

informe

EL FUTURO DE INTERNET

Gigante. Google ha ido replicando el modelo de éxito del buscador en nuevas compañías y adquiriendo otras. Actualmente posee Gmail, Youtube, Blogger, AdSense, AdWords, Earth, Maps y Orkut, entre otros.

Análisis + EL PRINCIPAL DE GOOGLE PARA AMÉRICA LATINA VE CON BUENOS OJOS LAS PERSPECTIVAS DE LA REGIÓN

“No imaginamos un techo, esto recién empieza”

Futuro. Alexandre Hohagen sostiene que, con la telefonía móvil y la democratización del acceso a la información, esta será la década de Latinoamérica



Por Gerardo Minutti
gminutti@observador.com.uy

El gigante de las búsquedas por Internet hace bastante tiempo que dejó de ser únicamente la puerta de entrada a la red. Continúa en expansión y adquiere compañías que sostienen su posición de liderazgo, y es innegable que ha sabido marcar un perfil único que la hace merecedora de la lealtad de los internautas.

Ahora Google puso el foco en América Latina al instalar recientemente una oficina en Puerto Madero y a fines de 2008 un centro regional en San Pablo.

El director general de la empresa para Latinoamérica, el brasileño de 40 años, Alexandre Hohagen, explicó a *Café & Negocios* su visión sobre el potencial de la región y su crecimiento cimentado en el avance de la telefonía celular, a la vez que comentó los planes de la compañía para ayudar a las pequeñas empre-



sas y entender la nueva oleada de internautas que ingresará al mundo de Internet con nuevos comportamientos, distintos poderes de compra y formas de relacionarse entre sí.

A continuación, un extracto de la entrevista mantenida vía correo electrónico con el alto ejecutivo regional.

¿Qué potencial presenta la región para Google?

Es enorme y se da en gran medida por la gran proliferación de la telefonía celular.

Hoy, los teléfonos móviles se hallan en todas partes. Hay unos tres millones de teléfonos móviles en uso en el mundo y no tengo dudas que la próxima década será la de los móviles y también estoy seguro que será la década de América Latina. Mientras que Internet tiene una penetración de aproximadamente el 70% en América del Norte, en los mayores mercados de América Latina, como México y Brasil, la penetración no excede el 25% de la población.

Esta realidad va a cambiar rápidamente ya que los próximos mil millones de usuarios serán muy distintos a los primeros mil.

Esta nueva ola de usuarios tendrá realidades económicas y sociales que cambiarán no solo lo que harán con la red sino cómo accederán a ella. Estos usuarios potenciales tendrán menores ingresos y dado que el 80% de la población mundial vive al alcance de una red de telefonía móvil, es mucho más probable que accedan a Internet a través de redes inalámbricas móviles, contrariamente a las redes fijas. Con los teléfonos móviles, los usuarios pueden literalmente tener la llave a Internet en la palma de la mano. Estos aparatos tienen el potencial de derribar barreras y permitir el acceso a la información, con el consiguiente poder de mejorar la vida de las personas.

Este gran potencial tendrá mayor impacto en América Latina.

¿Qué características definen al usuario latinoamericano de Internet?

El usuario de la región está finalmente comenzando a perder el miedo a realizar transacciones comerciales online, según una