



México, nuevas oportunidades en colaboración empresarial

Nuevas oportunidades de negocio despuntan en México para las plataformas de colaboración empresarial. Dichas herramientas vienen teniendo una evolución evidente y su futuro va más allá del correo electrónico, que de manera general son tomadas como la base de las herramientas de colaboración. Pero qué más hay, hoy se puede encontrar un abanico vasto de soluciones relacionadas con este tema, desde soluciones de voz sobre IP y herramientas de capacitación, de gestión de proyectos o de foros para compartir documentos o de discusión en línea, hasta programas de administración de contenido y herramientas de video conferencias, entre otras.

De acuerdo a la consultora **Select**, en los siguientes años el paisaje empresarial cambiará, ya que aún se necesita una mayor evangelización en materia de colaboración. El trabajo en equipo repercute en una mayor productividad, esto permitirá observar empresas demandando mayor trabajo en conjunto basado en comunicaciones al ser una opción más para maximizar el talento humano aprovechando infraestructura TIC y soportando la reducción de costos.

Carlos Hernández Manjarrez, analista de dicha consultora, señala: 'Las personas se encuentran cada vez más interconectadas y cada vez es más abierto el nivel de información personal o del negocio que se puede llegar a compartir; no obstante, pese a que la conectividad y las plataformas de cómputo empiezan a convertirse en una condición casi cubierta, existen empresas de todos tamaños que siguen adoleciendo de espacios de colaboración. Los corporativos experimentan con blogs o chats internos pero los esfuerzos son aún nacientes y su apertura hacia el exterior es sumamente conservadora, existe de forma natural miedo en compartir manuales, talentos, procesos o cualquier otra competencia. Sin embargo, es una realidad que en el futuro sólo las empresas conectadas en redes de colaboración con personas y organizaciones, serán capaces de crear valor y sobrevivir.'

'Afortunadamente, en casi todas los sectores económicos de nuestro país, pese a carecer de buenas prácticas gerenciales, estrictamente hablando –monitoreo del desempeño, innovación en produc-

tos u operación, gobernabilidad o transparencia de las actividades empresariales, desarrollo y compensación al capital humano, así como las capacidades tecnológicas y la colaboración– el rubro de colaboración es aquel con menos descuido dentro de las organizaciones mexicanas, aunque sin duda existe una gran oportunidad de mejora en casi todas las verticales como Salud, Educación, Administración Pública, Servicios profesionales y en Bienes al consumidor, al presentar un fuerte retraso en comparación a Finanzas e Industria que hasta ahora han logrado una mayor evolución en la adopción de esta práctica como se muestra a continuación', explica el analista.

Y agrega: 'Es imperativo comprender que uno de los principales desafíos para la adopción de prácticas de colaboración es vencer barreras culturales y técnicas. La problemática antes mencionada, hace referencia a problemas de competitividad, falta de confianza entre empresas o el mismo personal dentro de una organización, inseguridad y los costos asociados a la adopción de soluciones. El conjunto de las anteriores trae consigo el impedimento para una colaboración eficaz entre individuos o empresas.'

La consultora observa una tendencia en la implantación o mejora en herramientas de colaboración, ya que son de las aplicaciones con crecimientos más significativos para este 2010, del 19% aproximadamente. Aunque las respuestas sobre la manera de aumentar ingresos tuvieron un cambio abrupto en esta época de crisis, no así en materia de la productividad. Esto se puede observar en la similitud de dichas respuestas para 2008 y 2009 siendo una constante en la búsqueda de reducir costos y de aumentar la utilización de la infraestructura existente más comunes de parte de los usuarios de tecnología están sumamente.

Concluye **Hernández Manjarrez**: 'Hoy en día varía la forma en que las personas colaboran y depende de su propio estilo, algunas lo hacen a través de comunicación de voz, comunicación vía texto, algunas otras comunicación por video y otras más utilizan una mezcla de estas. A medida que caen los costos de comunicación, se hace posible que muchas más personas y organizaciones colaboren en formas que nunca hubieran sido posibles antes.'



Su Backup perfecto con EMC



El Backup de próxima generación comienza hoy

Nadie inspira mayor confianza que EMC para backup y recovery. Simplificación de operaciones y Administración, además de Reducción de Costos de inmediato.

De la mano del líder en backup y recovery basado en disco. Tecnologías de Deduplicación.

El Futuro Comienza Hoy



Para obtener más información llame al: 11 4021-3622
<http://argentina.emc.com>

Colombia, nuevas inversiones en infraestructura IT

Respecto a sus pares de la región, Colombia mantiene ventajas relativas en costos, infraestructura y ambiente de negocios. Pero, a pesar de esto, el país andino aún tiene brechas muy grandes en disponibilidad de recurso humano y madurez de la industria, que limitan el desarrollo del sector TI. Por ejemplo, en lo que respecta a Internet Móvil, el Estado nacional tiene el interés de aumentar la cobertura de Internet móvil en municipios lejanos, aumentar penetración de Internet y aumentar ingresos por licencias de espectro. Por su parte, los operadores móviles tienen el incentivo de aumentar sus ingresos por Internet móvil y datos en ciudades (de alta y baja densidad de población), aumentar su espectro, para servir mayor número de clientes y asegurar su espectro por largo plazo, para asegurar ingresos y viabilidad económica de sus inversiones.

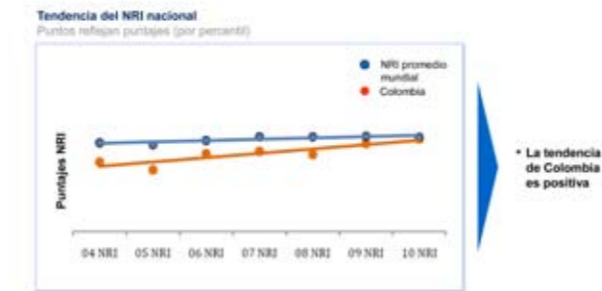
Colombia podría desarrollar su sector TI y BPO comprometiéndose con un programa sectorial de largo plazo que le permita eliminar barreras significativas. Actualmente, la industria colombiana de TI es poco especializada, con bajos márgenes, orientada al mercado doméstico y enfocada principalmente a la comercialización y soporte de software empaquetado, desarrollo de software a la medida y consultoría e integración de sistemas.

La baja penetración de Internet de banda ancha en Colombia se debe a grandes brechas presentes en los estratos 1, 2 y 3 de la población (que representan aproximadamente el 89% de los hogares) y microempresas. Las razones para estas brechas son, en estratos 1, 2 y 3, bajo nivel de asequibilidad (poder de compra relativo a precios actuales), tanto para adquirir terminales como para suscribirse al servicio de acceso a Internet, así como la falta de financiación. También se registra una baja necesidad percibida de la tecnología y bajos niveles de apropiación. Sin embargo, a la mayoría de personas les interesaría capacitarse en tecnología lo cual incrementa significativamente su interés en acceder a la tecnología (Internet y terminales).

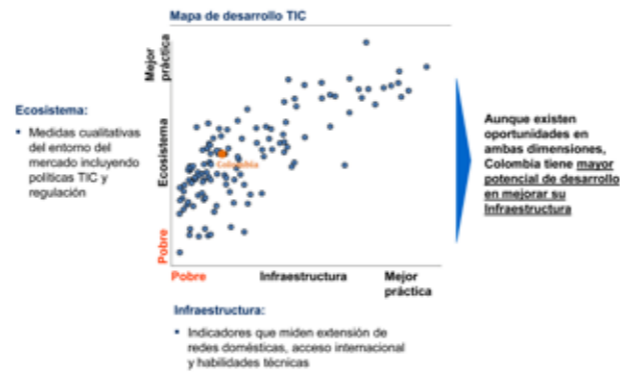
En las microempresas, se registra una baja utilidad percibida y baja necesidad de acceder a Internet (“No es útil para mi negocio



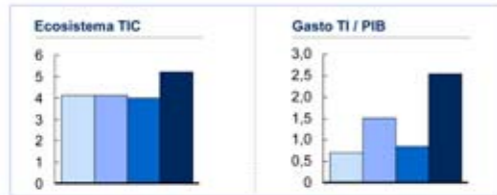
Colombia ha aumentando su posición en el Network Readiness Index (NRI) y ya se acerca al promedio a nivel mundial



Al desagregar el NRI en índices de “Ecosistema” e “Infraestructura” se evidencian los importantes potenciales de desarrollo TIC en Colombia



Colombia tiene un “ecosistema” similar al de otros países de la región, pero un menor gasto en TI



Colombia tiene un ecosistema comparable al de países de PIB/cápita similar y de la región. La inversión en TI en Colombia está muy por debajo de países similares y se constituye una limitación para el aumento de penetración de la banda ancha.

acceder a Internet”). Pese a haber mejorado durante los últimos años, Colombia sigue teniendo una baja penetración de banda ancha. Aproximadamente 200 de los 1100 municipios del país ya tienen conexión de fibra óptica. La utilización parcial de recursos del Estado para inversión de capital permitiría conectar aproximadamente 500 municipios adicionales con fibra óptica. Los restantes 400 municipios tendrían que servirse con tecnologías inalámbricas o satélite por la inviabilidad para financiar sus operaciones. Dada la creciente demanda y tráfico de Internet móvil, el espectro podría saturarse en las principales ciudades; se requiere asignar nuevas bandas para incrementar penetración de servicios 3G y 4G. Para fomentar cobertura de Internet móvil en municipios alejados, la asignación de espectro podría estar atada a metas pre-establecidas de cobertura y penetración en municipios. Para facilitar la instalación de infraestructura a hogares (última milla), se requiere fortalecer mecanismos que permitan a los operadores acceder a ductos, postes e infraestructura eléctrica nacional; también es necesario definir normas para el acceso a la propiedad horizontal y reglamentar nuevas construcciones.



Cayeron millones de manzanas hasta que Newton descubrió algo que cambiaría el mundo.

MicroStrategy
The Best in 10 years of Business Intelligence

Ayudando a ver algo único en lo que sucede a diario.



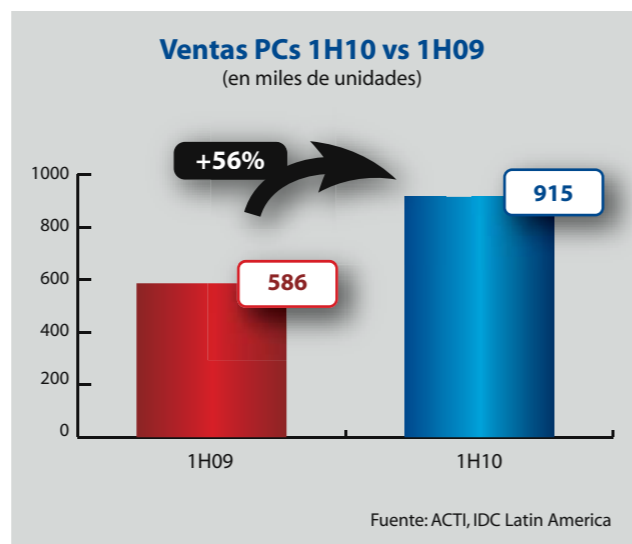
Chile: la industria TI crece 18,5% en 2010

Este año fue un período de recuperación para la industria TI chilena. Aunque el terremoto de febrero afectó los planes de inversión de largo plazo, la reposición de equipos dañados por el sismo impactó positivamente en el sector. Según la **Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información (ACTI)**, a fin de mes, la industria TI chilena habrá alcanzado un crecimiento del 18,5%. Junto a la consultora independiente IDC, la Asociación presentó recientemente una nueva edición del Indicador de la Actividad TI, que espera ventas por más de 1871 mil millones de pesos al cerrar el año para el sector.

Las cifras revelan una recuperación para la industria que, a comienzos de año, esperaba alcanzar un incremento en su facturación de sólo 2%, tras un 2009 marcado por la crisis económica. El mismo comportamiento se observa en el resto de Latinoamérica, que experimentaría un crecimiento de 21,6% en dólares, encabezado por la industria brasileña, cuyas ventas podrían ampliarse en casi 30% en dólares, y la de Chile, que en dólares corrientes lograría un aumento de 27,3% respecto al año anterior.

Raúl Ciudad, presidente de ACTI, explica: 'Durante 2010, la industria tecnológica se ha visto impactada positivamente por la recuperación económica. No se han observado consecuencias negativas a raíz del terremoto de febrero. Aunque hay muchos proyectos de largo plazo que se postergaron al redirigir sus recursos hacia la reconstrucción, la reposición de equipos y computadores dañados por el sismo ha generado un nuevo impulso para el sector tecnológico.'

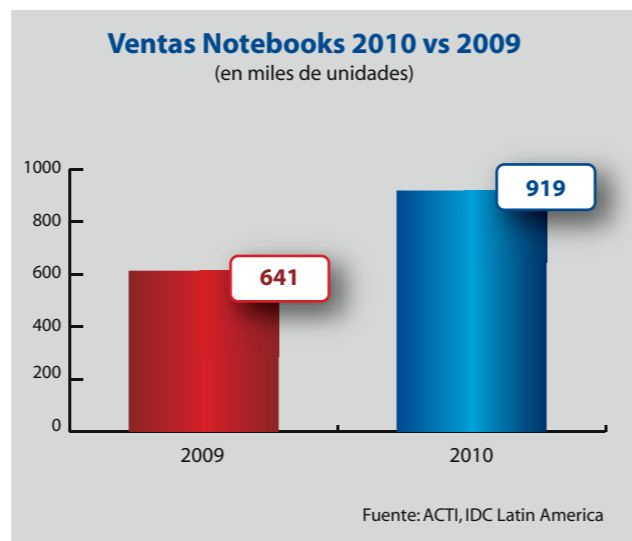
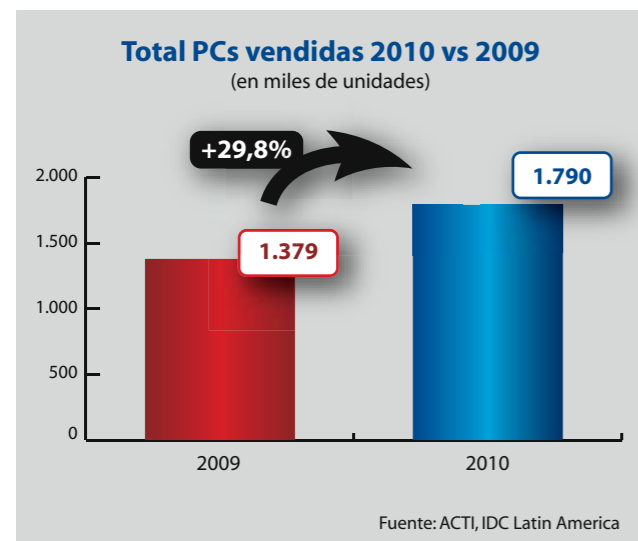
Esto explica que la proyección de las ventas en hardware se eleve al 29% en 2010, mientras que el área de servicios lograría un incremento del 8% en su facturación y el sector software no sufriría variaciones respecto a 2009. En términos de computadoras, luego del terremoto esta área experimentó un importante aumento en sus ventas: durante la primera mitad de 2010 se vendieron 915 mil PCs (un 56% más que en el primer semestre de 2009), de los que



662 mil correspondieron a portables y ultraportables.

Las proyecciones indican que, al finalizar 2010, se habrán vendido 919 mil notebooks, un 43% más que en 2009, cuando los usuarios de todo el país compraron 641 mil de estos equipos. En total, se espera que este año termine con 1.790.000 computadores nuevos, entre desktops, notebooks y netbooks, cifra que sobrepasa en 29,8% a 2009.

'Aunque este año el crecimiento está siendo impulsado por el área de hardware, esperamos que en 2011 la industria retome la tendencia que venía mostrando hasta ahora, con un sector de servicios marcando la pauta de crecimiento del sector', advierte Ciudad. 'De hecho, durante el próximo año esta área podría acercarse al 10% de incremento, prácticamente duplicando la proyección para el total de la industria, que llegaría al 5,5%'.



Multifuncionales

Print + Copy + Scan + Fax



Las más competitivas del mercado

- Conectividad a red
- Escaneo en Red
- Alimentador de Originales
- Zoom de 25% a 400%
- Memoria de 32 MB
- Tamaño Legal y Carta



Manuel Garcia 352 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C1284ACM) - Argentina
 TEL: (54-11)4308-1610 | FAX: (54-11)4308-1615
 www.panasonic.com.ar | Centro de Atención al Cliente: 0810-321-7262

Panasonic
 ideas for life



Brasil: los negocios online, en alza

Se estima que las ventas en el comercio online crezca un 40% para fines de 2010 y principios de 2011. Así lo sostuvo la **Cámara Brasileña de Comercio Electrónico (CBCE)**, Cámara-e.net. La expectativa es que los consumidores generen, para el último trimestre del año, un volumen de movimiento por U\$S 2,02 mil millones (R\$ 3,3 mil millones), llevando la facturación online a pasar los U\$S 9,38 mil millones (R\$ 15 mil millones) en 2010.

La previsión inicial para el sector para este año era de U\$S 8,94 mil millones (R\$ 14,3 mil millones). Durante el primer trimestre, los consumidores brasileños generaron un volumen de compras online por U\$S 4,19 mil millones (R\$ 6,7 mil millones). En comparación del mismo período de 2009, se produjo un crecimiento del 40%, principalmente impulsada por la venta de televisores por el mundial de Sudáfrica y la vigente reducción del IPI (Impuesto sobre Productos Industrializados) para la línea *branca*. Los especialistas habían previsto una reducción para el segundo semestre.

Se estima que los productos informáticos y los electrónicos encabezarán las ventas para navidad. Según la cámara, en las tres semanas anteriores de la fecha se venden el equivalente a dos meses y medio. Ya que la época navideña representa el 16% de las ventas del año.

Para el presidente de la **Cámara-e.net**, **Manuel Matos**, los vendedores deben reforzar la infraestructura para garantizar la atención a la demanda. Brasil hoy tiene cerca de 70 millones de usuarios de Internet, donde cerca de 40 millones son usuarios activos, según informes de **Ibope**.

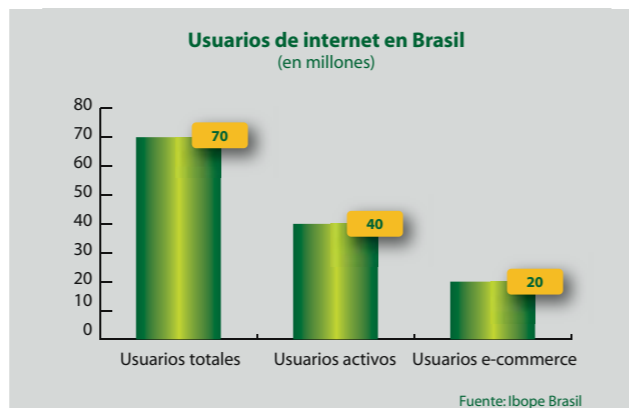
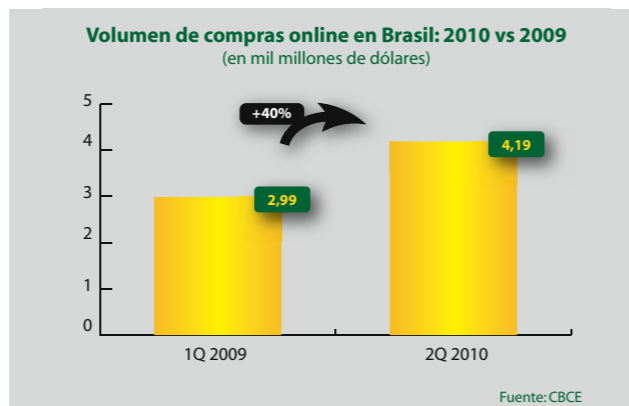
El número de usuarios que realizaron al menos una compra online llegó a 20 millones de internautas para finales de junio pasado. La previsión para final de año es que más de 3 millones de entren al mercado online, lo que significará un aumento del 30% en base al total de consumidores virtuales de Brasil.

A pesar de representar cerca del 50% del mercado virtual de América Latina, el e-commerce aún está lejos de las economías desarrolladas. Por ejemplo: el comercio online británico, señalando como el de mayor facturación por la consultora **Boston Consulting Group**, movió cerca de U\$S 168,13 mil millones en año pasado.

Los usuarios se suman a los sitios de e-commerce

Más de 5,6 millones de internautas únicos buscaron ofertas de los sitios de compras colectivas en Brasil en septiembre último, según la consultora **Ibope Nielsen Online**. El número es un 231% mayor que el de junio, cuando el segmento representaba 1,7 millones de usuarios únicos, y un 31% mayor que el total del mes anterior. Los 5,6 millones de usuarios corresponden a un 14% de usuarios del país, según la consultora online.

José Calazans, analista de **Ibope Nielsen Online**, sostiene: 'Los usuarios de Internet de entre 25 y 34 años son los que más utilizan



los sitios de compras. La lista corresponde al 38% de los usuarios. Los hombres son la mayoría entre los usuarios de los sitios de e-commerce, ya que representan el 53,5% del total. Que superan a las mujeres en todo rango etario a partir de los 12 años.

El estudio de la consultora monitoreó 18 dominios seleccionados como "descuentos y compras colectivas". Aún en septiembre, el número total de usuarios activos en el trabajo y en residencias fue de 40,6 millones. El número es un 14% mayor que el del mismo período del año anterior y un 2,4% menor que el mes anterior.



CUANTOS CEROS NECESITA EN SU FACTURACIÓN PARA QUE LOS GRANDES ERP NO LO TRATEN COMO UN CERO MÁS?

DOWN WITH THE BIG ERP.

En Infor, creemos en el software que se ocupa de los problemas de los clientes cualquiera sea el tamaño del problema y del cliente. Esta forma de pensar ha hecho que 70.000 clientes en el mundo nos elijan como su software de negocios. No es una simple elección, sino la mejor elección.

Contáctenos
 Argentina: info-ar@infor.com - +54 11 4010 8000
 Chile: info-cl@infor.com - +56 2 770 0100
 México: info-mx@infor.com - +52 55 5201 500
 Visite: <http://latinamerica.infor.com> o www.infor.com

