

**FICHA TÉCNICA**

Título: **Métrica de la Sociedad de la Información. Edición 2004**

Año: 2004

Fuente: Aetic y Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Nº de páginas: 134

Acceso/coste: Realizando pedido desde Internet

Localización: [http://www.aniel.es/actu\\_publicaciones.asp](http://www.aniel.es/actu_publicaciones.asp)



*El informe 'Métrica de la Sociedad de la Información' recoge una serie de 45 indicadores que miden la implantación de la Sociedad de la Información en nuestro país. Los indicadores se presentan en una doble dimensión, por un lado el ratio, y por otro, el índice que resulta de la comparación de cada país con la media europea. La presente edición pone en relieve la mejora que ha experimentado España en su posición relativa respecto a la media de la Unión Europea en prácticamente todos los indicadores. El sector español de las TIC ha crecido por encima de los niveles alcanzados por el conjunto de los países que conforman la Unión Europea, lo cual ha permitido reducir parte del diferencial existente. El informe remarca los buenos resultados obtenidos por parte del sector español de telecomunicaciones.*

## *Descripción*

---

El estudio Métrica de la Sociedad de la Información está basado en la elaboración y análisis de 45 índices homogéneos, distribuidos en seis bloques: Industria de las Tic Infraestructuras, Terminales de Acceso, Servicios, Usos, Contenidos. Cada uno de los indicadores se presenta como una secuencia de ratios, bien económicos, bien porcentuales, que muestran la comparativa de la situación de España con cinco de los principales países europeos (Alemania, Francia, Italia, Portugal y Reino Unido), con la media de los países de la U.E. y EE.UU.

También incluye evaluación comparativa atendiendo a los indicadores planteados por la Comisión Europea en su programa eEurope 2005.

## *Contenido*

---

El informe se estructura en tres capítulos principales:

El primer capítulo conforma una introducción al estudio, donde se presentan algunas conclusiones y los cambios con respecto a ediciones anteriores del estudio

La segunda parte presenta una visión de los 45 indicadores, realizando la comparación de cada país con la media de la Unión Europea

La tercera parte se dedica a medir la evolución temporal, que permite observar la historia de cada indicador a lo largo de sucesivas ediciones, así como la tendencia de éstos hacia la convergencia.

## *Estructura del informe*

---

### **1. INTRODUCCIÓN**

### **2. INDICADORES**

- a. La industria de las TIC
- b. Infraestructuras
- c. Terminales de acceso
- d. Servicios
- e. Usos
- f. Contenidos

### **3. EVOLUCIÓN**

- a. La industria de las TIC
- b. Infraestructuras
- c. Terminales de acceso
- d. Servicios
- e. Usos
- f. Contenidos

### **4. CONCLUSIONES**

- a. La industria de las TIC
- b. Infraestructuras
- c. Terminales de acceso
- d. Servicios
- e. Usos
- f. Contenidos

### **5. ANEXOS**

## *Principales conclusiones*

---

- ❖ El mercado TIC europeo ha pasado a representar el 6,43% del producto interior bruto, perdiendo no obstante 17 centésimas en su aportación a este agregado macroeconómico.
- ❖ El mercado español TIC ha perdido cinco centésimas en su evolución 2002-2003, motivado fundamentalmente por el mejor comportamiento de la economía nacional a lo largo del año, pasando de un 2,22% del PIB a un 2,17% del PIB.
- ❖ El Gasto en Tecnologías de la Información per cápita ha pasado de 351 euros en 2002 a 394 en 2003, lo que supone un crecimiento del 12,2%, poniendo de manifiesto el papel protagonista representado por el mercado de consumo. España es el único país junto con Portugal que ha experimentado crecimiento.
- ❖ La ratio que indica la aportación del mercado de las telecomunicaciones a la economía nacional ha registrado el crecimiento más importante de los países analizados en el estudio, lo que ha supuesto mejorar en 8 centésimas su valor, hasta situarlo en el 3,46% del PIB.
- ❖ En 2003, en España, 42,9 líneas telefónicas fijas por cada 100 habitantes, 6 décimas porcentuales menos que en 2002 (43,4), debido en su mayor parte al traspaso de usuarios que se está produciendo desde el entorno de la telefonía fija a la telefonía móvil.
- ❖ En 2003, el ratio de conexiones de banda ancha por cada 100 habitantes se situaba en 4,2, lo que supone el doble de las existentes en 2002. El ritmo de progresión en todos los países estudiados es geométrico, lo que refleja la tendencia de implantación del mercado.
- ❖ En la actualidad, más del 12% de los hogares españoles están conectados a Internet mediante banda ancha, mientras que en 2002 sólo el 4% de los hogares disponían de este tipo de conexión.
- ❖ El grado de penetración de la telefonía móvil en España había alcanzado el 91,6% en 2003. Mientras que la media europea se sitúa en torno al 84%. El 48% de los abonados a telefonía móvil corresponde a sistemas de prepago.
- ❖ En 2003, el 44% de los hogares españoles contaba con PC, casi 12 puntos porcentuales más que en 2002. El dato se sitúa un poco por debajo de la media de la Unión Europea (48%), pero por encima de países como Francia o Portugal, con un 33% y un 32% respectivamente.
- ❖ Un 50,6% de los trabajadores españoles utiliza PC para desarrollar sus actividades laborales, lo que supone un crecimiento de casi 3 puntos porcentuales respecto a 2002.
- ❖ En 2003 en España las ventas de ordenadores personales se incrementaron en un 31%, de los cuales 557,816 corresponden a equipos portátiles. Es decir, en 2003 se vendieron 1,36 equipos portátiles por cada 100 habitantes.

- ❖ En España se vendieron más de 5 PDA's por cada 1.000 habitantes en 2003, dato muy parecido a la media de la Unión Europea, pero por debajo de países como Alemania (7,32), Francia (7,50) o Reino Unido (9,86).
- ❖ Respecto al número de servidores, en España existen 3,47 por cada 100 habitantes. Este dato supone menos de la mitad de la media de la Unión Europea, que se establece en 7,31. España es junto con EE.UU. es el único país que ha sufrido un descenso en el número de servidores en el período 2002-2003.
- ❖ El 68% de los trámites con la Administración podían realizarse de forma on-line en 2003, dato ligeramente superior a la media europea, que se sitúa en el 67%.
- ❖ La cifra total de facturación procedente del comercio electrónico ascendió a 22.307 millones de euros en 2003. Lo que representa un gasto medio por habitante de casi 780 euros al año.
- ❖ El 11,6% de los ciudadanos españoles realizó en 2003 algún tipo de transacción con una entidad financiera, lo que sitúa a España en la última posición de los países analizados. La media europea se situaba en el 19,2% de la población.
- ❖ En 2002, en España, el 94% de los centros de enseñanza primaria y secundaria, públicos y privados contaban con algún tipo de conexión a Internet. Este dato se sitúa por encima de la media de la Unión Europea, que asciende al 93%. En España se cuentan con 12,2 ordenadores por cada 100 alumnos, dato que también es superior a la media comunitaria (10,8).
- ❖ El 16% de los hogares españoles ha realizado alguna compra por Internet en 2003, 2 puntos porcentuales menos que en 2002, y casi 30 por debajo de la media de la Unión Europea, que se sitúa en el 45%.
- ❖ El 33% de las empresas españolas disponía en 2003 de página web. En países como Reino Unido o Alemania este dato era significativamente mayor, con porcentajes del 81% en ambos países.
- ❖ El 6% de las empresas españolas realiza ventas a través de Internet, porcentaje muy por debajo que la media de la Unión Europea (38%), y de países como Alemania (46%) o Italia (29%). Sin embargo, el 21% de las empresas realizaron compras a través de Internet, mientras que la media comunitaria se sitúa en el 50%.
- ❖ En 2003, el volumen de inversión publicitaria en Internet habría alcanzado los 74,6 millones de euros, lo que supone un crecimiento con respecto a 2002 del 4,8%.
- ❖ El 9% de las páginas web a nivel mundial tienen como lengua principal el castellano. De este modo se posiciona como el segundo idioma europeo con más presencia en la Red, superado únicamente por el inglés, que copa el 35,8% de las páginas.