

FICHA TÉCNICA

Título: **INFORMATION SOCIETY INDICATORS IN THE MEMBER STATES OF THE EUROPEAN UNION**

Fecha: Octubre 2000

Fuente: ESIS Dirección General de la Sociedad de la Información de la Comisión Europea

Nº de páginas: 59

Acceso/coste: gratuito, descargable en formato PDF en internet.

Localización: : <http://europa.eu.int/ISPO/esis/default.htm>



El interés de este informe reside en disponer de multitud de indicadores de penetración de TIC homogéneos para los distintos países europeos, y que son ofrecidos de forma clara y esquemática. Al tiempo que ofrece la cantidad total de determinado bien o servicio TIC, también la ofrece promediada por cada cien habitantes, lo que permite la comparación entre los distintos países. La información va desde las telecomunicaciones a Internet, pasando por PC´s, comercio electrónico y televisión. Es un informe escueto, sencillo, rico en datos y con comentarios breves pero precisos.

Por el contrario su horizonte temporal es limitado 1997-1999, y aunque se aprecia ciertas evidencias dinámicas sólo se pueden aceptar con gran riesgo. Al tiempo que se agradece la mención de los países mediterráneos y de Europa oriental, se echa en falta la ausencia de información de USA o Japón para comparar la posición europea.

Descripción

Este informe sobre Indicadores de la Sociedad de la Información en los estados miembros de la Unión Europea ha sido elaborado en el proyecto ESIS con el objetivo de proporcionar información actualizada y relevante que complemente los informes y bases de datos existentes en la página web de la Dirección General de Sociedad de la Información de la Comisión Europea.

Contenido

El informe contiene 51 gráficos y 12 tablas que muestran el equipamiento, servicios disponibles y, en algunos casos, precios de: telefonía, PC's, Internet, comercio electrónico y televisión. El ámbito espacial es la Unión Europea, tanto como agregado como por cada país por separado, e incluye comparaciones con los países mediterráneos y de la Europa Central y Oriental. El ámbito temporal abarca desde 1997 a 1999.

Estructura del informe

Las dos partes en las que se divide el informe incluyen los siguientes contenidos:

Parte 1º Mercado de telecomunicación y líneas telefónicas

- a) Mercado de servicios y equipos de telecomunicación
- b) Líneas telefónicas de la Unión Europea y países miembros: Todas las líneas, convencionales, RDSI, y móviles
- c) Equipos de telecomunicaciones: Aparatos de teléfono y teléfonos públicos
- d) Comparación de precios en la Unión Europea: Comunicaciones locales y larga distancia

Parte 2ª PC's, Internet, comercio electrónico y televisión

- a) Ordenadores personales de la Unión Europea y países miembros
- b) Internet: Usuarios, proveedores, portales, comercio electrónico, Hosts y Direcciones de Internet por países
- c) Televisión: Aparatos, cable y satélite

Principales conclusiones

❖ Telecomunicaciones

→ El crecimiento real anual medio del mercado de telecomunicaciones en la UE en el periodo 1997-1999 es del 9%. Se basa menos en los equipos (3%) y más en los servicios (10%), entre los cuales destacan el incremento de servicios de móviles a costa de la telefonía tradicional.

→ Las líneas telefónicas crecen al 20% de media anual, especialmente en móviles y RDSI. El crecimiento de líneas es inversamente proporcional a la madurez de los mercados. Así España, con una escasísima penetración de líneas RDSI crece más deprisa que otros países con más penetración.

→ Los precios tenían una banda amplia al final de 1999: el país más caro, Irlanda, duplica al más barato, Grecia, en términos medios. En servicios específicos, como larga distancia, el país más caro, Grecia, puede multiplicar por siete el precio del más barato, Luxemburgo. Como es de esperar los países con precios más baratos son los más adelantados en TIC, aunque no siempre. Se achaca a la falta de competencia en algunos países las diferencias de precios. España tiene precios medios-altos.

❖ PC´s, Internet, comercio electrónico y televisión

→ Ordenadores personales

Presentan un ritmo de crecimiento medio del 14% en el periodo 1997-1999. El índice de penetración en Europa se situaba a finales de 1999 en torno a 34 ordenadores por cada 100 habitantes, que contrasta con un índice de 12 para Europa Central y del Este y de tan sólo 3 para los países mediterráneos. España ocupa uno de los últimos puestos en el ranking europeo, con un índice de penetración de 15, mantenido en los dos últimos años. Por el contrario encabezan las primeras posiciones países como Dinamarca y Luxemburgo.

→ Internet

Los portales se encuentran copados en buena parte por operadores de telecomunicaciones europeos tradicionales, dominando en sus países de origen por ejemplo Terra, en España. Sin embargo los operadores norteamericanos, con una estrategia más global, ocupan los dos tercios del mercado y cuentan con implantación en todos los países europeos a la vez, ocupando los primeros puestos del mercado agregado.

Se esperan fusiones y adquisiciones en los proveedores.

El crecimiento de usuarios en la UE era del 51% en 1999 frente al mayor crecimiento español, 63%. Pero su penetración 7-10 ordenadores por cada 100 habitantes es la mitad de la media europea, 19. El mayor crecimiento español es un síntoma del proceso de convergencia en el que estamos.

El comercio electrónico creció un 270% en la UE en 1999. La penetración en los países líderes: países nórdicos, Reino Unido y Holanda se sitúa entre 7.000 y 9.500 Euros gastados en comercio electrónico por 100 habitantes. España se encuentra junto a Bélgica, Grecia y Portugal entre los países menos avanzados en comercio electrónico con un ratio de 100-1.300 Euros por 100 habitantes.

Los Host al igual que las direcciones de Internet con dominio.es son escasos en España.

→ Televisión

La penetración media del cable en la UE se encuentra entre el 62% y el 79% de los hogares cableados. La penetración del cable en España es baja, de un 10%. Los países líderes, Bélgica y Luxemburgo, se encuentran con ratios entre el 91% y el 95%: