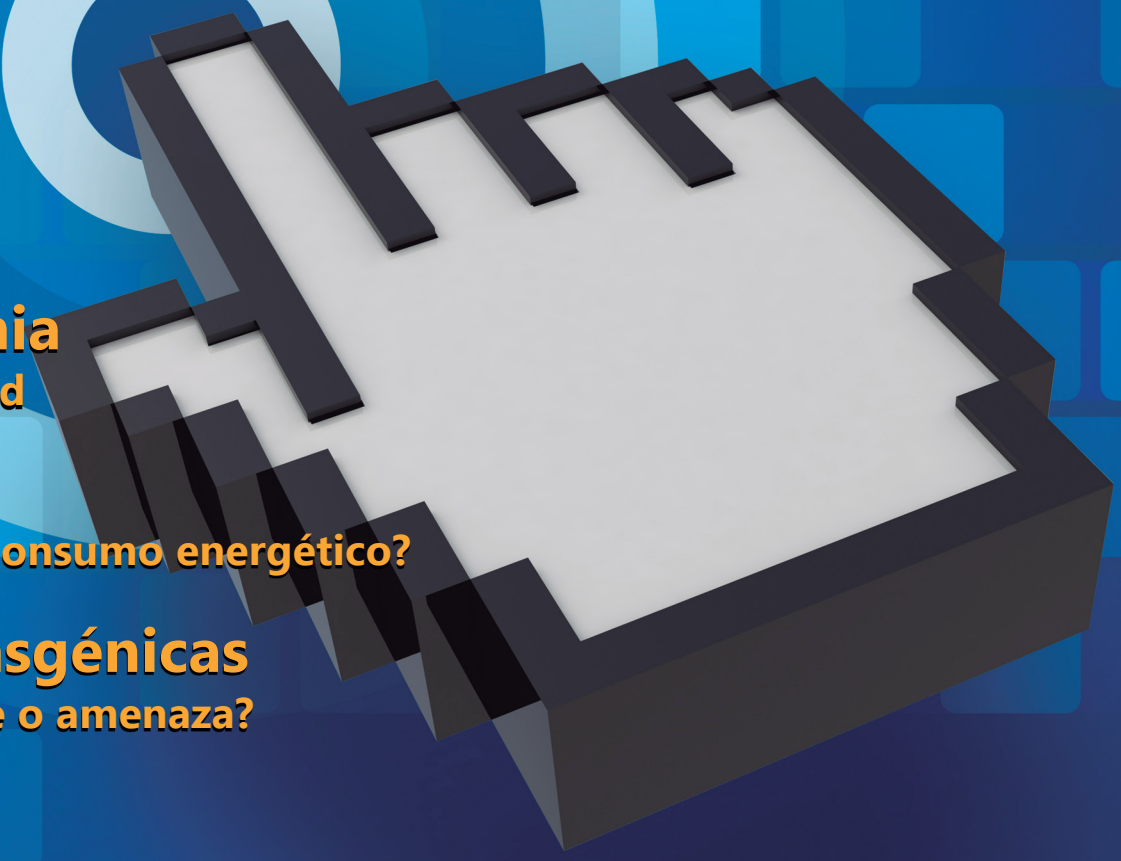
Tu INTERFAZ de negocios

PREVÉ LOS ATAQUES CIBERNÉTICOS



Mercadotecnia
Más que publicidad

Maquinaria
¿Cómo reducir el consumo energético?

Semillas transgénicas
¿Alternativa viable o amenaza?

Año 4 No. 21
noviembre - diciembre 2014

ISSN 2007-5596

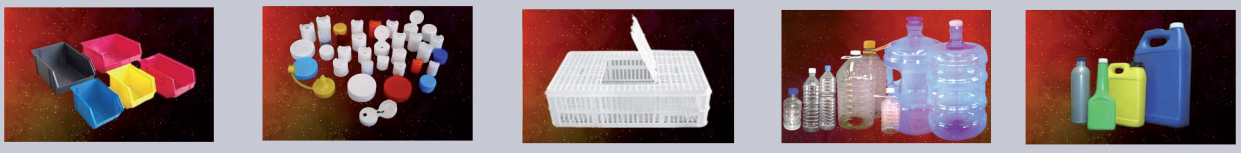
Un medio más de: grupo cosmos

tuinterfaz.mx

PLASTICOS INDUSTRIALES GAMA

FABRICACIÓN DE ENVASES Y PRODUCTOS INDUSTRIALES DE PLÁSTICO

SERVICIO, CALIDAD, PRECIO Y ATENCION



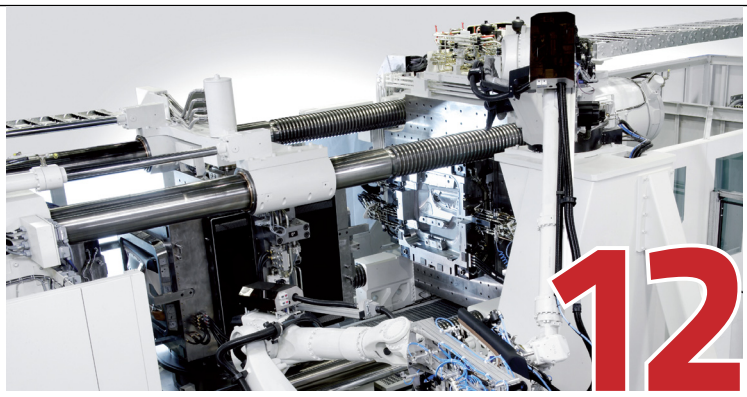
Envases, envases PET, porrones, cubetas, cuñetes

Cajas, tarimas, tapas, moldes y metálicos

www.plasticosindustrialesgama.com.mx

Santurce No. 1037, Col. Residencial Zacatenco, C.P. 07369, México D.F.
Teléfonos: (55) 4632-0220, 0221 / 5119-0630
ventas@plasticosindustrialesgama.com.mx

Contenido



12 **Maquinaria**
Eficiencia energética

Informática Cosmos, S.A. de C.V.

Dirección General y Editorial	Raúl Macazaga editorial@tuinterfaz.mx
Dirección Comercial	Mercedes Rebollo
Dirección de Operaciones	Marcela Oviedo
Publicaciones	José Rosales
Contenido	Paulette Huelgas Ana Bautista Karina Valencia
Diseño Gráfico	Diego Báez Thania Jiménez
Ventas y Publicidad	Tel. (55) 5677-4868 publicidad@tuinterfaz.mx
Comentarios	comentarios@tuinterfaz.mx
Suscripciones	Tel. (55) 5677-4868 Lada sin costo 01-800-3COSMOS (267667) suscripciones@tuinterfaz.mx

5 **Semillas transgénicas**
¿Alternativa viable o amenaza?

8 **Los 3 niveles del marketing**
Impacto en la planeación estratégica

18 **Ataques cibernéticos**
Estrategias para la prevención

22 **Tecnologías de la información WCIT**
México, uno de los mejores a nivel mundial

Otros medios de Grupo Cosmos:

grupo cosmos.mx

ONLINE cosmos.mx

guía de la industria química

tuinterfaz.mx
Año 4 No. 21 noviembre - diciembre 2014

TU INTERFAZ DE NEGOCIOS, Año 4 No. 21, noviembre-diciembre 2014, es una publicación bimestral editada por **Informática Cosmos, S.A. de C.V.** en Montecito No. 38, piso 21, oficina 37-D, Col. Nápoles, Delegación Benito Juárez, C.P. 03810, México, D.F., Tel. (55) 9000-3044, **tuinterfaz.mx**, **ventas@tuinterfaz.mx**. **Editor Responsable: Raúl Macazaga y Ramírez de Arellano.** Reserva de Derecho al Uso Exclusivo No. 04-2012-013113395700-102. ISSN 2007-5596, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de Licitud de Título y Contenido No. 15224, ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Permiso SEPOMEX No. PP09-1839. Impresa por Factor Punto de Comunicación, S.A. de C.V. Insurgentes Sur No. 686 Col. Del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03103, México, D.F., éste número se terminó de imprimir el 24 de octubre de 2014 con un tiraje de 10,000 ejemplares. Distribuida por Intersexión México, S.C. en Calz. del Hueso No. 140 Altos, Col. Santa Úrsula Coapa, C.P. 04850, Delegación Coyoacán, México, D.F.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación por cualquier medio ya sea mecánico, electrónico, fotocopiado, grabado, almacenaje de información o cualquier método inventado o por inventarse, sin previo permiso escrito del editor.

SISCA

SISTEMAS DE CARGA S.A. DE C.V.

Somos una empresa mexicana establecida en la ciudad de Querétaro
con más de 15 años en el mercado. Solucionamos sus necesidades en elevación
y fijación de carga pesada. Nuestros productos cuentan con certificado de calidad.
Fabricamos estrobos en cable de acero a las necesidades del cliente.

Otorgamos servicios de:

Asesoría Técnica

Capacitación

Apoyo en Inspección

Fabricación de Eslingas de Poliéster

Fabricación de Estrobos y Tirantes con diferentes cables,
longitudes y terminaciones a requerimiento de sus necesidades
con terminales de vaciado y de prensado

Garantía de 1 año en todos nuestros productos contra defectos de fabricación

Prol. Tecnológico # 148 Bodega 30
Condominio Industrial "El Fénix" Col. El Retablo
Tels. (442) 212-0902 / 182-0830 / 182-0831
Querétaro, Qro., México.
siscaventas@sistemasdecarga.com
www.sistemasdecarga.com

Hoy en día los retos que enfrentamos como sociedad van más allá de las fronteras y las naciones. Los cambios en procesos ambientales que definen el funcionamiento del planeta preocupan tanto a los científicos como a los gobiernos y empresas. Así, las acciones encaminadas a reducir la huella ecológica de nuestras actividades y frenar el cambio global, deben provenir desde todos los frentes.

Atendiendo esta necesidad, la eficiencia energética es, sin duda, una de las propuestas más importantes para reducir las emisiones de dióxido de carbono, pero también es una forma de apoyar la competitividad de las empresas al reducir los costos de producción.

En esta edición de Tu Interfaz de Negocios hablamos de la eficiencia energética en maquinaria, se discute qué es y cómo apoya la competitividad empresarial y cuáles son las características más comunes de las máquinas eficientes.

Hablando también de los desafíos en tiempos presentes y futuros, pero desde la problemática del abasto de alimentos, discutimos el tema de semillas transgénicas, un tema muy controvertido y en ocasiones poco comprendido, que ha sido propuesto por muchos como una solución y por otros como una amenaza. En las páginas siguientes discutimos los puntos más relevantes sobre estos organismos, las opiniones a favor y en contra y algunos hallazgos científicos sobre su impacto al ambiente.

Por otra parte, reconociendo que la sustentabilidad tiene un componente de viabilidad económica, en esta edición hablamos sobre mercadotecnia y planeación estratégica. Sabemos que una empresa necesita establecer acciones que le permitan comunicarse con sus clientes y que la mejor manera de hacerlo requiere de una estrategia que provenga desde la alta dirección y sea ejecutada como un proyecto de toda la empresa y no solo desde el departamento de mercadotecnia. En este texto encontrarás claves sobre cómo lograr que la mercadotecnia sea más que una herramienta para vender y se convierta en una herramienta para conocer el mercado y entender más sobre tu propia empresa.

Por último, el texto de seguridad cibernética proviene de una preocupación, consecuencia de que en nuestro país los delitos de este tipo aumentaron 300% con respecto al año anterior. En el artículo conocerás las principales formas de ataques cibernéticos y las propuestas de los expertos para evitarlos. Además, se describen los puntos que se deben tomar en cuenta antes de seleccionar un proveedor de sistemas de seguridad en la materia y con ello lograr una protección exitosa.

Si bien todas las actividades humanas generan un impacto sobre el ambiente, cada vez más se desarrollan tecnologías que permiten reducirlo. Así, las sociedades y sus empresas se van adaptando a los cambios y nuevas necesidades. La competitividad avanza hacia transformarse en una mezcla entre las acciones más redituables en el sentido económico y aquellas menos dañinas al planeta.

Esperamos que esta edición te ayude a responder preguntas y a tomar decisiones que favorezcan el crecimiento de tu empresa desde una visión más responsable.

Raúl Macazaga

Prol. Guerrero No. 3000 Col. Unidad Modelo del IMSS C.P. 36620 Irapuato, Gto., México.

52+462 624 3796 info@expoagrogto.com

Semillas transgénicas

¿Alternativa viable o amenaza?

Una semilla transgénica es aquella a la que, de forma artificial, se la ha insertado un gen o genes de otras especies para obtener propiedades distintas a las originales: cultivos que producen su propio insecticida, plantas resistentes a herbicidas, frutos con larga vida de anaquel y capullos donde crece algodón de colores son algunos de los ejemplos más populares de características obtenidas mediante la tecnología de organismos genéticamente modificados (OGM).

A pesar de los aparentes beneficios que los cultivos transgénicos presentan a primera vista, el tema constituye uno de los puntos más polémicos sobre seguridad alimentaria, puesto que, por un lado, estos organismos han sido propuestos como una alternativa viable al abastecimiento de alimentos pero, por otra parte, los riesgos a la salud y al medio ambiente, así como sus efectos económicos, no han sido claramente estudiados o expuestos.

UN POCO DE HISTORIA

La primer planta transgénica fue creada en 1983 cuando se consiguió insertar el gen de la luciferasa, presente naturalmente en las luciérnagas, para obtener tabaco fluorescente.

Este experimento no tuvo fines comerciales, sin embargo, poco después comenzó el desarrollo de este tipo de semillas para su comercialización en el mercado.

En 2013, América Latina, Asia y África contaban en conjunto con el 54% de las hectáreas cultivadas con transgénicos a nivel mundial

En 1992 se sembró el primer cultivo transgénico de tabaco en China, y en 1994 surgieron las primeras plantaciones comerciales en EUA. En 1995 existían únicamente 200,000 hectáreas (ha) de estas plantaciones, para 1996 los terrenos cultivados habían aumentado a 1.7 millones de ha. En el año 2000 el número de cultivos transgénicos ascendía a 43 millones de hectáreas y para el año pasado, de acuerdo a datos del Servicio Internacional para la Adquisición de Aplicaciones Agrobiotecnológicas (ISAAA, por sus siglas en inglés), la extensión de cultivos transgénicos alcanzó 175 millones de hectáreas en un total de 27 países.

En 2013, América Latina, Asia y África contaban en conjunto con el 54% de las hectáreas cultivadas con transgénicos a nivel mundial, esto significó un aumento del 2% con respecto al año anterior.

TRANSGÉNICOS, LA POLÉMICA

La tecnología mediante la cual se producen los OGM se basa en la transferencia de cualidades útiles (genes) desde organismos de una especie hacia otros de una especie diferente. Estas características están enfocadas, en su mayoría, en la disminución de pérdidas y el consecuente aumento de la productividad de las parcelas, bajo el modelo del monocultivo. Si bien es cierto que con el crecimiento poblacional la demanda de alimentos aumenta, resulta importante preguntarse si la relación costo/beneficio se mantiene en el corto, mediano

y largo plazo. Además sería relevante fomentar la investigación y aplicación de herramientas alternativas que puedan aumentar la producción de alimentos sin las desventajas que la tecnología de los OGM representa.

Las posturas a favor de estos organismos indican que la tecnología puede ser útil en el combate contra el hambre, sobre todo para enfrentar el panorama futuro. Sin embargo, dado que gran parte de las semillas transgénicas pertenecen a empresas transnacionales, surge el cuestionamiento de si verdaderamente la tecnología estará al alcance de todos los agricultores.

De acuerdo al Informe de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) de 2001, las alianzas, fusiones y compras de empresas relacionadas con la venta de semillas transgénicas y agroquímicos resultaron en una alta concentración asimétrica de las líneas de productos en grandes conglomerados. Esta situación enciende un foco de alerta en el tema de la soberanía alimentaria de cualquier país, ya que la propiedad sobre las semillas disminuye el grado de independencia en las decisiones nacionales en el tema de alimentación. Este punto es el más relevante en términos sociales y económicos cuando se habla de OGM.

Desde el enfoque de propiedad industrial, se ha cuestionado qué tanto las empresas privadas se han beneficiado de una característica desarrollada mediante procesos ecológicos y evolutivos, en los cuales el ser humano no ha tenido injerencia. Si bien ha existido un gran avance tecnológico en técnicas moleculares que hacen posible la transferencia génica, las secuencias génicas que proporcionan una característica particular son resultado de la historia evolutiva de la especie. En este sentido, expertos consideran excesivo que por el hecho de insertar uno o algunos genes a un ser vivo, el cual contiene varias decenas de miles de éstos, se le otorguen derechos de propiedad industrial sobre el ser vivo en su conjunto. Con todas estas acciones debemos preguntarnos si los OGM pueden considerarse una nueva forma de vida o solamente una contaminación a la ya existente.

Es preciso explicar que no solo empresas privadas realizan desarrollo de organismos transgénicos, por ejemplo, el Instituto Tecnológico Federal de Suiza, en Zurich, incorporó la ruta metabólica del beta-caroteno, un precursor de la vitamina A, en el arroz, de tal manera que se acumulara en el grano. El objetivo del trabajo era mejorar las condiciones nutricionales de los niños que habitan en zonas altamente marginadas. La tecnología fue puesta a disposición de países de África subsahariana sin costo alguno, ellos rechazaron la oferta. Así como la mayor parte de los países europeos y otros del mundo como Rusia, quienes han legislado prohibiendo el cultivo de semillas transgénicas en sus territorios.

Ante la diversidad de realidades y necesidades de cada país, los transgénicos, como cualquier otra herramienta, no deben ser juzgados a la ligera, sus beneficios o prejuicios están relacionados con el contexto y las medidas preventivas con las que son utilizados. Sin embargo, dada la situación actual y las circunstancias generales para su aplicación, los expertos ecólogos, genetistas y sociólogos mencionan las siguientes desventajas:

1) La posibilidad de transferencia de polen desde plantas transgénicas hacía otras compatibles (de la misma especie pero de distinta variedad), a especies silvestres o ancestrales, puede tener un impacto directo e indirecto sobre la biodiversidad.

2) Las características de resistencia a plagas en los OGM podrían afectar especies benéficas como abejas o catarinas, con su consabido impacto a la naturaleza.

3) Surgimiento de nuevas plagas por eliminación de competidores y selección de organismos multiresistentes. De acuerdo a una investigación publicada en Nature, en 10 años de uso de maíz Bt (resistente a polillas) surgieron cinco especies resistentes, la primera de ellas apreció dos años después de haberse liberado la patente.

4) Actualmente, gran parte de la tecnología de OGM está planeada para

Gran parte de las semillas transgénicas pertenecen a empresas transnacionales, surge el cuestionamiento de si verdaderamente la tecnología estará al alcance de todos los agricultores

Descubren desalinización económica

A base de grafito, el proceso resultó más rápido, económico y eficiente

Científicos del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), Estados Unidos, han descubierto cómo desalinizar de manera barata el agua de mar y hacerla apta para el consumo humano. De acuerdo con el estudio publicado en la revista "Nature Communications", el secreto se encuentra en utilizar el grafito de los lápices en el interior de un filtro para evaporar el agua. Una publicación del portal RT.com, señala que cuando el equipo puso el grafito en el microondas durante siete segundos, su capa externa se expandió y explotó “exactamente como si fueran palomitas de maíz”, explicó el ingeniero Hadi Ghasemi.

A través de la acción capilar, el agua llenó pequeños agujeros en el grafito. Los agujeros, a su vez, concentran la energía solar, evaporando rápidamente cualquier agua que se encuentre en ellos. La importancia del descubrimiento estriba no solo en que el proceso de evaporación desalinice y esterilice el agua, sino también en que con grafito puede hacerse de forma mucho más rápida, barata y eficiente.

conferir resistencia a herbicidas, por lo tanto, el uso de estos agroquímicos se promueve, aumentando la probabilidad de contaminación de alimentos, agua y suelo.

5) Los cultivos transgénicos promueven los sistemas de monocultivos, los cuales muestran problemáticas graves de sustentabilidad, sobre todo por la cantidad de insumos (principalmente químicos) y energía que requieren.

6) Las semillas transgénicas están protegidas mediante patente y por lo tanto se imposibilita su intercambio, afectando las costumbres campesinas. Por otro lado, existen semillas cuya descendencia es estéril, de esta forma no es posible su uso continuo, lo que obliga al agricultor a comprar semillas cada temporada de cultivo.

7) Existe la posibilidad de impacto negativo en la nutrición y la salud humanas; aunque este punto no ha sido comprobado de manera rigurosa para todas las enfermedades que se cree están relacionadas con los transgénicos, existen investigaciones que relacionan el aumento de alergias y el consumo de estos productos, en especial con la soya transgénica.

En México el caso es especial y se relaciona directamente con el punto número uno, puesto que el país es centro de origen, domesticación y diversificación de varios cultivos alimenticios, en particular del maíz. La diversidad genética de las miles de variedades de maíz en nuestro territorio es un recurso fundamental para la seguridad y soberanía alimentaria, dado que los genes son, en última instancia, quienes representan las posibilidades de adaptación a las variables climáticas. Un ejemplo son aquellos maíces nativos capaces de crecer con pocas cantidades de agua, como los de ciclo corto de Yucatán, o los de Tierra Caliente en Michoacán y Guerrero, estas características adquiridas a través del tiempo y debidas al manejo campesino podrían ayudar a desarrollar variedades con altos rendimientos que soporten la sequía sin necesidad del uso de transgénicos; sin embargo, la contaminación con material genético de OGM podría modificar los recursos genéticos de los maíces nativos, disminuyendo así la capacidad del campo mexicano para responder ante situaciones como el cambio climático, por ejemplo.

Existe otro punto primordial en el tema, la bioética. En esta disciplina, diversos activistas entre ellos la Dra. Vandana Shyva, señalan que obtener patentes sobre organismos tiene implicaciones profundas en la sociedad, inclusive llevan a la bancarrota a productores que no pueden pagarlas. En este sentido el cuestionamiento obligado tiene que ver con el desarrollo del campo que incluya la participación, permanencia y dignidad de aquellas personas que por cientos de años han resguardado conocimiento fundamental sobre de los recursos alimentarios del país, es decir, los agricultores.

Aunque no existe una receta para solucionar los problemas del campo, en muchos lugares del mundo se plantean soluciones que en conjunto pueden ser la respuesta a la producción y abastecimiento de alimentos, entre ellas, regresar a una agricultura menos demandante de insumos químicos, que funcione como un ecosistema más parecido al natural, pero ese tema amerita una profundización que abordaremos en ediciones siguientes. ■

FORKISA

Importamos, Exportamos, Distribuimos y Comercializamos Aceites Minerales.
Grado Técnico, USP: Grado Alimento, Grado Cosmético, Grado Farmacéutico.
"SURTIMOS EN PIPAS DE 40,000 LITROS Y TAMBORES DE 200 LITROS,
PEDIDOS DESDE UN TAMBOR A TODA LA REPUBLICA"

ACEITE MINERAL

En la industria de alimentos: empacado de arroz, aplicado directamente al grano para mejorar su conservación y presentación; preservación de huevos, frutas y vegetales, procesado de alimentos como: panadería, confitería, frituras, pastas alimenticias, levaduras, azúcares y en fermentación, concentrados para animales y productos para la agricultura, en la repostería como desmoldante, como agente de desprendimiento en la preparación de albúmina de huevo, antiespumante para procesamiento de alimentos y levaduras, agente sellador y de pulido en la industria confitera.

En la industria textil, hules, plásticos y calzado: lubricación de fibras, aplicación en el cuero y plastificante para suelas de goma, aceite para agujas de máquinas de tejidos de punto y apresto superficial para fibras sintéticas.

FORKISA, S.A. DE C.V.
Luis G. Urbina No. 1111 Col. Primero de Mayo Monterrey, N.L. C.P. 64550
Tel: (81) 8372-1799, (81) 8375-1042 | ventas@forkisa.com

Los 3 niveles del marketing

Impacto en la planeación estratégica

Al hablar de mercadotecnia muchos piensan, casi de inmediato, en campañas publicitarias, artículos promocionales o actividades centradas, básicamente, en la imagen de un producto para facilitar su venta. En realidad, la mercadotecnia abarca más que publicidad y está sustentada en las 4P´s (producto, plaza, precio y publicidad).

Según Philip Kotler, considerado el padre de la mercadotecnia, esta disciplina es "un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación, transacción e intercambio de productos y servicios". Desde esta perspectiva, la mercadotecnia es responsable de conectar la solución con el problema, el satisfactor con la necesidad, la empresa con la expectativa del cliente y los procesos con la experiencia del consumidor.

En la actualidad, existen varios enfoques para hacer mercadotecnia. Se habla, por ejemplo, de la revolución del marketing lograda a través del conocimiento del usuario, de la segmentación, planeación y de otras maneras para lograr el mismo objetivo: vender y posicionarse; sin embargo, el reto aumenta cuando, además de vender, queremos hacerlo con calidad, coherencia y rentabilidad. En este sentido, el departamento de mercadotecnia es la punta de lanza de las actividades de la compañía, desde la concepción de los productos hasta el seguimiento de resultados en el mercado. Él debe determinar qué se vende, dónde se vende, a quién y cómo se vende.

NIVELES DE LA MERCADOTECNIA

La Mercadotecnia tiene tres niveles o etapas que permiten establecer objetivos, métodos, determinar acciones, recursos y responsabilidades:

1.- Nivel estratégico: en esta etapa se detectan las necesidades o deseos de los clientes, se identifican

oportunidades de negocio y se seleccionan los mercados. Por ello, es aquí donde la investigación de mercados es de vital importancia para la toma de decisiones.

La mercadotecnia estratégica siempre dependerá o se ejecutará desde la alta dirección. Con la información correcta se definirá qué vender, dónde venderlo y a qué precio.

La mercadotecnia estratégica siempre dependerá o se ejecutará desde la alta dirección

2.- Nivel táctico: se definen políticas de precios, de productos, de distribución (canales de venta) y comunicación (publicidad), también se instauran políticas de retención de clientes.

3.- Nivel administrativo/operativo: con la información estratégica y táctica, se diseña, ejecuta y se da seguimiento al plan de mercadotecnia. En esta etapa se seleccionan los medios que permitirán llevar a cabo las acciones, además incluye el análisis de cumplimiento de objetivos (ventas, cuota de participación de mercado, satisfacción, etcétera).

La correcta implementación de las etapas puede aumentar la probabilidad de éxito de un proyecto de este tipo. En esta ocasión, se abordará la primera etapa –mercadotecnia estratégica– por ser la base de la planeación.

MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

El paso inicial de una empresa (industrias productoras o de servicios, de mercados de consumo final o consumo intermedio) que quiera planificar las actividades y acciones relacionadas con la mercadotecnia, siempre deberá ser la investigación. Las herramientas de investigación ayudan a determinar el tamaño del mercado, la selección de productos y canales de venta, información que, como veremos más adelante, es el pilar para el diseño de la estrategia mercadológica que se seguirá, ya sea en un presupuesto anual o en un plan estratégico de mediano plazo.

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis y difusión de información de manera sistemática y objetiva, que tiene el propósito de apoyar o mejorar la toma de decisiones. Juega un papel proactivo, ya que anticipa los cambios en el mercado y los deseos y necesidades de los clientes. Tiene función descriptiva, diagnóstica y predictiva; es decir, sirve para conocer a los clientes, identificar necesidades, desarrollar productos y, un punto muy importante, evaluarlos (post venta/servicio al cliente); de hecho la evaluación permite conocer la manera en que las acciones llevadas a cabo sirvieron al diseño, la venta o rentabilidad de un producto, así la información se convierte en un activo para las empresas, por lo que su generación deberá ser vista como una inversión y no como un gasto.

Para definir la estrategia es muy valioso estar consciente de que el mercado objetivo puede cambiar rápidamente. Generalmente, se asume que los clientes están pendientes de los ofertantes, sin embargo son estos últimos quienes deben estar un paso adelante y contar con el conocimiento acerca de las necesidades de los tomadores de decisión, quienes no siempre son los consumidores finales, pueden ser distribuidores, comercializadores, o cualquier tipo de intermediario. Esta información también deberá ser proporcionada por el área de mercadotecnia, en estrecha relación y cooperación con el área de ventas.

La información se convierte en un activo para las empresas

Es de suma importancia que el mercado objetivo sea accesible, medible y rentable. Por ello, deberá ser elegido mediante un procedimiento riguroso de evaluación.

Otro punto relevante es la identificación de cada uno de los elementos de la cadena de valor del producto,

Pymes se beneficiarían con la Ley de Competitividad

Creada para impulsar el crecimiento sostenible de la productividad y la competitividad de la economía nacional

La iniciativa de Ley para Impulsar el Incremento Sostenido de la Productividad y la Competitividad que el gobierno federal envió al Congreso de la Unión favorecerá a que pequeñas y medianas empresas (Pymes) de baja productividad puedan subirse a las cadenas de valor, consideró el sector empresarial. La presentación de esta iniciativa es un buen inicio debido a que abarca temas fundamentales para el sector privado, indicó el presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Gerardo Gutiérrez Candiani.

"Nosotros celebramos esta propuesta de Ley, vamos a revisarla, vamos a trabajar con el Ejecutivo, ya nos pusieron fecha de que para el 15 debemos tener una propuesta, vamos a activar a nuestra comisión de productividad y competitividad y seguramente vamos a tener comentarios y propuestas que contribuirán a la aprobación del legislativo", abundó. Expuso que este proyecto de ley cuenta con una visión de largo plazo, aunque es necesario tener la seguridad de que el sector productivo nacional tenga los instrumentos necesarios y suficientes para generar mayores niveles de crecimiento.

"El gran reto es que refleje las necesidades y los apoyos que necesita, sobre todo las Pymes en México, para poderlas incluir en las cadenas de valor y en todos los procesos que nos ayuden a generar crecimiento", dijo. Explicó que la productividad en sectores manufactureros incrementó de 2000 a 2014 a tasas de alrededor del 6.0% anual, misma proporción de decrecimiento que observan las Pymes, por lo que "el gran reto es como hacerlas más productivas", así como lograr que el sector informal migre al formal. En su oportunidad, el presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), Juan Pablo Castañón, destacó la necesidad de tener una política industrial que fomente el desarrollo regional, la cual deberá aterrizar para cada región del país de acuerdo con sus características. En cuanto al proyecto recién presentado agregó que "nos parece interesante conceptualmente, vamos a estudiarlo, pero ha sido una conversación que hemos tenido con la propia Secretaría en el aspecto de los modelos de triple hélice".

los cuales deberán ser incluidos como parte fundamental en los procesos de venta/comercialización. Es decir, ¿quiénes intervienen en todo el proceso de venta y cuáles son sus necesidades? esta pregunta deber ser contestada por el área de mercadotecnia para lograr mejores resultados.

ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA PYMES

Todo lo que se ha discutido hasta ahora es fundamental para cualquier empresa; sin embargo, para pymes podría resultar poco factible contratar a una empresa especialista en estudios de mercado o investigación. La buena noticia es que mucha información ya existe, de esta forma, identificar y tener acceso a diversas fuentes resulta de gran valor. Entonces, ¿dónde se debe buscar?

1. Informes de ventas. Se puede rescatar y recopilar información histórica, con esos datos se pueden construir, por ejemplo, las curvas de ventas. Analizar si se tiene o no estacionalidad. Otro ejemplo es analizar datos históricos del impacto que tuvieron en las ventas los productos nuevos.

El reto aumenta cuando, además de vender, queremos hacerlo con calidad, coherencia y rentabilidad

Con dicha información se podrán planear las ventas futuras de los clientes existentes y el volumen que pueden aportar nuevos productos.

2. Informes contables. Se encontrará la información económica de ventas y sobre todo de los márgenes de los productos, pudiendo con ello, identificar cuáles productos son más rentables. Muchas veces esta clasificación cumple con la regla del 80/20, es decir, 20% de los productos resultan dar el 80% del margen; en ellos recae la rentabilidad de la empresa. Este dato es de suma importancia en los negocios, porque a toda costa habrá que retener a los clientes que están consumiendo dichos productos (y diseñar un plan de retención para ellos).

3. Entrevistas al equipo de ventas. Si hay personal que está al día, sin duda, son los vendedores. Tienen contacto directo con los clientes, saben o intuyen sus necesidades y sobre todo, saben cómo abordar a cada uno de ellos. Siempre es recomendable llevar la información desde los vendedores hacia los departamentos de la empresa relacionados con la planeación mercadológica.

4. Revistas. De industria y de negocios, brindan información muy actual de lo que sucede en los mercados y son buenos indicadores de las tendencias.

5. Organizaciones gubernamentales –INEGI, la Secretaría de Economía, Banco de México–. Los datos de crecimiento, inflación esperada, nivel de ingreso, importaciones, exportaciones, entre otros, brindan un panorama general para la industria. Por ejemplo, si se espera un crecimiento económico del 4% es muy posible que este se vea reflejado en la industria de la construcción, donde habrá que cubrir la demanda.

6. Asociaciones Comerciales y Bancos. Las cámaras de industria también brindan datos del sector al que corresponden. Usualmente la asociación realiza y publica (por su cuenta o a través de una agencia) estudios de mercado de gran utilidad. Los bancos internacionales también realizan estudios a nivel nacional.

7. Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión A.C. (AMAI), tiene un gran acervo de estudios que con solo registrarse, pueden ser consultados o descargados gratuitamente desde su página de internet.

8. Empresas de investigación de servicios sindicados. Se dedican a hacer estudios básicos, es decir, estudios para sectores completos. Publican estudios para consulta que pueden resultar de gran utilidad (Nielsen, Pearson, Consulta Mitofsky, Ipsos-Bimsa, Research International).

Una opción adicional que reduce costos para la realización de estudios/investigaciones es la contratación de servicios brindados por departamentos especializados de universidades.

Además de la investigación como herramienta para la planeación estratégica, existe el análisis de datos a través de técnicas matemáticas (de probabilidad y estadística) que brindan información valiosa para la toma de decisiones, este tipo de información es cuantitativa. Por ejemplo, se puede medir el porcentaje de participación en el mercado de un producto, la relación entre las ventas respecto de una variable, etcétera.

Como vemos, existen herramientas que el departamento de mercadotecnia puede explotar para proporcionar información de suma utilidad para la Dirección General o para los dueños de empresas, ayudando a realizar una correcta selección estratégica para llevar a buen término el plan mercadológico (que además deberá estar alineada con la Misión, Visión y Valores) a través de los análisis de producto-mercado, del entorno, del portafolio de productos, de ventajas competitivas y sobre todo de retroalimentación con los propios clientes. Es entonces cuando la estrategia se ejecuta como proyecto. ■

grupo cosmos

Transformamos los datos en información,
lo que en tus manos, se convierte en inteligencia...

Desarrollamos estudios a la medida de tus necesidades:

- Por industria
- Perfiles sectoriales
- Datos econométricos sobre la realidad nacional y el entorno mundial
- Organismos clave por sector industrial
- Normativa aplicable
- Actores de mercado
- Tecnologías disponibles

Contáctanos
Montecito No. 38, piso 21 oficina 37
Col. Nápoles, 03810 México, D.F.
Tel: (55) 5677-4868
E-mail: ventas@cosmos.mx

guía de la industria química

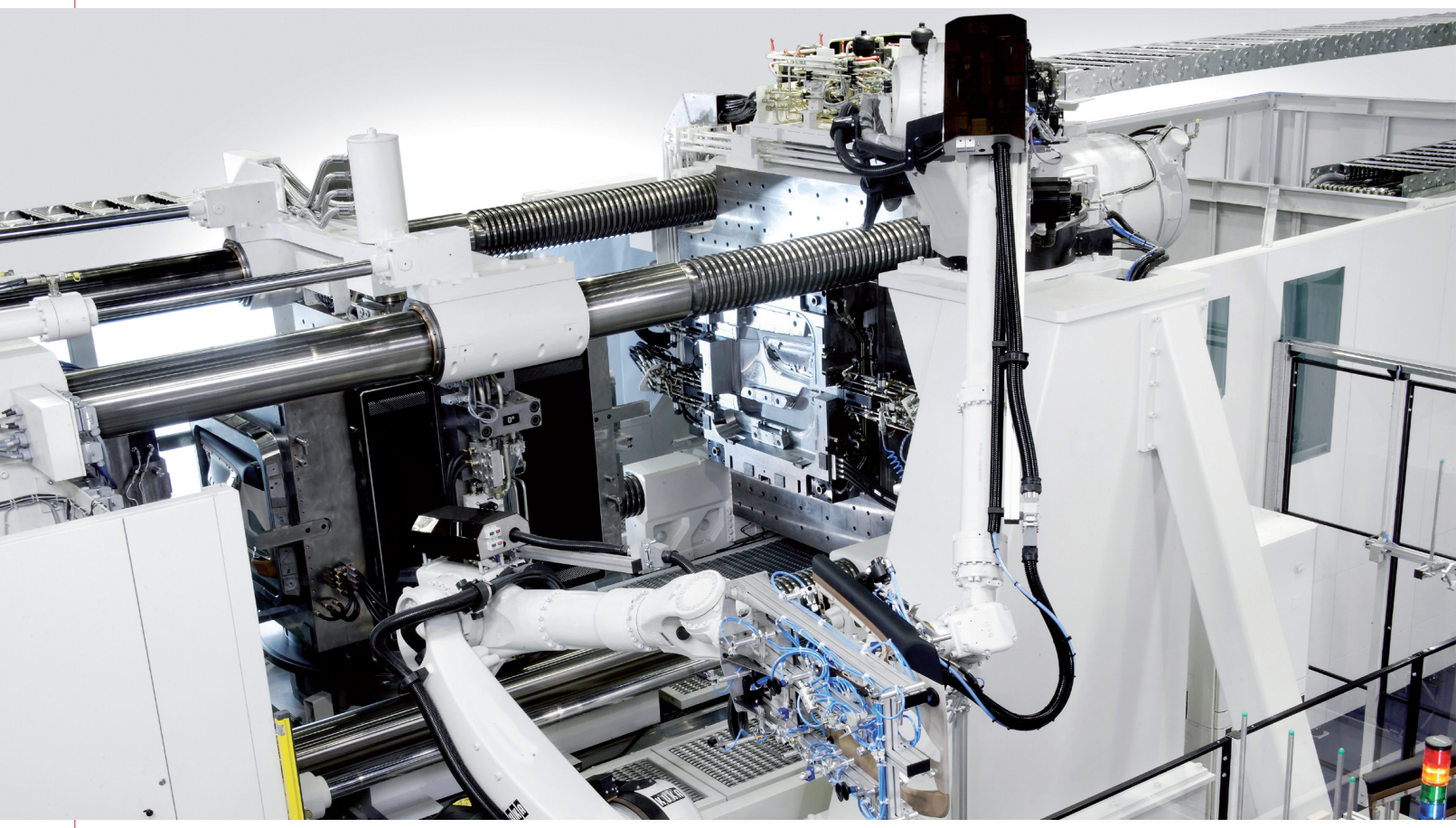
ONLINE cosmos www.cosmos.com.mx

Inteligencia competitiva

grupocosmos.mx

Maquinaria

Eficiencia energética



En México, y en el mundo, el costo de la electricidad ha aumentado considerablemente en los últimos 10 años. Tan solo en el período de marzo de 2013 a marzo de 2014, la tarifa eléctrica nacional para industriales aumentó 20%; este aumento afecta directamente al mercado, puesto que el gasto energético representa entre un 10 y un 15% del costo total del producto.

Para enfrentar esta situación, las empresas han planeado y puesto en marcha acciones que les permitan reducir el consumo energético; esta tendencia es cada vez más fuerte. Una de las opciones más interesantes para reducir los costos en electricidad, y con ello los de producción, es la eficiencia energética en maquinaria. El siguiente artículo abordará cómo lograrla y que factores tomar en cuenta.

EFICIENCIA ENERGÉTICA, EL CONCEPTO

La eficiencia energética se define como el aprovechamiento óptimo de la energía en un proceso, y se logra mediante la utilización de tecnologías de alta eficiencia o implementación de mejores prácticas. Está directamente relacionada con la cantidad de energía que se utiliza para elaborar una pieza de un producto; el valor de la eficiencia se puede calcular para una parte de la máquina, para la máquina completa o para el proceso. De acuerdo con Ramiro Rodríguez Pisco, del Centro de Innovación Tecnológica en Convertidores Estáticos y Accionamientos, la eficiencia energética depende de tres variables

1. Eficiencia propia de la máquina: cada máquina posee una capacidad particular de conversión de la energía, existen aquellas altamente eficientes como un transformador eléctrico, cuya eficiencia es de entre el 80 y 90%, o tan ineficientes como un foco incandescente que sólo transforma en luz el 5 o 10% de la energía que consume.
2. El insumo energético: existen procesos cuya eficiencia final depende del tipo de insumo energético que utilicen, un ejemplo muy sencillo es la cocción de alimentos, en donde la eficiencia cambia si se utiliza gas o electricidad.
3. El hábito o costumbre: el gasto energético, generalmente, se relaciona con la manera en que el usuario utiliza el equipo o realiza un proceso. Algunos casos comunes de pérdidas energéticas se dan en calderas, máquinas al vacío y en sistemas de climatización e iluminación.

¿CÓMO REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO?

Como se expuso en líneas anteriores, las actividades para mejorar la eficiencia energética pueden estar dirigidas en tres ejes: maquinaria, insumo energético y hábitos, sin embargo, es muy común que una empresa desconozca cuál de ellos es su prioridad. Un diagnóstico energético puede ayudar a identificar qué acciones ofrecerán mejores resultados en este sentido.

Un diagnóstico energético sirve para conocer el estado actual del consumo de energía, permite determinar cuánto, cuándo, cómo, dónde y por qué se consume la energía, así como la forma para establecer el grado de eficiencia en su utilización. De acuerdo con la Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía (CONUEE), un diagnóstico integral está conformado, al menos, por cuatro acciones, las cuales se describen brevemente.

- Planear los recursos y el tiempo para su realización: implica la revisión de las condiciones de operación de las máquinas, identificación y selección de la instrumentación que será utilizada, elaboración de un cronograma de trabajo.

Tan solo en el período de marzo de 2013 a marzo de 2014, la tarifa eléctrica nacional para industriales aumentó 20%

- Recopilar información (en el sitio): sirve para realizar un esquema energético que muestre las corrientes de energía y los principales equipos, proporciona una descripción del proceso o servicio de la instalación, incluir los casos de operación que pueden influir en la eficiencia energética de la planta.
- Realizar mediciones puntuales: consumo de energía térmica y eléctrica, medición de gases de combustión, comprobar la operación de equipo.
- Análisis de datos: calcular el potencial de ahorro, eficiencia de equipos y establecer medidas de ahorro.

Por ahora no ahondaremos más en el tema, pero si quieres más información al respecto puedes consultar la Guía para elaborar un diagnóstico energético en instalaciones de la CONUEE (www.conae.gob.mx).

Una vez que se ha recopilado toda la información necesaria, la empresa decide qué acciones son factibles de realizar y cuáles de ellas le traerán beneficios más importantes. Si bien las acciones de cualquier tipo son relevantes, la eficiencia de la maquinaria utilizada para la producción suele tener un impacto muy importante, pues en muchas plantas el funcionamiento de estas máquinas significa hasta el 60% del consumo total de energía.

EFICIENCIA ENERGÉTICA EN MÁQUINAS

Motores

No es posible hablar de una única característica que promueva la eficiencia energética en máquinas, mucho menos pensando en la diversidad que existe y en las cantidades que son utilizadas en cada uno de los sectores industriales. Sin embargo, de acuerdo Schneider Electric en el estudio "Hacía máquinas verdes. Cómo pueden los OEM mejorar el ahorro energético de las máquinas", las tendencias más importantes en relación con el diseño de máquinas pueden ser descritas en dos puntos.

1. Tamaño de los motores: muchas veces los motores son excesivamente grandes, sobre todo en maquinarias antiguas. En la actualidad el diseño permite obtener motores más pequeños, además se recomiendan motores destinados a una aplicación específica en lugar de motores con potencia "de sobra". De acuerdo con Schneider Electric se pueden conseguir ahorros de hasta el 4%.

2. Motores de alta eficiencia: este tipo de motores son una gran opción, pues se calcula que la inversión se amortiza entre 1 o 2 años después de la compra. Estos motores, además de generar ahorros energéticos, suelen tener una vida útil más larga, con lo que el ahorro es significativo. En general, se pueden esperar reducciones del consumo energético de hasta el 10%.

La tecnología de alta eficiencia, además de requerir motores con estas características, puede incluir un variador de velocidad para controlar el motor y un motor sincrónico.

El variador de velocidad es un dispositivo o conjunto de dispositivos empleados para controlar la velocidad giratoria del motor, un equipo accionado mediante un variador de velocidad emplea, generalmente, menos energía que uno activado a una velocidad fija constante.

agmotion®

AgMotion es el centro de comercio de materia prima física y gestión de riesgos. Operan a nivel mundial a través de servicios, alimentos, y de la energía en todos los sectores de la agroindustria.

Northstar Commodity

US Commodities

United Bio Energy

TBE CAPITAL

Paseo de la Fundación No. 3481, Fracc. Villas de Irapuato, C.P. 36670, Irapuato, Gto., México

Tel: (462) 623-1071 | Fax: (462) 623-1073

glemus@agmotion.com | www.agmotion.com

Nafinsa apoyará a pymes en proyectos de energía

Con las reformas aprobadas, la banca de desarrollo podrá otorgar créditos a bajo costo a las pymes e incluir a empresas sin historial crediticio

El director general de Nacional Financiera (Nafinsa), Jacques Rogozinski, afirmó que hay un gran interés de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de recibir financiamiento para ser parte de la cadena de los proyectos de energía. En entrevista con Notimex, Rogozinski señaló que empresas del sector energético ya están "tocando la puerta". "En el sector de energía algunas empresas ya están haciendo fila para muchos proyectos que requieren ser financiados y están interesados en conocer los procedimientos" para la obtención de un crédito, subrayó el funcionario.

Después de reunirse con representantes de los bancos Barclays, HSBC y JP Morgan en esta ciudad, aseguró que "hay interés sobre lo que está sucediendo en México y ven al país como una muy buena posibilidad para hacer negocios", en especial en el sector energético e infraestructura productiva. Consideró que hay razones para estar optimistas acerca del beneficio de las reformas energéticas. "El costo del gas para la industria mexicana o para la generación de electricidad va a disminuir de forma dramática. Si hoy pagamos 17 dólares en dos años vamos a estar pagando menos de la mitad. Esto hace más competitiva a la industria nacional".

El exfuncionario del Banco Interamericano de Desarrollo destacó que las reformas energética y fiscal "son dos fuerzas que se están juntando para darle una mayor oportunidad a la industria mexicana de poder exportar más y esto genera más beneficios y empleos". En cuanto a las colocaciones de los Certificados Bursátiles de Nafinsa, denominados Cebures, aseguró que estos tienen una sobredemanda. "Estamos muy bien blindados, hemos estado colocando bonos en pesos en México y hemos venido bajando la tasa de interés de forma histórica. Anteriormente Nafin contrataba a un colocador privado y ellos colocaban los bonos. Hemos tomado el control y hacemos una subasta sindicada".

Las aplicaciones más comunes son en ventiladores, cintas transportadoras, bombas y compresores (aplicaciones con cargas variables); sin embargo, también son recomendados en aplicaciones que requieran arranques repetitivos. El uso de estos dispositivos puede ahorrar de forma inmediata hasta un 50% del consumo energético.

Automatización

Actualmente la mayor parte de los procesos se lleva a cabo mediante controladores automáticos PID (Proporcional-Integral-Derivativo); no obstante, la nueva tecnología de bucle de control predictivo representa una alternativa con un potencial de ahorro del 10%. Desgraciadamente en México aún no se utiliza esta tecnología, pero se espera que entre al mercado en poco tiempo. La buena noticia es que existen otras opciones que ya pueden ser utilizadas en el país. Por ejemplo, la supervisión de los modos y el estado de funcionamiento a través de la automatización. De acuerdo a Schneider Electric, diversos estudios han demostrado que las maquinas no son productivas al 100% todo del tiempo, y se calcula

Las actividades para mejorar la eficiencia energética pueden estar dirigidas en tres ejes: maquinaria, insumo energético y hábitos

Cuando los variadores de velocidad se asocian a un motor sincrónico se pueden esperar ahorros de un 10% adicional. Este tipo de motores posee una tecnología que elimina las pérdidas por rotor, con ello los rendimientos energéticos son de hasta el 95%, superando por mucho a la de los motores asincrónicos.

Además de las ventajas energéticas que se obtienen con estas nuevas tecnologías, también se consigue un aumento de la velocidad de ciclos y un menor número de

que el consumo de energía podría reducirse cerca de un 37% si estas máquinas se gestionaran de forma adecuada durante los periodos de inactividad.

La eficiencia de la maquinaria utilizada para la producción suele tener un impacto muy importante, pues en muchas plantas el funcionamiento de estas máquinas significa hasta el 60% del consumo total de energía

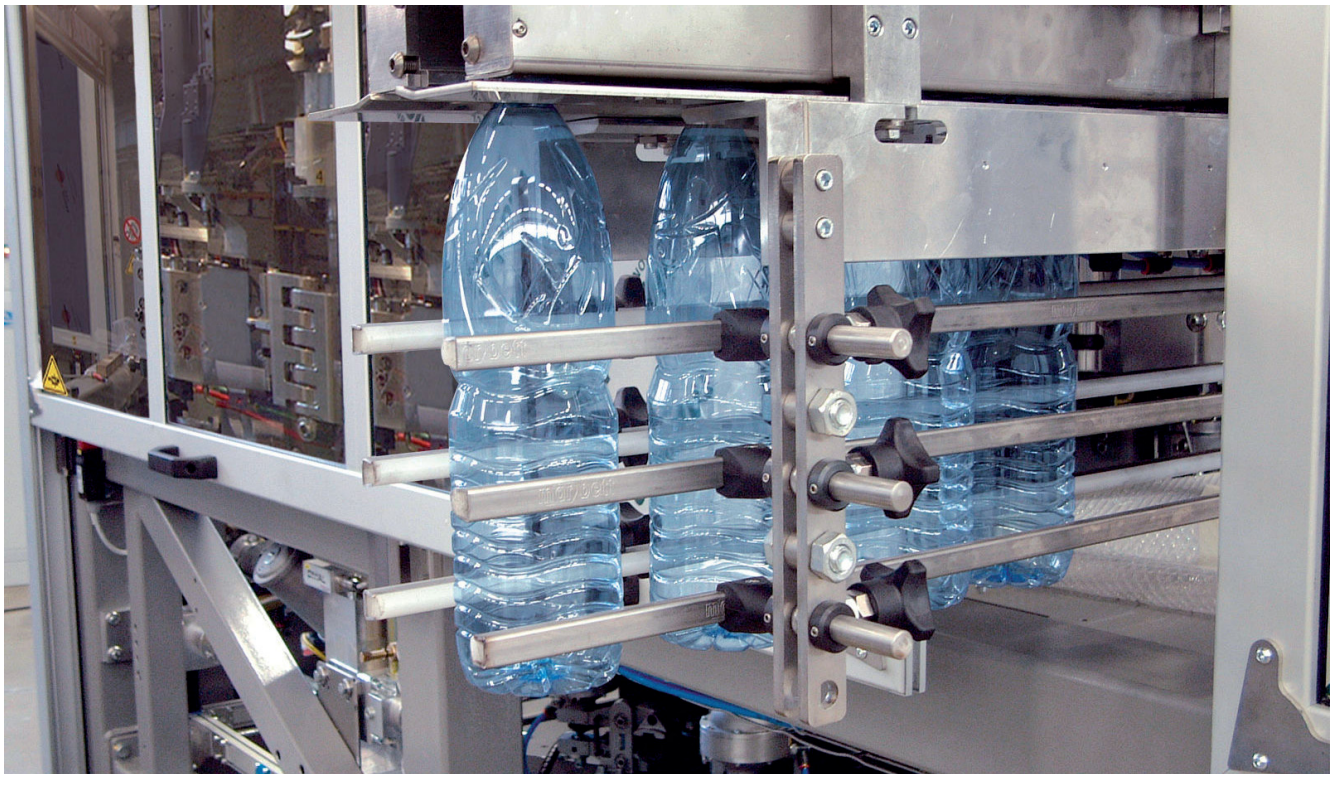
Es así, por ejemplo, como la automatización ayuda a determinar y controlar funciones de apagado o de marcha lenta o en espera, que en conjunto mejoran el uso de la energía.

Otra forma de lograr una cierta optimización de la energía es mediante la gestión del inicio o reinicio de las máquinas. Con el arranque secuencial se puede minimizar la corriente de arranque, y de ese modo, evitar picos que en algunos países (como en México) generan recargos en las facturas de electricidad.

También acerca de la arquitectura y características del sistema de automatización y control existen varios puntos que revisar antes de hacer una selección del equipo:

- **Arquitectura**: dependiendo de la aplicación, la arquitectura del sistema puede tener repercusiones en el consumo energético, por ejemplo, una arquitectura descentralizada puede doblar el consumo de una arquitectura centralizada, aunque no siempre es posible elegir la segunda. Por otra parte, la optimización del número de fuentes de alimentación de 24 volts (V) puede lograr un ahorro de hasta un 25% al evitar que haya muchas fuentes de alimentación, con sus pérdidas asociadas.
- **Contactores**: el uso de contactores de bajo consumo energético o de aquellos para funciones específicas (ej. relés de enclavamiento) puede reducir el consumo del equipo hasta cuatro veces.
- **Terminales gráficos y paneles**: la gestión de la iluminación en los paneles HMI (Human Machine Interface) puede ahorrar hasta un 65% de la energía que consumen, por ejemplo, apagando el dispositivo cuando la maquina está en modo inactivo.
- **Iluminación**: el uso de tecnología LED en la iluminación de indicadores y botones es una forma de ahorro importante.
- **Controlador:** se debe buscar un tamaño de controlador adecuado, acorde con la aplicación en cuestión.
- **Corrección del factor de potencia**: para compensar la potencia reactiva y eliminarla posteriormente, lo mejor es que el equipo se coloque lo más cerca de la fuente de energía.

En este artículo hemos revisado algunas de las estrategias más importantes para lograr la eficiencia eléctrica, sin embargo, dependiendo del proceso y de las máquinas, más prácticas pueden ponerse en marcha para tal fin. Los expertos aseguran que, si bien apostar por la eficiencia puede generar costos o requerir una inversión, los beneficios a corto y largo plazo son significativos. Tener una buena comunicación con el proveedor de maquinaria y sistema de automatización y control, y preguntar por las opciones para cada empresa permitirá lograr estos objetivos. ■



PLAST® IMAGEN

MEXICO 2014

18-21 NOVIEMBRE

Centro Banamex

Pieza clave en las industrias *sustentables*

PLASTIMAGEN México 2014

El foro internacional de negocios más importante para la industria del plástico en México y Latinoamérica.

El plástico es requerido por **MÁS** empresas y **MÁS** industrias:

- *Automotriz*
- *Dispositivos médicos*
- *Construcción*
- *Envase / embalaje*
- *Agrícola*
- *Electrodoméstica*
- *Farmacéutica*
- *entre muchas otras...*

2014 LA MÁS **GRANDE** DE **TODAS** LAS EDICIONES

Además conozca los TRACKS que se presentarán dentro del Programa de Conferencias.
Capacítese dentro de este programa que incluye talleres y ponencias magistrales:

anipac

- ROTOMOLDEO
- EXTRUSIÓN
- SOPLADO
- LA INDUSTRIA DEL RECICLAJE DEL PLÁSTICO
- INYECCIÓN

Registro en línea para visitar la expo ***SIN COSTO*** *hasta el 31 de octubre de 2014*

www.plastimagen.com.mx

Costo de entrada $150 pesos después de la fecha límite

Co-organizado por:

EJK® Tarsus anipac

Centro Banamex EUROMAP

Mayores informes:
L.A.E. Sergio Muñoz Ortega : Directo: (55) 1087.1667
Conmutador: (55) 1087.1650 Ext. 1140 Cel: (55) 3200.7679
sergiom@ejkrause.com

Patrocinador registro:

Wittmann Battenfeld

Co-patrocinadores:

PEMEX PETROQUIMICA ®

Braskem IDESA

Krauss Maffei

Ecochillers Ecogreen Ultra® Series

Ataques cibernéticos

Estrategias para la prevención

Pese a los avances tecnológicos, los delitos cibernéticos continúan aumentando en México y en el mundo. *Malware, pishing, hackeo*, vandalismo e intrusiones en sistemas, así como fraudes, extorsiones y estafas, fueron los incidentes de seguridad más denunciados en México. De acuerdo al reporte "Tendencias de seguridad cibernética en América Latina y el Caribe" de Symantec, las pérdidas monetarias relacionadas con este tipo de delitos en México alcanzaron 3,000 millones de dólares (mdd), con ello nos posicionamos en el segundo lugar del ranking, solo superados por Brasil que reportó un monto de 8,000 mdd.

En nuestro país ha proliferado esta forma de extorsión

Por otra parte, según datos de la División Científica de la Policía Federal, en 2013 el número de incidentes relacionados con seguridad cibernética fue 113% mayor con respecto al 2012. Los datos preliminares del año en curso reportan un aumento de 300% en relación con 2013, es decir, más del doble que en el período anterior. Los organismos más afectados son las instituciones académicas (39%), seguidos del gobierno (31%) y el sector privado (26%).

PRINCIPALES MÉTODOS DE ATAQUE CIBERNÉTICO

En el ámbito comercial, la violación de datos en puntos de venta (PoS) es el principal vector de ataque para robar información de identidad personal de las bases de datos de clientes. El método de ataque más usado es el *malware*, un programa malicioso para robar información. El *malware* se distribuye mediante un correo electrónico de tipo *spear-phishing* (ataque dirigido) o a través de ligas con códigos maliciosos que mandan a sitios web concurridos por las víctimas, a este último se le conoce como *watering-hole*. Los archivos adjuntos más comunes en los correos electrónicos usados en ataques son los siguientes: .exe (31.3%), .scr: (18.4%), .doc (7.9%), .pdf (5.3%).

En América Latina, los sectores industriales más afectados son el manufacturero con 30% de los casos, la construcción con 23%, los servicios profesionales con 20%, las finanzas y seguros con 10% y el comercio mayorista con 9%.

Otra forma de ataque es el secuestro informático, comúnmente llamado *ransomware*. En esta modalidad los delincuentes se hacen pasar por agentes de seguridad para exigir el pago de una "multa" para restablecer una computadora bloqueada que supuestamente había sido utilizada por las autoridades durante una investigación. En nuestro país ha proliferado esta forma de extorsión y en el pasado mes de abril la Policía Federal tuvo que publicar un aviso formal para dar aviso de esta nueva forma de ataque.

La rápida difusión que se hizo sobre el *ransomware* provocó que los delincuentes la llevaran a otro nivel, utilizando un programa conocido como *Cryptolocker*; el delincuente solicita explícitamente una recompensa para

XXX Exposición y Convención Internacional de la Industria Cárnica

Meat Industry

International Exhibition & Convention

Un evento de: An event of:

Consejo Mexicano de la Carne

Consejo Mexicano de la Carne

@ConsejoMexCarne

www.comecarne.org

expo carnes 2015

Febrero February
18 • 19 • 20
Monterrey México

www.expocarnes.com

ExpoCarnes

GIROS PARTICIPANTES / LINE OF BUSINESS

ADITIVOS E INGREDIENTES / SEASONING & INGREDIENTS

DISPOSITIVOS PARA CORTAR Y DESHUESAR / CUTTING & BONNING DEVICES

EQUIPO DE PROCESO / PROCESS EQUIPMENT

EQUIPO DE REFRIGERACION / REFRIGERATION EQUIPMENT

EQUIPO DE SEGURIDAD / SAFETY EQUIPMENT

EQUIPO PARA EMPAQUE / PACKING EQUIPMENT

EQUIPO PARA RASTROS / SLAUGHTERING EQUIPMENT

FUNDAS / CASINGS

MATERIALES Y RECIPIENTES PARA EMPACAR / MATERIALS AND CONTAINERS FOR PACKING

PROVEEDORES DE CARNE / MEAT SUPPLIERS

SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA / INDUSTRY SERVICES

SERVICIOS Y EQUIPO DE CONTROL AMBIENTAL / SERVICES AND ENVIRONMENTAL CONTROL EQUIPMENT

UNIFORMES INDUSTRIALES / INDUSTRIAL CLOTHING

Organizado por / Organized by: APEX

Informes: / *Information:*
Ave. Parque Fundidora # 501 Loc. 62, P.B.
Col. Obrera, Monterrey N.L., México C.P. 64010
(81) 83 69 66 60, 64 y 65

Del extranjero: / *Outside México:*
+52 (81) 83 69 66 60, 64 y 65 • Fax: +52 (81) 83 69 67 32
mmachuca@apex.org.mx • info@expocarnes.com

CINTERMEX

descifrar los archivos de la víctima que han sido atacados. Las estadísticas muestran que solo el 3% de los usuarios afectados pagan la recompensa y el 97% restante pierde sus datos. Esta amenaza también afecta a los archivos contenidos en unidades de redes compartidas de las empresas.

MEJORES PRÁCTICAS CONTRA DELITOS CIBERNÉTICOS

Ante el presente panorama, Symantec propone una serie de recomendaciones y mejores prácticas que pueden ayudar a minimizar riesgos cibernéticos en las empresas:

- **Estrategias de defensa profunda**: emplear sistemas defensivos múltiples, de soporte mutuo y superpuesto. Se deben implementar *firewalls* actualizados junto con antivirus de puertas de enlace, sistemas de detección contra intrusiones (IPS), protección contra *malware* y seguridad en las puertas de enlace web en toda la red.
- **Monitoreo para detectar intentos de incursión en la red, vulnerabilidades y abuso de marca**: funciona enviando alertas sobre vulnerabilidades y amenazas, ayuda a detectar casos de abuso de marca mediante alertas de dominio e informes sobre sitios web ficticios.
- **Protección adicional**: el uso de antivirus en endponits no es suficiente, es importante configurar el control de dispositivos que impida y limite los tipos de dispositivos USB, verificar las funciones de prevención que revisan las actividades de aplicaciones e impiden la ejecución de *malware*, configurar el control de aplicaciones que impida que estas y los complementos (*plug-ins*) del explorador descarguen contenido no autorizado.
- **Claves privadas**: proteger las claves privadas asegurándose de que los certificados digitales sean emitidos por una autoridad confiable y reconocida, además se recomienda protegerlas en dispositivos de hardware confiable y seguro, esto es, a prueba de alteraciones.
- **Encriptación de datos sensibles**: es importante y altamente recomendado realizar políticas de seguridad para que la información que se considere importante y sensible sea encriptada y que su acceso quede restringido. Además de esto, se debe incluir una solución de protección contra pérdida de datos (DLP).
- **Medios extraíbles**: implementar política de medios extraíbles. Es importante restringir dispositivos no autorizados –medios extraíbles como una USB– para eliminar la introducción de *malware* y otras amenazas.
- **Actualización y aplicación de parches**: es importante hacer las actualizaciones, parcheos y migraciones necesarias, tanto de *software* como de exploradores obsoletos para asegurar un funcionamiento adecuado. Siempre que sea posible conviene automatizar las implementaciones de parches para mantener la protección contra vulnerabilidad.
- **Proveedor de seguridad informática**: tener siempre los datos de contacto del proveedor a la vista por si se presenta alguna irregularidad. En caso de tener equipos infectados, estos se deben aislar para prevenir que el virus se propague por la red y en caso de que esta última sea infectada, es importante bloquear el acceso hasta aplicar un parche.
- **Restricciones de archivos adjuntos de e-mail**: Configurar los servidores de correo para bloquear archivos adjuntos que usualmente son usados como medios para llevar virus. Algunos de los archivos que contienen virus son .vbs, .exe, .pif, .bat y .scr.

Los usuarios deben conocer los protocolos básicos de seguridad para evitar virus y amenazas potenciales

- **Política de contraseñas**: Cambiar las claves de seguridad con regularidad –puede ser cada tres meses– y cerciorarse de que sean una combinación de letras y números entre 8 y 10 caracteres.
- **Copias de seguridad**: mantener actualizadas las copias de seguridad (*back ups*), ya que en una emergencia se debe garantizar el acceso a estas copias para atenuar el tiempo de inactividad y garantizar que la operación de la empresa o el departamento no se vea afectada.

Los usuarios (personal de la empresa) deben conocer los protocolos básicos de seguridad para evitar virus y amenazas potenciales, la información básica es la siguiente:

- No abrir archivos adjuntos si no provienen de una fuente conocida o que no esperaba recibir. Además, no se debe descargar software a menos que haya sido previamente escaneado.
- Tener cuidado al hacer clic en un URL provenientes de un correo electrónico

Google lanza herramienta “Yo en la Web”

Por motivos de seguridad, la plataforma sacó esta herramienta para notificar a la persona que ha sido buscada

Con el fin de incrementar los niveles de seguridad, Google dio a conocer que insertó la función "Yo en la web", que permite al usuario conocer cómo aparecen sus datos en el buscador.

Para ello, la página de seguridad de Google incorporó la herramienta de "Alertas", la cual informa al internauta por correo electrónico, cuando se muestren sus datos personales en los resultados de cualquier búsqueda.

Para activar dicha información, el interesado sólo tiene que ingresar a la sección Herramienta de datos, donde se podrá configurar "Yo en la web", a fin de elegir la periodicidad de las alertas y la cuenta de correo a las que llegarán.

La elección del proveedor es fundamental para el éxito de un proyecto de seguridad

o en las redes sociales, aunque estas provengan de personas conocidas.

- Utilizar complementos para mostrar la reputación de sitios web en los exploradores.
- El usuario debe estar familiarizado con el programa de antivirus y mantenerse informado de las actualizaciones para garantizar una protección eficiente.

SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE SEGURIDAD INFORMÁTICA

En muchas ocasiones una empresa no puede hacerse cargo (por falta de conocimiento o de recursos) de la aplicación de las mejores prácticas y estrategias de ciberseguridad, por ello es recomendable que elija un proveedor cuya experiencia permita poner en marcha un sistema acorde con las necesidades de la organización.

La elección del proveedor es fundamental para el éxito un proyecto de seguridad, para realizar una buena elección se deben tener en cuenta seis factores: 1) política de privacidad, 2) requisitos técnicos, 3) experiencia, 4) costos, 5) confiabilidad, y 6) soporte al usuario.

- Política de privacidad: el usuario debe verificar que el proveedor tenga una política de privacidad publicada en sus medios de comunicación y que sea sólida y adecuada, por lo que es importante que las empresas estén informadas y de acuerdo con la forma como se manejan sus datos.
- Requisitos técnicos: un buen proveedor debe tener recursos humanos, técnicos y operativos que le permitan funcionar de manera eficiente, es recomendable pedir información sobre protocolos y funcionamiento de servidores.
- Experiencia: lo más adecuado es que el proveedor tenga gran experiencia en el área de seguridad cibernética, que conozca los requisitos de un sistema adecuado a las actividades de la empresa.
- Costo: es importante conocer si la cantidad de servicios que se recibe es la que realmente se necesita, también es sustancial que no se sacrifique la calidad y seguridad a cambio de un bajo precio.
- Confiabilidad: se debe preguntar lo siguiente, ¿los servicios que brinda el proveedor son confiables o frecuentemente no están disponibles debido a mantenimiento? Esto puede llevar a pensar que posiblemente este proveedor tiene problemas de seguridad o que tiene un volumen de usuarios muy alto.
- Soporte al usuario: el personal que brinde la atención en seguridad debe tener un alto nivel de conocimiento y la capacidad de actuar con rapidez en caso de emergencia. El tipo de soporte postventa es fundamental para el funcionamiento adecuado del sistema de seguridad.

Las recomendaciones siempre son un buen indicador de la calidad del proveedor, por lo que el posicionamiento que tenga la empresa debe ser bueno.

Son muchos los puntos que se deben de tomar en cuenta para poder enfrentar y prevenir una amenaza cibernética, las estadísticas muestran que la situación es complicada, por ello entre más informadas y preparadas estén las empresas tendrán más posibilidades de poder identificar y actuar de manera eficiente ante un crimen cibernético.

Es importante que todos los involucrados tengan una capacitación constante a favor de la mejora continua dentro de las empresas

Adicionalmente, es importante que todos los involucrados tengan una capacitación constante a favor de la mejora continua dentro de las empresas. ■

Tecnologías de la información WCIT

México, uno de los mejores a nivel mundial

En México, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) ejercen un papel importante en la economía y en la sociedad, tanto que han influenciado en las nuevas tendencias de competitividad empresarial y desarrollo del capital humano; hoy en día, las empresas ya no quieren verse rezagadas por no pertenecer a un medio en el que la sociedad demanda conocer más de las industrias y de su marca favorita.

Últimamente el país ha desempeñado un ritmo a paso constante en el manejo de nuevas tecnologías, que le ha permitido dejar una huella importante internacionalmente, como para que grandes compañías trasnacionales, como Facebook, Google, Yahoo! y empresas semejantes a ellas, hayan decidido abrir oficinas en México, siendo Twitter la más reciente en hacerlo, por tratarse del país que más contribuye a sus ingresos.

Con la futura sustitución de la red inalámbrica de radiofrecuencia Wi-Fi en el año 2015, por la nueva tecnología de transmisión de datos a base de leds llamada Li-Fi, en la Ciudad de México, el país jugaría un papel sustancial en Latinoamérica por ser pionero en el continente.

Es por ello que México fue un digno país sede y pionero de América Latina, de la edición número 19 del Congreso Internacional de Tecnologías de la Información (mejor conocido como WCIT, por sus siglas en inglés), catalogado como el evento más importante de tecnología de la información y comunicación, a nivel mundial.

El evento fue organizado por la CANIETI (Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información), WITSA (World Information Technology Services Alliance) y las respectivas dependencias gubernamentales, como el Gobierno Federal y Estatal de Jalisco.

Dentro de los temas más importantes abordados, se encontraron las estrategias para posicionar a la industria de la alta tecnología del país como líder en el mercado global de las TIC; promover inversiones y oportunidades de negocio; integrar nuevos paradigmas en políticas públicas para generar más y nuevos empleos, nuevas carreras y nuevas industrias; cómo contribuir a la transformación de México en una sociedad de la información, presentando al mundo un México conectado y competitivo; entre otros.

En 1978 fue la primera edición del WCIT en Barcelona y, desde ese año, se ha convertido en el evento más importante del WITSA, mismo que es consorcio de varios organismos de la industria de las tecnologías de la Información a nivel mundial, cuyos miembros de las diferentes compañías abarcan más del 90% del mercado global de TIC´s.

"Nuestro enfoque está concentrado en mostrar a nivel internacional el potencial y alta calidad de los servicios y recursos humanos que México ofrece. Esfuerzos como éste, son los que cimientan y corroboran que el sector de las TIC´s de México se consolida como uno de los mejores a nivel mundial", declaró el Presidente Nacional de la CANIETI, Santiago Gutiérrez Fernández.

México espera ser el segundo mayor proveedor del mundo de servicios de Tecnologías de la Información en 2024 y ampliar el acceso a internet en las zonas de difícil acceso, uno de sus objetivos es lograr el 70% de la población del estado de Jalisco, donde esperan democratizar el servicio para el 2020.

Más allá de la deseada expansión del acceso a internet Jalisco, por albergar el congreso, pretende convertirse en uno de los tres centros de alta tecnología de América Latina durante la próxima década, haciéndolo líder en el campo del comercio electrónico y el espíritu empresarial digital.

Actualmente el estado cuenta con 700 nuevas empresas de tecnología que proporcionan empleo a más de 100 mil personas, declaró el gobernador del estado, Aristóteles Sandoval. Y el objetivo que tienen es que esta cifra alcance los 130 mil durante los próximos diez años. ■

41 Edición

Convención Nacional index

Evento simultáneo

B2B CADENA DE SUMINISTRO DE LA IMMEX

19-21 Noviembre 2014

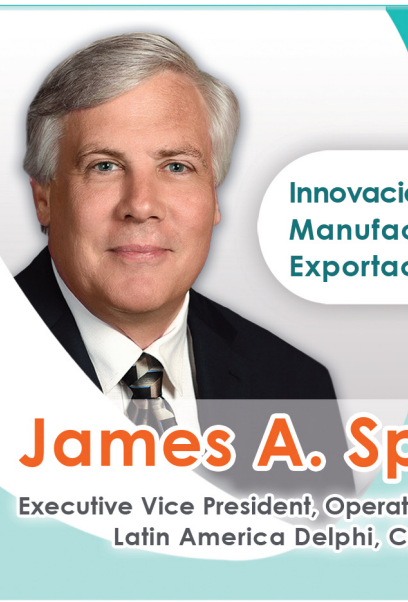
Hilton MEXICO CITY REFORMA

Conferencias • B2B • Piso de exhibición • Eventos sociales

Velocidad de la confianza (The speed of trust)

Stephen M. R. Covey

Autor del éxito mundial de ventas, #1 del New York Times y Wall Street Journal
"Speed of Trust: The One Thing that Changes Everything"



Innovación en la Empresa Manufacturera de Exportación

James A. Spencer

Executive Vice President, Operations and President, Latin America Delphi, Corporation

4 Conferencias Magistrales • 16 Paneles • Piso de exhibición de 30 stands • Encuentro de negocios **B2B** entre 90 proveedores y 120 tractoras • Actividades deportivas • Coctel • Cenas • Foro emprendedores Working lunches • 1st. time attendees

Consulte programa y Regístrese en:

www.convencion-index.org.mx

Contacto: (55) 5442 1234 ◆ ventasconvencion@convencion-index.org.mx

Patrocinadores Diamante: EY Construyendo un mejor entorno de negocios; USACELL

Patrocinadores Oro: 12th MEXICONOW Anniversary; Mercedes-Benz

Patrocinadores Plata: ups; transtelco

Actores de Comercio Exterior Relacionado: Cámara de Comercio del Canadá en México; Cámara Árabe Mexicana de Industria y Comercio; Cámara Franco-Mexicana de Comercio e Industria; Cámara de Comercio Italiana en México

Media Partners: Directorio de la Industria Maquiladora; Select industry; mundo TI; mundo PLASTICO; mundo LOGÍSTICO

Medios de Apoyo: cosmos grupo; Tu Interfaz de negocios; Vanguardia Industrial; conexión; Clúster Industrial; ar.; México industrial Parts; estrategia; IndustrialNews Baja California; bieninformado; EXCELSIOR; el FEDERALISTA

Organizado por: SE Secretaría de Economía; SAT Servicio de Administración Tributaria; Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación, A.C. index

Operado por: Sameva

La era del *Marketero* Moderno

XXII Congreso Internacional de Mercadotecnia

En un mundo globalizado, las tecnologías de la información (TI) juegan un rol importante para vivir secuencialmente la realidad paralela de una sociedad con otra. Por lo que las tendencias sociales se ven influidas cada que nos enteramos de alguna novedad o alguien experimenta con cualquier innovación, y en cadena se observan diferentes reacciones que, físicamente sólo las dividen las fronteras. La economía, que es eje de toda nación, sabe de su importancia al ser parte sustancial de su desarrollo. Y si hablamos de economía, tenemos que referirnos al sector empresarial, industria que sin tecnología, no sobrevive a la modernidad.

Las empresas han tenido que dar pasos agigantados conforme ha evolucionado la humanidad para ir al ritmo en que la economía se transforma e influye el entorno en que se desenvuelve. La modernidad en estrategias y nuevas técnicas de enfoque, para captar la atención de las personas, no ha sido tarea fácil para muchas de ellas, por lo que la ciencia del mercadeo ha resultado una práctica importante para obtener el posicionamiento entre la competencia. Esa es la función del marketing, por consiguiente, la tarea del marketero, ese personaje que lleva a la práctica el estudio de su marca con el mercado y de cómo lograr que sea distintiva entre la competencia.

Por lo tanto, si en nuestra empresa juntamos la importancia del marketing y la relevancia de la tecnología en la evolución de la sociedad como marco de referencia, necesitamos que nuestro marketero sea un individuo moderno.

"El que inspira, es el que gana", así se refiere al marketing del siglo XXI McNeely Kroupensky, un importante conferencista y líder de opinión, que destaca la importancia de hacer un buen uso de la información de nuestra empresas, para inspirar a los demás a ser lo primero que venga a su mente cada que escuchan el nombre de una marca. "Debemos generar un contenido objetivo que ofrezca información de confianza", así lo refirió en el inicio del XXII Congreso Internacional de Mercadotecnia, organizado por la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Indirecta (DIRECTA).

Un marketero moderno, es aquel que es mitad científico y mitad artista. Científico porque las TI (Tecnologías de la Información) son su herramienta principal de estudio y comprobación, con ellas analiza la información interna y externa de la empresa, y sabe cuál es la mejor forma de ejecutarlas. Y es artista, porque la creatividad es su esencia y siempre va en busca de la atención de las personas. Los creativos tecnológicos, son los nuevos perfiles que buscan las empresas.

El vigésimo segundo congreso recibió a grandes personalidades del ámbito mercadológico de Europa, México y Latinoamérica, como es el caso de Pablo Alzugaray, CEO de la multipremiada agencia de publicidad Shakleton, famosa internacionalmente por llevar la publicidad de reconocidas marcas, que destacó la importancia de enviar un mensaje que impacte con sentido y sentimiento.

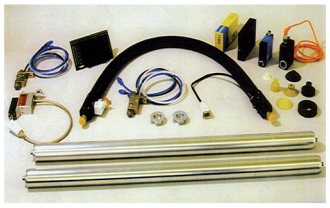
No es una práctica sencilla llevar a cabo correctamente el marketing en las empresas, por eso el congreso reunió a más de 15 speakers internacionales y líderes importantes de los negocios (Top Business Leader), en el Hotel Fiesta Americana Reforma, para que compartieran sus nuevas tendencias de la mercadotecnia digital moderna, a manera de que las empresas puedan hacer frente a las adversidades, en un mundo globalizado y económicamente competitivo.

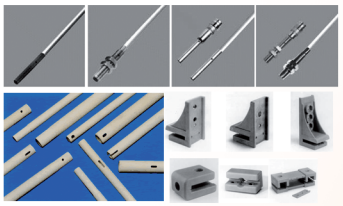
"En un mundo en el que todos estamos interconectados por la tecnología, no puedes hacer negocios creyendo que eres Coca Cola", la manera en que Philippe Cesson de la agencia de marketing CESSON 3.0, incentiva a las empresas a no conformarse con solamente crear su marca y esperar a que por sí sola genere movimiento; hay que adaptarse a la modernidad y hacer uso adecuado de las redes sociales para realizar negocios B2B para destacar el potencial de tu empresa. "Hay que observar a los usuarios, si realmente buscan lo que ofreces", detalla.

Fueron muchos los expertos que enfatizaron importantes consejos para ayudar a las empresas a arriesgarse a ir más allá de sus ideas. Hoy en día podemos observar que el marketing se ha convertido en una pelea continua basada más en la información que en el poder de ventas, por lo que actualmente, ser digital es más importante que sólo ser una empresa ubicada en internet. No basta con pertenecer a una red de negocios, si las redes en la tecnología las mueve nuestro entorno; es parte de lo que el Congreso Internacional de Mercadotecnia, dejó en cada uno de sus asistentes en su XXII edición anual. ■

Máquinas y Refacciones Eurotek, S.A. de C.V., importador y comercializador en México de componentes, accesorios y refacciones para máquinas industriales

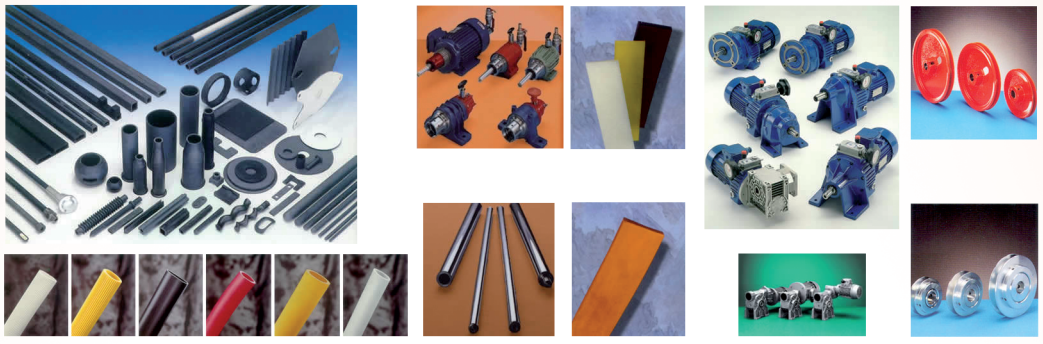
La tecnología que ofrecemos es 100% italiana de altísima calidad, que se utiliza para el control de la industria mecánica, cerámica, alimentaria, química, acero, farmacéutica, madera, plástica y cementera





MAQUINAS Y REFACCIONES

EUROTEK



Suministramos cualquier componente de transmisión mecánica, electrónica e hidráulica, variadores de velocidad mecánicos, reductores de velocidad, motoreductores de engranes coaxiales, motoreductores de engranaje ortogonal, corona y sin fin, ejes paralelos, motores eléctricos norma IEC, inversores de frecuencia, cribas circulares, motovibradores, banda termosoldable, acoplamientos, y más.

www.mre.com.mx

Nueva Inglaterra No. 4049, Col. Residencial Lincoln, Monterrey, N.L., México C.P. 64310
Tels: (81) 8311-0461, 0441 y 0431
mre@mre.com.mx

- Accesorios para Cable y Cadena
- Aparatos de Evaluación y TRACFOR
- Arneses de Seguridad
- Cables y Estrobos

PROCARGA

Procarga con más de 30 años de existencia, es un concepto moderno de servicio a los mercados industriales y de proceso.

- Eslingas de Poliéster VIKING
- Garras para Placa
- Polipastos y Malacates
- Sistemas Arquitectónicos
- Cadenas y Eslingas de Cadena

México Calzada de las Armas No.130-B,
Col. Industrial las Armas,
Tlalnepantla, Edo. de Mexico, C.P. 54080
Teléfono: (55) 2626-3013
procarga@procarga.com.mx
www.procarga.com.mx