

**N.º 90**Fecha de cierre: 24 de mayo<sup>1</sup> de 2010.

Autor: Martín Durán

Consejo de redacción: Juan José Méndez

**Secciones:**

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

**Pág.**

- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

**Destacados del Mes:**

- Casi un 45% de las empresas de servicios TIC de Alemania planifica incrementar sus gastos de servicios TI durante el año 2010. (Pág. 2).
- Web 2.0 en el Top Ten de las tendencias de consumo más relevantes entre 2010 y 2014. (Pág. 3).
- El mercado de servidores de Europa registrará una tasa anual de crecimiento de 5,5% en las ventas y 2,4% en los ingresos en 2010. Una tendencia de recuperación que persistirá hasta el año 2014 (Pág. 4).
- El mercado de telefonía inteligente creció más del doble que el mercado de telefonía móvil en el primer trimestre de 2010, una señal de que el segmento está marcado por una tendencia de alto crecimiento: vea los nuevos lanzamientos por venir en el año 2010. (Pág. 5).
- Las ventas de bienes en Alemania a través de comercio electrónico B2C alcanzaron los 15.000 millones de Euros en 2009 creciendo 15% en relación a 2008. (Pág. 6).
- La Agenda Digital de la UE propone que antes de 2020 los Estados miembros deberán duplicar la inversión pública total anual en I+D sobre TIC, pasando de 5.500 millones de euros a 11.000 millones de euros. (Pág. 7).

Noticias destacadas de España (Pág. 8).

- **La Innovación en España respecto a la UE.**
- **Smart Grid: el mercado de la energía en la red gracias a las TIC.**
- **La TDT anima el mercado TIC español.**

**MUNDO****EUROPA****ESPAÑA**

<sup>1</sup> El informe del mes de mayo se ocupa de Europa, el correspondiente al mes de junio a España y el de julio sobre el Mundo.

Promotores-patrocinadores:



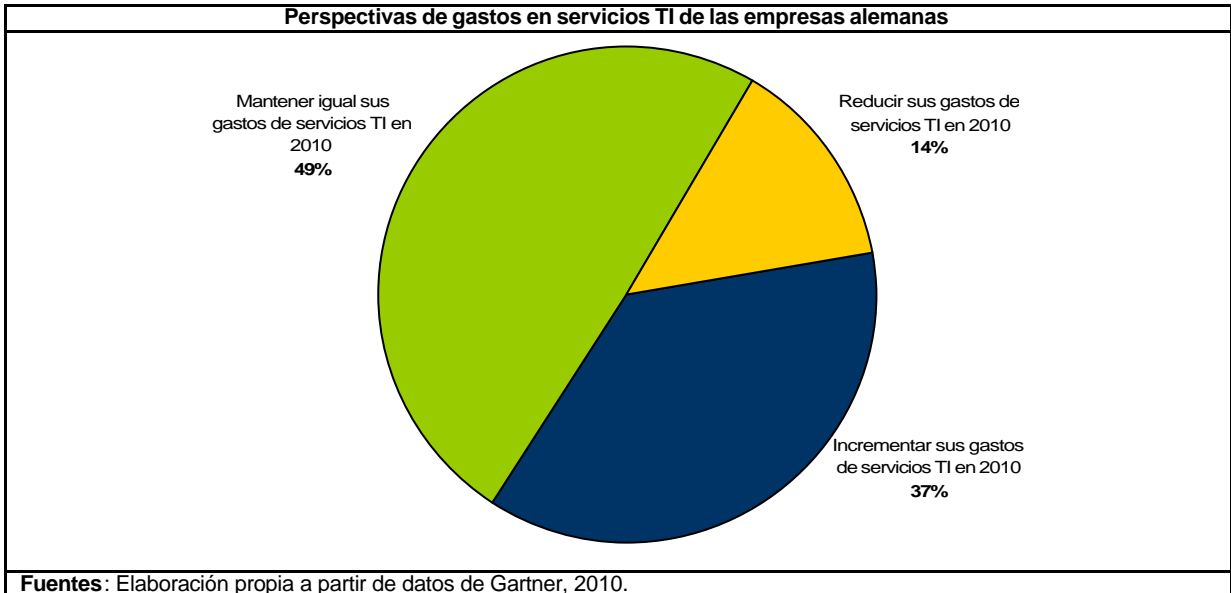
Entidades Colaboradoras:

Asociación Española de Supermercados (ACES), ANFAC, Asociación Española de la Industria Eléctrica (UNESA), Ayuntamiento de Madrid – Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, British American Tobacco (BAT), BBVA, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, Consejería de Economía y Hacienda de Castilla – La Mancha, El Corte Inglés, Federación de Cajas Vasco Navarras, Federación de Empresarios de La Rioja (FER), Fomento de San Sebastián, Fundación Universidad Empresa, Generalitat Valenciana, Genoma España, Gobierno Vasco, Grupo Santander, Iberdrola, Instituto de Crédito Oficial (ICO), Instituto de Estadística de Castilla – La Mancha, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, Red Eléctrica de España, Schneider Electric España, Siemens, Techba Madrid.

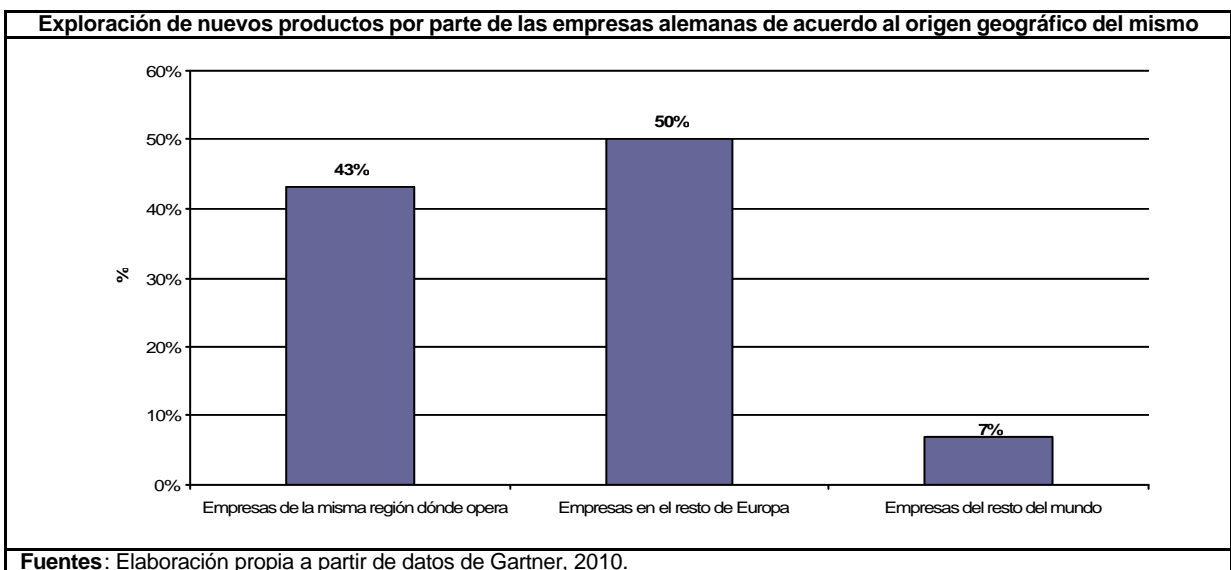
## 2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EUROPA

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

- ▶ Casi un 45% de las empresas de servicios TIC de Alemania planifica incrementar sus gastos de servicios TI durante el año 2010 pero cerca de un 49% espera que sus gastos se mantengan igual que en el año 2009.



- ▶ Gartner realizó esta encuestas a 150 empresas del mercado alemán evaluando el impacto de la crisis económica global sobre el sector servicios TI y las posibilidades de recuperación. Entre los resultados más llamativos se encuentra que el gasto en servicios TI se incrementaría en el presupuesto general TIC en un 45% de las empresas alemanas durante 2010, esto es un 16% más que en el año 2009.
- ▶ La mayor parte de estos servicios se están canalizando a través del formato outsourcing, especialmente en tecnologías emergentes como servicios, infraestructura para data centres, consultoría TI y estrategia de negocios.



- Buena parte de estas organizaciones están dispuestas a explorar en otros tipos de productos o empresas de servicios (44%) y un 43% prefiere contratar empresas de la misma región dónde opera.

## 2.2 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Internet

- La Web 2.0 se encuentra en el Top Ten de las tendencias de consumo más relevantes entre 2010 y 2014.
- Sin duda, muchos consumidores volverán a sus patrones de consumo pre-recesión, pero la crisis ha coincidido con cambios de hábitos y nuevos vectores en la red que harán el comportamiento del consumidor no sea exactamente el mismo que el de antes de la recesión.
- Globalmente tal vez muchos consumidores que estén por debajo de los 35 años de edad conservarán el valor del ahorro y otros intentarán girar hacia un consumo más sostenible. En tal sentido, de acuerdo a Euromonitor<sup>2</sup>, las tendencias de consumo más relevantes entre 2010 y 2014 serán:

Tendencias de consumo más relevantes en 2010	
Ranking	Tendencias de consumos
1	Productos y cuidado personal
2	Productos y servicios de salud
3	Entretenimiento para el hogar
4	Búsqueda de una vida más placentera y menos estresante fuera de los circuitos urbanos densos
5	El retorno al lujo
6	Mi persona como producto
7	El encanto de un estilo de vida multicultural apuntando por tanto a un incremento de intercambios geográficos en el ámbito laboral y estudiantil
8	Nuevos patrones de ocio
9	Ahorrar como hábito
10	<a href="#">Web 2.0 como una necesidad</a> <sup>3</sup>

Fuente: Elaboración propia basado en datos de Euromonitor, Mayo 2010.

- De acuerdo a Euromonitor existen 1.800 millones de usuarios de Internet. De alguna forma, cada uno de estos usuarios comparte su vida cotidiana en la red y el deseo de estar conectado persiste.
- Lentamente las personas mayores a 65 años van perdiendo la resistencia al uso de Internet y el segmento de mayor crecimiento en Facebook, por ejemplo, son mujeres cuyas edades oscilan entre 55 y 65 años. Al mismo tiempo, el rápido ritmo de Facebook y otras redes sociales impulsan a la creación casi inmediata de generaciones digitalizadas y altamente conectadas dónde ya los adolescentes no son los únicos en estar conectados, sino que las edades de afiliación son cada vez menores.
- Jóvenes entre 10 y 16 años ya realizan más de 6 actividades en sus tiempos libres solo conectados a la red yendo desde la comunicación con los amigos, hasta ver películas, practicar videojuegos, ver TV o videoclips, entre otros. Es un factor que hace pensar en la Unión Europea sobre el uso de la red para tareas dirigidas y trabajos en equipos interconectados sin necesidad de usar los espacios de la escuela o instituto. Estos jóvenes y estos estudiantes son altos consumidores de productos Web 2.0.
- En el mundo en desarrollo muchos esperan tan solo la posibilidad de acceso a banda ancha lo que se complementaría con el avance dado tan solo con la expansión de la telefonía móvil inteligente y las netbooks de bajo coste. La conjunción de estos tres elementos facilitaría una expansión de los canales de consumo a través de la Web 2.0.

<sup>2</sup> Ver: [http://www.euromonitor.com/TOP\\_10\\_CONSUMER\\_TRENDS\\_FOR\\_2010](http://www.euromonitor.com/TOP_10_CONSUMER_TRENDS_FOR_2010)

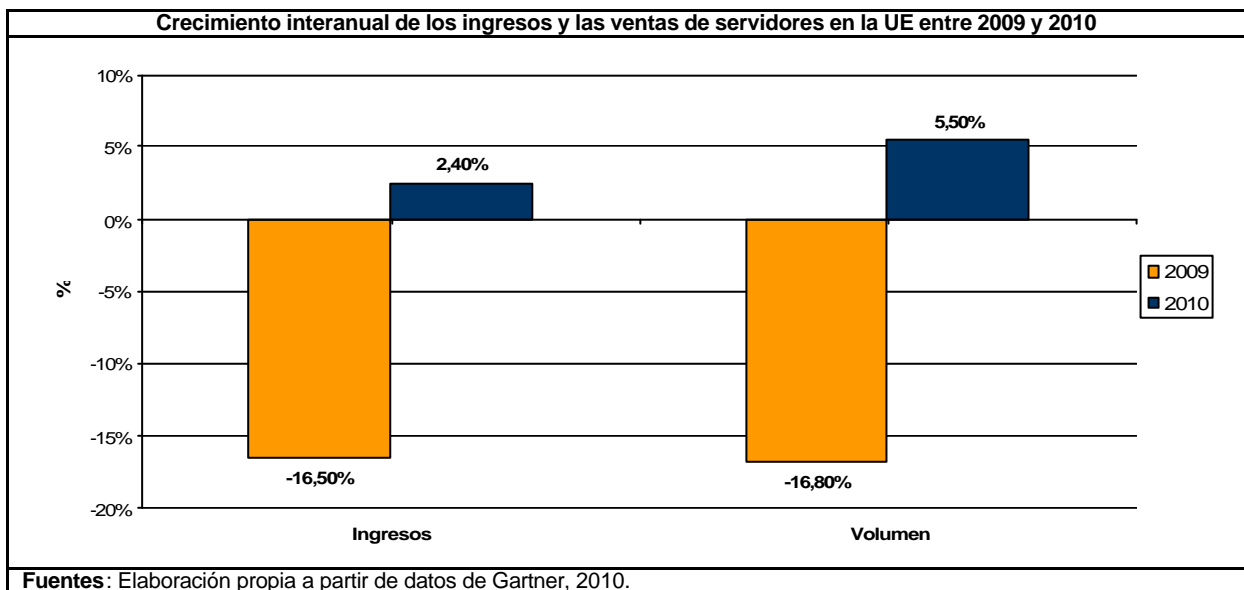
<sup>3</sup> [Web 2.0](#): Se diseñó en 2004 haciendo referencia a una segunda generación en la historia de la Web. Esta basado en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs o los wikis que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

India, algunas zonas de África y Sudamérica constituirán los campos más promisorios en este aspecto.

- El impacto de la Web 2.0 está afectando al mundo real y muchas empresas se están ajustando a esta realidad tomando en cuenta ya una relación mucho más dinámica entre la marca, el producto y la opinión del consumidor. Ya muchas empresas tienen un director encargado de productos digitales o un corporativo solo encargado para Twitter.
- Web 2.0 es tiempo libre para millones. Por ejemplo, ya no se baja música sino que se escucha on line y las nuevas formas de marketing tienen que ver con ofrecer contenidos y servicios gratuitos a cambio de recibir mensajes de productos en pequeñas pausas durante el tiempo de la prestación.
- El más importante de los impactos no solo es la relación B2C sino que dicha relación es recíproca y los consumidores pueden sugerir nuevos formatos de negocios y nuevos productos.

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

- El incremento de ventas de servidores durante los próximos dos años llevará a un incremento de las dificultades para satisfacer las necesidades energéticas y refrigeración de los data center, así como de su ubicación. Si bien durante el año 2009, el mercado de servidores en la UE registró una caída de 16,5% en ingresos y 16,8% en volumen. Se están registrando evidencias de una recuperación durante el año 2010 con una tasa anual de crecimiento de 5,5% en las ventas y 2,4% en los ingresos, una tendencia de recuperación que persistirá hasta el año 2014.



- Los servidores consumen cerca de 15% de la energía total usada por los data center. Esto supone un esfuerzo adicional de refrigeración y problemas de espacios en un momento duro para el mercado requiriéndose un esfuerzo adicional para la sostenibilidad del sector en el futuro si se quiere mantener la expansión.
- Por otro lado, en el primer trimestre de 2010, las ventas de ordenadores en EMEA totalizaron cerca de 27,1 millones de unidades, un 24,8% de incremento en relación al primer trimestre de 2009.
- Es sin duda la recuperación más notable considerando la evolución del mercado desde el inicio de la crisis y tomando en cuenta que es un crecimiento a partir de una base más

baja, ya que el primer trimestre de 2009 fue el primer trimestre con mayor declive desde el año 2001.

- En Europa Occidental, los mercados de Reino Unido, Francia y Alemania se han recuperado de forma sólida y otro tanto, ocurre en Europa Central y Oriental con el mercado ruso mostrando una recuperación rápida. La buena recuperación del mercado ordenadores EMEA fue impulsada por una demanda muy fuerte del sector consumidor, especialmente para el sector de ordenadores portátiles.

Ventas de ordenadores por compañía durante el 1er Trimestre 2010 en EMEA (miles de unidades)					
Compañía	Ventas 1º Trimestre 2010	% de mercado 1º Trimestre 2010	Ventas 1º Trimestre 2009	% de mercado 1º Trimestre 2009	Crecimiento 1º Trim 10/ 1º Trim 09
Acer	5.789	21,3	3.769	17,3	53,6
HP	5.532	20,4	4.537	20,9	21,9
Dell	2.500	9,2	2.036	9,4	22,8
ASUS	2.186	8,1	940	4,3	132,5
Toshiba	1.555	5,7	1.455	6,7	6,8
Otros	9.573	35,3	9.011	41,4	6,2
<b>Total</b>	<b>27.134</b>	<b>100,0</b>	<b>21.747</b>	<b>100,0</b>	<b>24,8</b>

Fuente: Elaboración propia basado en datos de Gartner, 2010.

- Los mini-notebook conforman la mayor parte de las ventas de ordenadores móviles. El mercado profesional ha comenzado a mostrar alguna mejoría, conducido especialmente por las Pymes. El futuro se perfila positivo en este segmento en la medida que las organizaciones reemplacen sus antiguos ordenadores y migren a Windows 7.
- Acer logró de nuevo el primer lugar en la posición número 1 en el año 2009 y ha logrado retener esa posición en el primer trimestre de 2010 con un 21,3% del mercado.
- Acer tuvo un excelente primer trimestre como resultado de una demanda fuerte para ordenadores móviles y mejorando el crecimiento de ordenadores de sobremesa.
- Asus superó a Toshiba doblando su proporción del mercado desde el primer trimestre de la 2009 como resultado del crecimiento de las ventas de sus mini-notebooks.
- Los vendedores de ordenadores en Europa fuera del top 5 fueron Sony, Lenovo y Apple que siguen apostando a crecer en el mercado.

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

- El mercado de telefonía inteligente creció más del doble que el mercado de telefonía móvil en el primer trimestre de 2010, una señal de que el segmento está marcado por la tendencia de alto crecimiento. De acuerdo a International Data Corporation (IDC) en su informe Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, se vendieron cerca de 54,7 millones de unidades en el primer trimestre de 2010, 56,7% por encima del mismo trimestre de 2009. En contraste, el mercado de la telefonía móvil creció 21,7%.
- Los equipos de telefonía inteligente contabilizaron cerca de 18,8% de todos los teléfonos móviles vendidos en el primer trimestre 2010, por encima de los 14,4% en el primer trimestre de 2009.
- El crecimiento del mercado de telefonía inteligente es llamativo sobre todo cuando registró un incremento de 38% en el cuarto trimestre de 2009, el cual es típicamente el más fuerte del año. Esto demuestra el tremendo potencial del mercado y los niveles de penetración a los cuales ha llegado en el primer trimestre de 2010 a partir de las elevadas ventas.
- Las redes sociales y la convergencia TIC impulsan más al uso de este tipo de telefonía.
- Los cinco vendedores de mayor importancia de telefonía inteligente son:

Top % de los vendedores de telefonía inteligente 2010	
Tecnología	Impacto
<b>Nokia</b>	Nokia mantuvo firmemente su posición como líder en ventas de telefonía inteligente a nivel global durante el primer trimestre. Además de introducir varios nuevos modelos como el C3, C6 y el E5, Nokia anunció su primer modelo Symbian 3, el número 8. Estos y otros equipos Symbian 3 se lanzarán en el cuarto trimestre de este año. Este modelo será mucho más intuitivo y divertido para los usuarios finales y realmente competitivo en el mercado.
<b>Research in Motion</b>	Mantiene su posición como el vendedor número dos de telefonía inteligente a nivel global y continúa el crecimiento de ventas de su popular BlackBerry. Clave para su éxito fue su BlackBerry Curve 8520 y BlackBerry Bold 9700, así como una sólida adopción por parte del consumidor. Este éxito continuará con el nuevo BlackBerry OS 6.0.
<b>Apple</b>	Apple ha doblado sus ventas en un año con la mayor parte de los iPhones. El último sistema operativo actualizado permite archivos multifunciones, agiliza la llegada de email e iBooks para consumidores e iAd, una plataforma publicitaria móvil para creativos. Una cuarta generación de iPhone se espera que entre al mercado este verano.
<b>HTC</b>	HTC registró un crecimiento de doble dígito al finalizar el año 2009 gracias a sus productos Android, incluyendo the Hero, Droid Eris y MyTouch. La compañía no muestra señales de descenso en las ventas y está anunciando varios equipos nuevos, incluyendo el primer teléfono Android WiMAX, el EVO 4G, a ser lanzados durante este año. HTC mantiene su intención de construir equipos móviles con plataforma Windows con HD2, equipos con una receptividad aceptable y equipos Windows Phone 7, a ser lanzados antes de finalizar el año.
<b>Motorola</b>	Motorola ha retornado al espacio de la telefonía inteligente en el cuarto trimestre de 2009, seguido de un nuevo impulso en su corta historia de ventas de equipos Android. Ahora que el que equipo DROID y CLIQ tienen un trimestre entero de disponibilidad (primer trimestre de 2010), la compañía lanzará seis tipos de equipos diferentes. La compañía espera lanzar 20 modelos diferentes y vender 12-14 millones de teléfonos inteligentes Android este año.

**Fuente:** Elaboración propia basado en datos de IDC, Mayo 2010.

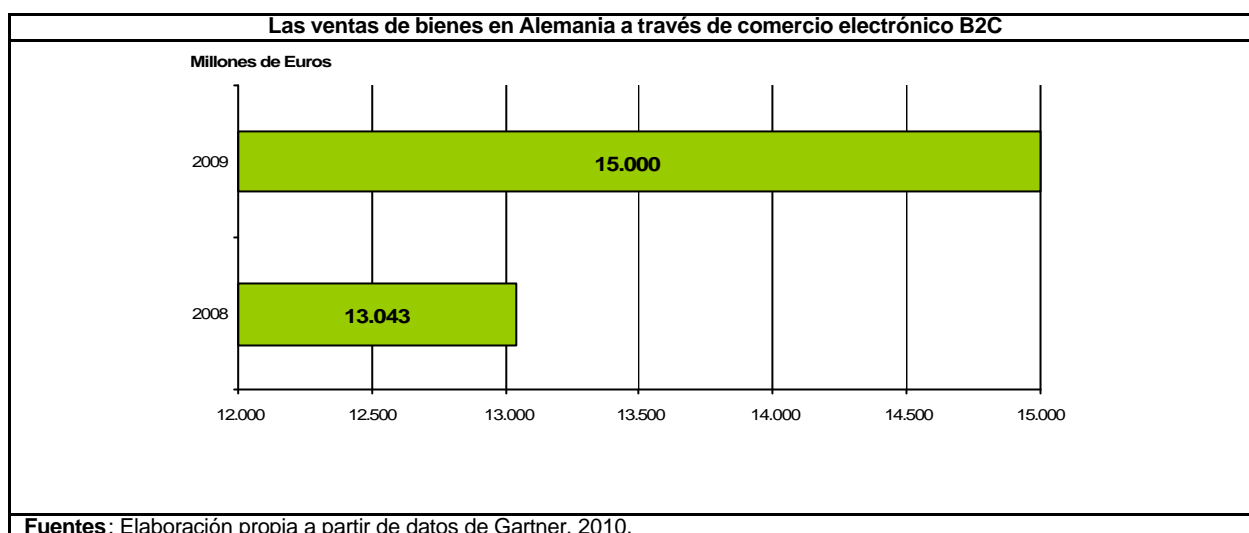
- Nokia, Research Motion y Apple lideran el Top 5 de las ventas de telefonía inteligente a nivel global, seguidos por HTC y Motorola.
- Estas cinco compañías controlaban cerca del 84% de las ventas de telefonía inteligente durante el primer trimestre de 2010, con 4 puntos más si se compara con el mismo período del año 2009.
- El mayor crecimiento en las ventas respecto al primer trimestre de 2009 fue registrado por Apple (131,6%) y Motorola (91,7%).

Ventas de móviles inteligente por compañía durante el 1er Trimestre 2010 (millones de unidades)					
Compañía	Ventas 1º	% de mercado 1º	Ventas 1º	% de mercado 1º	Crecimiento
	Trimestre 2010	Trimestre 2010	Trimestre 2009	Trimestre 2009	1º Trím 10/ 1º Trím 09
<b>Nokia</b>	21,5	39,3%	13,7	39,3%	56,9%
<b>Research In Motion</b>	10,6	19,4%	7,3	20,9%	45,2%
<b>Apple</b>	8,8	16,1%	3,8	10,9%	131,6%
<b>HTC</b>	2,6	4,8%	1,5	4,3%	73,3%
<b>Motorola</b>	2,3	4,2%	1,2	3,4%	91,7%
<b>Otros</b>	8,9	16,3%	7,2	20,6%	23,6%
<b>Total</b>	<b>54,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>34,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>56,7%</b>

**Fuente:** Elaboración propia basado en datos de Gartner, 2010.

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

- De acuerdo al reciente informe "Central Europe B2C E-Commerce Report 2010", las ventas de bienes en Alemania a través de comercio electrónico B2C alcanzaron los 15.000 millones de Euros en 2009 creciendo 15% en relación a 2008.
- Durante el año 2009 15 millones de consumidores compraron online en la categoría modas y calzados en Alemania.
- Amazon.de, Neckermann y OTTO están entre los líderes B2C de E-Commerce en Austria.
- Los productos y servicios electrónicos están entre los productos exitosos en el mercado B2C suizo (Ver: [http://www.researchandmarkets.com/research/a1f7a5/central\\_europe\\_b2c](http://www.researchandmarkets.com/research/a1f7a5/central_europe_b2c)).



## 2.6 Sociedad de la Información e Innovación en Europa: Innovación

- La Agenda Digital es una de las siete iniciativas emblemáticas al amparo de la Estrategia Europa 2020, puesta en marcha en marzo de 2010. El objetivo de esta Agenda es trazar un plan para llevar al máximo el potencial socioeconómico de las TIC especialmente concentrado en Internet para hacer negocios, trabajar, disfrutar los tiempos de ocio y comunicarse libremente.
- La Agenda intenta situar los intereses de los ciudadanos y las empresas europeos entre las prioridades de la revolución digital para maximizar el potencial de las TIC sin dejar de incrementar la creación de empleo, la sostenibilidad y la inclusión social.
- Dentro del Séptimo Programa Marco (7PM) se ha asignado un presupuesto total de 9.100 millones de euros para financiar investigaciones en el ámbito de las TIC, siendo este, el tema de investigación más importante del programa de Cooperación, que a su vez es el mayor programa específico, al contar con el 64% del presupuesto total.
- Aún así, la cuantía de la inversión de la UE en I+D sigue siendo menor a la hecha por los Estados Unidos<sup>4</sup>. La Agenda enfatiza que Europa debe invertir más en I+D y asegurarse de que nuestras mejores ideas lleguen a comercializarse y destaca tres deficiencias de esta diferencia en cuanto a la inversión: 1) un esfuerzo público en I+D débil y disperso, 2) dispersión y fragmentación del mercado, 3) una lenta asimilación de las innovaciones basadas en TIC.
- Para superarse así misma, Europa debe incrementar, concentrar y, sobre todo, reunir sus inversiones para mantener su ventaja competitiva en este campo y seguir invirtiendo en investigación de alto riesgo, incluida la investigación fundamental multidisciplinaria. Así la Comisión Europea propone concentrarse en:

  - a) Potenciar las inversiones privadas,
  - b) reforzar la coordinación y puesta en común de recursos entre los Estados miembros y el sector empresarial,
  - c) proponer medidas para permitir un acceso «ágil y rápido» a los fondos de la UE para investigación en TIC,
  - d) asegurar una ayuda financiera suficiente para las agrupaciones de innovación y las infraestructuras comunes de investigación sobre las TIC y por, último,

<sup>4</sup> En 2007 la UE invirtió 37.000 millones de euros, por los 88.000 millones de euros de Estados Unidos.

e) desarrollar una nueva generación de aplicaciones y servicios web en cooperación con los interesados.

- Dentro de estas recomendaciones, la Agenda propone que antes de 2020 los Estados miembros deberán duplicar la inversión pública total anual en I+D sobre TIC, pasando de 5.500 millones de euros a 11.000 millones de euros, y participar en proyectos piloto a gran escala para desarrollar y probar soluciones innovadoras y complementarias entre áreas de interés general.

## 2. NOTICIAS DESTACADAS DE ESPAÑA

- **Smart Grid: el mercado de la energía en la red gracias a las TIC:** Smart grid o red inteligente constituye un sistema que integra innovadoras vías de transporte y distribución de electricidad con tecnología digital permitiendo una comunicación en tiempo real entre el consumidor, el distribuidor, el transportista y el generador. Las redes inteligentes tienen el potencial de reducir un 30% del consumo de electricidad. Para el año 2014, el gasto global acumulado en redes inteligentes superará los 33.000 millones de US\$.  
([http://www.n-economia.com/notas\\_alerta/pdf/ALERTA\\_NE\\_05-2010.PDF](http://www.n-economia.com/notas_alerta/pdf/ALERTA_NE_05-2010.PDF)).
- **Finanzasparatodos.es:** es un sitio Web en el que se pretende dar respuesta a las dudas relacionadas con el mundo de las finanzas, ya sean temas tan habituales como los relacionados con la gestión de la economía familiar u otros más complejos como los relacionados con las inversiones en los mercados financieros. Este proyecto Web es llevado a cabo en el marco del Plan de Educación Financiera que el Gobierno desarrolla desde 2008. ([http://www.n-economia.com/buenas\\_practicas/pdf/BP\\_formacion\\_espana033.pdf](http://www.n-economia.com/buenas_practicas/pdf/BP_formacion_espana033.pdf)).
- **La Innovación en España respecto a la UE:** España presenta aún retraso respecto a la media de la UE en el ámbito de la Innovación. Concretamente 14 de los 21 indicadores nos sitúan por debajo de la media de la UE-27, en uno de ellos España se encuentra alrededor de la media y siete de los indicadores se colocan por encima. El indicador que presenta un mayor retraso es el relativo a patentes. Por su parte, el indicador en el que España muestra una clara ventaja es el de ventas de nuevos productos para mercados ya existentes. ([http://www.n-economia.com/fichas\\_neconomia/pdf/gr6/6\\_6.pdf](http://www.n-economia.com/fichas_neconomia/pdf/gr6/6_6.pdf)).
- **La banda ancha supera por primera vez en España los 10 millones de líneas:** La banda ancha superó en marzo el umbral de los 10 millones de líneas en España, lo que supone una proporción de 21,5 líneas por cada 100 habitantes, según refleja la última nota mensual publicada por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). En concreto, con la suma de casi 90.000 nuevas altas netas, el mes de marzo se cerró con un total de 10.029.376 líneas, lo que supone un aumento interanual del 8,4%.  
([http://www.n-economia.com/actualidad/pdf\\_2010/Actualidad-NE-18-2010.pdf](http://www.n-economia.com/actualidad/pdf_2010/Actualidad-NE-18-2010.pdf)).
- **La TDT anima el mercado TIC español:** La llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT) no sólo ha influido en la vida de los ciudadanos sino también en el mercado tecnológico. Y es que el apagón analógico ha sido el principal desencadenante, junto a la subida del IVA, para que el sector tecnológico se anime tras dos años dormido. Según un informe de GfK, el sector tecnológico español cierra el primer cuatrimestre de 2010 con un aumento del 2,9% y 4.796 millones de euros embolsados.  
(<http://www.siliconnews.es/es/news/2010/05/18/la-tdt-anima-mercado-tic-espanol>).

**Anotaciones y links**

Tabla de frecuencia de nuestros informes mensuales 2010:






[http://www.n-economia.com/informes\\_neconomia/informe\\_mensual.asp](http://www.n-economia.com/informes_neconomia/informe_mensual.asp)

MUNDO	EUROPA	ESPAÑA
<a href="#">ENERO</a>	<a href="#">FEBRERO</a>	<a href="#">MARZO</a>
<a href="#">ABRIL</a>	MAYO	JUNIO
JULIO	AGOSTO (Edición especial Perspectivas)	SEPTIEMBRE
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE

Acceso a la sección de Informes N-ECONOMIA.

[http://www.n-economia.com/informes\\_neconomia/informes\\_neconomia.asp](http://www.n-economia.com/informes_neconomia/informes_neconomia.asp)

Contiene la serie de:

-  [Perspectivas Económicas y Empresariales.](#)
-  [Penetración Regional de la Nueva Economía.](#)
-  [Panorama TIC en América Latina.](#)
-  [Serie de Informes Innovación.](#)
-  [Dípticos con los principales resultados.](#)

Acceso a la página principal con una mayor estructura de contenidos

<http://www.n-economia.com/>

Dónde encontrará el resto de nuestras secciones:

<a href="#">Actualidad</a>	<a href="#">Notas de Alerta</a>	<a href="#">Fichas N-economía</a>
<a href="#">Buenas Prácticas</a>	<a href="#">Síntesis N-Economía</a>	<a href="#">Glosario</a>
<a href="#">Presentaciones</a>	<a href="#">Informes/Documentos</a>	<a href="#">Lo más Visitado</a>