

Maestría en Ingeniería Administrativa

Cultura Digital



Daniel Martínez Navarrete
Prof. Fernando Aguirre y
Hernández
Mayo de 2011

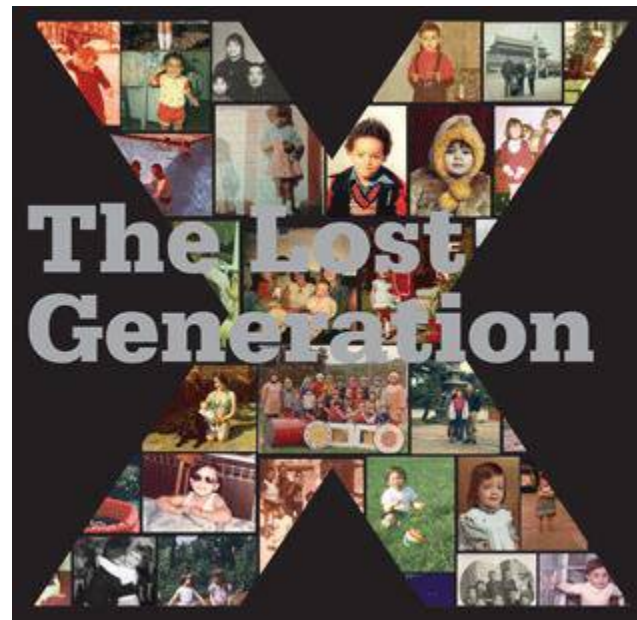
LA GENERACION X¹

Se llama generaci3n X a todas aquellas personas nacidas entre los 70 y 85, personas que estamos siendo actores de algo que nuestros progenitores ni podían soñar. Somos la última generaci3n que aprendi3 a jugar en la calle y en los recreo del colegio a la canicas, quemados, a las escondidas, al avioncito... pero además somos la primera generaci3n que jugo con videojuegos, fuimos los últimos en grabar canciones de la radio en casetes y ver películas versi3n Beta y VHS, pero orgullosos pioneros del walkman, el chat y los CDs.

Aprendimos a utilizar las computadoras antes que nuestros padres y abuelos, y sobre todo antes de todos esos niños “cerebritos” de hoy en día y nunca vimos a los que no sabían usar las computadoras como una especie de retardados como sucede hoy. Somos la generaci3n de Gi Joe, los Halcones Galácticos, los Thundercats y las Tortugas Ninja. Fuimos tambi3n la última generaci3n de las botellas de un litro de Coca Cola familiar de vidrio y la ultima en hacer mandados en la bolsa de cuadritos para ganarnos una lanita extra.

La ultima en tirar las tortillas en plena calle y ponerlas con todo el remordimiento del mundo en la mesa a la hora de la comida, hoy ning3n ni3o en su sano juicio lo haría, pensaría que tiene mil bacterias.

Mirando atrás es difícil creer que estemos vivos: viajábamos en autos sin cinturones de seguridad traseros, sin sillitas especiales y sin air –bag, hacíamos viajes de 10 – 12 hrs., y no sufríamos el síndrome de la clase turista. No tuvimos puertas con protecciones, armarios o frascos de medicinas con tapa a prueba de ni3os.



Íbamos a clase cargados de libros y cuadernos, todo metido en una mochila o bols3n que rara vez tenia refuerzo para los hombros y mucho menos, ruedas!! Cuantos no recogimos del suelo nuestros útiles al romperse la mochila.

¹ El Centinela, el diario que no se vende. La Generaci3n perdida: los nacidos entre 1970 y 1985. Secci3n de Tecnología, viernes 30 de Octubre de 2009

No tuvimos 99 canales de televisi3n, pantallas planas, sonido surround, mp3, ipods, computadoras e internet, pero lo pasábamos de lo lindo tirándonos globos con agua, o jugando con los playmobil. Y nunca escuchamos sobre el calentamiento global.

Ligábamos jugando a la botella o “verdad o castigo”, no en un chat ¡Por favor!!! No era necesario tener fotoblog, Hi5, Twitter o Facebook para saber si

existíamos, bastaba con chiflar la tonada de la pandilla o gritar como Tarzan para que toda la cuadra saliera de sus casas.

Recordemos lo bueno de la vida. Lo fácil que es ser felices, la grandeza de los sencillo. No necesitamos todas esas etiquetas, todas esas superficialidades, cosas, celulares, computadoras, ropa... recordemos como ser niños, pero sobre todo, como ser **LIBRES !!!**

INTRODUCCION

Hablar de cultura implica hablar de costumbres, tradiciones y valores que distinguen a una persona o a un grupo de ellas. Este tema siempre ha sido controversial para la sociedad, debido a que a través del tiempo han existido diferentes puntos de vista, hay quienes afirman que la cultura es una característica hereditaria, mientras que otros argumentan que es un hecho que se aprende a través de los ambientes internos y externos que rodean a un individuo.



Con la Revoluci3n Industrial, se dio origen a una nueva era dentro de la sociedad. Surgi3 el comienzo de la era de las computadoras, lo cual incremento de manera exponencial el desarrollo de nuevas tecnologías que permiten a las personas desarrollar tareas más complejas en menos tiempo, aumentando la eficacia y eficiencia de las mismas, lo que a su vez permite que se faciliten las cosas. Sin embargo, el uso y aplicaci3n de estas tecnologías en las organizaciones y en la vida de las personas tiene sus ventajas y desventajas.

Hoy en día, estamos viviendo en una época de grandes cambios: utilizamos medios tecnológicos como twitter o Messenger para estar en contacto con otras personas, enviamos correos electrónicos para notificar avisos importantes, nos comunicamos vía celular prácticamente desde cualquier parte del mundo, compramos artículos por

internet, entre tantas otras actividades que podemos realizar gracias al avance de las tecnologías. Todos estos cambios est3n ocasionando que surjan nuevos conceptos acerca de lo que es la cultura, dando origen a la cultura digital, es decir, estamos adoptando todos esos cambios como un estilo de vida, pero es importante que sepamos utilizarlos con medida y control porque podríamos perder nuestra verdadera cultura, o ¿Será acaso que es el fin de lo que conocemos como cultura? Y en dado caso de que asé sea, ¿Estamos preparados como sociedad para enfrentar este nuevo reto?

Antes de comenzar a profundizar en el tema, es necesario que, en primera instancia definamos que es lo digital, para que posteriormente abarquemos en un panorama más amplio lo que es la cultura digital en la actualidad.

¿QUE ES LO DIGITAL?

La era digital tiene su origen en el campo de la electr3nica, esto se debe a que los componentes electr3nicos que hacían que trabajaran las televisiones, los radios y todos aquellos aparatos electr3nicos, estaban construidos principalmente con componentes anal3gicos. Conforme fue incrementándose la necesidad del hombre por crear maquinas más rápidas, surgieron los circuitos integrados los cuales trabajan en código binario, es decir, con “1” y “0”. Con la aparici3n de los microprocesadores o chips digitales que también empleaban los mismos códigos binarios fue necesario buscar un nombre con el que se pudiera denominar y diferenciar electr3nica anal3gica de la digital, basada en un funcionamiento completamente diferente.

En la actualidad, todas las tecnologías que conocemos como las computadoras, los celulares, las consolas de videojuegos, entre otros, tienen su principio de funcionamiento en la electr3nica digital. Se parten de señales anal3gicas, para posteriormente digitalizarlas y manipularlas de diversas maneras.

DIGITALIZACION

Para ejemplificar de manera más clara este proceso, se tomara como ejemplo el proceso de grabaci3n de una canci3n desde que el intérprete la está cantando en el

estudio de música y posteriormente es grabada y digitalizada para su uso futuro en reproductores domésticos o profesionales.

Antes de proceder a iniciar el proceso de digitalizaci3n es necesario captar, en primer lugar, todas las seÑales de audio por medio de un micrófono. Este dispositivo ser3 el encargado de convertir los sonidos que captan en seÑales eléctricas anal3gicas en forma de ondas sinusoidales. Seguidamente las seÑales anal3gicas as3 obtenidas se someten al proceso de digitalizaci3n comenzando con la toma de muestras de las seÑales anal3gicas, para continuar cuantific3ndolas y, por último, codific3ndolas en formato digital.²

Para realizar ese proceso se emplea un dispositivo denominado ADC (Analog-to-Digital Converter – Conversor Anal3gico Digital), que ser3 el encargado de codificar y convertir las seÑales anal3gicas en valores num3ricos digitales “discretos” que se podr3n introducir o grabar en un dispositivo de almacenamiento masivo.

¿A QUE SE LE LLAMA CULTURA DIGITAL?

Respecto a lo que es cultura digital, podr3a decir que se le llama cultura digital a la forma tan r3pida en que las personas han adoptado todas estas tecnolog3as como un estilo de vida. Dentro de las organizaciones es raro ver que en sus l3neas de producci3n no se empleen robots de última generaci3n, o que en las oficinas de los gerentes no haya computadoras veloces con procesadores multitareas suministradas con software para comunicarse tanto interna como externamente con sus clientes, proveedores y colaboradores.

El uso de las tecnolog3as hoy en d3a es imprescindible para el 3xito de una organizaci3n. Ya que dependen del uso de ella para poder ser competitivos en un mundo tan globalizado como el que estamos viviendo en d3as de hoy.

De acuerdo con Mark Deuze (2006) define la cultura digital como un conjunto de valores, reglas y pr3cticas compartidas por un grupo de personas respecto a la manera en que la gente debe interactuar dentro de la sociedad moderna.

Dentro del comportamiento de las personas en la sociedad moderna, existen dos componentes que integran la cultura digital, de acuerdo con Deuze, son los siguientes:

² Recuperado de
http://www.wikilearning.com/monografia/el_marketing_y_los_negocios_electronicos/14380-5

- ④ **Participaci3n.** El nivel de participaci3n, se refiere al grado de involucramiento que tienen las personas para interactuar con los medios, la facilidad con que pueden acceder a la tecnología.
- ④ **Remediaci3n.** Capacidad de las personas para modificar, manipular y reinterpretar la realidad de modo que puedan generar nuevos sentidos distintos a las formas tradicionales.

En los últimos años, el término cultura digital ha sonado con mayor frecuencia. Se comentan las ventajas de la comunicaci3n de forma instantánea, la rapidez de difusi3n de productos, capacidad de almacenamiento y poderosas herramientas de búsqueda que las búsquedas electrónicas nos ofrecen.

Algunos especialistas afirman que el uso de la tecnología en nuestras vidas ocasiona que las personas se alejen más de la sociedad, debido a que en lugar de realizar una visita personal a alg3n familiar, prefieren enviar un e-mail o simplemente realizar una video llamada a trav3s de skype. Es cierto que la tecnología facilita la vida de las personas de forma importante, sin embargo, la diferencia consiste en utilizarla con un uso controlado para no caer en lo que afirman dichos especialista.

La tecnología ha provocado profundos cambios en el entorno socioeconómico y cultural y ha dado lugar a un nuevo paradigma, la *cultura digital*, que se basa en la idea de compartir, comunicar y colaborar.

Así se recoge en el libro “32 tendencias de cambio (2010-2020)”, escrito por los expertos Juan Freire y Antoni Guti3rrez-Rub3 quienes reflexionan sobre los cambios que ha introducido Internet en todos los ámbitos sociales y plantean posibles tendencias de futuro en las relaciones personales, la participaci3n política, los modelos de negocio y la propia tecnología.

No hace mucho tiempo, observe un video de la empresa Corning titulado “Un día hecho de vidrio” donde muestra la vida de una familia tradicional pero con el uso de la más alta tecnología en su hogar, donde la forma de dormir, de ver televisi3n, de comunicarse o de leer, es un mundo tan digitalizado que pareciera que es un mundo muy sencillo y perfecto. Y creo que en un futuro no muy lejano eso estar3 sucediendo en nuestra sociedad, pero lo realmente importante es saber si estamos preparados para enfrentar este cambio, donde posiblemente veremos autom3viles volando o cosas que simplemente son inimaginables para nosotros.

Ese video, resume lo que para mí es la cultura digital, ya que muestra el uso esencial de la tecnología en nuestra vidas, cosa que me preocupa hasta cierto punto, debido a que tal como se observa en ese video, estaremos tan sujetos a programas

sofisticados que nuestra forma de vivir cambiara radicalmente y nunca volveremos a ser los mismos como sociedad.

LECTURA DIGITAL

Nadie lee en la red mundial. Uno piensa en la red como una tecnología de búsqueda y navegaci3n. No es una tecnología de lectura.

Seg3n el artícuo publicado por Isabel Galina “La lectura en la Era digital” en la actualidad es un t3pico altamente discutido por sus ventajas de difusi3n, reproducci3n y búsqueda de informaci3n. Sin embargo, no se ha otorgado la correcta atenci3n a la lectura de los artícuos publicados por medios electr3nicos (computadoras, tabletas electr3nicas, por citar los m3s comunes).

Es importante mencionar que para la mayoría de los lectores les molesta o se les dificulta la lectura trav3s de pantallas, debido a que la vista se cansa, inclusive el leer, no es habito que muchas personas tengan. El problema no es la publicaci3n electr3nica, sino la forma de recibirla, esto se debe a que como personas estamos acostumbrados a leer documentos impresos³.

“La publicaci3n electr3nica es un medio r3volucionario pero debemos revolucionar nuestra forma de escribir y leer para poder aprovechar este nuevo formato que nos ofrece la computadora⁴”

Como sociedad, nos encontramos en una de las épocas m3s influenciadas por la tecnología. La lectura electr3nica est3 siendo hoy en día, lo que fue la imprenta de Gutenberg en su momento que revoluciono el mundo entero. La publicaci3n de artícuos y documentos electr3nicos, es una forma que definitivamente incide en nuestra manera de escribir y leer, lo que dar3 como resultado que se revolucione el mundo literario.



³ A University that Reverses Tradition Experiments with e-books, 2001, (trad. del autor).

⁴ Galina Russell, Isabel. “La Lectura en la Era digital”. Bibl. Univ., Nueva Época, Enero – Junio 2002, Vol. 5 No.1

El problema conceptual con el texto electr3nico es que no es algo que podamos ver o tocar. La publicaci3n impresa solamente requiere de unos ojos humanos para poder descifrar los signos y reconstruir las palabras. La publicaci3n electr3nica se elabora en una m3quina y requiere de otra para 'leer' el texto y presentarlo al lector de una forma entendible. Bolter comenta *La característica más inusual de estas estructuras electr3nicas es que no son directamente accesibles, ni para el escritor ni para el lector (...) Si colocas un disco magnético u óptico hacia la luz, no verás ningún tipo de texto. (...) en el medio electr3nico varias capas de tecnología sofisticada deben intervenir entre el escritor o lector y el texto codificado. Existen tantas capas intermedias que es difícil para el lector o escritor identificar el texto: ¿est3 en la pantalla, en la memoria RAM, o en el disco?*⁵ Nunca hemos estado tan alejados físicamente del texto.

En a3os recientes hemos visto algunas propuestas, en particular en el 3mbito literario y artístico. Sin embargo, todavía hay mucho camino por recorrer para que surja una escritura y lectura verdaderamente digital. No obstante, cualquiera que sea esta nueva forma o formas de escribir para la publicaci3n electr3nica, lo importante es que las palabras sigan comunicando como lo han hecho durante siglos, ya sea en papiro, rollo, libro o disco compacto, los conocimientos y experiencia de los seres humanos.

EDUCACION DIGITAL

El gran desafío de la educaci3n digital implica ense3ar mientras se aprende, es decir, aprender con los alumnos y de ellos.

Una característica relevante dentro de la cultura digital, es la forma en que impacta al sistema educativo de cada paí, es notable observar que los alumnos adquieren habilidades mucho más rápido que sus propios maestros, por lo que eso podría ser una desventaja para los profesores, ya que en situaciones como esas, se deberían buscar maestros que posean conocimientos básicos en cuanto a tecnología se refiere. En varias ocasiones, los profesores repiten la misma actividad escolar año tras año mientras que los pupilos aventajan en el programa debido a que pueden acceder a la tecnología con mayor facilidad y sobre todo, es informaci3n actualizada y más confiable.

Actualmente existe una tendencia por crear recursos que brinden a los alumnos la facilidad de acceder a la tecnología, donde des el primer día de clase puedan contar con los elementos necesarios para crear un hábito digital sin pasar por otros intermediarios.

⁵ BOLTER, Jay David. Writing space: the computer, hypertext and the history of writing. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991. 258 p.

Una de las problemáticas de implementar dichos recursos es que no se sabe cuál será realmente el impacto en un grupo de alumnos que utilicen computadoras para todas sus clases, respecto a la forma tradicional de enseñar a un grupo de alumnos en una escuela. Existen personas que afirman que al adoptar esta nueva cultura digital en las escuelas, es un hecho lamentable porque como sociedad estamos perdiendo nuestra identidad original. En algún momento de la historia de la humanidad hacia el futuro, los niños llevarán a la escuela una computadora ultra ligera en sustitución de su mochila de libros tradicionales para aprender a escribir. Pero probablemente, muchos ya habrán aprendido esa habilidad desde sus hogares gracias que sus demás familiares estarán en contacto diario con computadoras y tecnologías.

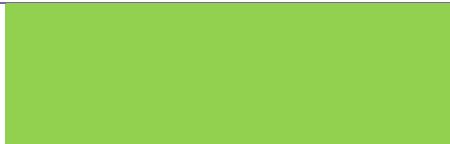
Un factor importante a mencionar, es la resistencia al cambio sobre todo por parte de personas adultas, debido a que tenemos arraigadas ciertas costumbres y tradiciones que se van almacenando en nuestra identidad, lo cual impide que en ocasiones, seamos flexibles a los cambios, porque creemos que estaremos haciendo algo incorrecto, o simplemente existe el temor cometer algún error o descomponer la tecnología que está a nuestro alrededor.



ORGANIZACIONES Y LA CULTURA DIGITAL

Con la aparición del Internet, nació una nueva forma de negocios, la facilidad para acceder a la información y comunicaciones, traducido en cero fronteras, tiene la capacidad de atraer constantemente nuevos clientes y proveedores que aprovechan este valor de bajo costo, denominándose “Comunidad de Negocios Electrónicos” (e-business comunital).

Las tecnologías de la información permiten a las empresas obtener ventajas competitivas, debido a que permiten utilizar medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información dentro de los diversos departamentos de la organización, haciendo llegar de forma más rápida los mensajes hacia los colaboradores.



Las TIC han revolucionado la forma de administraci3n dentro de las empresas. En un principio, las computadoras solo eran diseñadas y construidas para controlar o monitorear proceso de producci3n, con la finalidad de optimizarlos y mejorarlos, sin embargo, hoy en día existen infinidad de software que ayudan a la toma de decisiones de los administradores. El uso eficiente de estas tecnologías se observara en las ventajas competitivas que la organizaci3n obtenga sobre las demás organizaciones.

Hoy en día es casi imposible visualizar una empresa que no emplee tecnologías en sus sistemas de producci3n, o en sus sistemas de comunicaciones con sus colaboradores, clientes o proveedores. Dentro de las principales ventajas de implementar el uso de tecnologías en las organizaciones, se destacan las siguientes:

- Se impulsa el aprendizaje interactivo a través de las computadoras y las diversas tecnologías que existen.
- Se difunden los conocimientos de forma más rápida y eficaz.
- Las empresas PYME pueden difundir sus productos y servicios a través de internet, lo cual implica que miles de usuarios pueden por lo menos, conocerlos.
- Hoy en día, es posible realizar una videoconferencia con personas que est3n prácticamente en cualquier parte del mundo, siempre y cuando cuenten con acceso a internet.



Comercio electrónico es el término otorgado a la actividad comercial en internet. Esto representa un cambio en la forma en que las compañías realizan sus negocios. Como una consecuencia de su crecimiento, internet se ha convertido en el medio ideal para que las empresas puedan llevar al mercado global sus productos y servicios. Debido a su bajo costo, las PYME ahora pueden acceder a este medio de la misma manera que los grandes corporativos y conducir sus negocios en línea.

Debido al cambio en la forma de administraci3n dentro de las organizaciones, se han diseñado y desarrollado diversos software específicos para utilizarlos en los procesos productivos o dentro de las oficinas de los gerentes. Existen programas muy sofisticados como los sistemas DSS, los CPM, los CRM, los dashboarding, entre muchos otros que facilitan la administraci3n de los negocios, arrojando empresas más competitivas.

PUBLICIDAD POR INTERNET

Las aplicaciones como el mailing (envío de correos masivos), los podcast (comerciales en línea), las redes sociales, los banners publicitarios y el posicionamiento en buscadores como Google, son elementos de publicidad en línea que favorecen el posicionamiento de la marca o producto.

Es importante mencionar que la publicidad por internet no debe tomarse a la ligera por sus medios tan rápidos de difusi3n, sino que contempla un plan estrat3gico. De esto dependerá la correcta presencia de una empresa en internet. Así se lograra mantener la atenci3n del usuario. Y ya que el poder de este medio es de alcance mundial, seré imprescindible fijar o identificar al que se desea llegar.

Ventajas de la publicidad online

Adem4s de los beneficios de la publicidad en general, las ventajas de usar el internet para lograr ventajas competitivas para una empresa, si se implementa una campa4a en la red, las ventajas son:

- Alto impacto en los consumidores en comparaci3n con la publicidad tradicional.
- Bajo costo en comparaci3n con otros medios.
- Es flexible, es decir, que se pueden combinar o alternar con otros medios.

Para sacar ventaja al cien por ciento, es recomendable que una empresa cuente con su propia p4gina o sitio web.

Las p4ginas amarillas eran la soluci3n dominante en t3rminos publicitarios y de divulgaci3n de los negocios en t3rminos del producto que cada empresa ofrecía.

REDES SOCIALES Y LA PUBLICIDAD EN LAS EMPRESAS

Actualmente se escucha por donde quiera las famosas redes sociales, y como no van a ser famosas, si en el caso de Facebook, que es toda una plataforma social, tiene m4s de 500 millones de usuarios a nivel mundial y cuenta con 12.5 millones de usuarios en M4xico,⁶ cuya segmentaci3n es muy avanzada: por su penetraci3n en el mercado, contacto continuo con los posibles clientes, la promoci3n directa y la posibilidad de abrir mercado en otras partes del mundo, determinadas las regiones, característicasy preferencias del mercado Facebook, se ubica como un gran canal de posicionamiento a bajo costo.

Existen otras redes sociales como Twitter o MySpace, entre otras, que son redes m4s específicasy se puede, seg4n el tipo de negocio usarlas para promocionar alg4n producto o servicio.

⁶ Este es un dato obtenido de un artícuulo en el diario el universal a trav4s de su sitio web <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/59648.html>

Estas herramientas permiten generar envíos sin gastos de impresi3n o distribuci3n, rapidez en el envío y eficacia en la recepci3n del mensaje, alto impacto en el consumidor potencial, la facultad de entrar en contacto directo con él y, por si fuera poco, la tecnologí3a para desarrolladores y anunciantes dispuesta por esta red social, permite conocer el número exacto del mercado en estas plataformas, es decir, 600 personas en Puebla que tengan afici3n por la lectura, oscilen entre 15 y 22 años, con estudios en curso de secundaria y bachillerato, adem3s cuentan con acceso a internet y estas características nos permiten reducir esfuerzos, aumentar la efectividad de la campañ3a y medir o destinar los recursos indispensables para la campañ3a.

EXPOSICIONES VIRTUALES: IMPULSO DE LAS PYMES

Normalmente, las exposiciones, ferias y convenciones son una excelente opci3n para que los clientes entren en contacto directo con una empresa y a su vez, las PYME contacten con otras empresas importantes, sin embargo, este mundo se est3 revolucionando cada día más rápido, hasta el punto en que se ha llegado a lo que son las exposiciones virtuales.

Actualmente, las exposiciones físicas han ido perdiendo fortaleza. Esto se debe en primera, a la falta de tiempo por parte de los gerentes o administradores de las empresas para acudir a dichas exposiciones, los costos de desplazamiento entre ciudades y estados, falta de innovaci3n, falta de audiencia y altos costos con bajo retorno de inversi3n.

M3s de 300 ferias se realizan en M3xico, y muchas son las empresas que se quedan sin participar debido a los costos que representa dicha participaci3n, tanto en logística como en gastos por traslado, por lo que descartan este tipo de eventos en sus presupuestos. Como una respuesta ante estas problem3ticas, la empresa mexicana Centro Internacional de Exposiciones Virtuales, S.A. (CIEVSA), ha desarrollado una nueva plataforma virtual, con la cual, las compañías pueden ampliar sus opciones más mostrar y difundir sus productos y/o servicios a un costo más accesible, y sin necesidad de desplazarse de una ciudad a otra.

Una ventaja importante dentro de esta plataforma es que cuenta con la opci3n de que las empresas puedan subir archivos digitales como folletos en lugar de imprimirlos y que en muchas ocasiones terminan en los botes de basura. Asimismo, las ventajas que como participantes pueden ofrecer a los visitantes van desde el acceso fácil, disponibilidad las 24 horas del día durante el tiempo que cada exposici3n dure, visitas ilimitadas de folletos, hasta una oferta de empleo.

CONCLUSIONES

Sin lugar a duda, la época actual en la que vivimos no solo como sociedad sino dentro de las organizaciones donde laboramos o estudiamos, est3n enfrent3ndose al mayor crecimiento de tecnología nunca antes visto en la historia de la humanidad. Esto, para las organizaciones es una puerta abierta a una ventaja competitiva, sin embargo es necesario que los usuarios o administradores sepan c3mo utilizarla correctamente en beneficio de la empresa. Como habremos visto, son mucho m3s las ventajas que ofrece el uso de la tecnología que las desventajas, solo es cuesti3n de adaptaci3n e implementaci3n adecuada.

Desde mi punto de vista personal, creo que como sociedad aun no estamos preparados para enfrentar estos cambios tecnol3gicos tan abismales, sobre todo, porque nos dejamos llevar por lo que creemos que es correcto o



vemos que en otros países se implementa y no vemos las consecuencias que estamos ocasionando a nuestra identidad como personas o como sociedad. Quisiera destacar que la resistencia al cambio digital se observa con mayor frecuencia en personas adultas, debido a que a3n tienen muy arraigadas ciertas costumbres o tradiciones, lo cual crea una barrera para poder adaptarse a los cambios tecnol3gicos que enfrentamos.

Para finalizar, los cambios tecnol3gicos son un hecho inevitable, por lo tanto, debemos actuar como un sistema abierto y flexible buscando siempre obtener ventajas que beneficien no solo a nuestra persona sino a la sociedad donde vivimos, de igual manera, debemos ser lo suficientemente inteligente y prudentes para no cambiar de vista nuestros verdaderos valores e identidad personal, por lo que es necesario la pr3ctica y la constante b3queda por mantener nuestros valores bien arraigados.

BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS ELECTRONICAS

- Ⓒ Eduardo Amezcua Carlos. “Marketing y Ventas”. Revista Pyme: Adminístrate Hoy. Abril de 2011, AÑO XVII. No. 204.
- Ⓒ Rodríguez Trinidad Leticia. “Las exposiciones virtuales impulsaran el negocio de la Pymes”. Revista Pyme: Adminístrate Hoy. Abril de 2011, Año XVII. No. 204
- Ⓒ BOLTER, Jay David. Writing space: the computer, hypertext and the history of writing. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991. 258 p.
- Ⓒ Galina Russell, Isabel. “La Lectura en la Era digital”. Bibl. Univ., Nueva Época, Enero – Junio 2002, Vol. 5 No.1
- Ⓒ A University that Reverses Tradition Experiments with e-books, 2001, (trad. del autor).
- Ⓒ El Centinela, el diario que no se vende. Generaci3n X. Secci3n de Tecnología, viernes 30 de Octubre de 2009
- Ⓒ http://www.wikilearning.com/monografia/el_marketing_y_los_negocios_electronicos/14380-5
- Ⓒ <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/59648.html>