ventana

REVISTA BIMESTRAL DE LA EBC

EBC

Enfoca tu estrategia para la productividad

2º Reporte de Responsabilidad Social de la EBC

Profecías ¿Creer o no creer?

¿Enseñan valores las Escuelas de Negocios?

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

FEBRERO- MARZO 2011
Año 6, nueva época / Núm. 49

LUCAS5

líder en reclutamiento corporativo ®

LUCAS5 *es el único Head Hunter y Bolsa de trabajo en internet enfocado a atender el mercado de profesionistas en México.*

LUCAS5 *atiende el mercado a nivel nacional, con oficinas en Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.*

LUCAS5 *está especializado en cubrir posiciones: alta dirección, gerencia y profesionistas en desarrollo.*

LUCAS5 *ofrece el servicio de la única bolsa de trabajo en internet que reduce los tiempos de reclutamiento en un 70%.*

LUCAS5 *cuenta con expertos para cada sector de la economía.*

LUCAS5 *ofrece una GARANTIA DE SERVICIO Y CALIDAD de un año sobre candidatos contratados a través del servicio de Head Hunter.*

www.lucas5.com

Servicios Empresariales Lucas5, S.A. de C.V.

@lucas5mex

México
Bosque de Ciruelos 130-1202
Col. Bosques de las Lomas
11700 México, D.F.
Tels. 01(55) 5251-4022 / 4126

Monterrey
Calzada San Pedro 112-35
Col. Miravalle
64660 Monterrey, N. L.
Tels. 01(81) 8335-8870 / 8880

Guadalajara
Avenida Américas 1650-3A
Col. Country Club
44260 Guadalajara, Jal.
Tels.01(33)3817-1420 / 1421

KPMG
cutting through complexity

KPMG EN MÉXICO

La Diferencia de KPMG

Nuestros Atributos

La esencia de KPMG se basa en su filosofía, su misión, visión y valores, son los conceptos que nos rigen y nos definen día con día.
En los últimos meses en KPMG renovamos nuestro concepto de marca, el cual refleja quiénes somos y en lo que creemos.

Nuestra promesa de marca que hace **"La Diferencia de KPMG"** es:

Somos gente de alto desempeño que ayudamos a simplificar lo complejo ofreciendo perspectivas fundamentadas y soluciones claras para beneficio de nuestros clientes.

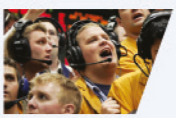
Atributos principales:

Tenemos la experiencia.

Contamos con un enfoque global.

Tenemos visión a futuro.

Aportamos valor agregado.



Trabajamos con pasión.

Para nosotros es importante determinar los atributos clave, entendiendo como tales los conocimientos, actitudes, habilidades, capacidades, valores, comportamientos y en general los atributos personales que se relacionan directamente con un desempeño exitoso de las personas dentro de nuestra Firma.

Estas características claves promueven y mantienen la eficacia en una organización de alto desempeño. En KPMG buscamos que estos atributos diferencien el desempeño adecuado, del excelente. Son ciertas maneras de hacer las cosas; son aquellas conductas y habilidades que las personas demuestran cuando realizan un trabajo con excelencia.

kpmg.com.mx

¡El límite, tú lo decides!

EXPANSIÓN EMPRESAS PARA LANZAR TU CARRERA 2010

ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

"D.R." © 2011 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. Todos los derechos reservados.

DIRECTORIO

Presidente del Consejo
Carlos Prieto Sierra

Editor Responsable
Javier Prieto Echeverría

Consejo Editorial
Javier Prieto Echeverría
Yosadhara Jiménez Noriega
Pablo Prieto Echeverría

Coordinación de Edición
Yosadhara Jiménez Noriega

Fotografía
Sergio Albarrán

Ventana EBC fundada en 1961, es una publicación bimestral informativa y cultural para la comunidad EBC, de distribución gratuita.
Febrero -Marzo 2011.

Escuela Bancaria Comercial,
Liverpool No. 54, Col. Juárez,
C.P. 06600, Ciudad de México.
Teléfono: 9149-2060
www.ebc.mx
comenta.ventana@ebc.edu.mx

EDICIONES UNIVERSITARIAS

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

Ventas
Emma Escobar, Jorge Hernández Ambriz

VENTAS PUBLICIDAD
(55) 5291-5577
ventas@gmmedios.com.mx

editorial

Este número de Ventana puede considerarse un reflejo del modelo institucional y académico que impulsa la Escuela Bancaria y Comercial. Por una parte, la importancia de la formación integral de los estudiantes de una escuela especializada en negocios en, y a través de valores éticos, que constituye un reto permanente y así el cuestionamiento: ¿Es necesario inculcar valores éticos a los futuros emprendedores y líderes? ¿Quién es responsable de ese rasgo de la formación? ¿Toca sólo a la familia? ¿Es obligación de la universidad? En la EBC estamos convencidos de que la Escuela debe hacer su parte. En la conferencia magistral "Liderazgo Iluminado," realizada en nuestras instalaciones recientemente, se destacó la importancia del tema y se plantearon medidas necesarias que la EBC entiende y atiende. Creemos que los futuros hombres y mujeres de negocios pueden ser aquellos emprendedores capacitados para ver por el bien común, tener un alto sentido de la responsabilidad social y, de cara a sus entornos y circunstancias, ser coherentes con sus valores.

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 26,000 ejemplares

contenido

Febrero - marzo 2011

04 Negocios EBC

Arma secreta de ventas: servicio al cliente

POR **NOHEMI GÓMEZ Y ALBERTO LUCK**

08 Enfoca tu estrategia para la productividad

POR **LIC. CÉSAR MANUEL CHAIRES GARCÍA**

12 Evolución EBC

Prometer no es suficiente:
¿Enseñan valores las Escuelas de Negocios?

POR **RODRIGO CANALES, CADE MASSEY Y AMY WRZESNIEWSKI**

16 Reencuentro EBC

C.P. Miguel Ángel Ruvalcaba Méndez
CFO Holcim Apasco, México.

17 Lic. Andrés Rodríguez
Subdirector de adecuaciones a la infraestructura. Grupo Financiero BBVA Bancomer

18 Responsabilidad Social

Segundo Reporte de Responsabilidad Social de la EBC

24 Vida EBC

campus REFORMA
Capacitación Docente del BI 2011.

campus CHIAPAS
Abrimos curso para periodistas

campus DINAMARCA
Ex Alumno Distinguido

campus TLALNEPANTLA
Gran labor en fundaciones

25 campus QUERÉTARO
Ayudamos a quienes más lo necesitan

25 Ventana al pasado
Celebración del 25 aniversario de la EBC

28 Mosaico-EBC

28 All Night Long **Buckcherry**

29 Frenan entrada al VIH

30 Llega Leaf con cero emisiones

POR **FRANCISCO BACA**

32 Travesía EBC

Bogotá: la Atenas sudamericana

Arma secreta de ventas: servicio al cliente

POR **NOHEMI GÓMEZ Y ALBERTO LUCK**

Estamos en una sucursal de la cadena de tiendas minoristas más famosa de México, propiedad del empresario mexicano más rico del mundo; nos acompaña un amigo que viene de Canadá. Vamos hacia el departamento de aparatos electrónicos; llegamos al aparador. Nuestro amigo llama al dependiente y le dice: "Señor ¿me puede mostrar aquél reproductor mp3?" El dependiente voltea a ver el aparato en cuestión, que descansa en una vitrina, dentro de su empaque original. No hay otro modelo de muestra, es el único. El dependiente nos mira por debajo del hombro y revira de mala gana: "¿y lo va a comprar?"

Muchas empresas mexicanas no han cobrado conciencia del significado real que tiene el concepto de servicio al cliente, y su impacto en la facturación dentro del negocio. Para algunos, el asunto se resume en esbozar una falsa y tenue sonrisa -en el mejor de los casos- cuando el dependiente nos da un comprobante de pago y pone, en nuestras manos, el producto que adquirimos. Para otros, el servicio al cliente se limita en publicar un número telefónico 01-800-NI-SE-QUEJE-PORQUE-NO-LE-ATENDEREMOS. Los ejemplos son interminables, pero los riesgos son mayores para aquellos negocios que están renuentes a ofrecer un servicio de excelencia al cliente. El principal peligro es desaparecer. De hecho,

Foto: Corbis.

PODEMOS definir un servicio de excelencia, como el satisfacer y exceder las necesidades intelectuales y emocionales de un cliente.

estas son buenas noticias para los consumidores, pues sólo quedarán, en el mercado, organizaciones verdaderamente comprometidas con la calidad en el servicio al cliente. Los demás tienen sus días contados.

Podemos definir un servicio de excelencia, como el satisfacer y exceder las necesidades intelectuales y emocionales del cliente. No se trata de colocar a una rubia despampanante en la recepción de la compañía; se trata de una acción de ventas, en el marco de una estrategia integral de largo plazo, que estimule a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia, y lo mejor, a comprar más.

En los últimos años, el concepto de servicio al cliente ha movilizado a grandes corporaciones del mundo para implementar estrategias efectivas, orientadas a la retención y ampliación de cartera de clientes. Aquí, la ley de oro, en los negocios, es la punta de lanza: "Conoce a tu cliente". De este modo nos preparamos para introducirnos al mundo del consumidor y conocer sus deseos.

Ahora bien, el cliente de la actualidad es mucho menos leal y la razón es sencilla: el espectro de posibilidades de elección es enorme, por no decir infinito. Retener a un cliente implica atenderlo en todo momento: responder a sus preguntas de manera clara, directa y honesta; y resolver de manera pronta sus quejas y problemas relacionados con la transacción comercial.

Según la Encuesta Global 2010 sobre Percepción de Servicio al Cliente patrocinada por American Express, el 87% de los consumidores mexicanos, deciden no volver a un negocio donde fueron maltratados. Sin embargo, el mismo estudio revela que el 89% de los consumidores están dispuestos a dar una segunda oportunidad a la compañía, siempre y cuando ésta tenga un buen historial de servicio al cliente.

Cabe señalar que hoy en día el cliente se informa y comenta a través de foros de discusión y blogs en Internet. Ahí es donde los cibernautas plasman lo que verdaderamente piensan de nuestro negocio, nuestra marca, nuestro trabajo. Todo esto se comunica a todo el mundo de manera inmediata, nos guste o no. De tal suerte que un comentario negativo respecto a nuestro producto o servicio en una red social, puede acarrear graves consecuencias como una baja drástica en las ventas de la organización, por decir lo menos.

El éxito de un plan para instaurar una cultura de servicio al cliente empieza en casa, dentro de la empresa. Nadie puede dar a los demás lo que no tiene para dar a sí mismo, y el cliente lo nota.

El servicio al cliente, pues, no será exitoso mientras exista la mentalidad de: "Yo estoy en el área contable, a mí no me interesa el cliente, que los de ventas atiendan". En realidad todos en la organización venden, y todos somos el rostro de la empresa: desde el poli de la entrada hasta el dueño.

Hoy más que nunca las empresas con sus productos y servicios están delineadas, significativamente, por el cliente. Tan sólo pensemos en las firmas automotrices que ponen al servicio del cliente la posibilidad de visualizar su auto ideal. Para lograrlo, las marcas disponen, en sus sitios web, simuladores que permiten al cliente visualizar el modelo que desea en un color, con los interiores de su elección y con los rines que siempre ha soñado.

El negocio existe no sólo por la pericia y visión de quienes llevan las riendas de la empresa; es un asunto multifactorial, pero hay que rendir honor a quien honor merece: el cliente. Sin él, no hay negocio, es por ello que implementar un servicio al cliente de excelencia significa un arma poderosa de ventas.

¿Y cómo acabó nuestro episodio en el departamento de electrónicos? Nos fuimos con el malestar y la pena ajena, y no nos hemos vuelto a parar en el departamento de electrónicos de esta cadena.

LIC.NOHEMI GÓMEZ Y LIC.ALBERTO LUCK
Consultores en temas de Servicio al Cliente, Comunicación y Desarrollo Humano. Fundadores de www.activa-mente.org
Contacto: contacto@activa-mente.org

Desarrollamos el talento

En un esfuerzo por desarrollar el talento de su equipo gerencial, por apostarle a la educación de calidad y a la formación orientada a objetivos de negocio, Grupo CIE y la Escuela Bancaria Comercial establecen una alianza y dan a conocer la Universidad del Entretenimiento CIE cuyo objetivo es facultar a sus colaboradores en la administración de la industria del entretenimiento.

Grupo CIE es una organización que se ha consolidado como una empresa líder en la industria del entretenimiento a través de marcas propias, como AMH, que integra Yak, Granja las Américas, Centro Banamex e Hipódromo de las Américas, además de CIE Comercial y CIE entretenimiento.

Considerando que el éxito de cualquier organización resulta de satisfacer las necesidades o deseos de sus clientes, Administradora Mexicana del Hipódromo, empresa de Grupo CIE, ha lanzado su primer programa de desarrollo y formación profesional con el objetivo de unificar estándares que maximicen resultados y capitalicen el conocimiento de su equipo de colaboradores, permitiendo delinear la trayectoria que mejore el desempeño tanto individual como colectivo.

Este plan de desarrollo integral, que asegura que el aprendizaje y el conocimiento estén directamente conectados con la estrategia y los objetivos de negocio, así como con los procesos y procedimientos de dicha organización, será la columna vertebral que permita identificar programas paralelos que apoyen la capacitación de todos los colaboradores de esta organización.

Con esta iniciativa de alto impacto, la marca Yak se centrará en el mercado o sector que opera, así como en las necesidades específicas de aprendizaje que sus colaboradores requieren consolidar; logrando con esto, el desarrollo profesional de su gente y establecer indicadores que en un futuro próximo se verán reflejados en clientes satisfechos con mayor participación de mercado.

Como una institución especializada en negocios con un programa de excelencia académica, la EBC constituye el respaldo en el que Grupo CIE ha depositado su confianza para el desarrollo de esta estrategia. Esta alianza considerará un modelo de administración del conocimiento acorde a las necesidades de Yak, la tendencia de la industria y la propia estrategia de la compañía, para elevar su competitividad ante un país de retos y cambios constantes.

EBC

cie YAK

Nace la Universidad del Entretenimiento EBC y Grupo CIE

Preparados para ganar.

EBC
Escuela Bancaria y Comercial
La Escuela Mexicana de Negocios®

9149 2000
01800 021 8174
www.ebc.mx

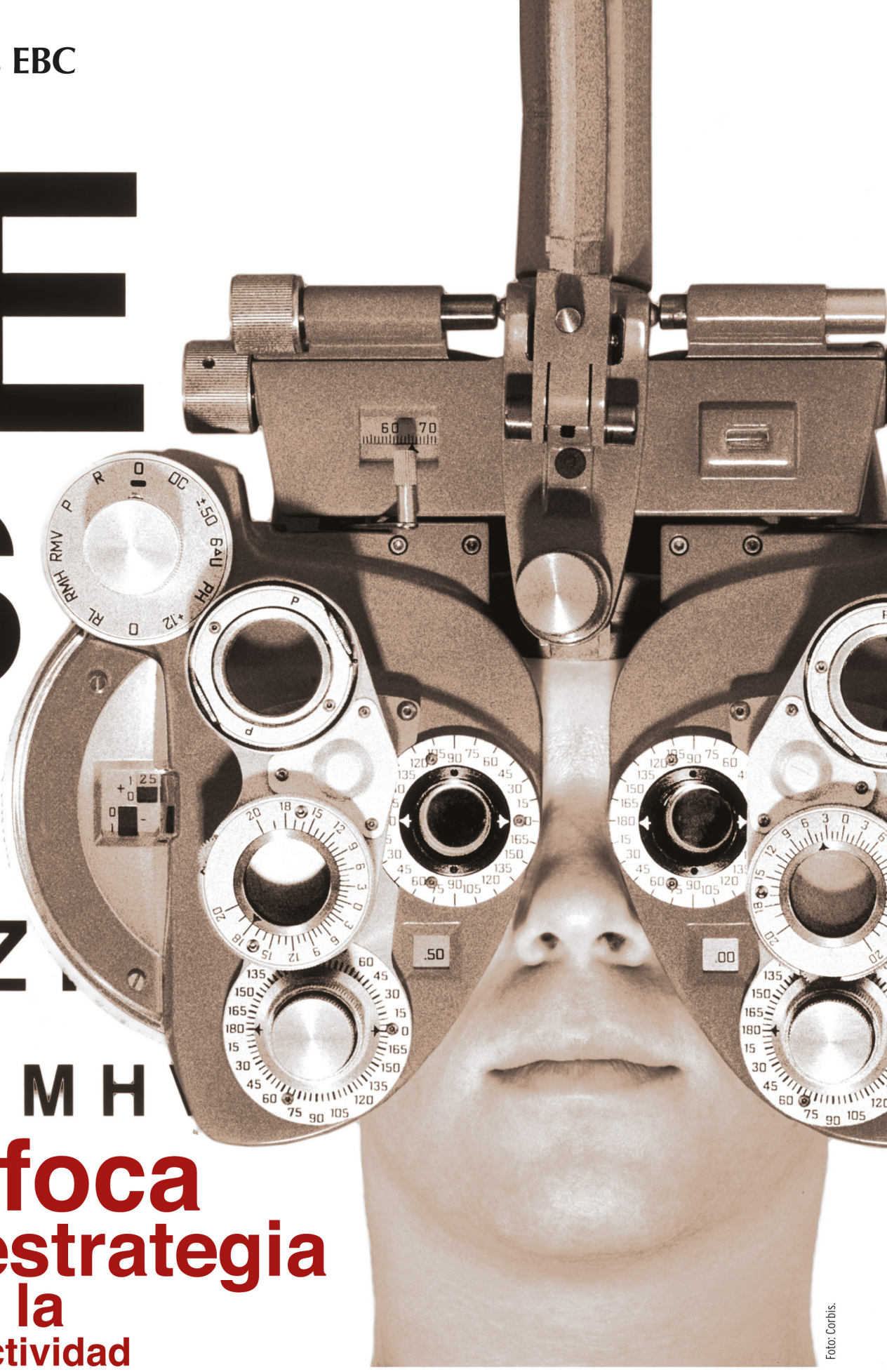
9149 2000
01800 021 8174
www.ebc.mx

Cursos, Talleres y Diplomados:

Obtén las mejores herramientas que ayudarán
a mejorar tu desempeño profesional en las áreas de:

Administración y Cobranza • Banca y Finanzas • Capacitación Corporativa
Capital Humano • Contabilidad • Desarrollo Gerencial • Gestión y Control
Gobernabilidad • Hospitalidad • Hotelería y Turismo • Impuestos
Comercialización y Mercadotecnia • Relaciones Internacionales • Tecnología

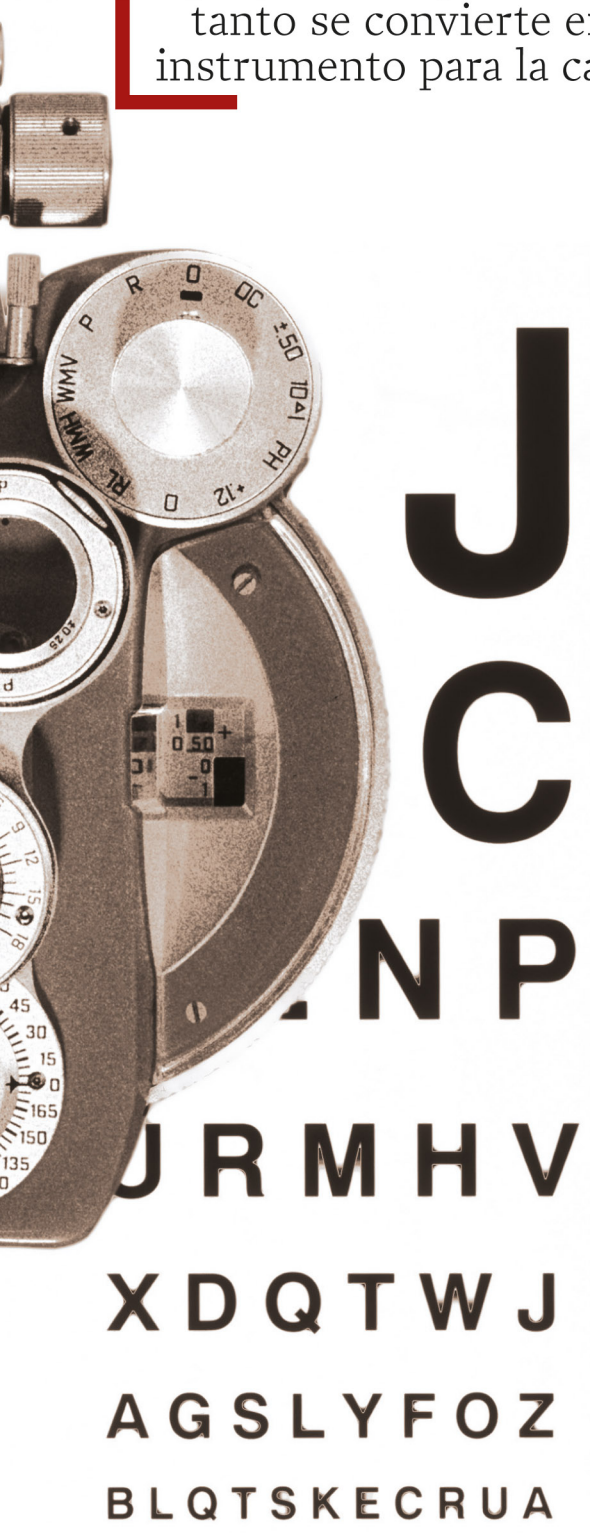
INSTITUCIÓN PARTICULAR RECONOCIDA POR LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA SEGÚN DECRETO PRESIDENCIAL DEL 11 DE SEPTIEMBRE DE 1939



Enfoca
tu estrategia para la productividad

Foto: Corbis.

LA comunicación es una herramienta estratégica y apoya estructuralmente el proyecto empresarial, en tanto se convierte en un instrumento para la calidad.



POR: **CÉSAR MANUEL CHAIRES GARCÍA**

Dadas las condiciones actuales del mercado mundial, con altos niveles de globalización, competencia y especialización, pasando del proceso tradicional de ventas al denominado "mercado mix" (orientación al servicio), se ha originado que la mayoría de las organizaciones dirijan sus esfuerzos de realización empresarial a partir del servicio al cliente y de esquemas fundamentados en altos controles de calidad.

No olvidemos que la calidad es un concepto relativamente nuevo, que ha inundado al mundo y que pretende hacer las cosas bien, a la primera, con un mínimo de esfuerzo y con elevados indicadores de satisfacción que garanticen sus servicios y artículos dentro del mercado.

Un alto porcentaje de esta tendencia se ha dirigido hacia la parte productiva de las organizaciones, pero se ha olvidado que todo emana del propio hombre y de sus procesos comunicativos, ya que a partir de éstos, el hombre puede organizar, planear, dirigir y controlar su propio destino; por lo tanto, la comunicación se ha convertido en una estrategia fundamental para lograr esos indicadores de productividad y de calidad en las empresas.

Generalmente se organizan planes de ventas, campañas publicitarias, pronósticos de consumo y aguerridos objetivos o metas en las que se invierten grandes recursos financieros, contables, logísticos y de administración de personal, pero, ¿qué pasaría si esos planes y programas empresariales fueran considerados en una estrategia de comunicación? Con una herramienta que nos permita saber de qué manera deberá transmitirse la información, qué medios son los idóneos para lograrlo al considerar la identidad corporativa, la motivación y el desempeño de nuestro capital humano. Claro, los objetivos y metas se cumplirían a cabalidad, sin distracciones y con elementos de evaluación que permitan disminuir las inconsistencias de nuestros programas. Es decir, emplear la comunicación como gran estrategia, la gran aliada de las organizaciones de éxito.

En este nuevo contexto, la comunicación adquiere un rol fundamental como correa de transmisión de información de la organización para su funcionamiento operativo, y subraya su importancia como elemento constructor de la identidad y la cultura. La identidad de la empresa es su activo más preciado porque es uno de los elementos que le permiten diferenciarse de la competencia. Lo que una empresa comunica no es sólo lo que la empresa es, las competencias que la hacen

ACCIONES de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas deben ser obligadas para las organizaciones desde su creación para evaluar sus procesos y procedimientos.

fuerte y digna de reconocimiento son también sus habilidades comunicativas.

La comunicación es una herramienta estratégica y apoya estructuralmente el proyecto empresarial, en tanto se convierte en un instrumento para la calidad. Esto se logrará si los mensajes fluyen adecuadamente y si la estructura organizacional está acorde para lograr una comunicación que esté integrada con sus objetivos, con sus metas y desde luego con su misión, visión, valores y políticas. Desarrollar canales para una buena comunicación repercutirá sobre la percepción que el entorno tiene de la empresa.

Las empresas con mejores estándares de servicio le otorgan a la comunicación una importancia estratégica. Se comunican internamente para motivar a sus empleados y mantenerlos al tanto de los éxitos y fracasos de la organización y asegurar que las metas y objetivos son bien comprendidos por todos. Las comunicaciones internas colaboran a crear compromiso de parte de sus integrantes y la cohesión de los valores que forman parte de la cultura. Se trata de poner a disposición de los empleados aquella información que puede ser de utilidad para su gestión y favorecer la participación.

Las comunicaciones externas tienen como objetivo que los clientes y el entorno comprendan lo que la compañía ofrece: generar credibilidad, estar por delante de las expectativas de los clientes e integrar las sugerencias e ideas de los mismos en la oferta de servicio de su organización. De esta manera, los clientes satisfechos se convierten en clientes comprometidos, y a la gente comprometida le encanta hablar de sus compromisos.

Para que esté organizada, la comunicación en la empresa debe ser abierta para comunicar con el exterior (medio); tener una finalidad, es decir, debe estar vinculada a objetivos y a un plan de conjunto; debe ser multidireccional, es decir, de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna-externa, etc.; debe estar instrumentada y valerse de herramientas, soportes, dispositivos e indicadores seleccionados en función de los objetivos; debe estar adaptada integrando sistemas de información administrables y adecuados a las necesidades específicas de cada sector.

Un buen plan de comunicación, debe plantearse los siguientes objetivos:

1. Determinación de la estrategia de comunicación.

2. Definición del estilo de comunicación.

3. Establecimiento de redes internas de comunicación.

4. Optimización de los recursos de comunicación propios.

Una vez diseñado, el plan involucra la utilización de distintas herramientas para su puesta en marcha, que serán elegidas de acuerdo a los objetivos planteados previamente.

Las comunicaciones deben ocupar un rol destacado en el desarrollo de la organización, deben ser la herramienta mediante la cual la empresa expresa su personalidad, sus fortalezas, aquello que la hacen "única e irrepetible".

El desafío de las empresas modernas es comprender que la inversión "intangible" como son las comunicaciones, devuelve beneficios que si bien no pueden medirse en parámetros "contables", ayudan a construir las percepciones que los distintos públicos, tanto internos como externos, tienen de sus acciones, y a transmitir los valores que constituyen su médula espinal.

Por ello, los empresarios, no importa si su organización es pequeña o grande, deben reconocer que deben incluir a la comunicación en todas y cada una de sus estrategias como un elemento fundamental, detonador y enriquecedor de sus acciones para el mejor cumplimento de sus objetivos.

Acciones de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas deben ser asignaturas obligadas por las organizaciones, desde su creación y durante todo su desarrollo para evaluar sus procesos y procedimientos así como una retroalimentación permanente de empleados y clientes, que le ayuden a evaluar su acciones internas y externas, que le den coherencia y confirmen su razón de ser, el producir bienes y servicios de calidad bajo procesos de comunicación y eficiencia productiva.

LIC. CÉSAR MANUEL CHAIRES GARCÍA
Académico y consultor organizacional
cchaires@hotmail.com

Our greatest satisfaction is to meet your requirements

FINANCE & MARKETING CONSULTING

Servicios:

- Administración y terciarización de Recursos Humanos
- Auditoría Fiscal y de Seguro Social
- Recuperación y Administración de Cartera
- Sistema de Gestión de Calidad

Querétaro	Toluca	México	Mérida	Monterrey
Av. Peñuelas Núm. 5-33 Colonia San Pedrito Peñuelas	Mariano Abasolo Núm. 105 Colonia Cuauhtémoc	Darwin Núm. 91 Colonia Anzures	Calle 44 Núm. 445 Colonia Los Pinos	Av. Fundadores 953 Col. Valle Oriente Monterrey Nuevo León

Tel. 01.55.2624.1388. Lada para usted: 01.800.1590.597

www.fimaco.com.mx

fym2000@prodigy.net.mx

CLUB DE ASESORÍA SIN COSTO

finmark@prodigy.net.mx

Una parte destacada de las generaciones 2009 y 2010 de graduados de la Harvard Business School, hicieron un "juramento del M.B.A.". Los estudiantes prometieron "trabajar por el bien común", actuar de forma ética y abstenerse de perseguir la riqueza a costa de los demás.

Es admirable que alumnos que pronto estarán en posiciones de liderazgo prometan rechazar las tentaciones que sus antecesores no pudieron. Pero este año hay más de cien mil estudiantes registrados en programas de M.B.A. y todos ellos van a necesitar mucho más que un juramento para convertirse en líderes éticos de negocios. Dicho de forma simple, estos juramentos suenan muy parecidos a los juramentos de castidad hechos cada año por miles de adolescentes en Estados Unidos. El tema en ambos casos no es una falta de sinceridad en el juramento, sino una falta de preparación para la hora de la verdad.

Sólo palabras

Como en un voto de castidad, en el juramento del M.B.A. se esconde una creencia de que quienes vinieron antes eran de cierta forma distintos: tenían voluntades más débiles, menor convicción, moral más laxa. El juramento busca señalar mayor compromiso con ciertos valores. El peligro es que este tipo de juramentos pueden crear una sensación de inmunidad. El ejemplo sobre sexualidad es bueno: de la misma forma que los adolescentes que hacen un juramento de castidad sin recibir buena educación sexual son más vulnerables al sexo riesgoso (quienes hacen el juramento tienen mayor probabilidad de practicar sexo sin protección), es posible que los alumnos de M.B.A. que hacen un juramento, sin recibir una educación que lo respalde, tengan mayor vulnerabilidad a deslices poco éticos.

Décadas de investigación en Sociología y Psicología Social nos han demostrado que el contexto ejerce una presión enorme sobre las personas y que éstas consistentemente lo subestiman. La situación determina el comportamiento humano mucho más allá de lo esperado por quienes piensan que todo es cuestión de calidad moral. Esta lección aparece en un escándalo tras otro, desde Enron hasta los abusos de Abu Ghraib. Un juramento hecho sin experiencia con situaciones comprometedoras y sin una estructura de apoyo puede, de hecho, empeorar las cosas.

El rol de las Escuelas de Negocios

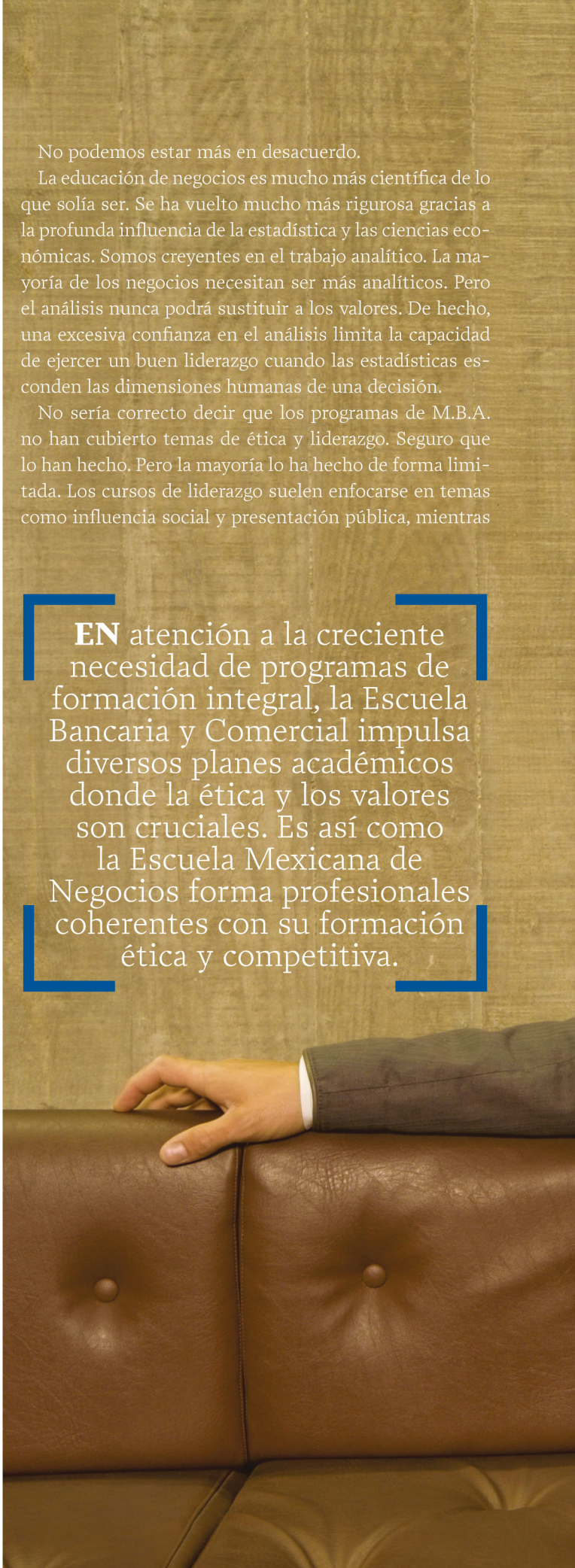
¿Deben las escuelas de Negocios jugar un papel en este tema? Hay quien piensa que no. Hay quien opina que las escuelas deben entrenar a los gerentes en temas estrictamente relacionados con estrategia de negocios (negociación, remuneración y temas similares) y dejar la discusión sobre valores en manos de alguien más.

No podemos estar más en desacuerdo.

La educación de negocios es mucho más científica de lo que solía ser. Se ha vuelto mucho más rigurosa gracias a la profunda influencia de la estadística y las ciencias económicas. Somos creyentes en el trabajo analítico. La mayoría de los negocios necesitan ser más analíticos. Pero el análisis nunca podrá sustituir a los valores. De hecho, una excesiva confianza en el análisis limita la capacidad de ejercer un buen liderazgo cuando las estadísticas esconden las dimensiones humanas de una decisión.

No sería correcto decir que los programas de M.B.A. no han cubierto temas de ética y liderazgo. Seguro que lo han hecho. Pero la mayoría lo ha hecho de forma limitada. Los cursos de liderazgo suelen enfocarse en temas como influencia social y presentación pública, mientras

EN atención a la creciente necesidad de programas de formación integral, la Escuela Bancaria y Comercial impulsa diversos planes académicos donde la ética y los valores son cruciales. Es así como la Escuela Mexicana de Negocios forma profesionales coherentes con su formación ética y competitiva.



Prometer no es suficiente: ¿Enseñan valores las Escuelas de Negocios?

POR **RODRIGO CANALES, CADE MASSEY Y AMY WRZESNIEWSKI PARA THE WALL STREET JOURNAL**

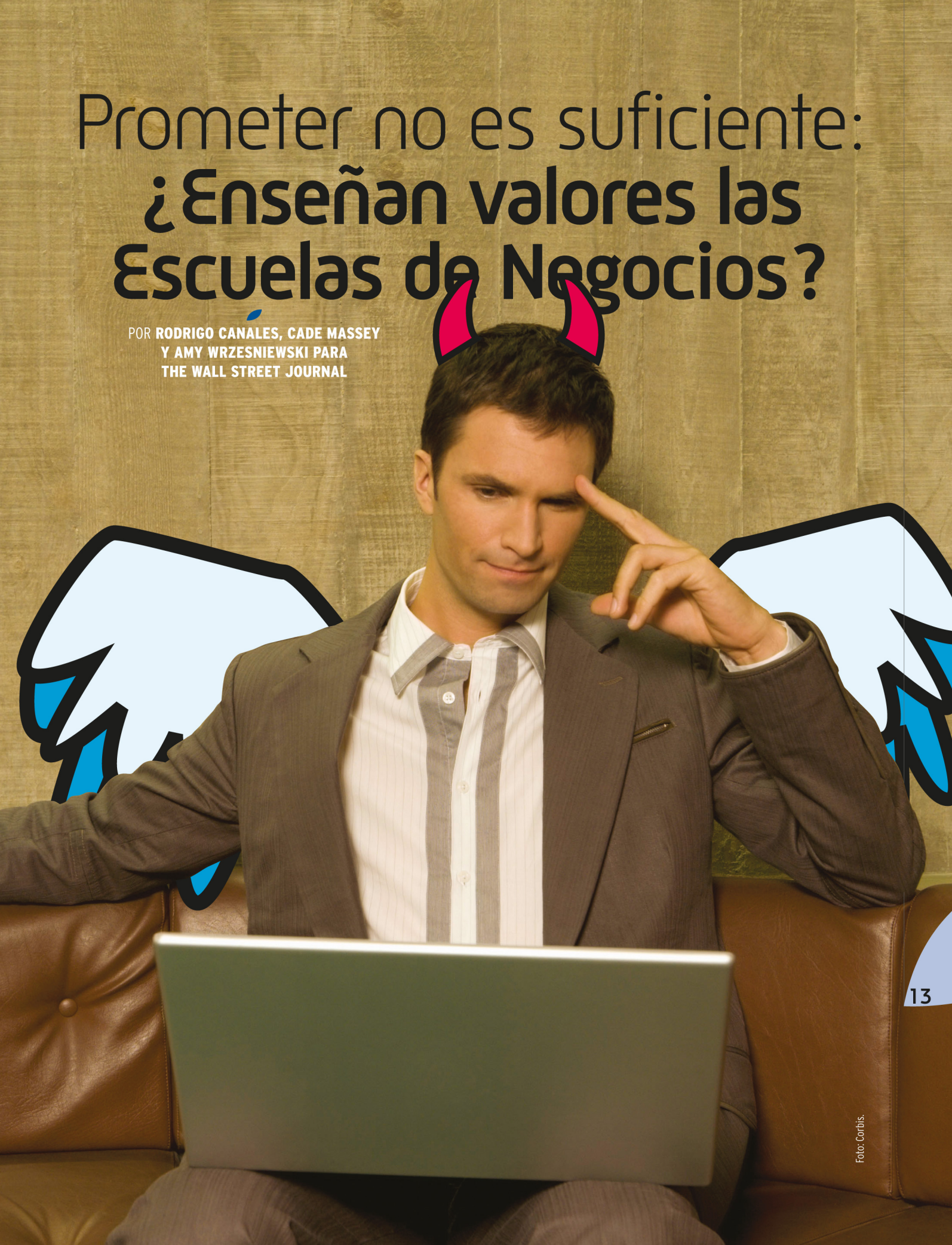


Foto: Corbis.

que los cursos de ética suelen enfocarse en temas legales. En general, no se desarrolla la conexión entre los valores, el liderazgo y las decisiones de negocios.

El liderazgo implica pensar más allá de las crisis de corto plazo para enfocarse en el largo plazo, considerar el impacto que tienen las decisiones en todos los grupos afectados y asumir una responsabilidad que va más allá de los resultados inmediatos de una decisión. Los alumnos de M.B.A. normalmente no se dan cuenta de esto. Por ejemplo, en talleres impartidos en escuelas de negocios de primer nivel, pedimos a los alumnos que definan las características que un líder de negocios debe poseer. La visión y el conocimiento de negocios son características que invariablemente encabezan la lista, mientras que la honestidad y la responsabilidad por los demás sólo aparecen después de largas discusiones. Al mismo tiempo, cuando les pedimos que hablen de las características que más valoran en los seres humanos, la compasión, la integridad y la responsabilidad aparecen siempre en primer lugar.

> **"NUESTROS** exalumnos con frecuencia comentan que las decisiones más difíciles que enfrentan son aquellas en las que las exigencias del negocio entran en conflicto con sus valores. Irónicamente, están totalmente solos cuando toman estas decisiones".

Hacer un juramento de liderazgo ético no es suficiente para cerrar esta brecha entre los valores personales y los valores en los negocios. Si como educadores de negocios no enseñamos liderazgo simplemente empeoraremos las cosas.

No hay sustitutos para la experiencia

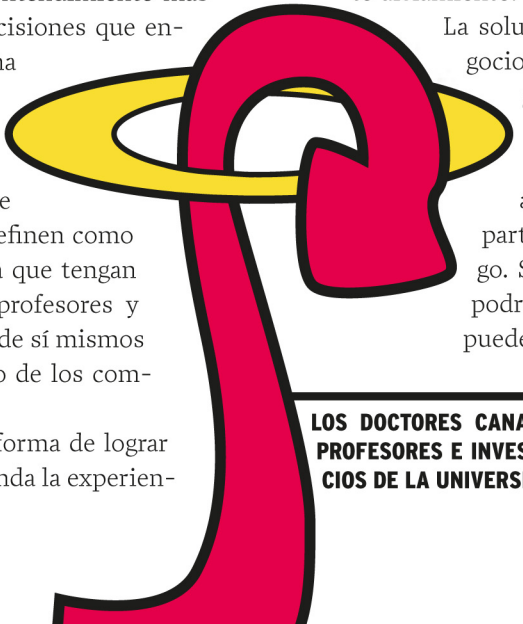
Debemos preparar a nuestros estudiantes para ejercer liderazgo. Esto implica darles un entendimiento más profundo de la complejidad de las decisiones que enfrentarán, con frecuencia, bajo mucha presión. Debemos hacerles entender que las decisiones de negocios con frecuencia amenazarán a sus valores y que, por lo mismo, es importante que identifiquen los valores que los definen como individuos. Necesitamos empujarlos a que tengan un diálogo constante con alumnos, profesores y exalumnos para que aprendan a exigir de sí mismos y de sus compañeros el cumplimiento de los compromisos hechos.

Estamos convencidos que la mejor forma de lograr esto es a través del aprendizaje que brinda la experiencia. Esto es necesario porque de otra forma es demasiado fácil para los alumnos asumir que ellos nunca caerían en las trampas en las que otros han caído. Es mejor crear conciencia, a un nivel visceral, de la tendencia natural a relativizar los valores y, por lo tanto, de su propia vulnerabilidad ante situaciones complejas. Si queremos que sepan a qué atenerse en la vida real, debemos enfrentarlos a las presiones que la búsqueda de rentabilidad les traerá.

Durante este proceso, los programas de M.B.A. pueden aprovechar la estructura de equipos de trabajo con que ya cuentan para generar un diálogo entre alumnos que ya se conocen y han desarrollado confianza mutua. Las escuelas deben hacer más para que este diálogo se transforme en una estructura de apoyo ético después de la graduación. Nuestros exalumnos con frecuencia comentan que las decisiones más difíciles que enfrentan son aquellas en las que las exigencias del negocio entran en conflicto con sus valores. Irónicamente, están totalmente solos cuando toman estas decisiones.

Necesitamos aligerar esta carga siendo mucho más creativos en nuestro uso de la tecnología y mucho más enfocados en nuestra organización de reuniones de exalumnos. Es irónico que nuestras escuelas dediquen esfuerzos enormes para crear redes de exalumnos que faciliten transacciones de negocios mientras que nuestros graduados toman sus decisiones más difíciles en completo aislamiento.

La solución a los retos éticos en los negocios no está en crear un ejército de graduados de M.B.A. que han prometido hacer lo correcto. Más bien, como educadores debemos asumir más responsabilidad e impartir mejor el desarrollo del liderazgo. Sólo entonces nuestros graduados podrán hacer un juramento con el que pueden cumplir.



LOS DOCTORES CANALES, MASSEY Y WRZESNIEWSKI SON PROFESORES E INVESTIGADORES EN LA ESCUELA DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD DE YALE.

MacStore

Un mundo de soluciones digitales

Tres nuevas razones para amar una Mac.

Nuevo iPhoto, iMovie y GarageBand. Todo en iLife ’11. Y cada nueva Mac con todo eso.

Es increíble lo que puedes hacer con tus fotos, videos y música en una Mac. Comparte tus fotos de nuevas maneras y conviértelas en grandes projectos. Haz trailers al estilo Hollywood. Compone canciones, y además toma clases de piano y guitarra. Entra en MacStore y déjanos mostrarte todo lo que puedes hacer con el nuevo iPhoto, iMovie y GarageBand.

Masaryk • Magnocentro • Altavista • Puebla • Guadalajara • Monterrey • Torreón • León

Premium Reseller

www.macstoreonline.com.mx

TM y © 2011 Apple Inc. Todos los derechos reservados.

Miguel Ángel tiene una larga carrera en la industria cementera trasnacional. A la fecha, se desempeña como CFO en Holcim Apasco, México, donde, entre muchas cosas, es responsable de la contabilidad y presentación de informes a la sede en Suiza. Entre estas ocupaciones y como ex alumno de nuestra Escuela, compartió con Ventana recuerdos de sus tiempos de estudiante.

"Uno de los momentos más significativos durante mi tiempo de estudio fue cuando por fin entendí el concepto de contabilidad gracias a un material didáctico que empleamos en la Escuela elaborado por el C.P. Alejandro Prieto, aunado a la calidad académica del profesorado. Me sentía muy satisfecho de haber elegido la EBC, pues corroboraba su prestigio en el medio de la Banca, el Comercio y la Contabilidad. Entre los valores que adquirí durante mi formación profesional puedo destacar la ética profesional, el trabajo en equipo y la dedicación al combinar trabajo y estudios. A la larga, estos valores son vigentes, los aplico día a día. Al término de mi carrera tuve la oportunidad de estudiar la maestría en MBA, así como diversos seminarios y ahora talleres en diferentes partes del mundo y cursos gerenciales (Management Programs) en el IMD de Lausanne, en Suiza. Tras egresar de la EBC mi más grande logro profesional ha sido llegar a la posición que ocupo actualmente en esta empresa, misma que alcancé con mucho trabajo, disciplina, actitud proactiva, apertura a nuevos retos y disposición al cambio sacrificando tu zona de confort".

"**EN** estos momentos de inestabilidad económica y financiera, poder alinear la innovación tecnológica con nuestros procesos de negocio y con nuestra gente es una prioridad".

C.P. Miguel Ángel Ruvalcaba Méndez

CFO HOLCIM APASCO, MÉXICO. GENERACIÓN 1983

QUIÉN ES

C.P. Miguel Ángel Rubalcava Méndez
Edad: 48 años
Reflexión: Combinar estudios con trabajo es muy formativo y contribuye a formar mejores profesionales.
Gustos: Pasar tiempo con la familia; la convivencia con los hijos es extraordinaria.

Foto: Archivo Holcim Apasco.

Durante una entrevista muy emotiva, Andrés explicó a Ventana por qué el ser un ex alumno de la EBC es un motivo de orgullo. Al recordar su primer contacto con la Escuela, nos comentó que eligió la EBC por los valores que promueve, porque tiene prestigio y en pocas palabras porque lo convenció de entre todas las universidades que buscó. En ese entonces había tenido dudas respecto a su vocación, razón por la cual empezó a trabajar antes que a estudiar. Fue muy pronto que, con todo el esfuerzo que significaba estudiar y trabajar al mismo tiempo, descubrió que había elegido correctamente. Hoy ocupa un cargo de alta importancia en el Grupo Financiero, al identificar y adecuar infraestructura organizacional para la base de información financiera a nivel grupo. Se trata de un proyecto piloto que una vez concluido y probado, se implementará en los 16 países con presencia. Su objetivo es homogeneizar toda la información en una sola base de consulta. Ante estos retos profesionales, su mayor empeño está en probar a los demás que las cosas sí se pueden hacer. Hay mucha gente que cree que por ser más joven no es posible alcanzar las metas. Él llama "de la vieja guardia" a aquellos que se niegan a creer. Y en este sentido aprovecha para aconsejar a los estudiantes que no permitan que alguien les imponga nada en su camino, que se alejen de quienes dicen que no se puede. "Necesitamos creer que somos capaces de hacer las cosas, creer en nosotros mismos desde un principio, no debemos subestimarnos, hay que estar seguros a dónde queremos llegar, valorar lo que tenemos y trabajar duro para construir cosas buenas.

"**VOLVER** a la *Escuela* te da una visión distinta y nuevas oportunidades de crecimiento".

Lic. Andrés Rodríguez Leos

SUBDIRECTOR DE ADECUACIONES A LA INFRAESTRUCTURA-GRUPO FINANCIERO BBVA BANCOMER
GENERACIÓN: 2000

QUIÉN ES

Lic. Andrés Rodríguez Leos
Edad: 29
Reflexión: Cuando estudias y trabajas descubres que las posibilidades son infinitas; tienes la oportunidad de aplicar todo lo que aprendes en la vida laboral.
Gustos: La tecnología, ir al cine y pasar tiempo con mi esposa. Estoy muy satisfecho cursando la Maestría en Finanzas en la EBC.

Segundo Reporte de Responsabilidad Social de la EBC

El año 2009 fue determinante para la Responsabilidad Social dentro de la Escuela Bancaria y Comercial, tras haber obtenido el distintivo de Empresa Socialmente Responsable y la consolidación de diversas actividades de apoyo comunitario y medioambiental, se publicó el Primer Reporte de Responsabilidad Social donde se concentraron los resultados de las diversas acciones realizadas por la Comunidad EBC y se dieron a conocer las líneas estratégicas sobre las cuales se ha trabajado a lo largo de la historia de la institución, reforzando así el tema como parte fundamental en la operación y gestión de la EBC.

Hoy en día se da a conocer el Segundo Reporte de Responsabilidad Social con el objetivo de compartir con la Comunidad EBC y la sociedad los avances y la profesionalización que la institución ha logrado en el tema y de esta manera fomentar el interés y participación activa de un mayor número de alumnos, exalumnos, académicos, administrativos, empresas amigas y organizaciones del Tercer Sector.

Educación para el Desarrollo, Medio Ambiente y Vida Institucional constituyen las tres líneas de acción sobre las que se desarrollan proyectos para involucrar a todos

EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO

PROYECTO	OBJETIVO
Becas	Premiar el talento educativo.
CISCO	Fortalecer el desarrollo de micro y pequeños empresarios.
Eduquémonos educando	Profesionalizar proyectos comunitarios de comunidades indígenas y grupos desprotegidos.
Organizaciones que aprenden	Compartir conocimiento especializado en negocios hacia organizaciones públicas y privadas.
Escuelas que aprenden	Promover el desarrollo humano y profesional de directivos y orientadores de instituciones educativas a nivel medio - superior.
Fundación EBC	Becar jóvenes talentosos con limitantes económicas que buscan una preparación superior de calidad.
Publicaciones en periódicos	Compartir con la sociedad noticias de interés común en el tema económico y financiero.

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

PROYECTO

Reforestaciones

OBJETIVO

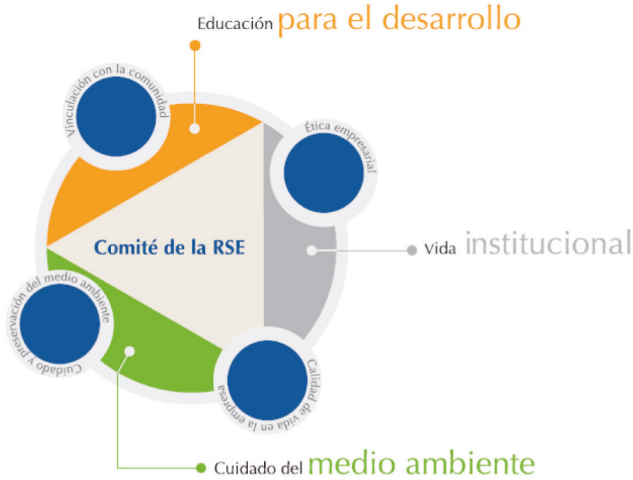
Sensibilizar a la Comunidad EBC sobre la importancia del cuidado y preservación de nuestros recursos naturales.

los actores de la Comunidad EBC y gracias a las cuales se ha logrado integrar no sólo de manera extracurricular las actividades de Responsabilidad Social, sino para formar parte del plan de estudios de la institución.

Acerca del Segundo Reporte de Responsabilidad Social

Dar a conocer dicho reporte a la Comunidad EBC es la manera de reconocer su importante colaboración en las actividades que se indican, con la finalidad de crear indicadores sólidos que permitan medir y comparar el desarrollo de las acciones en las tres líneas de acción durante el transcurso del 2010 y evidenciar la participación de diversas organizaciones privadas, públicas, del Tercer Sector, comunidades indígenas y grupos vulnerables.

Invitamos a nuestros lectores a conocer el Segundo Reporte de Responsabilidad Social de la EBC que concreta fruto del trabajo de la institución y el apoyo de su comunidad, a través del cual podrá ser testigo de la manera en la que se ha robustecido la misión de fomentar y desarrollar un espíritu emprendedor y socialmente responsable en los integrantes de la EBC.



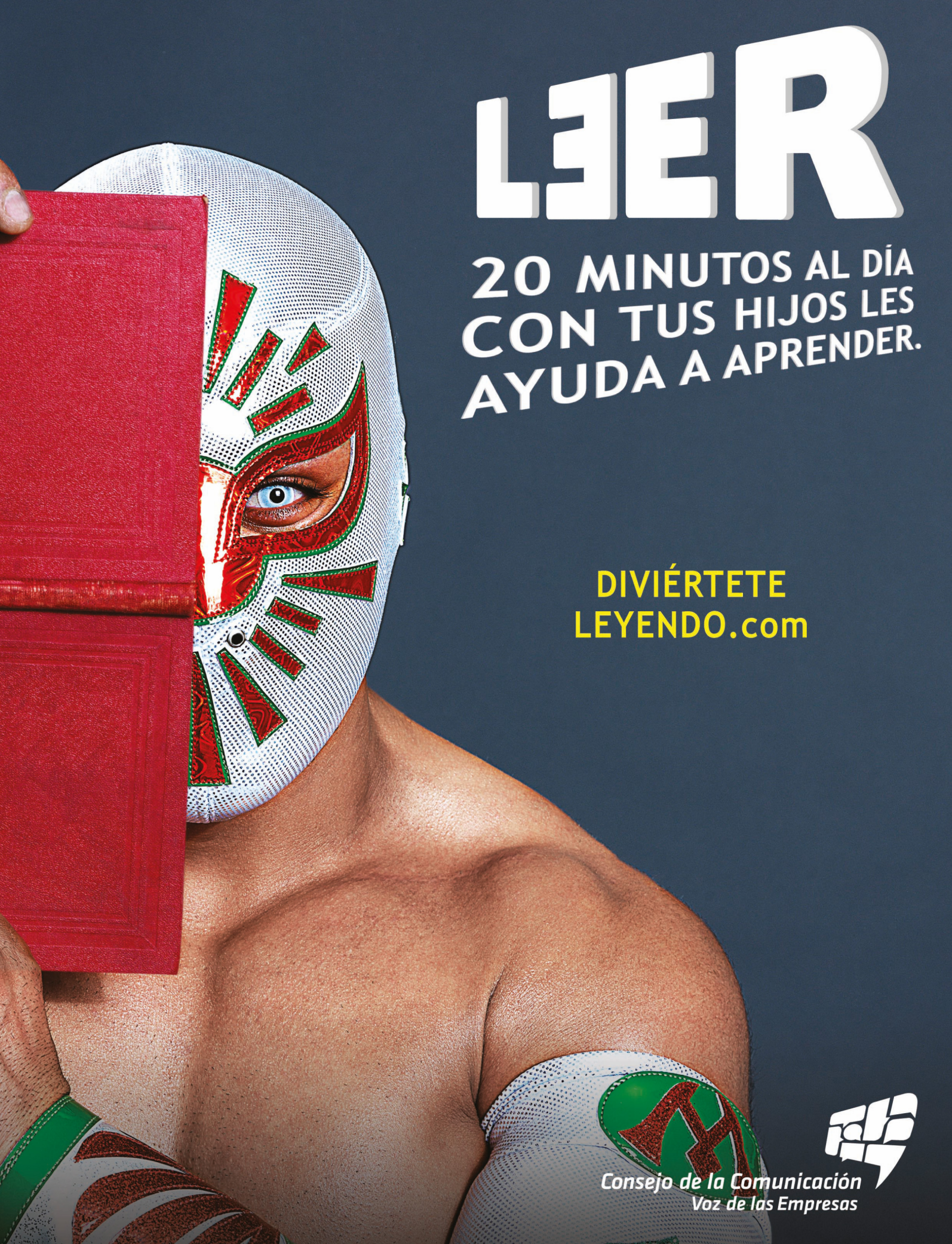
En este cuadro se muestran las tres líneas de acción sobre las que se desarrollan los proyectos que involucran a diversos actores de la Escuela Bancaria y Comercial en el mundo de la Responsabilidad Social, mismas con las que se presenta el reporte.

VIDA INSTITUCIONAL

PROYECTO	OBJETIVO
Museo EBC	Difundir información histórica en temas de contabilidad y banca, educación y creación del México moderno en la primera mitad del siglo XX.
Exalumnos	Mantener vínculos y relaciones estrechas con las generaciones de la EBC a través de toda su historia.
Bolsa de Trabajo	Apoyar a los alumnos y exalumnos de la EBC a colocarse en una posición laboral acorde con su carrera y experiencia.
Acciones de Recursos Humanos	Generar una cultura laboral más cordial y productiva a través de la capacitación oportuna y constante.
Donaciones	Fomentar la solidaridad entre nuestra comunidad para el beneficio de grupos vulnerables, marginados o damnificados por desastres naturales.

Si desea revisar el reporte de Responsabilidad Social online, lo invitamos a visitar la página web de la EBC en la sección de Responsabilidad Social de la pestaña "Quiénes somos".

Por Coordinación de Responsabilidad Social
Escuela Bancaria y Comercial, A.C.
rs@ebc.edu.mx


LEER
20 MINUTOS AL DÍA CON TUS HIJOS LES AYUDA A APRENDER.
DIVIÉRTETE LEYENDO.com
Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas

Comerciales de la EBC

Revista Banca y Comercio 1940

Palma 44 e Internado EBC

MUSEO

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

Liderazgo Iluminado

Conferencia Magistral

POR EL **VENERABLE TENZIN PRIYADARSHI RIMPOCHE**

Hablar de liderazgo iluminado es hablar de servicio y no de egoísmo, se centra en un despertar de la conciencia de los actos y en un conocimiento pleno de las capacidades de cada ser humano, lo que conlleva a influir positivamente en otros seres humanos para lograr objetivos mucho más claros y responsables.

La ética en los negocios, como un valor primordial para la creación de líderes en las empresas en nuestro país, fue el tema central de la conferencia magistral impartida por el venerable Tenzin Priyadarshi Rinpoche. En este sentido, aseguró que la crisis mundial económica que recientemente vivimos, no se basó en la administración de los

recursos sino en una carencia de valores por parte de los líderes que administraron dichos recursos.

El venerable Rinpoche es el director del Centro Dalai Lama para la ética y los valores transformadores en el instituto tecnológico de Massachusetts (MIT). Este instituto se dedica a la investigación y la creación de programas que afectan a las dimensiones éticas y humanas de la vida. El MIT es un centro no partidista de colaboración centrado en el desarrollo de la investigación interdisciplinaria y programas en diversos campos del conocimiento de la ciencia y la tecnología, la educación y las relaciones internacionales. El centro se fundó en honor a la visión del Dalai Lama XIV y su llamado a una educación integral, así como a examinar el significado y propósitos de las sociedades y los individuos.

> **"SI** eres una persona honesta, así serás en los negocios, pero si por el contrario no lo eres en tu vida diaria, qué puedes esperar en el ámbito laboral; los valores éticos son lo que nos define como personas y nos rige a lo largo de nuestra vida".
>
> Venerable Tenzin Priyadarshi Rimpoche.

Al respecto de la ética en los negocios, Rimpoche planteó el escenario donde las organizaciones en nuestro país están preocupadas por desarrollar estrategias que se basen en construir una economía sólida para su beneficio, dejando de lado los valores éticos y la actitud de servicio, sin tomar en cuenta que siendo justos y profesionales para todas las partes involucradas en un negocio es más fácil cumplir los objetivos de toda una organización.

El venerable Rimpoche fue cuestionado sobre si México está posicionado en el tema de la ética, concretamente, si creía que México era un país comercialmente ético. El conferencista aseguró que gracias a su situación geográfica y política, México tiene un rol clave como mediador entre EUA y Latinoamérica. Aseguró que México puede ser un gran país ético, sólo tendría que replantearse profundamente temas relacionados al trabajo, sindicatos, sueldos, migración, etc. Hablando de valores, Rimpoche agregó que el sentido de la justicia y la ética en los negocios, debe regir nuestra conducta, lo que significa que no es un error tener ambición, pero sí, el dejarnos cegar por ella; cumplir nuestras metas no significa pasar por encima de los demás. El conferencista hizo hincapié en la forma en que hoy en día operan las empresas y la manera en que las escuelas están capacitando a los alumnos; el común de las instituciones educativas capacitan a sus alumnos para ser analíticos, para tener habilidades administrativas y, en cierto modo, los enseñan a separar la ética de los negocios sin darse cuenta de que los alumnos siempre demostrarán sus valores mediante las decisiones que toman en su vida diaria.

La mayoría de las universidades carecen de mecanismos o estrategias que se basen en la enseñanza valores, por lo tanto es necesario tomar conciencia para lograr una educación integral. En este contexto, la EBC, pionera en la educación financiera de nuestro país, se empeña en la formación de líderes capacitados en negocios con un entrenamiento ético que aporte un verdadero valor a la sociedad.

La ética de los negocios y la educación, sin duda van de la mano; en el pasado la familia era la responsable de infundir estos valores, sin embargo, es posible afirmar que con el tiempo esto ha cambiado y la responsabilidad ahora es de todos, por lo que Proyadarshi Rimpoche recomendó a todos los estudiantes conocerse, evaluar sus prioridades, saber qué es lo más valioso para cada uno de ellos y de ahí, determinar sus valores tanto en la vida como en los negocios para no olvidar quiénes son. Así, cuando sea necesario enfrentarse a las presiones de tipo socioeconómico que se generen en el mundo laboral, les sea claro tomar la mejor decisión.

QUIÉN ES

Más acerca del Venerable Tenzin Priyadarshi Rimpoche:

- A los 10 años de edad ingresó a un monasterio budista en Rajgir, en la India, cerca de la antigua universidad de Nalanda.
- Recibió su licenciatura *summa cum laude* en Filosofía y Física como el Académico Honorario Integral en la universidad de Harvard.
- Hizo un posgrado en Filosofía Comparativa de las Religiones en la misma universidad.
- Fue ordenado por Su Santidad el Dalai Lama, quien es su ahora su guía espiritual.

POR EL **VENERABLE TENZIN PRIYADARSHI RIMPOCHE**

Campus REFORMA

Capacitación Docente del BI 2011.

Desde hace más de 10 años, este campus ha sido sede de los talleres de capacitación docente del Bachillerato Internacional, que tiene como meta formar jóvenes solidarios, capaces de contribuir a crear un mundo mejor en el marco del respeto intercultural. En promedio, 400 profesores al año, procedentes de Latinoamérica y en ocasiones de E.U.A. e Inglaterra, se actualizan en los talleres para las asignaturas impartidas en el IB, que tienen por sede a la EBC. Los profesores o talleristas son a su vez docentes de diferentes Colegios del BI de México y otros países. Información sobre el BI y los talleres en: www.ibo.org/events/dpmex0111/

Campus DINAMARCA

Ex Alumno Distinguido

Año con año, en la EBC realizamos la ceremonia de nombramiento del Ex alumno Distinguido, reconocimiento que se entrega por los méritos de trayectoria profesional y vinculación con la institución. En el 2010, el seleccionado fue el C.P.C Guillermo García Naranjo, actual socio Director General de KPMG. Durante el evento realizado en diciembre pasado, en el auditorio Agustín Loera y Chávez del campus Reforma, y en presencia de las autoridades de la EBC, García Naranjo expresó: "Si mi persona o mi trayectoria puede ayudar a motivar a nuevas generaciones, qué mejor, lo transmito con toda honestidad, no he hecho nada más allá de lo que tiene uno que hacer".

Campus QUERÉTARO

Ayudamos a quienes más lo necesitan

En la sierra queretana no es raro que el termómetro marque temperaturas bajo cero y, congruentes con nuestro compromiso con la sociedad, nuestros alumnos realizaron una colecta de cobijas para llevar abrigo a las personas más necesitadas. Los muchachos también convocaron a un concurso de piñatas para llevar alegría a los pequeños de nuestro estado, apoyando también la conservación de nuestras tradiciones.

Campus DINAMARCA

¿Un líder nace o se hace?

El "Primer Encuentro de Liderazgo Vivencial", fue realizado en nuestro campus con el objetivo de contribuir a la formación de jóvenes líderes capaces de contribuir al continuo cambio del país. El encuentro fue organizado por los alumnos de la Maestría en Administración y su convocatoria atrajo a importantes líderes directores y empresarios, todos ex alumnos de la Escuela Bancaria y Comercial. Las ponencias y debates respondieron a interesantes cuestionamientos y destacaron que un líder es una concatenación de las palabras nacer y hacer, es decir, que la fórmula para ser un líder es ADN, más capacitación, más experiencia.

Campus CHIAPAS

Abrimos curso para periodistas

Nuestro campus organizó un curso abierto a los periodistas del estado involucrados en la publicación de temas económicos-financieros. Esta iniciativa tuvo como objetivo familiarizar a los especialistas en la terminología del ámbito financiero, económico, fiscal y mercadológico. A la capacitación asistieron los periódicos El Heraldo, El Diario de Chiapas, La Voz del Sureste y el Diario Noticias; así como los canales 10 y 5 de Chiapas, a módulos impartidos por catedráticos especialistas en negocios, el Lic. Salvador Monroy Ordaz, el C.P. Néstor Gabriel López López, el Lic. Gilberto Ruiz Cáceres y la Lic. Karina Alfonso Aguilar.

Campus TLALNEPANTLA

Gran labor en fundaciones

El programa "Eduquémonos Educando" implementado en nuestro campus de febrero a diciembre de 2010, concluyó exitosamente. Entre distintas participaciones, citamos la de los alumnos Sonia Zepeda, Tirza Arroyo, Fernanda Rocha, Melisa Trevilla y Karen Cárdenas con la "Fundación Nuestros Niños Ahora" en apoyo para la "Fundación Casa de Niños de Palo", con 220 niños. En el informe de actividades destacan varias acciones: mejoras a los manuales de Operación y Organización, el refrendo del donativo del Monte de Piedad y la creación del departamento de Comunicación Integral. El Lic. Roberto Adame, Director del área de Responsabilidad Social de Ernest & Young y la C. Cecilia Argüelles, directora del campus, reconocieron a alumnos y profesores participantes.

MOMENTOS...

...Facebook EBC

Roberto Cárdenas Gutiérrez
Me gustaría mucho estar en los anuncios o en los carteles que tiene la escuela sobre la Avenida Insurgentes. Saludos EBC.

Ileana Galicia Laredo
¡Una de las grandes razones de estar con ustedes, es por el ambiente tan especial que se crea en las aulas al compartir las experiencias de los profesores con nuestras ganas como alumno de crecer e ir por más!

David Andrade
La mejor experiencia universitaria, la preparación adecuada para el desarrollo personal y profesional, una puerta abierta al mundo de los negocios y el mercado. ¡En lo personal me dio bases sólidas y me abrió las posibilidades a mejores puestos! ¡Sin duda la mejor opción!

Mariana Zubillaga
Gracias EBC por darme tan buenos amigos cuando estuve ahí...

Síguenos en:
facebook.com/LaEBC
facebook.com/Exalumnos EBC

Celebración del 25 Aniversario de la EBC

Lugar: University Club de la Ciudad de México

Personajes:

Don Agustín Loera y Chávez
Ex Presidente Adolfo López Mateos
Lic. Manuel Gómez Morin

Fecha: 10 de marzo de 1954

Archivo Histórico EBC. Acervo Fotográfico

MUSEO
ESCUELA BANCARIA Y COMERCIAL

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

Profecías
¿Creer o no creer?

POR: **BRENDA ARELI PÉREZ MENDOZA**

Desde los albores de la civilización los seres humanos han buscado la manera de mirar hacia el futuro y así, en la enormidad, encontrar el devenir de sus personas y pueblos. Ya fuera por aventajar al enemigo, por simple curiosidad o por miedo a un destino funesto, la civilización encontró en la mística del tiempo muchas maneras de predecir lo desconocido.

En los últimos años mucho se ha tocado este tema, y desde todos los tiempos ha existido la sospecha de que los desastres naturales y demás fenómenos se pueden predecir, pero lo único que se ha logrado es inquietar y atemorizar a toda la humanidad.

Los antiguos griegos acudían a oráculos para conocer más sobre sí mismos, sobre su futuro personal inmediato o sobre las características de un destino previsible. En el lejano oriente, civilizaciones anteriores a la gran cultura china, acudían también a diversos métodos para predecir el futuro o descubrir lo encubierto por el tiempo y el destino. Una fórmula conocida por los sabios profetas, generalmente ancianos, era golpear caparazones hasta visualizar en éstos grietas que eran legibles y que revelaban el camino de aquel que lo consultara. Con los siglos estas grietas se convirtieron en caracteres de un lenguaje mágico que perdura hasta nuestros días.

En otro ámbito, el del cristianismo de la baja Edad Media en Europa, una fecha inquietante era la del 31 de diciembre del año 999. El cambio de siglo y de milenio causó temor en los fieles por significar el posible advenimiento del final de los tiempos y con ello el día del juicio final. Este concepto atemorizó a Europa durante siglos y produjo muchas profecías entre monjes que interpretaron en las sagradas escrituras signos o señales que evidenciaron el fin. No hubo fin del mundo, pero sí hubo grandes calamidades que pudieron haberse considerado señales del Apocalipsis. Tal es el caso de la peste negra que azotó a una gran parte de la población y produjo un índice de mortandad sorprendente. Pero nadie atinó. El mundo no acabó.

¿Profetas o farsantes?

Existen personas con el don de adivinar el futuro, o al menos eso es lo que nos hacen creer. Lo que hace una profecía falsa o

DESDE todos los tiempos ha existido la sospecha de que los desastres naturales y demás fenómenos se pueden predecir, pero lo único que se ha logrado es inquietar y atemorizar a toda la humanidad.

cierta es que se cumpla. Uno de los profetas más reconocidos de todos los tiempos sin duda es el famoso Nostradamus. Este vidente ha dado mucho de qué hablar pues sus profecías son algo obscuras y tenebrosas hasta llegar a hacer pensar y también a temblar de miedo hasta a la persona menos creyente. Se cree que algunas de sus profecías cumplidas fueron: La Revolución Francesa, la llegada al trono de Napoleón, la Segunda Guerra Mundial, el asenso de Hitler al poder, o la muerte del presidente Kennedy, de Estados Unidos, entre muchas otras. Pero al final también cabe la posibilidad de que estos sucesos se hayan interpretado a conveniencia de medios amarillistas o sensacionalistas para beneficio del morbo y el mercado del mismo. Lo que es un hecho es que Nostradamus escribió en verso y en forma críptica sus visiones acerca del futuro, de tal manera que la información pudo prestarse, y seguirá haciéndolo, a numerosas interpretaciones.

Rumbo al 2012

Un tema que actualmente está en boca de la gran mayoría, es el de las famosas "Profecías Mayas", que se derivan de un calendario construido y perfeccionado por la civilización avanzada de los mayas. El calendario inicia el día 13 de agosto del 3114 a.C. y termina el 21 de diciembre del 2012 d.C.

Según los intérpretes aficionados, las profecías Mayas pronostican que el 21 de diciembre del 2012 acontecerán ciertos eventos que cambiarán el curso de la historia y de la humanidad; grandes catástrofes y la extinción del ser humano, pero en relación al mundo en el que vivimos, mismo en el que se genera este temor ¿qué tan cerca están las "profecías mayas" de la verdad?

La irresponsabilidad del hombre, al descuidar el planeta contaminando el aire o el agua, con el aumento de la tala de árboles, entre otros hechos, ha provocado cambios visibles en el clima del globo terráqueo, así como también nos ha puesto en advertencia sobre la escasez de agua y alimento.

Por su parte, los especialistas de la cultura maya ya han desmentido oficialmente que exista tal cosa como una "profecía maya" y que el fin del mundo esté marcado en dicho calendario para la fecha referida. Los elementos del calendario y la forma de pensamiento matemático, temporal y ritual de los mayas que construyeron ese objeto, están muy lejos de asemejarse a lo que nosotros, contemporáneos del año 2011 d.C., podamos concebir como 21 de diciembre de 2012.

Nadie puede estar 100% seguro de lo que pueda pasar en el mundo en unos años, pero sirva este tema a ayudar a hacer conciencia de que la vida es lo más valioso que tenemos y que debemos cuidarla; esto implica el proteger al medio ambiente y todo lo que nos rodea a toda costa, como si un posible fin del mundo nos amenazara.

"...cuando un calendario llega al final de su ciclo, simplemente pasa al siguiente. En nuestra sociedad occidental cada año el 31 de diciembre está seguido, no por el final del mundo, sino por el 1 de enero. Por lo que el 13.0.0.0.0 en el calendario maya será seguido por el 0.0.0.0.1 – o por el viejo amigo del 22 de diciembre de 2012, con sólo unos pocos días de compras antes de Navidad".

Extracto de Grandes Momentos de la Ciencia del Dr. Karl Kruszelnicki.

BRENDA ARELI PÉREZ MENDOZA
Sexto semestre de la Licenciatura en Mercadotecnia.

Por **Francisco Baca**
pacobaca@gmail.com

LAS MÚSICAS

Tron Legacy Soundtrack

Daft Punk

La banda de música electrónica Daft Punk musicaliza la película Tron: El Legado. Una oleada de música electrónica narra de manera electrizante pero conmovedora esta historia de ciencia ficción donde la búsqueda del ser interior y la libertad compiten con la ambición, el poder y la ira, a través de temas como "The Game has Changed", "Derezzed" y "Tron Legacy". www.tronsoundtrack.com

All Night Long

Buckcherry

Este es el quinto álbum de esta banda que mejora su calidad musical cada vez más. No se trata de sólo rock sino de rock and roll. Con influencias musicales de clásicos como Kiss, Aerosmith y AC/DC, Buckcherry realiza un trabajo al estilo de los álbumes de bandas de rock que los anteceden y los inspiran pero con un toque ecléctico.

DESTINO URBANO

FMX 2011

El Festival de México es la celebración cultural más importante de la ciudad de México y una de las plataformas más audaces e inventivas para las artes en América Latina. Del 10 al 27 de marzo tendrán lugar numerosos eventos artísticos y culturales, oportunidad sin igual para elegir espectáculos de gran calidad en teatros y foros de la capital. Desde ópera en Bellas Artes, hasta música experimental en un nuevo espacio dedicado: Aural (antes Radar), el FMX extiende su presencia a toda la ciudad y deja de tener el centro histórico como sede. Consulta la cartelera de su 27 edición en http://festival.org

LECTURAS

Liderazgo a escena.

Piers Ibbotson. Patria, 2010

Este libro explora las implicaciones de aplicar las ideas artísticas fuera del mundo teatral. Introduce a los líderes y ejecutivos a los conceptos y técnicas de los directores para trabajar con tiempos muy apretados y grupos dinámicos, lo que les permitirá recargar su capacidad para liderar con creatividad y propósito. La exploración deriva en una interesante y poco común propuesta que seguramente despertará el interés de varios líderes y ejecutivos hacia sus grupos y viceversa.

Nueva Historia de las Grandes Crisis Financieras. Una perspectiva global, 1873-2008

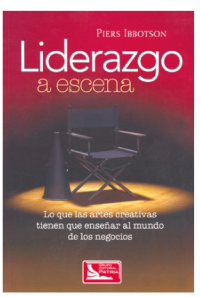
Carlos Marichal, Debate. Argentina, España y México, 2010

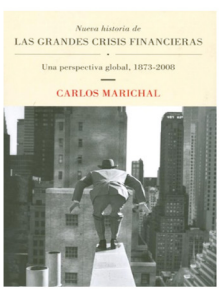
Excelente obra del historiador latinoamericanista y profesor-investigador del Centro de Estudios Históricos de El Colegio de México que combina la rigurosa investigación con una versátil y fluida narrativa. Marichal es Doctor en Historia por la Universidad de Harvard y se ha especializado en temas de investigación como Historia de la banca y el crédito, Historia empresarial e Historia del pensamiento económico.

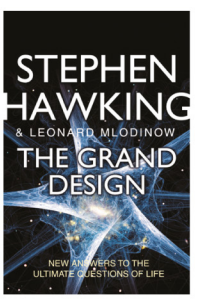
El gran diseño

Stephen Hawking y Leonard Mlodinow. EUA, 2010

El gran científico británico, considerado el mayor físico vivo contemporáneo, anunció en definitiva que la física moderna excluye la posibilidad de que Dios crease el universo. El Big Bang, la gran explosión que dio origen a todo, surgió como **consecuencia inevitable de las leyes de la física; la idea** desecha también la teoría de Newton, de que el universo no surgió del caos, sino como obra de Dios.







“Nuevo fármaco capaz de bloquear con eficacia la entrada del virus del SIDA”

HI TEC

Frenan entrada al VIH

Un equipo internacional, con participación de científicos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), ha diseñado un nuevo fármaco capaz de bloquear con eficacia la entrada del virus del SIDA en las células que va a infectar. El tratamiento, probado con éxito en ensayos clínicos en humanos, está basado en el derivado de una pequeña proteína o péptido que el propio organismo produce, probablemente, para defenderse de otros virus a los que lleva expuesto miles de años. Los resultados del trabajo aparecen publicados en el último número de la Science Translational Medicine.

DESTINO HUMANO

Inversión verde

Alguien a cargo del reciclaje y ahorro de energía en una casa, oficina u organización no es una pérdida de tiempo, es literalmente, parte de una inversión. ¿Por qué?

-Un estudio de IBM reveló que durante 1991, la compañía ahorró en todo el mundo 17.8 millones de dólares, luego de proponer a sus empleados apagar las luces y las computadoras cuando no fueran necesarias.

-Una sola estación de trabajo -monitor y computadora- que permanece encendida fuera de horas de trabajo es responsable de la emisión anual de una tonelada de CO^2 en una planta generadora de energía.

✔ **Procesamiento de Nómina**
Brindamos un servicio integral

✔ **Administración de Personal**
Asumimos toda la responsabilidad laboral

✔ **Reclutamiento y Selección**
Identificamos y elegimos a los mejores candidatos

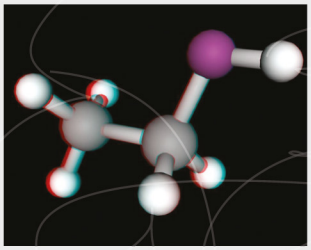
Tenemos más de 15 años a su servicio.

Solicite una cotización, tenemos un plan perfecto para las necesidades de su empresa.

1084-5700 y 1084-5701
contacto@outsourcingdenomina.com
www.outsourcingdenomina.com

Outsourcing de Nomina outs_nomina

EDU



Nueva tabla periódica

Elementos como el hidrógeno, litio, boro, carbono, nitrógeno, oxígeno, silicio, azufre, cloro y talio, registrarán cambios en su peso atómico tras 150 años de haberse incluido en la tabla periódica de los elementos químicos, cuando ésta fue creada. La Comisión para la Abundancia de Isótopos y Pesos Atómicos de la Unión Internacional de Química Pura y Aplicada (IUPAC) supervisará el cambio propuesto por científicos de todo el mundo. Los pesos atómicos ahora se expresarán como conjuntos de valores y no como valores únicos estándar.

Alfabeto de 27 letras

Las 22 Academias de la Lengua Española han realizado cambios a la Ortografía. Tomen nota de algunos: La "ch" y la "ll" quedan suprimidas formalmente del alfabeto. En la nueva ortografía se unifican los nombres de algunas letras que variaban en áreas geográficas: Será la be y la uve y no be alta y be baja; ye en vez de i griega, y la doble uve se impone a la uve doble o doble u.

"El Leaf es el primer auto totalmente eléctrico en México"

HI TEC

Llega Leaf con cero emisiones

El nuevo Nissan Leaf no tiene escape, por lo que no produce emisiones. Se trata del primer auto totalmente eléctrico capaz de brindar el 100% de su fuerza aún con 5 pasajeros. Este auto es la opción de transporte urbano pues sus baterías de última tecnología son la alternativa para no cargar gasolina. El Gobierno de la Ciudad de México y la automotriz firmaron un acuerdo durante la Cumbre Climática Mundial de Alcaldes (World Mayors Summit on Climate, WMSC), realizada en el D.F., que pavimenta la entrada de las primeras 100 unidades del Leaf en la segunda mitad de 2011, e inicia el plan piloto de autos eléctricos en la gran ciudad.

MUNDO DE BITS

Kinect

La gran apuesta de Microsoft para potenciar su XBox 360, la tecnología Kinect, ciertamente revoluciona el mundo de los gamers pero, sobretodo, ciertas formas de convivencia. La relación de las personas con esta tecnología del entretenimiento las obliga a pararse del sofá y a desarrollar ciertas habilidades motrices y condición física.

El dispositivo cuenta con una cámara, un sensor de profundidad, un micrófono que proporciona captura de movimiento de todo el cuerpo en 3D, reconocimiento facial y capacidades de reconocimiento de voz que, entre otras funciones, permiten al usuario jugar al mover sus propios brazos y piernas y sin operar un control de videojuegos tradicional. La multinacional lanzó el dispositivo al mundo el 4 de noviembre del 2010, y para el cierre del mismo año estimó la venta de 5 millones del mismo.

Salón
Los Candiles

Polanco

El mejor lugar en México

Contamos con el lugar apropiado
para su evento, en el corazón de Polanco
bodas y banquetes hasta para 2300 personas.

Av. Ejército Nacional No. 613 M,
Col Polanco C.P. 11560
Tels. 5203-2573 y 5250-9392
www.salonloscandilespolanco.com

Bogotá: la Atenas sudamericana

Bogotá, capital de Colombia, es una ciudad rica en historia. Los primeros pobladores de la zona fueron los muiscas, pero se puede decir que la ciudad se fundó como tal el 6 de agosto de 1538, en tiempos de la conquista y de Quesada, que quería organizar un asentamiento estable. En la actualidad, Bogotá es una ciudad de casi siete millones de habitantes, que destaca por su gran cantidad de actividades culturales. Museos, bibliotecas, expresiones religiosas, celebraciones, gastronomía... Todo compone un mosaico que hace de esta ciudad la cuarta más grande de América del Sur y la segunda en cuanto a su calidad de vida.

Bogotá D.C., se asienta sobre una planicie de casi 5 mil km2, bautizada como "La Sabana", cuya amplitud, transparencia y placidez contrasta con el verdor húmedo y tropical del resto del país. Un clima templado, poco húmedo, constante casi todo el año, ha favorecido el surgimiento de campos de cultivo en "La Sabana", que a unos 2 mil 600 metros de altitud, rodeada de cerros, ya constituía un asentamiento apetecible para sus primeros moradores hace más de 12 mil años.

El centro de la ciudad, reformado tras un conjunto de obras que rehabilitaron la zona y mejoraron la circulación, se convierte en un lugar de obligada visita tanto por su centro histórico, en el que se encuentran las sedes de las más importantes instituciones públicas, como por su centro internacional, primera zona financiera de la ciudad y que cuenta con varios emplazamientos que han sido declarados monumentos nacionales. La ciudad además cuenta con un sistema de parques para los que gusten de los espacios naturales.

Es interesante la alianza Bogotá Universitaria conformada por un grupo de entidades educativas que pretende posicionar internacionalmente a Bogotá como una ciudad universitaria de vanguardia.

La gastronomía es otro de los puntos fuertes de esta urbe. El visitante puede saborear platos típicos como la sopa ajiaco, fritanga, puchero santafereño y postres como las obleas y cuajada con melao, que es leche cuajada recubierta con caramelo de panela. Algunos de los lugares típicos para disfrutar de las costumbres culinarias de Bogotá son "La Puerta Falsa" y "La Florida", donde es posible probar el chocolate santafereño.

Denominada como la "Atenas sudamericana", por su importante actividad cultural, resulta fascinante visitar Bogotá D.C., caminar por sus calles, tiendas y entre sus músicos ambulantes; entrar en sus iglesias virreinales, entre las que destacan la Iglesia de Santa Clara y la de San Ignacio; sentir su ritmo trepidante y su atmósfera, ver su dominical Mercado de las Pulgas, o el de las Esmeraldas. Todo ello, unido a sus museos como el del Oro o el Nacional, a la belleza del barrio virreinal de la Candelaria y del Jardín Botánico José Celestino Mutis, a los parques Jaime Duque, Salitre Mágico, al gran número existente de cines, teatros, exposiciones, salas de conciertos o discotecas con ritmos cubanos, convierte la estancia en la capital de Colombia en una experiencia única que hará las delicias de los viajeros más exigentes y amantes de descubrir culturas.

¿SABIÁS QUÉ?

Puedes estudiar en la Universidad de La Salle de Bogotá, con la cual tenemos convenio desde hace más de 3 años. Si quieres unirte a la aventura, y descubrir nuevas culturas, no lo pienses más y pregunta por esta Universidad en la Coordinación de Relaciones Internacionales.

Tu mundo, Tu visión

ERNST & YOUNG
Calidad en Todo lo que Hacemos

Entusiasmo estudiantil para marcar la diferencia en la sociedad

Cuando el conocimiento se aplica en la práctica, la experiencia resulta valiosa. En el momento que se utiliza lo aprendido en la escuela para procurar un beneficio real a la comunidad, el enriquecimiento obtenido es invaluable. Consciente de la importancia que los estudiantes se involucren en programas que ayuden a marcar la diferencia a favor de la sociedad mientras estudian su carrera, Ernst & Young –a través del área de Reclutamiento y Selección– realizó nuevamente el concurso "Tu mundo, Tu visión", una plataforma para que los estudiantes de Contaduría Pública de las principales universidades de la Ciudad de México probaran las aptitudes que adquirieron en las aulas para sumar esfuerzos en la mejora de nuestro entorno.

Con base en el enfoque de Ernst & Young de las tres 'e' de la Responsabilidad Social (educación, ecología, entorno), los estudiantes debían presentar proyectos que cumplieran con los siguientes aspectos:

- Desarrollar habilidades personales
- Demostrar competencias de conocimientos generales
- Capacidad para generar un cambio social
- Interactuar con compañeros
- Alcanzar metas
- Influenciar a futuros grupos de alumnos para involucrarse activamente con comunidades
- Demostrar liderazgo ante un foro público

Proyectos ganadores del concurso

Primer lugar: Tecnoimpulsa
Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México

Segundo lugar: Los contadores filantrópicos
Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México

Tercer lugar: Hydroponics
Instituto Politécnica Nacional, ESCA Santo Tomás

Durante todo el proceso, la firma apoyó a los concursantes a través de la ayuda de sus profesionales, quienes pusieron a disposición de los alumnos su tiempo y experiencia en el desarrollo de la propuesta. Jean Dubernard, Supervisor del área de

"Los estudiantes tenían ideas muy interesantes, llenas de creatividad y respaldadas con mucha investigación".
Jean Dubernard

Compras, fungió como asesor de uno de los proyectos, lo cual implicó "escuchar ideas muy interesantes, llenas de creatividad y respaldadas con investigación; estuvieron tan dedicados en el desarrollo de su proyecto que me contagiaban su entusiasmo", explicó.

Jean destacó que en el proceso su tarea más importante fue "orientarlos en los detalles formales del proyecto, como la redacción y los puntos que debían incluir en una propuesta para que contara con el orden, la profundidad y formalidad que requieren esta clase de documentos. Sabía que sus ideas eran muy valiosas, así que en lugar de ofrecerles soluciones, los ayudaba a que ellos mismos encontraran alternativas para enfrentar sus retos".

Al concluir la etapa de recepción de propuestas, los trabajos finales fueron presentados en las instalaciones de Ernst & Young de la Ciudad de México, en donde los equipos, en compañía de sus profesores y asesores, expusieron brevemente sus proyectos, los cuales fueron evaluados por un selecto grupo de académicos especialistas en la materia. Para la ponderación de los mismos, se tomaron en cuenta criterios como la innovación, el impacto en la comunidad, la comunicación y la claridad.

Los ganadores del primer lugar recibieron $100,000 en efectivo para implementar su propuesta, la cual deberá ser realizada en el mediano plazo.

Ernst & Young
Aseguramiento | Asesoría | Fiscal | Transacciones

© 2011 Mancera, S.C. Derechos reservados

INVERTIR SIN CONOCER iSHARES, ES COMO DIVERTIRSE ASÍ.

EL MUNDO CAMBIÓ, LA FORMA DE INVERTIR TAMBIÉN.

Con iShares podrás invertir en mercados que hasta hoy eran inaccesibles, ofreciéndote mayor diversificación, transparencia y liquidez.

Conócelos www.iShares.com.mx

iShares®

Keep evolving

Búscalos en Bloomberg bajo **IMEX**

COTIZA EN BOLSA MEXICANA DE VALORES

Llama a tu banco/casa de bolsa o al: **01 800 iShares** (01 800 474 2737)

BLACKROCK

Invertir en valores conlleva riesgos. Toda información relevante relacionada con valores y en particular aquella relativa a los factores de riesgo se encuentra contenida en el prospecto de colocación y suplementos informativos / folleto informativo. Se recomienda a los inversionistas potenciales consultar a su asesor de inversión sobre la conveniencia de invertir en valores. iShares® es una marca propiedad de BlackRock International Trust Company, N.A. Todas las demás marcas y derechos de propiedad intelectual son propiedad de sus titulares. MX-0278-02/10.