

Ya no te conformes con la impresora

Cómo elegir un multifuncional

¿A quién no le sirve tener un fax, copiadora y escáner en la casa? Nada mejor que tener todo integrado

Verónica Valencia

Si ya estás pensando en cambiar de impresora y crees que te convendría tener en casa, además, un escáner, fax o copiadora... quizá lo que te conviene es un multifuncional.

Lo malo es que hay tantos en el mercado y con precios tan variados que puede ser difícil decidir.

Si este es tu caso, no te preocupes pues existen algunas recomendaciones que te ayudarán a tomar una buena decisión.

Entre los puntos que puedes evaluar se encuentran, la facilidad de uso, la calidad de impresión, la economía en los cartuchos y el costo.

Luis Guerrero, director de la división de consumo masivo de Lexmark, dijo que al elegir un multifuncional los usuarios se deben preguntar qué función utilizará más y cuáles son las características que tienen cada uno de los aparatos.

De acuerdo con Epson, los usuarios también deben fijarse en el número de cartuchos que utiliza el multifuncional, pues de lo contrario el costo final del multifuncional sería muy elevado, pues utilizarán tinta al imprimir y sacar copias.

"Los cartuchos y el papel de algunas marcas son muy caros por lo que a la larga se hará un gasto mayor al previsto", dice la empresa.

Antes de comprarlo, hay que tomar en cuenta la calidad de la impresión; entre 300 y mil 200 puntos por pulgada es adecuado. Es deseable que el escáner cuente con mil 200 a 2 mil 400 puntos por pulgada, y que la velocidad de impresión sea de por lo menos 16 páginas por minuto.

Otro aspecto a considerar, dijo Guerrero son las fallas, pues en el caso de que se descomponga una función, puede perjudicar la disponibilidad de los demás; por ejemplo, si se descompone la copiadora puede que falle también el escáner.

Para que te des una idea de los equipos que ofrece el mercado aquí te mostramos algunos:



SIN CABLES

- Para que imprimas tus fotos sin necesidad de bajarlas a la máquina el multifuncional MP510 de Canon cuenta con un puerto infrarrojo.
- Es escáner, copiadora e impresora y tiene una pantalla LCD de 1.9 pulgadas; imprime 22 páginas por minuto en blanco y negro y 17 a color.
- Disponible en Office Max a 2 mil 999 pesos.



SENCILLO Y RÁPIDO

- El multifuncional SCX4200 de Samsung cuenta con funciones de impresora, copiadora y escáner.
- Este dispositivo está preparado para imprimir un texto a sólo 11 segundos, y una fotocopia en 8 segundos.
- Está disponible en Office Max a un precio de 2 mil 499 pesos.

Tips

Antes de adquirir un equipo multifuncional se recomienda:

- Fijarse en la velocidad de impresión y copiado
- Verificar si el copiado y el envío de fax son independientes de la computadora.
- Verificar el tamaño del área de escaneo, si es carta u oficio.
- El costo de los cartuchos.

PARA LA OFICINA

- Escanear y enviar información vía correo electrónico es parte de lo que puedes hacer con la X8350 All-in-One Plus Photo de Lexmark.
- Este aparato ofrece una velocidad de impresión de 25 páginas por minuto en blanco y negro, y hasta 19 páginas por minuto en color.
- Disponible en tiendas departamentales y a través de distribuidores de Lexmark a un precio de 2 mil 300 pesos.



SI LO TUYO SON LAS FOTOS

- La Stylus Photo RX590 de Epson cuenta con funciones de impresora, escáner y copiadora.
- También cuenta con entradas USB que le permitirán al usuario bajar sus fotos directamente al dispositivo, incluye un software de edición de fotos, Paint Shop TM, PhotoAlbum TM, Arcsoft Photo Impression.
- Cuesta 3 mil pesos y está disponible a través de los distribuidores de Epson.



PARA COPIAS Y FAXES

- Copiado multipágina, escaneo, impresiones y envío de faxes son algunas funciones que ofrece el multifuncional 3115 de Dell.
- Este dispositivo cuenta con adaptador inalámbrico, lo que permitirá conectar el dispositivo a una red inalámbrica. La impresora ofrece una resolución de 4800 por 1200 puntos por pulgada a color, y escanea en 1200 por 2400 puntos por pulgada.
- Su precio es de mil 649 y está disponible en www.dell.com.mx.

TAMBIÉN HACE LLAMADAS

- El multifuncional MFC 665CW de Brother cuenta con funciones de fax, impresora, escáner y copiadora.
- Su velocidad de impresión es de 27 páginas por minuto en blanco y negro, y 22 páginas por minuto en color. El escáner ofrece una resolución de 600 por 2400 puntos por pulgada.
- Cuesta 3 mil 42 pesos en www.brother.com.mx.



IMPRIE SIN COMPU

- El Photosmart C6180 de HP puede imprimir sin necesidad de conectarlo a la PC, pues es compatible con tarjetas de memoria, teléfonos con cámara y cámaras compatibles con PictBridge.
- Cuesta 4 mil pesos en tiendas departamentales y de oficina.

VERSIÓN 1.X

ROC



PEER TO PEER

LUIS CARLOS ACEVES
admin@luiscarlosaceves.com

El consumidor virtual

Con el surgimiento de internet el comportamiento del consumidor se ha transformado. Los consumidores de hoy tienen básicamente dos personalidades: la real y la virtual; y según la situación utilizan una, otra, o combinan las dos.

Actualmente, los mayores éxitos de productos y servicios en línea ocurren no sólo por el uso eficiente de las tecnologías de información, sino por la correcta lectura que una empresa puede hacer de la personalidad del consumidor virtual. Es así como tenemos juegos interactivos como Second Life, donde cerca de 4 millones de personas suscritas viven en un universo alterno en el cual trabajan, generan ingresos, compran cosas, establecen relaciones, e incluso son expuestos a la publicidad y promociones de empresas del mundo real. Tenemos casos como iStockPhoto, o el mismo YouTube, donde el consumidor no sólo busca contenido, sino que también lo crea y lo comparte. También encontramos blogs, donde las personas reflejan una personalidad y ac-

titudes diferentes a las que les conocemos en el mundo real.

¿Qué ha cambiado? ¿Por qué ahora tenemos que pensar en un consumidor virtual? Analicemos algunas situaciones relevantes.

- Empecemos por la más obvia: cada vez hay más acceso a las tecnologías de información y a internet. A diferencia de la década pasada, tanto por la computadora como los recursos de la web son parte de la vida cotidiana. No sólo el costo de ambas ha disminuido, sino que la facilidad de uso ha cambiado las expectativas de los consumidores.
- Cada vez hay menor necesidad de intermediarios. Hoy, a través de la web, podemos hojear un libro, escuchar una canción, ver una película o comprar un boleto de avión por nosotros mismos, en la mayoría de los casos sin tener que trasladarnos o pagar alguna comisión.
- En la web las personas tienen acceso a las respuestas necesarias

para tomar una decisión. El consumidor virtual sabe que cuenta con blogs, foros, opiniones y en general información en línea que le ayude antes de adquirir algo.

- El mercado en línea quiere vendedores que le inspiren confianza. Una sola marca virtual puede cambiar muchas cosas. Si vemos la marca Google, Apple o Amazon en algún producto o servicio, nos viene a la mente un gran respaldo tecnológico y mediático; esto nos hará susceptibles a usar o comprar algo con una marca conocida.
- A la gente le gusta que le ayuden a conocer un producto o servicio por muy complejo que éste sea. Hoy no necesitamos grandes manuales, todo es interactivo, en lugar de leer mucha documentación podemos acceder a una animación o simulación en línea donde nos queda claro cómo funciona algo.
- En la economía digital el ciclo de vida de un producto es menor, pudiendo ser muy corto. ¿Recuerdas nombres que han quedado en el olvido como Netscape, ICQ o Excite? Pensar en que un producto o servicio virtual puede funcionar durante mucho tiempo es erróneo. No sólo la tecnología obliga a cambios, cada vez el consumidor demanda más cosas, si no somos capaces de ofrecerlas el mercado buscará otras alternativas.
- Hay necesidad de mayor enfoque hacia el usuario y el proceso. Podemos tener un buen producto, pero si al momento que el consumidor entra a un sitio web no en-

tiende cómo comprarlo no lo hará. Por otro lado, si después de comprar el producto las actividades de apoyo (mensajería, servicios de pago en línea) fallan, entonces la gente dirá que todo el negocio no funciona. Por el contrario, si todo el proceso es satisfactorio, entonces el usuario hará mercadotecnia viral involucrando a más gente. Piense en el éxito de Fotolog.com: es poco agradable la apariencia, pero está enfocado al usuario.

- Cada vez es más sencillo hacer actividades postventa. Antes de internet, recibir un buen servicio al cliente era una singularidad, hoy en día es sencillo contar con registros electrónicos de consumidores. En estos registros se pueden identificar los tipos de compras que ha realizado, la frecuencia, la forma de pago o su nivel de satisfacción. Toda esta información permite, además, crear programas de lealtad electrónicos que se vuelven populares. ¿A cuántas personas conoce con una Tarjeta del Aprecio Soriana, Monedero Electrónico Liverpool o inscritos en algún programa de viajero frecuente?

Es un hecho que satisfacer al consumidor virtual puede ser más complicado de lo que parece. Sin embargo, si una organización es capaz de implementar las estrategias electrónicas adecuadas para conocer y llegar a este tipo de consumidores, entonces empezará a gozar de beneficios que serán exponenciales en la nueva economía.

El autor es experto en usabilidad de la web y mercadotecnia electrónica.

MEMORIA USB FLASH		MEMORIAS		
		512MB	1GB	2GB
KINGSTON	1GB 4GB			
\$199.00	\$569.50			
MEMORY STICK MICRO M2				
1GB	2GB			
\$524.35	\$893.91			
DVD-R 16x				
\$2.52				
CD-R 52x				
\$1.56				
DVD+R				
\$19.99				
5.5 GB DOUBLE LAYER				
CUMBIRES		CONTRY		
ENRIQUE C. RAMOS 103-A		GARZA GARCÍA 2016 SUR		
COL. VISTA HERMOSA		COL. ALTAVISTA		
LUNES - VIERNES 9:30 am - 2:30 pm / 3:30 am - 7:30 pm		SABADO 9:30 am - 2:30 pm		
		PUNCIÓN electronics		
		8358.4087		

Whosting .com.mx

¡ ES EL MOMENTO PARA QUE ESTÉS EN INTERNET !

Dominios .MX gratis y 30% de Descuento en Planes de Hosting

Aprovecha esta promoción, contrata un Plan de Hosting con 30% de descuento en pago anual y llévate gratis un dominio .MX por un año.

Vigencia al 31 de marzo del 2007. Se aplican restricciones.

Ventas: Mty. (81) 8378 1174
D.F. (55) 1205 0228
Sin costo (01 800) 054 0228

Distribuidor de **nic.MX**

ventas@whosting.com.mx <http://www.whosting.com.mx>