

ENLACE AMIPCI



Internet cambió radicalmente la industria musical

El Internet y el “boom” de los estudios caseros han empezado a promover importantes cambios en la industria musical tanto en México como en el resto del mundo, informó el fundador del colectivo “Discos Invisibles”, José Ignacio López.

Tras realizar varias presentaciones en esta ciudad, dijo que lo que popularmente se le llama “música por Internet” empieza a cambiar de manera radical los mecanismos tradicionales de distribución musical. “Eso ha generado nuevos mercados y posibilidades para el individuo que hace música desde su computadora y la pequeña empresa o estudio casero que no tenía canales de distribución como las grandes disqueras”, precisó.

FUENTE: El Economista / Notimex

Detectan nuevo virus

La empresa tecnológica IronPort Systems Inc., detectó a tiempo la aparición de Troj/Dloadr-AKY, un peligroso virus troyano que se lanzó recientemente como spam pretendiendo ser un mensaje de eBay, empresa dedicada al mercado de compra y venta por Internet a nivel mundial. El mensaje solicita a los usuarios abrir un documento para ver una factura y es entonces cuando los hackers aprovechan la ingenuidad de los usuarios para obtener beneficios de las identidades robadas, señala un comunicado de la empresa. Se trata de un virus particularmente peligroso que una vez abierto, el virus troyano empieza a desbloquear un acceso no documentado (backdoor) que puede ser utilizado por los hackers para adueñarse de computadoras.

FUENTE: El Universal / Notimex

- **Aumenta la productividad de empresas latinoamericanas en Internet**
- **Internet revoluciona la industria musical**
- **Crece 22% banda ancha en hogares estadounidenses**

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) te invita a participar en el “Anuario de Internet AMIPCI 2007” que constituye una guía de consulta indispensable para los diversos especialistas, analistas, personas interesadas y vinculadas en dicha industria en México y en el extranjero. Incluirá información, estadísticas y puntos de referencia obligados para los distintos intereses en los sectores participantes de esta industria. El cierre de edición es el 10 de septiembre de 2006.

El Anuario contiene:

- Estadísticas del mercado de Internet.
- Glosario de Términos.
- Código de Ética AMIPCI.
- Seguridad en Internet.
- SOS en Internet
- Reconocimientos AMIPCI
- Directorio de la Industria de Internet en México

El tiraje y distribución es de 15,000 ejemplares que se repartirán durante el Encuentro al público especializado, en otros eventos de la AMIPCI, de asociaciones relacionadas y locales cerrados. Para mayores informes: encuentro@amipci.org.mx o a las teléfonos: 5559-8322 / 5559-8329.

NEGOCIOS

Internet y la productividad en empresas Latinoamericanas

Un 47 % de los empresarios de las principales economías latinoamericanas opina que Internet ha mejorado notablemente la productividad de sus compañías. Así se desprende del estudio patrocinado por Cisco Systems y realizado por la firma de investigación de mercados independiente Kaagan Research Associates, Actitudes de los empresarios latinoamericanos con respecto a Internet. Desde el punto de vista regional, la importancia creciente de Internet para aumentar la productividad de las empresas es especialmente evidente en Brasil y México. El 53 % de los encuestados de Brasil está totalmente de acuerdo en que el uso de Internet ha mejorado de manera importante la productividad de su compañía y el 50% en México, mientras que en los demás países este porcentaje es menor: Colombia y Perú 45% y Argentina y Chile 33%.

FUENTE: PC-News.com



NUMERALIA

El modelo que cambia a la Red

El contenido de Internet y quien lo está creando, está cambiando. En el último rastreo sobre los sitios de rápido crecimiento en la Red, cubierta en Julio de 2006, Nielsen / Net Ratings encontró que los sitios con contenido generado por usuarios (plataformas para compartir fotos, vídeo y blogging) comprenden cinco de las 10 primeras marcas de mayor crecimiento en la Web.

El video en línea lo dice todo

Un reporte reciente de investigación tecnológica de la firma In-Stat indica que el mercado potencial de video en línea a nivel mundial crecerá de 13 millones de hogares en 2005 a 131 millones de hogares en 2010. Uno de los causantes detrás de este crecimiento es la adopción extendida de banda ancha, e In-Stat predice que para el 2010 habrá 413 millones de hogares con banda ancha en el mundo, por encima de 194 millones en 2005.

Hogares con banda ancha en todo el mundo, 2005 y 2010 (millones)	
2005	194
2010	413
Hogares que utilizan servicios de contenido en línea en todo el mundo, 2005 y 2010 (millones)	
2005	13
2010	131
Fuente: In-Stat, Agosto 2006	

Fastest Growing of the Top 10 Web Brands Overall* among US At-Home and At-Work Internet Users, July 2005 & July 2006 (thousands of unique visitors and % increase/decrease vs. prior year)

	July 2005	July 2006	% change
MySpace	16,239	46,025	183%
Google	76,198	94,031	23%
eBay	51,122	57,759	13%
MapQuest	39,269	43,585	11%
Yahoo!	98,485	106,224	8%
MSN/Windows Live	91,049	95,593	5%
Amazon	35,891	37,595	5%
Real Network	35,707	36,685	3%
AOL	74,095	74,507	1%
Microsoft	92,457	88,042	-5%

Note: *top 10 based on unique visitors
Source: Nielsen/NetRatings, August 2006

075862

www.eMarketer.com

Fastest Growing Web Brands* among US At-Home and At-Work Internet Users, July 2005 & July 2006 (thousands of unique visitors and % increase vs. prior year)

	July 2005	July 2006	% change
HSBC	1,290	6,377	394%
Sonic Solutions	1,098	3,740	241%
Associated Press	2,901	9,692	234%
ImageShack	2,324	7,745	233%
Heavy.com	965	3,021	213%
Flickr	2,105	6,346	201%
ARTIST Direct	1,131	3,219	185%
Partypoker.com	2,127	6,043	184%
MySpace	16,239	46,025	183%
Wikipedia	10,387	29,176	181%

Note: *among brands with a minimum unique audience of 750,000 in July 2005

Source: Nielsen/NetRatings, August 2006

075861

www.eMarketer.com

¿Están tomando la mejor ruta para llegar a los clientes?

La idea es contra-intuitiva, contrario a décadas de buena práctica publicitaria, y si alguien que no fuera J.D. Power & Associates lo sugiriera, seguramente sería blanco de burla. Pero de acuerdo con el recién conocido estudio: "2006 Online Media Study" de J.D. Power, dirigido a compradores de autos nuevos durante viajes, las páginas web sobre intereses especiales y finanzas son efectivas para la mercadotecnia de marcas que colocan anuncios en la mayoría de los sitios automotrices.

Promete Tamez conexión a Internet en todas las secundarias

El titular de la Secretaría de Educación Pública (SEP), Reyes Tamez Guerra, afirmó en Monterrey que al concluir la actual administración federal, un 75 % de escuelas primarias y la totalidad de las secundarias del país, estarán conectadas a la red de Internet. Al asistir a la inauguración del Consejo Nacional de Alianzas en la Comunidad por la Educación, señaló que lo anterior forma parte de la prioridad brindada en el actual sexenio a la calidad en educación básica y cerrar las brechas digitales mediante el uso de tecnologías.

FUENTE: El Universal / Notimex

Types of Web Sites Visited by All US Internet Users vs. New-Vehicle Buyers*, 2006 (% of respondents in each group)

	Internet users (1)	New-vehicle buyers
Portals		
Google	75%	82%
Yahoo!	69%	72%
Specialty sites		
Expedia	9%	40%
Travelocity	7%	35%
Web MD	5%	27%
The Home Depot	5%	26%
Yahoo! Finance	3%	20%
MSN Money	3%	19%
Automotive sites		
Kelley Blue Book	4%	19%
Edmunds	3%	12%

Note: *verified new-vehicle buyers with internet access who bought a vehicle in September or October of 2005

Source: J.D. Power and Associates, July 2006; (1) Compete, Inc., 2006

075633

www.eMarketer.com



AMIPCI EN LOS MEDIOS

Banda ancha en hogares creció el 22 % durante 2005

ADSL creció dos veces más rápido que el Internet por cable. Dos veces al año la Federal Communications Commission (FCC) emite un reporte sobre el estado del sector de acceso a Internet por banda ancha en E.U. La FCC define una conexión de Internet de alta velocidad como una mayor a 200 kilobytes por segundo en al menos una dirección. El informe de julio muestra que había 7.7 millones de nuevos suscriptores de banda ancha en hogares en 2005, equivalente a una tasa de crecimiento del 21.8% con respecto al año anterior. El informe revela que eran 4.3 millones de suscriptores nuevos de ADSL comparados con 3.4 millones nuevos suscriptores de cable por Internet.

Estimaciones comparativas: Hogares con acceso a banda ancha en E.U., con Acceso Tecnología, 2005 (millones)		
	FCC (1)	eMarketer(2)
ADSL	17.4	17.3
Cable	24.7	25.4
Otros*	0.9	1
Total	43	43.7

Nota: *Incluye satélites, radio fija, fibra, poder en línea, WiMAX y tecnología emergente de banda ancha con acceso a hogares. Fuente: (1) Federal Communications Commission (FCC), Julio 2006; (2) eMarketer, Mayo 2006

Adiciones residenciales de banda ancha en EU, por tecnología de acceso, 2005 (millones y % de incremento contra año anterior)		
ADSL	4.3	32.80%
Cable	3.4	16.00%
Otros*	No cambió	0%
Total	7.7	21.80%

Nota: *Incluye satélites, radio fija, fibra, poder en línea, WiMAX y tecnología emergente de banda ancha con acceso a hogares. Fuente: eMarketer basado en Federal Communications Commission (FCC), Julio 2006

¿Ya vende en la Red?

FUENTE: Mundo Ejecutivo, agosto 2006

Si usted no vende en la Red y dispone de una empresa que ofrece un buen producto o servicio, está perdiendo una gran oportunidad de negocio. “Lo primero que debe de hacer alguien para abrir una tienda en línea es contestar para qué quiere un sitio web, qué quiere decir y a quién, teniendo claras las respuestas a estas preguntas estará listo para iniciar la construcción de su sitio web site”, nos explica Eduardo Dávila, director general de NetMX y vicepresidente de Infraestructura de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).

¿Qué tan internautas somos?

FUENTE: Puntog.com, martes 8 de agosto de 2006

La frecuencia mínima para considerarse usuario es un ingreso mínimo de tres veces al mes para usar cualquier elemento de comunicación que ofrezca la red. A nivel nacional quien estudia el desarrollo de este medio es la Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPCI), que conjunta a las principales instituciones representativas entre las que se encuentran empresas con servicios en línea; firmas de comercio electrónico; fuentes de información y otros portales del sector privado.

¿Fin de la Red del papel?

FUENTE: El Universal, viernes 4 de agosto de 2006

¿La digitalización dirá adiós al papel?

FUENTE: Nacional FM, lunes 7 de agosto de 2006

Cada vez el uso de medios impresos como diccionarios y monografías es menos entre la gente, debido a la incorporación en Internet de materiales de rápida respuesta para el usuario. Pese a ello, quizá el cambio de papel a otros medios apenas empieza. Adriana Peña, vicepresidenta de Investigación de Mercados de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), afirmó que en cuanto a la consulta de diccionarios, traductores, calendarios y enciclopedias, éstas se hacen por Internet en claro desuso de otros medios.

Enfrentará función pública nuevos retos

FUENTE: Reforma, lunes 7 de agosto de 2006

FUENTE: Reforma.com, lunes 7 de agosto de 2006

FUENTE: El Norte.com, lunes 7 de agosto de 2006

La disponibilidad de una ventanilla única entre dependencias para la apertura de empresas; kioscos públicos en donde se realizan trámites; un observatorio laboral para una mejor elección de carreras profesionales; y el uso de la Firma Electrónica Avanzada (FEA) para autenticación del ciudadano, son alguno de los logros de la SFP en este sexenio. Para México, al menos las cifras demuestran que de los 18 millones de usuarios de Internet, el 60% hacen uso de alguno de



AMIPCI EN LOS MEDIOS

E-commerce, comodidad y seguridad en las compras

En el 2005 las ventas vía Internet aumentaron 104% en el país y se prevé que en Latinoamérica crezca entre 2006 y 2010, un promedio de 40%, según revela un estudio de comercio electrónico desarrollado por Visa. Tan sólo en 2004, 26 comercios establecidos en México reportaron la cifra de 2 mil 384 millones 687 mil pesos, precisa un reporte anual realizado por la Asociación Mexicana de Internet.

FUENTE: Rumbo de México, sábado 29 de julio de 2006

Reconocerán a lo mejor de Internet en México

Año con año, la Asociación de Internet en México convoca al concurso para designar las mejores páginas o sitios en la red y este no es la excepción. La premiación se llevará a cabo en el marco del evento denominado Encuentro Estratégico de Internet el próximo 11 de octubre y se incluirá la categoría especial "Reconocimiento a la innovación en Internet".

FUENTE: El Universal, miércoles 02 de agosto de 2006

FUENTE: El Economista, lunes 7 de agosto de 2006

FUENTE: Diario Monitor, martes 8 de agosto de 2006

El uso de Internet en México

En los últimos 15 años el uso de la computadora en México ha crecido con una velocidad asombrosa. Para tener una idea vale la pena señalar algunos datos representativos, cuya fuente es la Asociación Mexicana de Internet. Al finalizar 2005 la base instalada de dispositivos de acceso a Internet fue la siguiente: 10.8 millones de computadoras personales y 46.1 millones de teléfonos móviles.

FUENTE: El Sol de México, viernes 11 de agosto de 2006

los mil 846 servicios gubernamentales en línea, según los últimos resultados de INEGI y la Asociación Mexicana de Internet.

Empleo por Internet

FUENTE: Pulso.com, lunes 7 de agosto de 2006

La mayoría de las bolsas de trabajo por Internet funcionan de modo parecido: solicitan sus datos al que busca empleo para poder registrarlo como usuario. Las bolsas de trabajo por Internet investigan, en la medida de lo posible, a las empresas que pretenden pagarles para ingresar a la base de datos que contiene todos los expedientes personales de quienes buscan empleo. Sin embargo, hasta el momento no existe alguna organización pública o privada que vigile o registre las bolsas de trabajo vía Internet, afirma Ernesto Valdez, subdirector de la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial (AMIPCI).

Bancos resentirán cambio en el pago de impuestos

FUENTE: El Financiero, martes 8 de agosto de 2006

La banca mexicana deberá enfrentar importantes cambios en el pago de impuestos y en materia de reforzamiento en la seguridad para las transacciones por Internet durante agosto y septiembre. Así lo afirmó Fernando Solcá, Vicepresidente del Comité de Banca Electrónica de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) y también director de E-Banking y Productos Especializados de Scotiabank. Detalló que "el pago de impuestos sufrirá un cambio muy fuerte a partir de septiembre, pues las empresas ya no abandonarán sus impuestos por medio de los portales de los bancos al SAT".

Pierden bancos 75 mdp al mes por ciberfraudes

FUENTE: Vanguardia.com, miércoles 9 de agosto de 2006

FUENTE: Milenio, jueves 10 de agosto de 2006

FUENTE: Publimetro, jueves 10 de agosto de 2006

Desconfían de la banca en línea

FUENTE: Excélsior, jueves 10 de agosto de 2006

Banca pierde en Internet

FUENTE: Diario Monitor, jueves 10 de agosto de 2006

Inseguridad en Internet golpea a los bancos.

FUENTE: Grupo Fórmula, domingo 13 de agosto de 2006

El fraude cibernético es uno de los grandes retos para los bancos, pues debido a la desconfianza de los usuarios dejan de captar depósitos y ahorros por 75 millones de pesos cada mes a través de la banca electrónica. El presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), Alfredo Reyes(SIC), dijo que la elevada inseguridad que perciben los usuarios en el comercio y banca electrónica provoca que cada año estos sectores dejen de concretar negocios valuados en 11 mil 900 millones de pesos. Por ellos, los bancos realizan cuantiosas inversiones anuales (10 mil millones de pesos) en nuevas tecnologías que hagan más seguros y prácticamente impenetrables los portales.

Para cualquier duda o comentario escribanos a

info@amipci.org.mx

Tels.55-59-83-22 / 8329

AMIPCI