

## Actualidad TOP 10

### Noticias destacadas de N-Economía

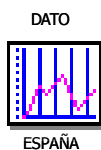
- ➔ España se aproxima a los 1,3 millones de líneas ADSL, tras cerrar junio de 2003 con 46.563 nuevos abonados
- ➔ Sólo el 8% de la población de América Latina utiliza Internet en 2002
- ➔ La facturación del sector de Tecnologías de la Información cayó un 7,4% y el empleo un 3,3% en 2002
- ➔ Las ventas mundiales de móviles crecieron un 18% en el primer trimestre de 2003
- ➔ En julio de 2003 ha entrado en vigor la directiva que obliga al pago del IVA en los servicios por Internet
- ➔ El comercio electrónico B2C español duplica sus cifras en 2002
- ➔ El sector del 'e-learning' supone el 5,5 % de la formación en las grandes empresas de España, el doble que en 2002
- ➔ La Campaña de la Renta 2002 se ha cerrado con cerca de 2 millones de declaraciones presentadas por Internet
- ➔ Más de un tercio de las pymes españolas no usa Internet ni e-mail
- ➔ La Red en España acapara 1,3 euros de cada 100 en publicidad durante 2002

# I. Internet

---

## → ADSL España

### **España se aproxima a los 1,3 millones de líneas ADSL, tras cerrar junio de 2003 con 46.563 nuevos abonados**



Según datos de la Asociación de Internautas (AI), el número de conexiones de acceso a Internet a alta velocidad mediante ADSL en España está a punto de superar la barrera de los 1,3 millones, tras darse de alta en el mes de junio de 2003 más de 46.560 nuevos abonados (un 3,7% más que en mayo de 2003). Madrid y Barcelona están al frente de esta clasificación, ya que de ambas provincias proceden dos de cada cinco líneas digitales de banda ancha. La Comunidad de Madrid suma ya 265.000, mientras que Barcelona concentra 250.000 líneas, creciendo ambas en torno a las ocho mil líneas mensuales. A mucha distancia figuran Valencia, con 57.000 líneas; Málaga (55.000), Alicante (casi 46.000), Baleares (43.500), Sevilla (41.000) y Las Palmas, que es la última provincia que supera las 40.000 líneas ADSL instaladas a finales de junio. Estas seis provincias mantienen las mismas posiciones que en mayo de este año. Lo mismo sucede en la parte de abajo de la lista, en donde vuelve a aparecer Soria, con apenas 1.245 líneas de conexión a la Red mediante banda ancha. Zamora (1.844 líneas), Ávila (1.945) y Teruel (1.970), cierran el grupo de provincias que no superan las dos mil líneas.

Internet enlaweb (07/07/03)

[http://elteletipo.enlaweb.com/ELW\\_ET\\_VIEWreg.asp?sch\\_Date=20030707173035](http://elteletipo.enlaweb.com/ELW_ET_VIEWreg.asp?sch_Date=20030707173035)

## → Internet Latinoamérica

### **Sólo el 8% de la población de América Latina utiliza Internet en 2002**



Según un reciente estudio elaborado por Ciberatlas( portal dedicado a la realización de estadísticas de Internet), en total unos 27 millones de latinoamericanos utiliza Internet sobre una población de 355 millones de habitantes, lo que representa apenas el 8% de la población de América Latina. Brasil concentra por sí solo el 50% de los internautas de la región, aunque los números son engañosos. A pesar de ser el país con mayor número de usuarios, la penetración es de tan solo el 8% sobre la población. Todo lo contrario sucede en Chile, ya que con un número de internautas inferior (3,1 millones) es el país con mayor penetración de la Red, un 20% de la población. El estudio contempla también el número de ISP's o proveedores de Internet presentes en la región, 201. Contrasta el hecho de que el número de proveedores de acceso es mayor cuanto menor es el número de usuarios de internet a los que proporcionar servicio.

Noticiasdot (19/05/03)

[http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/0503/1705/noticias170503-noticias170503-2.htm](http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/0503/1705/noticias170503/noticias170503-2.htm)

## II. Mercados y Empresas TIC

### → Mercado TIC España

#### **La facturación del sector de Tecnologías de la Información cayó un 7,4% y el empleo un 3,3% en 2002**



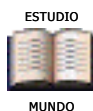
El ejercicio 2002 fue difícil para el sector informático español, según Carlos López Blanco, secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Y es que no en vano, el pasado año, y tras ocho ejercicios de ciclo alcista, este segmento ingresó 15.618 millones de euros, una cifra que supone un retroceso del 7,4% en relación con la cantidad alcanzada el año anterior, según el estudio 'Las Tecnologías de la Información en España, 2002', elaborado por Sedisi y el Ministerio de Ciencia y Tecnología. Josep María Vilá, presidente de Sedisi, auguró que el sector acabará 2003 con crecimiento cero. El mercado interior neto del sector TI ha generado 11.439 millones de euros, representando una caída del 2,8% respecto de la cantidad obtenida al cierre de 2001, mientras que la actividad endógena generó 2.971 millones de euros, cifra que supone una caída del 11,1%. En esta coyuntura, las exportaciones disminuyeron un 31,2% hasta situar su valor en 1.208,5 millones de euros, al tiempo que las importaciones descendieron un 9,3%, generando 4.742,2 millones de euros. El empleo también se redujo, exactamente un 3,2% en 2002 con respecto al año previo, quedando en 90.373 profesionales frente a los 93.380 de 2001. Por el contrario, y aunque no al mismo ritmo que en años previos, han crecido apartados como el software, los servicios de telecomunicaciones y los consumibles.

Vnunet (17/07/03)

[http://www.computing-spain.com/Actualidad/Noticias/Informática\\_profesional/Resultados/20030717018](http://www.computing-spain.com/Actualidad/Noticias/Informática_profesional/Resultados/20030717018)

### → Telefonía móvil

#### **Las ventas mundiales de móviles crecieron un 18% en el primer trimestre de 2003**



Las ventas de teléfonos móviles siguen aumentando a pesar del pesimismo del sector que sigue predicando una saturación y cansancio del mercado. Así, según un reciente informe de la consultora de Internet Gartner Dataquest, el incremento del 18% resulta espectacular teniendo en cuenta que en el último trimestre de 2002, el más importante en términos de ventas para la industria del móvil, el negocio creció alrededor del 14%. Los óptimos resultados obtenidos en lo que va de año se deben, en gran parte, a la llegada de los nuevos terminales multimedia, con cámara de fotos incorporada y pantalla a color, que han impulsado la renovación de los móviles. Por otro lado, en cuanto al ranking de los principales fabricantes, la compañía finlandesa Nokia sigue siendo líder con una cuota del 35%, mientras en el segundo puesto se sitúa Motorola con una cuota del 14,7%. No obstante, según el informe de Gartner, en 2003 la posición del fabricante norteamericano puede verse amenazada por la compañía Samsung, que en el primer trimestre del año obtuvo una cuota de mercado del 10,5%. La cuarta posición en el ranking corresponde a Siemens, que consigue una cuota del 7,6%, mientras que Sony Ericsson obtiene una participación del 4,8%, frente a una cuota del 6,3% en el primer trimestre de 2002.

Vnunet (03/06/03)

<http://www.computing-spain.com/Actualidad/Noticias/Comunicaciones/Telefonía/20030603039>

## III. Comercio Electrónico

### → Impuesto sobre e-Commerce

#### ***En julio de 2003 ha entrado en vigor la directiva que obliga al pago del IVA en los servicios por Internet***

IDEA/OPINION



MUNDO

La directiva comunitaria que obliga al pago del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en el suministro de servicios de pago a través de Internet, como la descarga de programas informáticos, el acceso a información bursátil, fotos o vídeos, entró en vigor el día 1 de julio de 2003 en la Unión Europea. La norma, aprobada en 2002, tiene como objetivo asegurar que tanto los operadores de la UE como los extracomunitarios estén sometidos a la obligación del IVA, y acabar así con la ventaja comparativa de que disfrutaban los servidores foráneos, especialmente los estadounidenses, cuyos productos no están sujetos a este tipo de impuesto. La directiva prevé un sistema de 'ventanilla única' en cada estado miembro, accesible a través de Internet y regulada según si el suministrador radica en un país comunitario o externo. En el primer caso, se cargará el IVA del Estado miembro donde esté instalado, con independencia de dónde viva el cliente; mientras que en el segundo se cargará el IVA del Estado miembro donde resida el consumidor. En cambio, cuando una empresa europea venda un servicio a un cliente que resida fuera de la Unión, no estará obligada a afrontar el pago de la tasa. La directiva sólo afecta al comercio de los denominados servicios electrónicos, no a la venta por Internet de productos físicos ni tampoco a las operaciones entre empresas (B2B), que representan cerca del 95% del comercio electrónico total. En este caso, la obligación de cargar con el IVA seguirá siendo de la empresa consumidora. La norma tiene una vigencia de tres años. Transcurrido este periodo, la Comisión estudiará posibles modificaciones que corrijan efectos perversos, algunos de los cuales ya pueden anticiparse.

Internet enlaweb (01/07/03)

[http://elteletipo.enlaweb.com/ELW\\_ET\\_VIEWreg.asp?sch\\_Date=20030701143644](http://elteletipo.enlaweb.com/ELW_ET_VIEWreg.asp?sch_Date=20030701143644)

### → e-Commerce España

#### ***El comercio electrónico B2C español duplica sus cifras en 2002***

ESTUDIO



ESPAÑA

Los españoles realizaron compras electrónicas por valor de 1.160,9 millones de euros durante el año 2002, un 121% más que en 2001, según un informe realizado por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE). Según dicho estudio, un 37,8% de los españoles acceden a Internet y casi la mitad de ellos (un 44,6%) lo hace diariamente. Sin embargo, apenas dos de cada diez internautas utilizaron la Red para adquirir productos y servicios durante el pasado año. El presidente de la AECE, considera que estas cifras son positivas, aunque reconoce que todavía queda mucho por hacer. Durante el pasado año, la aceptación del comercio electrónico se incrementó notablemente entre los usuarios españoles. Cerca de un 45% de los compradores on-line realizaron su primera transacción electrónica en 2002. Billetes de tren, avión o de autobús continúan siendo el producto más demandado por los españoles (24,3%), seguido de la compra doméstica (12,1%), productos electrónicos (9%) y los paquetes turísticos (8,8%). En definitiva, siguen prevaleciendo las transacciones relacionadas con el sector servicios.

Ibrújula (12/05/03)

[http://www.vnunet.es/Actualidad/Noticias/Informática\\_profesional/Infomercado/20030508029](http://www.vnunet.es/Actualidad/Noticias/Informática_profesional/Infomercado/20030508029)

## IV. Formación y Empleo

---

### → E-learning

***El sector del 'e-learning' supone el 5,5 % de la formación en las grandes empresas de España, el doble que en 2002***



Según se desprende del estudio anual 'Panel de e-learning en Grandes Empresas', presentado por el Grupo Doxa en Madrid, el sector del elearning representa el 5,5% de la formación empresarial de las grandes compañías españolas, casi el doble que el 2,8% de 2002. El aumento se ha conseguido gracias a la fuerte implantación que se está llevando a cabo en las grandes empresas de los sectores financiero, energético y tecnológico, a pesar de haberse frenado su desarrollo debido al deterioro de las principales economías mundiales. Los datos se confirman con los proporcionados por la consultora IDC, ya que España ha logrado uno de los crecimientos más rápidos de Europa en esta materia, aunque todavía dista mucho de los niveles alcanzados por Reino Unido, Holanda y los países nórdicos. Con estas cifras, Grupo Doxa mantiene sus expectativas de crecimiento del pasado año, que diagnosticaba que en 2005 una quinta parte de las acciones formativas empresariales se desarrollarán a través de Internet, tendencia que es más acusada en aquellas empresas que cuentan con proyectos e-learning iniciados hace un par de años. Por otra parte, hay que destacar el incremento del presupuesto de formación (9%), que pasa de 272 euros por empleado en 2002 a 296 euros este año, siendo la media de formación por trabajador en nuestro país de 29 horas, frente a las 27 de 2002 y 25 en 2001. Asimismo, el estudio constata un creciente interés hacia los contenidos relacionados con la formación en idiomas y habilidades, disminuyendo, como en años anteriores, el área de informática básica (ofimática).

Noticiasdot (29/05/03)

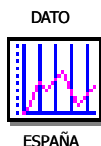
<http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/0503/2905/noticias290503/noticias290503-10.htm>

## V. Administraciones Públicas

---

### → Renta on-line

***La Campaña de la Renta 2002 se ha cerrado con cerca de 2 millones de declaraciones presentadas por Internet***



La Agencia Tributaria ha recibido a través de Internet 1.714.548 de los 14,6 millones de declaraciones presentadas durante la Campaña de la Renta 2002, que concluyó el pasado 30 de junio. Esta cifra supone un incremento del 49% respecto al año anterior. Otra de las novedades de este año fue el borrador de IRPF electrónico, mediante el cual 110.000 personas incluyeron automáticamente en la Declaración de la Renta los datos fiscales a través del Programa PADRE por Internet.

Internet enlaweb (07/07/03)

[http://elteletipo.enlaweb.com/ELW\\_ET\\_VIEWreg.asp?sch\\_Date=20030707140926](http://elteletipo.enlaweb.com/ELW_ET_VIEWreg.asp?sch_Date=20030707140926)

## VI. Sectores / Empresas

### → Pymes españolas

#### **Más de un tercio de las pymes españolas no usa Internet ni e-mail**



El 36,3% de las pymes españolas no emplea habitualmente Internet ni correo electrónico, con lo que desperdicia uno de los principales modos de comunicación con clientes y proveedores, a la vez que desaprovecha las potencialidades de estos nuevos medios. Esta es una de las conclusiones de los datos del informe 'Impacto de las nuevas tecnologías y de la sociedad de la información en las pymes. Incidencia sobre la cualificación profesional de los trabajadores', que ha presentado hoy la Confederación General de Pequeñas y Medianas Empresas del Estado Español (COPYME) junto a la consultora Markenter. Según el informe, las empresas que más utilizan Internet y correo electrónico son las energéticas (95,5%), las metalúrgicas y de construcción de maquinaria (88,9%), las papeleras, editoras y de artes gráficas (86,7%), las inmobiliarias, de alquiler y de servicios empresariales (83,7%) y las intermediarias financieras (80%). Además, sólo el 33% de las pymes españolas emplea nuevas tecnologías específicas de su sector, el 25% prevé su utilización y algo más del 40% ni siquiera lo tiene previsto. En consonancia con esto, el comercio electrónico ocupa un lugar residual en las actividades cotidianas de nuestras pymes, pues únicamente lo practica el 18% de las empresas estudiadas, en el que están las intermediarias financieras (36%) y las de transporte, almacenamiento y comunicaciones (26,5%).

Ibrújula (15/07/03)

<http://iblnews.com/noticias/07/81822.html>

### → Publicidad on-line

#### **La Red en España acapara 1,3 euros de cada 100 en publicidad durante 2002**



Según un estudio elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y la Asociación Española de Anunciantes, Internet ha acaparado 1,3 euros de cada cien que se invirtieron en publicidad durante el año 2002 en España. Este estudio revela que durante el año pasado se invirtieron 71,8 millones de euros en publicidad a través de Internet, lo que refleja una ligera recuperación (1,1%) respecto al año anterior, cuando cayó el 3,3% debido a la explosión de la burbuja tecnológica. Los anunciantes en Internet apuestan por publicitarse a través de una página web propia (el 78,8% ) o hacerlo por medio del envío de correos electrónicos (el 63,6% ). Sin embargo, también existen las fórmulas clásicas, como los recuadros publicitarios o los banners, que son elegidos por el 42,4%, un porcentaje similar al de quienes optan por el sistema de patrocinios o el uso de otros formatos más innovadores como las ventanas que se abren en la pantalla del usuario al visitar una dirección concreta. Los principales motivos por los que las empresas se anuncian en Internet son que da una imagen de modernidad, que la audiencia está más claramente segmentada, que se puede contar con una base de datos de los potenciales clientes y que existe un alto índice de respuesta. En cambio, los principales argumentos de las compañías que no se publicitan en la Red se basan principalmente en la falta de confianza en Internet, la escasa relación entre el perfil del receptor y el de sus clientes potenciales y el elevado precio de la publicidad en este soporte.

Ibrújula (19/05/03)

<http://iblnews.com/news/noticia.php?id=76387>