

Código Cero

Revista de Novas Tecnolóxicas de Galicia - <http://www.codigocero.com>

número 10 • ABRIL/MAIO 2003

GALNIX

O PUNTO NEUTRO GALEGO
XA É UNHA REALIDADE



E-GALLAECIA

A CITA GALEGA DOS EVENTOS TECNOLÓXICOS

NOVA ECONOMÍA

A DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ACTUAL E O E-COMMERCE

BARLOVENTO

Os 75 PRIMEIROS SITIOS DE GALICIA

ESPECIAL

INVESTIGACIÓN E DESENVOLVEMENTO EN GALICIA, NO BO CAMIÑO



Presentámolle un parque onde
florece as ideas.



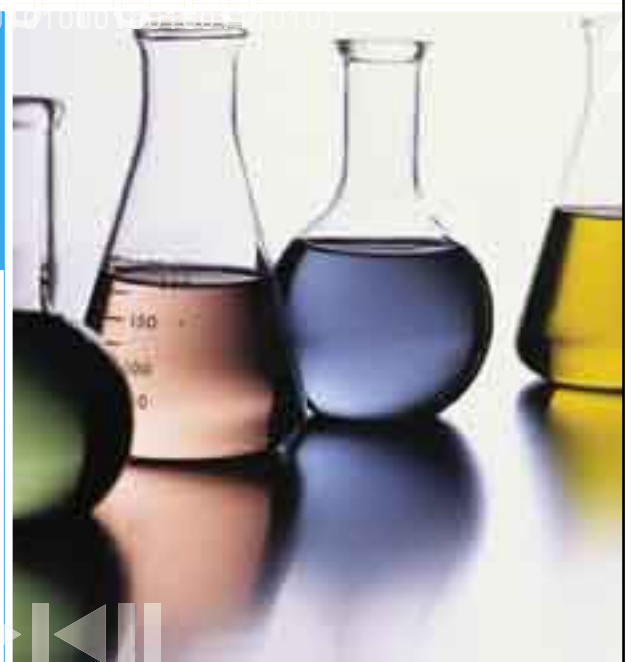
FUEL SERVICIOS CREATIVOS

1 @ @ 0 0 1
1 @ @ 0 0 + 7 / 0 0 1 0 1 0 1 1 1 0

Un parque creado para que os mellores dean o mellor de si: o **Parque Tecnolóxico e Loxístico de Vigo**. Unha nova iniciativa do Consorcio da Zona Franca especialmente deseñada para acoller a empresas e institucións de ámbitos moi diversos e de alto valor tecnolóxico. Cerca de 900.000 m² totalmente acondicionados para dar cabida a centros de I+D+i, a unha grande área de loxística e a unha selección de empresas de sectores estratéxicos como moda, aeronáutica, automoción... Agora Vigo teno todo para crecer.



1 0 1 0 1 0
1 0 1 0 1 0 0 0 @ @ @ 1 0 0 1 @ @ 0 0 1 0 1 0 1 0 0 0 0 0 1 0 1 0 1 0



Información:
Tel. 986-269700
www.zonafrancavigo.com



CONSORCIO
ZONA FRANCA
DE VIGO

STAFF

Código Cero

Revista de Novas Tecnolóxicas de Galicia

Director

Xosé María Fernández Pazos
(director@codigocero.com)

Subdirectores

Marcus Fernández
(webmaster@codigocero.com)
Carlos Ballesteros
(cballesteros@codigocero.com)

Redactor-Xefe

Carlos Lozano
(cuetorubio@yahoo.es)

Redacción

Xabier Alcalá (Telecomunicacións)
Antonio Fernández (Linux)
Damián Fernández (Linux)
Manolo Gago (Opinión)
Emiliano Gómez (Informática)
Mariano Grueiro (Mac)
David Lombardía (Nova Economía)
Sevi Martínez (Xogos)
Moncho Paz (Opinión)
Modesto Pena (Redes)
Ramón Punte (Opinión)
Víctor Salgado (Dereito)
Fernando Sarasqueta (Reportaxes)

Colaboraron neste número:

Ignacio José Otero, Honorato López, María Blanco, Alejandro Casteleiro, Alvaro M. Rodríguez, Alberto Tizón, José Carlos Pérez, Ramón Punte, David Lombardía, Manuel Gago, Moncho Paz, Sergio Pazos, Fernando Bouzas, Antonio Fernández, Xavier García, Mariano Grueiro, Emiliano Gómez, Carlos Lozano e Sevi Martínez.

Supervisión lingüística:

Paulino Novo e María Xesús Vázquez.

Fotografía:

Adolfo Enríquez Calo, Joferpa.

Edita: Grupo Código Cero Comunicación

UNINOVA. Polig. Ind. do Tambre
Vía La Cierva, s/n (recinto Mercagalia)
Código Postal: 15890 - SANTIAGO
Tel. 981 51 96 00/93 63 24
Fax. 981 55 77 00
Móbil: 690 60 71 02
http://codigocero.com
redaccion@codigocero.com

Deseño Gráfico:

eNISA. Servizos Infográficos
Rúa do Río, 30 - SANTIAGO
Teléfono: 981 554 444
correo@mundografico.net

Imprime:

Celta de Artes Gráficas, S.L.
Rúa Colón, 30 - VIGO
Teléfono: 986 81 46 00
Fax: 986 81 46 38

Número 10 (PREZO: 1€)

Abril-Maio 2003

Publicación periódica

Tirada: 50.000 exemplares

Depósito Legal: C-2301/01

I.S.S.N. (edición impresa): 1579-7546

I.S.S.N. (edición dixital): 1579-7554

NESTE NÚMERO...

Hai un dato que está fóra de toda dúbida e libre de calquera mala interpretación: Galicia está por riba da media española na presenza das súas empresas en Internet. Os datos a este respecto son alentadores, logo dunha época (aínda recente) en que a Rede pasou de ser o “bebedizo máxico” da nosa renqueante economía para converterse (por oposición) nunha especie de engano onde nada era o que parecía. Sexa como sexa, cada vez son máis as empresas que se “anuncian” nesta canle de comunicación “a rede”, unha canle que xa non é cousa duns poucos elixidos: nenos, mozos e vellos, non só especialistas do sector, saben sacarlle punta ás vantaxes que presenta.

Quixemos coñecer un pouco máis do que acontece neste país sobre I+D+i, e para iso decidimos repasar, ademais das empresas, outros sectores que viven de preto a evolución das novas tecnoloxías. Non están todos, necesitaríamos o dobre ou o triple de páxinas, pero si tentamos coñecer algúns dos máis destacados, a súa convivencia con este novo mundo, a súa situación actual e as súas perspectivas de futuro. A conclusión non pode ser máis

positiva, nalgúns sectores podemos presumir de estar á cabeza en novas tecnoloxías, aínda que noutras existen lagoas. Cun grande esforzo, fíxemos un especial no que percorremos varios deses sectores, o que nos obrigou a incrementa-la paxinación e tamén os exemplares, o que permitirá que esta edición de “Código Cero” chegue a toda Galicia. Por suposto, mantémo-las seccións habituais da revista, e por primeira vez coñecerémo-la realidade do posto en Galicia e no mundo das 75 webs galegas máis visitadas. Os datos sorprenderán a moitos. De novo agradecemos ás empresas e ós colaboradores que fan posible a saída desta revista, e esperámo-las súas propostas e comentarios no noso correo electrónico redaccion@codigocero.com.

E unha última nova. No portal activamos distintos foros nos que se analizan aspectos e novas de mac, linux, nova economía, telefonía e o hacker co regreso de Breogán. Todos eles están supervisados polos nosos colaboradores. Esperamos que esta mellora no portal teña unha boa acollida entre os nosos visitantes. Gracias e todos e deica o próximo mes.

humor por K. Bentloch e S. Covelo



-Gústame os supermercados tecnolóxicos, escolles os componentes soitos e levas un PC xusto para as túas necesidades. -Non hai que ser un xenio para montalo, ademais, mides o que gastas en cada elemento e acabas aforrando. -Demasiadas ofertas tentadoras, ¿eh?

FIRMA INVITADA

La televisión digital ya está aquí

Ignacio José Otero López, Director Xeral de Comunicación e Audiovisual

4

NOVAS

Resumo da actualidade de e-comercio e de empresas relacionadas coas novas tecnoloxías

6

REPORTAXE

Xuventude Galicia Net: suma e sigue

9

“e-gallaecia: por la puerta grande de los eventos tecnológicos

14

Conocimientos informáticos o como mejorar el curriculum

20

Galnix: O punto neutro galego xa é unha realidade

25

UNIVERSIDADE

A rede de aulas de informática da Universidade de Santiago

10

ENTREVISTA

Honorato López Isla:

“Las telecomunicaciones han sido y serán un buen negocio para Unión Fenosa”

18

NOVA ECONOMIA

La distribución Comercial actual y el E-commerce

16

In Ter net: Beneficio por investimento

17

Banca electrónica cada vez somos máis

19

A OUTRA BEIRA DA MAZÁ: MAC

WWDC 2003: a xuntanza anual de desenvolvedores de Apple

21

OPINION

As novas tecnoloxías e a xestión por competencias

21

Portátiles

22

O cliente sempre ten a culpa

22

BARLOVENTO

Os 75 primeiros de Galicia

24

PC PRÁCTICO

Partindo arquivos con Hacha Pro 3

26



La Televisión digital ya está aquí

Ignacio José Otero López
 Director Xeral de Comunicación y Audiovisual
 Consellería de Cultura,
 Comunicación Social e Turismo

**“LA INDUSTRIA GALLEGA
 DISPONE DE PRODUCTOS
 QUE LE PERMITIRÁN
 ENCONTRAR UN HUECO
 EN EL DIFÍCIL MERCADO
 INTERNACIONAL DE LAS
 TELECOMUNICACIONES”**

**“PRONTO APARECERÁN
 NUEVOS PROGRAMAS DE
 ÁMBITO NACIONAL, TRES
 AUTONÓMICOS Y CUATRO
 DE TV LOCAL, QUE SÓLO
 PODRÁN VERSE CON ESTE
 TIPO DE TECNOLOGÍA”**

En telecomunicaciones el término digital viene significando una característica tecnológica básica, diferenciada de otros sistemas, los analógicos, aportando mejoras en la fiabilidad, la calidad, la integración de servicios, pero sobre todo porque permite añadir otras funciones y aplicaciones. Digital nos resulta una palabra familiar, en los últimos 15 años hemos vivido, sin traumas, la transición entre el disco LP de vinilo y el CD óptico digital, de la telefonía móvil analógica TMA pasamos a la digital GSM, de las cintas de vídeo VHS al disco láser digital DVD y recientemente la llegada de las cámaras fotográficas y de vídeo que nos ofrecen grabaciones digitales. Las ventajas que los usuarios podemos encontrar en estos productos con la calificación de digitales están principalmente en los soportes, que ofrecen una mejor calidad de sonido e imagen, son más duraderos, pequeños, de fácil procesado, pero también en equipos terminales y reproductores que ofrecen nuevas posibilidades.

La televisión no se queda fuera de ese proceso de transformación. Hemos visto como en los últimos años las plataformas de satélite digital se introducían en los hogares, en un proceso de expansión continua que es común en los países de nuestro entorno, hasta el punto que prácticamente ha desaparecido

la programación de televisión, en los diferentes idiomas oficiales en España, en los canales analógicos de satélite. La televisión digital, que podremos reconocer por las siglas DVB (Digital Video Broadcasting, difusión de vídeo digital), ha pasado a otros medios de difusión, el cable, todos los operadores de telecomunicaciones por cable o fibra óptica, en Galicia R, tienen en sus planes la introducción de la tecnología digital DVB, pero también a la televisión tradicional que recibimos en nuestras casas con una antena convencional en UHF, denominada televisión terrenal. En todos estos casos la televisión digital, incluido el soporte DVD, tienen un punto en común, la señal está codificada sobre el estándar MPEG-2.

La televisión digital DVB, en cualquiera de sus modalidades, satélite, cable o terrenal, aporta muchas ventajas, una imagen nítida, sin ruidos ni dobles imágenes, sonido multicanal con calidad CD y una serie de servicios de datos adicionales, guías electrónicas, teletexto, subtítulos, Internet y la plataforma de servicios multimedia para el hogar MHP.

España, junto con Reino Unido y Suecia, ha sido pionera en la introducción de la televisión digital, en convertir a digital los canales analógicos existentes, en este caso con una condición impuesta, el apagón analógico que se producirá a partir de 2008, además de la concesión de nuevos canales digitales en abierto también en el medio terrenal. Es posible recibir a día de hoy en nuestros hogares, en tecnología digital terrenal, los canales nacionales TVE 1 y 2, Tele 5, Antena 3, a las que se suman dos nuevas televisiones en abierto, sólo en tecnología digital, Net TV y Veo TV, además de las televisiones autonómicas, en Galicia TVG. Pronto aparecerán nuevos programas de ámbito nacional, tres autonómicos y cuatro de televisión local, que sólo podrán verse con tecnología digital.

Por supuesto, para ver la televisión digital terrenal, que también conoceremos por las siglas TVDT ó TDT, es necesario un receptor de televisión con esta tecnología ó un receptor de tipo STB (Set Top Box), similar en tamaño a un reproductor de vídeo o DVD y que pueden convertir las señales digitales que llegan por la antena para verlas en nuestra televisión analógica de siempre. Es en el caso del equipo de sobremesa

STB donde se producirá la extensión de este servicio, ya que son productos de bajo coste, los hay desde 120 €, no requiere cambiar de televisión y la instalación es muy sencilla.

Tanto la Xunta de Galicia, a través de la Consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo, la empresa de telecomunicaciones Retegal, como la Compañía de la Radio y Televisión de Galicia, están haciendo un esfuerzo por extender la cobertura de las redes de emisores para la difusión de televisión digital terrestre, manteniendo la red autonómica en los puestos de cabeza en calidad y extensión. La cobertura de población en Galicia es más del 80 % ahora mismo, en pocos meses se superará el 90 %.

Por otra parte la industria gallega de electrónica, Televés, Italtel, Egatel o Arteixo Telecom, disponen de productos tecnológicos de TVDT lo que les permitirá buscar posiciones en el mercado de la televisión digital, tanto profesional como de consumo y encontrar un hueco en el difícil sector de las telecomunicaciones en el resto de países donde la TVDT comienza a implantarse.

Es en el ámbito de la televisión local donde encontraremos una mayor oferta de televisión digital. La tecnología digital es la única contemplada en la Ley de la Televisión Local. En los próximos meses se publicará en Plan Técnico Nacional de Televisión Local, con la previsión de disponer en cada municipio de hasta cuatro programas de televisión local, uno de ellos reservado para la gestión directa por la Administración Local. Habrá que esperar como el Plan Técnico Nacional recoge la decisión del Gobierno Gallego de que todos los ciudadanos puedan disfrutar de un servicio de televisión local.

Sin embargo en este panorama quedan algunos temas por resolver: La problemática de la desconexión local de las televisiones de ámbito autonómico; Las demandas de mayor ancho de banda de las televisiones de ámbito nacional; La planificación del proceso de apagón analógico; El reparto de las frecuencias liberadas y del fracasado proyecto Quiero TV; La problemática de la financiación de las televisiones; Los límites accionariales en la participación de sociedades; La posibilidad de privatización de las televisiones públicas; El mantenimiento de los principios básicos en el nuevo modelo de televisión, dónde debe primar, dentro de la pluralidad informativa, una oferta variada y la libertad de expresión, el respeto de los derechos básicos de los telespectadores, los derechos del menor, los límites a la difusión de publicidad y las singularidades culturales de cada región.

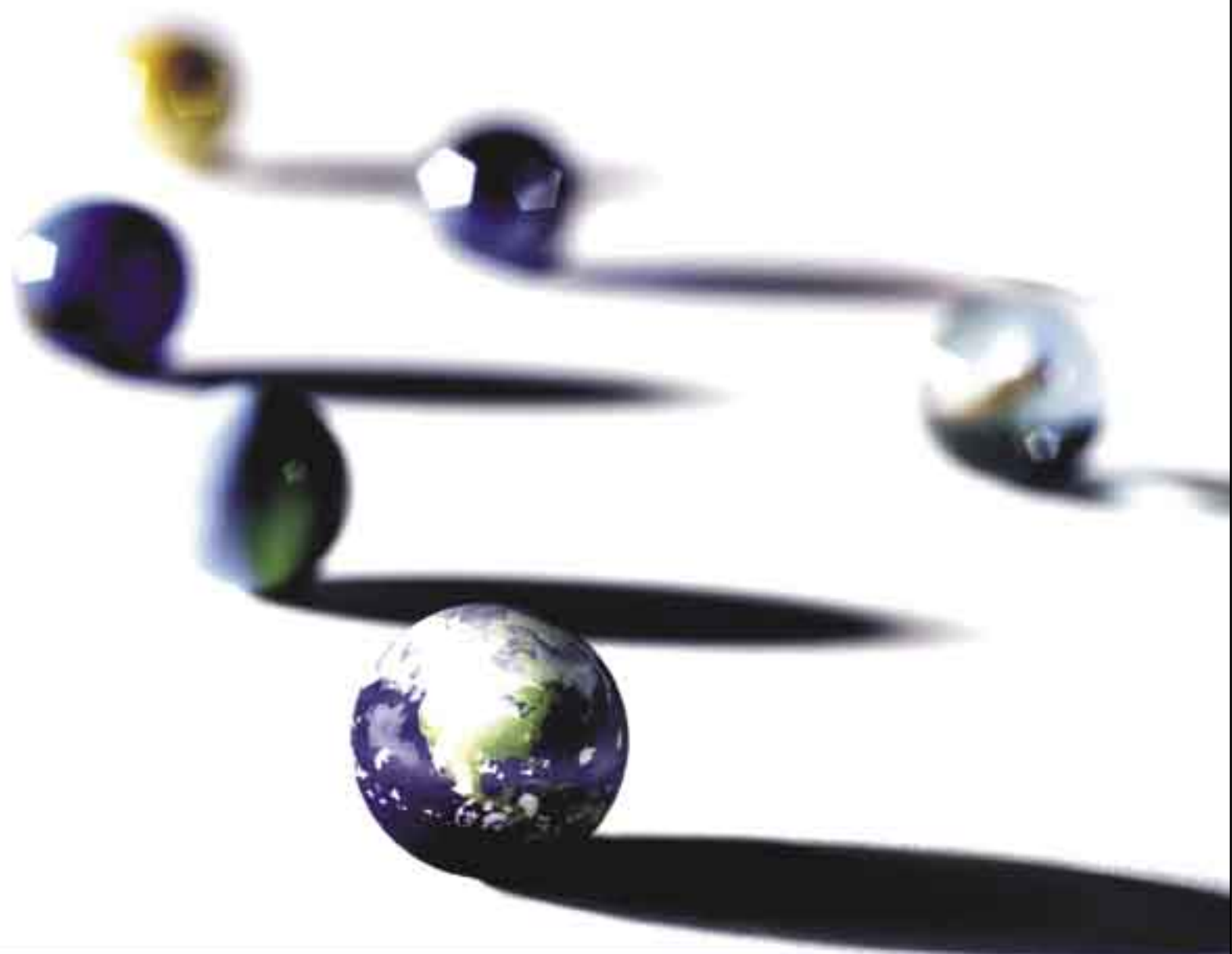
Pronto tendremos oportunidad de conocer y valorar el modelo de Ley Audiovisual que tendrá que dar respuesta a estos temas, entre otros, proyecto que el Gobierno trata de modelar y que deberá sentar los cimientos de la televisión del mañana.





SOFTGAL

consultoría
integración de sistemas
software factory
infraestructuras TIC



A Coruña

Santiago de Compostela

Vigo

Madrid

Lisboa



A firma galega Inditex foi galardoada co Premio Tecnet 2003, pola súa posición de "empresa exemplar nos seus desenvolvementos de innovación e tecnoloxía, destacando a capacidade para deseñar, producir, xestionar e distribuír nas súas tendas 20.000 modelos de roupa novos cada ano". Estas condecoracións foron promovidas pola revista "La Guía de las Nuevas Tecnologías" co patrocinio do "Ministerio de Ciencia y Tecnología".



La empresa gallega de productos y servicios de telecomunicación Televés S.A. acaba de obtener una nueva patente europea, en este caso por un sistema de conexión que permite un alto blindaje radioeléctrico, que evita la presencia de interferencias que degraden la señal y que presenta al mismo tiempo una gran facilidad de montaje.

Esta es la tercera patente europea que logra esta firma en los distintos campos de investigación y desarrollo de productos y sistemas de la empresa. La primera fue concedida a una antena impresa para recepción de señales de televisión y la segunda a un sistema de distribución de televisión por satélite.

XORNAL.COM VOLVEU A TER BENEFICIOS NO 2002

Xornal Galinet, SA, a empresa editora do primeiro diario electrónico de Galicia, Xornal.com, volveu á senda dos beneficios o peche do exercicio 2002, segundo o avance de contas que presentará a compañía o Rexistro Mercantil de A Coruña. O consello de administración ten previsto propoñer á xunta de accionistas que destiñe a reservas os resultados (1.207,13 euros, antes de impostos). A facturación superou os 134.000 euros, algo máis de 22 millóns de pesetas.



O accionariado de Xornal incorporouse no ano 2000 o Grupo San José, que ademais das empresas constructoras que operan por todo o mundo ten investimentos en sectores como a comunicación, os servizos e a industria. Este grupo, do que é presidente o empresario galego Jacinto Rey, adquiriu a mediados do pasado ano o 25% das accións de Xornal, con cal veu a cubri-la baixa, como socio, do periodista Bieito Rubido. O accionista maioritario de Xornal é o periodista galego Xosé Luis Gómez, apoiado no consello por un grupo de profesionais da economía e as telecomunicacións, así como polo tamén xornalista Antonio Sangiao, que exerce a dirección de Xornal.com e de Xornal Depor.

Neste ano o acceso a Internet no rural cubrirá o 86 por cento do territorio



A substitución da telefonía TRAC por liñas tecnolóxicas que permitan o acceso ós servizos avanzados de telecomunicacións, entre eles Internet e fax, alcanzará, en decembro deste ano, o 86 % da cobertura do territorio galego; o 14 % restante será cuberto ó longo de 2004. Esta actuación, que se encadra no Plan Galicia, suporá un investimento de 152'5 millóns € sobre un total de 475 millóns para toda España, e será financiada con fondos comunitarios e do Ministerio de Ciencia e Tecnoloxía.

A tecnoloxía a empregar na substitución serán o caboe os sistemas LMDS, GPRS e vía satélite. Os contactos entre a Consellería de Innovación e o Ministerio de Ciencia e Tecnoloxía permiten a extensión gradual das novas opcións a tódolos municipios galegos, a medida que se vaia alcanzado a cobertura. Así, irase publicando a listaxe dos municipios nos que se pode solicita-la substitución das liñas TRAC dos usuarios. Neste sentido, existe o compromiso de proceder a esta substitución nun prazo de 60 días desde o momento en que os usuarios o pidan; para o resto, a substitución irase producindo entre 2005 e 2006.

Del 26 al 28 de Septiembre 2003

SAT SALON ATLANTICO NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA TELECOMUNICACION

Hardware, Software, Redes, Sistemas de Transmisión, Electrónica, Componentes, Imagen Digital, Domótica, Programación, Internet, Comercio Electrónico, Multimedia, E-Learning, Hosting, Gestión de Contenidos, Linux, Banda Ancha, Portales, Consultoría, Wi-Fi, Voz sobre IP...

www.salonsatt.com

ORGANIZA **GALATA**

Misericordia, 1 Oficinas - 36202 VIGO - España - E-mail: salonsatt@salonsatt.com
Tel.: + 34 986 223 308 - Fax: + 34 986 221 408

Ascende 2,9 puntos o uso de Internet na última ondada do EGM

O número de usuarios de Internet ascendeu 2,9 puntos segundo a última ondada do "Estudio General de Medios (EGM)" de febreiro-marzo de 2003, e se coloca nun 25,5 por cento da poboación, o que supón a maior suba de internautas rexistrada no noso país nos últimos dous anos.

Segundo este dato do EGM o número de usuarios de Internet na anterior ondada correspondente a outubro-novembro de 2002, foi dun 22,6 por cento.

Outros datos ofrecidos polo EGM engaden que, por sexo, mantéñense como usuarios maioritarios os homes, cun 59,5 por cento, unha porcentaxe que aumenta respecto á anterior ondada (56,7 por cento).

Respecto o perfil por clase social do total de usuarios, un 44 por cento son de clase media (45,8 na ondada anterior); un 28,4 por cento de clase media alta (25); un 13,5 por cento de clase media baixa (15,5) e un 11,9 por cento de clase alta (12,1).

Por idades, o 29,8 por cento ten entre 25 e 34 anos (33,4 na ondada anterior); un 18,2 ten entre 14 e 19 anos (16,9); un 18,1 por cento ten de 20 a 24 anos (19,1); un 18,7 por cento ten de 35 a 44 anos (17,9) e un 11,3 por cento son de 55 a 64 anos.

Os sitios de Internet máis visitados son Yahoo e Terra. Desde co fogar usou na última ondada Internet un 61,1 por cento e desde o traballo un 14,1 por cento.



Crece el parque Tecnológico de Vigo

En el Parque Tecnológico y Logístico de Vigo se instalarán un total de 77 empresas donde trabajarán 3.500 personas, ya que el comité ejecutivo del Consorcio de la Zona Franca ha seleccionado ya los proyectos empresariales que ocuparán los 81.600 metros cuadrados de la zona empresarial y los 51.660 metros cuadrados del área logística. Su apertura eliminará del tráfico diario de Vigo seis mil camiones.

La expectativa ante la oferta de nuevo suelo empresarial ha determinado a 42 empresas a solicitar su instalación y de éstas han sido seleccionadas 14 centradas en la industria auxiliar de la automoción, en el naval, en el sector metalúrgico, en los ascensores, fabricación de fachadas, y de componentes hidráulicos, entre otros. Entre todas emplearán a 1.300 personas de las que más de 400 serán de nueva creación. Entre todas facturan un total de 120 millones de euros al año.



USC entregou unha serie dixitalizada dos seus fondos antigos para a futura Biblioteca da Cidade da Cultura

O rector da Universidade de Santiago, Senén Barro, fixo entregou ó conselleiro de Cultura, Comunicación Social e Turismo, Xesús Pérez Varela, unha serie de fondos bibliográficos dixitalizados para a futura Biblioteca da Cidade da Cultura de Galicia. Este traballo xurdiu dun convenio asinado o pasado mes de maio polo que a Universidade de Santiago se comprometía a dixitalizar impresos de autor ou temática galega dos séculos XVI, XVII, XVIII e XIX e unha selección de manuscritos galegos do fondo histórico conservado na súa Biblioteca Xeral. O importe deste proxecto ascendeu a 150.253 euros. Desde xeito, procedeuse á dixitalización de 69 manuscritos, 37 obras publicadas no século XVI, 137 obras do século XVII e 422 obras do século XVIII. Estes fondos organizanse en tres bloques diferenciados como son os fondos patrimoniais da USC, obras de personalidades eminentes de Galicia e abundante documentación eclesíastica. A dixitalización permitirá non só conservalos en bo estado, senón tamén a súa utilización e difusión por medio das novas tecnoloxías na futura Biblioteca da Cidade da Cultura. Nesta liña de traballo, a Fundación Cidade da Cultura continuará co proceso de dixitalización da colección histórica da Biblioteca Universitaria de Santiago, incluíndo monografías do Catálogo de Galicia do século XIX e publicacións periódicas. Para elo, asinarase en breve un novo convenio de colaboración.

70 profesionais do audiovisual galego aspiran ós premios Mestre Mateo

O sector audiovisual galego ferve de actividade e expectativa. En poucos días (o 7 de xuño) procederase a entrega dos premios Mestre Mateo 2002, no Pazo de Congresos de Santiago, que implican directamente (potenciais destinatarios dos galardóns) a 70 profesionais e 33 producións. Algúns deles coñecidos por moitos dos lectores, como Miguel de Lira, Pepo Suevos, Luís Tosar, Antonio Durán "Morris", Marcos Orsi, Nekane Fernández, Mabel Rivera, Belén Constela e María Bouzas. Todos eles nonimados como actores e actrices principais. Por certo que días antes, o 31 de maio, ás 11h, o mesmo escenario compostelán acollerá a elección da xunta directiva que rexerá a Academia Galega do Audiovisual durante os tres próximos anos. Hai dúas candidaturas: a do produtor, director xeral de Dygra, Manolo Gómez e a da actriz María Bouzas.

Tamén ós premios Mestre Mateo hai que destacar outra nominación á mellor produccion multimedia. Trátase de "El Templo", a primeira aventura gráfica interactiva en 3D realizada en Galicia. Realizada por Interacción, empresa líder en comunicación interactiva, supóns un intento por xerar en Galicia contido interactivo de calidade.

Por certo a páxina web Galicia360, Un viaje virtual por Galicia, está nomeada á mellor produccion multimedia nos premios do audiovisual galego Mestre Mateo 2002.

A Academia Galega do Audiovisual presenta estes premios nos que se recoñecen as labores dos realizadores de producións en diversos medios, como o televisivo ou o cinematográfico, entre os que tamén resalta a curtametraxe Taxia de Dygra Films



Galicia contará con prioridade no plan elaborado por Telefónica para substituí-la tecnoloxía TRAC por outra que permita, ademais das habituais chamadas, o acceso a Internet, polo que se espera que en decembro deste ano este substituído o 86 por cento destas liñas.

O programa Internet Segura promovido pola "Fundació Catalana per a la Recerca" e a Comisión Europea co apoio do Ministerio de Ciencia e Tecnoloxía iniciou o seu funcionamento en España e outros seis países europeos. O programa pon de manifesto que o 41% dos nenos europeos de 8 a 14 anos se queixa dos contidos nocivos na Internet, que atopan accidentalmente mentres buscan as súas webs favoritas, polo que a preocupación entre educadores e familias é máis que patente. Así, Internet Segura quere fomentar un uso máis seguro da Internet entre nenos e adolescentes intentando sensibilizar e previr.

Unha web (dentro de GalizaLivre.org) está a reivindicar a galegidade de Verónica Codessal, que se presenta ó festival de Eurovisión dentro da candidatura belga dentro da formación Urban Trad. Verónica tamén exerce de pandereteira no grupo Ialma. Dende a páxina pídesse que os galegos se identifiquen coa candidata, filla de emigrantes lugueses en Bruxelas, a apoien para que resulte triunfadora o vindeiro 24 de maio en Riga (Letonia). Esta iniciativa é un expoñente de cómo se sinte representado nacionalmente cada un, xa que haberá quen prefira apoiar a candidatura española ou portuguesa, mentres que outros preferirán a unha persoa con raíces galegas.

A Consellería de Innovación y la Fundación Empresa Universidade Galega (Feuga) preparan una conferencia internacional de tecnoloxías de la información y la comunicación (TIC), que se desenvolverá en el mes de octubre en el pazo de Congresos. Estas jornadas, de carácter marcado profesional y empresarial, están encaminadas a divulgar entre los sectores económico y social las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial gallego, convirtiéndose en el foro principal del sector.



O Colexio de Cardeais da Santa Sede elixiu como santo patrón da Internet ó sacerdote italiano Santiago Alberione,

considerado como un auténtico profeta e apóstolo das comunicacións. Alberione pretendeu empregar os medios de comunicación na labor evangelizadora mediante a impresión de libros, xornais e revistas dende 1914. Fundou a congregación dos padres Paulinos e das irmás Paulinas, Pastorciñas e Pias Discípulas do Divino Mestre, que empregan os medios modernos de comunicación para dar continuidade á tarefa de Santiago Alberione, agora patrón da Internet.



La Universidad de Santiago lidera la creación de Uniemprende a nivel nacional

El programa Uniemprende de la Universidad de Santiago, cuyo objetivo es apoyar a los emprendedores universitarios con ideas innovadoras, susceptibles en convertirse en proyectos empresariales a corto y medio plazo, aspira a convertirse en modelo de un proyecto similar a escala nacional.

Este sería el primer paso para trasladar la iniciativa pionera de la Universidad de Santiago hasta el ámbito europeo, ya que también las instituciones académicas de distintos países comunitarios están interesadas en establecer iniciativas basadas en el modelo compostelano para la transferencia de conocimientos y la generación de empleo.

Por otra parte, la Universidad de Santiago, a través de su programa Uniemprende, premiará con 600 euros a seis miembros de la comunidad universitaria con ideas emprendedoras, que presenten proyectos empresariales innovadores.

El plazo para la presentación de las iniciativas susceptibles de convertirse en empresas y ser premiadas en este concurso termina el próximo 30 de mayo. Podrán presentarse estudiantes, doctorandos e investigadores en general en todas las áreas del conocimiento de la USC, tanto en el campus de Santiago como en el de Lugo.

World Wide Web cumplió diez años desde a súa apertura pública

A rede World Wide Web cumpliu hoxe o seu décimo aniversario desde que fora posta a disposición do público por parte do Centro Europeo para a Investigación Nuclear (CERN).

Dez anos desde que o CERN, con sede en Xenebra, anunciou o acceso libre a esta rede telemática, coñecida en internet polas siglas www e que permite a navegación virtual.

Co paso dos anos, a World Wide Web expandiuse polo mundo asociando o hipertexto e internet para facilitar o acceso e a utilización da rede o público.

A idea da rede remontase a marzo de 1989, cando o enxeñeiro informático do CERN, Tim Berners Lee, "propuxo un sistema de xestión descentralizado da información" destinado á comunidade de físicos.

Nesta experiencia colaboraron varios centos de científicos de todo o mundo, que estaban listos e desexosos de acoller unha nova maneira de intercambiar información a través da rede internet.

A finais de 1990, a idea de Berners Lee converteuse na World Wide Web e os seus primeiros servidores e navegadores funcionaron no CERN.

O ano seguinte, a rede estendeuse do seu laboratorio de física de partículas a diversos países do mundo.

En base a esta nova concepción, os programadores desenvolveron cada vez máis mellores navegadores, aínda que limitados ós sistemas informáticos utilizados polos científicos.

Trala declaración do CERN do 30 de abril de 1993 fixéron a súa aparición nos ordenadores persoais navegadores informáticos máis simples e fáciles de instalar.

En novembro daquel ano, a estadounidense "National Center for Supercomputing Applications" lanzou oficialmente o primeiro navegador que permitiu o acceso do gran público á rede.



EMC y Softgal firman un acuerdo de distribución

Softgal, grupo tecnológico líder en el sector de las telecomunicaciones, con destacada implantación en el mercado gallego y portugués, y EMC, líder en sistemas, software y servicios de almacenamiento, han firmado un acuerdo global por el que Softgal se convierte en revendedor de los sistemas y software de EMC. Este acuerdo se engloba en la estrategia de canal que EMC anunció a finales del año pasado y que implica realizar la mayor parte de su negocio con el canal o a través del canal. Además, supone una importante baza para la expansión de las soluciones de EMC en los mercados de Galicia y Portugal, en los que Softgal cuenta con una sólida presencia. Entre los clientes de Softgal se encuentran importantes empresas e instituciones como Caixa Galicia, Coren, Xunta de Galicia, La Voz de Galicia.

Este acuerdo permitirá a Softgal distribuir las soluciones para el almacenamiento automatizado en red líderes del mercado al tiempo que la compañía gallega se compromete a formar a un equipo de profesionales en el área comercial y técnica con el objetivo de ofrecer a sus clientes las mejores soluciones de EMC. Mediante este contrato, EMC pasa a ser el primer partner de Softgal en soluciones de almacenamiento.

Nueva etapa de la firma viguesa FractalWork

La firma consultora de nuevas tecnologías y telecomunicaciones de Vigo cesará en unos meses de dedicarse en su totalidad a sus funciones de consultoría e implementación de sistemas, seguridad y redes.

El nuevo rumbo que adoptará esta compañía dentro de unos meses será el de la Investigación y Desarrollo, aunque en un principio no piensan en la comercialización directa de sus productos.

Este proyecto de emprendedores gallegos con capital 100% propio empezará con el desarrollo de un sistema que aseguran que revolucionará el concepto de la integración de hardware y software para entornos corporativos. Haciendo especial hincapie en costes, escalabilidad, adaptabilidad y facilidad de uso.

Según palabras del nuevo director de expansión y negocio, "Consideramos que en esta nueva sociedad del conocimiento, la innovación tomará una relevancia como nunca tuvo hasta la fecha".

También comentan que no quieren estancarse en el desarrollo de un único proyecto y un único sector a dónde aplicar dichas innovaciones. Sus futuros proyectos abarcan desde facilitar la accesibilidad a la tecnología a incapacitados hasta la aplicación de nuevas técnicas a los métodos tradicionales de marketing.



REDACCIÓN

O venres pola tarde, o recinto da XGN (o Pazo de Congressos e Exposicións de Galicia) xa fervía de visitantes, inscritos _concentrados na zona intranet_ e non inscritos, atarefados estes moi seriamente en manexar a gran cantidade de consolas de xogos e ordenadores postos á súa disposición por organización e patrocinadores, e tamén por coida-las cabezas (pero non había ningún perigo) do dirixible de grandes dimensións que, voando a ras de teito, deixaba claro antes que calquera outra comprobación que isto, a xuntanza, versaba sobre novas tecnoloxías. E sobre mocidade (foron unhas 15.000 persoas as que pasaron por alí). Porque xóvenes houbo dabondo, nesta zona de "libre acceso" da que estamos a falar, interesados nas posibilidades que as Xbox, Game Cube, Game Boy e PlayStation 2 lles ofrecían. A parte dos stands dos patrocinadores onde se lles informaba polo miúdo (a eles e tamén os de máis idade, clientes reais ou potenciais) dos produtos e avances particulares en materia de TICs, tamén se habilitou o xa famoso Museo Baleiro, un recinto desenvolvido pola Escola Superior de Inxeñeiros de Camiños da Universidade da Coruña (iniciativa da devandita consellería) onde o visitante se atopaba coa primeira sorpresa de que o escenario baleiro non era tal. É dicir, non o estaba en canto se facía uso dun equipo constituído por ordenador portátil e lentes de realidade virtual. A segunda sorpresa foi a seguinte: que era un espazo en tres dimensións, revertinte de detalles que contribuían a incrementar a sensación de (mellorada) realidade. Por certo que este recinto formará parte da Cidade da Cultura en Santiago. Polo que respecta á zona de "acceso restrinxido", ou sexa, o espazo reservado para os 1.500 participantes (razón de ser deste singular encontro, e centro neurálxico do mesmo), calificados de "cerebriños informáticos" por algún medio de comunicación, dicir que os redactores de Código Cero tivemos o privilexio de aventurarnos un ano máis neste "pacífico" e máis ou menos relaxado campo de batallas virtuais. O venres polo serán, malia que aínda estaba a chegar algún participante rezagado co seu inevitable carriño da compra (e dentro, o equipo informático de rigor), xa estaba todo perfectamente operativo, coa novidade de que para este ano a organización (des)instaloulles unha rede inarámica de conexión a Internet que reportou variadas vantaxes: un meirande aproveitamento do espazo e a posibilidade de abandonar o recinto pechado e acceder á Rede dende os aledaños do pazo de congresos. Aquí, no interior, un equipo de pantallas de grandes dimensións orientaba ós presentes sobre as distintas actividades (xogos, conferencias, concursos). Ante a previsión de permanecer unhas 50 horas operativos, foron moitos os que fixeron acopio de bebidas e comidas enerxéticas. E tamén de obxectos familiares (bonecos, pezas decorativas) que contribuíron a facer máis habitable o espazo pechado. A organización coidouse de proporcionarlles transporte desde os seus lugares de orixe (desde as cidades máis importantes de Galicia

e algunha do territorio nacional) e aloxamento. De tódolos xeitos, cóstanos que nalgúns casos prescindíuse de razoables comodidades para optar por facer xornada cuasi completa na liña de vanguardia, ou sexa, perante o "gran amigo", o ordenador.

Xuventude Galicia Net: suma e sigue



PROBAS DE CREATIVIDADE

A organización de XGN considera que o fomento da creatividade e a imaxinación, aínda que finalmente non se conseguise ir alén destes días en que dura a xuntanza, é un factor de innegable importancia. De aí que, paralelamente ós certames de xogos se desenvolvesen outros concursos de menor intensidade adrenalínica. Por exemplo o deseño gráfico en tres dimensións, que os responsables do evento consideran unha adicación con posibilidades posto que xa non só se aplica en eidos como o da construción de edificios, senón tamén para proxectar modelos humanos ou automóviles (prototipos). Ou o Vídeo XGN, certame que xurdiu do natural interese de moitos dos asistentes polo audiovisual: incluso se permite a utilización dunha cámara web (hai quen di que plantexa moitas posibilidades creativas). Na mesma liña se encadra a sección Foto XGN: premiouse a aquel usuario de cámara dixital que "captase o espírito de XGN, ó tempo que resultase orixinal". Nunha órbita completamente distinta se moveu o concurso Case-Mod, no que se recoñeceu a todo aquel informático ou afeccionado que, partindo do concepto de que a típica caixa do CPU cor crema forma que todos coñecemos, se atrevese a conquistar un deseño nunca antes visto e que, a maiores, resulte atractivo de ver (e nesta cuarta edición os houbo, auténticas esculturas sobre carcacas "moldeables"). Tamén houbo apartados Deseño Web e Descubre Santiago: o primeiro apenas necesita explicación (facer unha páxina web da asociación xuvenil presentada pola organización e coa que máis se sinta identificado o participante) e o segundo consistiu en facer fotografías orixinais e creativas da cidade compostelá. Para isto, transportouse ós participantes pola cidade coa fin da dár renda solta a unhas habilidades que, coma o valor noutras institucións ben coñecidas, se lles supoñían.



A última hora do terceiro día de actividades, Xuventude Galicia Net, o encontro informático por excelencia do noso país (celebrado en Compostela), xa recibira unhas 15.000 visitas. Cifra que constitúe en si mesma un verdadeiro record, aparte de calquera outro balance de éxitos desta cuarta edición da XGN, méritos que (aínda que moleste ós críticos cara este tipo de eventos) os houbo, e en grandes cantidades. Sobre todo no que se refire ós concursos e as conferencias, é dicir, a tódolos asuntos que atinxen ó aspecto máis formativo da xuntanza. Igualmente, a Consellería de Familia (organizadora) aproveitou a ocasión para dar a coñecer avances tecnolóxicos como o Museo Baleiro ou para instalar (o máis correcto sería dicir "desinstalar") na zona de participantes inscritos unha rede de acceso a Internet que non ocupa lugar: inarámica. O encontro foi inaugurado por Fernando Romay e o xornalista Quim Llorca.



O cambio máis profundo que carrexan as Tecnoloxías da Información e Comunicacions é que o estudante pode planificar seu camiño de aprendizaxe de maneira máis independente. O espacio e o tempo non limitarán máis o proceso de aprendizaxe, o profesor pasará a ser un recurso máis entre outros. A interacción entre profesores e estudantes manterase como fundamental para o estudante que queira adquirir as destrezas necesarias para xestionar a inmensa cantidade de datos dispoñible. Este coñecemento será esencial para un desenvolvemento intelectual e para mante-la aprendizaxe ó longo da vida.

A rede de aulas de informática da Universidade de Santiago de Compostela

Coordinación do artigo:

Área de Tecnoloxías da Información e Comunicacions da USC.

Autoría do artigo: Enrique Hortas, Coordinador da Rede de Aulas de Informática da USC, e Director da Aula de Informática do Campus de Santiago.

quico.hortas@rai.usc.es

<http://www.rai.usc.es/OmeucampUSC/>

Tirado do documento da CRE(Conferencia de Rectores Europeos) Restructuring the University: Universities and Challenge of New Technologies, de novembro de 1996.

Un pouco de historia

No ano 1986 escoitouse por primeira vez o concepto Aula de Informática na Universidade de Santiago de Compostela. Daquela creábase un espazo no Pavillón de Servicios, primeira sede da Aula de Informática do Campus de Santiago, cuns cantos ordenadores persoais, marca Brétema, cun fin fundamental: a formación da comunidade universitaria. Eran os tempos do MS-DOS, WordStar e dBase II,...

Nestes 17 anos choveu moito e os cambios foron precipitándose a unha velocidade de vertixe propia de todo aquilo que atinxe ás novas tecnoloxías. En 1990 distintas materias dos planos de estudio de carreiras como Matemáticas, Físicas ou Químicas esixen o uso de infraestructuras informáticas e desta maneira créanse as primeiras Aulas de Informática de Centros. Nos anos seguintes as aulas de informática vanse incorporando pouco a pouco nas distintas facultades e escolas universitarias ata chegar ó ano 2001. A creación da Aula de Informática da Facultade de Dereito pecha o círculo e tódolos centros da USC dispoñen polo menos dunha aula de informática propia.

Nestes intres, entre o Campus de Santiago e o de Lugo, un parque de 69 aulas de informática constitúen unha importante contribución de medios para a formación dos nosos alumnos nas novas tecnoloxías. Entre todas elas semella obrigado mencionar á Facultade de CC. Económicas e Empresariais que dispón dende hai mais dun ano de 9 aulas de informática, cunha importante dotación de recursos.

O primeiro obxectivo destas aulas, e motivo do seu nacemento, sempre foi o seu uso para a docencia. Pero a evolución das novas tecnoloxías e a importancia maior que adquiren día a día na vida diaria, e polo tanto na vida universitaria, obrigounos a adaptarnos ós tempos e tentar sempre aproveitar ó máximo as infraestructuras e dar o maior servizo posible. Así empezáronse a

organizar cursos de informática nas aulas para cubrir as demandas e necesidades dos alumnos fóra da formación regradada e de xeito complementario. Ademais, a evolución das redes informáticas e das telecomunicacions, tendo a internet como o gran referente, veñen de converter a informática non só nunha ferramenta de traballo fundamental, senón na principal vía de comunicación e de difusión do coñecemento no mundo. E é así como despois de 17 anos de continua evolución e de traballo diario de adaptación ós cambios chegamos a desenvolver a nosa idea para converter as distintas aulas de informática nunha verdadeira Rede de Aulas de Informática -RAI-, coa finalidade de espremer ó máximo as novas tecnoloxías e os nosos recursos para convertela nunha rede de traballo, de estudio, de comunicación e aprendizaxe ó servizo da docencia.

O que empezara como unha clase de MS-DOS nun antigo PC é agora un complexo sistema tecnolóxico: PC's, estacións de traballo, servidores, armarios de comunicacións, impresoras, usuarios, permisos, software, servizos, aplicacións propias,...

O concepto

Na súa estrutura básica a RAI componse dunha serie de postos de traballo distribuídos nas Aulas de Informática de todos os centros da USC, ademais das Aulas de Informática xerais dos Campus de Santiago e Lugo, que están conectados entre si a través dunha rede de comunicacións propia. A esta rede engádenselle unha serie de servidores centrais e todas as aplicacións que se poñen a disposición do usuario dende cada un dos postos de traballo.

O concepto é pasar dunha concepción clásica dunha aula de informática illada en cada centro, cun uso específico e usuarios concretos, a manter esta acepción para engadirlle a máxima rendibilidade productiva. Así as infraestructuras e aplicacións da RAI están a dispor da docencia, no sentido clásico de uso para as clases nas que sexan necesarias, de forma preferente, e de dúas actividades a maiores que permiten unha explotación integral dos recursos. Por unha banda están os cursos de formación en tecnoloxías da información para a ampliación de coñecementos, e por outra o acceso de alumnos para as súas actividades académicas, aprendizaxe das ferramentas e asuntos persoais.



Unión Fenosa es una empresa orientada, desde su fundación, hacia el negocio energético, actividad en la que se ha consolidado como la tercera mayor compañía de España. Pero esta dedicación a la gestión energética no ha impedido su presencia en otros sectores estratégicos de la economía española, como el de las telecomunicaciones. Unión Fenosa acertó primero con su presencia en Airtel, y, años después, vuelve a atinar en Auna, el único operador de telecomunicación que, hoy por hoy, ofrece una alternativa completa a Telefónica en España.

REDACCIÓN
Honorato López Isla,
vicepresidente y consejero delegado de
UNIÓN FENOSA



Natural de Santa Cruz de O Bolo, una parroquia ourensana próxima a O Barco, Honorato López Isla ha sido el principal impulsor y estratega de UNIÓN FENOSA en su apuesta por los mercados de la telefonía fija y móvil, el cable, la fibra óptica o internet. De su empeño nace una empresa gallega, R Cable, que en muy pocos años logra consolidarse en la vanguardia de la tecnología en la comunidad. Y también a su convicción se debe la presencia en Auna, holding que tras unos años de fuerte inversión puede entrar ya este año en beneficios. Su opinión sobre el sector es rotunda: "Las telecomunicaciones han sido y serán un buen negocio para Unión Fenosa".

Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos, López Isla desarrolla su actividad laboral en Unión Fenosa desde 1972. Primero como subdirector general de las áreas de Sistemas de Información, Telecomunicaciones y ahora con la responsabilidad de vicepresidente y consejero delegado, ha liderado el desarrollo del grupo energético en el área de los Sistemas de Información, instrumento decisivo en la transformación tecnológica de la compañía, el incremento de la productividad, y base de su futura proyección internacional. Por todo ello, y por el amor a su tierra, que se ha concretado en proyectos de desarrollo económico y tecnológico, la Asociación de Ingenieros de Telecomunicaciones de Galicia lo ha nombrado socio de honor.

“Las telecomunicaciones han sido y serán un buen negocio para Unión Fenosa”

¿Cómo y por qué una empresa eléctrica se introduce en el mundo de las telecomunicaciones de forma tan decidida como lo ha hecho Unión Fenosa?

La compañía empezó a apostar por este tipo de actividades desde el mismo instante que se produjo la fusión de Unión Eléctrica y Fenosa, en el año 1983. Unión Fenosa desarrolló entonces un programa muy potente para mejorar la gestión y el soporte en las tecnologías informáticas y de telecomunicaciones. Empezamos a desarrollar tecnología propia la necesitábamos dentro de la propia empresa. Pero, posteriormente, nos dimos cuenta de que además de ayudarnos a mejorar nuestra gestión, estos trabajos eran una oportunidad de estar presentes en el sector de la tecnología, sobre todo a partir del momento en que empezó a liberalizarse el sector energético en nuestro país.



¿Y después de todos estos años, cuál es el balance que usted hace de esta apuesta tecnológica?

Invertir en tecnología nos ha llevado a estar presentes en la telefonía fija, con Auna; en la móvil, con Amena; en las telecomunicaciones por cable, que es el futuro de la banda ancha en todo el mundo; en la televisión digital... es decir, hemos cubierto todo el espectro de posibilidades, además de todas las aportaciones que hemos realizado en el sector de la tecnología de gestión del sector energético.

La actividad de Unión Fenosa en telecomunicaciones está clara, pero ¿cuáles han sido los resultados en las tecnologías de gestión?

Nuestra amplia base de clientes y nuestra larga tradición de innovación tecnológica, nos han permitido adentrarnos en el sector con fuerza comercial y capacidad para afrontar los nuevos desarrollos. Además, hoy, los sistemas de gestión constituyen uno de los pilares básicos para el desarrollo de nuestro grupo. Hemos continuado el desarrollo y actualización de estos sistemas como eje fundamental para la mejora continua de los procesos de la empresa. Se han convertido en el soporte para modernizar y rentabilizar las nuevas empresas fruto de la expansión internacional del grupo.

Después del estallido de la burbuja tecnológica, ¿siguen siendo las telecomunicaciones un buen negocio?

Las telecomunicaciones han sido y serán un buen negocio para Unión Fenosa. Si hiciéramos el balance global desde las primeras ventas de fibra óptica hasta las plusvalías de Airtel, y lo comparamos con lo que Unión Fenosa ha invertido en las telecomunicaciones, veríamos que prácticamente hemos viajado gratis en el desarrollo del negocio.

¿Cuáles son actualmente los principales activos de Fenosa en telecomunicaciones?

Al final de este viaje nos encontramos con un 18,7% de la participación en Auna, que es una de las mayores empresas de un sector que el año pasado, a pesar de la fuerte crisis, creció un 14% en términos económicos. Es operador de cable en la Comunidad de Madrid, mediante Madritel, y en Galicia, a través de R. Además tenemos a Ufinet, que tiene la doble misión de comercializar la capacidad excedentaria de las infraestructuras de telecomunicaciones de Unión Fenosa y la de proporcionar una gama completa de los servicios de telecomunicaciones requeridos por el Grupo en cualquier lugar del mundo.

¿La presencia de Unión Fenosa en Auna es puramente financiera o es una apuesta clara de futuro como inversión estable?

Tengo que reconocer que en el sector de las telecomunicaciones, actualmente nuestros intereses se concentran en Auna, que es el único operador integrado de telecomunicaciones que compite con el dominante, Telefónica. Estamos



muy contentos de la gestión que se está haciendo en Auna porque no sólo se está cumpliendo el plan de negocio aprobado por los socios, sino que incluso se están adelantando plazos. De acuerdo con las previsiones, Auna alcanzará el punto de equilibrio en el segundo semestre de este año y entrará en beneficios en 2004. Será entonces cuando podamos alumbrar y realizar el valor acumulado por nuestra inversión en telecomunicaciones. Durante todo este tiempo Auna no requerirá aportaciones adicionales de capital, lo cual aliviará nuestra cuenta de resultados.

Usted es presidente de la empresa de cable gallega "R". Hace poco presentaron resultados, ¿cómo han ido?

Hemos superado nuestras expectativas en cuanto a la cifra de negocio. Cerramos el año con una cifra que casi duplica la del año anterior. Los clientes se acercan a los 80.000, de los cuales 62.000 son hogares y el resto empresas. Es decir el 40% de los ingresos proceden de este último segmento, lo que nos viene a confirmar como el operador de cable de toda Europa que tiene una mayor



proporción de ingresos empresariales

¿Cuál es el valor de R en la construcción de infraestructuras en Galicia?

Estamos haciendo nuestra red en Galicia. Con la tecnología más avanzada, R está construyendo, calle a calle, una nueva y potente infraestructura de telecomunicaciones con capacidad para prestar servicios integrados de teléfono, internet, televisión y datos. Estamos presentes en las siete grandes ciudades de Galicia; en otras zonas como O Barco, Culleredo, Oleiros o Villagarcía. Vamos a estar también en Cambre, Ames y alguna otra población.

Y, ¿cuál es el valor de R para Unión Fenosa?

Nuestra apuesta es claramente por Galicia. Intentamos, en la medida de lo posible desarrollar la sociedad de la información favoreciendo, por ejemplo, la penetración de internet. En las zonas donde estamos implantados, el 25% de todos nuestros clientes en el sector residencial y el 60% en empresas, nos contratan Internet de alta velocidad. Y sin embargo, la penetración de la banda ancha es apenas de un 2%. Por tanto, estamos ante una situación que nos demuestra que es un camino por el que debe seguir R para incrementar este mercado.

¿Qué papel va a representar el cable en el futuro del sector de las telecomunicaciones?

Ha habido un pequeño retraso en el desarrollo del negocio del cable, sobre todo por cuestiones administrativas para extender las redes y porque ha habido más dificultades de las previstas para obtener autorizaciones de las comunidades de vecinos. Además, la competencia del operador dominante, Telefónica, con la tecnología ADSL, mucho menos potente que la fibra óptica, pero más fácil de comercializar, ha sido muy fuerte. Sin embargo, Unión Fenosa está convencida de la apuesta por el cable. Es un negocio basado en una infraestructura de banda ancha que es clave para el futuro. No hay redes que tengan la misma capacidad que tiene el cable de fibra óptica y con la calidad que puede proporcionar. Estamos convencidos de que no tiene competencia. Lo que pasa es que es un negocio más lento.

¿Cuál ha sido la aportación de Soluziona en el desarrollo tecnológico de Unión Fenosa?

Soluziona ha jugado y juega un papel muy importante para Unión Fenosa, ya que garantiza ventajas competitivas basadas en la implantación y utilización de los más modernos sistemas tecnológicos y de gestión empresarial. Desde su constitución en el año 2000, integra diversas actividades relacionadas con los servicios profesionales que el Grupo Unión Fenosa ha ido desarrollando a lo largo de más de una década en los campos de ingeniería, calidad y medio ambiente, telecomunicaciones y consultoría.

Soluciones para
EMPRESAS E PROFESIONAIS

“Desde que compartimos toda a información por ordenador, arriba saben como vai cada deseño sen ter que baixar ó taller.”



Solución ADSL
Intranet

TRABALLAR EN EQUIPO ON LINE

Desde que esta empresa traballa coa Solución ADSL Intranet todos os seus empregados poden acceder ós mesmos documentos, consultar a mesma axenda, etc., desde calquera lugar e en calquera momento. Chámenos. A partir de 53 € ó mes (IVE non incluído) a súa empresa tamén poderá compartir información on line.

Impulsar o seu negocio coa Banda Ancha nunca foi tan doado e accesible.

telefonicaonline.com/solucionesadsl

Telefonica

INFÓRMESE NO **9 0 0 5 5 5 0 2 2** OU NO SEU DISTRIBUIDOR
Servicio de Atención Empresas

“e-Gallaecia: por la puerta grande de los eventos tecnológicos”

El foro e-Gallaecia está de actualidad por varios motivos. Por citar algunos, diremos que recientemente se adscribieron al mismo cinco nuevas empresas, y como la unión nunca hace otra cosa que la fuerza es lícito pensar que se trabajará todavía más por el afianzamiento definitivo de las nuevas tecnologías de la información en Galicia. Además, ya se acerca (primera semana de junio) la tercera edición de la Semana Internacional de las TIC, en Santiago, organizada por dicho foro, gracias al cual nuestro país ha entrado dentro del circuito de los más importantes y concurridos eventos tecnológicos. Con Marcelo Castelo, director de la iniciativa, charlamos en detalle sobre lo conseguido hasta el momento y sus planes de futuro.

¿QUÉ ES EL FORO E-GALLAECIA?

-El foro e-Gallaecia es un punto de encuentro tecnológico, un lugar común de trabajo entre lo privado y público cuya finalidad es dinamizar la Sociedad del Conocimiento en Galicia y, desde Galicia, más allá de esta Comunidad Autónoma, resultando prioritario que las mismas alcancen proyección nacional o peninsular y continental. Para conseguir dicho objetivo e-Gallaecia impulsa la realización de actividades de formación, divulgación, difusión, opinión, presentación y asesoramiento en temas relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y estudia su incidencia en los distintos sectores productivos, de enseñanza, de investigación, desarrollo e innovación, etc.



¿A QUIÉN VAN ESPECIALMENTE DIRIGIDAS LAS ACCIONES DE E-GALLAECIA?

-Existen definidas dos líneas estratégicas de actuación. La primera pretende conseguir que nuestras organizaciones, instituciones, empresas y universidades acudan a encuentros profesionales en los que se debaten y presentan soluciones y planteamientos tecnológicos que puedan ser aprovechados por los asistentes. La segunda tiene como objeto colaborar en conseguir un salto cualitativo fundamental dentro de la sociedad gallega logrando que los destinatarios del mismo pasen de la alfabetización digital a la denominada (según el Rector de la Universidad de Santiago de Compostela, Senén Barro), “cerounización” de la sociedad. Las actuaciones en cuanto a esta línea estratégica confluirán en el denominado **Proyecto Crisálida** en el que se está trabajando desde hace varios meses y que esperamos presentar a la sociedad en los próximos meses. Pero podemos adelantar que entendemos que será un importante revulsivo de la SI en Galicia dentro de un proyecto sin parangón en el resto del Estado y que, nosotros conozcamos, tampoco fuera de él.

¿QUÉ CREEN USTEDES QUE ESTÁ APORTANDO EL FORO A LA SOCIEDAD GALLEGA?

-Lo que sucede es que las inversiones en nuevas tecnologías por sí solas no lo aportan todo, ya que luego son, por fortuna, las personas quienes diseñan, implantan, configuran, soportan y explotan estos sistemas. Una vez instalados los sistemas de información, sabes **qué** es lo que te pueden aportar, pero tienes que saber **cómo** debes hacerlo para sacarle a esa inversión

en tecnología la mayor rentabilidad posible. Por lo tanto, a través de estos encuentros estamos colaborando directamente con la dinamización de la economía gallega. Antes del nacimiento de e-Gallaecia consideramos que los profesionales de las TIC no disponían de un marco profesional y adecuado para estos intercambios de conocimiento. En los años que lleva el foro de actividad se ha logrado que Galicia, comunidad que no tenía tradición en este aspecto, entrase dentro del circuito de eventos tecnológicos del país y podemos decir con orgullo que se ha logrado por la puerta grande. En estos momentos ya hay multinacionales que nos han constatado que la Semana Internacional de las TIC que se celebra en la primera semana de junio en Santiago es uno de los eventos con más prestigio de la península.

¿Y SE HA APORTADO ALGO EN MATERIA DE PROMOCIÓN DE EMPRESAS O INSTITUCIONES?

-Sí, a eso precisamente quería llegar. Lo que también se ha logrado es que se conozca en Galicia, y no solo en ella, la realidad tecnológica de muchas empresas e instituciones gallegas que pueden considerarse punteras en la aplicación y el desarrollo de las TIC. En esto último no deseamos que se nos mal interprete, creemos que en Galicia queda mucho por hacer, que no estamos donde debiéramos y consideramos que esto debemos pensarlo siempre, pero sin complejos podemos decir que tenemos algunas empresas de tecnología, soluciones en la administración pública y en las entidades financieras o en nuestras universidades que han sido desarrolladas íntegramente en Galicia, con capital humano gallego que pueden ser ejemplo para cualquier otra comunidad.

PROFESSIONAL
training

Este mensaje y sus archivos adjuntos son distribuidos sin la autorización expresa prevista, cualquier uso, acceso o copia de este mensaje por error, por favor bórrelo e

This message and its attachments are distributed without the explicit authorization of Professional Training. If you have received a copy of this message by error, please delete it and do not contact info@protraining.es. Thank you

¿QUIÉNES FORMAN EL FORO E-GALLAECIA?

-En estos momentos los socios del foro son: la Universidad de Santiago de Compostela, Professional Training, Caixa Galicia, Fundación R, Coremain, Artel Ingenieros, la Xunta de Galicia y ACE Holding, que es la principal empresa de tecnología de Portugal. Además y desde su fundación cuenta con el apoyo directo y constante de la Facultad de Informática de A Coruña y la Escuela Superior de Ingeniería Informática de Ourense. Hay otras organizaciones de gran relevancia tecnológica que han demostrado su interés en adherirse y que están estudiando esta posibilidad por lo que estamos abiertos a nuevas posibles incorporaciones.

EL FORO E-GALLAECIA ORGANIZA EN JUNIO LA III SEMANA INTERNACIONAL DE LAS TIC.

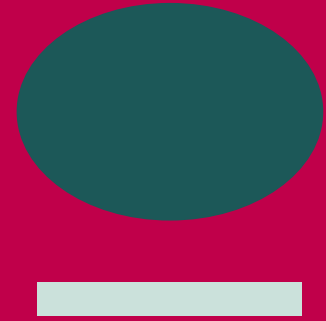
CUÉNTENOS ALGO SOBRE ESTE TEMA QUE PUEDA SER DE INTERÉS PARA LOS LECTORES

-La actuación de más repercusión social del foro se materializa anualmente en una semana tecnológica que se difunde en toda España y Portugal. Este año se desarrollan tres eventos independientes, uno de Seguridad, otro de BBDD y Desarrollo y otro de Nuevas Tecnologías que se compone de un día de movilidad y otro de *software* libre.

SABEMOS QUE EL PLANTEL DE PONENTES ES IMPRESIONANTE...

-Ha costado mucho esfuerzo pero la agenda, que se puede consultar detalladamente en e-gallaecia.com, está confirmada en su totalidad y habla por sí sola. Creemos que pocas veces, si ha habido alguna, con anterioridad se han reunido en Galicia tal elenco de personalidades ilustres del sector. Nos ha confirmado su presencia el hacker más famoso del mundo, **Kevin Mitnick**, además de **Rosa García**, consejera delegada de Microsoft, el director general de SUN Ibérica **Adolfo** Hernández, Marcelo Peuriot vicepresidente para el sur de Europa de 3Com y Antonio Romano Vicepresidente de análisis para el sur de Europa y director general para España de IDC. Estos son algunos de los ponentes de mayor significación social pero en la parte de contenido técnico intervienen ponentes de la más elevada relevancia profesional.

41 FEIRA
INTERNACIONAL
DE MOSTRAS
DO NOROESTE
DO 8 AO 13
DE XULLO DE 2003
RECINTO FEIRAL
PUNTA ARNELA
FERROL




FIMO

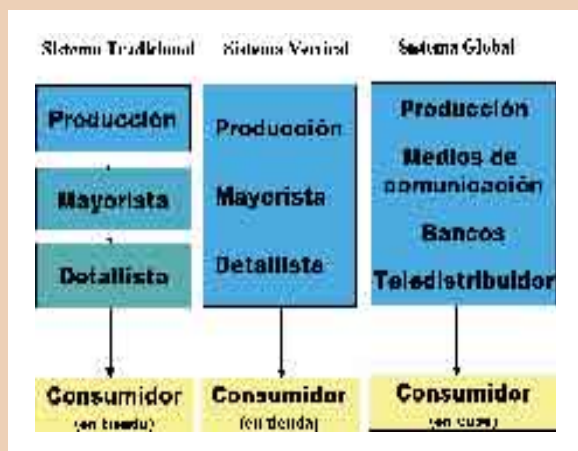


La Distribución Comercial actual y el E-Commerce

David Lombardía
dls@correo.de
www.EIVilMetal.com

El comercio moderno está caracterizado por un incremento de la capacidad de los suministradores, de la competitividad global y las expectativas y necesidades de los consumidores. En respuesta a esta nueva situación, el comercio mundial está cambiando tanto en su organización como en su forma de actuar. Se están sobrepasando las antiguas estructuras jerárquicas y diluyéndose las barreras entre divisiones de empresas, así como las existentes entre las empresas y sus suministradores y clientes.

El comercio electrónico es una forma de hacer posible y soportar tales cambios en la estructura comercial, a escala global que incorpora a las empresas un potencial de flexibilidad y eficiencia en sus operaciones internas hasta ahora desconocido, además de permitirle trabajar más estrechamente con sus



suministradores y dar mejor respuesta a esas necesidades y expectativas de sus clientes. Permite seleccionar de la mejor forma los proveedores sin tener en cuenta su localización geográfica, y vender en un mercado global.

Así, el comercio electrónico puede suponer la eliminación de algunas de las funciones que se llevaban a cabo en el tradicional canal de distribución, como, por ejemplo, fusionar mayorista con detallista o, incluso permitir una integración hacia delante del fabricante, al poder diseñar sus propios canales de venta telemática.

EVOLUCIÓN HACIA UN SISTEMA DE OFERTA GLOBAL

El 27 de mayo de 2002, el consejero delegado de PRISA, JuaEste nuevo sistema global al que parece que evoluciona el comercio tradicional (ver gráfico) está caracterizado por la interacción e integración de funciones, una mayor rivalidad en el canal, importantes implicaciones financieras (como la integración de los pagos a través de la transferencia electrónica de fondos) y una mayor participación y poder del consumidor: clientes identificables y formalizados, etc..

OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS Y BENEFICIOS PARA LOS CLIENTES

El comercio electrónico ofrece variadas oportunidades para los proveedores y beneficios para los clientes o consumidores:

PRESENCIA Y OPORTUNIDAD DE ELECCIÓN A UN NIVEL GLOBAL

Las tradicionales limitaciones impuestas por las fronteras geográficas y nacionales parecen diluirse ante las potencialidades del comercio electrónico. Su principal limitación radica en la cobertura de las redes informáticas y de ordenadores. Como las redes son de carácter global, el e-commerce posibilita alcanzar una presencia global a las pequeñas empresas y proveedores y hacer negocios en todo el mundo. Esto redundará en un beneficio, a su vez, para el cliente que puede elegir entre todos los posibles proveedores de un determinado producto sin tener en cuenta su localización geográfica.

AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS Y DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

El comercio electrónico permite a las empresas aumentar la competitividad llegando a estar más cerca del cliente. Así, por ejemplo, muchas empresas han empleado esta tecnología para mejorar su soporte pre y posventa, ofreciendo guías de uso de sus productos, mayores niveles de información, atención rápida a las demandas de los clientes, etc.. El beneficio para el cliente es claro: un incremento en la calidad del servicio.

MAYOR FLEXIBILIDAD EMPRESARIAL Y EXISTENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PERSONALIZADOS

A través de la interacción electrónica, los proveedores pueden obtener información detallada de las necesidades específicas de cada cliente y, automáticamente ajustar sus productos y servicios con el fin de satisfacerlas de la mejor forma posible. El comercio electrónico permite una mayor capacidad de adaptación de la empresa a los cambios, no estimados, de la demanda y, a su vez, ofrecer unos productos muy definidos a las necesidades de los clientes a precios de mercado masivo.

REDUCCIÓN EN LAS CADENAS DE ENTREGA Y RESPUESTA MÁS RÁPIDA A LAS NECESIDADES

El comercio electrónico permite a menudo reducir notablemente las cadenas de entrega, el canal, llegando incluso a eliminarlas cuando los bienes son vendidos directamente por los fabricantes a los proveedores, evitando almacenamientos intermedios, retrasos en la distribución, ahorrando costes de control de la oferta en el canal, etc..

El objetivo del comercio electrónico no es hacer posible la distribución directa (lo que también puede conseguirse mediante catálogos en papel o encargos), sino hacerla más práctica en términos de coste y de tiempo. Aquí el beneficio para el cliente radica en la posibilidad de obtener rápidamente el producto que necesita.

REDUCCIÓN EN LOS COSTES Y POSIBLE REDUCCIÓN DE PRECIOS

Una de las principales contribuciones del comercio electrónico es que permite, además de una posible reducción del número de transacciones, reducir el coste de cada una de ellas, al no implicar tan evidentemente la interacción humana. Todo ello puede trasladarse, dependiendo de la política de fijación de precios de la empresa, en reducciones sustanciales del precio para los clientes.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y POSIBILIDADES DE LANZAMIENTO

El comercio electrónico también proporciona productos y servicios completamente novedosos. Sirvan como ejemplo los servicios sobre redes, servicios de contactos, de directorios, etc., que sirven para establecer contactos iniciales entre las empresas y los clientes.

Ya.com durante los últimos meses, que muestran un notable aumento de la facturación.

nueva economía, empresas, www.elvilmetal.com empleo, libros, formación, ideas, estrategias, éxitos, fracasos, teoría e www.elvilmetal.com también, revistas de economía, negocios, marketing, management, anécdotas, historias, descargas... www.elvilmetal.com
Economía y negocios al alcance de todos

CORREDOIRA DIXITAL

In Ter neT: Beneficio por investimento



Ramón Puente
ramonpuente2003@yahoo.es

Internet: O océano dixital onde a marea nunca baixa e sempre medra a tódalas horas, onde dispomos dun número de webs tan extenso que arestora resulta xa imposible, para calquera persoa, visitar cada páxina existente, é hoxe por hoxe a máis ampla e atractiva oferta como soporte publicitario de todos cantos podemos utilizar.

Calquera anunciante que queira inserir publicidade en prensa ten ó seu dispor por unha banda un amplo abano de diarios de prensa escrita. En radio e televisión un determinado número de emisoras e canles, cada unha cunha audiencia, seica, perfectamente definida coa marxe de erro incluída nas súas ofertas.

A Rede -a World Wide Web-, pola súa propia característica intrínseca como medio de intercambio de comunicación mundial, provoca, por descoñecemento, desconcerto e incerteza. Tamén suscita indecisión. Internet é o Gran Gurú da sabedoría ó que todos imos preguntar e que en moi poucas ocasións contesta con precisión. As páxinas máis visitadas son aquelas nas que nós formulamos unha pregunta breve e recibimos contestación á nosa pregunta en forma dun abano inmenso de posibilidades para elixir.

A suspicacia empresarial para aceptar un risco non contrastado con sobradas garantías de éxito nun investimento de envergadura precisa de beneficios económicos e rendibilidade efectiva, en xeral a curto prazo, para que esa “aventura” de atrevemento investidor poida porse con total garantía no balance de resultados na columna do “haber” a favor da empresa. Estamos falando dun ataque económico, como punto de partida, de 12 a 24.000 € dirixido a unha poboación de 500 millóns de potenciais usuarios e cunha marxe de carencia de resultados de 18 a 24 meses, que conforma a clave fundamental da aposta en Internet como canle de

proxección na meirande parte das Pemes.

Este é o cerne da deboura observable, dentro do enguedello do progreso das novas fórmulas de actuación cun impacto relevante, tanto no deseño de webs coma na lentitude do incremento nos investimentos publicitarios na Rede.

¿CANTIDADE OU CALIDADE?

O anunciante escora decote polos medios tradicionais e coñecidos porque lle merecen maior confianza para os resultados do seu investimento. Se a esta primeira premisa lle engadimos a situación actual do mercado, cunha importante recesión xeneralizada no ámbito publicitario neste último exercicio, poderíamos pensar que investir en Internet é un luxo, unha tola aventura sen garantía de éxito. Deste xeito, tiramos como conclusión que só o grande anunciante, só o que precisa de campañas de mantemento de marca, o anunciante máis poderoso en investimento, inza cada día máis a Rede desde os portais ós que concorren maior número de usuarios. ¿Globalización? ¿desinformación...?

Lembremos, por un intre, que a “desinformación” ocorre, curiosamente, de dous xeitos absolutamente contrapostos: falta ou exceso. A falta de información conleva dun xeito evidente a desinformación, pero o exceso de oferta informativa produce unha desinformación por falta de profundización na meirande parte dos temas, convertendo así a cantidade informativa nunha marea asolagante para o usuario, asemade que nun produto de moi baixa calidade que non acadará o obxectivo proposto... ¿Ou si? ¿Ou é que o peixe grande sempre come o pequeno e a manipulación informativa está chegando a ser tan sutil coma efectiva? É neste punto onde a creatividade publicitaria en Internet ten o seu berce e o eido máis amplo para o desenvolvemento de novas experiencias. Unha aventura asumible. É un terreo aboado para unha aposta firme, cun baixo nivel de risco económico, sobre a base na que a pretensión é obter un alto grao de beneficio porcentual con respecto ó investimento inicial. “Ladies

and Gentlemen, please, place your bet!”: ¡Donas e cabaleiros, aposten!

O formulamento inicial dos anunciantes nos medios de comunicación tradicionais, curiosamente, adoita ser xusto o contrario do que ocorre en Internet. Analicemos: O anunciante medio das canles tradicionais demanda a inserción do seu produto nas horas “prime time”. Pensa: A maior cantidade de audiencia, maior posibilidade de venda... (sic..!) O anunciante desbota a gran variedade de “targets” que non son o seu obxectivo e que configuran as audiencias nos tan cotizados “prime time”. Investimento inútil, pois. Incrementa custo de campaña, decremента o custo por impacto e desgasta imaxe de produto. En Internet, a curiosidade do fenómeno consiste en que o “target obxectivo” busca por si mesmo o produto ofertado. Voilá! A relación oferta-demanda convértese en demanda-oferta e é, neste matiz, onde os empresarios han de buscar o posicionamento do seu produto e esperar con tranquilidade o beneficio do seu investimento.

¿EFECTIVIDADE OU ATRACTIVO?

Dous conceptos que semellan antagónicos e que están abocados a convivir na creación das páxinas web se queremos que os resultados acaden as expectativas que esperamos cando nace unha nova páxina na rede. A novidade, como único recurso atractivo no desenvolvemento da estratexia de lanzamento dunha campaña é, sinxelamente, unha veta dun filón aínda por explorar en moitas vertentes, como corresponde ó novo soporte -Internet- que precisa, cada vez máis e con maior premura, ser efectivo provocando o impacto adecuado no target obxectivo.

É norma cotiá, sobre todo en páxinas europeas, que os usuarios teñan limitada a posibilidade de engadir valor directamente a calquera web, para proporcionar, por exemplo, documentación exclusiva en beneficio dos demais usuarios. Impleméntase, deste xeito, a información da propia páxina, mellórase e así aumenta a posibilidade de convertela nun punto referencial de contidos específicos na materia da que trate para un público visitante interesado na oferta e con posibilidade de interacción. Aínda prima a imaxe, o impacto visual, a presentación espectacular, en detrimento, ás veces, da efectividade real para extrae-la información, que, en realidade, é o que trata de atopar o usuario e, sobre todo, na maior brevidade posible; dura encomenda a que ten por diante agora mesmo o creativo da Rede. Unha fenda que pechar e ter en conta para acadar cada día maior éxito publicitario a quen corresponda, sexa Webeditor ou Webmaster.

LIBROS

101 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS Y MARKETING

Continuando con el tema que nos ocupa en este número, reseñamos un interesante libro sobre marketing y estrategias, y es que el libro que hoy comentamos es una auténtica enciclopedia de estrategias de marketing. Ferré Trenzano ha puesto a disposición de los lectores de este libro toda su experiencia en el sector, pero no intentando ofrecer soluciones mágicas para las empresas sino más bien clasificando y ejemplificando las distintas estrategias para que el lector lleve a cabo la siempre útil tarea de imaginar y crear teniendo como base lo que el autor ha escrito. Para aumentar la comprensión ha optado por clasificar las estrategias por grupos, además de incluir un ejemplo -real o ficticio- que ilustre la explicación teórica, lo cual es de agradecer en un libro tan sumamente completo como este. Completo, y por tanto no muy accesible para el lector medio, aunque sí es muy recomendable para quienes disfruten con el estudio del marketing y, por supuesto para directivos y empresarios que deberían tenerlo como libro de cabecera. Editado por Deusto el libro presenta una calidad gráfica notable, debiendo destacar los gráficos e ilustraciones que se han incluido para facilitar la comprensión del texto que en ocasiones puede ser demasiado árido. A través de sus casi 600 páginas se van desgranando las 101 estrategias que Ferré Trenzano ha agrupado, clasificado, explicado y ejemplificado con mucho acierto, para llevar a cabo un libro tremendamente completo que puede ser usado como manual de consulta, texto académico y gratificante lectura.

Como decíamos al comienzo, ésta no es una obra eminentemente práctica, sino que analiza, detalla y ejemplifica las distintas estrategias proveyendo al lector de un conocimiento teórico que luego podrá -y deberá- aplicar en el desarrollo de su propia estrategia.

Título 101 Estrategias de Negocios y Marketing
Autor José María Ferré Trenzano
Editorial Deusto
Páginas 591
Precio 40 € (aprox.)
Nota 8/10 ISBN 84-234-1986-X

CIFRAS Y MÁS CIFRAS

Frente a los 193 millones con que terminara el 2001, la filial de Internet de France Telecom cierra el 2002 con 30 millones de euros de beneficios. El grupo, que hace unos meses comprara el portal EresMas obtiene en España un EBITDA de -55 millones de euros, debido en parte a la consolidación de la compra. Mientras, la española Terra, obtuvo más de 2200 millones de euros de pérdidas, aunque destaca el crecimiento en sus ingresos no publicitarios, que hacen pensar en una cierta recuperación. Y es que los primeros meses del año, son siempre meses de números, unos mejores que otros, aunque todos intentan ver los suyos desde el lado positivo, como Ono, que durante el 2002 ha aumentado un 76% su facturación y obtenido un beneficio neto de 30 millones de euros, debidos en gran parte a la cancelación de una deuda de 500 millones mediante la compra de bonos, y es que el que no tiene buenos datos, es porque no quiere.

Emprende otro camino más rápido.

Ahora llegar es mucho más fácil con tu **Línea ADSL**®.

Consigue un ordenador Fujitsu Siemens SCALEO 600i, con tres años de garantía, asistencia domiciliaria, hot line, y tu Kit ADSL al mejor precio. Además, te ofrecemos la posibilidad de instalar la Red Inalámbrica Local ADSL para que puedas conectar dos o más ordenadores sin necesidad de cables.

Ordenador Fujitsu Siemens SCALEO 600i



Kit ADSL



Kit ADSL®

Gratis modem USB hasta el 15 de mayo

Red Inalámbrica Local ADSL



En tu Tienda Telefónica, te facilitamos el camino.

Ven e informate.

TIENDAS TELEFÓNICA EN GALICIA

A CORUÑA
Palo Gómez 11
(próxima a Pza. Pontevedra)
Telf: 981 22 21 11

Tierra 15 (Ferrol)
Telf: 981 35 84 85

Frei Rosendo Salvado 8
(Santiago de Compostela)
Telf: 981 59 83 73

LUGO
Praza Armario 9
Telf: 982 25 00 48

OURENSE
Rúa do Paseo 23
Telf: 988 37 43 00

PONTEVEDRA
Salvador Moreno 6
Telf: 986 89 64 27

Urzaiz 3 (Vigo)
Telf: 986 43 31 86

la tienda

Telefonica



Infórmate en el **902 124 124**



Banca

Electrónica: cada vez somos más

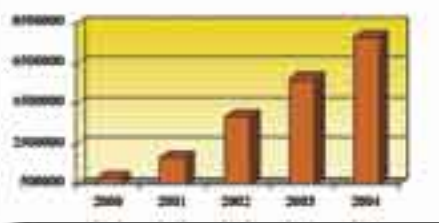


María Blanco Louro

Directora Oficina Telefónica de Caixa Galicia

El sistema financiero es uno de los sectores que ha experimentado unos efectos más amplios e importantes por la evolución de Internet. En el año 2000, había en España 800.000 clientes de banca electrónica (3% del total); las estimaciones hablan de más de 8.000.000 en el 2004, es decir, un 30% del total.

USUARIOS DE BANCA ELECTRÓNICA



USUARIOS DE BANCA ELECTRÓNICA

Como éstos serán los clientes más activos y que mueven más negocio, puede afirmarse sin dudas que al menos el 50% del negocio será generado por clientes que operen en banca electrónica.

En este punto, debemos distinguir los clientes de Banca Electrónica de los clientes de Banca online (Oficinas en Internet); es decir, un cliente de Banca Electrónica es aquel que utiliza el servicio transaccional para realizar operaciones y consultas tanto de productos que ha contratado en la oficina como de productos de Internet.

En cambio, el cliente de Banca online es el que ha contratado algún producto

exclusivo de Internet: un depósito, un préstamo... En ocasiones ni siquiera era cliente del Banco, pero le resulta atractivo un producto y lo contrata, pasando a ser un cliente de este canal.

Este tipo de usuarios, normalmente utiliza la Banca Electrónica para poder realizar las transacciones de sus productos contratados en la Red, de esta forma no tiene ni que desplazarse a una oficina. Si además contrata una tarjeta para retirar el dinero del cajero, es un cliente que no precisa de oficinas físicas para realizar operaciones con la Entidad Financiera.

La Banca Electrónica resulta por lo tanto imprescindible para los clientes de Internet, y cada vez más necesaria para aquellos que utilizan las oficinas pero quieren tener la comodidad de disponer de un servicio desde su casa las 24 horas del día.

Todas las **Entidades Financieras Españolas y, por supuesto también las gallegas**, han entendido la **importancia de difundir sus Servicios Telemáticos** y conseguir promover a través de los Canales Electrónicos la fidelización de sus clientes.

Ya no es suficiente mejorar los precios, tener horario continuo (24 x 7) para la realización de la operatoria, ofrecer información actualizada y exhaustiva..., sino que la fidelización del cliente en este mercado más transparente, exige **'facilitar el uso' de los Servicios Telemáticos**. De esta forma, **la operatoria y la navegación deben resultar lo más cómodas e intuitivas posibles, siempre pensando en el usuario final**.

Además de la rapidez y la facilidad de navegación, también se busca aumentar el número de transacciones por el canal

Internet, sin tener que ir a una oficina. A través de la Banca Electrónica un cliente puede consultar en cualquier momento sus cuentas, préstamos, fondos... al igual que realizar un traspaso entre sus cuentas o bien una transferencia a otro Banco.

El resto de operaciones están menos difundidas, se ha constatado que un tanto por ciento muy elevado de clientes no conocen las posibilidades que se ofrecen en Banca Electrónica. Además de la operatoria mínima, se ofrecen otros muchos servicios como el pago de recibos, la posibilidad de amortizar o financiarse con la tarjeta de crédito. También se pueden utilizar servicios más sofisticados como la información estadística sobre lo que se ha gastado en un mes con la tarjeta de crédito, que gastos se realizan con más frecuencia, consultar y archivar la correspondencia que se recibe del Banco...

El **perfil de usuario de banca electrónica**, que en un principio era más restringido (cliente urbano, varón de edad comprendida entre 29 y 39 años con experiencia anterior en el uso de Internet), **hoy por hoy se ha ampliado considerablemente**. Así por ejemplo, en Caixa Galicia se ha realizado un estudio interno con clientes de Banca Electrónica, siendo la variable principal el uso del servicio. El resto de variables comunes a los usuarios son la utilización tarjetas de débito o crédito tanto en cajeros como en terminales de comercios, cierto nivel de negocio con la Entidad y uso de servicios como recibos y nóminas domiciliados.

Se obtuvieron hasta 9 grupos de clientes diferentes que cumplieran un elevado uso del servicio. El grupo mayor era de los varones que tenían tarjetas de

débito o crédito y usaban habitualmente las mismas, pero también hay grupos importantes como los de mujeres que domicilian la nómina y suelen utilizar frecuentemente la tarjeta de crédito.

Los usuarios, cada vez más, perciben la sensación de haber realizado la operación con seguridad, lo que se constituye como una cuestión clave para ellos. Así en ejemplo de Caixa Galicia, el servicio de Caixa Activa ha utilizado las técnicas de "autenticación robusta", es decir, aquéllas que exigen además de una clave de entrada, un elemento tangible que deba poseer el usuario para acceder al sistema. En este caso **la Tarjeta de coordenadas confiere al sistema una mayor seguridad** al solicitar la introducción del número de la Tarjeta, el P.I.N y una coordenada aleatoria.

Otra variable que sin duda se valora es el **Servicio permanente de Ayuda a través del Teléfono o Correo Electrónico**. Este servicio se utiliza, además, para detectar las demandas y sugerencias de los clientes, lo que permite seguir adecuando Caixa Activa a las necesidades de estos usuarios especializados.

Y por último, para que el servicio sea completo, el cliente no tiene que desplazarse a la oficina ni siquiera para contratar el servicio. Mediante un proceso de **contratación on-line** ya se puede solicitar a través de **Internet en la página de la Entidad www.caixagalicia.es o por teléfono en el número 902 12 13 14**. Tan pronto el cliente recibe su nueva tarjeta en su domicilio, puede utilizar el servicio, con toda comodidad y seguridad, tanto en Internet como en el Canal Telefónico.



Coñecementos informáticos ou cómo mellorar o Curriculum

A sociedade galega require (cada vez máis) persoal cualificado en materia de novas tecnoloxías. Lonxe de calquera outro estudio sobre o mercado laboral, se se quere constatar este fenómeno de “informatización” máis ou menos forzosa do corpo estudiantil non hai mellor cousa que observar o que ofrecen os centros de ensinanza da Comunidade. Estas academias son as máis interesadas en satisfacer o que futuros contratantes e contratados queren: que o manexo das novas tecnoloxías sexa, nos expedientes, como o valor no desaparecido servicio militar (que se supoña). Código Cero falou cos representantes da Academia Postal, quenes nos puxeron ó día sobre qué sinais son as que cómpre interpretar e, en consecuencia, qué cursos ou ciclos ofrecer.

“As academias consideran fundamental prestar atención ás sinais do mercado, e o que este lles di é que precisa persoas con nocións de novos sistemas tecnolóxicos”

Tanto a Academia Postal como outras empresas recoñecidas do sector entenden que é absolutamente fundamental prestar atención ás sinais do mercado e saber interpretalas, e o que o mercado lles di nestes últimos anos é que se necesitan cada vez máis persoas cualificadas en materia de TICs. Para facernos unha idea: neste ano en curso prevese que se van precisar cerca de dous millóns de profesionais da informática. “As empresas necesitan renovarse e investir en tecnoloxías, cómpre ter en conta que o mundo laboral acaba favorecendo a quen demostra unha base sólida e unha capacidade de innovación e desenvolvemento considerables”, sosteñen no devandito centro galego.

“Cada vez son máis os estudantes que queren saber todo o que estea na súa man acerca das TIC antes de iniciarse no mercado laboral”

A Academia Postal converteuse recentemente en centro rexional de impartición de materias da empresa norteamericana Cisco Systems, unha das líderes mundiais no que se refire a venta de equipos, programas de ordenadores e creación de redes informáticas. O éxito dos cursos de formación que a devandita compañía pon a disposición dos galegos non véñen máis que a confirmar o que se dixo no anterior apartado: que os estudantes queren saber todo o que estea na súa man antes de iniciarse na procura dun posto de traballo, en cuestión de novas tecnoloxías. Tanto estes ciclos formativos como outros de similares características tratan de

poñerse á altura dos diferentes “saberes” dos demandantes. É dicir (e volviendo a Cisco Systems), que a formación está ó alcance de todos, e que por exemplo o programa de redes informáticas está desenvolto en varios niveis, desde o fundamental (CCNA) ata o de inxeñeiro (CCIE), pasando polo profesional (CCNP). Como é de supoñer, os cursos que a firma norteamericana pon a disposición dos estudantes van orientados á obtención dun certificado oficial, elemento de vital importancia hoxe en día no mercado, tanto porque

asegura que o candidato posúe a pericia e os coñecementos axeitados, como porque moitas empresas o teñen en conta moitas veces á hora de que prevaleza un expediente académico e non outro. Para rematar, dicir que a Academia Postal se vén reforzando últimamente co Máster en Java de Sun Microsystems, a formación de Autodesk (Autocad 2002, Autodesk Map) o Proxecto Universidad

Empresa (cursos de Microsoft Office User Specialist) ou incluso o curso Administración de redes, servidores e seguridade en Linux. Sexa como sexa, convén que o lector interesado visite a páxina www.academiapostal.com, onde se inclúen todo tipo de detalles sobre materias, certificados, ciclos, cursos, etcétera.



As novas tecnoloxías e a xestión por competencias



Moncho Paz *
rpazgonz@santiago.idom.es

Na sociedade da información, a utilización das novas tecnoloxías perfílase cada vez máis coma un importante factor favorecedor do equilibrio entre vida persoal e profesional, especialmente naqueles postos de traballo que esixen unha grande responsabilidade de xestión e, por conseguinte, unha importante adicación en horas.

A esta situación hai que engadir o feito de que moitas empresas –especialmente as grandes compañías– son máis flexibles nos horarios e na súa xestión dos recursos humanos empregan o sistema de avaliación por obxectivos, deixando en ocasións nun segundo plano a importancia que antes se lle outorgaba á xornada presencial. A flexibilidade de horarios está, pois, directamente vencellada á responsabilidade, que se traduce na instauración do traballo por cumprimento de obxectivos. Como consecuencia, hoxe en día pódese practicar sen problemas o work at home tan só con ter a posibilidade de conectarse ao servidor central da empresa dende a casa, aínda que para isto é indispensable contar cos medios técnicos necesarios para que o sistema non fracase. De feito, son cada vez máis os casos nos que a propia empresa pon a disposición do traballador un ordenador persoal con liña de alta velocidade (ADSL) e incluso asume as cotas de conexión por un período determinado.

Quixera falar deste marco global facendo uso da expresión economía dixital, acuñada polo analista Roberto Velasco cando se refire á nova economía, precisamente polo papel predominante que as novas tecnoloxías da información supoñen no proceso evolutivo da economía. Parece evidente que o novo statu quo permitiu mudar considerablemente o concepto de empresa tradicional; outra boa proba delo é que moitas mulleres tiveron acceso a postos de alta dirección, que ata entón non asumían pola dificultade de conciliar a vida profesional e a familiar.

Pero ademais existen outras alternativas, como a posibilidade de pactar unha xornada parcial, e outras iniciativas por parte da empresa, que ás veces tamén pode apostar pola flexibilidade no asunto das vacacións e en ocasións facilita os permisos de maternidade máis aló do marco legal obrigatorio.

En definitiva, a xestión por competencias posibilita que o profesional que desempeña as súas tarefas estea cada vez máis motivado e que disfroute dunha maior calidade de vida. Porque a implantación deste novo modelo non conleva soamente beneficios para el, senon tamén para a compañía á que presta os seus servizos.

* Moncho Paz é Xornalista e Consultor de Xestión.

a outra beira da maza

WWDC 2003: a xuntanza anual de desenvolvedores de Apple



Mariano Grueiro
grueiro@enderezo.com
www.grueiro.com/mac

Desenrolo. Ou sexa , programación. Negocio o que cada día Apple quere dar máis facilidades. Será para Xuño en San Francisco, cando Apple faga a súa xuntanza de desenvolvedores e programadores, o cal e unha boa escusa para lembrarnos no que se fai no campo mac no eido do desenrolo.

O sistema operativo do mac, baséase nun kernel BSD de código aberto. Esta decisión, no seu momento audaz e hoxe lóxica, representou para Apple o subirse o carro do código aberto: dende que comezou con esta política, so tivo vantaxes. Un exemplo disto e que moitas das aplicacións que hai para unix libres (linux, por exemplo) , poderemos atopalas, agora ou no futuro para Mac OSX. A razón técnica disto e precisamente que ámbolos dous son unix.

E dentro deste ámbito e onde teño que destacar o proxecto fink, unha aplicación que facilitará en boa medida a instalación de aplicacións libres. Noutra ocasión xa falarei máis extensamente disto, pois coído que será de interese para tódolos usuarios do MacOSX.

E seguindo a falar da xuntanza de San Francisco, Apple anunciou xa que será alí onde presente a nova versión do MacOSX, o cal xa lle ten o alcume de <Panther>. Respecto as novidades que esta nova versión aportará, non se sabe moito, pero entre os rumores están a falar de cambia-lo sistema do arquivos HFS + (o normal dende o MacOS 8.1 ata hoxe) por outro máis avanzado. Hai xa quen o relaciona co sistema operativo do BeOS (sistema operativo que utilizo de cando en vez nos mac e do cal so podo gaba-lo seu comportamento). Agardo que veña ese cambio, e que tamén sexa verdade que a optimización do sistema abranguerá tódolos ámbitos.

Tamén se fala da chegada de novas versións das aplicacións que veñen co sistema , coma o ichat, do cal dise que podería integrar videoconferencia, amais dunha configuración baseada no rendezvous (sistema de configuración de rede integrado no xaguar).

No eido do hardware, fálase tamén de que poderían chegar os procesadores powerpc 970 para xuño, con configuracións dende os 1.4 ghz e monoprocesador, ata os 2.3 ghz biprocesador. De ser esta información correcta, o igual que do rendemento agardado, poderíamos estar de novo ante unha gran diferenza de rendemento ante outras plataformas.

E so outro pequeno apuntamento en canto a desenrolo. Dende Decembro do 2002 pódense descargar de balde as ferramentas de desenrolo para MacOSX (pídese tan so darnos de alta, tamén de balde, coma desenvolvedores).

As ferramentas e documentación son de balde, máis o coñecemento de obxectivo-C non ven incluído ;)

BREVES

Apple foi recoñecida cun premio coma empresa pioneira no eido inarámico.

Lembremos que Apple foi a primeira compañía en poñer a venda, en 1999, o seu produto airport (estándar 802.11b (hoxe xa na forma de airport extreme, 802.11g).

Bush pediu a repetición da votación no consello de Apple. Fai uns días elixiuse o ex vicepresidente de goberno dos EEUU, AlGore, coma un dos directores da compañía. E foi Bush quen pediu xa unha repetición das votacións. A iso o xefe da compañía, Steve Jobs, aludiu que a votación fora secreta. En fin, que Bush quere estar tamén aquí coma director, dada a gran influencia desta compañía.



Portátiles



Por Carlos Lozano
cuetorubio@yahoo.es

Seguro que todos, e todas, somos sensibles ó evidente encanto dos ordenadores portátiles. Cando o seu prezo era prohibitivo mirábanse cunha mestura de envexa e desprezo: “Si están moi ben, pero eu non o necesito, apáñome ben co da casa”, e realmente había que ter moi claro a súa necesidade, porque o prezo que había que pagar por eles botaba a un para atrás rapidamente.

Dun tempo a esta parte, sen embargo, producíronse un par de circunstancias que cambiaron moito esta percepción. Por unha banda, unha notable baixada de prezos que, aínda sendo altos, se adaptan mellor ás economías medias. Sobre todo, e esta é a segunda característica, porque as prestacións das máquinas portátiles igualan, incluso superan, as das unidades estáticas (ou de sobremesa). Agás no apartado de manexo de gráficos, onde aínda non se poden implantar tarxetas gráficas de última xeración, polo seu elevado consumo, no resto dos apartados importantes do ordenador as diferencias son mínimas: procesadores, memoria interna, discos duros e, por suposto, pantallas son totalmente equiparables ós dos modelos estáticos, cun rendemento moi similar.

Polo tanto non me sorprende moito un fenómeno que veño observando ultimamente: moita xente pensa a compra dun portátil como primeiro ordenador, ou o cambio dun estático obsoleto, e non porque vaian ir con el a ningures, máis ben porque, agás necesidades moi específicas, o portátil permite facer o mesmo, en moito menos espazo, en calquera



lugar da casa e aínda por riba podes levalo de vacacións, fin de semana, etc. Nestes intres nos que as pantallas planas TFT están de moda para poñelas no escritorio, as diferencias cos portátiles aínda son menores; e para luxo de pantalla, a do PowerBook de Apple, un portátil con 17” equivalente a un CRT (monitor de TV) de 19”.

Parece, pois, acertado pensar tamén nos portátiles cando esteamos a decidir a compra dun novo ordenador, pero tamén temos que contar con algúns defectos ou problemas que estes teñen. O primeiro, e fundamental, o prezo. A pesar da baixada, aínda son máis caros que un modelo estático equivalente; polo tanto, presupostos axustadiños abstense. Tamén hai que contar con que os límites

obvios de espazo imponen certas condicións en canto a tamaño do teclado e periféricos, así como os accesorios internos: discos duros, reprodutores/gravadores de CD, portos, conexiónado, etc., que fan algo máis incómoda a operatividade e moito máis necesaria unha boa calidade d e

fabricación d e s t e s compoñentes. Moito ollo, entón, ás gangas, ofertas e prezos escandalosamente baixos que aparecen nalgún anuncio por aí. A pesar de que moitos portátiles saen das mesmas fábricas para distintas marcas, algunhas delas moi coñecidas, os controis de calidade non son iguais e eso, co tempo, nótase. Outra característica molesta dos portátiles é a pouca duración das baterías. E non me refiro só ó tempo de funcionamento sen estar enchufado á corrente eléctrica, senón tamén á vida útil das baterías. Por moito coidado que se teña, poucas pasan dos dous anos de duración, co agravante nalgúns casos de bloquear totalmente o aparello cando lles chega a súa derradeira hora.

E cando se pregunta polo prezo das baterías novas, a resposta cáseque sempre obriga a converter o ata entón portátil en portable. Que é parecido pero distinto: leves onde leves o aparello, dependes do enchufe para funcionar.

Está claro tamén que o portátil non é o campo de experimentación máis axeitado para todos aqueles que nos gusta “cacharrear” nos aparatos. As posibilidades de deixalo comatoso son moito máis elevadas que nun ordenador de sobremesa; e, polo tanto, a afección a cambiar tarxetas, probar compoñentes, intentar “overclocking” ou trastear con accesorios é arriscado e conduce a situacións tensas.

Deixando entón á parte a “xogóns” empedernidos, “aforricas” de contas bancarias con máximos de tres díxitos, “fedelladores” impenitentes, esixentes que perden o fio se o teclado ten un “tacto” desagradable e persoal variado que ten tendencia a deixar caer calquera cousa que leva entre mans, o portátil pode ser unha opción a considerar como ordenador único. O espazo nestes pisiños nos que moitos vivimos, e como o tempo dos ricos e poderosos, non ten prezo.



Navegacións cotidianas

O CLIENTE SEMPRE TEN A CULPA



Por Manuel Gago
magago@usc.es

As Cámaras de Comercio a nivel estatal veñen de presentar un estudio demoledor. Case o 70% das empresas españolas, segundo esta investigación, cren que a culpa do mínimo desenvolvemento do comercio electrónico se debe ás reticencias dos usuarios. É dicir, que a culpa é do cliente. Sabiamos que Internet cambiaba moitos dos valores da nosa sociedade, e mesmo do concepto do que é vender, pero non sabiamos que mesmo mudaba a tradicional e cortés relación entre vendedor e cliente.

Teño o que se dá en chamar no vocabulario de xustiza unha dúbida razoable. Comprendo a frustración de aqueles empresarios e desenvolvedores que fixeron grandes plataformas de comercio electrónico que non funcionaron en termos de vendas. A baixa audiencia, desesperados correos de usuarios que non coñecen a diferenza entre navegador e programa de correo electrónico e o desenvolvemento dun sistema de loxística que supón un gran esforzo para a empresa pero que está ermo de pedidos pode levar a explicacións do tipo ‘son un incomprendido’. Eu teño chegado ás veces a ese tipo de conclusións como desenvolvedor, ás da sensación de que ‘o público non está preparado’ ou ‘ninguén é profeta na súa terra’.

Non digo que non haxa parte de razón diso, pero gustárame por dúas ideas sobre a mesa: a primeira é que pensemos que o que está funcionando realmente no comercio electrónico: a venda de determinados intanxibles que solucionan problemas reais dos usuarios: os voos de avión, por exemplo. Non hai truco para o éxito, senón tres características ben sinxelas: é máis barato, máis rápido e o produto non chega nin confundido, nin en malas condicións, nin aparece confundido nunha praia de California. Pero os tanxibles, as cousas que se transportan. Ai. Este Nadal fixenme unha homenaxe e merquei no sitio de Creative un reproductor Nomad Jukebox: 5 días para aceptar o pago por tarxeta. 8 días para transportalo dende Irlanda ata Santiago. O día que o paquete chegou a Santiago, o servizo en liña de seguimento do paquete indicábame que este aínda estaba en Birmingham de excursión.

Quérese dicir: coído que os consumidores que nos arriscamos ó comercio electrónico, facémolo cando o produto custa menos que na tenda ou non o podemos conseguir por outra canle. E a pesar de que o comercio electrónico debería levar parello o abaratamento de produtos, en boa parte das tendas virtuais non hai unha excesiva diferenza económica co mundo “real”. Se a iso lle sumamos os problemas da loxística de transporte, un dos principais motivos de insatisfacción do usuario, axiña podemos comprender que é o que está a acontecer. No caso galego, o último informe elaborado polo Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia apúntase un dato moi interesante sobre como se concibe o e-commerce dende as empresas de aquí: os empresarios galegos non ven na loxística un problema importante para o desenvolvemento do sector. O cal quere dicir que non traballan moito con comercio electrónico, porque a Amazon lle levou anos desenvolver un sistema de envíos fiables e é unha das principais fontes de preocupación das empresas en Europa. A ver se o problema vai ser que, no canto de non coñecer ós clientes, máis ben non nos coñezamos a nós mesmos.

III SEMANA INTERNACIONAL DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

e-Gall&cia

Del 2 al 6 de junio en Santiago de Compostela

Jornadas

- **Seguridad 2003**
III Jornadas Internacionales de Seguridad Informática y Legislación en el Comercio Electrónico
- **Bases de Datos y Programación 2003**
II Jornadas Nacionales de Bases de Datos y Programación
- **Nuevas Tecnologías 2003**
Jornadas Internacionales de Nuevas Tecnologías

KEVIN MITNICK
en España

El más famoso hacker del mundo habla en exclusiva para e-Gallaecia

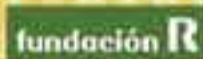


Solicite información
902 203 202

PROMOTORES



Microsoft

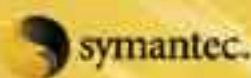


coremain



PROFESSIONAL
training

PATROCINADORES



ORGANIZA

e-GALL&cia

Nesta ocasión imonos a acercar a unha páxina bastante particular. www.alexa.com e unha páxina web do grupo Amazon que mide o tráfico que recibe calquera páxina da rede que se queira consultar. Aproveita o motor de busca de Google e da o posto que a páxina solicitada ocupa no total das indexadas. Tamén ofrece links a páxinas relacionadas e incluso un perfil da páxina que pode ser de interese para o visitante.

Segundo explica Alexa, emprega o motor de Google para buscar por toda a rede as páxinas máis visitadas e obter delas unha instantánea do que a páxina ofrece, os enlaces que propon, etc. Toda esta información resúmese para consulta accesible a tódolos visitantes, pero ofrécese tamén información moito máis pormenorizada dirixida a empresas e provedores, evidentemente con cargo.

Aproveitando os servizos de Alexa pensamos en verificar os postos que ocupan webs galegas no ranking das máis visitadas. Creemos que están as máis importantes, pero agradeceríamos calquera suxestión que se vos ocorra e para elo podedes enviarnos un correo a redaccion@codigocero.com.

Os 75 primeiros de Galicia



- 1.- lavozdeg Galicia.es (posto mundial 5.546), portal do xornal La Voz de Galicia
- 2.- xunta.es (8.880), portal da administración autonómica
- 3.- usc.es (23.614), portal da Universidade de Santiago
- 4.- [caixagalicia](http://caixagalicia.es) (26.302), páxina dos clientes de Caixa Galicia
- 5.- farodevigo.es (27.278), portal do xornal decano da prensa nacional
- 6.- mundo-r.com (29.572), site do cableador galego
- 7.- fiestras.com (29.726), portal de acceso a páxinas
- 8.- elcorreogallego.es (30.824), páxina do Grupo Correo Gallego
- 9.- uvigo.es (33.190), portal da Universidade de Vigo

- 10.- udc.es (33.348), portal da Universidade da Coruña
- 11.- crtvg.es (36.148), páxina da radio e televisión de Galicia
- 12.- vieiros.com (38.404), o primeiro ciber-barrio galego
- 13.- fisterra.com (38.742), portal de saúde feito na Coruña
- 14.- lavozdeg Galicia.com (47.103), acceso á páxina da Voz desde .com
- 15.- galiciabanner.com (50.934), empresa de Vigo adicada ó intercambio de banners
- 16.- aytorcoruna.es (52.873), páxina do concello herculino
- 17.- cesga.es (60.273), portal do Centro de Supercomputación de Galicia
- 18.- galiciaonline.es (62.094), amalgama de informacións
- 19.- culturagallega.org (62.434), o portal da cultura do noso país

- 20.- inditex.es (67.937), web do grupo textil galego
- 21.- vigonet.com (68.514), buscador de recursos de Vigo
- 22.- dicoruna.es (72.958), website da Deputación da Coruña
- 23.- turgalicia.es (90.524), o turismo de Galicia
- 24.- galinor.com (92.936), páxina de turismo de Galicia
- 25.- laopinioncoruna.com (93.153), portal do xornal coruñés
- 26.- vigo.org (95.912), páxina oficial do concello olívico
- 27.- celtavigo.es (111.981), páxina do clube vigués
- 28.- bolsamaria.com (117.703), páxina feita en Santiago dedicada o mercado bursatil
- 29.- xornal.com (118.311), web de novas

- 30.- agalicia.com (123.588), páxina de turismo
- 31.- canaldeportivo.com (128.163), web do club herculino
- 32.- eganet.org (129.011), empresas galegas na internet
- 33.- galiciacity.com (129.822), buscador galego
- 34.- elidealgallego.es (137.889), portal do xornal herculino
- 35.- ferroldiario.es (139.796), portal do xornal ferrolán
- 36.- galicianet.com (158.921), portal de información xeral de Galicia
- 37.- electronicasuiza.com (161.699), portal da tenda electrónica de Sarria
- 38.- lugonet.com (180.377), portal de información da cidade das murallas
- 39.- caixanova.com (194.200), web da caixa do sur de Galicia

- 40.- finisterrae.com (208.688), a influencia do Prestige sube as visitas a esta páxina
- 41.- concellodelugo.org (262.529), páxina oficial da cidade das murallas
- 42.- santiagoturismo.com (266.205), páxina da oficina de turismo
- 43.- galizacig.com (275.179), sitio da central sindical
- 44.- riasbaixas.org (287.525), páxina do patronato de turismo das rías baixas
- 45.- elprogreso.es (313.937), acceso o xornal da cidade das murallas
- 46.- galiciadigital.com (314.471), páxina de acceso a medio cento de portais galegos
- 47.- gpx.es.com (319.593), web directorio de páxinas galegas
- 48.- xacobeo.es (320.647), páxina do camiño de Santiago
- 49.- fbarrie.org (322.646), páxina da Fundación Barrie de La Maza

- 50.- virtuallibro.com (328.498), páxina coruñesa adicada á libros electrónicos
- 51.- diputacionlugo.org (336.543), páxina da Deputación de Lugo
- 52.- igape.es (339.315), web do Instituto Galego de Promoción Económica
- 53.- santiagodecompostela.org (348.420), páxina oficial do Concello de Santiago
- 54.- costadelamuerte.com (348.603), a influencia do chapapote
- 55.- galizalivre.org (368.993), portal independentista
- 56.- pescanova.es (379.886) web da empresa viguesa
- 57.- aetg.org (381.014), páxina da Asociación de Enxeñeiros de Galicia
- 58.- xerais.es (385.789), portal da editorial galega
- 59.- cetadec.net (387.257), web das comarcas de Galicia

- 60.- maxitrucos.com (406.399) páxina ourensana de trucos 429,046
- 61.- fillos.org (425.346), sitio da emigración galega
- 62.- galiciaconvida.com (429,046), iniciativa de Estrella Galicia para promocionar Galicia
- 63.- dinaweb.com (469.052), web da empresa compostelana de servizos avanzados
- 64.- siniestro.com (537.658), Sitio do grupo vigués
- 65.- diariodepontevedra.com (540.638), web do diario do Lárez
- 66.- codigocero.com (543.632), portal de novas tecnolóxicas de Galicia
- 67.- diariodearousa.com (558.286), portal do diario de Vilagarcía
- 68.- anosaterra.com (577.845), semanario en lingua galega
- 69.- feuga.es (584.330) . Fundación Empresa Universidade
- 70.- galiciadiario.com (623.682), web de novas
- 71.- pastorlic.com (633.584), web do Banco Pastor adicada á xuventude
- 72.- eidolocal.es (648.803), portal dos concellos de Galicia
- 73.- acontrafio.com (668.034), sitio de información alternativa
- 74.- u-lo.com (676.031), páxina do buscador galego
- 75.- axencia.com (686.804), axencia galega de noticias



galNIX, o punto neutro galego xa é unha realidade

Coa posta en funcionamento do Punto Neutro de Intercambio de Tráfico de Internet en Galicia, galNIX, as operadoras dan un novo pulo o desenvolvemento da Sociedade da Información e o Coñecemento mediante a posta en funcionamento desta ferramenta estratéxica que mellora o acceso a servizos de Internet achegando os contidos ós usuarios.

O presidente da Xunta, Manuel Fraga, acompañado polo Conselleiro de Innovación, Industria e Comercio, Juan Rodríguez Yuste e por directivos de Auna, Comunitel, Jazztel, R, Retegal e o CESGA, inaugurou o pasado 15 de maio o Punto Neutro de Intercambio de Tráfico de Internet en Galicia, galNIX. Unha infraestrutura física de rede que ten a misión de enlaza-lo tráfico de Internet entre as distintas operadoras que participan no proxecto.

Ata hai poucos anos, unha mensaxe enviada desde unha vila de Galicia podía viaxar a través de Europa ou EEUU antes de ser recibido por un receptor que vivira na mesma rúa. Isto sucedía porque ambos usaban distintas operadoras que utilizaban diferentes liñas de comunicación (a información tiña que viaxar ata a conexión máis cercana). Cos puntos neutros isto non sucede, porque enlazan e encamiñan o tráfico de Internet localmente.

Antes de que a información viaxe polas liñas das operadoras a longa distancia, o punto neutro selecciona aquelas que teñen coma destino o mesmo area xeográfica de orixe. Isto deriva nun acercamento dos contidos ós usuarios, na optimización do uso das infraestruturas, que deixan de saturarse e se fan máis seguras, e na diminución xeral da velocidade de resposta, e polo tanto nun aforro considerable de tempo.

A posta en marcha deste novo punto de intercambio, que é o terceiro que entra en operación no estado despois do espanNIX en Madrid e o catNIX en Barcelona, responde á tendencia xeneralizada en Europa de crear contornos tecnolóxicos que faciliten e impulsen o desenvolvemento da Sociedade da Información e o Coñecemento. Internet é, neste senso, unha tecnoloxía fundamental, tal e como subliñou o presidente da Xunta na inauguración do galNIX.

Nos últimos tres anos, os principais provedores de servizos de Internet fixeron un importante esforzo común por instalar puntos neutros nos que intercambiar o seu tráfico de Internet, deixando a un lado a competitividade e colaborando entre eles en beneficio dos usuarios. O galNIX está aberto a incorporación de calquera operadora ou Proveedor

de Servizos de Internet con presenza en Galicia. Precisamente, o presidente da Xunta, no seu discurso, agradeceu ás primeiras operadoras participantes no galNIX a “súa sensibilidade e esforzo”, e animou, asimismo, “a tódalas empresas e institucións que xeren tráfico de datos de Internet en Galicia a que se sumen ó galNIX”.

Fisicamente, o punto neutro galego está formado por dous commutadores centrais Catalyst 4003 de Cisco Systems e un router (encamiñador) para cada unha das operadoras a él conectadas. A súa ubicación no edificio do CESGA débese a que este centro de supercomputación, responsable da Rede de Ciencia e Tecnoloxía de Galicia (RECETGA), vai se-lo encargado de xestionar tódolos intercambios de comunicacións de Internet en Galicia.

Desde o 18 de febreiro de 2003, o galNIX estivo funcionando en probas, incorporando gradualmente ás distintas operadoras que participan nel. Desde ese momento ata a actualidade o punto neutro galego intercambiou xa máis de 6 Terabytes, o que da idea do importante fluxo de información que move a comunidade galega en Internet.

BENEFICIOS PRINCIPALES QUE O GALNIX REPORTARÁ A GALICIA.

- Maior grao de autonomía no acceso a información en servidores instalados en Galicia.
- Maior tolerancia a fallos producidos en puntos alleos a Galicia nas redes das operadoras.
- Redución nos tempos de acceso á información aloxada en servidores instalados en Galicia e accedidos por usuarios de Galicia.
- Maior racionalización no uso das liñas de saída de Galicia dos distintos operadores de rede.
- Incentivo á “repatriación” de contidos propiamente galegos hoxe aloxados en servidores fóra de Galicia.

En resumo, o galNIX acercará os contidos ós usuarios, optimizará o uso do caudal de transmisión das redes troncais e en xeral mellorará a calidade e a velocidade de acceso ós servizos e información en Internet.

Webs de interese:

www.galnix.net (o punto neutro galego)

www.espanix.net (dirección do punto de intercambio en España)

www.catnix.net (o punto neutro de Cataluña)

http://www.telegeography.com/resources/directories/internet/ix_directory.html (directorio mundial online dos puntos de intercambio en Internet ó que se accede mediante un sinxelo rexistro)

<http://www.euro-ix.net> (asociación europea de puntos de intercambio en Internet)



UNIVERSIDADE DE
SANTIAGO DE COMPOSTELA

IV CONCURSO IDEAS EMPRESARIAIS INNOVADORAS DA USC UNIOEMPRENDE

Prazo de Presentación de Solicitudes:
Remata o 30 de maio de 2003 ás 14:00 h.

Dirixido a toda a comunidade universitaria de calquera das universidades galegas: estudantes, titulados, investigadores, doutorandos, PAS...

Outorgaranse seis premios de 600 € por idea.

Información, Bases do Concurso e Inscripción

www.uniemprende.com

Información: Uninova. Tel: 981 519 600

OSIX-Lugo. Tel: 982 285 900, extensión 22456



Partindo arquivos con Hacha Pro 3



Por Emiliano Gómez
emiliagv@usc.es



¿POR QUE PARTIR UN ARCHIVO?

Ás veces, *por aforrar espacio en disco*, os arquivos que utilizamos son moi extensos e ocupan moito espacio, isto acontece cada vez máis ca utilización masiva de internet e a multimedia, por termo medio os vídeos ocupan con frecuencia unhas 700 Mb, as cancións unhas 6 Mb, os programas, as fotos e os datos ás veces tamén ocupan moito; outras *para distribuír arquivos por internet*, o envío destes ficheiros largos por Internet pode ocupar moito a rede e levar moito tempo, iso sempre e cando o teu servidor cho permita.

Algúns *sitios web non permiten subir ficheiros de máis de 3 ou 4 Mb*, ás veces non se poden nin enviar por correo electrónico sen partilos xa que nalgúns programas de correo hai *limitacións ó tamaño máximo que poden ter os ficheiros adxuntos*, por exemplo no Outlook Express o ficheiro adxunto pódese partir en varias partes; vexamos un exemplo: supoñamos que desexo enviarte un ficheiro que ocupa 9 Mb, que o tamaño máximo do meu buzón non ten límite e que o tamaño máximo das mensaxes é de 4 Mb; neste caso estando situado na pantalla principal do Outlook Express faría clic no menú "Herramientas", "Cuentas...", pestana de folia "Correo", clic na miña conta de correo e no botón "Propiedades", pestana "Opciones avanzadas" e no apartado "Separar mensajes mayores de" seleccionaría un número, por exemplo 3000 Kb, que será o tamaño máximo de cada anaco no que será partido o arquivo total de 9 Mb a enviar. O arquivo enviareino en tres anacos de 3 Mb cada un e cando os recibas recomporanse pegándose automaticamente dando lugar ó arquivo orixinal.

No correo web hai servidores de correo que non permiten o envío de arquivos adxuntos maiores que 1 ou 2 Mb; unha solución é comprimir o arquivo grande e cortalo co programa Hacha enviando as partes en e-mails separados. Debes ter en conta que se envías a alguén un ficheiro fragmentado co Hacha, esta persoa deberá tamén ter o programa Hacha para converter o ficheiro ó seu estado normal.

HACHA PRO 3

É un programa freeware que permite cortar os ficheiros ou as carpetas en anacos, do tamaño que se desexe, para subilos a un servidor, envialos por correo, gardalos ... e despois volver a pegalos para utilízalos. Pode utilizar arquivos comprimidos cos programas winzip, winrar e crear arquivos empaquetados autoextraíbles funcionando baixo windows 95, 98, NT, Me, 2000 e XP.

Para facerse co programa busque o nome do programa "hacha pro 3" no seu buscador por exemplo en Google e descárgueo dun xeito gratuito o seu pc, por exemplo desde www.hachaweb.com O programa

de instalación chámase hachasetup.exe cun tamaño de 570 Kb, a execución é a típica de windows xerando dúas iconas, a do programa e a de desinstalar.

CORTANDO CON HACHA PRO 3

Supoñamos que temos un arquivo de Microsoft Word chamado "Operacións en páxinas web.doc" que ocupa 9.664 KB para cortalo en varios anacos seguimos os pasos:

1. Clic no botón "Inicio", "Todos los programas", "HachaPro" e "HachaPro"
2. Activamos a casinha "compress" para comprimilo e despois cortalo, no idioma eliximos "galego", se a casinha "Destino = Origen" está activada Hacha Pro intentará crear os cortes no mesmo cartafol onde se atopa o arquivo orixinal, xa que esta versión ten un algoritmo que comproba se tes permiso para escribir nese cartafol ou nese Cd, se non podes escribir nela, indicaracho e pedirache un "cartafol de destino"; se a dita casinha non estivera activada pedirache que indiques onde queres crea os arquivos.



3. En tamaño eliximos anacos de 3 MB para cada parte na que vamos a dividir o ficheiro e prememos no botón "Cortar" e na nova pantalla prememos no botón "Archivo" (se premeses no botón "Carpetas" seleccionarías todo o contido dun cartafol incluíndo os subdirectorios que tivera. Se premeses no botón "Varios" cortarías varios arquivos que estivesen en diferentes cartafoles; a pantalla que xurdiría tela explicada máis adiante).
4. Eliximos o ficheiro que desexamos cortar e prememos no botón "Abrir", cortándose este e xerando os seguintes ficheiros:

Operacións en páxinas web.doc_ave.000	3.072 KB	Hacha Pro
Operacións en páxinas web.doc_ave.001	3.072 KB	Archivo 001
Operacións en páxinas web.doc_ave.002	3.070 KB	Archivo 002
Operacións en páxinas web.doc_ave.crc	1 KB	Archivo CRC

5. Cando divides un ficheiro con un nome, por exemplo, de "Operacións en páxinas web.doc", o programa nomea as partes co mesmo nome, pero engadíndolles un número distinto a cada parte, como se amosa na figura anterior. Os arquivos Hacha *.000, son as partes dun arquivo que foi comprimido e cortado co Hacha.
6. Aconsellándose que tódalas partes se garden no mesmo cartafol
7. Ó cortar, xorde un arquivo *.crc (Cyclic Redundancy Check), que non se necesita para pegar os arquivos, pero que se recomenda engadir cos outros no envío,

xa que moitas veces os arquivos non se descargan correctamente, de tal xeito que se Hacha Pro, atopa este arquivo comeza a validación dos datos chequeando a información e se encontra algún erro

informa da parte causante do problema.

PEGANDO CON HACHA PRO 3

Tendo o ficheiro "Operacións en páxinas web.doc" dividido en partes co mesmo nome, pero cun número distinto a cada parte. Para recompoñelo:

1. Executo o programa Hacha Pro 3 e premo no botón "Pegar"
2. Elixo do cartafol onde están os datos o ficheiro de extensión *.000 e premo no botón "Abrir"
3. Aparece unha porcentaxe ata o 100% e a pantalla de "traballo feito".
4. No cartafol agora tamén se encontra o arquivo enteiro.

Hacha Pro 3 tamén permite operacións de arrastre co rato; por exemplo se arrastra un ficheiro *.rar sobre a icona de Hacha Pro este será desempaquetado; se arrastra un ficheiro *.zip sobre a icona de Hacha Pro este poderá ser aberto ou cortado; se arrastra un arquivo *.0 (Hacha clásico, da primeira versión) sobre a icona de Hacha Pro, os arquivos cortados xuntaranse, compoñendo o arquivo orixinal; se arrastra un arquivo *.000 (Hacha 2 e 3ª versión) sobre a icona de Hacha Pro, os arquivos cortados xuntaranse, compoñendo o arquivo orixinal; Se arrastra un grupo de arquivos sobre a icona de Hacha Pro empaquetaranse e cortaranse.

Ó facer dobre clic sobre calquera ficheiro *.0 ou *.000 este será pegado automaticamente, xa que windows asocia este tipo de ficheiros a Hacha Pro 3.

EMPAQUETANDO O COMPRIMINDO

CON HACHA PRO 3

1. Activar o Hacha Pro 3
2. Premer no botón "Pack", xurdindo unha nova xanela
3. Premer no botón "+Files" elixir o cartafol onde se atopan os ficheiros a comprimir, escoller un dos ficheiros desexados e premer no botón "Abrir" para engadilo.
4. Repetir o paso nº 3 tantas veces como ficheiros queiramos comprimir xuntos.



5. Se non prememos a casinha "Sfx-files" creárase un ficheiro *.zip e se prememos a casinha "Sfx-files" creárase un ficheiro .exe autodescomprimible. Deixemos activada esa casinha.
6. Para rematar premer no botón "GO" e escribir o nome que desexemos para o arquivo .exe que se vai crear e premer no botón "Ok", amosando unha porcentaxe ata o 100% e unha mensaxe indicando o tamaño e o número de ficheiros a comprimir.



**Grupo
Academia Postal**

CENTROS DE FORMACIÓN

CISCO SYSTEMS



We make the net work.



¿Estás preparado?

Diseña tu futuro profesional con las máximas garantías gracias a la formación más avanzada en Seguridad, Redes y Programación. Cursos diseñados por los gigantes del software y las nuevas tecnologías: Microsoft, Sun Microsystems, Cisco Systems y Comptia. Enseñanza de vanguardia con la garantía de calidad de Grupo Academia Postal.

Con el **Master Oficial de Programación Java de Sun Microsystems** te convertirás en el profesional cualificado más demandado del mercado laboral gracias a la garantía que te ofrece el líder mundial en nuevas tecnologías.

Cisco **Networking Academy Program (Certificado CCNA-CCNP)**. Un programa formativo que te preparará para la vida laboral en el entorno de las nuevas tecnologías y las redes informáticas.

Con los cursos **Comptia Linux+** de Academia Postal podrás obtener la certificación profesional en Administración de redes, servidores y seguridad en Linux. La revolución del software necesita expertos como tú.

Con los cursos de **IT Academy de Microsoft**, obtendrás las certificaciones MCP para lograr ser **MCSE** o **MCSA**.

Si quieres formar parte del futuro, ahora puedes hacerlo. Tú decides

infórmate www.academiapostal.com
tic@academiapostal.com

OURENSE: C/ Reza, 3 y C/ Progreso, 34. Telf.: 988 366063

VIGO: C/ López Mora, 10 y C/ Zamora, 106. Telf.: 986 211295

SANTIAGO: C/ Santiago de Chile, 17-Bis. Telf.: 981 598590

A CORUÑA: Plaza de Pontevedra, 18-2º. Telf.: 981 148471

LUGO: Plaza de Sto. Doming, 9-1º. Telf.: 982 252859

PONTEVEDRA: C/ Paseo de Colón, 7. Telf.: 986 860395

FERROL: C/ Méndez Núñez, 13 esquina C/ Sol. Telf.: 981 369790

OPORTO: C/ Julio Dinis, 247. Telf.: 00 351 226 00 2594



contratación exclusiva /
a través de internet



CAIXAGALICIA

→ UNA CONEXIÓN MUY RENTABLE

www.caixagalicia.es ←

→
**Hipoteca
On Vivienda 0,50**

Primer año: **3,50%**

Resto de períodos: **Euribor+0,50**
SIN REDONDEO

→
TAE^(*)
3,34%
HASTA 35 AÑOS

(*) TAE calculada para un principal de 60.101 EUR a máximo plazo (35 años). Tipo de interés nominal 1º año: 3,50%. Resto del periodo: Euribor + 0,50% sin redondeo. Tipo de interés mínimo: 3,25%. Tipo de interés máximo: 10%. Comisión de apertura: 0,15% mínimo 200 EUR. Último Euribor publicado en el mes de Abril, correspondiente a Marzo de 2003: 2,41%.

→ **NUEVOS TIEMPOS NUEVOS CANALES**

Autorizado por D.XPFT: 05/02/2003



 **902 209 166**
www.caixagalicia.es

 **CAIXAGALICIA**