

nº 18

Secciones	Pág.
I. Penetración mundial de las TIC	1
II. Penetración de las TIC en Europa	3
III. Penetración de las TIC en España	5
IV. Previsiones del mercado TIC	8
Fuentes utilizadas	11

Este mes destacamos...

* **La International Telecommunication Union (ITU) ha elaborado la primera clasificación mundial de acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), el Índice de Acceso Digital (IAD).a posición dentro de este ranking de países con un valor de 0,85. Le siguen, Dinamarca (0,83), Islandia (0,82) y Corea del Sur (0,82). España, ocupa la vigesimo novena posición (0,67)**

* **Según el Observatorio Europeo de Tecnologías de la Información (EITO), para 2004 el mercado europeo de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) puede crecer un 3,1% respecto a 2003, lo que se traducirá en un valor de mercado de más de 600 billones de euros. De ser así, se confirmaría la recuperación del mercado iniciada en 2003, atrás quedan los irrepetibles años de crecimiento de los años noventa, con tasas de crecimiento de dos dígitos.**

* **El Instituto Nacional de Estadística (INE), ha publicado recientemente la encuesta relativa al Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en los hogares españoles, que corresponde al segundo trimestre de 2003. Casi el 42% de los hogares españoles poseen ordenador en casa (ya sea portátil o de sobremesa), de este 42% el 23,82% poseen acceso a Internet. Por otra parte, el 88,45% de los hogares de nuestro país dispone de teléfono fijo en el hogar, frente al 71,86% de los hogares que dispone de algún terminal móvil**

* **Las últimas cifras registradas revelan que en España existen más de 9,789 millones de usuarios de Internet, un 27,8% de la población total. De éstos, más del 57,4% son hombres y más del 60% se conecta desde el hogar. Los datos referidos al segundo trimestre de 2003 reflejan que, por Comunidades Autónomas, Madrid y Cataluña, por este orden, reúnen el mayor porcentaje de población on-line en el ámbito nacional, con un 35,2% y 30,8%, respectivamente.**

* **La compra a través de Internet en España tiene, por el momento, una incidencia menos importante de la deseada. Los productos que destacan en las preferencias de compra por Internet son los viajes y alojamientos de vacaciones (39,0%) y la entradas de espectáculos (31,2%)**

* **En 2008 se venderán en todo el Mundo cerca de 225 millones de ordenadores personales. En Estados Unidos, para el mismo año, se venderán entre 62 y 63 millones de PC's, según cifras de Computer Industry Almanac.**

1 PENETRACION MUNDIAL DE LAS TIC

Usuarios mundiales de Internet					
Región	Usuarios en el año 2000	Usuarios en Nov.-2003	(%) Usuarios	Crecimiento 2000-2003	Penetración (%población)
África	4.514.400	8.073.500	1,2%	78,8%	0,9%
América	126.157.000	236.806.384	34,7%	91,3%	26,8%
Asia	114.303.000	210.902.651	30,9%	84,5%	5,9%
Europa	103.075.900	199.527.277	29,2%	93,5%	29,5%
Medio Oriente	5.272.300	12.019.600	1,8%	128,0%	4,6%
Oceanía	7.619.500	15.090.100	2,2%	98,0%	47,9%
Total mundial	360.942.100	682.419.512	100,0%	89,1%	10,7%

Según los últimos datos facilitados por la consultora Nielsen/NetRatings recogidos en el portal exitoexportador.com, correspondientes al mes de noviembre de 2003, existen más de 682 millones de usuarios de Internet en todo el mundo. Por grandes regiones, América concentra el 34,7% de la población on-line mundial, con más de 236 millones de usuarios de la Red. A continuación se sitúan, por este orden, Asia con más de 210 millones de internautas (30,9%) y Europa con casi 200 millones de usuarios (29,2%).

Según los últimos datos de la consultora de Internet Gartner Dataquest, las ventas mundiales de teléfonos móviles han crecido un 22,1% durante el tercer trimestre de 2003 respecto al mismo periodo del año anterior, pasando de los casi 108.000 terminales vendidos en el tercer trimestre del año pasado a los más de 132.500 de este tercer trimestre de 2003. La razón que explica este aumento parece ser la paulatina sustitución de teléfonos

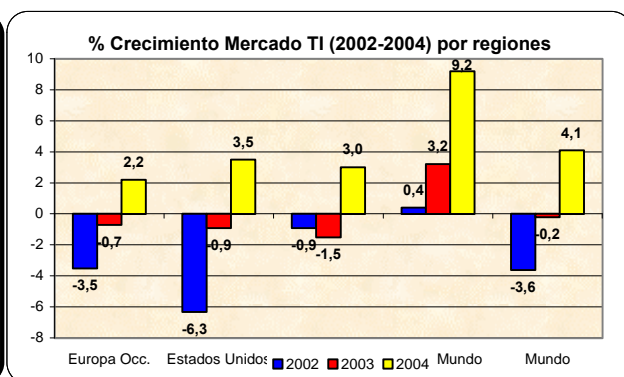
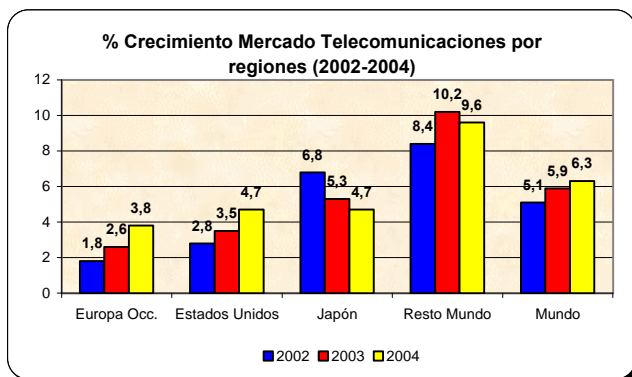
Ventas mundiales de telefonía móvil por fabricantes en el tercer trimestre de 2003 (miles de unidades)					
Compañía	2003		2002		Crecimiento 2002/2003 (%)
	Ventas tercer trim.	Cuota de mercado(%)	Ventas tercer trim.	Cuota de mercado(%)	
Nokia	45.380,8	34,2	38.575,9	35,5	17,6
Motorola	19.484,3	14,7	17.170,1	15,8	13,5
Samsung	14.837,4	11,2	11.439,8	10,5	29,6
Siemens	12.110,4	9,1	8.081,7	7,4	49,8
Sony Ericsson	7.065,1	5,3	5.100,5	4,7	38,5
LG	7.081,9	5,3	4.030,7	3,7	75,6
Otros	26.883,8	20,2	24.357,6	22,4	10,4
Total mercado	132.843,7	100,0	108.756,4	100,0	22,1

realizada por los usuarios en favor de los nuevos terminales con más prestaciones (cámara fotográfica, pantalla a color, servicios wap). Por fabricantes, la finlandesa Nokia es la gran dominadora del mercado, con una cuota de mercado cercana al 34%. A continuación y a gran distancia, se sitúa la norteamericana Motorola (14,7%), Samsung (11,2%), Siemens (9,1%), SonyEricsson (5,3%) y LG (5,3%).

Abonados a tecnologías de acceso de Banda Ancha en los países de la OCDE (2002)					
Diciembre 2002	Suscriptores a Tecnologías DSL	Suscriptores al Cable	Otros suscriptores	Total Suscriptores	% Suscriptores
Corea del Sur	6.386.646	3.071.708	39.959	10.128.313	21,4
Canadá	1.642.554	2.008.566	-	3.651.120	11,7
Bélgica	517.000	326.181	25.813	868.994	8,5
Dinamarca	307.055	133.003	5.784	445.842	8,3
Suecia	424.000	153.700	142.500	720.000	8,1
Estados Unidos	6.595.532	11.300.000	1.928.152	19.823.684	6,9
Suiza	195.220	260.000	-	445.220	6,3
Japón	5.645.728	1.954.000	206.189	7.805.917	6,1
Alemania	3.195.000	56.845	70.000	3.321.845	4,0
Reino Unido	590.000	779.319	2.000	1.371.319	2,3
Total países OCDE	30.058.261	23.075.208	2.625.176	55.758.645	4,9

Ranking de los países líderes en Internet (noviembre-2003)							
Por número de usuarios				Con la tasa de penetración más alta			
Países	Posición	Nº usuarios	(%) penetración	Países	Posición	Nº usuarios	(%) penetrac.
EE.UU.	1	184.447.987	63,2%	Suecia	1	6.756.808	75,8%
China	2	68.000.000	5,2%	Hong-Kong	2	4.571.936	67,0%
Japón	3	59.203.896	46,4%	Australia	3	12.823.869	64,2%
Alemania	4	44.139.062	53,9%	Holanda	4	10.351.064	63,7%
Reino Unido	5	34.387.216	58,2%	EE.UU.	5	184.447.987	63,2%
Corea del Sur	6	26.270.000	56,1%	Dinamarca	6	3.375.850	62,7%
Francia	7	22.039.401	37,2%	Islandia	7	175.000	59,5%
Italia	8	19.250.000	34,2%	Suiza	8	4.319.289	58,6%
Canadá	9	16.841.811	53,1%	Reino Unido	9	34.387.246	58,2%
India	10	16.580.000	1,6%	Corea del Sur	10	26.270.000	56,1%
Brasil	11	14.322.367	8,0%	Singapur	11	2.308.296	54,6%
España	12	13.986.724	33,7%	Nueva Zelanda	12	2.063.831	54,5%
Total 12 países		519.468.464	8,6%	Total 12 países		291.851.176	56,2%

En la actualidad, el número de usuarios mundiales de Internet se acerca a los 683 millones. Estados Unidos es el país que cuenta con mayor número de población on-line del mundo, casi 185 millones lo que supone una tasa de penetración de la Red frente al total de población de las más altas (63,2%). En este sentido, Suecia cuenta con la tasa de penetración de Internet más alta (75,8%), es decir, cerca de las tres cuartas partes de la población sueca posee acceso a Internet.



El mercado global TIC ha recuperado la tendencia expansiva tras la reducción del crecimiento experimentada en 2001, consecuencia de la crisis de los valores tecnológicos. Siendo el Mercado de las Telecomunicaciones el más dinámico en crecimiento, convirtiéndose en el motor principal del crecimiento del mercado TIC mundial. Así se desprende de los últimos datos facilitados por EITO correspondientes a octubre de 2003.

Índice de Acceso Digital (IAD) 2002					
Ranking	País	IAD	Ranking	País	IAD
1	Suecia	0,85	9	Taiwán	0,79
2	Dinamarca	0,83	10	Canadá	0,78
3	Islandia	0,82	11	EE.UU.	0,78
4	Corea del Sur	0,82	12	Reino Unido	0,77
5	Noruega	0,79	13	Suiza	0,76
6	Holanda	0,79	14	Singapur	0,75
7	Hong-Kong	0,79	15	Japón	0,75
8	Finlandia	0,79	29	España	0,67

Fuente: International Telecommunication Union (ITU) 2003

International Telecommunication Union (ITU) ha elaborado la primera clasificación mundial de acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). El Índice de Acceso Digital (IAD), que mide la capacidad de los ciudadanos de un país para acceder y utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), está integrado por ocho variables clasificadas en las cinco categorías que se han recogido en el cuadro (Infraestructuras, Asequibilidad, Conocimientos, Calidad y Utilización). Se convierte cada una de las variables en un indicador con valores comprendidos entre cero y uno, o dividiendo este indicador por el valor máximo a objetivos. Tras lo cual se pondera cada indicador dentro de su categoría y los valores resultantes (índices de categorías) se promedian para obtener el valor total del IAD 2002. Según ITU, Suecia ocupa la primera posición dentro de este ranking de países con un valor de 0,85. Le siguen, Dinamarca (0,83), Islandia (0,82) y Corea del Sur (0,82). España, ocupa la vigésima novena posición (0,67).

Clasificación Índice Acceso Digital 2002 por categorías				
Categoría	Variables	Países	Indicador	IAD 2002
Infraestructura	Número abonados a la telefonía fija por 100 hab.	Suecia	65,25(60)	1
		Estados Unidos	65,02	11
	Número abonados a la telefonía móvil por 100 hab.	Taiwán	106,5(100)	9
		Luxemburgo	105,4	16
Asequibilidad	Precio tarifa de acceso Internet % del ingreso nacional bruto per cápita	Hong-Kong	0,19(100)	7
		Estados Unidos	0,51	11
		Singapur	0,64	14
Conocimientos	Clasificación mediante índice de educación del PNUD (Alfabetismo, Inscript. Escolar, Índice de educación)	Australia	0,99(100)	19
		Bélgica	0,99	20
		Dinamarca	0,99	2
		Finlandia	0,99	8
Calidad	Anchura de banda internacional Internet (bit) per cápita	Dinamarca	20,284(10,0)	2
		Suecia	10,611	1
		Holanda	10,327	6
	Número de abonados a banda ancha por 100 hab.	Corea del Sur	21,9(30)	4
		Hong-Kong	14,6	7
Utilización	Número usuarios de Internet por 100 hab.	Islandia	64,9(85)	3
		Suecia	57,3	1

Fuente: International Telecommunication Union (ITU) 2003; entre paréntesis indicador objetivo para cada indicador.

Ventas al por menor estimadas trimestralmente en Estados Unidos: Totales y E-Comercio. (En millones de \$).							
Periodo	Ventas al por menor		E-comercio % sobre total	Tasa de variación intertrimestral		Tasa interanual de variación	
	Total	E-comercio		Total ventas	E-comercio	Total ventas	E-comercio
2000-III	765.536	7.266	0,9	-0,8	14,5	5,5	n/d
2000-IV	810.311	9.459	1,2	5,8	30,2	3,3	72,6
2001-I	724.224	8.256	1,1	-10,6	-12,7	1,8	42,0
2001-II	805.245	8.246	1,0	11,2	-0,1	4,3	29,9
2001-III	782.088	8.236	1,1	-2,9	-0,1	2,2	13,3
2001-IV	856.285	11.178	1,3	9,5	35,7	5,7	18,2
2002-I	743.810	9.880	1,3	-13,1	-11,6	2,7	19,7
2002-II	825.243	10.265	1,2	10,9	3,9	2,5	24,5
2002-III	827.461	11.061	1,3	0,3	7,8	5,8	34,3
2002-IV	869.588	14.334	1,6	5,1	29,3	1,6	28,2
2003-I	772.185	11.928	1,5	-10,7	-13,4	4,3	26,0
2003-II	858.793	12.464	1,5	11,2	4,5	4,9	27,7
2003-III	872.506	13.291	1,5	1,6	6,6	6,1	27,0

Fuente: United States Department of Commerce 2003.

2 PENETRACIÓN DE LAS TIC EN EUROPA

Ranking europeo de los principales indicadores de innovación y desarrollo de la Sociedad de la Información 2002

Países	Sociedad de la Información	Innovación e I+D	Liberalización	Industrias de red	Servicios Financieros	Ambiente empresarial	Inclusión social	Desarrollo Sostenible
Finlandia	1	1	1	1	2	1	3	1
Suecia	2	3	6	3	5	6	7	4
Dinamarca	4	9	5	4	3	5	4	3
Reino Unido	3	4	2	9	1	2	10	6
Holanda	7	8	3	6	4	4	1	8
Alemania	6	2	9	2	8	11	9	2
Austria	5	7	4	8	9	8	5	5
Bélgica	9	5	7	5	7	10	2	7
Francia	10	6	11	7	10	12	6	9
Irlanda	11	10	8	13	6	3	12	13
Portugal	8	12	10	10	11	7	13	10
España	12	11	12	11	12	9	8	12
Italia	13	13	13	12	13	13	11	11
Grecia	14	14	14	14	14	14	14	14

Fuente: World Economic Forum 2003

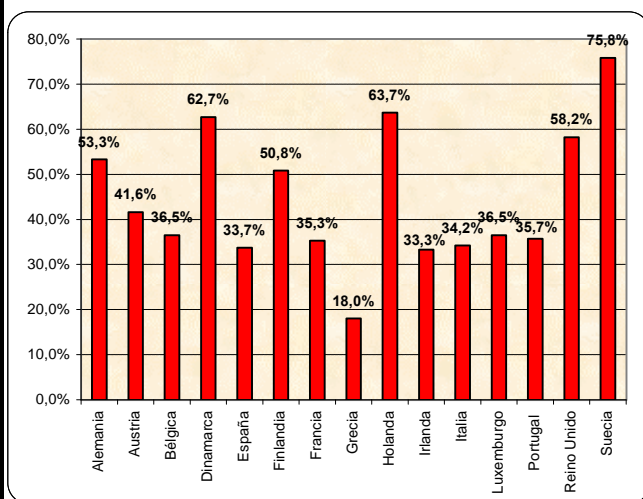
El Foro Económico Mundial ha elaborado el ranking europeo por indicadores de innovación y desarrollo de la Sociedad de la Información para 2002. Los indicadores elegidos permiten observar el grado de desarrollo de los países en materia de innovación, desarrollo de las Nuevas Tecnologías y uso de éstas. Las principales conclusiones que pueden extraerse del cuadro señalan que son los países nórdicos (Finlandia, Suecia y Dinamarca) los que presentan unas estructuras económicas, financieras y de I+D más proclives a la innovación, y por consiguiente, una Sociedad de la Información más desarrollada. En el otro extremo se sitúan los países mediterráneos y del sur de Europa, que ocupan las últimas posiciones. España se coloca en una discreta decimotercera posición. Es significativa la dicotomía Norte-Sur en temas de innovación y desarrollo de la Sociedad de la Información. Desde los organismos internacionales y nacionales se están adoptando medidas tendentes a lograr la convergencia en estos temas entre los distintos países.

Usuarios de Internet en la Unión Europea nov-2003

Países	Nº Usuarios	% penetración	% Cto. 00/03
Alemania	43.664.594	53,3%	81,9%
Austria	3.340.000	41,6%	59,0%
Bélgica	3.769.123	36,5%	88,5%
Dinamarca	3.375.850	62,7%	73,1%
España	13.986.724	33,7%	159,6%
Finlandia	2.650.000	50,8%	37,5%
Francia	20.915.885	35,3%	146,1%
Grecia	2.000.000	18,0%	100,0%
Holanda	10.351.064	63,7%	165,4%
Irlanda	1.319.608	33,3%	68,3%
Italia	19.250.000	34,2%	45,8%
Luxemburgo	165.000	36,5%	65,0%
Portugal	3.700.000	35,7%	48,0%
Reino Unido	34.387.216	58,2%	123,3%
Suecia	6.726.814	75,8%	66,2%
Total U.E.	170.469.813	45,1%	96,4%

Fuente: Nielsen/NetRatings 2003

% penetración de Internet en la Unión Europea julio-2003

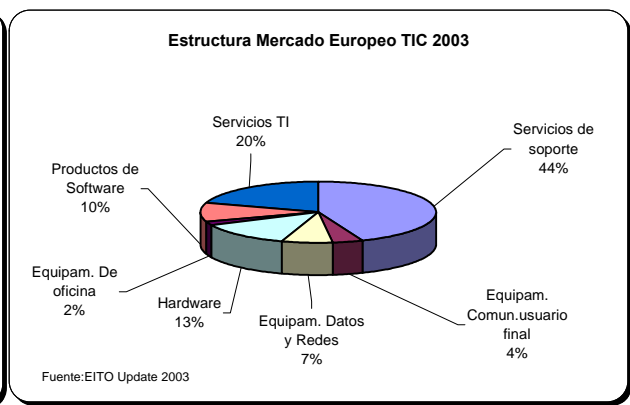
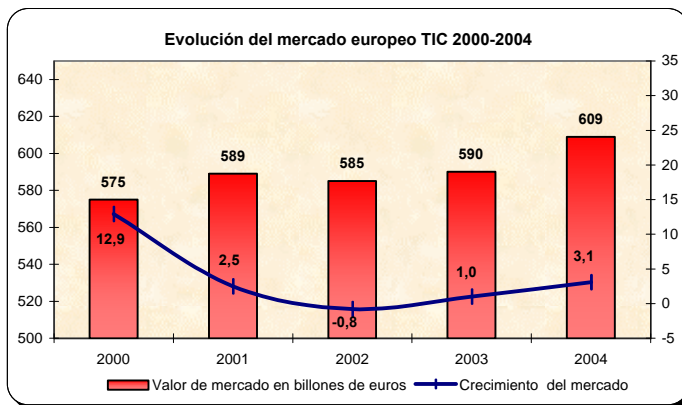


Distribución de Usuarios Telefonía Móvil en la UE-15 2002

Países	Número de usuarios		% cto. 95/02	Usuarios por 100 habitantes	% s/ total usu. Telefonía
	1995	2002			
Alemania	3.725.000	59.200.000	48,5	71,67	52,4
Austria	383.500	6.760.000	50,7	82,85	64,0
Bélgica	235.300	8.135.500	65,9	78,63	61,3
Dinamarca	822.300	4.478.000	27,4	83,33	54,5
España	945.000	33.475.000	66,5	82,28	64,2
Finlandia	1.039.100	4.400.000	22,9	84,50	60,7
Francia	1.302.000	38.585.300	62,3	64,70	53,2
Grecia	273.000	9.240.000	65,4	83,86	62,2
Holanda	539.000	11.700.000	55,2	72,24	53,9
Irlanda	158.000	2.969.000	52,1	75,53	61,5
Italia	3.923.000	52.316.000	44,8	92,65	65,6
Luxemburgo	26.800	455.000	49,8	101,34	56,7
Portugal	340.800	8.528.900	58,4	81,94	66,2
Reino Unido	5.735.800	49.921.000	36,2	84,49	58,6
Suecia	2.008.000	7.915.000	21,6	88,50	55,1
Total UE-15	21.456.600	298.078.700	48,5	81,90	59,3

Fuente: International Telecommunication Union (ITU) 2003

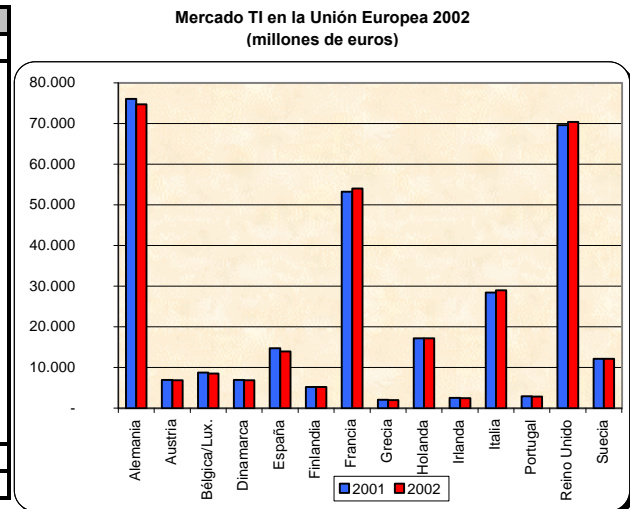
La International Telecommunication Union (ITU) ha elaborado un cuadro comparativo que recoge el crecimiento registrado en número de usuarios de telefonía móvil en la Europa de los Quince, para el periodo comprendido entre 1995 y 2002. Se han pasado de los cerca de 22 millones de usuarios para el total de la UE contabilizados en 1995 a los cerca de 300 millones contabilizados siete años después. Por países, destacan los más de 59 millones de usuarios de Alemania. Por otra parte, España ha registrado el crecimiento absoluto más importante del periodo (66,5%), pasando de los apenas 945.000 usuarios registrados en 1995 a los más de 33 millones (33.475.000) usuarios de 2002, lo que significa una tasa de penetración del 82,28%.



Mercado TI en la Unión Europea (millones de euros)

País	2001	2002	Crecimiento 02/01 (%)
Alemania	76.065	74.689	-1,8
Austria	6.919	6.812	-1,6
Bélgica/Lux.	8.735	8.490	-2,8
Dinamarca	6.967	6.860	-1,5
España	14.687	13.969	-4,9
Finlandia	5.163	5.225	1,2
Francia	53.222	54.025	1,5
Grecia	2.017	1.965	-2,6
Holanda	17.155	17.151	0,0
Irlanda	2.543	2.447	-3,8
Italia	28.450	28.949	1,8
Portugal	2.913	2.822	-3,1
Reino Unido	69.574	70.381	1,2
Suecia	12.162	12.156	-0,1
Total UE-15	306.572	305.940	-0,2

Fuente: Sedisi 2002



Evolución en el número de registros de Dominios en Europa Occidental junio 2003

	.es España	.de Alemania	.uk Reino Unido	.it Italia	.be Bélgica	.nl Holanda
Altas/día	25	2.171	1.825	476	144	476
Variación/año	4.494	390.779	328.529	85.658	25.951	85.631
Variación/mes	792	70.519	55.504	16.411	3.964	12.185
jun-03	48.632	6.492.469	4.312.976	818.874	264.250	905.282
may-03	47.840	6.421.950	4.257.472	802.463	260.286	893.097
abr-03	46.642	6.361.557	4.187.163	785.135	254.936	876.187
mar-03	45.388	6.279.445	4.121.572	766.235	250.211	860.960
feb-03	44.732	6.187.731	4.051.888	749.128	244.524	846.201
ene-03	44.138	6.101.690	3.984.447	733.216	238.299	819.651

Fuente: Asociación de Internautas (AI) 2003

El escaso número de dominios .es registrados en los que va de año 2003, sitúa a España a la cola de Europa con unas diferencias que como se observa en el cuadro no hacen sino aumentar. Desde los organismos nacionales se está tratando de invertir esta situación con la elaboración de medidas de incentivación de su uso, que por el momento no están arrojando los resultados deseables.

Mercado de la Televisión Digital en la Unión Europea (Julio 2003)

Países	Millones hog. por país	TV dig. Total Hogares/%	TV dig. Cable Hogares/%	TV digital por Satélite Hogares/%	TV digital Terrestre Hogares/%
Austria	3,2	0,55 / 17,1	0,05 / 1,5	0,50 / 15,5	0,00 / 0,0
Bélgica	4,2	0,18 / 4,3	0,16 / 3,8	0,02 / 0,5	0,00 / 0,0
Dinamarca	2,3	0,35 / 15,5	0,08 / 3,5	0,27 / 11,9	0,00 / 0,0
Finlandia	2,3	0,21 / 9,2	0,02 / 0,9	0,10 / 4,4	0,09 / 3,9
Francia	24,4	4,62 / 18,9	0,92 / 3,8	3,70 / 15,1	0,00 / 0,0
Alemania	36,6	5,16 / 14,1	1,63 / 4,4	3,15 / 8,6	0,38 / 1,0
Grecia	3,0	0,25 / 8,4	0,00 / 0,0	0,25 / 8,4	0,00 / 0,0
Irlanda	1,3	0,46 / 35,1	0,10 / 7,6	0,3 / 27,4	0,00 / 0,0
Italia	20,9	2,85 / 13,6	0,00 / 0,0	2,85 / 13,6	0,00 / 0,0
Luxemburgo	0,2	0,01 / 5,3	0,00 / 1,0	0,01 / 4,2	0,00 / 0,0
Holanda	7,1	0,69 / 9,7	0,11 / 1,5	0,55 / 7,8	0,03 / 0,4
Portugal	3,1	0,51 / 16,2	0,02 / 0,6	0,49 / 15,6	0,00 / 0,0
España	12,6	2,38 / 18,9	0,15 / 1,2	2,06 / 16,3	0,17 / 1,3
Suecia	4,5	1,25 / 28,0	0,17 / 3,8	0,88 / 19,7	0,20 / 4,5
Reino Unido	24,4	13,14 / 53,8	2,29 / 9,4	8,04 / 32,9	2,81 / 11,5
Total UE	149,94	32,61 / 21,7	5,70 / 3,8	23,23 / 15,5	3,68 / 2,4

Fuente: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)

3 PENETRACIÓN DE LAS TIC EN ESPAÑA

Internet en España						
	feb-mar 02	abr-may 02	oct-nov 02	feb-mar 03	abr-may 03	oct-nov 03
Usuarios de Internet (miles)						
Total usuarios	7.734	7.892	7.856	8.989	9.652	9.789
% población	22,2	22,7	22,6	25,5	27,4	27,8
Distribución por sexos (%)						
Hombres	61,2	60,7	56,7	59,5	58,5	57,4
Mujeres	38,8	39,3	43,3	40,5	41,5	42,6
Distribución por lugar de acceso (%)						
Casa	60,3	61,0	60,5	61,1	62,4	60,9
Trabajo	29,0	30,9	29,5	31,2	30,7	32,2
C. Estudios	13,9	13,6	12,0	14,1	16,2	11,5
Otros NS/NC	19,7	18,3	19,0	18,7	17,4	20,2
Perfil por clase social (%)						
Baja	2,3	2,8	1,6	1,6	1,4	2,0
Media-baja	12,6	10,9	15,5	13,5	15,2	17,4
Media-media	42,1	44,0	45,8	44,6	43,5	41,3
Media-alta	24,1	25,6	25,0	28,4	22,6	23,3
Alta	18,9	17,3	12,1	11,9	17,3	16,0
Servicios de Internet más utilizados (%)						
Web (www)	92,2	91,4	90,3	90,6	93,5	92,3
Correo electr.	77,9	75,8	80,5	80,2	82,9	82,8
Trans.ficheros	30,7	30,8	28,4	29,9	29,9	27,9
Chats/IRC	33,1	31,6	31,1	27,8	27,5	22,2
Grupos de discusión	6,7	6,0	6,5	6,2	6,9	4,9
Otros usos	15,2	16,4	18,6	13,9	15,5	14,1

Fuente: Estudio General de Medios (EGM)

En la actualidad, el volumen de internautas sigue aumentando en nuestro país, al igual que el porcentaje de la población conectada a Internet respecto a la última oleada, demostrando así que Internet se está consolidando entre la población española. Según el EGM, el número de internautas españoles en oct.-nov. de 2003 supera los 9,7 millones, lo que supone un crecimiento del 24,60% con respecto al mismo período del año anterior. Las diferencias en la distribución del acceso on-line por sexos ha disminuido en este último período en relación al anterior, el porcentaje de internautas hombres (57,4%) y mujeres (42,6%). En cuanto al lugar de conexión, el ámbito doméstico continúa liderando los accesos a la Red (60,9%). Por otra parte, los usuarios de clase media son los que más se conectan. La navegación por páginas web (en la mayoría de los casos para búsqueda de información) y el correo electrónico son los servicios más

utilizados a la hora de conectarse a Internet, 92,3% y 82,8% respectivamente.

Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares españoles 2003 (Segundo trim.)					
CC.AA.	Total hogares(miles)	Hogares con PC (%)	Hogares con Internet	Hogares con teléfono	
				fijo	móvil
Andalucía	2.376,7	37,99	20,80	83,31	73,29
Aragón	452,6	43,01	25,75	93,23	69,57
Asturias	373,7	41,59	21,38	90,07	74,81
Baleares	316,7	44,10	29,75	87,89	72,77
Canarias	571,1	48,20	29,00	85,14	79,00
Cantabria	177,7	38,92	22,69	92,0	72,33
Castilla La Mancha	883,6	38,84	20,98	89,6	66,36
Castilla y León	607,5	34,81	14,69	88,24	66,40
Cataluña	2.338,2	51,58	32,66	90,97	77,29
Com. Valenciana	1.545,1	39,84	22,92	85,1	72,25
Extremadura	360,9	32,11	14,33	87,03	65,76
Galicia	886,0	35,14	16,93	89,5	67,27
La Rioja	102,7	40,42	20,71	88,8	67,29
Madrid	1.921,5	51,49	31,74	91,91	81,07
Murcia	384,3	42,25	21,75	78,38	71,14
Navarra	197,1	45,57	26,67	92,16	68,91
País Vasco	730,7	46,00	32,20	90,45	76,12
Total España	14.226,1	41,87	23,82	88,45	71,86

Fuente: INE 2003

El Instituto Nacional de Estadística (INE), ha publicado recientemente la encuesta relativa al Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en los hogares españoles, que corresponde al segundo trimestre de 2003. Sobre un total de 14.226 hogares seleccionados y desglosados por Comunidades Autónomas, se pueden extraer las siguientes conclusiones: Casi el 42% de los hogares españoles poseen ordenador en casa (ya sea portátil o de sobremesa), de este 42% el 23,82% poseen acceso a Internet (ya sea mediante módem tradicional o mediante conexiones de alta velocidad como puede ser la ADSL).

Por otra parte, el 88,45% de los hogares de nuestro país dispone de teléfono fijo en el hogar, frente al 71,86% de los hogares que dispone de algún terminal móvil. Se está produciendo una paulatina sustitución de la telefonía fija por telefonía móvil en los hogares españoles, por lo que es de esperar que el porcentaje de hogares con teléfono móvil se incremente en los próximos años.

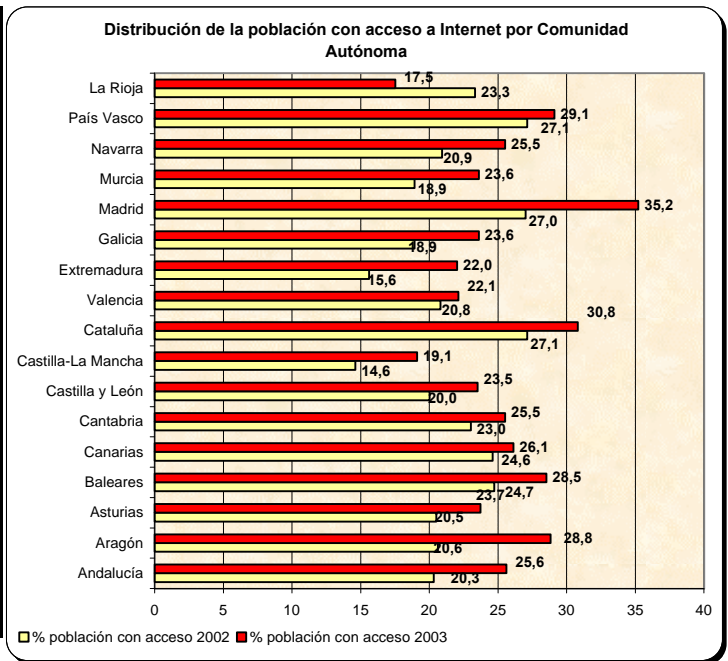
Evolución del sector informático en España			
Segmentos	1ºTrim.2003	2ºTrim.2003	3ºTrim.2003
	Incremento(%)	Incremento(%)	Incremento(%)
Hardware	6,8%	3,6%	14,8%
Mantenimiento de hardware	0,0%	3,8%	10,0%
Software	12,9%	10,7%	1,6%
Servicios Informáticos	-2,7%	-1,8%	-1,2%
Consumibles	33,4%	1,3%	9,6%
Total	4,4%	2,4%	4,8%
Empleo	-2,9%	-1,7%	-1,7%

Fuente: Sedisi 2003

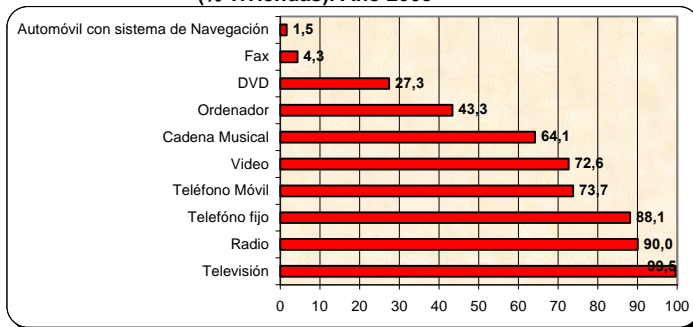
Tal y como pone de manifiesto SEDISI, se puede observar una tendencia aceleradora en el sector informático en nuestro país. Todo parece indicar que, con los resultados conocidos hasta el tercer trimestre de 2003, la recuperación del sector informático español es una realidad. En este sentido, todas las partidas que componen el mercado han experimentado a lo largo de 2003 importantes crecimientos, exceptuando los servicios informáticos, si bien es cierto que los decrementos en este segmento del mercado, son cada vez más pequeños. El empleo también ha registrado una caída durante el tercer trimestre de 2003 (-1,7%).

Distribución de la población con acceso a Internet por Comunidades Autónomas			
CC.AA.	% población con acceso		Nº líneas ADSL (nov.-03)
	2002	2003	
Andalucía	20,3	25,6	209.718
Aragón	20,6	28,8	37.708
Asturias	20,5	23,7	26.174
Baleares	24,7	28,5	50.157
Canarias	24,6	26,1	84.801
Cantabria	23,0	25,5	12.986
Castilla y León	20,0	23,5	49.938
Castilla-La Mancha	14,6	19,1	36.319
Cataluña	27,1	30,8	365.667
Valencia	20,8	22,1	132.644
Extremadura	15,6	22,0	17.832
Galicia	18,9	23,6	50.962
Madrid	27,0	35,2	305.086
Murcia	18,9	23,6	30.645
Navarra	20,9	25,5	17.667
País Vasco	27,1	29,1	61.725
La Rioja	23,3	17,5	7.663
Total España	21,6	27,8	1.504.087(*)

Fuente: CMT e INE 2002; (*) incluye Ceuta y Melilla



Equipamiento de las familias en productos de Tecnologías de la Información y Comunicación (% viviendas). Año 2003

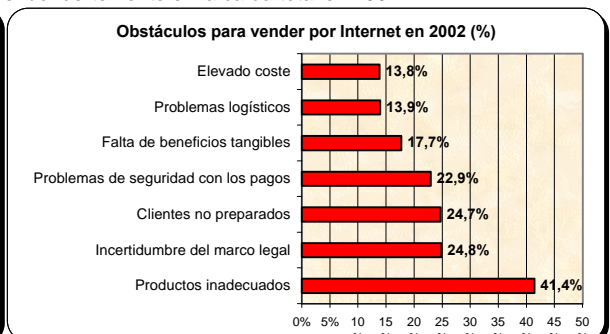
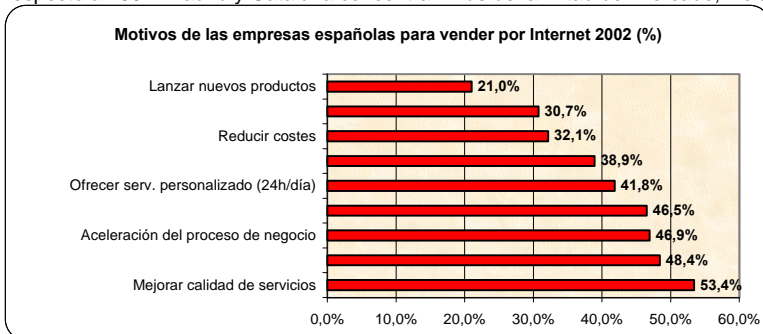


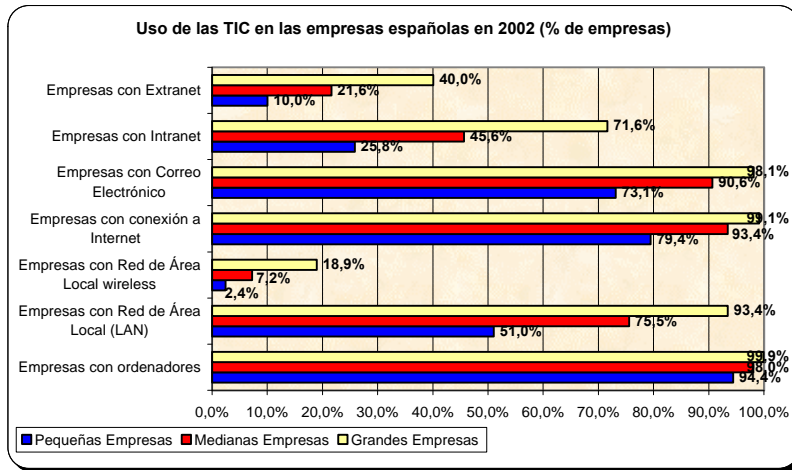
El equipamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) continúa extendiéndose en las viviendas españolas. Según los datos correspondientes al año 2003, el 43,3% de las viviendas en nuestro país dispone de algún tipo de ordenador, frente al 36,1% de hogares en el mismo período de 2002. Por tipo de ordenador, el de sobremesa (PC) está presente en el 41,1% de viviendas, mientras que los portátiles se encuentran en el 6,5% de los hogares y los Asistentes Digitales Personales (PDA's) en apenas el 2%. Los equipos de comunicación de voz han alcanzado una amplia implantación en España debido a la combinación del Teléfono Fijo (88,1%) y Móvil (73,7%). Por su parte, el televisor se encuentra presente en prácticamente la totalidad de los hogares de nuestro país (99,5%), el vídeo en el 72,6% y el DVD en el 27,3%.

Mercado interior neto de informática por Comunidades Autónomas 2002 (en millones de euros)							
CC.AA.	2001	2002	Crecimiento 02/01 (en %)	CC.AA.	2001	2002	Crecimiento 02/01 (en %)
Andalucía	531,4	493,6	-7,1	Com. Valenciana	377,8	324,9	-14,0
Aragón	120,4	118,7	-1,4	Extremadura	92,8	94,4	1,7
Asturias	94,4	93,5	-0,9	Galicia	197,5	183,3	-7,2
Baleares	126,5	109,8	-13,2	La Rioja	184,0	150,2	-18,4
Canarias	137,6	133,0	-3,3	Madrid	4226,7	3933,1	-7,0
Cantabria	63,3	63,7	-0,5	Murcia	103,0	101,1	-1,8
Castilla La Mancha	165,0	162,9	-1,3	Navarra	123,3	121,1	-1,8
Castilla y León	128,9	126,2	-2,1	País Vasco	515,1	463,4	-10,0
Cataluña	1743,5	1663,4	-4,6	Mercado Int. Neto Informática	8.936,5	8.340,8	-6,7
Ceuta y Melilla	5,5	4,7	-14,5				

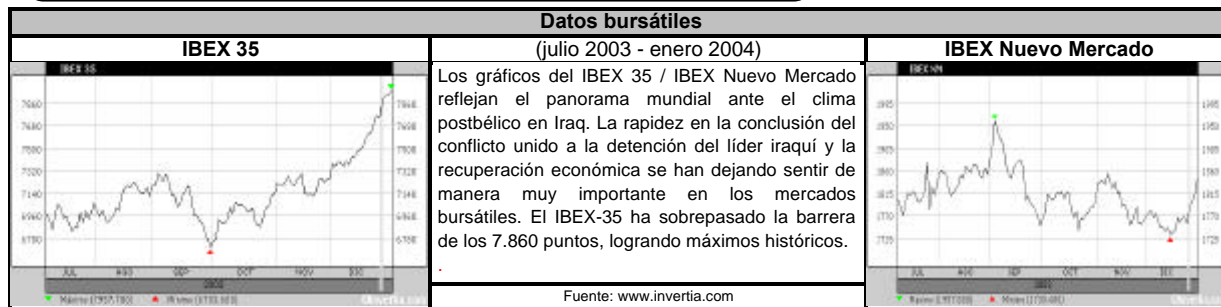
Fuente: Sedisi 2002 y Ministerio de Ciencia y Tecnología(MCYT)

La evolución del mercado interior neto de informática en España se caracteriza por la importante caída registrada en 2002, pasando de una facturación cercana a los 9 mil millones de euros en 2001 a los más de 8.300 millones en 2002, es decir un decrecimiento del 6,7% en 2002 respecto a 2001. Madrid y Cataluña concentran más de la mitad del mercado, incidiendo fuertemente en la caída total en 2002.





Según los datos de la 'II Encuesta sobre el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del Comercio Electrónico en las Empresas Españolas', realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), más del 99% de las grandes empresas residentes en nuestro país disponía de conexión a Internet en 2002. De ellas, el 86% accedían a la Red mediante banda ancha, el 99,9% utiliza ordenadores y nueve de cada diez disponen de correo electrónico, más de la mitad tiene red de área local (LAN). Sin embargo, los datos son muy dispares atendiendo al tamaño de las compañías.

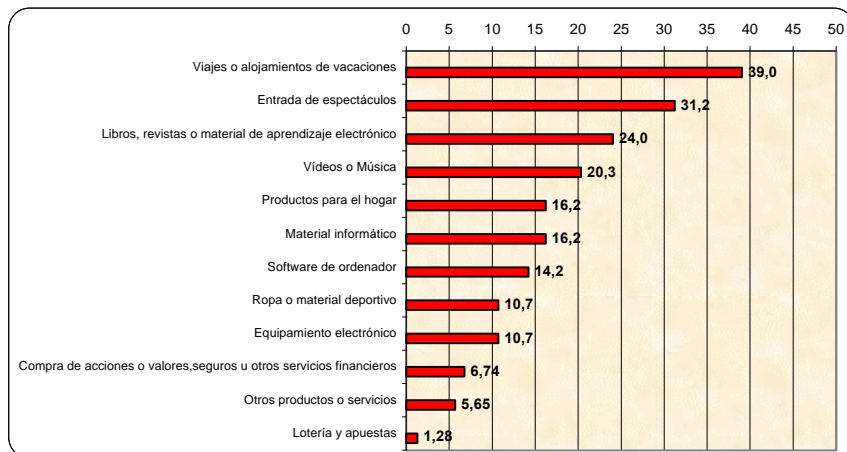


Uso de Internet en las Empresas Españolas en 2002 por Comunidades Autónomas

CC.AA.	% de empresas Con conexión a Internet	% de empresas con sitio / página web	% de empresas (*)	
			Compran	Venden
Andalucía	74,8%	30,8%	6,1	0,6
Aragón	81,8%	35,8%	6,9	2,6
Asturias	83,0%	38,7%	7,0	2,3
Baleares	80,3%	40,7%	6,2	3,3
Canarias	77,5%	29,4%	3,9	2,1
Cantabria	85,4%	43,9%	7,1	2,0
Castilla-León	78,7%	35,5%	5,2	1,0
Castilla-La Mancha	67,9%	32,2%	2,3	0,7
Cataluña	86,3%	47,9%	8,4	2,1
Comunidad Valenciana	82,5%	38,4%	4,9	1,0
Extremadura	74,1%	44,1%	6,4	2,5
Galicia	72,7%	34,3%	4,7	1,1
Madrid	85,9%	50,7%	10,3	2,5
Murcia	80,6%	29,0%	4,9	2,0
Navarra	90,3%	37,1%	9,9	1,3
País Vasco	88,8%	45,1%	8,0	1,9
La Rioja	88,0%	39,4%	6,7	1,5
Total España	81,7%	40,9%	6,9	1,7

Fuente: INE 2003 (*) Porcentaje de empresas españolas que compran y que venden por Internet sobre el total de empresas

Productos comprados a través de Internet (%compradores). 2003



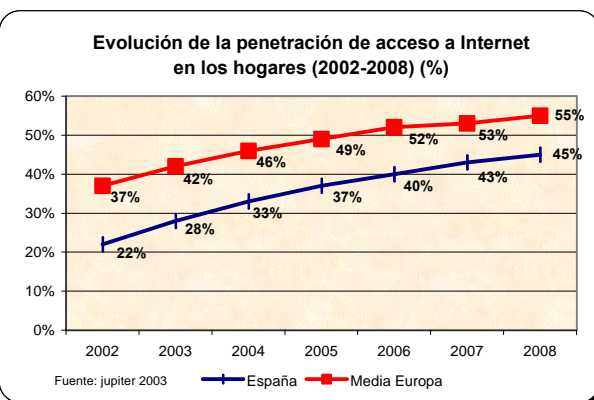
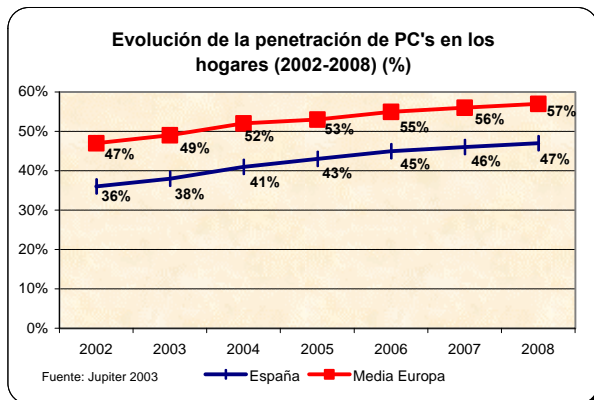
La compra a través de Internet en España tiene, por el momento, una incidencia menos importante de la deseada, con una incidencia relativamente baja entre los hábitos de compra de la población española. Los productos que destacan en las preferencias de compra por Internet son los viajes y alojamientos de vacaciones (39,0%) y la entradas de espectáculos (31,2%). Ocupan las últimas posiciones, la compra de Lotería (1,28%) y la compra de acciones y otros títulos de carácter financiero (6,74%).

4. PREVISIONES DEL MERCADO TIC

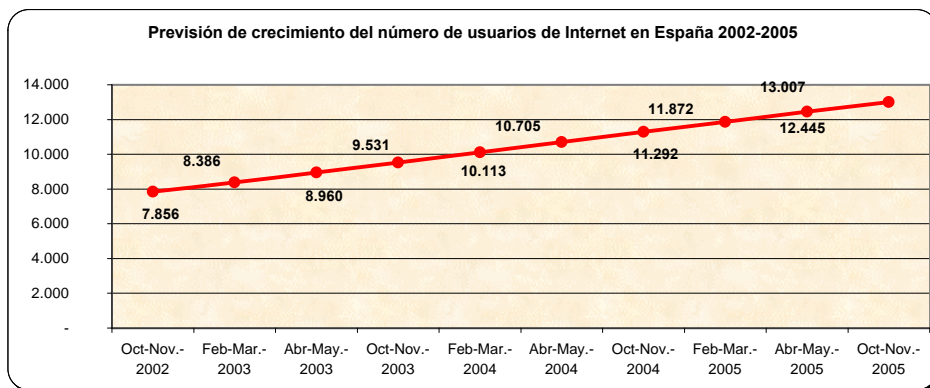
INTERNET

Previsión de usuarios de Internet en el mundo a 2006. En millones							
	Usuarios de Internet 2001	% de población	Usuarios de Internet 2002	% de población	Crecimiento 2001/02 (%)	Usuarios de Internet 2006	% de población
Europa Occidental	120,0	31,2%	146,0	37,9%	21,7%	198,0	51,4%
Norteamérica	187,0	62,3%	200,0	66,7%	6,7%	243,0	81,0%
Latinoamérica	16,0	3,1%	28,0	5,4%	75,0%	47,0	9,1%
Asia/Pacífico	123,0	3,5%	180,0	6,4%	46,3%	375,0	13,3%
Europa del Este	20,3	5,7%	25,0	7,0%	23,1%	54,5	15,4%
África/ Oriente Medio	8,0	0,8%	11,0	1,1%	37,5%	31,2	3,1%
Total	474,3	7,9%	590,0	9,8%	24,4%	948,7	15,8%

Fuente: Idate 2003



La evolución en la penetración de los ordenadores personales en los hogares españoles en el periodo de referencia 2002-2008, respecto a la Unión Europea, pone de manifiesto el mantenimiento del escalón de diferencia de 10 puntos porcentuales de España frente a la media europea en el periodo de previsión. No ocurre lo mismo con la tendencia de evolución del acceso a Internet por parte de los hogares españoles, que se aproxima durante los años de previsión a la media europea.



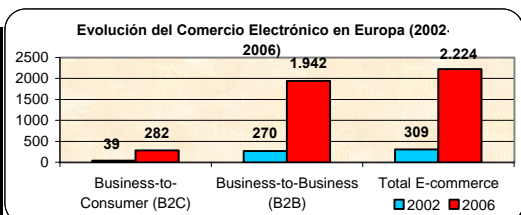
COMERCIO ELECTRÓNICO

Banca on-line en el Mundo. Previsiones en el número de usuarios (millones) 2002-2004					
Regiones	2000	2001	2002	2003	2004
Europa Occ.	18,6	28	37,8	47,7	57,9
EE.UU.	9,9	14,7	17,1	20,4	22,8
Japón	2,5	6,5	11,9	19,6	13,8
Asia-Pacífico	2,4	4,4	6,8	9,8	13,8
Resto Mundo	1,0	1,7	3,1	5,1	6,1
Total	34,4	55,3	76,7	102,6	122,3

Fuente: eEspaña 2003

Evolución del Comercio Electrónico en Europa Occ. En miles de millones (2002-2006)		
	2002	2006
Business-to-consumer (B2C)	39	282
Business-to-business (B2B)	270	1.942
Total E-commerce	309	2.224

Fuente: EITO 2003

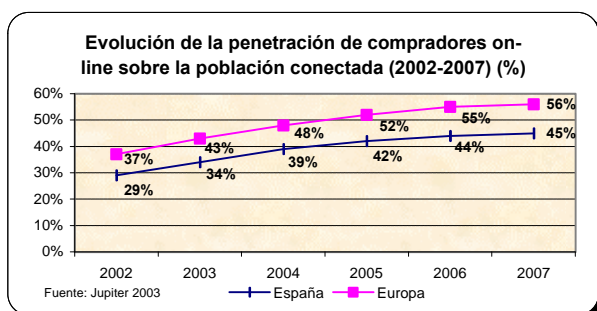


Usuarios de banca on-line en el Mundo por grandes regiones (Millones de usuarios)					
	2000	2001	2002	2003	2004
Europa Occ.	18,6	28,0	37,8	47,7	57,9
EE.UU.	9,9	14,7	17,1	20,4	22,8
Japón	2,5	6,5	11,9	19,6	21,8
Asia-Pacífico	2,4	4,4	6,8	9,8	13,8
Resto Mundo	1,0	1,7	3,1	5,1	6,1
Total Mundo	34,4	55,3	76,7	102,6	122,3

Fuente: World Economic Forum 2003

Previsión número de usuarios europeos de Banca on-line, por países (Millones de usuarios)					
	2000	2001	2002	2003	2004
Reino Unido	2,0	3,1	3,9	4,9	5,4
Alemania	1,6	2,5	3,5	4,3	4,9
España	1,3	1,8	2,1	2,5	2,7
Francia	0,4	0,8	1,1	1,8	2,1
Suecia	1,3	1,5	1,7	1,9	2,0
Holanda	0,5	0,9	1,2	1,5	1,7
Italia	0,3	0,5	0,8	1,3	1,7
Suiza	0,4	0,6	0,6	0,7	0,8

Fuente: Datamonitor 2003



Mercado europeo de turismo on-line (millones de euros)				
Años	Ventas on-line	Total ventas industria	% on-line sobre total	% aumento on-line
2000	2.608	208.000	1,3	225
2001	4.780	208.000	2,3	83
2002	7.300	212.000	3,5	53
2003	9.700	219.000	4,4	32
2004	11.800	225.000	5,3	24
2005	14.300	232.000	6,1	19
2006	16.400	239.000	6,9	15

Fuente: Center for Regional and Tourism Research 2003

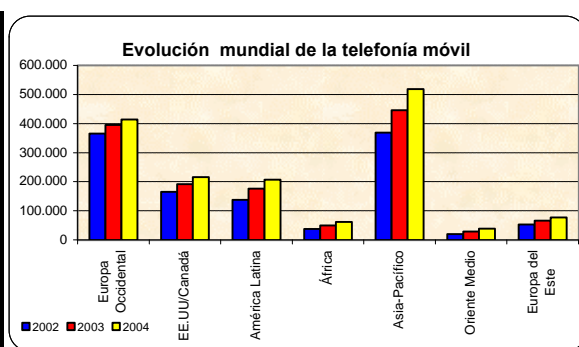
TELEFONÍA MÓVIL / INTERNET INALÁMBRICO

Evolución del mercado de la telefonía móvil en Europa (millones de euros)							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Cto. 06/01
Alemania	4.863	7.488	11.872	18.682	29.601	37.706	93,8
España	2.576	3.602	5.187	7.410	10.648	12.285	19,2
Francia	2.109	3.887	7.084	12.470	21.677	19.858	135,4
Italia	2.792	4.331	6.918	10.953	17.456	22.351	100,1
Reino Unido	4.201	6.342	9.868	15.263	24.066	29.858	77,7
Total Europa Occ.	27.564	40.410	61.124	91.960	139.576	170.617	54,7

Fuente: European Information Technology Observatory (EITO), 2002

Evolución mundial de la Telefonía Móvil en miles de usuarios				
	2002	2003	2004	Cto.02/04(%)
Europa Occidental	365.191	395.599	413.419	6,40
EE.UU./Canadá	165.417	191.382	215.967	14,26
América Latina	137.692	175.847	207.152	22,66
África	37.535	49.348	61.916	28,44
Asia-Pacífico	369.094	446.207	518.517	18,53
Oriente Medio	20.060	28.530	38.124	37,86
Europa del Este	53.070	65.704	76.708	20,22
Total	1.148.059	1.352.617	1.531.803	15,51

Fuente: EMC 2002.



Uno de los indicadores que sirven de base para el análisis del grado de implantación de las TIC en un país es el volumen de usuarios de telefonía móvil. Todas las previsiones apuntan importantes crecimientos de este segmento de las telecomunicaciones, ya que, además de las nuevas adquisiciones, los nuevos usos que viene asociados a los modernos dispositivos digitales van a obligar a los abonados a renovar sus teléfonos. Según EMC, a lo largo de 2003 es previsible que el total de usuarios de telefonía móvil supere con creces la cifra de 1,3 millones.

PUBLICIDAD ON-LINE

Previsiones de inversión publicitaria en Internet en Europa (millones de euros)							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	% Cto. 02/07
Reino Unido	198	288	508	785	1.031	1.147	44,8
Alemania	147	229	455	727	1.028	1.236	110,2
Francia	97	142	256	392	539	632	62,9
Suecia	86	110	162	198	215	206	-40,1
España	37	46	76	111	146	168	13,5
Países Bajos	37	63	119	186	240	260	75,7
Italia	34	54	107	184	284	375	175,7
Dinamarca	20	31	56	83	104	109	36,3
Bélgica	17	29	55	91	128	15	-77,9
Austria	12	20	40	72	114	152	216,7
Finlandia	11	20	42	65	89	97	120,5
Portugal	9	13	23	35	47	58	61,1
Irlanda	3	4	9	15	23	34	183,3
Luxemburgo	3	6	11	16	19	18	50,0
Grecia	1	1	3	4	6	10	150,0
Total	712	1.056	1.922	2.964	4.013	4.517	58,6

Fuente: Jupiter MMX

ORDENADORES PERSONALES

Ventas de PC's (en miles de unidades)			
	2002	2004	2007
Mundo	133.920	158.790	206.690
Norteamérica	46.990	52.570	60.900
Estados Unidos	43.450	48.980	56.830
Europa Occidental	32.490	36.890	46.230
Europa del Este	6.320	8.050	11.850
Asia-Pacífico	35.590	44.620	61.960
América Latina	7.360	9.330	14.060
Oriente Medio-África	5.470	7.330	11.690

Fuente: Computer Industry Almanac Inc. www.c-i-a.com

Previsión ventas mundiales de PDA's (miles de unidades)				
	2003	2004	2006	2008
Mundo				
Ventas de PDA's (miles)	18.946	23.854	38.320	58.509
Estados Unidos				
Ventas de PDA's (miles)	6.940	8.090	11.730	17.170
Europa Occidental				
Ventas de PDA's (miles)	3.910	5.040	7.890	11.400

Fuente: Computer Industry Almanac 2003 (www.c-i-a.com)

Evolución y previsión de ventas de ordenadores personales (1995-2008)					
(Millones de unidades)					
	1995	2000	2003	2005	2008
Ventas de PC's EE.UU.	21,4	46,0	48,3	55-57	62-63
Dell Computer: EE.UU.	1,15	9,7	15,5	18-20	23-24
HP & Compaq: EE.UU.	3,87	13,3	10,5	12-13	14-16
Ventas Mundiales de PC's	58,0	129,6	149,3	180-182	221-225
Dell Computer: Mundo	1,93	15,1	25,2	31-33	40-43
HP & Compaq: Mundo	8,20	28,0	24,4	27-29	34-37

Fuente: Computer Industry Almanac (www.c-i-a.com)

MERCADO TIC

Ingresos mundiales estimados del mercado de Servicios TI (millones de dólares)				
Región	2002	2003	2004	Cto.03/04
Asia/Pacífico	29.081	30.751	33.257	8,1
Europa Este	4.984	5.326	5.717	7,3
Japón	65.210	70.171	74.702	6,5
América Latina	17.411	17.705	18.788	6,1
Oriente Medio/África	8.802	9.332	10.000	7,2
Norteamérica	252.450	261.543	276.258	5,6
Europa Occidental	158.316	160.348	165.442	3,2
Total mercado	536.256	555.176	584.164	5,2

Fuente: Gartner Dataquest 2003