Franquicia de WSi continúa creciendo

A medida que la Internet continúa arrebatando en crecimiento, la extensión de la Franquicia WSI Internet se eleva en América Latina.

Ciudad de México,

WSI rápidamente sigue extendiendo sus franquicias en Latinoamérica, en medio del crecimiento explosivo que se está experimentando en los niveles de registro de gastos de anuncios y publicidad en línea en América Latina.

El Sistema de Soporte al Cliente le provee una fuente recurrente de ingresos.

En América Latina, los gastos de anuncios "on-line" están comenzando a experimentar un crecimiento explosivo. Según un nuevo informe de E-consultas, una firma de consultas en Latinoamérica. En 2002, los gastos de anuncios "on-line" se acumularon al 1.8 por ciento de los gastos totales de anuncios, además este número creció tres por ciento para el 2003. Incluso, para el año 2004, los anuncios online ascenderán a 4.9 por ciento de toda la publicidad.

El reporte además encuentra que el mercado de B2B (negocios entre empresas) en América Latina está pronosticado para crecer por 28.6 por ciento estimado a valer 4.5 mil millones USD y escalará a 9.3 mil millones USD antes de 2005. Se espera que el número de los usuarios activos del Internet en la región también crezca por 27 por ciento sobre los años próximos para alcanzar a 23.7 millones de usuarios del Internet para el 2005.

Entre el crecimiento explosivo del Internet en América Latina. WSI continúa rompiendo expedientes de la franquicia. Ahora en sus 7 años de negocios, WSI ha establecido más de 700 franquicias en casi 100 países alrededor del mundo.

Actualmente es catalogada como "La Franquicia #1 de Negocios de más Rápido Crecimiento", y "La 4ta franquicia de mayor crecimiento en el mundo". WSI se ha establecido como la Oportunidad de Franquicia más rentable en el mundo hoy día.

No se requiere ninguna experiencia específica de la computadora o de Internet para operar una franquicia de WSI, y muchas de las 700 franquicias a través del mundo, trabajan desde sus casas o sus oficinas. WSI ofrece a sus franquiciados "Uno de los más completos y comprehensivos Programas de Entrenamiento y Certificación disponibles en las compañías de franquicias hoy en día". Asimismo, un Programa de Soporte contínuo ajustado a las necesidades individuales.

Nuestros franquiciados (Consultores de Internet), son hombres y mujeres de todas las edades y experiencias. Como hoy día un moderno arquitecto, su trabajo es asesorar a sus clientes sobre sus necesidades usando el Ciclo de Vida de Negocios, pendiente de patente. La solución de Internet de su cliente es ajustada a reducir sus costos e incrementar sus utilidades.

La solución de negocios de Internet de sus clientes es construida independientemente en uno de los centros de producción mundial de WSI, -estratégicamente localizados, a bajo costo, en regiones de alta tecnología, como India o Australia-, dando a sus clientes resultados orientados, con soluciones de Internet de avanzada tecnología a un costo económico.

El Sistema de Soporte al Cliente le provee una fuente recurrente de ingresos de cada cliente.

La organización internacional de franquiciados WSI está en la vanguardia de la revolución digital, cambiando la manera que el mundo hace negocios.

El éxito de WSI se deriva de un modelo que acentúa la importancia de compromiso a sus clientes a largo plazo. Para aprender más sobre nosotros visítenos en: http://www.wsicorporate.biz.

Gira Lowrider el 11 de enero

Los autos, el arte y la cultura se combinan en uno de los más exclusivos eventos del país cuando Lowrider Magazine, publicada por PRIMEDIA, presente el Lowrider Evolution Tour (Gira de la Evolución del Lowrider) 2004.

La serie de exposición de autos, de 15 eventos, comienza en la Feria de la Juventud y Centro de Exposiciones de Miami, Florida (10901 Coral Way) el domingo 11 de enero, de 10 a.m. a 4 p.m. Los patrocinadores son Quaker State, Nitto Tires, el Ejército de los Estados Unidos y Exide Orbital Batteries.

La exposición de autos presenta vehículos individualizados espectaculares, desde lowriders (vehículos bajos) y bombs tradicionales -de 1955 y más viejos- hasta camiones, vehículos deportivos utilitarios (SUV), modelos de lujo, compactos deportivos, bicicletas y triciclos.

La clase de vehículos que se exhiben refleja el crecimiento del estilo de vida lowrider y de los propios espectáculos. Lo que empezó como una forma de arte exclusivamente hispana en el Sur de California, se ha extendido en los 10 años últimos a participantes de muchas etnias distintas.