

Nº 40

Fecha de cierre: 20 de Junio de 2006.

Autor: Ignacio G. Martín

Consejo de redacción: Juan José Méndez


Secciones:


	<u>Pág.</u>
1. Sociedad de la información e Innovación en el Mundo	1
2. Sociedad de la información e Innovación en Europa	5
3. Sociedad de la información e Innovación en España	9

Apartados en cada sección:


- .1 Mercado TIC
- .2 Internet
- .3 Ordenadores personales
- .4 Telefonía fija y móvil
- .5 Comercio electrónico
- .6 Innovación


Destacados del Mes:


 Las previsiones apuntan a que **en 2010 el número de usuarios hispanos en EE.UU. sea a 20.9 millones** con un peso sobre el total de internautas que, según nuestras estimaciones, rondaría el 10%. [Pág 1]

 **En el primer trimestre de 2006 el B2B en EE.UU. alcanzó un valor de 24.5 millones de dólares**, con un crecimiento del 8% respecto al mismo trimestre del año anterior. [Pág 4]

 A marzo de 2006, la **penetración de Internet en la UE-25** se sitúa muy cerca del **50%** mientras que, en la **UE-15** sube hasta casi el **53%**. [Pág 5]

 **El porcentaje de individuos de la UE-15 que ha adquirido productos o servicios on-line durante 2005 es del 20%**, porcentaje que baja al **17%** para la **UE-25**. [Pág.8]

 **El comercio exterior de España en el ámbito de las TIC presenta un fuerte déficit** por balanza comercial, especialmente en las TI y en el equipamiento de telecomunicaciones. [Pág. 9]

 **En abril de 2006 se ha registrado un ligero descenso (-0,1%) del número de líneas de ADSL contratadas en España**, situación que no tiene precedente desde que la CMT viene ofreciendo datos de ADSL. [Pág. 9]

1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL MUNDO

ESPECIAL ESTADOS UNIDOS

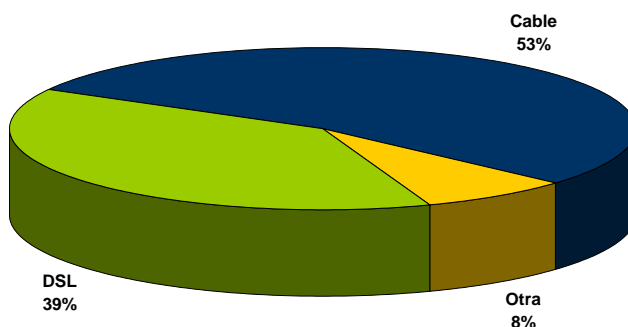
En el siguiente cuadro se muestra una instantánea de las principales variables de la Sociedad de la Información en los Estados Unidos:

Principales indicadores TIC en EE.UU.		
	Dato	Fecha
Mercado TIC		
Valor del mdo. TI (mill. €)	324.238	2005
Peso/total mundial (%)	36,9	2005
Valor del mdo. Telecomunicaciones (mill. €)	221.172	2005
Peso/total mundial (%)	20,7	2005
Internet		
Usuarios de Internet (mill.)	203,8	Diciembre 2005
% de la población	68,1	Diciembre 2005
Suscriptores de Banda Ancha (mill.)	49,4	Diciembre 2005
% de la población	16,8	Diciembre 2005
Ordenadores Personales		
PCs en uso (mill.)	233,4	2005
% de la población	78,1	2005
Ventas de PCs (mill. unidades)	64,1	2005
Telefonía		
Nº de líneas fijas (mill.)	175,7	2005
Nº de líneas móviles (mill.)	205,2	2005
% de la población	68,6	
Comercio electrónico		
Volumen e-commerce B2C (mill. \$)	86.300	2005
Tasa variación interanual (%)	24,6	05/04
% B2C/total comercio minorista	2,3	2005
% internautas que compran productos on-line	78,0	2005

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *EITO 2006*, *Internet World Stats*, *OCDE*, *eTForecast*, *Gartner* y *United States Department of Commerce*.

Tal como muestra el último informe de *EITO*, el mercado TIC supuso en EE.UU. durante 2005 545 millardos de euros, de los cuales 324 correspondieron al segmento TI y 221 al ámbito de las Telecomunicaciones. Según *Internet World Stats*, a finales de 2005 en EE.UU. había 204 millones de internautas, representando una penetración del 68% del total de la población. Este dato de internautas supone un incremento del 114% respecto al 2000, año en el que existían en EE.UU. 95,4 millones de usuarios habituales de Internet. Las últimas cifras de internautas y de penetración, correspondientes a diciembre de 2005, colocan a EE.UU. en la primera posición mundial por número de usuarios de Internet y en la séptima atendiendo a la penetración. Por otro lado, en 2005 existían 15,7 millones de usuarios hispanos de Internet en EE.UU. lo que supone un 7,7% del total de los internautas norteamericanos; las previsiones apuntan a que en 2010 el número de usuarios hispanos se eleve a 20.9 millones con un peso sobre el total de internautas que, según nuestras estimaciones, rondaría el 10%.

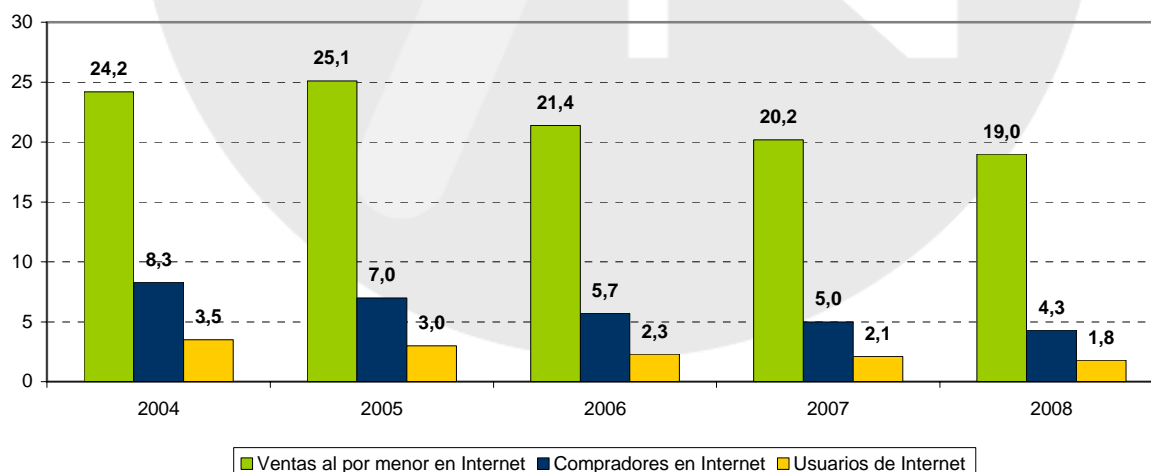
Distribución tecnológica de la Banda Ancha en EE.UU a diciembre de 2005. (%)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de OCDE.

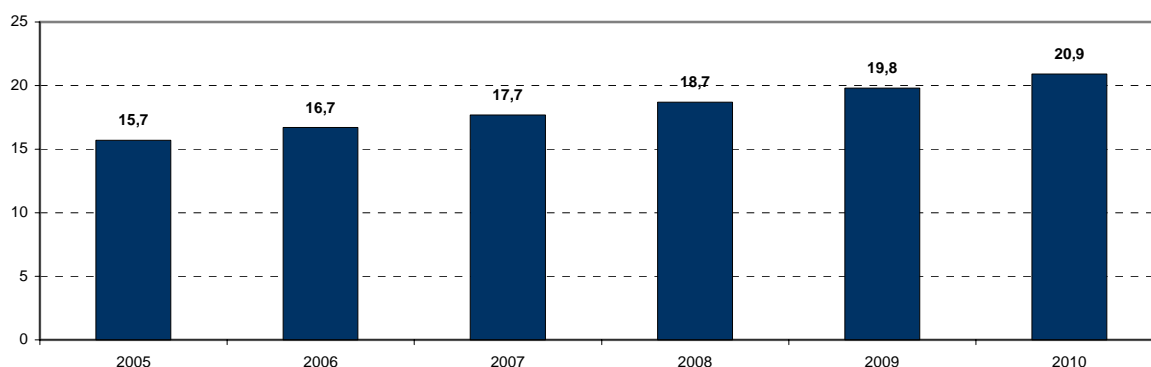
Una de las últimas estadísticas de la OCDE muestra que, en diciembre de 2005 se contabilizaban en EE.UU. un total de 49,4 millones de conexiones de Banda Ancha., cifra que supone una variación positiva respecto a 2004 del 30%. Por tipo de tecnología de Banda Ancha, en EE.UU. predomina el cable como tipo de conexión más utilizada con un 53% del total, seguido por el DSL con un 39% y un 8% de otro tipo de tecnologías. Si bien EE.UU. es uno de los pocos países a nivel mundial en los que el cable ha mantenido su hegemonía como tecnología de Banda Ancha más utilizada, el *gap* entre cable y DSL se va reduciendo año a año. Así, en 2004 el porcentaje del cable fue del 57%, el del DSL 36% y del 7% para otras tecnologías.

Previsiones de tasas de variación respecto al año precedente de usuarios de Internet y e-commerce en EE.UU. (%)



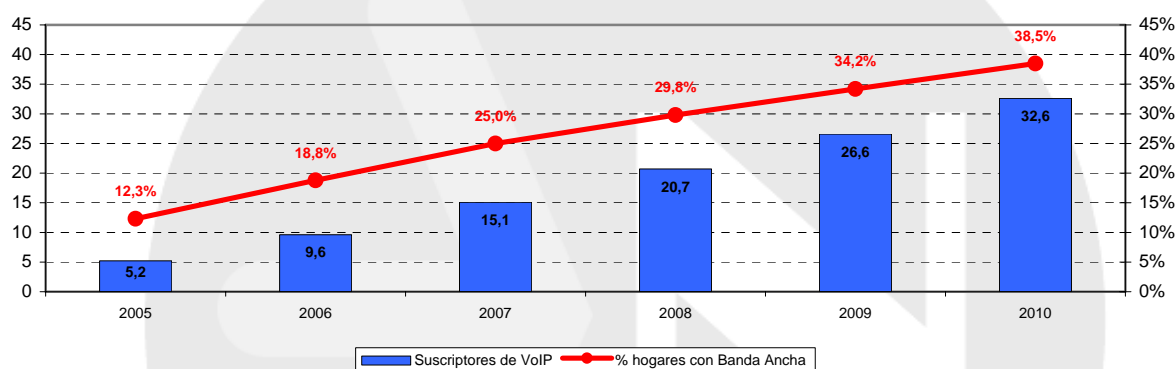
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de eMarketer. Nota: en las ventas al por menor se excluyen los viajes.

Previsión de usuarios hispanos de Internet en EE.UU. (millones)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de eMarketer.

Previsión de suscriptores de telefonía VoIP y % de hogares con Banda Ancha en EE.UU. (millones y %)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de eMarketer.

Ventas de Ordenadores Personales en EE.UU. (miles de unidades)

Compañía	2005		2004		Tasa variación 05/04 (%)
	Ventas	Cuota de mercado (%)	Ventas	Cuota de mercado (%)	
Dell	21.466	33,5	19.296	33,1	11,2
Hewlett-Packard	12.452	19,4	11.602	19,9	7,3
Gateway	3.924	6,1	2.950	5,1	33,0
Apple	2.554	4,0	1.935	3,3	32,0
Toshiba	2.260	3,5	1.862	3,2	21,4
Lenovo	2.075	3,2	0	0,0	--
Otros	19.357	30,2	20.640	35,4	-6,2
Total mercado	64.089	100,0	58.285	100,0	10,0

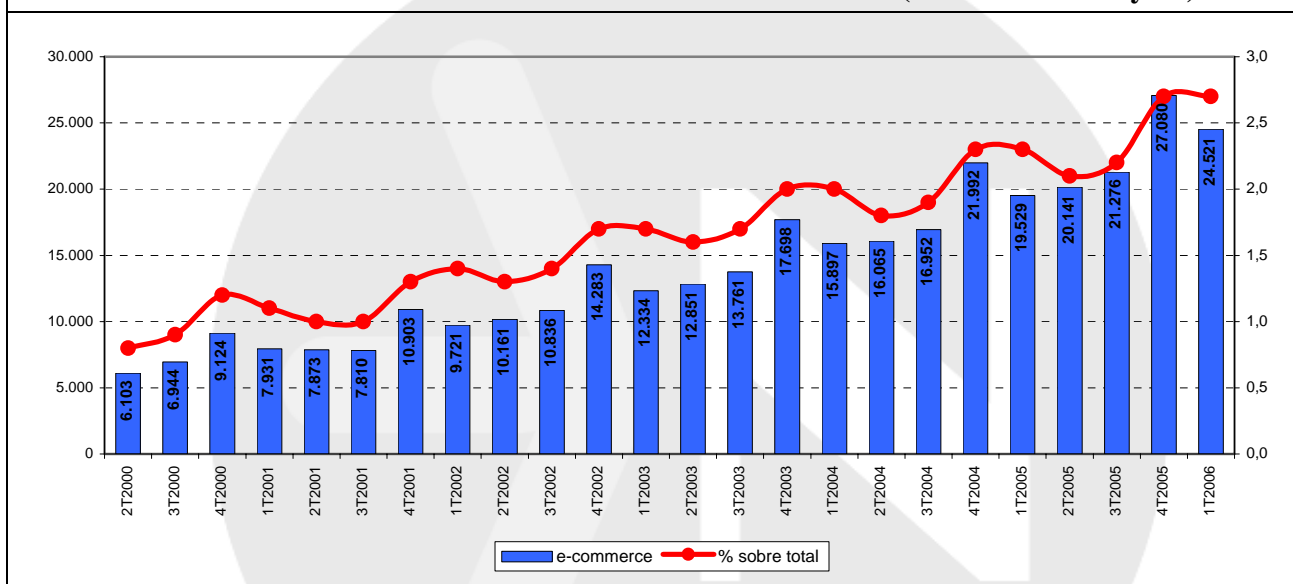
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de IDC.

Consumo mensual de servicios de valor añadido de la telefonía móvil en EE.UU. (miles y %)

Servicio	Nº de usuarios	% del total de suscriptores
Envío de foto-sms o email	12.827	7,3
Descarga de tonos	23.192	13,2
Recepción de alertas por sms	15.289	8,7
Envío y recepción de sms	64.035	36,4
Descarga de juegos	5.980	3,4
Mensajería instantánea	14.736	8,4
Acceso a noticias e información	21.534	12,2

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *M:Metrics*.

Evolución trimestral del comercio electrónico en EE.UU. (Mill. de dólares y %)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *United States Department of Commerce*.

Los datos del *United States Department of Commerce* muestran que, en el primer trimestre de 2006 el B2B en EE.UU. alcanzó un valor de 24.5 millardos de dólares, con un crecimiento del 8% respecto al mismo trimestre del año anterior. A nivel agregado, en 2005 el B2C en EE.UU. continua creciendo a buen ritmo, al igual que ha sucedido a lo largo de los últimos cinco años. Concretamente, el volumen de comercio electrónico minorista ascendió en 2005 a 86,3 millardos de dólares, con un incremento respecto a 2004 del 23,4%. En el pasado año, el peso del B2C respecto al total del comercio dirigido al consumidor total es del 2,3%, lo que significa un ligero incremento del porcentaje alcanzado en 2004 que fue del 1,9%.

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

2.1 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Mercado TIC

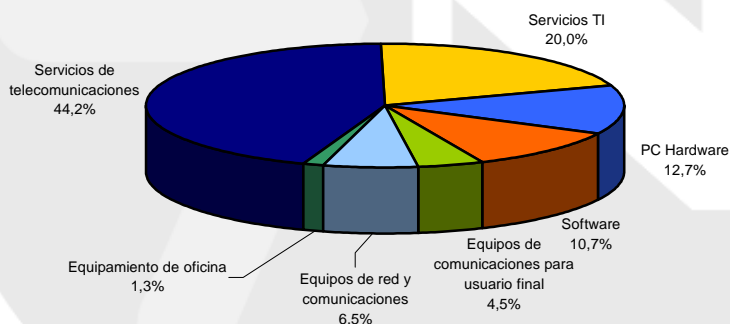
Mercado TIC europeo por segmentos (mill. euros y %)

Segmentos	2004	2005	2006	Tasas de variación (%)	
				05/04	06/05
Total equipamiento TIC	159.984	165.513	169.763	3,5	2,6
Software	67.172	70.879	74.964	5,5	5,8
Servicios TI	126.340	131.779	138.426	4,3	5,0
Servicios de telecomunicaciones	282.575	291.285	297.703	3,1	2,2
Total TI	299.196	311.707	325.451	4,2	4,4
Total telecomunicaciones	336.876	347.749	355.405	3,2	2,2
Total TIC	636.071	659.456	680.856	3,7	3,2

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de EITO 2006.

El mercado TIC europeo alcanzó en 2005 un valor de 659,5 millardos de euros con un incremento del 3,7% sobre 2004. Por segmentos, las Telecomunicaciones supusieron 52,7% de todo del mercado TIC con un valor de 347,7 millardos de euros, mientras que las Tecnologías de la Información representaron el 47,3% por un valor de 311,7 millardos. Las previsiones de EITO apuntan a que el mercado TIC europeo podría crecer en 2006 un 3,2%, con un incremento de las Telecomunicaciones y de las Tecnologías de la Información del 2,2% y del 4,4%, respectivamente.

Distribución del mercado europeo TIC por producto 2005 (%)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de EITO 2006.

2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

Según *Internet World Stats*, a marzo de 2006, la penetración de Internet en la UE-25 se sitúa muy cerca del 50% mientras que, en la UE-15 sube hasta casi el 53%. Por países, dejando de lado el caso de Malta, destacan los países nórdicos y Holanda con penetraciones en todos los casos superiores al 65%. Si bien España ha conseguido grandes avances en los últimos años, nuestro país se encuentra alejada de la media de la UE-25 y a la altura de países como Letonia, colocándose séptima por la cola.

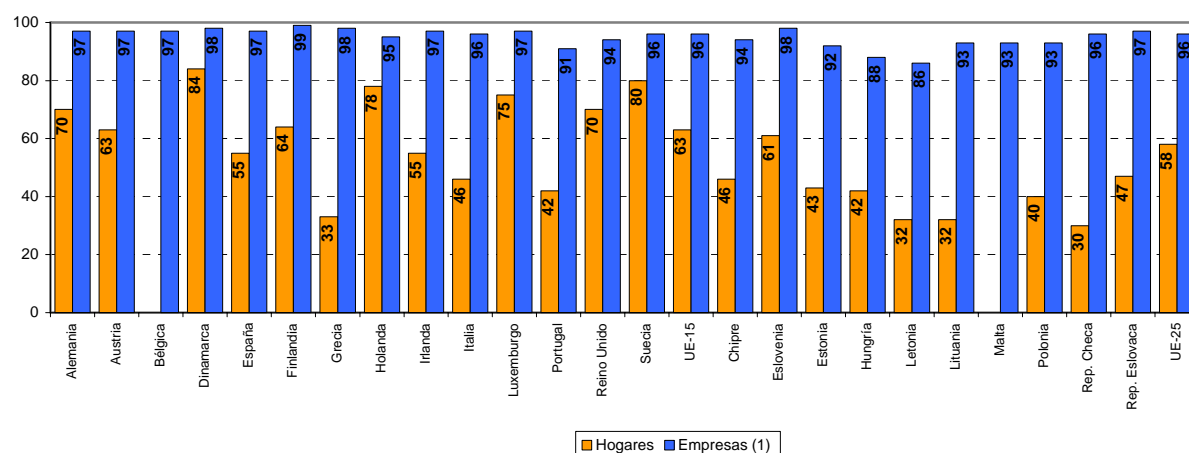
Usuarios de Internet en la UE-25 y Países Candidatos (marzo 2006)			
Países	Nº usuarios	Penetración (%)	Tasa variación 06/00 (%)
Alemania	48.721.997	59,0	103,0
Austria	4.650.000	56,8	121,4
Bélgica	5.100.000	48,7	155,0
Dinamarca	3.762.500	69,4	92,9
España	17.142.198	38,7	218,2
Finlandia	3.286.000	62,5	70,5
Francia	26.214.173	43,0	208,4
Grecia	3.800.000	33,7	280,0
Holanda	10.806.328	65,9	177,1
Irlanda	2.060.000	50,7	162,8
Italia	28.870.000	48,8	118,7
Luxemburgo	270.800	58,9	170,8
Portugal	6.090.000	58,0	143,6
Reino Unido	37.800.000	62,9	145,5
Suecia	6.800.000	74,9	68,0
UE-15	205.373.996	52,9	--
Chipre	298.000	31,0	148,3
Eslovenia	950.000	48,5	216,7
Estonia	670.000	50,0	82,8
Hungría	3.050.000	30,3	326,6
Letonia	810.000	35,3	440,0
Lituania	968.000	28,3	330,2
Malta	301.000	78,1	652,5
Polonia	10.600.000	27,8	278,6
Rep. Checa	5.100.000	49,9	410,0
Rep. Eslovaca	2.276.000	42,3	250,2
UE-25	230.396.996	49,8	147,3
Bulgaria	2.200.000	28,5	411,6
Croacia	1.303.000	29,2	551,5
Macedonia	392.671	19,2	1.208,9
Rumania	4.940.000	23,2	517,5
Turquía	10.220.000	13,7	411,0
Candidatos UE	19.055.671	17,3	450,7

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *Internet World Stats*.

2.3 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Ordenadores Personales

Tal como muestran las estadísticas de *Eurostat*, en 2005 la penetración de los Ordenadores Personales en los hogares y las empresas de la UE-25 alcanzó un valor del 58% y del 96%, respectivamente. Reduciendo el ámbito geográfico a la UE-15, la penetración en los hogares aumenta hasta el 63% mientras que, para las empresas tiene idéntico valor. En este sentido, debemos apuntar que, en el ámbito empresarial la penetración de los Ordenadores Personales en los países de la UE-25 muestra escasa variación, oscilando entre el 99% correspondiente a Finlandia y el 86% de Letonia. Desde el punto de vista de los hogares, donde sí existe gran variabilidad, destacan a la cabeza Bélgica (84%), Suecia (80%) y Holanda (78%). España por su parte, se sitúa por debajo tanto de la media de la UE-15 como de la UE-25, con una penetración del 55%.

Penetración de los PCs en la UE-25 en 2005(%)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de Eurostat. (1): empresas de 10 o más empleados.

2.4 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Telefonía fija y móvil

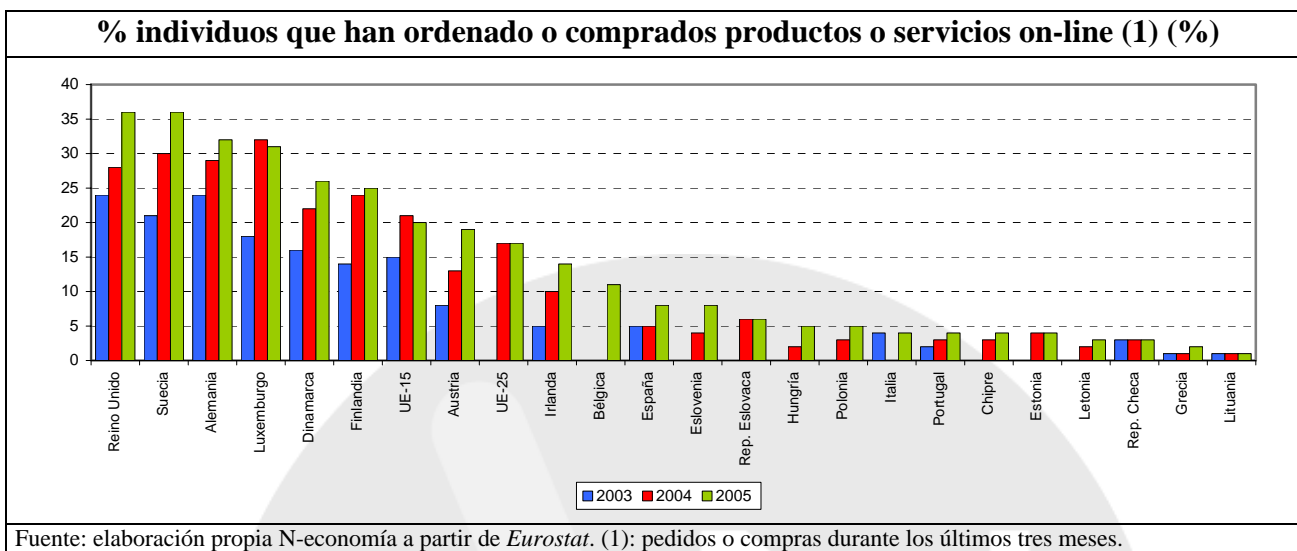
Nº de líneas y penetración de la telefonía móvil en la UE-25

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
	Nº de líneas de telefonía móvil (miles)			Líneas por cada 100 habitantes		
Alemania	66.380,7	68.120,6	68.903,1	80,4	82,4	83,3
Austria	6.808,0	6.855,2	6.896,0	84,3	84,6	84,8
Bélgica	8.924,1	9.167,6	9.281,3	86,2	88,2	89,0
Dinamarca	4.707,3	4.990,6	5.207,1	87,4	92,3	96,0
España	35.722,5	36.624,9	37.059,7	88,0	89,9	90,7
Finlandia	4.725,8	4.878,0	4.984,4	90,8	93,6	95,4
Francia	40.730,7	41.506,2	41.945,1	68,3	69,2	69,6
Grecia	9.691,8	9.928,5	10.030,8	91,2	93,3	94,1
Holanda	13.748,9	14.060,4	14.231,5	84,9	86,4	87,0
Irlanda	3.093,8	3.147,0	3.189,4	78,7	79,2	79,4
Italia	53.680,5	53.963,6	54.101,3	92,3	92,6	92,7
Luxemburgo	479,5	484,4	488,9	106,7	106,4	106,0
Portugal	8.928,2	9.103,6	9.198,8	85,9	87,2	87,7
Reino Unido	52.791,3	53.661,9	54.118,5	88,8	90,0	90,5
Suecia	8.119,4	8.482,1	8.753,4	90,8	94,6	97,2
UE-15	318.532,4	324.974,7	328.389,2	83,8	85,3	85,9
Chipre	449,6	486,3	509,5	56,3	60,5	62,9
Eslovenia	1.697,4	1.710,3	1.718,2	85,0	85,6	85,9
Estonia	926,1	948,6	959,3	68,3	70,2	71,4
Hungría	7.597,0	7.907,5	8.034,1	74,9	78,2	79,7
Letonia	1.131,8	1.293,6	1.393,7	48,5	55,8	60,4
Lituania	2.026,4	2.237,9	2.337,4	58,8	65,3	68,6
Malta	294,8	300,6	303,5	75,1	76,3	76,7
Polonia	17.487,1	20.100,4	21.785,6	45,3	52,1	56,5
Rep. Checa	9.580,8	9.949,6	10.084,3	93,9	97,6	98,9
Rep. Eslovaca	3.421,9	3.684,2	3.813,4	63,7	68,6	71,1
UE-25	363.145,0	373.593,6	379.328,2	79,9	82,0	83,1

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de ITU.

Como muestran los últimos datos de *ITU*, en 2005 la penetración de la telefonía móvil en la UE-15 alcanzó un valor del 85,9%, con un número total de líneas de telefonía móvil contratadas de 328,4 millones. Si no referimos a la UE-25, la penetración baja a un 83,1%, siendo 373,6 millones el número de líneas suscritas. Con los mayores niveles de penetración dentro de Europa, destacan Luxemburgo (106,0%), Rep. Checa (98,9%), Suecia (97,2%), Dinamarca (96,0%) y Finlandia (95,4%). Nuestro país se ubica en la octava posición con un 90,7%.

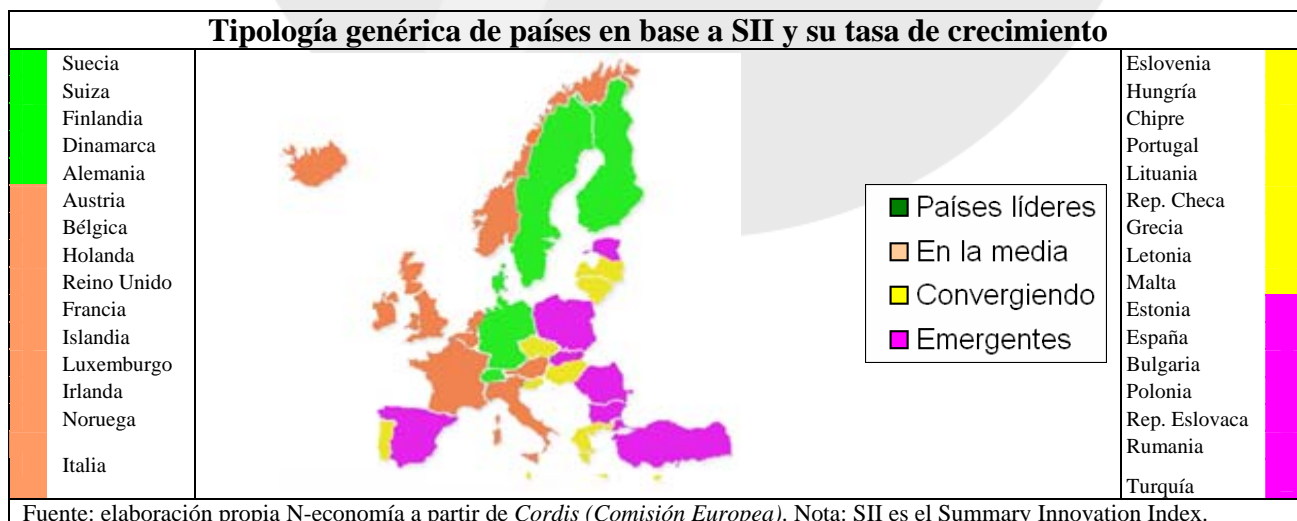
2.5 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Comercio electrónico



De acuerdo con los datos publicados por *Eurostat*, el porcentaje de individuos de la UE-15 que ha adquirido productos o servicios on-line durante 2005 es del 20%, porcentaje que baja al 17% si nos referimos a la UE-25. Con los mayores niveles, destacan Suecia (36%), Reino Unido (36%) y Alemania (32%), mientras que nuestro país con un porcentaje del 8% se coloca muy retrasado respecto a la media europea.

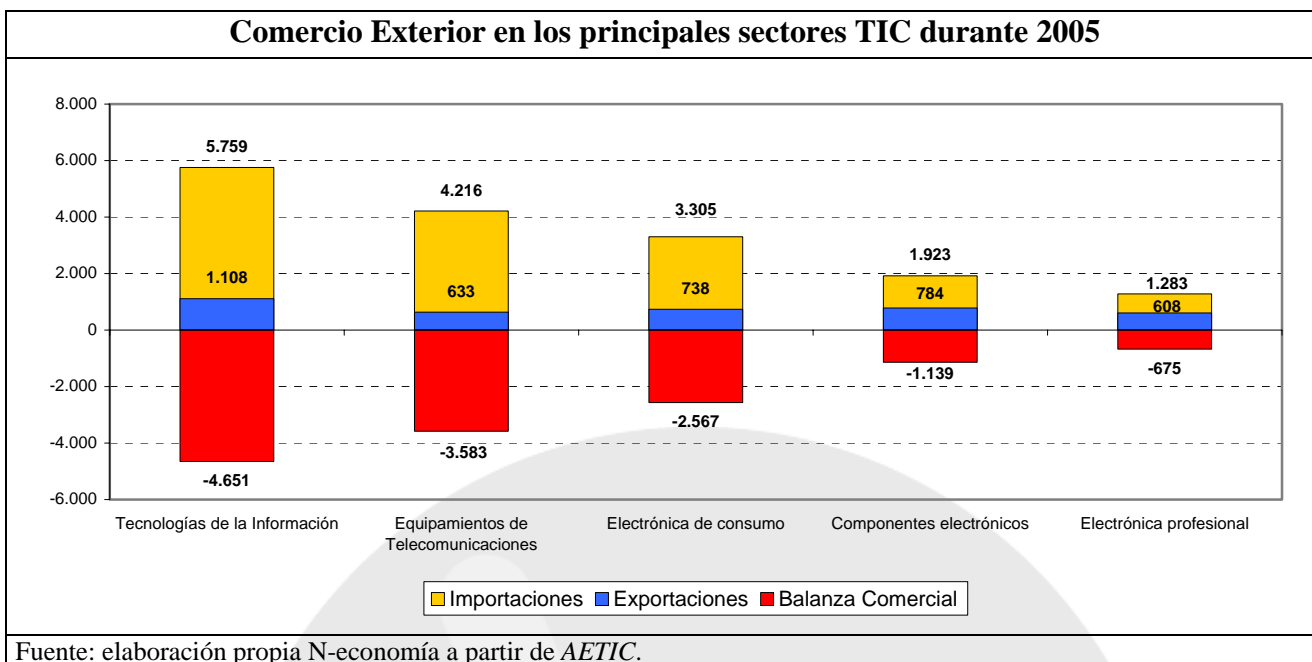
2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

A partir del SII y de la tasa de crecimiento de este indicador para cada país, *Cordis* realiza una división de los países en base a cuatro tipologías genéricas de países innovadores: “Países líderes”, “En la media”, “Convergiendo” y “Emergentes”.



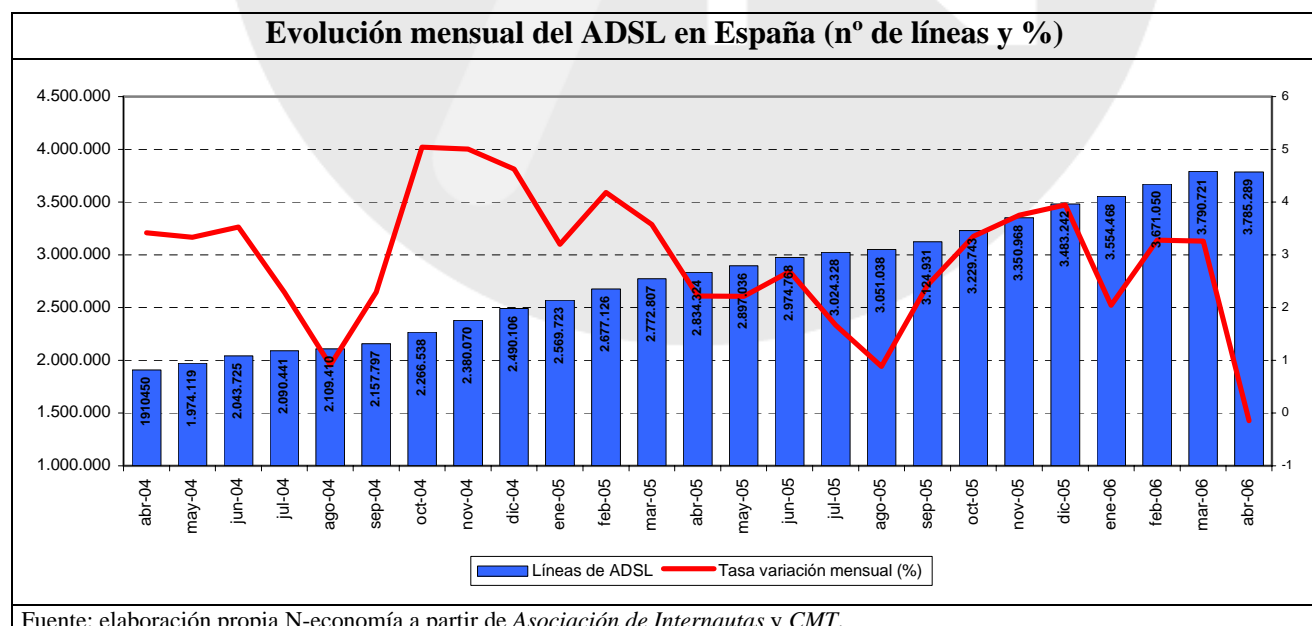
3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

3.1 Sociedad de la Información e Innovación en España: Mercado TIC

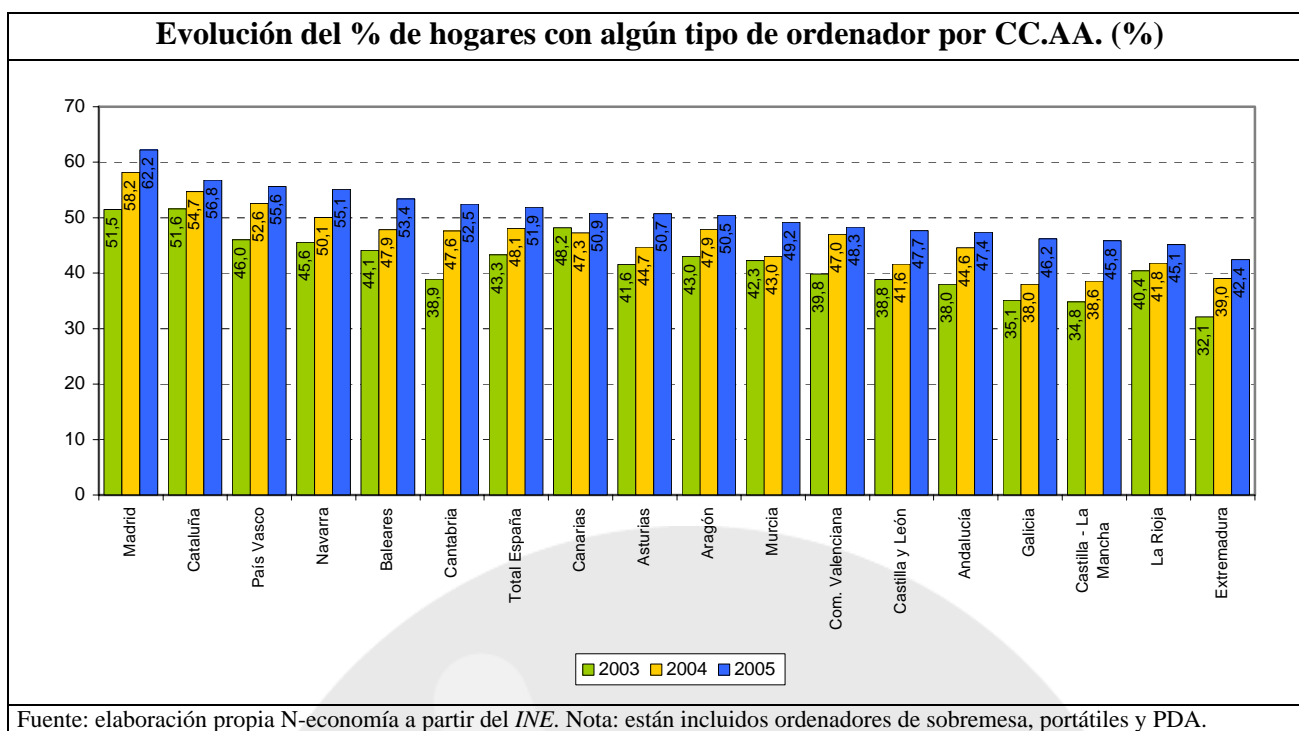


La economía española se caracteriza por ser deficitaria por balanza comercial (exportaciones de bienes menos importaciones) en prácticamente todos los sectores y, el Hipersector TIC no es una excepción. Dentro de este ámbito, las Tecnologías de la Información son las que mantienen un mayor déficit, ascendiendo este a 4.650 millones de euros. Por otro lado, el subsector de la electrónica de consumo es el que presenta una mayor dependencia del exterior de forma que, el 87,9% de los equipos de este tipo que se venden en España, proceden del exterior.

3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet

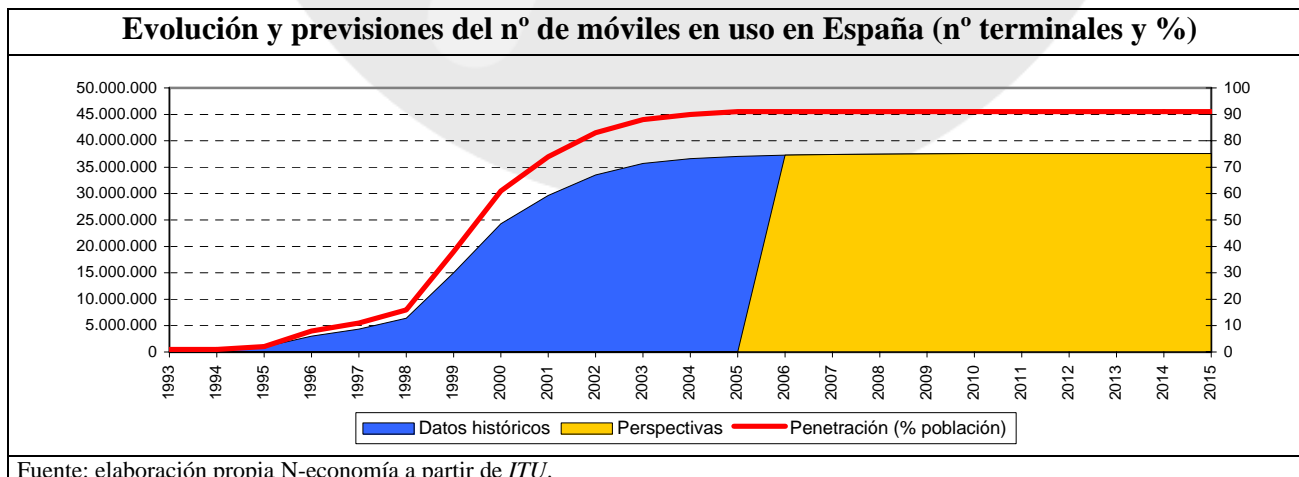


3.3 Sociedad de la Información e Innovación en España: Ordenadores Personales



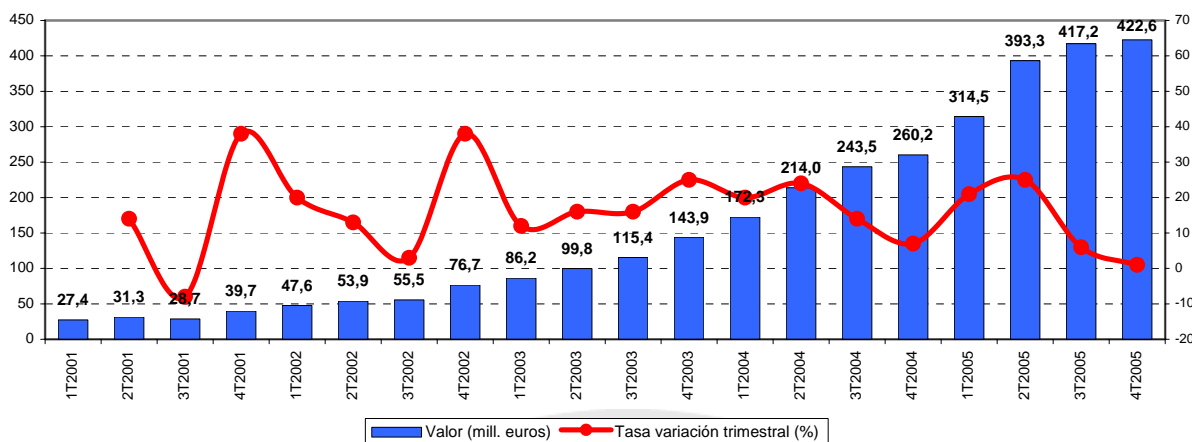
Las estadísticas del *INE* muestran que, a lo largo de los últimos tres años se observa un progresivo incremento del porcentaje de hogares españoles que cuentan con algún tipo de ordenador para situarse en el segundo semestre de 2005 en el 51,9%. Dentro de aquellas viviendas que disponen de sólo un tipo de ordenador (39,5%), el 36% del total de hogares cuentan con ordenador de sobremesa mientras que sólo el 3,2% tienen ordenador portátil como único ordenador. Con el paulatino descenso del diferencial de precios entre los ordenadores de sobremesa y los portátiles se va produciendo un incremento de las preferencias hacia estos últimos por parte de aquellas personas que por sus necesidades profesionales o académicas deben comprar un ordenador. Por otro lado, en el segundo semestre de 2005 el porcentaje de hogares que cuentan con más de un tipo de ordenador ha aumentado hasta el 12,4% (en 2004 se situaba en el 7,8%).

3.4 Sociedad de la Información e Innovación en España: Telefonía fija y móvil



3.5 Sociedad de la Información e Innovación en España: Comercio electrónico

Volumen de e-commerce a través de entidades de medios de pago en España (mill. euros y %)

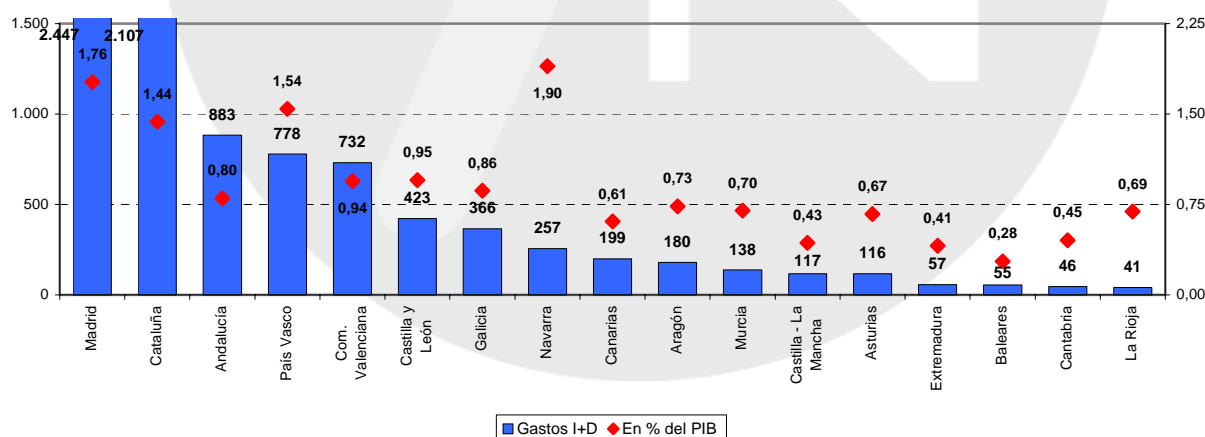


Fuente: elaboración propia N-economía a partir de CMT.

Según los últimos datos de la CMT, en el cuarto trimestre de 2005 se produjo un ligero incremento del volumen de e-commerce, concretamente, el gasto on-line ascendió a 423 millones de euros con una variación del 1% respecto al tercer trimestre de ese mismo año. A nivel agregado, en 2005 el volumen de e-commerce a través de entidades de medios de pago movió en España 1.550 millones de euros, lo que representa un incremento del 74% respecto a 2004. Si atendemos al periodo histórico completo, la tasa de crecimiento trimestral medio acumulado desde el primer trimestre de 2001 hasta el cuarto de 2005 es del 15,5%.

3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación

Gastos en I+D por Comunidades Autónomas en 2004 (mill. euros y %)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de INE.

El programa "ingenio 2010", promovido por el Gobierno en pro del desarrollo científico y tecnológico en España, pretende elevar progresivamente el gasto en porcentaje del PIB dedicado a I+D de forma que en 2010 este porcentaje coincida con la media europea prevista para tal fecha y que es del 2%.