**DOCUEMNTO DE APOYO**

**TRANSMISIÓN DE DATOS**

La transmisión de datos es el intercambio de datos (de ceros y unos) entre dos dispositivos a través de alguna forma de medio de transmisión, como un cable.

**Componentes:**

* Mensaje: Es la información (datos) a comunicar.
* Emisor: Es el dispositivo que envía los datos del mensaje
* Receptor: Es el dispositivo que recibe el mensaje
* Medio: Es el camino físico por el cual viaja el mensaje del emisor al receptor
* Protocolo: Es un conjunto de reglas que gobiernan la transmisión de datos. Representa un acuerdo entre los dispositivos que se comunican.

 **REDES**

Una red es un conjunto de dispositivos (a menudo llamados nodos) conectados por enlaces de un medio físico. Los enlaces conectados con los dispositivos se denominan a menudo canales de comunicación.

**Procesamiento distribuido**

Las redes usan proceso distribuido en el aspecto en que una tarea está dividida entre múltiples computadoras. Algunas ventajas son:

* **Seguridad/encapsulación**
* **Bases de datos distribuidas**
* **Resolución más rápida de problemas**
* **Seguridad mediante redundancia**
* **Proceso cooperativo**

**CRITERIOS DE REDES PARA QUE SEA CONSIDERADA EFECTIVA Y EFICIENTE, UNA RED DEBE SATISFACER UN CIERTO NÚMERO DE CRITERIOS:**

* **Prestaciones:** Se pueden medir de muchas formas, incluyendo el tiempo de tránsito (cantidad de tiempo para que un mensaje viaje de un dispositivo a otro) y el tiempo de respuesta Tiempo transcurrido entre una petición y su respuesta).
* **Las prestaciones de una red dependen de un cierto número de factores como son:**
* Número de usuarios
* Tipo de medio de transmisión
* Hardware
* Software
* **Fiabilidad:** Además de la exactitud de la entrega, la fiabilidad de la red se mide por:
* Frecuencia de fallo
* Tiempo de recuperación después de un fallo
* Protección ante catástrofes
* **Seguridad:** Incluye protección ante:
* Accesos no autorizados
* Virus

|  |
| --- |
| **DIFERENCIAS ENTRE MARKETING DE REDES Y VENTA PIRAMIDAL** |
| Los términos «***marketing de redes***» y «***venta directa***» se utilizan con frecuencia y muchas personas los malinterpretan a menudo. El error más habitual es comparar el marketing de redes con los métodos de ventas ilegales, como la «venta piramidal».**Marketing de redes**El marketing de redes (también conocido como marketing multinivel) es un modelo de ventas en virtud del cual los productos y servicios se comercializan al consumidor final a través de una red de vendedores directos independientes. Estos vendedores directos independientes reciben retribución por las ventas de productos o servicios a consumidores que logren, así como por las ventas a clientes generadas por su red de vendedores directos independientes. Sin embargo, la venta de productos y/o servicios a consumidores se considera siempre la base en lugar de simplemente expandir la red de vendedores directos independientes.**Venta piramidal**La estructura de venta piramidal consiste en un negocio en el que la principal forma de retribución se deriva de las cuotas que otras personas abonan para unirse al negocio, en lugar de la venta de productos o servicios a los consumidores finales. Estas estructuras son ilegales y también se suele referir a ellas como «cartas en cadena», «bolas de nieve o avalanchas», «ventas en cadena», «juegos de dinero», «ventas por referencia» y «loterías de inversión».Es importante recordar que el marketing de redes legítimo recompensa a los vendedores directos independientes por la distribución y venta de productos y/o servicios a los consumidores. No se obtienen ganancias por el simple hecho de patrocinar a otros vendedores directos independientes en la organización.Por tanto, el marketing de redes ofrece a los vendedores directos independientes la oportunidad de establecer negocios independientes, por medio de la promoción y comercialización de productos y/o servicios a clientes y el adiestramiento de su organización, o red, para que los otros vendedores directos independientes hagan lo mismo.***Aunque no pretendemos profundizar demasiado en esta cuestión, a continuación presentamos algunos aspectos claves que hay que tener en cuenta para diferenciar una empresa de marketing de redes legítima de una estructura de venta piramidal.*** |