

CEO

NÚMERO 5

TRUFA
EMPERATRIZ
SUBTERRÁNEA

VOLAR EN
GLOBO
EL MUNDO
A SUS PIES

6 MAJESTUOSOS
TEATROS

METLIFE

EL ARTE DE CUMPLIR
PROMESAS

ALBERTO VILAR
DIRECTOR GENERAL
DE METLIFE MÉXICO



9771870640009

Marcando Rumbo



¿Su negocio es **people**  **ready** ?



Tu potencial. Nuestra pasión.
Microsoft

En un negocio de gente preparada, la gente hace que todo ocurra. Gente preparada con software. Cuando le da a su gente herramientas que la conectan, informan y le dan el poder, está preparada. Preparada para sacar el máximo de sus conocimientos, de su aptitud y de su ambición. Preparada para desarrollar productos que ayuden a los clientes y resolver problemas. Preparada para construir un negocio exitoso. Un negocio people-ready.

Software Microsoft para negocios con gente preparada. Negocios people-ready.
Para saber más visite: www.microsoft.com/peopleready

editorial

ESTIMADO SOCIO:

Nos complace hacerle llegar la nueva edición de su revista **CEO Club**, donde le ofrecemos, como siempre, las mejores recomendaciones para que disfrute de su valioso tiempo libre.

Lo invitamos a dar un paseo en globo aerostático y disfrutar de vistas inigualables, como la ciudad medieval de Toledo o el desierto de Marruecos; a recorrer los grandes teatros del mundo occidental, y a sorprenderse de la ingeniería y exactitud del nuevo reloj Da Vinci, de la firma suiza IWC.

Asimismo, y con la intención de apoyarlo en su importante labor empresarial, compartimos con Usted la filosofía de la consultora everis, que presenta una interesante alternativa para mejorar sustancialmente el desempeño de las organizaciones a través del apoyo a su personal. También lo invitamos a conocer la historia de éxito de EADS Telecom, compañía que proporciona sistemas de comunicación de alta seguridad a empresas y gobiernos.

Por último, compartiremos con Usted la visión de MetLife a través de una entrevista exclusiva con Alberto Vilar, presidente ejecutivo de la compañía en México.

Esperamos que esta edición de **CEO Club** sea de su agrado, porque la hemos preparado especialmente para gente que, como Usted, marca el rumbo de su empresa.

Cordialmente,



Augusto Fernández Kegel
Director General
CEO Club

Contenido



CARTA EDITORIAL	1	PORTADA	20
NEGOCIOS	4	EL ARTE DE CUMPLIR PROMESAS	
COMPETITIVIDAD, TALÓN DE AQUILES DE LA ECONOMÍA MEXICANA	7	TECNOLOGÍA	26
CONSULTORÍA		BILL GATES POR LA EDUCACIÓN	
EVERIS Y EL CAPITAL DE CARNE Y HUESO	8	CEO BOARD	30
CASO DE ÉXITO		99% PRÁCTICA 1% TEORÍA	32
EADS LA FÓRMULA PARA TRIUNFAR DISCRETAMENTE	12	AUTOMOTRIZ	36
		PURA SANGRE DE DOS RUEDAS	
¿INSEGURIDAD?	16	GRANDES TEATROS, GRANDES HISTORIAS	38
PREPARE UN CUARTO DE CRISIS		UN PASEO POR LAS NUBES	46

CONSEJO EDITORIAL CEO CLUB

RAFAEL SCHUH

MARCELO FELIPE TRIAS

RAÚL MORALES

ALFREDO CAMACHO

MAURICIO RAMÍREZ

AUGUSTO FERNÁNDEZ KEGEL

ALEJANDRO DE PABLO

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

HÉCTOR VERA
DIRECTOR DE INTERNET
Y CIRCULACIÓN

VIRIDIANA SALAS
CONTROL DE CALIDAD

ROSALEDA 34, LOMAS ALTAS, 11950,
MÉXICO D.F. TEL.: (52 55) 52670544

EDICIÓN

ULISES NAVARRO
DIRECTOR EDITORIAL
unavarro@iasanet.com.mx

CLAUDIA CEREZO
EDITOR EN JEFE
ccerezo@iasanet.com.mx

MARTHA LYDIA ANAYA
EDITORIA
manaya@iasanet.com.mx

EDGAR APANCO
EDITOR DE NEGOCIOS
eapanco@iasanet.com.mx

LAURA MIER
EDITORIA DE ESTILO DE VIDA
lmier@iasanet.com.mx

MANUEL ARBOLÍ
CUIDADO DE EDICIÓN

ARTE

JANINE ARROYO
DIRECTORA DE ARTE
jarroyo@iasanet.com.mx

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

IRMA GUTIÉRREZ
DISEÑADORA GRÁFICA

COLABORADORES

CINTHYA BIBIÁN
CARLOS SÁNCHEZ PEREYRA
DESIRÉE NAVARRO
DOLORES CARBONELL
ENRIQUE MÁRQUEZ
ERNESTO ALCÁNTARA
EUGENIA SERRANO
FRANCISCO SOLORIO
JAVIER MIER
JESÚS DÍAZ
J. ENRIQUE GARCÍA

www.ceoclub.com

CAVAMARTINI, EL PRÍNCIPE DE
LOS COCTELES

52

PARA LA MESALA TRUFA, EMPERATRIZ
SUBTERRÁNEA

58

IWC, ESCRITOR DEL TIEMPO

64

LOS LÍMITES DEL LUJO

68

KOPI LUWAK,
EL CAFÉ MÁS SOFISTICADO
DEL MUNDO

72

J. IGNACIO BLANCO
JOEL MARTÍNEZ
JORGE ÁVILA
JORGE MONJARÁS
LUIS ALONSO ANAYA
LUIS ERNESTO GONZÁLEZ
MAURICIO ORTIZ
MARISOL HUERTA
MÓNICA RIVERA
PALOMA ROMO
SERGIO GIL
SILVIA AYALA
VALENTÍN LÓPEZ

COMERCIALIZACIÓN

RICARDO TURNER H.
DIRECTOR COMERCIAL
5267 0415
rtturner@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 SERVICIOASOCIOS@CEO-CLUB.COM 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.

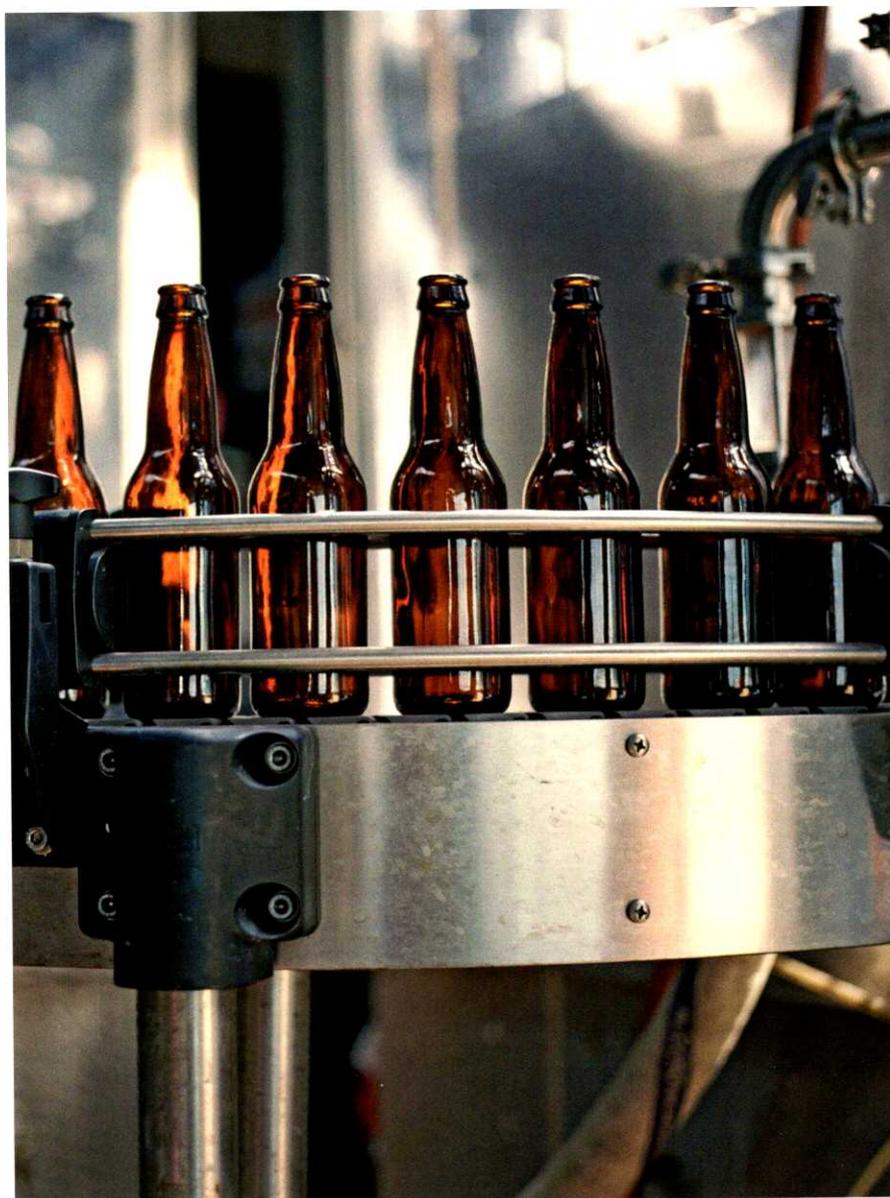
IMPRESO POR SERVICIOS PROFESIONALES DE IMPRESIÓN S.A. DE C.V., MIMOSAS 31, SANTA MARÍA INSURGENTES, 06430, MÉXICO D.F. DISTRIBUIDO POR GRUPO ROFERI S.C. EJEMPLAR DE CORTESÍA. © COPYRIGHT 2006. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

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 KEGEL. 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.

ABRIL - MAYO 2007

NEGOCIOS



> EXPORTACIONES SUBEN COMO LA ESPUMA

Luego de la asociación que estableció con Constellation Brands como principal importador de sus cervezas a Estados Unidos, Grupo Modelo espera que en 2007 sus exportaciones superen el 10% alcanzado en 2006, oscilando en niveles de 13%. Para ello se valdrá del incremento en el consumo per cápita de cerveza en Estados Unidos, el cual pasó en nueve años de 6.9 a 14 litros.

Crown Imports, nombre de la alianza, le permitirá penetrar en el este del país con mayor dinamismo (pues su anterior asociación –con Gambrinus– no le generó los resultados deseados). Al convertirse en importador de sus propias cervezas (pues la asociación con Constellation es al 50%), Modelo podría incrementar sus utilidades por inversiones, volviendo más atractivas sus acciones.

En 2006, Grupo Modelo refrendó su liderazgo entre las cervezas importadas de Estados Unidos, gracias al buen desempeño de sus marcas Corona y Corona Light. A ellas se suma su presentación Modelo Especial, la cual podría arrebatar a Tecate (de su rival FEMSA) el tercer lugar como cerveza importada, y que empezará a promocionar marcas de éxito como Pacífico y Negra Modelo. -MU



ASTON MARTIN

EL AUTO DEL 007, TOTALMENTE INGLÉS



Aston Martin, la mítica marca de autos de lujo favorita del agente secreto James Bond, regresó a manos británicas tras ser vendida en 925 millones de dólares. Ford confirmó su venta a un consorcio de inversionistas liderados por el empresario de autopartes David Richards y su firma Prodrive Ltd.

Aston Martin, cuyo origen se remonta a 1913, tuvo su despegue como marca después de la Segunda Guerra Mundial. En 1987 Ford adquirió 75% de la marca y luego su totalidad en 1993. Hace dos décadas, Aston Martin sólo producía 200 unidades al año, mientras que en 2006 la marca emblema del automóvil deportivo de lujo (con sus modelos DB5, Vantage y Virage) colocó 7 mil unidades.

Hoy que el crecimiento de la demanda de vehículos de lujo ha superado la de automóviles tradicionales, los inversionistas especulan si Ford Motor Co. se desprenderá de sus divisiones británicas Jaguar (que vende sedanes de lujo y autos deportivos) y Land Rover (que se especializa en vehículos todoterreno). -EA

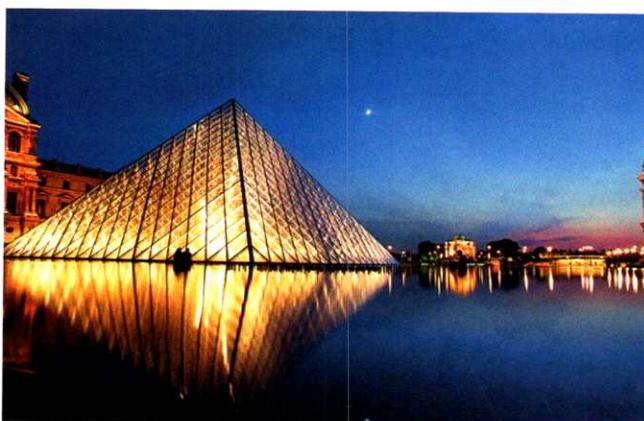
Si se pregunta cuál es la capital más rica del mundo y responde Nueva York, está en un error (primero, porque la urbe de hierro ni siquiera es la capital de Estados Unidos), aunque Londres y Tokio tampoco son respuestas correctas.

La respuesta se encuentra en el Golfo Pérsico, en Abu Dhabi, capital de los Emiratos Árabes Unidos, cuyos 420 mil habitantes valen 17 millones de dólares cada uno, pues viven encima de una décima parte del petróleo del planeta y tienen casi mil millones de dólares invertidos en el extranjero.

Hoy Abu Dhabi busca convertirse en un destino turístico de carácter exclusivo, para lo cual invertirá casi 200 mil millones de dólares en los próximos 10 años. Basta citar como ejemplo la isla Saadiyat, de 27 km² y a sólo 500 metros de la costa, un proyecto de 30 mil millones de dólares que incluye 29 hoteles, tres marinas, dos campos de golf y vivienda para 150 mil personas, así como galerías de arte, museos y otros centros de interés.

Más aún: Saadiyat fue el enclave elegido para la construcción del Museo del Louvre de Abu Dhabi, según un acuerdo por mil millones de dólares firmado por el jefe del Departamento de Turismo de Abu Dhabi, el jeque Bin Tahnun Al Nahiyán, y el ministro francés de Cultura, Renaud Donnedieu de Vabres.

En virtud del acuerdo, con una vigencia de 30 años para utilizar el nombre del Louvre, Francia prestará a Abu Dhabi obras procedentes de varios museos galos. El emirato, por su parte, pagará unos 400 millones de euros sólo por utilizar el nombre del Louvre. Las obras de construcción finalizarán en 2012. -EA



LOUVRE
EN EL GOLFO PÉRSICO

> EL BOOM DE LAS CIUDADES

> ATENCIÓN INVERSIONISTAS

Nuevas ciudades se han convertido en foco de atención como resultado de la creciente oferta de créditos del Infonavit. ¿Qué impulsó dicha oferta? El traslado de plantas fabriles y corporativos a nuevas poblaciones y el consiguiente movimiento de la mano de obra, la cual –¡ajo, inversionistas!– requerirá productos y servicios de todo tipo.

Víctor Manuel Borrás, director general del Infonavit, asegura que dicha institución ha duplicado el número de poblaciones donde está presente. Así, las ciudades que tendrán un fuerte incremento en su número de acreditados son:

- Puerto Peñasco, Sonora, gracias a la actividad turística que está desarrollando
- Hermosillo, Sonora, con la ampliación de la planta de Ford
- Monterrey, Nuevo León, por el traslado de la base de mantenimiento de Aeroméxico
- Querétaro, Querétaro, nuevo hogar de muchos corporativos, a los que quizá se sume Toyota
- Apaseo el Grande, Querétaro, opción ante la falta de vivienda en la capital del estado

Para Eugene Towle, director general de la consultora Softec, las desarrolladoras deben considerar estas y otras ciudades donde Infonavit tiene derechohabientes en aumento. Por lo pronto, Ara, Urbi y Geo ya han iniciado un proceso de regionalización para cubrir poblaciones de alto potencial. -CB

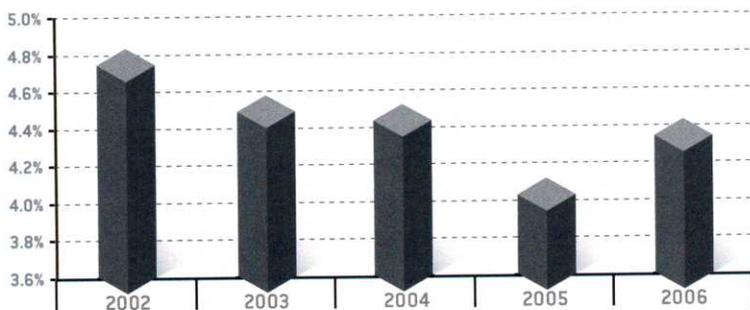
> LOS NÚMEROS DE LA VIVIENDA

Los participantes en el sector vivienda (constructores, desarrolladores, otorgadores de crédito, compradores, arrendadores y agentes de ventas) pueden estar tranquilos: por un lado, los costos indirectos relacionados con la construcción de hogares van a la baja (ver gráfica "Costos indirectos a la baja"), lo que se traduce en buenas noticias.

Por el otro lado, el índice de morosidad registró en 2006 su nivel más bajo en la historia (4.9%), dando certeza a quienes otorgan créditos (instituciones bancarias, sociedades financieras de objeto limitado) de que los mexicanos sí pagan. -EA ★

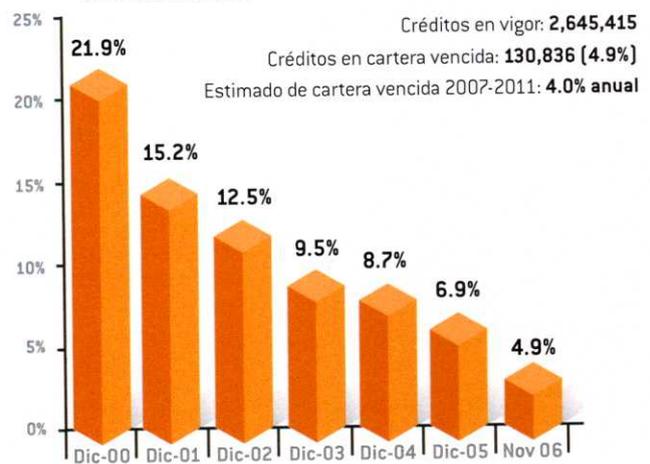
Costos indirectos, a la baja

Porcentaje de costos indirectos relacionados con la vivienda
Porcentaje



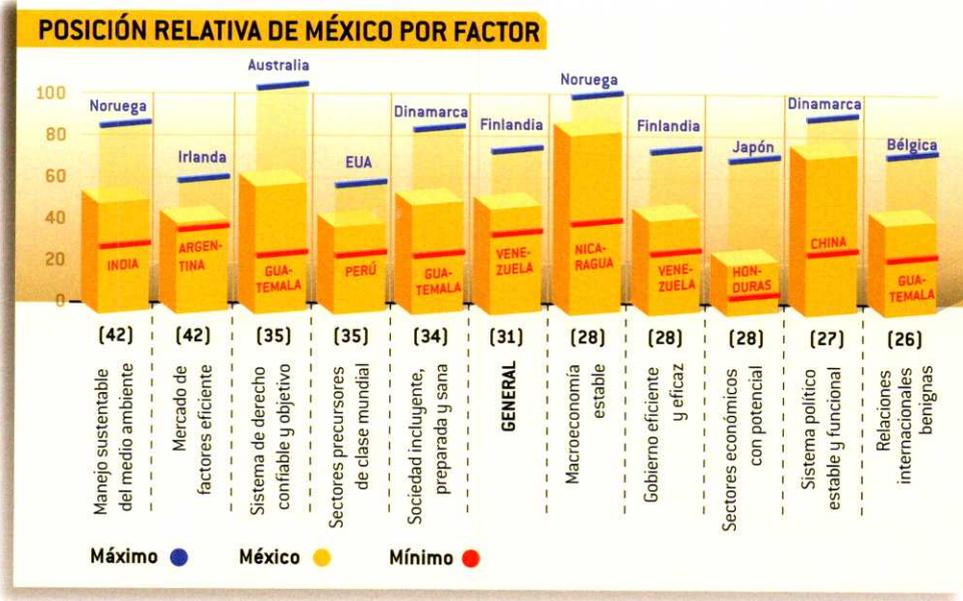
Fuente: Conavi, 2006

Los mexicanos sí pagan Índice de morosidad



Fuente: Infonavit
Cifras al 17 de diciembre de 2006

Créditos en vigor: 2,645,415
Créditos en cartera vencida: 130,836 (4.9%)
Estimado de cartera vencida 2007-2011: 4.0% anual



MÉXICO ESTÁ EN EL LUGAR 120 DE 130 NACIONES MONITOREADAS POR LA ONU EN CUANTO A DISTRIBUCIÓN DE INGRESO. FALTA MUCHO POR HACER Y LA SOCIEDAD ES CORRESPONSABLE DEL RUMBO QUE TOMA NUESTRO PAÍS

POR JORGE CASTAÑARES
GRÁFICA ERNESTO ALCÁNTARA

EL PASADO MES DE MARZO, el gobierno federal festejó sus primeros 100 días presentando las primeras 100 acciones, pero tiene todavía un largo camino por delante, sobre todo en lo que a justicia se refiere.

Sin embargo, el México al que todos aspiramos –la quinta economía mundial en 2040, según Goldman Sacks– no permite actitudes paternalistas donde el gobierno sea el único responsable de establecer las condiciones necesarias para el desarrollo. Es claro que este nuevo mandato tiene la obligación de generar bienestar, pero no podemos negar que la sociedad es corresponsable del avance o retroceso de México.

En este sentido tenemos una gran deuda con el país. Recientemente, el Instituto Mexicano para la Competitividad publicó su ranking, donde mide el desempeño en este rubro de las 45 naciones que generan el 90% de la producción mundial, y México cayó del lugar 30 al 31. Nos superan países como Chile (18), República Checa (21), Corea del Sur (23), Polonia (28) y Brasil (30); sin contar a nuestros principales socios comerciales: Estados Unidos (7) y Canadá (9).

Más allá de consideraciones románticas, el desempeño general de México es mediocre. Es innegable que nuestro país tiene las características y capacidades para lograr ser la quinta potencia económica de mediados de siglo; sin embargo, otros países con niveles de desarrollo menores al nuestro han alcanzado índices de competitividad mucho mayores al mexicano, lo que se traduce en una mayor capacidad para generar, atraer y retener inversiones productivas.

Si queremos más empleos mejor pagados y mayores oportunidades para los que menos tienen, es impostergable que, independientemente de las acciones del gobierno, la sociedad mexicana deje atrás su tradición reactiva e impulse proactivamente los cambios necesarios en el ámbito fiscal, laboral y energético, necesarios y urgentes para que este país no quede rezagado y rebasado por un mundo que no se detiene. ✨

ALGUNOS DIRECTIVOS DE RECURSOS HUMANOS DICEN QUE, EN SU CAMPO, LA HISTORIA DEL SIGLO XX EMPEZÓ CON FREDERICK WINSLOW TAYLOR Y CULMINÓ CON EVERIS, LA CONSULTORA MULTINACIONAL DE MÁS RÁPIDA EXPANSIÓN EN LA ÚLTIMA DÉCADA

EVERIS Y EL CAPITAL DE CARNE Y HUESO

POR LUIS GONZÁLEZ O'DONNELL FOTO MAURICIO ORTIZ

A FINES DEL SIGLO XIX, cuando muchos obreros industriales eran viejos artesanos que todavía no se resignaban a dejar de laborar cada quien a su manera y, en cambio, debían ajustarse al ritmo de las máquinas, muchas observaciones de Frederick W. Taylor –ingeniero estadounidense a quien se le adjudica la invención de la gestión científica de los negocios–, parecían brutales. El ingeniero diagnosticó, por ejemplo, que puestos a laborar colectivamente y en tareas repetitivas, los trabajadores se ajustaban al paso del más lento por tres razones: la natural pereza del ser humano; el hecho de que, si todos ganan el mismo salario, ninguno tiene motivos para esforzarse más que los otros; y a que el más rápido y diligente se convertiría en una especie de traidor para sus compañeros.

La receta de Taylor era pagar a cada quien de acuerdo con su rendimiento, una solución que no siempre funcionaba porque las envidias solían envenenar la convivencia y los más gananciosos eran repudiados.

SUDOR EN EL TÚNEL

Paradójicamente, donde sí llegó a aplicarse el taylorismo extremo no fue en un paraíso capitalista sino en la vieja Unión Soviética. En 1935 el minero ruso Alexei Stajanov, un gigantón parecido a Rambo, descubrió que esforzándose un poco podía sacar entre 10



everis

"Nuestra consultora sabe lo que busca: ideas. Para ello reconoce que su capital más importante son las personas"

BENITO VÁZQUEZ BLANCO
CEO DE EVERIS



y 12 veces más carbón que sus compañeros; y los gerentes de la mina, encantados, accedieron a doblarle el salario y multiplicaron por 10 la cuota de rendimiento que se exigía a los restantes mineros.

Stajanov ganó celebridad mundial, pero el método "stajanoquista" se discontinuó en la Unión Soviética porque los mineros más productivos morían extenuados.

Por esos años, en Occidente, el sistema capitalista aún sufría las secuelas de la feroz depresión de 1930 y, en medio del desastre, muchos economistas tuvieron que admitir que el secreto de la prosperidad no residía en hallar el modo de explotar mejor a los trabajadores sino a las máquinas, para lo cual convenía proteger y estimular a los hombres capaces de crear mejor tecnología. Así surgió, en el ámbito de la administración de negocios, una nueva escuela que ponía cada vez mayor énfasis en las relaciones humanas. Es el tipo de filosofía que empresas como everis quieren llevar a su máxima expresión.

SANGRE JOVEN

En 1996, everis (por norma institucional se escribe con minúscula) empezó en Madrid como una oficina regional de DMR Consulting, una consultora canadiense especializada en el lanzamiento de empresas innovadoras y la modernización de compañías anticuadas.

Para capturar al mercado español, DMR reclutó a los mejores profesionales que pudo hallar en España. Todos eran muy jóvenes: por ejemplo, Benito Vázquez Blanco, actualmente CEO de everis, es un ingeniero en telecomunicaciones fogueado en Telefónica, la gran multinacional española.

DMR permitió al joven equipo de Madrid jugar a su modo y la expansión fue explosiva: entre 1997 y 2006 plantaron bandera en Barcelona, Sevilla, Valencia, Santiago de Chile, Lisboa, Milán, Buenos Aires, São Paulo, ciudad de México, Monterrey, Roma y Río de Janeiro.

Mientras tanto, el grupo japonés Fujitsu, especialista en supercomputadoras, absorbió a la canadiense DMR y los jóvenes de Madrid, ya diseminados por medio mundo y acostumbrados a mandarse solos, consiguieron su propio financiamiento, negociaron con los japoneses y compraron su independencia. El año pasado adoptaron el nombre de everis y hoy son dueños de su propia empresa: ya son más de 5 mil en todo el mundo y la facturación anual de la compañía excede los 300 millones de dólares.

APTITUD Y ACTITUD

¿En qué cree, qué hace y qué persigue esta organización? Vázquez dice que el mayor esfuerzo de la compañía se centra en enriquecer su principal activo: las personas. Explica que en una empresa dedicada a la consultoría, los recursos humanos son mucho más que meros recursos. En realidad, son capital, la verdadera riqueza de la compañía, porque los clientes que buscan los servicios de una empresa como everis requieren más que sistemas de informática, redes de comunicación, software, nuevos sistemas administrativos y contables, etc., una mercancía rara y escasa: ideas. Como las únicas máquinas capaces de producir éstas son los cerebros humanos, toda empresa dedicada a la innovación debe tener gran reserva de personas dotadas de buenos cerebros.

Everis cuenta con más de 5 mil empleados en todo el mundo y factura alrededor de 300 millones de dólares anuales

La idea no es nueva, pero a menudo hay que recordarla porque tiende a olvidarse. Para explicar por qué siempre ponían en la portada de su revista un rostro humano, los legendarios fundadores del semanario *Time* explicaban que lo hacían porque "la gente busca a la gente". Vázquez argumenta que el mismo principio se aplica a todo negocio que ofrezca algo novedoso, porque dado que "para vender algo nuevo" hay que inspirar confianza, y... sólo la gente es capaz de conquistar la confianza de la gente.

En everis no sólo se practica sino que se procura inculcar a los clientes esta filosofía para impulsarlos al éxito. Para ello la consultora debe contar con la mejor y más convincente gente que sea posible hallar. "Gente buena que sea buena gente -dice Vázquez-. La gente buena para determinado trabajo es la que tiene el entrenamiento, los conocimientos y la inteligencia para desempeñar mejor esa tarea: es decir, personas que tienen la *aptitud*, con "p" y la *actitud*, con "c", correctas: honestidad, generosidad, solidaridad, transparencia, franqueza, sinceridad y buena fe."

TODOS PARA UNO

"Especialmente en los campos de la alta administración y tecnología de punta -explica el CEO de everis- el trabajo ya no es un deporte individualista, como el tenis, sino un juego de equipo, como el fútbol, donde el talento individual sólo vale cuando se articula con el grupo".

En everis se aconseja a los clientes que no dejen escapar a la "buena gente buena" y que la retribuyan generosamente. La consultora predica con el ejemplo y concede a sus huéspedes remuneraciones y prestaciones superiores a lo usual en cada mercado.

Pero everis también es célebre por demandar dedicación y librarse sin contemplaciones de quienes no dan la medida. Algunos dicen que la compañía les recuerda a Henry Ford, quien, con su obsesión por fabricar autos más y más baratos, tenía fama de ser el patrón más exigente de Estados Unidos, pero sus obreros eran los mejor pagados.

Si le gusta la receta y está seguro de aguantar el tren de carrera, pruébela usted mismo, a ver qué se siente. ★

The art of Blending



El arte de combinar las más finas maltas de Escocia.
El cuidado de enumerar cada botella individualmente.
El placer de saborear los mejores momentos con el más raro blend que existe.
Johnnie Walker® Blue Label™

KEEP WALKING
JOHNNIE WALKER 

EVITE EL EXCESO

www.alcoholinformate.org.mx Producto de Diageo México S.S. A. No. 06330022462047



JORGE PÉREZ CANTÚ
PRESIDENTE DE EADS TELECOM DE MÉXICO

EADS

la fórmula para triunfar DISCRETAMENTE

ES IMPOSIBLE DAR UN PASO EN EL MUNDO DE LAS COMUNICACIONES INVOLABLES, LA ALTA TECNOLOGÍA AERONÁUTICA, LA INVESTIGACIÓN AEROESPACIAL DE PUNTA O LA INDUSTRIA BÉLICA MÁS AVANZADA DEL MUNDO SIN TROPEZAR CON ESTE GIGANTE MULTINACIONAL

POR LUIS GONZÁLEZ O'DONNELL
CON INFORMACIÓN DE ANTONIO RAMÍREZ

LA HISTORIA DE ÉXITO DE ESTA COMPAÑÍA empezó entre ruinas y congoja, en la Europa de los primeros días después de la Segunda Guerra Mundial, cuando lo único que abundaba eran huérfanos, viudas y chatarra militar diseminada por esos campos de Dios.

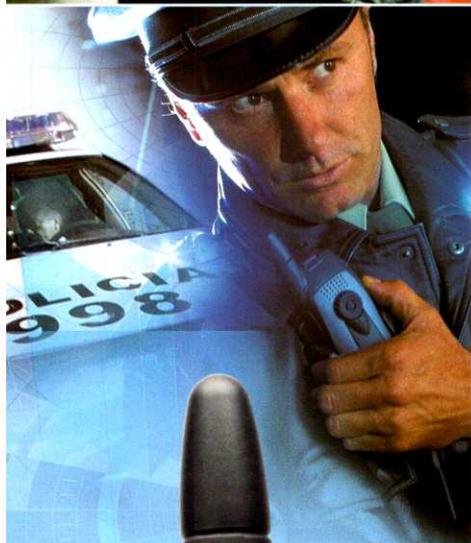
En aquel gigantesco basurero de la historia, la primera industria que floreció fue la de pepenar todo lo aprovechable. Entre los despojos había de todo: explosivos aún sin estallar; tela y cuerdas de paracaídas; fusiles, metralletas y pistolas de todas las marcas del mundo (las más codiciadas por los coleccionistas: las semiautomáticas Luger, abandonadas por los oficiales alemanes); y vehículos de todo tipo, desde jeeps, motocicletas y camiones hasta tanques y aviones apenas chamuscados. A condición de conseguir llantas y gasolina, y canibalizar refacciones, muchos de aquellos maltratados tesoros aún podían funcionar; y en la Europa de 1946, 47, 48, valían oro.

En esa actividad empezó a destacar, en Francia, una compañía llamada Matra, Materiales de Tracción, pero que desde su inicio no se limitó a reparar viejo equipo militar, sino que se abocó a estudiar a fondo las muestras de tecnología estadounidense, inglesa y alemana regadas a lo largo de los caminos de la guerra: de entre los fierros retorcidos era posible rescatar equipos ópticos o electrónicos a veces intactos, para "viviseccionarlos" y buscar el modo de perfeccionarlos.

Aquella estrategia resultó tan fructífera que la antigua pepenadora de chatarra, convertida hoy en Aérospatiale Matra de Francia y conglomerada con la alemana DaimlerChrysler Aerospace y la española Construcciones Aeronáuticas S.A., integra EADS, European Aeronautic Defence and Space Company, el conglomerado de alta tecnología más grande de Europa y el más pujante del mundo, con ventas anuales que superan los 40,500 millones de dólares y un ejército de casi 115,000 ingenieros, investigadores y técnicos catalogados como la élite mundial en su campo.

EADS Telecom
(antes Matra
Communications)
está en México
desde hace 37
años, dedicada a
enfrentar diversas
catástrofes como el
terremoto de 1985





PREVIENDO LO IMPREVISIBLE

EADS tiene intereses tan diversificados que sólo enumerarlos ocuparía toda una edición de esta revista: entre otras cosas, la European Aeronautic Defence and Space Company es la principal accionista de Airbus, la constructora de grandes aviones que disputa a Boeing el primer lugar mundial; y tiene interés decisivo en Eurocopter, que produce los helicópteros para uso militar y policial más sofisticados de la actualidad; en la Dassault Aviation, que produce aviones de combate tan avanzados como los Mirage y los Rafale, a la par de los jets ejecutivos Falcon y los más avanzados aviones robot, no tripulados, para uso militar; en la creación y producción del modelo Eurofighter Typhoon, la ultramoderna nave de guerra de las fuerzas aéreas europeas; en Astrium, especializada en satélites para uso militar y civil; y todo ello sin contar los misiles de altas especificaciones que son especialidad de la DaimlerChrysler Aerospace.

En México, la EADS y sus ubicuas asociadas no producen, por ahora, aviones, helicópteros, misiles ni satélites. Pero al menos una de sus divisiones, EADS Telecom, está aquí desde hace 37 años. ¿Qué función cumple en un país sin guerras? Ayudar a enfrentar las catástrofes y cataclismos, que no nos faltan.

La primera oportunidad mexicana para la multinacional europea se presentó cuando, en 1970, el entonces flamante Metro de la ciudad de México sufrió un grave accidente que desquició la red de comunicaciones, señalización y seguridad del sistema y puso sus deficiencias en dramática evidencia. El Metro había sido diseñado y equipado por firmas francesas y era lógico recurrir a la empresa de la misma nacionalidad, Matra Communications, otra de las antecesoras del grupo EADS, para restablecer el servicio y enmendar las fallas.

Matra ya no se fue de México y aquí no le faltó trabajo: en 1979 se incendió en el Golfo de México el pozo petrolero Ixtoc 1 y el accidente, considerado como uno de los mayores sufridos en toda su historia por la industria petrolera mundial, obligó a repensar y rediseñar los sistemas de comunicación, alarma, seguridad y protección de todas las instalaciones de Pemex en el mar. Nuevamente, Matra Communications tuvo trabajo para años.

VIGILANDO AL DIABLO EN SERVICIO DE DIOS

Ese mismo año de 1979, Matra de México tuvo que desempeñar una tarea menos espectacular, casi invisible pero más delicada: establecer un cerco de comunicaciones impenetrables para la seguridad de Juan Pablo II en su primera visita a México, lo cual no era precaución exagerada si se toma en cuenta el atentado casi fatal que poco después sufriría el pontífice a manos del turco Mehmet Ali Agca en plena plaza de San Pedro, en el Vaticano. En los años siguientes, México fue el país más visitado por aquel papa, y en cada ocasión Matra Communications o su sucesora EADS Telecom se hicieron cargo de envolverlo en un capullo invisible de comunicaciones de ultraseguridad.

EADS es el conglomerado de tecnología más grande de Europa, con ventas anuales que superan los 40,500 millones de dólares y un equipo de casi 115,000 ingenieros

Al promediar los 80, el consorcio europeo tuvo que someterse en nuestro país a una prueba aún más espectacular. El terremoto de 1985 puso de rodillas no sólo la ciudad de México, sino al gobierno que, privado de comunicaciones y cortadas sus redes de control, seguridad y reacción ante emergencias, cayó en un estupor que parecía catalepsia.

EADS Telecom de México describe así la situación: “Las comunicaciones a través de la red de telefonía pública se interrumpieron, lo cual provocó la total incomunicación y ausencia de coordinación en los servicios básicos (agua, drenaje, alumbrado público), así como en el mantenimiento vial... Para enfrentar tal situación, Matra propuso desplegar un sistema de comunicación independiente de la red de telefonía pública, instalar infraestructura compartida por todas las dependencias del Departamento del Distrito Federal y establecer una configuración redundante para resistir fallas debidas a desastres naturales, como sismos, inundaciones, incendios, tormentas o derrumbes...”.

GUERRA A LOS MALOSOS

En la década de los 90, Matra Communications se transformó en EADS Telecom de México y tampoco le faltó trabajo. Para delicia del hampa, en México se carecía no sólo de bases de datos y archivos digitalizados que abarcaran todo el país, sino que ni siquiera había, fuera de los teléfonos y faxes de Telmex, una red oficial segura para intercomunicar las corporaciones policiacas y procuradurías de todo el país. Era como combatir al crimen organizado de los albores del siglo XXI con los métodos que a fines del siglo XIX usaba la agencia Pinkerton para perseguir a los forajidos del Lejano Oeste.

En 1997, el gobierno convocó a licitación a las principales 15 firmas internacionales especializadas en comunicaciones de alta seguridad, a prueba de filtraciones y espionaje, y la ganadora fue EADS Telecom: el proyecto Red Nacional de Telecomunicaciones IRIS, era invertir unos 500 millones de dólares en la más alta tecnología para brindar no sólo comunicación de voz, sino intercambio de datos e imágenes, videos, documentos de identificación y registros de huellas dactilares, de automotores, de armas y aun del *modus operandi* de todo maleante fichado en el país. Toda esa información está en gavetas, sótanos o cajas de cartón; el único problema es hallarla, digitalizarla, clasificarla y “blindarla” de modo que se pueda rescatar con un teclazo para que sólo el personal debidamente autorizado pueda acceder a ella.

LA ERA DE LAS SINERGIAS

Construir un sistema de información y seguridad tan complejo tomó décadas en Europa o Estados Unidos, pero, a fuerza de la más avanzada tecnología, aquí se esperaba poder completarlo en un sexenio, o menos. Sin embargo, el despliegue de IRIS se demoró porque el gobierno de Vicente Fox (2000-2006) permitió un respiro al crimen organizado, otorgando prioridad presupuestaria a programas sociales que parecían más urgentes. La compañía espera que IRIS acelere su despliegue con este gobierno: “El mandatario Felipe Calderón –dice Jorge Pérez Cantú, presidente de EADS Telecom de México– sabe que ahora, sacando máxima utilidad de lo ya invertido, se puede reforzar la red IRIS, ampliarla y convertirla en un arma decisiva”.

El gobierno requiere una cobertura independiente de la que actualmente se tiene, con 500 puntos de acceso en todo el país y a través del Programa Nacional de Seguridad. Pérez Cantú explica que en una primera etapa se dispondrá de 200 puntos de interconexión para la transmisión de voz, datos, imágenes y acceso a bases de datos de los Ministerios Públicos de todos los niveles, así como un minucioso registro nacional de vehículos robados.

El presidente de la firma advierte que, además de incompleta, la red IRIS está subutilizada. Al mismo tiempo y sin perjuicio del uso policiaco y judicial, hoy mismo podría ser aprovechada por los servicios de salud, educación y seguridad social. “Montando en la red estos valores agregados, el gobierno puede ser más eficiente, ágil y eficaz. Estamos trabajando muy cerca con las autoridades para detonar esta sinergia. La clave fundamental de las telecomunicaciones modernas es que se pagan a sí mismas y aun dejan ganancias: eso es lo que buscamos”, concluye el presidente de EADS Telecom. ★

1) AIRBUS Y EADS HAN UNIDO SU CONOCIMIENTO PARA CREAR EL A380, UN SUPERJUMBO COMERCIAL CUYO DESARROLLO REQUIRIÓ UNA INVERSIÓN SUPERIOR A LOS 10 MIL MILLONES DE EUROS Y DEL QUE HASTA AHORA SÓLO SE HAN ENSAMBLADO 5 UNIDADES

2 Y 3) EUROCOPTER, COMPAÑÍA SUBSIDIARIA DE EADS, ES EL FABRICANTE DE HELICÓPTEROS CIVILES Y MILITARES MÁS GRANDE DEL MUNDO. ACTUALMENTE REPRESENTA EL 45% DEL MERCADO GLOBAL Y TIENE EL RÉCORD MUNDIAL DEL DESPEGUE A MAYOR ALTURA, GRACIAS A QUE SU MODELO ECUREUIL SOBREVOLÓ EL EVEREST Y ATERRIZÓ EN EL "PASO SUR" DE ESTA MONTAÑA EN 2005



¿Inseguridad?

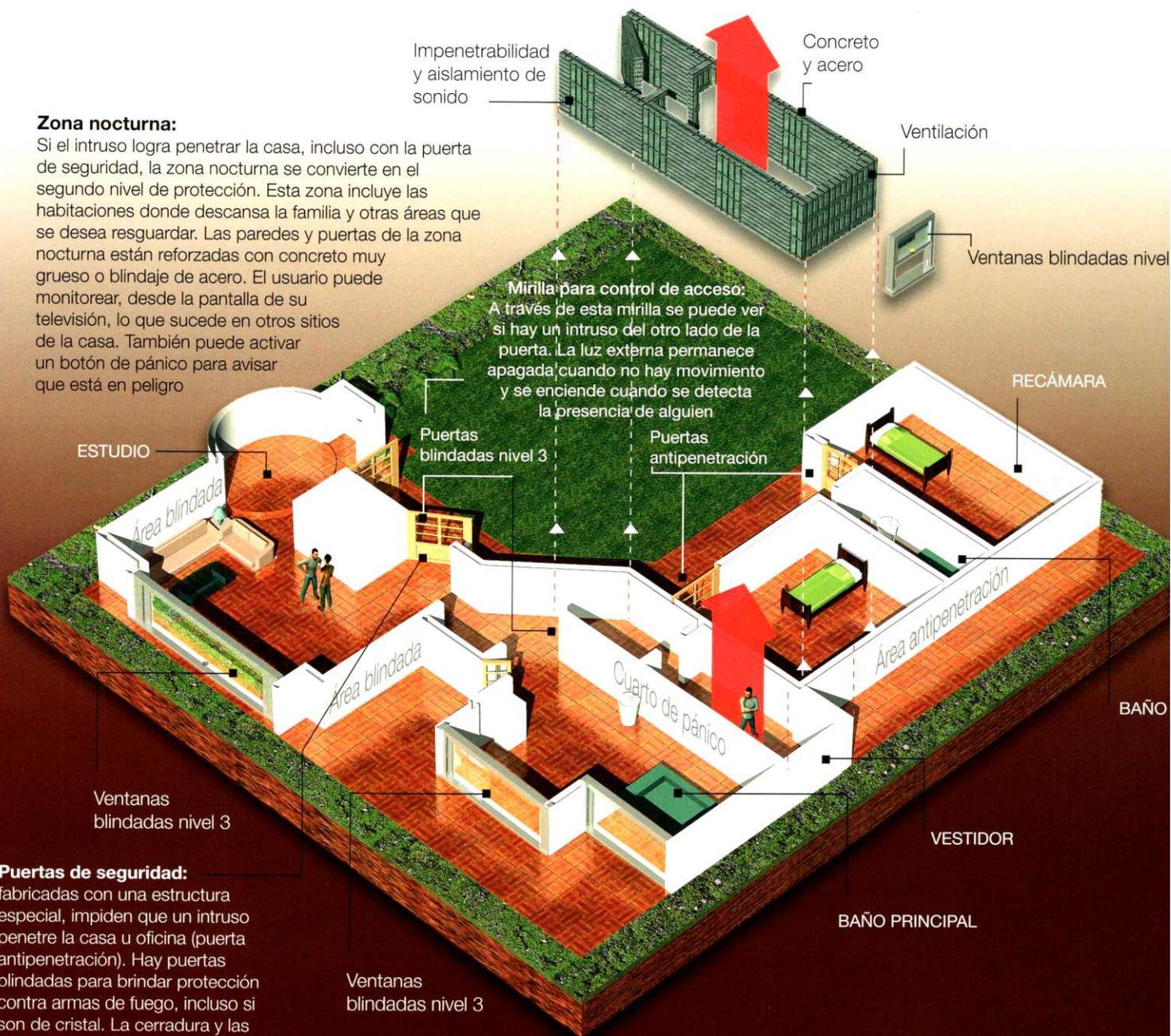
PREPARE UN CUARTO DE CRISIS

Cuarto de crisis o de pánico:

Todos son antibalas y blindados (nivel 5, que protege contra cualquier arma de fuego). En un cuarto de crisis nunca debe faltar un tanque con agua potable, un sistema de comunicación, un baño portátil, una batería de gel (por si el intruso corta la energía eléctrica) y una zona de ventilación.

Zona nocturna:

Si el intruso logra penetrar la casa, incluso con la puerta de seguridad, la zona nocturna se convierte en el segundo nivel de protección. Esta zona incluye las habitaciones donde descansa la familia y otras áreas que se desea resguardar. Las paredes y puertas de la zona nocturna están reforzadas con concreto muy grueso o blindaje de acero. El usuario puede monitorear, desde la pantalla de su televisión, lo que sucede en otros sitios de la casa. También puede activar un botón de pánico para avisar que está en peligro.



Impenetrabilidad y aislamiento de sonido

Concreto y acero

Ventilación

Ventanas blindadas nivel 5

Mirilla para control de acceso:
A través de esta mirilla se puede ver si hay un intruso del otro lado de la puerta. La luz externa permanece apagada cuando no hay movimiento y se enciende cuando se detecta la presencia de alguien.

RECÁMARA

ESTUDIO

Puertas blindadas nivel 3

Puertas antipenetración

Área blindada

Área blindada

Cuarto de pánico

Área antipenetración

BAÑO

Ventanas blindadas nivel 3

VESTIDOR

BAÑO PRINCIPAL

Puertas de seguridad:

fabricadas con una estructura especial, impiden que un intruso penetre la casa u oficina (puerta antipenetración). Hay puertas blindadas para brindar protección contra armas de fuego, incluso si son de cristal. La cerradura y las llaves no se pueden copiar.

Ventanas blindadas nivel 3

EL MAYOR MIEDO, EL MÁS PAVOROSO, ES QUE UN MALVADO ATAQUE A LA FAMILIA EN EL HOGAR. CONSTRUYA SU ALCÁZAR PRIVADO PARA ESTAR SEGURO EN CASA

POR CLAUDIA CEREZO
INFOGRAFÍA ERNESTO ALCÁNTARA

HACE CUATRO AÑOS, muchos cinéfilos se sorprendieron con el cuarto de pánico donde Meg Altman (Jodie Foster) protegió su vida y la de su hija de tres rufianes que irrumpieron en su casa en Nueva York. La película se llamó *La habitación del pánico* (*Panic Room*, 2002) y desde ese inhóspito pero seguro lugar, protegido por una impenetrable puerta de acero, Foster podía vigilar cada uno de los movimientos de los intrusos.

El concepto es simple: preparar una habitación dentro del hogar, la oficina, el rancho o la casa de descanso, en donde la familia y los ejecutivos puedan permanecer seguros mientras llega la ayuda.

Los cuartos de pánico o cuartos de crisis –o mejor dicho, cuartos de seguridad– ya tienen muchos años, pero últimamente han cobrado fuerza. El californiano Gary Paster, quien trabajó como asesor en la producción de la cinta y tiene más de 20 años en la construcción de cuartos de seguridad, edificó su primer *safe room* en 1980 para un personaje de la industria del entretenimiento.

A inicios de los 90, Paster ya tenía seis cuartos de seguridad en su portafolio, pero hoy suma más de 200: 70% de los proyectos fueron creados para gente del mundo del espectáculo y el resto para ejecutivos de alto nivel.

SEGUROS PERO CONFORTABLES

Los cuartos de seguridad actuales nada tienen que ver con aquella fortaleza de metal que resguardó a Foster y a su hija, y no todos son iguales. “Algunas personas deciden adecuar su vestidor o su baño como cuarto de seguridad, mientras que otras montan un cuarto exclusivamente para protegerse y no le dan otro uso”, explica Juan Manuel Florez Saab, director general de la empresa ItalTecno, especializada en sistemas de seguridad y blindaje arquitectónico.

PARA MÁS SEGURIDAD

Evitar que alguien penetre el hogar es sencillo si se siguen ciertas recomendaciones de los expertos en blindaje arquitectónico:

Primer nivel de seguridad: puerta antipenetración

Asegurarse de que las puertas de entrada no sean vulnerables. Los delincuentes pueden abrir la cerradura de cualquier puerta con una ganzúa o sacándole las bisagras. También pueden tumbarlas con un golpe, aunque parezcan pesadas. Las puertas de seguridad antipenetración tienen una estructura especial que protege el marco, la puerta y los flancos, y evitan que un intruso invada el hogar o la oficina.

Las cerraduras deben ser especiales. Las mejores son de tipo caja fuerte, con llaves que no pueden copiarse. Las hay italianas, alemanas e israelíes.

Las puertas pueden estar blindadas para evitar el paso de las balas de armas cortas y largas. Una puerta de seguridad cuesta alrededor de 2,200 dólares y hasta 3,300 si está blindada.

En los departamentos y oficinas, las puertas pueden tener una mirilla de seguridad para ver quién está del otro lado. Las lámparas que se apagan y se encienden con el movimiento también son recomendables para detectar si hay alguien.

Segundo nivel de seguridad: resguardo de la zona nocturna

Si la puerta antipenetración es violada, los expertos recomiendan proteger la zona nocturna; es decir, los dormitorios y otras habitaciones que se quieren resguardar porque ahí es donde se tienen documentos importantes, joyas, dinero y obras de arte.

El acceso a la zona nocturna puede bloquearse con muros reforzados (concreto reforzado o blindaje de acero) y puertas antipenetración.

En la zona nocturna debe haber una alarma que avise que alguien entró al hogar.

Si en la casa hay cámaras de seguridad, una televisión (dentro de la zona nocturna) puede fungir como monitor. Cuando la alarma suena, se puede encender la televisión en cierto canal y ver lo que está ocurriendo.

En las habitaciones deben instalarse botones de pánico para llamar a una central de seguridad o a la policía y pedir auxilio. Estos botones (que en realidad son pequeños controles remotos, como los que se usan para activar las alarmas de los autos) deben estar a la mano, por ejemplo, sobre la mesa de noche o buró.

Tercer nivel de seguridad: el cuarto de seguridad

El resguardo de la zona nocturna puede ayudar a ganar tiempo para ingresar al cuarto de seguridad y esperar a ser auxiliado.

El costo de un cuarto de seguridad puede ir de los 6 mil dólares (reforzando únicamente puertas y ventanas) hasta más de 100 mil

Algunos cuartos están escondidos: por su decoración, nadie notaría que la sala de juego de los niños podría resguardar a la familia durante varios días. Otros cuartos de seguridad se ocultan detrás de un librero.

En general, estas fortalezas están fabricadas con concreto sólido, de gran grosor, y recubiertas de un blindaje antibalas. Sus puertas pueden resistir cualquier cosa, desde los golpes de un bat de béisbol hasta los disparos de un arma de fuego. Y como están cubiertas de madera —si así lo desea el cliente—, pueden pasar desapercibidas: nadie sabrá que se trata de una puerta de seguridad hasta que intente violarla.

Si la puerta tiene cristales, también se blindan (nivel 3 contra armas cortas, o nivel 5 contra armas largas, como cuernos de chivo y AK45). Para que la puerta sea abierta, pueden utilizarse códigos o claves además de llaves.

¿QUÉ DEBE CONTENER?

Un cuarto de seguridad debe tener siempre un sistema de comunicación independiente del principal para solicitar apoyo (los teléfonos celulares son una buena opción porque los intrusos no pueden cortar la señal), cargadores de celular, una alarma conectada a los cuerpos de seguridad para pedir ayuda, un kit de primeros auxilios, lámparas y baterías de gel en caso de que el intruso corte la energía eléctrica, un tanque de agua potable y bebidas hidratantes, barras de cereal y un baño (puede ser portátil). Algunos cuartos de seguridad también están equipados con monitores de video, como el de Jodie Foster, y otros tienen cajas fuertes para resguardar valores.

La ventilación y otras necesidades personales, como medicamentos, también deben considerarse.

¿Cuánto tiempo puede estar uno ahí? Responde Florez Saab: “Hasta que el peligro haya pasado. La idea es que, mientras dure el peligro o la amenaza, nadie entre ni salga; por eso el entorno tiene que ser lo más confortable posible”.

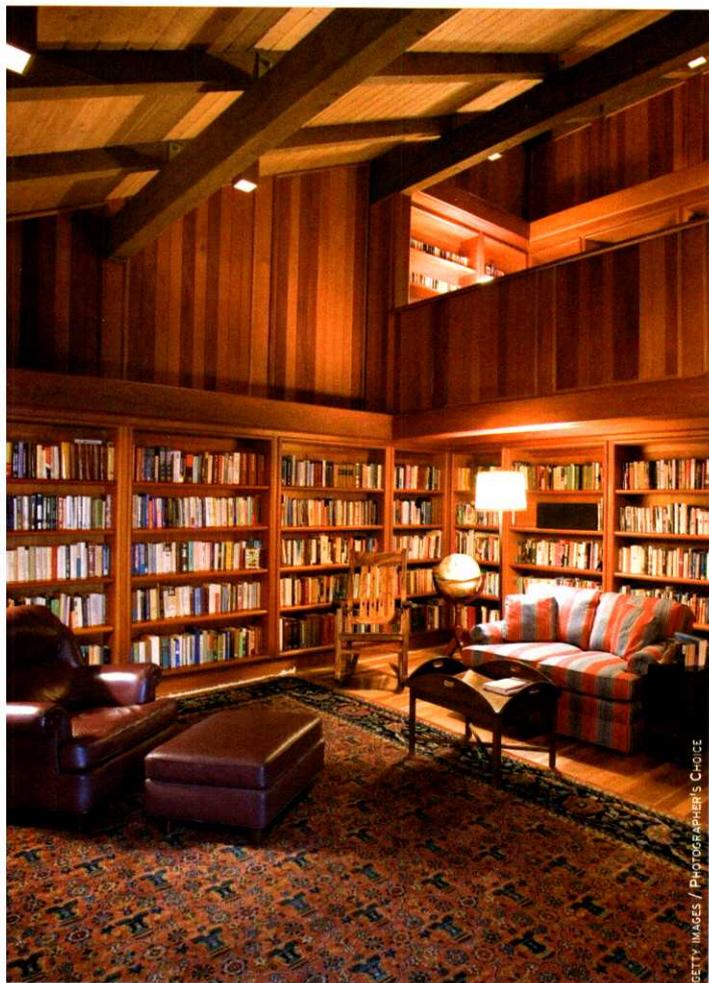
1,200 DÓLARES POR METRO CUADRADO DE SEGURIDAD

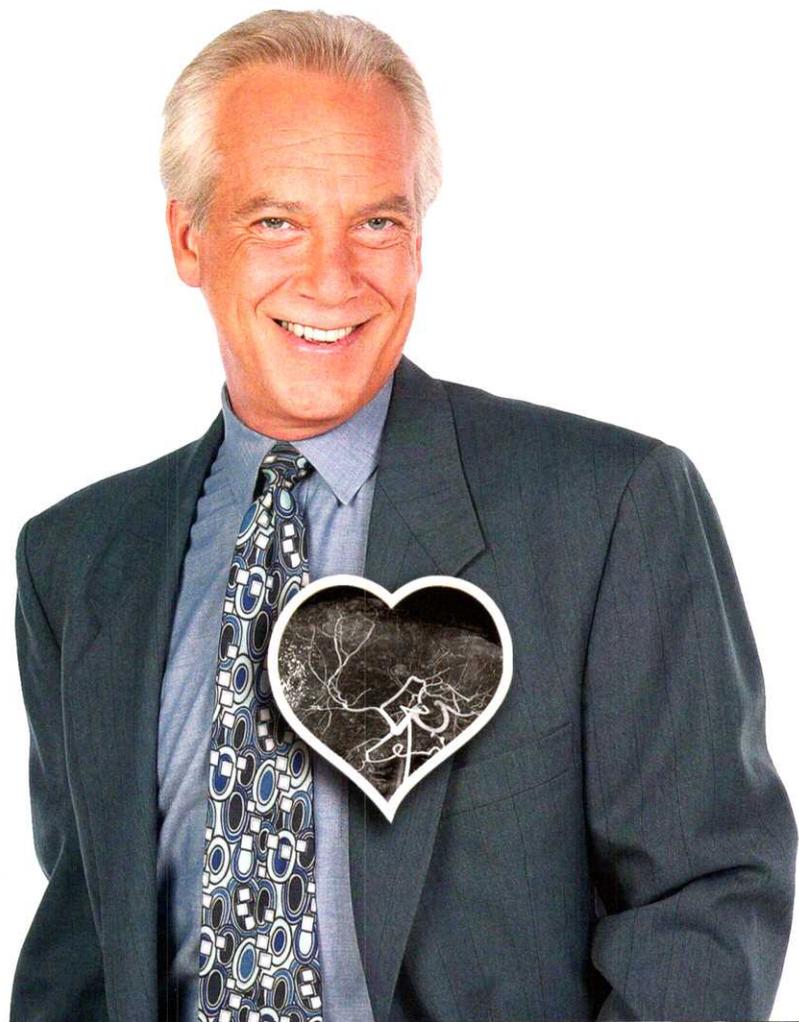
Este tipo de proyectos pueden llegar a costar desde 6 mil dólares (si sólo se refuerzan las puertas y ventanas) hasta más de 100 mil (si se tienen que reconstruir los muros para colocar las estructuras blindadas o dar a la construcción un tratamiento especial). Todo depende de la arquitectura de la casa u oficina y de los materiales con los que están contruidos. “Los cuartos de crisis son trajes a la medida”, dice Florez Saab.

Si la pared presume un mural de Diego Rivera, el costo puede elevarse considerablemente. ¡Imagine lo que cobraría un decorador de interiores y el proveedor de blindaje arquitectónico por mantener intacta una obra de arte!

“Cotizamos por metro cuadrado: alrededor de 1,200 dólares por metro para una estructura blindada que puede proteger a una familia contra armas cortas; pero si el cliente sólo pide reforzar las paredes, el precio puede disminuir”, explica el ejecutivo. Los planes y proyectos son confidenciales, desde su inicio hasta el final de la construcción.

Ranchos, fincas, casas de descanso, oficinas, edificios corporativos y embajadas... Muchas de estas construcciones en México y en el mundo ya integran actualmente un cuarto de seguridad, y muchos ejecutivos tienen en mente construir uno. Tal vez estos cuartos nunca sean utilizados, pero con seguridad darán tranquilidad a sus dueños. ¿Extravagancia o necesidad? En estos días, yo me inclino por la segunda. ✱





**Médica
Sur**
Excelencia médica, calidez humana



La solución para su corazón

Angiógrafo AXIOM Artis dFA de Siemens®

Contar con un diagnóstico preciso y oportuno sin complicaciones, además de un tratamiento poco invasivo y sin operaciones, ya es posible. Gracias a la última tecnología de la **Nueva Sala de Hemodinamia**, podemos tratar su corazón como lo merece.

¡La tecnología más avanzada, llega al corazón!

Servicio de Cardiología
Torre de Diagnóstico 1^{er}. piso Exts. 3000 y 3002
Torre de Hospitalización 1^{er}. piso Ext. 4597

Puente de Piedra 150 Col. Torillo Guerra
14050 Tlalpan, México, D.F.
5424 7200 • 01 800 501 0101
www.medicasur.com.mx



JESÚS DÍAZ

ALBERTO VILAR
DIRECTOR GENERAL DE METLIFE MÉXICO



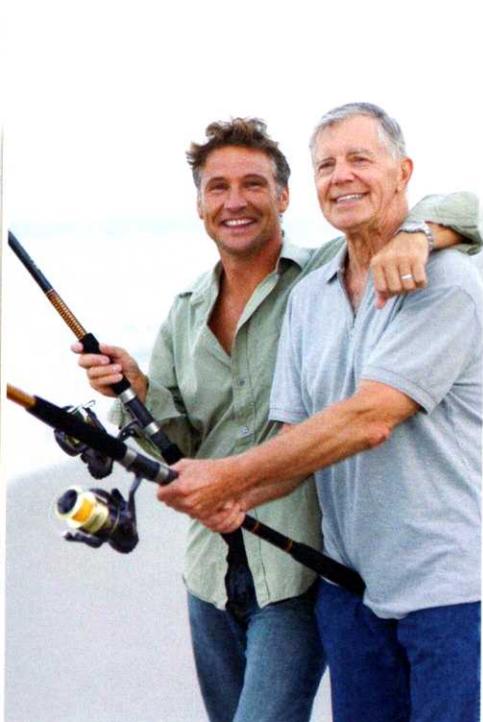
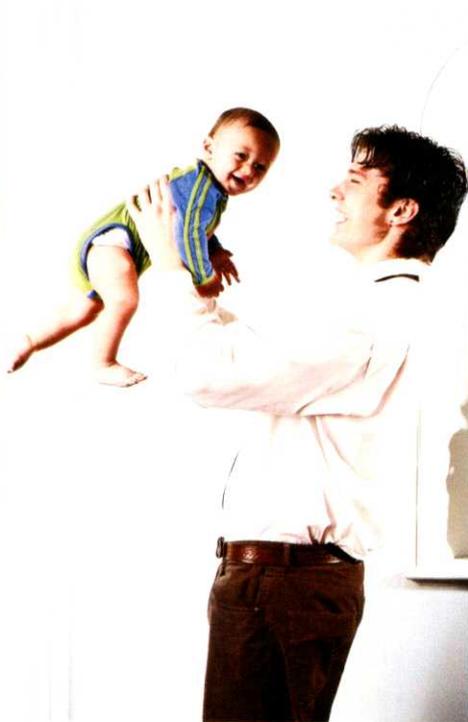
MetLife®

EL ARTE DE CUMPLIR PROMESAS

COMPRAR UN SEGURO MÉDICO O UNO DE VIDA NO ES, LAMENTABLEMENTE, UNA PRIORIDAD PARA MUCHOS MEXICANOS. POR ELLO, LAS ASEGURADORAS BUSCAN GENERAR UNA CULTURA DEL AHORRO QUE IMPULSE LA ECONOMÍA MEXICANA Y GARANTICE EL FUTURO DE SU GENTE

POR LAURA MIER Y EDGAR APANCO

“UN PADRE SE PREOCUPA MÁS POR LA SEGURIDAD DE SUS HIJOS que por su propia salud”. Estas palabras salen de los labios de un hombre con 23 años de matrimonio y padre de un niño de nombre Jorge Alberto. CEO de MetLife México desde septiembre de 2004, el directivo de presencia imponente y actitud jovial sabe que la tarea de la compañía que encabeza es vender una promesa y está dispuesto a hacerlo cada vez mejor y con óptimos resultados. Su nombre es Alberto Vilar.



LATINSTOCK MÉXICO

UN SEGURO DE VIDA NO SOLAMENTE PROTEGE A NUESTROS SERES QUERIDOS, SINO QUE TAMBIÉN FUNCIONA COMO UN FONDO DE AHORRO PARA EL RETIRO

CON BASES SÓLIDAS

Fortaleza. Ése es uno de los pilares sobre los que se sostiene esta compañía aseguradora. Desde su fundación en 1863, MetLife ha logrado sobrepasar importantes hechos históricos: las depresiones de 1929 y 1987 y dos guerras mundiales. Pero ninguno de estos acontecimientos ha hecho mella en la integridad financiera de la empresa, garantía que da tranquilidad a sus más de 15 millones de clientes alrededor del mundo.

Casi 140 años de experiencia no son cualquier cosa: se trata de prácticamente 50 mil días de trabajo dedicado a la venta de seguros colectivos, individuales, pensiones e inversiones. Todo empezó en 1868 cuando la Union Life Insurance Co. cambió su enfoque de negocio al de seguros de vida, adoptó el nombre de Metropolitan Life Insurance Company y se convirtió, a inicios del siglo pasado, en la compañía de seguros más grande de Estados Unidos. En 1915 logró asegurar a todos los empleados del gobierno federal de ese país.

Para una empresa que vende algo intangible es vital ofrecer excelentes estándares de calidad y servicio

La crisis de 1929 cimbró la estructura de la economía internacional, pero MetLife estaba preparada. Gracias a su política de inversión conservadora logró afrontar con entereza el crack financiero. Cincuenta años después, como botón de muestra de su fortaleza, inició operaciones en Latinoamérica, Asia-Pacífico y Europa. Hoy tiene filiales en 14 países.

SIN MIEDO A LAS ALTURAS

Vértigo. Para ser CEO de MetLife es requisito indispensable no sufrir acrofofia o terror a las alturas. Después de arrancar en México con una representación pequeña a través de Génesis, que llevó a la firma a ser la séptima compañía del mercado, MetLife ingresó formalmente a nuestro país en 1992, consiguiendo un vertiginoso ascenso, que una década después se consolidó con la privatización y adjudicación de las cuentas de Aseguradora Hidalgo, la aseguradora del gobierno. "De 2002 a 2005 nos enfocamos a la integración de la marca, las plataformas tecnológicas y financieras, los valores de la empresa. Nos concentramos en asegurar que la cultura y el cambio organizacional se llevaran a cabo, que la marca se institucionalizara en México", comenta Alberto.

Así, sólo 15 años después de su arribo, MetLife México alcanzó la cúspide sin mareos ni malestares. Hoy es la compañía aseguradora número uno en seguros de vida y gastos médicos mayores, con 27% de participación en el mercado y más de seis millones de asegurados. Todos los días efectúa 1,300 trámites, lo que se traduce en 500 mil en 12 meses, y paga 300 mil siniestros anuales. "Incluso con ese volumen de actividad —declara Alberto— lo que nos distingue es que la gente recibe un servicio de alto nivel y se va satisfecha porque cumplimos con lo prometido. Para este 2007, la estrategia que estamos persiguiendo es el servicio excepcional. Queremos crear credibilidad, que la gente diga: 'Los seguros de MetLife son excepcionales'."

“Lo que me mantiene despierto
por las noches es la inquietud
por descubrir talentos”





LATINSTOCK MÉXICO

Pero no sufrir terror a las alturas es útil para el CEO de MetLife no sólo cuando trata de mantener la aseguradora en la cúspide (con el 15.4% de participación del mercado); también es de utilidad para las labores cotidianas de Alberto, quien despacha desde su nueva oficina en el piso 22 del corporativo, inaugurado apenas en 2006 y ubicado cerca de la zona hotelera del Paseo de la Reforma, en la ciudad de México.

Desde su oficina, Alberto posee una vista privilegiada del poniente de la ciudad. Hacia abajo puede observar las copas de los árboles y los techos de las residencias de las Lomas de Chapultepec, todavía una de las zonas más exclusivas de la ciudad. Más lejos puede apreciar la inmensidad del Bosque de Chapultepec y en el horizonte alcanza a distinguir, sin binoculares de por medio, los rascacielos de Santa Fe. Pero Alberto sabe que más allá de esa zona de departamentos y mansiones de lujo, allá donde su vista ya no alcanza, existen muchas personas que no piensan en una póliza como algo prioritario en su vida.

Por ello nos lanza un reto: "Si ustedes les preguntan a las personas en la calle, muchas les dirán que no tienen un seguro porque no creen que les vayan a pagar. ¿Cómo terminar con esa percepción? Debemos enseñarles que existen reglas que nos rigen: ética, cumplimiento, controles,

transparencia. Es necesario desarrollar productos y servicios simples y accesibles para personas con un poder de compra limitado, para quienes el seguro entra como una segunda o tercera opción para invertir".

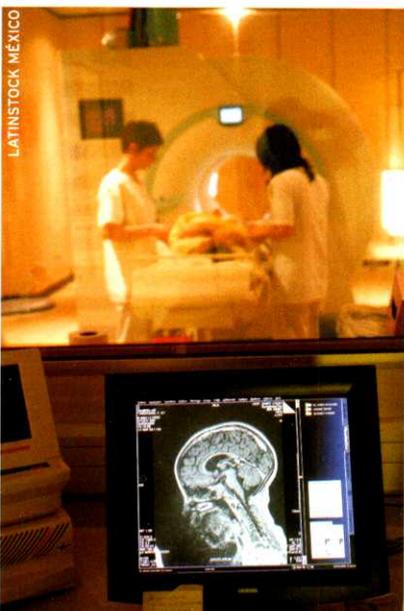
Quizás ello explica que México, siendo la economía 15 a nivel mundial, ocupe el lugar 66 en primas de seguros, con una participación de apenas 1.7% del sector asegurador en el Producto Interno Bruto (Chile llega al 5% e Inglaterra alcanza el 10%). "En 2006 logramos colocar 160 mil millones de primas como sector, pero eso todavía es muy poco. Estamos trabajando en prioridades, construyendo productos para ciertos segmentos y colaborando de la mano con el gobierno para alcanzar reformas –como la del ISSSTE– que nos ayuden a crecer como sector. En lugar de pelearnos por un pastel que no aumenta, mejor veamos cómo expandir ese pastel", enfatiza Alberto.

Cuando se le pregunta cuáles son los factores que han impedido el desarrollo del sector asegurador mexicano, su respuesta es contundente: "Yo creo que no tenemos una cultura de ahorro. La esperanza de vida se está alargando y tenemos que educarnos. La gente dice: 'Con un seguro, si muero, mi familia se queda bien'. Pero ¿qué tal si sobrevives y te tienes que jubilar? ¿Tienes lo suficiente ahorrado? Porque con la afore no bastará. Una vez que nos eduquemos, tenemos que formar una relación de servicio, anticiparnos a las necesidades de la gente".

SE VENDEN PROMESAS

Esperanza. MetLife vende algo que es totalmente invisible e intangible: vende una promesa. Cuando aborda el tema, Alberto

EN MÉXICO, METLIFE OCUPA EL PRIMER LUGAR EN SEGUROS DE VIDA Y GASTOS MÉDICOS MAYORES



LATINSTOCK MÉXICO

lo hace como si se tratara de una confidencia: "En este negocio tratamos con seres humanos a quienes debemos convencer de que adquieran un producto que realmente no conocen, que es una promesa. Tratamos con personas que para comprar una póliza se centrarán en qué tan innovador es el producto, qué tanto cubre sus necesidades y qué certeza tienen de que esa compañía estará ahí cuando les haga falta. Tenemos que actuar con mucha empatía, con el calor humano que la gente requiere".

Así, para atender mejor a sus asegurados, MetLife decidió concentrarse en las áreas donde son líderes, en su *core* o núcleo de negocio –como lo llama Alberto–, el cual se centra en cinco líneas: seguros de vida individual, grupales y colectivos; seguros de gastos médicos mayores individual, grupales y colectivos; seguro de accidentes personales; pensiones y productos de inversión, y afores. En total suman 11 millones de pólizas, muchas de las cuales han sido vendidas por los 5 mil agentes y promotores –concienzudamente capacitados– que hoy trabajan para la multinacional.

"El otro día alguien me preguntaba qué me mantiene despierto en la noche –comenta Alberto– y yo le respondí: 'descubrir talentos'." En efecto, una de sus grandes preocupaciones como directivo tiene que ver con hacer crecer el negocio con gente bien capacitada. "A mí me preocupa desarrollar talentos; darles un plan

de carrera, porque mientras más fortalecemos al equipo de casa, mejor vamos a servir a nuestros clientes."

Es necesario desarrollar productos y servicios simples y accesibles para personas con poder de compra limitado

En MetLife saben que para realizar bien su trabajo es necesario contar con la entera confianza de sus clientes, por lo que tienen un verdadero compromiso con sus asegurados. "Para nosotros lo primero es la gente; entiéndase nuestros clientes y nuestros empleados. Debemos trabajar estrechamente con cada uno de ellos; generarles confianza e impulsar el trabajo en equipo entre nuestros trabajadores. Tenemos un compromiso: cumplir con lo pactado y hacer las cosas con pasión." Para una empresa que vende algo intangible es vital ofrecer excelentes estándares de calidad y de servicio, además de productos innovadores, y tener la solvencia financiera para darles respaldo.

Desde lo alto, MetLife está preparada para continuar con su línea de crecimiento y afrontar lo que venga. "Tenemos la historia, la reputación, la transparencia, la credibilidad en el mercado y, finalmente, la visión: crear libertad financiera para todos", finaliza el directivo. ★

DE ACUERDO CON ESTIMACIONES DEL INEGI, EN 2006, LA ESPERANZA DE VIDA AL NACER EN MÉXICO ES DE 74.5 AÑOS. POR ELLO, DEBEMOS PROCURAR UNA CULTURA DEL AHORRO



El compromiso de

CRAIG

BARRETT

DESDE LA APERTURA DE SUS OFICINAS EN MÉXICO, hace ya 15 años, Intel se ha comprometido firmemente con el desarrollo del país: en octubre de 2000 estableció el Centro de Diseño de Guadalajara, donde 250 ingenieros mexicanos contribuyen al diseño de circuitos de computadoras tipo servidor; además, a través de los programas Intel Aprender e Intel Educar, la compañía ha desarrollado las destrezas técnicas de 28 mil niños y jóvenes mexicanos y capacitado a 180,000 maestros en el uso de computadoras.

Para respaldar este compromiso y celebrar el 15 aniversario de Intel en México, Craig Barrett, presidente del Consejo de Administración de la compañía, visitó nuestro país. Además de reunirse con el presidente Felipe Calderón, legisladores y líderes del mundo empresarial y educativo para analizar la forma en que la tecnología puede fomentar la competitividad del país, Barrett visitó el primer hospital digital de México y las primeras escuelas habilitadas con WiMAX, tecnología inalámbrica que proporciona conectividad a internet a zonas remotas.

El hospital se ubica en Lagos de Moreno, Jalisco, y es resultado del trabajo conjunto de Intel, sus socios de negocios (HP, Cisco, Deloitte, Microsoft, Philips, Awarix y Emageon) y el IMSS. Gracias a la tecnología, en este hospital se manejan diagnósticos médicos en tiempo real, expedientes digitales y acceso remoto a consultas. ¿Los beneficios? Calidad en el servicio, atención médica menos costosa y más de 10 millones de archivos electrónicos clínicos totalmente integrados.

El IMSS pronto iniciará un programa piloto para utilizar asistentes médicos móviles (unas computadoras livianas, tipo Tablet PC) y la primera plataforma de Intel para la atención médica. Con este sistema, las enfermeras podrán pasar más tiempo con sus pacientes, mientras reciben información de último minuto.

Por su parte, en Malinalco, Estado de México, se encuentran cuatro escuelas rurales equipadas con redes WiMAX. Desde ahí, estudiantes y maestros pueden conectarse con el mundo entero.

Durante ambas visitas, Barrett, quien también preside el Consejo de la Alianza Global de las Naciones Unidas para las Tecnologías de Información y Comunicación y Desarrollo, dedicándose en cuerpo y alma a mejorar la educación alrededor del mundo, destacó el papel esencial que desempeña la colaboración pública y privada para extender el alcance de la tecnología en beneficio de los niños y jóvenes, la futura fuerza del país.

Como ejemplo, Barrett citó el Premio Intel, un reconocimiento de hasta 10 mil dólares que la empresa entrega a estudiantes universitarios con iniciativas de negocios basadas en tecnología. No cabe duda: Intel y Craig Barrett inspiran a los líderes del mañana. ★

POR CLAUDIA CERREZO FOTO JESÚS DÍAZ



EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE INTEL SE HA DEDICADO EN CUERPO Y ALMA A MEJORAR LA EDUCACIÓN Y LA SALUD ALREDEDOR DEL MUNDO. EN SU ÚLTIMA VISITA A MÉXICO, REFRENDÓ ESTE COMPROMISO



BILL GATES

POR LA EDUCACIÓN

PREPARAR A LOS JÓVENES EN CIENCIAS EXACTAS FUE UNO DE LOS TEMAS CENTRALES DEL GURÚ EN TECNOLOGÍA DURANTE SU ÚLTIMA VISITA A MÉXICO

POR EDGAR APANCO
FOTOS JOEL MARTÍNEZ

ALLÁ POR 1995, cuando los discos de 5 1/4 pulgadas llegaban a su fin e internet era un extraño oráculo sólo para iniciados, circuló un famoso memorando al interior de Microsoft titulado "El maremoto de internet". Ahí se daba cuenta de un mundo donde las aplicaciones para PC trabajaban de manera conjunta con aplicaciones de alta velocidad distribuidas por internet.

Si el autor no hubiera sido quien es, el asunto no habría pasado de una alarma pasajera que con el tiempo se arrincona en el olvido; pero quien escribió el texto es Bill Gates, el presidente de la firma líder en software.

A 12 años de distancia de aquel profético memorando y durante su última visita a México para festejar el 20 aniversario de Microsoft en nuestro país, Gates volvió a sorprendernos con los cambios que revolucionarán el mundo.

“Estilo de vida y trabajo digital” es más que el nombre que el gurú de Microsoft eligió para su conferencia magistral en el Centro Banamex de la ciudad de México: es la forma en que Microsoft visualiza cómo las personas integran la tecnología en su vida. “En el futuro cercano –dijo–, todos los equipos digitales del hogar se interconectarán para desplegar contenido. Podremos ver televisión en la computadora, bajar música directamente en un DVD y hasta controlar juegos, animaciones y otros contenidos a través del Xbox 360. El mundo digital será posible gracias a la convergencia de la PC con otros dispositivos y a la omnipresencia de internet por medio de la tecnología inalámbrica.”

Sin embargo, para una experiencia totalmente digital, los fabricantes deben seguir trabajando con el fin de que las computadoras sean más accesibles y fáciles de usar, más pequeñas y más rápidas. De igual forma, “el contenido digital debe ser tan sencillo, interactivo y funcional que pueda ser integrado a la vida diaria”.

Gates también destacó la importancia de la tecnología en la digitalización de la economía y la colaboración en tiempo real. “El cómputo portátil libera la vida de personas y empresas al no concentrar la información en un solo equipo, sino haciéndola disponible en cualquier equipo, PC o teléfono celular en cualquier parte del mundo. En 1996 el enfoque estaba en los procesadores de palabras, las presentaciones y el manejo de información. Hoy los esfuerzos se centran en las comunicaciones unificadas, la inteligencia de negocios y los flujos de trabajo”, expresó.



Gates recibió de manos del presidente Calderón la máxima distinción otorgada a extranjeros que prestan servicios prominentes en México

Además de la conferencia, Gates se reunió con el presidente Felipe Calderón, quien le entregó la condecoración de la Orden Mexicana del Águila Azteca por sus donaciones de software a bibliotecas públicas mexicanas. Esta condecoración es la máxima distinción otorgada a extranjeros que prestan servicios prominentes al país.

Asimismo se reunió con el jefe de gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard, para ser testigo de un acuerdo de colaboración tecnológica entre Microsoft y el gobierno capitalino, y apoyar los programas de competitividad, como “La Ciudad de la Innovación y del Conocimiento”, un proyecto que promueve el uso de la tecnología en el gobierno en beneficio de sus ciudadanos.

Gates también revisó temas importantes con empresarios de la talla de Emilio Azcárraga Jean, Ricardo Salinas Pliego y Carlos Slim Domit: convergencia tecnológica, el rol de las nuevas tecnologías para llevar contenidos a los televidentes, y el desarrollo de servicios de voz y datos a través de múltiples dispositivos. Y aunque reconoció que México es ya la primera nación en el uso de banda ancha de toda América Latina, se debe seguir invirtiendo en infraestructura.

Sobre todo, Gates destacó el papel de la educación para que nuestro país se sume de forma rápida a la sociedad del conocimiento del siglo XXI. “La única forma de alcanzar a las naciones desarrolladas es a través de la educación. Es la mejor vía para mejorar la competitividad del país e insertar el talento mexicano en los mercados globales. Por eso debe alentarse el ingreso de más estudiantes a las áreas de ingeniería y matemáticas”.

El discurso concuerda con las acciones. Gates aprovechó su visita para premiar a dos mexicanos que desarrollaron nuevas aplicaciones a partir de Windows Vista: Miguel Muñoz creó una aplicación que busca rápidamente información en el diccionario de la Real Academia Española y Christian Strevel fabricó un gadget que permite a los ciudadanos encontrar datos sobre trámites públicos en los sitios gubernamentales.

La comunidad empresarial también podría poner su granito de arena. “Las compañías deben ser partidarias de una educación de alta calidad y promover la capacitación de su fuerza de trabajo, utilizando internet para entrenar y evaluar las habilidades de sus empleados en línea”, dijo. Y, ¿por qué no?, las empresas dedicadas a las ciencias computacionales y las ingenierías –como Microsoft, en el caso del software– podrían compartir su expertise con las universidades, secundarias y preparatorias. Es algo que ya se hace, pero es seguro que muchos empresarios, como Gates, desean hacer más.

Así lo hará a partir de junio de 2008, cuando deje la presidencia del Consejo de Microsoft para dedicar más tiempo a la Fundación Bill y Melinda Gates. ★

Provocación pura.

La totalmente Nueva Clase C.

- ▶ Desde US \$39,950*
- ▶ Mercedes-Benz: un paso adelante.



Mercedes-Benz





C 280 Sport con kit estético AMG 2008

99% práctica 1% teoría

PRACTICAR TIROS DE GOLF RINDE EXCELENTES RESULTADOS: DA SOLIDEZ AL JUEGO, NOS OTORGA CONFIANZA Y NOS HACE SENTIR PREPARADOS

POR VINNY RIVIELLO KERNION

SIENDO PRAGMÁTICOS, existen dos enfoques para aproximarnos a la práctica del golf. Uno es la calidad y el otro es la cantidad, y ambos nos dan beneficios importantes.

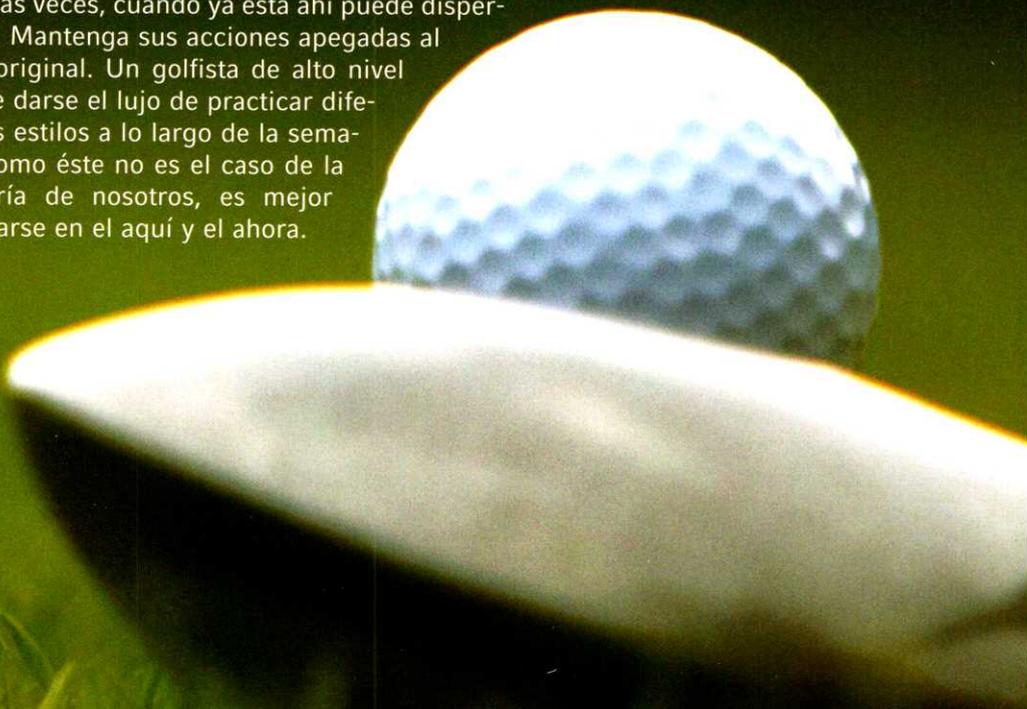
Para que las horas invertidas 'tirando bolas' de verdad tengan efecto en nuestro juego, hay que darles dirección y un poco de planeación. Por ello, a continuación le presento algunos puntos básicos para la próxima vez que vaya a jugar golf:

MANTENGA LAS COSAS SIMPLES

Practique una cosa a la vez y continúe con esta labor hasta que verdaderamente haya logrado lo que busca. Recuerde que la memoria corporal sigue asimilando el trabajo que hizo, incluso después de que terminó la sesión, lo que significa que verá los resultados de una práctica bien orientada varios días después.

SIGA SU PLAN INICIAL

Muchas veces, cuando ya está ahí puede dispersarse. Mantenga sus acciones apegadas al plan original. Un golfista de alto nivel puede darse el lujo de practicar diferentes estilos a lo largo de la semana. Como éste no es el caso de la mayoría de nosotros, es mejor enfocarse en el aquí y el ahora.



INCLUYA DIFERENTES TIROS

Explore; practique algunos tiros exagerados: *slices*, *hooks*, *fades*, bajas, altas. Poco a poco irá entendiendo la logística de los diferentes tiros y descubriendo aquellos que le funcionen.

PREPARE SU RITMO

Puede ser que en ocasiones se enfoque en la técnica y deje de lado otros puntos importantes. No olvide aspectos como el ritmo del *swing*, *tempo* y *timing*.

TOME MALOS *LIES*

Evite acomodarse en un buen *lie* cada bola que tire. Intente desde diferentes lugares. Si practica en un tapete, no la acomode; descubra los beneficios que esto hace por la calidad de su *stroke*.

MANTENGA SU ENFOQUE MENTAL

Vea más allá de sus errores. Si quiere hallar fallas después de cada tiro, seguro las encontrará, pero esto hace el proceso largo y doloroso. Mejor busque los puntos que desea completar cada día.

ELABORE UN PROGRAMA DE PRÁCTICA

Defina cuál es la meta a lograr: un torneo, un *score*, un tiro en particular. Especifíquelo lo más posible para tener un rumbo claro al cual dirigirse y las acciones para llegar ahí.

La práctica puede llevarlo tan lejos como lo desee. Los mejores del mundo pasan horas sistematizando su juego en sesiones que van desde los 20 minutos hasta largas horas bajo el sol. Tiger Woods, por ejemplo, señala que algunas de sus mejores prácticas no rebasan los 30 minutos. ¿Qué significa esto? Que no necesariamente debe pasar horas practicando, sino que el tiempo de práctica debe aprovecharse con conciencia, planeación e intención. ✱

VINNY RIVIELLO KERNION

ES PROFESIONAL DEL GOLF
DESDE HACE 10 AÑOS Y
COACHMASTER DE BGOLF
TEACHING & COACHING.

CLASES E INFORMES
EN LA LÍNEA
BGOLF: 2167 3202.
WWW.BGOLF.COM

PURAS SANGRE DE DOS RUEDAS



SUSUKI

A black and chrome motorcycle is the central focus, positioned in a dark, industrial environment. The motorcycle features a large, clear windshield, a prominent round headlight, and two orange turn signals. The front fork and fender are also visible. The background consists of a dark structure with large, multi-paned windows that allow some light to filter through, creating a moody atmosphere. The overall scene is dimly lit, emphasizing the metallic textures and the sleek design of the bike.

LAS MOTOCICLETAS SE ASOCIAN CON
EL ESPÍRITU DE REBELDÍA, PERO LA
REALIDAD ES QUE SON UN SINÓNIMO
DE PLACER PARA UNOS CUANTOS.
POR ESO, SU DISEÑO Y MAQUINARIA ES
CADA VEZ MÁS SOFISTICADA

POR JORGE E. GARCÍA MALDONADO

ALCURNIA LONGEVA

La firma norteamericana Harley-Davidson es uno de los fabricantes de motocicletas de mayor raigambre y reconocimiento en el mundo.

Su primera motocicleta tuvo su origen en Milwaukee en el año de 1901, cuando William Harley y Arthur Davidson (de 21 y 20 años, respectivamente) crearon el prototipo de una bicicleta movida por un motor, la cual armaron dentro del garaje del propio Davidson. Así nació Harley-Davidson Motor Company, que oficialmente se fundó el 28 de agosto de 1903, año en que ambos inventores comenzaron la producción de sus vehículos más en forma.



Actualmente, estas motocicletas son portadoras de una gran herencia y estilo clásico. Su imagen evoca la tradicional caravana de motociclistas en carretera dispuestos a vivir grandes aventuras. Para muchos, el encanto por estos vehículos es irresistible y se convierte en sinónimo de un estilo de vida.

No existe un modelo que sea el distintivo de la marca, cada uno tiene su magia particular; sin embargo, entre los más célebres están: Dyna Street BOB, Night Rod/Special, Fat Boy y Road King. Sus precios van desde los 22 mil hasta los 60 mil dólares, dependiendo del grado de "personalización" que cada cliente quiera dar a su motocicleta.

EN 1950 EXISTÍAN 200
FABRICANTES DE MOTOS EN JAPÓN.
HONDA LOS HIZO DESAPARECER

EL IMPERIO JAPONÉS

Hoy se conoce a Honda como una de las marcas más sólidas de la industria automotriz, pero lo cierto es que su historia comenzó como fabricante de motocicletas. De hecho, durante los primeros 15 años de su vida la firma solamente se dedicó a la manufactura y venta de estos vehículos.

En 1997, el imperio iniciado por Soichiro Honda fabricó su motocicleta número 100 millones, de los cuales 58 se han fabricado en Japón y los 42 restantes en alguna de sus 32 plantas de producción ubicadas en 27 países del mundo. De toda su producción, más de 26 millones de unidades corresponden a la serie Super Cub, una pequeña motocicleta que en 1958 ya mostraba innovaciones, como el práctico escudo frontal para proteger al piloto de las inclemencias meteorológicas y de la suciedad de la carretera. Según estadísticas, ésta es la motocicleta que más se ha vendido en toda la historia.

La marca japonesa posee una extensa variedad de motocicletas, que van desde los modelos utilitarios para reparto hasta poderosas máquinas deportivas, y destacan ejemplares como la VTX 1300 S y Deauville 650, así como sus famosas ediciones CBR 1100 XX, CBR 1000 RR y VTR 1000 SP-2.

LA TRADICIÓN ITALIANA

Pese a que la industria japonesa se ha convertido en un gigante en cuanto a la fabricación de motocicletas en el mundo, la firma italiana Ducati también figura entre las marcas clásicas y consentidas por los conocedores de estos artefactos.

Aunque fue fundada en Bolonia, Italia en 1925, como una fábrica de aparatos de radio por el ingeniero Antonio Cavalieri Ducati y Carlos Crespi, no fue sino hasta 1945 cuando esta firma llegó a un acuerdo con la compañía Siata (Società Italiana Applicazione Tecniche Auto-Aviatorie) para desarrollar las primeras bicicletas motorizadas.

Desde aquel momento, Ducati comenzó a forjar su historia y hoy cuenta con motocicletas de gran estética y potencia. Los amantes de la marca pueden encontrar modelos como: 1098, Monster S4R Testastretta/S2R, Supersport 1000 DS o la 749 DARK/R/S, cuyo precio oscila entre los 20 mil y 40 mil dólares.



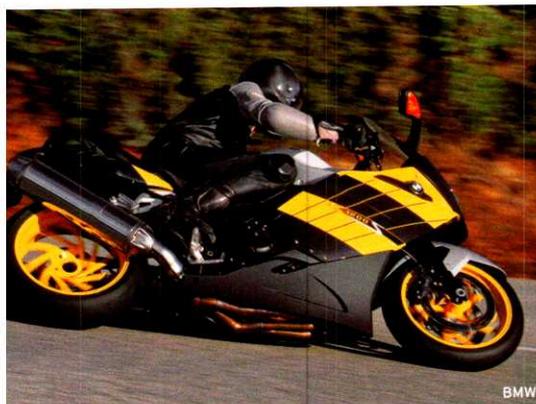
BMW fue pionero en suprimir el chasis tradicional en las motocicletas. Creó un diseño en que la rueda delantera era guiada por un brazo triangular apoyado en el motor, dando confort y seguridad al conductor

EL PODER TEUTÓN

Si bien los automóviles de BMW son unas verdaderas joyas rodantes, sus motocicletas no se quedan atrás. Con más de 80 años como fabricante, esta marca ha vendido más de 1 millón de unidades fabricadas desde 1924. Su primer ejemplar, la R 32, nació tras la Primera Guerra Mundial, cuando en Alemania quedó prohibida la fabricación de motores de aviones, actividad a la que la Bayerische Motoren Werke (BMW) se dedicaba.

El modelo R 32 se empezó a fabricar en serie en 1923 y tenía un costo de 2,200 marcos, precio que, a pesar de que lo catalogó como una de las motocicletas más caras del mercado en ese tiempo, no impidió que se vendiera con éxito. Esto marcó la pauta para el fabricante alemán, cuya oferta de ejemplares ahora es sinónimo de tecnología, refinamiento, sofisticación y clase, sin escatimar el costo que pueda tener cada unidad.

El precio de las motocicletas BMW van desde los 20 mil hasta los 40 mil dólares, y entre sus unidades más representativas y poderosas destacan la K 1200 GT, la K 1200 S, la R 1200 RT y la R 1200 GS Adventure.



UNA AVENTURA APARTE

La historia de Suzuki es completamente distinta a cualquiera de sus colegas, pues nadie imaginaba que esta compañía terminaría fabricando vehículos automotores.

Fue en 1909 cuando se fundó Suzuki Loom Works como una empresa dedicada a la manufactura de telares, actividad a la que daría un cambio radical años más tarde (en 1951) cuando la industria del algodón se colapsó en Japón.

Ante la quiebra inminente, la firma decidió renovar su negocio y encaminó su estrategia de crecimiento hacia la fabricación de automóviles. Ya unos 20 años atrás se había internado en este sector, por lo que su experiencia no parecía tan incipiente y el cambio le auguraba mucho éxito.

Desde entonces, el nombre de la empresa cambió a Suzuki Motor Corporation, que actualmente ha puesto en el mercado marcas muy importantes tanto de automóviles como de motocicletas. En este último rubro, cuenta con modelos representativos, como Intruder 1500, Boulevard M50, Boulevard M109R, Hayabusa 1300, GSX-R 1000 y B-KING 1300. ★





GRANDES TEATROS GRANDES HISTORIAS

ES COMPLICADO HACER UNA SELECCIÓN DE LOS GRANDES TEATROS DEL MUNDO EN OCCIDENTE. CUALQUIER LISTA DEJARÁ FUERA MUCHOS QUE HABRÍAN MERECIDO SER MENCIONADOS. SIN EMBARGO, SIEMPRE SALTAN A LA MENTE AQUELLOS QUE ARRASTRAN CONSIGO TRADICIÓN E HISTORIA

POR DOLORES CARBONELL ITURBURU

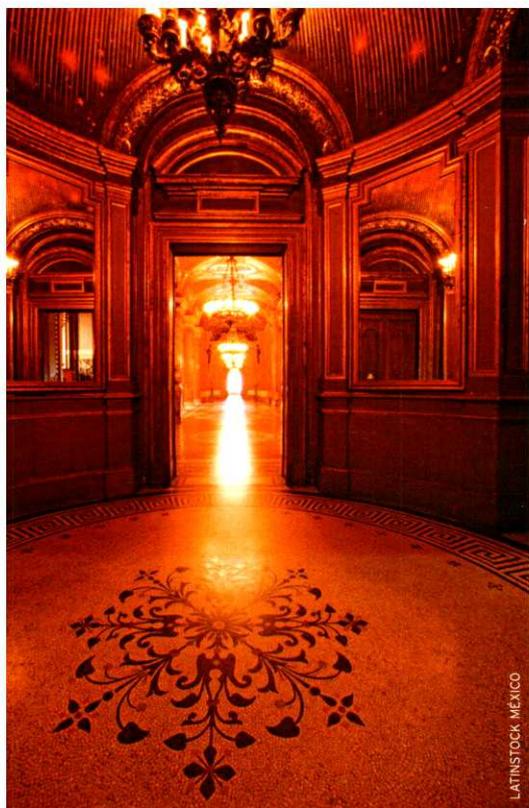
ES PROBABLE QUE ALGUNOS extrañen la presencia del legendario Bolshói, y otros la de teatros que hoy están dando una nueva dimensión a óperas y conciertos, gracias a su equipamiento tecnológico, como sucede con el Bass Performance Hall en Fort Worth Dallas.

Como sea, cuando se habla de salas que dieron sus primeras funciones en algún histórico momento del siglo XIX llaman la atención sus rasgos comunes. Muchas de ellas han sido devoradas por el fuego –a veces en más de una ocasión–, para levantarse de sus cenizas como el ave fénix. Todas han recibido a los grandes personajes de la historia, al tiempo que en sus escenarios se representaban las obras de inmortales leyendas musicales. Todas, también, han sido objeto de remodelaciones y aportaciones artísticas provenientes de las épocas posteriores a su apertura. Y más de una ha sido herida, a veces de muerte, por bombas y metralla, quedando claro en cualquier caso que las guerras son siempre muy poco generosas con el arte.



IZQUIERDA: TEATRO REAL DE MADRID (INTERIOR)

DERECHA: PÓSTER DEL TEATRO DE LA ÓPERA REALIZADO POR HENRI GRAY (1899)



La Ópera de París o el también llamado Palacio Garnier, en honor a Charles Garnier, fue construido por orden de Napoleón III

PALACIO GARNIER, LA ÓPERA MÁS ROMÁNTICA

Las películas, las novelas y el teatro la han hecho protagonista. Baste pensar que en sus míticas catacumbas y al amparo de las sombras creció la leyenda de la novela de Gastón Leroux: *El fantasma de la Ópera*.

Quizá por ello, entre muchas razones más, la belleza de la Ópera de París, que señorea una de las plazas más visitadas de esta ciudad, se ve acicalada por un irrefrenable halo romántico, acentuado por su entorno: a un lado, el legendario Café de la Paix; atrás, las famosas Galerías Lafayette; y al frente, la Avenida de la Ópera que conduce hasta el Louvre.

El también llamado Palacio Garnier fue construido por Charles Garnier —un joven y desconocido arquitecto que vería así inmortalizado su apellido— a fines del siglo XIX, y ostenta un célebre techo pintado en 1964 por Marc Chagall.

Este palacio es la décima tercera sala de Ópera en la Ciudad Luz, desde la fundación de esta institución por Luis XIV en 1669. Su construcción fue ordenada por Napoleón III como parte de los trabajos de mejora de la capital, pero su inauguración tardaría largos 15 años, al ser interrumpida, primero por la guerra de 1870, y luego por la caída del régimen imperial y la instauración de la Comuna.

Pero a partir de 1875, su enorme *foyer* (vestíbulo) recibe a miles de visitantes deseosos de poner un pie en tan mítico

escenario. Y es que para Garnier tenía un significado personal. Al concebirlo, advirtió: “No conozco nada tan importante como las grandes naves de las iglesias góticas, y como la Ópera es, después de todo, un templo que tiene por divinidad al arte, si la sala se considera como el santuario, el *foyer* debe ser considerado como la nave”.

Se trata, por cierto, de un vestíbulo particularmente democrático para su época, ya que si en otros teatros cada planta contaba con su propio *foyer* para evitar “mezclas” indeseables, el de Garnier es revolucionario, porque está abierto al conjunto del público, sin distinciones.

Desde 1994 y hasta ahora, el Palacio Garnier ha sido sometido a un proceso de restauración que ha costado ya unos 44 millones de euros. El objetivo: devolverle su perfil original, tal y como lo vivió el romántico fantasma recreado por Andrew Lloyd Weber en el legendario musical, o el más siniestro fantasma de Leroux.

TEATRO REAL DE MADRID, CONSTRUCCIÓN ACCIDENTADA

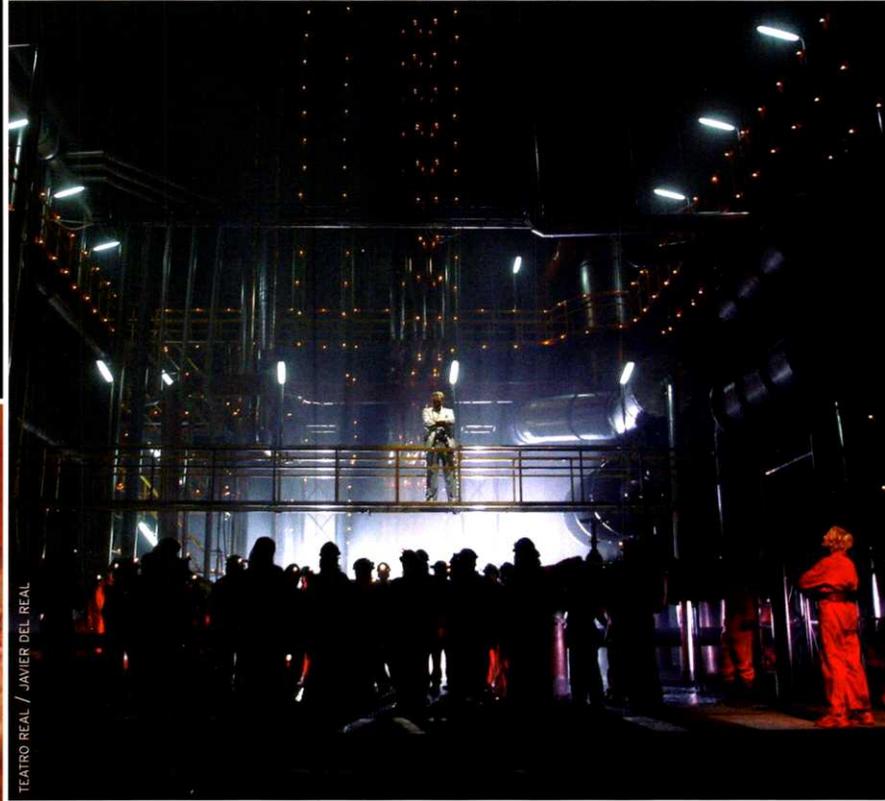
La trayectoria del Teatro Real de Madrid es más bien confusa. No sólo por su azarosa vida y las interrupciones constantes en su construcción, sino también porque a lo largo de su historia ha sido declarado sala de conciertos, teatro de ópera, cuartel de la Guardia Civil y hasta salón de baile. Y es que si en el año de 1818 el arquitecto mayor del Ayuntamiento de Madrid recibió el encargo de edificar un gran teatro para



LATINSTOCK MÉXICO



TEATRO REAL / JAVIER DEL REAL



TEATRO REAL / JAVIER DEL REAL

A lo largo de su historia el Teatro Real de Madrid ha fungido como teatro de ópera, sala de conciertos, cuartel de la Guardia Civil e, incluso, salón de baile

IZQUIERDA: ESCENA DE PAGLIACCI EN EL TEATRO REAL DE MADRID

ARRIBA: ESCENA DE WOZZECK EN EL TEATRO REAL DE MADRID

la capital hispánica, las obras emprendidas para levantar el edificio se paralizarían, primero en 1820, y luego en 1823. Esta vez durante ocho largos años.

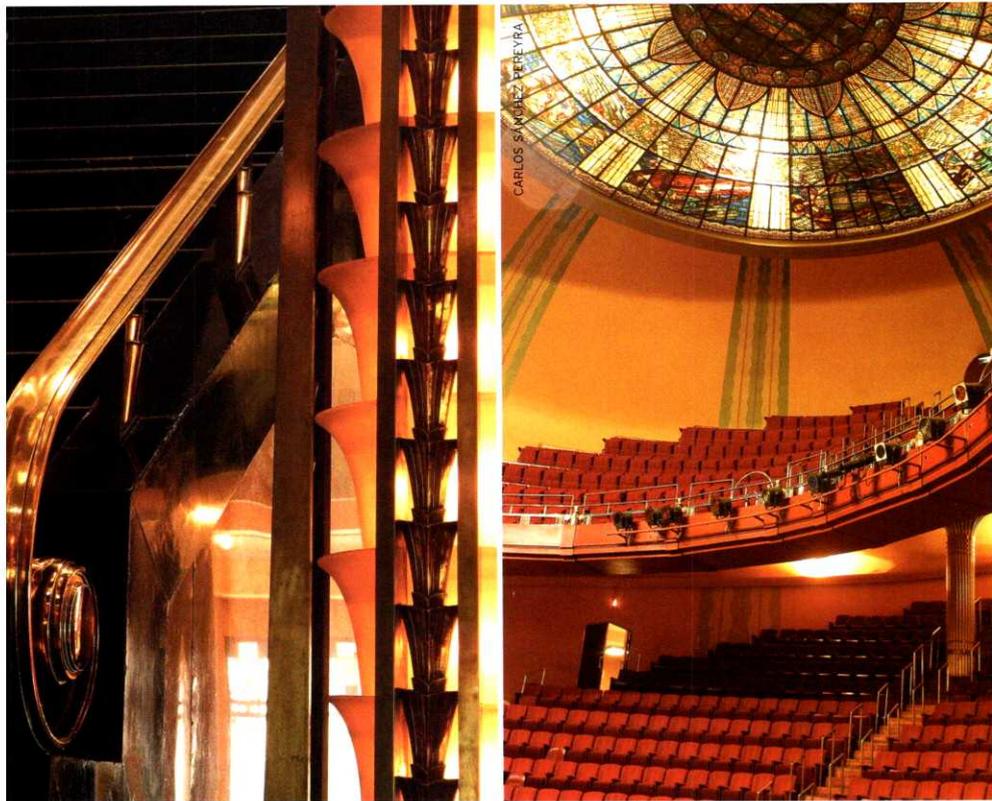
Sería necesario imponer un gravamen especial "sobre alcornoques" (árbol productor de corcho) para financiar la construcción, que se reanudaría hasta 1831. Pero sólo durante un tiempo, porque cuando todo parecía ir bien, más de una década de inactividad amenazó incluso con cambiar la vocación del que quería ser Teatro Real.

De hecho, entre 1837 y 1850 el edificio a medio terminar abandonó su vocación original, que no retomaría sino hasta 1850, cuando una Real Orden dispuso su "urgente terminación". Y ésta fue en verdad inmediata, porque en cortos cinco meses el Teatro Real abrió sus puertas, pero sólo para dar comienzo a una nueva cadena de imprevistos.

En el otoño de 1925, el Real de Madrid amenaza ruina. Hay quien vota por desalojarlo, otros por demolerlo, algunos por conservarlo. Finalmente, en 1927 una nueva orden rescata el edificio de sus cenizas. Las obras para rehabilitarlo todavía durarían años... Interrumpidas, primero por la guerra civil española entre 1936 y 1939 (cuando incluso un polvorín explotaría en su interior), y luego por avatares diversos.

No sería sino hasta 1965 que el Teatro Real resucitaría para ser adaptado, primero, como Sala de Conciertos, y luego para ser declarado Monumento Nacional. En 1997, una nueva reconversión transformó al Real en el Teatro de Ópera que es actualmente.

Por eso, este teatro madrileño celebra este año su "primera década en activo", aunque su historia se interna bien atrás, entretejiéndose con la de España...



CARLOS SÁNCHEZ PEREYRA



CARLOS SÁNCHEZ PEREYRA

INTERIORES DEL
PALACIO DE
BELLAS ARTES

DETALLE DE
LA CÚPULA

BELLAS ARTES, TOQUES ART NOUVEAU Y AIRES BIZANTINOS

Con el esquema general de la Ópera de París sobre la mesa, Adamo Boari emprendió, en los albores del siglo xx, la construcción del Teatro Nacional de México bajo la protección del régimen porfiriano. El arquitecto añadiría al nuevo proyecto toques *art nouveau*, un aire bizantino, y todos los grandes avances técnicos y constructivos de la arquitectura de la École des Beaux-Arts de París.

Proyectada para terminarse en escasos cuatro años, el presupuesto y luego los hundimientos demorarían sin piedad la inauguración del que ahora es mejor llamado Palacio de Bellas Artes. El hundimiento sólo podría detenerse después de inyectar varias toneladas de cal al subsuelo. Después del inconveniente, Bellas Artes no se hundió más, contra lo que los habitantes de la capital piensan, y sólo acumuló un descenso total de unos dos metros.

Pleitos y rencillas personales aparte, lo cierto es que Boari abandonó su obra hacia 1915, naturalmente sin terminar. No sería sino hasta los 30, bajo la batuta del arquitecto Federico Mariscal, antiguo discípulo de Boari, que las puertas del Palacio se abrirían para escuchar las primeras notas musicales.

El vitral de *Apolo y las nueve musas*, obra del artista Maroti, adorna el interior del Palacio de Bellas Artes en la ciudad de México

Desde entonces, propios y extraños admiran en su interior los conjuntos escultóricos del italiano Leonardo Bistolfi, el vitral de *Apolo y las nueve musas* de Maroti o el mosaico en el que este artista representa la historia del teatro. Y muchos, aunque se han sentado más de una vez en las butacas de la sala, ignoran que su gran telón de acero, recubierto de un mosaico de teselas de cristal opalescente, fue realizado por la casa neoyorquina Louis C. Tiffany. No saben tampoco que tal cortina ejerce un papel importante en la seguridad del teatro, ya que aísla la escena de la sala en caso de incendio.

Reacondicionado por los arquitectos Teodoro González de León y Francisco Serrano, Bellas Artes es objeto de paseos domingueros de parejas y turistas que se aventuran por su *foyer* y pasillos, toman un café o visitan su librería, al tiempo que descubren aquí pequeños murales de Roberto Montenegro y de Manuel Rodríguez Lozano, recordando al "otro México", y allá obras de los grandes muralistas mexicanos.

El Royal Opera House está hoy en pie a pesar de haber sufrido, en el siglo XIX, dos incendios que lo redujeron a cenizas

ROYAL OPERA HOUSE, LA ESTRELLA DE COVENT GARDEN

Cafés, elegantes tiendas y mercados hacen de Covent Garden un imán para los visitantes de Londres. Acompañado por la escultura de bronce de una esbelta bailarina, el Royal Opera House completa el escenario. Este teatro no sólo es la actual sede de las compañías Royal Opera y Royal Ballet, también encierra uno de los bares más hermosos de la capital inglesa: el Floral Hall.

Escenario de pantomima y teatro durante largos años, la primera sala que funcionó en esta ubicación albergó al genio de Handel, quien desde 1735 hasta su muerte en 1759 cubrió ahí temporadas regulares. Sin embargo, a éste como a otros muchos teatros de la época, el fuego habría de devorarlo en 1808. Parece que los ingleses no podían vivir demasiado tiempo sin un gran teatro en Covent Garden porque, sin más tardanza, ese mismo año el Príncipe de Gales (más tarde Jorge IV) habría de colocar la primera piedra para construir la nueva sala, que abrió sus puertas apenas un año más tarde.

Casi medio siglo después, el desastre volvió al teatro, que nuevamente renacería para reabrir por segunda vez en 1858 y, casi al finalizar el siglo, convertirse en el Royal Opera House de Londres.

Puesto que las guerras suelen ser particularmente crueles con las salas de espectáculos y con el arte, las del siglo XX traerían consecuencias para el Royal. Durante la Segunda Guerra Mundial, la sala de Covent Garden fue utilizada como depósito de muebles y también, como le sucediera al Real de Madrid, habilitada como salón de baile. Afortunadamente, el teatro no tardó mucho en reclamar su justo lugar en la escena londinense, recuperando un sitio que hasta hoy permanece indiscutido.

ESCENA DE LA OBRA
LA VALQUIRIA EN EL
ROYAL OPERA HOUSE,
EN LONDRES

ESCENA DEL BALLE
ROMEO Y JULIETA
DE PROKÓFIER





FACHADA DEL MET EN
NUEVA YORK

STAATSOPER EN
VIENA (INTERIOR)



STAATSOPER VIENA

EL MET, CASA DE LA ÓPERA EN NUEVA YORK

Estrella y coprotagonista de un sinfín de películas, el MET no sólo es casa de The Metropolitan Opera, también cuenta con uno de los programas culturales y de difusión más sólidos entre sus congéneres. Desde transmisiones en vivo y alta definición en Estados Unidos y Europa; programas de verano y precios especiales; transmisiones radiofónicas que constituyen toda una tradición; y el llamado Met Titles (sistema de traducción simultánea en pantallas individuales en cada asiento de la sala).

Originalmente situado en la calle 39 en Broadway, ahora el MET tiene, desde 1966, su sede en el Lincoln Center y ofrece cada temporada más de 200 funciones a unas 800 mil personas. Pero más allá de ese público culto y sofisticado, una de las grandes preocupaciones de su administrador, Peter Gelb, es "mantener este arte (la ópera) actualizado y vibrante". Para cumplir con esa misión, la alta definición resulta un gran aliado. Baste pensar en la transmisión realizada en diciembre de 2006 de *La flauta mágica* de Mozart, bajo la dirección de Julie Taymor que fue transmitida en vivo desde el escenario del MET a un centenar de teatros en Estados Unidos, Canadá y la Gran Bretaña, y poco más tarde a salas de Japón.

STAATSOPER, DE VIENA

En Viena, el Teatro de la Ópera, de estilo neorrenacentista, es quizá uno de los más espectaculares de Europa –si bien los vieneses que presenciaron su construcción no opinaban lo mismo–, y fue también el primero de los majestuosos edificios que adornaron la llamada Ringstrasse.

Fue el emperador Francisco José quien decidió demoler los muros y fortificaciones que encerraban Viena para construir un bulevar flanqueado por edificios políticos y culturales.

Es curioso saber que los dos arquitectos que concibieron la majestad de la ópera de Viena no vieron su obra acabada. El sensible Eduard van der Nüll se suicidó tras escuchar la opinión de los vieneses sobre el edificio, al que calificaban como "falto de gusto". El otro arquitecto, August von Sicardsburg, moriría muy poco después de su compañero, víctima de un ataque cardíaco.

Don Giovanni, el de Mozart, fue el primer personaje operístico que pisó el escenario de este teatro en mayo de 1869. Hoy, el repertorio de la Staatsoper está conformado por 50 óperas y 20 ballets que se representan durante la temporada que va del 1º de septiembre al 30 de junio. ★

travelmaster

Siempre descuentos



¡Disfruta de tu viaje
antes de empezarlo con
descuentos que van desde
el 1% hasta el 100%!

travelmaster
Siempre descuentos

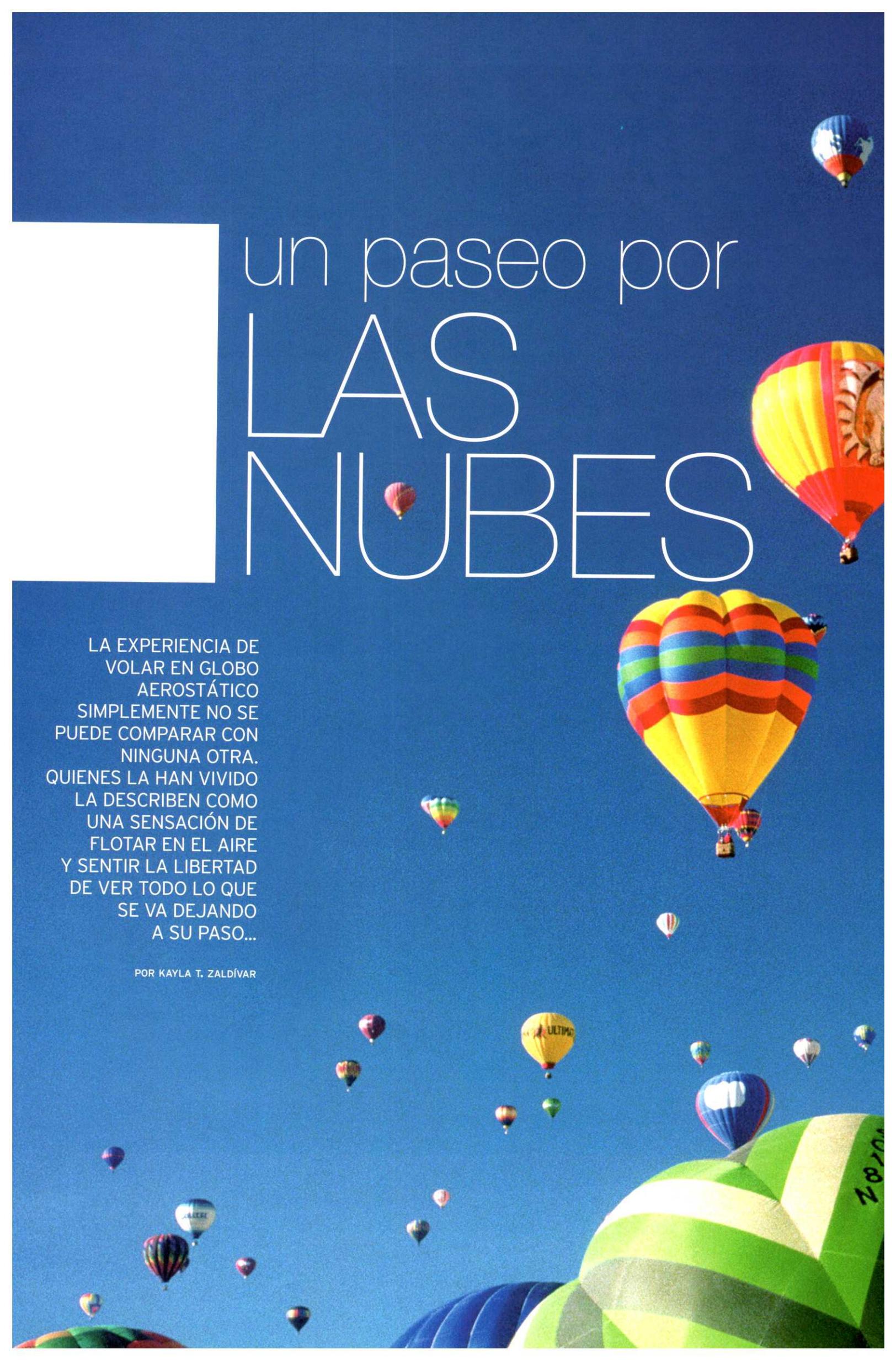
4931 6280 0045 7674

Al ser miembro de TravelMaster el primer Club de Viajes en México, obtienes siempre un descuento para viajar en las mejores aerolíneas y hospedarte en los más reconocidos hoteles.

• 5570-2800

• 01-800-122-2800

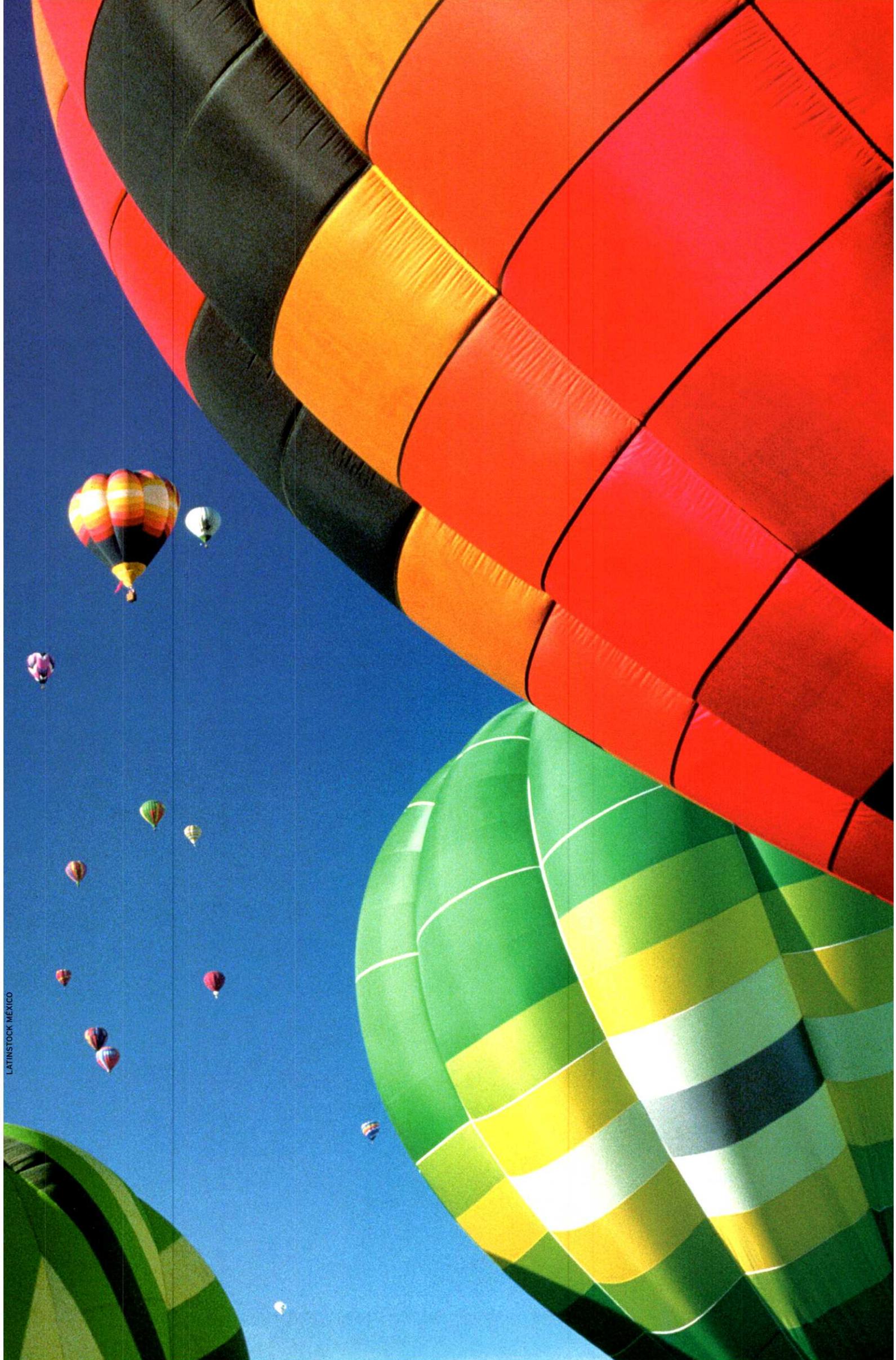
• www.travelmaster.com.mx



un paseo por LAS NUBES

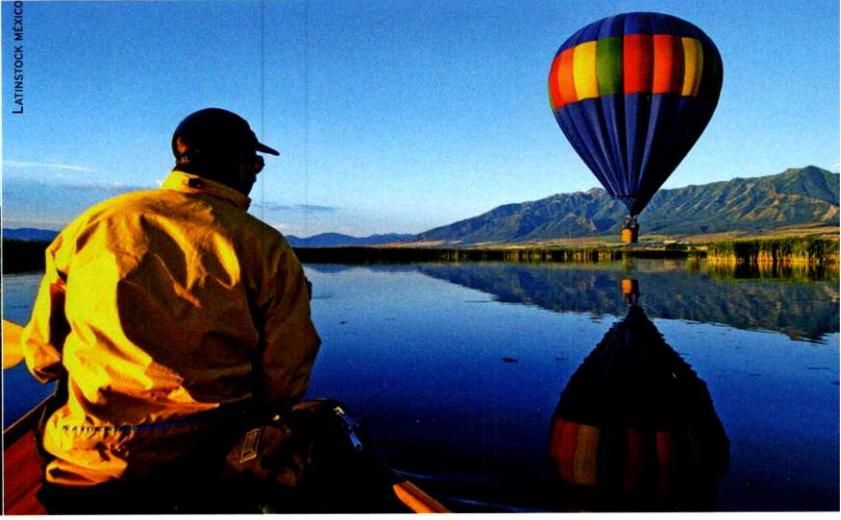
LA EXPERIENCIA DE
VOLAR EN GLOBO
AEROSTÁTICO
SIMPLEMENTE NO SE
PUEDE COMPARAR CON
NINGUNA OTRA.
QUIENES LA HAN VIVIDO
LA DESCRIBEN COMO
UNA SENSACIÓN DE
FLOTAR EN EL AIRE
Y SENTIR LA LIBERTAD
DE VER TODO LO QUE
SE VA DEJANDO
A SU PASO...

POR KAYLA T. ZALDÍVAR



LATINSTOCK MEXICO





(PÁG. ANTERIOR) FESTIVAL DEL GLOBO EN CHÂTEAUX D'OEX, SUIZA

(ARRIBA, IZQ.) VUELO EN GLOBO SOBRE LOS VIÑEDOS DE POULIGNY-MONTACHET, FRANCIA

(ARRIBA, DER.) VUELO SOBRE EL RÍO LOGAN EN UTAH, ESTADOS UNIDOS

Un pato, una oveja y un gallo fueron los primeros pasajeros en la historia de los globos aerostáticos

¡VÁAAMONOS!, grita el piloto mientras sacude las manos como tercera y última llamada para despegar justo al amanecer, alrededor de las seis de la mañana, cuando la luz regala cálidas caricias. Con los rostros enrojecidos por la presión ejercida sobre la canastilla, la tripulación espera que los pasajeros encuentren su lugar entre tanques y mangueras. Las cuerdas pierden tensión... Y un globo color arco iris, digno del millonario Phileas Fogg imaginado por el escritor francés Julio Verne, asciende livianamente.

Durante los primeros instantes, los pasajeros no encuentran diferencias entre volar y flotar; sólo perciben una sensación de alegría repentina. No sólo han perdido el piso, sino también el miedo de hacer algo por primera vez.

En tierra, las manos se agitan para desear el mejor de los vuelos. Perros, automóviles, personas y casas pierden tamaño hasta hacerse casi imperceptibles... Se transforman en diminutos puntos de colores sobre un lienzo verde con listón plateado. El mundo, desde ese ángulo, definitivamente no se ve igual.

El sol naciente crea juegos de sombras que invitan a la contemplación, incluso a captar el momento con una cámara fotográfica. El viento es el guía y el piloto su intérprete. El globo sube y baja por corrientes que llevan a distintas velocidades, más cerca o más lejos de los valles arbolados o las montañas nevadas, de los lagos o los ríos, de las ciudades o los desiertos.

Alrededor de 50 minutos han transcurrido... El piloto señala que es tiempo de aterrizar. El entorno

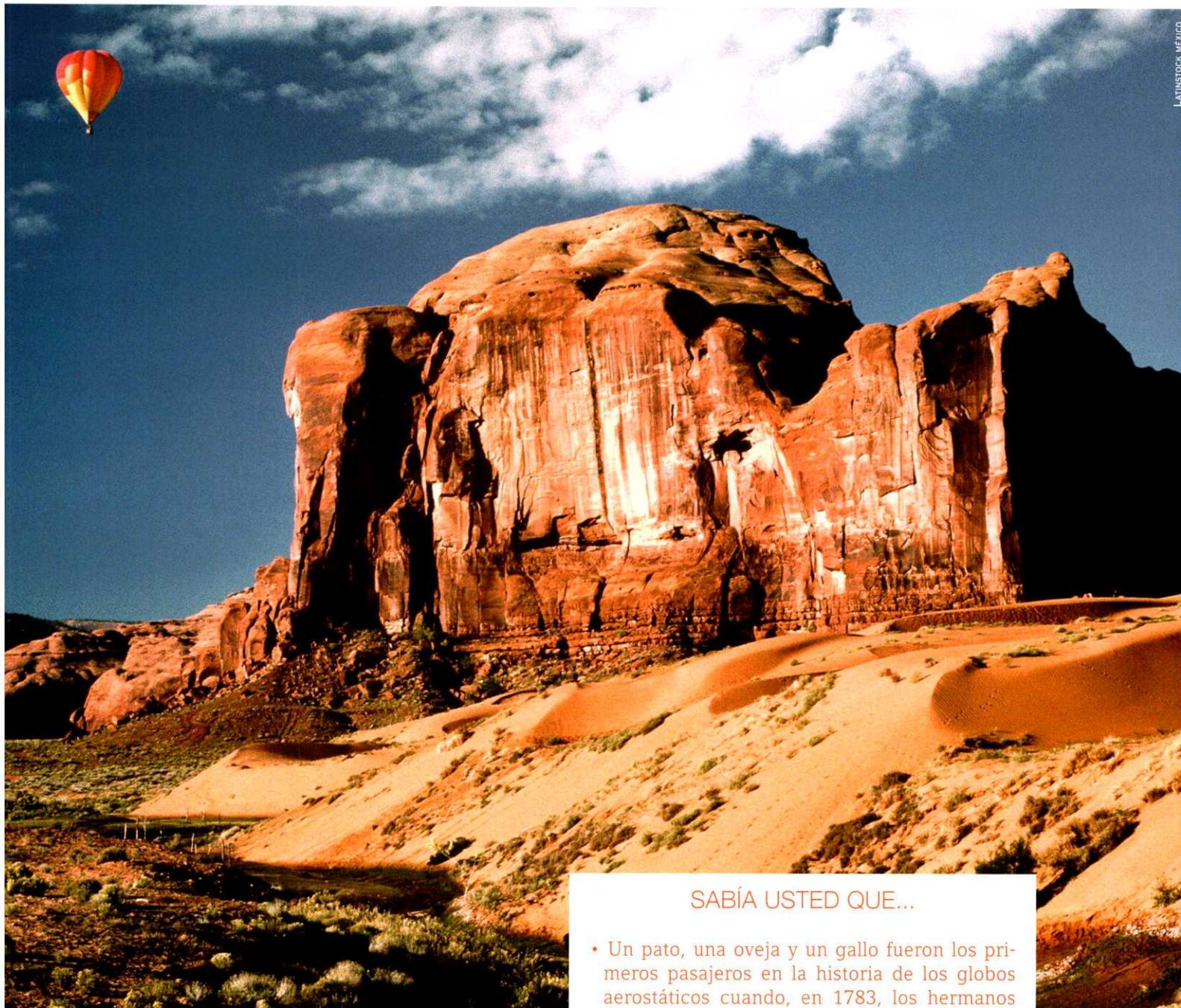
empieza a recuperar su dimensión original o aquella que se conoce con los pies bien plantados sobre la Tierra. Rodillas flexionadas y manos sujetas en los bordes para amortiguar el golpe seco que recibirá la canastilla al tocar suelo.

La pericia de la tripulación hace que el vuelo haya sido, literalmente, un paseo por las nubes. Los pasajeros descienden uno por uno y, por la sonrisa en su rostro, se adivina que querrán repetir la experiencia muy pronto. Bien lo aseguró Leonardo da Vinci: "Quien ha volado alguna vez, siempre volverá a hacerlo", pese a que los globos aerostáticos se inventaran casi 265 años después de su muerte. Sin embargo, eso no evita que creamos que sabía de lo que hablaba.

HERMOSOS PAISAJES A LA VISTA

Se puede volar a bordo de un aerostato por doquier; basta que las condiciones climatológicas lo permitan. Los vuelos se realizan al amanecer o al atardecer, por la temperatura fría que requieren estos artefactos para elevarse. Aquí se viaja a merced del viento, dentro del viento, y eso nunca se debe olvidar. Lluvia, nieve o aire con una velocidad superior a los 12 kilómetros por hora anulan cualquier recorrido.

Los paisajes varían según las expectativas del viajero. Se puede sobrevolar, por ejemplo, el esplendor de la ciudad medieval de Toledo o el palacio-monasterio de El Escorial, ambos sitios cercanos a Madrid; o por encima de las aldeas de Château-d'Oex, en Suiza. Igualmente, la belleza natural de las dunas



El Monument Valley, dentro de la reserva de los indios navajo, es ideal para viajes en globo

en Túnez, los ríos en Inglaterra, el desierto en Marruecos, la cordillera montañosa de los Pirineos entre Francia y España o los valles de Waltersdorf, en Austria (www.globuskontiki.com).

También se puede recorrer y contemplar desde el aire el terreno montañoso de Kyushu, una de las islas más grandes de Japón, con un volcán activo: el Aso, que alcanza los 1,592 metros de altitud, o incluso imitar las travesías realizadas en la selva del río Amazonas, en el desierto de Mauritania o los hielos de Groenlandia (www.expedicionturpial.filnet.es).

“No hay límites. Se puede volar desde cualquier zona, previo estudio técnico”, aseguran la mayoría de los prestadores de estos servicios.

SABÍA USTED QUE...

- Un pato, una oveja y un gallo fueron los primeros pasajeros en la historia de los globos aerostáticos cuando, en 1783, los hermanos Montgolfier realizaron un vuelo en el Palacio de Versalles, en Francia. A ellos, justamente, se debe la invención de este artefacto.
- El primer vuelo en globo con personas se realizó en 1783 cuando Pilâtre de Rozier y el Marqués de Arlandes ascendieron 1,000 metros de altura en un paseo de 25 minutos. El recorrido fue de 10 kilómetros.
- En México, Benito León Acosta fue pionero en volar el primer globo de manufactura nacional, el 26 de febrero de 1842. Ese día despegó de Guanajuato con rumbo a Dolores Hidalgo, donde no pudo aterrizar. Así, siguió su viaje hasta Río Verde, en San Luis Potosí. Previo a esta aventura, José María Alfaro ya había volado sobre Jalapa (en 1784), pero con un globo de fabricación extranjera.
- Joaquín de la Cantolla y Rico (de ahí el nombre de globos de cantolla) realizó un vuelo en un aerostato en 1863.

LA FAMOSA FIRMA RELOJERA PARMIGIANI
CUENTA CON SU COLECCIÓN
KALPAGRAPH, INSPIRADA EN EL MUNDO
DE LOS GLOBOS AEROSTÁTICOS

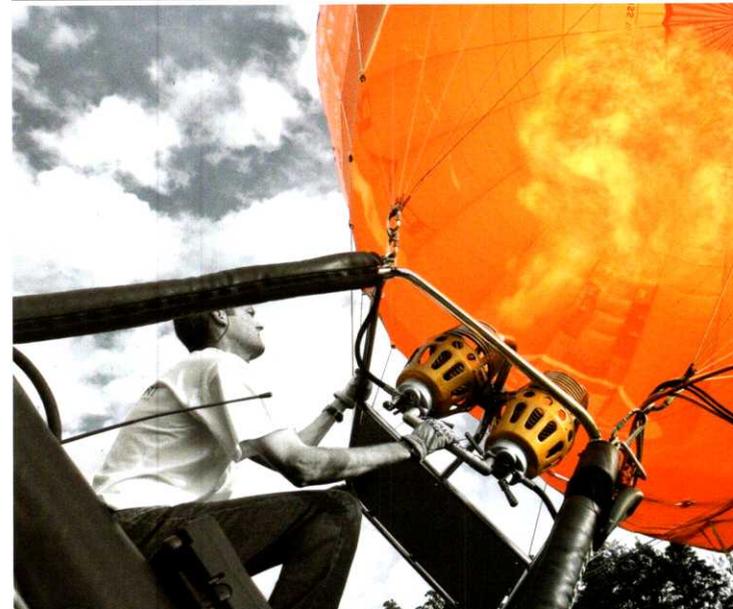
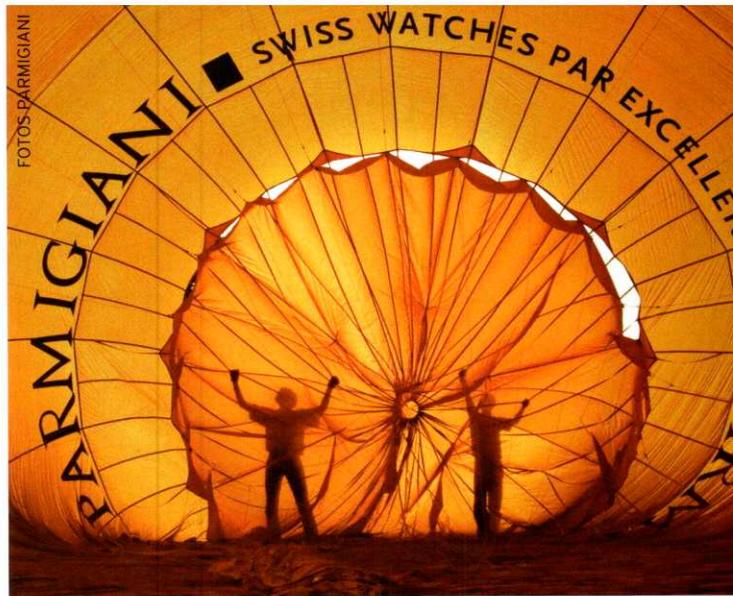
FESTIVALES AEROSTÁTICOS ALREDEDOR DEL MUNDO

Internacionales

- Fiesta Internacional de Globos en Leipzig, Alemania. www.balloons.de (del 25 al 29 de julio)
- Fiesta Internacional de Globos en Bristol, Inglaterra. www.bristolfiesta.co.uk (del 9 al 12 de agosto)
- Fiesta Internacional de Globos Albuquerque, Nuevo México. www.balloonfiesta.com (del 6 al 14 de octubre)
- Fiesta Internacional de Globos en Saga, Japón. www.sibf.jp (del 31 de octubre al 4 de noviembre)
- Festival Internacional de Globos en Château d'Oex, Suiza. www.chateaudoex.ch (del 19 al 27 de enero del 2008)

Nacionales

- Fiesta del Globo. Magia en el Aire. Chihuahua, Chihuahua. www.fiestadelglobo.com (del 10 al 12 de noviembre)
- Festival Internacional del Globo en León, Guanajuato. www.festivaldelglobo.com.mx (del 29 de noviembre al 2 de diciembre)
- México en Globo. Guanajuato, Guanajuato. www.mexicoenglobo.com.mx *



Martini

EL PRÍNCIPE DE LOS COCTELES

LOS FRANCESES JURAN QUE LO INVENTÓ UN BARMAN DE MARSELLA LLAMADO MARTINI. LOS NEYORQUINOS AFIRMAN QUE FUE CREADO PARA ROCKEFELLER. LA MÁS GENERALIZADA Y ROMÁNTICA DE LAS LEYENDAS CUENTA QUE NACIÓ EN SAN FRANCISCO EN 1862. SEA COMO FUERE, ESTA BEBIDA HA SIDO CONSIDERADA COMO EL PRÍNCIPE DE LOS COCTELES

POR LUIS JAVIER MIER VEGA

A close-up, high-angle shot of a classic martini glass. The glass is partially filled with a clear liquid, and a single green olive is perched on a silver stem in the center. The background is a deep, dark blue, creating a moody and sophisticated atmosphere. The lighting highlights the rim of the glass and the texture of the olive.

¿CUÁL ES LA RAZÓN por la que esta bebida
regresa de tanto en tanto a reclamar su lugar
como la más elegante y popular del mundo de
la coctelería? ¿Cuál es el secreto de su
éxito? Los grandes barmans lo atribuyen a la combinación de cuatro
elementos: el carácter fuerte y
delicado que le dan, respectivamente, la ginebra y el
vermut; la facilidad de
preparación; la variedad casi inagotable de
recetas; y, sobre todo,
la armonía de la mezcla
que ningún otro coctel
ha logrado igualar.

Ginebra, vermut seco y aceitunas verdes son los ingredientes básicos para preparar martinis

Así que la próxima vez que tenga invitados en casa decídase a ofrecerles un martini clásico, un martini dry Nueva Orleans, un martini John Doxat, un martini 1862 o cualquiera de los otros tipos de martinis que los expertos reconocen como miembros de esta ilustre familia de cocteles.

Piénselo bien antes de contestarse a sí mismo que no, que se requieren muchas botellas y utensilios para preparar cocteles, que se necesitan tiempo y paciencia, que es cuestión de mano, que las mejores bebidas son las que se toman solas y que los martinis provocan horribles dolores de cabeza y crudas inolvidables.

Haga sus cuentas: con ginebra, vermut seco y aceitunas verdes puede preparar tres martinis distintos; la lista se duplicará si, además, tiene vermut rojo, bitter, limones y naranjas; y si su bar está provisto con botellas de pernod, dubonnet, angostura, marrasquino y jarabe de granadina, podrá ofrecer una docena de martinis diferentes.

Los utensilios necesarios tampoco son la gran cosa. Un vaso mezclador (preferentemente con vaciador), una cucharilla de mango largo y un colador especial para coctelería llamado "gusanillo" son suficientes para preparar las recetas que se proporcionan en el recuadro.

¿Aún no se decide porque considera que le falta tiempo o mano? ¡Anímeselo! La mayoría de estos cocteles se preparan en un abrir y cerrar de ojos y no se necesita ser un barman experimentado para ello.

¿Y la cruda? Se trata de una verdad a medias, ya que el malestar es provocado por la utilización de ingredientes de mala calidad, por los aficionados que gustan de experimentar con sus invitados o por el abuso. Un martini bien preparado y tomado con moderación es tan noble como las bebidas solas o los tragos largos.

LA LEYENDA DE MARTÍNEZ

El martini no es solamente el coctel más popular del mundo y el favorito de personajes famosos —como lo fue el gran director de cine Luis Buñuel en la realidad, o lo es James Bond en la ficción—, sino una bebida con casi 150 años de historia que, cuenta la leyenda más generalizada, fue inventada por Jerry Thomas en el bar del hotel Occidental de San Francisco, allá por 1862.

Según se dice, Thomas tenía la costumbre de bautizar las bebidas de su creación con los nombres de los parroquianos para quienes las había preparado por primera vez, posiblemente en agradecimiento a que se prestaran a ser sus conejillos de indias. Ese día, sin embargo, el sujeto para el que creó su nuevo coctel salió apresuradamente del bar sin darle su nombre. Al preguntar por él a los otros clientes del bar, alguien le comentó que no



THE OTHER IMAGES

sabía cómo se llamaba, pero que se había ido a Martínez, por lo que Thomas le puso el nombre de ese pueblo. Sea como fuere, los habitantes de esta comunidad de origen hispano que se encuentra en la bahía San Francisco reclaman la paternidad del coctel y celebran todos los años festejos en honor del martini.

Actualmente la receta original, que Thomas preparaba en coctelera, se pide como martini 1862, y es prácticamente la única que indica que se debe agitar en lugar de remover.

Considerado el coctel más antiguo o, al menos, el que durante más tiempo ha conservado su vigor y espíritu, el martini cobró gran popularidad en Estados Unidos durante la década de los 20. Y es que en ese país nunca se bebió más y con tanta imaginación como en los 13 años que duró la prohibición. A partir de entonces, este *gin drink* ha ido adaptándose al gusto de la época, a veces seco y amargo, en ocasiones dulzón y afrutado.

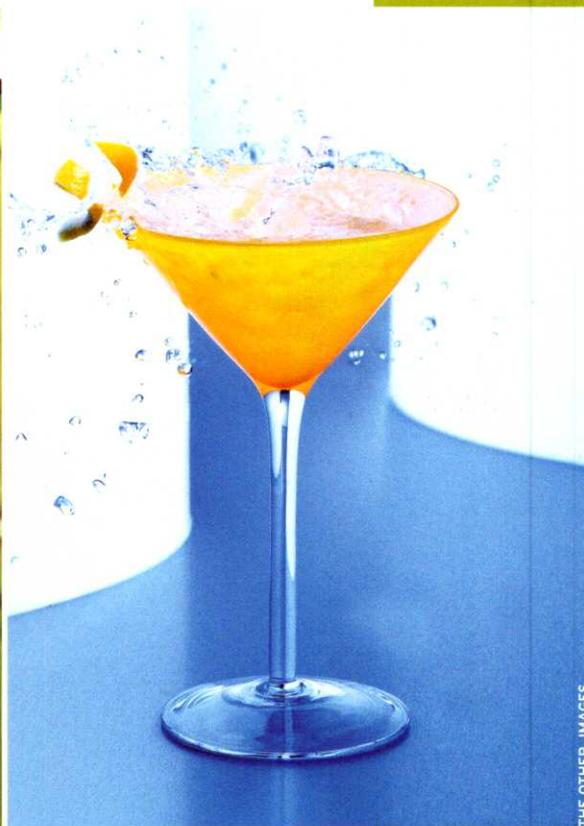
El pueblo de Martínez, en la bahía de San Francisco, reclama la paternidad de este coctel y celebra cada año festejos en su honor

CUERPO Y ALMA DEL MARTINI

Un buen martini no es necesariamente un martini más seco, sino uno bien hecho. Como todos los cocteles, se trata de un trago corto (*short drink*) cuyo secreto reside en la exacta, ordenada y armoniosa combinación de varios líquidos. La proporción y la variedad de los mismos dependen de la receta elegida y del gusto que se desee halagar.



THE OTHER IMAGES



THE OTHER IMAGES



El cuerpo del martini es la ginebra y, su alma, el vermut seco. La primera es una bebida singular, ya que sola resulta inferior al whisky, el brandy, el coñac e, incluso, el ron, pero sabiamente combinada ofrece una gama de posibilidades que ningún licor puede igualar. De ahí que se trate del destilado más usado en la coctelería o mixología, como prefieren llamarla los barmans profesionales. Con ella –dice Ulrich Klever en su *Nuevo libro de los combinados*– se preparan 117 cocteles diferentes.

Considerada como típicamente inglesa, la ginebra encuentra sus raíces en la *genever*, bebida holandesa que fue introducida en la isla por Guillermo de Orange y que usualmente se bebe sola. La ginebra es un destilado de cereal y centeno en el que se utilizan bayas de enebro para darle su inconfundible buqué. La hay de varios tipos, siendo los más conocidos la común, la *dry gin* o *London dry gin*, y la *Plymouth gin* u *Old Tom gin*, esta última endulzada con caramelo.

Si se trata de coctelería, y especialmente de la preparación de martinis, los barmans recomiendan las marcas del segundo tipo. Para la elaboración de combinados la mejor ginebra es la más seca, que se caracteriza por su casi total ausencia de sabor. En todo caso, dicen, no debe recordar al enebro más que por el aroma. En cuanto a las marcas importadas de Inglaterra que fácilmente se encuentran en México, se recomienda la Beefeater, que es muy seca, la Gordon's Dry Gin, que tiene un aroma muy especial, y la Tanqueray Special Dry.

El vermut resulta también singular. Se trata de un vino picante y de elevada graduación alcohólica (del 15.5 al 18%), al que se le añaden extractos de hierbas y ajeno, y que resulta ideal como aperiti-

5 MARTINIS DIFERENTES

Martini clásico

5 cl de ginebra
2 cl de vermut seco
Remover con hielo
1 aceituna

Martini dry

5 cl de ginebra Beefeater
1 cl de vermut martini extra dry
Remover con hielo
Unas gotas de limón (en la copa)
1 aceituna (opcional)
La copa se adorna con una rodaja de limón

Martini medium orange

1 cl de vermut
3 cl de ginebra
Remover con hielo
Salpicar la copa con unas gotas de jugo de naranja
Adornarla con una rodaja de esa fruta

Martini John Doxat

Se echan sobre los hielos 12 cl de vermut martini extra dry, y cuando el líquido ha bajado hasta el fondo del vaso, se tira y enseguida se añaden 6 cl de ginebra. Se remueve 30 segundos y se sirve.

Martini 1862

Se echan en la coctelera un golpe de bitter, 2 golpes de marrasquino, 4 cl de ginebra, 5 cl de vermut y 2 cubitos de hielo. Se agita vigorosamente durante unos segundos y se sirve con una rodaja de limón.



GRAND SIDE CAR ES UNO DE LOS MARTINIS QUE PUEDEN PREPARARSE CON GRAN MARNIER, COÑAC, JUGO DE LIMÓN Y AZÚCAR

5 PASOS PARA HACER UN MARTINI COMO UN BARMAN PROFESIONAL

Para que un martini esté bien hecho es necesario, además de utilizar ingredientes de primera calidad y de seguir correctamente la receta, prepararlo siguiendo el procedimiento adecuado. De nada sirve usar una ginebra excelente, si el vermut es corriente, como tampoco vale echar los líquidos sin orden ni concierto. El martini, cualquiera que sea su tipo, debe ser el resultado de una cuidadosa combinación de elementos que han sido mezclados con precisión y técnica.

A menos que en la receta se indique lo contrario, deben seguirse los siguientes pasos:

1. Se pone hielo en abundancia en el vaso mezclador (de preferencia los cubitos deben elaborarse con agua hervida o mineral).
2. Se preparan todos los ingredientes necesarios según el tipo de martini que se desee y se enfrían las copas cocteleras agitando dentro de ellas un cubito de hielo hasta que se empañen o metiéndolas en el refrigerador.
3. Se retira el agua helada que se haya formado en el cazo mezclador y se agregan, en orden, la ginebra, el vermut y, en su caso, algún otro ingrediente.
4. Con la cuchara de mango largo se remueve vigorosamente la mezcla durante 20 segundos.
5. Se cuela con el gusanillo y se vierte en una copa de coctel; si se desea, se agregan unas gotas de limón o una aceituna.

Las recetas del mismo tipo de martini varían, incluso de un barman a otro, pero no hay razón para dejarse abrumar por ello, ya que el arte de preparar combinados es una afición que se aprende poco a poco, tan lenta y placenteramente como se disfruta una copa de éste, el príncipe de los cocteles.



vo. Los hay de tres clases: seco (claro y áspero), rojo (agridulce y aromático) y blanco (el más dulce de todos). Algunos expertos incluyen también el vermut bitter, que es más amargo gracias a que se le agrega corteza de quina.

De todos ellos, el seco es el más usado en coctelería y no puede faltar en un buen martini, cualquiera que sea la receta. Conviene también tener vermut rojo, ya que éste forma parte de muchos combinados y resulta necesario para preparar el martini medium. Los mejores vermutos son los elaborados con buenos vinos, y se distinguen en este sentido los franceses y los italianos.

EN LA VARIEDAD ESTÁ EL GUSTO

En cuanto a la proporción de ginebra y vermut que un clásico martini debe guardar se han dicho muchas cosas, por lo que al final de cuentas viene siendo cuestión de gustos. Para los barmans estadounidenses, la proporción entre ginebra y vermut debe ser de tres a uno si se trata de un martini tradicional, de cinco a uno cuando se desea un martini seco, y de ocho a uno si se quiere paladear un martini extra seco.

Algunos expertos, como John Doxat (autor del libro *The Dry Martini*, dedicado exclusivamente a este coctel), han considerado que la proporción

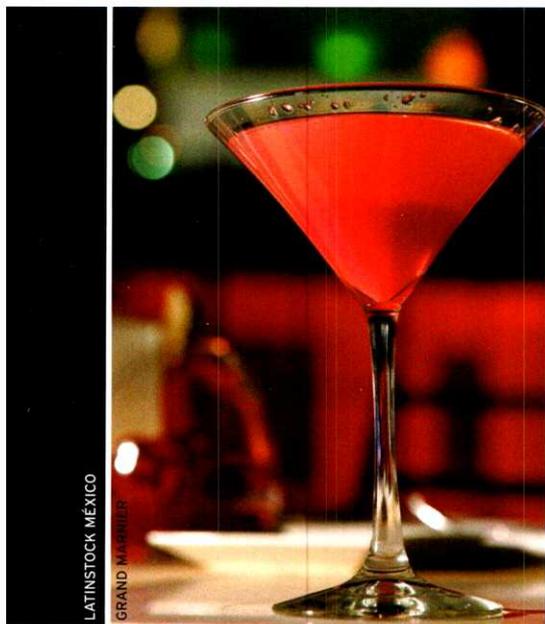
perfecta es 11 a uno, y no han faltado personajes famosos, como el español Luis Buñuel, que apenas le ponían unas cuantas gotas de vermut. "Preferentemente vermut Noilly-Prat", recomendaba el cineasta.

Más allá de estas apreciaciones, lo que conviene tener muy claro es que un martini será más o menos seco no solamente por la proporción que guarden sus ingredientes básicos, sino por las características de la ginebra y el vermut utilizados, así como por la manera de prepararlo.

La clásica aceituna es opcional y no le quita lo seco al martini, como afirman muchos aficionados más por esnobismo que por verdaderas razones de peso. Eso sí, dicen los conocedores, debe ser verde y con hueso.

En cuanto al limón no hay acuerdo. Muchos cantineros lo excluyen de sus recetas, mientras que hay expertos, como Klever, que consideran que algunas gotas lo mejoran.

No faltan tampoco quienes le añaden un golpe de bitter de naranja o de angostura para hacerlo más sofisticado e interesante, aunque los puristas lo consideren una herejía. ✪



6 TIPS PARA SEGUIR LAS RECETAS

1. Las cantidades deben ser exactas, ya que cualquier variación, exceso o falta de alguno de los ingredientes alterará casi siempre de manera negativa el resultado final.
2. La capacidad de un vaso de coctel es de cinco centilitros (cl), así que cuando en las recetas se indica, por ejemplo, tres partes de ginebra y dos de vermut, hay que dosificar los ingredientes para obtener cinco cl exactos.
3. Un golpe equivale a dos o tres gotas, apenas las que salen cuando se inclina levemente la botella durante un momento; por regla general, las bebidas de coctelería que se utilizan en dosis muy pequeñas se venden en botellas dosificadoras, pero también se encuentran en el mercado botellas especiales para verter estos líquidos.
4. Una pizca equivale a un gramo.
5. Una cucharadita es una cucharilla de té.
6. Cuando son martinis para varias personas es necesario calcular la cantidad adecuada de los ingredientes. No se recomienda preparar al mismo tiempo más de seis cocteles.

LA TRUFA

EMPERATRIZ SUBTERRÁNEA



THE OTHER IMAGES

PARECE DIFÍCIL CONVENCERSE DE QUE UN PARÁSITO DE LA TIERRA PUEDA SER CONSIDERADO COMO UN DIAMANTE GASTRONÓMICO, APRECIADO POR LOS MÁS FINOS PALADARES Y SÓLO ACCESIBLE A BOLSILLOS ABULTADOS. LA TRUFA, EN ESPECIAL LA BLANCA, LO ES

POR PALOMA ROMO

EMPERATRIZ SUBTERRÁNEA. Así llamó el Marqués de Cussy, sabio y reconocido gastrónomo, a este poco agraciado pero muy aromático hongo hipogeo (subterráneo). Y en verdad que algo debe tener este humilde producto de la tierra, con aspecto de un pedazo de carbón, porque también ha sido calificado como “patata mágica” por la escritora George Sand; y tildado de “sacrum sacrorum de los gastrónomos” por Alejandro Dumas.

Su valor parece indiscutible cuando se sabe que el kilo de esta gema de las tierras pobres llega a costar, en tiempos regulares, ¡entre 2,500 y 3,500 dólares!, y en épocas difíciles ¡hasta 8 mil dólares! El precio tan disparado no sólo se debe a su potente aroma y delicado sabor, sino sobre todo a su escasez. Y es que estos parásitos de las raíces de robles, encinas, tilos, avellanos, sauces y olmos sólo crecen cuando se dan las condiciones de tierra, agua y temperatura adecuadas.

Esas condiciones escasean a medida que los tiempos avanzan. Baste saber que si en el siglo XIX se recogían en Francia 1,200 toneladas anuales de trufas, este volumen ha quedado reducido a unas 20 toneladas en los días que corren. Y es que las trufas no pueden plantarse; sólo queda esperar que crezcan si se dispone de árboles, condiciones adecuadas y mucha paciencia.

GUERRA EN EUROPA

La escasez ha despertado el espíritu emprendedor de los ingleses. Una variedad de trufa negra empieza ya a recogerse en el condado de Wiltshire, bajo el auspicio de la empresa UK Truffle Limited. Lo cierto es que el producto inglés dista de compararse con el de mayor prestigio en Europa, sobre todo el del Piamonte en Italia, o los de Provenza, Borgoña y Périgord en Francia. Sin embargo, sí compite con las trufas de Croacia y Soria (España). Su precio también resulta atractivo para el consumidor, que más fácil desembolsa 350 que 3,500 dólares por kilo.

Desde luego, la trufa inglesa no resulta tan aromática como los aristócratas del hongo en Italia o Francia. Sin embargo, ya ha sido tomada como ingrediente para ciertos platillos y deja a kilómetros de distancia la trufa sintética, inventada por los chinos.







THE OTHER IMAGES



THE OTHER IMAGES



EXISTEN MÁS DE SETENTA VARIEDADES DE TRUFAS. ENTRE LAS MÁS CONOCIDAS ESTÁN: LA DE PERIGORD Y LA BLANCA DEL PIEMONTE, EN ITALIA; Y LA DE MORELLA, CIUDAD DE CASTELLÓN, EN ESPAÑA

Hay dos tipos de personas que gustan de este manjar: los que piden trufas y creen que son buenas porque son caras y los que saben que son caras porque son buenas

Ante esta competencia, los franceses y los italianos han decidido luchar. Para empezar, negando sus secretos a los ingleses. No obstante, estos últimos se las han ingeniado y cuidan como a la niña de sus ojos a los robles que importaron hace cuatro años para plantar en territorio inglés. Para infectar las semillas de estos árboles con el hongo de la trufa han conseguido una licencia trufera del Instituto de Investigación Alimenticia de Nueva Zelanda y perfeccionan día a día su producto.

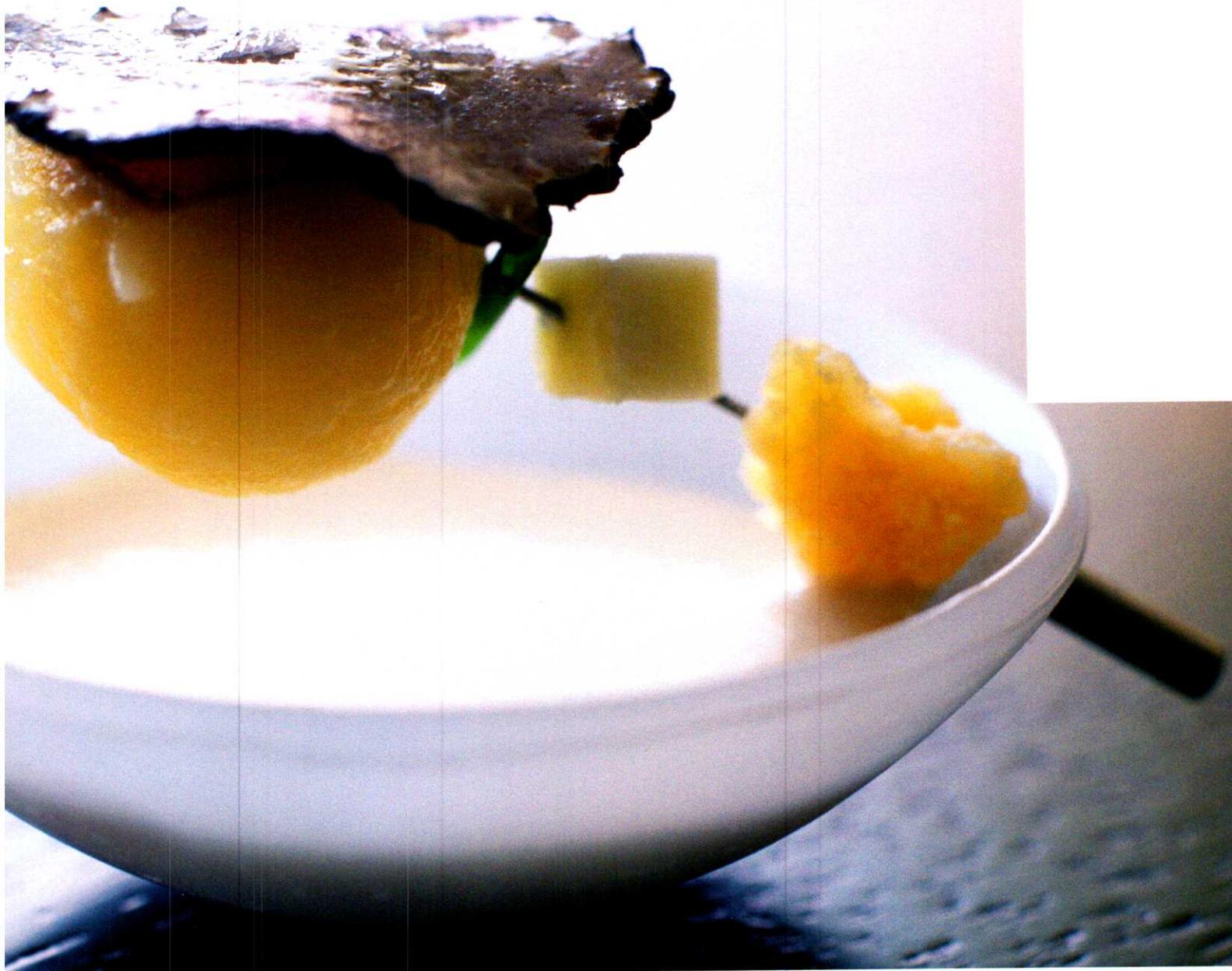
EN SUBASTA "PERFUMADÍSIMAS PEPITAS"

A puestas de 100, de 200 y más dólares, las trufas —en especial la de Alba (capital de la trufa blanca en el Piemonte italiano)— son también objeto de subastas. La idea es, en vista de su lugar entre la nobleza de los ingredientes culinarios, otorgar a la olorosa trufa un papel en diversas tareas humanitarias.

No son raras entonces las subastas de trufas en casas como Christie's, donde, por extraño que parezca, hay quien desembolsa hasta más de 40 mil dólares (como lo hizo un restaurantero neoyorquino) en una trufa blanca de más de un kilo.

Una de estas subastas se lleva a cabo en el histórico Castillo de Grinzane, en Cavour, pequeña aldea cerca de Alba, donde también se celebra desde hace más de 70 años la Feria de la Trufa. Aquí suelen darse cita chefs, experimentados gourmets y restauranteros, y también estrellas del espectáculo. Es el caso del francés Gérard Depardieu, ya no sólo actor, sino también hostelero en París.

En esta línea, otra atracción es la que ofrece el Mercado Anual de la Trufa de Richerenches (en la Provenza francesa), todos los sábados de noviembre a marzo. En este lugar se celebra incluso, en el mes de enero, la Misa de la Trufa en la pequeña iglesia de la villa. Realizada durante más de medio siglo, esta celebración cuenta con una procesión protagonizada por la Hermandad de los Caballeros del Diamante Negro.



DÓNDE COMER TRUFAS

Las trufas pueden disfrutarse en estado fresco durante una corta temporada del año, desde septiembre y hasta el comienzo del invierno. Desde luego, también pueden adquirirse envasadas o en conserva en tiendas gourmets o especializadas.

En Europa son varios los restaurantes donde es posible degustar platillos a base del escaso hongo. Está, por ejemplo, el Drolma, en el Hotel Majestic de Barcelona; el Boccondivino –especializado en platillos italianos– en Madrid, y el Restaurante San Cassiano, en Alba (Piamonte italiano).

Un lugar para exquisitos es Auberge de la Truffe, en el poblado de Sorges en Périgord, una de las cunas de oro de la trufa blanca. Por 130 dólares, este restaurante ofrece su Menu Truffe, en donde cada platillo –desde el consomé hasta el postre– convoca la participación del *Tuber melanosporum* (nombre científico de la trufa).

El menú de este albergue de la trufa hubiera encantado a los comensales egipcios, muy aficionados a este manjar, y también habría hecho las delicias de Luis XVIII, un goloso de las trufas.

En épocas de cosecha regular, un kilo de trufas cuesta entre 2 mil 500 y 3 mil 500 dólares, pero en tiempos de escasez su precio se eleva hasta 8 mil dólares

Frente a tal protagonismo, no extraña un ápice que las trufas también tengan un museo en Sorges en la región de Périgord, en la Borgoña francesa, y otro en la pequeña villa toscana de San Giovanni D'Asso. En esta última, un farmacéutico, un botánico y un chef contribuyeron a crear un santuario de trufas, ubicado en un viejo castillo del siglo XVIII.

SABER COMER TRUFAS

Dicen que hay dos tipos de comedores de trufas: quien las pide y cree que son buenas porque son caras, y quien sabe que son caras porque son buenas.

Lo cierto es que los verdaderos conocedores han acusado a ciertos chefs de abusar de este ingrediente, como lo hicieron muchos cocineros en la Belle Époque, considerando que cualquier plato adquiere un *upgrade* con agregarle unas láminas de trufa.



CERDOS Y TRUFAS

Tradicionalmente, son los cerdos los recolectores por excelencia de trufas. Sin embargo, su voracidad y vandalismo los ha retirado a últimas fechas de la singular cosecha. Fanáticos del hongo, suelen practicar la divisa de “trufa encontrada, trufa tragada”. Por eso, los perros truferos –que pueden cotizarse hasta en 10 mil dólares– se han vuelto los mejores aliados del negocio, ya que se conforman con premios más modestos.

Pero, ¿por qué se necesitan cerdos o perros para desenterrar estos tesoros? Simplemente porque el olfato humano es incapaz de percibirlos bajo tierra. Por eso, a lo largo de los años, Périgord recurrió a cerdos y jabalíes; Cerdeña a cabras amaestradas; mientras que España e Italia han preferido a los perros.

Cerdos, jabalíes, cabras y perros son los animales que se utilizan para recolectar este hongo

En todos los casos, la trufa debe ser cuidadosamente dosificada y sabiamente agregada como ingrediente en el momento justo, sea en láminas sobre ensaladas o huevos, o en platos más elaborados. Ése es, por ejemplo, el gran secreto que guarda el *foie gras truffé*, el *rissoto tartufato* o los macarrones con trufas, receta atribuida al compositor Gioacchino Rossini.

De hecho, quienes conocen los poderes gastronómicos de la trufa en la alta cocina advierten que la incorporación de láminas en platillos sometidos a cocción debe realizarse en los últimos tres minutos de su elaboración. De lo contrario, las esencias y los aromas se perderán.

Otro ejemplo ilustrativo, pero ahora del sutil encanto que el hongo ejerce en algunos exquisitos, es la peculiar receta del escritor francés Maurice des Ombiaux: “Cuando tengáis deseos de comer huevos pasados por agua [huevos tibios], si tenéis unas trufas en casa, ponedlas en un cesto con los huevos y al día siguiente comeréis los mejores huevos pasados por agua de vuestra existencia gastronómica”... Nada más y nada menos.★

FACTS SOBRE LA TRUFA

- Los griegos y los romanos no sólo las comían como manjar exquisito, también les atribuían un alto valor afrodisíaco. Jean Anthelme Brillat-Savarin, autor del primer tratado de gastronomía en 1825, matiza esa cualidad: “La trufa no es un afrodisíaco precisamente, pero en ciertas circunstancias puede hacer a la mujer más afectuosa y al hombre más amable”
- En la Edad Media se solía ver en la trufa una manifestación del diablo. No obstante, algunos documentos hablan del otorgamiento de concesiones de búsqueda y explotación, ya que este hongo constituía un precioso regalo para reyes, príncipes y hasta obispos
- Se dice que la trufa con perfume más persistente es la criada bajo la tutela de la encina. La más aromática y clara crece al pie del tilo
- La trufa blanca es más sensible al calor y pierde su aroma al cocinarla. Por eso se la utiliza generalmente fresca, rallada sobre pasta o huevo
- La trufa fresca puede refrigerarse un máximo de 10 días en un recipiente que permita la respiración del hongo y que mantenga su temperatura entre 0 y 2 grados Celsius [centígrados]
- Gastronómicamente, la trufa blanca italiana (tartufo del Piamonte), con un lejano sabor a ajo, goza de más prestigio que la negra de Périgord

CEO Club

1st. GOLF TOURNAMENT 2007

14 de mayo del 2007

Club de Golf Los Encinos

Km. 44.5 Carretera México Toluca

Amololulco Lerma, Estado de México

Participe y gane en nuestro **1st. CEO Golf Tournament** confirme su asistencia llamando a nuestro Centro de Atención a socios al **(55) 21 67 32 01** o enviando un email a **servicioasocios@ceoclub.com**



DELL

intel

Microsoft

IWC ESCRITOR

DE FUNDADOR NORTEAMERICANO PERO ESENCIA SUIZA, ESTA RELOJERA, CON EN ESTA OCASIÓN CUENTA CON UN PADRINO DE GENIALIDAD INDISCUTIBLE:

FLORENCIA, ITALIA.- La ciudad del florecimiento me recibió con una tarde lluviosa y gris que no le quitó ni un ápice de encanto a este emplazamiento cultural de Europa. Con el *duomo* de Santa Maria del Fiore como escenario principal Florencia se mostró con todo su esplendor; no en vano fue la cuna del Renacimiento y el hogar de Leonardo da Vinci.

Este artista e inventor sería el anfitrión de mi viaje a esta ciudad del Viejo Continente. Y es que IWC, la afamada firma relojera, ha vuelto a acudir a la sabiduría de este genio para sorprender a los amantes de estos medidores del tiempo: la nueva colección Da Vinci.

MEDIR LO INTANGIBLE

La historia del Da Vinci –me refirieron– se remonta a los orígenes de la firma de relojes suiza IWC (International Watch Company) que, desde hace 138 años, tiene su sede en la ciudad de Schaffhausen. Con tan sólo 27 años, Florentine Ariosto Jones, ingeniero y relojero americano, empezó su ascenso como director de la fábrica de relojes F. Howard & Cie. en Boston, pero, a diferencia de muchos que consideraban Norteamérica como tierra de oportunidades, Howard decidió probar suerte en Europa y atravesó el Atlántico.

¿Por qué Suiza? Obviamente por su gran tradición relojera y la mano de obra barata y capacitada. Allí fundó IWC con el propósito de fabricar las máquinas más modernas de ultramar, mecanismos de alta calidad y piezas de relojes para el mercado norteamericano.

Con la ayuda del relojero Johann Heinrich Moser se produjeron las primeras piezas de bolsillo “Calibre Jones”.

Años después la fábrica de relojes pasó a manos suizas y valores como excelencia, calidad e innovación, fueron los principales pilares de la compañía. Un claro ejemplo de ello se dio en 1885 con la patente del reloj de bolsillo de indicación digital con ventanilla para las horas y los minutos. Algo similar pasó en 1899 cuando los ingenieros de Schaffhausen incorporaron en los primeros relojes de pulsera el pequeño mecanismo Calibre 64, al que le siguió, en 1915, el Calibre 75.

LA REVOLUCIÓN DEL CUARZO

IWC fue siempre fiel a los relojes mecánicos, pero eso le costó sudor y lágrimas en los años 70, cuando las piezas asiáticas robaban mercado. En aquellos años, el problema de los cronógrafos mecánicos era que no contaban con gran capacidad de medición de tiempos prolongados, razón por la cual IWC intentó entrar dentro del mundo del cuarzo para poco después regresar a la fabricación de relojes mecánicos.

Bajo este contexto surgió el Da Vinci, un cronógrafo mecánico con calendario perpetuo, el primer reloj de pulsera programado para los siguientes 500 años, al que le seguirían otros muchos de igual renombre, como el Ingénieur o el Portugués.

En los albores del presente siglo IWC retoma del pasado el exitoso Da Vinci y lo presenta

DEL TIEMPO

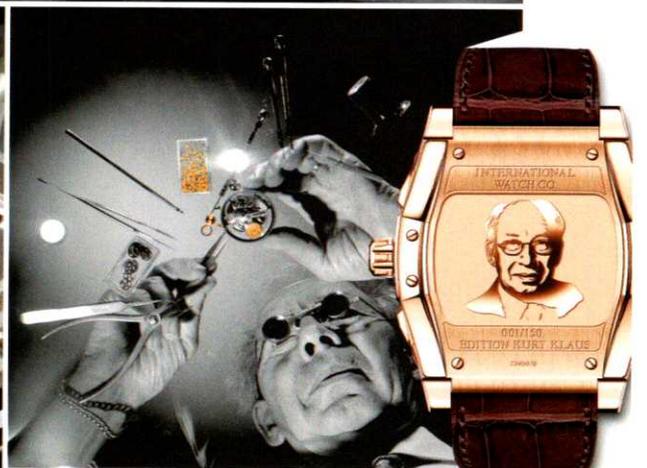
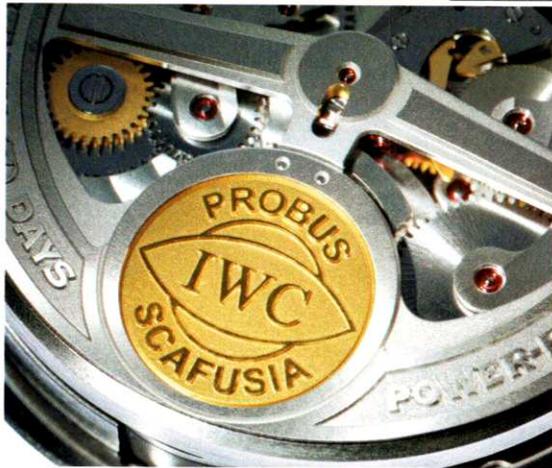
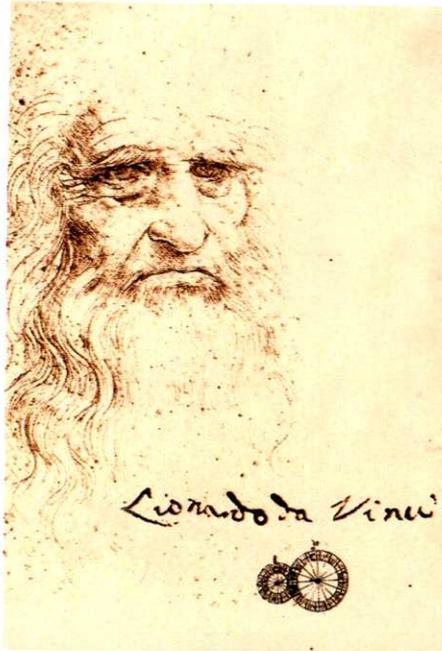
CASI 140 AÑOS DE HISTORIA, SORPRENDE AÑO CON AÑO A LOS COLECCIONISTAS.
LEONARDO DA VINCI

POR LAURA MIER CARBONELL
FOTOS IWC



LEONARDO DA VINCI
SINTIÓ SIEMPRE
ATRACCIÓN POR LOS
RELOJES DE RUEDAS Y
LOS ASTROLABIOS

LA FÁBRICA DE IWC
EN SCHAFFHAUSEN,
SUIZA, ES TAMBIÉN
UN CENTRO DE
ENSEÑANZA
RELOJERA



más moderno y todavía más exacto. Dentro del marco de la presentación de esta nueva colección, Georges A. Kern, CEO de la firma platicó acerca del valor internacional de esta marca de relojes. En uno de los salones que pertenecieron a los Medici y con decoración claramente renacentista, Kern habló acerca de la calidad de los productos que

representa y de su presencia internacional: "Cuando entras a un mercado, no importa si se trata del latinoamericano, europeo o asiático, para IWC la calidad es siempre la misma porque somos una marca internacional. Quiero el mismo producto y el mismo servicio en cada rincón del planeta".

EL CALENDARIO PERPETUO

En 1987 el Novecento fue la estrella de la firma. Este reloj contaba con calendario perpetuo, probablemente el más llamativo y moderno de la época. En una caja rectangular, este medidor del tiempo era capaz de indicar los minutos, las horas, los días de la semana, la fecha, los meses, los años, los decenios y las fases de la luna.

Pero fue el relojero Kurt Klaus quien inventó, en 1985, el primer calendario perpetuo autónomo presente en el Da Vinci de aquellos años y mejorado en el nuevo Da Vinci. Se trata de un mecanismo que es capaz, incluso, de eclipsar la tecnología de las computadoras. El calendario presenta en su recorrido más largo de los engranajes una increíble relación de reducción de 6,315'840,000 a 1, relación nunca antes vista en un reloj de pulsera. "Lo realmente

DA VINCI CRONÓGRAFO

Calibre	89360
Alternancias	28.800 / h / 4 Hz
Rubíes	40
Reserva de marcha	68 h
Cuerda	automática

DA VINCI CALENDARIO PERPETUO

Calibre	79261
Alternancias	28.800 / h / 4 Hz
Rubíes	39
Reserva de marcha	44 h
Cuerda	automática

DA VINCI AUTOMÁTICO

Calibre	30130
Alternancias	28.800 / h / 4 Hz
Rubíes	22
Reserva de marcha	42 h
Cuerda	automática



genial es fácil de manejar”, palabras de Kurt Klaus refiriéndose, justamente, a esta gran invención.

Hasta la fecha, ningún otro calendario de reloj cuenta con una reserva de tiempo de más de 500 años. El Da Vinci ofrece el no tener que ajustar los días de la semana o las fases lunares sino hasta el año 2100, momento en el que se tendrá que cambiar una pequeña pieza de repuesto (viene incluida con la compra del reloj) para que dure otra pequeña eternidad sin modificaciones.

EL NUEVO DA VINCI

Leonardo da Vinci fue la perfecta fuente de inspiración para los diseñadores de este “escritor del tiempo”. Este genio era un entusiasta y admirador de los primeros relojes de ruedas y de los astrolabios e incluso, y aunque muchos no lo sepan, dentro de sus famosos bocetos pueden encontrarse esbozos de mecanismos de relojería.

Como inventor, Da Vinci dio gran importancia a la precisión. El nuevo Da Vinci Cronógrafo, también. Conformado como un reloj dentro de un reloj, esta pieza convierte sus resultados de medición de horas y minutos en una indicación analógica con agujas de fácil lectura. Ahora, este modelo deja a un lado la medición clásica del tiempo cronometrado e intermedio, ya que las horas y minutos cronometrados se pueden

leer como un segundo tiempo en la esfera interior, lo cual incrementa la practicidad del cronógrafo.

La nueva familia Da Vinci está integrada por tres modelos, el Da Vinci Cronógrafo, el Da Vinci Calendario Perpetuo y el Da Vinci Automático.

Pero además de excelente mecánica, el diseño, obra de Guy Bove, ha tratado de concentrar en una forma todas las habilidades de Leonardo: las de diseñador, arquitecto, ingeniero e incluso las de artista. El resultado es un diseño original y moderno que rompe con la caja redonda del anterior Da Vinci.

Cinco siglos después de la muerte de este artista, el sueño de crear un reloj confiable y preciso se vuelve realidad. IWC trabaja para medir lo intangible y para continuar con la filosofía de Leonardo de mejorar continuamente lo existente.

Con esta historia bajo el brazo –anotada en un bello cuaderno de piel, perfecto exponente de la artesanía de Firenze– partí de esta pequeña ciudad dejando tras de mí mil historias más que esperan ser contadas. En esta ocasión le tocó el turno a Leonardo e IWC; ¿quién será la próxima vez...? *

DE IZQUIERDA A
DERECHA: DA VINCI
AUTOMÁTICO, DA
VINCI CRONÓGRAFO
Y DA VINCI CALENDARIO
PERPETUO



Pocos los saben, pero dentro de los bocetos del inventor renacentista se encontraron esbozos de mecanismos de relojería





SCABAL®

marol exclusively for
ADRIANO'S®

Scabal

Scabal

LOS LÍMITES DEL LUJO

SI ALGUNA VEZ SE
HA PREGUNTADO
DÓNDE ESTÁN LAS
FRONTERAS DEL LUJO,
HE AQUÍ UN BUEN
EJEMPLO: TELAS
CONFECCIONADAS
CON DIAMANTES Y
OTROS OSTENTOSOS
MATERIALES

POR DESIRÉE NAVARRO

FOTOS JORGE ÁVILA

A LO LARGO DE LA HISTORIA, un sinfín de accesorios comunes, útiles o simplemente ornamentales, se han convertido en objetos de arte extremo. Un ejemplo característico es el huevo de Fabergé, una joya creada por Peter Carl Fabergé para los zares de Rusia entre los años 1885 y 1917, que además de considerarse una obra maestra del arte de la joyería ha alcanzado precios estratosféricos.

Lo mismo sucede con otros enseres, como zapatos, vestidos y telas. ¡Sí! Aquellas telas que sirven para confeccionar desde un saco hasta un pantalón, y que, ya sea porque están hechas a mano o porque los materiales con que están tejidas son nobles o extremadamente ricos y ostentosos, son muy apreciadas por los diseñadores de moda.

Precisamente, en México existe uno de estos tesoros que solamente pueden poseer los ricos y poderosos. Se trata de las telas que confecciona en exclusiva la firma Adriano's, una de las boutiques de renombre que comenzó con la primera generación de la familia Sánchez Delgado hace 43 años. En sus inicios era de las pocas casas de moda que importaba casimires.

Con el tiempo, esta empresa dio un salto importante hacia la sastrería y se diversificó con la apertura de boutiques y la importación de prendas masculinas de Europa. Entre sus primeras tiendas estaba una situada en el corredor de moda más exclusivo de México: Masaryk, donde firmas como Gian Franco Ferré, Krizia, Moschino y Laura Biagiotti también vieron la luz en el país, gracias a Adriano's.

Adriano's ofrece la posibilidad de personalizar su traje grabando en el interior del mismo el nombre del propietario, su dirección e incluso, si gusta, hasta un poema o su propio testamento

Hoy en día, aunado a otras firmas de importación, la oferta de Adriano's incluye sastrería de alto nivel manufacturada con materias primas únicas, como la colección Scabal, confeccionada exclusivamente para quien piensa en telas de lujo. El glamour no pasa desapercibido en ningún momento, pues la planta donde la compañía fabrica los tejidos para confeccionar sus prendas se encuentra en Inglaterra, la hechura y corte de cada una de las piezas de su guardarropa se realiza en Alemania y la confección final se hace en Italia. Esto explica por qué el precio de sus trajes oscila entre los 100 mil y 150 mil pesos.

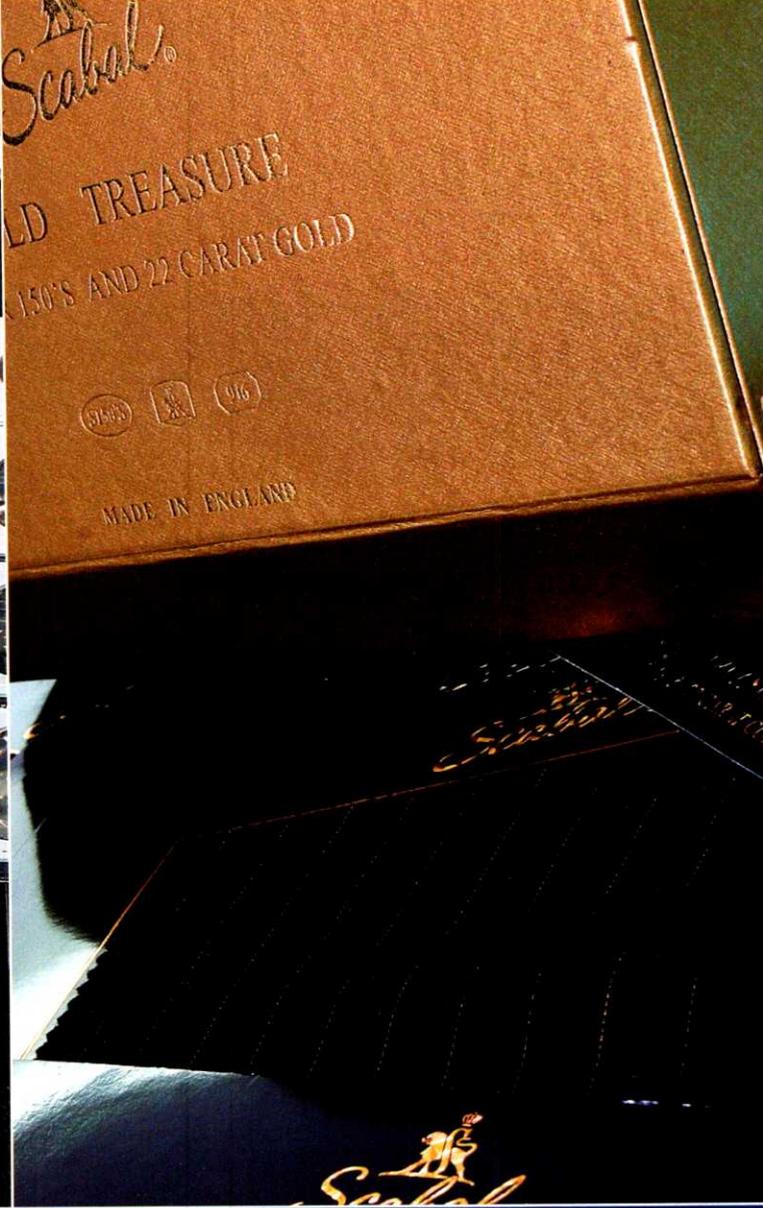
Sin embargo, muchos hombres y mujeres no se conforman con lo mejor: quieren algo más, y eso sólo se lo da Diamond Chip, el Rolls-Royce de las telas, cuya novedad es que el tejido incorpora fragmentos de diamante. Esta línea de trajes —que pertenece a la colección Scabal— viene en una gran variedad de estilos y colores (aunque sin superar los 23 diferentes diseños que existen para asegurar la exclusividad de la misma).

Su proceso de manufactura comienza limpiando perfectamente la mejor lana del mundo, en la cual —una vez peinada— se dispersa una lluvia de chispas de diamante para que se impregnen en ella. Esto la convierte en una tela única, pero sin sacrificar la suavidad de la misma, ya que está compuesta por lana Súper 150, en la que se procesan los fragmentos de diamante (80%) y de seda pura (20%). La intención de este tipo de materiales no es crear un diseño para museo, sino —todo lo contrario— convertirlo en un traje elegante.

Scabal.

**PIS LAZULI
150'S & CASHMERE
LAPIS LAZULI**

AND



MÁS TELAS SOFISTICADAS...

Lapislázuli es una tela confeccionada con esta piedra azul ancestral, que además –dicen los expertos– tiene un efecto benéfico en el sistema inmunológico. Su tejido base es la lana Súper 150 con partículas microscópicas de lapislázuli.

Golden Treasure es un tejido hecho en lana australiana merino Súper 150 con partículas de oro de 22 quilates. Sin duda, un tesoro de amor para los piratas del lujo. Únicamente se ofrece en cantidades limitadas para una exclusiva clientela.

Kharisa es el más fino y costoso mohair (pelo de la cabra de Angora) del mundo. Obtenido de una excepcional recolección de mohair en la región de Camdeboo (Sudáfrica), *kharisa* significa, en dialecto local, "extremadamente suave". La tela se compone 40% de lana Súper 180 y 60% de mohair kharisa en 10 diferentes estilos.

Los trajes que Adriano's confecciona con estas telas se hacen a la medida del cliente y están totalmente diseñados y listos en seis semanas. El portador puede elegir entre todos los estilos (recto, de uno, dos o tres botones, con o sin aberturas, cruzado, entre otros.) y también seleccionar el forro de los botones, que puede ser de raso de seda, de pasta o de concha nácar. *



KOPI LUWAK

el café más sofisticado del mundo

POR EUGENIA SERRANO
ILUSTRACIÓN FRANCISCO SOLORIO

SI VIAJA A INDONESIA prepárese a descubrir un país colmado de tradiciones, espectaculares destinos turísticos y una cocina excepcional. Un ejemplo es su famoso y peculiar café Kopi Luwak, del que se dice es el mejor del mundo y que, a considerar por su precio –más de mil euros el kilo–, sin duda lo es.

Este café es apreciado por su fuerte aroma e inigualable sabor almibarado, características que adquiere por el proceso de fermentación natural que experimenta. Su origen está en las semillas de café que han sido ingeridas y defecadas por el luwak (un mamífero también conocido como civeta o gato de algalia, muy parecido a un gato salvaje y que habita entre los cafetales de las islas indonesias).

El luwak es un animal acostumbrado al placer, pues se alimenta sólo por las noches con los granos de café cuando están perfectamente maduros y a punto de recolectarse. Al pasar por su tracto digestivo se fermentan por las enzimas y los ácidos estomacales y adquieren de este modo sus singulares propiedades.

¿Mito o realidad? Lo cierto es que luego de ser recogidas de entre las heces, estas semillas se convierten en un tesoro. Además de Indonesia, sólo se pueden degustar en selectas *coffee shops* de Japón o Estados Unidos, a 40 dólares por taza. ★



MULTIPLICA TU LIBERTAD.

PRESENTAMOS INTEL® CORE™ 2 DUO. EL MEJOR PROCESADOR DEL MUNDO*.

Con el nuevo procesador Intel® Core™ 2 Duo, el mejor procesador móvil del mundo*, basado en la tecnología dual-core de Intel®, el poder de "2" cerebros** en tu computadora portátil multiplica todo lo que y tu computadora pueden hacer. Ahora tú puedes experimentar el doble de desempeño con varias aplicaciones al mismo tiempo* ahorrando hasta 28 % de consumo de batería***.

Averigua cómo en: intel.com/espanol



Para más información sobre por qué los procesadores Intel® Core™ 2 Duo son los mejores del mundo sobre todos los demás procesadores, visita www.intel.com/core2duo. **"2" cerebros equivale a 2 núcleos de procesamiento en un único procesador. ***Como medida por el Índice SPEC®_CPU2000 comparando un procesador Intel® Pentium® M T780 y T750 con un procesador Intel® Core™ 2 Duo T7600 y T5600. El desempeño actual puede variar. Visita <http://www.intel.com/performance/mobile/benchmarks.htm> para información adicional importante. ****Como medida por promedio de energía de componentes Intel de un procesador base para laptop Intel® Core™ 2 Duo comparado a un Intel® Pentium® M base para notebooks. El desempeño actual puede variar. Visita <http://www.intel.com/technology/leep/plataformas.htm> para información adicional importante. Eficiencia energética determinada mediante el Promedio de energía de componentes Intel de un procesador base para laptop Intel® Centrino® Duo comparado con un procesador base para notebooks Intel® Centrino® Duo. Desempeño medido por PCMark®05 comparando un procesador Intel® Core™ 2 Duo con un procesador Intel® Core™ 2 Duo de frecuencia comparable. El desempeño actual puede variar. Visita <http://www.intel.com/technology/leep/plataformas.htm> para información adicional importante. ©2006 Intel Corporation. Todos los derechos reservados. Intel, el logo de Intel, Centrino, el logo de Centrino, Intel Core y Core Inside son marcas o marcas registradas por Intel Corporation o sus subsidiarias en los Estados Unidos y otros países.



MEJOR APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS.



Aplicando la estrategia de la Empresa Escalable, la gestión resulta mucho más fácil, ya que a través de sus tres pilares le permite:

1

Crecer modularmente

invirtiendo a medida que aumenta la demanda.

2

Simplificar las operaciones

con soluciones integradas y no con una herramienta diferente para cada necesidad.

3

Mejorar la utilización

de los sistemas obteniendo el máximo rendimiento de cada recurso.

FÁCIL



Conózcamos, encuentre el socio ideal en soluciones de tecnología informática.