



NOTICIAS, NEGOCIOS, ESTRATEGIAS E INNOVACIONES

Periodismo digital

El mundo se ha transformado en un espacio social que se recorre informativamente en segundos y en un espacio físico que se cubre en horas (o en segundos): Fernando Saéz Vacas.

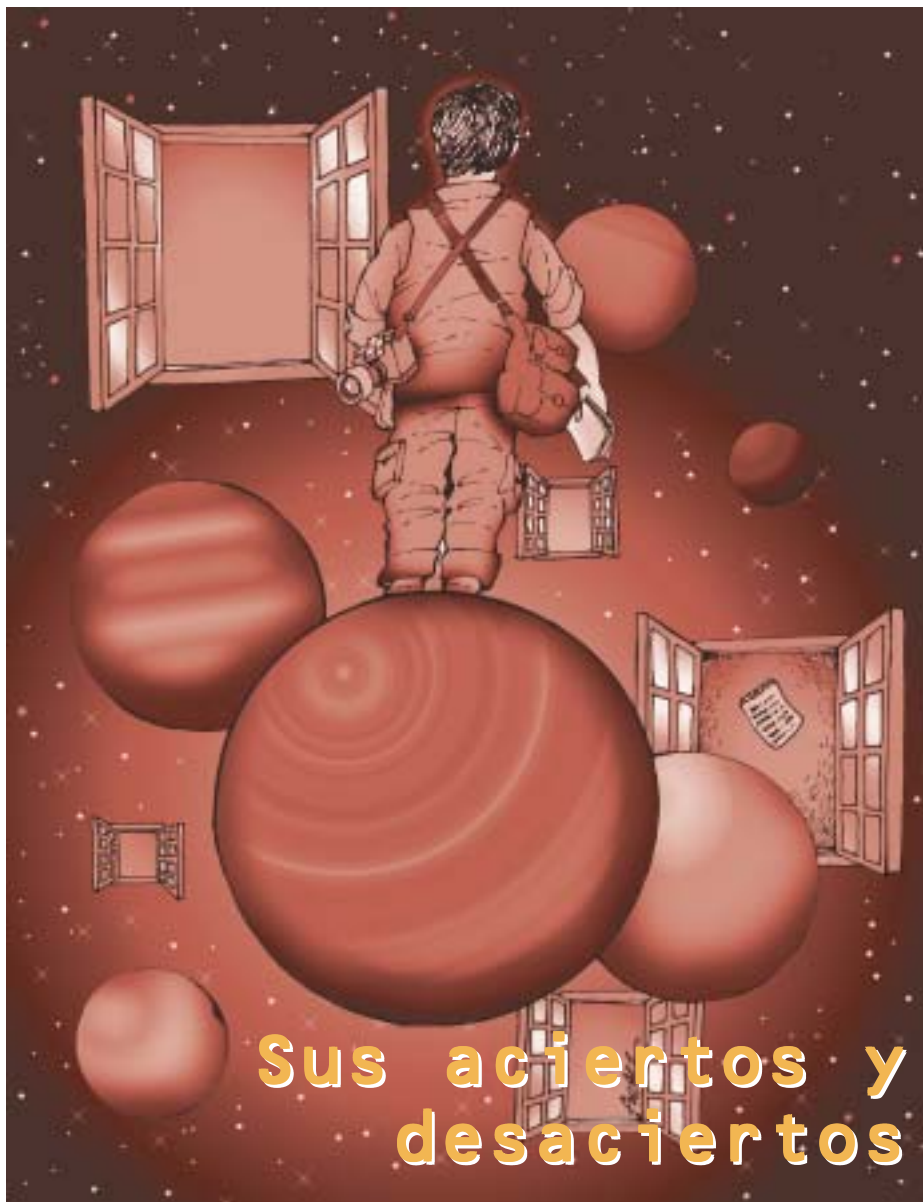
Por Luis Enrique Flores

Se dice que cuanto más y mejor acceso tengamos a la información, seremos más sabios y más ricos. De hecho, a quienes es más probable que les suceda tal cosa es a quienes viven dentro de comunidades orientadas a desarrollar procesos basados en el conocimiento o generadores de conocimiento, porque lo esencial no es la información, sino la cantidad y clase de conocimiento que ésta contiene.

J. Nielsen calculó que puede haber ya alrededor de más de 10,000 millones de páginas web al alcance de cualquier dispositivo conectado a Internet, mientras que la consultora IDC ha estimado en unos mil millones el número de personas conectadas a dicha red de redes por medio de computadoras de escritorio y terminales móviles, para el año 2005.

Ante este panorama, los denominados periodistas digitales han comenzado de alguna forma a surgir ante las adversidades que conlleva realizar una publicación impresa, gracias a las nuevas habilidades que proporcionan las herramientas tecnológicas en distintos medios, como la misma red, han logrado asumir el rol de periodistas digitales.

Sin embargo para Francisco Sancho consultor de Mediacción, considera que el periodista multimedia (digital) que informa simultáneamente para distintas plataformas «puede ser soñado por un empresario que desea reducir sus costes



Sus aciertos y desaciertos

Continúa>

con un solo trabajador para todo, pero dudo mucho que podamos llamarlo periodista; todo lo más, experto en telecomunicaciones». Porque resulta difícil imaginar a ese periodista haciendo a fondo bien su trabajo y que es, por encima de todo, informar sin perder de vista los valores fundamentales de la profesión: la credibilidad, el rigor y la independencia».

Ante esta «indefensión profesional», el periodista digital deberá dar pruebas de su credibilidad a través de su trabajo, «que por primera vez en la historia está abierto para su comprobación por cualquier internauta». Señaló, en esta línea, el error en el que caen demasiados profesionales y analistas al identificar al periodista digital «con el informador que sólo se documenta en la red y que, a lo más que llega, es a ordenar y reescribir el material de otros». En su opinión, ese perfil no se corresponderá con el de un completo profesional «hasta que no intervenga en el proceso de dar a conocer noticias, novedades».

Aunque algunos podrían compartir esta visión dado a que el hecho de contar con una sencilla computadora con conexión internet, que pudiera integrar aplicaciones como un procesador de palabras, un navegador, un editor de imágenes, un editor web, bien podría dar el salto hacia la conceptualización del periodismo digital, ya que existen sitios internet que proporcionan suficientes herramientas para edición de páginas web y lo esencial, hospedaje.

Aunque la posibilidad es existente, siempre faltará ese tacto formativo y nato que caracteriza a cualquier periodista informativo que alude Francisco Sancho, el problema aquí es la falta de hábitos profesionales desarrollados: capacidad de reporteo riguroso, criterio para la valoración y edición, escritura competente. En resumidas cuentas capacitación, aunado a ello, están las condiciones laborales, con sueldos muy bajos considerados de supervivencia y el detrimento de la información que esta en velar intereses comerciales que información transparente al lector.

Actualmente en nuestro país de acuerdo al directorio de comunicación social del sitio internet Precisa de Presidencia de la República, existen cerca de 675 medios de comunicación impresos y electrónicos registrados. De este conjunto el 65 por ciento corresponden a publicaciones impresas, 30 por ciento son medios electrónicos, 3 por ciento a agencias de información y menos del 2 por ciento corresponde a medios en internet o alternativos. Sólo el 98 por ciento de los medios tienen presencia en internet.

El internet es sólo una opción para aquellos periodistas que ven la información como una cuestión social más que tecnológica, y la digitalización cambia la manera de pensar, de expresarse y de comunicar, cambios para los cuales debe prepararse, no sólo para explicarse o comprenderlo, sino también, y quizás aún con más razón, para ayudar a las personas y ciudadanos a afrontar estos cambios tan radicales con las menores dificultades posibles. Sin embargo, ésta opción está al alcance también de pseudo periodistas que ven al internet como un justificante presencial para cometer actos de corrupción y desacreditación al medio.

No obstante, de acuerdo a un análisis realizado por Antoni M. Pique «Análisis intermitente de los medios latinoamericanos», señala que la falta de sentido de la medida en el argumento editorial es una de las fallas de la prensa latinoamericana y, por extensión, en los restantes medios informativos. Se echa de menos información documentada,

con datos, referencia, contexto y continuidad, especialmente en lo que se refiere a la acción de los poderes –político, económico, social. La cultura profesional es, en este sentido, escasa aún.

Leyendo los diarios nadie sabe bien qué pasa sino lo que algunos dicen que pasa. No se advierten los procesos sino sólo instantáneas, momentos inconexos: ruedas de prensa, declaraciones, comunicados... De ahí la excesiva importancia de los articulistas, columnistas,

comentadores, «enterados», opinólogos y otras especies paraperiodísticas en el menú editorial de los medios del continente. También falta cultura social en este sentido. El éxito de algunos diarios, a veces momentáneo, a veces duradero, se debe a la editorialización de sus contenidos pero no a su mayor o mejor carga informativa. En general, los articulistas son más importantes que los periodistas y esto es un error serio, quizá justificado por los «tiempos fuertes» que han sacudido América Latina.

No son pocos los profesionales de los medios –periodistas y gerentes– que ya actúan a sabiendas de que es un buen negocio devolver a la ciudadanía la confianza en los medios y abandonar tanto la política de gestión basada en la mera reducción de costos como la posición de cuarto poder. Que es un buen negocio invertir en mejorar la formación profesional de los periodistas y reclamar a la contraparte afectada – políticos, empresarios, líderes sociales...– que entiendan que la información no es un ataque o una intromisión indebida, sino un factor de convivencia que fortalecerá sus sociedades.



No obstante a los distintos panoramas aquí mostrados y coincido con Francisco Sancho, pese a la pericia tecnológica, el periodista digital que triunfará será el que atienda y domine cuestiones como la selección de los hechos relevantes, la jerarquización de la información y la capacidad de profundizar y contextualizar. Sino también capacidad de navegación, de organización y distribución, trabajo en equipo con otros profesionales; en cuanto a la tecnología, conocer los lenguajes multimedia, manejo de programas y manejo de las herramientas para la interactividad.

Con estos criterios asumidos, el nuevo profesional sí que podrá aprovechar las ventajas de Internet frente a otros medios: Un grado profundo y actualizado de conocimiento de su audiencia, la posibilidad de interactuar con ella y una autoevaluación constante sobre su eficacia y valía como profesional.

Comentarios e información: luis_2000flores@yahoo.com



Alerta por el Virus Seeker

Desde hace varios días se ha mencionado que ya se han contagiado más de un millón de computadoras en todo el mundo por el virus informático Seeker O.

Seeker es un troyano que se coloca residente en memoria. Cada hora intenta abrir una vez una página de publicidad, que se encarga de acceder a una web diferente en cada ocasión. Algunas de las páginas que abre intentan descargar e instalar diversos programas spyware y adware en la computadora afectada.

Más información sobre éstas u otras amenazas informáticas en la Enciclopedia de Panda Software, disponible en la dirección: http://www.pandasoftware.es/virus_info/enciclopedia/



Virus y recursos gráficos: una estrategia en constante evolución

Desde que los virus comenzaron a hacer su aparición en el mundo de la informática, sus autores han utilizado recursos gráficos bien para llamar la atención de los usuarios y conseguir que sus equipos queden infectados, o como una manera de dejar una firma en sus creaciones.

Los primeros virus hicieron su aparición antes que Internet y el correo electrónico, por lo que el proceso de propagación de un código malicioso era lento y bastante restringido. Por ello, la mayoría de los autores de virus intentaban que cuando una computadora resultase infectada por su «criatura», los efectos se notasen rápidamente. Así, y sobre todo a raíz de la aparición del sistema operativo Windows, muchos de ellos mostraban imágenes, más o menos elaboradas y -en muchos casos- animadas, en el momento en que se activaban. Unos ejemplos pueden ser los virus **Marburg**, **Ping Pong** o **Cookie**.

El uso masivo de Internet y el correo electrónico provocó que los autores de virus cambiasen radicalmente su objetivo, que ahora era infectar el mayor número de computadoras en el menor tiempo posible. De esa manera, descubrieron que engañar al usuario diciéndole que un correo electrónico contenía una fotografía interesante -aunque no fuera así- era más eficaz a la hora de propagar un virus. La consecuencia es que el uso de imágenes disminuyó radicalmente.

En la actualidad, los escritores de virus suelen utilizar imágenes fijas, principalmente como reclamo para conseguir que un usuario ejecute un virus en su sistema. Un buen ejemplo de ello sería el gusano **Gibe.C**, que imita a la perfección el aspecto de las páginas web de Microsoft.

Más habitualmente, y también con el objetivo de engañar a los usuarios, se utilizan las imágenes correspondientes a iconos de aplicaciones conocidas. Por ejemplo, el gusano **Bagle.A** utiliza el icono de la calculadora de Windows. Sin embargo, lo más usual es la presentación de las típicas ventanas de errores en Windows, debido a su relativa facilidad de elaboración. Muchos virus presentan estas imágenes, como el gusano **Deadhat.A**.

De todas formas, el mundo de los virus informáticos es muy flexible y cualquier cosa puede suceder, así que lo mejor es estar siempre prevenidos y tener siempre instalado en la computadora un buen antivirus actualizado.

Más información sobre los códigos maliciosos mencionados u otros en la Enciclopedia de Virus de Panda Software, disponible en la dirección: http://www.pandasoftware.es/virus_info/enciclopedia/

TI necesaria para que medianas empresas sean más competitivas ante la globalización: Exactus

Con los temas Cómo las medianas empresas pueden ser competitivas en un mundo cada vez más globalizado, la amenaza del mercado asiático, la recuperación y crecimiento de Estados Unidos y la importancia de las reformas estructurales y por qué son necesarias, el día de ayer en la Ciudad de Monterrey se llevó a cabo el seminario «**Recuperación Económica y Pérdida de Competitividad**», que organizó **Exactus**, empresa dedicada a brindar servicios y soluciones en el campo de tecnología de información, y **Proyectos de Tecnología**, aliado tecnológico de Exactus en la ciudad norteña.

Dentro del mismo seminario Fernando Ferreira, Gerente de Territorio de Exactus en Monterrey expuso las similitudes y diferencias entre las grandes y las medianas empresas, donde destacó que: «*Ambos sectores necesitan mejorar sus procesos administrativos tales como los estados financieros, el personal, la producción, la mano de obra, inventarios, los activos fijos y las ventas. La gran diferencia es en la manera en que tienen acceso y usan las TI.*».

«*Las grandes empresas –agregó Ferreira - cuentan con sistemas evolutivos, infraestructura confiable, automatizan las mejores prácticas de negocio, conocen los procesos de negocio y están preparados para el siguiente paso. A diferencia de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), quienes se enfrentan a situaciones como: información disponible después de la toma de decisiones, trabajo manual para extraer y analizar información, así como información no integrada que cambia con la fuente. Factores que les restan competitividad.*».

Softtek Alcanza CMM Nivel 5

Softtek, empresa líder en servicios Near Shore ha sido evaluada como SEI CMM Nivel 5, el mayor nivel de madurez establecido por el Instituto de Ingeniería de Software (SEI por sus siglas en inglés). El nivel 5 coloca a Softtek dentro del grupo selecto de organizaciones en el mundo que han logrado el máximo nivel de calidad en servicios de software.

Blanca Treviño, Presidente y CEO de Softtek comenta; «*Esta valoración es una muestra del compromiso de Softtek con sus clientes y asociados. Al mejorar constantemente los servicios que les proporcionamos, nos obligamos a un mejor desempeño, a ser excelentes y continuar el liderazgo en el segmento que nosotros mismos creamos; los Servicios Near Shore.*».

El Capability Maturity Model (Modelo de Madurez de Capacidades) comprende prácticas clave para planeación, ingeniería y administración para el desarrollo y mantenimiento de software, mejorando la capacidad de las organizaciones para alcanzar sus objetivos de funcionalidad, calidad, costo y tiempo. En el Nivel 5, toda la organización está orientada a la mejora constante del proceso. A nivel mundial, menos del 10% de las organizaciones evaluadas han alcanzado el nivel 5.

Lo anterior provoca poco interés de los proveedores de sistemas integrados, menor requerimiento de información, proyectos prolongados y de alto riesgo, inversión inicial: inalcanzable para PyMEs, costos de mantenimiento y sobre todo ¿Cómo justifican la inversión?, además de soluciones que no están adaptadas a sus necesidades.



Es por eso que Exactus, con su solución empresarial **Exactus Impulso**, ofrece a las medianas empresas una herramienta adecuada a las necesidades de este sector, con los requerimientos fiscales de México y con módulos diseñados para cubrir diferentes áreas de las compañías y que son escalables.

Exactus Impulso es una solución de negocios optimizado para la administración de empresas medianas, diseñado para contribuir a que este sector aumente su eficiencia, rentabilidad y competitividad por medio de la tecnología y la transferencia de conocimiento.

Exactus Impulso, es un ERP (Enterprise Resource Planning) que resuelve las barreras de entrada para las PYMEs, principalmente por su facilidad de uso y administración su implantación acelerada (de 50% a 70% menos del tiempo y costo que otros ERP's), su pre-configuración con mejores prácticas de negocios (transferencia de conocimiento), su bajo costo de adquisición y mantenimiento, y flexibles opciones de financiamiento y alquiler de la solución completa, incluyendo el equipo necesario. Más información se puede consultar en <http://www.exactusimpulso.com/>

«*Desde su creación, nuestra organización ha estado orientada a las Técnicas de Ingeniería de Software, por lo que la calidad está fuertemente arraigada en nuestra cultura. Este logro representa el compromiso y capacidad de nuestra gente*», mencionó Beni Lopez, CEO de Softtek para Estados Unidos.

El camino de Softtek hacia la mejora continua de procesos utilizando CMM empezó en 1998, año en que Softtek adoptó el modelo del SEI; en aquella época la empresa fue evaluada como CMM Nivel 3.

A partir de ese momento, con el objetivo de alcanzar el máximo nivel, Softtek continuamente mejoró la calidad de sus servicios e incrementó la eficiencia de sus procesos, hasta que en abril del 2004 fue evaluado por la empresa DSA, auditor certificado por el SEI, como CMM Nivel 5.

Las organizaciones CMM Nivel 5 son altamente maduras, debido a que sistemáticamente utilizan procesos cuantificables y controlables, analizando los resultados para mejorar continuamente. El resultado es software de muy alta calidad, desarrollado en tiempo y costo. Para más información, visite la página de Internet de la empresa en <http://www.softtek.com>. www.sei.cmu.edu

SAP México y Centroamérica: 10 Años Haciendo Historia



- *SAP fue pionera en introducir y ofrecer a las empresas mexicanas la solución ERP (Enterprise Resource Planning)*
- *Actualmente, SAP México y Centroamérica es líder indiscutible del mercado con 58% en ERP, 42% en CRM, y 56% en SCM.*

SAP México y Centroamérica proveedor de soluciones de negocios, celebra este mes sus primeros 10 años de presencia en México y Centroamérica. Durante este tiempo, SAP ha ayudado a empresas mexicanas y centroamericanas de todos los tamaños y de todas las industrias a ser más competitivas, al eficientar sus procesos de negocio. Los logros, desafíos, conocimientos y experiencias adquiridas en estos 10 años, han sido factores clave para que SAP se posicionara como líder en el mercado mexicano.

«Han sido 10 años de crecimiento, desarrollo y continuos cambios en SAP México y Centroamérica. Hemos sido protagonistas de la evolución de la tecnología en el mundo, ayudando a las empresas a ser más productivas y eficientes en el manejo de sus negocios. En el caso de México, hemos incorporado soluciones de clase mundial, flexibles y acordes a las necesidades del entorno mexicano», afirma Raúl Véjar, Presidente de SAP Latinoamérica y fundador de la subsidiaria de México en 1994.

Hace 10 años

La historia de SAP México y Centroamérica se remonta hacia 1992, cuando Raúl Véjar, actual presidente de SAP Latinoamérica, vio en México un mercado potencial, el cual contaba con todos los elementos para iniciar los primeros pasos del ERP en suelo latinoamericano. Raúl Véjar coordinó los primeros proyectos de SAP en México, desde Estados Unidos, hasta que en 1994 abrieron las puertas de la nueva oficina en la Ciudad de México, bajo un interesante portafolio de clientes entre los que se encontraban Hylsamex, Galvak, Casa Pedro Domecq, Volkswagen y varias empresas transnacionales; además de un equipo humano compuesto por 15 personas.

Al momento de iniciar operaciones en México, el concepto de ERP y el nombre SAP eran poco conocidos para los empresarios mexicanos. El reto en aquel momento era sensibilizar a las compañías sobre las soluciones de negocios de SAP. La apertura formal de SAP en México trajo una fuerte presencia de la última versión del software de la compañía, SAP R/3.

El sistema SAP R/3 era la tarjeta de presentación de SAP en 1994, logrando un éxito rotundo no sólo en México sino en toda Latinoamérica. Pocas empresas mexicanas tenían conocimiento del R/3. En su mayoría eran clientes globales de SAP y habían pasado por la implementación de la solución como era el caso de Procter & Gamble, DuPont y Dow Chemical, entre otros. Sin embargo, las compañías mexicanas en general necesitaban aplicaciones de negocio para mejorar sus procesos y sobre todo para integrarlos. Había indicios de este tipo de tecnología con desarrollos internos, pero lo que marcó la diferencia con SAP fue que ésta ofrecía una solución completamente integrada, lo cual fue percibido como una plataforma muy eficiente y productiva.

Ya en 1995, SAP expande sus operaciones hacia el interior de la República Mexicana, al abrir la oficina en Monterrey, para brindar el servicio necesario a los clientes de la región norte y con el compromiso de incrementar la presencia de SAP, logrando así la atención y servicios a diversos clientes como el caso del Grupo Alfa, Grupo Maseca, y Femsa entre otros.

Es importante recalcar que la llegada de SAP a México no fue sencilla porque las empresas desconocían el concepto detrás de la solución ERP. Por ello, se hizo una fuerte labor de educación en el mercado para explicar cuáles eran los beneficios de la misma, además se trabajó para lograr su funcionamiento perfecto y así lograr los primeros casos de éxito, para que fuera más entendible al considerar los beneficios tangibles en otras empresas. Lo cual al día de hoy se ve representado en una base instalada de SAP México y Centroamérica de más de 650 empresas.

Como parte de su estrategia, SAP se inició atendiendo a las empresas corporativas, para continuar con el mercado de las pequeñas y medianas empresas. Fue en 1999 cuando SAP realizó el lanzamiento de las soluciones para las medianas empresas, donde pudo observar que estas empresas necesitaban hacer más productivos sus procesos, a fin de incrementar su competitividad, razón por la cual desarrollaron soluciones con metodologías de implantación más cortas, llegando a un record de 11 semanas, que por consiguiente traían una disminución en los costos de consultoría, lo cual permitió generar un rápido retorno de la inversión y ahorro en costos. Una de las primeras iniciativas en este campo fue Ready to Work, el cual le ofrecía innumerables ventajas al sector PyME de la economía en México.

En estos 10 años, las soluciones han ido evolucionando según las necesidades del mercado, sobre todo el de pequeña y mediana empresa. SAP ha sido pionera también al diseñar mySAP All-In-One y SAP Business One, iniciativas que cubren los requerimientos específicos de empresas de este sector. SAP cuenta con clientes en este segmento como Vinos y Licores, Propasa, Offenback, Fimsa, y Electro Controles por mencionar algunos nuevos clientes.

La consolidación de un liderazgo mundial, ahora en México

A finales de la década de los 90, SAP se dio cuenta que las empresas tenían requerimientos específicos según su industria, por lo cual comenzó a desarrollar una verticalización por sectores industriales para sus soluciones. Al principio de esta estrategia, inicio ofreciendo soluciones específicas para las industrias de Productos de Consumo, Retail, Sector Público y Manufactura (discreta y de Proceso), pero ésta ha ido incrementando fuertemente hasta llegar hoy a cubrir los requerimientos de 28 diferentes segmentos.

continúa en la página 14 >

El lado inteligente en los negocios, hoy una necesidad para mantenerse competitivo

La tecnología actualmente ha alcanzado a todas las áreas de una empresa, consolidándose como una herramienta sumamente necesaria para distribuir la información pertinente a cada integrante de la organización. Cada vez es más evidente el valor que tiene el conocimiento para las compañías, el cual proporciona una mayor ventaja competitiva. A este respecto, el concepto de Business Intelligence (BI) está de moda. Sus aplicaciones para la toma de decisiones se convierten en una herramienta para los gerentes, no sólo de informática, sino de cualquier área de dirección.

Con Business Intelligence, las compañías son capaces de soportar iniciativas críticas en el ámbito del e-business -B2B, B2C y B2E- y distribuir información de forma fácil e instantánea a los directivos, empleados, clientes, socios y proveedores a donde sea necesario.

En todas las empresas existe la necesidad de generación de informes, análisis complejos, gestión de la cadena de suministro, de la relación con los clientes, o aplicaciones de autoservicio. A través de las nuevas tecnologías como Business Intelligence, las compañías construyen y ponen en marcha sistemas de transacciones y de generación de informes web a través de Intranets, Extranets e Internet.

¿Qué es Business Intelligence?

Es un concepto que engloba todos los sistemas de información de una organización para obtener de ellos no sólo información o conocimiento, si no una verdadera inteligencia que le confiera a la organización una ventaja competitiva. Business Intelligence es la habilidad de consolidar información y analizarla con la suficiente velocidad y precisión para descubrir ventajas y tomar mejores decisiones de negocios.

En resumen, Business Intelligence conlleva a un objetivo comercial. Las compañías deben hacer que la información con la que cuentan en sus

bases de datos, servidores de archivos, páginas Web, correo electrónico, sistemas de Planeación de Recursos Empresariales (ERP) y de Administración de Relaciones con Clientes (CRM), se encuentre disponible en todos los niveles de la organización donde, cuando y en la forma que la necesiten, reduciendo así el tiempo perdido en buscar datos específicos, permitiendo así una mejor toma de decisiones comerciales en toda la empresa.

Características y beneficios de Business Intelligence

Business Intelligence incluye también capacidades móviles para que los empleados puedan conectarse siempre a la empresa. Con el acceso instantáneo a la información en tiempo real, algunos de los beneficios con que cuentan son los siguientes:

- Tomar a tiempo las mejores decisiones.
- Mantener la fidelidad con los clientes.
- Ampliar la cuota de mercado.
- Mejorar la eficacia de las operaciones.
- Satisfacer las necesidades de clientes y proveedores.
- Proporcionar información al público de forma fácil y rentable.
- Poder analítico.

Desde la perspectiva de Information Builders, líder en Business Intelligence empresarial y reporte a través de la web en tiempo real, día a día se ve una multitud de cambios tanto tecnológicos como estratégicos, en la manera de procesar y utilizar la información por parte de las organizaciones, por lo que a través de soluciones de BI se pueden obtener grandes beneficios.

La supervivencia y éxito de las organizaciones

Las soluciones de Business Intelligence convierten los datos sin depurar en información valiosa y las simples anotaciones, en capacidad de decisión. El beneficio se presenta en cada una de las decisiones que se toman, garantizando

con ello la supervivencia y éxito de las organizaciones.

Para Information Builders, las soluciones BI abren nuevas oportunidades de creación de valor al proporcionar a las empresas la habilidad para acceder a cualquier dato en la empresa, convertirlo en información y distribuirlo a donde sea necesario para hacer negocios más inteligentes.

Por ejemplo, permitir a una empresa ver las previsiones de ventas, pedidos y entregas a nivel corporativo puede ofrecer una mejor coordinación entre los planes de envío de pedidos y de entregas para los productos manufacturados.

Así, un director de operaciones que observe una baja previsión de ventas para un determinado producto en una región específica podría consultar los planes de entregas para el producto y reajustarlos para que se adapten mejor a lo previsto.

En algunos casos, una compañía puede evitar retrasar los pedidos en una región complementándolos con un producto que habría quedado sin vender en otra región. Estos ahorros en costos de entrega y almacenamiento pueden ser importantes, especialmente para las empresas que comercian internacionalmente.

A través de un conocimiento verdadero en tiempo real sobre una compañía, que se obtiene mediante soluciones de Business Intelligence, se cuenta con un importante valor para los negocios: identificar y corregir situaciones antes de que se conviertan en situaciones críticas. Asimismo, esta información inteligente ayuda a las empresas a detectar oportunidades de negocio.

Information Builders proporciona todo el software y servicios necesarios para desarrollar sistemas de información completos y modernos, para transformar los datos en inteligencia de negocio vital para la gestión de los negocios. Además, es el único proveedor que proporciona una suite de Business Intelligence Empresarial completa, capaz de responder en tiempo real a las cambiantes necesidades de las empresas. Gartner ha situado a Information Builders como líder en este segmento de mercado, al integrar en su plataforma WebFOCUS las soluciones de análisis y consulta, con las de generación de informes y distribución de información.

Business Intelligence intuitivo y flexible

Por Luis Enrique Flores

Aunque el mercado de aplicaciones empresariales en México (el cual está compuesto de las siguientes soluciones: ERP, CRM, SCM, BI y Portales empresariales principalmente), presentó una ligera caída durante 2003 cercana al -0.7 por ciento, donde las soluciones de ERP y SCM fueron las de mayor influencia en dicho comportamiento; de acuerdo a la consultora Select.

No obstante, como en una carrera maratónica de resistencia, llegan nuevas empresas que por esta estrategia lanzan nuevas aplicaciones a un mercado que todavía sigue contraído. Es por ello que Dimensional Insight introduce una solución de Business Intelligence (BI) en alianza con la empresa mexicana i-Solutions.

La familia de productos de Dimensional Insight ofrece una solución integrada e intuitiva que libera información a lo largo de toda la empresa con una velocidad, simplicidad y flexibilidad de manera inigualable, esto dicho por Frederick A. Powers, CEO y presidente de Dimensional Insight. Las compañías pueden usar la tecnología en todo el mundo para materializar oportunidades de negocio, aumentar su desempeño e incrementar sus ganancias.

Por su parte, Alejandro Mendoza, director comercial de i-Solutions señaló que: «La necesidad de información veraz y oportuna, dirigida a niveles gerenciales y directivos de las empresas, es la razón principal por la cual se ha integrado al portafolio de negocios una solución que, sin lugar a duda, ha revolucionado el enfoque de Business Intelligence en nuestro país, debido al concepto de 'Esferas de Datos' de Dimensional Insight, Inc., empresa con la cual se ha consolidado una sólida relación de negocios para atender al mercado nacional».

A través del concepto de esferas de datos los usuarios pueden analizar la información en cualquier dirección, y moverse en todos los sentidos, para realizar los análisis que requieren de manera sencilla e intuitiva dentro de su área de influencia. Las soluciones tradicionales de BI generalmente utilizan el concepto de cubos de datos para representar sus modelos, un enfoque limitado, ya que los cubos únicamente pueden ser analizados en algunas direcciones.

Para Select, el mercado de Business Intelligence que había sido uno de los mercados más dinámicos durante 2001 y 2002, sufrió una fuerte desaceleración y paso de

un crecimiento cercano a 31 por ciento durante 2002 a un crecimiento apenas superior al 6 por ciento para 2003.

Esta desaceleración se derivó en buena parte de la suspensión temporal de algunos proyectos que las empresas decidieron no llevar a cabo hasta no tener una mayor certidumbre respecto del entorno. Por lo que es probable que se lleven a cabo durante el presente año, a pesar de aun haber cierto nivel de incertidumbre.

Las perspectivas para 2004 respecto del mercado de BI son alentadoras, ya que muchas empresas han comenzado a detectar problemas con el manejo y control de la información con que cuentan, de hecho, en algunos sectores es común detectar la existencia de una gran cantidad de islas de información, así como problemas en cuanto al ciclo de vida de la misma, lo cual ha llevado a que la evaluación de un posible proyecto de implementación de BI se vea cada vez con mayor seriedad, lo cual nos lleva a estimar que el crecimiento de dicho mercado para 2004 será de dos dígitos, cercano al 20 por ciento.

Alejandro Mendoza menciona que i-Solutions tiene una



fuerte presencia en el mercado nacional a través de soluciones sobre Internet, movilidad y ERP que ayudan a las empresas a mejorar procesos de negocio como Daimler Chrysler, Afore XXI, General de Seguros entre otros segmentos como hospitales, detallistas, distribución periódicos y finanzas.

El modelo de esferas es justo lo que el mercado requiere ya que es una solución para

el control y manejo de información, que sea tan funcional para los expertos en informática como para los usuarios que tienen poco conocimiento sobre herramientas de sistemas muy avanzadas y complicadas. Entre los productos de Dimensional Insight se encuentran DI-Atlantis, DI-Diver, DI-ProDiver, DI-WebDiver y DI-ReportDiver, aplicaciones que son flexibles y amigables para los usuarios.

Es tan rápido la aplicación que desde el momento que en sí, no es necesario que la empresa cuente con un datawarehouse, ya que el modelo de esferas, sólo toma la información disponible de los distintos departamentos sin importar la plataforma que se encuentren soportados. No obstante que los corporativos nuevamente comienzan a voltear a este tipo de aplicaciones para resolver el cúmulo de problemas de información, un mercado que comienza a interesarse por estas aplicaciones, es el sector gobierno, lo cierto que lejos de existir un crecimiento en el mercado de aplicaciones, si aparenta ser menos retraído que el año anterior.



Macromedia ha anunciado la disponibilidad inmediata de una actualización para Macromedia Dreamweaver MX 2004 que ofrece mejoras sustanciales en el desarrollo y la estabilidad sobre las versiones anunciadas anteriormente. Con este actualizador, Dreamweaver MX 2004, incrementa la productividad de los usuarios finales al potenciar flujos de trabajo clave y mejorar el desarrollo de la aplicación. El actualizador está disponible en forma gratuita en <http://www.macromedia.com/go/updates/>.

El **Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey**, *campus* Guadalajara, recibió por parte de **Panduit** un reconocimiento por la excelencia en su infraestructura que incluye el cableado de Aulas y ciber-plazas, oficinas administrativas y el edificio de Residencias de esta prestigiada institución. Estos proyectos cuentan con la garantía de Panduit, que respalda los diseños, productos, desempeño y la calidad de su instalación.

Los beneficios obtenidos han sido: modularidad, flexibilidad de llevar el servicio con tecnología de vanguardia a todas y cada una de las áreas de estudio y de consulta dentro del *campus*, como lo es el servicio de video conferencias y el acceso a internet, servicios de los que puede disponer el alumno; brindar un mejor servicio a los colaboradores del instituto, ya que pueden contar de manera oportuna con la información necesaria en cada departamento, y ofrecer a los residentes del campus, instalaciones acondicionadas con alta tecnología de servicio de voz, datos y video.

Asimismo **Panduit** anunció que ahora las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) podrán reemplazar o crear un closet de telecomunicaciones con el novedoso gabinete Panzone para equipo activo de Panduit, el cual tiene espacio para 72 puertos, lo cual permite el tener conexiones de 36, 50 y 72 estaciones de trabajo.

Este gabinete es montable en pared; provee una forma eficiente y rentable de desplegar el equipo de red en forma remota; es resistente a intrusiones, y cumple con el estándar UL60950 (Underwriters Laboratories) para gabinetes; dicho estándar aprueba el uso de electricidad en el gabinete.

Jorge de la Fuente, gerente de Producto de Panduit para América Latina detalla que las ventajas del gabinete Panzone para equipo activo es el de ahorro de espacio y al estar sobre las paredes no es necesario hacer perforaciones ni instalaciones ni ninguna obra civil. Además, agrega, tiene entradas para toda la familia de ductos LD de Panduit, e inclusive colocar paneles de parcheo, lo que vendría a sustituir, de cierto modo, un closet de comunicaciones.

www.panduit.com

Siguiente cuadro>

MicroStrategy presenta MicroStrategy Office

MicroStrategy Incorporated presentó una nueva funcionalidad de su plataforma, MicroStrategy Office, que proporciona tecnología de alto valor de BI (business intelligence) a los usuarios de las aplicaciones de Microsoft Office, incluyendo Word, PowerPoint, Excel y próximamente Outlook. MicroStrategy Office puede ampliar significativamente los rangos de acción de los ejecutivos que tienen requerimientos de información en las empresas y pueden mejorar su desempeño en todas las facetas de las operaciones del negocio.

«La base de usuarios potenciales de MicroStrategy Office es sustancial. Permite nuevas formas de aplicación de BI por medio de la apertura de una interfaz conocida para los usuarios no técnicos de una empresa, gracias al vehículo de las populares aplicaciones de Microsoft Office», explicó Dan Vesset, Research Manager de IDC. «MicroStrategy Office hará una significativa contribución a la manera en que la gente de negocios utiliza el BI, habilitando a cualquier usuario de Microsoft Excel, PowerPoint y Word para obtener acceso nativo a la información existente a todo lo largo de la empresa, con la necesaria consistencia, seguridad y escalabilidad». Los beneficios de MicroStrategy Office para las empresas:

1. Una interfaz sencilla y transparente para todos los datos empresariales

Los usuarios de negocios necesitan una manera sencilla y escalable para incorporar información de negocios en sus aplicaciones de productividad de uso diario. Un usuario de negocios promedio, que pasa buena parte de su día utilizando tales aplicaciones de productividad, ya sea Excel, Word, PowerPoint y Outlook, no incluye generalmente datos empresariales en sus documentos y trabajo. En las pocas instancias donde las áreas de TI (tecnología de información) o las áreas de información financiera ligan Excel con las bases de datos, se requiere un complicado trabajo de programación y mantenimiento para que las aplicaciones trabajen y se mantengan operando.

MicroStrategy Office cambia significativamente esta ecuación y proporciona una interfaz sencilla y transparente hacia los datos de la empresa.

2. Sencilla habilitación para los usuarios de negocios- no se requiere entrenamiento técnico

Aún los más eventuales usuarios no técnicos serán capaces de acceder en toda su extensión la información empresarial a través de las aplicaciones de productividad que les resultan familiares. Tal como lo requieren, sólo usan las habilidades que ya poseen en el manejo de Microsoft Office.

3. Se da origen a un nuevo espectro de aplicaciones de BI

Con la fusión de las capacidades de la plataforma de MicroStrategy con los flujos de trabajo de Microsoft Office, las empresas podrán desarrollar un nuevo abanico de aplicaciones de inteligencia de negocios.

4. Incremento en el potencial de la plataforma de BI de MicroStrategy

MicroStrategy Office incrementa el potencial de la plataforma de software de BI que ofrece MicroStrategy y se adhiere a la más reciente arquitectura Smart Client de Microsoft Office, proporcionando escalabilidad, gestión, seguridad y consistencia a través de toda la organización para cualquier base de datos. MicroStrategy Office es un estándar que Microsoft Office incorpora, sin obstruir la labor de los usuarios y siendo consistente con el esquema «look and feel» de Microsoft Office. www.microstrategy.com

Citrix lanza al mercado MetaFrame Access Suite 3.0

Citrix Systems, Inc., empresa global en soluciones de infraestructura de acceso, presentó Citrix MetaFrame Access Suite 3.0, la suite de software más ampliamente implementada en el mundo para ofrecer un punto de acceso seguro y bien administrado a aplicaciones e información de la empresa *On-Demand*. MetaFrame Access Suite 3.0 ofrece mejoras de facilidad de uso con SmoothRoaming, nuevo recurso que garantiza un acceso móvil consistente siempre en funcionamiento, y permite que los ambientes de cómputo sigan a los usuarios en diferentes lugares, dispositivos e interrupciones de acceso. Una segunda característica clave de la nueva versión es una interfaz de administración común que permite a los administradores de TI observar y medir el desempeño de la infraestructura de acceso en la empresa global.

Además, Citrix MetaFrame Access Suite 3.0 cumple la promesa que hizo Citrix hace más un año de proporcionar a sus clientes una solución de infraestructura de acceso completa e integrada que transforme las organizaciones en empresas móviles, flexibles y ágiles *On-Demand*. Esta nueva versión de MetaFrame Access Suite ofrece seguridad, movilidad, flexibilidad, productividad y desempeño sin igual. De manera específica, ofrece muchos nuevos recursos, incluyendo la administración integral de MetaFrame Presentation Server, los beneficios de movilidad y flexibilidad de MetaFrame Secure Access Manager, la seguridad de inicio de sesión único (SSO) y uso de contraseñas que ofrece MetaFrame Password Manager, y los recursos de colaboración de MetaFrame Conferencing Manager.

«Beverly Healthcare es reconocido como líder a nivel nacional en servicios de atención a la salud para personas de edad avanzada. Citrix MetaFrame Access Suite es fundamental para nuestra estrategia de acceso, ya que proporciona a nuestras 57,000 enfermeras, personal clínico y otros empleados acceso fácil e inmediato a aplicaciones e información clínicas», dijo David Valcik, vicepresidente de servicios técnicos de Beverly Enterprises. «El acceso seguro a datos de pacientes oportunos y precisos juega un papel decisivo en la provisión del más alto nivel de servicio a nuestros pacientes. El recurso SmoothRoaming de MetaFrame Access Suite nos dará la posibilidad de conectarnos en diferentes puntos dentro de nuestras instalaciones y permite a los equipos de trabajo ser más productivos, garantizando con ello que nuestros pacientes continúen recibiendo la mejor atención disponible».

Citrix MetaFrame Access Suite es la forma más fácil para que las organizaciones proporcionen un punto de acceso seguro a aplicaciones e información de la empresa *On-Demand*, al tiempo de garantizar una experiencia consistente para el usuario en cualquier lugar, en todo momento, utilizando cualquier dispositivo, a través de cualquier conexión. Cada producto componente de MetaFrame Access Suite vence un reto de acceso en particular para una organización, mientras que todos los productos trabajan juntos de manera transparente para hacer posible la empresa *On-Demand*. Para más información acerca de Citrix MetaFrame Access Suite visite el sitio www.citrix.com/accesssuite.

AGFA, empresa líder en el manejo de imágenes a nivel mundial ha presentado a los 5 talentosos ganadores de la séptima edición de su Concurso anual de Jóvenes Creadores 2003 que invitaba a jóvenes estudiantes de todo el mundo a interpretar gráficamente el lema «The Power of Print» (El Poder de la Impresión).

Un jurado formado por personalidades del ámbito de la impresión seleccionó los trabajos de YoungJin Seo de la Universidad de Tecnologías de la Información de Tongmyung, Corea; Robin Carpenter, de la Universidad de las Bellas Artes de Berlín, Alemania; Pol Ubeda de la Escuela IDEP de Barcelona, España; Sara Lopes de la Escuela ESAD de Oporto, Portugal y Radoslaw Pryca del Liceo Pantswowowe de Lodz, Polonia y premiándolos con un estupendo viaje con todos los gastos pagados a la sede de AGFA en Bélgica en el mes de julio de 2004 donde tendrán visitas guiadas y talleres de formación. Asimismo, los diseños premiados se imprimirán en prensas de gran formato en la feria Drupa en Alemania en el mes de mayo y se exhibirán en la página de internet www.agfa.com/aycc

Epicor Software Corporation, proveedor de soluciones empresariales integradas para el mercado medio, anuncio que fue nombrado el «Partner del Año 2003» por the Progress Company, unidad de negocio de Progress Software Corporation, y proveedor líder de tecnología para el desarrollo de las mejores aplicaciones de negocio del mundo. Progress selecciona a sus Asociados triunfadores basándose en el innovador uso que le den a la tecnología Progress OpenEdge, su enfoque en iniciativas de alto valor y varios esfuerzos colaborativos que les permiten proveer el máximo valor de negocio en una economía lenta.

Las nuevas soluciones combinan las ya conocidas funcionalidades de las soluciones EPICOR con los beneficios de una arquitectura e interfase de usuario (UI) orientadas a servicios para ofrecer una nueva clase de soluciones a los fabricantes del mercado medio. Las nuevas soluciones Sonoma (TM) Class (SC) para manufactura están diseñadas para ofrecer a los clientes mayores niveles de escalabilidad, confiabilidad y flexibilidad en la implementación de soluciones empresariales con un camino natural de actualización.

La fase uno incorpora una arquitectura de aplicación existente en dos de las actuales soluciones de manufactura EPICOR, Vista(R) y Vantage(R). Ambos Vista y Vantage ofrecen ahora soporte para Microsoft SQL Server y Progress RDBMS (Relational Database Management System), permitiendo a los clientes seleccionar la tecnología que mejor convenga a sus negocios. Mientras Vista y Vantage comparten ahora una arquitectura de aplicación común, sus interfaces de usuario (UI) y capas de flujo son únicas para los mercados a los que sirven. Para obtener mayor información, visite la página Web de la compañía en www.epicor.com, o comuníquese al (81) 8221-7121 en Monterrey, N.L. o al (55) 9171-1081 en la Ciudad de México.

Maxcom realiza donación a la Cruz Roja Mexicana

Con esta donación la Cruz Roja reestructura su red de comunicación interna cuya antigüedad excedía los 20 años.

Maxcom Telecomunicaciones, S.A. de C.V., proveedor de servicios de telecomunicaciones a la pequeña y mediana empresa y a usuarios residenciales en la Ciudad de México, Querétaro y Puebla firmó, un convenio de servicios con Cruz Roja Mexicana Sede Nacional, que contempla lo siguiente: 144 líneas Central Max con tecnología Centres, lo cual no incluye gastos de instalación y contratación. Asimismo se le provee servicios de conmutación, internet de 512 Kbps y 256 Kbps, éste último exclusivo para el área de desastres.

Entre otros servicios y soluciones que conforma el convenio están tres números 800, un número de conmutador 10-84-9000 con 141 extensiones, actualización de 116 equipos telefónicos; las soluciones integradas son identificador de llamadas, correo de voz, control a servicios de larga distancia y celular, conferencia tripartita, llamada en espera y transferencia de llamadas.

El valor de la tecnología que contempla el convenio, equivale a **\$542,000 pesos MN** (quinientos cuarenta y dos mil pesos). Lo anterior significa un crecimiento para Cruz Roja Mexicana del 190 por ciento en su servicio telefónico y una disminución del 20 por ciento en sus gastos, obteniendo un mejor servicio. La posibilidad de contar con un conmutador, sin la necesidad de erogar del presupuesto, le permite a Cruz Roja Mexicana canalizar esa inversión a la acción fundamental de la Institución.



René Sagástuy, Ceo y Director General de Maxcom, ha mencionado al respecto que «Este acuerdo nos llena de entusiasmo ya que demostramos que podemos apoyar con estos servicios a una de las instituciones más reconocidas en México y en el mundo, demostrando que pese a las limitaciones que ha vivido el sector de telecomunicaciones, éstas no deben de restringir el apoyo hacia las instituciones de asistencia social que requieren de mayores recursos para realizar su labor.»

Por su parte, el Sr. Olegario Vázquez Raña, Presidente del Consejo Nacional de Directores destacó la importancia de este convenio con el cual «buscamos hacer de Cruz Roja Mexicana una institución que ofrezca un mejor servicio, así lo demanda la población y es por ello por lo que trabajamos en busca de la excelencia. Gracias al apoyo de empresas socialmente comprometidas como Maxcom ahora contamos con un servicio telefónico más completo, porque anteriormente ni siquiera teníamos un

conmutador.»

Asimismo René Sagástuy agregó que ya se esta evaluando la posibilidad de formalizar un nuevo convenio extensivo a las delegaciones para actualizar su infraestructura de comunicación, en las sedes en donde Maxcom tiene presencia.

Fuera del contexto del convenio, Don Olegario Vázquez Raña mencionó que su corporativo tiene planificado invertir 400 millones de dólares en nuevas oportunidades

de negocio en los sectores de comunicación (Radio), salud, hotelería y bienes inmuebles esta inversión comprende al primer semestre del 2005.

El número de emergencias de Cruz Roja Mexicana en el Distrito Federal sigue siendo 065, mientras que el nuevo número para las oficinas administrativas es el 10-84-90-00. (www.maxcom.com.mx) y (www.cruzrojamexicana.org)

Sagem myC-3b: el nuevo tono «glamour» de la gama

SAGEM, mayor protagonista en el entorno internacional de Telecomunicaciones, presenta hoy el myC-3b, un teléfono estuche que combina un estilo brillante y ultra glamour con las últimas innovaciones en telefonía móvil.

El myC-3b es un modelo original, diseñado para un público femenino al cual le encantará su diseño y su gran variedad de funciones.

Con sus líneas curvas y puras, su aspecto brillante y su color rubí, el myC-3b es un verdadero accesorio de estilo de vida. Su importante capacidad de memoria de hasta 1,5Mo le permitirá telecargar



una gran variedad de timbres e imágenes desde la página Web www.planetsagem.com.

«Estamos orgullosos de anunciar el lanzamiento del producto más reciente de la gama SAGEM, un móvil innovador que se parece a una polvera y demuestra nuestras capacidades de creación a

nivel de diseño y de tecnología. Gracias al

myC-3b, SAGEM se orienta ahora hacia nuevos sectores de mercado », ha declarado Thierry Buffenoir, Director de la División de Teléfonos Móviles de SAGEM. Para obtener más

información sobre la empresa, sírvase consultar la siguiente página Web: www.sagem.com

Compuimport lanza bocinas con calidad de audio

La empresa mexicana Compuimport S.A. de C.V. lanzó al mercado Space Sirius, un nuevo concepto de bocinas para computadora y adaptable a cualquier dispositivo de sonido dirigido a un segmento de usuarios de hogar y oficina.

Para Eduardo Solórzano, Director General de Compuimport viene a demostrar que en nuestro país es posible invertir en productos nacionales que lejos de desplazar mano de obra, la incentivan y compite con otros países fabricantes de productos de electrónica. Asimismo queda demostrada la capacidad tecnológica que cuenta nuestro país, ya que el 99 por ciento del proceso del diseño y fabricación, se realizó en nuestro país, con lo cual se lograron abaratar costos y por ende ofrecer un producto de calidad, competitivo y al alcance de cualquier usuario de posea una computadora.



Las características de las nuevas originales bocinas por su elegante diseño, cuentan con una potencia PMPO de 200 Watts y una potencia de RMS de 5 watts máximo sin distorsión en audio; una frecuencia de respuesta de 20-20 khz, con una impedancia de entrada 160 k Ohms y una

impedancia de bocina de 8 Ohms; su tamaño de 26x9x7.5 cm es en acabado de colores gris y negro. Son compatibles con cualquier computadora de escritorio, portátiles, Mac, Pocket PC, Ipod, Disk-Man, Walk-Man, entre otros reproductores de sonido con salida de audio tipo jack estereo de 3.5 mm.

Este producto ha comenzado a distribuirse a través de diferentes mayoristas y entre los pequeños distribuidores de la Ciudad de México y Guadalajara para venta directa en tiendas departamentales, de equipo de computo, entre otros. El costo aproximado será de 300 pesos. Para mayores informes: www.compuimport.com

HP ofrece Soluciones Inteligentes para pequeñas y medianas empresas (PyMEs)

Como parte de la iniciativa Smart Office para pequeñas y medianas empresas (PyMEs), HP anunció Soluciones Inteligentes, una infraestructura de soluciones para PyMEs y un conjunto de soluciones diseñado específicamente para satisfacer sus necesidades y lograr mayor eficiencia así como reducir costos y riesgos en sus negocios. El anuncio de hoy toma en cuenta las principales necesidades identificadas por las PyMEs, permitiéndoles enfocarse más en el desarrollo de su negocio y menos en sus necesidades de tecnología.

Los propietarios de pequeñas y medianas empresas se enfrentan diariamente al reto de obtener la experiencia adecuada así como productos y soluciones confiables y el servicio y soporte tecnológico en el que se puedan apoyar para ayudarlos a usar la tecnología para ser más eficientes en sus negocios y obtener mejores resultados. Las Soluciones Inteligentes de HP proveen a las PyMEs módulos de soluciones que les permiten enfrentar requerimientos inmediatos y les permiten mejorar su empresa mientras crecen con nuevas capacidades que se integran bien con sus actuales inversiones en tecnología.



Las soluciones inteligentes de HP y las ofertas anunciadas incluyen: Administración de archivos e impresión, comunicaciones, colaboración y administración de documentos.

Las soluciones de infraestructura y las ofertas de socios de HP están diseñadas específicamente para ayudar a empresas pequeñas y medianas a incrementar su productividad, reducir costos fijos y riesgos, así como a garantizar el éxito en los negocios. Estas soluciones están hechas a la medida para satisfacer las necesidades únicas de las PyMEs ofreciendo soluciones confiables y que las liberan de preocupaciones. Por ejemplo parte de estas soluciones pueden ir desde la adquisición de servidores Proliant, computadoras de escritorio, dispositivos PDA, portátiles y software de Microsoft y HP, permitiéndoles centrarse en el manejo de sus negocios, no en la tecnología de información.

Se puede obtener más información acerca de las Soluciones Inteligentes de HP en www.hp.com.mx/pyme

El Potencial de Marketing Epson



Por Nita Howard

Para el Sr. Toshio Kimura, el año 2003 fue un torbellino frenético. En cuanto aceptó su cargo de Vicepresidente Ejecutivo y Gerente de Finanzas de Seiko EPSON Corporation (EPSON) en Abril, el Sr. Kimura viajó a Europa y Estados Unidos para reunirse con inversionistas y preparar el terreno para empezar a cotizar en la Bolsa de Valores de Tokio el 24 de junio.

Disfruté mucho con las presentaciones porque fueron muy buenas oportunidades para comercializar nuestra compañía y nuestro potencial futuro», dijo el Sr. Kimura, que ha cosechado numerosos éxitos durante su carrera de marketing de impresoras y otros productos de EPSON. El Sr. Kimura vio inmediatamente la conexión entre las relaciones de los inversionistas y el Marketing. «Aunque hasta ahora nunca había participado directamente en las finanzas corporativas, creo que mi posición actual ha llegado en el momento adecuado. Presentía que los inversionistas institucionales estaban preparados para invertir en una empresa con un fuerte potencial de crecimiento».

El precio de la oferta pública inicial de 2.600 yen y el primer precio de cambio de 3.690 yen además de la subsiguiente subida a más de 4.600 yen, son testimonio de la confianza de los inversionistas en EPSON y su futuro. El éxito de su cotización en la bolsa de valores fue un hito importante en los 61 años de historia de la compañía.

El Sr. Kimura no es un extraño en el mercado internacional, pues su liderazgo ha sido un instrumento para el éxito que EPSON disfruta en el negocio de impresoras. Se unió a la compañía en 1965 y tras varios años en planificación corporativa, donde tomó

parte en la fundación de las primeras filiales de fabricación de EPSON en el extranjero, en Singapur y Hong Kong, se trasladó a ventas domésticas en 1973 y, seis años más tarde, a ventas internacionales, jugando un papel clave en la creación de los canales de distribución de EPSON en Europa y Estados Unidos. También se le ha atribuido el cambio de rumbo acontecido en el sector de computadoras personales de EPSON, primero a finales de la década de los ochenta y después a principios de la década de los noventa.

Un ejecutivo en marcha

Además de las finanzas, las responsabilidades del Sr. Kimura como vicepresidente ejecutivo incluyen reforzar las funciones de la sede central, mejorar las operaciones comerciales y aumentar las comunicaciones corporativas. Es un hombre que predica con el ejemplo. En la sede central de EPSON en Suwa, Japón, el Sr. Kimura siempre está «en el escenario», participando activa y libremente en discusiones en las oficinas de Recursos Humanos, Comunicaciones Corporativas, y otros departamentos. Es básicamente, un «ejecutivo ambulante» que prefiere visitar a sus gerentes en sus propios departamentos que llamarlos a su oficina.

«De esta manera puedo reunir más información y puedo hablar con más gente en menos tiempo» dice, añadiendo con una sonrisa: «No me encontrarán muy a menudo en mi despacho». El Sr. Kimura es la personificación de la cultura corporativa abierta, dinámica y equitativa que ha elevado a EPSON, desde sus raíces como fábrica de relojes de la marca Seiko, a un fabricante mundial de equipo de tecnología de la información.

Para fomentar la comunicación y la participación de información dentro y a través de los departamentos con la famosa eficacia precisa de EPSON, ha instalado en la sede central el tipo de mesas altas y redondas que se usan en las plantas de manufactura para llevar a cabo reuniones improvisadas de pie. «Esto es lo que hacen en las fábricas», explicó. «Quería que el personal de la sede central aprendiera un par de cosas de las fábricas».

En abril de 2003 EPSON lanzó una estrategia de cinco años llamada SE07 para integrar de forma más orgánica las tecnologías de creación de imágenes de la compañía e incrementar la rentabilidad en un 10%, casi el doble del nivel actual, para el mes de marzo del 2008. Sin embargo, la gerencia principal, contempla ahora elevar las expectativas, adelantando la fecha límite para lograr los beneficios de dos cifras en un año completo, al mes de marzo de 2007. El Sr. Kimura piensa que la nueva meta se alcanzará mediante un recorte adicional de los costos, un aumento de la productividad y la creación de una gama competitiva de productos.

Opciones de financiación diversificada

Una mejor rentabilidad consolidará la posición financiera de EPSON, con un mayor flujo de caja ayudando a reducir los préstamos bancarios a un nivel a la par con las reservas de caja internas de la compañía. La oferta pública inicial ha concedido a EPSON más opciones para reforzar su posición financiera y puede producirse una venta adicional de acciones.

El Sr. Kimura prevé que el nivel de inversión de EPSON se mantendrá

entre 80.000 millones y 90.000 millones de yenes en los próximos años. Sin embargo, si el marco comercial actual y las ventas exigen inversiones que excedan estos niveles, EPSON estará ahora en mejores condiciones de responder en forma positiva. Sin embargo, no hay duda de que se procederá con precaución, para evitar los riesgos de una inversión excesiva, lo cual limitó el crecimiento de la compañía en el pasado. «Invertiremos donde sea necesario», indicó el Sr. Kimura, agregando que la mitad de las nuevas inversiones serán encauzadas hacia los dispositivos y componentes electrónicos, incluyendo las pantallas de cristal líquido, y la otra mitad hacia productos relacionados con la información, tales como impresoras.

De momento, el entorno comercial parece positivo. Se observa un alza en la demanda de pantallas para teléfonos celulares a color. «Los usuarios de teléfonos celulares están cambiando a color mucho más rápidamente de lo previsto», indicó el Sr. Kimura con satisfacción. La venta de motores gráficos móviles (dispositivos de control para las pantallas de receptores) también va en aumento.

El Sr. Kimura dice que desea ver a EPSON capturando nuevamente una participación de mercado de 20% , la cual sostenía hasta hace dos años en el mercado de impresoras de inyección de tinta en los Estados Unidos. «En 2003 nuestra participación subió a casi un 12%», indicó el Sr. Kimura con alivio. El lanzamiento en Octubre de una nueva línea de Multifuncionales en el mercado Norteamericano debe impulsar nuevamente la competitividad de EPSON. En Japón, EPSON posee una participación del 50% gracias a puntos fuertes tales como la calidad de la tinta a color. «A diferencia de nuestros rivales Norteamericanos, que subcontratan su producción, nosotros fabricamos nuestras propias impresoras. Esto representará una ventaja a largo plazo», declaró, añadiendo: «Poseemos las tecnologías fundamentales y capacidades de fabricación más avanzadas».

Los Videoproyectores EPSON con la mejor tecnología en Alta Definición, Luminosidad y Resolución

La alta eficiencia en luminosidad es una ventaja importante del sistema de proyección de panel HTPS. Con la tecnología de micro ajuste de lente de EPSON que concentra más luz en cada panel, y la experiencia en micro fabricación que aumenta la razón de apertura, la luz es usada con una mayor eficiencia. De esta manera, la cantidad de luz requerida para paneles del mismo tamaño puede ser reducida, en comparación con otros sistemas, como el de procesamiento digital de luz (DLP) y cristal líquido sobre silicón (LCOS), permitiendo el uso de lámparas más pequeñas y un menor consumo de energía. A la inversa, el brillo puede ser aumentado usando la misma cantidad de luz. Los avances en la tecnología de micro fabricación, además, ha permitido incrementar el conteo de píxeles, lo cual es la clave para alcanzar una mayor resolución.

La tecnología de micro ajuste de lente para una mejor brillantez.

Con el objeto de aumentar el brillo de la imagen proyectada sobre una pantalla, EPSON ha desarrollado la tecnología Micro-Lens Array (MLA) que concentra la luz sobre las áreas transparentes de los paneles LCD. Al desviar la luz de las áreas resistentes a la luz, tales como la instalación electrónica, toda la luz posible puede penetrar el panel, mejorando la brillantez de un 50% a un 60%.

Aumento de la razón de apertura para una mayor eficiencia en la luz.

La eficiencia con la cual la luz es usada en la conformación de una imagen ha sido mejorada al aumentar la razón de apertura, que es el porcentaje de área dentro de un píxel que transmite luz. Usando la tecnología de micro fabricación, EPSON ha optimizado el sistema eléctrico y el diseño de píxel para elevar esta razón desde 53% en paneles 3D hasta 60% en

paneles 4D (en el caso de un panel XGA de 0.7 pulgadas). Mayor eficiencia luminosa significa menor consumo de energía y mayor adaptabilidad al medio ambiente.

Mayor Resolución

Un criterio que se sigue para medir la calidad de imagen es el número de puntos que se ven en las señales proyectadas. A mayor número de puntos, será más clara la imagen. Normalmente, la mayoría de los proyectores multimedia utilizan paneles XGA y los proyectores para el hogar emplean paneles HDTV (720P), aunque el panel usado puede diferir de acuerdo al rango de precio.

Resolución = número de píxeles horizontales x número de píxeles verticales

Aplicaciones del panel y resoluciones

Abajo se muestra la diferencia que existe para los diferentes proyectores y paneles como sus usos más recomendables.



Paneles para proyectores multimedia

VGA: 640 x 480 puntos
SVGA: 800 x 600 puntos
XGA: 1024 x 786 puntos
SXGA: 1280 x 1024 puntos
UXGA: 1600 x 1200 puntos

Paneles para proyectores para el hogar

SDTV: 720 x 480 puntos
Half-HDTV: 960 x 540 puntos
Wide-XGA: 1365 x 768 puntos
HDTV (720P): 1280 x 720 puntos
HDTV (1080P): 1920 x 1080 puntos

EPSON ofrece una extensa variedad de productos con soluciones de imagen para el consumidor, negocio, fotografía y para el mercado de artes gráficas.

Dell y Oracle Expanden su Alianza Estratégica

Dell y Oracle expandieron su asociación estratégica al formalizar hoy una iniciativa destinada a reducir en forma significativa el costo de la computación crítica para una gama más amplia de negocios. La asociación de Dell y Oracle sigue facilitando a los clientes tanto la adquisición como el despliegue de los recursos fundamentales de computación comercial basados en tecnologías estandarizadas y rentables.

La iniciativa incluye un acuerdo exclusivo de salida al mercado que hace de Dell la primera empresa del mundo en unirse a Oracle para entregar propuestas en paquete sellado de Oracle Database Standard Edition One. Este producto se ofrecerá en todo el mundo con servidores Dell PowerEdge. Dell seguirá esforzándose por lograr que los clientes adopten en mayor medida la tecnología de Computación Distribuida con soluciones basadas en la tecnología Real Application Cluster de Oracle.

Las configuraciones de Dell/Oracle Database Standard Edition One consisten en servidores Dell PowerEdge 2600 ó 2650 y discos compactos que contienen la base de datos Oracle Database Standard Edition One. Las configuraciones incluirán un acuerdo de licencia de paquete sellado que permite al cliente formalizar el contrato de licencia del software al romper el sello. Esta facilidad demuestra el compromiso constante de ambas empresas en reducir el costo de la computación empresarial haciendo las tecnologías críticas para los negocios, por ejemplo la importante base de datos de

Oracle, fácilmente accesible a todas las empresas, cualquiera que sea su tamaño. Dell y Oracle: Accesible, Fácil de Desplegar, Manejar y Crecer

Oracle Database Standard Edition One permite al usuario desarrollar y desplegar aplicaciones de importancia comercial crítica mientras aprovecha las demostradas cualidades de rendimiento, disponibilidad y seguridad. Puesto que Oracle Database Standard Edition One ha sido concebido para desplegarse en un solo servidor de hasta dos procesadores, como los Dell PowerEdge 2650 y PowerEdge 2600, el producto es especialmente atractivo para las organizaciones, los departamentos de línea comercial y las sucursales distribuidas.

La extensa experiencia de Dell en el mercado de venta de servidores en gran escala le ha permitido entregar una plataforma de base de datos Oracle fácil de adquirir, implementar y manejar. Dell proveerá configuraciones probadas y apoyadas de servidores Dell PowerEdge con Oracle Database Standard Edition One y servirá como punto único de contacto para esos clientes. Los clientes que quieran comprar sólo el software pueden seguir comprándolo directamente a Oracle.

Las plataformas combinadas de servidores Dell con software Oracle pueden pedirse hoy para entornos Red Hat Enterprise Linux a un precio que comienza en US\$4,108. Dentro del acuerdo, pero posteriormente en el año, Dell instalará en fábrica Oracle Database Standard Edition One con Red Hat Linux y Microsoft Windows en servidores Dell PowerEdge 2600 y 2650.

Dell y Oracle planean seguir codesarrollando mejoras tanto en el manejo de productos futuros como en la integración del software en esos productos. Para obtener más información sobre la relación Dell-Oracle www.dell.com/oracle.

...10 años haciendo historia

En 1999, el ERP era la herramienta más importante para las empresas y SAP, gracias a su visión desde 1994, había logrado consolidarse como líder para 1997, con crecimientos anuales sobre el 30% en un mercado que apenas empezaba. Después de la introducción de su ERP, SAP comenzó a ofrecer soluciones como mySAP SCM (Supply Chain Management), después mySAP CRM (Customer Relationship Management), seguido por aplicaciones como mySAP SRM (Supplier Relationship Management) hasta la plataforma de integración SAP NetWeaver, la más reciente innovación de la compañía.

Este importante crecimiento dado año con año, ha llevado a la compañía a convertirse en el líder de los diferentes segmentos que hoy en día son medidos por los analistas, es por ello que según cifras de Select de Marzo de 2004, la participación en el terreno de los ERP's da a SAP un liderazgo con el 58% teniendo a su más cercano competidor en 11%. En el caso de CRM hoy podemos observar un liderazgo con 42% vs. 38% del rival más cercano. Finalmente en el segmento de SCM vemos a SAP con un 56% de participación contra un 22% de la competencia.

Nuestra mejor referencia: los clientes

Hylsamex fue el primer cliente de SAP en México, esa primera implementación se logró gracias a la facilidad de uso que la tecnología de SAP ofrecía en ese momento y un tema que hasta nuestros días continúa siendo un beneficio importante, la integración real de los diferentes procesos de negocio, algo que para 1994 no era sencillo de encontrar en el mercado mexicano. Centenares de usuarios en Hylsamex fueron testigos del inicio del camino de R/3 en México, y sobre todo de la asociación entre Hylsamex y SAP, pues aún hoy después de 10 años, Hylsamex continúa recibiendo los beneficios de la tecnología de SAP.

Actualmente, SAP cuenta con más de 650 clientes. Ha evolucionado conforme las empresas han ido evolucionando atendiendo requerimientos nuevos de negocio. SAP ha estado comprometida con sus clientes desde un inicio y seguirá desarrollando e innovando en sus soluciones para atender las necesidades constantes y cambiantes de todo tipo de empresas», finalizó Miguel Cruz y Celis, Director General de SAP México y Centroamérica. SAP México y Centroamérica inició sus operaciones en 1994 con el objetivo de ofrecer a sus clientes experiencia, flexibilidad y valor en sus soluciones de negocio. Con 10 años de conocimiento del mercado y aproximadamente 650 clientes en la región, permite a las empresas de todos tamaños y de cualquier industria, ser más competitivas y rentables, eficientar sus procesos de negocio y reducir sus costos. Para mayor información visite: www.sap.com/mexico

PASARELA

Diveo de México, subsidiaria de Diveo Broadband Networks, Inc., empresa de soluciones de Data Center y servicios de outsourcing para clientes corporativos en Latinoamérica, anunció hoy el nombramiento de Oscar García como Presidente y Jefe de Operaciones (COO). Oscar García se desempeñará como Presidente y Jefe de Operaciones de Diveo Broadband Networks y Ramón Quintana Macouzet continuará siendo el director General de Diveo México.

Colombiano de nacimiento, Oscar García tiene más de 10 años de experiencia y liderazgo en la industria de las telecomunicaciones, ejecutando roles ejecutivos en varias multinacionales de Telecomunicaciones. Durante sus 8 años de permanencia en Diveo, ocupó diferentes cargos en el área de finanzas y operaciones, incluyendo la de jefe de finanzas (CFO).

Previo a ocupar la posición de presidente y COO, Oscar García ocupó un papel crucial en alcanzar el estado financiero EBITDA positivo de la compañía, antes de lo esperado. Como resultado del manejo fiscal, Oscar García logró una mayor eficiencia en el ciclo de ventas y un desarrollo de productos innovadores, Diveo disfrutó de un 38% de incremento en ganancias en Q1/04 con respecto al Q1/03.

Microsoft México anunció el nombramiento de Guy J. Nae como nuevo Director de Comunicación de la compañía, teniendo entre sus responsabilidades realizar una planeación y ejecución estratégica de las actividades de mercadotecnia y publicidad de la subsidiaria. Guy forma parte del equipo de directivos que reporta de forma directa a María Garaña Corces, Directora de Mercadotecnia y Negocios.

El ejecutivo tiene la responsabilidad de llevar a la vida las diferentes campañas de publicidad, coordinar los servicios de atención a clientes, apoyar mediante diversas actividades la generación de demanda, el desarrollo del negocio y realizar una planeación estratégica de recursos que impacten al mercado y generen una imagen favorable alrededor de la marca.

Con esta contratación, Microsoft México fortalece y añade experiencia a su equipo de mercadotecnia y viene a consolidar un espacio estratégico clave para la compañía en cuanto a la generación de demanda y nuevas oportunidades de negocio.

QUALCOMM Incorporated, pionero de la tecnología inalámbrica digital de Acceso Múltiple por División de Código (CDMA), anunció que el Dr. Irwin Mark Jacobs, presidente de consejo y CEO de QUALCOMM, fue nombrado el líder de la industria de este año por el IEEE Communications Society. IEEE Communications Society reconoce a los ejecutivos de la industria de información o comunicación que han desarrollado un papel importante en la investigación o desarrollo y lanzamiento de sistemas, dispositivos, aplicaciones o servicios que han tenido un impacto global en los mercados de comunicación e información, así como a aquellos que promueven el uso de tecnología de información y comunicación en la industria, el comercio y la sociedad. El Dr. Jacobs se une a un grupo de líderes y pioneros de la industria, entre ellos el Dr. Keiji Tachikawa, presidente de NTT DoCoMo, Inc.; John Chambers, presidente y CEO de Cisco Systems; y Jorma Ollila, presidente de consejo y CEO Nokia Corporation.

HP, dando continuación a una serie reciente de honores que le fueron otorgados por sus logros técnicos, dio a conocer que obtuvo el Premio a la Innovación Corporativa del Instituto de Ingenieros en Electrónica (IEEE) para el desarrollo y la comercialización de la tecnología térmica de inyección de tinta.

Frank Cloutier, director ejecutivo de tecnología del Grupo de Impresión e Imagen de HP, recibirá el premio en nombre de la compañía durante una cena de premiación el 19 de junio en Kansas City, Missouri. La cita inscrita en el premio dirá «por la innovación de un sistema total de tecnología de impresión térmica de inyección de tinta y su comercialización masiva».

HP utilizó por primera vez hace 20 años su tecnología de impresión térmica de inyección de tinta cuando dio a conocer su primera impresora, en 1984,

basada en inyección de tinta: la Impresora HP Thinkjet. La impresora a color HP Thinkjet, que fue la precursora para las impresoras a color para computadoras en la actualidad, fue dada a conocer sólo tres años después. El Reconocimiento a la Innovación Corporativa de IEEE es otorgado por las contribuciones ejemplares y destacadas en el campo de la tecnología electrónica por medio de una entidad industrial, organización gubernamental o académica u otro cuerpo corporativa. El IEEE (www.ieee.org) es la sociedad profesional técnica más grande del mundo y cuenta con aproximadamente 360,000 miembros en aproximadamente 175 países.

Asimismo, **HP** anunció que Barney Oliver, director fundador y pionero en ciencias aplicadas de HP Labs, será integrado al Salón de la Fama de Inventores Nacionales. Oliver fue considerado por muchos (incluido el cofundador de HP, Bill Hewlett) como uno de los pioneros de las ciencias aplicadas más destacados del siglo 20. Durante la estancia de 29 años de Oliver con la compañía (1952-1981), HP se estableció como icono de excelencia en investigación y desarrollo, y dio forma a la estructura de negocios de lo que se ha convertido en Silicon Valley.

La organización de investigación central de HP, HP Labs, fue establecida por Oliver en 1966, y se convirtió en el nacimiento de una larga lista de productos ahora legendarios que surgieron en esa era, entre los cuales se cuentan: La HP 2116A, la primera computadora de la compañía, la HP 9100A primera calculadora científica programable de escritorio y la HP 35 la primera calculadora científica portátil.

Oliver fue también bien conocido por su trabajo en Bell Labs y SETI. Oliver falleció el 23 de noviembre de 1995. La ceremonia formal para Oliver y otros personajes incluidos al Salón de la Fama este año se llevará a cabo en el mes de mayo en el Salón de la Fama de Inventores Nacionales (www.invent.org) en Akron, Ohio.

AMD anunció que el presidente y director general de AMD Héctor Ruiz fue asignado como jefe del consejo de acuerdo con la reunión anual de accionistas. El cofundador y presidente anterior del consejo W.J. Sanders III fue seleccionado como director y presidente honorario designado en honor a sus tres décadas de liderazgo. Sanders también avisó a sus colegas que se retirará de la Junta Directiva.

Los accionistas de AMD aprobaron el nombramiento de Ernst & Young LLP como auditores independientes para el presente año. Los accionistas también aprobaron el Plan de Incentivos Equitativos 2004 de AMD.

El Reporte Anual de 2003 en la Forma 10-K, la visión corporativa y la declaración de poder está disponible en www.amd.com/arpr.



Humor



Microsoft anuncia la disponibilidad de Xbox Live en México



La división Home & Entertainment de Microsoft México anunció que Xbox LIVE, el sistema de videojuego en línea de Microsoft esta disponible en México. Con esto, nuestro país, ya es parte de la experiencia de juego en línea que permite competir las 24 horas con fanáticos de 19 países. Además, reduce en 20 por ciento el precio de la consola. Xbox LIVE es el sistema de juego en línea que permite a los usuarios de Xbox jugar con otras personas en cualquier parte del mundo. Los socios de este servicio pueden encontrar gente que tenga un nivel de juego similar, conocer su clasificación en la tabla mundial de jugadores y descargar nuevos contenidos. Para poder disfrutar de este servicio los usuarios deberán contar con servicio de Internet



de banda ancha y adquirir un «Xbox Live Starter Kit», que es un paquete que incluye una suscripción anual con acceso ilimitado para jugar en línea, una diadema con audífonos y micrófono, y las demos de dos juegos: MotoGP (desarrollado por THQ) y MechAssault de Microsoft Games Studios. Este paquete tendrá un precio sugerido al público de \$599.00 pesos y estará disponible en más de mil establecimientos que hoy día venden consolas, juegos y accesorios para Xbox. Microsoft México informó además que Xbox tendrá un nuevo precio sugerido al público de \$1,999.00 pesos (20 por ciento menos que su precio anterior).

Para mayor información en: www.xbox.com.mx



Luis Enrique Flores

Coordinador de Información

luis_2000flores@yahoo.com

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 tramite.

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.