



ENLACE AMIPCI

LAS BREVES

La licencia de conductor se renueva vía internet

Servicio las 24 horas en beneficio de unos 230,000 guiadores. En www.yucatan.gob.mx, se puede tramitar la renovación de licencias vencidas o un duplicado desde cualquier parte del mundo con acceso a internet y a cualquier hora. En rueda de prensa con la secretaria de Hacienda, informó que el nuevo servicio pone a la vanguardia a Yucatán en el país y continúa el proceso de modernización administrativa de las dependencias del Poder Ejecutivo del Estado. El año pasado 30,518 usuarios pagaron sus impuestos a través de la página del gobierno de Yucatán en internet, la cual generó ingresos de \$57,048,000 apuntó.

FUENTE: Diario Yucatán

YouTube compartirá sus ganancias con los usuarios que suben videos

El buscador de Internet Google, que en 2006 adquirió la compañía YouTube, planea repartir parte de los ingresos recaudados por la publicidad de la web de descargas de videos entre los internautas que aporten sus videos al portal de Internet. Según explicó el cofundador de YouTube, Chad Hurley, al diario Financial Times, al margen de la reunión del Foro Económico Mundial en Davos (Suiza), aún no se ha decidido cuánto se pagará por video insertado en el famoso portal. Hurley adelantó, sin embargo, que la remuneración empezará dentro de unos meses y se corresponderá con el crecimiento de los ingresos registrado por Google.

FUENTE: Crónica

- **Por 2º año consecutivo asume MercadoLibre la presidencia de AMIPCI**
- **Perspectivas generales del mercado de TIC para el 2007**
- **El gasto en IT alcanzara \$1.5 trillones de dólares**

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) comenzó este 2007 con nuevo Consejo Directivo en el que por segundo año consecutivo Francisco Ceballos Blanco, Director General de MercadoLibre fue electo por los socios AMIPCI como presidente. A su vez el Consejo Directivo quedó integrado por: Alfredo Reyes Krafft, Director Jurídico de e-business de BBVA Bancomer como Vicepresidente Ejecutivo; Pedro Menéndez, Gerente de Consupermisó México a cargo de Tesorería y Luis Olivé, Director de e-Business de HSBC como Secretario.

Durante la ceremonia se firmó además un convenio de ayuda recíproca entre la AMPPI (Asociación Mexicana de Protección a la Propiedad Intelectual), representada por el Lic. Manuel M. Soto y AMIPCI representada por el Francisco Ceballos y Agustín Ríos, con el propósito de evitar la proliferación de la piratería y el plagio a la propiedad intelectual en Internet; lo que se pretende con este convenio es unir esfuerzos para seguir fomentando el buen uso de Internet en México.

Para mayores informes visita nuestra página: www.amipci.org.mx

NEGOCIOS

El comercio electrónico rebasa los 100 mdd

En Estados Unidos, las ventas en línea superaron la barrera de los 100 mil millones de dólares en 2006 y todo parece indicar que este año el comercio electrónico será aún más vigoroso. Según una investigación de la firma comScore Networks, las transacciones en Internet, excluyendo los viajes, alcanzaron en 2006 los 102 mil 100 millones de dólares, lo que representa un incremento de 24 % respecto a 2005. Parte de estas ventas se registraron a fin de año, entre noviembre y diciembre, con un volumen de ventas de 24 mil 600 millones de dólares, cifra 26% superior a la del año pasado. La firma de inversión Cowen and Co. estimó que en 2006, las ventas en la red alcanzaron los 108 mil millones de dólares y prevé que en 2011, éstas crecerán hasta los 225 mil millones.

FUENTE: Telcommunity



LAS BREVES

Se duplican ventas legales de música digital en 2006

Las ventas legales de música digital a través de Internet y del teléfono móvil se duplicaron en 2006 hasta generar unos beneficios de 2 mil millones de dólares informó la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) en su informe "Digital Music Report 2007". Según el documento, divulgado en Londres, durante el año 2006 se descargaron de Internet 795 millones de canciones, lo que supone un 89% más que los 420 millones alcanzados en 2005, al tiempo que los sencillos puestos a disposición por las discográficas se situaron en cuatro millones, el doble que el año anterior.

FUENTE: El Financiero

Crece el comercio electrónico en la Argentina

Un informe de la consultora Carrier y Asociados señala que en Argentina el número de operaciones de compra y venta realizadas por Internet se incrementaron 78% en los últimos doce meses, representando una suba de los montos operados de 730 mil pesos a 1.3 millón en el mismo período. La consultora Carrier y Asociados informa que el dato más llamativo de su estudio fue el aumento de la cantidad de compras online: 122% durante 2006 en relación con 2005, lo significó una suba del capital operado mediante esta modalidad, de 450 millones de pesos a mil millones. Además, se estima que el ticket promedio es de 276 pesos o 95 dólares.

FUENTE: Telcommunity

Más de 25 mil personas en América Latina obtienen sus ingresos a través de ventas por Internet

Más de 25,000 personas en América Latina obtienen toda o la mayor parte de sus ingresos por ventas realizadas a través de Internet, informó una de las empresas líderes en el sector. Durante 2006 se realizaron más de 13.8 millones de transacciones a través de MercadoLibre.com, por un valor de 1,100 millones de dólares, sin incluir las categorías de inmuebles, servicios, autos, motos y otros, aseguró en un comunicado MercadoLibre. Esta empresa dispone de más de un millón de artículos publicados a la venta en todo momento, con más de 800,000 compradores únicos y de 270,000 vendedores únicos mensuales, lo que produce más de 1.4 millones de transacciones al mes.

FUENTE: Ibi News

TECNOLOGÍA

Arranca el triple play

La provisión de servicios triple play (telefonía, acceso a internet y televisión de paga en un solo paquete) es ya una realidad en México en sólo cuatro ciudades, y la mitad de los clientes que cuenta con esta oferta integrada ya tienen por lo menos dos de estos productos y gozan de ahorros de entre 20% y 35%. Datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) señalan que cuando las telefónicas ofrezcan servicios de televisión restringida, el crecimiento de este negocio pasará de 10.3% a 14.3% entre 2007 y 2012, por lo que el número de suscriptores se duplicaría al pasar de 4.6 a 8.6 millones. En tanto, los operadores de televisión por cable que ofrezcan servicios de telefonía provocarán que el crecimiento medio anual de este servicio pase de 9.6% a 10.6%, en los próximos cinco años, por lo que el número de usuarios de telefonía en México será de 37.4 millones.

FUENTE: El Universal

Ponen en marcha supercomputadora más poderosa de AL

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) puso en marcha la "supercomputadora más potente de México y América Latina", con capacidad para realizar más de 7 billones de operaciones aritméticas por segundo y con un costo de 3 millones de dólares, paralelos al valor de la base tecnológica con la que ya cuenta esa institución. Durante la presentación de esa herramienta, encabezada por el rector Juan Ramón de la Fuente y el director general de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), Alejandro Pisanty, se precisó que el equipo se denomina Kan Balam en memoria del matemático maya con este nombre, que vivió entre 635-702.

FUENTE: El Universal



LAS BREVES

Internet, nueva estrategia electoral

La campaña de las elecciones presidenciales estadounidenses de noviembre de 2008 comenzaran a sentirse en Internet, donde los precandidatos que aspiran a la Casa Blanca preparan sus estrategias. Tal como sucede en Francia, donde casi todos los candidatos a la presidencial hacen campaña en la Red, los precandidatos a suceder a George W. Bush ya cuentan con sus propios blogs, los cuales sirven como sitios de socialización en línea o se encuentran en el universo virtual de Second Life. Joe Trippi especialista en el uso de Internet en política cree que: "La Red jugará un papel más importante que nunca en la campaña de 2008 y podría cambiar el resultado del escrutinio".

FUENTE: Infochannel

El gasto en IT alcanzara \$1.5 trillones de dólares a nivel mundial

De acuerdo con las nuevas graficas del gasto del IT para IDC, los usuarios finales gastaron \$1.16 trillones de dólares en tecnología de información en el 2006 y aumentarán el gasto en un índice de crecimiento anual compuesto (CAGR) de 6.3% para alcanzar \$1.48 trillón de dólares para el 2010. El mercado global de la tecnología de información ampliará el excedente del casi 30% los cuatro años próximos.

Gasto Total del IT alrededor del mundo. 2006 y 2010 (trillones de dólares)

2006 \$1.16
2007 \$1.48

FUENTE: International Data Corporation (IDC), Enero 2007

NUMERALIA

Perspectivas generales del mercado de TIC para el 2007

Para el 2007, Select estima que el mercado mexicano de TIC superará los \$38,000 millones de dólares, cifra que significaría un avance de 10.9%, respecto a lo reportado al término del año anterior. La expectativa de crecimiento del mercado en el país es positiva; sin embargo, las tasas de incremento que se presentarán se pronostican más conservadoras, sobre todo, con respecto a lo reportado en el 2006. Las previsiones de la firma consultora ubican el avance de, al menos, tres de los cinco grandes segmentos de mercado, por arriba de 10% y sólo en dos rubros, el incremento se pronostica abajo del promedio del mercado TIC. En opinión de Select, a pesar de una menor tasa de crecimiento esperada, es importante destacar el avance del mercado de TIC, el cual es 3 veces superior al crecimiento de la economía mexicana, pronosticado para el 2007 (3.5% del PIB vs 10.9% de TIC).

FUENTE: Select

ESCENARIO ESTIMADO				
	2006* (MUSD)	2007* (MUSD)	CRECIMIENTO ANUAL EN 2006*	CRECIMIENTO ANUAL EN 2007*
EQUIPO	\$ 6,379	\$ 7,234	24.4%	13.4%
SOFTWARE	\$ 910	\$ 975	12.7%	7.2%
SERVICIOS TI	\$ 2,617	\$ 2,979	13.2%	13.9%
SERVICIOS TELECOM	\$ 23,693	\$ 26,044	11.5%	9.9%
CONSUMIBLES	\$ 1,107	\$ 1,273	27.5%	15.0%
TOTAL TIC	\$ 34,706	\$ 38,505	14.3%	10.9%
TI	\$ 10,120	\$ 11,499	22.0%	13.6%

Fuente: Select, 16 de noviembre de 2006

Cifras en Millones de dólares

* Estimado

La publicidad en sitios pequeños puede ser la gran diferencia

El nuevo estudio "Netpop Response" encontró que los sitios web pequeños son indispensables para los consumidores, y estos proveen una nueva forma a las empresas para posicionar sus productos donde los usuarios quieren verlos. El interés en los productos y las marcas de fábrica anunciándose en sitios pequeños es mayor que en sitios grandes. Según el estudio, 42% de sitios con menos de un millón visitantes únicos al mes anuncian productos de interés a sus espectadores, contra el 39% de sitios con más de un millón visitantes. La diferencia es pequeña, pero para los publicistas que buscan un límite, vale la pena explorar. Los "usuarios han ganado control sobre el contenido que consumen en línea y los publicistas necesitan ajustar sus estrategias para concordar," dijo Josh Crandall de la Media-Screen. "Anunciarse en sitios Web pequeños, que los consumidores están visitando basados en sus intereses personales, las compañías pueden llegar rápidamente a un consumidor final con un mensaje que se relacione con un tema que sea importante para ellos."

FUENTE: eMarketer



LAS BREVES

Mensajería instantánea, imprescindible

La mensajería instantánea ha demostrado ser una herramienta de suma utilidad en las compañías.

"Los mensajes instantáneos, que fueron popularizados por los adolescentes como una buena manera de conversar con los amigos, pueden, eventualmente, ganarle la actividad al e-mail como la manera preferida para una comunicación rápida e informal dentro de la oficina; especialmente cuando los adolescentes se vuelven adultos trabajadores", comenta Eduardo Gutiérrez Gómez, director de software para IBM México.

Afirma que al igual que a los adolescentes, a los trabajadores de oficina les agradan los mensajes instantáneos por sus características de velocidad: "aproximadamente 135 millones de trabajadores hacen uso de la mensajería instantánea para conseguir respuestas rápidas a preguntas, mantener informados a colegas y determinar si alguien está disponible a ayudar o contestar".

FUENTE: El Universal

Los 25 personajes más influyentes de la red

La revista Forbes publicó la lista de personajes que mantienen un alto grado de influencia sobre distintos ámbitos de la sociedad a través de sus sitios en la red

Jessica Lee Rose, el personaje más influyente de la red, según Forbes.

A diferencia de otras listas que ya ha hecho, esta vez la revista Forbes eligió a los personajes que marcan una tendencia en la red o aquellos que se han hecho populares debido a los videos que han colgado en la red.

FUENTE: El Universal

Las descargas de entretenimiento están a la alza, ¿que sigue?

eMarketer pronostica que el gasto del consumidor en los EU en música digital, películas y la TV, que era \$1.3 mil millones de dólares en el 2005, crecerá a \$7.8 mil millones de dólares para el 2007. "En 2006, iTunes amplió con éxito su línea de productos para incluir descargas de TV y de películas, y con Amazon y AOL que abren sus propios almacenes digitales de descargas directa, el mercado pagado se fija para crecer rápidamente," dice a Ben Macklin, analista mayor del eMarketer y autor del nuevo informe Digital Downloading: Music, Movies and TV.

Digital Music, TV and Movie Content Spending in the US, 2005-2010 (millions)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Digital music*	\$1,104	\$1,924	\$2,738	\$3,635	\$4,317	\$4,950
Online TV**	\$199	\$432	\$774	\$1,170	\$1,691	\$2,191
Digital movies***	\$11	\$35	\$114	\$245	\$447	\$651
Total	\$1,314	\$2,391	\$3,626	\$5,050	\$6,455	\$7,792

Note: *includes digital downloads, subscriptions and mobile music; **eMarketer calculations based on September 2006 data from Veronis Suhler; ***includes non-adult online and mobile content, in digital download or streaming format
Source: eMarketer, January 2007

079455

www.eMarketer.com

Todo lo que siempre quisiste saber sobre la estupenda publicidad del Super Bowl

De acuerdo con TNS Media Intelligence, la publicidad en el Super Bowl suma 682 minutos, más de 11 horas de tiempo comercial, más que en los últimos veinte años. Durante esas 11 horas, 221 diversos publicistas compran más de 1,400 comerciales y gastan \$1.72 mil millones de dólares en ventas de publicidad en la red. Durante los últimos 20 años, el top cinco de publicistas en el Super Bowl solamente han gastado \$613.4 millones de dólares en la publicidad, explicando el 35% del total de publicidad en dólares gastado en el juego. Anheuser Busch y PepsiCo, publicistas en cada juego de Super Bowl desde 1987, liderean la lista, seguidos por General Motors, Time Warner y Walt Disney, que sólo han estado anunciándose durante el Super Bowl por siete años. La subida de Disney destaca un hecho importante: El costo de un anuncio en el Super Bowl se ha cuadruplicado en los últimos 20 años, alcanzando \$2.5 millones de dólares en el 2006 para un comercial de 30 segundos.

Top Five Super Bowl Advertisers, Ranked by Ad Spending, 1987-2006 (millions)

	Number of years with ads in games	Ad spending
1. Anheuser Busch	20	\$250.8
2. PepsiCo	20	\$190.0
3. General Motors	15	\$65.7
4. Time Warner	11	\$63.4
5. Walt Disney	7	\$43.5
Top five total	-	\$613.4

Source: TNS Media Intelligence, January 2007

080126

www.eMarketer.com



AMIPCI EN LOS MEDIOS

El vínculo entre ciencia y sociedad, motor del esfuerzo en Universum

FUENTE: La Jornada, lunes 1 de enero de 2007

FUENTE: La Jornada.com, lunes 1 de enero de 2007

Con la meta fija de renovarse o morir, el Museo de las Ciencias Universum de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) celebra sus primeros 14 años de ser un firme vínculo de divulgación científica entre la máxima casa de estudios y la sociedad mexicana, y para consolidar esta relación se valora la creación de nuevos espacios con el fin de ofrecer innovadores contenidos en su próximo aniversario. Se cuenta también, abundó, con programas para llevar talleres, obras de teatro y conferencias a escuelas y lugares abiertos; se ha atendido la página electrónica del museo, que el año pasado recibió el reconocimiento AMIPCI 2006 como una distinción a la calidad de los productos y servicios de Internet en México, en la categoría de arte, cultura y educación.

Apoya Téllez las llamadas sin costo

FUENTE: Reforma, viernes 12 de enero de 2007

En México, es fundamental elevar la penetración de la banda ancha para tener acceso a Internet y poder hacer llamadas telefónicas sin costo, aseguró Luis Téllez, Secretario de Comunicaciones y Transportes (SCT). La Asociación Mexicana de Internet afirma que en México hay 4.1 millones de cuentas. 2.5 millones de cuentas de Internet son a través de banda ancha, 7.4 millones de computadoras con acceso a Internet existen en el país y 20.2 millones de usuarios de Internet hay en toda la República Mexicana.

INTERÉS GENERAL

Suma China 137 millones de internautas

China finalizó el año 2006 con 137 millones de internautas, un 23.4% más que en 2005, la mayor subida en su historia, e incrementó en un 64.4% el número de páginas registradas bajo el dominio ".cn", que ya ascienden a más de 1.8 millones. Según publicó en su página web el Centro de Información sobre Internet en China (CINIC), las estadísticas muestran que el 10.5% de la población, uno de cada diez chinos, ya es internauta, tras los 26 millones de nuevos usuarios incorporados en 2006. La cifra de páginas registradas bajo el dominio territorial ".cn" sumó 706,469 nuevos espacios en 2006 y se situó en 1,803,393 páginas web. Los datos del CINIC (www.cinic.net.cn) revelan que 17 millones de internautas chinos, la mayoría jóvenes urbanitas de entre 18 y 24 años, se conectan a la red a través de su teléfono móvil, a pesar del mayor gasto y la poca velocidad de esta modalidad de conexión.

FUENTE: El Universal

AMIPCI EN LOS MEDIOS

¿Qué se espera para el 2007?

FUENTE: El Universal.com, lunes 15 de enero de 2007

FUENTE: La crónica de Mexicali, lunes 15 de enero de 2007

¿Qué se espera en tecnología para 2007?

FUENTE: Nacional FM, martes 16 de enero de 2007

FUENTE: El Imparcial.com, martes 16 de enero de 2007

Más predicciones, los modernos "oráculos" de la investigación tecnológica hablan de tendencias, prospecciones y comportamientos esperados en función de profundos estudios. En 2007, la banda ancha se consolidará como el principal medio de acceso a Internet en México. De acuerdo con un estudio de la AMIPCI titulado "Tecnologías de Acceso a Internet en México, Descripción y Tendencias", para 2007 el número de usuarios que se conectan por medio de la línea telefónica convencional registrará un crecimiento de un millón 325 mil 588 internautas, mientras que en la banda ancha se contabilizará un aumento de 3 millones 606 mil 230.

El nuevo boom

FUENTE: El Excelsior, martes 16 de enero de 2007

El mundo es testigo, otra vez, de compras millonarias de populares sitios y servicios a través de Internet. Algo muy parecido a lo ocurrido en 1999, poco antes de que la llamada burbuja de Internet reventara dejando millones de damnificados. Para Francisco Ceballos Blanco, presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el caso de la burbuja que revienta no se repetirá este año. "Creo que es distinto el entorno esta vez, por varias razones. Primero por el número de usuarios. Hace seis meses había menos y hoy hay mil millones. En esa época cientos de millones, hoy existen cinco veces más", enfatiza.



AMIPCI EN LOS MEDIOS

Peer to peer / Los obstáculos de las compras por Internet

FUENTE: El Norte.com, lunes 15 de enero de 2007

En México, la Asociación Mexicana de Internet, a través de su Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet 2006, reporta que 41% de las personas que utilizamos la web “alrededor de 20 millones” hemos realizado alguna actividad de comercio electrónico, sin embargo la mayoría sólo realizamos a lo mucho tres compras en línea al año, y lo más que gastamos en cada compra es entre 400 y mil pesos.

Internet al alza en México

FUENTE: Telcommunity, martes 16 de enero de 2007

Francisco Ceballos, presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), ha informado que México es uno de los 12 mercados más grandes del mundo y el segundo en Latinoamérica en materia de Internet, gracias a los 20.5 millones de cibernautas que se calcula navegan en la red mexicana. El avance es revelante, si se tiene en cuenta que en el año 2000 sólo había 5 millones de internautas, lo que quiere decir que en seis años la cifra se ha multiplicado por cuatro.

Inician facturación electrónica por ventas a través de Internet

FUENTE: La Crónica.com, martes 16 de enero de 2007

Las ventas a través de Internet permiten ya facturar electrónicamente algunas transacciones. Un ejemplo de esto es la alianza que han realizado la empresa de paquetería Estafeta con su Buzón Electrónico y el popular canal de compra-venta Mercado Libre. El acuerdo al que llegaron ambas compañías, según informa Oscar Howell, director del Buzón Electrónico, es emitir las facturas digitales por la comisión que cobra Mercado Libre a sus usuarios. Según el propio Howell el uso de esta tecnología ya paso por proceso de evangelización entre las empresas mexicanas, luego de que desde el 2003 comenzaran a trabajar con el SAT, la Asociación Mexicana de Comercio Electrónico (AMECE), con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) y algunos académicos como Alfredo Reyes Krafft para impulsar el uso de la factura electrónica.

Telmex vende más de un millón de PC'S

FUENTE: Excélsior, martes 23 de enero de 2007

Hace ocho años, nadie en Teléfonos de México (Telmex) creería que llegaría a ser los mayores distribuidores de computadoras para el hogar en este país, al vender más de un millón de unidades de 2000 a 2007. Según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) existen 7.4 millones de computadoras con acceso a Internet en México. Es decir la empresa de Carlos Slim da servicio a 21.6% de los mexicanos que se conectan a la red.

Alertan llegada de “tormenta”

FUENTE: Reforma, lunes 29 de enero de 2007

FUENTE: Reforma.com, lunes 29 de enero de 2007

FUENTE: Mural.com, lunes 29 de enero de 2007

Una nueva tormenta azota en México, sin embargo no es una que altera las condiciones del clima, sino una que puede apropiarse del cerebro de su computadora. Es el “Store Word” o “Gusano Tormenta”, que desde el pasado 22 de enero ingresó a la red y que entra escondido bajo mensajes que informan sobre la muerte de Hugo Chávez, Fidel Castro George Bush. “Estamos alertando a las empresas y a los usuarios. Es la amenaza más grande que hemos tenido en los últimos 3 años”, señaló Víctor Ibáñez, vicepresidente suplente de seguridad de la Asociación Mexicana de Internet y especialista de seguridad para el sector educativo y financiero e ISP pata Symantec México.

Para cualquier duda o comentario escríbanos a

repub@amipci.org.mx

Tels.55-59-83-22 / 8329

AMIPCI