

# Presentación

.....

Con esta edición se da inicio al volumen 12 de la revista *Sistemas & Telemática*, el cual estará conformado por las ediciones 28 a 31, que se publicarán durante 2014. La edición 28 presenta cinco artículos: cuatro reportan resultados de investigación original, y uno es un *working paper*. Cuatro de ellos corresponden a destacados trabajos provenientes de investigaciones realizadas en Maestrías de las Universidades Icesi y del Cauca.

*Prioritization of lean tools using GAP analysis and analytic network process [ANP]*, el artículo que abre la edición, fue elaborado por dos investigadores de *University of Texas at San Antonio*, con la colaboración de un investigador de la Universidad Icesi (Cali-Colombia). Su trabajo inicia con el reconocimiento de la complejidad que tienen los procesos de toma de decisiones en situaciones en las que sea necesario considerar múltiples factores – más aún en el caso de las compañías que usan manufactura lean, que por su variedad de herramientas supone una mayor complejidad–, y propone un enfoque sistemático de apoyo a estos procesos, que parte de la realización de un análisis Gap –para comparar el estado actual de un sistema contra un parámetro e identificar deficiencias en el desempeño–, y se complementa con una priorización de herramientas Lean, utilizando el concepto de análisis y proceso analítico en red [ANP].

*Modelo de referencia para la planeación estratégica de TIC focalizada en las fases de verificación y realimentación en instituciones educativas de nivel básica y media*, el segundo artículo de la presente edición, presenta los resultados de un proyecto desarrollado por un equipo formado por un investigador de la Universidad del Cauca y dos de la Universidad Icesi. El grupo reconoce los esfuerzos que se han hecho en Colombia –entre 2000 y 2013–, para incluir a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [TIC] en los procesos de la gestión escolar, y destaca al programa *TemÁTICas para Directivos Docentes* –el referente metodológico para la planeación estratégica de TIC mediante la elaboración de planes de gestión del uso de TIC en las instituciones de educación básica y media–; sin embargo, precisa su carencia de herramientas necesarias para saber *qué hacer* durante las etapas de verificación y realimentación, y evaluación de impacto, y presenta un modelo de referencia –validado por un panel de expertos– que permite orientar el despliegue de dichas etapas. Su diseño se articula en el *framework* COBIT y la norma ISO 9001:2000.

La edición continúa con *TICs aplicadas a los factores de percepción visual, identificados de manera experimental, que influyen la intención de compra online de productos vegetales*, un artículo preparado por un equipo multidisciplinario de la Universidad Icesi. Los investigadores precisan que la información visual de los productos que se ofrecen a través de medios virtuales juega un papel importante en la intención de compra, un tema que, a su juicio, cobra mayor relevancia en el caso de los productos perecederos –dado que involucra aspectos sensoriales que los consumidores tradicionalmente utilizan para decidir la compra–. El objetivo principal del estudio fue identificar y caracterizar el tipo de información visual necesaria para afectar la intención de compra de vegetales por medios

virtuales y dimensionar los requerimientos técnicos y financieros que una organización del sector *retail* debe poner en consideración para presentar dicha información, mediante el uso de tecnologías de información.

En el cuarto artículo de la edición, *Detección de espacios publicitarios de escenas audiovisuales para publicidad inmersa*, sus autores, un grupo proveniente de la Universidad del Cauca, reconoce las posibilidades que ofrece la televisión digital interactiva para incorporar, modificar o eliminar elementos publicitarios en los contenidos audiovisuales ya elaborados, y añadirle o asociarle aplicaciones o servicios interactivos, pero indica que, detectar e incorporar espacios publicitarios a los contenidos existentes es una tarea tediosa que, por lo general, se debe hacer manualmente. Su trabajo propone una alternativa de detección de espacios publicitarios en contenidos audiovisuales digitales que permitan la posterior inclusión de publicidad interactiva inmersa.

La edición cierra con *Implementación de un mecanismo de despliegue automático de servicios convergentes en entornos JSLEE*. En este artículo, sus autores, investigadores de la Universidad del Cauca, destacan el incremento del uso de recursos provenientes de diferentes fuentes por parte de los operadores de telecomunicaciones y cómo esta convergencia de servicios, aplicaciones y dispositivos ha propiciado en ellos la necesidad de contar con entornos y estrategias que faciliten el rápido despliegue de servicios convergentes; proponen un mecanismo de despliegue de servicios convergentes en entornos JSLEE que, de manera automática, ejecuta los procesos de activación, configuración, selección e instalación del servicio.

***El editor***