

Nº 67

Fecha de cierre: 31 de marzo de 2008.







Autor: Fco. Javier de Andrés Correas
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	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:

-  El Índice de Oportunidad TIC del 2007 a nivel mundial ha logrado avances importantes en casi todas las economías (173) y en todos los ámbitos del sector TIC. [Pág. 1]
-  A pesar del progreso del porcentaje de visitas de Vista, el porcentaje global de Windows (95%) pierde medio punto frente a sus principales competidores Mac OS y Linux durante los últimos meses. [Pág. 2]
-  La penetración media de la UE27 pasó de 16,3% en enero de 2007 a 20,0% en enero de 2008. El número de líneas de acceso fijo de banda ancha superaba los 99 millones a 1 de enero de 2008, frente a 80 millones en enero de 2007. [Pág. 6]
-  La más alta intensidad de I+D en la UE27 se registró en Suecia (3,82% del PIB) y Finlandia (3,45%), seguido de Alemania (2,51%), Austria (2,45%) y Dinamarca (2,43%). [Pág. 10]
-  En España, sólo en 2007, se han vendido 4,7 millones de equipos TDT y se han alcanzado unas ventas acumuladas de 8,1 millones. [Pág. 10]
-  Un 52,4% de los hogares españoles están equipados con ordenador de sobremesa, un 20,2% disponen de ordenador portátil y sólo un 3,2% cuentan con PDA o dispositivos similares. [Pág. 12]

1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL MUNDO

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

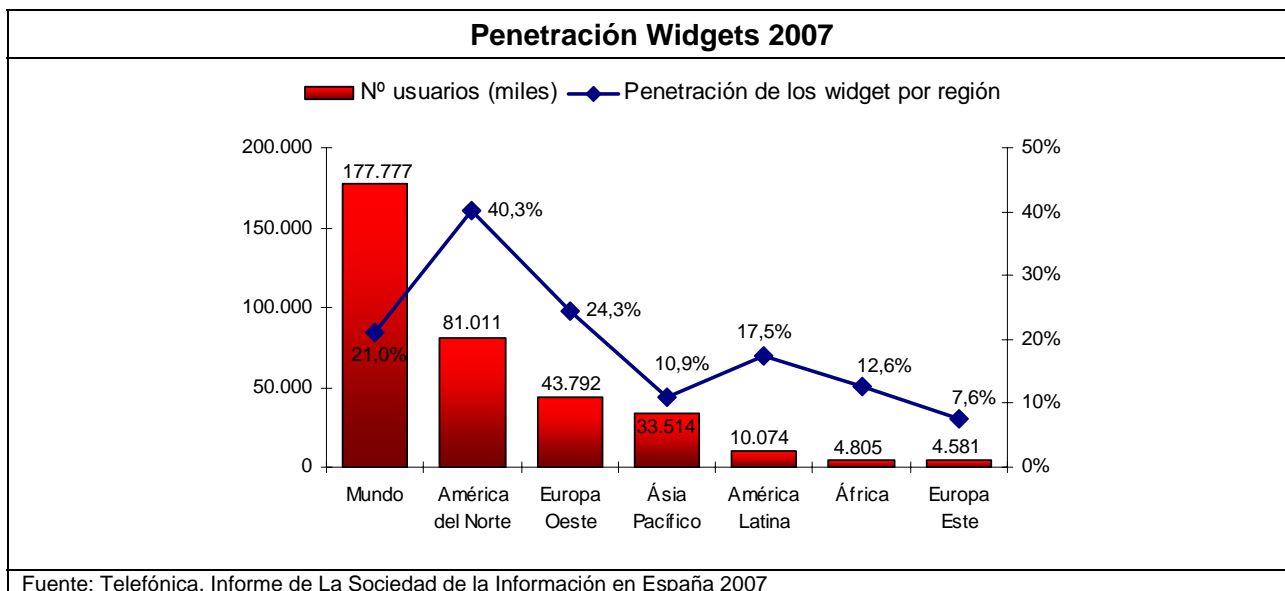
Índice de Oportunidad ITU 2007						Crecimiento medio anual 2001-2005
	Redes (Índice)	Capacidades (Índice)	Captación (Índice)	Intensidad (Índice)	ICT- OI (Valor)	
Máximo valor ICT-OI (total de 29 economías)						
Suecia	605,1	153,8	464,5	470,6	377,7	43,5
Luxemburgo	675,5	112,0	412,6	607,4	371,1	77,2
Hong Kong, China	553,7	117,0	366,7	751,7	365,5	57,1
Holanda	555,6	141,6	472,6	466,1	362,8	53,0
Dinamarca	616,5	145,8	390,2	483,2	360,8	42,1
...						
Alto valor ICT-OI (total de 28 economías)						
Eslovenia	261,8	146,0	332,2	289,0	246,1	59,1
Antigua & Barbuda	444,0	123,8	236,1	277,2	244,9	92,7
Aruba	316,9	123,8	155,7	528,5	238,3	68,9
Chipre	233,6	121,3	279,1	307,0	221,9	42,8
Letonia	228,7	138,5	262,1	275,8	218,7	98,9
...						
Medio valor ICT-OI (total de 63 economías)						
Nueva Caledonia	158,1	137,1	102,0	209,0	146,6	60,8
Uruguay	145,9	128,2	164,0	137,5	143,3	37,7
Argentina	149,4	137,1	135,3	140,2	140,4	37,9
Seychelles	151,3	102,1	197,5	124,8	139,7	21,0
Líbano	110,6	120,9	153,9	182,2	139,2	49,6
...						
Bajo valor ICT-OI (total de 63 economías)						
Indonesia	57,5	102,6	48,8	72,8	67,7	44,9
Libia	48,5	126,3	42,0	77,1	66,7	46,5
Botswana	82,4	93,1	30,1	83,0	66,2	11,0
Nicaragua	48,3	99,4	44,7	79,0	64,2	35,8
Honduras	57,7	99,6	38,7	72,3	63,4	35,7
...						
Fuente: International Telecommunication Union (ITU)						

El Índice de Oportunidad TIC del 2007 se basa en una lista de indicadores seleccionados cuidadosamente. Es una herramienta importante para realizar un seguimiento de la brecha digital según la diferencia relativa en los niveles de Oportunidades de las TIC entre las economías y en el tiempo. Los diferentes subíndices (4) permiten a los países identificar los puntos débiles y sus puntos fuertes. El Índice Redes recopila el nivel de banda ancha, las líneas de teléfono fijo por cada 100 habitantes y los suscriptores de telefonía móvil por cada 100 hab. En cuanto al de Capacidades se refiere a nivel cultural y escolarización. Para el Índice Captación se valora el nº de ordenadores por cada 100 hab., los usuarios de Internet por cada 100 hab. y porcentaje de los hogares con televisión. Y, finalmente, el Índice Intensidad recopila el total de suscriptores de banda ancha por cada 100 hab. y minutos de llamadas internacionales por persona.

Se muestra que se han logrado avances importantes en casi todas las economías (173) y en todos los ámbitos del sector TIC. Al mismo tiempo, sigue habiendo importantes diferencias. Los países con bajos niveles de Oportunidades de las TIC se concentran en África, junto a

algunos países asiáticos también representados en esta categoría. Muchos de los países con mayores tasas de crecimiento (entre 2001 y 2005) son los países menos adelantados.

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



La definición de widget es la de un pequeño programa informático que permite que cualquier persona incorpore contenido de apariencia profesional en sus páginas Web o servicios personales en el escritorio de sus ordenadores. En el contexto del mundo Web, los widgets suponen un paso decisivo hacia la “modularización” de las aplicaciones. Con la evolución de las tecnologías Web base, llega la madurez que permite “modularizar” las aplicaciones Web, y con ello la posibilidad de crear soluciones a partir de la suma de piezas estandarizadas.

Top Web Widgets 2007		
Widget	Usuarios (miles)	Usuarios
Total widgets	177.777	21,0%
Slide	117.072	13,8%
RockYou	82.045	9,7%
PictureTrail	30.647	3,6%
Photobucket	28.189	3,3%
BunnyHeroLabs	24.984	3,0%
BlingyBlog	21.614	2,6%
Pogbum	18.697	2,2%
Brighthcove	16.866	2,0%
Layoutstar	15.348	1,8%
Musicplaylist.us	15.086	1,8%

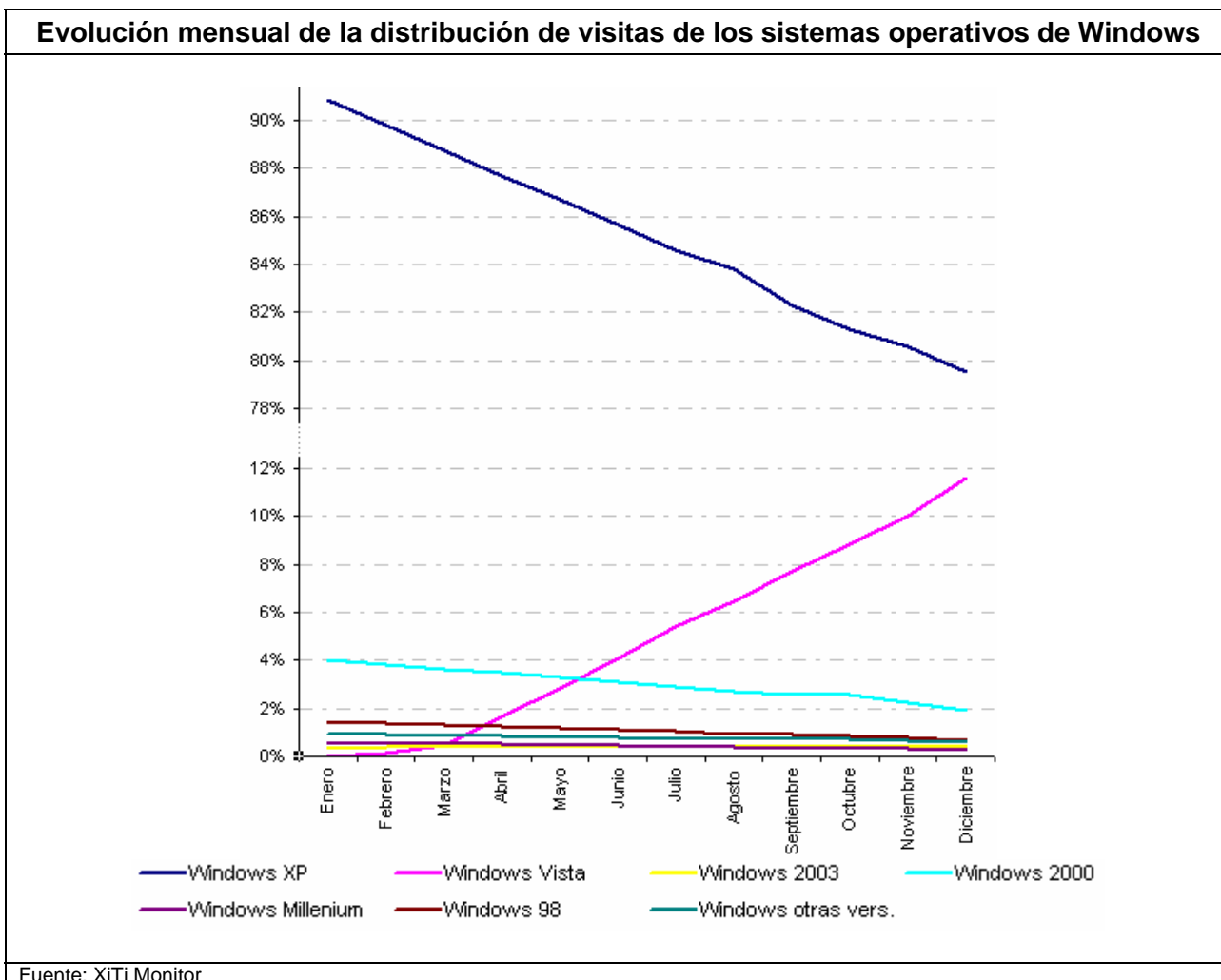
Fuente: Telefónica, Informe de La Sociedad de la Información en España 2007

Por áreas geográficas el 40,3% de los internautas de Norteamérica visitan sitios Web con widgets incluidos, seguidos de los internautas de Europa Occidental con el 24,3% tal y como muestra el gráfico. A nivel mundial nos encontramos con más de 177 mill. de usuarios de estas páginas Web y con una penetración mundial del 21,0%. En abril de 2007, Slide se situaba como el primer proveedor de widgets con más de 117 mill. de usuarios. Le seguía RockYou con 82 mill, PictureTrail con 31 y Photobucket con 28 mill.

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

A continuación se representan los porcentajes de visitas a Internet de las diferentes versiones de Windows y de los diferentes sistemas operativos. Tras el lanzamiento a finales de enero de 2007 y tras varias controversias, Windows Vista va consolidando poco a poco su crecimiento. A pesar del progreso del porcentaje de visitas de Vista, el porcentaje global de

Windows (95%) pierde medio punto frente a sus principales competidores Mac OS y Linux durante los últimos meses. De cada 100 visitas de Windows, Vista obtiene 12,2 visitas en diciembre de 2007 frente a 0,2 en enero de 2007. Ante este crecimiento, el porcentaje de visitas de Windows XP sobre el conjunto de visitas de Windows disminuye 8 puntos en un año.



A finales de 2007 se ha visto la jerarquía del mercado de sistemas operativos estática en todo momento. Un mercado dominado por Windows con un 95% de visitas en el mes de diciembre, seguido por Mac OS (3,7%) y Linux (0,9%). Mac OS registra un 3,72% de las visitas en diciembre de 2007, es decir, +0,49 frente a agosto de 2007. Su porcentaje aumenta cada mes desde agosto (sobre todo en septiembre) a través de su versión X Intel. Un 0,88% para Linux en diciembre de 2007 frente al 0,77% obtenido en julio de 2007 (+0,11 puntos), con una estabilización desde noviembre.

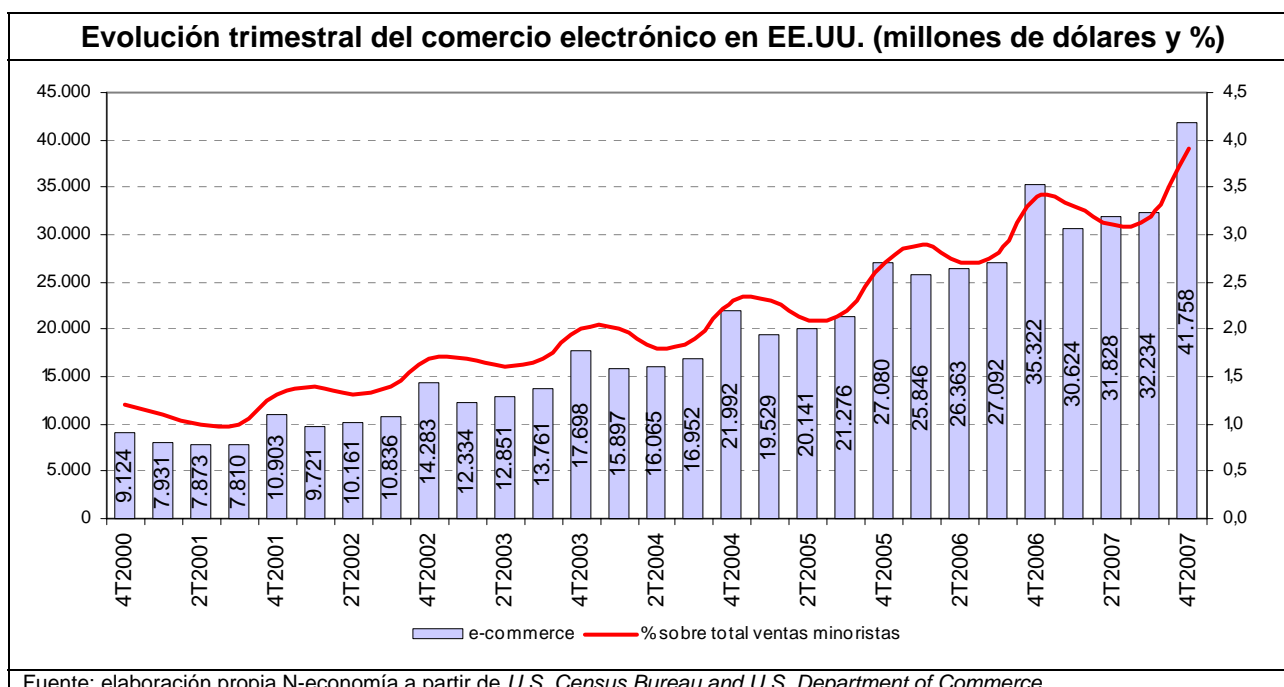
1.4 Sociedad de la Información e Innovación en el mundo: Telefonía fija y móvil

	Líneas de telefonía fija per cápita					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Dinamarca	0,69	0,67	0,65	0,62	0,60	-
Finlandia	0,52	0,49	0,45	0,40	0,38	-
Francia	0,57	0,56	0,56	0,59	0,59	-
Alemania	0,65	0,66	0,66	0,67	0,67	-
Grecia	0,57	0,57	0,58	0,57	0,57	-

Irlanda	0,50	0,49	0,50	0,49	0,50	-
Italia	0,48	0,46	0,45	0,43	0,42	-
Portugal	0,42	0,41	0,40	0,4	0,40	-
España	0,43	0,43	0,42	0,43	0,42	-
Suecia	0,74	0,73	0,72	0,72	0,71	-
Reino Unido	0,58	0,56	0,56	0,56	0,56	-
EEUU	0,66	0,63	0,61	0,65	0,64	-
China	0,17	0,20	0,24	0,27	0,32	-
Japón	0,48	0,47	0,46	0,46	0,46	-
Líneas de telefonía móvil per cápita						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Dinamarca	0,83	0,89	0,96	1,01	1,08	1,11
Finlandia	0,87	0,91	0,96	1,01	1,08	1,13
Francia	0,65	0,70	0,74	0,79	0,85	0,89
Alemania	0,72	0,79	0,86	0,96	1,02	1,06
Grecia	0,85	0,81	0,84	0,93	1,00	1,04
Irlanda	0,77	0,88	0,96	1,04	1,11	1,16
Italia	0,95	0,99	1,08	1,22	1,29	1,33
Portugal	0,84	0,96	0,99	1,09	1,16	1,21
España	0,82	0,89	0,91	0,99	1,05	1,09
Suecia	0,89	0,98	0,98	1,01	1,06	1,09
Reino Unido	0,83	0,91	1,00	1,09	1,15	1,21
EEUU	0,49	0,55	0,63	0,72	0,78	0,83
China	0,16	0,21	0,26	0,3	0,35	0,40
Japón	0,64	0,68	0,72	0,76	0,80	0,83

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor

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



De acuerdo con el United States Department of Commerce y U.S. Census Bureau, el comercio electrónico durante el año 2007 (al 4T-2007) se incrementa el 18,2% respecto al mismo periodo del año previo. Alcanza los 41.758 millones de dólares, lo que equivale a un 3,4% del comercio minorista total de EE.UU. En la gráfica se vuelve a observar la tendencia de crecimiento con las mismas peculiaridades que en los años anteriores, refiriéndonos al gran aumento del consumo de productos vía online en el último cuatrimestre, supuestamente por las compras navideñas. Todo ello muestra que EE.UU. continúa su tendencia de crecimiento y poco a poco el e-commerce va incrementando su peso en el comercio minorista total.

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

	Patentes por país						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EE.UU.	85.068	87.600	86.971	87.893	84.271	74.637	89.823
Japón	31.295	33.223	34.858	35.515	35.348	30.341	36.807
Alemania	10.235	11.260	11.280	11.444	10.779	9.011	10.005
Taiwán	4.667	5.371	5.431	5.298	5.938	5.118	6.360
Reino Unido	3.669	3.967	3.843	3.631	3.450	3.148	3.585
Francia	3.819	4.041	4.035	3.868	3.380	2.866	3.431
Italia	1.714	1.709	1.751	1.722	1.584	1.296	1.480
Suecia	1.577	1.741	1.675	1.521	1.290	1.123	1.243
Suiza	1.322	1.420	1.364	1.308	1.277	995	1.201
Holanda	1.241	1.332	1.391	1.325	1.273	993	1.323
Israel	738	970	1.040	1.193	1.028	924	1.218
Australia	705	876	859	902	953	910	1.325
Finlandia	618	732	809	865	918	720	950
China	119	195	289	297	404	402	661
Bélgica	694	718	722	622	612	519	625
Austria	505	589	530	592	540	463	577
Dinamarca	436	479	426	529	414	358	439
España	270	269	303	309	264	273	295

Fuente: U.S. Patent and Trademark Office (USPTO)

Podemos observar que en los últimos seis años la gran potencia mundial en patentes registradas ha sido EE.UU., habiendo patentado 89.823 en 2006, su mayor cifra en estos años. Muy por debajo nos encontramos a Japón con 36.807 en 2006 y en tercera posición la gran potencia inventora europea, Alemania con 10.005 patentes registradas. El segundo país europeo en cuanto a registro de patentes es Reino Unido con 3.585. Se observan claras diferencias en cuanto a estas cifras a nivel europeo y mundial, habiendo algunos países claramente líderes como los mencionados anteriormente. Esto refleja la importante necesidad de invertir en I+D+i para poder igualarnos a nuestros competidores. España se encuentra muy por debajo con 295 registros en 2006, conforme a los datos de la USPTO.

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

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

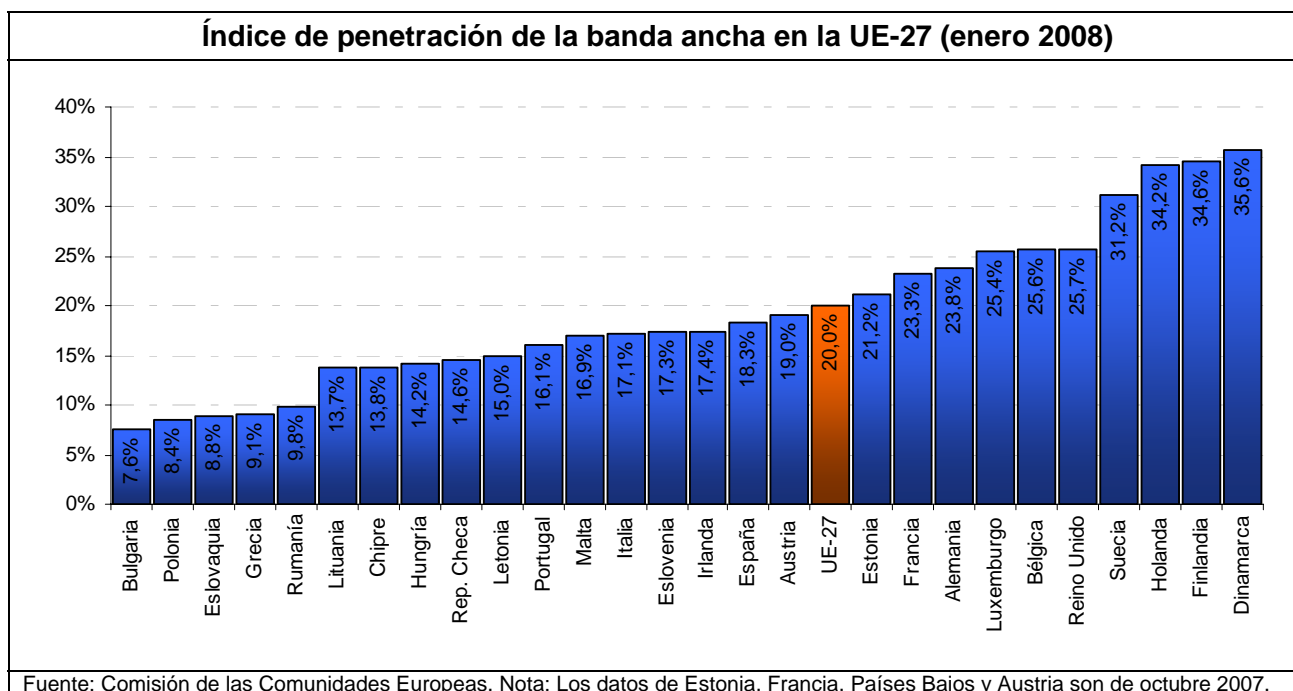
Países	Mercado TIC europeo (mill. euros y %)				Tasas de variación (%)		
	2005	2006	2007	2008	06/05	07/06	08/07
Alemania	131.839	133.802	135.997	138.657	1,5	1,6	2,0
Austria	14.551	14.908	15.333	15.814	2,5	2,9	3,1
Bélgica/Luxemburgo	18.159	18.496	19.071	19.691	1,9	3,1	3,3
Dinamarca	13.009	13.290	13.455	13.678	2,2	1,2	1,7
España	43.003	44.989	46.371	47.616	4,6	3,1	2,7
Finlandia	9.811	10.057	10.247	10.491	2,5	1,9	2,4
Francia	94.524	96.688	99.900	103.173	2,3	3,3	3,3
Grecia	8.087	8.359	8.647	8.870	3,4	3,4	2,6
Holanda	32.517	33.667	34.758	35.869	3,5	3,2	3,2
Irlanda	6.406	6.624	6.801	6.972	3,4	2,7	2,5
Italia	69.092	70.389	71.786	73.215	1,9	2,0	2,0
Portugal	9.107	9.317	9.597	9.811	2,3	3,0	2,2
Reino Unido	119.953	123.658	127.297	130.814	3,1	2,9	2,8

Suecia	21.541	22.089	22.566	23.195	2,5	2,2	2,8
Eslovenia	1.519	1.607	1.701	1.784	5,8	5,8	4,9
Estonia	794	852	899	936	7,3	5,5	4,1
Hungría	5.775	6.084	6.390	6.669	5,4	5,0	4,4
Letonia	1.002	1.102	1.197	1.278	10,0	8,6	6,8
Lituania	1.203	1.314	1.371	1.423	9,2	4,3	3,8
Polonia	14.376	15.858	17.078	18.273	10,3	7,7	7,0
Rep. Checa	6.332	6.914	7.494	7.970	9,2	8,4	6,4
Rep. Eslovaca	2.248	2.442	2.641	2.823	8,6	8,1	6,9
Bulgaria	1.843	1.994	2.176	2.314	8,2	9,1	6,3
Rumania	4.122	4.767	5.274	5.763	15,6	10,6	9,3
Noruega	10.078	10.329	10.534	10.854	2,5	2,0	3,0
Suiza	19.978	20.359	20.945	21.576	1,9	2,9	3,0

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de EITO 2007.

Las previsiones de EITO preveían que las TIC generaran en Europa un valor de mercado cercano a los 700 millardos de euros en 2007, lo que supondría un incremento del 2,9% sobre el dato de 2006. Por países, en 2007 destacan especialmente Alemania y Reino Unido con unos valores de mercado TIC respectivos de 136 y 127 millardos de euros, es decir, entre ambos países generan el 37,6% del mercado total europeo. Ya por debajo de la cifra del millardo encontramos a Francia con 99.900 millones de euros, Italia con 71.800 millones y España que con 47.600 millones de euros ocupa la quinta posición en Europa por valor de mercado. Con los datos de la tabla podemos apuntar que el mercado europeo TIC se encuentra desde 2006 en una fase de estabilidad caracterizado por una tasa de crecimiento constante situada en los entornos del 2,9% anual. Desde el observatorio europeo se prevé que estas tasas se mantengan al menos hasta 2008, año en el que el mercado TIC rondará los 720 millardos de euros.

2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet



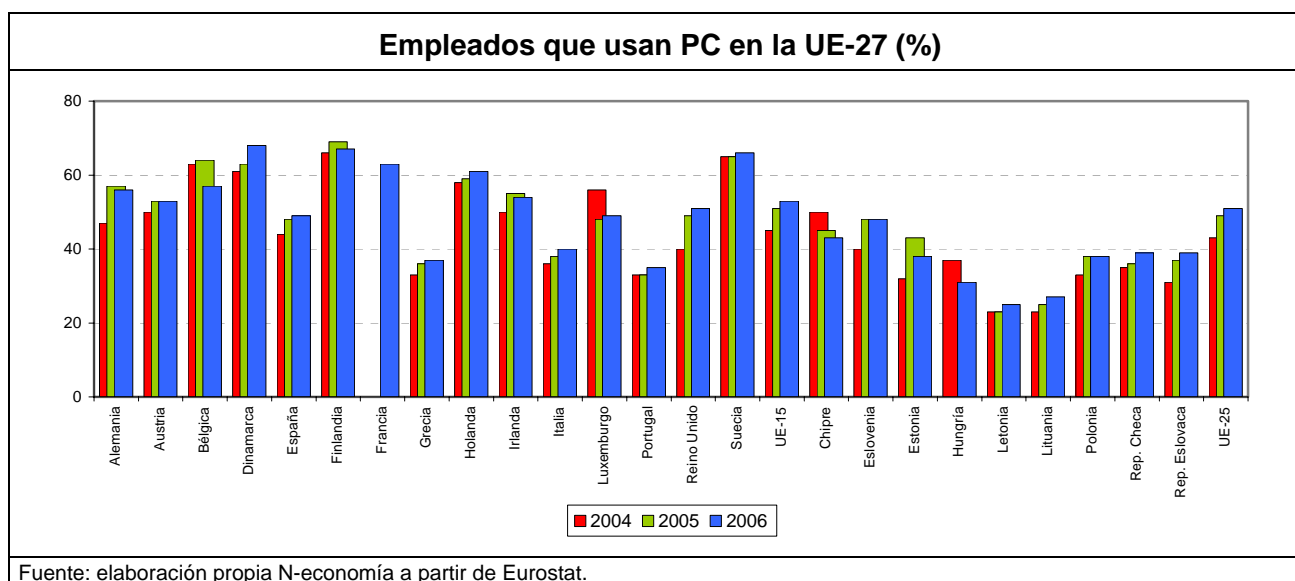
El número de líneas de acceso fijo de banda ancha superaba los 99 millones a 1 de enero de 2008, frente a 80 millones en enero de 2007. La penetración media en la UE pasó de 16,3% en enero de 2007 a 20,0% en enero de 2008.

La diferencia entre los Estados miembros con penetración más elevada y más baja pasó de 27,4 puntos porcentuales en enero de 2007 a 28 puntos en enero de 2008. Existen también diferencias importantes entre la disponibilidad de la banda ancha en las zonas urbanas y rurales. Por ejemplo, la cobertura de la DSL en las zonas rurales es del 71,3 %, frente a un 89,3 % a nivel nacional (y a un 94 % en zona urbana). En el caso del cable la diferencia es aún mayor, pues la cobertura en zona rural es de solo del 7,4 %, frente a un 35,6 % a nivel nacional. La distancia entre la cobertura de la DSL y el cable en las zonas rurales con respecto a la media nacional es particularmente significativa en Eslovaquia, Italia, Letonia y Alemania.

Los ingresos procedentes de las comunicaciones de datos fijas, principalmente banda ancha, siguen experimentando un fuerte crecimiento. Se estima que el sector generó 62.000 millones de euros, frente a 58,5 millones en 2006.

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

El 51% de los empleados de la UE-25 utilizan PC en sus labores habituales. Conforme a las estadísticas de Eurostat, en todos los países de la UE-25 el porcentaje de empresas (de 10 o más empleados) que disponen de PC se sitúa al menos en el 90%. Teniendo en cuenta la intensidad de uso, el 51% de los trabajadores de la UE-25 utilizan PCs en su trabajo. A la cabeza encontramos a Dinamarca, Finlandia y Suecia, todos ellos por encima del 65%. Esta es una de las facetas que podríamos llamar 'claves nórdicas' para estar en las primeras posiciones de los ranking de competitividad globales. España se sitúa en posiciones intermedias con un porcentaje de empleados con uso habitual de PCs del 49%.



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

Nº de líneas y penetración de la telefonía móvil en la UE-27						
Países	Nº líneas de telefonía móvil (miles)			Líneas por cada 100 habitantes		
	2000	2006	2007	2000	2006	2007
Alemania	48.202,0	84.300,0	87.580,4	58,7	102,2	106,4
Austria	6.117,0	9.255,0	9.669,7	76,4	111,9	116,3
Bélgica	5.629,0	9.659,8	9.851,7	55,0	91,8	93,2
Dinamarca	3.364,0	5.841,0	6.056,3	63,1	107,6	111,1

España	24.265,0	46.152,0	48.310,0	60,6	105,4	108,6
Finlandia	3.729,0	5.670,0	5.941,9	72,1	107,8	112,6
Francia	29.052,0	51.662,0	54.716,2	49,4	84,6	89,1
Grecia	5.932,0	11.097,5	11.589,6	56,2	99,7	103,7
Holanda	10.755,0	16.556,7	17.082,9	67,8	101,3	104,4
Irlanda	2.461,0	4.690,0	4.995,1	65,2	111,4	116,2
Italia	42.246,0	76.083,5	78.438,3	73,2	129,5	133,2
Luxemburgo	303,3	493,3	497,8	70,3	106,9	106,6
Portugal	6.665,0	12.226,4	12.889,9	65,4	115,6	121,5
Reino Unido	43.452,0	69.656,6	73.408,3	74,1	115,3	120,9
Suecia	6.372,0	9.607,0	9.930,5	71,9	106,1	108,9
Chipre	218,3	524,1	533,5	28,0	61,9	62,4
Eslovenia	1.216,0	1.819,6	1.887,6	61,2	90,8	93,9
Estonia	557,0	1.658,7	1.795,3	40,6	123,3	133,9
Hungría	3.076,0	9.965,0	10.334,5	30,1	98,8	102,7
Letonia	401,0	2.183,7	2.346,7	16,8	95,1	102,9
Lituania	524,0	4.718,2	4.965,5	14,9	138,6	146,6
Malta	114,4	305,6	307,5	29,5	75,5	75,6
Polonia	6.747,0	36.745,5	41.530,9	17,5	96,3	109
Rep. Checa	4.346,0	12.149,9	12.422,1	42,5	118,5	120,7
Rep. Eslovaca	1.244,0	4.893,2	5.149,0	23,1	90,7	95,5
Bulgaria	738,0	8.253,4	9.308,6	9,2	107,5	122,1
Rumania	2.499,0	17.400,0	20.132,9	11,1	80,5	93,4

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

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

Compras online realizadas en los últimos 6 meses (mill.)	
Reino Unido	485,5
Alemania	341,7
Francia	189,0
Holanda	65,3
España	62,4
Italia	58,9
Dinamarca	33,8
Suecia	31,3
Noruega	26,2
Bélgica	26,2
Europa	1.320,3

Fuente: European Interactive Advertising Association.

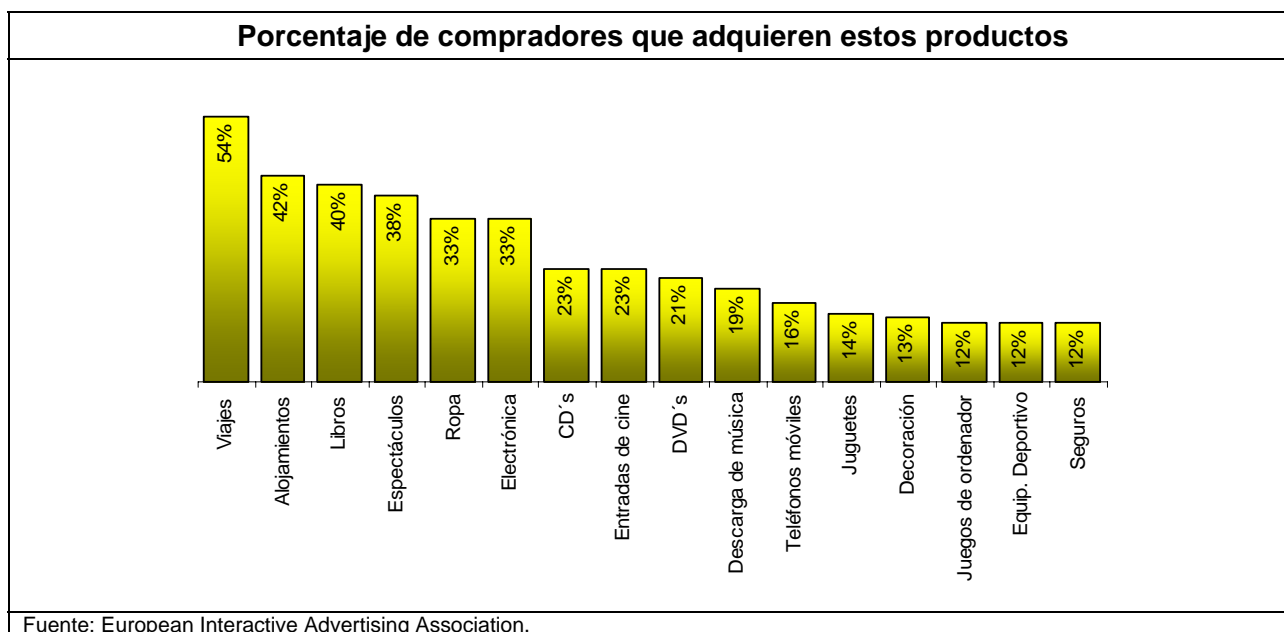
Un 80% de los usuarios de Internet europeos han comprado un producto o servicio online, un 3% más que en 2006 y el doble que en 2004 (40%).

Estos usuarios europeos han realizado más de 1.300 millones de compras en sólo seis meses, gastándose de media 747€ por comprador.

El Reino Unido (486mill.) y Alemania (342mill.) han sido los que más compras han realizado y Noruega (1.203€) y el Reino Unido (1.195€) los que más dinero han gastado por persona.

El porcentaje de compras online ha aumentado significativamente desde 2006. Las compras de teléfonos móviles han aumentado un 33%, los productos financieros un 22%, el equipamiento del hogar un 18%, los accesorios para el automóvil un 13% y las estancias en hoteles un 11%.

En general, los productos más comprados son los billetes de trayectos (54%), seguidos por las estancias en hoteles (42%), libros (40%), entradas de espectáculos (38%), ropa (33%) y electrónica (33%).



2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

Gasto de I+D, y científicos e ingenieros en la UE27						
	Gasto I+D (mill. €)		Intensidad de I+D (% PIB)			Científicos e ingenieros (% trabajadores) 2006**
	2006*	2000	2005	2006	2006**	
UE27	212.837e	1,86e	1,84	1,84e	4,8e	
Bélgica	5.798p	1,97	1,84	1,83p	7,9	
Bulgaria	121	0,52	0,49	0,48	3,0	
Rep. Checa	1.761	1,21	1,41	1,54	3,3	
Dinamarca	5.349p	2,24	2,45	2,43p	6,0	
Alemania	58.231p	2,45	2,48	2,51p	5,7	
Estonia	151p	0,61	0,93	1,14p	4,0	
Irlanda	2.306	1,12	1,26	1,32	6,8	
Grecia	1.223p	-	0,58	0,57p	4,3	
España	11.382p	0,91	1,12	1,16p	4,6	
Francia	37.983p	2,15i	2,13	2,12p	4,8	
Italia	15.599	1,05	1,10	-	3,1	
Chipre	62p	0,24	0,40	0,42p	4,2	
Letonia	112	0,44	0,56	0,69	3,4	
Lituania	191	0,59	0,76	0,80	4,1	
Luxemburgo	497p	1,65	1,57	1,47p	5,6	
Hungría	900	0,78	0,94	1,00	4,2	
Malta	28p	-	0,54	0,55p	3,9	
Holanda	9.168p	1,82	1,73e	1,72p	5,6	
Austria	6.324p	1,91e	2,41e	2,45p	3,0	
Polonia	1.513	0,64	0,57	0,56	5,2	
Portugal	1.201	0,76e	0,81	-	2,7	
Rumania	444	0,37	0,41	0,46	4,0	
Eslovenia	486p	1,41	1,46	1,59p	5,5	
Eslovaquia	217	0,65	0,51	0,49	3,0	
Finlandia	5.761	3,34	3,48	3,45	6,7	
Suecia	11.691	-	3,89i	3,82	6,5	
Reino Unido	31.828	1,85	1,76	-	4,9	

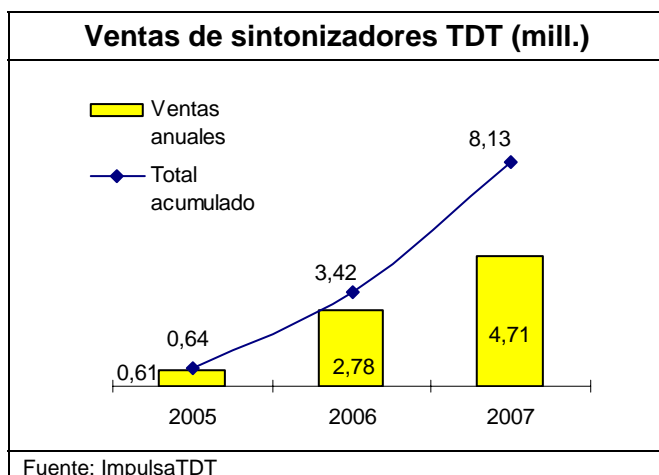
Fuente: Eurostat. Nota: *: Italia, Portugal y Reino Unido 2005. **: Luxemburgo 2005. i: Interrupción en la serie. e: Valor estimado. p: Valor provisional.

En el 2006, la UE27 gastó un 1,84% del PIB en investigación y desarrollo. En 2005, la intensidad de I+D también fue del 1,84% y en 2000 fue 1,86%. En 2006, el gasto en I+D en la UE27 ascendió a más de 210.000 millones de euros, en comparación con los 170.000 millones de euros del 2000.

La más alta intensidad de I+D en la UE27 se registró en Suecia (3,82% del PIB) y Finlandia (3,45%), seguido de Alemania (2,51%), Austria (2,45%) y Dinamarca (2,43%). Los Estados miembros con menor intensidad en I+D son Chipre (0,42%), Rumania (0,46%), Bulgaria (0,48%) y Eslovaquia (0,49%). Los mayores aumentos de intensidad de I+D entre 2000 y 2006 se encontraron en Austria (del 1,91% al 2,45%), Estonia (del 0,61% a 1,14%) y República Checa (de 1,21% a 1,54%). Juntos, Alemania (58.000 millones de euros en 2006), Francia (38.000 millones) y el Reino Unido (32.000 millones de euros en 2005) forman alrededor del 60% del gasto total en I+D en la UE27.

3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

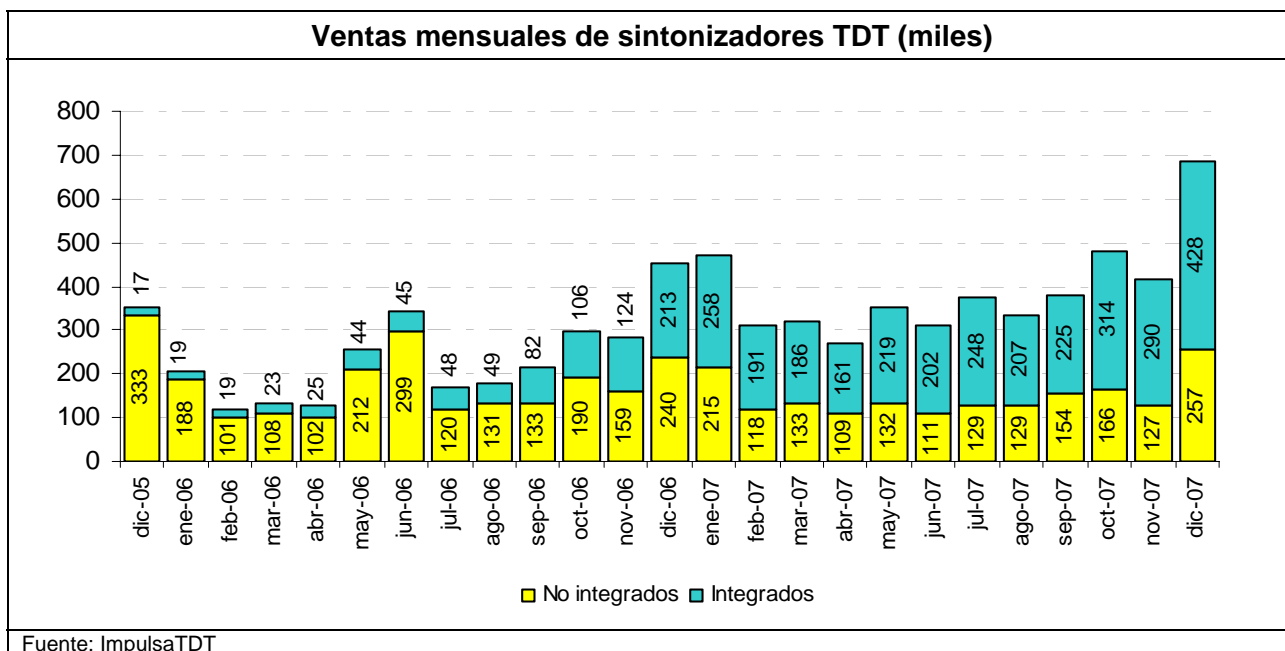
3.1 Sociedad de la Información e Innovación en España: Mercado TIC



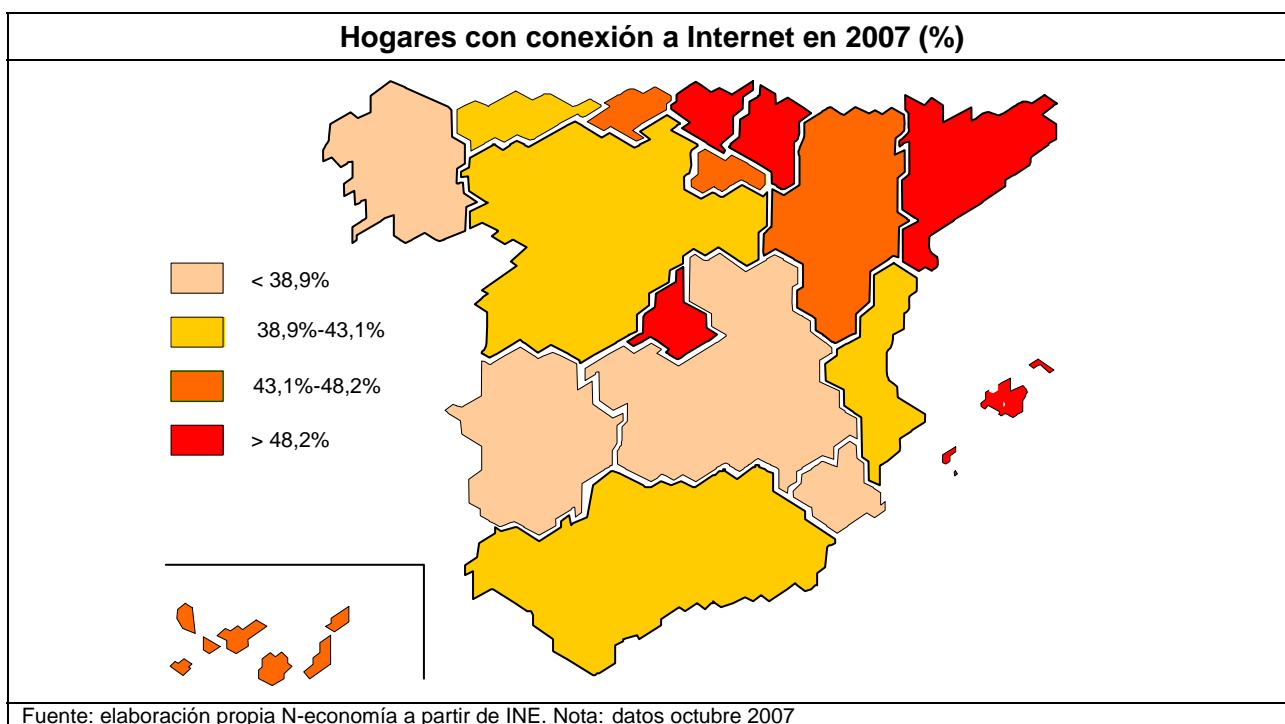
En diciembre de 2006 se alcanzaron los 3,4 millones de sintonizadores TDT vendidos, habiéndose vendido 2,8 millones en dicho año. El año 2007 ha sido muy favorable en cuanto a la venta de sintonizadores TDT, produciéndose máximos históricos de ventas de equipos en varios meses. Sólo en 2007, se han vendido 4,7 millones de equipos TDT y se han alcanzado unas ventas acumuladas de 8,1 millones.

En 2007, las ventas se han mantenido en niveles superiores a las 270.000 unidades que se vendieron en abril, mes con menor cifra de adquisiciones de receptores TDT de toda la serie y con un máximo en diciembre, con 685.000 unidades que suponen un nuevo record de ventas mensuales.

El año 2007 se caracterizó por el cambio de tendencia en la tipología de sintonizadores TDT adquiridos por el hogar. En el 2006 los descodificadores externos fueron los que en mayor medida contribuían al crecimiento en la adaptación TDT. En cambio, durante 2007, han sido los televisores de pantalla plana con TDT integrado el motor de la adaptación a la señal digital terrestre. Durante los dos últimos meses de 2007 se produce una tendencia al alza en el interés por la adquisición de sintonizadores TDT. Sólo en los meses de noviembre y diciembre se vendieron 1,1 millones de receptores TDT (un 23,4% del total de ventas de 2007), lo que significa un crecimiento del 49,8% con respecto a los 736.415 sintonizadores vendidos en el mismo periodo de 2006.



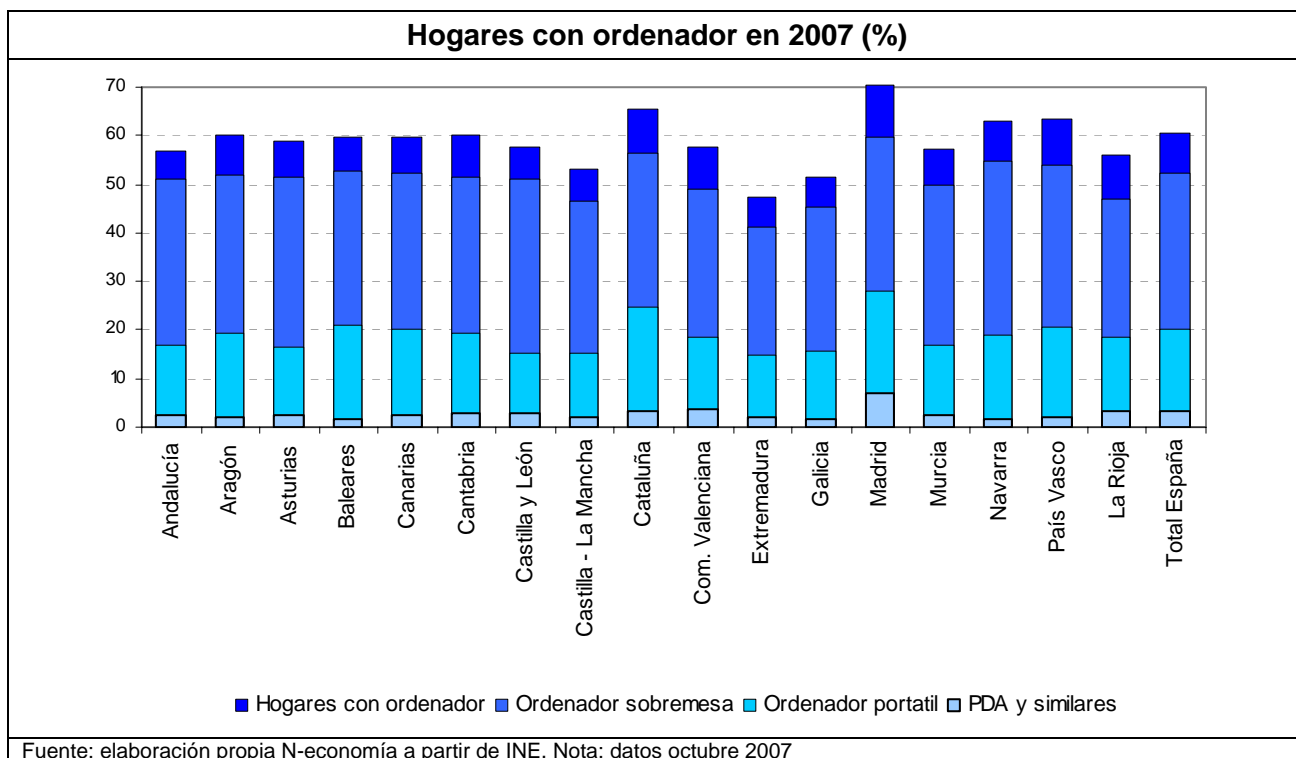
3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet



En el primer semestre de 2007, el 44,6% de los hogares españoles disponen de conexión a Internet, lo que supone que más de 6,5 millones de viviendas tienen acceso a la Red. Estos datos representan una mejora de 3,5 puntos porcentuales respecto al segundo semestre de 2006 y de 7,6 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2005. Por regiones, Madrid se sitúa como líder con un 56,6% de sus hogares con acceso a Internet. Junto a Madrid, el vagón de cabeza también lo forman Cataluña y País Vasco con unos porcentajes respectivos del 51,3% y del 50,0%. Las regiones con menores valores de penetración son Castilla-La Mancha (33,0%), Galicia (32,3%) y especialmente Extremadura (30,3%).

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

A lo largo de los últimos tres años se observa un progresivo incremento del porcentaje de hogares españoles que cuentan con algún tipo de ordenador para situarse en el 2007 en el 60,4%. Entrando en detalle, un 52,4% de los hogares españoles están equipados con ordenador de sobremesa, un 20,2% disponen de ordenador portátil y sólo un 3,2% cuentan con PDA o dispositivos similares. Por regiones, todavía se observan diferencias de equipamiento entre los hogares de las distintas Comunidades Autónomas. Así, mientras en Madrid como región líder el 70,4% de los hogares están equipados con algún tipo de ordenador, en Extremadura sólo el 47,5% de las casa disponen de este dispositivo, lo que supone una diferencia de casi 23 puntos porcentuales. Otras regiones con penetraciones altas son Cataluña y País Vasco con unos porcentajes respectivos del 65,5% y del 63,6%.



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

Telefonía móvil en España (4º Trim. 2007)						
	Ingresos totales (mill. €)	Ingresos por prepago (mill. €)	Ingresos por contrato (mill. €)	Líneas	Cuotas de mercado (%)	Mensajes cortos (mill.)
Movistar	1.848,32	324,44	1.498,04	21.813.128	44,6	3.664,44
Vodafone	1.271,76	229,45	1.042,32	14.773.572	35,2	1.997,15
Orange	627,60	92,57	535,03	10.908.968	19,3	1.036,35
Yoigo	14,83	4,72	10,10	426.949	0,4	27,31
Op. Virtuales	19,84	6,13	13,71	480.594	0,5	21,78
Total	3.783,75	657,30	3.099,19	48.403.211	100	6.747,03

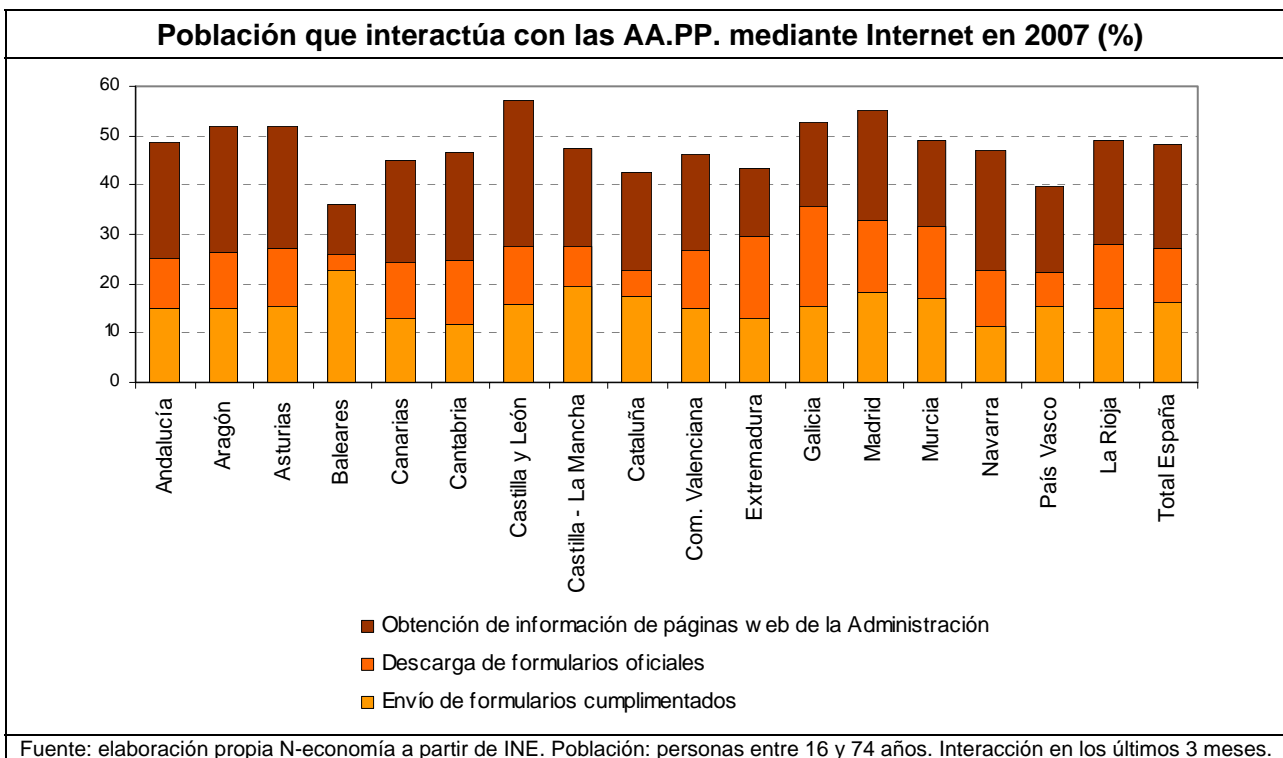
Fuente: elaboración propia N-economía a partir de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones.

El gran líder en el sector telefónico en España es claramente Movistar con una cuota de mercado del 44,6%, casi 22 millones de líneas registradas y unos ingresos en el 4º

trimestre del 2007 de más de 1.800 millones de euros. En cuanto a la modalidad contratada, las tarjetas de contrato son muy superiores a las tarjetas de prepago en todas las compañías. Los operadores virtuales y la cuarta compañía, Yoigo, van cogiendo cada vez más fuerza en el sector, tras poco más de un año de existencia comienzan a tener unas cifras de negocio considerables, lo cual les pronostica un futuro a medio – largo plazo.

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

En 2007 el 48,2% de los ciudadanos españoles se relacionaron electrónicamente con las Administraciones Públicas para obtener algún tipo de información. Este porcentaje desciende al 27,2% en el caso de la descarga de formularios para la realización de algún trámite y al 16,2% para aquellos ciudadanos que remitieron a los organismos públicos estos formularios una vez cumplimentados. Destaca Madrid ya que se sitúa entre los tres primeros puestos de las variables analizadas. Galicia también obtiene una buena posición con excepción de los envíos de formularios. En cuanto a la obtención de información sobresale Castilla y León con un 57,1%, por descargas de formularios el primer puesto lo ocupa Galicia con un 35,7% y, por envío de formularios Baleares con un 22,9%.



3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación

Con los datos de 2006, Madrid (2,13%), Navarra (2,05%), País Vasco (1,72%), Cataluña (1,53%) y La Rioja (1,12%) son las Comunidades que han realizado un mayor esfuerzo en I+D y las únicas que sobrepasan la media nacional (1,31%). Por su parte, las regiones que menos intensidad de gasto en I+D son Castilla- La Mancha (0,51%) y Baleares (0,32%). Respecto al personal dedicado a I+D, volvemos a encontrar las mismas cuatro regiones a la cabeza, pero en este caso Navarra (1,86%) ocupa la primera posición seguida de Madrid (1,61) y País Vasco (1,39%).

Gasto y personal en I+D						
CC.AA.	Gasto I+D (% PIB regional)			Personal en I+D (% ocupados)		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Andalucía	0,77	0,84	0,98	0,62	0,64	0,68
Aragón	0,70	0,79	0,94	0,94	0,93	1,02
Asturias	0,64	0,70	0,96	0,60	0,67	0,71
Baleares	0,26	0,28	0,32	0,24	0,27	0,27
Canarias	0,58	0,59	0,70	0,49	0,53	0,55
Cantabria	0,44	0,45	0,86	0,44	0,44	0,64
Castilla y León	0,93	0,89	1,05	0,84	0,84	0,88
Castilla - La Mancha	0,41	0,41	0,51	0,28	0,29	0,28
Cataluña	1,34	1,35	1,53	1,18	1,15	1,20
Com. Valenciana	0,90	0,99	1,05	0,77	0,74	0,73
Extremadura	0,41	0,69	0,78	0,37	0,41	0,45
Galicia	0,86	0,89	0,98	0,76	0,75	0,71
Madrid	1,65	1,82	2,13	1,46	1,56	1,61
Murcia	0,66	0,75	0,84	0,60	0,74	0,84
Navarra	1,79	1,67	2,05	1,55	1,64	1,86
País Vasco	1,51	1,48	1,72	1,34	1,37	1,39
La Rioja	0,66	0,66	1,12	0,70	0,63	0,69
Total España	1,07	1,13	1,31	0,90	0,92	0,96

Fuente: elaboración propia N-economía a partir de INE (Enero 08). Nota: Total España incluye Ceuta y Melilla.