

Nº 73

Fecha de cierre: 17 de Diciembre de 2008

Autora: Antonia Bierwirth

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:

-  **Mayor porcentaje de compra online [Pág. 4]**
-  **Las 50 compañías globales más innovadoras según Business Week [Pág. 5]**
-  **En Europa disminuyen las inversiones de capital en telecomunicaciones [Pág. 5]**
-  **El dominio europeo “.eu” ha superado la cifra de 2,8 millones de dominios registrados [Pág. 6]**
-  **En 2007 el gasto TIC en España supuso un 4,71% del PIB [Pág. 9]**
-  **En 2008 el 51% de los hogares españoles dispone de conexión a Internet mientras que el 43,5% cuenta con banda ancha [Pág. 10]**

1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL MUNDO

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

El estudio realizado por la Unidad de Inteligencia de The Economist (EIU), evalúa y compara los entornos de la industria de tecnología de la información (TI) de 66 países para determinar el grado en el que ellos propician la competitividad del sector TI. Aunque las primeras 20 economías son las mismas que en el índice del año pasado, 9 ascendieron y 11 descendieron su posición en la clasificación. Estados Unidos vuelve a ocupar el primer lugar del ranking, pero Japón desciende de la segunda a la duodécima posición. En cuanto a Europa, el top 5 lo conforman, por este orden, Reino Unido, Suecia, Dinamarca, Holanda y Suiza, mientras que España queda en la decimotercera posición. Los cinco primeros países en América Latina, son Chile en el puesto 30, Brasil 43, México 44, Argentina 46 y Venezuela en el 51.

De acuerdo con la EIU, seis factores trabajan juntos para crear un entorno sonoro para el sector TI: una amplia provisión de talento; una cultura de innovación amigable; infraestructura tecnológica de calidad mundial; un régimen legal robusto que proteja la Propiedad Intelectual, como patentes y derechos de autor; una economía abierta y competitiva, y liderazgo gubernamental que dé con el balance correcto entre la promoción de tecnología y el permiso para que las fuerzas del mercado trabajen.

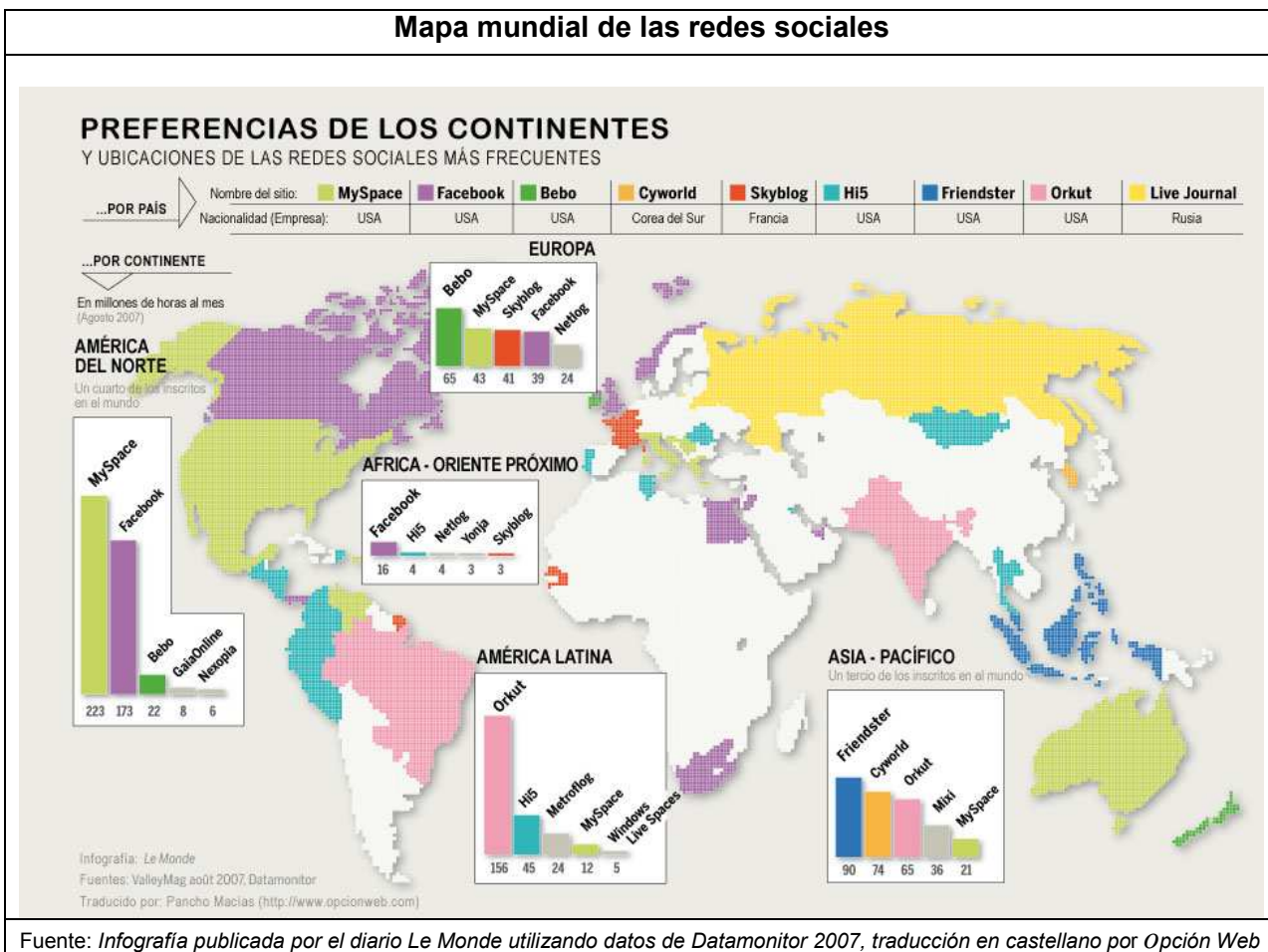
Competitividad en el sector de Tecnologías de Información

País	Puntuación	Ranking 2008	Ranking 2007
EEUU	74,6	1	1
Taiwán	69,2	2	6
Gran Bretaña	67,2	3	4
Suecia	66,0	4	7
Dinamarca	65,2	5	8
Canadá	64,4	6	9
Australia	64,1	7	5
Corea de Sur	64,1	8	3
Singapur	63,4	9	11
Países Bajos	62,7	10	12
Suiza	62,3	11	10
Japón	62,2	12	2
Finlandia	61,5	13	13
Noruega	59,7	14	14
Irlanda	59,4	15	15
Israel	56,7	16	20
Nueva Zelanda	56,6	17	17
Austria	56,1	18	19
Alemania	55,4	19	16
Francia	54,3	20	18
Hong Kong	54,1	21	21
Bélgica	53,4	22	22
España	46,3	23	24

Fuente: *The Economist Intelligence Unit, Septiembre 2008*

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

El gráfico originalmente publicado por el diario francés Le Monde muestra la popularidad de las distintas redes sociales y su penetración hoy en día por continentes y países. Se puede observar el crecimiento acelerado de Facebook a pesar de ser una red muy joven. Redes como MySpace aun mantienen fuerte posición y otras como Hi5 desaparece lentamente. En Estados Unidos resulta interesante ver como MySpace tiene el predominio, así como en Francia domina Skyblog, Orkut en Brasil y Live Journal en Rusia. También llama la atención el caso de países en los que no se ve un claro dominador, tal es el caso de España, Alemania y Argentina.



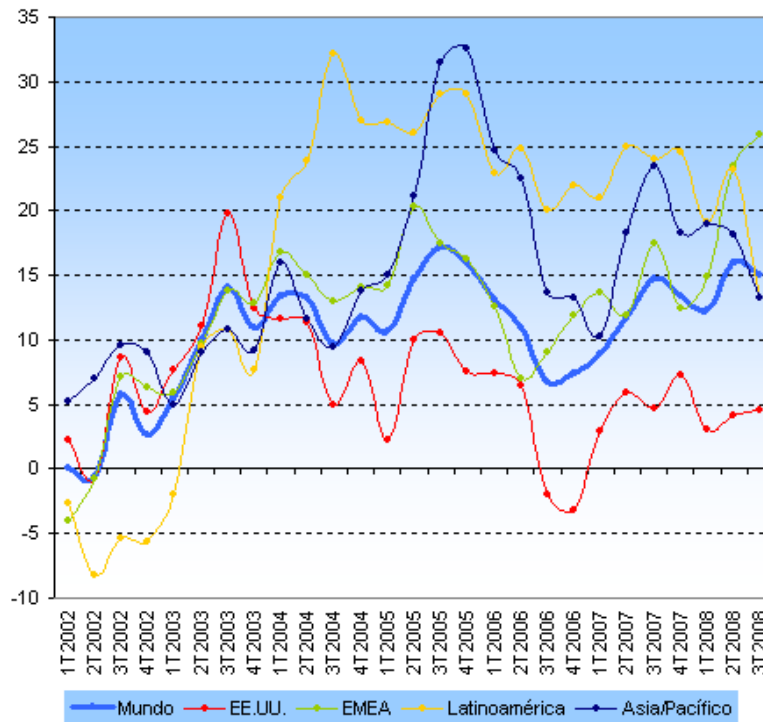
1.3 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Ordenadores Personales

A pesar de la crisis, el negocio del PC sigue avanzando a buen ritmo. En el mundo se vendieron 80,6 millones de equipos, un 15% más que el año precedente, según Gartner. En la región de EMEA se pusieron un 25,9% más de unidades, mientras a escala mundial, el crecimiento del negocio fue más moderado. El negocio se resintió sobre todo en el mercado estadounidense, donde las ventas sólo crecieron un 4,6%.

En el ranking de fabricantes, la gran sorpresa, según los datos de Gartner, la protagonizó Acer, que arrebató la primera posición a HP, que no había abandonado lo más alto de la tabla desde 2002, cuando materializó su fusión con Compaq. El fabricante asiático sacó tajada de contratos con operadoras del continente que incluían la comercialización de sus miniportátiles. Acer creció

un 60,9% y vendió 5,9 millones de PC, medio millón más que HP. Significativo fue el repunte de Asus, que comercializó 2,1 millones de máquinas, casi el triple que en el verano de 2007, y superó a un clásico como Toshiba. En la subida de Asus también jugaron un importante papel los mininotebooks.

Evolución de las ventas de PCs (tasas de variación (%), interanual)



Fuente: Gartner, 3Q 2008

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

40 millones de usuarios móviles en Estados Unidos, y otros millones más a través del mundo navegan en la Web por medio del teléfono móvil.

Penetración de Internet móvil entre países

País	Penetración Internet móvil
EEUU	15.6%
Reino Unido	12.9%
Italia	11.9%
Rusia	11.2%
España	10.8%
Francia	9.6%
Alemania	7.4%
China	6.8%
Brasil	2.6%
India	1.8%

Fuente: Nielsen, Mobile Media Marketplace Report, Q1 2008

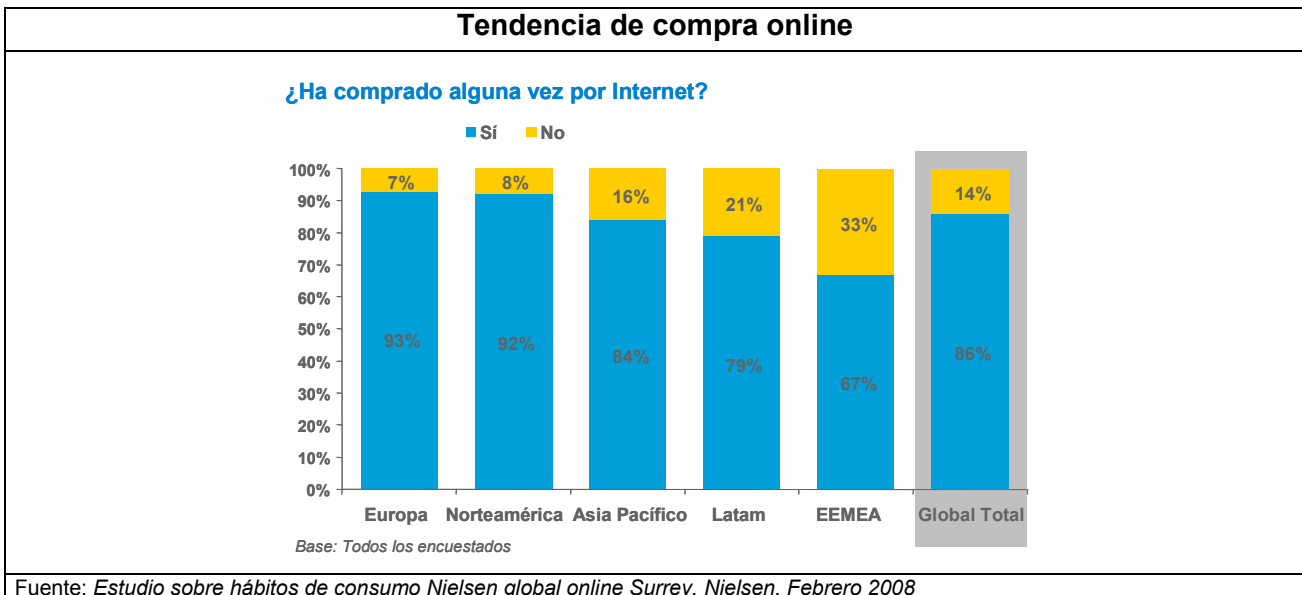
Note: Excluye web email y mensajería instantánea

Nielsen actualmente sigue la penetración de Internet móvil en 16 países del mundo, entre los cuales Estados Unidos se ubica como el país que tiene mayor porcentaje de usuarios de Internet móvil, logrando un 15,6%, seguido del Reino Unido con el 12,9% e Italia con el 11,9%.

Con respecto a las características de los usuarios de este servicio, hasta Mayo de 2008, la audiencia era en mayor medida más masculina que femenina - el 56% eran hombres y el 44% mujeres. El uso de Internet móvil por parte del sexo masculino es consistente a través de todos los mercados, pero es aún más pronunciado en Alemania, donde el 75% de los usuarios de Internet vía teléfono móvil son hombres.

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

Según un estudio realizado por la consultora Nielsen sobre los hábitos de compra en Internet, más del 85% de los usuarios de Internet a nivel global, ha utilizado la red para realizar alguna compra. La encuesta incluyó a 26.312 usuarios de Internet en 48 mercados de Latinoamérica, Europa, Asia Pacífico, Norteamérica y Medio Oriente. La creciente popularidad de la compra online es un verdadero fenómeno global. Se pueden encontrar compradores online alrededor de todo el mundo, pero es de destacar que los compradores más ávidos se encuentran en Corea del Sur, donde el 99% de los encuestados han realizado alguna vez una compra por Internet. Los consumidores que realizan más frecuentemente compras online, están concentrados mayormente en Europa ubicados por encima del promedio global (55%), con el 59% de los encuestados que manifestaron haber realizado una compra online durante el último mes. En Latinoamérica, el porcentaje de consumidores que han realizado alguna vez una compra por Internet asciende al 79%, donde Brasil se encuentra por encima del promedio regional (con el 87% de los consumidores que han realizado compras en Internet), seguida de Chile (77%) y Argentina (con el 74%).



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

La reconocida revista de negocios BusinessWeek ha publicado un listado con las 50 compañías globales más innovadoras a partir de un estudio realizado por la consultora Boston Consulting Group. Realmente el listado no presenta grandes novedades en sus primeros tres puestos. El líder es Apple, el segundo lugar es ocupado por Google y el tercer lugar por Toyota.

Toyota se posicionó por delante de General Electric y Microsoft siendo una de las líderes en el desarrollo de soluciones “verdes” y el primer fabricante con políticas consistentes en la producción masiva de vehículos con energías alternativas. La sorpresa dentro de los primeros diez lugares es la presencia de TATA en el sexto puesto, posicionándose por encima de marcas como Nokia o Procter&Gamble. En los últimos años, la automotriz hindú ha desarrollado una estrategia que contempló el desarrollo de vehículos de bajo coste como la incorporación en el mercado automotriz de alta gama, y también, el desarrollo de opciones ecológicas.

Las 50 compañías globales más innovadoras según BusinessWeek

1. Apple	11. Wal-Mart Stores	21. Boeing	31. Hewlett-Packard	41. Volkswagen
2. Google	12. Honda Motor	22. Dell	32. Nike	42. Pfizer
3. Toyota Motor	13. Nokia	23. Genentech	33. BP	43. Best Buy
4. General Electric	14. Starbucks	24. eBay	34. Research in Motion	44. Johnson & Johnson
5. Microsoft	15. Target	25. Cisco Systems	35. AT&T	45. Amgen
6. Procter & Gamble	16. BMW	26. Motorola	36. Citigroup	46. Merck
7. 3M	17. Samsung Electronics	27. Southwest Airlines	37. Verizon	47. News Corp.
8. Walt Disney Co.	18. Virgin Group	28. IDEO	38. Royal Philips Electronics	48. McDonald's
9. IBM	19. Intel	29. IKEA	39. Nintendo	49. LG Electronics
10. Sony	20. Amazon.com	30. DaimlerChrysler	40. Costco Wholesale	50. Exxon Mobil

Fuente: *BusinessWeek 2008*

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

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

A pesar de ser uno de los sectores más punteros actualmente las inversiones de capital disminuyen aun más que en 2007. Según las fuentes estadísticas de Euromonitor y Eurostat, las inversiones de capital en el sector de las telecomunicaciones han descendido todavía más que en 2007. El motivo de este descenso a pesar de ser un sector bastante atractivo en términos económicos, es la dificultad de obtener unos beneficios inmediatos que permitan volver a reinvertirlos en dicho sector. En la tabla siguiente se puede observar como Alemania junto con Rumania que todavía poseen una tasa de variación positiva en 2008. De este modo, en 2009 probablemente se acabe invirtiendo aun menos cantidad de capital destinada a dicho sector.

Evolución de la inversión de capital en telecomunicaciones (mill. Euros)

Países	2005	2006	2007	2008	Tasas de Variación		
					06/05	07/06	08/07
Alemania	5.800	6.500	6.833	7.019	12,1%	5,1%	2,7%
Austria	759	750	724	677	-1,2%	-3,5%	-6,5%
Bélgica/Luxemburgo	1.145	1.132	1.106	1.056	-1,1%	-2,3%	-4,5%
Dinamarca	927	992	955	887	7,0%	-3,8%	-7,1%
España	5.515	5.686	5.718	5.519	3,1%	0,6%	-3,5%
Finlandia	675	658	639	581	-2,5%	-2,8%	-9,1%
Francia	6.342	7.010	6.872	6.523	10,5%	-2,0%	-5,1%
Grecia	721	805	684	546	11,7%	-15,1%	-20,1%
Holanda	3.445	3.361	3.412	3.389	-2,4%	1,5%	-0,7%
Irlanda	243	256	262	239	5,7%	2,1%	-8,7%
Italia	8.000	6.837	6.791	6.504	-14,5%	-0,7%	-4,2%
Portugal	733	784	754	697	6,9%	-3,8%	-7,6%
Reino Unido	8.842	8.797	8.611	7.710	-0,5%	-2,1%	-10,5%

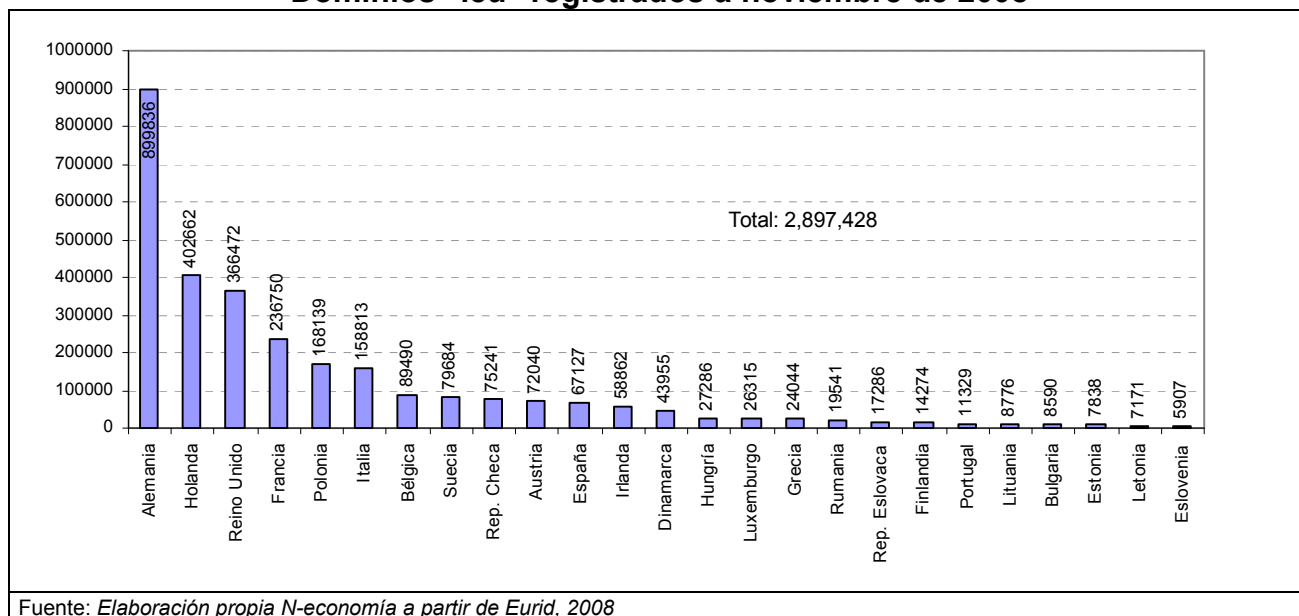
Suecia	841	971	872	750	15,5%	-10,1%	-14,1%
Total UE-15	43.985	44.537	44.232	42.094	1,3%	-0,7%	-4,8%
Eslovenia	182	249	243	224	36,9%	-2,6%	-7,9%
Estonia	50	81	85	81	61,2%	5,3%	-4,7%
Hungría	351	327	304	266	-6,8%	-7,0%	-12,6%
Letonia	44	43	52	44	-0,3%	19,4%	-15,7%
Lituania	115	153	159	151	33,4%	4,0%	-5,3%
Polonia	1.538	1.955	2.025	2.014	27,2%	3,6%	-0,6%
Rep. Checa	537	554	487	459	3,2%	-12,1%	-5,7%
Rep. Eslovaca	429	432	436	424	0,7%	1,1%	-2,7%
Total UE-25	47.229	48.331	48.023	45.757	2,3%	-0,6%	-4,7%
Bulgaria	484	417	413	364	-13,8%	-1,0%	-11,8%
Rumania	660	731	801	805	10,6%	9,6%	0,5%
Total UE-27	48.373	49.479	49.237	46.926	2,3%	-0,5%	-4,7%

Fuente: Euromonitor y Eurostat, 2008

2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

El dominio europeo de Internet “.eu” nació a finales del año 2005 para ofrecer a los usuarios europeos la posibilidad de tener una identidad pan europea en Internet. De acuerdo con los datos del registrador oficial *EURID*, a finales de Noviembre de 2008 se ha superado la cifra de 2,8 millones de dominios “.eu” registrados en la UE-27. Atendiendo al volumen de registros, destacan Alemania, Holanda y Reino Unido como países con mayor número de dominios registrados. España se coloca en una modesta undécima posición.

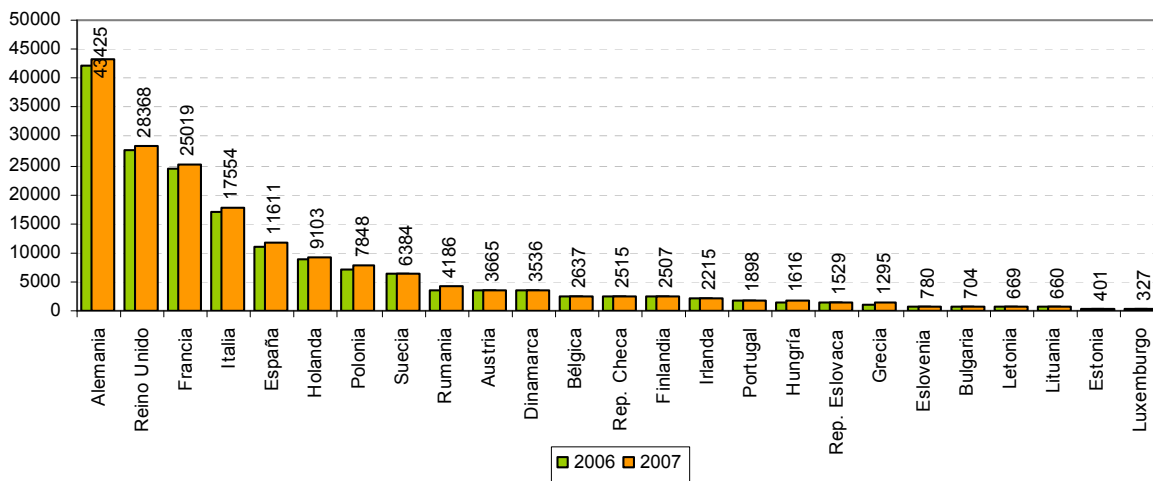
Dominios ".eu" registrados a noviembre de 2008



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

En 2007 el 65% de los habitantes de la UE-27 utilizan PCs. Tal y como muestran los datos más recientes de Eurostat, para 2007 el 63% de los ciudadanos de la UE-27 han utilizado ordenador personal en los últimos tres meses. Por países, Suecia (88%), Holanda (87%), Dinamarca (84%) y Finlandia (81%) destacan por contar con las mayores penetraciones de los ordenadores personales entre su población con valores superiores al 80%. Por su parte, las naciones con menor uso de PCs son Rumania (34%), Bulgaria (35%) y, sorprendentemente, Grecia (40%) e Italia (43%). Portugal, con una penetración del 46%, tampoco mantiene una buena posición, mientras que, España ocupa el decimoséptimo puesto con un porcentaje de población que hace uso de los PCs del 57%.

Uso de ordenadores personales en la UE-27 en 2007 (miles)

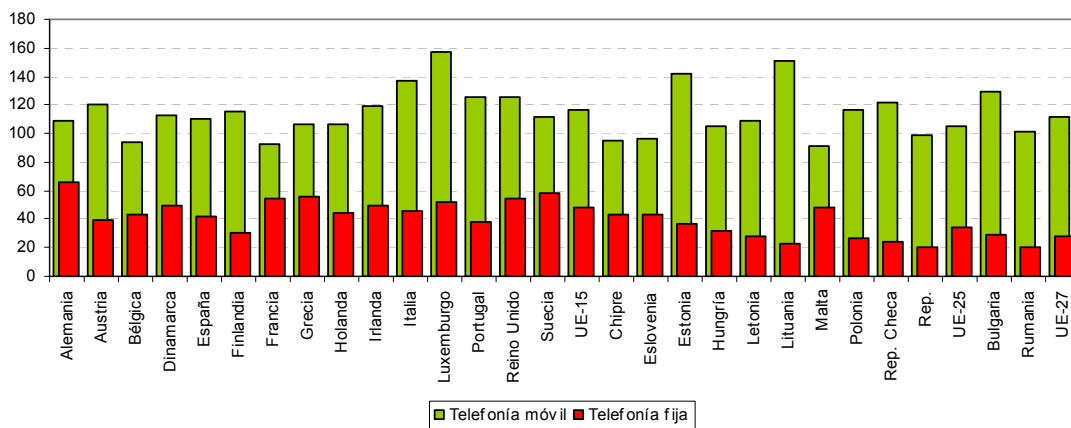


Fuente: Elaboración propia N-economía a partir de Eurostat, 2007

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

La telefonía fija tiene una menor tasa de penetración que la telefonía móvil.

Nº de líneas de telefonía por cada 100 habitantes en 2008



Fuente: Elaboración propia N-economía a partir de Euromonitor, 2008

En los últimos años se ha confirmado esta tendencia, realmente el recorrido de la telefonía fija pasa por el uso de Internet vinculado a la misma (mediante soluciones xDSL).

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

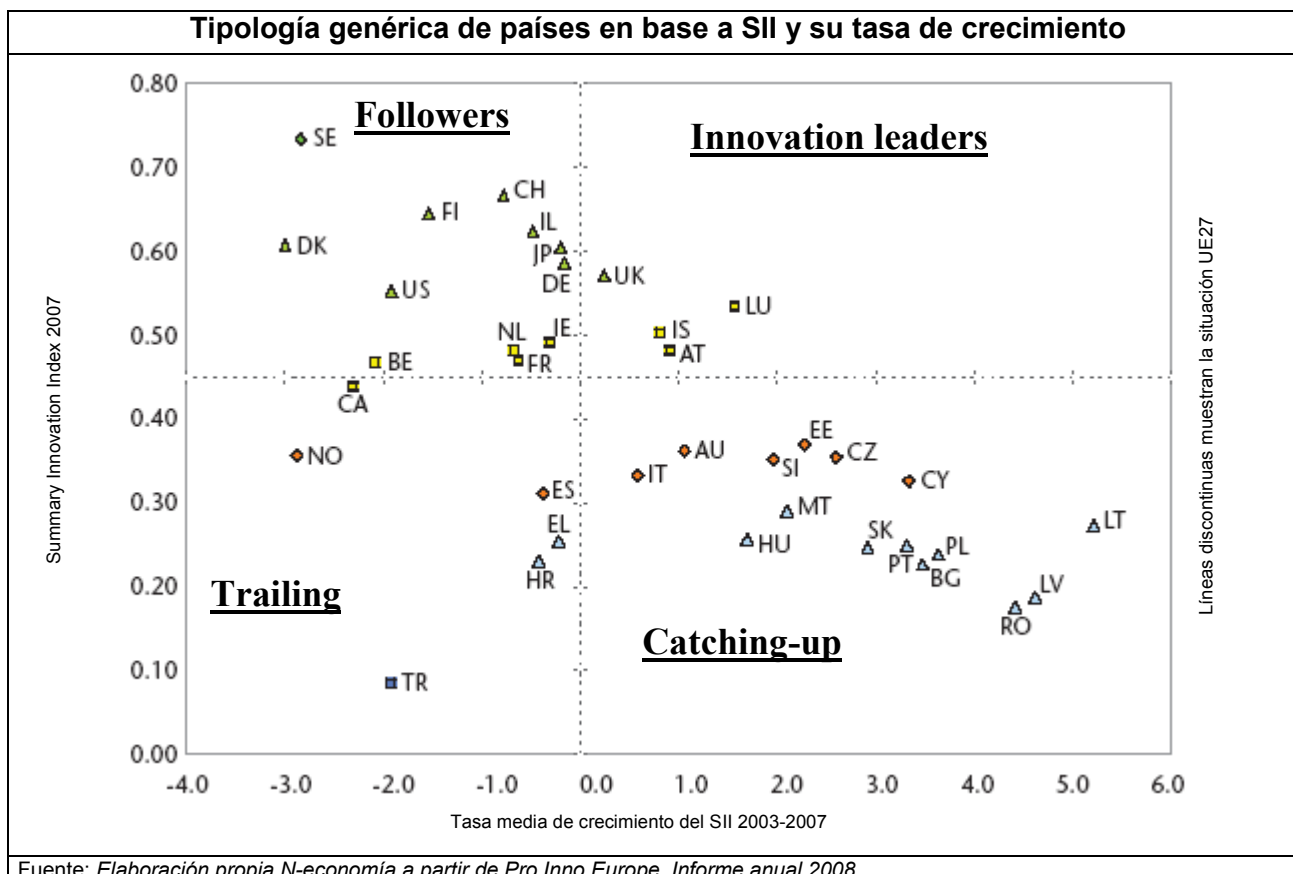
Las empresas españolas siguen recibiendo pocos pedidos online. Según datos estadísticos procedentes de Eurostat, las empresas españolas continúan recibiendo muy pocos pedidos on-line en comparación con el resto de países del UE-15. Los únicos países que se encuentran por debajo de España son Italia y Grecia.

Empresas que han recibido pedidos online en la UE-15 (%)			
Países	2005	2006	2007
Bélgica	123	94	106
Dinamarca	246	213	194
Alemania	123	113	141
Grecia	54	44	35
España	23	50	47
Francia	n.d.	113	n.d.
Irlanda	162	144	159
Italia	23	19	12
Luxemburgo	77	69	76
Holanda	108	144	153
Austria	77	94	106
Portugal	69	44	53
Finlandia	131	88	88
Suecia	177	150	159
Reino Unido	192	188	171
UE-15	100	100	100

Fuente: Elaboración propia N-economía a partir de Eurostat, 2007

2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

Sólo los países nórdicos (Suecia, Finlandia y Dinamarca) y Suiza se encuentran por encima de Japón, Reino Unido y Alemania se encuentran entre EE.UU. y Japón. Estos países son referencia en términos de innovación. Recordemos que el indicador de innovación *Summary Innovation Index (SII)* es elaborado anualmente por la Comisión Europea con base en 25 subindicadores pertenecientes a 5 ámbitos de la innovación: infraestructura de innovación, esfuerzo en I+D, aplicación empresarial de la innovación, resultados de los sectores innovadores y nivel de patentes. El informe correspondiente a 2007 mantiene la metodología utilizada para el 2006 y, con respecto al informe anterior, realiza un análisis más robusto de agrupaciones de países. De acuerdo con los resultados obtenidos, podemos apreciar que en 2007, al igual que en años anteriores, lideran el ranking los Países Nórdicos, Suiza, Alemania y Reino Unido. De acuerdo con el SII 2007, España no alcanza la media de la UE-25 y ocupa la decimonovena posición manteniendo su posición con respecto al informe del año anterior.



3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

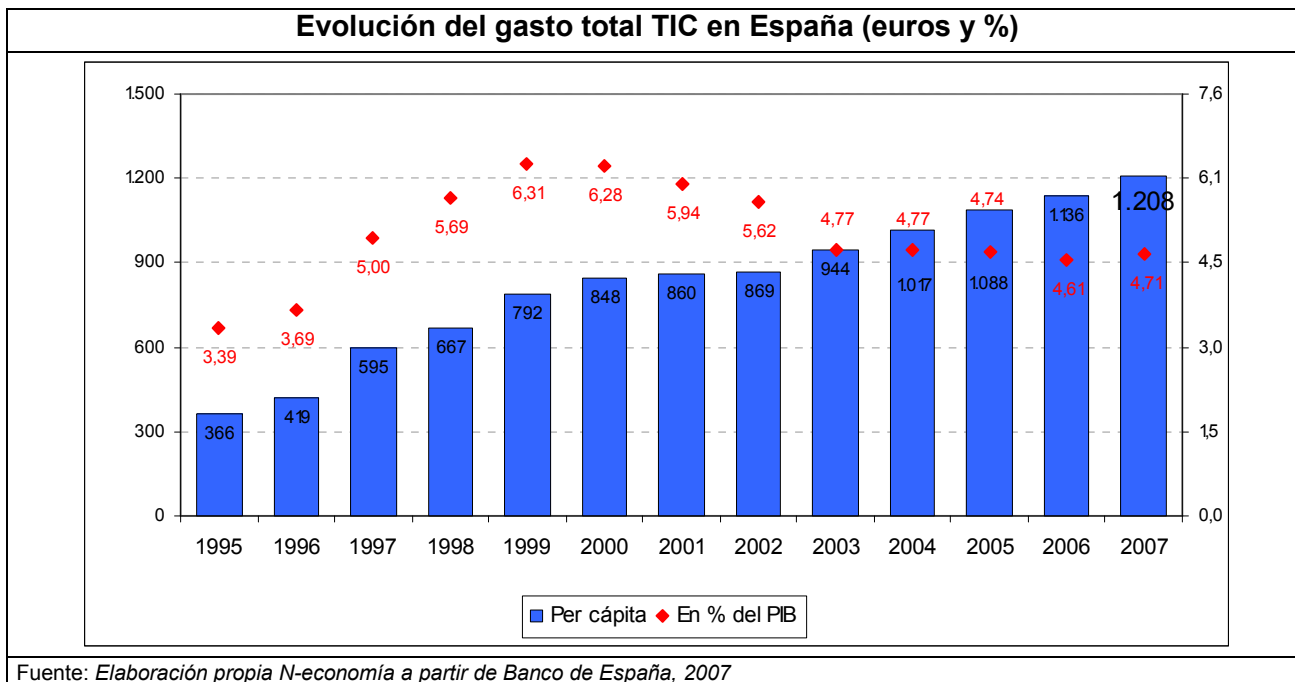
3.1 Sociedad de la Información e Innovación en España: Mercado TIC

Según se extrae del último informe del *Banco de España*, el gasto TIC realizado en España durante 2007 alcanzó el 4,71% del PIB.

Evolución del gasto TIC en España (euros y %)						
Periodo	Gasto TI		Gasto Telecomunicaciones		Total gasto TIC	
	Per cápita	En % del PIB	Per cápita	En % del PIB	Per cápita	En % del PIB
2007	373	1,41	835	3,30	1208	4,71
2006	345	1,40	791	3,21	1136	4,61
2005	326	1,42	762	3,32	1088	4,74
2004	302	1,42	716	3,36	1017	4,77
2003	291	1,47	653	3,30	944	4,77
2002	284	1,84	585	3,78	869	5,62
2001	296	2,04	564	3,90	860	5,94
2000	283	2,09	565	4,18	848	6,28
1999	271	2,16	521	4,15	792	6,31
1998	236	2,01	431	3,67	667	5,69
1997	185	1,55	411	3,45	595	5,00
1996	152	1,34	267	2,35	419	3,69

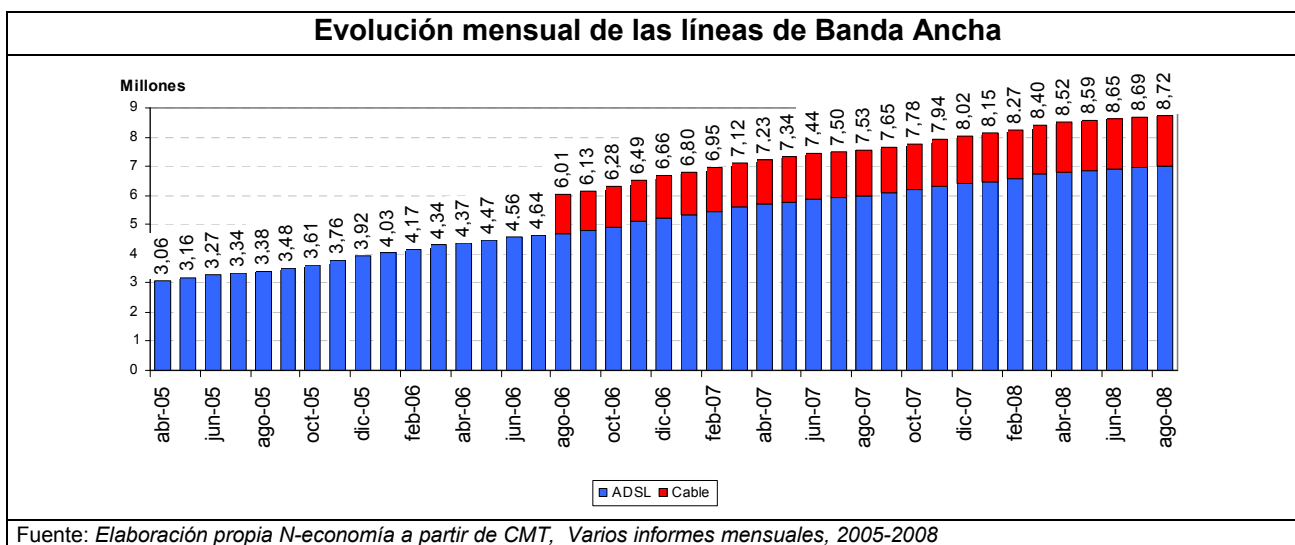
Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de Banco de España 2007/08*

Este dato supone un cambio en la tendencia levemente descendiente que venía experimentando el gasto relativo desde el pinchazo de la burbuja tecnológica. Si nos fijamos en el gasto per cápita podemos constatar que el gasto TIC recoge un incremento año a año. Si observamos los segmentos, las Telecomunicaciones representan la mayor parte del gasto TIC total, con un gasto per cápita de 835 euros y un porcentaje del PIB equivalente del 3,3%. Por su parte, las Tecnologías de la Información suponen un gasto per cápita de 373 euros y un 1,41% del PIB.



3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet

En 2008 el 51% de los hogares españoles dispone de conexión a Internet mientras que el 43,5% cuenta con banda ancha.



Tal como muestra la última encuesta de uso de las TIC en los hogares del *INE*, en el 2008 el 51% de los hogares españoles disponen de conexión a la Red, lo que supone un incremento de más de 6 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior. Si nos fijamos en la forma de conexión, el 43,5% de los hogares españoles cuentan con Banda Ancha en el 2008, con un incremento de más de 4 puntos porcentuales respecto a 2007. En este sentido, a agosto de 2008 existen en España 6,99 millones de líneas de Banda Ancha contratadas.

Características de los usuarios de Internet en España						
	oct-nov 06	feb-mar 07	abr-may 07	oct-nov 07	feb-mar 08	abr-may08
Usuarios de Internet						
Total usuarios (miles)	14.377	15.211	15.707	15.771	16.726	17.480
% población	38,4	40,1	41,4	41,6	43,7	45,7
Distribución por sexos (%)						
Hombres	59,6	59,5	57,5	57,1	56,4	57,6
Mujeres	40,4	40,5	42,5	42,9	43,6	42,4
Distribución por lugar de acceso (%)						
Casa	72,6	74,6	76,9	78,2	77,5	80,1
Trabajo	29,8	28,4	28,0	27,7	27,8	25,9
C. Estudios	7,0	8,8	7,9	5,6	7,6	7,3
Otros NS/NC	15,8	14,6	13,5	14,4	14,4	13,2
Perfil por edad (%)						
De 14 a 19 años	15,0	14,9	15,0	15,0	12,7	11,7
De 20 a 24 años	15,0	14,0	12,8	13,5	11,7	10,0
De 25 a 34 años	30,5	26,8	29,4	29,6	28,5	28,8
De 35 a 44 años	20,4	22,9	21,8	21,8	21,8	21,8
De 45 a 54 años	12,8	13,9	13,8	13,3	13,8	14,7
De 55 y más años	6,3	7,5	5,7	5,2	6,9	8,4
Perfil por clase social (%)						
Baja	2,0	1,2	1,4	1,7	2,3	2,7
Media-baja	16,5	15,5	16,5	19,2	16,5	15,8
Media-media	44,6	45,7	43,9	42,2	44,4	43,3
Media-alta	22,2	21,5	22,1	20,9	21,9	22,4
Alta	14,7	16,1	16,1	16,0	14,9	15,8
Servicios de Internet más utilizados (%)						
Web (www)	94,5	94,8	95,1	96,1	95,2	94,9
Correo electr.	86,1	85,7	86,2	86,8	86,0	87,7
Trans.ficheros	26,6	25,9	25,2	25,6	21,1	22,3
Chats/IRC	16,7	17,8	17,1	17,7	18,2	17,5
Grupos de discusión	7,4	7,8	7,7	8,2	6,9	9,0
Mensajería instantanea	44,4	41,6	40,8	41,0	42,7	47,1
P2P	28,5	29,1	31,8	32,5	30,5	32,0
Otros usos	15,8	16,7	16,2	12,6	16,2	16,5

Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de oleadas del Estudio General de Medios (EGM), 2008*

Usuarios de Internet en los últimos 3 meses (%)			
CC.AA.	2006	2007	2008
Andalucía	43,2	47,0	50,7
Aragón	45,2	56,1	55,7
Asturias	49,8	53,8	54,9
Baleares	53,7	55,5	60,6
Canarias	46,1	53,1	57,6
Cantabria	47,7	51,2	57,2
Castilla y León	44,6	50,6	52,3
Castilla - La Mancha	39,8	42,8	50,5
Cataluña	53,9	56,2	64,2
Com. Valenciana	48,0	49,9	55,6
Extremadura	36,7	39,5	43,5
Galicia	40,4	43,0	47,6
Madrid	60,9	63,8	67,0
Murcia	44,0	45,1	48,7
Navarra	50,2	54,2	59,0
País Vasco	50,0	53,6	59,5
La Rioja	46,2	49,3	56,1
Total España	48,6	52,0	56,7

Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de INE, 2008*

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

El 63,6% de los españoles son usuarios de ordenador. A lo largo de los últimos tres años se observa un fuerte incremento del porcentaje de ciudadanos que hacen un uso más o menos habitual del ordenador pasando del 54,4% en 2006, al 60,4% en el 2007 y situándose en el 63,6% en el mismo periodo de 2008.

Hogares con algún tipo de ordenador (%)			
CC.AA.	2006	2007	2008
Andalucía	54,6	56,9	59,4
Aragón	57,1	60,0	64,2
Asturias	57,1	59,0	63,5
Baleares	58,0	59,9	64,6
Canarias	58,4	59,6	65,5
Cantabria	58,0	60,0	66,2
Castilla y León	52,9	57,6	58,4
Castilla - La Mancha	53,5	53,3	56,1
Cataluña	62,1	65,5	71,0
Com. Valenciana	54,9	57,6	60,5
Extremadura	48,3	47,5	53,3
Galicia	52,9	51,6	53,6
Madrid	69,6	70,4	71,9
Murcia	56,4	57,1	57,2
Navarra	57,5	63,2	66,3
País Vasco	60,6	63,6	66,4
La Rioja	58,6	56,0	63,3
Total España	58,4	60,4	63,6

Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de INE, 2008*

Por regiones, todavía se observan diferencias de equipamiento entre los hogares de las distintas Comunidades Autónomas. Así, mientras en Madrid como región líder el 71,9% de los ciudadanos hacen uso del ordenador, en Extremadura sólo el 53,3% de los individuos lo hacen, de forma que, existe una diferencia de más de 18 puntos porcentuales. Otras regiones con penetraciones altas son Cataluña y País Vasco con unos porcentajes respectivos del 71% y del 66,4%.

Penetración de PCs en las empresas en 2008 (%)

CC.AA.	Total Empresas	Industria y Construcción	Servicios
Andalucía	98,1	96,7	100
Aragón	97,5	99,6	94,6
Asturias	97,8	97,8	97,9
Baleares	97,6	95,3	99,9
Canarias	96,8	95,1	98,1
Cantabria	98,4	98,1	98,9
Castilla y León	99,1	99,7	98,3
Castilla - La Mancha	96,5	94,9	99,7
Cataluña	98,1	98,5	97,6
Com. Valenciana	97,2	96,0	98,9
Extremadura	97,2	96,3	98,5
Galicia	97,8	97,2	98,6
Madrid	98,4	96,9	99,4
Murcia	95,6	93,3	99,1
Navarra	99,3	100	98,1
País Vasco	98,3	97,7	99,0
La Rioja	98,3	99,0	96,8

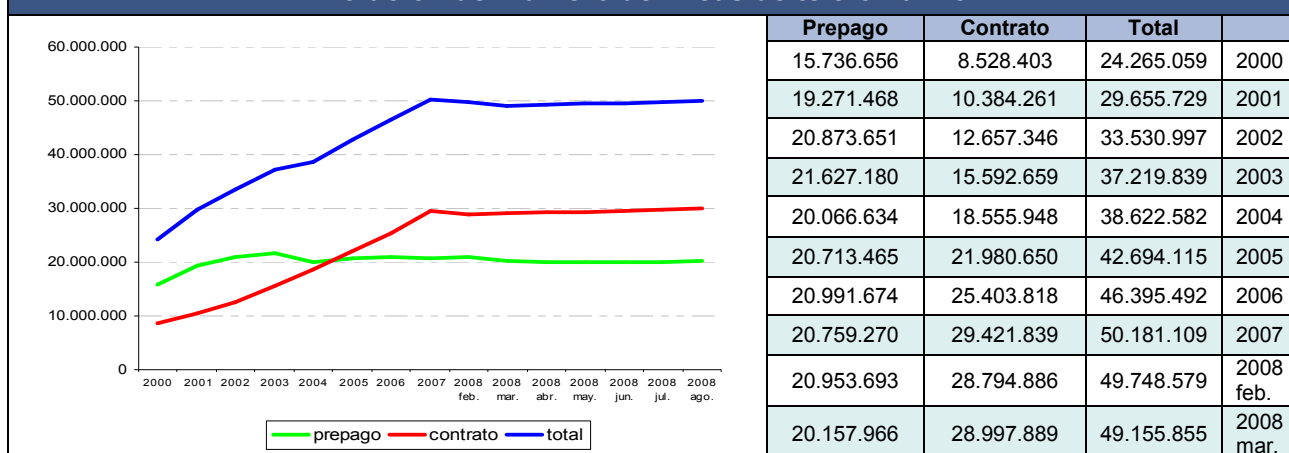
Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de INE, 2008*

Nota: *Empresas de 10 o más empleados*

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

Atendiendo a la última encuesta de uso de las TIC en los hogares realizada por el INE, podemos observar que el porcentaje de hogares que disponen de teléfono fijo se ha incrementado levemente respecto al año pasado.

Evolución del número de líneas de telefonía móvil



Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de CMT, 2008*

Paralelamente, el porcentaje de hogares que cuentan con la telefonía móvil como único medio de comunicación crece año a año, habiendo pasado del 17,7% al 18,0% en 2008.

Hogares que sólo disponen de telefonía móvil (%)			
CC.AA.	2006	2007	2008
Andalucía	22,6	23,5	24,7
Aragón	8,8	10,2	9,2
Asturias	14,3	14,6	13,5
Baleares	15,0	17,0	16,1
Canarias	19,8	23,5	22,9
Cantabria	14,0	15,9	17,3
Castilla y León	14,9	15,1	17,3
Castilla - La Mancha	21,5	23,1	23,7
Cataluña	13,5	13,8	13,0
Com. Valenciana	20,4	24,4	23,9
Extremadura	23,4	27,7	26,2
Galicia	13,9	17,3	16,9
Madrid	8,8	10,7	11,5
Murcia	26,7	27,3	29,0
Navarra	8,3	9,7	11,4
Pais Vasco	7,4	8,5	7,4
La Rioja	15,4	15,3	17,1
Total España	16,1	17,7	18,0

Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de INE, 2008*

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

Personas que han comprado vía Internet en los últimos tres meses (%)			
CC.AA.	2005	2006	2007
Andalucía	6,4	7,5	9,5
Aragón	7,0	8,6	11,7
Asturias	8,1	10,6	11,8
Baleares	10,9	17,3	17,5
Canarias	6,3	11,1	10,7
Cantabria	12,2	11,3	11,7
Castilla y León	8,1	10,0	10,3
Castilla - La Mancha	6,9	9,0	7,8
Cataluña	12,1	14,7	18,3
Com. Valenciana	8,3	9,7	11,4
Extremadura	5,3	5,2	7,7
Galicia	7,7	9,6	9,5
Madrid	14,2	18,6	19,5
Murcia	9,5	8,3	8,2
Navarra	10,6	12,6	12,7
Pais Vasco	10,7	14,2	13,3
La Rioja	7,3	13,4	13,7
Total España	9,3	11,7	13,0

Fuente: *Elaboración propia N-economía a partir de INE, 2007*

Los sectores que registraron un mayor porcentaje de ingresos el comercio electrónico en España en el primer trimestre de 2008 fueron: el transporte aéreo con el 17,1%, las agencias de viajes y operadores turísticos con el 10,7%, el marketing directo con el 5,9% y los juegos de azar y apuestas con el 5,5%. Así muestran los datos del Informe sobre Comercio Electrónico en España elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).

3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación

El gasto nacional en I+D ascendió en 2006 a 11.810 millones de euros. Tal como muestran los últimos datos del INE, en 2006 el gasto dedicado a I+D en España fue de 11.810 millones de euros, cifra que supone un incremento del 15,8% respecto a 2005. En términos relativos, en 2006 el gasto en I+D representó un esfuerzo del 1,31% del PIB nacional, con un incremento de sólo 9 centésimas comparativamente con el año anterior en el que el gasto en I+D supuso un 1,22% del PIB. A la vista de estos resultados, se hacen necesarios mayores esfuerzos por parte de todos los agentes implicados, empresas y Administraciones Públicas, si se pretende alcanzar los objetivos fijados en el Programa Ingenio 2010 y que plantea una meta para 2010 de un gasto en I+D equivalente al 2% del PIB. A nivel regional, un año más Madrid se sitúa a la cabeza en cuanto a gasto en I+D tanto en términos absolutos (3.416 millones de euros) como en términos relativos (1,99% del PIB regional). A continuación se sitúan Navarra, País Vasco y Cataluña con unos gastos relativos de 2,05%; 1,72% y 1,55%; respectivamente. Las Comunidades Autónomas que salen peor paradas son Baleares (0,32% del PIB regional), Castilla-La Mancha (0,51%) y Canarias (0,70%).

