

NEGOCIOS



MBA. María Cruz Díaz Hernández

NEGOCIOS EN INTERNET DE LAS PYMES EN MÉXICO DE
FORMA GRATUITA.

Licenciada en Informática (UIN), Maestra en Administración de Negocios (Universidad Insurgentes).

Diplomados en Redes Win NT 4 , 2000 Server, Programación Visual Basic, Sql Server, Técnicas de recuperación de información en FAT32 en el Centro de Investigación Cibernética.

Ha laborado como Jefa de Sistemas en Organización Papelera Mexicana S.A. de C.V y Cataluña y como Jefa de Departamento de Desarrollo de sistemas en el Fideicomiso Fondo Nacional De Fomento Ejidal.

Fecha de Envió: 31 de Octubre 2009.

Fecha de Aceptación: 23 de Marzo de 2011.

CONTENIDO

- ❖ Pymes en México, Oportunidades de Publicación en Internet
 - Brecha Digital en México
 - Reflexiones de Cara al Futuro
 - Estadísticas de Uso del Internet en México
 - Costos de Internet
 - Planes del Gobierno
 - Visión Internacional
 - Sitios Gratuitos
 - Conclusión
 - Fuentes de Consulta

NEGOCIOS EN INTERNET DE LAS PYMES EN MÉXICO DE FORMA GRATUITA

MBA. María Cruz Díaz Hernández⁴⁰

Resumen.

Las pequeñas y medianas empresas representan el mayor porcentaje en México, pero a nivel de inversión la competencia que enfrentan con las corporaciones internacionales es desfavorable, ha sido muy afectada por la contracción económica.

Palabras Clave: PYMES, LatinAsia, Internet, Negocio electrónico.

Abstrac.

The small and medium companies represent the greater percentage in Mexico, but at investment level the competition that faces the international corporations is unfavorable, to very affected by the economic contraction.

Keywords: PYMES, LatinAsia, Internet, Electronic Business.

Classification JEL: H32, L1, L86.

⁴⁰ Correo Electrónico: marx.diaz@hotmail.com

1. Pymes en México, oportunidades de publicación en Internet .

El dominio de las pequeñas y medianas empresas (PyMES) como protagonistas del comercio internacional es el resultado de la nueva estructura económica derivada de la contracción financiera internacional, consideró Simón Levy, director general de la consultora comercial LatinAsia.⁴¹

La forma de competir de manera más rentable con las grandes empresas de alcance internacional es a través de internet, la tendencia a reducir los costos orienta a esta tendencia, la innovación tecnológica en base a los servicios digitales.

1.1.1. Brecha digital en México.

Algunos autores prefieren en español, el término fractura digital⁴² o estratificación digital,⁴³ por ser mucho más expresivos sobre lo que realmente significa.

Algunos de los primeros autores que abordaron el problema de la Brecha Digital desde un punto de vista sistémico y socialmente fueron Herbert Schiller⁴⁴ y William Wresch.⁴⁵ De manera general, estos autores planteaban la necesidad de incluir a todos los sectores de la población en el acceso a la información a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como de las posibles ventajas derivadas que se dan por tener tal acceso.

Para Pippa Norris,⁴⁶ se trata de un fenómeno que implica tres aspectos principales: la brecha global (que se presenta entre distintos países), la brecha social (que ocurre al interior de una nación) y la brecha democrática (que se refiere a la que existe entre quienes participan y quienes no participan de los asuntos públicos en línea).

⁴¹Portal Pyme (2009), *Portal Pyme 2009*. Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de http://www.portalpyme.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=101&Itemid=41

⁴² Baigorri, A. (2000), 'La fractura Digital', I Congreso Mundial de Alfabetización Tecnológica, Cáceres; Mattelart, A. (2001). *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona: Paidós, p. 163

⁴³ Carracedo Verde, J.D. (2003). "Jerarquías y desigualdades en el diseño de las Sociedades de la Información: Explorando la estratificación digital", p.1

⁴⁴ Schiller, H. I. (1996). *Information inequity*. Nueva York: Routledge

⁴⁵ Wresch, W. (1996). *Disconnected. Haves and have-nots in the information age*. New Brunswick, Nueva Jersey: Rutgers University Press

⁴⁶ Norris, P. (2001). *Digital divide. Civil engagement, information poverty and the Internet world wide*. Cambridge, Massachussets: Cambridge University Press

La brecha digital se basa en diferencias previas al acceso a las tecnologías⁴⁷. En la medida que en México los servicios públicos, de salud, de educación e incluso comerciales se generalicen vía la red, estar desconectado o no saber usarlos será una desventaja. A nivel comercial, esta desventaja será notoria, dado que quienes puedan promover sus productos o servicios vía la red tendrán acceso a mercados incluso globales que sus competidores no conectados no pueden igualar.

Pero, por otro lado, la introducción de la tecnología sin una visión integral, puede tener efectos igualmente desastrosos. El acceso diferencial ampliará las distancias sociales históricamente heredadas, marginando aún más a los grupos ya marginados.⁴⁸

1.1.2. Reflexiones de cara al futuro.

Internet es, por definición y por vocación, un sistema descentralizado de información. Esto es, no resultará si se pretende que los contenidos o la administración del sistema se hagan de manera central. La única forma de contar con contenidos localmente relevantes es, por un lado, capacitar a los usuarios locales para crear sus propios contenidos, compartiendo su historia, tradiciones, promoviendo sus productos y servicios.⁴⁹

Uno de los aspectos más recientes que han sido analizados,⁵⁰ tiene que ver no solamente con el acceso a Internet, sino con la calidad de dicho acceso y la disponibilidad de conexiones de banda ancha que permitan acceder a contenidos multimedia en tiempos y costos adecuados al contexto de los usuarios.

1.1.3. Estadísticas de uso del internet en México.

Al cierre del 2008 México contaba con 27.6 millones de internautas, lo que refleja un incremento de 16.4 por ciento con respecto al 2007, de acuerdo con el más reciente estudio de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Dispositivos con posibilidad de acceder a internet en México. Ver tabla 1.

⁴⁷ Servon, L. (2002). *Bridging the Digital Divide. Technology, community and public policy*. Inglaterra: Blackwell Publishing, p. 5

⁴⁸ Gándara, Manuel (2001) "Cómo evitar que Internet se convierta en el nuevo traje del Emperador en la educación". Ponencia presentada en el II FORO INTERNACIONAL SOBRE LA BRECHA DIGITAL. Centro de Cultura Digital/Inttelmex, México.

⁴⁹ Gándara, Manuel (2001), "Aspectos sociales de la interfaz con el usuario" Tesis Doctoral en Diseño y Nuevas Tecnologías UAM/A.México.

⁵⁰ Serrano, A. y Martínez, E. (2003). *La brecha digital. Mitos y realidades*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California, p. 16

Tabla 1: Dispositivos con posibilidad de acceder a internet en México, 2008. (Cifras en millones)

	2007	2008
PC's	14.8	18.2
PC's con Internet	8.7	11.3
Celulares	63.2	73.6

Fuente: Elaboración propia con datos de: Asociación Mexicana de Internet.

Computadoras personales adquiridas en el 2008, 52 por ciento Hogares, 48 por ciento Empresas. El 93 por ciento del total de las cuentas instaladas de acceso a Internet son de Banda Ancha. Esto tiene una relación estrecha con el consumo de equipo en los hogares, en donde se prefiere y ha tenido mayor promoción la conexión de banda ancha ante los demás tipos. Ver tabla 2.

Tabla 2: Cuentas de acceso a internet en México.

Cuentas totales	2007	2008
Dial Up	727 mil	462 mil
Enlace dedicado	14 mil	16 mil
Banda Ancha	4 millones	6.4 millones
ADSL	2.9 millones	5 millones
Cable	928 mil	1.1 millones
Inalámbrico	180 mil	284 mil
ISDN	29 mil	26 mil
Cuentas Totales	4.8 millones	6.9 millones

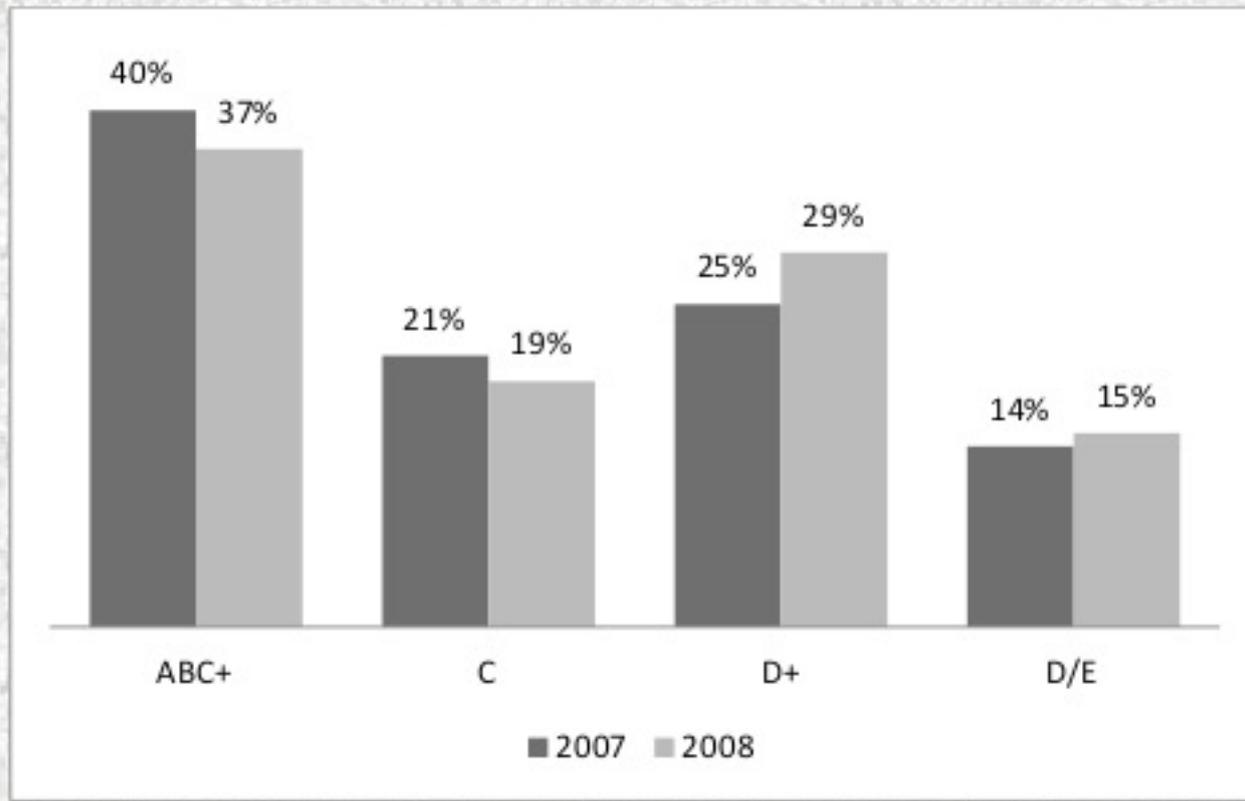
Fuente: Elaboración propia con datos de Asociación Mexicana de Internet.

Perfil de internauta Mexicano, el universo por género esta integrado en 44 por ciento femenino y 66 por ciento masculino. El internet ya es un medio accesible para todos los Niveles Socioeconómicos (NSE) 44 por ciento de los internautas son Nivel Socioeconómico D+ y DE.⁵¹ El internet ya es un medio accesible para todos los Niveles Socioeconómicos (NSE) 44 por ciento de los internautas son Nivel Socioeconómico D+ y DE⁵² en el año 2008. Ver Figura 1.1.

⁵¹ D-VIRTUAL (2009), *Amai - Login*, Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de <http://www.amai.org/login.php?PROCESO=REGISTRO&urlPag=niveles.php>

⁵² D-VIRTUAL (2009), *Amai - Login*, Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de <http://www.amai.org/login.php?PROCESO=REGISTRO&urlPag=niveles.php>

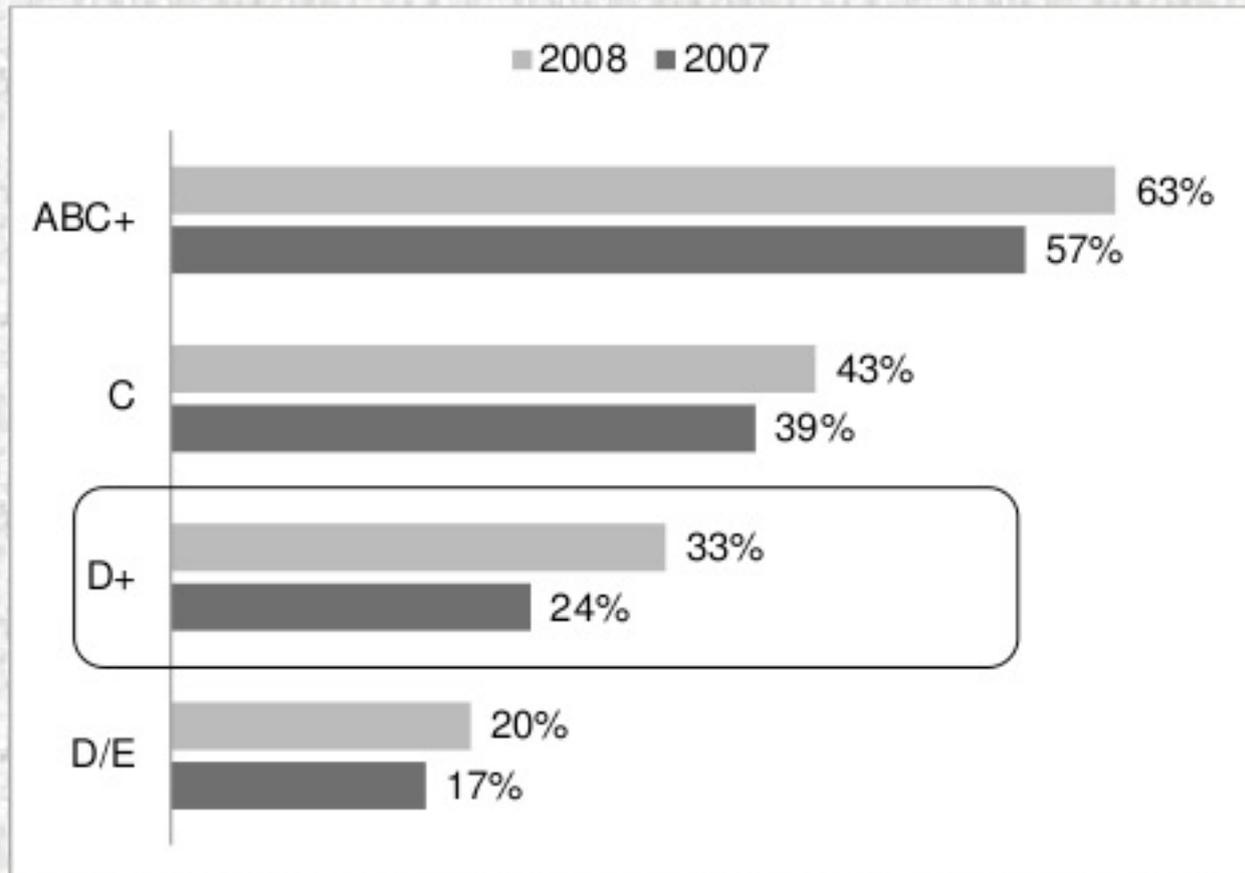
Figura 1.1: Comparativo Composición del Universo de Internautas por Nivel Socioeconómico 2007 vs. 2008



Fuente: Elaboración propia con datos de: Asociación Mexicana de Internet.

El mayor crecimiento de penetración de usuarios, se ha dado en el nivel socioeconómico D+, en el año 2008. Ver figura 1.2.

Figura 1.2: Comparativo 2007 vs. 2008, Penetración del universo de internautas por Nivel Socioeconómico



Fuente: Elaboración propia con datos de Asociación Mexicana de Internet.

El Perfil Demográfico del Internauta Mexicano en las urbes, los internautas de entre 12 y 19 años de edad representan 63 por ciento del total; les siguen los de 20 a 24 años, con 55 por ciento; de 25 a 34 años es de 35 por ciento; de 35 a 44 es de 24 por ciento; de 45 a 54 años 19 por ciento y de 45 a 64 años constituyen sólo diez por ciento de los usuarios totales.⁵³ Tiempo promedio de conexión al día en México es: 2:54 horas, el horario de conexión de mayor acceso, de lunes a viernes de 4:00 a 6:00 PM.

El estilo de vida digital sigue creciendo, 9 por ciento utilizan telefonía vía internet. Internet incrementa el alcance de medio en población total (12 – 64 años) hasta 26 puntos. El medio tradicional vía internet más utilizado son los periódicos con 22 por ciento. 6 de cada 10 jóvenes (12 a 19 años) se conecta a internet. 7 de cada 10 internautas utilizan correo electrónico, 6 de cada 10 mensajerías instantáneas y 4 de cada 10 chatean. 50 por ciento de ellos descargan música, 32 por ciento ven páginas de humor y 30 por ciento juegan on-line.

Se acelera el crecimiento de la movilidad digital de los usuarios de telefonía celular, el 6% utilizan internet por su celular. El hogar sigue siendo el principal lugar de acceso 48 por ciento, el café internet con un 34 por ciento, el trabajo 19 por ciento, lugar de estudio 11 por ciento, otros 5 por ciento.

1.1.3.1. Costos de internet.

Mencionare el artículo completo del portal del Universal a través de Notimex, del día jueves 13 de agosto de 2009. Tarifas de internet en México, de las más caras, México no sólo reporta los servicios de telecomunicaciones más caros entre los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, sino también al compararse con economías similares del continente.

En especial en los costos de Internet, por lo que el gobierno federal debe reevaluar la situación del sector. Para el presidente de The Competitive Intelligence Unit (CIU), Ernesto Piedras, en países como Argentina, Brasil, Chile y Colombia se entregan servicios con capacidades de dos y cuatro Megabits por segundo (Mbps) por un promedio de 21 dólares. "Mientras que por ese mismo precio, en México se ofertan servicios de sólo un Mbps en promedio por el acceso de banda ancha", lamento en entrevista con Notimex.

Destacó que por ello tanto la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) como la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) deben intensificar su política de promoción de competencia, inyección de nuevas tecnologías y de reducción de las estructuras de costos, para mejorar la posición de México en el ranking de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. En el estudio Communications Outlook 2009, dado a conocer esta semana, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) expuso que en México se ofrece la banda ancha más cara por Mbps de sus 30 países miembros, al tener tarifas que van desde los 18 dólares por mes y que se elevan hasta los 115 dólares.

⁵³ KMR Group – TGI Latina (2003, septiembre 11), KMR Group – TGI Latina, de <http://www.kmr-group.com/main.asp?p=22&r=1500.903>

En contraste, de acuerdo con el estudio, a septiembre de 2008 el precio más bajo por Megabit estaba ubicado en Japón con 0.07 dólares por mes, seguido de Francia con 0.22 dólares, Corea con 0.31 dólares, Suecia con 0.32 dólares y Finlandia con 0.38 dólares. En cuanto a telefonía, las llamadas en el segmento empresarial menos caras están disponibles en Alemania con un precio de 0.10 dólares y las más caras en México con un costo de 2.43 dólares en términos de PPP (Poder de Paridad de Compra) o 1.77 dólares que usan tasas de cambio nominales". Las llamadas menos caras a nivel residencial se encuentran en Alemania con 0.16 dólares PPP, mientras que las más caras en México con 3.52 dólares PPP. "La llamada internacional cuesta 22 veces más en México que en Alemania en términos de PPP e incluso en términos nominales, el precio en México es 12 veces más alto que en el citado país europeo".

Ernesto Piedras señaló que "en ningún otro país se ven facturas por el servicio de telefonía de más de 100 dólares, y si las hay son para telefonía, más Internet, cable y telefonía móvil; en México es común tener en clase media facturas de mil 200 pesos al mes sólo por telefonía". Aclaró que por tipo de producto, México se acerca a los niveles de competitividad que existen en los mercados de telefonía móvil y fija en los cuatro países latinoamericanos citados, pero en donde los precios siguen siendo altos es en Internet de banda ancha en términos de la capacidad por Mbps ofrecida.

Para Teléfonos de México (Telmex), el estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico no aplica directamente en algunos casos a México, al argumentar que las canastas de servicios no reflejan el patrón de consumo doméstico y no toma en cuenta los paquetes, especialmente en banda ancha.

El especialista consultado aclaró que si bien la postura de Telmex es relevante dada su posición en el mercado mexicano, "es la postura de una empresa, muy importante en el mercado sí, pero no es la autoridad; sería más valioso escuchar la evaluación que de todo esto hagan la SCT y la Cofetel". Al respecto, el miembro de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), Rafael del Villar, dijo que es posible que la telefónica mexicana se sienta aludida con los resultados del reciente estudio en la materia de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, sin embargo, consideró, estudios de este tipo deben ser tomados muy seriamente para la toma de decisiones, ya que los países que así lo hacen han demostrado avanzar más rápido en los temas pendientes. La recomendación e insistencia de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, es que México debe abrir el mercado de las telecomunicaciones a la sana competencia, señaló. Dijo que las bajas velocidades en los servicios de Internet en México son el reflejo de la falta de inversiones en el sector. "Llevamos ocho años de un nivel muy bajo de inversión y la forma de salir de estas situaciones es equilibrar las oportunidades para que terceros tengan oportunidades de invertir y para ello se requiere certeza en temas como la interconexión", destacó el funcionario de la Cofetel.⁵⁴

⁵⁴ Notimex (2009, 13 de Agosto), *Tarifas de internet en México, de las más caras – El universal – Computación*, Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/55127.html>

1.1.3.2. Planes de gobierno.

¿Que hace nuestro gobierno al respecto para reducir la brecha digital? Veamos esta noticia del día 19 de mayo de 2009, nota informativa, de la página de presidencia.⁵⁵ México da un paso medular en el sector telecomunicaciones: Presidente Calderón.

El Gobierno Federal cumple con el compromiso de desarrollar al sector telecomunicaciones asegurando convergencia, competencia y cobertura. Ciudad de México.- Con el objetivo de hacer más eficientes las telecomunicaciones en México, y porque éstas son un bien público que debe utilizarse en beneficio de todos los mexicanos, el Presidente Felipe Calderón Hinojosa anunció la licitación de fibras oscuras en las rutas disponibles del Sistema Eléctrico Nacional de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), para la transmisión de voz, datos e imágenes.

“Estamos literalmente creando, como se conoce en el medio, una nueva columna vertebral que permitirá transformar las telecomunicaciones, ampliar la cobertura, acelerar la competencia y facilitar la convergencia con una enorme redundancia de beneficio económico y social para los mexicanos”, afirmó. En el patio central del Museo Tecnológico de la CFE, el Mandatario mexicano aseguró que con estas acciones su Gobierno demuestra el impulso al desarrollo de las telecomunicaciones en el país y da un paso medular en esta materia al proporcionar esta nueva red troncal a las empresas y usuarios especializados en México. “Estamos construyendo con decisiones reales, con hechos reales, las posibilidades de un mercado de telecomunicaciones más eficiente y estamos, además, transportando a México a un mejor futuro, al futuro de las telecomunicaciones”, indicó.

Acompañado de los Secretarios de Energía, Georgina Kessel Martínez, y de Comunicaciones y Transportes, Juan Francisco Molinar Horcasitas; así como del Director de la CFE, Alfredo Elías Ayub, el Titular del Ejecutivo consideró que una Nación que es capaz de dominar la tecnología, podrá dominar su destino; por ello, el país contará en los próximos meses con 3 redes troncales de cobertura nacional, con lo que se incrementará la competencia, la cobertura, la calidad y convergencia en este sector. Informó que será el Gobierno Federal quien determinará las condiciones y formas de licitación de la fibra oscura, en coordinación con la Secretaría de Energía y la CFE, de acuerdo con su política integral de comunicaciones.

⁵⁵ Monterrosas Figueiras, J. A. (2009), *México da un paso medular en el sector telecomunicaciones: Presidente Calderón*, Recuperado 11 de Noviembre de 2009, de <http://www.presidencia.gob.mx/prensa/?contenido=45044>

Además, en un plazo no mayor a 90 días, la Comisión establecerá las condiciones técnicas para instalar, operar y dar mantenimiento a los equipos de iluminación y repetición de esta red, para garantizar la seguridad del Sistema Eléctrico Nacional y se preserven los derechos de los trabajadores de la Institución. El Presidente Calderón indicó que con esta nueva red troncal, que contará con 21 mil kilómetros, México asegura condiciones competitivas para transmitir voz, datos e imágenes, durante las próximas dos décadas. Resaltó que en la medida en que los precios permitan que más comunidades y más hogares se conecten a Internet, se logrará llevar nuevos conocimientos y más servicios a la población.

“Estoy convencido, amigas y amigos, que las telecomunicaciones, las frecuencias que son propiedad de la Nación, los bienes públicos y la infraestructura propiedad de las empresas del Estado, como es Comisión Federal de Electricidad, son también bienes públicos y todas ellas, las frecuencias, esta infraestructura pública, las telecomunicaciones, en sí mismas, son bienes públicos; y es deber y derecho del Estado maximizar su eficiencia, su cobertura, su convergencia y la competencia en ella para generar bien común y bienes públicos”, agregó. Ante representantes de empresas de telecomunicaciones, el Titular del Ejecutivo enumeró los beneficios que se obtendrán de esta red troncal; entre ellos, la interconexión de los servicios de salud, mejora en la educación y mayor acercamiento de los servicios que brinda el Gobierno a los mexicanos.

Además, dijo, las empresas también se beneficiarán ya que los servicios de telecomunicaciones serán más baratos, al haber más competencia; los empresarios podrán ofrecer sus productos con mayor rapidez y aumentarán la eficiencia de sus empresas.

El 20 de octubre del 2009, El director general de la Asociación Mexicana de Internet, Julio César Vega, asegura que el dictamen que propone un impuesto de 3% a Internet se realizó “bajo la base del desconocimiento” y tiene la esperanza de que los diputados no lo aprueben, ya que sería un “retroceso para México”.

Aseveró que el impacto negativo del impuesto en telecomunicaciones afectará directamente a las micro, pequeñas y medianas empresas; “un estudio de la Asociación revela que durante 2008 el comercio electrónico se incrementó 85% con respecto al año anterior, ganando terreno al comercio tradicional debido al ahorro y a la eficiencia que éste supone”.⁵⁶

1.1.4. Visión Internacional.

Internet es uno de los fenómenos que más crecimiento ha tenido. Según el último estudio realizado por la consultora ComScore en diciembre del 2008, en internet ya somos más de mil millones de usuarios en todo el mundo.⁵⁷

Según los datos arrojados de este estudio, las regiones de Asia y Pacífico, son las que tienen a más personas conectadas a la red, representando el 41 por ciento del total mundial.

⁵⁶ Milenio (2009), *Impuesto a Internet, un retroceso para México: AMIPCI | Milenio*, Recuperado 11 de Noviembre de 2009, de <http://www.milenio.com/node/306599>

⁵⁷ Fernando Vateos (2009), *Mil millones de personas conectadas a Internet*, Recuperado 11 de Noviembre de 2009, de <http://grupoinformaticos.com.mx/vateos/2009/01/mil-millones-de-personas-conectadas-a-internet/>

Mientras que Europa se encuentra en la segunda posición con un 28 por ciento. Al final de la lista se encuentran Norteamérica con un 18 por ciento, Latinoamérica con un 7 por ciento y África con el 5 por ciento. El estudio también revela la cantidad de usuarios que se conectan por cada país. China es el primer lugar de la lista, con alrededor de 180 millones de internautas. El segundo en la lista es Estados Unidos, que tiene unos 163 millones de personas navegando por la red. Cabe mencionar que nuestro país se ubica en la posición número catorce de este ranking, teniendo unos 12 millones 486 mil personas conectadas, lo que representa el 1.2 por ciento del total global.

Por otro lado, ComScore informa que los sitios más visitados en el mundo son: Google (77 por ciento), Microsoft (64.2 por ciento), Yahoo! (55.8 por ciento). Siendo estos los que ocupan los tres primeros lugares de la lista. Para realizar este estudio, ComScore consideró únicamente a aquellos usuarios mayores de 15 años que se conectaron el mes pasado desde su casa u oficina. El tráfico desde cibercafés o dispositivos móviles no se tomó en cuenta.

1.1.4.1. Sitios gratuitos.

Geocities, en sus inicios la compañía «Beverly Hills» (BHI) a mediados de 1995, decide ofrecer a los usuarios de su sitio web, conocidos como "Homesteaders", la posibilidad de desarrollar páginas web propias en los barrios de la compañía, asignando una calle y un número de casa. Actualmente, ese esquema se ha abandonado en favor de un esquema con el nombre del usuario como subdominio.

Así entonces, chats, boletines de noticias y otros elementos de comunidad virtual se añaden rápidamente, ayudando al rápido crecimiento del sitio web. Con el tiempo varias compañías, incluyendo Yahoo!, comienzan a participar ampliamente en Geocities e invierten en ella. El sitio continúa creciendo con la introducción de servicios de pago avanzados. En mayo de 1997, la compañía introduce publicidad en sus páginas. Pese a la negativa reacción de los usuarios, la compañía sigue creciendo. Al llegar a junio de 1997, GeoCities es el cuarto sitio web más visitado en internet. En octubre del mismo año la compañía alcanza un millón de Homesteaders.

En 2001, tras especulaciones de los analistas sobre que GeoCities no es ya rentable (ha declarado \$8 millones de pérdidas en el cuatrimestre final de 1998), Yahoo! introduce un servicio for-free premium hosting en GeoCities.⁵⁸ En Abril de 2009 se anunció que GeoCities desaparecería de por vida, por lo cual dejaron de aceptar nuevas inscripciones, para que finalmente el día 26 de octubre de 2009.

Redes sociales como Facebook, o My Space también son el nuevo espacio de exposición para la mercadotecnia de los negocios, la formación de una estructura de vendedores y la captación de clientes.

⁵⁸ Schiffman, Betsy (2001). «A Community That Stays Together, Pays Together». Consultado el 2006

Conclusión

Oportunidades de publicación de las Pymes en México, como las protagonistas de negocios a nivel internacional, compitiendo con las grandes empresas en un mercado virtual en donde el consumidor ve a través de su monitor la exposición de los productos o servicios de las diferentes compañías, dando de esta forma una ventaja enorme a cualquier empresa, permitiendo la venta cualquier día, las 24 horas a través de la innovación tecnológica.

Se tiene mucho camino por superar en México en relación a los nuevos analfabetas informáticos, aquellas personas que no manejan una computadora, el primer motivo apunta siempre a lo económico, los precios de las computadoras son altos para las personas de pocos recursos aunado a ello agregamos la incertidumbre y el miedo a utilizarlo.

Herbert Schiller y William Wresch mencionan que esta brecha debe ser acotada en todos los sectores de la población proporcionando el acceso a las nuevas tecnologías exaltando las ventajas derivadas de aprender a utilizarla.

En México los servicios públicos, de salud, de educación, compra de productos y servicios se realizan vía red si la gente no participa en aprender a manejarlos estará fuera de todas las ventajas, el gobierno debe de dar seguimiento para hacer llegar la tecnología a distintos grupos o los efectos serán abrir mas la brecha digital. No se puede dejar todo centralizado en materia de educación, debe de ser de manera que se lleguen a los lugares más remotos, capacitando a personas para enfrentar el reto que representa la tecnología, con miras siempre a la calidad.

Estadísticamente el crecimiento de internautas refleja un crecimiento de 16.4% respecto a 2007, datos del estudio de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), actualmente el acceso vía celulares está aumentando. Las compras de equipo de cómputo en el hogar son mayores que las realizadas por empresas, esto nos permite ver la tendencia en el mercado de los posibles consumidores de productos y servicios por Internet. De la forma de acceso a Internet por sus diferentes medios tan sencillos como el cable telefónico (Dial Up) a las mas sofisticadas, en México la de mayor demanda en 2008 es la Banda Ancha en donde la línea telefónica se convierte en servicio telefónico y conexión de internet (Telmex), se tiene la opción de televisión, música, internet como es Cablevisión y otras más. Servicio de Banda Ancha con 6.4 Millones de usuarios.

El internet ya es un medio accesible a los Nivel Socioeconómico D+ y DE, tan solo en 2008 representan el 44%. ¿Quiénes son los internautas que accesan más? Entre 12 y 19 años de edad representan 63%, le siguen los de 20 a 24 años; con 55%; de 25 a 34 años es de 35%, el mayor porcentaje son jóvenes que aun no tienen un empleo, tienen el apoyo de sus familiares para adquirir bienes, le sigue de 20 hasta 34 años estos consumidores en potencia tienen la capacidad de adquisición por estar en el rango de su edad productiva, los jóvenes adquieren modas que se reflejan en productos, si las empresas continúan con la tendencia de exhibirse vía internet, representa una variante de competencia muy atractiva con la tendencia a reducir costos.

Costos de internet, analizando el gran reto que representa tener servicios a bajos costos, los reportes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico al compararnos con economías similares en el continente, estamos ubicados como las tarifas mas caras en el servicio de internet, de acuerdo con el estudio, a septiembre de 2008 el precio más bajo por Megabit estaba ubicado en Japón con 0.07 dólares por mes, seguido de Francia con 0.22 dólares, Corea con 0.31 dólares, Suecia con 0.32 dólares y Finlandia con 0.38 dólares. La recomendación e insistencia de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, es que México debe abrir el mercado de las telecomunicaciones a la sana competencia.

Los planes de gobierno. El 19 de mayo del 2009, en el patio central del Museo Tecnológico de la CFE, con el objetivo de hacer más eficientes las telecomunicaciones en México, y porque éstas son un bien público que debe utilizarse en beneficio de todos los mexicanos, el Presidente Felipe Calderón Hinojosa anunció la licitación de fibras oscuras en las rutas disponibles del Sistema Eléctrico Nacional de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), para la transmisión de voz, datos e imágenes.

Comento al respecto, "Estamos literalmente creando, como se conoce en el medio, una nueva columna vertebral que permitirá transformar las telecomunicaciones, ampliar la cobertura, acelerar la competencia y facilitar la convergencia con una enorme redundancia de beneficio económico y social para los mexicanos". Además, en un plazo no mayor a 90 días, la Comisión establecerá las condiciones técnicas para instalar, operar y dar mantenimiento a los equipos de iluminación y repetición de esta red, para garantizar la seguridad del Sistema Eléctrico Nacional y se preserven los derechos de los trabajadores de la Institución.

Los usuarios de Internet en México, que ya pagaban de las más altas tarifas entre los países miembros de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE), ahora tendrán que sumar el 3% de gravamen a las telecomunicaciones aprobado por mayoría en la Cámara de Diputados, que forma parte del paquete fiscal para 2010. Afectando a las micro, pequeñas y medianas empresas en las ventas en comercio electrónico.

En definitiva el uso de sitios gratuitos, redes sociales, permiten a la mercadotecnia un campo amplio de acción para iniciar la captación de clientes, sin necesidad de grandes infraestructuras, un ejemplo contundente los blogs de google además de ofrecer el servicio de correo electrónico gratuito, permite relacionar a esa cuenta de e-mail un blog, en donde se tiene una herramienta de fácil uso para la publicación de artículos, recepción de comentarios, estadísticas, elaboración de encuestas, de manejo fácil y gratuita, así como este servicio se tienen lugares de promoción a la pequeña empresa un ejemplo Citypunto a través de registrarse permite la publicación de imágenes, logos, mapas de localización de la empresa.

Fuentes de consulta

Baigorri, A. (2000), 'La fractura Digital', I Congreso Mundial de Alfabetización Tecnológica, Cáceres; Mattelart, A. (2001). Historia de la Sociedad de la Información. Barcelona: Paidós, p. 163

Carracedo Verde, J.D. (2003). "Jerarquías y desigualdades en el diseño de las Sociedades de la Información: Explorando la estratificación digital", p.1

Gándara, Manuel (2001) "Cómo evitar que Internet se convierta en el 'nuevo traje del Emperador' en la educación". Ponencia presentada en el II FORO INTERNACIONAL SOBRE LA BRECHA DIGITAL. Centro de Cultura Digital/Inttelmex, México.

Gándara, Manuel (2001), "Aspectos sociales de la interfaz con el usuario" Tesis Doctoral en Diseño y Nuevas Tecnologías UAM/A.México.

Norris, P. (2001). Digital divide. Civil engagement, information poverty and the Internet world wide. Cambridge, Massachussets: Cambridge University Press

Schiller, H. I. (1996). Information inequity. Nueva York: Routledge

Serrano, A. y Martínez, E. (2003). La brecha digital. Mitos y realidades. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California, p. 16

Servon, L. (2002). Bridging the Digital Divide. Technology, community and public policy. Inglaterra: Blackwell Publishing, p. 5

Wresh, W. (1996). Disconnected. Haves and have-nots in the information age. New Brunswick, Nueva Jersey: Rutgers University Press

D-VIRTUAL (2009), Amai - Login, Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de <http://www.amai.org/login.php?PROCESO=REGISTRO&urlPag=niveles.php>

D-VIRTUAL (2009), Amai - Login, Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de <http://www.amai.org/login.php?PROCESO=REGISTRO&urlPag=niveles.php>

Fernando Vateos (2009), Mil millones de personas conectadas a Internet, Recuperado 11 de Noviembre de 2009, de <http://grupoinformaticos.com.mx/vateos/2009/01/mil-millones-de-personas-conectadas-a-internet/>

KMR Group - TGI Latina (2003, septiembre 11), KMR Group - TGI Latina, de <http://www.kmr-group.com/main.asp?p=22&r=1500.903>

Milenio (2009), Impuesto a Internet, un retroceso para México: AMIPCI Milenio, Recuperado 11 de Noviembre de 2009, de <http://www.milenio.com/node/306599>

Monterrosas Figueiras, J. A. (2009), México da un paso medular en el sector telecomunicaciones: Presidente Calderón, Recuperado 11 de Noviembre de 2009, de <http://www.presidencia.gob.mx/prensa/?contenido=45044>

Montoya Alberto, (2003), México hacia el 2025, Limusa.

Notimex (2009, 13 de Agosto), Tarifas de internet en México, de las más caras - El universal - Computación, Recuperado el 11 de noviembre de 2009, de <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/55127.html>

