



Resumen de la Industria de Nombres de Dominios en Internet

Volumen 5 - Edición 5 - Septiembre de 2008

Informe regional: Latinoamérica

Como operador de registro global para .com y .net, VeriSign supervisa el estado de la industria de los nombres de dominios a través de una variedad de investigaciones estadísticas y analíticas. Este resumen brinda un panorama acerca de la industria de Internet en Latinoamérica al rever las tendencias regionales del uso de la red, del perfil de los usuarios, de la conectividad y del registro de nombres dominios, así como al ofrecer un análisis focalizado en los principales participantes del área: Brasil, México y Argentina.





+ Resumen Ejecutivo

La Internet con fines comerciales existe hace poco más de una década, pero es una herramienta tan poderosa que está cambiando las relaciones personales, las formas de entretenimiento, tales como el consumo de música y libros, y creando a la vez nuevos hábitos en el trabajo y el hogar. Su uso creciente tiene un impacto sobre la vida diaria de personas de todo el mundo, modificando desde la manera en la que compramos hasta la forma en la que nos relacionamos con nuestros amigos y familiares.

Con la evolución de Internet, se están creando nuevas tecnologías para mejorar la interacción de la red y, junto con ellas, están surgiendo nuevas formas de comunicación e interacción social: herramientas para blogs y microblogs, como Twitter y Pluck; plataformas de redes sociales, como Orkut, MySpace y Facebook; sistemas para compartir videos, como YouTube; juegos en línea y mundos virtuales, como Second Life; y "wikis", que promocionan la generación de contenido en forma colectiva como Wikipedia. Desde la perspectiva de la infraestructura, el aumento en el acceso por banda ancha y un creciente número de computadoras son factores que impulsan el crecimiento de interacciones en la Web.

Aunque estas tendencias se evidencian a escala mundial, este informe se concentrará en la dinámica de la región Latinoamérica, explorando específicamente la situación de Internet en Brasil, México y Argentina. Frente al crecimiento de la economía, las empresas y gobiernos locales están ansiosos por invertir en tecnología que pueda estimular dicho desarrollo.

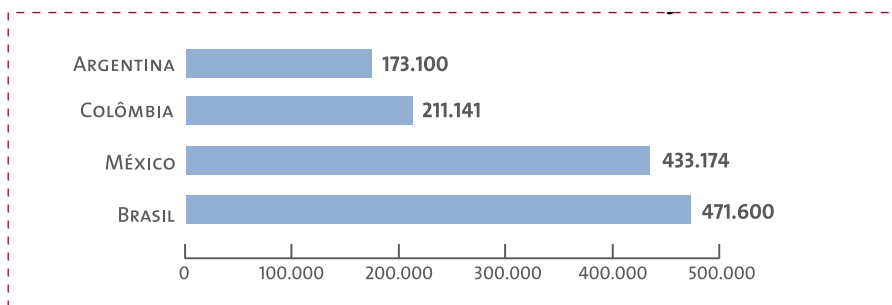
+ Banda ancha impulsa el crecimiento de la Internet

La cantidad de usuarios de Internet en Latinoamérica creció el 30% en el último año. En diciembre de 2007, había 118 millones de usuarios en la región, lo cual corresponde a una tasa de penetración del uso de Internet del 22% entre la población del área. Brasil, México y Argentina cuentan con el mayor número de usuarios de Internet en la región.¹

El acceso por banda ancha es uno de los factores clave que impulsan el crecimiento del uso de Internet para la búsqueda de servicios e información, además del comercio electrónico. Hay aproximadamente 20,1 millones de conexiones de banda ancha en Latinoamérica. En el primer trimestre de 2008, el acceso por banda ancha creció el 44% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.²

Los países que sumaron el mayor número de conexiones nuevas de banda ancha en el primer trimestre de 2008 fueron Brasil, México, Colombia y Argentina, respectivamente.

Nuevas conexiones de banda ancha entre enero y marzo de 2008



Otro factor clave para el crecimiento del número de usuarios de Internet, tanto residenciales como corporativos, es el aumento de la cantidad de computadoras vendidas. Forrester Research prevé que para fines de 2008 habrá 1.000 millones de computadoras en uso, y que para el año 2015 habrá 2.000 millones en todo el mundo.³ Según Gartner, Latinoamérica mostró el crecimiento más alto de venta de computadoras, en comparación con otras regiones. En el primer trimestre de 2008 se vendieron 6,3 millones de computadoras, lo cual representa un incremento del 19,1% con respecto al mismo período de 2007.⁴

Nuevas conexiones de banda ancha entre enero y marzo de 2008

Fuente: Point Topic, World Broadband Statistics, julio de 2008

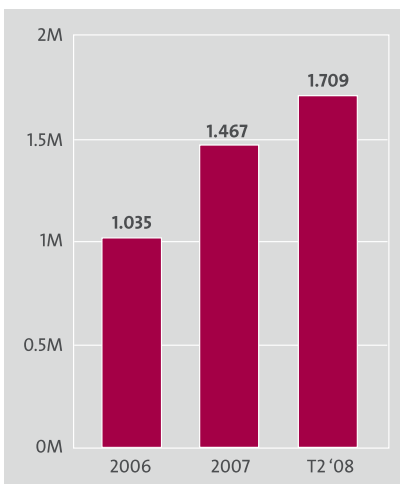
1 www.internetworldstats.com, diciembre de 2007

2 Point Topic, World Broadband Statistics, julio de 2008; Point Topic, World Broadband Statistics, julio de 2007.

3 Forrester Research, Worldwide PC Adoption Forecast, 2007 To 2015, junio de 2007.

4 Gartner, Preliminary PC Market Results, Worldwide, abril de 2008.

.Com/.Net – Dominios registrados en Latinoamérica



Fuente: VeriSign, julio de 2008

La expansión de las redes 3G en la región también abre nuevas posibilidades para el crecimiento del uso de la Internet, permitiendo que los teléfonos móviles de tercera generación transfieran datos en alta velocidad a través de la red. De la misma manera que la banda ancha en redes fijas de Internet aumentó el uso de la Web a través de las computadoras de escritorio y las computadoras portátiles y generó nuevas oportunidades comerciales, la velocidad de acceso que posibilitan las redes móviles de Internet tiende a estimular un mayor uso de la Web a través de los teléfonos móviles y otros dispositivos inalámbricos. Las redes 3G impulsarán el desarrollo de nuevos servicios, que brindarán comodidad a los usuarios que desean movilidad. En abril de 2008 había 23 redes 3G operando en 12 países de Latinoamérica.⁵

El número de teléfonos móviles en uso en la región también es significativo. Hay 363 millones de teléfonos móviles activos, lo cual representa un crecimiento del 23% de 2006 a 2007, y el 80% de estos teléfonos móviles se concentran en los seis mercados principales de la región, en el siguiente orden: Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela y Chile. La tecnología dominante es la GSM, con una cuota de mercado del 84,6%.⁶ Aunque hay sólo 1 millón de usuarios que disponen de teléfonos con tecnología 3G en Latinoamérica, se prevé que este número crezca a corto plazo.⁷

+ Perfil del usuario de Internet en la región

En Latinoamérica, los usuarios de Internet en general tienen una edad menor que el promedio de la población y pertenecen a grupos con un mayor poder adquisitivo. Los usuarios de esta región pasan un promedio de 29 horas al mes navegando en Internet, mientras que el promedio a escala global es de 25 horas. Luego de los portales con gran cantidad de contenido, los servicios más utilizados por los usuarios de Internet en la región son las herramientas de comunicación en línea, como programas de mensajería instantánea, redes sociales y correo electrónico.⁸

El crecimiento en el uso de las redes sociales también es impresionante. En 2007, el total de usuarios de redes sociales en Latinoamérica creció el 33%, comparado con un crecimiento del 9% en Norteamérica y del 25% en todo el mundo. La red social Orkut, administrada por Google y la más grande de Latinoamérica, creció el 31% en la región. Orkut tiene el 54% de sus usuarios concentrados en Brasil.⁹

+ Crecimiento del registro de nombres de dominios

El primer registro de un nombre de dominio en Internet lo realizó Symbolics Technology, Inc. el 15 de marzo de 1985, registrando el dominio symbolics.com. Más de 23 años después, a fines de junio de 2008, ya había 168 millones de dominios registrados en todo el mundo. De todos estos nombres de dominios, 5,7 millones se registraron en Latinoamérica.¹⁰

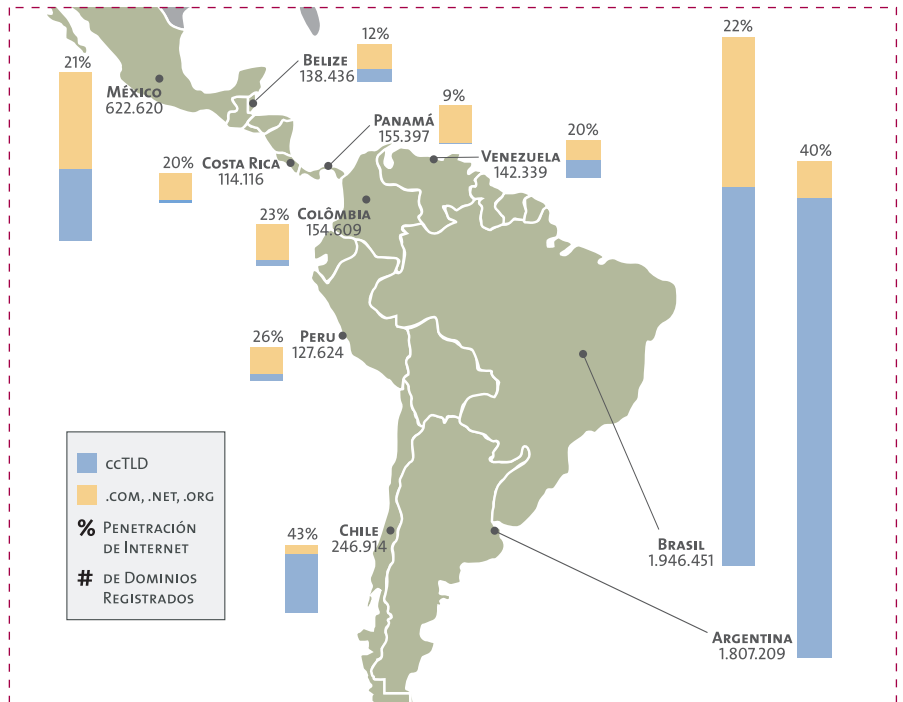
Actualmente, hay 1.400 millones de usuarios de Internet en todo el mundo, de los cuales 118 millones se encuentran en Latinoamérica.¹¹ Si comparamos el número de nombres de dominios registrados con la cantidad de usuarios de Internet, es evidente que hay aproximadamente 5 nombres de dominios registrados por cada 100 usuarios de Internet en Latinoamérica. Ésta es una gran oportunidad de crecimiento para el registro de nombres de dominios en la región.

En el segundo trimestre de 2008, la cantidad de dominios .com y .net en Latinoamérica llegó a 1,7 millones, un crecimiento del 31% con respecto al mismo trimestre del año anterior. El crecimiento de los dominios .com y .net en Latinoamérica fue 11 puntos porcentuales mayor que la tasa de crecimiento global y mayor que la misma tasa en regiones más desarrolladas, como Norteamérica y Europa, donde la proporción de los nombres de dominios con respecto al número de usuarios de Internet es mayor que en Latinoamérica.¹²

Brasil, Argentina y México tienen las mayores bases de nombres de dominios dentro de Latinoamérica, con 1,9 millones, 1,8 millones y 0,6 millones, respectivamente.¹³ Investigaciones realizadas entre pequeñas y medianas empresas de estos países revelan que el dominio .com es ampliamente conocido en Brasil (94%), en Argentina (83%) y en México (77%). Además, el dominio .com es percibido como “para empresas” y “confiable”.¹⁴

5 Teleco, marzo de 2008; 3G Americas, mayo de 2008.
 6 Teleco, marzo de 2008; 3G Americas, mayo de 2008.
 7 3G Americas, julio de 2008.
 8 comScore World Metrix, abril de 2008.
 9 Datos demográficos de Orkut, mayo de 2008.
 10 Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008.
 11 www.internetworldstats.com, junio de 2008; www.internetworldstats.com, diciembre de 2007.
 12 Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008.
 13 Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008.
 14 Datafolha, febrero de 2006; Windward Directives, abril de 2008.

Latinoamérica – Dominios Registrados



Latinoamérica – Dominios Registrados

Fuente: Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008; www.internetworldstats.com, diciembre de 2007

+ Enfoque en Brasil

Brasil se destaca en la industria latinoamericana de la tecnología. La industria brasileña produce más de US\$ 30.000 millones en equipos de computadoras y telecomunicaciones, y las políticas proactivas del gobierno estimulan el desarrollo de nuevas tecnologías. Brasil es, además, uno de los países más prometedores para el desarrollo de la Internet, tiene el mercado de bienes y servicios más grande de Sudamérica y es el mercado publicitario más importante de la región.¹⁵

En 2007, se identificaron 9,5 millones de consumidores en línea, y las transacciones de comercio electrónico alcanzaron los US\$ 3.560 millones, un crecimiento del 43% con respecto a 2006. El monto promedio de la transacción en línea también creció; alcanzó los US\$ 171, mostrando un incremento en la confianza de los usuarios de Internet al momento de realizar compras en línea.¹⁶

Acceso a Internet

El uso de Internet está cada vez más integrado a la vida de los brasileños. Hay más de 42 millones de usuarios de Internet en Brasil, lo que constituye una penetración del 22% de la población del país.¹⁷

Según Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica – Asociación Brasileña de Industria Eléctrica y Electrónica), se vendieron 2,5 millones de computadoras de escritorio y computadoras portátiles durante el primer trimestre de 2008 en el mercado de Brasil. En comparación con el primer trimestre de 2007, el estudio destacó un incremento del 165% en el número de computadoras portátiles y del 5,8% en el número de computadoras de escritorio.¹⁸

Las más de 7 millones de conexiones de banda ancha existentes en Brasil reflejan un crecimiento anual del 30%, pero aún representan una penetración de sólo el 4% de la población. Los hogares brasileños disfrutaron del 87% de las conexiones de banda ancha, y el restante 13% corresponde al mercado corporativo.¹⁹

Perfil de los usuarios

¿Qué tipo de actividades realizan los usuarios de Brasil en la Web? El 89% de los usuarios de Internet interactúan a través de mensajeros instantáneos, sitios web de redes sociales y correo electrónico; el 49% buscan información en la Web sobre bienes y servicios y el 43% ven videos en línea.²⁰

15 Economist Intelligence Unit, June 2008.

16 Web Shoppers, 17ma edición. Se aplicó la tasa de cambio oficial vigente al 31 de diciembre de 2007: US\$ 1 = R\$ 1,77

17 www.internetworldstats.com, diciembre de 2007.

18 ABINEE, IT Data, mayo de 2008.

19 Barómetro Cisco de Banda Larga - IDC 2007.

20 CETIC.br, TIC Domicilios, 2007.

A los brasileños les gusta mucho interactuar y compartir experiencias en línea. Por ejemplo, el 55% de los consumidores de Internet tienden a escribir reseñas, críticas o sugerencias sobre tiendas en línea.²¹ En mayo de 2008, una encuesta identificó que 20,6 millones de brasileños accedían a sitios relacionados con redes sociales.²²

La industria de nombres de dominios

Brasil tiene más de 1,9 millones de dominios registrados a través de todos los Dominios de Primer Nivel (TLD). Los dominios .com y .net sumaron más de 502 mil registros en el país y presentaron un crecimiento promedio del 72% durante los dos últimos años aproximadamente.²³ VeriSign, el operador de registro para los dominios .com y .net, está realizando una amplia campaña de marketing educativo para difundir información acerca de cómo establecer una presencia eficaz en Internet, enfocándose especialmente en las pequeñas empresas y en los profesionales independientes. Además, apunta a los usuarios finales (empresas y consumidores) interesados en registrar sus propios nombres de dominios con distribuidores autorizados del país. Para conocer los distribuidores autorizados en Brasil, visite el sitio web www.queromeu.com.

+ Enfoque en México

México es el país hispanohablante más poblado del mundo y el segundo país más poblado de Latinoamérica, luego de Brasil. Sin embargo, México enfrenta a diversos obstáculos para incrementar la penetración de Internet, debido a la baja penetración de las computadoras y a la mala infraestructura de sus telecomunicaciones, particularmente en algunas áreas rurales. Por lo tanto, la mayoría de los usuarios mexicanos de Internet se sitúan en las áreas urbanas. Estos usuarios se identifican como personas jóvenes que están en una buena posición económica y están abiertas a las nuevas tendencias.

Una encuesta realizada en el año 2007 sugirió que las transacciones de comercio electrónico alcanzarían los US\$ 765 millones, un crecimiento del 59% con respecto a las transacciones del año 2006. Las ventas en línea relacionadas con el turismo representaron el 66% de la actividad de comercio electrónico de los mexicanos en 2006, debido a la popularidad del país como lugar de vacaciones entre los norteamericanos. En una encuesta realizada en octubre de 2007, el 14% de los usuarios de Internet confirmaron que habían realizado una compra en línea.²⁴

Acceso a Internet

El uso de Internet en México ha crecido, y en fines de 2007 había 23,7 millones de usuarios de Internet, lo cual representa el 22% de la población mexicana.²⁵

En México hay 18 millones de computadoras personales, y el 62% de ellas están conectadas a Internet. En total, hay 6,5 millones de cuentas de acceso a Internet, de las cuales el 93% son conexiones de banda ancha. Se calcula que el acceso por banda ancha crecerá un 50% entre 2007 y 2008.²⁶

Los usuarios de Internet acceden a la red principalmente desde sus hogares (48%); el 35% de los usuarios mencionan a los cibercafés como el segundo lugar de acceso y el 18% declaran que acceden a Internet desde su trabajo.²⁷

Perfil de los usuarios

Los usuarios mexicanos son muy jóvenes; más del 70% de ellos tienen entre 12 y 34 años de edad. Entre aquellos que realizan compras en línea, el 63% son hombres y el 57% tienen entre 20 y 34 años de edad.²⁸

MySpace es el sitio web más visitado, y el 57% de los usuarios de Internet declaran tener una página Web personal. Es importante observar que el 92% consideran que Internet es esencial, aún más que el teléfono móvil y la TV.²⁹ Los videos son muy populares entre los usuarios mexicanos de Internet; el 84% de ellos ven videos en línea.³⁰

La industria de nombres de dominios

México tiene más de 622 mil nombres de dominios registrados a través de todos los Dominios de Primer Nivel (TLD). Los dominios .com y .net sumaron 325 mil registros en el país. En 2008, VeriSign inició una gran campaña de marketing en México, la cual incluye el patrocinio de seminarios y publicidad, como parte de los esfuerzos realizados

21 Webshoppers, 16ma edición.

22 IBOPE/NetRatings, mayo de 2008.

23 Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008.

24 eMarketer, Mexico Online Overview, noviembre de 2007.

25 www.internetworldstats.com, diciembre de 2007.

26 AMIPCI, Select, Estudio trimestral de computadoras personales en México e Internet, abril de 2008.

27 eMarketer, Mexico Online Overview, noviembre de 2007.

28 eMarketer, Mexico Online Overview, noviembre de 2007.

29 AMIPCI, Select, Estudio trimestral de computadoras personales en México e Internet, abril de 2007.

30 eMarketer, Mexico Online Overview, noviembre de 2007.

CONOZCA MÁS

Para suscribirse o acceder a los archivos de los Resúmenes de la Industria de Nombres de Dominios en Internet, visite www.verisign.com/latinamerica/resumenes. Envíe sus comentarios o preguntas por correo electrónico a info_dominios@verisign.com.

ACERCA DE VERISIGN

VeriSign, Inc. (NASDAQ: VRSN) es el proveedor confiable de servicios de infraestructura de Internet para el mundo en red. Miles de millones de veces al día, VeriSign ayuda a las empresas y a los consumidores de todo el mundo a comunicarse y conducir sus negocios con confianza. Para obtener más información y noticias sobre la empresa, por favor visite www.verisign.com/latinamerica.

Metodología Zooknic

Para los datos gTLD cuya fuente es Zooknic, el análisis utiliza una comparación de las alteraciones en el archivo de la zona raíz de nombres de dominios, complementada con datos whois en una muestra estadística de nombres de dominios, que menciona el distribuidor responsable por el registro de un determinado nombre de dominio y la ubicación del usuario que lo registró. Los datos tienen un margen de error basado en el tamaño de la muestra y el tamaño del mercado. Los datos ccTLD se basan en el análisis de los archivos de la zona raíz. Para más información, consulte www.zooknic.com.

31 Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008.

32 Teleco, junio de 2008.

33 Prince&Cook, Informe de e-commerce e Internet en Argentina, junio de 2008.

34 www.internetworldstats.com, diciembre de 2007.

35 Prince&Cook, Informe de e-commerce e Internet en Argentina, junio de 2008.

36 Prince&Cook, Informe de e-commerce e Internet en Argentina, junio de 2008.

37 ComScore World Metrix, julio de 2007.

38 Prince&Cook, Informe de e-commerce e Internet en Argentina, junio de 2008.

39 Zooknic, julio de 2008; VeriSign, julio de 2008.

en Latinoamérica para aconsejar a los usuarios de Internet, especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas, acerca de la importancia de tener presencia en la Web para incrementar la visibilidad de su negocio.³¹

+ Enfoque en Argentina

Geográficamente, Argentina es el segundo país más grande de Latinoamérica, y su penetración de Internet del 40% es casi el doble del promedio mundial. El sector de banda ancha en Argentina es uno de los más desarrollados de la región y su mercado de teléfonos móviles es el tercero más grande en cantidad de teléfonos celulares, luego de Brasil y México. Sin embargo, Argentina muestra la tasa de penetración de teléfonos móviles más alta de Latinoamérica, con el 103%.³²

Hay 2,7 millones de compradores en línea en el país, lo cual representa el 17% de los usuarios de Internet. Las ventas por comercio electrónico crecieron el 32% entre 2006 y 2007.³³

Acceso a Internet

Los usuarios de Internet en Argentina suman 16 millones de personas, y el número de usuarios creció el 540% entre los años 2000 y 2007. Los usuarios de Internet representan el 40% de la población, estimada en 40 millones de personas.³⁴

Entre 2006 y 2007, las conexiones de banda ancha crecieron el 60% en el país, alcanzando los 2,5 millones de usuarios.³⁵

Con el incremento en la venta de computadoras, la preferencia por los cibercafés para acceder a Internet, algo anteriormente muy popular en Argentina, disminuyó para el 24%. Actualmente, el 64% de los usuarios afirman que prefieren acceder a Internet desde sus hogares.³⁶

Perfil de los usuarios

En julio de 2007, el 70% de los usuarios argentinos de Internet accedían a la red desde el trabajo y leían noticias en línea. El uso mensual promedio de Internet es de 32 horas. Los argentinos se destacan por ser los usuarios más activos de la región, ya que en promedio acceden a Internet unos 18 días por mes.³⁷

En los últimos cuatro años, se observó un incremento en las categorías de productos que se venden en línea, pasando de libros y CDs a productos más complejos y de mayor valor. Estos datos sugieren que los consumidores están ganando más confianza y familiaridad con las transacciones a través de la Web.³⁸

La industria de nombres de dominios

Argentina tiene más de 1,8 millones de nombres de dominios registrados a través de todos los Dominios de Primer Nivel (TLD). Los dominios .com y .net sumaron 121 mil registros de nombres de dominios en el país. VeriSign inició una fuerte actividad de marketing en Argentina en el año 2008, a través de campañas publicitarias y eventos, para estimular el uso de Internet y demostrar la importancia de estar en la Web, especialmente para las empresas pequeñas y emprendedores que aún no tienen una presencia en línea.³⁹

+ Consideraciones finales

La región de Latinoamérica, particularmente Brasil, México y Argentina, presenta grandes oportunidades comerciales para aquellas empresas que estén dispuestas a comprender las especificidades y necesidades locales y a invertir en los servicios y productos apropiados. Estos mercados aún están en etapa de desarrollo, y los emprendedores y organizaciones pueden explorar positivamente sus necesidades específicas.

Entre los aspectos clave de diferenciación que se ofrecen está el nivel de servicio prestado. Esta región necesita servicios y soporte de alta calidad, además de las iniciativas que pueden jugar un papel educativo para promover las nuevas tecnologías entre los usuarios finales, quienes, en general, tienen un nivel de conocimiento bajo sobre las tecnologías de la información y nuevos recursos disponibles.