

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Elección del Tema

Durante la historia de la humanidad la gente ha experimentado muchísimas maneras de conocer lo que sucede a su alrededor, primeramente el interés se centra en lo que uno como humano solo con su vista pudiese ver a su alrededor, después llegaron aquellos mecanismos que vinieron a convertirse en medios de comunicación, desde el radio hasta el televisor. Como no recordar los años 50s con aquellas reuniones familiares para escuchar por radio su novela favorita o cuando la gente “se pegaba” al radio para escuchar noticias sobre el inicio o terminación de una guerra mundial.

Después llegó la televisión, esa caja de imágenes que maravilla a cualquiera, que le permitió a la humanidad ver cuando el hombre llegó a la luna, que le permite conocer lo que sucede en nuestro país o en el mundo.

2.9.1 Otras áreas a regular

Esta tanto el crecimiento que ha tenido Internet que solo el contenido debiera regularse, sino que tendrían que analizarse otras áreas y crear legislaciones, algunas de estas pudieran ser.

Telecomunicaciones e Infraestructura: El crecimiento ha sido tal que actualmente existe una sobresaturación de servicios como por ejemplo telefónicos que pudiesen llegar afectar operaciones normales como el hablar por teléfono, las compañías pueden preocuparse mas por vender accesos a Internet sin tomar en cuenta la infraestructura real de sus equipos, con esto los clientes difícilmente tendrán un servicios de calidad. Debieran regularse y auditarse este tipo de empresas para evitar que el usuario sea el que pague las fallas.

El comercio en Internet. El comercio por Internet ha crecido tanto que actualmente las legislaciones debiesen adaptarse primer, en tener organismos que realicen investigaciones sobre delitos en transacciones, ya que este tipo de investigaciones ameriten gente especializada en cuestiones tecnológicas. Así mismo debieran de establecerse claras normas que obligaran a las empresas

que realizan transacciones por Internet para que implementen mecanismos de que garanticen la seguridad para los usuarios.

2.10 Seguridad en Internet

Inmersos en este mundo tan grande de Internet nos damos cuenta que el cibernauta promedio de Internet no es consciente de las violaciones a su privacidad que se registran en los sitios electrónicos cada vez que los visita.

Aunque los proveedores de acceso a internet tienen la posibilidad de bloquear sus servidores a los correos no solicitados o "spam", algunas violan las leyes sobre protección de datos y firman contratos con grandes compañías de marketing a las que permiten enviar dichos correos través de sus redes.

Pero no sólo se trata del riesgo de la comercialización de los datos personales entregados voluntariamente al usuario a cambio de obtener determinados servicios y contenido personalizados.

El debate también se centra en la información extraída a partir de los hábitos de navegación de los usuarios relacionado con las "cookies", pequeños archivos depositados en la computadora del usuario, con trozos de información personal y del sitio accesado, estos cookies son muy importantes para las compañías ya que con ellos buscan la personalización del contenido de cada uno de los cibernautas.

Internet ha demostrado rápidamente su potencial como herramienta de mercadeo directo, Tan sólo en EU, Jupiter Media Metrix¹ estima que las empresas invertirán mil 300 millones de dólares para enviar 43 mil millones de mensajes a sus potenciales clientes, y para 2005 el comprador en línea recibirá una media de 950 mensajes diarios.

En México Instancias como la Profeco deben ser las responsables de informar a los usuarios acerca de los derechos para resguardar sus datos personales y para evitar recibir mensajes no solicitados.

En su site de Internet Symantec de México² afirma que intrusos informáticos no solamente atacan a las grandes empresas, sino a cualquiera que cuente con conexión a Internet

Los profesionistas independientes, microempresarios y usuarios caseros son los más vulnerables a los ataques cibernéticos.

Los hackers cibernéticos utilizan a terceros para expandir sus ataques, y estos terceros a menudo son, sin darse cuenta, los usuarios casos.

Los códigos móviles están haciendo que los más vulnerables participen en una especie de crimen organizado, de ciberterrorismo, porque se utilizan los recursos individuales para instrumentar ataques hacia sitios específicos.

1 Jupiter Media Metrix medidas sobre el uso de Internet www.jmm.com
2. Symantec Corp. software antivirus www.symantec.com

Por eso en cuestiones de seguridad en Internet estamos en un mercado inmaduro pues tiene que pasar aún por una curva de aprendizaje y existe una poca consciencia de los riesgos de los virus y de los ataques cibernéticos.

La consciencia entre los usuarios de que alguien pueda tomar control o tome información de su máquina o la utilice para sus propios fines puede sonar todavía a ciencia ficción, pero es algo que pasa todos los días.

En cuanto a los microempresarios más del 90 por ciento no tienen una política de seguridad para su equipo de PCs y muchos de ellos es por desconocimiento, y esto los hace vulnerables, porque son como el caldo de cultivo para que se instrumenten actividades para dañar terceros, un ejemplo fue Código Rojo, un gusano que instrumentaba un ataque específico al sitio de la Casa Blanca, por medio de terceros multiplicados.

Soluciones más comunes en mercado para lograr seguridad.

Muchas empresas pretendiendo alejar del ambiente de riesgo que significa Internet lanzaron han lanzado productos diseñados para atender el mercado de la computación del hogar, profesionistas independientes, así como a la microindustria.

Cada uno de estos productos tienen beneficios específicos, pero básicamente se dividen en:

a) Seguridad en Internet al navegar que ofrece el beneficio de navegar libres de virus, en donde un hacker no pueda atacada o tomar información de nuestra PC; Control en los niños del uso de Internet y los sitios que visitan y Mantener la privacidad de la navegación por Internet.

b) Limpiar PCs. Otro tipo de productos, agregó, se dedican a mantener limpia la PC de archivos temporales que se quedan cuando navegamos en Internet y saturan la máquina.

c) Antivirus. Es la aplicación mas común de seguridad, es una solución que promete protección automática contra virus y otros códigos maliciosos en controles ActiveX y Applets de Java, propios de Internet, así como gusanos y caballos de Troya y ladrones de contraseña, en todos los posibles puntos de entrada de la PC.

Algunos antivirus son tan sofisticados que estan respaldos por organismos como el SARC, un centro de expertos en virus que provee respuestas rápidas y globales a las amenazas de virus de computadoras.

¿Que tan problematico es esto de los virus?, pues se dice que existen 52 mil virus, diariamente se reciben 300 reportes de nuevos virus a nivel mundial, gran parte de ellos son bromas, aún así el resultado final arroja 20 a 15 virus diarios,

de éstos cada quince días o cada mes resulta un virus muy agresivo, que son los que producen daños sensibles.

2.10.1 La inseguridad de Internet México para el profesionista

En México desgraciadamente no esta tan desarrollada la cultura de hacer transacciones o compras por Internet ya que se les atribuyen riesgos en la Red a sobre todo por la la ausencia de leyes.

La ausencia de legislación y regulación en el uso del Internet provoca riesgos como inseguridad para las empresas, falta de privacidad y uso de información confidencial para fines no determinados.

Desgraciadamente ningun organismoa actual es responsable o no poseen facultades de regulación, labor que debiera ponerse en práctica para garantizar a los usuarios seguridad en el uso de la Red.

Actualmente está de moda preocuparse por la seguridad en Internet, lo confiable que es comprar en la Red, pero no pensamos que al realizar una compra la empresa en Internet tiene todos nuestros datos y también una política para compartir esta información inexistente o indeterminada.

Las consecuencias de este vacío en regulación lo nota el usuario cuando empieza a recibir información y correos no deseados, ya que algunas empresas

comparten la información de sus usuarios por lo menos con un grupo de compañías.

También es necesario tener mucho cuidado en lo que se legisla porque muchas veces se puede coartar el desarrollo de una industria, es necesario fijar un marco jurídico muy amplio y bajo éste ser más específico sobre los diferentes temas que comprende la complejidad del Internet.

En México ya se está haciendo algo para garantizar esta seguridad pero uno de los obstáculos más serios es la falta de continuidad ya que los legisladores cuando llegan a adquirir capacidad e interés en este tema también llegan al término de su periodo de representantes.

Hoy en día ya existen reformas al Código Penal que contemplan que aquellos que "hackén" o dañen los sistemas informáticos de un tercero tengan su castigo, la Policía Federal Preventiva tiene entre una de sus funciones el seguimiento de los ciberdelitos pero obviamente tienen situaciones más importantes como el combate al narcotráfico.

2.11 ¿Para qué sirve Internet?

El capítulo ha explicado hasta ahora lo que se puede hacer en Internet, pero para qué sirve es una cuestión bien distinta y depende en muchos casos de la persona que accede a ella.

Uno de los usos más obvios es el del correo electrónico: enviar y recibir mensajes a cualquier otra persona conectada a Internet con la ventaja de recibir información editable o archivos especiales (de tratamiento de texto, hojas de cálculo, etc.) con los que trabajar. El correo electrónico es rápido y efectivo, y al haberse convertido en algo global, es casi tan importante como el fax o el teléfono. Otra de las utilidades más comunes es el entretenimiento: los usuarios encuentran en los grupos de noticias, deportivos, focus groups, clubs, etc., y con el Chat cuenta con una forma de comunicarse con otras personas con las que comparten intereses y aficiones. No tienen por qué ser necesariamente temas técnicos: hay grupos de charlas sobre cualquier tema imaginable, desde las más modernas técnicas de programación en diferentes software hasta series de televisión, y grupos de aficionados a un tipo determinado de coches o música. Están presentes los que examinan detalle a detalle series de televisión o películas, o los que adoran la ciencia o el arte.

Para los usuarios de PCs (computadoras personales), Internet está repleta de

archivos y programas de distribución pública, que pueden usar de forma gratuita (o del tipo "pay per view" o paga por ver), incluyendo utilerías de software, aplicaciones y juegos.

Internet también se presenta como un gran almacén de información. Hay miles de bases de datos y recopilaciones de información sobre todos los temas imaginables: médicos, históricos, noticiosos y económicos. Se puede acceder a la bolsa en tiempo real y a los periódicos del día. Los documentos llamados FAQ (Preguntas frecuentes) recogen para los principiantes todas las preguntas habituales sobre asuntos concretos, desde el paracaidismo hasta la magia o la programación en C++, y son una fuente inagotable de información. Las empresas incluyen su información corporativa y promueven sus productos por medio de la World Wide Web, hay bibliotecas con libros y artículos de revistas, y cada vez son más los periódicos y agencias de noticias que lanzan sus materiales a Internet.

En general, el ámbito de investigación es de los que más se ha beneficiado de Internet: se puede investigar en profundidad cualquier tema imaginable, localizar artículos y personas de todo el mundo que compartan proyectos e intereses, y establecer con ellos una comunicación diarias que enriquezca el material de investigación.

Las empresas usan Internet para dar a conocer sus productos y servicios, para

hacer publicidad y para estar más cerca de sus clientes o usuarios. Los particulares la usan también para publicar cualquier información que consideran interesante o creativa, y es sorprendente lo bien que funciona el hecho de que cualquier persona, con muy pocos medios, pueda convertirse en su propio editor de materiales multimedia.

Por lo tanto... ¿Qué es Internet?

Si hemos leído este artículo, habremos podido captar los conceptos básicos de Internet, algo sobre su funcionamiento interno y su historia en el mundo y en México. Habrá descubierto como se llaman los servicios concretos que ofrece a los usuarios y para qué sirve cada uno de ellos. ¿Se puede resumir en una frase dado todo lo que engloba Internet?

En pocas palabras pudiéramos decir que **Internet es el mayor conjunto que existe de información, personas, computadoras, servidores y software funcionando de forma cooperativa, publicando y organizando información, e interactuando a nivel mundial.**

CAPITULO 3

CONOCIENDO AL USUARIO DE INTERNET

3.1 Mediciones en Internet

Internet es a la vez un nuevo medio de comunicación y también significa un nuevo canal de negocios.

Es un nuevo medio de comunicación con las extraordinarias posibilidades que ofrece para el desarrollo tanto educativo, social y humano de una sociedad como la nuestra, permitiendo un acceso a la información/educación/cultura para millones de personas.

Para las empresas significa un nuevo canal de negocios que les permite acercarse a sus clientes y que implica una revolución de la mercadotecnia en todos sus aspectos: investigación de mercado, publicidad, distribución, servicio al cliente, todo esto para un público/cliente cada día más informado y por lo tanto más exigente. Es tanto el crecimiento que hemos visto de Internet en México en los últimos 2 años, esto lo hemos visto en la demanda (penetración del Internet en los hogares, en las empresas y oficinas del gobierno, en las universidades, en los cybercafés, etc.) como en oferta (creación de sitios,

periodismo, sitios de e-commerce, sitios de las grandes y medianas empresas), comprueba que nuestra sociedad se subió con decisión al mundo de Internet.

3.2 La necesidad de medir

Como medio de comunicación, y al igual que la televisión, la radio y los medios impresos, Internet necesita una medición seria y confiable de sus audiencias, algo que permita conocer de buena fuente la cantidad, el tipo de gente y las costumbres de los cibernautas.

Más allá de los famosos "ratings" que conocemos de los programas de TV, la tecnología Internet permite una investigación mucho más profunda, inmediata, casi en línea y sobre todo eficiente que en cualquier medio tradicional, logrando una medición mas científica de los cibernautas, de los usos, hábitos y comportamientos de los internautas, y de las acciones de mercadotecnia emprendidas por los profesionales que se dedican al mundo de Internet

3.3 ¿Qué se debe medir en Internet?

¿Qué debemos de medir en el Internet?, ¿cuáles son los indicadores más relevantes que debemos tomar en cuenta?

Estas mediciones se manejan desde dos puntos de vista:

3.3.1. Utilizando **software especial de estadísticas** que es instalado en el servidor donde se concentran las páginas del sitio, este software lleva un registro de cada usuario que se conecta.

En base a procesos automáticos de estadísticas de Internet se puede medir:

- ***El número de páginas desplegadas o el número de páginas únicas vistas***

El primero comprende aquellas páginas que han sido accedidas por los cibernautas, basta con haberle dado un clic y entrar al mismo. El segundo se refiere a la identificación de aquellas páginas que al menos tuvieron un clic

- ***El número de "hits" o el número de visitantes únicos?***

Un **hit**, es un clic que hace un usuario para acceder una página, un usuario puede entrar varias ocasiones a la misma página, cada vez que entra se genera un clic.

Los **visitantes únicos** son aquellos que aun accedando varias ocasiones la página durante el día se considera como usuario único, ¿cómo un sitio se cerciora que realmente se registre el usuario una vez? En base a un cookie,

que es un identificador que su navegador posee y que registra los sitios a los cuales se conectó permitiendo no duplicar este registro.

- ***El tiempo de navegación promedio por visita***

Esto es para darnos una idea cuantas horas consume conectado a Internet un cibernauta, normalmente se reportan horas promedio por medio por mes.

- ***Ubicación Geográfica***

En base a la ubicación de su ISP se puede determinar geográficamente la ubicación Geográfica desde donde se conectan los usuarios, en base a continentes y países.

- ***Tecnología utilizada***

Aquí obtenemos información sobre la plataforma utilizada por los cibernautas durante su interacción con Internet, aspectos como tipo de navegador utilizado (Netscape, Explorer) hasta el sistema operativo que utilizan (Windows, MacOS), etc.

3.3.2 Otro tipo es aquellas compañías que utilizando alguna **metodología de sondeo o monitoreo**, paneles de usuarios controlados, la cual es diseñada y comprobada por ellos mismos, podemos obtener la sig. Información

- ***Perfil socioeconómico del cibernauta***

Se busca conocer el tipo de usuarios que se conectan, su nivel socioeconómico, definido en varios estratos

- **Rango de edades**

Esta información es excelente para conocer hacia donde puede estar dirigido un mercado, si son niños, jóvenes, adultos

- ***% de Hombres, % de Mujeres***

El obtener el dato sobre el sexo de la persona ayuda a monitorear tendencias del mercado, hay inclusive sitios destinados exclusivamente para la mujer.

- **Ocupación**

La ocupación puede marcar el rumbo hacia donde puede estar moviéndose la población y en base a esto determinar quienes dominan, sí el estudiante, el profesionista o la ama de cada, etc.

- ***Distribución de usos para Internet (Web, Mail, FTP)***

Aun cuando se comenta que hay millones de usuarios conectados a Internet es importante señalar que muchos están integrados a esta cantidad solo por utilizar el correo electrónico, que es un posible campo de acción para ser

cubierto por las compañías de Internet, basta con imaginarse los millones de usuarios que tienen su correo en Yahoo, Hotmail, etc.

- Costumbres o intereses del cibernauta

En base a este muestreo se puede obtener información sobre el tipo de sitios que al cibernauta le gusta acceder: Entretenimiento, Finanzas, Cultura, etc. y medirlo con frecuencia para demostrar como se van moviendo las tendencias en relación a sus usos y costumbres.

3.4 Compañías especializadas en Mediciones de Internet

La información que arrojan las Compañías Especializadas en Mediciones de Internet posibilita a las empresas vinculadas o interesadas en los negocios en línea, conocer el comportamiento de los usuarios de Internet y con base en ello desarrollar estrategias de mercadotecnia, publicidad, orientación en el diseño y contenido de la información a editar en la red.

Para adquirir estos servicios se deben contactar la compañía, hacer un pago mensual estableciendo cuales son el tipo de estadísticas que desean acceder, se les asigna una cuenta y un password para acceder cualquier tipo de información contratada.

Se dice además que los estudios de estas compañías pueden ser en el detonador de oportunidades para desarrollar negocios en línea a través del análisis puntual y profundo sobre la conducta, gustos, hábitos y tendencias del internauta.

Es un hecho que en México ante la falta de información especializada en el comportamiento de los internautas en México este tipo de compañías buscan desarrollar este mercado, comprometiéndose con sus clientes a descubrir el lado humano del Internet.

En pocas palabras, estas compañías de Estadísticas de Internet buscan además la manera de entender del cómo funciona el Internet en la vida diaria.

**TABLA III
COMPAÑÍAS DE MEDICION DE INTERNET**

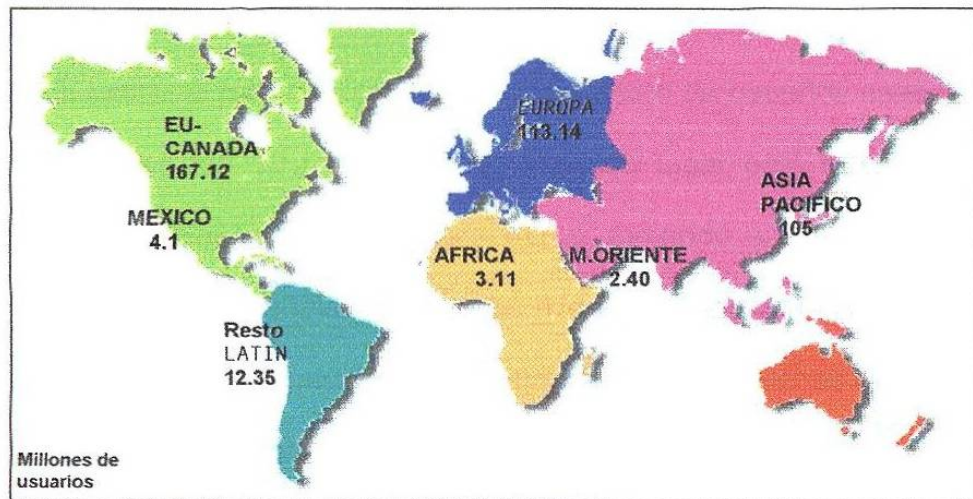
Compañía	Dirección	* México	Metodología, Sinopsis
NetValue	www.netvalue.com	Si	Utiliza paneles de usuarios de internet en el mundo, realiza sondeos mensuales
Net7Pulse	www.netpulse.com	Si	Paneles de usuarios
IDC	www.idc.com www.select-id.com	Si	Realizas análisis no solo para Internet sino estudios de cualquier tipo de tecnología
Nua Ltd.	www.nua.com	No	Sus conteos se basan tomando como base aquellos usuario que ha acceso Internet en los últimos 3 meses
Planet Project	www.planetproject.com	No	Su metodología se basa en encuestas a nivel mundial

3.5 Estadísticas de Internet

3.5.1 ¿Quiénes accesan Internet en el Mundo?

FIGURA 10

USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO



Fuente: NUA LTD

De acuerdo con cifras de enero del 2001, existían en el mundo aproximadamente 407 Millones de usuarios, de los cuales en Estados Unidos y Canadá se encuentran el 42% , unos 167 millones de usuarios.

La cifra de usuarios en los Estados Unidos ya rebasa el 56 por ciento de la población, lo cual indica que se ha llegado a un punto de saturación. Esto

explica el lento crecimiento que tendrá en el futuro la base instalada y por qué los grandes fabricantes de PCs se preparan para incursionar en otros mercados.

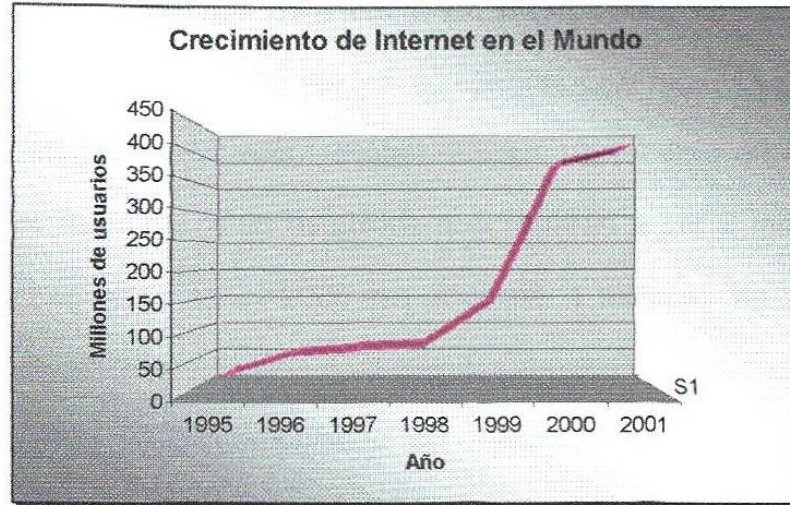
El calcular con exactitud el número de personas que están conectados a Internet es un trabajo extraordinariamente difícil y, por lo tanto, la mayoría de las cifras que se ofrecen son usualmente las mejores aproximaciones obtenidas tomando en cuenta tendencias de crecimiento, etc. y como nadie puede desmentirlas deben darse por ciertas.

En América Latina el país que tiene el mayor número de usuarios conectados a Internet es Brasil con 10 millones y en segundo lugar está México con 4.1 millones. Este crecimiento ha sido exorbitante, tomando en cuenta como han crecido aquellas compañías fabricantes de computadoras personales, el desarrollo y oferta de Proveedores de Acceso de Internet quienes ofrecen horas gratis de acceso a Internet, si a esto le sumamos el “boom” de los negocios en Internet nos daremos cuenta que el crecimiento a sido mas de lo predecible

¿Cómo ha crecido Internet en los últimos años? Veamos la tendencia en esta gráfica

Como vemos en esta gráfica el crecimiento ha sido explosivo prácticamente desde 1998, de hecho de 1999 al 2000 el crecimiento en el numero de usuarios creció un 250%.

FIGURA 11
RITMO DE CRECIMIENTO DE INTERNET EN EL MUNDO



Según algunas estadísticas, dentro de Latinoamérica y el Mundo México ocupa lugares importantes, por ejemplo:

Usuarios conectados en Internet

País	Millones de usuarios
Brasil	10
México	4.1
Argentina	3
Uruguay	.3

Estas cifras, reveladas por NUA Ltd muestran que México, aun teniendo un número muy pequeño de usuarios conectados a Internet (comparado con el de los países industrializado) es de los líderes en en Latinoamérica

Usuarios con ms días conectados

País	Días por mes
E.U.	12.2
Alemania	10.2
Gran Bretaña	9.9
Francia	9.1
México	8.4

Este estudio se realizó en algunos países que Netvalue consideraban clave de América, Europa y Asia, formaron un panel compuesto por 43 mil 538 personas durante el mes de noviembre del 2000 en Alemania, China, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Hong Kong, Corea, México, Reino Unido, Singapur y Taiwan.

En México tomaron en cuenta únicamente a 3 mil 497 personas, que viven en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey. Se monitoreo los días conectados por usuario dentro del mes

Fuente: NET VALUE
netvalue.com.mx

3.6 Crecimiento de Internet en México

El crecimiento de usuarios de Internet en México ha sido muy interesante, según datos Select-IDC,¹ otra de las compañías que realizan estudios sobre usos y costumbres de Internet, revelan que en 1999 había un millón 800 mil usuarios y al cierre del 2000 establece que llegarán a ser 2 millones 900 mil usuarios, actualmente en el 2001 hay mas de 4 millones de usuarios y se planea que en 2002 existan mas de 5 millones de cibernautas.

Este crecimiento se han impulsado por varios factores que van desde la macroeconomía, en donde los indicadores han reportado estabilidad, hasta la consolidación del sistema bancario mexicano que también ha influido las grandes ofertas de computadoras y atractivos planes de crédito para su adquisición.

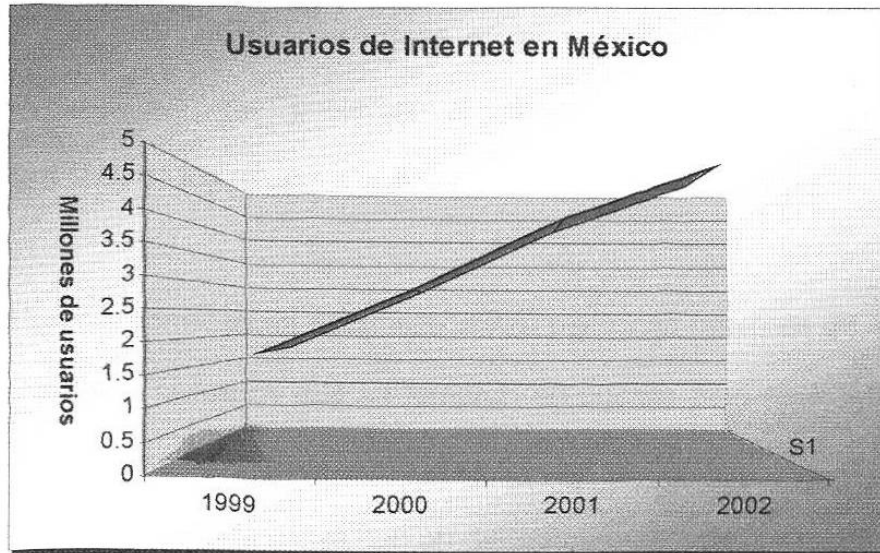
Otro factor importante, fue que algunos proveedores de servicios de Internet (ISPs) han manejado sus propios sistemas de financiamiento, lo que ha impulsado el desarrollo y adquisición de computadoras personales con Internet.

Sin embargo, tanto en México como en América Latina se ha presentado un "boom" en Internet, pero estamos empezando tarde, debido a que los países como Estados Unidos, Canadá, Japón, Gran Bretaña han tenido que subirse a la globalización de forma rápida y llevaron la delantera

¹ Select IDC México select-idc.com.mx

FIGURA 12

RITMO DE CRECIMIENTO DE USUARIOS DE INTERNET EN MEXICO



Factores que han ayudado al crecimiento de Internet en México

- Apertura de créditos para adquirir computadoras
- Ofertas de proveedores de ISP que ofrecen PCs con Internet incluido
- Servicios de ISP gratuitos
- Crecimiento en Estados Unidos

3.7 Encuesta sobre el uso de Internet en México

En base a una encuesta presentada en el periódico El Norte el día 12 de Febrero del 2001 se pusieron al descubierto información sobre el comportamiento de los usuarios sobre Internet.

La metodología consistió en encuestar a 820 personas mayores de 16 años, en su domicilio. Las ciudades que se tomaron en cuenta para este levantamiento fueron el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, la muestra fue estadísticamente representativa con un margen de error de +-4.

De entrada arrojó datos muy importantes sobre el comportamiento humano sobre este medio, creemos que la televisión deberá preocuparse, ya que el 50 por ciento de los encuestados emplea la tarde en Internet y deja a un lado la televisión. Según la encuesta, en el último año se incrementó el número de computadoras, pero también el tiempo de su uso (en promedio, cuatro horas diarias, la mitad de ellas en Internet).

Algunos resultados importantes de esta encuesta y que impactan serían los siguientes:

- **El 19% de los regios usa computadora todos los días.** Ya sea en el trabajo o en su casa, para accesar Internet o cualquier labor de oficina o escuela.
- **En promedio la usan al día 3 horas 27 minutos**
- **58% de los usuarios de computadoras utiliza Internet al menos una vez por semana.** Con esto no damos una idea del impacto que esa teniendo en la sociedad
- **Yahoo! es el buscador favorito del 36%.** Este favoritismo sobre este motor de búsqueda prácticamente sigue siendo el mismo en muchas partes del mundo.
- **71% nunca daría su número de tarjeta de crédito en Internet** Es realmente impactante esta conducta, ya que manejar cuentas bancarias, realizar transacciones y dar el número de tarjeta de crédito son tres costumbres que muy dificilmente realizan en Internet los mexicanos, al menos por el momento existe esta desconfianza.

Otros resultados, específicamente sobre Monterrey, algunos ellos haciendo un corporativo 1999-2000 mostraron lo siguiente:

TABLA IV
¿CADA CUÁNDO USA UNA COMPUTADORA?

A diario	19%
Varias veces por semana	7
Con menor frecuencia	5
Nunca	66
Otras respuestas	66

TABLA V
¿APROXIMADAMENTE CUÁNTO TIEMPO USA LA COMPUTADORA AL DÍA?

1999	2000
2:58 hrs.	3:27 hrs.

TABLA VI
¿PORCENTAJE QUE USA INTERNET, AL MENOS UNA VEZ POR SEMANA?

Plaza	1999	2000
Monterrey	36%	58%
Distrito Federal	29%	49%
Guadalajara	44%	52%

Para aquellos que respondieron que con Alguna Frecuencia se conectan a Internet

TABLA VII
¿QUIÉN ES SU PROVEEDOR DE ACCESO A INTERNET (ISP)?

Plaza	Monterrey	Guadalajara	Distrito Federal
Telmex/Prodigy	35	49	18
Terra	29	11	20
AOL	5	5	1
Avantel	3	3	3
AT&T	2	2	3
Megacable	0	0	9
Cybercable	0	0	1
Otra compañía	7	14	20
Otras respuestas	14	14	23

TABLA VIII
¿TIENE DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO?

Respuestas	Monterrey	Guadalajara	Distrito Federal
SI	55	63	60
NO	45	37	40

TABLA IX
ACTIVIDADES QUE HA DEJADO DE PRACTICAR POR UTILIZAR INTERNET

Actividad	%
Descansar	24
Hacer ejercicio	22
Salir de su casa	17
Leer periódicos impresos	17
Convivir con la familia	11
Estudiar	11

TABLA X
¿QUE TIPO DE PÁGINAS DE INTERNET LE GUSTA VER?

Entretenimiento	49%
Música	37
Ciencia y Educación	29

TABLA XI
¿DESDE DONDE SE CONECTA A INTERNET?

Casa	63%
Oficina	49
Escuela	16

TABLA XII
APRÓXIMADAMENTE
¿CUÁNTO TIEMPO NAVEGA/USA INTERNET AL DÍA?

Monterrey	1999	2000
Promedio	1:43 hrs.	2:27 hrs.

TABLA XIII
MOTOR DE BÚSQUEDA PREFERIDO

Yahoo	36%
Altavista	7
Terra	5
Ninguno en particular	6
Hotmail	2
Infosel	2
Todito	2
Prodigy	2
Otros	10
No sabe, no contestó	7

TABLA XIV

¿EN QUE MOMENTO DEL DÍA UTILIZA MÁS INTERNET?

Mañana	14%
Tarde	27
Noche	35
No contestó	24

TABLA XV

¿QUÉ HAN HECHO LOS USUARIOS EN INTERNET?

Bajar o descargar Música	50%
"Chatear"	47
Entrar a páginas Solo Adultos	23
Manejar cuentas de banco	14
Hacer Compras	11
Realizar pagos de servicios	9
Dar su número de tarjeta	8
Realizar transacciones bancarias	6

3.8 Perfil del cibernauta

TABLA XVI
USUARIOS DE INTERNET POR SEXO, DATOS DE ABRIL

Hombres	67%
Mujeres	33

Fuente: NetValue netvalue.com.mx

Aquí claramente se ve como los hombres siguen dominando este ramo, aunque el crecimiento y desarrollo de sitios destinados exclusivamente para la mujer, el chat y ventas de artículos por Internet ha colaborado a que más mujeres se conecten a Internet.

TABLA XVII
¿CUÁLES SON LOS USOS QUE SE LES DA A INTERNET?

	Distrito Federal	Monterrey	Gudalajara
Correo electrónico	55	44	39
Navegar en la red	12	16	22
Consultar o participar en foros	10	14	10
Leer noticias	5	7	7
Enviar o recibir mensajes instantáneos/ICQ	5	3	3
Diálogos en línea/Chat	3	7	8
Entretenimiento (música/Napster/juegos)	2	8	8
Otros usos	8	1	3

Fuente: Encuesta publicada y realizada a 820 personas por el periódico El Norte, correspondiente al mes de febrero del 2001

Como vemos en esta tendencia, existen muchas personas, sobre todo en oficinas que si bien no pueden navegar en Internet, tiene las herramientas del correo electrónico por medio del cual tienen contacto con otra gente. Una realidad es que muchos usuarios aprovechan cualquier oportunidad para

conectarse a Internet y leer sus correos electrónicos que accesan desde servicios como HotMail, Yahoo, etc.

TABLA XVIII

¿QUE TIPO DE USUARIO ES EL QUE DOMINA EL ACCESO A INTERNET?

Profesionistas, empleados de empresas	65
Estudiantes	29
Amas de Casas	6

*Fuente: NetValue
netvalue.com.mx*

El bastante claro ver que el profesionista es el que paga Internet, por tal motivo en esta Tesis nos abocaremos en la búsqueda del contenido ideal para que el profesionistas pueda seguir desarrollandose y que el uso de Internet sea verdaderamente una herramienta para su vida.

Estos dos medios nos han demostrado que la gente siempre esta a la expectativa de conocer lo que sucede en muchas partes del mundo, lo único que necesita para completar esta tarea es un buen medio de comunicación y un buen contenido de mensajes que despierten en él su interés.

Para que los millones de personas que habitan en este planeta pudieran adoptar estos dos medios de comunicación tuvieron que pasar mas de 100 años. A inicios de los 90 nació Internet, lo que en un principio se plasmó como una red de computadoras para fines militares en EU vino a convertirse en uno de los medios de comunicación visual más importantes de nuestros tiempos.

A esta red militar solo le bastó incluir una interfase gráfica amigable y una libertad de crecimiento tecnológico para que cualquier usuario pudiera disfrutar del contenido mostrado en estas páginas.

La forma de entretenerse, de comunicarse, de informarse, de socializar y estudiar son aspectos de las personas que están siendo cambiados por la red de redes (Internet).

Hoy en día existen tan solo en Estados Unidos 100 millones de personas que de alguna manera conectadas a Internet, ya sea que naveguen o utilicen el correo electrónico (el 56% de la población) y aunque en México apenas alcanza el 5% de la población (4 millones de personas) ya existen millones de personas

que aprovechando la poca inversión que se hace en el desarrollo de este medio de comunicación (comparado a una producción de TV) montan contenido que va de lo interesante, insignificante hasta lo más dañino. Que el crecimiento de Internet es exponencial no es noticia para absolutamente nadie, a menos que haya estado recluso y desconectado del mundo en los últimos seis años.

El problema no es su crecimiento, sino el ritmo que lleva y la calidad con la que crece.

1.2 La clave...el Contenido, el buen contenido.

En sus inicios se pensó que Internet era una moda, uno de esos proyectos tecnológicos que buscan despertar el interés de la gente, pero con el paso del tiempo se convirtió en un vínculo de comunicación para las personas y para las empresas ha llegado a ser hasta estratégico en sus operaciones.

El aprovechamiento que tienen las empresas al utilizar esta tecnología es tan importante que muchos basan sus riquezas en las transacciones utilizando Internet, para muchas empresas es un canal de distribución, es un acercamiento a sus clientes o es una muestra de la imagen de su compañía a nivel mundial y es digno de alabar.

Pero más importante que el impacto en los negocios es el impacto en la sociedad, recordemos como el radio y la TV unían a la familia en sus inicios, pues así de importante es el determinar como Internet a través de su contenido pueda hacer unir a la familia y acercarse a la computadora para compartir los hechos de la vida cotidiana.

Uno de los elementos importantes de la sociedad es el profesionista, ya que las estadísticas lo marcan como uno los tipos de usuario que más accesan Internet.

Cada quién como persona puede aportar algo a la humanidad a través del uso de Internet y hacerlo responsablemente para mejorar el contenido de la información. En particular el profesionista, el especialista, el académico y el investigador cuenta hoy en día con un medio extraordinariamente sencillo para mejorar nuestro mundo, estas personas debieran unir sus esfuerzos y aportando cada quién su granito de arena permitiendo que la información dentro de un sitio de contenido esté disponible para todos dentro. El arribo del Internet se contemplará en el futuro como el fin de la era obscurantista en la que todos guardamos nuestra valiosa información para nosotros mismos, sin compartirla con los que la necesitan.

El correcto contenido debe orientarse a las necesidades del profesionista por eso que cada sitio debiera hacer un estudio de las preferencias y necesidades sobre esta figura y orientar sus energías y recursos en el contenido y

herramientas que lo apoyen en su desarrollo, esparcimiento y toma de decisiones

En los programas de noticias por televisión, podemos observar veracidad, oportunidad, concreción, análisis, fuentes confiables; además gráficos, fotos, filmaciones, escenografía de los estudios, música de fondo, vestuario de sus narradores y hasta su acento lingüístico. La primera parte de las características observadas (veracidad, oportunidad, concreción, análisis, fuentes confiables) corresponde al "contenido" de las noticias, y la segunda (gráficos, fotos, filmaciones, escenografía de sus estudios, música de fondo, vestuario de sus narradores y su acento lingüístico) a los "medios" de apoyo al contenido transmitido. Es posible que los criterios que tengamos a la hora de observar un libro, periódico, revista, programa de radio o de TV.; o también algún sitio Web, se parezcan a los anteriores.

En los ambientes basados en Internet, las páginas, los sitios y portales son como los noticieros de televisión, para su comunicación requieren fondo y forma, contenido y medios. El contenido es la materia que se comunica, que se transmite, que debe llegar al cibernauta, es el mensaje en línea, es la sustancia de la comunicación. El medio es el acompañante del contenido para fines comunicacionales. El contenido es la información y el conocimiento, el medio es el formato usado para la transmisión.

Es un error común creer que sólo en aquellos sitios formales o destinados a la educación, ciencia y tecnología debiera existir contenido. En todos los sitios se debe tener contenido, inclusive también en aquellos destinados a la diversión. Contenido en un sitio, es la materia que se comunica con fines informativos o de enseñanza-aprendizaje independientemente de los medios de apoyo empleados (texto, gráficas, animación, audio, video, voz y datos, etc.).

El objetivo de este estudio es analizar entre tanta variedad de contenido de Internet cuál es la que los profesionistas requieren, esto tomando como base las necesidades específicas de cada uno de ellos.

En resumen pudiéramos concluir que en la práctica profesional, cada uno como profesionista, nos encontramos en una auténtica batalla en el día a día por sobrevivir, no es suficiente contar con una buena preparación académica, es necesario además mantenerse vigente en conocimientos para poder dar el nivel de servicio que actualmente demandan las empresas, tanto los relacionados con nuestra profesión misma, como en campos tecnológicos que, en teoría deberían facilitarnos nuestras tareas, es necesario también entender los cambios globales de hacer negocios para no quedar fuera de mercado y la utilización del Internet y sus servicios es una herramienta fundamental y así poder alcanzar la competitividad en el mundo de los negocios actualmente.

1.3 Propuesta

Este trabajo de investigación de **“Estudio sobre el contenido en Internet: su influencia en el trabajo del profesionalista”** busca determinar las necesidades esenciales de contenido para los profesionistas al consultar Internet. Estas necesidades deben estar determinadas en base a actividades que le ayuden a mejorar y desarrollarse en su campo.

Esta propuesta consiste en analizar todo aquel contenido que existen en Internet y hacer una depuración de aquel que nada aporta al desarrollo del profesionalista, es el determinar aquellas herramientas y tipos de contenido que le permitan al profesionalista contar con una ventaja competitiva real en un mundo global que requiere profesionales mas preparados con conocimientos actuales.

Si bien el termino Profesionalista puede ser muy genérico, ya que hay profesionistas doctores, ingenieros, maestros, contadores, sentimos que todos tienen necesidades comunes que les permitan estar preparados y actualizados para los tiempos modernos.

1.4 Planteamiento del problema

Aún en estos días, cuando Internet está en boca de todos y en todas partes, existe gente, inclusive profesionistas de empresas pequeñas que tiene poco contacto con su contenido, para ellos es de vital importancia adentrarse poco a poco a esta supercarretera de información, ya que muchas empresas que llegaron a ser pequeñas hoy en día han crecido utilizando esta tecnología.

Si bien en Internet existen millones de sitios que ofrecen contenido tanto positivo como negativo, el profesionista que navega tiene que invertirle buen tiempo en buscar aquello en específico que busca, para esto pueden pasar horas inclusive hasta días tratando de localizarlo y cuando lo encuentra puede ser difícil el determinar que tanta calidad posee.

Si a esto le agregamos que es importante el poder identificar las características vitales para considerar un buen sitio con buena calidad de contenido resulta más que trascendental el identificar cada una de estas variables.

Contenido hay mucho, lo importante es determinar el más adecuado a las necesidades del profesionista.

1.5 Hipótesis

Si bien el problema de la existencia de tanto material en Internet no debiera preocuparle a nadie, una realidad es que el profesionalista pierde mucho tiempo tratando en localizar lo que realmente busca.

La solución a esta deficiente búsqueda del contenido para el profesionalista se basa en la personalización, por medio del cual se busca darle a cada quien lo que le corresponde, pero sobre todo lo que el cibernauta busca.

No hay nada mejor que personalizar el contenido y dejar de consultar tanta paja informativa que hoy por hoy nos presenta La Red.

La personalización se basa en determinar las necesidades de consumo en base a ciertas técnicas, almacenando el comportamiento del usuario o bien cuestionándole sus necesidades, la desventaja de esta última es que muchas veces el mismo usuario no tiene el tiempo para aportar esta información y mucho menos para consultarla.

1.6 Objetivo

El objetivo de este estudio es hacer que el profesionalista busque conocer y desarrollar todo el potencial que ofrece Internet, que conozca sus elementos y una vez dominada la herramienta proveerle de elementos que le ayuden a buscar el material de consulta que realmente requiere de Internet.

Una vez teniendo estas herramientas para determinar el contenido ideal en Internet para el profesionalista, éste debe enfocarse en la personalización de este contenido que apoye sus tareas cada día.

Esta investigación proveerá al profesionalista puntos de vista y tipos de comportamiento que hoy por hoy tiene la gente que accede a Internet, el conocer el comportamiento de los usuarios de Internet le permiten al profesionalista conocer toda la gama de contenido y que él mismo decida cuál es el que más le conviene.

1.7 Justificación

Según estudios de rating en Internet en México existen cerca de 5 millones de usuarios de Internet, de estos 5 millones cerca del 65% de los usuarios son empleados de empresas o profesionistas que accesan Internet, el resto son estudiantes y amas de casa, esto significa que al menos en México el mundo de Internet esta dominada por empleados profesionistas que en su sentir manifiestan también invertir promedio 1 hora al día al utilizar algunas de las herramientas de Internet: ya sea mediante el mail, navegación, comercio electrónico, etc.

¿Que tipos de usuarios navegan por Internet?

Tipo de Usuario	%
Profesionistas, empleados de empresas	65
Estudiantes	29
Amas de Casas	6

Otro motivo aún más importante es que alguna persona viene pagando el servicio de Internet, esto ya sea dentro de una empresa como lo puede ser el dueño o director de una empresa, que finalmente viene a ser un profesionista. Pero más aún existe la figura del empleado, consultor, catedrático que es el que finalmente viene a pagar el servicio de acceso a Internet, ya sea que lo pague por acceder desde su casa u oficina, hasta las empresas cuyos dueños invierten fuertes sumas para estar conectados a la gran red, y precisamente

¹ Netvalue de México www.netvalue.com.mx

ellos son los que deben tener esas armas para aprovechar el gran mundo de información que les ofrece Internet.

El contenido en Internet tiene muchos propósitos, pero la mayor parte de ellos tiene un objetivo en común: el dar una gran cantidad de conocimiento a todos los cibernautas que navegan en la red, pero desgraciadamente actualmente en Internet ese gran conocimiento de Internet esta muy desmesurado en cantidad, y aún así es difícil el determinar cual contenido es correcto o aporta un valor agregado.

Actualmente hay muchísimos sitios de Internet que ofrecen páginas información, entretenimiento, mucho valor, pero, ¿cómo podemos distinguir los que valen la pena de aquellos que son inútiles y que es mejor pasar de largo sin perder tiempo en ellos? En Internet, como en todo, hay sitios buenos y malos. De hecho, es inevitable que entre los millones de páginas accesibles haya una enorme cantidad que tienen problemas, desde información inútil hasta mala presentación.

De allí la razón que por eso es importante que el profesionista busque personalizar sus herramientas y tipos de contenido que realmente ofrezcan una ventaja competitiva y un buen accionar en su toma de decisiones.

En resumen lo que pretende este estudio es mostrarle al profesionalista lo que es Internet, cuáles son sus elementos más importantes, que conozcan cuales fueron sus orígenes, que desgraciadamente poco a poco se fueron perdiendo, que conozca como es el comportamiento de la gente al utilizar Internet, pero sobre todo que sepa reconocer las características y tipos de herramientas que debe poseer el contenido ideal para él y sus colegas profesionalistas.

1.8 Método

El desarrollo de esta investigación está basado en términos desde la concepción de lo que es Internet hasta investigación estadística esta basada siguiendo las siguientes pautas:

a) *Internet en el mundo*

Es el diagnóstico sobre como esta la situación actual de Internet, ¿por qué es tan importante?, ¿cómo ha sido su crecimiento explosivo en los últimos años?.

Es un poco de contexto para que este estudio sea aprovechada no solo por el experto profesionalista tecnológico, sino por toda aquel profesional que se inicia en el desarrollo de algún ramo y que aproveche las ventajas que le brinda Internet.

b) *Internet en México.*

Una realidad es que las cosas pueden estar muy bien o muy mal en el resto del mundo y la situación en México es diferente y el tema de Internet no es la excepción, mientras que Estados Unidos el 58% de su población accede a Internet de una u otra manera, en México solo el 5 por ciento, lo cual no es del todo malo, ya que debiera preocuparnos por tener un crecimiento controlado de calidad.

c) *Estudios sobre el comportamiento de los usuarios de Internet en México, entre ellos el profesionista.*

Los estudios se basan tomando en cuenta 2 fuentes:

1. Estudios de aquellas empresas que hoy por hoy se dedican a establecer paneles de usuarios controlados y debidamente identificados para monitorear sus consumos y usos de Internet, algunas de ellas que trabajan en México son: Netvalue, Select-idc, etc.

2. Otro estudio se basa en una encuesta metodológicamente definida, llevada a cabo y publicada en el periódico El Norte durante el mes de febrero del 2001, entre cerca de 820 personajes a nivel nacional, encuesta verbal, este estudio comprende usos y costumbres de usuarios de medios de comunicación entre ellos Internet. Entre ellos los resultados mas importantes van enfocadas al tipo de usuarios que usan Internet, donde resalta el profesionista, otro dato importante es el tiempo que consumen al utilizar Internet y sus usos y costumbres

d) *Búsqueda de herramientas y contenido de Internet exitosos que aporten valor agregado al trabajo del profesionista*

En base a este estudio y a retroalimentación de los profesionistas mismos me he dado a la tarea de conceptualizar el sitio ideal para el profesionista.

El contenido de este sitio se base en conceptos fundamentales como estar informado, investigación, entretenimiento, actualización de conocimientos, herramientas y muchas otras más.

Indudablemente que mucho del contenido y de las herramientas de este sitio no son cosa nueva y por lo mismo se buscó integrar aquellas herramientas que hoy por hoy existen en el mercado en sitios de Internet y que son consideradas como las mejores.

1.9 Limitaciones y Alcances

Si bien el crecimiento de Internet es tan dinámico, tan dinámico que cada día surgen cosas nuevas, las cifras estimadas en cuestión de usuarios de Internet así como sus usos y costumbres puede variar de drásticamente en un lapso de tiempo muy corto.

Aún así era importante partir de alguna base para conocer como está la situación de Internet, pero sobre todo los tipos de contenido y los medios para distribuirse.

El alcance de este estudio se determina en base a ciertos factores, pero sobre todo al tipo de profesionista.

Cada profesionista puede llegar a ser tan especializado como lo marque su área de interés, sentimos que los profesionistas en general poseen ciertas necesidades en común como lo son desde estar enterado, de llevar una relación de sus finanzas, hasta comunicarse con otros por medio del mail. Este trabajo de investigación esta orientado hacia este profesionista genérico.

CAPÍTULO 2

¿QUÉ ES INTERNET?

Hoy en día es muy difícil encontrar a alguien que no haya oído hablar de Internet, pero no todo el mundo tiene claro lo que es exactamente ni para qué sirve. Este artículo describe lo que muchos conocemos "La Red" o la "Supercarretera de la información", qué servicios ofrece y cuáles son algunas de sus más interesantes posibilidades. ¹

Internet puede entenderse de muchas formas, del mismo modo que no es necesario conocer el funcionamiento interno de una televisión o la red de emisoras y repetidores para disfrutar de la programación, hoy en día también puede entenderse Internet de forma sencilla, por su utilidad, y también usarla sin tener grandes conocimientos técnicos.

A lo largo de este capítulo repasaremos brevemente lo que es Internet, donde nació y los servicios básicos que ofrece, para finalmente dar algunas ideas sobre su utilidad práctica. Al final encontrará una definición personal de Internet, basada más en lo que es como concepto que en sus diferentes componentes.

¹ ¿Redes globales? www.te.ipn.mx

2.1 La Gigantesca red

Internet es un conjunto de redes, redes de computadoras y equipos físicamente unidos mediante cables que conectan puntos de todo el mundo. Estos cables se presentan en muchas formas: desde cables conectados en una red local (varias computadoras conectadas dentro de un lugar) a cables telefónicos convencionales, digitales y canales de fibra óptica que forman las "carreteras" principales. Esta gigantesca Red ha crecido tanto debido a que los datos pueden transmitirse vía satélite, o a través de servicios como la telefonía celular, o porque a veces no se sabe muy bien a dónde está conectada.

En cierto modo, no hay mucha diferencia entre Internet y la red telefónica que todos conocemos, dado que sus fundamentos son parecidos. Basta saber que cualquier cosa a la que se pueda acceder a través de algún tipo de "conexión," como una computadora personal, una base de datos en una empresa, un servicio electrónico de pago, un fax o un número de teléfono, pueden ser, y de hecho forman, parte de Internet.

El acceso a las computadoras y equipos que están conectados a Internet puede ser público o estar limitado. Por ejemplo, una red de cajeros automáticos puede estar integrados en Internet pero no ser de acceso público, aunque formen parte teórica de la Red. Lo interesante es que cada vez más de estos recursos están disponibles a través de Internet: fax, teléfono, radio, televisión, imágenes de satélites.

En cuanto a la organización, Internet no tiene en realidad una cabeza central, ni un único organismo que la regule. Muchos grupos de trabajo de instituciones públicas o gubernamentales trabajan para que funcione correctamente y continúe evolucionando. Otra gran parte de Internet es privada, y la gestionan empresas de servicios de Internet (que brindan el servicio de acceso) o simplemente publican contenidos. Como Internet está formada por muchas redes independientes, que hablan el mismo lenguaje, ni siquiera están claros sus límites.

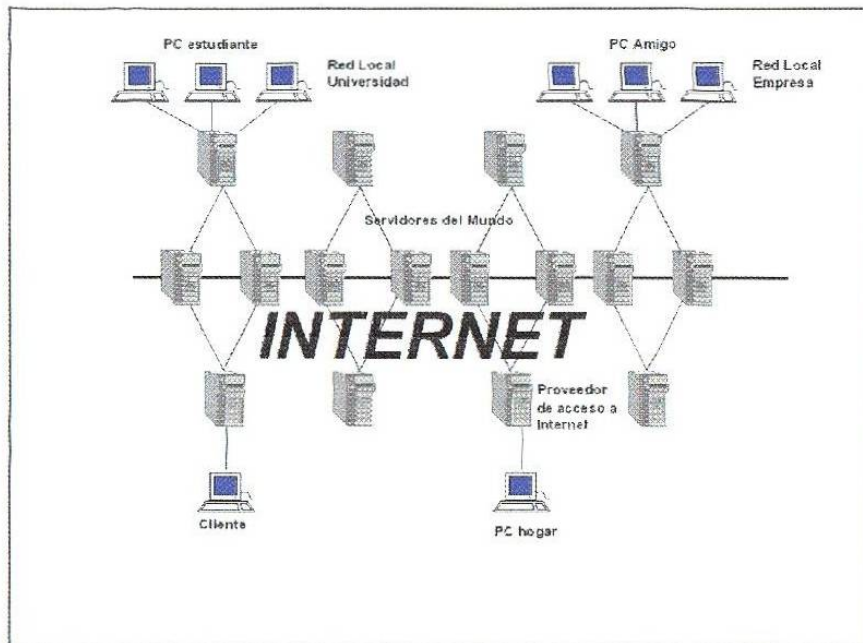
Para complicarnos un poco más, en sus inicios el acceso a Internet solía ser libre y gratuito para estudiantes y profesores (debido a sus orígenes educacionales) y también lo es el uso de la infraestructura para todo el mundo, aunque los particulares y proveedores de acceso han de pagar para tener acceso y realizar actividades comerciales o privadas, esto ha cambiado un poco, ya que hoy en día los mismos proveedores que ofrecen servicios de Internet y que lo cobran ofrecen un servicio de acceso gratuito, limitado en cuanto al número de horas de conexión y muchas veces sin el soporte que reciben los clientes que sí lo pagan.

2.2 ¿Cómo funciona Internet?

Recordemos que una red es un conjunto de computadoras conectadas entre sí, que pueden comunicarse compartiendo datos y recursos. Las redes se suelen clasificar en redes de área local (LAN: Local Area Network) y redes de

área amplia (WAN: Wide Area Network). Las redes de área local abarcan una zona no demasiado grande, tal como el edificio de una empresa o una universidad. Las redes de área amplia comprenden regiones más extensas; pueden llegar a abarcar varios países.

FIGURA 1
ESTRUCTURA SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE INTERNET



Internet es una "telaraña" de computadoras y servidores interconectados a nivel mundial.

2.3 Acceso a Internet

Para acceder Internet y unirnos a esta gran red podemos basarnos en la ubicación desde donde deseamos conectarnos, los más comunes son desde el hogar, oficina y universidad.

¹ ¿Qué es y como funciona internet? www.bitel.es

2.3.1 Hogar. Podemos conectarnos a Internet desde nuestra casa utilizando el módem de nuestra PC y marcando hacia nuestro Proveedor de Acceso a Internet (ISP) por medio de un número telefónico, esto en base a la cuenta y password que el IPS nos entrega al contratar el servicio. La velocidad de nuestra conexión depende principalmente de la velocidad de nuestro módem y nuestra línea telefónica.

Un **ISP** es una compañía la cual posee toda la infraestructura necesaria para brindar el servicio de conexión a Internet de muchos usuarios, ellos tiene enlaces digitales muy grandes que permiten brindarle el servicio a miles de usuarios, además ofrecen servicios de correos electrónicos y páginas personales para cada usuario que contrata su servicio de conexión.

Algunos ejemplos de ISP en México:

- America Online
- Terra
- Telmex
- Avantel
- ATT

Estos proveedores de Internet comúnmente ofrecen 2 tipos de servicio de conexión a Internet

El acceso de paga. En este esquema el usuario tiene una cuota mensual que se paga por concepto del servicio, este esquema tiene mas ventajas que el esquema gratuito:

- El Soporte por parte del ISP
- Servicio de correo electrónico incluido
- Servicios extras

El que no paga. Son aquellos servicios que ofrecen en muchos casos los sitios ofrecen el mismo sistema de paga, en estos casos se dice que los anunciantes son los que subsidian a los usuarios por medio del pago de la publicidad al ISP

- Este servicio tiene muchas desventajas, principalmente.
- No hay soporte en caso de fallas, ni el ISP se hace responsable en caso de presentarse problemas.
- El servicio de navegación por Internet por conexión es limitado (1 hora).
- El servicio de correo tiene un limite de espacio.
- El usuario se encuentra "bombardeado" de ventanas de publicidad que hace que su navegación sea muy tediosa.

2.3.2 Oficina. El método más usual para acceder Internet en una empresa desde su oficina es por medio de su red local (LAN) la cual estando conectado comúnmente a un ISP por medio de un enlace digital

La velocidad de este enlace le permite al usuario utilizar los servicios de Internet de una manera más ágil.

Aun cuando Internet viaje por una red local, la infraestructura y administración de los accesos de Internet representan un costo en aspectos como: equipos de comunicación (hubs, ruteadores) y personal de sistemas para la administración del servicio.

2.4 ¿Cómo esta estructurada la Red de Redes?

En Internet, las comunicaciones concretas se establecen entre dos puntos: uno es la computadora personal desde la que accedamos y el otro es cualquiera de los servidores que hay en la Red y facilitan información.

El fundamento de Internet es el TCP/IP, un protocolo de transmisión que asigna a cada máquina que se conecta un número específico, llamado "número IP" (que actúa a modo de "número teléfono único") como por ejemplo 148.246.254.11

El protocolo TCP/IP sirve para establecer una comunicación entre dos puntos remotos mediante el envío de información en paquetes. Al transmitir un mensaje o una página con imágenes, por ejemplo, el bloque completo de datos se divide en pequeños bloques que viajan de un punto a otro de la red, entre dos números IP determinados, siguiendo cualquiera de las posibles rutas. La

información viaja por muchos servidores o computadoras intermedios a modo de repetidores hasta alcanzar su destino, lugar en el que todos los paquetes se reúnen, reordenan y convierten en la información original. Millones de comunicaciones se establecen entre puntos distintos cada día, pasando por cientos de computadoras intermedias.

La gran ventaja del TCP/IP es que es inteligente. Como cada intercambio de datos está marcado con números IP determinados, las comunicaciones no tienen por qué cruzarse. Y si los paquetes no encuentran una ruta directa, los servidores intermedios prueban vías alternativas. Se realizan comprobaciones en cada bloque para que la información llegue intacta, y en caso de que se pierda alguno, el protocolo lo solicita de nuevo hasta que se obtiene la información completa.

TCP/IP es la base de todas las máquinas y software sobre el que funciona Internet: los programas de correo electrónico, transferencia de archivos y transmisión de páginas con texto e imágenes y enlaces de hipertexto.

2.5 Nomenclatura de Internet

Además del número IP existe otra forma de identificar cada servidor en Internet. Esta otra forma es más fácil de memorizar y a veces permite descifrar intuitivamente la situación geográfica del sitio, a quién pertenece, o el propósito

del mismo. Esto se consigue mediante el **sistema de nombres por dominio (Domain Name System)**. Con este sistema se asignan las nomenclaturas a los servidores de los sitios. Están formados por palabras separadas por puntos; cada palabra representa un *subdominio* que a su vez está comprendido en otro *subdominio* de alcance mayor. El **nombre de dominio** de un servidor, tiene por lo general tiene esta estructura

www.NombreDelSitio.TipoDeDominio.Pais

www Se refiere al hecho de ser una página de la World Wide Web

Nombre del sitio. Es el nombre de la compañía u organismo propiedad del sitio

Tipo de Dominio. Es una clasificación del giro o actividad de la compañía que muestra el sitio

TABLA I
TIPOS DE DOMINIOS QUE EXISTEN ¹

Organización	Tipo de Dominio
Comercial	com
Educación	edu
Gobierno	gov
Recurso de Red	net
Militar	Mil
Organización no comercial	org

¹ Leart the Net www.learnthenet.com

País. Es una estructuración en base a la región geográfica o país donde se ubica el sitio, se utiliza comúnmente cuando una empresa tiene varias subsidiarias en otros países, se puede utilizar para diferenciar a donde pertenecen

Ejemplo:

- México .mx
- Ecuador .ec
- Suiza .ch
- Alemania .de

Estados Unidos es el único país que no utiliza este último identificador.

Los nombres de los sitios dependen de los administradores de las correspondientes de cada compañía, suelen ser por tanto arbitrarios. Sin embargo los **TipodeDominio** si se utilizan de una manera correcta, en cuanto al país la tendencia de muchas compañías o sitios es manejar un .COM sin especificar su país.

2.6 Historia de Internet

Internet se inició como un proyecto de defensa de los Estados Unidos. A finales de los años 60, la ARPA (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados) del Departamento de Defensa definió el protocolo TCP/IP. Aunque parezca extraño, la idea era garantizar mediante este sistema la comunicación entre lugares alejados en caso de ataque nuclear y sus instalaciones desaparecieran. Ahora el TCP/IP sirve para garantizar la transmisión de los paquetes de información entre lugares remotos, siguiendo cualquier ruta disponible.

En 1975, ARPAnet comenzó a funcionar como red, sirviendo como base para unir centros de investigación militares y universidades, y se trabajó en desarrollar protocolos más avanzados para diferentes tipos de computadoras y cuestiones específicas. En 1983 se adoptó el TCP/IP como estándar principal para todas las comunicaciones, y en 1990 desapareció ARPAnet para dar paso junto a otras redes TCP/IP a Internet. Por aquel entonces también comenzaron a operar organizaciones privadas en la Red.

Poco a poco, todos los fabricantes de computadoras personales y redes han incorporado el TCP/IP a sus sistemas operativos, de modo que en la actualidad cualquier equipo está listo para conectarse a Internet.

Internet une muchas redes, incluyendo como más importantes la que proporciona acceso a los grupos de noticias (Usenet), que data de 1979 y

(conceptualmente) la World Wide Web, de principios de los 90. Se calcula que actualmente hay varios miles de redes de todos los tamaños conectadas a Internet, más de seis millones de servidores y entre 40 y 50 millones de personas que tienen acceso a sus contenidos. Y estas cifras crecen sin cesar de un día a otro.

2.7 Historia en México

Los inicios de México en Internet datan de 1989 cuando el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Monterrey aprovechando los convenios académicos con instituciones de Estados Unidos. El primer punto de contacto fue al hacer una conexión con la Universidad de Texas en San Antonio, este enlace consistía en una línea privada tipo telefónica de 9.6BPS, muy lenta para nuestras velocidades actuales.

En esa época la computadora que recibía estos servicios era una Microvax II, esta computadora utilizaba en protocolo TPC/IP y brindaba la salida a Internet. Esta computadora llamada mas tarde server para convertirse en el primer dominio mexicano, es decir el primer .mx.

Pero las instituciones públicas del país no podrían quedarse atrás, El segundo nodo Internet en México fue la Universidad Nacional Autónoma de México, esto en el Instituto de Astronomía en la Ciudad de México. A diferencia del TEC de

Monterrey hicieron una conexión vía satélite con un ancho de banda de 56 Kbps, se conectaron con el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR) de Boulder, Colorado, en los Estados Unidos de Norteamérica.

Y aprovechando estos avances ambas universidades hicieron un enlace, es decir una interconexión entre la UNAM y el ITESM (Campus Monterrey), pero lo que funcionó en ese entonces fue un enlace BITNET entre ellos. Claro, usando líneas privadas analógicas de 9.6 bps.

A medida que pasaba el tiempo universidades como el Tec Campos Estado de México, la Universidad de la Américas de Cholula Puebla, el ITESO de Guadalajara se fueron uniendo al enlace del TEC de Monterrey.

En base a este crecimiento se creó una asociación civil, creada principalmente por miembros académicos de universidades de México, el organismo creado fue RED-MEX y era donde se discutían las políticas, estatutos y procedimientos que habrían de regir el crecimiento y el camino de la red de comunicación de datos del país.

2.7.1 Se consolidan Internet en México.

En Diciembre de 1995 se hace el anuncio oficial del Centro de Información de Redes de México (NIC-México) el cual se encarga de la coordinación y administración de los recursos de Internet asignados a México,

¹ Ciber F, primer nodo en Internet en México www.sipe.com.mx

tales como la administración y delegación de los nombres de dominio ubicados bajo .MX.

En 1996, ciudades como la nuestra (Monterrey, N.L.), registran cerca de 17 enlaces E1 contratados con TELMEX para uso privado. Se consolidan los principales ISP's en el país, de los casi 100 ubicados a los largo y ancho del territorio nacional.

En los primeros meses, tan sólo el 2% de los sitios totales (16,000) ubicados bajo .mx tienen en su nombre las letras WWW.

También hace la Sociedad Internet, Capítulo México, una asociación internacional no gubernamental no lucrativa para la coordinación global y cooperación en Internet.

A finales del 96 la apertura en materia de empresas de telecomunicaciones y concesiones de telefonía de larga distancia provoca un auge momentáneo en las conexiones a Internet. Empresas como AVANTEL y Alestra-AT&T ahora compiten con TELMEX.

En 1997 existen más de 150 Proveedores de Acceso a Internet (ISP's) que brindan sus servicios en el territorio mexicano, ubicados en los principales centros urbanos: Cd. de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca, por mencionar sólo algunos.

2.8 Los servicios de Internet

Internet ofrece información y posibilidades de comunicación a través de lo que se denominan genéricamente "servicios de Internet". Estos servicios están disponibles a nivel mundial, y son de diversos tipos. Algunos transmiten mensajes, otros archivos y otra información, en este capítulo se examinarán brevemente por orden de importancia.

2.8.1 El correo electrónico

El correo electrónico (e-mail) es tal vez el principal servicio de Internet, y sin duda el de mayor importancia histórica. Cada persona que está conectada cuenta con un "buzón electrónico" personal, simbolizado en una dirección de correo: esos nombres con la letra arroba (@) que hemos visto en revistas, tarjetas de visita y anuncios.

El buzón de correo electrónico sirve para enviar y recibir mensajes a otros usuarios, es decir cada usuario tiene una dirección única, por eso no hay nunca dos nombres iguales. La primera parte de una dirección identifica habitualmente a la persona y la segunda a la empresa u organización para la que trabaja, o al proveedor de Internet a través del que recibe la información.

Así, una dirección como jgarza@att.com.mx identificaría, imaginariamente, a un usuario que se llamara Javier Garza (jgarza), cuyo buzón estuviera (@ significa

en inglés "at", es decir, "en") en un servidor de correo llamado Att (att.com), en la empresa del país México (.mx).

El correo electrónico permite enviar texto o archivos codificados como texto, generalmente de pequeño tamaño (gráficos u hojas de cálculo, por ejemplo). Se pueden enviar mensajes a varias personas, responderlos de forma automática, guardar listas personales de direcciones y de grupos de colaboradores.

También funcionan listas automáticas de correo entre grupos que comparten un interés especial (como los famosos clubs o grupos de discusión).

Una persona puede tener distintas direcciones de correo electrónico, por ejemplo una o varias en la empresa y otra particular. Y existen directorios internacionales en los que buscar direcciones de personas conectadas a Internet, como sucede con las guías telefónicas.

En resumen, que ventajas al enviar mensajes utilizando el correo electrónico:

- a) Pueden enviarse el mismo mensajes a varias personas.
- b) Dentro del contenido del mensaje pueden enviarse archivos hacia otras personas.
- c) El usuario puede autoadministrar sus grupos de usuarios al que desea enviar mensajes.
- d) Permite conocer si el usuario ha recibido el mensaje.
- e) Es un medio muy rápido para hacer confirmaciones de servicios.

Existen 2 tipos de servicios de correo electrónico:

El que se paga. Es aquel que se obtiene al adquirir el servicio de acceso a Internet con un ISP, por lo regular el proveedor que recibe un pago por este servicio extiende al usuario una cuenta de acceso y una cuenta de Internet

Ventajas de este tipo de servicio:

- El usuario por el hecho de pagar debe obtener un espacio determinado para almacenar sus mensajes dentro del servidor del correo del ISP
- Obtiene un soporte especializado del ISP en caso de presentar problemas
- Puede utilizarse cualquier tipo de software para manejar el correo
- El correo se puede acceder utilizando el software propio del usuario o en muchos casos desde el sitio que ofrece el servicio

Desventajas:

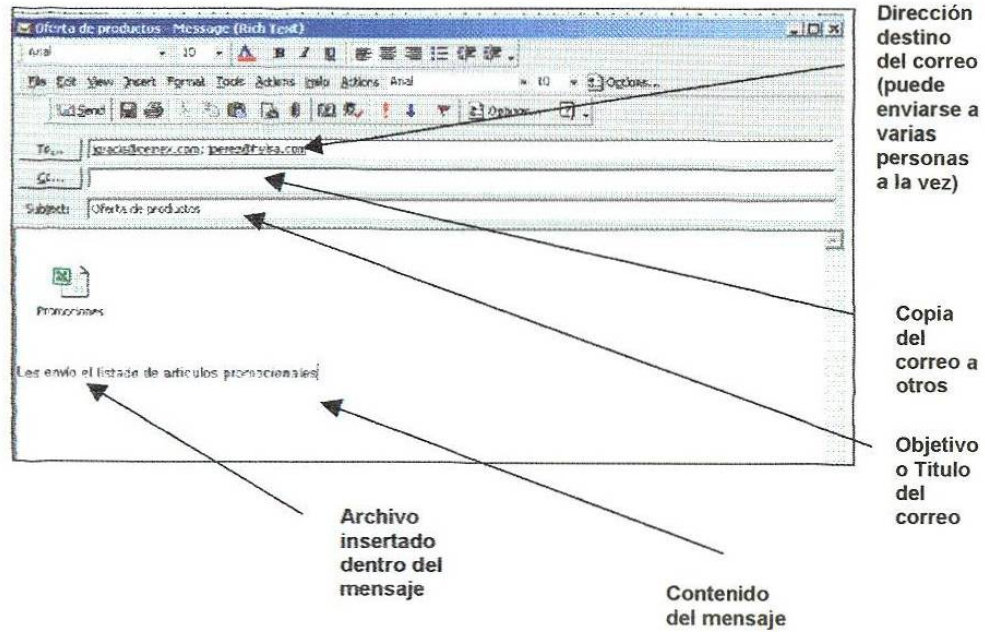
- El costo del servicio

Algunos de los software de correo comerciales más utilizados son:

- Microsoft Outlook
- Outlook Express
- Lotus Notes

- Eudora

FIGURA 2
ELEMENTOS PRINCIPALES DE UNA HERRAMIENTA DE CORREO



El correo gratuito. Es aquel que cualquier usuario en cualquier parte del mundo puede obtener simplemente registrándose en el sitio que ofrezca el servicio

Ventajas de este tipo de servicio:

- El correo puede consultarse desde cualquier computadora que tenga Internet
- No es necesario tener software instalado para utilizarlo

- El usuario no realiza pago alguno
- Los sitios de correo ofrecen de una manera sencilla de obtener un correo, en muchos de los casos el mismo usuario puede sugerir la nomenclatura de su cuenta de mail (siempre y cuando la cuenta este disponible)

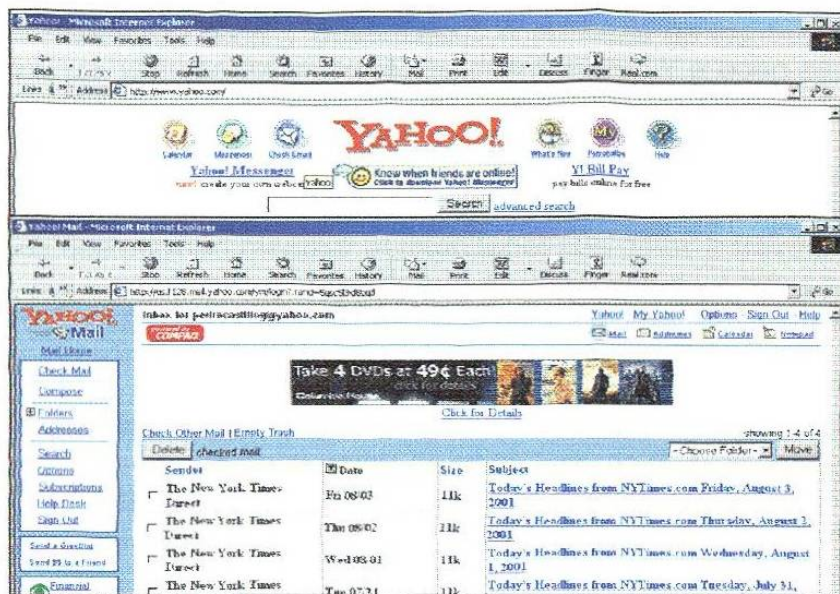
Desventajas:

- El sitio no se hace responsable de fallas que se presenten en su servicio de correo
- El espacio para almacenar datos es limitado
- El sitio no posee muchas herramientas para explotar al máximo el servicio del correo

¿Qué sitios ofrecen este servicio de correo electrónico?, Los más populares en México son

- Yahoo (www.yahoo.com)
- Hotmail (Microsoft) (www.msn.com)
- Terra (www.terra.com.mx)
- CorreoWeb (www.correoweb.com)

FIGURA 3
YAHOO. UNO DE LOS SITIOS MÁS POPULARES QUE OFRECEN CORREO GRATIS



2.8.2 La World Wide Web

La World Wide Web (la "telaraña" o "maraña mundial") es tal vez el punto más visible de Internet y hoy en día el más usado junto con el correo electrónico, aunque también es de los más recientes. Originalmente denominado Proyecto WWW y desarrollado a principio de los 90, partió de la idea de definir un "sistema de hipermedios distribuidos." Y a buen seguro que lo consiguió.

A raíz de los inicios del ARPANET era de todos conocido que solamente las personas expertas en sistemas de cómputo o los científicos bien preparados era los únicos que podrían manejar el intercambio de datos a través de Internet. El WWW vino a revolucionar el intercambio de información ya que permitió a los no tan expertos utilizar una interfase gráfica más amigable para que ellos usuarios que no son tan expertos en cuestión de computadoras.

La WWW puede definirse básicamente como tres cosas: hipertexto, que es un sistema de enlaces que permite saltar de unos lugares a otros; multimedia, que hace referencia al tipo de contenidos que puede manejar (texto, gráficos, vídeo, sonido y otros) e Internet, las base sobre las que se transmite la información.

El aspecto exterior de la WWW son las conocidas "páginas Web." Una ventana muestra al usuario la información que desea, en forma de texto y gráficos, con los enlaces marcados en diferente color y subrayados. Haciendo un clic con el ratón se puede "saltar" a otra página, que tal vez esté instalada en un servidor al otro lado del mundo. El usuario también puede "navegar" haciendo pulsando sobre las imágenes o botones que formen parte del diseño de la página.

Las páginas de la WWW están situadas en servidores de todo el mundo (sitios Web), y se accede a ellas mediante un programa denominado "navegador" (browser). Este programa emplea un protocolo llamado HTTP, que funciona sobre TCP/IP, y que se encarga de gestionar el aspecto de las páginas y los enlaces. Cada página Web tiene una dirección única en Internet, en forma de URL. Un URL indica el tipo de documento (página Web o documento en formato HTML), y el de las páginas hipertexto de la WWW comienza siempre por HTTP. Una página Web puede ser <http://www.att.com.mx/inicio.html>, que corresponde a un documento hipertexto (inicio.html) que está en el servidor Web (www) de una compañía (.AT&T) de México (.mx). Al saltar de un enlace a otro, el programa navegador simplemente va leyendo páginas HTML de distintos lugares de Internet y mostrándolos en pantalla.

La Web proporciona algunas opciones interesantes: se puede circular saltando de un sitio a otro y volviendo rápidamente a los sitios que se acaban de visitar. La información puede presentarse en forma de tablas o formularios. El usuario

puede en esos casos completar campos (por ejemplo, una encuesta) y enviarlos por correo electrónico con sólo hacer clic sobre el botón "enviar" que ve en su pantalla. La Web también facilita el acceso a información gráfica, películas o sonido de forma automática.

La Web es el lugar de Internet que más crecimiento está experimentando últimamente: se calcula que hay más de 350 millones de páginas Web en la Red, y su número crece a un ritmo vertiginoso. La Web, al facilitar la búsqueda de información, ha hecho que otros servicios de Internet iniciales como Gopher, Archie hayan quedado obsoletos y pasen a la historia.

Cada vez son más las empresas que publican información en la Web. Y encontrarla es también cada vez más fácil: casi todos los nombres de los sitios Web comienzan por el URL que indica que se trata una página Web en formato HTML (http://) seguido de las letras características de la Web (www), el nombre de la empresa (por ejemplo, .ATT) y terminan con el identificador de empresa (.com) o país (.mx). Es decir, si usted conecta con http://www.att.com visitará las páginas de AT&T en Estados Unidos, y con http://www.att.com.mx las de AT&T en México. Pocas son las empresas de gran tamaño que no tienen su propia página Web hoy en día.

Parte de la gran potencia de la Web también proviene del hecho de que cada vez es más fácil publicar material en la Web e Internet, no sólo acceder a lo que ya está allí. Existen programas gratuitos y comerciales para crear páginas HTML para la Web (similares a los programas de autoedición, sin necesidad de programación), y alquilar espacio en un servidor al que enviar las páginas es cada vez más barato y accesible. Hoy en día, cualquiera puede publicar cualquier lo que desee con un mínimo esfuerzo, y ponerlo al alcance de millones de personas.

FIGURA 4

SITIO DE LA WWW



2.8.3 FTP: transmisión de archivos

El FTP , File Transfer Protocol o Protocolo de Transferencia de archivos., es un sistema de transmisión de archivos que permite enviar y recibir archivos de gran tamaño de un lugar a otro de Internet , más rápido y más cómodo que mediante correo electrónico.

En Internet existen enormes servidores FTP con miles de programas de distribución pública, imágenes y sonidos, de libre acceso. Muchos fabricantes los usan para mantener al día a sus clientes en cuanto a nuevas versiones del software, actualizaciones o controladores. Los servidores FTP también se emplean para la distribución de software de demostración, revistas electrónicas y otros materiales.

Como ejemplo, las compañías de publicidad que tiene un anuncio y desean publicarlo en algún periódico en otra ciudad del mundo, ellos teniendo algún archivo conteniendo el anuncio en formato JPEG o PDF utilizando esta tecnología pueden conectarse al servidor FTP del periódico donde sería publicado el anuncio, ahorrándose el tiempo de enviarlo por mensajería, como lo hacían anteriormente, esto de una manera mas sencilla y rápida a pesar del tamaño del archivo.

Los servidores FTP pueden ser privados, pero por lo general son públicos. Se

accede a ellos mediante un URL de acceso (que indica el directorio en que están los archivos, como ftp://ftp.elnorte.com/pub/anuncios/llegada) y haciendo lo que se denomina un "FTP anónimo" (no es necesario tener acceso ni contraseña para ello). El usuario navega por los directorios de FTP como en su disco duro, buscando los archivos que le interesan, y entonces los puede recibir en su computadora.

Otra ventaja del FTP es que permite organizar en folders o carpetas permitiendo organizar los archivos a intercambiar.

Es importante considerar que cualquier archivo que sea intercambiado a través de un FTP debiera ser revisado con un software antivirus.

¿Qué software se utiliza para transportar estos archivos?

Actualmente existen aplicaciones que son muy sencillas para los principiantes que desean intercambiar archivos, estos software le permiten al usuario autorizado bajar archivos, comparar directorios de carpetas, registrar actividades de intercambio de archivos.

Algunos ejemplos de este software de FTP son

- CuteFTP
- WF_FTP
- BulletProof
- FTP Explorer

FIGURA 5

SOFTWARE COMERCIAL DE FTP

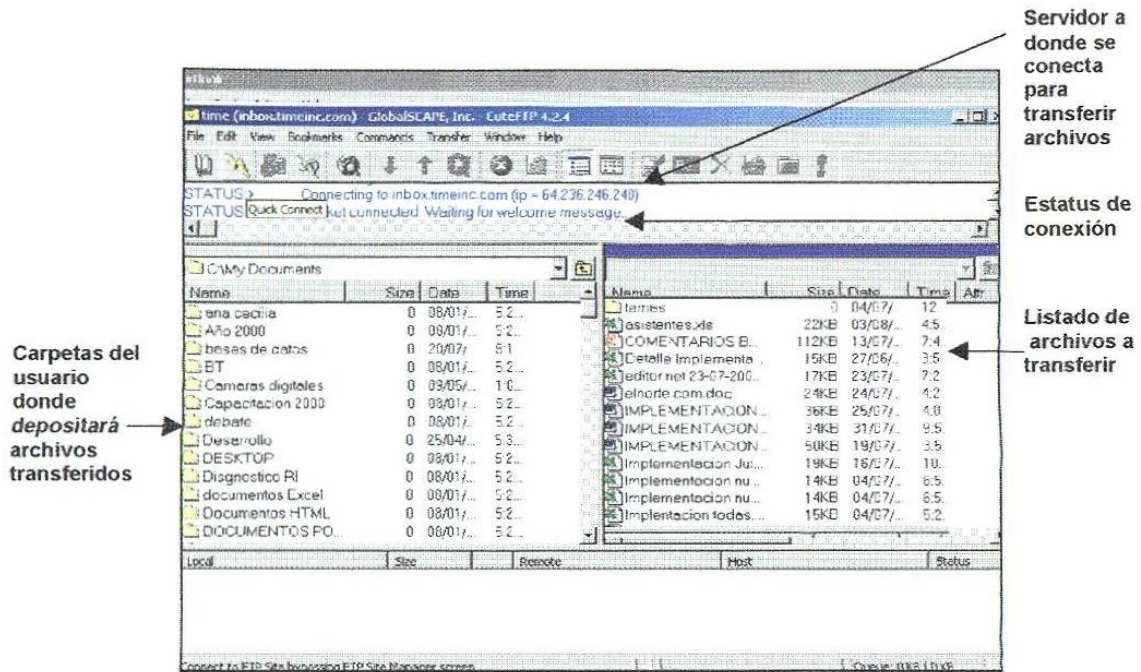
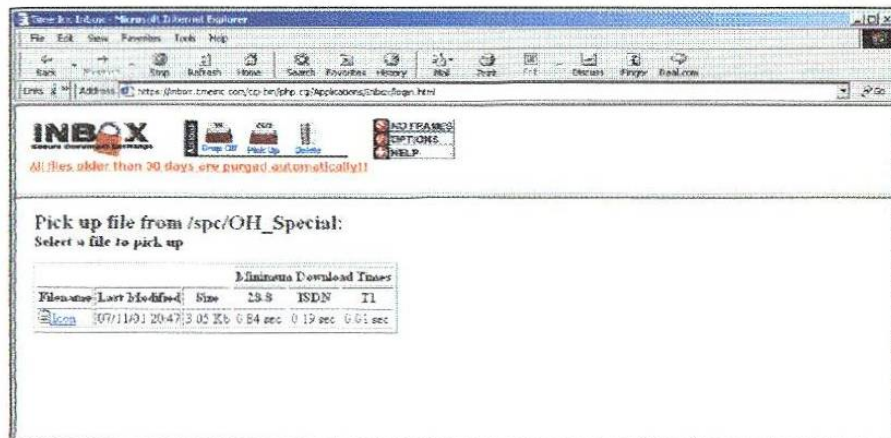


FIGURA 6

POR MEDIO DE SU NAVEGADOR PERMITEN EL INTERCAMBIO DE ARCHIVOS, ESTO CON SISTEMAS DE SEGURIDAD QUE BRINDAN ACCESO EN BASE A LA CUENTA DEL USUARIO.



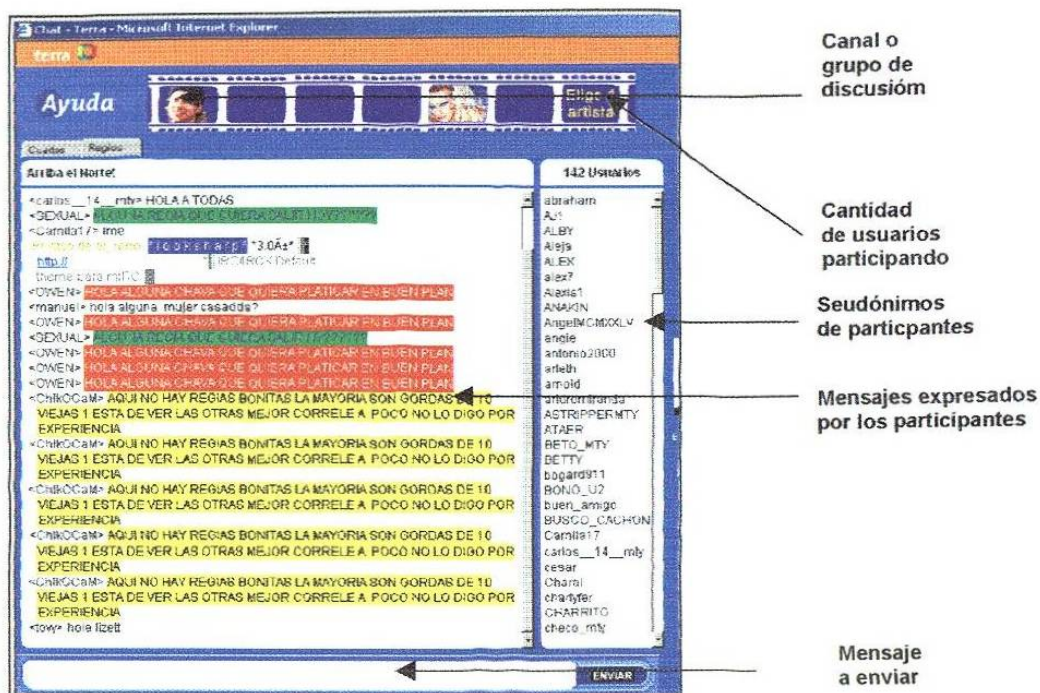
2.8.4 IRC: canales de charla, el famoso chat

El IRC Internet Relay Chat, es el equivalente en Internet a las comunicaciones entre radioaficionados. Se basa en una serie de servidores que admiten conexiones de cualquier persona desde cualquier lugar de Internet, que puede enviar y recibir mensajes en directo y charlar con otros usuarios. Se considera que el chat es muy impersonal ya que la gran mayoría de los usuarios se conectan por medio de un seudónimo, también llamado Nickname (ejemplo: regio, labonita, elguapo, etc.).

Las charlas dentro de estos servidores se organizan en canales temáticos, los cuales tienen operadores que actúan como moderadores. El idioma habitual es el inglés, pero existen grupos de charla mexicanos y muchos en el idioma español. Mucha gente utiliza el IRC para reunirse y charlar en vivo a una hora terminada, aunque a veces los grupos de IRC resultan un tanto caóticos por la gran cantidad de personas conectadas, los retardos y las continuas entradas y salidas de personas. Otras veces se usan para la retransmisión de eventos o reuniones de grupos con aficiones comunes.

Hoy en día muchos sitios de Internet ofrecen Charlas de artistas del espectáculo locales, nacionales o internacionales para que sus fans convivan directamente con ellos, inclusive un aspecto positivo son aquellas charlas en las que participan expertos sobre algún tema en específico.

FIGURA 7
SERVICIO DE CHAT EN TERRA.COM.MX



2.8.5 Buscadores

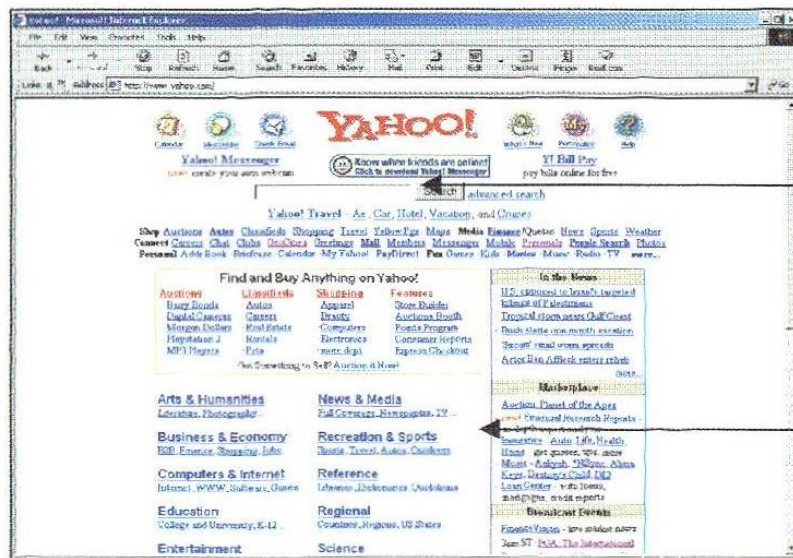
Son los sitios mas buscados en esta categoría de servicio. Se trata de sistemas (motores de búsqueda) que organizan la información de Internet. Recordemos que en Internet existen cientos de millones de cientos de todo tipo, de nada serviría tener tanta información si esta no estuviera organizado, pues bien, esa es la función de los buscadores.

Unos, como el popular Yahoo, organizan todos los recursos de Internet, como páginas Web, grupos de noticias en categorías (entretenimiento, informática, regiones del mundo, deportes, música...) y son un buen punto por el que comenzar a explorar la Red. Otros, como el potente AltaVista de Digital, mantienen índices de todo lo que se publica en la Web. Podemos utilizar estos buscadores de varias formas, una puede ser basarnos en la clasificación que ellos hacen y la otra es mediante la búsqueda por palabras claves que tecleemos.

TABLA II
BUSCADORES MAS USADOS DURANTE EL AÑO 2000

Adnet.com.mx	www.adnet.com.mx
Buscador Terra	busqueda.terra.com.mx:81
Google	www.google.com
Lycos	www.lycos.com.mx
MetaBuscador	www.metabuscador.com.mx
MéxicoGlobal	www.mexicoglobal.com
Sabueso México	www.sabueso.com.mx
Sección Amarilla	www.seccionamarilla.com.mx
Yahoo! México	www.yahoo.com.mx
Yupi.com	www.yupi.com.mx

FIGURA 8
YAHOO MOTOR DE BÚSQUEDA



Búsqueda por palabra clave

Clasificación De sitios

Una buena búsqueda

Los motores de búsqueda son los primeros sitios a los que nos conectamos cuando nos aventuramos a navegar por Internet. Los buscadores son como una brújula en el mar de la información y nosotros somos como los marineros que buscamos llegar al lugar indicado, pero para eso muchas veces llegamos a lugares desconocidos.

Tips importantes al hacer búsquedas

- Podemos partir de las clasificaciones realizadas por los motores de búsqueda
- Si sabemos exactamente lo que andamos buscando, introduzcamos la o las palabras en el campos de "texto a buscar"
- Podemos "entrecomillar" las palabras a buscar, para tener un resultado más exacto.
- Podemos forzar mediante comandos que solo me traiga resultados que integren determinadas palabras (utilizando el signo de +) o eliminar aquellas que no queremos ver (con el signo -)
- Podemos

2.8.6 El Comercio Electrónico

El Comercio Electrónico, llamado mundialmente E-commerce inicia como Intercambio Electrónico de Datos (EDI), este esquema de trabajo se inicia en los Estados Unidos, en los años 60's y se lo concibe de tal forma que moderniza las operaciones actuales, alcanza nuevos mercados y sirve mejor a los clientes, permitiendo mejorar la forma de hacer negocios y tener alcances inimaginables en cuestión de las relaciones cliente – proveedor, las cuales se vuelven mas eficientes.

Es imposible tener una definición del Comercio Electrónico en un párrafo, esta definición posiblemente no refleje como las necesidades de cambio y las nuevas tecnologías, se unen para revolucionar la forma en que se llevan a cabo los negocios. En la práctica se observa que todos coinciden afirmar que el e-commerce "se refiere generalmente a todas las formas de transacciones relacionadas con las actividades comerciales, incluyendo organizaciones e individuos, que están basadas en el proceso y transmisión de datos digitalizados, incluyendo texto, sonido e imagen".

El Comercio Electrónico es un concepto general que abarca las transacciones comerciales electrónicamente usando para ello las redes computacionales (incluyendo Internet) y empleando el dinero electrónico como moneda de cambio. Hoy se conoce que mucha gente realiza compras a través de la red, y tan solo en Estados Unidos este año se registrarán 1000 millones de dólares en compras mensuales.

Existen varias formas de realizar un pago a través de este medio: el dinero digital, los cheques electrónicos, etc., pero ninguno de ellos con liderazgo. Hoy por hoy las tarjetas de crédito son el medio más utilizado, de igual forma se plantea para un futuro la creación del propio sistema monetario por parte de las empresas que se hallan vinculadas al mundo del Comercio Electrónico.

Ventajas del Comercio electrónico para el empresario

- Incremento en el volumen de ventas.
- No tiene restricciones de horario, ni días festivos.
- Puedes eliminar costos de oficinas o administradores encargados de brindar información sobre transacciones .
- Generas inventarios más eficientes.
- Es un medio de atención a clientes que te permite tener una buena imagen ante ellos.
- No importan donde te ubiques con Internet puedes hacer negocio.
- Al estar negociando en línea puedes hacer estudios de mercado que definan las preferencias de los clientes.
- Te permite recibir retroalimentaciones en línea.
- El empresario ocuparía menos personal, tienes línea directamente de tus clientes.
- Una página bien diseñada puede ser considerado un buen medio de

publicidad.

- Al tener menos costos de operación el empresario puede ofrecer mejores precios.
- Hacer más sencilla la labor de los negocios con sus clientes.
- Internet ofrece a los empresarios hacer negocios en cualquier parte del mundo.
- Bajo riesgo de inversión en comercio electrónico.
- Rápida actualización en información de productos y servicios de la empresa (promociones, ofertas, etc.).

Ventajas para el cliente

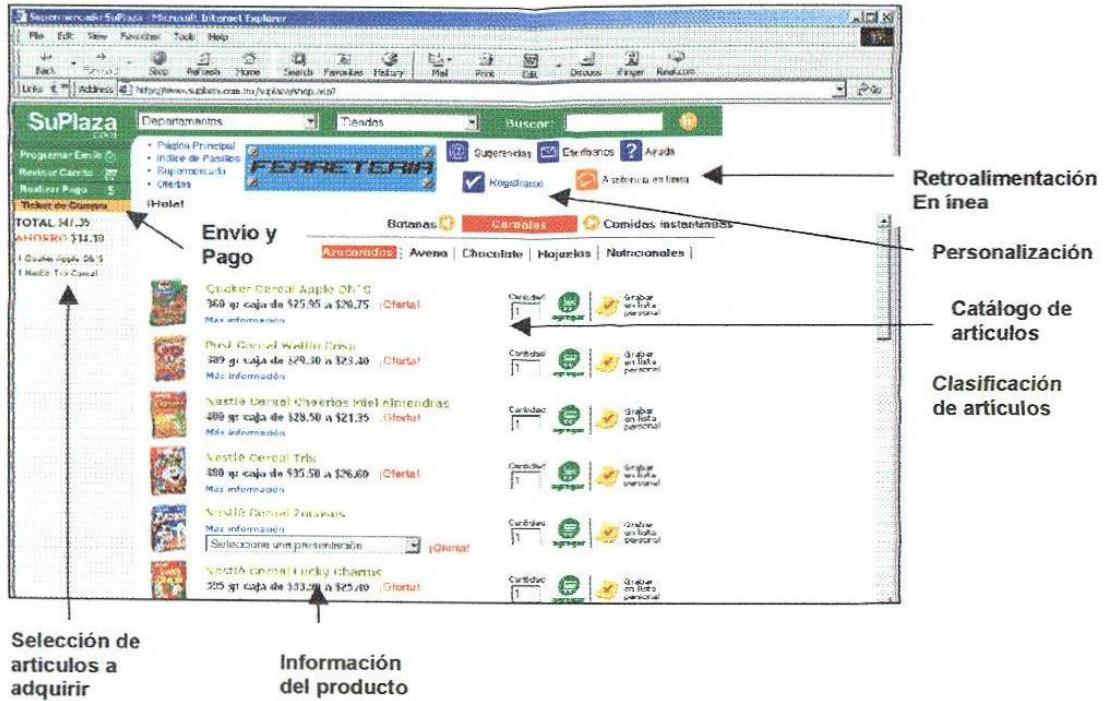
- Información inmediata sobre cualquier producto, y disponibilidad de acceder a la información en el momento que así lo requiera.
- Inmediatez al realizar los pedidos.
- Mayor interactividad y personalización de la demanda.
- Al obtener un servicio tenemos una retroalimentación inmediata post-venta.

- Mejores precios al comprar sin tantos intermediarios
- Es mas barato comprar por Internet, que salir a compara a las tiendas, no gastas en gasolina, energía, esfuerzo.
- Uno como cliente a través de Internet puede elegir sus productos en cualquier

parte del mundo

FIGURA 9

COMERCIO ELECTRÓNICO ELEMENTOS IMPORTANTES



2.9 ¿Quién regula Internet?

La tecnología se ha desarrollado de tal manera que en nuestra época no esta facilitando todas nuestras actividades de producción, organización y hasta de entretenimiento.

Toda esta automatización ha influido en las actividades de nuestra vida, nos ha llenado de gran cantidad de información con grandes efectos, desgraciadamente no todo los efectos son positivos. Este flujo tan rápido que Internet se ha convertido en una fácil herramienta para obtener mucha información sobre cualquier tema, desgraciadamente ha surgido muchos vicios, si bien es cierto que sin Internet difícilmente pudiéramos conocer determinada información la contraparte es la libertad que le brinda a los productores de Internet, que muchas veces por esa misma libertad llegan a causar problemas como el terrorismo cibernético, la proliferación de virus que dañan computadoras, servidores, la pornografía, la piratería de software y muchos otros productos, los fraudes en transacciones.

La regulación no existe

En sus inicios la información que ofrecía Internet se basaba en cuestiones académicas, pero con el paso del tiempo esto ha cambiado, hoy en día abunda entre otras información pornográfica, racismo, sectas y hasta prostitución, al

ritmo que creció Internet es el ritmo al que se inundó de este tipo de información que es considerada ilegales e inadecuados.

Hace varios años en Estados Unidos se dio el primer intento por regular el contenido, esto por la Ley de Decencia en las Comunicaciones de los Estados Unidos que buscaba limitación del contenido expresado en cualquier medio, entre ellos Internet, pero se topo como otros organismos que basándose en la premisa de la libertad de expresión nulificaron esta Ley, cabe señalar que este fenómeno no solo e da en Estados Unidos, sino en muchos países.

Es importante regular el contenido en Internet, desgraciadamente aun si un país desea regular sus sitios se puede topar con problemas debido a que un sitio puede traspasar fronteras donde en otros lugares si pudiera considerarse como legal.

En reuniones de presidentes de países se ha acordado remover sin ninguna objeción aquellos sitios que promuevan acciones tan patéticas e inaceptables como la prostitución infantil y promover entre los usuarios la supervisión por parte de los padres hacia menores de edad.

La regulación en Internet se ha topado con muchos obstáculos, ya que mucha gente argumentando la libertad de expresión ha proliferado sitios que lejos de aportar algo afectan al desarrollo del ser humano, algunos hasta obteniendo ganancias económicas.