



## NOTICIAS, NEGOCIOS, ESTRATEGIAS E INNOVACIONES

# 80% de las empresas del sector comercio, sin una PC



*La inexistencia de una cultura digital generalizada y a la falta de flujo para sufragar el costo de equipo, aplicaciones y capacitación.*

Por Luis Enrique Flores

Si bien la división digital se está reduciendo en los países desarrollados, la misma se está ampliando en algunos países en desarrollo a pesar de que más personas que no recibían servicios se están conectando a Internet. Esto se debe a que si bien las poblaciones que recibían menos servicios, como los pobres o las mujeres, se están conectando más, aún lo están haciendo en forma más lenta que quienes tradicionalmente se conectan mejor, como los más ricos y los hombres.

En un estudio liderado por la Secretaría de Economía, y encargado a la consultora Select, para identificar el nivel de adopción tecnológica en los sectores más dinámicos de la economía nacional, los factores que la pueden elevar y las maneras de aprovecharla para mejorar los negocios; se descubrió que solo 20 por ciento de las empresas del sector comercio y del de otros servicios técnicos tienen PC y que su inversión tecnológica anual es de 3 mil pesos.

En el estudio los sectores seleccionados fueron comercio, transportes, servicios técnicos y restaurantes y hoteles; Fabiola explica que al tratar de identificar una aplicación, software o algún desarrollo a la medida que necesitaran estos negocios, se encontraron con una gran gama de habilidades o giros; es por ello que se decidió seleccionar a 6 ramas representativas: farmacias, refaccionarias, ferreterías, talleres mecánicos y transportes de carga.

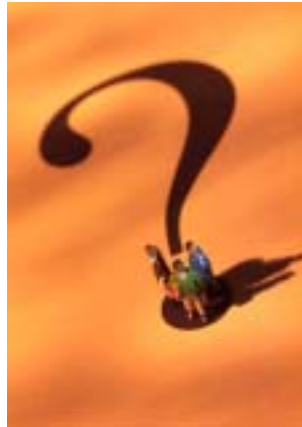
La penetración tecnológica es casi nula en las pequeñas y medianas empresas

*Continúa>*

(PyME), por lo que su integración a las cadenas de valor se dificulta, debido a la inexistencia de una cultura digital generalizada y a la falta de flujo para sufragar el costo del equipo, aplicaciones y capacitación, además de que la demanda de TI está concentrada en muy pocos sectores. Es aquí en donde se hace patente la necesidad de que proveedores e instancias gubernamentales unan su experiencia para facilitar la educación y asesoría necesarias.

Es claro que el fortalecimiento de las cadenas productivas representa un área de oportunidad para elevar la competitividad de la economía en su conjunto y para fortalecer al mercado interno. Al ser la cadena productiva el eje de las relaciones económicas entre empresas y consumidores (oferta y demanda), es importante que diseñen soluciones integrales apropiadas para la integración digital de las cadenas. Ahora bien, aunque solo el 20 por ciento de las empresas pertenecientes a los sectores de comercio y servicios técnicos, tienen computadoras personales y una inversión tecnológica anual promedio de 3 mil pesos.

Al tratar de averiguar los motivos que provocan la baja adopción tecnológica y cual es el problema de negocios más importante en estos sectores, comentó Fabiola Cruz, consultora de Select; se pudo detectar que en las ramas que tienen que ver con el comercio, como pueden ser farmacias, refaccionarías o ferreterías, los problemas más críticos son las compras y el manejo de inventarios; mientras que en la parte de servicios es el coordinar los recursos humanos y materiales. Esto es muy importante de destacar porque es un proceso de negocios, en el que los empresarios invierten mucho tiempo y gente al igual que sus proveedores.



Otro hallazgo: a pesar de que hay usuarios en este tipo de empresas que tienen una PC, lo cierto es que no emplean adecuadamente las aplicaciones. Esto «nos hace concluir que dentro de cada sector hay áreas de oportunidad sobre todo para los consultores de TI. Ellos deben acercarse más a estos negocios y entender sus necesidades muy específicas, así como auxiliar al empresario en el uso eficiente de la tecnología, ya que se detectaron casos en donde se tenía un sistema que en lugar de ayudar estaba duplicando el trabajo, pues en el día se hacía todo con un proceso manual y por la noche se descargaba a la PC, o bien; gente que tenía un sistema tanto para contabilidad como para inventarios pero solo empleaba el primero» agregó Fabiola.

Gracias a los análisis, se pudo detectar que quienes no tienen PC tampoco tienen idea de la manera en que les puede ayudar; mientras que los que ya poseen un equipo, lo subutilizan o les está creando doble proceso.

Desde la perspectiva de Select, para incrementar la penetración tecnológica es necesario adecuar la oferta, que esta incluya un diagnóstico del negocio y por otra parte, concientizar a los usuarios de que la forma en que están llevando a cabo sus procesos, no es la más eficiente y capacitarlos «no nos referimos a la capacitación técnica tradicional, sino a capacitar a los empresarios en cómo llevar la administración de su negocio, mejorar los tiempos de respuesta al cliente y promover sus ventas» aduce Fabiola.

La industria debe considerar que los grandes compradores de tecnología ya tienen una buena parte de sus necesidades cubiertas, el reto ahora es llegar a las microempresas, a ese 90 por ciento del empresariado mexicano, lo cual sin duda no es sencillo, pero puede resolverse si se les brinda una oferta adecuada.

## T1msn cumple cuatro años en línea

T1msn, el portal líder de Internet en México, a cuatro años de haber iniciado operaciones en nuestro país, actualmente cuenta con más de 16 millones de usuarios únicos, logrando fuerte incremento en comparación con el año anterior.

El portal que fue lanzado en marzo de 2000 en Miami, Florida, por las empresas Microsoft y Telmex, actualmente cuenta con más de 9 millones de cuentas activas en México, en su servicio de correo electrónico Hotmail y el servicio de mensajería instantánea tiene 7 millones de usuarios, logrando que el portal continúe siendo el líder en nuestro país.

De acuerdo con Ibope Net Ratings publicada en el mes de febrero, T1msn tiene el 90% de alcance, esto quiere decir que 9 de cada diez personas que entran a Internet en México usan el portal T1msn.

T1msn continúa ofreciendo a todos los cibernautas las mejores herramientas de toda la red como son: MSN Hotmail, MSN Messenger, Calendar, Comunidades y MSN Buscador, un poderoso buscador, además de los mejores contenidos como

información premier, noticias del acontecer nacional e internacional, encuestas, tips y recomendaciones entre otras.

El portal cuenta con 15 canales que ofrecen a los usuarios información sobre servicios de viaje, empleos, compras en línea, entretenimiento, cultura, deportes a través de ESPN, juegos en línea, subastas, e información sobre tecnología y canales especiales para la mujer, niños y salud.

Asimismo, el portal cuenta con un boletín interactivo de noticias personalizado *T1msn Direct*, donde el usuario, al suscribirse, recibe quincenalmente en su correo electrónico información específica de acuerdo a sus necesidades y preferencias además de que cuenta con lo más revolucionario en tecnología que ha aparecido en los últimos dos años para la evolución del e-mail marketing.

Además, T1msn cuenta con servicios de suscripción que garantizan la seguridad de los usuarios y le ofrecen un sinnúmero de beneficios y herramientas como: *T1msn Almacenamiento Extra*, *MSN 8 una suite de servicios*.

Asimismo, T1msn 8 incluye la versión en línea de Encarta, así como funciones como protector anti-virus y controles para los padres que permiten proteger a la familia de los contenidos inapropiados por Internet. T1msn es una excelente opción para nuestros socios de negocio, ya que les permitirá una total interacción con su público objetivo a través de sus canales y servicios.

# Condicionado el crecimiento de la industria TI

Si bien los recientes acontecimientos políticos por los «videoahumados» en donde dejan descubierto las redes de corrupción entre empresarios y funcionarios de gobierno por obtener ilícitamente contratos y licitaciones, podrían inhibir en las expectativas de crecimiento de la industria TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones).

De acuerdo a consultoras se tiene la expectativa de que este 2004 exista un crecimiento en la inversión de tecnologías de información principalmente por parte del gobierno, derivadas del Proyecto e-México que de acuerdo al mismo empezará una nueva fase que esta proyectada a instalar equipo de computo en escuelas, universidades y centros comunitarios en las principales ciudades del país. Aunque estas evidencias permitirán realizar un proceso más transparente en las licitaciones, es probable que lo lleguen a alentar, bajando las expectativas de crecimiento previstas para este año.

Durante 2004 habrá una fuerte inversión de capital nuevo en Tecnologías de Información, aproximadamente de 23 por ciento de acuerdo a IDC (IDC Latin America Hardware Spendig Trends, Febrero 2004). Asimismo, el gasto de TI en América Latina durante 2004 que se distribuirá durante este año, indica que tendrá el siguiente perfil: gasto operacional, 48 por ciento; inversiones de capital existente, 29 por ciento; inversiones de capital nuevo, 23 por ciento.

No obstante, de acuerdo a la consultora Select, para el año 2004 se tiene la expectativa de una industria TIC con mayores oportunidades, ante una economía que crecerá más que en el año previo y ante una industria que ya inicio un camino de adecuación de su oferta a una nueva demanda que espera maximizar el aprovechamiento de la tecnología al menor costo. Se espera que el año 2003 haya sido de una transición hacia un 2004 donde sea factible consolidar oportunidades de negocio.

Select opina que las oportunidades en mercados maduros se lograrán vía la expansión geográfica y en los otros mercados vía la adopción tecnológica de ofrecimientos tales como redes inalámbricas, servicios administrados, servicios de impresión, convergencia entretenimiento y tecnología digital, popularización de aplicaciones de software hacia la mediana empresa, entre otros.

Según la consultora el panorama de la industria de TI ofrece una expectativa de crecimiento de 4.6 por ciento, aunque la expectativa pesimista la ubica en un crecimiento de 2.5 por ciento, para el 2004. De los cuales el rubro que presentará un mayor crecimiento será el área de servicios seguido de telecomunicaciones, software y consumibles.

La creciente interconexión de sistemas en todas las cadenas de valor generara una creciente demanda de soluciones de seguridad informática y servicios de outsourcing de redes y sistemas.

Los servicios de telecomunicaciones de voz, tendrán un repunte en la reactivación del intercambio comercial con el extranjero, se deberá mejorar los ingresos de larga distancia. En celulares los intensos esfuerzos de mercadotecnia y precio seguirán favoreciendo la adopción y propiciando mayor uso en todos los estratos sociales y perfiles de usuarios.

Aunque Select menciona que la expansión del mercado de computadoras personales podría encontrarse en los niveles socioeconómicos bajos y localidades del interior del país, y jugadores con precios agresivos y extensa red comercial (como Elektra), podrían acelerar esta adopción, así como el gobierno también podría impulsar el crecimiento del mercado. Aunque de continuar la lenta recuperación económica, el segmento de consumidores seguirá contraído, afectando al mercado en su conjunto.

Un ejemplo de la inversión que esta realizando el gobierno está la iniciativa «Alianza por la Educación», firmada entre la SEP y Microsoft en noviembre pasado, cuyo objetivo es poner al alcance de las escuelas públicas a nivel nacional programas de cómputo que permitan a profesores y alumnos elevar su desempeño.

Este acuerdo es el primero firmado a nivel nacional bajo el marco de Alianza por la Educación y durante los siguientes tres años se buscará la cobertura del 100% de las escuelas de nivel básico y el 100% de los maestros y alumnos de estas escuelas en la capacitación de habilidades educativas basadas en las herramientas de software.

Sin querer reflejar un nuevo panorama oscuro del mercado, hay que recalcar que las cifras negativas del 2003 que tuvieron un decrecimiento de más de -1.7 por ciento, son el resultado de diversos factores pero destaca principalmente las licitaciones gubernamentales con montos menores a las observadas durante 2002 y por otro lado cambios en la estrategia comercial y de precios en la mayoría de los mercados.

En PCs el crecimiento de caja blanca presiono los precios a la baja, en servidores la competencia se torna en una intensa guerra de precios, en software el esfuerzo por llegar a la empresa mediana genera muchos nuevos clientes pero de menor precio promedio, en servicios de telecom nuevos paquetes con menores tarifas, y mayor cautela en el manejo de créditos e inventarios por parte de mayoristas, entre otros. Esperemos que el 2004 no sea nuevamente un espejo de los años anteriores.



# Oleadas de virus y falsa percepción de seguridad

De nuevo nos encontramos con otra oleada, de proporciones similares o quizá superiores a la anterior. En el momento en el que se escribió éste artículo, se han detectado hasta seis variantes de Netsky y siete de Bagle. Sin duda, van a aparecer más variantes en las próximas fechas, ya que los creadores de estos códigos están volviendo a compilar y comprimir de distintas maneras los virus para confundir tanto al usuario, como a los antivirus.

En muy poco tiempo, los creadores de virus están consiguiendo que las empresas antivirus lancen alertas que, en rarísimas ocasiones, se han sucedido tan rápidamente unas a otras. Debido a este nivel constante de alerta, el umbral de percepción de los usuarios respecto a los peligros víricos cambia radicalmente. Así, los usuarios y administradores pueden «acostumbrarse» a un nivel de riesgo alto, hasta el punto de que una nueva alerta no les llame la atención por haberse convertido en una situación habitual.

En cuanto aparece un código malicioso peligroso y las alarmas saltan, los usuarios y administradores de red se aprestan a actualizar sistemas y a estar vigilantes ante los peligros. Sin embargo, ese nivel de atención no puede mantenerse durante mucho tiempo, y paulatinamente tiende a bajar. Esa es la característica que están empezando a utilizar los creadores de virus, para lanzar nuevas creaciones cuando la palabra «alerta» suene demasiado conocida. Es lo que de pequeños aprendimos todos con el cuento de «Pedro y el lobo», en el que de tanto decir «que viene el lobo» los habitantes del pueblo

dejaron de hacer caso al pastorcillo. Y cuando el lobo se presentó de verdad, pocas ovejas sobrevivieron.

Si deja de prestarse atención a los avisos sobre infecciones y se entiende como normal las situaciones de alerta, es muy posible que los sistemas puedan verse afectados por virus que surjan en los próximos días.

En este clima de inseguridad cibernética también podríamos contar con algún tipo de ataque contra servidores en Internet. Si ya los hackers hicieron un «ensayo» con la página web de Santa Cruz Operation con el virus Mydoom, podemos pensar en ataques a gran escala contra otro tipo de servidores que puedan tambalear, de una manera mucho más directa, determinados estamentos económicos.

Si un ataque global y a gran escala tuviera como objetivo, pongamos por caso, los sistemas del Banco Central Europeo o la Reserva Federal

Estadounidense, la economía mundial podría verse afectada peligrosamente. Ciertamente, no cabe duda, de que al ser un ataque contra elementos virtuales la recuperación de esa crisis sería tan breve (o tan larga) como la recuperación de esos sistemas.

No debemos dejar que sucesivas alertas hagan bajar nuestro nivel de atención, ya que es precisamente lo que un virus va a buscar: tener a un administrador distraído para poder atacar a los sistemas.

Por el contrario, deben estar más pendientes que nunca de cualquier noticia que surja, y en consecuencia, adoptar las medidas de seguridad más apropiadas en cada momento. De esta manera, los sistemas estarán protegidos independientemente por muchas variantes que lleguen a sumar Netsky, Bagle o el código malicioso que protagonice en este momento la última alerta.



**Fernando de la Cuadra**  
**Editor Técnico Internacional**  
 fdelacuadra@pandasoftware.com

# Las últimas tendencias en tecnología **Java** en **Sun Tech Days**



Sun Microsystems presentó las últimas tendencias, herramientas y tecnologías de desarrollo de aplicaciones en Sun Tech Days, el evento más importante a nivel mundial para desarrolladores de la plataforma tecnológica Java en la Ciudad de México.

Sun Tech Days es considerada como la primera conferencia global para desarrolladores que provee información y soluciones tecnológicas, las cuales son aportadas por expertos en este negocio. Sun Tech Days se ha llevado a cabo desde 2003 en diversos países como son: Estados Unidos, Brasil, República Checa, Japón, Reino Unido y China. Singapur, India y Corea del Sur serán, después de México, otros de los países que realizarán este importante evento de alcance mundial.

La realización del Sun Tech Days ha sido posible también con el apoyo de las compañías patrocinadoras: AMD, Apple, BEA, Borland, Oracle, SAP y Vignette.

En esta ocasión, el Dr. James Gosling, Vicepresidente y Socio de Sun Microsystems, quien es conocido como «Padre de Java» y el arquitecto clave detrás del desarrollo de la plataforma y el lenguaje de programación Java, compartirá su visión y las futuras tendencias en la industria de software, resaltando la estrategia de Sun, los avances y mejores prácticas para competir en el mercado de software. Para el Dr. Gosling, las herramientas de desarrollo de software son su principal interés como investigador en los laboratorios de Sun Microsystems, donde ha contribuido a la Especificación en Tiempo-Real para Java.

Sun Microsystems ha mantenido una visión firme en una industria que es sinónimo de cambio.

Esta visión está en la esencia de toda tecnología, sistema, software y servicio que Sun brinda, además de que la empresa invierte para el mañana. El compromiso de Sun Microsystems con networking computing nunca cambia.

El Dr. Gosling indica en su conferencia que: «Sun Microsystems trabaja para brindar una conectividad impecable para cualquiera, en cualquier lado, en cualquier tiempo, en virtualmente todo, a través de interfases abiertas de programación, de estándares de la industria y tecnología Java de plataformas independientes».

Java es una plataforma tecnológica que permite la conectividad en red de manera más eficiente. Esta tecnología fue creada por Sun Microsystems en 1995, y permite que dispositivos de todo tipo puedan correr en cualquier programa, ofreciendo al usuario los juegos, herramientas e información que más desea. Java está en todos lados. Se encuentra en 150 millones de teléfonos celulares, en PDAs y pagers, en los video juegos, sitios de Internet, en tecnología del automovilismo, en misiones espaciales, en laboratorios, en museos, en hospitales y en el desktop. Está preinstalada en las computadoras personales y hasta se encuentra ahora en el planeta Marte, gracias a su utilización durante la reciente expedición a este planeta, realizada por la Nasa.

## **HYPERION SE CONVIERTE EN PIONERA AL OFRECER LA PRIMERA SOLUCIÓN COMPLETA DE BUSINESS INTELLIGENCE PARA LINUX**

Hyperion, desarrolladora en software de Business Performance Management, se convierte en la primera empresa que ofrece una solución completa de Business Intelligence para Red Hat Enterprise Linux utilizando su nueva plataforma.

Por primera vez, los usuarios pueden tomar ventaja de una plataforma completa de business intelligence que incluye un soporte total para Linux, con un sistema operativo con bajo coste total de propiedad que les proporciona una de las soluciones más económicas de business intelligence del mercado, estamos seguros que con esta solución integrada de Hyperion, los usuarios conjuntos se beneficiarán de la calidad y valor de esta solución integrada.

La arquitectura abierta, flexibilidad y fiabilidad de Linux son considerados elementos clave de la arquitectura empresarial de los usuarios. Con este lanzamiento, Hyperion amplía las opciones de uso de Red Hat Enterprise Linux proporcionando una amplia variedad de opciones de alto valor y bajo coste para cubrir las necesidades de business intelligence y business performance management.

***Algunos testimonios sobre la gran aceptación que ha tenido esta herramienta de Hyperion:***

Patrick Leplat, Responsable de Información de RCI Finance – la filial financiera de Renault Nissan Suisse S.A. en Suiza, afirma que «estamos muy satisfechos con el valor que ofrece el software de Hyperion sobre Linux. Nos estamos cambiando a la plataforma Linux porque es la plataforma más rentable para implantar de forma amplia. Los ahorros en costes asociados son importantes para nuestra empresa y la tasa superior precio/rendimiento de Hyperion SQR sobre Linux nos proporciona un valor medible».

Gary Schneider, Director de Desarrollo de Negocio Linux, IBM Information Management, afirma que «nos sentimos satisfechos de que Hyperion esté adaptando sus soluciones de business intelligence a Linux. El mercado del business intelligence sobre Linux crece rápidamente, y la disponibilidad de la plataforma de Hyperion, Hyperion BI Platform, sobre Linux ofrece a nuestros usuarios otra opción para reducir de forma dramática el coste total de propiedad. Combinada con la potencia del software DB2 de IBM sobre Linux, esperamos obtener una penetración de las soluciones de business intelligence aún mayor con Linux y en toda la empresa».

Para más información, [www.hyperion.com](http://www.hyperion.com), [www.hyperion.com/contactus](http://www.hyperion.com/contactus)

# ZTE, la nao de telecomunicaciones

Por Luis Enrique Flores

Aunque desde hace tres años se encuentra operando un nuevo jugador del ramo de proveedores de telecomunicaciones, será hasta dentro de dos años, que empiece a figurar la empresa china ZTE dentro de la industria. Mientras tanto, considerada como la empresa más grande de telecomunicaciones de China acerca sus productos y soluciones para que los jóvenes prospectos del ramo, conozcan e interactúan con la calidad de los productos de ZTE.

Mientras que el mercado actual de las telecomunicaciones está todavía curándose de sus heridas y cauteloso al hablar de crecimiento y expansión, ZTE ha mantenido un crecimiento que sólo en un mercado boyante sería impresionante, pero en la situación actual del mercado es casi increíble.

ZTE Corporation especializado en ofrecer soluciones de red hechas a la medida para los operadores en todo el mundo. La empresa desarrolla y fabrica equipos para redes fijas, móviles, de datos y de fibra óptica, redes inteligentes, redes de nueva generación, así como teléfonos móviles.

Es por ello que hace un par de días anunciaron una alianza con la Universidad La Salle y la empresa ZTE Corporation México. El objetivo de la alianza en promover y llevar a cabo proyectos educativos, que permitirá a los estudiantes de las carreras de Ingeniería Electrónica y Cibernética prepararse de mejor manera para realizar practicas, pruebas y desarrollos basados en equipos de tecnología SDH. Tecnología que se sustenta en el uso de transmisión a través de fibra óptica.

Entre otro de los beneficios de la alianza, se encuentra que ZTE contará con una sala de demostración con equipo funcionando para demostraciones

en línea y tiempo real para ofrecer a futuros clientes de la empresa de telecomunicaciones. Con ello, la universidad obtendrá un equipo de punta que pasará a ser de su propiedad por medio de este convenio.

Asimismo La Salle, obtendrá capacitación tecnológica, incluyendo los temas de fibra óptica en sus practicas de laboratorio, para los alumnos. Posteriormente los clientes de ZTE se verán beneficiados, ya que podrán obtener cursos de capacitación a través de la Universidad La Salle.

ZTE fue fundada en 1985 en la ciudad de Shenzhen, China. En menos de un año creó su primer centro de desarrollo e investigación en Nanking, desarrollando principalmente sistemas de conmutación y sistemas de red de acceso. Tan sólo los tres años recientes de negocios de ZTE, pueden interpretarse como impresionantes en niveles en los que en la mayoría del mercado de telecomunicaciones se registrarían como fantasía pura.

En un mercado mundial acosado por la caída de pedidos, sobre oferta de competidores y pánico frecuente, ZTE ha mostrado año con año una tasa de crecimiento compuesto del 35 por ciento. Con lo cual ha incrementado sus ventas casi 50 por ciento tan sólo en el 2003, con un aumento en ventas comprometidas de 49.96 por ciento a 3,004 millones de dólares en ese mismo año.

Para ZTE, en un paso que ha sido lento quizá por la observancia del desenvolvimiento del mercado de telecomunicaciones en nuestro país como en la región Latinoamericana, ha depositado su confianza a una inversión de largo plazo, ya que no es fácil que un nuevo jugador como lo es ZTE brinde frutos o tenga una presencia destacada dentro de la industria.

Si bien es cierto, que ha ido en aumento la presencia de nuevos

operadores de telecomunicaciones, muchos de estos nuevos operadores ya cuentan con una nueva infraestructura propia, al grado que al entrar un nuevo proveedor, se encuentren en una etapa de evaluación de los productos. Pese a no contar con resultados destacables, el plan de negocios de la empresa esta fincada a largo plazo, estimando que para 2005 y 2006 puedan arrojar los primeros frutos de anhelada espera.

El mercado de equipos de telecomunicaciones probablemente continuará creciendo en los siguientes años, conducido por el crecimiento económico robusto, la fuerte demanda de servicios de voz y datos, así como una tasa de tele densidad relativamente baja. ZTE cree que su éxito actual se ha basado en su fuerte y sustancial programa de investigación y desarrollo, en su excelente ingeniería de bajo costo y en sus habilidades de producción, en la atención a los sistemas de calidad y en escuchar a sus clientes.

Aunque la calidad de los productos de origen asiático, específicamente de China, han tenido una connotación de ser de una calidad menor. ZTE fue el primer fabricante chino miembro de la 3GPP2 (3rd Generation Partnership 2) y ha sido miembro de un sector de la International Telecommunications Union (ITU por sus siglas en ingles). Asimismo cuenta con más de 700 patentes registradas y cuenta con el registro ISO9001 e ISO 9001 (2000)

El portafolio de productos y soluciones de ZTE esta basado en seis segmentos que son: Comunicación Móvil (GSM, CDMA, 3G y celulares), Comunicación de datos (ATM, IP y Softwitch), Transporte óptico (DWDM y SDH/SONET) Conmutación & Productos de Acceso, Redes Inteligentes y Sistemas de Teleconferencia. Para mayor información: [www.zte.com.cn](http://www.zte.com.cn)

# La Industria detallista, un sector que crece junto con la tecnología

En años recientes las empresas del sector detallista en México, han operado dentro de una economía que si bien a diferencia de otras épocas ha mostrado una afortunada estabilidad, también ha enfrentado una economía en desaceleración. Grupos extranjeros se han incorporado al escenario del sector detallista de México, expandiendo sus operaciones y usando tanto el conocimiento local de la industria, como transfiriendo sus mejores prácticas identificadas y capturadas en los países que operan.

La contribución de este sector a la producción total del país es de gran importancia por su magnitud y por el empleo que genera. Tan sólo en el período de 1994-2002 se observó que el producto interno bruto como porcentaje del PIB total del país que presentó un máximo de 15.6 por ciento en 1996 y un mínimo de 13.9 por ciento en 1998 y 1999. Es decir la participación del sector detallista representa entre el 14 y 15.6 por ciento del PIB. Estos nos demuestra lo importante que es el sector para tener indicadores sanos de la economía.

Lo anterior aunado con el uso de la tecnología, se demuestra que a través del «Estudio Anual de la Industria Detallista», realizado por Marc Monsonogo, Managing Director de Neoris, «es una herramienta que permitirá tanto a los encargados de la venta de menudeo como a sus proveedores, comprender las nuevas reglas del comercio detallista y como la misma tecnología de la información esta cambiando la forma que los negocios operan hoy en día.»

En este mismo tenor, la Encuesta 2003 a Gerentes de Sistemas del Sector Minorista (2003 Retail CIO Survey), cuyos resultados fueron publicados por IBM Business Consulting Services, la inversión en tecnologías de la información durante 2002 aumenta al 2.1 por ciento (del 1.8 por ciento) del total de ventas del sector minorista. Además, la encuesta resalta varias áreas de inversión que incluyen tercerización, remodelación de puntos de venta y mejora de los informes y análisis ejecutivos, que constituyen las nuevas prioridades de los Gerentes de Sistemas del sector minorista.

Para Marc Monsonogo nos ha mencionado que «la tecnología de la información es un aspecto central en la estrategia de las compañías detallistas y una fuente de ventaja competitiva muy importante, pero la clave es poder medir el retorno de la inversión (ROI). Ya no se puede implementar cualquier tipo de proyecto (a diferencia de la era de «Internet»); todo proyecto debe prometer un impacto en los resultados del negocio para ser considerado y este estudio da una clara visión de cómo lograr esto y como el mercado detallista mexicano está en constante evolución.»

Es claro que las empresas del sector de ventas al menudeo no han dejado de invertir en tecnología de información. Por ejemplo, en los Estados Unidos se espera que el gasto promedio en tecnología de información para el 2003 sea la misma que en el 2002, un 2 por ciento de las ventas de la empresa, esto de acuerdo a AMR

Research (Mary Hayes (2003) *Retailers look for clear results 2003*, Information Week, 13 de enero de 2003).

Entre las soluciones de tecnologías de información que han llegado y han sido bien recibidas por el sector comercio se encuentra el CRM

(*Customer Relationship Management*), EDI (*Electronic Data Interchange*) el Código de Barras y el Internet, que hacen la verdadera diferencia en las decisiones de compra ya que los consumidores no reciben la calidad que esperan en el servicio o en los productos que adquieren, ya que simplemente acuden a otro negocio que económicamente esté a su alcance y pueda proporcionárselo.

Con estas herramientas el sector puede predecir la demanda, surtir los anaqueles en el momento preciso, reaccionar de manera rápida a las exigencias del mercado, hacer pronósticos y tomar decisiones con mayor precisión cada día. Con ello, las tecnologías de información se han convertido en ferviente aliado de los comerciantes ya que optimizan la relación entre la producción y la demanda de los bienes para que los productos lleguen a la tienda conforme el cliente lo vaya demandando.

Por ello, a lo largo del estudio desarrollado por Marc Monsonogo, se puede observar que el comportamiento de los consumidores se esta transformando a través de factores como el aumento en la expectativa de la calidad de los productos y servicios, el cuidado de la salud, la búsqueda de entretenimiento al comprar, la influencia de culturas extranjeras, la disminución en la disponibilidad del tiempo de las personas y el surgimiento de más opciones de compra. Estos son los elementos que cambian las decisiones de compra de los consumidores y por lo tanto obligan a las cadenas detallistas a cambiar sus prioridades y estrategias.

Con el apoyo de soluciones de tecnología de información y con la colaboración entre los participantes de la cadena de valor, es posible crear una «cadena de valor virtual» en paralelo a la cadena de valor de la industria, en donde cada segmento se recupera información y esta información se hace disponible a los participantes de la cadena para tomar decisiones que optimicen el proceso.

Todavía se espera la llegada de nuevas soluciones que permitirán eficientizar y flexibilizar a las empresas del sector detallistas. Con este nuevo entorno, las cadenas deberán preocuparse por desarrollar proyectos innovadores que les permitan sobresalir en el mercado. Hoy como nunca, los activos intangibles que tienen que ver con el conocimiento, la retención y la contratación de talento y las mejores prácticas contratadas con tecnología permitirán lograr esta innovación. Para mayor información: [www.neoris.com](http://www.neoris.com)





### **Promueven la legalidad**

La Business Software Alliance (BSA), con el respaldo de la Procuraduría General de la República (PGR), el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la Asociación Nacional de Distribuidores de Tecnología Informática y Comunicaciones (ANADIC) y la Asociación Mexicana de Integradores de Soluciones y Servicios Informáticos (AMISSI), dio a conocer la nueva campaña en contra de la piratería de software «Integrando un México Legal». La campaña, que está vigente desde el 1 de febrero, considera novedosos mecanismos de fiscalización que permitirán a la BSA identificar la instalación y venta ilegal de programas de cómputo, especialmente en las máquinas integradas o armadas que entran al mercado. Cientos de establecimientos comerciales y puntos de venta de tecnología e informática serán sometidos a este tipo de mecanismos, cuya finalidad es incentivar a los integradores de equipos de cómputo a comercializar correctamente los programas de cómputo que instalan en dichos equipos y así motivar el desarrollo de la industria de Tecnologías de Información en México. El principal riesgo en el que los consumidores se ven involucrados al adquirir computadoras con software pirata, es que generalmente no cuentan con los elementos y la documentación clave y nunca incluyen la protección de garantía ni las opciones de actualización. Asimismo, estos discos falsificados pueden estar infectados con virus que dañan a los equipos de cómputo. Toda vez que el uso de programas de cómputo ilegales está también sancionado por nuestras leyes, los consumidores pueden verse involucrados en procesos penales y/o administrativos que le pueden resultar en multas e inclusive cárcel. [www.bsa.org](http://www.bsa.org)

### **Microstrategy va por más**

En 2003, MicroStrategy México logró un crecimiento del 20%, cifra muy similar a la obtenida por el corporativo que reportó 19% de crecimiento para el mismo periodo. Este 20% de la subsidiaria está integrado por 60% que corresponde a clientes nuevos y 40% al incremento en el uso de la tecnología de BI en base instalada.

A lo largo del año que concluyó, se dio especial énfasis a la consolidación de la presencia de MicroStrategy en el mercado nacional, a través de acciones puntuales como: el nombramiento de un Gerente Zona Norte, con sede en Monterrey; el acercamiento de la tecnología de BI de MicroStrategy a un mayor número de empresas a través de la iniciativa «pa' que te compres la mejor tecnología»; el fortalecimiento del área de consultoría y soporte técnico y, por último, la celebración de los primeros tres años de presencia directa en el país.

*Siguiente cuadro>*

## **TEXA Computadoras** **llevó con éxito su primera** **exposición ExpoTexa** **2004**

*Durante el evento se destacó la importancia de la participación de empresas líderes en el mercado de tecnología, como: Intel, LG, Epson, Sola Basic, Aspel, IC Intracom, Abit, Panda Software, IMESA, Kingston, Complect, Interlasser y Texa.*

Texa Computadoras que se inicio en el año de 1987, como comercializador de equipo de computo y sus accesorios, para 1989 se registro como marca Texa Computadoras con la certificación NOM, durante este tiempo se ha consolidado en virtud de la calidad y gran aceptación realizó su primera exposición ExpoTexa 2004 en la Ciudad de México.

La inauguración fue presidido por parte de Flavio Oh, director de la empresa LG Electronics y el Lic. Juan Flores Ortíz, director general de TEXA Computadoras. «En agradecimiento al apoyo y preferencia por parte de nuestros proveedores, hemos apostado a esta exposición, ya que por medio de este tipo de eventos brindamos mayor oportunidad de negocio a nuestro canal. Estamos seguros que celebraremos anualmente ExpoTexa , gracias a las alianzas con que contamos y las que habremos de iniciar próximamente con nuevas marcas», comentó el Lic. Flores.

En el marco del evento, los fabricantes impartieron seminarios referentes a su oferta tecnológica y fueron dirigidos a distribuidores. Estos seminarios tuvieron una duración de aproximadamente 30 minutos por marca. El objetivo principal de TEXA en este evento fue el acercamiento de los fabricantes con el canal, a efecto de que pudieran conocer más a fondo las diferentes opciones que TEXA les ofrece y así poder contar con una solución integral.

TEXA reconoció a sus quince distribuidores Top, por la labor realizada durante el año 2003. Repartió reconocimientos a sus diferentes proveedores por el apoyo brindado para la realización de Expo Texa 2004.

Es importante destacar que también como parte del agradecimiento al canal, TEXA y los fabricantes hicieron entrega de regalos a su canal y se rifo un auto, mismo que fue entregado a Ivonne Romero Villanueva, representante de la empresa XP.



# Citrix adquiere Expertcity

*La adquisición extiende el liderazgo de Citrix en infraestructura de acceso, para brindar a sus clientes más opciones para tener acceso a información On-Demand*

Citrix Systems, Inc. anunció que ha completado la adquisición de la compañía privada Expertcity, Inc., líder del mercado en servicios de acceso a través de la Web con más de 109,000 clientes individuales, cerca de 4,900 clientes corporativos y 180,000 PCs totales con sus productos bajo licencia. La fusión de las empresas ayudará a acelerar el crecimiento de Citrix en el mercado de las soluciones de infraestructura de acceso, que se espera alcance de 8,000 a 10,000 millones de dólares en los próximos tres a cuatro años.

«Con esta adquisición, Citrix consolida a dos líderes del mercado centrados en el acceso (el líder en soluciones de infraestructura de acceso y el líder en acceso para sistemas de escritorio basado en la Web) para generar una fuente de soluciones de acceso completas y seguras», aseguró Mark Templeton, presidente y director ejecutivo (CEO) de Citrix. «Ahora, sin importar en dónde residan las aplicaciones y la información de una compañía (ya sea en el servidor, sistemas de escritorio o ambos), los usuarios podrán tener acceso a ellas *On-Demand* con la infraestructura de acceso de Citrix».

Citrix anunció un convenio definitivo para adquirir Expertcity el 18 de diciembre del 2003. Con el cierre de la adquisición, Citrix incrementa su cartera de productos de acceso para incluir el popular servicio de software GoToMyPC® de Expertcity para el acceso seguro, manejado y basado en un navegador a PCs de escritorio desde cualquier lugar. Asimismo, con esta adquisición se suma el servicio del software líder del mercado, GoToAssist(tm) de Expertcity, que proporciona a los clientes soporte técnico y colaboración con seguridad y confiables basados en la Web. GoToMyPC y GoToAssist se convertirán en parte de la infraestructura de acceso de Citrix para la empresa *On-Demand*. Citrix también aprovechará la infraestructura de e-Commerce de Expertcity y sus conocimientos de mercadotecnia, venta y distribución en línea.

Citrix adquirió a Expertcity en aproximadamente 225 millones de dólares, pagaderos aproximadamente 50% en efectivo y 50% en acciones. Se pagará un monto adicional de 12 millones de dólares a todos los accionistas de Expertcity, si Expertcity logra ciertas metas financieras proyectadas en el 2004. Expertcity continuará operando en Santa Bárbara, California, como Citrix Online Division (o División en Línea de Citrix). Andreas von Blottnitz, otrora presidente y director ejecutivo de Expertcity, fungirá como presidente de la división reportando directamente a Templeton.

«Las sinergias de nuestros productos y culturas hacen de éste un empate ideal y estamos emocionados de unirnos a Citrix», aseveró von Blottnitz, y añadió «La marca Citrix es sinónimo de acceso y nos dará una ventaja para extender nuestros productos basados en la Web a toda la empresa y de presentar nuevos servicios corporativos. Estamos en posición de ayudar a extender el liderazgo de Citrix en el mercado de la infraestructura de acceso mediante la extensión del acceso a PCs de escritorio y proporcionando una solución poderosa para soporte técnico y reuniones en línea basados en la Web». Para más información visite el sitio <http://www.citrix.com>.

De acuerdo con Gerardo Rubio, director general de MicroStrategy LATAM North, el compromiso más importante de la subsidiaria para este año es que «ya que hemos comprobado que hasta el momento nuestros clientes usan en promedio el 40% de la capacidad de las herramientas de BI con las que cuentan, vamos a ayudarlos a llegar al 100%». Dicho compromiso va acompañado de varias líneas de acción, como por ejemplo la reestructuración del modelo de trabajo con los partners. En este sentido MicroStrategy México está involucrada «en la realización de una serie de ajustes en la forma de operar con ellos, así como en el número de canales con los que estaremos trabajando», según explica Gregorio Kleinmann, director de mercadotecnia, alianzas y canales de la compañía. [www.microstrategy.com](http://www.microstrategy.com)

## «PTI 2003 Solution Winners» para LaserFiche

El proyecto «LaserFiche Imaging Project» fue galardonado por el Public Technology Inc (PTI) con el premio anual «PTI 2003 Solution Winners – Telecommunication Category», por su aplicación en soluciones para el e-Gobierno. El PTI es un organismo de investigación y análisis de tecnología no lucrativo con base en la ciudad de Washington que representa a los gobiernos estadounidenses en sus necesidades tecnológicas.

Elena Bosio, Gerente Internacional de Marketing para LaserFiche, comentó: «Recibir este premio es un gran honor, tanto para LaserFiche como para nuestros VAR's, VP Imaging, que meses atrás obtuvieron el premio «Best of Texas» que otorgó la Asociación Municipal de Texas debido a los grandes logros mostrados en el municipio de Denton». El reconocimiento a LaserFiche será otorgado dentro del Congreso de Técnicos Públicos el próximo mes de abril en la ciudad de San Antonio, Texas y los ganadores serán publicados en el portal del PTI.

## Entre «Oscars»

Los organizadores de la entrega del galardón más prestigioso de la industria del cine han elegido nuevamente el nombre más prestigioso en calidad de imagen para sus necesidades de impresión fotográfica. Cada persona que participe en la producción de, o que tenga acceso, a las actividades de la septuagésima sexta celebración de la entrega de los premios de la Academia recibirá una insignia de identificación fotográfica creada con impresoras de inyección de tinta de EPSON. Las autoridades oficiales de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas utilizan impresoras EPSON porque desean la mejor calidad de imagen posible y rápidas velocidades de impresión de fotografías para mayor eficacia en el proceso de creación de credenciales. Las tintas de secado rápido de EPSON son otro factor importante debido a que las insignias pueden manipularse inmediatamente después de salir de la impresora sin producir borrones. Y, por último, la Academia necesitaba una impresora con un recorrido de papel recto que no doblara la insignia y que pudiera manejar material de impresión grueso para acomodar la moderna tecnología incorporada en las insignias de identificación.

# DELL LANZA NUEVOS PRODUCTOS

Dell anunció la Inspiron 1150, una computadora portátil liviana, altamente personalizable, repleta de características prácticas y de poderosos atractivos para los clientes atentos a la relación precio/beneficio.

Excepcionalmente flexible, la Inspiron 1150 brinda una configuración personalizable para satisfacer las necesidades del usuario individual. Con un precio desde \$799, la Inspiron 1150 tiene una pantalla LCD, de resolución TFT XGA, que es seleccionable entre dos tamaños diferentes: 14.1" (35.81 cm) ó 15.0" (38.10 cm). Su memoria Shared<sup>1</sup> DDR puede configurarse a la medida, utilizando desde 128 MB hasta 1 GB, y su disco duro ofrece cuatro opciones de capacidad distintas, desde 20 GB hasta 60 GB, lo que pone en manos del usuario un espacio de almacenamiento adaptado a sus necesidades individuales.

Respecto a la unidad óptica, la gama de opciones está abierta a las necesidades y al presupuesto del usuario, pues permite elegir entre una unidad DVD-ROM 8X, una unidad combinada DVD/CD-RW 24X, y una 4X DVD+RW/+R<sup>2</sup>. En cuanto al procesador, el Dell Inspiron 1150 ofrece la opción de un Intel Celeron de 2.40 GHz o 2.6 GHz o de un Portátil Intel Pentium 4 de 2.40 GHz.

Ambos tipos de procesador permiten al usuario dar cuenta rápidamente de tareas informáticas esenciales tales como acceso a Internet, correo electrónico y aplicaciones de productividad personal.

La Inspiron 1150 viene, en forma regular, con una Garantía Limitada por un año<sup>5</sup> y un Servicio por Envío Postal de un año de duración. Además de eso, el equipo de soporte de Dell está siempre listo para servir al cliente, en línea o por teléfono, las 24 horas del día, 7 días a la semana durante el período de garantía.



## Nuevo Servidor Dell para Almacenamiento en Red

Por otra parte, Dell también el PowerVault 745N, un servidor NAS (Network Attached Storage – Almacenamiento Conectado a Red) diseñado para ayudar a los negocios pequeños, a los grupos de trabajo corporativos y a las oficinas remotas a cubrir sus crecientes necesidades de almacenamiento de datos.

Este servidor de almacenamiento de la próxima generación provee capacidades desde nivel básico (160GB) hasta nivel empresarial (4 TB), junto con el índice de calidad-precio y las características de facilidad de uso que constituyen el sello de marca de Dell y que son requeridos por el mercado de nivel básico.

Además de nuevos niveles de expansión, las características de manejo y capacidades de desempeño del sistema entregan una funcionalidad avanzada para tareas comerciales críticas tales como consolidación y resguardo de datos. Accionado por Microsoft Windows Storage Server 2003 y los procesadores más recientes de Intel, el nuevo servidor de almacenamiento puede desplegarse rápida y fácilmente en casi cualquier tipo de red.

## Nuevas Capacidades

El PowerVault 745N de tamaño 1U optimizado para racks, ofrece a los clientes la opción de un procesador Intel<sup>®</sup> Celeron<sup>®</sup> o Pentium<sup>®</sup> 4 con velocidades de hasta 3.2 GHz, y capacidades de almacenamiento que van desde 160 GB a 4TB, lo cual asegura que la escala de los sistemas de almacenamiento podrá ampliarse según el crecimiento del negocio.



El PowerVault 745N viene también con avanzadas opciones de software que contribuyen a facilitar el manejo del sistema y a asegurar una mayor protección de los datos. Por ejemplo, los clientes pueden tomar una Copia Dinámica Instantánea (Snapshot Copy) de sus datos, una característica crítica de protección que

les permite volver rápidamente a versiones anteriores de sus datos en caso de problemas de software o que accidentalmente se haya borrado un archivo.

Tanto las herramientas de Dell que informan sobre el estado del sistema como las que permiten manejarlo por el Web, proveen información en tiempo real sobre la utilización y el desempeño del sistema, y permiten monitorearlo a distancia desde una consola central.

El PowerVault 745N es compatible también con dispositivos de resguardo en cinta Dell PowerVault, lo mismo que con el software protector de datos elaborado por VERITAS y Yosemite Technologies que permite hacer resguardos rápidos y sencillos en disco.

El servidor de almacenamiento PowerVault 745N, ya disponible en América Latina a precios que empiezan en US\$999, es compatible con los entornos Windows, Linux, NetWare, UNIX y Macintosh.

Dell ofrece también un conjunto completo de servicios para mejorar más aún las soluciones de almacenamiento en red de los clientes, entre ellos servicios de evaluación de rentabilidad de la inversión para consolidar iniciativas, servicios de diseño y despliegue, así como servicios de capacitación y soporte técnico. Para obtener más información sobre los servidores de almacenamiento Dell, visite <http://www.dell.com/la>.

# Flexibilidad y movilidad a cualquier hora: HP

HP presentó la innovadora PC portátil Pavilion con la base de expansión incluida, que ofrece a los consumidores una poderosa experiencia de tecnología móvil. La nueva portátil HP Pavilion zv5007LA ofrece alto performance y gracias a su base de expansión, tablero inalámbrico y mouse óptico incluidos se convierte en una confortable PC de escritorio. Así, el usuario puede aprovechar de las características de una desktop sumadas a la flexibilidad de una laptop y contar con un ambiente más limpio, con menos cables.

Además, la portátil HP Pavilion zv5007LA integra entretenimiento digital, fotografía digital y características para cómputo Internet y brinda un diseño fácil de utilizar a un precio competitivo.

Este equipo permite a las personas que basan buena parte de su actividad y dinamismo en el movimiento mayor eficiencia y productividad en las actividades diarias como el trabajo y la escuela.

Es el producto ideal para los entusiastas del entretenimiento digital ya que permite a los usuarios capturar, crear y compartir video y fotografías digitales, escuchar música y jugar juegos de PC.

Esta laptop puede convertirse en una PC divertidísima, gracias a los softwares HP con que cuenta, con HP Image Zone, el usuario puede organizar y encontrar sus fotografías por fecha, ubicación y palabras clave. El software también permite a los usuarios corregir el color y otros problemas como ojos rojos.

«HP, líder mundial en computadoras portátiles, ofrece una increíble selección de PCs portátiles de pantalla ancha, las cuales incluyen capacidades inalámbricas y un nuevo y emocionante software de entretenimiento», comentó Moisés Avelar, Gerente de Producto para PCs portátiles de consumo de HP México. «La nueva portátil fortalece la creciente línea de productos de entretenimiento digital de HP y permite a los usuarios ver películas en DVD, jugar juegos de PC emocionantes y organizar y editar sus fotografías – todo con el beneficio de la movilidad y comodidad–».

Asimismo, el software HP Instant Share que integra mensajes de correo electrónico, que incluyen vista previa de fotografías con enlaces para ver copias completas, lo que elimina las lentas descargas. Asimismo, el soporte para una unidad de DVD+RW integrada permite disfrutar y compartir películas, videos, música y foto fotografías con los amigos y la familia.

Otra característica conveniente de la última portátil HP Pavilion zv5007LA es el lector de medios digitales integrado 5-en-1, el cual se utiliza para mover archivos, tales como fotografías digitales o archivos de música, rápida y fácilmente desde la cámara digital o el reproductor MP3. El versátil lector utiliza las tarjetas de memoria Secure Digital (SD), MultiMedia, Memory Stick, Memory Stick Pro y SmartMedia.

Una Bahía Digital integrada ofrece una entrada segura y conveniente para el HP USB Digital Drive, una unidad de memoria SD opcional de tamaño de bolsillo para compartir archivos a través de múltiples productos. Copia y transfiere fotografías grandes, música, datos y más vía SD o USB con facilidad plug-and-play y drag-and-drop.

La computadora portátil HP Pavilion zv5007LA ofrece todo el poder de una PC de escritorio más la comodidad de la movilidad de una computadora portátil con características completas. Las nuevas características y desempeño de la zv5007LA, tales como pantalla ancha de 15.4 pulgadas, la base de expansión y el mejor ATI Mobility Radeon 9000 IGP, con hasta 128 MB de memoria de video compartida ofrece a los usuarios la capacidad necesaria para expandir y explorar horizontes creativos. Todo esto se incluye en un diseño moderno, atractivo y fácil de utilizar. El sistema también ofrece el sonido de alta calidad de las bocinas Harman/Kardon.

La HP Pavilion zv5007LA está respaldada por un año de garantía en partes y mano de obra en centros de servicio HP. Este equipo tiene un precio de \$28,999.00 pesos y esta disponible en el mercado desde Marzo del 2004. Para mayor información consultar [www.hp.com](http://www.hp.com)



# Sagem apuesta a México con la plataforma GSM

Con 18 meses de presencia en el mercado mexicano y la región latinoamericana Sagem se está convirtiendo en un importante actor local e internacional en el campo de fabricación de telecomunicaciones y principalmente en telefonía móvil sobre plataforma GSM (Global System Mobile).

De acuerdo a la Asociación GSM que lleva a cabo su Congreso Mundial 3GSM en Cannes, Francia. Ha anunciado más de 1,000 millones (un billón) de personas en todo el mundo son usuarios de teléfonos móviles con la tecnología GSM, lo que significa casi uno de cada seis habitantes de la Tierra. La tecnología GSM la han adoptado más de 200 países y territorios de todo el mundo, y es la elegida por el 80 por ciento de los nuevos usuarios de telefonía móvil.

Actualmente la plataforma GSM en nuestro país empieza a repuntar y tener una presencia destacable en el mercado de líneas telefónicas móviles llegando a 12 por ciento de acuerdo a la Asociación Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL). En este ámbito Sagem ([www.sagem.com](http://www.sagem.com)) se está expandiendo rápidamente y estableciendo sucursales en el mercado de América Latina y principalmente en México, con lo cual constituye un gran desafío para una empresa que llega a competir con actores preponderantes como son Nokia, Motorola y Samsung.

En entrevista con Víctor H. Díaz, recién nombrado Vicepresidente y Gerente General para las Américas de Sagem, nos comenta que inicialmente la penetración de los productos móviles de Sagem llegó a ser reticente por parte de algunos operadores telefónicos, dado a que

empresas grandes realizaban estrategias de bloqueo que dificultaban el posicionamiento de estos productos. Actualmente la empresa de telecomunicaciones de origen francés ha tenido un crecimiento potencial, al grado que en el primer trimestre de 2004 ha logrado vender el equivalente a todo lo vendido durante el 2003.

Esto ha sido gracias a que el consumidor empieza a reconocer una identidad en los diseños juveniles y atractivos de la línea de celulares de Sagem. No obstante, también obedece que la nueva línea de celulares de la serie «myX» y de la serie «myC» han demostrado tener una excelente calidad de operación en la diversa gama de aplicaciones que disponen, hecho que han comprobado a que la tasa por fallas técnicas han sido del todo mínimas.

Víctor Díaz quien anteriormente se había desempeñado como CEO y Presidente de Cellutions Inc. siendo proveedor y desarrollador de dispositivos móviles, ha creado una ventaja competitiva y diferencia al generar oportunidades reales en la relación al costo beneficio para los operadores de telefonía móvil. En este caso destacan alianzas estratégicas con los principales operadores de telefonía celular de GSM como son Telefónica Movistar y Telcel (América Móvil para Latinoamérica).

La alianza no sólo comprende el desplazamiento y disposición de

productos, sino que incluye capacitación, soporte y promociones que impulsan a posicionar la línea de celulares Sagem «myX» y «myC». Esto es posible a través de campañas de mercadotecnia agresivas, como son obsequios de mochilas, boletos para el cine, accesorios entre otros obsequios.

Otra de las estrategias es apoyar al operador de productos de excelente calidad, diseño, con pantalla a color, a precios tan bajos, al grado que Sagem sea el único fabricante que ofrece celulares al precio de 699.00 pesos.

Aunque Víctor Díaz ha mencionado que

se está apostando con fuertes inversiones al mercado mexicano, la entrada de Telefónica, ha permitido que crezca la demanda, por lo cual representa un competidor fuerte para Telcel. Ambos están peleando por el mercado, están tratando de invertir y crecer su base de usuarios. Pese a que las consultoras han previsto que exista un decrecimiento en la demanda de nuevas líneas de teléfonos celulares, hay un segmento que está próximo a cambiar su equipo celular, y es muy probable que cambien por lo que cuentan con tecnología GSM. Ahí es donde el usuario va a tener que elegir entre las marcas participantes del mercado y Sagem, por lo que esperan elijan los productos de la empresa francesa.

Uno de los principales nichos del mercado de telefonía móvil son los «Teenagers» que van a desear tener un teléfono con las características de los celulares Sagem, esta tendencia



va a seguir por lo tanto en un par de años en México, destaca que las marcas como son las europeas, son reconocidas como productos de alta calidad, Sagem es sinónimo de ello. Por ello, les estamos ofreciendo una alta calidad en tecnología y diseños muy interesantes, con un costo beneficio muy alto que la gente esperaba solo ver en productos de alto nivel, a costos bajos.

Víctor Díaz concluye que se están esforzando por brindar valor agregado a los usuarios ya que dado al crecimiento en el segmento del mercado de GSM/GPRS, que combinado con la realidad económica de la región y la creciente adopción a los sistemas de prepago, motiva a los operadores a ofrecer terminales de calidad. Los dispositivos Sagem han sido diseñados para atraer tanto jóvenes como adultos, que ofrecen una variedad de opciones de personalización a través de diseños de vanguardia y funcionalidad. Varios dispositivos cuentan con funciones de cámara digital (CCD VGA), manos libres, mensajería multimedia, protectores de pantallas, tonos polifónicos, aplicaciones personales Java, pantalla de color de alta resolución, carcasas intercambiables y operan en las bandas 859/900/1800/1900 Mhz.

Con el rápido crecimiento y evolución de la tecnología GSM, muchos prevén que con estos dispositivos, el consumidor podrá esperar comprar un teléfono con cámara con cierto nivel de acceso a datos de Internet por menos de 50 dólares en los próximos años. No lo dudamos y es probable que el ranking de operadores como de proveedores de telefonía celular, las posiciones de las empresas, también lleguen a cambiar.



# GSM en auge

Por Luis Enrique Flores

Hace un par de años la posibilidad de que la plataforma GSM distaba mucho de que pudiera ser uno de los principales tecnologías de comunicación, ya que se encontraba en un debate inmerso por la variedad de protocolos y tecnologías competentes que cada país y región deseaba tener. Ahora la compatibilidad como la estandarización a la integración de diferentes tecnologías ha visto en la plataforma GSM esa factibilidad.

Jorma Ollila, presidente ejecutivo de la finlandesa Nokia, en un discurso clave durante el marco del Congreso Mundial de 3GSM, un evento anual de la industria de la telefonía inalámbrica, mencionó que para el 2008, el mundo tendrá **2,000 millones** de usuarios de teléfonos móviles. «La comunicación móvil tiene el potencial de dar acceso a las comunicaciones a la mitad de la población mundial para el 2015. Esto significará aproximadamente **4,000 millones**», agregó.

La gran parte del crecimiento provendrá de comunicaciones básicas de voz en mercados emergentes, especialmente China, India, Indonesia, Brasil y Rusia. China superó a Estados Unidos para convertirse en el mayor mercado mundial de teléfonos móviles hace casi dos años.

Apenas hace nueve años, en 1995, la industria se preguntaba si podría llegar a los 200 millones de suscriptores para el año 2000. Actualmente, de acuerdo a la Asociación GSM anunció que más de 1,000 millones (un billón) de personas en todo el mundo son usuarios de teléfonos móviles con la tecnología GSM, lo que significa casi uno de cada seis habitantes de la Tierra.

Durante el Congreso se reafirmó la tendencia de que con el rápido ritmo de cambio en los más avanzados móviles en el mercado, un consumidor podría esperar comprar un teléfono con cámara con cierto nivel de acceso a datos de Internet por menos de 50 dólares en los próximos años. Los medios prácticos con lo que se están realizando para hacer llegar a miles de millones de usuarios, están en utilizar los avances en la tecnología de los semiconductores para bajar los precios de los teléfonos.

Por su parte, Ollila de Nokia dijo que, en los países desarrollados donde la proporción de la población que utiliza teléfonos móviles ya es alta, las comunicaciones inalámbricas

superarán a las comunicaciones de línea fija en términos del volumen de tráfico de llamadas de voz.

«Nokia observa oportunidades excelentes de crecimiento en tres áreas principales: multimedia, corporativos y suscriptores nuevos. Además, 2004 será el año en que veamos la comercialización de WCDMA para 3G,» señala Jorma Ollila. «Hemos alcanzado una base de suscriptores de aproximadamente 1.3 mil millones, con el potencial de casi duplicarlo en los próximos años. Los servicios de datos móviles constituirán una base cada vez más importante del mercado móvil. De acuerdo con ello, se espera que los datos representen casi el 30 por ciento del mercado de servicios móviles en 2007, comparado con poco más del 10 por ciento que se tuvo en 2003, demostrando claramente la tendencia de dar movilidad a todos los aspectos de la vida cotidiana.»

Lo cierto es que cuatro mil millones de personas, o la mitad de la población mundial, se comunicarán a través de teléfonos móviles en el 2015, frente a los aproximadamente 1,300 millones que utilizan estos aparatos actualmente.

Este año, el mercado verá el lanzamiento de servicios *push to talk* a nivel global. Nokia y Samsung anunciaron acuerdos de cooperación para *push to talk*. Los planes de Samsung para introducir *push to talk* en varios de sus productos terminales móviles durante 2004 y 2005 están basados en la tecnología de Nokia para *push to talk*. De manera independiente, diversos operadores asiáticos anunciaron hoy sus planes para introducir comercialmente servicios *push to talk* basados en la solución de red de Nokia.

Nokia también observa la fase en que multimedia móvil llega a los mercados masivos. Desde su lanzamiento en octubre de 2003, el Nokia 6600 se ha convertido en el *smartphone* de mayores ventas en el mundo con envíos que a la fecha exceden los dos millones de unidades. Imagen de alta calidad, una amplia gama de aplicaciones de terceros, correo electrónico y servicios de video *streaming* están siendo disponibles en un paquete fácil de usar, irresistible. Grandes sorpresas nos esperan, pero lejos de eso, esperamos que estén al alcance de un mayor número de consumidores.

Comentarios e información: [luis\\_2000flores@yahoo.com](mailto:luis_2000flores@yahoo.com)

# KYOCERA WIRELESS REVELA VARIADA LÍNEA 2004

*Nueva colección incluye primer teléfono con cámara mega pixel, reforzado, de presionar para hablar y versiones actualizadas de diseños comprobados*

Kyocera Wireless Corp, fabricante líder mundial de teléfonos celulares CDMA, anunció su línea 2004 de teléfonos en la feria comercial Cellular Telecommunications & Internet Association (CTIA). La colección expone la nueva estrategia de marca mundial de Kyocera Wireless, también presentada en la feria, que se basa en «La genialidad de la simplicidad» y en simplificar la experiencia con el teléfono móvil. Los nuevos teléfonos de Kyocera incluyen a Koi, el primer teléfono con cámara megapixel de la compañía, un teléfono plegable asimétrico único llamado el KX1 diseñado por la nueva firma de diseños de Kyocera, BMW DesignworksUSA; un teléfono reforzado de bajo costo, de presionar para hablar llamado KX440; y cuatro nuevos teléfonos económicos para complementar a los modelos existentes de la compañía y de gran éxito, el Phantom, Blade y Rave.

Para Tsuyoshi Mano, presidente de Kyocera Wireless Corp., mencionó que: «La amplia gama de teléfonos, desde el reforzado presionar para hablar (push to talk) hasta los que ofrecen sofisticadas imágenes, ofrecen una multitud de opciones para nuestros carriers asociados y encanto para una amplia gama de usuarios de aparatos inalámbricos. Nuestra capacidad para ofrecer diseños renovados y funciones de plataformas de teléfonos comprobadas también permite a los carriers ofrecer opciones económicas y da a los consumidores una amplia gama de opciones de personalización.»

## Koi

El primer teléfono cámara megapixel de Kyocera Wireless, llamado Koi, ofrece una cámara digital de 1.2 megapixels, con cuatro veces la resolución de los teléfonos con cámara VGS existentes y un factor de forma «giratoria» único. A diferencia de las imágenes de baja resolución y baja calidad que toma la mayoría de los teléfonos cámara de la actualidad, las imágenes de alta resolución de Koi pueden generar impresiones con calidad de foto de hasta 4 x 6 pulgadas. Este teléfono ofrece fácil operación de la cámara con un botón y se puede usar con la parte giratoria abierta o cerrada. Koi tiene un flash incorporado y un zoom digital de 5X para ampliar las opciones al tomar fotografías, grabador de video MPEG-4 y reproductor, y 16 megabitos (MB) de memoria incorporada para almacenar imágenes de alta y baja resolución, hasta 200 entradas de identificación de llamada, archivos de multimedia y juegos bajados de Internet.

El teléfono Koi de Kyocera se distribuirá en todo el mundo con carriers CDMA a fines del segundo trimestre de 2004, en dos coloridos modelos a la moda: satín plateado/metálico granito y azul índigo/satín plateado.

## KX440

El segundo de los nuevos teléfonos CDMA de presionar para hablar (PTT) de Kyocera Wireless, el KX440, es un teléfono reforzado, de

bajo costo que puede utilizar varias plataformas PTT, incluyendo PacketChat de Togabi, BREWChat de Qualcomm y Real-Time Exchange (RTX) de Kodiak. El KX440 está basado en el popular diseño del Phantom (KX414) y ofrece funcionalidad de botón único PTT, un altavoz exclusivo y botón para el control del volumen. También tiene caricaturas para los contactos, hasta 25 tipos de timbre además de alerta con vibración, tonos de timbre descargables\*, marcado activado por voz, acceso a Internet\*, juegos e introducción predictiva de texto. El KX440 estará disponible en todo el mundo a fines del segundo trimestre de 2004.

## KX1

La primera serie de teléfonos diseñada para Kyocera como parte de su nueva asociación de diseño industrial con BMW Group DesignworksUSA, el Kyocera KX1 expone un diseños de teléfono plegable asimétrico, con pantalla externa para identificación de llamada y placas frontales intercambiables. El KX1 combina todas las características de los teléfonos celulares que quieren los usuarios, todas presentadas en un diseño único y en una plataforma de interacción

extremadamente fácil de usar para el usuario. Tiene una pantalla de 65,000 colores, introducción predictiva de texto para permitir el ingreso rápido de texto en inglés, español y portugués; altavoz; marcado activado por voz; 32 tonos polifónicos de timbre y alerta de vibración. El teléfono KX1 de Kyocera va a estar disponible en el tercer trimestre de 2004.

Creando sobre la base de **Phantom, Blade y Rave**

Kyocera va a actualizar y construir sobre la base de sus populares Series de teléfonos Phantom, Blade y Rave, con cuatro nuevas incorporaciones en el tercer trimestre de 2004. El nuevo Aktiv de Kyocera, presenta un diseño deportivo de placa frontal intercambiable por el usuario y colores activos con textura de goma para mayor durabilidad, muy importante para los agitados estilos de vida del presente. El nuevo Pulse de Kyocera ofrece un diseño de teclado único y diseño de placa frontal intercambiable por el usuario que busca toques de diseño adicionales en un teléfono fácil de usar. Kyocera Wireless va a acompañar cada uno de sus nuevos teléfonos con una gran variedad de nuevos accesorios y con estilo. Cada teléfono nuevo de Kyocera Wireless 2004 tiene capacidad CDMA2000 1X y cuenta con capacidad para A-GPS. Los teléfonos también cuentan con Wireless Application Protocol (WAP) 2.0, BREW 2.1; TTY/TDD (teletipo y diversidad de dos tonos) para personas con discapacidad auditiva y con herramientas de productividad, incluyendo directorio de contactos, agenda, reloj alarma y cronómetro. Para mayor información, por favor visite [www.kyocera-wireless.com](http://www.kyocera-wireless.com).



## PASARELA

La Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones e Informática, CANIETI, anunció formalmente ante los representantes de los medios de comunicación el nombramiento de Ma. Teresa Carrillo Prieto como nueva Presidenta de la Cámara a nivel nacional, posición que deja el Ing. Claudio Bortoluz.



Ma. Teresa Carrillo fue electa de manera mayoritaria durante la reunión de los integrantes del Consejo Directivo Nacional de la Cámara, llevada a cabo hoy en la Cd. de México.

La actual Directora de Relaciones Externas y Comunicación de HP, y Vicepresidenta de la Fundación México Digital, enumeró las principales metas que pretende alcanzar como Presidenta de la CANIETI, entre los que se encuentran:

- Reforzar el modelo nacional de la Cámara mediante sinergias entre las sedes regionales y la sede nacional, en aspectos como cabildeo con el poder legislativo y participación en diversos foros de consulta, consejos y grupos de trabajo.

- Incrementar el reconocimiento de la CANIETI en la Comunidad industrial tanto nacional como internacional, creando nuevas alianzas institucionales con asociaciones y organismos; y fortaleciendo la representación de CANIETI en los mismos.

- Impulsar el recientemente creado Consejo Consultivo Nacional para el Desarrollo de la Economía Digital, cuyo objetivo principal es el de trabajar directamente en acciones y propuestas para el desarrollo de la sociedad de la información.

- Continuar en la búsqueda de nuevos modelos de financiamiento no tradicionales, tales como: capital de riesgo, capital semilla y emisiones en la Bolsa Mexicana de Valores a través de la Comisión de Financiamiento.

- Promover la neutralidad tecnológica en materia de software, para permitir la libre elección por parte del usuario.

Adicionalmente, se continuará el trabajo con las entidades normalizadoras mexicanas para la elaboración de NOMs y de NMXs, y manteniendo los vínculos con Organismos Internacionales de Normalización Electrónica, de Telecomunicaciones y de Informática.

PeopleSoft México dio a conocer el nombramiento de Luis Bernardo Rodríguez Carrillo como su nuevo Director

de Mercadotecnia, con el objetivo de reforzar su planta de ejecutivos y reiterando su compromiso con el mercado mexicano.

La meta principal de Luis Bernardo Rodríguez será continuar con el trabajo desarrollado por el área de marketing, ampliando e implementando los planes y proyectos orientados a reforzar y consolidar el posicionamiento de la empresa ante el mercado y su competencia.

Con Christian Aumond al frente, AGFA termina el primer trimestre del año con buenas expectativas de crecimiento gracias a futuras adquisiciones empresas tecnológicas y nuevas estrategias de comunicación son sus clientes en todas áreas de negocio creando una nueva visión hacia el futuro.

No obstante, Christian Aumond se despide del mercado mexicano plasmando una brillante carrera dentro de AGFA de México, en su lugar queda Julián Robledo, con una brillante carrera dentro de las artes gráficas.



## Humor



## Intel y Tecnológico de Monterrey impulsan cambio de «hecho en México» a «creado en México»

El Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara e Intel anunciaron la firma de un acuerdo de colaboración para el desarrollo de una nueva generación de empresas altamente competitivas. En el evento de firma estuvieron presentes Jeff McCrea, VP de Mercadotecnia de Intel Corporation; Ing. Rodrigo Sandoval, Director General de Intel México; Ing. Juan Manuel Duran, Rector de la Zona Occidente del Tecnológico de Monterrey y el Ing. Alfonso Alva Presidente del Instituto de Tecnologías de Información del Tecnológico de Monterrey; así como altos funcionarios de diversas dependencias del gobierno, industria y organismos de la industria electrónica en México.

El convenio, que implica una inversión aproximada de \$1,500,000 dólares durante los próximos tres años, proporcionará servicios de transferencia tecnológica, diseño a clientes nacionales e internacionales, desarrollando productos con tecnología de estado del arte, y servirá como semillero para la industria de base tecnológica, promoviendo el desarrollo de nuevas empresas bajo el programa de «Emprendedores Tecnológicos» capaz de competir en la economía global, y que aproveche las capacidades de la industria y el talento de México.

Esta iniciativa ha surgido como resultado de diversas reuniones que han tenido ejecutivos de Intel con el Presidente de México, Lic. Vicente Fox y el Dr. Rafael Rangel Rector del Tecnológico de Monterrey. En Octubre del 2003 Vicente Fox se reunió con el Dr. Craig Barrett, CEO de Intel, para platicar entre otras cosas respecto al trabajo conjunto con el gobierno mexicano para el desarrollo de una industria de alta tecnología. En junta posterior con el Dr. Rafael Rangel, se analizaron diversos esquemas de colaboración para la promoción y la creación de una nueva generación de

empresas que aprovechen la capacidad y el talento que existe hoy en el país.

En dicha reunión, Barrett dijo «Intel tiene la confianza de que México puede ofrecer recursos de investigación y desarrollo de clase mundial» y puntualizó que en conjunto con la Secretaría de Economía, la empresa tiene la intención de construir centros de competencia de alta tecnología y trabajar con universidades en México para convertir científicos e ingenieros mexicanos en diseñadores y empresarios de tecnología.

Cabe mencionar que fue durante estas reuniones en donde Intel planteó el convenio a las autoridades del Tecnológico de Monterrey.

Algunas de las iniciativas que abarcan este convenio son:

- 1.»Programa de Emprendedores Tecnológicos» donde se promueve el desarrollo de empresas de base tecnológica, este programa se encuentra en los Campus Monterrey y Guadalajara, con expansión del programa a otros Campus del Tecnológico de Monterrey.
- 2.»Intel Internet Exchange Architecture», donde se incorporan componentes de la arquitectura de Intel en investigación y currícula universitaria, y se pretende expandir el conocimiento de la tecnología a otras universidades de México y Latinoamérica.
- 3.El Centro de Diseño de Tecnologías Inalámbricas, que proporcionará servicios de diseño a clientes nacionales e internacionales, desarrollando productos con tecnología de estado del arte.
- 4.Programas de transferencia tecnológica, mediante los cuales el Tecnológico de Monterrey va a tener acceso a socios tecnológicos de Intel para acelerar las capacidades de los estudiantes e ingenieros mexicanos en tecnologías como WiFi. Se puede obtener información adicional acerca de Intel en <http://www.intel.com/pressroom>.



**Luis Enrique Flores**

**Coordinador de Información**

[luis\\_2000flores@yahoo.com](mailto:luis_2000flores@yahoo.com)

[http://mx.geocities.com/boletinbit\\_mx](http://mx.geocities.com/boletinbit_mx)

Boletín de Información Tecnológica es una publicación digital independiente que es distribuida a través de internet y medios alternativos mensual. La misma nace bajo la idea y concepto de Puente de Enlace y la Agencia EnlaceRP que tiene su domicilio físico en Puente de Alvarado N° 76-14, Colonia Tabacalera, C.P. 06030, México, D.F. Tel. y Fax: 57-05-7487. La reproducción parcial o total de los materiales gráficos y textos publicados es prohibida, amparado por la Ley de Derecho de Autor, salvo solicitud por escrito a BIT. Asimismo éste boletín se envía con la complacencia de la nueva legislación sobre correo electrónico: Por sección 301, párrafo (a) (2) (C) de S.1618 bajo el decreto S.1618 título 3ro. aprobado por el 105 Congreso Base de las Normativas Internacionales sobre SPAM. Registros en trámite.

Asimismo agradecemos la colaboración y apoyo de las siguientes

Agencias de Medios, Comunicación y Relaciones Públicas que nos públicas y privadas que nos facilitan el acceso a la información:

**AB Comunicación, AHCIET, AMIPCI, Burson Marsteller, CANACINTRA, CB Comunicación, Chein Consultores, Círculo y Medio, Consultoría en Comunicación Integral, Comunicación Integral, Concepto Clave, Consultora Select, Contacto en Medios, DIGESCA UNAM, e-Beacon, Edelman, Ericsson, First News, Fleishman Hillard, Gartner Group México, Global Position & Associates, Grupo Consultoría Estratégica, Hilland & Knowlton, I&CI Relaciones Públicas y Comunicación, Imagen y Comunicación Integral, INCIDE Comunicación, iPunto, Larrondo DICE, Lead Image, Matchcode, MarCom Tech, Marketing Q Strategies & Communications, Martec Porter Novelli, MatComm Branding Communications, Mendez y Asociados, Motorola, Murphy Consulting México, Newcon, PasalaVoz, Sistema de Información de la Presidencia, PRP, Public International, Xareni Consultores y Zimat Golin Harris Consultores.**

Valga la disculpa por los que nos faltaron, pero aún estamos actualizando nuestra base de datos.