

Conociendo

las

TIC



Universidad de Chile

Autores
Pedro Calandra Bustos
Manuel Araya Arraño

InnovaChile
CORFO

2009



Universidad de Chile

Conociendo las TIC

Autores

**Pedro Calandra Bustos
Manuel Araya Arraño**

Editor

Marco Mocelli Inestrosa

2009

ISBN: 978-956-19-0663-1

P. I.: 187.202

EDICION POR: Marco Mocelli Inestrosa

IMPRESO POR: SIG Impresores

Diseño: Camila Vaz y Jorge Navarrete

1000 ejemplares

Facultad de Ciencias Agronómicas.

Universidad de Chile

Santa Rosa 11315

La Pintana, Santiago

<http://www.nodopatagoniadigital.cl>

Diciembre 2009

Permitida su reproducción parcial, citando la fuente.

Versión digital gratis en:

<http://www.agren.cl>

Agradezco, a mi esposa Lucia por su apoyo y constantes correcciones de mis apuntes y a mis hijos Renzo y Margarita por el tiempo de familia que cedieron.

Pedro Calandra B.

PRESENTACION

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC), desataron una explosión sin precedentes de forma de comunicarse al comienzo de los años '90. A partir de ahí, la Internet pasó de ser un instrumento especializado de la comunidad científica, a ser una red de fácil uso, que modificó las pautas de interacción social.

Si bien es cierto que la necesidad de comunicarse hace más notorio el carácter indispensable del conocimiento sobre las tecnologías de información y comunicación y la aplicación de estas en distintos ámbitos de la vida humana, se hace necesario también reconocer las repercusiones que traerá consigo la utilización de éstas nuevas tecnologías ya sean benéficas o perjudiciales.

El libro de los autores Pedro Calandra Bustos y Manuel Araya Arraño, editado por Marco Mocelli Inestrosa, incorpora importante información sobre las características generales de las TIC y de que manera estas facilitan que las empresas tengan acceso a los procesos de innovación tecnológica, movilizand o las capacidades de la organización y actuando como un proceso de innovación social, dinámico y continuo, que modifica y reelabora las competencias organizativas.

El libro, en su primera parte, describe la historia y generalidades de las TIC's, para luego centrarse en el conocimiento y uso de TIC's en MYPE's (mediana y pequeña empresa) de la Región de Aysén. También se incluyen en forma complementaria las páginas Web que debe conocer un empresario MYPE.

El texto está escrito con mucha claridad y es de fácil lectura. El estudio sobre la Región de Aysén, con excelente metodología y abundantes fuentes de información, se transforma en una radiografía clara sobre el uso de TIC's en el seguimiento MYPE del área. Este estudio, entre otras cosas ha sido considerado fundamental para la

implementación de las actividades desarrolladas en el Nodo Patagónica Digital.

Las tecnologías de la información y la comunicación están evolucionando día a día, lo cual hace necesario conocer las bases sobre las que se desarrollan las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones. Este libro logra con creces ese objetivo y se transforma en una fuente de información irremplazable.

Santiago, Dic. 2009.

DR. JORGE LAS HERAS BONETTO
Prorrector Universidad de Chile

INTRODUCCION

El año 2008 el Centro de Estudios de Tecnología de Información y Comunicaciones (CETIC- AGREN) de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile, fue invitado por SERCOTEC –AYSEN a participar en un concurso para determinar la situación de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) de la región en cuanto al consumo y usabilidad de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para su desarrollo.

Para realizar este diagnóstico se realizó una encuesta en las dos principales ciudades de la región, Puerto Aysén y Coyhaique y se planificaron capacitaciones y un seminario, cuyo objetivo fue dar a conocer las tecnologías y su uso potencial en las MYPE. Estas capacitaciones se realizaron en modalidad e-learning usando la plataforma <http://www.agren.cl>, desarrollada por CETIC-AGREN.

Los resultados de esta experiencia incentivaron tanto a SERCOTEC como al Gobierno Regional a que la Universidad de Chile permaneciera en la región apoyando a las empresas, para lo cual se propone postular a la línea de nodos tecnológicos de INNOVA CHILE, lo que da origen el año 2009 al NODO TECNOLOGICO PATAGONIA DIGITAL (NODO PATAGONIA DIGITAL) <http://www.nodopatagoniadigital.cl>.

El desarrollo del NODO se orienta al fomento del uso de Internet y las NTIC's en las micro y pequeñas empresas de la Región de Aysén, a través de la dictación de cursos, seminarios y talleres, en un esfuerzo conjunto de CETIC-AGREN, el Departamento de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Agronómicas y el apoyo docente de diferentes Facultades y Unidades de la Universidad de Chile.

Un producto importante del NODO es la creación del sitio <http://www.surweb.cl>, que permite a las MYPES disponer de una

página web gratuita, tener presencia en la red Internet e integrarse al comercio electrónico. (e-commerce)

Los resultados del proyecto de desarrollo del Nodo, se plasman en la publicación de este libro que se estructura en tres capítulos, el primero hace una breve reseña del concepto TIC y su evolución en los últimos 5.000 años, cuyo contenido es el inicio de las clases, que permite nivelar el conocimiento y utilizar un lenguaje común.

En el segundo capítulo se entrega una lista de sitios web fundamentales para fortalecer las competencias empresariales de las MYPES y finalmente se presentan los resultados del estudio de detección de conocimiento y uso de las TIC en el segmento MYPE de la región de Aysén.

TABLA DE CONTENIDO

LAS TIC's	11
Definiciones	15
Historia de las TIC	17
Reseña Histórica	19
Orígenes de las TIC en la Humanidad	21
El libro como soporte tecnológico de información y conocimiento	27
La imprenta y los 500 años del libro (como una tecnología de información y comunicación).	33
Red-Internet-Web (se parecen pero son diferentes)	45
Web Web 1.0 Web 2.0 Web.....	51
Línea del tiempo proyectada	
Web 1.0	57
Web 2.0	65
Bibliografía	80
Webgrafía	81
PÁGINAS WEB QUE DEBE CONOCER UN EMPRESARIO MYPE	83
Presentación	85
Servicios Públicos	87
Servicio de Impuestos Internos	89
Servicio Nacional de Aduana	91

ChileCompra	95
Dirección Del Trabajo	98
Instituto Nacional de Estadísticas	100
Instituto de Previsión Social	103
Servicio de Registro Civil E Identificación	106
Tesorería	109
Fuentes De Financiamiento	113
CORFO	115
Sercotec	120
E-Commerce, Comercio Electronico	123
Mercadolibre	125
Surweb	128
CONOCIMIENTO Y USO DE TIC'S SEGMENTO	133
MYPE – REGIÓN DE AYSÉN	
Conocimiento y Uso de TIC's, Segmento	135
MYPE-Región de Aysén.	
Objetivo general	136
Objetivos específicos	136
Descripción de la muestra	138
Caracterización de las MYPES de la Región de Aysén	139
Tamaño de la empresa	139
Rubro de las empresas	139
Antigüedad de la empresa	141
Equipamiento de la empresa	142

Equipamiento tecnológico actual de la empresa	142
Comunicación habitual con clientes y proveedores	144
Suscripción a Revistas Tecnológicas	145
Tenencia de conexión en la empresa	146
Lugares donde se conectan quienes no tienen Internet	148
Características de la actual conexión de Internet de la empresa	149
Usos de Internet	150
Actitud frente a las compras realizadas por Internet	151
Valoración que se da a Internet en esta empresa:	151
Usos de Sitios WEB	152
Recordación y uso de Sitios WEB de Servicios Públicos	152
Tenencia de página WEB propia de la empresa	155
Valoración de la presencia de la empresa en Internet	156
Campañas de promoción de la empresa en Internet	158
Conocimiento y uso de TIC's	159
Nivel de conocimientos de TIC's	159
Uso de TIC's	160
Impacto del uso de TIC's en la empresa	161
Capacitación del personal de la empresa en TIC's	162
Capacitación del Personal	165
Importancia de TIC's para su empresa	166
Probabilidad de contratar TIC's en su empresa	167
Descripción de los entrevistados	169
Conclusiones	172

Las TIC

Pedro Calandra Bustos

TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN

La tecnología, conjunto de habilidades que permiten construir objetos y máquinas para adaptar el medio y satisfacer nuestras necesidades.

la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno.

TIC

La comunicación inicia con el surgimiento de la vida en nuestro planeta y su desarrollo ha sido simultáneo al progreso de la humanidad

DEFINICIONES

Durante las últimas décadas el término TIC toma una fuerza en el lenguaje común de la educación, la computación y el de los negocios.

A principios de los años noventa se usa el término TIC como abreviación de Tecnología de Información y Comunicación, derivando a N'TIC, es decir, Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, durante el inicio de este siglo.

El año 1965, se crea el **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**, con la función de contribuir a la mejora de la calidad de vida de las naciones. En el año 2000, este programa define TIC señalando que: "Las TIC agrupan un conjunto de sistemas necesarios para administrar la información, y especialmente los ordenadores y programas necesarios para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla. Los primeros pasos hacia una Sociedad de la Información se remontan a la

invención del telégrafo eléctrico, pasando posteriormente por el teléfono fijo, la radiotelefonía y, por último, la televisión.

Internet, la telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y comunicación" (N'TIC)

(http://es.wikipedia.org/wiki/Programa_de_las_Naciones_Unidas_para_el_Desarrollo)

Esta derivación de N'TIC a TIC, se fundamenta en la tecnología de información y comunicación, no solo corresponde a la era de la computación.

Para lograr una correcta comprensión del término TIC analizaremos cada uno de los términos por separado.

TECNOLOGIA:

“Tecnología es el conjunto de conocimientos que permiten construir objetos y máquinas para adaptar el medio y satisfacer nuestras necesidades. Es una palabra de origen griego, *τεχνολογος*, formada por *tekne* (*τεχνη*, "arte, técnica u oficio") y *logos* (*λογος*, "conjunto de saberes"). Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas”.
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>)

INFORMACION:

La información es un conjunto organizado de datos, que constituye un mensaje sobre un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su uso racional es la base del conocimiento. Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un fenómeno que aporta significado o sentido a las cosas, ya que mediante códigos y conjuntos de datos, forma los modelos de pensamiento

humano.

(<http://definicion.de/informacion/>)

COMUNICACIÓN:

“Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto”
(<http://definicion.de/comunicacion>)

De acuerdo a las definiciones anteriores se puede concluir que cualquier soporte físico o virtual que almacene datos y códigos en una forma transportable, y que estos permitan establecer una comunicación entre seres humanos, podría ser considerado como Tecnología de Información y Comunicación (TIC).

HISTORIA DE LAS TIC

RESEÑA HISTORICA

Hace 5.000 años, egipcios y sumerios comienzan a registrar información en soportes físicos transportables, los que permiten establecer una comunicación entre los seres humanos, comenzando de esta manera la era de las TIC. Estos soportes han evolucionado a través de la historia del hombre en relación a los avances industriales, técnicos y científicos, manteniendo la comunicación como hilo conductor en cada uno de ellos a pesar del cambio de lenguaje. En un inicio, se contaba con ideogramas y pictogramas, evolucionando con el tiempo a diferentes alfabetos y lenguajes gráficos.

En los últimos dos siglos, luego de la revolución agrícola, la tecnología y la ciencia generan nuevos soportes y formas de transmitir el conocimiento. El primer gran cambio es el desarrollo del telégrafo con códigos e “hilos”. A poco andar desaparecen los hilos, comenzando las primeras “transmisiones inalámbricas” entregadas por la aparición de la radio y posteriormente la televisión.

En la segunda mitad del siglo pasado comenzó una nueva revolución en las comunicaciones, lo que genera el término Sociedad del Conocimiento, basado en las nuevas tecnologías de comunicación, de alcance mundial y acceso instantáneo, beneficiado por el desarrollo de satélites artificiales de comunicación, los que permiten la transmisión de señales de radio, televisión y códigos de datos en forma casi instantánea a cualquier lugar del planeta.

Los últimos 30 años se han caracterizado por un aumento exponencial de las comunicaciones, donde aparecen tres términos muy similares en el uso común, pero diferentes al momento de analizar su función, estos son; Red, Internet y Web. Mientras el primero permite establecer una comunicación entre diferentes artefactos comunes (Computadores, módem, switch, router y otros), el segundo es un protocolo de comunicación (TCP/IP, WAP, WiFi entre otros) y el tercero son páginas de documentos e hipertextos o hipermedios escritas en diferentes lenguajes (html, php, entre otros) accesibles a través del protocolo internet.

ORIGENES DE LAS TIC EN LA HUMANIDAD

Al revisar la historia de la humanidad encontramos los primeros vestigios de comunicación, registrados en algunas pinturas y grabados “rupestres” en cavernas y muros, que si bien entregan información no se constituirían como TIC por estar soportados sobre estructuras fijas,.

Hace aproximadamente 5.000 años, entre el río Eufrates y el Tigris, nace el pueblo Sumerio en los territorios que hoy conocemos como Irak. En la misma época surge en las riberas del río Nilo el pueblo Egipcio. Ambos pueblos desarrollaron diferentes formas de comunicación para transmitir conocimiento en soportes físicos transportables.

PAPIRO (CYPERUS PAPHYRUS.)

Los Egipcios utilizan una planta conocida como Papiro (*Cyperus papyrus.*) palabra que luego en la historia le da origen a la palabra papel. Estas plantas son tratadas y procesadas de manera tal que constituyen un soporte para dibujar sobre ellas Ideogramas y Pictogramas, conocidos en

forma común como jeroglíficos. (Figura 1, 2, y 3)



Figura 1



Figura 2



Figura 3

TABLILLAS CUNEIFORMES

En el mismo periodo de la historia el pueblo Sumerio (3000 A. de C.) comienza a escribir sobre arcilla, la que es marcada con una cuña (punzón puntiagudo), dando origen a las tablillas cuneiformes.

Los primeros registros son pictogramas y jeroglíficos que se transforman posteriormente en imágenes que representan sonidos de una lengua, y que dan origen al primer alfabeto conocido por la humanidad. Con el tiempo, éste fue adaptado por otros pueblos y convertido en diferentes lenguas.

El pueblo Sumerio dejó centenares de fragmentos de tablillas de diferente extensión que describen mitos, himnos y entregan conocimientos desarrollados en la época como farmacopea, almanaque del agricultor, ideal moral, proverbios y adagios, entre otro. (Figura 4 y 5)



Figura 4



Figura 5

Tanto a los papiros como a las tablillas cuneiformes, las podemos designar como Tecnología de Información y Comunicación (TIC), ya que ambas cumplen con la definición dada: registrar información, comunicar y ser transportable.

EL PERGAMINO

El Pergamino aparece como soporte de información aproximadamente 1.500 años antes de Cristo. Su manufactura se realiza a partir de una piel animal que se limpia retirando de ella el vello y se trata con una serie de procesos para obtener una lámina adecuada donde escribir.

Se caracteriza por ser de fácil transporte, sencillo almacenamiento y de gran durabilidad, más aun si se comparada con el papiro que es quebradizo y las tablillas, que son pesadas y voluminosas.

Su nombre proviene de la ciudad de Pergamo, que se convirtió en gran productora de este elemento a pesar de que ya se conocía antes de la fundación de esta ciudad. (Figura 6 y 7).



Figura 6



Figura 7

**EL LIBRO COMO SOPORTE
TECNOLOGICO DE INFORMACION Y
CONOCIMIENTO**

Durante los 3.000 años siguientes al mundo Sumerio surgen diferentes alfabetos que fueron registrando el conocimiento humano en los diferentes soportes mencionados. El papiro se ordenaba en rollos donde cada pieza era unida en sus extremos, una tras otra llegando a tener varios metros de extensión.

El pergamino presentó grandes ventajas en el tiempo al poderse escribir en ambas caras y ser más maleable, reemplazando en el tiempo al papiro.

Los Romanos, por su parte, introducen el CÓDEX (Figura 8) “códice: viene del latín bloque de madera, libro”. Estaba compuesto de hojas rectangulares dobladas que formaban cuadernillos tanto de papiro como de pergamino, unidas por medio de costuras realizadas en una de sus orillas. Así se formaban cuadernillos, que se constituyen en los precursores de lo que se conocerá posteriormente como libro.

A partir del siglo VI de nuestra era, los rollos tienden a desaparecer, dando paso al libro. Muchos documentos en rollos

se pierden, ya que no son transcritos a pergaminos.

Desde la época en que comienza a ser usado el formato del códex hasta el siglo X, el pergamino fue imprescindible en ellos. En este siglo los árabes llevan a Europa el descubrimiento chino del papel (fibra vegetal) que fue un secreto de este pueblo por casi 700 años (siglo I al VII).

La fabricación del papel se extiende en forma rápida por toda Europa y en el siglo XII los franceses utilizan el lino como base del papel. Ya en el siglo XIV se utilizan todo tipo de telas para generar papel, lo que rápidamente lleva a la invención de la imprenta.



Figura 8

En América precolombina también existieron diferentes

medios de comunicación que cumplen con la definición que damos de TIC, estos son:

QUIPUS

El Quipu (quechua: khipu, “nudo”) confeccionado con cuerdas de lana o algodón, en diferentes colores, fue utilizado por los funcionarios del Imperio Inca (1438 y 1533) como sistema de contabilidad. Se cree que también fue usado como forma de escritura. (Figura 9 y 10).



Figura 10



Figura 9

TABLILLAS RONGO RONGO

Las Tablillas Rongo rongo fueron usadas por los habitantes de Isla de Pascua, poblada en el siglo IV por una etnia que provendría de la polinesia.

Este pueblo tiene tradición oral y un leguaje propio “Rapanui.” Las tablillas fueron confeccionadas con madera donde se grabaron signos (ideogramas) cuyo significado se perdió cuando esclavistas provenientes de Perú se llevaron de la isla entre los años 1862-64 a gran parte de los hombres para trabajar en la extracción y explotación de guano, perdiendo en forma irremediable la interpretación del contenido de estas. (Figura 11 y 12)



Figura 12



Figura-11

LA IMPRENTA Y LOS 500 AÑOS DEL LIBRO

Como una tecnología de información y comunicación.

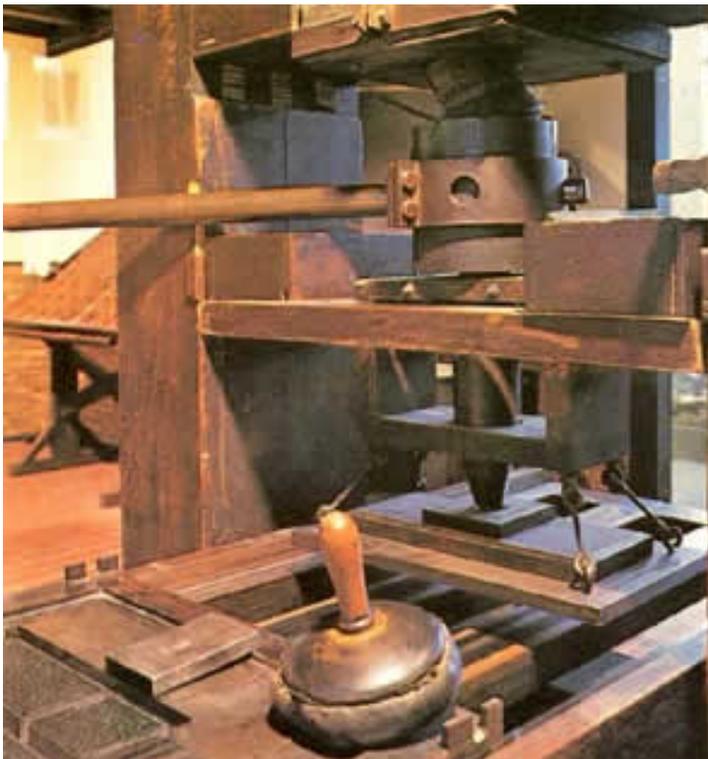


Figura 13

A finales de 1400, el Alemán Johannes Gutenberg, fabrica moldes de fundición que permiten reproducir tipos metálicos regulares para componer textos que se conocen como “tipografía con tipos móviles metálicos”, erróneamente se le atribuye la invención de la imprenta la que ya existía siglos antes. (Figura 13)

Esta invención de tipografía móvil cambia el conocimiento humano permitiendo que el libro se masifique y salga de manos de una elite intelectual. Difundiendo el saber cambiando el pensamiento humano y los paradigmas que regían a la humanidad durante 15 siglos.

Los cambios son significativos en política y religión, las artes y la ciencia, que se comienzan a multiplicar gracias al libro impreso. Un caso que cambia un paradigma existente hasta ese siglo fue la impresión de la sagrada Biblia en varios idiomas. Se la conoce bajo el nombre de “Biblia Poliglota” (Figura 14 y 15).



Figura 14



Figura 15

EL TELÉGRAFO

El libro impreso ha acompañado a la humanidad en sus grandes revoluciones. Alvin Toffler en su obra “La Tercera Ola”, nos propone tres grandes etapas o revoluciones que cambiaron el planeta. La primera es la “Revolución Agrícola” que la sitúa entre los años 1650 y 1750, donde existe un incremento muy alto en la producción agrícola y el rendimiento. Esto provoca un aumento de la población que constituye la mano de obra para la siguiente etapa: la “Revolución Industrial “.

La Ilustración, movimiento cultural europeo que se desarrolla en Francia e Inglaterra desde principios del siglo XVIII hasta la revolución Francesa de 1789, cambió la forma de gobernar las naciones. Todo el movimiento se sustentó en ideas que fueron impresas para su divulgación.

El pensamiento de los científicos, tanto como sus investigaciones e invenciones, se masifican al ser impresas y divulgadas, lo que desemboca en otra revolución la Industrial, (1750 a 1914).

En 1833 el matemático Gauss y el físico Weber, ambos alemanes, instalan la primera línea telegráfica entre la Universidad y el Observatorio Astronómico en el pueblo de Göttingen. Pero es Samuel Morse, quien crea el telégrafo eléctrico (Figura 16) en 1835, el cual disponía de un código de comunicación consistente en puntos y rayas, que pueden transmitirse en forma electrónica. (Figura 16 y 17).



Figura 16

La invención del telégrafo es uno de los primeros pasos hacia una Sociedad de la Información y al mismo tiempo una de las primeras TIC contemporáneas.



Figura 17

EL TELÉFONO

En 1876, Alexander Graham Bell, patenta en Estados Unidos de Norte América la invención del Teléfono, dispositivo de telecomunicaciones diseñado para transmitir señales acústicas por medio de señales eléctricas a distancia, considerándose a Graham como su inventor. (Figura 18). Este fue otro error histórico, ya que el año 2002 el Congreso de los Estados Unidos declara que el verdadero inventor fue el italiano Antonio Meucci en 1871, quien llamo a su invento “TELETRÓFONO” pero la falta de recursos económicos le impidió patentar su invento.

La evolución del teléfono desde 1876 a nuestros días, cuando la telefonía ya no requiere de cables de transmisión, ha marcado la evolución de las comunicaciones, hoy no solo se recibe información como en el telégrafo, si no que se puede sentir el sonido de una voz y sus tonalidades, las que muestran el estado de amino del interlocutor.



Figura 18

Los últimos 20 años se han caracterizado por la telefonía inalámbrica, que permite a cada persona estar asociada a un número en forma individual. En este nuevo mapa comunicacional las distancias desaparecen, y debido a su bajo costo, en Chile hay más aparatos de telefonía móvil que habitantes. (Figura 19)

Sin duda alguna, dentro de los elementos TIC, éste es el que mas ha permeado nuestra manera de vivir. Hoy es difícil concebir la existencia en sociedad sin disponer de uno de estos artefactos para lograr una comunicación y determinar nuestra ubicación de espacio tiempo.



Figura 19

LA RADIO

1887 fue el año en que el Italiano Giuseppe Marconi, obtiene la primera patente de transmisión radial en el Reino Unido, es considerado el padre de la radio y de las comunicaciones inalámbricas, pese a que recién en 1899 realiza una demostración práctica de su invento. Marconi no está libre de dudas respecto a la creación de su invención, pero lo que sí está claro es que fue él quien desarrolló de manera comercial este medio de comunicación. Veinte años después, en 1907, se logró la primera transmisión transatlántica completa, no olvidemos que eso ocurrió hace 102 años (Figura 20).

La evolución y la utilidad de la radio son indiscutibles en todos los ámbitos del desarrollo humano, desde la denominada telegrafía sin hilos, hasta las actuales emisoras que permiten mantener a una población conectada en lugares remotos, sin requerir de grandes equipos y a un bajo costo.



Figura 20

LA TELEVISIÓN

En 1884, Paul Nipkow diseña y patenta el llamado disco de Nipkow, un proyecto de televisión que no podría llevarse a la práctica. En 1910, el disco de Nipkow fue utilizado en el desarrollo de los sistemas de televisión de los inicios del siglo XX y el 25 de marzo de 1925, el inventor escocés John Logie Baird, efectúa la primera experiencia real utilizando dos discos separados 2 metros entre sí, uno en el emisor y otro en el receptor, que estaban unidos al mismo eje para que su giro fuera síncrono. Se transmitió la cabeza de un maniquí con una definición de 28 líneas y una frecuencia de 14 cuadros por segundo.

Baird ofreció la primera demostración pública del funcionamiento de un sistema de televisión a los miembros de la Royal Institution y a un periodista, el 26 de enero de 1926, en su laboratorio de Londres. En 1927, Baird transmitió una señal a 438 millas, a través de una línea de teléfono entre Londres y Glasgow.

En 1928, Baird funda la compañía *Baird TV Development Co.*, para explotar comercialmente la TV. (Figura 21).



Figura 21

Esta empresa consiguió la primera señal de televisión transatlántica entre Londres y Nueva York. Ese mismo año Paul Nipkow ve en la *Exposición de radio de Berlín* un sistema de televisión funcionando perfectamente, el aparato estaba basado en su invento y llevaba su nombre al pie del mismo.

En 1929, comienzan las emisiones regulares en Londres y Berlín, basadas en el sistema Nipkow Baird, que emitía en banda media de radio.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>)

PRIMER SATÉLITE (1960)

“Un **satélite** es cualquier objeto que orbita alrededor de otro, que se denomina *principal*. Los **satélites artificiales** son naves espaciales fabricadas en la Tierra y enviadas en un vehículo de lanzamiento, un tipo de cohete que envía una carga útil al espacio exterior. Los satélites artificiales pueden orbitar alrededor de lunas, cometas, asteroides, planetas, estrellas o incluso galaxias. Tras su vida útil, los satélites artificiales pueden quedar orbitando como basura espacial”.

“En 1960 se lanzó el primer satélite de comunicaciones: el Echo I era un satélite pasivo que no estaba equipado con un sistema bidireccional sino que funcionaba como un reflector.”

“En 1962 se lanzó el primer satélite de comunicaciones activos, el Telstar I, creando el primer enlace televisivo internacional.” (Figura 22)

En los últimos 49 años se han puesto en órbita un número no muy claro de artefactos, pero hoy existen unos 6000 satélites artificiales en órbita, de los cuales 2465 están operativos y el resto es basura espacial.



Figura 22

COMPUTADORA

Del inglés *computer*, y éste del latín *computare* -calcular- también denominada **ordenador** o **computador**. Es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información útil.

Una computadora es una colección de circuitos integrados y otros componentes relacionados que puede ejecutar con exactitud, rapidez y de acuerdo a lo indicado por un usuario o automáticamente por otro programa, una gran variedad de secuencias o rutinas de Instrucciones que son ordenadas, organizadas y sistematizadas en función a una amplia gama de aplicaciones prácticas y precisamente determinadas, proceso al cual se le ha denominado con el nombre de programación y al que lo realiza se le llama programador.

La computadora, además de la rutina o programa informático, necesita de datos específicos (a estos datos, en conjunto, se les conoce como "Input" en inglés) que deben ser suministrados, y que son requeridos al

momento de la ejecución, para proporcionar el producto final del procesamiento de datos, que recibe el nombre de "output".

La información puede ser entonces utilizada, reinterpretada, copiada, transferida, o retransmitida a otra(s) persona(s), computadora(s) o componente(s) electrónico(s) local o remotamente, usando diferentes sistemas de telecomunicación, pudiendo ser grabada, salvada o almacenada en algún tipo de dispositivo o unidad de almacenamiento.

La característica principal que la distingue de otros dispositivos similares, como la calculadora no programable, es que es una máquina de propósito general, es decir, puede realizar tareas muy diversas, de acuerdo a las posibilidades que brindan los lenguajes de programación y el hardware.

Aunque las tecnologías empleadas en las computadoras digitales han cambiado mucho desde que aparecieron los primeros modelos en los años 40, la mayoría todavía utiliza la Arquitectura de von Neumann,

publicada a principios de los años 1940 por John von Neumann, que otros autores atribuyen a John Presper Eckert y John William Mauchly.

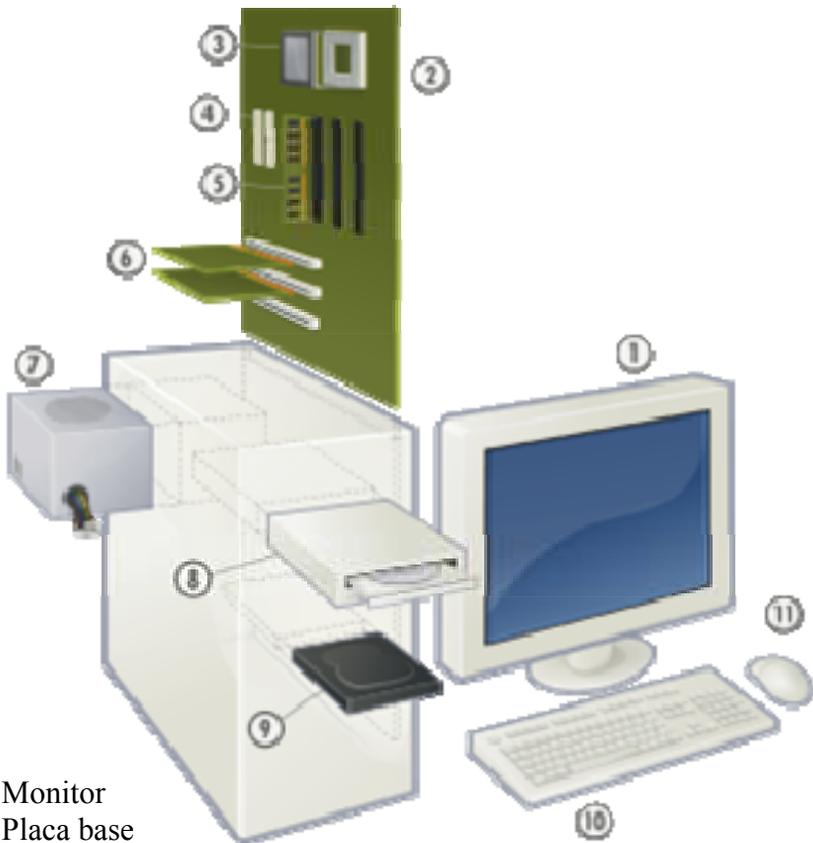
Etimología de la palabra *ordenador*

La palabra española *ordenador* proviene del término francés *ordinateur*, en referencia a Dios que pone orden en el mundo ("Dieu qui met de l'ordre dans le monde")¹. En parte por cuestiones de marketing, puesto que la descripción realizada por IBM para su introducción en Francia en 1954 situaba las capacidades de actuación de la máquina cerca de la omnipotencia, idea equivocada que perdura hoy en día al considerar que la máquina universal de Turing es capaz de computar absolutamente todo. En 1984, académicos franceses reconocieron, en el debate "*Les jeunes, la technique et nous*", que el uso de este sustantivo es incorrecto, porque la función de un PC es procesar datos, no dar órdenes. Mientras que otros, como el catedrático de filosofía latina Jacques Perret, conocedores del origen religioso del

término, lo consideran más correcto que las alternativas.

El uso de la palabra *ordinateur* se ha exportado a algunos idiomas de la península Ibérica, como el castellano, el catalán y el euskera. Los demás idiomas europeos, como el portugués, el alemán y el holandés, utilizan derivados del término *computare*.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Computadora>)



- 1: Monitor
- 2: Placa base
- 3: Procesador
- 4: Puertos ATA
- 5: Memoria principal (RAM)
- 6: Placas de expansión
- 7: Fuente eléctrica
- 8: Unidad de almacenamiento óptico
- 9: Disco duro
- 10: Teclado
- 11: Ratón

(http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/13/Personal_computer%2C_exploded_4.svg/300px-Personal_computer%2C_exploded_4.svg.png)

RED-INTERNET-WEB

**SE PARECEN PERO SON
DIFERENTES**

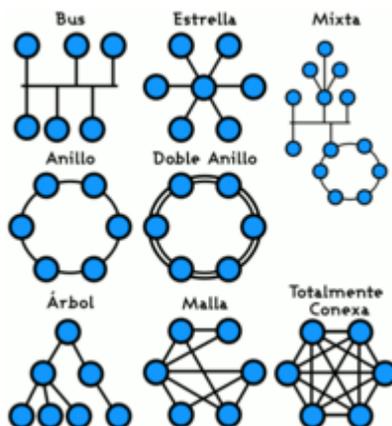
LA RED

Una **red de computadoras**, también llamada **red de ordenadores** o **red informática**, es un conjunto de equipos (computadoras y/o dispositivos) conectados por medio de cables, señales, ondas o cualquier otro método de transporte de datos, que comparten información (archivos), recursos (CD-ROM, impresoras, etc.), servicios (acceso a internet, e-mail, chat, juegos), etc.

Una red de comunicaciones es un conjunto de medios técnicos que permiten la comunicación a distancia entre equipos autónomos (no jerárquica - master/slave-). Normalmente se trata de transmitir datos, audio y vídeo por ondas electromagnéticas a través de diversos

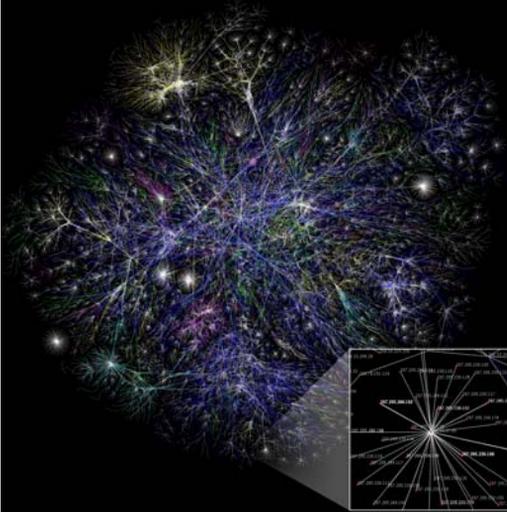
medios (aire, vacío, cable de cobre, fibra óptica, etc.).

Para simplificar la comunicación entre programas (aplicaciones) de distintos equipos, se definió el Modelo OSI por la ISO, el cual especifica 7 distintas capas de abstracción. Con ello, cada capa desarrolla una función específica con un alcance definido.



(http://es.wikipedia.org/wiki/Red_de_computadoras)

INTERNET



(http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d2/Internet_map_1024.jpg/250px-)

Internet es un conjunto descentralizado de **redes** de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

1986. La NSF comenzó el desarrollo de NSFNET que se convirtió en la principal **Red en árbol** de Internet, completada después con las redes NSINET y ESNET, todas ellas en Estados Unidos. Paralelamente, otras redes troncales en Europa, tanto públicas como comerciales, junto con las americanas formaban el esqueleto básico ("backbone") de Internet.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>)

WEB

WWW

World Wide Web (también conocida como "la Web" "www")

Web - Telaraña
Wide -Ancho
World -Mundo

Su mejor traducción podría ser:
Red Global Mundial.

Es un sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener texto, imágenes, videos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces.

La Web fue creada alrededor de 1989 por el inglés Tim Berners-Lee y el belga Robert Cailliau mientras trabajaban en el CERN en Ginebra,

Suiza, y publicado en 1992. Desde entonces, Berners-Lee ha jugado un papel activo guiando el desarrollo de estándares Web (como los lenguajes de marcado con los que se crean las páginas Web), y en los últimos años ha defendido su visión de una Web Semántica.

(http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)

WEB
WEB 1.0
WEB 2.0
WEB.....

WEB....

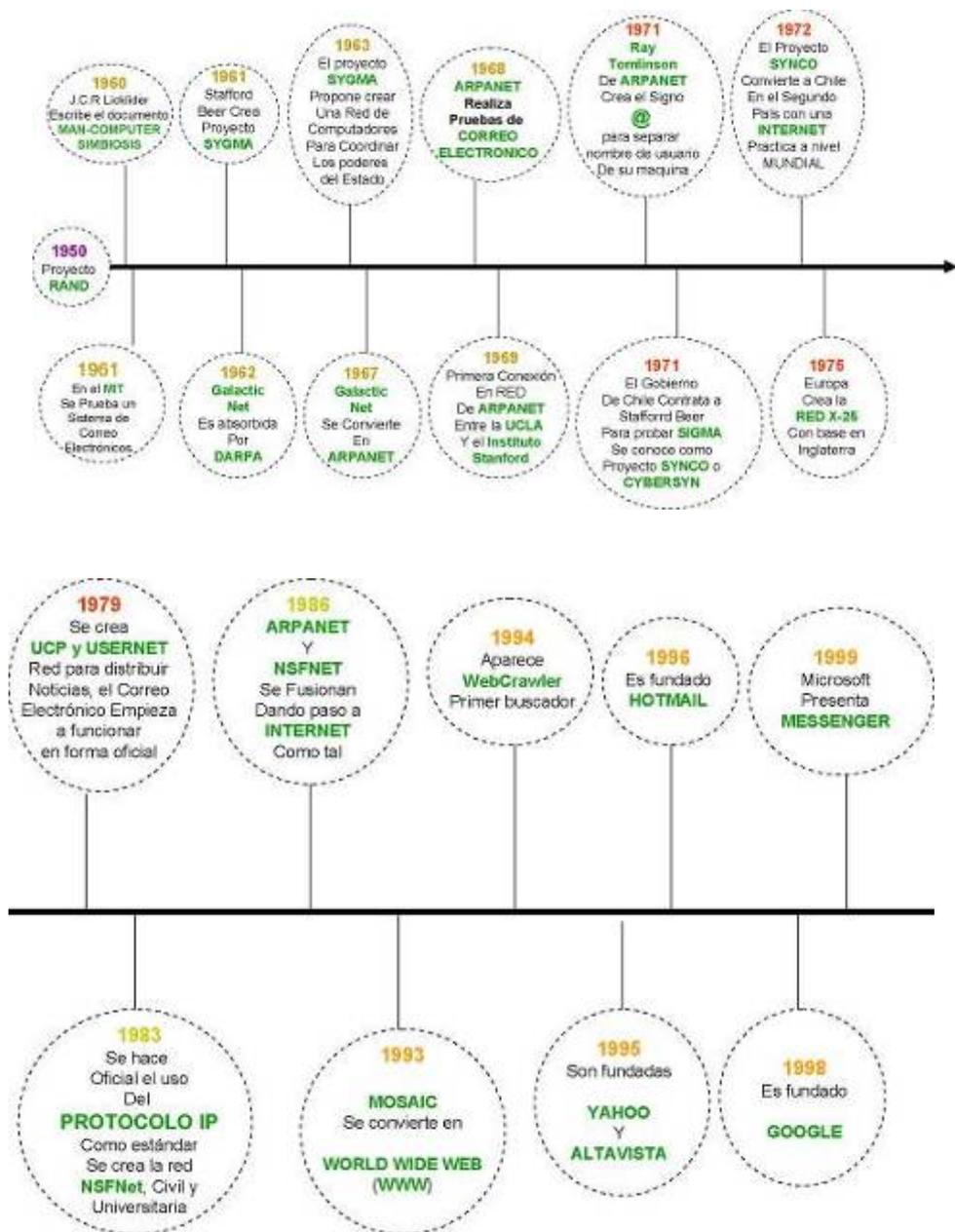
Para entender el concepto de web 1, debemos recordar dos hitos que marcan el inicio de la nueva revolución en las comunicaciones y que se conoce como el fin de los 500 años de la era de dominio exclusivo del libro.

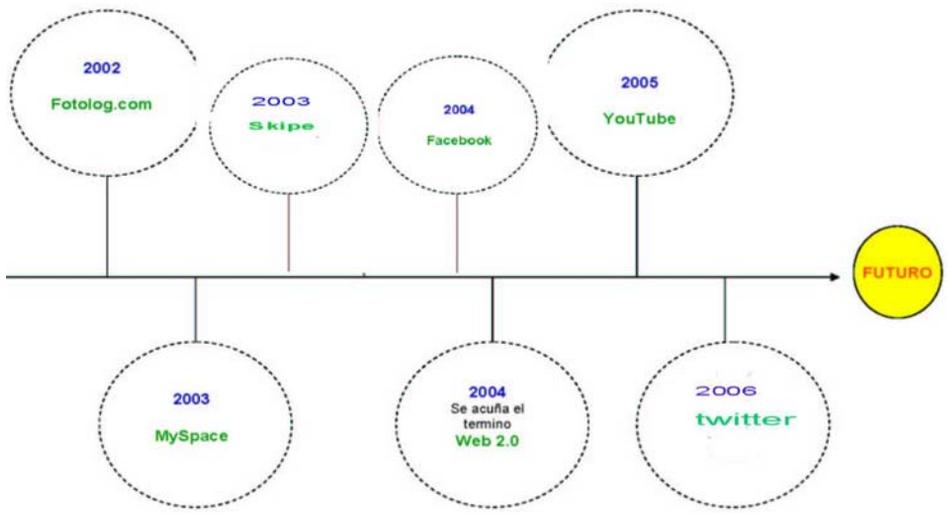
Los dos hitos que marcan el inicio de esta nueva era son: **Internet 1986 y Web “World Wide Web” 1993** descritos en el capítulo anterior.

El libro no desaparece como soporte de información pero pierde su hegemonía y es reemplazado por los sitios web de rápido y libre acceso y los nuevos elementos emergentes, como el e-book.

En las próximas páginas, web1 y web 2, se describen los principales hitos y sitios que los representan, separando la web de consulta (web 1) y aquellos sitios en los que el usuario se transforma en autor (web 2), dando paso a una web social, en que los contenidos no son regulados y representan la opinión de los participantes.

Al mencionar web....quiero expresar la incertidumbre futura ligada a los términos web 3 y web 4. Términos relacionados con los sueños de los teóricos y científicos que trabajan en el desarrollo web.





Línea del tiempo proyectada



<http://elgeek.com/wp-content/uploads/2007/03/linea-tiempo-internet-full.jpg>

Web 1.0

1994 WebCrawler

WebCrawler®

El primer motor de búsqueda de texto completo fue WebCrawler, que apareció en 1994. A diferencia de sus predecesores, éste permitía a sus usuarios una búsqueda por palabras en cualquier página Web, lo que llegó a ser un estándar para la gran mayoría de los buscadores.

WebCrawler fue también el primero en darse a conocer ampliamente entre el público. También apareció en 1994 Lycos (que comenzó en la Carnegie Mellon University). (<http://es.wikipedia.org/wiki/Buscador>)

1995 Yahoo



Fue fundada en enero de 1994 por dos estudiantes de postgrado de la Universidad de Stanford, Jerry Yang y David Filo. Yahoo! se constituyó como empresa el 2 de marzo de 1995 y comenzó a cotizar en bolsa el 12 de abril de 1996. La empresa tiene su sede corporativa en Sunnyvale, California, Estados Unidos.

Yahoo! inicialmente recibió el nombre de "*Jerry's Guide to the World Wide Web*" (La Guía de Jerry para la World Wide Web), pero pronto se cambió su nombre a Yahoo! Existen varias versiones sobre el origen del nombre Yahoo!: la versión real que circula en el corporativo de Yahoo! en Sunnyvale, California es que proviene del nombre de unos personajes del libro Los viajes de Gulliver de Jonathan Swift, los Yahoos.

La historia cuenta que en casa de David Filo, Co-fundador de Yahoo!, el padre de éste llamaba a David y a Jerry "un par de Yahoos" por su naturaleza inquieta y éstos deciden usar el nombre Yahoo! para su portal. En el libro de Swift, un Yahoo es una criatura salvaje, sucia y de costumbres desagradables, que se parece demasiado al ser humano. Otras versiones aseguran que **Yahoo!** no es más que un acrónimo de "*Yet Another Hierarchical Officious Oracle*".

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Yahoo>)

1995 AltaVista



Altavista es un buscador en inglés y español, de la empresa Overture Service Inc. comprada a su vez por Yahoo!. Su sede se encuentra en California y se realizan unas 61.000 búsquedas cada día.

Aunque existe cierta controversia acerca de quién es el responsable de la idea original,¹ dos participantes clave fueron Louis Monier, quien escribió el código del buscador, y Michael Burrows, quien escribió el código del indexador. El nombre AltaVista se eligió en relación con el entorno de su empresa en Palo Alto (California). AltaVista fue lanzado públicamente como un motor de búsqueda en Internet el 15 de diciembre de 1995

<http://es.wikipedia.org/wiki/AltaVista>

1996 Hotmail



La marca *Hotmail*, fue fundada por Jack Smith y Sabeer Bhatia, y lanzada comercialmente en 1996 como uno de los primeros servicios webmail en Internet. Hotmail fue comprado por Microsoft en 1997 para ser conocido como MSN Hotmail, para posteriormente llamarlo Windows Live Hotmail en el 2007, integrando como un servicio dentro de Windows Live.

Hotmail fue fundado por Jack Smith y Sabeer Bhatia en 1995, aunque comercialmente se lanzó el 4 de julio de 1996, día de la Independencia en los Estados Unidos. Representaba simbólicamente la libertad de los ISPs.

Jack Smith tuvo la idea de acceder al correo electrónico a través de la web desde cualquier ordenador en cualquier parte del mundo, originalmente con la intención de evitar los firewalls corporativos que bloqueaban los servicios normales de correo, dentro del plan del negocio. Sabeer Bhatia inventó el nombre para el servicio de correo, probando todo tipo de nombres. Acababa en "-mail" y finalmente se decidió por HoTMaiL porque incluía las letras HTML, que es el lenguaje usado para escribir páginas web (inicialmente como HoTMaiL con un selectivo uso de las mayúsculas, pero posteriormente Hotmail). En diciembre de 1997, informó más de 8,5 millones de suscrip

<http://es.wikipedia.org/wiki/Hotmail>

1998 Google



Google es posiblemente, el motor de búsqueda en Internet más grande y más usado. Ofrece una forma rápida y sencilla de encontrar información en la web, con acceso a un índice de más de 8.168 millones de páginas web. Según la compañía, actualmente Google responde a más de 200 millones de consultas al día.

El nombre **Google** es un juego de palabras entre el número gúgol (googol) (término improvisado por el sobrino de nueve años de Edward Kasner, Milton Sirotta, en 1938, que representa el 10 elevado a la 100) y las gafas (goggles).

Hay también un motor de búsquedas para imágenes, grupos de noticias y directorio. La técnica que permite ubicar una página en una buena posición de un buscador es el posicionamiento Web (conoci-

do también como PageRank) patentado por Google.

Además de los sitios locales de cada país existe la Página Principal Personalizada de Google en la que además del clásico buscador, se puede agregar enlaces, noticias temáticas, y un vistazo a la bandeja de entrada del correo de Google, Gmail.

Google usa varias arañas web cuya función es la de recolectar y ordenar la información. La araña que más tiempo lleva rastreando la red es el *Googlebot*, encargado de recoger los links que después se encontrarán en **Google**. Además cuenta con otros robots como *FreshBot*, que escanea los principales sitios con información actualizada con frecuencia, como portales de noticias.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Google>

1999 Messenger



MSN Messenger es un programa de mensajería instantánea creado en 1999 y actualmente discontinuado. Fue diseñado para sistemas Windows por Microsoft, aunque después se lanzaría una versión disponible para Mac OS. A partir del año 2006, como parte de la creación de servicios web denominados *Windows Live* por Microsoft, se cambiaron de nombre muchos servicios y programas existentes de MSN, con lo que Messenger fue renombrado a "Windows Live Messenger" a partir de la versión 8.0.

Bajo la denominación se engloban realmente tres programas diferentes:

MSN Messenger: Es un cliente de mensajería instantánea y su nombre se utiliza para referenciar todos los programas de mensajería de Microsoft.

Windows Messenger: Viene incluido con Windows XP y se

trata de un cliente de mensajería instantánea básico que no soporta muchas características de éstos (avatares, imágenes, etcétera). Sin embargo, es capaz de conectarse al Servicio de comunicaciones y Exchange Instant Messaging usados por algunas empresas (por lo que se conoce como versión para empresas) y permite controlar una máquina de forma remota de forma similar al NetMeeting. Permite dos métodos de conexión: RVP (antiguo protocolo usado en las versiones anteriores a la 2003 de Exchange) y SIP/Simple.

MSN Web Messenger: Versión web del cliente aparecida en agosto de 2004. Proporciona características similares al MSN Messenger en un navegador conectado a Internet. Su utilidad reside en que se puede conectar con una cuenta de correo desde un ordenador que no tenga el programa instalado.

http://es.wikipedia.org/wiki/MSN_Messenger

Web 2.0

2002 Fotolog



La palabra fotolog (o fotoblog) originalmente se refería a una variante de blog, que consiste básicamente en una galería de imágenes fotográficas publicadas regularmente por uno o más amantes de la fotografía. La foto es tanto o más importante que el texto.

Generalmente esta ilustra un aspecto importante del texto y otras veces el texto describe el contenido de la foto. Muchas veces se aceptan comentarios en la forma de libro de visitas, y estos habitualmente se refieren a la fotografía, o al igual que cualquier blog, a los hechos relatados. Existen sitios dedicados a hospedar estas bitácoras como Flickr o Blogspot pero lo habitual es que este tipo de fotologs estén en un sitio cuyo dueño es una única persona. En estos casos el autor debe usar un gestor de contenidos para fotologs, como Movable Type.

Se fundó el 26 de noviembre del 2003 y en su primera versión llegó a casi 40.000 usuarios. El 29 de septiembre del 2004 decidieron borrar a todos los usuarios y partir de cero. En abril del 2005 este sitio superó los 100.000 usuarios, y en enero del 2007 llegó a los 400.000. El año 2006 pasó a ser el fotolog con más usuarios en Chile, superando a Terra.

La segunda copia hispanoamericana de Fotolog.com (y que por largo tiempo era la que tenía más usuarios) es otro sitio chileno, Jotelog.cl. Este sitio llegó a 100.000 usuarios en enero del 2005⁶ y a 150.000 en agosto del mismo año

En julio de 2004 apareció el sitio de fotologs de Terra Brasil. y al poco tiempo el de Terra Chile Este último sitio terminó el 2005 con más de 260.000 usuarios.

La única copia no latina de Fotolog.net es PhotoBlog.be, hoy PhotoBlog.net. Sin embargo en este sitio belga también predominan los chilenos y brasileños. En abril del 2005 superó los 80.000 usuarios, pero su crecimiento ha disminuido mucho desde que el sitio deja de ser gratuito después de tres meses de uso.

En el 2004 aparecieron versiones brasileñas, como Flog Brasil.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Fotolog#Historia>

2003 MySpace.

myspace

MySpace (MySpace.com) es un sitio web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno. Fue creado por Tom Anderson pero en la actualidad es propiedad de News Corporation, cuenta con 300 empleados, con 200.623.371 usuarios (en septiembre de 2007) y su velocidad de crecimiento es de unos 230.000 usuarios al día. Su sede central se encuentra en Santa Mónica, California, Estados Unidos y además tiene otra sede y servidor en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.

Según el sitio web Alexa dedicado a medir el tráfico de Internet, MySpace es el doceavo sitio más visitado de toda la red y el cuarto sitio más visitado de la red de lengua inglesa; aunque por otro lado, este sitio es poco frecuentado en Europa.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/MySpace>)

2003 SKYPE



Skype (pronunciado por la mayoría /skáɪp/, y en estonio, su lengua original, /šýpe/) es un software para realizar llamadas sobre Internet (**VoIP**), fundada en 2003 por el sueco **Niklas Zennström** y el danés **Janus Friis**, creadores de **Kazaa**. El código y protocolo de Skype permanecen cerrados y propietarios, pero los usuarios interesados pueden descargar gratuitamente la aplicación del sitio oficial. Los usuarios de Skype pueden hablar entre ellos gratuitamente.

La aplicación también incluye una característica denominada **YY SkypeOut**¹ que permite a los usuarios llamar a teléfonos convencionales, cobrando diferentes tarifas según el país de destino: 0,017 € por minuto en muchos de ellos, incluyendo en algunos los teléfonos móviles, subiendo en otros hasta 0,55 €, aunque puede llamarse a casi cualquier teléfono del mundo.

Otra opción que brinda Skype es **SkypeIn**, gracias al cual ellos otorgan un número de teléfono para que desde un aparato telefónico en cualquier parte del mundo puedan contactarte a tu ordenador. Además, proveen de un servicio de buzón de voz gratuito. La interfaz de Skype es muy parecida a otros software de mensajería instantánea tales como **Windows Live Messenger** o **Yahoo! Messenger**, y de igual forma que en éstos es posible entablar una conversación de mensajes instantáneos con los usuarios del mismo software. Este programa también te permite enviar mensajes de voz en caso de que el usuario no se encuentre disponible, aunque eso sí, es un servicio de pago, que tiene un costo desde 5,00 € por 3 meses, éste viene incluido gratuito con **SkypeIn**. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Skype>)

web2.0

La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. El Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología.

La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocado al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

El término **Web 2.0** es asociado usualmente con Tim O'Reilly debido a la referencia hecha en la conferencia O'Reilly Media Web 2.0 en 2004. El término fue utilizado para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales,

los blogs, los wikis o las “folcsonomías”, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil y eficaz de información entre los usuarios de una comunidad o red social. La Web 2.0 es también llamada web social por el enfoque colaborativo y de construcción social de esta herramienta.

2004 Facebook



El creador de Facebook es Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, como una comunidad para uso de los estudiantes de esa universidad, al poco tiempo fue abierta al público en general. Dentro de la Web 2 o web social fue una de las primeras en aparecer, la preceden Myspace, Fotolog, Flickr y algunos Blog. La relevancia de Facebook es la velocidad con que aumentan sus usuarios el año 2008 se eran 70 millones hoy tiene más de 350 millones de usuarios activos alrededor de todo el mundo.

“El 73% de los jóvenes chilenos entre 18 y 29 años tiene cuentas en el sitio Facebook, según encuesta de la U. Diego Portales y Feedback.” (http://www.latercera.com/contenido/659_192936_9.shtml)

Su éxito podría deberse a la cantidad de servicios que ofrece en forma gratuita. Amigos: es una forma de localizar amigos

con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes, el servicio de Facebook te ayuda a buscarlos y también te sugiere otros.

Grupos y Páginas: es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes

En cuanto a las páginas, estas también se crean con fines específicos, solo que en estas no hay foros de discusión y están encaminadas hacia marcas o personajes específicos, mas no hacia ningún tipo de convocatoria.

Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un link en cada grupo el cual se

dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.

Muro: el muro (wall) es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados, muro te permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash.

Fotos: Según Facebook, hay: 5 mil millones de fotos de usuario.

Regalos: los regalos o gifts son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhiben a otros usuarios.

Aplicaciones: Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad...

Juegos: la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, trivia (p. ej. geografía), y pruebas de habilidades (digitación, memoria).

(http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite_note-10)

2005 You Tube



YouTube, es un sitio web que permite a los usuarios subir, bajar, ver y compartir vídeos. Fundado en Febrero de 2005 por 3 ex-empleados de PayPal: (*Chad Hurley, Steve Chen y Jaweb Karim*), la compañía de pagos online perteneciente al grupo **eBay**. Inmediatamente, la joven compañía atrajo el interés de inversores como la firma de capital-riesgo Sequoira.

Todo empezó con una fiesta. La de Chad Hurley y Steve Chen en febrero de 2005. Su vídeo de la farra era demasiado largo para enviarlo por correo electrónico a sus amigos. De su frustración surgió la idea: un sitio muy grande donde cualquiera pudiera enviar y ver cualquier vídeo. Eso era en 2005; hoy se cuelgan *65,000* vídeos nuevos al día.

YouTube es fácil de usar y, además, gratuito. Para ver los vídeos o enviarlos a otras personas no es necesario registrarse, aunque sí para colocarlos en la página.

YouTube también sirve de escaparate promocional. Una prueba de ello es el episodio piloto de la serie *Nobody's watching*, que fue cancelado por la NBC antes de su estreno. Año y medio después el piloto apareció en YouTube y recibió *300,000* visitas en 15 días. Ahora se la disputan varias cadenas, incluida la NBC

Otro aspecto práctico de YouTube es la posibilidad de insertar una película en una página web externa a sus servidores, pese a que el fichero resida físicamente en ellos.

Eso permite a bloggers y creadores de websites disponer del vídeo empotrado en sus páginas.

YouTube aloja una variedad de video clips de películas y programas de televisión, videos musicales, y vídeos caseros (*a pesar de las reglas de YouTube contra subir videos con copyright, este material existe en abundancia*). Y en este sentido, YouTube ya ha tenido algunos problemas legales con productoras y cadenas de televisión.

La corta historia de YouTube registra el mayor crecimiento exponencial que se recuerde. Chad Hurley pagó con su tarjeta de crédito la primera factura por la conexión de banda ancha que necesitaba para lanzar su web de vídeos online. Desde entonces, la demanda ha sido tan explosiva (100 millones de visitas mensuales) que el coste de infraestructura ha subido a dos millones de dólares por mes.

Este desembolso no podría continuar por mucho tiempo, a menos que se encontrara una forma de financiarlo con ingresos publicitarios. Aquí es donde entra en escena Google, quien compró el 10 de Octubre del 2006 YouTube por 1.650 millones de dólares. Según se ha informado, YouTube mantendrá su independencia respecto del servicio de vídeo de Google.

http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm

2006 TWITTER



Twitter es una empresa de nueva creación con financiación privada y oficinas en el barrio de SoMA en San Francisco (California). Comenzó como un proyecto secundario en marzo de 2006 y ha crecido hasta convertirse en un servicio de mensajería en tiempo real que funciona en múltiples redes y dispositivos.

En países de todo el mundo, las personas siguen las fuentes más relevantes para ellos para acceder a información por medio de Twitter en el momento en que ocurren los hechos, desde las últimas noticias del mundo hasta actualizaciones de sus amigos.

“Jack Dorsey estaba interesado en la simple idea de poder saber lo que sus amigos estaban haciendo. En concreto, Jack se preguntaba si cabría la posibilidad de construir algo convincente en torno a este simple concepto de estado. Cuando llevó la idea a sus colegas, se

decidió que un prototipo debía ser construido.

Twitter fue creado inicialmente por Obvious, un ambiente creativo en San Francisco, California. El primer prototipo fue construido en dos semanas en marzo de 2006 y lanzado al público en Agosto de 2006. El servicio creció en popularidad rápidamente y pronto tuvo mucho sentido el mudar a Twitter fuera de Obvious. En Mayo de 2007, fue fundada Twitter Incorporated.

La simplicidad ha jugado un papel importante en el éxito de Twitter. La gente tiene ganas de ponerse en contacto con otras personas y Twitter lo hace fácil. Twitter hace una pregunta, "¿Qué pasa?" Las respuestas deben tener una longitud menor de 140 caracteres y pueden ser enviadas vía teléfonos móviles, mensajería instantánea o la web.

La tecnología de Twitter se basa en un sistema de envío de mensajes sin dispositivo definido con características simples de las redes sociales. Aceptando mensajes de móvil, web, Internet móvil, mensajería ins-

instantánea y proyectos de terceros usando la API, Twitter permite a la gente estar conectada de una manera fácil.

Twitter resuelve la sobrecarga de información cambiando las expectativas tradicionalmente asociadas con la comunicación en línea. En Twitter, hacemos la pregunta, "¿Qué pasa?" Las respuestas a esta pregunta son en su mayor parte retóricas. En otras palabras, los usuarios no esperan una respuesta cuando envían un mensaje a Twitter.

En la parte receptora, Twitter es un ambiente de actualizaciones de tus amigos y familiares que provienen de tu teléfono, mensajería instantánea o página web y que puedes poner tanta atención como quieras.

El resultado de usar Twitter para estar en contacto con amigos, familiares y compañeros de trabajo es que tienes una idea de lo que les está sucediendo pero no es necesario que respondas a las actualizaciones, a no ser que lo quieras hacer. Esto significa que puedes estar dentro o fuera del flujo de información como te parezca, de tal forma que no se acumula

la demanda de tu atención. Además de esto, los usuarios tienen todo el control sobre quién recibe actualizaciones, cuándo las reciben y en qué dispositivo. Por ejemplo, ofrecemos la posibilidad de programar Twitter para que se "apague" a la hora de la cena y así los usuarios pueden "apagar" las actualizaciones de Twitter en cualquier momento.

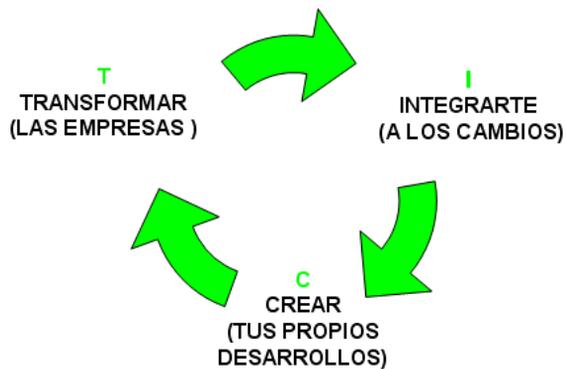
En pocas palabras, tú haces Twitter a tu medida, ya sea recibiendo mucha información de tus amigos o sólo un poco. Depende de ellos.

<http://twitter.com/about#idea>

Al iniciar la lectura del presente capítulo, es muy probable que su definición de TIC haya sido la siguiente:



Al concluir la, esperamos que su definición de TIC sea esta:



BIBLIOGRAFÍA

- Adams, R. 1994. Comunicación y acceso a la información en la biblioteca. Fundación German Sánchez Ruiperez. Madrid.318p.
- Bustamante, E. 2008. Redes sociales y comunidades virtuales en Internet. Alfaomega. México. 106p.
- Burbules, N. y Callister, T. 2006. Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de información. Granica. Buenos Aires. 303p.
- Centro de Investigación de la Web. 2008. Como funciona la web. Universidad de Chile. Disponible en: <http://www.ciw.cl/libroWeb-NV.pdf>. Leído el 22 de febrero 2009
- De Alarcón, E. 2006. Diccionario de términos informáticos e Internet. Anaya Multimedia. Madrid. 416p.
- De Saint-Pierre, D., Barraza, F., Melo, O. y Mac Cawley, A. Chile 2.0. Fundación Chile. 121p.
- Gutiérrez, A. 2003. Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas. Gedisa. Barcelona. 252p.
- Matos, A. 2007. Internet. Anaya Multimedia. Madrid.128p.
- Noah, S. 1956. La historia empieza en Sumer. Ayma. Barcelona.333p.
- Olaechea, J.1986. El libro en el ecosistema de la comunicación cultural. Fundación German Sánchez Ruiperez. Madrid.398p.
- Pelegrín, C y López, F. 2003. E-learning: las mejores prácticas en España. Pearson Educación. 253p.
- Piscitelli, A. 2005. Internet, la imprenta del siglo XXI. Gedisa. Barcelona.188p.
- Rosenberg, M. 2002. E-Learning: estrategias para transmitir conocimiento en la era digital. Mc.Graw Hill. Colombia. 333p.
- Sierra, C. 2006. Políticas de comunicación y educación: Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento.Gedisa. Barcelona. 318p.
- Toffler, A. 1979. La tercera ola. Plaza & Janés. Barcelona. 661p.
- Trejo, R. 2006. Viviendo en el aleph: la sociedad de la información y sus laberintos. Gedisa. Barcelona. 249.
- Zanoni, L. 2008. El imperio digital. Ediciones B. Buenos Aires. 208p.

WEBGRAFÍA

<http://bancoimagenes.isftic.mepsyd.es/>

<http://definicion.de/informacion/>

<http://definicion.de/comunicacion/>

<http://elgeek.com/wp-content/uploads/2007/03/linea-tiempo-internet-full.jpg>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Buscador>

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d2/Internet_map_1024.jpg/250px-

<http://es.wikipedia.org/wiki/Computadora>

http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite_note-10

<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>

<http://es.wikipedia.org/wiki/MySpace>

http://es.wikipedia.org/wiki/Programa_de_las_Naciones_Unidas_para_el_Desarrollo

http://es.wikipedia.org/wiki/Red_de_computadoras

http://es.wikipedia.org/wiki/Sat%C3%A9lite_artificial

<http://es.wikipedia.org/wiki/Skype>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>

http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web

<http://intercambia.net/temas/index.php/imagenes-gratis-sin-copyright-para-tu-web-o-escritorio/>

<http://twitter.com/about#idea>

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/13/Personal_computer%2C_exploded_4.svg/300px-Personal_computer%2C_exploded_4.png

http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm

http://www.guiaservicios.com/serv_internet_software.asp

http://www.latercera.com/contenido/659_192936_9.shtml

Páginas Web que debe conocer un empresario MYPE

Pedro Calandra Bustos

Manuel Araya Arraño

PRESENTACION.

El siguiente capítulo presenta un breve listado con las direcciones electrónicas de sitios web que un MYPIME debe conocer, pues son de empresas públicas y privadas que brindan una serie de servicios en línea que facilitan una gran cantidad de trámites, ahorrando tiempo y dinero.

SERVICIOS PUBLICOS

SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS

SERVICIO NACIONAL DE ADUANA

CHILE COMPRAS

DIRECCIÓN DEL TRABAJO

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS

INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL

**SERVICIO DE REGISTRO CIVIL E
IDENTIFICACION**

TESORERIA

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CORFO

SERCOTEC

E-COMMERCE

COMERCIO ELECTRONICO

MERCADOLIBRE

SURWEB

SERVICIOS PUBLICOS

Servicio de Impuestos Internos

www.sii.cl

DEMO EDUCATIVO:

http://www.sii.cl/pagina/actualiza/noticias/2009/animacion_home.html



MISIÓN DEL SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS

La Misión del Servicio como Institución del Estado es: "Administrar con equidad y justicia el sistema de tributos internos de destino fiscal, facilitando el cumplimiento voluntario mediante la provisión de servicios de calidad, adecuados a cada tipo de contribuyente; velando por el correcto cumplimiento tributario con estricto apego a la legalidad vigente y

focalizando el esfuerzo fiscalizador en los contribuyentes con comportamiento tributario riesgoso."

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. Mejorar la comunicación y la atención al contribuyente.
2. Adaptar el SII a los cambios en la nueva justicia tributaria.
3. Perfeccionar el control de la evasión mediante la fiscalización segmentada.
4. Modernizar la función Normativa Tributaria.
5. Desarrollar innovaciones e intensificar el uso de tecnologías informáticas, haciendo de la Web el canal principal de comunicación del SII con los contribuyentes.
6. Focalizar las políticas de RRHH hacia una gestión moderna de las personas y promover una cultura colaborativa e integradora entre áreas.

PRINCIPIOS Y VALORES

- Respeto estricto a la normativa vigente y a los derechos de los contribuyentes.
- Probidad.
Búsqueda permanente de mejores prácticas y mayor eficiencia y eficacia en sus procesos.
- Colaborar con las instituciones de la Administración Tributaria y otros aliados estratégicos.
- Búsqueda permanente de la calidad en la interacción con sus clientes.
- Asumir un rol activo en el desarrollo de la comunidad.
- Trabajo Colaborativo.

FUNCION

El Servicio de Impuestos Internos es una de las instituciones fiscalizadoras del Estado. De acuerdo a la Ley, sus funciones son la "aplicación y fiscalización de todos los impuestos internos actualmente establecidos o que se establecieren, fiscales o de otro carácter en que tenga interés el Fisco y cuyo control no esté especialmente encomendado por la ley a una autoridad diferente" . El Código Tributario y la Ley

Orgánica del Servicio determinan cómo debe desarrollarlas. Al Servicio de Impuestos Internos le corresponde:

- Interpretar administrativamente las disposiciones tributarias, fijar normas, impartir instrucciones y dictar órdenes a fin de asegurar su aplicación y fiscalización.
- Tiene que supervigilar el cumplimiento de las leyes tributarias que le han sido encomendadas; conocer y fallar como tribunal de primera instancia los reclamos que presenten los contribuyentes y asumir la defensa del Fisco ante los Tribunales de Justicia en los juicios sobre aplicación e interpretación de leyes tributarias.
- En lo que se refiere a los contribuyentes, tiene que crear conciencia tributaria, informarlos sobre el destino de los impuestos y las sanciones a que se exponen por el no cumplimiento de sus deberes.

Servicio Nacional de Aduana

<http://www.aduana.cl/>



El Servicio Nacional de Aduanas es un organismo del Estado cuya misión es controlar y vigilar el paso de las mercancías a través de las fronteras, puertos y aeropuertos; facilitar y fiscalizar el comercio exterior del país y determinar los aranceles e impuestos a las importaciones y exportaciones, cuando corresponda.

II. Servicios que ofrece a la ciudadanía

- Da a conocer la normativa de carácter aduanero y de comercio exterior y permite realizar las tramitaciones en línea de las

importaciones y exportaciones, a través de su página web.

- Recibe y resuelve las solicitudes sobre beneficios tributarios a los que pueden acceder algunos ciudadanos(as) como los(as) chilenos(as) que regresan a vivir definitivamente al país o residentes de zonas Francas de extensión que regresan al resto del territorio nacional. Recibe y resuelve las reclamaciones de los particulares frente a la determinación de los aranceles e impuestos aplicados en la importación de mercancías.

III. Derechos ciudadanos:

1. Ser tratado con respeto y deferencia, recibiendo una atención igualitaria, sin distinción de raza, edad, género, nacionalidad o condición socioeconómica.
2. Recibir información sobre el Servicio Nacional de Aduanas como servicio público, en cuanto a su misión, objetivos,

prestaciones, trámites y beneficios.

3. Solicitar explicaciones o aclaraciones adicionales respecto de las consultas efectuadas si no le satisfacen o le quedan dudas.

4. Conocer la identidad del(de la) funcionario(a) responsable de la atención y tramitación de su solicitud, reclamo o petición.

5. Presentar sus consultas, reclamos y sugerencias en la Oficina de Información, Reclamos y Sugerencias (OIRS). Para estos efectos, el(la) ciudadano(a) podrá exigir sus derechos utilizando la página web (formulario de contacto o e-mail OIRS), teléfono, fax o personalmente en las dependencias de Aduanas.

6. Obtener oportuna respuesta a las consultas, reclamos y sugerencias por parte de la OIRS o a quien ella delegue esa función, en particular, y pedir se le informe el plazo de respuesta. La Oficina deberá

derivar la solicitud dentro de las 24 horas siguientes a su recepción a la unidad competente, para su pronunciamiento.

Las solicitudes de mero trámite y que sean de simple resolución deberá responderse dentro de las 48 horas siguientes a su recepción. En caso de informes o resoluciones que requieran mayor estudio, el plazo será de 10 días hábiles siguientes. Las decisiones definitivas deberán emitirse dentro de los 20 días hábiles siguientes.

En relación a los plazos especiales establecidos en la Ordenanza de Aduanas, en particular, en lo referido a los plazos señalados en el Título VI, del Libro II, de las reclamaciones, regirán las normas particulares contenidas en dicho cuerpo legal.

7. Ser atendido(a) con cortesía, diligencia, confidencialidad y a recibir una atención adecuada.

8. Sugerir mejoras en los procedimientos de atención a público y dar a conocer las falencias que detectare, en forma fundada, verbal o escrita. Para ello, Aduanas cuenta con formularios autocopiativos en sus oficinas, un formulario electrónico en su página web y una encuesta de satisfacción que se aplica mensualmente.

9. Presentar sólo los documentos estrictamente necesarios para el ejercicio de sus derechos o cumplimiento de sus obligaciones.

10. Plantear reclamos o quejas por la atención, calidad de la información o demora en tiempos de respuesta en los espacios de atención de usuarios(as), los que podrán ser presentados presencialmente mediante el uso de formularios autocopiativos en las oficinas, formulario electrónico en la página web, o a través de e-mail. Una vez investigado el reclamo, el(la) usuario(a) debe ser informado(a) de la resolución tomada, y en el caso que el

Servicio haya cometido un error o haya demorado una respuesta, más allá de los plazos legales, se tomarán las medidas para subsanar el error o evacuar la respuesta lo más rápidamente posible. En este proceso se designará un funcionario(a) determinado(a), para que realice un acompañamiento directo del ciudadano (a) en la solución del problema.

IV. Deberes ciudadanos:

1. Cuidar, conservar y no alterar los documentos o información que le otorga la institución.

2. Solicitar en forma oportuna sus documentos, servicios y/o beneficios.

3. Respetar la propiedad intelectual de los trabajos o información proporcionada por el Servicio Nacional de Aduanas, citando la fuente si usa la información en alguna publicación.

4. Informarse debidamente de los plazos y procedimientos

establecidos, previa solicitud de documentos, información y/o trámites.

5. Respetar los procedimientos de atención establecidos por Aduanas para cada solicitud o trámite.

6. Tratar con respeto, educación y deferencia al(a) funcionario(a) que lo (la) atiende.

7. Identificarse debidamente (nombre, teléfono de contacto, correo electrónico).

8. Respetar los horarios de atención establecidos.

9. Someterse a la fiscalización que le compete al Servicio de Aduanas relativa a la operación de comercio exterior que se realiza.

10. Proporcionar la documentación de respaldo que se requiera, según la operación que se realice.

11. Efectuar peticiones a la autoridad aduanera en forma fundada, acompañando los documentos e información

necesarios para una adecuada resolución de lo solicitado.

V. Compromisos de Calidad

El Servicio Nacional de Aduanas se compromete a:

1. Evacuar con la mayor diligencia posible las solicitudes ciudadanas, respetando los plazos establecidos en la Ley N° 19.880 y otorgando respuestas comprensivas, completas y oportunas.

2. Mantener canales permanentes de comunicación con la ciudadanía a través de la página web, www.aduana.cl, mediante formularios electrónicos y los e-mails de los encargados de OIRS a través del país.

3. Recibir constantemente la evaluación de la ciudadanía a través de las encuestas en línea y presenciales en las OIRS.

Chile Compra

<http://www.chilecompra.cl/>



la Dirección de Compras y Contratación Pública, Dirección ChileCompra, contribuye a construir un Estado más ágil y cercano, poniéndose al servicio de las personas, las empresas y las instituciones públicas.

Desde su origen, la Dirección ChileCompra ha ayudado a los organismos gubernamentales a ser más accesibles, eficientes y transparentes en su relación con los chilenos, gracias a la apertura de una “ventana” entre el Estado y la ciudadanía: el Mercado Público, sustentado en www.chilecompra.cl.

La creación de la plataforma de licitaciones

www.mercadopublico.cl se enmarca dentro del plan bicentenario de la Dirección ChileCompra, denominado ChileCompra 2.0 basado en el Plan Estratégico 2008-2010.

La Dirección ChileCompra planifica, desarrolla y promueve las iniciativas necesarias para que el Mercado Público crezca armónicamente. Es un Servicio Público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda, y sometido a la supervigilancia del Presidente de la República. Se creó con la Ley de Compras Públicas y comenzó a operar formalmente el 29 de agosto de 2003.

Durante sus seis años de existencia, la Dirección ChileCompra ha destacado por la excelencia de su gestión y su capacidad para avanzar más allá de los objetivos propuestos, lo cual se ha traducido en un alto nivel de acceso de la ciudadanía al Mercado Público. Asimismo, ha logrado ordenar y sistematizar un sistema

esencialmente complejo, donde confluyen los infinitos intereses, demandas y necesidades de los actores que dan vida al Mercado Público, mediante el establecimiento de reglas que ayuden a mejorar la competitividad, aumentando la calidad y visibilidad de la información disponible y generando instancias de formación y capacitación de los usuarios, entre otros.

Plataformas y Servicios para un mayor acceso

La Dirección ChileCompra ofrece una serie de servicios y plataformas electrónicas. A través de www.mercadopublico.cl, la plataforma de comercio electrónico más grande del país, transan cerca de 850 organismos del Estado y participan activamente más de 80 mil empresas.

Además de la plataforma transaccional, el mercado público cuenta con tiendas de comercio electrónico para que los compradores realicen sus compras habituales en forma eficiente y en mejores condiciones comerciales. Los proveedores que ofrecen sus productos y servi-

cios en estas tiendas previamente participaron de un proceso de licitación de Convenio Marco convocado por la Dirección ChileCompra, que les permite ingresar sus productos y servicios a un catálogo electrónico y ofrecerlos a los organismos públicos.

Actualmente están disponibles las tiendas ChileCompra Express –que a julio del 2009 ha transado US\$481 millones, siendo la mayor tienda en línea del país- y ChileCompra Libros -orientada al sector educación, universidades y municipios que a la fecha ofrece 40 mil títulos y ha demostrado ser un canal eficaz para realizar adquisiciones en el ámbito de la cultura.

En www.chilecompra.cl pueden acceder a soporte, formación, material de apoyo y completos reportes de transacciones para analizar las oportunidades de negocios de la plataforma de licitaciones www.mercadopublico.cl.

La Dirección ChileCompra también administra el Registro Electrónico de Proveedores del Estado,

www.chileproveedores.cl, en el cual 40.000 empresas ya están inscritas y que se abrió en agosto de 2009 al sector privado. De esta forma, los proveedores que hoy forman parte de esta comunidad de negocios tendrán una vitrina abierta a todo el mercado nacional e internacional.

Dirección del Trabajo

<http://www.dt.gob.cl>



La Dirección del Trabajo es un Servicio Público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio. Está sometido a la supervigilancia del Presidente de la República a través del Ministerio del Trabajo y Previsión Social y se rige por su Ley Orgánica (D.F.L. N°2, del 30 de mayo de 1967).

Principales tareas o funciones de la Dirección del Trabajo

- Fiscaliza el cumplimiento de las normas laborales, previsionales y de higiene y seguridad en el trabajo.
- Fija el sentido y alcance de las leyes del trabajo, mediante dictámenes.
- Da a conocer a trabajadores y empleadores los principios de la legislación laboral vigente.
- Efectúa acciones tendientes a prevenir y resolver los conflictos del trabajo, generando un sistema que privilegie la cooperación y los acuerdos entre trabajadores y empleadores.
- Proporciona asistencia técnica a los actores del mundo laboral, para favorecer y promocionar relaciones laborales armónicas y equilibradas.
- Cuenta con un sistema de mediación para la solución de conflictos colectivos del trabajo y con un sistema de conciliación individual.

Las Inspecciones del Trabajo cuentan con profesionales altamente especializados para:

- Fiscalizar en terreno el cumplimiento de las leyes laborales y previsionales.
- Actuar como ministros de fe en los actos propios de las organizaciones sindicales y en el proceso de negociación colectiva.

- Intervenir en los procesos de Conciliación Individual (comparendos), cuando ha concluido la relación laboral y se ha presentado un reclamo.
- Actuar como Mediadores en los conflictos colectivos entre los actores del mundo laboral.
- Realizar capacitación tanto a trabajadores como a empleadores, y hacer difusión de la normativa laboral.

Tanto trabajadores como empleadores pueden realizar diversos trámites en las inspecciones más cercanas su lugar de trabajo. Entre ellos se encuentran:

- Consultas laborales.
- Solicitudes de fiscalización.
- Reclamos por despido.
- Solicitudes de certificados de contratistas.
- Consultas sobre constitución de sindicatos.
- Actividades de Ministro de Fe.

Instituto Nacional de Estadísticas

<http://www.ine.cl/>



MISIÓN INSTITUCIONAL

El INE, es el organismo técnico e independiente que produce, analiza y difunde las estadísticas oficiales y públicas de Chile. Proporciona información económica, social, demográfica, medioambiental y censal de manera transparente y accesible, con la finalidad que los agentes públicos, privados, investigadores y ciudadanos tomen decisiones informadas y así fortalecer una sociedad abierta y democrática.

VISIÓN INSTITUCIONAL

- En el año 2012 el INE será una organización que poseerá

estándares de calidad y transparencia comparables a las mejores prácticas de los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), tanto en el desarrollo de su capital humano como en la cobertura de sus productos y servicios.

PRINCIPIOS

Relevancia, Imparcialidad y Acceso equitativo

“Las estadísticas oficiales constituyen un elemento indispensable en el sistema de información de una sociedad democrática y proporcionan al Gobierno, a la economía y al público datos acerca de la situación económica, demográfica, social y ambiental. Con este fin, los organismos oficiales de estadística han de compilar y facilitar en forma imparcial estadísticas oficiales de comprobada utilidad práctica para que los ciudadanos puedan ejercer su derecho a mantenerse informados”.

Patrones Profesionales y Ética

"Para mantener la confianza en las estadísticas oficiales, los organismos de estadística han de decidir, con arreglo a consideraciones estrictamente profesionales, incluidos los principios científicos y la ética profesional, acerca de los métodos y procedimientos para la reunión, el procesamiento, el almacenamiento, y la presentación de los datos estadísticos".

Responsabilidad y Transparencia

"Para facilitar una interpretación correcta de los datos, los organismos de estadística han de presentar información conforme a normas científicas sobre las fuentes, métodos y procedimientos de la estadística".

Prevención del mal uso

"Los organismos de estadística tienen derecho a formular observaciones sobre interpretaciones erróneas y la utilización indebida de las estadísticas".

Fuentes de Estadísticas Oficiales

"Los datos para fines estadísticos pueden obtenerse de todo tipo de fuentes, ya sea encuestas estadísticas o registros administrativos. Los organismos de estadística han de seleccionar la fuente con respecto a la calidad, la oportunidad, el costo y la carga que le impondrán".

Confidencialidad

"Los datos que reúnan los organismos de estadística para la compilación estadística, ya sea que se refieran a personas naturales o jurídicas, deben ser estrictamente confidenciales y utilizarse exclusivamente para fines estadísticos".

Legislación

"Se han de dar a conocer al público las leyes, reglamentos y medidas que rigen la operación de los sistemas estadísticos".

Coordinación Nacional

"La coordinación entre los organismos de estadística a nivel nacional es indispensable para lograr la coherencia y

eficiencia del sistema estadístico".

Uso de Patrones Internacionales

"La utilización por los organismos de estadística de cada país de conceptos, clasificaciones y métodos internacionales fomenta la coherencia y eficiencia de los sistemas estadísticos a nivel oficial".

Cooperación Internacional

"La cooperación bilateral y multilateral en la esfera de la estadística contribuye a mejorar los sistemas de estadísticas oficiales en todos los países".

PRIORIDADES GUBERNAMENTALES

1. Actualizar los productos y servicios estadísticos, contemplado en el Plan de Desarrollo de las Estadísticas Públicas 2005 - 2008, a los estándares comparables a las mejores prácticas de las instituciones homónimas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), tanto en cobertura como en calidad.

2. Promover un gobierno digital e integrado para todos los chilenos.

INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL

<http://www.ips.gob.cl/>



El Instituto de Previsión Social (IPS), es un servicio público creado a partir del artículo 53 de la Ley 20.255, de Reforma al Sistema Previsional, descentralizado, y con personalidad jurídica y patrimonio propio.

El IPS desarrolla sus funciones bajo la supervigilancia del Presidente de la República, a través del Ministerio del Trabajo, por intermedio de la Subsecretaría de Previsión Social.

El nuevo servicio tiene por objetivo la administración del sistema de pensiones solidarias y de los regímenes previo-

nales administrados anteriormente por el INP, y constituye un servicio público regido por el Sistema de Alta Dirección Pública, establecido en la ley N° 19.882.

Creación del INP

Junto con la creación del régimen previsional de capitalización individual, - de incorporación voluntaria para los cotizantes del anterior sistema, y obligatoria para quienes desde 1983 se integran a la fuerza laboral - se promulga el Decreto Ley N° 3.502, de 18 de noviembre de 1980, que crea el Instituto de Normalización Previsional (INP) para regular los fondos con que el Estado debía suplementar los déficit que necesariamente se producirían con motivo de la puesta en marcha del régimen previsional de capitalización individual,.

Integración ex-Cajas Previsionales

En el año 1982 se integran el Servicio de Seguro Social y la Caja de Previsión de Empleados Particulares, conservando sin embargo cada una de ellas su personalidad jurídica y patrimonio propios. Con posterioridad, y en forma paulatina

se unieron las Cajas del Sector Público, hasta que en el año 1988, la ley N° 18.689 dispuso la fusión en el Instituto de Normalización Previsional de quince entidades previsionales y ordenó asimismo la anexión por decreto, de todas las otras Cajas aún subsistentes y que a futuro requerirían de aportes del Estado para cubrir sus déficit en el financiamiento de los beneficios.

Modernización de la Gestión

En marzo de 1990 comienza una nueva administración del INP, orientada a satisfacer las necesidades del usuario. El usuario se constituyó en el centro de la acción institucional, implementándose un modelo de gestión que, sin descuidar las normas que regulan a un servicio público, se orientó a la obtención de resultados positivos en aquellas tareas que le son propias, dada su condición de entidad encargada de la ejecución de importantes políticas de seguridad social del Estado. Desde entonces, ha incorporado herramientas de gestión como la planificación estratégica, el empleo de indicadores de gestión y nuevas

tecnologías de comunicación y de manejo de información, prestando especial atención al desarrollo de su personal.

Riesgos Laborales

A contar del año 1995 el INP, como organismo del Estado encargado de la administración de la Ley 16.744 de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales, crea un Departamento dedicado exclusivamente a proporcionar atención, servicios e información a un universo conformado por una cifra cercana a los 400 mil empleadores relacionados con más de 800 mil trabajadores.

Universo e infraestructura

Incluidos pagos de pensiones y emisiones de documentos, el INP realiza cada año cerca de 25 millones de atenciones a 800 mil pensionados, 170 mil cotizantes activos, más de 300 mil pensionados asistenciales y casi 900 mil trabajadores cotizantes del Seguro de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales. Para dar cumplimiento a esta enorme labor, el INP cuenta con moderna tecnología

informática que permite atender con la mayor eficiencia a cada uno de sus usuarios.

ISL, y el Instituto de Previsión Social, IPS.

Personas al Servicio de las Personas

La acción del INP, que se ha graficado en la frase "personas al servicio de las personas", corresponde a un proyecto institucional que considera los aportes de cada uno de sus funcionarios para desarrollar una tarea con contenido valórico, que da sentido al trabajo que se realiza, se enlaza al proyecto País de construir una sociedad más justa e igualitaria, entregando un servicio más humano y personal a cada uno de sus miles de beneficiarios.

Creación del IPS

La Ley N° 20.255, promulgada el 11 de marzo de 2008, durante el gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet, creó el sistema de pensiones solidarias, introdujo cambios al sistema de pensiones del decreto N° 3.500, de 1980, y modificó la institucionalidad vigente, creando la Superintendencia de Pensiones, el Instituto de Salud Laboral,

Servicio de Registro Civil e Identificación

<http://www.registrocivil.cl/>



Este sitio en Internet entrega en forma estructurada y de una manera amigable toda la información que nuestros usuarios y clientes requieren para realizar sus trámites ante nuestro Servicio. Nuestras direcciones en la red son www.registrocivil.cl, www.oficinainternet.cl y www.srcei.cl.

¿Qué Resuelve?

La necesidad de contar al instante con certificados de nacimiento, matrimonio, defun-

ción y de anotaciones vigentes de vehículos motorizados.

La necesidad de información sobre cómo puede realizar trámites ante el Servicio y la recepción de sugerencias y reclamos 24 horas al día los siete días de la semana.

Misión Institucional

"Facilitar el ejercicio de los derechos de las personas a través del registro, certificación y verificación de los hechos relativos al estado civil, identidad, bienes y otros actos específicos encomendados por ley, resguardando la confidencialidad, confiabilidad y certeza de la información, brindando un servicio oportuno y de calidad".

Visión

"Ser una organización de personas orgullosas y comprometidas con nuestro Servicio y con el desarrollo de Chile, contribuyendo al ejercicio efectivo de los derechos de las personas, cumpliendo nuestra misión con criterios de excelencia, confidencialidad, calidad y oportunidad, a través de la innovación permanente y

liderando el uso de tecnologías de vanguardia”.

Objetivos Estratégicos

1. Mejorar los niveles de satisfacción de las usuarias y los usuarios, diseñando y aplicando instrumentos que permitan detectar y monitorear en forma oportuna sus necesidades y requerimientos.
2. Garantizar la plena seguridad de nuestros datos a través de la incorporación permanente de tecnología de la información, con innovación y mejoramiento continuo de los procesos.
3. Mejorar las condiciones de cobertura y acceso de las usuarias y los usuarios a los servicios ofrecidos por la Institución, ampliando y modernizando los canales de atención, a través de un diseño operacional moderno y flexible, tanto en tecnología como infraestructura.
4. Fomentar la generación de alianzas estratégicas con otras organizaciones, creando sinergias que permitan optimizar la entrega de nuestros productos estratégicos.

5. Promover la excelencia en los resultados mediante el fortalecimiento de las competencias de las personas que conforman la Institución, cumpliendo eficazmente las políticas y planes institucionales y/o gubernamentales.

Productos Estratégicos

1. Documentos de Identificación.
2. Registro Civil.
3. Registro de Vehículos Motorizados.
4. Registros Penales.
5. Registros Especiales.

Clientes(as)/Usuarios(as)/Beneficiarios(as)

1. Personas naturales.
2. Instituciones del Sector Público.
3. Organizaciones y empresas del sector privado.

El Servicio De Registro Civil Hoy

Misión

“Facilitar el ejercicio de los derechos de las personas a través del registro, certificación

y verificación de los hechos relativos al estado civil, identidad, bienes y otros actos específicos encomendados por ley, resguardando la confidencialidad, confiabilidad y certeza de la información, brindando un servicio oportuno y de calidad".

encomiende al Servicio de Tesorerías por Decreto Supremo;

- Asimismo, podrá el Servicio autorizar el cobro a domicilio de los tributos y demás entradas con el personal de su dependencia; determinando las condiciones en que dicha cobranza deberá llevarse a efecto.

Distribuir los ingresos a los menos una vez al mes, de acuerdo con las modalidades y sistemas que para la rendición y examen de cuentas internas del Servicio, determine el Tesorero General.

Efectuar el pago de las obligaciones fiscales, y, en general, las de entidades del Sector Público que las leyes le encomienden.

Delegar, previa autorización por decreto supremo, la facultad de recaudar tributos en otros Servicios del Estado o Instituciones Bancarias.

Establecer oficinas recaudadoras en los lugares y por el tiempo que sea necesario, bajo la dependencia de las respectivas Tesorerías Regionales o

Provinciales, según corresponda.

Centralizar los fondos de los Servicios e Instituciones en la Cuenta Unica del Servicio de Tesorerías, en el Banco del Estado de Chile de acuerdo con las normas establecidas en el Decreto con Fuerza de Ley No. 1 de 1959, y modificaciones posteriores. No obstante aquellos Servicios e Instituciones, que a la fecha de la vigencia del mencionado decreto con fuerza de ley No. 1, mantenían fondos en moneda extranjera podrán continuar operando libremente con ellos, sin sujeción a las disposiciones del citado decreto.

Distribuir los fondos fiscales entre las diversas oficinas pagadoras del Servicio, de acuerdo con las necesidades y en conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias.

Efectuar las emisiones de bonos u otras obligaciones que las leyes dispongan; aceptarlos o endosarlos, ordenar su colocación y distribuir los valores que se obtengan de dichas emisiones en las cuentas

de rentas especiales o ponerlos a disposición de terceros, según proceda.

Efectuar la recaudación de divisas que le encomienden las leyes y distribuirlas conforme a las necesidades internas y externas del Estado. Asimismo, comprar y vender divisas en cualquier banco del país.

Mantener bajo su custodia las especies valoradas fiscales para su venta al público, por intermedio de las Tesorerías Regionales y Provinciales, y proceder su entrega a otras reparticiones legalmente autorizadas.

Recibir y conservar toda clase de instrumentos de garantía extendidos a favor del Fisco, para lo cual emitirá los correspondientes certificados de custodia pudiendo, a su vez, depositar dichos instrumentos en el Banco Central de Chile.

Dar cumplimiento a las leyes, decretos y resoluciones en los cuales tenga ingerencia el Servicio de Tesorerías, una vez que la Contraloría General de la República haya tomado razón de ellos.

Suspender la entrega de fondos a funcionarios públicos afectados por reparos de la Contraloría General de la República, mientras se pronuncia este Organismo y retener, mientras resuelve la Contraloría General de la República o la Justicia Ordinaria en su caso, el pago de sus remuneraciones, desahucios o pensiones, cuando existan cargos en contra de ellos que afecten a fondos fiscales.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CORFO

<http://www.corfo.cl/>



Qué es CORFO?

Corporación de Fomento de la Producción

CORFO apoya a las empresas chilenas para que estén en condiciones de competir en los mercados actuales. Su acción abarca desde el ámbito individual de cada empresa y grupos empresariales que trabajan asociativamente hasta cadenas de producción, incluyendo clusters o concentraciones geográficas de empresas e instituciones en torno a una actividad productiva.

También promueve el surgimiento de nuevos negocios, que renueven y diversifiquen las oportunidades de crecimiento. Por eso, apoya el emprendimiento innovador y las inversiones, especialmente aquellas que le permiten a Chile integrarse a redes productivas internacionales de alta competitividad.

MISION DE CORFO

Lograr que en Chile emerjan y crezcan más empresas innovadoras, dinámicas, responsables e insertas en el mundo, mediante al apoyo a proyectos de alto impacto, para contribuir a hacer realidad las aspiraciones de prosperidad y desarrollo de los chilenos.

Cómo me puede ayudar CORFO?

CORFO cuenta con más de 50 Líneas de Apoyo a disposición de sus clientes. Las Líneas de Apoyo son créditos y subsidios de carácter concursable, a las cuales las empresas o personas naturales pueden postular. Dichas líneas se han agrupado

en torno a las necesidades que están destinadas a cubrir.

El listado de las 12 necesidades identificadas por CORFO, y de las Líneas de Apoyo que cubren cada una de estas necesidades, es el siguiente:

Comenzar un negocio innovador

- Capital Semilla: Estudio de Preinversión
- Capital Semilla: Apoyo a la Puesta en Marcha

A través de:

- Incubadoras de Negocios: Creación
- Incubadoras de Negocios: Fortalecimiento
- Redes de Inversionistas Ángeles

Obtener financiamiento para su empresa

- Crédito CORFO Inversión
- Crédito CORFO Multisectorial.
- Crédito CORFO Microempresa
- Crédito CORFO Pyme

- Capital de Riesgo CORFO para Pymes Innovadoras

Además:

- Crédito CORFO Medioambiental
- Crédito CORFO Regional
- Crédito CORFO Exportación. Financiamiento para el Exportador Chileno
- Crédito CORFO Exportación. Financiamiento para el Exportador Extranjero
- Cobertura CORFO de Préstamos Bancarios a Exportadores (COBEX)

Obtener, crear o transferir tecnología

- Misiones Tecnológicas
- Pasantías Tecnológicas
- Consultorías Especializadas
- Programa de Difusión y Transferencia Tecnológica

A través de:

- Nodos Tecnológicos
- Subsidio a la Formación de Recursos Humanos - Alta Tecnología
- Subsidio a Programas de Capacitación de Alta Especialización - Alta Tecnología

- Subsidio a Estudios de Preinversión - Alta Tecnología
- Subsidio a la Facilitación de la Puesta en Marcha - Alta Tecnología
- Subsidio a la Inversión en Activos Fijos Inmovilizados - Alta Tecnología
- Subsidio al Arrendamiento a Largo Plazo de Inmuebles de Propiedad de Terceros - Alta Tecnología
- Subsidio al Uso o Arrendamiento de Inmuebles de Propiedad de CORFO - Alta Tecnología

Innovar en la Empresa

- Innovación Empresarial Individual
- Apoyo a Negocios Tecnológicos
- Consorcios Tecnológicos: Estudios de Preinversión
- Consorcios Tecnológicos: Desarrollo

Además:

- Misiones Tecnológicas
- Pasantías Tecnológicas
- Consultorías Especializadas
- Capital de Riesgo CORFO para Pymes Innovadoras

- Centros de Difusión y Transferencia Tecnológica
- Prospección e Investigación de Mercados Externos

A través de:

- Plataforma de Negocios para la Innovación

Mejorar la Gestión o Procesos

- Fomento a la calidad (FOCAL)
- Fondo de Asistencia Técnica (FAT TIC y FAT PL)
- Programa de Preinversión en Eficiencia Energética (PIIE)

A través de:

- Programa de Emprendimientos Locales (PEL)
- Crédito CORFO Medioambiental
- Programa de Preinversión en Medioambiente (PIMA)
- Programa de Preinversión en Riego (PIR)
- Programa de Preinversión en Áreas de Manejo de Pesca Artesanal

Desarrollar negocios en forma asociativa

- Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)

Mejorar la red de proveedores

- Programa de Desarrollo de Proveedores

Mejorar el entorno para la innovación

- Innovación Precompetitiva
- Bienes Públicos para la Innovación

Proteger su inversión o creación

- Apoyo a la Protección de la Propiedad Industrial
- Subvención a la Prima del Seguro Agrícola

Exportar productos y servicios

- Crédito CORFO Exportación: Financiamiento al Exportador Chileno
- Crédito CORFO Exportación: Financiamiento al Comprador Extranjero

- Cobertura CORFO de Préstamos Bancarios a Exportadores (COBEX)
- Prospección e Investigación de Mercados Externos

A través de:

- Plataforma de Negocios para la Innovación

Invertir en Chile y sus regiones

- Servicios de Apoyo al Inversionista
- Subsidio a Estudios y/o Asesorías Especializadas en la Etapa de Preinversión-Regiones
- Subsidio a Estudios de Preinversión en Zonas Extremas y/o de Rezago Productivo
- Subsidio a Estudios de Preinversión - Alta Tecnología
- Programa de Preinversión en Energías Renovables No Convencionales (ERNC)
- Subsidio a la Facilitación de la Puesta en Marcha en Zonas Extremas y/o de Rezago Productivo
- Subsidio a la Facilitación de la Puesta en Marcha - Alta Tecnología

- Subsidio a la Inversión en Activos Fijos en Zonas Extremas y/o de Rezago Productivo
- Subsidio a la Inversión en Activos Fijos Inmovilizados - Alta Tecnología
- Subsidio al Arrendamiento a Largo Plazo de Inmuebles de Propiedad de Terceros - Alta Tecnología
- Subsidio al Uso o Arrendamiento de Inmuebles de Propiedad de CORFO - Alta Tecnología
- Subsidio a la inversión en Inmuebles de Interés Turístico o Patrimonial en la Comuna de Lota y Comuna de Valparaíso
- Subsidio a la Formación de Recursos Humanos - Alta Tecnología
- Subsidio a Programas de Capacitación de Alta Especialización - Alta Tecnología
- Crédito CORFO Regional

Además:

- Crédito CORFO Inversión
- Crédito CORFO Medioambiental
- Crédito CORFO Multisectorial

- Programa de Preinversión de Eficiencia Energética (PIEE)
- Programa de Preinversión en Medio Ambiente (PIMA)
- Programa de Preinversión en Riego (PIR)

Ejecutar proyectos audiovisuales

- Programa de Fomento al Cine y a la Industria Audiovisual

Financiar estudios de educación superior

- Crédito CORFO Pregrado
- Crédito CORFO Postgrado

SERCOTEC

<http://www.sercotec.cl/>



¿Qué es SERCOTEC?

El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), es una Corporación de Derecho privado, filial de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), existente desde el 30 de junio de 1952 mediante la firma de un acuerdo cooperativo de asistencia técnica, al que concurren la Corporación de Fomento de la Producción, el Gobierno de Chile y el Instituto de Asuntos Interamericanos en representación del Gobierno Norteamericano. Obtuvo su personalidad jurídica mediante D.S. N° 3.483 del 06.07.1955, que aprobó sus estatutos. La última modificación de estatutos fue aprobada

por D.S. N° 495 del 27.07.1986. Dado que SERCOTEC administra y opera recursos del Estado, para el sólo efecto de la administración financiera de dichos recursos, se considera dentro del Sector Público.

En la actualidad, el Servicio ha desarrollado orientaciones estratégicas que guiarán su acción hasta el 2010, alineando su quehacer con el Programa de Gobierno de la Presidenta Bachelet. Ha replanteado su forma de atender a la MIPE, preocupándose en forma prioritaria de que éstas accedan a los mercados, generen valor agregado en sus productos con tecnología y diseño, y se incorporen al mundo del conocimiento para ser más competitivas.

Las prioridades hoy son la política de cluster, el desarrollo de los territorios y de las Agencias Regionales, siempre focalizando el quehacer en las empresas con oportunidad en el mercado y ofreciendo servicios habilitantes a las que no las tienen, sustentando la acción con valores muy precisos: calidad en el servicio, calidez

en la atención y simplicidad en la gestión.

Visión

Queremos ser la institución líder, generadora de sinergia en la Red de Fomento productivo para la micro y pequeña empresa; descentralizada, autónoma, orientada al desarrollo económico territorial; promoviendo las competencias y el compromiso de nuestro personal con la misión institucional, en un ambiente de mejoramiento continuo.

Misión

Promover y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios.

¿Cómo se organiza SERCOTEC?

El Servicio es dirigido por una Gerenta General, Cristina Orellana Quezada, designada por el Directorio, a propuesta de su Presidente. Tiene a su cargo la dirección de las opera-

riones del Servicio, de acuerdo con las disposiciones de los Estatutos.

Territorialmente el Servicio cuenta con 15 centros de responsabilidad, sus Direcciones Regionales, dirigidas por un Director/a Regional designado/a por la Gerenta General, a cargo de un equipo de ejecutivos y administrativos. Las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Valparaíso, Maule, Bío-Bío, Araucanía, Los Ríos, Los Lagos y la Metropolitana cuentan además con Oficinas Provinciales.

Directores/as Regionales

Región de Arica y Parinacota:
Mauricio Guaita

Región de Tarapacá: Sara Benavides

Región de Antofagasta:
Marlene Sánchez

Región de Atacama: Carlos Riveros (s)

Región de Coquimbo: Atilio Carrasco

Región de Valparaíso:
Washington Cárdenas

Región de Magallanes: Iris
Vásquez

Región de Libertador Bernardo
O'Higgins: Oliver Rojas

Región Metropolitana: Eduardo
Santander

Región del Maule: Carlos
Cerda

Región del Bío Bío: Gabriel
Alvarez

Región de La Araucanía:
Carmen Gloria Aravena

Región de Los Lagos: Nicolás
Benkö

Región de Los Ríos: Guillermo
Medina

Región de Aysén: Christian
Espinoza

E-COMMERCE
COMERCIO ELECTRONICO

MERCADOLIBRE

<http://www.mercadolibre.cl/>



¿Cómo funciona MercadoLibre? .

MercadoLibre es un gran mercado virtual que ofrece a los usuarios la posibilidad de comprar y vender todo tipo de artículos (nuevos y usados).

¿Quién vende el artículo? Se trata de usuarios individuales, o bien empresas reconocidas y locales a la calle que utilizan MercadoLibre como su vidriera en Internet. Se identifican por su Seudónimo y su Reputación en el sitio. MercadoLibre no vende artículos

¿En qué se diferencia la compra a precio fijo de la subasta?

La **Subasta** y la **compra a Precio fijo** son las 2 modalidades de venta que el vendedor tiene a su disposición para ofrecer sus artículos.

Precio fijo: compras el artículo en el momento al precio fijo que figura en la publicación.

Subasta: ingresas el precio que estás dispuesto a pagar por ese artículo. El sistema te asignará la oferta mínima para que seas el ganador. Si otro usuario oferta, el sistema volverá a ofertar por ti hasta alcanzar el monto máximo que ingresaste. Al terminar la duración de la publicación quien haya ingresado el precio más alto es el comprador.



¿Cómo compro el artículo? En sólo 3 pasos

¡Para comprar debes estar inscrito! Es gratis.

1. Encuentra el artículo que deseas navegando las categorías o usando el buscador.
2. Lee atentamente la publicación del artículo, la reputación del vendedor y hazle preguntas si te quedan dudas.
3. Haz clic en el botón **Comprar** si se trata de una compra a Precio fijo o en **Ofertar** si es una Subasta. En este último caso, podrás utilizar la Auto-oferta para indicar el precio máximo que estás dispuesto a pagar.

Una vez que hayas realizado la compra, te llegará un e-mail con los datos para contactar al vendedor y el vendedor recibirá los tuyos.

¿Qué es la Auto-oferta?

La Auto-oferta es un negociador que **te permite realizar tu compra al menor precio posible**. El sistema ofertará lo mínimo posible para que siempre vayas ganando y como máximo ofertará el precio que

estableciste.

Para utilizar la Auto-oferta, tendrás que establecer el precio máximo que deseas ofrecer por ese artículo (1) y luego hacer clic en Confirmar(2). Si prefieres puedes deseleccionar esta opción antes de ofertar (3).

Confirma tu Oferta Cerrar X

Celular Motorola Ultimo Modelo. Desde Luca

Cantidad: 1 de 1

Tu oferta: \$ 62500.00 Auto-oferta (Oferta mínima: \$62500.00)

¿Nuevo en MercadoLibre?
[Regístrate y oferta](#)

¿Ya estás registrado?

Apellido o e-mail:

Clave:

[¿Olvidaste tu clave?](#)

[Confirmar](#)

¿Cómo pago y recibo mi compra?

Debes fijarte bien en la página del artículo qué medios de pago y envío acepta el vendedor y cuáles son los costos de envío. No es imprescindible tener tarjeta de crédito para comprar en MercadoLibre.

Preferencias de pago y envío

Pago

A convenir

MercadoPago [Quitar](#)

Envío

A convenir con el vendedor

Si prefieres utilizar otros medios de pago o envío, consulta al vendedor desde la página antes de ofertar.

Beneficios de comprar en MercadoLibre

Consigues las mejores ofertas en precio, calidad y diversidad. Comparas por precio y calidad en el momento y desde la comodidad de tu casa.

- Conoces la trayectoria de cada vendedor antes de ofertar.
- Accedes a Guías de Compra.
- Encuentras las Opiniones de otros usuarios sobre el producto que te interesa.
- No es necesario tener tarjeta de crédito para comprar.
- Puedes utilizar MercadoPago como método de pago seguro de tus compras.

SURWEB.CL

<http://www.surweb.cl/>



Correo electrónico:

contacto.surweb@gmail.com

Objeto

El objeto de la página es entregar una herramienta gratuita de fácil uso con el que las micro y pequeñas empresas puedan mantener actualizada la información que ofrecen a sus clientes.

El acceso a esta página Web o su uso por el usuario implica necesariamente, y sin reservas, el sometimiento y aceptación de las condiciones de uso. Por tanto, se recomienda que el usuario las lea de forma atenta

y detenida cada vez que quiera entrar en la página Web de SurWeb.

El propietario ofrece la infraestructura y facilita las claves de acceso para la edición de los contenidos de las empresas bajo solicitud de la misma de forma gratuita.

El propietario, se reserva la facultad de realizar, en cualquier momento y sin necesidad de preaviso alguno, cualquier modificación, paralización o actualización de los contenidos y servicios, de las Condiciones de Acceso y, en general, de cuantos elementos integren el diseño y configuración de su página Web.

Condiciones de uso

La utilización de los servicios ofrecidos en este sitio se registrará por las condiciones particulares previstas en cada caso.

El propietario podrá suspender las cuentas de los usuarios registrados si considera que hacen un uso indebido de ellas, así como facilitar direcciones IP y otras informaciones relevantes sobre las noticias y

comentarios que se le soliciten por vía policial o judicial.

Los contenidos (imágenes, textos, gráficos, archivos, etc.) incluidos en las páginas de los usuarios, es decir de una empresa son propiedad de los usuarios registrados que los generan o de la empresa a la que representan, no teniendo el propietario responsabilidad sobre los mismos, pero reservándose el derecho de modificación o eliminación en casos justificables.

Limitación de responsabilidad

Quien utiliza este sitio Web, lo hace por su propia cuenta y riesgo. El propietario no asume responsabilidad alguna por el contenido, imágenes, enlaces hacia otros sitios o contexto de las áreas creadas y/o manipuladas por el Usuario, ni garantiza la ausencia de virus u otros elementos en los mismos que puedan producir alteraciones en el sistema informático. El propietario controla y verifica esporádicamente, el contenido de algunos Usuarios de este Servicio y en algún

caso puede modificar o eliminar el contenido ofrecido por el Usuario a terceros dentro del Servicio para mantener el buen funcionamiento del Servicio y el cumplimiento de las Condiciones Generales y Particulares de Uso.

En el caso de que cualquier usuario, cliente o un tercero, considerara que el contenido o los servicios prestados en las páginas enlazadas son ilícitos o lesionan bienes o derechos del propio usuario, de un cliente o de un tercero susceptibles de indemnización y en particular, que consistan en:

- 1.- Actividades o contenidos susceptibles de ser considerados delictivos conforme a la normativa penal chilena.
- 2.- Actividades o contenidos que violen derechos de propiedad intelectual o industrial.
- 3.- Actividades o contenidos que pongan en peligro el orden público, la investigación penal, la seguridad pública y la defensa nacional.
- 4.- Actividades o contenidos que pongan en peligro la

protección de la salud pública, el respeto a la dignidad de la persona y el principio de no discriminación y la protección a la salud o la infancia. deberá informarnos por correo a contacto.surweb@gmail.com.

El acceso al Portal requiere de servicios y suministros de terceros, incluidos el transporte a través de redes de telecomunicaciones cuya fiabilidad, calidad, continuidad y funcionamiento no corresponde al propietario. Por consiguiente, los servicios proveídos a través de la Web, pueden ser suspendidos, cancelados o resultar inaccesibles, con carácter previo o simultaneo a la prestación del servicio de la Web.

El propietario no se responsabiliza de los daños y perjuicios de cualquier tipo producidos en el usuario derivados del fallos o desconexiones en las redes de telecomunicaciones que produzcan la suspensión, cancelación o interrupción del servicio de la Web durante la prestación del mismo o con carácter previo.

Propiedad intelectual

Quedan prohibidas la reproducción, excepto para el uso privado, la transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición del público y en general cualquier otra forma de explotación, por cualquier procedimiento, de todo o parte de los contenidos de este sitio Web, así como su forma diseño y la selección y forma de presentación de los materiales incluidos en la misma. Estos actos de explotación sólo podrán ser realizados si media la autorización escrita y expresa previa del propietario.

Protección de datos

La información que recibe el propietario de los usuarios de este sitio Web, es tratada con la máxima confidencialidad.

Algunos de los servicios incluidos en este sitio Web, exigen la recogida de datos personales. Para la prestación de estos servicios, el propietario precisa recabar del usuario determinados datos que se consideran imprescindibles. Durante el proceso de recogida

de los datos, el usuario será informado del carácter necesario de los mismos. Si no se facilitan estos datos obligatorios, no será posible la prestación de tales servicios.

En relación con los datos recabados en la forma prevista en los apartados anteriores, el usuario podrá ejercitar los derechos reconocidos por la ley y, en particular, los derechos de acceso, rectificación o cancelación de datos y oposición, si resultase pertinente, así como el derecho de

revocar el consentimiento prestado para la cesión de sus datos. Tales derechos podrán ser ejercitados por el usuario o, en su caso, por quien lo represente, mediante solicitud escrita y firmada. La solicitud deberá contener los siguientes datos: nombre y apellidos del usuario, domicilio a efectos de notificaciones, fotocopia del Documento Nacional de Identidad o pasaporte, y contenido concreto del derecho ejercitado.

Conocimiento y Uso de TIC´s Segmento MYPE- Región de Aysén.

**Pedro Calandra Bustos
Manuel Araya Arraño**

Conocimiento y Uso de TIC's Segmento MYPE- Región de Aysén.

Se efectuó un levantamiento de información con respecto a la situación, implementación y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación TIC's por parte de las micro y pequeñas empresas en la Región de Aysén, entre agosto y noviembre del 2008.

Este levantamiento se basó en la extensa información disponible por parte de SERCOTEC, pero se enfoca específicamente en la realidad de las MYPES de la Región de Aysén, pues solamente a mediados del año 2008 se encuentra disponible conexión de alta velocidad, mediante la habilitación del cable de fibra óptica. Esta nueva situación entrega una serie de nuevas herramientas a los empresarios de la región, permitiéndoles competir de mejor manera con el resto del país y el mundo.

Los resultados de este estudio, permitirá a SERCOTEC tener una visión general de la realidad regional del conocimiento y uso de las TIC's por parte del segmento MYPE de la Región de Aysén, de modo de encauzar sus políticas de desarrollo y apoyo hacia los sectores y actividades que requieran ayuda, enfocándose en temas específicos y con plena identificación de sus necesidades.

Esta encuesta ha sido desarrollada por el equipo del Centro AGREN, junto al apoyo de psicólogos y profesionales del área social. Su ejecución fue llevada a cabo, en las ciudades de Puerto Aysén y Coyhaique, donde se concentra más del 90% de la población de la Región.

Las bases de datos de donde se obtuvieron los contactos son:

- 1.- Cámara de Comercio y de Turismo de Coyhaique
- 2.- Cámara de Turismo de Coyhaique
- 3.- Cámara de Turismo de Puerto Aysén
- 4.- A.G. Prestadores de Servicios de la Industria Salmonera de Aysén

5.- Listado de Empresas del Programa Capital Semilla Empresas 2008 de SERCOTEC

La recopilación de los datos en terreno fue realizada por un equipo de profesionales residentes en la región, lo que les entregaba familiaridad y generaba confianza con los entrevistados, asegurando la veracidad de la información. El desarrollo de esta etapa se efectuó sin contratiempos y entregó la información necesaria para el análisis posterior.

En general hubo una muy buena acogida y disposición por parte de los empresarios a participar de la encuesta como a entregar información en cada entrevista. Lo anterior, creemos que se debe al reconocimiento y credibilidad que tiene SERCOTEC en el segmento empresarial. En este sentido, los empresarios se manifestaron interesados en conocer los resultados del estudio y las iniciativas y proyectos que se implementaran a partir de esta información y cómo ellos pueden participar de estos beneficios.

OBJETIVO GENERAL

Conocer y retratar la realidad de uso y consumo de las TIC's en las MYPES de las principales ciudades de la región de Aysén: Coyhaique y Puerto Aysén.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

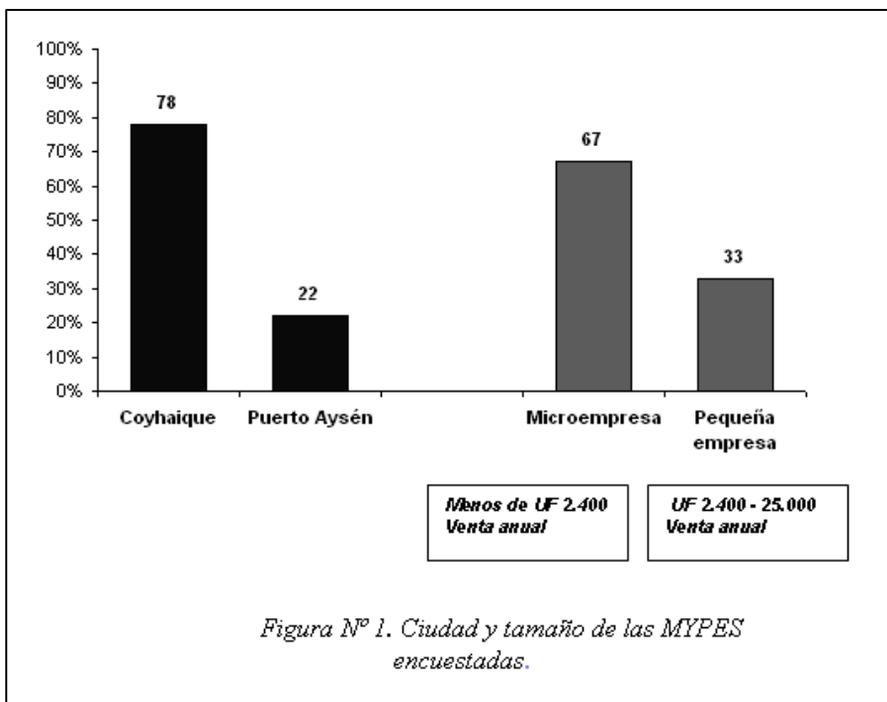
1. Caracterizar sociodemográficamente a las MYPES de la región de Aysén (Rubro, Tamaño, Antigüedad, etc.)
2. Caracterizar el equipamiento tecnológico actual de las MYPES de la región de Aysén: Conexión a Internet, Páginas WEB propias, etc.
3. Determinar el nivel de conocimiento y uso de las TIC's por parte de los micro y pequeños empresarios de la región.
4. Conocer la percepción general e importancia asignada a las TIC's dentro de sus empresas.
5. Determinar nivel de capacitación en TIC's que tiene el personal de las MYPES de Aysén.

6. Determinar si existen diferencias significativas en las realidades observadas en ambas ciudades de la región.

Para alcanzar los objetivos planteados, se realizó un estudio cuantitativo basado en la aplicación de encuestas presenciales a informantes 212 claves - Dueños, Gerentes Generales, etc. - de Micros y Pequeñas Empresas de la región de Aysén.

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Se efectuaron 212 encuestas de micro y pequeñas empresas de la Región de Aysén, los casos estudiados correspondieron a 165 en la ciudad de Coyhaique y 47 casos a la ciudad de Puerto Aysén equivalentes al 78% y 22% del total respectivamente. En la figura 1 se muestra la proporción de casos encuestados según localidad y tamaño de la empresa.



CARACTERIZACIÓN DE LAS MYPES DE LA REGIÓN DE AYSÉN

Tamaño de la empresa

Microempresas:

- 1 El 67% de los casos corresponden a microempresas cuyo monto de ventas anuales es menor a 2.400 UF, de estas 116 casos fueron encuestados en Coyhaique y 26 en Puerto Aysén .
- 2 Estas empresas concentran su actividad principalmente en los rubros servicios 35%, comercio 25% y turismo 15%
- 3 Los rubros tanto de artesanía y manufactura son actividades desarrolladas sólo por microempresas.

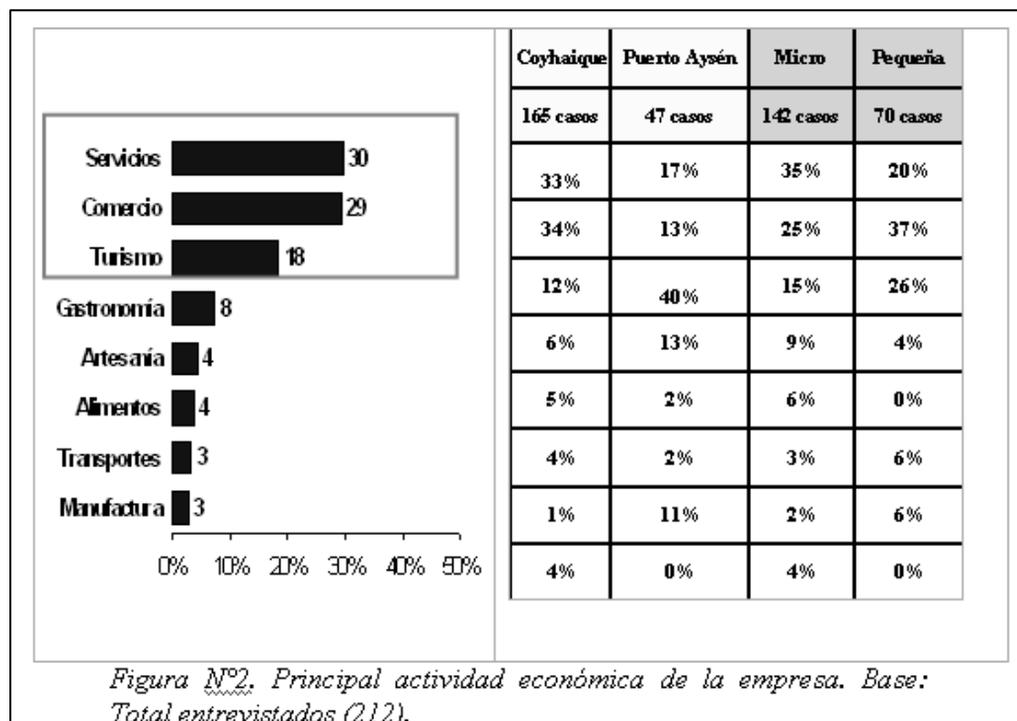
Pequeñas empresas:

- 1 Las pequeñas empresas encuestadas corresponden a 70 casos que representa el 33% del total de los casos encuestados. Las ventas anuales de este grupo están entre 2.400 y 25.000 UF. En Coyhaique se encuestaron 49 casos y 21 en Puerto Aysén.
- 2 El comercio es la principal actividad 37%, seguido por el turismo 26% y servicios 20%.

Rubro de las empresas

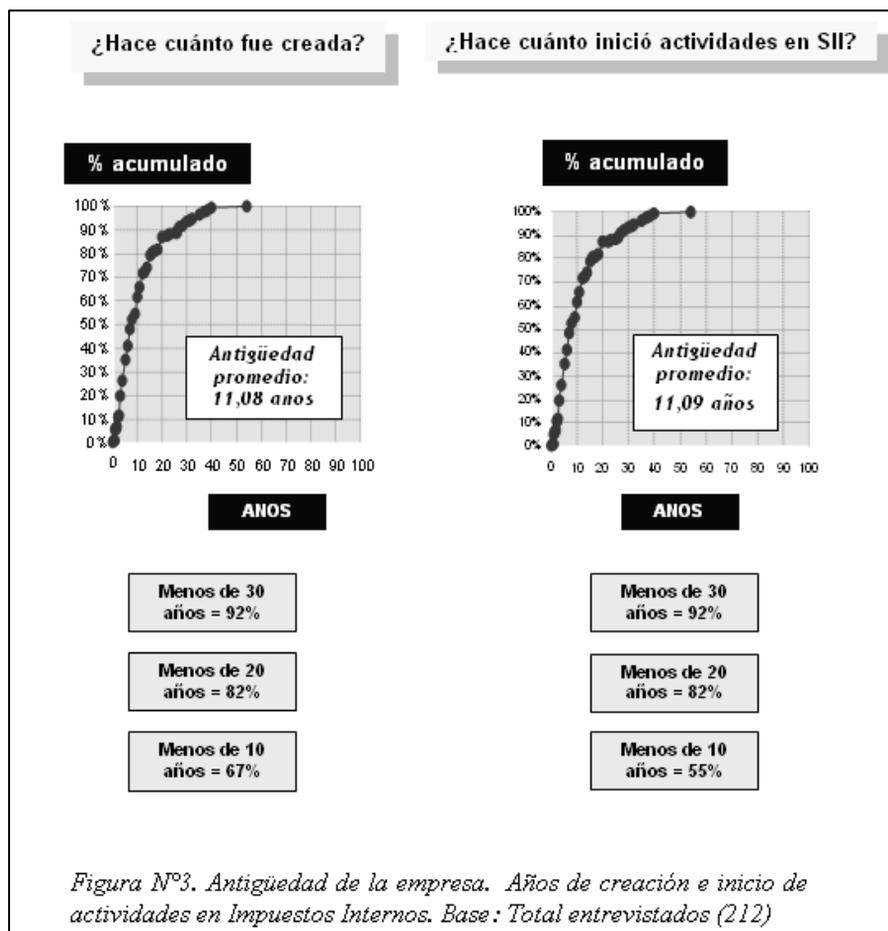
Entre las principales actividades a que se dedican las MYPES en la región se encuentra los rubros de servicios 30%, comercio 29%, turismo 18%, gastronomía 8%, artesanía 4%, alimentos 4%, transporte 3% y manufactura 3%.

En Coyhaique el mayor porcentaje corresponde a servicios 33% y comercio 34%, mientras que en Puerto Aysén la principal actividad es el turismo con 40%. En el punto anterior se detalla los rubros según el tamaño de las empresas.



Antigüedad de la empresa

Respecto a la antigüedad de las empresas estas tienen en promedio de 11,08 años. La mayoría inicio sus actividades en el Servicio de Impuestos Internos al momento de crear la empresa, que en promedio es de 11,09 años.



EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE LAS MYPES

Equipamiento tecnológico actual de la empresa

Consultadas por el equipamiento tecnológico un 78 % de las MYPES cuenta con línea telefónica fija, 68 % tiene computadores, 61 % teléfono móvil y 21 % computadores portátiles (Notebook).

Un 34% cuenta con computadores conectados a Internet, el 29% tiene correo electrónico (e-mail) gratuito y 14% correo electrónico (e-mail) pagado.

Los dispositivos portátiles (Palm, Blackberry, iPhone, PocketPC) son menos frecuentes con 5%.

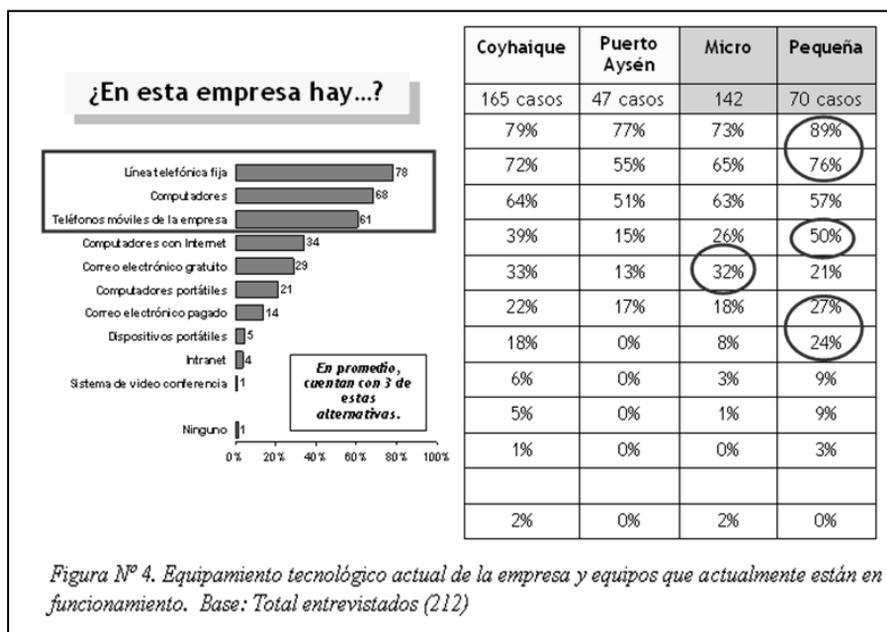
Equipo Tecnológico	Empresas que tienen equipos	% empresas que tienen equipos	Total de equipos
Computadores	145	68	319
Computadores portátiles (Notebook)	45	21	63
Dispositivos portátiles (Palm, Blackberry, iPhone, PocketPC)	10	4,7	11
Computadores conectados a Internet ¹	72	34	208
Correo electrónico (E-mail) pagado	29	13,7	44
Correo electrónico (E-mail) gratuito	61	28,7	61
Intranet	8	3,8	8
Línea telefónica fija	166	78	216
Teléfonos móviles de la empresa	129	60,8	194
Sistema de video conferencia	2	0,9	2

Tabla N°1. Equipamiento tecnológico de las MYPES¹

En general las pequeñas empresas están mejor equipadas que las microempresas en cuanto a su equipamiento tecnológico, esta situación está directamente relacionada con el nivel de ingresos de la

¹ En la tabla N° 1 se hace referencia al porcentaje de computadores (de escritorio) conectados a Internet 34 %. Este valor no debe confundirse con la información entregada en la figura N° 8 donde las empresas que tienen conexión a Internet son en total 57 %, ya que incluye conexión de dispositivos portátiles y notebooks.

empresas. Además, la capacidad de equipamiento es mejor en las empresas de Coyhaique que en las de Puerto Aysén, figura N° 4.



Casi todos los entrevistados señalan que tienen algún tipo de equipamiento tecnológico para funcionar en sus empresas. La Pequeña empresa aparece mejor equipada en cuanto a tecnología. También se observa una mejor situación en Coyhaique.

Comunicación habitual con clientes y proveedores

Un 68 % de las MYPES indica tener una cartera estable de clientes. En el caso de las micro empresas esta situación es mayor en comparación a las pequeñas empresas. En la figura 5 se muestra gráficamente los porcentajes de MYPES que cuentan con cartera de cliente, se detalla además según tamaño de la empresa y la localidad.

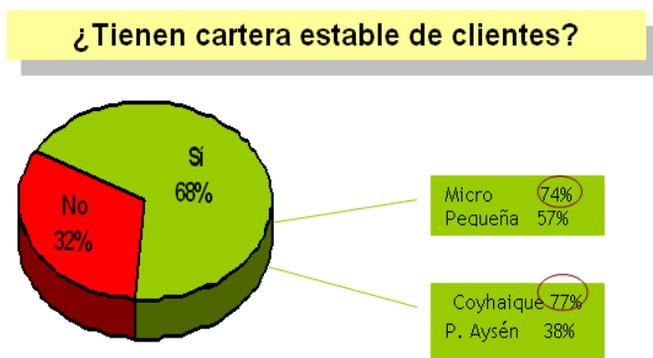


Figura N°5. MYPES que tienen una cartera de clientes estable. Base: Total entrevistados (212)

El principal canal de comunicación con los clientes es el teléfono fijo 83 %, el teléfono celular 56 % y el correo electrónico 36 %. Esta proporción es similar en el caso de la comunicación con los proveedores donde el uso del teléfono fijo es de 82 %, teléfono celular 51 % y el correo electrónico 35 % (ver Figura N°6).

¿De qué manera se comunican con clientes y proveedores?

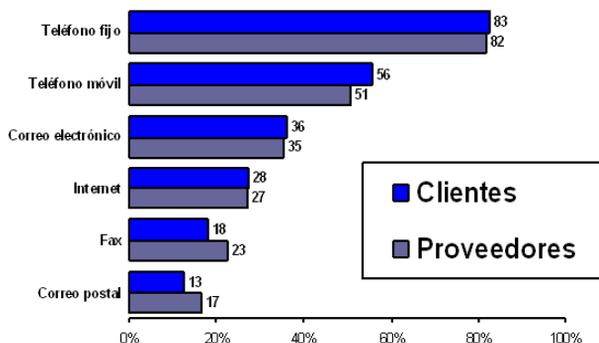


Figura N°6. Principales medios de comunicación de las MYPES de la Región de Aysén con sus clientes y proveedores. Base: Total entrevistados (212).

Suscripción a Revistas Tecnológicas

El 8% de las empresas están suscritas a revistas tecnológicas las cuales tratan temas específicos de la empresa.

¿Están suscritos a alguna revista tecnológica?

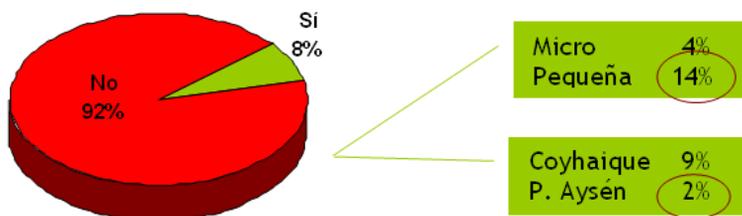


Figura N°7. MYPES de la Región de Aysén suscritas a revistas tecnológicas.

Hay un bajo nivel de suscripción a revistas tecnológicas. Mayoritariamente corresponde a Pequeñas empresas de Coyhaique.

TENENCIA DE CONEXIÓN EN LA EMPRESA

Del total de casos encuestados, 57% de las empresas cuenta actualmente con conexión a Internet.

De las empresas que no tienen conexión (92 casos), el 40% reconoce no tener actualmente pero considera necesario estar conectados en el futuro; 8% señala no estar conectado porque no tiene computador. Una de las razones importantes de no estar conectados es el costo del servicio (38%) y sólo un 2% reconoce no contar con personal capacitado como razón para no conectarse a Internet. El 12% considera innecesario Internet para su empresa.

¿Tienen conexión a Internet en la empresa actualmente?

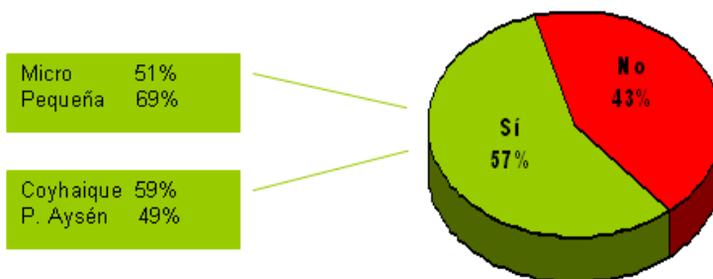


Figura N°8 MYPES de la Región de Aysén que tienen conexión a Internet en la actualidad.

Un poco más de la mitad de las empresas cuentan actualmente con conexión a Internet, este indicador aumenta en las Pequeñas empresas y en

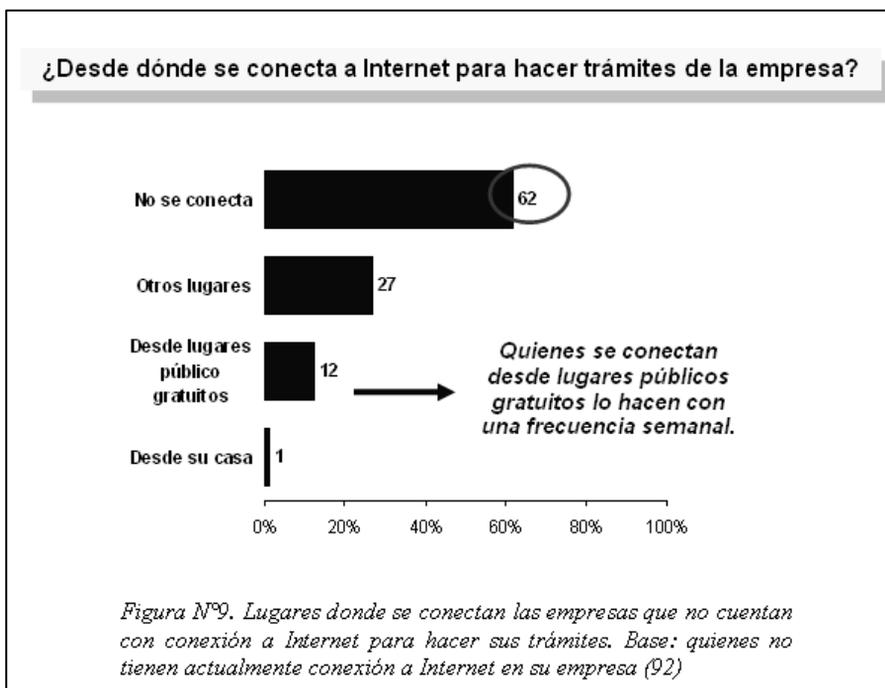
Base: quienes no tienen conexión actualmente	92 casos
No tiene actualmente, pero es necesario para más adelante	40%
Es un servicio costoso	38%
No lo considera necesario para esta empresa	12%
No tienen computadores	8%
No hay personal capacitado	2%
Otras razones	1%

Tabla N° 2. Motivos por los cuales las empresas no tienen conexión a Internet.

Las principales razones para no contar con este tipo de servicio se relacionan con no considerarlo como una de las necesidades actuales de la empresa, además de percibirlo como un servicio caro.

Lugares donde se conectan quienes no tienen Internet

De las empresas que no tienen conexión el 62% definitivamente no se conecta, el 12% lo hace de lugares públicos gratuitos con una frecuencia semanal y un 27% lo hace desde otros lugares



El 52% de quienes no cuentan con conexión a Internet tiene intención de hacerlo, de este, el 13% indicó que lo hará con seguridad. En tanto que el 46% cree que no contratará servicios de conexión, de este porcentaje 6% manifestó que no lo hará con seguridad (ver Figura N°10).

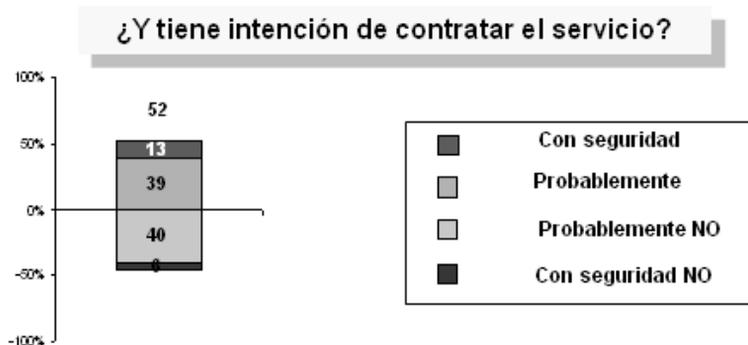


Figura N°10. Intención de contratar servicios de conexión a Internet en el futuro. Base: quienes no tienen actualmente conexión a Internet en su empresa (92)

Características de la actual conexión de Internet de la empresa

Consultadas según el tipo de conexión, las empresas que tienen Internet indicaron que el 71% tiene ADSL, 25% se conecta a través de módem a la línea telefónica, el 10% por telefonía móvil y 8% por antena satelital.

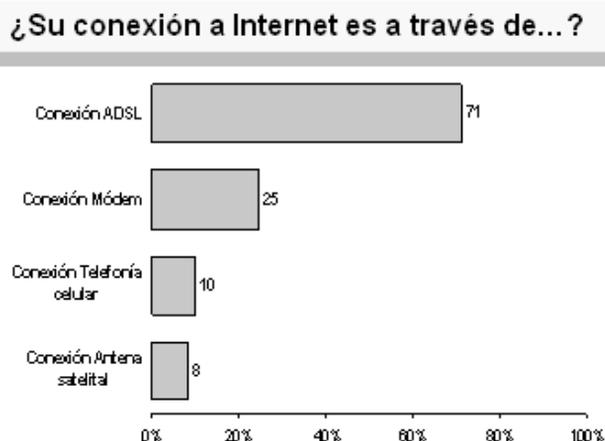


Figura N°11. Tipo de conexión a Internet de las MYPES de la Región de Aysén. Base: quienes tienen actualmente conexión a Internet en su empresa (120).

Respecto a los proveedores de Internet, el 81 % de las MYPES tiene contrato con Telefónica del Sur, 16% con Entel y 3 % el con Movistar

¿Con qué empresa tiene el contrato?

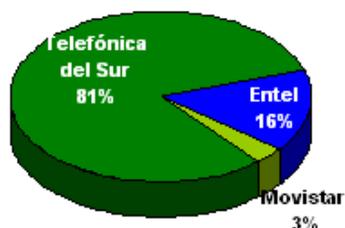


Figura N°12. Proveedores de conexión a Internet de la MIPES. Base: quienes tienen actualmente conexión a Internet en su empresa (120).

Usos de Internet

De los casos encuestados y que tienen conexión a Internet (120 casos), los usos que habitualmente hacen de la red las empresas son los siguientes:

¿Para qué usan habitualmente Internet en su empresa?

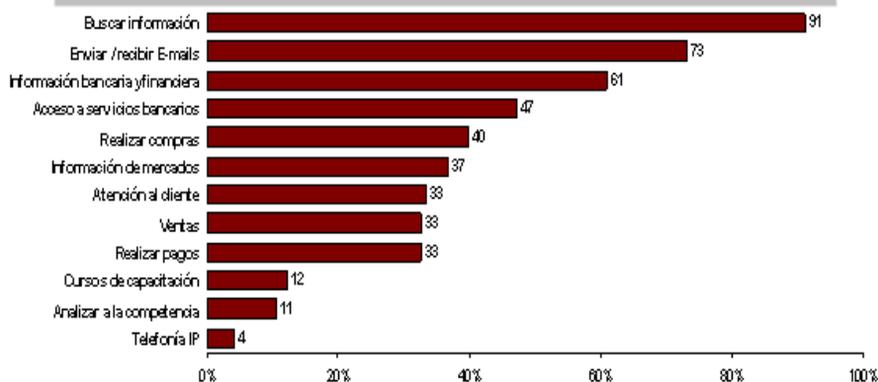


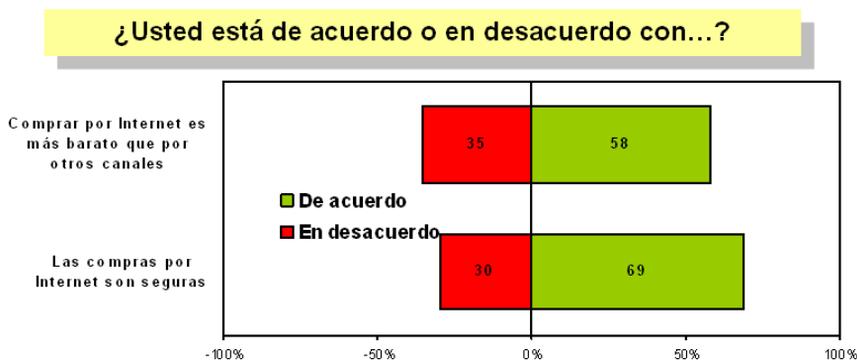
Figura N°13. Principales usos que se le da a Internet en la empresa.

De quienes han efectuado compras por Internet, el 82% ha sido a empresas nacionales.

76% de las empresas que utilizan Internet para la atención de sus clientes, mantienen un seguimiento de los requerimientos o problemas que estos tienen después del contacto.

Actitud frente a las compras realizadas a través de Internet.

29% de los encuestados señalaron haber realizado compras por Internet. De estos, el 58% considera que comprar por Internet es más barato en comparación a otros medios y el 69 % considera que las compras por Internet son seguras.

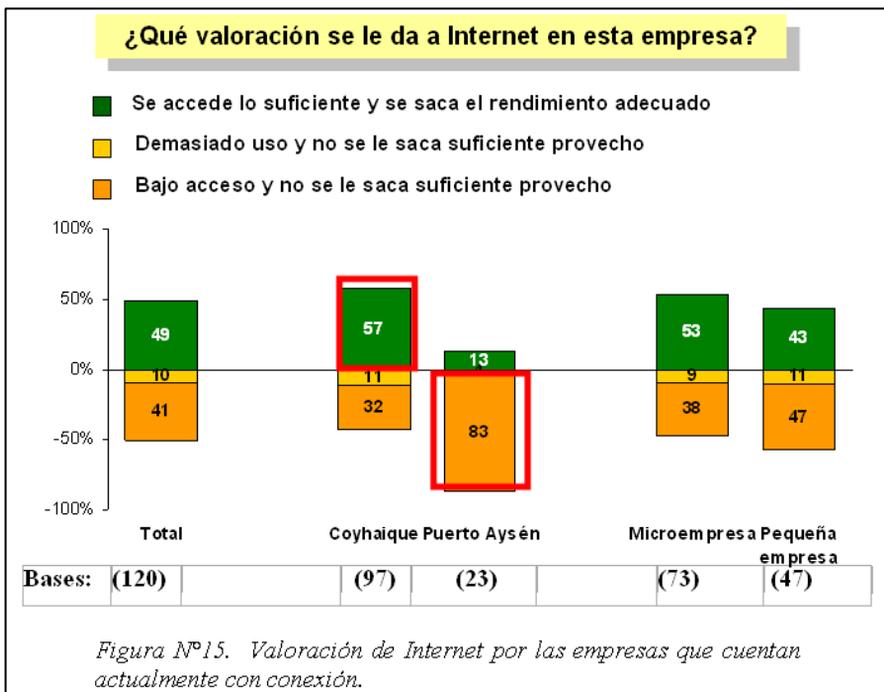


*Figura N°14. Percepción de los entrevistados a comprar por Internet.
Base: quienes han realizado compras a través de Internet (62).*

Valoración que se da a Internet en esta empresa

De quienes cuentan actualmente con conexión a Internet (120 casos), el 49% señala que “se accede lo suficiente y se saca el rendimiento adecuado a la red”, mientras que el 10% indica “demasiado uso y no se le saca suficiente provecho”. El 41% considera que “el acceso a Internet es bajo y no se le saca suficiente provecho”.

La valoración de quienes consideran que “el acceso a Internet es bajo y no se le saca suficiente provecho” proporcionalmente es mayor en Puerto Aysén donde alcanza el 83% en comparación al 32 % de Coyhaique.



USOS DE SITIOS WEB

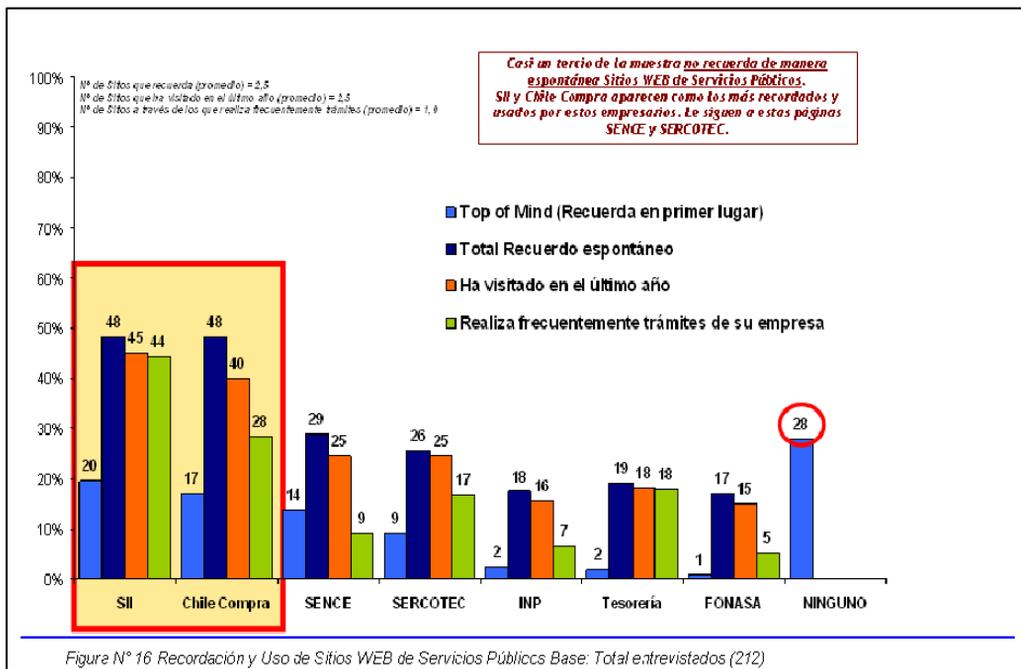
Recordación y uso de Sitios WEB de Servicios Públicos

Consultados por los sitios Web de Servicios Públicos que conocen los entrevistados, se presenta el siguiente cuadro donde se incluyen los porcentajes de las respuestas de los sitios que son recordados en primer lugar, el total de recuerdo espontáneo, las páginas que han visitado durante el último año y las páginas en que realizan trámites frecuentemente para la empresa.

Sitio WEB	Recuerda en primer lugar	Total de recuerdo espontáneo	Sitio visitado el último año	Trámites
				frecuentes
Servicio Impuestos Internos	20%	48%	45%	44%
Chile Compra	17%	48%	40%	28%
SENCE	14%	29%	25%	9%
SERCOTEC	9%	26%	25%	17%
Registro Civil e Identificación	3%	10%	12%	10%
INP	2%	18%	16%	7%
Tesorería General de la República	2%	19%	18%	18%
Dirección del Trabajo	1%	9%	11%	10%
Trámite Fácil	1%	3%	8%	3%
FONASA	1%	10%	16%	5%
SERNAC	1%	8%	8%	5%
Ministerio de Vivienda y Urbanismo	0,50%	2%	12%	5%
Servicio electoral	0,50%	7%	10%	8%
Correos de Chile	0	5%	9%	6%
Infoempleo	0	1%	4%	2%
SBIF (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras)	0	4%	7%	8%
Superintendencia AFP	0	2%	3%	4%
NINGUNA	28%	-	-	-

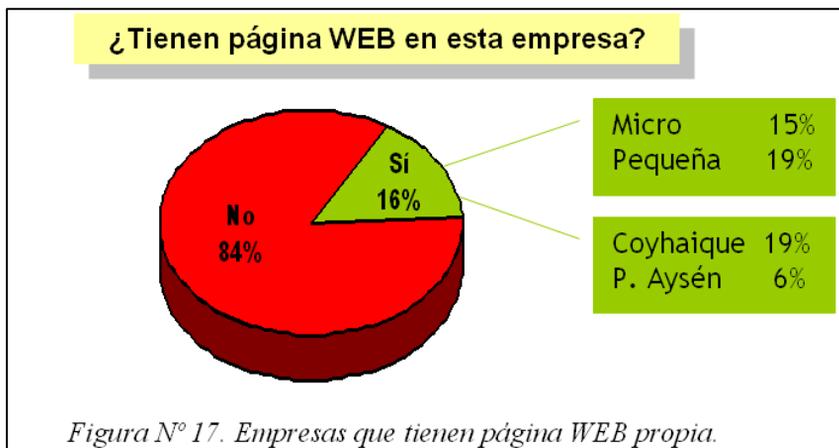
Tabla N°3. Recordación y uso de Sitios WEB de servicios públicos por las MYPES de la Región de Aysén.

Entre los sitios más recordados y usados se encuentra el portal del Servicio de Impuestos Internos, el de Chile Compra y Sence sigue el de Sercotec, INP, Tesorería General de la República y Fonasa.



TENENCIA DE PÁGINA WEB PROPIA DE LA EMPRESA

Consultadas las empresas, si tenían página WEB o sitio WEB, el 16% respondió en forma afirmativa, que equivale a 34 casos del total de los encuestados. La edad promedio de sus sitios es de 4,6 años, y el 64% mantiene sus sitios WEB en su propio servidor.



Respecto a las actualizaciones que hacen de sus sitios el 12% lo hace diariamente, 3% semanalmente, 30% lo hace mensualmente y un 33% con menor frecuencia.

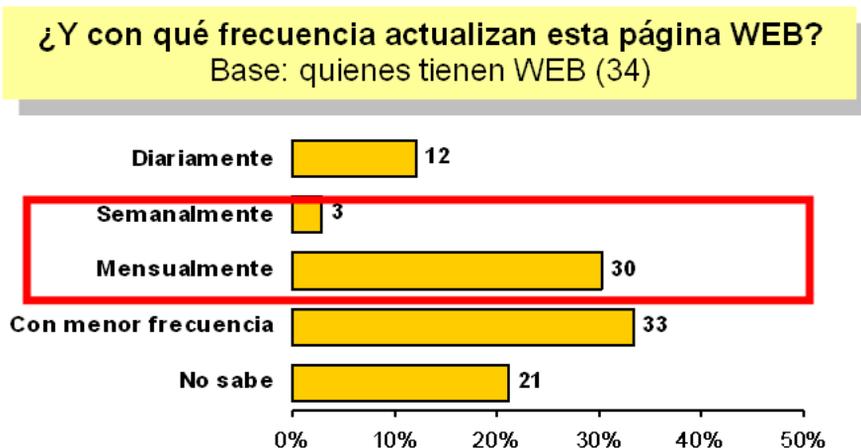
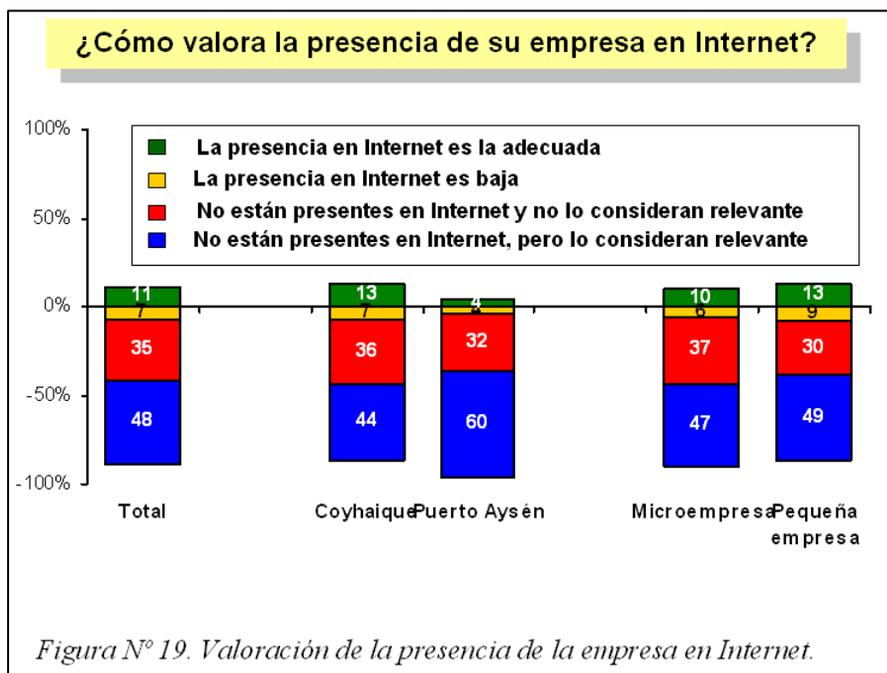


Figura N° 18. Periodicidad con que actualizan su sitio WEB.

Valoración de la presencia de la empresa en Internet.

Respecto a la valoración que hacen los encuestados a la presencia de su empresa en Internet, 35 % no están presentes en Internet y no lo consideran relevante para la empresa; 48 % señaló que no están presentes en Internet, pero lo consideran relevante para la empresa; 7% considera que la presencia actual en Internet es baja y 11% considera que la presencia actual en Internet es la adecuada.

Consultados los casos que no están actualmente presentes en Internet, por cuales eran las razones, 45 % señaló que la empresa no cuenta con suficientes recursos (económicos, técnicos, humanos, de conocimientos, etc.); 26% considera que no se justifica el costo en relación a los beneficios que se puedan generar; el 26% señala que el tamaño de la empresa y/o la actividad no justifica tener presencia en Internet y el 3 % indicó que la empresa no obtendría ningún beneficio al estar en Internet.



La información que entregan a través de este sitio se detalla en la siguiente tabla.

Tipo de información	Porcentaje de empresas
Servicios	76%
Información contactos	71%
Catálogos de productos	68%
Cotizaciones	44%
Compras On-line	18%

Tabla N°4 Información que entregan las empresas a través de sus sitios WEB. Base: quienes tienen WEB (34).

Se analizó el porcentaje de empresas que tienen página WEB, según el nivel de educación de los encuestados. En la medida que el nivel de educación aumenta hay una mayor presencia de empresas que tienen página WEB. Es así que, de las empresas cuyos entrevistados tienen educación universitaria alcanza el 47%.

Nivel de Educación	Tienen página WEB	No tienen página WEB	Total
Menos que media completa	4%	96%	100%
Media completa	10%	90%	100%
Técnica	21%	79%	100%
Universitaria	47%	53%	100%

Tabla N° 5. Porcentaje de los encuestados que tienen páginas WEB, según el nivel de educación para cada categoría.

Del total de los casos entrevistados, 47% correspondieron a hombres y 53% a mujeres. Según el sexo de los entrevistados, se aprecia una mayor participación de las mujeres en la tenencia de páginas WEB de las empresas

Hombre	Mujer
41%	59%

Tabla N°6 . Participación porcentual de quienes tienen página WEB según género

Principales razones para no estar presentes en Internet	
Base: quienes no están actualmente en Internet	175 casos
No hay suficientes recursos	45%
No se justifica el costo en relación a los	26%
Tamaño o actividad de la empresa no justifica	26%
La empresa no obtendría ningún beneficio	3%

Figura N° 20. Principales razones por las cuales las empresas no están presentes en Internet.

Campañas de promoción de la empresa en Internet.

Un 8% del total de los casos encuestados han efectuado alguna campaña de promoción de la empresa a través de Internet. Esta fue orientada principalmente a captación de clientes 59%, oferta de servicios adicionales 53%, mejoramiento de la imagen de la empresa 47% y oferta de productos 35%.

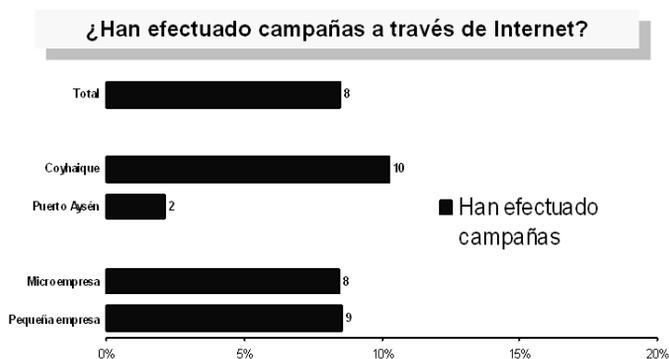


Figura N° 21. Empresas que han efectuado campañas de promoción en Internet según localidad y tamaño de la empresa.

Respecto al lugar donde hicieron esta campaña el 72% fue en el sitio WEB de la empresa, 11% señaló que lo hizo a través de anuncios pagados (Google, Portal, otros) y el 17% por otros medios.

CONOCIMIENTO Y USO DE TIC'S

Nivel de conocimientos de TIC's

El total de encuestados fue consultado si antes de la entrevista conocía el concepto TIC's (Tecnologías de Información y Comunicación). Sólo el 4% de los casos señaló tener conocimiento y todos correspondieron a la localidad de Coyhaique mientras que en Puerto Aysén el conocimiento es nulo.

El 78% que señaló conocer el concepto TIC's, tiene educación técnica o universitaria, el 22% restante tiene educación media completa o técnica incompleta.

Antes de esta entrevista, ¿conocía lo que son las TIC's?

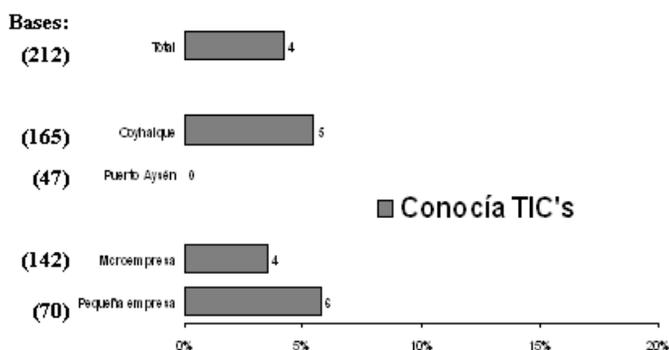
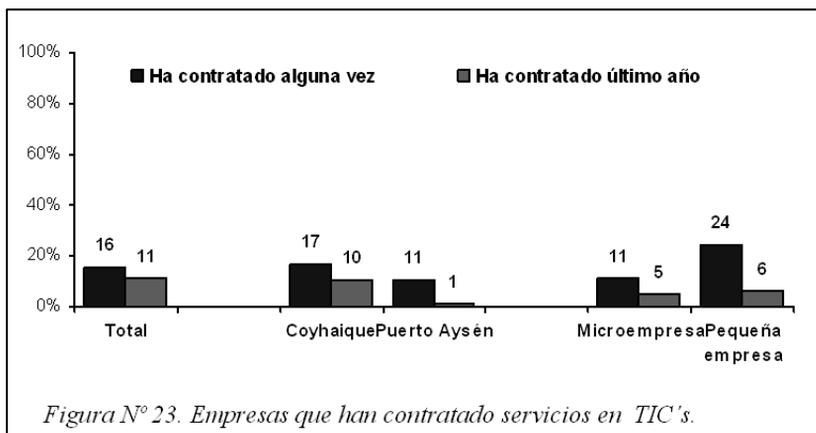


Figura N°22. Conocimiento del concepto TIC's (Tecnologías de Información y Comunicación) en la Empresa.

Uso de TIC's

EL 16% de las empresas han contratado alguna vez servicios de empresas relacionadas con TIC's, como hardware, software, asesorías, etc. El uso de estos servicios es mayor en las pequeñas empresas en comparación a las microempresas y mayor en Coyhaique que en Puerto Aysén.

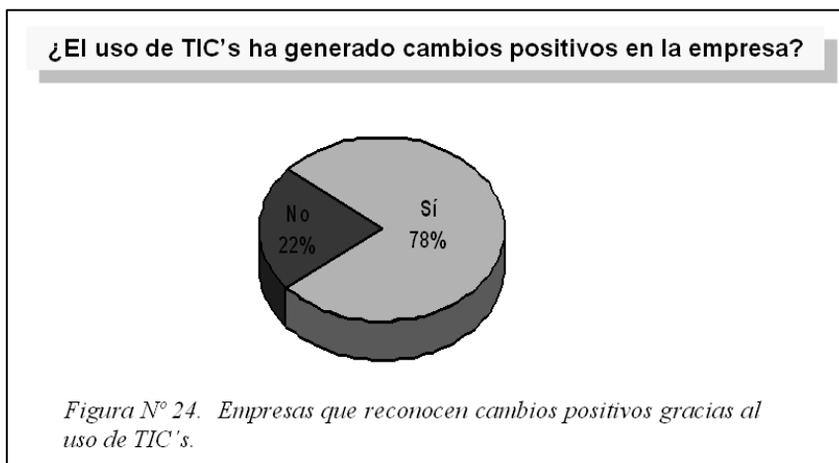


Del total de entrevistados, 26 casos, equivalente al 12% del total de MYPES, han contratado servicios de empresas relacionadas con TIC's durante el último año; entre estos los principales fueron compra y/o mantenimiento de equipos 81%, asesorías computacionales 73%, instalaciones (redes, etc.) 69%, desarrollo de software 46%, y arriendo de equipos 12%.

El nivel de uso de TIC's es mayor al nivel de conocimiento dado que algunos entrevistados han contratado este tipo de servicios, pero no conocían esta denominación. De todos modos, este indicador no supera el 20% a nivel total. Sólo se destaca un nivel de uso mayor en las Pequeñas empresas, aunque no es un uso reciente.

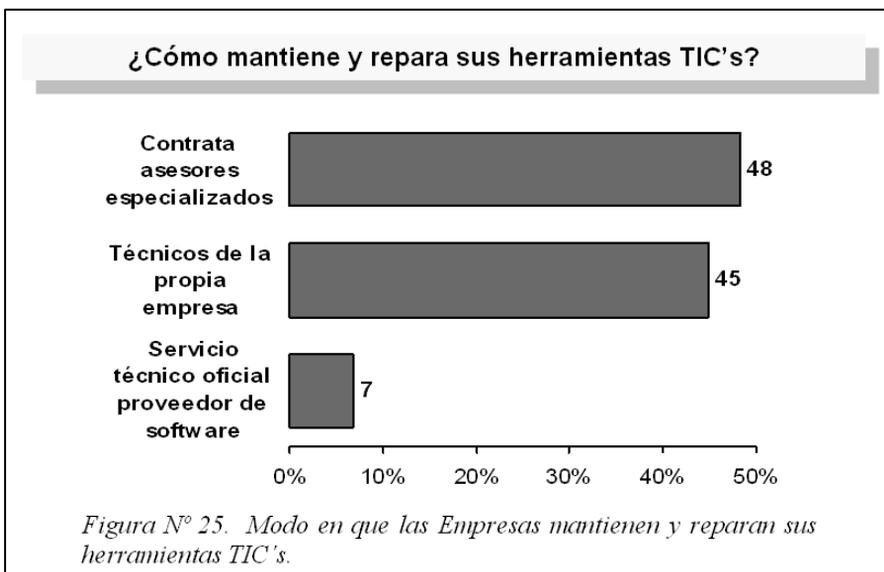
Impacto del uso de TIC's en la empresa

De los 33 casos que han usado TIC's, el 78% reconoce que ha generado cambios positivos en la empresa, mientras que, el 22% señala que no los ha tenido. Estos cambios han sido principalmente en la estructura y organización de la empresa 85%, los métodos de producción 59%, la toma de decisiones 37% y la capacitación del personal al momento de ser contratados 11%.



De las empresas que han incorporado el uso de TIC's en su quehacer productivo, 30% indicó que para la adaptación de la empresa a estas tecnologías ha sido necesaria mayor capacitación del personal para realizar estos cambios, en tanto que el 70 % no ha cambiado la planilla de personal.

En cuanto a la forma que hacen mantenimiento a los equipos y programas computacionales de la empresa, el 48% señaló que contratan asesores especializados en servicios de mantenimiento y reparación, 45% recurre al servicio técnico oficial del proveedor de equipos y software y el 7% lo hace a través de técnicos de la propia empresa.



Capacitación del personal de la empresa en TIC's

Consultadas las empresas sobre la base de 184 casos que entregaron información respecto al personal de la empresa, se obtuvieron los siguientes resultados.

El promedio de trabajadores de las MYPE a nivel regional es de 4.

Promedio de trabajadores de la empresa según localidad		Promedio de trabajadores de la empresa según tamaño	
Coyhaique (144 casos)	Puerto Aysén (40 casos)	Microempresa (119 casos)	Pequeña empresa (65 casos)
4	3,9	2,9	6

Tabla N° 7. Promedio de trabajadores de la empresa

El promedio de trabajadores de las MYPE que usan computador a nivel regional es de 1,3.

Promedio de trabajadores que usan computador en la empresa según localidad.		Promedio de trabajadores que usan computador en la empresa según tamaño.	
Coyhaique (144 casos)	Puerto Aysén (40 casos)	Microempresa (119 casos)	Pequeña empresa (65 casos)
1,5	0,7	0,9	2,2

Tabla N° 8. Uso de computadores por los trabajadores en la empresa.

El promedio de trabajadores de las MYPE que usan computadores conectados a Internet a nivel regional es 1,1.

Promedio de trabajadores que usan computadores conectados a Internet según localidad		Promedio de trabajadores que usan computadores conectados a Internet según tamaño de la empresa	
Coyhaique (144 casos)	Puerto Aysén (40 casos)	Microempresa (119 casos)	Pequeña empresa (65 casos)
1,2	0,6	0,7	1,6

Tabla N° 9. Uso de computadores conectados a Internet por los trabajadores en la empresa.

El promedio de trabajadores que han recibido capacitación básica en el uso de TIC's a nivel regional es 0,6.

Promedio de trabajadores que han recibido <u>capacitación básica</u> en el uso de TIC's según localidad.		Promedio de trabajadores que han recibido <u>capacitación básica</u> en el uso de TIC's según el tamaño de la empresa.	
Coyhaique (144 casos)	Puerto Aysén (40 casos)	Microempresa (119 casos)	Pequeña empresa (65 casos)
0,8	-	0,5	0,8

Tabla N° 10. Trabajadores que han recibido capacitación básica en el uso de TIC's en los últimos 3 años.

El promedio de trabajadores que han recibido capacitación de nivel avanzado a nivel regional es 1,3

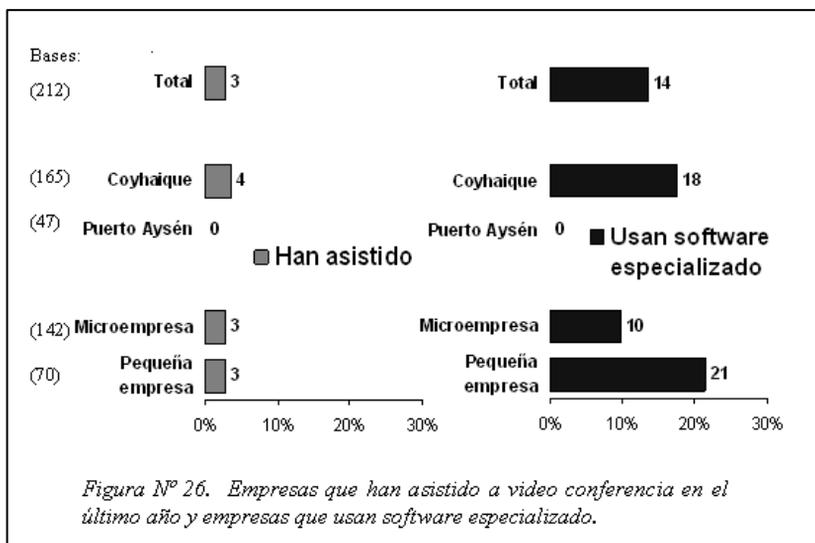
Promedio de trabajadores que han recibido capacitación <u>de nivel avanzado</u> en TIC's según localidad.		Promedio de trabajadores que han recibido capacitación <u>de nivel avanzado</u> en TIC's según tamaño de la empresa.	
Coyhaique (144 casos)	Puerto Aysén (40 casos)	Microempresa (119 casos)	Pequeña empresa (65 casos)
1,3	-	1,2	1,5

Tabla N° 11. Trabajadores que han recibido capacitación avanzada en el uso de TIC's en los últimos 3 años

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Durante el último año el 3% MYPES señaló que su personal ha asistido a alguna videoconferencia por motivos laborales (dentro o fuera de la empresa), todas eran de la localidad de Coyhaique.

El 14% de las empresas utilizan algún tipo de software especializado, la totalidad de estas corresponden a la localidad de Coyhaique. Respecto al grado de manejo que tienen de este software especializado el 70% reconoce un nivel intermedio, 23% avanzado y 7% un nivel de uso básico



IMPORTANCIA DE LAS TIC'S PARA SU EMPRESA

En general se aprecia una alta valoración en el uso de las TIC's por parte de las MYPES de la Región de Aysén. Consultados por la importancia que tienen las TIC's para la empresa, 60% de los casos lo considera en las categorías de importantes y muy importante. Esta percepción es mayor en las empresas que se encuentran en la localidad de Coyhaique y en las empresas de pequeño tamaño.

En Puerto Aysén es menor la valoración que se da a las TIC's, casi el 50% lo considera poco importante para la empresa.

Muy importantes	11%
Importantes	49%
Poco importantes	39%
Nada importantes	1%
Total	100%

Tabla N° 12. Importancia de TIC's para las empresas.

	Coyhaique	Puerto Aysén
Muy importantes	10%	15%
Importantes	53%	34%
Poco importantes	36%	49%
Nada importantes	1%	2%
Total	100%	100%

Tabla N° 13. Importancia de las TIC's considerando la localidad.

	Microempresa	Pequeña empresa
Muy importantes	10%	14%
Importantes	44%	57%
Poco importantes	44%	27%
Nada importantes	2%	2%
Total	100%	100%

Tabla N° 14. Importancia de las TIC's considerando el tamaño de la empresa.

Probabilidad de contratar TIC's en su empresa

Al ser consultados los entrevistados respecto a qué tan probable la empresa en el futuro contrate por primera vez o recontraen servicios de empresas relacionados con TIC's, el 63% manifestó la posibilidad que esto ocurra. Se mantienen los mayores porcentajes en Coyhaique y en las pequeñas empresas, en comparación a las micro empresas y a las MYPES de Puerto Aysén.

Con seguridad contratarán/recontratarán	11%
Probablemente SÍ contratarán/recontratarán	52%
Probablemente NO contratarán/recontratarán	36%
Con seguridad no contratarán/recontratarán	1%
TOTAL	100%

Tabla N° 15. Posibilidad de contratar por primera vez o recontraar servicios TIC's. Base total de encuestados.

	Coyhaique (165 casos)	Puerto Aysén (47 casos)
Con seguridad contratarán/recontratarán	13	2
Probablemente SÍ contratarán/recontratarán	53	47
Probablemente NO contratarán/recontratarán	32	49
Con seguridad no contratarán/recontratarán	2	2
	100%	100%

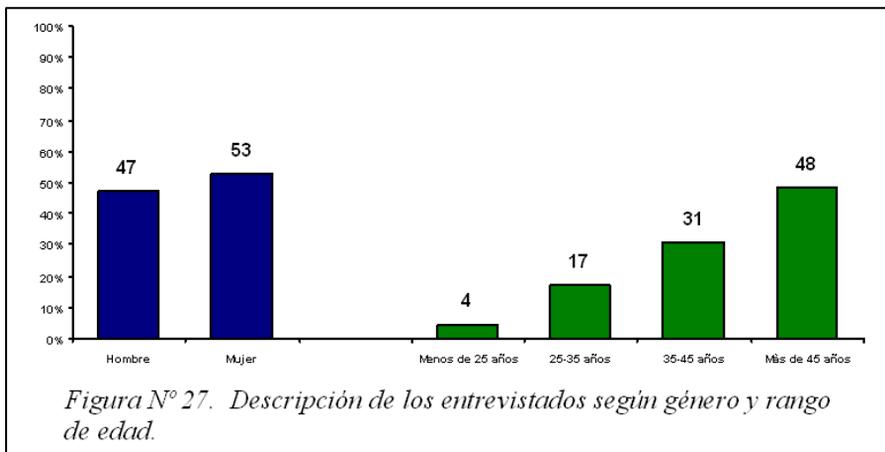
Tabla N° 16. Posibilidad de contratar por primera vez o recontractar servicios TIC´s según localidad

	Microempresa (142 casos)	Pequeña empresa (70 casos)
Con seguridad contratarán/recontratarán	11	10
Probablemente SÍ contratarán/recontratarán	47	61
Probablemente NO contratarán/recontratarán	40	27
Con seguridad no contratarán/recontratarán	2	2
	100%	100%

Tabla N° 17. Posibilidad de contratar por primera vez o recontractar servicios TIC´s según tamaño de las empresas.

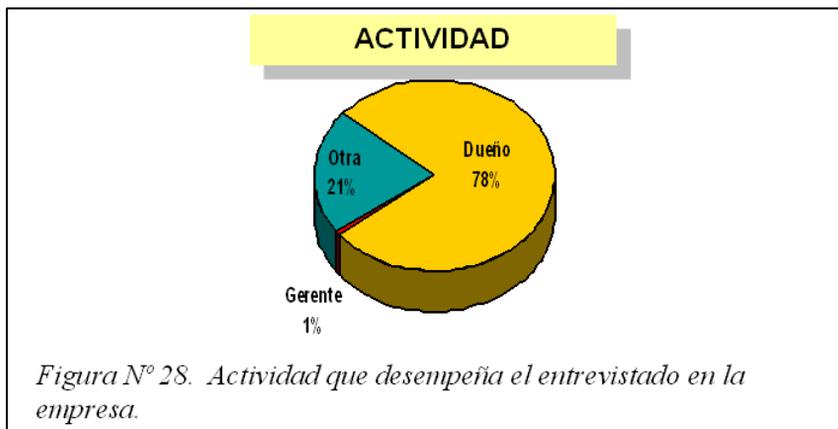
DESCRIPCIÓN DE LOS ENTREVISTADOS

El 53% de los casos fueron mujeres y el 47% hombres. El 48% de los entrevistados tienen más de 45 años; 31% entre 36 y 45 años, 17% entre 25 y 35 años; los menores de 25 años son el 4%.



Actividad en la empresa:

De los entrevistados el 78% de los casos correspondieron a los dueños de la empresa, un 1% a gerentes generales y el 21% desempeñaban otra actividad.



El nivel de educación de los encuestados:

Un tercio de los encuestados no ha completado su enseñanza media, otro tercio cuenta con educación media completa y un 38% tiene estudios superiores.

Respecto a los entrevistados que no han completado su educación media (33%), 21% corresponde a personas que tienen más de 46 años.

NIVEL DE EDUCACIÓN	PORCENTAJE
Sin estudios	-
Básica incompleta	2%
Básica completa	9%
Media incompleta	22%
Media completa	29%
Técnica incompleta	5%
Técnica completa	18%
Universitaria incompleta	4%
Universitaria completa	11%
Postgrado	-

Tabla N° 18. Nivel de educación de los entrevistados.

En la medida que aumenta el nivel de educación el uso de Internet es mayor, además aumenta la percepción de utilidad para la empresa y no es considerado como un servicio tan costoso.

	MENOS QUE MEDIA COMPLETA	MEDIA COMPLETA	TÉCNICA	UNIVERSITARIA
No tienen conexión a Internet	74%	41%	23%	9%
No lo considera necesario para la empresa	10%	3%	2%	3%
No tienen actualmente, pero lo consideran necesario para el futuro	26%	18%	13%	3%
Es un servicio costoso	31%	11%	8%	3%
No hay personal capacitado	1%	2%	-	-
No tienen computadores	4%	7%	-	-

Tabla N° 19. Nivel de educación y uso de Internet.

Conclusiones

La pequeña empresa está mejor equipada en cuanto al equipamiento tecnológico en comparación a la microempresa. Esta situación se da a nivel de localidad donde las empresas ubicadas en Coyhaique presentan una mejor situación que las de Puerto Aysén.

Lo principales rubros de las MYPES encuestadas son; servicios, comercio y turismo, con un promedio de 11 años de existencia.

En general las MYPES perciben y valoran de buena forma el uso de las TIC's en la empresa. En la medida que el nivel de educación de los empresarios es mayor, estos sacan más provecho al uso de la tecnología.

El 74% de los casos que no tienen educación media completa no cuentan con conexión a Internet, sin embargo sólo el 10% de estos percibe como innecesario para la empresa tener conexión a Internet. Por otra parte, quienes no tienen conexión a Internet, el mayor porcentaje que considera que en el futuro probablemente “no instalaran Internet” está en el segmento de quienes no tienen enseñanza media completa (65 %).

Los principales recursos tecnológicos de las MYPES son: línea telefónica fija, computadores y teléfonos móviles.

El 57% de las MYPES tiene conexión a Internet. Siendo la principal forma de conexión a través de ADSL (71%). El principal uso es buscar información, enviar y recibir e-mail, obtener información bancaria, acceder a servicios bancarios y realizar compras.

Un 36% de los entrevistados mantiene contacto con sus clientes a través del correo electrónico, 28% o hace a través de Internet.

Los principales Sitios WEB públicos que utilizan las MYPES son SII, Chilecompra, Sence y Sercotec.

De las empresas que han usado TIC's un alto porcentaje reconoce que han generado cambios positivos en el funcionamiento de la empresa, sin embargo este indicador no supera el 20% a nivel total. Sólo se destaca un nivel de uso mayor en las pequeñas empresas, aunque no es un uso reciente.

Si bien, las empresas han contratado y usado servicios de TIC's, gran parte de los entrevistados desconocían el concepto de TIC's. Una de las principales razones para que muchas MYPES no tengan presencia en Internet, se debe a la percepción de alto costo que significa para la empresa contratar estos servicios (45%). Sin embargo, un 48% de los entrevistados que no tienen presencia en Internet, lo considera relevante para la empresa.

Del total de casos 53% son mujeres y 47% hombres. El 48% de los encuestados tiene más de 45 años.

El 16% de los encuestados tiene página WEB, con un promedio de 4,6 años de edad de existencia, donde se entrega principalmente información de servicios, de contactos y catálogos de productos. El 59% de los entrevistados que declararon tener página WEB son mujeres y 41% hombres, estos valores son significativos considerando que el 78% de los casos encuestados corresponden a dueños de empresa.

El promedio de trabajadores de las MYPES de la Región de Aysén es 4. En las microempresas el promedio es de 2,9; mientras que en la pequeña empresa este es de 6 trabajadores.

El uso software especializado es mayor en la pequeña que en las microempresas con 21% y 10% respectivamente.

La encuesta muestra un estado de la situación actual de las MYPES en la Región de Aysén en el conocimiento y uso de TIC's, el que será considerado para la implementación de las actividades a desarrollar en el Nodo Patagonia Digital.