

3º Trimestre 2009Autor: Martín Durán
Consejo de redacción: Juan José Méndez**DESTACADOS DEL TRIMESTRE:**

* **71,2% de los internautas latinoamericanos usan redes sociales para comunicarse.** Cerca de 47,5% de los usuarios los utiliza para ver fotos y 35,3% “saber qué hacen mis amigos” o lo que es lo mismo, seguir las actualizaciones de contactos.

[Pág.2]

* **Colombia busca incursionar en el fuerte mercado de Tecnologías de la Información (TI) mexicano,** para lo que promoció a 14 de sus principales empresas de software, consultoría y soluciones de telefonía. *[Pág.3]*

* **La inversión en publicidad digital en América Latina puede alcanzar los dos mil millones de dólares en los próximos cinco años.** Se estima que para el 2010, Latinoamérica habrá invertido un total de 791 millones de dólares, lo cual duplicará el pronóstico de crecimiento global, actualmente en un 11,1 por ciento, según los datos.

*[Pág.5]***NOTICIAS SELECCIONADAS: *[Pág.6]***

* **Telefónica confía en el potencial de América Latina para seguir creciendo.** La región va a salir de esta crisis "más fuerte", gracias en gran medida al impulso de Brasil, y que Telefónica está preparada para aprovechar su potencial de crecimiento.

* **Terra reúne correos y redes sociales en un solo lugar.** Bautizado como Tbox, ofrece una idea simple: agrupar de manera innovadora y accesible todos los contactos del usuario.

* **El español es el gran obstáculo para el gigante de Internet Alibaba.** El idioma español es el gran obstáculo para la expansión del gigante chino del comercio electrónico Alibaba.com en América Latina.

* **PYMES: creciendo de la mano del comercio electrónico.** A diez años del lanzamiento de MercadoLibre en América Latina, la participación de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) en la mayor plataforma de comercio electrónico de la región ha mostrado una tendencia creciente a lo largo de los años.

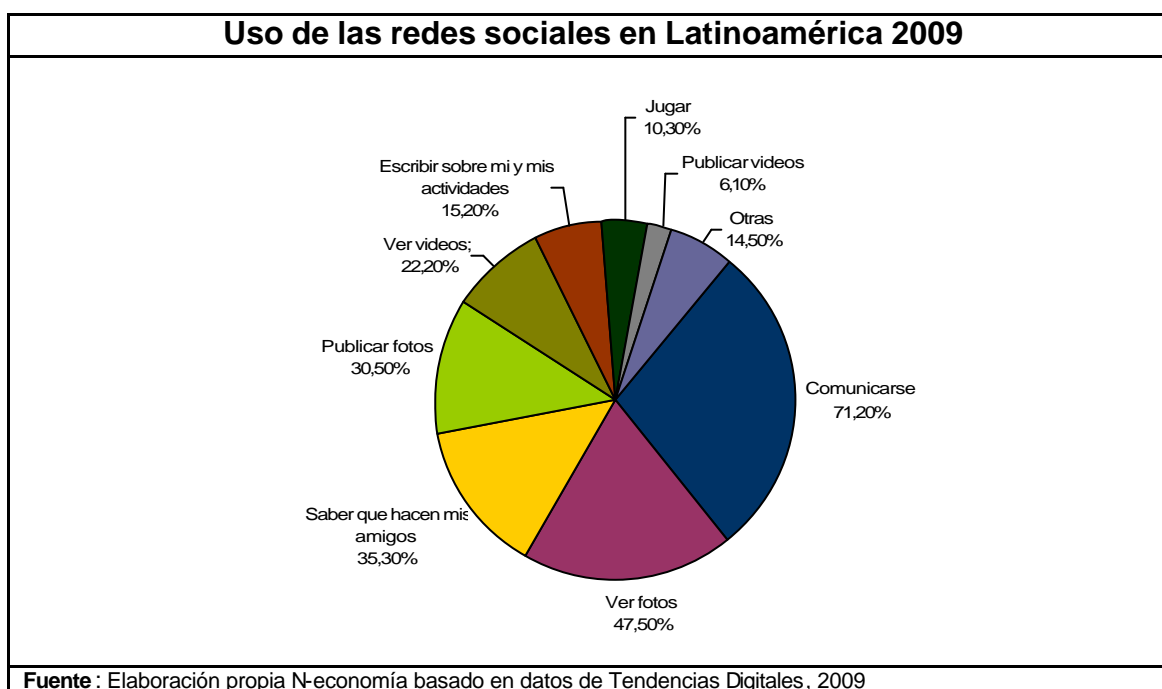
PENETRACIÓN DE LAS TIC EN LATINOAMÉRICA

1. INTERNET

De acuerdo a un estudio realizado por *Tendencias Digitales* el 71,2% de los internautas latinoamericanos usan redes sociales para comunicarse. Alternativas como Facebook constituyen eficientes sistemas operativos sociales por medio de los cuales los usuarios pueden publicar contenidos multimedia manteniendo una red de contactos a través de un servicio de mensajes similar a un correo electrónico y de un chat.

Tomando en cuenta las posibilidades que ofrecen las redes sociales, cerca de 47,5% de los internautas los utiliza para ver fotos y 35,3% “saber qué hacen mis amigos” o lo que es lo mismo, seguir las actualizaciones de contactos.

Publicar fotos, ver videos, escribir sobre actividades personales, jugar y publicar videos son las otras actividades que los latinoamericanos realizan al suscribirse en las redes sociales. Resalta el hecho de que la generación y montaje de contenidos multimedia (como imágenes o videos), que requiere una mayor participación del usuario está en una escala intermedia de usos, por debajo de la posición más pasiva de seguir a los demás.



2. MERCADOS Y EMPRESAS TIC

De acuerdo al último estudio emitido por la Economist Intelligence Unit patrocinado por Business Software Alliance (BSA). Chile se ubica en el lugar 27º a nivel mundial en el Índice de Competitividad de la Industria TI 2009, lo que significa un avance de tres puestos respecto al año anterior, encabezando la lista en América Latina.

Este estudio valora y compara el ambiente de la industria de la Tecnología de Información (TI) en 66 países, para evaluar la competitividad del sector TI, con una puntuación máximo de 100 puntos.

Los países miembros de la OCDE obtuvieron un promedio de 58 puntos en este estudio. El informe muestra que Chile destaca principalmente por su favorable ambiente para los negocios, donde se ubica en el 6º lugar del ranking mundial, con 93 puntos. A su vez, las áreas en las que requiere mejorar son investigación y desarrollo, donde Chile obtuvo sólo 20 puntos, e infraestructura, en la que se alcanzaron 26 puntos.

Índice de competitividad de Tecnología de Información EIU, 2009			
País	Puntaje	Clasificación 2009	Clasificación 2008
Chile	46,1	27	30
Brasil	36,6	40	43
Argentina	35,5	41	46
México	32	48	44
Colombia	28,4	52	52
Perú	26	55	55
Venezuela	24,4	57	51
Ecuador	22,7	60	56

Fuente: Elaboración propia basado en datos de The Economist Intelligence Unit, 2009

Dentro de América Latina, después de Chile se encuentra Brasil (lugar 40), Argentina (41), México (48) y Colombia (52). En el clima económico de hoy, apoyar el desarrollo de las TI es más importante que nunca. Las TI pueden impulsar la recuperación económica y generar crecimiento económico en el largo plazo.

Según el estudio, Brasil tiene un buen desempeño en el ambiente general de negocios, mediciones, y desarrollo y apoyo a la industria TI. Sin embargo, el país debe mejorar en temas como capital humano e infraestructura.

México cayó a la posición 48, de la lista de 66 economías, en comparación a 2008. Los puntos débiles en México para la competitividad de las TI son principalmente: infraestructura tecnológica, cuya puntuación se encuentra por debajo de Chile, Brasil y Argentina; mientras que en investigación y desarrollo se encuentra en los últimos lugares de la lista, superando sólo a Venezuela, Pakistán, y Sir Lanka, entre otros.

Pese al retroceso en la evaluación total de México, el país registró avances en el desarrollo de capital humano, ambiente de negocios y el entorno legal.

Por otro lado, Colombia busca incursionar en el fuerte mercado de Tecnologías de la Información (TI) mexicano, para lo que promociona a 14 de sus principales empresas de software, consultoría y soluciones de telefonía.

Las compañías colombianas de TI, entre las que se encuentran WM Wireless and Mobile, Q- Visión y Heinsonh, pretenden aumentar sus negocios principalmente en servicios de telefonía móvil, e-gobierno y en el sistema financiero, por lo que promueven esta semana sus productos y servicios en México, luego de aumentar sus ventas a naciones como Chile, Perú y varias naciones de Europa.

El país sudamericano exporta 26 millones de dólares anuales de TI, mientras que su mercado doméstico alcanza los 2.400 millones de dólares.

El mercado mexicano es el segundo más grande de Latinoamérica, precedido únicamente por Chile. Incluso, dos empresas mexicanas lideran la lista de las principales firmas de TI en Latinoamérica, con exportaciones tan sólo a Estados Unidos por 2.086 millones de dólares, incluyendo procesos de negocios de outsourcing.

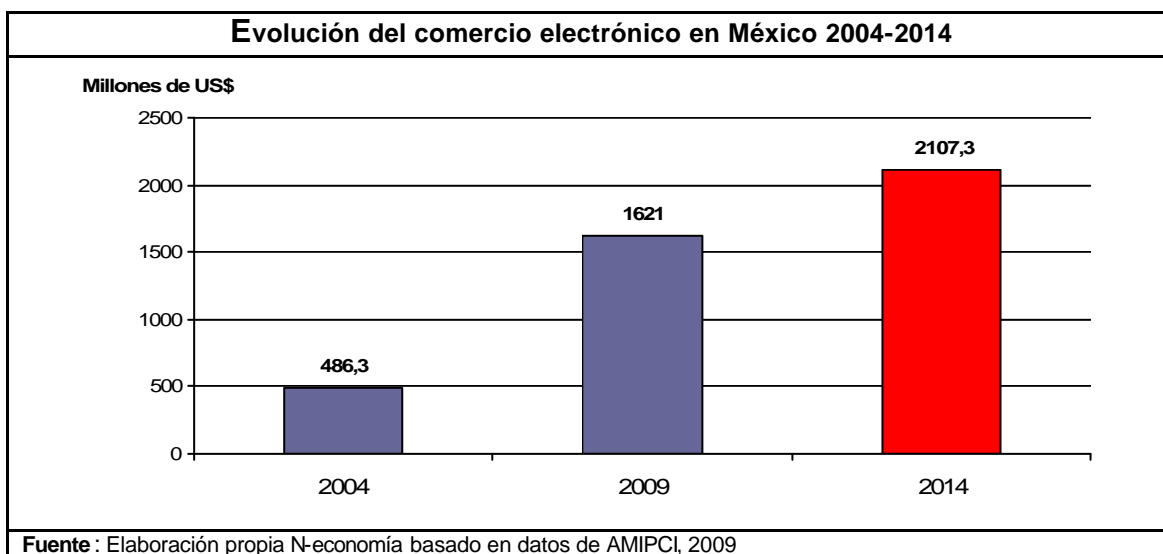
Las firmas colombianas de TI registran un crecimiento cercano al 12% para este año, mientras la industria mundial del sector se espera lo haga en 7% según pronósticos de IDC y Business Monitor.

En México dos empresas lideran el sector, la india Infosys, con un centro operativo en Monterrey, Nuevo León, con servicios para Estados Unidos, Europa y Latinoamérica y Nepris, subsidiaria de Cemex, la compañía de TI e Integración de sistemas más grandes del país.

3. COMERCIO ELECTRÓNICO

La compra-venta de diferentes bienes y servicios a través de Internet ha traído consigo beneficios tanto para el comprador como para el vendedor mexicano. Dicho intercambio se basa en puntos clave tales como mejores precios, mayor variedad en la oferta, comodidad, alcance regional, costos de inversión, de comercialización, entre otras.

De acuerdo a la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) el comercio electrónico en México creció 233% entre 2004 y 2009 alcanzando ventas de 1,621 millones de dólares. AMIPCI ha proyectado que este nicho crecerá cerca de 30 % dentro de los siguientes 5 años.



En cinco años es probable que el comercio electrónico sea el anclaje de todo tipo de negociación, en el caso de México es una tendencia que también va avanzando.

Gracias a estas cifras, en los próximos años se verá un panorama de comercio electrónico con mejoras en logística y pagos, mayor profundización y verticalización de categorías, nuevas plataformas para buscar y comprar productos y servicios, y la explotación de nuevos equipos y dispositivos conectados a la Red de menor costo.

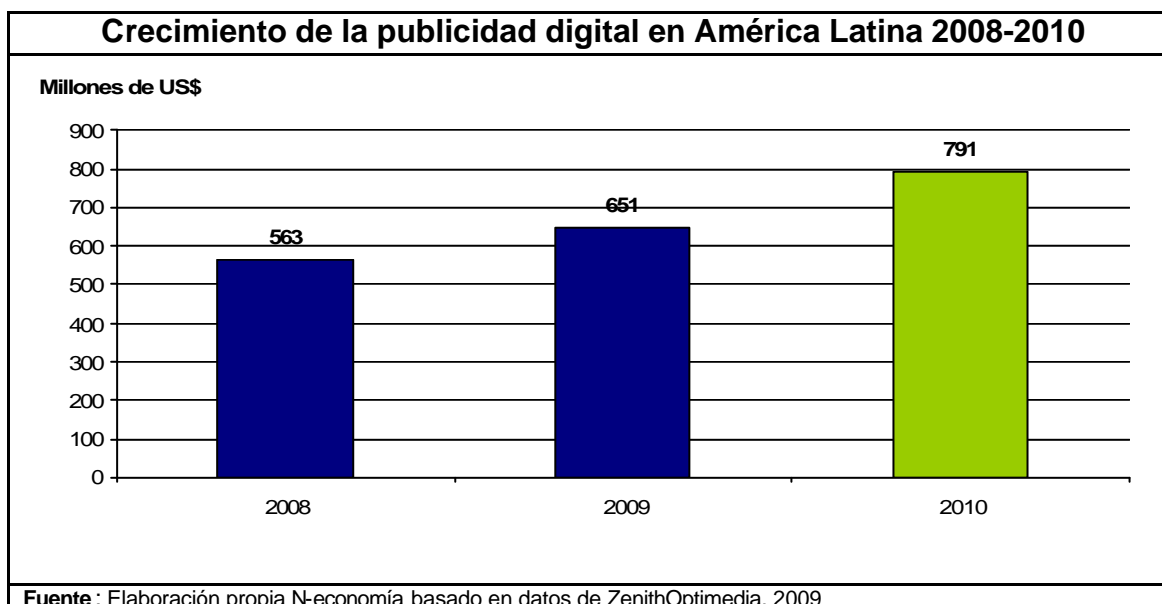
De acuerdo a Media Services (IMS), la inversión en publicidad digital en América Latina tiene el potencial para alcanzar los dos mil millones de dólares en los próximos cinco años.

De acuerdo con datos de ZenithOptimedia, se estima que la publicidad digital en 2009 en la región alcanzará los 651 millones de dólares, un incremento del 13,4 por ciento respecto a 2008.

Estos estimados, ubican a Brasil como el país con la mayor inversión en publicidad de la zona, con una inversión de 456 millones de dólares en publicidad digital durante el año 2009.

Argentina, es un principal jugador en este sector, y se espera que experimente un incremento de 42 por ciento con una inversión total de 91 millones de dólares.

Se estima que para el 2010, Latinoamérica habrá invertido un total de 791 millones de dólares (+21,5%), lo cual duplicará el pronóstico de crecimiento global, actualmente en un 11,1 por ciento, según los datos.



En los próximos cinco años podría crecer a 10 por ciento, rebasando incluso a la publicidad en revistas y diarios.

4. NOTICIAS SELECCIONADAS DEL TRIMESTRE

* **Telefónica confía en el potencial de América Latina para seguir creciendo.** El presidente de Telefónica Latinoamérica, José María Álvarez-Pallete, destacó que la región va a salir de esta crisis "más fuerte", gracias en gran medida al impulso de Brasil, y que Telefónica está preparada para aprovechar su potencial de crecimiento.

http://www.google.com/hostednews/epa/article/ALeqM5g3QBPI7vbOTNgGqbeTCM_IdGUkKg

* **América Latina genera el 14% del spam.** El correo no deseado representó alrededor del 87% de todos los correos electrónicos a nivel mundial durante el mes de setiembre. De acuerdo con el reporte de spam de la empresa de seguridad Symantec los minoristas o retail, al ser afectados por la crisis económica, experimentan una disminución de ingresos por parte de los consumidores y en consecuencia, aumentan la cantidad de promociones comerciales, especialmente durante las vacaciones de verano, festividades y los cambios de temporada, situación que los spammers han aprovechado. Brasil (12%), Colombia (2%) y Argentina (2%) se ubicaron entre los diez primeros lugares de la lista mundial de países que generaron más spam o correo no deseado durante el mes pasado.

http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2009/septiembre/27/tecnologia2101130.html

* **Terra reúne correos y redes sociales en un solo lugar.** Bautizado como Tbox, ofrece una idea simple: agrupar de manera innovadora y accesible todos los contactos del usuario, desde su cuenta de correo hasta las principales redes sociales, como Facebook, Orkut, MySpace y Twitter. Con él, los usuarios pueden mandar mensajes instantáneos a sus amigos en varias webs y direcciones de correo.

<http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloid=875382>

* **El español es el gran obstáculo para el gigante de Internet Alibaba.** El idioma español es el gran obstáculo para la expansión del gigante chino del comercio electrónico Alibaba.com en América Latina, ha reconocido el fundador y presidente del grupo Alibaba, Ma Yun. Este grupo cuenta desde noviembre de 2008 con un portal traducido al castellano (<http://spanish.alibaba.com/>), con notables carencias y errores gramaticales.

http://www.google.com/hostednews/epa/article/ALeqM5gGq2_F67OWvq6h_5a9piM-P3kA2g

* **PYMES: creciendo de la mano del comercio electrónico.** A diez años del lanzamiento de MercadoLibre en América Latina, la participación de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) en la mayor plataforma de comercio electrónico de la región ha mostrado una tendencia creciente a lo largo de los años. Desde el lanzamiento del sitio en agosto de 1999 hasta la actualidad, hubo una tendencia hacia la "profesionalización" de las ventas de los usuarios a través de la plataforma. En la actualidad hay más de 16.000 usuarios que tienen su eShop (tienda on line propia) dentro de MercadoLibre.

<http://www.cioal.com/analisis/negocios/pymes-creciendo-de-la-mano-del-comercio-electronico099.html>