



2do Trimestre 2010

Autor: Martín Durán
Consejo de redacción: Juan José Méndez

DESTACADOS DEL TRIMESTRE:

- * **Desde Mockus y Piñera a @Chavezcandanga: las redes sociales y su impacto en la política latinoamericana.** [Pág.2]
- * **Ya en Latinoamérica Facebook es la red más popular. Aproximadamente 94,8 por ciento de los encuestados tiene una cuenta en ese sitio.** [Pág.3]
- * **Latinoamérica motoriza buena parte de las ventas de servidores en el Mundo.** [Pág.6]
- * **Excluyendo a Brasil, Latinoamérica registró ventas electrónicas durante 2009 por 5.900 millones de dólares, lo que representó el 1,2 por ciento del total mundial. Si se añade Brasil, se alcanzaron 14.600 millones de dólares o el 2,9 por ciento del total.** [Pág.9]

NOTICIAS SELECCIONADAS: [Pág. 10]

- * **Tecnoparque de \$203.000 millones en Medellín:** Con una inversión inicial de 203 mil millones de pesos, el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (Idea), en asociación con el Sena y la Gobernación de ese departamento, construirán el Parque Tecnológico Manantiales.
- * **Los usuarios de Internet suman casi un tercio de los habitantes de Venezuela:** Los usuarios de Internet en Venezuela suman el equivalente a casi un tercio de sus habitantes, al aumentar a 9,3 millones de los cerca de 30 millones de la población nacional de acuerdo a cifras de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de ese país (Conatel).
- * **Jóvenes latinoamericanos gastan alrededor de 86 minutos al día en redes sociales:** Así lo informó un reciente estudio de la Universidad del Norte de Texas, según el cual Facebook es la red más popular entre esta población.

Promotores-patrocinadores:



Entidades Colaboradoras:

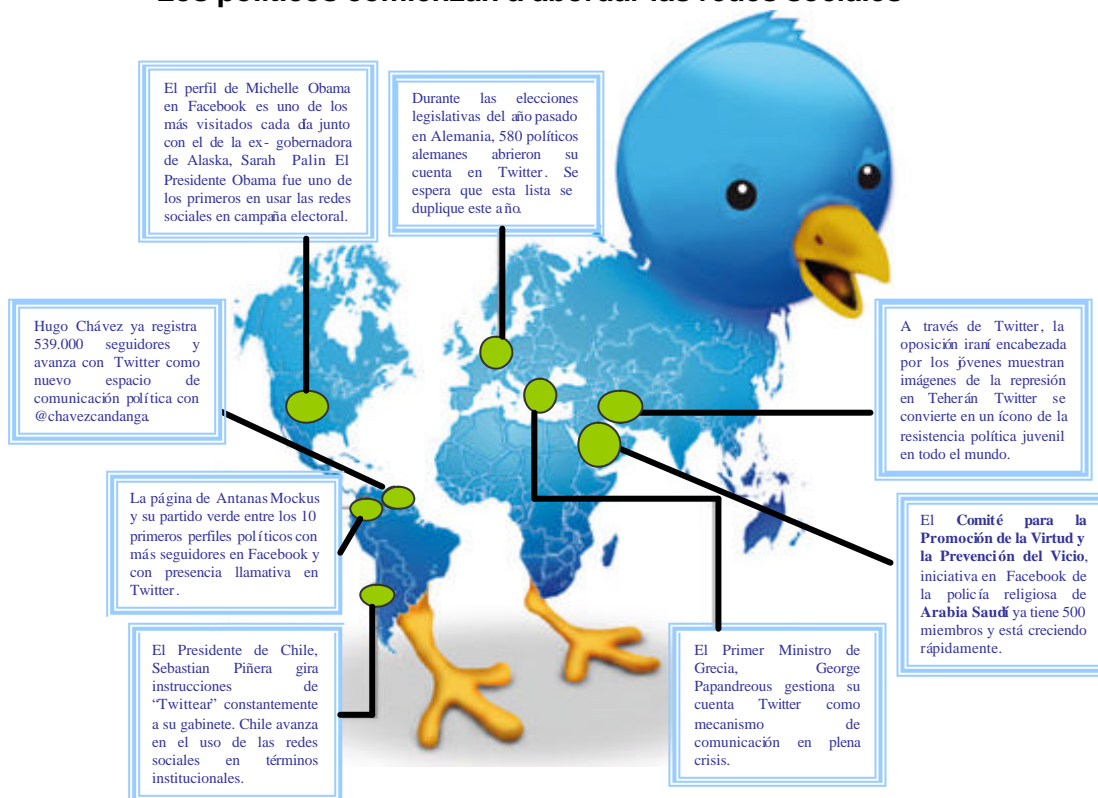
Asociación Española de Supermercados (ACES), ANFAC, Asociación Española de la Industria Eléctrica (UNESA), Ayuntamiento de Madrid – Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, British American Tobacco (BAT), BBVA, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, Consejería de Economía y Hacienda de Castilla – La Mancha, El Corte Inglés, Federación de Cajas Vasco Navarras, Federación de Empresarios de La Rioja (FER), Fomento de San Sebastián, Fundación Universidad Empresa, Generalitat Valenciana, Genoma España, Gobierno Vasco, Grupo Santander, Iberdrola, Instituto de Crédito Oficial (ICO), Instituto de Estadística de Castilla – La Mancha, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, Red Eléctrica de España, Schneider Electric España, Siemens.

PENETRACIÓN DE LAS TIC EN LATINOAMÉRICA

1. INTERNET

- Sitios como Facebook, Twitter, MySpace sin duda nos ayudan a reencontrar viejos amores, hacer amistades, organizar fiestas o eventos, buscar trabajo, proyectar nuestras empresas. Pero como todo medio de comunicación y mucho más, de naturaleza interactiva en tiempo real, está disponible en forma creciente para la política en todas sus orientaciones y niveles
- Las redes sociales, como bien apunta Moises Naim, sirven para luchar contra las dictaduras, hacer campaña electoral, denunciar a políticos corruptos, reclutar nuevos seguidores o recaudar fondos para una causa determinada. En Latinoamérica campañas electorales y la gestión de gobierno de muchos líderes ya se están sustentando a través de las redes sociales¹.

Los políticos comienzan a abordar las redes sociales



Fuente: Elaboración propia con base en datos y figura de El Espectador, 2010

- Aún así, la conclusión de analistas como Andrés Oppenheimer, Moises Naim o Joaquín Ortega, la historia demuestra claramente que las nuevas tecnologías suelen ayudar a todas las fuerzas políticas por igual, no sólo a las que tienen las intenciones más nobles o democráticas, sino también a aquellos que se aferran al poder sin consideración alguna.

¹ Facebook, ya con casi 350 millones de usuarios comunicándose en 68 idiomas a nivel global, es el más popular de los nuevos vehículos comunicacionales políticos creados gracias a Internet. Los micromensajes enviados por Twitter, los blogs, YouTube, Flickr y otras tecnologías similares están dinamizando la comunicación política entre los gobernantes, los gobernados y los opositores.

- Internet, ha dado multiplicado las posibilidades y optimizado la agilidad de los activistas democráticos, pero de la misma forma, les ha dado nuevos y poderosos instrumentos represivos a los regímenes autoritarios² en la medida que el activismo canalizado a través de Internet es más fácil de estudiar y controlar por parte de los cuerpos de inteligencia y contra-inteligencia de cada país o gobierno que en su modalidad física o en la calle.
- Ya en Latinoamérica Facebook es la red más popular. Aproximadamente 94,8 por ciento de los encuestados tiene una cuenta en ese sitio. Al mismo tiempo, MySpace es usado por el 25,6 por ciento; el 17,9, Twitter y 3,7 por ciento en LinkedIn. Mockus, Chávez, Piñera, Lula, todos de alguna manera ya han apostado firmemente a las redes sociales.
- El caso de Chávez es uno de los más llamativos. Desde hace un mes, impulsado por la influencia creciente de Twitter y prácticamente impresionado por la presencia de sus opositores frente a la poca capacidad de sus partidarios, el Presidente Chávez armó su teléfono BlackBerry con el popular servicio de microblogging para desplegar su estrategia comunicacional en tiempo real, aprovechando el alto uso de telefonía inteligente en Venezuela.
- En apenas cinco semanas su cuenta @chavezcandanga³ rebasó los 539.000 seguidores y lidera holgadamente la clasificación que antes encabezaban algunos de sus más enconados detractores.

El Presidente venezolano en Twitter

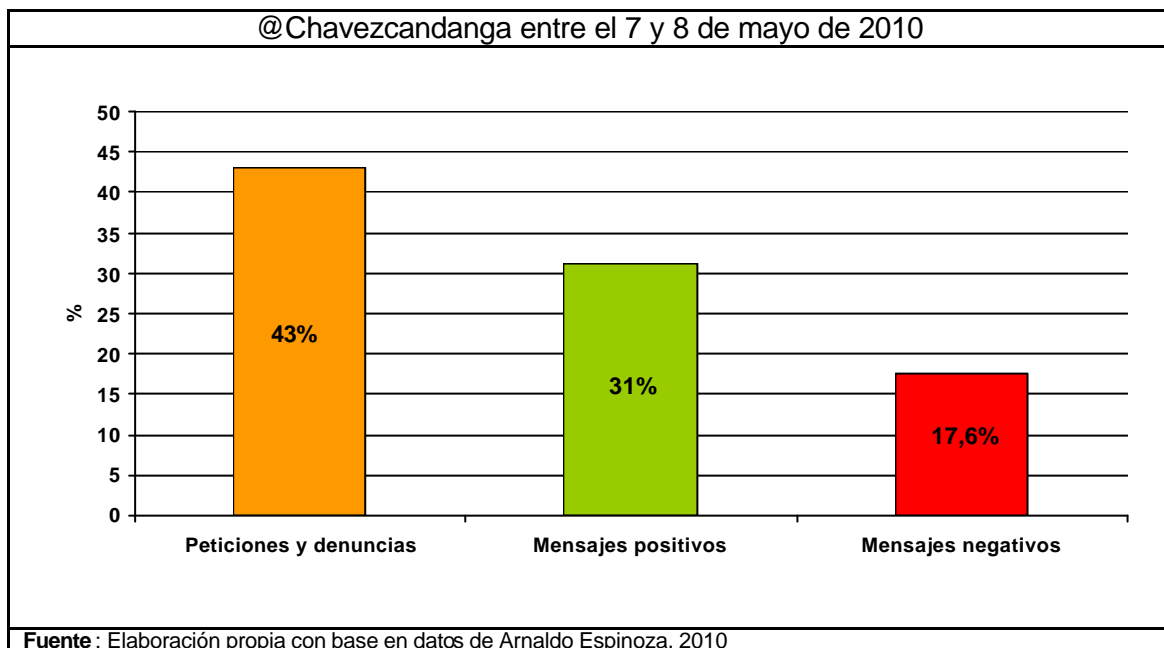


Fuente: Fotografía tomada a la entrada de su cuenta en Twitter, 7 de junio de 2010

² "Gobiernos como los de Rusia, Irán, China o Cuba ya no se limitan a leer subrepticamente los correos electrónicos de sus ciudadanos, a bloquear el acceso a ciertos sitios de Internet, censurar la búsqueda en la Red de palabras o nombres de personas u organizaciones disidentes o simplemente suspender temporalmente el servicio de telefonía celular. Todo esto sigue pasando, pero los gobiernos de tendencia autoritaria también aprenden y ya no son los cibertontos que eran tan sólo hace un par de años. La nueva sofisticación en el uso de Internet con fines represivos o de vigilancia crece. El Gobierno chino cuenta con 280.000 personas dedicadas a identificar chats donde se discuten temas que el régimen cree inconvenientes. Estos funcionarios intervienen en los chats presentándose como simples participantes. Pero su misión es la de sabotear la conversación, introduciendo otros temas, confundiéndola o abrumándola con una avalancha de mensajes. El Gobierno les paga 50 centavos chinos por cada palabra que escriben. En Rusia, el Kremlin financia nuevas empresas de Internet que diseminan mensajes de apoyo al régimen o que sabotean los sitios en la Red que lo critican" (Naim, Moises, "Désptotas virtuales" en *El País*, 15 de noviembre de 2009).

³ Una expresión popular caribeña que identifica a una situación difícil o "candela" pero también es usado como descriptor de la personalidad o humor de una persona. Es decir, si una persona es candanga es de carácter fuerte y que no se amilana ante situaciones difíciles. El presidente venezolano y sus partidarios suelen usar este tipo de términos para sus programas o medios de comunicación (aunque no en todos desde luego). Destacan la Hojilla y Apoorrea.

- El informe “*Verdades y mentiras de Chavezcandanga*”, compilado por Arnaldo Espinoza (@naldoxx), tras analizar 12.000 mensajes a su cuenta entre el 7 y 8 de mayo de 2010 muestra que un 43 por ciento fueron “*peticiones y denuncias*”, un 31 por ciento de “*mensajes positivos*” y un 17,6 por ciento “*negativos*”⁴.
- Desde luego, la avalancha de mensajes ha llegado a un nivel tan elevado que el mandatario anunció la creación de la “*Misión Chávezcandanga*”, en la que un grupo de 200 funcionarios trabajará 24 horas al día para contestar su cuenta, lo cual para muchos analistas resulta una tarea sumamente dura.



- Por otro lado, la página Trendistic (<http://trendistic.com>) estima que Chávez puede llegar a ser mencionado hasta en unos 250.000-280.000 “tweets” al día.
- Las redes sociales en ese sentido se pueden convertir a largo plazo en una herramienta de utilidad que, bajo sistemas de información mejor organizados y más seguros, pueden servir a los líderes, instituciones y gobiernos en el cometido de evaluar inquietudes, necesidades o urgencias en tiempo real.
- Pero una cosa es el gobierno y otra una campaña electoral. Para este ejemplo, hacemos referencia a Colombia dónde la derrota del candidato opositor colombiano Antanas Mockus en las elecciones del 30 de mayo teniendo un récord de seguidores en Facebook confirma para muchos que el impacto político y económico de redes sociales como Facebook y Twitter ha sido sobredimensionado⁵.
- Algunos análisis previos a las elecciones colombianas, atribuyeron a las redes sociales el meteórico ascenso de Mockus en las encuestas.

⁴ Para muchos analistas, lejos de considerarlo algo negativo, Chávez, de acuerdo a sus esquemas de pensamiento, ha sintetizado las tres lecciones que le deja este contacto con la realidad: que Venezuela sigue viviendo en el “reino de la injusticia” que para él es el capitalismo, que el socialismo está lejos de cumplir las metas y, sobre todo, que la gente todavía cree en él.

⁵ Mockus, es un político colombiano que ha generado mucha polémica, ex rector universitario y dos veces alcalde de Bogotá, atrajo la atención internacional en los últimos meses al convertirse en uno de los políticos del mundo con mayor número de “amigos” en Facebook. Además de tener más de 150 páginas independientes que apoyan su campaña, la página oficial de Mockus en Facebook reunió 700.000 “amigos”.

Antana Mockus en Facebook



Fuente : Fotografía tomada a la entrada de su cuenta en Facebook, 7 de Junio de 2010

- A principio de la campaña, Mockus, tenía menos del 10 por ciento de la intención de voto y al final de la campaña para la primera ronda de las elecciones, había igualado al candidato oficialista Juan Manuel Santos en las encuestas, con un 34 por ciento de la intención de voto cada uno. La euforia era enorme y ya los blogueros que apoyaban a Mockus se referían a su candidato como "*el primer presidente de la era Facebook*". No obstante, por múltiples causas aún por analizar⁶, Santos sorprendió a todo el mundo ganando con el 47 por ciento del voto, y Mockus terminó en un lejano segundo puesto con el 21 por ciento. Los dos candidatos irán ahora a una segunda vuelta electoral el 20 de junio. Una prueba de que se puede tener seguidores en las redes sociales pero en el día de las elecciones no necesariamente se acerquen a las urnas y terminen convirtiendo su simpatía virtual en un hecho político real como es el voto. En el caso de Mockus, los amigos electores de Facebook se quedaron distraídos frente a su ordenador⁷ o cambiaron de opinión a última hora.
- Sebastián Piñera, el nuevo Presidente de Chile, para muchos el Berlusconi chileno, ha dado ya la orden a sus seguidores y sugerido a sus opositores de bombardear a su gabinete con Twitter. En Chile, el país con la mayor conectividad de Latinoamérica y con la primera agenda digital establecida en la región, las redes sociales pueden tener un impacto mucho más productivo como complemento al funcionamiento de sus instituciones. Allí las redes sociales pueden jugar un rol menos polémico pero más eficiente.
- Y la ola se extiende en el caso de las redes sociales a otros países latinoamericanos. A juicio de analistas políticos y uno que otro escéptico del mundo empresarial, las redes sociales seguirán creciendo como sitios de encuentros virtuales, difusión, comunicación, pero su impacto real en la política y en los negocios tal vez ha sido muy sobredimensionado.

⁶ Como la efectividad de las encuestas o variables que impulsan al voto oculto o la migración de votos 48 horas antes de las últimas encuestas públicas.

⁷ Colombia es uno de los países de Latinoamérica con mayor crecimiento de usuarios en Facebook (según el Ministerio de Comunicaciones, hay nueve millones de colombianos suscritos a esta plataforma). Sin embargo, tan sólo un poco más del 50% de la población cuenta con una conexión a internet, entre fijas y móviles.

- Las redes sociales constituyen una herramienta efectiva de visibilidad y marketing electoral, pero también en una forma de levantar datos y convertirla en información e inteligencia social, política y económica sumamente útil para las instituciones, los gobernantes y el resto del liderazgo en todos los ámbitos de la sociedad.











2. MERCADOS Y EMPRESAS TIC

- Latinoamérica motoriza buena parte de las ventas de servidores en el Mundo.** Las ventas de servidores en 2010 a nivel global crecerá 23% respecto a 2009 y los ingresos resultantes cerca de 6%. El segmento de servidores RISC/Itanium Unix no registró ingresos positivos con un declive de 28,5% en unidades y 26,9% en ingresos por ventas. Desde el punto de vista regional, el crecimiento interanual de las ventas en Estados Unidos fue de 28,6%, seguido por Latinoamérica con un 27,9%.
- El mercado de ordenadores de Latinoamérica creció 35,4% con ventas alcanzando cerca de 7,2 millones de unidades en el primer trimestre de 2010.** Brasil tiene un gran volumen en las ventas debido a los altas impuestos a los ordenadores importados.
- Barbados, Chile y Puerto Rico se consolidan en conectividad mientras que México y Argentina retroceden. Colombia y Panamá aceleran su escalada en el ranking global Networked Readiness Index (NRI) del Foro Económico Mundial.** Similar a años previos, el escenario NRI en la región latinoamericana presenta distintos matices con un número creciente de países consolidando sus avances y otros progresando menos.
- El NRI en la región muestra una gran brecha respecto a los primeros 20 del mundo. Ni las economías latinoamericanas, ni las caribeñas figuran entre los primeros 20 y solo cuatro se encuentran entre los primeros 50. Estos son: Barbados (35), Chile (40), Puerto Rico (45) y Costa Rica (49).

Latinoamérica en el NRI 2009-2010			
Ranking Latinoamérica	País/Economía	Ranking global	Puntuación ⁸
1	Barbados	35	4,36
2	Chile	40	4,13
3	Puerto Rico	45	4,07
4	Costa Rica	49	3,95
5	Uruguay	57	3,81
6	Panamá	58	3,81
7	Brasil	61	3,80
8	Jamaica	66	3,73
9	República Dominicana	74	3,64
10	México	78	3,61
11	Trinidad y Tobago	79	3,60
12	El Salvador	81	3,55
13	Guatemala	83	3,53
14	Argentina	91	3,38
15	Perú	92	3,38
16	Guyana	100	3,22
17	Honduras	106	3,13
18	Venezuela	112	3,06
19	Ecuador	114	3,04
20	Nicaragua	125	2,95
21	Paraguay	127	2,88
22	Bolivia	131	2,68

Fuente: Elaboración propia con base en datos de WEF, 2010

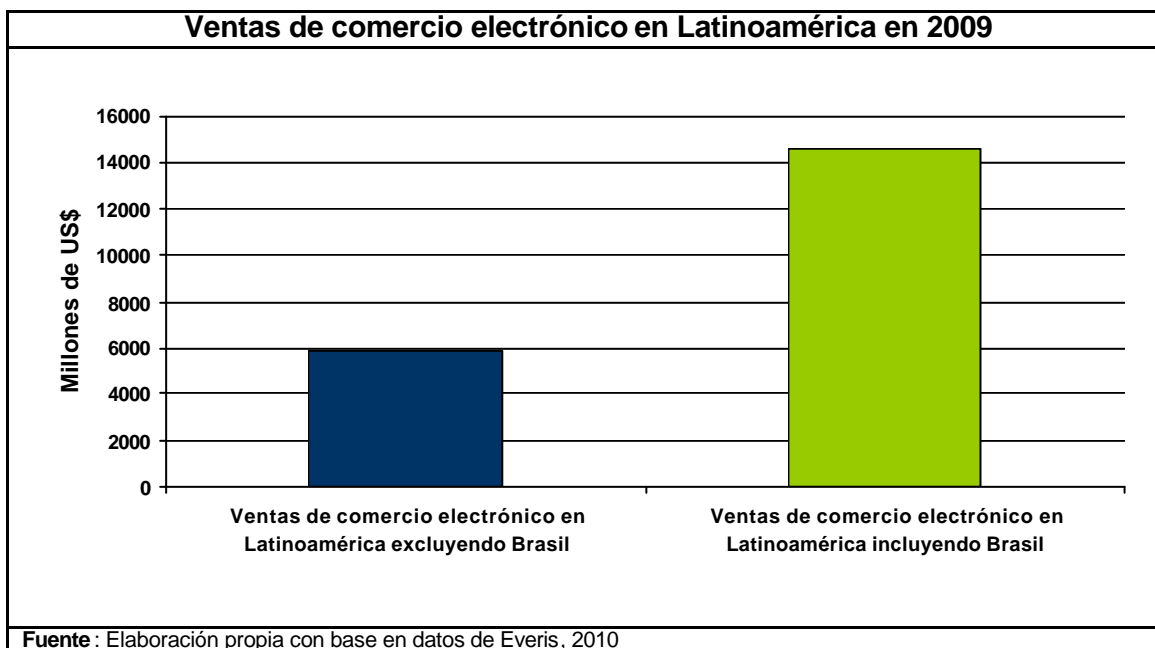
⁸ La máxima puntuación del ranking global es 5,65 y corresponde a Suecia que lidera el ranking de 133 países. La puntuación más baja corresponde a Chad (puesto número 133) con 2,57. Cuba no está incluida en el ranking.

-  La pequeña isla caribeña de Barbados, lidera la región por segundo año consecutivamente luego de haber superado a Chile. Barbados destaca por su ambiente favorable a las TIC, por su regulación favorable al desarrollo de infraestructura, la tasa de uso individual y una sustancial mejora uso TIC por parte del gobierno.
-  Chile se mantiene estable dentro de los primeros 40 consolidando su progreso TIC en la región, especialmente por la conectividad del gobierno y su esfuerzo para estimular del uso individual. La difusión de las TIC ha sido una prioridad del Estado chileno desde hace 15 años derivando en un mejor ambiente regulador y la adopción exitosa de la primera agenda digital en la región. Aún así, el país presenta grandes desafíos en la preparación individual al uso de las TIC, especialmente por las deficiencias del sistema educativo tanto en matemática y ciencias.
-  Puerto Rico, en el puesto 45 ofrece fortalezas en competitividad, ambiente favorable a la TIC, así como su preparación y uso de su sector sofisticado de negocios. Llama aún así la falta de atención del gobierno en la posibilidad de construcción de una agenda digital.
-  Costa Rica continúa su tendencia ascendente en el ranking en 2007 y 2008 escalando cerca de 7 puestos hasta el 49 con mejoras en el ambiente, la preparación y el uso de las TIC.
-  Uruguay se mueve 8 posiciones al puesto 57 con relativo avance en ambiente favorable a las TIC, preparación y uso. A pesar el ambiente de mercado y un inadecuado uso por parte del sector negocios, el país cuenta con un marco regulador y una infraestructura, así como una clara visión gubernamental para lograr mejoras sustanciales en el futuro. Un buen ejemplo de esto es la iniciativa de conexión educativa en el cual se le suministra una laptop a cada estudiante y educador dentro del sistema educativo uruguayo.
-  Ya lejos del Top 50, Brasil se mantiene aún en el puesto 61 aunque se nota mejoría en el sector negocios y gubernamental. En el sector negocios el desempeño es de mayor peso en cuanto avances TIC e inversión en innovación. Brasil está igualmente logrando avances en el ámbito gubernamental en el área de servicios on-line. Tiene deficiencias en el sector educativo específicamente en matemáticas y ciencias, así como el respeto a la propiedad intelectual y el alto costo de acceso a las TIC, especialmente en las telecomunicaciones.
-  Panamá (58), Colombia (60) y Jamaica (66) se encuentra mejorando para intentar ubicarse en el futuro en el Top 50. Colombia y Panamá han avanzado cuatro y ocho puestos respectivamente desde el último año.
-  México perdió 11 puestos para ubicarse en el número 78 en gran parte por la regulación sumamente rígida, el alto costo de acceso a las TIC y las fallas en el sistema de educación afecta en el uso individual de las TIC.
-  Argentina cayó cuatro puesto para llegar al 91, si bien Argentina falla en muchos aspectos, ha logrado pequeñas mejoras en el ambiente infraestructura, buen nivel de preparación para los negocios y el uso individual.
-  Honduras ocupa el puesto (106), Venezuela (112), Ecuador (114), Nicaragua (125), Paraguay (127) y Bolivia (131) cierran la presencia de la región del negocio. Estos países continúan detrás de los mejores de la región. Regulación rígida, educación deficiente, bajo nivel I+D y alto costo de acceso a las TIC son

algunos de los desafíos a los que se tendrán que enfrentar los diseñadores de estrategias de desarrollo y competitividad.

3. COMERCIO ELECTRÓNICO

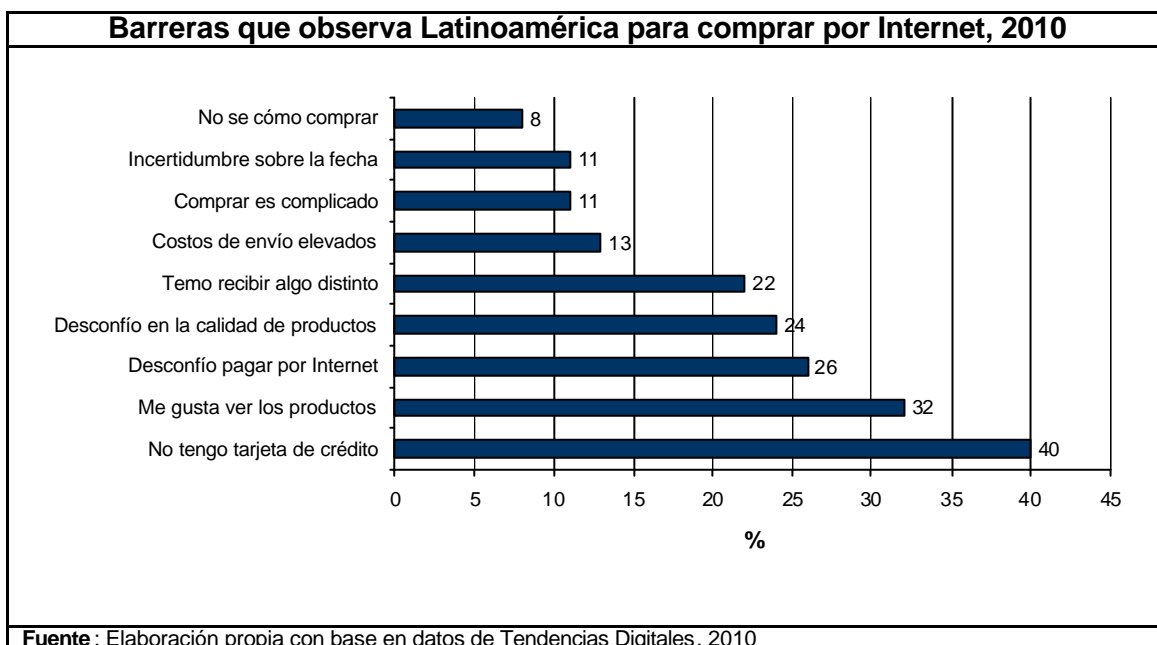
- **Grupo ASSA, una compañía consultora y outsourcing que ayuda a sus clientes a la transformación de sus procesos de negocio a través de las TIC, anunció su sociedad con IBM para desarrollar soluciones e-commerce y la integración de servicios en Latinoamérica.** La tecnología y las fuentes suministradas por IBM WebSphere Commerce, junto con la implementación del grupo ASSA's en el sector minorista son claves para esta sociedad. La experiencia aportada por IBM con importantes mercados en Brasil, México, Chile y Argentina, para el desarrollo de proyectos e-commerce permitirá a ASSA integrar su tecnología.
- **La conocida plataforma Web de compra-venta de productos y servicios MercadoLibre.com presentó su nueva solución MercadoClics,** una nueva forma de anunciar productos tanto para grandes y pequeñas empresas o agencias de publicidad.
- MercadoClics permite crear anuncios de texto con links a la propia página del anunciante, así como a páginas de producto dentro de MercadoLibre.com. La solución consiste en tener un anuncio donde miles de compradores toman la decisión final de compra y sólo pagar por los clics que se recibe. Con esta herramienta, Mercado Libre ofrece una opción adicional de publicitar en el sitio de comercio y refuerza su concepto de ofrecer servicios para seguir democratizando el comercio electrónico. Adicionalmente, los anuncios de texto con links permiten a los internautas que buscan un producto o servicio enriquecer sus opciones de compra al visualizar simultáneamente diferentes ofertas que complementan sus búsquedas. La herramienta puede ser visualizada en el sitio MercadoClics.com.



- **En 2009 las compras a través de Internet en Colombia llegaron a 500 millones de dólares, esto es menos de 10 dólares por habitante durante el año pasado.** La firma Everis, especialista en el tema del comercio electrónico,

analizó el comercio en la red en 41 países de todo el mundo y encontró que en 2009 éste llegó a 502.100 millones a nivel Global.

- Excluyendo a Brasil, **Latinoamérica registró ventas electrónicas durante 2009 por 5.900 millones de dólares, lo que representó el 1,2 por ciento del total mundial. Si se añade Brasil, se alcanzaron 14.600 millones de dólares o el 2,9 por ciento del total.** Brasil, es el país latinoamericano con mayor volumen de ventas electrónicas con 8.700 millones de dólares durante el 2009, ocupando el lugar 13 del ranking mundial. Por su parte, Chile, Argentina y México presentaron ventas de magnitud similar (US\$1.500 millones), situándose en los puestos 28 al 30 en el ranking global.
- En el estudio de Usos de Internet en Latinoamérica de Tendencias Digitales⁹, se reporta que **al menos un 49% de los internautas que participaron en el estudio había comprado algo a través de Internet; siendo los países más cercanos a esta media regional: Argentina, Brasil, Puerto Rico, México y Uruguay.**
- El mercado latinoamericano puede aún crecer mucho más. En la mayoría de los países de Latinoamérica la oferta de productos para compras online se basa especialmente en artículos de tecnología, especialmente ordenadores (laptops, desktops, accesorios, software) los cuales alcanzan el 56% de los principales rubros comprados de la región seguidos por teléfonos móviles y accesorios para los mismos que suman un 28%.



- La razón de esta potencialidad es sencilla, para la consultora, son justamente las empresas de tecnología y los usuarios sensibles a la tecnología quienes se han apoyado en el medio electrónico para diversificar las formas en las que el consumidor puede adquirir sus productos.
- De acuerdo al estudio, aún hay nichos de mercado importantes, como por ejemplo: artículos de cuidado personal y algunos productos farmacéuticos que pueden ofrecer más opciones, están en la capacidad de ir construyendo la

⁹ Ver: Goite, Ana. "Casi la mitad de los usuarios latinoamericanos ha comprado por Internet" en **Tendencias Digitales**. <http://www.tendenciasdigitales.com/775/casi-la-mitad-de-los-internautas-latinoamericanos-ha-comprado-por-internet/>

confianza en el consumidor a través de una oferta variada y un servicio que ofrezca comodidad.

4. NOTICIAS SELECCIONADAS DEL TRIMESTRE

* **Amper se alía con eLandia para crecer en Latinoamérica.** El acuerdo cerrado entre ambas compañías permitirá construir una de las mayores plataformas de Integración de Redes y Comunicaciones en América Latina. Para Amper, Latinoamérica es uno de los mayores mercados globales, con un excepcional potencial de crecimiento para las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones. Según el Business Monitor International (BMI), las expectativas de crecimiento de las inversiones en este tipo de tecnologías pasarán de 48.000 millones de dólares en 2010 a 65.000 millones de dólares en 2013, lo que supone un incremento superior al 35 por ciento.

<http://www.redestelecom.es/noticias/201005250007/Amper-se-alia-con-eLandia-para-crecer-en-Latinoamerica.aspx>

* **Tecnoparque de \$203.000 millones en Medellín:** Con una inversión inicial de 203 mil millones de pesos, el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (Idea), en asociación con el Sena y la Gobernación de ese departamento, construirán el Parque Tecnológico Manantiales. El proyecto abrirá puertas en el Alto Las Palmas hacia abril de 2011, de la mano de más de 200 empresas relacionadas con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-06-03/tecnoparque-de-203000-millones-en-medellin_101845.php

* **Trece empresas alavesas viajan a Brasil en busca de nuevos socios comerciales:** La Cámara de Comercio e Industria de Álava, dentro de sus acciones dirigidas a la internacionalización de las empresas, organizará durante la próxima semana una Misión Tecnológica a Brasil, donde trece compañías alavesas tratarán de encontrar nuevos socios tecnológicos en dicho país.

<http://www.europapress.es/euskadi/alava-00388>

* **Los usuarios de Internet suman casi un tercio de los habitantes de Venezuela:** Los usuarios de Internet en Venezuela suman el equivalente a casi un tercio de sus habitantes, al aumentar a 9,3 millones de los cerca de 30 millones de la población nacional de acuerdo a cifras de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de ese país (Conatel). La estimación del número de usuarios ascendió a 9,3 millones, lo que evidencia una variación positiva de 22,2% en el primer trimestre del año con relación al mismo período de 2009, detalló el organismo gubernamental en un comunicado. De ese total de 9,3 millones de usuarios, un 91,6% cuenta con un acceso a Internet en banda ancha, mientras que la modalidad de acceso "Dial Up" constituye el 8,4% restante.

http://www.google.com/hostednews/epa/article/ALeqM5h4DFm_HWLMLK4_b7eMTJTQXVRwA

* **Jóvenes latinoamericanos gastan alrededor de 86 minutos al día en redes sociales:** Así lo informó un reciente estudio de la Universidad del Norte de Texas, según el cual Facebook es la red más popular entre esta población. En promedio, un joven latinoamericano dedica una hora y media diaria a diferentes redes sociales, lo cual se convierte en una oportunidad para que los proveedores de contenidos y los anunciantes puedan acceder al público joven, que de a poco ha dejado de lado a los medios tradicionales. Así se desprende de un estudio realizado por el Centro para Medios de Habla Hispana de la Universidad del Norte de Texas, que fue presentado en la IX Conferencia Mundial de Economía y Gestión de Medios de Comunicación, que se realizó entre el 03 y 05 de junio, organizado por la Universidad de La Sabana.

http://www.eltiempo.com/vidadehov/ciencia/ovenes-gastan-86-minutos-promedio-al-dia-en-redes-sociales_7737363-1