

Nº 42

Fecha de cierre: 20 de Septiembre de 2006.

Autor: Ignacio G. Martín

Consejo de redacción: Juan José Méndez







**Secciones:**

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

**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:**

-  Según los datos más recientes de Internet World Stats, a junio de este año **existen en todo el mundo algo más de 1.040 millones de usuarios de Internet, cifra que supone una penetración del 16% a nivel mundial.** [Pág 1]
-  Las últimas cifras correspondientes al segundo trimestre de 2006 muestran que a **nivel mundial se contabilizan algo más de 2.400 millones de suscriptores de telefonía móvil con una penetración del 37%.** [Pág 3]
-  **El pasado julio se superaron los dos millones de registros del dominio europeo “.eu”** y actualmente la cifra asciende a algo más de 2.125.000 registros. Por países destaca Alemania con más de 630.000 registros. [Pág 6]
-  De acuerdo con las últimas estadísticas ofrecidas por Eurostat, **algo más del 23% de los individuos de la UE-25 reconocen haber realizado compras a través de Internet** en los últimos 12 meses. [Pág.8]
-  Con los datos de la última oleada del EGM, **el internauta medio español accede a la web desde su casa, tiene entre 25 y 35 años, es de clase social media y utiliza la Red principalmente para navegar.** [Pág. 9]
-  Tal como muestra el Informe B2C 2006 de Red.es, **los artículos que generan un mayor número de compras on-line son los de hogar, alimentación y regalos con una media de 5,5 adquisiciones,** seguidos por las entradas de espectáculos y los productos audiovisuales y videojuegos con una media de 4,3 compras. [Pág. 11]

## 1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL MUNDO

### 1.1 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Mercado TIC

Valor del mercado TIC por sectores a nivel mundial (mill. euros y %)							
Sectores	2003	2004	2005	2006	Tasa 04/03	Tasa 05/04	Tasa 06/05
Equipamiento Telecomunicaciones	153	174	188	194	13,7	8,0	3,2
Servicios Telecomunicaciones	854	900	949	1.003	5,4	5,4	5,7
Equipamiento TI	295	294	303	307	-0,3	3,1	1,3
Servicios TI y Software	520	564	593	631	8,5	5,1	6,4
Servicios de Televisión	211	225	236	248	6,6	4,9	5,1
Electrónica de consumo	184	206	235	254	12,0	14,1	8,1
<b>Total TIC</b>	<b>2.217</b>	<b>2.363</b>	<b>2.504</b>	<b>2.637</b>	<b>6,6</b>	<b>6,0</b>	<b>5,3</b>

Fuente: elaboración propia a partir de *Informe DigiWorld 2006*.

Tal como apuntan las previsiones del último Informe DigiWorld, en este año 2006 el segmento de los Servicios de Telecomunicaciones se alza nuevamente como el de mayor peso en el mercado mundial TIC con un 38% de la cuota total, continuando la tendencia de años anteriores. Tras este y a cierta distancia encontramos a los Servicios de TI y Software con un 24% del total. De igual forma, se espera que en 2006 el segmento de Electrónica de Consumo continúe siendo el que presenta una mayor dinámica de crecimiento, aunque menor que en años precedentes.

Aportación de los sectores TIC al PIB mundial (% del PIB)				
Sectores	2003	2004	2005	2006
Equipamiento de Telecomunicaciones	0,5	0,6	0,6	0,6
Servicios de Telecomunicaciones	3,0	2,9	2,9	2,9
Equipamiento de TI	0,9	0,9	0,8	0,9
Servicios de TI y Software	1,9	1,7	1,7	1,8
Servicios de Televisión	0,7	0,7	0,7	0,7
Electrónica de consumo	0,6	0,7	0,7	0,7
<b>Total TIC</b>	<b>7,7</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>7,6</b>

Fuente: elaboración propia a partir de *Informe DigiWorld 2006*.

### 1.2 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Internet

Usuarios mundiales de Internet (junio 2006)					
Región	Usuarios año 2000	Usuarios jun.2006	Penetración (% población)	% usuarios mundiales	Tasa variación 06/00 (%)
África	4.514.400	23.649.000	2,6	2,3	423,9
Asia	114.303.000	380.400.713	10,4	36,5	232,8
Europa	100.996.093	294.101.844	36,4	28,2	179,8
Medio Oriente	5.272.300	18.203.500	9,6	1,7	454,2
Norteamérica	108.096.800	227.470.713	68,6	21,8	110,4
Latinoamérica/Caribe	18.068.919	79.962.809	14,7	7,8	350,5
Oceanía	7.619.500	17.872.707	52,6	1,7	134,6
<b>Total Mundo</b>	<b>358.871.012</b>	<b>1.043.104.886</b>	<b>16,0</b>	<b>100,0</b>	<b>189,0</b>

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

Según los datos más recientes de Internet World Stats, a junio de este año existen en todo el mundo algo más de 1.040 millones de usuarios de Internet, cifra que supone una penetración del 16% a nivel mundial. En la comparación regional observamos que todavía persiste una clara brecha digital entre zonas como Latinoamérica (penetración del 14,7%), Asia (10,4%), Medio Oriente (9,6%) y África (2,6%), y zonas más avanzadas como Norteamérica (68,6%), Oceanía (52,6%) o Europa (36,4%). Por otro lado, el dominio “.net”, con 186 millones de registros en todo el mundo, se sitúa a la cabeza de los dominios genéricos por número de registros, seguido muy de lejos por el “.com”.

### Principales dominios genéricos de Internet (miles)

Dominio	ene-2003	ene-2004	ene-2005	jul-2006	Tasa variación 06/05 (%)
.net	61.946	100.751	139.057	185.920	33,7
.com	40.555	48.689	56.428	76.683	35,9
.edu	7.459	7.577	8.992	10.232	13,8
.org	1.116	1.333	1.459	1.660	13,8
.gov	608	677	783	728	-7,1
.info	8	16	31	69	124,0
.biz	17	29	54	47	-13,7
.int	12	14	13	16	23,9

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *Internet Systems Consortium*.

### 1.3 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Ordenadores Personales

#### Top 15 por PC's en uso (mill. unidades y %)

País	2004		2005	
	PC' en uso	Peso	PC' en uso	Peso
EE.UU.	223,81	27,22	230,40	25,50
Japón	69,20	8,42	73,66	8,15
China	52,99	6,45	63,52	7,03
Alemania	46,30	5,63	50,42	5,58
Reino Unido	35,89	4,37	38,62	4,27
Francia	29,41	3,58	32,40	3,58
Corea del Sur	26,20	3,19	28,38	3,14
Italia	22,65	2,75	25,96	2,87
Canadá	22,39	2,72	23,77	2,63
Rusia	19,01	2,31	22,76	2,52
Brasil	19,35	2,35	22,40	2,46
India	13,03	1,58	16,98	1,88
Australia	13,72	1,67	14,62	1,62
México	11,21	1,36	12,79	1,41
España	n.d.	n.d.	12,01	1,33
Total top 15	616,27	74,96	668,57	73,96
Total Mundo	822,15	100,00	903,93	100,00

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

Tal como indica eTForecast, en 2005 EE.UU. posee el mayor parque de PCs en uso con algo más de 230 millones de unidades, lo que supone que alberga más de una cuarta parte de los PCs de todo el Mundo. España por su parte entra en 2005 por primera vez en el top15 con 12 millones de PCs en uso, lo que representa una penetración del 27% respecto al total de la población de nuestro país. Como vemos China se coloca en tercera posición con más de 63

millones de unidades en uso, sin embargo, dado su altísimo volumen de población, la penetración de los PCs en el país asiático no alcanza el 5%. Esta misma situación la encontramos en el caso de la India donde la penetración de los ordenadores personales no llega a alcanzar el 2%, situación que contrasta con el hecho de que la India es actualmente uno de los pesos pesados del mercado del software a nivel mundial.

<b>Ventas de PC's por marcas (mill. unidades y %)</b>						
<b>Worldwide:</b>	<b>1996-2000</b>		<b>2001-2005</b>		<b>2006-2010</b>	
	<b>Ventas</b>	<b>Cuota mdo.</b>	<b>Ventas</b>	<b>Cuota mdo.</b>	<b>Ventas</b>	<b>Cuota mdo.</b>
Dell	42,1	8,6	133,0	16,4	246,0	18,9
HP/Compaq	95,0	19,3	130,0	16,0	205,0	15,8
IBM/Lenovo	43,5	8,8	64,8	8,0	107,0	8,2
Hacer	9,5	1,9	28,8	3,6	79,0	6,1
NEC/PB	25,7	5,2	26,5	3,3	38,0	2,9
Apple	17,6	3,6	17,2	2,1	33,0	2,5
Toshiba	15,9	3,2	24,2	3,0	41,0	3,2
Gateway	18,0	3,7	16,5	2,0	32,0	2,5
Otros	224,7	45,7	369,0	45,6	519,0	39,9
<b>Total</b>	<b>492,0</b>	<b>100,0</b>	<b>810,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.300,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *Computer Industry Almanac*.

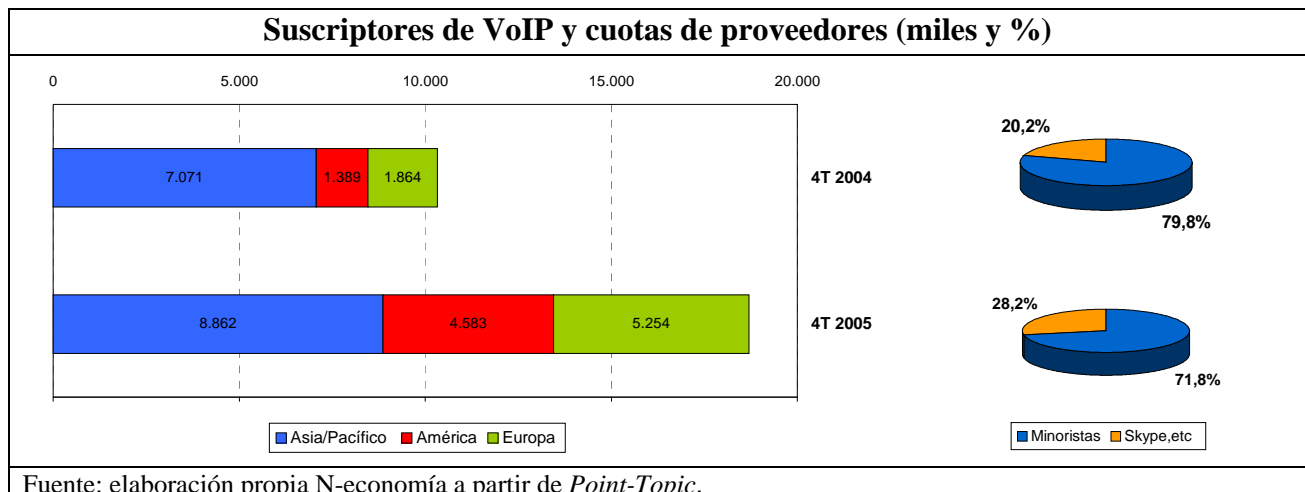
Esta tabla muestra la evolución de las ventas de las principales empresas a nivel mundial durante los últimos 15 años así como las previsiones para los próximos 5 años. Destaca especialmente la mejora obtenida por Dell que casi ha doblado su cuota de mercado en el último lustro respecto a la del lustro anterior, configurándose actualmente como el líder mundial en ventas de PCs.

#### 1.4 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Telefonía fija y móvil

<b>Suscriptores de Telefonía Móvil por grandes regiones (millones)</b>						
<b>Regiones</b>	<b>1T 2005</b>	<b>2T 2005</b>	<b>3T 2005</b>	<b>4T 2005</b>	<b>1T 2006</b>	<b>2T 2006</b>
EE.UU./Canada	220,8	228,3	215,7	223,9	231,0	237,3
Resto América	187,7	204,8	218,5	240,1	257,3	270,3
Europa Occidental	407,8	417,3	431,7	444,6	455,8	463,4
Europa del Este	197,0	217,6	241,5	270,3	286,0	303,3
Asia/Pacífico	693,8	728,7	762,6	806,9	858,9	913,8
África	90,5	103,0	118,8	134,3	146,0	159,3
Oriente Medio	31,5	35,8	41,5	47,2	52,8	58,1
<b>Total Mundo</b>	<b>1.829,2</b>	<b>1.935,6</b>	<b>2.030,4</b>	<b>2.167,3</b>	<b>2.287,8</b>	<b>2.405,4</b>

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de Informa Telecoms & Media.

Las últimas cifras correspondientes al segundo trimestre de 2006 muestran que a nivel mundial existen algo más de 2.400 millones de suscriptores de telefonía móvil con una penetración del 37%. Comparando con el mismo periodo del año anterior, se constata un incremento del número de usuarios de telefonía móvil superior al 24%. Por regiones, destaca el fuerte crecimiento experimentado en el último año por África y Oriente Medio con un incremento respectivo del 55% y 62%. Situación que contrasta con mercados más maduros como Norteamérica y Europa Occidental donde los incrementos donde el crecimiento es mucho menor (4% y 11% respectivamente).



Atendiendo a la emergente tecnología VoIP, podemos observar que poco a poco va siendo aceptada y utilizada como alternativa a las tecnologías de telefonía tradicionales, llegando casi a los 20 millones de usuarios a finales del pasado año. Tal como apuntan los expertos, esta tecnología de comunicación tiene un gran futuro gracias a las ventajas que presenta sobre la telefonía tradicional y que son básicamente tres: ahorro de costes (en algunos casos gratuito), nomadismo (permite usar un mismo número de teléfono desde cualquier equipo conectado a Internet) y capacidad multimedia. La tecnología VoIP no es algo nuevo, existe desde hace algunos años pero no ha sido hasta ahora que, gracias a la generalización de las conexiones de banda ancha y la mejora del software, ha incrementado su popularidad y ha despertado el interés de los grandes operadores de telecomunicaciones.

### 1.5 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Comercio electrónico

<b>Evolución del gasto on-line por grandes regiones</b>						
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>Gasto total on-line (mill. euros)</b>						
Europa Occidental	12.074,8	13.077,7	19.767,9	28.222,2	38.658,8	49.865,8
Norte América	55.506,9	57.861,1	70.697,7	73.307,5	81.360,7	94.154,9
Eurozona	6.432,9	6.997,7	10.899,9	16.125,0	22.700,0	30.010,6
UE	11.460,5	12.407,2	18.720,7	26.766,7	36.732,0	47.488,3
<b>Compradores on-line (mill. personas)</b>						
Europa Occidental	21,4	36,1	51,8	68,5	83,9	96,6
Norte América	65,4	66,1	82,1	97,2	110,9	123,3
Eurozona	13,2	23,7	35,4	47,8	59,4	69,1
UE	20,2	34,2	49,3	65,4	80,2	92,5
<b>Gasto medio por comprador on-line (euros)</b>						
Europa Occidental	295,7	361,9	381,6	412,0	461,0	516,2
Norte América	498,0	523,1	520,6	469,7	469,9	500,9
Eurozona	220,7	295,4	308,0	337,1	382,0	434,2
UE	295,2	362,4	379,9	409,6	458,2	513,6

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de Jupiter Research y Euromonitor.

Esta tabla elaborada a partir de los datos de estas consultoras nos muestran los principales indicadores de las dos regiones, Europa y Norteamérica, con mayor peso en el e-commerce a nivel mundial. Como vemos, Norteamérica se muestra tanto a nivel histórico como en la actualidad como una región más madura y avanzada en cuanto al volumen total de gasto

on-line, con una cifra de gasto que sobrepasa los 94 millardos de euros frente a los cerca de 50 millardos de Europa Occidental. No obstante, en el quinquenio las diferencias entre ambas zonas se han reducido gracias a que el gasto on-line de la zona europea ha crecido con una tasa media anual acumulada del 22% frente al 8% experimentado por Norteamérica. Atendiendo al gasto medio, la situación cambia a favor de Europa situándose ligeramente por delante de la zona de Norteamérica con unos gastos medios de 516 y 501 euros respectivamente.

## 1.6 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Innovación

Gasto en I+D y investigadores en 2004							
Países	Gasto I+D (mill. \$)	Origen fondos (%)		Sector de ejecución (%)			Investigadores (personas)
		Empresas	AA.PP.	Empresas	Educación sup.	AA.PP.	
Australia	9.608,6	48,8	42,4	51,2	26,7	19,3	73.344
Austria	6.522,3	45,7	36,4	66,8	27,0	5,7	24.124
Bélgica	6.203,1	60,3	23,5	68,6	22,6	7,6	31.880
Canadá	2.147,6	47,1	34,1	52,7	37,5	9,5	112.624
Rep. Checa	2.412,0	52,8	41,9	63,7	14,8	21,2	16.300
Dinamarca	4.334,3	59,9	27,1	68,0	24,4	6,9	26.167
Finlandia	5.462,3	69,3	26,3	70,1	19,8	9,5	41.004
Francia	38.985,0	50,8	39,0	62,9	19,1	16,7	192.790
Alemania	59.115,0	67,1	30,4	70,4	16,3	13,2	268.942
Grecia	1.392,1	30,7	47,4	30,1	48,1	20,9	15.390
Hungría	1.433,3	37,1	51,8	41,1	24,6	29,5	14.904
Islandia	255,1	43,9	40,1	51,8	21,3	24,8	1.917
Irlanda	1.767,9	57,2	32,2	64,6	27,6	7,8	10.910
Italia	17.505,5	43,0	50,8	47,3	33,9	17,5	70.332
Japón	118.026,3	74,8	18,1	75,2	13,4	9,5	677.206
Corea	28.288,3	75,0	23,1	76,7	9,9	12,1	156.220
Luxemburgo	476,7	80,4	11,2	87,8	1,2	10,9	2.149
México	4.276,0	34,7	56,1	34,6	37,9	26,2	33.484
Holanda	9.583,0	51,1	36,2	57,8	27,9	14,4	37.282
Nueva Zelanda	1.088,5	38,5	45,1	42,5	28,5	28,9	15.568
Noruega	3.015,9	49,2	41,9	54,8	29,7	15,5	20.989
Polonia	2.764,2	26,9	65,2	28,7	32,0	39,0	60.944
Portugal	1.437,0	31,7	60,1	33,2	38,4	16,9	20.242
Rep. Eslovaca	388,9	38,3	57,1	49,2	20,1	30,5	10.718
<b>España</b>	<b>11.801,9</b>	<b>48,0</b>	<b>41,0</b>	<b>54,4</b>	<b>29,5</b>	<b>16,0</b>	<b>100.994</b>
Suecia	10.440,9	65,0	23,5	74,1	22,0	3,5	47.836
Suiza	7.630,2	69,7	22,7	73,7	22,9	1,1	25.400
Turquía	3.014,5	41,3	50,6	28,7	64,3	7,0	23.995
Reino Unido	33.231,2	43,8	31,4	65,7	21,4	9,7	157.662
EE.UU.	312.535,4	63,7	31,0	70,1	13,6	12,2	1.334.628
UE-25	210.167,9	53,7	35,0	63,3	22,1	13,4	1.178.116
<b>Total OCDE</b>	<b>729.430,8</b>	<b>61,9</b>	<b>30,2</b>	<b>67,9</b>	<b>17,1</b>	<b>12,5</b>	<b>3.559.133</b>

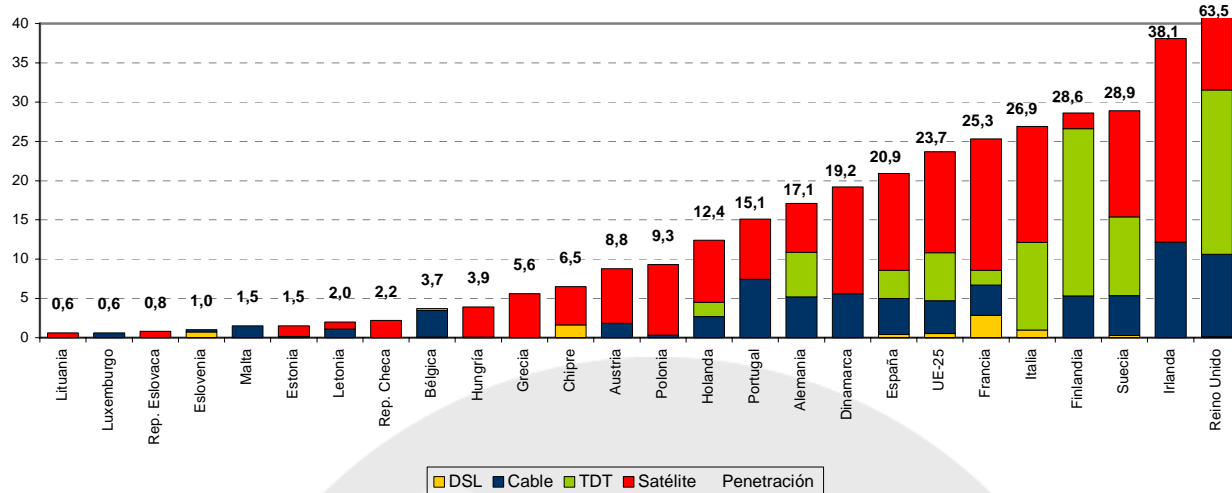
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de OCDE. Nota: gasto en I+D en mill. de dólares corrientes en PPP. Investigadores en EJC: en equivalencia a jornada completa.

Como vemos, España ocupa una muy modesta posición a nivel mundial en el ámbito de la I+D situándose muy lejos de los países líderes que mejor están compitiendo a nivel internacional gracias al gran esfuerzo que están realizando en I+D+i y que en la actualidad es una condición necesaria si se busca un crecimiento económico sostenible en el largo plazo.

## 2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

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

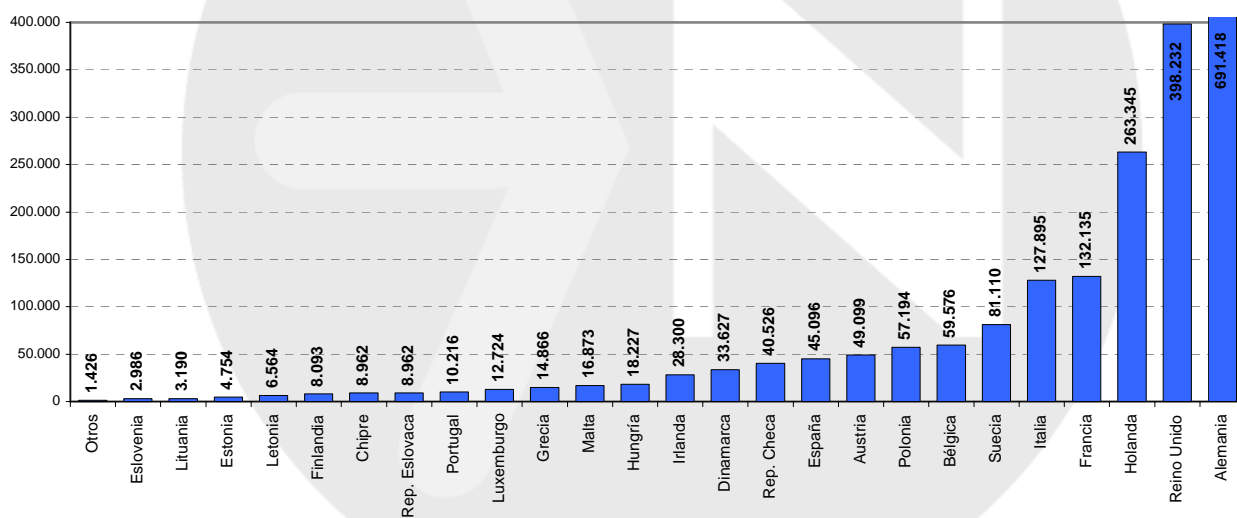
Penetración de la Televisión digital en la UE-25 (%)



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

### 2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

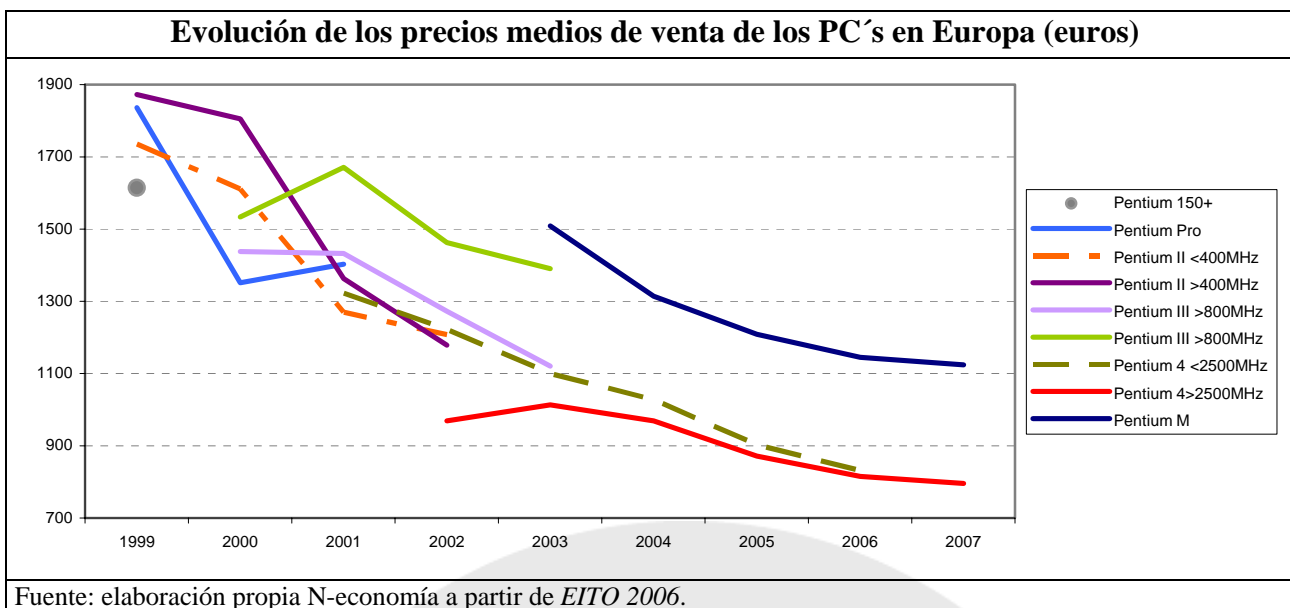
Dominios .eu registrados (número de registros)



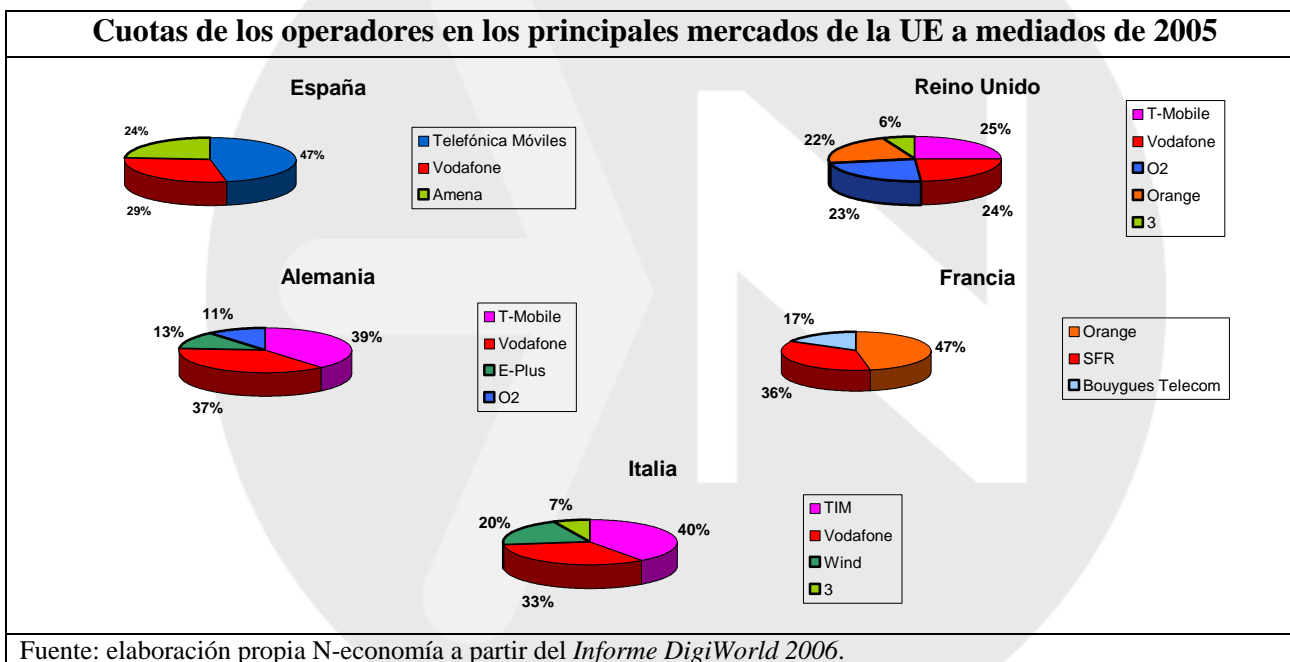
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *Eurid*.

El dominio europeo de Internet “.eu” nació el pasado año 2005 para ofrecer a los usuarios europeos la posibilidad de tener una identidad pan europea en Internet. El registrador oficial de este dominio pan europeo, EURID, estableció un periodo “sunrise” (del 7 de diciembre de 2005 al 6 de abril de 2006) en el cual los titulares de derechos prioritarios y organismos públicos eran los únicos que podían solicitar nombres de dominio. A partir del 7 de abril de 2006 cualquier residente en la Unión Europea puede registrar un nombre de dominio sin necesidad de alegar derechos previos. El pasado julio se superaron los dos millones de registros y actualmente la cifra asciende a algo más de 2.125.000 registros. Por países, Alemania se sitúa a la cabeza seguida de lejos por Reino Unido y Holanda. España por su parte ocupa una posición intermedia con algo más de 45.000 registros.

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



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



Tal como apunta el último informe DigiWorld 2006 de la IDATE Foundation, en los principales mercados europeos, con la excepción de Reino Unido, el mercado de la telefonía móvil se encuentra muy concentrado en torno a tres o cuatro operadores de peso, existiendo un dominio, en mayor o menor medida, del operador bandera del país. Sin embargo, los derechos de portabilidad, la aparición de los OMV (Operadores Móviles Virtuales) y las operaciones de fusiones y adquisiciones que se vienen sucediendo en los últimos años marcan un entorno muy competitivo que debería traducirse en beneficios para los usuarios en los ámbitos de la calidad de servicio y la reducción del coste de los mismos. En este sentido, recordemos que en julio de 2005 France Telecom adquirió el operador español Amena y acaba de anunciar que el próximo 2 de octubre cambiará definitivamente su nombre comercial por el de "Orange" sustituyendo el color verde clásico de la operadora Amena por el naranja de France Telecom.

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

### Comercio electrónico en la UE-25 por grupos de edades durante 2005 (% población)

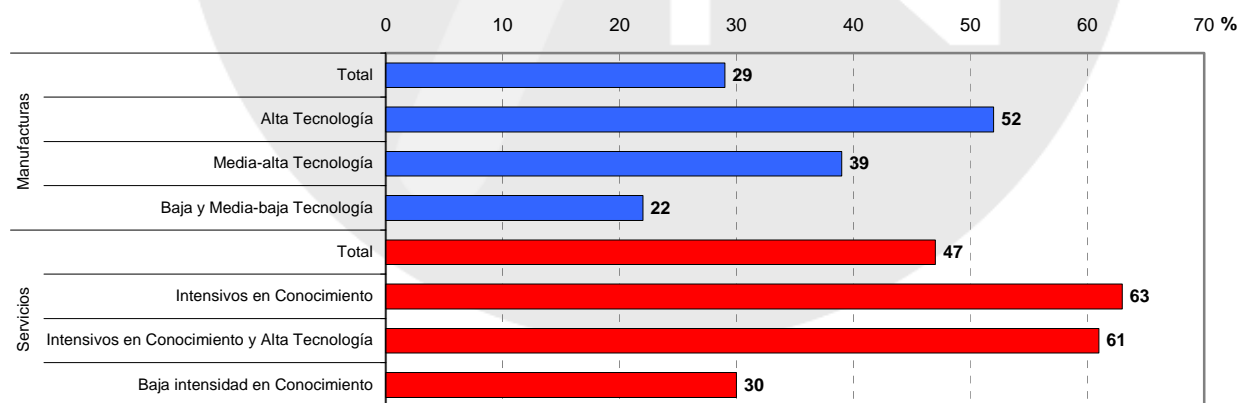
	Total	16-24 años	25-54 años	55-74 años
Usuarios de Internet en los últimos 12 meses	54,5	83,7	61,7	24,9
Usuarios con compras on-line en los últimos 12 meses	23,1	28,0	28,4	9,9
Libros, revistas, e-learning	7,9	7,8	10,2	3,3
Viajes y reservas de billetes	7,8	5,8	10,1	4,3
Ropa	7,5	9,4	9,7	2,3
Películas, música	7,4	11,0	9,2	1,9
Entradas espectáculos	5,6	2,7	7,9	2,6
Productos del hogar	5,5	6,1	7,0	2,3
Electrónica de consumo	4,6	5,2	5,8	1,9
PC software	4,2	4,5	5,1	2,2
PC hardware	3,5	4,3	4,2	1,6
Alimentación	2,3	1,8	3,1	1,1
Finanzas y Seguros	2,2	1,6	3,1	0,8

Fuente: elaboración propia a partir de Eurostat.

De acuerdo con las últimas estadísticas ofrecidas por Eurostat, algo más del 23% de los individuos de la UE-25 reconocen haber realizado compras a través de Internet en los últimos 12 meses. Por grupos de edad destaca el bajo porcentaje de compradores de edades comprendidas entre 55 y 74 años que no alcanza el 10%, situación que trata de ser compensada mediante proyectos específicos para potenciar el uso de Internet y permitir el acceso a las ventajas que la Red ofrece a los mayores. Los productos más comprados por Internet son los libros y la realización de reservas de viajes, seguidos de cerca por la adquisición de ropa y productos audiovisuales (DVD y música).

## 2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

### Recursos humanos en ciencia y tecnología en las manufacturas y los servicios (% del empleo total)



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

Los recursos humanos en ciencia y tecnología son aquellos individuos que o bien han completado estudios universitarios en campos del ámbito de la ciencia y la tecnología, o bien aunque no tienen estudios superiores tienen una alta cualificación como consecuencia de su experiencia laboral.

### 3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

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

Principales indicadores del Mercado TI en España (mill. euros)			
Indicador	2004	2005	Tasa variación 05/04 (%)
Facturación total bruta	14.357,7	15.500,7	8,0
Mercado interior bruto	13.298,4	14.393,0	8,2
Mercado interior neto	9.924,8	10.690,1	7,7
Exportaciones	1.059,3	1.107,7	4,6
Importaciones	5.302,9	5.758,8	8,6
Balanza comercial	-4.243,6	-4.651,1	9,6
Tasa de cobertura (%) <sup>1</sup>	20,0	19,2	-3,8
Valor añadido	6.349,2	6.771,8	6,7
Producción	11.811,5	12.759,6	8,0

Fuente: elaboración propia a partir de AETIC y MITyC. <sup>1</sup>: Tasa de cobertura=exportaciones/importaciones.

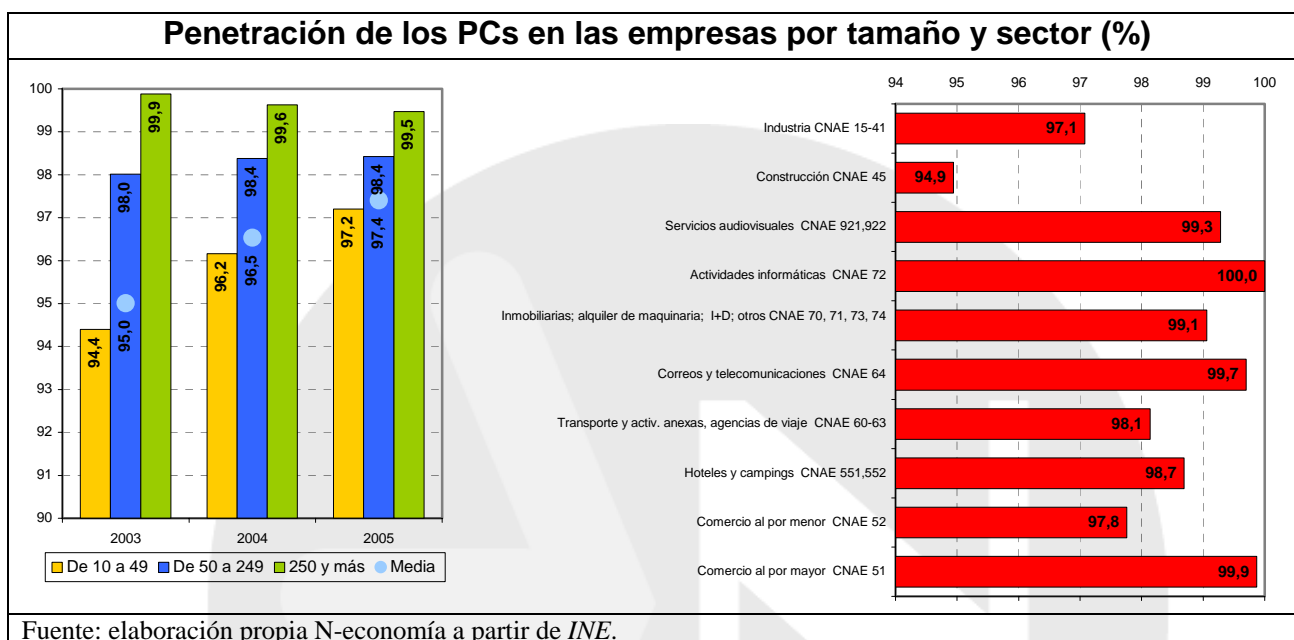
#### 3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet

Características de los usuarios de Internet en España						
	oct-nov 04	feb-mar 05	abr-may 05	oct-nov 05	feb-mar 06	abr-may 06
<b>Usuarios de Internet<sup>1</sup></b>						
Total usuarios (miles)	11.968	12.451	12.847	12.923	13.772	13.925
% población	32,9	33,6	34,6	34,8	36,8	37,2
<b>Distribución por sexos<sup>2</sup> (%)</b>						
Hombres	61,7	60,8	61,0	59,4	58,1	57,4
Mujeres	38,3	39,2	39,0	40,6	41,9	42,6
<b>Distribución por lugar de acceso<sup>1</sup> (%)</b>						
Casa	64,6	65,1	65,6	68,4	67,5	68,8
Trabajo	32,6	32,5	32,7	32,0	30,6	30,2
C. Estudios	10,4	12,3	12,3	9,1	11,2	9,1
Otros NS/NC	19,0	18,3	18,4	17,5	18,2	17,7
<b>Perfil por edad<sup>2</sup> (%)</b>						
De 14 a 19 años	14,4	14,4	14,9	14,5	15,6	15,3
De 20 a 24 años	15,3	15,0	15,4	15,4	14,9	15,2
De 25 a 34 años	31,7	30,6	30,3	31,2	30,4	29,9
De 35 a 44 años	20,2	20,4	20,7	20,0	20,8	20,8
De 45 a 54 años	13,5	13,9	12,9	13,1	11,2	12,5
De 55 y más años	4,9	5,7	5,8	5,8	7,1	6,3
<b>Perfil por clase social<sup>2</sup> (%)</b>						
Baja	1,7	1,5	1,4	1,5	1,6	1,3
Media-baja	16,5	14,9	15,4	15,0	14,7	12,7
Media-media	42,0	41,3	42,2	44,3	45,9	47,7
Media-alta	23,4	22,8	22,4	22,4	22,1	23,3
Alta	16,4	19,5	18,6	16,8	15,7	15,0
<b>Servicios de Internet más utilizados<sup>1</sup> (%)</b>						
Web (www)	93,5	93,5	95,0	95,6	94,6	95,1
Correo electr.	83,9	82,7	82,8	83,6	84,9	85,3
Trans.ficheros	26,9	25,2	25,1	25,3	24,6	25,4
Chats/IRC	20,2	19,2	18,4	17,5	17,9	17,2
Grupos de discusión	5,1	6,2	5,4	5,4	6,0	6,3
Otros usos	18,4	17,9	16,7	18,8	20,6	18,9

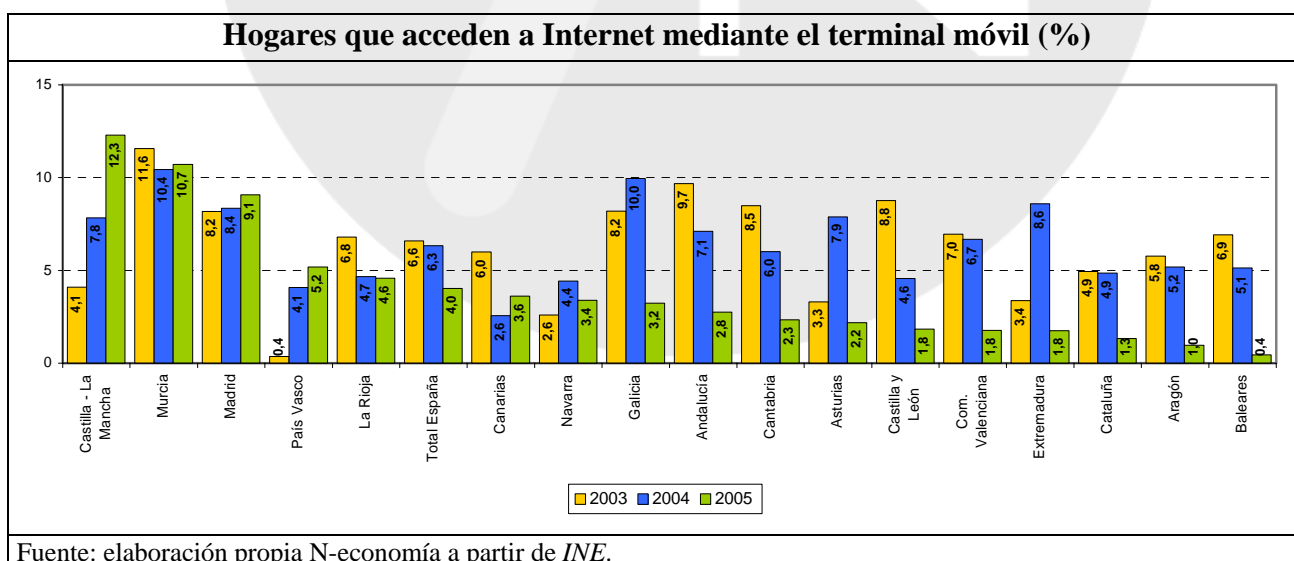
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de oleadas del Estudio General de Medios (EGM). <sup>1</sup>: base usuarios último mes. <sup>2</sup>: base usuarios ayer.

De acuerdo con la última oleada del EGM (abril-mayo de 2006), en España existen más de 13,9 millones de usuarios habituales de Internet, lo que equivale a un 37,2% de la población. Todavía predominan los internautas varones (57%) sobre las mujeres (43%), si bien oleada a oleada del EGM el gap se reduce. El principal lugar de acceso a la Red es el hogar (69%), seguido por el lugar de trabajo (30%). El principal segmento de edades se sitúa en los 25 a 35 años con un 30% del total de usuarios, seguido por el segmento de 35 a 45 años (21%) y, como dato negativo, se constata una bajada de los internautas de más de 55 años que han pasado del 7% de la oleada anterior al 6% de esta. La mayor parte de los usuarios de Internet son de clase social media (48%), seguidos por la clase media-alta (23%). El principal uso que los internautas españoles le dan a la Red es navegar (95%), a continuación la utilización del correo electrónico (85%) y en tercer lugar la transmisión de archivos (25%).

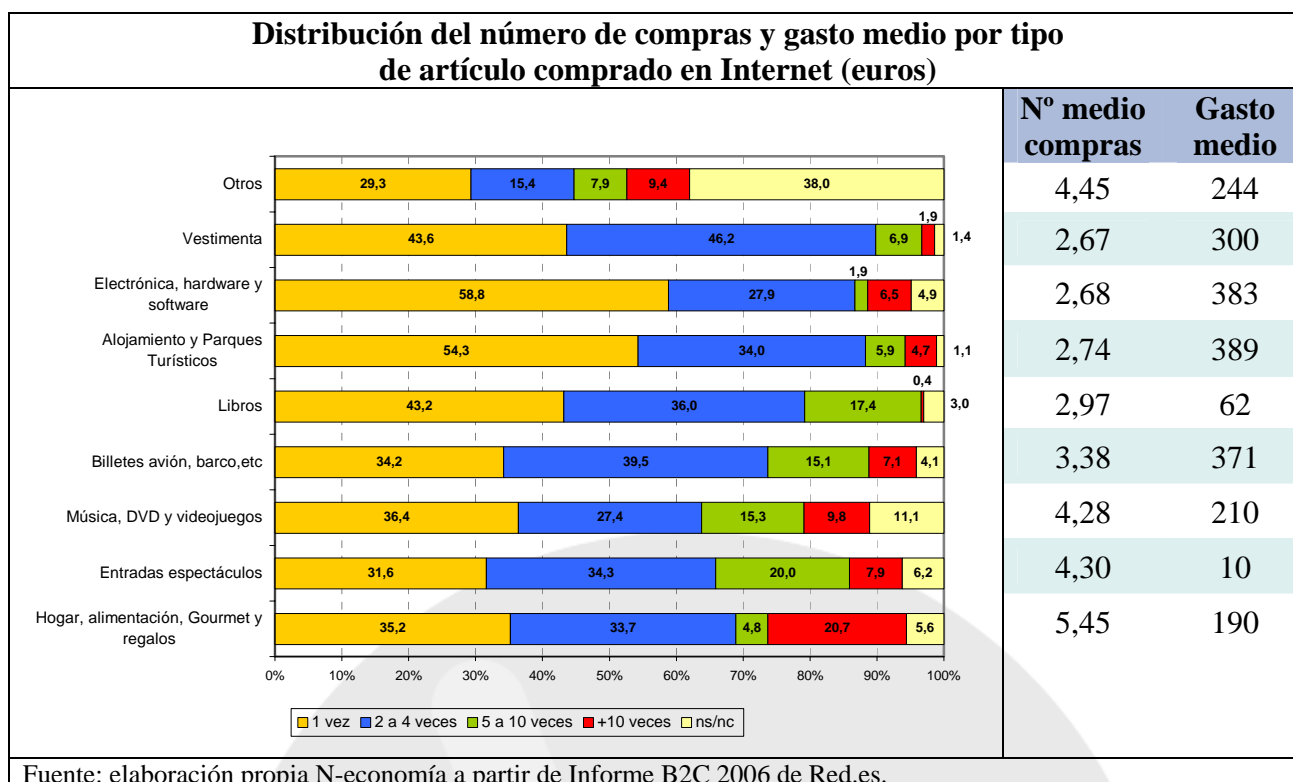
### 3.3 Sociedad de la Información e Innovación en España: Ordenadores Personales



### 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



Tal como muestran los datos del último Informe B2C 2006 de Red.es, los artículos que generan un mayor número de compras on-line son los de hogar, alimentación y regalos con una media de 5,5 adquisiciones, seguidos por las entradas de espectáculos y los productos audiovisuales y videojuegos con una media de 4,3 compras. Atendiendo al gasto medio, destacan las adquisiciones de alojamiento y parques turísticos; y de productos de electrónica, hardware y software con un gasto medio superior a los 380 euros.

### 3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación

#### Situación del sistema español de innovación en el contexto internacional durante 2003

	España	UE-25	OCDE
<b>Gasto en I+D</b>			
USD corrientes (mill. en PPC)	11.071,8	211.252,8	686.649,7
España en % de la UE-15 y OCDE		5,24	1,61
Gasto empresarial <sup>1</sup> en I+D en % del gasto en I+D total	54,1	63,3	67,7
Gastos en I+D por habitante (mill. USD en PPC)	263,6	460,9	729,6
<b>Esfuerzo en I+D</b>			
Gasto interno total ejecutado en I+D/PIBpm	1,05	1,82	2,26
Gasto interno ejecutado por el sector empresarial <sup>1</sup> en I+D/PIBpm	0,57	1,15	1,53
Gasto interno ejecutado por el sector público en I+D/PIBpm	0,48	0,64	0,67
<b>Personal en I+D (EJC)</b>			
% población activa	8,5	10,1	n.d.
<b>Investigadores (EJC)</b>			
% sobre personal I+D	61,1	57,3	n.d.
% investigadores en empresas sobre el total investigadores	29,8	49,4	64,3 <sup>2</sup>

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de Informe COTEC 2006. <sup>1</sup>: no incluye ISFL. <sup>2</sup>: dato 2002.