

31  
2EJ.  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
Escuela Nacional de Artes Plásticas



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MÉXICO

# Rediseño de INFOchannel semanario de cómputo

Tesis que para obtener el título de  
Licenciado en Comunicación Gráfica presenta

Adalberto Taffoya García

México D.F. 1995

FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



DEPTO. DE ASESORIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLASTICAS  
XOCHIMILCO D.F.



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

Mi más cariñoso agradecimiento a mi *jefa*,  
**Elma Gloria García Hernández** por su amor, apoyo,  
exigencia y crítica, factores que sin lugar a dudas  
me han permitido transitar con mayor conciencia  
y libertad en esta vida.

A mis hermanas, **More** y **Mónica**, les doy las gracias por  
compartir conmigo su vida, amor, gustos y disgustos y, un  
sin fin más de diabluras, propias de los Taffoya.

A mis tías, tíos, comadres, compadres, primas, primos,  
sobrinas, sobrinos, ahijadas y ahijados todos.

A mis amigos de TODA la vida, gracias mil.

A quienes me apoyaron y soportaron mientras  
realizaba este proyecto. Ustedes saben quienes son.  
¡Gracias, Maeses!

A mis capacidades e inteligencia, sin las cuales no hubiera  
sido posible terminar este trabajo ni ningún otro.

A mis limitaciones y errores, que día a día me recuerdan  
lo pequeño que soy, a costillas de mi grandeza.

A **Ixta**, mi flaca, por caminar juntos. Por atreverse a  
compartir su inteligencia y amor, hecho que me impulsa a  
lo único que puede aspirar un hombre: ser feliz.

A la memoria de mi *Jefe*, **Adalberto Taffoya Tejeda**.  
Hombre al cual, no pude *robarle* todo lo que hubiera  
querido. Va pues.

## **INDICE**

### **Introducción**

#### **1. Nacimiento, características y producción del diseño original del semanario INFOchannel**

- 1.1 Antecedentes de la informática mundial  
y situación de la industria mexicana de cómputo  
en 1994
- 1.2 Papel de High Tech Editores dentro de la in-  
dustria de cómputo
- 1.3 Nacimiento de INFOchannel
  - 1.3.1 Elección del medio
  - 1.3.2 Publicaciones similares
  - 1.3.3 Periodicidad, tiraje y precio
- 1.4 Recursos humanos, materiales y técnicos
- 1.5 Distribución, financiamiento y promoción
- 1.6 Costos de producción del diseño anterior
- 1.7 Comentarios al diseño anterior

#### **2. Necesidades, razones y definición del nuevo diseño del semanario INFOchannel**

- 2.1 Nuevas necesidades del semanario
- 2.2 Razones del rediseño
- 2.3 Criterios editoriales y de diseño
  - 2.3.1 Papel y formato
  - 2.3.2 Textos
  - 2.3.3 Caja tipográfica
  - 2.3.4 Tipografía y elementos ornamentales
  - 2.3.5 Fotografía, gráficas y recuadros
  - 2.3.6 Logotipo
  - 2.3.7 Portada y secciones

### **3. Producción del nuevo diseño**

- 3.1 Preparación de la edición
- 3.2 Definición de la cuadrícula
- 3.3 Elaboración, captura y corrección de textos
- 3.4 Selección del material fotográfico y digitalización
- 3.5 Diseño y autoedición
- 3.6 Correcciones y ajustes de diseño
- 3.7 Pruebas de color
- 3.8 Pre-prensa digital (preparación, realización y revisión de negativos)

### **Conclusiones**

- 4.1 Evaluación de la producción del número 40
- 4.2 Ajustes al rediseño gráfico en los tres números siguientes
- 4.3 Papel del diseñador en la realización y evolución de INFOchannel

### **5. Bibliografía y Hemerografía**

## INTRODUCCIÓN

"Un medio creciente y renovado como el de cómputo, necesita mantenerse al tanto de lo que sucede dentro de este sector. Esta información es vital para tomar decisiones y llevar a cabo acciones concretas y certeras. Y en un periódico, con sólo ver los encabezados te das cuenta de lo que ocurre afuera de tu puerta a través de una fácil y rápida lectura":

*Samuel García, director de Artisoft de México.*

Con una presencia cada vez mayor, la computación abarca hoy en día casi todas las áreas y actividades del quehacer humano, desde el terreno personal, con tareas sencillas y rápidas de realizar, hasta el campo industrial, con operaciones complejas y procesos cortos.

La tecnología de cómputo se ha caracterizado por un avance acelerado. Desde la aparición de los primeros sistemas de cómputo (*mainframes*), en los años cuarenta, grandes no sólo por su capacidad de procesamiento de datos, sino más por sus dimensiones y costos, la tendencia de la industria informática se ha dirigido hacia el diseño de sistemas más pequeños, potentes y económicos, pero sobre todo de fácil uso para usuarios no expertos. Ello explica el actual florecimiento de las computadoras personales (PC).

Con el nacimiento de la PC durante la década de los ochenta, la utilización de las microcomputadoras empezó a masificarse y a abarcar diferentes áreas productivas y de trabajo. Desde ese momento, la informática avanzó sobre todos los sectores siguiendo la tendencia a especializarse.

Actualmente, son escasos los campos de la actividad humana que no han sido alcanzados por la computación. Y aunque esta tecnología llegó más tarde a los países en vías de desarrollo, como México, es en éstos donde la industria está teniendo grandes crecimientos y ventas con más perspectivas.



**Son cada vez más el número de personas en el mundo que utilizan las computadoras para realizar múltiples tareas y actividades**

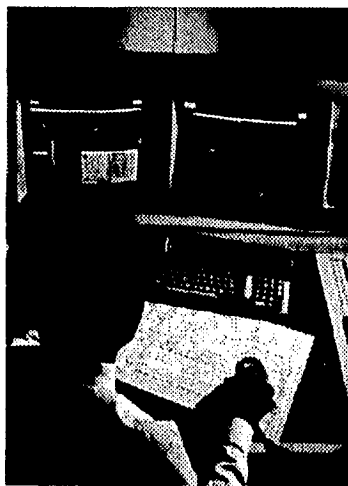
En nuestro país, la computación se introdujo durante la década de los ochenta, diversos sectores productivos integraron a sus labores la tecnología que ofrecía la informática. La creciente demanda propició la construcción de una red de distribución y comercialización, que hizo posible el crecimiento y expansión de esta industria. Los protagonistas del mercado informático nacional los conocemos como: fabricantes o proveedores, mayoristas, distribuidores, desarrolladores e integradores de sistemas.

Para principios de los noventa, ya existían algunos proyectos editoriales de comunicación e información que intentaban cubrir la creciente necesidad de difusión en la industria (*PC memo, Red, Personal Computing México, Byte, PC Semanal* entre otros). Sin embargo, las publicaciones existentes eran insuficientes para satisfacer la demanda focalizada en sectores muy concretos del mercado. Para el amplio grupo del canal de distribución en México, High Tech Editores lanzó al mercado editorial, desde julio de 1994, un nuevo medio de información semanal, su nombre: *INFOchannel*.

Este semanario busca llegar a las manos de los lectores y ofrecer, en términos de tecnología e información, todo aquello que les sea útil para tomar decisiones en torno a estrategias de comercialización, tendencias tecnológicas, nuevos productos y diferentes opciones de hacer negocio.

Al egresar en 1989 de la ENAP, busqué integrarme al mercado de trabajo. Después de haber laborado en dos dependencias del gobierno, me propusieron integrarme a un nuevo proyecto editorial: *PC Semanal*, el semanario de computación personal.

A partir de 1992, y durante casi dos años y medio, trabajé como jefe en el área de diseño y autoedición, donde tuve la oportunidad de colaborar con Aquiles Cantarell, en ese entonces editor de *PC Semanal*.



La computadora es una herramienta de trabajo muy poderosa

Cuando Aquiles propone a High Tech Editores el proyecto de editar **INFOchannel**, acepto su invitación para hacerme cargo de la responsabilidad de realizar el semanario como jefe de diseño.

Desde el surgimiento de **INFOchannel** su producción ha sufrido algunos cambios, pero ninguno tan significativo como el que se dio como consecuencia de la crisis económica de finales de 1994. A partir de abril de 1995 se han venido realizando diversas actividades en materia editorial y de cambios al diseño gráfico del semanario.

De esta manera, presento en el capítulo uno, el contexto en el que ocurre el nacimiento del semanario y algunas características de producción durante los primeros diez meses de publicado.

Dentro del siguiente capítulo conoceremos los criterios y bases gráficas que se establecieron para su nuevo diseño. Así como las razones del cambio en su formato y producción.

En el capítulo tres, sabremos cómo y en qué circunstancias se realizó la producción de **INFOchannel** con el nuevo diseño.

Será así, como nos adentremos en el proceso que le ha permitido consolidarse como un vehículo de información eficaz y oportuno de la industria mexicana de cómputo.



El símbolo de **INFOchannel**, diseñado por Victor Ramírez, en junio de 1994, utilizando el programa Adobe Photoshop.



## CAPITULO UNO

### Nacimiento, características y producción del diseño original del semanario INFOchannel

#### Antecedentes de la informática mundial

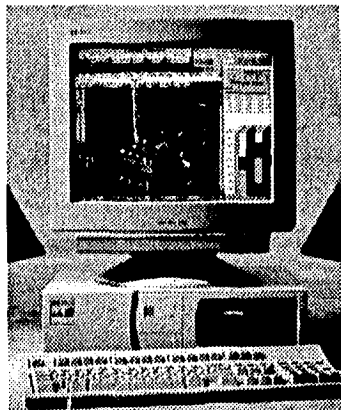
El avance alcanzado por la informática en los últimos 25 años ha sido tan vertiginoso, que un viajero espacial que se hubiera ido de la tierra en 1967, hoy día, al regresar, se aterraría con lo alcanzado por la tecnología actual.

*Dave Riley, Historia de la computación.*

"Seguramente todo comenzó cuando Johann Gutenberg en 1450 inventó lo que hoy conocemos como los tipos móviles. Pueblos enteros aprendieron a leer y desde ese momento el mundo ya no fue el mismo. El invento hizo que muchos descubrimientos importantes no se perdieran. Permitió y dio al hombre, la habilidad de hacer, ver, y pensar en formas nunca antes posibles. Tal como lo hizo la transmisión radiofónica de Marconi, el transistor de Shockley y el circuito integrado de Noyce, así fue el tipo movable de Gutenberg."<sup>1</sup>

Todos los inventos modernos han contribuido para cambiar las formas de vida de todos aquellos que tenemos la posibilidad -en nuestro país, a veces escasa- de integrarlos a nuestra cotidianidad. Pero sin lugar a dudas el más significativo ha sido la computadora.

Hace menos de una década, nosotros mismos, los diseñadores gráficos, gastábamos horas y a veces días en producir nuestros trabajos. Realizábamos el diseño, hacíamos el cálculo tipográfico, medíamos las fotos y las proyectábamos en la página, y mandábamos "parar" las galeras con la ri-



La computadora personal (PC), tal como la conocemos hoy en día

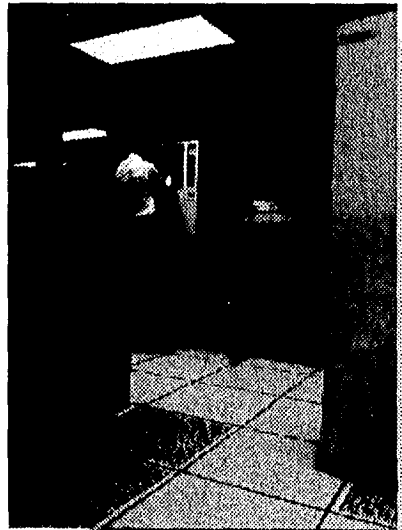
1) Dave Riley, Historia de la computación, traducción de Alejandra Becerril para la revista Mundo Ejecutivo, Nov. 1992 página 76-85

pografía seleccionada, para esperar de uno a tres días a que los textos regresaran a nosotros como los habíamos pedido. Después de la revisión, era necesario dedicar otro tiempo más para el trabajo de corrección y, todavía más horas para el pegado de galeras en los cartones finales.

Actualmente no hay galeras ni cartones ni la necesidad de esperar días para que la tipografía vuelva. Ahora simplemente colocamos el texto previamente capturado, y las imágenes correspondientes dentro de una página diseñada en la pantalla de una computadora. Una impresora láser nos entrega la copia de la página y una filmadora conectada a la computadora produce los negativos o las láminas que se utilizarán para reproducir nuestro trabajo. Todo este proceso se puede realizar en cuestión de horas. (Quiero aclarar que sólo estoy hablando de los tiempos de la producción, porque la creatividad con la que se hace un trabajo, es otro asunto y no siempre se da dentro de una computadora.)

No sólo son las grandes corporaciones las que aprecian los beneficios financieros, técnicos y artísticos que tienen las computadoras actualmente. Somos los usuarios comunes quienes nos sentimos más habilitados con el uso de esta tecnología.

Pero este auge existente en nuestros días no quiere decir que las primeras computadoras se desarrollaron para la gente común. Los llamados *mainframes* de los años cuarenta no podían ser instalados en las casas habitación, mucho menos ser operadas por cualquiera. Eran equipos enormes compuestos por tubos al vacío (bulbos), que se sobrecalentaban y consumían mucha energía, por lo que requerían condiciones muy especiales para su instalación y operación. No obstante, a pesar de su tamaño, tenían menos capacidades que cualquier de las computadoras actuales.



Los Mainframes, "abuelos" de las PC

Muchas de las primeras computadoras personales fueron diseñadas más para profesionales de la computación que para el usuario común. Realizar algo tan simple como una copia de archivo significaba tener recordar y teclear una serie de comandos y marcas de puntuación, que exigían amplios conocimientos de operación y mucha devoción a la energía mental.

Es a finales de los años cincuenta, principios de los sesenta, cuando la computación llega a México a través de las grandes corporaciones norteamericanas que necesitaban mantener una dinámica de flujo de información con sus matrices en Estados Unidos. En un principio, quienes tenían la responsabilidad del manejo de la tecnología, eran precisamente los técnicos extranjeros de estas empresas.

Sin embargo, la gente del país contratada en este tipo de empresas es la que comienza a conocer, manipular y divulgar esta tecnología hacia otros sectores productivos.

A través de las donaciones de empresas como IBM, Burroughs, Sinclair y otras más, de equipo de cómputo de segunda generación, es decir, equipo ya rebasado en sus capacidades por los de vanguardia, es que diversas compañías e instituciones nacionales (Bancos principalmente), comienzan a tener acceso a la tecnología informática. Uno de los primeros lugares donde se empezó a hacer esto fue el Centro de Cálculo de la UNAM, donde durante los años setenta todavía se utilizaban tarjetas perforadas para trabajar con computadoras de gran tamaño.

Durante la década de los setenta, con la llegada de un mayor número de empresas extranjeras y sus filiales a la competencia nacional, se abrieron mayores posibilidades para adquirir equipo y tecnología más avanzada, lo que propició una carrera de precios en E.U. por insertar una mayor cantidad de productos de cómputo en nuestro país.



Logotipo de la *International Business Machines*, empresa desarrolladora de la primera PC

Esto permitió a las empresas mexicanas, fundamentalmente del sector bancario e instituciones del gobierno, utilizar un mayor número de computadoras para realizar sus labores y automatizar sus procesos.

No debemos perder de vista que las computadoras a las que se hace referencia en esta etapa son los *mainframes*.

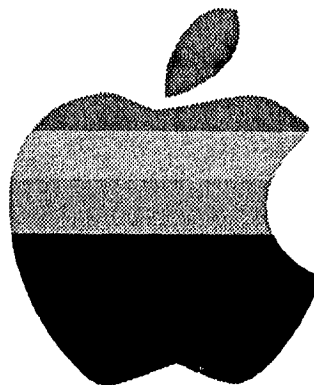
Hay un hecho muy importante que para fortuna del mercado mexicano de cómputo marca una etapa decisiva. La terrible crisis financiera en 1982, lo que obligó prácticamente a cerrar las fronteras mexicanas. Son años difíciles para el país y los sectores que tenían depositadas sus esperanzas en la tecnología informática ven retardadas sus aspiraciones de crecimiento por la crisis.

Sin embargo hay un aspecto relevante en todo este proceso que influye de manera particular el avance de la computación en México. Cuando se abren las fronteras, el mercado de la computación mundial, es mucho más maduro, existen más empresas compitiendo en la fabricación y desarrollo de computadoras a la vez que aparecen compañías desarrolladoras de software.

Es entonces cuando el país se «salta» una etapa: la transición de los *mainframes* a los equipos minis, y de los minis a las PC. Es decir, pasamos directamente de los *mainframes* a las PC.

El país entró directamente al mundo de las PC, y no fue tan difícil incorporarse a esta nueva tecnología, como lo fue en otros países. Incluso el país no vivió la gran batalla entre la plataforma PC y la Apple Macintosh, ya que Apple abandonó el mercado mexicano dejando libre el paso a las PC, debido a la crisis en 1985 (aunque regresó por 1991-92), y a los altos costos de sus equipos, .

En pocos años casi se quintuplicó la base instalada de computadoras y la población usuaria de esta tecnología también creció paralelamente. Sur-



Logotipo de la empresa Apple Computer, desarrolladora de la plataforma Macintosh

gieron, así numerosos centros de capacitación informática, a la vez que varias universidades implantaron dentro de sus planes de estudio a la informática. Con esto, un mayor número de empresas efficientaron sus funciones con el uso de la computadora.

La demanda fue creciendo y propició que empresarios mexicanos comenzaran a introducirse en el mercado de la distribución de equipo de cómputo, algunas veces con asesoría de compañías norteamericanas, llegaron a establecer filiales o crearon sus propios negocios de distribución a lo largo de todo el país. A mediados de los ochenta se integran empresas como **Acer, Compaq, Hewlett-Packard** las cuales establecen convenios para vender sus equipos. A la fecha siguen llegando nuevas empresas con sus productos. Otras compañías llegaron pero no lograron establecerse, tal es el caso de **Atari, Radio Shack o Sinclair**.

Este proceso que al mundo le llevó diez años a México sólo le costó tres. El experimentar la confusión, la madurez y la definición de cuál era la línea de mercado fue una transición por la que México no pasó, sólo tomó la tecnología ya desarrollada.

Es a partir de finales de los años ochenta y principios de los noventa, cuando se establecen un mayor número de distribuidores de equipo. Algunos lograron la representación de productos de marcas extranjeras para comercializarlos y se convirtieron en mayoristas. Estos mayoristas se encontraron con un mercado que todavía no ofrecía grandes volúmenes de ventas en segmentos como la pequeña oficina y el hogar, lo que los obligó a dirigirse a ofrecer soluciones de redes para empresas medianas y grandes. Poco a poco se abrió el mercado y la posibilidad de ofrecer más y diversos productos para niveles pequeños como PC, accesorios, software, hardware, consumibles, etcétera.



Logotipo del Mayorista de equipo de cómputo Dataflux Genetec



Logotipo del Mayorista de equipo de cómputo Intertec

## Situación de la industria mexicana de cómputo en 1994

Siendo estrictos con el término, la industria de la computación no existe en nuestro país, puesto que no hay un sector como tal, es decir, no producimos ni desarrollamos esta tecnología, más bien hay un mercado de cómputo en México, que eso sí, es muy grande. Pero que depende de las tecnologías de otros países, fundamentalmente de Estados Unidos.

Hay una excepción en lo que respecta al área de desarrollo de software -sistemas o programas- en la que una parte muy pequeña de programadores mexicanos desarrollan aplicaciones para mercados llamados «verticales», es decir, aplicaciones para nichos bien definidos. Desafortunadamente no es un mercado significativo por sus resultados, ya que un número muy reducido de personas son las que se «lanzan a la aventura» de crear una empresa de diseño y desarrollo de software y de esas son sólo una o dos las que fructifican en el mercado.

Los protagonistas de la industria de cómputo en México son los siguientes:

**Fabricantes**, son aquellas compañías que producen y desarrollan equipos y/o programas informáticos.

**Mayoristas**, son empresas que establecen convenios con los fabricantes para comprarles sus productos directamente y ofrecerlos a los distribuidores. Manejan grandes volúmenes de equipo.

**Distribuidores y computiendas**, son el último eslabón en la cadena de comercialización, ofrecen los productos al público en general, llamado también usuario final.

**Prestadores de servicio**, son quienes ofrecen servicios como la capacitación y mantenimiento, tanto para distribuidores como a usuarios finales.

La creciente demanda debido a un deseo de informatizarse por parte de un mayor número de personas en todos los niveles y en todas las áreas,



Algunas revistas especializadas en computación que circulan en nuestro país

llevó a las empresas, distribuidores, mayoristas y fabricantes a establecer estrategias de ventas, comercialización, comunicación, difusión y publicidad para mantener sus productos y promover ofertas para los consumidores mexicanos.

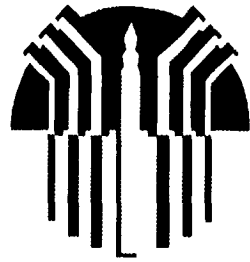
De manera paralela surgen varios esfuerzos editoriales de comunicación e información para la industria mexicana y la informática en general. Revistas mensuales, quincenales y semanarios especializados nacen y modifican las formas de relación entre las empresas. De una de estas publicaciones hablaremos en el siguiente punto.

### **Papel de High Tech Editores dentro de la industria de cómputo**

En 1981, el ingeniero Marco A. Maytorena, originario de Sonora, estudiaba en Tucson, Arizona. Ahí fue donde nació su interés por el campo de la computación, que le permitió conocer y utilizar esta tecnología como una poderosa herramienta de trabajo. También pudo percatarse de las ofertas que existían del otro lado de la frontera para cubrir la demanda de estos equipos en México.

Al regresar al país decidió encaminar su acción hacia el desarrollo de sistemas automatizados, utilizando las microcomputadoras. De esta manera, entra a la industria al establecer, en su tierra natal, **Sistemas Modernos S. A. de C. V.**, un negocio dedicado a la distribución de equipo de cómputo, además de ofrecer servicios de mantenimiento y capacitación, con ello, impulsando el uso de las microcomputadoras.

En ese tiempo, en Hermosillo, sólo existía una tienda de computación, por lo que su empresa representó desde sus inicios, una alternativa nueva y promisoría. A lo largo de 10 años se dedicó al negocio de la distribución, reparación de equipo, capacitación, comercialización y mayoreo, con mu-



**High Tech**  
editores

Logotipo de la empresa

cho éxito. y al paso del tiempo con múltiples facetas que le permitieron ampliar su horizonte se convirtió en el distribuidor número uno de la región.

En ese contexto, surge en 1987, **PC memo**, un boletín pequeño orientado a los clientes de su compañía, editado ahí mismo, con un tiraje de 150 ejemplares fotocopiados.

Pronto **PC memo** llegó a convertirse en el medio de consulta de toda la región, ya que se que podían encontrar en él: ofertas, información, consejos, listas de precios, conformándose como una herramienta de difusión de la cultura computacional.

Con el fin de mantenerlo autónomo y fuera del presupuesto de los gastos de **Sistemas Modernos**, se vendió espacio para publicidad que le permitió crecer con mayor facilidad. Después de año y medio, los mismos clientes solicitaron que el boletín creciera y tuviera mayor difusión. Esto motivó la decisión de convertirlo en una revista orientada al canal de distribuidores de cómputo. Asimismo en 1990, distribuidores de la capital del país, solicitaron que **PC memo** llegase con más fuerza a sus lugares. Es así como en 1991 se considera su distribución en el DF. Con la ayuda de algunos de los principales mayoristas de cómputo, se contrató a un comercializador para encargarse de esa tarea. Con la gran aceptación que fue ganando la revista, se instalan unas oficinas en el DF, a mediados de 1993, para facilitar su producción. Con ello, se toma también la decisión de vender **Sistemas Modernos**, y con los fondos de esa operación, establecer una empresa editora dedicada de lleno al proyecto **PC memo** además de ampliar el esfuerzo al buscar nuevos campos editoriales.

Es así como, en noviembre de ese mismo año, aparece **Banca Electrónica**, revista orientada al sector financiero, con un énfasis en el área tecnológica para cubrir un nicho que carecía de un medio de información.



La revista PC memo



La revista Banca Electrónica



Con este claro ascenso surge High Tech Editores, como una fuerza importante dentro del campo de la computación, que busca "contribuir al desarrollo de la sociedad mexicana y en particular de la industria informática nacional, al promover el avance de la cultura de cómputo, la cual consideramos de acción y cambio, con identidad y valores, y con una dirección que apunta siempre hacia adelante".<sup>2</sup>

Al contar con dos proyectos exitosos y con base en incontables peticiones de gente del medio, como fabricantes, proveedores, mayoristas, distribuidores, desarrolladores e integradores de sistemas la compañía publica desde julio de 1994, el semanario INFOchannel.

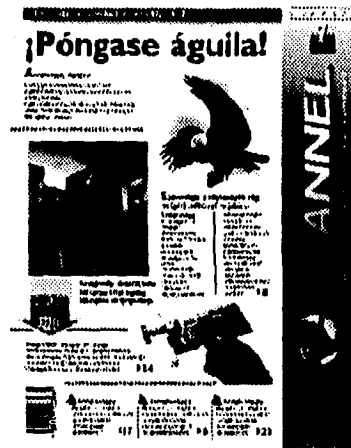
**Nacimiento de INFOchannel**

"México D.F. 7 de junio. En el reñido mercado de la computación, se lanzó el día de hoy un nuevo medio especializado dirigido a fabricantes, mayoristas, distribuidores e integradores de sistemas de este sector. Su nombre es INFOchannel, y su misión periodística es mantener al tanto a la industria de los acontecimientos -nuevos productos, noticias, reportajes, chismes, opiniones- que pudieran resultar de interés para los lectores y les permitan mantenerse al tanto de todo aquello que se suscita entre los distintos participantes de este sector tan dinámico y competido (...)

(...) De periodicidad semanal INFOchannel forma parte del grupo editorial High Tech Editores, cuya dirección general está a cargo de Marco A. Maytorena, quien, aparte de este semanario, realiza exitosamente dos revistas mensuales: PC memo ... y Banca Electrónica".<sup>3</sup>

**Elección del medio**

A partir del inicio de los años noventa, con el crecimiento de la demanda de computadoras en el



Maqueta del primer diseño de INFOchannel, realizado por la agencia de publicidad Prisma en junio de 1994



Portada del boletín de prensa para la presentación a la industria y los medios del semanario

2) Slogan de la empresa High Tech Editores, que aparece en los datos del directorio de sus tres publicaciones

3) Boletín de presentación de INFOchannel, 7 de junio 1994

país, surgió la necesidad de publicaciones especializadas en informática.

De esta manera, se dio el tiempo propicio para un semanario especializado en tecnología informática dirigido a la industria mexicana de cómputo. Presentar información oportuna cada semana sobre nuevas tecnologías, productos, estrategias de mercado, era una necesidad urgente.

Si bien existían en nuestro país, revistas especializadas en cómputo, poco a poco se vieron superadas por la necesidad de obtener con mayor rapidez, información actual, que involucrara aspectos noticiosos y útiles, para poder hacer compras, negocios etcétera. El medio idóneo, sin lugar a dudas, un semanario.

Por eso el enfoque de INFOchannel ha sido, desde su inicio, satisfacer la necesidad de la industria de contar con información más actualizada.

### Publicaciones similares

Conceptualmente no habría ninguna, pero por su contenido son varias las que compiten.

Su competidor más directo es *PC Semanal*, semanario que a pesar de estar concebido desde su origen como una publicación para usuario final, es decir cualquier poseedor de una computadora, su contenido está enfocado en un 80% a la gente de la industria, con un enfoque periodístico que responde a razones comerciales exclusivamente.

Las secciones de cómputo en los diarios nacionales que se publican con una periodicidad semanal, representan un cierto nivel de competencia. Los diarios que editan dichas secciones son: *Excelsior*, *Novedades*, *Reforma* (Sección *Interfase*, que se edita por igual para *El Norte de Monterrey*), *El Universal*, *El Economista*, *El Financiero* y *El Herald*.



Sección INTERFASE del REFORMA



El PC Semanal



Secciones de EL UNIVERSAL

### Periodicidad, tiraje y precio

La publicación es de periodicidad semanal, con un tiro de 7,500 ejemplares y con un precio de portada de N\$5.00.

Cabe aclarar, como se explica más adelante, que el ejemplar tiene un canal propio de distribución gratuita, que lo hace "especial" en su concepción.

### Recursos humanos, materiales y técnicos

La realización de INFOchannel corre a cargo de un equipo de profesionales encabezados por Aquiles Cantarell, ex director del periódico *PC Semanal*, quién también ha colaborado en publicaciones como *Información Científica y Tecnológica*, *Decisión Bit*, *Época*, *Mundo Ejecutivo*, *Personal Computing México*, por citar sólo algunas.

Además de Cantarell, quien es el director editorial, Leticia Zamora es la responsable de la jefatura de redacción, Adriana Arriaga y Fernando Reyes se desempeñan como reporteros y en el área de diseño y producción participan: Adalberto Taffoya (Jefe de Diseño), Joel Serratos (Director de producción), Daniel Camacho (asistente en Pre-prensa digital) y, recientemente incorporada Yohena Raya (fotógrafa). Cada una de las áreas cuenta con recursos y equipo especializado para realizar su labor.

En el **área de redacción**, cada reportero utiliza una computadora 386SX a 25 Mhz, con 4 Mb en RAM, un disco duro de 150 Megas, Windows for WorkGroups v. 3.11 y el procesador de palabras Microsoft Word v. 5.0.

El **área editorial** cuenta con dos computadoras: una 486DX2 a 66Mhz, con 8 Mb en RAM, un disco duro de 250 Megas, Windows for WorkGroups v. 3.11, y Microsoft Office; la otra es una 486DX a 33Mhz, con 8 Mb en RAM, un disco duro de 250 Megas, Windows for WorkGroups v. 3.11 y Microsoft Office.



El área de redacción y dirección editorial de INFOchannel



El área de los reporteros de INFOchannel

En el **área de diseño** se utilizan tres computadoras: una PC 486DX2 a 66Mhz con un giga en disco duro y 16 Mb en RAM, y dos Power Macintosh 7100/66Mhz con 250 Mb en disco duro y 40 M en RAM. Además de dispositivos periféricos como ScanJet II cx de HP, Scan Maker II de Microtek, lectores de discos removibles de 200 y 80 Megas.

La paquetería que se utiliza en esta área es *Aldus PageMaker 5.0*, *Adobe Photoshop 3.0*, *Adobe Illustrator 5.5*, y, en ocasiones *Corel Draw 4.0* y *Aldus Photostyler 2.0*

En el **área de pre-prensa** se utiliza una filmadora *Optronics*, modelo *DeskSetter Express*, con un tambor con capacidad máxima de impresión de 12.5 pulgadas de ancho por 18 pulgadas de largo, que está conectada a una Power Macintosh, que tiene cargado, un software Rip (Administrador de impresión), que permite, entre otras ventajas, visualizar previamente la filmación de las páginas, para corregir, en su caso, posibles errores.

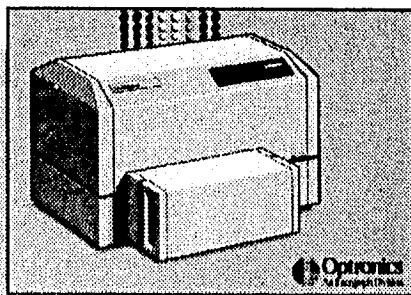
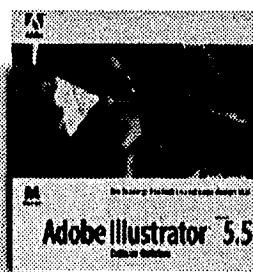
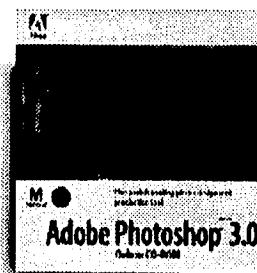
Cabe mencionar que todas las computadoras de la empresa se encuentran en red conectadas a un servidor Acer Altos 700 a 66 Mhz, con 12 Mb e RAM, un giga en disco duro y Windows NT Advanced Server, que permite al área de redacción, diseño, trabajar con ciertas ventajas de información en el intercambio, corrección y almacenamiento.

## Distribución, financiamiento y promoción

El semanario se distribuye de dos maneras:

- a) 70% a través de una red propia de distribución,
- b) 30% a través de correo directo.

Para establecer la red de distribución gratuita, se habló con mayoristas, distribuidores y fabricantes en poco más de 100 puntos del país.



Filmadora Desksetter Express,  
fabricada por Optronics

Alrededor de un 65% del tiro se queda en la capital mexicana y el otro 35% se distribuye en el resto del país, en especial las ciudades de Guadalajara y Monterrey.

La forma en que opera este proceso comienza cuando se envía por mensajería profesional, el día sábado, un determinado número de ejemplares, que son colocados en lugares, como la recepción u área de ventas. Así los distribuidores pueden obtener gratuitamente su edición. Los ejemplares que se envían a través de esta forma son aproximadamente 4,500.

El correo se utiliza sólo para las suscripciones, que actualmente son 2,250. Cabe mencionar que los 125.00 nuevos pesos del costo de la suscripción anual (50 números), son para cubrir los gastos del correo, sin ninguna ganancia real para la empresa. El resto (750) son para promociones en eventos u otros lugares.

## Financiamiento

Como la mayoría de las publicaciones en México el esquema de financiamiento del semanario se da a través de inserciones pagadas (anuncios publicitarios) que se publican en cada edición.

Existe una tarifa de precios y tamaños de los anuncios que se pueden contratar. Los precios oscilan entre los \$1,500 y \$10,500 nuevos pesos aproximadamente, según sea el tamaño y la periodicidad contratada por los anunciantes.

Los tamaños de anuncios son:

*Página completa rebasada:* 33.5 cm de alto por 23.5 cm de ancho.

*Página completa al corte:* 32.5 cm de alto por 22.5 de ancho.

*Página completa a caja:* 29cm de alto por 20cm de ancho

*Robaplana:* 32.5 cm de alto por 16 cm de ancho.



Guía de tamaños y precios de las publicaciones de High Tech Editores

*Media página vertical:* 29 cm de alto por 10cm de ancho.

*Media página horizontal:* 14.5 cm de alto por 20 cm de ancho.

*Cuarto de página:* 14.5 cm de alto por 10 cm de ancho.

*Octavo de página:* 7.5 cm de alto por 10cm de ancho.

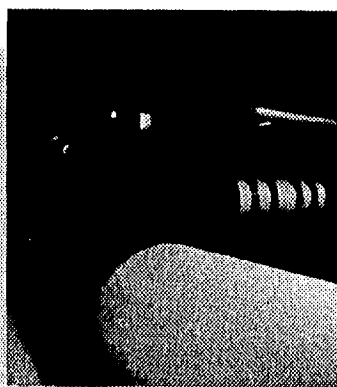
### **Costos de producción del diseño anterior**

El formato que se utilizó durante 39 números, (9 meses) fue de 35 cm de alto por 29 cm de ancho. Impreso en un principio, en papel bond blanco de 72 g en bobina de 72 cm de ancho, marca Pachisa. Después, debido a la alza en los costos del papel, se utilizó un bond importado con las mismas características marca Primo, reciclado, de mucho menor calidad. Se imprimía en pliegos de 8 páginas, en una máquina Harris M1000 de cuatro unidades con dobladora, Muller Martini de 12 unidades.

El semanario comenzó a aparecer con 32 páginas (4 pliegos). Una vez terminada la etapa de diseño y autoedición, el semanario con las atribuciones anteriores, era llevado a la imprenta para que ahí se iniciara el siguiente proceso:

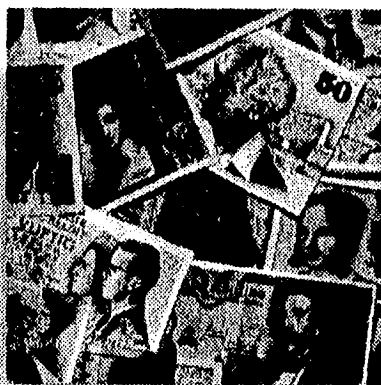
- a) Producción de negativos
- b) Armado de negativos
- c) Pruebas de color
- d) Correcciones
- e) Transporte a Láminas
- f) Impresión
- g) Acabado
- h) Embolsado

Todo este trabajo tenía un costo aproximado de 30 mil nuevos pesos, por 7,500 ejemplares pro-



ducidos a la semana. Si lo multiplicamos por las semanas del mes nos da una cantidad total de 120 mil nuevos pesos al mes, que representa un costo de 4.00 nuevos pesos por ejemplar impreso, siendo que el precio de portada es de 5.00 nuevos pesos.

Este precio varia según el número de páginas y de pliegos a utilizar. La variación la determinaba el número de inserciones contratadas, ya que para la realización, debíamos mantener un equilibrio de 60/40 respecto al contenido/publicidad. Es decir, que si la edición estaba proyectada al principio de 32 páginas con 12 anuncios completos, y en el transcurso de la realización aumentaba el número de anuncios a 18, irremediamente tenía que crecer a 40 páginas en 5 pliegos para no perder ese equilibrio, puesto que insertar un medio pliego (4 páginas) incrementaba en mucho el costo ya que demandaba un trabajo manual para el acabado del semanario.



### **Comentarios al diseño anterior**

Para la producción en ese formato, la planeación del diseño sufrió varias eventualidades, que reflejaron errores en la concepción del semanario. Encargar el diseño del logotipo y la diagramación de la portada a un despacho especializado en publicidad y no en cuestiones editoriales, propició que durante todo este tiempo, la portada se interpretara y no se resolviera de acuerdo a criterios previamente establecidos en su diseño. Además, el despacho no realizó el diseño integral del semanario. Esto hecho ocasionó que el diseño de las páginas interiores se realizara con poco tiempo. Aunado a esto hay que destacar que el estilo empleado para los interiores tenía una falta de relación casi total con respecto a la portada: faltaba unidad en la publicación.

Otro tipo de problemas incidieron sustancialmente en el producto ofrecido. La falta de conocimiento total de los equipos y programas y la necesidad de contar con un mayor número de personal para realizar las tareas de la edición gráfica. Hay que agregar -y creo que aquí está la médula de lo que hoy está ofreciendo la publicación- la dinámica de trabajo que prevaleció entre las diferentes partes que hacen posible la realización, principalmente entre la redacción, el editor y el área de diseño. A pesar de reconocer la necesidad de mejorar integralmente el trabajo, no se renovaron ni reestructuraron para desarrollar nuevos enfoques editoriales de contenido y presentación visual durante este período.



## CAPITULO DOS

### **Necesidades, razones y definición del nuevo diseño del semanario INFOchannel**

#### **Nuevas necesidades del semanario**

Con la situación que en la economía nacional se dio a partir del llamado "error de diciembre" de 1994, la dirección de la empresa se vio en la necesidad de tomar decisiones importantes para continuar con la producción del semanario y no verse afectada en la realización de sus tres productos editoriales. La principal: reducir costos en la producción.

Para lo cual se iniciaron varias acciones encaminadas a resolver estos problemas.

Se integró un sistema de pre-prensa digital, que sería operado por el área de diseño.

En este proceso, se consideró también disminuir el costo de la formación de negativos para láminas, con la contratación de una persona con amplia experiencia en esta labor para formar los pliegos semana a semana.

Además, con el incremento y escasez del papel que se presentó a finales de año en el país, resultó difícil continuar con ese mismo formato, pues se pensó que un formato que consumiera menos papel en su impresión ayudaría a las políticas de reducir costos. Fue así como se determinó disminuir el tamaño a 22.5 cm de ancho por 32.5 de alto, que es el que actualmente tiene.

También se redujeron costos de impresión, a través de cotizar con otras imprentas que ofrecieran mejor calidad de impresión, puesto que la imprenta que venía realizando el trabajo, últimamente producía con baja calidad. Así, se estableció finalmente un convenio con una imprenta ubicada en la ciudad de Puebla de los Ángeles, que a pesar de

encontrarse fuera de la ciudad de México, ofreció mejores tiempos y mayor calidad.

### **Razones del rediseño**

La reducción de costos brindó la oportunidad para mejorar gráfica y editorialmente la publicación. Tiempos de crisis, tiempos de cambios.

Después de realizar un análisis, se observó que con la presión por cambiar, las publicaciones se han dirigido exclusivamente hacia el diseño para resolver sus problemas, pero no es ésta toda la solución. Los cambios en el diseño no bastan.

En INFOchannel, el diseño, el formato y la información nos estaban rebasando. Como solución se necesitaba reestructurar varios aspectos para presentar mejor y con más enfoque la información. Definir secciones, para segmentar y clasificar el contenido de la publicación de una mejor forma para su manejo. Era necesario que su presentación fuera más fácil, clara y ordenada para el lector. En fin, se requería comunicar con más eficacia.

Se necesitaba crear sin cambiar radicalmente todo; reevaluar qué estábamos presentando y cómo lo estábamos haciendo.

Aún cuando se tuvo la oportunidad de pensar este proceso de cambio, el hecho fue dramático y brusco, porque se tuvo que realizar en una semana.

### **Criterios editoriales y de diseño**

Los criterios editoriales están dados de acuerdo a una premisa básica: presentar las noticias más importantes de la semana de la industria de cómputo bajo un tratamiento atractivo.

Este nuevo tratamiento comienza con la definición de lo que es una noticia para el semanario, entendida como aquel acontecimiento que afecta de manera trascendental a nuestros lectores. Es decir, cualquier información que tenga que ver di-



rectamente con ellos, se consigna en el periódico. Pero lo importante es clasificar y segmentar esta información para que sea más fácil para nuestros lectores llegar a ella. La clasificación se ha basado en secciones como: noticias generales, noticias específicas para el canal de distribuidores, nuevos productos, secciones de tecnología específica (Redes y Macintosh), reportajes, cultura.

En este sentido el diseño apoya y refuerza los criterios de contenido establecidos. Maneja la clasificación gráficamente, de forma que la relación entre la tipografía e imágenes sea limpia y ordenada a través de una diagramación sencilla.

Alrededor de esta premisa gráfica, la intención básica es que la presentación de la información sea llamativa y eficaz, distribuyendo los textos, las imágenes y los espacios blancos de tal manera que el lector comprenda el mensaje al instante, sin hacer un esfuerzo extra.

### **Papel y formato**

Para continuar con la producción del semanario, conforme a sus nuevas condiciones, se obtuvo la posibilidad de comprar un papel bond blanco de 75 g marca Europa, en pliegos de 70 por 95 cm.

Este pliego obligó reducir el formato a 22.5 cm de ancho por 32.5 cm de altura, que nos compensaba tener 32 páginas en dos pliegos y así mantener el número de páginas por edición.

Hay que agregar que se compró un lote suficiente de papel para no sufrir un desabasto por varios meses de producción.

El formato tiene casi las mismas medidas que un tamaño oficio, sólo que es un centímetro más ancho y uno y medio más chico a lo alto.

### **Textos**

Todos los textos se presentan con características propias de acuerdo a la sección en la que van a



ser publicados. Por ejemplo, el tratamiento que lleva un artículo para la sección de tecnología es diferente a uno de productos.

Los textos se capturan en los equipos mencionados en el capítulo anterior, de ahí pasan a una primera revisión en pantalla realizada por la jefe de redacción. Una vez hecho esto, se guardan dentro de un subdirectorío en el servidor, para que el área de diseño vaya formando las páginas conforme a la cuadrícula establecida.

Una vez formada la plana, se imprime y se realiza una segunda corrección. Después se realizan los ajustes de diseño para finalmente iniciar el proceso de filmación de negativo.



Fotoarte

### **Fotografía, gráficas y recuadros**

Entre el 50 y 60% de la imagen fotográfica que aparece es realizada por la fotografía de la empresa. El porcentaje restante se obtiene de folletos y material gráfico que las mismas compañías mandan a nuestra redacción.

Podemos establecer dos niveles en el manejo de la fotografía de INFOchannel.

1. *Denotativo*. Son las fotografías que muestran el hecho y/o el producto tal cual es y refuerzan la información.

Este tipo se utiliza para las fotografías en las secciones de: Al día, Novedades, Tecnología y Estrategia.

2. *Connotativo*. Son las fotografías que interpretan un hecho, es decir, expresan una opinión sobre la información. Aquí es usual utilizar el foto arte y se utilizan para las secciones de Memoria virtual, Reportaje, Estrategia, Tecnología y Ratón enmascarado.

Para acentuar o mejorar algunos aspectos de la fotografía, así como realizar composiciones nuevas para el semanario, se utiliza el programa Adobe Photoshop.



Fotografía

Las gráficas tienen una atención importante dentro del contenido del semanario. Incluso existe una sección informativa a través de gráficas.

La intención y estilo es sencillo y claro. Para lograr esto, la redacción junto con diseño, analizan la información y definen la forma más adecuada para su presentación.

En algunas ocasiones se requieren recuadros para presentar información complementaria o sintetizada de un artículo o nota. Estos, por tanto, se destacan dentro de la plana, a través del uso de una pantalla con un porcentaje de color atrás del texto.

### **Caja tipográfica**

Hay una estructura básica, pero la forma está determinada por las necesidades de espacio y de información. La retícula es la estructura que contiene y soporta la disposición de la información, sin restricciones ni limitaciones. Para asegurar la flexibilidad de composición de una página cualquiera, utilicé un sistema a tres y cuatro columnas, con medianiles de una pica que permiten conservar blancos constantes para mantener legibles los textos.

La retícula base del formato parte de una caja tipográfica de 20cm de ancho por 29 cm de alto que permite tener un margen amplio.

La división reticular de tres y cuatro columnas facilita primordialmente la colocación de los anuncios publicitarios. A su vez, permite flexibilidad en la presentación de columnas de opinión, artículos de fondo, reportajes o notas, que por su extensión o necesidades de espacio, requieren también diferenciarse en su diagramación.

### **Tipografía y elementos ornamentales**

El objetivo era: dotar a la presentación del contenido, de formas agradables y de fácil reconocimien-

to. Textos claros para leer e identificar por sus formas, independientemente de su tamaño.

Para lograr lo anterior, tomé la decisión de utilizar dos "extrañas familias tipográficas"<sup>4</sup>. Elegí un alfabeto romano, para el texto y cabezas de noticias y de artículos, y otro palo seco, para cabezas de productos, intermedias, pies de foto y demás elementos, porque citando al diseñador Martín Salomon: estos alfabetos se respaldan uno al otro, ya que ambos ofrecen una buena cantidad de variantes. En lo personal, seleccioné estos tipos por sus formas, legibles y ricas en sus valores tonales.

#### *Un poco de historia*

"El alfabeto Galliard, que fue creado por el diseñador Matthew Carter en 1978, es una tipografía digital del estilo de letras que normalmente se asocia con el estampador francés del siglo XVI, Robert Granjon. Las grandes distorsiones de líneas y curvas muestran las compensaciones cuidadosamente diseñadas que hizo Carter para evitar los inconvenientes del desparrame de tinta y los prejuicios ocasionados por una mala impresión cuando el tipo se utiliza, por ejemplo, en guías telefónicas donde la combinación del pequeño tamaño del tipo de 6 puntos y la impresión de alta velocidad y con la mala calidad del papel, exigen un tipo muy flexible y adaptable.

Eric Gill fue el creador del alfabeto Gill Sans, --el segundo que seleccione para mi propuesta--, fue diseñado para *Monotype* en 1928. Se trata de un sin remate moderno cuyas formas están basadas en elementos geométricos, pero con unos rasgos peculiares que le confieren un carácter distinto al de los tipos sin remate alemanes contemporáneos (se basó en el tipo *Underground* de Edward Johnston). Existe una mayor uniformidad en el ancho de las letras de la que se puede ver en la Futura, por ejemplo, y a la g y t se aproximan más

Galliard

*Galliard Italic*

**Galliard Bold**

*Galliard Bold Italic*

Gill Sans

*Gill Sans Italic*

**Gill Sans Bold**

*Gill Sans Bold Italic*

4) Título de un artículo publicado en el número 5 con fecha de agosto 1988 de la revista *Tipográfica* de Buenos Aires, Argentina, en el que Martín Salomon, diseñador y autor del texto, explica el empleo de los tipos *Gill Sans* y *Galliard* dentro de un trabajo suyo.

las formas romanas tradicionales que las diversas versiones de la Futura.

"Su popularización llegó rápidamente, al reunir las cualidades de simplicidad geométrica abogadas por la nueva tipografía y al mismo tiempo, mostrar una vivacidad que sugiere la caligrafía manual, confiriendo una sensación natural de fluidez a la letra cuando aparece en un texto continuo".<sup>5</sup>

A continuación enumero los estilos tipográficos definidos para la publicación y generados a través de la paleta de estilos del programa PageMaker.

**Cuerpo de texto**, artículos, productos y noticias (columnas y ciertos recuadros), Galliard roman 10/12.5 con sangría de una pica, justificado a la columna, excepto en el párrafo inicial.

**Cabeza noticias**, Galliard roman e itálica en algunas ocasiones 24/26 alineado a la izquierda, en altas y bajas.

**Cabeza Productos**, Gill Sans bold de 26/28, altas y bajas, alineado a la izquierda.

**Datos Compañías**, Gill Sans roman 9/11 alineado a la izquierda.

**Pie de foto**, Gill Sans Bold itálica 9/10 alineado a la izquierda.

**Cabeza artículos página completa**, Galliard bold y/o roman entre 45/49 y 80/84, o altas y bajas. La ubicación de éstas es según las necesidades de la página.

**Cabeza artículos media página**, Galliard roman y/o bold de 25/27 hasta 35/37, generalmente alineadas al centro con respecto al texto.

**Cuerpo de Texto en columnas de opinión**, Gill Sans roman 10/13 alineada a la izquierda.

**Cabeza columnas opinión**, Gill Sans bold 20/22 alineada a la izquierda en versales-versalitas.

**Intermedias y balazos de empresa**, Gill Sans Bold Condensed 12/12.5 alineada a la izquierda en versales-versalitas.

# Llegó el MI

Ejemplo del estilo **Cabeza página completa**

## LA DECLARACIÓN DE BILL GATES

Ahora que IBM acaba de adquirir Lotus, los comentarios en torno a la estrategia a seguir por parte de Microsoft en contra del Notes asumen una importancia fundamental. El siguiente texto fue tomado de algún lugar del ya trillado, por los exquisitos, cibespacio. Estos comentarios son adjudicados nada menos que a Bill Gates.

Ejemplo del estilo **Intermedia** seguido del estilo **Cuerpo de texto** con párrafo inicial

*Créditos de autor:* Gill Sans condensed 13/15, centrados con respecto al texto y en versales-versalitas.

*Sumarios,* Galliard itálica de 12/14 hasta 16/20, alineada a la izquierda.

## Logotipo

El nuevo formato precisaba un nuevo logotipo en dirección horizontal. Se estableció que éste, permitiera al lector identificar al semanario como una publicación periodística, representando clara y fuertemente su significado informativo dirigido al canal de distribución de equipo de cómputo.

Se decidió mantener el símbolo del mundo en su ubicación original y representar visualmente cada concepto del nombre mediante un nuevo arreglo tipográfico.

Decidí manejar ambas palabras en el mismo color para mantener la unidad, pero dándoles una jerarquía visual propia a través de las fuentes Gill Sans Bold Condensed en altas para la palabra **INFO** y Rockwell Bold en bajas para la palabra **channel**.

Posteriormente, por medio de un motivo gráfico (pantalla al 25% de negro) colocado atrás de las letras, intenté representar el movimiento y dinámica de la industria.

Para la leyenda de *Semanario de la industria de cómputo*, así como el *número de edición, precio y fecha de aparición* los ubique a lo largo de la palabra **channel** para equilibrar el espacio que hay entre ésta y el símbolo.

Por último, una pleca entre el logotipo y el comienzo de la información

## Portada

La portada presenta la tendencia y carácter del periódico. La intención es plasmar las noticias



más interesantes de manera atractiva y ordenada. Por eso se dividió en 5 módulos básicos de información.

El esquema es activo, ya que puede cambiar a razón de que lo hagan las noticias. Como las noticias determinan la forma y extensión de los módulos, el aspecto de la página es controlado. De esta manera, el enfoque -texto y foto, texto y gráfico o sólo texto- permite a la redacción, presentar las noticias en la forma más adecuada.

Es decir, estos módulos pueden, si es necesario, reducirse o extenderse de acuerdo a la información por presentar. Las formas de estos módulos permiten a la redacción visualizar toda la información y utilizar cada elemento (texto, fotografías o gráficas) dentro de la página. Los tamaños presentados son los utilizados en el número 40. (Ver ilustración 1)

El primer módulo abarca una área de 22.5 cm por 5.7 cm a partir del corte en la parte superior del formato. Aquí se ubicó el logotipo junto con los datos de costo y fecha de la edición correspondiente.

El segundo módulo abarca una área de 13 cm por 19.7 cm, para la noticia principal de la semana.

El tercer módulo tiene una área de 13 cm por 6 cm, para una noticia secundaria.

El cuarto módulo mide 6.3 cm por 8.8 cm y se destina para otra nota secundaria.

El último módulo mide 16 cm por 6.3 cm y está subdividido para presentar la información de las columnas huésped y las columnas fijas.

Para la nota principal, que en ocasiones pueden ser dos o más según sea el caso, se destina el módulo más grande.

Este módulo por su ubicación, es el que mayor atracción visual tiene en la portada. Tanto por su extensión como por sus elementos. El uso de fotomontajes es común para la nota principal. Siempre con un estilo sencillo y claro para no ensuciar la presentación.

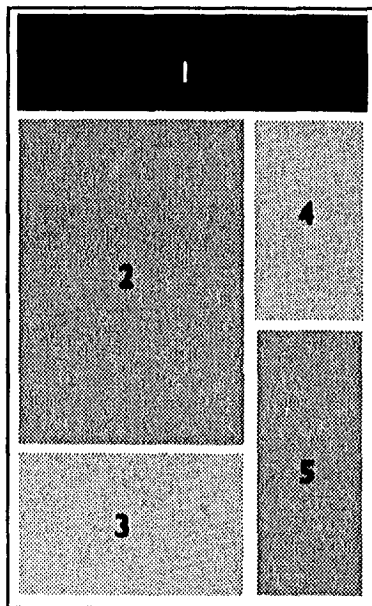


Ilustración 1.  
Los módulos básicos dividen a la portada, que a la vez se pueden subdividir de acuerdo a las necesidades de la información

Las notas secundarias, en ocasiones van acompañadas de gráficos o fotografías que ilustran y refuerzan el texto. Son en consecuencia menores en extensión y recursos.

## Secciones

Después de solucionar el diseño de la portada y el logotipo, trabajé sobre los interiores. La idea era mejorar su diseño, conservando los elementos útiles de los 39 números publicados anteriormente.

No fue tarea fácil, desarrollar y en su caso mejorar ideas, que tuvieran personalidad y atractivo.

Sobre las secciones del periódico se decidió rescatar algunas características del diseño anterior, como los colores empleados, para distinguirlas unas de otras. Después de analizarlas, nos dimos cuenta que tornándolas más sencillas y en armonía con el resto de los elementos, ayudarían a darle al periódico ese aire cohesivo, en el que todas sus partes guardan una relación con el conjunto.

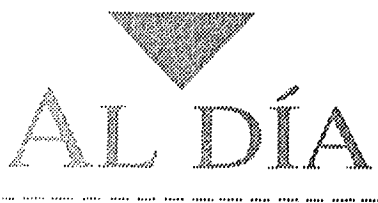
Algunas veces las cosas están al alcance de nuestras manos y no nos damos cuenta. ¿Porqué digo esto? Porque el simple hecho de utilizar la tipografía Galliard en altas y bajas en las secciones, le proporcionó un valor y tono diferente a las cabezas. Sólo se agregó un margen blanco entre éstas y el comienzo de los textos, en lugar de la pleca que los separaba.

Para determinar las secciones del semanario, Aquiles Cantarell partió de la experiencia de *PC Semanal*, que resultó exitosa, por la definición de sectores informativos útiles para el lector.

Lo que se hizo en esta ocasión fue *filtrar* esos sectores tomando en cuenta las necesidades del distribuidor en el momento histórico del mercado. Bajo ese esquema, se definen actualmente las áreas de interés para el lector.



Diseño de la sección de noticias actual



Diseño, de la sección de noticias anterior

La edición semanal se determina de acuerdo a hechos importantes que se suscitan en la industria diariamente. El tamaño de las mismas va ligado a la cantidad de eventos que hay en el mercado.

Las secciones que forman el periódico son las siguientes:

*Al día*, noticias en general de la industria; *Novedades*, nuevos productos disponibles en el mercado; *Channel*, noticias y artículos sobre aspectos relevantes para el canal; *Memoria virtual*, artículos en los cuales la computación se relaciona con otras áreas del quehacer humano; *El ratón enmascarado*, noticias no confirmadas o rumores de la industria; *Opinión*, columnas de los colaboradores externos; *Infocomic*, el espacio humorístico; *Conectividad*, artículos y notas sobre el ambiente de redes de trabajo; *Power user*, artículos y notas sobre diversos aspectos en la plataforma Macintosh; *Sin enredos*, opinión sobre redes de trabajo; *La carpeta*, opinión sobre aspectos en la plataforma Macintosh; *Línea directa*, opinión, sobre acontecimientos en el canal; *Silicio amorfo*, columna sobre temas variados con relación a la informática; *Tutorial*, Información sobre cursos y capacitación en la industria; *Editorial*, el punto de vista del editor; *En persona*, entrevistas a los ejecutivos de la industria; *Empresas*, un acercamiento al quehacer de compañías que comienzan a crecer dentro de la industria; *Sólo lectura*, reseña de libros relacionados a la informática; *Correo electrónico*, cartas que envían los lectores abordando diversos asuntos; *En gráficas*, estadísticas, cifras y datos de aspectos relevantes en la industria.

## **CAPÍTULO TRES**

### **Producción del nuevo diseño**

#### **Preparación de la edición**

Del 14 al 18 de abril se realizó la producción del número 40, con el cambio de formato y diseño del semanario. Cabe aclarar que muchos de los aspectos presentados en esta edición fueron analizados y, en su caso, mejorados en los números siguientes. A ellos me refiero con más detalle en las conclusiones de este trabajo.

Este número apareció el 24 de abril. Durante la semana anterior se llevó a cabo su producción.

#### **Definición de la cuadrícula**

La guía para ubicar la posición y extensión de las secciones y su contenido, así como de los anuncios publicitarios, la llamamos cuadrícula. Aquí inicia el proceso de producción de cada número. Para esto existe un formato. Esta cuadrícula se realizó con base a la lista de anunciantes que al comienzo de la semana contrataron su espacio y las notas importantes de la semana anterior. Cabe señalar que la cuadrícula tiene varios cambios a lo largo de la producción, incluso llega a afectar a tal grado que pueden salir páginas ya filmadas en película. Así es esto: quien paga, manda.

La cuadrícula se definió de la siguiente manera:

Página 1: Portada principal, el procesador M1; Secundarias, el desafío de las suites y servidores con Pentium.

Página 2: anuncio de MPS

Página 3: Editorial y correo electrónico

Página 4: Sección Al día

Página 5: Anuncio Lanix

- Página 6: Sección Al día  
Página 7: Anuncio 3Com  
Página 8: Sección Al día y En gráficas  
Página 9: Anuncio INFOchannel  
Página 10: Sección Novedades y Sólo lectura  
Página 11: Sección Novedades y  
anuncio Merisel  
Página 12: Sección Opinión e Infocomic  
Página 13: Sección Opinión  
Página 14: Sección Conectividad y Sin enredos  
Página 15: Anuncio Novell  
Página 16: Sección Tecnología  
Página 17: Sección Tecnología y  
anuncio Digital  
Página 18: Pase de Portada  
Página 19: Pase de Portada y En persona  
Página 20: Pase de Portada  
Página 21: Pase de Portada  
Página 22: Power user y La carpeta  
Página 23: Anuncio High Tech Editores  
Página 24: Anuncio High Tech Editores  
(Encuesta)  
Página 25: Sección Estrategia  
Página 26: Memoria virtual y Silicio amorfo  
Página 27: Sección Tecnología  
Página 28: Sección Channel y Línea directa  
Página 29: Sección Empresas y  
anuncio Optronics  
Página 30: El ratón enmascarado,  
Correo electrónico y directorio  
Página 31: Anuncio Apple  
Página 32: Anuncio Acer

### **Elaboración, captura y corrección de textos**

Los textos se entregaron de acuerdo a un calendario establecido previamente. Aunque no siempre a tiempo por diversas causas. La jefatura de redacción corrigió en pantalla todos los materiales escritos.

Para tener un mejor control de éstos, en el servidor existe un subdirectorío llamado INFOHOY, que su vez está dividido en los subdirectoríos: imágenes, textos y páginas.

Esta organización permite saber cómo va la producción del número.

Además la redacción, lleva un formato en donde se establece cuál es el estado de cada archivo de texto. Este formato se entregó al área de diseño para que comenzara el proceso de edición de los materiales ya listos.

Una última corrección se realizó sobre las planas formadas y diseñadas.

### **Selección del material fotográfico y digitalización**

Para la elección de las fotos, se cubrieron los eventos importantes de la semana anterior, de acuerdo a las instrucciones del editor, posteriormente se entregó el material a diseño para que junto con los reporteros y la redacción, se decidiera finalmente qué aparecería en el número.

Cabe aclarar que también se utilizaron fotografías de archivo para algunos artículos.

Para la sección de *En gráficas* se realizaron 2 gráficas en forma de pastel sobre los resultados de la exposición *Latinet 95*.

Para el número 40 se digitalizaron 38 imágenes, de las cuales se utilizaron 30.

La digitalización de la mayoría de las imágenes se hizo en el scanner HP. Para las fotografías de la portada, se digitalizaron en el scanner ScanMaker, ya que ofrece mayor calidad, aunque es más lento en su recorrido.

Se elaboró un fotomontaje para la sección de *Opinión*, sobre la crisis económica. Utilizando biletos y el filtro Vortex Tiling de Photoshop.

Para las secciones de *Estrategia* y *Memoria virtual* se realizaron efectos sencillos en las fotogra-

flas como un duotono a través de selección de color y un montaje sepia sobre color.

Asimismo, en ciertas fotos, a través de Photoshop, se logró un efecto de sombra, que se utilizó para darles un efecto de realce sobre la página. Cabe mencionar que este efecto se ha seguido utilizando en las ediciones siguientes del semanario.

### **Diseño y autoedición**

Este proceso se llevó a cabo en su mayoría en la PC, puesto que la impresora con que se cuenta, **Compaq PageMarq**, está conectada a ella exclusivamente. Esta impresora ofrece la posibilidad de imprimir en un tamaño mayor al formato final, lo que permite visualizar a tamaño real las páginas ya armadas.

Una vez que los textos estuvieron listos, se armaron las planas. Hubo problemas de extensión, aunque se indicó el número de caracteres por página completa, media página, cuarto de página, octavo de página, una columna, etcétera, pero la adaptación a la nueva dinámica de trabajo complicó un poco las cosas para los escritores.

Las páginas de información quedaron de la siguiente manera:

Página 1: Portada principal, el procesador M1; Secundarias, el desafío de las suites y servidores con Pentium.

Página 3: Editorial y correo electrónico

Página 4: Sección Al día

Página 6: Sección Al día

Página 8: Sección Al día y En gráficas

Página 10: Sección Novedades y Sólo lectura

Página 11: Sección Novedades

y anuncio Merisel

Página 12: Sección Opinión e Infocomic

Página 13: Sección Opinión

Página 14: Sección Conectividad y Sin enredos

Página 16: Sección Tecnología

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- Página 17: Sección Tecnología y anuncio Digital
- Página 18: Pase de Portada
- Página 19: Pase de Portada y En persona
- Página 20: Pase de Portada
- Página 21: Pase de Portada
- Página 22: Power user y La carpeta
- Página 25: Sección Estrategia
- Página 26: Memoria virtual y Silicio amorfo
- Página 27: Sección Tecnología
- Página 28: Sección Channel y Línea directa
- Página 29: Sección Empresas y anuncio Optronics
- Página 30: El ratón enmascarado, Correo electrónico y directorio

La labor de diseño y autoedición para este número representó un trabajo más de prueba y experimentación. Existieron varios errores de presentación, como es el caso de la sección de *Al día*, que por un retraso en la elaboración de las notas y la falta de material gráfico se optó por presentarlas de manera homogénea, es decir sin una jerarquía visual ni editorial, para darle mayor facilidad a su armado.

La evaluación general que realizamos posteriormente, mostró que el producto ofrecido mejoró sustancialmente debido a los nuevos criterios editoriales y a la dinámica de trabajo.

### **Correcciones y ajustes de diseño**

Por lo antes expuesto, el trabajo de corrección se llevó más tiempo del originalmente planeado.

Esta labor se realizó directamente en los archivos de PageMaker, los cuales se pasaron a través de la red a un disco duro removible formateado para Mac y se trabajó desde ese momento en una de las PowerMacintosh.

En esta parte del proceso, se dio el ajuste final al diseño de las páginas: acomodar columnas, evitar



vuidas y huérfanas, ampliar fotos, etcétera. Se agregaron las correcciones que la redacción marcó en las galeras y se dejaron las páginas listas para las pruebas de color.

Ya en el disco duro removible toda la publicación, se efectuó desde la otra PowerMacintosh el envío de las páginas a la impresora HP Deskjet a color.

### **Pruebas de color**

En este paso, se revisó nuevamente toda la publicación y se corrigió lo necesario, ya sobre el tiempo de entrega para filmar los negativos.

Las pruebas, finalmente, se entregaron a la imprenta para checar el color durante la impresión.

### **Pre-prensa digital (preparación, realización y revisión de negativos)**

La filmación de negativos se realizó una vez lista toda la publicación, esta labor tomó alrededor de 340 minutos (casi 6 horas), para 27 páginas, porque hubo anuncios adicionales que se hicieron en esta fase.

Para ello se tuvo que mandar desde una PowerMac los archivos de PageMaker a imprimir a la otra PowerMac, y ésta a la filmadora Desksetter Express. En este proceso, tuvimos algunos problemas para configurar la filmadora y ajustarla al nuevo tamaño. Pero una vez que quedó configurado el administrador de impresión, el proceso continuó su desempeño normalmente.

Conforme fueron saliendo los negativos, se revisaron para detectar posibles errores durante su filmación, como que no aparezcan las marcas de registro, veladuras, rayones, falta de fijación, etcétera. Algunos errores, sin embargo fueron ocasionados por defectos de la película.

## CONCLUSIONES

### **Evaluación de la producción del número 40**

La presión de tener ya la producción bajo el nuevo formato era tan urgente que algunas decisiones, con respecto a lo que debía ser el periódico, estuvieron sujetas a poco tiempo.

Más aún, el proceso no fue fácil. En los momentos en que escribo estas líneas, continuamos trabajando sobre los criterios y formas que debe tener el periódico.

Existían muchas ideas de lo que se quería del periódico, tantas como los que intervenimos en ello. Las ideas iban desde darle un cambio total hasta conservar todo y sólo adecuar la publicación al nuevo tamaño. A pesar de las dificultades no debíamos perder de vista lo que nuestro lector exigía: textos claros y ágiles con un tratamiento funcional de la página. Esta premisa nos ayudó primero a definir lo que no serviría: no queríamos un periódico difícil de leer, con demasiado texto, sin imágenes, tampoco perder los elementos que aún servían y que permitían dar continuidad a lo ya hecho. Todo esto, por consiguiente, permitió identificar lo que se necesitaba: un periódico que sirviera al lector, con una presentación impresa donde la imagen y el texto estuvieran casados; un medio de utilidad, tanto en su información como en su forma; un medio donde la presentación de las noticias diera la narrativa visual, revitalizando los elementos que permitieran darle un orden al manejo de la información.

En la realización de este número de transición existieron innumerables errores, ocasionados por una falta de tiempo, aunado a la experimentación gráfica que recibieron ciertas páginas, como la 14,

en la cual se utilizó la fuente Cooperplate Bold para el título del artículo, que sin lugar a dudas no representaba el estilo visual del semanario.

El carácter que ha tomado la edición 40 representa, a la distancia en el tiempo, la base para las subsecuentes ediciones, en las que se han mejorado sustancialmente varios aspectos, permitiéndonos asimilar el cambio propuesto.

### **Ajustes al rediseño gráfico en los tres números siguientes**

Las modificaciones se hicieron con base en una mayor comunicación entre la redacción y el área de diseño. Así se logró, por ejemplo, la jerarquización de la información en la sección de noticias, el mayor empleo de la manipulación de imágenes para lograr tratamientos sencillos y vistosos en los artículos y, sobre todo, en la portada. La elaboración de notas y artículos con base en los caracteres por espacio asignados en la cuadrícula, para facilitar el diseño de las páginas sin necesidad de "cortar" demasiado los textos.

Se dio mayor atención al manejo de fotografías, textos y espacios blancos, para mejorar la legibilidad de la información. Mayor tiempo, en la medida de lo posible, en la elaboración de la portada, para lograr hacerla más atractiva y sencilla a la vez. Mayor cuidado en el manejo del color para evitar en lo posible una publicación "confeti", es decir, un catálogo de colores. Se reforzaron las diversas funciones del color dentro de la publicación: distinguir, destacar, sugerir, inducir y reafirmar.

Otro aspecto importante fue evitar dar saltos de las secciones a lo largo de todo el semanario, para lograr una continuidad progresiva de la información, al evitar que secciones se intercalen a lo largo de las páginas de la publicación.

## **Papel del diseñador en la evolución y producción de INFOchannel**

Para este punto debemos partir que la tecnología empleada no es más que una herramienta para realizar el trabajo.

El semanario está en constante cambio, debido a la dinámica que la misma industria va estableciendo. El diseñador en este caso tiene la responsabilidad de mantenerse permanentemente actualizado en su trabajo. Para desarrollar de la mejor manera posible, se enumeran a continuación algunas de las tareas a realizar:

a) Mantener la comunicación constante con la redacción, así como con las demás áreas involucradas en el proceso de producción editorial, para establecer líneas de trabajo acordes a las necesidades que vayan surgiendo.

b) Profundizar en el manejo de los sistemas y programas que se utilizan.

c) Buscar y experimentar una solución gráfica con base en las necesidades que la propia información va estableciendo.

d) Evaluar constantemente las ediciones publicadas para corregir los errores.

e) Plantear las necesidades del área, así como sus posibles alternativas de solución a la dirección de la empresa.

f) Consolidar el departamento de diseño de INFOchannel, separándolo del resto de las publicaciones de la empresa, con el fin de contar con una responsabilidad única, debido a los tiempos extremadamente apretados con que se produce el semanario.

g) Contar con un mayor número de diseñadores creativos para ofrecer un mejor producto, distribuyendo las cargas de trabajo del área.

Sólo me resta agregar que la misión del diseñador está enfocada a mejorar la comunicación entre los diferentes sectores que forman las sociedades. Participar en este compromiso con la mayor capacidad y responsabilidad es la tarea fundamental, aunque algunas veces esta disciplina no sea entendida y respetada a plenitud, queriendo someterla a caprichos y gustos personales, que se respaldan en posiciones de poder dentro de las organizaciones y que obstaculizan la creatividad y el desempeño con medidas lejanas a la realidad.

En dichos casos, el diseñador no debe perder de vista su función de permanecer atento y abierto a los cambios que se dan entorno a él.

"Tiempos de crisis, tiempos de cambios", reza un conocido refrán, y esto sin lugar a dudas se puede aplicar a lo que pasó con INFOchannel. Con los comentarios llegados a la empresa en relación a esta nueva faceta, puedo decir que la consolidación del semanario como un vehículo de información eficaz y oportuna de la industria va por buen camino. No hemos logrado todo, pero este cambio nos marca los horizontes a los que debemos dirigir nuestro esfuerzo para mantenernos vigentes como el semanario de la industria de cómputo. ●

## BIBLIOGRAFÍA

1. ARNOLD Edmund C., 1984  
*Diseño Total de un Periódico*, EDAMEX.
2. BLANCHARD Gerard, 1988 *La Letra*,  
Barcelona, CEAC.
3. BLACKWELL Lewis, 1992,  
*La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gili.
4. EVANS Harold, 1984  
*Diseño y Compaginación de la Prensa Diaria*;  
Barcelona, Gustavo GILI
5. FARAVANTI Giorgio, 1988  
*Diseño y Reproducción*, vers. castellana de  
Steve Rimbau I. Sauri, Barcelona, Gustavo Gili.
6. LOCKWOOD Robert, 1992,  
*Diseño de la Noticia, Guía de supervivencia  
para periódicos*, traducción por  
Teresa de León, Barcelona, Ediciones B.
7. LOPATEKI, 1949,  
*Typographer's desk manual*, New York,  
Ronald Press Company
8. MULLER Brockman Joseph, 1982,  
*Sistemas de Reticulas*, Barcelona, Gustavo Gili.
9. MUNARI Bruno, 1979,  
*Diseño y comunicación visual*, vers. castellana  
de Francesco Serra i Cantarell,  
Barcelona, Gustavo Gili.
10. OWEN, William, 1991  
*Diseño de revistas*, Barcelona, Gustavo Gili.
11. RÜEG Ruedi, 1989,  
*Basic typography, design with letters*,  
Zurich, Welwoch-ABCD
12. Society of Newspaper Desing, 1993,  
*The Best of Newspaper Design*,  
Rockport Publishers Inc.
13. SWANN Alan, 1990,  
*Cómo diseñar Reticulas*, Barcelona, Gustavo Gili.

## HEMEROGRAFÍA

1. "Historia de la computación", en *Mundo Ejecutivo*, pp 76-85, México, Noviembre 1992,
2. "Extrañas familias tipográficas" en *Tipográfica*, pp 24-27, num. 8 Buenos Aires, Argentina. Agosto 1988,
3. *Computación*, en *El Financiero*, México 1995
4. *Interfase*, en *Reforma*, México 1995
5. *Universo de la Computación*, en *El Universal*, México 1995
6. *Cómputo*, en *El Heraldó*, México 1995
7. *Computación*, en *Excelsior*, México 1995
8. *PC Semanal*, núm 90, 95, 100-120, , México 1995
9. *Cómputo*, en *El Heraldó*, México 1995
10. *PC memo*, núm. 75-93, México 1995
11. *Banca Electrónica*, núm. 13-18, México 1995
12. *Adobe Magazine*, núm. 20, Estados Unidos 1995

## ENTREVISTAS

1. Aquiles Cantarell, Director Editorial de INFOchannel, Febrero 1995
2. Marco A. Maytorena, Director General de High Tech Editores, Febrero 1995
3. Mauro Espadas, Responsable de Producción Imprenta Ajusco, Febrero 1995
4. Delia Cortés, Responsable de Distribución de High Tech Editores, Mayo 1995
5. Mayte Colín. Coordinadora de Publicidad de High Tech Editores, Mayo 1995
6. Leticia Zamora. Jefa de Redacción de INFOchannel, Febrero 1995

# INFOchannel

EL SEMANARIO DE LA INDUSTRIA DE COMPUTO

Número 40 Año I 24 de abril de 1995 Precio N\$ 5.00

UN MICROPROCESADOR QUE DARÁ LA BATALLA AL PENTIUM

## Llegó el M1



18

- La familia M1 estará compuesta por siete modelos; el primero se lanzará en México en junio próximo
- Habrá seminarios para distribuidores en las próximas semanas
- Lanix, Gama y Printaform serán los primeros ensambladores que utilicen el chip en el mercado nacional
- Future Tech son los representantes e Intertec será el mayorista exclusivo

## Servidores con Pentium

Para Compaq, lo prometido es deuda: ya está listo el anuncio de las nuevas familias de computadoras que prometen mayor rendimiento a menor precio. Entre éstas destaca el servidor Prosignia 300 que soporta Pentium a 120 MHz.

19

### OPINIÓN

#### Los vaivenes de la industria

José Antonio Ramírez 12

#### La mayor computadora

José Granados 13

#### Por el poder

Judith Pérez F. 13

### COLUMNAS

#### La Carpeta

Contra reloj  
Fernando Reyes B. 22

#### Sin enredos

Sí compro, ¿a un DVA?  
Adriana Arriaga A. 14

#### Línea Directa

Como en bodega  
Aquiles Cantarell M. 28

## El desafío de las Suites

✓ Pese a las dificultades, se celebró por fin el tan promocionado evento en el auditorio de Hewlett Packard

✓ Fue organizado por el Foro de Periodistas especializados en cómputo

✓ Participaron los tres gigantes del software en México



Lotus

Microsoft

✓ El público no tuvo miedo y preguntó agresivamente a los tres competidores

✓ Se cuestionó sus capacidades técnicas, problemas con memoria y demanda de muchos recursos

✓ Se pidió soporte técnico y tiempos de capacitación

20



7 501559 507864



**El mejor precio  
con la más avanzada  
tecnología y el  
máximo rendimiento...**

**¡Sólo con su  
Business Partner®  
MPS!...**



**Digital Venturis**

**486SX/50 MHz**

- 8 MB en RAM.
- Disco duro de 540 MB.
- Monitor Ultra VGA, color, 14".
- Microsoft Office.
- Windows for Workgroups.

**N\$ 8,275.\***

**¡Armela en Grande!**  
por cada uno de estos paquetes, tiene  
derecho a adquirir un FAXPHONE 16  
de CANON.

por sólo: **N\$ 1,999.**

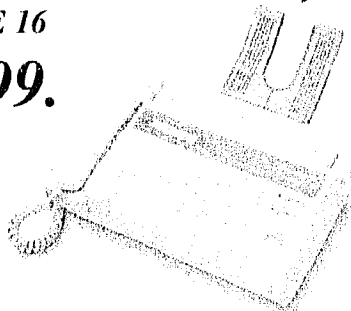
**digital™**

**Digital Venturis**

**486DX2/66 MHz**

- 8 MB en RAM.
- Disco duro de 540 MB.
- Monitor Ultra VGA, color, 14".
- Microsoft Office.
- Windows for Workgroups.

**N\$ 9,387.\***



**Clave Promoción: MPS 110**

\* Precios público. No incluyen I.V.A.  
Promoción limitada a 200 paquetes.

**Business Center's:**  
D.F.  
Tel: 325-0993,  
Fax: 687-8163,  
VENTAS: 237-0400  
HOT LINE  
(Centro de Soporte): 237-0461  
GARANTIAS: 237-0480  
FAXCOMP: 237-0459  
SICER: 325-0993 ext. 532  
SAC: 237-0465  
MPS NET: 590-5988

HOT FAX: 237-0459  
BUSINESS  
PARTNER: 237-0401  
APPLECONNECTION: 237-0428  
APPLELINK: MPS.TEC11  
Centros de Distribución  
\*Amores No. 311, Col. del Valle  
Edo. de México  
CULLIACAN  
Tel. 91(67) 17-2380  
Fax: 14-2687 91(800) 67038

GUADALAJARA:  
Tels. 91(3) 813-0099,  
Fax: 813-1053, 813-0906  
HERMOSILLO  
Tels.: 91 (62) 13-9184,  
Fax: 13-9105, 13-9187  
MONTERREY  
Tels: 91(8) 336-5433,  
Fax: 338-7550  
Centro de Soporte: ext. 653

PUEBLA  
Tels. 91(22) 40-5276,  
40-5278,  
40-5398,  
37-2718,  
40-5325,  
37-2808  
Fax: 40-6691  
Centro de Soporte: ext. 847  
Fax sin costo: 91-800 22369  
LEON  
Tel: 91(47) 70-4222

VILLAHERMOSA  
Tel: 91 (93) 12-3242  
Fax: 12-5792

**Sucursales:**

LAREDO  
Tel. 95(210) 717-2525

TORREON  
Tel: 91(17) 12-8725  
Fax: 16-0183, 91 (800) 17-6000

**VAMO A UN  
CORTE CLISTINA  
Y REGRESAMOS,  
BYE, BYE**

Mi estimado e ilustre *Ratón Enmascarado*:

Lamento mucho tener que escribirte éstas (sic) líneas y más aún sabiendo que una vez más como en Enero (sic) de 1994 surgen de las voces del Sureste Mexicano, de ese (sic) espacio amplio y rico de la República Mexicana que lamentablemente sólo representa el 8% de la participación económica del País (sic) y el 0% de espacio en tu mente, en tus letras y en tu corazón.

Hoy como cada semana desde casi el inicio de la emisión, he leído el **InfoCHANNEL**, voy en el número 38 y hoy nuevamente mi decepción ha surgido incontrolable, atrayendo con ella estos momentos de reflexión. No me he podido callar más, tengo que gritar y pretendo que me escuches.

¿Cómo es posible que en la pasarela de tus comentarios, a veces humor negro, a veces insustanciales, desperdicies tanto tiempo, papel y tinta en pretender convencernos de lo divertido de tu actuación y lo acertada/aceptada que crees que es?

Te concentras en aquellas personas y en aquellos lugares que desde tu escritorio o tus comidas sociales, tus gafas de ilustre enmascarado, te permiten ver u oler (sic) o tal vez pensando sólo en aquellos que te den de comer, es decir, de aquellos que pagan publicidad y gratis (recontra sic) el pasaporte para obtener en tu espacio papeles de "titularidad". Te manifiesta hoy mi profunda inconformidad, pero también hago manifiesto un profundo respeto a tu persona y a tu derecho de actuación, es decir, éstas (sic) líneas no llevan mensaje personal, lo que me molesta es lo insustancial. Somos un pueblo que busca siempre el protagonismo, tener mártires o héroes y nos olvidamos de los hechos, de lo que realmente se queda cuando los actores se van, ¿qué están haciendo realmente éstas (sic) personas?, ¿innovar?, ¿crear?. ¿pasar...? ¿qué estás haciendo realmente tú además de acaparar para tí (sic) mismo el 20% de tus propias palabras?

Tal vez lo insustancial de tu espacio en el semanario sea lo que más popularidad te dé, quizás es porque los Mexicanos (sic) estamos tan acostumbrados a no querer "pensar" que aceptamos de los medios masivos programas y columnas vacías de contenido encubiertas con escenas morbosamente chistosas y aparentemente divertidas. Tu sección no me convence, tus

**UN PASO ADELANTE,  
DOS ATRÁS**

Casi sin darnos cuenta y a unas semanas de cumplir un año de existencia, **InfoCHANNEL** cambia de imagen y aumenta en espacio, y lo hace para mejorar. Desde el nuevo tamaño que adquiere esta publicación, el papel en que se elabora, hasta la forma en la cual se imprime, se nota una gran diferencia.

Las razones para tal salto son evidentes. La crisis bajo la cual vivimos los mexicanos nos llevan a encontrar nuevas y variadas formas de ser mejores, más competitivos y eficientes con los mismos recursos, de tal manera que mientras su **InfoCHANNEL** se reduce en sus tres dimensiones espaciales, crece en calidad de impresión, en cantidad y diversidad de la información, con nuevas secciones como *Power User* y *Conectividad*, y mantiene una cobertura informativa sin comparación con las demás publicaciones especializadas y nacionales en su tipo.

No hemos pretendido quedarnos sólo en un cambio de imagen, como acostumbran otros, sino uno profundo en la filosofía de qué presentar cada semana a nuestros lectores. No apostamos por el cambio del emblema del semanario, sino que encontramos y aún experimentamos nuevas fórmulas de espacio para diseñar cada página y sección, todo ello en una búsqueda constante por ofrecer la información necesaria a una industria informática que no quiere que le doren la píldora con sólo "buenas noticias", sino que se hable y se discuta la realidad actual desde los distintos puntos de vista.

Hace unos días, revisando lo hecho hasta el momento, caímos en la cuenta de que tan sólo entre las plumas de colaboradores del semanario, sumamos el 90% de las opiniones vigentes en la industria y que, de ese número de colaboradores, **InfoCHANNEL** suma nada más y nada menos que cinco Premios Nacionales de Periodismo, dos de ellos, por cierto, en el área de Ciencia y Tecnología.

Pero no es suficiente. También están las opciones que muy pronto ofreceremos a nuestros lectores. Las posibilidades por explotar del único medio totalmente focalizado hacia un sector de la industria, como lo es **InfoCHANNEL**, están aún por realizarse y podemos garantizarles que estamos trabajando duro para ofrecer mucho más valor agregado que el que cada semana recibe a través de estas páginas. Muy pronto, pero muy pronto rebasaremos nuestra comunicación a través de la tinta y el papel para dar lo mejor de nosotros en beneficio de la industria y el país. Esté pendiente. ●

palabras ofenden mi aún escaso (sic) vocabulario y a tu pluma le hace falta algo más que se llama... "integridad moral" que nada tiene que ver con el "humor fino" y la suspicacia del autor.

Tus mensajes me dejan, cada vez (sic) que los leo, con ésa (sic) cruda moral de sentir que he perdido el tiempo y de que los líderes de los medios masivos de nuestro país se van invariablemente por el camino más fácil de la superficialidad, y éso (sic) es a lo que llamo una falta de "integridad moral".

Quiero decirte, y es ésto (sic) lo que no me voy a callar, que ojalá y reflexiones sobre éstas (sic) líneas en frío. Mi intención es contribuir para lograr en tu sección un cambio positivo que nos permita a la comunidad informática estar orgullosos no sólo de tu misión primaria que es "comunicar", sino de tu habilidad para mostrar de cada personaje como un buen caricaturista lo hace, en dos líneas la verdadera esencia de cada ser, su personalidad y lo que al mundo ésa (sic) persona tiene que aportar.

Esfuézate un poco más, la comedia humana que pretendes mostrar puede ser pulida (sic) de tal forma que al leerla nos olvidemos de tí (sic) que eres el autor y logremos transportarnos al lugar. Muéstranos el "fondo" no sólo la "forma" (aunque ésta también haya que mejorarla), y como a final de cuentas buscamos relajarnos al leer tu sección (no la incomodidad de participar sin proponérsenos en chismes vanos) pretendemos que al final de la lectura hayamos aprendido algo de la naturaleza humana, algo de tí (sic) y por qué no algo de nosotros mismos. El reto es enorme, pero si lo logras hacer además de "calidad", encontrarás no sólo el reconocimiento de tu comunidad sino el cariño y la calidez de muchos amigos dentro y fuera del país, especialmente del Sureste Mexicano que te escribe sin otro afán que platicar.

Sinceramente,

Cristina

12 de abril de 1995

Mi estimada y entusiasta Cristina, ¿o puedo llamarte Cristina?!

¿Será que te inspiraste en ese "profundo" personaje de la TV estadounidense para picar con fiero aguijón tan insustancial como la sección que criticas?

Para reflexionar. Es curioso ese tono, pretendidamente *subcomandeco* y agradecido estaría que el *Sub* se distrajera para atender a tan pequeño roedor, pero sé que no es así.

Montándote en una retórica tan

## Red Uno se reorganiza

El área de Logística de la empresa Red Uno se reacomodará dentro del organigrama de la empresa para depender directamente de la Dirección de Planeación y Finanzas, misma que está a cargo de Héctor Rivero. Asimismo se dio a conocer que la Subdirección de Expansión se convertirá en la Dirección de Expansión y Mercadotecnia estará a cargo de Francois Valuet.

Alfredo Sánchez, director general y fundador de la compañía, mencionó que la



Cambios estratégicos en RED UNO

misión de Red Uno a través de sus alianzas estratégicas con Grupo Carso y Telmex es posicionarse como líder del mercado de las telecomunicaciones con el único objetivo de fomentar el desarrollo tecnológico económico de México.

Asimismo Sánchez señaló que la compañía está interesada en promover las exportaciones, por lo que una de sus metas será desarrollar diseño de redes y aplicaciones tecnológicas que sean dignas de venderse en otros países.

Cabe destacar que también dentro de la empresa se creó la dirección de investigación y desarrollo, así como la dirección de operaciones, esta última con oficinas en Guadalajara.

## Resultados tangibles en Latinet 95

Creada con finalidad académica hace cuatro años por Consorcio Red Uno, la Universidad de Guadalajara y Mc Graw Hill, Latinet 95 presentó resultados.

Nora Mexía, quien está al frente de Latinet 95 expresó: "La tecnología de comunicación en México es relativamente nueva. Por ello nuestra misión es promover la cultura entre los usuarios finales. Queremos informales lo que sucede en cuanto a tecnología para que se sientan seguros de sus proyectos de telecomunicaciones y valoren las opciones que les pre-



Dieron a conocer números de Latinet 95

sentamos a través de los expertos que transmiten sus experiencias".

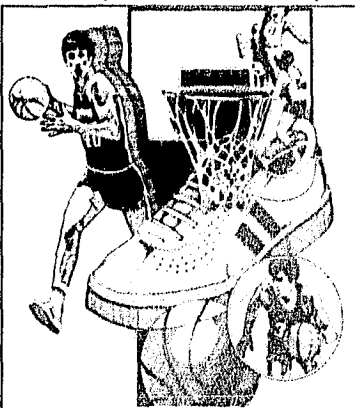
Este año —dijo Mexía—, el evento contó con una participación de 324 participantes, 144 en tutoriales y 180 en conferencias. El perfil de los asistentes fue: directores generales, técnicos, gerentes de sistemas, líderes de proyecto, administradores de redes, consultores y académicos.

La ejecutiva adelantó que para el próximo año los pronósticos serán consolidar la penetración en los mercados mexicanos, incrementar su presencia en países de habla hispana y duplicar la asistencia.

## Optimus automatiza ejecutivos

Fit Biz será uno de los primeros establecimientos de su tipo en México, cuyas instalaciones servirán para que los ejecutivos puedan disponer de equipos, instalaciones e instructores que requieran para desarrollar y mantener un alto nivel de acondicionamiento físico, relajarse y reducir el estrés generado por su actividad profesional.

Adicionalmente, se podrá hacer uso de salas equipadas y utilizar los servicios de bar y restaurante. Esto será posi-



Tecnología enfocada a clubs deportivos

ble gracias al contrato que el Centro para Ejecutivos firmó con Optimus, quien de-

sarrollará un software diseñado para la automatización integral de clubes, asociaciones, centros deportivos y de esparcimiento.

Sus creadores definen a Optimus como un sistema flexible que se adapta a las necesidades particulares de estos centros, cuenta con parámetros ajustables por el usuario, y puede incorporar en forma escalonada los módulos que lo integran. Entre éstos destacan el control de accesos, control de socios, administración general y, por último, alimentos y bebidas. Dicho sistema ha sido implementado en Club Camprestre de la Ciudad de México, Club de Golf Chapultepec, Lomas Country Club y otros.

## Softdesk se planta en México

Softdesk abrió oficinas hace unos días en nuestro país. So pretexto de dicho acontecimiento se contó con la presencia de Jesse F. Devitte, vicepresidente de Ventas y



Directivos de Softdesk apuestan al mercado mexicano

Mercadotecnia, y Carlos Billerbeck, quien se hará cargo de la oficina en México.

Según los directivos, la presencia principal de la compañía estará en nuestro país para posteriormente expandirse a otros países de Latinoamérica. A pesar de la crisis nacional, ellos consideran que el mercado de la construcción revive invariablemente y por ello, aunque ahora México se sitúa en una etapa difícil, están seguros que saldrá adelante.

Asimismo, se indicó que el mercado latinoamericano estaba contemplado a largo plazo, pero dada la situación, ahora pasó a ser un objetivo primordial. Billerbeck enfatizó que a nivel mundial existe al menos un distribuidor o mayorista. Lo que ha repercutido en colocar más de 160,000 módulos y ganar más de 32,000 clientes.

Durante su estancia en nuestro país, Devitte tuvo oportunidad de reunirse con



Muy pronto Lanix y Microsoft presentarán en México  
el mayor avance de la historia en computación personal

distribuidores y diferentes clientes, entre ellos la CFE, SCT y UNAM. Cabe resaltar que la compañía pretende trabajar aún más cerca con instituciones educativas como la Universidad Nacional, donde el directivo pudo constatar hacia dónde se dirige la educación en México en el nicho que a él compete y cómo las herramientas desarrolladas por Softdesk pueden ser de utilidad para este sector. El ejecutivo concluyó: "Pese a lo que pudiera pensarse, éste es un buen momento para invertir en México porque la gente busca nuevas oportunidades y ahora es cuando hay que capitalizarlo".

## Micom da todo por AL

Micom Communications Corp. dio a conocer que incrementará la inversión en sus operaciones de venta en América Latina gracias a la apertura de una nueva oficina que se pretende apoye al potencial de crecimiento de la región.

Se suministrará apoyo en ventas y soporte técnico a sus distribuidores en diversos países como México, Chile, Brasil, Argentina y Colombia.

La oficina para Latinoamérica estará encabezada por John Castillo, gerente regional de Ventas, quien cuenta con más de 30 años de experiencia en el área. El directivo argumentó que en los próximos años esperan tener un crecimiento en rentabilidad de las compañías latinoamericanas, mismas se espera incorporen nuevas sucursales remotas lo que ocasionará que tendrán que realizar inversiones significativas para enlazarlas a sistemas de comunicaciones de redes de área extendida y de área local. Ahora, los productos de comunicaciones integradas de Micom podrán satisfacer sus necesidades y al mismo tiempo generar ahorros en costos y mejoras en su rentabilidad.

## Con nueva estrategia, Seagate

El próximo 12 de mayo, Seagate Technology reunirá a sus principales directivos, Steve Luezo, vicepresidente ejecutivo de desarrollo corporativo y director operativo del grupo de software, y Terry Cunningham, director ejecutivo de Crystal Services, quienes hablarán sobre la expansión dentro de la administración de almacenamiento de datos y software. En el even-

to se hará un bosquejo de la estrategia de expansión y sus implicaciones en el mercado latinoamericano. A la vez, se presentará información acerca de las compañías de software adquiridas recientemente, entre las que figuran Crystal Services, Dragon Systems, Palindrome, Network Computing Inc y otras.

## Quieren pasar la prueba en Europa

Microdyne prevee que las tarjetas adaptadoras etiquetadas con la marca de Novell serán las primeras en alcanzar la marca CE, concebida como la certificación más importante para equipos de información tecnológica.

Dicha certificación será requerida a partir de 1996 para todos los productos que se venden en los países de la Comunidad Europea. La marca CE fue creada por la



Microdyne confía en la marca de los rojos

Comisión de Comunidades Europeas y establece estándares límites de radiación y emisión de equipos de información tecnológica que se venden en Europa. Los productos que no cumplan con el estándar no podrán comercializarse en ese continente a partir del primero de enero del próximo año.

Como se recordará, Microdyne reforzó en forma positiva su presencia en Europa en enero pasado con la adquisición de Eagle Technology que también fabrica productos de conectividad de redes etiquetados con el nombre de Novell.

## Asociados con IBM

El programa de Asociados de Negocios Internacionales de IBM, inaugurado recientemente, fortalece las fuerzas globales de esta empresa para sus clientes internacionales que requieren apoyo global por

parte de la compañía.

Dicha iniciativa contempla un programa internacional similar para sistemas de computadoras de rango medio que fue inaugurado por el Gigante Azul el año pasado. El programa Asociados en Negocios Internacionales sigue los pasos de IBM International Warranty Service establecido en octubre del año pasado. Dicha garantía internacional incluye más de 120 países y permite a los clientes obtener el mejor servicio y apoyo de IBM en cualquier región del mundo.

## Por la televisión interactiva

Sun Microsystems y Thomson Consumer Electronics presentaron un ambiente operativo para televisión interactiva concebido como Open TV.

Dicho sistema permite a operadores y proveedores de cable, de telecomunicaciones, vía satélite y de otras redes de transmisión, carguen aplicaciones interactivas a decodificadores *set top* a través de las redes existentes.

Posteriormente, las aplicaciones utilizan vía de regreso de la caja *set top* para proporcionar capacidades transaccionales interactivas.

Open TV es un producto independiente de plataformas que fue diseñado para correr en una gran variedad de sistemas y que puede distribuirse en redes de transmisión o de conmutadores para Modalidad de Transferencia Asíncrona (TM). El compromiso con los sistemas abiertos está establecido en la filosofía de ambas empresas tanto de Sun como de Thomson para desarrollar interfaces basadas en los estándares y protocolos de la industria.

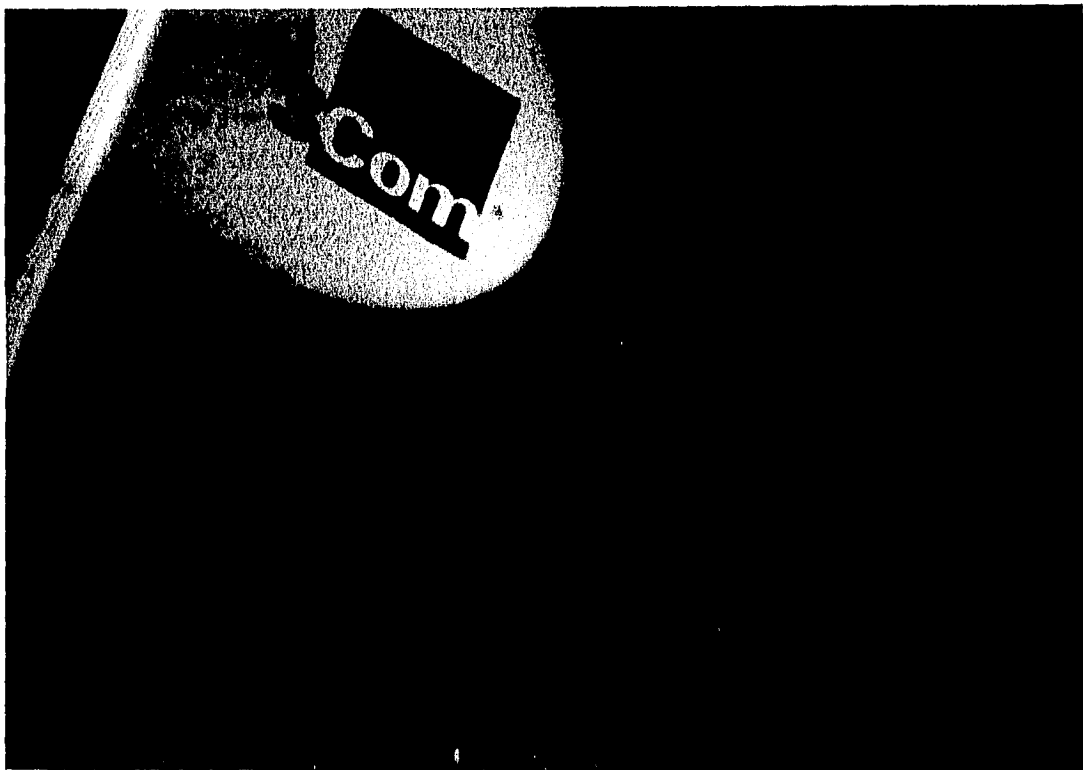
## Lo último en Sun

Global.earn es una organización no lucrativa dedicada a unir a los niños en edad escolar a través de World Wide Web. En este esfuerzo, 80% de las aplicaciones fueron desarrolladas en tecnología Sun Microsystems, y más del 50% de los mensajes transferidos se procesan en servidores de esta marca.

### PARA FOTO

Sun dio a conocer el acuerdo firmado recientemente con Kodak, con el cual esta última incrementará el uso de sistemas SPARCstation y tarjetas integradas SPARCengine en todos sus productos actuales y

# Presentamos nuestro nuevo concentrador de 8 puertos y su característica más importante.



Si usted pensó que todos los minihubs eran iguales, permítanos platicarle acerca del nuevo concentrador LinkBuilder TP/8 de 3Com.

Una de las características más importantes del concentrador TP/8, es que es de 3Com, al igual que las tarjetas de red EtherLink III, que están respaldados por la calidad, el servicio y el soporte que usted merece por parte de un líder mundial de redes.



Diseñado específicamente para ser usado en grupos de trabajos pequeños e independientes, oficinas en casa o para acceder aplicaciones en redes mucho más grandes, el concentrador Link Builder TP/8, ofrece características

sobresalientes a un precio muy agresivo.

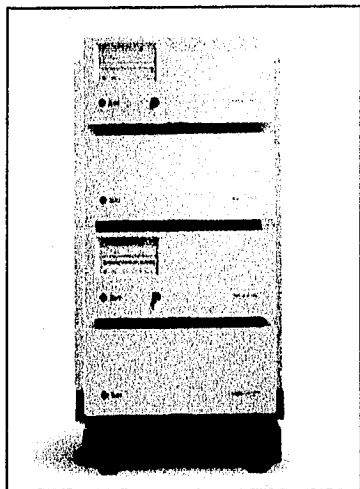
Con ocho puertos 10Base-T, más una conexión al BackBone BNC, este concentrador es sencillo de instalar y muy fácil de usar, además sus indicadores lo mantienen actualizado sobre el enlace, caídas de la red y utilización de ancho de banda.

Así que si usted requiere un minihub, piense en grande, piense en 3Com y llámenos para proporcionarle mayor información.



ETHERLINK III NETWORK INTERFACE CARDS (NIC) ETHERLINK III NETWORK INTERFACE MODULES (NIM) ETHERLINK III NETWORK INTERFACE ADAPTERS ETHERLINK III NETWORK INTERFACE BRIDGES ETHERLINK III NETWORK INTERFACE TOKEN RING ADAPTERS NETWORKS THAT GO THE DISTANCE

<p>328-1100</p>	<p>687-1866</p>	<p>207-9822</p>	<p>(3) 333-6622</p>	<p>325-0993</p>
-----------------	-----------------	-----------------	---------------------	-----------------



Servidor Sun de alto rendimiento

futuros para administración de documentos. A su vez, Sun obtiene la licencia de tecnología de software para administración de color, WYS/WYG de Kodak, que quedará integrada en el ambiente operativo Solaris. El acuerdo tendrá una duración de cinco años y un valor potencial de \$250 millones de dólares en ventas de productos Sun a Kodak.

### POR TELÉFONO

Otro contrato importante para la empresa del Sol es el de reingeniería de los sistemas de información de Bell Atlantic Network Systems. Todos los aspectos del proyecto de Bell, incluida la distribución despliegue de aplicaciones de misión crítica, utilizarán los servidores empresariales

SPARCcenter 2000 y SPARCserver.

### TAMBIÉN, EL MEJOR DISTRIBUIDOR

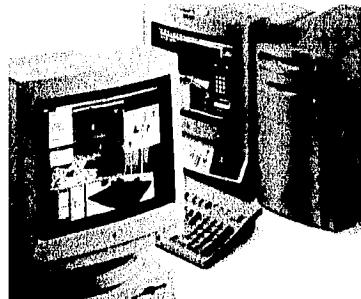
Otra de las empresas que se ha mostrado complacida al trabajar con Sun es SAP, quienes afirman que la empresa del Sol se ha convertido en poco tiempo en el distribuidor de sistemas SAP de mayor crecimiento con la firma de 180 contratos mundiales desde el lanzamiento del conjunto de aplicaciones R/3 en plataformas Sun, iniciado en abril de 1994. SAP destacó que las pruebas realizadas en sus nuevos laboratorios empresariales alcanzaron un benchmark de 1,800 usuarios financieros y 600 en ventas y distribución.

## SAS para Mac

Pronto estará disponible SAS System para Apple Macintosh. Así, todos los usuarios que cuentan con instalaciones Macintosh podrán integrar el SAS System para lograr un ambiente de cómputo totalmente integrado en la empresa.

Así lo dio a conocer Carlos González, director general de la compañía en México, y expresó: "Las empresas que obtengan licencias del Sistema SAS para Macintosh podrán maximizar su inversión en el sistema".

La nueva versión ofrecerá acceso total a bases de datos locales y la versión inicial incluirá el soporte ODBC que permite al SAS System en Macintosh comunicarse localmente con cualquier base de datos o formato de archivo para el usuario que cuenta con un manejador ODBC.



SAS ahora para los productos Apple

Voceros de la compañía añadieron que también esperan ofrecer el lado "cliente" de SAS/Connect en la primera versión de Macintosh, así como lo hicieron en la primera versión para Windows.

De acuerdo con las especificaciones de Apple, el SAS System que corre en un equipo Power Mac tendrá la misma velocidad que en un equipo Pentium.

## Galardonado, Grupo Qualita

El mes pasado, el director de Finanzas y Administración de Girsra, Carlos Uribe Morales, entregó el título de "Proveedor Calificado" a Grupo Qualita encabezado por Antonio Eajer.

Dicho reconocimiento se otorgó por la calidad de servicio ofrecida durante el año pasado que contribuyó con el programa de calidad que Girsra ha implementado en su organización. ●

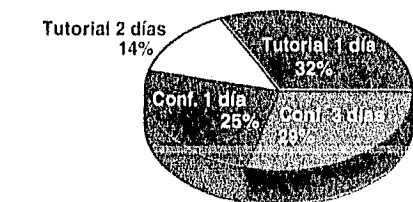
## EN GRÁFICAS

### Así fue Latinet 95, Conferencias y Tutoriales

Como en su momento Comdex/Comexpo 95 dio a conocer los resultados de su exposición, Latinet 95 hace lo propio y presenta las cifras de su evento, celebrado al mismo tiempo que Comdex.

Latinet es el evento de telecomunicaciones más importante de México y América Latina, y ese es, quizá, el diferenciador más fuerte con respecto a las demás exposiciones.

Entre los resultados que más llaman la atención de la exposición-conferencia están los relacionados con la evaluación de las conferencias. Aquí, el 71% de los visitantes afirmaron que éstas fueron objetivas, mientras que en lo que se refiere a la evaluación de los conferencistas, en su mayoría calificaron con buen promedio, en porcentajes del 70 al 95%. Asimismo, 83% está dispuesto a participar nuevamente en esta experiencia.



Fuente: Red Uno

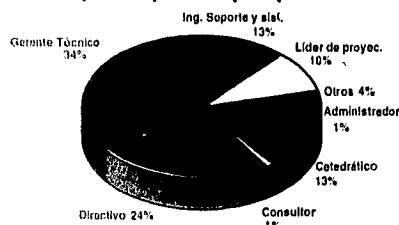
En lo que se refiere a los tutoriales, el 89% opinó que estos fueron objetivos, mientras que los conferencistas alcanzaron calificaciones superiores al 80%; incluso en el punto que se refiere a invitar nuevamente al mismo conferencista la opinión fue 98% a favor.

En cuanto al tipo de participante, el 28% fue de

gerentes, técnicos y de sistemas, seguidos por directores y subordinados con 20% e ingenieros de soporte y sistemas con 11%.

En el mismo evento hubo participación de los siguientes países: Colombia, Guatemala y El Salvador, con cuatro cada uno; dos de Venezuela; 10 de Estados Unidos, y 300 de México.

### Latinet '95, participación por puesto



En cuanto al número total de participantes, el 32% correspondió a los que asistieron sólo un día de tutoriales, 29% a quienes asistieron los tres días de conferencias, mientras que el 25% fue sólo un día a las conferencias y el 14% restante para quienes participaron los dos días de tutoriales. ●

¿Cómo, no supo enfrentar  
**LA CRISIS?**

¿No se ha enterado de los esfuerzos  
de la industria por

**AUMENTAR EL CRECIMIENTO**

**DEL MERCADO?**

# Seguramente no leyó **INFOCHANNEL**

La única publicación semanal dirigida  
totalmente a la **INDUSTRIA MEXICANA DE CÓMPUTO**

Busquela gratis cada lunes con su mayorista de confianza,  
y los principales fabricantes de productos de cómputo en toda la república

No se deje engañar por imitaciones

Pero si desea recibirla en la comodidad de su casa u oficina

**¡SUSCRÍBASE! SÓLO NS\$125.00 UN AÑO**

Nombre: \_\_\_\_\_

Compañía: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Colonia: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_

Estado: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_

Código Postal: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_ RFC: \_\_\_\_\_

Llene el cuadro que corresponda:

Fabricante (hardware, software, accesorios)

Comercializador (mayorista, distribuidor)

Prestador de servicios

(capacitación, mantenimiento)

Envíe cheque u orden de pago adjunto  
a nombre de High Tech Editores, S.A. de C.V.  
con RFC HTE931220-KF7

México D.F.: Río Mixcoac # 36-102-A CP03940

Tel: (5) 524 7598, Fax: (5) 534 9116



Sólo lectura

## APLICACIONES DE WINDOWS

Cada día se escucha con mayor insistencia la palabra *objetos*, como la última moda en lo que se refiere a la programación de aplicaciones para computadora.

A lo que se refiere el término es a una entidad compuesta por código y datos. En este sentido, un lenguaje de programación orientado a objetos, como el Borland C++, es un nuevo método de programación donde los datos y las funciones forman entidades denominadas *clases*, que se traducen en fracciones, matrices en una interfaz con el usuario, mismo que sólo debe preocuparse por las relaciones entre objetos y no de cómo está construida la conducta de éstos. La ventaja se produce cuando se logra desarrollar una jerarquía de clases.

Bajo este esquema, el texto de McGraw Hill pretende enseñar el uso de una librería de clases, *ObjectWindows*, para abordar de una manera más simple y ordenada la programación en el entorno gráfico de *Windows*.

Según el autor, la programación en *Windows* requiere conocer el uso eficiente de un número elevado de funciones, así como asimilar una nueva filosofía de programación centrada en los sucesos, en la que es necesario prever todas las posibles acciones del usuario.

La obra está dirigida a lectores con conocimientos básicos de programación estructurada, principalmente en lenguaje C. Los tres primeros capítulos introducen al lector en el lenguaje C++. En la segunda parte se estudian las clases de librerías *ObjectWindows*, tanto la clase *ventana* como la llamada *aplicación*. También se enseña a mostrar información en el área de trabajo de la ventana en forma de texto y gráficos, y procesar mensajes que provienen de acciones del usuario o del sistema.

Para terminar, la metodología del libro trata de explicar, los conceptos básicos por medio de ejemplos cuidadosamente elegidos.

Clasificación: \*\*\*

Franco García, Angel. *Programación de Aplicaciones Windows, con Borland C++ y ObjectWindows*. McGraw Hill, España, 1994. Serie: Informática de Gestión. Incluye floppy. 354 p

# Novedades

## Servidores Pentium en Unisys

La nueva familia U 6000/500 de Unisys, con servidores de alto rendimiento, tiene capacidad de multiprocesamiento simétrico y puede soportar hasta ocho procesadores Pentium de 90 MHz.

El modelo 80 soporta 2 GB de memoria y admite hasta doce unidades de



La línea U 6000/500 soporta hasta ocho Pentiums.

disco duro internas con una selección de subsistemas de almacenamiento en disco RAID, con lo que se logra un total de 400 GB de almacenamiento en línea. El estándar viene con un Pentium a 90 MHz, 64 MB en RAM, 8 slots EISA disponibles y CD-ROM, entre otras características.

Este modelo ofrece también una potencia de N+1 y sistemas de enfriamiento para disponibilidad alta, además de los sistemas de almacenamiento de resiliencia de anomalías.

Además de éste, la familia tiene el modelo 20 con un Pentium dual de 60 MHz y el modelo 50, que soporta hasta cinco Pentiums de 60 MHz o 90 MHz. Este último y el modelo 80 utilizan arquitectura de plano posterior pasivo, que le permite mejoras rápidas para soportar nuevas generaciones de procesadores Intel. Soporta el Sistema V de Unix, Emisión 4/MP de Unisys, para aplicaciones cliente-servidor y sistemas operativos Unix alternativos.

Las características principales de la familia son las siguientes: compatibilidad binaria con todos los modelos anteriores; canales de comunicación de alta velocidad; soporte a software para integración rápida en ambientes distribuidos; almacenamiento masivo; bus EISA de 32 bits; puertos

interconstruidos SCSI de interfaz en serie y en paralelo, y programas de diagnóstico y reconfiguración automática.

**Características técnicas:** Servidores de procesamiento simétrico con capacidades para uno, cinco u ocho procesadores Pentium. Soportan hasta doce unidades de disco duro interno y hasta 4 GB de memoria RAM. Están diseñados para aplicaciones cliente-servidor distribuidas en ambiente LAN

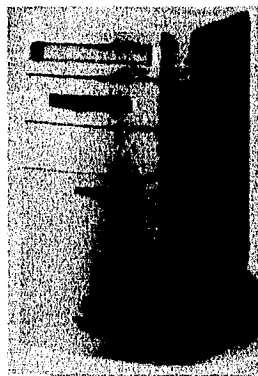
**Fabrica:** Unisys

**Distribuye:** No proporcionado

**Precio:** Modelo 580, \$35,122 dólares

## Power Mac a 100 y 110

Tres veces y rendidoras computadoras de la serie Power Macintosh 8100 ofrecen ventajas para editores, diseñadores y



Power Mac 8000 con 30% más rendimiento que los anteriores.

profesionales de multimedia.

Los nuevos modelos superan hasta 30% el rendimiento de los anteriores modelos de la misma serie, ya que les fueron agregadas características específicas para el medio audiovisual.

Las Mac están basadas en el procesador PowerPC 601, desarrollado junto con IBM y Motorola, y se presentan como Power Macintosh 800/100, que funciona a 100 MHz, 8000/100av que agrega dos adaptadores de S-video a video compuesto, y 8000/110 con un procesador que corre a 110 MHz.

Ejecutan todas las aplicaciones Macintosh y cientos de aplicaciones aceleradas para los Power Mac, superando de dos a seis veces los anteriores modelos.

Además, pueden ejecutar aplicaciones MS-DOS y Windows por medio del software SoftWindows de Insignia Systems.

Soportan todos los monitores Apple y la mayoría de otras marcas monocromos y a color; pueden expandirse de

# Novedades

forma sencilla pues disponen de tres ranuras NuBus. Proveen telecomunicaciones GeoPort para integrar servicios telefónicos y proveen capacidad de reconocimiento de voz, así como de conversión de texto a voz.

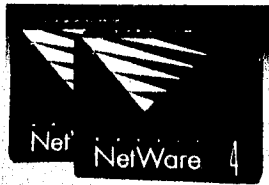
Vienen con 8 o 16 MB de memoria RAM, expandible hasta 264 MB, unidad CD-ROM interna, y disco duro de 700 MB, 1 GB o 2 GB.

**Características técnicas:**  
**Computadoras de la línea 8000** con PowerPC a 100 MHz y 110 MHz para ingenieros y diseñadores multimedia, con mayor rendimiento que los modelos anteriores. Cuentan con 8 MB o 16 MB en RAM, 2 MB de VRAM para video, soporte para un segundo monitor, unidad CD-ROM interna y micrófono Plain Talk.  
**Fabrica:** Apple  
**Distribuye:** MPS, Ingram, Dataflux y Vertex  
**Precio:** Modelo 8100: 6,409 dólares. Modelo 8100av: 7,237 dólares. Modelo 8110: 9,466 dólares.

## Ahora, NetWare para SAA 2.0

Novell anunció la siguiente generación de NetWare para la plataforma de comunicación host de IBM, que aumenta el poder de la versión 4.1 y promete expandir la conectividad con mainframe y AS/400.

El software incluye una nueva utilería configurada con base en Windows, con una interface para la configuración de los servidores NetWare para SAA. Con estos elementos, los administradores de red seleccionan iconos representativos de los recursos host para configurar enlaces de datos, perfiles y sesiones.



**NetWare para SAA amplía la comunicación con sistemas basados en AS/400.**

Esta versión se integra con el directorio de servicios de NetWare, con lo que se logra facilitar el acceso host a los usuarios y simplificar la configuración a los administradores, quienes podrán configurar cualquier servidor sin necesidad de registrar cada uno en la red de forma individual.

Con NetWare para SAA 2.0 se da facilidad de escalar de 16 a 2,000 usuarios y da soporte para balancear las cargas de sesiones a través de múltiples enlaces de datos del host y también para el NetWare.

Da soporte TCP/IP, debido a su popularidad como soporte de redes, por medio del emulador TN3270, con el cual se pueden conectar NetWare para SAA y AS/400 dentro de redes TCP/IP. Por otra parte, los clientes de DOS y Windows se podrán conectar a servidores NetWare para SAA por medio de TCP/IP.

Soporta la versión más reciente del sistema operativo AS/400, OS/400 versión 3, release 1 y Client Access/400, además de otros para aplicaciones y emuladores para AS/400.

**Características técnicas:**  
 Versión 2.0 de NetWare para SAA. Proporciona mayor conectividad y comunicación con sistemas AS/400 y otros sistemas operativos, emuladores y aplicaciones para sistemas orientados a productos IBM  
**Fabrica:** Novell  
**Distribuye:** MPS, Intertec, Merisel e Ingram Dicom  
**Precio:** Para 16 sesiones, \$1,995 dólares

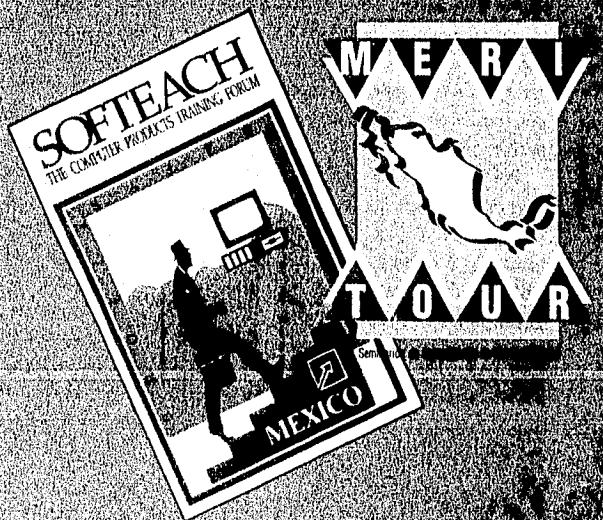
## Capacitación con Merisel

### La fórmula para mantenerse competitivo

La capacitación y actualización son factores determinantes para un sólido desarrollo de su empresa. Hacerlo de manera accesible, práctica y productiva es sencillo gracias a los múltiples y constantes programas que MERISEL le ofrece a sus clientes.



Distribuidor Mayorista



Servicios que son realidad

Merisel S.A. de C.V. - División de Servicios - Calle México 100/25-3223 - Monterrey (64) 248-8822  
 C.P. 64000 - P.O. Box 100/25-3223 - Villahermosa (93) 114-2100

# Opinión

## DIAGNÓSTICOS

JOSÉ ANTONIO RAMÍREZ

Nunca como en las últimas semanas la economía y las finanzas nacionales hablan padecido tantos vaivenes que, han puesto a las empresas en riesgo del colapso. La incertidumbre persiste por el manejo erróneo de la política económica.

Para minimizar los efectos de la crisis, y supuestamente reactivar la economía, se instrumentaron diversos ajustes y acciones con el evidente rechazo de toda la población, lo cual se expresa en calificativos no propios de publicarse y que refleja una animadversión que podría dar lugar a situaciones difíciles.

Todavía es angustiante la forma en que la incertidumbre merodea y no es para menos, pues el actual gobierno dista mucho de consolidar una política económica firme debido a su sometimiento a los dictados del Fondo Monetario Internacional y el gobierno de Washington. Esto, en lugar de modificarla para reasignar recursos de apoyo a la industria pequeña y mediana —que es el gran soporte de nuestra economía— y aplicar medidas para fomentar el empleo y el fin de la especulación. El gobierno de Ernesto Zedillo sigue aplicando medidas restrictivas que propician el encarecimiento de bienes y servicios elementales, sin medir el impacto social que ello acarreará en los próximos días.

Por otra parte, la ausencia de vías más eficaces para abrir camino a una política democrática con una reforma a fondo, tal y como lo exige la sociedad, se halla en un gran compás de espera, a pesar de las reiteradas promesas de



llevarla a cabo a la brevedad posible. Esto sólo ha propiciado que grupos y sectores opuestos a la democracia, ligados e identificados con el PRI, se organicen y tengan suficiente margen de maniobra para acabar con cualquier intento de reforma política.

En este marco es donde actualmente el mercado informático mexicano se está desarrollando. El curso que tomen los próximos acontecimientos, ya sea a favor o en contra, será determinante para quienes participan dentro de este importante sector, considerado como uno de los más dinámicos; ya que, hasta el año pasado, el sector informático en su conjunto era considerado uno de los pocos en crecimiento.

En este momento, sus perspectivas siguen siendo a la baja. Las proyecciones de una caída aproximada de 40%, según Select, están tomando fuerza en virtud de la recesión desatada desde el inicio de la actual crisis.

Reconocidos mayoristas y distribuidores coincidieron (ante quien esto escribe) en tener estancadas sus ventas. "Hay momentos en que prácticamente no vendemos nada; entonces cunde la desesperación", argumentaron.

Otros consideraron muy simplista la petición hecha por Zedillo de aguantar la realidad de la crisis (durante el

mensaje que dirigió a la nación el pasado 12 de marzo), porque simplemente pidió resignarse y contribuir a minimizar su duración.

Como se puede observar, la salida a esta crisis plantea diversos retos. Quizá algunos de ellos hayan sido reiterativos o vayan a serlo en las páginas de este semanario, pero es importante recalcar en los retos que la crisis misma nos obliga llevar a cabo.

El principal, sin duda, es redefinir el negocio, identificar aquel o aquellos nichos donde ir en busca de posibles clientes interesados en seguir comprando tecnología con nuevos pesos porque está comprobado que los usuarios y el consumidor en general prefieren adquirirlos en nuevos pesos.

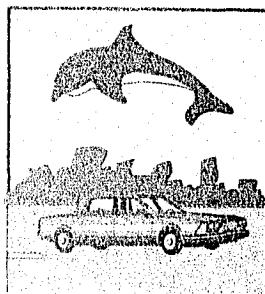
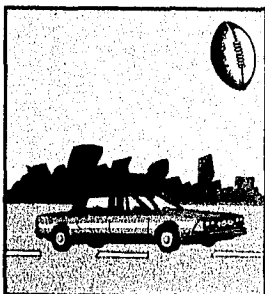
Aprovechar los recursos al alcance, ya sea publicidad, agresividad y soluciones firmes, pero adecuadas, son otros de los retos que la actual crisis nos impone y que, por lo tanto, nos obliga a realizar, convencidos de que no queremos que nuestros negocios desaparezcan.

Dicen que no hay mal que dure cien años, pero lo cierto es que los periodos de crisis y momentos coyunturales traen beneficios. No ser tan pesimistas podría ayudarnos, pero por lo menos debemos adoptar una actitud de superación a corto plazo. ¿No cree? ●

### INFOCOMIC

### CYBERSPACE

### Chevy



¡Se encuentra uno con cada cosa en la "Supercarretera de la información"!

## INTRASCENDENCIAS

JUDITH PÉREZ FAJARDO

### POR EL PODER

Después de una lucha intensa entre varios aspirantes, **Gabrie-la Espinosa Hernández**, coordinadora del Programa de Antipiratería de la Anipco, obtuvo el puesto de gerente de Cuentas a Fabricantes de Microsoft, con la primera tarea de impulsar la venta a pequeños fabricantes mediante el FivePack. Su última labor en la asociación es dar a conocer la campaña antipiratería 1995 a fines de abril.

En la transmisión vía satélite de la edición 13 del Programa Sunergy (discusión sobre temas de tecnología, subdirección e impacto dentro de los negocios y la sociedad en general), que organizó Sun Microsystems con el tema "Software de siguiente generación para un planeta interconectado", en una de las mesas participó una persona que, primero por su aspecto, causó confusión y asombro, ¿será mujer u hombre?; y segundo por quién es. Su nombre es **Dan Farmer**, el creador de CPOS y Natas.

A pregunta expresa a **Carlos Canales**, director general de Apple Computer de México, sobre qué opina de la compra que hizo Intertec de Vertex, uno de sus principales distribuidores dijo: "No sé, no conozco a los Bremer, ellos viven en Monterrey". Por otra parte, **Salvador Cors de la Fuente**, director de Operaciones de Computación Personal de Hewlett-Packard, comentó: "Es benéfico que Dataflux comprara Vertex del Norte y ahora Intertec, Vertex de México. Esto significa que nuestro canal es bien valorado".

Como es sabido, Grupo Qualita sufre una fuerte crisis financiera aunque lo nieguen sus socios. **Antonio Fajer** declaró, después de la venta de Vertex, que ahora se enfocarán más al segmento de mayor crecimiento: ventas corporativas, y como lo había anunciado antes, esperan tener inversión extranjera para recapitalizar la empresa y fortalecer su posición en el mercado.

Por incompatibilidad en la filosofía y manejo del negocio (por ejemplo, en la manera de consentir a los clientes), **David**

**Lee** y **Patricia Fariás** rompieron relaciones laborales en Reed Exhibition Companies. **Fariás**, llena de energía creativa, continúa con su dirección y participación en asociaciones internacionales de organizadores de exposiciones, así como de mujeres prominentes. Su experiencia de 11 años en la materia le permitirá realizar en breve mil ideas en favor de esta industria.

En el *Desafío de las Suites*, los jefes: **René Gómez de Segura**, director de Lotus Development; **Felipe Sánchez**, de Microsoft; y **Juan Carlos Cerrutí**, de Novell, coincidieron en una orden hacia sus respectivos presentadores de las Suites. "No los haga pedazos, mátalos". ¿Adivine quién ganó? (según la autora\*): Lotus SmartSuite, seguido de Novell PerfectOffice y Microsoft Office.

Las corporaciones de Compaq y Lotus están en negociaciones para integrar al CD-ROM SmartStart de Compaq el Lotus Notes. Ambas compañías están seguras de llegar a un acuerdo. Por otra parte, **René Gómez de Segura**, director general de Lotus Development de México, da por hecho que llegará a un convenio con Compaq para incluir Lotus SmartSuite en sus computadoras. Por su parte, **Barbara Mair**, directora general de Compaq Computer de México, comentó que las pláticas continúan pues está interesada en los productos de Lotus, pero también lo está en encontrar la máquina y el software ideal para el mercado.

"Más allá de lo clásico" será la noche más importante de Compaq en el año, al reunir a sus distribuidores y principales clientes en el Teatro de la Ciudad el próximo 27 de abril. La compañía que dirige **Barbara Mair** considera que la combinación de Mozart y Beethoven, en la presentación, le dará realce al evento del año. Lo interesante será que no se presentarán los productos como tales.

La nueva oficina de Lexmark, que dirige **Armando Dany**, quería empezar trabajando fuerte, pero el NOM de su nueva serie de impresoras ha tardado más de lo previsto. Quizá esta semana se dé el registro y sus mayoristas ya puedan venderlas. ●

\*Nota del editor

## EN DIRECTO

JOSÉ GRANADOS

### LA MAYOR COMPUTADORA

Si como Sun dice, la red es la computadora, luego la mayor computadora existente es Internet por ser la mayor conexión actual de computadoras, con más de 3 millones de computadoras interconectadas y 30 millones de usuarios. Por otra parte, si la tasa de crecimiento de Internet es de 15% mensual, a este ritmo todos los habitantes del planeta quedarán conectados entre el 2001 y 2002.

En este sentido, el ritmo de avance de la nueva realidad de las comunicaciones digitales es apabullante, al grado de que uno de los frentes más álgidos de la guerra de comunicados entre el EZLN y el llamado por éste, "supremo gobierno", es el que sostienen en dicha red con un saldo ampliamente favorable a los ezetaeleneros.

Sin embargo, a nivel mundial, los caballos de batalla computacionales en Internet son los productos Sun, ya que, según Dataquest, 56% de los servidores en Internet son computadoras Sun, además de que esta empresa es la líder dentro de la base instalada de sistemas operativos en manos de proveedores del servicio Internet, con un 34% de participación en la misma.

Los sistemas Sun se consideran la plataforma favorita para correr las aplicaciones Internet, además de ser el ambiente preferido en el desarrollo de software para esta red. Se calcula que el 80% de las aplicaciones en ella fueron construidas con tecnología Sun. Cuatro de ellas, a las que Internet debe una parte de su popularidad, son: Archie, para localizar datos; Gopher, para explorar menús y acceder recursos; Mosaic, herramienta GUI para revisión rápida, y WAIS, mecanismo de índices para

encontrar y tener acceso a recursos.

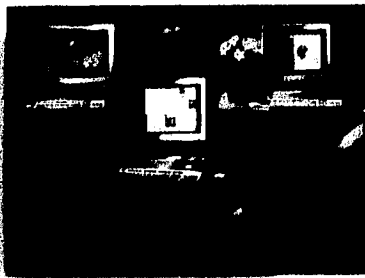
En el sistema World Wide Web, en el que mediante hipertexto se facilita el empleo de información en la red, Sun dispone del site [www.sun.com](http://www.sun.com), el cual, al ser uno de los más concurridos, quedó incluido entre los 25 más importantes, a pesar de que se le considera comercial.

En México, Sun es el mayor vendedor de estaciones de trabajo basadas en Unix, con el 38.8% de participación en el mercado nacional, según IDC/Select, además de ser el número uno en base instalada y en porcentajes de ingresos, ya que más de 100 compañías, instituciones públicas y grupos empresariales emplean la tecnología Sun; tal es el caso de los proveedores comerciales de acceso a Internet.

Microsoft ha declarado que Windows 95 integrará servicios de mensajes con seguridad y soporte directo para TCP/IP, a la vez que ofrecerá una membresía completa a Internet, aunque no podrá configurarse para funcionar como servidor Internet. También dispondrá de un servidor mejorado para mensajes (Enhanced Messaging Server), cuyo nombre será Touchdown y que correrá en Windows NT.

Como complemento, Touchdown dará soporte para direcciones ISO de correo estándar, lo que permitirá rutear la correspondencia entre Internet y otros servicios como MCI Mail y Sprint Mail. También ofrecerá bases de datos accesibles por correo electrónico, algo semejante a Lotus Notes, además de áreas públicas para mensajes en tablero de noticias. Finalmente, como mecanismo de seguridad, ruteará los mensajes directamente a los sistemas de directorio de los usuarios, en vez de almacenarlos en el servidor. Habrá que estar atento a los movimientos estratégicos de Microsoft y de Sun, dos de los mayores participantes en la autopista de la información. ●

# UNA ASOCIACIÓN DE REDES EN MÉXICO



No se trata de máquinas. Ahora se habla de gente, de profesionales en tecnología de redes que han decidido unirse en una asociación.

Así, en un restaurante X de la ciudad de México, aquello que inició en Estados Unidos como una asociación de ingenieros certificados por Novell, trascendió hasta nuestras fronteras para dar paso a lo que de hoy en adelante se conocerá como NPA (Asociación de Profesionales de Redes).

Así que si el lector es ingeniero certificado o desea hacerse acreedor a ese nombramiento, no lo piense más. La cita es el jueves 27 de abril de 18:00 horas a 21:00 horas en el auditorio de Hewlett-Packard en Santa Fe, ciudad de México.

NPA es una asociación de profesionales en tecnología de redes a nivel mundial. La idea original surgió de los ingenieros certificados de Novell bajo el nombre de CNEPA. Sin embargo, al paso del tiempo dicha asociación se independizó y así se abrieron las puertas a todos los ingenieros certificados en tecnología de conectividad de otros fabricantes como Microsoft, IBM, Banyan y otros.

## COMUNIDAD CAPACITADA EN REDES

La asociación tiene su historia a nivel mundial, y ahora se extiende a tierra mexicana, al parecer con muy buena aceptación.

Los objetivos de esta primera reunión son, entre otros: compartir experiencias de conectividad entre colegas y obtener los beneficios de participar en una asociación internacional de profesionales en redes.

En esta reunión se espera la asistencia de alrededor de 300 personas. La idea es captar por lo menos 200 ingenieros asociados o miembros que pueden ser especialistas certificados o en proceso de certificación, manifestó a InfoCHANNEL Marcelo Guinea, director general de Attachmate.

POR ADRIANA ARRIAGA ALANÍS

En opinión del directivo, existen beneficios desde tres puntos de vista: Membresía, el poder de negociación y el beneficio de la conexión de gente experta.

Dicho laboratorio reunirá máquinas que estarán disponibles para hacer diversas pruebas. El lugar aún está por definirse aunque ya se han propuesto los cuarteles de Novell, Digital y HP.

Cabe mencionar que los patrocinadores en México son Novell, Microsoft, Attachmate, Unisys y Digital. El hecho de que ellos participen responde a que saben que la asociación es una pieza clave para que la gente se certifique.

## ¿QUÉ ES NPA?

NPA es una asociación auto regulada no lucrativa de profesionales de redes que establece las normas de experiencia técnica y profesionalismo. Su misión es clara: mejorar la profesión de cómputo en redes, a través de un comité de directores electos por los propios miembros.

La misión de este centro es identificar los intereses y necesidades comunes de los profesionales de redes.

NPA tiene su propio foro en CompuServe para que sus miembros intercambien ideas y se mantengan actualizados. Cabe recordar que los patrocinadores no se olvidan de los socios. Varios de ellos dicen ofrecer productos de evaluación gratuitos o descuentos sustanciales en hardware y software exclusivamente para los miembros de la asociación.

## A DISPOSICIÓN, EL LABORATORIO

En Estados Unidos, el laboratorio permite a los miembros experimentar con productos de redes que están instalados en el ambiente del laboratorio. Así, en los laboratorios prácticos de tecnología NPA tienen lugar en los eventos de negocios más importantes y en otros lugares con patrocinadores locales.

Así las cosas, lo que se pretende es que toda la idea que ha funcionado a la perfección en Estados Unidos logre dar frutos en México. Para ello, el comité directivo y a la vez fundadores en México conformado por Michael Grant, Armando Luis y Marcelo Guinea, se han dado a la tarea de preparar lo que esperan sea la primera de diversas reuniones, donde por fin la gente involucrada en el área de conectividad tendrá un lugar para expresar abiertamente sus ideas. ●

Sin enREDos

## SÍ COMPRO, ¿A UN DVA?

Sí, el cliente está seguro de que una red sería la salvación de su empresa, pero... la crisis, los precios, el IVA y los charlatanes parecen convertirse en los cuatro jinetes del Apocalipsis que le impiden tomar una decisión certera.

Anixter, conciente de esta situación, arrojó algunos datos que podrían explicar un poco más a fondo este planteamiento. En opinión de directivos de la compañía, debido al aumento en la complejidad e importancia de las redes de cómputo, las empresas se han vuelto un poco más sensibles a los costos derivados de su implementación.

Pero no todo suele ser tan grave porque los canales de distribución han tenido que ser impulsados ("voluntariamente a fuerzas") a ser más competitivos. ¿El resultado?: un distribuidor DVA (Distribuidor de Valor Agregado). Dicho personaje está en condiciones de proporcionar y soportar una amplia variedad de productos y soluciones que puede abastecer sistemas completos a bajo costo y que además da valor agregado en términos expresos de consultoría y asesoría para la configuración de redes.

Dado este panorama, la palabra clave viene a ser el valor. Según Anixter, cada vez son más los clientes que se inclinan por el distribuidor que les ofrece alto valor y bajo costo. Así, cuando por fin se toma la decisión de compra, el producto puede ser (aunque usted no lo crea) el menor componente del costo, porque el costo total de una red no está conformado únicamente por el precio inicial del producto, sino que debe compararse con el precio inicial contra el precio final, es decir, el costo del equipo contra el precio de adquirirlo, instalarlo, operarlo y, tal vez el renglón más costoso, mantenerlo.

En este sentido, la fuerza del DVA consiste en su habilidad de evitar o reducir otros costos para el cliente, quien en última instancia dirá la última palabra. ●

# A tu PC le urge su nuevo P.O. PerfectOffice™

El primer multiprogramas que convierte a tu PC en la herramienta perfecta.

**Aprovecha tu Red**  
PerfectOffice es la suite multiprogramas perfecta para tu Red.

**Quattro Pro** La hoja de cálculo más poderosa y fácil de usar.

**InfoCentral** El programa que organiza tu información personal. Tu agenda electrónica.

**WordPerfect** El procesador de palabras más vendido en el mundo, con las mejores herramientas de escritura.

**Presentations** El programa más impactante para presentaciones profesionales.

**Envoy** El programa para visualizar y distribuir documentos en tu empresa.

**GroupWise** El correo electrónico más confiable para trabajo en grupo.

**\$ 259 USD**  
Tan perfecto como su precio de Introducción. Llama a tu distribuidor autorizado.

Ya sea que trabajes solo, o en Red, PerfectOffice incrementa tu productividad al instante. En P.O. los programas actúan como si fueran uno solo y explotan al máximo la red de tu empresa. Con P.O. en tu PC, podrás crear documentos y distribuirlos a través del correo electrónico. Además, podrás llevar tu agenda, llamar a junta, tener tu directorio telefónico y muchas cosas más que en tu PC no podías.

Para estrenar tu P.O., acude con tu distribuidor o llama al: 91 (800) 70 531



PerfectOffice™  
NOVELL

## SELECT!ivamente, ATTACHMATE

POR ADRIANA ARRIAGA ALANÍS

### Qué es SELECT!

**\*Nueva familia de software para el acceso directo a bases de datos.**

**\*Está concebido como cliente universal gráfico para bases de datos, que puede operar en Windows o OS/2**

**\*Dirigido a usuarios que consultan información de bases de datos, brinda a los gerentes de sistemas las herramientas de seguridad y manejo para supervisar y controlar el acceso de usuarios finales hacia la información corporativa, y se recomienda a desarrolladores de aplicaciones a la medida.**

**\*Lo distribuye Intertec, MPS, Red Uno y los Premium Partners que cuentan con soporte técnico y comercial por parte de Attachmate.**

**\*Viene en tres aplicaciones: herramienta de consulta relacionada con productos de conectividad Attachmate, solución de acceso a bases de datos, y un diccionario con diferentes vistas y accesos a la información.**

Si algo ha caracterizado a Attachmate en los últimos meses ha sido su intensa actividad dentro de la industria informática. Adquisiciones, lanzamiento de nuevos productos y diversas innovaciones, sin duda alguna le han dado un sello especial a esta empresa.

No es desconocido que a raíz de la fusión con DCA, Attachmate se adjudicó dos áreas principales de negocios, una de ellas la de conectividad y la otra cliente-servidor.

Con ello se espera que el usuario esté dispuesto a emprender el trabajo bajo un ambiente cliente-servidor en la forma y ritmo que más convenga a sus necesidades. A decir de Marcelo Guinea, director general de Attachmate México, la arquitectura cliente-servidor es como el ombligo, porque cada quien tiene el suyo, pero aquí la ventaja está en que el cliente puede elegir la tecnología que más se apega a sus necesidades

#### DIRECTO A CLIENTE-SERVIDOR

Bajo este precepto, Attachmate dio a conocer la nueva familia de productos para el acceso directo a bases de datos. Su nombre es SELECT!, concebido como cliente universal para bases de datos, un producto gráfico que puede operar en Windows o OS/2 y que permite a los usuarios consultar información de bases de datos en forma transparente.

El lanzamiento oficial se hizo en Estados Unidos y se espera que, con las primeras entregas programadas para el mes en curso, el usuario de Windows y OS/2 perciba una herramienta para consultar bases de datos y que brinde a los gerentes de sistemas las herramientas de seguridad y manejo para supervisar y controlar el acceso de usuarios finales hacia la información corporativa.

SELECT! ya está disponible en México y sólo resta que los mayoristas hagan los primeros pedidos. Attachmate trabaja directamente con Intertec y MPS, pero además posee una relación de integrador con Red Uno sin descartar a los Premium Partners que cuentan con soporte técnico y comercial por parte de Attachmate.

#### TERROR Y PESADILLA

A decir de Guinea, los usuarios potenciales de SELECT! son personas que toman decisiones con base en la información. Esta es una herramienta para usuario final, para ejecutivos que necesitan obtener consultas estratégicas rápidamente y que requieren una herramienta fácil de usar con el mínimo de aprendizaje. Pero, además, se tienen contemplados a los desarrolladores de soluciones a la medida.

Attachmate ve que la situación de México es terror y pesadilla, porque ha habido recortes de personal en diversas compañías, y los departamentos de sistemas no han sido la excepción.

De hecho, las compañías se han visto en la necesidad de hacer más con menos recursos. Si antes un gerente batallaba para obtener información porque su departamento de sistemas estaba saturado de trabajo, ahora



Marcelo Guinea optimista con el nuevo lanzamiento

estará más. Pero si él tiene una herramienta que le facilite crear sus propias consultas, el producto de Attachmate sacará del atolladero a más de uno.

En este sentido, la familia SELECT! da acceso a gran variedad de bases de datos y permite al usuario realizar consultas y crear reportes en forma directa desde una o varias bases de datos. Asimismo, no está descartado el hecho de importar información en forma dinámica directamente desde la base de datos del huésped para aplicaciones de uso común en computadoras personales.

#### LOS MÓDULOS DE SELECT!

El nuevo producto estará disponible en tres aplicaciones diferentes: herramienta de consulta relacionada con productos de conectividad Attachmate, solución de acceso a bases de datos, y un diccionario de información que proporciona al usuario diferentes

vistas y accesos a la información.

Para ser más explícito en este último punto, el ejecutivo acotó: "SELECT! Supervisor proporcionará a los gerentes de sistemas y administradores herramientas de máxima seguridad para definir y limitar el acceso a las bases de datos de AS/400 y DB2. Bajo este contexto, las funciones del diccionario de información simplificarán el acceso del usuario final y mejorarán la productividad porque los términos que se utilizan son intuitivamente comprensibles.

Cabe destacar que las características de seguridad garantizan la protección al minuto de la información, elemento sumamente importante para cualquier empresario.

Fuentes de la empresa afirmaron que la estrategia empresarial de la compañía es otorgar a los clientes acceso a la información de su empresa, sin importar la forma ni la ubicación. SELECT! apoya este mecanismo establecido por Attachmate al permitir el acceso directo a la información del host dentro de una estructura con ambiente controlado. ¿A qué se refiere?: los usuarios autorizados pueden tener acceso fácil y rápido a la información de una base de datos, además de analizarla con las herramientas de una PC.

#### ESTRATEGIA AGRESIVA

El producto fluctúa entre los \$530 dólares, pero Attachmate prepara una estrategia agresiva de precios; es definitivo que no habrá cambios de dólares a pesos mexicanos, pero sí habrá precios atractivos en sus listas. Con

ello, la empresa pretende apoyar una estrategia que vaya mucho más allá de ligar el tipo de cambio, porque a fin de cuentas lo que interesa es que los precios sean agresivos.

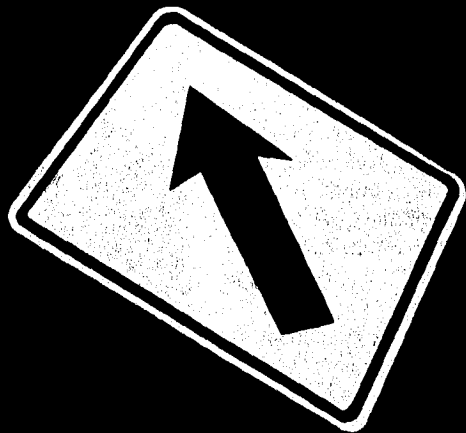
"Sabemos que México es un país impor-

ante. No podemos triunfar en el mundo si fallamos aquí. Por lo cual, no vamos a reducir recursos. Inca.

Por la parte de distribución, el ejecutivo expresó que los distribuidores necesitan nue-

vas fuentes de ingreso. "Ellos buscan oportunidades para elevar su nivel, y nuestra misión en este sentido es apoyarlos. Además estamos peleando duro para ganar nuevos clientes", concluyó Guinea. ●

# Sin tantas desviaciones, Digital es la vía directa.



Porque usted necesita una computadora versátil, poderosa y rápida que alcance la más alta productividad sin que la información tome otros rumbos.

Las computadoras Digital PC poseen la tecnología de punta y la arquitectura necesaria para llegar a la excelencia por la Vía de Digital: La Más Lógica.



**digital**<sup>MR</sup>  
**PC**  
La Vía Lógica



POR ADRIANA ARRIAGA  
ALANÍS

Ahora sí, en cuenta regresiva. En junio próximo se espera el arribo definitivo de M1, chip desarrollado por Cyrix. El anuncio se hará, simultáneamente, en diversos países, desde Estados Unidos hasta México.

Carlos Sarmiento, vicepresidente en el área de producto de Future Tech, comentó en entrevista a **InfoCHANNEL**: "Actualmente Cyrix distribuye en México toda la línea 486 DX y DX2, misma que se ha posicionado con diversos fabricantes de computadoras. Sin embargo, en este momento ya se fabrican los primeros prototipos de la familia M1; digo familia porque M1 no sólo es un procesador, sino un conjunto de siete procesadores. El M1 se, por ejemplo, incluye los pines de un 486, pero en realidad es un 586 y esto revolucionará el mercado ya que se trata de un chip de 64 bits. En este sentido, el M1 se conforma sólo una parte del M1; podría decirse que es un M1 un tanto limitado, pero con mayor rendimiento que un 486." Por ello, Cyrix augura que éste será uno de los productos que más se venderá gracias a su relación costo-rendimiento.

Según el directivo, el M1 será un procesador sumamente veloz. "En diversas pruebas *benchmark* que hemos realizado, se encontró que el M1 es más rápido que el Pentium en un 100%."

Los primeros modelos de la familia estarán disponibles a partir del próximo mes de junio en Estados Unidos y, se espera, en todo el mundo. Pero, aseguran directivos de Cyrix, dada su cercanía con Estados Unidos, México será uno de los primeros países en tener producto disponible.

## Que se cuide el Pentium, llegó el M1



Que se cuide el Pentium:  
Carlos Sarmiento.

### MÁS QUE DOS PENTIUMS

El proyecto del M1 se diseñó desde 1990. Gracias a los sistemas de simulación (algunas veces en papel), Cyrix logró desarrollar el producto y ahora es casi realidad.

Algunas versiones del M1 incluirán hasta cinco millones de transistores. Se pretende que el producto venga encapsulado en diferentes versiones.

Cyrix se ha comprometido a rediseñar el 486. Sarmiento indicó: "El Pentium fue la unión de dos 486; simplemente se pusieron en paralelo para lanzar un procesador de 64 bits con algunas variaciones en su coprocesador matemático. El caso de M1 no es así. Cyrix se ha tomado el trabajo de rediseñar los 486 que van dentro para hacer que éstos interactúen entre sí".

### LA PELEA A MUERTE

Cyrix tiene dos ventajas. Una es la innovación tecnológica que se concreta en una relación costo-beneficio. "Sabemos que el mercado latinoamericano busca facilidad en el precio del producto y si presentamos una

mejor opción a la que existe en el mercado, entonces no hay de qué preocuparse", declaró Sarmiento, con clara alusión al Pentium de Intel.

Según datos de la empresa, en 1993 Cyrix tenía menos del 10% del mercado latinoamericano. Actualmente se ha incrementado a más del 23%, y en Europa abarcan el 38%. De hecho, donde más se vende Cyrix es en Alemania "porque el cliente es más selectivo y no es tan fácil persuadirle con técnicas de mercadotecnia. Creemos que a largo plazo nuestra tecnología nos hará ganar más terreno", complementó Sarmiento.

A decir de Sarmiento, se le abrió una herida grande a Intel por la falla que presentó su Pentium. "Fue bastante grave y notoria a pesar de que se ha tratado de minimizar." Según el directivo, esto se debe a que Intel incluyó en su Pentium un coprocesador matemático demasiado sofisticado, "quizá no lo probaron lo suficiente y por ello se presentó el error que, veáse desde el punto que se quiera, les afectó".

Al realizar seminarios en diversos países de Latinoamérica, Cyrix encontró un temor general entre la gente: "¿Qué va a pasar con el M1?", se preguntaban sus oyentes. Pero Sarmiento fue claro: "El M1 no correrá la misma suerte que el Pentium, porque nuestro producto está 100% probado".

### LOS PRIMEROS: LANIX, PRINTAFORM Y GAMA

Por otra parte, se informó que Future Tech (su representante comercial en México) apoyará al canal de distribución.

Para ello trabajan conjuntamente con las marcas que representan para adecuarse a las necesidades de cada uno de sus clientes.

Por lo pronto, Cyrix trabaja con Lanix para hacer una campaña agresiva, además de Printaform y Gama. En este sentido, la posición de la compañía está en la apertura frente cualquier propuesta, "porque esta tecnología está a la altura de cualquier fabricante", acotó Luis García, director general de Future Tech, quien informó que habrá seminarios para distribuidores que deseen información sobre esta nueva tecnología previamente a su lanzamiento oficial que será en menos de dos meses.

### INTERTEC, MAYORISTA EXCLUSIVO

Una de las razones de la visita de Sarmiento a nuestro país fue definir el proceso de distribución de los productos Cyrix.

Por lo pronto, fuentes de la empresa confirmaron que será Intertec quien se encargue de distribuir la marca.

"Anteriormente trabajamos con Merisel —afirmó Sarmiento—. Pero, a partir de este momento, sólo distribuiremos a Intertec, porque Future Tech no se había sentido a gusto con el movimiento que Merisel daba a los productos Cyrix. Debo remarcar que no fue una decisión que se tomó súbitamente; se monitoreó desde meses atrás y estamos seguros que las cosas marcharán mejor con este mayorista", aseguró García.

Al respecto, **InfoCHANNEL** contactó vía telefónica con Adriana Córdova, directora de Mercadotecnia de Merisel, quien afirmó: "Merisel nunca firmó un contrato de distribución con esa marca. Me extraña que hayan hecho esos comentarios"

# Portada

POR FERNANDO REYES

Prosignia 300 es el nuevo servidor que presentará Compaq en estos días, con la característica de poder soportar el microprocesador Pentium a 120 MHz.

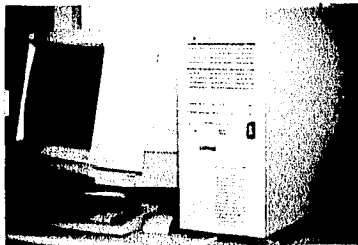
La máquina está orientada al mercado de nivel de entrada, por lo que se espera un gran beneficio en la relación precio-rendimiento, ya que —a decir de la empresa— no existe hasta ahora en el mercado un producto que sea comparable en potencia con el precio que tendrá.

Entre las ventajas que ofrece el nuevo servidor está una plataforma con capacidad para aplicaciones de misión crítica *low-end*.

Por su configuración, está dirigida a pequeños grupos de trabajo; pero puede adaptarse a los cambios y necesidades de crecimiento, pues viene con cinco bahías internas y seis slots, tres EISA, uno EISA/PCI y uno PCI.

El servidor viene listo para usarse con la tarjeta controladora NetFlex-L Ethernet y el controlador Fast-SCSI2 de 32 bits para discos. Además, puede monitorearse por medio del software SmartStart e Insight Manager de Compaq para conocer las fallas antes de que éstas ocurran explícitamente, para evitar retrasos y pérdidas de

## Compaq y su nuevo servidor Pentium



**Mayor rendimiento a menor precio para pequeños y medianos grupos de trabajo.**

información. Viene con procesador Pentium de 75 MHz o 90 MHz, y tiene el acondicionamiento para soportar los siguientes modelos de Intel. El estándar trae 16 MB en RAM, expandible a 208 MB, con memoria Error Checking and Correcting (ECC); trae CD-ROM interno, 17.2 GB en disco y soporta los sistemas operativos para red NetWare, Unix, OS/2, Windows NT, LAN Manager y VINES, además de SmartStart en CD.

Adicionalmente, tiene capacidad para

procesar gráficas y video de 1024 x 768 con lo que facilita su manejo para aplicaciones que lo requieran.

El producto será presentado junto con otras novedades de Compaq, pero éste resalta por estar considerado para pequeños grupos.

Comparado con el modelo ProLiant 1500, que se presentará dentro de poco, las diferencias observadas son pocas, por lo que se puede considerar este modelo casi al mismo nivel, a pesar de que aquél está dirigido específicamente a aplicaciones de misión crítica para corporativos. Las diferencias radican en que el 1500 puede soportar más de un procesador dual, tiene más memoria y mayor número de slots y bahías para expansión.

Otros de los nuevos productos de Compaq que se verán próximamente son los siguientes: drives internos, adaptadores, notebooks y computadoras de escritorio con rangos de procesadores desde DX2/50 MHz hasta Pentium 100 MHz.

Con las nuevas líneas, Compaq se propone aumentar la potencia de los equipos sin perder de vista su correspondencia con el precio para proporcionar equipos competitivos. ●

## La máquina del tiempo

GUSTAVO CARRILES

Gerente de Mercadotecnia de Oracle

**Hobby:** soy cinéfilo, pero de video

**Lecturas:** ciencia ficción

**Deportes:** soy malo hasta por televisión

**Defecto:** no jerarquizar importancias

**Virtud:** sentido del humor y de los negocios

**Tiempo libre:** para la familia y los "cuates"

"¡Tira las cartas! ¡Tira las cartas! Vamos, tíralas ya. ¡Oh, no! Por favor, no. ¡La de la fuente no! En el nombre de la humanidad, no...". Ésta no es una declaración de Gustavo como se darán cuenta, aunque bien podría serlo pues se declara "cartoonómico" incurable, pero sí es una de sus caricaturas favoritas.

Soñador y romántico empedernido, mantiene su mente siempre en viaje, imaginando otras épocas y otras civilizaciones en las que le gustaría haber vivido, si bien eso no impide que se mantenga dentro de la seriedad necesaria para llevar a cabo su trabajo profesional. Al contrario, la imaginación despierta es clave para el éxito en mercadotecnia.

Gustavo es consciente de que no es un lector ávido, pero afirma que cuando encuentra algo que le gusta se mete totalmente en ello. Un buen ejemplo es su afición por libros como *La Guerra de los Mundos* y *La Má-*

## En persona



quina del Tiempo, de H.G. Wells, de los que opina: "Nadie puede decir que le gusta la ciencia ficción si no ha leído estos libros".

En segundo lugar, le llaman la atención todos los libros que tienen que ver con pirámides y viajes en el tiempo. Su postura es clara, él hubiera querido ser mexicano, egipcio o griego de hace 2,000 años, ni más ni menos. Pero de ninguna de las castas extremas, ni sacerdote ni esclavo, sino comerciante, pues eran éstos quienes tenían, a su vez, la posición privilegiada, se movían de lugar, conocían, eran el vínculo entre tribus y culturas, "una parte del comerciante representaba al diplomático entre una cultura y otra".

Tomando en cuenta su visión del comercio, no nos extraña que se dedique a la merca-

dotecnia, pues ese lugar le resulta estratégico para seguir aprendiendo desde que empezó a trabajar.

Con base en estos conocimientos se plantea las metas actuales que se encaminan al canal y lineamientos del mercado, pues está seguro de que "las oportunidades se te presentan una sola vez y hay que tomarlas". Ahora, el reto que se propone es moldear un plan que se pueda realizar y ver reflejados los conocimientos.

Ello representa hacer que Oracle esté en la mente de todos. ¿Pero qué quiere decir esto? "Que cuando la gente piense en soluciones integrales, se le venga a la mente la empresa. Como cuando hablas de pañuelos desechables, dices kleenex, o coca cuando hablas de refrescos. Así quiero que se hable de Oracle."

Positivo y amante de los debates, le gusta oír varios puntos de vista antes de decidir sobre algún asunto, pues "el sólo hecho de escuchar ya te enriquece, no tienes que tomar por la izquierda ni la derecha, sino mantener tu posición durante la charla. Ganar en ella es importante, pero el aportar es ya un éxito".

A su visión romántica le sobrepone su punto de vista empresarial, con lo que obtiene el equilibrio necesario para poder negociar, saber cuándo ceder y cuándo apretar, entrar o retirarse.

No obstante, su sentido del humor le lleva a ser bromista y compartir el sentimiento con muchas personas. "A veces se llega al relajado, que me gusta, pero no siempre tiene buen término. De todas maneras, me gusta hacer sentir bien a la gente sin ser *el bufón*, pero sí hacerles saber que cuentan conmigo."

Fernando Reyes

## Portada

# El Desafío de las Suites, una cronología arrítmica

POR AQUILES CANTARELL M.

El tan promocionado desafío de las Suites se celebró por fin. Pese a la cantidad de dificultades que enfrentó desde su concepción, hasta el silbatazo final, la exposición de tres de los gigantes de la industria informática no tiene precedentes en la historia del mercado mexicano, hasta donde se recuerda en esta redacción.

Es cierto que se cometieron algunos errores por falta de control durante el certamen, así como por la poca experiencia en la organización de este tipo de eventos; sin embargo, éstos pudieron sortearse y resolverse con ecuanimidad y deseo de cooperación por parte de los involucrados. Hay que decirlo, no sólo hubo que resolver problemas inherentes al evento, su organización y desarrollo, sino también convencer y encontrar soluciones a los mil y un caprichos que Lotus, principalmente, y Novell pusieron.

### EL DESAFÍO

La jornada empezó alrededor de las 12:30 del día. En principio, y para desesperación de los encargados del hardware (José Luis Díaz Marinero, Rafael Luna, ambos de *El Financiero* y Ulises Ladislao, *El Universal Mundo Ejecutivo*), las computadoras que amablemente habían proporcionado los encargados de Hewlett-Packard no cumplían con las especificaciones de los organizadores.

No es que fueran demasiado pequeñas para los requerimientos de las tres Suites, sino que resultaban verdaderos monstruos de poder basados en Pentium. Este detalle, que provocó una discusión entre los ahí presentes, debió de resolverse con tres "sencillos" equipos 486 DX a 60 MHz, con 8 MB de RAM y 210 MB en disco duro, pues la empresa ya no cuenta con computadoras a 33 MHz en su stock.

El cambio de velocidad, que provocó otra discusión más, finalmente fue aceptado. Por tanto, se pudo iniciar el proceso

de instalación pero, ¡oh, sorpresa!, dos de los participantes traían sus Suites en floppis, por lo que Microsoft debió instalar su versión estándar desde floppis y luego sumar su Access por separado, mientras que Novell debió instalar desde un CD-ROM externo dos de las aplicaciones de sus Suites, ¡pues éstas no vienen en la versión en floppis!

Así, y después de las dos horas, que Novell tardó en instalar su Suite (debido

plementarias; especialmente Grammatic, cuya novedad consistió en que ya está disponible en español. Y, tercero, Lotus se dio el lujo (¿el lujo?) de incluir en su intervención una presentación basada en láminas con lo que hizo válido el comentario de uno de los asistentes, "Lo que demostró la empresa es que el FreeLance sí funciona bien".

Cabe aclarar que fue Lotus quien abrió fuego e hizo tronar sus chicharrones durante la segunda parte, poniendo en algunos momentos en aprietos a su competencia. Situación que se emparejaría durante la ronda de las aclaraciones. Aquí, cada uno de los participantes tuvo la oportunidad de contestarle a su competencia, aclarando, demostrando y aun marcando con tinta indeleble sus diferencias y ventajas.

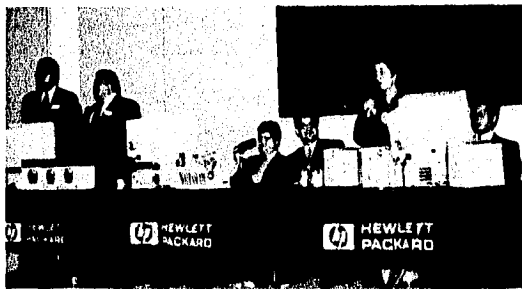
Para ese momento, los asistentes habían hecho llegar a los periodistas encargados del panel sendos paquetes de preguntas y comentarios que se dividieron en cinco grupos, las preguntas individuales para los participantes, las que involucraban a los tres y los comentarios.

### LOS TRAPITOS AL SOL

Gran parte de las preguntas giraron en torno a cómo utilizar distintas partes de las Suites. Por ejemplo: "Paradox es muy lento ¿Podrían mostrar la mejora más reciente?", o aquella que rezaba: "¿Office sólo trabaja en computadoras con Windows o habrá una versión para OS/2 Warp?", y finalmente "¿Cuánto tiempo se estima necesario para aprender a utilizar NoteSuite?".

Otras menos abundantes se enfocaron hacia el soporte técnico y demanda en el mercado. Por último, un número pequeño se refirió a problemas específicos relacionados con memoria, fallas en el trabajo intergrupales, etcétera.

Los participantes sólo se limita-



Los representantes de las compañías, en plena demostración

en parte a que debió cargar y descargar los drivers del lector de CD para poder utilizarlo), las cosas estuvieron listas para recibir a los 130 invitados (98 de los cuales eran usuarios finales que tenían reservación desde dos semanas antes) al convivio que, si bien no abarrotaron el lugar, lograron formar una buena entrada.

### ¿QUIÉN ES QUIÉN?

Un poco pasadas las cinco de la tarde se dio inicio al esperado "Desafío de las Suites". No hablaremos de las tradicionales demostraciones que hicieron cada uno de los participantes, valga consignar que realizaron la rutina a la cual tienen acostumbrada a la concurrencia con algunos puntos a destacar. Primero, Microsoft fue el único de los tres que no utilizó archivos de demostración adicionales para realizar su presentación, a diferencia de sus competidores que si acudieron a este tipo de archivos que, generalmente, las empresas preparan con antelación para que sus demostraciones no fallen. Segundo, Novell fue más allá de las tradicionales hoja de cálculo, base de datos y procesador de textos para hacer énfasis en sus herramientas com-

# Portada

ron a invitar a los usuarios a acudir a sus servicios de soporte técnico.

Microsoft admitió que, en ese momento y basándose en el dibujo elaborado por el usuario, pensaban que muy probablemente no podría realizarse en Excel, aunque manifestó su disponibilidad de trabajar en ello para dar una respuesta definitiva.

Esta situación quizo ser capitalizada por Lotus, que afirmó tener una respuesta a la pregunta; ¡pero remitió al usuario a su departamento de soporte técnico! Novell fue más sensato y comentaron, al igual que los miembros de Borland ahí presentes, que debían analizar el problema y dar una respuesta definitiva.

También fue en este lapso cuando los participantes hicieron gala de su ingenio, no muy desarrollado y ofrecieron 40 minutos de un verdadero espectáculo sin mordaza, ya que se olvidaron de las buenas maneras del vendedor y defendieron con ahínco, ironía y fiereza sus distintas posiciones. Además, las características de las

preguntas dieron pie a muchos comentarios por lo bajo, casi todos impublicables pero con mucho sentido.

También al final del evento se empezó a escuchar un buen número de propuestas para realizar otros eventos bajo el mismo tenor, pero en otras áreas, como sería el caso de las bases de datos relacionales y desempeño de microprocesadores.

## VIABLES, OTRAS CONFRONTACIONES

No dude que, en el futuro cercano, el mismo Foro se lance a una confrontación entre chips o sistemas operativos que coloquen frente a frente a otros colosos que, por cierto, discretamente se mantuvieron informados sobre los avances del Desafío de las Suites.

Este es un primer esfuerzo. La posibilidad de realizar otros eventos de este tipo está en manos de los interesados y de la disposición de los posibles contendientes, pues este tipo de actividades

demuestra que el mercado local es receptivo a la demostración en vivo de distintas opciones para el mercado y que hay la madurez suficiente, tanto de los consumidores y comunicadores, como de los canales de distribución y fabricantes, para demostrar la calidad de sus productos.

Es importante recalcar que, en términos de mercadotecnia, el riesgo que corrieron los tres participantes era muy alto, pero ellos mismos confían en la calidad de su tecnología y están seguros de que existe un mercado potencial y real para cada una de sus aplicaciones.

Una vez más, el Foro de Periodistas, que en su conjunto asumió el compromiso de llevar a cabo el encuentro de las Suites, da las gracias públicas a los participantes, a Hewlett-Packard, Creatividad y Promoción y Martec por su colaboración, así como el tiempo destinado a este evento por parte de los colegas de la fuente. ●

## LAS CIFRAS

En primer lugar están las preguntas del público, mismas que sumaron 60, divididas de la siguiente manera: 16 para Lotus, 22 para Microsoft, 17 para Novell y 5 para las tres empresas. De la totalidad de éstas, la mayoría fueron en torno a temas generales, 12 para Lotus, 16 para Microsoft, 12 para Novell y 5 para los tres, mientras que sólo unas cuantas (2,2,3, respectivamente) correspondieron a preguntas que pedían y respuestas que implicaban una comparación entre dos o más productos. En lo que se refiere a las preguntas técnicas, 2 se hicieron a Lotus, 5 a Microsoft, 2 a Novell y 2 más a los tres.

Caso aparte merecen los comentarios que, en su mayoría, no fueron muy halagüeños para los participantes. De un total de 22 comentarios, 3 fueron para aplaudir la participación de las tres empresas, 1 fue una crítica en contra de la distribución de los productos de Novell, 2 fueron sombreros negativos para Microsoft y 16 se enfocaron a criticar al director de Lotus.

En lo que se refiere a los cuestionarios de los 130 asistentes, 122 contestaron los cuestionarios: de éstos, 83 fueron hombres y 39 mujeres. Entre los participantes, 42 eran menores de 25 años, 52 estaban entre los 26 y los 35 años, mientras que 16 eran menores de 40 años, 9 eran mayores de esta edad y sólo tres menores de 20 se colaron al evento.

De los asistentes, 57 tenían capacidad de compra (45 hombres y 12 mujeres), 60 tienen voz y voto en sus empresas (35 hombres y 25 mujeres) y sólo cinco estaban al margen de las decisiones. De estos mismos, 107 afirmaron que con base en la información recibida durante el Desafío de las Suites, su posibilidad de decisión en cuanto a la mejor opción de Suites, podría ser más acertada, mientras que 15 contestaron que no. En cuanto a la posibilidad de realizar otros eventos de este tipo,

la respuesta fue casi unánime: 121 contestaron afirmativamente, mientras que uno, masculino, menor de 25 años y que prefiere Microsoft Office, estuvo en contra de realizar más eventos de este tipo.

De las preferencias, las cosas quedaron de la siguiente manera: 19 se inclinaron por el Smart Suite de Lotus, una cantidad igual por la opción de Microsoft, 59 votaron por Perfect Office, mientras que por cualquiera de las tres fueron 9 votos y otros tantos los que emitieron una negativa por cualquiera de las opciones y, finalmente, 7 asistentes se inclinaron por dos opciones.

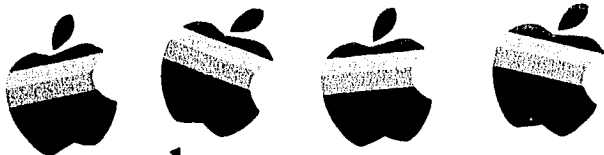
En el caso de los votantes por sexo, el voto se dividió de la siguiente manera, 24 mujeres votaron por Perfect Office, mientras que tres lo hicieron por Microsoft y 6 por Lotus. En el caso de los varones, 35 lo hicieron por Novell, 13 por la opción de los hijos de Bill Gates y 13 por los ingleses de Lotus.

En el caso de Perfect Office, 15 mujeres pueden recomendar el producto, mientras que 9 serán clientes clavadas de la Suite, y de ellas serán 11 féminas menores a los 25 años las que están con Novell, mientras que 9 están entre los 26 y los 35 años.

Por el otro lado, la proporción de los fanáticos del Perfect Office está entre los 21 y los 35 años que suman 26 caballeros, de los cuales 20 tienen capacidad de compra, 14 pueden recomendarlo y sólo uno está al margen de estos menesteres. Pero si rascamos un poquito, de los que dicen tener capacidad de compra, 10 son menores de 30 años, cinco menores de 35 y sólo dos mayores de 40. ¡El santo de los yupies nos proteja! Así que ya saben; en lugar de hacer promociones con la Sinfónica de México, hay que invitar a Luis Miguel y Yanni para complacer a estos jóvenes empresarios. ●

# Power USER

## Huertos de al mayoreo



POR FERNANDO REYES

A decir de quienes manejan las relaciones de Apple con sus distribuidores Senior, las perspectivas para el mediano plazo son prometedoras. Esta afirmación se basa en el rápido crecimiento que ha tenido desde su vuelta al mercado nacional hace apenas cuatro años.

Con el 5% del mercado, contando con una base cercana a los 500 distribuidores, la creación de tres nuevos Senior en tres meses representa para la manzana un aumento de una y media veces lo que tenía hasta el año pasado. Ello incrementa sus expectativas de crecimiento en el mercado a 3% sólo en este año y 15% dentro de tres o cuatro años.

La cooperación de la empresa con su red de distribución ya empezó a dar resultados, pues, por citar un ejemplo, los distribuidores de Ingram Dicom han desplazado el 80% del producto en inventario, cosa difícil sin las ventajas que ofrece el programa de calificación Senior.

### 22 POSICIÓN DE LOS MAYORISTAS

La visión que tienen José Luis González y Gustavo Jaimes, dos de los tres gerentes de ventas a mayoristas de Apple, sobre las funciones de los Senior es que se basan en la mayor capacitación de éstos para manejar sus líneas de productos. Ello implicó una reestructuración en la empresa para crear una división interna dedicada totalmente a Apple, además de una baja en los precios que se tenían establecidos para sus productos y un aumento en el personal de ventas.

Por su parte, el compromiso de Apple con sus distribuidores se está viendo desde antes de que se anunciaran los nuevos Senior; esto por medio de una gran campaña de mercadotecnia y lanzamientos, en la que se invierte mucho dinero para atraer clientes nuevos.

Se tienen puestas las pilas para apoyar a mayoristas. Si antes se esforzaban por mover cajas, ahora lo hacen agregando soporte, para lo cual han aumentado a nueve las personas dedicadas.

Apple tiene un tipo de cambio de seguridad para toda la lista de precios y nuevos productos, que se estudia cada mes, pero que deja un buen margen al canal.

### DESDE EL PRINCIPIO

La estrategia a seguir, por ahora, es preparar a la gente y enseñarle desde cómo vender el producto, dar una capacitación directa y hacerla extensiva a todo el canal.

Los mayores esfuerzos están en el mercado casero, pues es el que se encuentra menos desarrollado. Después se ampliará hacia otras ramas ya trabajadas como el Desktop Publishing y el mercado educativo.

Para hacer crecer el número de distribuidores se realizan eventos en el interior de la república a los que se invita un gran número de prospectos y se les ofrece capacitación; de cada uno de los eventos, la mitad de los asistentes aceptan los cursos.

Con este ritmo de crecimiento de canal, no habrá que esperar mucho para lograr los objetivos de la manzana irisada: meter Apple en la cabeza de la gente. Aunque no se esperan grandes ventas, la meta es duplicar el canal.

### COMPETENCIA Y COLABORACIÓN

Las diferencias entre los mayoristas Senior se basan en el tamaño y la experiencia en el manejo de los productos, aunque existe una competencia natural entre las compañías. También existen acuerdos interinos para intercambiar existencias a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes. Cada uno mantiene una sana competencia con el otro, pues se trata de cuidar sus categorías Gold o similares.

Otra de las orientaciones que se quiere dar a los distribuidores es la especialización en algún área. Por lo pronto ya se cuenta con Tunicia, el menos conocido de los Senior, el cual está dedicado completamente al mercado de la fotografía. También está Genetec, que se centra en ofrecer soluciones completas pues cuenta con la infraestructura necesaria.

Dentro de las perspectivas de Apple no se descarta la posibilidad de incluir un nuevo mayorista en su lista de Senior, el cual podría ser Merisel que, a pesar de ser el menos casado con Apple, está tratando de ponerse al mismo nivel; aunque habrá que esperar una etapa intermedia. Por lo pronto, el compromiso inmediato de Merisel es manejar la marca y reestructurarse para crear una división especializada, lo cual ya se realizó. Sin embargo, aún sería necesario un año, por lo menos, para estar listo a los ojos de Apple. ●

## La Carpeta

### CONTRA RELOJ

La estrategia de aprovechar la crisis para ganar espacio a la competencia es demasiado buena para dejarla pasar, pero por ello se debe estar preparado.

Muchos se han dado cuenta de la oportunidad que representa tener una posición ventajosa al relacionarse con Apple, por esta razón están trabajando a todo vapor para no quedarse sin silla cuando se termine la música, es decir, la incertidumbre.

Se debe tomar en cuenta la inminente aparición de los clones Mac, que ampliarán el mercado y las posibilidades de venta, de los que se espera aparezcan los primeros frutos en un plazo de seis meses en nuestro país.

Aunado a esto, los esfuerzos de Apple México por duplicar durante este año su canal de distribución, invirtiendo para ello una buena cantidad de recursos, hace del mercado Mac uno de los más atractivos en el futuro cercano.

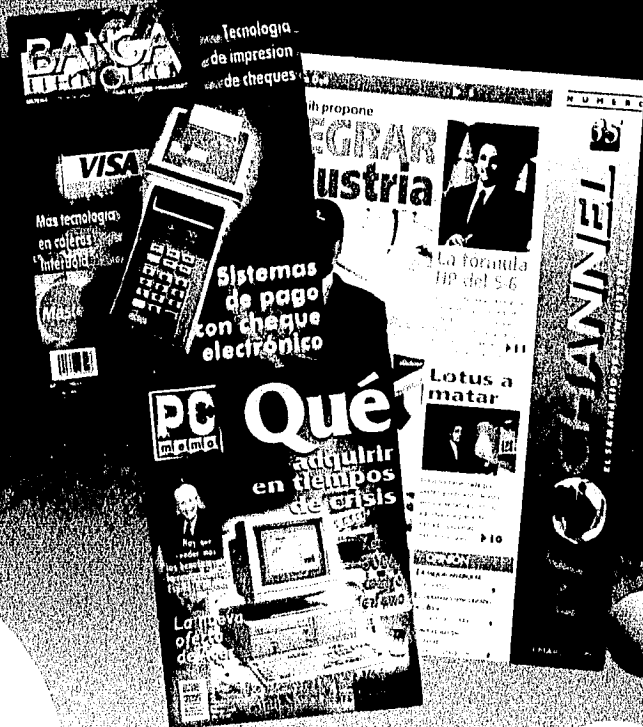
El tiempo apremia y en los Estados Unidos empezaron a circular el lunes 17 de abril las primeras Mac compatibles, equivalentes a las 7100 y 8100, liberadas por Power Computing Corp., la que se decía pequeña y desconocida compañía cuando Apple le otorgó la concesión, pero que hoy puede vender sus clones 20% por debajo de los precios de los originales, a tan sólo cuatro meses de haber obtenido la licencia.

El mercado para Macintosh empieza a tomar cuerpo en México, pero ¿quién se animará a meterle leña al fuego y será el primero en traer manzanas clonadas? Olivetti puede ser un buen prospecto por la relación que tiene con el dueño de Power Computing, pero de eso será hasta la próxima semana cuando tengamos nuevas noticias, pues habrá que investigar más a fondo sobre lo que se verá en los siguientes meses.

La espera de los productos con calidad Mac a precios bajos, aunados a mayor memoria y CD-ROM más rápidos, ha creado expectativas favorables entre los Maqueros, quienes seguramente estarán interesados por conocer las computadoras que acelerarán, tal vez, la popularización de la plataforma.

Una cosa es clara, el árbol está maduro y el canal se apresura a tomar todas las manzanas que pueda. Aunque todavía falta el osado que empiece a obtener beneficios con los híbridos. ¿Quién dijo yo! ●

# En computación y comunicaciones, su mejor equipo de venta



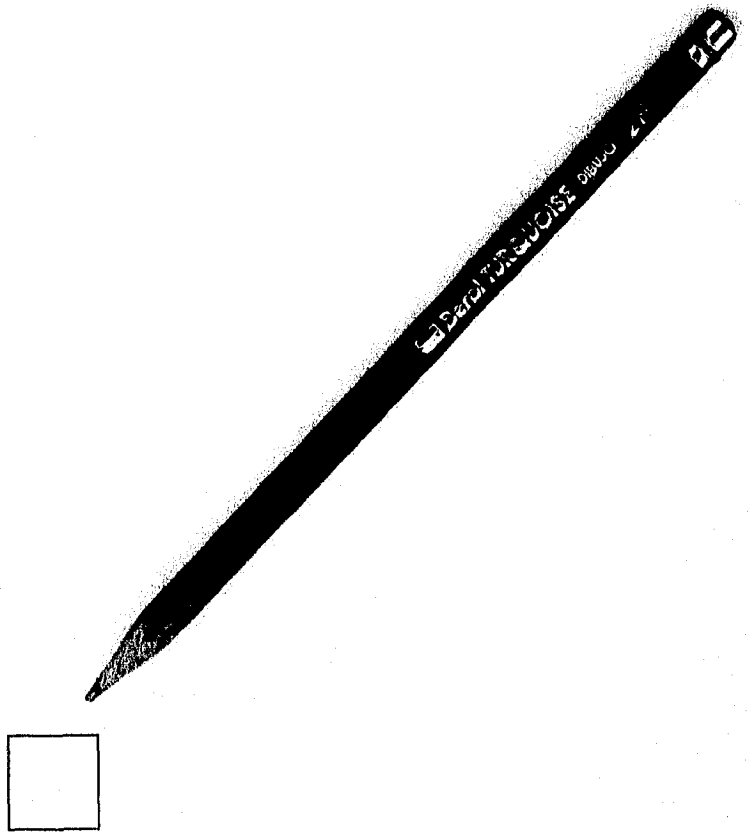
Contrate su espacio  
publicitario, somos la llave  
de acceso al premioso  
mercado mexicano



**High Tech**  
editores

**Publicidad y ventas:**

México, D.F.: Río Mixcoac No. 36 desp. 102-A CP 03940  
Col. Actipan Tels: (5) 524-22-99, 524-31-32 y Fax (5) 534-91-16



POR FERNANDO REYES  
BARRIOS

## Un mercado que arde

Dealers Club se dedica al nicho de los consumibles desde hace cinco años. A decir de esta empresa mexicana, su posición en el mercado está colocada en el liderato del mayoreo en consumibles con más de 2,500 productos de todas las marcas a los que se añaden servicios de venta de refacciones y reparación de impresoras láser.

Presidida por René Núñez Chimal desde hace dos años, Dealers Club ha representado la opción más viable en consumibles en el mercado nacional y se propone mantenerse. Con crecimientos anuales de 120%, sus expectativas actuales no se ven demasiado afectadas, ya que esperan crecer, a pesar de la crisis, entre 40% y 60% al final de 1995.

Por si esto fuera poco, se presentan como la empresa más sólida en remanufactura de cartuchos de tóner, negocio que consiste en sustituir las piezas inservibles de los cartuchos usados y colocar nuevas, con lo cual se reutiliza un porcentaje considerable de los componentes.

Con ello se logra la misma calidad del original, con el beneficio de que los clientes ahorran hasta 50%. De esta manera sale más barato importar insumos que cartuchos completos dado que la mano de obra es nacional. Incluso, afirma René Núñez Chimal, director de la empresa, los cartuchos remanufacturados en México han probado tener mayor calidad que los reprocesados en el extranjero.

La infraestructura que se requiere debe ser grande y especializada; ésta se basa en la relación de la empresa con los productores de insumos en Estados Unidos, para estar en contacto con la tecnología más reciente en el ramo. Además, cuenta con 20 trabajadores concentrados específicamente en realizar la remanufactura. Cabe señalar que, con este procedimiento, los cartuchos se pueden reutilizar cuantas veces sea necesario.

Según Núñez, Dealers Club posee el 80% del mercado de remanufactura, que ha mantenido un crecimiento importante y se espera que con la actual situación de la economía mexicana se desarrolle aún más.



*Los consumibles  
en auge en estos  
tiempos de  
crisis, asegura  
Dealers Club*

### PLANES PARA DISTRIBUIDORES

Toda esta actividad se basa en la interacción con los distribuidores, pues son éstos quienes en regan los cartuchos a la empresa y quienes venden los remanufacturados.

Concientes de que lo más importante para ellos es el servicio, la variedad de productos, créditos y soporte técnico, ofrecen suministros para todo tipo de marcas, soporte técnico con personal especializado que da apoyo por vía telefónica o directamente en el lugar, disponibilidad inmediata y precios competitivos para dejar un buen margen de ganancia a sus 4,000 distribuidores.

Debido a que tanto la empresa como el capital son mexicanos, se mantienen sus créditos en pesos, lo que representa una ventaja.

Aunado a esto, se preparan para mejorar sus servicios de entrega, tanto de forma directa en sus oficinas ubicadas en Tonala 308, en la colonia Roma, como en forma telefónica.

De tal manera que se facilita la transacción por medio de claves con las que se pueden recoger los pedidos o se envían para su recepción el mismo día. Con este fin, ya están en contacto con líneas aéreas que proporcionan servicio expreso.

El fin primordial de la empresa es mantener satisfechos a sus distribuidores al contar, aparte de estos servicios, con existencias permanentes de productos de rotación, una línea de contacto abierta a ellos para que puedan enterarse de las ofertas (una diaria o semanal) y novedades.

### MÁS OPCIONES EN SERVICIOS

Dentro del terreno de refacciones y reparación de impresoras láser, todo se hace por medio de los distribuidores, pues son ellos

los contactos con los clientes finales que necesitan del servicio.

De esta forma, se les apoya en la reparación de equipos de impresión láser y, próximamente, de matriz de punto, otorgándoles un descuento especial y con la ventaja de que el trabajo estará terminado en 24 horas.

Dealers Club está conciente de que muchos distribuidores invierten gran parte de su capital en algunos pedidos grandes; si éstos se cancelan en el último momento, se ven forzados a embodegar el producto hasta lograr venderlo.

Por ello, una ventaja que no ofrecen sus competidores es que acepta la devolución del producto vendido, si se hace en los primeros dos días posteriores a la compra. Con ello, los distribuidores se protegen de cancelaciones de última hora y les da mayor seguridad.

Bien armados para enfrentar este mercado que ya conocen, se disponen a ampliar su base de distribuidores hasta llegar a 5,500. El trabajo para ello se empezó al hacer contactos en Comdex Comexpo; desde entonces, diariamente dan de alta a entre 5 y 10 clientes nuevos.

Con este crecimiento, la experiencia acumulada y las ventajas que ofrecen en servicios y soporte, tienen perspectivas que pocas empresas pueden considerar en estos momentos. ●



Silicio amorfo

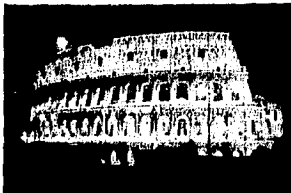
# Memoria VIRTUAL

Silicio amorfo

POR FERNANDO REYES

## EMERGE LA ATLÁNTIDA

No, desafortunadamente no ha resurgido de las aguas del Atlántico ninguna isla continente con viejas ruinas; lo que sucede es que arqueólogos especializados en ese tema rompieron con los arquetipos de investigación tra-



dicional acerca de la llamada civilización perdida y enfocaron sus estudios hacia el otro lado del mundo.

Basados en una reconsideración del Timeo de Platón, que popularizó la leyenda, y en una relectura del texto original egipcio en el que el filósofo se basó, llegaron a la conclusión de que las pistas y descripciones habían sido mal interpretadas.

Se volvió a traducir del griego al tomar otras acepciones de palabras claves, como el cambiar isla por costa, colocar las columnas de Heracles en las montañas turcas o redefinir las fechas. Así se consiguió situar *Atlántis* nada menos que en la antigua Troya, enemiga natural de Grecia y única civilización desarrollada en el mediterráneo que corresponde a la fecha supuesta del hundimiento.

Mediante el análisis de diferencia magnética a través de computadoras en la zona, se descubrieron ruinas de la ciudad con todo su sistema de canales, semejantes a las descripciones de Platón; se encontró su muralla externa y varias construcciones importantes... pero, ¿cómo podemos estar seguros de que los hallazgos datan de la época de la leyenda? Hay que recordar que mucho después los griegos pelearon con Troya. ¿De qué manera puede entonces suponerse de que se había hundido ya, o lo hizo posteriormente? De cualquier forma, tendremos que esperar nuevos datos que nos aclaren si Troya fue Atlántida, cómo y cuándo se hundió, de qué manera resurgió y cómo volvió a desaparecer.

## LA AUTOMATIZACIÓN del arte

POR GERARDO MONCADA

Múltiples argumentos plantean una dicotomía radical entre arte y tecnología. Mientras —se dice— el arte encarna lo más espiritual del ser humano, la tecnología representa su faceta pragmática. Excelsitud *versus* utilitarismo. Día y noche. Aire-tierra. Es cierto y, sin embargo, existen más puntos de contacto de los que saltan a la vista.

Manuel Felguérez



Así lo intuyó hace dos décadas el pintor y escultor mexicano Manuel Felguérez. Miembro impulsor de una generación de ruptura en la plástica durante los años 50. Este consumado artista abstracto encontró hacia 1970 que la computación podía serle de gran utilidad. En ese entonces su obra estaba plenamente imbuida en lo geométrico, con estructuras ordenadas, poseedoras de una precisión matemática. Por lo tanto, era razonable que pudiese obtener nuevas ideas mediante un instrumento que opera algoritmos a gran velocidad.

Acostumbrado a superar convencionalismos, desarrolló una serie de programas que, a partir de un resumen geométrico de su obra anterior, produjeron 200 nuevos bocetos en poco más de media hora. El entusiasmo de Felguérez fue desbordante. Seleccionó diez. Reprogramó la máquina para que los jerarquizara y produjera otras 200 variantes. Hizo una nueva selección y se encerró en su estudio. Descartó una línea aquí, agregó una figura acá, amplió aquella otra, y de ahí al lienzo. Algo similar

hizo al crear esculturas.

Fue tal su avidez por entender los procesos computacionales que prácticamente había abandonado la pintura durante seis años. Pero valió la pena. En promedio, Felguérez solía invertir 15 días en planear un cuadro. Con el auxilio de la computadora sintió que su capacidad creativa se aceleraba al obtener varios bocetos en cuestión

de minutos. Resolvía así una de sus grandes preocupaciones: reducir el tiempo que gastaba con sus lápices, instrumentos y materiales, buscando ideas.

Los resultados fueron más que satisfactorios, sobre todo porque el artista nunca se planteó resolver absolutamente todo mediante la computadora. Sabía que, en el plano creativo, había limitantes. Lo obtenido vía computación sería, entonces, preliminar.

Como resultado de sus estudios, Felguérez publicó dos libros: *La máquina estética* y *Espacio múltiple*, donde aborda el mundo del orden y desorden que brinda la computadora y su aplicación en las artes plásticas.

Aunque en la década de los 80 abandonó la geometría y optó por lo "abstracto informe", no desechó el uso de las computadoras. Ahora las emplea para estudiar la teoría del caos, es decir, para calcular las posibilidades del orden dentro del desorden. En este complejo ámbito, la computación es un auxiliar extraordinario, pero no por ello Felguérez pierde la perspectiva. De seguro también aquí le intuye limitantes. ●

## BANDERA A CUADROS

Con las nuevas normas que acaba de introducir la Federación Internacional de Automovilismo (FIA) que incluyen especificaciones muy rígidas en las características de los automóviles de fórmula uno, todas las escuderías realizaron modificaciones en los diseños de los autos.

Si bien las reglas actuales impiden el uso de la tecnología computacional en el funcionamiento de los autos, no dicen nada respecto al diseño y desempeño.

En consecuencia, esta temporada se presentó el primer modelo diseñado totalmente por computadora CAD/CAM en una estación y un servidor Sparc. La escudería que lo presentó es nada menos que la afamada McLaren, para la que han corrido pilotos como Lauda, Prust, Senna y Mansell, entre otros.

Estas modificaciones han sido muy discutidas por equipos y espectadores, ya que están encaminadas a obtener ganancias a costa de la seguridad de los pilotos, sobre todo desde la muerte, hace poco más de un año, del entonces campeón mundial Ayrton



Senna y de un joven novato holandés en el circuito italiano.

Ante el autoritarismo de los directivos de la FIA, las escuderías han debido adaptarse a normas extravagantes para poder correr sin ser sancionadas.

McLaren, en particular, muestra un diseño con un semialerón entre la cabina y la cola del auto que da la impresión de una pequeña joroba, pero que aumenta la estabilidad.

Sin embargo, después de presentar su nuevo auto y correr el primer gran premio del año con el segundo piloto, McLaren tuvo que suspender su presencia en la segunda carrera ya que, cuando todo estaba listo, Nigel Mansell no cupo en el carro, mejor dicho, si cupo pero no pudo manejar por lo reducido del espacio; ello implicó el rediseño del auto para darle más aire al gigantón inglés. Ni modo, alguien tenía que manejar. ●

## EL RISC de HP

POR MARIO GONZÁLEZ SÁNCHEZ

La evolución de las computadoras no fue fácil, ya que en sus inicios tuvo que sortear una serie de dificultades y problemas técnicos que entonces parecían solubles.

No fue sino hasta la Segunda Guerra Mundial cuando estas máquinas empezaron a adquirir importancia, desarrollándose de manera impresionante hasta llegar a la revolucionaria PC. Hoy en día se cuenta con computadoras con gran capacidad de almacenamiento de datos, lo que hace posible que el trabajo se haga con más rapidez y ahorro de tiempo.

Esta evolución ha permitido la aparición de una gran cantidad de compañías que se disputan este mercado. Actualmente, el usuario está en posición de elegir el producto que más le convenga. Esto no fue posible en el amanecer de la computación, ya que sólo existían una o dos compañías que daban la pauta, concretamente las PC IBM con sistema operativo MS-DOS de Microsoft y procesador Intel, y Appel con CP/M como sistema operativo y un procesador diseñado por Motorola.

Ahora existen varias alternativas de microprocesadores. Las opciones son Pentium, Power PC, Alpha, Micro Sparc y Super Sparc, MIPS, PA-RISC y Cyrix M1. La elección depende de los usuarios, y se determina según las necesidades de cada cual.

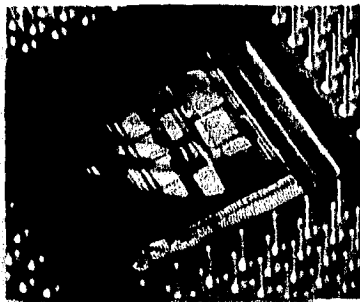
### LO NUEVO EN HP

La prestigiada compañía Hewlett Packard anunció el pasado 6 de marzo su nuevo microprocesador PA-8000. Este incorpora una serie de características que lo hacen más eficiente, además de ejecutar un mayor número de instrucciones por ciclo de reloj.

Richard W. Sevcik, vicepresidente de Hewlett Packard y gerente general del grupo de tecnología de sistemas, aseguró que actualmente el PA-8000 es el más poderoso.

Con el lanzamiento de este novedoso producto, Hewlett Packard piensa colocarse a la cabeza del mercado de cómputo, ya que con el PA-8000 el rendimiento será mayor. Este supera en más de 60% al Power PC 620 de IBM y a Ultra SPARC de Sun Microsystems.

Una serie de técnicas denominadas "ejecución inteligente" hacen posible que este microprocesador sea una excelente herramienta para trabajos técnicos, como aplicaciones gráficas, investigaciones genéticas o análisis de fluidos, materias que necesitan una gran capacidad de procesamiento de datos y trabajos en el área comercial.



El procesador RISC HP

### DE CISC A RISC

La tecnología Conjunto Complejo de Instrucciones de Cómputo (CISC) fue utilizada por más de 20 años, como base en las arquitecturas en los sistemas de cómputo. Sin embargo, la mayor demanda de rendimiento y la baja de costos, obligaron a las compañías a buscar una tecnología más acorde con los tiempos.

Así apareció la arquitectura RISC (Conjunto Reducido de Instrucciones de Cómputo). A mediados de la década de los 80, Hewlett Packard se convirtió en la primera firma en utilizar en todos sus equipos la arquitectura RISC.

Los técnicos de Hewlett Packard perfeccionaron esa tecnología, dando origen a PA-RISC (Precision Architecture), que hizo posible el manejo de una mayor cantidad de datos, en poco tiempo. Desde su aparición, éste ha sido líder, gracias a su alto rendimiento, amplia escalabilidad y soporte, tanto para ambientes técnicos, como comerciales.

Algunas características de esta arquitectura son las siguientes: implementación super escalar; rápidos caches de gran capacidad fuera del chip; instrucciones compuestas; ejecución simultánea de cinco etapas; características mejoradas de cómputo de 64 bits; capacidad gráfica en el chip y capacidades multimedia incluida en el chip.

Con la herramienta de ejecución simultánea es posible incrementar el número de instrucciones mediante la división en periodos: localizar, descodificar, ejecutar y re-escribir. Además se posibilita la búsqueda de una instrucción, mientras otra está siendo descodificada, y otra está ejecutando todas las instrucciones al mismo tiempo.

### TODO A 64 BITS

El microprocesador PA-8000 es el primero en incorporar toda la arquitectura de 64 bits de PA-RISC, además del direccionamiento plano (flat addressing) y la computación de enteros y punto flotante. Además, está diseñado para ser compatible a nivel binario con todos los modelos anteriores o futuros de PA-RISC.

El sistema "ejecución inteligente" permite al PA-8000 desarrollar instrucciones fuera de secuencia. Esto hace posible mandar hasta cuatro instrucciones al mismo tiempo, ya que éstas se dirigen al hardware en vez del compilador de programación de instrucciones del chip.

Gracias a esta innovación, el chip examina las 56 entradas de instrucciones al mismo tiempo y selecciona cuatro. Esto permite al procesador crear un significativo paralelismo a nivel de instrucciones, algo que el compilador no necesariamente estaría en condiciones de hacer.

Una sofisticada capacidad de predicción de ramificaciones (branches) y ejecución especulativa, su novedosa organización de *cache* y una interfaz de *bus* de alto rendimiento, combinado con lo anterior hacen del microprocesador PA-8000 algo único en su género.

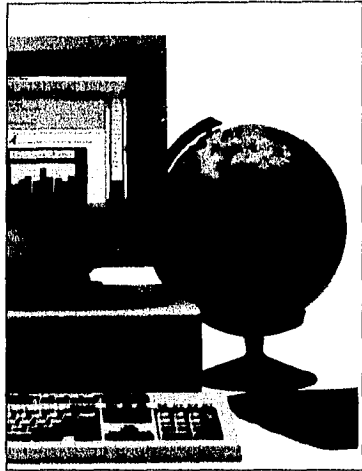
Asimismo, el PA-8000 cuenta con 10 unidades de ejecución de instrucciones, dos unidades aritméticas, dos unidades para *shift/merge*, dos unidades para multiplicación/acumulación de punto flotante, dos unidades para división/raíz cuadrada y dos unidades para carga y almacenamiento (load/store).

El microprocesador PA-8000 está diseñado según el proceso CMOS (Complementary Metal-Oxide Semiconductor) de 5 micrones y 3.3V.

En junio del año pasado, los directivos de Hewlett Packard y de Intel Corp. firmaron un convenio de cooperación para seguir desarrollando la tecnología PA-RISC, lo que traerá como resultado mejores microprocesadores, como el RISC Super Paralelo PA-9000, que podrá ejecutar en paralelo más instrucciones que las permitidas por los procesadores convencionales RISC. ●

### Gates en Miami

Como parte de la segunda conferencia anual Microsoft Latin American Enterprise Solutions Conference, a celebrarse esta semana en Miami, Florida, Bill



La visión de Gates para Latinoamérica

Gates, mandamás del gigante verde, revelará su concepto del futuro empresarial y presentará nuevas perspectivas acerca de cómo la tecnología de la informática revolucionará las industrias en Latinoamérica.

Esta conferencia, junto con otras más, es parte del enfoque que tiene la empresa hacia esta región y por ello invitó a un buen número de altos ejecutivos del área de negocios e informática, así como representantes de la industria de la computación. Además, prometen en Microsoft, Gates hará un análisis de las tendencias de la computación y de la tecnología informática y participará en un intercambio de ideas con ejecutivos latinoamericanos.

### Empujan manzanas por la ventana

Para Microsoft, el mercado de las aplicaciones para Mac ha resultado una tarea cuesta arriba. Desde hace tiempo, Bill Gates ha realizado un importante esfuerzo al tratar de impulsar su propuesta de software. Más ahora que la frontera entre PC y Mac es casi invisible.

Para Microsoft de México, los movimientos estratégicos de la empresa de Carlos Canales y de los cinco distribuidores Senior con los que ahora cuenta, tienen mucho sentido y es claro que Fe-

lipe Sánchez no quiere quedarse fuera.

En este sentido, cabe resaltar el anuncio que hicieron Dataflux-Genetec y Microsoft hace unas semanas. A decir de Microsoft, el acuerdo ayudará a fomentar el mercado Macintosh, el cual ha crecido en forma significativa y muestra grandes oportunidades para una mayor expansión.

Dentro del acuerdo se especificó que Microsoft se compromete a tener amplia disponibilidad de productos para satisfacer la demanda de este mayorista Senior de Apple. Genetec, por su parte, se compromete a empujar la marca con estrategias y promociones agresivas.

Cabe aclarar que la distribución de estos productos está abierta a cualquier mayorista. Pero con esta alianza, además de reafirmar esta premisa, ambas compañías se comprometen a empujar la marca.

### Por fin suplieron al Champiñón

Después de cuatro meses, Ingram Dicom logró encontrar a "la persona idónea para cubrir la gerencia de Puebla", que antes estaba en manos de Francisco Soto, nacionalmente conocido como *el champiñón*, quien ahora detenta la dirección de Acer-Compute en España. El nuevo gerente es Rafael Gálvez, quien tiene dos años de experiencia en Ingram Dicom como gerente de Ventas en el área de Telemarketing en la ciudad de México. Por tanto, se irá a radicar a Puebla definitivamente.

A decir de Ingram Dicom, Gálvez es la persona adecuada para dirigir la sucursal poblana, ya que reúne conocimientos del área de compras, finanzas, almacenes, etcétera, garantizando equilibrio en la operación total.

### Al Cerro de la Silla

El día de mañana, Merisel hará la inauguración oficial de sus oficinas en Monterrey, Nuevo León. En el evento estará presente NewTec con la familia completa de sus servidores Acer-Altos. La participación de NewTec consistirá en pláticas enfocadas a los servidores Acer-Altos y estarán encabezadas por Juan Luis Tron Melo, director general de NewTec.

A decir de Adriana Córdova, directora de Mercadotecnia de Merisel, la inauguración tendrá un toque diferente e informal. ●

AQUILES CANTARELL M.

### COMO EN BODEGA

Durante los últimos meses hemos seguido de cerca la cerrada competencia que han establecido los mayoristas nacionales. Con diferencia de horas, han anunciado y vuelto a anunciar alianzas, estrategias y mercados a los cuales pretenden acceder con mayor o menor fuerza.

Caso separado son las espectaculares noticias que han saturado el espacio en los principales periódicos nacionales, así como el de este semanario. De esta manera, las adquisiciones de las dos Vertex, la compra de MacWare, por sólo nombrar unas cuantas, son otro ejemplo de la cerrada lucha que se está dando en la cúpula de la distribución a granel de tecnología informática. Por lo que los anuncios ya realizados y por realizarse en torno a la apertura de más y mayores espacios para el almacenamiento, traen mucho más de lo que aparentemente dejan ver los grandes mayoristas.

Ante la crítica situación del mercado, una de las lecciones aprendidas ha sido la de crear stocks que, aunque en un principio los grandes distribuidores y los fabricantes trataron de minimizar en busca de un manejo de existencias prácticamente en tiempo real que les diera cierta liquidez a los distribuidores, la realidad cambiaría con un dólar más fluctuante que moda femenina echó por tierra tales pretenciones y colocó a muchos distribuidores en una gran problemática pues no se sabía el precio de los productos de una hora a otra.

Ahora parece que se pretende tener mayor inventario, no en las proporciones de antes, pero sí el suficiente para adquirir hoy lo que mañana puede costar el doble. Asimismo, la inversión en existencias puede ser mucho más redituable a mediano plazo, que no hacerlo, pese a que eso signifique un manejo más complicado de los productos disponibles.

De esta manera, el esfuerzo de MPS e Ingram Dicom con espacios verdaderamente aterradores, en términos de la cantidad de producto que pueden acumular, es no sólo interesante sino parte fundamental de sus estrategias a largo plazo.

Ante este ejemplo que empieza a cundir entre algunos fabricantes, no es de dudar que el resto de los gigantes de la distribución también estén explorando las zonas industriales de las principales ciudades del país en busca de un "lugarcito" para guardar su cachivaches. ●

# Empresas

## Los límites del cliente

Fundada hace veinte años, Transdata es una compañía mexicana que se dedica a la comercialización de equipos y soluciones de comunicaciones a corporativos. Así, la misión de la compañía, por inverosímil que pudiera parecer, es sólo transportar datos, voz e imagen desde un lugar central.

Con sello mexicano, la empresa presume de contar con casi el 90% del mercado que compete, especialmente en las transferencias bancarias, mismas que se logran a través de los equipos que Transdata ha logrado instalar. Por ello, sus principales clientes corporativos provienen del sector financiero, sin descartar a Teléfonos de México, con quienes afirman tener una buena relación.

Transdata tiene una filosofía clara: "Queremos dar una solución completa al cliente; trabajamos muy de cerca con empresas como Compaq y Motorola, lo que permite dar una solución global".

A decir de la empresa, el área de comunicaciones ha mostrado un notable crecimiento en los últimos años. Hace una

POR ADRIANA ARRIAGA ALANÍS



década, para muchos la informática era un tabú. Sin embargo, el tiempo le ha dado popularidad y masificación.

Aunado a esto, el despegue en México en materia de telecomunicación ha sido un elemento a favor para Transdata. La empresa prevee que en los próximos cinco años su nicho de trabajo seguirá creciendo de manera sostenida.

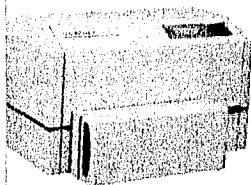
Transdata se propone, cotidianamente, aprovechar al máximo las horas que se gastan en el trabajo. El día comienza cuando se inicia la búsqueda de clientes potenciales: sus necesidades sólo pueden percibirse en el lugar mismo de los hechos, es

decir, en sus respectivas oficinas. El siguiente paso consiste en dar alternativas de solución y ahí es donde el cliente tiene opción de decidir en forma conjunta qué es lo que más se apega a sus requerimientos.

La competencia, tema que no escapa, es sana para Transdata. De hecho, entre sus principales competidores está Red Uno e Intersys en lo que compete a la integración de soluciones, y por lo que corresponde a tecnología de enrutamiento está Cisco, uno de sus principales contrincantes. Sin embargo, la posición de Transdata ante sus competidores es abierta. La compañía considera que las empresas antes mencionadas tienen experiencia y eso es bueno para el mercado porque a todos les obliga ser mejores.

Todo Foro es bueno para dar a conocer la tecnología que ellos promueven. Y esto pudo constatar al observar la activa participación que presentaron durante el Foro SCO, donde contactaron tanto con distribuidores como con el usuario final.

Transdata afirma que ha podido ofrecer sus servicios en Latinoamérica. Pero, como una empresa ambiciosa y conocedora de su ramo, espera expandir sus servicios aún más lejos. ¿El límite?, "definitivamente el cliente lo marcará". ●



## Alta calidad en color por tan solo \$ 2,850 DLLS.\*

usted obtendrá cuantiosas ganancias con la familia DeskSetter

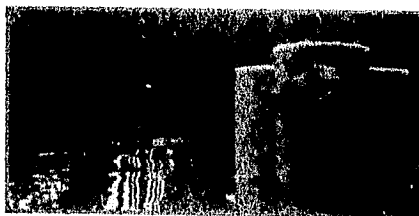
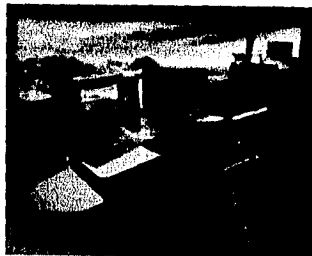
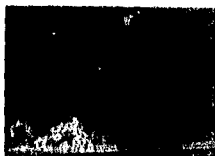
La familia de filmadoras **DeskSetter** son reconocidas mundialmente por su excelente sistema de filmación **DTP de tambor,**

su alta resolución así como costo-beneficio, ya que podrá ofrecer calidad de hasta **300 Lpi- 4000 Dpi** y producir selecciones de color de alta calidad.

Para mayores informes solicite una demostración.

Con gusto le atenderemos.

\* Pago mensual por DeskSetter 3000.



**Optronic**  
An Integraph Division

**JUL.M.**  
Correidora 2 481  
Col. Miguel Alemán  
Del. Tlalpan  
C.P. 14100  
Mexico D.F.  
Tel. 606 95 73  
Fax. 606 74 64

## Correo...

afin a los famosos comunicados, esos sí, desde el sureste mexicano, que, aunque no lo creas, ocupa un lugar muy especial en mi corazón, chilanguita (o) mla (o).

Nunca creí ser tan afortunado. Si alguna vez me hubiera imaginado que yo (y perdón por mi superego), un humilde roedor de noticias callejeras, iba a ser elegido para recibir una cátedra de "integridad moral", de un "lector" también enmascarado no estaría ahora contestando tan irresistible diálogo de paz y reconciliación entre colegas. Ya lo habría hecho, sin necesidad de un fax sin remitente, sin contacto para comunicarme contigo personalmente y contestar, de máscara a capucha, tan "profundas" reflexiones.

Me enorgullece que tan honorable y desconocida persona me haya seguido desde el inicio de InfoCHANNEL (y debo admirar tu estómago para no volverlo cada vez que, como dices, terminas incontinentemente decepcionado). Sin duda, se ve que conoces muy bien mis pasos y mis letras. Pero debo recordarte que dentro de las páginas de este semanario han entrado innumerables veces diversa información y opiniones (entre ellas, las mías) sobre problemáticas nacionales (y desde luego también las del sureste del país). Así que, para empezar, desde tus primeras líneas tus palabras no son muy certeras que digamos.

Rollos más y rollos menos, combatiente de la "integridad moral" que te conviene enabolar (¿ya te resignaste al IVA y a la dupla PRI-PAN en el sureste?) me pregunto cuál es el cambio positivo que he de hacer para que tú y la comunidad informática, que tomas como justificación, estén orgullosos. Pero debo advertirte que no quiero su orgullo, pues no estoy en ninguna selección, ni concurso para mister ratón o super líder de opinión. Eso lo dejo para otros roedores, más dientones y coludos.

Tampoco soy un caricaturista (ahí está el maestro Cheyck), ni pretendo serlo. Sólo quiero cumplir con mi trabajo de llamar la atención sobre hechos ni profundos, ni estratégicos, ni medianamente importantes dentro de la industria. Mi material son personas (líderes y desconocidos), hechos y acciones que podrán, en su conjunto, describir una "comunidad" llena de protagonismos, de príncipes y princesas, pero también de ciudadanos que viven y sufren los vaivenes de este país. Es así como a veces, querida (o) Cristina (o), lo superficial nos puede llevar a un pozo muy profundo y "revuelto". Ahora que si lo que pretendes es aprender algo de la comedia humana, te recomiendo a la mortal pluma de un tal Honorato de Balzac.

Admito que a veces nadamos en las superficialidades de una industria que le encantan los chapoteaderos y las lentejuelas. Pero para profundidades, ahí están los buzos de InfoCHANNEL que, en otros espacios, bregan contra tanto deslumbramiento y sinrazón. Ahora que si quieres una sección con los residuos de los boletines de prensa, busca en el reino de la fantasía.

PD. Por cierto, si sólo querías platicar, ¿por qué no me llamaste? Con un buen pedazo de queso (de ese de bola tan rico que venden en Chetumal), podríamos elucubrar sobre lo que quieras. Quizá hasta me convanzas de lo que entiendes por "calidad" (¿por qué las comillas?) y yo te haga reír un poco con tanta superficialidad; pero no te me vayas a ahogar con el plomo en tus letras si te llevo al "fondo" sin importar la "forma".

Una última pregunta: ¿por qué pides profundidad, conocer la naturaleza humana y ver retratada tanta comedia si lo que pretendes, cuando me lees, es relajarte? ¿O será que me lees con el conocido temor de ser personaje de mis historias y una de ellas no te gustó? Relájate, no necesitas escribir tanto rollo inútil y grotesco para refrescarme. ¡Vaya sentido del humor, carnal!

Divertidamente,  
El vago y muerto de hambre  
Ratón Enmascarado

# El ratón ENMASCARADO



*'Ira hijo, si no la hago en la industria, la hago en el Atayde broders*

Los amantes de lo ajeno volvieron a hacer de las suyas. Ahora tocó el turno a la sucursal de MPS en Hermosillo. Resulta que el fin de semana pasado fueron invadidos sus bodegas por ratas, pero no mis colegas, sino rateros, conejos o como quiera llamarles; pero eso sí, profesionales. El monto total del robo se desconoce, pero lo que sí supe es que el equipo voló con todo y camioneta. Y eso no es todo. Hace apenas un mes Computec vivió algo parecido en la carretera a Puebla, cuando un trailer se encaminaba a surtir a uno de los mayoristas con sucursal en la capital del mole. El camión fue interceptado y las cosas llegaron a mayores porque no sólo se conformaron con robar el equipo, sino además el chofer resultó seriamente lastimado en el atraco. ¿De qué se trata? Corre el rumor de que ya pasaron por lo mismo Digital, Merisel, HP y, ¿cuántos más?

La empresa Premio dirigida por la ejecutiva de los Kilates, Olga Oro, se adjudicó una cuenta más al bolsillo. Se trata de Adobe Systems, que después de dos meses de pensarlo dio el sí rotundo a la directiva. A la fecha ya suman cinco clientes, una de cal por otra de arena ¿no?

Rocío Loyola, directora de Vector Graphics en México está muy enojada con Reed Exhibition por un "pequeño" robo que sufrió durante Comdex Compexpo. Resulta que fuera del tiempo de exhibición, cuando se suponía que los stands estaban sellados, por arte de magia Vector Graphics perdió una cámara handy-Cam con valor de \$1,000 dólares. La empresa lo hizo saber a los organizadores, particularmente a David Lee, presidente de Reed Exhibition en México, según, el "señor" estaba muy ocupado y no pudo responder la llamada. Después de un mes recibieron respuesta de Manuel Ruiz Mendoza, quien, "de muy mal modo", le hizo entender a Loyola que no se podían hacer responsables de ese robo, ni de los sufridos por otras compañías, como Digital, Merisel y Panasonic. Y si ya no se puede hacer algo, pues ni modo, pero ahí está para la historia, ya que, como me dijo Estrella López, gerente de la empresa atracada, es cuestionable tratar con "empresas que presumen de muy serias y responsables, cuando en realidad son buenos para cobrar (y bastante caro!) y en cambio no son capaces de dar respuesta a un problema del cual son responsables directos". ¡Orale, esto sí que duele.

¿Se acuerda del famoso cuadrangular entre Microsoft, Newtec, Redes de Micros y la prensa? Pues los resultados fueron los siguientes: Primer lugar, Newtec; Segundo, Redes de Micros; tercero, la Prensa y Cuarto, por rajones, Microsoft. Aunque los ventaneros se justificaron al decir que tenían otro partido ese mismo día contra HP, pero a ése tampoco asistieron. Un largo UIEEEEEEEEEROS.

Mientras el Natas pone los pelos de punta a los dueños de las computadoras que contamina, su paternidad está en discusión. Según los de MicroAsist, y así lo consignó el Excelsior, el mero creador del terrible virus es James Gentile, mientras que nuestra columnista Judith Pérez jura y perjura que en una conferencia de prensa en las instalaciones de Sun Microsystems les presentaron al papá del Natas y se llama Dan Farmer que, en realidad es el creador del Satán. ●

## DIRECTOR GENERAL

Marco A. Maytorena

## DIRECTOR EDITORIAL

Aquiles Cantarell

## CONSEJO EDITORIAL

Dario Celis, Aquiles Cantarell

y Marco A. Maytorena

## REPORTEROS

Adriana Arriaga Alanís

Fernando Reyes Barríos

## JEFE DE REDACCIÓN

Leticia Zamora

## JEFE DE DISEÑO

Beto Taffoya García

## FOTOGRAFÍA

Rocio Magaña

## TRADUCCIÓN

Ramón Blas Cota

## COLUMNISTAS

Dario Celis, Juan Carreón,

Judith Pérez Fajardo, Angel Sánchez,

Ulises Ladislao, José Antonio Ramírez,

Juan Aguilar, Rafael Luna Grajeda,

Guillermo Aguilera, Cheyck y

José Luis Díaz Marín

## COLABORADORES

Sandra Plata, Fernando García,

Gerardo Moncada y Ernesto Cano.

## DIRECTOR DE PRODUCCIÓN

Joel Serratos Hernández

## DIRECTOR ADMINISTRATIVO

Héctor A. Salcido

## PUBLICIDAD

Daniel Camacho y Luis Arabaló

## SUSCRIPCIONES

Delia Cortés y Nydia Medina

## OFICINAS

México, D.F. Río Mixcoac No. 36,

despacho 102-A, colonia Actipan.

C.P. 03940. Tels: (5)524-2299,

(5)524-3132, fax: (5)534-9116

## IMPRESION

Mundo Color Gráfico

Calle B #8 Parque Industrial Puebla 200

Puebla, Puebla Tel.: 82 64 88

InfoCHANNEL es una publicación semanal de distribución controlada.

Su producción busca contribuir al desarrollo de la sociedad mexicana y,

en particular de la industria informática nacional, al promover el avance

de la cultura de cómputo, la cual consideramos de acción y cambio,

con identidad y valores, y con una dirección que apunta siempre hacia adelante.

Certificado de Licitud de Título

y Certificado de Licitud de

Contenido en trámite.

Registro como correspondencia

de segunda clase en trámite.

InfoCHANNEL es una publicación

semanal de High Tech Editores,

S.A. de C.V.

Tiro de 7,500 ejemplares.

Los artículos firmados por los

columnistas no reflejan

necesariamente la opinión

de los editores.

## PROHIBIDA LA REPRODUCCION

TOTAL O PARCIAL DEL

MATERIAL EDITORIAL

E INFORMACION PROPIETARIA

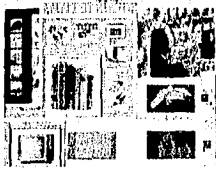
PUBLICADA EN ESTE NUMERO

SIN AUTORIZACION

POR ESCRITO DE

HIGH TECH EDITORES,

S.A. DE C.V.



¿Hasta 36 Megas en RAM?

**Fácil.**



¿Tecnología RISC?

**Fácil.**



¿Inter-operatividad y conectividad?

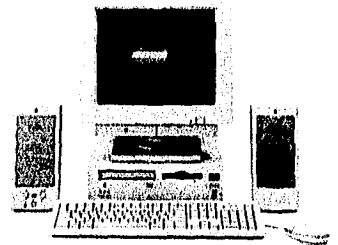
**Fácil.**



¿Optima relación precio/rendimiento?

**Fácil.**

## Macintosh Performa. Multimedia fácil para todos.



Ahora la pregunta es

¿puedo hacer lo que quiera en 3D?

Informes 202 13 80 y 202 11 95.



Apple

Hace más. Cuesta menos. Así de fácil.



\* La línea Macintosh Performa también ofrece modelos no multimedia. Apple, logo Apple y Macintosh Performa son marcas registradas de Apple Computer Inc. Los programas y artes mencionados son marcas registradas de sus propietarios. CLAVE: FAC-INFO.



MacOS



# Increíble...

Siendo la más económica,  
AcerMate es ¡la mejor!

Por si fuera poco, AcerMate es Súper Ecológica:  
al no usarse se apaga totalmente,  
no sólo el monitor sino el equipo completo,  
lo que significa menor consumo de energía.

Sin duda, AcerMate... es ¡la mejor computadora!

**Acer**   
Garantía de Poder

**AcerMate 486**  
Procesadores desde 486SX/25 hasta DX2 66  
Tecnología Chip-Up™ expandible hasta Pentium Overdrive Processor  
4 MB en RAM, expandible a 36 MB  
Memoria cache externa expandible a 256 KB  
Video VGA de Bus Local VESA, con 512 KB expandible a 1 MB  
4 Slots de expansión ISA  
Controlador de Disco Duro IDE para 2 discos y 2 floppies  
2 puertos seriales y 1 puerto paralelo Floppy de 3.5"  
Espacio para CD-ROM y Floppy de 5.25"



\* Garantía con Seguro por 3 años contra todo riesgo