



**CENTRO DE  
CAPACITACIÓN**

COLEGIO DE ABOGADOS DE HONDURAS

# CURSO VIRTUAL DE ACTUALIZACIÓN EN DERECHO INFORMÁTICO

***Por: Dr. Jorge Roberto Maradiaga***

Doctor en Derecho Mercantil  
Especialista en Asesoría Jurídica de Empresas  
Especialista en Derecho Aeronáutico y Espacial  
Abogado y Notario





**CENTRO DE  
CAPACITACIÓN**  
COLEGIO DE ABOGADOS DE HONDURAS

# IER MÓDULO

## *COMERCIO ELECTRÓNICO*





# REFLEXIONES

1. Nuestra forma de contratación tradicional así como todo tipo de trámites gubernamentales o no, han tenido como soporte el papel, o lo que es lo mismo el escrito. Este se utiliza para:

- a) Dejar prueba tangible de la intención de las partes;
- b) Proporcionar un documento legible y facilitar su reproducción;
- c) Proporcionar un soporte material que facilite la conservación de datos;
- d) Permitir la autenticación de las firmas y contar con un documento probatorio;
- e) Facilitar tareas de control y verificación para fines contables etc.



2. En el mundo de la globalización en que estamos inmersos, esa forma de contratación tradicional y esa dinámica operativa está siendo vertiginosamente desplazada por la irrupción de informática y por ende, de las nuevas tecnologías.

A consecuencia de ello el “Papel” cede paso a su “equivalente funcional” justamente el “mensaje de datos”, entendido como toda información generada, recibida, archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares.





3. Con relación a la seguridad. La tecnología ofrece medios de transacción cada vez más seguros. Las técnicas de encriptación de datos pueden convertir el comercio electrónico en más seguro que el comercio tradicional.

Cabe preguntarse: ¿Si remito información vía Internet que contiene mi nombre, dirección, número de tarjeta de crédito etc. ¿Podría alguien utilizar esos datos para suplantar mi identidad?



4. Existe acaso en nuestro país en régimen jurídico aplicable a las transacciones que se realizan por medios electrónicos. ¿Se trata acaso de un mercado abierto a toda la comunidad virtual, fuera del control de legislaciones, donde el consumidor adquiere un nuevo protagonismo.

5. En el marco de la revolución tecnológica imperante, el sector empresarial, profesional, laboral etc. tiene el reto de aceptarla o no. En el comercio electrónico no hay lugar para la “miopía gerencial y mucho menos mental”.



6. Ofrece la firma electrónica, numérica o digital seguridad en la contratación por medios electrónicos. Pueden autenticarse esas firmas?.Cuál será el papel del Notario o del CiberNotario o de la autoridad certificadora de firmas?

7. Existe acaso univocidad de criterios con relación a que el comercio electrónico crea una nueva cultura de negocios, que es un acelerador de la globalización, que disminuye la tramitología, que reduce barreras de acceso a mercados, que exige un nuevo marco legal?.



En esta apretada síntesis cabe preguntarse:

- ❖ ¿Podrán algún día nuestros colegios y universidades incorporar la clase virtual?
- ❖ ¿Podrá matricular su vehículo desde su casa?
- ❖ ¿Podrá realizar transacciones sobre bienes inmuebles en minutos y desde su propio despacho?
- ❖ ¿Podrá realizar todo tipo de trámites administrativos por medios electrónicos?
- ❖ ¿Podrá simplificarse la tramitología en la administración pública?. Etc



# COMERCIO ELECTRÓNICO

El enorme potencial de Internet no pasa desapercibido para el gran mercado.

Todo parece propicio para comenzar una revolución que cambiara todos los esquemas del mercado tradicional.

Estamos ante la era del Comercio Electrónico (e-commerce).

# COMERCIO ELECTRÓNICO

El enorme potencial de Internet no pasa desapercibido para el gran mercado.

Todo parece propicio para comenzar una revolución que cambiara todos los esquemas del mercado tradicional.

Estamos ante la era del Comercio Electrónico (e-commerce).



El Comercio Electrónico es un concepto generalista que engloba cualquier forma de transacción comercial o de negocios que se transmite electrónicamente usando las redes de telecomunicación y utilizando como moneda de cambio el dinero electrónico.

El C.E. incluye intercambio de bienes, servicios e información electrónica, actividades de promoción y publicidad de productos y servicios, campañas de imagen de las empresas.

Además marketing en general, facilitación de los contactos entre los agentes de comercio, soporte post-venta, seguimiento e investigación de mercados, concursos electrónicos y soporte para compartir negocios.



## AGENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Comercio, que ofrece el bien, servicio o información.
2. Entidad Financiera, que ofrece un medio de pago.
3. Operadora de Telecomunicaciones, que ofrece la red de comunicaciones.
4. Operador Logístico, que entrega el producto o mercancía.





Dos nuevas funciones amplían el escenario de la nueva actividad empresarial:

1. Proveedor de Servicio, que es a quien el cliente percibe como proveedor del acceso legal telemático a la información, independientemente de a quien pertenece la infraestructura de comunicaciones.
2. Intermediario o "Infomediario", que agrega contenidos de otros proveedores y los comercializa electrónicamente bajo su nombre e imagen al cliente final.



## Capas complementarias e interrelacionadas

1. Capa Logística, o de intercambio físico de los productos, en base a la integración de las cadenas logísticas de aprovisionamiento y distribución.
2. Capa Transaccional, que posibilita el intercambio de información, a través de mensajes y documentos en formato electrónico.
3. Capa Financiera, o de medios de pago, asociada a los intercambios de información, bienes y servicios.



Estas capas se basan, a su vez, con la naturaleza que la Red Internet ofrece para el desarrollo de la actividad empresarial. Esta naturaleza es cambiante, según las perspectivas con la que se aborde:

- a) Infraestructura de comunicaciones.
- b) Medio donde promocionarse y ser localizada.
- c) Mercado donde realizar transacciones.



En una economía globalizada, el acceso e intercambio de la información a través de medios telemáticos con un soporte interactivo, en formato multimedia, e integrada con los sistemas de gestión internos de la empresa, establece un nuevo modelo de estrategia empresarial, posibilitando externalizar funcionalmente buena parte de las actividades de la cadena de valor.

El Comercio Electrónico no se limita a Internet. Incluye una amplia gama de aplicaciones de banda estrecha (videotexto), difusión (telecompra) y entornos fuera de línea (venta por catálogo en CD-ROM), así como redes empresariales privadas (banca).

Sin embargo, Internet, con sus robustos protocolos independientes de la red, está fusionando las distintas formas de Comercio Electrónico. Las redes de empresa se convierten en intranets.

Al mismo tiempo, Internet está generando numerosas nuevas formas híbridas de Comercio Electrónico.





Para los comerciantes, las expectativas son aún mejores. No necesitan una tienda física, lo que reduce los costos fijos y de personal.

Tienen la posibilidad de extender su negocio a un número enorme de clientes, todo ello por un costo mínimo y obteniendo la máxima disponibilidad. La tienda perfecta, abierta 24 horas al día incluso festivos, y siempre dispuesta a recibir a los clientes de todo el mundo.

Es la producción, mercadeo, ventas y distribución de productos y servicios vía redes de telecomunicaciones y siete instrumentos:

- Teléfono; - Fax;
- TV; - Pagos Electrónicos;
- Transferencia Electrónica de Fondos;
- Intercambio Electrónico de Datos (EDI);
- Internet



“Cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo”.

## NEGOCIO ELECTRÓNICO

Es la empresa con una estructura de tecnologías, aplicaciones computacionales y procesos de negocios que se conecta a empresas y consumidores a través de transacciones electrónicas con miras al intercambio comercial de bienes, servicios e información.



## IMPACTO DE LA ECONOMÍA DIGITAL

La organización económica, modelos de negocios, formas de negocios, los procesos, cadenas de valor y la productividad empresarial en:

- Comercio (mayoreo y al detalle);
- Turismo, restaurantes y hoteles;
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones;



- Banca, seguros, finanzas, inmobiliarias;
- Servicios a las empresas y servicios personales;
- Servicios gubernamentales y municipales
- Reducción de costos;
- Reducción de desplazamientos físicos e instalaciones;
- Racionalidad de inventarios;
- Reducción de ciclos de tiempo y tiempos de respuesta;





- Mayor alcance de los mercados (alcance global);
- Mayor interacción como proveedores y socios;
- Mejor información del mercado y mejor uso interno (información de clientes, proveedores, competidores, productos, servicios, precios etc.);
- Mayor satisfacción y lealtad de los clientes



## CATEGORÍAS

- EMPRESA      EMPRESA      (B2B)
- EMPRESA      CONSUMIDOR (B2C)
- GOBIERNO      EMPRESA (G2B)
- GOBIERNO      CONSUMIDOR (G2C)



## OPORTUNIDADES:

<u>PROVEEDORES</u>	<u>CLIENTES</u>
Presencia Global	Elección global
Aumento de la competitividad.	Calidad del servicio
Personalización masiva & amoldamiento.	Productos y servicios personalizados



## OPORTUNIDADES:

<u>PROVEEDORES</u>	<u>CLIENTES</u>
Cadenas de entregas cortas o inexistentes.	Respuesta rápida a las necesidades
Reducción sustancial de costos.	Reducción sustancial de precios
Nuevas oportunidades de negocio.	Nuevos productos & servicios



# ÁMBITO

Puede implicar operaciones y transacciones tales como:

- a) Establecimiento del contacto inicial. Eje. Entre cliente potencial y proveedor potencial;
- b) Intercambio de información;
- c) Soporte pre y postventa (detalle de productos y servicios disponibles, guía uso producto)
- d) Ventas;



# ÁMBITO

Puede implicar operaciones y transacciones tales como:

- a) Establecimiento del contacto inicial. Eje. Entre cliente potencial y proveedor potencial;
- b) Intercambio de información;
- c) Soporte pre y postventa (detalle de productos y servicios disponibles, guía uso producto)
- d) Ventas;
- e) Pago electrónico (transferencia electrónico fondos, tarjetas de crédito; cheques electrónicos; caja electrónica);
- f) Distribución, incluyendo tanto gestión de distribución y reparto para productos físicos, como distribución de los productos que puedan ser repartidos electrónicamente;



- g) Asociaciones virtuales, grupos de empresas independientes que aúnan sus competencias de manera que puedan ofrecer productos o servicios que sobrepasan la capacidad individual de cada una de ellas;
- h) Procesos empresariales compartidos que son llevados a cabo y de los que son propietario y sus socios



# PROCESOS DESARROLLO COMERCIO ELECTRÓNICO

## PREVENTA-CIBERMARKETING

- 1) Estudio de mercado
- 2) Uso y diseño página Web
- 3) Proveernos de acceso a red
- 4) Realización de Catálogos y
- 5) Listas de precios. Publicidad





## VENTA-COMERCIO ELECTRONICO

- 1) Solicitud
- 2) Contratación
- 3) Pago
- 4) Negociación

## POSTVENTA

- 1) Facturación
- 2) Averías
- 3) Reclamaciones
- 4) Tramitación



# ADMINISTRADORES DE NOMBRES DE DOMINIO

La “INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNED NAME” (ICANN), es la rectora global del sistema de Dominios.

En Honduras el registrador nacional es la Red de Desarrollo Sostenible.

## Ejemplo de países:

- .hn** (Honduras);
- .cr** (Costa Rica);
- .mx** (México);
- .gt** (Guatemala);
- .sv** (El Salvador);
- .pa** (Panamá);
- .es** (España).



## Ejemplos Organizacionales:

.com (comercial);  
.edu (educación);  
.gob (gobierno);  
.int (organización internacional);  
.mil (militar);  
.net (organización en redes);

.org (organización sin lucro);  
.biz (negocio);  
.info (información);  
.pro (profesional);  
.aero (aéreo);  
.museum (museos).



# PROBLEMAS IMPLANTACIÓN COMERCIO ELECTRÓNICO

- 1) Altos costos de las llamadas;
- 2) El ordenador no es aún un elemento de información y trabajo;
- 3) Infraestructura de las redes de comunicación lenta;
- 4) Incertidumbre jurídica (orfandad normativa);
- 5) Problemas arancelarios. Los productos se vende sin fronteras políticas;
- 6) Problemas fiscales. Contabilizar y control sobre dichas actividades;
- 7) Problemas de seguridad y protección de datos;
- 8) Desconfianza en los nuevos sistemas de negocio (seguridad datos);
- 9) Escasa cultura de pago por medios no tradicionales;
- 10) El cambio de la estructura mercantil (fabricante – mayorista – minorista).





# DESAFÍOS EMPRESARIALES

- Visión de los Directores y Ejecutivos;
- Conocimiento y aplicación de estos modelos de negocios;
- Estado de maduración tecnológica. Inversiones en TIC;
- Adecuada estructura organizacional;
- Logística de aprovisionamiento y distribución;
- Logística de pago;
- Magnitud del cambio;
- Administración del cambio.

# DESAFÍOS NACIONALES

- Infraestructura telemática e informática. Seguridad de las comunicaciones y bases de datos;
- Disponibilidad de bandwidth y acceso a bajo costo;
- Marco Legal y Políticas Públicas;
- Calificación de los recursos humanos y su cultura;
- Aspectos fiscales y aduanales;
- Protección de los consumidores en los mercados digitales (derechos y datos);
- La brecha digital



## ACTORES Y ROLES

ACTORES	ROLES
Cuerpos multinacionales	<ul style="list-style-type: none"><li>✦ Fomentar la sociedad de la información</li><li>✦ Eliminar barreras globales</li></ul>
Gobiernos nacionales	<ul style="list-style-type: none"><li>✦ Asegurar campo de actuación.</li><li>✦ Eliminar barreras nacionales</li></ul>



ACTORES	ROLES
Sectores representativos	<ul style="list-style-type: none"><li>✦ Proporcionar la difusión y la adopción</li><li>✦ Proporcionar tecnologías disponibles</li></ul>
Suministradores	<ul style="list-style-type: none"><li>✦ Reorganización de los negocios.</li><li>✦ Adoptar las tecnologías</li></ul>





ACTORES	ROLES
Empresa	Aprovechar las oportunidades.



## TEMAS ABIERTOS

Aunque el comercio electrónico está creciendo muy rápidamente, aún quedan temas abiertos que deben ser resueltos para obtener de él todo su potencial.

Entre otros:

❖ *Globalización:*

Las redes globales pueden hacer que negociar con una empresa de otro continente sea tan fácil como hacerlo con una de al lado. ¿Cómo pueden empresas de diferentes continentes saber de su existencia mutua y de los productos o servicios que necesitan u ofrecen?.,



¿Cómo puede una empresa conocer y comprender las tradiciones y reglas de negocio de países tan remotos, sobre todo cuando no hay reglas escritas?

¿Y cómo puede ser respetada y soportada la diversidad lingüística y cultural de una comunidad de usuarios global?

Estas y parecidas cuestiones forman parte de la banda abierta de la globalización.

❖ *Propiedad:*

En el caso de bienes que pueden distribuirse electrónicamente, y pueden ser fácilmente copiados, la protección de la propiedad intelectual y de los derechos de copia representan un importante hito.



# TEMAS ABIERTOS INTERROGANTES

*Apertura contractual y financiera:*

Si una compañía Hondureña realiza un pedido electrónico de productos de distribución electrónica y cuyo pago se hará electrónicamente a una empresa Rusa?.

¿Se trata acaso de un contrato oculto entre empresas?

¿Cuál es el status legal de ese contrato?

¿Qué cuerpo jurídico lo recoge?





**CENTRO DE  
CAPACITACIÓN**  
COLEGIO DE ABOGADOS DE HONDURAS

¿Cómo puede ser hecho y confirmado el pago,  
dadas las diferentes prácticas y regulaciones  
financieras?

¿Qué tasas e impuestos se aplicarían?



¿Cómo se controlan y recaudan estas tasas?

¿Pueden resolverse los pagos y tasas con el mantenimiento de una "manufacturación" electrónica en un tercer país?

### *Privacidad y seguridad:*

El C. electrónico necesita garantizar la privacidad y la seguridad. La confidencialidad, autenticación; conduce a que cada parte asegure la identidad de la otra y fidelidad o no repudiación.

Es preciso, asegurar que las partes no puedan después negar su participación. Un tercero calificado debe certificar la transacción y por ello se habla de un sistema de certificación global.



## **Interconectividad e interoperatividad:**

Llevar a cabo todo el potencial del comercio electrónico requiere acceso universal, cada empresa o consumidor debe poder acceder a todas las organizaciones que ofrezcan productos o servicios.

Esto a su vez exige una normalización universal para la interconexión e interoperatividad de redes.

### **Riesgo:**

El crecimiento del comercio electrónico lo afecta la falta de recursos e iniciativas. Muchas empresas, sobre todo las pequeñas, pueden estar en desventaja o quedar al margen de este tipo de oportunidades.

Es urgente promover iniciativas, dar publicidad a ejemplos afortunados y promover la formación y el entrenamiento.



# EL CAMBIO TECNOLÓGICO Y LA ACTITUD HUMANA

Llegamos al tercer milenio después de Jesucristo, un momento en que la humanidad navega en un mar de incertidumbre.

Mientras se producen los más impresionantes adelantos, la mitad de nuestros congeneres padece hambre; mientras tenemos "estación espacial internacional", luchamos contra un desequilibrio ecológico.





# CAMBIO TECNOLÓGICO

• Paralelamente, la tecnología, nos ayuda a realizar nuestras actividades, evoluciona para procurarnos en teoría esa seguridad y confort que no sólo beneficia, sino que agrada. Nos encontramos con estos cambios y ¿qué hacemos?, los evitamos y en los casos más graves, hasta los sabotearnos, aunque llenen un vacío en nuestro trabajo u hogar.

• La industria informática avanza a pasos agigantados y se ha acuñado el término "tiempo Internet", haciendo referencia a que los proyectos colaborativos y de desarrollo, al no tener ya una barrera geográfica ni horaria, avanza vertiginosamente.



Las Tecnologías de Información cobran especial importancia por dos motivos: principales impulsores de una "nueva economía digital" y es la que, posiblemente, afecta más directamente a los usuarios.

En una industria en que se manda con la máxima "camarón que se duerme se lo lleva la corriente".

- Ello ha creado entre fabricantes de hardware, software y servicios una tendencia en que cada año salen nuevas versiones de los mismos productos, con mejoras y "service pack", pero nos encontramos con la cuestión

- *¿y quién utiliza todas esas mejoras?*



Las empresas de desarrollo y servicios luchan para colocar todo en la Red, desde videos y juegos hasta las nominas y servicios.

El diseño de Intranets y Extranets corporativas está en apogeo pero tiene pocos usuarios en países como el nuestro.

Algunos usuarios se rehúsan a actualizarse porque "le agarraron cariño" a la aplicación. Ejemplo: *Microsoft Word*, aunque la versión sea 4, 95, 97, 2000, Milenium, Windows Me, XP Home o Profesional, windows 7- 8. Hacen las mismas funciones, como cartas, memos, oficios, etc., pero más dinámicas y pocos son los que se preocupan por conocerle las entrañas para agilizar el trabajo.





- Las herramientas de Internet más utilizadas son el correo electrónico y servicios de mensajería instantánea (ICQ), siendo casi la excepción en el renglón de "rompefronteras". Se hacen indispensables para el trabajo cotidiano, la adopción de nuevas tecnologías y ello es muy lento.
- Claro que existen otros factores como poca sensibilización de la alta dirección, falta de recursos económicos, poca capacitación, selección incorrecta de las tecnologías utilizadas, mal planteamiento de las necesidades, etc., que afectan directamente con el resultado.





## QUE BUSCA EL USUARIO

El usuario no puede ni debe ser un ente pasivo, puesto que una actitud indolente hace que la adopción de una solución o nueva tecnología sea lento.

El problema es que el usuario no quiere que le compliquen la vida, no es la edad sino su disposición a aprender otras cosas y decidirse a probar algo nuevo.



El preciso cambiar conciencias antes que escritorios. El fax se utilizó hasta que vieron las ventajas, los celulares empezaron como una curiosidad y hoy son casi un producto de la canasta básica.

Las computadoras portátiles y las palm ya no son un capricho de ejecutivos muy inn. Todo cambio en la tecnología debe estar enfocado a serle útil al usuario.

### ***Medios para lograr una penetración y utilización:***

#### 1. Capacitación.

Mientras no se entiendan todas las funciones ni se vean los beneficios que proporciona una solución tecnológica, difícilmente se sentirá atraída para utilizarla.



## 2. Concientización.

Procesos más sutil, que debe ser constante, antes, durante y después que se haya implantado cualquier cosa, desde un nuevo sistema operativo hasta un servicio de mensajería, de back-Office o de administración de contactos.

### **DISEÑO EN EL WEB**

El diseño de la página Web es decisivo para el éxito en Internet. Debe ser atractiva, dinámica y funcional, con miras a que los visitantes regresen con regularidad y que sean ellos los propios promotores del Site.

## Elementos del diseño de la página:

- ❖ El objetivo del sitio.
- ❖ El giro principal de la empresa.
- ❖ Información con que se cuenta.
- ❖ Servicios a ofrecer.
- ❖ Crecimiento potencial que puede tener el sitio, tanto en contenido como secciones.





## ¿DEBO DE INCLUIR GRÁFICOS EN MI SITIO? LA RESPUESTA ES: DEPENDE.

El uso de las imágenes, si bien puede ser hasta ostentoso, debe ser racional y de acuerdo al contenido y objetivo del sitio.

Es preciso levantar las imágenes con alguna frecuencia

Es preciso definir el objetivo de un elemento y del otro, es decir, para que queremos colocar una imagen y cual es el texto que la acompaña. Las imágenes son disparadores que atrapan la atención; el texto es la información que el usuario revisará de acuerdo a su expectativa e interés



Una nota final es que, para el proceso de creación de un sitio, deben estar involucrados el cliente o propietario de la información, el área de desarrollo y la parte de diseño, puesto que al estar coordinados, el resultado final tendrá el justo medio que se necesita.

## PORTALES E-COMERCIO

La información usada para llevar a cabo una transacción comercial (tales como acuerdos, formularios de pedido y recibos) puede ser notariada y archivada para propósitos tales como servicios al cliente, mantenimiento de registros y resolución de disputas en fechas posteriores.



Programas

AltaVista: Simple Query monumentos de francia - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Back Forward Reload Home Search Netscape Print Security Stop

Location: <http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=q&kl=XX&q=monumentos+de+francia&search=Search> What's Related

Instant Message Internet Lookup New&Cool

**AltaVista™ Results** [Download IE5](#) - [Help](#) - [AltaVista Home](#)

Ask AltaVista™ a question. Or enter a few words in  [Advanced](#)

Search

**Bidnow.com**  
[Click here to find out more!](#)

▶ [AltaVista found 396580 Web pages for you.](#) [Click here to find out more!](#)

**Francia**  
The RealNames link takes you directly to **Francia**.

1. [paginaOIT\monumentos](#)  
Monuments. Ses Salines has vestiges of prehistoric and prohistoric settlements: Talaia Joana and Talaiots the Na Mera, Es Mitja Gran, Els Antigors, etc....  
URL: [www.mallorcainfo.com/monumentosusa.html](http://www.mallorcainfo.com/monumentosusa.html)  
Last modified 2 Feb 99 page size 1015 bytes in English

**Books at Amazon.com**  
[Search: monumentos d...](#)  
[Amazon.com Bestsellers](#)

**AltaVista Shopping**  
[Visit our Online Shopping Guide](#)

**Shop at Shopping.com**

<http://ad.doubleclick.net/click;419351;1-8388608;0;321977;1;?http://www.bidnow.com>

Inicio HP Status ... Microsoft ... Calculadora Explorand... AltaVista: ...

Es 11:10 AM



Programas

File Edit View Go Communicator Help

Back Forward Reload Home Search Netscape Print Security Stop

Bookmarks Location:  What's Related

Instant Message Internet Lookup New&Cool

**YAHOO!** My ?

[What's New](#) [Check Email](#) [Personalize](#) [Help](#)

**Yahoo! Pager**  
NEW! with voice chat

Get what you need from EZVenture!  
\$99,000, Office Space... **EZVENTURE**

**Talk is Cheap**  
Only 9¢ a min

Search [advanced search](#)

**Yahoo! Auctions** - 100,000's of items to bid on - [Star Wars](#), [Pokemon](#), [Beanie Babies](#)...

[Shopping](#) - [Yellow Pages](#) - [People Search](#) - [Maps](#) - [Travel Agent](#) - [Classifieds](#) - [Personals](#) - [Games](#) - [Chat](#)  
[Email](#) - [Calendar](#) - [Pager](#) - [My Yahoo!](#) - [Today's News](#) - [Sports](#) - [Weather](#) - [TV](#) - [Stock Quotes](#) - [more...](#)

**Arts & Humanities**  
[Literature](#), [Photography](#)...

**Business & Economy**  
[Companies](#), [Finance](#), [Jobs](#)...

**Computers & Internet**  
[Internet](#), [WWW](#), [Software](#), [Games](#)...

**News & Media**  
[Full Coverage](#), [Newspapers](#), [TV](#)...

**Recreation & Sports**  
[Sports](#), [Travel](#), [Autos](#), [Outdoors](#)...

**Reference**  
[Libraries](#), [Dictionaries](#), [Quotations](#)...

**In the News**

- [NATO - Serbia war](#)
- [Barak wins Israel election](#)
- [Star Wars advance reviews](#)
- [Cricket](#), [NBA](#), [NHL](#)

[more...](#)

**Marketplace**

- [Vacations - Tahiti](#), [Greece](#)

Document: Done

Inicio HP Status ... Microsoft ... Calculadora Explorand... Yahoo! - N... Microsoft P... 11:11 AM





Programas

Lycos: Your Personal Internet Guide - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Back Forward Reload Home Search Netscape Print Security Stop

Bookmarks Netsite: <http://www.lycos.com/> What's Related

Instant Message Internet Lookup New&Cool

**LYCOS** Your Personal Internet Guide [Get Online](#) - [Check Email](#) - [My Lycos](#)

**Lycos Network:** [Tripod.com](#) | [Angelfire.com](#) | [MailCity.com](#) | [WhoWhere.com](#) | [HotBot.com](#) | [All Sites...](#)

[Shop here for Episode I products](#) [previewtravel](#) **WIN A TRIP TO FRANCE FOR NEW YEAR'S 1999!** [Win \\$5,000 on Lycos Clubs Now!](#)

 Search for  [Go Get It!](#)

[Advanced Search](#) | [Search Guard](#)

[Tools](#) [Help](#) [Chat](#) [Clubs](#) [Boards](#) [Email](#) [Lycos Radio](#) [Shareware](#) **Build** [Home Pages](#) [My Lycos](#)

Find [MP3](#) [Pictures](#) [News](#) [Weather](#) [Stocks](#) [Yellow Pages](#) [Cities](#) [People](#) [Road Maps](#) [Buy](#) [Books](#) [Music](#)

**HEADLINES**  
May 18, 1999

- [PM Barak Vows Peace for Israel](#)
- [Serb POWs Freed, US Support Down](#)
- [Early Reviews of](#)

[Arts & Entertainment](#)  
[Movies, TV, Music...](#)

[Business & Careers](#)  
[Real Estate, Jobs, Investing...](#)

[Computers & Internet](#)

[Recreation](#)  
[Autos, Travel, Outdoors...](#)

[Reference](#)  
[Education, Libraries, Dictionaries...](#)

[Regional](#)

Document: Done

Inicio HP Status ... Microsoft ... Calculadora Explorand... Lycos: You... Microsoft P... 11:12 AM



Programas

File Edit View Go Communicator Help

Back Forward Reload Home Search Netscape Print Security Stop

Location: <http://infoseek.go.com/> What's Related

Instant Message Internet Lookup New&Cool

GO Network

**infoseek** [New Membership](#) [Free e-mail](#) [Edit layout](#) [Sign in](#)

[INFOSEEK SEARCH Tips](#) | [Advanced search](#) | [Search with Express](#)

Search

[Search with GOGuardian™ is off](#) Web Sites

[Personalize this page](#) **Centers** [Web Directory](#) [Community](#) [Shop](#) [Help](#)

Tuesday, May 18, 1999

**Breaking news**

- [Barak Claims Victory in Israel](#)
- [Analysts Eye Fed Meeting for Rate Policy](#)

**Extra!**

- [Interest rates rising?](#)

**Inside GO**

- [Put your kids to work](#)
- [Hot new shows on ABC](#)

**Look It Up:** [Translator](#) [Maps](#) [Directions](#) [Yellow pages](#) [White pages](#) [E-mail lookup](#) [Classifieds](#) [Dictionary](#)

<a href="#">Automotive</a>	<a href="#">Family</a>	<a href="#">News</a>
<a href="#">Broadcast</a> NEW!	<a href="#">Food and Drink</a>	<a href="#">Real Estate</a>
<a href="#">Business</a>	<a href="#">Games</a>	<a href="#">Shopping</a>
<a href="#">Careers</a>	<a href="#">Health</a> NEW!	<a href="#">Sports</a>
<a href="#">Computing</a> NEW!	<a href="#">Kids</a>	<a href="#">Travel</a>
<a href="#">Entertainment</a>	<a href="#">Money</a>	<a href="#">Women</a>

46% 52% of 29K (at 2.2K/sec, 6 secs remaining)

Inicio HP Status ... Microsoft ... Calculadora Explorand... Infoseek ... Microsoft P... 11:13 AM

# 10 REGLAS PARA UN SITIO WEB EXITOSO

Diez reglas para que nuestro sitio quede localizado en un buen lugar dentro de los diversos buscadores de la Red; algunos son de sentido común pero otros son más bien tips de alguien que está muy metido en la tecnología y algoritmos que utilizan los robots de dichos servicios.



# Regla Número 1. 10 REGLAS PARA UN SITIO WEB EXITOSO

## Perfil visitante

No siempre el visitante es el comprador.

Por ello es básico conocer el perfil del visitante, para poder atraer su atención y concretar el propósito.

.





## REGLA NÚMERO 2.

### Palabra Clave

Son muy importantes las palabras clave (*keywords*) de las etiquetas META.

Esto forma parte del marketing y contribuirá al éxito de su empresa



## REGLA NÚMERO 3.

### Título de la página

Es el elemento importante. pero seguramente para el visitante no es tan relevante, como saber las actividades, productos, bienes o servicios que se ofrecen.

Es más importante que hacemos, no quienes somos.



## REGLA NÚMERO 4.

### Texto

Diversos buscadores toman el primer párrafo de del sitio para listar su descripción.

Por ello no es conveniente poner texto como "última actualización", un contador o cosas así, sino más bien especificar bien lo que se hace.



## REGLA NÚMERO 5.

### Contenido

Se recomienda crear documentos donde el título, las palabras clave y el texto de los primeros párrafos hagan referencia a un sólo tema a la manera de "mini portales", léase para nuestros productos específicos, servicios, etc., con ligas a cada sección y con referencia desde la pantalla principal.

Es importante crear ligas a cada documento independiente, de manera que los robots puedan navegar a través de todo el sitio.





## REGLA NÚMERO 6.

Que la etiqueta <META DESCRIPTION> empate con el <TITLE>, si no es así, lo más factible es que no listen ese documento o todo el sitio.

## REGLA NÚMERO 7.

Hay que indicar a los spiders que hacer, en <ROBOTS> se puede escribir REVISIT-AFTER para que hagan visitas regularmente.



## REGLA NÚMERO 8.

El contenido es el rey; aunque indiquen que los visiten regularmente pero su contenido es estático y nunca cambia, no esperen que regresen a visitarlos.

## REGLA NÚMERO 9

Leer regularmente tips y noticias sobre marketing y tecnología de los buscadores, para poder ir mejorando cada vez más la ubicación en las listas.



## REGLA NÚMERO 10.

EL MAS IMPORTANTE. La mayoría de los spiders NO pueden seguir ligas creadas en base a imágenes. Es conveniente colocar las ligas con texto plano o bien, crear ligas dentro del HTML pero que no son visibles desde el browser, para que los robots las puedan seguir.

Debe existir una liga para cada documento y cada uno debe llevar su TITLE, DESCRIPTION y KEYWORDS para mejorar su posicionamiento individual