

CEO Club

NÚMERO 1



VISA LA ECONOMÍA SE PLASTIFICA

VINOS DE CULTO
LOS 5+ DIFÍCILES
DE ENCONTRAR

CEOS EN MÉXICO
ENTRE LOS MEJOR
PAGADOS DEL MUNDO


Marcando Rumbo

DELL

intel

Microsoft

FERNANDO NIETO
DIRECTOR GENERAL DE VISA INTERNATIONAL MÉXICO



En teoría, más de 500 de las principales empresas del país son nuestros clientes. En la práctica, son nuestros socios.



Conózcanos, encuentre su socio ideal en soluciones de tecnología informática.
01800-888-3355 | mexico_marketing@dell.com | www.dell.com.mx

editorial

ESTIMADO SOCIO:

El interés de **CEO Club** y sus empresas fundadoras, Dell, Intel y Microsoft, está en apoyarlo a Usted para que marque el rumbo de su empresa. Por eso le ofrecemos información local y global oportuna, compartimos casos de éxito de negocios y fomentamos el intercambio de experiencias profesionales entre colegas.

Con el fin de establecer un canal de comunicación con nuestros socios hemos desarrollado dos medios exclusivos que nos permitirán mantener un contacto constante con Ustedes:

REVISTA CEO CLUB
WWW.CEOCLUB.COM

La **Revista CEO Club** ha sido concebida especialmente para proporcionar, a través de sus secciones de negocios, estilo de vida y noticias del club, artículos relevantes que le apoyarán en su toma de decisiones, así como recomendaciones sobre las últimas tendencias gastronómicas, autos, moda, viajes, entre otras, y más opciones para que Usted disfrute de su valioso tiempo personal.

En nuestro sitio de internet **www.ceoclub.com** encontrará, de manera fácil y rápida, toda la información actualizada con respecto a nuestro Club. No se olvide de visitar frecuentemente nuestras secciones de Beneficios, Promociones y Eventos para mantenerse informado sobre lo que sólo **CEO Club** le ofrece.

Esperamos que estos medios le sean de utilidad y sirvan para establecer un contacto directo con todos los socios del Club quienes, como Usted, nos honran con su participación.

Cordialmente,



Augusto Fernández Kegel
Director General
CEO Club

Contenido

CARTA EDITORIAL 1

Noticias relevantes 4

Bentley: confección de un clásico 10

En México los CEO se cotizan alto 14

Jets privados 18

PORTADA
El mundo de VISA 20

Bono demográfico 26

CASO DE ÉXITO
UPS: con destino definido 28

5 vinos de culto 32

REFUGIOS CON ESTILO:
escapar de lo cotidiano 36

CONSEJO EDITORIAL CEO CLUB

RAFAEL SCHUH

ROBERTO CARMONA

LIZETT MUCHARRAZ

MAYRA GARCÍA

ALFREDO CAMACHO

SAÚL ESPINOSA

AUGUSTO FERNÁNDEZ KEGEL

ALEJANDRO DE PABLO

FITZIA FLORES

www.ceoclub.com

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
EDITORA EN JEFE
ccerezo@iasanet.com.mx

MARTHA LYDIA ANAYA
EDITORA
manaya@iasanet.com.mx

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

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

MANUEL ARBOLÍ
CUIDADO DE EDICIÓN

DISEÑO ORIGINAL

JANINE ARROYO
jarroyo@iasanet.com.mx

BERENICE TRILLAS
btrillas@iasanet.com.mx

LYDIA GARCÍA
lygarcia@iasanet.com.mx

COLABORADORES

ADRIANA REYES
ALEJANDRO FERNÁNDEZ
ANDREA VEGA
CINTHYA BIBIÁN
DESIRÉE NAVARRO
EDITH OLMEDO
EDGAR PLATA
ERNESTO ALCÁNTARA
FEDERICO GIL
GABRIEL SUÁREZ

CEO BOARD	
Bienvenidos al Club	42
Portátiles con doble núcleo	48
Subastas: entrevista con Luis López Morton	52
Equitación	56
BRAND & NEW	62
Trajes a la medida	66
Patek Philippe: el tiempo es un lujo	70

JESÚS DÍAZ
 J. ENRIQUE GARCÍA
 J. IGNACIO BLANCO
 JORGE ÁVILA
 JORGE MONJARÁS
 KAYLA ZALDIVAR
 LAURA RUBIO
 LUIS ERNESTO GONZÁLEZ
 MANUEL ARBOLÍ
 MAURICIO ORTIZ
 OTHÓN LEÓN
 VALENTÍN LÓPEZ

COMERCIALIZACIÓN

RICARDO TURNER H.
 DIRECTOR COMERCIAL
 5267 0415
 rturner@iasanet.com.mx

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

CEO CLUB ES UNA PUBLICACIÓN BIMESTRAL EDITADA POR IMPRESIONES AÉREAS, S.A. DE C.V. PARA GRUPO ROFERI S.C., CON DOMICILIO EN PASEO DE LOS TAMARINDOS 400 SUITE 102, BOSQUES DE LAS LOMAS, CUAJIMALPA DE MORELOS C.P. 05120, MÉXICO DISTRITO FEDERAL. TELÉFONO (52 55) 2167 3200. E-MAIL SERVICIOSOCIOS@CEOCLUB.COM REGISTRADA ANTE LA COMISIÓN CALIFICADORA DE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN BAJO EL CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO NÚMERO EN TRÁMITE Y EL CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO NÚMERO 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. EJEMLAR DE CORTESÍA. © COPYRIGHT 2006. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

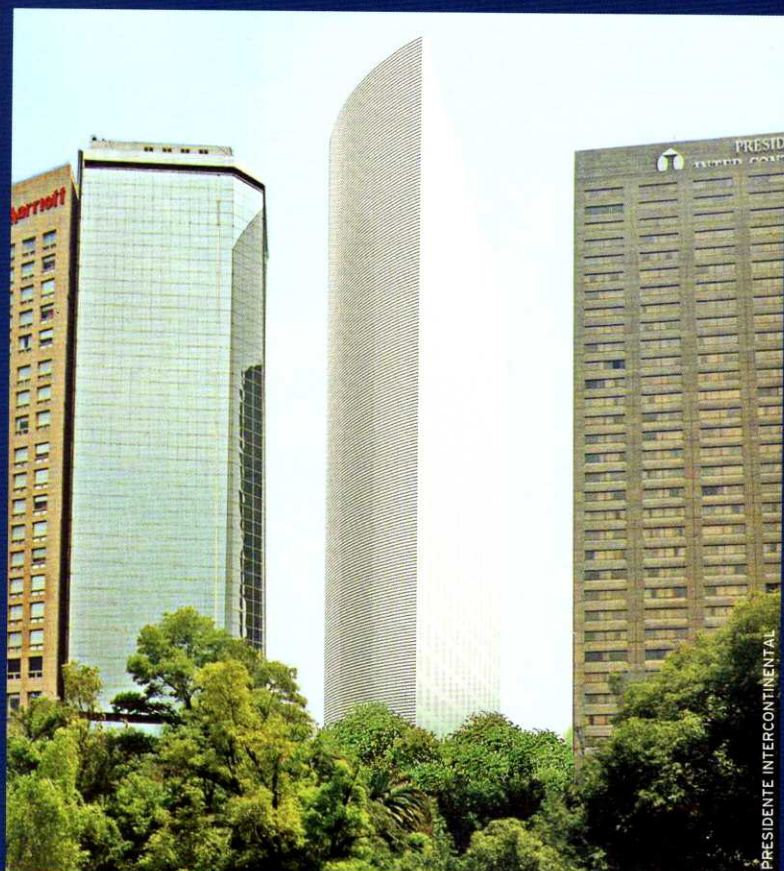
SE PROHIBE SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MÉTODO O SISTEMA, EXISTENTE O QUE SE LLEGARA A INVENTAR, SIN LA AUTORIZACIÓN PREVIA Y POR ESCRITO DEL EDITOR. SE PROHIBE SU ALMACENAMIENTO EN CUALQUIER SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE DATOS O COPIADO PARA USO PÚBLICO O PRIVADO SIN LA AUTORIZACIÓN PREVIA Y POR ESCRITO DEL EDITOR. EL CONTENIDO DE LOS ARTÍCULOS ES RESPONSABILIDAD DE LOS AUTORES. EDITOR RESPONSABLE ULISES NAVARRO LÓPEZ. 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: 900 EJEMPLARES.

AGOSTO 2006

NEOGIOS

▶ LAS 2 TORRES DEL PRESIDENTE



Hace seis años, el público brindó un cálido adiós al Centro Cultural Arte Contemporáneo. Centenares de miradas nostálgicas recorrieron sus espacios en su último día de actividades: domingo 20 de septiembre de 1998.

Después de 12 años, el recinto de cuatro niveles en cemento rosado, diseñado por el arquitecto Javier Sordo Madaleno (en su primer proyecto en solitario tras la muerte de su padre), cerró sus puertas. Este 2006 volvió a ser noticia: será demolido para dar paso a un nuevo proyecto a cargo del mismo Sordo Madaleno.

Así, el notable arquitecto, responsable de obras como los centros comerciales Antara Polanco, Molière Dos 22 y Angelópolis (en Puebla), tiene una nueva misión en esa célebre esquina de Campos Elíseos y Jorge Eliot: construir una torre de 29 pisos para Grupo Presidente (el mismo que posee en contraesquina al Presidente InterContinental). El rascacielos se suma al skyline compuesto por el Hotel Nikko, el JW Marriott, el W y el mismo Presidente InterContinental, el cual, curiosamente, es una creación de Juan Sordo Madaleno, el padre de quien hoy está al frente de la obra.

Durante años, el Presidente InterContinental ha sido sinónimo de los máximos estándares de excelencia hotelera: cuenta con 659 habitaciones y suites, un centro de negocios con salones privados, 29 salones para juntas y convenciones, gimnasio, área comercial con exclusivas tiendas, lobby bar, un centro gourmet con siete restaurantes y la cava más extensa de América Latina.

Por su parte, la nueva torre de lujo, cuya inversión asciende a 76 millones de dólares, incluirá 20 pisos con 243 habitaciones, ocho pisos de condominios habitacionales (un plus que ha despertado gran interés), un nivel para recepción y para salones de reuniones, y otro destinado a una elegante alberca y un exclusivo spa.

Con una arquitectura modernista, la torre anexa al Presidente InterContinental generará más de 300 empleos directos y 1,900 indirectos durante sus 30 meses de construcción. El proyecto estará terminado a principios de 2009 y a partir de esa fecha ambos rascacielos serán conocidos como Presidente InterContinental Towers. Con 900 habitaciones, será el hotel más grande de México. —Edgar Apanco



> FRONTERA DE SILICÓN

México tendrá su propio Silicon Valley, pues este verano inicia la construcción del "Silicon Border Development Science Park", el cual albergará 100 empresas especializadas en alta tecnología, 20 de ellas de gran tamaño.

El parque industrial, ampliación de su similar en California, ocupará una extensión de 4,000 hectáreas en Mexicali, Baja California, debido a su estratégica ubicación, colindante con Estados Unidos, su disponibilidad de agua y su capacidad de abastecimiento de energía, con la ventaja de que ofrece mejores costos de producción.

La inversión para los primeros 15 años de vida del proyecto será de 400 millones de dólares y de 120 millones para la primera fase. La construcción de la infraestructura, que arranca este verano, tomará un año, aunque se espera antes de ese plazo el arribo de las primeras empresas.

El proyecto tiene previsto el desarrollo de zonas residenciales, comerciales y de educación superior (el gobierno de California tiene planeado construir cuatro universidades en zonas aledañas), así como carreteras y la operación de vuelos directos entre Silicon Border y Silicon Valley. Se pretende generar 100,000 empleos de calidad en los próximos 20 años.

Las empresas que se ubicarán en el parque industrial serán fabricantes de dispositivos avanzados de pantallas, sistemas microelectromecánicos, computadoras y periféricos, semiconductores, desarrolladores de biotecnología, farmacéuticos y compañías de comunicaciones, entre otros. Silicon Border no se limitará a la maquila, pues desarrollará conocimientos y productos de alta tecnología.

Para atraer inversionistas, el gobierno federal prometió beneficios fiscales hasta por 10 años en Impuestos Sobre la Renta (ISR), reducir tasas de interés en préstamos y garantías, y hacer reembolsos a las firmas por concepto de entrenamiento de personal. En el proyecto participan Ernst & Young, Luce Forward, Shelton, Best & Flanagan, Sada y Asociados y la Secretaría de Economía. -EA

[1,500 EMPLEOS en peligro, por conflicto minero]

AL PRINCIPIO, el conflicto entre el sindicato minero y el gobierno federal amenazaba con afectar a los mismos trabajadores, cuyos intereses supuestamente se estaba defendiendo. Al final, el enfrentamiento provocó un severo descalabro en Grupo México, pues la empresa anunció que no podrá cumplir con sus entregas de productos para este mes. Ahora sí, las pérdidas son importantes.

El 9 de junio pasado, Grupo México anunció el cierre de su mina La Caridad, situada en Nacozari, Sonora, tras más de dos meses y medio de una huelga calificada como ilegal por el gobierno.

Inusualmente larga y con raíces en el conflicto con el líder (o ex líder) minero Napoleón Gómez Urrutia, hoy la huelga atenta contra el empleo de 1,500 personas y contra la economía del municipio, la cual depende casi por completo de la derrama de la mina. Quizás la última y desesperada carta para resolver la situación sea una difícil negociación con el sindicato, el cual volvió a extender el paro a Cananea.

Juntas, La Caridad y Cananea representan 37% de la producción de Grupo México. El colmo sería que, de persistir la huelga, Cananea fuera cerrada, cuando lo que desató el

conflicto fueron los 50 millones de dólares que se destinarían a los trabajadores de esta mina y que hoy están en manos del sindicato.

La única buena noticia para Grupo México es el triunfo de Alan García en Perú, toda vez que su oponente Ollanta Humala había amenazado con nacionalizar las minas de cobre en aquel país.

Por el momento, el conflicto no ha afectado las calificaciones de deuda de Southern Copper Corp. y de Minera México, de acuerdo con Standard & Poors, debido a un buen flujo de efectivo y a la cotización del cobre; sin embargo, los analistas ya han bajado su recomendación a la acción de compra. De persistir el conflicto, el descalabro para la minera será importante para la segunda mitad del año. -Jorge Monjarás



¿SU ORGANIZACIÓN PUEDE SER EFECTIVA CON PATRONES RÍGIDOS? LOS MARINES ESTADOUNIDENSES DEMUESTRAN QUE SÍ ES POSIBLE

POR OTHÓN LEÓN

EMPRESAS EN LA LÍNEA de batalla

UN GRUPO DE CONSULTORES de la firma McKinsey & Co. se acercó al prestigiado grupo de los US Marines (infantería de marina) para revisar sus factores de éxito como organización. Lo mismo hizo David Freedman, editor senior de la revista Forbes, quien incluso escribió un libro al respecto: "Corps Business: The 30 Management Principles of the U.S. Marines".

A pesar de que la flexibilidad es la característica gerencial predominante en nuestros tiempos, sorprende ver la efectividad que tienen algunos principios rígidos de los Marines, como el papel que juega la creación del sentido de pertenencia (en especial dado el nivel de rotación) y el esfuerzo extra que se debe dedicar a quienes son poco eficientes. Revisemos aquellos principios que pueden ser útiles a un negocio:

* **Comunicar al personal lo que debe lograrse:** decir el qué, el cuándo y el porqué, y dejar a los empleados los detalles puede ser una forma efectiva de gerenciar distinta de la tendencia actual, en la cual incluso se dice cómo y dónde hacerlo.

* **El respeto de las jerarquías:** esta característica, si se entiende cómo lo hacen los Marines, puede sorprender. De un Marine se espera obediencia instantánea ante la orden de un superior; sin embargo, también se espera comprensión racional.

* **Involucrarse en todas las fases de la operación:** desde la logística hasta el aprovisionamiento. El objetivo es que cada miembro tenga una perspectiva completa. Sería interesante ver el resultado de un involucramiento de tal dimensión en una empresa.

* **Las herramientas de liderazgo con que son entrenados los Marines:** no causa sorpresa que haber pertenecido a alguno de estos cuerpos castrenses sea considerado como positivo al ingresar a una empresa en Estados Unidos.

Visto de otra forma, la organización de los Marines puede ser una de las más orientadas al conocimiento, capaz de aportar ideas a los negocios que buscan cómo gerenciar sus operaciones y a su personal. La observación de sus técnicas de entrenamiento y la comprensión de sus "porqués" puede llevar a conclusiones sorprendentes sobre cómo una organización puede ser efectiva con patrones de rigidez.

INVERSIONES en la mira

En teoría suena bastante bien: 27 kilómetros de recorrido, con posibilidad de expansión a 79; dos terminales (Buenavista y Cuautitlán) y cinco estaciones intermedias (Fortuna, Tlalnepantla, San Rafael, Lechería y Tultitlán); capacidad para transportar 320,000 pasajeros al día y un recorrido "de punta a punta" en apenas 24 minutos.

Así, platicado, el tren suburbano de la zona metropolitana de la ciudad de México suena como un beneficio sin precedentes. Y todavía puede escucharse mejor si se lo empieza a ver como oportunidad de inversión, pues del proyecto se derivará una cantidad importante de servicios, productos e infraestructura que demandan ser satisfechos.

Como afirma Aarón Dychter, subsecretario de Transporte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el tren ha empezado a efectuar las concesiones para las rutas de transporte público que llevarán pasajeros de comunidades aledañas a las estaciones del nuevo sistema de transporte... y eso es sólo el inicio. En caso de ampliarse el servicio hasta Huehuetoca, municipio del Estado de México colindante con Hidalgo, se prevé la generación de desarrollos habitacionales e incluso turísticos en torno al sistema de urbanización.

"En las corridas presupuestales que se hicieron faltan por incluirse otros factores que podrían derivar en la explotación comercial, lo que constituye un atractivo adicional para el proyecto. Por lo pronto, los desarrollos comerciales iniciarán en la terminal de Buenavista, aunque existe potencial en las otras estaciones", puntualizó el funcionario. -Cinthy Bibián

➤ TREN SUBURBANO:
COMERCIO PERIFÉRICO

➤ LÁZARO CÁRDENAS: EL PUERTO MÁS GRANDE

Las inversiones también llegan a Lázaro Cárdenas, Michoacán. De acuerdo con Jesús Palos Nájera, director general del puerto, actualmente se encuentra en licitación una terminal especializada en granel mineral y otra como desguazadora de barcos. Además, pronto se lanzarán dos nuevas licitaciones: la primera para una terminal de usos múltiples (que será la más grande de América Latina) y la segunda para desconsolidación de carga.

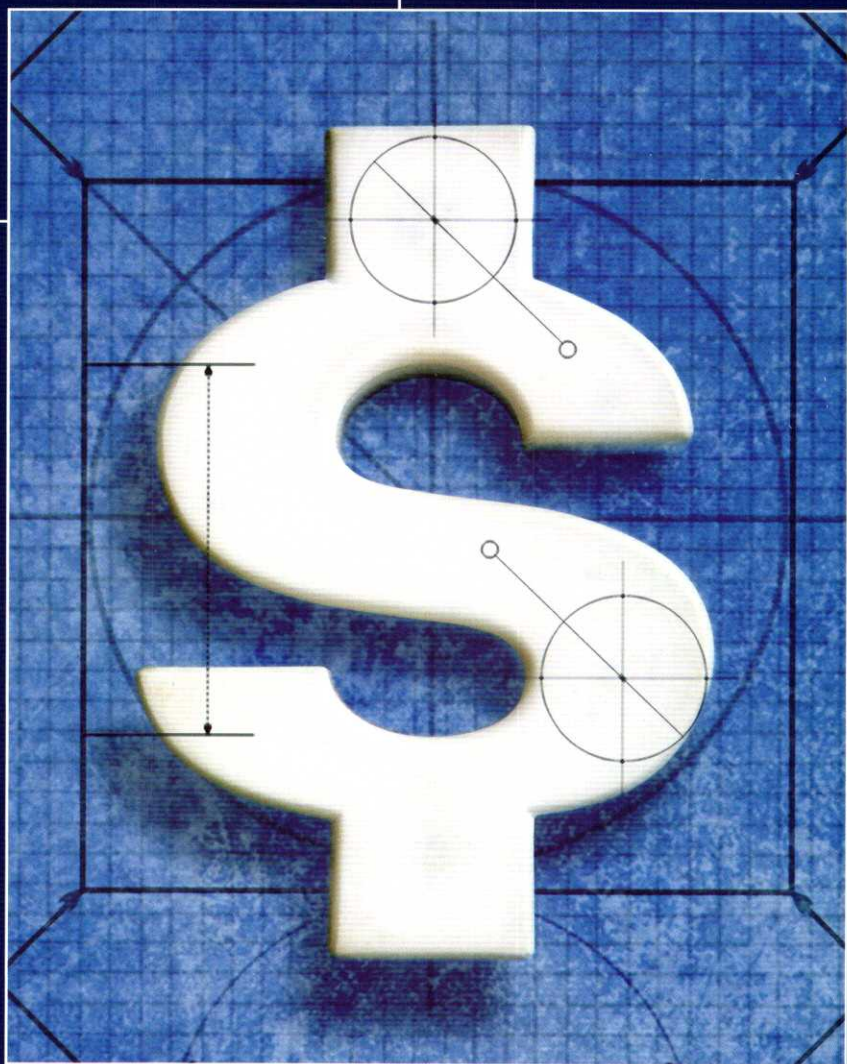
Las dos licitaciones, que ya están en marcha, implican una inversión de 75 millones de dólares, suficientes para que el puerto sea el mayor del país. -CB

AEROPUERTO < DE CUERNAVACA: DESCENTRALIZAR LA CAPITAL

El administrador del aeropuerto de Cuernavaca, Andrés Montes, explicó que esperan el despegue de la plaza con la apertura de un par de rutas cada dos meses.

El directivo comentó que los inversionistas y los gobiernos federal y estatal (este último a través de Aeropuertos y Servicios Auxiliares) se encuentran en la búsqueda de nuevos inversionistas privados interesados en participar con la terminal aérea. "Estamos invitándolos a que nos conozcan y participen con su capital en el crecimiento del aeropuerto, una verdadera oportunidad si se considera que forma parte del plan de descentralización del aeropuerto internacional de la ciudad de México", dijo.

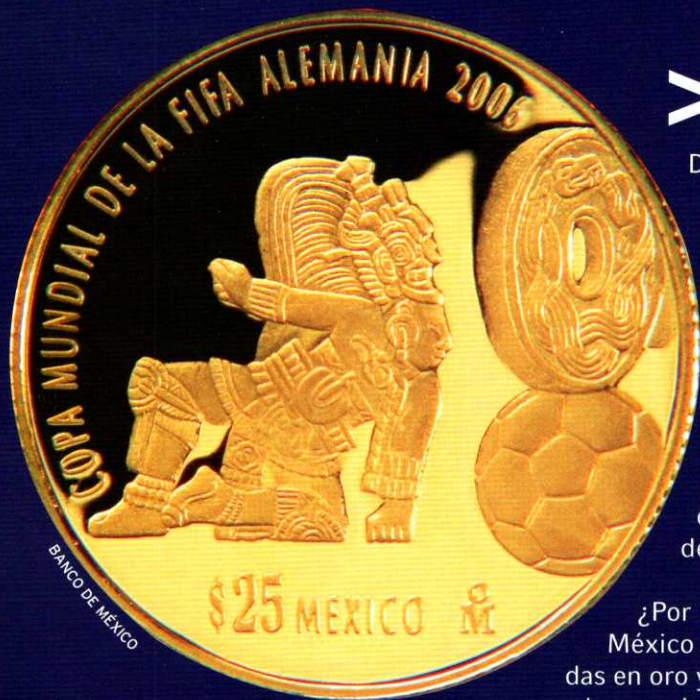
Fernando Echegaray, presidente de la Unión Mexicana de Asociaciones de Ingenieros Civiles de México, es contundente: "El desarrollo de infraestructura es detonante para el crecimiento económico del país, pues disminuye la desigualdad entre la población". -CB



GETTY IMAGES / STONE+

INCREMENTOS [35.6, 16.5 y 7.4%]

la manufactura se recupera sobre todo en ferrocarriles, industria automotriz y petroquímica



➤ RECUERDOS DE ALEMANIA

Durante años y años, los mexicanos acumulamos "recuerdos": souvenirs y artículos conmemorativos de toda justa deportiva que se sucede cada dos años: primero llegó México 86 y luego Seúl 88; a Barcelona 92 le siguió Estados Unidos 94; Atenas 2004 arribó justo antes de Alemania 2006.

De cada una coleccionamos (a veces para nuestro placer culpable, casi siempre para nuestros hijos) artículos de la más diversa especie: álbumes, balones, figuras de la mascota oficial, playeras... la lista es eterna, y al cabo de unos años la mayoría termina en el olvido o en el cesto de la basura.

¿Por qué no adquirir un artículo realmente relevante? Banco de México lanzó oficialmente una edición limitada de monedas acuñadas en oro y plata para la Copa del Mundo FIFA Alemania 2006, ideales para los numismáticos y coleccionistas debido a su diseño, pues la figura central gira en torno a un participante del juego de pelota maya, quien porta su atavío ritual compuesto de penacho, taparrabo, paños de piel de jaguar, rodillera y muñequeras de piel.

Los metales conmemorativos son una edición limitada: 2,000 en oro (1/4 de onza, con valor facial de 25 pesos y un precio de 2,200) y 20,000 en plata (una onza, con valor facial de cinco pesos y con un precio de 540). Las monedas se suman a las emitidas también de forma oficial por el Banco de México en 1986, con motivo de la Copa Mundial FIFA, celebrada en México. —EA

DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2006, ramas de la manufactura, como la ferrocarrilera, la automotriz y la calera, revirtieron la caída en productividad reportada en 2005 al registrar incrementos de 35.6, 16.5 y 14.8%, respectivamente.

En el caso de la industria automotriz, los especialistas explicaron que durante el primer semestre de 2005 muchas plantas estuvieron detenidas, debido a rediseños para la producción de sus nuevas líneas, situación que no se repitió este año.

Ramas como la tabacalera, la petroquímica y la dedicada a la elaboración de bebidas registraron en el mismo lapso incrementos de 10.8, 7.4 y 11.4%, respectivamente, manteniendo la tendencia del año pasado.

El incremento en la productividad en el primer trimestre de 2006 en las ramas quimicofarmacéutica, petroquímica y automotriz se tradujo en un aumento salarial, al tratarse —según los especialistas— de industrias que cuentan con uniones laborales de gran fuerza que alientan el fenómeno.

"Los trabajadores del Sindicato Mexicano de Electricistas y del Sindicato de Trabajadores Petroleros de la República Mexicana históricamente han sabido sacar provecho de la necesidad que tiene el gobierno de no meterse en problemas con sus gremios. Un paro de ellos de una hora pone de cabeza al país", explica Ricardo Martínez, abogado laboral del despacho internacional Baker & Mc Kenzie.

En los primeros cuatro meses del año el incremento salarial promedio obtenido por los trabajadores fue de 4.3% tras la realización de 1,735 convenios con empresas de los distintos sectores, según revelan cifras de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

En términos generales, las revisiones salariales y contractuales han mostrado estabilidad, a pesar de estar por arriba de la inflación, sin que representen mayores problemas para la economía nacional. —CB ★

La vida... ...como la imaginas

En una atmósfera donde se respira tranquilidad, hasta los momentos más sencillos y cotidianos tienen un toque de glamour. La vida en Quadra Aléa es así, justo como la deseas... con todas las comodidades y lujos, llena de placeres y muy divertida!

Quadra Aléa es todo un estado de ánimo.



Quadra Aléa

LUXURY CONDOS

PLAYA DEL CARMEN - RIVIERA MAYA

INVERSIÓN CON MUCHO ESTILO

www.quadra-alea.com

ventas@quadra-alea.com

Oficina de Ventas: (984) 80 32 920 / 80 32 921 / 80 32 922 / 80 32 939

México: 01 (800) PLAYA 01 / Canadá: 01 (800) 694 9016 / España: 01 (900) 965 273 / Reino Unido: 0 (800) 051 6339

FRC FRACCIONADORA
RIVIERA CANCUN

Bentley

CONFECCIÓN DE UN CLÁSICO

CONTINENTAL FLYING SPUR ES EL SEDÁN MÁS RÁPIDO DEL MUNDO, PERO ESO ES LO DE MENOS: LO IMPORTANTE SON SU CONFECCIÓN Y SUS ACABADOS

POR JORGE E. GARCÍA MALDONADO
FOTOS CORTESÍA

EL PORTE, el buen gusto, la elegancia y el refinamiento no sólo residen en un objeto en particular. Muchas veces son todo un estilo de vida, el cual puede ser definido como una verdadera pasión que se plasma en todas las acciones que uno emprende en la vida. Y existen marcas que mantienen esta premisa como filosofía y logran transmitirla a sus clientes; tal es el caso de la firma Bentley, cuyos ejemplares son únicos, irrepetibles y apasionantes.

Definir a un Bentley es hablar de autos que combinan la artesanía y el diseño sin igual con la tecnología más moderna. Tomaría páginas enteras hablar tan sólo de la tecnología que aplica al diseño, chasis, motor, suspensión o sistema electrónico de su nueva joya, el Continental Flying Spur: un sedán cuatro puertas que nace con la reputación de ser el más rápido del mundo.

Aquí está, por un lado, toda esa parte mecánica y tecnológica, donde un motor biturbo de 12 cilindros y seis litros de cilindrada brinda una velocidad máxima de 312 km/h, con una aceleración de 0 a 100 km/h en 5.2 segundos, gracias a una potencia de 552 caballos de fuerza. Sin embargo, llama sobremanera la atención el proceso de creación de sus interiores, donde más que armar un auto, se "confecciona" como si fuera un delicado corte inglés.

JOYA HECHA A MANO

Pero vayamos a los que nos ocupa: los interiores. Para empezar, la cabina es un habitáculo amplio que emplea a la vez un diseño de vanguardia y una artesanía exquisita que recrea un interior acogedor.

Los revestimientos de piel y madera, parte integral de los muebles de Bentley, se combinan para proporcionar un aspecto contemporáneo, sin dejar de ser clásico. Al igual que con cada modelo en particular, los revestimientos del Continental Flying Spur fueron diseñados para crear un clásico contemporáneo.

Las habilidades duraderas siempre se complementan con tecnología del siglo XXI que permite curvar un revestimiento, lo cual era imposible en el pasado. Así, mientras la piel se sigue aplicando al coche con un tierno cuidado, su corte se hace empleando un proceso digitalizado que asegura niveles mínimos de desperdicio y un grado muy alto de calidad.

LOS DETALLES DE LA CONFECCIÓN

* Los revestimientos se cortan con tecnología láser y se lacan a mano antes de ser trabajados a máquina y pulidos.

* Bentley tiene un revestimiento de primera calidad: es de nogal sin blanquear y se aplica a tablero, consolas delantera y trasera y molduras. Existen cuatro revestimientos, para elegir, como opción extra.

* El volante multifuncional está forrado en piel y la palanca de cambios presenta un embellecedor cromado.





EXCLUSIVO

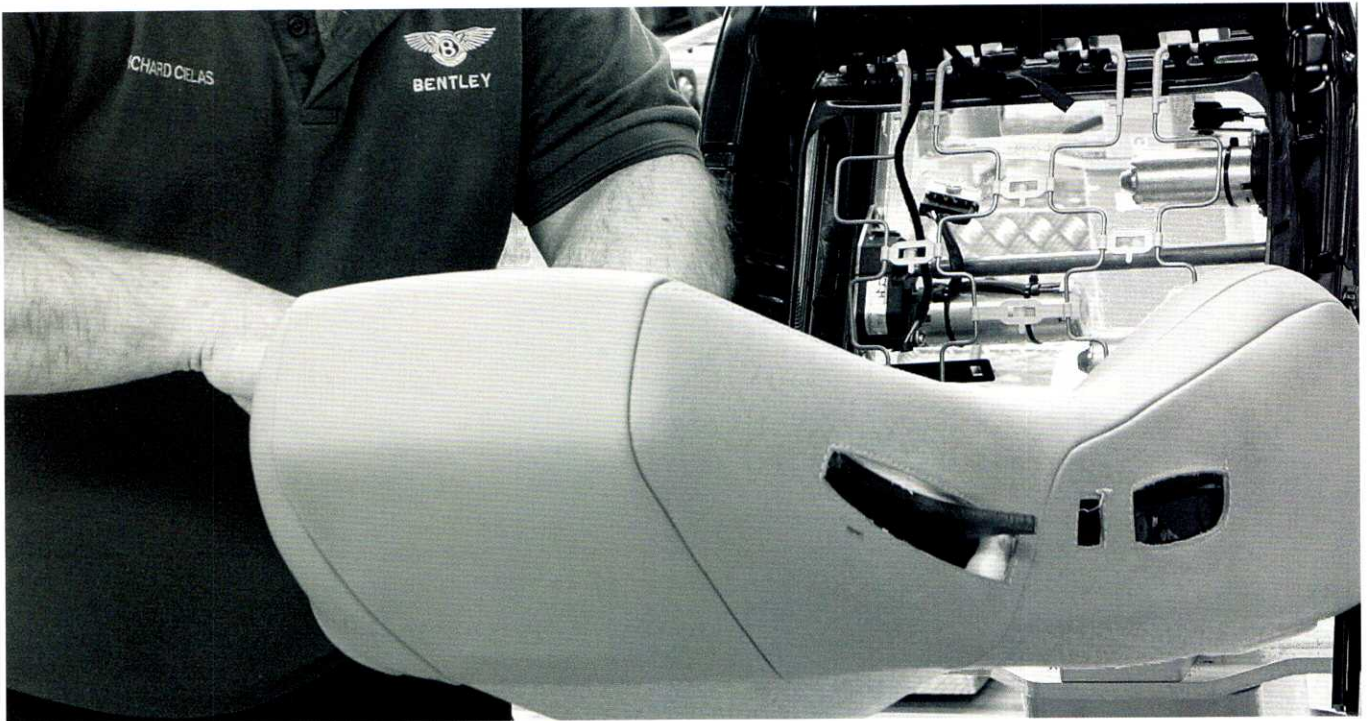
Después de anunciar su presentación oficial en México, durante el Salón Internacional del Automóvil el pasado diciembre, Bentley ha iniciado la importación de los primeros ejemplares a nuestro país.

El objetivo de la marca es vender 30 unidades para este 2006. Por cierto: su primera agencia en la capital azteca se localiza en Campos Eliseos, Polanco.





UN BENTLEY EMPLEA MÁS DE 11 PIELES DE BOVINO. LAS MEJORES SE IMPORTAN DEL NORTE DE EUROPA PORQUE ALLÍ, DEBIDO AL CLIMA FRÍO, ESTÁN LIBRES DE INSECTOS QUE PERJUDICAN LA CALIDAD DE LA PIEL



EL CONTINENTAL FLYING SPUR ES EL SEDÁN MÁS RÁPIDO DEL MUNDO: 312 KM/H

MODELOS BENTLEY EN MÉXICO	PRECIO CON IMPUESTOS
Continental GT MY07, 6L 12W, 560 HP	222,961
Continental Flying Spur MY07, 6L 12W, 560 HP	222,961
Arnage R MY07, 6.75L 8Cyl. 450 HP	290,006
Arnage T MY07, 6.75L 8 Cyl. 500 HP	316,571
Arnage RL MY07, 6.75L 8 Cyl. 450 HP	343,136
	EN DÓLARES



En México
los
CEO
se cotizan
alto

CHRISTOPHER BAUDOUIIN, presidente para América Latina de la consultora en administración de riesgos AON Risk Services, es contundente: la percepción salarial de los CEO en México es de las mejores. Es similar a la de ejecutivos de Estados Unidos, pero muy superior a la de directivos latinoamericanos.

“Si sumamos los beneficios, el paquete total de percepciones de los altos directivos nacionales es muy bueno”, asegura Baudouin, sobre todo ahora que tomó fuerza en México y en el mundo la compensación variable, el Pay For Performance, ligado a acciones. Aunque el beneficio varía de empresa a empresa, 40% o más de la compensación es variable, con esquemas de 12 meses de sueldo base, más un bono que promedia cuatro o cinco meses de sueldo.

En empresas que venden alrededor de 500 millones de dólares anuales, los altos directivos ganan entre 600,000 y 700,000 dólares al año, tomando en cuenta el paquete total de beneficios. Estas cifras son muy similares a las de Estados Unidos.

Baudouin hace énfasis en otro punto fundamental: “Ya no sólo son los pesos, sino también las condiciones de vida. La nueva generación de CEO busca incluir elementos de calidad de vida en su paquete de compensaciones: dónde van a vivir, qué escuelas hay para sus hijos o si le pagarán los viajes para ver a su familia.

USTED NO TIENE NADA QUE ENVIDIAR A LOS DIRECTORES DE OTROS PAÍSES, AL MENOS EN CUESTIÓN DE SUELDOS Y COMPENSACIONES

POR ANDREA VEGA
FOTOGRAFÍA JESÚS DÍAZ
GRÁFICAS ERNESTO ALCÁNTARA

En México los altos directivos ganan hasta 700,000 dólares en un año... siempre que su firma facture 500 mdd

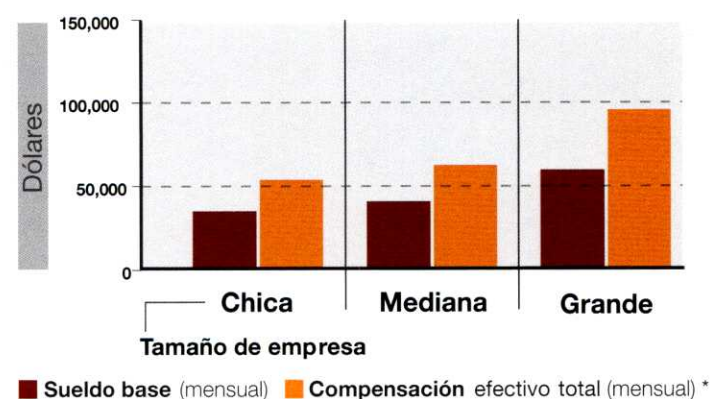
EJECUTIVOS MOTIVADOS

Los planes de incentivos a cuatro o cinco años también son muy importantes y resultan beneficiosos tanto para el directivo como para la empresa. Baudouin explica que el propósito de estos planes es insertar al ejecutivo en las estrategias de largo plazo de la organización. “La empresa tiene que lograr que el directivo se sienta atraído por la compañía y que se mantenga en ella por su interés de ejecutar dicha estrategia”.

De esta forma se matan dos pájaros de un tiro: se asegura la permanencia de un buen elemento al mando de la organización y se exorciza el fantasma de casos como el de Enron, donde el otorgamiento de utilidades a corto plazo terminaba por generar cifras maquilladas, debido a la imperiosa necesidad de subir el precio de la acción a como diera lugar.

Lo bueno es que ahora existen planes indexados a la rentabilidad de la acción pero a plazos largos, de tres años o más. Esto significa que una organización puede tener un año malo, pero si al final de un periodo de cinco años el precio de su acción está en los niveles que se pretendía, la compensación del directivo resulta mayor de lo que podría ser en el modelo de stock options.

Sueldos en México



MEXICANOS DE TALLA INTERNACIONAL

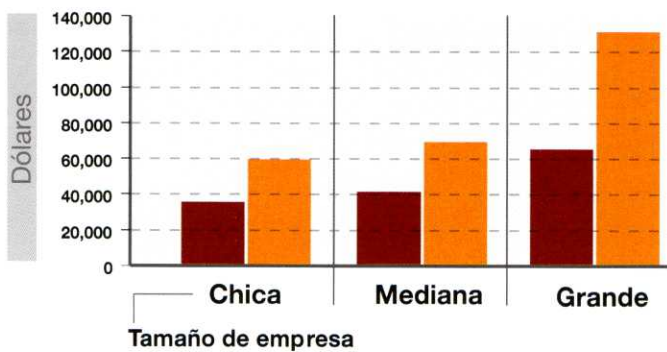
Más allá de los altos sueldos y paquetes, hoy los altos directivos nacidos en México no sólo ganan terreno en su país, sino también en el extranjero, cuando apenas hace unos años parecía que perdían la batalla frente a sus similares de otras nacionalidades. Las compañías preferían traer a ejecutivos de otras latitudes para ocupar los puestos de alta dirección.

“Ahora ya hay más confianza en los ejecutivos mexicanos. Antes las empresas dudaban mucho en poner a un CEO nacional, pero hoy existe el convencimiento de la calidad de los directivos mexicanos para dar resultados y acoplarse a los requerimientos de una multinacional. Por eso muchos salen del país a ocupar puestos altos en otras naciones”, subraya Baudouin.

Esto no es más que el resultado de una mejor preparación académica y lingüística del personal de alto nivel. De hecho, ya se ha superado el número de ejecutivos bilingües respecto de los que hay en Brasil, Colombia y Argentina. Claro que para subir más sus bonos deben mejorar en la cuestión del idioma y en su disposición para irse a trabajar a otro país. La nostalgia y el arraigo familiar todavía son factores que muchos notables ejecutivos tienen que vencer.

Actualmente los CEO prefieren incluir elementos de calidad de vida, como el lugar donde van vivir, en su paquete de compensaciones

Sueldos en Estados Unidos



■ Sueldo base (mensual) ■ Compensación efectivo total(mensual) * George W. Bush en materia de ciencia y tecnología. ✪

Si la empresa valora el desempeño de alguien como para darle una transferencia provechosa, no conviene negarse más de dos veces, porque entonces estaría limitando su desarrollo. El corporativo podría percibir un segundo “no” como una falta de interés por continuar su desempeño profesional y aspiracional. Si esto sucede, el final de la carrera de este directivo dentro de la organización podría estar cerca.

Ser promovido para encabezar la subsidiaria de otra nación debe ser visto como una buena posibilidad de ocupar, algún día, la posición de Chairman of the Board. Qué mejor ejemplo que el coahuilense Héctor Ruiz, director general del fabricante de chips AMD, presidente del Consejo de Administración y ahora asesor de

PUESTO: CHIEF EXECUTIVE OFFICER

	TAMAÑO DE EMPRESA	CHICA		MEDIANA		GRANDE	
		MEX	EU	MEX	EU	MEX	EU
Sueldo base mensual	US \$	35,950	36,430	41,803	42,360	60,680	66,188
Sueldo base anual	US \$	431,404	437,155	501,632	508,320	728,160	794,256
Compensación Efectivo total mensual	US \$	54,744*	60,716**	63,656*	70,600**	96,757*	132,375**
Compensación Efectivo total anual	US \$	656,931*	728,592**	763,874*	847,200**	1,161,088*	1,588,500**

*PRESTACIONES EN EFECTIVO GARANTIZADAS Y NO GARANTIZADAS, AUTO, AGUINALDO, PRIMA VACACIONAL, FONDO DE AHORRO, PREVISIÓN SOCIAL, PTU, BONOS Y OTRAS
**SUELDO BASE MÁS BONO
ESTAS CIFRAS NO INCLUYEN PLAN DE ACCIONES

ALL



NEW

JAGUAR

Jets

privados



EN MÉXICO EXISTEN MÁS DE 5,000
AERONAVES DE ESTE TIPO. NO SON UNA
EXCENTRICIDAD: SON UNA RESPUESTA
A LAS NECESIDADES DE LOS NEGOCIOS

POR ADRIANA REYES
FOTOS CORTESÍA



De 1995 a 2005, el número de jets privados aumentó en México un 18%

“EL TIEMPO VALE ORO” y esta premisa se vuelve fundamental para hombres y mujeres de negocios que, si pudieran, se harían del don de la ubicuidad.

Por ello, las constructoras de aeronaves se han abocado al rubro de los jets privados, los cuales han dejado de ser un lujo para convertirse en una necesidad de trabajo que puede ser cubierta por diferentes modelos y tamaños.

Entre las constructoras de aeronaves, las dos grandes –Boeing y Airbus– disponen de enormes jets corporativos para que las compañías lleven a sus directivos de un continente a otro. Estas verdaderas oficinas voladoras cuentan con todas las facilidades para que los ejecutivos, a 14,000 pies de altura, mantengan contacto con el corporativo.

Airbus ofrece el A319, que es utilizado por líneas comerciales en las que transporta 134 pasajeros, mientras que en su versión para vuelos privados lleva un máximo de 48 personas y una tripulación de cuatro integrantes. Su autonomía de vuelo es de 5,200 millas náuticas (mn), suficientes para cubrir la ruta México-Madrid. Boeing tiene dos propuestas: una alcanza para un rango de distancia de 6,116 mn con capacidad de 12 horas de vuelo, y la otra es suficiente para 5,618 mn y 10 horas de vuelo. Ambos modelos están montados sobre un 737.

De los de menor tamaño, el Embraer Legacy (16 pasajeros) tiene una autonomía de vuelo de 3,297 mn, suficiente para volar de México a Nueva York. Por su parte, el Learjet 40 (17 pasajeros), de Bombardier, posee 1,616 mn; el Global 5000 (19 pasajeros), de Bombardier, 4,800 mn, y el Citation Mustang (cuatro pasajeros) 3,122 mn de autonomía de vuelo.

JETS PARA CUATRO

La novedad ya está en los cielos de Estados Unidos: se trata de los VLJ (Very Light Jets), con capacidad para cuatro pasajeros y un piloto. Sólo falta que se revisen y adecuen las legislaciones de México y Canadá, que no

permiten que un jet sea operado por un solo piloto, para que los VLJ se desplacen sobre toda Norteamérica.

Los VLJ pueden volar a la velocidad y altitud de un jet normal, pero a menor costo, por su tamaño y porque operarían en aeropuertos alternos.

VUELOS PRIVADOS, EN AUGE

En México, el trinomio “tecnología-infraestructura-apoyo a las operaciones” ha sido la clave del crecimiento de la aviación privada. De acuerdo con el informe de la Dirección General de Aeronáutica Civil, “La aviación mexicana en cifras 1989-2005”, el país contaba con 4,282 aeronaves privadas en 1989, cantidad que ascendió a 4,786 en 2000. En 2005, la cifra llegó a 5,331.

La oferta en México para compra o renta de aviones privados es amplia. Aerolíneas Ejecutivas (ALE), empresa dedicada a la venta, renta, administración y mantenimiento de aeronaves nuevas y usadas, es el representante exclusivo en todo el país de las marcas de aviones Beechcraft y Hawker. Además, cuenta con el programa MexJet, el cual ofrece “todas las ventajas de la aviación ejecutiva por una fracción del costo”, asegura Carmen Munguía, directiva de la empresa. ALE tiene el jet más vendido en los últimos tres años: el Hawker 400xp (antes conocido como Beechjet).

MexJet es una fórmula que permite disponer, los 365 días del año y sin importar la hora, de cualquier jet ejecutivo. Es la oferta intermedia entre la compra y la renta, pues la suma pagada se basa en el número de horas de vuelo (en promedio, 2,200 dólares por hora). Con ello se reducen los costos de mantenimiento, que rondan los 15,000 dólares, y la renta mensual del hangar (6,000 más). Con MexJet se compran sólo las horas que se requieren y se paga la tarifa por hora de operación. El ahorro es de 800,000 dólares anuales.

Así quedan atrás aquellos días en que los aviones privados eran un gusto de excéntricos. ★

EL MUNDO DE

ASIN


ALGÚN DÍA SE PODRÁ RECORRER EL SISTEMA SOLAR EN UN CRUCERO DE PLACER O IR DE FIN DE SEMANA A PRACTICAR DEPORTES EXTREMOS EN MARTE O LA LUNA; Y TAMBIÉN ESOS VIAJES SE PAGARÁN CON TARJETA DE CRÉDITO

POR ULISES NAVARRO Y CLAUDIA CEREZO
FOTOGRAFÍAS JESÚS DÍAZ

A professional portrait of Fernando Nieto, a middle-aged man with short, light brown hair, looking directly at the camera with a slight smile. He is wearing a dark grey suit jacket, a white dress shirt, and a red tie with a colorful geometric pattern. The background is a dark, textured grey.

“LOS QUE VAN A LA VANGUARDIA NO PUEDEN
DESCARTAR NADA Y DEBEN PROBARLO TODO,
PORQUE SÓLO EL QUE NO CESA DE PROBAR
ENCUENTRA LA PUERTA DEL FUTURO”

FERNANDO NIETO
DIRECTOR GENERAL DE VISA INTERNATIONAL MÉXICO



El cliente que paga con tarjeta compra 30% más que cuando paga con efectivo, y los productos que adquiere son más caros

HORA NO PODEMOS CONCEBIR UN MUNDO sin dinero plástico, pero a fines del siglo XIX nadie sospechaba adónde vendríamos a parar. Excepto el abogado estadounidense Edward Bellamy, el primero en pronosticar, en su novela "Looking Backwards 2000-1887", que para el año 2000 la única forma de comprar o vender sería usando unas credenciales de cartón, que él bautizó como tarjetas de crédito.

La audaz profecía empezó a cumplirse en los años 20, cuando varias compañías petroleras comenzaron a emitir tarjetas con las cuales los automovilistas podían adquirir gasolina en todo Estados Unidos, algo que 90 años más tarde todavía no ocurre en México. Tampoco se ha hecho realidad la desaparición de cheques y efectivo, pero las tarjetas se han vuelto uno de los negocios que más dinero movilizan en el mundo, sin tocar ni un billete impreso ni una moneda acuñada por ninguno de los más de 200 países donde la gente compra en alrededor de 25 millones de puntos de venta de todo tipo, usando solamente miles de millones de plásticos de todos los colores.

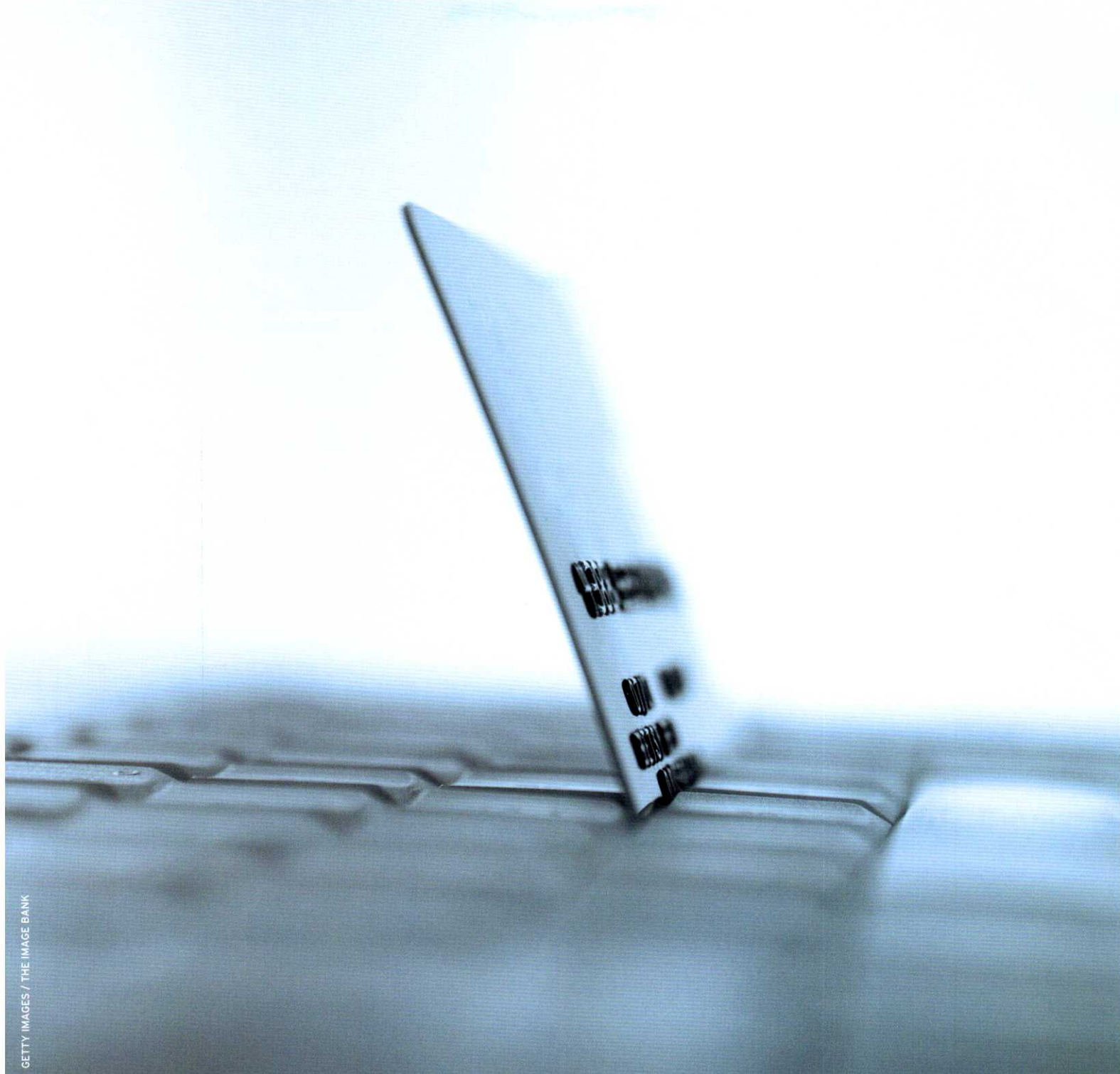
Lo que Bellamy nunca imaginó cuando escribió su novela fue que este gigantesco negocio de más de 8 billones de dólares anuales no sería acaparado por media docena de megapulpos financieros, sino que se distribuiría entre más de 25,000 bancos e instituciones financieras de todo el mundo; mientras que los principales sistemas de pagos, como VISA, se limitan a supervisar las transacciones, reglamentar el tráfico y conectar electrónicamente a compradores, vendedores y bancos. Todo sin tocar nunca un centavo y sólo a

cambio de un derecho de membresía y una comisión por cada operación.

DESCONFIANZA LATINA

El sistema es tan amplio y, sin embargo, tan eficiente que cuesta creerlo. VISA, la mayor de estas organizaciones, procesa en todo el mundo más de 6,200 transacciones por segundo –las bolsas de valores de todos los países procesan menos operaciones en todo un día que VISA en una hora–. Y lo hace con sólo 6,000 empleados distribuidos en más de 160 países y sin otorgar un solo crédito ni emitir una sola tarjeta, porque tanto los plásticos como los créditos los otorgan y cobran los bancos a sus propios clientes. La fiscalización de las operaciones y el manejo de las increíbles redes de comunicación entre bancos y comercios sí corre por cuenta de VISA. La empresa posee el procesador de transacciones financieras más grande y robusto del mundo.

A Bellamy le daría gusto saber que Estados Unidos es hoy el país más plastificado del mundo, con 641 millones de tarjetas en uso y más de 144 millones de tarjetahabientes, casi el total de la población adulta. Le sigue Gran Bretaña, donde hay más tarjetas que habitantes (el promedio es de 1.1 tarjetas por persona, incluidos los recién nacidos). Pero hay países más reacios, como México. Fernando Nieto, director general de VISA International México, estima que las tarjetas sólo han acaparado, hasta ahora, el 12% del mercado posible, por debajo de otros países latinoamericanos, como Brasil, donde la penetración ya rebasa el 20%. Lo bueno es que su uso en México viene incrementándose a un ritmo del 30% anual.



GETTY IMAGES / THE IMAGE BANK

¿Por qué los consumidores más conservadores todavía se resisten a plastificar su dinero? Hay varias razones: evasión fiscal, en el caso del comercio llamado informal; porque quieren vender mercancía robada o litros de gasolina de sólo 750 centímetros cúbicos; porque temen sufrir recargos o fraudes o porque desconocen las ventajas del dinero plástico.

Por eso, las instituciones que manejan sistemas electrónicos deben luchar en varios frentes simultáneamente, como trapevistas en un circo de varias pistas: crear nuevas tarjetas atractivas para diferentes tipos de clientes en un mercado cada vez más segmentado; atraer no sólo a más bancos sino también a todo tipo de instituciones financieras deseosas de emitir y distribuir tarjetas "especializadas" para atrapar a esos segmentos de usuarios específicos; y educar al público en general sobre las ventajas del dinero plástico.

Al mismo tiempo, deben lanzar constantemente promociones especiales (VISA es patrocinador oficial de las Olimpiadas desde los juegos de invierno de Calgary 1988, y este año contrató con la FIFA el patrocinio de

los próximos tres campeonatos mundiales de fútbol y de todos los campeonatos oficiales de FIFA de aquí al 2014), de modo de tentar a más gente a probar las ventajas del dinero de plástico.

Y aún más difícil: vencer la resistencia del sector más conservador de la economía, los pequeños y medianos comerciantes. Aunque deban pagar una comisión cada vez que acepten una transacción con tarjeta, estos comercios saldrán ganando por el crecimiento de la clientela y el incremento de sus ventas.

HASTA EL ÚLTIMO RINCÓN

El índice más seguro para medir la penetración del dinero plástico en un mercado es contar el número de terminales capaces de aceptar el pago con tarjeta. Según el Banco de México, el año pasado el total de terminales en el país llegó a 204,000 y se espera agregar otras 350,000 terminales antes de 2008. Es un crecimiento impresionante, mayor al de casi cualquier giro comercial; y como los grandes comercios ya fueron captados, el incremento se logrará conquistando a los pequeños.

VISA: UN SISTEMA PODEROSO

Volumen de ventas globales con tarjetas VISA: más de 4 billones de dólares

En el mundo circulan 1,400 millones de tarjetas VISA, que son aceptadas en más de 24 millones de comercios y más de 1 millón de cajeros automáticos

En 2005, el sistema manejó 51,100 millones de transacciones en todo el mundo

El sistema efectúa más de 6,200 transacciones por segundo. En una hora procesa más operaciones que todas las bolsas de valores del mundo en un día

Tiempo promedio de una transacción: 1.4 segundos

En todo el mundo, sólo seis centavos de cada 100 dólares son objeto de fraude en el mundo, tres centavos en América Latina y dos centavos en México

FUENTE: VISA

Para el pequeño comerciante, aceptar tarjetas equivale al recurso que se usaba hace medio siglo para mantener cautiva la clientela: vender "fiado", ir cargando las sucesivas compras a la cuenta del cliente y posponer el cobro dos semanas o más. Aceptando tarjetas, el minorista no tiene que cargar con el costo de financiar al cliente: lo carga el banco y el comerciante cobra su dinero inmediatamente. Otra ventaja: el comerciante que acepta tarjetas establece una relación bancaria, puede documentar sus flujos de efectivo y se vuelve sujeto de crédito.

Para terminar de convencer, hay que demostrar que el sistema de pagos electrónicos es a prueba de fraudes, espionaje e interferencias. Aquí el arma decisiva es la alta tecnología, y VISA lleva la delantera. En todo el mundo tuvo fraudes equivalentes a sólo seis centavos por cada 100 dólares de transacciones; en América

VISA procesa más de 6,200 transacciones por segundo en todo el mundo

¿Qué convence a estos modestos mercaderes? Un solo argumento, documentado en repetidos estudios y encuestas en México y el extranjero: incremento de las ventas y de las ganancias. De acuerdo con el directivo de VISA, en Estados Unidos la compra promedio del cliente que paga en efectivo es de 19 dólares; del que paga con tarjeta de débito, de 40 dólares; y del que lo hace con tarjeta de crédito, de 58 dólares. El fenómeno es universal: en México, el cliente que paga con tarjeta compra entre 30 y 50% más que el obligado a pagar en efectivo. Además, el tarjetahabiente adquiere productos de mayor precio, que dejan mayor ganancia; y vuelve a la tienda más frecuentemente, en especial en los últimos días de la quincena, cuando escasea el efectivo.

Latina, la mitad (tres centavos por cada 100 dólares); en México, aún menos: sólo 20 centavos por cada 1,000 pesos de transacciones, un margen que los bancos absorben sin queja pero que va a reducirse a casi cero con la generalización de las tarjetas "inteligentes", que tiene un microchip incorporado y son virtualmente infalsificables e inclonables.

En México, VISA ya ha reemplazado casi 70% de sus antiguas tarjetas de banda magnética por los nuevos plásticos con microchip: todos los nuevos que se expiden ya responden a la nueva tecnología y la empresa espera acabar de reemplazarlos todos –crédito y débito– antes de 2008.

PAGOS ELECTRÓNICOS: MÁS BARATOS QUE EL EFECTIVO

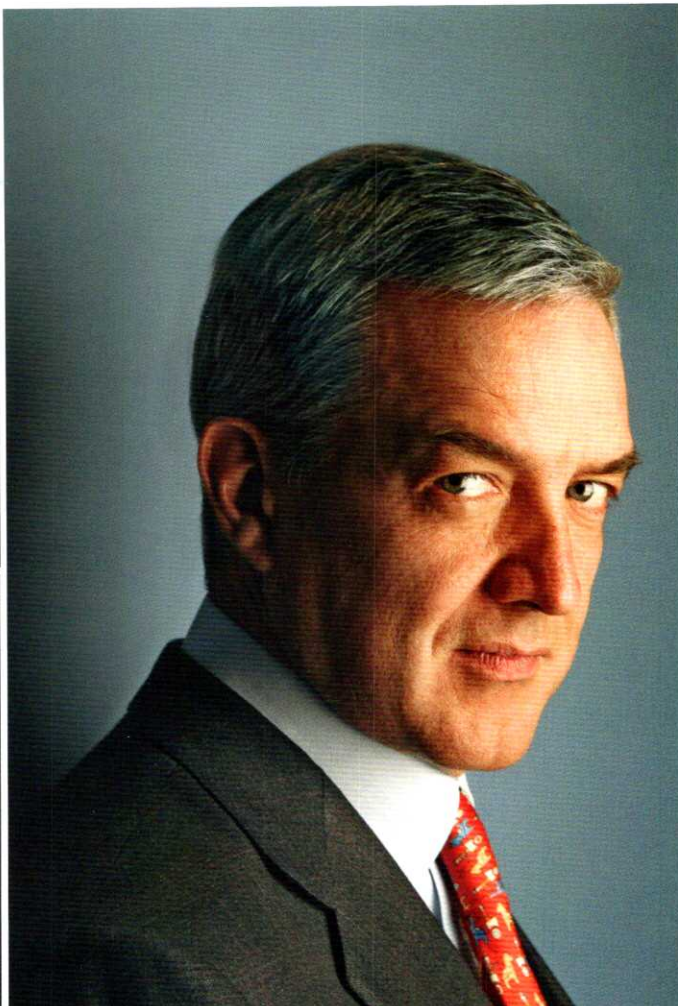
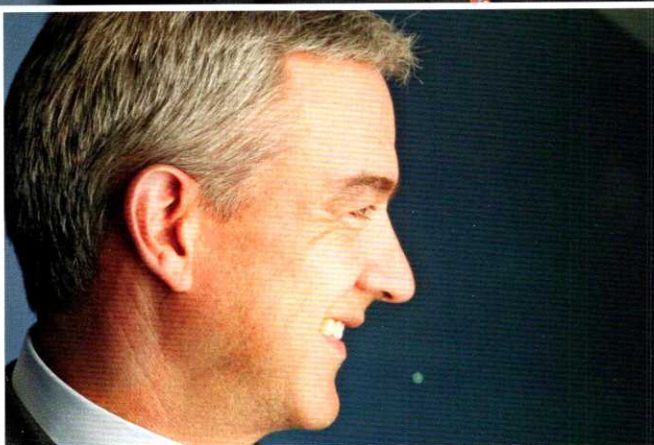
LOS BAJOS COSTOS DE LAS TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS HACEN QUE UN PAÍS AHORRE, AL MENOS, 1% DE SU PIB ANUAL. ADEMÁS, EL ACCESO A LOS FONDOS POR MEDIO DE TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO TIENDE A ESTIMULAR EL CONSUMO

Los costos totales de las compras en efectivo no siempre están a la vista. Los comercios gastan en personal encargado de contar y transportar el dinero al banco, así como para conciliar las cuentas. Los errores y el hurto por parte de los empleados aumentan más esos costos. A nivel del banco central, el efectivo se acuña de manera menos costosa, pero resulta muy caro administrarlo, transportarlo, asegurarlo y distribuirlo. Además, el gran volumen de efectivo permite que florezca la economía informal y priva al gobierno de los ingresos obtenidos por los impuestos.

Una economía basada en el efectivo también puede favorecer actividades delictivas, como la falsificación, y fomentar una cultura de soborno y favoritismo. Expertos calculan que el costo total de mantener un sistema de pago basado en efectivo puede ascender hasta un 5% del PIB.

Varios estudios han comparado el costo total de las transacciones en efectivo o en papel (como los cheques) con el de los sistemas de pagos electrónicos, demostrando que estos últimos ofrecen ahorros significativos. Global Insight, una consultora especializada en economía, afirma que las redes de pagos electrónicos tienen el potencial de proporcionar ahorros de, al menos, 1% del PIB anual.

En Islandia, por ejemplo, una transacción en efectivo tiene un costo de 2.57 dólares, mientras que con sistemas de pago basados en tarjetas cuesta 0.61 dólares. Obviamente el ahorro por transacción varía de un país a otro, pero en general el sistema de pagos electrónicos cuesta aproximadamente la mitad o una tercera parte de lo que cuesta un sistema basado en papel.



CARRERA SIN FIN

Por supuesto que mantenerse en la punta del desarrollo tecnológico demanda inversiones gigantescas que comparten todas las partes interesadas: los bancos emiten las tarjetas, los comerciantes pagan sus terminales punto de venta y VISA aporta la tecnología, implanta los sistemas y dirige la orquesta; todo sin dejar de crecer ni un año, ni un mes, ni un día, para no perder la ventaja.

Se trata de una inversión de nunca acabar, porque tal vez antes de 2008, antes de terminar de reemplazar en México todas las tarjetas antiguas, surgirá una nueva tecnología más poderosa y habrá que empezar de nuevo el proceso de reemplazo. Por ejemplo, ¿podremos muy pronto pagar todos nuestros gastos y compras a través del celular, con sólo pasar junto a la caja y aproximar nuestro teléfono a un dispositivo especial, sin entregar el aparato a manos extrañas ni permitir que nadie averigüe nuestros datos, ni identidad, ni domicilio, ni nombre del banco emisor de la tarjeta, ni número del plástico?

Así parece. El sistema se llama VisaWave, y VISA, en combinación con Nokia y diferentes compañías de telefonía celular, ya lanzó programas piloto en Kuala Lumpur, Malasia y México (Monclova y Saltillo, Coahuila). Pero expertos como Fernando Nieto previenen contra la tentación de adelantar vísperas: en todo el mundo se están probando decenas de nuevas tecnologías que son posibles, pero aún no se sabe qué tan convenientes, prácticas y económicas son.

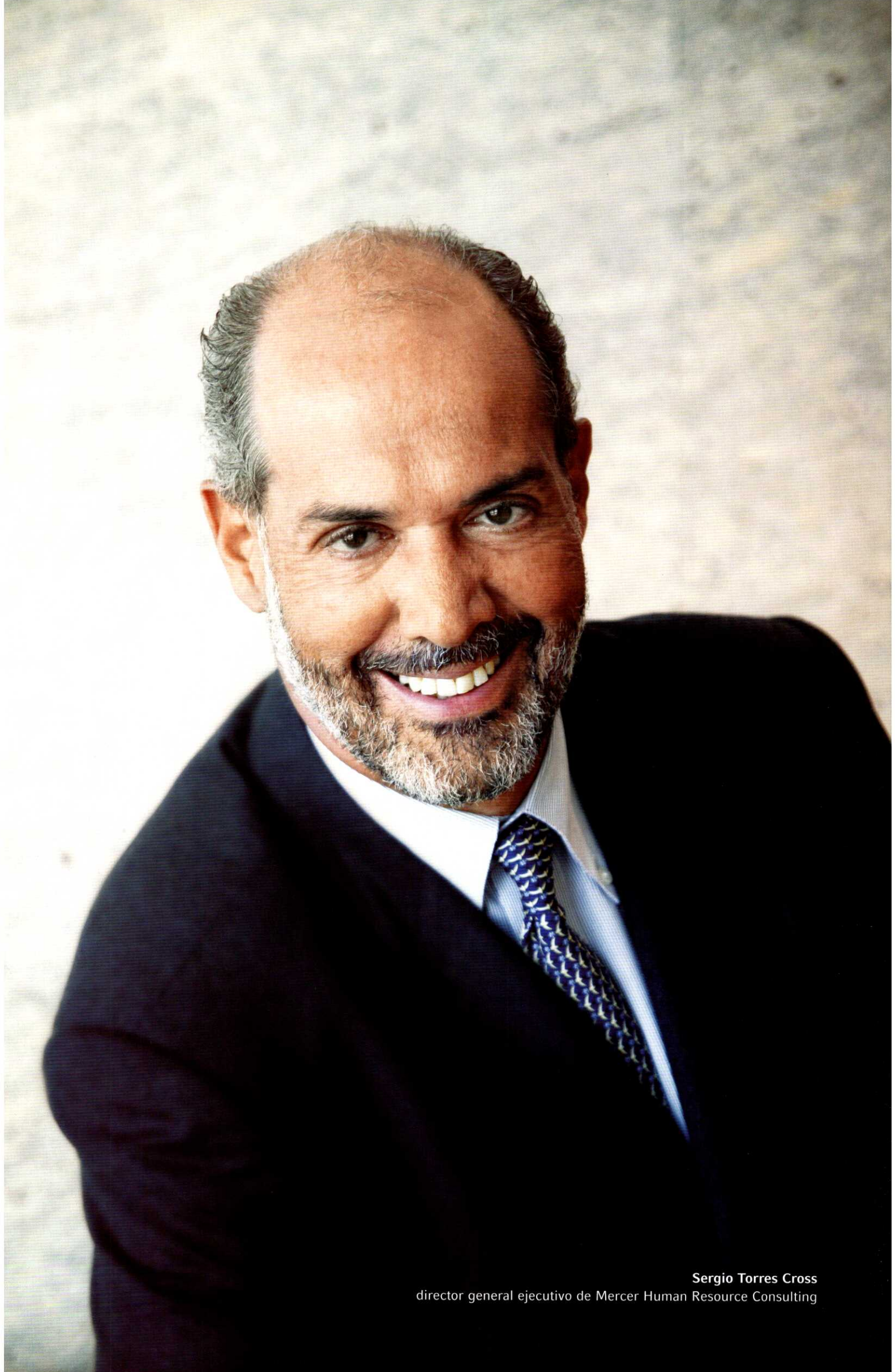
Nieto explica que sería técnicamente posible instalar en cada punto de venta lectores de huellas digitales o del iris del ojo del cliente, ambos datos de identificación infalibles e infalsificables, para transmitirlos directamente en demanda de autorización o rechazo de la transacción, sin uso de tarjeta. ¿Cuánto costaría? ¿Quién absorbería la inversión? ¿Cuántos clientes se dejarían leer los ojos al salir de un restaurante?

“Los que van a la vanguardia –dice– no pueden descartar nada y deben probarlo todo; sólo el que no cesa de probar encuentra la puerta del futuro”. Así de simple. ★

LAS NUEVAS TARJETAS INTELIGENTES

El desarrollo de tarjetas inteligentes a mediados de 1980 permitió la adición de nuevas aplicaciones a las tarjetas de pago, utilizando un microprocesador o chip de memoria integrado a la tarjeta. Además de la funcionalidad de débito y crédito, las aplicaciones incluyen la capacidad de realizar transacciones por internet utilizando un lector de tarjeta inteligente adjunto a una computadora personal.

Las ventajas de estas tarjetas sobre las de banda magnética son sus mecanismos de codificación y decodificación de alta seguridad, y su capacidad para almacenar datos dinámicos, como los detalles de compra de los sistemas avanzados de lealtad. Recientemente se han emitido miles de esas tarjetas de crédito.



Sergio Torres Cross
director general ejecutivo de Mercer Human Resource Consulting

nuevo escenario demográfico

EN LAS SIGUIENTES TRES DÉCADAS HABRÁ MENOS DEPENDIENTES ECONÓMICOS Y MÁS PERSONAS EN EDAD PRODUCTIVA. ESTE PERIODO SE CONOCE COMO "BONO DEMOGRÁFICO" Y DARÁ A LAS EMPRESAS NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

POR MARTHA LYDIA ANAYA
FOTOGRAFÍA JESÚS DÍAZ
GRÁFICA ERNESTO ALCÁNTARA

HACE 30 AÑOS, el número de dependientes económicos en las familias era muy alto: más del 50% de los mexicanos tenía menos de 15 años de edad. En promedio, seis niños dependían de sus padres.

El panorama actual es otro. Las parejas tienen menos hijos (uno o dos) y a edades más adultas, generalmente entre los 30 y 35 años. Esto genera una dinámica económica distinta a la de décadas atrás.

Lo que sucederá en un futuro cercano es que entre 30 y 40% de la población serán personas en edades activas con pocos niños que mantener, mientras que los adultos de más de 60 años, gracias a las pensiones y a la seguridad social, tampoco constituirán una carga.

El periodo en el que ocurrirá este cambio de población se denomina bono o dividendo demográfico y deriva del envejecimiento de la gente. Es una ventana de tiempo transitoria que, si se aprovecha bien, resultará en oportunidades de desarrollo para el país. Sergio

La estructura demográfica actual tiene la forma de un chocolate kiss, donde el grueso de la población son los niños menores de 15 años y muy pocos adultos. Cuando se genere el bono adquirirá la forma de un "panquecito", en el que la parte media serán las personas de 30 a 35 años y los extremos estarán constituidos, en similar volumen, por niños y adultos de 45 años en adelante.

Torres Cross, director general ejecutivo de la consultora Mercer Human Resource, afirma que el bono demográfico abarcará los próximos 30 años y será único e irrepetible.

"El número de mujeres ha crecido exponencialmente frente al de los hombres —dice Torres—. En 1970 era al revés, pues si una esposa tenía siete hijos era muy difícil que saliera a trabajar. Ahora que las tasas de fecundidad han disminuido y las mujeres son madres más tarde, tienen tiempo para emplearse."

Esta nueva realidad repercute en varios frentes. Como las familias tienen mucho menos hijos, por ejemplo, las viviendas son más pequeñas y con menos recámaras; antes solían ser enormes mansiones o casas con espaciosos jardines.

Los que también resienten esta situación son los negocios de calzado. Antes la varie-

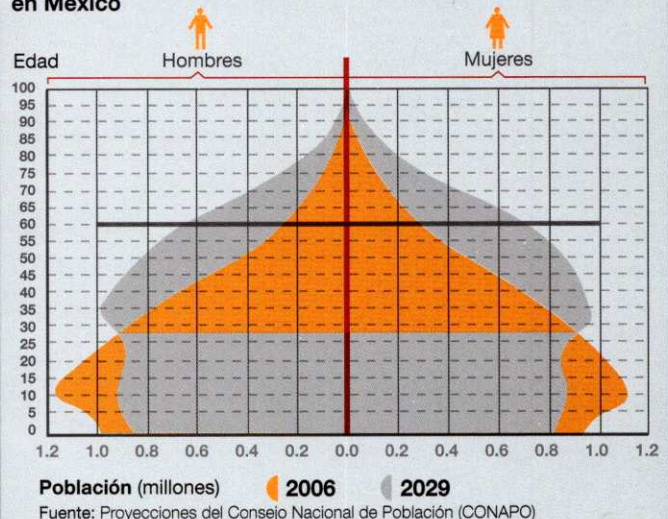
dad de zapatos infantiles era mucho más amplia, dado el número de pares que los padres tenían que comprar. Pero ahora la oferta se ha equilibrado entre el tipo de calzado para mamás, papás y niños.

El ejecutivo de la consultora dice que el análisis de este tema es muy vasto y, por ello, "tendrán que ser las propias empresas las que deberán encontrar nuevas estrategias que les permitan aprovechar al máximo las nuevas oportunidades de negocio".

Es importante que el bono demográfico sirva para estimular el ahorro interno del país, efectuar inversiones en salud, educación y capacitación laboral y promover puestos de trabajo productivos bien remunerados. ★

Cambio demográfico durante el periodo en que se genera el bono

Pirámides de edades a principio de los años 2006 y 2029 en México





UPS

con destino definido

UN EQUILIBRIO ENTRE DESARROLLO HUMANO Y TECNOLOGÍA LLEVA A ESTA EMPRESA A CONVERTIRSE EN UNA DE LAS LÍDERES EN LOGÍSTICA

¿CÓMO PUEDE UNA COMPAÑÍA valer más de 35,000 millones de dólares? Con tecnología de punta, personal capacitado y actitud de servicio. La respuesta parece simple, pero detrás de esta empresa que facilita el comercio en todo el mundo hay un arduo trabajo de casi 100 años.

POR VALENTÍN LÓPEZ
FOTOGRAFÍAS MAURICIO ORTIZ

United Parcel Service (UPS) fue fundada en Estados Unidos en 1907 y hoy es una de las marcas más reconocidas del mundo. A México llegó en septiembre de 1991 con un objetivo muy claro: incursionar en uno de los mercados más importantes de América Latina por su cercanía con la economía más importante del planeta.

De inicio, UPS abrió oficinas en los tres principales centros económicos del país: la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, pero después de 15 años estableció 32 centros de operación distribuidos por toda la República, con una inversión de 39 millones de dólares.

GENTE ENTREGADA

“El rápido crecimiento de UPS es mérito de nuestra gente; todos los empleados están convencidos de que el servicio al cliente es fundamental no sólo para los objetivos de la compañía, sino también para los personales”, señala María Griselda Hernández, quien desde hace algunos meses dirige la compañía en México.

Los empleados gozan de un plan de desarrollo personal, sobre todo a nivel gerencial, para ascender a puestos de mayor responsabilidad. Incluso quienes son transferidos a otras oficinas o centros de distribución de UPS en México o en otros países pueden desarrollar un plan de carrera.

La directora general de la compañía explica que algunos mandos estratégicos que ya tienen más de 25 años trabajando para la empresa podrían retirarse pronto. Este fenómeno, recurrente en una empresa con más de 400,000 empleados en todo el mundo, obliga a UPS a conformar una estructura de personal capacitado y con conocimiento profundo de todos los aspectos del negocio para reemplazar a las personas que vayan saliendo,

según explica la ejecutiva. "Pero tanto los planes de carrera como la constante capacitación de los empleados nos dan la suficiente tranquilidad para enfrentar este reto", afirma.

Además de estos estímulos, los ejecutivos de niveles gerenciales y directivos pueden recibir acciones de la empresa por su desempeño. Los demás empleados también, porque de manera regular UPS abre portafolios de acciones para toda su gente.

LIDERAZGO TECNOLÓGICO

Además del servicio y su gente, la infraestructura tecnológica de UPS es otra pieza clave en el éxito de esta empresa de logística que administra el flujo de mercancías, fondos e información en más de 200 países. La ejecutiva dice que en los últimos 15 años, la empresa ha invertido más de 15,000 millones de dólares en el desarrollo de su plataforma tecnológica; esto le ha permitido manejar, en tiempo real, la información de los bienes transportados y las transacciones. Cada día se realizan alrededor de 10 millones de solicitudes de rastreo en línea.

Un ejemplo de su innovación tecnológica es el Dispositivo de Adquisición de Información de Entrega (DIAD, por sus siglas en inglés), que la empresa lanzó en 1993.

Se trata de una pequeña computadora que los empleados utilizan para registrar en la red global de UPS la información de las entregas. El dispositivo registra la imagen digital de la firma de la persona que recibe un paquete, y la transferencia de información sobre los envíos se hace en tiempo real.

"Esta tecnología es vital en la operación del negocio, porque nos permite ofrecer nuevos servicios a nuestros clientes, como el monitoreo en tiempo real del transporte de mercancías o el estatus de las transacciones", agrega la ejecutiva.

Otra herramienta que demuestra el liderazgo tecnológico de UPS es TradeAbility, una aplicación con la que los negocios manejan efectivamente el paso de sus mercancías por las fronteras internacionales. La herramienta proporciona códigos de tarifas arancelarias, estimaciones de costo en tierra, etc. "Cualquier persona puede tener acceso a esta información en nuestro sitio de internet (www.ups.com.mx), sin necesidad de acudir a dependencias gubernamentales o privadas", explica Hernández.

RECONOCIMIENTO A SU CALIDAD

Por estas innovaciones, UPS ha sido reconocida por diferentes instituciones y medios de comunicación como la Mejor Tecnología de Movimiento de Paquetes 2005, una de las 100 Mejores Empresas en Tecnología y una de las 500 Empresas más Innovadoras en todo el mundo, además de haber recibido el premio a la Excelencia de Optimización de Tecnología de Negocios en 2005, entre otros.

En el segundo semestre de este año, abrirá 10 nuevos centros de distribución en territorio nacional para acercarse más a las pequeñas y medianas empresas, sin descuidar los grandes corporativos. Por el momento, extiende su portafolio para que los usuarios utilicen la infraestructura de UPS y obtengan los mismos beneficios que estableció su fundador Jim Casey desde el inicio: "Ofrecer el mejor servicio al menor precio". ★

"EN LOS ÚLTIMOS 15 AÑOS HEMOS INVERTIDO MÁS DE 15,000 MILLONES DE DÓLARES EN EL DESARROLLO DE LA PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA MANEJAR, EN TIEMPO REAL, LA INFORMACIÓN DE LOS BIENES TRANSPORTADOS Y LAS TRANSACCIONES"

MARÍA GRISELDA HERNÁNDEZ
directora general de UPS México

La tecnología es vital en la operación del negocio, pues ofrece nuevos servicios al cliente, como el monitoreo en tiempo real del curso de la mercancía

- CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DE UPS:
- 1) LOS PAQUETES EN LA BANDA TRANSPORTADORA
 - 2) LOS PAQUETES RECIBEN EL CÓDIGO DE BARRAS, PARA SU IDENTIFICACIÓN
 - 3) ZONA DE EMBARQUE
 - 4) PARQUE MÓVIL



1



2



3



4

vinos DE CULTO

POR SU PRODUCCIÓN LIMITADA Y SU CALIDAD,
SE HAN CONVERTIDO EN LOS MÁS DIFÍCILES DE
ENCONTRAR. NO HAY FORMA DE RESURTIRLOS O
ADQUIRIRLOS, SINO A TRAVÉS DE UNA SUBASTA

POR EDITH OLMEDO
FOTOGRAFÍAS FEDERICO GIL





EN LA VIDA HAY CULTOS que difícilmente pueden pasar por alto, tal es el caso del que se le profesa a ciertos vinos que por su historia o juventud conforman el botín de pocos, al ser los más difíciles de encontrar.

Un ejemplo es el Romanée-Conti, cuya historia se remonta a tres siglos atrás, cuando el príncipe Conti retiró del mercado el vino creado dentro de sus propiedades, reservándolo para su consumo exclusivo. Hoy, las barricas que salen de estos viñedos triplican su costo en tan sólo dos meses, y una botella de este prestigiado vino del siglo XVIII, única en su especie, está valuada en 75,000 dólares.

Otro vino de culto o de élite, pero de historia mucho más reciente, es Le Pin, creado por el belga Jacques Thienpont en 1979 y obtenido de las vides cultivadas en una pequeña parcela que mide apenas dos hectáreas. Al inicio, su rudimentaria manufactura hizo que poca gente lo tomara en serio. Ahora, una caja de 12 botellas es tan cotizada y codiciada que se podría decir que puede ser comprada por ejecutivos de Silicon Valley, de Wall Street o de la industria del petróleo, para quienes el dinero no es problema.

Según los expertos, los siguientes cinco vinos se consideran como el sueño casi imposible de todo aficionado por su dificultad para conseguirlos, lo que supone que quizá, una vez que se tengan en las cavas, el poder presumirlos a amigos y colegas sea más importante que degustarlos.

SCREAMING EAGLE

Vino californiano 100% cabernet-sauvignon. Se producen entre 200 y 300 cajas al año y para adquirirlo es muy común que se participe en subastas donde su precio alcanza niveles estratosféricos. Como dato curioso, el millonario Chase Bailey pagó medio millón de dólares por un Screaming Eagle cabernet-sauvignon 1992 de seis litros. Una botella de la cosecha 2002 asciende a 76,000 pesos.

PINGUS

Vino 100% tinto fino. Según los enólogos es un vino casi perfecto. Su producción es de 200 a 300 cajas por año. Es el más escaso en España. De su calidad se dice que la concentración es ideal y su aroma combinado de frutas, café y chocolate, espectacularmente intenso. Su precio es de 19,000 pesos la botella (año 2001).





MASSETO

Vino italiano merlot 100%. Considerado como el Petrus italiano por su exquisitez y sabor, se ha convertido en uno de los más raros y codiciados de Italia. Es un vino con aroma intenso de frutas rojas y ligeramente achocolatado. Sólo se producen al año de 20 a 30 barricas y su costo es de 20,000 pesos la botella de la cosecha 2000.



CHATEAU LE PIN

Merlot con un poco de cabernet francés. Es el pionero de los denominados "vinos de garaje" del Libourne bordelés. Hoy, y pasados 20 años de su primera producción, este vino sigue siendo uno de los más raros, caros y excepcionales del mundo. Se producen sólo de 200 a 300 cajas y cada botella cuesta 32,500 pesos (cosecha 1997).

ROMANÉE-CONTI

Con denominación de origen y producido en la región de La Borgoña, este vino es un pinot noir 100% que está catalogado entre los más prestigiados del mundo. Su producción anual se limita a 5,000 botellas; por eso, su venta y distribución en todo el mundo se realiza a cuentagotas. El precio de cada botella de la cosecha 95 ronda los 45,000 pesos. ★



PARA ESCAPAR
DE LA OFICINA Y
LO COTIDIANO...
AUNQUE SEA
POR UN FIN DE
SEMANA

POR KAYLA T. ZALDÍVAR

MAROMA RESORT & SPA / JOSH GIBSON

Refugios con estilo

EN MÁS DE UNA OCASIÓN todos hemos deseado desaparecer sin dejar rastro, y en especial si la agenda marca desayunos, comidas, cenas, varias juntas en la semana, decenas de llamadas y otros tantos pendientes. De hecho, una persona ya espera al otro lado de la puerta mientras se piensa en todo lo anterior... Y para colmo, apenas es lunes.

La oficina parece quitar la respiración. Un último suspiro viaja hasta un sofisticado y exclusivo destino frente al mar. ¡Tiempo de escapar! Sí, aunque sea por un día, no importa si es viernes o lunes, o mejor aún, ambos.

En sólo dos horas a bordo de un avión comercial o privado, sin salir de México, se hallan tres motivos suficientes para dejarse consentir al más puro estilo de un sibarita. Una escala en las islas de Navidad, el Caribe o San José del Cabo harán la diferencia las semanas siguientes.

NAVIDAD PRIVADA

En el corazón de isla Navidad, de más de 500 hectáreas, el hotel Grand Bay aguarda a viajeros deseosos de tener su propia isla, aunque sea por unos días y con todas las comodidades: marina para yates, spa con vapor y sauna, canchas de tenis, gimnasio y un campo de golf.

Las habitaciones reflejan la herencia cultural mexicana en su arquitectura decorada con maderas talla-

das y azulejos hechos a mano. El campo de golf, diseñado por Robert Von Hagge, lleva el juego a través de 27 hoyos por diversos escenarios naturales: por las montañas, la laguna de San Cristóbal o el océano Pacífico.

A la orilla de la piscina, con fondo de cantera, espera una piña colada o la bebida de preferencia recién preparada. Sólo hay que decidir entre un camastro o una hamaca para disfrutar de la tarde en cada sorbo.

Isla Navidad también da cobijo al pueblo de Colimilla, donde es posible comprobar el porqué de la fama del pescado "zarandeado".

El hotel Grand Bay aguarda a viajeros deseosos de tener su propia isla

El resort ha quedado enclavado en la belleza natural del lugar: vegetación tropical por doquier, playas privadas y prácticamente vírgenes –incluso sin nombre– y mágicos senderos para hallar un lugar favorito.

Grand Bay es quizá la oportunidad más cercana para sentirse en una isla desierta, aunque el servicio siempre oportuno hace sentir que no se está abandonado del todo.

En contraste, y para salir de paseo, Barra de Navidad se localiza justo a la otra orilla de la laguna, a escasos minutos en lancha, servicio que también proporciona el resort.

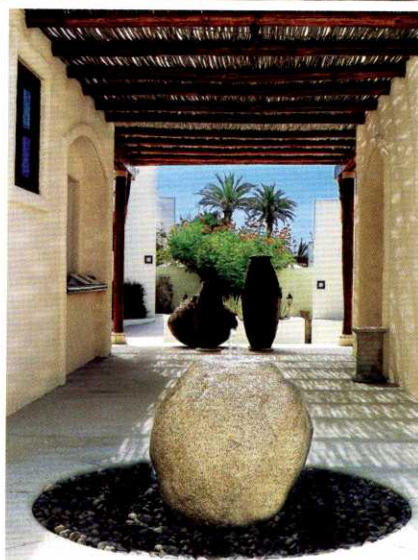
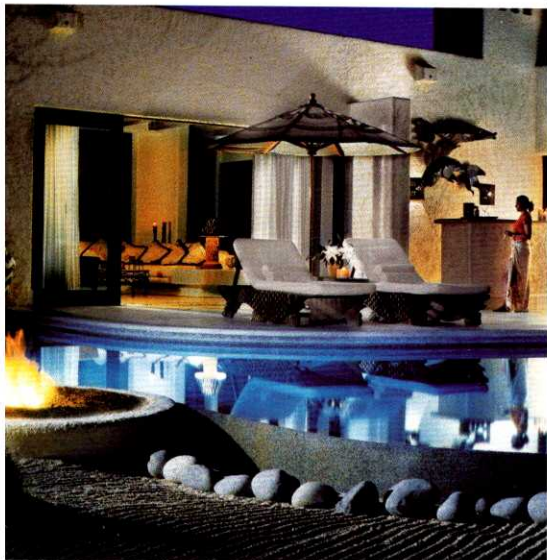


FOTOGRAFÍAS HOTEL GRAND BAY



Donde el Mar de Cortés se une con el océano Pacífico están, literalmente, Las Ventanas al Paraíso

FOTOGRAFÍAS HOTEL VENTANAS AL PARAÍSO



EL PARAÍSO PROMETIDO

El nombre lo dice todo. En Las Ventanas al Paraíso, el huésped se siente cerca de lo divino, especialmente con el lienzo azul que da la bienvenida. Entre el cielo, el mar y la piscina parece no haber distinción entre lo natural y lo inventado.

Con un diseño mexicano y mediterráneo, este lugar se distingue por sus detalles pensados para crear una atmósfera única y especial. Sólo hay que observar los pasillos y las cabeceras hechas con cientos

de piedras, las cuales se colocaron una por una, o las puertas de cedro talladas a mano que descubren el jacuzzi, el telescopio y la acogedora chimenea de cada suite, cuyo toque mexicano destaca con una flor de agave seca.

La habitación cambia de aroma por las tardes, gracias a los aceites previamente elegidos que se queman en diminutos incensarios.

Olor a lavanda y melisa, ylang ylang y naranja, toronja y palo de rosa, bergamota y geranio: cuatro opciones para crear verdaderas atmósferas de relajación.

Pero la atención está por doquier. En la alberca hay mayordomos que atienden cualquier petición, desde crear un rocío con agua Evian helada, hasta ofrecer un iPod, cada reproductor contiene más de 1,000 canciones, entre música clásica, jazz latino, rock pop y hip hop. También puede conseguir toallas, revistas, bloqueador solar o limpiar los lentes oscuros.

Si se desea recorrer parajes como San José del Cabo o Cabo San Lucas, un Mini Cooper siempre está disponible en la entrada principal del resort.

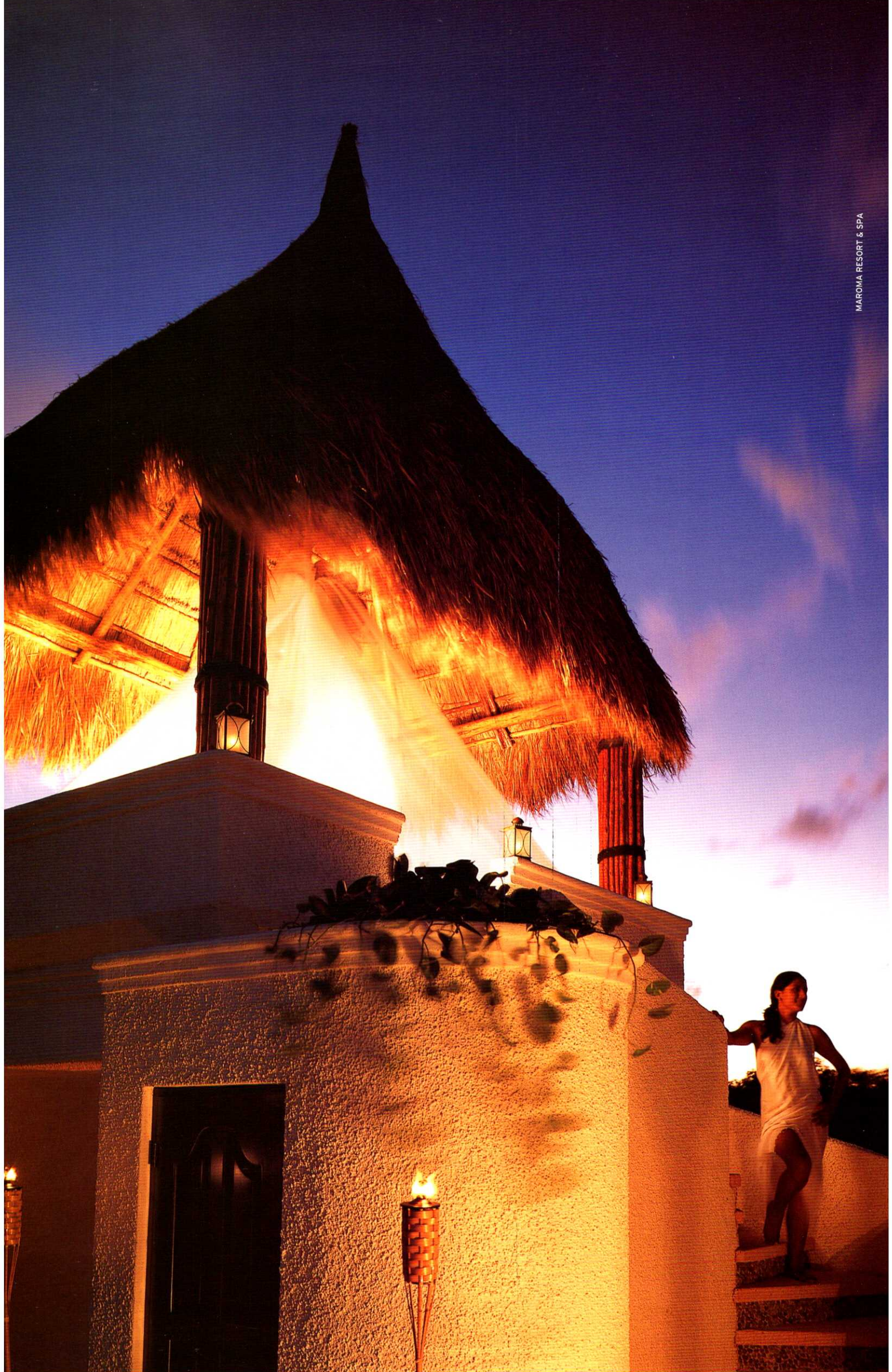
El lienzo muda de colores por la noche. El azul se transforma en variaciones cálidas de amarillo y naranja con la iluminación de antorchas por todo el lugar, lo que da un aire de romanticismo sin comparación.

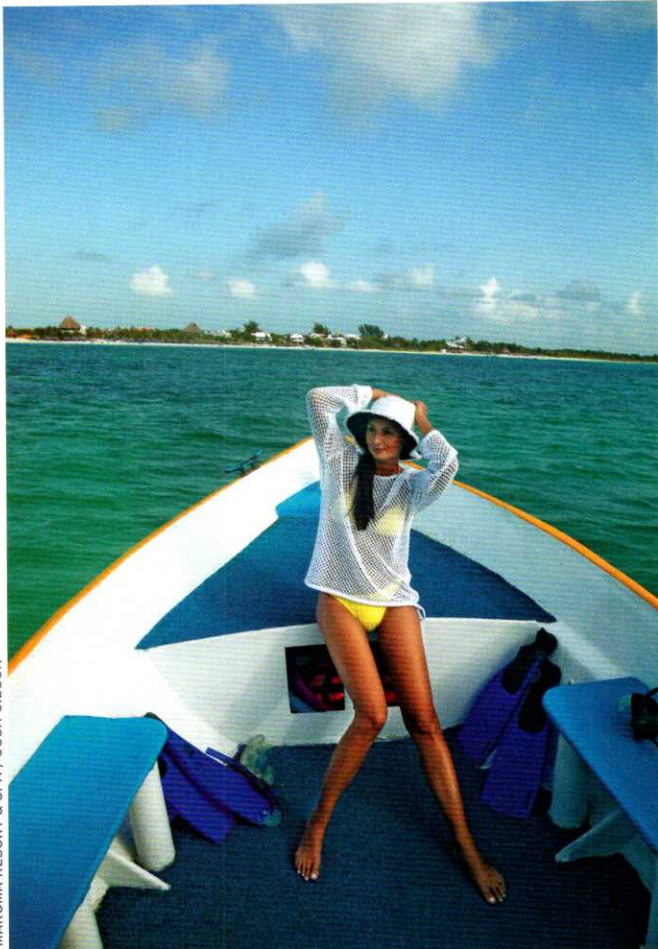
Además, se pueden buscar constelaciones en "La Hora del Astrónomo" en el telescopio computarizado.

Y de diciembre a marzo, el sonido dulce de un caracol irrumpe ocasionalmente la tranquilidad de este lugar. Así se anuncia la presencia de las ballenas grises cerca de la orilla de la península, donde el Mar de Cortés se une con el océano Pacífico. Para tal acontecimiento, un par de binoculares están siempre cercanos en un pedestal para vivir la experiencia.

En suma, en este exclusivo resort se procuran todas las atenciones posibles para sentir el paraíso lo más cercano posible.







MAROMA RESORT & SPA / JOSH GIBSON



MAROMA RESORT & SPA / HIDEAWAYS

58 habitaciones y un estilo “hecho a mano” hacen de Maroma el mejor escondite del Caribe

LA JOYA ESCONDIDA

En medio de una selva de palmeras y jardines tropicales, una hacienda residencial de nombre Maroma esconde su delicadeza de caoba y piel, y su serenidad en tono blanco. Este resort, apenas perceptible en la Riviera Maya, se distingue por su atención personalizada y a detalle, pero siempre respetuosa de la privacidad, así como por su estilo “hecho a mano”. Todo inicia cuando se solicita al huésped información sobre el motivo del viaje, para que le puedan sorprender en cualquier instante.

La estructura y la edificación son netamente mexicanos. Cada una de las 58 habitaciones, suites y villas, tienen alfombras de lana tejidas a mano, mosaicos de talavera pintados artesanalmente en las tinajas y techos de palmera xit.

La arena caliza, el bambú, la piedra conchuela, el henequén y los tejidos de algodón definen este sitio que no se encuentra en ninguna

parte del mundo, salvo en el esplendoroso Caribe mexicano.

Sin embargo, lo anterior no excluye la modernidad, que se hace presente con reproductores de discos compactos y amenidades hechas especialmente para este lugar.

El resort cuenta con dos restaurantes, uno de ellos con cocina que flirtea entre la francesa y la yucateca: y que, combinada con burbujas de champaña, alcanza lo sublime.

Hay también un spa que provee armonía, combinando la filosofía zen y la ideología maya. Un baño del ancestral temazcal es un obligado en este lugar.

Maroma es un lugar para los amantes del Caribe, pero lejos de los “todo incluido” y de las multitudes. Tal vez por eso Travel Channel lo catalogó como el mejor escondite de México y con la playa más romántica del planeta. ✨



MAROMA RESORT & SPA



MAROMA RESORT & SPA



MAROMA RESORT & SPA / JOSH GIBSON

CEO BOARD



"Fieles a nuestra misión de apoyar a las empresas en sus negocios, CEO Club se basa en tres principios fundamentales: proporcionar información local y global de manera oportuna, compartir casos de éxito de negocio y fomentar el intercambio de experiencias profesionales entre colegas.

"Para cumplir estos principios, ofreceremos a nuestros Socios los mejores beneficios: invitaciones a eventos nacionales e internacionales, ponencias con empresarios reconocidos a nivel mundial, participación en eventos deportivos y otros privilegios otorgados por las mejores marcas y empresas de servicios."

FELIPE SÁNCHEZ
director general de Microsoft México

"Somos líderes en nuestro ramo —hardware, software y procesadores—; queremos dar a conocer la manera en que la tecnología permite alcanzar e incrementar resultados de negocio. Hemos unido esfuerzos con el propósito de establecer un vínculo con los principales líderes empresariales del país para fomentar el intercambio de ideas, mejores prácticas y estrategias innovadoras. Nuestra intención es generar un círculo virtuoso que garantice mejores resultados en las empresas."

ABEL ARCHUNDIA
director general de Dell México



"Para garantizar una comunicación efectiva con los Socios del Club hemos creado dos canales que nos permitan estar siempre comunicados: un sitio privado en internet (www.ceoclub.com) y una revista bimestral, sólo para Socios, con contenido relevante sobre el estilo de vida de los ejecutivos, el mundo de los negocios y promociones del Club."

ENRIQUE HARO
director general de Intel México



FOTOS MAURICIO ORTIZ



El mundo de los negocios demanda líderes empresariales que, con visión, compromiso y dedicación, lleven sus empresas por el camino del éxito. Con la intención de apoyarlos en esta importante labor, Dell, Intel y Microsoft unen sus esfuerzos para crear CEO Club.

"CEO Club reúne exclusivamente a presidentes y directores generales de las empresas de la iniciativa privada más importantes del país."

AUGUSTO FERNÁNDEZ KEGEL
director general de CEO Club

noticias



EXCLUSIVO TORNEO DE GOLF

Del 16 al 19 de junio, cinco Socios de CEO Club se reunieron con los mejores golfistas profesionales en el evento US Open Golf Tournament, un torneo de golf de clase mundial donde los Socios tuvieron la oportunidad de convivir y compartir experiencias entre colegas.

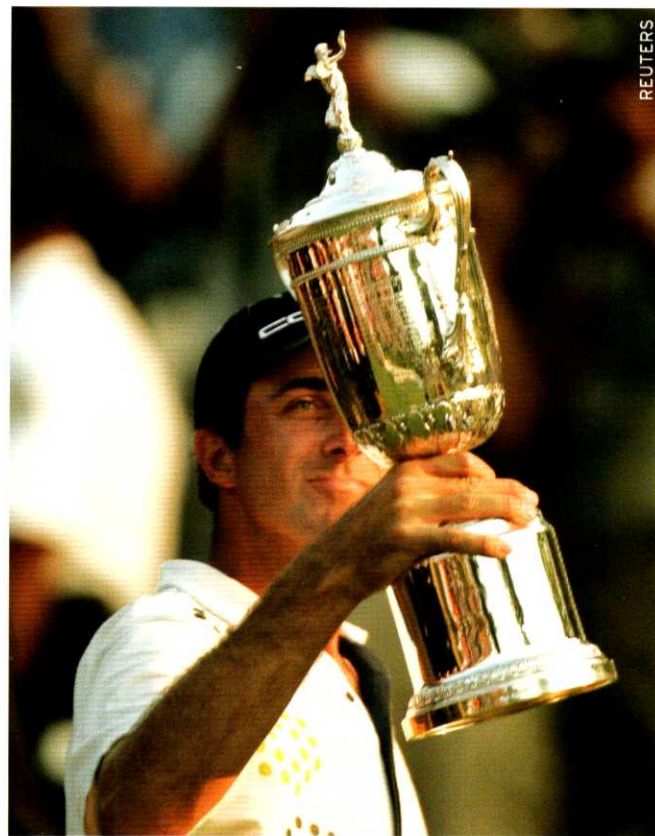
El evento se realizó en el exclusivo y majestuoso Winged Foot Golf Club de la ciudad de Mamaroneck, Nueva York, donde se encuentran dos de los campos de golf más grandes del mundo.

La invitación se hizo extensa a todos los Socios de CEO Club, pero sólo asistieron al evento los Socios que respondieron a la solicitud con prontitud: Lawrence Meagher, director general de ABC; Rolando Garay, director general de Diveo; José Luis Uriegas, director general de IDESA; Gustavo de la Garza, presidente y director general de Marcatel; y Rolf Gafner, director general de Grupo Zurich.

La recepción estuvo a cargo de Augusto Fernández Kegel, director general de CEO Club; Malena Mejido, directora del Grupo de Negocios Corporativos de Dell; Pedro Cerecer, gerente de Desarrollo Comercial de Intel; y Edgar Cordero, Solutions Sales Professional de Microsoft.

Los Socios se hospedaron en el prestigioso Hotel Four Seasons de Nueva York y degustaron deliciosas cenas en dos de los restaurantes más finos y elegantes de la ciudad: Aureole y Felidia Ristorante.

Este evento es el primero de muchos otros que permitirán a los miembros del CEO Club intercambiar experiencias de negocios en un ambiente informal.





jockey club

Con su membresía de CEO Club, Usted y sus acompañantes podrán acceder gratuitamente al Jockey Club, el lugar más apropiado para los deportes hípicos y las relaciones sociales, hasta seis veces al año. Si Usted aún no es miembro del Jockey Club, obtenga un descuento en la compra de su membresía.



PROMOCIONES DE ARTE

PHIL KELLY es un artista plástico de origen irlandés, naturalizado mexicano, que ha expuesto su obra en recintos de todo el mundo. Su primera exposición individual se exhibió en Portugal, en 1974.

Entre sus exposiciones más importantes destacan Ciudad Inédita (Polifórum Cultural Siqueiros, 1991), Babel Descifrada (Museo de Arte Moderno, 1996), Dibujos Desnudos Sobre Papel (Consejo Británico, 1999) y Ciudad de Vivos y Muertos (Galería Itatti, 2003).

En su obra, Kelly muestra un interés particular por diversos escenarios urbanos de la ciudad de México y paisajes típicos de algunos estados de la República Mexicana. En este género, el artista ocupa un lugar privilegiado por sus cualidades artísticas y por la sensibilidad con la que describe cada momento.

Para los críticos de arte, la carrera de Kelly ha llegado a tal madurez que transparenta con claridad la relación entre el arte y la realidad, entre la pintura y la imagen de las urbes. Aunque la mayoría de su obra está plasmada en óleo sobre tela o papel y sus dibujos en tinta o carbón, Kelly también ha pintado esplendorosos murales en Londres y México.

Si usted está interesado en los trabajos de este extraordinario artista, puede obtener un descuento de 20% en sus obras, beneficio exclusivo de los Socios de CEO Club.



CARLA HASELBARTH

Para más información, por favor comuníquese a nuestro Centro de Atención a Socios:

Tel. (5552) 2167 3201
e-mail: serviciosocios@ceoclub.com



ELENA GÓMEZ TOUSSAINT es una pintora mexicana que estudió en la Escuela de Pintura, Escultura y Grabado "La Esmeralda" de la ciudad de México, así como en Francia, en la Escuela Nacional de Bellas Artes de Dijon y en la Escuela Nacional Superior de Bellas Artes de París.

Ha participado en diversos talleres con Betsabé Romero, Alfonso Mena Pacheco, Gabriel Macotela, Carla Rippey, Magali Lara y Roberto Turnbull.

La formación artística de esta pintora, que utiliza el óleo, el temple, el acrílico, los pigmentos, la encáustica y la fotografía, tuvo sus bases en la arquitectura y cultura parisinas, pues durante 15 años vivió en la Ciudad Luz. Sus calles, edificios y monumentos fueron testigos del desarrollo vertiginoso de la artista y por eso no resulta extraño que ahora trabaje el elemento urbano en sus obras.

Su serie más reciente es "Laberintos Urbanos", en la que exhibe la ciudad a partir de la idea de un laberinto, con sus calles y signos. Son obras con muchas capas de diversas técnicas (pintura, dibujo, acuarela) que se sobreponen para dar una sensación de profundidad.

El temple y grafito sobre tela de la obra "In Your Eyes", que forma parte de esta serie, integra elementos de fotografía.

Las obras de Elena Gómez tienen un 20% de descuento para los Socios CEO Club.

MONTBLANC STAR XL CRONÓGRAFO AUTOMÁTICO

Cronógrafo automático.

Caja con fondo de cristal.

46 horas de reserva de marcha. Cristal de zafiro abombado con recubrimiento anti-reflejante.

Las funciones del cronógrafo incluyen contadores para 12 horas y 30 minutos.

HECHO EN SUIZA POR MONTBLANC



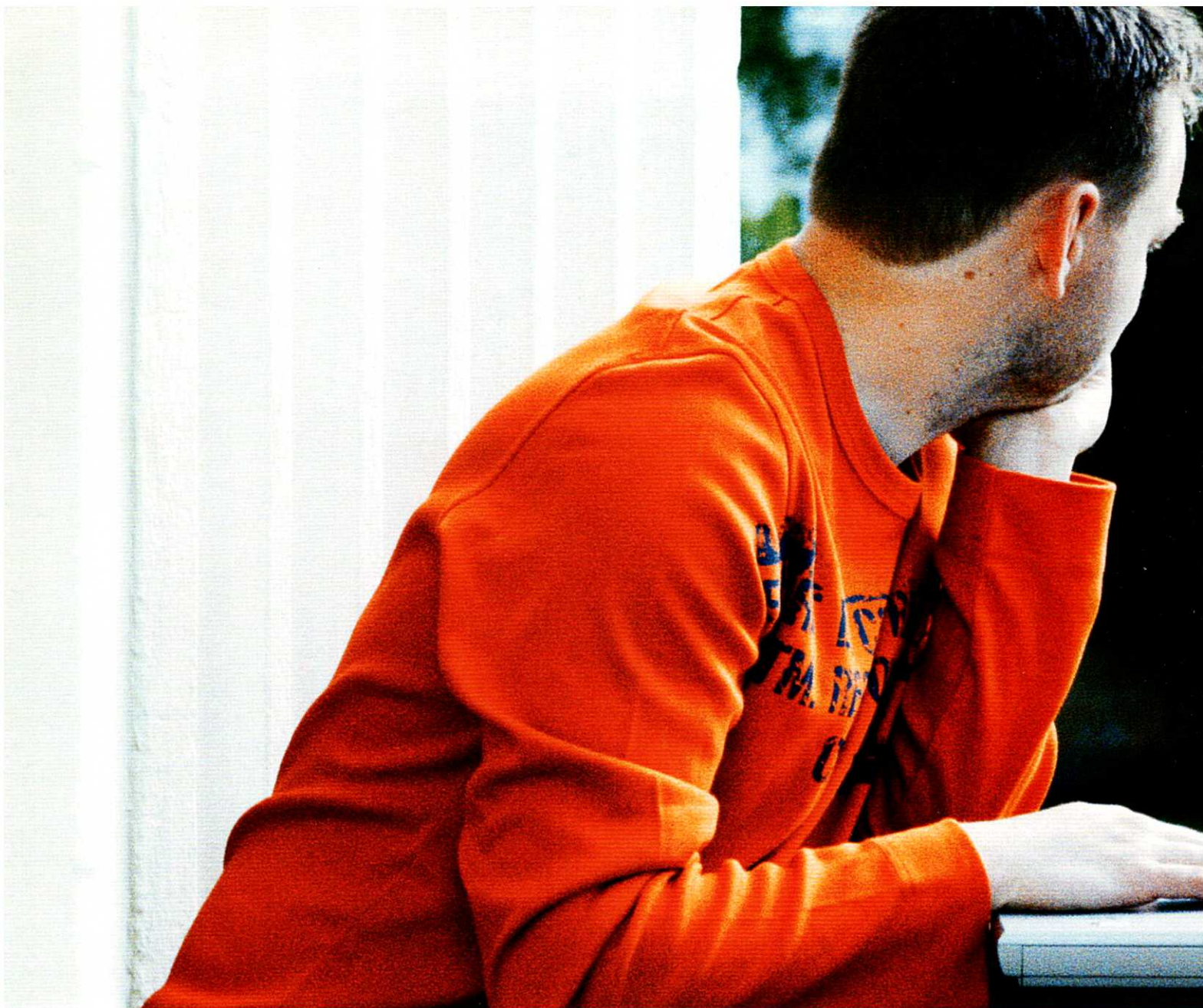
**MONT
BLANC** 

MEISTERSTÜCK SOLITAIRE

PLATA / FIBRA DE VIDRIO GUILLOCHE

Pluma fuente con plumín en oro de 18K e incrustación de platino.

BOUTIQUES MONTBLANC: MASARYK 440-4 - D. F. - 01[55] 5280 8348 • C. C. PARQUE DURAZNOS - D. F. - 01[55] 5245 8896
C. C. MAGNOCENTRO 26 - INTERLOMAS - 01[55] 5291 2257 • C. C. ANGELÓPOLIS - PUEBLA - 01[222] 225 2392
GALERÍAS GUADALAJARA - GUADALAJARA - 01[33] 3629 7827 • GALERÍAS VALLE ORIENTE - MONTERREY - 01[81] 8486 0303
PLAZA LAS AMÉRICAS - VERACRUZ - 01[229] 130 1591



¿NO LE GUSTARÍA TENER UNA LAPTOP MÁS PEQUEÑA Y LIVIANA, CON UNA BATERÍA DE MAYOR DURACIÓN, QUE LE OFREZCA UN DESPLIEGUE RÁPIDO DE SUS APLICACIONES Y LE PERMITA CONECTARSE A CUALQUIER RED INALÁMBRICA DE MANERA FÁCIL Y SEGURA? ESTA MÁQUINA YA EXISTE

POR CLAUDIA CEREZO
GRÁFICA EDGAR PLATA

SI HACE TRES AÑOS usted quería comprar una computadora portátil, ¿qué era lo que buscaba? Sólo movilidad. Hoy los usuarios de laptops son mucho más exigentes. Buscan dispositivos que les permitan trabajar con varias aplicaciones a la vez, conectarse a internet, enviar correo electrónico, desplegar una presentación en tercera dimensión (3D), elaborar un presupuesto en una hoja de Excel, hacer llamadas de voz sobre internet...

También quieren entretenimiento: películas, juegos en 3D, música con audio de alta definición y edición de fotografías. En resumen, lo que los usuarios buscan es una computadora multitareas con buen desempeño y con una batería de laaaaarga duración.

DOBLE NÚCLEO

Por fortuna, la demanda de esta movilidad –digamos “recargada”– por parte de los consumidores ha impulsado un rápido desarrollo tecnológico de las computadoras (que ahora son más veloces, compactas, livianas y silenciosas) y, sobre todo, de los chips o procesadores, que son los encargados de ejecutar los programas.

En los últimos años, los fabricantes de chips han dedicado sus esfuerzos a la optimización de los procesadores que van dentro de las laptops. Por ejemplo, con su Tecnología Móvil Intel® Centrino® Duo, Intel ha logrado que las baterías duren más, que los ventiladores de las máquinas sean menos ruidosos y que las aplicaciones corran más rápido.

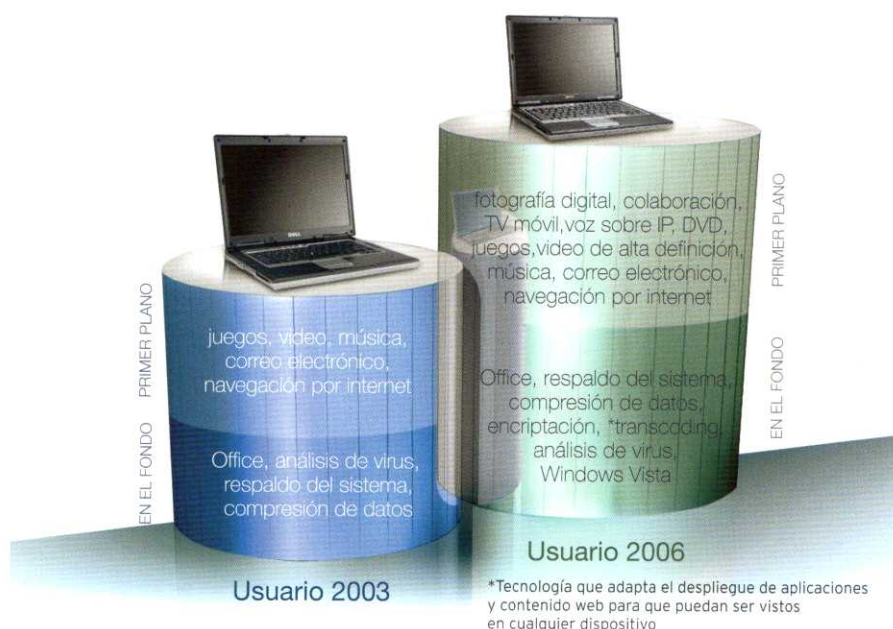


Portátiles

CON DOBLE NÚCLEO



+ aplicaciones móviles



Gracias a su doble núcleo, Intel incrementa el rendimiento de las portátiles



BENEFICIOS DE LA TECNOLOGÍA DOBLE NÚCLEO

PARA NEGOCIOS:

- Permite correr aplicaciones de seguridad, como antivirus, firewall, bloqueo de spyware y anti-spam, sin interrumpir el trabajo del usuario
- Facilita la ejecución de aplicaciones que demandan muchos recursos, sin que se vea perjudicado el desempeño
- Da a los usuarios movilidad y conexión permanentes, para que puedan estar comunicados con sus clientes, proveedores y colegas por e-mail, chat y llamadas de voz sobre IP (VoIP) a través de redes inalámbricas
- Mejora la vida de la batería gracias a su ahorro de energía

PARA ENTRETENIMIENTO:

- Óptimo despliegue de gráficos en 3D que rinde una experiencia multimedia digital mejorada
- Audio y video de alta definición
- TV de calidad

Estos beneficios se deben a la incorporación de los procesadores de doble núcleo; es decir, que tienen dos cores que dan a las máquinas mayor capacidad de procesamiento. Esta tecnología ofrece diferentes ventajas, en especial a quienes anhelan una computadora mucho más potente, capaz de realizar diversas tareas a la vez.

Si se trabaja con Windows XP, por ejemplo, se puede tener abierto el navegador de internet al mismo tiempo que se hace un escaneo de virus y se utiliza el Media Player para escuchar una estación de radio. El procesador de doble core maneja todos estos programas simultáneamente y con mayor eficiencia.

Las aplicaciones que demandan muchos recursos –como las que se usan para editar y crear archivos de música, videos y gráficos– necesitan procesadores de doble núcleo para ejecutarse simultáneamente. Pero esta tecnología no sólo mejora el desempeño de aplicaciones demandantes; también el de tareas básicas, como el despliegue de un simple archivo PDF.

Estudios realizados en los laboratorios de diversos fabricantes de computadoras reportan mejoras de 30% en el rendimiento de laptops con Intel® Centrino® Duo, que precisamente contienen ese doble núcleo.

MENOR GASTO ELÉCTRICO

La duración de la batería, que siempre ha sido el lado flaco de las laptops, también mejora con la tecnología doble núcleo. Intel afirma que con Centrino® Duo el consumo de la batería se reduce 30%.

Este ahorro de energía se debe a una distribución inteligente de la electricidad: sólo se concentra en las aplicaciones donde más se necesita. Cuando se utilizan programas que demandan menos recursos, el consumo de energía disminuye. Para decirlo de otra manera: si la aplicación no requiere de la capacidad total del procesador, el sistema "apaga" uno de los dos cores o núcleos (o alguna de sus partes).

Las laptops con Centrino® Duo también pueden conectarse de manera segura a internet sin necesidad de cable, porque ya tienen integrado un adaptador para red inalámbrica. Además, el usuario puede seleccionar la conexión más rápida y estable (sin interferencias), según los puntos de acceso disponibles en el hogar, oficina, aeropuertos, hoteles, restaurantes o cafés.

En la medida que el doble core se generalice en las computadoras de todas las oficinas y hogares, las aplicaciones correrán más rápido y la gente se volverá más eficiente al llevar consigo, en todo momento, su hogar y oficina virtuales. ★

PONTOS CHRONOGRAPHE:
Pasión por los detalles, contadores
de 30 minutos y 12 horas, indicador
de fecha, pequeños segundos,
movimiento mecánico decorado a
mano, ventana de cristal trasera.
www.mauricelacroix.com



PARA VESTIRSE BIEN, NO SON NECESARIAS MUCHAS HORAS.



MAURICE LACROIX

Switzerland

Tomorrow's Classics

Cancún: Liverpool La Isla • **Culiacán:** Joyería Miguel Ramos • **D.F.:** Peyrelongue Chronos: Presidente Mazaryk 431 Col. Polanco, Masters Joyeros: Pabellón Polanco, Liverpool • **Guadalajara:** Joyería Flores Palos, Macame Joyas, Salvador Vergara, Liverpool • **Monterrey:** Ghiberti • **Puebla:** Bauer Joyeros • **Villahermosa:** Joyería Antheus.

Santangel Joyas: Centro Santa Fe, Centro Coyoacán, Pabellón Altavista, Plaza Moliere 222, Plaza San Angel: Altavista 131, Galerías Cuernavaca, Plaza Cuernavaca, Galerías Metepec.

Agente y Distribuidor Oficial para la República Mexicana: Swiss Time, S.A. de C.V. (55)56 58 06 02 / 56 58 04 86 swisstime@santangel.com.mx

A LA UNA, A LAS DOS, A LAS TRES... ¡VENDIDO!

AUNQUE TODAVÍA SE
DESCONOCEN MUCHOS
DETALLES SOBRE EL
ORIGEN DE LAS
SUBASTAS, LO CIERTO
ES QUE SE HAN
CONVERTIDO EN LA
MEJOR FORMA DE
ADUEÑARSE DE OBJETOS
FUERA DE SERIE

POR LUIS GONZÁLEZ O'DONNELL
FOTOGRAFÍAS CORTESÍA LÓPEZ MORTON



LUIS LÓPEZ MORTON

ALEJANDRO FERNÁNDEZ

CIUDADES COMO Hong Kong, Sydney, París, Londres y Nueva York son, por excelencia, los sitios adonde viajan desde los más excéntricos millonarios que gustan de las antigüedades más raras, hasta los más expertos conocedores y coleccionistas que buscan alguna pintura, libro o vino difícil de encontrar. El precio es secundario: lo que importa es pujar con la mayor oferta para hacerse de ese objeto tanpreciado y codiciado.

Las firmas inglesas Sotheby's, Christie's y Bonhams son las más grandes y renombradas casas de subastas a nivel mundial. Entre las tres manejan más del 90% de esta millonaria actividad que se presume tuvo un importante auge en los años de la turbulenta transición del siglo XVIII al XIX, cuando la Revolución Francesa y las guerras napoleónicas obligaron a la gente más acaudalada de Europa a buscar refugio para sus tesoros en Gran Bretaña y, allá, venderlos poco a poco, tratando de sobrevivir hasta que volvieran tiempos mejores.

Visto con esa perspectiva de casi un siglo, sorprende que en México no surgieran casas de subastas sino hasta la década de los 80. Fue Luis Camilo López Morton quien tuvo la idea de fundar una propia. Es

curioso, pero aunque algunos momentos históricos, como la Revolución Mexicana, provocaron que los propietarios de bienes valiosos corrieran un riesgo similar al de los nobles de la Francia revolucionaria, no hubo quien se interesara en imitar el estilo europeo.

SUBASTAS A LA MEXICANA

López Morton, quien había visitado el Viejo Continente y asistido a las glamorosas subastas de las que tanto le había platicado su abuelo en la infancia, se sintió atraído desde muy temprana edad por este mundo no tan ajeno a su vida. Era entendible: el negocio de la familia siempre había estado relacionado con la compra y venta de piezas antiguas y muebles finos, y por eso desde muy pequeño se sintió obsesionado por los objetos de arte, reliquias y artilugios de todo tipo.

“Muebles con cajones tan secretos que, para encontrarlos, había que releer el testamento de algún antiguo dueño, utensilios de alquimia del siglo XVI o un samovar donde el monje Rasputín calentaba su agua para el té alimentaron mi imaginación, al igual que aquellas anécdotas que me contaba mi abuelo –fundador de Galerías Chippendale–,



como la legendaria venta de las joyas de la duquesa de Windsor, por las cuales Sotheby's obtuvo más de 50 millones de dólares”, relata el fundador y propietario de la única casa mexicana donde se compran, admiran, venden y envidian algunas de las más hermosas y valiosas reliquias atesoradas en esta parte del mundo.



ARRIBA: PIEZA HISPANO-FILIPINA EN MARFIL POLICROMADO, REPRESENTANDO A SAN JOSÉ Y AL NIÑO, SIGLO XVII.
 ABAJO: SOPERA Y PLATÓN DE PORCELANA CHINA, SIGLO XVIII.

López Morton realizó su primera subasta en 1988 con apenas 120 piezas; logró vender menos de una docena. Antes de ver resultados claros, lo que le sostuvo fue una incansable necesidad de no desistir. Fue así como poco a poco empezó a descubrir las oportunidades secretas de este negocio



“Al principio –dice– fue especialmente difícil acreditar este tipo de negocio en México, dada ‘la cultura de corrupción’ que ha contaminado el país. Lo primero que nos preguntaban muchos clientes era si teníamos paleros para que pujaran según nuestras indicaciones o, por el contrario, si nos combinábamos con mafias para ahuyentar a los auténticos compradores y monopolizar las subastas.”

Sin embargo, ahora el panorama es por completo diferente. “La gente realmente se ha convencido de que las subastas son un negocio serio que se maneja honradamente y, además, es muy satisfactorio. Nos tomó años de escrupulosa transparencia en nuestras transacciones para ir ganando poco a poco la confianza de una clientela creciente, en un país donde nadie sabía cómo funcionaban los remates. Pero ya estamos cosechando los frutos”.

Las historias de horror que aún se cuentan de las subastas giran alrededor de creencias como que la gente tiene que gritar, pelearse a golpes con los mafiosos o con quienes se empeñan en adueñarse de las mejores piezas; pero la realidad es que las subas-

tas son muy apacibles y, en ocasiones, bastante divertidas.

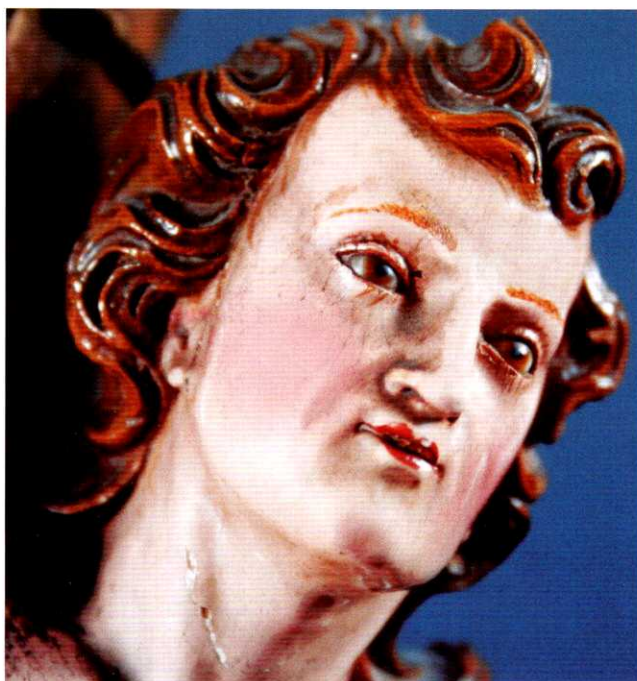
Con todo, el negocio vale la pena, no sólo por el éxito comercial (el subastador retiene alrededor del 23% de lo obtenido en cada venta, aunque de ahí paga impuestos y la promoción del evento, como el costo de los lujosos catálogos), sino también por la excitación que deparan los constantes descubrimientos, hallazgos y el aprendizaje sin fin.

LA VIRTUD DE LA NECEDAD

¿Podía un mexicano enamorado de los objetos imitar, a fines del siglo xx, lo hecho 200 años atrás

por el joven John Sotheby, quien heredó una bodega donde se almacenaban y remataban cosas viejas y sobre ella cimentó una casa de subastas que hoy mueve más de 2,000 millones de dólares anuales en todo el mundo? ¿Podía siquiera alcanzar la proeza del londinense James Christie, cuyos herederos fueron los primeros en celebrar una subasta de arte en China, en el año de 1995? ¿Dónde está el maravilloso secreto?

El galerista mexicano recuerda que realizó su primera subasta en 1988 con apenas 120 piezas, de las cuales logró vender menos de una docena de objetos. “Antes de ver resultados más claros –explica– lo que me sostuvo fue una incansable necesidad de no desistir. Cada vez que se compadecían o se burlaban de mí, yo me empecinaba aún más. Fue así como poco a poco empecé a descubrir las oportunidades secretas de este mercado.”



“Por ejemplo, antes no aceptábamos libros para subastar, pero descubrimos que había un gran mercado para todo tipo de documentos históricos. En la actualidad realizamos una subasta mensual de libros y documentos. En cada una de estas subastas las ventas totales

EN LA PÁGINA ANTERIOR: PARTE SUPERIOR, FRAGMENTO DE LA CALCOGRAFÍA *LOS DESASTRES DE LA GUERRA* DE FRANCISCO JOSÉ DE GOYA Y LUCIENTES. EN LA PARTE INFERIOR, TALLA ESPAÑOLA POLICROMADA REPRESENTANDO A SAN SEBASTIÁN.

A LA DERECHA: PRENDEDOR DE 18 KILATES EN FORMA DE PÁJARO Y DE COLA MUY LARGA. FUE ELABORADO EN ORO AMARILLO CON RUBÍES, ZAFIROS Y ESMERALDAS, EN CORTES FANTASÍA. UNA DE LAS ALAS Y LA COLA ESTÁN EN MOVIMIENTO.

PARTE INFERIOR: MANUSCRITOS EN PERGAMINO DE LA NOBLE VILLA DE VALLADOLID, 1568.



van entre los 600,000 y 800,000 pesos. Algo similar sucedió con los vinos añejos, que hoy subastamos para una refinada clientela de coleccionistas”, prosigue.

Entre las subastas más emocionantes que ha llevado a cabo esta casa está la venta de las galerías La Granja, que por décadas fue la mejor casa de antigüedades de México y en cuyas bodegas se acumulaban miles de piezas tan cargadas de historia que no era nada fácil valuarlas.

“¡Cómo olvidar –recuerda– aquel biombo tan bello que el dueño de La Granja no se decidía a vender!, en parte por afecto y en parte por no saber cuánto pedir por él. A fin de cuentas lo sacamos a remate con una base de 800,000 pesos, y unos conocedores pujaron con tanto ahínco que terminaron pagando el triple, una suma que entonces equivalía a 950,000 dólares.”

Otras veces las subastas también son el escenario donde salen a luz viejos e íntimos secretos: cuando se venden los bienes heredados por generaciones pueden hallarse

hasta los diarios íntimos de las bisabuelitas y bisabuelitos que alguna vez fueron jovencitas ardientes o galanes bastante libertinos.

El morbo también atrae multitudes: las subastas del IPAB, por ejemplo, resultaron memorables porque muchísima gente deseaba ver los tesoros acaparados por personajes como Cabal Peniche y “El Divino”.

Asimismo, abundan las sorpresas no sólo para los vendedores y compradores, sino también para los subastadores, que creen saberlo todo. “Alguna vez –recuerda López Morton– en un lote de cuadros se incluyó por error un paisaje inglés que resultó ser una pintura mexicana de José María Velasco. El cuadro acabó vendiéndose en la nada despreciable cantidad de 400,000 pesos”.

Otras veces el asombro es macabro, como cuando a algún galerista le tocó evaluar y manipular unas herramientas de aspecto tan siniestro que parecían instrumentos de tormento de la Santa Inquisición. Y casi lo eran, porque se trataba de

una panoplia de utensilios empleados por neurocirujanos del siglo XIX para trepanar cráneos.”

Hoy en día, la casa de subastas Louis C.

Morton no busca a nadie; por el contrario, los clientes la buscan. Cada año realiza de unas 35 a 40 subastas de catálogo (piezas muy importantes y despiadadamente descritas para evitar reclamaciones), y otras 40 ó 50 sin catálogo (enseres menores para la gente que va tras las cosas bonitas, prácticas y de bajo costo para embellecer sus hogares).

¿Qué haría Luis López Morton si naciera de nuevo? “Si tuviera una escandalosa cantidad de dinero –se ríe–, seguramente imitaría a A. Alfred Taubman, el fabuloso magnate estadounidense de los shopping malls, el cual en 1983 adquirió Sotheby’s y en vez de sobajarla, como se temía, la elevó a las mayores cumbres de su venerable historia. Y si no tuviera tanto capital, empezaría de nuevo, desde abajo, tal vez en una ciudad como la de México, porque en el negocio de la belleza, la historia y las reliquias, el dinero es lo de menos”. ★



EQUITAÇÃO

jinete y caballo compenetrados





LA EQUITACIÓN EXISTE PORQUE LOS CABALLOS HAN ACOMPAÑADO AL HOMBRE HASTA EN LA GUERRA, PUES RESPONDEN A LOS MISMOS ESTÍMULOS QUE EL SER HUMANO. PARA FERNANDO TRILLAS, EN LA SIMPATÍA MUTUA ENTRE CABALLO Y JINETE ESTÁ LA CLAVE DEL ADIESTRAMIENTO, UNA DE LAS DISCIPLINAS MÁS SUBLIMES DEL DEPORTE HÍPICO

POR ULISES NAVARRO

“EN LA EQUITACIÓN, lo primero es el amor y el respeto por el caballo. No es una bestia más; es un ser noble que está dispuesto a ir contigo hasta la guerra si es necesario. El caballo responde a los mismos estímulos que el ser humano: quien siente amor por él se compenetra con él. Se establece de inmediato una empatía por ambas partes. Yo he tenido unos 14 caballos a lo largo de mi vida y de todos he aprendido; cada uno ha sido una dulzura para mí”, afirma Fernando Trillas, un jinete apasionado de los caballos y director general de Editorial Trillas.

Desde muy chico, Fernando sintió pasión por estos compañeros. Como a los siete años tenía en su habitación una cuadra a escala de caballitos con sus arreos que su madre le regaló por su cumpleaños. “¡Pasé muchas horas de grata diversión jugando con ellos!”, dice. Mientras estudiaba Administración en la Ibero, comenzó a trabajar para comprarse su primer caballo. Antes siempre los rentaba.

Más que un deporte, la equitación es una relación personal hombre-caballo. Fernando cree que la clave de esta disciplina se encuentra en esa simpatía mutua.

La equitación se constituyó como deporte olímpico en París 1900 y, 90 años después, se establecieron los primeros Juegos Equestres Mundiales en Estocolmo. Ambas competencias son reguladas por la Federación Ecuestre Internacional (FEI), con sede en Bruselas, organismo que impone las normas que rigen los concursos.

La FEI reconoce seis disciplinas: salto de obstáculos, adiestramiento, concurso completo, enganche, maratón ecuestre y volteo. Las que más público reciben en las competencias internacionales son el adiestramiento y el salto, pero hay una prueba más integral porque reúne tres disciplinas. Se llama Concurso Completo y demanda rapidez, coordinación del jinete con el caballo, resistencia y adiestramiento. Su duración es de tres días.

El primer día se califica la destreza y el entendimiento entre jinete y caballo mediante la ejecución de una rutina de movimientos dentro de una pista de adiestramiento. El segundo día se realiza la prueba de salto, en la que se demuestra que el caballo sigue con energía y flexibilidad. El



ADIESTRAMIENTO



SALTO



CONCURSO COMPLETO



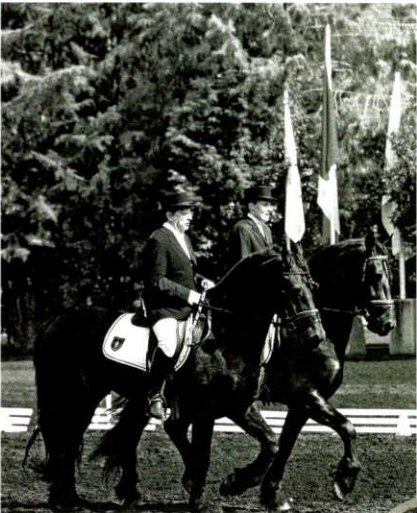
MARATÓN



VOLTEO



ENGANCHE



“UNA GRAN VENTAJA DE SER JINETE ES QUE TE HACES DE UN MUNDO DE AMIGOS Y AHÍ NO CUENTA EL NIVEL SOCIAL. EL CABALLO NOS UNE A TODOS... ES UNA HERRADURA, UN IMÁN QUE NOS ATRAE HACIA LA CONVIVENCIA”

FERNANDO TRILLAS

tercer día se realiza la prueba de resistencia física en la que se califica la velocidad, audacia y valentía del caballo, y el valor y conocimiento del jinete. Aquí se hacen recorridos sobre terrenos sinuosos y accidentados, como un lago, para convertir la prueba en una carrera de obstáculos.

JINETE Y CABALLO

El adiestramiento, definido como el arte de mantener una comunicación precisa con el caballo, hunde sus raíces en el tiempo en que el hombre necesitó entrenar a estos animales para utilizarlos como medio de transporte, así como en la guerra. Sin embargo, en México no hay una cultura de adiestramiento muy arraigada, como ocurre en Europa. Fernando reconoce que en México hay pocos entrenadores certificados. “Sólo existen alrededor de 200 jinetes de adiestramiento, frente a los cerca de 4,000 que hay para salto”.

Los principales objetivos del adiestramiento son el uso correcto de las ayudas del jinete para el correcto movimiento del caballo, y la armonía entre éste y su jinete para la ejecución de los ejercicios de alta escuela.



Las principales características de la mentalidad equina son agudos poderes de observación, una timidez innata y una buena memoria. Sin duda, el caballo llega a entender



BLUEBERRY

En las competencias de adiestramiento, el caballo debe mostrar una soltura y armonía de movimientos, elegantes y ligeros, que den la impresión de que se mueve con naturalidad sin que se noten las pequeñas e imperceptibles ayudas del jinete.

Los jueces califican una rutina de ejercicios donde el binomio jinete-caballo demuestra la calidad de su compenetración y el caballo proyecta sus aires naturales, su ritmo, su docilidad y su grado de reunión. En las pruebas de Gran Premio –la de nivel más alto y complicada– también se califica la precisión; por eso se acompaña con música (estilo libre).

En México, cada mes de noviembre se celebra la Copa México en el Campo Deportivo del Estado Mayor Presidencial, un evento de música y coreografía en el que participa el público aficionado.



JESÚS DÍAZ

El mejor jinete tuvo que haber sido el centauro, hombre y caballo estrechamente compenetrados

“Quien sea nuevo en equitación –recomienda finalmente Fernando– no debe adquirir un caballo novato o muy joven, sino más bien uno con experiencia, educado, para que esa montura lo apoye en su aprendizaje. Tampoco debe comprar el caballo desde el primer día que acuda a clase, como si se tratara de un coche. Primero tiene que probar si sus deseos de ser jinete se confirman en la práctica, a pesar de la disciplina y exigencias que este deporte impone”. No estorba la opinión de un veterinario y, a partir de ahí, habrá mucho trecho por recorrer.



BLUEBERRY

TERAPIA CON CABALLOS

En la zona metropolitana de la ciudad de México existen unos 45 clubes ecuestres y en todos se tratan diversas afecciones a través de la hipoterapia o equinoterapia, un método terapéutico que utiliza al caballo y su medio ambiente como rehabilitación. En el interior del país también existen lugares que ofrecen este tipo de terapia.

“El paso del caballo –explica Fernando–, muy parecido al paso humano, es una saludable fuente de sensaciones para el paciente. Se calcula que un caballo que camina al paso transmite 110 impulsos por minuto en una serie de oscilaciones (avance, elevación, descenso, etc.). El paciente no recibe pasivamente esas sensaciones, sino que reacciona ante ellas mientras cabalga, con un movimiento semejante al que el hombre ejecuta al caminar.”

Lo mejor de todo es que la equinoterapia no se limita a las discapacidades físicas, sino también es válida para una amplia gama de padecimientos que afectan el psiquismo, como el autismo, la parálisis cerebral, el síndrome de Down, la esquizofrenia, entre otros. Unos cinco siglos antes de nuestra era, el griego Hipócrates ya recomendaba la equitación para preservar la salud, eliminar dolencias y superar el insomnio. ★



JESÚS DÍAZ

LAS MEJORES RAZAS PARA ADIESTRAMIENTO

Hannoveriana
Holandesa
Oldenburg
Trakehner
Holsteiner
Sangre caliente americana
Sangre caliente sueca
Pura sangre
Westfalen
Húngara
Frisia

BRAND & NEW



ERMENEGILDO ZEGNA

IMPERMEABLES Y ANTIMANCHAS

Trajes que no se manchan ni se mojan y tampoco se arrugan forman parte de las nuevas propuestas para esta temporada de Ermenegildo Zegna. Esto es posible gracias a las nuevas tecnologías microsphere y el tejido traveller, que repelen la mugre y ayudan a mantener la suavidad y aspecto natural de los tejidos de las telas.

La colección Z Sartorial (en la que Zegna aplica estas innovaciones) incluye trajes clásicos con sacos en colores gris, negro y azul marino, aunque las chaquetas de dos botones al frente sobresalen por la variedad que pueden crear al combinarse con las camisas, con o sin corbata.

COMO ANTIFACES

Con su nueva colección de lentes para sol, la firma italiana MaxMara rinde homenaje a Jacqueline Kennedy, quien a los 31 años de edad se convirtió en la primera dama más joven de la historia de Estados Unidos.

Por eso resaltan los modelos de diseño amplio, gran tamaño y de estilo envolvente (o tipo antifaz) con efectos de transparencia y refinadas placas de metal esmaltado o con inserciones de cristal. Los colores del armazón en gris, habano, chocolate, rojo y violeta contrastan con el tono ahumado de los lentes, que son muy combinables.





NUEVA BOUTIQUE DE LOUIS VUITTON

Una arquitectura que juega con contrastes en proporciones, materiales, transparencia y luz distingue a la nueva boutique de Louis Vuitton en Altavista.

Esta construcción urbana –octava tienda que la firma europea inaugura en México– presenta un innovador concepto de mobiliario basado en la tradición de la marca y elaborado con materiales como madera y acero inoxidable. Un elemento destacable es el mueble donde se exhiben los relojes, que por su diseño es una pieza de arte en sí misma.

PIEDRA FLOTANTE

Para celebrar los 100 años de la marca, Montblanc ha creado dos exclusivos instrumentos de escritura, en edición limitada, dentro de la colección Starwalker.

Ambos, pluma fuente y bolígrafo, combinan un diseño moderno con la mejor artesanía de la firma. Sin embargo, lo que más llama la atención es que, además de su plumín de aniversario de 18 quilates y el elegante grabado de 100 Years, cada pieza está coronada por un diamante flotante en la parte superior transparente del capuchón. Esta joya está cortada en 42 facetas formando la estrella Montblanc.



FLORAL Y AMADERADA

Été (que significa "verano" en francés) es la nueva fragancia en edición limitada que Valentino Garavani ha creado para satisfacer los sentidos femeninos. Su aroma mezcla la esencia de flores, como rosas, jazmín y geranio, con un discreto toque amaderado que le da un matiz ligero, pero al mismo tiempo sensual y delicado. El frasco armoniza con este perfume, pues tanto el cristal como el logotipo de la firma resaltan en un tono violeta.

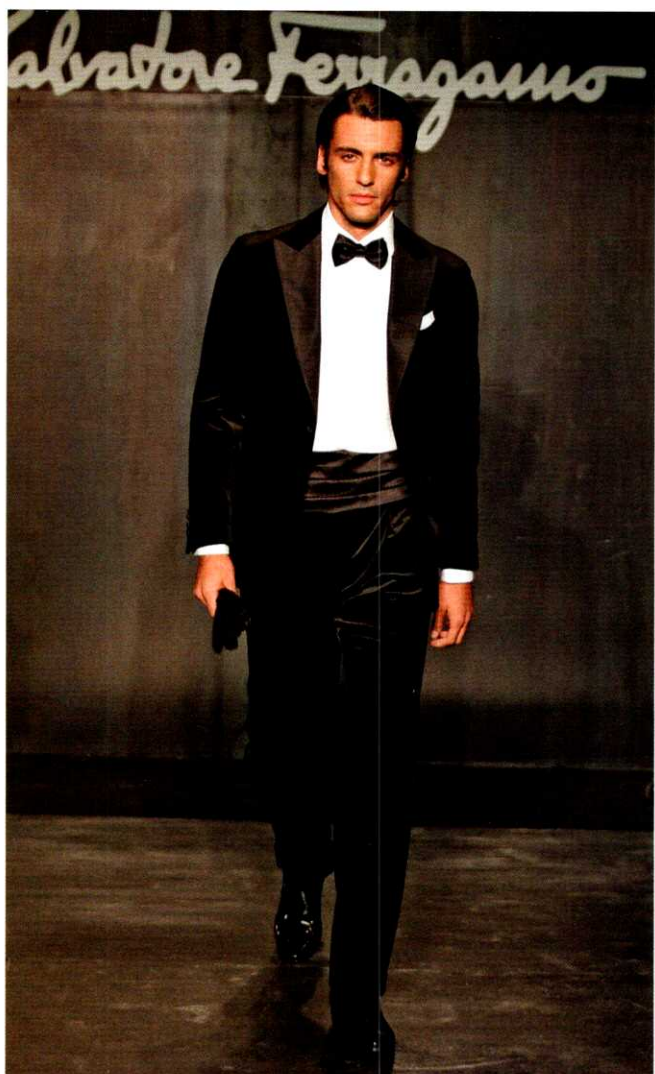


DIAMANTES Y CUARZOS

Lo que no se puede expresar con palabras, Chopard lo dice con relojes y joyas que brillan por su originalidad, belleza y distinción.

Sortijas, dijes, pendientes y brazaletes forman parte de la colección Happy Diamonds, con la que la firma juega desde 1976 dándole diferentes interpretaciones a la más preciosa de las piedras.

Estos relojes, desde el más lujoso hasta el más deportivo, son los que componen una edición única por la audacia de sus modelos, cada uno de los cuales está equipado con movimiento de cuarzo.



CLÁSICOS ITALIANOS

Para Salvatore Ferragamo, el verano es una temporada que no pierde sobriedad aunque predomine el colorido de la naturaleza. Con esa idea, los diseñadores de la marca no olvidan incluir los trajes, zapatos, carteras y otros accesorios que conservan el estilo clásico y en tonos oscuros, que nunca pasan de moda. *



ATMOSPHERE



A Perini Navi motor sailer that is as graceful as she is practical. With tenders held below gull-winged doors, forward deck space is huge and can be set up for sunbathing or socialising with an awning providing light shade. Over 25 feet above the sea, the flying bridge, with Jacuzzi and dining tables, is both intimate and inspiring, its gleaming chrome and 1,300 square metres of sail tautly catching the wind. Dine at night in the lower-aft cockpit complete with cinema screen. Her interior, with original works of art, marquetry murals and warm-coloured silk fabrics is a paragon of good taste.



EDMISTON

LONDON MONTE CARLO LOS ANGELES MEXICO CITY

Campos Eliseos 363-A . Polanco . 11560 . México D.F.

Tel.: (52.55) 5280.9574 . Fax: (52.55) 5280.8927

mexico@edmistoncompany.com

a la medida

UN TRAJE HECHO A MANO Y CONFECCIONADO POR RECONOCIDOS SASTRES ES UNA EXPERIENCIA QUE TODO HOMBRE DE MUNDO DEBE DE VIVIR

POR DESIRÉE NAVARRO
FOTOGRAFÍAS JORGE ÁVILA

AUN CUANDO LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN de trajes y abrigos masculinos prêt-à-porter ha ganado terreno en mercado y calidad, una prenda hecha a mano y expresamente para quien la porta se ha conservado como una costumbre de elegancia y buen vestir. Por eso, los talleres de sastrería a la medida se han mantenido en todo el mundo.

Actualmente, los sastres ingleses de Savile Row (pequeña calle ubicada en una de las áreas más exclusivas de Londres) son el centro mundial indiscutido del vestir masculino. También están los italianos, quienes adquirieron especial renombre durante los años 50 y 60 al renovar el criterio de moda masculino con el rescate de colores olvidados, como el café oscuro. Asimismo, firmas de sastrería de Nueva York, Los Ángeles, Tokio, Taiwán, Singapur y Hong Kong han introducido innovaciones al utilizar tejidos sintéticos ultraligeros para la confección de trajes.

El caso es que ya sea de uno u otro estilo, el secreto de la gran comodidad de una prenda de sastre de alta calidad está en los detalles que el ojo no ve y que sutilmente se esconden entre los pliegues y puntadas de un vestuario creado con un cuidado muy especial.

Esas pequeñas características son las que marcan la diferencia, y no en balde van acordes con el precio de la indumentaria, pues cada traje hecho a la medida puede alcanzar un precio de hasta 100,000 pesos, dependiendo de la calidad de las telas, el modelo y el tiempo que se tarde la confección.

NAPOLI COUTURE

Un corte maestro hecho por manos expertas y con telas de alta calidad es sinónimo de comodidad y de máxima elegancia

Varios elementos se trabajan cuidadosamente a mano, como las costuras reforzadas con un hilo doble que crean el efecto de relieve

Cada ojal recibe unas 105 puntadas a mano. Los ojales en la parte inferior de la manga se terminan directamente en el taller de sastrería de cada tienda, siguiendo las instrucciones del cliente

Ermenegildo Zegna ofrece a su clientela tanto trajes listos para llevar como el servicio su misura (sobre medida, en italiano)

El tiempo de entrega de un traje hecho a la medida tarda entre cuatro y cinco semanas

Por la personalización de cada detalle, el precio de un traje su misura de Napoli Couture cuesta alrededor de 35,000 pesos


Ermenegildo Zegna
Napoli Couture


Ermenegildo Zegna
Napoli Couture

AGRADECEMOS LAS FACILIDADES OFERECIDAS POR LAS FAMILIAS ZEGNA Y CORNELIANI



ARTE SARTORIAL

Con décadas de experiencia dedicadas exclusivamente a la moda masculina, la firma propiedad de los hermanos Claudio y Carlalberto Corneliani, con sede en Mantua (Italia), se ha consolidado como líder internacional en la confección de prendas de superior calidad para caballero.

Esta firma, fundada en los años 30 y pionera en la manufactura de prendas masculinas en el mercado italiano, con el paso de los años se ha enfocado en elaborar una propuesta completa y llena de variedad en el vestuario para satisfacer los requerimientos de cada persona. Ésta es la naturaleza del concepto de Club de trajes su misura, que por mucho es la expresión más personalizada que se puede alcanzar en el vestir.

Corneliani ha sido el precursor de este servicio que se ha convertido en elemento característico de la firma. Hoy el tiempo entre la orden y entrega final de cada traje hecho a la medida (que es aproximadamente de un mes y medio) permite que el cliente seleccione con toda tranquilidad y detalle las telas, los acabados y los detalles de su futura prenda, así como el día y la hora en que le tomarán las medidas.

El cliente puede estar seguro de que los materiales para la confección de su traje serán naturales y de primera calidad. Por citar: las entretelas son de fibras naturales, como pelo de camello, de caballo, de cabra o algodón puro, que hacen que la vida del vestuario sea mucho más larga.

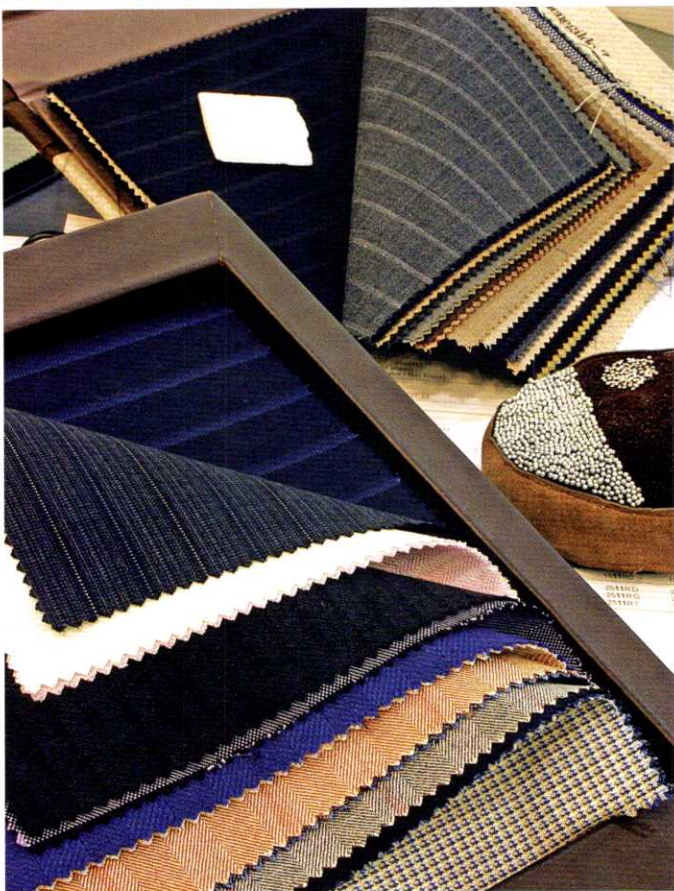
NUNCA PENSARÍAMOS QUE....

Se necesitan más de 150 trazos y cortes para poder confeccionar un saco Corneliani. Cada uno de estos pasos requiere de gran conocimiento de sastrería y altos estándares de calidad.

La sola elaboración de un pantalón de la misma línea requiere más de 40 pasos.

Un traje de Corneliani tarda aproximadamente seis semanas en entregarse; se requiere una única prueba; su precio oscila entre los 20,000 y los 95,000 pesos.

Un traje de la línea Corneliani Sartoria, confeccionado en serie, varía de 13,000 a 17,000 pesos.



ALTA SELECCIÓN ITALIANA

El servicio de sastrería a la medida de Ermenegildo Zegna se ofrece desde hace 15 años en todo el mundo. La libertad para elegir los materiales le da al cliente la oportunidad de crear un guardarropa personalizado, único y muy completo. A lo largo del proceso de confección se definen los pormenores de cada prenda, cuyo acabado se efectúa en los talleres de la firma en Italia.

El traje terminado se entrega en un promedio de dos semanas en Europa y de tres semanas en el resto del mundo. A tal grado ha llegado la tecnología de confección de esta firma que no es necesario que el cliente se lo pruebe durante el proceso.

Una ventaja adicional de este servicio es que si el exceso de trabajo no le permite al cliente dedicar demasiado tiempo a sus compras, su medida se adapta a sus horarios. Con una llamada telefónica, el cliente concierta una cita y un experto lo visitará en su casa u oficina para asesorarle sobre aspectos como la abertura o la forma de la solapa. También podrá conocer las nuevas colecciones de tejidos y los detalles de sastrería de cada temporada antes de su lanzamiento comercial. *

Patek Philippe

EL TIEMPO ES UN LUJO



EN 160
AÑOS SE HAN
FABRICADO TAN
SÓLO 650,000 PIEZAS.
LAS DISTINGUE EL
DETALLE CON EL QUE
ESTÁN HECHAS, SU
NOTABLE PRECISIÓN Y
UNA FIABILIDAD FUERA
DE LO COMÚN

LA FIRMA

Los suizos Antoine Patek y Jean-Adrien Philippe se conocieron en 1844, cinco años después de que el primero creara su firma relojera. Tras ese primer encuentro decidieron asociarse, y en 1851 los dos apasionados de la pequeña mecánica suiza iniciaron su empresa con la única ambición de crear los mejores relojes del mundo. Al cabo de 166 años, Patek Philippe es la última manufactura relojera independiente y de tipo familiar de Ginebra, con presencia en más de 60 países.

PATEK PHILIPPE EN MÉXICO

La llegada de la firma a México se produjo en 1994. "Hace 12 años, las 66 marcas relojeras hoy presentes simplemente no existían. En 1994 Grupo Mondí hizo la introducción y la difusión de la alta relojería, siendo la marca más prestigiosa Patek Philippe", afirma Eduardo Torres Cano, director general de Grupo Mondí, quien puntualiza: "Grupo Mondí se dio a la tarea de fomentar una cultura que no existía en México, pues aquí no es como en Europa, donde los relojes se compran para que pasen de padres a hijos".

LOS MODELOS

A la fecha, Patek Philippe comercializa 55 modelos en México en 10 selectos puntos de venta, sin que existan diferencias de precio con respecto a las tiendas de la firma en otras partes del mundo. Los precios arrancan desde 9,000 dólares y pueden superar los 100,000. En cuanto a tendencias, hoy los compradores prefieren la caja en oro rosado, aunque en nuestro país es muy popular el oro blanco.

UN PROCESO ARTESANAL

La exclusividad es un rasgo único de la firma: a la fecha y desde su fundación, la firma ha producido alrededor de 650,000 relojes, cifra que muchas marcas superan –y por mucho– en un solo año.

Una producción tan pequeña tiene su razón de ser: la fabricación de cada reloj –desde la idea de su diseño hasta su venta en la tienda, pasando por la fabricación de cada uno de sus componentes, el ensamblado y el ajuste– tarda entre nueve meses y cuatro años... y todo es fabricado a mano.



RODEADA DE ESPACIOS ABIERTOS, LA MANUFACTURA PATEK PHILIPPE SE SITÚA EN PLAN-LES-OUATES, CERCA DE GINEBRA. AHÍ SE ENCUENTRA EL DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, ESPINA DORSAL DE LA FIRMA

En ocasiones se preparan decenas de ejemplares de un solo modelo, y otras veces se hacen ocho en un año, pero nunca se reeditan las versiones, ni numeran o graban los ejemplares en caso de que formen parte de una serie limitada. Entregados en su estuche original, el certificado de origen prueba que el reloj fue creado según las más altas normas de manufactura.

LAS COMPLICACIONES

El valor de un reloj está en gran medida determinado por su nivel de complicaciones, es decir, las funciones adicionales que ofrece más allá de las horas, como: fases lunares, cronógrafo, calendario perpetuo, mecanismos de repetición (que tocan a voluntad horas, cuartos de hora, etc.), años bisiestos, despertador, indicador de la salida y puesta del sol, mapa celeste, ecuación del tiempo y tiempo sideral.





LOS COMPONENTES

Continuamente los laboratorios de la firma investigan nuevos materiales con el fin de evitar el desgaste de las piezas. Así es como dieron con el silicio para la fabricación de la rueda de escape, debido a la dureza del material.

INVERSIÓN Y LEGADO

Así son los relojes que hace Patek Philippe, los cuales, más que una pieza de tiempo, son una inversión y un legado. Tal como lo afirma Eduardo Torres Cano: "Uno no es el dueño de su reloj; lo está cuidando para la próxima generación".

Y más allá de su buen gusto, ¿qué distingue al poseedor de un Patek Philippe? Su pasión por la mecánica, su gusto por la relojería y su amor por la perfección.



EL SELLO DE GINEBRA

Es un estándar que desde 1886 recompensa a los relojes mecánicos de producción local por su calidad de ejecución excepcional.

Para ello se toman en cuenta el proceso de fabricación, los materiales, el acabado final, la respuesta al desgaste, la durabilidad y la calidad en el diseño. ★

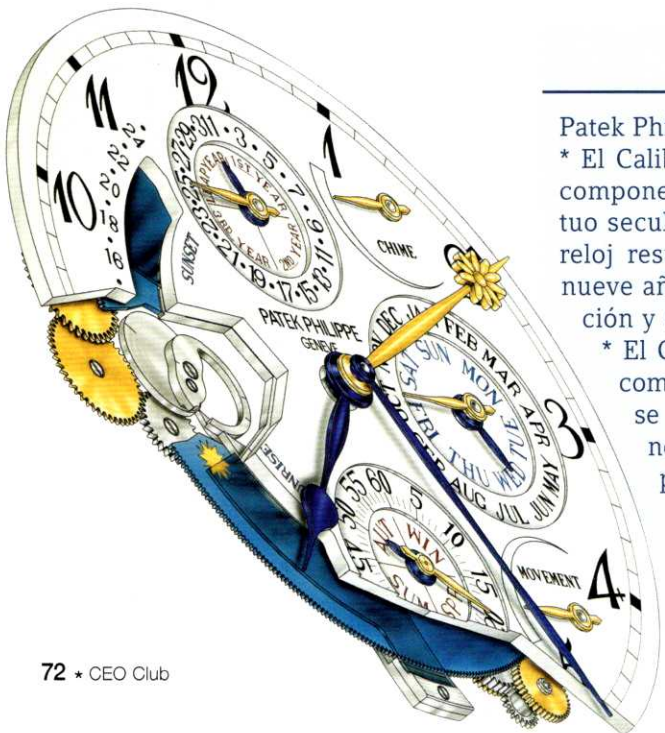
LOS RÉCORDS

Patek Philippe ha realizado los tres relojes más complicados del mundo:

- * El Calibre 89 (1989), creado para su 150 aniversario, alberga 1,728 componentes y presenta 33 complicaciones, como el calendario perpetuo secular, que funcionará sin ningún reajuste hasta el siglo xxviii. El reloj resume los conocimientos relojeros hasta esa fecha y requirió nueve años de trabajo: cinco de investigación y cuatro para la fabricación y ensamblaje.

- * El Graves (1933) fue en su tiempo el reloj con mayor número de complicaciones del mundo, con 24. La pieza de 900 componentes se diseñó por encargo de Henry Graves Jr., banquero neoyorquino, y para su elaboración requirió de seis años. Su belleza y complejidad técnica le bastaron para ser subastado en Nueva York en 11 millones de dólares, cifra récord para un reloj de bolsillo.

- * El Star Caliber (2000), que dio la bienvenida al siglo xxi, fue precedido por ocho años de investigación y llevaba igual número de complicaciones, seis de ellas patentadas.





Centrino® Duo

EL SALTO MÁS GRANDE EN COMPUTADORAS PORTÁTILES DESDE LA BATERÍA RECARGABLE



PRESENTANDO LA TECNOLOGÍA MÓVIL INTEL®
CENTRINO® DUO CON PROCESADOR DUAL CORE.



El siguiente gran salto para las computadoras portátiles está aquí. Y puede que sea el más emocionante que las empresas hayan tenido hasta ahora. La tecnología móvil Intel® Centrino® Duo tiene la misión de brindar capacidades móviles sin paralelo y conectividad expandida para ayudar a que tu negocio prospere. Sus recursos de cómputo adicionales –además de sus nuevas características de ahorro de energía que mejoran la vida de la batería– significan que tu fuerza móvil de trabajo será más multi-multi-multitasking que nunca antes*. Hasta el máximo de su movilidad y con mayor potencia, y esto representa un gran salto hacia adelante. Visita www.intel.com/espanol/products/centrino/

El desempeño del sistema, la duración de la batería, la calidad y la funcionalidad de alta definición, y el desempeño y la funcionalidad inalámbricas varían en función de la configuración específica del sistema operativo, hardware y software. Las menciones de un desempeño mejorado, según lo medido por SYSMark® 2004, PCMark® 2005 y 3DMark® 2005 se refieren en comparación con la generación anterior de las plataformas de la tecnología móvil Intel® Centrino®. Las menciones de la prolongación de la batería, según lo medido por MobileMark® 2005, si corresponden, se refieren a la generación anterior de las plataformas de la tecnología móvil Intel® Centrino®. La conectividad inalámbrica y algunas funciones requieren software, servicios o hardware externo adicional que podría tener que comprar de forma separada. La disponibilidad de los puntos de acceso a redes locales inalámbricas públicas es limitada. Las funciones inalámbricas pueden variar dependiendo del país, y es posible que algunos puntos de conexión no sean compatibles con los sistemas con tecnología móvil Intel® Centrino® basados en Linux. Consulte www.intel.com/espanol/products/centrino/ para más información. ©2006 Intel Corporation. Intel, el logo de Intel, Centrino, el logo de Centrino, Intel, Leap ahead, y el logo de Intel, Leap ahead, son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o sus subsidiarias en los Estados Unidos y otros países. Todos los derechos reservados.

nosotros vemos

agilidad y eficiencia en tu empresa

Microsoft Dynamics™ contribuye a que firmas como Home Interiors de México efficienten su operación, logrando máxima precisión en el control de inventarios, generación de reportes financieros 18 veces más rápido y que su fuerza de ventas pueda revisar el status de pedidos vía Web con un incremento de 20% en la consulta. Con estos resultados, Home Interiors de México ha logrado consolidarse como líder en venta directa de productos de decoración y regalos. Para más información, visita: www.microsoft.com/mexico/potencial



Tu potencial. Nuestra pasión.™

Microsoft®

©2006 Microsoft Corporation. Todos los derechos reservados. Microsoft y "Tu potencial. Nuestra pasión." son marcas o marcas registradas de Microsoft Corporation en los Estados Unidos y/u otros países.