

# ventana



## Monopolio y competencia

Entrevista con el director de  
Marketing de Telefónica Movistar

La nube informática  
**Las virtudes de lo virtual**  
Comunicación en  
performance:  
todos vendemos



PORTE PAGADO  
PP09-1126  
(PUBLICACIÓN PERIÓDICA)  
AUTORIZADO POR SEPOMEX

ABRIL-MAYO 2012  
Año 6, nueva época / Núm. 56  
Revista bimestral de la Escuela Bancaria y Comercial

# Estrategia en Capital Humano para su Negocio

Fiscal Legal Laboral



Human Resources Services

■ México

■ Monterrey

■ Mérida

■ Toluca

■ Querétaro

Foto: Corbis

[www.fimaco.com.mx](http://www.fimaco.com.mx)  
[fym2000@prodigy.net.mx](mailto:fym2000@prodigy.net.mx)

**CLUB DE ASESORÍA SIN COSTO**  
[finmark@prodigy.net.mx](mailto:finmark@prodigy.net.mx)

**Teléfonos:**  
55 5280-3954  
55 4336-1668

## “Sustentabilidad y Responsabilidad Social” ¿Moda o urgencia del mundo moderno?

Primera parte

Por **Jesús González**

Socio a cargo de Gestión de Riesgos, Gobierno Corporativo y Sustentabilidad

### ANTECEDENTES

El concepto de Sustentabilidad y Responsabilidad Social es algo que se vuelve cada vez más frecuente en nuestras vidas. Escuchamos mucho de contaminación, gases de efecto invernadero, incremento de la temperatura en el mundo, devolver todo lo que la vida nos ha dado, y cuestiones similares. Sin embargo, pocas personas pueden definir claramente dichos conceptos, listar los elementos que los integran, así el explicar sin duda porque se consideran temas relevantes.

Es casi imposible defender algo que no comprendemos.

Me gustaría iniciar mencionando que para el año 2050 se espera que la población mundial cuente con aproximadamente 9 mil millones de personas.

Es decir casi un 30% más de lo que existe actualmente.

Este dato para mucho pudiera parecer irrelevante, sin embargo si como padres/madres, hijos/hijas o ciudadanos regulares del mundo, nos hacemos algunas preguntas resultantes de este hecho, el tema se ve desde una arista distinta. Algunas preguntas básicas serían:

¿Qué les vamos a dar de comer?

¿Cómo vamos a satisfacer sus necesidades básicas?

¿A dónde los vamos a ubicar?

¿De qué van a vivir? ¿Qué trabajo van a tener?



Foto: Corbis.

Al escuchar las preguntas el tema se vuelve más relevante. Pareciera que si puede afectarnos directamente.

Desde el nivel empresa, también podemos hacernos algunas preguntas que no tienen respuesta sencilla, como:

¿Tendremos materia prima suficiente para operar y seguir produciendo?

¿Por ejemplo en Agua, Madera, Hierro?

¿Las tendencias de compra cambiarán por

requerimientos ambientales/sociales?

Tendremos más regulaciones por aspectos de medio ambiente? ¿Quién y cómo los va a pagar?

Existe ya preocupación al respecto y muchas de las preguntas arriba mencionadas ya han sido formuladas por diversas organizaciones sociales, gobierno, empresas y comunidades. En algunos casos existen respuestas y en otros no existe una claridad total sobre el tema.

## ¡El límite, tú lo decides!



kpmg.com.mx

reclutamiento@kpmg.com.mx



KPMG Talento Mexico



Reclutamiento mx



@KPMG\_talento

KPMG en México, Manuel Ávila Camacho 176 P1, Col. Reforma Social, 11650 México D.F.

© 2012 KPMG Cárdenas Dosal, S.C. la firma mexicana miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Las firmas miembro de la red de firmas independientes de KPMG están afiliadas a KPMG International. KPMG International no provee servicios a clientes. Ninguna firma miembro tiene autoridad para obligar o comprometer a KPMG International ni a ninguna otra firma miembro frente a terceros, ni KPMG International tiene autoridad alguna para obligar o comprometer a ninguna firma miembro. Todos los derechos reservados. KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International.



## DIRECTORIO

**Presidente del Consejo**  
Carlos Prieto Sierra

**Editor Responsable**  
Javier Prieto Echeverría

**Consejo Editorial**  
Javier Prieto Echeverría  
Pablo Prieto Echeverría  
Agustín Aguilar Tagle

**Coordinación de Edición**  
Agustín Aguilar Tagle  
ja.aguilar003@ebc.edu.mx

**Subcoordinación de Edición**  
Luz Gabriela Villaverde Romero  
lg.villaverde@ebc.edu.mx

Ventana EBC, fundada en 1961, es una publicación bimestral informativa y cultural para la comunidad EBC, de distribución gratuita.

Abril - Mayo 2012

Escuela Bancaria y Comercial,  
Liverpool No. 54, Col. Juárez,  
C.P. 06600, Ciudad de México.  
Teléfono: 9149-2060

[www.ebc.mx](http://www.ebc.mx)

[comenta.ventana@ebc.edu.mx](mailto:comenta.ventana@ebc.edu.mx)



**Ediciones Universitarias,  
S.A. de C.V.**

**Socios Directores**  
Elías González Rogel  
Ricardo Rubio Martínez

**Editor**  
Francisco Baca Plasencia

**Editora Gráfica**  
Albelia Gamboa y Vázquez

**Fotografía**  
Fernando Espinosa de los  
Monteros

**Ventas**  
Emma Escobar, Gerardo  
Hernández Peralta y Ajax  
Romero Estrada

**VENTAS PUBLICIDAD**  
(55) 5291-5577  
[ventas@gmmedios.com.mx](mailto:ventas@gmmedios.com.mx)

# editorial

Contrariamente a lo escrito por T.S. Eliot en la primera parte de *The Waste Land* (*April is the cruelest month...*), llegamos a estos días con la dulzura y la bondad sembradas por nuestras acciones y nuestras propias circunstancias, gracias a las cuales celebramos la vitalidad y el bien ganado prestigio de la Escuela Bancaria y Comercial.

Con este espíritu de orgullo, hemos decidido transcribir el mensaje que nuestro rector, don Javier Prieto Sierra, dirigió a toda la comunidad EBC con motivo del cumplimiento de los primeros 83 años de nuestra institución, el pasado 10 de marzo.

## Mensaje del rector por los 83 años de la Escuela Bancaria y Comercial

Permítanme compartir con cada uno de ustedes el honor y la alegría de estar celebrando los primeros 83 años de vida de la Escuela Bancaria y Comercial, la primera escuela de negocios de México, cuya consolidación académica es hoy uno de nuestros principales orgullos. Sirva, además, la ocasión para señalar que no sólo estamos cumpliendo años sino que, además y como siempre, estamos cumpliendo objetivos académicos, promesas educativas, propósitos empresariales y proyectos sólidos de expansión.

Dice el refrán que arrimarse al árbol frondoso es encontrar el cobijo de una buena sombra. Con ese mismo espíritu, el joven del siglo XXI que aspira a la excelencia educativa debe saber que ésta sólo puede encontrarse en instituciones cuya historia sea expresión continua de congruencia y calidad. Una de dichas instituciones es la nuestra, la Escuela Bancaria y Comercial, de cuya comunidad tú formas parte.

Pero en el fondo, ¿qué estamos celebrando? Una realidad palpable, hechos que pueden verse en muchas partes de México: nos hemos dedicado durante 83 años a formar profesionales emprendedores y a entregar al país ciudadanos con valores y con ética, capaces de progresar y participar activamente en los cambios sociales y económicos de su entorno.

Por eso y por el orgullo de ser EBC, ¡muchas felicidades, nuestro compromiso ya es tuyo!



Envíanos tus comentarios a:  
[comenta.ventana@ebc.edu.mx](mailto:comenta.ventana@ebc.edu.mx)

El editor no es responsable de la veracidad de los mensajes contenidos en los anuncios, así como de ninguna fotografía o material gráfico utilizados en los mismos. Las opiniones expresadas en los artículos reflejan únicamente el pensamiento de sus autores. Los textos, fotografías e ilustraciones son propiedad exclusiva de esta revista. Prohibida su reproducción total o parcial.

El editor se reserva el derecho de realizar la corrección de estilo y los cambios en la extensión de los artículos que recibe para su publicación, así como de publicarlos en el número de Ventana EBC que considere oportuno.

Distribuido por la Escuela Bancaria y Comercial, S.C con domicilio en Paseo de la Reforma No. 202, Col. Juárez, México D.F., C.P. 06600.

Imprenta: Compañía Impresora El Universal, S.A. de C.V. Allende No. 176, Col. Guerrero, México 06300, D.F. Teléfono 5117-0190.

Certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del Título No.04-2003-012812332200-102, expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Certificado de Licitud de Título 12425,

Certificado de Licitud de Contenido 9995, ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas. Porte pagado Publicaciones PP09-1126 autorizado por SEPOMEX.

Tiraje 27,000 ejemplares

# contenido

Abril - Mayo 2012

- 04** Negocios  
**La nube informática**  
POR OTTO PASTRANA MONDRAGÓN
- 06** Comunicación en performance: todos vendemos  
POR FRANCISCO BACA PLASENCIA
- 10** VATEL CONCEPT AWARDS 2011  
Luxury, sustainable development and health
- 16** Reencuentros  
**Alicia Lilián Zárate**  
Directora de Finanzas para Mesoamérica en Siemens Healthcare Diagnostics
- 17** Luis Alberto González Zesatti  
Gerente para ventas en Hoteles Marriott México
- 18** Responsabilidad Social  
**Recursos Humanos y Responsabilidad Social**  
POR PATRICIA GARCÍA GUTIÉRREZ
- 20** EBCuéntales  
**Importancia cultural de los museos**  
Cazar el tiempo y volverlo memoria. Primera parte
- 22** Vida EBC  
**Las virtudes de lo virtual**  
POR SOCORRO DE LA LUZ MORA URBINA
- 24** Notas Vida EBC  
campus CHIAPAS  
¡Felicidades EBC!  
campus DINAMARCA  
Día Internacional de la Mujer  
campus LEÓN  
Muestra fotográfica  
campus TOLUCA  
Un festejo de época
- 25** campus REFORMA  
Presentación de autoridades
- 25** campus QUERÉTARO  
Firma de Convenio CONAFOR - EBC
- 25** campus TLANEPANTLA  
Wingka Malon
- 26** Mosaico-EBC  
**Destino urbano D.F.**  
Obras maestras del Dr. Atl
- 30** In-Dividuo  
Los otros
- 32** .EDU  
**Conferencia: No hay profecía maya**  
POR FRANCISCO BACA PLASENCIA
- 32** Travesía EBC  
**Mapas y espejos**  
POR ANA LAURA ARENAS GUERRERO

12

## Evolución

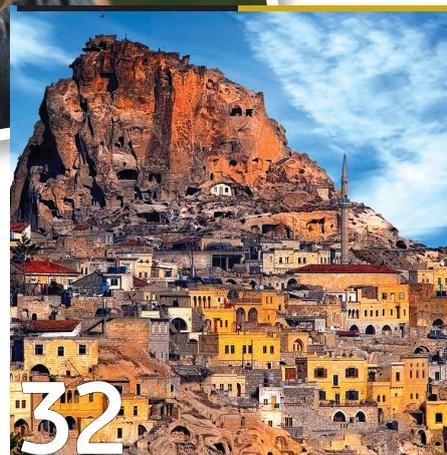
### Monopolio y competencia

Una conversación con Gustavo Ledesma, Director de Marketing de Telefónica Movistar.

20



22



32

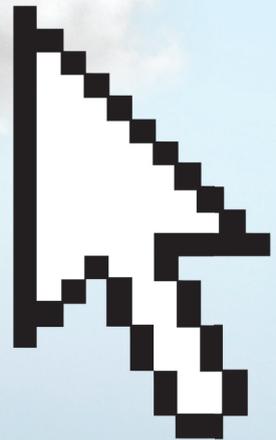
3

# La nube informática

POR **OTTO PASTRANA MONDRAGÓN**

*Tú y las nubes me traen muy loco.  
Tú y las nubes me van a matar.  
Yo pa'rriba volteo muy poco.  
Tú pa'bajo no sabes mirar.*

**José Alfredo Jiménez, 1955**



**NUESTROS** datos  
están más seguros en la  
nube informática que en  
la oficina o en la casa.

**Hace sesenta años**, las nubes ya estaban lejos.

Allá por 1955, la distancia de las nubes servía de metáfora para hablar del amor inalcanzable y de la altivez femenina. Hoy, en cambio y aunque siguen igual de retiradas, las nubes dejaron de ser propiedad exclusiva de trovadores y sirven a otros para dar nombre a lo nuevo.

La aparente sedosidad de las nubes, su condición vaporosa y su evidente inconstancia, no impiden que hoy usemos su imagen para acuñar la frase *Nube Informática* y referirnos con ella a un almacén virtual o depósito de archivos digitales en el que alojamos lo que de otra manera tendríamos que cargar en la computadora portátil, archivar en un disco duro o confinar a nuestra computadora de escritorio.

Como el hidrometeoro del que toma su nombre, la *Nube Informática* está sin estar del todo. Es una realidad virtual sostenida por servidores externos que se activa cada vez que acudimos a ella en busca de *nuestras cosas*. Los libros y los discos compactos, a propósito, contienen también realidades virtuales cuya milagrosa aparición depende de nuestra voluntad. Los espejos, por su parte, no nos contienen pero sí garantizan nuestra reproducción apenas nos enfrentamos a ellos (la garantía está firmada por las leyes de reflexión). De cualquier manera, libros, discos y espejos son tangibles, palpables, y ello nos tranquiliza. En cambio, la nube informática...

La Nube Informática, insisto, está sin estar del todo. ¡Y luego, con ese nombrecito: nube! Esto pone nerviosos incluso a quienes creen en la existencia de los ángeles. Al oír sobre la Nube Informática, no es difícil pensar en inestabilidad, en inconsistencia, en una especie de vimana que en micras de segundo podría desaparecer de nuestra vista y llevarse la información que le confiamos.

Pero esta nube llegó para quedarse. La gente de negocios lo sabe.

Roberto Cabrera, socio director de Industrias y Mercado de KPMG, señala que la adopción de la Nube Informática ha pasado de ser una ventaja competitiva a ser una necesidad operativa. Su bajo costo permite la sobrevivencia de muchos negocios sin acceso a gran tecnología. Ejemplo de ello es la Administración de las Relaciones con el Consumidor (más conocido como CRM, por sus siglas en inglés). Hoy, una pequeña o mediana empresa sólo tiene que pagar aproximadamente doscientos pesos al mes para tener el derecho a que sus vendedores suban información a la nube y modifiquen positiva y significativamente el modelo de negocio y la relación con clientes y/o consumidores, generando así ahorros del 1 al 25%.

Sí, es cierto, muchos aún dudan. Temen por la seguridad de su información. Sin embargo, hay que señalar que nuestros datos están mucho más seguros en la Nube Informática que en la oficina o en la casa. Depende, claro, a quién contratamos. Además, podemos reservarnos el derecho a realizar un “hackeo ético”, es decir, una auditoría (el hackeo ético consiste en una irrupción controlada en los sistemas de una empresa, previa autorización por escrito, con el propósito de identificar aquellos sistemas que pudieran haber sido indebidamente penetrados, así como de reconocer la información confidencial que pudiera haberse sustraído).

¿Cuáles son, en resumen, las oportunidades que nos ofrece la Nube Informática? Mencionemos las más notables: la optimación de procesos, la innovación, el ahorro y la posibilidad de rentar tecnología de punta. 

\*Ex-alumno de la EBC

# Comunicación en *performance*: **todos vendemos**

POR FRANCISCO BACA PLASENCIA\*

**Todos vendemos. Todos convencemos de algo en todo momento. Todos defendemos con argumentos nuestro punto de vista. Quizás seamos excelentes vendedores de ideas, conceptos y estilos sin saberlo. Pero quienes sí lo saben son los profesionales de las ventas.**

**No nos quede duda** de que somos seres sociales y en tanto tales, somos al comunicarnos. La necesidad de expresión inherente a nuestro ser emana desde el interior para fluir, ficha de dominó sobre ficha de dominó, en un efecto imposible de parar: seres parlantes que en sociedad construyen una realidad. Más allá de esta concepción aristotélica del animal social, el ejercicio de comunicar se transforma según el entorno y encuentra vías de sofisticación particulares, como es el caso que nos compete aquí: las negociaciones, los tratos, el cierre de una venta.

Ya decía que como seres parlantes levantamos el andamiaje de nuestra realidad: un lenguaje nos define e integra. Y ese efecto dominó que viene cayendo desde atrás, acá adelante ya significa mucho, forma parte de nuestro bagaje cultural. Tenemos códigos, modismos, referentes comunes; nos apropiamos de la lengua cada vez más a nuestro antojo para movernos —acaso a nuestro favor— en el mundo. Esto nos permite ejercer la comunicación casi automáticamente. En la vida cotidiana expresamos un sinfín de razones sin



**EN** el *performance* de las ventas todo cuenta: un color, cierta entonación, un golpe de voz, una insinuación...

siquiera tomar conciencia de éstas. Gran parte de lo que decimos es en realidad una simple repetición. Pocas veces, el empleo del lenguaje es utilizado con maestría o astucia para convencer, defender o simplemente expresar. Rara vez en el cotidiano, el magistral uso del lenguaje deja de ser una simple repetición y produce, con la correcta combinación de las palabras, conocimiento.

#### **EN LOS NEGOCIOS, COMUNICAR ES CONVENCER**

En el mundo de los negocios, la forma de hablar ciertamente nos define y también nos determina. Pero esta forma de hablar también incidirá directamente en el objetivo principal y contundente de las ventas: los resultados. En el medio comercial, comunicar es poner algo en público para que sea comprendido y supone una consecución de afirmaciones que persiguen convencer al otro, al interlocutor.

Lo anterior requiere, sin duda, de astucia, control y maestría; y supone que el “maestro” se asuma a sí mismo como parte integral del acto comunicativo, comunicación en proceso (afirmaciones convenciendo), y no como una persona que elige algo qué decir para mediar con un desconocido. Las habilidades para desarrollar con éxito lo que he dado en llamar un *performance* de venta no son pocas ni inconcuentes y por ello existe bibliografía sustanciosa a diestra y siniestra.

#### **LA JUSTA Y TEMIDA AUTOCRÍTICA**

Someterse uno mismo a examen nunca estará de más sino que será indispensable para alcanzar las metas de ventas. Todo es analizable en nuestra interacción con otra persona. La forma de hablar, la seguridad en el tema, nuestra reacción ante la personalidad del otro, nuestra capacidad empática, la claridad de exposición, desde luego el aspecto físico, la autoestima, etc. Pensemos que, como el público de una obra de teatro, el cliente también lo mira todo. Las intenciones, las dudas, los titubeos, la seguridad...

Independientemente de tus números, hay mucho que aprender de procesos que no hayan significado una venta real. La visión derrotista muchas veces puede nublar un gran aprendizaje o un extraordinario *performance* de tu parte con todo y el resultado final. La información más jugosa puede hallarse en las excepciones. Atender tu propio desempeño en escena te permitirá registrar tu propio aprendizaje, identificar nuevo conocimiento y experiencias, observar tu desarrollo. Y es que algo que no se mide es más difícil de mejorar.

**LAS** experiencias fallidas son una fuente de información valiosa que servirá para mejorarlo todo.

**EL CLIENTE**

Además de todo lo que es leído en ti, tú también puedes interpretar mucho de tu interlocutor. Es más, tratar de conocerlo leyendo sus mensajes será obligatorio para definir qué tipo de persona es, como convendrá modular el trato, hasta dónde se podrá presionar sin que el cristal que sostiene tu negociación se quiebre. Todo lo que tienes frente a ti revela información. La forma de vestir de tu cliente, su apariencia personal, los colores de su ropa, la manera de saludar, todo. Aprender a leer al interlocutor es básico para posicionarte en la pista de la negociación.

En nuestro mundo hay nociones de lo bien visto y lo indeseable. Se trata de rasgos que se dejan ver en nuestro *performance* y que pueden ser calificados por nuestros jueces a favor o en contra. Sin embargo, hay que anotar que no son ni buenos ni malos, todo forma parte de la mezcla, el tema está en emplear las justas medidas.

**EL ACTO Y EL HECHO**

Es necesario distinguir entre el *performance* y la comunicación consumada. Las comunicaciones que se han tenido guardan un registro y forman parte de referentes de conexiones con el cliente. Se trata de comunicación a largo plazo.

A pesar de la inmediatez que supone el cierre de una venta en función de los resultados requeridos, es necesario entender las ventas a largo plazo, es decir, dentro de procesos de comunicación extensivos, de largo alcance, prolongados en interconexiones de un caso a otro...la comunicación no se termina al colgar el teléfono con un cliente sino que se perpetúa a través de tu propia experiencia. Sigues hablando, pero cada vez hablas sabiendo lo que ahora ya sabes, habiendo vivido las buenas o malas experiencias; eres resultado directo de tus propias comunicaciones. Eso parece mentira, pero el cliente lo nota. Cuando hablas, lo sabe. Y si tú sabes que él sabe, felicidades, ya tienes una conexión con él. 



**RASGOS DE CONNOTACIÓN POSITIVA**

- Tienes carisma
- Eres sociable
- Eres exitoso
- Tienes el know how

**RASGOS DE CONNOTACIÓN NEGATIVA**

- Manipulas
- Eres oportunista
- Eres ambicioso
- Calculas
- Actúas
- Eres agresivo
- Te anticipas

Foto: Corbis

\*Comunicólogo e historiador; coordinador editorial de Grupo Mexicano de Medios, S.A. de C.V.

¡Se te acaba el  
**tiempo!**



Para facturar electrónicamente cumpliendo con la **NUEVA** disposición fiscal que iniciará a partir del 1° de julio de 2012.

## ¡Factura electrónicamente!

Cualquiera que sea tu profesión, giro comercial, si eres persona física o moral:

- ✓ Con **Aspel-SAE**, **Aspel-CAJA** y **Aspel-FACTUR@** podrás facturar electrónicamente sin recapturas ni procesos adicionales.
- ✓ Con un solo click obtienes tus **CFDIs\*** listos con todos los requisitos fiscales.
- ✓ Contamos con tres **PAC's\*\*** con los cuales podrás timbrar tus comprobantes de la forma más rápida y segura.
- ✓ Te ofrecemos paquetes desde 50 timbres, sin contratos anuales ni cuotas de mantenimiento.



 Haz click en [aspel.com/factura](http://aspel.com/factura)

### Contacta a tu distribuidor más cercano o llámanos:

- México (55) 5325-2353 • Guadalajara (33) 3647-7301
- Monterrey (81) 8352-5661 • Veracruz (229) 130-0442
- Querétaro (442) 218-8614 • Mérida (999) 948-3060 ext. 300
- León (477) 779-7490 • Tijuana (664) 686-6949

\*Comprobante Fiscal Digital por Internet  
\*\* Proveedor Autorizado de Certificación  
PAC's en convenio: Tralix, Masteredi y MYSuite

# Vatel Concept Awards 2011

Luxury, sustainable development and health



Gianella Cruz Gutierrez Sánchez and Dulce Itzell López, students at Vatel México, presenting his "H2 Organic Gourmet" concept to Carlos Prieto Sierra

10

**Sustainable development** is progressively impacting the entire value stream in the hospitality, restaurant and catering and tourism industries. This is the reason why Vatel launched the Vatel Concept Awards in 2009, a contest between Schools where all Vatel students compete with one another. Vatel Mexico won first prize in 2009, followed by Vatel Paris in 2011.

These students had the examination board members as well as participants in the Vatel 2011 visit the entire

world as well as invoking all of their emotions. Six Vatel Schools: Bangkok, Lyon, Mexico, Moscow, Paris and Quebec qualified to participate in the finals of the 2011 Vatel Concept Awards. Theme: *"Imagine, in 2020, a new gourmet restaurant concept, with state-of-the-arts table art and an ecological and sustainable approach, an integral member of the Resort Hotel & Spa chain, which itself belongs to one of the world's most prestigious hotel groups."*

The long awaited day arrived on July 12. Vatel Paris



Irene Fenart and Matthieu Cavélius, first prize winners of the 2011 Vatel Concept Awards, with Alain Sebban, founder and General Manager of the Vatel Group, Dov Sebban, General Manager of Vatel Paris and Sylvie Morineau, Academic Dean of Vatel Paris

hosted the competition. At 6:00 p.m., Franck Michel, a management lecturer in Vatel Lyon who also coordinated this contest, briefed the examination board members, all enthusiastic professionals, in an atmosphere both relaxed and serious at the same time. A few minutes later, the candidates arrived. Two by two, members of the examination board divided up the six stands, one per School, where the students, still smiling, stood waiting for them with bated breath. Each demonstration was punctuated by posters and scale models. Questions seemed never-ending. One hour raced by. Then it was time for the School Directors, who had finished their day at the Conference, to see the stands. The examination board left for its first debate. End of act one.

The curtain then rose for the public, on the stage set up in the Vatel Restaurant. Students representing their Schools gave a three-minute presentation of their project. Everyone was warmly applauded, but the *Manchandat Pavarit's* conviction - Vatel Bangkok - was impressive, as were the clear explanations of Irene Fenart and Matthieu Cavélius from Vatel Paris. This was the team with the



Finalists of the Vatel 2011 Concept Awards: Paris, Bangkok, México, Lyon, Moscow and Quebec

## PREMIOS VATEL CONCEPT 2011

¿Desarrollo sostenible o desarrollo sustentable? Los hispanoparlantes aún no logramos ponernos de acuerdo sobre la pertinencia o conveniencia de una u otra forma. Mientras nos decidimos, especifiquemos de qué estamos hablando. Nos referimos al desarrollo que es *capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades del futuro para atender sus propias necesidades* (Reporte de la Comisión Mundial de Medioambiente y Desarrollo de la ONU). En este sentido, es un hecho que la elección de estados, gobiernos y sociedades por tal tipo de desarrollo modifica progresiva y positivamente las maneras de ser y de actuar de las industrias, entre las que destacan la hotelera, la restaurantera y la turística. Con base en esta evidencia, Vatel lanzó en 2009 la convocatoria a participar en los premios Vatel Concept. En esa primera ocasión, fue Vatel México quien obtuvo el primer lugar, mientras que en 2011 el premio quedó en manos de Vatel París.

A la final de 2011 llegaron seis escuelas Vatel (Bangkok, Lyon, México, Moscú, París y Quebec), cada una de las cuales trabajó su propio proyecto a partir de una tarea común: imaginar un nuevo concepto de restaurante gourmet que al final de la década sea referente de contribución práctica al desarrollo sostenible de la industria.

most global and precise project. When the examination board stepped out for the final deliberation, the die was cast: the number of points and intangible feeling put Paris in first place. Bangkok followed Paris. Mexico took third place, though it took first place in the 2009 competition. At 10:00 p.m. everyone was holding his breath. The awards ceremony took place under thunderous applause. And such great joy for Vatel Paris, who organized the convention and contest to see "its" team win!

Vatel  
International Business School  
Hotel & Tourism Management





# Monopolio y competencia

Una conversación con Gustavo Ledesma

Director de Marketing de Telefónica Movistar.

**Es un hecho evidente** que las prácticas monopólicas son perniciosas para la economía de cualquier país, no sólo porque atentan contra la libertad económica sino porque desalientan la búsqueda de innovación e inhiben los esfuerzos por ofrecer calidad y bienestar. Las telecomunicaciones no son la excepción. La poca competencia trasciende la esfera económica y toca lo político: la democracia vive lastimada permanentemente. Sin pluralidad y sin competencia, la sociedad experimenta un grave y crónico estado de desinformación, lo que a su vez le impide contar con suficientes elementos de juicio para tomar decisiones colectivas que favorezcan a la mayoría.

*La historia económica de México —escribió apenas hace un lustro el doctor Francisco Valdés Ugalde— es la historia de la institucionalización del privilegio de los rentistas, no de los empresarios progresistas. Desde las Leyes de Indias hasta el fracaso de las reformas borbónicas, desde la Constitución de Apatzingán hasta el fracaso de la República liberal; desde los esfuerzos liberalizadores del usurpador Maximiliano de Habsburgo al entreguismo porfiriano y al Estado corporativo de la posrevolución, la carencia de un Estado democrático ha producido desigualdad jurídica y de oportunidades consagrando el privilegio de unos cuantos. Los mismos que se rasgan las vestiduras y acaban en el fariseísmo filantrópico cuando miran la pobreza de los millones cuyos derechos económicos violentan sistemáticamente.*

*Un país que no es propiedad común de sus ciudadanos, sino que tiene dueños de facto concentrados en unas cuantas familias —concluye el destacado analista—, es un país que no cuenta con una democracia constitucional.*

Uno de los mercados estratégicos para el desarrollo económico y social que en México requiere urgentemente de un saludable contexto de competencia, es el de las telecomunicaciones. Porque la competencia en el rubro generará por sí misma esfuerzos de innovación, lo que a su vez redundará en beneficios para todos, tanto culturales como sociales, políticos y económicos, sin olvidar, por supuesto, los beneficios que recibe el consumidor como tal.

La falta de competencia en el sector de las telecomunicaciones incrementa la brecha digital y aleja cada vez más el desarrollo cultural y educativo.

Hace apenas unas semanas, el presidente de la Comisión Federal de Competencia (CFC), Eduardo Pérez Motta, advirtió que el sector de las telecomunicaciones en México está muy lejos de ser un ejemplo de eficiencia y el principal motor de productividad del país, y que se trata de un segmento retrasado en el que falta mucho por hacer en materia de competencia.

Para profundizar en el tema, Ventana visitó el pasado 22 de marzo a Gustavo Ledesma, Director de Marketing de Telefónica Movistar. Con él conversamos acerca de la manera en que la competencia es tierra fértil para la innovación.

*Partamos de un concepto nuevo —propone Gustavo Ledesma—: hablemos de convergencia.*

*En el caso de las telecomunicaciones, no importa el medio, es decir, no importa la tecnología. Lo que debemos pensar es en comunicación. Por eso, en Telefónica eliminamos los conceptos de fijo, móvil y satelital. La tecnología cambia, evoluciona. Cada día, los operadores desarrollamos nueva tecnología. Mientras tanto, la necesidad de comunicación a distancia permanece. Por eso, lo que importa no es la tecnología sino lo que hacemos con ella. Y este sencillo giro conceptual es ya un gesto de innovación: mientras que muchos mantienen su enfoque en su infraestructura, nosotros nos miramos al espejo y nos preguntamos quiénes somos, qué somos y cómo podemos mejorar la vida de nuestros clientes.*

*La respuesta es inmediata: además de ser una empresa que brinda óptima satisfacción a sus consumidores, a través de productos y servicios en el sector de las telecomunicaciones, que busca el liderazgo del mercado con base en actitudes y conductas éticas, y que dirige su quehacer hacia valores contundentes, como la honestidad, la honradez, la confiabilidad y la responsabilidad; además de todo eso, mejor dicho, con todo eso... ¡somos una fábrica de minutos, de voz y de datos!*

**UN** país que no es propiedad común de sus ciudadanos, sino que tiene dueños de facto, no cuenta con una democracia constitucional.





Foto: Gettyimages.

## **COMPRAR** tecnología no nos hace diferentes. Es mejor preguntarnos qué puede hacerse con ella.

Por esto, en 2011, tomamos la decisión de dividir nuestra empresa en cuatro: dos empresas operativas (una en Latinoamérica y otra en Europa), otra que brinda servicios de recursos humanos, finanzas y legales a todas las empresas del grupo) y una más, Telefónica Digital, encargada y responsable de generar valor agregado mediante productos (contenidos y aplicaciones) que hacen la diferencia. Y es aquí donde aparecen los conceptos de convergencia e innovación, que sin afectar la necesaria y saludable atmósfera de competencia crea relaciones de sociedad, para ofrecer productos y servicios que verdaderamente satisfagan las necesidades de nuestros consumidores.

Nosotros no hablamos de tecnología, porque ésta es materia prima bruta (lo que en inglés se nombra commodity). La tecnología se compra, y eso no nos hace diferentes ni aptos para la competencia. Nosotros preferimos hablar de otra cosa, a partir de una pregunta básica: ¿Qué podemos hacer con la tecnología?

La tecnología per se no cambia la vida de la gente. Lo que cambia la vida de las personas es lo que hacemos con la tecnología, el sentido que damos a ésta. Muchas empresas parecen no estar interesadas más

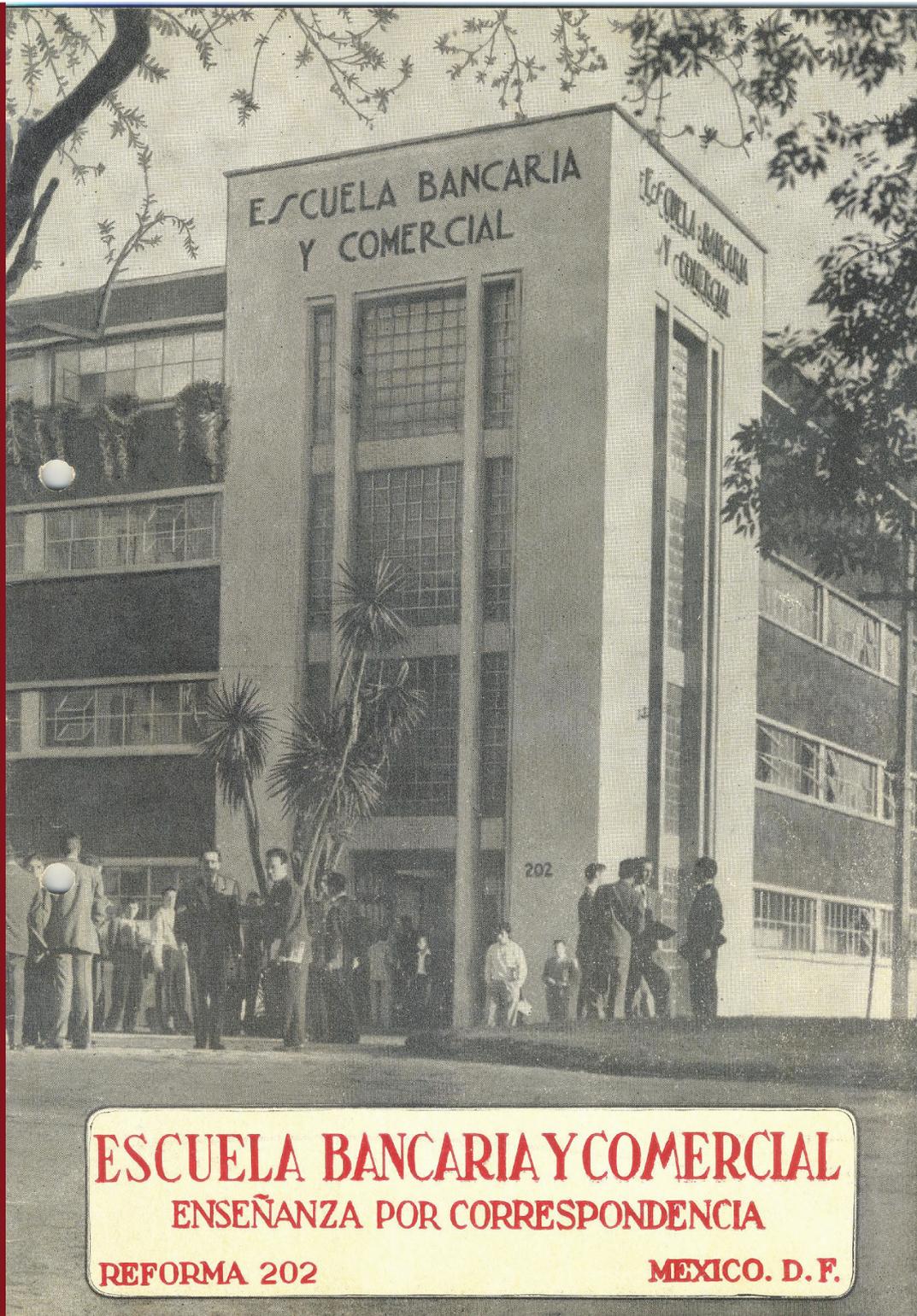
que en vender la sensación de vanguardia y el ansia de poseer lo último, sin importar su utilidad. Esto genera contaminación comunicacional. La tecnología irracional nos obliga a hacer cosas y comprar productos personalmente inútiles.

La pregunta que debe hacerse el consumidor es: ¿cómo mejora esto mi calidad de vida? No te preguntes sobre lo último, sino sobre lo que necesitas. Pero esta pregunta, a propósito, sólo puede florecer en un sistema de competencia, en donde ganará quien ofrezca soluciones reales para la vida real. En ambientes monopólicos u oligopólicos, esto —que es lo fundamental— parece irrelevante.

Telefónica en México ha impulsado la innovación y la creación de nuevas empresas que brinden soluciones para la vida diaria basadas en tecnología con dos programas. El primero es el Campus Party, un evento enfocado a jóvenes desarrolladores que comparten experiencias y conocimiento, que realizamos desde hace tres años. El segundo programa es Wayra, donde apoyamos a emprendedores tecnológicos a poner en marcha su empresa.

Con base en esta filosofía —y mientras otros hablan de velocidad y megas—, nosotros hablamos de conceptos directos y comunes: hablamos de tiempo, lo que en realidad es valioso para el consumidor. Porque el fin económico va de la mano del propósito social. ¡Queremos consumidores maduros! La competencia crea madurez en el consumidor, y la existencia de consumidores maduros lleva directamente a la necesidad de verdadera innovación.

En resumen, la competencia produce la necesidad de eficiencia. Y eso beneficia a todos. 



Folleto EBC  
Enseñanza por Correspondencia  
Años 50  
Donado al Arhivo Histórico de la EBC  
por el C.P. Gabriel Suárez Velásquez

MUSE   
ESCUELA BANCARIA Y COMERCIAL

Paseo de la Reforma 202, Col. Juárez, Ciudad de México

EL ARCHIVO HISTÓRICO DE LA ESCUELA BANCARIA Y COMERCIAL  
INSCRITO EN EL REGISTRO NACIONAL DE ARCHIVOS  
CERTIFICADO POR EL ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN EL 11 DE MAYO DE 2009

[www.museoebc.org](http://www.museoebc.org)



## Alicia Lilián Zárate

Directora de Finanzas para Mesoamérica en Siemens Healthcare Diagnostics

**Estudiar Contaduría Pública** en la Escuela Bancaria y Comercial era para mí un anhelo y fue, a la vez, un paso natural en mi vida, ya que en mis días de bachillerato trabajé con mis padres, lo que me permitió vivir la experiencia del trabajo con gusto y descubrir mis propias habilidades. Mis padres tenían un pequeño negocio y yo pude, entonces, involucrarme en asuntos administrativos. Sumado al gusto por este tipo de actividades, estuvo el contagio de familiares y amigos que estudiaban en la Escuela Bancaria y Comercial. Todos me hablaban con entusiasmo de la experiencia de estudiar en esta institución.

Tuve grandes maestros, y muchos de ellos dejaron huellas imborrables en mi vida estudiantil. Mientras digo esto,

“Es un honor estar en la lista de Las 50 mujeres más poderosas de México, de la revista Expansión”



Foto: Fernando Espinosa de los Monteros

ventana EBC/ABRIL-MAYO

pienso, por ejemplo, en la maestra Herminia Güitrón del Río, mi profesora de Costos. Fue ella quien me impulsó anímicamente a trabajar en la empresa ICA FD, donde por primera vez ejercí la profesión de Contaduría. Si no hubiera sido por sus consejos, acaso yo hubiera elegido la comodidad del negocio de mis padres. Y la maestra Güitrón no sólo me apoyó para entrar a trabajar en ICA FD, sino que además estuvo siempre pendiente de mi crecimiento profesional. Estoy profundamente agradecida con ella, por sus enseñanzas y su cariño.

Además de ICA FD, he trabajado en grandes empresas como lo son ACCEL, Nielsen, GE, Bayer y actualmente trabajo para Siemens, donde ya llevo cinco años. Ahora que reviso mi vida profesional puedo decir que me siento satisfecha por los éxitos alcanzados en cada una de las compañías en las que he trabajado. En este sentido, mi gran logro es la integración de las empresas Bayer Diagnostics, Dade Behring y Diagnostics Products Corporation en lo que hoy es Siemens Healthcare Diagnostics (empresa líder mundial en equipos y productos de diagnóstico clínico). Siemens me confió el liderazgo del proyecto en México, y creo que lo hice bien, ya que un par de años después fui promovida a mi actual posición. Estar a cargo de todo el Sector Healthcare en la región Mesoamérica trae mayores retos a mi vida profesional, por lo que debo seguir actualizándome si quiero cosechar más logros.

Sobre el hecho de que la revista Expansión haya incluido mi nombre en su lista de “Las 50 mujeres más poderosas de México”, sólo quisiera decir que agradezco el reconocimiento (tal vez la referencia al poder cause confusión, así que sugiero que pensemos en cincuenta mujeres con cargos o labores de mucha responsabilidad). Me siento honrada, a la vez que obligada con mi sociedad: queriéndolo o no, ese tipo de menciones te vuelven un modelo a seguir para otros seres humanos, para otras mujeres y para otras generaciones. De hecho, espero desaparecer muy pronto de esa lista, porque ello significará que llegan nuevas mujeres a tomar posiciones clave en empresas importantes. Es un honor estar en esta lista y la revista me ha incluido por mi trayectoria profesional y por una serie de valores dentro de los que me he formado: la justicia, la honestidad y la responsabilidad. Y si hablamos de las competencias que la Escuela Bancaria y Comercial se esfuerza en cultivar en todos sus estudiantes, puedo señalar mi capacidad de análisis y toma de decisiones.

Guardo de la EBC un fuerte sentimiento de orgullo. Por experiencia propia, sé que soy egresada de una institución que lanza al mercado laboral profesionistas capacitados que se preocupan por crecer y estar a la vanguardia.

No soy mujer de sueños sino de proyectos. Por eso mismo, mis recomendaciones a quien está hoy en sus años de escuela son muy sencillas y prácticas: conoce, investiga, ve más allá de lo que te dan en la escuela, analiza, aprende a planear...Y haz todo eso con responsabilidad y con pasión. 

# Luis Alberto González Zesatti

Gerente para ventas en Hoteles Marriott México

**Aunque en la adolescencia** no estaban entre mis expectativas profesionales el mundo de los negocios (pensaba yo en estudiar Medicina), lo cierto es que ya a los quince años andaba yo trabajando en restaurantes, cafés y bares. Mi preparatoria la hice en La Salle y mi idea era estudiar ahí la carrera. Sin embargo, los recursos económicos no daban para cumplir con ese deseo, por lo que intenté entrar a la UNAM, hecho que no se dio por diversas circunstancias. ¡Algo tenía que hacer! Renunciar al estudio no era, de ningún modo, una alternativa. Por ello, me acerqué a la EBC y supe del inicio de una nueva carrera. Su interesantísimo programa me llamó la atención, así que entre 2002 y 2003 decidí dar un giro en mi proyecto de profesionalización. Soy parte de la primera generación de la licenciatura en Administración Hotelera y Turística de la Escuela Bancaria y Comercial. Hoy, un lustro después de haber terminado mis estudios, puedo decir que acerté en mi decisión: no sólo encontré el ámbito propicio para el desarrollo de mis habilidades y de mis competencias, sino que además descubrí la esencia de mis deseos de estudio: la vocación de servicio. Aunque la Medicina y la Administración Hotelera y Turística parecen abismalmente distantes una de otra, en realidad hay muchas semejanzas entre ellas, todas concentradas en la responsabilidad de servir con base en la excelencia.

Durante mi estancia en el extranjero, para estudiar la segunda parte de mi carrera, entendí que el aprendizaje previo del idioma es fundamental. Yo recomiendo a quienes hoy tienen la intención de cursar dos años de la licenciatura fuera de México, que se esfuercen mucho en ese punto. Al regresar a México para cursar el octavo semestre, ingreso como practicante a JW Marriott México. Y es aquí donde detecto algunas claves de mi éxito: proactividad, responsabilidad, disposición, diligencia y muchas otras características que tal vez podamos resumir en un requisito sine qua non para alcanzar los niveles de liderazgo: la excelencia.

Más tarde y después de una temporada como Concierge Ejecutivo en American Express, regreso a JW Marriott y me integro al área de reclutamiento de Recursos Humanos. Durante tres años fungí como Coordinador de Ad-



Foto: Fernando Espinosa de los Monteros



Descubrí la esencia de mis deseos de estudio: la vocación de servicio”.

quisición de Talentos, época en la que fui certificado por Talent Plus, empresa estadounidense con más de treinta años de experiencia. Luego, cuando rediseñamos el proceso de reclutamiento, me vuelvo certificador. Después de tres años en Recursos Humanos, fui invitado a trabajar en el área de ventas.

Quienes trabajamos en la industria de la hospitalidad, percibimos una voz interior nos dice: ¡Muévete, no te quedes parado! Y hay que empezar desde abajo, conocer todas las áreas. La gente que más brilla en esta industria es la que realmente se entrega, la que lo da todo para crear momentos inolvidables. Si alguien busca conocer culturas, personas y comidas, le recomiendo que mejor estudie para turista. Esto es para quienes nos apasiona el servicio y la administración hotelera y turística.

Otra de mis pasiones es mi trabajo como maestro. Doy clases y lo hago con el gusto de sensibilizar a mis alumnos. A cada rato les recuerdo que el mundo sí está interesado en México como destino turístico y zona de inversión. Vienen grandes cosas, muchos cambios, múltiples oportunidades. Por eso y para eso, hay que estar preparados. 🍀



# Recursos Humanos y Responsabilidad Social

POR PATRICIA GARCÍA GUTIÉRREZ\*

**La Responsabilidad Social Empresarial** contribuye de manera directa a mejorar el clima laboral, así como a conformar un equipo valioso y comprometido de colaboradores, hecho determinante para la obtención de resultados en la empresa.

Si bien son múltiples los beneficios de la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social, es en el ámbito de Recursos Humanos donde más impacto tiene, ya que permite impulsar la transparencia, la confianza, la equidad y la comunicación.

Las empresas invierten recursos significativos en metodologías, prácticas, técnicas y herramientas dirigidas al capital humano. En esa diversidad de alternativas, la Responsabilidad Social Empresarial nos ayuda a identificar las más importantes, es decir, aquellas que sean acordes a la empresa, a su cultura y al mercado en el que se desenvuelve. La idea es obtener con la Responsabilidad Social una guía de políticas y prácticas a favor de una mejor calidad de vida al interior de la organización

## COMUNICACIÓN EFECTIVA

Es común que las empresas tengan políticas de puertas abiertas. Sin embargo, esto no nos garantiza la retroalimentación interna. Esta práctica debe impulsarse mediante la definición de mecanismos que garanticen el flujo de información en ambos sentidos.

Aspectos en los que el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial puede aplicarse en la gestión del capital humano:



### PROCESOS DE APRENDIZAJE PERMANENTE

El desarrollo del personal debe verse como algo constante, no como un evento o un proceso temporal.

### CLIMA ORGANIZACIONAL

La mayoría de las empresas se enfrentan al reto de conformar un valioso equipo de colaboradores y retenerlo, para lo cual es indispensable contar con un clima positivo dentro de la empresa. Es importante que sea un lugar en donde la gente se sienta considerada, respetada y valiosa.

### CONGRUENCIA

La gente no se siente bien en una empresa que tiene una versión hacia el exterior y otra hacia el interior. Por eso, consideramos que la aplicación de la responsabilidad social en el ámbito laboral da a la empresa la congruencia que necesita para que el personal crea en ella y le tenga confianza.

### EQUIDAD

La remuneración y el crecimiento profesional y personal son dos ejemplos significativos donde incide el esfuerzo de equidad.

### LIDERAZGO

La participación e involucramiento de los líderes al interior de la empresa es un factor clave para el éxito de la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial.



MUAC

# Importancia cultural de los museos

Cazar el tiempo y volverlo memoria/Primera parte

POR **CECILIA SANDOVAL\***

*Hoy, los museos vuelven a ocupar un papel central en la cultura occidental, de la misma forma que lo ocuparon durante gran parte del siglo XIX.*

**Josep Balart**

**El siglo XIX** trajo consigo una nueva forma de comprender el mundo, y la ciencia se convirtió en el catalejo por excelencia para acercarnos a la realidad. Desde el positivismo, se reconstruyeron las bases de la cultura occidental; el progreso y la modernidad ocuparon el propósito al alcanzar de los estados; y el pasado “oficial” y la “ver-

dad” se erigieron como los guardianes de la historia de la humanidad. Los museos adquirieron, entonces, un rol fundamental, al ser los custodios de objetos que narraban el paso del hombre por la tierra: colecciones de historia natural y de arte, documentales, etcétera.

La sociedad decimonónica dotó a los museos de su ca-

rácter de sobrios, solemnes e inalcanzables recintos contenedores del conocimiento del hombre. Y a pesar de la crítica de pensadores como Marinetti, Valéry y Adorno, la percepción del museo como lugar de culto se instaló en la opinión pública hasta bien entrado el siglo pasado.

Hoy, nuestra perspectiva del mundo ha cambiado. Los sucesos acaecidos durante el siglo XX y la globalización han demostrado que las diferencias son las que integran el diálogo y que la diversidad es parte fundamental de nuestra cultura: alrededor de un mismo hecho pueden coexistir diversas miradas y los símbolos contienen dentro de sí lecturas polivalentes.

Los museos también han cambiado. En la actualidad tienen diferentes y numerosos retos, comenzando porque cada uno atiende a una naturaleza particular dada por sus colecciones y su propia historia, lo que ha permitido una gran diversificación en la que encontramos museos de arte, de historia, conceptuales, regionales, de ciencia, casas museo y virtuales, entre muchos otros. De igual forma, atestiguamos un interesante movimiento hacia la *museificación* de la cultura, junto a la reinención de mecanismos y formas discursivas para transmitir nuevos mensajes, mover a la reflexión y compartir y generar conocimiento, confiriendo al museo la capacidad de transformar al objeto en una obra de arte o en un poderoso concepto que comunica, transmite y cuestiona.

Uno de los cambios más significativos en los museos llega con los aportes vinculados a su dimensión social y que se detonan, en gran medida, a partir de la nueva percepción que el público tiene de ellos (su participación es la pieza medular). Hoy, los museos responden a las necesidades locales: hacen la necesaria crítica de temas sustanciales para la comunidad, redimensionan espacios y re-significan conceptos. En ellos se posibilitan otras formas de comunicación con nuevas definiciones y contenidos. Re-significan la cultura al reinterpretarla y enriquecerla desde las diferentes lecturas de la sociedad.

Esta participación activa del público asigna una consistencia significativa al sentido de pertenencia de cada comunidad y vincula estrechamente al museo con los valores culturales contemporáneos.

Por otra parte, al superar la idea del museo como espacio de conservación y difusión, se posiciona como lugar de investigación y de producción de conocimiento, al

## ATESTIGUAMOS un interesante movimiento hacia la *museificación* de la cultura...

tiempo que se transforma también en un espacio de usos flexibles que da cabida a diversos formatos de diálogo, exposición, creación y estudio.

La tecnología abre nuevos senderos que nutren la cultura y en el caso de los museos las posibilidades se traducen en interesantes herramientas que permiten la digitalización de acervos bibliográficos, fotográficos y documentales; visitas guiadas que rompen barreras geográficas y dimensiones temporales que acercan al público propuestas y colecciones de cualquier parte del mundo; y finalmente en la oportunidad de crear apoyos museográficos que ilustren y reconstruyan objetos y ambientes perdidos en el pasado.

Continuará... 



Libro de premios y reconocimientos  
1937 - 1977  
Escuela Bancaria y Comercial  
Anillo de la Generación 1954 de  
Contaduría Pública  
Donado por el C.P. Luis Fernando  
Martínez Negrete  
Benefactor del Museo EBC

Inauguración Museo EBC / 15 de  
marzo de 2012



**EBCuéntales es una sección abierta  
a la comunidad de la EBC. Envía tu artículo a:  
[comenta.ventana@ebc.edu.mx](mailto:comenta.ventana@ebc.edu.mx)**

\*Directora del Archivo Histórico EBC.



*¿No confías en el mundo virtual?  
¿Y entonces por qué te peinas frente al espejo?*  
**Bacilio Macedonio Ruíz**

# Las virtudes de lo virtual

POR SOCORRO DE LA LUZ MORA URBINA\*

**La EBC, pionera de la educación** a distancia en México, inauguró en nuestro país el modelo de cursos por correspondencia, entre cuyas características originales están el diseño por competencias y el hecho de privilegiar la actividad del estudiante sobre la del docente (ambas peculiaridades, a propósito, se mantienen como parte de nuestra oferta educativa).

Hay que recordar que durante muchos años la educación a distancia fue vista con recelo: se pensaba, equivocada e injustamente, que su calidad era menor. Sin embargo, la EBC apostó por ella e impartió a través de dicha modalidad dos carreras: Contador Privado y Funcionario Bancario, así como cinco cursos referentes al conocimiento bancario. Este riesgo, propio de una institución con espíritu emprendedor y segura de sí misma, cayó en buena tierra y rindió frutos: en 1981, los estudios de enseñanza abierta IDEA de la Escuela Bancaria y Comercial (Contaduría Pública, Ciencias Administrativas y Banca y Finanzas) fueron reconocidos oficialmente por la Secretaría de Educación Pública, hecho que nos convirtió en la primera escuela de negocios de México que ofrecía la modalidad de educación a distancia en estudios de licenciatura.

Gracias a esta larga experiencia en educación a distancia, la EBC no tuvo dificultades para dar el gran salto hacia la cibernética y el mundo virtual: en 1998, instalamos nuestra primera plataforma y adaptamos nuestros materiales a la nueva tecnología, lo que nos permitió ofrecer tempranamente licenciaturas 100% virtuales con el sello de nuestra excelencia y con el respaldo de nuestra historia.

Ya cruzamos al siglo nuevo y ya avanzamos toda una década. Seguimos caminando, y lo hacemos con el mismo entusiasmo de hace 83 años. Y entre los buenos

hábitos que mantenemos está el de responder sin dilación a la demanda educativa. Ejemplo de ello es el lanzamiento de nuestra Maestría en Alta Dirección en línea, que se presenta como nueva alternativa ante la maestría presencial (la cual existe desde 1993) y que ofrece al alumno la posibilidad de transitar libremente de una modalidad a otra.

Hoy, la EBC es reconocida por su excelencia académica, que la ha caracterizado por más de ocho décadas y que se ve reflejada en sus programas por competen-

cias. Dichos programas son desarrollados por expertos en el área de negocios, quienes son asesorados por especialistas en pedagogía y didáctica. Unos y otros, en labor conjunta, diseñan objetos de aprendizaje adecuados a la modalidad virtual y capaces de desarrollar y fortalecer las competencias del estudiante, para que al final éste se integre naturalmente al mercado laboral.

Nuestros alumnos son guiados en todo momento por asesores virtuales (que son, además, expertos en la materia) mediante una plataforma educativa que utiliza tecnología de vanguardia, contenidos electrónicos y herramientas tecnológicas. En este ámbito, asesores y alumnos intercambian conocimientos y experiencias de manera estrecha, eliminando mediante la colaboración cualquier barrera generada por la distancia física.

A través de su Campus Virtual, la EBC ofrece la modalidad a distancia a cualquier persona que desee iniciar, concluir o complementar sus estudios, desde cualquier parte del mundo y sin necesidad de acudir a lugares establecidos para cumplir horarios rígidos. 

**LA** educación a distancia es sólo una manera de definir la intensa experiencia de la educación virtual.

## Campus CHIAPAS

¡Felicidades EBC!

La Escuela Mexicana de Negocios cumplió ya sus primeros 83 años de éxito, y Campus Chiapas no podía dejar pasar la oportunidad de celebrar a lo grande. Es por eso que toda nuestra comunidad se reunió para festejar de una manera única y divertida.

El sentido de pertenencia fue el principal invitado. Con el profundo orgullo de formar parte de esta gran institución, todos decimos: ¡Felicidades, EBC!



## Campus DINAMARCA

### Día Internacional de la Mujer

El pasado 8 de marzo, se conmemoró el Día Internacional de la Mujer, día de concientización y día de acciones sociales para la equidad de género en el trabajo y en la casa.

La comunidad de Campus Dinamarca, a través de su área de Responsabilidad Social, celebró el día con una plática sobre la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Hombres y Mujeres, expuesta por la licenciada Elvira García Aguayo, Asesora de la Dirección General para la Igualdad Laboral de la STPS.



## Campus TOLUCA

### Un festejo de época

El pasado viernes 9 de marzo, con motivo del octogésimo tercer aniversario de la EBC, la comunidad de Campus Toluca organizó un Festejo de Época. Viajamos en el tiempo y creamos una noche mágica de casino, donde los asistentes nos vestimos al estilo de los años 20, período de fundación de nuestra escuela.



## Campus LEÓN

### Muestra fotográfica

"En mi obra busco expresar situaciones actuales que ocurren en el mundo y en mi vida personal", afirmó Óscar Ascencio Covarrubias, fotógrafo encargado de abrir el pasado 15 de febrero la muestra artística de Campus León. La obra de Ascencio está basada en situaciones de la vida cotidiana y nos brinda una muy abierta libertad de interpretación.



24

**MUSE**  
ESCUELA BANCARIA Y COMERCIAL

## 27 de la calle de Palma

Ángela Regina Núñez, Archivo Histórico de la EBC

La EBC fue una institución originalmente destinada a atender a un reducido número de empleados del Banco de México. El 1 de septiembre de 1932, independiente ya del banco, la Escuela se convirtió en el lugar donde un gran número de jóvenes de diversas clases sociales y de adultos que trabajaban mayormente en bancos, escritorios de comercio y oficinas de negociaciones industriales, acudieron a ocupar los asientos acondicionados en el número 27 de la calle de Palma, en lo que hoy conocemos como Centro Histórico de la Ciudad de México.

Foto: Archivo Histórico EBC.



## Campus REFORMA

### Presentación de autoridades

En el marco del inicio de clases, el C.P.C. Javier Prieto (Rector de la EBC), el C.P.C. Nicolás Cuellar (Vicerrector) y el maestro Ricardo González, Director de Campus Reforma, dieron la bienvenida a los alumnos de reciente ingreso, en el Auditorio Alejandro Prieto. Como puntos relevantes, se habló de los retos y los compromisos asumidos por quienes deciden ingresar a la única institución educativa en México que concentra su esfuerzo en el área de los negocios. ¡Bienvenidos, jóvenes!

## Campus QUERÉTARO

### Firma de Convenio CONAFOR - EBC

Dentro de las líneas de acción de la EBC para fortalecer su figura como Empresa Socialmente Responsable, se encuentra la actividad de reforestación.

La doctora J. Carmen Ayala Sosa, Gerente Regional de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), visitó las instalaciones del campus y firmó un convenio de colaboración, a partir del cual nuestra comunidad podrá poner en marcha las estrategias de nuestro departamento de Responsabilidad Social.

El maestro Mario Alberto Esquivel, director de Campus Querétaro, dio la bienvenida a nuestros invitados y propuso ampliar este convenio de colaboración mediante la aplicación de nuestro programa "Eduquémonos educando" en comunidades identificadas por la CONAFOR. Por su parte, el doctor Ayala Sosa invitó a alumnos de la EBC a participar en labores administrativas y de negocios internacionales, donde su dependencia tiene mediación.



## Campus TLALNEPANTLA

### Wingka Malon

Por Jeffrey López Jáuregui

"Wingka Malon, Campaña del desierto", es una interesante e inquietante muestra de fondos documentales del Archivo General de la Nación. La llamada "conquista del desierto" sirvió para que entre 1876 y 1903 el estado argentino regalase o vendiese por moneditas más de 41 mil hectáreas a 1,843 terratenientes vinculados estrechamente por lazos económicos y familiares a los diversos gobiernos que se sucedieron en aquel período.

Los alumnos de Campus Tlalnepantla tuvimos la oportunidad de ser invitados a la inauguración de la muestra fotográfica "Wingka Malon, Batalla del Desierto", en el Archivo General de la Nación de la Ciudad de México. Se trata de veinticuatro fotografías que narran el destierro sufrido por indios mapuches y telhuelches, y en las cuales puede apreciarse el horror experimentado por los nativos expulsados.

Palma 27 era un espacio muy pequeño, pero con maestros tan brillantes como Alfredo Chavero, Alejandro Prieto, Roberto Casas Alatríste, José Bravo, Francisco González de la Vega, Rafael B. Tello y don Enrique González Aparicio.

Más tarde, la EBC se especializó en la enseñanza de las carreras bancarias y comerciales para adultos. Contaba con el gran prestigio que le valía su aportación en diversos órganos económicos y sociales del país. Por ello, los padres de familia y los mismos jóvenes en edad escolar solicitaban continuamente la creación de la modalidad diurna, para incorporarse a esta casa de estudios.

El aumento de las actividades provocó el cambio a otra sede: el edificio

Thermidor, que actualmente es un hotel. El nuevo espacio, ubicado en el número 44 de la misma calle de Palma, fue debidamente equipado para la actividad educativa. La EBC abrió, entonces, cursos (7 de enero de 1935) para el público en general. Se ofrecieron estudios diurnos y nocturnos, sin dejar de lado los estudios por correspondencia, los estudios preparatorios y los estudios de especialización.

La EBC rentó por varios años las instalaciones de Palma 44 y realizó un importante esfuerzo de acondicionamiento y equipamiento para impartir clases y alojar la biblioteca. Incluso, se llevaron a cabo adaptaciones en la terraza, y en la parte superior del edificio Thermidor los estudiantes practicaron deportes y clases de volibol, esgrima y frontón a mano.



## MÚSICA



Por Marianna Miná  
Escúchala los miércoles de 10 a 12 de la noche en Horizonte Jazz FM 107.9 ó en [www.ideasysonidos.com](http://www.ideasysonidos.com)



➤ **Snow Patrol: los irlandeses preferidos de Bono, corregidos y aumentados.**  
Lo más satisfactorio de Snow Patrol es que su música es como esa marca de pijamas que te gustan. A lo largo de los años, cada vez que te pones uno nuevo, te sientes en casa. *Fallen Empires* es exactamente eso: un disco que refrenda el sonido *Patrol* pero con giros electrónicos inesperados. Está dedicado, como su nombre lo indica, a los imperios caídos. No sólo a los imperios sociales o políticos y de escala mundial, sino también a los pequeños imperios emocionales y privados de cada uno de nosotros. De los primeros hablan canciones como *Fallen Empires*, *The President* y de los segundos seguramente canciones como *This Isn't Everything You Are, I'll Never Let Go*.  
[editor@ideasysonidos.com](mailto:editor@ideasysonidos.com)

## Destino urbano D.F.

➤ **Obras maestras del Dr. Atl**  
En homenaje al paisajista, escritor y vulcanólogo Gerardo Murillo, se presenta esta magna exposición integrada por 85 dibujos y bocetos, así como 104 óleos de quien fuera maestro de Diego Rivera, José Clemente Orozco y David Alfaro Siqueiros.  
Museo Colección Blaisten. Centro Cultural Universitario Tlatelolco. Av. Ricardo Flores Magón 1, Nonoalco Tlatelolco, México, D. F. Martes a domingo, 10 a 18 hrs. Domingo, entrada libre. Estacionamiento gratuito.



## LECTURAS

**Canción de tumba**  
**Julian Herbert**

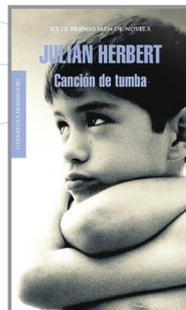
Mondadori  
Este es el libro que le dio a Julián Herbet (Acapulco, 1971) el premio Jaén de Novela. Una compleja narración que se desprende del rigor autobiográfico del autor para simplemente funcionar literariamente. El hijo de una prostituta no la pasa tranquilo en ese mundo secreto de los adultos que irremediamente descubierta y al que inevitablemente es arrojado para habituarse y sobrevivir.

**La máquina del olvido. Mito, historia y poder en Cuba.**

**Rafael Rojas**  
Taurus  
El régimen que instauró la revolución cubana se las ingenió para que la sociedad dejara atrás su pasado, no cuestionara su presente y vislumbrara un futuro "garantizado" por el comunismo. Luego de más de 50 años, los defensores y opositores del régimen se enfrentan, al menos en el discurso, a la imperiosa necesidad de reinterpretar su historia oficial.

**El monstruo amable. ¿El mundo se inclina a la derecha?**

**Raffaele Simone**  
Taurus  
Los grandes postulados históricos que la izquierda sostuvo en el mundo han sido difíciles de conseguir, imposibles de sostener, duros de reproducir. ¿Cuál es entonces el verdadero sentido del concepto de la izquierda en el presente? Esta lectura lo ubica en franco declive ante una Europa que parece no dejar de girar hacia la derecha.



# PATY YTERE

Ahora **9** de cada **10**  
**empleos**  
son generados por las  
**empresas**

como

## PEPE YTOÑO

[pepeytono.com.mx](http://pepeytono.com.mx)  
[facebook.com/pepeytono](https://facebook.com/pepeytono)  
[twitter.com/ppytono](https://twitter.com/ppytono)

Consejo de la Comunicación  
Voz de las Empresas



## Mundo de Bits

### Tecno gafas

Aunque sigue siendo un prototipo, Sergey Brin, el titular de Google, fue visto con las gafas pantalla recientemente, a lo que siguió el lanzamiento de un video que explica cómo funcionaría este concepto. Además de cargar la interfaz de Android delante de nuestros ojos, el dispositivo proporcionará una experiencia realmente distinta a lo que conocemos pues lo controlaremos con la voz. De esta manera se desplegarán ante nuestros ojos mapas; fotografiaremos lo que vemos, participaremos en videoconferencias y alteraremos la realidad a nuestro antojo con sólo mirar.

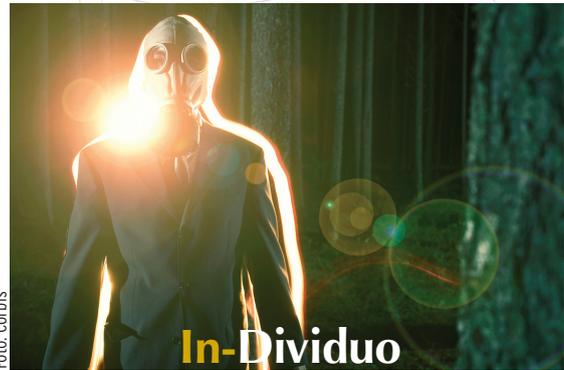


Foto: Corbis

## In-Dividuo

Por la Mtra. Raquel Portables.

### Los otros

“Otridad” significa un tipo especial de diversidad; tiene que ver con la experiencia de lo extraño, de lo ajeno, se refiere siempre a “otros”. “Otridad” significa un tipo particular de diferenciación; es la búsqueda de lo perdido, de una individualidad como seres únicos de este universo, pero que a su vez conviven con “otros”, y debido a esto tienen que relacionarse y adaptarse. En realidad, no se puede existir en la vida cotidiana sin interactuar y sin convivir con el “otro”. El interés por descubrir, caracterizar y significar a los “otros” posee la finalidad de reforzar la identidad de los individuos que componen un grupo a través de su diferenciación respecto de “otros”. El enfrentamiento entre “otros” ha producido históricamente, un sin fin de situaciones que acarrearán el racismo y la intolerancia. Los genocidios que caracterizaron a la historia de la humanidad y particularmente los que se produjeron en el siglo XX, siempre se vincularon, entre otras cosas, con la necesidad de eliminar o discriminar a los “otros”.

“ La interfaz estará ‘integrada’ en nuestra vista y será controlada por nuestra VOZ.”

## Destino urbano D.E.



Fernando Bryce: dibujando la historia moderna

MUAC: Ciclo Fantasmas de la libertad 2010-2011

Fascinante colección de ilustraciones que forja nuevas formas de representación de la memoria histórica. El método -denominado como “análisis mimético”- se basa en la copia de documentos oficiales, imágenes de prensa, propaganda política o publicidad que revisan las relaciones de poder y su mediatización en la historia del siglo XX. Mediante la representación (en el sentido más literal de volver a mostrar), a través de la copia o de la simple puesta en escena de documentos y objetos, Bryce genera parodia e ironía como armas contra los discursos oficiales.

Hata el 3 de junio de 2012. [www.muac.unam.mx](http://www.muac.unam.mx)

El futuro es  
de los que sueñan  
con inteligencia

¡Ya decidí! Seré socia  
del mejor hotel de playa.

Daniela Hernández  
3er. semestre Comercio y Negocios Internacionales

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



INSTITUCIÓN PARTICULAR RECONOCIDA POR LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SEGÚN DECRETO PRESIDENCIAL DEL 11 DE SEPTIEMBRE DE 1939





Archaeology Magazine (Sept/Oct 2009), Reports on the Oropéndola Structure at Copan.

### .EDU

#### Conferencia: No hay profecía maya

Desde que en los años setenta se descubrió que en las inscripciones del Monumento 6 de Tortuguero, Tabasco, se encontraba escrita de forma futurista la terminación de trece *b'aak'tuunes* de la Cuenta Larga fechada, de acuerdo con la correlación más aceptada, para el 21 ó 23 de diciembre de 2012, muchas personas han imaginado que se trata de una "profecía" del fin del mundo o cambio de una era, en virtud de que evoca la finalización de trece *b'aak'tuunes* de 3114 a.C. en la que, según las creencias mayas antiguas, inició el universo vigente.

En esta conferencia se expondrán las interpretaciones académicas más recientes sobre la inscripción del Monumento 6 de Tortuguero, con el fin de hacer patente que no existe ninguna profecía para el año 2012 y que tal cosa es completamente ajena y extraña al pensamiento maya antiguo.

Conferencia en el Museo Nacional de Antropología. El evento es gratuito. Cupo limitado. Lugar: Auditorio Torres Bodet, el 5 de junio de 2012, 12:00 hrs. Ponente: Dr. Erik Velásquez García. Epigrafista, investigador del IIE, UNAM. inscripciones a los tels.: 4040-5300 ext. 412308 y 412309 o 55536381 y 55536386, o bien a promocion\_cultural@inah.gob.mx



Una profecía para 2012 es ajena y extraña al pensamiento maya."

### HIGH TECH

#### Volvo airbag

Los airbags son resultado de un sofisticado sistema que evolucionó hasta convertirse en una realidad común al pasajero, que no al transeúnte, quien hasta ahora había estado a merced del azar, la destreza del conductor o la gracia divina al escaparse de ser atropellado. Presentado durante el Salón de Ginebra como una de las particularidades del Nuevo Volvo V40, un sistema de detección de peatones puede evitar la colisión y, si ésta ocurriese, el golpe activaría un airbag en forma de U que protege el parabrisas y, por consiguiente, un posible golpe de la cabeza del infeliz atropellado contra el mismo.



## Destino Humano



### > Charity water

Es una realidad que miles de personas en México y millones en todo el mundo carecen de agua potable en sus casas y comunidades. Más allá de políticas populistas, gobiernos corruptos o la imposibilidad de conseguir agua, la organización Charity Water es un extraordinario ejemplo de lo que la sociedad civil puede lograr. Fundada por Scott Harrison en 2006, la organización impulsa 6185 proyectos para la obtención de agua potable en 19 países, para 2 millones y medio de personas. Ya sea a través de donativos genéricos, del patrocinio de proyectos o de otras tantas formas de participación, la caridad se transformó en agua fresca para beber. [www.charitywater.org](http://www.charitywater.org)

**CREATIVIDAD Y DISEÑO • DISEÑO EDITORIAL  
DESARROLLO DE CONTENIDOS • COMERCIALIZACIÓN**

Parque de Granada No. 35, 503  
Parques de la Herradura  
52786, Huixquilucan, Edo. Mex.

**T 5291 5577**  
[info@gmmedios.com.mx](mailto:info@gmmedios.com.mx)



**grupo mexicano  
de medios**

[www.edicionesuniversitarias.com.mx](http://www.edicionesuniversitarias.com.mx)



# Mapas y espejos

POR ANA LAURA ARENAS GUERRERO\*



Foto: Gettyimages

**La antiquísima Bizancio** de los tracios, la Constantino-  
pla de los romanos, el Estambul misterioso, el Bósforo en-  
cantador, su historia ilustrada, profunda, esencial, madre de  
nuestros pensamientos, fundadora griega de nuestra nostal-  
gia latina. Perfumes y sabores, aroma de especias que aturde;  
alba de rojos y azules irrepitibles; y el horizonte color de  
naranja con amarillos que vuelan al escuchar el adhán del  
muecín desde el alminar (*allāhu akbar, allāhu akbar*, Dios es  
grande, Dios es grande). ¡Y sus poetas, sus narradores! Des-  
de Yunus Emre hasta el galardonado Orhan Pamuk, que nos  
devuelve con recuerdos y melancolía un pasado novelesco y  
un vivísimo murmullo islámico. Somos el cosmos en minia-  
tura —dice el derviche sufi del siglo XIII-; *quien entiende al  
hombre comprende el universo*.

Hablemos de Capadocia, declarada patrimonio de la hu-  
manidad por la UNESCO.

Tierra de asirios, hititas, frigios,  
mongoles, persas, sirios, kurdos,  
armenios, eslavos, griegos, roma-  
nos y turcos, Capadocia deja sin  
habla a los viajeros que la descu-  
bren o que la buscan con toda in-  
tención de hallarla y de vivirla,  
animados por otros viajeros, como  
Juan Goytisolo, el genial escritor  
barcelonés, quien señala la impres-  
ionante y evidente semejanza en-  
tre Capadocia y la obra de Gaudí:

*Para el conocedor de Gaudí* —ad-  
vierte el autor de Estambul Oto-  
mano-, *el paisaje de Capadocia pa-*

*rece una prolongación natural de su obra (...). Su originalidad  
y su radicalidad extrema dan a este paisaje una misteriosa  
energía (...). Lo asombroso e insólito no borran del todo (sin  
embargo) una difusa y tenaz impresión de familiaridad (...).  
La modulación y la estructuración del espacio volcánico pa-  
recen sutilmente elaborados por el genio de un paisajista.*

Por su parte, otro catalán (Xavier Moret, quien obtuvo en  
2002 el premio Grandes Viajeros) encuentra en Capadocia  
paisajes de otro mundo (...), un mundo aparte (...) de formas  
estrambóticas esculpido a lo largo de los siglos por el viento  
y la lluvia sobre un cúmulo de lava, cenizas y barro originado  
millones de años atrás por la erupción de dos volcanes: el  
Erciyes y el Hasan (...). Valles inquietantes, chimeneas de ha-  
das, pináculos coronados por rocas en frágil equilibrio, riscos  
y colinas con centenares de cuevas excavadas, laberínticas  
ciudades subterráneas, fortalezas inexpugnables y formacio-  
nes de conos gigantes que semejan, bajo

*la luz dorada del crepúsculo, procesio-  
nes de monjes petrificados.*

Nos falta espacio para seguir ha-  
blando de Capadocia y añadir más  
ejemplos de su magia a los futuros  
viajeros. Terminemos, entonces, este  
artículo con la invitación que nos hace  
el mismo Moret, quien nos invita a  
acudir a un hamam, un baño turco  
con masaje incluido en el que (...) *el  
cuerpo y la mente parecen quedar  
listos para nuevas experiencias.*

## ¿SABÍAS QUE...?

La EBC firmó un convenio con la Universidad de  
Aydin en Estambul, Turquía. ¿Quieres conocer  
este convenio? Búscanos en la Coordinación de  
Relaciones Internacionales de tu campus.



\*Coordinadora de Relaciones Internacionales EBC

# No esperes más, **Integrate** a Ernst & Young

Nuestros clientes necesitan resolver problemas. Para apoyarlos, buscamos profesionales de confianza y pensadores analíticos que puedan aportar ideas frescas.

Si has tenido un alto desempeño académico, has demostrado liderazgo, disfrutas el trabajo en equipo y construyes relaciones haciendo lo correcto, tienes grandes oportunidades de hacer carrera en Ernst & Young.

[www.ey.com/mx/integrate](http://www.ey.com/mx/integrate)

 **ERNST & YOUNG**  
*Calidad en Todo lo que Hacemos*

Ernst & Young  
Aseguramiento | Asesoría | Fiscal | Transacciones

© 2012 Mancera, S.C. Derechos reservados

 Las Mejores  
Empresas  
para Trabajar 2011  
México

 **EMPRESA  
SOCIALMENTE  
RESPONSABLE**

 EXPANSIÓN  
**SUPER  
EMPRESAS  
2011**



SHIFT\_the way you move

## Tenemos para ti **planes de financiamiento** diseñados a tu medida



### **Ventajas:**

- ▶ Plazos de **12** hasta **60** meses
- ▶ Enganche desde **15%**
- ▶ Opción de **pagos especiales**

### **Nuestros planes incluyen:**

- ▶ Seguro de vida
- ▶ Seguro de desempleo hasta por 6 meses

### **Además financiamos:**

- ▶ Accesorios originales para personalizar tu Nissan
- ▶ Garantía extendida para ampliar tu seguridad

**Programa** una prueba de manejo,  
**Presenta** este anuncio y  
**Recibe** un obsequio.

**\$ TOMAMOS TU  
AUTO A CUENTA**

**NISSAN**. Tlalnepantla

Av. Sor Juana Inés de la Cruz No. 353, Col. Benito Juárez, casi esquina con Gustavo Baz, Tlalnepantla, Edo. de Méx. C.P. 54030. Tel.: 1083 8200 / [www.nissantlalnepantla.com.mx](http://www.nissantlalnepantla.com.mx)