

Nº 71

Fecha de cierre: 30 de Octubre 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:

-  **Taiwán, Corea del Sur, Suecia, Dinamarca, Canadá e Israel son los países con mayor tendencia a ganar competitividad tecnológica [Pág. 1]**
-  **Las 10 mejores innovaciones tecnológicas 2008 según Popular Mechanics [Pág.5]**
-  **Alemania e Italia encabezan la lista mundial con el 20% del total de ordenadores zombie [Pág. 7]**
-  **Los e-consumers europeos prefieren realizar sus compras en aquellas páginas web que tienen un establecimiento físico [Pág. 8]**
-  **La vida media del móvil de los españoles es de 2 años y 5 meses [Pág. 12]**
-  **En España nace la primera comunidad virtual de ideas con contenidos generados por los propios usuarios [Pág. 14]**

1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL MUNDO

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

Un estudio de The Economist Intelligence Unit sobre la Competitividad en el sector de Tecnologías de Información identifica Taiwán, Corea del Sur, Suecia, Dinamarca, Canadá e Israel como los países con tendencia a mejorar su competitividad tecnológica. Mientras que EE.UU. sigue manteniendo una holgada posición de cabeza cinco puntos por delante de su inmediato seguidor, España en el nº 23 queda prácticamente a la cola de los países desarrollados.

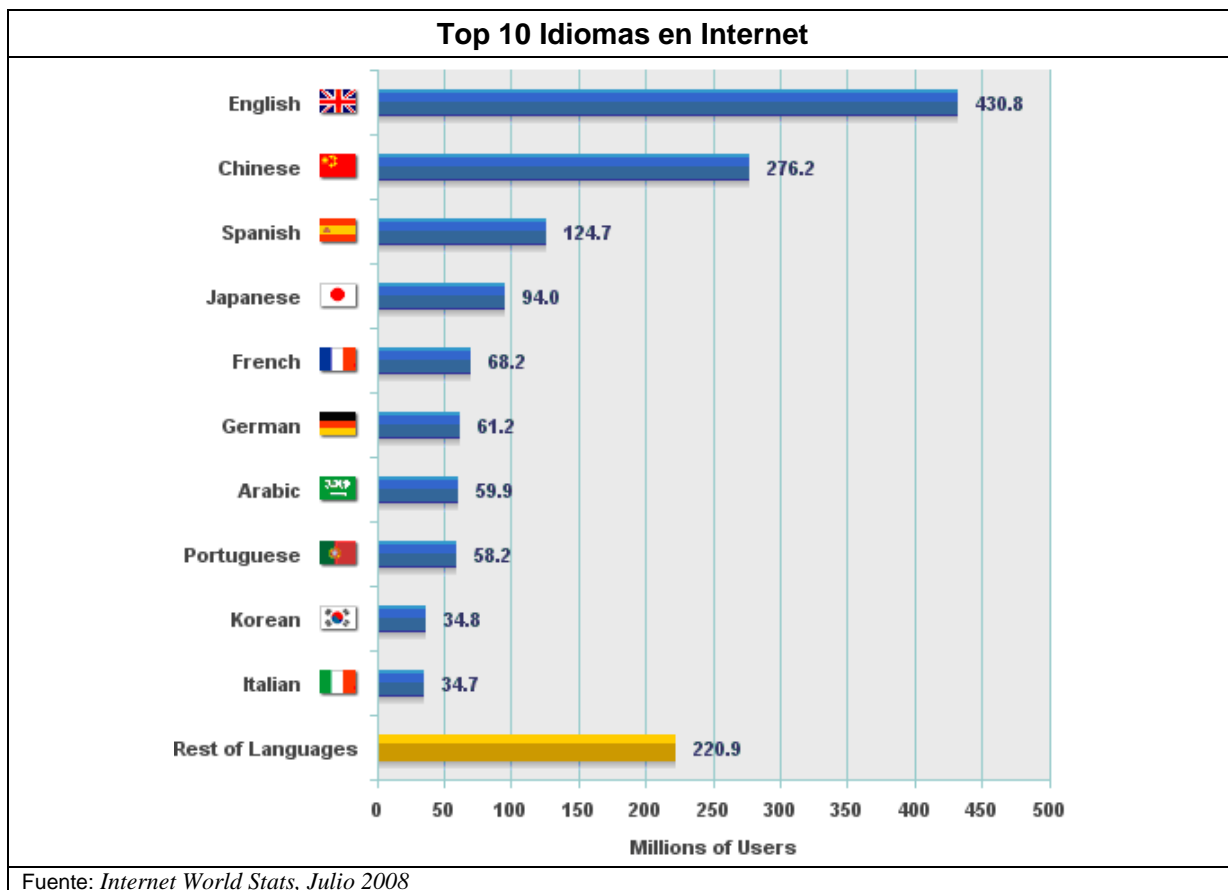
Competitividad en el sector de Tecnologías de Información				
País	Puntuación	Ranking 2008	Ranking 2007	
EEUU	74,6	1	1	
Taiwán	69,2	2	6	
Gran Bretaña	67,2	3	4	
Suecia	66,0	4	7	
Dinamarca	65,2	5	8	
Canadá	64,4	6	9	
Australia	64,1	7	5	
Corea de Sur	64,1	8	3	
Singapur	63,4	9	11	
Países Bajos	62,7	10	12	
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 Zelandia	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*

Según el The Economist Intelligence Unit, seis son los factores que contribuyen conjuntamente a la creación de un sólido entorno para el sector de las TI: una amplia oferta de aptitudes y conocimientos; una cultura proclive a la innovación; una infraestructura tecnológica de primer nivel; un robusto marco legal que proteja la propiedad intelectual, a través de patentes y copyrights; una economía abierta y competitiva; y una política gubernamental que consiga el adecuado balance entre promover la tecnología y permitir a las fuerzas del mercado actuar.

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

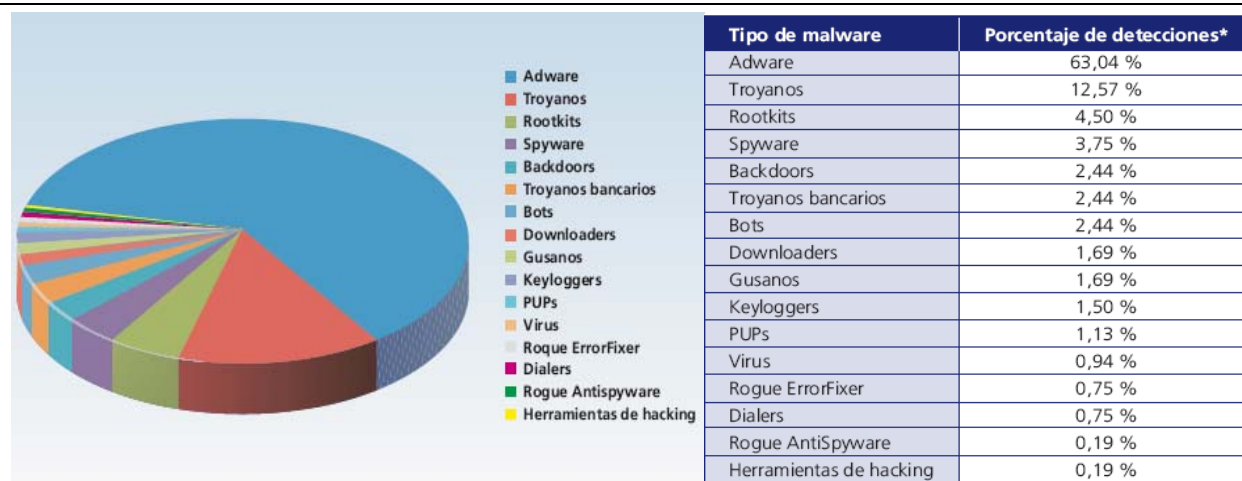
El sitio Web de investigación de mercados “Internet World Stats” ha publicado un gráfico que muestra la distribución de los 10 idiomas más usados en Internet. El inglés ocupa el primer puesto, mientras segunda posición es para el chino mandarín, idioma hablado por cerca del 20% de la población mundial. La tercera plaza corresponde al español, lengua oficial de 22 países. En conjunto, el inglés, el chino mandarín y el español, representan en la actualidad el 55,6% del universo total idiomas de los usuarios de Internet. La fuente estima unos 1.463.632.361 usuarios de Internet en el primer trimestre de 2008, de los cuales 1.407.724.920 son usuarios de los principales diez idiomas.



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

Según los datos recogidos por PandaLabs en su informe sobre la actividad del malware, el adware (63,04% de las infecciones) y troyanos (12,57%) son los códigos maliciosos que más infecciones causan. Esto, pone de manifiesto que los códigos maliciosos destinados a la obtención de beneficios económicos continúan siendo los más activos. Los rootkits, con un 4,5% de las infecciones, son el tercer tipo de malware que más daño causa.

Infecciones por tipo de malware

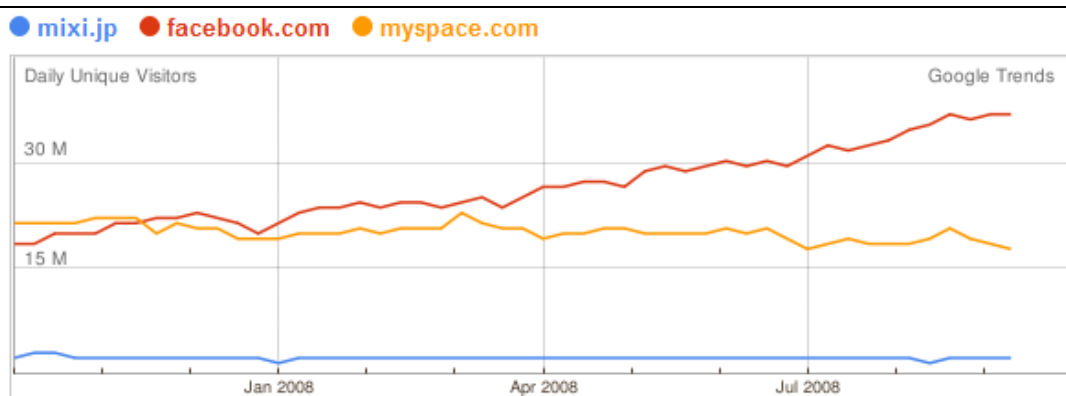


Fuente: *Ratios de Infecciones en Sistemas con Protección anti-malware, PandaLabs, 2007*

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

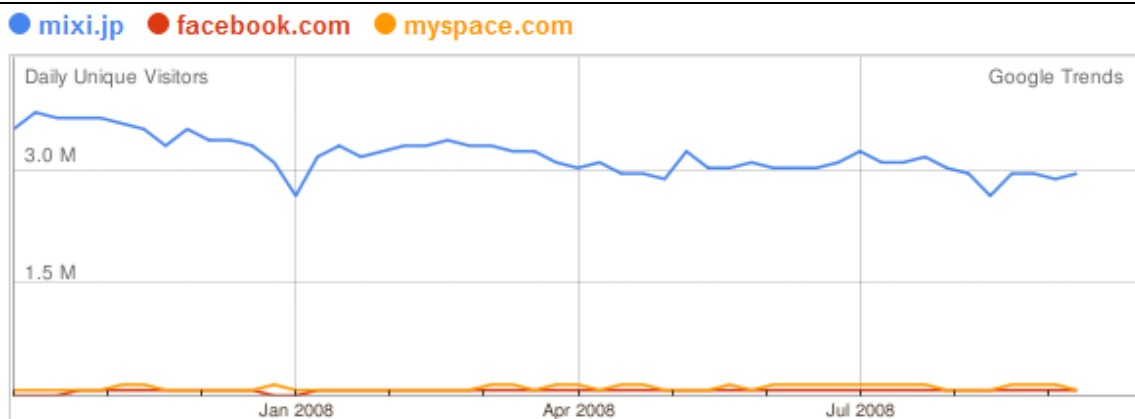
La red social japonesa MIXI marca una tendencia interesante en la movida de las redes sociales: 60% de su tráfico viene desde teléfonos móviles. Mixi Mobile se basa en tecnología Bluetooth, está sólo disponible en japonés y oficialmente restringido para adultos. MIXI tiene un contador de altas, por lo que se sabe en tiempo real la cantidad de usuarios que se han suscripto al servicio. Aunque se accede solo por invitación de momento la red cuenta con más de 20 millones de usuarios que comparten fotos, blogs, videos, foros, chats, etc. En lo que respecta a estadísticas es el 6º sitio en el Rank de Alexa Japón, está 68º en el ranking mundial y tiene un tráfico que compite con el de FaceBook o MySpace en Japón.

MIXI.jp: Evolución de trafico de visitantes únicos por día



Fuente: <http://trends.google.com>, Octubre 2008

MIXI.jp: evolución de trafico de visitantes únicos por día en Japón

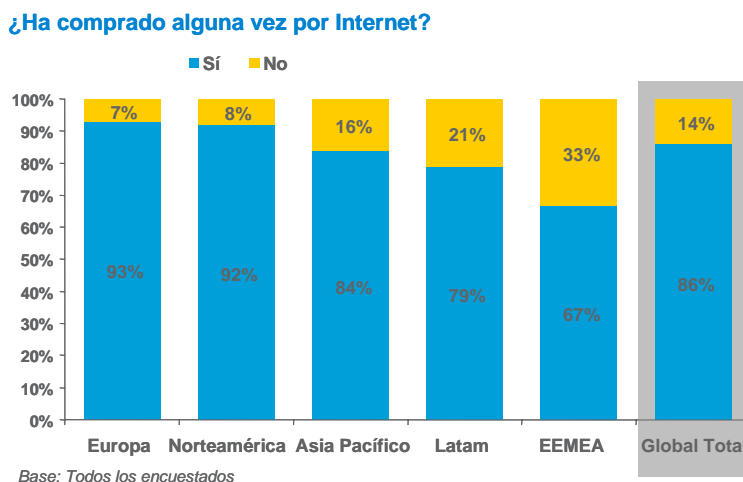


Fuente: <http://trends.google.com>, Octubre 2008

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%.

Tendencia de compra online



Fuente: Estudio sobre hábitos de consumo Nielsen global online Surrey, Nielsen, Febrero 2008

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

Popular Mechanics (Mecánica Popular), es una reconocida revista estadounidense que se dedica entre otras cosas a cubrir información sobre ciencia y tecnología, cobrando gran relevancia por tratar temáticas de la vida cotidiana y las ventajas que la tecnología tiene en ella. Cada año la revista selecciona los 10 mejores gadgets o aplicaciones tecnológicas que influyen en la vida cotidiana. A continuación se muestra la lista de las mejores innovaciones tecnológicas para este año.

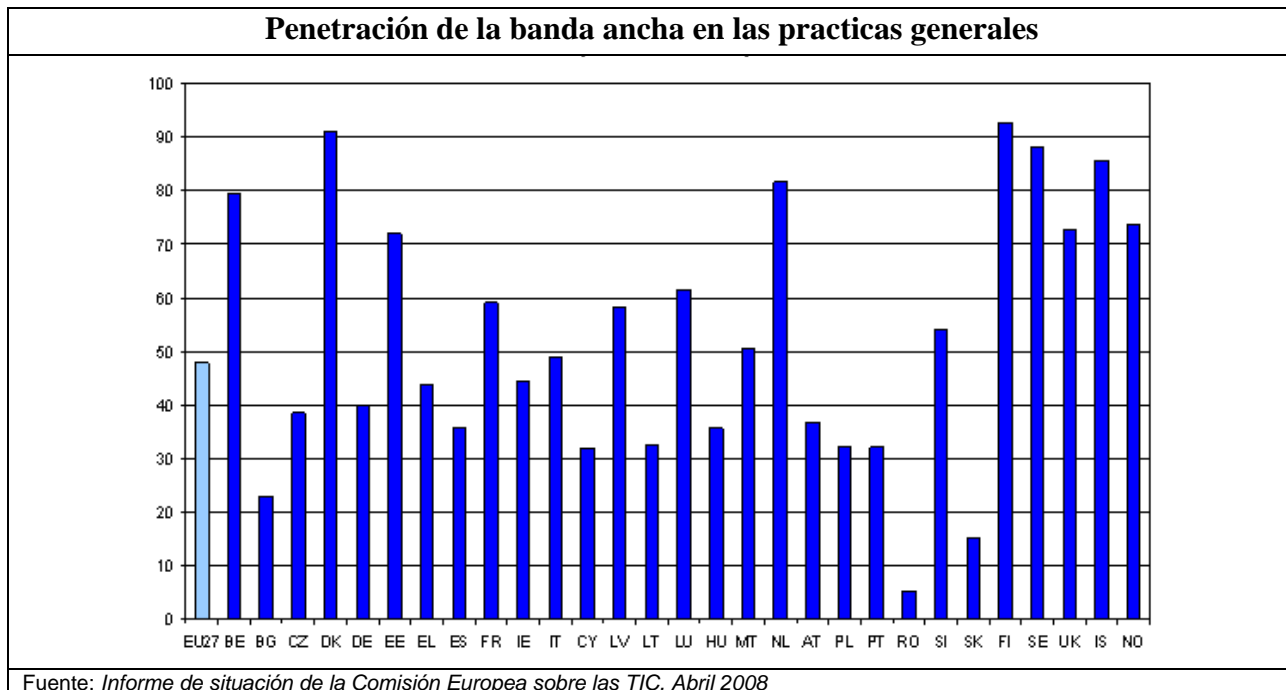
Las 10 mejores innovaciones tecnológicas 2008 según Popular Mechanics	
1. Microsoft Phytosynth	Es un software fotográfico que se puede descargar libremente de Microsoft y busca entre las fotos del ordenador las que han sido tomadas en el mismo lugar o de una misma persona y las ordena por uno. Además, este programa arregla las fotos en un formato navegable en 3D.
2. Spore	El videojuego permite que los usuarios simulen la evolución de una especie desde las etapas más primitivas hasta la colonización de la galaxia, fomenta el interés por la ciencia y la tecnología.
3. Kindle de Amazon	Este dispositivo nace con la idea de poder obtener acceso a cualquier libro en cuestión de minutos. No está pensado para cargar los libros desde el ordenador, sino para obtenerlos directamente a través de su conexión EV-DO a alta velocidad, previo pago.
4. Livescribe Pulse Smartpen	Este lápiz permite combinar la grabación de voz con la toma de las notas. Con un software que sólo funciona en PC por ahora, se pueden tomar notas con el grabador interno recogiendo el sonido al mismo tiempo. De esta manera, al transferir las notas al PC y si no se entiende lo que se ha escrito, se selecciona la palabra y el lápiz reproduce el audio.
5. Craftsman Nextec Multi-saw	Esta sierra de 12 voltios tiene la particularidad que se puede introducir en espacios reducidos y funciona con 2000 golpes por minuto.
6. Potenco PCG	El generador de energía PCG1 es ideal para gadgets pequeños como teléfonos celulares, dispositivos GPS, reproductores de MP3 y. Está alimentado por energía humana que se produce tirando de la cuerda durante un minuto, la que se almacena en el PVG1 y la convierte en 20 minutos de conversación en el celular, por ejemplo.
7. Around View de Nissan	El nuevo sistema de navegación de Nissan permite al conductor ver los alrededores de su automóvil en 360 grados. Para ello usa cámaras que están dispuestas en los cuatro lados del auto.
8. M-spector - Cámara de inspección digital	Es una cámara espía que tiene un lente que se puede introducir en un pequeño agujero y girar, el lente visualiza lo que está detrás de la pared y que se puede ver en la pantalla LCD con 2,4 pulgadas. Sirve para ayudar a encontrar fugas o localizar el cableado.
9. Procesador Atom de Intel	Este procesador tiene 47 millones de transistores en un chip de 26 x 26 milímetros. Intel tiene la intención de utilizar este pequeño aparato en una nueva generación de teléfonos móviles, computadores y, tal vez, en los automóviles.
10. Inodoro Caroma Profile Smart Dual Flush	Para evitar grandes desperdicios de agua al vaciar el estanque del inodoro, crearon uno que tiene en la parte superior el lavamanos. De esta manera, con el agua que corre tras la limpieza de manos, se va llenando el estanque nuevamente. En estos momentos está disponible en Australia, pero está programado que llegue a EEUU en 2009.

Fuente: 2008 Breakthrough Products, Popular Mechanics, Octubre 2008

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

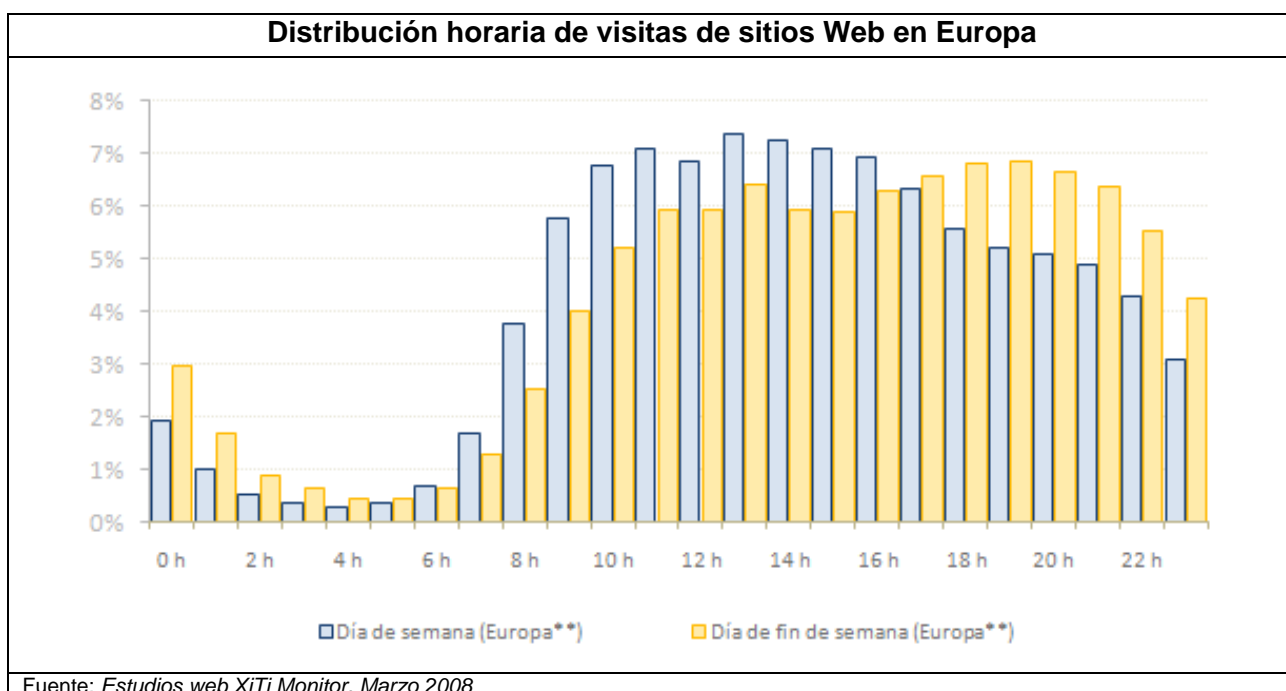
2.1 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Mercado TIC

Más de la mitad de los europeos (250 millones) son ahora usuarios habituales de Internet; el 80 % de los mismos tienen conexiones de banda ancha. Igualmente, el 77 % de las empresas europeas, el 67 % de las escuelas y el 48 % de los médicos disfruten ahora de conexiones rápidas de banda ancha. Estas son las conclusiones del informe de situación de la Comisión Europea sobre las TIC. El informe muestra que en los últimos cinco años, las TIC han tenido una gran incidencia en los servicios públicos, sobre todo por la disponibilidad de servicios de educación y sanidad en línea. Ahora más del 96 % de las escuelas europeas están conectadas a Internet, mientras que en la sanidad, el 57 % de los médicos envían o reciben por vía electrónica datos sobre los pacientes (17 % en 2002) y el 46 % recibe los resultados de los análisis de laboratorio por esa misma vía (11 % en 2002). La Comisión Europea indica que mientras que en algunos países (Austria, Chequia, Malta, Portugal) el 100 % de los servicios públicos básicos para las empresas están totalmente disponibles en línea, otros países se han quedado atrás (Bulgaria, 15 %; Polonia, 25 %; Letonia, 30 %).



2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

El instituto de estudios de Internet XiTi Monitor ha realizado un interesante estudio sobre el comportamiento de los internautas y, en especial, las horas en las que consultan los sitios Web. Los resultados muestran que las horas de visita en Internet en Europa están sujetas a los cambios del ritmo de vida de los internautas entre semana y en fin de semana. El siguiente gráfico representa la distribución horaria media de las visitas de Internet correspondiente a 30 países europeos estudiados durante el mes de marzo de 2008. Se presentan la distribución horaria semanal (media de las distribuciones horarias medias de lunes a viernes en el mes de marzo de 2008) y del fin de semana (media de las distribuciones horarias medias de los sábados y domingos de marzo de 2008).



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

El análisis de las direcciones IP utilizadas, efectuado por el equipo G DATA Outbreak Shield en el primer trimestre de 2008, arrojó datos sorprendentes: en términos de ordenadores zombie, Alemania e Italia encabezaron la lista mundial con el 20% del total de ordenadores implicados. España ocupa el noveno puesto, con el 5% del total. El número de "zombies" utilizados cada día ronda una media de 350.000, con picos de 700.000 PCs de este tipo enviando spam.

Las botnets constituyen la espina dorsal de la industria del e-crime y causan pérdidas millonarias cada año a los operadores. El portfolio de servicios de estas redes del crimen está altamente diversificado y va desde el envío de spam y ataques DDoS hasta el phishing, pharming, malware y el robo de datos. Los criminales online se aprovechan constantemente de los ordenadores que no se protegen adecuadamente, de forma que logran integrarlos en sus botnets.

Top diez de países con más PCs zombie	
País	Tasa %
1. Alemania	10%
2. Italia	10%
2. Brasil	8%
4. Turquía	8%
5. China	6%
6. Polonia	6%
7. EEUU	5%
8. Rusia	5%
9. España	5%
10. India	4%

Fuente: G DATA Outbreak Shield, Abril 2008

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

Según un estudio realizado por comScore a través de su división M:Metrics, el uso de los mapas a través de teléfonos móviles está creciendo a pasos agigantados. En Estados Unidos ha crecido un 82% y en Europa un 49%, comparándolo con datos del año anterior.

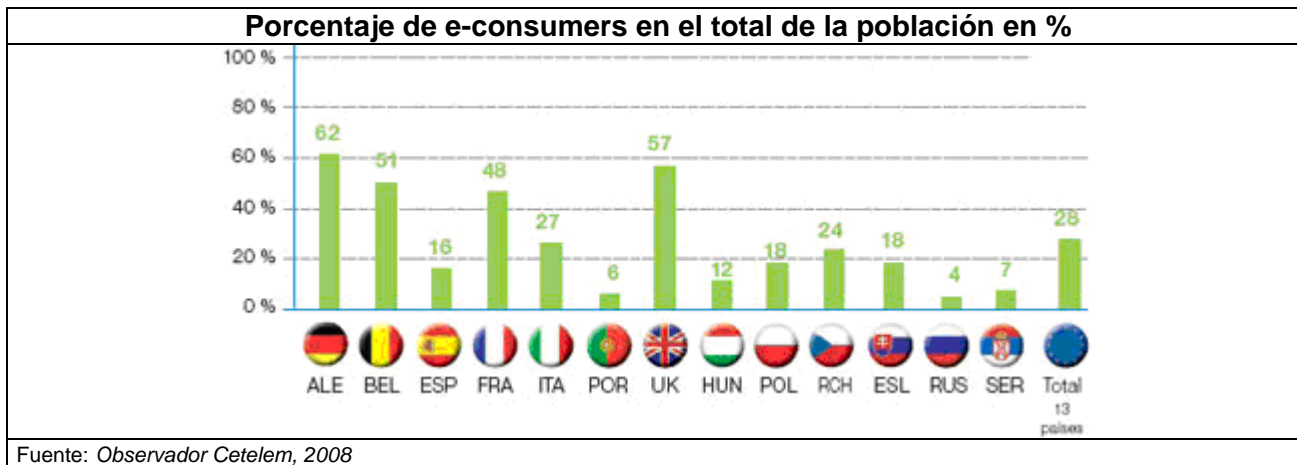
Acceso a servicio de mapas a través de móvil					
País	Usuarios (000s)			% Usuarios de servicios de mapa	
	Mayo-07	Mayo-08	Cambio	Mayo-07	Mayo-08
Francia	907	1,265	40%	2.0%	2.7%
Alemania	663	963	45%	1.4%	2.0%
Italia	1,595	2,142	34%	3.5%	4.6%
España	702	1,080	54%	2.2%	3.2%
Gran Bretaña	1,247	2,147	72%	2.8%	4.5%
Europa*	5,114	7,597	49%	2.4%	3.4%
EEUU	9,280	16,871	82%	4.4%	7.5%

Fuente: comScore, Inc, 2008

*Europa se refiere a los cinco países mencionados
 ** Los accesos se refieren a trimestres terminando en Mayo

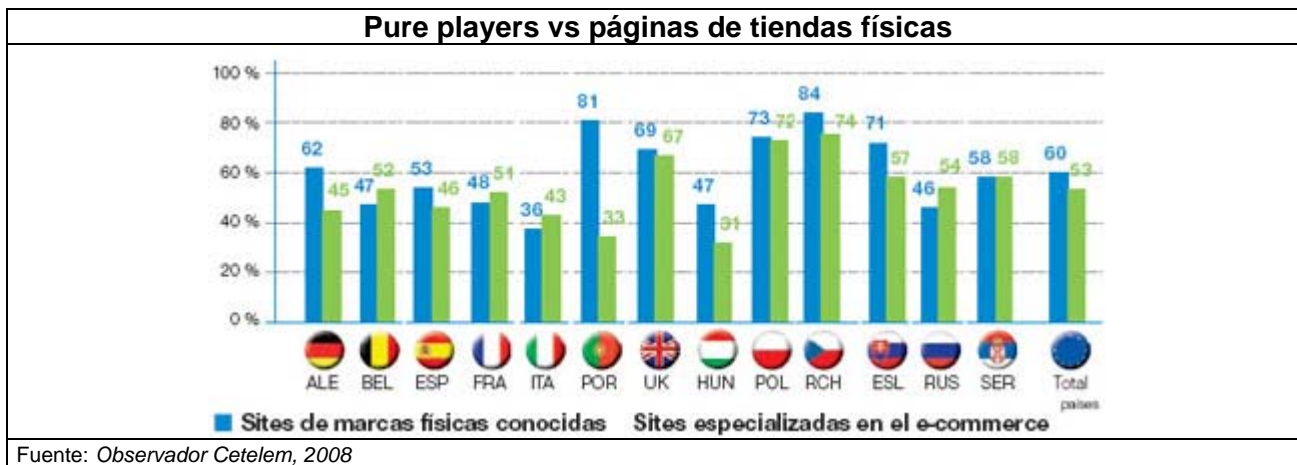
2.5 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Comercio electrónico

Un interesante estudio sobre hábitos y tendencias del e-consumidor muestra que el porcentaje en Europa de e-consumers en el total de la población es relativamente alto, alcanzando el 28%. Como comprador online se considera una persona que ha realizado al menos una compra por Internet.



Fuente: Observador Cetelem, 2008

De media, los consumidores europeos prefieren las páginas web que tienen de referencia una tienda física conocida frente al canal de los “Pure Players” que sólo operan online. La diferencia no es muy grande y tenderá a disminuir con el tiempo. En un principio, los e-consumers prefieren realizar sus compras en aquellas páginas que tienen establecimiento físico, y el principal motivo es la confianza. Sin embargo, la progresión de los pure players que cada vez están presentes en más sectores (sobre todo en viajes e informática), y cuyos precios son más económicos, hará que esta tendencia cambie.

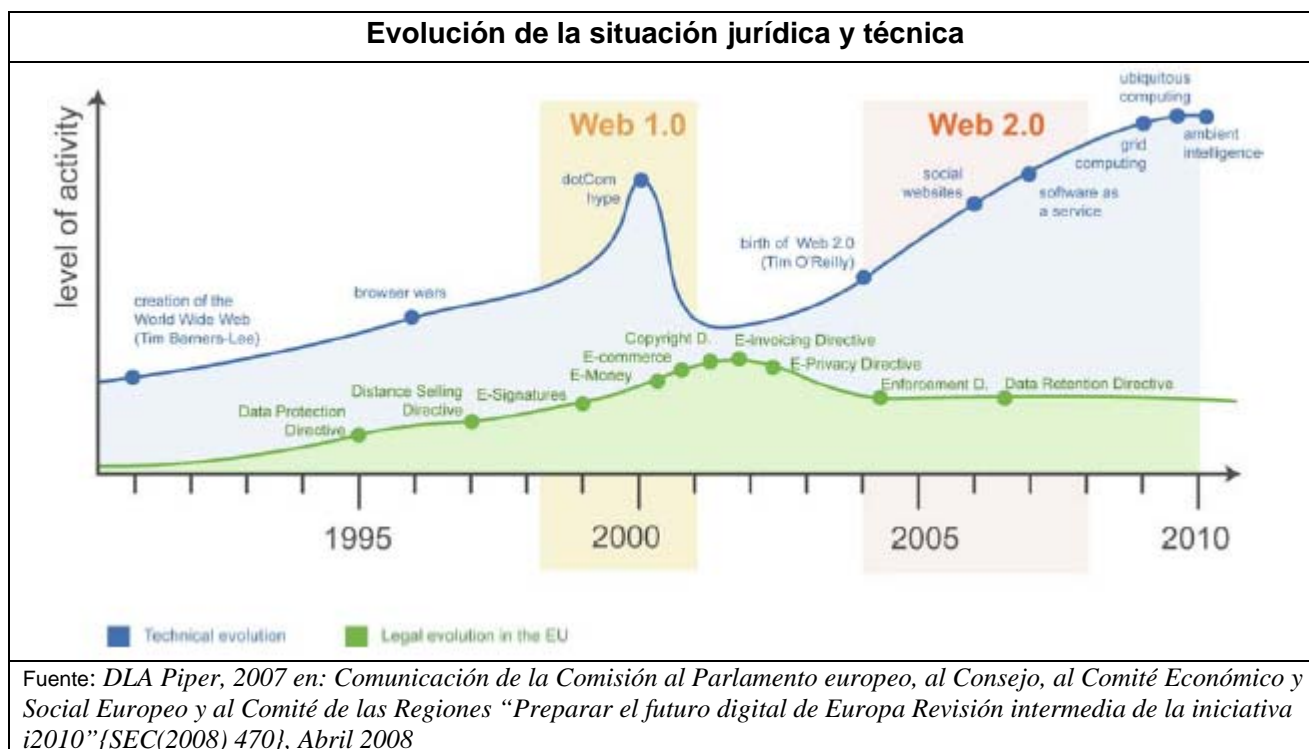


Fuente: Observador Cetelem, 2008

2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

Llevar a término el mercado único de la sociedad de la información y los medios de comunicación constituye uno de los objetivos principales de la iniciativa i2010 de la Unión Europea. En su Comunicación “Preparar el futuro digital de Europa. Revisión intermedia de la iniciativa i2010” la Comisión destaca que en el espacio europeo debe incrementarse la innovación y la inversión en investigación sobre las TIC, por convertir estas en un motor importante de la economía. Una clara prioridad de la UE es hacer frente al solapamiento de

requisitos tecnológicos y a las incoherencias en la aplicación para seguir el ritmo del cambio tecnológico, garantizando un funcionamiento eficiente del “mercado interior electrónico”.



La Comisión indica que la inversión en las redes de próxima generación no avanza al ritmo que Europa necesita. La UE gasta en I+D sobre las TIC solamente la mitad que los Estados Unidos, y se especializa en subsectores de baja intensidad de investigación. Las TIC representan el 30 % aproximadamente del esfuerzo investigador total en la mayoría de los países desarrollados y la distancia que media entre los esfuerzos de la UE y los de sus principales competidores está socavando su capacidad futura para liderar las innovaciones relacionadas con la sociedad de la información.

3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN ESPAÑA

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

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones CMT ha publicado una comparativa de ofertas comerciales de banda ancha y voz en la Unión Europea. La metodología se basa en la medición del desembolso mínimo que un consumidor debe sufragar para acceder al servicio de banda ancha y voz. En el informe se identifica el valor del acceso para cada oferta individual, donde los precios considerados son mensuales y no incluyen IVA, ni promociones o descuentos. Las comparativas informan sobre los precios mensuales de las ofertas en euros y en euros ajustados por la paridad de poder adquisitivo, es decir, ajustando los precios por el poder adquisitivo de cada país. Los tipos de cambio empleados se obtienen del Banco Central Europeo y la paridad de poder adquisitivo de Eurostat.

A continuación se presentan las mejores ofertas de banda ancha y voz en España y en la UE (27) para distintos tramos de velocidad, expresadas en euros/mes y luego, la misma información pero ajustada por paridad de poder adquisitivo/mes.

Mejores ofertas de banda ancha y voz en España y en la UE (27)

		Cuota	Todos operadores	Cuota	Operador histórico
Velocidad baja	Mejor oferta España	18,3%	29,9 €	17,0%	33,9 €
	Media mejores ofertas muestra UE		30,0 €		31,7 €
	Desviación (España/UE)		-0,3%		+6,9%
Velocidad media	Mejor oferta España	72,1%	28,0 €	78,9%	48 €
	Media mejores ofertas muestra UE		30,4 €		35,3 €
	Desviación (España/UE)		-7,9%		+36,0%
Velocidad alta	Mejor oferta España	9,5%	32,9 €	4,1%	58,9 €
	Media mejores ofertas muestra UE		34,4 €		39,9 €
	Desviación (España/UE)		-4,1%		+47,6%

Fuente: CMT, Comparativa de ofertas comerciales de banda ancha en la Unión Europea, Junio 2008

**Mejores ofertas de banda ancha y voz en España y en la UE (27),
ajustadas por paridad de poder adquisitivo/mes**

		Cuota	Todos operadores	Cuota	Operador histórico
Velocidad baja	Mejor oferta España	18,3%	32,4 €	17,0%	36,7 €
	Media mejores ofertas muestra UE		29,9 €		29,3 €
	Desviación (España/UE)		+8,7%		+25,3%
Velocidad media	Mejor oferta España	72,1%	30,3 €	78,9%	51,9 €
	Media mejores ofertas muestra UE		34,0 €		37,9 €
	Desviación (España/UE)		-10,9%		+36,9%
Velocidad alta	Mejor oferta España	9,5%	35,6 €	4,1%	63,7 €
	Media mejores ofertas muestra UE		34,9 €		41,2 €
	Desviación (España/UE)		+2,0%		+54,6%

Fuente: CMT, Comparativa de ofertas comerciales de banda ancha en la Unión Europea, Junio 2008

Las siguientes tablas muestran la evolución de la desviación de la mejor oferta de banda ancha y voz en España, expresada en euros, con respecto a la media de la UE (27) para distintos tramos de velocidad, donde en la segunda tabla incluso se considera la paridad de poder adquisitivo.

Evolución de la desviación de la mejor oferta de banda ancha y voz en España

	Todos operadores			Operador histórico		
	Junio 2007	Diciembre 2007	Junio 2008	Junio 2007	Diciembre 2007	Junio 2008
Velocidad baja	-2,6%	+0,6%	-0,3%	+33,8%	+18,3%	+6,9%
Velocidad media	-5,7%	-21,1%	-7,9%	+26,8%	+28,4%	+36,0%
Velocidad alta	-18%	-25,1%	-4,4%	-	+4,3%	+47,6%

Fuente: CMT, Comparativa de ofertas comerciales de banda ancha en la Unión Europea, Junio 2008

**Evolución de la desviación de la mejor oferta de banda ancha y voz en España,
ajustada por paridad de poder adquisitivo**

	Todos operadores			Operador histórico		
	Junio 2007	Diciembre 2007	Junio 2008	Junio 2007	Diciembre 2007	Junio 2008
Velocidad baja	+4%	+4,6%	+8,4%	+27,5%	+14,0%	+25,3%
Velocidad media	-9,6%	-20,8%	-10,9%	+17,2%	+24%	+36,9%
Velocidad alta	-7,4%	-15,0%	+2,0%	-	+14,9%	+54,6%

Fuente: CMT, Comparativa de ofertas comerciales de banda ancha en la Unión Europea, Junio 2008

3.2 Sociedad de la Información e Innovación en España: Internet

Un estudio de la EIAA (European Interactive Advertising Association) muestra Internet como el medio de mayor crecimiento. En España, los jóvenes de 16 a 24 años navegan ya más en Internet que ven la TV durante la semana. En concreto, en España, los jóvenes gastan un 22% más de su tiempo navegando en Internet que viendo la TV. Por primera vez, los jóvenes europeos entre 16 y 24 años acceden más frecuentemente a Internet que ven la televisión – el 82% de estos jóvenes usa Internet entre 5 y 7 días a la semana mientras que sólo el 77% ve la televisión regularmente. Los jóvenes entre 16 y 24 años también gastan un 10% más de tiempo navegando en Internet más que frente al televisor y casi la mitad (48%) declaran que el consumo de televisión se ha visto reducido como resultado directo del uso de Internet..

Las 10 actividades más populares en la Web en Europa y España

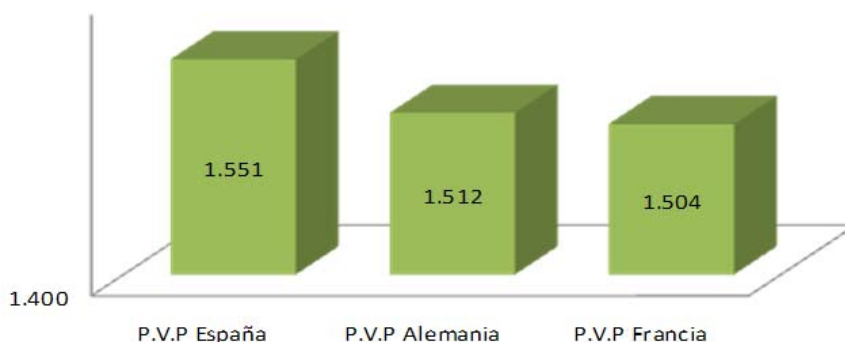
	Europa	España
Entrar en la Web	87%	89%
E-mail	81%	92%
Comunicarse vía redes sociales	42%	47%
Mensajería instantánea	37%	65%
Bajarse música	31%	58%
Escuchar la radio	31%	36%
Ver TV, películas o vídeos	30%	43%
Rating and reviews	27%	20%
Compartir opiniones en foros	26%	37%
Bajarse películas, TV o video clips	20%	52%

Fuente: EIAA, 2007

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

Los resultados de un estudio de MuyComputer arrojan una gran diferencia entre los precios de Estados Unidos y España. MuyComputer ha dividido su investigación en cinco grupos de productos: portátiles, ordenadores de sobremesa, impresoras, monitores y discos duros externos. La diferencia media entre los precios de Estados Unidos y España en portátiles es la mayor de todas en el grupo de informática, un 36%. Sin embargo, los Estados Unidos no es el único país donde puede costar menos un dispositivo electrónico. Francia y Alemania con respecto a España también tienen algunas diferencias, aunque menores. La siguiente comparación se refiere a portátil de la marca Dell XPS M1730, cual se vende por en España por 1.551 euros, en Alemania por 1.512 euros y por 1.504 euros en Francia.

Diferencia de precios en Europa. Ejemplo Portátil Dell XPS M1730



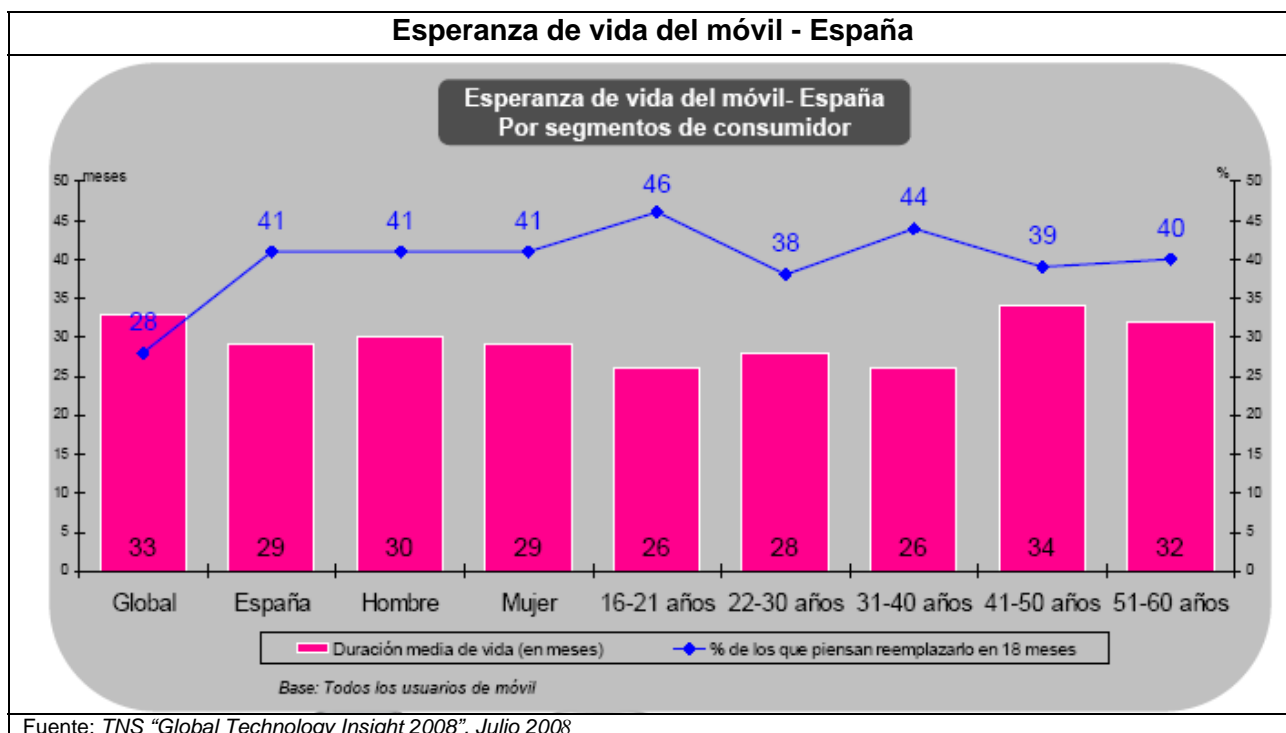
Fuente: Estudio de precios España / EEUU, MuyComputer, Agosto 2008

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

La vida media de los móviles en España es de 29 meses, 4 meses menos que la media global, según se desprende 'Global Technology Insight 2008', el estudio que TNS realiza en 30 países para conocer la adopción y el uso de las nuevas aplicaciones de telefonía móvil entre los consumidores. Mientras el 28% de la población mundial declara que tiene intención de reemplazar su terminal en los próximos 18 meses, en España éstos representan el 41% la población.

Si bien no existen diferencias importantes entre hombres y mujeres en cuanto a la vida media de los terminales, la edad sí parece influir en ella: por ejemplo, en la franja de 41 a 50 años, y de 51 a 60, la vida media del terminal es de cerca de 3 años (34 y 32 meses respectivamente), mientras que en franjas más jóvenes, como 16 a 21 años, o 31 a 40, los terminales móviles duran poco más de dos años (26 meses). Inversamente proporcional es la intención de renovar el terminal: mayor en los públicos más jóvenes, y menor, aunque más moderadamente, en el público más mayor (un 39% y un 40% de los adultos entre 41 y 50 años, y 51 y 60 años respectivamente, piensan reemplazar su móvil en los próximos 18 meses).

Caben destacar también los 3 años de media que duran los terminales móviles de la población con ingresos mayores, frente a los 2 (26 meses) de aquellos con ingresos más bajos, así como la más larga vida de los móviles de aquellas personas que tienen un gasto bajo por usuario, de 4 años.



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

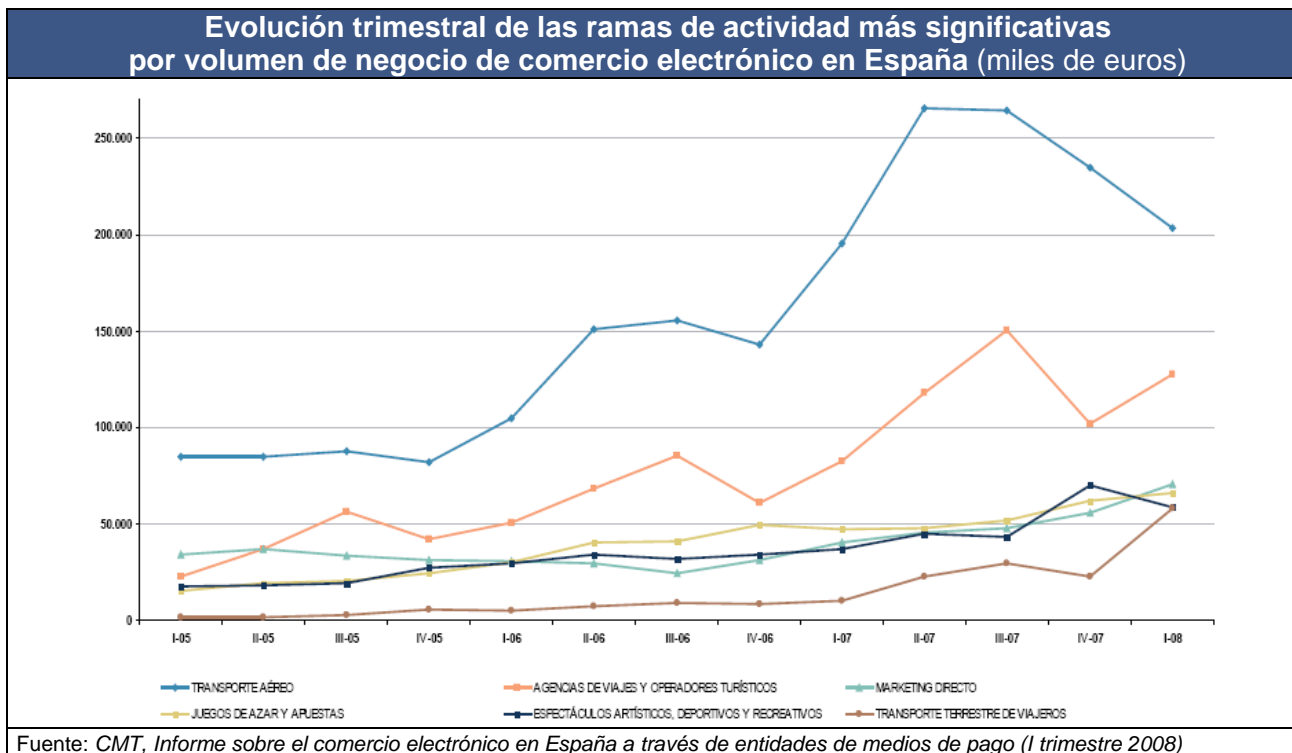
El comercio electrónico en España experimentó un fuerte crecimiento en el primer trimestre del 2008 y alcanzó un volumen de negocio total de 1.192,9 millones de euros, un 52,6% más que el mismo periodo del año anterior, según datos del Informe sobre Comercio Electrónico en España elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).

Volumen de negocio y variación interanual de comercio electrónico en España (euros y %)		
	Volumen total de negocio	Tasa de variación interanual
I-05	314.506.597	82,6 %
II-05	393.320.776	83,8 %
III-05	417.244.502	71,3 %
IV-05	422.634.573	62,4 %
TOTAL 2005	1.547.706.448	73,9 %
I-06	494.732.447	57,3 %
II-06	636.808.872	61,9 %
III-06	654.899.087	57,0 %
IV-06	678.070.122	60,4 %
TOTAL 2006	2.464.510.528	59,2 %
I-07	781.849.559	58,0 %
II-07	937.642.962	47,2 %
III-07	998.815.540	52,5 %
IV-07	1.021.747.750	50,7 %
TOTAL 2007	3.740.055.810	51,8 %
I-08	1.192.865.181	52,6 %

Fuente: CMT, Informe sobre el comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago (I trimestre 2008)

Un 47,7% de este negocio eran transacciones realizadas desde España hacia el exterior, y un 52,3% (el resto) las compras realizadas dentro del país y las transacciones facturadas desde el exterior hacia España. En total 569,1 millones de euros que llegaron a España y 623,8 millones que gastaron los españoles. Según el informe, la UE (495,5 millones de euros) y los Estados Unidos son los principales receptores de nuestro dinero.

Por actividades, los sectores que registraron un mayor porcentaje de ingresos 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%.



3.6 Sociedad de la Información e Innovación en España: Innovación

Ideas4all es una red social entorno al mundo de las ideas, un portal que pretende recoger todo el ingenio que se desaprovecha y convertirlo en soluciones para empresas y particulares, desde las cuestiones domésticas más simples hasta fórmulas químicas.

Ideas4all: propuestas de Ideas por categorías

Categoría	Propuestas	Categoría	Propuestas
IDEAS para IDEAS4ALL	212	MEDIO AMBIENTE & SOSTENIBILIDAD	316
COLABORACIÓN & REDES SOCIALES	68	VIDA & SALUD	468
ARTE & CULTURA	60	IT & TELECOMUNICACIONES	159
NEGOCIOS & ECONOMÍA	144	EDUCACIÓN & UNIVERSIDADES	96
ENTRETENIMIENTO & JUEGOS	75	MODA, BELLEZA & ESTILO	89
FISCAL, LEGAL & IMPUESTOS	30	CASA, MASCOTAS & JARDÍN	278
INDUSTRIA & ENERGÍA	143	MARKETING & PUBLICIDAD	28
MEDIA & EDITORIAL	31	VENTAS & BIENES DE CONSUMO	111
CIENCIA & TECNOLOGÍA	311	SOCIAL, COMUNIDADES & INSTITUCIONES	217
DEPORTES & HOBBIES	76	TURISMO & VIAJES	78
TRABAJO	64	INTERNET & COMERCIO ELECTRÓNICO	121
VÍA E-MAIL	1	MALAS IDEAS4ALL	8

23/05/2008
iPods con Bluetooth
 por Budita [IT & TELECOMUNICACIONES]
 Since: 23 Mayo 2008, (Brain-fu) 230
 Es urgente que Apple saque ya iPods con Bluetooth. Y es urgente, por dos motivos: 1) Porque necesitamos pasarnos las canciones de unos a otros, ágil y rápidamente, en ese mismo instante, y sin necesidad de tener que conectarnos a un ordenador ni mucho menos utilizar el engorroso y poco intuitivo iTunes, con el que yo aún sigo peleándome... 2) Porque necesitamos escuchar el iPod en el coche y aún no tenemos dinero fresco para comprarnos un coche nuevo que, además, disponga de iP.

26/05/2008
Broadband
 por tidus666 [IT & TELECOMUNICACIONES]
 Since: 26 Mayo 2008, (Brain-fu) 160
 Think all broadband connections below 2mg speed should be free. Then you only have to pay an additional fee if you want a faster speed.

29/09/2008
Joystick para móvil
 por Jarenare [IT & TELECOMUNICACIONES]
 Since: 4 Septiembre 2008, (Brain-fu) 4672
 Los móviles incorporan la posibilidad de jugar con ellos a un montón de cosas, pero suele ser muy incómodo manejar los juegos por el tamaño de las teclas y del propio móvil. No sería complicado poner un agujero en el botón central del móvil, y con un palito hacerlo funcionar como Joystick. El palito se puede guardar como los bolos de las PDA's, encastrado en la carcasa O si no, un pequeño joystick portátil, por cable.

18/07/2008
Cables que giren 180°
 por Nikita [IT & TELECOMUNICACIONES]
 Since: 3 Marzo 2008, (Brain-fu) 11407

Fuente: Ideas4all.com, 2008

La iniciativa sigue el concepto Web 2.0, contribuyendo a construir el global brain, una metáfora para expresar que las personas pueden interactuar para crear una inteligencia colectiva, que fue acuñado en 1982 por Peter Russell en su libro The Global Brain.

Ideas4all se lanzó en Julio de 2008 en España, con el objetivo de proporcionar una interactiva plataforma de innovación, donde se pueden colgar propuestas de innovación, soluciones y problemas. La página está disponible en castellano, inglés y en japonés, tiene aproximadamente 2.877 páginas vistas al día (según www.wirki.net) y Traffic Rank 182,494 (según www.alexa.com). Casi la mitad de los visitantes vienen de España (49,7%) mientras un

tercio (30%) son de la India. México, Chile y los Estados Unidos ocupan respectivamente 4,7%, 4,3% y 3,1% de la comunidad innovadora.



Se trata un proyecto español innovador que surge por la iniciativa de Ana María Llopis, una de las fundadoras de Openbank y actualmente miembro del Consejo Mundial de ABN Amor. Los principales inversores de ideas4all proceden del Reino Unido y España, también cuenta con socios de Francia, Italia y Bélgica. El modelo de negocio está basado en el patrocinio y la publicidad. El 10% de sus beneficios se destinará a los proyectos de ONG más votados.