

Internet

La media de e-mails enviados diariamente en todo el mundo superará los 36.000 millones durante este año, según un estudio de IDC. [P. 31]

Opinión

Ignasi Biosca, director general de Media Contact, estudia las claves de la revolución tecnológica que nos rodea en su tribuna. [P. 31]



LA GACETA

VIERNES 4 DE MARZO DE 2005

<http://www.negocios.com>

Entrevista

Sonia Fernández, *country manager* de Match.com, analiza la importancia de las redes de contactos personales y profesionales. [P. 33]

Telecomunicaciones

Interoute lanza al mercado Share! y Media Manager, sus dos nuevos servicios destinados a la transmisión de música y vídeo a través de la Red. [P. 36]



Los menores de edad forman la primera generación que está creciendo y educándose con Internet.

ANTONIO LORENZO

LOS integrantes de la Generación e no piden a los Reyes Magos un balón de fútbol o una bicicleta. Nada de eso. Estos niños en edad escolar prefieren cambiar de móvil o videoconsola o, mucho mejor, recibir dinero en efectivo para gastarlo a su antojo.

Está claro que los hábitos de diversión y esparcimiento de los niños no tienen nada que ver con los de las generaciones precedentes. Con absoluta certeza, los menores de edad contemporáneos forman la población infantil mejor preparada tecnológicamente de cuantas han existido. Muchos de ellos han nacido al mismo tiempo que la telefonía móvil e Internet, y eso parece que les ha marcado su carácter.

El retrato más elocuente de esta nueva generación digitalizada se descubre en las salas de juegos en red de las

La Generación e no juega en la calle

Los preadolescentes prefieren consumir su tiempo de ocio en las salas de juegos en red, antes que en el parque o en el patio del recreo

grandes ciudades españolas. Se trata de una oferta de ocio que se ha convertido en muy poco tiempo en un fenómeno de masas, quizá merecedor de mayor atención sociológica de la que recibe. El paisaje de decenas de chicos y chicas con la mirada clavada a un ordenador lo dice todo. Allí consumen *dioptrías* y reflejos al lado de amigos o

desconocidos, con los que probablemente sólo interactúan en escenarios virtuales.

El patio del recreo pasó a mejor vida y eso se refleja en las estadísticas. Un estudio de la Fundación Auna asegura que los niños y menores forman la población más numerosa de Internet. Así, según la décima entrega de las Notas de Análisis y

Prospectiva de la Fundación Auna, "los menores de 18 años constituyen el 60% de los usuarios de Internet, el 40% de ellos posee un móvil y ha tenido contacto con la cultura digital desde los dos años". Es decir, las nuevas tecnologías se han convertido en territorio natural de los más jóvenes del lugar. Y no hay que esperar mucho

para que se produzca el primer contacto con la sociedad digital, puesto que éstos se suelen producir en los primeros 24 meses de vida. Los niños perciben a sus padres con el teléfono móvil casi siempre en la mano, rodeados de mandos a distancia o, incluso, han tomado sus primeros biberones a la vera de un ordenador portátil. Las

tecnologías de la información y la comunicación (TIC) forman parte de su universo infantil, como lo demuestra el hecho de que el 25% de los niños estadounidenses menores de dos años han entrado en contacto con un PC sobre las rodillas de su padre o madre.

Al margen de estas precoces experiencias tecnológicas, más o menos accidentales a tan temprana edad, los primeros contactos conscientes con las TIC comienzan a generalizarse a partir de los tres años, ya que están expuestos por espacio de más de dos horas a espacios de TV, DVD o videojuegos. Según el estudio de Auna, "en un día normal, más del 80% de los niños menores de seis años utiliza algún dispositivo con pantalla (TV, ordenador, móvil)".

Otro estudio reciente, realizado por la Fundación National School Boards, y referido por la Fundación Auna en su último informe, señala que "Internet no contribuye al aislamiento de los niños de sus familias y amigos. Por el contrario, según este informe, un buen uso de la Red puede potenciar las relaciones con compañeros e incluso mejorar la comunicación entre la familia y los educadores".

Además de la exposición a contenidos indeseables de la Red, los padres perciben como riesgos potenciales de Internet y del uso de las TIC otras cuestiones también relativamente preocupantes, como "aspectos relacionados con la salud asociados al uso del ordenador, como pérdidas de visión, problemas de espalda u obesidad".

Los autores del estudio *Grunwald Associates* indican que el 61% de los chicos de entre nueve y 17 años usan Internet por diversión, frente al 45% de las chicas, porcentaje que en los juegos online es del 54% de los chicos frente al 26% de las chicas. (Continúa en la pág. 33)

COLABORAN

Coordina: Antonio Lorenzo
Escriben: Esther Gala, Igor Galo, Enrique Morales.
Diseño gráfico: Víctor Pachó, Gema Ruiz.
alorenzo@negocios.com

SONIA FERNÁNDEZ

'COUNTRY MANAGER' DE MATCH.COM ESPAÑA

“La red de contactos personales y profesionales es un tesoro”

“En pocas ocasiones se juzga a alguien por su brillantez”

IGOR GALO

San Sebastián. ¿Se ha preguntado por qué muchas veces gente con menos conocimientos o habilidades logra mejores puestos y en definitiva mayor proyección profesional? La razón es que quizás tengan mayor “capital social” o mejores contactos. Internet ofrece herramientas para gestionar los contactos profesionales y aumentarlos. No es lo que lo que un profesional conoce, sino a quién conoce y su forma de relacionarse con otros profesionales lo que marca la diferencia entre una carrera profesional exitosa y otra menos.

Esta teoría se desarrolla en el libro *Dos grados: Networking. Cultiva tu red virtual de contactos*, de Sonia Fernández, country manager de la firma Match.com especializada en contactos on line que estudió en California durante varios años.

En su libro habla del “capital social” de las personas. ¿Crees que las empresas tienen en cuenta en su política laboral este “capital”?

Estoy convencida de ello. De hecho existen empresas como Visible Path o Spoke, que basan su modelo de negocio en hacer visible para las empresas los contactos personales de sus empleados.

Cada día es más patente que utilizamos nuestros propios contactos para el trabajo.

Instalar máquinas de agua o de café en determinados sitios, políticas de despachos abiertos o retiros de fin de semana para empleados no son casualidades tampoco. Conocer más a los empleados de una empresa significa acceder también a sus redes de contactos, lo cual tiene un gran valor en sí mismo.

¿No resulta comprometido decir que “quien llega más alto es quien tiene mejores



Sonia Fernández asegura que conocer mejor a los empleados de una empresa significa también acceder a sus redes de contactos, lo que tiene un gran valor.

“El triunfador suele ser aquel que más aprovecha el capital social”

contactos y no “quien se merece el puesto debido a sus conocimientos”?

El que llega más alto suele ser la persona que es capaz de sacar más partido a su capital social y que sabe construirlo de forma eficiente. Vivimos en una sociedad en la que dependemos de los demás y son pocas las situaciones en las que se juzga a alguien por su brillantez.

El ‘networking’, por definición, tiene un carácter personal. ¿Cómo pueden ser eficaces las redes sociales virtuales? ¿No aumenta el número de contactos pero disminuye su calidad?

Sí, existe el peligro de intentar abarcar demasiado y no profundizar en estas relacio-

nes. Quizás a la hora de pensar si una persona pertenece a mi círculo de contactos, podemos preguntarnos “¿me devolvería esta persona una llamada de teléfono?” Si la respuesta es sí, es un contacto, si dudamos, el contacto realmente no es tal.

¿El ‘networking’ no es, una vez más, “la misma cosa con diferente nombre”, algo que siempre ha existido aunque no se haya estudiado ni teorizando tanto?

Totalmente cierto. Los conceptos del libro y todo lo escrito sobre este tema se basa en principios muy básicos y antiguos. Es importante pensar en cómo podemos ayudar o poner en contacto a personas que conocemos, porque esto hace que estas personas nos vean como conector, y están ahí para nosotros cuando necesitamos nosotros de ellos. Son conceptos básicos pero que quizás en los últimos tiempos se olviden un tanto, en detrimento del individualismo y de la concentración en maximizar las horas

que invertimos en nosotros mismos.

Las redes sociales en Internet aún carecen de modelo de negocio. ¿Cuál puede ser su futuro?

El futuro pasa por generar una masa crítica de personas que pertenezcan a esta red y que aporten valor. Si se genera valor para los miembros, éstos estarán dispuestos a pagar una cuota mensual por pertenecer a la red.



Título: Dos Grados: Networking. Cultiva tu red de contactos. Sonia Fernández. 224 páginas. 20 euros.

ESTUDIO

Casi la mitad de los niños dispone de teléfono móvil

(Sigue de la pág. 29)

Madrid. El 45,7% de los niños y niñas de 10 a 14 años dispone de un teléfono móvil, pero el porcentaje es mayor en las chicas, ya que alcanza el 51,17%, mientras que en los chicos se sitúa en el 40,51%. Estos datos figuran en la Encuesta de Tecnologías de la Información en los Hogares 2004, difundida por el Instituto Nacional de Estadística (INE). En números totales, de una población de 2.095.801 niños de entre 10 a 14 años, disponen de móvil 957.677, y de ellos, 521.534 son chicas y 436.143 chicos. Por hábitat, no hay muchas diferencias respecto a los datos genéricos en cuanto a la media, ya que en las capitales de provincia y poblaciones de más de 100.000 habitantes tiene móvil el 47,55% de estos chicos y chicas, mientras que en las de menos de 10.000 habitantes lo tiene el 44,91%; las cifras son parecidas en el resto de las poblaciones.

Por el tamaño del hogar, se observa que en los que sólo tienen dos miembros, un 59,11% de los niños y niñas entre las edades mencionadas tiene móvil. El porcentaje va bajan-

do en la medida en que aumenta el número de miembros de los hogares.

Otros datos de esta encuesta recogen el total de niños y niñas usuarios de ordenador y de Internet en los últimos tres meses. Del total de niños y niñas de entre 10 y 14 años, ha usado ordenador el 68,02%, con sólo décimas de diferencia a favor de los chicos; y ha consultado Internet el 60,18%, con poco más de un punto de diferencia, en este caso, a favor de las chicas. En las poblaciones de más de 100.000 habitantes y en las capitales de provincia, se registran los índices más altos en el uso de ordenador, un 76,61%.

Respecto al uso de Internet, donde más alto es el dato es en las poblaciones de 50.000 a 100.000 habitantes, un 64,02%, y más bajo, en las de menos de 10.000 habitantes, en ellas, es un 54,46% el que consulta Internet. Por comunidades, el 58,26% de los niños y niñas asturianos de entre 10 y 14 años dispone de teléfono móvil, seguidos por los del País Vasco (52,88%), Extremadura (52,32%) y Castilla y León (51,93%), en tanto que en Ceuta sólo lo tienen el 34,70%. (Efe)

SOFTWARE

La ciberseguridad empresarial es buen negocio

Madrid. El mercado español del software de seguridad para empresas crecerá este año el 20,1%, hasta alcanzar una cifra de negocio de 89,5 millones de euros, según previsiones de IDC. Este crecimiento será algo menor al registrado por este segmento de negocio durante el año 2004, en el que aumentó su facturación el

25,5%, hasta los 74,5 millones de euros. Para este año, IDC prevé que el software antivirus para empresas facturará 76,8 millones, el 18,8% más, mientras que el volumen de negocio de las soluciones contra el spam aumentará el 5,7%, hasta 5,7 millones, y el del software de filtrado se incrementará el 26,6%.

Todo Plan de Internet. Con millones de opciones adicionales no incluidas. Consulta los CGU en wanadoo.es/ajuda

No esperes más

Internet 24h
+
Llamadas locales y nacionales 24h

19€/mes
Precio definitivo

Llama gratis al 1414
wanadoo.es

wanadoo

todos.es