

TRABAJO DE TITULACIÓN

AÑO 2.000

TPU
2000-32

Tom 02
M 32

Nº Doc: 5027
Nº Ejemplar
745

TPU-2000-32



TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:
"ECUADOR MEDICAL WEB"
(Directorio Médico en la Internet)

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:
ANTHONY MOSQUERA
JORGE GUARDERAS

NOMBRE DEL PROFESOR - GUÍA
CARLOS GALEAS

AÑO 2000.

ECUADOR

Medical Web®

Guía General de Contenido

I.	<u>LA INTERNET</u>	<u>Pág.</u>
	1.1 Antecedentes.	8
	1.2 ¿Problema o solución?	10
	1.3 ¿Cómo se comunican las computadoras?	11
	1.4 ¿Cómo conectarse a la Internet?	12
	1.5 ¿Qué hace falta para conectarse telefónicamente a la Internet?	13
	1.6 Sistemas de direcciones en la Internet.	13
	1.7 ¿Qué es un portal?	16
	1.8 ¿Qué es java?	17
	1.9 ¿Qué es javascript?	17
	1.10 ¿Qué son java applets?	18
	1.11 ¿Qué es el modem?	18
	1.12 ¿Qué es un browser?	19
	1.13 Dominios.	20
	1.14 Siete principios para hacer negocios seguros en la red.	21
	1.15 Ventajas de tener un sitio web.	24
	1.16 Estadísticas de acceso de sus páginas web.	24
	1.17 Los estudios han identificado siete tipos de usuarios activos en la red.	25

II. MARCO REFERENCIAL

2.1	Inicio de Ecuadormedicalweb.	30
2.2	¿Qué es Ecuadormedicalweb?	31
2.3	¿Cómo conectarse a Ecuadormedicalweb ?	32
2.4	Ventajas de Ecuadormedicalweb.	32
2.5	¿Cómo sabrá la gente de Ecuadormedicalweb?	33

III. MARCO TEÓRICO

3.1	Misión.	35
3.2	Visión.	35
3.3	Objetivo principal.	35
	3.3.1 Objetivos secundarios.	35
3.4	¿Qué es Ecuadormedicalweb?	36
3.5	Investigación preliminar (análisis FODA).	40
3.6	Planeación de la investigación.	42
3.7	Población total / Población doctores.	
	3.7.1 Cuadro # 1, Población total / Población doctores.	43
3.8	Población por regiones.	
	3.8.1 Cuadro # 2, Población por regiones.	44
3.9	Doctores a nivel regional.	
	3.9.1 Cuadro # 3, Doctores a nivel regional.	45

3.10	Habitantes por provincia, región costa.	
3.10.1	Cuadro # 4, región costa.	46
3.11	Médicos por provincia, región costa.	
3.11.1	Cuadro # 5, médicos costa.	47
3.12	Habitantes por provincia, región amazónica e insular.	
3.12.1	Cuadro # 6, región amazónica.	48
3.12.2	Cuadro # 7, región insular.	48
3.13	Médicos por provincia, región amazónica.	
3.13.1	Cuadro # 8, médicos amazonía.	49
3.14	Médicos por provincia, región insular.	
3.14.1	Cuadro # 9, médicos región insular.	50
3.15	Habitantes por provincia, región sierra.	
3.15.1	Cuadro # 10, región sierra.	51
3.16	Médicos por provincia región sierra.	
3.16.1	Cuadro # 11, médicos sierra.	52
3.17	Cobertura y usuarios.	
3.17.1	Cuadro # 12, Coberturas y usuarios.	53
3.18	Mercado objetivo.	54
3.19	Competencia.	54
3.20	Estructuración de precios.	54
3.21	Conseguir la información.	55
3.22	¿Para qué se hizo Ecuadormedicalweb?	55
3.23	¿Cómo funciona Ecuadormedicalweb?	56
3.24	Tipos de sistemas operativos usados por los navegadores para ingresar al Ecuadormedicalweb, cuadro #13.	61
3.24.1	Tipos de browsers usados por los navegadores para ingresar al Ecuadormedicalweb, cuadro #14.	62

3.24.2	Número total de hits por días. cuadro #15.	63
3.24.3	La hora más visitada al Ecuadormedicalweb, cuadro #16.	66
3.24.4	Número de hits por día (01-01-00 al 30-05-00) cuadro #17.	67
3.25	¿Cómo sabrá la gente de Ecuadormedicalweb?	68
3.26	Objetivos de Marketing.	68
3.27	Objetivos publicitarios.	69
3.28	Estrategias de Marketing.	69
3.29	Estrategias publicitarias.	70

IV.

RECOMENDACIONES

4.1	Lo primero que recomendamos hacer al considerar tener un sitio web.	72
4.1	Proceso recomendado a seguir, una vez que decide tener un sitio web.	73

V.

DENUNCIA

5.1	Afirmaciones porque Ecuadormedicalweb es un producto-servicio que funciona.	75
-----	--	----

VI.	<u>CONCLUSIONES</u>	77
VII.	<u>ANEXOS</u>	
	7.1 Imagen corporativa del Ecuadormedicalweb.	79
	7.2 Hojas de control interno de Ecuadormedicalweb.	83
	7.3 La Internet en los años 70'.	85
	7.4 La Internet en los años 80'.	87
	7.5 La internet en los años 90'.	89
	7.6 Cartas enviadas al Ecuadormedicalweb.	95

ANTECEDENTES

La red internacional nació hace más de 20 años, surgió como desarrollo norteamericano de interconectar la red ARPAnet del Departamento de Defensa estadounidense con varias redes enlazadas por medio de satélite y de radio. ARPAnet era una red experimental de investigación militar, en particular la investigación sobre cómo construir redes que pudieran soportar fallas parciales (como las producidas por bombardeos) y aún así, funcionar.

En el modelo ARPAnet, la comunicación siempre ocurre entre una computadora fuente y una destino. La red asume por sí misma que es falible; cualquier parte de la red puede desaparecer en cualquier momento. La red fue diseñada para requerir un mínimo de información de las computadoras que forman parte de ella.

Estados Unidos fue capaz de desarrollar una red que funcionara (la antecesora del actual Internet) y los usuarios académicos e investigadores que tenían acceso a ella rápidamente se volvieron adictos. La demanda por la red muy pronto se esparció. Los desarrolladores de la Internet en Estados Unidos, el Reino Unido y Escandinavia, en respuesta a las presiones del mercado, empezaron a poner el software de IP (Internet Protocol) en todo tipo de computadoras.

Se llegó a convertir en el único método práctico para comunicar computadoras de diferentes fabricantes como un uso comercial a corto plazo. Al mismo tiempo que la Internet se consolidaba, muchas compañías y otras organizaciones empezaron a construir redes privadas usando los mismos protocolos de ARPAnet.

Parecía obvio que si estas redes podían comunicarse entre sí, los usuarios de una red podrían comunicarse con usuarios de otra y todo el mundo sería beneficiado.

De estas nuevas redes, una de las más importantes fue la NSFNET, auspiciada por la Fundación Nacional de la Ciencia (National Science

Foundation), una agencia del gobierno de Estados Unidos. Al final de los ochenta la NSF creó cinco centros de supercómputo en universidades importantes. Hasta ese entonces, las computadoras más rápidas del mundo sólo estaban a disposición de los fabricantes de armamento y de algunos investigadores de compañías muy grandes. Con la creación de centros de cómputo, la NSF ponía éstas a disposición de cualquier investigación escolar. Al principio, la NSF trató de utilizar la red ARPAnet para la comunicación de los centros, pero esta estrategia falló debido a problemas burocráticos.

En respuesta a esto, la NSF decidió construir su propia red basada en la tecnología IP de ARPAnet, ésta red conectaba los centros mediante enlaces telefónicos de 56,000 bits por segundo.(velocidad a la que el módem recibe la señal de la Internet)

El costo de la línea telefónica depende de la distancia, por esta razón, se decidió crear redes regionales. En cada región del país las escuelas podían conectarse a su vecino más cercano. Cada cadena estaba conectada a un centro de supercómputo en un solo punto. Con esta configuración, cualquier computadora podría eventualmente comunicarse con otra, fomentando la comunicación entre los vecinos.

El hecho de compartir supercomputadoras permitió a los centros de cómputo compartir recursos no relacionados con los centros.

Repentinamente, las escuelas que participaban en la red contaron con un amplio universo de información y colaboradores al alcance de sus manos. El tráfico en la red se incrementó con el tiempo hasta que las computadoras que la controlaban y las líneas de teléfono conectadas a ellas se saturaron.

En 1987 se celebró un contrato para administrar y actualizar la red, con la compañía Merit Network Inc., en colaboración con IBM y MCI. La vieja red fue mejorada con líneas telefónicas de mayor velocidad (por un factor de 20) y con computadoras más poderosas.

La Internet ¿ problema o solución?

La Internet es una colección de miles de redes de computadoras conectadas entre si. Otros dicen que es una superautopista de la información". Se calcula que existen 40 millones de usuarios que crecen cada mes a un ritmo del 20 % sobre su base total; dentro de 10 años se considera que habrá unos 100 millones de personas conectadas en 70 países incluyendo Ecuador.

Desde un punto de vista más amplio, Internet constituye un fenómeno sociocultural y comunicacional de gran importancia, una nueva manera de entender las comunicaciones que está transformando el mundo: millones de individuos acceden a la mayor fuente de información que jamás haya existido y provocan un inmenso y continuo transporte de conocimiento entre ellos.

La Internet es una herramienta de trabajo, un periódico global, un buzón de correos, una tienda de compras, una biblioteca, una plaza pública, un recurso educativo, una plataforma publicitaria, política.

A esto podemos reforzar con cuatro características de las virtudes de la Internet:

1. **Grande:** la mayor red de computadoras del mundo.
2. **Cambiante:** se adapta continuamente a las nuevas necesidades y circunstancias.

3. **Flexible:** da cabida a todo tipo de equipos, fabricantes, redes, tecnologías, medios físicos de transmisión, usuarios, etc.
4. **Accesible:** no existe un controlador oficial, está controlada por los miles de administradores de pequeñas redes que hay en todo el mundo.

¿Cómo se comunican las computadoras?

Los inicios de las redes de computadoras datan de principios de 1960. En estas fechas aparecen las primeras redes de datos y los conceptos de conmutación de paquetes en las que se basan las redes de ordenadores. La información se divide en paquetes con su dirección de destino adjunta. La red se encarga de transportar los paquetes de información hasta su destino final donde se recomponen los paquetes para reconstruir la información original.

Durante los años 60 y 70, las empresas empezaron a demandar redes de área local (LAN, Local Area Network) con el fin de conectar los distintos departamentos de la organización. Las LAN conectan ordenadores en distancias cortas, utilizando cables y hardware instalado en cada equipo.

Más tarde, las redes se extendieron a mayor escala y nacieron las redes de área extensa (WAN, Wide Area Network), con el fin de conectar muchos equipos en distancias mayores, utilizando líneas de transmisión similares a las que usan los sistemas telefónicos.

Cuando se intentó unir a distintas LAN y WAN para compartir información, se descubrió un problema grave: no existía un lenguaje común y, por tanto, la mayoría de estas redes eran incompatibles entre sí.

Internet se diseñó para interconectar los diferentes tipos de redes y permitir el libre movimiento de la información entre ellas. Para ello había que crear puentes entre las redes y un lenguaje común. Para establecer los puentes se crearon los enrutadores y como lenguaje común se adoptó el protocolo TCP/IP. Ahí nació la Internet.

¿Cómo conectarse a la Internet?

Existen varias formas de conectarse a la Internet:

- Conexión directa (conexiones punto a punto, son usadas por servidores).
- Conexión a una red conectada a Internet.
- Conexión telefónica (la más frecuente entre usuarios particulares).
- RTB (módem)
- RDSI (módem) 128.400 bps
- ADSL (módem) 8 Mbps-128.400 bps
- Digital Powerline (red eléctrica) 1 Mbps
- Cablemódem 30 Mbps-96 Kbps
- DirectPC (satélite)

¿Qué hace falta para conectarse telefónicamente a la Internet?

- Tener una computadora. Instalar un módem o contratar el sistema Powerline o Cablemódem.
- Instalar el software TCP/IP y SLIP compatible con la Internet (Windows lo incluye).
- Contratar el servicio con un proveedor de conexiones a la Internet o acceder a uno gratuito.
- Instalar el software de navegación.

El Sistema de direcciones en la Internet

El término "dirección" se usa mucho en la Internet y puede significar muchas cosas.

Existen diferentes tipos de direcciones en la Internet para los diferentes servicios y los diferentes tipos de direcciones sirven para poder identificar (o llegar) a:

- Computadoras - Direcciones IP
- Recursos en el Web - Direcciones Web o URLs

Personas - Direcciones de e-mail

- **Direcciones IP**

Es un número único que identifica a las **computadoras** mientras éstas se encuentran conectadas a la internet y se usa para rutear o direccionar el tráfico de información que sale de, y/o que llega a, cada computadora.

Consiste en cuatro números (entre 0 y 255) separados por puntos, por ejemplo: 204.81.205.32

Las direcciones IP no son sencillas de recordar, es para eso que se creó el [sistema de nombres de dominio](#)

- **Direcciones Web o URL**

Es un protocolo de direccionamiento, parte de HTTP y es la dirección única que identifica a un **recurso** particular en la Internet; cada imagen, archivo, [sitio web](#), tiene un URL único

Un URL generalmente consiste de cuatro partes:

- **protocolo**
- **servidor o dominio**
- **ruta**
- **archivo**

ejemplo:

- http://
- www.microsoft.com
- windows
- default.asp

http://www.microsoft.com/windows

- **Direcciones de e-mail**

Se usa para identificar a una **persona** (o personas) con la finalidad de intercambiar mensajes de correo electrónico.

Generalmente consisten en tres partes:

- **usuario**
- **"en"**
- **servidor o dominio**

ejemplo:

- jane
- @
- www.microsoft.com

Es de notarse que las "www" del servidor o dominio desaparecen al escribirse las direcciones electrónicas y sólo permanece la parte que sigue después de ellas; esto se debe a que las "www" indican que el servicio que se está accediendo es en el web y al tratarse de una dirección electrónica ya no son necesarias; sin embargo lo restante del servidor o dominio permanece intacto.

- Las direcciones de e-mail pueden obtenerse de varias formas y estar personalizadas.

Una vez que se tiene una cuenta, podrá ser necesario un programa cliente de e-mail y configurarlo adecuadamente.

¿Qué es un portal?

El término "portal" en el contexto del Internet, se refiere a un sitio web que funge como punto de partida o punto inicial de contacto para de ahí partir a visitar otros sitios y buscan formar comunidad en la localidad geográfica donde operan.

Los portales generalmente incluyen, por mencionar algunos servicios:

- Directorios de otros sitios web (sobre todo sitios de venta de productos)
- Herramientas para búsqueda en el web
- Noticias
- Horóscopos
- Foros de pláticas o chat
- Información del clima, de la bolsa, telefónica, mapas y guías turísticas
- E-mail gratuito (generalmente tipo IMAP)
- Personalización de información, etc.

Los portales suelen ofrecer servicios publicitarios; generalmente en forma de "banners", ya que son lugares visitados por muchas personas y muchas veces ofrecen la capacidad de personalizar la información que ofrecen, permitiendo de esta forma ofrecer a los anunciantes, una publicidad "enfocada" orientada a diferentes tipos de usuario.

Existen portales de información general y portales especializados; algunos de los portales generales más conocidos son: Altavista, Yahoo, Excite, Netscape, Lycos, CNET, Microsoft Network, etc.

Algunos portales especializados son por ejemplo: Garden (para jardineros), Fool (para inversionistas), BabyCenter (para papás y futuros papás), Shareware (para obtener software gratuito), etc.

¿Qué es Java?

- Es un lenguaje de uso general orientado a redes y objetos (muy parecido a C y C++) simple, robusto e independiente de la plataforma de hardware.
- Creado por Sun Microsystems.

Se usa para escribir pequeños programas (applets) que pueden transmitirse por la internet (en intranet y en otras redes distribuidas) y ejecutarse de manera segura en la computadora que los recibe.

¿Qué es javascript?

- Es un lenguaje simple y rápido, creado por Netscape, para mejorar las páginas y los servidores web.
- Está marginalmente relacionado al lenguaje Java.
- Los programas van incluidos en el código de una página web y son generalmente interpretados y ejecutados por el cliente.

Los principales browsers: Netscape y Explorer pueden controlarse usando Javascript.

¿Qué son java applets?

- Es un pequeño modulo (programa) ejecutable que suele carecer de todas las características e interface de una aplicación completa.
- Requiere una aplicación completa (browser) para ejecutarse.

El lenguaje que más se relaciona con los Applets es Java.

¿Qué es el módem?

El módem es un dispositivo que permite conectar dos ordenadores utilizando la línea telefónica.

La información que maneja el ordenador es digital, es decir, está compuesta por un conjunto discreto de dos valores: el 1 y el 0. Por eso, para poder utilizar las líneas de teléfono (y en general cualquier línea de transmisión) para el envío de información entre computadoras digitales, es necesario un proceso de transformación de la información. Durante este proceso la información se adecua para ser transportada por el canal de comunicación. Este proceso se conoce como modulación-demodulación y es el que se realiza en el módem.

Así pues, el módem que envía una información convierte la señal digital del computador en señal analógica para que pueda transmitirse a través del canal telefónico y el módem que recibe esta información analógica la convierte en digital para que pueda ser comprendida por la computadora.

Los módem pueden ser de dos tipos: externos (una caja separada de la computadora y unida a él mediante un cable) o internos (una tarjeta que se instala dentro de una computadora).

La velocidad de los módems se mide en bits por segundo (BPS): número efectivo de bits que se transmiten en una línea por segundo.

Un módem puede transmitir a 1.200, 2.400, 9.600, 14.400, 28.800, 33.600, 57.600, 115.200, 128.400 bps.

¿ Qué es un browser ?

Un navegador es una aplicación cliente de software para la internet que sirve como interface para navegar a través del mundo de información del web. El primer navegador que existió se llamaba **Mosaic** y salió en 1993 y es el predecesor del **Navigator** de Netscape.

Existen muchos navegadores, pero todos tienen más similitudes que diferencias y son muy sencillos de usar; el mercado está prácticamente dividido entre dos de ellos:

- **Internet Explorer de Microsoft®**
www.microsoft.com
- **Navigator de Netscape®**
home.netscape.com

DOMINIOS

El uso de números en las direcciones IP es menos cómodo que el uso de nombres. Por esto se ha establecido el sistema de direcciones por dominios (URL), de manera que a cada sistema de la red se le pueda asignar un nombre lógico. Algo parecido a como se organizan nuestras calles y avenidas.

Veamos un ejemplo de una dirección básica:

<http://www.creativa.com.ec>

El <http://www.>, nos indica que estamos usando el servicio de hipertexto del World Wide Web.

Una dirección completa probablemente incluya, a la derecha, la ruta de acceso, el nombre del archivo y el marcador. Ejemplo:
<http://www.apolo.lcc.ctima.uma.es/programas/infografia.htm/#indice>

El NIC (Network Information Centre, Centro de Información de la Red) es el responsable de mantener las direcciones y dominios dentro de los dominios raíz. Existe un NIC en cada país y varios supranacionales (InterNic Ecuador). Los NIC delegan la autoridad de asignación de nombres y direcciones a los dominios principales.

<http://www.geocities.com/CollegePark/Quad/1255/ques.htm>

Siete principios para hacer negocios seguros en la Red

El ataque del virus "I love you" ha vuelto a poner de manifiesto la necesidad de tener seguridad informática.

"Todos los expertos coinciden en que el concepto de seguridad total no existe en la Internet.

El mensaje es muy claro: el reto en materia de seguridad para las empresas que quieran operar en la Red consiste únicamente en poner todos los medios a su alcance para que su sistema informático sea lo más seguro posible.

¿El problema? Esos medios no siempre son accesibles a las pequeñas y medianas empresas, por lo que los expertos aconsejan acudir a empresas especializadas que proporcionen la cobertura de seguridad necesaria para efectuar negocios en la Red."

Un ejemplo de ello es Safelayer.com, una empresa española que cuenta entre sus clientes con el Banco Sabadell, Banesto, las cámaras de comercio y Retevisión, entre otros. Además de ofrecer asesoramiento e infraestructura en materia de seguridad, la entidad publica en su página web fallos de seguridad respecto a los sistemas y programas informáticos que se comercializan en el mercado.

Además, la empresa dispone de un programa específico -KKP (Key Partner Program)- a través del cual proporciona a las compañías que lo deseen los conocimientos necesarios para convertirse en un proveedor de soluciones de seguridad respecto a otras entidades.

* N. Sanmartín Fenollera. Madrid.

En cualquier caso, la empresa que quiera disponer de un buen nivel de seguridad en sus transacciones debe tener muy claro que éste es un objetivo que no permite bajar la guardia. Siete son los principios básicos que las empresas no deben perder de vista si quieren hacer negocios seguros en la Red:

1) Ser solidarios: Según Rafael Ortega, de Arthur Andersen, las empresas tienen que ser conscientes de la necesidad de implantar seguridad en sus servidores no sólo por su propio interés, sino también para evitar que éstos sean utilizados para perjudicar a otras entidades. Es, en otras palabras, el viejo lema de "hoy por ti, mañana por mí".

2) Supervisar los equipos: Los expertos en seguridad aseguran que existen muchos equipos informáticos que salen al mercado con fallos de seguridad. La guerra comercial en el sector es tan dura que el control de calidad en muchas ocasiones cede ante la prisa por comercializar el producto. Ésta es una circunstancia que debe ser tenida en cuenta por las empresas para impulsar supervisiones periódicas de los sistemas.

3) Gestionar bien los contenidos: La mayor parte de las empresas no tiene un sistema adecuado de gestión de los contenidos que sacan a la Red, con los consiguientes problemas de seguridad en la información. Según Ortega, "hay que pensar que Internet es como una fábrica de coches, y en una fábrica a nadie se le ocurre saltarse un control de calidad".

4) Cuidar la propia casa: Está demostrado que la mayor parte de los ataques contra la seguridad que reciben las empresas son internos, provienen de la propia compañía, por lo que es importante cuidar las normas

de seguridad dentro de la empresa y no olvidar que el enemigo, a menudo, está en la propia casa.

5) Vigilar continuamente: No existe la seguridad al 100%, pero sí la posibilidad de detectar y solucionar los fallos. Rafael Ortega asegura que en gran parte de las empresas no existe un sistema de supervisión continua de la seguridad, sino que ésta tiene un horario laboral. "Es cierto que las empresas pequeñas no pueden asumir esos costos, por lo que es ahí precisamente cuando deben acudir a hospedajes seguros. Son esas empresas mayores las que prestan ese servicio de vigilancia continua para aquellas empresas que no pueden pagárselo".

6) Estar a la penúltima: Si sale una versión nueva de un equipo informático, es mejor esperar a que se establezca en el mercado antes de implantarla. Éste es un consejo que proporcionan a menudo los expertos en seguridad, al señalar que no se puede decir que un sistema es seguro, sino que no se conocen ataques contra él.

7) No confiar en los cortafuegos: Los cortafuegos - núcleo central del sistema de seguridad que divide la red interna de la empresa de la red externa- no son suficientes para proteger la integridad de la información. "A menudo proporcionan una falsa sensación de seguridad, por lo que algunas empresas bajan la guardia y se relajan", señala Ortega.

Ventajas de tener un sitio Web

La Internet es el medio de comunicación más poderoso. Hace posible ofrecer sus servicios/productos a personas en todo el mundo, así como publicitarse a nivel mundial; a diferencia de los medios publicitarios tradicionales (impresos, radio, televisión, espectaculares, etc.), los costos son sumamente accesibles, sobretodo si se tiene en cuenta la capacidad inigualable para ofrecer información a sus clientes en todo el mundo.

Ofrece la capacidad de desplegar texto, imágenes, sonidos y videos en el mismo lugar; permitiéndole a sus usuarios escoger qué desean ver y qué no, e interactuar con la información y directamente con usted por medio del correo electrónico.

La velocidad con que la información puede actualizarse y llegar a sus usuarios es mucho mayor que con los medios impresos.

El costo total de las actualizaciones es menor que con los medios impresos.

Estadísticas de Acceso de sus Páginas Web

Nosotros generamos al fin de cada mes las estadísticas de acceso a su sitio y se las hacemos accesibles.

El programa que utilizamos para generar las estadísticas se llama "Analog" y es el programa de estadísticas más usado por los webmasters del mundo, contando con más del 20-25% del mercado. Este programa es muy popular por varias razones: es muy rápido, muy configurable y es de los pocos programas que "elimina" de la cuenta estadística datos que realmente no deben considerarse; además es shareware.

“Analog” es un programa del Dr. Stephen Turner del Statistical Laboratory, de la Universidad de Cambridge y puede encontrarse más información del Dr. y de su programa en <http://www.statslab.cam.ac.uk/~sret1/analog/>

Los estudios han identificado siete tipos de usuarios activos en la Red

A pesar de que el acceso a Internet crece con rapidez, sólo la mitad de los navegantes son usuarios activos que se conectan una vez al mes como mínimo. Entre estos usuarios activos, un nuevo estudio de McKinsey y Media Metrix ha establecido seis tipos de personas según su comportamiento «on line»: el tiempo activo de cada uno, las páginas y dominios a que acceden y el tiempo pasado en cada página.

Noticias Intercom

El propósito del estudio es proporcionar a los comerciantes «on line» las características específicas de sus posibles clientes para que puedan establecer estrategias concretas según el comportamiento de los usuarios.

Los seis segmentos identificados en el estudio son los siguientes:

1.- **Simplicadores:** Buscan conveniencia de principio a fin. Son el segmento más atractivo para los comerciantes, pero también el más desafiante a la hora de servir. Estos usuarios usan Internet con un claro objetivo: hacer su vida más fácil. Se conectan con un propósito específico en mente, como comprar libros o administrar sus finanzas, y quieren hacerlo de una forma rápida y fácil (Amazon.com es uno de sus sites favoritos). Pasan poco tiempo en la Red (sólo 7 horas al mes), pero llevan más tiempo «on line» (un 49 por ciento lleva unos cinco años) y realizan la mitad de las compras de la Red.

Para conseguir ventas sustanciosas en este grupo, las empresas deben facilitar el acceso y uso de su «site», disponer información sobre el producto, ofrecer un buen servicio a clientes y una devolución fácil. Las empresas deben mostrar un ahorro de tiempo probado y ser cautos con el diseño del web: cuadros de diálogo (para confirmar las compras), e-mails no solicitados o demasiadas «chat rooms» harán que estos usuarios se vayan.

2.- Surferos: Constituyen sólo el 8 % de los usuarios activos de Internet pero cuentan por un 32 % del tiempo que se pasa «on line» –mucho más que cualquier otro tipo de usuario. Se conectan a Internet por diversas razones: explorar, comprar, buscar información y entretenimiento, pero pasan poco tiempo en cada dominio.

Para atraer y mantener a estos usuarios, una empresa precisa ofrecer un diseño y unos artículos de última moda, constantes actualizaciones, una marca fuerte y amplio surtido de productos y servicios atractivos, que les haga volver a buscar «qué hay de nuevo».

3.- Conectores: Son relativamente novatos en Internet y están buscando razones para usarla. Son un 36 % de los usuarios activos, un 40 % lleva conectado menos de dos años y un 42 % han realizado compras «on line» (frente a una media del 61 %). A menudo usan la Red para comunicarse, «para conectarse», por lo que visitan numerosas «chat rooms».

Las grandes marcas externas a la Red tienen ventaja para alcanzar a este segmento. Los webs deben ser el máximo de accesibles para quienes las visitan por primera vez, reforzar visualmente su objetivo y valor para que estos usuarios tengan motivos para visitarlas. Enlazar con otros webs y ofrecer artículos comunitarios ayudarán a que Internet parezca menos «atemorizante».

4.- **Buenos negociantes:** Buscan buenos tratos. Son sólo un 8 % de los usuarios activos y pasan menos tiempo conectados que el usuario medio (representan el 52 % de todos los visitantes de e-Bay). Un web atractivo para ellos es aquél que les atrae tanto a nivel racional como emocional, que satisface su necesidad de competitividad en el precio, la excitación de la «búsqueda» y el deseo de comunidad.

5.- **Rutinarios:** Únicamente la mitad han realizado compras en la Red, y sólo un 6 % han efectuado cinco o más. Visitan pocos dominios, habitualmente webs de noticias o financieros, pero pasan casi el doble de tiempo en una página que la media de usuarios.

Buscan un buen contenido y la sensación de que consiguen «algo especial».

6.- **Amantes de los deportes:** son el grupo más pequeño de usuarios activos (4%), actúan de forma similar a los rutinarios, pero se centran en webs de deportes y entretenimiento. Pasan pocas horas «on line» al mes y buscan webs frescos, coloridos e interactivos.

Atención (Hackers o piratas)

A pesar de lo que indican ataques como los sufridos por Yahoo, Buy.com, eBay, Amazon.com, etcétera, las empresas que se dedican a buscar soluciones para mejorar la seguridad en Internet cuentan con un gran aliado en los hackers, los piratas informáticos. "Es cierto que existen piratas destructivos, pero lo que mucha gente ignora es que el 80% de estos piratas informáticos tiene como principal objetivo descubrir fallos de seguridad en los sistemas en la Red para posteriormente hacerlos públicos y contribuir a mejorar la seguridad en la Internet".

De hecho, actualmente existe un gran número de páginas web en la Internet, en las que se publican los fallos que los piratas informáticos descubren a través de sus ataques. Los expertos consideran que esa labor es sumamente beneficiosa para las empresas que se dedican al sector de la seguridad en la Red, porque el mercado y los sistemas evolucionan tan rápido, que sería imposible para estas compañías detectar todos los fallos si no fuese por la ayuda de estas comunidades de piratas virtuales.

Los piratas informáticos no siempre perjudican.

MARCO REFERENCIAL

Ecuadormedicalweb, su inicio fue a finales de 1999 , creado por la empresa "Creativa" , siendo un estudio creativo, la cual se encuentra conformada por tres socios (Oscar Hidalgo, Jorge Guarderas y Tony Mosquera) además del personal creativo, gráfico y administrativo.

El producto fue concebido tomando en cuenta que el medio de comunicación de la Internet es uno de los medios en la actualidad de mayor uso a nivel mundial y con gran crecimiento en el Ecuador. Además el producto es 100% pionero a nivel ecuatoriano, no existe otro parecido que podría llegar a ser competencia de nuestro web-site.

Existen otros sites de información médica en otros países, como son:

- E.E.U.U
- Argentina
- Italia
- Colombia
- entre otros

La idea nació como un requerimiento para facilitar y satisfacer las diferentes necesidades que el consumidor (paciente ecuatoriano o paciente de cualquier otro país de cualquier edad) tenga en los diferentes ámbitos de la medicina, pudiendo encontrarlos en un solo lugar y sin mayor esfuerzo porque lo único que requiere es tener una computadora conectado con el servicio de la Internet o usar los servicios que brindan los café nets para aquellos que no posean tales implementos.

Esta información para el consumidor en general son los servicios afines a la medicina, como son: médicos, información de hospitales, farmacias, laboratorios, clínicas, farmacéuticos, laboratorios farmacéuticos, aseguradoras, entre otros.

Adicionalmente se tomó en cuenta que no solo los pacientes en general tienen la necesidad de informarse acerca de temas de interés para ellos, sino también las empresas que se relacionan con la medicina y buscan nuevos medios de comunicación en los cuales puedan publicitarse, enseñando productos nuevos, información de la empresa, promociones, etc.

Se buscó también crear un sitio en el cual los médicos puedan estar presentes e informarse sobre los avances tecnológicos mediante conferencias, publicaciones y sobre otros médicos, para que ellos mismos tengan la facilidad de poder contactarse con colegas para pedir información que ellos requieran.

¿ Qué es Ecuadormedicalweb ?

Ecuadormedicalweb ha sido creado para ser el directorio médico más completo del Ecuador en la Internet, encontrando en este la información necesaria, para que el consumidor final (usuarios de la Internet), conozcan todo sobre productos médicos, seguros, hospitales, clínicas, adelantos científicos en nuestro país y quienes conforman el buró médico del Ecuador.

Ecuadormedicalweb no sólo es un producto pionero en el mercado ecuatoriano sino también en el mercado sudamericano convirtiéndolo en muy poco tiempo en un producto con éxito y en el nexo que une al consumidor final con el campo de la medicina en el Ecuador, sin olvidarnos también de la importancia que tiene el producto como método de aprendizaje para estudiantes de Universidades que están en facultades de medicina.

¿ Cómo conectarse a Ecuadormedicalweb ?

Se necesita un computadora con servicio de la Internet.

- 1.- Se conecta vía telefónica con el servidor de la Internet.
- 2.- Se abre el browser y se escribe la dirección.

www.ecuadormedicalweb.com

- 3.- Se espera hasta que se cargue el site.
- 4.- Inicia la navegación haciendo un click en el vinculo que dice entrar.

Ventajas de Ecuadormedicalweb

Ecuadormedicalweb, es la mejor solución existente en el mercado para la búsqueda de doctores, hospitales, clínicas, información sobre nuevos descubrimientos médicos para cualquier dolencia.

Ecuadormedicalweb ofrece las siguientes ventajas, como el fácil manejo para la búsqueda, tiene un diseño sencillo pero muy bien pensado, en base al navegante para que encuentre lo que busca y muy claramente.

Además, puede encontrar todos los eventos médicos que se realicen en el Ecuador o fuera de él, como: seminarios, congresos, convenciones, etc.

Se ingresarán a futuro, aerolíneas, hoteles, restaurantes, que ofrecerán sus servicios a las personas que vengan del exterior o de otras partes del país para ayudarles con el hospedaje y lo necesario para su estadía.

Si el paciente por alguna razón no se puede comunicar con el doctor, Ecuadormedicalweb lo ayuda a ponerse en contacto o proporcionarle otra opción para que sea atendido.

Ofrecemos servicios/productos a personas en todo el mundo, así como publicitarse a nivel mundial; a diferencia de los medios publicitarios tradicionales (impresos, radio, televisión, espectáculos, etc.), los costos son sumamente asequibles, sobre todo si se tiene en cuenta la capacidad inigualable para ofrecer información a sus clientes en todo el mundo.

Ofrecemos la capacidad de desplegar textos, imágenes, sonidos y videos en el mismo lugar; permitiéndole al usuario escoger lo que desean ver o no, e interactuar con la información y directamente con usted por medio del correo electrónico.

La velocidad con que la información puede actualizarse y llegar a sus usuarios es mucho mayor que con los medios impresos.

El costo total de las actualizaciones es menor que con los medios impresos.

¿ Cómo sabrá la gente de Ecuadormedicalweb ?

Para que la gente sepa de nuestra página, hemos colocado el web-site en los principales servicios de búsqueda; sin embargo, esto no es suficiente. Además hemos colocado la dirección en los impresos que maneje comúnmente así como incluirla en cualquier otro medio publicitario que maneje dependiendo de sus objetivos.

Recuerde también que la popularidad de su página depende también de la penetración de la Internet como medio entre sus usuarios meta.

Reforzado con material promocional y publicitario.

MARCO TEORICO

MISION

Proveer un servicio rápido y completo de todos los servicios médicos y afines utilizando la gran herramienta de fácil uso como es la Internet. Donde el usuario pueda sentirse cómodo y sin ninguna presión.

VISION

Informar a toda la población que necesite consultar una guía de profesionales en la medicina y/o investigar sobre temas médicos y afines a la misma.

OBJETIVO PRINCIPAL.

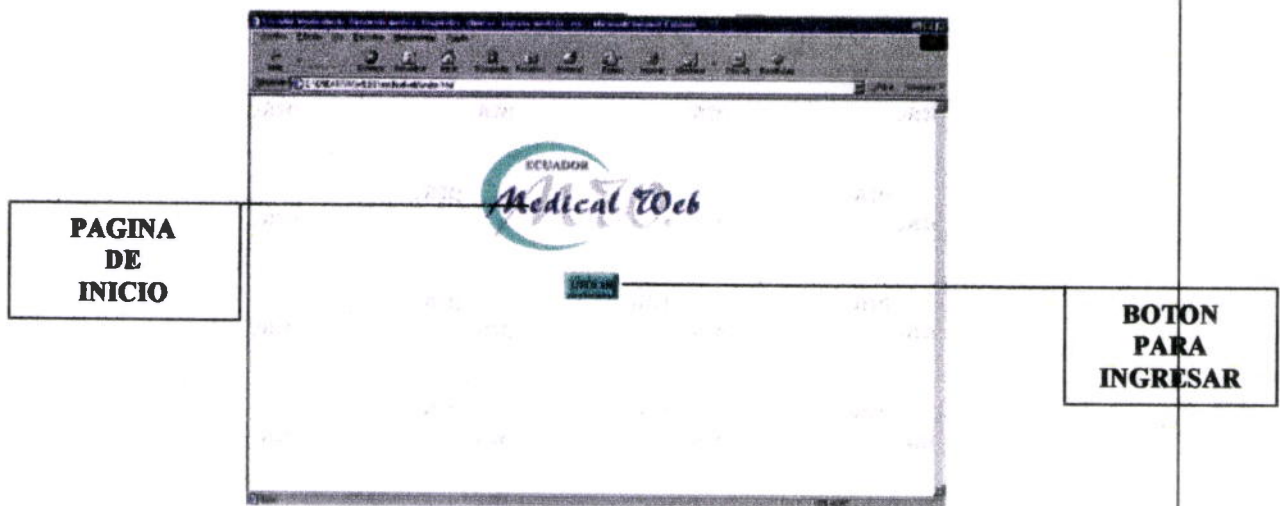
- Vender publicidad
- Dar una guía medica completa al consumidor.

Objetivos Secundarios

1. Ubicar a todos los médicos, hospitales, clínicas, etc. en *Ecuadormedicalweb*.
2. Conseguir auspicios.
3. Tener un gran impacto en el mercado ecuatoriano.

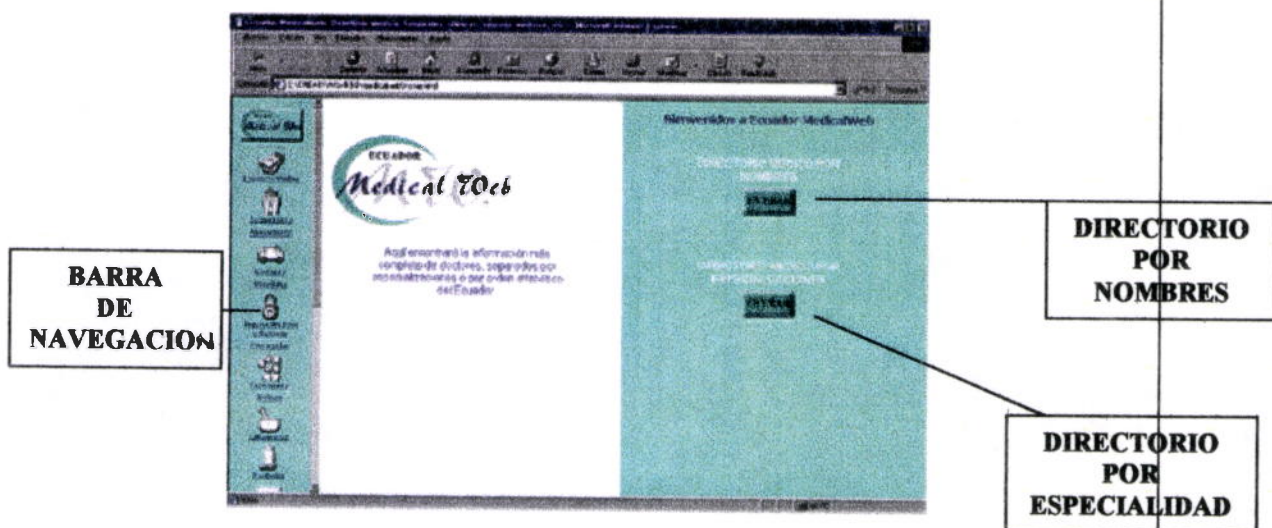
¿ Qué es Ecuadormedicalweb ?

Ecuadormedicalweb ha sido creado para ser el directorio médico más completo del Ecuador en la Internet, encontrando en este la información necesaria, para que el consumidor final (usuarios de la Internet), conozca todo sobre productos médicos, seguros, hospitales, clínicas, adelantos médico-científicos en nuestro país, en el mundo y quienes conforman el buró médico del Ecuador.



Ecuadormedicalweb no sólo es un producto pionero en el mercado ecuatoriano sino también en el mercado sudamericano convirtiéndolo en muy poco tiempo en un producto con éxito y en el nexa que une al consumidor final con el campo de la medicina en el Ecuador, sin olvidarnos también de la importancia que tiene el producto como método de aprendizaje para estudiantes de Universidades que tienen facultades de medicina y para los mismos doctores que quieren ampliar sus conocimientos.

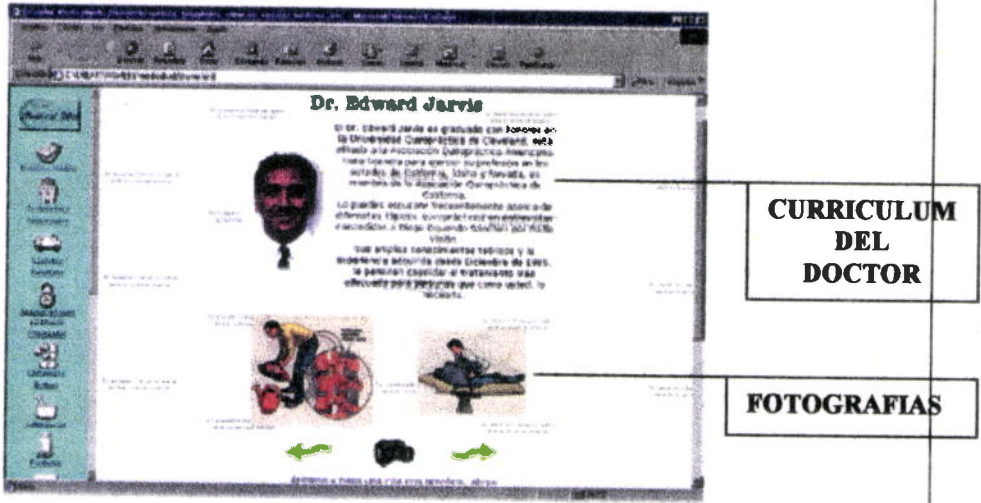
Erróneamente algunos clientes lo comparan con una "guía telefónica" tal vez por la falta de conocimiento ya que una guía es muy limitada, en ella no se puede extender los textos, ni incluir imágenes a color, lo que si logra la Internet sin el desgaste del usuario y mucho más atractivo para que se mantenga en la página y con esto se gana una fuerte recordación del producto.



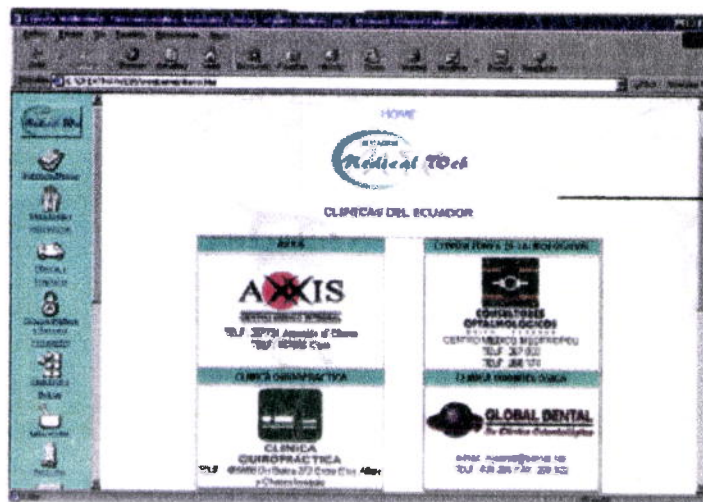
El producto fue concebido tomando en cuenta que el medio de comunicación de Internet es uno de los medios en la actualidad de mayor uso a nivel mundial y con gran crecimiento en el Ecuador. Además el producto es 100% pionero a nivel ecuatoriano, no existe otro similar que podría llegar a ser competencia de nuestro web-site.



La idea nació como un requerimiento para facilitar y satisfacer las diferentes necesidades que el consumidor (paciente ecuatoriano o paciente de cualquier otro país de cualquier edad) tenga en los diferentes ámbitos de la medicina, pudiendo encontrarlos en un solo lugar y sin mayor esfuerzo porque lo único que requiere es tener una computadora conectado con el servicio de Internet o usar los servicios que brindan los Café Nets para aquellos que no posean tales implementos.



Esta información para el consumidor en general son los servicios a fines referente a la medicina, como son: información de hospitales, farmacias, laboratorios, clínicas, farmacéuticos, laboratorios farmacéuticos, médicos, aseguradoras, entre otros.



PAGINA
DE
CLINICAS

Adicionalmente se tomó en cuenta que no solo los pacientes en general tienen la necesidad de informarse acerca de temas de interés para ellos sino también las empresas que se relacionan con la medicina y buscan nuevos medios de comunicación en los cuales puedan publicarse, enseñando productos nuevos, información de la empresa, promociones, etc.



**PAGINA
DE
NOTICIAS**

Se buscó también crear un sitio en el cual los doctores puedan estar presentes e informarse sobre los avances tecnológicos mediante conferencias, publicaciones, sobre otros doctores, para que ellos mismos tengan la facilidad de poder contactarse con colegas a nivel mundial para pedir información que ellos requieran.

Investigación Preliminar

Por ser Ecuadormedicalweb un producto nuevo se ha analizado detenidamente con la técnica FODA, para conocer en forma concreta los pros y contras de nuestro servicio y así establecer los parámetros en que se encuentra el mismo, para formular estrategias apropiadas que ayuden a reforzar y aprovechar cada una de las características de nuestro producto.

A continuación hacemos el detalle del análisis FODA de nuestro producto:

Debilidades:

- Desconocimiento casi generalizado del producto por parte del consumidor en el mercado.
- Desconocimiento de la importancia y ventajas que tiene el Internet por parte del buró médico, clínicas, hospitales, asociaciones, etc., para comercializar.
- Producto de difícil medición de resultados.
- Exclusivo solo para usuarios de la Internet por ser de una clase social que puede pagar un servicio médico.

Oportunidades:

- Novedoso (por ser pionero en el mercado).
- Fácil uso y manejo del producto (página web).
- Nuevo en el mercado y no existe competencia

Fortalezas:

- Medio masivo a nivel mundial. -
- Originalidad en su género.
- Boom publicitario por su novedad.
- El mejor medio para comercializar por su bajo costo.
- Mercado ilimitado.
- Fácil recordación del nombre.

Amenazas:

- Competencia por parte de otros proveedores de la Internet.
- Competencia por parte de diseñadores de páginas web.

Una vez conocidas las características del servicio y la influencia para su demanda, procedemos a la planeación de la investigación.

Planeación de la investigación:

Después del análisis FODA logramos saber nuestra posición en el mercado (donde y como), y hacia donde van encaminados nuestros esfuerzos, diferenciándose necesariamente lo siguiente:

Cobertura:

El servicio que ofrece Ecuadormedicalweb, va dirigido a médicos, clínicas, hospitales, asociaciones, sociedades, universidades, laboratorios, seguros médicos, proveedores de insumos médicos de todo el Ecuador y personas que deseen ser atendidas por los doctores que se encuentren en Ecuadormedicalweb.

Mercado:

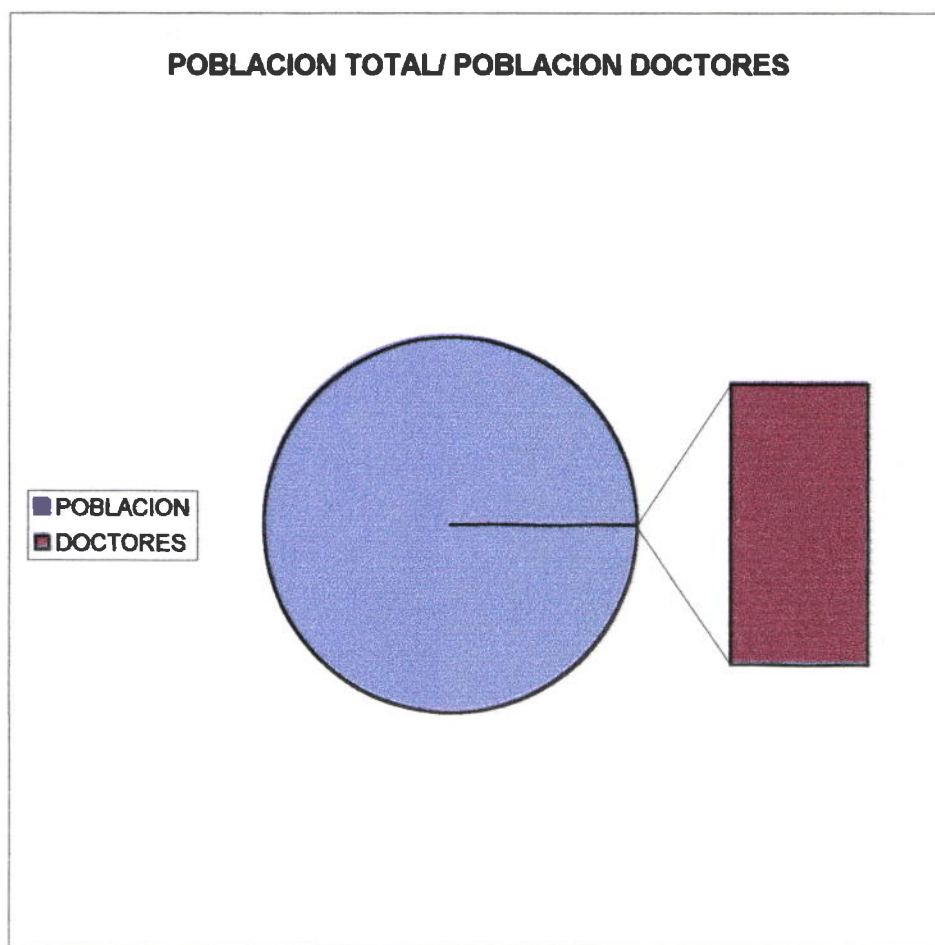
El servicio que ofrece Ecuadormedicalweb, tanto informativo como publicitario, es asequible como producto por su bajo costo, frente a la gran ventaja de ser novedoso, de impacto en el mercado, proporcionando al cliente un medio para incrementar sus ventas y satisfacer sus necesidades y expectativas de promoción.

El mercado se encuentra abierto para este servicio lo cual no nos pone ninguna barrera para explotarlo.

POBLACION TOTAL / POBLACION DOCTORES

POBLACION	12174628
DOCTORES	16016

En este cuadro se puede observar el total de la población y el número de doctores a nivel nacional.

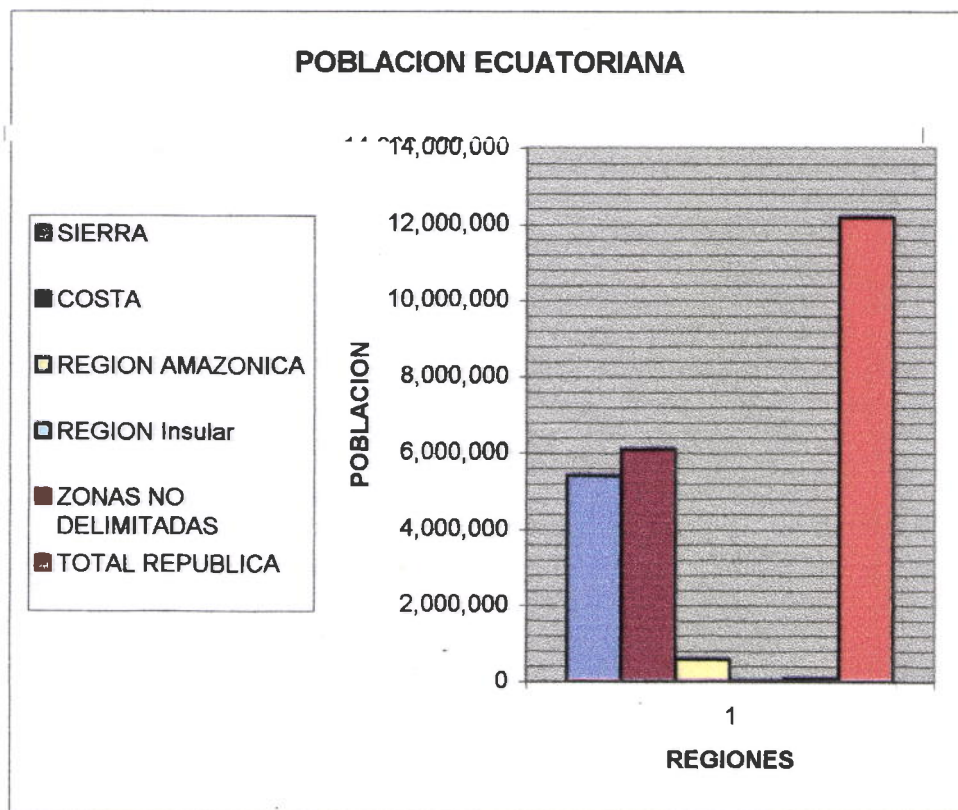


Cuadro 1

POBLACION POR REGIONES

SIERRA	5,410,244
COSTA	6,099,654
REGION AMAZONICA	576,748
REGION Insular	15450
ZONAS NO DELIMITADAS	72532
TOTAL REPUBLICA	12174628

En este cuadro podemos observar la población del Ecuador por regiones.

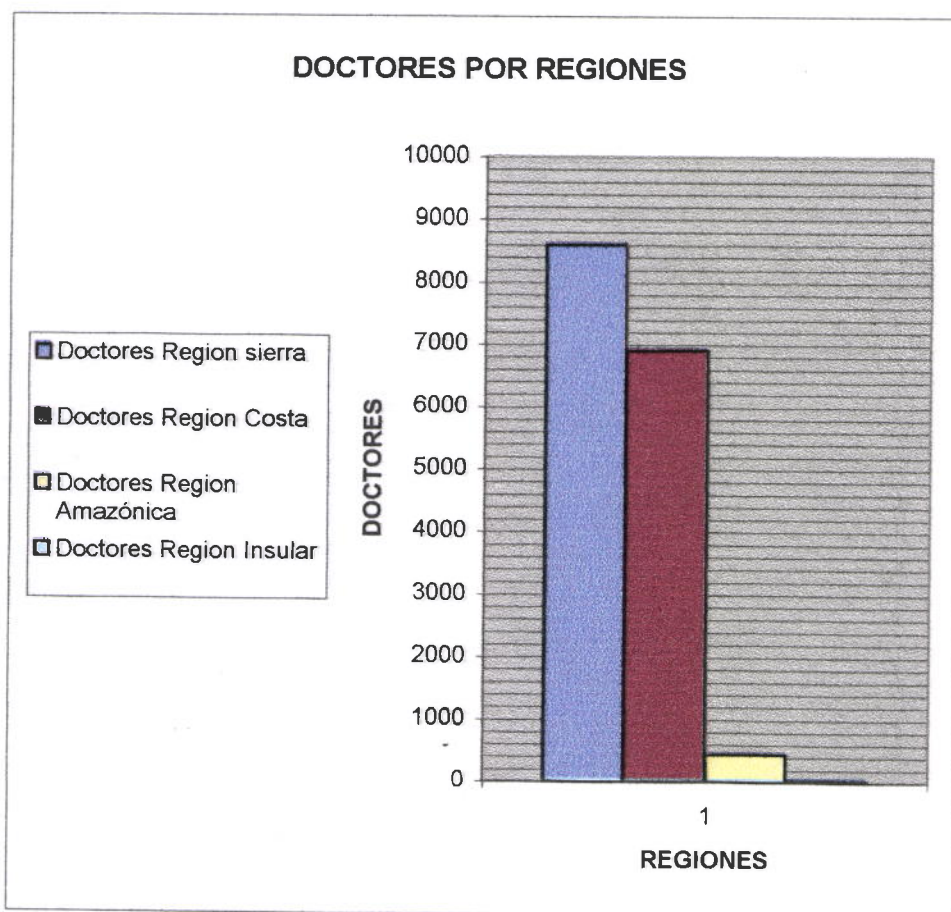


Cuadro 2

DOCTORES A NIVEL REGIONAL

Doctores Region sierra	8600
Doctores Region Costa	6911
Doctores Region Amazónica	446
Doctores Region Insular	20

En este cuadro observamos el número de doctores por regiones.

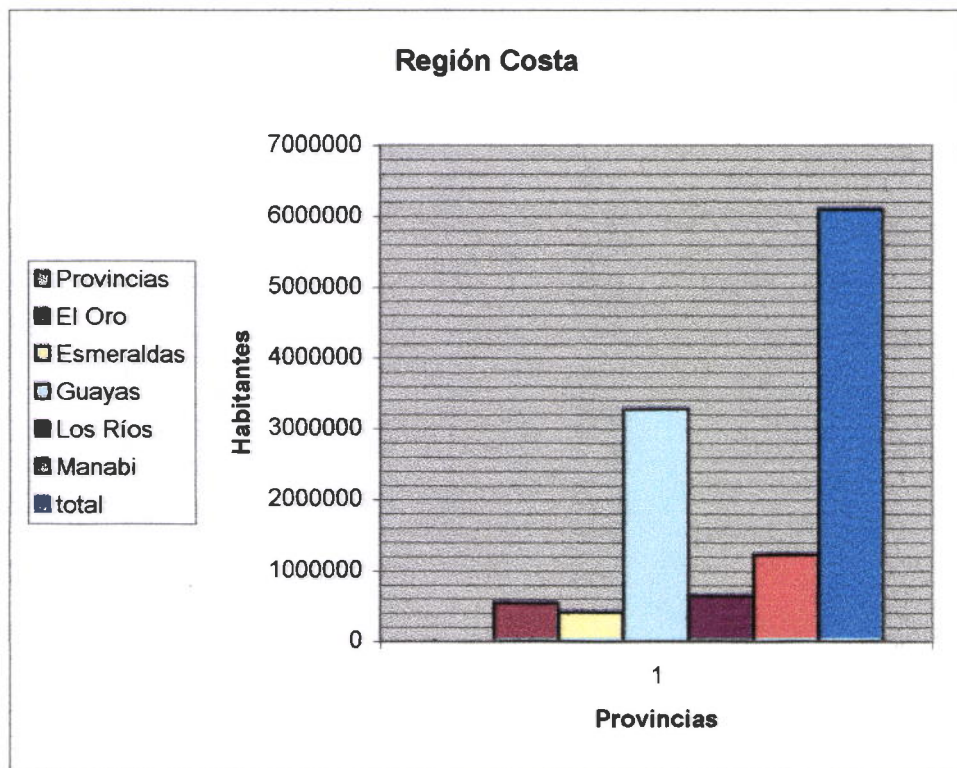


Cuadro 3

HABITANTES POR PROVINCIA, REGION COSTA

Provincias	Habitantes
El Oro	536,319
Esmeraldas	415,287
Guayas	3,276,700
Los Ríos	641,221
Manabi	1,230,127
total	6,099,654

En este cuadro podemos observar el número de habitantes por provincia, en la región costa.

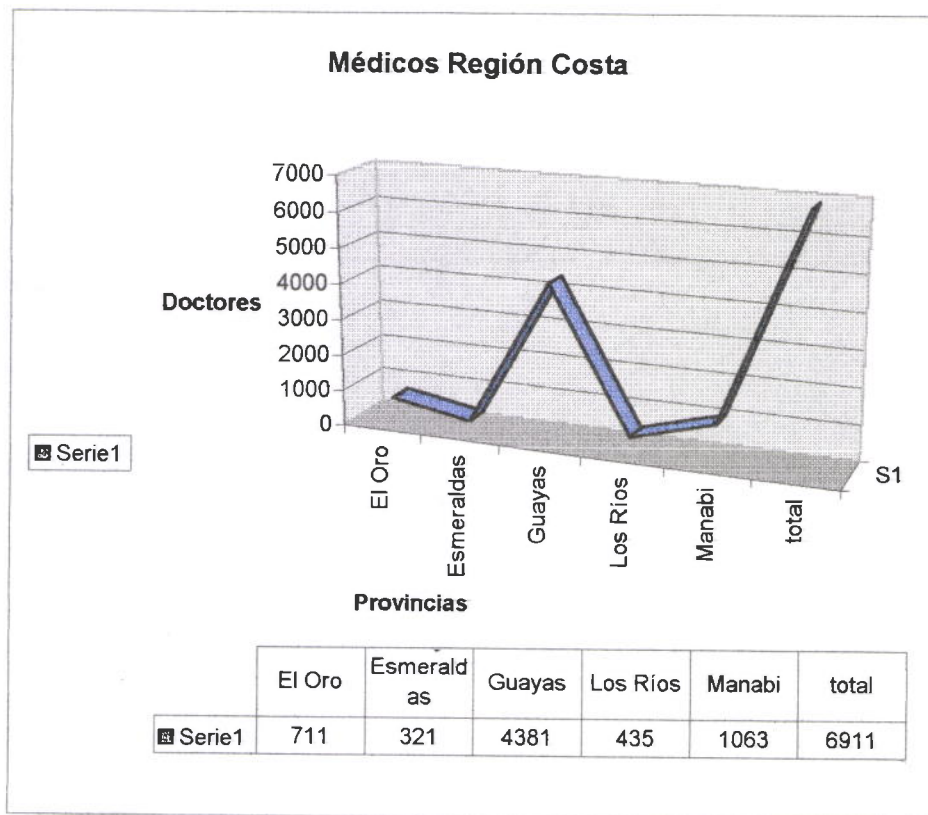


Cuadro 4

MEDICOS POR PROVINCIA, REGION COSTA

Provincias	Médicos
El Oro	711
Esmeraldas	321
Guayas	4381
Los Ríos	435
Manabí	1063
total	6911

En este cuadro observamos el número de médicos en la región costa.



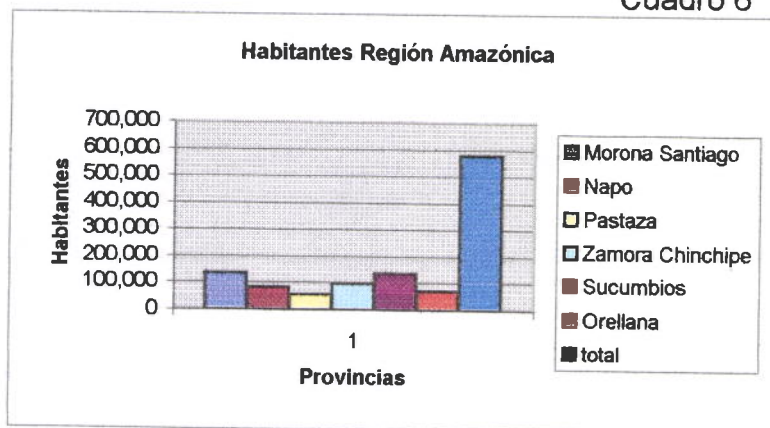
Cuadro 5

HABITANTES POR PROVINCIA, REGION AMAZONICA E INSULAR

Provincias	Habitantes
Morona Santiago	135,695
Napo	82,216
Pastaza	58,088
Zamora Chinchipe	97,315
Sucumbios	133,948
Orellana	69,486
total	576,748

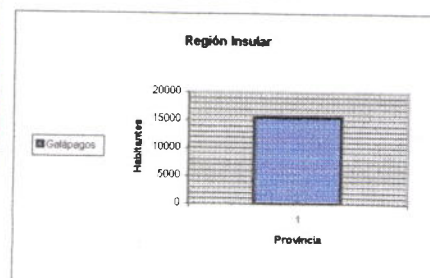
En este cuadro podemos observar el número de habitantes por provincia, en la región amazónica e insular.

Cuadro 6



Cuadro 7

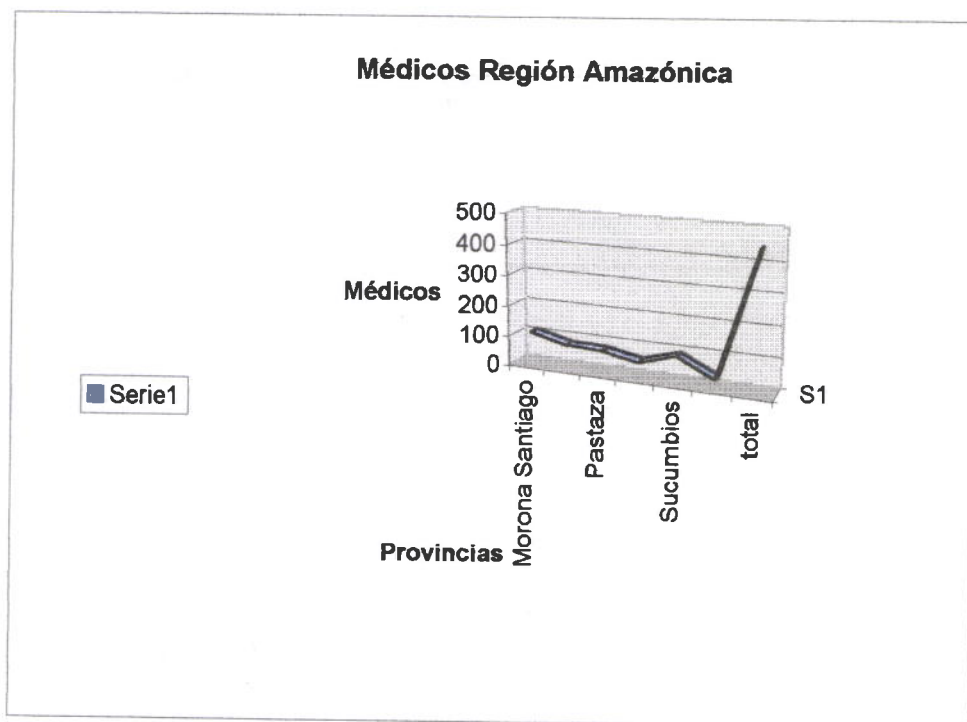
Región Insular	
Galápagos	15450
total	15450
Zonas no Delimitadas	72532



MÉDICOS POR PROVINCIA, REGIÓN AMAZÓNICA

Provincias	Médicos
Morona Santiago	111
Napo	81
Pastaza	78
Zamora Chinchipe	54
Sucumbios	91
Orellana	31
total	446

En este cuadro observamos el número de médicos en la región amazónica.

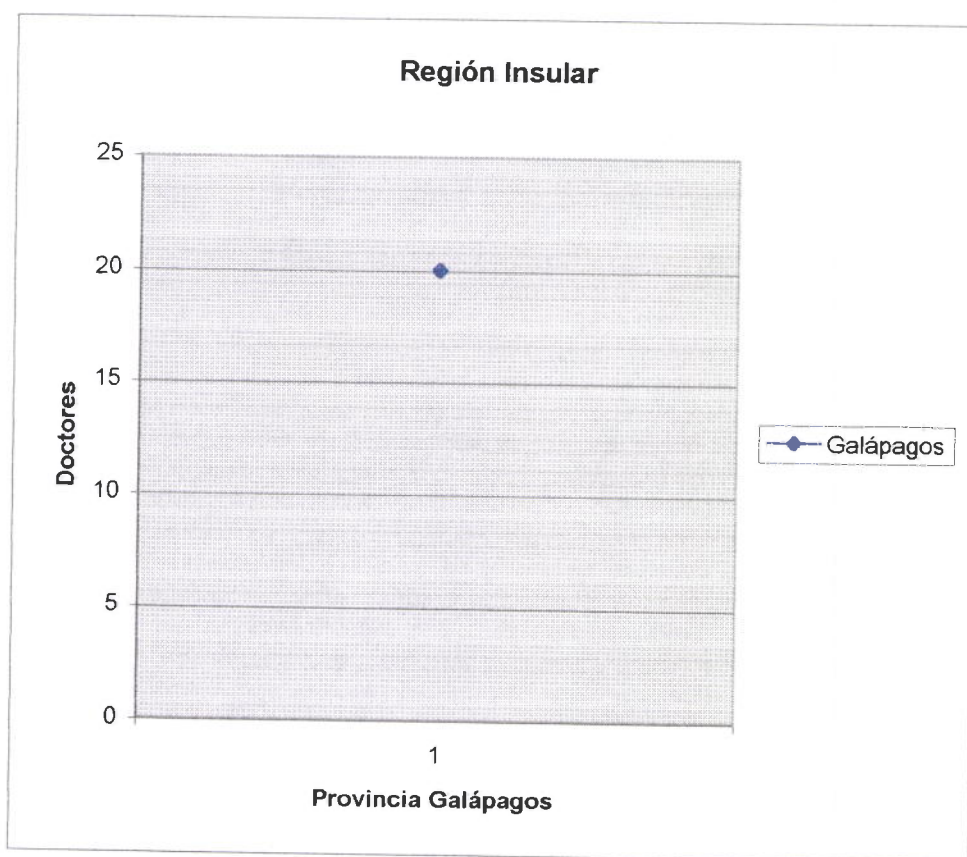


Cuadro 8

MEDICOS REGION INSULAR

Región Insular	Médicos
Galápagos	20
total	20

En este cuadro observamos el número de médicos en la región insular.



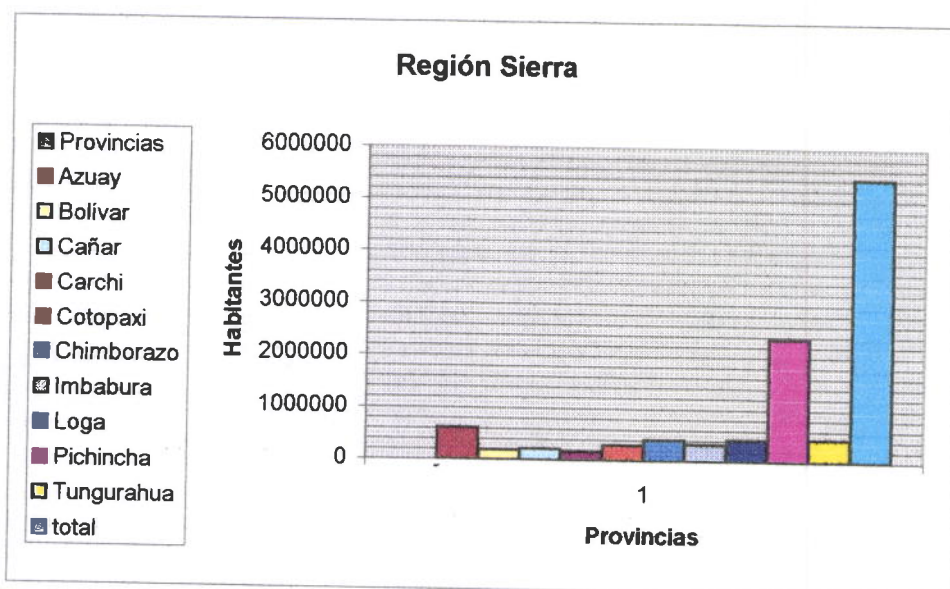
Cuadro 9

Datos obtenidos del Anuario de Recursos y Actividades de Salud - INEC-1998

HABITANTES POR PROVINCIA, REGION SIERRA

Provincias	Habitantes
Azuay	607,552
Bolívar	180,379
Cañar	212,590
Carchi	163,065
Cotopaxi	300,824
Chimborazo	415,471
Imbabura	321,149
Loga	421,911
Pichincha	2,352,838
Tungurahua	434,465
total	5,410,244

En este cuadro podemos observar el número de habitantes por provincia, en la región sierra.

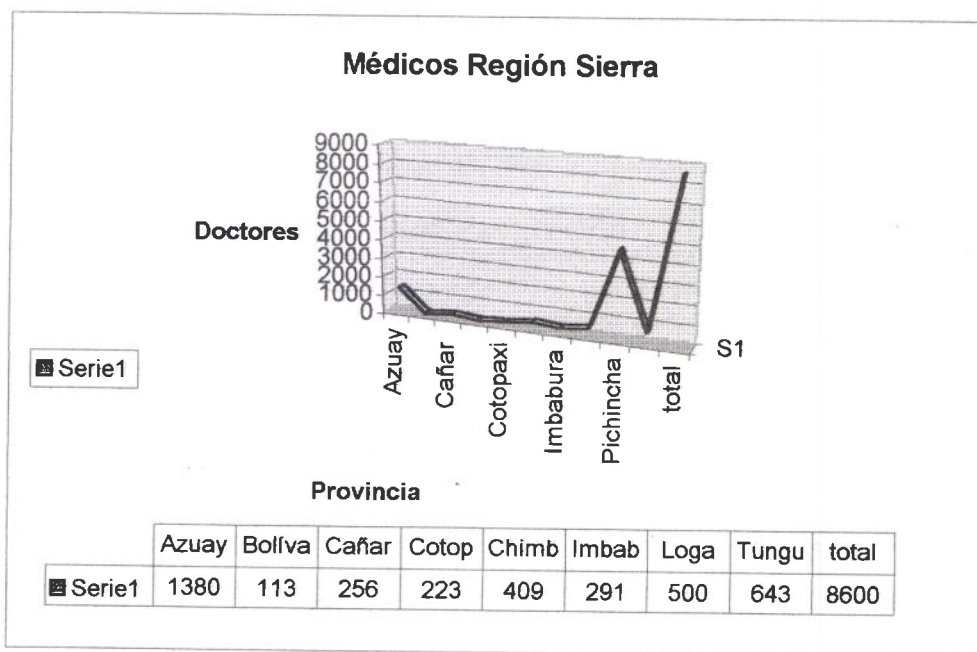


Cuadro 10

MEDICOS POR PROVINCIA, REGION SIERRA

Provincias	Médicos
Azuay	1380
Bolivar	113
Cañar	256
Carchi	131
Cotopaxi	223
Chimborazo	409
Imbabura	291
Loga	500
Pichincha	4654
Tungurahua	643
total	8600

En este cuadro observamos el número de medicos en la región sierra.



Cuadro 11

COBERTURA Y USUARIOS

OPERADORA	COBERTURA	NÚMERO DE USUARIOS
ANDINATEL		3.391
BISMARCK	Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala	63
ÇONECEL		2.462
CYBERWEB	Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala, Ambato, Ibarra, Manta, Sto. Domingo	52*
ECUANET	Quito, Guayaquil, Libertad, Cuenca, Ambato, Puerto Ayora, Machala, Manta, Sto. Domingo	7.698
ESPOLTEL	Guayaquil	472
GRUPO BRAVCO		2
IMPSATEL	Quito, Guayaquil, Cuenca	7.205
INFONET	Quito	5
MEGADATOS	Quito	1.931
NEXSATEL	Quito, Guayaquil, Cuenca	0
PACIFICTEL		0
PARADYNE (Ecuador On Line)	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Machala, Manta, Portoviejo	155
PRODATA	Quito	2.046
RAMTELECOM	Quito, Guayaquil, Cuenca	555
SATEFAR	Quito	1.093
SATNET	Quito, Guayaquil	11.128
SITA	Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala, Ambato, Portoviejo	660
TICSA	Quito	22
TOTAL		38.940

Cuadro 12

* datos a marzo de 2.000

Datos actualizados a abril de 2000

Personas que han contratado servicio a nivel nacional, sin incluir los navegadores. El total de usuarios a nivel nacional es 65000 personas aproximadamente y a nivel mundial existen 125000000 aprox.

Datos obtenidos de www.supertel.gov.ec

Mercado Objetivo

El grupo objetivo de mercado al cual se dirige, se determina en un grupo muy selecto de médicos, pero a su vez un grupo de empresas, clínicas, hospitales, asociaciones, sociedades médicas; líderes en el mercado que no solo prefieran el servicio, si no que también posean el poder económico necesario y a pacientes que necesiten este servicio.

Nuestro target o grupo objetivo es visualizado a cualquier persona o empresa que tengan una corta o larga trayectoria en el mercado sin importar la edad, demografía, raza, de clase social media, media alta, alta; que siempre estén a la vanguardia de los adelantos tecnológicos, a personas que han tenido resultados por medio de la Internet y a los que no lo han utilizado pero tienen conocimientos de la misma.

Competencia

Si bien es cierto que Ecuadormedicalweb es un producto pionero en el mercado, no se debe descuidar ni ignorar la presencia de otras empresas o personas naturales que diseñan páginas web en el Ecuador por que en cualquier tiempo podrían desarrollar algo similar y comenzaría la competencia en la participación del mercado.

Estructuración de precios.

La necesidad de dar a conocer la calidad, utilidad y satisfacción de necesidades de un producto, han determinado que las diferentes formas de publicar no sean de un elevado costo por lo cual se quiere tener una gran aceptación de los clientes para que pauten sus empresas en nuestra página.

Conseguir la Información

Los datos primarios que ayudaron a este análisis se basaron en las innovaciones de la técnica y la ciencia en el desarrollo de la Internet para proporcionar la información a los consumidores.

En la investigación del mercado para obtener información de la aceptación del producto y lo necesario que podría ser en el futuro para el consumidor por el gran crecimiento que tiene la Internet va a ser una herramienta muy necesaria en Ecuador como en los demás países.

Además nos apoyamos en datos estadísticos que demuestran el gran interés a nivel mundial, que hay en la utilización de la Internet.

¿Para qué se hizo el Ecuadormedicalweb?

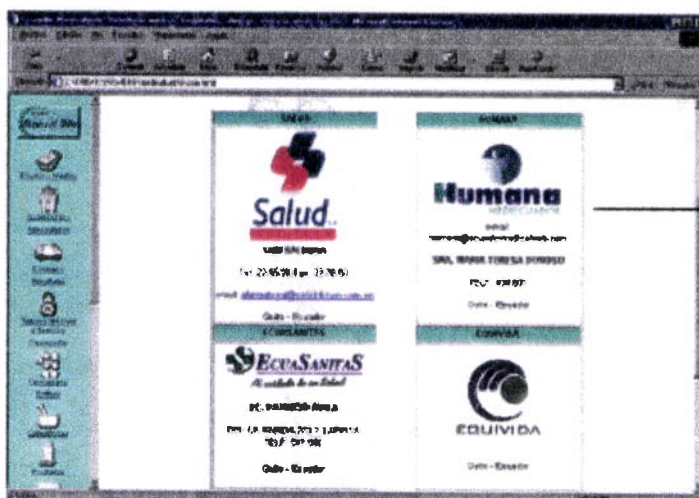
Ecuadormedicalweb fue realizado con la finalidad de facilitar al cliente (paciente) a encontrar un profesional medico y/o buscar la mayor información sobre los hospitales, clínicas, medicinas, etc. Estos clientes (pacientes) se encuentran en Ecuador o en cualquier parte del mundo que tenga acceso a la Internet.

Existen muchas personas en el extranjero que necesitan atención médica, en su país los costos son muy elevados y para el paciente le resulta más económico trasladarse al Ecuador para ser atendido incluyendo los gastos de viaje y tratamiento son mucho más económicos que hacerlo en el país en que reside.

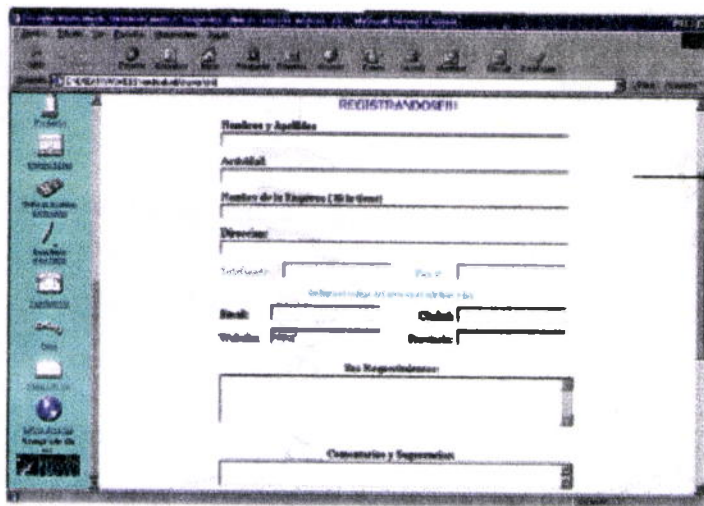
Muchos ecuatorianos residentes en diferentes países del mundo prefieren ser atendidos por un profesional de su país. En algunos casos los familiares que residen fuera del Ecuador no conocen el estado de salud de un familiar y utilizando el Ecuadomedicalweb se puede comunicar con el médico tratante.

¿ Cómo funciona ?

El directorio es de fácil manejo, en la entrada observa el logotipo y abajo del mismo se encuentra un botón donde dice entrar, con el Mouse se da un clic y entra a la página principal, en el lado izquierdo existe un directorio en el cual el navegante busca un doctor, por ejemplo: los puede buscar por cualquiera de estas divisiones y para facilitar más el uso, hay un *search* o buscador donde el navegante pone el nombre del doctor, hospital, clínica, etc. y el programa lo lleva donde está ubicado.

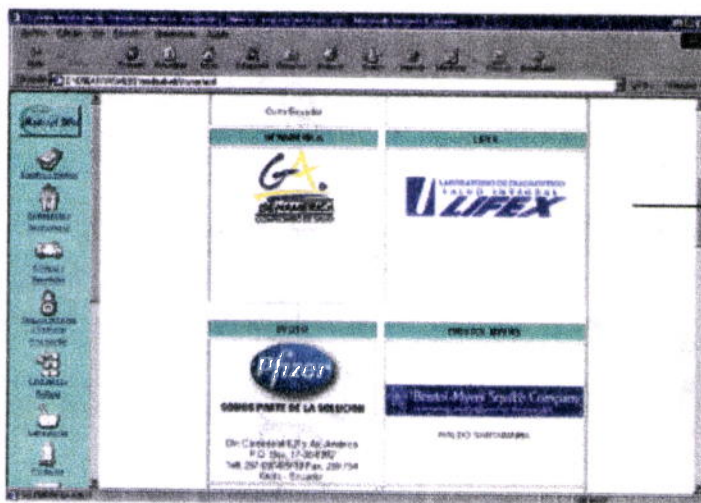


Cuando encuentra al doctor da un clic en el nombre y se abre una nueva página donde se encuentra el curriculum vitae y dónde lo puede ubicar.



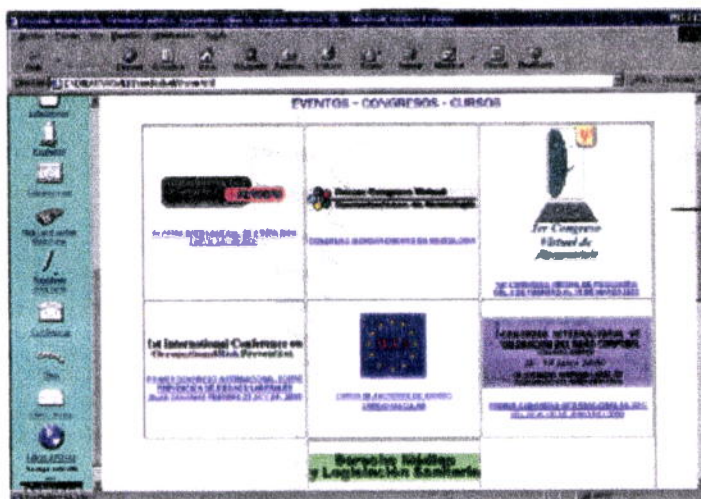
**PAGINA
PARA
REGISTRAR
DATOS**

En la página principal se encuentran logotipos de hospitales, farmacéuticas, donde el navegante da un clic y va directo a la página en la cual desea navegar.



**PAGINA
DE
LABORATORIOS**

Ecuadormedicalweb, es la única solución existente en el mercado para la búsqueda de profesionales en la medicina, doctores, hospitales, clínicas, información sobre nuevos descubrimientos médicos para enfermedades incurables.



**PAGINA
DE
CONGRESOS**

Ecuadormedicalweb ofrece las siguientes ventajas: fácil manejo para la búsqueda; diseño sencillo pero práctico pensado en base al navegante para que encuentre lo que busca. Además, puede encontrar todos los eventos médicos que se realicen en el Ecuador o fuera de él, como seminarios, congresos, convenciones, etc.

Se ingresarán a futuro aerolíneas, hoteles, restaurantes, que ofrecerán sus servicios a las personas que vengan del exterior o de otras partes del país para ayudarles con el hospedaje y lo necesario para su estadía.

Si el paciente por alguna razón no se puede comunicar con el doctor, Ecuadormedicalweb lo ayuda a ponerse en contacto o darle otra opción para que sea atendido.

**DESCRIPCION
DE
PRODUCTOS**



Ofrecemos la capacidad de desplegar textos, imágenes, sonidos y videos en el mismo lugar; permitiéndole a los usuarios escoger lo que desean ver o no, e interactuar con la información y directamente con usted por medio del correo electrónico.

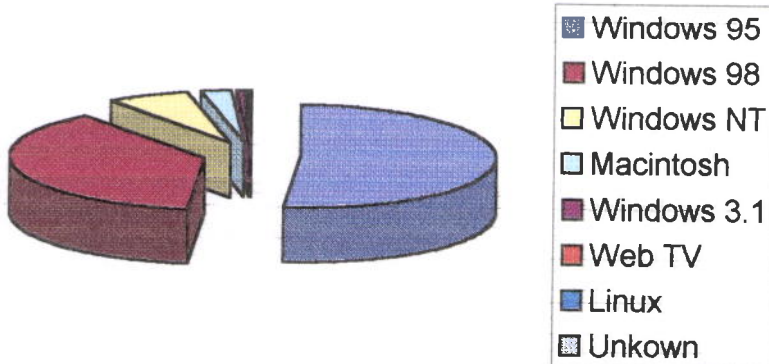
La velocidad con que la información se actualiza y llega a sus usuarios, es mucho mayor que con los medios impresos.

El costo total de las actualizaciones es menor que la de medios impresos.

Cuadro 13

En el siguiente cuadro se puede observar los diferentes sistemas operativos que han utilizado los diferentes navegadores para ingresar al Ecuadormedicalweb desde enero 1 hasta el 30 de mayo del 2000, siendo el sistema de Windows 95 el que , mayor porcentaje tiene, seguido por el sistema Windows 98.

Tipos de Sistemas Operativos usados por los navegadores para ingresar a E.M.W.



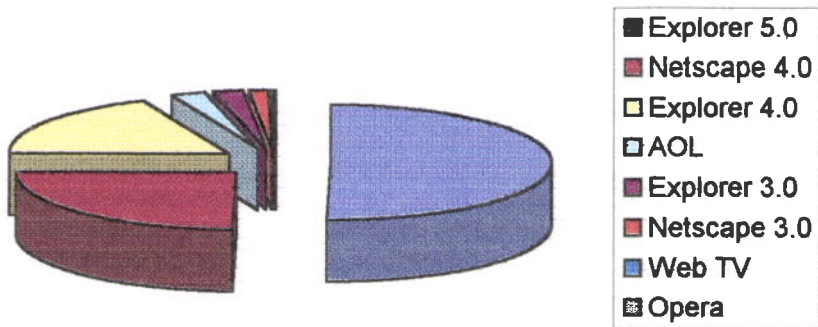
Sist. Operativo	cantidad	porcentaje
Windows 95	4653	51.52%
Windows 98	3415	37.81%
Windows NT	650	7.20%
Macintosh	212	2.36%
Windows 3.1	50	0.55%
Web TV	26	0.28%
Linux	13	0.14%
Unkown	13	0.14%
total	9032	100.00%

Este contador inicio sábado 01 del 2000.

Cuadro 14

En el siguiente cuadro se puede observar cuantas personas utilizaron diferentes tipos de browsers para ingresar a Ecuadormedicalweb.

Tipos de Browsers usados x los navegadores para ingresar a E.M.W.



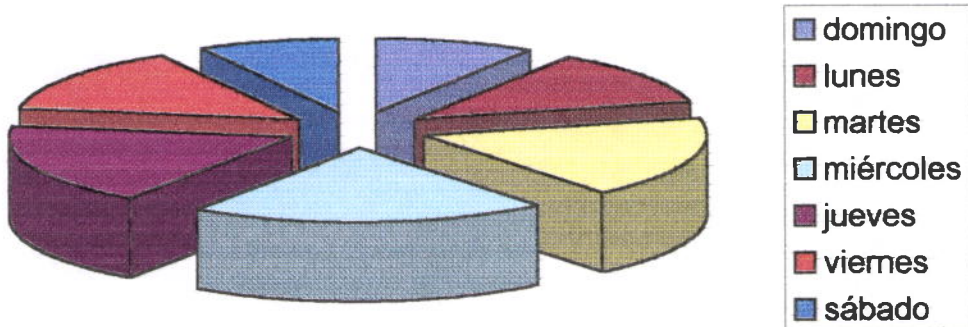
tipo de browser	cantidad	porcentage
Explorer 5.0	4529	50.14%
Netscape 4.0	2252	24.93%
Explorer 4.0	1664	18.42%
AOL	238	2.63%
Explorer 3.0	201	2.22%
Netscape 3.0	112	1.24%
Web TV	24	0.28%
Opera	12	0.14%
Total	9032	100.00%

Este contador inicio sábado 01 de enero del 2000.

Cuadro 15

En el siguiente cuadro se puede observar cuantas personas ingresaron al Ecuadormedicalweb por días durante los cinco meses para saber que día o días tienen mayor afluencia de hits.

Número Total de Hits x Días (01/01/00 - 30/05/00)



días	cantidad	porcentaje
domingo	831	9.20%
lunes	1097	12.10%
martes	1609	17.80%
miércoles	1864	20.60%
jueves	1602	17.70%
viernes	1293	14.30%
sábado	736	6.10%
Total	9032	99.80%

Este contador inicio sábado 01 de enero del 2000.

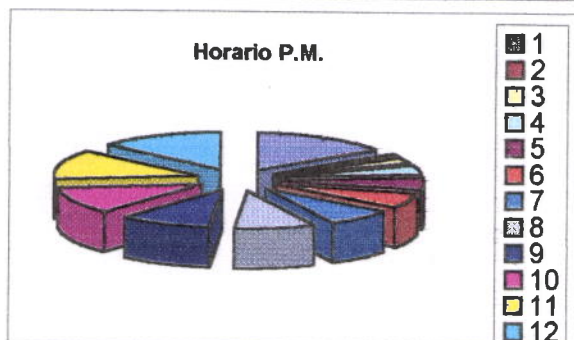
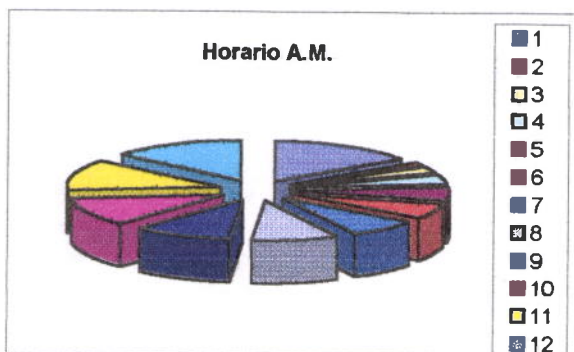
Número de hits por día desde el 1 de enero al 30 de mayo del 2000			
días	hits	días	hits
May 30, 2000	127	March 04, 2000	25
May 29, 2000	14	March 03, 2000	18
May 28, 2000	9	March 02, 2000	110
May 27, 2000	16	March 01, 2000	78
May 26, 2000	81	February 29, 2000	49
May 25, 2000	81	February 28, 2000	15
May 24, 2000	154	February 27, 2000	48
May 23, 2000	75	February 26, 2000	10
May 22, 2000	48	February 25, 2000	64
May 21, 2000	67	February 24, 2000	10
May 20, 2000	39	February 23, 2000	115
May 19, 2000	92	February 22, 2000	74
May 18, 2000	79	February 21, 2000	27
May 17, 2000	112	February 20, 2000	51
May 16, 2000	50	February 19, 2000	8
May 15, 2000	49	February 18, 2000	73
May 14, 2000	33	February 17, 2000	71
May 13, 2000	28	February 16, 2000	73
May 12, 2000	119	February 15, 2000	91
May 11, 2000	50	February 14, 2000	103
May 10, 2000	88	February 13, 2000	18
May 09, 2000	52	February 12, 2000	33
May 08, 2000	25	February 11, 2000	89
May 07, 2000	20	February 10, 2000	79
May 04, 2000	96	February 09, 2000	50
May 03, 2000	103	February 08, 2000	145
May 02, 2000	16	February 07, 2000	51
May 01, 2000	41	February 06, 2000	34
April 30, 2000	97	February 05, 2000	78
April 29, 2000	20	February 04, 2000	101
April 28, 2000	45	February 03, 2000	52
April 27, 2000	56	February 02, 2000	146
April 26, 2000	127	February 01, 2000	103
April 25, 2000	21	January 31, 2000	7
April 24, 2000	77	January 29, 2000	10
April 23, 2000	10	January 28, 2000	51
April 22, 2000	42	January 27, 2000	163
April 21, 2000	40	January 26, 2000	70
April 20, 2000	59	January 25, 2000	65
April 19, 2000	83	January 24, 2000	78
April 18, 2000	83	January 23, 2000	85
April 17, 2000	29	January 22, 2000	101
April 16, 2000	24	January 21, 2000	32
April 15, 2000	15	January 20, 2000	84
April 14, 2000	94	January 19, 2000	82
April 13, 2000	95	January 18, 2000	27
April 11, 2000	109	January 17, 2000	33
April 10, 2000	30	January 16, 2000	14
April 09, 2000	7	January 15, 2000	21
April 08, 2000	19	January 14, 2000	94
April 07, 2000	67	January 13, 2000	84
April 06, 2000	32	January 12, 2000	171
April 05, 2000	135	January 11, 2000	84
April 04, 2000	95	January 10, 2000	49
April 03, 2000	40	January 09, 2000	63
April 02, 2000	39	January 08, 2000	54
April 01, 2000	27	January 07, 2000	78

dias	nits	dias	nits
March 31, 2000	55	January 06, 2000	32
March 30, 2000	95	January 05, 2000	80
March 29, 2000	18	January 04, 2000	117
March 28, 2000	78	January 03, 2000	64
March 27, 2000	31	January 02, 2000	22
March 26, 2000	5	January 01, 2000	31
March 25, 2000	51		
March 24, 2000	31		
March 23, 2000	118		
March 22, 2000	94		
March 21, 2000	32		
March 20, 2000	87		
March 19, 2000	21		
March 18, 2000	45		
March 17, 2000	22		
March 16, 2000	134		
March 14, 2000	86		
March 13, 2000	101		
March 12, 2000	72		
March 11, 2000	63		
March 10, 2000	47		
March 09, 2000	22		
March 08, 2000	86		
March 07, 2000	30		
March 05, 2000	98		
March 05, 2000	92		
Total: 9032			

Cuadro 16

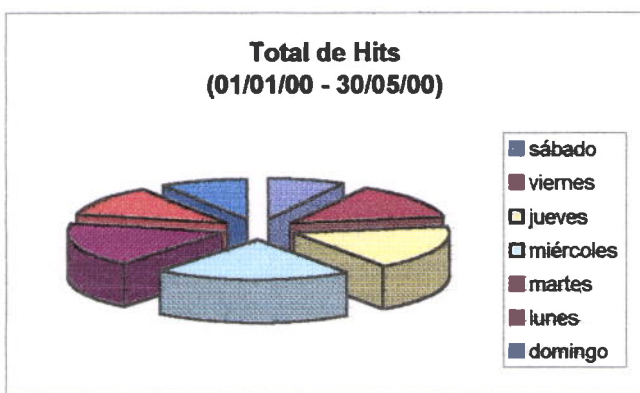
En el siguiente cuadro se puede observar que la hora más visitada durante los cinco meses de duración de la estadística ha sido de 4 - 5 p.m.

AM	visitas	porcentaje		PM	visitas	porcentaje
12	428	4.73%		12	214	2.36%
1	453	5.01%		1	225	2.49%
2	365	4.04%		2	478	5.29%
3	277	3.06%		3	591	6.54%
4	390	4.31%		4	906	10.03%
5	164	1.81%		5	616	6.82%
6	101	1.11%		6	415	4.59%
7	63	0.69%		7	377	4.17%
8	113	1.25%		8	830	9.19%
9	113	1.25%		9	704	7.79%
10	101	1.12%		10	516	5.71%
11	164	1.81%		11	428	4.73%
total a.m.	2732	30.19%		total p.m.	6300	69.71%
total		9032	total	100.00%		



Cuadro 17

En el siguiente cuadro se puede observar que el día más visitado ha sido,miércoles con una afluencia de 1864 personas que representa el 20.60% del total de visitas, desde enero 1 hasta el 30 de mayo del 2000.



Total de Hits y Porcentajes (01/01/00 - 30/05/00)		
días	hits	porcentaje
sábado	736	8.10%
viernes	1293	14.30%
jueves	1602	17.70%
miércoles	1864	20.60%
martes	1609	17.80%
lunes	1097	12.10%
domingo	831	9.20%
total	9032	100.00%

Este contador inicio sábado 01 de enero del 2000.

¿ Cómo sabrá la gente de Ecuadormedicalweb ?

Para que los usuarios tengan conocimiento de nuestra página, nosotros hemos colocado el web-site en los principales servicios de búsqueda; sin embargo, esto no es suficiente. Además hemos colocado la dirección en los impresos que maneje comúnmente así como incluirla en cualquier otro medio publicitario que maneje dependiendo de sus objetivos.

Recuerde también que la popularidad de nuestra página depende también de la penetración de la Internet como medio entre sus usuarios meta.

Objetivos de Marketing

Captar un porcentaje del mercado de Pichincha en el siguiente año con futuras proyecciones a todo el mercado ecuatoriano, en los siguientes segmentos:

- 10% Doctores (4654 en Pichincha)
- 72% Laboratorios (134 en Pichincha)
- 16% Hospitales y Clínicas (593 en Pichincha)
- 2% Asociaciones y Sociedades (2858 en el ámbito nacional)
- 100% Seguros Médicos (24 en de Pichincha)*1
- 60% Farmacias (79 en Pichincha)

Estos porcentajes se los realizaron tomando en cuenta que no todos los doctores, laboratorios, hospitales, clínicas, Asociaciones y sociedades, seguros médicos y farmacias pueden estar interesados en ingresar al servicio, por esto de los porcentajes anteriormente mencionados se espera que ingrese un 50% de los mismos.

*1 Numero obtenido de la guía de Pichincha

*Datos obtenidos del Anuario de Recursos y Actividades de Salud INEC 1998

Objetivos Publicitarios

- Incrementar el conocimiento del producto/servicio en un 30% en el siguiente año.
- Incrementar la publicidad reforzada de la marca en un 20% en el siguiente año.
- Incrementar las actitudes favorables hacia el producto en un 20% en el siguiente año.

Estrategias de Marketing

- Realizar dos visitas diarias a los doctores, para alcanzar el porcentaje propuesto.
- Realizar dos visitas por semana a los laboratorios para alcanzar el porcentaje propuesto.
- Realizar dos visitas por semana a los hospitales y clínicas para alcanzar el porcentaje propuesto.
- Realizar una visita por semana a las asociaciones y sociedades para alcanzar el porcentaje propuesto.
- Realizar una visita por semana a los seguros médicos para alcanzar el porcentaje propuesto.
- Realizar dos visitas por semana a las farmacias para alcanzar el porcentaje propuesto.

Cumpliendo con estas visitas semanales por cada vendedor, se alcanzaran los porcentajes propuestos anteriormente.

Todas estas visitas se apoyaran con envíos de mailing a las demás empresas y servicios afines al servicio, a las cuales no se las tomó en cuenta en las visitas, esto nos sirve para aumentar los porcentajes propuestos.

Se seguirá sondeando el mercado para saber los cambios que tenga y para no desviarnos de los objetivos propuestos y siempre estar a la par con el mercado.

Estrategias Publicitarias

- Realizar una promoción para los doctores para que ingresen gratis al producto-servicio por dos meses.
- Realizar trípticos informativos del producto-servicio.
- Enviar mailing a todos los doctores y empresa con afines con el producto-servicio.
- Realizar visitas personales para realizar relaciones publicas.
- Promocionar en eventos dirigidos para doctores y empresas afines como congresos, seminarios, lanzamientos de nuevos productos de las farmacéuticas.
- Realizar diversos eventos de ***Ecuadormedicalweb*** para promocionar el producto-servicio, después de haber conseguido los auspicios necesarios para realizar el mismo.
- Realizar una cuña de radio para lanzarla antes del evento de producto-servicio.
- Realizar un comercial para el lanzamiento del producto-servicio.

RECOMENDACIONES

Lo primero que recomendamos hacer al considerar tener un sitio web

Es necesario contestarse antes algunas preguntas concretas para delimitar el proyecto y poder presupuestarlo:

- **¿Para qué quiero un sitio web? ¿Cuál es el objetivo?**
- Crecer mi negocio/productos/servicios.
- Para informar o brindar algún servicio a mis clientes.
- Necesito o me es conveniente tener direcciones web y de e-mail propias o no.
- **¿Quién va a navegar en mi página web?**
- ¿Cómo son mis usuarios, qué necesitan o pueden necesitar?
- ¿Cuál es mi mercado?
- De acuerdo a mi mercado ¿vale la pena incluir la información en varios idiomas? ¿cuáles?
- **¿Qué información (textos, imágenes, sonidos, videos, etc.) necesito o quiero incluir?**
- ¿Ya tengo esta información (contenido) o necesito generarla.?
- ¿Está actualizada?

Proceso recomendado a seguir, una vez que se decide tener un sitio web

1. Análisis del objetivo particular de su sitio y contar con el material; textos, imágenes, sonidos, etc. que piense incluir en él.
2. Estructuración del contenido de una manera lógica, congruente con sus usuarios y sus objetivos; para lograr un esquema de navegación sencillo y eficiente; para esto utilizamos diversas recomendaciones y estándares; así como nuestra propia experiencia e investigaciones.
3. Adaptación/creación del diseño visual, de acuerdo a sus usuarios, su imagen y sus objetivos.
4. Producción de las páginas web; sus páginas se pueden publicar de manera privada en nuestro servidor, de manera que ud. pueda ir viendo el progreso y pueda complementar nuestro trabajo con sus observaciones antes de la publicación definitiva.
5. Publicación Definitiva
Inscripción (alta) en los principales servicios de búsqueda

DENUNCIA

- Existe un mercado potencial para Ecuadormedicalweb.
- A dado un resultado tangible por los hits a la página en la actualidad.
- Existe gran aceptación por parte de los doctores a nivel nacional e internacional.
- Tenemos una gran acogida a nivel de usuarios naturales.
- Tiene una gran aceptación por parte de las empresas que tienen afines con la medicina.
- Ecuadormedicalweb por ser pionero en nuestro mercado tiene una gran ventaja sobre futuras competencias que puedan surgir.
- Ecuadormedicalweb es un servicio que se conoce a nivel no solo nacional pero internacional por estar presente en la gran autopista de la información, la Internet.
- Estamos seguros que va a ser un producto/servicio de vanguardia, que es y va ser útil para la comunidad nacional e internacional.
- Ecuadormedicalweb es sin lugar a duda un producto/servicio que tiene toda las virtudes y posibilidades para ser un website de trascendental importancia y trayectoria a través del tiempo.

CONCLUSIONES

En el Ecuador existe un mercado potencial que tiene una gran aceptación a la Internet y éste tiene un crecimiento grande de usuarios (22.5% anual), que en la actualidad equivale a 65.000 o más navegadores a nivel nacional, lo cual es una ventaja ya que podemos ampliar nuestro servicio y cuando la gente en el Ecuador se acostumbre a utilizar Internet, Ecuadormedicalweb será la principal guía de información médica del Ecuador, sin olvidar la gran población mundial de usuarios que fácilmente superan los 125.000.000 de personas.

Ecuadormedicalweb es el nuevo medio de información médica que sustituye a la antigua guía telefónica y además entrega al visitante valores agregados que la guía no puede hacer.

Por ejemplo:

- Hoja de vida de los médicos
- Links con información de otras empresas que pueden ser de mucha utilidad.
- Promociones, nuevos productos, eventos y congresos de medicina.
- Tips médicos.
- Fácil manejo.
- Existe más interacción entre la persona y el site.
- Entre otros.

En base a toda la investigación previamente realizada, tenemos total seguridad y confianza que Ecuadormedicalweb es la nueva vía de acceso al mundo de la medicina.

ANEXOS

USO CORECTO DE LOGOTIPO



TAMAÑO MINIMO



USOS INCORRECTOS DE LOGOTIPO



®

BACKGROUND

MW

SLOGAN

**Si bien esto no es un médico...
es la mejor ayuda.**

TIPOGRAFIAS

ECUADOR

Medical Web

MW



**Si bien esto no es un médico...
es la mejor ayuda.**

TIMES NEW ROMAN BOLD 19.19 pt.

NEW BEROLINA MT REGULAR 57.84 pt.

NEW BEROLINA MT REGULAR 125.14 pt.

ARIAL BOLD 11.82 pt.

TIMES NEW ROMAN BOLD



R: 9% **C:** 65.12%
G: 189% **M:** 0.28%
B: 178% **Y:** 21.74%
K: 0%



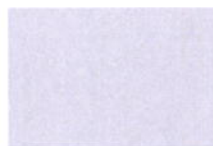
R: 32% **C:** 97.74%
G: 30% **M:** 82.43%
B: 140% **Y:** 0%
K: 0%

Medical Web



R: 88% **C:** 60.41%
G: 88% **M:** 46.44%
B: 88% **Y:** 46.45%
K: 12.29%

Medical Web



R: 220% **C:** 13.42%
G: 221% **M:** 8.77%
B: 221% **Y:** 6.79%
K: 0.03%



R: 0% **C:** 0%
G: 0% **M:** 0%
B: 0% **Y:** 0%
K: 100%

ECUADOR

EQUADOR MEDICAL W/EB

CONTROL DE VISITAS

		VENDEDOR	FECHA DE INICIO	CODIGO No.	
		DIRECCION	TELEFONO	TELEFONO	
No.	CLIENTE	ACTIVIDAD	TELEFONO	DIRECCION	OBSERVACIONES
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Internet en los Años 70's

septiembre
1969

- Se monta el primer link de ARPANET en la Universidad de California en Los Angeles, en los Estados Unidos de Norteamérica (UCLA)

1970

- Publicación de **NCP (Network Control Protocol)** primer protocolo Host-Host de ARPANET - sus hosts empiezan a usarlo

1971

- ARPANET cuenta ya con **15 nodos (23 hosts)** - UCLA, SRI, UCSB, Universidad de Utah, BBN, MIT, RAND, SDC, Harvard, Lincoln Lab, Stanford, UIU(C), CWRU, CMU, NASA/Ames
- **Ray Tomlinson** inventa un programa de email para mandar mensajes a través de una red distribuída, y manda el **primer Email**, que era un mensaje que decía " Testing 1-2-3" y que iba dirigido a él mismo. El **segundo** mensaje de **Email**, fué mucho más importante, se dirigió a todos los usuarios de ARPANET y consistió en las instrucciones y convenciones de recién inventado correo electrónico

1972

- ARPANET cuenta con **37 nodos** y hace una demostración pública en la Primera Conferencia Internacional de Computadoras y Comunicación
- **Ray Tomlinson** modifica el programa de correo, elige el signo **@** para denotar "en" y su sistema resulta muy popular
- El Centro Nacional para Aplicaciones de Supercomputación (NCSA) desarrolla **TELNET**, una aplicación para facilitar la conexión a una computadora remota.
- La **primera plática de computadora a computadora** se dá en la Conferencia Internacional en Comunicaciones por Computadora (ICCC) en Washington D.C. entre un psiquiatra en BBN y su paciente en Stanford.

1973

- Se conectan las primeras computadoras ubicadas fuera de los Estados Unidos: en

Inglaterra (University College of London) y en Noruega (Royal Radar Establishment)

- De la tesis de doctorado de Bob Metcalfe (Harvard) surge la idea para desarrollar **Ethernet**
- Un estudio de ARPA muestra que **75% del tráfico de ARPANET es correo**

1974

- **Vinton Cerf y Bob Kahn** publican "**Transfer Control Protocol**" TCP, estandarizando la transmisión de archivos entre computadoras

1975

- **John Vittal** desarrolla MSG, el **primer programa de correo electrónico realmente completo** que incluye la posibilidad de contestar, reenviar y guardar mensajes
- Se crean dos **enlaces vía satélite**, uno hacia Hawaii y el otro hacia Inglaterra

1976

- La **Reina Elizabeth II** de Inglaterra **manda un email por primera vez**
- AT&T Bell Labs crea **UUCP (Unix-to-Unix Copy Program)**

1977

- **Larry Landweber** de la universidad de Wisconsin, crea **THEORYNET** para ofrecer correo a más de 100 investigadores en computación

1978

- TCP se divide en TCP (Transfer Control Protocol) e IP (Internet Protocol)

1979

- **Tom Truscott, Jim Ellis, y Steve Bellovin** establecen **USENET** usando UUCP entre Duke y UNC
- **Kevin MacKenzie** manda un email a el MsgGroup con la sugerencia de agregar una cierta emoción dentro del medio "seco" del texto del email, por ejemplo: :) para indicar una sonrisa, los **"emoticons"** fueron y siguen siendo extensamente usados

Internet en los Años 80's

- 1980**
- El 27 de Octubre, **ARPANET deja de funcionar** por un mensaje de virus erróneo
- 1981**
- Surge **BITNET "Because It's Time NETwork"**, ofrece correo y listas de discusión
 - Telecom de Francia lanza **Minitel (Teletel)**
- 1982**
- Noruega sale de la red para convertirse en una conexión Internet vía el TCP/IP concluido SATNET
 - EUUG crea EUnet (red europea de UNIX) para ofrecer email y conexiones a los servicios del USENET entre los Países Bajos, Dinamarca, Suecia e Inglaterra
- 1983**
- **TCP/IP se convirtió en el único protocolo a usarse en ARPANET**, esta decisión sentó un estándar para otras redes y **generó el uso del término "Internet"** como la red de redes que usan o que pueden interactuar, con redes TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol)
 - El segmento militar de ARPANET se independiza y forma MILNET
 - **Comenzaron a aparecer las primeras computadoras de escritorio**, muchas de ellas con UNIX un sistema operativo con software para redes IP
 - La Universidad de Wisconsin desarrolla el **servidor de nombres de dominio**, ya no se requiere saber el camino exacto a otros sistemas
- 1984**
- Se introduce el **sistema de nombres de dominio (Domain Name System - DNS)**
 - El número de hosts pasa de los **1,000**
 - Canadá comienza un proyecto de un año para instalar redes en sus universidades
 - Se establece JUNET (Japan Unix Network) usando UUCP
 - **William Gibson** publica su novela **Neuromancer** y genera el término "ciberespacio"
- 1985**
- Se forma The **WELL(Whole Earth 'Lectronic Link)**

- Dan el instituto de las ciencias de la información (ISI) en USC a la responsabilidad de la gerencia de la raíz del DNS de DCA, y a SRI para los registros del NIC del DNS
- **Symbolics.com** se convierte en el **primer dominio** registrado el 15 de Marzo de 1985.
- Se conecta la última universidad canadiense a la NetNorth terminando el proyecto que inició un año atrás.

1986

- La **National Science Foundation o NSF** interconectó cinco centros de supercomputación de los Estados Unidos creando el **backbone de NSFNET** a una velocidad de 56Kbps
- El 12 de diciembre, **Nueva Inglaterra se desconecta de la red al sufrir AT&T una ruptura en el cable de fibra óptica entre Newark, NJ y White Plains en NY.** Las 7 troncales de Nueva Inglaterra hacia ARPANET estaban conectadas por una sola vía

1987

- El **NSF** concede una concesión a Merit Network, Inc. para funcionar y para manejar el desarrollo futuro de NSFNET, Merit Network, Inc. colaboró con International Business Machines (**IBM**) Corporation y con **MCI Telecommunications Corporation** para investigar y desarrollar mejores y más rápidas tecnologías de redes
- Se funda **UUNET** la primera compañía comercial de internet basada en suscripciones de acceso comercial a UUCP y USENET
- El número hosts pasa de **10,000**
- Se establece una conexión de correo electrónico entre Alemania y China utilizando protocolos CSNET. El primer mensaje desde China se envía el 20 de Septiembre

1988

- 2 de noviembre - el gusano Internet (Internet worm) viaja a través de la red, afectando unos 6,000 de los 60,000 hosts en Internet
- Se forma el CERT (Computer Emergency Response Team) en respuesta al incidente del internet worm
- El backbone de **NSFNET** aumenta su ancho de banda a una T1 (**1.544Mbps**)
- **Jarkko Oikarinen** desarrolla el **Internet Relay**

Chat (IRC) cliente para platicar en vivo en internet

1989

- **Fidonet** se conecta a la red permitiendo intercambio de noticias y correo
- Hay más de **100,000 hosts**
- Se dan los primeros intercambios entre el primer proveedor comercial de correo electrónico y el internet: **MCI Mail**

Internet en los Años 90's

1990

- **ARPANET** deja de existir
- **Peter Deutsch, Alan Emtage y Bill Heelan** de la Universidad McGill de Montreal Canada, liberan **Archie**; el primer motor de búsqueda (search engine) que permitía localizar y acceder archivos

1991

- **Paul Lindner y Mark P. McCahill** de la Universidad de Minnesota desarrollan **Gopher**; el primer motor de búsqueda que incorporó el uso de ligas de hipertexto
- Thinking Machines libera **WAIS** (Wide Area Information Server), un motor de búsqueda basado en contenidos
- El **CERN libera el World Wide Web (WWW)** desarrollado por **Tim Berners-Lee**. El WWW usa el protocolo de transferencia de hipertexto llamado HTTP (HyperText Transfer Protocol); cambiando la forma en que la información en el internet puede ser organizada, presentada y accesada
- **Philip Zimmerman** libera **PGP** (Pretty Good Privacy)
- El backbone de **NSFNET** aumenta su ancho de banda a una T3 (**44.736Mbps**), el tráfico de NSFNET sobrepasa de **10 billones de paquetes al mes**

1992

- **Se crea la Internet Society (ISOC)**
- La cantidad de hosts supera **1,000,000**
- La Universidad de Nevada lanza **Veronica**, una herramienta de búsqueda en el entorno Gopher

1993

- El Banco Mundial se conecta en línea
- Jean Armour Polly crea la expresión "Navegar por Internet"
- **NSF crea el InterNic**, para brindar servicios de registro, directorio e información de internet
- Nuevas formas de "redes" viajan por la red
- La Casa Blanca y la ONU se conectan en línea
- **Mark Andreesen** of NCSA (National Center for SuperComputing Applications, Illinois) lanza **Mosaic** el primer navegador (predecesor del Navegador Netscape)
- Los negocios y los medios empiezan a prestarle atención a internet

1994

- **ARPANET festeja su 25 aniversario**
- Entran en línea el Primer Ministro Japonés, el de Nueva Zelanda y El Tesoro del Reino Unido
- **David Filo y Jerry Yang** lanzan **Yahoo!** directorio categorizado para búsqueda en internet
- Algunas comunidades comienzan a conectarse a internet, como Lexington y Cambridge, Mass., USA
- Aparece el primer ciberbanco "First Virtual" y los primeros shopping malls
- Las emisoras de radio de diversas universidades comienzan a transmitir en la red
- El tráfico de ARPANET sobrepasa los **10 trillones de bytes al mes**

1995

- **NSFNET** reemplaza su arquitectura por una nueva llamada **VBNS** (very high speed backbone system) que usa proveedores de servicios de red, redes regionales y puntos de acceso a la red (NAPs)
- La compañía Digital lanza el motor de búsqueda **Altavista**
- Sun lanza **JAVA** y surge **RealAudio**, tecnología streaming para entregar audio en internet casi en vivo
- Los sistemas tradicionales de acceso telefónico comienzan a brindar el servicio de acceso a Internet (compuserve, America On-line y Prodigy)

1996

- Netscape lidera el grupo con el tercer valor NASDAQ IPO por acción más alto de la historia el 9 de Agosto
- El 14 de Septiembre el registro de nombres de dominio deja de ser gratuito
- El Vaticano y el gobierno canadiense se conectan en línea
- Son muy populares el WWW y los search engines, están por surgir Java, JavaScript y los ambientes virtuales (VRML)
- Se introduce internetphone
- 9,272 organizaciones se encuentran excluidas de la Red después de que InterNIC las excluye por no haber abonado la cuota correspondiente a su nombre de dominio
- Hay unos 150 países conectados, el internet cubre el globo.
- En ciertos países se restringe el uso de internet: *China*: Requiere que los usuarios y las ISPs estén registrados ante la policía. *Alemania*: Cortó el acceso a algunos grupos de interés que funcionaban bajo CompuServe. *Arabia Saudita*: Limitó el acceso a Internet a hospitales y Universidades. *Singapur*: Requiere que aquellos que publiquen contenidos políticos y religiosos estén registrados ante el Estado. *Nueva Zelanda*: Considera los discos de las computadoras "publicaciones" que pueden ser censuradas y secuestradas
- Netscape Navigator y Microsoft Internet Explorer se encuentran enfrascados en la guerra los browsers, liberando nuevo software de manera trimestral
- Surgen los 7 nuevos TLD (Top Level Domains - .firm, .store, .web, .arts, .rec, .info, .nom)
- Son muy populares los search engines, Java e Internetphone

1997

- Se establece la ARIN para manejar la administración y registro de nombres de dominio para las áreas geográficas que manejaba hasta ahora Network Solutions (InterNIC) y empezaría sus labores en marzo de 1998
- Salen al mercado los navegadores Netscape

Navigator 4.0 y Microsoft Internet Explorer 4.0, permitiendo el uso de **JavaScript** y de **HTML dinámico** (dHTML) para hacer más atractivas las páginas web

- Se cuentan **71,618 listas de correo registradas**
 - Se estima un número de usuarios a nivel mundial de unos **60 a 80 millones**
 - El 17 de julio un error humano en **Network Solutions produce la corrupción de la tabla DNS para los dominios .com y .net** lo que hizo imposible comunicarse con millones de sistemas
 - Eugene Kashpureff, dueño de AlterNic, protesta contra el monopolio de registro de nombre de dominio
 - Surgen las tecnologías **Push y Multicasting** y es muy popular la tecnología streaming
 - Se libera el *Hobbes' Internet Timeline*
 - El 4 de Mayo Network Solutions registra su dominio **2,000,000**
 - Las estampillas electrónicas son una realidad pues el Servicio de Correos de Estados Unidos permite que las estampillas se compren e impriman directamente desde la Web
 - ABCNews.com accidentalmente publica los resultados de las elecciones en los Estados Unidos con un día de anticipación
 - El 8 de diciembre San Francisco se queda desconectado de la red temporalmente
 - Surgen el **E-Commerce** (comercio electrónico), **E-Auctions** (subastas electrónicas), **E-Trade** (mercado electrónico), **XML** (Extensible Markup Language)
- 1998**
- **IBM se convierte en la primera empresa en liberar pruebas de internet2 (TCP/IP v6)**
 - La sociedad Internet (ISOC) aprueba la formación del Internet Societal Task Force (ISTF) cuyo presidente es **Vint Cerf**
 - El NSF incrementa su ancho de banda a **2.5 Gbs**
 - Se rompe el monopolio del registro de dominios mantenido hasta la fecha por **Network**
- 1999**

Cartas enviadas a Ecuadormedicalweb.

De: Jose Esteban Velasco <jestebanv@wanadoo.es>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: Enhorabuena

Fecha: Jueves 6 de Abril de 2000 05:58 PM

Soy médico español en Valencia. Estoy revisando web en español que son generalmente pobres y malos. Vuestro web es extraordinario. Es el mejor que he visto hasta ahora en diseño y atractivo. La página de las mamis es un encanto. Dais ciencia, consejos y cuidados infantiles con un diseño y un encanto extraordinario. Enhorabuena a todos. Un muy cariñoso saludo. Dr. J. Esteban

De: FERCORI <fercori@sol.racsa.co.cr>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Fecha: Jueves 17 de Febrero de 2000 05:15 PM

Estimado Oscar: En atención a tu correo de hoy debo informarte que aún no tenemos confirmación de empresas o visitantes ecuatorianos a nuestro evento EXPOSALUD'2000. Sin embargo es muy importante que sepas que GRUPO

TACA tiene una tarifa preferencial (un 20% de descuento) sobre sus tarifas para quienes viajen por esa aerolínea a nuestra Feria.

La clave que debes entregar a tu agencia o en el counter de la aerolínea a la hora de comprar tu boleto es la siguiente:

ENTRADA SABRE: Y / CON / SJO

CODIGO CONGRESO: CSJO20114-00

Saludos,

Cecilia Chavarría

FERCORI

Tel. (506)233-6990

Fax: (506)233-5791

www.fercori.co.cr

De: <"gozalo_a"@tsm.es>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: Información sobre clinica del doctor edwin puebla

Fecha: Martes 15 de Febrero de 2000 06:52 AM

02/15/2000 12:53 PM

(subscriber: Angeles Gozalo Yagües@TSM)

Estimados sres.:

Por el presente e-mail, deseo solicitarles información sobre página web o mejor e-mail de la clinica del doctor edwin puebla en Santo Domingo de Los Colorados.

La causa de mi solicitud es poder contactar con dicha clínica para saber evolución médica de un paciente que es hermano de la persona que trabaja en las tareas del hogar en nuestra casa en Madrid (España) y que es de nacionalidad ecuatoriana. Esta persona está preocupada por el accidente que ha sufrido su hermano y al ser mi esposo cirujano cardiaco quería ponerse en contacto con los médicos que tratan a dicho paciente para conocer de primera mano el grado de las lesiones que sufre.

Les agradecería me respondiesen a las siguientes direcciones:

gozalo_a@tsm.es o bien a la de mi esposo: igandrade@ie.infomail.es

Muchas gracias por todo y solo felicitarles por la estupenda web que poseen en la red.

Un saludo

Angeles Gozalo

De: Diego Vásconez <dvascone@ECNET.ec>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: INFORMACION

Fecha: Martes 7 de Marzo de 2000 03:11 PM

Mi nombre es Diego Vásconez, trabajo en la area de Marketing de la Div. Profesa de Schering Plough, estoy interesado en contactarme con ustedes para realizar algunos proyectos en conjunto, por favor si se pueden comunicar al 02 340-615 ó 343-390 ext 208

Gracias

DV.

De: JOSELYN SANTIAGO <jsantiago@msmc.com>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: Información

Fecha: Jueves 27 de Abril de 2000 09:39 AM

Buenos Dias:

Estuve visitando su página web y la encontré muy interesante. Quisiera preguntarle si las direcciones de email que aparecen con su nombre llegan directamente a los médicos o a ustedes y entonces ustedes le hacen llegar el mensaje al médico? Es que yo trabajo como gerente de mercadeo internacional del Mount Sinai Medical Center en Miami Beach, Florida y conozco personalmente alguno de estos médicos como por ejemplo al Dr. Jaime Beltrán, Presidente de la Sociedad Ecuatoriana de Medicina Interna y muchas veces le he preguntado si tiene email y me ha dicho que no. Y hoy vi su dirección como jbeltran@ecuadormedicalweb.com por eso le pregunto. Que posibilidad hay de que yo pueda hacer mercadeo en su website. Tengo cantidad de articulos escritos por los medicos del Mount Sinai que puedo hacerselos llegar para su publicación en su pagina web. Le agradezco la información que me pueda ofrecer sobre su pagina web.

PS: Le estoy incluyendo comunicado de prensa sobre dos eventos medicos que se llevaran a cabo en Quito de mayo 8-11 donde participaran un total de ocho medicos del Mount Sinai.

Atentamente,

Joselyn Santiago

Gerente Mercadeo Internacional

Mount Sinai Medical Center

Miami Beach, FLorida

De: <"gozalo_a"@tsm.es>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: Petición de información sobre un paciente al Dr. Edwin Puebla.

Fecha: Jueves 24 de Febrero de 2000 11:14 AM

En primer lugar deseo darles las gracias por su amabilidad en ponerse en contacto con el Dr. Edwin Puebla de Santo Domingo de Los Colorados.

Tal y como me indican este doctor no tiene e-mail, y ustedes me ofrecen la posibilidad de hacerle preguntas a través de Vds. Abusando de su amabilidad les ruego le hagan llegar lo siguiente:

Nuestro interés es por el paciente llamado Angel Vinicio León Yunda, hermano de Marta Azucena que trabaja en nuestra casa y a la que queremos y deseamos lo mejor.

Angel sufrió el pasado mes un accidente al ser atropellado por un vehículo y según nos ha informado la familia, tienen que realizarle una costosa operación para recomponer su fémur. La familia de un nivel cultural no muy grande, no acierta a explicarnos en realidad qué tipo de intervención le van a realizar.

Por esta razón les ruego nos tengan informados acerca del grado de lesiones y tipo de cirugía que le van a practicar o ya le han practicado.

Por último decirles que trasladen al Dr. Puebla nuestra preocupación por los honorarios que les van a cobrar. Según nos informa su hermana son elevadísimos (más de 2000 dólares USA). Ella ha pedido ayuda a todos, a nosotros y a otros compatriotas que trabajan en España para poder enviar este dinero a su familia y así poder pagar la intervención.

Les ruego que aunque por supuesto toda intervención privada tiene un coste elevado, le indiquen al Dr. Edwin Puebla que esta familia tiene poco dinero, por lo que le agradeceríamos hiciera un esfuerzo por optimizar los costes, siempre por supuesto utilizando las mejores prótesis posibles.

De nuevo les reitero mi más cordial saludo y agradecimiento por todas las

molestias que pueda acarrearles.

Quedo a su disposición a través de mi esposo Ignacio García Andrade (cirujano cardiaco de adultos en Madrid-España), para cuanto deseen y esté en su mano conseguir.

En espera de sus noticias, les quedo muy agradecida

(mi e-mail es: gozalo_a@tsm.es)

De: Darynthe <fmsyv@ECNET.ec>

Para: ECUADOR MEDICALWEB <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: RE: Publicación

Fecha: Jueves 24 de Febrero de 2000 12:13 PM

Estimado Oscar,

Por su puesto, me encantaría conversar en persona, le parece bien el lunes por la tarde?

Aquí está la información:

-Persona de contacto: Sra. Guillermina Riera de Vargas

Tlfno: (02) 950-179

-Respecto a si quisiéramos que apareciera dentro de su sitio o en una nueva ventana, lo dejo a su discreción.

-Y si, por su puesto, haremos un link a su sitio desde nuestra página principal, usted puede enviarme si tiene un banner pequeño o si desea que lo haga solo con su link.

-A propósito, también tenemos otra página web:

<http://orbita.starmedia.com/~darynth//index.html> que tiene que ver con la prevención del aborto y también donde prestamos ayuda en línea. Esta página ha tenido éxito a nivel de Latinoamérica pero casi nadie de Ecuador la conoce. Talvez les interese ponerla como link?

Bien, espero su respuesta,

Un saludo,

Karina Vargas

De: MODAMED S.A. <modamed@hotmail.com>

Para: <info2@ecuadormedicalweb.com>

Asunto: Re: Publicacion!

Fecha: Jueves 24 de Febrero de 2000 05:35 PM

Que tal,

Claro que nos gustaria estar publicados en su pagina web, pero los invitamos a visitar nuestra nueva pagina en <http://www.modamed.com>

Ahi encontraran la informacion mas ampliada acerca de nuestra empresa, los productos, eventos, servicios, etc.

Muchas gracias por contactarse con nosotros.

Saludos,

Roddy Notarianni M.

Dpto. de Internet

Bibliografía

I.- Direcciones en la Internet:

- www.google.com
- www.supertel.gov.ec
- www.interactive.com
- www.inec.com
- www.yahoo.com
- www.geocities.com/CollegePark/Quad/1255/ques.htm
- <http://infodisc.es/abcd/buscadores/>
- <http://www.crosswinds.net/~amarillas/main.htm>
- <http://www.agemdi.org/home2.htm>
- <http://www.submarino.com/>
- http://www.exceloncorp.com/news_events/index.html
- <http://www.educnet.net/>
- <http://www.elmundo.es/>
- <http://www.soho.com.mx/content/knowledgebase/index.htm>
- <http://www.wurd.com/esp/ABCs/tutorial/intro.htm>
- <http://www.unav.es/econom/internet/index.htm>
- <http://informant.dartmouth.edu/>
- <http://www.terraserver.com/>
- <http://www.alergovirtual.org.ar/>
- <http://www.zdnet-es.com/canales/zdnn/mostrarnoticias.html?id=797>
- <http://www.geocities.com/CapeCanaveral/Lab/4685/tabla.html>
- <http://orbita.starmedia.com/~fmsyv//index.html>
- <http://www.FinancialAid.com/>
- <http://www.udec.cl/panorama/p245/p7.htm>
- <http://www.geocities.com/HotSprings/2781/>
- <http://www.cpcweb.com.ar/>
- <http://www.ulaicavr.com>
- <http://www.detroitdiesel.com/contact/Intl%20Regions/Latin%20American%20Region/Latin%20American%20Region/ecuador.htm>
- <http://www.medspain.com/caso.htm>

II.- Medios impresos:

- Revista "PC WORLD"
- "Anuario de Recursos y Actividades de Salud" – INEC (1998) Quito – Ecuador
- "Internet para Novatos", Michael Slovichte
- Artículos publicados en el "Comercio"