

Nº 46

Fecha de cierre: 24 de Enero de 2007.

Autor: Ignacio G. Martín

Consejo de redacción: Juan José Méndez


Secciones:


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

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:


 **El total de gastos en I+D de los países de la OCDE fue de algo más de 726 millardos de dólares en 2005**, lo que supone un descenso del 0,4% respecto al año anterior. [Pág 4]

 **En 2006 el mercado TIC europeo alcanzó un valor de algo más de 640 millardos de euros**, con un incremento del 3,1% respecto a 2005. [Pág 5]

 **47 de cada 100 europeos son internautas en 2006**, a la cabeza encontramos a los Países Nórdicos y Holanda con penetraciones superiores al 70%. [Pág 5]

 **El 21% de los ciudadanos de la UE-25 afirma haber realizado compras a través de Internet durante 2006**, porcentaje que se incrementa hasta el 23% si nos fijamos en la UE-15. [Pág 7]

 **España existen a finales de 2006 casi 14,4 millones de usuarios habituales de Internet**, lo que equivale a un 38,4% de la población. [Pág. 10]

 **En 2005, el 87,8% de las ventas que las empresas españolas realizan a través de Internet se dirigen hacia otras empresas (B2B)** [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

Evolución del mercado mundial TI					
	2003	2004	2005	2006	2007
Valor de mercado mundial TI (mill. euros)					
Europa	290.130	299.196	311.707	325.451	339.836
EE.UU.	297.477	309.971	324.238	339.977	355.961
Japón	123.649	125.998	129.424	130.677	132.350
Resto del Mundo	99.134	103.595	113.238	122.961	133.752
Total	810.390	838.761	878.607	919.067	961.899
Tasas de variación del mercado mundial TI (%)					
Europa	-1,5	3,1	4,2	4,4	4,4
EE.UU.	0,4	4,2	4,6	4,9	4,7
Japón	-0,5	1,9	2,7	1,0	1,3
Resto del Mundo	3,6	4,5	9,3	8,6	8,8
Total	0,0	3,5	4,8	4,6	4,7
Participación regional en el mercado mundial TI (%)					
Europa	35,8	35,7	35,5	35,4	35,3
EE.UU.	36,7	37,0	36,9	37,0	37,0
Japón	15,3	15,0	14,7	14,2	13,8
Resto del Mundo	12,2	12,4	12,9	13,4	13,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Evolución del mercado mundial de Telecomunicaciones					
	2003	2004	2005	2006	2007
Valor de mercado mundial de Telecomunicaciones (mill. euros)					
Europa	321.697	336.876	347.749	355.405	361.319
EE.UU.	212.564	215.115	221.172	226.933	233.369
Japón	151.891	155.536	157.911	159.832	161.024
Resto del Mundo	298.042	318.309	344.014	365.570	385.447
Total	984.194	1.025.835	1.070.846	1.107.740	1.141.160
Tasas de variación del mercado mundial de Telecomunicaciones (%)					
Europa	3,3	4,7	3,2	2,2	1,7
EE.UU.	0,0	1,2	2,8	2,6	2,8
Japón	-0,4	2,4	1,5	1,2	0,7
Resto del Mundo	5,4	6,8	8,1	6,3	5,4
Total	2,6	4,2	4,4	3,4	3,0
Participación regional en el mercado mundial de Telecomunicaciones (%)					
Europa	32,7	32,8	32,5	32,1	31,7
EE.UU.	21,6	21,0	20,7	20,5	20,5
Japón	15,4	15,2	14,7	14,4	14,1
Resto del Mundo	30,3	31,0	32,1	33,0	33,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

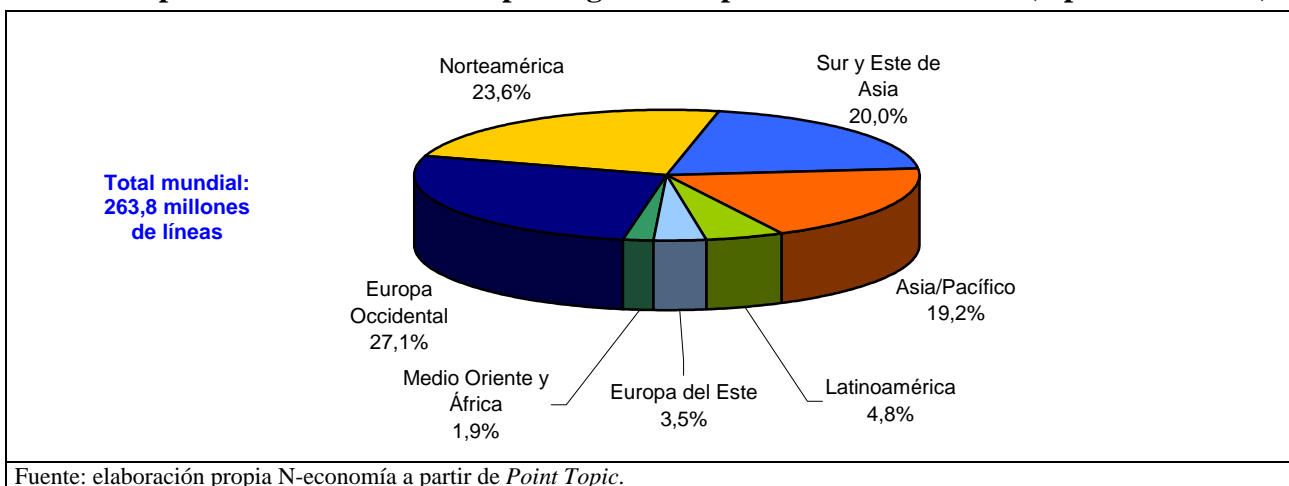
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de EITO 2006. Nota: dato 2005 es una estimación y datos 2006 y 2007 son previsiones.

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

Usuarios mundiales de Internet (enero 2007)					
Región	Usuarios año 2000	Usuarios ene.2007	Penetración (% población)	% usuarios mundiales	Tasa variación 07/00 (%)
África	4.514.400	32.765.700	3,5	3,0	625,8
Asia	114.303.000	389.392.288	10,5	35,6	240,7
Europa	100.996.093	312.722.892	38,6	28,6	197,6
Medio Oriente	5.272.300	19.382.400	10,0	1,8	490,1
Norteamérica	108.096.800	232.057.067	69,4	21,2	114,7
Latinoamérica /Caribe	18.068.919	88.778.986	16,0	8,1	391,3
Oceanía	7.619.500	18.430.359	53,5	1,7	141,9
Total Mundo	358.871.012	1.093.529.692	16,6	100,0	202,9

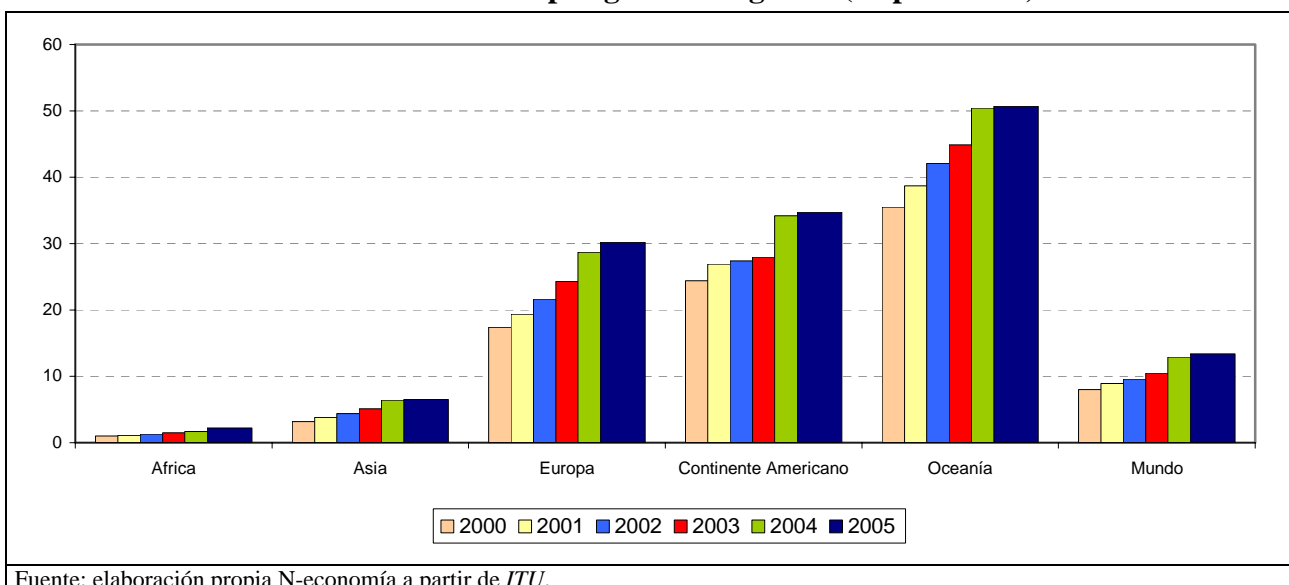
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de *Internet World Stats*.

% suscripciones de Banda Ancha por regiones respecto al total mundial (septiembre 2006)



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

Penetración de PCs por grandes regiones (% población)



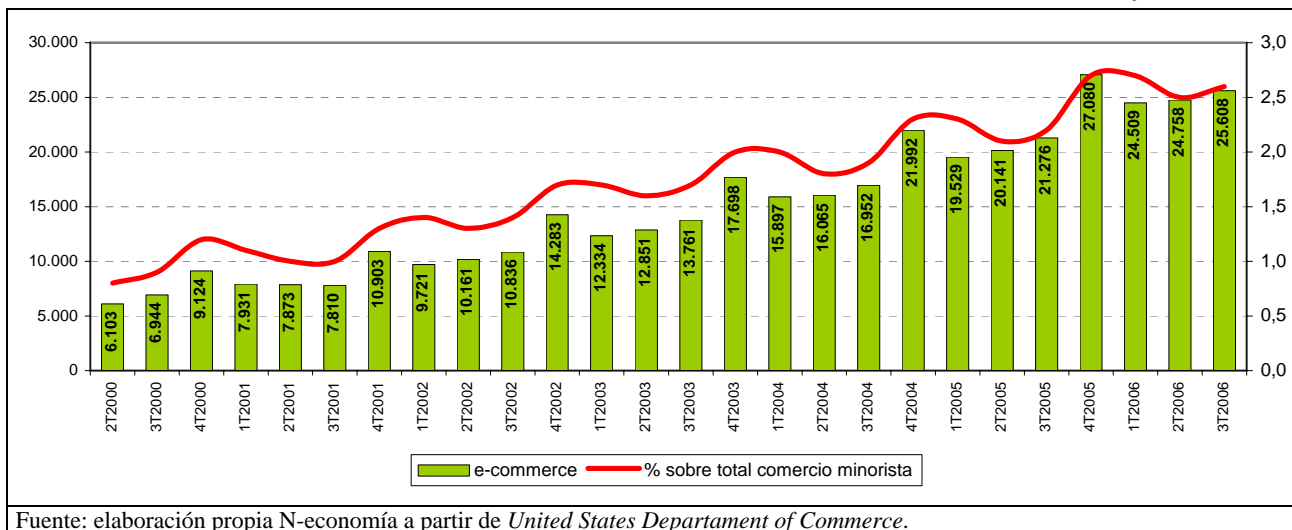
1.4 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Telefonía fija y móvil

Evolución de los suscriptores de telefonía móvil por tipo de tecnología (millones)										
	GSM	3GSM	CDMA	CDMA 1X	CDMA 1X EV-DO	TDMA	PDC	iDEN	Analógi.	Total
1T2003	851,5	0,4	102,3	45,7	0,7	100,7	57,5	11,5	17,6	1.187,9
2T2003	894,7	1,0	99,8	56,5	1,7	99,8	58,2	12,1	15,7	1.239,5
3T2003	945,4	1,6	99,3	67,5	3,0	99,8	58,5	12,8	14,3	1.302,2
4T2003	1.012,0	2,8	98,9	80,1	4,6	100,1	58,1	13,4	12,9	1.382,9
1T2004	1.070,9	4,4	96,6	93,5	7,1	98,1	57,7	13,8	11,9	1.454,0
2T2004	1.131,6	7,5	93,6	106,6	8,7	95,6	56,7	14,4	10,7	1.525,4
3T2004	1.207,2	11,4	90,6	118,9	10,5	92,8	55,7	15,0	10,2	1.612,3
4T2004	1.296,0	16,3	87,4	131,9	12,3	90,0	54,2	16,8	9,2	1.714,1
1T2005	1.378,5	24,2	72,5	167,6	14,7	82,8	51,6	19,5	8,3	1.819,7
2T2005	1.467,6	29,9	68,5	182,9	17,1	79,0	49,5	18,8	7,6	1.920,9
3T2005	1.593,2	37,6	46,1	212,8	22,8	54,6	50,0	21,8	7,1	2.045,8
4T2005	1.717,6	49,0	39,8	230,9	26,6	47,3	46,3	22,3	6,1	2.185,7
1T2006	1.817,0	60,8	34,1	246,3	31,0	40,1	42,6	22,8	5,3	2.299,9
2T2006	1.924,0	71,7	29,4	260,6	37,2	32,8	39,3	23,5	4,5	2.422,6
3T2006	2.018,2	84,9	25,0	272,2	44,9	26,3	35,7	24,1	3,9	2.535,1

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

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

Evolución trimestral del comercio electrónico en EE.UU. (Mill. de dólares y %)



De acuerdo con el *United States Department of Commerce*, el comercio electrónico B2C de los tres primeros trimestres de 2006 supuso 74.900 millones de dólares, lo que equivale a un 2,6% del comercio minorista total de EE.UU. Esta cifra supone un incremento del e-commerce en EE.UU. del 22,8% sobre el dato de los tres primeros trimestres del año anterior. La comparación con trimestres anteriores nos permite observar que el e-commerce en EE.UU. continúa su tendencia de crecimiento y poco a poco va incrementando su peso en el comercio minorista total. En cuanto a la tipología de productos adquiridos en Internet, según la consultora Jupiter Research, los viajes y turismo son los productos más comprados vía Internet a lo largo de 2006 con un 41,8% del total. A continuación, aunque a mucha distancia, encontramos la compra de PCs y el vestido con unos porcentajes respectivos del 8,3% y del 7,2%.

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

Gasto en I+D y investigadores en 2005							
Países	Gasto I+D (mill. \$)	Origen fondos (%)		Sector de ejecución (%)			Investigadores (personas)
		Empresas	AA.PP.	Empresas	Educ. superior	AA.PP.	
Australia	11.589,8	51,6	39,8	53,5	27,2	16,2	81.740
Austria	7.124,2	45,8	36,9	67,7	26,7	5,1	28.207
Bélgica	6.205,3	60,3	23,5	68,3	22,8	7,7	31.880
Canadá	22.702,3	46,7	33,7	52,4	38,4	8,8	112.624
Rep. Checa	2.972,5	54,1	40,9	64,5	16,4	18,7	24.169
Dinamarca	4.560,5	59,9	27,1	68,3	23,8	7,2	26.167
Finlandia	6.149,2	69,3	26,3	70,7	19,4	9,3	39.582
Francia	40.363,3	51,7	37,6	61,9	19,5	17,3	200.064
Alemania	61.711,5	66,8	30,4	69,9	16,5	13,6	268.100
Grecia	1.579,4	28,2	46,4	29,3	49,3	20,5	17.024
Hungría	1.651,2	39,4	49,4	43,2	25,1	28,0	15.878
Islandia	255,1	43,9	40,1	51,8	21,3	24,8	1.917
Irlanda	2.015,3	58,7	32,9	65,3	28,0	6,7	11.151
Italia	17.920,1	43,0	50,8	47,8	32,8	17,8	72.012
Japón	118.026,3	74,8	18,1	75,2	13,4	9,5	677.206
Corea	31.636,8	75,0	23,0	76,9	9,9	11,9	179.812
Luxemburgo	483,1	80,4	11,2	86,2	1,5	12,2	2.091
México	4.276,0	34,7	56,1	34,6	37,9	26,2	33.484
Holanda	9.585,2	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	3.020,2	49,2	41,9	54,0	29,9	16,0	21.851
Polonia	2.895,3	30,3	60,7	31,8	31,6	36,4	62.162
Portugal	1.692,5	31,7	60,1	36,2	39,1	13,6	21.003
Rep. Eslovaca	422,2	36,6	57,0	49,8	20,4	29,7	10.921
España	13.207,7	48,0	41,0	54,4	28,6	16,9	109.753
Suecia	11.384,9	65,0	23,5	75,7	20,8	3,1	54.041
Suiza	7.630,2	69,7	22,7	73,7	22,9	1,1	25.400
Turquía	3.653,6	37,9	57,0	24,2	67,9	8,0	33.876
Reino Unido	32.197,2	44,2	32,8	63,0	23,4	10,3	157.662
EE.UU.	312.535,4	63,7	31,0	70,1	13,6	12,2	1.334.628
UE-25	226.827,5	53,4	35,7	63,0	22,4	13,4	1.209.077
Total OCDE	726.291,5	62,2	30,2	68,0	17,3	12,1	3.355.077

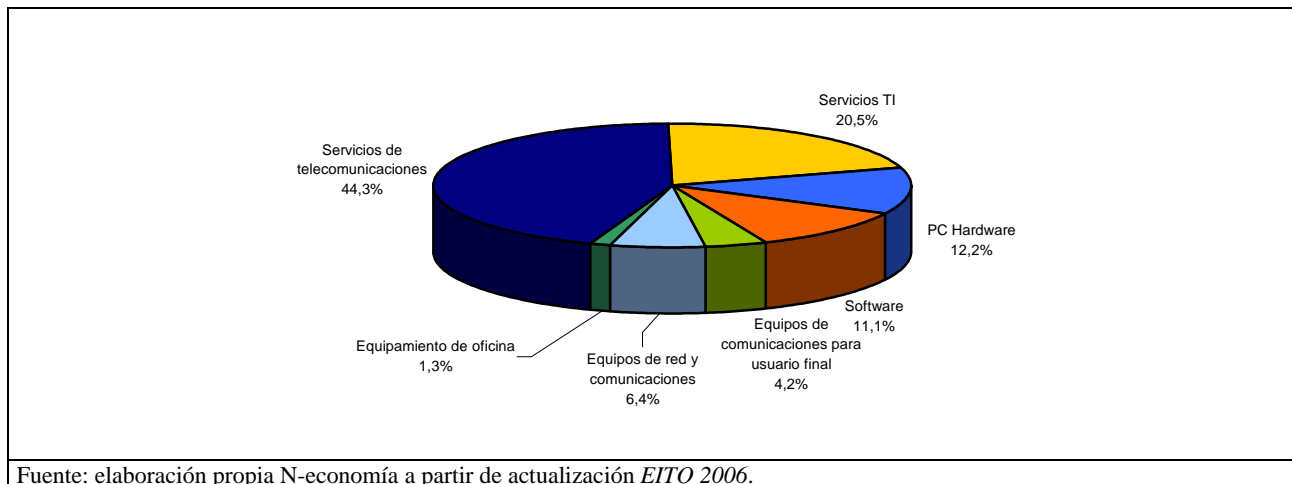
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de OCDE. Nota: gasto en I+D en mill. de dólares corrientes en PPP. Investigadores en EJC: en equivalencia a jornada completa.

Tal como se desprende de los últimos datos de la OCDE, el total de gastos en I+D de todos los países que se agrupan bajo esta organización fue de algo más de 726 millardos de dólares en 2005, lo que supone un descenso del 0,4% respecto a 2004. Atendiendo al personal investigador, en 2005 el número de investigadores dedicados a actividades de I+D fue de 3,36 millones, reflejando una caída del 5,7% respecto a 2004. Comparando la UE-25 con EE.UU. y Japón se observa que éstos dos últimos potencian más la investigación que la Unión Europea. Así, el gasto en I+D de EE.UU. representa 1,4 veces el de toda la UE, mientras que el de Japón alcanza más del 50%. En el ámbito del personal investigador observamos un comportamiento similar al que acabamos de describir.

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

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

Distribución del mercado europeo TIC por producto 2006 (%)



Según EITO, en 2006 el mercado TIC europeo alcanzó un valor de algo más de 640 millardos de euros, con un incremento del 3,1% respecto a 2005. Por segmentos, las Telecomunicaciones representaron el 52,5% del total y las Tecnologías de la Información el restante 47,5%, con unos valores de mercado respectivos de 338 y 306 millardos de euros. Atendiendo a su evolución, el segmento TI se muestra más dinámico con un crecimiento estimado del 3,8% respecto a 2005, mientras que las Telecomunicaciones el incremento es del 2,5%. Por productos, el software y los servicios TI son los que mejor se han comportado acumulando un crecimiento sobre 2005 del 6,3% y del 5,3% respectivamente, mientras que el producto peor parado son los PCs que han registrado un descenso del 0,4%.

Evolución del mercado TIC por segmentos en la UE-25 (%)

Segmento	Tasa 05/04	Tasa 06/05	Tasa 07/06
Servicios TI	4,3	5,3	5,4
PC Hardware	3,3	-0,4	0,7
Software	5,5	6,3	6,5
Equipos de comunicaciones para usuario final	3,6	2,6	1,9
Equipos de red y comunicaciones	3,0	2,5	1,7
Total TIC	3,6	3,1	2,9

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de actualización EITO 2006. Nota: los datos de UE-25 no incluyen a Chipre ni a Malta.

2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

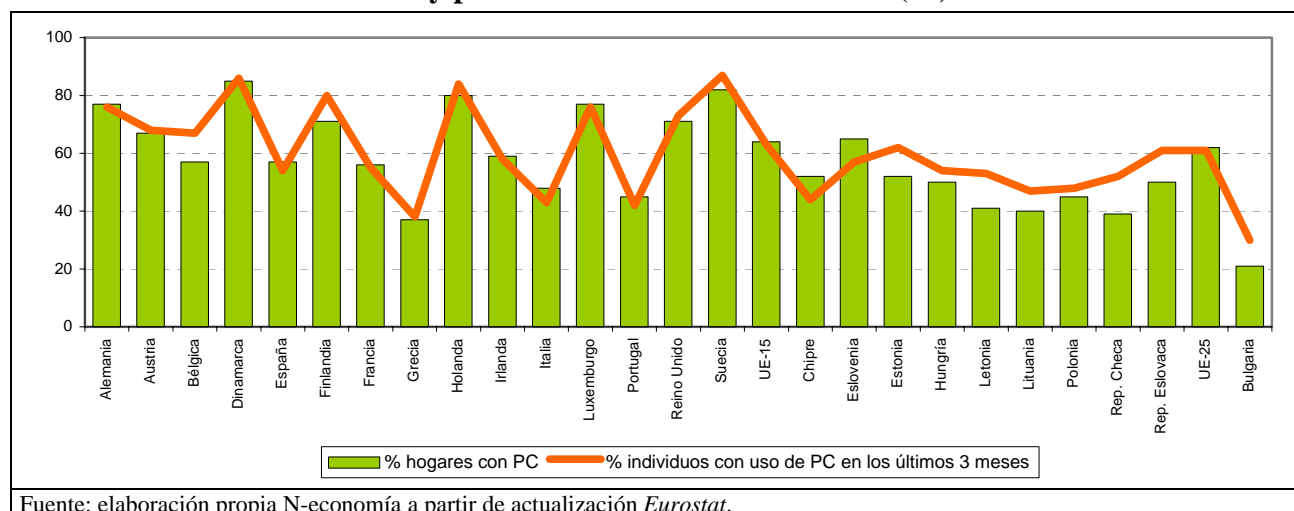
De acuerdo con los últimos datos de la agencia europea de estadísticas, 47 de cada 100 europeos son internautas en 2006, por su parte, el 93% de las empresas cuentan con conexión a la Red. Por países destacan los países nórdicos y Holanda con unas penetraciones de Internet entre sus poblaciones superiores al 70% en todos los casos. A nivel empresarial existen pocas diferencias entre los países de la Unión, encontrándose la mayor parte de ellos con penetraciones de Internet en sus empresas en valores superiores al 90%.

Acceso a Internet en la Unión Europea (%)						
Países	2004	2005	2006	2004	2005	2006
	Particulares (1)			Empresas (2)		
Alemania	50	54	59	94	94	95
Austria	46	49	55	94	95	98
Bélgica	n.d.	53	58	96	95	95
Dinamarca	70	73	78	97	97	98
España	31	35	39	87	90	93
Finlandia	63	n.d.	71	97	98	99
Francia	n.d.	n.d.	39	n.d.	n.d.	94
Grecia	17	18	23	87	92	94
Holanda	n/d	74	76	88	91	97
Irlanda	27	31	44	92	92	94
Italia	26	28	31	87	92	93
Luxemburgo	59	63	65	90	92	93
Portugal	25	28	31	77	81	n/d
Reino Unido	49	54	57	87	90	93
Suecia	75	76	80	96	96	96
UE-15	41	46	49	90	92	94
Chipre	28	26	29	82	85	86
Eslovenia	33	40	47	93	96	96
Estonia	45	54	56	90	90	92
Hungría	21	34	42	78	78	80
Letonia	27	36	46	74	75	80
Lituania	26	30	38	81	86	88
Polonia	22	29	34	85	87	89
Rep. Checa	25	26	36	90	92	95
Rep. Eslovaca	40	43	43	71	92	93
UE-25	38	43	47	89	91	93
Bulgaria	13	n/d	22	62	63	75
Rumania	10	n/d	n/d	52	n/d	n/d

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de Eurostat. (1): particulares con uso de Internet al menos una vez a la semana. (2): empresas de 10 o más empleados.

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

Uso y penetración de los PCs en la UE (%)



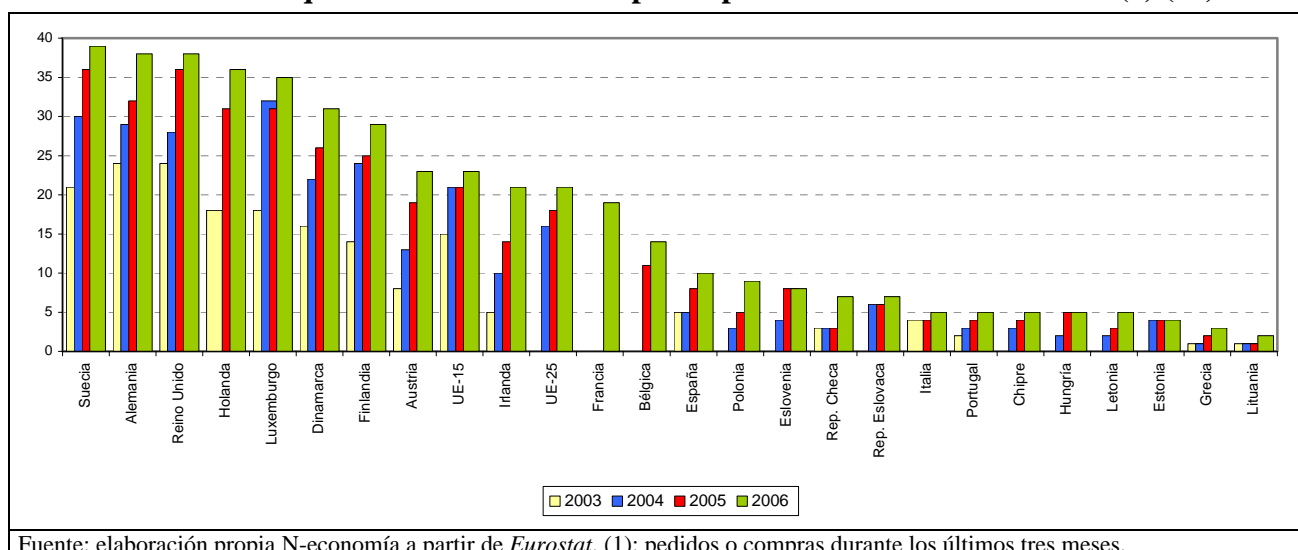
2.4 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Telefonía fija y móvil

Teléfonos móviles en uso por cada 100 habitantes en la UE							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
UE-15							
Alemania	86,3	95,8	99,6	102,4	104,5	105,8	106,7
Austria	98,6	100,4	102,1	103,2	103,9	104,3	104,6
Bélgica	87,9	90,8	93,7	96,5	99,0	101,0	102,6
Dinamarca	95,6	100,9	103,4	105,1	106,1	106,8	107,2
España	94,8	101,1	103,3	104,7	105,7	106,4	106,9
Finlandia	95,7	100,2	102,4	104,0	105,2	106,0	106,6
Francia	74,3	79,7	82,9	85,3	87,2	88,5	89,4
Grecia	87,4	94,2	97,0	98,8	100,1	100,9	101,5
Holanda	90,9	96,8	100,0	101,9	103,5	105,1	106,3
Irlanda	95,1	104,8	108,0	109,7	111,1	112,1	112,7
Italia	107,7	122,6	128,6	132,2	135,0	136,8	137,8
Luxemburgo	106,4	106,0	105,6	105,3	105,0	104,7	104,4
Portugal	99,2	109,1	112,7	115,2	116,8	117,8	118,5
Reino Unido	102,5	106,1	108,2	109,2	109,7	110,0	110,1
Suecia	109,0	113,6	117,6	120,4	122,3	123,7	124,6
UE-25							
Chipre	60,5	62,9	64,3	65,0	65,4	65,6	65,7
Eslovenia	87,5	88,0	88,5	88,9	89,3	89,6	89,8
Estonia	93,0	107,5	112,5	115,5	117,1	118,0	118,5
Hungría	86,3	92,5	95,8	98,1	99,6	100,7	101,4
Letonia	66,3	81,1	91,6	98,2	101,8	103,5	104,3
Lituania	99,9	127,8	140,2	146,0	149,8	151,5	151,8
Malta	76,3	76,7	76,9	77,1	77,3	77,4	77,5
Polonia	59,9	75,9	84,8	91,4	95,9	98,7	100,4
Rep. Checa	105,7	115,5	119,2	121,4	122,5	123,3	123,7
Rep. Eslovaca	79,6	84,6	88,9	91,7	93,4	94,3	94,8
UE-27							
Bulgaria	60,9	81,2	92,6	100,0	104,4	106,7	107,9
Rumania	45,9	60,2	68,9	75,3	79,8	82,6	84,3

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

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

Conforme a Eurostat, el 21% de los ciudadanos de la UE-25 afirma haber realizado compras a través de Internet durante 2006, porcentaje que se incrementa hasta el 23% si atendemos a la UE-15. Comparando con 2005, estos datos suponen un leve incremento de 3 y 2 puntos porcentuales respectivamente. Actualmente los países más avanzados en este ámbito son Suecia, Alemania, Reino Unido y Holanda con porcentajes superiores al 35% en todos los casos. España con un 10% se sitúa muy por detrás de la media europea con un nivel de compradores on-line muy bajo y cuya evolución hacia niveles más favorables requerirá de esfuerzos de cara a transmitir mayor confianza a los consumidores respecto a este canal de compra y darles a conocer las ventajas que aporta respecto a la compra presencial.

% individuos que han ordenado o comprado productos o servicios on-line (1) (%)

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de Eurostat. (1): pedidos o compras durante los últimos tres meses.

2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

Gasto en I+D en la Unión Europea					
	Gasto I+D (% PIB)			Gasto I+D (mill. euros y %)	
	2001	2004	2005	2005	TMAA 01-05
Alemania	2,46	2,50	2,51	56.356	1,0
Austria	2,04	2,23	2,36	5.784	5,4
Bélgica	2,08	1,85	1,82	5.428	-1,7
Dinamarca	2,39	2,48	2,44	5.097	2,1
España	0,91	1,06	1,12	10.100	8,4
Finlandia	3,30	3,46	3,48	5.474	3,8
Francia	2,20	2,14	2,13	36.396	0,6
Grecia	0,64	0,61	0,61	1.112	3,2
Holanda	1,80	1,78	n.d.	8.723	0,4
Irlanda	1,10	1,21	1,25	2.020	8,5
Italia	1,09	1,10	n.d.	15.253	0,8
Luxemburgo	1,65	1,66	1,56	458	1,8
Portugal	0,80	0,77	0,81	1.189	0,4
Reino Unido	1,83	1,73	n.d.	29.956	0,7
Suecia	4,25	n.d.	3,86	11.109	0,2
UE-15	1,94	1,91	1,91	196.076	1,4
Chipre	0,25	0,37	0,40	54	15,2
Eslovenia	1,55	1,45	1,22	338	-2,3
Estonia	0,71	0,88	0,94	104	16,5
Hungría	0,92	0,88	0,94	838	5,0
Letonia	0,41	0,42	0,57	73	17,6
Lituania	0,67	0,76	0,76	157	11,4
Malta	n.d.	0,63	0,61	27	n.d.
Polonia	0,62	0,56	0,57	1.386	1,1
Rep. Checa	1,20	1,26	1,42	1.417	8,3
Rep. Eslovaca	0,63	0,51	0,51	194	-0,6
UE-25	1,88	1,85	1,85	200.633	1,5
Bulgaria	0,47	0,51	0,50	106	6,8
Rumania	0,39	0,39	n.d.	235	n.d.
UE-27	1,88	1,84	1,84	201.020	1,5

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

3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

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

Número de abonados a televisión de pago por tecnología

	2002	2003	2004	2005
Televisión por satélite	1.995.669	1.795.686	1.652.573	1.960.030
Televisión terrestre	720.199	705.050	441.244	1.250
Televisión por cable	811.378	996.686	1.124.049	1.217.278
Televisión por IP	--	--	--	206.572
Total	3.527.246	3.497.422	3.217.866	3.385.130

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

3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet

Características de los usuarios de Internet en España

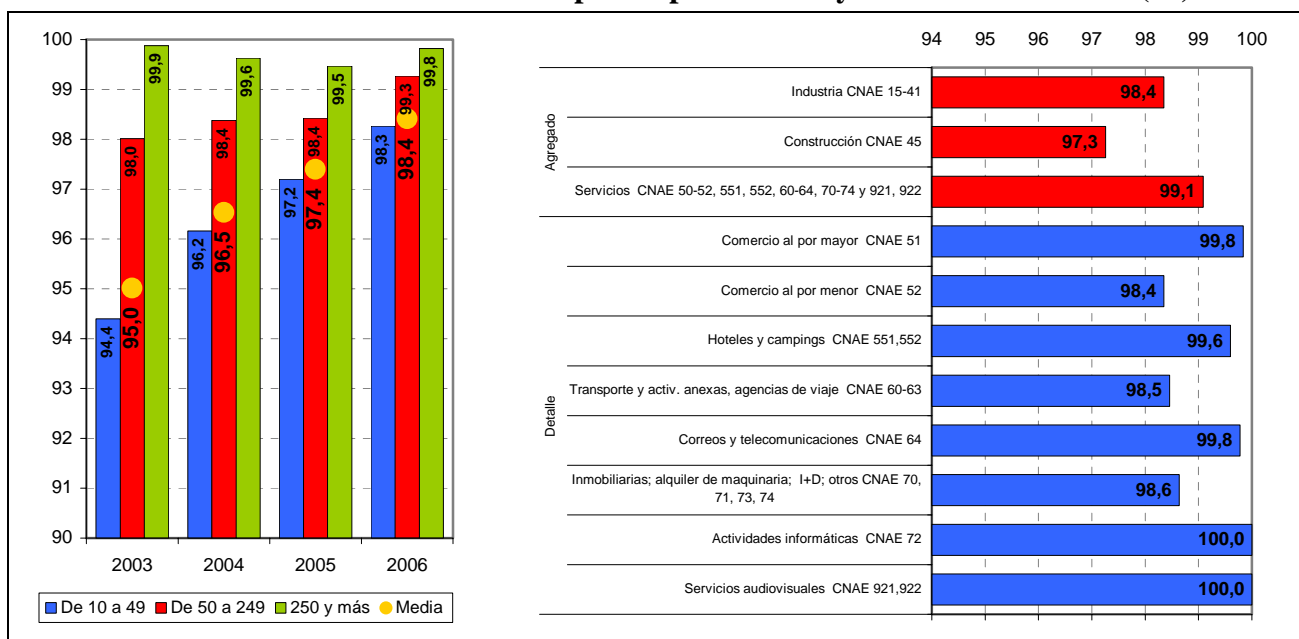
	feb-mar 05	abr-may 05	oct-nov 05	feb-mar 06	abr-may 06	oct-nov 06
Usuarios de Internet¹						
Total usuarios (miles)	12.451	12.847	12.923	13.772	13.925	14.377
% población	33,6	34,6	34,8	36,8	37,2	38,4
Distribución por sexos² (%)						
Hombres	60,8	61,0	59,4	58,1	57,4	59,6
Mujeres	39,2	39,0	40,6	41,9	42,6	40,4
Distribución por lugar de acceso¹ (%)						
Casa	65,1	65,6	68,4	67,5	68,8	72,6
Trabajo	32,5	32,7	32,0	30,6	30,2	29,8
C. Estudios	12,3	12,3	9,1	11,2	9,1	7,0
Otros NS/NC	18,3	18,4	17,5	18,2	17,7	15,8
Perfil por edad² (%)						
De 14 a 19 años	14,4	14,9	14,5	15,6	15,3	15,0
De 20 a 24 años	15,0	15,4	15,4	14,9	15,2	15,0
De 25 a 34 años	30,6	30,3	31,2	30,4	29,9	30,5
De 35 a 44 años	20,4	20,7	20,0	20,8	20,8	20,4
De 45 a 54 años	13,9	12,9	13,1	11,2	12,5	12,8
De 55 y más años	5,7	5,8	5,8	7,1	6,3	6,3
Perfil por clase social² (%)						
Baja	1,5	1,4	1,5	1,6	1,3	2,0
Media-baja	14,9	15,4	15,0	14,7	12,7	16,5
Media-media	41,3	42,2	44,3	45,9	47,7	44,6
Media-alta	22,8	22,4	22,4	22,1	23,3	22,2
Alta	19,5	18,6	16,8	15,7	15,0	14,7
Servicios de Internet más utilizados¹ (%)						
Web (www)	93,5	95,0	95,6	94,6	95,1	94,5
Correo electr.	82,7	82,8	83,6	84,9	85,3	86,1
Trans.ficheros	25,2	25,1	25,3	24,6	25,4	28,5
Chats/IRC	19,2	18,4	17,5	17,9	17,2	16,7
Grupos de discusión	6,2	5,4	5,4	6,0	6,3	7,4
Otros usos	17,9	16,7	18,8	20,6	18,9	15,8

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

De acuerdo con la última oleada del *EGM* (octubre-noviembre de 2006), en España existen casi 14,4 millones de usuarios habituales de Internet, lo que equivale a un 38,4% de la población. Todavía predominan los internautas varones (59,6%) sobre las mujeres (40,4%), con un empeoramiento del gap respecto a la oleada anterior. El principal lugar de acceso a la Red es el hogar (72,6%), seguido por el lugar de trabajo (29,8%). El principal segmento de edades se sitúa en los 25 a 35 años con un 30,5% del total de usuarios, seguido por el segmento de 35 a 45 años (20,4%). La mayor parte de los usuarios de Internet son de clase social media (44,6%), seguidos por la clase media-alta (22,2%). El principal uso que los internautas españoles le dan a la Red es navegar (94,5%), a continuación la utilización del correo electrónico (86,1%) y en tercer lugar la transmisión de archivos (28,5%).

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

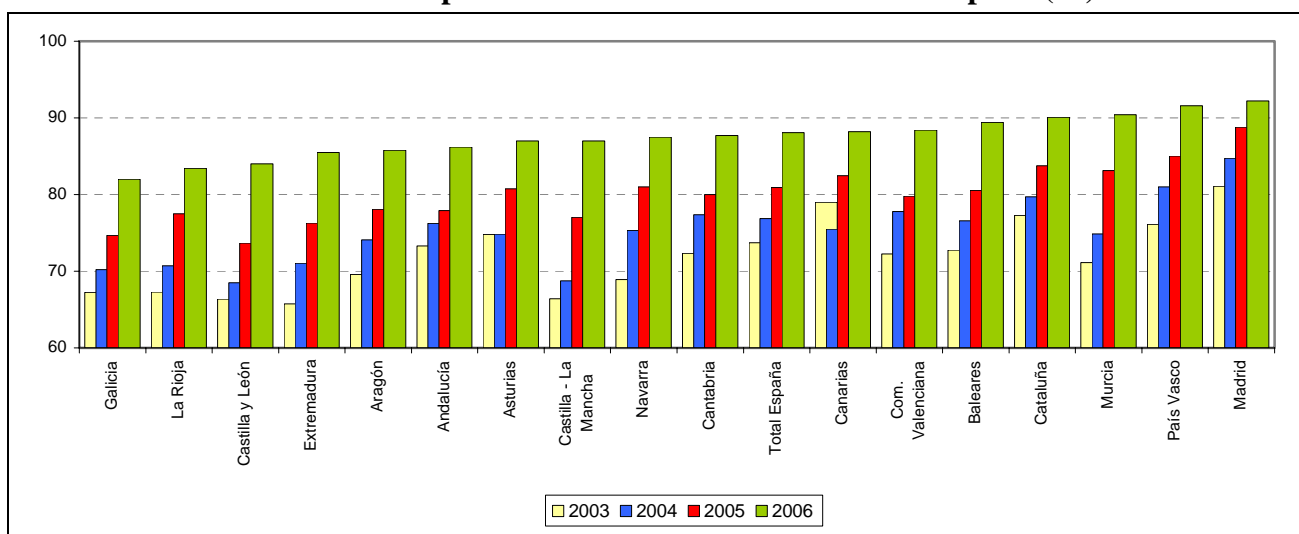
Penetración de los PCs en las empresas por tamaño y sector durante 2006 (%)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir del INE.

3.4 Sociedad de la Información e Innovación en España: Telefonía fija y móvil

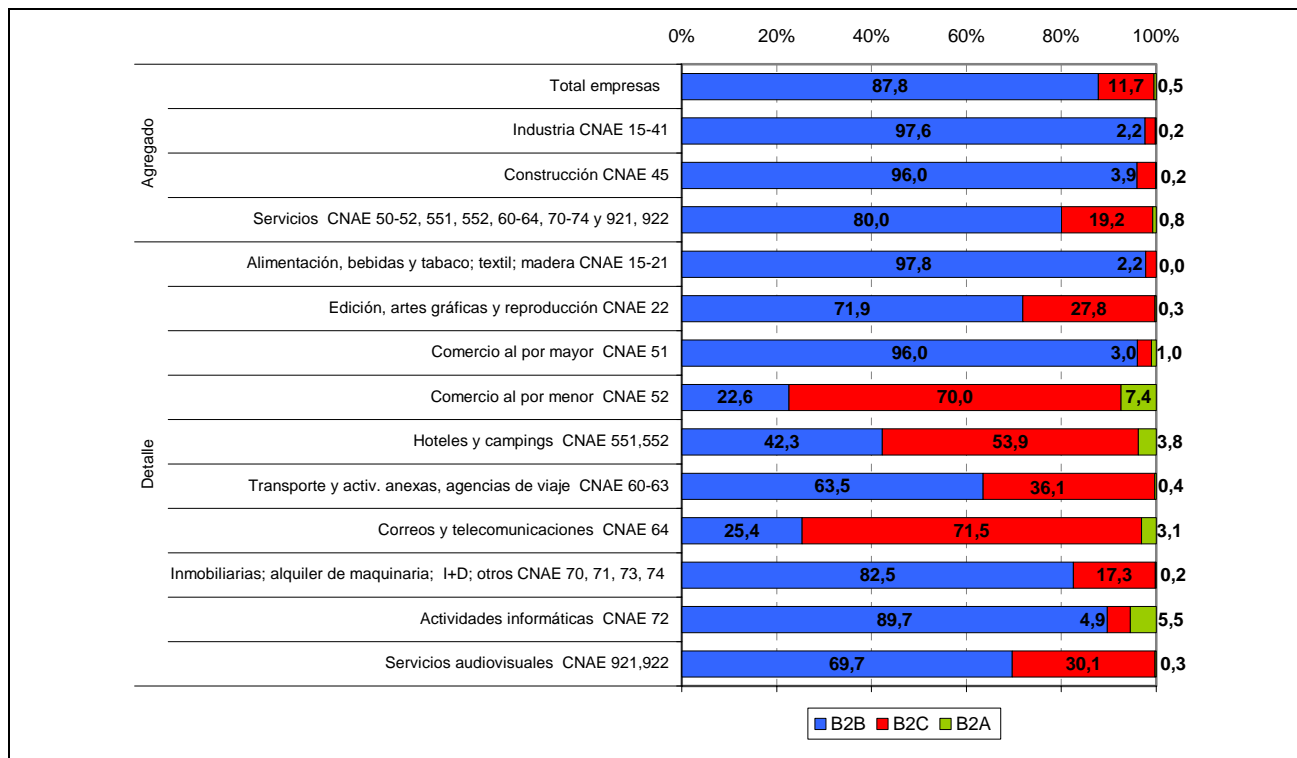
Evolución de la penetración de la telefonía móvil en España (%)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de del INE.

3.5 Sociedad de la Información e Innovación en España: Comercio electrónico

Distribución de las ventas on-line de las empresas por tipo de cliente (%)

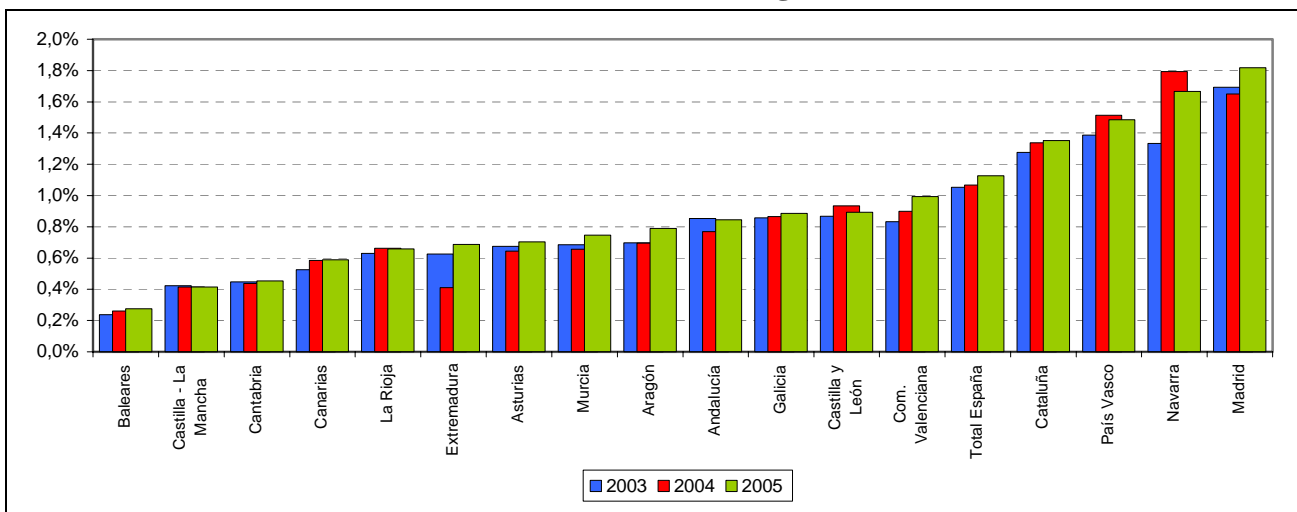


Fuente: elaboración propia N-economía a partir de INE.

Atendiendo a las últimas estadísticas del INE, en 2005 el 87,8% de las ventas que las empresas españolas realizan a través de Internet se dirigen hacia otras empresas (B2B), mientras que el B2C representa el 11,7% y el B2A (ventas a las AA.PP.) tienen un carácter marginal. Un aspecto que nuestro país debe mejorar es el ámbito del e-procurement (contratación y compras de las AA.PP. a través de la Red) que sin duda dotaría de mayor eficiencia a nuestras Administraciones. En este sentido el plan del Gobierno denominado "Moderniza 2006-2008" establece algunas medidas de cara a potenciar la contratación y licitación a través de Internet.

3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación

Gasto en I+D (% PIB regional)



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de del INE.