

Nº 66

Fecha de cierre: 29 de Febrero de 2008.







Autor: Fco. Javier de Andrés Correas
Consejo de redacción: Juan José Méndez

<u>Secciones:</u>	<u>Pág.</u>
1. Sociedad de la información e Innovación en el Mundo	1
2. Sociedad de la información e Innovación en Europa	4
3. Sociedad de la información e Innovación en España	8

Apartados en cada sección:

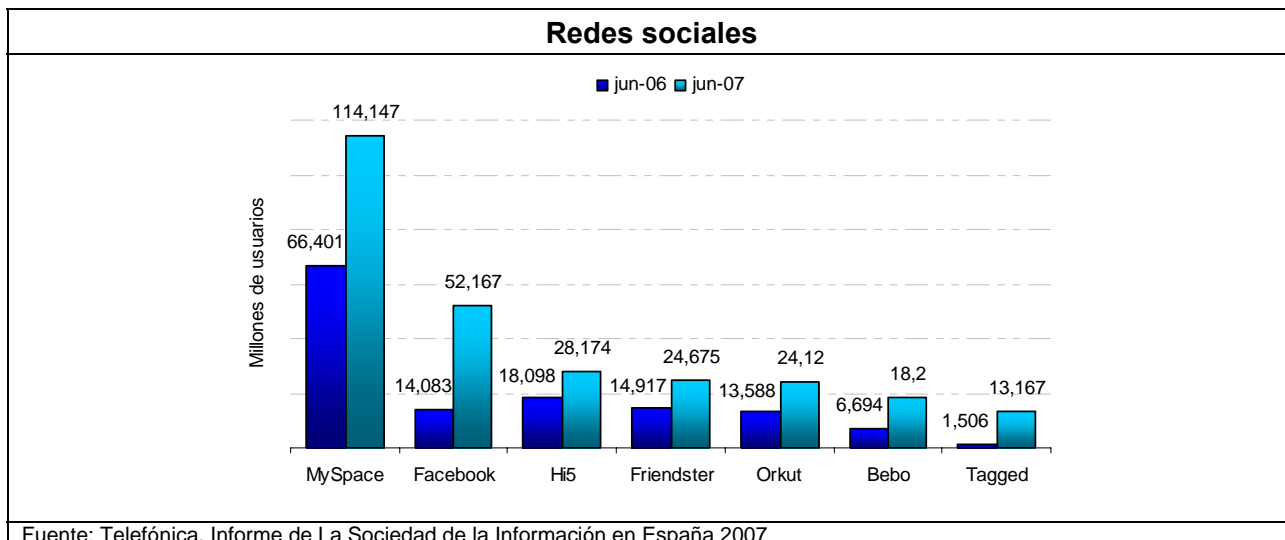
- .1 Mercado TIC
- .2 Internet
- .3 Ordenadores personales
- .4 Telefonía fija y móvil
- .5 Comercio electrónico
- .6 Innovación

Destacados del Mes:

-  A nivel mundial, MySpace es la primera red social en número de usuarios. En España, la red más usada es Blogger. [Pág. 1]
-  Con más de 52.000 solicitudes para el Tratado de Cooperación de Patentes (PCT), los inventores y la industria de los Estados Unidos representan el 33,5% (con un 2,6% de incremento anual) de todas las solicitudes en 2007. [Pág. 5]
-  En Europa, una proporción mayor de hombres que de mujeres emplean ordenadores de forma regular. [Pág. 7]
-  El rango de hogares que poseen móvil con contrato en los distintos países europeos va desde el 92% de Finlandia al 2% de Italia. [Pág. 7]
-  De todas las funcionalidades que incluyen los terminales, actualmente los usuarios sólo manejan una pequeña parte. [Pág. 11]
-  Los indicadores que tienen que ver con la innovación se encuentran en España por debajo de la media de los países de la UE-15. [Pág. 13]

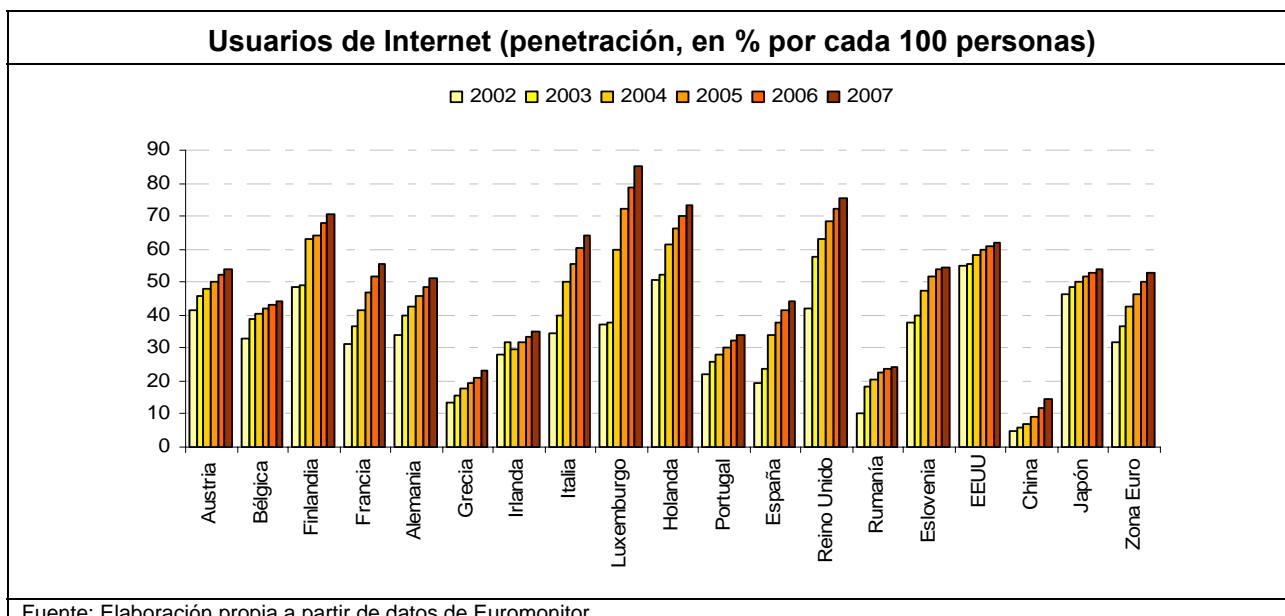
1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL MUNDO

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



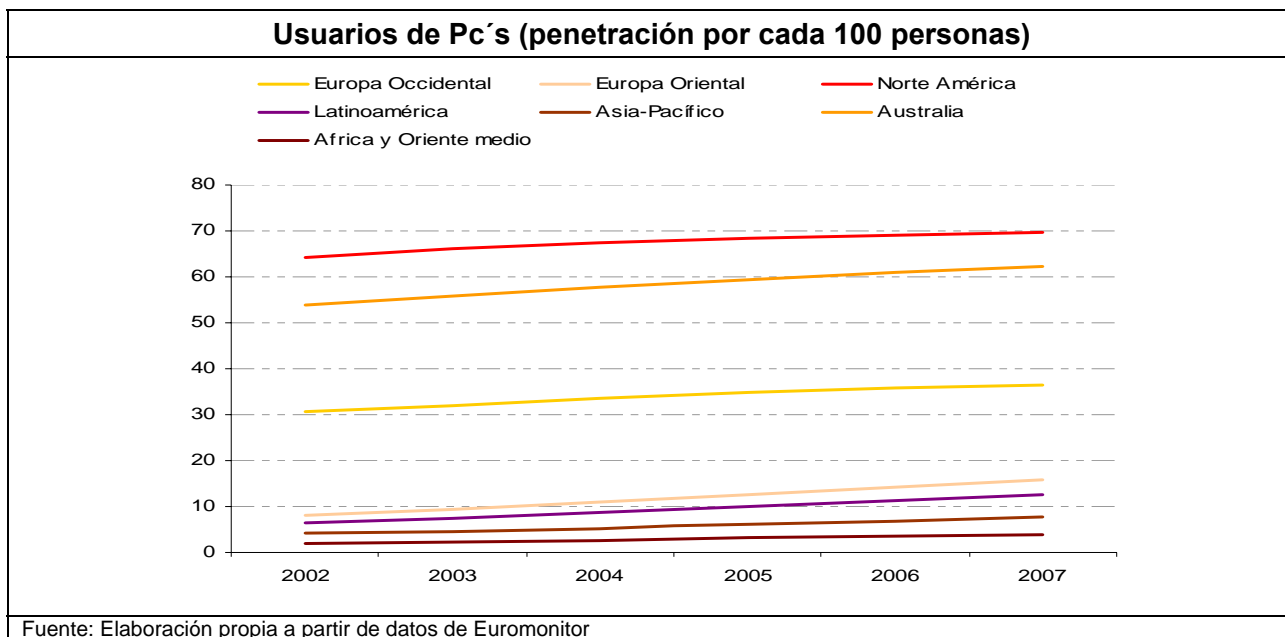
Bajo el concepto de red social online se conoce a aquellos servicios web en los que los usuarios establecen algún tipo de relación social usando Internet y que desemboca en la aparición de algún tipo de estructura social. La popularidad de las redes a nivel mundial tiene un fuerte componente local. El problema es que nadie va a cambiar de red social, a pesar de que ofrezca mejores condiciones, si su grupo de amigos no se cambia también. En EEUU nos encontramos con el dominio de MySpace, mientras en Canadá lo hace Facebook. Orkut lidera en el subcontinente Indio y en Brasil, Hi5 es la más internacional de todas las redes sociales, liderando en la mayoría de los países sudamericanos. Friendster es líder en todo el sudeste asiático. En España la red más usada es Blogger. En número de usuarios MySpace sigue en cabeza con 114 millones de usuarios. Le sigue, con un espectacular crecimiento Facebook, con 52 millones y a mayor distancia Hi5, con 28 y Friendster con 24.

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



Como podemos observar en el gráfico, en los países de la Unión Europea se mantiene el liderazgo de los países nórdicos y del centro de Europa frente a países de la cuenca mediterránea y del este europeo. El grupo de países de la Europa mediterránea se sitúa en la parte baja de la tabla, siendo Italia y Francia los dos países más avanzados. Luxemburgo es el país que más ha incrementado sus cifras de usuarios de Internet en los últimos cinco años pasando de 37 usuarios por cada cien personas a 85 usuarios. EEUU ha alcanzado los 62 usuarios en el 2007, pero en los últimos años ha experimentado un aumento muy reducido.

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



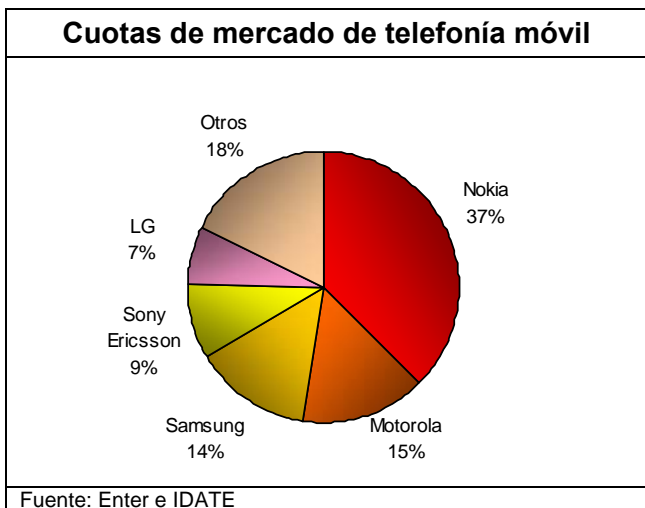
Norte América es la región que más número de ordenadores por cada 100 personas posee, llegando al 2007 a 69 ordenadores personales. Australia se encuentra en segunda posición con 62 ordenadores y Europa Occidental, muy por debajo de los anteriores, se sitúa a un nivel medio en comparación con todas las regiones mostradas con 36 ordenadores por cada 100 personas. Las áreas de África, Oriente Medio, Asia-Pacífico, Latinoamérica y Europa Oriental muestran niveles muy reducidos en esta cuestión.

Cabe destacar que todas las regiones reflejan un aumento progresivo de esta variable, destacando las áreas en desarrollo como Europa Oriental, Latinoamérica, África y Oriente Medio y Asia-Pacífico que muestran una tasa media anual acumulativa entorno al 13,8% y al 14,9% en los últimos cinco años.

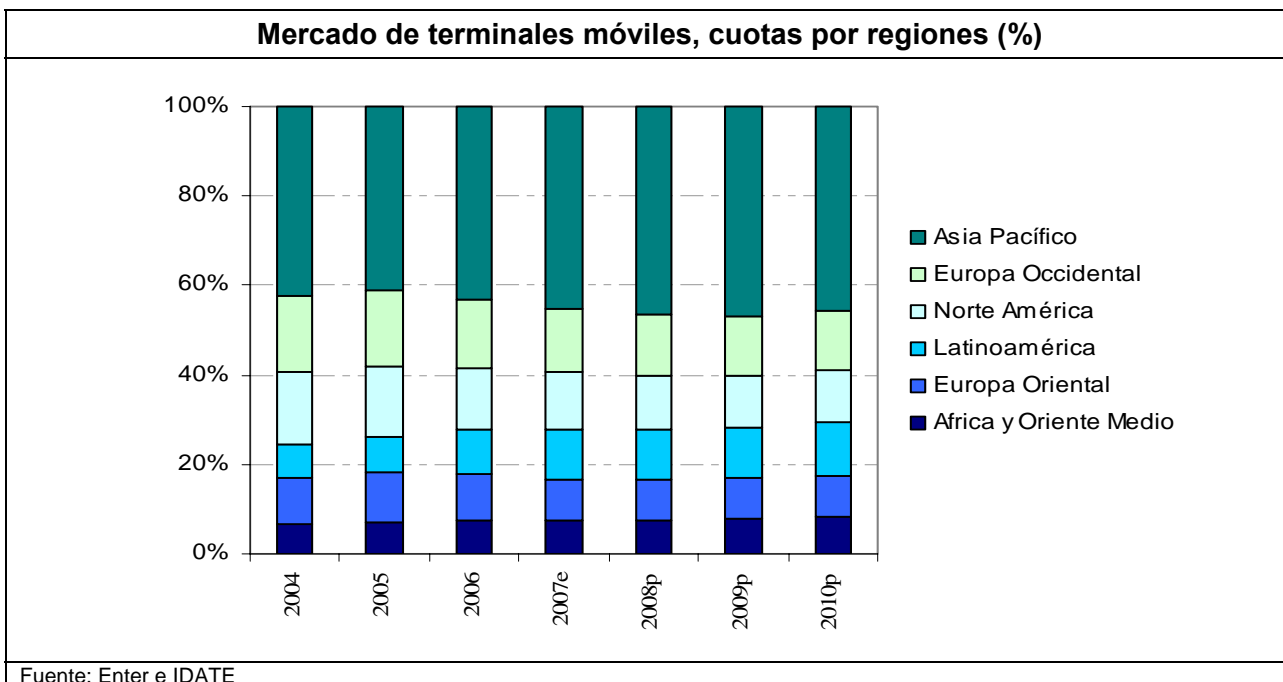
	2002	2007	TMAA %
Europa Occidental	30,4	36,4	3,7
Europa Oriental	7,9	15,8	14,9
Norte América	64,2	69,5	1,6
Latinoamérica	6,4	12,5	14,4
Asia-Pacífico	4,1	7,7	13,8
Australia	53,9	62,2	2,9
Africa y Oriente medio	2,0	3,8	14,2

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

En el cuarto trimestre del 2007 Nokia controla el 37% del mercado mundial, Motorola el 15% y Samsung el 14%. SonyEricsson es el cuarto vendedor con un 9% de la cuota de mercado y LG el quinto con un 7%.

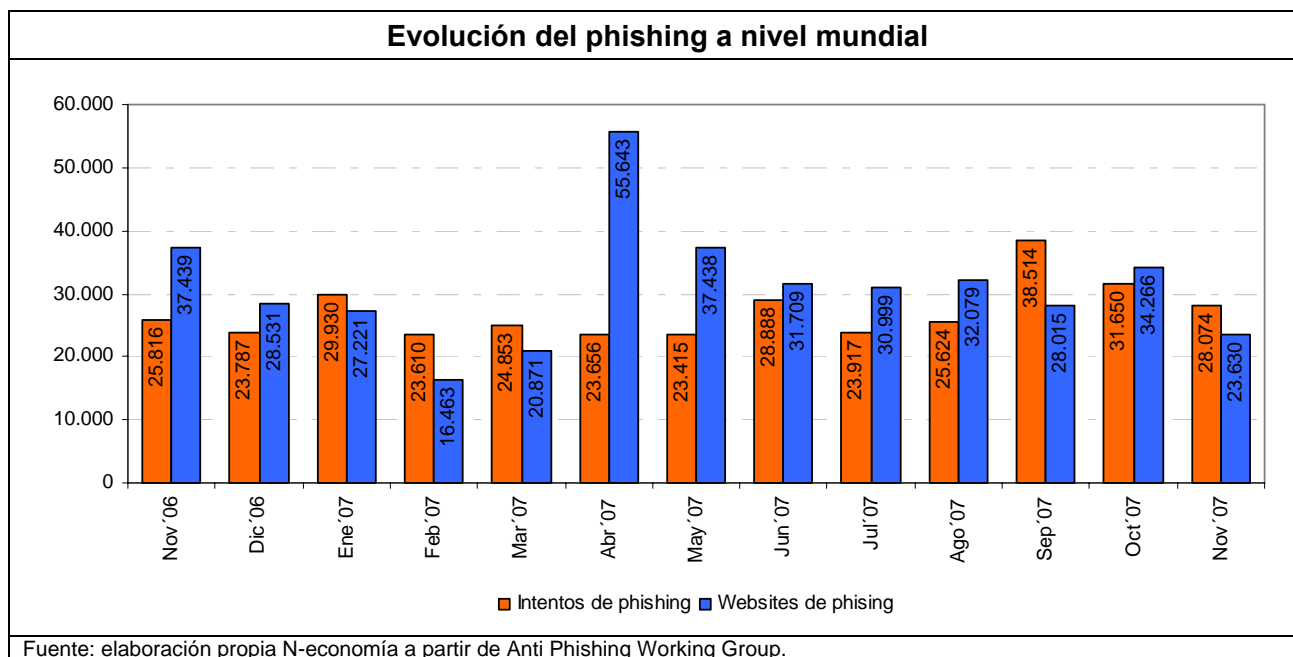


En cuanto a la cuota de mercado por regiones podemos observar en el gráfico de abajo que en los países de Asia-Pacífico se concentra casi el 50% del mercado de la telefonía móvil, situándose la cuota en el 2007 a un 45,2% del mercado total. Europa Occidental y Norte América presentan unos niveles muy similares entre ellos con cuotas de mercado para el 2007 del 14,4% y 12,7% respectivamente. Latinoamérica es la región que va a experimentar un mayor crecimiento del consumo de telefonía móvil hasta el 2010, pasando de la cifra del 7,4% de cuota de mercado al 11,9%, restando cuota a Europa Occidental y Oriental.

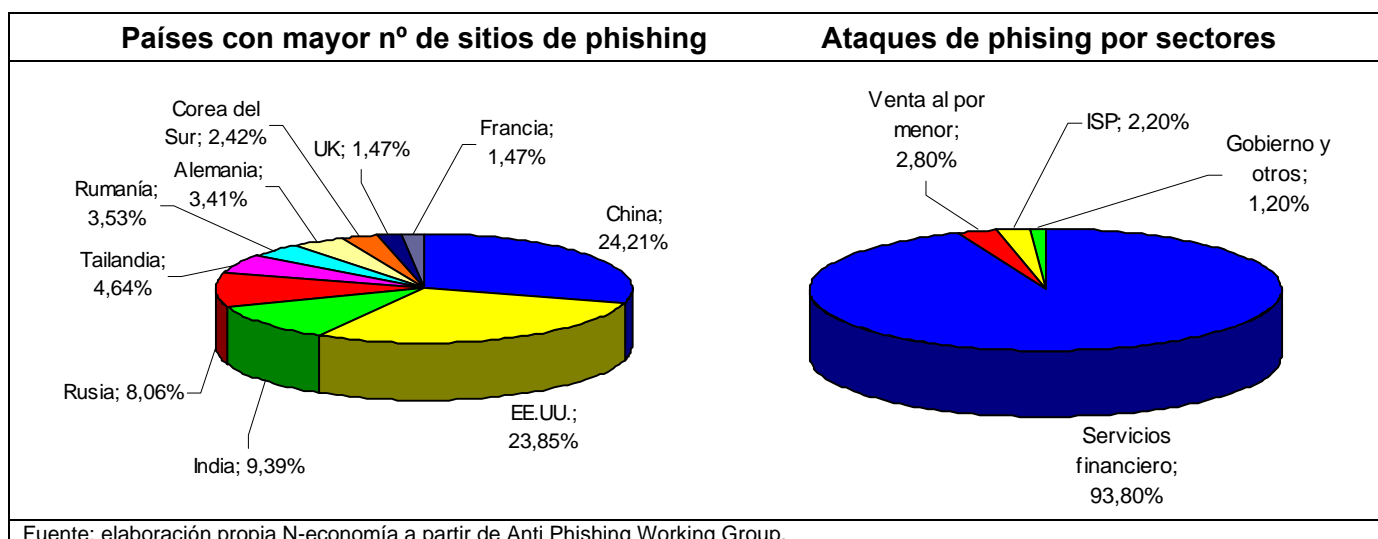


1.5 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Comercio electrónico

Recordemos que los “intentos de phishing” aluden a cada envío masivo de emails detectado que ataca o suplanta a los provenientes de una web oficial y, “websites de phishing” se refiere a páginas web que copian e intentan suplantar a una web oficial. Los últimos datos del Anti Phishing Working Group muestran que el número de intentos de phishing en noviembre fue de 28.074 a nivel mundial, siendo la media de los últimos tres meses disponibles de 32.746. Atendiendo a los websites de phishing, las cifras de noviembre del 2007 se sitúan en 23.630 sites, la media del trimestre (sep07-nov07) es de 28.637



Por origen geográfico de los ataques, EE.UU., China y India alojan más del 50% de los websites de phishing a nivel mundial, siendo muy destacable la evolución de India que ha pasado de alojar el 1,7% de los sites en enero de 2006 a dar cobertura a más del 9%. Por sectores atacados, un mes más, el de los servicios financieros continúa siendo el que recibe la gran mayoría de los ataques de este tipo.



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

El Tratado de Cooperación de Patentes (PCT) promovido por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) ofrece a los inventores y a la industria una vía ventajosa para obtener protección para patente internacional. Al presentar una solicitud "internacional" de patente en virtud del PCT, se puede solicitar la protección simultáneamente en un gran número de países. Tanto los solicitantes como las oficinas de patentes de los Estados miembros del PCT se benefician de requisitos formales uniformes, de la búsqueda internacional y del examen preliminar, y de una publicación internacional centralizada.

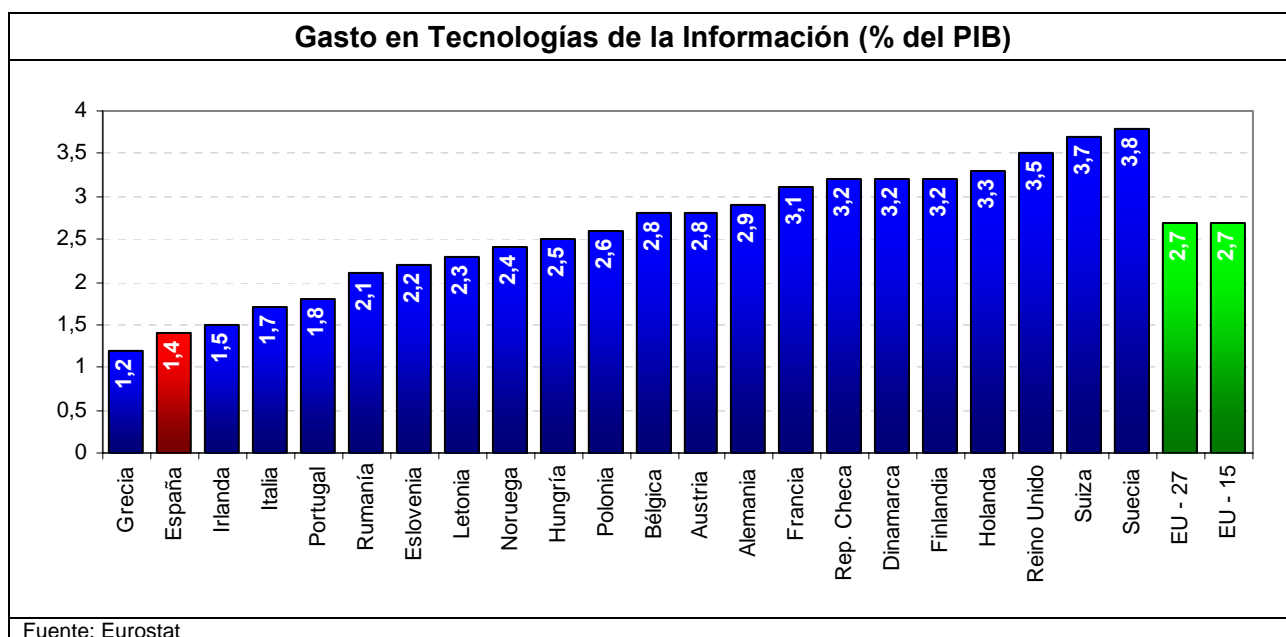
Con más de 52.000 solicitudes del PCT, los inventores y la industria de los Estados Unidos representan el 33,5% (con un 2,6% de incremento anual) de todas las solicitudes en 2007. Los solicitantes de Japón en segundo lugar con el 17,8% del número total de solicitudes, lo que representa un 2,6% de aumento con respecto a 2006. Los inventores y la industria de Alemania se sitúa en tercera posición con el 11,6% de todas las solicitudes en 2007, lo que representa un aumento del 8,4%, seguido por los usuarios en la República de Corea (4,5% de todas las solicitudes y un 18,8% de aumento) y Francia (4,1% del total aplicaciones y un 2,1% de aumento).

Solicitudes por países para PCT							
	2003	2004	2005	2006	2007 ^e	2007	Δ % 07/06
EE.UU.	41.030	43.350	46.803	50.941	52.280	33,5%	2,6%
Japón	17.414	20.264	24.869	27.033	27.731	17,8%	2,6%
Alemania	14.662	15.214	15.984	16.732	18.134	11,6%	8,4%
Rep. Corea	2.949	3.558	4.688	5.944	7.061	4,5%	18,8%
Francia	5.171	5.184	5.748	6.242	6.370	4,1%	2,1%
U.K.	5.206	5.027	5.084	5.090	5.553	3,6%	9,1%
China	1.295	1.706	2.503	3.951	5.456	3,5%	38,1%
Holanda	4.479	4.284	4.500	4.529	4.186	2,7%	-7,6%
Suiza	2.861	2.898	3.290	3.577	3.674	2,4%	2,7%
Suecia	2.612	2.851	2.883	3.316	3.533	2,3%	6,5%
Italia	2.163	2.189	2.349	2.716	2.927	1,9%	7,8%
Canadá	2.271	2.104	2.318	2.566	2.707	1,7%	5,5%
Australia	1.680	1.837	1.996	2.001	2.054	1,3%	2,6%
Finlandia	1.557	1.672	1.893	1.845	1.952	1,3%	5,8%
Israel	1.129	1.227	1.454	1.589	1.683	1,1%	5,9%
Otros	8.715	9.245	10.326	11.084	10.800	6,9%	-2,6%
Total	115.194	122.610	136.688	149.156	156.100	100,0%	4,7%

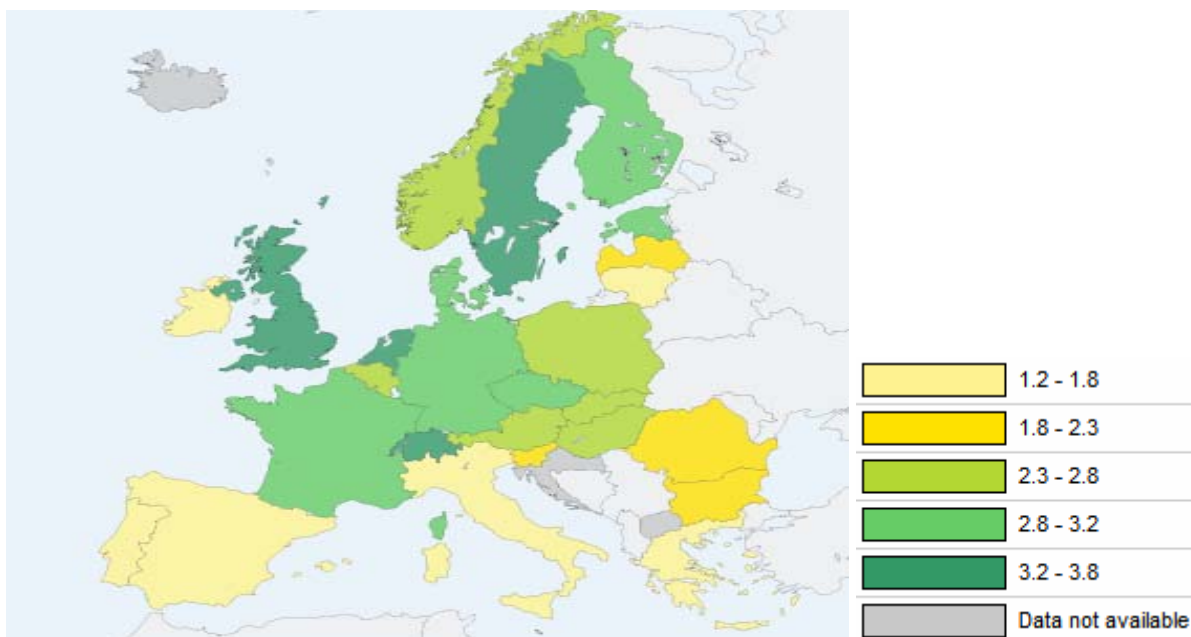
Fuente: World Intellectual Property Organization

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

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



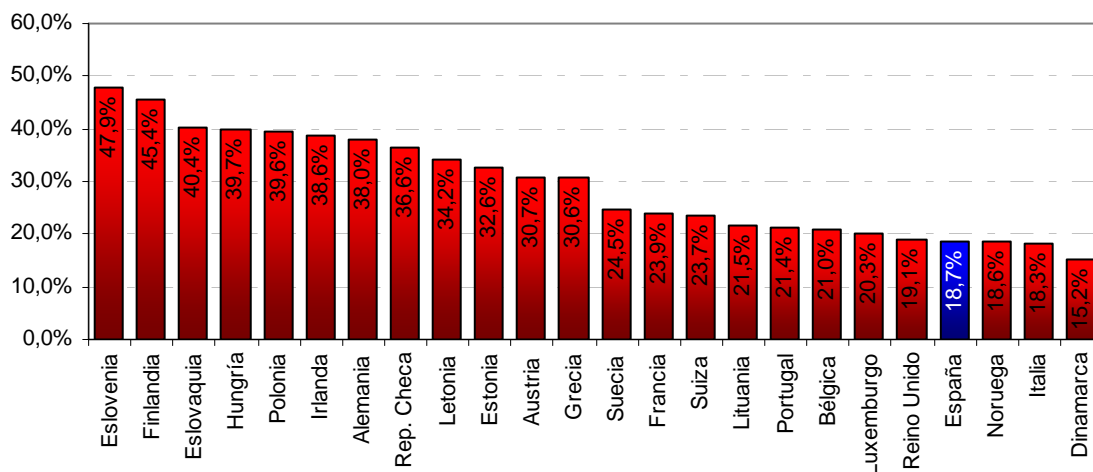
Gasto en Tecnologías de la Información (% del PIB)



Fuente: Eurostat

2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

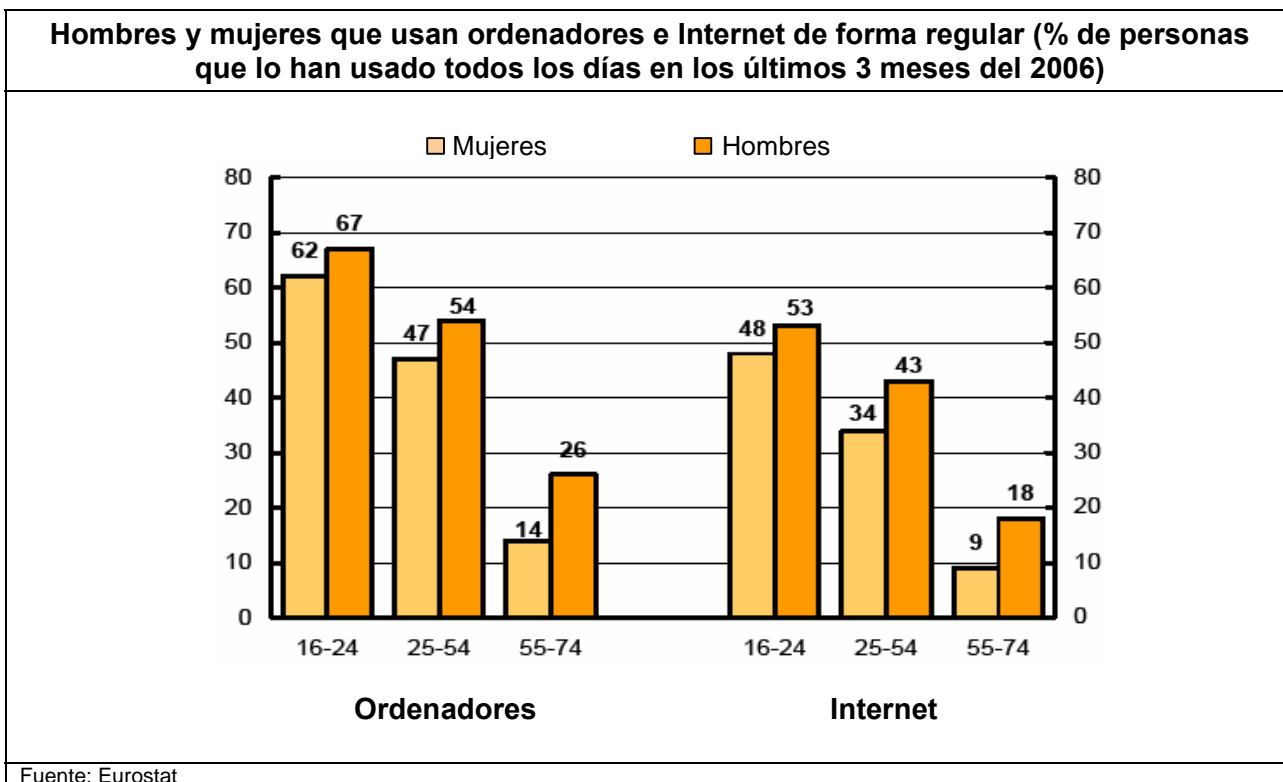
Usuarios de Firefox



Fuente: Telefónica, Informe de La Sociedad de la Información en España 2007

Los navegadores de Internet se han convertido en un elemento clave para maximizar la utilidad de la red. Durante varios años Internet Explorer ha dominado completamente este mercado una vez que Netscape perdió prácticamente su cuota de mercado. La aparición de Firefox a finales del 2004 utilizando código abierto y gratuito, y sobre todo incluyendo nuevas funciones, cambia el panorama de los navegadores; si bien es cierto que la cuota de penetración es limitada y todavía no ha amenazado la supremacía de Microsoft, su crecimiento es constante y rompe el monopolio que ejercía Microsoft. Firefox alcanza casi la mitad de la cuota de mercado en Eslovenia y Finlandia. Firefox sigue ganando cuota de mercado prácticamente en todos los países de Europa.

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

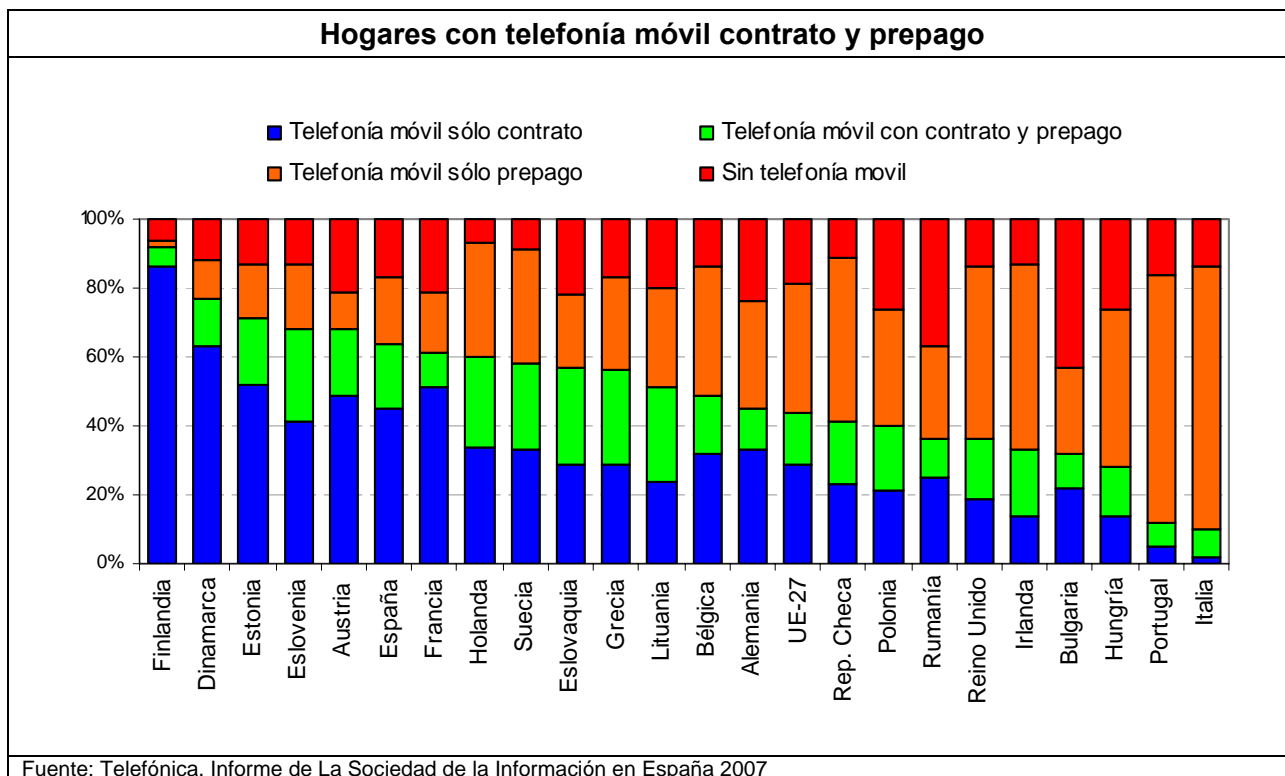


Una proporción mayor de hombres que de mujeres emplean ordenadores de forma regular. En los últimos tres meses de 2006 el 46% de los hombres entre los 16 y 74 años de edad utilizaron el ordenador al menos una vez al día frente al 39% de las mujeres. En el caso español, el porcentaje de mujeres que emplean el ordenador a diario se reduce al 29%, un 10% menos que la media de la UE-25, mientras que el porcentaje relativo a hombres se sitúa en el 38%, 8 puntos menos que la media europea.

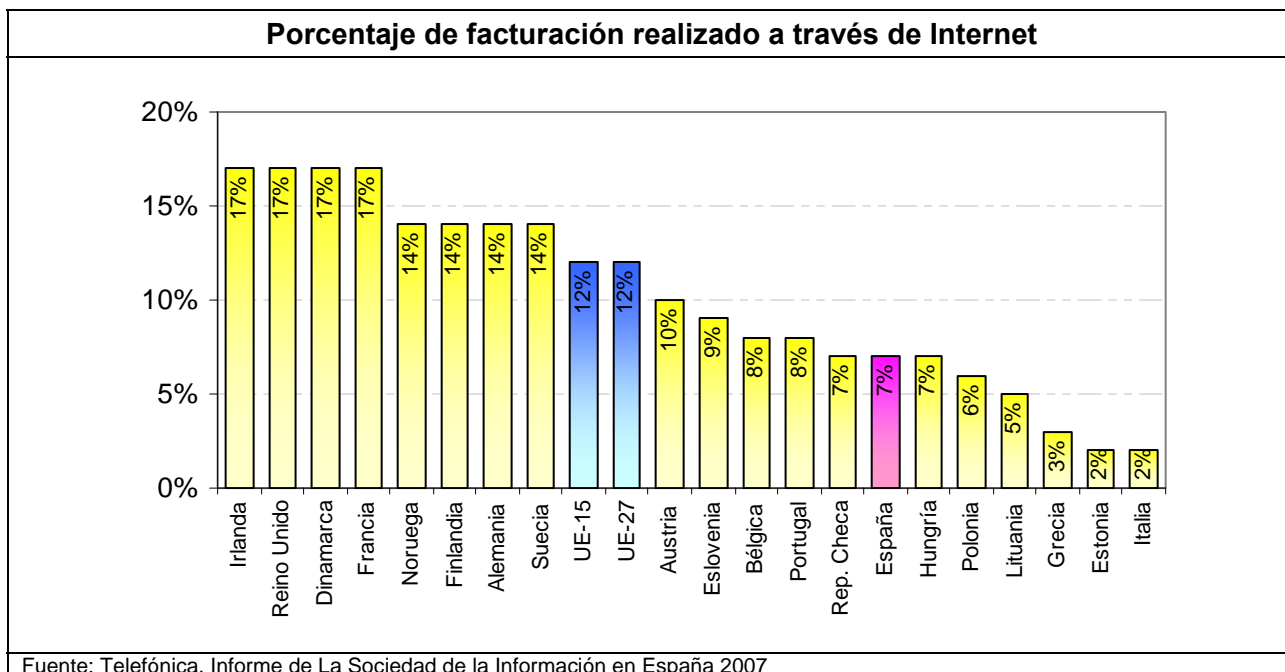
En el caso de las estadísticas por franjas de edad, los datos de Eurostat muestran que las mujeres más jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y 24 años recortan considerablemente su distancia frente a los hombres en cuanto al uso que hacen de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): el 62% de las mujeres utiliza el ordenador a diario frente al 67% de los hombres. En el caso español, estas cifras se reducen al 52% de mujeres y 56% de hombres que utilizan el ordenador al menos una vez al día.

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

Es interesante analizar la composición de la base de clientes en función de la tipología contrato o prepago según los diferentes países. De los datos de la tabla se puede observar que existe una gran varianza en esta variable, ya que el rango de hogares que poseen móvil con contrato va desde el 92% de Finlandia al 2% de Italia, dicha variación no se puede explicar solamente por el nivel de desarrollo de los países, sino que otros factores de índole cultural y principalmente por las estrategias de los operadores que actúan en un país determinado.

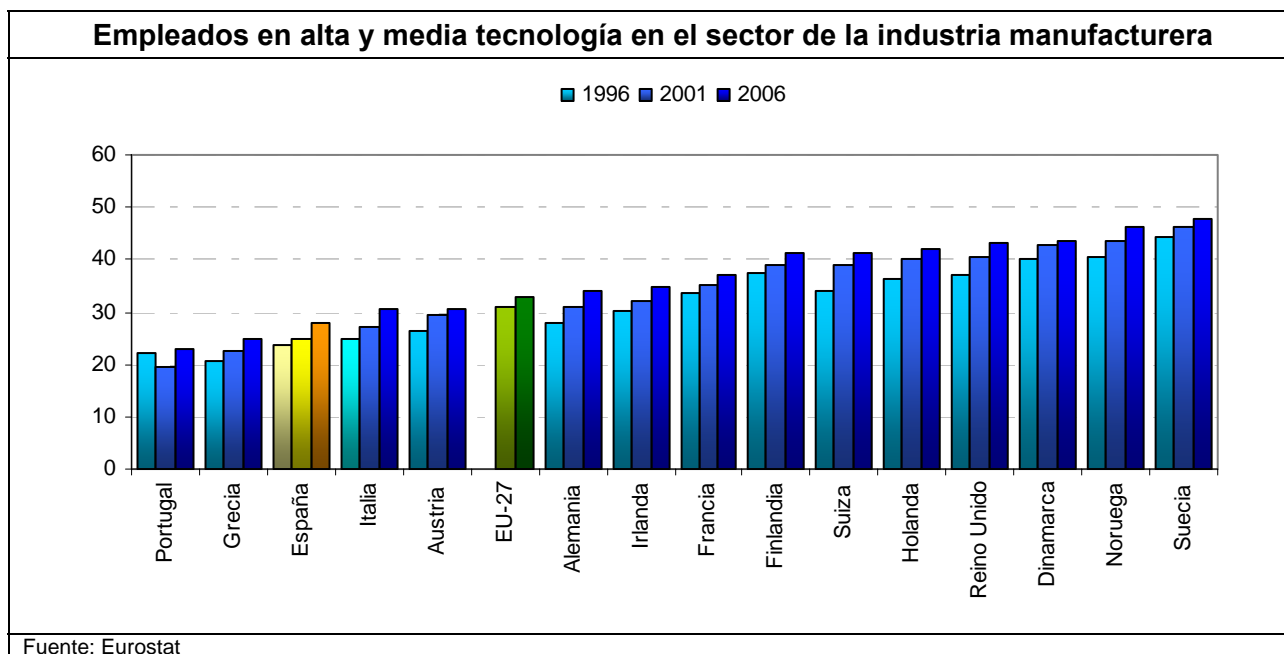


2.5 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Comercio electrónico



En este gráfico se mide cuanto supone la facturación debida a ventas realizadas por Internet con respecto a la facturación total de las empresas. La posición de España, con un 7%, es inferior a la mitad de la tasa que muestran los países más avanzados (Irlanda, Reino Unido, Dinamarca y Francia).

2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación



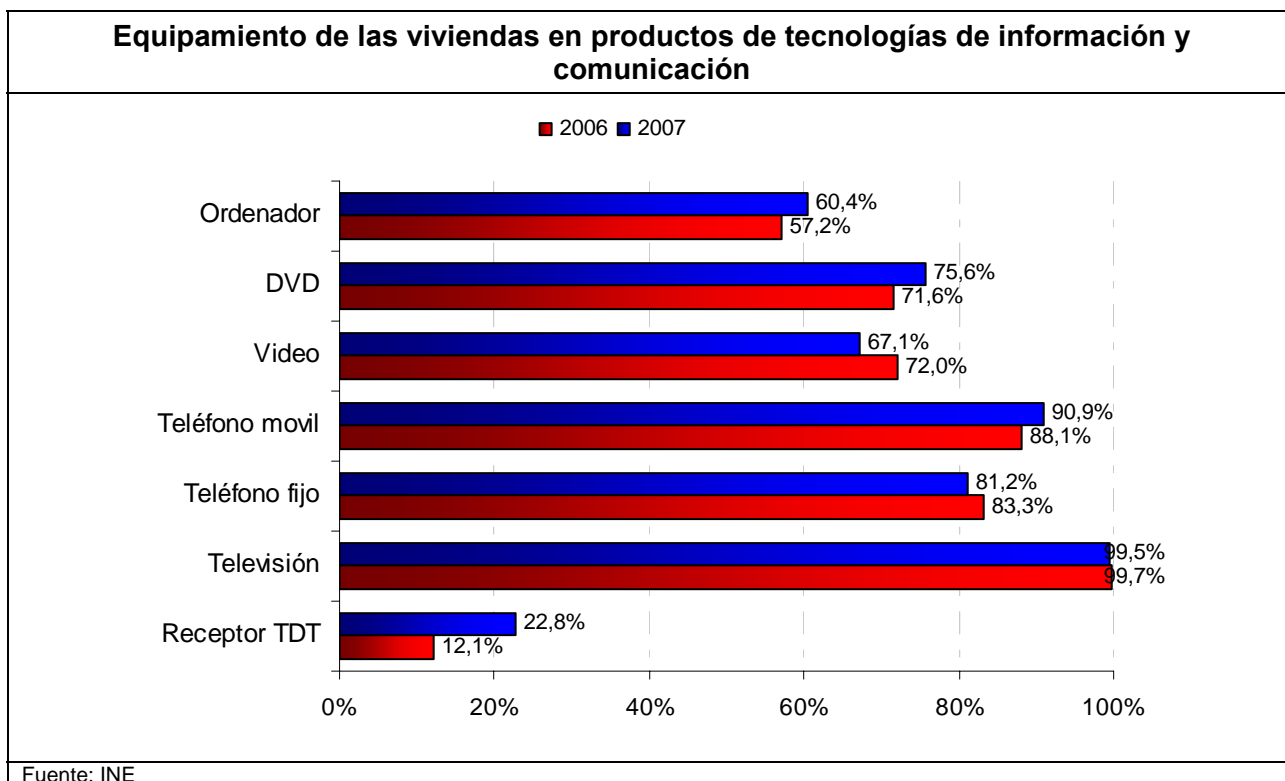
La media de personal dirigido a la media y alta tecnología en las empresas manufactureras de la UE – 27 es del 32,7% en 2006, cinco años antes (2001) el mismo dato se situaba en el 30,8%, lo que equivale a un aumento de 1,9 puntos. España se encuentra un poco por debajo de la media europea con un 27,9% de trabajadores en este campo. Todos los países europeos muestran un crecimiento similar en el periodo de los diez años seleccionado, con excepción de Portugal que en el 2001 muestra un descenso el cual ya ha recuperado en 2006 superando los niveles de 1996.

3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

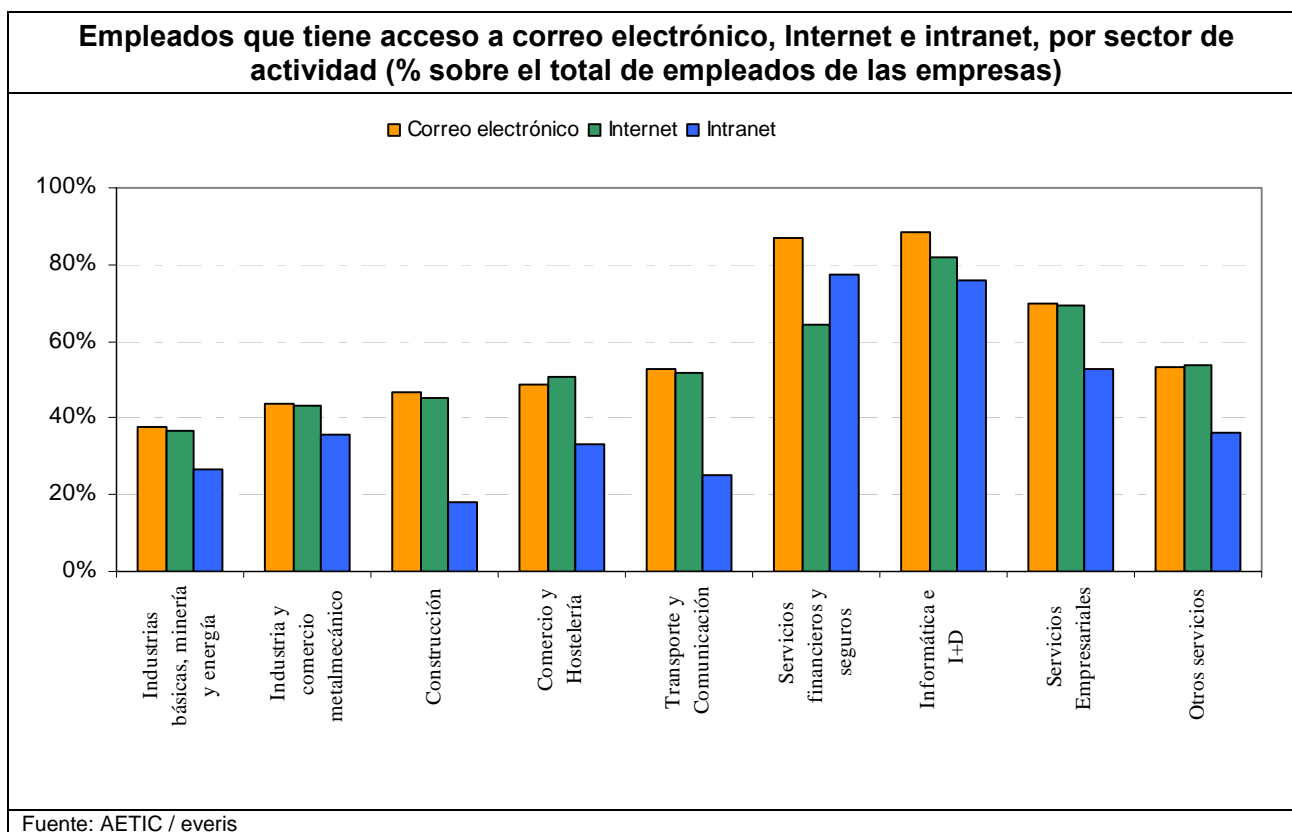
3.1 Sociedad de la Información e Innovación en España: Mercado TIC

El 60,4% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de algún tipo de ordenador en el año 2007. Este porcentaje supera en 3,2 puntos al del año pasado. El 99% de los hogares dispone de teléfono, ya sea fijo o móvil. El 73,1% de los hogares dispone tanto de teléfono fijo como de teléfono móvil. Un 8,1% de los hogares sólo tienen teléfono fijo, mientras que un 17,7% disponen exclusivamente de móvil para comunicarse desde el hogar. La implantación del teléfono fijo ha disminuido dos puntos en un año. Por el contrario, la del móvil ha aumentado casi tres puntos en el último año.

El DVD ya se halla presente en tres de cada cuatro hogares. El aumento de su implantación va en detrimento del vídeo, que reduce su cobertura en cinco puntos durante el último año. La cobertura de televisión es prácticamente universal (el 99,5% de los hogares). Conviene destacar que el 20,9% de las viviendas con televisor puede recibir canales de televisión a través de antena parabólica (1 punto más que hace un año), el 14,1% a través de cable y el 3,6% por ADSL o línea telefónica. El 22,8% de los hogares dispone de recepción de televisión digital terrestre (TDT), casi 11 puntos más que en 2006.

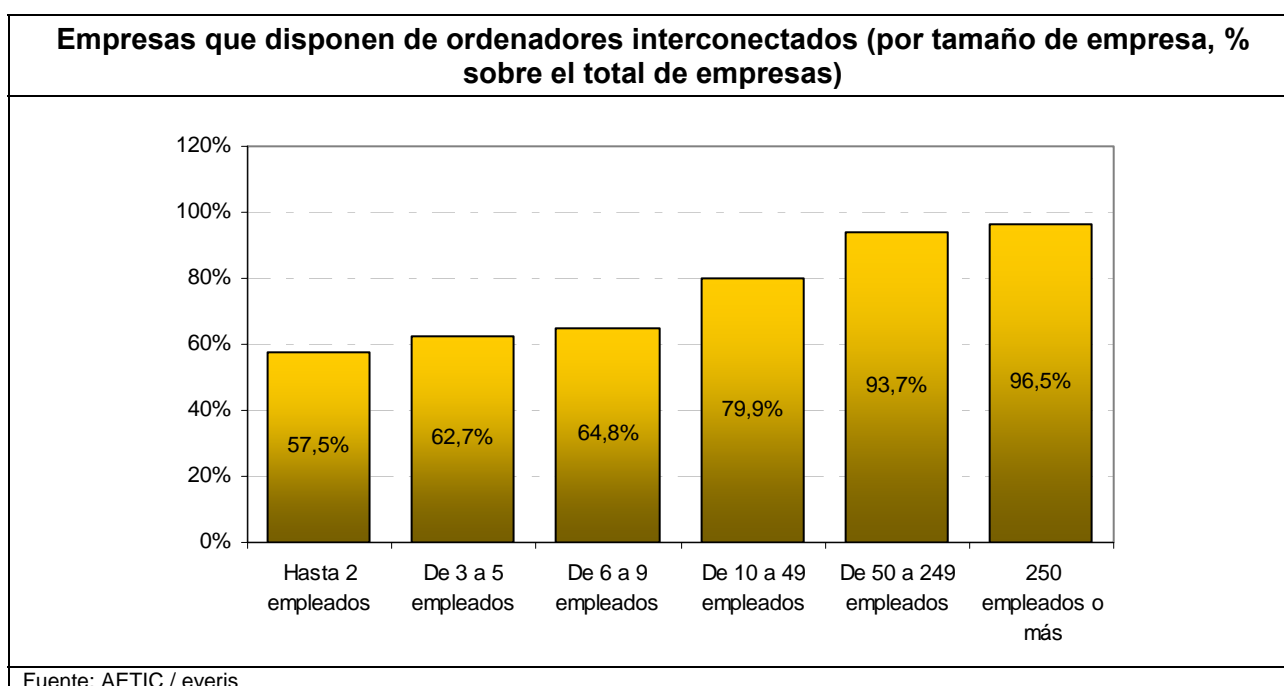


3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet



Se aprecian diferencias importantes en la difusión del acceso a Internet y correo electrónico. Así mientras en el sector industrias básicas ninguna de las prestaciones alcanza al 40% de la plantilla de las empresas, el acceso a correo electrónico roza al 90% en los de servicios financieros e informática e I+D. En el sector financiero, además, llama la atención la importante diferencia en los niveles de difusión del acceso a correo y a Internet, esto se explica porque muchas organizaciones deniegan el acceso a la red a un número importante de empleados, pero en cambio se les permite acceder a su intranet. Como puede observarse en el gráfico, cerca del 80% de la plantilla total de este sector tiene acceso a la intranet de su empresa, cifra sólo equiparable a la que se da entre las organizaciones dedicadas a informática e I+D, pero que duplican o incluso llegan a triplicar a las cifras que se arrojan en casi todos los demás sectores, con la única excepción del de servicios empresariales.

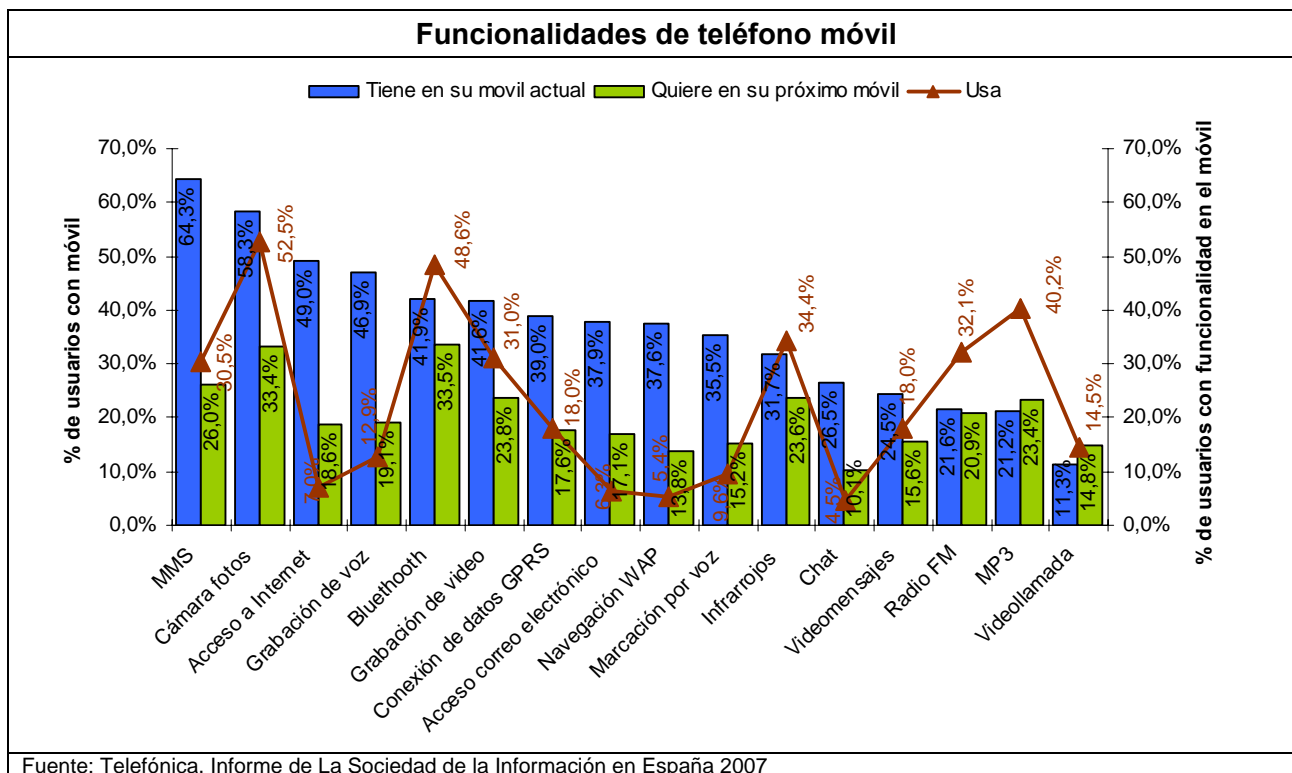
3.3 Sociedad de la Información e Innovación en España: Ordenadores Personales



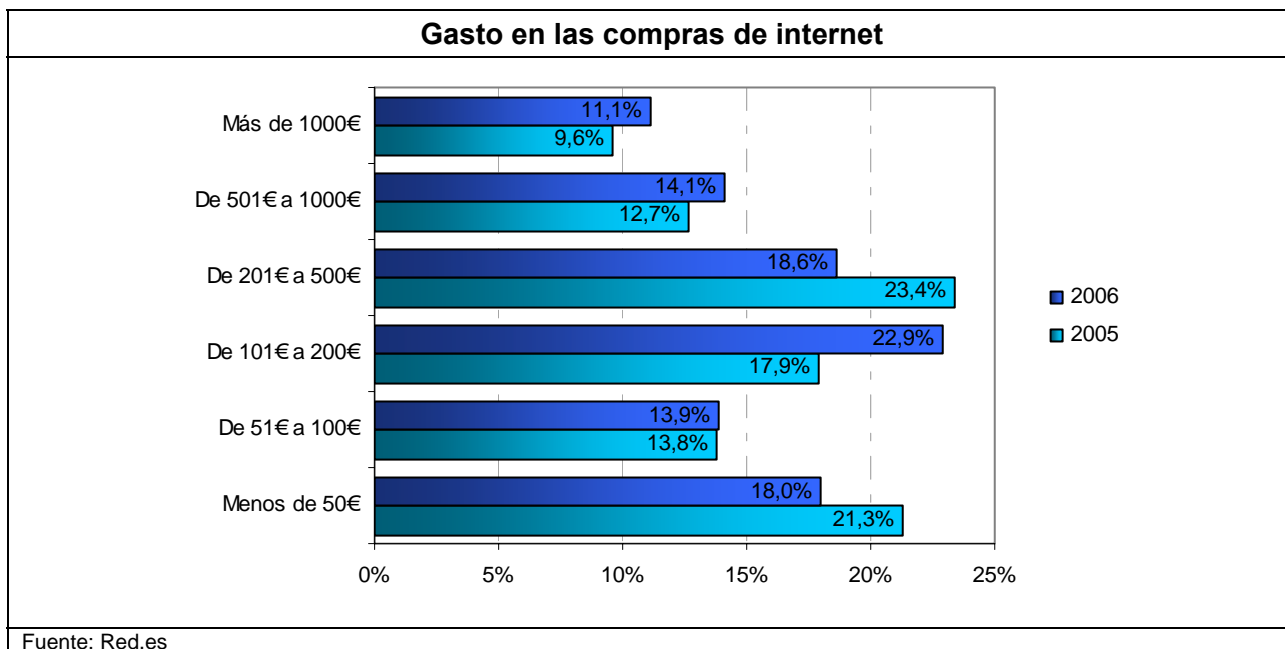
La posibilidad de interconexión está fuertemente vinculada al tamaño de la empresa. Así, mientras que el 57,5% de las empresas de uno o dos empleados cuenta con esa opción, las de más de 250 la han incorporado en su práctica totalidad (96,5%). Se puede observar una mejora significativa a partir de las empresas de más de 10 empleados.

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

De todas las funcionalidades que incluyen los terminales, actualmente los usuarios sólo manejan una pequeña parte, como puede verse en el siguiente gráfico, de hecho sólo la función "camara de fotos" es utilizada por más del 50% de los usuarios cuyos móviles disponen de dicha funcionalidad. Llama la atención que entre las funcionalidades que los usuarios buscan en su próximo móvil la más importante sea una tecnología de la comunicación, en este caso Bluetooth, que permite comunicar el teléfono móvil con otros dispositivos. Es considerable también el alto porcentaje de móviles que disponen de la posibilidad del envío de MMS y del acceso a Internet y la poca utilización de los mismos.



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



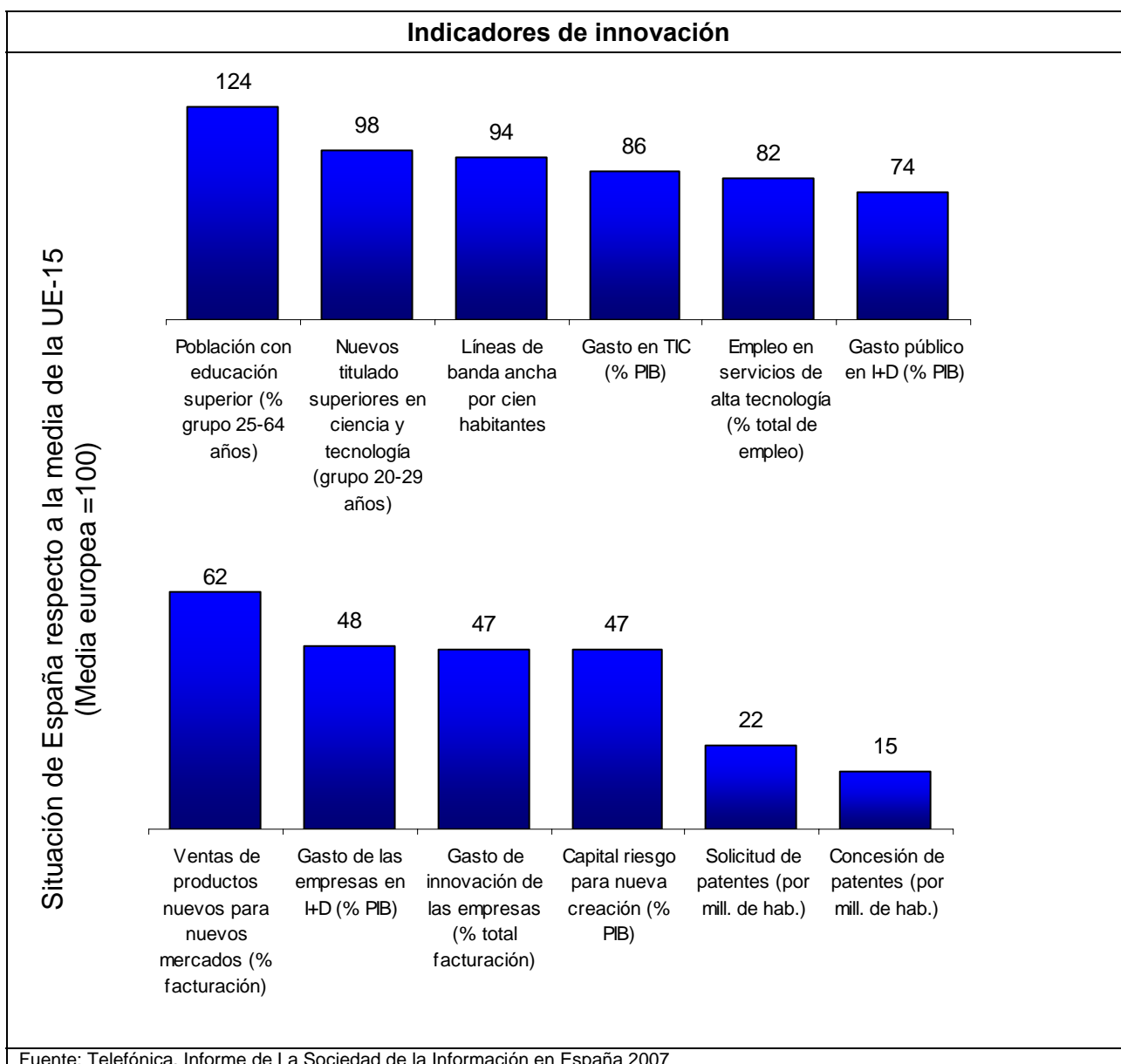
En 2006, los internautas compradores han gastado de media un 8% más que el año anterior, alcanzando los 523€ por comprador, frente a los 495€ de 2005. El 32% de compradores ha gastado hasta 100€ en sus adquisiciones por Internet en 2006, el 23% ha gastado entre 100€ y 200€, y el 18,6% entre 200€ y 500€. El 25,2% restante de compradores ha adquirido productos/servicios por más de 500€.

Gasto medio (€)	
Sexo	
Hombre	540,80
Mujeres	498,56
Edad	
De 15 a 24	408,33
De 25 a 34	452,78
De 35 a 49	584,93
De 50 a 64	615,14

Fuente: Red.es

En 2006, el gasto medio que realizan hombres y mujeres en las compras por Internet es bastante similar, de 540,8€ para los hombres y de 498,6€ para las mujeres. Se reducen las diferencias tan importantes que se recogieron en 2005, en el que el presupuesto de hombres (603,1€) prácticamente duplicaba al de mujeres (337€). Destaca el incremento del 48% en el gasto en compras por Internet de las mujeres compradoras. Según la edad del comprador, también se aprecian diferencias. Una mayor edad, ligada a un presupuesto superior, condiciona una mayor cuantía de las compras.

3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación



Los indicadores que tienen que ver con la innovación se encuentran en España por debajo de la media de los países de la Unión Europea (UE-15). El único indicador entre los seleccionados en el que España se encuentra por encima es el porcentaje de la población con educación superior.