

**4º Trimestre 2007**Autor: Fco. Javier de Andrés Correas  
Consejo de redacción: Juan José Méndez**DESTACADOS DEL TRIMESTRE:**

- \* **La mayoría de los usuarios de Internet en Latinoamérica se autocalifican en nivel “medio” y “básico”.** Los usuarios más avanzados y expertos predominan en Puerto Rico, Colombia y Chile. *[pág.2]*
- \* **Los últimos datos del indicador ISI han repetido la misma puntuación media del trimestre anterior (4,42 puntos),** lo que confirma una ralentización en el desarrollo de las TIC y la Sociedad de la Información. *[pág.3]*
- \* **El 30% de los usuarios de Internet en los países analizados indicaron haber comprado algún producto en el último año a través de Internet.** El número medio de compras al año es de 5,21. *[pág.4]*
- \* **El comercio online latinoamericano posee grandes barreras y obstáculos para que las empresas puedan desarrollarse favorablemente.** Mediante soluciones innovadoras las empresas podrán aprovecharse de las indiscutibles oportunidades que ofrece el comercio online. *[pág.4]*

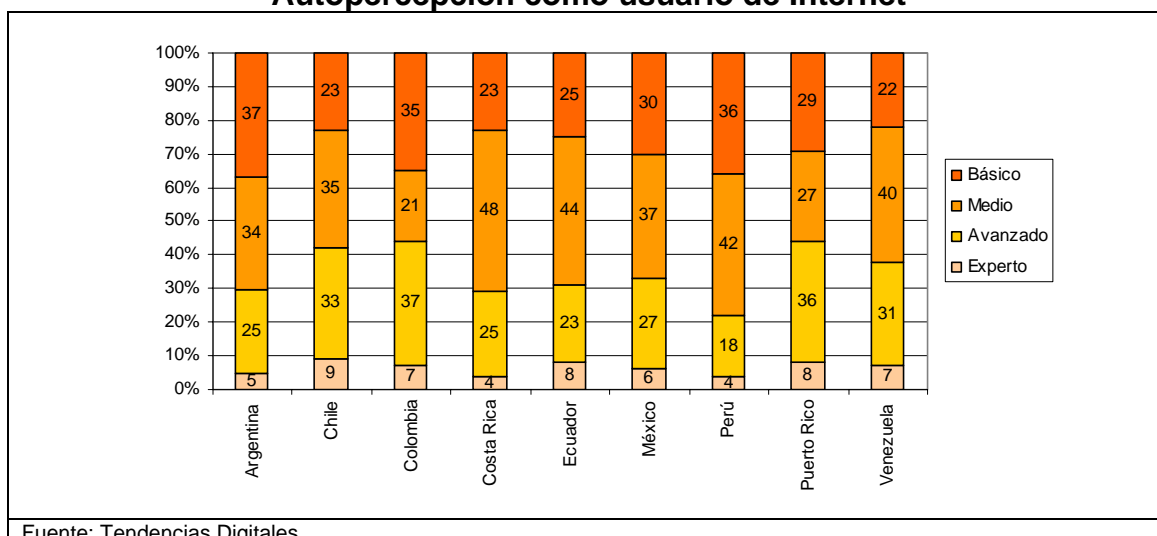
**NOTICIAS SELECCIONADAS: *[pág.5]***

- \* **Cisco lanza plan tecnológico para microempresas.** Cisco presenta un plan de apoyo a las empresas latinoamericanas para apoyar y fomentar el uso de las TIC's por las mismas. La empresa les guiará en todo el proceso de adopción.
- \* **Uruguay compra 100.000 portátiles a la OLPC.** La Administración Uruguaya invierte en la compra de ordenadores para promover la campaña “Un portátil para cada niño”. Se espera que otros muchos países continúen su ejemplo.
- \* **CAVILA, el primer campus virtual para América Latina.** Se pone en marcha el primer punto de reunión virtual entre alumnos, profesores y otros profesionales para llevar a cabo labores docentes y de cooperación.
- \* **México será la sede del primer centro de periodismo digital de América Latina.** Este centro pretende desarrollar nuevos talentos en el campo del periodismo digital, basándose en la docencia, la investigación y la difusión.

# PENETRACIÓN DE LAS TIC EN LATINOAMÉRICA

## 1. INTERNET

### Autopercepción como usuario de Internet



La mayoría de los usuarios de Internet en Latinoamérica se autocalifican en nivel “medio” y “básico”. Siendo los usuarios de nivel “básico” los que utilizan mail y buscadores; los “medios” están suscritos a sitios Web, chatean y hacen transacciones; los “avanzados” bajan y suben fotos y música; y los “expertos” desarrollan y crean páginas Web. Los usuarios más avanzados y expertos predominan en Puerto Rico, Colombia y Chile.

El perfil de las categorías citadas, en el ámbito latinoamericano, sería el siguiente:

- Experto: 6,4% Personas entre 21-30 años, principalmente universitarios, con predominancia masculina.
- Avanzado: 27,9% Menores de 13 años y entre 21-35 años, principalmente con estudios de primaria, universitarios o con postgrado, con predominación masculina.
- Medio: 35,3% Personas de 31-35 años, universitarios o con postgrado con predominancia femenina.
- Básico: 30,4% De 13-20 años y 41-55 años, con estudios de secundaria y predominancia femenina.

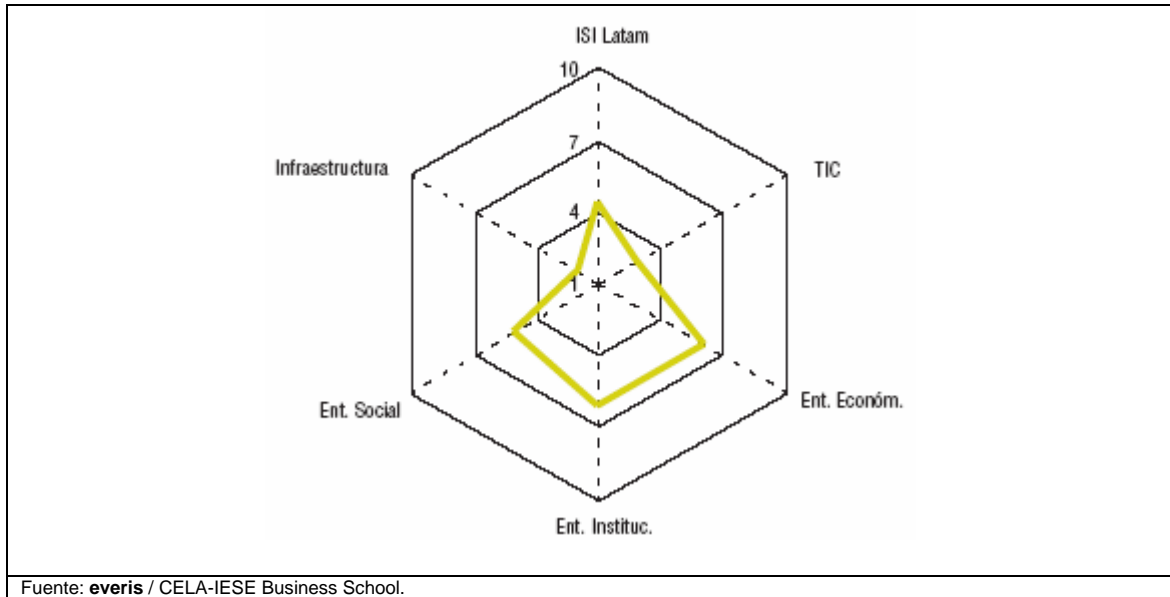
Estos datos son importantes para las empresas a la hora de realizar estrategias en los diferentes países de Latinoamérica, para saber a qué público objetivo orientar las mismas, sobre todo si tienen que ver con las nuevas tecnologías y el uso de Internet, ya que como hemos comprobado, no en todos los países existe el mismo nivel de utilización y los perfiles pueden variar considerablemente.

	Usuarios de Internet por cada 1000 habitantes					Variaciones interanuales		
	1ºT 05	1ºT 06	1ºT 07	2ºT 07p	3ºT 07p	1ºT 07	2ºT 07p	3ºT 07p
Argentina	165	188	221	228	237	17,8%	15,4%	14,6%
Brasil	131	179	225	238	251	25,4%	26,6%	26,0%
Colombia	85	111	145	155	165	30,3%	30,4%	30,6%
Chile	272	295	326	335	345	10,3%	11,0%	11,8%
México	145	178	222	236	251	25,0%	26,1%	27,1%
EEUU	638	671	693	697	700	3,2%	2,8%	2,5%

Fuente: everis / CELA- IESE. Nota: p) previsión.

## 2. MERCADOS Y EMPRESAS TIC

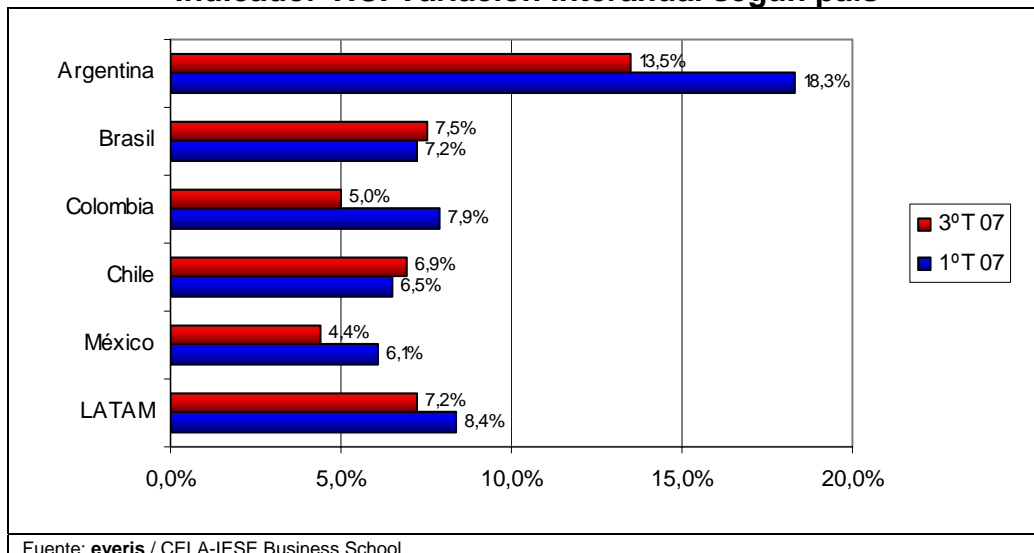
### ISI Latinoamérica. Puntuación por componentes



El Indicador de la Sociedad de la Información (ISI) analiza la evolución del uso de las TIC y el entorno de la Sociedad de la Información. Los últimos datos del indicador ISI han repetido la misma puntuación media del trimestre anterior (4,42 puntos), lo que confirma una ralentización en conjunto en el desarrollo de estos campos (TIC, ent. económico, ent. institucional, ent. social e infraestructuras).

A pesar de encontrarnos con el menor aumento en los últimos doce trimestres, las TIC alcanzaron un nuevo nivel máximo, aumentando el número de usuarios de Internet un 29,6%, el de teléfonos móviles un 19,2% y el de ordenadores un 18,7%. Del resto de los componentes, el único que ha desarrollado alguna mejora son las infraestructuras, gracias al avance en la eficiencia energética, que compenso el debilitamiento del consumo de electricidad. Las áreas Económica, Institucional y Social presentaron claras desaceleraciones en sus respectivas puntuaciones. Influyeron en esos resultados la reducción de la tasa de crecimiento media del PIB y el deterioro en el Índice de Percepción de Corrupción.

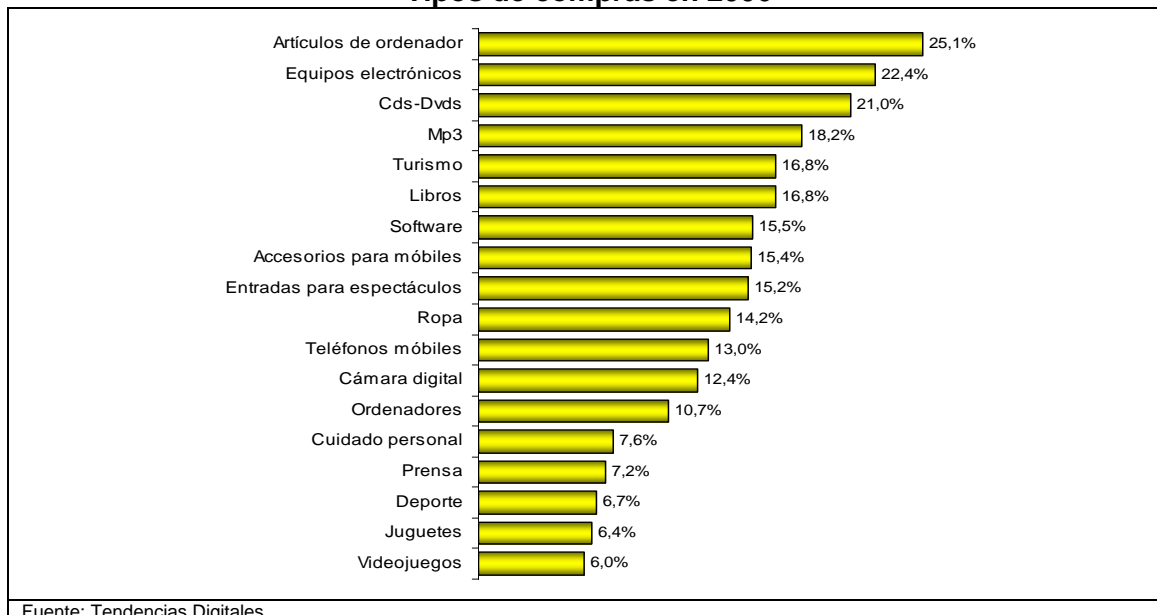
### Indicador TIC. Variación interanual según país



### 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

Promedio de compras por internauta según país									
LATAM	Argentina	Chile	Colombia	Costa Rica	Ecuador	México	Perú	Puerto Rico	Venezuela
5.21	5.86	3.85	4.23	5.49	3.46	5.38	3.88	7.63	6.05

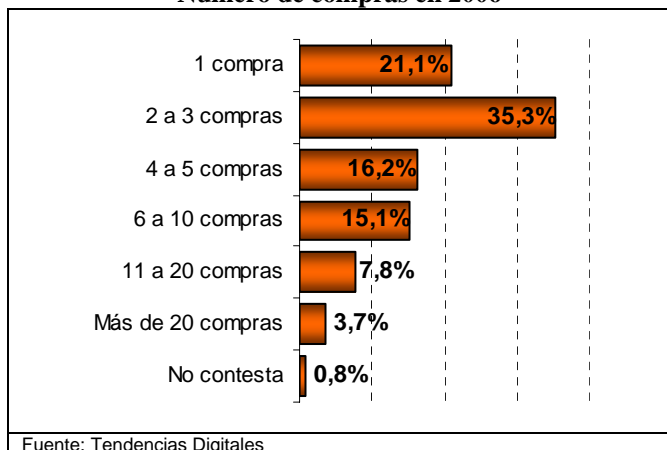
#### Tipos de compras en 2006



El 30% de los usuarios de Internet en los países analizados indicaron haber comprado algún producto en el último año a través de Internet. El perfil de estos usuarios sería el de un internauta avanzado o experto, de 21-40 años, universitario o con postgrado y hombre. El país con mayor cantidad de usuarios que han comprado es Puerto Rico, y por el contrario el que menos compradores tiene es Perú. El número medio de compras al año es de 5,21, observando que Puerto Rico y Venezuela superan el promedio de la región con 7,63 y 6,05 respectivamente.

El comercio online latinoamericano posee grandes barreras y obstáculos para que las empresas puedan desarrollarse favorablemente. Por ejemplo, la baja penetración del PC, una de las barreras más importantes para establecer Internet en América Latina, y a su vez el comercio electrónico. Del mismo modo, en términos relativos, la baja posesión de tarjetas de crédito, como instrumento online, impide la realización de las compras.

#### Número de compras en 2006



Las empresas han desarrollado innovaciones en sus procesos de producción, distribución y venta para poder solucionar estos obstáculos. Mediante estas soluciones las empresas podrán aprovecharse de las indiscutibles oportunidades que ofrece el comercio online.

## 4. NOTICIAS SELECCIONADAS DEL TRIMESTRE

\* **Los niños iberoamericanos prefieren Internet a la televisión.** Internet se impone como uno de los medios más importantes, especialmente entre los jóvenes. Así lo demuestra un estudio llevado a cabo por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra y Telefónica, según el cual más del 55% de los niños iberoamericanos elegirían la Red en lugar de la televisión.

[http://www.baquia.com/noticias.php?id=12967&tit=los\\_ni%C3%B1os\\_iberamericanos\\_prefieren\\_internet\\_a\\_la\\_televisi%C3%B3n](http://www.baquia.com/noticias.php?id=12967&tit=los_ni%C3%B1os_iberamericanos_prefieren_internet_a_la_televisi%C3%B3n)

\* **Uruguay compra 100.000 portátiles a la OLPC.** El Gobierno de Uruguay ha confiado en la iniciativa de la fundación One Laptop per Child (OLPC) -"Un ordenador para cada niño"- y ha encargado 100.000 de estos aparatos destinados a niños de entre 6 y 12 años. Antes de 2009, el país sudamericano espera elevar esta cifra hasta los 300.000.

[http://www.baquia.com/noticias.php?id=12961&tit=uruguay\\_compra\\_100000\\_portatiles\\_a\\_la\\_olpc](http://www.baquia.com/noticias.php?id=12961&tit=uruguay_compra_100000_portatiles_a_la_olpc)

\* **CAVILA, el primer campus virtual para América Latina.** Más de 600.000 alumnos y 30.000 profesores de América Latina podrán disfrutar a partir del próximo mes de marzo de 2008 del Campus Virtual Latinoamericano (CAVILA). Esta iniciativa pretende convertirse en un foro de cooperación, solidaridad e integración en Latinoamérica a partir de la enseñanza virtual.

<http://www.ahciet.net/actualidad/noticias/noticia.aspx?idnotic=18857>

\* **México será la sede del primer centro de periodismo digital de América Latina.** El Centro Internacional para Periodistas (ICJ) y la Universidad de Guadalajara han anunciado que inaugurarán en abril de 2008 el primer centro de capacitación en periodismo digital de América Latina. "En este Centro de Periodismo Digital estaremos realizando actividades de docencia, investigación y difusión".

<http://www.laflecha.net/canales/comunicacion/noticias/mexico-sera-la-sede-del-primer-centro-de-periodismo-digital-de-america-latina/>

\* **La penetración de Internet en Latinoamérica es menor al 20%.** La penetración de Internet en América Latina es aún muy limitada, al situarse por debajo del 20 por ciento del total de la población, y el consumo de prensa sigue siendo extremadamente bajo, incluso en países como México, donde el índice de difusión no alcanza los 15 ejemplares por cada 1.000 habitantes.

<http://www.laflecha.net/canales/blackhats/noticias/la-penetracion-de-internet-en-iberoamerica-es-menor-al-20/>

\* **Cisco lanza plan tecnológico para microempresas.** Cisco's Business Roadmap es el nombre del plan de la firma estadounidense con el que pretende dar un impulso para la adopción de Tecnologías de la Información (TICs), por parte de las microempresas latinoamericanas. El objetivo es que en el largo plazo las Pymes puedan contar con nuevas plataformas tecnológicas para optimizar sus negocios, es decir, proporcionar una nueva estructura a las microempresas para aumentar el potencial a largo plazo de las inversiones que se realicen en soluciones TICs.

[http://www.americaeconomia.com/PLT\\_WRITE-PAGE~SessionId~~Language~0~Modality~0~Section~1~Content~33294~NamePage~PymesArti~DateView~~Style~15389.htm](http://www.americaeconomia.com/PLT_WRITE-PAGE~SessionId~~Language~0~Modality~0~Section~1~Content~33294~NamePage~PymesArti~DateView~~Style~15389.htm)