

América Latina

SE DISPARA EL USO DEL INTERNET

El número de usuarios del Internet en Latinoamérica podría ascender a 29,6 millones a finales del año 2003, casi el doble de la cifra estimada de 13,3 millones para el año 2000. Una mayor disponibilidad de proveedores de servicios de Internet, costos de telefonía más bajos - tanto en Chile como en Argentina - y menores costos de acceso en Brasil son los principales factores que impulsarán este crecimiento, indica un informe del International Data Corporation, IDC, firma especializada en analizar las tendencias de informática.

Sin embargo, no todos se muestran tan optimistas. Yoshio Utsumi, Secretario General de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, comentó recientemente que si bien en 1999 se observó un gran crecimiento en el número de usuarios en esta región, es muy posible que tanto América Latina como el Caribe se queden atrás en la Nueva Economía. "La penetración del Internet no está aumentando tan rápidamente como debería - advirtió - pues tan sólo un 2,7% de la población posee una computadora con acceso al mismo", afirmó.

UNA GRAN FRONTERA

"Las proyecciones y los pronósticos para el mercado latinoamericano de Internet han sido optimistas. Pero si bien hay más claridad sobre el tema, aún faltan detalles importantes que hacen que América Latina siga siendo una de las grandes fronteras para el Internet", aseguró Bernadette Burke, de Nua Ltda., firma de consultoría europea especializada en hacerle seguimiento al mercado cibernético.



Detalle, por ejemplo, como la estructura económica, política y social de los países latinoamericanos, con grandes asimetrías en su desarrollo, que hacen imposible que se pueda formar una economía global de Internet siguiendo el patrón de los Estados Unidos, como comúnmente se ha pensado.

También se presentan vastas diferencias en el ingreso per cápita de los habitantes. Mientras que los Estados Unidos y España ostentan un PIB per cápita de US \$29.560 y US \$14.080¹, respectivamente, en la región la cifra no supera los USD \$4.870. Esto, sumado al costo promedio de acceso², que en 1999 fue de US \$36,23, significa que, al menos por el momento, el uso del Internet seguirá estando limitado en gran parte a las clases sociales de mayores recursos.

Los antecedentes políticos de algunos países también inciden en crear cierta desconfianza entre los consumidores, especialmente en aquellos países que han tenido dictadores o militares en el poder y en donde el concepto de "libre comercio" apenas comienza a explorarse.

PERFIL DEL MERCADO

Brasil ha tomado la batuta en cuanto a liderazgo en el uso de Internet a nivel regional, al contar con un sofisticado sistema bancario y una alta penetración de computadores, lo que facilita el acceso de la población y el comercio electrónico.

El mercado brasileño pasaría de 2,7 millones de usuarios en 1999 a 3,8 millones a finales del año en curso³. Dicho crecimiento ha sido impulsado en

gran parte por los bancos que, buscando atraer clientela joven, comenzaron a ofrecerle acceso gratuito a sus clientes, ampliaron su gama de servicios financieros en línea, crearon centros comerciales en sus páginas web y permitieron que sus clientes pagaran sus compras en dichos centros con fondos de sus cuentas corrientes. FIAT, de otra parte, ofreció acceso gratuito de Internet a quienes compraran sus autos, estrategia que seguramente será utilizada por otros fabricantes de autos. Competencia poco ortodoxa como esta ha obligado a los proveedores de servicios de Internet (ISPs) a seguir la pauta, lo que implica que para el final del año 2000, cerca del 70% de la población en línea brasilera tendrá acceso gratuito.

México es el segundo mercado de la región, con cerca de un millón de usuarios. El crecimiento en este país se ha visto afectado por la pobre y costosa infraestructura del país.

Argentina es otro mercado importante, con una población en línea de cerca de un millón de usuarios para el año 2000, cifra que según IDC llegaría a 2,22 millones para el 2005. Un buen nivel de educación, un ingreso per cápita alto y una extensa infraestructura de telefonía ayudarán al desarrollo de este mercado. Sin embargo, el rechazo al uso de tarjetas de crédito por miedo a fugas de seguridad, así como los altos costos de acceso, serán factores en su contra.

En Colombia, un estudio reciente realizado por ANIF e IDC reveló que habrá un total de 700.000 usuarios al final de este año y 2,1 millones de usuarios para el 2007. Una baja penetración de computadores, la infraestructura telefónica inadecuada (14,8 teléfonos por cada 100 habitantes) y la recesión económica generalizada son factores que han incidido en que estos resultados se encuentren por debajo del promedio regional. Aún así hay optimismo: el número de computadores casi que se duplicará en los próximos tres años, pasando de los 1,3 millones de hogares actuales con computador a 2,4 millones de hogares en el año 2003. Lo anterior se traduce en un auge en el comercio electrónico, de US \$2,3 millones en 1997, a US \$22 millones en el 2000, a US \$500 millones para el año 2003.

VISION DEL FUTURO

El potencial de la región en materia de uso de Internet y comercio electrónico está en veremos, pues hay muchas dudas que deben ser resueltas antes de poder hacer proyecciones confiables sobre el potencial de la región. Bernadette Burke de Nua Ltda. cita tan sólo algunas:

- ¿Qué apoyo y asesoría recibirán las empresas en esta materia?
- ¿Quién controlará el Internet en la región: las multinacionales, las empresas locales del sector privado o el Estado?
- ¿Es viable un mercado doméstico de comercio electrónico?
- ¿Qué acceso tienen las generaciones más jóvenes al Internet?

- ¿Se puede esperar que algún día el consumidor común y corriente tendrá acceso al Internet, o será este sólo un instrumento más para ampliar la brecha entre los ricos y los pobres?

Otras dificultades, como son la baja penetración de PCs y de tarjetas de crédito, sumado a una infraestructura insuficiente, altos costos de acceso en algunos mercados y barreras arancelarias, significa que las empresas que desean incursionar en este mercado deben buscar mecanismos innovadores, como sistemas alternos de consulta para Internet (usando televisores, por ejemplo), puestos de Internet en los almacenes y un mayor desarrollo del comercio electrónico a nivel del sector bancario.

Un Foro latinoamericano organizado por Jupiter Internet Communications indicó que de un valor actual de US \$194 millones, las ventas por concepto de comercio electrónico ascenderían a US \$8.300 millones en el año 2005. Los PCs, los viajes, los comestibles, los libros y la ropa, en ese orden, serán los mayores artículos de consumo.

-
- 1 FIDES
 - 2 IABIN
 - 3 IDC

Adpostal



Llegamos a todo el mundo!

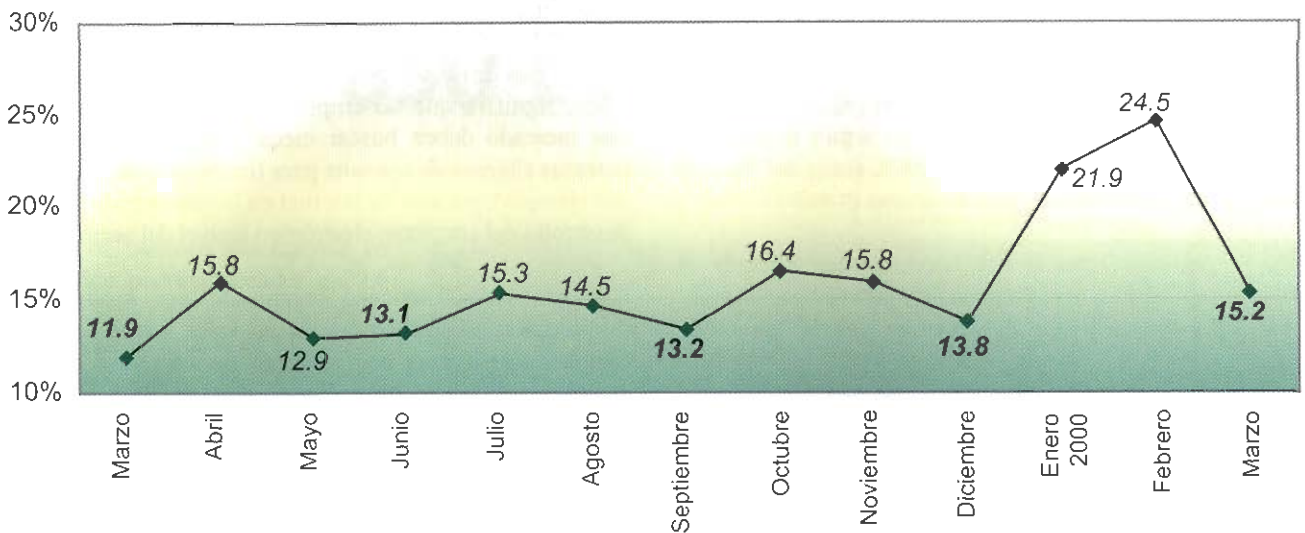
**CAMBIAMOS PARA SERVIRLE MEJOR
A COLOMBIA Y AL MUNDO**

ESTOS SON NUESTROS SERVICIOS

VENTA DE PRODUCTOS POR CORREO
SERVICIO DE CORREO NORMAL
CORREO INTERNACIONAL
CORREO PROMOCIONAL
CORREO CERTIFICADO
RESPUESTA PAGADA
POST EXPRESS
ENCOMIENDAS
FILATELIA
CORRA
FAX

LE ATENDEMOS EN LOS TELEFONOS
243 8851 - 341 0304 - 341 5534
980015503
FAX 283 3345

CRECIMIENTO PORCENTUAL DE LAS PRIMAS EMITIDAS EN LA INDUSTRIA ASEGURADORA, EN RELACION CON EL MISMO PERIODO DEL AÑO ANTERIOR



Puntualmente, para los meses de septiembre, diciembre de 1998, marzo, junio, septiembre y diciembre de 1999, las variaciones porcentuales corresponden a los resultados de balance presentados a la Superintendencia Bancaria. Para los demás meses se presentaron los resultados de la encuesta de coyuntura.

**CRECIMIENTO DEL SECTOR ASEGURADOR EN TERMINOS DE PRIMAS EMITIDAS
Comparativo Encuesta de Coyuntura vs. Cifras Preliminares**

