



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ARAGÓN

**“REVISTAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR INDUSTRIAL”
¿NEGOCIO DE PARTICULARES O COMPROMISO
PERIODÍSTICO CON LOS EXPERTOS?**

INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

PRESENTA:

NORMA HERNÁNDEZ TREJO

ASESORA: MTRA. MARÍA DE JESÚS MENDIOLA ANDRADE



MÉXICO

2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“REVISTAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR INDUSTRIAL”
¿Negocio de particulares o compromiso periodístico con los expertos?

DÍA NEGRO

*Hoy no es un día común, hoy es un día negro,
La realidad otra vez muestra su rostro siniestro,
Al ir abriendo la puerta un aire violento,
Me dice sin piedad que no estás ahí.*

*Alguien se roba la luz, alguien se roba tu perro,
Alguien se roba también eso que estás escribiendo,
Alguien se roba tu nombre, tu paz y tu tiempo,
Y sólo salvarás tu propia visión.*

*Día negro, negro, hoy es día negro,
Día negro, negro, hoy es día negro así.*

*Un tiburón con poder y un gatillero sin riesgos,
Alguien dispuesto a morder por no perder su empleo,
Todos tomando de un vino que no produjeron,
Y sin pisar jamás la línea de fuego.*

*Día negro, negro, hoy es un día negro,
Día negro, negro, hoy es un día así.*

*Autor: José Manuel Aguilera
Intérprete: **La Barranca***

Con eterno agradecimiento a mi asesora.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1	
APROBADO EL CIENTO POR CIENTO DE CRÉDITOS, ¿Y AHORA QUÉ?	13
1.1. ¿Se termina o comienza la carrera?	18
1.2. ¿Competencia o competitividad? La lucha por obtener empleo	20
1.3. Generar experiencia aún sin remuneración. Los primeros acercamientos con la profesión	23
CAPÍTULO 2	
LA PRENSA ESCRITA COMO ALTERNATIVA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL	36
2.1. Revistas especializadas del sector industrial	39
2.1.1. Antecedentes	40
2.1.1.1. ¿Publicaciones realizadas sin periodistas?	45

2.1.2. Estructura de la empresa editorial	48
2.1.2.1. Dirección General	49
2.1.2.2. Redacción o información	50
2.1.2.3. Ventas o comercialización	51
2.1.2.4. Formación y/o diseño	53
2.1.2.5. Circulación	56
2.1.3. Reorganizar los departamentos de redacción para generar información de calidad	57
2.1.4. Panorama actual y perspectivas	63

CAPÍTULO 3

CONFRONTAR TEORÍA Y PRAXIS EN EL OFICIO DEL REPORTERO	65
3.1. Funciones y responsabilidades del reportero	68
3.2. Uno para todos y todos para uno. Las múltiples actividades	72
3.3. El peso de la información con el lenguaje de un experto	78

CAPÍTULO 4

COORDINACIÓN EDITORIAL: GARANTÍA DE CALIDAD EN CONTENIDO Y FORMA	80
4.1. Responsabilidades adicionales para ascender	81

4.2. Elaboración de programas editoriales	83
4.3. Conformación de un equipo de trabajo con <i>free lance</i> , colaboradores, corresponsales y reporteros	85
4.4. Línea ideológica acorde con los intereses de la empresa editorial	86
4.5. Trabajo sin fin. Una nueva revista espera siempre para su creación	89
4.6. Publicidad, sinónimo de permanencia en el mercado	90
CONCLUSIÓN	91
FUENTES CONSULTADAS	94
APÉNDICE	96

INTRODUCCIÓN

Cuando tomé la decisión de estudiar la carrera de Periodismo y Comunicación, lo hice con el pleno desconocimiento del plan de estudios y las áreas de acción en las que me podría desempeñar en el futuro.

En una elección preliminar me interesaron: Economía, Estudios Latinoamericanos y Ciencias de la Comunicación, porque me gustaba leer textos de temas político-social, influenciada por el activismo emprendido en esa época por mi padre, sin embargo, al cumplirse la fecha para elegir definitivamente la carrera que cursaría en los siguientes años, fue necesaria además una autovaloración lo suficientemente honesta sobre mis facultades, vocación y pasión para desempeñarla.

No obstante, el cursar la materia de Ciencias de la Comunicación en el quinto y sexto semestre del bachillerato, donde además obtuve buenas calificaciones, me hace sentir apta para desempeñar esta profesión, así elijo como primera opción esta especialidad, por lo que me fue otorgada la oportunidad de cursar la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, de donde egresé en septiembre de 1991.

Al cursar el Seminario de Investigación y Apoyo para la elaboración de Tesis, en el séptimo semestre, elegí y presenté el tema del cine estatal en México, un estudio que implicaría un período de investigación de por lo menos 50 años.

El Lic. Freddy Román Medina era el maestro titular del Seminario y asesoró mi proyecto hasta el esquema preliminar, sin embargo, al comienzo del octavo semestre dejó la docencia y en sustitución impartió el profesor Pablo Salvador Martínez, quien al leer el proyecto lo desaprueba por abarcar varias décadas de investigación y me sugiere elegir las películas nacionales más recientes incluidas en la Semana del Cine Mexicano, evento que organizaba el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) para hacer un análisis de cada cinta y presentarlos como tesis.

No tener una asesoría confiable en el tema que quería desarrollar me desilusionó y terminé por abandonar el proyecto. Sin guía y ya como pasante, me dediqué exclusivamente a buscar un empleo remunerado en esta profesión, ya que desde el comienzo de mis estudios universitarios era independiente económicamente. El objetivo inicial era alcanzar la estabilidad laboral y una vez lograda, retomaría la titulación.

No obstante, la realidad fue más difícil; al intentar buscar empleo se me argumentó la falta de experiencia y ser muy joven para desempeñar las funciones del puesto solicitado.

La política neoliberal que abanderaba el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari, quien realizó cambios radicales con el Programa de Modernización Educativa en 1989, comenzaba a dar sus primeros frutos. Las universidades se desligaron del destino de miles de jóvenes egresados y por el contrario, se propagó la idea de crear emprendedores o empresarios, época donde se abusó de la frase *empléate a ti mismo*.

Las filas de desempleados comenzaron a engrosarse de manera alarmante y fueron tiempos caóticos en la economía nacional, situación que me postró en una inactividad de cuatro años, hasta que me decidí a cumplir con el requisito ineludible de tener experiencia y comencé por enviar reseñas de cine al periódico *El Nacional*, donde me publicaron sólo una; a la par, se da la oportunidad de colaborar para una revista local de corte político social en el Estado de México, donde trabajé de manera gratuita por cuatro meses, los suficientes para editar dos revistas.

Esta incipiente experiencia fue el trampolín para ingresar por fin a una empresa de los medios de comunicación. De 1996 al año 2005 he acumulado nueve años de experiencia en la producción de revistas especializadas del sector industrial, desempeñándome primero como reportera y posteriormente como coordinadora editorial para dos diferentes empresas, donde se editaban seis revistas dedicadas a diversos sectores productivos.

Colocarme primero en los medios, para posteriormente concluir mi tesis, no fue como lo concebí inicialmente, ya que una vez integrada en esta actividad, me absorbió el tiempo y transcurrió de manera vertiginosa, casi sin percibirlo.

En la cotidianeidad periodística siempre he trazado objetivos en apego al profesionalismo de mis funciones, y como coordinadora editorial, establezco nuevos proyectos enfocados a ascender en los puestos de mando, donde la titulación es un requerimiento.

De regreso a la vieja escuela, con intención de conocer los requisitos de titulación, la jefa de la carrera de Comunicación y Periodismo, Lic. Edith Balleza Beltrán me informó sobre las tres opciones para obtenerla, entre ellas, la presentación de un Informe de Desempeño Profesional que tiene como propósito exponer la confrontación de teorías, técnicas y métodos adquiridos en la formación académica, aplicados en el campo laboral.

El propósito de este trabajo es transmitir mis reflexiones emanadas de la práctica cotidiana, a otros compañeros que luchan por ingresar a los cada vez más pantanosos caminos laborales, y especialmente a los jóvenes egresados que ante la desesperanza se ven en la necesidad de conducir un taxi u ocuparse en otros oficios para obtener el sustento diario, sin aprovechar los años dedicados a su formación universitaria.

El presente informe está estructurado en cuatro capítulos: el primero, donde expreso los absurdos caminos del mercado laboral, tales como exigir experiencia, cuando para un recién egresado es casi imposible tenerla, las diferencias entre ser competencia y competitivo en una carrera tan saturada como lo es Periodismo y Comunicación, hasta el trago amargo que conlleva trabajar gratuitamente, con el único pago de ver publicadas las primeras notas, que conformarían el requisito para obtener una plaza laboral con pago retribuido. En este mismo capítulo, expreso el asombro que me provocó el ver de cerca el ejercicio del poder y las corrupciones propias de la prensa escrita, elementos sin los cuales, es casi imposible concebir su práctica.

El segundo capítulo comienza cuando soy contratada formalmente como reportera y expongo, por el contrario, las bondades de la prensa escrita como una

real alternativa para la formación profesional, especialmente dentro de las revistas especializadas del sector industrial, asimismo explico los antecedentes y ambivalencias de ser publicaciones creadas, en la mayoría de los casos, por personas sin estudios en periodismo o comunicación, pero que fueron concebidas como una forma exclusiva de hacer negocios.

En este mismo apartado expongo la estructura y organigrama de las empresas editoriales, ejemplificadas a través de *Publitecnic, S.A.* y *Magazine Group & Communication, S.A. de C.V.*, las dos compañías donde he prestado mis servicios y que pertenecen al segmento de elaboración de revistas especializadas del sector industrial. El objetivo de conocer las funciones de cada uno de los departamentos que las conforman, es para que el interesado en leer este informe, tenga una visión completa del porqué todos convergen en la actividad periodística, e inclusive, se puedan tener los elementos para crear nuevas empresas como alternativa ante la falta de fuentes de empleo y se complementa con la necesidad de reorganizar los departamentos de redacción o información para hacerlos eficientes y tener un producto final de calidad.

El tercer capítulo lo dedico por entero a la actividad del reportero como el principal generador del material noticioso, sus múltiples funciones, responsabilidades y la necesidad de adquirir conocimientos y términos especializados, que a diferencia de otros medios impresos o electrónicos no se requieren, pero en revistas especializadas del sector industrial son fundamentales para cumplir con los lectores y realizar notas, entrevistas o artículos lo suficientemente interesantes para los expertos.

En el cuarto y último capítulo expongo mis funciones como coordinadora editorial, la importancia de este puesto en el resto de la organización, responsabilidades, planeación, línea ideológica y aspectos publicitarios que definen la personalidad de la revista.

Con la exposición de los elementos necesarios para la elaboración de revistas especializadas del sector industrial y el cúmulo de experiencias generadas todos los días en este proceso, considero que los periodistas además de tener la capacidad de crear los contenidos de este tipo de publicaciones, es imperante involucrarse en la comercialización, con el propósito de crear nuevos medios impresos y ejercer el periodismo libre, profesional y remunerado.

CAPÍTULO 1

APROBADO EL CIENTO POR CIENTO DE CRÉDITOS, ¿Y AHORA QUÉ?

Vivir la era de transición hacia un nuevo siglo nos anticipa la instauración de distintos esquemas de organización y desarrollo social, determinados cada vez más por la economía.

En este proceso de evolución natural aparece la globalización como único e ineludible destino para todos los países, independientemente de su nivel de desarrollo tecnológico o industrial, que en tiempos pasados, les daba el privilegio o desventaja de pertenecer al primer o tercer mundo.

México no es la excepción. Los gobiernos federales anteriores comenzaron a preparar la plataforma para adentrarse a los nuevos modelos, con la aplicación de políticas públicas neoliberales acordes a los intereses de los organismos cúpula de la hegemonía económica internacional, como el Banco Mundial (BM) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), donde por supuesto, se incluyeron reformas a la educación que determinaron el futuro de generaciones de jóvenes que esperaban integrarse al sector productivo.

En 1989, el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari promovió el Programa de Modernización Educativa, que planteaba el cambio de actitud en el educando, a fin de convertirse en emprendedor o empresario eficiente,

competitivo y productivo, pero sin proporcionarle las herramientas necesarias para hacerlo.

Con esta filosofía, el estado abandonaba su obligación de integrar a miles de egresados al sector productivo, y dejaría que cada uno, buscara sus propios recursos para alcanzar el nivel de competitividad que exige el mercado laboral.¹

En este contexto, concluir una carrera universitaria es un objetivo que pocos logran, si consideramos que la educación superior en México no forma parte de los planes prioritarios del gobierno federal, al asignar cada vez menos presupuesto, bajo el argumento del bajo crecimiento anual y la poca recaudación fiscal vía impuestos.

En el año 2004, del 4.3 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) destinado a la educación, sólo el 0.68 fue para el nivel superior,² que aunado a las dificultades de tipo socioeconómico de las familias mexicanas, se complica

¹ Ruiz del Castillo, Amparo, *Educación superior y globalización. Educar ¿para qué?*, p. 15-16:

De acuerdo con los documentos producidos por el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), se evidencia que tales instituciones han fortalecido su oposición a que sea el Estado quien se encargue de financiar totalmente la educación a través de diferentes mecanismos de presión (fundamentalmente por la vía de préstamos económicos y firma de convenios de intención) imponen criterios que influyen o determinan las políticas públicas para validar formas de organización, calidad y pertinencia de los servicios educativos.

² Martínez, Nurit “*Prevé ANUIES estancamiento y dificultad para enfrentar problemas estructurales*” periódico *El Universal*, 20 de enero del 2004 p. 6. Entrevista con el secretario general ejecutivo de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

sustancialmente el que más jóvenes concluyan una carrera universitaria por la gran cantidad de dificultades presentadas durante su formación académica y posterior a ella, al no integrarlos en puestos claves para la dirección del país.

Es en este período de transición educativa, cuando curso la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP), Unidad Aragón, de la cual egresé en septiembre de 1991. Fue entonces, cuando llegó el momento de aplicar los conocimientos teóricos en la prestación del servicio social.

En antaño, muchos de los egresados podían colocarse en puestos que ofrecían las instituciones donde se prestaba el servicio social, no obstante, estas posibilidades han descendido con el paso de los años, como consecuencia del gran número de egresados que persigue el mismo objetivo.

El servicio social lo realicé en el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), a través del proyecto gubernamental *Solidaridad*, para colaborar en el diseño de fotomontajes, apoyar en las tareas de promoción y difusión del cine mexicano.

El titular de la dependencia era Ignacio Durán Loera; la Dirección de Producción estaba a cargo de Miguel Necochea y la Subdirección, era responsabilidad de Georgina Balzaretí, hermana del reconocido actor, ya fallecido Fernando Balzaretí, a quien le reporté mis actividades.

Mi horario era de diez de la mañana a dos de la tarde, de lunes a viernes; no obstante, a las pocas semanas me pidieron ampliar la jornada para realizar

además labores secretariales, como capturar documentos, hacer llamadas telefónicas y preparar diariamente el café; por tanto, no se daba seguimiento a la carta de asignación elaborada por la Subsecretaría de Desarrollo Regional de la Secretaría de Educación Pública (SEP), que me fue entregada como constancia.

Al cabo de un par de semanas, me negué a continuar con estas actividades extras y por supuesto, me gané la enemistad de los empleados del área.

La experiencia laboral previa que acumulé entre 1989 y 1990 como auxiliar administrativo para una empresa privada, me sirvió mucho para cumplir con las tareas de oficina encomendadas, gracias al conocimiento de los equipos, desde computadora, máquina de escribir eléctrica, fax y telex, que en ese tiempo no eran tan comunes como lo son ahora.

Permanecer dos horas más de las cuatro obligatorias, me hizo acumular las 480 horas reglamentarias en cinco meses, sin embargo se me argumentó que debería prolongar mi estancia 30 días más, yo me negué y defendí mis derechos, aunque no tuviera el respaldo del departamento del servicio social de la ENEP Aragón.

Me ausenté un mes en espera de cumplir el plazo establecido para la conclusión del servicio social y a mi regreso, dos colaboradoras de Balzaretí le informaron que yo había dejado trabajo pendiente, mentira que cobró fuerza ante las largas ausencias de la subdirectora. Fue muy desagradable la discusión que se generó por este mal entendido, pero se iniciaba un camino distinto hacia nuevas formas de aprendizaje.

Mientras tanto, en las instalaciones de la ENEP Aragón, la euforia de los compañeros se desataba en los pasillos por la conclusión de la carrera. Nadie se ocupaba de su cita impostergable con el mercado laboral.

El desajuste entre el número de egresados y la generación de fuentes de empleo prevalece desde hace un par de décadas y provoca el caos social que se alimenta de manera alarmante.

De acuerdo con el estudio “*Mercado Laboral de Profesionistas en México, Escenarios de prospectiva 2000-2006-2010*”, editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), las 13 licenciaturas consideradas de mayor demanda, donde se incluye Periodismo y Comunicación, arrojarán un excedente de 827 mil profesionistas para el año 2006, que ante las escasas fuentes de empleo, se verán obligados a aceptar bajos salarios, ya que uno de cada cinco, se empleará en puestos de menor calidad, en el comercio informal o actividades no relacionadas con su profesión.³

³ Martínez, Nurit “*Al desempleo, egresados de 41 carreras en 2006*” periódico *El Universal*, 5 de enero del 2004 p. 8.

1.1. ¿SE TERMINA O COMIENZA LA CARRERA?

Cuando se aprueban todas las materias del plan de estudios, expresamos de manera coloquial que hemos terminado la carrera, aseveración poco evidente, si consideramos iniciar otros caminos distintos de aprendizaje. La formación académica, no sería completa sin la práctica laboral.

Hay personas que se desempeñan en el periodismo sin una formación universitaria, sin embargo la mejor manera de ejercerla, es tener ambas experiencias.

Los métodos para obtener información y relaciones en el medio, no aparecen escritos en ningún manual de periodismo, por eso, es necesario que el egresado esté dispuesto a seguir en el aprendizaje de nuevos conocimientos.

Para el pasante o titulado es común creer que se sabe todo y no aceptar la ignorancia natural, que sólo retrasa su incorporación exitosa en el ejercicio periodístico.

Cuando se logra obtener un puesto de trabajo, se tienen solamente deseos de ganar dinero, sin la conciencia de ofrecer un servicio y aumentar su calidad conforme se enriquece de la experiencia basada en los conocimientos emanados del quehacer diario. No hacerlo, podría provocar el aislamiento del egresado con riesgo de abandonar paulatina o totalmente su integración a los medios de información.

Ahora que coordino un grupo de colaboradores, es muy común que los reporteros se limiten a capturar boletines o datos obtenidos del internet, sin saber cómo estructurar una nota o realizar una entrevista. Es lamentable que estos casos no sean aislados porque se repiten frecuentemente, aunque termina con el despido o renuncia de los reporteros por la falta de disposición para integrarse a los equipos de trabajo.

El periodista nunca debe perder la capacidad de asombro ante los hechos. Aceptar la ignorancia natural, porque no se puede saber todo, ampliará el acervo para dar los elementos hacia una verdadera vocación.

No estar dispuesto a reconocer nuestras propias limitaciones, impedirá comenzar esta nueva carrera que se forja en el campo laboral.

1.2. ¿COMPETENCIA O COMPETITIVIDAD?

LA LUCHA POR OBTENER EMPLEO

Mi experiencia laboral en una empresa del sector privado y el servicio social, no fueron suficientes para garantizarme el empleo formal, y comencé como cualquier aspirante que carece de recomendaciones.

Adquirí el “*aviso de ocasión*” y con bolígrafo rojo en mano, marqué los anuncios clasificados que consideraba estaban relacionados con el periodismo o la comunicación.

Los anuncios de la bolsa de trabajo eran casi exclusivos para la prensa escrita, cuyas características principales son ofrecer exhaustivas jornadas con múltiples actividades a cambio de un bajo salario.

Si no me lo impedía la frase: *inútil presentarse sin los requisitos*, una vez identificado el domicilio en la guía roji y concertada la cita por teléfono, me dirigiría a las instalaciones con la sorpresa, en la mayoría de las ocasiones, de encontrar largas filas de personas que pretendían obtener el mismo empleo; en ella se podía ver la gran variedad de edades, estado civil, estrato social, procedencia de escuelas públicas y privadas, con o sin experiencia, mujeres u hombres.

En una ocasión, un nuevo diario solicitaba personal, había tanta gente que ni siquiera fue posible entregar la documentación por la muchedumbre que se agolpó afuera de una pequeña casa ubicada en la colonia Roma, donde entre

empujones, falsas alarmas de que seríamos recibidos y rumores que se dieron entre los mismos compañeros, no fue posible ningún contacto.

Entre la multitud, identifiqué al maestro Rubén Esau Ocampo quien impartía la materia de “Organización de oficinas” del octavo semestre en la ENEP Aragón, fue curioso que ante el reconocimiento de ambos, no se diera el diálogo, pero en el campo de batalla todos se desconocen, porque en lugar de ser compañeros existe una voraz competencia.

En mi mente surgieron ideas pesimistas de una desventaja marcada por la presencia de personas con amplia experiencia, como la tendría seguramente este profesor, o inclusive la edad de otros postulantes.

De esta experiencia, aprendí nuevas lecciones y aunque sabía de su existencia, no imaginé presenciar los niveles de depredación y descortesía en el trato que todos merecíamos en ese momento, entonces entendí que la situación económica por la que atravesaba el país era alarmante, no sólo para mí como recién egresada, sino para las personas en edad productiva.

El mismo procedimiento lo hice una y otra vez, con la misma observación de la carencia de experiencia y el reproche constante de ser muy joven.

Sin escuela ni trabajo, me ocupé en leer todas las publicaciones que me llegaban a las manos, además de asistir a las hemerotecas para obtener la mayor cantidad de información, especialmente de cine, cuyo interés me provocaba obsesión, convirtiéndome en una verdadera experta, pero sin poder vivir de ello.

Cuando me di cuenta, ya habían transcurrido cuatro años e inmersa en un entorno grave de desempleo y perdido el contacto con la mayoría de los compañeros de la escuela, o en caso de establecer alguno por casualidad, no se trataba el tema laboral, debo suponer que era por la brutal afectación a la autoestima y soberbia que se adquiere cuando se es pasante de una carrera apasionante, pero que no ofrecía en ese momento muchas oportunidades de desarrollo.

La desesperación me hundió en un grado de desgano y ánimo nulificado, un tiempo que bien pude aprovechar para titularme, pero el mismo estado anímico y económico no me lo permitieron.

La solución radicaba en generar experiencia en los medios, escribir más e intentar su publicación, pero para mi tuvieron que pasar algunos meses más, para entenderlo y llevarlo a la realidad.

1.3. GENERAR EXPERIENCIA AÚN SIN REMUNERACIÓN. LOS PRIMEROS ACERCAMIENTOS CON LA PROFESIÓN

Cansada de ser rechazada y segura de que sólo obtendría un empleo si tenía experiencia en los medios, me decidí a enviar una reseña de cine al periódico *El Nacional*, porque a manera de rumor se propagó la formación del suplemento dominical “Revista Mexicana de Cultura” para la nueva era del diario; así, sin saber absolutamente nada de tendencias o temas que se abordarían, emprendí la aventura de escribir en lo que mejor estaba documentada: en temas relacionados al cine.

Elaborar un registro semanal de películas de estreno, donde identificaba las cintas no estadounidenses que siempre despiertan el interés de los cinéfilos, me hizo elegir la película “Carrington, un amor imposible” que trata la vida de la pintora inglesa Leonora Carrington que al reunir actualidad e intelectualidad, predispuse que tendría interés para publicarse.

Mis limitaciones para escribir una crítica cinematográfica, pero la confianza hacia la reseña, me facultaron para escribir cuartilla y media que estuvo estructurada con información de archivo que acumulé por muchos años, con datos del director y actores, además de apreciaciones personales.

Una vez redactada, la llevé a las instalaciones del diario, que se ubicaban en la calle de Ignacio Mariscal No. 25, en la colonia Tabacalera.

En la entrevista con Eduardo Rojas, uno de los editores responsables de la publicación, me advirtió que no era necesario asistir personalmente, por lo que podía hacerlo vía fax, petición que llamó mi atención por la insistencia, pero al no darle importancia, obedecí las advertencias.

Una semana después, el 3 de marzo de 1996 apareció publicada mi reseña en el No. 5 del suplemento, página 14, sin ser modificada la redacción y sólo eliminado un pequeño párrafo por razones de espacio.

En ese momento recordé las palabras del maestro Rubén Esau Ocampo, el mismo que encontré en la selección de personal un par de años atrás, quien nos insistía durante las clases en buscar la manera para comenzar a publicar, advertencia que como estudiante ignoré por completo por la falta de conciencia hacia una situación que sólo entendí hasta que la viví.

En los siguientes suplementos no aparecerían las dos reseñas que envié posteriormente, ya que les fue destinado el espacio a escritores reconocidos como Elena Poniatowska o Carlos Monsiváis, quienes pertenecían al Consejo Editorial.

El esfuerzo todavía era insuficiente. Enviar colaboraciones sin trato personal es contradictorio a la comunicación misma, pero se realiza con frecuencia porque las editoriales, como cualquier organización mercantil, no desean hacer contratos o relaciones formales de trabajo por las garantías que deben otorgar por ley y toman sólo los escritos de su interés a cambio del pago único por extensión de cuartillas.



Suplemento dominical "Revista Mexicana de Cultura", editado por *El Nacional*, portada y publicación de mi primera nota.

caja de tipos

*Carrington,
un amor
imposible*

Norma Hernández

El pasado viernes 9 de febrero, se estrenó en una docena de salas capitalinas la notable producción británica *Carrington, un amor imposible*, basada en la vida sentimental de la pintora inglesa y el escritor homosexual Lytton Strachey (extraordinariamente interpretados por Emma Thompson y Jonathan Pryce), quienes, desafiando las costumbres de la Inglaterra de principios de siglo, viven un quimérico romance.

Ópera prima del dramaturgo y guionista Christopher Hampton, ganador del Oscar al mejor guión adaptado por *Relaciones peligrosas*, en 1989, la película nos acerca a la pintora de manera magistral e intensa hasta las lágrimas.

Con un proyecto postergado desde 1976, fecha en que fuera adaptado el libro *Lytton Strachey* de Michael Holroyd, es hasta 1994 cuando es posible su realización. En aquella ocasión se contempló al director Mike Newell (*Cuatro bodas y un funeral, Sueños de abril, Escapada al sur, La voz del silencio*) pero finalmente fue rescatado por Hampton.

Recibida con buenos comentarios de la crítica y el público, se hizo merecedora el pasado Festival de Cannes al Premio Especial del Jurado y al Premio de Interpretación Masculina a Jonathan Pryce.

Cabe destacar la sorprendente partitura de Michael Nyman (*El piano, El cocinero, el ladrón, su esposa y su amante*), acompañado por los acordeos del quinteto de Schubert, estimulando aún más esta insólita historia de amor que concluye con el suicidio de la pintora en los primeros años de la década de los 30. *✽*

Las obras de
Bonfil

Martha García

A cinco años de la muerte del antropólogo Guillermo Bonfil, diversas instituciones reúnen en cuatro tomos cerca de tres décadas de trabajo antropológico y una serie de documentos inéditos del autor de *México profundo*, en homenaje a quien es uno de los pensadores mayores de la cultura contemporánea.

El lector encontrará un rico material ensayístico, desde su tesis de licenciatura sobre desnutrición en un pueblo maya, hasta poesía y crítica de cine, luego de cruzar por algunas reflexiones sobre la realidad de América Latina y las encrucijadas de la antropología indigenista.

Los textos, rescatados del archivo personal y de publicaciones nacionales y extranjeras, son una muestra de la versatilidad de quien se distinguió como un incansable defensor de los derechos de los pueblos indígenas, como lo refieren sus escritos acerca de la situación colonial de las etnias de América y los retos de sus organizaciones frente a las políticas de Estado.

En este aspecto, la participación de Bonfil Batalla no se reduce a su labor teórica. Su intervención alcanzó un nivel internacional al impulsar pronunciamientos políticos, dentro del proceso irreversible de la presencia indígena en la conducción de su pasado, presente y futuro.

El rigor metodológico de Bonfil Batalla nunca evitó las comuniones políticas desde la teoría, la antropología aplicada, los puestos públicos o los análisis de las organizaciones indígenas. En 1981 escribió algo con plena vigencia en estos días: "La situación que viven actualmente los grupos indígenas, que muy probablemente se agravará en los próximos lustros, exige un alto grado de eficacia política en la conducción de su esfuerzo por sobrevivir y consolidarse como sectores sociales étnicamente diferenciados; esto demanda una intelectualidad y una dirigencia indias de nuevo cuño, cuya presencia se percibe ya en varios países, pero que debe crecer y perfeccionarse aceleradamente".

Los procesos de cambio e interacción cultural y las identidades emergentes ante el rumbo de la globalización, son otros de los temas abordados con insistencia por el antropólogo, entusiasmado en llevar al cine un filme basado en su obra más leída: *México profundo*; incluso hay textos inéditos —sin fecha— que se antojan para algún argumento cinematográfico o una novela en esa ruta.

A lo largo de las páginas de estos cuatro volúmenes se puede conocer el desarrollo del pensamiento bonfiliano, sus posturas académicas, sus inquietudes por el cine, el teatro y su actuación dentro del ejercicio de la administración pública, desde donde marcó una intensa tarea de promoción cultural.

Bonfil, quien alguna vez soñó en vivir en una ciudad democrática, la gran urbe mexicana, donde se escucharan todos los idiomas indígenas sin que ello fuera motivo de discriminación y las mujeres pudieran caminar a cualquier hora sin sufrir vejaciones, deja un gran legado antropológico, político y filosófico. Como en otros tiempos, hoy en la lectura de sus viejos y últimos escritos dicta cátedra; es, todavía, el maestro.

Sólo una observación a los editores. En esta selección quedan excluidos *Pensar nuestra cultura. Ensayos; Cholula. La ciudad sagrada en la era industrial y México profundo. Una civilización negada*, libros que están en circulación. *✽*

Obras escogidas de Guillermo Bonfil, selección y recopilación de Lina Odena Güemes, INI/INAH/DGCP/CNCA/FIFONAFE-SRA/CIESAS, México, 1995.

*Garibay, invitación,
evocación y viaje*

Adrián Medina

«Vamos a la huerta / de Toro Toronjil» son los primeros versos de una canción infantil. «Vamos a la huerta / de Toro Toronjil, / a ver a Milano / comiendo perejil». Eso es. Invitación, evocación y viaje; viraje en el transcurso de la vida, alteración del rumbo: no mirar al futuro sino atrás... Recuerda... se dice Garibay, Ricardo, nos lo dice, recuerda.

Se comprueba la tendencia de los medios de comunicación a reducir al máximo la redacción y a ampliar una red de colaboradores que se ocupe de llenar contenidos a precio de saldo, sin contrato laboral y cobrando sólo por nota publicada. Los beneficios netos de las empresas de la comunicación crecieron en la última década un 324 por ciento.⁴

De manera simultánea, en la bolsa de trabajo de la ENEP Aragón apareció un anuncio para trabajar en una revista del Estado de México, algo inusitado porque son comunes los puestos para vendedores, encuestadores o maestros, por lo que pensé era una alternativa.

Por enésima vez, me dispuse a preparar mi documentación con curriculum vitae actualizado y me encaminé a intentarlo una vez más.

Hecha la cita, llegué a la sala de espera donde ya se encontraban compañeros de la ENEP Aragón, pero ahora con una marcada diferencia de edad con los recién egresados, con esta supuesta “ventaja” me entrevisto con Jorge Arevyan, director general de la revista *Pluma Gráfica*.

Con la intención de quedarme, ignoro el tema del salario y por supuesto la aceptación fue inmediata; sé que esta actitud es peligrosa porque los empleadores detectan las necesidades del prospecto y abusan de esa condición, situación que no volvería a repetir en los siguientes empleos; la razón principal era dar continuidad a la publicación de notas y aparición de mi nombre en el directorio. Así, durante los siguientes cuatro meses trabajaría sin remuneración como colaboradora voluntaria.

⁴ Caravantes, Marta “*Periodismo una profesión en harapos*” página web: www.cimacnoticias.com
Comunicación e Información de la Mujer (Cimac) Noticias, 4 de septiembre del 2003,



Revista *Pluma Gráfica* No. 167 donde participé como colaboradora voluntaria.

La revista *Pluma Gráfica* es una publicación de Arevyan Editores, S.A. de C.V., propiedad de su director general, Jorge A. Arevyan Ayres, hombre sin preparación formal en el periodismo, pero con 30 años de experiencia en la vida política del Estado de México, especialmente en los municipios de la zona oriente.

Miembro activo de la Asociación Nacional de Editores y Directores de Periódicos y Revistas Independientes de México, A.C., *Pluma Gráfica* realiza análisis político y social, cuya periodicidad es *aparentemente* mensual, aunque tarda hasta tres meses en salir a la luz pública.

De distribución pobre, *Pluma Gráfica* llega a reproducir un máximo de 300 revistas, para ser repartidas a los personajes de la política local, interesados en leer los contenidos a favor o en contra de sus actos.

De relativo prestigio, *Pluma Gráfica* conformó en antaño un sólido equipo, conformado por Francisco Santamaría, Gustavo M. Vieyra y Ricardo Camín Olmos, este último, periodista de *Excélsior* que por problemas de alcoholismo es despedido e incorporado a esta publicación, por su amistad con Jorge Arevyan.

En 1996, Ricardo Camín retorna a *Excélsior*, Gustavo M. Vieyra y Francisco Santamaría dejan de mandar colaboraciones, es entonces cuando ingreso a *Pluma Gráfica*.

Las oficinas se encontraban en la calle Caballito No. 148, en Ciudad Nezahualcóyotl, donde los colaboradores trabajaban en antiguas máquinas de escribir mecánicas de rodillo ancho tipo tabloide, en papel revolución y copia al carbón, que conservabas a manera de comprobante.

En *Pluma Gráfica* recibí mi primer orden de trabajo para entrevistar al C.P. José de Jesús Herrera Atilano, entonces titular de la Comisión de Cultura, Deporte y Recreación del Municipio de Nezahualcóyotl, y a la responsable de la Casa de Cultura de la misma demarcación, con el objetivo de descubrir fallas administrativas y escribir una nota con tendencia o línea, es decir, hacer periodismo de golpe.

Sin Fomento a la Cultura en Nezahualcóyotl

Por: Norma Hernández

Para fomentar el desarrollo artístico y cultural en el municipio de Nezahualcóyotl se dispone de una Casa de Cultura, sin embargo, el municipio cuenta con más de 3 millones de habitantes y la Casa de Cultura no es suficiente para las necesidades de toda la población.

En el Segundo Informe de Gobierno, Carlos Viñas señaló que la CODEM (Convenio de Desarrollo Municipal) se encargaría de la segunda etapa de remodelación del inmueble ubicado en Cuarta Avenida y Francisco Zarco, Col. Virgencitas; se contempló también la construcción de una Casa de Cultura en la zona norte. Actualmente se está iniciando la segunda etapa, pero la creación de una nueva Casa de Cultura no se ha cumplido.

Para conocer más ampliamente las medidas otorgadas por el municipio, se acudió al titular de la Comisión de Cultura, Deporte y Recreación, el C.P. José de Jesús Herrera Atilano, quien entiende la difusión de la cultura como una actividad administrativa, para él no existe otra cultura más la que se imparte en las escuelas (dependencias de la Secretaría de Educación Pública y no de la citada comisión).

El aspecto cultural es tan visto y complejo que no se puede limitar a las aulas. ¿Cómo es posible que ni siquiera tenga conocimiento de las actividades realizadas por la Casa de Cultura?, asegura que se imparten talleres de canto, poesía, declamación y ballet folklórico, cuando no hay dichos talleres, sólo el de danza.

Se pudo constatar la carencia de un proyecto para la difusión de la cultura en el municipio, ¿o es acaso que ya dio por terminada su gestión, -cuando faltan todavía seis meses-, y las propuestas no son necesarias a un paso de concluir su administración?; por si fuera poco se preguntará el lector que hace un contador público al frente de un cargo dedicado a la cultura cuando anteriormente desempeñó el de secretario general de la Federación de Industriales, Colonos y Comerciantes del Estado de México (FICCEM). No es

10

lo mismo manejar número que ser creativos y fomentar el desarrollo intelectual o artístico.

Confirmada la segunda etapa de remodelación en éste mes de julio, el titular de cultura ni siquiera está enterado de dicha determinación, ratificando que: "Desafortunadamente ahorita no hay recursos para seguir avanzando, no nada más en lo que respecta a la otra etapa (de remodelación del edificio), tenemos etapas pendientes... el municipio no puede satisfacer todas las necesidades", entonces, cuál es la función de un regidor en el municipio, cuando ni casualmente se informa de lo que pasa a su alrededor.

Por el contrario, la directora de la Casa de Cultura, ha puesto especial interés en la remodelación del inmueble, con el propósito de dar más confianza y mantener el interés en la comunidad e integrarla a las diversas actividades que ofrece.

Para cumplir con su principal objetivo que es la recreación cultural y artística, además de la ocupación del tiempo libre, la Casa de Cultura cuenta con diversos servicios, principalmente impartir cursos libres de diversas disciplinas, también dispone de auditorio, sala de exposiciones, museo y biblioteca.

En el gobierno de Carlos Viñas se hicieron cambios en los tres años de su gestión, es decir, cada año se destinó un presupuesto para que paulatinamente se fuera remodelando el edificio.

Durante el primer año se solucionaron los problemas del sistema eléctrico del auditorio, en el segundo año se terminó la fachada y pintar el edificio; en lo que va del presente año se piensa arreglar todo el sistema eléctrico.

Pero a pesar del presupuesto destinado para remozar la construcción, se observan carencias que se piensan cubrir para el siguiente gobierno.

Cómo es posible que el municipio haya destinado más de \$700 mil pesos en erigir dos monumentos (Niños Héroes y Benito Juárez) y una escultura (Sor Juana Inés de la Cruz), cuando la Casa de Cultura como el único lugar que cuenta el municipio, no sólo necesita presupuesto para remozar sino que pueda cumplir su verdadera función social: Promover la cultura.

Se necesita gente con conocimientos al frente de las instituciones, pero mientras eso pasa, se seguirán manifestando las diversas expresiones culturales de la creatividad en Nezahualcóyotl.



La primera nota que publiqué en la revista *Pluma Gráfica*.

Confronté las dos entrevistas y en apego a las declaraciones, escribí que el responsable de la Comisión de Cultura, Deporte y Recreación del gobierno local no cumplía con sus funciones, pues no sabía de las actividades o talleres que se impartían en la única casa de cultura con la cual contaba la población de este municipio, además de asegurar que no habían recursos económicos para apoyarlos.

Investigué que a la Casa de Cultura le habían asignado recursos económicos en los últimos tres años, cuando comenzó la gestión de Carlos Viñas como presidente municipal de Nezahualcóyotl, para remozar el inmueble, datos confirmados por su propia directora. No obstante, al consultar el Segundo Informe de Gobierno de Viñas, citaba que el Convenio de Desarrollo Municipal (Codem) sería responsable de realizar la segunda etapa de remodelación del edificio y construcción de una segunda casa de cultura para la zona norte del municipio, lo cual nunca se cumplió.

El director general de la revista me dijo que Herrera Atilano fue Secretario General de la Federación de Industriales, Colonos y Comerciantes del Estado de México (FICCEM) y el propósito era desprestigiarlo por inepto para las actividades artísticas y culturales. En efecto, no se equivocó porque el funcionario no sabía nada de sus obligaciones en el cargo.

Con la cabeza: “*Sin fomento a la cultura en Nezahualcóyotl*”, aparecería mi primer artículo de opinión en la página 10 del número 167 de la revista *Pluma Gráfica*, con avance de portada.

Una vez publicada la revista, sería utilizada para cobrar algunos *compromisos* con funcionarios de los gobiernos locales, ya sea con notas a favor o en contra, al respecto Jorge Arevyan decía: “Las mentadas de madre son gratis, los halagos se cobran”.

Para la edición 168, fuimos invitados a la celebración del día del bombero en la estación Ixtapaluca, que beneficia al cinturón industrial de este municipio, Chalco, Amecameca y estado de Morelos.



No hubo línea para escribir sobre los festejos del día del bombero.

En el festejo, fue muy emotivo entrevistar al titular de la estación, capitán Benito Vázquez Lara y al resto de la corporación, los cuales narraron con emoción sus rescates y vivencias en siniestros cotidianos y mayores, como el temblor del 85 o la explosión de San Juanico.

Esta fue la única ocasión donde no se me marcó línea, por el contrario, tenía la libertad de escribir tal cual lo observé y el evento se asignó a portada.

Jorge Arevyan tenía un especial interés por los grupos de rescate, ya que fue alpinista profesional, mantenía amistad con uno de los principales grupos de rescate de personas extraviadas en el Popocatepetl, volcán que él mismo escalaba con regularidad.

En ese número publiqué notas sobre la seguridad pública, el abono de transporte y agua potable, además del reportaje de las páginas centrales sobre la gira de trabajo del presidente municipal de Ixtapaluca, Lic. Juan Antonio Soberanes Lara, quien nos invitó a realizar un recorrido por las diversas obras públicas emprendidas por su gobierno.

Visitamos la construcción del Centro de Desarrollo Juvenil e Infantil, las redes de agua potable, la construcción de casetas de vigilancia a unidades habitacionales, donde por cierto, inicialmente nos impidieron el acceso a una zona residencial, pero ante el reconocimiento del presidente municipal entre nosotros, inmediatamente nos permitieron la entrada; la construcción de escuelas primarias, una clínica básica de rehabilitación; pavimentación, cementado de vialidades y acceso a las colonias; creación del museo de Tlapacoya, guarniciones y banquetas; módulos deportivos, centros

comunitarios, ampliación y equipamiento del cárcamo de bombeo de aguas negras, entre otras acciones.

El reportaje fue resultado de una negociación financiera previa, luego de investigar y comprobar el desvío de recursos públicos a la empresa particular de este alcalde, labor encomendada a otro colaborador, que en ese entonces era de reciente ingreso, sin estudios en periodismo y actual director de su propia revista.

El acuerdo implicó el pago aproximado de 120 mil pesos que la revista recibiría en tres partes, el primero por este reportaje y el resto en dos notas más, que Soberanes Lara indicaría para la conclusión de su gestión.

De este anticipo no recibí ni un centavo, ni por las cuatro cuartillas que escribí. La universidad no nos enseña a cobrar por el valor de nuestros servicios.

Mi descontento se hacía cada vez más insoportable, además de dudar si realmente quería recibir dinero producto del chantaje.

El periodismo pervierte su función cuando tergiversa, miente, negocia y escamotea información.⁵

⁵ Leñero, Vicente y Marín, Carlos *Manual de Periodismo México*, Editorial Grijalbo, 4ª edición, 1986, p. 18.

GIRA DE TRABAJO POR IXTAPALUCA

Por: Norma Hernández

Durante una extensa gira de trabajo por el municipio de Ixtapaluca, dirigida personalmente por su presidente municipal Licenciado Juan Antonio Soberanes Lara, se pudo constatar los grandes avances que en materia de obras públicas se están realizando en las delegaciones y colonias que la conforman. De las obras más importantes por el beneficio que presta (aproximadamente 225,000 personas), es la estación de bomberos, siendo ésta la primera en la zona oriente del Estado de México.

La base de bomberos es apoyada por 2 carros tanques de 10,000 litros, 2 camionetas pick up -una adaptada para rescaté- un carro bomba, un moto bomba y una ambulancia, algunos de ellos pertenecían al ayuntamiento.

El cuerpo de bomberos es comandado por el capitán Benito Vázquez Lara, hombre con mucha experiencia que ha hecho posible, en coordinación con un equipo formado por 18

elementos pagados por el ayuntamiento y 18 más como voluntarios, el buen y completo funcionamiento en aras de atender con eficiencia y prontitud un accidente o siniestro.

En 1994 año que comenzó el servicio, se atendieron 559 emergencias de las cuales en su mayoría fueron atenciones prehospitalarias, control de abejas y atención a la comunidad. Para 1995 se incrementó hasta 856 emergencias destacándose el control de abejas,



Grafica de lo que será la cafetería del Centro de Desarrollo Juvenil e Infantil.

atención prehospitalaria y fugas de gas L.P.; en caso de siniestro se tienen identificadas 10 alberques por orden de importancia y prioridad como son: auditorio "Benito Juárez", las instalaciones del DIF (Desarrollo Integral de la Familia), secundaria técnica "Gabriela Mistral", primaria "Gustavo Baz", secundaria técnica 91, gimnasio "José de la Mora", auditorio ejidal "Emiliano Zapata", gimnasio de la unidad deportiva de Ayotla, primaria "Mariano Matamoros" y prima-



El mantenimiento de las unidades es realizado por los propios elementos del cuerpo de bomberos.



Caseta de vigilancia en una de las unidades habitacionales.

ria "Albert Einstein", para actuar eficazmente.

Esta por concluir la construcción del Centro de Desarrollo Juvenil e Infantil, para atender los aspectos culturales, recreativos y deportivos de la comunidad próxima a ser adulta. El proyecto, estructurado de tal manera que se pueden cumplir satisfactoriamente dichos planteamientos, está constituido por un foro al aire libre, cancha de futbol rápido, gimnasio techado con piso de duelas y gradas, circuito para triciclos y patinaje, área de juegos, cafetería y biblioteca. La obra tendrá un costo superior a los 2 millones 500 mil pesos, los cuales están garantizados en las arcas municipales, obra que en próximas fechas se espera inaugure el C. gobernador del Estado de México, Licenciado César Camacho Quiroz.

Las instalaciones se llevaron a efecto en un terreno perteneciente al ayuntamiento, el cual no había sido ocupado por la falta de acceso, por tal motivo se alineó y pavimentó la calle Francisco Villar, en dicho centro



Ampliación y pavimentación de los accesos en las zonas marginales

se ocupará una importante área para el archivo histórico y administrativo de la localidad. En otro orden de ideas se está estimando la atención a las redes de agua potable y próximamente se pondrá en función el pozo de Tlalizahuac para el abasto de las colonias San Antonio, Estado de México y Chihuahua.

A petición de los propios vecinos de las colonias Tlayahuac y Rancho El Carmen de Ayotla, se les construyó casetas de vigilancia, las cuales están intercomunicadas por 35 radios a la base.

Conscientes de las necesidades que generan las unidades habitacionales, se construye una escuela de educación básica en Villas de Ayotla y así poder satisfacer las demandas educativas en un lugar cercano y seguro para los niños y las propias familias. En escuelas ya asentadas, el municipio las está apoyando, por ejemplo con la construcción de un salón de usos múltiples, como es el caso de la escuela "Alberto Einstein".

En dicha localidad también se encuentra una Clínica Básica de Rehabilitación, es importante mencionar que cumple una función vital para personas con

problemas psicomotores y así los ciudadanos no tengan que desplazarse grandes distancias como sería el Distrito Federal en busca de ayuda, ahora la pueden recibir en su propio municipio.

En materia de pavimentación y cementado se mejoraron las principales avenidas y accesos a las colonias Chihuahua, Estado de México, Santa Cruz Tlalizahuac, Ampliación Emiliano Zapata, El Molino, Alfredo del Mazo y Santa Cruz Tlalpacoya. Después de años de saqueo



Importante obra es el museo de Tlalpacoya.

indiscriminado, se ha puesto en marcha la creación del museo de Tlalpacoya que en coordinación con el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia) se albergarán más de mil piezas arqueológicas para conservar el vasto legado cultural de Tlalpacoya.

En la colonia Ampliación Emiliano Zapata en Ayotla, se construyeron 6,000 metros lineales de guarniciones y 8,100 metros cuadrados de banquetas, así como la edificación de la subdelegación.

La colonia El Molino también salió beneficiada con la construcción de un módulo deporti-



Guarniciones y banquetas en la colonia Ampliación Emiliano Zapata.

vo, un centro comunitario y rampas vehiculares.

En materia de drenaje, el Canal de Guadalupe fue totalmente reestructurado con rebestimiento, ampliación y equipamiento del cárcamo de bombeo de aguas negras, con una inversión por más de 3 millones 500 mil pesos, así se solucionan los problemas de inundaciones que padecían las colonias aledañas al canal para beneficiar a 18,000 habitantes.

A pesar de que faltan escasos meses para terminar la gestión del actual presidente municipal de Ixtapaluca, continúa su labor de servir con firmes propósitos y disposición de terminar las obras que acertadamente ha tenido la visión de tomar en cuenta.

La nueva Ixtapaluca, ahora más que un lema, es una realidad.



Las inundaciones anuales no volverán ser, gracias a la total restauración del Canal de Guadalupe.

Luego de comprobar el desvío de recursos en el municipio de Ixtapaluca, se dio autorización para realizar este reportaje complaciente sobre las buenas acciones del gobierno local.

En *Pluma Gráfica* no importaba el dominio de los géneros periodísticos, una calificación o título; se ejerce el cuarto poder de la prensa por la estrecha relación con políticos poderosos, jefes de policía, comandantes de la judicial, entre otros personajes influyentes.

Así, descubro los métodos para obtener los ingresos de la revista: sobornos con disfraz de presupuesto publicitario, que se da como pago por el silencio ante el descubrimiento ilícito de funcionarios, a cambio de reportajes complacientes sobre acciones de gobierno.

Conocí los mecanismos de acción, desde ir a recoger mensualmente el tan mencionado “chayo” en las oficinas de gobierno del Estado de México, como pequeños municipios, hasta la distribución de revistas.

Al cabo de cuatro meses y editados dos números de la revista *Pluma Gráfica* y con mi única nota publicada en *El Nacional*, ante la primera oferta de trabajo en el “*aviso de ocasión*” de *El Universal*, me entrevisté y fui aceptada como reportera en *Publitecnic, S.A.*, compañía dedicada a la edición de revistas especializadas, experiencia que explicaré ampliamente en el segundo capítulo.

CAPÍTULO 2

LA PRENSA ESCRITA COMO ALTERNATIVA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL

De los cuatro medios de información (prensa, radio, televisión y cine), objetos de estudio en los programas académicos para la formación de profesionales en la comunicación, la prensa ofrece mayores alternativas por la existencia de diversas publicaciones diarias y periódicas.

Tan sólo la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), reporta la existencia de 1,050 revistas en el año 2004.

Los bajos costos de operación en la producción de publicaciones, comparadas a las millonarias inversiones de otros medios, permiten editar con mayor frecuencia, diarios y revistas de todos tipos y tendencias.

La naturaleza de los medios impresos demandan por tanto reporteros, colaboradores, corresponsales, fotógrafos, correctores de estilo, coordinadores de información y editores, que tienen en la palabra e imagen fija su materia prima.

La creación de publicaciones conlleva una dualidad en el mercado laboral: fomenta el desarrollo de múltiples habilidades y la decepción de una mala paga.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS) a través de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (Conasami), estipula que la actividad del

reportero y reportero gráfico en prensa diaria impresa, debe tener un ingreso base de 135.51 pesos diarios, de acuerdo con la tabulación 2004, y aunque es el más alto dentro de los empleos especializados, además de guardar una proporción con el mínimo (45.24 pesos) del 300 por ciento, es todavía raquítico por su bajo poder adquisitivo.

Observamos que la STyPS no incluye a los reporteros de los medios electrónicos, quienes obtienen más ingresos, desventaja que provoca el hermetismo de estos círculos protectores de sus intereses y hacen de la prensa escrita, especialmente las revistas, un espacio un poco más abierto donde se puede desarrollar la profesión.

Bajo salario y desinterés de propietarios o directivos de las empresas editoriales por escribir ellos mismos, son las razones para solicitar los servicios de los profesionales.

Ejercer el periodismo escrito posibilita asimismo la amplitud de satisfactores personales, por el privilegio mismo de la interacción con lectores interesados en obtener información completa y de calidad a través de la lectura, cuando es tratada de manera superficial en radio o televisión, asimismo al tener acceso a las fuentes directas, nos coloca en un sitio privilegiado por conocer la realidad de los hechos.

El periodismo es pasión, dedicación, exigencia, observación de todo y con todo (por eso las discusiones interminables).⁶

⁶ Blanco, Manuel, *Hojas de la memoria periodística*, México, Fundación Manuel Buendía, 2000, p.16.

¿Cuántas son las informaciones que salen a la luz pública y son manipuladas a efecto de desinformar?, millones, sin embargo la actividad del reportero tiene el don de estar en contacto siempre con información de primera mano, aunque por cuestiones de política editorial, orden superior o para utilizarse en otros intereses no se divulgue como tal.

Por lo antes expuesto, la prensa es el medio que fomenta habilidades; su rapidez y pluralidad, acompañado siempre por el verdugo del tiempo, requiere estar a un ritmo acelerado que a su vez genera destreza para realizar notas informativas, entrevistas, reportajes, publrreportajes, editoriales y artículos de opinión, como de índole comercial, lo cual no se logra con tanta efectividad en otros campos.

Ernest Hemingway siempre dijo haber aprendido sus mejores lecciones de escritura en las redacciones de los periódicos donde trabajó. Otros premios Nobel de Literatura, como el inglés Graham Green o Gabriel García Márquez, tampoco negaron nunca la verdadera cruz de su parroquia. En la talacha periodística fue donde adquirieron y afinaron las armas de su escritura portentosa.⁷

Mis vivencias en la búsqueda de una oportunidad para ingresar al mercado laboral en el periodismo impreso (que expliqué ampliamente en el capítulo anterior), es la prueba más contundente de ser un medio alternativo porque fue el único que me abrió sus puertas.

⁷ *Ibid.* p. 38.

2.1. REVISTAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR INDUSTRIAL

El 17 de septiembre de 1996 ingresé como reportera en la editorial Publitecnic, S.A., cuyo giro empresarial es la edición de revistas especializadas del sector industrial, y por tanto, fue mi primer acercamiento con este tipo de publicaciones.

En las publicaciones diarias y periódicas que conocemos comúnmente como periódicos y revistas, existen las especializadas que abordan temas específicos de acuerdo al interés de un grupo de lectores, plenamente identificados por sus gustos o necesidades.

Dentro de las revistas especializadas, aparece una subdivisión correspondiente a las del sector industrial, que aborda una de las ramas específicas de la productividad.

En el mercado editorial se encuentran revistas del ramo farmacéutico, automotriz, eléctrico, construcción, transportes, turismo, artesanías, panadería, artes gráficas, ferretería, etc., las cuales no se adquieren con los voceadores, porque pertenecen a un círculo de lectores con actividad afín, fabricantes o proveedores del sector y distribuidores.

2.1.1. ANTECEDENTES

El surgimiento de las revistas especializadas del sector industrial tiene su raíz en las asociaciones o cámaras industriales, quienes al tratar de informar a sus socios sobre lo más sobresaliente de su actividad, eligieron un medio impreso (volantes, boletines o pequeñas revistas) para divulgarlo y muchas de ellas fueron en un principio pasquines en papel revolución.

De manera paulatina, se descentralizó en negocios de particulares, por lo que tienen un común denominador: aprovechar el contacto comercial con empresas proveedoras de cierto sector productivo, para venderles espacios de publicidad.

Las razones para crear revistas especializadas del sector industrial son las mismas para cualquier publicación: ser fuente de ingresos para sus propietarios, a través de fomentar negocios con empresas proveedoras y obtener mayor participación de mercado.

La distribución es a través de suscripciones o distribución gratuita para los lectores que se dedican a la misma actividad industrial de la revista.

Publitecnic, S.A., la empresa editorial donde ingresé en 1996, editaba las revistas *Ferretecnic* y *Plomelec*, la primera para el sector ferretero y la segunda, para plomeros y electricistas.



Pionera en el sector ferretero, la revista *Ferretecnic* se conoció inicialmente como *FyT*.

Su fundador, Don Roberto Ulacia Esteve fue vendedor y posteriormente accionista en la fábrica de químicos donde se elaboraban los blanqueadores domésticos “El Chinito”, que para promocionar sus productos en ferreterías y tlapalerías, creó la revista *FyT*, que años más tarde se convirtió en *Ferretecnic*.

Esta publicación tiene el privilegio de ser pionera en el ramo ferretero y mejoras para el hogar, al acumular 42 años de publicaciones ininterrumpidas desde 1963.



Edificación Moderna fue sustituta de *Plomelec*, por lo que el primer número apareció en julio de 1999.

En tanto, *Plomelec* nació también como una publicación sin precedentes, pero al tener una comercialización menos prolífica, y luego de cuatro años en circulación, tuvo que cambiar su nombre en julio de 1999 por *Edificación Moderna*, para diversificar el mercado e incluir a constructores, ingenieros civiles y arquitectos.

Los requerimientos del mercado determinaron la necesidad de publicar en enero de 1997, el primer número de la revista *Electromarket* dedicado al sector eléctrico, y en mayo de 1998 *Graphic Market*, la cuarta revista editada por Publitecnic, dedicada al sector de las artes gráficas, la cual competiría por primera vez con otras publicaciones del mismo giro.

Ferretecnic se mantuvo 30 años como la única publicación del sector ferretero, pero un par de años antes de mi incorporación, se le presentó un nuevo competidor: *Presencia ferretera*, hecha por una antigua colaboradora de Publitecnic que ante su salida de la empresa, decidió hacerles frente a manera de competencia.

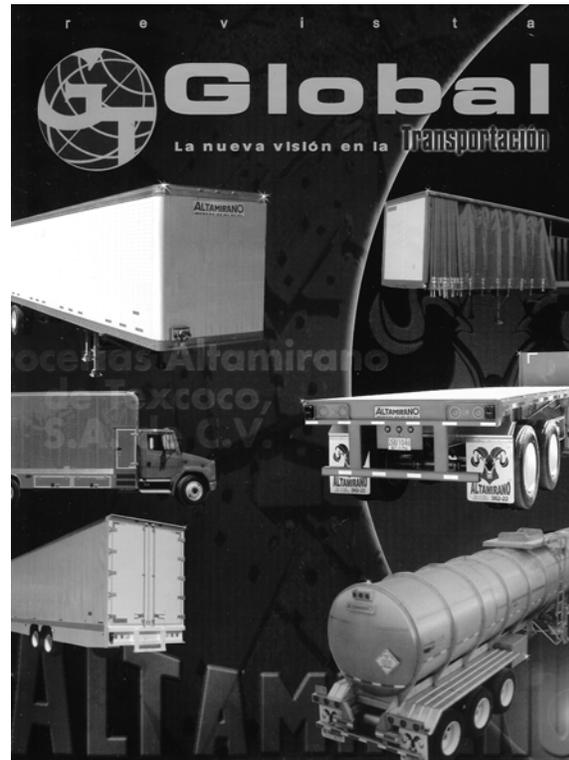
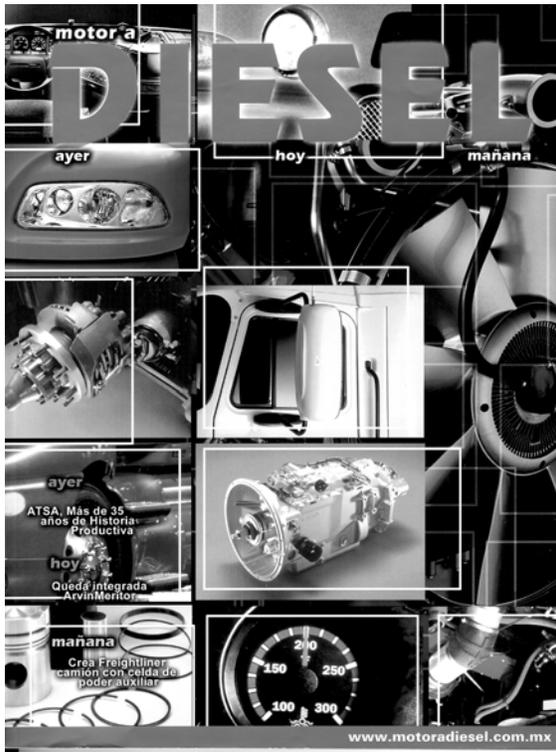
Este fenómeno se repetiría en otros medios especializados, donde es común que los directivos de las revistas, en antaño formaran parte de editoriales precursoras en determinado sector y decidieron hacer su propio negocio con la publicación de nuevas revistas del mismo giro.

Tal es el caso de Magazine Group & Communication, S.A. de C.V., la segunda empresa editorial de revistas especializadas del sector industrial, donde ingresé en el año 2000, enfocada al ramo del autotransporte y transporte multimodal.

Sus inicios datan de 1994, cuando se formó el Grupo Editorial Damaesca con la participación de cuatro fundadores, los cuales eran empleados en diversas revistas del sector automotriz y de equipo pesado, donde se desempeñaban como vendedores, formadores y administradores, por tal motivo conocían a fondo el negocio, pero ante la grave crisis que se dio ese año, perdieron sus fuentes de empleo.

Guadalupe Chávez Ruiz, actual directora general de Magazine Group & Communication, se desempeñó como vendedora en diversas publicaciones automotrices existentes en ese tiempo, incluida la revista semanal *México Automotriz*, fundada en 1977 y considerada pionera del mercado automotriz.

La necesidad obligó a Guadalupe Chávez Ruiz, Carlos Soots Espinosa, Martín Reyes Corona y Esteban Fierro Rojas, a unirse para crear una nueva revista que llevó por nombre *Motor a Diesel*.



Motor a Diesel y *Global Transportación* son editadas por Magazine Group & Communication.

El éxito de cualquier negocio es ofrecer novedades al mercado, y *Motor a Diesel* lo ofrecía, ya que era la única publicación especializada realmente en autotransporte.

Para octubre del año 2000 edita su segunda revista: *Global Transportación*, donde ya se incluyen los diversos modos de transporte: marítimo, aéreo y terrestre, que comprende al ferrocarril y autotransporte de carga.

2.1.1.1. ¿PUBLICACIONES REALIZADAS SIN PERIODISTAS?

Si consideramos que el surgimiento de las revistas especializadas del sector industrial se da como negocios de particulares, en la mayoría de los casos no fueron hechas por periodistas.

Es inusitado ante el fuerte problema de desempleo que aqueja a los egresados de las carreras de periodismo y comunicación, que muchos de los editores de este tipo de revistas no sean profesionistas de esta licenciatura, pero sí vendedores con los contactos comerciales del sector al cual se han dedicado por varios años.

Fernando Ulacia Esteve, propietario de Publitecnic, S.A., es ingeniero de profesión y antiguo gerente de ventas de la empresa; hasta antes de mi ingreso a la compañía, la responsable de la parte editorial fue Margarita Uhagón, licenciada en filosofía y letras.

En Magazine Group & Communication, Guadalupe Chávez Ruiz, su directora general es licenciada en derecho, profesión que nunca ejerció y a mi ingreso se encargaba de la parte editorial de *Motor a Diesel*, mientras que su director comercial, Carlos Soots Espinosa, marido de Chávez Ruiz se desempeñó también como vendedor por cerca de dos décadas en *Noticias ATA*, publicación actualmente desaparecida.

Este fenómeno se ha repetido en otras revistas equivalentes, conformadas por conocidos, familiares y amigos, que se asociaron para hacer una publicación y

recibir de ella, parte de las ganancias generadas como resultado de la venta de espacios publicitarios.

Comenzaron a escribir y por la falta de preparación, los resultados fueron funestos con poco peso periodístico, errores de ortografía y redacción, pero ante el conecete comercial o compadrazgo se logró mantener la publicación.

Casi todos los medios de información tienen objetivos fundamentalmente comerciales, que se sobre imponen a los propósitos genuinamente periodísticos.⁸

Con el paso del tiempo y ante el surgimiento de revistas competidoras, se vieron en la necesidad de contratar reporteros que levantaran los contenidos editoriales, para mostrarse así, como una publicación de mayor calidad y otra de las causas, fueron las amenazas de los mismos anunciantes por suspender sus campañas, si la revista no mantenía un nivel de información que fuera del interés de los lectores.

En el Segundo Foro Iberoamericano de Editores de Revistas, organizado por la Federación Internacional de Prensa Periódica (FIPP), la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) y la Federación Latinoamericana de Prensa Periódica (FLAP), que se realizó en nuestro país en enero del 2004, con la participación de 300 editores representantes de 20 naciones; Emilio Azcárraga Jean, presidente de Grupo Televisa expresó que los dos retos más importantes de la industria editorial en Latinoamérica son: desarrollar contenidos relevantes y atractivos que provean una experiencia intensa y

⁸ Leñero, Vicente y Marín, Carlos, *op. cit.* pp. 18 y 19.

valiosa para los lectores, y operen de manera rentable en un mercado de alta volatilidad a un nivel político y económico.⁹

Sin temor a equivocarme, puedo asegurar que para la mayoría de los editores de revistas especializadas del sector industrial, no es prioridad la calidad de sus contenidos, ya que dan una exacerbada atención a los cobros de sus espacios publicitarios.

En el departamento de redacción, como se le identificó en Publitecnic e información, en Magazine Group & Communication, se producían notas de pésima calidad, ortografía pésima y contenidos superficiales.

Antes de exponer mi desempeño como reportera en revistas especializadas del sector industrial, considero prudente, mostrar también la estructura de este tipo de organizaciones mercantiles, para una vez conocidos, fundamentar mis argumentos del porqué fue necesario hacer cambios internos y externos para que las publicaciones pudieran salir a tiempo y en cumplimiento a informar con oportunidad a los lectores.

Periodicidad, oportunidad, verosimilitud e interés público son características fundamentales del ejercicio periodístico.¹⁰

⁹ Mundo Caniem. Resultados del Segundo Foro Iberoamericano de Editores de Revistas.

¹⁰ Leñero, Vicente y Marín, Carlos, *op. cit.* p. 18.

2.1.2. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA EDITORIAL

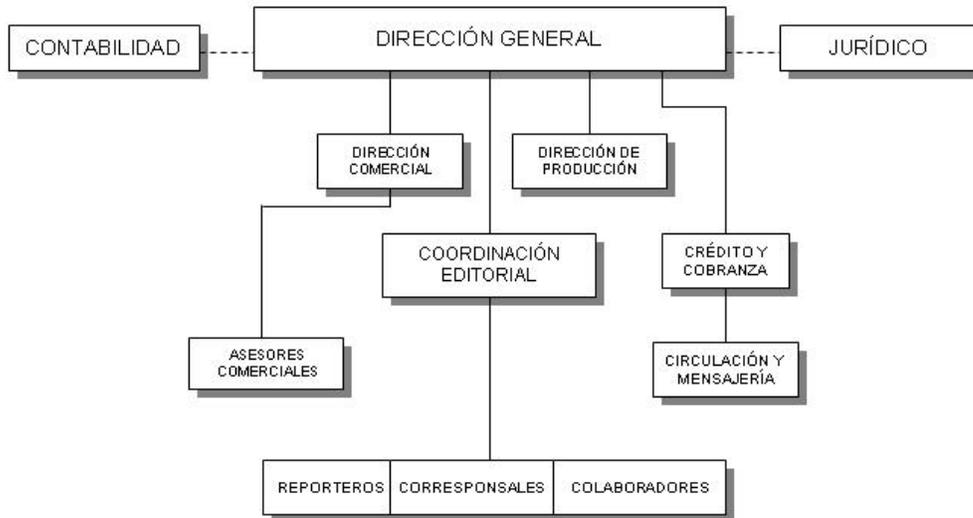
La estructura de la empresa editorial es igual a cualquier organización mercantil que desea generar riquezas, pero enfocada a la prestación de servicios, como es la venta de publicidad.

El conocimiento del mercado es el punto de partida, la planeación y conformación de un esquema integrado por departamentos que serán responsabilidad de la dirección general, es la siguiente acción para conformar una editorial.

Son cinco los departamentos básicos para una compañía editorial: administración, redacción, ventas, formación y circulación:



MAGAZINE GROUP Y COMMUNICATION, S.A. DE C.V.



2.1.2.1. DIRECCIÓN GENERAL

El director general es propietario o accionista de la empresa, cuya función principal es coordinar los diversos departamentos que dan forma a su organización con el objetivo de cumplir las estrategias de crecimiento planteadas, en apego a una publicación oportuna y de calidad.

Toma decisiones acordes con un buen funcionamiento y se auxilia de sus principales colaboradores que encabezan los departamentos de administración, redacción, ventas, formación y circulación.

En el medio periodístico se conoce la existencia de *padrinos*, hombres ricos, prominentes empresarios o funcionarios del gobierno, que invierten en publicaciones escritas, con el propósito de lavar dinero y ejercer poder, tal como sucedió con el periódico *El Independiente*, dirigido por Javier Solórzano y propiedad de Carlos Ahumada, que como consecuencia de los videos publicados donde se implicaban a funcionarios del gobierno del Distrito Federal en actos ilícitos, terminó con el cierre del diario.

El organigrama de las empresas varía de acuerdo con los intereses y valoraciones del director general, no obstante las funciones del departamento de redacción o información son primordiales.

La cabeza de la compañía también se encarga de aspectos administrativos y se auxilia de asesores internos o externos que atienden su contabilidad y asesoría legal.

2.1.2.2. REDACCIÓN O INFORMACIÓN

Independientemente de dónde se coloque el departamento de redacción o información dentro del organigrama, en todo proceso de elaboración de revistas, es su punto de partida.

Se planea y realiza un trabajo previo, aun antes de producir el material informativo, desde idear temas a desarrollar, contactar fuentes, acudir al lugar de los hechos, programar entrevistas, revelar fotografías y elaboración de notas por parte de colaboradores, reporteros y corresponsales, guiados por una

coordinación editorial, que de no cumplir, atrasaría todo el proceso. Las fallas de otros departamentos no serían tan graves como las ocasionadas en redacción.

La diagramación de la revista se realiza en el departamento de redacción, responsabilidad de la coordinación editorial, a través de cuadrículas donde se intercala información y anuncios con la anuencia del director general.

En el capítulo 3 y 4 expondré con amplitud las ocupaciones e importancia de nuestro departamento.

2.1.2.3. VENTAS O COMERCIALIZACIÓN

El alto mando se apoya en el área de ventas o comercialización, integrado por un grupo de vendedores o ejecutivos de cuenta, cuya obligación es buscar los ingresos de la revista, a través de persuadir a clientes o anunciantes para la compra de publicidad.

Los vendedores se consideran privilegiados por traer el capital a las arcas y la empresa editorial, al otorgarles un automóvil para llegar a tiempo a sus visitas y el pago de viáticos, como el permiso para ir a eventos propios de la prensa, no cumplir con su horario e incluso realizar labores de cobranza, entorpece las funciones de los demás departamentos.

Sin embargo, el área de ventas es también una pieza fundamental, porque sin percepciones económicas no podría subsistir ninguna publicación, aunque son las personas menos indicadas para cubrir conferencias de prensa.

Ganar un desayuno en elegante hotel o cenas donde puedan ingerir bebidas alcohólicas de manera gratuita, y recibir los pequeños o grandes obsequios de promoción que proporcionan las empresas patrocinadoras, es una desfachatez que ocurre con frecuencia.

Los vendedores son tan *solidarios* que incluso embolsan revistas, hacen labores de limpieza y mantenimiento en la oficina, pero nunca se encargan de plasmar con palabras la información que deseamos dar a conocer.

La escritura es un oficio que se aprende todos los días y nunca lo termina uno de aprender.¹¹

En el área de ventas o comercialización hay oportunistas que viajan a destinos turísticos nacionales e internacionales de manera gratuita, como consecuencia de hacer los contactos con las empresas patrocinadoras, e incluso llegan al cinismo de identificarse como *colegas* de la prensa internacional, situación que desprestigia la profesión y cierra puertas ante el descubrimiento de estos fraudes.

¹¹ Blanco, Manuel, *op. cit.* p. 76

Por el contrario, también hay reporteros que se inmiscuyen en labores de comercialización obligados por la dirección general para generar más ingresos, práctica muy frecuente ahora en la prensa escrita.¹²

2.1.2.4. FORMACIÓN Y/O DISEÑO

El departamento de formación y/o diseño se encarga de recibir la información proporcionada por el departamento de redacción y anuncios publicitarios autorizados por el área comercial.

Su función primordial es integrar ambos elementos a los formatos y medidas establecidas en el cajón tipográfico para su posterior impresión. Actualmente, existen dos plataformas para publicaciones: Page maker y Quark-Xpress, este último el más sofisticado y funcional que aumenta su uso por su gran capacidad para soportar los elementos visuales.

El Quark-Xpress al usarse en computadoras Macintosh reduce el riesgo de pérdidas o daños parciales en los archivos que serán utilizados para integrar las páginas de la revista.

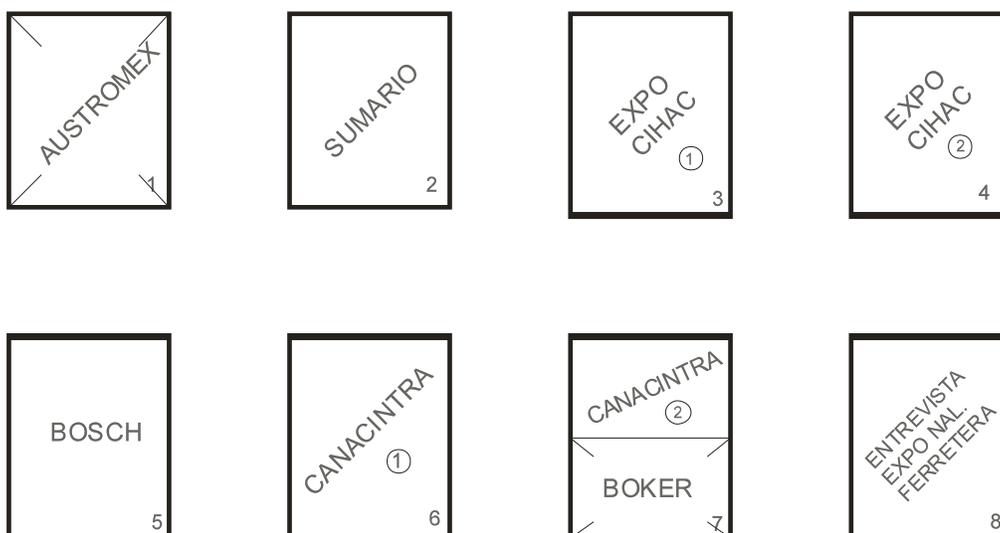
Este departamento lo integran diseñadores gráficos, formadores o personas con conocimientos empíricos en elaboración de diseños o propuestas de

¹² Roberto Civita, presidente de Editora Abril de Brasil dijo que para salir de la difícil condición que enfrenta la industria editorial en América Latina, hay que hacer revistas más útiles, bonitas, necesarias y desafiantes, así como aprender a distribuir, promover y vender más, discurso pronunciado en el Segundo Foro Iberoamericano de Editores de Revistas, enero del 2004.

publicidad, para clientes que no cuentan con un anuncio propio, pero quieren aparecer en la revista.

Las imágenes de las notas informativas son proporcionadas por el departamento de redacción, las cuales pueden ser una fotografía impresa o digital, diapositiva o folleto, entregadas de manera física o por medio de disco compacto, zip o a través de la red con los archivos de imágenes autorizadas por la coordinación editorial.

En caso de aparecer tablas estadísticas también se las proporciona redacción y ellos le darán un tratamiento en color y tipografía. El departamento de formación y/o diseño, se guía con las cuadrículas donde se integró la información y anuncios, que en este caso se identifican con rayas transversales que dividen los ángulos de los rectángulos.



El departamento de formación y/o diseño es sobre valorado por la dirección general, al recibir salarios ostentosos a cambio de materiales poco creativos, ya que colocan los elementos visuales y tipográficos donde más les place, sin criterio y basándose exclusivamente en *verse bien*.

Por esta razón, surgen conflictos con el departamento de redacción por desacuerdo de criterios en la colocación de fotos y textos, que por comodidad mutilan notas y se genera el descontento de los autores.

Cuando los formadores de los talleres veían que algún texto no cabía, en vez de revisarlo o en su caso consultar en la jefatura de redacción, simplemente lo mochaban y no con cuidado sino donde cayera. Podían sufrir por ello los hipotéticos lectores, pero en particular sufría el orgullo propio irremediablemente lastimado de los reporteros, que al día siguiente se encontraban con la publicación de un texto arbitrariamente mutilado, que a veces, para colmo, ostentaba su propia firma.¹³

Una vez formada la revista, se encargarán de la selección de color y pedirán a los impresores una copia en papel fotográfico, conocido como cromalín, donde se aprecia previamente cómo quedará la revista antes de proceder a la impresión definitiva y empastado.

Ya sea que la casa editorial cuente con maquinaria propia o requiera los servicios de una imprenta externa, en ambos casos, se realiza una revisión final sobre cromalín por parte de la coordinación editorial y aprobación de anuncios con firma de los ejecutivos de cuenta, para proceder a la impresión total de pliegos, los cuales se integran de 8 páginas cada uno.

¹³ Blanco, Manuel, *op. cit.* p. 78.

Una vez hechos los pliegos pasan al área de acabado, donde es factible que se embolsen también las revistas y sean enviadas directamente a las oficinas de correo, si así lo requieren las necesidades de la empresa, mientras que en otras compañías lo realiza el departamento de circulación.

2.1.2.5. CIRCULACIÓN

Una revista especializada del sector industrial indica en el sumario o contenido un tiraje promedio de entre 8 a 15 mil ejemplares, la verdad es que se generan entre 2 mil a 4 mil 500 como máximo, por ello la mayoría no se certifican.

Los criterios para decidir la cantidad se determinan si es de distribución gratuita o por suscripción, así como el monto por publicidad.

Se da prioridad al Distrito Federal, Estado de México, Guadalajara y Monterrey, así como un envío de internacional de 200 revistas en promedio para asociaciones o fabricantes homólogos en Estados Unidos, Centro y Sudamérica.

Cuando hay retrasos, se les solicita a los talleres gráficos un anticipo de 100 revistas para realizar la cobranza correspondiente y el resto, posteriormente.

El responsable de circulación también realiza labores de cobranza y mensajería.

2.1.3. REORGANIZAR LOS DEPARTAMENTOS DE REDACCIÓN PARA GENERAR INFORMACIÓN DE CALIDAD

Pasar de una revista de corte político-social a una especializada no fue sólo un cambio de estilo, sino de aptitudes y organización; ya no existía la intención de provocar polémica a través de un lenguaje sarcástico o retador, por el contrario, tendría la obligación de conocer los temas que más le interesaban a los lectores, para hacer notas con el lenguaje de los expertos, sin calificativos, tan comunes en revistas de política.

En la organización, las diferencias fueron notorias, el departamento de redacción en Publitecnic era una oficina equipada con computadoras Macintosh, las más modernas y adecuadas para la elaboración de revistas, y un acervo bibliográfico conformada por libros relacionados con los temas tratados en las revistas, como un archivo de sus publicaciones y suscripciones a dos diarios de circulación nacional; aunque esto pareciera ser lo común en una redacción, al menos para mí, era novedoso por las condiciones precarias en las cuales me desempeñé meses atrás.

Mi ingreso a las empresas: Arevyan Editores, Publitecnic y Magazine Group & Communication, obedeció en todos los casos, al deseo de sus propietarios por contratar reporteros con estudios comprobados en periodismo o comunicación, con la intención de incrementar la calidad de sus contenidos y cumplir con la periodicidad de 30 días, ya que existían retrasos que no les permitían responder a sus anunciantes, con la consecuente cancelación de campañas de publicidad que les generaban mermas cuantiosas.

No sólo los errores eran consecuencia de la falta de expertos, sino la ausencia de verdaderos equipos de trabajo, organización y método. Ya son nueve años de trabajar para dos editoriales de este giro y es sorprendente que en ambos casos, al ingresar no existieran métodos de desempeño cotidiano, por lo que fue necesario reorganizar el departamento e integrar propias formas de trabajo.

En Publitecnic, el departamento de redacción lo conformamos tres reporteras, sin embargo la carencia de un plan de desempeño común, provocó la inequidad en las tareas y no se darían resultados inmediatos.

La situación no fue ignorada para el director general, quien aplicó medidas correctivas que iban desde organizar juntas, hasta la amenaza explícita de despido si continuaban las fallas.

Desde el principio se me encomendó generar información para las dos publicaciones: *Ferretecnic* y *Plomelec*. Así, el primer evento que cubrí, un día después de presentarme a trabajar, fue una conferencia de prensa en la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra), donde se daba a conocer el funcionamiento del Primer Centro Regional para la Competitividad Empresarial (Crece), con el cual se fomentaría el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Me entregaron grabadora y cámara fotográfica sin instrucción alguna, sólo que regresara a la redacción para terminar la nota. A diferencia de otros medios donde se envía reportero y fotógrafo, en revistas especializadas una persona realiza ambos trabajos por el mismo salario.

Los conocimientos de fotografía que recibí en la escuela y dos cursos externos me facilitaron esta labor al asegurar las impresiones del evento, mientras que a los reporteros que provenían de los diarios, se les dificulta realizar ambas actividades.

El personal dedicado a la corrección de textos, característico de los diarios, no existen en revistas especializadas, por ello, el mismo reportero entrega su nota lo mejor escrita posible; deberá incluir una cabeza atractiva para el lector, balazos, fotos y pies, además de verificar la ortografía y sintaxis, porque será revisada una sola vez por la coordinación editorial, sobre los mismos archivos que serán retomados para su formación, y así, evitar la captura nuevamente de textos.

En noviembre de 1996 se integró Ana Verónica Hernández Huerta, la cuarta reportera que tendría como labor exclusiva editar una nueva publicación para el sector eléctrico: *Electromarket*; su amplia experiencia le permitió ascender a coordinadora editorial en junio de 1997, y ante la renuncia de las otras dos reporteras, se conformaría un funcional equipo, basado en el trabajo real, colaboración mutua y disposición de aprender.

Las jornadas fueron exhaustivas, no obstante en ese mismo mes se integraría María Teresa López Esquivel, quien generaría la información para *Plomelec*, la publicación para plomeros e interesados en el bricolaje o reparaciones domésticas del *hágalo usted mismo*. Mientras tanto, yo me dediqué completamente a generar información para *Ferretecnic*.

Conformado el departamento de redacción por una coordinadora editorial y dos reporteras para tres publicaciones, fue posible cumplir con tremendas responsabilidades, gracias a la organización, comunicación y acuerdos en las actividades, primero como parte de una obligación laboral y posteriormente como una forma de solidaridad entre compañeras, con la gratificación de producir revistas que cumplieran con calidad, tal como lo requiere el medio editorial.¹⁴

Si una publicación no se conoce a través de los puestos de periódicos, es común pensar que es de mala calidad, sin embargo, con nuestro trabajo en las revistas especializadas del sector industrial, contribuimos para que esta apreciación sólo sea un mito.

Hemos logrado crear publicaciones de calidad decorosa, al tener reporteros responsables que intervengan en el proceso de elaboración de notas y en complemento con un buen diseño, le dan una imagen moderna y ágil.

Para el segundo semestre de 1997, fueron cumplidos los objetivos de entrega a tiempo e información de calidad, que permitieron aumentar paulatinamente el número de anunciantes.

Los buenos resultados del departamento serían valorados por el director general hasta un año después, pero la unión de nuestro departamento le comenzó a incomodar y no cesó hasta desintegrarlo.

¹⁴ Gonzalo Araico, Presidente de la CANIEM expresó durante el Segundo Foro Iberoamericano de Editores de Revistas en enero del 2004 que el contenido es fundamental para el desempeño de una publicación, porque de eso depende la calidad y credibilidad de una revista.

Después de un período de estabilidad, la mente perversa del empresario comenzará a imaginar cómo podrá abaratar aún más sus costos de operación y obtener los máximos rendimientos.

Por ello, en 1999 comenzó por desaparecer plazas a pesar de la desventaja que representaba para tres empleadas editar cuatro revistas, ya que en mayo de 1998 fue lanzado el primer número de *Graphic Market*. Así, comenzó por despedir a la reportera de menor antigüedad y menos indispensable para el departamento, bajo el argumento de costarle mucho a la empresa, cuando ganábamos menos del salario mínimo profesional, con el pretexto de que no pertenecíamos a la prensa diaria.

La verdadera intención era cancelar su plaza, pero no sus servicios; un par de días posteriores a su despido, le pediría a la coordinadora editorial contactarla de nuevo para cubrir un evento. Con esta permisividad se comenzaría a trabajar con free lances, abandonando derechos laborales, como es recibir un salario base, servicios médicos, reparto de utilidades, aguinaldo y prima vacacional.

La misma fórmula la pondrían en práctica conmigo meses más tarde, pero previamente se dio una etapa de hostigamiento en espera de que yo presentara mi renuncia, comenzaron por quitarme los viajes, especialmente aquellos que tendrían como destino alguna playa, y justo en ese tiempo, se dio el ofrecimiento para asistir a dos exposiciones en París, Francia: “Batimat” e “Interclima”.

Con el apoyo de la coordinadora editorial hicimos las gestiones ante la Cámara de Comercio e Industria Francesa en México, para asistir junto con otros cinco editorialistas, al país europeo.

“Batimat” e “Interclima” serían mis últimos eventos por cubrir. A mi regreso estaba todo listo, el administrador me confirmó la decisión que ya intuía, (la práctica del periodismo nos hace ágiles también en la anticipación de los hechos), para la cual me recomendó hablar con el dueño para buscar una última oportunidad y trabajar también como free lance. Aceptar tan obscena propuesta iba en contra de mi dignidad.

Después de tres años y dos meses dejé de laborar para Publitecnic e ingresé en agosto del año 2000 a Magazine Group & Communication, S.A. de C.V. En esta editorial, había un caos impresionante en el departamento de información, lo cual se reflejaba en los contenidos funestos de la revista *Motor a Diesel*.

Había un reportero base y un free lance; el coordinador editorial presentó su renuncia el día anterior a mi incorporación y conmigo llegaron dos reporteros más, con los cuales se dio una feroz competencia. La rivalidad no permitió el avance.

Mi propósito era obtener la coordinación editorial como segundo objetivo dentro de mi actividad en el periodismo, meta que finalmente obtuve después de mucho trabajo y esfuerzo, el mismo que me llevó a reorganizar el departamento de redacción.

2.1.4. PANORAMA ACTUAL Y PERSPECTIVAS

Las revistas especializadas en México tienen la misión de informar y actualizar a lectores con un interés definido.

En el caso de las publicaciones para el sector industrial, se tienen los mismos propósitos, sin embargo en el mercado existen desde revistas de excelente calidad hasta panfletos.

Es evidente la evolución al hacerlas en papel couché y aumentarlas a 80 o más páginas a color como parte de las exigencias del mercado, y a la necesidad de abrirse camino en una industria editorial que exige calidad en contenidos e impresión.

Cuando se logra la calidad, obliga a sus competidoras a hacer lo mismo. Se crean nuevas secciones, mejora el diseño y seleccionan temas más profundos. Desafortunadamente, la dualidad de ser negocio y medio de información, provoca resultados dispares o de difícil homologación.

Nueve años de experiencia en la elaboración de revistas especializadas del sector industrial, para dos empresas editoriales y seis publicaciones diferentes, además de conocer su organización interna y relación con otras revistas similares, me hacen asegurar que el panorama actual es de un campo fértil de desarrollo con amplias opciones de crecimiento.

Desde las redacciones se hacen esfuerzos por contribuir a su reconocimiento, que comparadas con las publicaciones similares de España o Alemania, donde

tenemos los mejores ejemplos de una revista especializada del sector industrial, en México se hacen cambios importantes, desde incluir diseños verdaderamente de vanguardia, fotografías nítidas de gran calidad y contenidos emanados del conocimiento real de las fuentes.

Existen muchas vertientes por explorar en esta rama del periodismo escrito, por lo que poco a poco se espera incrementar el interés de los profesionales del periodismo o la comunicación para participar en ellas; el presente informe pretende hacer su propia contribución.

La necesidad de integrarnos en los ámbitos financieros es urgente, para así, crear editoriales propias que fomenten el periodismo de investigación y retorne el medio a las manos de sus creadores.

Se requiere de instituciones y periodistas que hagan prevalecer la solidez de la información sobre la manipulación mercantil.¹⁵

¹⁵ Blanco, Manuel, *op.cit.* p. 19.

CAPÍTULO 3

CONFRONTAR TEORÍA Y PRAXIS EN EL OFICIO DEL REPORTERO

Mi ingreso formal a los medios de información fue desempeñándome como reportera. El profesor Barragán mencionó que “el reportero es aquel que siendo empleado por un medio informativo, acude personalmente al encuentro del hecho noticioso, lo presencia y lo narra en forma oral o escrita, para que el medio informativo lo dé a conocer al público”,¹⁶ lo cual implicó poner en práctica los conocimientos adquiridos en la universidad, cuyos planes de estudio contemplaban desde el primer semestre, materias relacionadas con la redacción y el periodismo.

La previa preparación teórica hizo menos difícil mi desempeño en campo, pero fue necesario también aprender nuevos conocimientos en el devenir del reportero.

Tal como lo cité en el capítulo anterior, el reportero es el principal generador del material noticioso, siempre interesado en buscar la información actual y más relevante, para darlos a conocer a través de los medios de información.

El periodista, pienso, es como una esponja y ventilador a la vez. Tiene que absorber todo lo que hay a su alrededor con su mirada, para luego del proceso mental lanzarlo a quien debe ir: los lectores. Por lo tanto, el reportero lo es 24 horas al día.¹⁷

¹⁶ Barragán, José Antonio, *Nota informativa y crónica noticiosa*, México, Apuntes de la ENEP Aragón 1, tercera edición, 1992, p.17.

¹⁷ Blanco, Manuel, *op.cit.* p. 10.

Los viejos reporteros se auxilian solamente de una pequeña libreta donde apuntan con gran habilidad los datos de una conferencia de prensa o declaración, repetir constantemente esta actividad y cubrir las mismas fuentes, me hizo lograr esta habilidad, que en principio me pareció imposible de lograr.

Otro aspecto que francamente se desconoce en la etapa de universitario es ir presentable, sin tenis o chamarras, esto podría parecer superficial, pero es primordial ante la posibilidad constante de ir a un evento de última hora, la confirmación de una entrevista o incluso, abordar de manera imprevista a cierto político o empresario que se le quiere sacar una declaración.

Son difíciles los primeros intentos por conseguir la información porque se empieza con timidez al enfrentarse a los entrevistados, pero poco a poco se corrige al analizar e identificar las fallas cometidas en los primeros ejercicios.

Los años, pero también los golpes de la infranqueable realidad, endurecen al reportero... Los sinsabores, las afrentas, las pequeñas o grandes frustraciones, forman parte del menú cotidiano. Por desgracia, pero quizás (sic) también por fortuna, no hay aquí manuales ni enseñanza académica que valgan. En cambio, parece ser que la decisión y el ingenio son las únicas armas con que puede contar el reportero.¹⁸

La experiencia hace que los cuestionamientos sean cada vez más incisivos, como consecuencia de mantener un sentido crítico de la información generada todos los días. La pericia se alcanza cuando el interlocutor contesta lo que se le cuestiona y no evade el interrogatorio.

¹⁸ *Ibid*, p. 39.

En la entrevista periodística el reportero debe tomar la iniciativa en el intercambio pregunta-respuesta, esto le permite conducir sus interrogantes hacia lo que se desea saber, aunque debe tener cuidado que al plantear las preguntas sean claras y sencillas, de lo contrario el entrevistado puede desviarse del tema que se está tratando, es la habilidad del entrevistador la que se debe conducir de manera sutil al mismo, tal vez para ello sea necesario plantear la pregunta de manera diferente, pero siempre con la misma intención: conseguir la respuesta que a él le interesa.¹⁹

Teoría y praxis no podrían existir una sin la otra, aunque en el trabajo cotidiano existen reporteros empíricos, no todos logran informaciones polémicas, completas, amenas y sin errores de apreciación que inviten al lector a interesarse por el contenido de la nota; sin estas características, se podría abandonar la lectura antes de conocer los detalles de la información que se les desea proporcionar.

Al sentarme frente a una computadora y escribir, incluso en este momento, recuerdo las recomendaciones de mis maestros para no escribir de manera incorrecta, por ejemplo: incluir el acento gráfico en las palabras esdrújulas, colocar primero el nombre completo de la dependencia y luego su abreviatura, evitar extranjerismos y gerundios, entre otras enseñanzas, para atraer a los lectores, con un texto pulcro en la escritura.

Estudiar da las herramientas básicas para enfrentar el trabajo diario y la repetición hace su dominio.

¹⁹ Mendiola Andrade, María de Jesús, *Manual de Redacción de la construcción de oraciones a las diversas formas de redacción*. México, Manuales de la ENEP Aragón 4, 1989, p. 63.

3.1. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL REPORTERO

Los planes de trabajo para el reportero los establece el jefe de información o coordinador del área, sin embargo recomiendo también proponer temas a investigar en apego a ser polémicos y actuales, a los intereses de la publicación.

Cuando inicié el camino de aprendizaje hacia el periodismo especializado, el objetivo principal fue brindar información calificada para lectores expertos, lo que necesariamente me obligó a conocer el lenguaje y términos empleados.

En un principio, no fluyeron los temas por falta de conocimiento hacia el sector, pero me valí de materiales ya publicados para hacer una revisión de las temáticas.

Se requiere mucha paciencia y prudencia para esperar el momento en el que se logran las capacidades; la repetición y perseverancia son primordiales para el periodismo escrito.

Cuando comencé a trabajar para *Pluma Gráfica*, la revista de corte político del Estado de México, desconocía por completo en dónde empezaría, lo único que tenía claro era la necesidad de incluir notas del interés para los lectores.

Descubrí que más del 60 por ciento de sus páginas eran destinadas a acciones del gobierno estatal, especialmente de la zona oriente de la entidad, principalmente del municipio de Nezahualcóyotl.

Comencé por investigar cuáles eran los funcionarios más representativos de este gobierno y sus responsabilidades, aun antes de cualquier orden de trabajo que me sería encomendada.

En mi condición de nuevo ingreso salí a realizar mi primera entrevista en compañía del director general, para no negarme la cita, y durante la charla me sentí en confianza para hacer un par de preguntas al interlocutor en apego simplemente a mis dudas.

En la segunda orden de trabajo entrevisté a la responsable de la Casa de Cultura de Nezahualcóyotl y elaboré un cuestionario previo, tal como lo mencionaban los maestros en la universidad, para obtener un resultado exitoso y obtener los datos deseados. No creo en la habilidad de hacerlo sin este preámbulo, porque es fundamental que el entrevistado se sienta reconocido.

Hechas las notas, se guardan las grabaciones rotuladas con los datos de identificación y fecha para aclaraciones posteriores.

Otra de las herramientas que facilitan las funciones del reportero, son los directorios y agendas donde se incluyen direcciones, números telefónicos y correos electrónicos, además de tarjetas de presentación.

Es primordial llegar temprano a las citas, el tiempo se convierte en nuestro principal enemigo.

Cuando se nos restringe la entrada a un lugar, aprendí de los viejos conocidos del medio, la necesidad de ser prepotente para cumplir el objetivo, ya que es ineludible conseguir la información, y no limitarse.

Es importante obtener cintas de alta fidelidad porque la incompreensión de datos y malas interpretaciones son el pan nuestro de cada día.

De regreso a la redacción, se reflexiona sobre los pronunciamientos y aparece como arte de magia la posible cabeza que tendrá la nota. Se descubre de golpe que a veces tal declaración contenía objetivos ocultos, un ejercicio que se aquilata en la universidad, al pensar más allá de la idea oficial.

En el caso de las revistas especializadas del sector industrial, las fuentes de información se tienen en asociaciones o cámaras que aglutinan a empresarios del mismo sector, como es la Canacindra, donde se afilia la mayoría de los industriales en México.

Asimismo, es importante hacer contacto con el responsable de comunicación social de las secretarías donde posiblemente se tenga ingerencia, ya que todas las dependencias de gobierno cuentan con una oficina que atiende a la prensa y donde podremos acreditarnos como medio para futuras conferencias o entrevistas con el titular.

En Magazine Group & Communication, es común la práctica de vendedores o directivos por acudir a eventos propios de los reporteros, con el pretexto de contactar a posibles compradores; no obstante, es una actividad que daña el

proceso periodístico de manera severa, ya que interrumpe el proceso para contactar a otros posibles candidatos para ser entrevistados.

En este caso, regresan del evento con una cinta y/o boletín para que los colaboradores de redacción elaboren la nota. Es lamentable seguir este método que finalmente trae como consecuencia que las publicaciones sean deficientes en sus contenidos.

Otra de las funciones del reportero en revistas especializadas es su desempeño como fotógrafo, por tal motivo deberá tomar sus precauciones para cada tipo de evento y preparar su material con antelación, ya sea para llevar lentes de largo alcance, filtros o flashes más potentes.

Los farsantes que se autoproclaman reporteros, ni siquiera se preocupan por hacer estos preparativos, porque se limitan a solicitar el boletín y fotos a los compañeros, que además con el auge de las tecnologías en comunicación, las descargan del internet.

Por ello, existe una diferencia muy marcada entre las responsabilidades del verdadero reportero, preparado y actualizado permanentemente con la lectura en diarios y libros, que incrementan su cultura y reditúa en una forma más depurada de escribir.

Para los ignorantes de este oficio, ir al lugar, echar a andar una grabadora y sacar placas en una cámara fotográfica automática, degradan la profesión de periodistas éticos que en muchos casos les ha costado la propia vida.

3.2. UNO PARA TODOS Y TODOS PARA UNO.

LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES

La actividad empresarial que busca optimizar recursos y *obtener más con menos*, no excluye al elemento humano.

En el caso concreto de revistas especializadas del sector industrial, es todavía más notorio, por carecer del personal disponible para los diarios como son un editor, jefe de información, corrector de estilo, fotógrafo, cabeceador, articulistas y reporteros.

Al ser una publicación periódica y disponer de más tiempo para su elaboración, hace que el personal se reduzca sustancialmente y lleve a cuenta una serie de actividades que no son necesariamente las establecidas en la hoja rosa de afiliación al Instituto Mexicano del Seguro Social, donde se asigna una sola actividad y salario en la prestación de los servicios laborales.

Aunque la ocupación sea como reportero, en la cotidianidad es además; fotógrafo, cabeceador, corrector de estilo, editorialista, diagramador, diseñador, traductor, investigador y publicirrelacionista.

En Publitecnic, recuerdo que llegamos a ser dos personas en el departamento de redacción, cuando ya se creaban cuatro publicaciones, mientras que en Magazine Group & Communication llegué a estar sola con el compromiso de dos revistas.

El reportero, entonces tiene a cuestas, múltiples actividades y debe organizarse para mejorar los resultados. Se debe recurrir a archivos personales con fuentes del material noticioso: folletos, fotografías, discos compactos con materiales visuales o boletines, archivados ordenadamente para resolver inmediatamente un problema.

Para colocar cabezas pasé por un proceso de depuración, recuerdo que en un principio eran extensas, pero con el tiempo logré sintetizar. Una cabeza atractiva invita al lector a leer y no solamente a hojear la revista.

Las mismas condiciones hacen que se escriba correctamente, lo cual se convirtió en hábito, por la ausencia de un corrector de ortografía y estilo.

Por necesidad, también se es editorialista, porque aunque es un trabajo responsabilidad del director general, es el primero en no tener facultades para escribir, no dudo de la existencia de otros que sí lo hagan, pero de las cuatro editoriales en las que me he desempeñado, en tres no lo hacían.

La elaboración de programas editoriales es otra función que asumí al ingresar a Magazine Group & Communication, a petición de los anunciantes para sus campañas de publicidad.

Diagramar es otra de las tareas designadas al personal de redacción, cuando debería ser parte de la planeación del director general, que por su desconocimiento del proceso de información y publicitario, no tiene capacidad para hacerlo.

Las habilidades como investigador también se manifiestan en los reportajes, cuando queremos profundizar en temas poco explorados, como ejemplo: cito el tema de Juan Pablos, el italiano que se le atribuye ser el primero que trajo la imprenta de Gutenberg a México, por lo que fue necesario ir a la fundación Condumex en Chimalistac, donde se albergan los incunables más antiguos de nuestro país.

Reportaje

Por: Alejandra Castañeda

LOS INCUNABLES DE MÉXICO, LEGADO DEL PENSAMIENTO NOVOHISPANO

Los primeros impresos conocidos como incunables, en el México del siglo XV constituyeron un instrumento que adoptó el Estado y la clase eclesíástica para regir y colonizar, sin embargo por su legado se han constituido en tesoros del pensamiento novohispano.

Por ende los pensamientos, la jurisdicción, la ética y la evangelización que finalmente se integró en cultura, se expresaron a través de la letra impresa, un método que ofrecía la posibilidad de masificar la transmisión del pensamiento.

En 1539 se estableció la primera imprenta en la Ciudad de México, la única de América que dio creación a los incunables, del latín *incunabula*, o "en la cuna", por considerarse cuna del arte tipográfico.

Por ello Juan B. Iguiniz, autor de "El libro", defiende la postura de calificar erróneamente como incunables a los impresos realizados posteriormente al siglo XV, ya que solamente fueron los primeros.

La instalación de la imprenta en México fue posible gracias a las gestiones del primer virrey de Nueva España, Don Antonio de Mendoza y el primer obispo y arzobispo, fray Juan de Zumárraga, quienes autorizaron introducir un taller de impresión, es por ello que el alemán Juan Cromberger



"Vocabulario en lengua de Mechuacan" por fray Maturino Gilberti, facsimile de la primera edición de 1539.

29

G
M

NOVIEMBRE 1999

Las habilidades como investigador son parte de las actividades cotidianas de los reporteros.

perteneciente a una generación de notables tipógrafos y con taller en Sevilla, España, envía a México a uno de sus empleados Juan Pablos, un impresor italiano oriundo de Brescia, Lombardía.

Este taller ubicado en el centro de México cumplió la función de reafirmar la evangelización y crear en los neófitos la enseñanza de la religión, principal actividad del Estado y la iglesia de ese siglo, lo que hace aún más esencial su función.

La mayoría de las obras contenían temas religiosos para instruir a los evangelizadores en las principales lenguas indígenas para catequizar, por ello se destacan en los primeros incunables los vocabularios en variadas lenguas, elaborados con enorme esfuerzo por los religiosos.

La primera obra que se imprimió fue la *Breve y más compendiosa doctrina en lengua mexicana y castellana*, que constaba de doce hojas en cuarto y del cual no se conserva ejemplar alguno.

Es por ello que a partir de 1539 y hasta 1600 se produjeron más de 300 impresos, ya sea libros u opúsculos en

EN LENGVA DE MECHVACAN.	
Vtequani.	querer, o tener gana de algo.
Vtequchani.	yótem.
Vtequichani.	acer garap de borar.
Vtequidani.	ser mesclado, o apreado.
Vtequidani.	llamar a otros aquellos que se piden.
Vtequidani.	llamar a otro de camino.
Vtequidani.	norma de lila.
Vtequidani.	apagar la lumbre.
Vtequidani.	mandar apagar.
Vtequidani.	poner a refinar algo.
Vtequidani.	siempre de feitor como diez tres de.
Vtequidani.	reflexar.
Vtequidani.	reñido.
Vtequidani.	venir florado.
Vtequidani.	borar.
Vtequidani.	ser borado.
Vtequidani.	persona.
Vtequidani.	gordón.
Vtequidani.	hacer ayre con vaporado.
Vtequidani.	mandar a mozarlos.
Vtequidani.	oficial de suorados.
Vtequidani.	apagar la lumbre así fogar.
Vtequidani.	fiar de compaña.
Vtequidani.	fiar a su morro.
Vtequidani.	boro.
Vtequidani.	volumad.
Vtequidani.	derramar lágrimas.
Vtequidani.	dejar.
Vtequidani.	dejar, o conser algo con gana de.
Vtequidani.	maltratar a otro.
Vtequidani.	señalar por el mal tratamiento.
Vtequidani.	laborear los trabajos vna vez.
Vtequidani.	coá lila.
Vtequidani.	coá vlla.
Vtequidani.	hablar lindamente.
Vtequidani.	hablar coludamente.
Vtequidani.	dar los brazos hasta al cielo.
Vtequidani.	logar vlla.
Vtequidani.	Vtequid.

Incunable que constituyó un uso popular entre los indígenas y a pesar de ello se encuentra en perfecto estado.



"Dialectica resolutio" de fray Alonso de Veracruz incunable mexicana de 1554.

las prensas de Juan Pablos, Antonio de Espinosa y otros impresores.

Se destacaron las primeras gramáticas y vocabularios de lenguas indígenas, como la purépecha o tarasco elaborado por fray Maturo Gilberti, mientras que fray Alonso de Molina era el experto en el náhuatl.

También surgieron trabajos de contenido jurídico como es el caso de *Cedulario* de Vasco de Puga, los de contenido médico como el *Tratado breve de anatomía y cirugía* de fray Agustín Carón y literario con los *Diálogos latinos* de Francisco Cervantes de Salazar.

Los primeros incunables se distinguieron por su desigualdad, la falta de signaturas, paginación y en los más antiguos, de registro, además la irregularidad y tosqueadad de los caracteres tipográficos, la ausencia de signos de puntuación como de acentos, los cuales después fueron introducidos por Aldo Manuzio.

Los primeros incunables en el mundo fueron impresos con caracteres góticos, práctica que se continuó en Italia, Francia y España, sin

embargo con el tiempo se fueron sustituyendo por el tipo romano hasta su uso general.

El grabado en madera también se utilizó para ilustrar incunables, un ejemplo de lo anterior es la *Crónica de Nuremberg*, que incluye más de dos mil grabados en madera de Wolgemuth, maestro de Durero y de Pleydenwurff.

Juan Pablos ya en la década de los años cuarenta de ese mismo siglo en México, comenzó a publicar la *Doctrina Cristiana* de fray Juan de Zumárraga, *Modo de hacer las procesiones*, de Rickel y la *Doctrina* de fray Pedro de Córdoba.

En la colección de incunables que posee el Centro de Estudios de Historia de México Condumex, se incluyen el *Vocabulario en lengua de Mechoacan*, elaborado por el teólogo fray Maturo Gilberti, en 1559, que es considerado un documento valioso de la lingüística indígena que

RECOGNITIO SVM. mularum Reuerendi

FATIS SILLEPHONSI AVERA
 REVOGOSYINIANI ARTIV
 de la Universidad de Salamanca
 de la Universidad de Salamanca



Primer libro de texto para estudiantes de filosofía en América, colección de Pagliai.



Portada del "Vocabulario en lengua castellana y mexicana" de fray Alonso de Molina.

intentaba ser una herramienta para aprender tarasco, igualmente el *Vocabulario en lengua castellana y mexicana*, que recopiló fray Alonso de Molina, aportando los conocimientos del náhuatl, escritos que revelan el entendimiento del franciscano por las lenguas indígenas, el cual se imprimió en 1555. Las obras del agustino fray Alonso de la Veracruz *Dialectica resolutio* (1554), *Recognitio summularum* (1554) y *Phisica speculatio* (1557) forman parte también de la colección, como el impreso del dominico fray Bartolomé de Ledesma, que realizara el considerado segundo impresor establecido en México, Antonio de Espinosa especialista cortador de punzones y fabricante de tipos, que una vez independizado de Juan Pablos, adoptó los nuevos estilos tipo romano y cursivo italiano.

La nota fue publicada en la revista *Graphic Market* No. 19 bajo el seudónimo de Alejandra Castañeda, porque por órdenes del director general sólo podía aparecer nuestro crédito en tres notas como máximo, obviamente para no quedar manifiesto el poco personal que tenía.

La investigación es poco comprendida por los jefes, ya que al ser un proceso donde se requieren más días o incluso semanas, para asistir a archivos y realizar varias entrevistas por la profundidad del tema, no quieren que el reportero deje de generar la cantidad de notas que habitualmente produce.

Las labores de traducción también forman parte de la multiplicidad de las funciones. En revistas especializadas se reciben boletines o comunicados de prensa en inglés y portugués principalmente, provenientes de las oficinas corporativas de las grandes empresas proveedoras de los sectores industriales a nivel mundial.

La capacidad de traducir y comprender textos en otros idiomas, es gracias a los cursos obligatorios en la ENEP Aragón.

Ser publrrelacionista es una función paralela que se da sin quererlo, si se tiene la visión de mantener relaciones cordiales con los entrevistados que también determinan la venta de espacios de publicidad.

Noticias Comerciales y Nuevos Productos

Práctico



El sistema modular de portaherramientas de alta presión **D'Andrea** es muy práctico, ya que incluye lo necesario para mandrinar, fresar, taladrar y roscar. Con sistema de conexión cilíndrico, tope cónico y un perno radical expansible, que garantiza máxima rigidez y concentricidades.

Importación
CLAVE 010999

Para interiores y exteriores



La nueva cinta **Pens Multiusos** es la única cinta en el mercado que sella y amortigua diversas superficies. Evita el paso del aire, agua, polvo y ruido, amortiguando vibraciones y golpes. Un artículo de **Productos Pennsylvania**.

Fabricación Nacional
CLAVE 030999

Profesional



Gimexsa ofrece a los profesionales de la construcción, los discos abrasivos tipo T-27, centro hundido reforzado y con centro plano. Discos para desbaste de metal para corte en concreto y metal. Diámetros de 7, 9, 4 1/2 y 14" con barrenos de 7/8 y 1".

Importación
CLAVE 050999

Agua caliente, siempre



Lenisco Junior ha creado el nuevo calentador de paso que le proporcionará siempre agua caliente y de manera continua a una regadera alimentada por tinacos. No requiere presión hidráulica, ahorra gas, ideal para familias numerosas y fácil de instalar.

Fabricación Nacional
CLAVE 020999

No le tome al trabajo duro



La nueva multiherramienta de bolsillo en acero inoxidable **Swiss Tool** se caracteriza por la integridad de su diseño, funcionalidad y versatilidad. Pueden ser desbloqueadas y cerradas al mismo tiempo, con la misma mano. Sus 29 funciones están diseñadas pensando en el máximo desempeño. De la familia **Victorinox**.

Importación
CLAVE 040999

Hermosos



Tecosur, el fabricante español de accesorios para puertas, dispone de pernos y tiradores para complementar todas las instalaciones. Los hay en acabados **Rilsan**, **Rilsan** inoxidable anodizado serie latón y **Rilsan** inoxidable serie latón.

Importación
CLAVE 060999

Para la Sección de Noticias Comerciales y Nuevos Productos se traducen de manera cotidiana boletines en otros idiomas.

3.3. EL PESO DE LA INFORMACIÓN CON EL LENGUAJE DE UN EXPERTO

El manejo de la información para revistas especializadas del sector industrial se hace con el lenguaje de los expertos, porque al estar plenamente identificado el perfil de los lectores, son profesionales en su actividad y usan términos específicos.

En Publitecnic, aprendí la terminología empleada en la industria y como ejemplo puedo citar que al cubrir las sesiones de capacitación de los cerrajeros profesionales pertenecientes a la Sección 60 de la Canacindra, conocí los términos empleados en este oficio. En la revista *Ferretecnic* del mes de abril de 1997, en la página 12 cito:

Para la apertura del portafolio, se necesitó la introducción de una laina a un lado del dial y tomar como punto de referencia la raya donde marca la posición del número y el lado donde da el botón.

Conocer y manejar un lenguaje experto permitió que los lectores se interesaran más en la revista como medio de consulta.

En Magazine Group & Communication se ha incrementado la recepción de correos electrónicos con felicitaciones por lo temas tratados e incluso, solicitan números anteriores para conservarlos. Cuidar este aspecto ha redundado en que las publicaciones hayan incrementado su prestigio.



La actualización, principal objetivo de los cerrajeros profesionales

Como es habitual, los Cerrajeros Profesionales de México afiliados en la Sección 60 correspondiente a la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA), realizaron su reunión, como todos los lunes, para llegar a acuerdos importantes en materia de actualización en los conocimientos relacionados con las cerraduras.

Para tal motivo, los cerrajeros se concentraron en la sede de la propia CANACINTRA, ubicada en el número 256 de la Avenida San Antonio, en la Colonia Ampliación Nápoles, para conocer las innovaciones en el ramo de los cerrojos.

En la aula "Ing. José Porrero Lichtle", se llevó a cabo la sesión, que en esta ocasión fue conducida por el Sr. Octavio Raziell, que en su calidad de Vicepresidente con-

dujo el evento en ausencia de su líder, el Sr. Paulino Ríos Delgado.

Con un registro de lleno total en el salón, los compañeros cerrajeros, además de asistir por motivos de trabajo, han consolidado una relación de amistad mutua, lo que hizo muy amena y sin formalismos el desarrollo de la junta.

Al comienzo, y como es costumbre, se presentan en lo que se ha dado en llamar "tema", a tres agremiados para que den una explicación sobre la materia.

El primero en exponer el tema fue el Sr. Jorge Gutiérrez de "Cerraduras Mancilla", desarrolló el tema de "la apertura de la S1", auxiliándose de una cerradura Tover.

El segundo presentador fue el Sr. Mario Flores Vázquez, de "Cerrajería Progreso", quien dio el tema de "Apertura y cambio de

combinación de portafolio", acto seguido se procedió a repartir una hoja a los asistentes donde se detalló el procedimiento.

Asimismo, se auxiliaron de una video cámara para facilitar la enseñanza, al proyectar las imágenes en el monitor, por las características diminutas y de precisión de los elementos.

Para la apertura del portafolio, se necesitó de la introducción de una lamina a un lado del dial, tomando como punto de referencia la raya donde marca la posición del número y el lado donde da el botón.

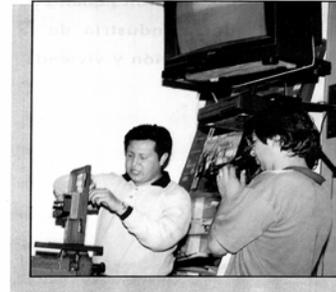
En lo referente al cambio de combinación, se mencionó que es necesario bajar la palanca que se encuentra en la parte posterior de las chapas, y es fundamental que los diales estén en posición de abierto; enseguida se designa la nueva combinación y se regresa la palanca a la posición original.

Después, otro compañero explicó ampliamente la técnica, donde se aclararon dudas de cómo desmontar una barra y sus respectivas recomendaciones.

El tesorero, Sr. Leonardo Nava de "Cerraduras Ateph", explicó de manera práctica y completa las cualidades y calidad de las cerraduras ZIKON, importadas de Alemania, también agregó que quedó muy impresionado por toda la gama de productos de esta prestigiosa marca mundial que ahora se comienza a vender en nuestro país, siendo



Atendiendo a las indicaciones.



Explicando "la apertura de la S1".



Sr. Leonardo Nava durante su ponencia.

los pioneros en hacer ese tipo de cerraduras y llaves.

Quedo demostrado que una ganzúa es imposible de meter en ese tipo de cerradura, cabe destacar que el Sr. Nava,

transmitió a los presentes el impacto de la nueva línea de esta marca germana.

Posterior a ese segmento, se procedió a dar los pormenores de la Reunión Regional que realizaron el pasado día 22 de febrero

en Guadalajara, Jalisco, proyectándose el video correspondiente al evento; se informó que se dio un registro de 333 personas, quienes fueron testigo de las innovaciones y conocimientos en relación a las cerraduras. 

PARA
MARCAR Y
TRAZAR

Al tomar medidas, para hacerlo correctamente, son indispensables los útiles de marcado y trazado. Los lápices son los que se utilizan más para dejar constancia de un marcado. En la actualidad, con la difusión de los bolígrafos, éstos parecieron cobrar un nuevo relevé, pero no con mucha justificación. Hay que tener presente que la tinta de los bolígrafos puede dejar señales indelebles en los materiales. Cosa que no ocurre con la mina de plomo, fácil de borrar con una goma o bien con un simple lijado. No recomendamos, entonces, el uso de bolígrafos, en especial cuando se trata de materiales como la madera, algunos plásticos como el PVC y particularmente algunos otros que rechazan la tinta o que al recibirla en su superficie la oscurecen o desplazan.

Para marcar alguna clase de materiales duros, como el vidrio o el acero, tampoco el lápiz de mina de plomo (sólo si es muy blanda) es lo idóneo. Para ello se suelen emplear lápices de mina grasa.

Debido a ésto, recomendamos al aficionado al "hágalo usted mismo" que en lugar de utilizar un lápiz común, utilice portaminas, el cual no solamente tiene la posibilidad de poder recibir minas de plomo y grasas indistintamente, sino que admite aún otra solución perfecta: la de recibir una punta dura (un clavo de acero, por ejemplo) con lo cual tendremos un instrumento de trazado de mucha mayor precisión con un rayado estricto pero perceptible, duradero y que no se borrará fácilmente durante las manipulaciones que se hagan a la pieza a trabajar. Una punta de acero servirá indistintamente para grabar en la madera, plásticos de cualquier clase, vidrio, acero, etc.

Como resumen aconsejamos que para el trazado se tuviera un portamina (capaz de poder retener minas corrientes y medianas, de 1'8 hasta 3 mm de grosor) con lo cual podrá aplicárseles minas de plomo corrientes, minas grasas o clavos de acero. Todo ello puede estar contenido en una caja o estuche, en el cual se tenga todo a la mano. 

La necesidad de dominar el lenguaje de los expertos es primordial en revistas especializadas.

CAPÍTULO 4

COORDINACIÓN EDITORIAL: GARANTÍA DE CALIDAD EN CONTENIDO Y FORMA

La responsable del departamento de redacción o información es la coordinación editorial, quien lleva la importante misión de garantizar la calidad en contenido y forma de las revistas.

La coordinación editorial hace su planeación acorde con la política editorial, previamente definida por el consejo editorial, y será la columna vertebral de la publicación, para posteriormente entregar órdenes de trabajo a su equipo de información.

La persona que asume la coordinación editorial debe poseer amplios conocimientos del proceso de identificación de fuentes de información, que le dan facultad para adelantarse a la preparación del material noticioso y temas a incluir en ediciones subsecuentes.

Cuando ingresé a Publitecnic y Magazine Group & Communication, no existía una coordinación editorial, por lo que fue necesario realizar múltiples actividades que activaron las destrezas, formación de un estilo propio y poder de decisión ante la ausencia de un jefe.

4.1. RESPONSABILIDADES ADICIONALES PARA ASCENDER

A pesar de ser responsable de los contenidos de la revista *Ferretecnic* por casi tres años, no fue hasta mi ingreso a Magazine Group & Communication y luego de diez meses de labor como reportera, cuando se me dio el cargo de coordinadora editorial.

Tuve que ser precavida y paciente para lograrlo, ya que el puesto era disputado por cuatro reporteros, no obstante en los siguientes cinco meses ante el aumento de trabajo, renunciaron y me quedé sola. Fue entonces, el momento propicio para solicitar el puesto de coordinadora editorial, por lo que fue un alivio tener el mando para comenzar a organizar.

Al mismo tiempo se me solicitó entregar mis propuestas por escrito para mejorar las revistas, fue entonces que entregué el documento que titulé: “Plan para aumentar la calidad del contenido editorial de las revistas *Motor a Diesel* y *Global Transportación*”,¹ donde expuse la necesidad de contar con una coordinación editorial.

Después, se me solicitó un requisito más: aprobar un examen psicológico y durante varias semanas estudié la posibilidad de negarme a dicha petición, ya que mi disyuntiva era que por el solo hecho de haber realizado todo el trabajo anterior era suficiente para ganarme el puesto; recordé entonces cuando la maestra de psicología de la ENEP Aragón decía que este tipo de exámenes eran para ser manejados y no para que ellos nos manejaran a nosotros, entonces acepté.

¹ Véase apéndice p. 129.

Mi encuentro con la psicóloga duró tres horas y al cabo de una semana se me informó que lo había aprobado. La intención de la directora general era comprobar si yo era de confianza, porque mantenían serias demandas con antiguos empleados que intentaron hacer su propia revista.

Encargarme de todas las entrevistas con directivos de las empresas del sector, escribir notas con peso informativo, realizar aproximadamente treinta reportajes durante la Expo Transporte 2000 y la aprobación del examen psicológico, fueron los factores para que en junio del 2001, luego de diez meses de trabajar para Magazine Group & Communication, me otorgaran el cargo de coordinadora editorial.

4.2. ELABORACIÓN DE PROGRAMAS EDITORIALES

Planear y elaborar programas editoriales es una de las principales responsabilidades de la coordinación editorial, a fin de darle consistencia a los contenidos y, en consecuencia, una revista de mayor calidad.

Debo aclarar que los programas editoriales del año 2001 y 2002 no se cumplieron cabalmente por la ausencia de un equipo de trabajo y fue hasta el 2003 y 2004 cuando fueron aplicados.

Para la elaboración de programas editoriales se debe conocer ampliamente el sector al cual se dirige la publicación, y se debe consultar el calendario de eventos más relevantes para la industria, que servirán también de guía.

Al comienzo del año se incluyen informaciones relacionadas al balance anual de producción y ventas generadas en la industria, por ejemplo: la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT), realiza estudios económicos mensuales y al comienzo de cada año informa sobre los resultados generales del año que concluyó.

La anticipación del hecho noticioso es otra de las cualidades que se deben incluir en los programas editoriales, como el aumento al precio del acero como consecuencia de la escasez del metal, materia prima para fabricantes de la industria de la transformación, por ende, se prevé como tema de interés para los lectores.

Mil 68 millones de dólares deja de percibir el fisco a causa de la ilegalidad

Norma Hernández Trejo

Transcurrido el primer trimestre del año, la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT), realizó el balance correspondiente a este período, en el cual se obtuvo como resultado una disminución del 27.5% en la producción de unidades pesadas comparativas al año 2001, con un resultado de 5,441 vehículos contra las 7,503 registradas el año pasado.

Sin embargo, marzo fue el mejor mes desde que comenzó el año, lo cual indica el inicio de la recuperación al acumular 1,931 unidades.

En tanto, el segmento de pasaje que incluye chasis y autobuses foráneos, en los tres primeros meses colocaron mil 946 unidades, es decir 34% menos que el año 2001.

En vehículos de carga, donde se incluyen camiones, tractocamiones y unidades para la construcción, se obtuvo en el mismo período una venta total de 3,495.

En producción de vehículos pesados destinados para el mercado doméstico como



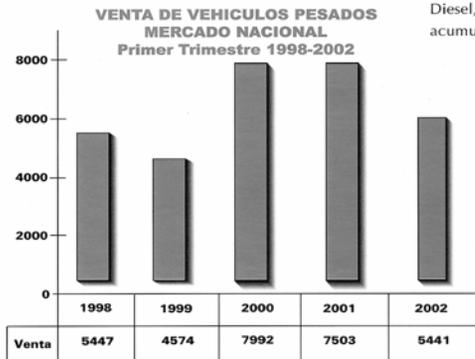
MóvilSat realiza la inspección de unidades ilegales en las carreteras federales.

para la exportación, en el primer trimestre se obtuvo 8,542 es decir un 11% abajo de la cifra obtenida en el 2001 y ante el cese de la recesión económica en Estados Unidos, país con el cual realizamos el 95% de esta actividad, se confía aumentar la exportación en el futuro.

En venta de motores a Diesel para el mercado mexicano las empresas Caterpillar, Cummins, Detroit Diesel, International, Mercedes-Benz, Scania y Volvo acumularon de enero a marzo un total de 5,441 piezas.

En conferencia de prensa, el titular de la ANPACT, Ing. Juan José Guerra Abud expresó que al término del año 2002 tienen estimado colocar 41,350 vehículos, por lo que es necesario apoyar a los diversos segmentos y reiteró el esfuerzo realizado por Nacional Financiera al fomentar la adquisición de unidades nuevas de producción nacional.

Cierra primer trimestre 27.5% a la baja en vehículos pesados.



Motor a Diesel

El combate al contrabando de unidades ilegales, es otra de las tareas que ANPACT asume intensamente con la Secretaría de Economía al destruirlas, ya que por unidad se dejan de generar 329 jornadas de trabajo diario, además que el 21.4% del valor total del vehículo, son ingresos que deja de percibir el fisco, y si consideramos que 30% del parque vehicular es de procedencia ilegal, mil 68 millones de dólares aproximadamente es el monto que deja de percibir el gobierno federal a través de impuestos.

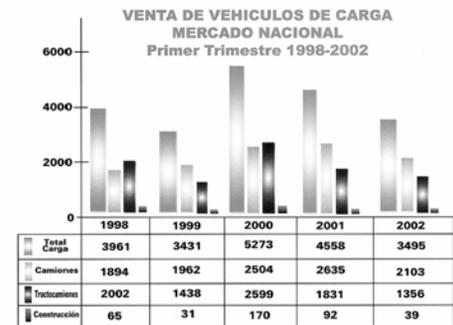
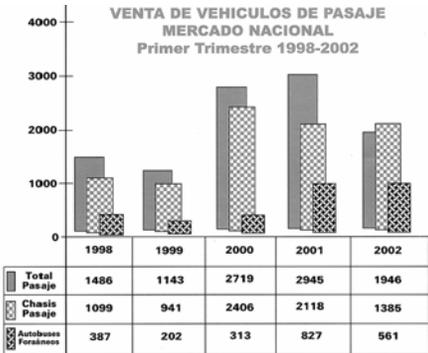
MóvilSat está haciendo la revisión en carreteras, y ha confiscado 3 mil tractocamiones en espera de ser destruidos en un centro ubicado en Ecatepec.

En relación a la organización de la Expo Transporte 2002, que se llevará a cabo del 13 al 15 de noviembre en colaboración con Messe Frankfurt, tienen confirmado el 80% de espacios contratados por la empresa alemana operadora de más de 80 exposiciones y ferias en todo el mundo, de las cuales 48 se realizan fuera del país germano, con una participación de 43 mil expositores y 2.61 millones de visitantes de todas las regiones del planeta.

Messe Frankfurt al adquirir la organización de Expo Transporte, se convierte en la tercera operación que realiza en México.



Motor a Diesel



Es requisito atender los análisis y estudios económicos que realizan las asociaciones del sector y publicarlas, aquí el caso de la ANPACT.

4.3. CONFORMACIÓN DE UN EQUIPO DE TRABAJO CON FREE LANCE, COLABORADORES, CORRESPONSALES Y REPORTEROS

En julio del año 2001, un mes después de mi nombramiento como coordinadora editorial, se solicitó una reportera para apoyar las labores del departamento de redacción, lo cual resultó doblemente extenuante porque se hicieron pruebas a los aspirantes y además se debía cumplir con fechas de cierre.

De esta convocatoria se eligió a una reportera que sólo trabajó un par de semanas, luego de descubrir la falsedad en los datos proporcionados en su solicitud de empleo. En una segunda selección, la directora general eligió a una recién egresada que se conformó con el bajo salario que se le ofreció, sin embargo sólo se dedicó vilmente a capturar boletines, lo cual aceleró su despido.

Fue entonces que le propongo a mi hermana integrarse como colaboradora, y aunque al principio no estuvo muy convencida, aceptó.

Casi a la par contacto con Teresa López Esquivel, antigua compañera en Publitecnic que era corresponsal en Guadalajara y con las dos formé mi equipo de trabajo.

En agosto del año 2002 se integró Fernando Campanini, corresponsal en Argentina, para cubrir información del Mercosur.

4.4. LÍNEA IDEOLÓGICA ACORDE CON LOS INTERESES DE LA EMPRESA EDITORIAL

Las revistas especializadas del sector industrial no están exentas de tener una línea ideológica como cualquier medio de información, pero esa tendencia no es determinada por la crítica, ya que podría atentar a los intereses de los anunciantes.

Cuando trabajé para la revista *Ferretecnic* surgió la oportunidad de visitar a dos altos ejecutivos de la empresa Resistol, perteneciente al prestigiado Grupo Desc, y en el desarrollo de la entrevista pregunté sobre la tala de árboles que realizaron en la reserva de la mariposa monarca en Michoacán, que un par de años atrás se señaló a Resistol, como uno de los directamente involucrados. El tema ameritaba ser investigado, pero al ser anunciantes no es viable su publicación.

En otra ocasión, fuimos convocados los medios de comunicación a una conferencia de prensa con la Asociación Mexicana de Ingenieros Mecánicos y Electricistas (AMIME), donde asistió Oscar Espinoza Villarreal, entonces titular de la Secretaría de Turismo, a quien se le sabía de sus fraudes, que finalmente le costaron la destitución y retiro de la vida política, sin embargo no se podía escribir sobre este tema.

Nos han reprochado ser poco críticos, pero el mismo origen comercial no permite escribir abiertamente de estos temas porque afectaría a los anunciantes.

Al trabajar para *Motor a Diesel* tuve que trasladarme a Ramos Arizpe, Coahuila, a la inauguración de Tecnodiesel del Norte, una nueva distribuidora Mercedes-Benz. Cuando contacté al propietario, Lic. Edilberto Montemayor García, resultó ser hijo de Rogelio Montemayor Seguy, a quien se le investigaba por el desvío de recursos de PEMEX para la campaña presidencial de Francisco Labastida, por ello, los reporteros locales lo cuestionaron severamente y sin temor, respondió sin alteraciones.

El escándalo de este caso se dio un par de meses más tarde y lo mantuvo en arraigo domiciliario en Estados Unidos, para finalmente ampararse por este delito.



Tecnodiesel



Mercedes-Benz

Tecno Diesel del Norte:

10,000 m2 y los cimientos más sólidos de una verdadera distribuidora Mercedes-Benz



Durante la inauguración de Tecno Diesel del Norte, venimos a Dr. Rogelio Montemayor Seguy, Enrique Martínez y Martínez y José Vieira

En Saltillo, en el Estado de Coahuila, el Grupo Montemayor inició la construcción de Tecno Diesel del Norte, empresa soportada sobre los cimientos más sólidos, creados por más de seis décadas del buen nombre que inició Don Edilberto Montemayor Galindo.

El pasado 11 de mayo, fecha en que concluyó la etapa preoperativa, Tecno Diesel del Norte se convirtió en el centro de distribución No.37 de la marca Mercedes-Benz, con funcionales instalaciones de 10,000 m2, y de esta manera continuar con la trayectoria de servicio oportuno en unidades de carga y pasaje, de las marcas Mercedes-Benz y Freightliner, en una de las zonas de mayor tránsito hacia la frontera norte.

Tecno Diesel del Norte ubicado en la Carretera Saltillo-Monterrey Km. 11.5, en Ramos Arizpe, Coahuila cuenta con un almacén de 500 m2 de doble altura y para darle más valor a la logística; oficinas, taller, comedor, zona de operarios, donde se darán servicios completos de mecánica, hojalatería y refacciones tanto para unidades nuevas, como

usadas, de carga y pasaje. Para ello se cuenta con 16 cajones, fosa de lubricación y área de lavado. Previendo el crecimiento, se tiene en reserva un terreno periférico de 10,000 m2 adicionales.

Junto con el Gobernador del Estado de Coahuila, Lic. Enrique Martínez y Martínez, el Ing. José Vieira Lima, Presidente de Mercedes-Benz México y el Lic. Edilberto Montemayor García, Director General de Tecno Diesel del Norte, fueron acompañados por el Lic. Jorge Puga Arriaga, Presidente de la Asociación de Distribuidores Mercedes-Benz, Sr. Roberto Gutiérrez Morales, Presidente Municipal de Ramos Arizpe, Lic. Oscar Pimentel González, Presidente Municipal de Saltillo y C.P. Ignacio Diego Muñoz, Secretario de Planeación y Desarrollo del Estado al acto de apertura oficial de operaciones.

En la ceremonia protocolaria el Lic. Edilberto Montemayor García, Director General de Tecno Diesel del Norte expresó gratitud a su abuelo y fundador del grupo, Don Edilberto Montemayor Galindo, "él es quien nos inspira a trabajar siguiendo su ejemplo, apegados a los valores que siempre nos inculcó la seriedad, honestidad y servicio al cliente.

Tecno Diesel del Norte nace hoy para brindarle a todo el Estado de Coahuila, productos de clase mundial Mercedes-Benz y Freightliner", y espera obtener la comercialización de por lo menos 300 unidades en el

En Saltillo se construyeron las modernas instalaciones que conforman el centro de distribución No. 37 de Mercedes-Benz México.

Presidium conformado por Jorge Puga, Edilberto Montemayor García, Enrique Martínez y Martínez y Dr. Rogelio Montemayor Seguy, entre otros.





Lic. Edilberto Montemayor García, Director General de Tecno Diesel del Norte.



Ing. José Vieira Lima, Presidente Mercedes-Benz México.



Lic. Enrique Martínez y Martínez, Gobernador de Coahuila.



Lic. Jorge Puga Arriaga, Presidente la Asoc. de Distr. Mercedes-Benz.

primer año de operaciones. En esa misma ocasión hicieron entrega de una parte del parque vehicular que se anexa a las filas de Tracomsa y Transportes de Carga Saltillo-Monterrey, a través de sus directivos el Ing. Noé G. Chávez y Lic. Enrique Garza, respectivamente, quienes fueron acompañados por las autoridades y empresarios para constatar la tecnología de vanguardia Freightliner resultado de la ingeniería de hoy.

Sabinas, Piedras Negras, Monclova y Torreón, sucursales pertenecientes al grupo, fueron remodeladas para recibir la nueva demanda que se generará a partir de esa fecha.

El Ing. José Vieira Lima, citó a la nueva representación, diciendo "nos abre la oportunidad de estar presente en una zona de significativo nivel industrial y comercial, por lo que no es casualidad que importantes fábricas de la industria automotriz se hayan establecido aquí, por ello la presencia de nuestras marcas en esta parte del norte del país es fundamental, y nos permite establecer una amplia cobertura para ofrecer a través de nuestros productos y servicios, alternativas de transporte de alta tecnología y rentabilidad".

Asimismo "Coahuila es un estado que sigue avanzando, su industria tiene un excelente nivel y las inversiones que se dan en el estado marcan la pauta a nivel nacional, además el ubicarla en la carretera 57, columna vertebral del eje carretero del país, es una garantía de éxito

Tecno Diesel del Norte encabezado por el Lic. Edilberto Montemayor García, joven empresario y visionario, llega con el empuje y la herencia de trabajo que le han dejado sus antepasados para que en esta línea de verticalidad y honestidad pueda conducirla", manifestó el Gobernador del Estado, Lic. Enrique Martínez y Martínez.

Los accesibles planes de arrendamiento aplicados por Mercedes-Benz, permitirán que de las ventas totales generadas en esta comarca por Tecno Diesel del Norte, sean todo un éxito.



Lic. Enrique Garza de Transportes de Carga Saltillo-Monterrey, momento de recibir las llaves de sus modernas unidades.



Ing. Noé G. Chávez, Gte. Gral. de Tracomsa, otro de los transportistas que recibió la ingeniería de hoy Freightliner.

Pertenece al Grupo fundado por Don Edilberto Montemayor Galindo, con más de 60 años de prestigio en la zona norte del país. Cuentan con sucursales en Sabinas, Piedras Negras, Monclova y Torreón.



El responsable del PEMEX Gate, Rogelio Montemayor Seguy en la inauguración de Tecnodiesel, distribuidora Mercedes-Benz "propiedad" de su hijo Edilberto Montemayor.

4.5. TRABAJO SIN FIN. UNA NUEVA REVISTA ESPERA SIEMPRE PARA SU CREACIÓN

Cuando escuché el nombre de la revista *Quehacer político*, la comparación a las labores domésticas se me hizo algo exagerada, ahora que estoy inmersa en el proceso de creación de revistas, considero que es acertada.

Culminar con la publicación de una nota, luego de un trabajo previo donde se hace una cita, acudir y regresar a la redacción para escribir, revelar fotos, elegir las mejores, pensar en la cabeza más atractiva, pies y balazos, es un ejercicio permanente que no se puede prescindir.

Cumplir con los programas editoriales y cierre de edición, estresa siempre a los integrantes del departamento de redacción o información, por la constante presión de crear y entregar notas, que incluso es objeto de mofa entre los compañeros reporteros al asegurar ser *obreros de la palabra*.

A pesar de las revisiones constantes antes de la impresión definitiva y conocer en detalle cada una de las páginas, me resulta aún emocionante recibir la revista impresa y es cuando pienso que valió la pena el esfuerzo de un producto que a fin de cuentas es nuestra propia obra.

4.6. PUBLICIDAD, SINÓNIMO DE PERMANENCIA EN EL MERCADO

A pesar de que un medio impreso tiene como misión principal informar, es inevitable saber que es un negocio también, y como tal, se cuida el ingreso financiero para permanecer en el mercado.

La desaparición de una revista es consecuencia de la escasa generación de recursos monetarios por la venta de publicidad, y aunque existan los “chayos” o el lavado de dinero, en sentido estricto, se buscan utilidades para ser nuevamente invertidos en las siguientes ediciones.

Ninguna revista puede nacer o sobrevivir sin la venta de publicidad.

CONCLUSIÓN

Ejercer la carrera de Periodismo y Comunicación a través de las plazas laborales que ofrecen los diversos medios de información, es para cualquier egresado, uno de sus propósitos fundamentales hacia la profesionalización, además de proporcionarle satisfactores personales y un mejor nivel de vida.

Esta aseveración lógica podría no ser tan factible, cuando se vive una era de sobrepoblación en las grandes ciudades, rezago en los proyectos sociales, desempleo y pobreza, que han ocasionado la incongruencia entre el número de jóvenes en edad productiva y fuentes de empleo, esquema, que deja afuera a miles de jóvenes sin aprovechar sus potencialidades.

Si las autoridades gubernamentales y la clase en el poder no tienen interés o capacidad para resolver estas problemáticas, los directamente afectados debemos organizarnos para buscar conjuntamente alternativas más viables.

De ahí surge la idea del presente trabajo: regalar mis experiencias de vida con otras personas que están en iguales circunstancias, persiguen los mismos propósitos y enfrentan dificultades similares, para ser menos dramático el camino hacia la práctica profesional.

Por ello, confrontar teoría y práctica resulta siempre complicado y fascinante a la vez, porque nos permite conocer en su verdadera dimensión, la realidad del mundo, que en el caso del periodismo y la comunicación es conocer de cerca el ejercicio del poder, como una característica de la propia naturaleza de los medios de información, el no saberlo manejar podría atentar a nuestra propia

integridad, por eso la urgencia de derribar mitos y conocer la realidad tal cual, que nos permita aplicar acciones más certeras a la razón.

Este Informe de Desempeño Profesional encierra una parte de mi vida dentro del periodismo escrito, que sin planearlo, se constituyó en el área donde pude expresarme y colmar mis deseos profesionales.

Así, el periodismo especializado del sector industrial, se muestra generoso y noble, mismas cualidades que han sido aprovechadas por empresarios para hacer negocios altamente redituables; pero carentes de calidad, tanto en forma como contenido.

Desde buscar un número telefónico para contactar a los protagonistas del material noticioso, hasta la entrega física de la revista, es un proceso repetido tantas veces que sin notarlo nos deja una generosa experiencia.

El periodismo debe ser el balance entre ofrecer contenidos de calidad y ser negocios rentables para perdurar en el mercado, siempre hacia la mejora continua.

Con la exposición de mi propia experiencia, deseo también persuadir de la necesidad de crear nuestros propios medios de información, porque el desconocimiento de esta parte del periodismo, ha hecho que otras personas sin preparación o de otras profesiones, sobre exploten este recurso.

He presenciado incontables casos de compañeros periodistas que al estar hartos de trabajar como reporteros con un mal salario y abusos en sus

condiciones laborales, emprenden el proyecto de crear nuevas revistas, pero al no tener los suficientes conocimientos del mercado, fracasan y se quedan como meros intentos ante la incapacidad de una buena planeación estratégica.

Hasta el momento, el balance de mi desempeño derivado de esta profesión ha sido altamente gratificante, ya que el poder viajar a diversas regiones de la república mexicana y del extranjero, es una actividad que difícilmente hubiera realizado con otra profesión.

Las felicitaciones, reconocimientos y gratificaciones derivadas de mi trabajo cotidiano es otro aspecto que me hace afirmar que valió la pena el haberme decidido por el periodismo.

Mejorar el nivel de vida, al que comúnmente tiene una persona de mi edad, es otro beneficio adicional, considerando las limitaciones económicas del resto de la población, a pesar de lo mal pagado; sé que otros compañeros han logrado incrementar sus bienes más que yo, pero lo que sí puedo afirmar es que en mi caso siempre fue en apego a la honestidad y la ética.

Desde la redacción misma salen estas reflexiones que espero puedan llegar a ser lo suficientemente persuasivas en aquellas personas que como yo, tienen el mismo sueño de realizar proyectos en áreas de la comunicación y vivir de una actividad grata con su respectiva remuneración.

Tengo la esperanza de que este informe no sólo se quede en los estantes de la biblioteca para ser consultado por otro pasante con necesidad de titularse, sino para buscar soluciones viables ante problemas cotidianos en el campo laboral.

FUENTES CONSULTADAS

Bibliografía:

Barragán, José Antonio

Nota informativa y crónica noticiosa

México, Manuales de la ENEP Aragón No. 1, tercera edición,
1992, 72 pp.

Blanco, Manuel

Hojas de la memoria periodística

México, Fundación Buendía

Colección Tinta y Voz/Colección Transición y Periodistas
2000, 92 pp.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos

Manual de Periodismo

México, Editorial Grijalbo, cuarta edición,
1986, 315 pp.

Mendiola Andrade, María de Jesús

*Manual de Redacción. De la construcción de oraciones a las diversas formas
de redacción.*

México, Manuales de la ENEP Aragón No. 4
1989, 212 pp.

Ruiz del Castillo, Amparo

Educación superior y globalización, Educar ¿para qué?

México, Plaza y Valdés Editores
2001, 237 pp.

Hemerografía:

Martínez, Nurit

“Prevé ANUIES estancamiento y dificultad para enfrentar problemas estructurales”, *El Universal*, diario, 20 de enero del 2004 p. 6

Martínez, Nurit

“Al desempleo, egresados de 41 carreras en 2006”, *El Universal*, diario, 5 de enero del 2004 p. 8

Tabulador Nacional de Salarios Mínimos y Profesionales emitido en todos los diarios de circulación nacional el 21 de diciembre de 1993, por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos (CONASAMI) de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Internet páginas web:

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

[hp://www.caniem.com](http://www.caniem.com)

Mundo Caniem.

Resultados del Segundo Foro Iberoamericano de Editores de Revistas, organizado por Caniem, enero del 2004.

Caravantes, Marta “*Periodismo, una profesión en harapos 2006*”, artículo de opinión, [hp://www.cimacnoticias.com](http://www.cimacnoticias.com)

Comunicación e Información de la Mujer (Cimac), Proyecto de Coinversión del Gobierno del Distrito Federal e Indesol,

Balderas No. 86 Col. Centro, Méx. D.F. tel. 55 10 00 85 y 55 12 57 96

e-mail: cimac@laneta.apc.org

APÉNDICE

ALIANZA CINASA-NORITAKE EN PRO DE UNA TECNOLOGÍA DE PUNTA

Texto y fotos: Norma Hernández Trejo

Emotiva resultó la ceremonia que dió fe al convenio de transferencia tecnológica entre Compañía Nacional de Abrasivos, S.A. de C.V. (CINASA) y Noritake Company Limited de Japón, unidas en favor del incremento y excelencia productiva.

El acto estuvo encabezado por el Ing. Alberto García Hurtado y el Sr. Tetsuya Hino, presidentes de ambas compañías, quienes después de dos años de nego-

de búsqueda en pro de la tecnología más adecuada, en las pesquisas encontraron a Noritake, empresa japonesa que reúne las características en línea de abrasivos; "no es lo mejor que encontramos, sino lo mejor que hay a nivel mundial", aseveró.

El convenio firmado el día primero de febrero de 1996, permitirá beneficios a nivel doméstico, se obtendrá una "tecnología de punta", permitiendo competir con ventaja en el mercado mexicano (industrial

arrancará durante el primer semestre del 97 en forma masiva.

Cabe destacar que la transferencia de tecnología, incluye ingeniería de proceso y aplicación, además del equipo necesario para fortalecer la competitividad y un mayor rendimiento, a través de la capacitación del personal. En este mismo plan se contempla la modernización de la planta, siendo una inversión bastante fuerte para tener las bases necesarias para recibir la tecnología japonesa y actuar en un mercado altamente demandante.

Por su parte, el Sr. Tetsuya Hino dijo que en México se encuentran las bases para extender su mercado en las líneas de abrasivos, (esta compañía opera también el ramo de la porcelana, entre otros) a través de la fabricación en Toluca, mientras que la distribución en Estados Unidos se llevará a cabo por medio de una red proporcionada por Noritake.

Apuntó de manera enfática que para el propio beneficio, ambas empresas deben considerarse entre sí en una relación balanceada, de respeto, la cual espera se mantenga esa filosofía.

Al comienzo de la ceremonia, donde se dieron cita importantes personalidades del sector y personal de CINASA, se resaltó el nivel de progreso que se alcanzará no sólo en la comunidad mexicana, sino también del país.



"Una empresa no es más grande que su gente..."
Ing. Alberto García Hurtado.

Dentro de las distinguidas personalidades, estuvo presente el Ing. Juan José Guerra Abú, Secretario de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de México, en representación del Gobernador del Estado de México, Lic. César Camacho Quiroz; además la destacada presencia de Don Jesús García Lobera, Secretario General del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria Metalú-

participación humana en los alcances y agregó: "Una empresa no es más grande que su gente,... esta empresa seguirá siendo competitiva en medida que su gente así lo quiera... Hace dos años teníamos tres alternativas con la crisis, la primera era sentarnos a llorar o suicidarnos, la segunda culpar a quien pudiéramos y la tercera era sentarnos a pensar cómo podíamos hacer de una



35 años de exitosa labor gracias al empeño de su gente.

ciaciones ven con orgullo consolidada esta alianza.

La línea de abrasivos vitrificados y resinosos se fortalecerá, para ser más competitivos en el mercado nacional y de exportación.

En entrevista previa a tan importante acontecimiento, el Ing. Alberto García Hurtado nos hizo partícipes del proceso

y comercial) y en las exportaciones; principalmente en los Estados Unidos, con volúmenes iguales o superiores al mercado nacional; con ésta alianza se espera llegar a un 30-40 por ciento o más, manifestó nuestro interlocutor.

La vigencia será de ocho años y será pieza fundamental en la puesta en marcha del plan de exportaciones que



Sr. Tetsuya Hino de Noritake Co. durante su intervención.

gica y Similares, así como directivos de ambas empresas y funcionarios público.

Es digno de mención el discurso del Ing. García Hurtado destacando la valiosa

crisis una oportunidad y ésta en éxito. Y aquí estamos en nuestra medida

modesta, una de las empresas más

STAR[®]
WATER SYSTEMS
Compañía fundada en 1866



Bombas Centrífugas de Jet, para pozo profundo y somero.

Bombas sumergibles.

Bombas para lodos, utilitarias y sofeneras.

Sistemas hidroneumáticos, filtros y suavizadores de agua, con doble balero y flecha de acero inoxidable.

Mayor temperatura de trabajo, embobinado de cobre.

Rotor balanceado dinámicamente.

El mayor factor de servicio en la industria.

**PEDIDOS 550 1170
FAX 616 1462
91 800 00 267
91 800 73 061**

MASCO
pro

MASCOMEX S.A. DE C.V.
Goldsmith 116, Col. Polanco,
México, D.F. 11550.

Ceremonia protocolaria de la firma de convenio tecnológico entre la empresa mexicana CINASA y la japonesa Noritake, donde realice además una entrevista al presidente de la firma nipona, Tetsuya Hino.

exitosas en la región, gracias a todos ustedes", asimismo continuó: "Nos vemos fortalecidos con una alianza estratégica, la cual nos proporcionará la mejor tecnología disponible del mundo, estrategia que siempre habíamos perseguido; gente con la cual podemos dialogar,... ésto representa un granito de arena más para México. Quiero extender esta felicitación a la compañía Noritake por la buena voluntad que mostró durante todas las negociaciones y el impulso que juntos queremos darle a nuestra alianza".

De manera especial, Don Jesús García Lobera resaltó la exitosa carrera de CINASA a lo largo de casi 35 años de labores, y espera que con este contrato se generen más empleos.

Por su parte el Ing. Juan José Guerra Abú, felicitó a ambas empresas porque se

conocerán nuevas tecnologías, abran mejores productos y empleos y aseveró: "México esta pasando por muchos cambios, para bien de nuestra nación, en tan sólo un año, (gracias a empresas como CINASA) le ha dado la vuelta a la balanza comercial, en 35 mil millones de dólares" y desde luego reconoció a los obreros

de CINASA por su entrega al desarrollo del Estado.

Acto seguido y a manera de clímax se procedió a develar la placa alusiva. Acuerdos como éstos nos llenan de gran satisfacción como mexicanos porque contribuyen indudablemente a mejorar la estabilidad del país. *EFN*



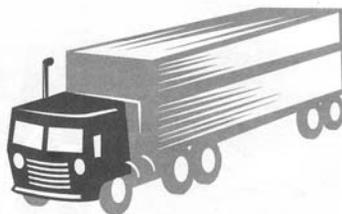
Emotivo momento al develar la placa alusiva.

AUTOTRANSPORTE AMÉRICA DEL NORTE LLEVA A CABO SU VI CONFERENCIA

Cancún, Quintana Roo, fue sede de la más reciente conferencia, en la que participaron las empresas Kenworth, Mexicana y Volvo Trucks de México, acudieron importantes personalidades del ramo de los tres países que integran el Tratado Norte Americano de Libre Comercio.

El tema se concentró principalmente en la decisión unilateral de los Estados Unidos para suspender el servicio del autotransporte de carga.

Héctor Larios Santillán, presidente del Consejo Coordinador empresarial (CCE), ofreció incondicional



apoyo a las empresas del autotransporte en México, exhortó también a las autoridades a contribuir con facilidades crediticias y fiscales, para llevar a cabo una modernización vehicular.

eventos

Texto y fotos: Norma Hernández Trejo

ANFHER realizó su reunión mensual en las modernas instalaciones de importante grupo acerero

Por insistencia de los directivos de Grupo Collado, la reunión mensual de la Asociación Nacional de Fabricantes de Herramientas, A.C. (ANFHER) respectiva al mes de noviembre, tuvo lugar en las instalaciones del consorcio acerero ubicado en la calle de Gavilán No. 200, Col. Guadalupe del Moral. El plan de trabajo consistió en dar lectura al acta de la reunión anterior, así como su aprobación, avances sobre la posible organización de la "Expo Industrial Ferretera 97" y un recorrido a la planta de Grupo Collado, S.A. de C.V.

Uno de los apartados más importantes analizados fue el relacionado a la próxima edición de la Expo Industrial Ferretera, ya que se dijo, hace falta su confirmación por los problemas económicos padecidos en el interior de la asociación. La solución contemplada más viable es la búsqueda del copatrocinio.

Se les ha planteado la idea a diversas organizaciones, como es el caso de la Asociación de Fabricantes de Cerraduras y Herrajes, por lo que esperan su confirmación, mientras tanto se puntualizó que otras agrupaciones se han negado rotundamente a participar porque en algunos casos no pertenecen al ramo ferretero y no ven las posibilidades del beneficio de una exposición de éste ramo.

Para la realización de la muestra se tiene contemplado el World Trade Center, por lo cual se requiere depositar el 30% del total como anticipo.

Por consenso de los presentes se invitó a la Asociación Mexicana de Máquinas y Herramientas, la cual realiza una exhibición en las mismas fechas, con el objeto de abatir costos.

Durante el recorrido realizado a la planta del grupo acerero Collado, se pudo constatar la eficiencia y limpieza con la que se está trabajando; cabe destacar que el grupo de empresarios a los cuales se les mostró quedaron impresionados por la magnitud de la empresa y la gran variedad de productos derivados del acero para el comercio.

Grupo Collado es una empresa mexicana con una tradición en el mercado de casi cincuenta años, donde laboran 350 personas en planta y 80 más en oficinas.

En grupo Collado se comercializan aceros planos, alambres y derivados, corrugados, estructurales, perfiles (materiales para herrería), tubería y protectomalla todo ello en diversas medidas, calibres y dimensiones.

La compañía comprende tres mercados,

(por orden de cantidad): industrial, construcción, comercial y ferretero; cuenta con más de 2,000 clientes en cartera, además de mantener una red de distribución comprendida en el Centro, Sur, Pacífico y El Golfo.

Han exportado a Cuba, Guatemala y El Salvador por lo que se contempla extender las fronteras en proyectos futuros.

De los reconocimientos merecidos por Grupo Collado esta el Primer Premio



Amplio surtido en perfiles.

Uso Industrial del Concurso Nacional de Acero.

Con el recorrido por los almacenes de la empresa mexicana Grupo Collado, S.A. de C.V., se dio término a la reunión del mes de noviembre de ANFHER. *EFN*



Inmueble del consorcio acerero.

Nota informativa sobre la reunión de los socios de ANFHER.



“Barrilito” se consolida como la planta más grande del mundo en fabricación de tijeras

Exclusiva con el Director General Corporativo de Grupo RG, Ing. Ramiro Gómez Basulto; productores de las tradicionales tijeras de acero inoxidable y forjado “Barrilito”.



Las grandes empresas se hacen con su gente.

una actividad más acelerada, por tanto, el uso masivo de las tijeras, se registró en Europa y Asia, en el año 1000 a.C., las cuales, eran elaboradas en cobre y de manera artesanal. La unión de dos hojas de metal superpuestas y enlazadas por un tornillo, con cualidades para cortar, son piezas fundamentales en la moderna actividad humana, desde la casa, la oficina, la escuela y el trabajo.

Las primeras tijeras, casi rudimentarias, eran de Europa romana y el extremo oriente, con más de dos milenios de anti-

güedad. Sin embargo, en nuestro país, el uso cotidiano de tijeras, nos ha permitido, conocer las “Tijeras Barrilito”.

Nuestros padres e incluso nuestros abuelos, ya utilizaba “Tijeras Barrilito”, por lo que se han hecho famosas, gracias a su uso y adquisición, no obstante, esa popularidad no es sólo a consecuencia de su permanencia en el mercado, volviéndolas en clásicas, sino por la comprobada calidad que poseen, es así como la persona que adquiere unas “Barrilito”, tiene la seguridad de adquirir un estupe-

Es indiscutible, que las tijeras son un instrumento auxiliar en nuestra vida cotidiana; se tiene conocimiento que el uso de las primeras tijeras se remonta desde que el hombre comenzó



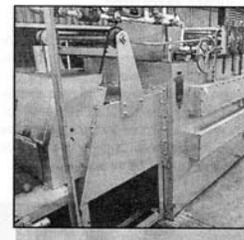
Modernos equipos.

do producto, permitiendo el corte preciso y adecuándose a las necesidades de cada ocasión.

Los hechos dicen más que mil palabras, dice el refrán, es así como la convicción de los mexicanos por adquirir estas tijeras, se ha extendido prácticamente por toda Latinoamérica y los Estados Unidos, llegando, inclusive, a otros países de Europa y Asia, con una calidad sin fronteras.

Es cierto que la competencia de los chinos es muy fuerte por las cantidades que generan y el precio bajo que ofrecen, por fortuna, la mayoría de los conocedores de las ventajas que ofrece la calidad, por su larga duración y buen funcionamiento, han consoli-

resto del mundo, están operando a través del aglutinamiento de varias compañías, con la finalidad de marcar y determinar



Tecnología de punta.

dado a esta empresa mexicana, en la más grande en todo el mundo.

Con la compra de artículos mexicanos de calidad, protegemos nuestras industrias y apoyamos la conservación de la fuente de empleos, contribuyendo al desarrollo económico de México.

AGRUPACIÓN

Las grandes empresas, tanto en nuestro país y como en el

especialidades, trabajando más organizadamente; “Tijeras Barrilito”, asumiendo los cambios, está operando en un consorcio formado por seis grandes sociedades como son “Acme Lamusa”, “Tijeras Barrilito”, “German Cutlery”, “Dolphin México”, “Inmobiliaria R.G.” y “Goba Internacional”, ésta última comercializadora exclusiva de sus productos, respondiendo a los requerimientos del mercado.

“Tijeras Barrilito” es una empresa 100% mexicana que lleva más de 32 años operando en México; a lo largo del tiempo se ha consolidado como la mayor planta industrial en fabricación de tijeras de acero al carbón, es decir, de acero forjado.

En materia de exportación, “Tijeras Barrilito”, no se conforma con cubrir el continente americano, continúan su expansión a los lugares más lejanos, es por ello que mantienen un sólido conjunto empresarial, para que juntos, puedan llegar a dar un buen servicio de entrega oportuna, imagen y permanencia.

UN POCO DE HISTORIA

A pesar de que “Barrilito” es una marca que lleva más de 32 años en México, es una firma que se distingue por tener

Plastinak

le da en cada tinaco

¡GRATIS!

la valvula y flotador

PRODUCTOS NACOBRE

5 AÑOS DE GARANTIA
37 AÑOS DE VIDA UTIL

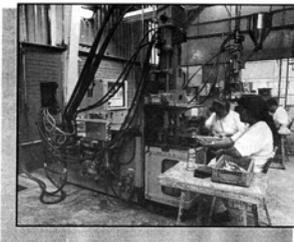
PLANTA EDO. DE MEXICO 91(995) 7 02 70 / 7 15 72 / 7 05 25. PLANTA MERIDA (99) 44 66 99. PLANTA GUADALAJARA (3) 659 7166

TAPAROSCA DE UNA SOLA PIEZA

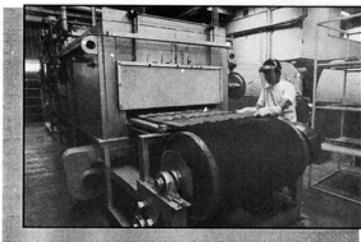
CINTURONES Y HOMBROS DE REFUERZO

Parte de la grandeza de la empresa mexicana Barrilito es su gente.

entrevistas



Excelencia en los materiales, con resultados de calidad para la elaboración de las clásicas "Barrilito".



Empresa cien por ciento mexicana, con capacidad de exportación y más de dos siglos de existencia.

más de dos siglos de existencia. En 1792, en la ciudad alemana de Solingen, se fundó la primera fábrica, adquiriendo al cabo de las décadas, prestigio y fuerza de marca.

Todo comenzó cuando un señor español, de nombre Daniel Pérez, compró la empresa germana, quien a propósito de buscar un nombre comercial para su producto, pensó en algo que fuera típico de ese país, consideró que lo más característico, era la cerveza de barril, es por ello que adoptó el nombre de "Barrilito".

Por otro lado, es interesante saber cómo llegó a instalarse en México; hace un poco más de 40 años un mexicano, el Sr. Ramiro Gómez Bernal y un alemán, el Sr. Remshaid, decidieron instalar una fábrica de tijeras en México; para aquel entonces, se importaban las tijeras alemanas, pero resultó tan bueno el movimiento, que se decidió por la fabricación; paralelo a ello, se interesaron en conocer la tecnología alemana, desde luego, vino gente alemana y mandaron obreros mexicanos a Alemania para capacitarse, al cabo del período, regresan los mexicanos con nuevas aptitudes y comienzan a operar en México; convirtiéndose en líderes absolutos en el ramo.

El Sr. Ramiro Gómez Bernal, continúa activo, dirigiendo acertadamente, como lo ha hecho hasta ahora, los destinos de "Tijeras Barrilito".

LÍDERES ABSOLUTOS

Hace 200 años, la empresa "Barrilito" comenzó sus funciones, donde la principal política fue siempre la excelencia y cuidado en la manufactura de cada una de estas herramientas. Los alemanes les heredaron la técnica y el arte, elementos que complementan la perfecta calidad de los viejos artesanos de Solingen.



Ing. Ramiro Gómez Basulto, Director General Corporativo de Grupo RG.

La trascendencia de esta empresa orgullosamente mexicana y su liderazgo, nos llevó a concertar una entrevista con el Director General

Corporativo de Grupo RG, Ing. Ramiro Gómez Basulto.

La primera impresión que da un empresario y sobre todo el de nivel directivo, es una persona que gracias a su experiencia, pudiera poseer los años suficientes para desempeñar un puesto de esa magnitud; y cual fue nuestra sorpresa, que al conocer al Ing. Ramiro Gómez Basulto, se trataba de un hombre de escasos 28 años.

De apariencia vivaz, pero con la suficiente seriedad, para conducir la entrevista, nos contesta las preguntas que más

FERRETECNIC / JUNIO 1997

entrevistas

que una entrevista, se transforma en una charla grata, donde el formalismo no tuvo aparición.

Al comienzo de nuestro diálogo, el Ing. Gómez nos explicó los por menores de la gama de artículos que tienen a disposición para el cliente, así como de los materiales utilizados en su elaboración; acto seguido, le preguntamos sobre la colocación del producto en el ámbito mundial.

Los productores chinos, con sus bajos precios y materia en masa permiten una competencia desleal para los productores nacionales, ¿de qué manera afecta este fenómeno en el elemento tijeras?

"Hay mucha competencia, yo creo que la gente en México, probó esos productos alguna vez y se dieron cuenta que no es por ahí, son productos que los compran una vez, y no funcionan; pero en el momento nos pegó a todas las empresas, todo lo que es importación", mismo que agregó, "actualmente, tenemos un liderazgo absoluto en el mercado mexicano y toda el área de Latinoamérica, estamos muy bien, estamos posicionando nuestra marca en otros mercados.", al respecto continuó: "todo lo que es Centro y Sudamérica, estamos exportando bien, también a países como Estados Unidos y Canadá está entrando muy bien nuestra tijera; países en Europa, como Francia, España y Alemania, y en Asia estamos vendiendo algo; ya le vendemos tijeras a los chinos, lo cual es un orgullo, (sonríe satisfecho) estamos entrando a otros países, como Australia, Nueva Zelanda, Filipinas, Singapur...".

¿Cuál es el secreto, para exportar a tantos países?



"Somos una mezcla de gente con experiencia y gente joven", Ing. Gómez Basulto.

"El secreto es la calidad del producto y la relación que tenemos con el costo-beneficio, es lo que nos está dando una buena oportunidad comercial".

En cuanto al acero, ¿se proveen de acero importado para elaborar las tijeras?

"Hay tres fuentes principales de acero, de Japón, Estados Unidos y México, y el que tiene más demanda es el de Estados Unidos, el acero mexicano desgraciadamente no cuenta con una calidad estable y es muy irregular, además el servicio que dan, deja mucho que desear; quizá el precio sea más competitivo en México, pero el abastecimiento no es el oportuno".

La tecnología que están manejando, para procesar esto es...

(Contesta contundente) "Tecnología de punta, y mucha de la tecnología que se tiene en nuestra planta Barrilito es desarrollada por nosotros mismos,

Foto: Norma Hernández Trejo

podemos decir, que Tijeras Barrilito es la planta más grande del mundo de fabricación de tijeras, está en México y está en Chalco. En Chalco tenemos dos plantas, una para hacer tijeras de acero de alto carbono forjado y otra de acero inoxidable troquelado"

¿Tiene conocimiento de cuántas personas laboran en la planta de Chalco?

"Actualmente en Barrilito, somos 800 personas".

En relación con años pasados, les pegó la crisis obviamente a todos los empresarios, ¿a ustedes de qué manera les afectó?

"En el volumen de ventas, principalmente", prosigue en relación al tema, "Sí, el año pasado fue bueno, pero el año más crítico, yo creo que fue el 95, lo que nos ha

ayudado mucho mantener fuentes de trabajo, es la exportación"

¿Y este 1997 como lo ven ustedes, en materia mercantil?

(Con entusiasmo, característico de la juventud, responde nuestro interlocutor) "¡Muy bueno!, tiene muchas oportunidades tanto en México como en el extranjero".

¿Planes para este año?

"Ya estamos implementándolo, la tendencia más grande que traemos, donde estamos invirtiendo más, es en el área de exportación, sin descuidar el mercado nacional; tenemos el liderazgo, pero no hay que dejar que se metan, todo mundo está muy bravo (sic), todos quieren entrar, sobre todo empresas americanas quieren ocuparlos, pero nos estamos defendiendo".

Nos comentaba que la firma comenzó en Alemania hace dos siglos, pero

entrevistas

actualmente es una empresa 100% mexicana...

"Nosotros ahora estamos haciendo tijeras para los alemanes, ellos nos enseñaron y ahora nosotros les vendemos tijeras".

En otro orden de ideas, ¿existe realmente disposición para apoyos por parte del gobierno?

"No lo creo, al contrario cada día hay nuevas leyes, nuevos impuestos, hay más trabas para la cuestión ecológica, aunque nosotros somos una empresa que tenemos la cultura y el sentimiento por la ecología, a la hora que uno busca apoyos en esta materia, no se hayan o son recursos muy caros; en cuanto apoyos del gobierno, hay más trabas que apoyos".

¿Cuál es su opinión sobre las nuevas disposiciones incluídas en la nueva Ley de Cámaras, el gobierno dice: "funciona", pero no se están registrando las empresas, por qué cree que sucede?

"Porque realmente no hay credibilidad", ejemplifica al decir, "se acaba de dar la apertura, (cuando fue Nafta), nosotros peleamos para que se abriera la frontera para la importación de tijeras y sus hojas; ésto fue hace tres años, y apenas se está dando, afortunadamente si pudimos hacer algo en cuanto al Tratado de Libre Comercio, pero después de dos años y medio. Realmente es mucho esfuerzo e inversión, tiempo y dinero, pero finalmente se llegan a acuerdos si uno es insistente. Si sirven, pero más que ellos te jalen, lo tienes que empujar, que es muy diferente".

En un año eminentemente político para nuestra ciudad, al elegirse nuevo gobernador del Distrito Federal, ¿ustedes los empresarios cómo ven este hecho?

"Como empresario, yo lo veo bastante bueno, sobre todo si no gana el partido que está en el poder. La participación del PRI o el control del PRI en el Senado puede ser muy importante, realmente vamos a tener una democracia y como yo lo veo, no va a ganar el PRI, a lo mejor podrían existir muchas manifestaciones y problemas, porque no es fácil perder, pero yo creo que

se puede dar un beneficio, vamos a sentir lo que es una democracia."



Ud, que tiene mucho contacto con su padre ¿Qué le comenta de la empresa y lo que más lo llena de orgullo?

"El orgullo es cuando realmente en México, tenemos una planta importante a nivel mundial; que se estén exportando nuestras tijeras, incluso a la misma Alemania. Los alemanes jamás pensaron que los mexicanos pudiéramos hacer tijeras de calidad y ahora, se dan cuenta que somos tan capaces como ellos".

El Ing. Gómez, es cuestionado sobre la responsabilidad tan grande al asumir la directiva de Grupo RG, a sus 28 años, motivo por el cual, nos contesta:

"Bueno, pero se hace con mucha gente capaz. Somos un grupo con gente joven, es una mezcla entre gente con experiencia y gente joven".

¿Tienen ustedes planeado algún proceso de adquisición de certificación de calidad?

"Nosotros tenemos como objetivo para finales del 98 tener la certificación de ISO-9000, ahorita estamos trabajando con esa plataforma, pero hasta ahora no nos hemos visto obligados a certificarnos, porque ningún cliente no lo ha pedido, en el momento que haya la necesidad por algún cliente importante de certificarnos, lo haríamos con mucho gusto", al respecto continúa con sus observaciones, "no hemos tenido ningún problema de calidad, conocen nuestra planta, nuestras instalaciones y realmente se dan cuenta que operamos

con mucha calidad y mucha limpieza; en el momento que sea necesario, yo creo que va a ser mucho más sencillo".

¿Cuáles fueron los elementos que los convencieron para anunciarse en la Revista Ferretecnic?

"Porque creemos que la revista, está llegando a todo lo que son compradores, y al total de la industria ferretera y tlapanera. Queremos consolidar más nuestra marca con ustedes, por la cantidad de tiraje que tienen".

Nuestro interlocutor, es egresado de la Universidad Anáhuac, y ostenta el cargo desde hace dos años.

UNA TIJERA PARA CADA NECESIDAD...

Las primeras tijeras eran elaboradas a mano, en metales como el cobre o hierro, ahora con los adelantos tecnológicos y la



demanda popular, han surgido cambios en la utilización de materiales de producción y nuevos diseños, acordes a cada exigencia.

Ahora, es utilizado el acero con grandes contenidos de carbono para darle una consistencia de mejor filo y el acero inoxidable, utilizado generalmente en tijeras quirúrgicas y de uso colectivo.



FERRETECNIC / JUNIO 1997

entrevistas

En la línea "Barrilito" se tiene a disposición del consumidor, 57 diseños, que conforman una amplia variedad de modelos como son, en las de acero forjado: para costura-oficina, costura ojo grande, modista, modista filo de navaja, bordar, textilera, punta roma, industrial, peluquero, estilista, cutícula-uñas, casa y jardín, hojalatero, alicates y costura.

En la línea de acero inoxidable se tiene una amplia gama de tijeras para costura, escuela, y una subdivisión para oficina, con el nombre de "Fashion 3000 y 4000", asimismo, de la existencia de "Barrilito Plus".

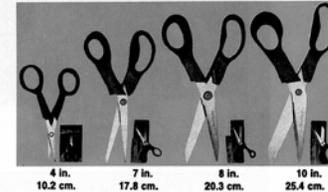
Se complementa el catálogo de productos, poniendo a disposición de sus clientes, cinco estuches de manicura, obedeciendo a los requerimientos de sus consumidores. *Continúa*

HOJALATERO



8098-B
8 in. ▶
20.3 cm.

BARRILITO PLUS



4 in. 10.2 cm. 7 in. 17.8 cm. 8 in. 20.3 cm. 10 in. 25.4 cm.

CASA Y JARDÍN



Floricultura 8 in. 20.3 cm. Traquilador 11 in. 27.9 cm. Podar 17 in. 43.18 cm.

23-28 octubre



Su contacto con más de 60,000 profesionales de la industria de la edificación y vivienda.

Porque ya no se puede construir como antes...

Centro Impulsor de la Construcción y la Habitación, A.C.
tels. (5) 661.0844 (5) 662.5085 • fax (5) 661.0600
Email:expocihac@iserve.net.mx http://www.cihac.com.mx

Reportajes

Texto y Fotos por: Norma Hernández Trejo

*Lugar de reunión:
Las portentosas
instalaciones de
Industrias Unidas,
en Pastejé, Estado
de México*

Se cumple el sueño: reunir 21 sucursales de IUSA



Desde que visité las primeras sucursales, me di cuenta que muchos de ustedes hablaban de Pastejé, desde ese momento, empecé a soñar con la posibilidad de reunirnos algún día, y ese sueño ya se hizo realidad. Hoy estamos reunidos aquí, para conocer nuestra casa, nuestras oficinas y a nosotros mismos; cuando regresemos, confío en que el orgullo de pertenecer a esta empresa sea mayor", fueron las palabras que expresó el Ing. Eduardo Berra, Director Comercial de Industrias Unidas (IUSA), durante la bienvenida a la Primera Sesión de Trabajo del

Área Comercial, ante la representación de 21 sucursales que conforman la fuerza de ventas de este consorcio mexicano,

uno de los complejos industriales más grandes y modernos de nuestro país.



Edificio corporativo IUSA.

FERRETECNIC / MARZO 1998

3

Reportajes

En un evento sin precedentes, donde se conjuntó un gran esfuerzo, también asistió para complementar una excelente recepción, el Director General, Ing. Víctor Manuel Barreiro que manifestó además, las innovaciones que están adquiriendo, preparados para continuar en la batalla hacia el futuro, "ustedes son el motor de todo lo que hacemos, recuerden: no vamos a producir un tramo de tubo, un metro de conductor o una válvula, si ustedes no la van a vender, de lo que vendan sale la producción y el ingreso", de igual manera, dijo iniciarse



Ing. Rubén Villa explica los diversos procesos de producción.



Ing. Víctor M. Barreiro, Director General expresa emotivas palabras de bienvenida, lo acompañan, el Ing. Eduardo Berra, Director Comercial, Lic. Luis Alberto Ruiz, Director de Recursos Humanos y Actuario Rafael Dávila, Director de Finanzas y Administración.



21 sucursales de toda la República Mexicana.

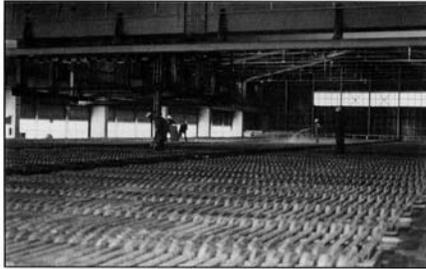
las labores para la aplicación de la nueva infraestructura de sistemas, el más moderno, conocido como S.A.P., que estará inmerso en todas las operaciones que se realicen, desde ventas, facturación, inventarios, producción, etc., todo lo que conlleve a posicionarse con nuevos productos, tecnologías, socios y la apertura de recientes mercados, no sólo en nuestro país, sino en Centro y Sudamérica, por lo que aseveró "el año pasado lograron vender en volumen, 25% más que el año anterior -en términos de dólares y pesos-, es un esfuerzo enorme" y exhortó a ser más ágiles, más creativos, y sobre todo,



FERRETECNIC / MARZO 1998

4

Acudir a la planta de Industrias Unidas (IUSA) en Pastejé, Edo. de México, propiedad del polémico Alejo Peralta, una experiencia enriquecedora.



Anodos, sometidos a proceso electrolítico.

más dedicados al servicio de sus clientes, porque "el éxito de las empresas está fundamentado en el conocimiento, en la verdadera aceptación del concepto, de que la satisfacción de la clientela, es el motor de todo lo que hacemos" y fue enfático al decir que se mantendrá a la clientela con calidad, servicio, excelente trato y el mayor conocimiento del ramo; concluyó su intervención al decir "hagamos que este año 1998, sea realmente extraordinario, porque estamos todos muy bien posicionados para hacerlo" y agradeció al Ing. Eduardo Berra, por su poder de convencimiento a fin de llevar a cabo el acontecimiento, que fortalecerá, aún más, la unión de IUSA.



Cátodos al 99.996 de pureza, el cobre está listo para ser procesado.

Es indispensable señalar, que los gerentes de cada sucursal y en especial del Ing. Rubén Villa López, Gerente de Productos de Alta Tensión, dirigió el recorrido, motivo por el cual, los visitantes pudieron conocer con mayor precisión, cada uno de los procesos de producción. Desde muy temprano hasta anochecer fue propicio conocer gentes del norte, sur, bajo y zonas costeras de nuestra república mexicana, personas que han laborado cotidianamente en IUSA y fue hasta esta memorable ocasión, cuando se conocieron; gente que lidia día con día, para prosperar con el respaldo de un dotado equipo de trabajo.



Planta 2 de tubería de cobre por extrusión.

Reportajes

El Director de Recursos Humanos, Lic. Luis Alberto Ruiz, también expresó sus conceptos sobre el magno evento y el Director de Finanzas y Administración, Actuario Rafael Dávila, ratificó la ayuda del departamento que dirige, para lograr soluciones viables.

Exhausta jornada

Acto seguido, las comisiones se dirigieron a abordar los camiones, para cumplir el itinerario que conformaba visitar las diversas áreas del corporativo.

Reportajes

El lugar, situado en el altiplano mexicano se tiene como marco el majestuoso cerro de Jocotitlán, tierra de hombres de habla otomí y mazahua; paraje donde se instala la fábrica en el año de 1939, a fin de comenzar un desarrollo económico importante, en voz de los propios jefes de producción, la mano de obra de los lugareños, es una excelente fuerza de trabajo calificada, particularmente a las mujeres que son las que conforman casi el 80% de la planta laboral en Industrias Unidas, de un total de 7.000 personas, integrantes de la gran familia IUSA.



Ensamble de soquets.



Moldado de aisladores en 30 seg.

estirarlo en diferentes calibres finos o gruesos, y para la planta 1 de tubería.

En la planta 2, de lo más moderno en maquinaria, el tubo se obtiene a presión, conocido como extrusión; gran parte de la producción es destinada al extranjero.

En la nave de cortocircuitos, cerámica y arte-

factos, se incluye una nueva planta de cerámica y maquinaria, con objeto de crear tubos de fibra vulcanizada (para cortacircuitos y fusibles), en la primera, son capaces de moldear los aisladores en 30 seg. con cualidades de semiconductor, ambos proyectos concluidos, trajo como consecuencia el abaratamiento de costos, el resultado: precios más competitivos.

En este sector son expertos para ensamblar, pintar, machuelear, atomillar, soldar, comprobar, limpiar y empacar. En relación a los apartarrrayos, se tiene un ambicioso plan para incrementar su producción.

La confianza en la calidad de los productos IUSA, ha facilitado las exportaciones

En un área total de 1.400 hectáreas, donde se sitúa un imponente edificio corporativo, refinarias, naves de fabricación y ensamble trabajan en completa armonía y precisión, para obtener un producto de primer orden.

El proceso de producción comienza en la refinaria, donde se obtiene la materia prima para todos los productos IUSA y variaciones al cobre. La planta de colada continua, como se le conoce, va a ser tratado el metal para eliminar impurezas con la utilización de hornos de reverbero, de ahí se obtiene una primera refinación a fuego, 99.5 de pureza para formar los ánodos y pasarlo a un proceso electrolítico y lograr cátodos al 99.996 de extrema pureza. El cobre se obtiene en forma de alambón, preparado para



Nave de ensamble PRECISIÓN (IUSA).



Área de conductores eléctricos.

nes, por lo que la productividad se controla a través de un diario acumulado, donde se registra, tanto la fabricación y embarque.

La constante renovación de producto e imagen es una prioridad en IUSA para persistir en la predilección de su asidua clientela, sin embargo, esto no es gratuito, el personal que ingresa al área

de ensamble, es altamente calificado y avalado por seis meses en la escuela de capacitación técnica.

Asimismo, para corroborar la efectividad de cada uno de los artículos, se cuenta con un laboratorio en cada nave, que toma muestras con objeto de hacer exhaustivas pruebas de calidad, y en caso

de detectar un mal funcionamiento se detiene el lote de productividad, la consecuencia: garantía total IUSA.

En conductores, se utiliza el cobre electrolítico para la fabricación de calibres finos y gruesos, además de sus variaciones de plastificado, -inyectados PVC y nylon-, agregándoles color y grabado a través de computadora.

Convivencia
Internacional

Al caer la noche y al término del recorrido por la planta productiva IUSA, se congregaron todos en la ciudad de Atlacomulco, donde en confortable hotel, se reunieron para convivir y presentar cada una de las sucursales, desde el gerente hasta los choferes que trasladan las mercancías, todos elementos primordiales que dan energía a los engranes.



133 AÑOS AL SERVICIO DE MEXICO

1865

BOKER

1998

**• CUCHILLERIA,
• CORTAPLUMAS,**

TIJERAS:

- Para Sastre, Costura,
- Pedicurista y
- Peluquero
- Navajas
- Asentadores
- Abrelatas

HERRAMIENTAS:

- Manuales, Eléctricas
- Para Jardín y cualquier uso u oficio
- Cortadores para Varillas
- Cizallas para Lámina
- Pinzas y ferreteria en general

BOKER S.A. de C.V.

16 de Septiembre No. 58, Apartado Postal 148, Col. Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06000, México, D.F.
(LADA 91-5) 542-4560, 542-4561, 542-4562, 542-4563, 521-7824, 521-7864, 521-7884 y Telefax No. 521-1707
E-mail boker@data.net.mx

Reportajes

En la auto presentación de la sucursal Mérida, el Sr. Luis Carrillo, vendedor con once años en la compañía, improvisadamente se dirigió a los presentes y aseguró que siempre imaginó ver reunidos a todos los integrantes de la gran familia IUSA por lo que ese momento ya se estaba cumpliendo, el sueño del Ing. Berra, era el mismo de muchos de los concurrentes, mientras tanto, el Sr. Gerardo Gutiérrez Valencia, Gerente de la sucursal León, presentó dentro de su numeroso equipo de trabajo al Sr. Carlos Padilla Jaramillo, 25



Sucursal San Luis Potosí, la presentación a cargo de la Srita. Rosario Zapata.



De la sucursal Monterrey, Don Miguel: 29 años con IUSA.

todos los que manejaron los camiones para llevar la mercancía, a todos los que despacharon, a los que controlaron nuestras mercancías e inventarios, a todos los que administraron las oficinas, a los subgerentes y gerentes; les agradezco mucho ese esfuerzo y les deseo que este año nos vaya maravillosamente bien a todos", enfatizó.

Entre porras, júbilo y buen humor, se les dio la despedida; arribaba la noche en un lugar climáticamente frío que nunca impidió conservar el calor humano, en el reencuentro con la casa y la familia IUSA. (20/2)

años de servicio ininterrumpido con IUSA, quien motivado, pasó al micrófono y agregó: "en este tiempo que he tenido la gran satisfacción de trabajar en la empresa, nunca había sucedido un evento como el que está aconteciendo el día de hoy y es realmente emocionante vivirlo".

No podían faltar las mujeres en los equipos de trabajo y fue así cuando la Srita. Rosario Zapata, Gerente de la sucursal San Luis Potosí, presentó a todos los integrantes de esta delegación.

El Ing. Berra, notablemente satisfecho por los resultados positivos al término de la jornada, les dijo: "quiero agradecerles por el gran esfuerzo del año pasado, a



Gerentes y Directivos del Área Comercial, reunidos en un hecho sin precedentes.

Reportajes

Por Norma Hernández Trejo

Con 90 años de prestigio mundial, BELLOTA produce con calidad certificada

Todas las plantas del corporativo han obtenido el ISO 9002



1998, año que marca el 90 aniversario de la Corporación Patricio Echeverría, S.A. productores de las mundialmente prestigiadas herramientas manuales BELLOTA, consorcio español que ha fomentado su proyección internacional, continúa su expansión mundial tras establecer 8 plantas productivas, 3 en territorio español, una en Dinamarca y 4 en América Latina, para cubrir satisfactoriamente la difícil misión de cubrir la demanda generada en 70 países de los cinco continentes.

El esfuerzo por buscar la internacionalización de BELLOTA ha constituido el esmero colectivo de las más de 1,700 personas que trabajan día a día por cumplir los requerimientos de calidad y resistencia de los demandantes de herramientas, ofreciéndoles múltiples opciones con más de 4,000

referencias de productos, de los cuales 1,300 son especialmente para el ramo ferretero y mecánico, para ser complementados por el de construcción, agrícola e industria.

La búsqueda de la certificación de calidad total, que comenzó por lograrla la fábrica en México, fue el punto de



Concluida su segunda etapa de expansión, la planta BELLOTA en Fortín de las Flores, Veracruz, donde se trabaja al 100% de su capacidad.

FERRETECNIC / DICIEMBRE 1998

3

Reportajes

partida para que las demás plantas del corporativo, en menos de dos años, estuvieran certificadas por Lloyd's Register Quality Assurance ISO 9002, con la cual, no sólo prometen su calidad, sino la garantizan.



Edificio del área administrativa y oficinas.

Limas elaboradas por manos mexicanas para todo el mundo



En la historia de casi un siglo de BELLOTA, hay una página destinada a México, y se escribió cuando en 1992 se toma la decisión de establecer una planta en nuestro territorio, lo que implicó buscar el lugar idóneo para sus requerimientos, siendo Fortín de las Flores, en el Estado de Veracruz y bajo la Dirección General del Lic. Carlos Echeverría Martín, donde finalmente se estableció; la determinación ha facilitado las exportaciones e importaciones por su cercanía con el puerto y la entrada del sureste mexicano.

Al poner en marcha la producción de limas y una vez concluidas las bovedas de producción en 1994, se fijó una gran meta: obtener el ISO 9002, que se cumplió en escasos años, lo que sirvió para demostrar que la calidad con la que fabrican en "BELLOTA LIMAS" es minuciosa y esmerada, por lo que producen casi el 100% de la línea limas del grupo empresarial, como son las de mayor volumen y demanda en el mercado, tales como industrial, mecánico, para sierras y machetes, de tal manera que estos productos elaborados por manos mexicanas están llegando a todo el mundo.

FERRETECNIC / DICIEMBRE 1998

4

Ante la falta de iniciativa de los diseñadores, en este publirreportaje de la empresa española Bellota, ubicada en Fortín de las Flores, Veracruz, comienzo a dar sugerencias de colocación de imagen y texto.

Reportajes

De igual manera, han constituido la comercializadora "BELLOTA MEXICO, S.A. de C.V." para todos sus productos, afianzándose una gran labor al introducir en los últimos dos años las herramientas industriales, además de la apertura para otras divisiones procurando complementar esta línea y la mecánica, con llaves, pinzas, desarmadores, llaves allen, cepillería industrial, brocas de alta velocidad para acero y concreto, como otra gama de herramientas manuales e incursionar con los artículos que constituyen ventas colosales en Europa.



Lic. Gabriela Cabral, Depto. de Mercadotecnia y Lic. Augusto Molina, Gte. de Ventas Nacionales.



Gerentes del área industrial: (de izquierda a derecha) Ing. Jesús Garoña, Planta, Ing. Marino Muñoz, Técnico en Investigación y Desarrollo, Lic. Gabriela Cabral, Marketing, Ing. Eloy Zepahua, Producción e Ing. Alirio Sandoval, Calidad.

Esta comercializadora en la actualidad, atiende los mercados que por naturaleza lo hacían desde Europa, por lo que el abasto de herramientas, es a través del intercambio de productos entre las plantas hermanas para comercializar internamente sus productos y exponerlos.

ISO 9002 les ha procurado la perfección en los diversos procesos, es decir desde la recepción de materias primas, como es el acero importado de España y Francia, que es revisado en su contenido de azufre, manganeso, carbono, entre otros, para ofrecer, con porcentajes superiores al de productores nacionales,



Calidad y Servicio: binomio de atención a clientes BELLOTA.

una lima más resistente y la mejor relación costo-rendimiento.

BELLOTA genera en la actualidad fuentes de ingreso para 350 familias, tanto del personal obrero como empleados.

Concluida la ampliación de la planta y trabajando a su máxima capacidad, el 70% de la producción se destina a la exportación, tanto para la matriz en España, que se encarga de la distribución para el viejo continente, África y Asia, e igualmente designando cantidades para toda América.

La tecnología de punta española en combinación con la mano de obra mexi-

cana, ha permitido la modernización en el proceso, con máquinas que aceleran los acabados, además de hornos sálem y por inducción que determinan el temple de todas las limas.

Las inversiones para investigación y desarrollo dentro de la planta, es otra de las prioridades, donde se ha instalado un laboratorio metalográfico que verifica y analiza a través de muestras de limas y acero, los componentes de ambos, haciéndose pruebas del barnizado a través de salinidad y otros químicos, acelerando tiempos y aplicándose a otros nuevos productos para comprobar su duración.

Es también en este laboratorio donde se ve a través de un potente microscopio, la consistencia del acero que se recibe en forma de perfil para determinar el temple y microdureza, antes y después del recocido, con el que detectan enfriamientos o falta de temperatura en los hornos, mientras que con las pulidoras checan la efectividad de los

dientes de las limas. Cuando salen del túnel de barnizado, en la recta final y antes de empaquetar, el controlador verifica el agarre de cada una de las limas, esta detección es posible gracias a la experiencia del obrero que al ir las tomando en sus manos constata el desvenado.

Es muy importante señalar que la fábrica está estructurada y conformada por células o áreas productivas, donde cada uno de los operarios realiza su propia inspección de calidad, registrando con detalle en la tarjeta de control; en cada célula se han colocado letreros donde se evocan las prioridades: 1. Clientes satisfechos 2. Cero defectos y 3. Mejora continua.

Con las plantas en Venezuela, Colombia y México, el comercio entre ambas naciones ha favorecido el intercambio de productos por la existencia de un tratado mercantil y México gracias a que mantiene el Tratado de Libre Comercio realiza la exportación con los vecinos del

norte, llegando BELLOTA al mercado canadiense y norteamericano.

Cabe aclarar que solamente las limas especiales y de bajo volumen, como son las de aguja, carroceros, hojalateros, mortosierra y zapatero, continúan siendo fabricadas en España.

La calidad, nuestra herramienta

La obtención de una certificación de calidad total, no es una tarea fácil, no obstante en empresas como BELLOTA se han esforzado por lograrlo integralmente al corporativo, los beneficios han sido múltiples, el principal es reiterar a sus clientes la calidad que los respalda, fabricando bajo las normas de calidad internacional con la entrega de un excelente producto al consumidor final.

133 AÑOS AL SERVICIO DE MEXICO

1865

BOKER

1998

• CUCHILLERIA,
• CORTAPLUMAS,

TIJERAS:

- Para Sastre, Costura,
- Pedicurista y
- Peluquero
- Navajas
- Asentadores
- Abrelatas

HERRAMIENTAS:

- Manuales, Eléctricas
- Para Jardín y cualquier uso u oficina
- Cortadores para Varillas
- Cizallas para Lámina
- Pinzas y ferreteria en general

BOKER S.A. de C.V.

16 de Septiembre No. 58, Apartado Postal 148, Col. Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06000, México, D.F.
(LADA 91-5) 542-4560, 542-4561, 542-4562, 542-4563, 521-7824, 521-7864, 521-7884 y Telefax No. 521-1707
E-mail boker@data.net.mx

Reportajes

"El éxito de BELLOTA es la calidad integral en este mercado globalizado":
Lic. Carlos Echeverría
Martín, Director General
BELLOTA MÉXICO.



Enormes lotes de producción se obtienen para el mercado mexicano y exportación.



El ISO 9002, ha formado el compromiso de realizar mejoras continuas, a consecuencia de las detalladas revisiones, resguardando a toda costa la excelencia ante una certificación de tipo revocable. Sin embargo, en BELLOTA no existen límites, ahora se están preparando para lograr la de carácter ambiental, ISO 14000 con la constancia de los beneficios que ofrece un producto inmejorable.

Otro de los grandes potenciales en BELLOTA, ha sido la fabricación de aceros y piezas forjadas para la industria automotriz y recambio agrícola.

"A las pruebas se remiten"

A diferencia de otros fabricantes, en BELLOTA someten sus limas a pruebas rigurosas de resistencia en una demostración donde incluyen a otras marcas, para constatar cuál es mejor; después de aplicarle 20.000 golpes a la misma presión con el contador electrónico y la alta tecnología, se obtienen gráficas y es a través de ellas como se conocerá cuál de las curvas indica la más eficiente y duradera.

Los resultados para BELLOTA han sido siempre positivos, por arriba de sus competidores, de 20% hasta el 50% más de rendimiento. *ISSI*

FERRETECNIC / DICIEMBRE 1998



asociación de ferreteros de México, a.c.

Portentosas instalaciones de SIDERTUL son visitadas por ferreteros de A.F.



Tecnología y Cultura, un banquete excepcional en Tultitlán y Tepotzotlán

Tmpresionante resultó ser la visita a la planta de Siderúrgica Tultitlán por parte de numeroso grupo de agremiados de A.F., donde se pudo constatar la alta productividad que se logra en esta importante empresa.

Fue emocionante entrar al área de fundición donde, en horno eléctrico, se funde la chatarra a 1,600° C para producir el acero.

La composición química del acero se somete a un minucioso control, pues las muestras son analizadas a través de un espectrómetro computarizado para garantizar la calidad del mismo.

En el horno de recalentamiento se apreciaron los procesos para realizar el laminado y reducción de la palanquilla, donde entra a su etapa final de producto terminado.

La alta tecnología quedó demostrada ya que muchos de los sistemas están automatizados como carga y transmisión, garantizando la seguridad en sus operaciones.

En Siderúrgica Tultitlán trabajan 20 horas diarias más de 400



Horno eléctrico donde se funde la chatarra a 1,600° C para producir el acero.



La foto del recuerdo.



asociación de ferreteros de México, a.c.



El acero en fundición.

integrado por empresas como COPE, TASA, DONCA, FERROTUL y SIDERTUL, corporativo fundado por el Sr. Simón Feldman.

Al término del recorrido por la planta, los

de invaluable importancia histórica, las cuales datan del siglo XVIII.

Después de la visita al museo, los directivos de SIDERTUL ofrecieron una comida mexicana en el interior del recinto histórico y concluyeron así, exitosamente la visita. Al respecto el Lic. Javier López de Lerena, Vicepresidente de A.F. agradeció con su característico sentido del humor, al decir que se cumplieron tres expectativas: el asesoramiento,

el ejercicio y la visita cultural.

personas, para desarrollar nuevas líneas de productos en 1999.

Actualmente el 80% de la producción está destinada al mercado nacional y el 20% a la exportación.

Se tienen proyectos a corto plazo, como la instalación de equipo de inyección de oxígeno, un horno olla y la certificación del ISO-9002.

Se explicó al equipo ferretero que el "Grupo Industrial Feld" está



Directivos de SIDERTUL en la recepción del grupo ferretero.



En la capilla doméstica, donde se apreció el estilo barroco de la época.

asistentes fueron invitados a visitar el Museo Nacional del Virreinato, (ex-colegio jesuita) ubicado en Tepotzotlán, Estado de México, donde se conservan valiosas pinturas y esculturas de diversas órdenes religiosas

Se contó con la asistencia de representantes de las siguientes ferreterías: "Ferreteria Goizaga", "Marpe", "Ferre San Juan", "Perfibaños Akar", "Dist. y Rep. Maros", "Ferreteria Manuel Figueroa", "Ferre Tlapalería San Pablo", "Saavedra y Sordo", "Aceros Ticomán", "Centro Ferretero Perinorte", entre otros.

Felicidades al "Grupo Industrial Feld" por su exitosa trayectoria.

Visitar la Siderúrgica Tultitlán fue emocionante por las altas temperaturas de los hornos.

GRAPHIC MARKET

En español

Lic. Gustavo de Gortari Sánchez,
Presidente de ATCP



Cena-Baile
de Caniem

Entrega de Certificados de
Competencia Laboral

3er. Torneo de
Golf A go-go

Entrevista

Texto y fotos: Norma Hernández Trejo

ATCP CAPACITA A TÉCNICOS DE LA INDUSTRIA DE LA CELULOSA Y EL PAPEL

Con una membresía de más de 900 técnicos de la industria de la celulosa y el papel distribuidos en todo el país, la Asociación Mexicana de Técnicos de las Industrias de la Celulosa y el Papel (ATCP), es un organismo civil, sin fines de lucro que coadyuva a la capacitación de los técnicos mexicanos que trabajan en empresas productoras de celulosa, papel, destintado y reciclado de fibras secundarias, desde hace cerca de 40 años, siendo una de las primeras asociaciones en su tipo en América Latina.

Otro de los principales servicios que proporciona son pruebas al papel y cartón, desde blancura, lsura, porosidad, encolado, calibre, gramaje, humedad, resistencia a la explosión y tensión, por lo que continúan buscando el patrocinio de maquinaria más sofisticada para hacer más eficiente el laboratorio "Carlos Maldonado".

La ATCP aglutina a técnicos del área del papel bond, higiénico, couché, mate, cartón, cartoncillo recubierto y todas las especialidades. Sus socios conocen desde la parte forestal, hasta cómo se hace el papel, su impresión y el servicio al cliente, abarcando toda la cadena productiva.

El 26 de febrero de 1998 se delegó en asamblea, para presidir la

asociación, al Lic. Gustavo de Gortari Sánchez, quien ha acumulado más de 11 años en el ramo y actual Coordinador General División Nuevos Papeles de PIPSA.

El Lic. de Gortari es egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México en la especialidad de economía y maestría en Administración, quien agregó en entrevista:

Desde que asumí la presidencia de la ATCP ¿cuáles son los logros obtenidos?

"La asociación tiene cuatro principales actividades: 1. Membresía, que es aglutinar a los socios de la industria y dotarles de los servicios que ofrecemos,

2. es la publicación de nuestra revista bimestral, la cual lleva 39 años de aparecer ininterrumpidamente, 3. cursos de capacitación, que por lo menos son doce al año, en relación a las artes gráficas, celulosa, papel, impresión, cuestiones fiscales, económicas o técnicas, desde un rodillo o máquina para papel, cómo se elaboran sistemas de desplintado, nuevas tecnologías, etc., el objetivo es tratar de dotar de conocimientos a ingenieros papeleros y técnicos, tanto de planta como administrativo,



"Los técnicos vamos a luchar para que no nos usen como el patio trasero de los EE.UU.", Lic. Gustavo de Gortari.

financiero o comercial y 4. contamos con el laboratorio Don Carlos Maldonado, para hacer todo tipo de pruebas para determinar si el papel cumple con calidad o no, este servicio está a disposición de los socios y público que pueda necesitarlo a costos muy bajos.

En el seminario internacional de papel corrugado logramos la asistencia de más de 200 personas y se montó una expo-feria con 68 stands, este acontecimiento es considerado uno de los mejores organizados en los

La entrevista con el titular de la Asociación Mexicana de Técnicos de las Industrias de la Celulosa y el Papel (ATCP), Lic. Gustavo de Gortari Sánchez, alto ejecutivo de PIPSA, una de las productoras de papel más importantes de Latinoamérica, ameritó nuevamente portada.

atcp



Pruebas minuciosas a todo tipo de papel y cartón.

últimos 20 años; además cursos sobre ventas con la Asociación Nacional de Distribuidores de Papel, la Unión de Litógrafos con sistemas de tinta e impresión, y una reunión sobre sistemas de corte en San Luis Potosí, donde trajimos especialistas de E.U. Tratamos que el papel sea una venta técnica y que los consumidores elijan lo mejor para sus necesidades. Hemos llevado la asociación a provincia para que asistan técnicos de todas partes del país. Dentro de nuestros planes era incrementar la membresía, la cual se ha dado en un 20%, a pesar de que la industria del papel ha reducido empleos. Los eventos e ingresos de los mismos, se han incrementado en un 33%.

¿Considera que la producción de papel en México es suficiente a la demanda del mercado?

"La industria del papel ha crecido bastante en nuestro país a partir del '94 como año récord, el '95 tuvo una reducción brutal, pero a partir del '96, '97 y '98 nos colocamos por encima de la cifra histórica del '94. En 1997 crecimos arriba del 14% y en el '98 cerramos en 7%".

¿En el año 2000 los papeles importados tendrán un arancel cero, esto traerá como consecuencia el mayor consumo de este papel?

"A partir de la apertura comercial se incrementaron las importaciones, inclusive a tasas arriba del 15% anual, sin embargo con el arancel cero, vamos

a competir con el país más grande del mundo, y estamos preparados, no obstante tenemos problemas de costos, como por ejemplo, el combustible que es una materia prima fundamental para la fabricación de papel, en vez de bajar como en todo el mundo, en México sube; es decir nuestras tasas de interés son de arriba del 35%, cuando en E.U. tienen el 9% anual, eso nos ha hecho menos competitivos, entonces debemos fratar, de que así como nosotros, tenemos que vender a precio internacional, también los costos y tarifas del sector público deben ser internacionales".



Laboratorio "Carlos Maldonado".

¿Lo considera una competencia desleal?

"Ahí no, donde sí lo considero una competencia desleal, es cuando en E.U. les sobra papel, por la caída de las ventas en el sudeste asiático por el crac, entonces los canadienses y americanos ven a México una alternativa y exportan a precios, inclusive marginales, y los usan para vendernos los sobrantes, a eso sí le llamo una competencia desleal; que nos vendan al mismo costo que en E.U., no por abajo del precio, porque entonces es dumping. Los técnicos vamos a luchar para que no nos usen como el patio trasero de los E.U. Lo que genera valor agregado en una economía es su industria y si no la promovemos vamos a convertir a nuestro país en maquilador o solamente comercial".

¿Cómo hacer para que nuestra economía crezca, sobre todo a través de la industria del papel?

"Únicamente en medida que crezca el poder adquisitivo de la población, eso da un efecto multiplicador para el consumo del papel, en medida que crezca nuestra economía va haber más periódicos, revistas, libros, papel higiénico, servilletas o toallas y los papeleros vamos a vender más".

¿El papel mexicano es de buena calidad?

"Las empresas que quedan en México, de acuerdo a la lista de la Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel, es porque han sido las más eficientes, el mercado por sí sólo los va depurando, ahora muchas están trabajando con



Servicio de biblioteca.

ISO 9000, la calidad ha mejorado, la apertura ha hecho que los fabricantes nacionales nos preocupemos más por la calidad; en el papel bond, el nuestro es mejor inclusive que el estadounidense, en el cartón, hay cartoneros mexicanos que están exportando a E.U. con éxito".

¿Los sustitutos del papel, como la disminución en la tala de árboles, son elementos que pueden afectar a esta industria?

"Durante muchos años los fabricantes de papel en México no pudieron invertir en plantaciones forestales, porque el artículo 27 constitucional les impedía a los grandes

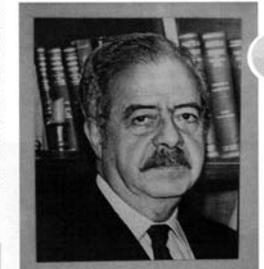
empresarios hacerlo, entonces existían pocos fabricantes de celulosa, lo que provocó su rezago y tuvieron que importarla, no obstante al hacer la modificación a este artículo en 1993, los fabricantes nacionales lograron hacer inversiones, pero tardan de 15 a 20 años, entonces necesitamos que infracciones forestales, el gobierno y la autoridad apoye como lo hacen los canadienses, brasileños o chilenos a su industria de la celulosa. Ahora mucha gente tiene la mala idea de que cortar los árboles es ir en contra de la ecología, pero si se corta uno y se siembran 40, se puede controlar y planificar. Nuestra economía de



Confortable auditorio para cursos y seminarios.

papelero nos ayudó a irnos al reciclado y el 80% de nuestro consumo de materia prima es de este tipo, es decir todos los que hacen papel higiénico, bond, diario y cartón, adquieren el 80% de papel reciclado y solamente un 20% es de fibra primaria. Existen solamente dos países en el mundo que consumen más que nosotros y es Taiwan y Alemania".

Sin embargo la gente continúa rechazando el papel reciclado. "Desgraciadamente en el mercado mexicano es cierto. En algunos países de Europa, como en Holanda y Alemania, hay leyes como los mandatarios recycle que son contratos de mandato obligatorio para consumir papel reciclado, inclusive llega a costar más caro que el papel blanco. En E.U. hay estados que están manejando los mandatarios recycle en forma voluntaria, ya que les piden a los editores y



Ing. Adalberto Tirado Arroyave, primer presidente de ATCP y socio fundador.

consumidores de papel, comprar del tipo postconsumo, con el objetivo de evitar mayor contaminación. En México hay esa mala cultura, los papeleros quisieramos que la gente lo entendiera, pero no han comprendido el espíritu de la ecología, ya que ahoramos energía, no cortamos árboles, disminuimos los basureros, entre otros beneficios".

GRAFIC MARKET

GRAFIC MARKET

4

5

FEBRERO 1999

FEBRERO 1999

Reportaje

Texto y fotos: Norma Hernández-Trujillo

ATRACTIVAS PROMOCIONES EN EL EXITOSO OPEN HOUSE DE HEIDELBERG MÉXICO

HEIDELBERG

El líder mundial en sistemas de impresión, Heidelberg continuó impresionando al futuro con la presentación espectacular de su primer Open House en México, con la maquinaria más sofisticada para la industria de las artes gráficas, que hoy en día, es una realidad para los impresores de todo el país, gracias a los accesibles planes de financiamiento y promociones especiales en la adquisición de equipos de pre prensa, impresión, acabado y sistemas de impresión digital.

En una jornada intensa de cuatro días y con la asistencia de importantes personalidades de la industria gráfica nacional e internacional, el personal de Heidelberg dirigido por su Director General, Ole Emmert Andersen atendieron a los más de 800 impresores que llegaron provenientes de todos los estados de la república, como respuesta a la extensiva invitación a este magno acontecimiento.

En una ocasión tan significativa para Heidelberg, se confirmó la asistencia de altos ejecutivos del corporativo: Dr. Dietmar Kuhn, CEO del Grupo RWE, Hartmut Mehldorn, CEO del grupo Heidelberg

Impresores adquieren maquinaria con accesibles planes de financiamiento

Druckmaschinen AG de Alemania, Hans Peetz-Larsen, Presidente de Heidelberg America's, para los países que conforman el NAFTA y

Ole E. Andersen, Director General de Heidelberg México, anfitrión en esta presentación, quienes en rueda de prensa anunciaron que en el



(De izquierda a derecha) Ole E. Andersen, Torben Wetche, Hector Cordero Pappaca, Hans Peetz-Larsen, Hartmut Mehldorn, Dr. Dietmar Kuhn, Francisco Gonzalez Azuara y José Luis Zamora.

MARZO 1999

HEIDELBERG



Contemplar al mercado con nuevas posibilidades para realizar inversiones atinadas, fueron los comentarios de Hartmut Mehldorn, CEO del grupo Heidelberg Druckmaschinen AG de Alemania.



Hans Peetz-Larsen, Presidente de Heidelberg America's.

GRA
PHIC
M
A
R
K
E
T

3

4

año 2000, celebrarán el 150 aniversario de esta empresa con presencia en 170 países de los cuatro continentes, asimismo dieron a conocer que la nueva tecnología integra factores digitales, sistemas complejos y de gran avance, contando con la capacidad para producir procesos de impresión, confiaron también que los próximos años operarán con gran éxito coadyuvando a complementar a la industria de artes gráficas de México.

Hicieron mención de su actual incursión en el área de rotativas,

por lo que están tratando de integrar la tecnología de la computación a estos efectos, así iniciarán el milenio con el producto del mañana, más rápido, más pequeño y con más colorido. Seguir adelante, siempre listos y contemplando al mercado con nuevas posibilidades para realizar inversiones atinadas, son los propósitos de Heidelberg, mencionaron las grandes personalidades.

Acto seguido procedieron al corte de listón inaugural de la ceremonia considerada como la apertura oficial de Heidelberg México en el mercado nacional.

Ante la gran demanda de maquinaria para los pequeños talleres, Heidelberg mostró el concepto "Quick Print" con



Fortaleciendo a la industria de las artes gráficas nacional.

MARZO 1999

equipos de pequeño formato, desde pre prensa hasta acabado, en compás a 12 meses sin intereses, 24 meses al 5% y en 36 meses al 7.5% anual, al respecto el Sr. Andersen externó "estamos cumpliendo con la demanda de financiamiento para el taller pequeño en México, es el compromiso



que tenemos y hay que cumplir con las necesidades existentes".

En una moderna y funcional sala de exhibición, los clientes lograron apreciar las innovaciones para

Luego del arranque incierto de la revista *Graphic Market*, en este reportaje donde asistieron altos ejecutivos del corporativo Heidelberg a nivel mundial, recobra importancia y es recompensada con viajes a la fábrica en Alemania, donde por supuesto no se me incluyó.



Ejecutivos de venta de Heidelberg durante la demostración del equipo "Quick-Print".

HEIDELBERG

un equipo de primer nivel que crea firmemente que la clave del éxito descansa en la satisfacción del cliente, sinceramente espero que durante los cuatro días de nuestro Open House, habremos de demostrar a nuestros clientes que nos encontramos en el camino correcto".

Igualmente mencionó los cambios en la organización, ahora el departamento de ventas se integra por: Speedmaster (productos de formato grande) y Printmaster (productos de formato pequeño) y anunció que para abril entrará en función el programa de capacitación para diversas áreas de la impresión, que constituirá la Academia Heidelberg, recibiendo el soporte necesario de Alemania y Estados Unidos.

El Lic. José Luis Zamora, manifestó "para la Unión de Industriales

verdaderamente comprometidos con las necesidades de nuestros clientes y nuestro objetivo es establecer una asociación duradera y confiable con todos ellos; para conseguirlo debemos estructurar un equipo con personal bien motivado que se comprometa integralmente;

SOCIOS EN LA SA DIGITAL

Foto proporcionada por Heidelberg México



La presencia de TSG como socio de Heidelberg en prensa durante el Open House, en la gráfica Gerardo Cruz y Marco Aguilar.

anunciar a través del sonido provocado por el gong de cobre, las ventas de cada día. El Sr. Andersen manifestó a proveedores, clientes y amigos, "estamos



Mario Escalante, Héctor Cordero, Hans Peter-Larsen, Miguel A. González Callado, Ole E. Andersen y Adrián Morales.

MARZO 1999

HEIDELBERG



Pablo Gómez, Francisco González, Jaime Martí, José Ducasa C., José M. Trillas Trucy, José Luis Zamora, Alejandro Gálvez, Ricardo Raupach, José Ducasa Iglesias y Hernán Trillas Trucy.



Lic. Héctor Cordero festejando su compra.

"Stahl", arrojando un total de 6.5 millones de dólares. Después del acto inaugural donde acudieron los principales directivos de las empresas más destacadas

6

MARKET

Litógrafos de México, es gratificante saber que contamos con el respaldo de una empresa que está comprometida con los impresores mexicanos... y nosotros, señores de Heidelberg estamos con ustedes; vamos a utilizar aquellos respaldos que nos están brindando para ser grandes en la industria de las artes gráficas".

Por su parte el Ing. Francisco González Azuara, Presidente de CANAGRAF centró sus comentarios al compromiso de Heidelberg en apoyar a la industria gráfica con programas de financiamiento y capacitación, "hoy estamos viendo los frutos de un año de trabajo... La presencia de las altas personalidades que hoy nos acompañan, no significa otra cosa que un voto de confianza hacia nuestro sector, nuestras empresas y nuestro país".

Mientras tanto el Lic. Héctor Cordero Popoca, Presidente de la SIAG dijo "en representación de las pequeñas y medianas empresas gráficas, estamos muy contentos porque Heidelberg, un grupo industrial de primera magnitud en el mundo, haya decidido poner un pie en México...



Arturo Adona, Humberto Hernández, Alejandro Aguilar y Sr. Lobstón, impresores del Estado de Guanajuato, en compañía del Director de Heidelberg México.

Ese desarrollo que existe en Estados Unidos, podremos verlo alcanzando paulatinamente en México y creo que será positivo para los impresores y la gente de Heidelberg México".

Las empresas de proyección internacional "Kimberly Clark", "SunChemical" y "Kodak" compartieron créditos para que el primer Open House en México fuera todo un éxito, obteniendo como resultado la venta de 29 cuerpos impresores de "Printmaster", 16 impresores "Speedmaster", 14 guillotinas "Polar" y 10 dobladoras

de la industria de este sector, se dirigieron al recinto del Club de Banqueros de México para entregar el galardón "Theobaldo de Nigri" que proporciona la CONLATINGRAF, y donde Heidelberg fue patrocinador en dicho evento destacaron las empresas "Reproducciones Fotomecánicas", "Imprenta Madero", "Gráfica Editores" o "Imprenta Formal" de quienes Heidelberg tiene el honor de ser proveedor. Una vez más se comprobó que Heidelberg es la mejor opción para hacer negocios.

MARZO 1999

Reportajes

Texto y fotos: N. H. T.

AOC Mexicana, principal productor de resina poliéster y caucho de silicón en Latinoamérica

POLISIL **AOC MEXICANA**

Lo conforman Mexicana de Resinas, Especialidades Químicas para el Poliéster y Poliformas Plásticas, líder mundial en resina poliéster dedicado al desarrollo de nuevas tecnologías

En la búsqueda de un material versátil que tuviera infinidad de aplicaciones, fue el factor que llevó al Ing. Químico José Antonio Gómez Rosillo, a ser el primero en fabricar la resina poliéster en México, el cual trajo considerables beneficios a la industria nacional, talleres y negocios, siempre con la idea básica de proporcionar los elementos prácticos para realizar trabajos artesanales a precios económicos.

También fueron pioneros en nuestro país con otro producto: el caucho de silicón, el cual conlleva ventajas de calidad a bajo precio y es capaz de reproducir con fidelidad hasta el más insignificante detalle de una pieza. Estas cualidades fueron la primicia de lo que es hoy el Grupo Industrial AOC Mexicana, un fuerte grupo empresarial que realizó en 1997 el Joint Venture que



"Especialidades Químicas para el Poliéster" posee maquinaria especializada para la fabricación de caucho de silicón y resina poliéster.

FERRETECNIC

17

OCTUBRE 1999

la convierte en la planta más moderna de Latinoamérica, por tener la maquinaria para fabricación de caucho de silicón y resina poliéster.

AOC Mexicana la conforman Mexicana de Resinas, Especialidades Químicas para el Poliéster y Poliformas Plásticas, esta última, comercializadora de más de 1,500 artículos destinados a la industria del plástico reforzado.

Por su parte, Especialidades Químicas para el Poliéster es la compañía encargada de producir complementos para la industria del plástico, sobre todo del tipo reforzado, gel coats, pigmentos, desmoldantes, pastas para pulir, abrasivos, entre otras aplicaciones y es igualmente el fabricante de la línea de selladores Polisil, una marca garantizada que se coloca en el nivel supremo de su género.

Polisil actúa positivamente en el sellado de ventanas, baños, cocinas, en la



Al Ing. José Antonio Gómez Rosillo se le atribuye ser el pionero en fabricar en México, la resina poliéster y el caucho de silicón.

industria de la construcción y automotriz, al contar con 10 selladores específicos, donde se incluyen el antihongos y de uso general.

Una vez más Polisil demuestra su innovación, al colocar en el mercado nuevas presentaciones, más adecuadas a los múltiples requerimientos de los consumidores, por ende se puede adquirir en presentaciones que van desde 20, 70, 150, 250 y 300 gramos, la decisión de lanzarlos al mercado en estas cantidades se sustentó, al identificar que el sobrante al contacto con el oxígeno del medio ambiente pasa a estado sólido, generando un desperdicio que finalmente paga el consumidor.

Actualmente Polisil está comercializando de manera especial la presentación del sellador transparente de uso general Junior de 150 gramos, el cual se ha convertido en pocos meses, en el favorito por su alta demanda.

El Ing. Rosillo explicó en su calidad de Presidente de AOC Mexicana, "nosotros no

nos quedamos quietos, seguimos innovando aplicaciones y nuevos productos. Actualmente estamos desarrollando otros silicónes, los cuales pensamos lanzar en el año 2000, un poco más resistentes y más económicos, porque está dirigido prácticamente al sector artesanal que requiere de productos más baratos y de mejor calidad".

Cuentan además con la colaboración, en el área de investigación, con la Ing. Peregrina Contreras, Gerente de Operaciones de Polisil, persona que se ha orientado al desarrollo de estos productos y asesorada por Bayer y General Electric, los fabricantes más grandes a nivel mundial de polímeros.

El suministro de caucho de silicón, resina poliéster y sus derivados, encuentran aplicaciones de manera directa o indirecta a un gran número de industrias, lo que hace a AOC Mexicana un importante proveedor.

Entre los valores adicionales que proporcionan está la elaboración de manuales y la impartición de cursos, en las sucursales que han establecido en las principales ciudades del país, donde la gente puede reproducir piezas o figuras de arte de manera sencilla, logrando incursionar en grandes negocios tanto artesanales como industriales.

Polisil realiza actualmente ventas a Centroamérica y Estados Unidos, con un producto mexicano que gracias a su honesta calidad, puede competir tranquilamente con otros silicónes de procedencia extranjera.



La Ing. Ma. Peregrina Contreras, Gerente de Operaciones verifica la calidad de cada lote productivo de los selladores "Polisil".

FERRETECNIC

18

OCTUBRE 1999

Polisil, empresa orgullosamente mexicana.

EVENTO

e u e n t o

Texto y fotos: Norma Hernández Trejo

La edición XXII de Batimat reunió innovación mundial en materiales para la construcción

La más grande a nivel mundial en esta industria

Desde su fundación en 1959, Batimat ostenta el reconocimiento mundial por la infraestructura que poseen sus exposiciones, ya que desde 1973 se realiza simultáneamente con Interclima-



El magno acontecimiento en la industria de la construcción.



Se dieron a conocer las tendencias en la edificación para el futuro inmediato.

Interconfort, ambos recintos feriales lograron congregar a 5,000 empresas expositoras, 390,000 m² de superficie de exposición, (195,000 m² netos de stands) y 600,000

3
ENERO 2000



Participaron empresas de reconocimiento internacional como Robert Bosch.



Old Stones Innoo con su exclusivo proceso para reproducir todo tipo de muros.

visitantes, en una sinergia natural para los profesionales de la construcción. Sin embargo prevaleció en su edición 22 las innovaciones con calidad y proyección internacional, productos que finalmente marcarán las tendencias en la edificación del futuro. En Batimat se congregaron 3,500 expositores en 130,000 m² de locales

de exhibición y registró la visita de 500,000 profesionales, donde a través de un plan se fomentó el acercamiento entre visitante y expositor. Para Batimat fueron temas prioritarios el desarrollo duradero de las estructuras, como la conservación del medio ambiente a través del fomento del reciclaje, el ahorro de agua y

Expositores:
3,500
empresas
(44% procedentes del extranjero)

Área de exhibición:
130,000 m²
(sólo locales de exhibición)

Visitantes:
500,000
(15% procedentes del extranjero)



El pabellón 2 aglutinó las áreas de carpintería y cerrajería.

4
ENERO 2000

Último evento cubierto para Publitecnia, la exposición Batimat en París, Francia.



Expositor de Paquistán.



Recubrimientos metálicos.



Makita otro de los expositores destacados.



Hermosos vitrales.

130.000 m² netos de stands:

Espacio Obras	28,600 m ² (22%)
Espacio Material	32,500 m ² (25%)
Espacio Carpintería y Cerraduras	33,800 m ² (26%)
Espacio Acabados y Decoración	29,900 m ² (23%)
Servicios	5,200 m ² (4%)

5
ENERO 2000

energía, no obstante otro tema no menos importante, fue la reducción de riesgos con edificios más protegidos y seguros.

Para ilustrar el panorama actual de la industria de la construcción francesa, el presidente de la Federación Francesa de la Construcción, Sr. Alain Sionneau declaró: "las perspectivas de 1999 son esperanzadoras. Por primera vez desde 1991, la construcción, con una actividad en alza de un 2.9% va a fijar una tasa de crecimiento superior a la de la industria y del Producto Interno Bruto".

Conformado por un total de 8 pabellones y dividido en cuatro grandes especialidades, la estruc-



Se fomentaron los intercambios mercantiles.



3.500 expositores en un solo recinto.



Causó sensación el barro cocido anti graffiti.



Materiales que hacen lucir más bellas las fachadas.



Las tendencias son hacia materiales más ligeros y a bajos costos.

tura de Batimat permitió facilitar la identificación de empresas expositoras y el recorrido de los propios visitantes, por lo que fueron clasificados en cuatro categorías que comprendían desde el Excellence, Premier, Privilège y Professionnel.

El espacio de material tuvo toda la maquinaria de taller, equipos para obras, herramientas, transporte y vehículos utilitarios, además de instrumentos para la seguridad y protección del hombre.

La segunda zona fue de carpintería y cerraduras, donde se

6
ENERO 2000



Se mostró además maquinaria sofisticada.

pabellón 7.1., se realizó el espacio calidad con la Agence Qualité Construction (AQC) donde el asistente tenía acceso a información, demostraciones y un forum de conferencias, mientras tanto el pabellón 7.2 albergó las actividades sobre iluminación, previa selección de productos por 6 arquitectos europeos y en el 7.3 el espacio para las tendencias del año 2000 en arquitectura de interior.

Como parte integral de esta exposición, se destinaron terrazas donde se podían recibir clientes para hacer más efectivas las relaciones comerciales, a fin de ser un vínculo entre hombres y mujeres.

integraron productos de vidrio, motorización y protección solar.

El espacio de acabados y decoración fue complementado con revestimientos de suelos, paredes, chimeneas y decoración, que en la edición 1999 integró los azulejos, baldosas, iluminación y electricidad.

En la zona destinada a obras se lograron apreciar los materiales y componentes armazones, estructuras, cubiertas y aislamientos.

Las actividades enfocadas a la comercialización se centró en el



Lafarge, el gigante cementero de Europa mostró innovaciones.



Las tendencias de la construcción moderna.

res de negocios con industriales del orbe.

La edición de la guía de novedades, constituyó una importante herramienta por la recopilación de nuevos productos, donde **Batimat** fue elegido para su presentación.

Todo visitante contó con los medios suficientes para facilitar su recorrido, desde el catálogo impreso o en CD Rom que incluyó información de todos los expositores y productos, con objeto de permitir las relaciones comerciales. Esta infraestructura permitió la identificación sencilla y rápida de stands.

ENERO 2000

MK6, el robot despachador de combustible

Herramienta de gran valía, al alcance de flotilleros y redes de transporte urbano.



La compañía experta en desarrollo de robótica Robosoft, da a conocer la nueva gama de surtidores automatizados de combustible sistema Oscar modelo MK6.

Ahora la acción de llenado de energéticos se puede realizar de manera automatizada con plena confianza, gracias a un combinador hermético que le da facultad hasta de 120 litros por minuto, reduciendo considerablemente los minutos dedicados a esta operación, y como consecuencia los autobuses podrán estar listo en menos tiempo.

El MK6 está dirigido especialmente a los propietarios y usuarios en las redes de transporte urbano como de flotillas, por lo que esta tarea se hace rápidamente de manera limpia e incrementa la calidad en las nociones de flexibilidad de aprovechamiento.

Robosoft al colocar el MK6 en la industria del servicio, se convierte en el primer artículo de este género en iniciar la fabricación en serie.

Esta es una excelente herramienta para el propietario de flotillas, ya que si consideramos la gran cantidad de minutos destinados a esta actividad, podrán tener en marcha más unidades, por citar un ejemplo, el parque vehicular de un centenar de autobuses podrá ocupar tan sólo 300 horas anuales.

Al incorporar al sistema, el acoplador estanco reduce casi a cero el porcentaje de pérdida de combustible, la cual se pronostica



que en el futuro será obligatorio su uso por normatividad ecológica, la cual se exige cada vez más a la industria.

La carga se puede hacer a la derecha o a la izquierda, a través de un módulo, por lo que es adaptable a utilizarse con los diferentes combustibles y pistolas, ésta última, se podrá retirar automáticamente en caso de que las unidades realicen un movimiento durante el proceso de llenado.



Evita la pérdida de gasolina y reduce el tiempo considerablemente, a manera de tener más unidades en circulación.



Gracias al contacto con la Embajada de Francia se logró incluir información concerniente a lo más reciente en tecnologías aplicadas al transporte.

Continental, la Llantera Número Uno en México Atiende Demanda para Camión Radial

Norma Hernández Trejo

Continental, la llantera líder en México, a través de sus marcas Euzkadi y General Tire, se perfila para atender la creciente demanda de llantas para camión radial, con una participación del 40 por ciento en el mercado llantero. Continental es además, la mayor productora de equipo para caja y líder indiscutible en llantas convencionales.

En cuanto a llantas radiales camión registró un crecimiento del 30 por ciento y al cierre del año 2000, se espera alcanzar el 60 por ciento comparativamente al año pasado.

"Estamos muy orgullosos de los alcances logrados para la llanta radial de camión, por lo que existen planes inmediatos que permitan terminar este año con 300 mil llantas", externó el Ing. Hugo Ybarra, Director Corporativo de Ventas y Mercadotecnia de Continental Tire de México.

Euzkadi y General Tire, tendrán

Para el 2003 la inversión será de 70 mdd.



Destacado equipo Continental confirmado por el Ing. Carlos Chávez, Ing. Hugo Ybarra, Ing. Rubén Varela y Lic. Marco A. Basán.

invertirá al término del 2000 14 mdd.

una llanta para cada aplicación.

Entre los programas a corto plazo se constituirá en la mejor opción en el mercado nacional, al manejar sus tres marcas, una sola red, con el propósito de dar el mejor servicio a los distribuidores, bajo el concepto de *Good Better Best*.

Continental al manejar el principio de crear neumáticos con calidad, constituidos por 27 componentes y producidos con tecnología sofisticada, los usuarios obtendrán la mejor llanta a precios competitivos.

El prestigio mundial del que goza ha hecho posible que el usuario, solicite a las plantas armadoras que los vehículos vengan equipados con llantas Continental.

Los planes de inversión para México son muy fuertes y agresivos, como resultado de los magníficos logros a nivel corporativo; en 1999 el monto ascendió a 12 millones de dólares y para este año será de 14 mdd y en los próximos 3 serán de 70 mdd.

Continental cuenta con una moderna planta en Guadalajara, la más grande del grupo que representa el 70 por ciento de la fabricación total, con una producción diaria de 15,200 llantas y otra más en San Luis Potosí donde se producen 12 mil unidades diariamente, en su mayoría para automóvil, camioneta convencional, radial y agrícola.

La planta General Tire es la primera de la industria llantera del mundo, en obtener el ISO-9002, agregándose posteriormente el Quality Value Performance (QVP).



"Estamos orgullosos de los alcances obtenidos" Ing. Hugo Ybarra.

Líder indiscutible de llantas para camión convencional y de equipo original para caja.

8.5 millones de neumáticos serán producidos este año

La combinación de tecnología alemana, estadounidense y mexicana, ha hecho posible el incremento de capacidad en ambas plantas.

En 1999 se crearon dos plantas más, equipadas con tecnología moderna. En Silao, Guanajuato, la división *Conti Teves*, productora de sensores para frenos, que son utilizados para equipo original.

La llantera alemana, cuarto lugar en el mundo y con más de 130 años en el mercado, pone en marcha programas de expansión para Latinoamérica.

Las cifras reflejan claramente este crecimiento, ya que en 1998 se vendieron 5 millones de neumáticos y para este año, se pronostica cerrar con 8.5 millones de unidades, distribuidas en el mercado nacional y externo.

En 1998 se anexan las dos compañías para constituir Continental Tire de México, perteneciente a Continental General Tire Inc., cuya sede se localiza en Estados Unidos y con quien mantienen intercambios.

Continental estudia actualmente el mercado local, para ver las posibilidades de abrir la productividad en llantas para camión inteligente y contar con una saludable economía nacional, se podrá acrecentar aún más la venta y renovado de llantas, crecimiento que permitirá llegar a sus niveles establecidos y seguir siendo la llantera número uno en México.

En el camino a la llanta del futuro, donde estos equipos van a ser coordinados a través de microchips, para mayor control en caso de derrapes; la computadora regresará el automóvil a su cause normal, reduciendo al máximo la posibilidad de accidentes.



A mi ingreso a *Motor a Diesel*, se me asignaron todas las entrevistas a los directores generales de las empresas del sector autotransporte.

Coca-Cola de México líder mundial en iniciativas para cadena de suministros

Norma Hernández Trejo

El grupo logístico creado alrededor de la cadena de suministros en Coca-Cola de México, se ha caracterizado por ser siempre innovador, al buscar nuevas tecnologías que le permiten estar adelante con un servicio de excelencia.

"Nuestro reto es continuar siendo los líderes en el mercado, con un producto de calidad", informó Fernando A. González Burchard, Subdirector Supply Chain Planning de Coca-Cola México.

Con una experiencia de ocho años en la compañía, es uno de los creadores del plan de desarrollo que apoyó a embotelladores en las líneas de producción y empaque, elementos que permitieron enfrentar la demanda del mercado para nuevas presentaciones.

De esta práctica, surgió la idea de comparar los sistemas detalladamente, estableciendo una comunicación entre los embotelladores a manera de identificar las mejores empresas transportistas, hallazgo que posteriormente fue aplicado a otras áreas de la empresa.

Coca-Cola de México al ser filial de Coca-Cola Company, se rige bajo las mismas estrategias que le permiten cumplir, con los volúmenes requeridos en el mercado de bebidas no

Su presencia en el país genera 80 mil empleos directos y 300 mil indirectos.

alcohólicas listas para consumir.

Es realmente meritorio que Coca-Cola se pueda encontrar en cualquier parte de nuestra república, al ser cubierta la demanda al 100 por ciento, hecho que muy pocas marcas logran realizar.

La presencia de Coca-Cola por más de un siglo en México, genera actualmente alrededor de 80 mil empleos directos y 300 mil indirectos, provocando un impacto económico importante en la sociedad mexicana.

Coca-Cola de México trabaja conjuntamente con 17 grupos embotelladores que manejan sus inversiones de manera independiente, pero asesorados por la filial, al proveer servicios, técnicas e investigaciones, con base a resultados para las estrategias de operación, actividad que se concretiza en los simposiums que



Cumplir con la demanda, principal objetivo de Coca Cola de México.



"Nuestro reto es continuar siendo los líderes en el mercado, con un producto de calidad", Fernando González Burchard.

cada año se organizan y donde va en aumento el número de participantes nacionales e internacionales en cada edición. Este evento se ha convertido en clave importante para el buen funcionamiento de la cadena de suministros del sistema Coca-Cola.

La principal misión, en opinión de González Burchard, es mejorar internamente para buscar efectos positivos en el servicio a clientes, ajustándose a los requerimientos generados a raíz del crecimiento de los últimos años.

La apertura de los nuevos centros de distribución, tiene mayor capacidad en sistemas racks de mecanización de almacén y andenes, mientras que el transporte se realiza con carrocería de aluminio y cama baja, por lo que trabajan alrededor de 6 carroceros y en vehículos operan principalmente con Mercedes-Benz Freightliner, International, General Motors y Ford.

En cada viaje se transporta mucho mayor volumen al utilizar dollys muy grandes y visibles con semiremolque, con ello se tiene mayor capacidad de carga, sustituyendo tarimas. En relación a su circulación cumplen con las legislaciones locales.

Sin embargo, desarrollar este proceso no es tarea fácil, nace con la compra de materias primas, su manufacturación, transportación, almacenaje y distribución, es decir, llevar el producto del principio, al final de la cadena de suministros, donde además se genera gran cantidad de información que no sería viable sin un

óptimo despliegue logístico.

La tecnología aplicada al área del transporte, incluye el rastreo de vehículos vía satélite (GPS) y radio frecuencia, para conocer en qué momento entra o sale una unidad del centro de distribución.

Se podría decir que cubierta la demanda en el territorio nacional, no habría mayor labor que realizar, sin embargo, el gran reto es mantenerse líderes en el mercado, atendiendo diferentes ocasiones de consumo como podría ser el solicitarlo frío o en determinadas condiciones. En conclusión, las necesidades de consumo marcan la evolución en Coca-Cola de México, una empresa dedicada por entero a sus consumidores.



Con el rastreo vía satélite (GPS) y radio frecuencia, se puede conocer la hora de entrada o salida de una unidad del centro de distribución.

Primera entrevista que realicé para *Global Transportación*.

Servicios de la Riva rompe esquemas de transportación con Sterling en Chiapas

Norma Hernández Trejo

Acterra, la unidad de mayor impacto en esta región del sureste mexicano.

El arribo de Sterling al Estado de Chiapas a través de Servicios de la Riva, está rompiendo todos los esquemas, porque tanto transportistas como productores de esta región del país, están cambiando sus preferencias hacia los camiones y tractocamiones Sterling de excelsa calidad.

La gran aceptación está sustentada en que cuentan con el mejor chasis en su clase, frenos ABS, largueros más resistentes y cabinas más cómodas por su amplitud, tan necesarias en esta zona donde prevalece el clima húmedo-cálido.

Innovaciones hechas realidad en cada unidad Sterling, están disponibles en todo el estado chiapaneco en clases 5, 6, 7 y 8 a través de Servicios de la Riva, quien cuenta con una infraestructura sólida en refacciones, al tener en inventarios todas las marcas existentes, para que sus clientes encuentren siempre soluciones.

Para ello cuentan con una oficina matriz en Tapachula y otra más en Tuxtla Gutiérrez, ambas distribuidoras de la marca Sterling, ubicadas en las principales ciudades del estado, con el propósito de atender un mercado prometedor, en base al trato personalizado con sus clientes y continuamente listos para resolver sus requerimientos particulares.

Conscientes que la actualización es un factor determinante de competitividad, realizan fuertes inversiones para que sus mecánicos se capaciten día a día, por lo que están calificados y certificados por las diferentes marcas; por ende, también han integrado en su área de talleres el servicio de rescate 24 horas, los 365 días del año, uno más de los valores agregados de Servicios de la Riva para los transportistas, con el cual pueden contar como un recurso desde el lugar donde se quede descompuesta su unidad, con tan sólo realizar una llamada telefónica, y en ese preciso momento, partirá una unidad



El modelo ST 9500 Silver Star de Sterling, equipado con los mejores componentes.



El Srto. de Desarrollo Económico del Estado, Ing. Antonio D'Almaro Grijónes, constató la calidad de los camiones Sterling, a través del Lic. Juan Esteban Corzo, Gerente de Sucursal.



Unidades Sterling, la mejor opción.

Ahora los transportistas y productores chiapanecos no tendrán necesidad de hacer adaptaciones a sus unidades, y que Sterling proporciona unidades hechas a la medida, e clases 5, 6, 7 y 8.



Motor a Diesel



Funcionales instalaciones conforman la sucursal ubicada en Blvd. Belisario Domínguez No. 2425 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

equipada hacia su atención, inclusive fuera del estado, en ciudades colindantes.

En motores Diesel cuentan con los mejores tipos: Mercedes-Benz, Caterpillar, Cummins y Detroit Diesel, en todas sus capacidades que van desde 4 cilindros de 170 HP, un motor de baja potencia, como de mayor capacidad para tractocamión de 6 cilindros con 600 HP.

En Chiapas la unidad que más se ha comercializado es el L 7500, mayormente utilizado para volteos y el LT 7500, thorton que es ideal para el traslado de frutas, granos, como de la amplia gama de productos agrícolas que aporta el estado.

Por ello, el modelo Acterra también ha causado sensación, principalmente en el segmento de materiales para la construcción, activándose su demanda considerablemente, sin embargo para los agricultores también se ha convertido en una excelente solución, ya que no tendrán necesidad de adaptar a las camionetas otros tipos de ejes y aumentar sus neumáticos.

El Lic. Juan Esteban Corzo Maturana, Gerente de la Sucursal Tuxtla Gutiérrez, manifestó contar con el programa *Spec pro*, con el cual tienen capacidad para configurar a toda persona que lo solicite, el camión a su

medida, con esto "nos ayuda a reducir el costo de la unidad, porque quitamos elementos que a los clientes no les servirán, y que finalmente elevan el costo de las unidades, entonces con este programa tenemos precios más competitivos y atractivos", expresó.

Participante en la 4a. Expo Enlace, evento organizado por el Consejo Coordinador Empresarial del Estado, Servicios de la Riva realiza acciones para aumentar su presencia y preferencia en todo Chiapas, ofreciendo justos planes de financiamiento que proporciona Debis Financiera, la financiera de DaimlerChrysler, con el que se tienen amplias oportunidades para adquirir unidades nuevas.

Al colaborar con todas las carroceras, también le da a sus clientes otras opciones para su desempeño cotidiano.



Equipo de experta atención a los transportistas provenientes de todas las regiones del Estado.

Motor a Diesel

Conocí Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, por invitación de Servicios de la Riva, distribuidora Sterling.

Soluciones a ponchaduras en carretera con MultiRatch

Norma Hernández Trejo

Única herramienta manual
que no lo deja solo.



No requiere de gran fuerza.



GIK 11



Los transportistas y conductores, ya no tendrán que preocuparse por quedarse abandonados en medio de la carretera a consecuencia de una ponchadura, ya que con MultiRatch podrá salir del problema, sin necesidad de remolcar la unidad hasta un centro de servicio.

Esta herramienta manual aumenta el momento de torsión, gracias a su mecanismo de acción para apretar y aflojar tuercas y tornillos, con una rotación continua en ambas direcciones, es decir a la derecha e izquierda.

El MultiRatch se tiene disponible en acero inoxidable y acero 4140, es decir el modelo GIK 12 y GIK 11, respectivamente.

Su peso es de tan solo 5.5 kgs. y su largo de 134 mm, siendo muy fácil su traslado.

El transportista tiene opción de encontrar la presentación en KIT del Transporte, que se ve complementado en un estuche con accesorios para apretar y aflojar las tuercas y capuchones, tanto para tractocamiones y autobuses, sin dañarlos por su torque preciso.

En el Kit se incluyen: el MultiRatch, un dado de 1 1/2", un inserto para dado 1 1/2 con 13/16", un dado para tuerca unimod 1 5/16", un torquímetro 0-150 lb-ft de trueno izquierda y derecha, una brida de acero aditamento tuerca unimod y una brida de nylon aditamento para capuchón.

Con el MultiRatch podrá recuperar rápidamente su inversión, además que estará eliminando el uso de la palanca de 2 mts. por un torquímetro de precisión, con el que podrá agregar mayor seguridad en su manejo.

Asimismo no se requiere mayor esfuerzo físico en el cambio de los neumáticos, porque se hace ágilmente, inclusive no retrasa las entregas.

Esta herramienta es producto de la ingeniería PICKSA, perteneciente a Grupo Industrial Kamar, destacado corporativo monclovense.



MAÑANA



El Ing. Miguel Blanco diseñó esta práctica herramienta.

Resultado de la ingeniería
monclovense para todo
México.



Viaje más seguro con Wheel Safe

Norma Hernández Trejo

El indicador de tuercas sueltas que está causando sensación en México, por su detección a simple vista.



Lic. Alejandro Elizondo, Dir. Gen. de Wheel Safe de México.

El sistema ya es
utilizado en unidades
de los países socios
comerciales del norte,
por ello es necesario
homologar las
condiciones en
México.

La globalidad en pleno siglo XXI está implicando el movimiento de mercancías de manera vertiginosa, gracias a ello nos beneficiamos al tener al alcance, gran variedad de artículos que nos permiten tener una vida más plena.

Por eso ha llegado a México el novedoso sistema Wheel Safe, con el que a simple vista, podrá ver si las tuercas de los rines están debidamente ajustadas.

Estos pequeños-grandes artículos son un logro del diseño, al conocer a simple vista cuando algún juego de tuercas está flojo.

Nuestros socios comerciales del norte ya están utilizándolo, por lo que ahora en México se espera fomentar esta cultura, como elemento para homologar las condiciones de los transportistas.

El desempeño con la confianza que da la seguridad, es sinónimo de ahorro en tiempo y costos, evitando la ruptura de

birlos y en ocasiones, hasta de las propias tuercas.

Hechos en plástico y polietileno, los indicadores Wheel Safe son más resistentes en condiciones extremas, para ello se tiene gran variedad de colores que van desde el verde, amarillo, rojo y negro, con un promedio de vida de 10 años, sin perder su textura.

Su colocación es sencilla, y no es necesario traer herramientas ostentosas o especiales, ya que entran a presión, en tanto su indicador de aflojamiento es fácilmente reconocido hacia la izquierda.

El Lic. Alejandro Elizondo, Director General de Wheel Safe de México y distribuidor autorizado de la marca, citó que el producto se solicita en cajas con mil unidades, cantidad suficiente para equipar un aproximado de diez camiones y disponibles en 13 medidas de tuercas, que van de 38.1 mm a 28 mm.

Desde el surgimiento de Wheel Safe en la década pasada, se enfocó a otorgar siempre, los instrumentos necesarios para que los transportistas puedan circular con la mayor seguridad, sin tener que exponer a los transeúntes.

En Inglaterra, la principal planta productora ha registrado ventas por más de 400 mil unidades mensuales, es decir, casi 5 millones al año.

Con factorías en Australia, Estados Unidos, Francia y recientemente, en Canadá, Wheel Safe está causando ahora sensación en México.



VOLVO

BUS DE MEXICO

Entrega las Unidades 999 y 1,000 Fabricadas en México



Jan Engström, Oswaldo Tuacek y Don Rafael Herrera.

Presentan además dos prototipos del chasis Volvo B7R y para el año 2002, tendrán la versión DOT del Volvo 7550 especializado en transporte transfronterizo.



Oswaldo Tuacek, Presidente de Volvo Bus de México.



Jan Engström, Presidente de Volvo Bus Corporation.

Altos directivos de Volvo Bus, Flecha Amarilla, Grupo Toluca e IAMSA, empresas protagonistas del servicio de transportación de pasajeros en nuestro país, se reunieron el pasado 24 de agosto en la planta productiva de Volvo Bus de México, ubicada en Tultitlán, Estado de México para festejar la entrega de los autobuses No. 999 y 1000 completamente fabricados en México.

Para ser testigos de este gran logro para la empresa sueca, arribó a nuestro país el Presidente Mundial de Volvo Bus Corporation, Jan Engström y el responsable de Volvo Bus North America, Tore Bäckström para hacer entrega de estas unidades, en una ceremonia muy emotiva donde se obsequió a los compradores una placa que conmemora este gran acontecimiento.

Dando continuidad al contrato establecido el 24 de marzo de 1999 entre ambas compañías, para renovar su parque vehicular, fueron entregadas las dos unidades Volvo 7550, una para Enlaces Terrestres Nacionales y la otra para Primera Plus.

En este lapso de tiempo, Volvo Bus de México ha respondido a la confianza depositada por Flecha Amarilla, Grupo Toluca e IAMSA motivo por el cual Oswaldo Tuacek, Presidente de Volvo Bus de México expresó en dicha ocasión: "la atención de esta demanda nos obligó a realizar en muy corto plazo, importantes inversiones para cubrir las necesidades de producción de los autobuses Volvo 7550, inversiones que también se enfocaron en modernizar y mejorar la calidad de producción de los autobuses, que ya se venían y continúan fabricando en nuestras instalaciones. Hoy día podemos afirmar con orgullo que contamos con la planta manufacturera de autobuses más moderna de México, con una capacidad productiva superior a 2 mil unidades al año, lo que nos permite ofrecer autobuses urbanos, suburbanos y foráneos, tanto en el mercado local como en los mercados de exportación, con la calidad, seguridad y cuidados en el medio ambiente que caracteriza a la marca Volvo en todo el mundo".

Durante la intervención de Jan Engström, reiteró su interés por llegar a la producción de la unidad 2 mil, y dijo estar satisfecho

por las ventas obtenidas, al tiempo que mencionó: "he prometido a Don Rafael Herrera que vamos a cumplir con la programación de entrega. Tenemos mucha confianza en el futuro de México, el cual será más grande junto con ustedes".

De tal forma, Oswaldo Tuacek refrendó su compromiso por dar continuidad al trabajo de los operadores, técnicos, personal de mantenimiento y directiva, para la "búsqueda permanente de las más productivas condiciones de operación de sus autobuses, en medida que un autobús fabricado por Volvo, cumpla con sus expectativas de eficiencia y rentabilidad".

La mejora continua y la creación de nuevos productos, son las prioridades en los cuales se ha sustentado el trabajo cotidiano en Volvo Bus de México.

El gran acontecimiento permitió hacer además, la presentación de los dos primeros prototipos con chasis Volvo B7R, el cual promete cumplir con las expectativas de desempeño para ese servicio, comprobado en otras naciones del orbe. El chasis B7R

viene equipado con un motor Heavy Duty EPA 00 de 7 litros con potencia de 315 HP, transmisión Volvo G8 EGS y sistema electrónico Multiplex, idéntico al chasis B12, además integra un sistema de frenado auxiliar ABS, retardador Volvo Compacto y suspensión neumática autonivelable con control electrónico.

Concedores de la creciente participación del transporte transfronterizo, informaron que a comienzos del año 2002 estará listo para el mercado nacional la versión DOT del Volvo 7550.

Por su parte Don Rafael Herrera Fernández, Presidente de IAMSA le pidió a Jan Engström que en las siguientes compras, se incluyan las pólizas de servicio, ya que ante la falta de apoyo tecnológico propio de nuestras carreteras, lo hace necesario.



La unidad No. 999 le fue entregada a la directiva de Enlaces Terrestres Nacionales.



Altos Directivos de Volvo Bus, Grupo Toluca, IAMSA y Flecha Amarilla son testigos de la entrega de la unidad mexicana No. 1,000 Volvo 7550.



Sr. Daniel Rodríguez Cid recibe la placa que lo distingue con la unidad para Flecha Amarilla.



El reconocimiento para el Sr. Oscar Alcántara y la Sra. Georgina Alcántara, que los acompaña con la unidad para E.T.N.



En las instalaciones de Volvo Buses de México en Tultitlán durante la entrega de la unidad 999 y mil a Grupo Flecha Amarilla.

Aeromexpress cargo y Multipack, solución logística en transportación aérea y terrestre

Norma Hernández Trejo

El traslado de carga vía aérea, dentro del concepto intermodal que exige la globalización de hoy, está obligando a las empresas que prestan estos servicios, perfeccionar sus sistemas de operación fortaleciendo su infraestructura.

Este es el caso de Aeromexpress cargo, empresa mexicana que en breve tiempo se ha colocado entre los primeros sitios, por su renovada misión interna que se traduce en la prestación de servicios más eficientes para los interesados en la exportación e importación de materias primas o producto terminado.

El vertiginoso repunte de Aeromexpress cargo se debe a la acertada dirección que lleva el Ing. Jaime White Ibáñez, quien gracias a su cúmulo de conocimientos en movimiento de carga, adquiridos por cerca de 30 años de trabajo, le ha permitido dar a sus clientes la certidumbre de hacer tratos comerciales con una empresa en la que se puede confiar plenamente.

El Ing. White ingresó a Aeromexpress cargo hace un año como Director de Operaciones, y a partir del primer día del mes de junio del presente año, asumió la Dirección General, nombramiento que obedeció a su destreza en aspectos como la logística y administración general.

Ingeniero Mecánico, egresado de la Universidad de las Américas, se ha desempeñado como alto directivo en Xerox Mexicana, posteriormente ingresa a Ryder Logistic System en E.U. donde desarrolló importantes programas de logística y movimiento de carga a través de autotransporte y ferrocarril, asimismo y después de cuatro años, ingresa a importante grupo marítimo, y es en el año 2000 cuando se cierra el círculo al



Ing. Jaime White Ibáñez, Director General de Aeromexpress cargo.

tener la oportunidad de demostrar sus habilidades en el segmento aéreo, por lo que este director multimodal está siendo pieza clave en el repunte que tiene Aeromexpress cargo, quien aseguró que el movimiento de bienes ha sido su pasión y esta nueva responsabilidad representa un gran reto y gusto por su actividad.

Desde 1990, año en que se constituye Aeromexpress cargo, han logrado el impulso del desarrollo regional y ser parte importante de la cadena de valor de las grandes compañías mexicanas con miras a la exportación, quienes confían en que sus productos serán entregados al destino, en tiempo estimado, óptimas condiciones y con la garantía de ser artículos mexicanos bien recibidos en el extranjero.

Perecederos, como pescados, flores, larvas de camarón, materias primas, textiles, artículos automotrices y electrónicos, son sólo unos ejemplos de los nichos de mercado que está atendiendo Aeromexpress cargo, ya que traslada más de 150 mil toneladas anualmente a través de 200 aviones, lo que representa alrededor de 120 mil guías mensuales, lo que habla de una

sólida infraestructura con velocidad y seguridad, como carta de presentación en una atención constante las 24 horas de los 365 días del año.

Muestra de la eficiencia de Aeromexpress cargo es la operación que tienen con una compañía en Mérida que exporta pescado fresco a Miami, ya que el producto obtenido en la noche es embarcado a escasas horas, para estar listo en esa región a las 7 de la mañana.

Aportar valores agregados como consecuencia de una estructura fortalecida, les permitió obtener a finales del año 2000 la certificación de calidad ISO-9002 en la operación de los almacenes internacionales y están en proceso de certificar la terminal nacional ubicada en sus oficinas en el interior del aeropuerto de la Ciudad de México.

El nuevo concepto va sostenido por la aplicación de inversiones superiores a los 50 millones de pesos, que han sido inyectados particularmente en tecnología, renovación de equipo terrestre, implementación del código de barras y optimización del sistema de control de carga, a fin de mejorar de manera sustentable la atención a clientes.

El Ing. White aseguró que en un futuro cercano "vamos a ser parte de una solución logística, de la cadena de distribución de nuestros clientes y aportaremos valor y soluciones al movimiento de sus bienes".

Aeromexpress cargo tiene cobertura internacional al contar con 4 estaciones importantes, así como la completa cobertura en los países que conforman Centro y Sudamérica, además tienen una agencia en Medio Oriente, 18 estaciones en la Unión Americana, donde Los Angeles, Miami, Chicago y Nueva York, son las que registran mayor cantidad de carga, otras más en Europa y servicio a la red de aeropuertos de la República Mexicana, de las cuales Mérida, Guadalajara, Tijuana, Cancún y Ciudad de México son las más destacadas, donde se realizan 600 operaciones diarias en todo el país, con disponibilidad de las flotas de Aerolitoral y Aerocaribe, las líneas regionales del grupo, por lo que buscan impulsar La Paz, Baja California como próximo destino.

No obstante, a raíz de los atentados en la Unión Americana, las medidas de seguridad son más severas y las regulaciones han



Un director multimodal preparado para los retos del futuro.

aumentado, por lo que se pide mayor control en la carga, al exigir las identificaciones de embarcadores, documentación en orden y liberada, para lo cual Aeromexpress cargo ya estaba preparada.

Parte de la fortaleza de Aeromexpress cargo son los convenios comerciales con importantes empresas, impulsados directamente por el Ing. White, para llegar a nuevos mercados, con la coordinación entre la transportación aérea y terrestre, tal es el caso de Multipack con el cual crearon un nuevo producto, el MultiExpress con servicio puerta a puerta en mensajería y paquetería, el cual ya era demandado en nuestro país.

Acciones como éstas, permitirá a Aeromexpress cargo entrar a nuevos nichos de mercado con estrategias fundamentadas en el beneficio de sus clientes que contemplan la proyección internacional.

A través de una renovada organización, garantizan el traslado seguro y rápido de carga con el respaldo que puede brindar una empresa de orden mundial certificada en ISO-9002.



Entrevista con el director general de Aeromexpress cargo, Ing. Jaime White, quien explicó las razones para integrar la logística a sus servicios.

Scania derriba fronteras con el Proyecto Caracol

Norma Hernández Trejo

La pareja brasileña conformada por Tanja Joy Schöner y Junior Manoel Barbosa, viajan por todo el continente americano en un tractocamión Scania P94 CB 6x4 NZ 260, bajo el auspicio de la UNESCO.

El pasado mes de enero, el matrimonio brasileño conformado por Tanja Joy Schöner y Junior Manoel Barbosa, decidieron cambiar sus vidas y tomar a cuestas su nueva casa: el tractocamión Scania P94 CB 6x4 NZ 260 totalmente equipado para cruzar la gran variedad de climas y condiciones del continente americano.

Partiendo de Brasil y Alaska como destino, en un viaje con retorno, por 17 países americanos, la pareja se aventuró y creó el denominado Proyecto Caracol con el patrocinio de un conjunto de empresas y el auspicio de la UNESCO, llevando una campaña denominada Paz en Movimiento en un recorrido de 80 mil kilómetros, con un costo estimado de alrededor de 30 mil dólares.

Durante los preparativos, la pareja recibió de inmediato el apoyo de Scania, por lo que no fue necesario buscar otras armadoras, fue entonces que Scania se dio a la tarea de realizar las adaptaciones necesarias para que viajaran lo más cómodamente posible, por lo que en su paso por la Ciudad de México, Junior citó en conferencia de prensa que "es un vehículo de mucha calidad, no nos quedamos ningún día parados por un problema técnico y eso es increíble, la calidad y facilidad que Scania tiene para la manutención".

Mientras tanto, Tanja manifestó que el realizar los recorridos preferentemente por las carreteras libres, es también una forma de percibir la gran variedad de culturas que conforman nuestro continente, y aseguró que la unidad "Scania les da mucha autonomía, así que podemos salir de las carreteras principales, estar en contacto con las personas más sencillas, pequeños pueblos y esto fue muy gratificante porque hemos aprendido mucho".

Junior sostuvo que "el soporte que tuvimos de Scania fue fundamental porque en las grandes ciudades de Latinoamérica, siempre nos quedamos en sus puestos de servicio o sus centrales como fueron Buenos Aires, Santiago, Lima, etc." y reconoció que la unidad "está debidamente equipada adecuada para el proyecto, "al ser un vehículo de doble tracción, con ABS, muy estable y económico que proporciona una estabilidad increíble, muy suave, en tanto que a pesar de que la cabina tiene mucha área destinada a los parabrisas, no se filtra el frío y se conserva la temperatura interna. Es muy interesante no quedarnos ningún día parados por la gestión de problemas técnicos, con cerca de 10 meses y 70 mil



Christopher Podgorski, Presidente de Scania México, citó que el apoyo al Proyecto Caracol correspondió al concepto sin fronteras de Scania.



Tanja y Junior en compañía del Embajador de Brasil en México, el Presidente de Canacar y directivos de Scania México.

kilómetros en carreteras por siete países incluyendo Brasil".

En dicha conferencia, estuvo presente el Embajador de Brasil en México Luiz Filipe de Macedo Soares, el Presidente de Scania México, Christopher Podgorski y el Sr. Manuel Gómez, Presidente de Canacar, quienes escucharon a detalle los motivos y anécdotas del viaje.

Scania trabaja arduamente para aumentar su participación en México, como ya lo es en el resto del mundo, siendo un líder con presencia en más de 100 naciones, mil puntos de venta, mil 500 talleres de servicio y disponibilidad inmediata de refacciones, por lo que han anunciado que para el año 2002 van a implementar el sistema 24 horas de asistencia en carretera.

Motor a Diesel

CATERPILLAR®

Integra programas por la cultura del servicio integral

Primer fabricante de motores en ofrecer garantías extendidas para camión.

Caterpillar el líder mundial indiscutible en tecnología de motores, reafirma su sitio, al darle especial atención a la disponibilidad de refacciones, con el único propósito de dar siempre servicios integrales, este objetivo principal de Caterpillar los hace distinguirse de los demás fabricantes de motores, porque además es el único que asume el reto de entregar en 48 horas. Solucionar de la manera más rápida y eficiente los problemas de las unidades descompuestas en carretera, les obligó a incorporar el programa 48 horas de disponibilidad de refacciones, resultado de un análisis previo con el cual lograron conocer las piezas más requeridas y al tener la información fidedigna les dio la confianza para aplicar fuertes inversiones en inventario, tanto para el almacén de Monterrey como los distribuidores participantes.

El Ing. Timothy J. Whelan, Gerente de Soporte al Producto Motores de Camión División Latinoamérica de Caterpillar, al contar con las ventajas que dan 20 años de experiencia en el área de refacciones, aseveró que "la mejor manera de evitar problemas con el surtido de refacciones, es tenerlo ahí, donde el cliente lo pide, de inmediato".

Por ello, Caterpillar exigirá a sus distribuidores contar con mecánicos certificados en reparaciones de motores, por lo que hacen campaña permanente para que reciban instrucción y sean actualizados cada año, renovando su certificado.

La meta de 48 horas es una labor difícil de lograr considerando que las piezas se importan, sin embargo Caterpillar asume el reto y las trae a México en tan sólo 24 horas, para que el resto del tiempo sea empleado para entregar al solicitante.

Ron L. Zimmerman, Director de Ventas para Fabricantes de Equipo Original en México y Latinoamérica expresó también que "necesitamos ir lo más cerca posible al cliente, por eso ponemos el servicio a los fabricantes

de camiones y su red de concesionarios, lo que significa un trabajo muy fuerte para nosotros. La tecnología se está moviendo tan rápido, que la capacidad de trabajar con ella necesita más conocimiento, más experiencia y más expertos, que sólo se obtienen con el contacto día a día con nuestros motores, por ende buscamos un cambio de actitud hacia la reparación en México".

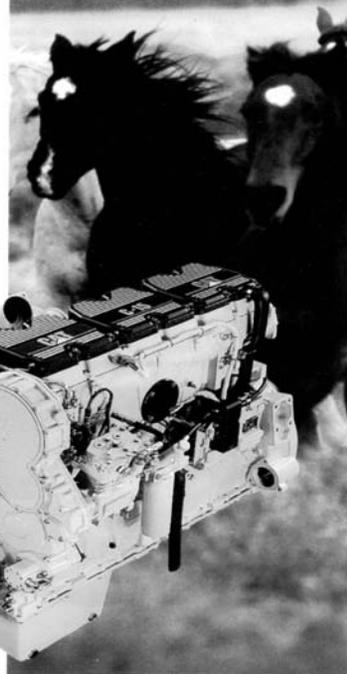
Anticipó que en los próximos meses, pondrán en marcha el programa de garantía extendida para motores de camiones Caterpillar, siendo la primera y única en hacerlo.



El equipo de trabajo de Caterpillar, más cerca del cliente.



Fuertes inversiones en inventarios, la base para cumplir con el programa de 48 horas de disponibilidad de refacciones.



En su travesía por el continente americano, el proyecto caracol es patrocinado por Scania.

Publirreportaje sobre la participación de Caterpillar en Expo Transporte, autorizado por Caterpillar de Estados Unidos.



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz México: mayor proveedor de tecnología en logística de autotransporte

Norma Hernández Trejo

Reunida la comunidad transportista en su magno evento: la Expo Transporte 2001, Mercedes-Benz México dio a conocer en este mismo contexto, porque se ha convertido en el mayor proveedor del autotransporte, ya que al ampliar su gama de productos y consolidar sus servicios, les da la categoría de proveedores de tecnología en logística del autotransporte.

En una reunión especial para clientes, Mercedes-Benz México dejó nuevamente demostrado su atención hacia el transportista mexicano. Con la presentación de la nueva Van Sprinter en versión vanette y chasis cabina, diseñada especialmente para el transporte de reparto clase 3, como el lanzamiento de las bellas unidades Andare, Multigo y Torino para los diversos segmentos en pasaje, ha convertido a Mercedes-Benz México en la armadora que mayores alternativas ofrece, al cubrir más número de segmentos del transporte y al transformar su red de distribución, fortaleciendo sus operaciones en nuestro país.

Inmersos en una economía contraída y en constante diversidad de productos, ha hecho más fuerte a Mercedes-Benz, y con el respaldo que le da pertenecer a un gran consorcio con presencia mundial, lo hace casi invulnerable a los embates propios del mundo globalizado. Esta condición les da la facultad para crear productos acorde a las necesidades de cada segmento, resultado de un liderazgo en tecnología, apoyado por las grandes inversiones destinadas a esta área.

Asimismo, Mercedes-Benz México está trabajando para atender todas las necesidades surgidas a lo largo de la oferta de los vehículos, que van desde la cadena creada a lo largo de la vida útil de las unidades, su configuración, venta, mantenimiento, reventa y planes de financiamiento, los cuales se distinguen como valores agregados. "Tenemos como empresa la firme convicción de que en el futuro, planta y distribuidor serán prestadores de servicios en diferentes entornos... Reiteramos nuestro compromiso de largo plazo en el mercado nacional, en una posición de prestadores de servicio en tecnología de Logística de Transporte, poniendo a su disposición todo el respaldo de nuestro consorcio en materia de investigación y desarrollo para nuestra familia de productos, componentes y sistemas", aseguró el Presidente de Mercedes-Benz México, Ing. José Vieira Lima.



Ing. José Vieira Lima y Lic. Jacqueline Schoch, dirigen la magna conferencia donde se dieron a conocer las nuevas unidades.



Presentan en la 5a. Expo Transporte la Van Sprinter, versión vanette y chasis cabina para el transporte de reparto y en el segmento pasaje el Andare, Multigo y Torino.



20

FREIGHTLINER®

Obedeciendo a lo anterior, lanzan al mercado la nueva unidad Van Sprinter con tren motriz, carrocería, chasis y motor Diesel Mercedes-Benz, que ha sido probada en diversas latitudes del mundo y se ha convertido en el vehículo ideal de uso diario. Disponible en dos modelos: 316 para un peso bruto vehicular de 3.8 toneladas y 416 para 4.6 toneladas.

Por su parte, Alfredo Valencia, Director de Ventas Pasaje dio a conocer los lanzamientos para este segmento, y con el cual Mercedes-Benz se consolida como la empresa más importante de América, al atender desde el segmento urbano hasta el foráneo a través de una gama superior a 50 modelos de autobuses, que se adecúan a las necesidades propias de los transportistas en cada región de la República Mexicana.

El autobús de gran turismo Multigo, concentra perfección y elegancia, gracias a su resistencia y durabilidad en carrocería, adecuada para los grandes tramos, esta unidad integra grandes innovaciones tecnológicas con sistemas avanzados en electromecánica y cibernética, para tener un control virtual de las funciones internas y externas del autobús.

En tanto, el autobús Andare es el más rentable para el transporte intermunicipal, por estar montado sobre el nuevo chasis O-500, que le da capacidad para sostener 17 toneladas y 280 HP. El Torino es un autobús que se ha distinguido por su versatilidad en el transporte urbano, por ello Mercedes-Benz ha diseñado el nuevo Torino para el servicio suburbano intermunicipal con una sola puerta, a fin de cumplir con los requerimientos de las rutas estatales, municipales y rurales que traerá a los transportistas ventajas económicas al tener bajo consumo de combustible y con capacidad para el trabajo rudo, mínimo de 14 horas diarias, los 30 días del mes.

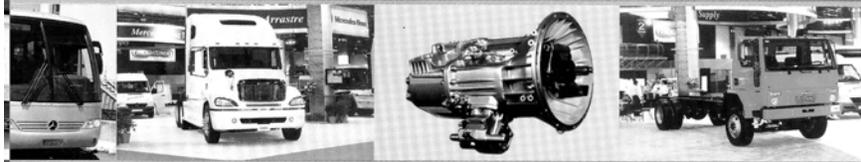
Los Centros de Colisión, el nuevo programa de Mantenimiento Precontratado, el Rueda Seguro y la nueva estrategia para la red de distribución, son otras de las medidas empleadas por Mercedes-Benz para mejorar sus servicios.



Antes los invitados especiales a la Expo Transporte, el Ing. Vieira explica las novedades de Mercedes-Benz.



Transportistas de los diferentes estados de la república asistieron a la presentación.



21

Las armadoras siempre anuncian lanzamientos para mantenerse vigentes en el mercado.



SCANIA

Produce el primer tractocamión mexicano tipo chato



José Ingemar Capulle explicó a los transportistas las bondades de adquirir una unidad chata.



Antonio José Barros Neto, Director Corporativo de Economía y Finanzas de Scania.

Primera armadora en nuestro país en preparar la comercialización de una unidad de este tipo, para atender el creciente mercado de doble remolque o fulles.



El tractocamión R124 GA 6x4 NA 400 garantiza 8 m³ más de volumen de carga.



Christopher Podgorski, Presidente y Director General de Scania de México.

Director General de Scania de México, manifestó que con este lanzamiento se adquiere un reto difícil para cambiar las costumbres y agregó: "la gente que maneja sus costos ya se dio cuenta que el chato es la mejor solución del transporte. En tres años se cambió la proporción en otras partes de Sudamérica, y en México el chato trae ventajas adicionales para transportar una única unidad más carga, entonces para las personas que manejan sus costos con precisión es una buena solución del transporte", por lo que informó estar proyectando abarcar un 5



por ciento de participación al final del próximo año, acción que estará apoyada con la presentación de nuevas unidades, a fin de ofrecer más opciones para el transportista y obtener una significativa participación en el mercado nacional.

La configuración de la nueva unidad R cabina chata, que gracias a su diseño puede ganar espacio y peso de 1.5 mts. de largo y un área de 8 m³ optimizados para utilizar en la carga, incluye 3 sistemas de suspensión de aire haciéndola muy estable sobre todo en el movimiento de grandes toneladas y 4 puntos de apoyo en suspensión de aire, con lo cual el chasis asimila la trepidación sin pasar a la cabina, además de aislar el ruido y temperatura generados en el interior del motor, en sí esta cabina es la más ancha del mercado y proporciona el mayor espacio de desempeño como de una visibilidad inmediata en todas las direcciones.

Las unidades chatas tienen múltiples

ventajas, además de mostrar una resistencia al aire, generando menor gasto en combustible como una mayor seguridad.

La importancia de este acontecimiento, fue propicio para realizar la firma del convenio de cooperación en materia de financiamiento entre la armadora de origen sueco, Nacional Financiera y Bital, en la adquisición de unidades nuevas para los diversos segmentos del transporte, incluido carga y autobuses de pasajeros,



Firman además importante contrato de colaboración financiera con Nafin y Bital, para fomentar la adquisición de unidades nuevas.



tanto a empresas medianas, grandes y hombre camión.

Para tal efecto acudió el Lic. José Luis Borrego Estrada, Director Regional Centro-Occidente de Nafin y Lic. Javier Bañuelos Rosales, Director Divisional Centro-Occidente de Bital, quienes en presencia de Sr. Antonio José de Barros Neto, Gerente Corporativo Economía y Finanzas de Scania de México, se concretó este acuerdo con el cual se podrán proporcionar recursos monetarios, a mediano y largo plazo con tiempo máximo de hasta 7 años.

Bital y Nafin estarán cubriendo el 85 por ciento del costo de la unidad y el restante 15 por ciento, lo proporcionaría el transportista.

La celebración incluyó la aplicación de ofertas especiales y promociones para aquellos clientes que se decidieron por la adquisición de unidades.

Con pasos firmes y agigantados, Scania continúa su posicionamiento en el mercado nacional, ya que en la actualidad ha colocado mil 400 tractocamiones y mil 200 autobuses, además de cumplir sus metas en 18 meses, al completar una red de 11 sucursales enlazadas por el sistema automaster.

En la planta de remanufactura de Scania en San Luis Potosí realizaron la presentación oficial de su primera unidad cabina avanzada y firman convenio con Nafin y Bital para programas de financiamiento.

Alianza operativa y comercial Multipack-FedEx

una nueva cultura organizacional

Norma Hernández Trejo

Las fusiones entre las grandes empresas, son una constante para enfrentar los retos que implican los mercados globalizados, sin embargo de manera alterna, las alianzas son formas que permiten hacerlo en el aspecto operativo y comercial, sin ser necesario incluirlo en el financiero o económico.

El caso de la reciente alianza entre Multipack, empresa con 62 años de operaciones, 100 por ciento mexicana y con la más grande red terrestre y digital de telecomunicaciones en México, realizó un convenio con el portento mundial de mensajería y compleja red aérea, Federal Express cuya flota es de 640 aviones y 45 mil 800 puntos de recepción en 211 países, que les permitirá brindar mejores servicios al menor tiempo posible, al compartir en igual nivel de circunstancias sus plataformas operativas y transferencia de información.

Integrar las más recientes tecnologías en esta materia y la cercanía con las necesidades de los clientes, son los dos factores que han permitido a Multipack registrar porcentajes de crecimiento muy superiores a los indicados por la industria de mensajería y paquetería, además su visión futurista hacia las soluciones logísticas, les estará redituando en un par de años más, hasta el 5 por ciento adicional en participación de mercado.

En la actualidad, Multipack ostenta el 25 por ciento de la industria en términos de volumen, siendo la compañía que más movimientos de envíos realiza en territorio mexicano.

El convenio estipula que ambas empresas conservaran su identidad de marca, al respecto el Director Comercial de Multipack, Lic. Carlos Hosoya Villarreal externó: "tenemos que generar una cultura de alianza, donde FedEx y Multipack respeten sus principios operativos y organizacionales, pero al mismo tiempo quedemos instituidos y conformados como un solo ente capaz de competirle a cualquiera de los actores en esta industria; que hablemos el mismo idioma en términos operativos y busquemos la misma excelencia en servicio al cliente. Con esta alianza estamos generando una nueva cultura organizacional".

Mirar con claridad hacia el multimodalismo, ha llevado a Multipack y Aeromexpress cargo a un convenio de colaboración, y con estas dos alianzas, se tiene capacidad para entregar hasta en 900 destinos; adicionalmente se cerró también la alianza con Spain Tear el operador multimodal más importante de España y Europa, además de contar con licencia para cortar guías aéreas, asimismo Multipack está buscando aliados en el segmento ferroviario por lo que "la operación logística y los centros



Lic. Carlos Hosoya Villarreal, Director Comercial de Multipack, protagonista en la integración de ambas compañías.



"La operación logística y los centros multimodales son el futuro de esta industria", Lic. Carlos Hosoya Villarreal, Director Comercial de Multipack.



Unidades para un mejor servicio.



Instalaciones de Multipack en la colonia Guerrero.

multimodales son el futuro de esta industria", indicó el Lic. Hosoya.

Para reforzar la sinergia de la alianza Multipack y FedEx, el director comercial implementará un programa que permita la comunicación organizacional, revisando los valores y principios de ambas compañías para posteriormente entrar en etapa de entrenamiento cruzado, donde los dos personales conozcan la forma de desempeño, y así concluir con la creación de fuerzas comerciales o de venta, capaces de llevar los dos productos, tanto de servicio doméstico e internacional.

La alianza con FedEx no solamente es brindar los servicios express, sino que pretende incluir la logística, servicios aduanales y otros productos, e incursionar en Centroamérica.

El Lic. Hosoya aseguró que no se han perdido fuentes de trabajo a consecuencia de este convenio, como podría pensarse, por el contrario, se está integrando personal para reforzar el área comercial.

Para las compañías especializadas en mensajería y paquetería, la puntualidad y seguridad son elementos inherentes en el proceso constante de optimizar

operaciones, Multipack no solamente se preocupa por entregar en tiempo, sino en forma, de tal manera que los paquetes sufran el menor maltrato.

Hace 4 años Multipack creó el departamento de logística a fin de hacer los ajustes internos necesarios para mejorar los procesos, sin embargo concentrar sus esfuerzos en la consolidación de operadores logísticos, les permite que esta área se dedique a orientar y asesorar a sus clientes para tener un mejor desempeño, optimizando costos, incluso más allá de los servicios de transportación.

"El concepto de logística fue un detonador fundamental para Multipack, ya que nos significó hasta el 50 por ciento de crecimiento anual, hasta el año 2000, cuando la industria iba creciendo a un ritmo del 20 por ciento. Ahora la industria estará creciendo al 8 por ciento, en Multipack estamos en acumulados de entre 12 y 15 por ciento", señaló el director comercial, además de asegurar que los costos que paga el usuario son mucho más bajos que las empresas de procedencia extranjera que brindan la entrega doméstica en una proporción de 1 a 3.

El resguardo de los envíos para Multipack son de suma importancia, por ello han equipado todas sus unidades de carga con equipos GPS, con el cual desde una central propia y al momento de accionar un botón de pánico, se envía una señal de desactivación para el vehículo que presenta la anomalía desde cualquier parte del país, en escasos 5 minutos la inmoviliza, por ende la seguridad es un elemento totalmente controlado.

Con respecto a las tendencias futuras, el Lic. Hosoya aseguró: "Los que estamos en esta industria vamos a ser integradores u operadores logísticos, ya que es una realidad en Europa y las grandes sociedades asiáticas, por lo que ya comienza en la Unión Americana, donde Multipack va a seguir ese camino, al convertirse en un integrador u organizador logístico de todas las necesidades multimodales o conceptuales de un cliente, para ello Multipack tendrá que aprender muy rápido a consolidar o conciliar el crecimiento con tecnología y su gente. Voy descubriendo con el tiempo, que lo más difícil es el grado educativo de la gente y el reto de las grandes empresas es generar conciencias".



Entrevista con el director comercial de Multiplack, Lic. Carlos Hosoya.

MICHELIN

Nueva Generación de Llantas Michelin, invenciones para seguridad y rendimiento extremo

Seis décadas han transcurrido desde la invención de la llanta radial y se creía, hasta hace poco, que todo estaba hecho, sin embargo, Michelin sorprendió al mundo entero con una innovación sin precedentes, a través del desarrollo de la llanta X-One de concepto single, que con el lanzamiento de la nueva generación de neumáticos, la llantera francesa líder en unidades pesadas con una participación del 30 por ciento en México, tiene como propósito ir por todo el mercado nacional, así lo afirmó Ricardo Rocha, Gerente de Mercadotecnia Camión/MXA.

Después de obtener el pasado mes de septiembre la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Michelin ha incluido la X-One en 25 flotillas de todas las regiones de México, (20 de carga y 5 de pasajeros, incluida Estrella Blanca), el cual tiene como objetivo demostrar los beneficios y soluciones de esta llanta, preferida en Europa.

La X-One garantiza un considerable ahorro de combustible, ya que sólo utilizar una llanta Michelin le ofrece el 10 por ciento, pero con esta llanta ancha se puede obtener un 5 por ciento adicional; además el peso muerto en una unidad full disminuye hasta media tonelada, aumentando sustancialmente el rendimiento por kilómetro y en general, mejora la administración de neumáticos para los transportistas.

La nueva generación de llantas Michelin, se complementó con los lanzamientos de las familias XZA3 y XDA3, en medidas de 11R24.5, 11R22.5 y bajo perfil, con garantía de 7 años o un millón de kilómetros, además de la llanta 30575R24.5 con dibujos XZE2 y XDAHT para todas posiciones y de tracción, con casco de capacidad en rango J, única en el mercado, por su robustez y resistencia ante la mayor capacidad de carga, con posibilidad de varios renovados.

La gama XZY3 y XDY3, fuera de carretera o en condiciones agresivas, se ha incluido un casco reforzado, con diferente compuesto de hule que la hacen resistente a todas las agresiones del camino, se vieron complementadas con el software Michelin Tire Systems MTS.

Otra de las innovaciones que se darán a conocer al comienzo del año 2004 es el chip o sensor e-Tire, mismo que se encuentra en pilotaje.

"Para Michelin el mayor compromiso está en la movilidad eficiente de personas y mercancías, además de reducir los costos de nuestros usuarios para hacerlos más competitivos", agregó Ricardo Rocha.

En materia de renovados, Michelin tiene una planta en Querétaro y otra en Córdoba, Veracruz, por lo que estarán abriendo la primera en el Distrito Federal hasta llegar a 20, en los próximos 4 años.

"Vamos por todo el mercado": Ricardo Rocha, Gerente de Mercadotecnia Camión/MXA.



Ricardo Rocha, Gerente de Mercadotecnia Camión/MXA.





Volvo Bus de México presenta en Expo Transporte el autobús Volvo 9300

Tras cinco años de integrarse al mercado nacional, Volvo Buses de México se posiciona como el líder en el segmento de foráneos o servicios de lujo, por ser un proveedor de soluciones integrales.

Respondiendo a estas exigencias, en la pasada Expo Transporte se anunció el lanzamiento de su nueva unidad Volvo 9300, de carrocería funcional, tren motriz acorde a su nivel, chasis más ligero (Volvo B9R), mayor robustez y motor Volvo D9 que da acceso a un sistema electrónico más funcional, sobre todo para obtener información de diagnóstico.

"Ofrecemos siempre nuevos diseños y tecnología, además de traer el acero inoxidable, esta es parte de nuestra filosofía. Somos muy fuertes, con una participación de más de 2 cuartas partes del mercado para turistas", dijo Christen Boman, Presidente de Volvo Buses de México.

Con una historia que data desde 1928, "consideramos a México como uno de los mercados más grandes y propios, por eso tenemos aquí una base de manufactura, lo elegimos para ser nuestro mercado casa, donde hemos invertido mucho y queremos defenderlo", agregó el alto ejecutivo.

La prueba es que en las autopistas y carreteras nacionales se han engalanado con estas unidades, verdaderas maravillas de la ingeniería motriz, donde tanto propietarios, operadores y viajeros se sienten confiados de llegar a cualquiera de sus destinos, por la confianza de contar con una firma de prestigio mundial como es Volvo, al comprobarse su respaldo tecnológico y de refacciones.

Confiabilidad y eficiencia son aspectos difíciles de conjuntar, pero en Volvo Buses de México se han hecho las inversiones necesarias para lograrlo, tan solo cuando se establecieron, aplicaron un monto inicial de 25 millones de dólares, pero con el paso del tiempo, han desarrollado aún más los procesos de producción, destacándose recientemente la aplicación especial de recubrimientos.

La capacitación es también un aspecto prioritario, ya que todo empleado recibe 10 días de cursos por año, mientras que en los casos de primer ingreso se duplica este tiempo, política aplicada a todos los niveles de mando.

En materia de transporte público de pasajeros, Volvo Buses de México promueve el Sistema Bus Rapid Transport (BRT) que ha funcionado en otras latitudes y que se aplica en León, Guanajuato, a través del Sistema Integral de Transporte (SIT), con una experiencia positiva de dos décadas, porque Volvo no sólo se dedica a mover personas de un sitio para otro con seguridad y confort, sino que además participan en la planeación de los sistemas de transporte, sobre todo con sus unidades articuladas para solucionar problemas viales.

"México es nuestro mercado casa": Christen Boman, Presidente de Volvo Bus de México.



"Ofrecemos siempre nuevos diseños y tecnología" Christen Boman, Presidente de Volvo Buses de México.



Hugo Gallo, Christen Boman, Tore Backstrom, Yaseen Vilchis y Claes Ceder.



VOLVO
El proveedor de soluciones integrales en autobuses es precursor de un programa de transporte público más eficiente con unidades articuladas.

Se fomenta la compra de publicidad al publicar notas del agrado del cliente.

Plan para aumentar la calidad del contenido editorial de las revistas ***Motor a Diesel y Global Transportación***

Por Norma Hernández Trejo

Febrero, 2001

En todo proceso de elaboración de una revista, es básica la coordinación de sus elementos, sin embargo es de vital importancia que las especializadas, enfoquen sus intereses en tres de sus departamentos clave: ventas, información y diseño, porque de ellos dependerá el cumplir con los objetivos de informar y ser vínculo comercial entre lectores y anunciantes.

Es imprescindible manejar un contenido de calidad, a fin de cautivar más anunciantes y aumentar la publicidad que es nuestro sustento y permanencia en el mercado.

Es necesario unificar criterios para el desempeño diario de todas y cada una de las personas que intervienen en este proceso, no hacerlo, dificulta la entrega a tiempo y calidad del producto final.

La coordinación editorial será quien determinará la estructura y personalidad de la publicación, al establecer los temas que se desarrollarán en los diversos géneros periodísticos existentes para cada edición y sean del interés de los lectores de **Motor a Diesel** y **Global Transportación**.

Los programas editoriales para **Motor a Diesel** deberán incluir siempre las secciones *Ayer, Hoy y Mañana*, como *Laboratorios Diesel, Mundo Diesel* y *Sección en Inglés*, por lo que se propone agregar una sección de nuevos productos o noticias comerciales, además de un reportaje central que deberá tratar un tema de actualidad para el sector, incluidas entrevistas con los protagonistas e incorporar datos comparativos a través de gráficas o tablas de estadística, que será asignado en las páginas centrales.

Para **Global Transportación** también se propone un reportaje central y agregar una sección de logística que se anexará a las ya existentes: *aérea, marítima, ferroviaria, terrestre, enfoque global* y *glosario logístico*.

Cada programa editorial de **Motor a Diesel** deberá agregar sin excepción, tópicos relacionados con tractocamiones y autobuses de todas las clases, como partes internas y externas que los conforman, que van desde neumáticos, material y equipo eléctrico; transmisiones, suspensiones, direcciones, frenos, asientos, aire acondicionado, carrocerías, sistemas de escape, aceites, grasas, acumuladores, refrigerantes y anticongelantes; amortiguadores, aditivos, líquidos para frenos,

balatas, cinturones de seguridad, loderas, monitores, equipos de sonido, tableros, sistemas satelitales, abrazaderas, alternadores, antenas, árboles de levas, baterías o acumuladores; encortinados, cofres, mangueras, muelles, pistones y un sinfín de partes que componen las unidades para el autotransporte.

Para tal efecto, presento con tres meses de anticipación el programa editorial para **Motor a Diesel** correspondiente a los meses de mayo, junio y julio del 2001, mientras que **Global Transportación** es para mayo y junio para darlo a conocer a los anunciantes.

Con objeto de ampliar los horizontes de nuestras publicaciones, es necesario el contactar a corresponsales en las dos ciudades más importantes después del Distrito Federal como es el caso de Guadalajara y Monterrey, o en su defecto a cualquiera de las ciudades fronterizas.

A continuación incluyo los primeros tres programas editoriales correspondientes a las ediciones 58, 59 y 60 correspondientes a los meses de mayo, junio y julio del año 2001.

Inicia el proceso: La búsqueda de información.

La búsqueda de información es el inicio de la aventura editorial, para proceder con profesionalismo es necesario seguir las siguientes recomendaciones:

1. Antes de concertar una entrevista, se deberá proveer de los datos necesarios sobre la empresa o asociación a la cual pertenece el entrevistado, a fin de ampliar las posibilidades de éxito, ya que es también un posible anunciante. Se recurrirá a folletos, información vía internet o artículos publicados con anterioridad.
2. Se formulará un cuestionario previo.
3. Es fundamental usar grabadora y anotar datos o cifras importantes. En caso de surgir dudas preguntarle siempre a nuestro interlocutor, no aclararlo, nos hace susceptibles a errores que podrían derivar en cierre de puertas; no olvidar que son directivos con facultad para autorizar presupuestos de publicidad.
4. Incluir a las notas informativas, fecha, la publicación a la cual se destinará, sin abreviaturas, para que el personal de diseño no dude y se provoquen equívocos, nombre del archivo y fuente informativa, para aclaraciones posteriores.

5. A fin de evitar la pérdida de tiempo, deberán entregarse todas las notas a la coordinación editorial, por ningún motivo a otra persona.
6. En las notas se incluirá: cabeza, balazo (s), crédito, pies de foto, gráficas y fotografías enumeradas por orden de importancia.
7. El contenido es el resultado final de una revisión completa en redacción, sintaxis y ortografía.
8. En caso de no cumplir con los elementos antes mencionados, no se podrá recibir ningún material.

Con la presencia de una coordinación editorial, se filtrará el material innecesario y carente de valor informativo. El objetivo es ir aumentando el prestigio de cada una de nuestras publicaciones.

La propuesta es que tanto información como diseño, se enfoquen a realizar exclusivamente sus tareas, el primero podrá dar asesoría en los elementos visuales a incluir, ya que él realizó la entrevista o reportaje.

El diseñador no deberá corregir las notas sin consultar primero con la coordinadora editorial.

El área física de información deberá estar distanciada de diseño, ya que ambas actividades se desempeñan de manera diametralmente opuesta, en el primer caso, es necesario el silencio por reproducirse constantemente cintas auditivas y leer comunicados de prensa, por lo que es necesaria un área cerrada y sin ruidos.

Coordinación editorial: éxito en contenido e imagen

La coordinación editorial estará al tanto de todo lo relacionado a contenido e imagen de **Motor a Diesel** y **Global Transportación**, por lo que llevará a cabo los programas editoriales y calendario de eventos próximos a cubrir.

En una reunión con diseño se establecerán el uso de cuadrícula para los pliegos de cada edición. De acuerdo con lo anterior, se procederá a designar las páginas confirmadas a publicidad y espacios para información. En la actualidad las revistas no muestran prioridades informativas y es necesario para su realce tener congruencia en el peso periodístico y no encasillarlas de manera indiscriminada como se hace hasta ahora.

Apegados al programa editorial se designará a la persona que cubra el evento, entrevista, reportaje o publlirreportaje.

El colaborador designado a determinada tarea, será el responsable de la información y fotografías. No es correcto culpar a la persona que termina la nota, ya que al no asistir al evento, no tiene conocimiento de lo sucedido y se pierden elementos que podrían ser importantes para los lectores, además de alargar considerablemente el tiempo de entrega.

Se integrará un directorio de organismos, cámaras, asociaciones, instituciones y secretarías para ambas publicaciones, con datos completos y actualizados, desde el nombre del presidente, periodo de gestión, dirección, teléfono, fax, correo electrónico y página web para fortalecer nuestra relación con ellos. También se buscará una mayor relación con las cámaras de comercio exterior y ferias, principalmente de Francia, Alemania y China.

Imágenes sin afectar el contenido

Los cambios implican siempre una reacción y como tal, las medidas propuestas no serían efectivas sin la disponibilidad del personal de diseño.

El primero de los aspectos será habituarse a consultar en todo lo literario a la coordinación editorial, desde avances de portada, contenido y ortografía de anuncios, porque aparecen con errores que se pueden evitar a través de su consulta.

A continuación enlsto las siguientes recomendaciones:

1. Ser más cuidadosos en la colocación de elementos visuales espectaculares que lo único que provocan es dificultar la lectura.
2. A pesar de ser publicaciones especializadas, *Motor a Diesel* y *Global Transportación* son en esencia diferentes, en la primera no se requiere la formalidad que exige la segunda, sin embargo es necesario incluir fotografías de contexto, como lo hacen los folletos de las armadoras que no caen en la monotonía de mostrar sólo camiones y por el contrario, agregan otros elementos a favor de una gran calidad visual en sus hojas.
3. Evitar confusiones a los lectores al omitir números de página y colocar correctamente los créditos.

4. Al momento de recibir el material de la coordinación editorial, es importante leer las indicaciones de cada nota para evitar integrar archivos que no corresponden, asimismo mostrar mayor atención para no mutilar los archivos, eliminar palabras o párrafos.
5. Una vez formada la revista antes de enviar a negativos se requiere una reunión con la dirección general, gerente de ventas y coordinación editorial para avalar los contenidos.

Los elementos antes citados tienen como objetivo específico cumplir satisfactoriamente con tiempos de entrega, eliminar gastos innecesarios y contribuir a que **Motor a Diesel y Global Transportación** sea una revista próspera y oportuna.

Programa Editorial
MOTOR A DIESEL

Edición 58, Mayo 2001.

Revista a distribuirse en el 40th American Trucking Show y Expo Proveedores.

Ayer: Historia de la armadora sueca Volvo.

Hoy: La industria carrocera del nuevo milenio. Resultado de la segunda Expo Carrocera.

Mañana: La reforma fiscal propuesta por el nuevo gobierno ¿afectará o beneficiará al sector transportista? Artículo de opinión con entrevistas a las principales asociaciones de transportistas.

Reportaje central:

* Tendencias de la industria llantera, ¿de qué forma le afecta la competencia desleal con productoras asiáticas? Entrevistas a las principales asociaciones que representan a este sector, como antecedente la Cámara Nacional de la Industria Hulera solicitará cuotas compensatorias. ¿Cuántos salarios se dejan de generar por este fenómeno? Entrevista a Continental, Tornel, Bridgestone/Firestone, Goodyear, Michelin, Andellac, etc.

* Investigar en qué consisten los planes de arrendamiento en un año de incertidumbre económica, si existen reales posibilidades de accesibles a las pequeñas empresas transportistas. Entrevistas con las principales compañías que ofrecen estos servicios Volvo Comercial Credits, Debis Comercial, Associates, Arrendadora City Bank, Bancomer, Banamex, Banorte y Asociación de Arrendadoras.

* Situación actual del mercado refaccionario. Entrevistas a refaccionarios y conocer sus condiciones de trabajo, tanto para piezas nacionales o de importación. ¿Es un negocio redituable?

* Conocer la situación del mercado de exportación, ¿en qué forma afectará la producción nacional de unidades del autotransporte? Entrevistas con ejecutivos de International, Mercedes-Benz y Volvo, con el apoyo de los balaces mensuales de AMDA, ANPACT, ANIERM, AMIA, etc.

* Los centros de distribución y servicio, se convierten en los nuevos negocios de armadoras. Entrevistas a directivos de Volvo, Mercedes-Benz e International.

- * Introducción de nuevos motores con mayor capacidad de carga y ahorro de combustible. ¿Cuáles son las empresas que los producen?. Cummins, Volvo, Detroit Diesel y Caterpillar.
- * Dar seguimiento a las condiciones del gobierno estadounidense para evaluar a las 184 empresas transportistas que podrán ingresar a Estados Unidos. Entrevistas a directores de Transportes EASO, TUM, TNL, Transportes Culiacán, Transportes Julián de Obregón, Transportes Perla de Occidente y Cuauhtémoc.
- * Estado actual del parque vehicular que brinda los servicios del transporte público en Guadalajara. Entrevistar al titular del responsable.
- * CANAPAT propone implementar un impuesto federal al precio del diesel como medida recaudatoria. ¿Qué opinión tienen los transportistas no afiliados a esta cámara?

Programa Editorial
GLOBAL TRANSPORTACIÓN

Edición 3, Mayo 2001.

Sección Aérea: Tras la confirmación del aeropuerto alternativo a la Ciudad de México en Texcoco, investigar ¿cuál fue el proceso a seguir, desde las condiciones de la licitación y capital a invertir?.

Sección Marítima: Llega a México la más grande empresa naviera. Realizar entrevista al director comercial de Maersk Sealand.

Sección Ferroviaria: Reportaje a la terminal de Pantaco.

Sección Terrestre: Mecanismos para la modernización de parques vehiculares a empresas nacionales.

Sección Logística: Balance del Simposio de Logística organizado por Coca-Cola.

Reportaje central:

- * Trámites aduanales para ingresar mercancías en las principales terminales ferroviarias.

- * Resultados del Tercer Congreso Internacional de Logística.

- * Artículo de opinión sobre la revisión de estatutos jurídicos que pretenden acelerar la inversión y desarrollo portuario.

- * Sistemas de almacenaje, pagar este servicio ¿cómo afecta el precio final de las mercancías?. Recomiendan un costo de entre dos a cinco por ciento, sin embargo ¿es realmente una opción dentro de la cadena de suministros?