

## 55.000 millones de correos basura por día: ¿Cual es el negocio?

[http://weblogs.clarin.com/management-y-negocios/archives/2006/09/55000\\_millones\\_de\\_correos\\_basura\\_por\\_dia\\_cual\\_es\\_el\\_negocio\\_1.html](http://weblogs.clarin.com/management-y-negocios/archives/2006/09/55000_millones_de_correos_basura_por_dia_cual_es_el_negocio_1.html)

¿Cuánto tiempo pasa por día limpiando el correo basura de su casilla de correo? El spam (o correo electrónico no deseado) es tal vez la principal plaga de internet. Y se encuentra en pleno crecimiento. En junio de 2006, se enviaron unos 55 mil millones de mensajes por día. Un año antes, la cifra era de “sólo” 30 mil millones. Según el Messaging Anti-Abuse Working Group, el correo basura representa alrededor del 80 por ciento del tráfico de emails por internet. ¿Cuál es el modelo de negocio que se esconde tras estas cifras? Buceando en el submundo del correo masivo encontramos que, en realidad, existen diferentes negocios (la mayoría, muy turbios).

El modelo tradicional no difiere, en lo esencial, de la antigua práctica de la publicidad de productos por correo, potenciada infinitamente por las posibilidades de la web. Las campañas de promoción por correo tradicional envían miles de folletos, con la esperanza de que un determinado porcentaje de los receptores muerda el anzuelo. Pero estas campañas son caras. Costos de impresión, envío, etc. Internet ha derribado estas barreras. Por unos pocos dólares, el spammer puede llegar a millones de usuarios.

Si usted envía un millón de mensajes, con que el 0,1% de los receptores compre su producto, ya son mil clientes. Nada mal... Sin embargo, esta es apenas la punta del iceberg de un millonario iceberg donde se confunden (y a veces se violan directamente) las fronteras de la ley. El estudio “The Economics of Spam” (2003), de la universidad de Oregon nos presenta el negocio del correo basura en toda su complejidad.

En primer lugar, no siempre es necesario que el usuario compre un producto para que el spammer gane dinero. Usted recibe un email que promociona un website. Si hace clic sobre el mensaje, el navegador lo direcciona hacia el website del spammer, que así gana un visitante y facturación de publicidad.

En otros casos, los spammers son lisa y llanamente estafadores que construyen un modelo de negocio sobre la ingenuidad y vergüenza de sus víctimas. ¿Nunca le ha llegado un mensaje ofreciéndole participar de esquemas piramidales del tipo “hágase rico en un día”? ¿Nunca se preguntó por qué recibimos tantos emails ofreciéndonos viagra, píldoras para alargar el pene o medicamentos sin receta?

Este modelo de negocio es directamente un fraude. Usted les envía el cheque. Ellos jamás le envían el producto. Al fin y al cabo, ¿qué puede hacer usted? Muy pocos valientes se atreven a ir a la policía para denunciar: “Quise comprar drogas ilegales por internet y me estafaron” o “Jamás me enviaron

aquellas píldoras mágicas para alargar el pene”.

Sin embargo, buceando un poco más profundo en el mundo spammer, vemos que, tal vez, quienes hacen el verdadero negocio no son los spammers (honestos o no). Las grandes oportunidades se encuentran en el Business to Business, es decir, en las empresas que proveen soporte para los spammers. Dentro de esta fauna, hay para todos los gustos. Están aquellos que se ocupan de construir bases de datos de emails que luego venden a los spammers.

También existen proveedores de servicios de internet “amigables” con los spammers, permitiéndoles albergarse en su puerto. Y no faltan compañías que ofrecen un servicio de “spamming” profesional. Hoy en día, los filtros anti-spam de muchos webmails son lo suficientemente poderosos para detectar y eliminar buena parte del correo basura. El mundo se complica para el spammer. Así, cotiza mucho una persona que, por sus conocimientos técnicos o capacidad para elegir las palabras clave, pueda hallar la forma de que los mensajes aterricen en la bandeja de entrada.

Detrás de este mundo y de estos negocios está el derecho a la intimidad. Nos molesta y con razón la irrupción de un mensaje no deseado. En una columna reciente, [PURA BASURA](#), hemos tratado el tema de la intimidad y su necesaria protección. Creo que en este caso aplica la misma conclusión: Solo la ley y el Estado pueden garantizar un marco de actuación que regule este tipo de acciones e impida que el Spam se filtre en nuestra pretendida privacidad.

Publicado por *Manuel Sbdar* en Septiembre 18, 2006 7:29 AM | [Enlace permanente](#)