

ESPAÑA

informe anual 2013

sobre el desarrollo de la sociedad
de la información en España



Fundación
Orange



Dirección de la publicación:

Manuel Gimeno

Subdirección:

Blanca Villamía Uriarte

Víctor Suárez Saa

Edición:

José Miguel García Hervás

eEspaña 2013

Edita: Fundación Orange

P. Empresarial La Finca

Paseo del Club Deportivo, 1, Edificio 8, Planta 2

28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid

www.fundacionorange.es

ISSN 2174-3886

Depósito Legal: M-17913-2013

Impreso en España – Printed in Spain

Diseño y maquetación:

Sirius Comunicación Corporativa

Impresión:

OMÁN Impresores

Política de derechos de autor. Fundación Orange pone a disposición del público en general un acuerdo de licencia que puede aceptarse online para obtener permisos sobre este libro más amplios a los previstos por la normativa de derechos de autor. En concreto, Fundación Orange, previa aceptación del acuerdo de licencia, permitirá la reproducción, distribución y comunicación pública de este libro siempre y cuando se haga para uso privado y sin ánimo de lucro.



<https://www.coloriuris.net/contratos/5887bfc89ca4911ed2456e14dd5edbc9>

Impreso en papel fabricado con pastas vírgenes provenientes de fuentes certificadas por organismos independientes.

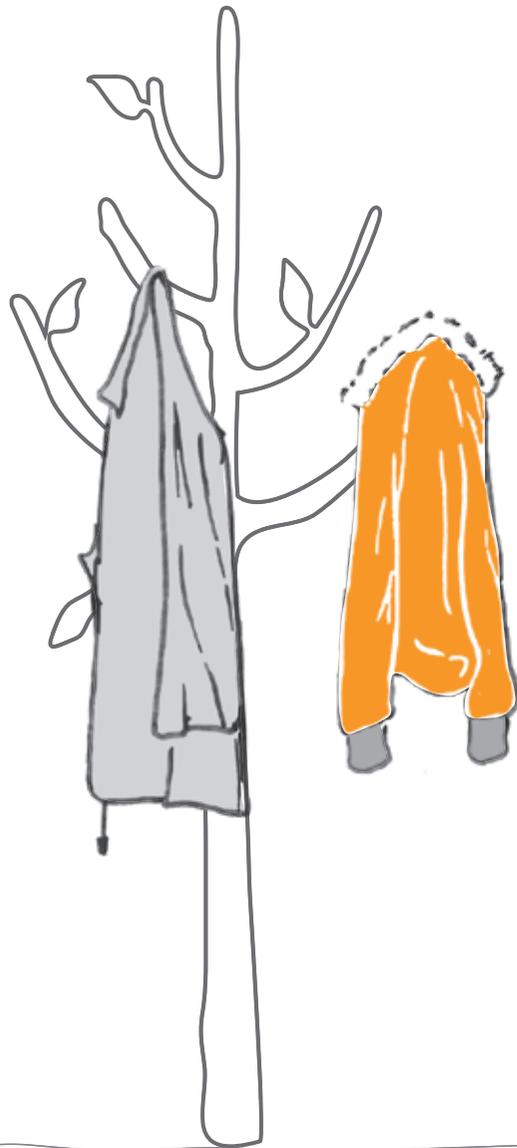
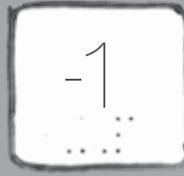
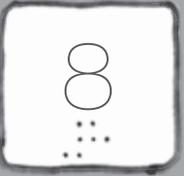




ESPAÑA



0	introducción	5
1	la sociedad de la información en el mundo	11
2	economía TIC	15
2.1	el sector TIC	18
2.2	servicios de telecomunicaciones	30
2.3	empresas	39
3	contenidos digitales	57
4	ciudadanía digital	79
5	eInclusión	101
5.1	principales variables de eInclusión	103
5.2	índice de convergencia	119
6	eAdministración	131
6.1	disponibilidad y uso de eAdministración	133
6.2	disponibilidad de los servicios públicos online en los ayuntamientos españoles	143
6.3	usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas	152
7	la sociedad de la información en las comunidades autónomas	169
8	qué pasó en 2012	211
9	evaluación final	221
-1	anexos	235



hola

Introducción

Corren malos tiempos, y no solo para la lírica, que cantaba Golpes Bajos. Nos encontramos ante la recesión más larga que jamás hayamos soportado los países desarrollados, lo que no parece buen preámbulo cuando de lo que se trata es de analizar el comportamiento de una parte, cualquiera que sea, de una sociedad. Uno se acerca con recelo a las cifras temeroso de encontrarse con una nueva debacle, pero habremos de reconocer que escribir sobre sociedad de la información te reconcilia, siquiera parcialmente, con el paisaje.

Y no nos engañemos, hay datos que ni el más optimista podría calificar de positivos. Son los ligados a la actividad económica, y no creo sorprender a nadie con ello. El hipersector TIC se reduce un 6,7%. Significativa es también la caída de los ingresos del sector de servicios de telecomunicaciones en un 9,04%. Y es que en el móvil postpago y en el fijo de empresas el ingreso medio por cliente ha caído un 10%; si en 2011 los operadores ingresaban anualmente 300 euros por cada línea de banda ancha fija, en 2012 ese ingreso era de 285; el precio de las llamadas de móvil cayó un 9,6% de forma que los ingresos por voz descienden un 12,1%; los SMS suponen ya solo el 5% de la facturación; y han desaparecido nada menos que 300.000 líneas de telefonía fija, 1.500.000 de móvil prepago y 1.000.000 de datacards. Afortunadamente otros datos de carácter inverso ayudan a dibujar el escenario real del sector: el cambio en las actitudes del cliente. Estos datos son, por ejemplo, que las líneas M2M aumentaron en 300.000 y el móvil postpago en 600.000; el buen posicionamiento en porcentaje de usuarios de telefonía móvil que utilizan smartphones; el hecho de que se haya doblado el número de estos usuarios que los utilizan para comprar online; el crecimiento del 13% del valor económico de las transacciones de comercio electrónico (y más de 1.200.000 personas más); o el aumento de la banda ancha móvil, que ya supone el 25% de los ingresos. Y dentro de este maremágnum un dato histórico, pues es la primera vez que se reduce el número de líneas de móviles; 2,7 millones de líneas menos, lo que supone un 5% menos (un 4,2% del parque total, incluyendo M2M). Por cierto, que otro dato histórico relacionado con éste,

si bien a nivel mundial, es que también fue 2012 el primer año en el que se redujo el número de teléfonos vendidos. Una cosa más antes de cerrar este párrafo profuso en datos: la portabilidad sigue lanzada (10% de las líneas).

¿Más datos históricos?... haberlos haylos (y con seguridad el futuro nos seguirá aportando más y más). Por ejemplo, que por primera vez la inversión publicitaria online ha retrocedido en España, a pesar de lo cual también es la primera vez que supera a la de los medios impresos, colocándose en segundo lugar, tras la inversión en televisión, si bien aún lejos de ésta. Y ya que estamos tocando el tema de los contenidos digitales, un par de brochazos sobre los mismos. Esta industria ha mantenido la tendencia negativa con una contracción del 10%. ¿Tendrá algo que ver con ello el valor de los contenidos digitales que se piratean en España y con el número de internautas que realiza descargas ilegales? Dicho lo cual, es preciso mencionar que tanto el comercio electrónico de contenidos digitales en términos absolutos, como el porcentaje de personas que ha comprado estos productos por Internet han aumentado significativamente en el último año.

Si de comportamientos ciudadanos hay que hablar, los hay más ejemplarizantes que el citado en el párrafo anterior. Y más demostrativos de por dónde van ya no las tendencias, si no los hechos. Veamos, seis de cada 10 internautas se conectan mediante dispositivos móviles, pero los que utilizan un teléfono lo hacen menos tiempo que los que usan tabletas. Y si ya un 22% de la producción editorial han sido libros electrónicos, habrá que suponer que los editores han percibido que por ahí van los tiros en hábitos de lectura. Y es que, entre una cosa y otra, el 58% de los españoles lee en formato digital, aunque solo el 32% de ellos (o sea, casi un 19% del total) paga por descargarse lo que lee. Y sí, seguimos siendo unos grandes usuarios de redes sociales, y sí, también, se ha disparado el número de internautas que se conecta a estas con el dispositivo móvil (hasta 30 puntos porcentuales de crecimiento).

También es alto el número de compatriotas que cuelga contenidos propios, el 45,6%, y hay CC AA, como

Andalucía o Castilla-La Mancha, en las cuales la mitad de los internautas han pedido cita médica por Internet. Y es que la Red ha modificado drásticamente y para siempre algunas de nuestras costumbres, a ver si no cómo entender que dos de cada tres ciudadanos hayan reducido el tiempo que dedican a ver la televisión debido a estar conectados y el 54% hayan dejado de, nada menos, hacer nada.

Saben que este Informe presta una especial atención a la situación de la administración electrónica española. Lo hemos venido haciendo desde hace ya unos años con un trabajo de campo anual sobre esa situación en el ámbito de las CC AA y desde hace un par con otro relativo a los ayuntamientos españoles. Además del realizado en su momento sobre el grado de cumplimiento de la Ley 11/2007. Pues bien, en este momento del estado del arte hemos considerado que tiene más sentido el que dichos estudios tuvieran carácter bianual, decidiendo que este año tuviera continuidad el último en nacer, es decir, el de los ayuntamientos.

Este año hemos considerado que tras la inmersión llevada a cabo el año pasado en municipios de distintos estratos de población, el objetivo de presentar la distinta (o no) realidad de la administración electrónica en los mismos estaba logrado y hemos vuelto al diseño inicial de tomar los 20 ayuntamientos más poblados, si bien añadiendo al más poblado de cada comunidad autónoma, de forma que todas ellas estén representadas. La sustitución de varios de los servicios más avanzados (pago de impuestos, de multas y consulta de expedientes) por otros modifica a la baja la disponibilidad media de los servicios, como era de esperar, pero no produce ningún terremoto en los resultados por ayuntamiento, con Valladolid al frente, aunque los hay que suben con fuerza y alguno cede algún puesto.

Pero para no dejarles con ganas, lo que hemos hecho ha sido sustituir el informe sobre CC AA y administración electrónica por otro, de nuevo cuño, sobre el uso de redes sociales en las ciudades CC AA, estudiando su perfil institucional y el del presidente de la comunidad.

Las principales conclusiones son que el 79% de las mismas tienen perfil en Facebook y Twitter, si bien el grado de desarrollo es inicial. Destacan Cataluña, Madrid y el País Vasco y es muy significativo que el número de seguidores, calculado tanto sobre ciudadanos como sobre internautas, presenta siempre porcentajes muy bajos.

No es de importancia menor la creación de un nuevo Índice en este Informe, un índice que, además, nos toca muy dentro pues está de alguna forma ligado al resto de actividades que llevamos a cabo en la Fundación Orange. Se trata de un índice que pretende medir el grado de inclusión (o de exclusión) digital de nuestra sociedad de la información, midiendo las diferencias en acceso y uso a las TIC en distintos grupos de población, tanto a nivel autonómico como europeo. Hemos considerado variables como el género, las rentas bajas, el hábitat, los niveles de formación o la edad, además de la propia brecha digital entre ciudadanos de cualquier tipo, que definiríamos como general. De este estudio se obtiene resultados que muestran que el elemento más importante de exclusión digital en España es la edad. Como muestra, un botón: el 64% de los mayores de 55 años nunca ha usado Internet. El nivel de ingresos y el educativo son asimismo factores importantes. Es interesante el caso de género, pues así como en el apartado general las diferencias se han ido reduciendo hasta casi desaparecer, cuando se estudia el género dentro del resto de ámbitos mencionados esa brecha crece de manera importante. El resultado de todo esto, en forma de índice sintético, expone grandes diferencias entre los países líderes (de nuevo los nórdicos, en este caso, Suecia y Dinamarca) y el resto, situándose España en decimosexta posición. Por CC AA, Madrid es la mejor situada.

Y antes de entrar en el comentario sobre nuestros ya clásicos índices de convergencia, es preciso redactar unas líneas acerca de la Agenda Digital Española, presentada en febrero de 2013 tras un largo período de diálogo con representantes de la sociedad implicados en la materia. Una Agenda que presenta un acertado

dibujo de la situación española y que, aun partiendo de la Agenda Digital Europea, se aparta de ella en varios supuestos, tanto en ausencias como en propósitos. Quizás la gran sombra de duda que se cierne sobre su futuro sea la disponibilidad presupuestaria necesaria para abordar unos retos que, a priori, pueda parecer que la superan. Ojalá me equivoque y en 2016 me vea obligado a escribir que se han alcanzado los objetivos. No duden de que me alegraría enormemente. Mientras, procuraremos seguirle la pista cada año a pesar de la dificultad para medir y comparar algunos de sus indicadores.

Y bien, llegó el momento de los ya citados índices. Es preciso comentar desde ya que si siempre hemos considerado un ejercicio obligatorio la paulatina sustitución de los indicadores que componen los índices por otros que fueran reflejando mejor la actual situación de la sociedad de la información, la existencia de las Agendas anteriormente citadas marca un camino para cualquier intento medianamente serio de medición, de forma que hemos incorporado variables que sigan sus prioridades, a la vez que la falta de datos actualizados ha obligado a que desaparecieran otros. A pesar de ello, con excepciones puntuales, los resultados no han significado un brusco cambio en el posicionamiento de los países y CC AA.

Por lo que se refiere al ICSI, entre CC AA, posiblemente la mejor noticia sea que prosigue un lento pero continuo proceso de convergencia, disminuyendo la diferencia entre Madrid, tradicional líder, y la región más alejada. No deja de ser noticia que Cataluña cede su tradicional segundo lugar a Asturias, que avanza notablemente, junto a La Rioja y Galicia.

Respecto al de nivel europeo, la buena noticia es que España se acerca tanto a la media europea, que casi alcanzamos, como al líder, Noruega (ya saben nuestros lectores que tradicionalmente hemos incluido este país a pesar de no pertenecer a la UE, si bien no computa a efectos de media europea). Superamos a Portugal hasta alcanzar el puesto 16º logrando un posicionamiento

idéntico al del año 2010 y notablemente mejor que el del resto de años medidos, con excepción de 2009. La mayoría de los indicadores han crecido un poco más que en el resto de países y en 27 de los 44 componentes del índice estamos por encima de la media. En cuanto a empresas se refiere, la buena nota llega en la actividad de las empresas en Internet (con el eterno suspenso en comercio electrónico) y en la utilización de banda ancha fija y móvil. La tarea a recuperar se centra en los niveles de automatización de los procesos y la utilización de la eAdministración. Por parte de ciudadanos, es reseñable precisamente el crecimiento de este uso y nos podemos sentir ufanos con el nivel de creación de contenidos y su nivel de intercambio, además de ser el segundo país en la utilización de la cita médica a través de la Red. Ahora bien, amplio margen de mejora en el número de internautas que navegan a diario, el tercer porcentaje más bajo de Europa.

Antes de finalizar contarles algo que posiblemente no les sorprenda, pero que hemos constatado empíricamente en este Informe, y es que la crisis económica ha reducido los niveles de cohesión europea en esta materia. Comparando nuestro índice eEspaña en los períodos 2006-2009 y 2009-2012, solo Bélgica lo ha mejorado en el segundo período (y gracias a los cambios de variables de este año, que le han propulsado). Mención también para la República Checa, que se ha mantenido. Otro dato que ponemos a su disposición es la relación entre el crecimiento económico durante el período 2010-2012 y la inversión en TIC entre 2006 y 2009. Pues bien, existe una cierta relación que permite afirmar que quienes más invirtieron en TIC en este tramo están soportando mejor esta prolongada recesión. Y posiblemente sea preciso dedicar un par de líneas a mencionar que ese proceso de inversión centró su primera fase en una apuesta por la infraestructura TIC y la eAdministración, y una segunda por la I+D+i y el emprendimiento TIC. Y nosotros estamos donde estamos, a pesar de los esfuerzos inversores del Plan Avanza durante años (y otros jugadores del hipersector, justo es decirlo) que han servido de amortiguación y base. Saquemos conclusiones.

Como ésta es la decimotercera edición del Informe, y el número trece está tradicionalmente adherido al gafe, quizá fuera el momento de pedir disculpas por los errores que de cuando en cuando se deslizan en estas páginas, si bien echar la culpa a un supuesto gafe sería ligero por mi parte. A veces son abscisas que se mutan en ordenadas, textos que no corresponden al gráfico que pretenden titular o datos que, por distintos motivos, no deberían haber aparecido. Lo lamentamos y pedimos disculpas a nuestros lectores y a todos aquellos que hubieran podido verse afectados por esos errores. Les aseguro que todos los que participamos en la elaboración del eEspaña trabajamos duro porque esto no suceda, pero también les aseguro que no me voy a comprometer a que se puedan deslizar indeseadas confusiones...demasiados datos para conseguir mi compromiso.

Y finalizo estas palabras con lo que nunca puede faltar en las mismas: el sentido agradecimiento a quienes desde lo cotidiano de su diario quehacer dan vuelo y sentido a este trabajo.

Al Grupo de Investigación de la Producción y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (GIPTIC), de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, dirigido y coordinado por los profesores José Ignacio López Sánchez y Francesco Sandulli, del que son miembros los profesores Jorge Cruz González, Beatriz Minguela Rata, Antonio Rodríguez Duarte y Daría Sánchez Fernández, redactores de la mayor parte del Informe.

A Joaquina San Martín, directora y Miguel Pelayo, manager, que han liderado el equipo de trabajo de Capgemini Consulting, encargados de los estudios sobre la disponibilidad de los servicios públicos online en el ámbito local y sobre estrategias y usos de las redes sociales en las CC AA.

A Óscar Espíritusanto y Jacinto Lajas, fundador y director, respectivamente, de PeriodismoCiudadano.com; y a Antonio

Fumero, colaborador habitual del informe e investigador de la Universidad Politécnica de Madrid, por sus estudios sobre crowdfunding, smart cities, social TV, gobierno abierto y discapacidad y tecnología trasladados a representaciones visuales.

A Conrado Castillo Serna y resto del equipo de la empresa Rooter, por su labor aportada para el capítulo de contenidos digitales.

A José Antonio del Moral, Zuriñe Arozamena y Susana Oña, de la web Alianzo, herramienta pionera en social ranking que desde 2005 lleva ofreciendo a la comunidad de blogueros primero, y de marcas después, un servicio de evaluación de su éxito, y una comparativa respecto a su presencia en medios sociales.

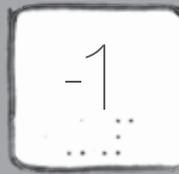
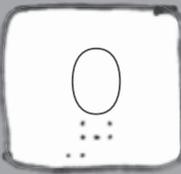
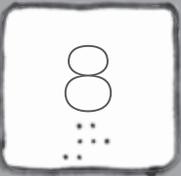
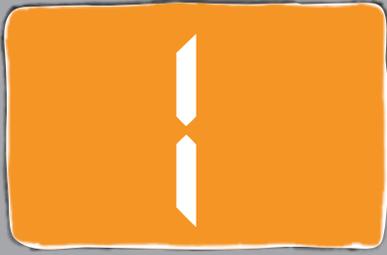
A José Miguel García Hervás, colaborador del Informe, por su perseverante labor de edición en el mismo.

A Francesco Sandulli, de nuevo, por su dedicación y esfuerzo brindado todos estos años en el desarrollo del Informe y, en especial, por la elaboración este año del capítulo de eInclusión.

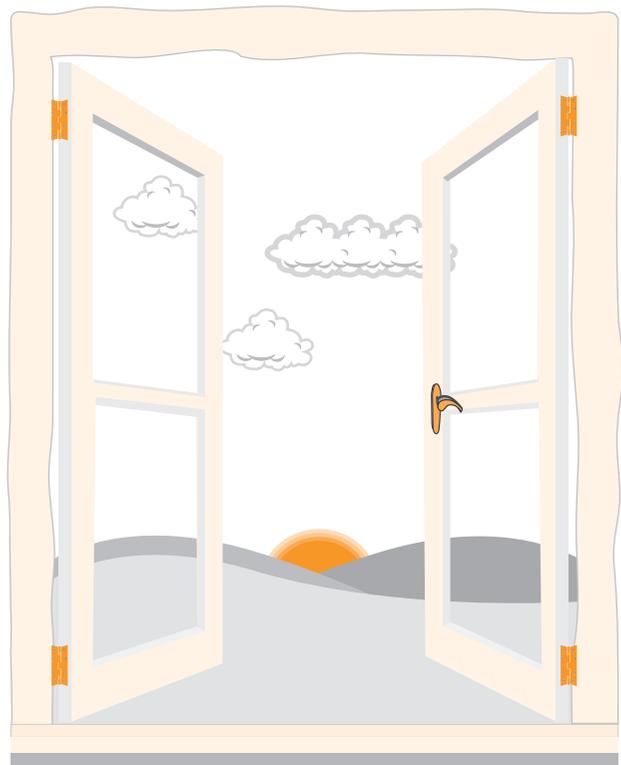
A todos los responsables autonómicos y locales que han contestado nuestras preguntas en las diferentes encuestas que hemos realizado y nos han permitido hacer un trabajo de campo imprescindible para poder aportar datos de valor a nuestros lectores.

A los componentes de la Fundación Orange, en especial y por lo que a este Informe se refiere, a Blanca Villamía, Víctor Suárez Saa, Angélica Bautista y Ludivina Saínza. Por su entrega, tesón y entusiasmo.

Manuel Gimeno
Director General Fundación Orange



la sociedad de la información en el mundo



▣ Sociedad de la información móvil

El producto económico mundial ha crecido de forma leve en 2012 debido a la mayor incertidumbre en Europa y a la de algunos de los países BRIC como Brasil. Sin embargo, la sociedad de la información cada año se afianza como un fenómeno global que afecta a más personas y, tras empezar a construirse en torno al ordenador, ahora se centra cada

vez más en el móvil. Esta transformación en sociedad de la información móvil está siendo extremadamente rápida. La tasa media de suscripción al teléfono móvil ha llegado en 2012 al 96% de la población mundial, cuando apenas cuatro años antes se situaba en el 68%. Además, el móvil está produciendo una brecha digital menor que el ordenador

ya que sus tasas de penetración son homogéneamente altas en todo el mundo. Por ejemplo, según la ITU, el continente más desfavorecido, África, ya presenta una penetración de móvil del 63%, que es similar a la tasa de la Unión Europea en el año 2001; aunque existen diferencias notables en función de los países del continente africano.

▣ El móvil para acceder a Internet

El teléfono móvil se está convirtiendo en un destacado punto de acceso a Internet de una parte relevante de la población a nivel mundial. Las suscripciones a banda ancha móvil (incluye también datacards) han crecido una media de un 40% anual desde 2007 y en 2012 se han situado en torno a 1.600 millones en todo el mundo.

Este dato implica que el 60% de los usuarios de Internet lo son también en cierta medida de Internet banda ancha móvil y que sus suscripciones más que duplican a las de banda ancha fija. La banda ancha móvil se concentra en países más desarrollados, donde hay una tasa de penetración del 70% de la

población. Sin embargo, los países en vías de desarrollo empiezan a crecer en este aspecto y, como ejemplo, se estima que a finales de 2013 en África habrá cerca de 100 millones de suscripciones de banda ancha móvil.

▣ Tráfico de datos en Internet móvil

El tráfico móvil de datos se ha duplicado en 2012 alcanzando, según Cisco, los 46 millones de Gigabytes diarios, el 13% del total en Internet. Esta misma fuente estima que el 59% de este tráfico móvil se genera por la carga y descarga de vídeos. En países como India el tráfico

de datos de Internet móvil ya supera al de la red fija. Los datos de IDC indican que el parque instalado de terminales inteligentes ha crecido un 80% en un año, hasta alcanzar los 1.690 millones en todo el mundo. Este indicador tiene implicaciones en otros segmentos

tecnológicos, ya que ha igualado e incluso parcialmente superado a la base instalada de ordenadores a nivel mundial y ha provocado que las ventas de cámaras digitales hayan caído hasta niveles de 2003, constatando el efecto de sustitución que tienen los smartphones.

▣ Android domina el mercado

Cada vez queda más claro que el mercado mundial está dominado por el sistema operativo Android, ya que siete de cada 10 terminales inteligentes nuevos en el mundo tienen este sistema

operativo. En este sentido, en 2012, la cuota de mercado del sistema operativo Windows en el conjunto de dispositivos de procesamiento de datos (ordenadores, tabletas, terminales inteligentes,

servidores, etc.) ha caído por debajo del 50%, algo que no sucedía desde 1985 cuando Commodore disputaba a Microsoft el liderazgo en este ámbito.

El 38% de la población es internauta

El 38% de la población mundial es usuaria de Internet y más de la quinta parte se concentra en China. Internet, que empezó siendo un repositorio de información, y se convirtió en un mercado, es hoy en día un punto de

encuentro e interacción social. Así, en el mundo se estiman más de 1.720 millones de usuarios de redes sociales, ámbito en el que en 2012 se ha observado un proceso de concentración de la actividad hacia las redes globales como

Facebook, con más de 1.000 millones de usuarios, o Twitter, con 200 millones, en detrimento de las redes sociales locales de cada país, que poco a poco van perdiendo cuota de mercado.

Datos, datos, muchos datos

El volumen de datos sigue creciendo hasta alcanzar cotas impensables hace sólo unos años. En 2012 se han creado 50 millones de sitios web nuevos

hasta alcanzar los 634 millones. En Internet se acumulan una cantidad de datos que ya superan los dos Zettabytes y que han provocado que

la carga media de una página web se haya ralentizado un 4% en 2012.

Comercio electrónico

En Internet se realiza un número cada vez mayor de transacciones económicas. El comercio electrónico minorista ha alcanzado el billón de dólares a nivel mundial en 2012 con un crecimiento

del 20% anual. Por primera vez, Asia es el área geográfica con mayor volumen de comercio electrónico, donde el número de consumidores online en China ya duplica al de EE UU, aunque

debido al menor poder adquisitivo promedio, el valor económico de las transacciones online en EE UU es tres veces superior al del país asiático.

Resumen de los principales indicadores del sociedad de la información en el mundo 2012, en millones

Fuente: eEspaña 2013 a partir de ITU, eMarketeer, Globalwebindex, IDC (2013) y KPCB (2012)

* Incluye también datacards

** Se calcula a partir del sumatorio de los usuarios de las distintas redes sociales

*** Incluye viajes, descargas digitales y entradas para eventos a través de canales móviles y online. Excluye gambling

 Telecomunicaciones	Líneas de telefonía móvil	6.800
	Líneas de banda ancha fija	700
	Usuarios de banda ancha móvil *	1.600
	Ventas de smartphones	722
 Sector TIC	Número de ordenadores personales (PC y portátiles)	1.600
	Venta de ordenadores personales (PC y portátiles)	350
	Venta de tabletas	128
 Internet	Usuarios de Internet	2.700
	Usuarios de redes sociales **	1.720
	Venta de comercio electrónico minorista globales, en millones de dólares ***	1.000.000
	Páginas web	634

2

economía TIC →

8

9

6

7

4

5

2

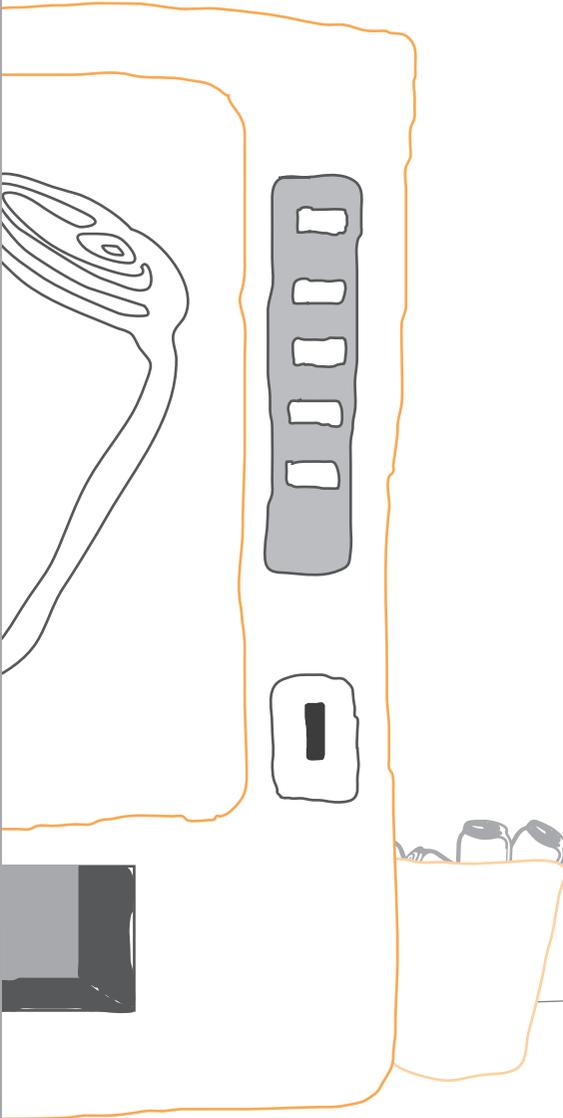
3

0

1

◀▶

-1



Resumen ejecutivo

En 2012, el volumen de negocio del hipersector TIC se ha visto reducido en un 6,7% con respecto a 2011, si bien el descenso ha sido más acusado en los subsectores de Fabricación de ordenadores y componentes y el de Comercio mayorista de componentes informáticos y comunicaciones. Por otra parte, la contribución del valor añadido de los sectores de Información y Comunicaciones al PIB ha sido del 4,4% en el año 2012, lo que representa un aumento de más de cuatro décimas sobre 2011.

Se consolida la relevante presencia del entorno TIC en el sistema de innovación, que en 2011 se ha mantenido en torno al 18% del gasto total en esta materia. El número de patentes TIC se incrementó ligeramente en dicho año, superando el centenar, aunque siguen representando un escaso 7% con respecto al total de las llevadas a cabo en nuestro país. Por su parte, el comercio exterior del sector TIC vuelve a presentar un saldo negativo, aunque los valores similares al año anterior hacen pensar que se ha ralentizado el déficit comercial del sector debido al mejor comportamiento de las exportaciones. Por otro lado, sigue sin producirse el despegue de fuentes de financiación alternativas como el capital riesgo, con cifras muy alejadas a las de los países más desarrollados, lo que no facilita la implantación de proyectos emprendedores relacionados con las TIC en España.

Los ingresos del sector de Servicios de Telecomunicaciones han experimentado un apreciable retroceso en el primer trimestre de 2012, y han seguido una lenta pero continua caída durante los siguientes. En

términos interanuales, la situación es aún más desfavorable, puesto que el descenso de los ingresos en 2012 ha sido de un 9% con respecto a 2011. El empleo del sector ha seguido una senda similar de retroceso y aunque en este caso el descenso viene siendo continuado desde inicios de 2011, durante 2012 ha sido más acentuado.

Por otra parte, las cifras de portabilidad siguen siendo muy elevadas, tanto en telefonía fija como móvil (1,78 y 5,23 millones de números, respectivamente), lo que es indicativo de la fuerte competencia existente en el sector. En referencia a la tasa de penetración de smartphones, nuestro país es el tercero de la UE por número total de personas con un terminal inteligente, con más de 20 millones, y el cuarto en tasa de adopción sobre el número de habitantes. En cuanto a los servicios de acceso a banda ancha fija, estos suponen un porcentaje mayor dentro del total de ingresos del sector a pesar de haber experimentado una caída sostenida durante los tres primeros trimestres de 2012, debido a la evolución más negativa del resto de negocios ligados a las telecomunicaciones, provocando que los ingresos por este concepto en el tercer trimestre de 2012 hayan sido un 4,9% inferiores a los del tercer trimestre del año anterior. Además, parte del desplazamiento que ha experimentado el modelo de ingresos del sector hacia los servicios de banda ancha puede deberse a una mayor demanda de empaquetamiento de servicios, por ejemplo, la proporción de clientes que han optado por el servicio combinado de telefonía fija y banda ancha ha crecido en 2012 ligeramente por encima del 1% con respecto a 2011.

El equipamiento TIC de las empresas muestra fuertes desigualdades por estratos de tamaño, en general en detrimento de las organizaciones más pequeñas, que son las que en términos comparativos tienen una situación más desfavorable respecto a sus homólogas en la Unión Europea. El acceso a Internet, a telefonía móvil y a banda ancha se encuentran implantados en nueve de cada 10 empresas de 10 o más empleados, aunque la presencia de dispositivos móviles sofisticados como smartphones en éstas es significativamente menor. El porcentaje de organizaciones que en 2012 declaran tener página web crece en torno a tres puntos sobre el de 2011, aunque la principal utilidad de la misma es servir de plataforma de presentación de la compañía, y su uso como mecanismo de venta o de selección de personal está todavía poco implantado. Esto se traduce en bajos niveles de comercio electrónico que, a pesar de experimentar cierto incremento en el número de empresas que realizan tanto ventas como compras online, sigue muy alejado de los países europeos líderes. Otros equipamientos, como los sistemas CRM, ERP o las redes LAN, en especial las inalámbricas, aumentan su presencia. Sin embargo, presentan de nuevo fuertes desequilibrios entre estratos de tamaño, al igual que ocurre con los procesos automatizados, donde los relativos a la contabilidad y a la gestión de stocks vuelven a ser los que más se realizan a través de TIC. La presencia de las organizaciones empresariales en las redes sociales sigue siendo muy baja en España: su uso puede considerarse reducido en comparación, por ejemplo, con el de páginas web, y la utilización se circunscribe mayoritariamente a cuestiones de comunicación.

Resumen de los principales indicadores de economía TIC en España. 2012

Fuente: eEspaña 2013

(1) Datos del primer semestre

* Datos para empresas de 10 o más empleados, excepto sector financiero



Sector TIC



Servicios de Telecomunicaciones



Empresas*

	España
Volumen de negocio del hipersector TIC, en millones de euros	108.899
Contribución al PIB del valor añadido del sector Información y Comunicaciones, en %	4,4
Gastos totales en innovación del sector TIC, en % sobre el total de sectores, 2011	18,2
Importaciones del sector TIC, en millones de euros	11.664
Exportaciones del sector TIC, en millones de euros	3.591
Saldo comercial del sector TIC, en millones de euros	-8.073
Inversión total en capital riesgo, en % del PIB, 2011	0,012
Ingresos del sector de Telecomunicaciones, en millones de euros	28.076
Número de empleados del sector de Telecomunicaciones	38.229
Portabilidad, en miles de números	
Fija	1.782,1
Móvil	5.229,4
Tasa de penetración de ... (suscripciones por cada 100 habitantes)	
Banda ancha fija (1)	
DSL	19,6
Cable	4,6
Fibra/LAN	0,5
Banda ancha móvil (1)	
Conexión inalámbrica fija terrestre	0,2
Banda ancha móvil estándar	25,8
Datos móviles	22,2
Smartphones	44
Clientes de telecomunicaciones fijas, en %	
Sólo telefonía fija	45
Sólo banda ancha	4,4
Doble play (banda ancha + telefonía fija)	40,7
Doble play (banda ancha + TV)	0,3
Doble play (telefonía fija + TV)	1,1
Triple play	8,4
Que disponen de conexión a Internet, en %	97,5
Que disponen de telefonía móvil, en %	93,8
Con banda ancha fija o móvil, en %	96
Con página web, en % sobre el total de empresas con conexión a Internet	71
Con CRM de almacenamiento de datos, en %	29,3
Con CRM analítico, en %	22,1
Con ERP, en %	23,3
Con LAN, en %	86,6
Con LAN inalámbrica, en %	51,7
Con procesos automatizados, en %	
Gestión de distribución	28,3
Gestión de producción	31,5
Contabilidad	35
Gestión de stocks	29
Que recibieron pedidos online, en %	14
Que realizaron pedidos online, en %	22,5
Ventas de comercio electrónico, en % sobre el total de las ventas de las empresas	14
Que utilizan redes sociales, en % sobre el total de empresas con conexión a Internet	17,4

2.1. El sector TIC

📈 Evolución del negocio TIC

La crisis económica sigue haciendo mella sobre la economía TIC en España. El volumen de negocio del conjunto del hipersector TIC ha sido de casi 109.000 millones de euros, lo que implica que el hipersector se ha reducido alrededor de un 7% en el año 2012 con respecto al anterior en datos comparables.

Es preciso señalar que el comportamiento dentro del hipersector TIC ha sido muy heterogéneo. En 2012, el entorno puramente TIC (Información y Comunicaciones, conocido académicamente como Industria y Servicios TIC) ha generado un volumen de negocio de 62.306 millones

de euros, un 5% inferior al año 2011. Dentro del sector, la contracción económica más relevante dada la contribución de sus diferentes componentes se ha concentrado tanto en la Industria TIC (Fabricación de ordenadores y componentes), que ha sufrido una reducción de negocio del 20%, como en Telecomunicaciones. En el último año Programación y consultoría informática ha crecido un 2%, mientras que Actividades de servicios de información (web hosting, procesamiento de datos, portales web, etc.) se ha mantenido estable (Gráfico 2.1.1.).

Dentro de los sectores TIC adyacentes el comportamiento también ha sido

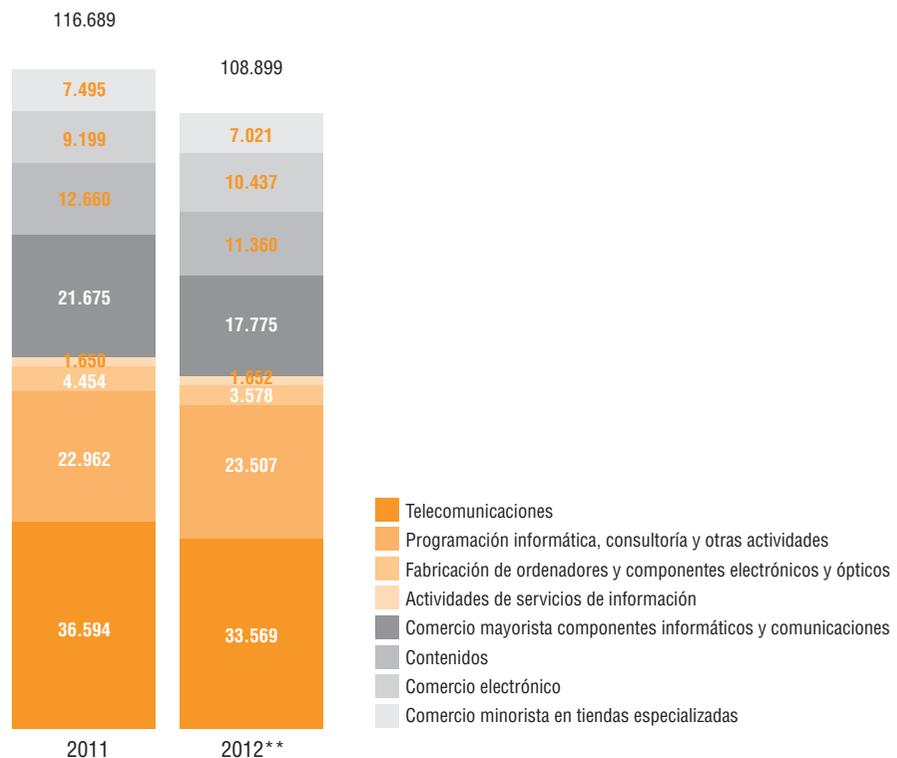
desigual. El volumen de negocio relativo a productos de información y comunicaciones (ordenadores, teléfonos, audio y vídeo) de comercio mayorista ha descendido un 18% en 2012, mientras que el comercio minorista de estos productos ha visto reducida su facturación en un 6%. El sector de Contenidos también se ha contraído un 10% en facturación. Por su parte, el Comercio electrónico ha experimentado un notable impulso en 2012, ya que las transacciones de comercio electrónico han crecido un 13% en valores monetarios.

 **Gráfico 2.1.1. El hipersector TIC* en España. 2012, en millones de euros**

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat, CMT, Rooter, Adese, DEV, Promusicae, Infoadex, Ministerio de Cultura, FAPAE, UVE y AEDE (2013)

* El hipersector TIC está compuesto por el sector TIC (Fabricación de ordenadores y componentes electrónicos y ópticos, Telecomunicaciones, Actividades de Servicios de Información y Programación Informática, consultoría y otras actividades informáticas) y por los llamados sectores adyacentes: Comercio minorista y mayorista de componentes de información y comunicación, Contenidos digitales y Comercio electrónico) El dato de volumen de negocio del sector TIC y del Comercio minorista y mayorista TIC se obtiene de Eurostat (abril 2013), el dato de Contenidos Digitales se describe y desglosa en el capítulo de Contenidos digitales de este informe y el dato de Comercio electrónico se obtiene de la CMT (incluye una estimación para el volumen de comercio electrónico del IV trimestre de 2012, no publicado a la fecha de elaboración de este informe)

** Datos estimados para 2012



El hipersector se ha reducido aproximadamente un 6,7% en 2012

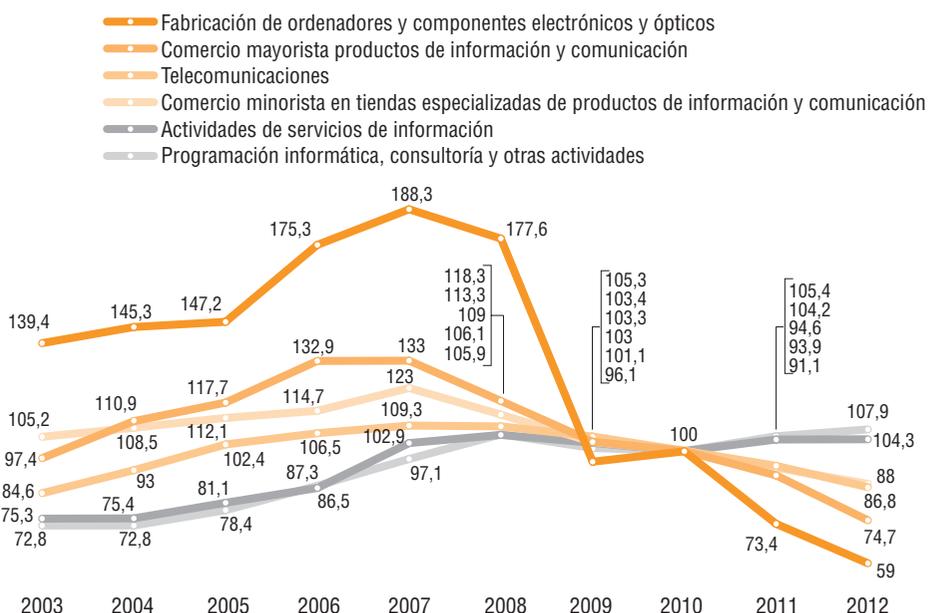
La interpretación de estos datos permite concluir que, en primer lugar, se está produciendo una descapitalización de los activos TIC del tejido industrial español. La fuerte caída de la facturación del comercio mayorista indica que la demanda de TIC se ha contraído de

forma más significativa en el segmento industrial que en el de consumo. En segundo lugar, tanto los servicios de programación como los de consultoría informática, así como las actividades de hosting, portales, etc., mantienen una tendencia predominantemente creciente

desde hace 10 años (Gráfico 2.1.2.). Este crecimiento se debe a que las empresas españolas intentan recuperar el retraso con respecto al resto de Europa invirtiendo en software y adaptando sus estructuras organizativas a las nuevas tecnologías.

Gráfico 2.1.2. Evolución del volumen de negocio del sector TIC y comercio TIC en España, 2003-2012 (base 100 = 2010)

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



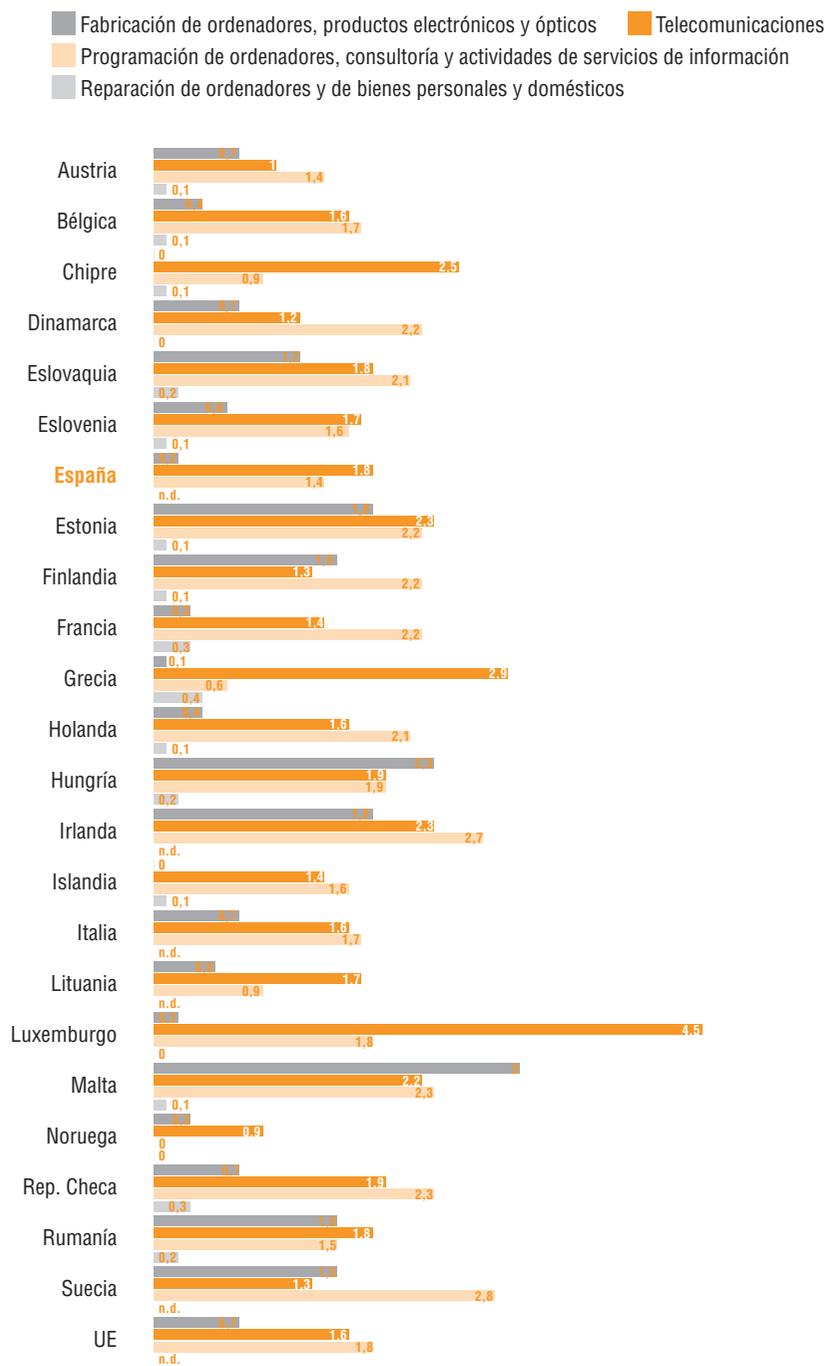
La contribución de los sectores TIC al PIB es notablemente desigual en los diferentes países de la Unión Europea (Gráfico 2.1.3.). Se aprecia un fuerte desequilibrio entre la contribución de los sectores TIC industriales y los de servicios, especialmente en países de reciente incorporación a la UE, donde el

peso del valor añadido de los sectores TIC industriales es notablemente superior a la media europea. Frente a ellos, existe un conjunto de países, entre los que se encuentra España, donde son las áreas de servicios TIC, en especial Telecomunicaciones, las que realizan una mayor aportación al PIB.

En el caso español, la contribución al PIB de los sectores vinculados a las tecnologías de la información y las comunicaciones se mantiene en niveles similares a los del año 2011, si bien en 2012 ha experimentado un repunte pasando del 3,98% al 4,4% (Gráfico 2.1.4.).

Gráfico 2.1.3. Valor Añadido Bruto de sectores TIC como % del PIB. 2011

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



La contribución al PIB del valor añadido del sector TIC ha sido del 4,4%, cuatro décimas más que en 2011

Gráfico 2.1.4. Contribución del valor añadido al PIB por sectores en España. 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

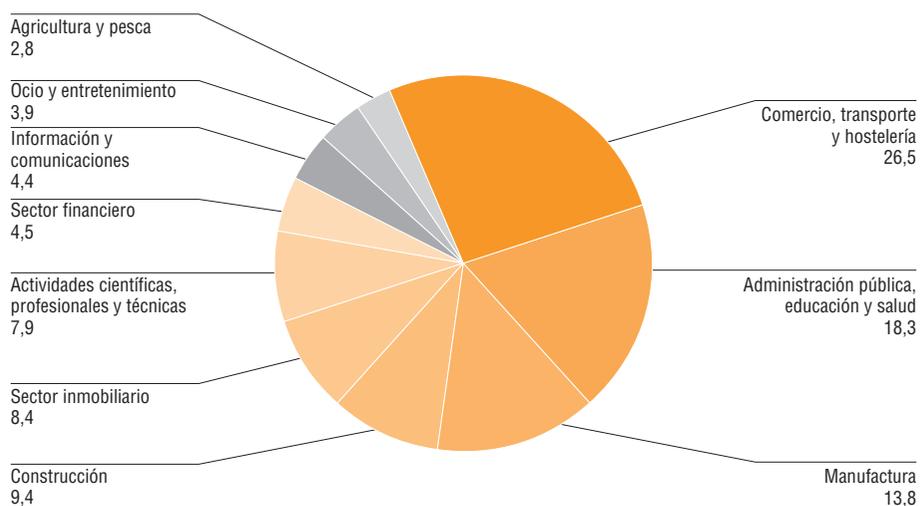
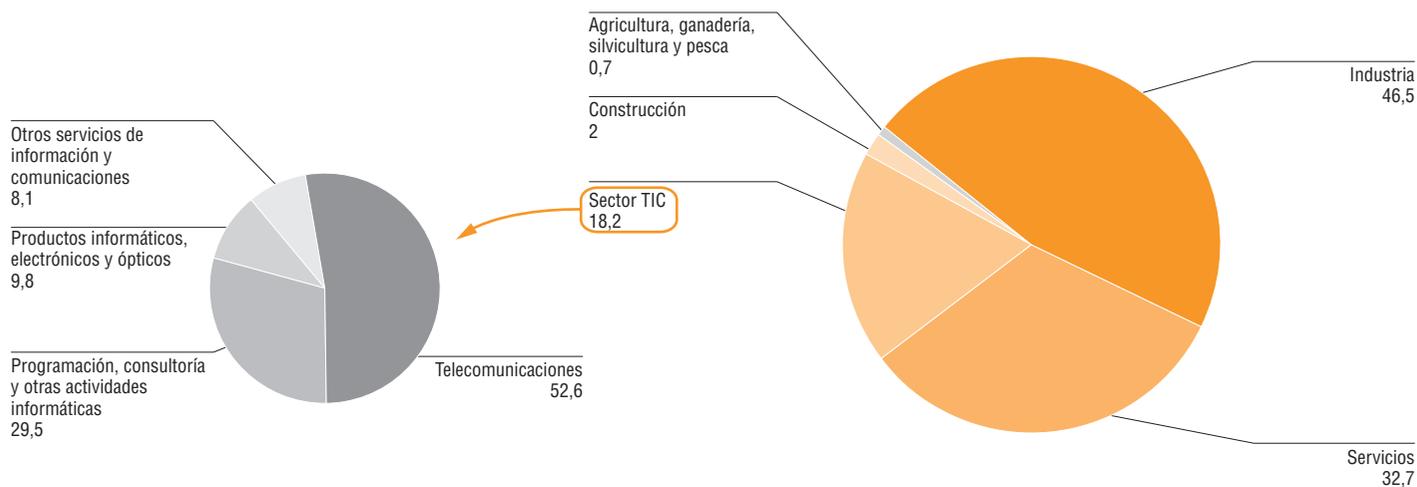


Gráfico 2.1.5. Gastos totales en innovación por sectores. España 2011, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)



El déficit de la balanza comercial TIC española frena la tendencia al incremento de años anteriores

A pesar de la caída en la inversión en bienes tangibles, la realizada en innovación de los sectores TIC se mantiene en niveles parecidos a los de años anteriores, un 18% (Gráfico 2.1.5.), lo que confirmaría su importancia como contribuyentes al sistema total de innovación de España. El mayor contribuidor a estas inversiones en innovación es de nuevo el sector de Telecomunicaciones, que representa más de la mitad de las mismas, aunque cae ligeramente con respecto al año anterior, hecho que se compensa con una mayor contribución de los ámbitos de Programación y consultoría y actividades relacionadas.

Dentro de los gastos totales en innovación, centrando el análisis en los gastos de I+D interna, se consolida la tendencia de que el sector más activo en este sentido es el de Programación, consultoría y otras

actividades relacionadas, puesto que concentra más del 8% de las inversiones en I+D de todos los sectores de la economía española, y casi el 12% del personal destinado a Investigación y Desarrollo, tanto total como de investigadores. En el otro extremo se sitúa Telecomunicaciones, que, siendo más activo en inversiones innovadoras consideradas globalmente, apenas representa un 2,8% de las efectuadas en I+D y en torno a un 4% en lo que respecta al personal. Esta situación pone de manifiesto que las fuertes diferencias existentes entre los sectores industriales y los de servicios TIC en términos de contribución a la I+D requieren de mecanismos correctores que traten de reducir ese tipo de desequilibrios.

En este sentido, cabe esperar que las acciones realizadas a raíz de la Agenda Digital Española encaminadas al impulso

del sistema de I+D+i en los sectores TIC reduzcan la distancia entre los ámbitos TIC industriales y de servicios, al tiempo que consoliden e incluso aumenten la contribución de los mismos al sistema español de innovación.

Por su parte, el estado de la balanza comercial del sector TIC no ofrece mejoras sustanciales con respecto a años anteriores. El déficit comercial de España en materia de tecnologías de la información y las comunicaciones sigue siendo uno de los más altos de la Unión Europea, sólo superado por Reino Unido (que experimenta, además, un fuerte crecimiento), Francia e Italia, aunque se mantiene en niveles similares a los de 2011, de manera que parece frenarse la tendencia al incremento del déficit experimentada en años precedentes (Gráfico 2.1.6.).

👉 Empleo en el sector TIC

Por otra lado, el análisis del empleo de estos sectores supone conclusiones similares en cuanto a tendencias (Gráfico 2.1.7.). En su conjunto el empleo en el sector TIC se ha contraído alrededor del 2% en 2012 frente a 2011. En este año, el sector ha empleado a más de 325.000 trabajadores, 7.000 menos que el año anterior. La contracción se explica por

la reducción en un 12% del empleo en Fabricación de ordenadores y componentes electrónicos y ópticos y en un 6% en el empleo en el sector de Telecomunicaciones. Hay que considerar que en ambos sectores la destrucción de empleo ha sido proporcionalmente inferior a la reducción del volumen de negocio. El número de empleados aumentó un 1% en los entornos

de Programación informática, consultoría y otras actividades relacionadas, alcanzando prácticamente los 211.000, lo que supone el 65% del empleo del sector debido a que es muy intensivo en mano de obra. Por su parte, el número de empleados en el ámbito de Actividades de servicios de información se contrajo un 2%.

Gráfico 2.1.6. Balanza comercial del sector TIC*. UE 2012, en millones de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de ICEX (2013)

* El ICEX incluye dentro del sector TIC: Informática y electrónica (Componentes electrónicos, Electrónica industrial, Equipos de telecomunicaciones, Informática hardware e Informática software) e Instrumentación científica y técnica (Óptica científica y técnica, Microscopios, Instrumentos de precisión y medida e Instrumentos y equipos de laboratorio no hospitalario)

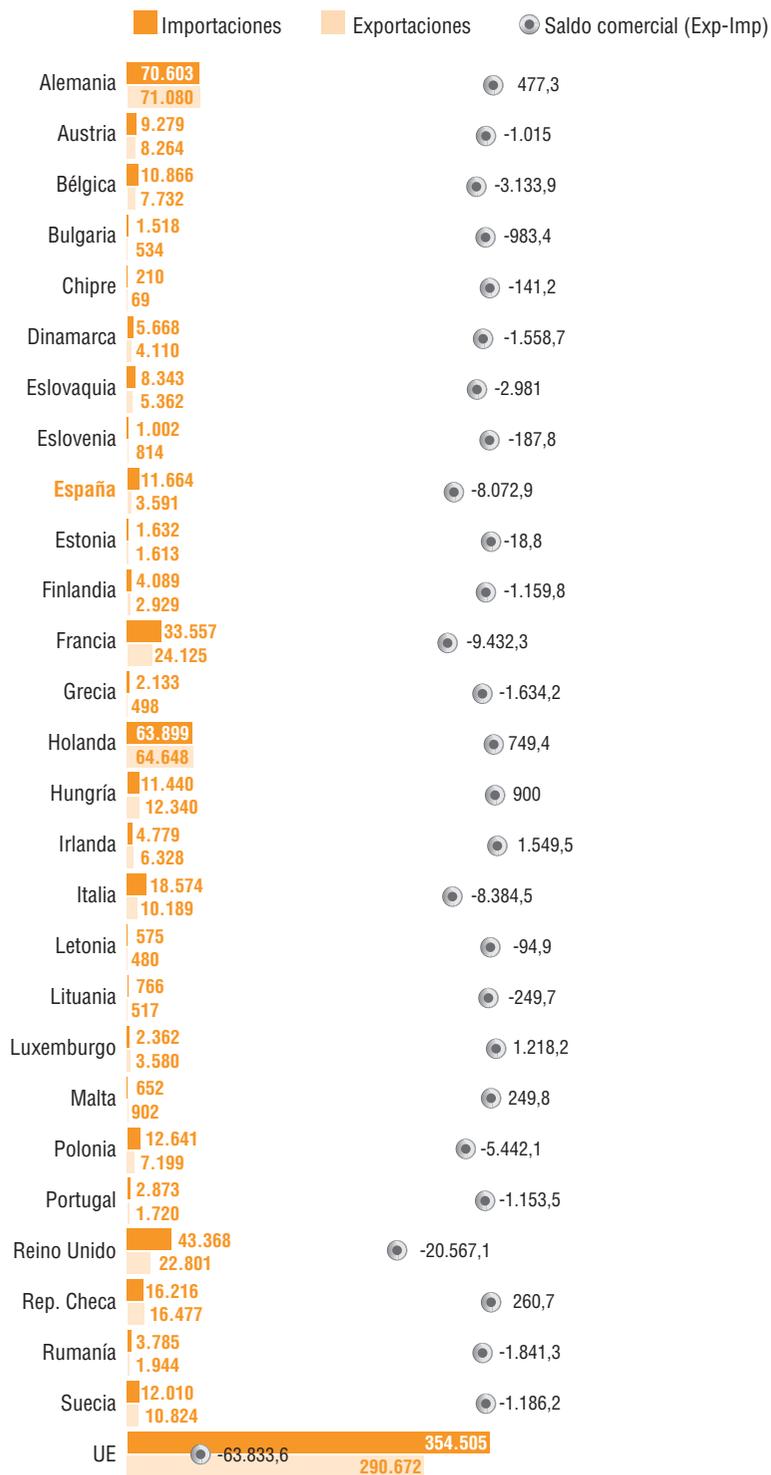
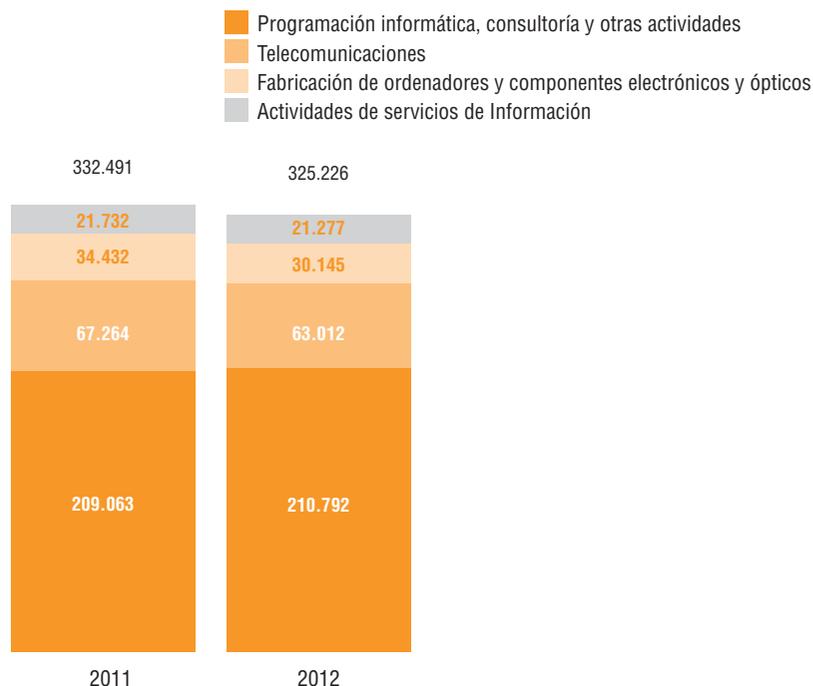


Gráfico 2.1.7. Empleo de los sectores de Información y Comunicaciones en España

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)



De otra parte, en el sector TIC no parece haberse producido la disminución de costes salariales como en otros, pues éstos no han evolucionado de la misma manera que en el resto de la media de la economía española (Gráfico 2.1.8.). Mientras que el coste salarial total medio en la economía española es de 1.947 euros por mes, en el sector TIC es de 2.840 euros mensuales. En 2012, la reducción en términos reales de

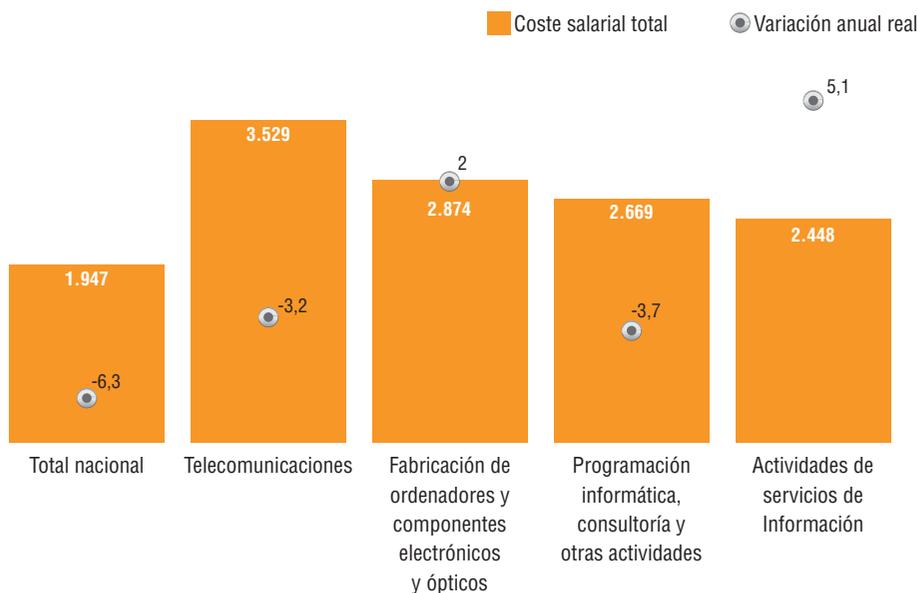
los costes salariales medios en la economía española ha sido del 6,3%, mientras que en el sector TIC ha sido del 2,5%. Además, esta disminución de los costes salariales se ha concentrado en los sectores de Telecomunicaciones y Programación, consultoría y actividades similares, ya que tanto en el sector de Fabricación de ordenadores y componentes electrónicos y ópticos como en el de Actividades de

servicios de información estos aumentaron. Es necesario indicar que el incremento de los costes salariales de áreas de actividad en contracción, como el de Fabricación de ordenadores y componentes electrónicos y ópticos, se puede deber tanto a una destrucción de empleo proporcionalmente mayor en los niveles salariales más bajos como al mayor número de horas de inactividad en las plantas productivas.

En 2012, la reducción en términos reales de los costes salariales medios en la economía española ha sido del 6,3%, mientras que en el sector TIC ha sido del 2,5%

Gráfico 2.1.8. Coste salarial medio total en el sector TIC, en euros al mes, y variación en términos reales, en %. España 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)



Innovación e inversión

Las prioridades marcadas por las respectivas Agendas Digital Europea y Española se ven reflejadas en los presupuestos destinados a la financiación de la investigación y desarrollo de la sociedad de la información, la innovación tecnológica de las telecomunicaciones y la ordenación y promoción de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información (Tabla 2.1.1.).

No obstante, el actual contexto económico ha hecho que las partidas destinadas a este tipo de actuaciones sufra severos

recortes, que llegan a la mitad en el caso de la ordenación y promoción de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información. Ante la acuciada limitación de fondos, desde la Agenda Digital Española se ha optado por implantar mecanismos de impulso alternativos, como son las medidas encaminadas a eliminar las barreras a los despliegues, impulsar la expansión de redes de banda ancha ultrarrápida, mejorar el uso del espectro radioeléctrico y facilitar la adopción de los servicios de banda ancha. Por otro lado, el desarrollo de las infraestructuras de telecomunicaciones

se realiza mayoritariamente por los operadores privados que, en ocasiones, encuentran complejidades y barreras excesivas que retrasan la extensión de éstas. En este sentido, la nueva Ley General de Telecomunicaciones, junto con la simplificación de la normativa y de la gestión de los procedimientos que afectan a los despliegues, será clave para impulsar el desarrollo de estas nuevas redes. Dichas medidas se acompañan con la implementación de una estrategia nacional de redes ultrarrápidas para impulsar su expansión en España.

Tabla 2.1.1. Presupuestos destinados a TIC por programas. España 2012-2013, en miles de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2012)

Programa	2012	2013	Variación 2012-2013, en %
Investigación y desarrollo de la sociedad de la información	116.643,9	89.808,2	-23,0
Innovación tecnológica de las telecomunicaciones	671.754,5	561.293,8	-16,4
Ordenación y promoción de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información	70.814,1	35.062,5	-50,5

Con respecto a la inversión en investigación, desarrollo e innovación en TIC, la Agenda Digital Europea ha establecido como objetivo duplicar el gasto público anual total en I+D de las TIC para el año 2020, de manera que se suscite un incremento equivalente del gasto privado. En el caso de España, las principales líneas de actuación son potenciar la eficiencia de la inversión pública en I+D+i en TIC; fomentar la inversión privada en dicha materia; promover la I+D+i en TIC

en pequeñas y medianas empresas; y ampliar la participación española en este ámbito con un alcance internacional.

La consecución de estos objetivos en un contexto de presupuestos a la baja pasa por medidas que traten de focalizar los esfuerzos en aquellas áreas con mayor potencial de generación de riqueza; simplificar y facilitar el acceso a los recursos públicos puestos a disposición de la I+D+i en TIC; y mejorar los

sistemas de evaluación para garantizar su aprovechamiento eficiente. En este sentido, tanto los presupuestos destinados a la I+D+i global como los de la sociedad de la información en particular experimentan reducciones más atenuadas que en años anteriores a pesar de no ser ajenos a la tendencia de recortes, en consonancia con la importancia otorgada a estos aspectos en las respectivas agendas digitales, mitigando la tendencia a la baja desde 2010 (Gráfico 2.1.9).

Gráfico 2.1.9. Presupuestos destinados a la I+D+i general y al fomento de la sociedad de la información. España, en millones de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2012)

(1) Programas 467G (Investigación y desarrollo de la Sociedad de la Información), 4671 (Innovación tecnológica de las telecomunicaciones) y 491M (Ordenación y promoción de las telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información)

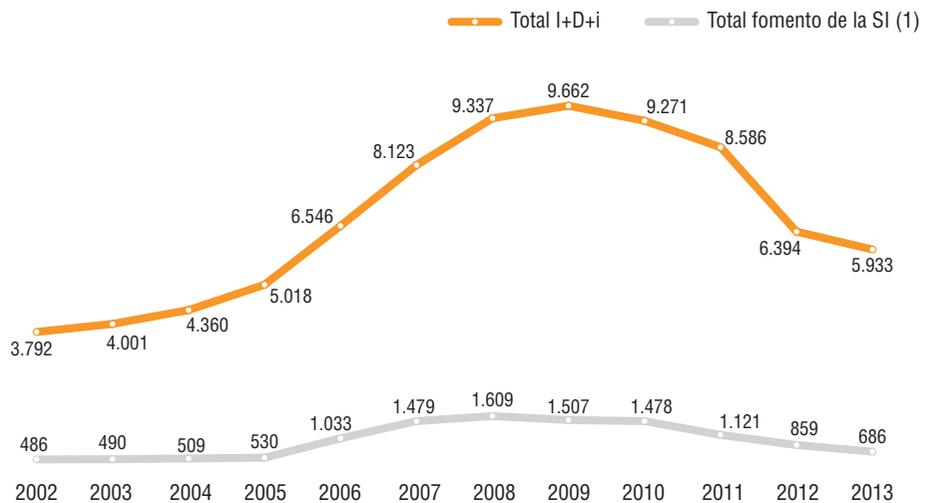
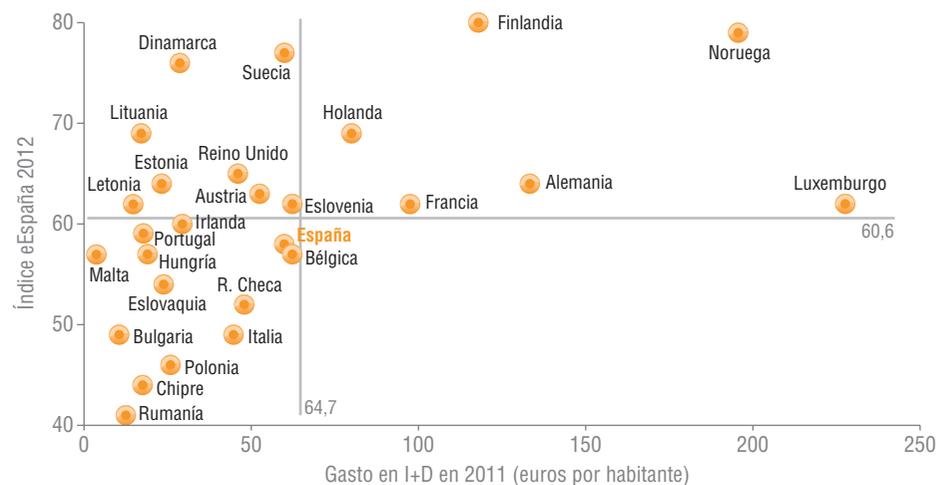


Gráfico 2.1.10. Relación entre el gasto público en I+D en 2011 y el índice eEspaña 2012 en la UE*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Sin datos para Grecia, se añade Noruega



La importancia de la promoción de la innovación por parte de los gobiernos se plasma en la correlación existente entre el nivel de gasto en I+D por habitante y la posición ocupada por cada país en el Índice eEspaña (Gráfico 2.1.10.). En general, los países que tienden a ocupar posiciones más bajas en el ranking establecido por el Índice eEspaña son aquellos en los que el gasto en I+D por habitante es menor. Esta situación se hace más evidente para el grupo de países situado por debajo de los valores promedio en ambas magnitudes, donde se emplazan las economías con menor grado de desarrollo de la Unión Europea en esta materia.

Los gastos, ya sean en actividades innovadoras en general o en I+D+i en

particular, son representativos de una parte del proceso de innovación: suelen categorizarse como indicadores de input para dicha iniciativa, mientras que otro tipo de datos, como las patentes, se refieren al lado del output de las actividades innovadoras. Desde el punto de vista de la generación de patentes TIC, la posición de España no difiere de manera notoria de la mostrada por los indicadores de gasto (Gráfico 2.1.11.). España se encuentra lejos de los países líderes como Francia, Alemania o Suecia. Sin embargo, se sitúa por encima de naciones con mayor nivel de desarrollo como Austria, Dinamarca o Luxemburgo. En todo caso, en nuestro país el peso específico del sector TIC apenas representó un 7% del total de patentes solicitadas en la UE en 2011, lo que podría

mostrar que la aportación de las TIC a los resultados de la innovación no es muy relevante en términos cuantitativos, en especial si se compara con países nórdicos como Finlandia o Suecia, donde la contribución de la innovación TIC supera el 40% del total de las patentes solicitadas. Este hecho se explica por el notable desequilibrio sectorial, ya que el peso de las actividades innovadoras es soportado mayoritariamente por sectores de servicios TIC, donde los mecanismos de protección de dichas iniciativas suelen ser distintos y menos robustos que los de las patentes, las cuales, al estar ampliamente reguladas por normativas internacionales, ofrecen un grado de protección jurídica diferente al de otros mecanismos como el secreto industrial o las marcas.

Gráfico 2.1.11. Número de patentes TIC concedidas por país de origen del solicitante, y % sobre el total de patentes concedidas por país. 2011

Fuente: eEspaña 2013 a partir de EPO (2013)

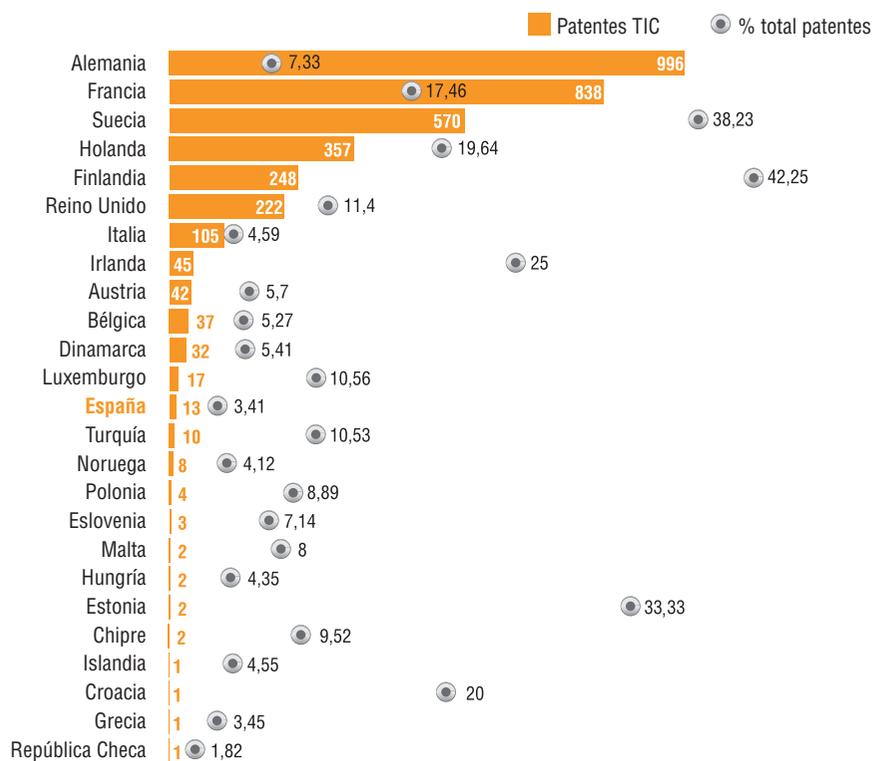
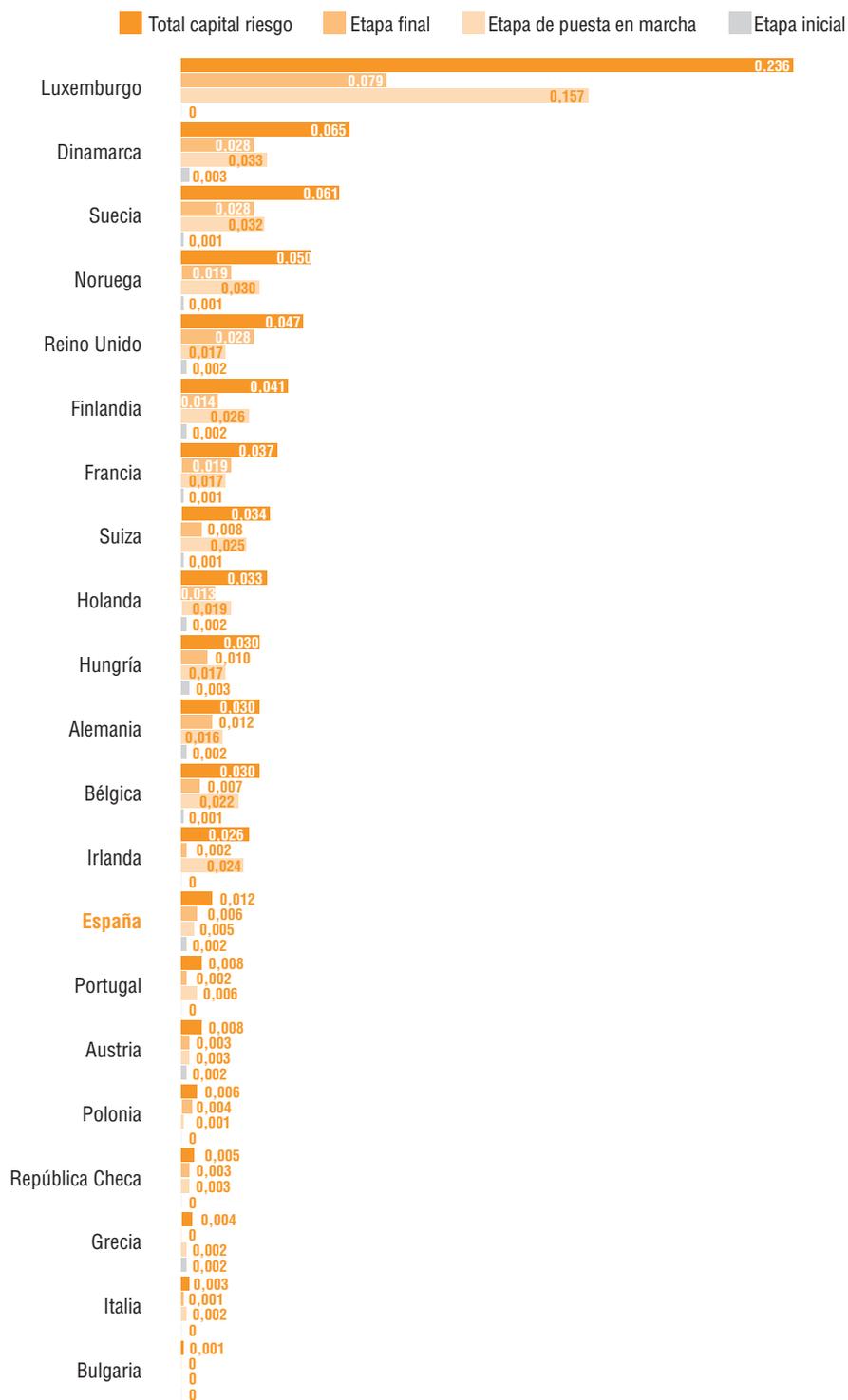


Gráfico 2.1.12. Inversión de capital riesgo por fase de desarrollo. 2011, en % del PIB

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



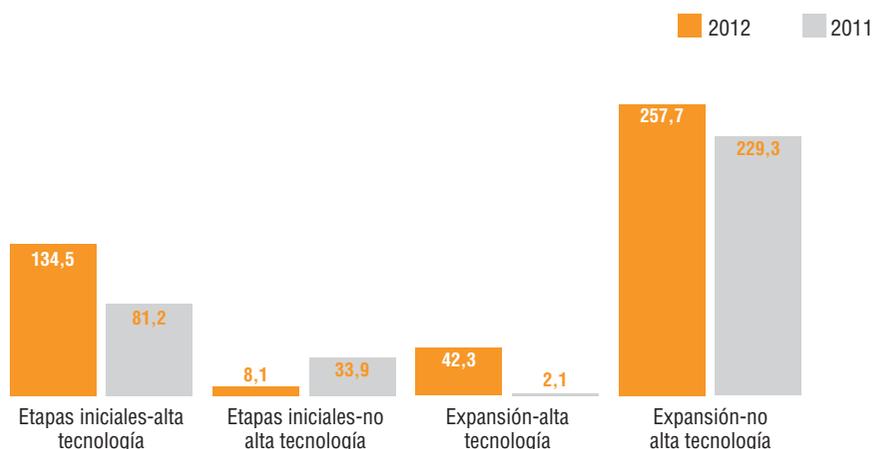
Dentro del objetivo que se contempla en la Agenda Digital Española para impulsar el sistema de I+D+i en tecnologías de la información y las comunicaciones, resulta básico que la inversión pública realizada en ellas produzca un efecto arrastre en una mayor inversión privada. Para ello, se propone utilizar de forma estratégica la compra pública y la colaboración público-privada; potenciar los fondos de inversión conjunta; y estimular los mecanismos

de capital riesgo. En este último punto, la posición de España en términos de la importancia con respecto al PIB de los fondos captados por esta modalidad de financiación sigue siendo más cercana a la de países con menor grado de desarrollo (Gráfico 2.1.12.). Lejos de naciones punteras como Luxemburgo, España ocupa puestos rezagados en este indicador, con fondos que apenas representaron el 0,1 por mil del PIB, lo que revela que esta modalidad

de financiación necesita de un completo replanteamiento estratégico por parte de las administraciones públicas. Es destacable, no obstante, que la financiación de los proyectos en su fase inicial alcanza en España órdenes similares a los de países donde esta modalidad está más desarrollada, pero las diferencias surgen a la hora de comparar los proyectos ya consolidados.

Gráfico 2.1.13. Evolución de la captación de nuevos fondos de capital riesgo, por tipo de fase. España, en millones de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de ASCRI/webcapitalriesgo.com (2013)



En España, a pesar de que la relevancia con respecto al PIB es reducida, existe una elevada concentración de los fondos de capital riesgo hacia proyectos consolidados, en especial hacia sectores no tecnológicos, que concentran el 58,22% del total de fondos de venture capital (Gráfico 2.1.13.). Sin embargo, en 2012 se observa un menor desequilibrio que en años precedentes entre inversión tecnológica y no tecnológica. Los datos indican que frente a la crisis la inversión de capital riesgo se ha refugiado en los sectores tecnológicos.

No obstante, de acuerdo con el Comité de Estadísticas de la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI), la cifra agregada de captación de fondos ha sufrido un cierto grado de distorsión históricamente debido a la imputación de inversiones en España de fondos internacionales¹. Por ello, este año se incluye la asignación de nuevos fondos captados por entidades nacionales, a las que se añade por separado información acerca de la imputación de las contribuciones internacionales por sus inversiones en España. Por otro lado,

se contabilizan también las inversiones realizadas por CDTI² y ENISA³ a través de préstamos a empresas innovadoras y/o en crecimiento. En este sentido, se observa que la mayoría de los fondos paneuropeos se destinaron hacia empresas consolidadas, mientras que la mayoría de las inversiones de ENISA y CDTI fueron a empresas en etapas iniciales.

2.2. Servicios de Telecomunicaciones

Los ingresos del sector de Servicios de Telecomunicaciones experimentaron un notorio retroceso en el primer trimestre de

2012, que siguió de forma más moderada en los siguientes, conformando una caída anual del 9,04% (Gráfico 2.2.1.).

Los ingresos del sector de Servicios de Telecomunicaciones cayeron un 9% en 2012

Gráfico 2.2.1. Ingresos del sector Servicios de Telecomunicaciones en España*, en millones de euros y % de variación interanual, por trimestres

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)

* Datos de: Telefónica de España (incluye Movistar), Vodafone, Orange, Ono, Yoigo y Jazztel

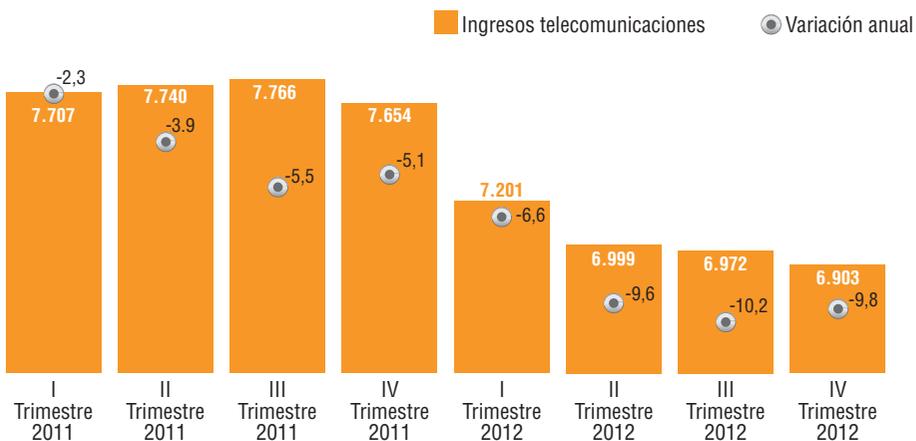
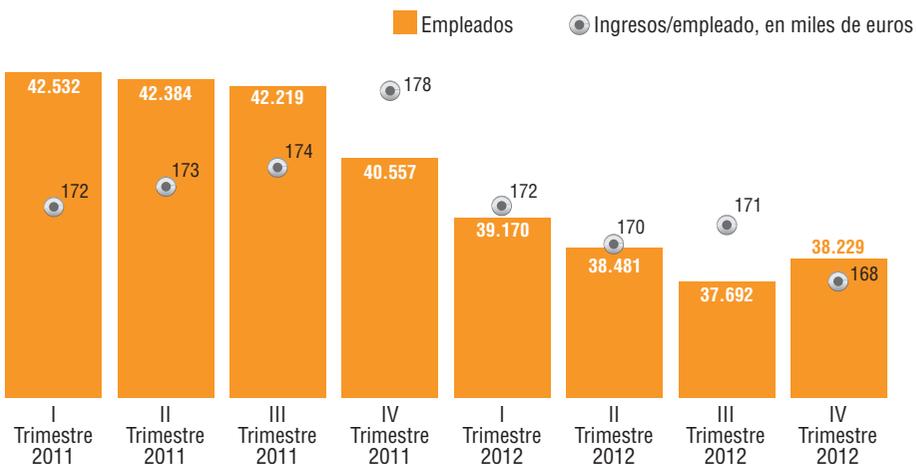


Gráfico 2.2.2. Evolución del empleo del sector Servicios de Telecomunicaciones* e ingresos/ empleado en España por trimestre, en miles de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)

* Datos de: Telefónica de España (incluye Movistar), Vodafone, Orange y Ono



El empleo del sector ha seguido una evolución similar (Gráfico 2.2.2.), y la destrucción del mismo viene siendo

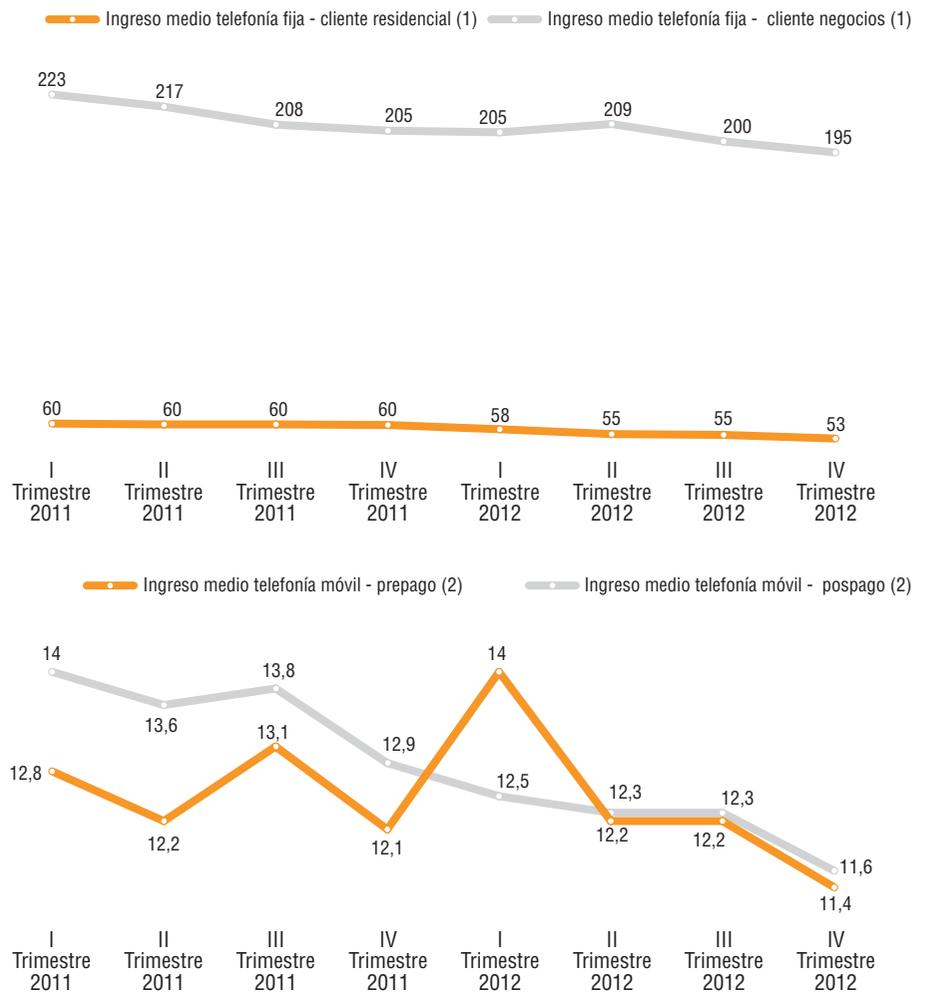
continuada desde inicios de 2011, si bien durante 2012 ha sido más acusada hasta el tercer trimestre. El cuarto trimestre ha

supuesto una leve recuperación del empleo.

Gráfico 2.2.3. Evolución de los ingresos medios por trimestre del sector Servicios de Telecomunicaciones en España, según tipo de cliente

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)

(1) euros/cliente/trimestre
(2) céntimos de euro/minuto



Los ingresos medios por cliente están decreciendo en todos los segmentos, aunque el descenso más acusado se observa en los de telefonía móvil de pospago y de telefonía fija de empresas (Gráfico 2.2.3.). En 2012 el ingreso medio por cliente ha caído un 10%

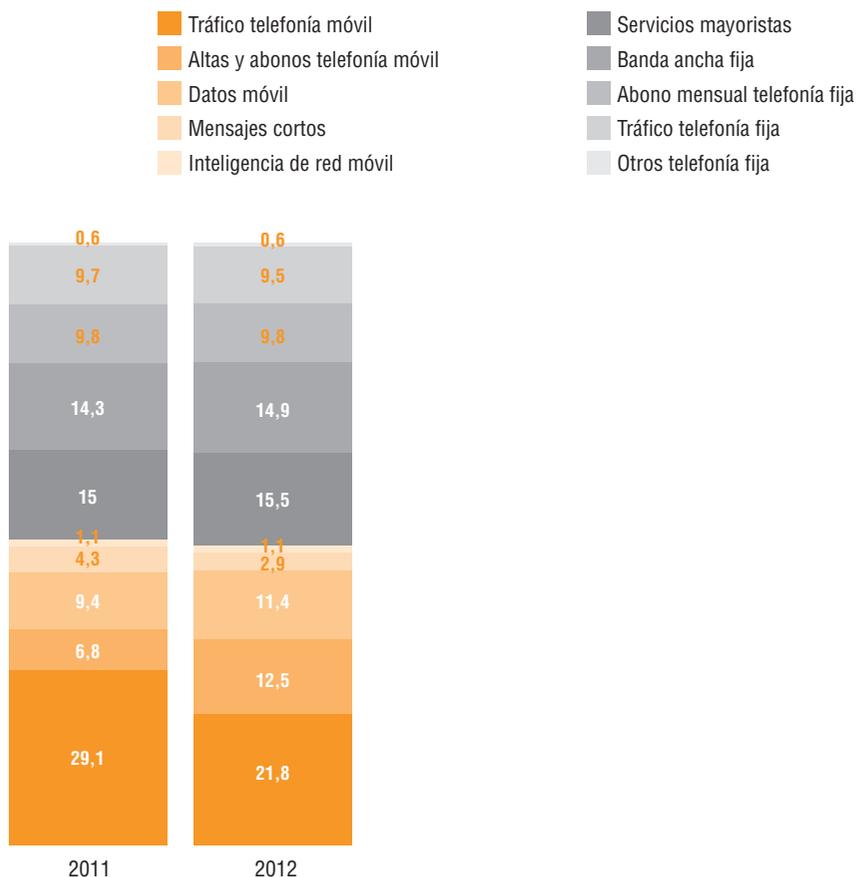
en ambos segmentos, mientras que el del cliente de móvil prepago y de telefonía fija residencial ha frenado su desaceleración con respecto a 2011.

En cualquier caso continúa el paulatino desplazamiento de los ingresos desde

los servicios de telefonía fija a los de telefonía móvil y a la banda ancha, a pesar de la caída del tráfico de voz de telefonía móvil y de los ingresos por mensajes cortos debido a la fuerte presión de métodos de comunicación instantánea alternativos en el móvil (Gráfico 2.2.4.).

Gráfico 2.2.4. Contribución a los ingresos de los distintos servicios de telecomunicaciones. España, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)



En 2012 han desaparecido 300.000 líneas de telefonía fija, millón y medio de líneas de móvil de prepago y un millón de datacards

La caída de los ingresos en las diferentes modalidades de telefonía se debe en parte a la reducción en el número de líneas. En 2012 han desaparecido 300.000 líneas de telefonía fija, millón y medio de líneas de móvil de prepago y un millón de datacards. El crecimiento en 600.000 líneas de móvil de pospago no compensa esta caída, aunque muestra la progresiva maduración

del mercado, como ocurre en gran parte de los mercados de referencia en la UE.

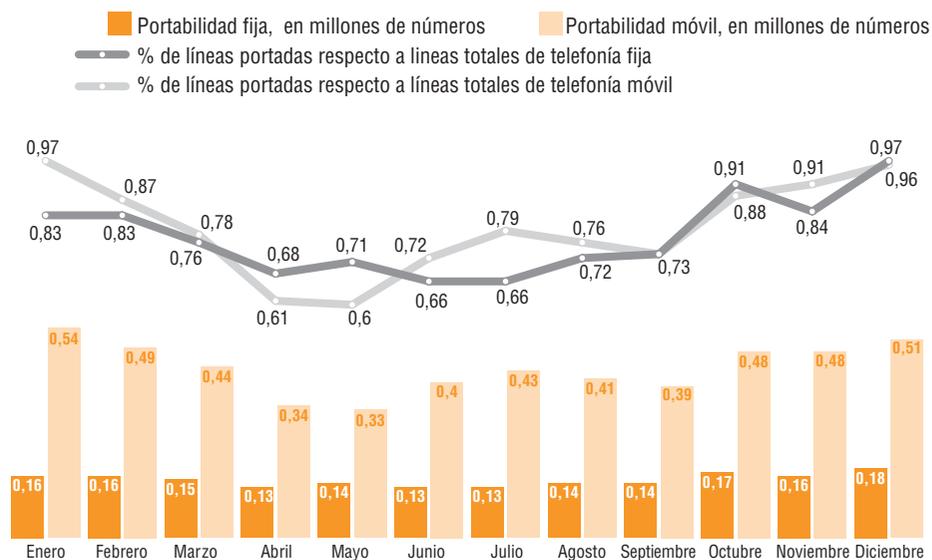
En 2012, fruto de la coyuntura económica y la intensidad competitiva, se vuelven a registrar elevadas cifras de portabilidad móvil y fija: 9,9% y 9,4%, respectivamente. Parece existir un cierto componente estacional en el comportamiento de

la portabilidad, ya que en los meses centrales del año, especialmente en verano, la portabilidad fija decreció ligeramente para repuntar de nuevo en septiembre, mientras que la portabilidad móvil bajó su actividad en los meses de mayo y junio (Gráfico 2.2.5.).

La portabilidad, tanto fija como móvil, muestra cifras cercanas al 10%

Gráfico 2.2.5. Evolución de la portabilidad de telefonía fija y móvil en España, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)



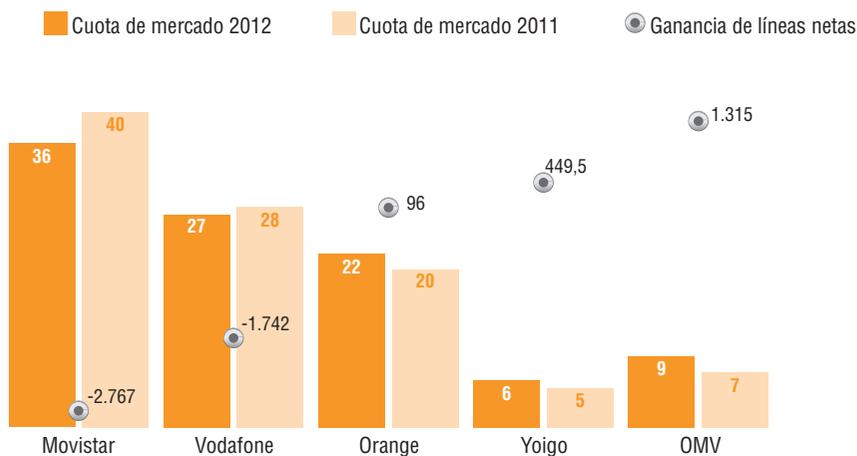
Los grandes beneficiados de este entorno han sido los operadores móviles virtuales, que han obtenido una ganancia neta

de más de 1.300.000 líneas en 2012, mientras que las líneas amortizadas pertenecían principalmente a Movistar

y Vodafone, ya que entre los dos han tenido una pérdida de más de 4.500.000 líneas netas en 2012 (Gráfico 2.2.6.).

Gráfico 2.2.6. Evolución de la cuota de mercado de operadores de telefonía móvil, en % de líneas, y ganancia de líneas netas, en miles. España, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)



Agotamiento del espectro inalámbrico

Según el informe *Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011–2016*, el tráfico mundial de datos a través del móvil se multiplicará por 18 en 2016, creciendo a una tasa combinada anual del 78%, planteando la cuestión de si es posible que el espectro inalámbrico se agote.

Una primera vía para atacar este problema surge de las nuevas tecnologías. Los avances en investigación han generado un remanente de nuevas tecnologías y arquitecturas, entre ellas, el enfoque de compartir el espectro y las pequeñas celdas, que pueden ayudar de manera decidida en este propósito en el futuro.

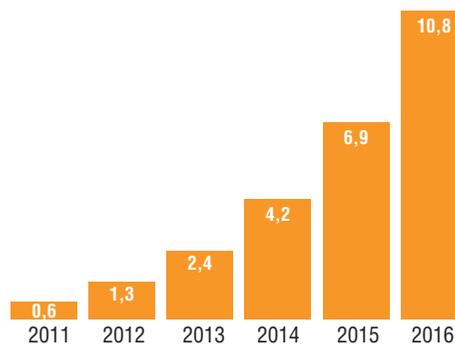
La segunda vía viene por una racionalización en el uso del espectro: desde la Comisión Europea se considera que una utilización compartida del espectro por parte de los proveedores de servicios de Internet, o el uso del espectro disponible en las

frecuencias no usadas de televisión, puede ayudar a afrontar el crecimiento exponencial del tráfico de datos móviles e inalámbricos. Esta visión de uso del espectro pretende evitar que los usuarios reciban un mal servicio de telefonía móvil y banda ancha según aumente la demanda, principalmente a causa de la proliferación de los dispositivos móviles que se conectan a Internet o los puntos de acceso Wi-Fi.

En concreto, desde la Agenda Digital Europea se insta a las autoridades regulatorias a que apoyen la innovación inalámbrica mediante “el seguimiento y la posible ampliación” de las bandas armonizadas en la UE, para las que no hace falta licencia (las llamadas bandas exentas de licencia). Asimismo, aboga por que se fomenten unos planteamientos normativos “coherentes” en toda la UE y que los derechos de uso del espectro ofrezcan “incentivos y seguridad jurídica” a todos los usuarios que puedan compartir éste.

Tráfico móvil global, en exabytes por mes

Fuente: Cisco VNI Mobile (2012)



España es el cuarto país europeo en número de smartphones por habitante

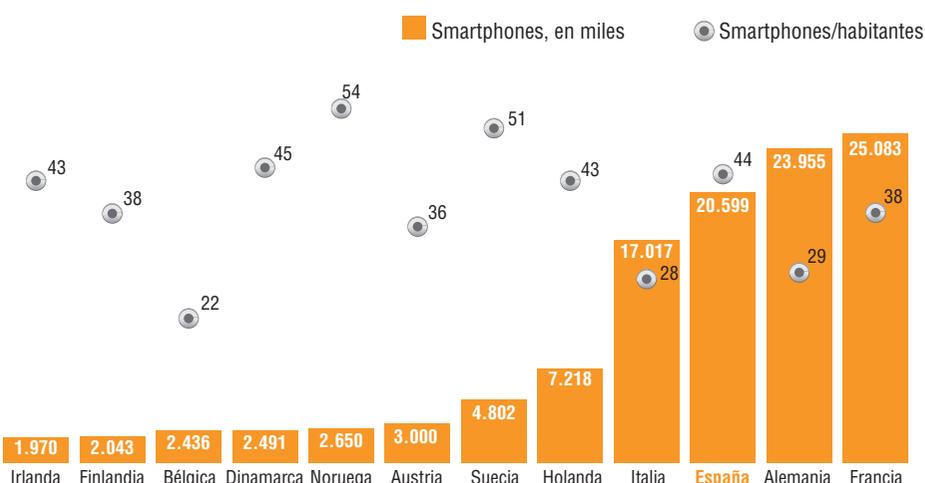
En lo referente a la tasa de penetración de terminales inteligentes, en términos anuales nuestro país es el tercero

de Europa por número de personas con un smartphone, con más de 20 millones. En tasa de adopción, España

se encuentra sólo por detrás de Suecia, Noruega y Dinamarca (Gráfico 2.2.7.).

Gráfico 2.2.7. Comparación entre el número de individuos con un smartphone, en miles, y la tasa de adopción de smartphones, en % sobre el total de habitantes. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OurMobilePlanet (2013)



Por otro lado, los servicios de acceso a banda ancha fija suponen un mayor porcentaje dentro del total de ingresos del sector en 2012 con respecto al año anterior, a pesar de haber experimentado una moderada caída en su volumen de negocio este año. En 2012, los ingresos derivados de las líneas de banda ancha fija residencial han caído en 100 millones de euros, mientras que los ingresos de líneas de banda ancha de negocios sólo se han visto reducidos en ocho millones de euros. Se está produciendo una lenta e incipiente sustitución de tecnología DSLx por FTTH y HFC. Así, mientras que los ingresos de líneas de tecnología

DSLx han descendido en 162 millones de euros este año, los de las nuevas tecnologías de acceso FTTH y HFC han aumentado en 71 millones de euros. En 2011 los operadores de telecomunicaciones ingresaban 300 euros anualmente por cada línea de banda ancha fija, mientras que en 2012 tan sólo han sido 285 euros.

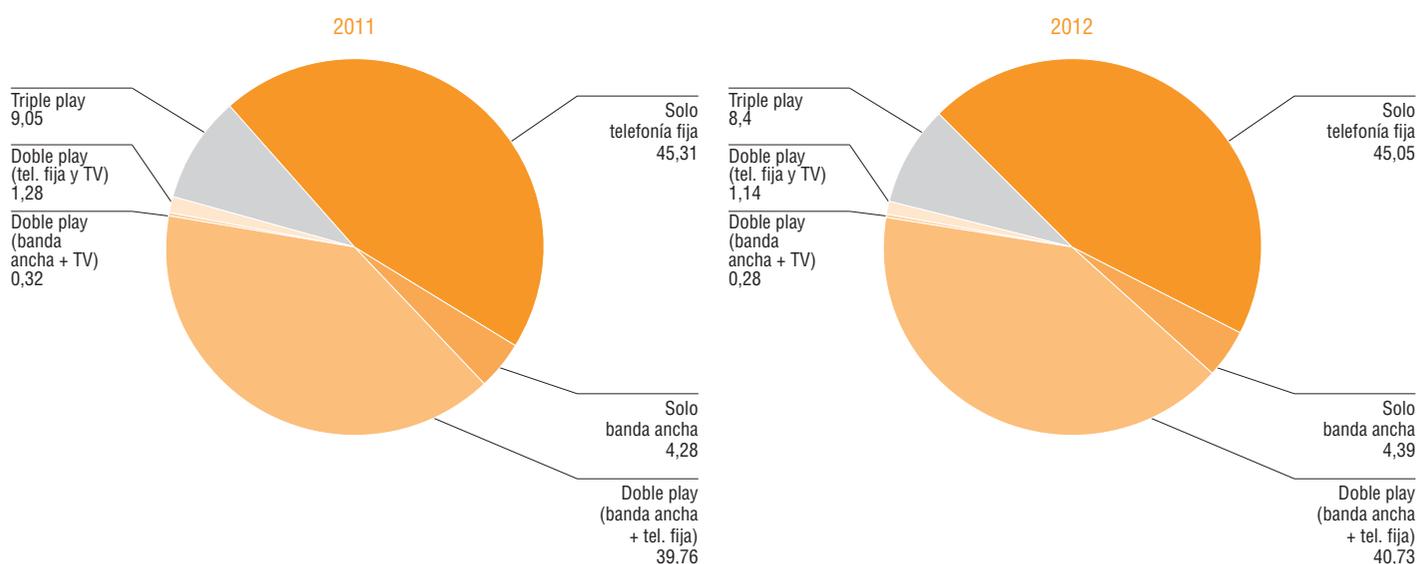
Parte del desplazamiento que ha experimentado el modelo de ingresos del sector hacia los servicios de banda ancha puede deberse a una mayor demanda de empaquetamiento de servicios con la telefonía fija (Gráfico 2.2.8.). En 2012, el número de clientes que ha optado por

combinar telefonía fija y banda ancha ha crecido ligeramente por encima del 1% con respecto a 2011. Es interesante destacar que entre 2011 y 2012 ha descendido la demanda de servicios empaquetados que incluyen servicios de TV, que ha pasado del 10,6% del total al 9,8%. Además, este año el empaquetamiento de servicios no ha aumentado su presencia frente a la de los servicios desagregados. Por ello, los operadores están promoviendo la demanda de estos servicios a través de ofertas más agresivas que incluyen en el paquete los servicios de telefonía móvil.

En 2011 los operadores ingresaban anualmente 300 euros por línea de banda ancha fija, en 2012, 285

Gráfico 2.2.8. Clientes de servicios de telecomunicaciones fijas en función del servicio contratado, en % de clientes. España 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2013)



Si se hace la comparativa de la penetración de la banda ancha fija a nivel europeo (Gráfico 2.2.9.), España, con una penetración de 24,7 líneas por cada 100 habitantes, ocupa una posición intermedia,

ligeramente por encima de países más avanzados en materia TIC como Austria o Irlanda y, en cualquier caso, por debajo de la media de la OCDE. En el caso de nuestro país destaca la utilización mayoritaria

de tecnologías tipo DSL y cable, con porcentajes por encima de la media de la OCDE en este aspecto, mientras que el uso de la fibra óptica es todavía marginal.

Gráfico 2.2.9. Tasa de penetración de banda ancha fija, en líneas por cada 100 habitantes. 2012*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OCDE (2013)

* Datos del primer semestre

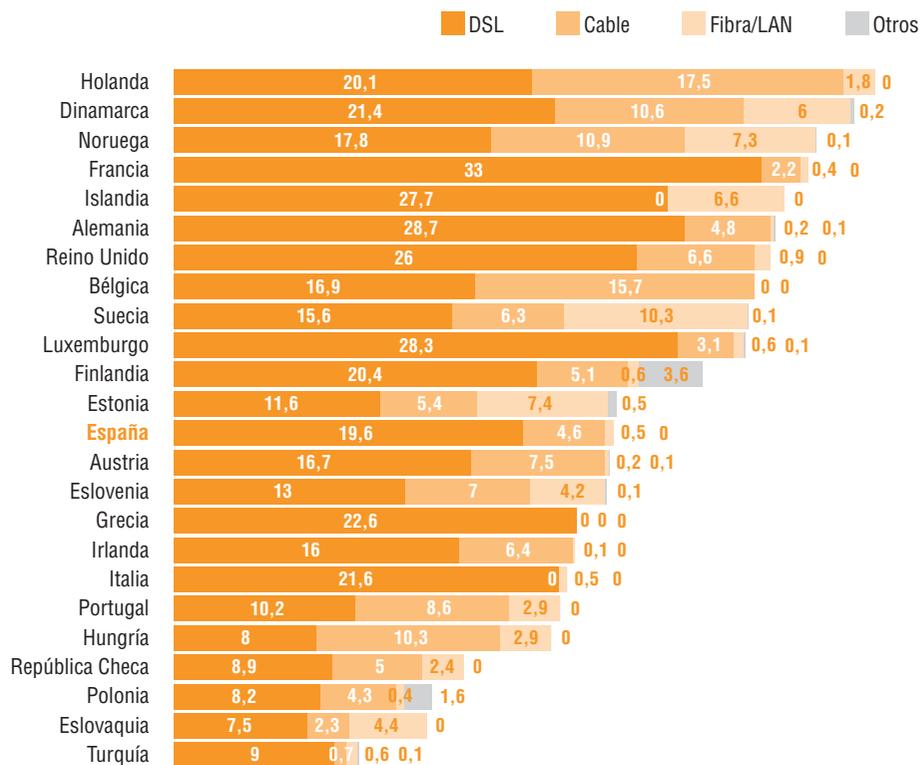
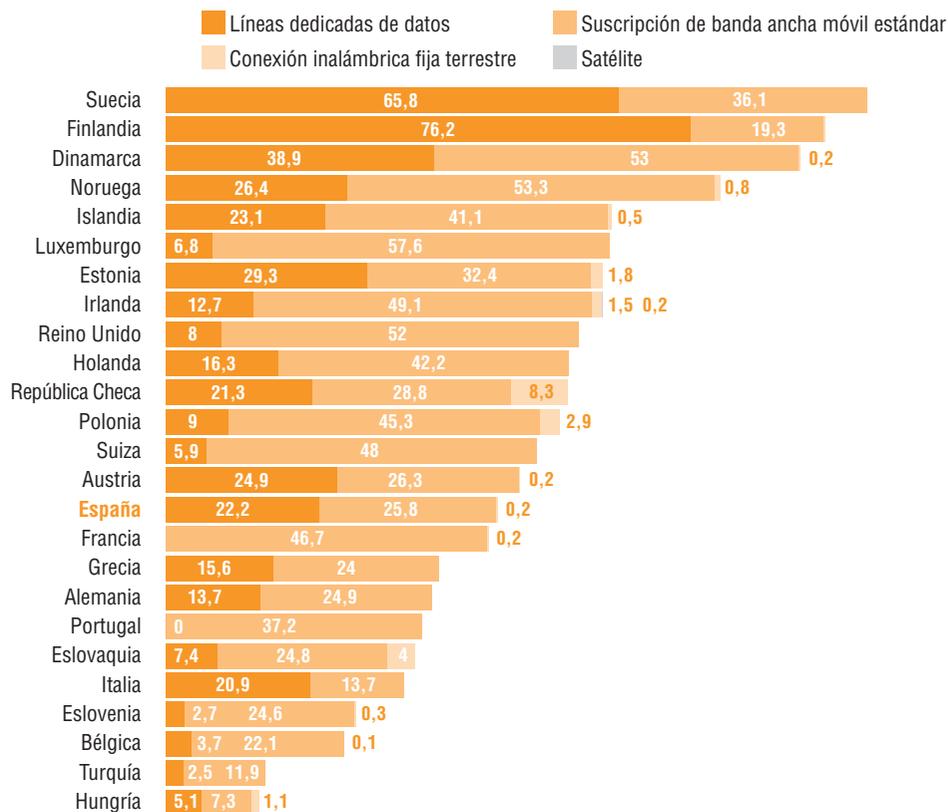


Gráfico 2.2.10. Tasa de penetración de banda ancha móvil, en líneas por cada 100 habitantes. 2012*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OCDE (2013)

* Datos del primer semestre



Puede observarse una situación similar con respecto a la penetración de la banda ancha móvil (Gráfico 2.2.10.). España vuelve a situarse por debajo de la media de los países de la OCDE, aunque por encima de Francia, Alemania, Italia o Bélgica. Esta mejor situación de la banda ancha móvil

se explica por la elevada penetración de los terminales inteligentes en nuestro país, como se ha visto anteriormente. Esto también explicaría la elevada tasa de utilización de las suscripciones de datos móviles en comparación con países de nuestro entorno geográfico cercano. En

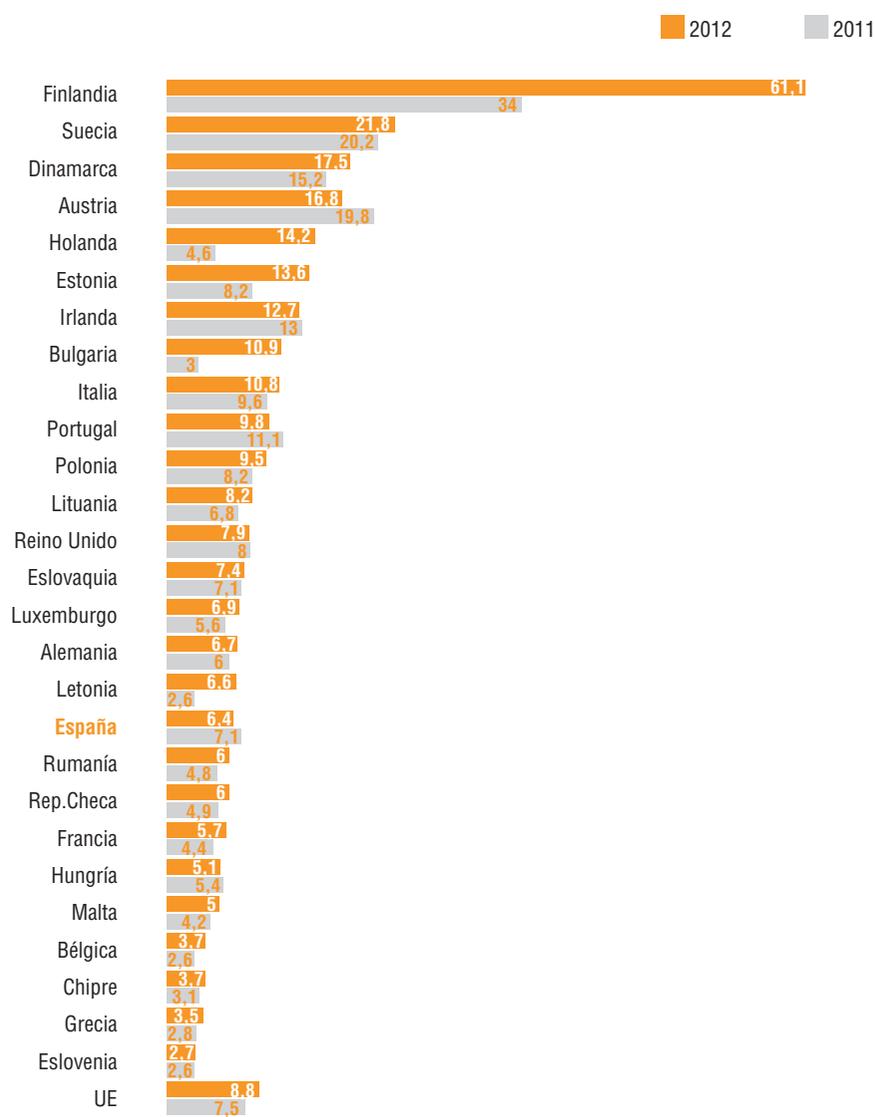
términos generales, cabe destacar que la utilización de tecnologías de conexión vía satélite es marginal, apenas usada en países como Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos o México, y con casi nula presencia en los países europeos, a excepción de casos muy puntuales.

 **Gráfico 2.2.11.** Datacards* por cada 100 habitantes en los países de la UE, evolución 2011-2012**

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Comisión Europea (2013)

* Los datos de la Comisión Europea incluyen M2M en la categoría de datacards

** Datos del primer semestre



En cualquier caso, se observa una evolución desigual en el número de datacards (Gráfico 2.2.11.). En algunos países como Finlandia, Holanda o Suecia el crecimiento de las redes LTE ha impulsado

un relevante aumento en su utilización, mientras que en otros la crisis económica y un despliegue más lento han provocado una considerable rotación de clientes. En España se mantiene el crecimiento

de las líneas M2M, que a final de 2012 han llegado a las 2.800.000, en torno a 300.000 líneas M2M más que en 2011.

2.3. Empresas

La utilización de las TIC por parte de las empresas españolas sigue reflejando apreciables diferencias en cuanto a los estratos de tamaño (Gráfico 2.3.1.). Si bien la conexión a Internet y el correo electrónico son servicios prácticamente universales en compañías españolas de 10 o más empleados, su presencia

en las empresas más pequeñas se encuentra en torno al 65%.

Por el contrario, comparativamente el indicador de la utilización de telefonía móvil destaca más en las empresas de menos de 10 empleados que en las más grandes, donde la disponibilidad de Internet y de

correo electrónico también son la tónica habitual. Además, existe mayor utilización de los ordenadores conectados a Internet por parte de las microempresas que en las de los estratos consecutivos en lo que respecta a tamaño de la organización.

 **Gráfico 2.3.1.** Utilización de TIC en las empresas españolas*, 2012, en % sobre el total de empresas de cada estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)

* Excepto sector financiero

(1) No contempla aquellos dispositivos que sólo sean utilizados vía Wi-Fi y no vía redes de telefonía móvil, siendo el servicio pagado total o parcialmente por la empresa

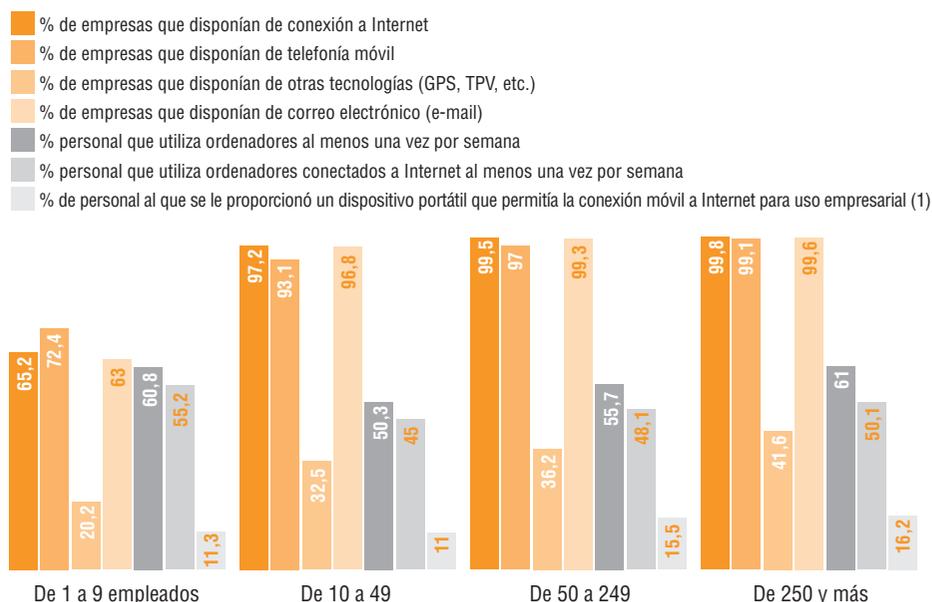
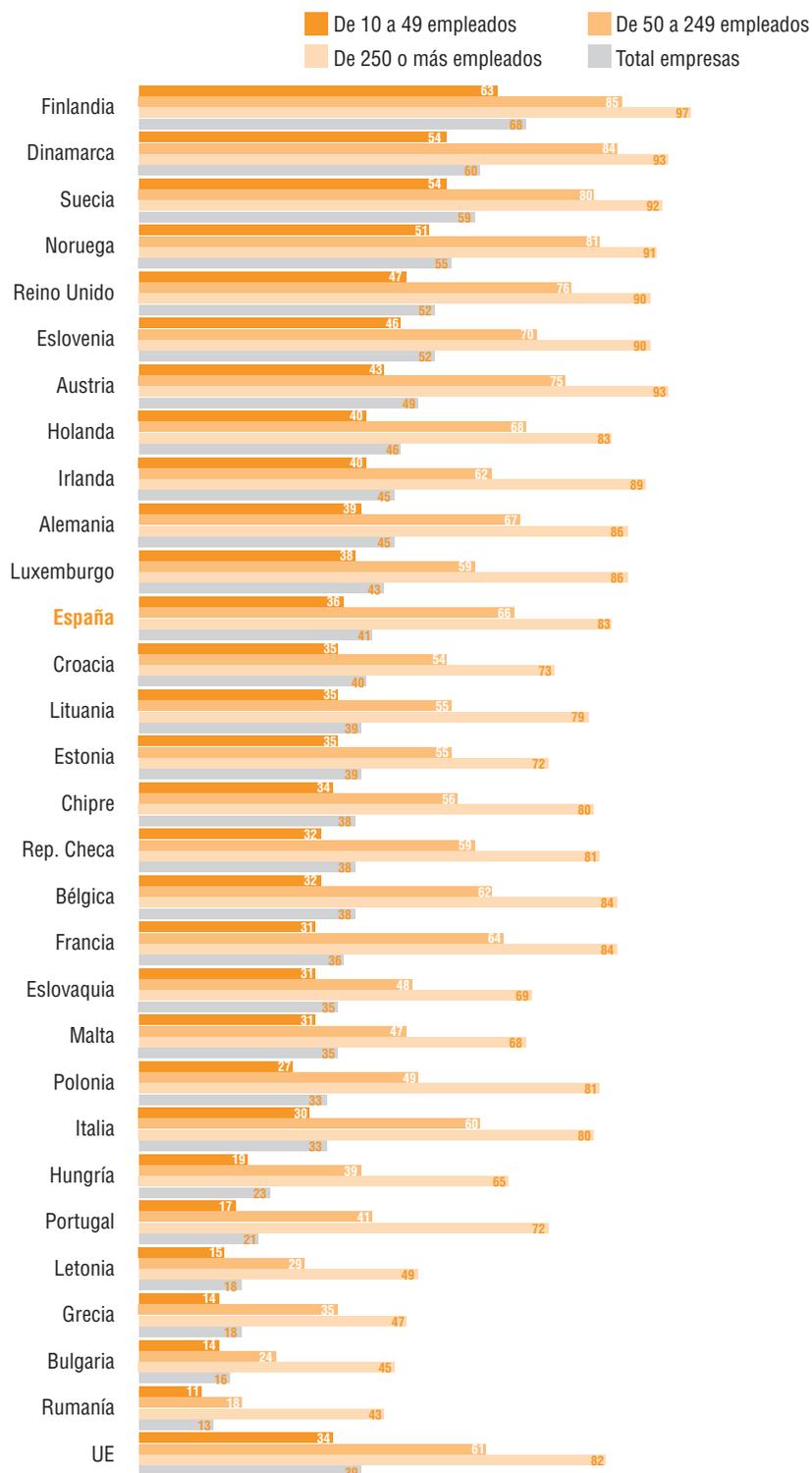


Gráfico 2.3.2. Empresas que han proporcionado a sus empleados dispositivos portátiles con conexión a Internet. UE* 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Se añaden Croacia y Noruega



Centrando el análisis en los smartphones, España se sitúa en posiciones destacadas en cuanto a la proporción de empresas que dotan de éstos a sus empleados (Gráfico 2.3.2.), y aunque en este sentido se detecta una gran desproporción entre los distintos tamaños de organizaciones, se trata de una situación común a todos los países de la Unión Europea.

Las empresas españolas se sitúan en posiciones de cabeza con respecto a la utilización de la banda ancha, con una implantación de la misma superior a la media de la Unión Europea en organizaciones de 10 o más empleados (Gráfico 2.3.3.). Si bien se trata de una tecnología ampliamente implantada entre las corporaciones europeas, todavía persisten ciertas diferencias,

básicamente con respecto a los países de más reciente incorporación a la UE y a las economías de menor nivel de desarrollo. En este sentido, es destacable el esfuerzo realizado en la incorporación de la banda ancha entre las empresas de países como Lituania o Eslovenia, donde se ha incrementado significativamente el número de organizaciones que utilizan este tipo de conexión.

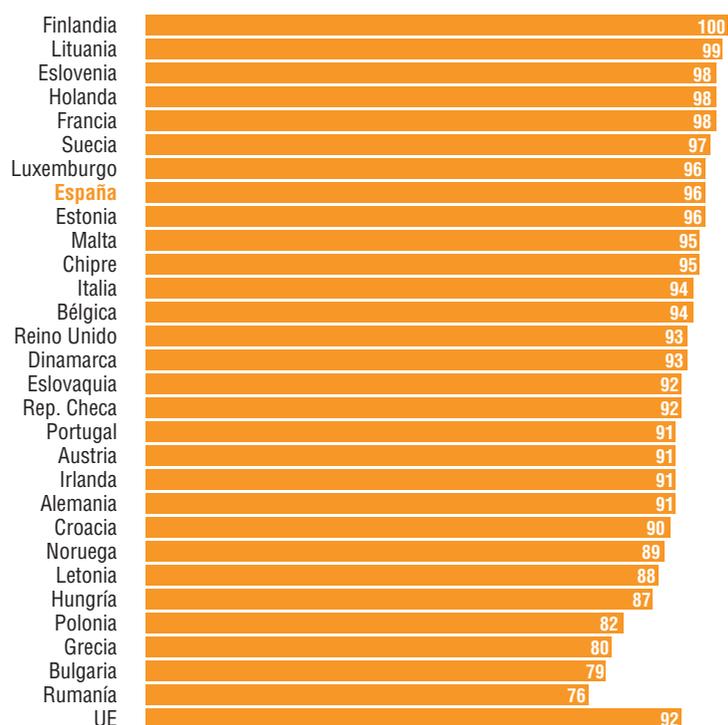
Las empresas españolas se sitúan en posiciones destacadas en la utilización de banda ancha, por encima de la media de la UE en organizaciones de 10 o más empleados

 **Gráfico 2.3.3.** Empresas de 10 o más empleados* con banda ancha fija o móvil. UE** 2012, en % sobre el total de empresas de este estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Excepto sector financiero

** Se añaden Croacia y Noruega



El 71% de las empresas españolas con conexión a Internet declara tener página web, dato inferior a la media europea

Sin embargo, a pesar de la notoria implantación de mecanismos de conexión a Internet de alta velocidad, la presencia de las empresas españolas en la Red sigue sin consolidarse (Gráfico 2.3.4.). El 71% de las organizaciones españolas con conexión a Internet declara tener página web, dato

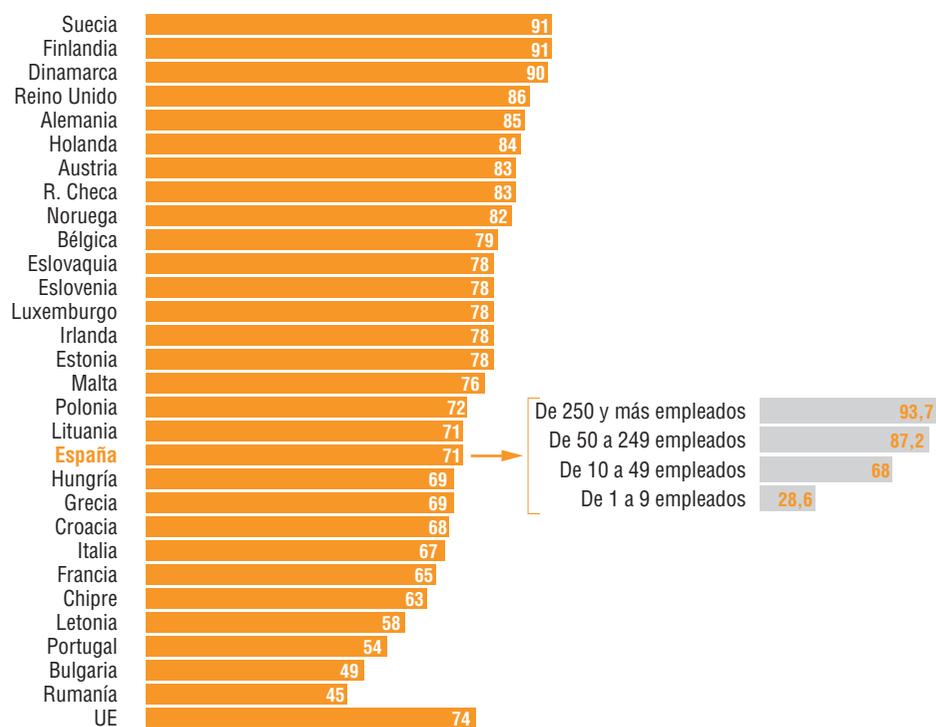
inferior a la media europea. A pesar del aumento en cuatro puntos porcentuales con respecto al año 2011, la posición de España no mejora significativamente, aunque sigue por encima de la de otros países de su entorno geográfico como Francia o Italia. Por otro lado, aunque en 2012 han

mejorado los porcentajes de empresas españolas de todos los tamaños con web, persiste el fuerte desequilibrio entre estratos, ya que mientras que casi el 94% de corporaciones de más de 250 empleados tiene página web, el porcentaje se reduce a menos del 29% en las más pequeñas.

Gráfico 2.3.4. Disponibilidad de página web en empresas de 10 o más empleados*. UE** 2012, en % sobre el total de las que disponen de conexión a Internet, y desglose en España por tamaño de la organización

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat e INE (2013)

* Excepto sector financiero
 ** Se añaden Croacia y Noruega



Por otro lado, el uso que dan a la página web la mayoría de las empresas españolas es predominantemente informativo (Tabla 2.3.1.). Para éstas la página web es un “escaparate” virtual, ya que la práctica totalidad de las compañías de más de 250 empleados, y más del 85% de las más pequeñas utilizan la web como mecanismo de presentación de

la organización. Por otro lado, los usos con mayor nivel de sofisticación, como la realización de pedidos o reservas y de pagos online, sólo alcanzan niveles representativos en las corporaciones más grandes. En cualquier caso, se observa un leve incremento en todos los estratos de tamaño en relación a la utilización de la web para hacer pagos online. En

cambio, el aspecto en el que se produce un mayor desequilibrio entre tamaños de organizaciones es el anuncio y recepción de ofertas de trabajo: mientras que las más grandes utilizan mayoritariamente (60%) la web para asuntos relativos al empleo, este uso es muy minoritario entre las microempresas (9%).

Tabla 2.3.1. Principales servicios ofrecidos a través de la página web en empresas españolas, en función del número de empleados, en % sobre el total de empresas con web

	1 a 9 empleados		10 a 49 empleados		50 a 249 empleados		250 o más empleado	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Presentación de la empresa	84,1	87,1	89,6	92,3	94,9	95,9	97,8	98,1
Acceso a catálogos de productos o a listas de precios	46,7	46,7	59	56,9	61,6	56,6	61,4	56
Realización de pedidos o reservas online	14,6	11	14,6	14,9	15,3	17,4	21,1	21,7
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes	9,3	9	16,0	15,9	35,5	35,3	61	60
Pagos online	7,4	8,2	6,5	9,3	8	11,5	12,8	15,6

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)

Es significativo el hecho de que se aprecia una cierta correlación positiva⁴ entre el porcentaje de empresas de un país con web y su posición en el Índice de Competitividad Global elaborado por el Foro Económico Mundial (Gráfico 2.3.5.). En términos globales, parece que las naciones con mayores porcentajes de organizaciones con página web tienden

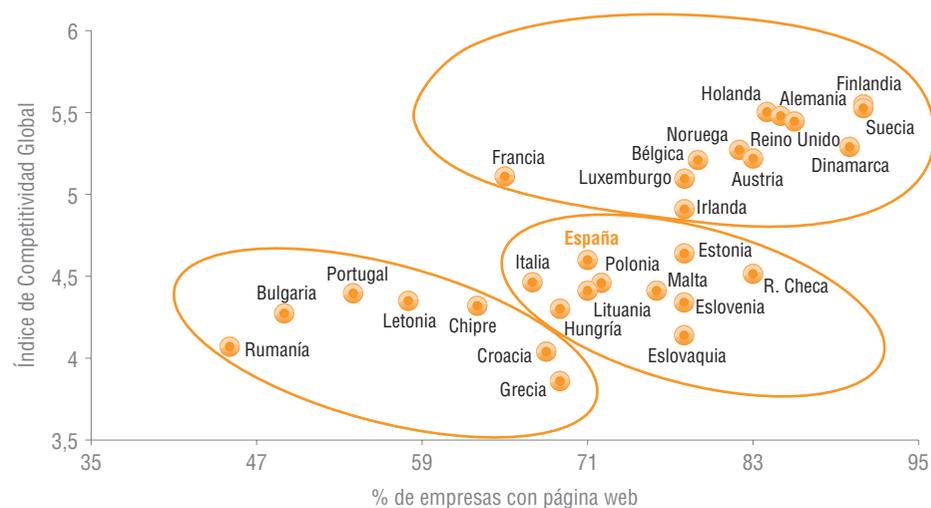
a ocupar mejores posiciones en el citado índice. Pueden identificarse tres agrupaciones de países: por un lado, los miembros de la Unión Europea que tienen economías menos desarrolladas, y que ocupan las posiciones inferiores en el ranking, cuyas empresas tienen menor presencia en la Red; un segundo conjunto, entre los que se encuentra

España, formado por países con economías intermedias, en los que el porcentaje de organizaciones con web está en la media de la Unión Europea; y por último, un tercer grupo compuesto por las economías más desarrolladas de la UE, que se caracteriza por tener, en términos generales, la mayor presencia de empresas en Internet.

Gráfico 2.3.5. Disponibilidad de página web* e Índice de Competitividad Global. UE** 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat y World Economic Forum (2013)

* Empresas de 10 o más empleados, excepto sector financiero
 ** Se añaden Croacia y Noruega



Cloud computing en las empresas españolas

Los datos del informe *Cloud hace frente a la crisis*, realizado por IDC España, apuntan a que 2012 ha supuesto un punto de inflexión en la adopción de servicios en la nube en nuestro país, con un crecimiento del 93% con respecto a 2011.

Esto es debido en gran parte a que se han materializado las inversiones previstas, se han anticipado las decisiones de aquellas compañías en proceso de evaluación y se ha obtenido una buena respuesta de organizaciones que el año anterior ni siquiera preveían implantar cloud.

Aunque el contexto económico continúa siendo uno de los principales factores a la hora de tomar una decisión sobre este tipo de servicios, la necesidad de mejorar el negocio ha

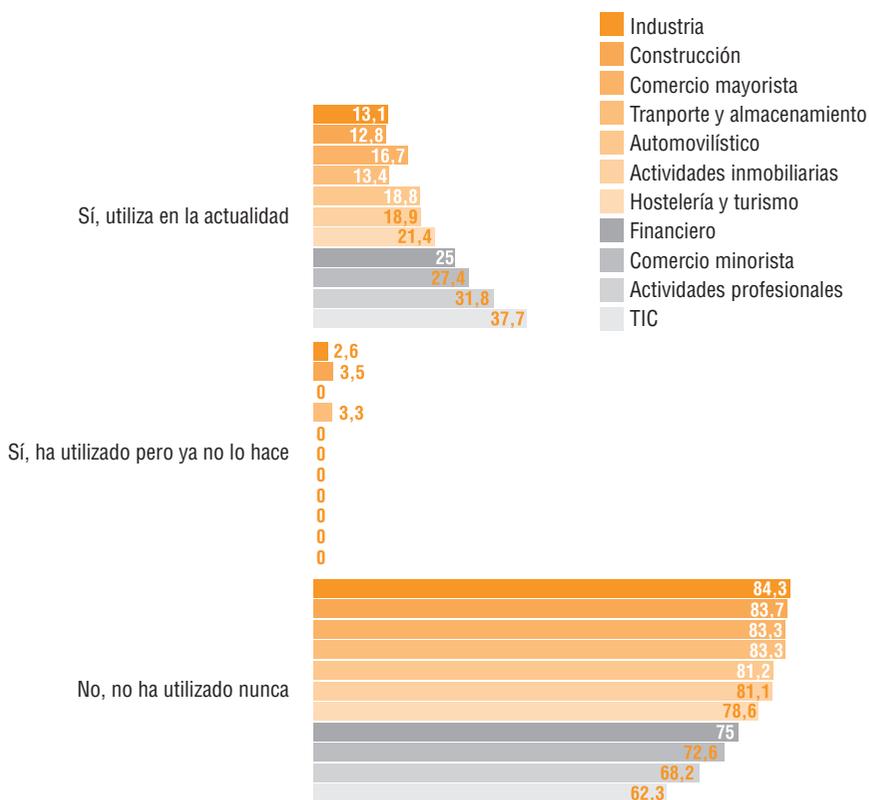
impulsado en cierta medida la adopción de este modelo de forma uniforme en gran parte de los sectores, alcanzando una penetración del 29% de las empresas españolas. De acuerdo con el citado informe, la evolución del mercado cloud se mantiene en niveles de crecimiento destacables, que sitúan a nuestro país entre los de mayor adopción de servicios cloud respecto a otros de su entorno

La previsión para 2013 es que el modelo cloud podría llegar a estar presente en más de la mitad de las empresas españolas (54%). Sin embargo, se anticipa una posible ralentización a corto plazo en su adopción por parte de grandes organizaciones del sector financiero y público.

Utilización en PYME* de las soluciones cloud computing, por sectores. España, 2012, en % sobre el total de empresas con página web que conocían cloud computing

Fuente: ONTSI (2012)

* Empresas de menos de 250 empleados



Con respecto al nivel de equipamiento TIC de las empresas españolas, la tecnología con mayor implantación es la de redes de área local (LAN) tanto en su versión convencional como inalámbrica, seguida del uso de ERP (enterprise resource planning). La utilización de sistemas CRM (customer relationship management) sigue sin consolidarse, y en cualquier caso su uso más frecuente es para el almacenamiento de información y no tanto para su procesamiento o análisis. Los procesos relativos a la contabilidad y a la gestión de stocks son los que más se

automatizan a través de TIC. No obstante, y a pesar de que se producen ligeros avances en el nivel de equipamiento en todos los estratos, lo más destacable vuelve a ser la notable asimetría en la distribución por tamaños de empresa en el uso de estas tecnologías. Mientras que en las organizaciones de mayor tamaño las diferentes herramientas de equipamiento TIC están presente en al menos la mitad de las mismas, la sofisticación de su infraestructura se reduce drásticamente en el estrato de empresas más pequeñas (Gráfico 2.3.6.).

Con independencia del equipamiento TIC de las empresas españolas, lo cierto es que el despegue del comercio electrónico no acaba de producirse de manera definitiva en nuestro país. Con un incremento de apenas dos puntos porcentuales sobre el año 2011, la posición relativa de España en el contexto europeo sigue siendo baja en lo que se refiere a la proporción de empresas que han llevado a cabo ventas online, continuando por debajo de la media comunitaria (Gráfico 2.3.7.).

Gráfico 2.3.6. Equipamiento TIC de las empresas. España 2012, en % sobre el total de empresas de cada estrato*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)

* Excepto sector financiero



Gráfico 2.3.7. Empresas de 10 o más empleados* que han recibido pedidos online. UE** 2012, en % sobre el total de empresas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Excepto sector financiero
 ** Se añaden Croacia y Noruega

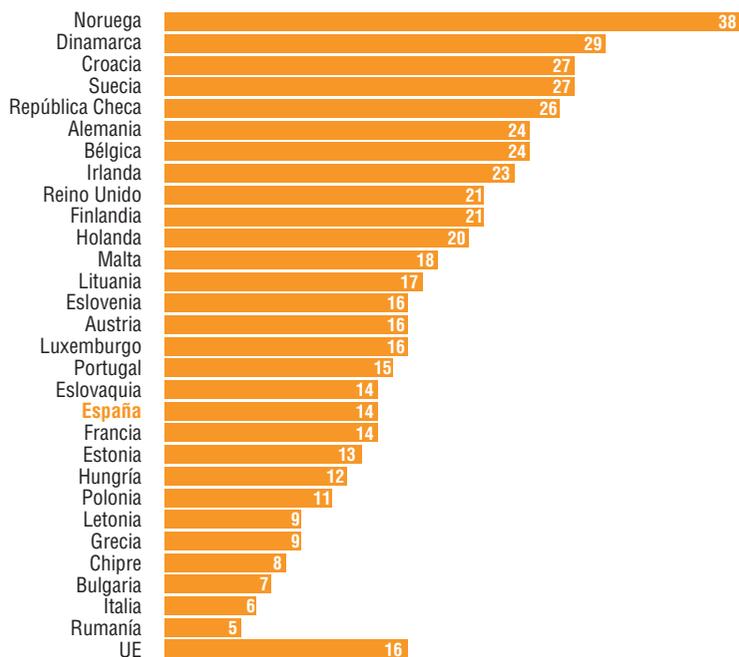
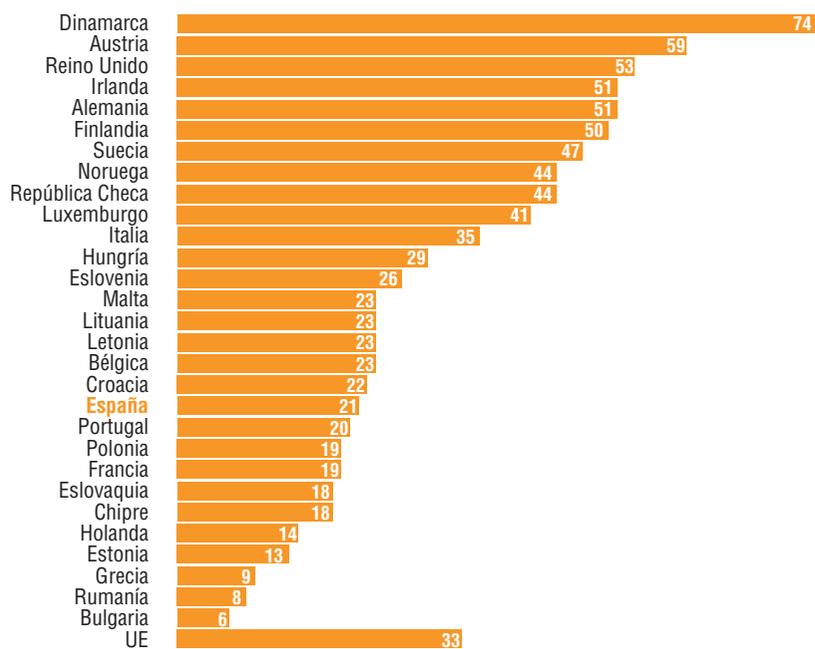


Gráfico 2.3.8. Empresas de 10 o más empleados* que han realizado pedidos online. UE** 2012, en % sobre el total de empresas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Excepto sector financiero
 ** Se añaden Croacia y Noruega



La compra online a través de smartphone

Con respecto al tipo de dispositivo utilizado para la realización de las compras online, es destacable el apreciable crecimiento que ha experimentado la utilización de smartphones para el acceso a páginas web con objeto de hacer compras en red.

De acuerdo con el informe *International Communications Market Report* publicado por OfCom en diciembre de 2012, en las economías más avanzadas de nuestro entorno, el porcentaje promedio de usuarios de teléfonos inteligentes que durante 2012 lo utilizaron para realizar compras en línea

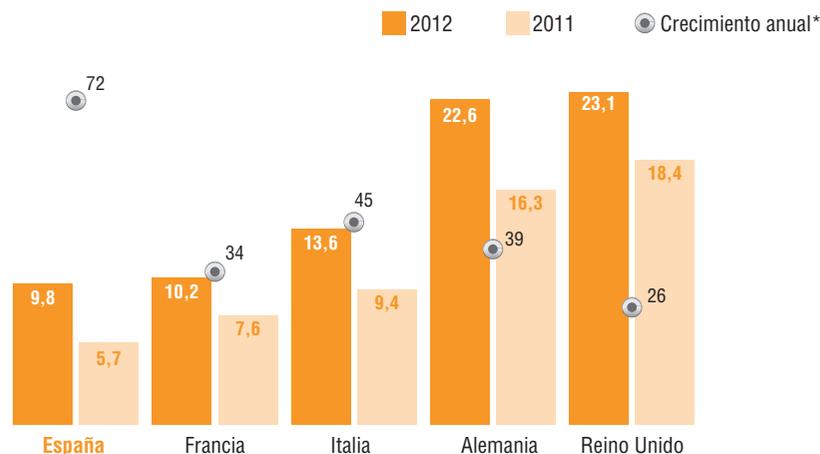
fue de casi un 16%, creciendo un 43% sobre el año 2011.

En particular, en el caso de España, si bien todavía está lejos de países como Reino Unido o Alemania, donde casi la cuarta parte de los usuarios de smartphones los utilizaron como mecanismo de acceso a sus compras online, el uso de estos dispositivos ha experimentado el mayor crecimiento interanual de entre el producido en los diferentes países analizados, pasando del 5,7% a casi el 10%.

Porcentaje de usuarios de smartphones que lo utilizaron para realizar compras online

Fuente: OfCom (2012)

* De mayo 2011 a mayo 2012



Las compañías españolas son notablemente más activas comprando por Internet que vendiendo

La situación es similar en referencia a las empresas que compran a través de Internet (Gráfico 2.3.8.). Las compañías españolas son notablemente más activas comprando por Internet que vendiendo. A pesar de esto, el porcentaje de las mismas que declaran

comprar online ha experimentado un leve retroceso sobre 2011 (un 2% menos) y sigue siendo inferior a la media europea, así como significativamente menor en relación al comercio electrónico llevado a cabo por las empresas de los países líderes.

Si la comparativa se realiza por estratos de tamaño de las organizaciones, el comercio electrónico en la PYME española es una de las grandes asignaturas pendientes de la Agenda Digital. Concretamente, para el caso de las empresas que vendieron

a través de Internet (Gráfico 2.3.9.), en España ha empeorado el retraso tanto entre las corporaciones más grandes como en lo que respecta a las más

pequeñas con respecto a 2011. En el análisis de las empresas que compraron online, aunque en este caso la distancia entre las corporaciones grandes y las

pequeñas es menor, los valores para España están más alejados de la media europea y además son ligeramente inferiores a los de 2011 (Gráfico 2.3.10.).

Gráfico 2.3.9. Empresas de 10 o más empleados* que han recibido pedidos online. UE 2012, en % sobre el total de empresas de cada estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Excepto sector financiero

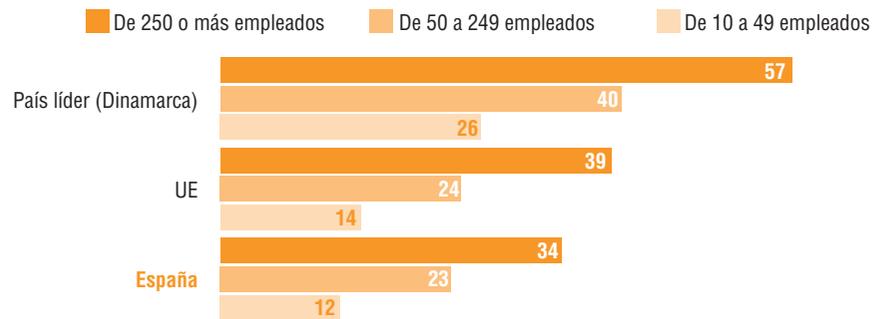


Gráfico 2.3.10. Empresas de 10 o más empleados* que han realizado pedidos online. UE 2012, en % sobre el total de empresas de cada estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Excepto sector financiero



En cambio, la importancia del comercio electrónico para las empresas, medido como el porcentaje que representan las ventas por este canal con respecto a las

ventas totales, ha experimentado una ligera subida en España: se pasa del 11% en 2011 al 14% en 2012 (Gráfico 2.3.11.). Aunque está ligeramente por debajo de la media

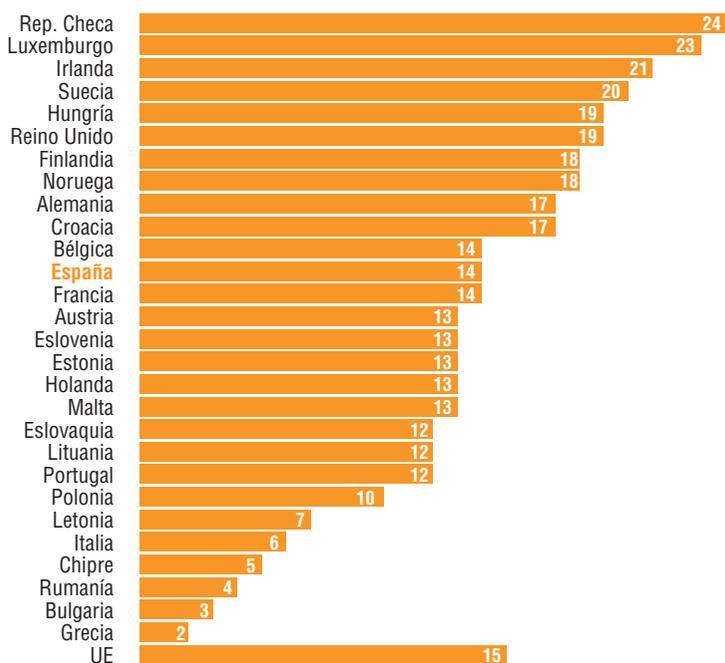
europea, este avance supone una mejora reseñable en la posición de nuestro país.

Gráfico 2.3.11. Ventas de comercio electrónico en empresas de 10 o más empleados*. 2012, UE**, en % sobre el total de las ventas de las empresas de este estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Excepto sector financiero

** Sin datos para Dinamarca, se añaden Croacia y Noruega



Una posible explicación para el lento despegue del comercio electrónico en España podría ser el limitado grado de apertura de nuestra economía con respecto a las naciones de referencia en esta materia. Existe cierta correlación positiva⁵ entre dicho grado de apertura, medido como el porcentaje que representa el comercio exterior sobre el PIB, y la importancia de las ventas por comercio electrónico (Gráfico 2.3.12.). Así, el grado de apertura de la economía española no favorece el desarrollo del comercio electrónico de las empresas nacionales. De esta manera, países

con un PIB sensiblemente inferior al español presentan valores superiores en relación a la importancia de su comercio electrónico, como Croacia o, más significativamente, la República Checa.

Es de esperar que la puesta en marcha de las acciones previstas en la Agenda Digital Española contribuyan a mejorar esta situación. En particular, el segundo objetivo planteado para España busca mejorar la competitividad del tejido productivo nacional y fomentar su crecimiento, la expansión internacional y la creación de empleo de calidad mediante un mejor

aprovechamiento de las TIC y el desarrollo de la economía digital. Además, la Agenda Digital española asume los objetivos de la Unión Europea de conseguir que al menos el 50% de la población realice compras en línea en 2015 y que el 33% de las PYME efectúen ventas en red. Conscientes de la situación de retraso en España frente a la media europea se proponen medidas para fomentar la adopción del comercio electrónico por las PYME y para disminuir las barreras que frenan su uso por parte de comerciantes y de consumidores.

Gráfico 2.3.12. Comparativa del importe de las ventas de comercio electrónico y el grado de apertura de una economía*. UE** 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Grado de apertura de una economía = (Exportaciones + Importaciones)/PIB

** Se añaden Croacia y Noruega

*** Excepto sector financiero

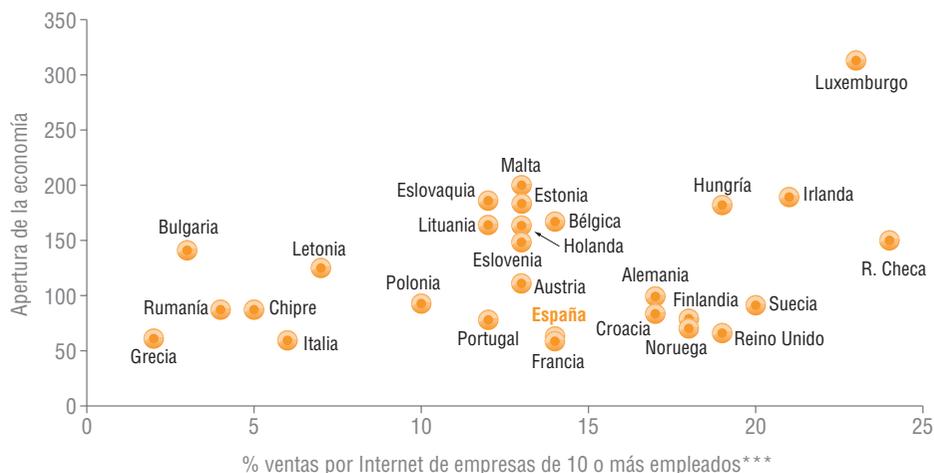


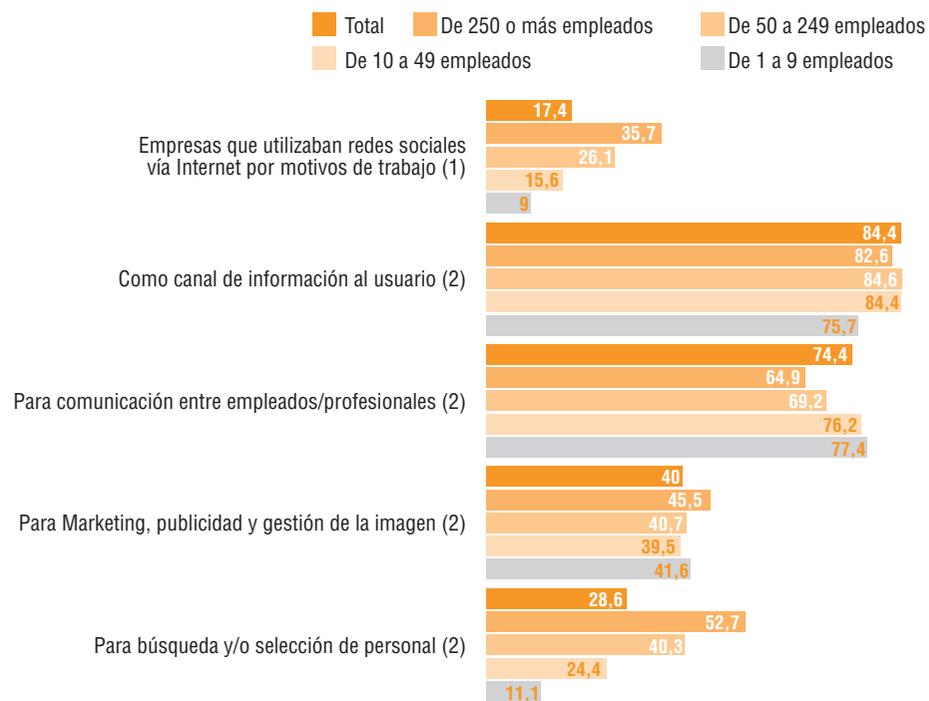
Gráfico 2.3.13. Utilización de redes sociales por las empresas*. España 2012, por tamaño de empresa

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)

* Excepto sector financiero

(1) Sobre el total de empresas con conexión a Internet

(2) Sobre el total de empresas que utilizan redes sociales



La utilización de redes sociales por parte de las empresas es otro de los indicadores del desarrollo de la sociedad de la información. En 2012, el 17,4% de las corporaciones españolas han utilizado las redes sociales por motivos de trabajo. Por estratos de tamaño (Gráfico 2.3.13.),

el análisis permite extraer repetidas conclusiones que en la utilización de otras herramientas o servicios TIC:

- Existen desequilibrios entre las empresas grandes y las pequeñas;
- La mayoría de las organizaciones utiliza las redes sociales como canal de información y comunicación;
- El empleo de redes sociales puede considerarse bajo en comparación con la utilización de la página web;

- El uso para la búsqueda o selección de personal es poco significativo, siendo las empresas más grandes las más proclives a su utilización;
- El fin mayoritario de las redes sociales en

las microempresas es la comunicación entre empleados.

Por sectores de actividad, los de Información y comunicaciones, TIC y Hostelería son los más activos en la

utilización de las redes sociales por motivos de trabajo. En el sector de la Construcción, tradicionalmente menos innovador en el uso de nuevas tecnologías, la presencia de las redes sociales es muy poco relevante (Gráfico 2.3.14.).

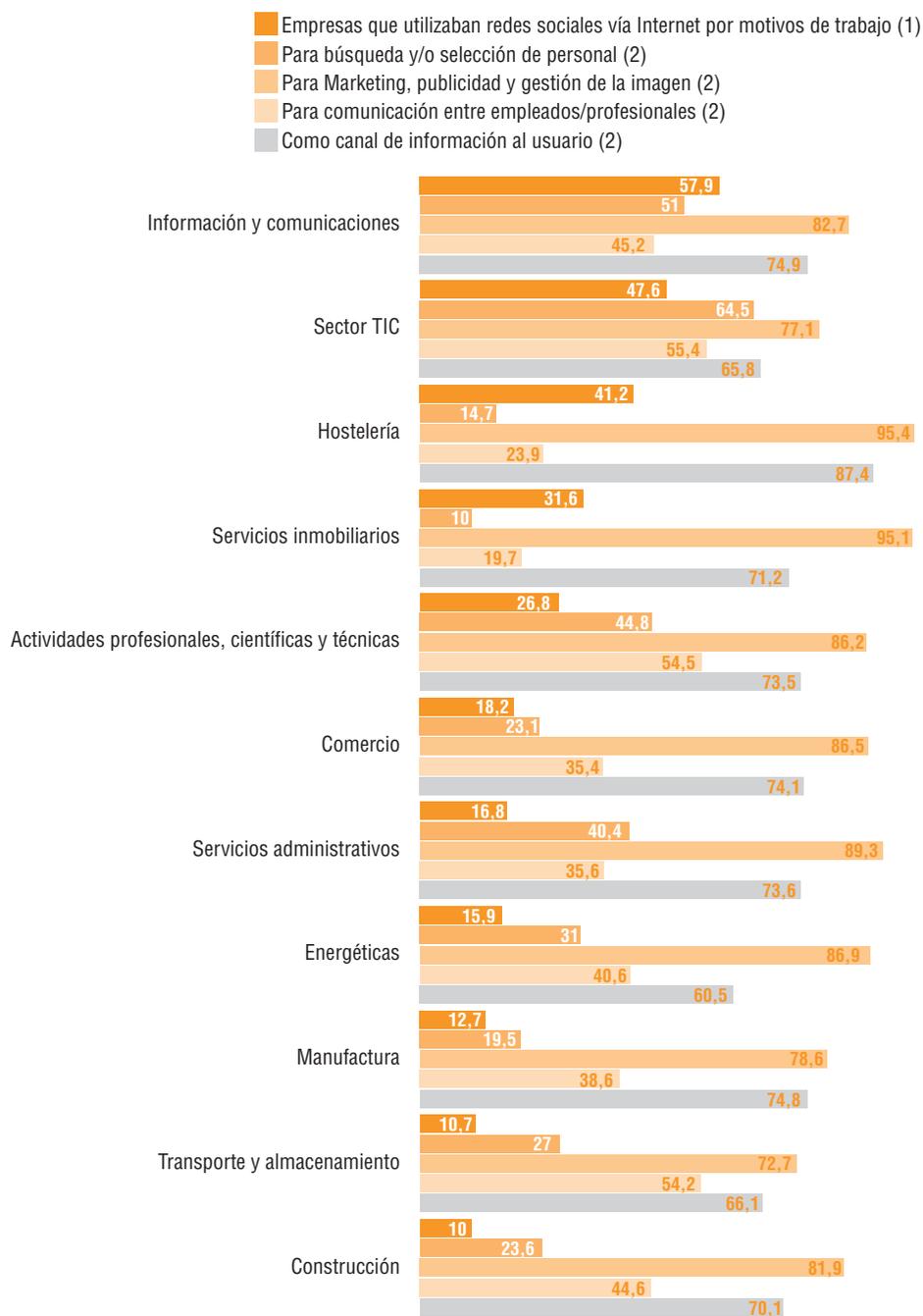
Gráfico 2.3.14. Utilización de redes sociales por las empresas*. España 2012, por sectores

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2013)

* Excepto sector financiero

(1) Sobre el total de empresas con conexión a Internet

(2) Sobre el total de empresas que utilizan redes sociales



CROWDFUNDING

PLATAFORMAS DE FINANCIACIÓN COLECTIVA
Fuentes: Kickstarter / RTVE.es / Goteo.org / Lanzanos.com

KICKSTARTER



2.241.475
PATROCINADORES

\$319.786.629
TOTAL FINANCIACIÓN

PATROCINADORES DE **177 PAÍSES**

18.109
PROYECTOS

\$1.000.000+
17 PROYECTOS

570.672 2+ PROYECTOS
50.047 10+ PROYECTOS
452 100+ PROYECTOS

\$606,76/MIN.

CATEGORÍA CON MAYOR FINANCIACIÓN

\$83.000.000
JUEGOS

CATEGORÍAS CON MÁS DE 1.000 PROYECTOS

1.000+ PROYECTOS

ARTE CINE MÚSICA PUBLICACIONES TEATRO

CATEGORÍA CON MÁS PROYECTOS

5.067
MÚSICA

GOTEO



PROYECTOS **150** PORCENTAJE DE ÉXITO **60%**

17.761 USUARIOS REGISTRADOS

8.917 PATROCINADORES ACTIVOS

10.400 VISITAS ÚNICAS DIARIAS

2.500.000 VISITAS ÚNICAS EN 2012

430.000€ RECAUDADOS

10.000 SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

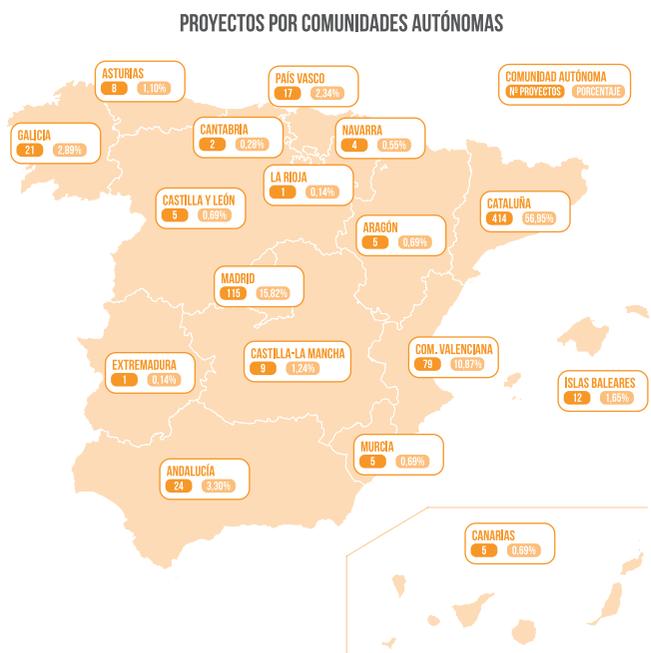
VERKAMI

vk EL PIONERO ESPAÑOL, COMPROMETIDO CON LOS PROYECTOS CREATIVOS



PROYECTOS 761  **PORCENTAJE DE ÉXITO 73%**

FINANCIACIÓN	PROYECTOS	PORCENTAJE
MÁS DE 50.000€	1	0,13%
30.000-50.000€	2	0,26%
15.000-30.000€	9	1,18%
10.000-15.000€	17	2,23%
5.000-10.000€	96	12,61%
2.500-5.000€	220	28,91%
MENOS DE 2.500€	416	54,66%



PROYECTOS POR ZONAS GEOGRÁFICAS

AMÉRICA 14
ÉXITO 4
FRACASO 10

ESPAÑA 727
ÉXITO 535
FRACASO 192

EUROPA 20
ÉXITO 15
FRACASO 5

CATEGORÍAS CON MÁS PROYECTOS

MÚSICA 239 31,36% **CINE** 216 28,35% **EDITORIAL** 117 15,35%

PROYECTOS CON MAYOR FINANCIACIÓN

BRIGADA EDITORIAL 50.063€ **MÁSPÚBLICO.ORG SOCIAL** 33.170€ **TOTS ELS CAMINS DE DÉU CINE** 32.887€

LÁNZANOS

LA LANZADERA EN LA QUE DESPUNTAN LOS PROYECTOS MUSICALES

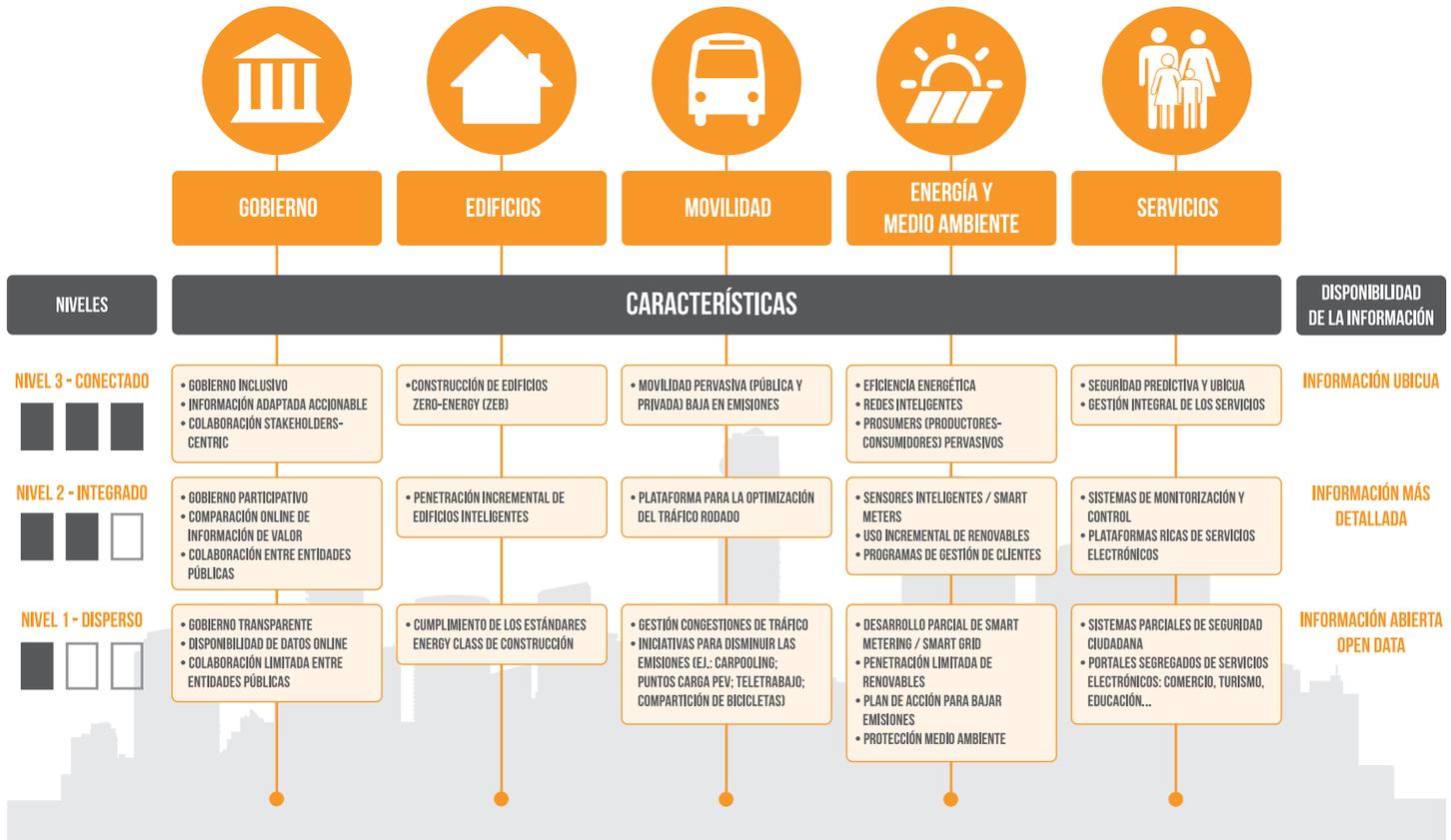


PROYECTOS 175

USUARIOS REGISTRADOS +100.000

1.200.000€ RECAUDADOS

LA BÚSQUEDA DE LA INTELIGENCIA



CASO DE REFERENCIA: AMSTERDAM

ÁREAS TEMÁTICAS



RANKING DE CIUDADES INTELIGENTES EN ESPAÑA

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

IDENTIFICACIÓN DE LOS PILARES BÁSICOS DEL CONCEPTO DE INTELIGENCIA QUE DEBERÁN TENERSE EN CUENTA

CONCRECIÓN, PARA CADA PILAR DEL CONCEPTO DE INTELIGENCIA, DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

DEFINICIÓN, PARA CADA CRITERIO DE EVALUACIÓN, DE LOS INDICADORES DETALLADOS QUE HAYA QUE VALORAR

RANKING 2012 – TOP 20

1 BARCELONA
1.620.943 HAB. / 98 KM²
GLOBAL CITIES INDEX: 24

2 SANTANDER
178.465 HAB. / 35 KM²

3 MADRID
3.233.527 HAB. / 606 KM²
GLOBAL CITIES INDEX: 18

4 MÁLAGA
567.433 HAB. / 395 KM²

5 BILBAO
351.629 HAB. / 41 KM²



COMPARATIVA 2011-2012



¹ Más datos disponibles en la web: www.webcapitalriesgo.com.

⁴ Se identifica un coeficiente de correlación lineal de 0,724.

² Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial, www.cdti.es.

⁵ Se identifica un coeficiente de correlación lineal de 0,339.

³ Empresa Nacional de Innovación, www.enisa.es.

3

contenidos
digitales ➔

8 9

6 7

4 5

2 3

0 1

◀▶ -1



Resumen ejecutivo

En 2012, la industria de contenidos ha retrocedido de forma apreciable en ingresos totales, si bien, en general, se ha producido un aumento del volumen de consumidores que adquieren contenidos digitales.

En lo que respecta al sector editorial, la lectura de periódicos online continúa con la tendencia creciente presentada en períodos anteriores. A pesar de ello, el pago por noticias digitales todavía no está generalizado, aunque cuatro de cada cinco españoles que realizan compras en Internet indican que están dispuestos a pagar la suscripción a servicios de información. Similar patrón se observa en el caso de los libros electrónicos, ya que mientras un 11,7% de la población española mayor

de 14 años lee libros electrónicos, sólo un 32% de los lectores paga por ello.

Por su parte, los mercados de música y de vídeo han seguido un comportamiento bastante parecido. En 2012 ha aumentado la base de usuarios de ambos contenidos, los de música y radio empujados por la utilización creciente de los servicios de suscripción. Además, a lo largo de los últimos años han ido apareciendo nuevos modelos de negocio de distribución de contenidos audiovisuales a través de Internet, como los basados en el vídeo bajo demanda.

La industria de videojuegos se ha contraído de forma relevante en 2012, tanto en

facturación como en unidades vendidas. Se está produciendo un cambio en los modelos de distribución de videojuegos, cobrando más importancia la llevada a cabo a través de Internet y teléfonos móviles.

Por su parte, la inversión publicitaria en medios digitales se ha reducido por primera vez en 2012. Sin embargo, la contracción ha sido menor que en otros segmentos de mercado publicitario, de hecho, la inversión publicitaria online ha superado por primera vez a la efectuada en medios impresos y se ha situado en segunda posición sólo por detrás de la realizada en televisión. Por formatos, destaca el crecimiento de la publicidad en vídeos en streaming y la publicidad a través de teléfono móvil.

Resumen de los principales indicadores de contenidos digitales en España. 2012

Fuente: eEspaña 2013

	España
Individuos que acceden a periódicos y noticias online, en % de la población	53
Individuos que escucharon música online	10.518.000
Individuos que visualizaron vídeos online	19.039.000
Internautas que pagan por libros electrónicos, revistas y periódicos	2.055.000
Internautas que pagan por material formativo online	1.017.000
Internautas que pagan por juegos online	1.349.000
Internautas que pagan por música o películas en soporte físico y digital	1.263.000
Internautas que pagan por software en soporte físico y digital	1.263.000
Mercado discográfico sin soporte físico, en millones de euros	48,3
Inversión publicitaria online en todos los formatos existentes, en millones de euros	885,7

Industria de los contenidos

La industria de contenidos cerró el año 2012 manteniendo la tendencia negativa de los últimos años al facturar 11.360 millones de euros, lo que supone una contracción

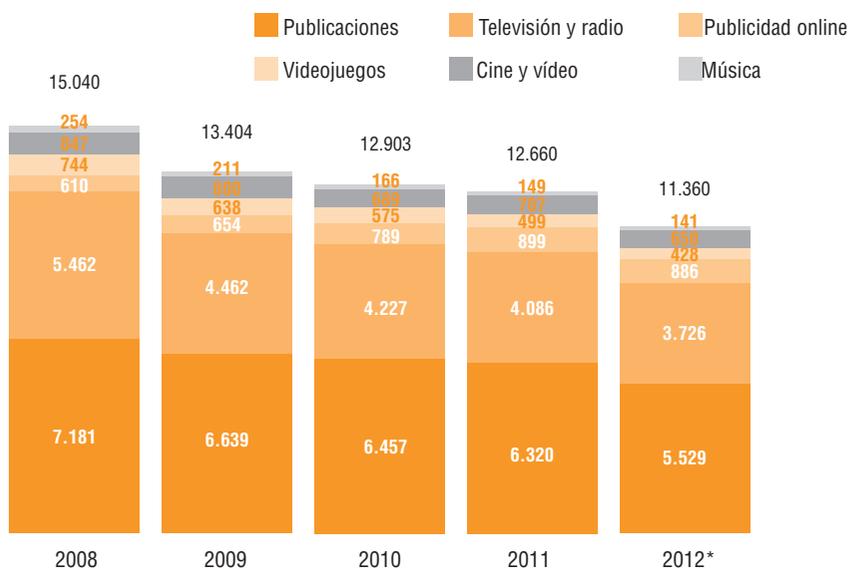
alrededor del 10% con respecto a 2011, una caída que ha sido más acentuada que en años anteriores (Gráfico 3.1).

La industria de los contenidos se ha contraído un 10% con respecto a 2011, una caída más acentuada que en años anteriores.

Gráfico 3.1. Facturación de la industria de contenidos en España, en millones de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Rooter, Adese, DEV, Promusicae, Infoadex, CMT, Ministerio de Cultura, FAPAE, UVE y AEDE (2013)

* Datos estimados para 2012



De acuerdo con el estudio *Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 – 2017*¹, publicado por la Fundación Tecnologías de la Información, el decrecimiento económico

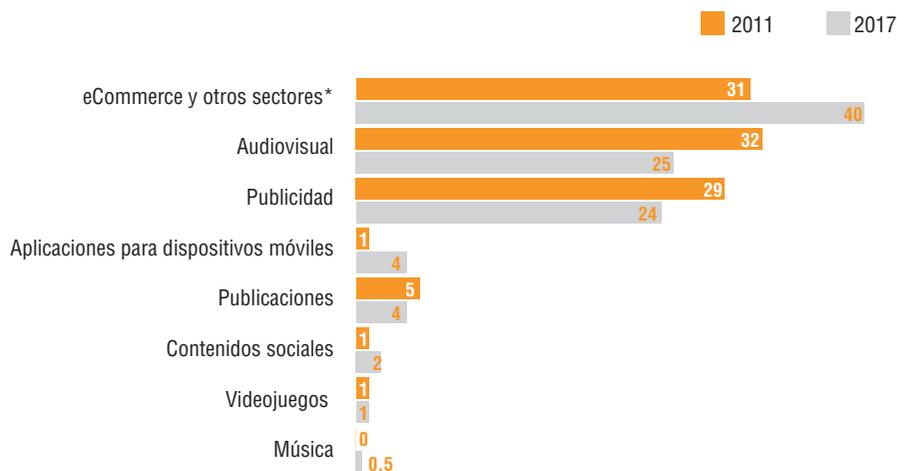
en el segmento de contenidos digitales está previsto que muestre una notable influencia en la generación y distribución de empleo durante los próximos cinco años (Gráfico 3.2.). Así, se prevé que los perfiles profesionales más demandados

en esta industria serán los especialistas de áreas como las de marketing y comunicación, programación y de diseño visual, así como arte y creatividad.

Gráfico 3.2. Oferta de perfiles profesionales en la industria de contenidos digitales por sectores en 2011 y previsión de demanda de los mismos en 2017. España, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Rooter y Fundación Tecnologías de la Información (2013)

* eCommerce y otros sectores engloba eTurismo, Educación, eHealth, Open Data y Open Government



El consumo de libros electrónicos de pago entre los internautas ha experimentado un crecimiento sin precedentes

Probablemente, otra de las causas de la contracción progresiva en la facturación de la industria de contenidos digitales sea la moderada propensión de la población española a pagar por los mismos. A pesar de ello, en 2012 el consumo de libros electrónicos de pago entre los internautas ha experimentado un crecimiento sin precedentes debido a que en la actualidad uno de cada cuatro internautas españoles

dispone de un dispositivo tipo libro electrónico. Por otro lado, uno de cada cinco internautas en España está dispuesto a pagar por adquirir videojuegos online. En 2012 también ha crecido de forma significativa, cerca de un 30% en volumen, el consumo de contenidos de pago ligados a la reproducción y descarga de música. Por su parte, los relacionados con las películas y series de televisión presentan

un crecimiento más moderado, aunque con un consumo superior al del año 2011. Los internautas de nuestro país no están acostumbrados a pagar en la actualidad por la lectura de periódicos y noticias a pesar de que el consumo de estos productos se haya incrementado notablemente respecto al año precedente (Gráfico 3.3.).

Gráfico 3.3. Consumo de contenidos de pago en España, en % de internautas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013)



Tanto el comercio electrónico de contenidos digitales en términos absolutos, como el porcentaje de personas que ha comprado estos productos por Internet han aumentado significativamente en el último año

De la misma forma, el número de compradores online de contenidos digitales ha mantenido la tendencia creciente presentada durante años anteriores (Gráfico 3.4.). Cabe destacar que tanto el comercio

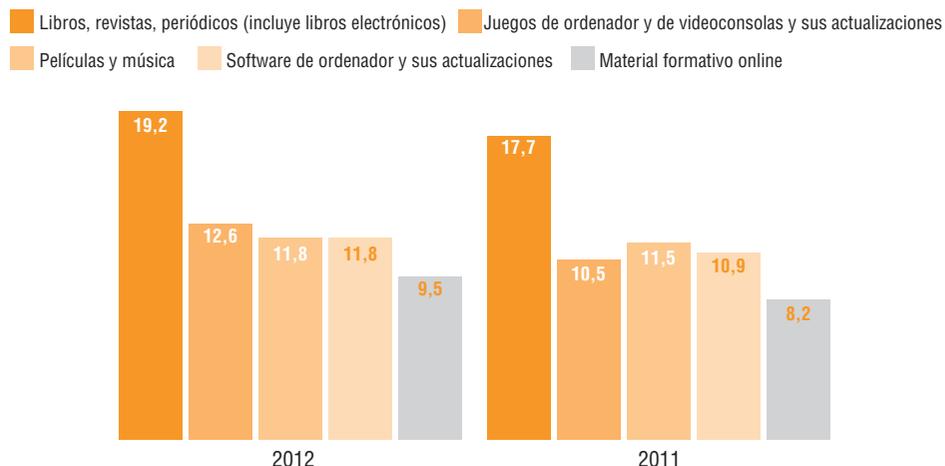
electrónico de contenidos digitales en términos absolutos, como el porcentaje de personas que ha comprado estos productos por Internet sobre el total de compradores online (de cualquier tipo de producto)

han aumentado significativamente en el último año. Así en 2012, un 23,2% más de internautas están dispuestos a pagar por adquirir libros electrónicos.

Gráfico 3.4. Personas que han comprado contenidos digitales a través de Internet en España*, en % sobre el total de compradores online

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

* Durante los últimos 12 meses



Un año más, continúan en aumento las descargas no autorizadas de contenidos audiovisuales, videojuegos y libros (Gráfico 3.5.). Así, el *Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2012*², publicado por GFK³, refleja que la tasa media de piratería en España ha alcanzado en 2012 el 86% y que más

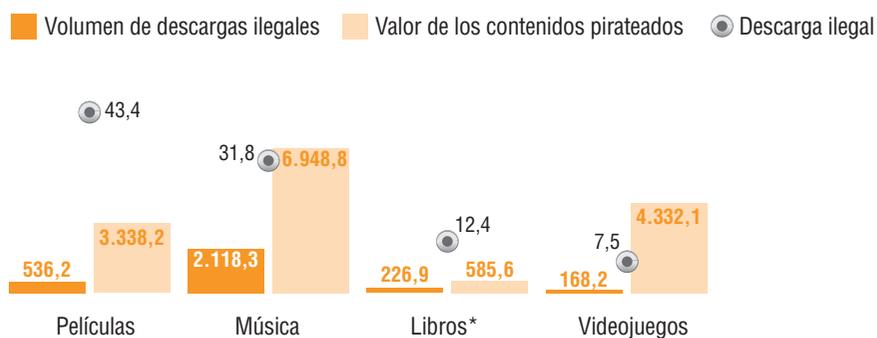
de la mitad de los internautas realizan descargas ilegales. Además, estos tienden a acceder en mayor medida y de forma no autorizada a contenidos novedosos y de estreno y, de manera contraria a lo que ocurre con la adquisición de contenidos de pago, la mayoría de las descargas realizadas no llega a consumirse. En

2012, el sector más perjudicado es la música cuyo acceso ilegal se acerca a los 7.000 millones de euros en descargas, seguido de los videojuegos, el cine y los libros. Asimismo, el valor total legal de lucro cesante⁴ por las descargas ilícitas producidas en los sectores analizados superaría los 1.220 millones de euros.

Gráfico 3.5. Volumen de descargas ilegales, en millones de descargas, valor de los contenidos pirateados, en millones de euros, y % de descargas ilegales. España, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de GFK (2013)

* No se considera libros de texto, educación y escolar. Incluye partes de libros



Contenido editorial

Entre 2007 y 2012 la demanda de periódicos online ha experimentado una tendencia creciente, produciéndose un incremento superior al 120% en este período (Gráfico 3.6.). Mientras, en 2012 la industria de medios se ha caracterizado

por presentar nuevos descensos en la audiencia de la prensa diaria en papel y, consecuentemente, en los ingresos por venta de ejemplares. Estos menores resultados se han visto agravados por la reducción en la venta de publicidad en los

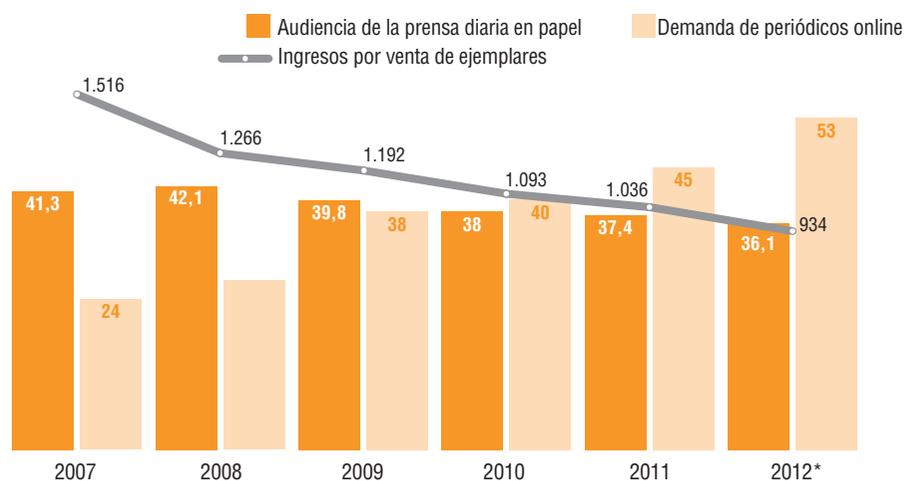
medios impresos españoles, lo que afecta a los ingresos de explotación del sector en su conjunto. En 2012, por cada euro que aumentaba la inversión en publicidad en prensa digital, se perdían 18 euros en inversión en publicidad en prensa no digital.

En 2012, por cada euro que aumentaba la inversión en publicidad en prensa digital, se perdían 18 en prensa no digital

Gráfico 3.6. Individuos que acceden a diarios online y audiencia de la prensa diaria en papel, en % de la población, y volumen de ingresos por venta de ejemplares de los diarios en papel, en millones de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AEDE (2013), AIMC y Eurostat (2012)

* Datos referidos al periodo de febrero a noviembre de 2012



Por otra parte, según el *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013*⁵, publicado por AEDE, a lo largo de los últimos años, el uso de los dispositivos tipo tableta ha experimentado una tendencia creciente entre la población española. La lectura de prensa digital se sitúa como la segunda actividad más frecuente llevada a cabo

en estos dispositivos en 2012, precedida tan sólo por la navegación por Internet.

Además, el estudio *Revistas: Tradicionales vs Online 2012*⁶, publicado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) expone que siete de cada 10 internautas españoles

leen revistas en formato digital y casi la totalidad de los mismos lo hacen en papel. En lo que se refiere al dispositivo electrónico empleado para la lectura de revistas a través de Internet, el uso del ordenador es el que está más generalizado seguido del teléfono móvil, las tabletas y los libros electrónicos.

En cuanto al acceso a periódicos digitales por parte de los internautas en 2012, se puede apreciar que España continúa creciendo y manteniéndose por encima de la media europea (Gráfico 3.7.), un hecho todavía más notable entre los jóvenes

españoles de entre 16 y 24 años, que se sitúan 14 puntos por encima de los de otros países europeos, con una mejora sustancial frente a los datos de 2011. También se aprecian diferencias en función del género ya que, en general, los hombres

acceden en mayor medida que las mujeres a periódicos digitales. En todo caso, aun estando por encima de la media europea, todavía existe recorrido de mejora, ya que España está muy por detrás de los líderes europeos en acceso a prensa digital.

Gráfico 3.7. Acceso a periódicos online, España-UE*, 2012, en % de población

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)

* Se añaden Noruega e Islandia
 ** Islandia
 *** Finlandia



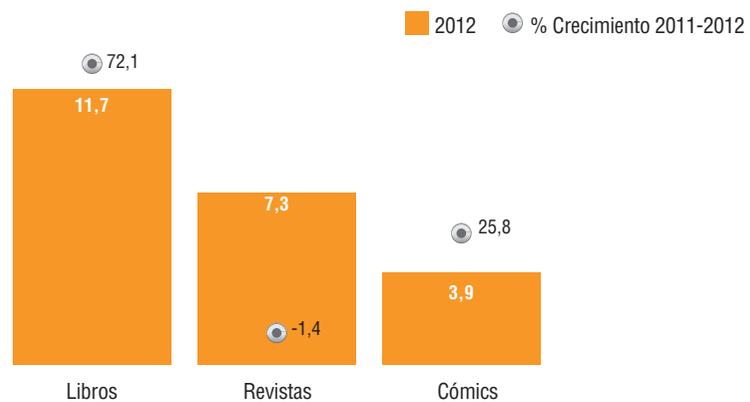
Si bien la lectura de prensa digital continúa siendo el servicio más extendido de acceso a la información online entre la población española, por el contrario, la demanda de libros electrónicos, revistas y cómics permanece siendo más limitada (Gráfico

3.8.). En 2012, únicamente el consumo de libros electrónicos ha experimentado un crecimiento destacable tanto en términos absolutos como relativos respecto al año precedente, siendo dicho incremento relativo superior al 72%. Asimismo,

mientras que en el año 2010 un 5,3% de españoles mayores de 14 años leía libros en formato digital, a día de hoy dicho porcentaje es más del doble.

Gráfico 3.8. Consumo online de libros, revistas y cómics. España, 2012, en % de población

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Federación de Gremios de Editores de España (2013)



En 2012, el porcentaje de lectores españoles que posee un lector de libros electrónicos es cinco veces superior al de 2010

Soportes como los libros electrónicos están comenzando a incrementar su importancia paulatinamente (Gráfico 3.9.). De hecho, en 2012, el porcentaje de lectores españoles que posee un dispositivo de este tipo es cinco veces superior al de 2010. Según el informe *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2012*⁷, publicado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), la población española que posee un dispositivo eBook lee una media de 16 libros al año, de los que la mitad aproximadamente son libros electrónicos.

Según este mismo estudio, en 2012, casi dos de cada tres consumidores de libros electrónicos los descargan gratuitamente desde la Red y prácticamente cuatro de cada 10 los consiguen a través de sus familiares, amigos y conocidos, que los comparten sin contraprestación económica alguna por USB, CD o e-mail. Por el contrario, como se apuntaba, tan sólo el 32% de los lectores pagan por la descarga de libros digitales y lo hacen por 4,5 libros de cada 10 que leen, consiguiendo gratuitamente los otros 5,5.

Este hecho refleja la amplia brecha existente entre el mercado de libros online y offline, donde el 55,4% de la población lectora afirma haber comprado uno en formato físico. Lo que no impide que la apuesta de la industria por la edición digital siga creciendo. Según la Agencia del ISBN, en 2012 se registraron 20.079 obras en formato digital, lo que supone el 23% del total en 2012 y un 13% más con respecto al año anterior. Otras 4.209 obras se registraron en formatos similares al libro electrónico como son los libros en CD, DVD o audiolibros.

Solo el 32% de los lectores pagan por la descarga de libros digitales

Gráfico 3.9. Consumo online de libros, revistas y cómics, por tipo de dispositivo utilizado. España, 2012, en % de población

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Federación de Gremios de Editores de España (2013)



La venta de música grabada en España desciende por undécimo año consecutivo situándose en torno a las 141 millones de euros

➤ Música y vídeo

La facturación de la industria discográfica española desciende por undécimo año consecutivo situándose en torno a los 141 millones de euros (Gráfico 3.10.). El retroceso en los ingresos de música en soporte físico (-9%) no es compensado por el incremento de la facturación en soporte virtual (+4%). Hay que destacar que, en el proceso de sustitución de los formatos CD por los virtuales, el precio medio unitario es inferior en el ámbito virtual, siendo una de las razones que explican que haya descendido el volumen de facturación de

la industria. Sin embargo, en otros países, el acceso al formato virtual ha producido una expansión en volumen de la demanda de música que no se ha producido en España. Como referencia, mientras que en EE UU las ventas de productos musicales digitales suponen más del 55% del total, en España éste es el caso solamente para una de cada tres ventas⁸.

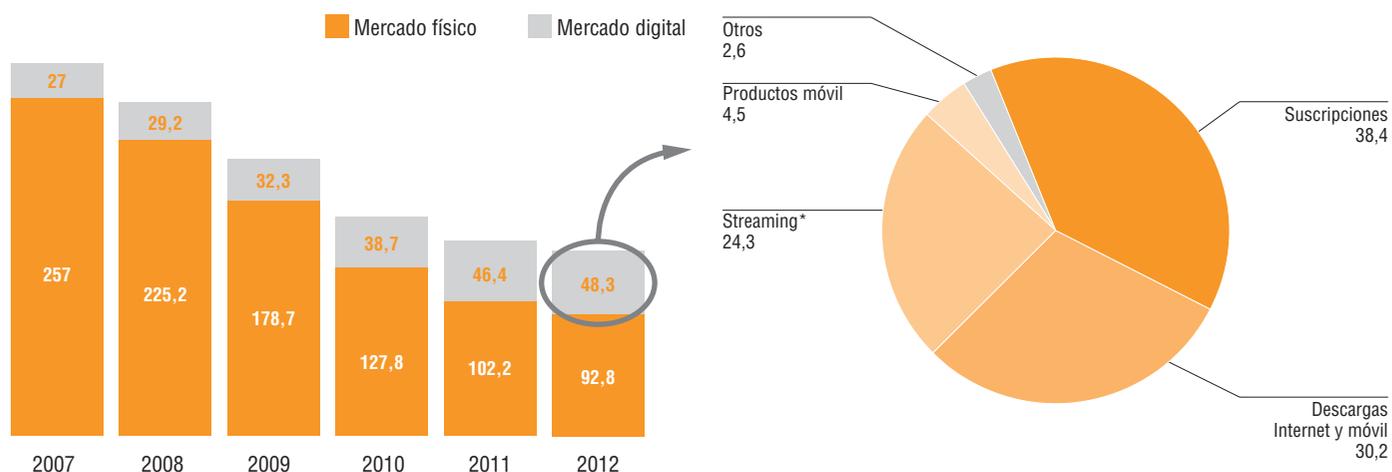
Por su parte, los servicios mensuales de suscripción, como los ofertados por Spotify Unlimited, Spotify Premium o

Deezer, han experimentado un crecimiento superior al 94% en España en 2012, generando unos ingresos de 18,5 millones de euros. Por el contrario, las modalidades de streaming financiadas por publicidad, como las comercializadas por YouTube, Spotify y Free&hellip, y, sobre todo, los productos diseñados específicamente para teléfonos móviles, como los politonos y tonos de espera, han presentado la tendencia contraria.

Gráfico 3.10. Mercado discográfico español, y desglose del mercado digital según formatos, en millones de euros y en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Rooter y Promusicae (2013)

* Incluye streaming financiado por publicidad



Los servicios mensuales de suscripción de música, como los ofertados por Spotify o Deezer, han experimentado un crecimiento superior al 94% en España en 2012

Siguiendo esta línea, la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) estima que los servicios por suscripción han alcanzado ya una etapa de madurez, constituyendo el área con mayor crecimiento en el campo de la música digital. A nivel mundial, Spotify y Deezer continúan siendo dos de las marcas internacionales proveedoras de música por suscripción más populares. Mientras que la primera afirma que ha conseguido alcanzar la cifra de cinco

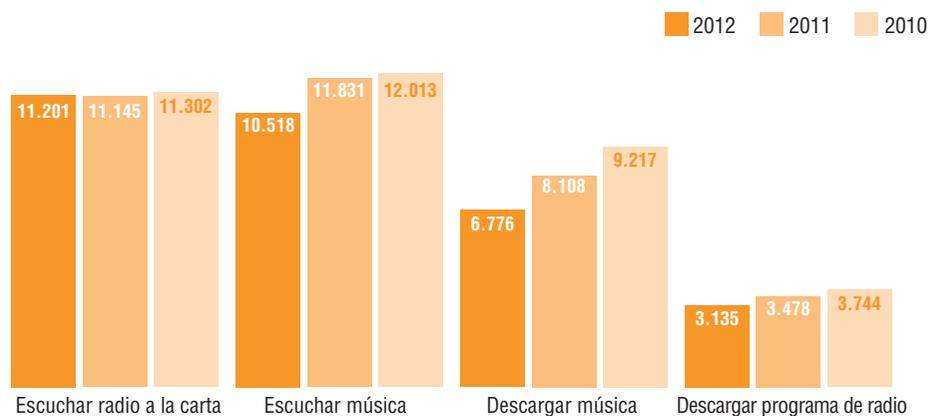
millones de usuarios de pago en 2012 y que la migración del servicio gratuito al premium está siendo clave para su éxito, la segunda destaca que cuenta con tres millones de abonados en todo el mundo, en 2012. Por otra parte, un relevante número de empresas que ofertan este tipo de servicios están experimentando un notable proceso de expansión. Éste es el caso de WiMP, de Aspiro, lanzado en Holanda tras asociarse con el proveedor local de Internet Ziggo, o el servicio de suscripción

rara.com, con presencia en 33 países. Además, se dispone de una amplia gama de opciones de servicios de suscripción a nivel local en múltiples geografías.

Mientras, en 2012, se ha vuelto a reducir la base de usuarios españoles que consume contenidos de música y radio (Gráfico 3.11.). De esta forma, las reproducciones de música y los servicios de descarga han experimentado una tendencia negativa respecto al año precedente.

Gráfico 3.11. Consumo de contenido de audio en Internet. España, en miles de personas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013) e INE (2012)



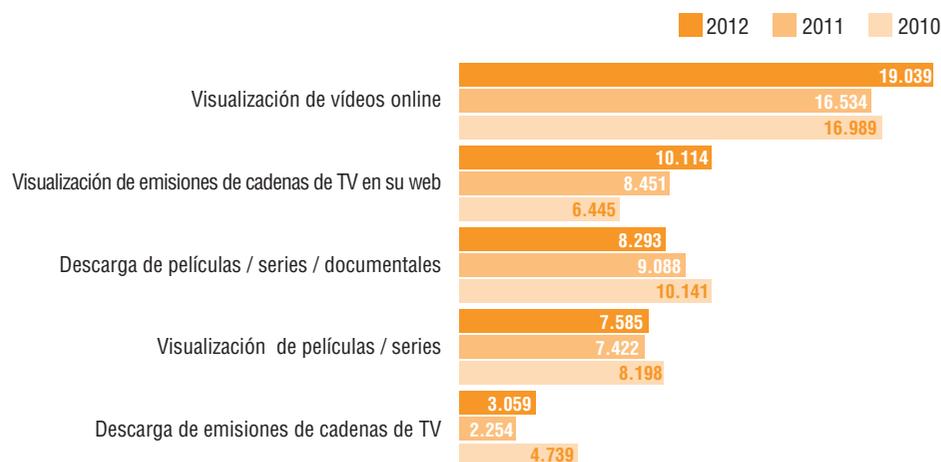
Por otra parte, a pesar de que la base de consumidores de contenidos de vídeo se encuentra en un estado de cierta madurez, el año 2012 se ha caracterizado, en general, por presentar una tendencia creciente en el número de usuarios que utilizan estos productos (Gráfico 3.12.), sobre todo en lo respecta a la descarga

de emisiones de televisión. De acuerdo con el estudio *Navegantes en la Red*⁹, publicado por AIMC, el ordenador, tanto de sobremesa como portátil, se sitúa como el equipo informático más empleado por los internautas para visualizar películas y series, seguidos por los dispositivos tipo tableta, cuyo uso se ha incrementado

significativamente en relación a 2011, y por los televisores conectados a Internet, que son utilizados por el 8% de los internautas. En la última posición se sitúan los teléfonos móviles debido a que, en general, el tamaño de sus pantallas no permite la visualización de estos contenidos con la mejor experiencia de usuario posible.

 **Gráfico 3.12.** Consumo de contenido de vídeo en Internet, España, en miles de personas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013) e INE (2012)



La industria audiovisual se ha visto forzada a adaptar su modelo de negocio a las nuevas tecnologías. Así, a lo largo de los últimos años ha ido ganando relevancia en nuestro país el modelo de distribución de contenidos a través de la Red, ofreciendo servicios de vídeo bajo demanda (VOD), desarrollado por plataformas de descarga de contenidos de cine online.

En comparación con Europa, España es uno de los países en los que más tardía ha sido la aparición de plataformas de alquiler de películas, series y documentales en formato streaming. A finales de 2012, las que están presentes en nuestro país tienen unas

diferencias notables. Así, en lo que respecta a la extensión del catálogo disponible, según los artículos *Plataformas legales de contenidos online*¹⁰ y *Videoclubs online*¹¹, publicados por la Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de España y la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) respectivamente, iTunes encabeza la lista, seguido de Youzee, Wuaki.Tv y Filmin que ocupan el segundo, tercer y cuarto lugar, respectivamente (Gráfico 3.13.).

En la mayoría de los casos se pueden visualizar contenidos de forma gratuita mediante el método de streaming con publicidad. Mientras que en algunos

videoclubs online como Cineclick, com se restringe el número de títulos gratuitos en función del tiempo (uno a la semana), otros como Filmotech.com o Voodler los limitan según el tipo de contenido (para cortometrajes y trailers). Por otro lado, parece generalizada la posibilidad de visualización tanto en calidad estándar como en alta definición.

Las plataformas de distribución online disponen de diferentes modelos de comercialización. Por un lado, algunos videoclubs en línea ofertan a los consumidores la posibilidad de alquilar y comprar los títulos. Por otro lado,

otros tan sólo permiten el alquiler de los mismos en un rango de precios que oscila entre 0,45 y 4,99 euros. Asimismo, el precio de suscripción mensual para la visualización y descarga de contenidos de los videoclubs en línea oscila entre los 6,99 y 15 euros (Tabla 3.1.).

A pesar de que el número de plataformas de distribución de contenidos online

presentes en nuestro país ha aumentado durante 2012, el negocio no termina de consolidarse. Ejemplo de ello es el caso de la plataforma Youzee.com, que se ha visto forzada a despedir al 80% de su plantilla y a suspender la comercialización de contenidos mediante el modelo de suscripción, o la adquisición de Wuaki.tv por parte del grupo japonés Rakuten con el objetivo de obtener la financiación que

facilite su supervivencia y evolución¹². Esta situación se deriva del lento crecimiento del mercado de los servicios de vídeo bajo demanda, así como de las dificultades que encuentran los videoclubs en línea para negociar con las productoras y distribuidoras el precio de los contenidos que quieren ofertar en sus catálogos.

En comparación con Europa, España es uno de los países en los que más tardía ha sido la aparición de plataformas de alquiler de películas, series y documentales en formato streaming

 **Gráfico 3.13.** Catálogo disponible de películas y series en las diferentes plataformas legales online de visualización y descarga de contenidos digitales, en número de títulos. España, 2012*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de España y OCU (2012)

* Datos aproximados de junio de 2012

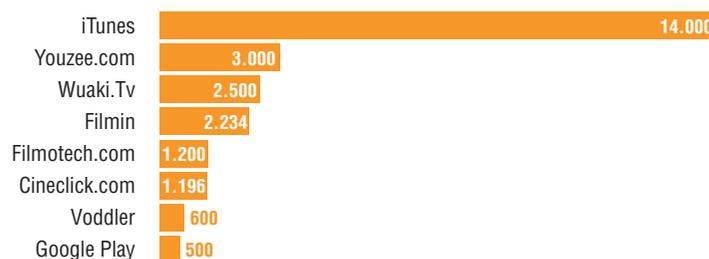


Tabla 3.1. Comparativa entre las diferentes plataformas legales online de descarga de contenidos digitales. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de España y OCU (2012)

* Suscripción no disponible desde septiembre de 2012, anteriormente la suscripción mensual era de 6,99 euros

Las plataformas de distribución online disponen de diferentes modelos de comercialización



Tecnología	Streaming y descarga para dispositivos Apple	Streaming	Streaming	Streaming según la velocidad de red	Streaming	Streaming	Streaming	Streaming y descarga
Modalidad comercial								
Alquiler	0,99 - 4,99 €	1,99 - 4,99 €	1,99 - 4,99 €	0,45 - 3,99 €	1,42 - 3,99 €	0,99 - 3,99 €	1,45 - 3,99 €	1,99 - 4,99 euros
Suscripción (mensual)	No	No*	6,99 €	15,00 €	9,00 €	9,95 €	No	No
Visionado gratuito	No	Streaming con publicidad	Streaming con publicidad	Streaming para cortometrajes	Streaming para cortometrajes y trailers	Streaming 1 título a la semana	Streaming con publicidad	No
Venta	0 - 16,99 euros	No	9,99 - 13,99 €	No	No	No	Por un tiempo ilimitado en la nube	7,99 - 13,99 euros
Tiempo de alquiler	48 h	48 h	48 h	72 h	24 h	24 h	24 h	48 h
Calidad del vídeo	SD/HD	SD/HD (100%)	SD/HD (25%)	SD/HD (5%)	SD	SD	SD/HD	SD/HD
Títulos en V.O.	n.d.	100%	100%	90%	n.d.	50%	70%	n.d.
Dispositivos de acceso	PC, Mac, iPhone, iPad, iPod Touch y Apple TV	PC, Mac, Smart TV	PC, Mac, reproductores Blue-Ray, set-top-boxes con conexión a Internet y Smart TV	PC, Mac, iPhone, iPad, Android, PS3 Apple TV y Smart TV	PC, Mac, iPhone e iPad	PC, Mac, iPad, iPhone, iPod y Android	PC, Mac, iPhone, iPad, Android, Symbian, MeeGo y Windows Phone	PC, Mac, Android
Oferta de contenidos	Generalista	Generalista	Generalista	Especializada en cine independiente	Especializada en obras españolas, iberoamericanas o que tengan algún vínculo con el cine español	Generalista	Generalista	Generalista

Videojuegos

Con unas ventas de 428 millones de euros en 2012 (Gráfico 3.14.), en España el mercado de videojuegos se ha contraído alrededor del 14% con respecto a 2011. Además, el número de unidades vendidas ha sufrido una reducción cercana al 15%. La relación entre ingresos y unidades indica que ha habido un incremento en el precio medio por unidad muy inferior al

incremento del IPC, ya que el precio medio del videojuego apenas ha pasado de 33,4 euros en 2011 a 33,5 euros en 2012.

En lo que respecta a los juegos para PC, la caída de las ventas ha sido notable tanto en volumen como en valor. Por otro lado, en el segmento de videoconsolas, tan sólo los juegos para la Nintendo 3DS

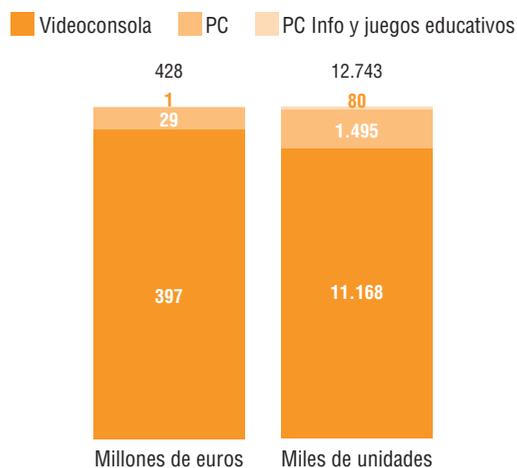
han conseguido incrementar los ingresos debido, probablemente, a la novedad relativa de dicha consola, que fue lanzada en el mercado europeo a finales de marzo de 2011. En el caso de Sony, las ventas de juegos para PS3 son las que se han visto afectadas en menor medida por la crisis.

Con unas ventas de 428 millones de euros en 2012, en España el mercado de videojuegos se ha contraído alrededor del 14% con respecto a 2011

Gráfico 3.14. Ingresos del sector de videojuegos*, en España. 2012, en millones de euros y en miles de unidades

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Adese (2013)

* Sólo incluye software



La distribución de videojuegos a través de Internet está cobrando cada vez más importancia. Así, en el último año se ha

incrementado en más de un 36% el número de personas que compran videojuegos a través de la Red, situándose en torno a 1,4

millones de compradores (Gráfico 3.15).

En el último año se ha incrementado en más de un 36% el número de personas que compran videojuegos a través de la Red

Gráfico 3.15. Personas que compran juegos de ordenador y de videoconsola a través de Internet* incluidas actualizaciones, en miles. España



Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

* Durante los últimos 12 meses

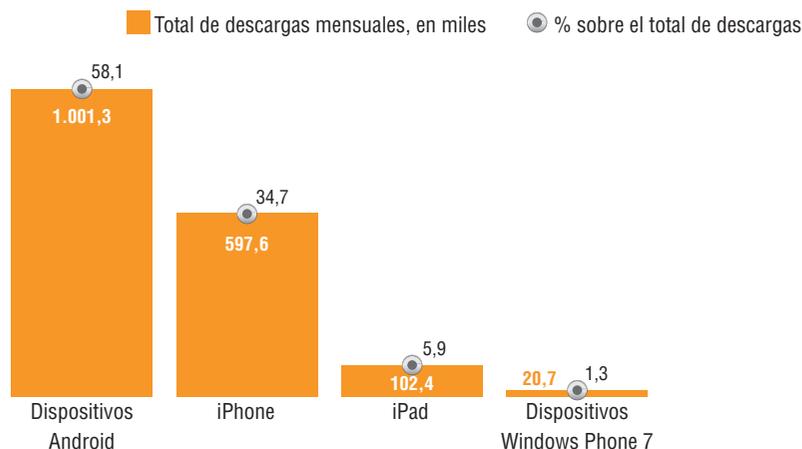
Mientras tanto, las descargas de videojuegos para teléfonos móviles continúan experimentando un crecimiento sin precedentes. La extensa penetración de dispositivos smartphone entre la población española es una de las causas que favorece esta tendencia al alza.

La plataforma de Google con su Sistema Operativo Android, arrebató el liderazgo a

la de Apple para dispositivos iPhone en el total de descargas mensuales acumuladas hasta noviembre de 2012 (Gráfico 3.16.). El relevante crecimiento experimentado por Android durante los últimos 12 meses ha favorecido que aproximadamente el 60% de las descargas de aplicaciones móviles de juegos en nuestro país se realicen para esta plataforma. Acerca de este dato, hay que tener en cuenta que los usuarios de Android

están menos acostumbrados a pagar por contenidos y servicios que los usuarios de iOS, por lo que el modelo de juegos de pago podría estar siendo reemplazado por uno freemium, en el que la operativa básica del juego es gratuita pero el contenido premium (nuevas fases, nuevos gadgets, juego en red, etc.) es de pago.

Gráfico 3.16. Descargas o actualizaciones mensuales de aplicaciones móviles de juegos en España en 2012* y % sobre el total de descargas de aplicaciones móviles, por tipo de dispositivo



Fuente: eEspaña 2013 a partir de Xyologic (2013)

* Datos hasta noviembre de 2012

Por otro lado, en los últimos años, la utilización de los videojuegos con fines educativos ha presentado una tendencia creciente. Así, el estudio *Videojuegos, educación y desarrollo infantil*¹³, publicado por Adese y GFK, expone que, aproximadamente, uno de cada

tres profesores empleó los videojuegos como instrumento educativo durante el curso 2011-2012. Los docentes sitúan la motivación de los alumnos como la razón principal para su utilización, así como su capacidad pedagógica, que facilita y ameniza el aprendizaje de

los menores (Gráfico 3.17.). Asimismo, tanto los padres como los profesores consideran que la utilización de videojuegos como herramienta de aprendizaje puede contribuir al desarrollo de las capacidades cognitivas y las habilidades psicomotoras de los niños (Gráfico 3.18.).

Uno de cada tres profesores empleó los videojuegos como instrumento educativo durante el curso 2011-2012

Gráfico 3.17. Motivos del profesorado español para la utilización de videojuegos como herramienta de aprendizaje durante el curso 2011-2012*, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Adese y GfK (2012)

* Respuesta múltiple



Gráfico 3.18. Utilidad percibida del uso de videojuegos por profesores y padres españoles con niños de entre cinco y 12 años en centros de enseñanza primaria, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Adese y GfK (2012)



Por primera vez la crisis ha hecho mella en la inversión publicitaria online, que ha retrocedido con respecto a 2011, situándose en torno a los 886 millones de euros

Publicidad

Por primera vez la crisis ha hecho mella en la inversión publicitaria online, que ha retrocedido con respecto a 2011 situándose en torno a los 886 millones de euros (Gráfico 3.19.). La ligera caída y la tasa de crecimiento de 2011, aunque desacelerada respecto al año anterior, no hacía prever una reducción en la inversión que, a pesar de todo, continua siendo significativamente superior a las cifras de hace cuatro años. Por otro lado, la inversión

publicitaria en medios digitales (19,1%) supera por primera vez a la realizada en los impresos (16,5%), situándose en segunda posición sólo por detrás de la llevada a cabo en televisión (39,2%).

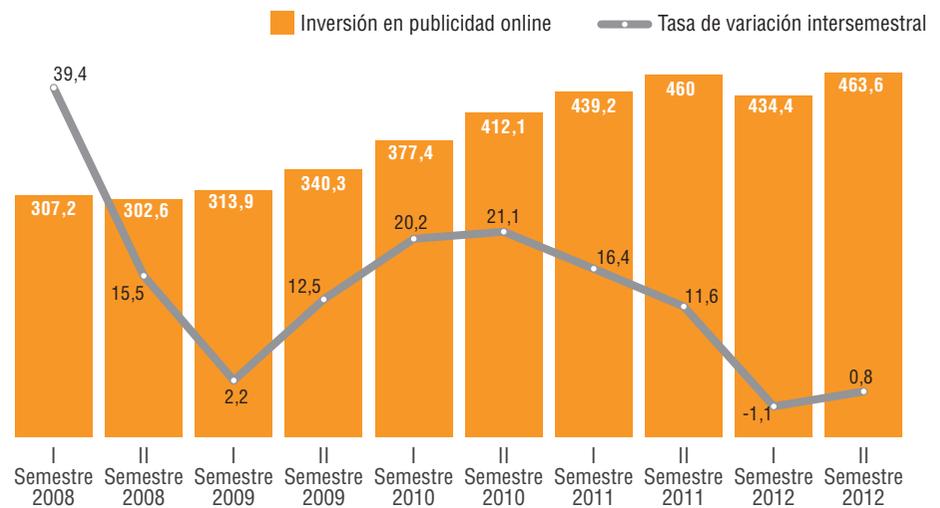
Por su parte, la inversión publicitaria en Internet supone un 97% de la inversión total realizada en medios digitales. En este medio, ha sido especialmente relevante el aumento de casi un 20% en la partida

proveniente del sector de la automoción, que se puede entender como un intento de reactivación de una demanda de vehículos con unas previsiones no favorables fruto de la crisis económica. La inversión publicitaria online está fuertemente concentrada en los anunciantes de los sectores (seleccionando el top 3) de automoción, finanzas, telecomunicaciones y tecnología, que en su conjunto suponen más de un tercio del gasto publicitario digital total.

Gráfico 3.19. Evolución semestral de la inversión en publicidad online* en España, en millones de euros

Fuente: eEspaña 2013 a partir de IAB Research Spain (2013)

* A partir del año 2011 la inversión online está compuesta por Internet + Móvil



La inversión publicitaria en medios digitales supera por primera vez a la realizada en los medios impresos

Al analizar el mercado publicitario digital español por formato, cabe destacar que, si bien ha experimentado un aumento significativo con respecto al período anterior, la inversión publicitaria en vídeo en streaming supone sólo el 7,9% del total de los ingresos por

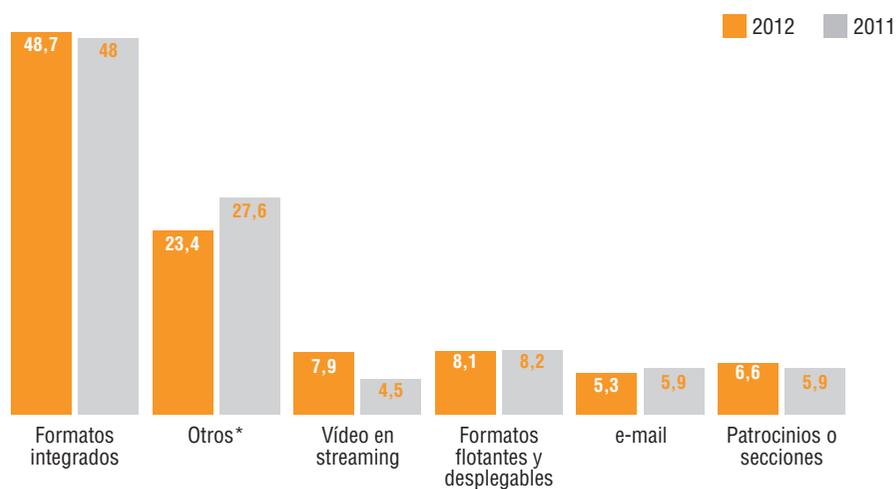
publicidad digital (Gráfico 3.20.). Con un crecimiento más comedido se encuentra la efectuada en marketing por patrocinios y formatos integrados (el referente en lo que respecta a la distribución de ingresos) que incluye banners, botones y rascacielos¹⁴, entre otros.

La inversión en publicidad en el móvil se ha incrementado en torno a un 68% en el último año, pasando a suponer un 3,1% de la total en medios digitales.

Gráfico 3.20. Comparativa de la distribución de ingresos 2011-2012 por formato publicitario online, en % del total de la inversión en medios digitales

Fuente: eEspaña 2013 a partir de IAB Research Spain (2013)

* Incluye clasificados, contratos de cobranding y juegos online





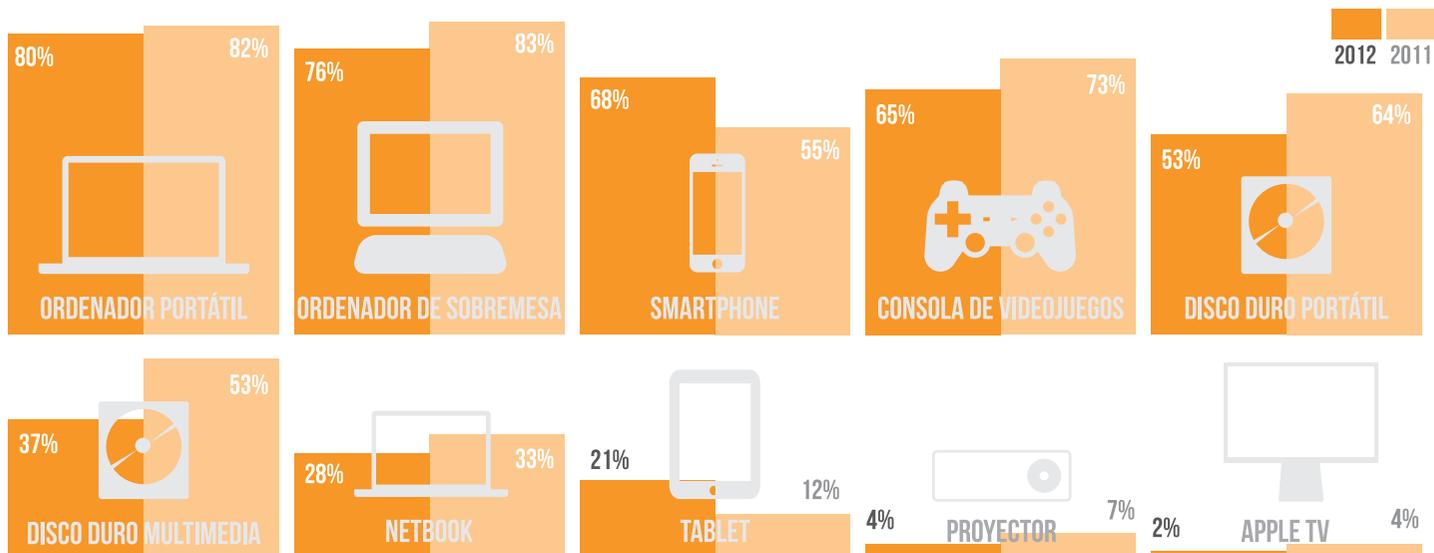
SOCIAL TV

EL TÉRMINO DE "TELEVISIÓN SOCIAL" (SOCIAL TV) SE REFIERE A LA EXPERIENCIA QUE RESULTA DE INTEGRAR EL CONSUMO TRADICIONAL DE CONTENIDOS TELEVISIVOS CON LAS FUNCIONALIDADES INTERACTIVAS QUE INTRODUCEN LOS MEDIOS SOCIALES EN INTERNET, YA SEA PARA REALIZAR RECOMENDACIONES, VALORACIONES O COMENTARIOS (EN OCASIONES EN TIEMPO REAL) RELATIVOS AL CONTENIDO VISUALIZADO; Y UTILIZANDO TODO TIPO DE DISPOSITIVOS CONECTADOS (SMARTTV, SMARTPHONES, TABLETS, ETC.).

CONTEXTO DE LA SOCIAL TV

Estudio: 1.400 entrevistas online a usuarios de Internet entre 18 y 55 años.

EQUIPAMIENTO: DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

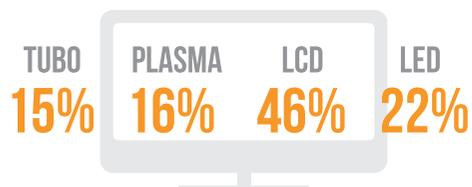


EQUIPAMIENTO: TELEVISIÓN

DISTRIBUCIÓN DE HOGARES POR NÚMERO DE TELEVISORES



TIPO DE TELEVISOR PRINCIPAL



CONCURRENCIA DE PANTALLAS

USO DE OTROS DISPOSITIVOS MIENTRAS SE VE TELEVISIÓN

TODOS LOS DISPOSITIVOS



SMARTPHONE



ORDENADOR/PORTÁTIL



TABLET



SOCIAL TV EN ESPAÑA

ESPECTADORES SOCIALES

← - - - - MAY. 2012 - ENE. 2013 - - - - →

2.200.000 ESPAÑOLES ≈ **41% DE 5.400.000** ≈ **10% DE INTERNAUTAS**

HAN COMENTADO ONLINE EN ALGUNA OCASIÓN UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN MIENTRAS LO ESTABAN VIENDO

CUENTAS DE TWITTER EN ESPAÑA

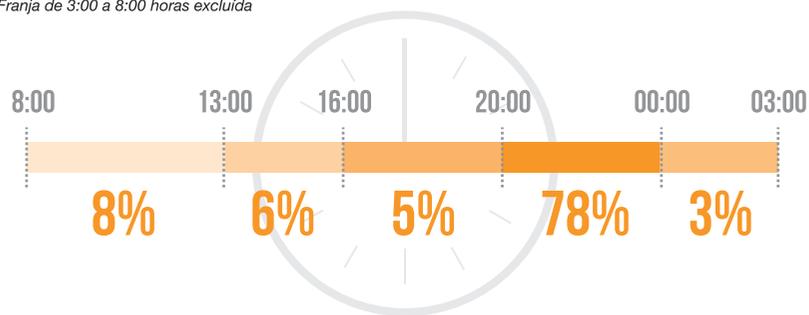
TOTAL EN ESPAÑA

ESPECTADORES SOCIALES POR GÉNERO



DISTRIBUCIÓN DE ESPECTADORES SOCIALES POR FRANJA HORARIA

Franja de 3:00 a 8:00 horas excluida



PROGRAMAS CON MÁS ESPECTADORES SOCIALES

DATOS ENTRE MAYO 2012 Y ENERO 2013

	PROGRAMA	CADENA	ESPECTADORES SOCIALES	COMENTARIOS
1	LA VOZ	TELECINCO	92.870	234.524
2	PREMIOS 40 PRINCIPALES	DIVINITY	82.505	257.514
3	LA QUE SE AVECINA	TELECINCO	55.413	84.521
4	HERMANO MAYOR	CUATRO	38.313	70.685
5	GANDÍA SHORE	MTV	37.295	61.761
6	EL BARCO	ANTENA 3	34.906	54.346
7	TU CARA ME SUENA	ANTENA 3	32.797	75.469
8	GALA INOCENTE, INOCENTE	LA 1	27.696	54.659
9	¿QUIÉN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?	CUATRO	24.812	57.743
10	DEBAT ELECTORAL ELECCIONES 25N	TV3	17.264	92.815

GALA DE LOS GOYA 2013 EN TWITTER

FEBRERO 2013

SHARE SOCIAL MEDIO 80,9%

PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE COMENTARIOS DE TODOS LOS PROGRAMAS DE TV DURANTE LA EMISIÓN DE LA GALA

121.755 ESPECTADORES SOCIALES

GALA DE LOS GOYA + PROGRAMA GENTE ESPECIAL GALA

398.551 COMENTARIOS

3,3 COMENTARIOS POR ESPECTADOR

1.556 COMENTARIOS POR MINUTO

EMISIÓN DE TVE MÁS COMENTADA HASTA FEBRERO DE 2013

59 TRENDING TOPICS

MEDIA DE RETUITS 28,4%

¹ *Perfiles profesionales más demandados en el ámbito de los contenidos digitales en España 2012-2017: Profesionales TIC 2011*, Fundación Tecnologías de la Información, 2013. Disponible en: http://www.fti.es/sites/default/files/pafet_vii_perfiles_profesionales_cd_fti-rooter_1.pdf.

² *Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2012*, GFK, febrero de 2013. Disponible en: http://www.mcu.es/libro/img/MC/Observatorio_Pirateria_2012.pdf.

³ El Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2012 ha sido elaborado por primera vez por la consultora GFK a petición de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos. El cambio de consultora y, por lo tanto, de metodología respecto a los informes anteriores, hace que las cifras de dicho estudio no sean comparables con las de los estudios de años precedentes. De acuerdo con los responsables del informe, la encuesta se ha realizado a 3.262 panelistas de GFK a través de Internet de las cuales han sido válidas 2.571 encuestas con un margen de error de +/-1,93%.

⁴ El término lucro cesante hace referencia al impacto económico real de la piratería. Esta variable se determina preguntando a los encuestados "qué comprarían si no pudieran acceder gratuitamente al contenido" y posteriormente multiplicando el resultado por el valor medio de estos productos según los datos aportados por la propia industria. Por ejemplo, en el caso de los libros, los autores deducen que de no existir contenidos gratuitos, no necesariamente pirateados, la población se

gastaría adicionalmente un total de 45 millones de euros en los mismos (39,9 millones en libros físicos y 5,1 millones en libros digitales).

⁵ *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013*, Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), 2012.

⁶ *Revistas: Tradicionales vs Online 2012*, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2012. Disponible en: <http://www.aimc.es/-Revistas-Tradicionales-vs-Online-.html>.

⁷ *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2012*, Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), enero de 2013. Disponible en: http://www.federacioneditores.org/0_Recursos/Documentos/HabitosLecturaCompraLibros2012ESP_310113_1.pdf.

⁸ *La venta de música cae en España por undécimo año consecutivo, esta vez en un 5%*, 24 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.promusicae.es/espanol.html>

⁹ *Navegantes en la Red*, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), marzo de 2013. Disponible en: <http://download.aimc.es/aimc/4u743Wk/macro2012.pdf>.

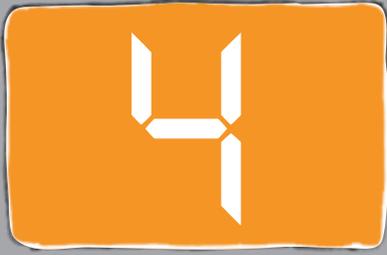
¹⁰ *Plataformas legales de contenidos online*, Academia (Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de España), junio de 2012. Disponible en: <http://www.academiadecine.com/descargas/files/aca190-vod.pdf>.

¹¹ *Revista OCU: Compra Maestra nº 373*, Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), septiembre de 2012. Disponible en: <http://www.ocu.org/publicaciones/ocu-compra-maestra>.

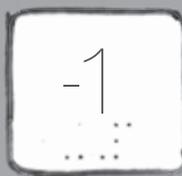
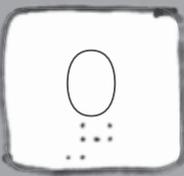
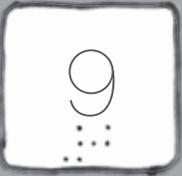
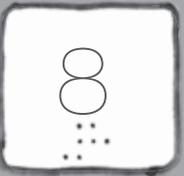
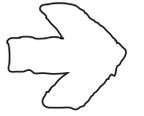
¹² *Los servicios de video bajo demanda siguen sin despegar*, La Vanguardia, 4 de septiembre de 2012. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/Internet/20120904/54346166397/los-servicios-de-video-bajo-demanda-siguen-sin-despegar-en-espana.html>.

¹³ *Videojuegos, educación y desarrollo infantil*, Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (Adese) y GFK-Emer, 2012. Disponible en: <http://www.adese.es/docs/documentacion/estudios-y-analisis>.

¹⁴ Los banners son faldones publicitarios, generalmente rectangulares, que se incluyen en una página web a modo de reclamo estático (gif o jpg) o dinámico (flash o java) y que buscan la interacción con el usuario ya que incluyen un vínculo para atraer tráfico a la página del anunciante. Por su parte, los rascacielos son un tipo de banner vertical de gran tamaño que se colocan normalmente en el margen a la derecha de los contenidos. Por último, los botones son un tipo de banner menos intrusivo debido a su pequeño tamaño.



ciudadanía digital



Resumen ejecutivo

El 68% de los hogares españoles tiene acceso a Internet. Esto supone que 25 millones de españoles hayan utilizado alguna vez Internet en 2012 y, de ellos, cerca de 700.000 lo han hecho por primera vez en 2012. Prácticamente la totalidad de los hogares españoles accede a Internet a través de líneas de banda ancha, siendo ADSL la tecnología más utilizada. Si se compara con la UE, dentro de los hogares españoles con acceso a Internet hay una mayor difusión de la banda ancha y ADSL.

El 39% de los españoles ha usado un ordenador portátil o un teléfono móvil para acceder a Internet. La proporción de los que usaron el teléfono móvil a tal fin es superior a la del resto de la UE.

En cuanto al uso, más de la mitad de los internautas españoles se conectan a la Red todos los días. La mayoría de los usuarios de Internet emplea la Red para

enviar o recibir correos electrónicos, buscar información y acceder a noticias y medios de comunicación online. La mitad de los internautas realiza actividades más complejas como participar en redes sociales o descargar y consumir contenido como juegos, películas o música. Los españoles realizan un uso de Internet móvil bastante más sofisticado que los europeos, ya que la descarga de contenidos o la interacción social es más frecuente en nuestro país. Destaca el uso de mensajería instantánea a través de los diferentes programas disponibles. Entre ellos, WhatsApp se sitúa como el más utilizado para llevar a cabo esta actividad.

Uno de los datos más destacados de 2012 es el fuerte crecimiento de los usuarios de comercio electrónico, que han crecido en más de 1,2 millones en un año, la mayoría de estos usuarios tiene entre 35 y 44 años. Con este aumento, uno de cada

tres españoles adquiere algún producto o servicio a través de la Red. De esta forma, los paquetes vacacionales y los viajes se sitúan, junto con las entradas para espectáculos, como los productos más demandados. Además, cuatro de cada cinco compradores online utilizan su tarjeta de crédito o de débito como medio de pago y casi uno de cada dos emplea para ello alguna plataforma virtual en nuestro país.

En cuanto a las redes sociales, Facebook encabeza una vez más la lista de comunidades virtuales con mayor número de usuarios, los cuales afirman dedicarle una media de 5,2 horas a la semana. Cabe reseñar que Instagram y Pinterest todavía no han penetrado de forma destacable entre la población española y que se utilizan de forma complementaria a otras redes sociales como Facebook y Twitter.

Resumen de los principales indicadores de acceso y uso de las TIC por parte de los ciudadanos. España 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013

* Incluye acceso a Internet de cualquier tipo

	España	UE	
Acceso	Hogares con ordenador	74	78
	Hogares con teléfono móvil	96	
	Hogares con acceso a Internet	68	76
	Hogares conectados con acceso a banda ancha	67	73
	Hogares conectados con acceso a través de líneas ADSL sobre el total de hogares conectados*	74	60
	Individuos que han utilizado Internet en los últimos tres meses	70	74
Uso	Internautas que acceden a diario, sobre internautas en los últimos tres meses	73	80
	Internautas que acceden a Internet a través de teléfono móvil, sobre internautas en los últimos tres meses	44	37
	Internautas que acceden a Internet a través de tabletas, sobre internautas en los últimos tres meses	10	10
	Internautas que utilizan banca electrónica, sobre internautas en los últimos tres meses	45	54
	Internautas que ponen mensajes en redes sociales o utilizan mensajería instantánea, sobre internautas en los últimos tres meses	61	54
	Individuos que han comprado en Internet en los últimos 12 meses	31	45

Adopción de las TIC

Los indicadores de acceso a las TIC que han experimentado un mayor crecimiento con respecto a 2011 han sido el porcentaje de hogares españoles con conexión a Internet y el de acceso a Internet con conexión de banda ancha. La penetración de la telefonía móvil es prácticamente universal, sólo el 4% de los hogares no dispone de un teléfono móvil (Gráfico 4.1.).

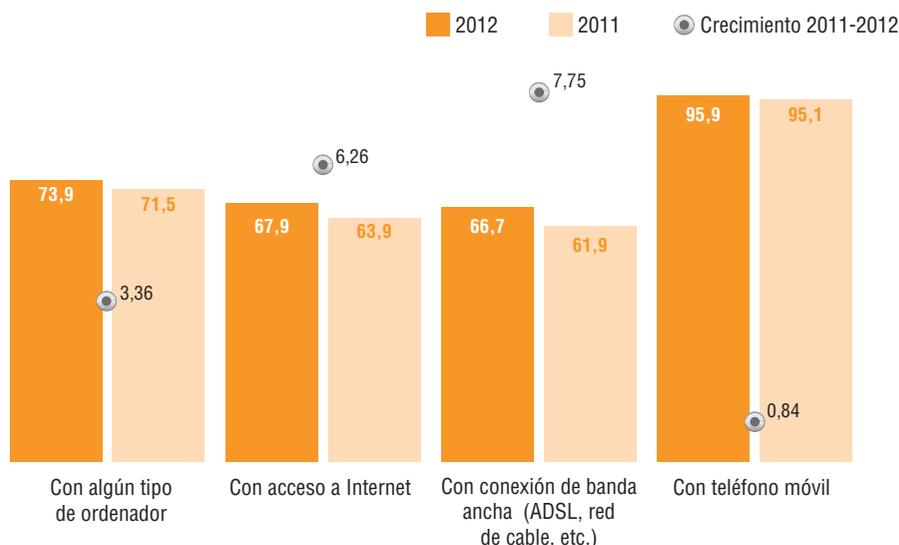
Por otro lado, teniendo en cuenta que prácticamente la totalidad de los hogares cuenta con un televisor, en el futuro y a medida que se difunda el uso de los televisores inteligentes es muy posible que el televisor se convierta en una herramienta TIC universal, sobre todo si los fabricantes apuestan por aplicaciones y estándares abiertos. Aunque no se disponen de datos

recientes de Eurostat, en 2010 el 4% de los hogares españoles con acceso a Internet ya lo hacía a través del televisor. Según el informe *Navegantes en la Red*¹, publicado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), el 23% de los usuarios de Internet disponen en 2012 de televisores con conexión a Internet.

Gráfico 4.1. Acceso de los hogares a las TIC*, en % sobre el total de hogares españoles

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

* Hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años



Asimismo, es importante destacar que casi la totalidad de los hogares en nuestro país que acceden a Internet lo hacen a través de banda ancha. De acuerdo con la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT), al final de 2012, en España el número de líneas residenciales con banda ancha ascendía a 9.078.319. Por tecnología, el 75,5% de las mismas corresponde a líneas ADSL y el 23,8% a líneas cable HFC o FTTH lo que supone un ligero incremento de 0,6 puntos con respecto a 2011. Además, se está produciendo un salto cualitativo significativo en la calidad de

acceso en lo que respecta a la velocidad de conexión. Por ejemplo, el 60% de estas líneas había contratado una velocidad superior a 10 Mbps. Como consecuencia de los despliegues de redes de nueva generación, se prevé que el número de líneas de banda ancha de alta velocidad continúe teniendo una tendencia creciente en los próximos años. De hecho, ya en 2012 se ha duplicado el número de las de FTTH con respecto al año anterior.

Mientras, a nivel europeo, en 2012 no se aprecian diferencias destacables en

el porcentaje de hogares con acceso a Internet con respecto al año 2011 (Gráfico 4.2.). Holanda, Luxemburgo y Suecia siguen siendo los países líderes con mayor proporción de hogares conectados a la Red. En España, el nivel de acceso a Internet de los hogares se encuentra ocho puntos porcentuales por debajo de la media de la UE. Sin embargo, España supera la media comunitaria en los que disponen de acceso a banda ancha de entre los que están conectados. En Europa, este dato es inferior al 90% sólo en Italia, Irlanda y Luxemburgo (Gráfico 4.3.).

En hogares conectados a Internet, España está por debajo de la media de la UE, pero, dentro de los conectados, nuestro país supera la media comunitaria en los que disponen de acceso a banda ancha

 **Gráfico 4.2.** Hogares con acceso a Internet en la UE, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)

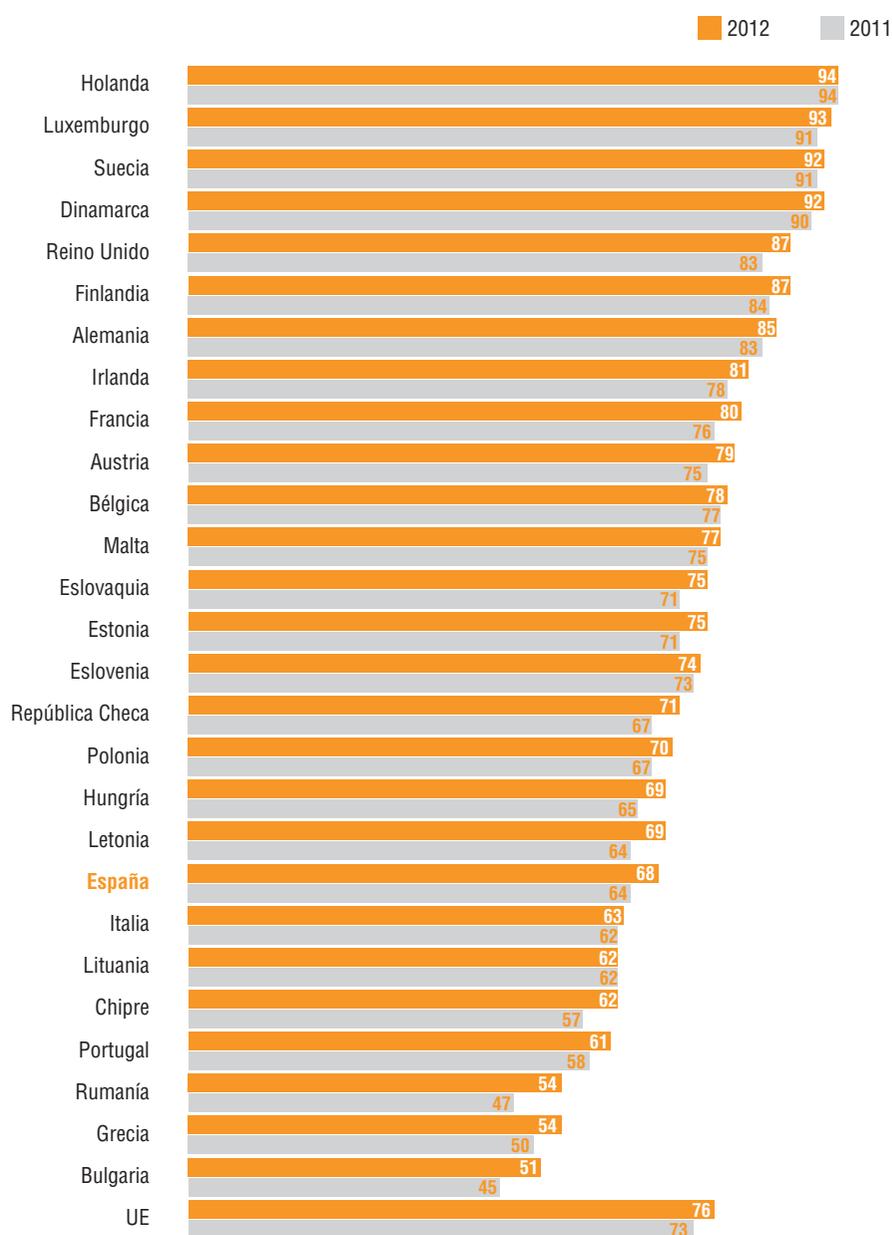
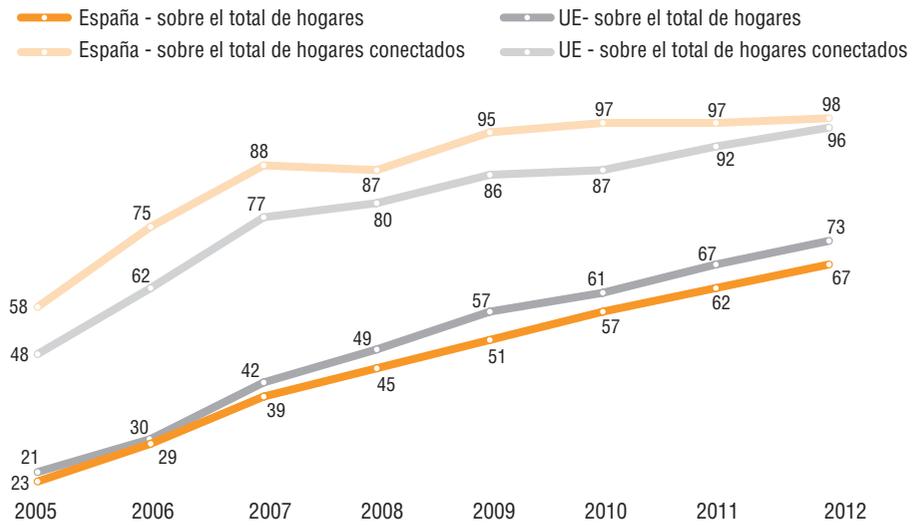


Gráfico 4.3. Hogares con conexión a Internet de banda ancha, España-UE, en % sobre el total de hogares y en % sobre el total de hogares con acceso a Internet

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



Cerca de 1.300.000 españoles han comprado algún producto en Internet por primera vez en 2012

La sociedad española se está adaptando rápidamente a la utilización de las TIC (Gráfico 4.4.). Por ejemplo, un millón de españoles ha utilizado un ordenador

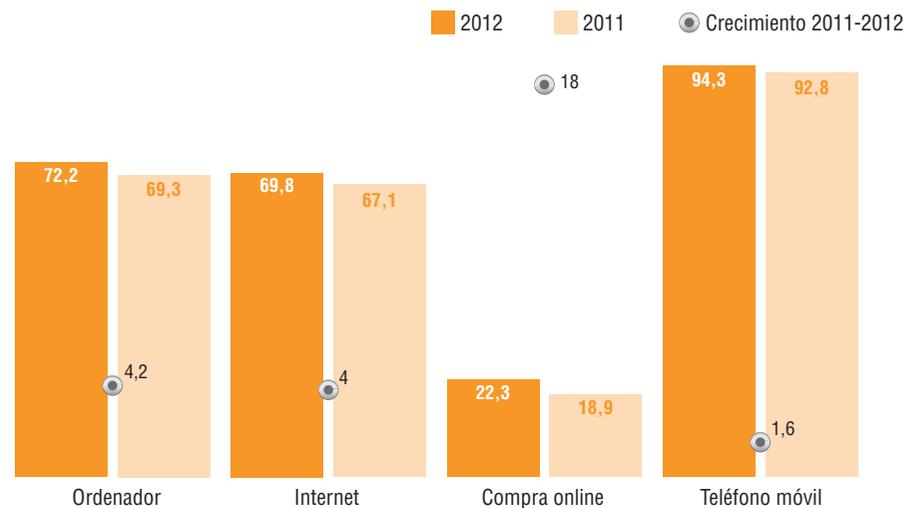
por primera vez en 2012, casi 700.000 han accedido a Internet por primera vez y lo que es más llamativo cerca de 1.300.000 españoles han comprado

algún producto en Internet por primera vez en 2012. Por su parte, la adopción de la telefonía móvil está ampliamente generalizada entre la población española.

Gráfico 4.4. Adopción de las TIC por parte de los españoles*. 2012, en % sobre la población

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

* Utilización en los últimos tres meses



Relacionando el porcentaje de hogares con acceso a Internet y el de usuarios de Internet en los últimos tres meses, tanto en España como en los países de la UE se observa una

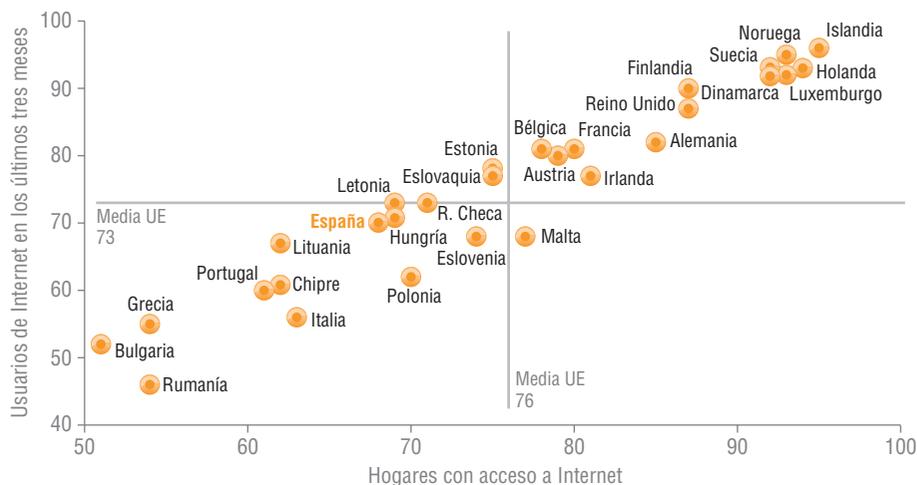
correlación alta y positiva (Gráfico 4.5). A pesar de la importante brecha digital con respecto a Europa en el grado de penetración de Internet en los hogares y en el porcentaje

de usuarios, Bulgaria y Rumanía son los países europeos que presentan un mayor incremento en su tasa de crecimiento sobre los datos de 2011, superando el 10%.

Gráfico 4.5. Hogares con acceso a la Red y usuarios de Internet en los últimos tres meses en la UE*. 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)

* Se incluyen Islandia y Noruega



Independientemente del lugar de acceso a Internet y del tipo de conexión empleada, uno de cada dos españoles se conecta diariamente a la Red (Gráfico 4.6). En esta

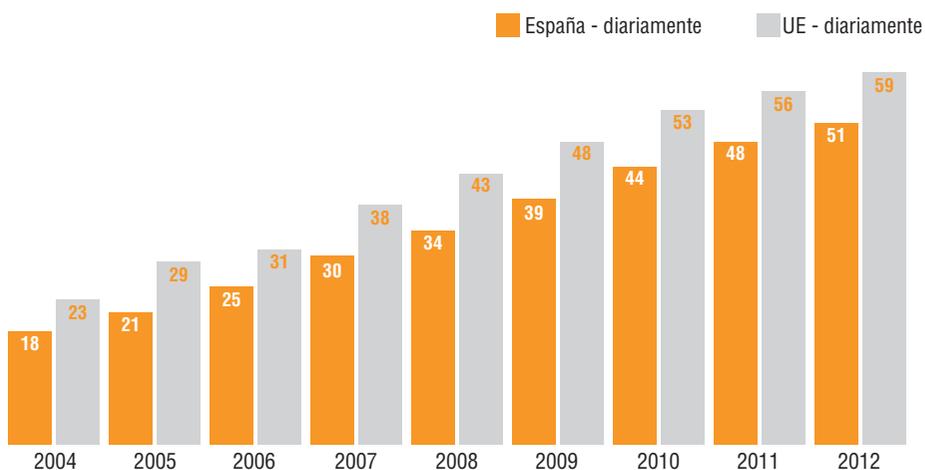
variable se ha producido un incremento moderado con respecto al año 2011, aunque España sigue estando ocho puntos porcentuales por debajo de la media de la

UE. Por otro lado, el porcentaje de individuos con una frecuencia de acceso mensual o inferior al mes es muy reducido tanto en nuestro país como en el resto de Europa.

Uno de cada dos españoles se conecta diariamente a la Red

Gráfico 4.6. Uso diario de Internet. España-UE, en % sobre el total de personas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



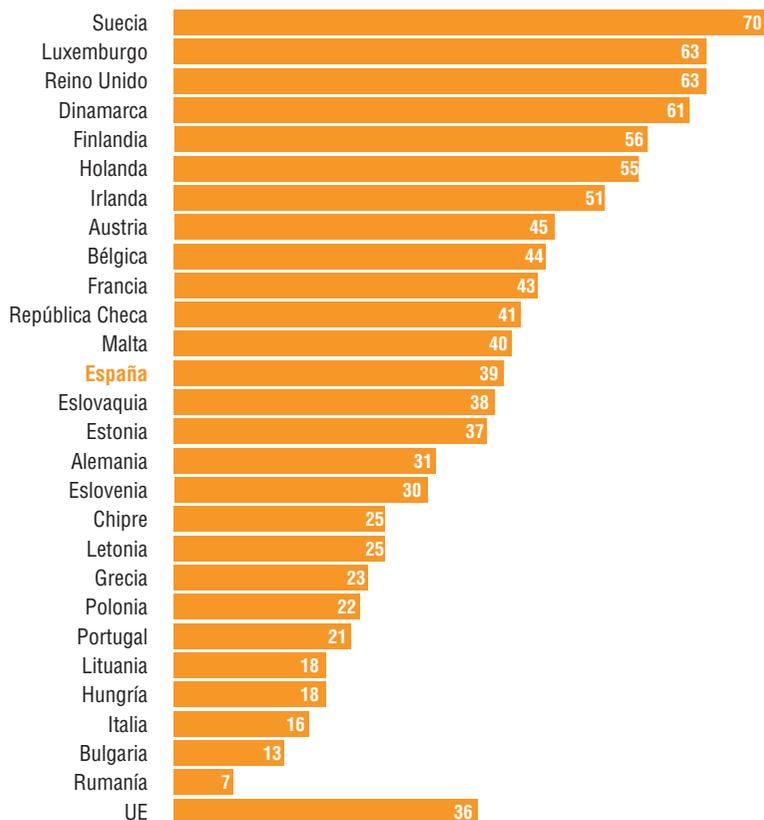
El 39% de los españoles accede a Internet desde un teléfono móvil o un ordenador portátil (Gráfico 4.7). Aunque por encima de la media europea, el nivel de uso de estas herramientas en España está muy alejado

del registrado en otros países como Suecia o Reino Unido. Al comparar la situación con los usuarios del resto de Europa, los españoles que utilizan ordenador portátil y/o teléfono móvil para acceder a Internet

muestran mayores problemas en la comprensión de los costes relacionados con Internet móvil y en la de los ajustes técnicos necesarios para configurar la navegación a través de Internet.

Gráfico 4.7. Acceso a Internet desde un ordenador portátil o dispositivo de mano. UE 2012, en % sobre el total de personas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



La herramienta principal para acceder a Internet móvil en España es el teléfono móvil (Gráfico 4.8.). Este dato implica que el ordenador portátil se configura como dispositivo de acceso a Internet desde el hogar y no tanto en situaciones de movilidad. El uso del teléfono móvil para

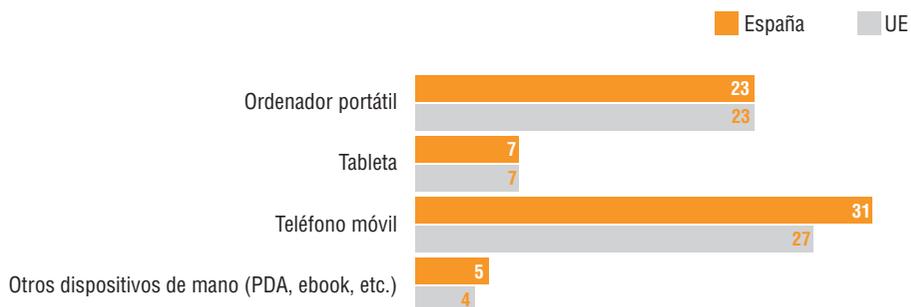
acceder a Internet es más común en España que en la media de la UE. Además frente al ordenador portátil, el teléfono móvil en España se configura como una herramienta de acceso diario a Internet. Al igual que la media europea, más de la mitad de los españoles que acceden a Internet desde el

teléfono móvil lo hace a diario, mientras que sólo el 32% de las personas que en España accede a Internet desde un ordenador portátil lo hace diariamente, por debajo de la media europea, que se sitúa en el 41%.

El uso del teléfono móvil para acceder a Internet es más común en España que en la media de la UE

Gráfico 4.8. Equipamiento para acceder a Internet móvil. España-UE 2012, en % sobre total de individuos

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



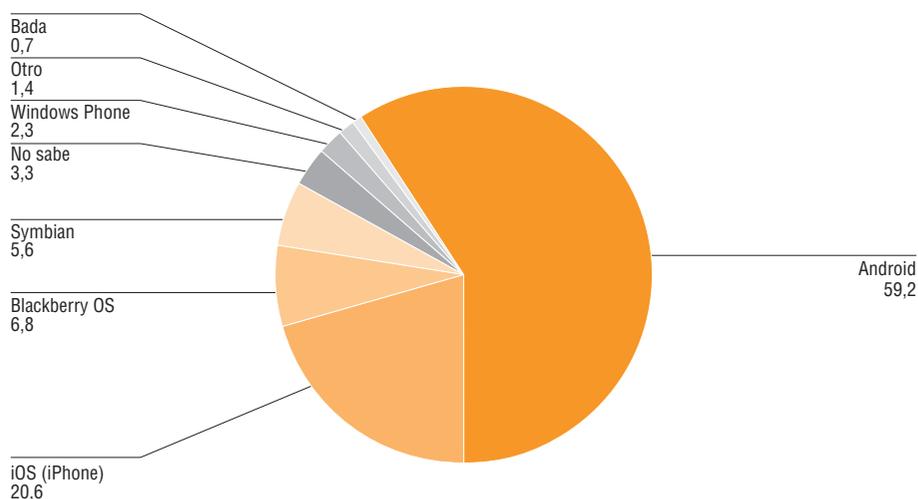
Según la encuesta de AIMC, un año más, el sistema operativo Android es el más empleado por los internautas que acceden a la Red a través de su teléfono móvil (Gráfico 4.9.). Asimismo, destaca

el hecho de que el software desarrollado por Google haya sido el único que ha incrementado su utilización en 2012 con respecto a 2011, con un aumento superior al 46%. La segunda y tercera posición las

ocupan iOS para iPhone y Blackberry OS, respectivamente, por lo que actualmente la configuración del mercado es bastante clara, a la espera del efecto que pueda causar el lanzamiento de Firefox OS.

Gráfico 4.9. Sistema operativo del teléfono móvil con el que se accede a Internet. España 2012, en % sobre el total de internautas que acceden a la Red a través de este dispositivo

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013)



Usos de Internet

Usos básicos

En general, los españoles se encuentran por encima de la media europea en un gran número de usos de Internet (Gráfico 4.10.). Se puede apreciar una diferencia significativa en la utilización de los servicios relacionados con el entretenimiento y la creatividad. Por ejemplo, mientras que el 45,6% de los internautas españoles

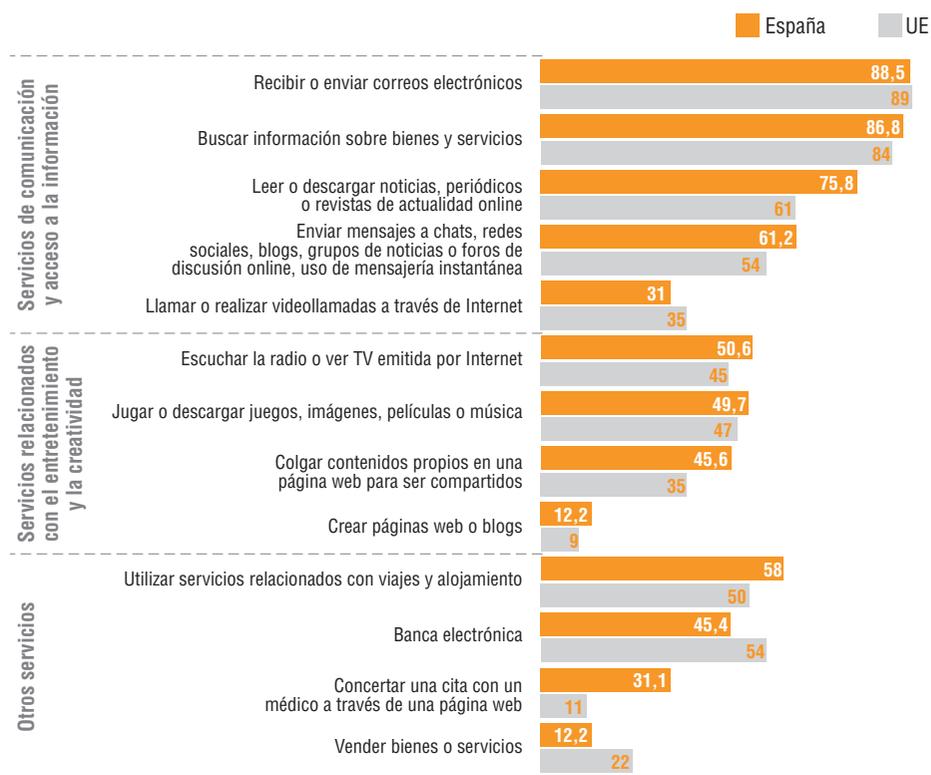
cuelga contenidos propios en una página web para ser compartidos, en Europa esta actividad es realizada solamente por un tercio de los mismos. En lo que se refiere a los servicios de comunicación y acceso a la información, cabe destacar que la lectura o descarga de noticias, periódicos y revistas de actualidad online se está

transformando en una actividad habitual entre la población española, situándose 15 puntos por encima de la media de la UE. Nuestro país también destaca en Europa por el nivel de uso de Internet para solicitar cita médica. Por el contrario, los españoles hacen un menor uso que los europeos de la banca electrónica y la telefonía IP.

España destaca en Europa por el nivel de uso de Internet para solicitar cita médica

Gráfico 4.10. Servicios de Internet utilizados por motivos particulares en los últimos tres meses. España-UE 2012, en % sobre el total de internautas en los últimos tres meses

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



El uso de Internet móvil por parte de los españoles es más sofisticado que en el resto de la UE

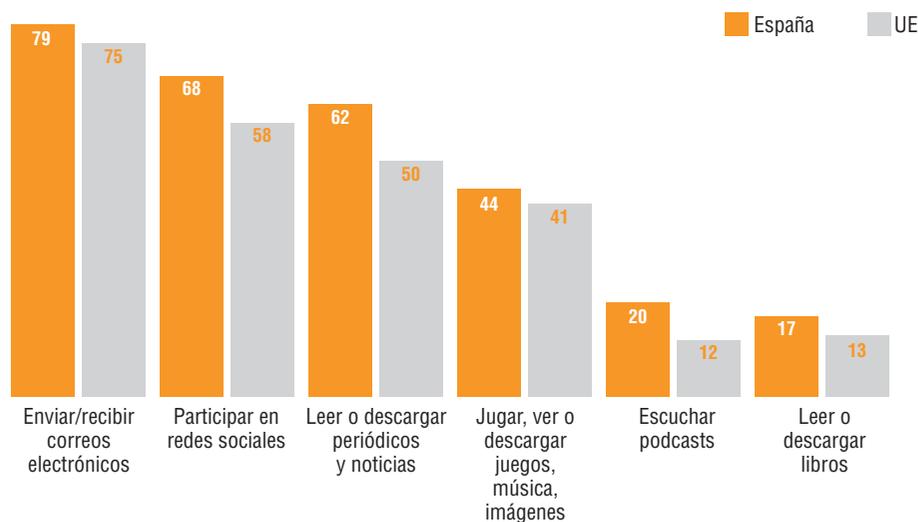
El uso de Internet móvil por parte de los españoles es más sofisticado comparativamente que en el resto de la UE (Gráfico 4.11.). Una mayor proporción de españoles utiliza Internet móvil para acceder a contenido digital, especialmente

de medios de comunicación, o para interactuar socialmente. También es interesante destacar que en España no existen diferencias muy marcadas en función de la edad en el uso de los dispositivos de mano para enviar correo

electrónico o acceder a contenido como noticias o libros. Sin embargo, los jóvenes hacen un uso más intenso de Internet móvil para participar en redes sociales o jugar online o ver o descargar vídeos y podcasts.

Gráfico 4.11. Actividades realizadas en Internet a través de dispositivos de mano. España-UE 2012, en % de personas que utilizan dispositivos de mano para acceder a Internet

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



En 2012, WhatsApp ha sido el programa de mensajería instantánea más utilizado, desbancando definitivamente a MSN Messenger, que, a pesar de haber permanecido como líder durante los últimos años, ha caído a la cuarta posición² (Gráfico 4.12.). Asimismo,

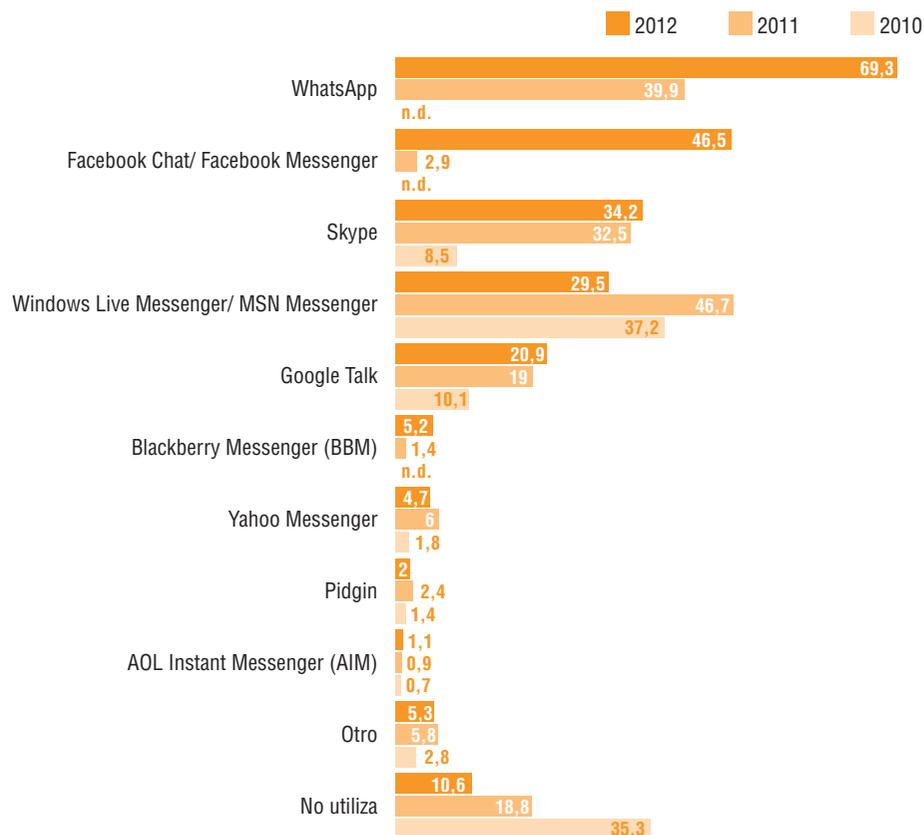
cabe destacar que Facebook Messenger ha experimentado un crecimiento muy significativo pasando de casi tres puntos porcentuales en 2011 a un 46,5% en 2012. La utilización de Google Talk ha sido ligeramente superior a la del año precedente, sin llegar a alcanzar todavía

cuotas comparables a la de los dos líderes. Derivado de la creciente popularidad de los programas de mensajería instantánea, destaca el hecho de que en los últimos dos años un 10% de los usuarios de terminales móviles ha dejado de enviar los tradicionales mensajes de texto o SMS³.

Gráfico 4.12. Software de mensajería instantánea utilizado por los internautas españoles. España, en % de usuarios*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013)

* Datos sobre el total de internautas encuestados por AIMC. No se disponen de datos sobre el uso de Line



Dos de cada tres ciudadanos afirman que han reducido el tiempo que ven la televisión como consecuencia del uso de Internet

Gráfico 4.13. Disminución del tiempo dedicado a otras actividades como consecuencia del uso de Internet. España 2012, en % de usuarios*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013)

* Datos sobre el total de internautas encuestados por AIMC



Las pautas de comportamiento de la población española se siguen viendo cada vez más influidas por la creciente utilización de Internet. Así, casi dos de

cada tres ciudadanos afirman que han reducido el tiempo que ven la televisión y el 53,9% afirma navegar por la Red en vez de no hacer nada. Por otro lado, Internet

ha afectado en menor medida que en 2011 al tiempo que sus usuarios dedican a trabajar, estudiar o pasear y reunirse con los amigos y la pareja (Gráfico 4.13.).

Comercio electrónico

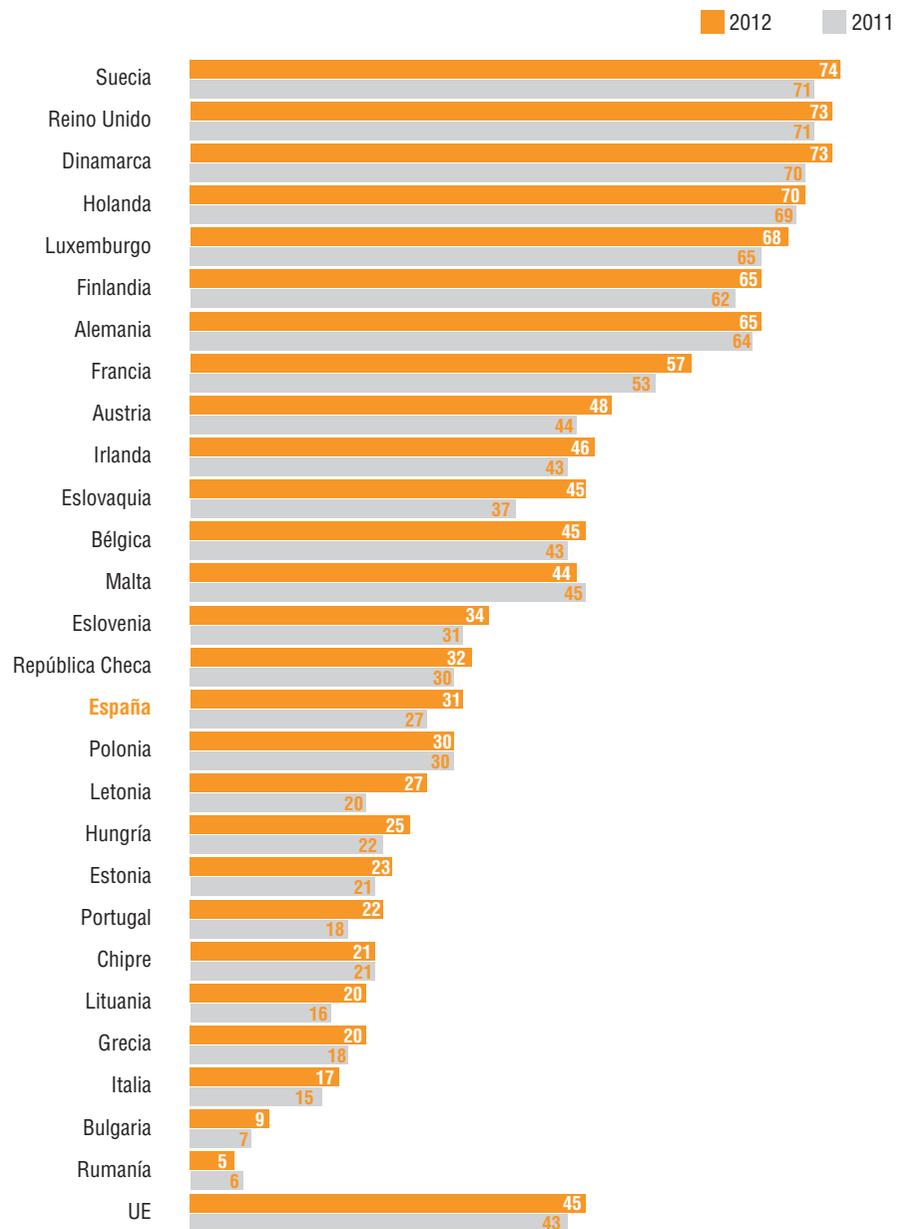
El uso del comercio electrónico en España ha crecido significativamente en 2012 (casi 1,3 millones de personas). A pesar

de ello, los españoles se encuentran por detrás de la media europea en la compra por Internet (Gráfico 4.14.).

Gráfico 4.14. Penetración del comercio B2C* en la UE, en % sobre el total de población

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)

* En los últimos 12 meses



Los paquetes vacacionales y los viajes encabezan un año más la lista de productos online más demandados por los internautas españoles (Gráfico 4.15.). Asimismo, la compra en Internet de ropa, material

deportivo y bienes para el hogar ha seguido una tendencia creciente. Por el contrario, es necesario destacar el descenso en torno al 3% en la adquisición de entradas para espectáculos a través de la Red,

afectado probablemente en cierta medida por la subida del IVA en las actividades de ocio que pasó del tipo reducido (8%) al general (21%) en el mes de septiembre.

Gráfico 4.15. Productos y servicios adquiridos por los internautas españoles a través de comercio electrónico*, en % sobre el total de personas que han comprado por Internet

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

* Utilización en los últimos 12 meses



Los problemas que se han presentado con mayor frecuencia al realizar compras a través de Internet no difieren con respecto a 2011 (Gráfico 4.16.). Así, el inconveniente más frecuente que se han encontrado los compradores online ha sido el incumplimiento en los plazos de entrega. Además, los internautas se quejan de las descripciones en las características de los productos, que en ocasiones difieren de la realidad. Por otro lado, el porcentaje de compradores que

declaran estar expuestos al peligro de un uso fraudulento de la tarjeta de crédito o cargos superiores al precio del producto o servicio adquirido en la misma es limitado.

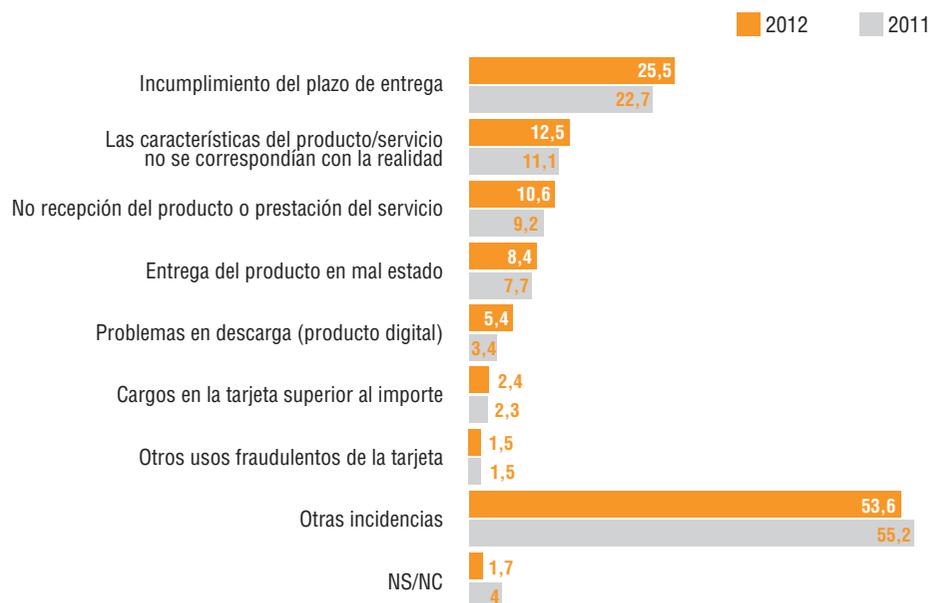
La tarjeta de crédito o de débito continúa encabezando la lista de los medios de pago más utilizados a la hora de adquirir productos o servicios por Internet (Gráfico 4.17.), siendo empleada por cuatro de cada cinco internautas españoles que realizan compras en la Red. Las plataformas de

pago como PayPal mantienen la tendencia creciente iniciada en años anteriores, gracias al mayor grado de protección de los consumidores y a pesar de sus costes de utilización. En España, uno de cada dos españoles que compra online utiliza este medio de pago. Finalmente, cabe destacar que la realización de pagos a través del teléfono móvil, sigue sin acabar de despejar, si bien se ha incrementado levemente con respecto a 2011.

Gráfico 4.16. Problemas detectados en la realización de compras a través de Internet en España, en % sobre el total de usuarios* que realizan este tipo de compras

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013)

* Datos sobre el total de internautas encuestados por AIMC

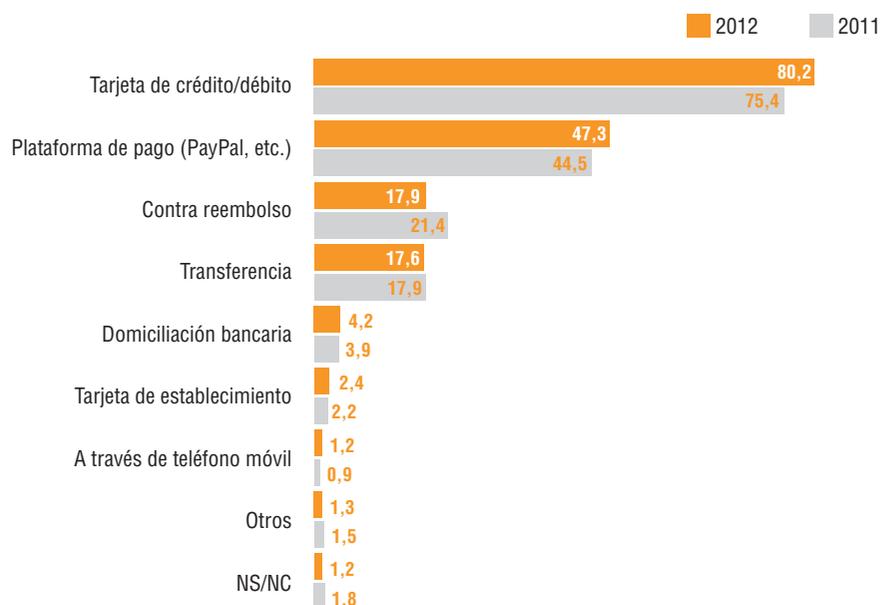


Cuatro de cada cinco internautas españoles que realizan compras online declaran utilizar la tarjeta de crédito o débito como forma de pago

Gráfico 4.17. Forma de pago utilizada en las compras a través de Internet en España, en % sobre el total de usuarios* que realizan este tipo de compras

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AIMC (2013)

* Datos sobre el total de internautas encuestados por AIMC



👉 Interacción social

El 68,4% de las personas que ha utilizado un dispositivo móvil para acceder a Internet ha participado en alguna de las diferentes redes sociales

La población española utiliza cada vez más las redes sociales. El porcentaje de internautas que puso mensajes en redes sociales o en redes de mensajería instantánea en los últimos tres meses de 2012 ha sido del 61%, siete puntos porcentuales por encima de la media europea. Además, según datos del INE, este año el 68,4% de las personas que ha utilizado un dispositivo móvil para acceder a Internet ha participado en alguna de las diferentes comunidades virtuales, lo que supone un incremento del 30% con respecto al año anterior.

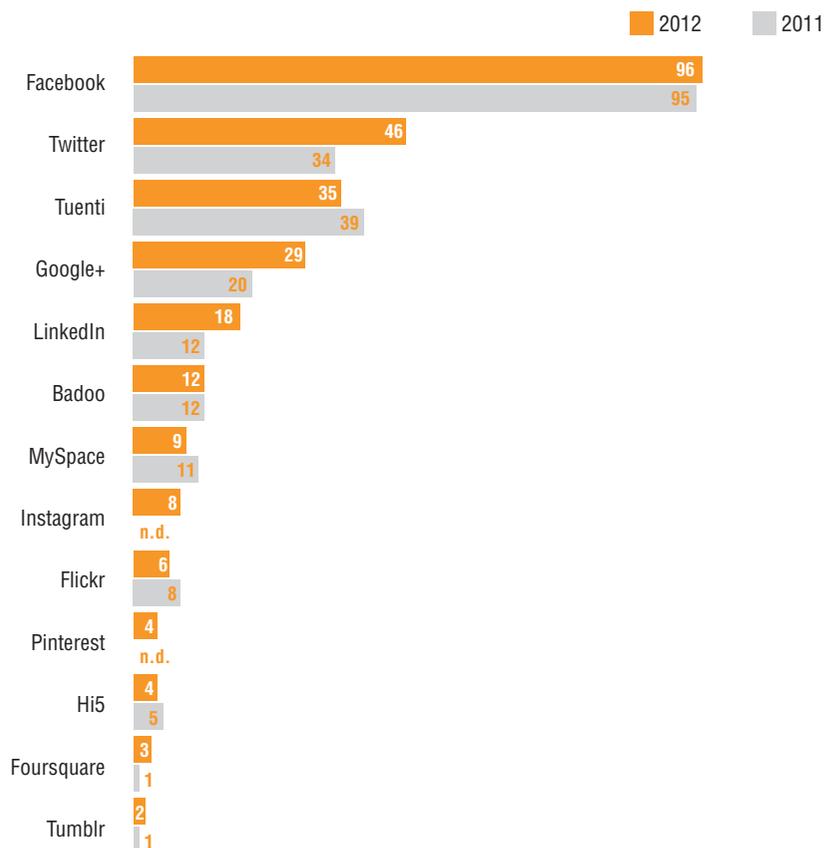
Por su parte, el *IV Estudio sobre redes sociales en Internet*⁴, publicado por IAB Research Spain, indica que Facebook se mantiene un año más como la red social líder en cuanto a número de usuarios. Consecuentemente, es la red virtual que recibe más visitas mensuales por los internautas españoles (30 visitas/mes). Twitter y LinkedIn han experimentado un importante crecimiento con respecto al año pasado, situándose en la segunda y quinta posición respectivamente. Asimismo, Instagram y Pinterest hacen acto de

presencia en el panorama español de redes. Cabe destacar que éstas todavía no han penetrado de forma destacable entre la población y que, a diferencia de otras comunidades virtuales, se utilizan de forma complementaria a otras, fundamentalmente a Facebook y Twitter (Gráfico 4.18.).

Facebook se mantiene un año más como la red social líder en cuanto a número de usuarios. Twitter y LinkedIn han experimentado un importante crecimiento e Instagram y Pinterest hacen acto de presencia en el panorama español de redes.

Gráfico 4.18. Principales redes sociales usadas en España, en % sobre el total de usuarios de redes sociales

Fuente: eEspaña 2013 a partir de IAB Research Spain (2013)



En lo que se refiere a la frecuencia de uso de las redes sociales por los internautas españoles, cabe reseñar que Instagram, Facebook y Twitter son las comunidades virtuales que más han intensificado la periodicidad de visitas en 2012. Por el

contrario, casi la mitad de los usuarios de Tuenti ha disminuido la frecuencia de visitas a ésta en el último año (Gráfico 4.19.). En lo que respecta al tiempo dedicado a las mismas, Facebook es la red social a la que los internautas destinan más horas a la

semana (Gráfico 4.20.), aunque MySpace es la que ha registrado un mayor incremento en el tiempo dedicado por sus usuarios con respecto al año anterior, pese a su declive previo en número de usuarios.

Gráfico 4.19. Frecuencia de uso de las redes sociales en 2012 con respecto a 2011. España, en % sobre el total de usuarios

Fuente: eEspaña 2013 a partir de IAB Research Spain (2013)

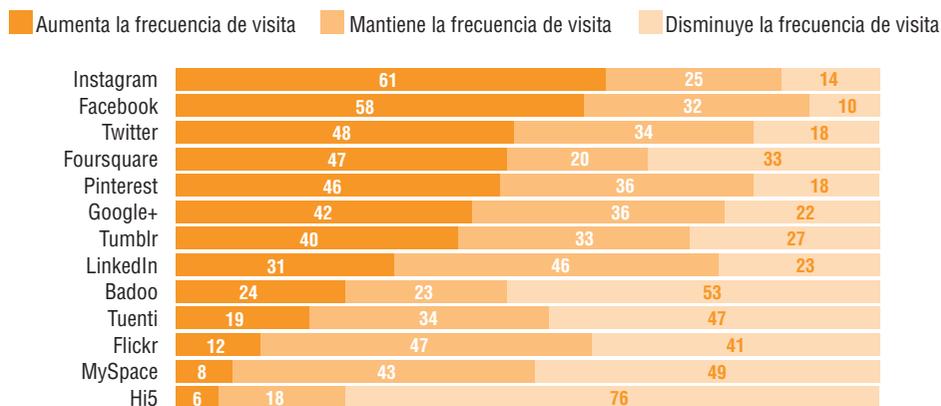
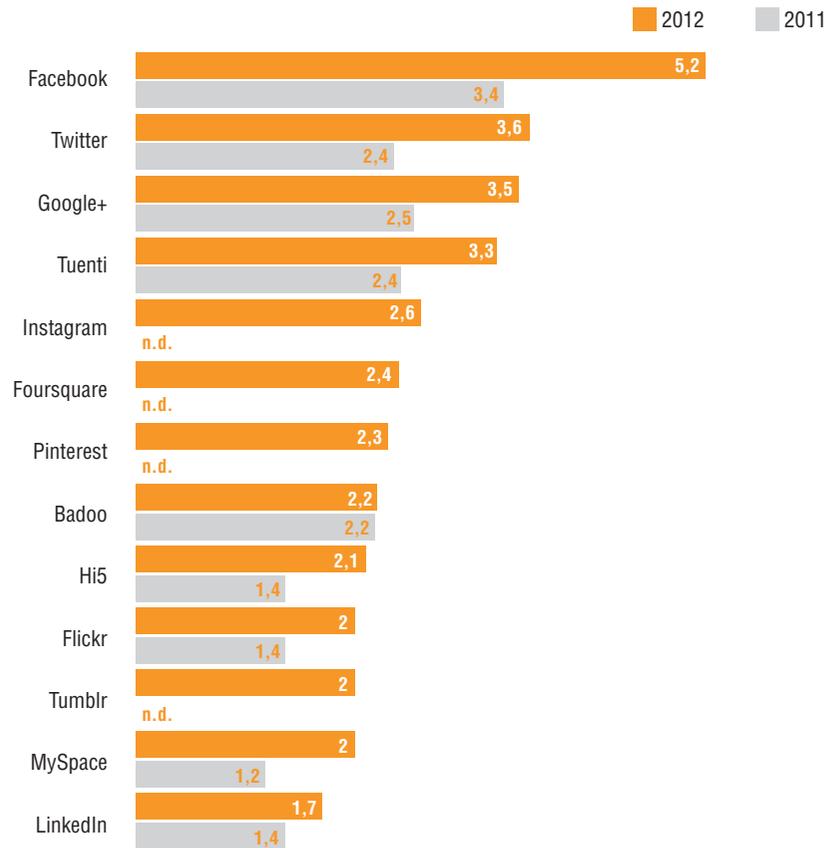


Gráfico 4.20. Tiempo medio dedicado a las redes sociales en España, en horas a la semana

Fuente: eEspaña 2013 a partir de IAB Research Spain (2013)



Al igual que ocurría en años anteriores, y dado que uno de los principales riesgos que corren los usuarios de las redes sociales es la falta de privacidad en las mismas, más de la mitad de las personas que

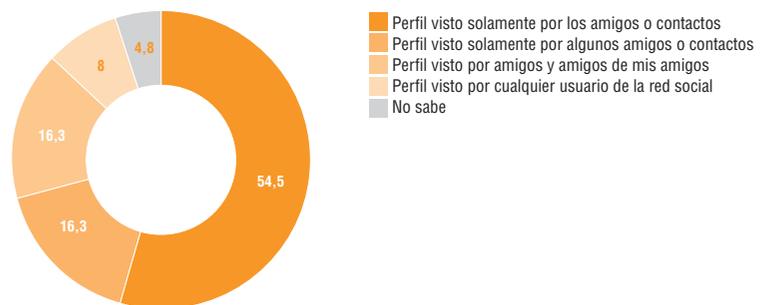
hacen uso de estas comunidades tiene configurado su perfil para que puedan acceder solamente sus amigos y contactos (Gráfico 4.21.). Por el contrario, el 8% de los usuarios permite que cualquier persona

perteneciente a la red social pueda visitar su perfil, por lo que continúa la tendencia decreciente seguida ya en 2011.

Gráfico 4.21. Nivel de privacidad del perfil del usuario de redes sociales en España. 2012, en % sobre el total de usuarios*

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INTECO (2012)

* Datos del primer cuatrimestre de 2012



El F.C. Barcelona gana también la liga de las redes sociales esta temporada 2012-2013, según el ranking de posicionamiento de Alianzo. Al igual que en el campeonato oficial, Real Madrid y Atlético ocupan la segunda y tercera plaza, siendo el Málaga el que se llevaría la última plaza para la Champions en esta particular clasificación.

El ranking de Alianzo es una herramienta de analítica de

medios sociales. El sistema extrae diariamente todos los datos que permiten conocer la evolución de los perfiles de marcas, instituciones y personas en redes sociales y blogs. Alianzo desarrolla varios rankings específicos de posicionamiento y temperatura 2.0, así como ranking de blogs y de wikipedia. Asimismo desarrolla el Alianzo Rank, que es una combinación de todos los rankings ponderando en función de su importancia, (siendo Facebook el más relevante y FourSquare el menos).

Ranking especial equipos de fútbol liga BBVA

Fuente: Alianzo (datos de mayo 2013)

											
		BLOG	TWITTER	FACEBOOK	YOUTUBE	LINKEDIN	GOOGLE+	PINTEREST	INSTAGRAM	WIKIPEDIA	
1	 FC Barcelona	7	75	97	77	28	94	33	87	15	★★★★★ 82
2	 Real Madrid		78	93	82	26	92		27	24	★★★★★ 78
3	 Atlético de Madrid		67	72	63	23	76	30		22	★★★★★ 63
4	 Málaga C.F.		65	70	64						★★★★★ 49
5	 Athletic Club de Bilbao	19	66	66	57						★★★★★ 48
6	 Sevilla F.C.		64	66	62						★★★★★ 47
7	 Levante UD		63	61	63						★★★★★ 46
8	 Valencia C.F.		69	70		23					★★★★★ 39
9	 Club Atlético Osasuna		60	54		17					★★★★★ 32
10	 RCD Mallorca		60	60							★★★★★ 31

Política e Internet

Las redes sociales favorecen significativamente el contacto directo de los partidos y políticos con los ciudadanos. Como parecería lógico deducir, las dos agrupaciones políticas con mayor número de votantes son las que tienen mayor número de seguidores en Twitter y las que más repercusión generan en Facebook.

La más intensa actividad de las cuentas institucionales de los partidos en Facebook se asocia a períodos electorales y semanas aledañas, si bien se aprecia que en todos los partidos existe un aumento continuado en los últimos años en su número de fans (Gráfico 4.22.). Las mayores tasas de crecimiento de actividad en esta red social para PP, PSOE y UPyD están asociadas a las elecciones

generales de noviembre de 2011. Por su parte, CiU no tiene su pico de actividad en las elecciones generales, sino en las autonómicas catalanas de noviembre de 2012.

Twitter es una herramienta cada vez más utilizada por algunos partidos políticos. Se observa que CiU, UPyD e IU tienen una actividad intensa en ella (Gráfico 4.23.).

Gráfico 4.22. Evolución de los 'Me gusta' de Facebook de los principales partidos políticos, en miles

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Wildfire

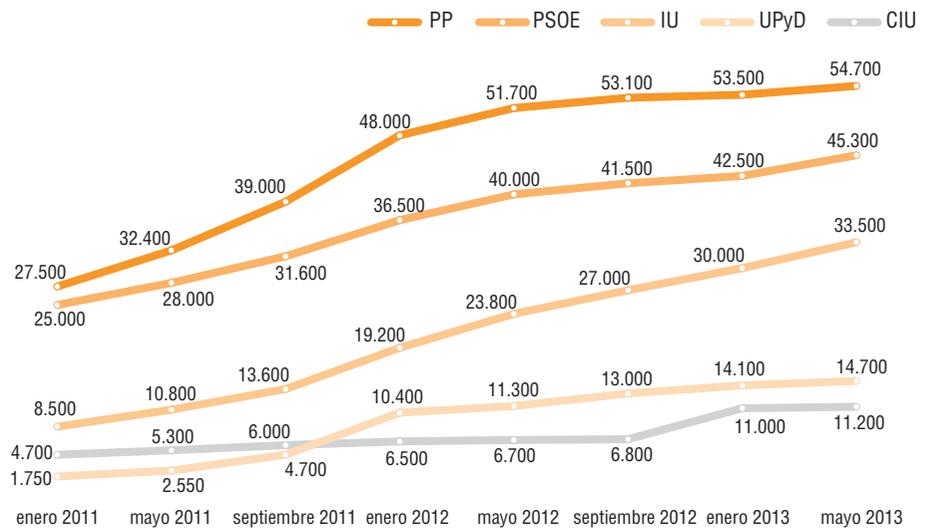
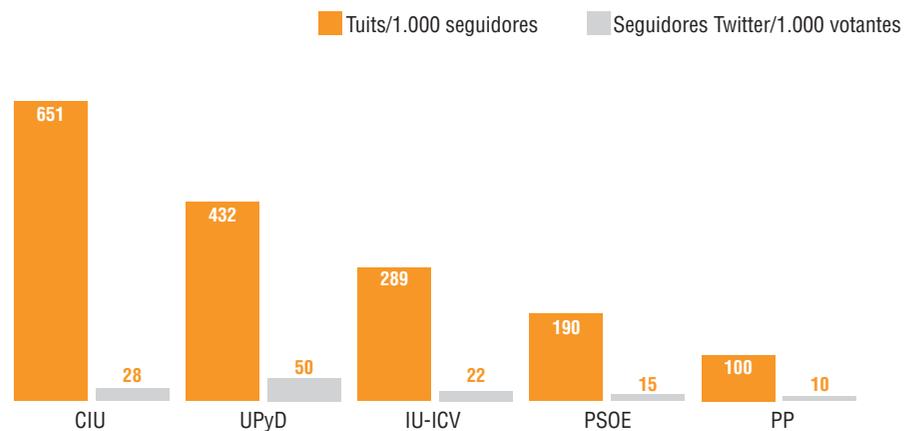


Gráfico 4.23. Actividad en Twitter de las cuentas oficiales de los principales partidos políticos: relación entre tuits publicados y número de seguidores y seguidores en la red y número de votantes del partido. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Parlamento 2.0



Políticos en Twitter

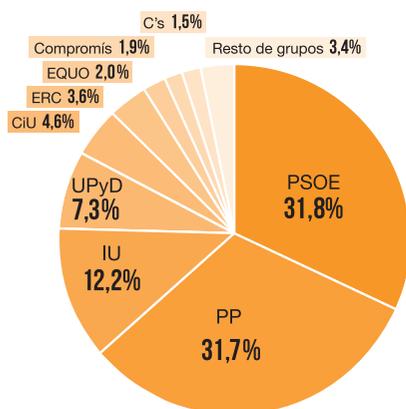
LOS POLÍTICOS ESPAÑOLES EN LA RED DE MICROBLOGGING

Fuente: polittweets.es (datos de Marzo de 2013)

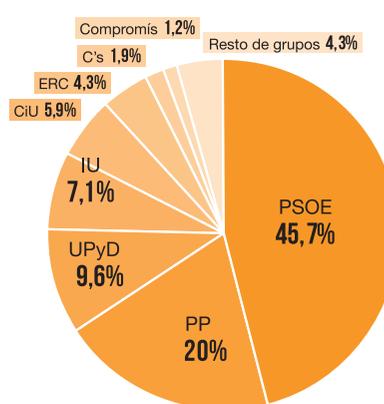
TOP 10

	MÁS SEGUIDORES	MÁS RETUITEADOS	MÁS ACTIVOS (Nº TWEETS)	MÁS MENCIONADOS (Nº MENCIONES)
1	 Mariano Rajoy Brey PP @marianorajoy 414.580	 Alberto Garzón IU @agarzon 411.138	 Marivi Romero PP @marivromero 123.937	 Mariano Rajoy Brey PP @marianorajoy 342.210
2	 Jose A. Rodríguez S. PSOE @alcaldesjun 203.151	 Gaspar Ullamazares IU @GUllamazares 303.900	 Ismael Bosch PSOE @ismaelbosch 67.954	 Alfredo Pérez Rubalcaba PSOE @_Rubalcaba_ 175.736
3	 Alfredo Pérez Rubalcaba PSOE @_Rubalcaba_ 171.140	 Toni Cantó UPyD @Tonicanto1 210.713	 Rafael Moreno Segura UPyD @alcaldehuevar 66.001	 Gaspar Ullamazares IU @GUllamazares 158.422
4	 Pabli López PSOE @pablilopez 167.173	 Javier Parra IU @javier_parra 159.131	 Carlos Mtz. Gorrarián UPyD @cmgorriaran 56.199	 Toni Cantó UPyD @Tonicanto1 124.304
5	 Esperanza Aguirre PP @EsperanzaAguirre 148.221	 Esperanza Aguirre PP @EsperanzaAguirre 153.984	 Fátima Ramírez PSOE @Memissi 52.897	 Esperanza Aguirre PP @EsperanzaAguirre 116.270
6	 Gaspar Ullamazares IU @GUllamazares 135.051	 Hugo Martínez Abarca IU @hugomabarca 146.343	 Patricia Estévez PP @patitevez 52.270	 Alberto Garzón IU @agarzon 101.770
7	 Alberto Garzón IU @agarzon 127.159	 Alfredo Pérez Rubalcaba PSOE @_Rubalcaba_ 142.470	 Hugo Martínez Abarca IU @hugomabarca 49.229	 Jose A. Rodríguez S. PSOE @alcaldesjun 100.498
8	 Toni Cantó UPyD @Tonicanto1 115.501	 Jose A. Rodríguez S. PSOE @alcaldesjun 132.492	 Fernando Tellado UPyD @fermandot 46.327	 Albert Rivera C's @Albert_Rivera 77.849
9	 S. Sáenz de Santamaría PP @SorayaSdsSantamaria 90.913	 Jaume d'Urgell PSOE @jaumedurgell 131.611	 Miguel Ángel Quintana Paz UPyD @quintanapaz 44.999	 Cristina Cifuentes PP @ccifuentes 65.528
10	 Cayo Lara IU @cayo_lara 84.582	 Cayo Lara IU @cayo_lara 129.225	 Mª Eugenia Moreno PP @manuhuevar 43.113	 González Pons PP @gonzalezpons 61.842

SEGUIDORES POR PARTIDO



AMIGOS POR PARTIDO *



* Amigos = Personas a las que sigue ('following' en la terminología de Twitter)

¹ *Navegantes en la Red*, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), marzo de 2013. Disponible en: <http://download.aimc.es/aimc/4uT43Wk/macro2012.pdf>.

² Este hecho se debe, en parte, a los constantes rumores sobre el cierre del servicio a lo largo de 2013 y la posterior confirmación de Microsoft, que informó de que MSN Messenger migraría a la plataforma Skype durante el año 2013.

³ *Android ya está en 9 de cada 10 nuevos smartphones*, Kantar Worldpanel, 17 de abril de 2013. Disponible en: <http://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/Android-ya-est-en-9-de-cada-10-nuevos-smartphones>.

⁴ *IV Estudio sobre Redes Sociales en Internet 2012*, IAB Research Spain (con una muestra aleatoria de 988 individuos residentes en España de entre 18 y 55 años), enero 2013. Disponible en: http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf.

5

8

9

6

7

4

5

2

3

0

1

◀▶

-1

eInclusión ➔

entra
sin llamar!



Bienvenido

Resumen ejecutivo

El análisis de este capítulo se centra en los factores responsables de diferencias en términos de acceso y uso TIC entre distintos grupos de población. Concretamente se analiza cómo rentas bajas, género, edad avanzada, el hábitat poco poblado o bajos niveles de formación influyen en la integración de las personas en la sociedad de la información. Asimismo, en este capítulo se desarrolla un índice sintético del grado de inclusión en España y en la Unión Europea.

El elemento más determinante de exclusión digital en España es la edad avanzada de las personas. El 57% de los mayores de 55 años no ha utilizado nunca un ordenador, el 64% nunca ha usado Internet y sólo el 29% lo hace al menos una vez por semana, valores que se encuentran muy por detrás de la media europea. Según el índice de inclusión, el mayor riesgo de exclusión digital de este

grupo de población se da en Andalucía, Galicia y Extremadura, sin embargo la limitada integración de los mayores es un problema que afecta a todas las regiones de España sin excepción.

La renta y el nivel educativo también son responsables de la exclusión digital. El 44% de las personas que residen en hogares con rentas más bajas (primer cuartil de ingresos) nunca ha utilizado un ordenador y el 49% nunca ha usado Internet. Entre las personas con estudios terminados no superiores a enseñanza primaria los niveles de acceso a las TIC, muy similares a los de la renta, muestran que el 43% nunca ha utilizado un ordenador, el 49% nunca ha utilizado Internet y sólo el 41% utiliza la Red al menos una vez por semana. Los mayores niveles de exclusión digital debidos a cuestiones de renta se dan en Castilla-La Mancha, Castilla y León y Extremadura, mientras que Galicia es la región donde

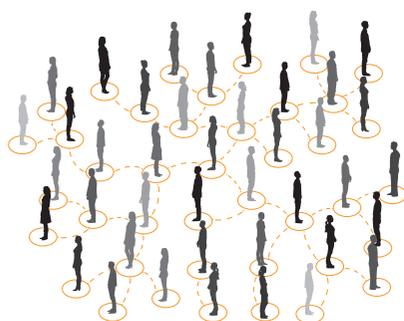
el nivel educativo es responsable de mayores cifras de exclusión digital.

Las personas que residen en entornos poco poblados tienen también menores niveles de uso de las TIC que el conjunto de la población. Concretamente, el 33% de estas personas nunca ha usado Internet. En este factor se observan fuertes diferencias entre regiones de tal forma que Canarias y Galicia, las regiones con mayores niveles de exclusión digital debida al hábitat, registran desequilibrios casi tres veces superiores a los observados en la región con menos problemas en este aspecto, Madrid.

En cuanto al género, en los países desarrollados las diferencias se han ido atenuando con el paso de los años y en la actualidad existe un acceso a las TIC similar entre ambos géneros. Pero esta igualdad es sólo en lo que respecta a la media, pues existe una brecha digital

Resumen de los principales indicadores de inclusión en España, 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013



	España	UE	
 Hábitat	Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km2 que nunca han usado ordenador, sobre el total de individuos	29	28
	Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km2 que nunca han usado Internet, sobre el total de individuos	33	31
	Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km2 que acceden a Internet al menos una vez por semana, sobre el total de individuos	57	61
 Educación	Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado ordenador, sobre el total de individuos	43	42
	Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado Internet, sobre el total de individuos	49	45
	Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que acceden a Internet al menos una vez por semana, sobre el total de individuos	41	46
 Edad	Personas de 55 a 74 años que nunca han usado ordenador, sobre el total de individuos	57	44
	Personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet, sobre el total de individuos	64	49
	Personas de 55 a 74 años que acceden a Internet al menos una vez por semana, sobre el total de individuos	29	43
 Renta	Personas en primer cuartil de ingresos que nunca han usado ordenador, sobre el total de individuos	44	40
	Personas en primer cuartil de ingresos que nunca han usado Internet, sobre el total de individuos	49	44
	Personas en primer cuartil de ingresos que usan Internet al menos una vez por semana, sobre el total de individuos	40	46
 Discapacidad	Personas con discapacidad que utilizan ordenadores, sobre personas con discapacidad física o sensorial	88	
	Personas con discapacidad que utilizan smartphones, sobre personas con discapacidad física o sensorial	70	
	Personas con discapacidad que utilizan redes sociales, sobre personas con discapacidad física o sensorial	60	

de género bastante amplia dentro de los colectivos más desfavorecidos.

El indicador de eInclusión mide el nivel de inclusión digital en países y regiones. El análisis de este indicador desprende que tanto en Europa como en España existen diferencias muy marcadas entre los líderes en inclusión digital, Suecia

y Dinamarca a nivel europeo y Madrid en España, con el resto de los países o regiones. El nivel global de eInclusión en España se sitúa en la posición decimosexta del ranking europeo, por detrás de países con menor desarrollo económico como Estonia, Letonia o Eslovaquia. Existe una relación estrecha entre inclusión digital e inclusión social,

de tal manera que países y regiones con altos niveles de inclusión social suelen tener altos niveles de inclusión digital, si bien hay algunas excepciones como Eslovenia, Estonia, Portugal, y, dentro de España, Asturias, Galicia o Aragón, que tienen un nivel de inclusión digital por debajo de lo que les correspondería por el de inclusión social.

5.1. Principales variables de eInclusión

📍 eInclusión y hábitat

La residencia en áreas de menor densidad de población es un factor de riesgo de exclusión digital, lo que se debe a tres factores principalmente: la orografía, la viabilidad económica de la inversión y el nivel de desarrollo.

Por un lado, la orografía dificulta en ocasiones el despliegue de las infraestructuras necesarias para ofrecer servicios de acceso a Internet, banda ancha o telefonía móvil. Por ejemplo, según datos de la CMT, los

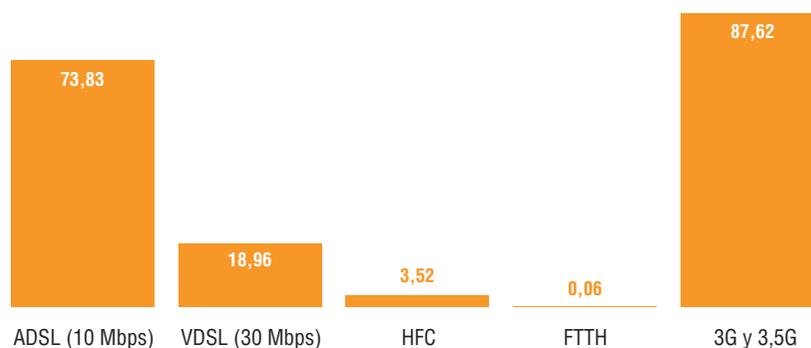
operadores de telefonía móvil en España tenían desplegados en 2012 1,7 nodos B (estaciones base UMTS) por cada 1.000 habitantes para dar cobertura a los municipios de menos de 5.000 habitantes, mientras que en los de más de 5.000 habitantes fueron necesarios sólo 0,8 nodos B por cada 1.000 habitantes.

En segundo lugar, la escasa densidad de ciertas áreas limita la viabilidad económica de las inversiones en

infraestructuras, sobre todo las relativas a conexiones fijas. Por esta razón, en España la cobertura de las redes fijas de acceso a Internet de nueva generación (FTTH y HFC-DOCSIS 3.0), en el primer semestre de 2012, era del 3,5% en municipios de menos de 5.000 habitantes (Gráfico 5.1.1.), cuando para poblaciones de tamaño superior la media de acceso a estas nuevas tecnologías está en torno al 50%.

Gráfico 5.1.1. Cobertura de banda ancha e Internet móvil, en % de personas cubiertas residentes en municipios de menos de 5.000 habitantes. España, primer semestre de 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de SETSI (2013)



Por estas dos razones, en España se da un fuerte desequilibrio en el acceso a la banda ancha en municipios de más de 5.000 habitantes y municipios de menos de 5.000 habitantes (Gráfico 5.1.2.). En los municipios más pequeños,

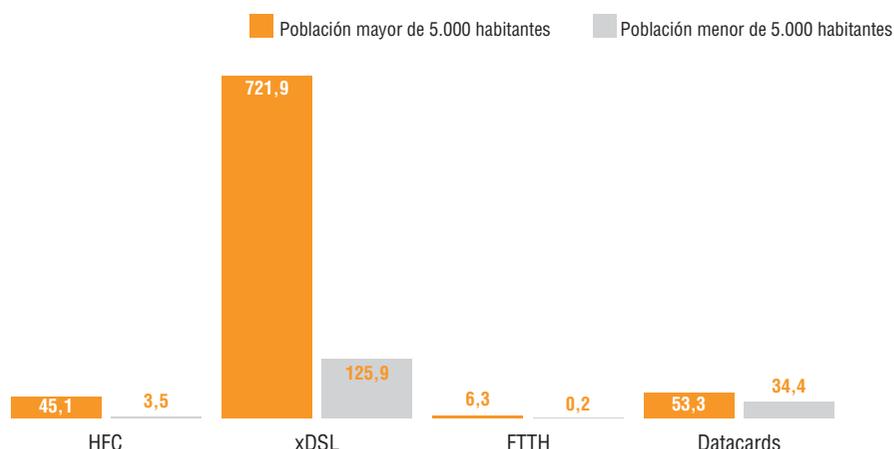
el acceso a banda ancha por xDSL es seis veces inferior, por HFC es 12 veces inferior y por FTTH es 30 veces inferior, es decir, prácticamente inexistente. Sin embargo, el desequilibrio en acceso a Internet móvil no es tan elevado. Este

hecho confirma que Internet móvil y el futuro despliegue de las redes 4G podrían ser la solución a muchos de los problemas de acceso a banda ancha en los entornos rurales de España.

En España se da un fuerte desequilibrio en el acceso a la banda ancha en municipios de más de 5.000 habitantes y municipios de menos de 5.000 habitantes

Gráfico 5.1.2. Acceso a banda ancha y datacards por tamaño de municipio, en accesos por cada 1.000 habitantes. España, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CMT (2012)



Un tercer factor que incide sobre el riesgo de exclusión digital en áreas rurales es el menor grado de desarrollo de los municipios con menor densidad, ya que su población suele tener asociados también otros factores de riesgo de exclusión digital como por ejemplo la edad, la renta o el nivel de formación.

Los tres factores mencionados, orografía, viabilidad económica y desarrollo conforman el escenario de la exclusión digital. En 2012, el 33% de los habitantes de áreas con densidad de población inferior a 100 habitantes/km² en España nunca han utilizado Internet. Este dato es similar a la media europea, aunque la frecuencia de uso de Internet en las

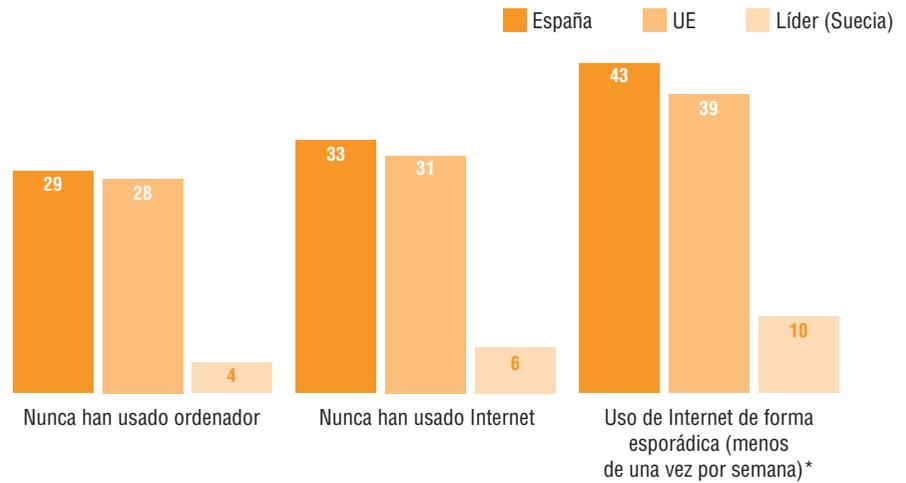
zonas poco pobladas de España es menor que la frecuencia de uso de Internet en zonas similares en la UE (Gráfico 5.1.3.). Sin embargo, España se encuentra lejos de los países líderes en Europa como Suecia, donde la residencia en entornos rurales prácticamente no es factor de exclusión (Gráfico 5.1.4.).

Orografía, viabilidad económica y desarrollo conforman los factores claves de la exclusión digital

Gráfico 5.1.3. Personas que nunca han usado un ordenador, que nunca han usado Internet o que lo han hecho de forma esporádica, en % sobre el total de personas residentes en hábitat con densidad de población inferior a 100 hab/km². 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Contempla tanto las personas que no usan Internet como las que lo utilizan de forma esporádica (menos de una vez por semana)



La diferencia entre la población en entornos de baja densidad y el resto de la población es inferior en España que en la media de la Unión Europea

Las políticas dirigidas en este sentido, como el Programa de Extensión de Banda Ancha (PEBA) del Plan Avanza, parece que dan sus frutos, ya que la diferencia entre la población en entornos de baja

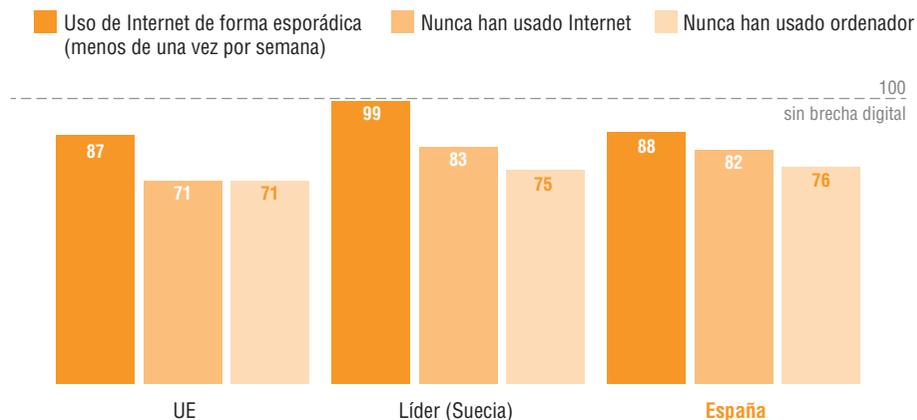
densidad y el resto de la población es inferior en España que en la media de la Unión Europea, donde el nivel de exclusión digital debido a este factor no sólo no ha descendido, sino que ha

aumentado. En el país más desarrollado en este ámbito en Europa, Suecia, vivir en zonas con poca densidad de población no supone exclusión digital para la frecuencia de uso en Internet.

Gráfico 5.1.4. Brecha digital* por hábitat según uso de ordenadores e Internet y uso esporádico de Internet, entre personas residentes en hábitat con densidad de población inferior a 100 hab/km² y el total de la población. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* La brecha digital se aprecia en la diferencia entre 100 y el valor del indicador correspondiente, cuanto mayor es la distancia entre ambos números mayor es la brecha digital. La brecha digital ha sido calculada por relación entre el % de personas de toda la población que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica, y el % de personas del grupo de exclusión analizado, que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica



elInclusión y nivel educativo

Analizando otro de los principales factores de exclusión digital, el nivel educativo, en España, el 43% de las

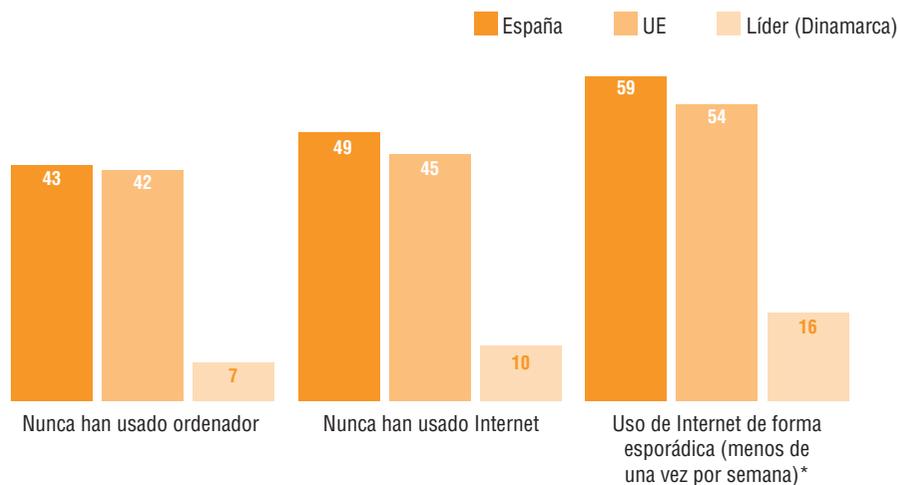
personas que no tienen un nivel educativo superior a educación primaria nunca han utilizado un ordenador y el 49% nunca

ha utilizado Internet (Gráfico 5.1.5.). En este aspecto, la situación de España es algo peor que la media europea.

Gráfico 5.1.5. Personas que nunca han usado un ordenador, que nunca han usado Internet o que lo han hecho de forma esporádica, en % sobre el total de personas con un nivel de estudios máximo equivalente a educación primaria. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Contempla tanto las personas que no usan Internet como las que lo utilizan de forma esporádica (menos de una vez por semana)



Al igual que sucede en el análisis del hábitat, el nivel de exclusión digital debido al grado de formación de las personas ha aumentado en los últimos años, excepto en el caso de las diferencias en uso esporádico de Internet, que han disminuido con el tiempo. En

la Unión Europea se ha producido un fenómeno similar, mientras que en el país líder, Dinamarca, se ha producido un fuerte proceso de convergencia. La brecha digital es mayor en este conjunto de población que en el caso de la variable de hábitat y, por ejemplo, el porcentaje de

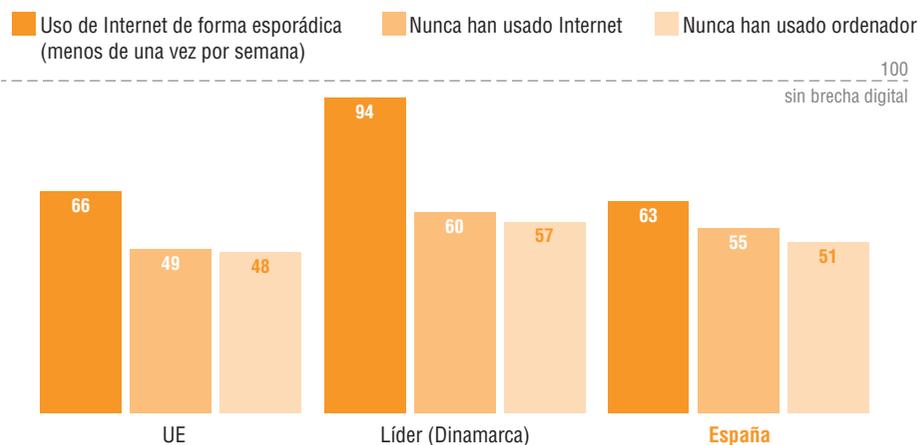
personas que nunca han usado Internet o un ordenador es prácticamente el doble para aquellas con educación no superior a primaria que para el resto de la población, tanto en España como en la Unión Europea (Gráfico 5.1.6.).

El porcentaje de personas que nunca han usado Internet o un ordenador es prácticamente el doble para aquellas con educación no superior a primaria que para el resto de la población

Gráfico 5.1.6. Brecha digital* por educación según acceso a ordenadores e Internet y uso esporádico de Internet, entre personas con un nivel de estudios máximo equivalente a educación primaria y el total de la población. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* La brecha digital se aprecia en la diferencia entre 100 y el valor del indicador correspondiente, cuanto mayor es la distancia entre ambos números mayor es la brecha digital. La brecha digital ha sido calculada por relación entre el % de personas de toda la población que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica, y el % de personas del grupo de exclusión analizado, que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica



El principal mecanismo para eliminar este factor de exclusión es la formación TIC en etapas iniciales de la educación obligatoria. A nivel europeo, España se encuentra entre los tres países con un menor porcentaje de personas que con un nivel de estudios máximo

equivalente a educación primaria, obtienen sus conocimientos TIC a través de la educación formal (Gráfico 5.1.7.). En el resto de Europa, los países provenientes del antiguo bloque soviético y los países nórdicos son los que dan mayor importancia a la formación TIC

en etapas iniciales de formación. En este sentido, en España las distintas estrategias definidas para fomentar las TIC en la enseñanza primaria y secundaria han adoptado un enfoque transversal que consiste en no incentivar las TIC como materia curricular, sino

fomentar su uso en el conjunto del resto de asignaturas y materias. En la Agenda Digital Española y en el proyecto de la Ley Orgánica de Mejora de la Calidad de la Enseñanza (LOMCE) se repite que la estrategia TIC en la educación debe crear un ecosistema digital de ámbito

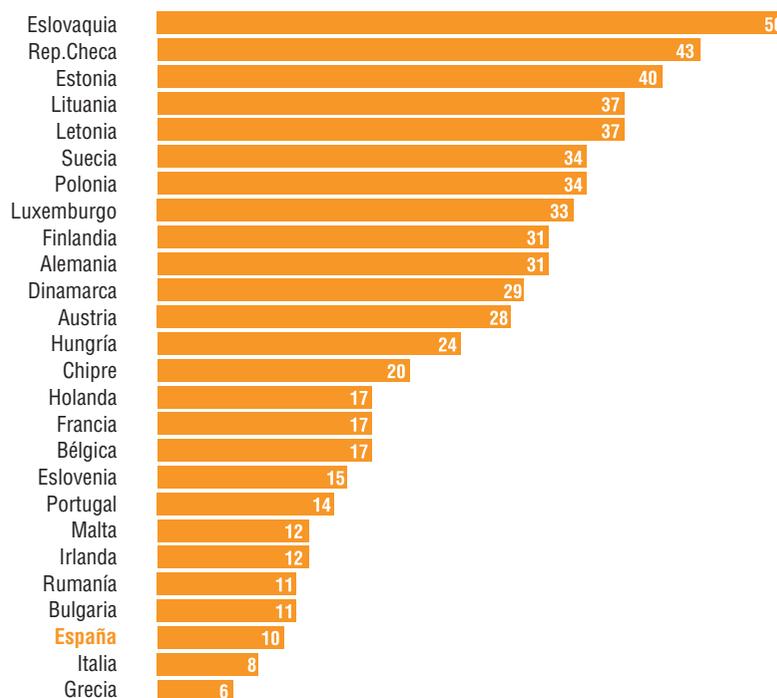
nacional y que sea económicamente sostenible. Sin embargo, las TIC aparecen en la LOMCE más como un elemento ahorrador de costes de educación que como una competencia necesaria para nuestros futuros trabajadores. De esta estrategia podría desprenderse que parte

de la formación TIC quedará delegada a los padres, lo que en un país con unos conocimientos en tecnologías inferiores a la media europea podría llevar a un bucle negativo e institucionalizar la brecha digital entre familias con conocimientos TIC y sin conocimientos TIC.

Gráfico 5.1.7. Personas que han obtenido sus conocimientos TIC a través de educación formal, en % sobre personas con un nivel de estudios máximo equivalente a educación primaria, UE*. 2011

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)

* Sin datos para Reino Unido



elInclusión y edad

El factor que en España produce mayor exclusión digital es la edad de las personas

El factor que en España produce mayor exclusión digital es la edad de las personas, ya que los españoles

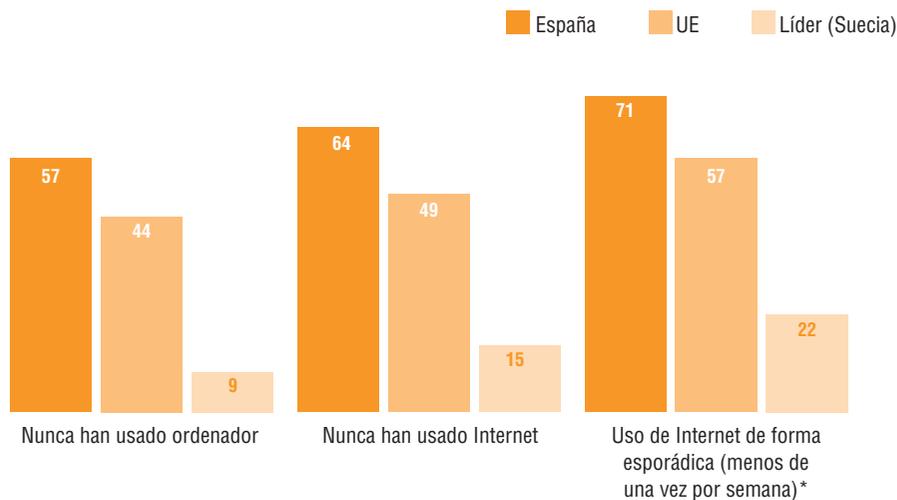
de más de 55 años presentan niveles de exclusión digital más elevados que cualquier otro colectivo desfavorecido.

Además, la exclusión digital de este segmento es mucho más grave en España que en el resto de la UE (Gráfico 5.1.8.).

Gráfico 5.1.8. Personas que nunca han usado un ordenador, que nunca han usado Internet o que lo han hecho de forma esporádica, en % sobre el total de personas con edad comprendida entre 55 y 74 años. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Contempla tanto las personas que no usan Internet como las que lo utilizan de forma esporádica (menos de una vez por semana)



Junto al hábitat, la edad era el único factor de exclusión considerado explícitamente en el Plan Avanza. En el período 2006-2011 se dotaron 70 millones de euros en proyectos para la inclusión digital de mayores de 55 años. El 40% de estos fondos provenían del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Debido a que anteriormente al Plan Avanza se había prestado una atención limitada a este colectivo, el nivel de retraso de partida en 2005 era elevado, el 86% de los mayores de 55 años nunca había accedido a Internet. En

2012 esta cifra se ha situado en el 64%, que sigue siendo uno de los valores de exclusión digital más elevados de la Unión Europea. Además, el retraso relativo del colectivo de mayores ha aumentado en los últimos años en Europa en términos de acceso a ordenador e Internet, mientras que se ha reducido en relación a la frecuencia de su uso (Gráfico 5.1.9).

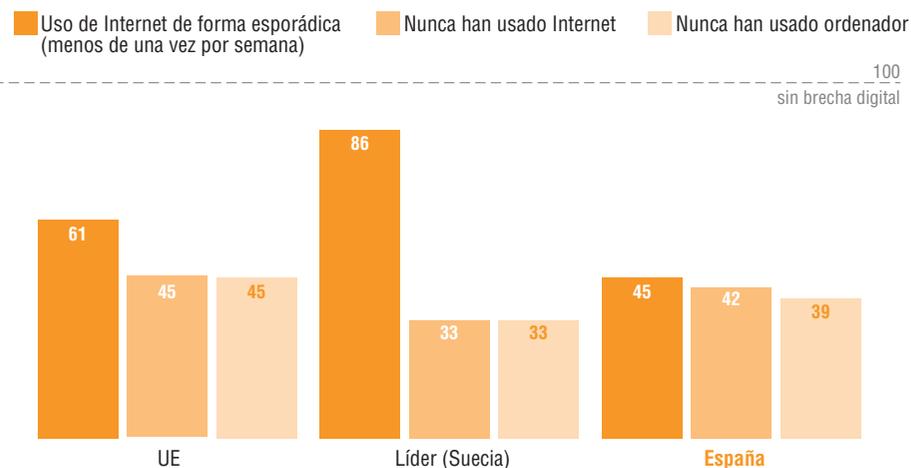
En la Agenda Digital Española no se detalla una atención específica al colectivo de mayores de 55 años, por lo que se plantean dudas sobre

cómo se abordará el problema de exclusión digital más considerable que tiene España. Por el contrario, la Agenda Digital Europea presta más atención al problema integrando las prioridades del programa europeo *Ageing Well in the Information Society* dentro de sus pilares V (orientando la I+D en TIC hacia el problema de envejecimiento de la población europea) y VII (dentro de la Acción 78 de desarrollo de entornos favorables al envejecimiento basados en TIC).

Gráfico 5.1.9. Brecha digital* por edad para acceso a ordenadores e Internet y uso esporádico de Internet, entre personas con edad comprendida entre 55 y 74 años y el total de la población. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* La brecha digital se aprecia en la diferencia entre 100 y el valor del indicador correspondiente, cuanto mayor es la distancia entre ambos números mayor es la brecha digital. La brecha digital ha sido calculada por relación entre el % de personas de toda la población que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica, y el % de personas del grupo de exclusión analizado, que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica



Por otro lado, es importante tener en cuenta que gracias al esfuerzo e interés de los profesionales médicos en España, la utilización de servicios de e-health se encuentra entre las más altas de Europa

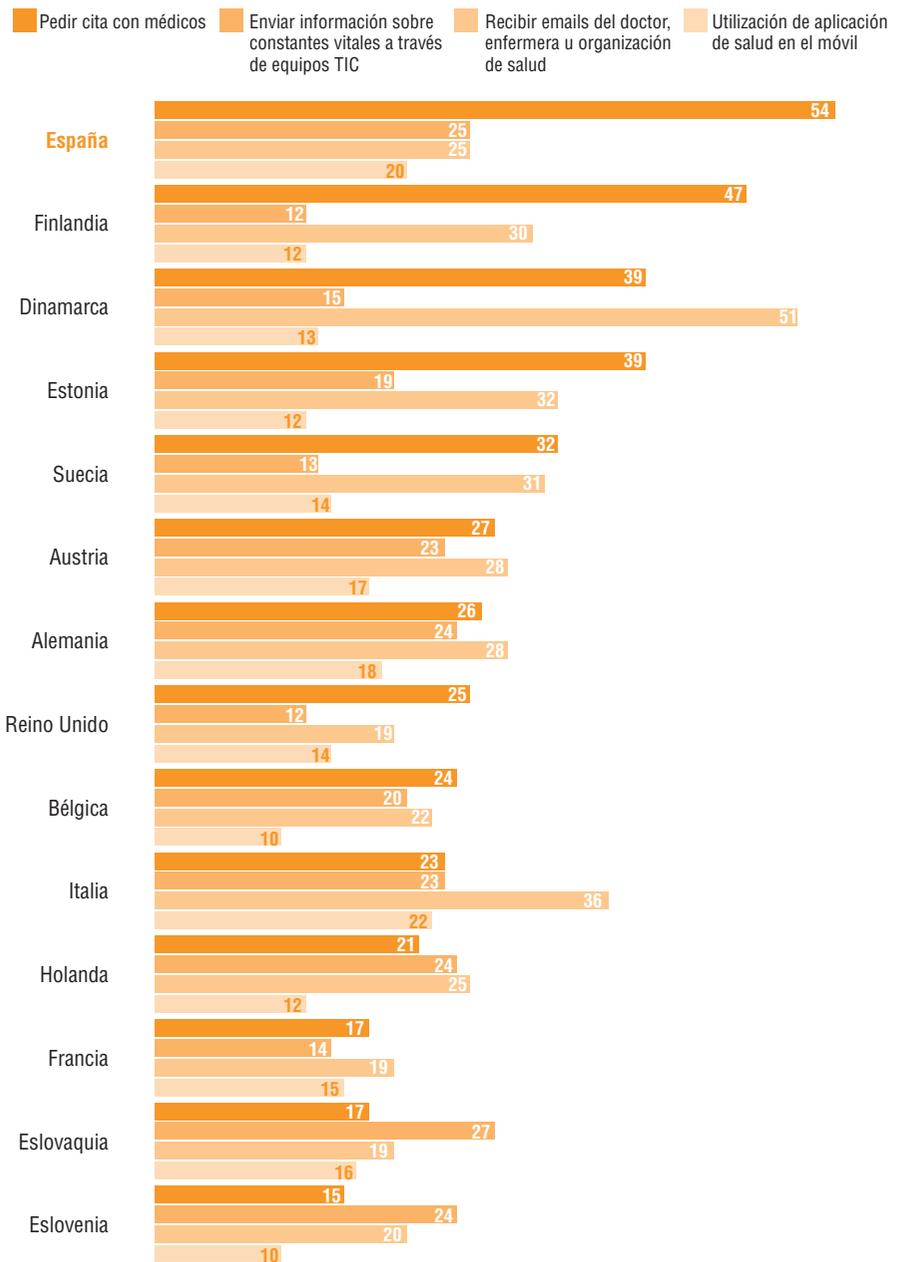
(Gráfico 5.1.10). Por ello, acorde a los datos existentes, parece que la relación entre salud y TIC está ciertamente interiorizada en los ciudadanos españoles, por lo que no incidir en un

mayor acceso a estas tecnologías en la población mayor de 55 años hace que no se esté aprovechando el potencial ahorro en costes sanitarios derivados de la aplicación de las TIC a este colectivo.

Gráfico 5.1.10. Porcentaje de internautas* que utilizan ciertos servicios de telemedicina. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Strategic Intelligence Monitor on Personal Health Systems (2012)

* Sobre una base total de 14.000 internautas (1.000 por cada país de la UE que ha participado en el citado estudio)



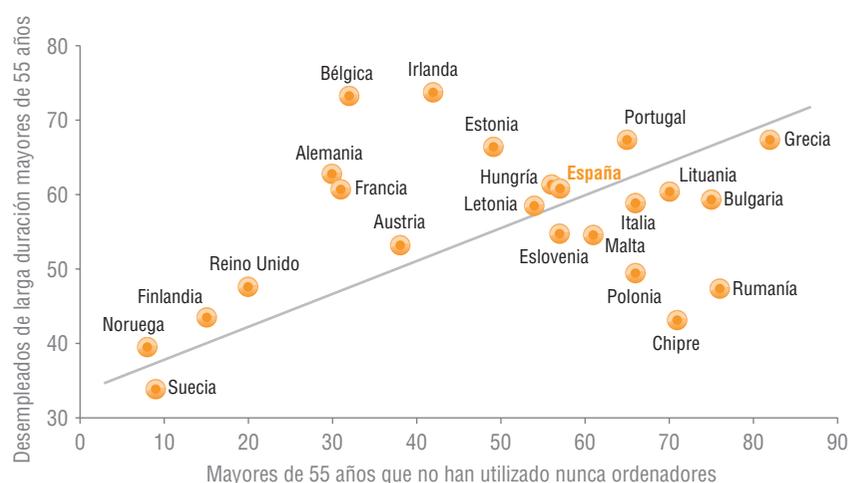
Asimismo, la falta de acceso a las TIC de los mayores de 55 años podría influir también con su capacidad para encontrar un empleo. Existe una cierta relación positiva entre el nivel de exclusión digital de los mayores de 55 años y sus dificultades para encontrar un nuevo

trabajo (Gráfico 5.1.11.). En algunos países de entre los más desarrollados, con bajas tasas de exclusión digital, los mayores de 55 años desempleados tienen también mayor capacidad para encontrar un empleo. Evitar la exclusión digital sería un factor relevante a considerar

en los planes de sostenibilidad de la fuerza de trabajo y los sistemas de protección social. El reconocimiento del año 2012 como año del envejecimiento activo es una simple muestra de la relevancia de este hecho en la economía de los países de la Unión Europea.

Gráfico 5.1.11. Porcentaje de personas con edad comprendida entre 55 y 74 años que nunca han utilizado ordenadores y porcentaje de personas con edad comprendida entre 55 y 74 años desempleadas más de 12 meses. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



👉 Inclusión y renta

El nivel de renta de la población es otro importante factor de exclusión. Sin embargo, este hecho ha sido relativizado en el pasado Plan Avanza y en el presente, tanto en la Agenda Digital Española como en la Agenda Digital Europea, pues las medidas destinadas a los colectivos de renta baja se incluyen

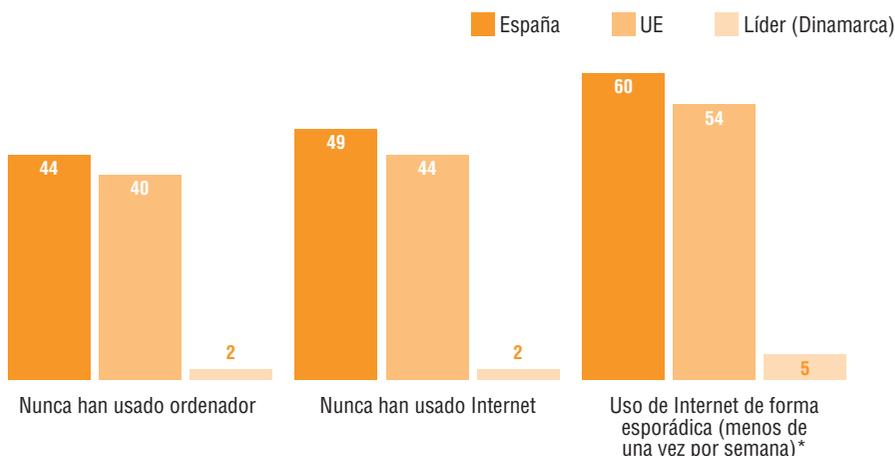
dentro de acciones de tipo generalista. En España no existen medidas específicas dirigidas a las rentas más bajas, salvo el abono social de línea telefónica fija, destinado a pensionistas y jubilados con rentas inferiores al Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM). En nuestro país, el 44% de las personas

con rentas bajas nunca ha utilizado un ordenador, lo que muestra unos niveles de exclusión digital similares a los que se dan en la Unión Europea (Gráfico 5.1.12.).

Gráfico 5.1.12. Personas que nunca han usado un ordenador, que nunca han usado Internet o que lo han hecho de forma esporádica, en % sobre el total de personas que viven en hogares en el primer cuartil de ingresos. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* Contempla tanto las personas que no usan Internet como las que lo utilizan de forma esporádica (menos de una vez por semana)



Además, esta brecha digital entre las personas con menores ingresos y el resto de la población española se ha reducido a lo largo de la crisis, mientras que en la Unión Europea ha aumentado (Gráfico 5.1.13.). Sin embargo, parte de esta aparente mejora se debe al incremento de la tasa de pobreza en los hogares españoles y del número de los

mismos en el primer cuartil de ingresos¹ que se ha registrado desde el inicio de la crisis, provocando que hogares que antes de la crisis disponían de los recursos para acceder a las TIC hayan caído dentro de dicho primer cuartil.

Por otro lado, los elevados datos de acceso de las personas con rentas

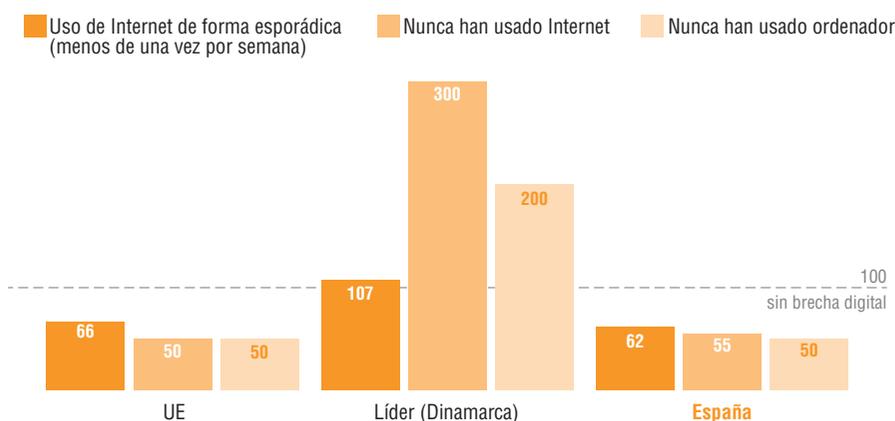
bajas en Dinamarca implican que este grupo de población accede a Internet más frecuentemente que la media. Posiblemente, el hecho de que el punto de corte del primer cuartil de ingresos en Dinamarca esté en cerca de 20.000 euros (más del doble de España) podría indicar que la renta disponible en este país no limite el acceso a las TIC.

Gráfico 5.1.13. Brecha digital* por renta para acceso a ordenadores e Internet y uso esporádico de Internet, entre personas residentes en hogares incluidos en el primer cuartil de ingresos y el total de la población. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

* La brecha digital se aprecia en la diferencia entre 100 y el valor del indicador correspondiente, cuanto mayor es la distancia entre ambos números mayor es la brecha digital. La brecha digital ha sido calculada por relación entre el % de personas de toda la población que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica, y el % de personas del grupo de exclusión analizado, que no habían utilizado nunca ordenadores, nunca Internet o utilizan Internet de forma esporádica.

En el caso particular del Líder (Dinamarca) los valores son superiores a 100, lo que indica que la población dentro del grupo de exclusión está mejor posicionada que la población en general



En las rentas más bajas destacan usos de Internet como herramienta de interacción social (juegos en red, redes sociales, telefonía IP)

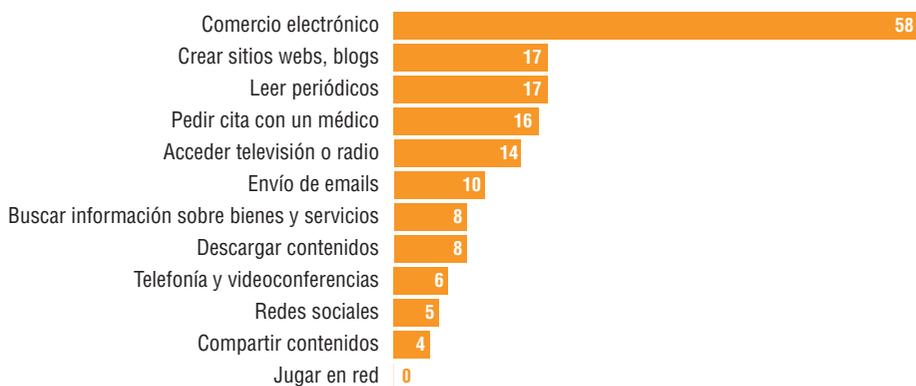
El uso de Internet por parte de la población con menos renta es significativamente diferente al realizado por el conjunto de los españoles. En las rentas más bajas destacan usos de Internet como herramienta de interacción

social (juegos en red, redes sociales, telefonía IP) y donde se observan más diferencias es en la utilización de Internet como proveedor de contenidos y productos (Gráfico 5.1.14.). La diferencia más amplia se da en el porcentaje

de personas que utilizan el comercio electrónico, que podría deberse o bien a una menor renta disponible o bien a una menor propensión al consumo en Internet de las rentas bajas.

 **Gráfico 5.1.14.** Diferencias porcentuales en los distintos usos de Internet entre internautas residentes en hogares del primer cuartil de ingresos y el total de internautas. España, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



eInclusión y discapacidad

Una de las prioridades de la Agenda Digital Europea es el fomento de la accesibilidad a las TIC y los servicios de Internet de las personas con discapacidad. La Acción 64 dentro del pilar VI de la Agenda Digital obliga a que en 2015 sean accesibles según una serie de estándares establecidos

por la Comisión Europea bajo el Mandato 376 (disponible a partir de 2014), aquellas páginas web de todos los estados de la Unión Europea que presten servicios relacionados con las declaraciones de impuestos, servicios de empleo, seguridad social, documentos de identidad, gestiones

relacionadas con vehículos, permisos de obra, denuncias, bibliotecas públicas, registro civil, universidades, padrón y servicio nacional de salud. El objetivo se antoja ambicioso en la medida que en la actualidad los cerca de 80 millones de personas con discapacidad y los 87 millones de habitantes mayores de 65

Cerca de 80 millones de habitantes con discapacidad y los 87 millones de personas mayores de 65 años sólo pueden acceder a un tercio de los 761.000 portales web de las distintas administraciones públicas que operan en la UE

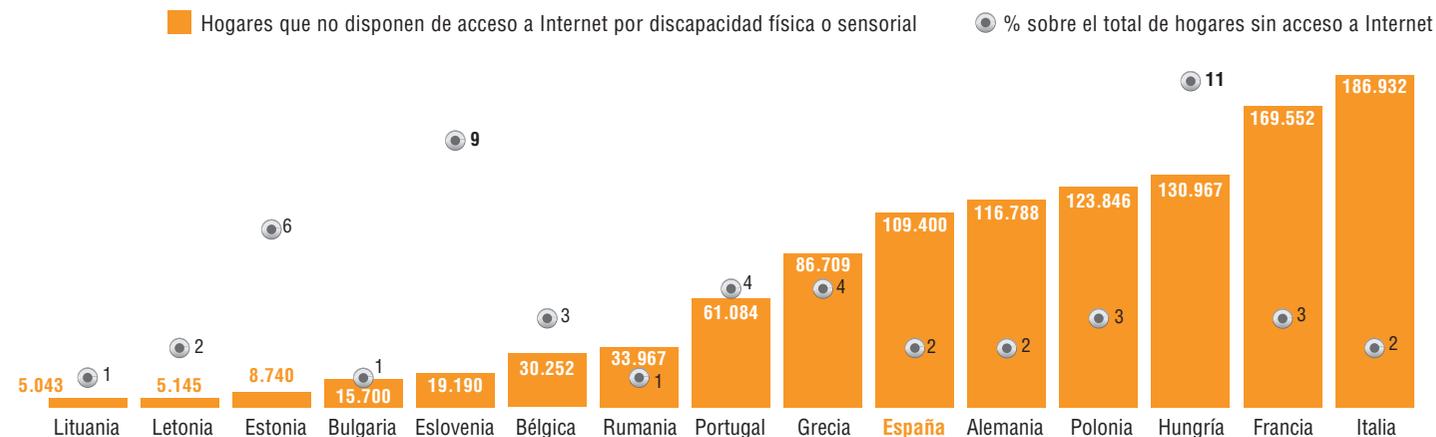
años sólo pueden acceder a un tercio de los 761.000 portales web de las distintas administraciones públicas que operan en la UE. En España, los niveles de accesibilidad de las páginas web de la Administración General del Estado y de las CC AA son generalmente altos. De acuerdo a los datos más recientes disponibles del Observatorio de Administración Electrónica, el 80% de los portales de la Administración General del Estado y el 79% de los de las CC AA cumplían los requisitos de accesibilidad de tipo 1 a fecha de noviembre de 2011.

Los países de mayor tamaño son también los que tienen mayor número de hogares que por discapacidad física o sensorial no pueden acceder a Internet (Gráfico 5.1.15.). Algunos como Hungría tienen un número anormalmente alto de hogares con personas con discapacidad física o sensorial sin acceso a Internet y por tanto necesitan políticas más intensas de integración digital de este colectivo. En España, en cerca de 110.000 hogares sus miembros no pueden acceder a Internet por esta razón. Esta cifra supone

que en el 8% de los hogares en los que reside una persona con discapacidad física o sensorial, esta discapacidad es la razón por la que el considerado como miembro principal de la vivienda no dispone de acceso a Internet. Hay que tener en cuenta que según los datos del INE de 2008, el tamaño del colectivo de personas con discapacidad con mayor riesgo de exclusión digital, que son las que además viven solas en casa, era de 608.000 individuos en toda España.

Gráfico 5.1.15. Hogares que no disponen de acceso a Internet por discapacidad física o sensorial, en número y % sobre el total de hogares sin acceso a Internet, 2012.

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



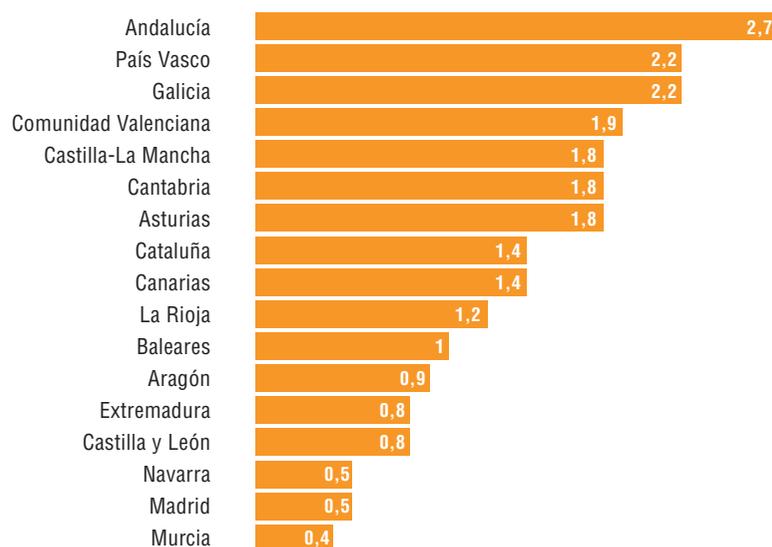
En la traslación regional española de este aspecto, es en Galicia, Andalucía y País Vasco donde las personas con discapacidad encuentran mayores problemas para acceder a Internet, mientras que en Madrid, Murcia y Navarra hay menos dificultades (Gráfico 5.1.16.). Las distintas iniciativas de las CC AA

destinadas a desarrollar el uso de las TIC en las personas con discapacidad han sido limitadas y heterogéneas, abarcando desde subvenciones para la compra de productos TIC como en Andalucía hasta cursos de capacitación en Aragón, por ejemplo. Es de esperar que en el futuro la Estrategia Global

de Accesibilidad a las Tecnologías de la Información y la Comunicación anunciada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad potencie las actividades en este ámbito de una forma coordinada con la Agenda Digital Española y la futura Ley de Discapacidad.

Gráfico 5.1.16. Hogares que no disponen de acceso a Internet por discapacidad física o sensorial, en % sobre el total de hogares sin acceso a Internet. España 2012.

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



La accesibilidad de las páginas web de los partidos políticos

En el Real Decreto 1494/2007 se indicaba que las páginas web de administraciones públicas o financiadas por los presupuestos públicos debían adaptarse a la prioridad 1 de la norma UNE 139803:2004 en un plazo de seis meses desde la entrada en vigor de dicho decreto. Además, la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas ratificada por España en 2011 incluía obligaciones similares para facilitar la accesibilidad total a la información de campaña electoral

en medios electrónicos, atendiendo a una persistente reivindicación del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI). En este marco, al analizar con dos herramientas diferentes (Ocawa y Hera) la accesibilidad de las páginas web de distintos partidos políticos, se observa que, en 2013, aunque en general han tratado de adaptar sus portales, todavía persisten posibles errores automáticos sobre las pautas internacionales de accesibilidad.

Accesibilidad de páginas web de partidos políticos. Puntos de validación con errores automáticos detectados por diferentes herramientas de análisis*. 2013

Fuente: eEspaña 2013

	Hera		Ocawa	
	Prioridad 1	Prioridad 2	Prioridad 1	Prioridad 2
CIU	2	9	2	4
IU	1	6	3	4
PNV	1	7	0	4
PP	3	9	2	5
PSOE	2	8	2	5
UPyD	2	6	1	4

* Análisis realizado el 9 de mayo de 2013, se reflejan sólo los errores detectados automáticamente para WCAG 1.0.

Uno de los mayores atractivos económicos de la utilización de las TIC por parte de personas con discapacidad es la oportunidad de mercado subyacente tras estas tecnologías. Por ejemplo, según el Centro Nacional de Tecnologías de la Accesibilidad

(CENTAC) las licitaciones relacionadas con TIC accesibles superaron los 1.500 millones de euros en 2011. El interés de este mercado se confirma por el fuerte crecimiento en el número de empresas en este sector, que entre 2010 y 2012 se ha duplicado (Gráfico 5.1.17.). El aumento

del negocio ha sido generalizado, pero ha sido especialmente marcado en los productos de apoyo para alarma, indicación y señalización y en los de apoyo para el manejo de la información audiovisual, como micrófonos o altavoces.

Los juegos paralímpicos de Londres han sido un éxito de audiencia, triplicando la audiencia en televisión que tuvieron los de Pekín. También han sido un éxito en Internet. Baste indicar que en Twitter en el Reino Unido #paralympics ha sido el trending topic de deportes con más audiencia del año, por delante de los propios juegos olímpicos de verano. Este éxito se explica por la estrategia de medios sociales desplegada por el Comité Paralímpico Internacional, volcando el mayor esfuerzo de comunicación en los nuevos medios frente a los tradicionales como la televisión o la radio.

Visitas a la página paralympics.org, en millones de visitantes únicos	1,9
Videos vistos de los juegos paralímpicos en Youtube, en millones	9
Likes en la páginas de Facebook paralímpicos	136.000
Descargas de la App London 2012 Paralympic, en millones	5,8
Tuits que mencionan paralímpicos durante los juegos, en millones	1,5

Fuente: eEspaña 2013 a partir del Comité Paralímpico Internacional (2012)

Gráfico 5.1.17. Número de empresas en el mercado español de TIC accesibles por tipo de producto de apoyo

Fuente: eEspaña 2013 a partir de CENTAC (2012)



Según datos de la Fundación Adecco, una vez disponen de acceso, las personas con discapacidad física o sensorial tendrían niveles de uso superiores de las TIC a la media de la población española. Más concretamente, estas personas tendrían niveles de acceso a ordenadores, smartphones y tabletas más altos que el resto de la población. Dentro de las tecnologías adaptadas, las que son más utilizadas por este colectivo son las relacionadas con los problemas de

visión, como pantallas de gran formato o magnificadores de pantalla (Gráfico 5.1.18.). En principio, parece que el elevado uso de las TIC puede atender a su utilidad a la hora de solventar algunos de los problemas cotidianos de las personas con discapacidad y de fomentar su integración laboral. En relación al uso de redes sociales, según el estudio del 2012 *TIC y Mayores, Conectados al Futuro*² las personas con discapacidad hacen un mayor uso de esta tecnología

para contactar con otras personas con problemas o intereses similares. Es decir, parece que las redes sociales están sirviendo para cohesionar los colectivos de personas con discapacidad y para canalizar los apoyos y ayudas mutuas. Según el informe de Fundación Adecco, la principal barrera en la adopción de las TIC por su parte es el coste de las mismas, en lo que no difieren del resto de la población española.

Gráfico 5.1.18. Personas con discapacidad física o sensorial que utilizan TIC, en función de la tecnología, en % sobre el total de personas con discapacidad física o sensorial y sobre los que tienen un empleo para tecnologías adaptadas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Fundación Adecco (2012)



elInclusión y género

En sus inicios, Internet se caracterizaba por mayores tasas de adopción entre el género masculino que entre el femenino. Sin embargo, en los países desarrollados estas diferencias se han ido atenuando con el paso de los años y en la actualidad existe un acceso a las TIC similar entre ambos géneros. Por ejemplo, en Estados Unidos hay más internautas mujeres que hombres, mientras que en España en 2012 el 51% de los internautas han sido hombres y el 49% mujeres.

En los países en desarrollo, sin embargo, todavía existe esta brecha. Según el informe de 2012 de Intel *Women and the Web*³ de los 1.400 millones de usuarios de Internet en países en desarrollo, el 43% han sido mujeres y el 57% han sido hombres. En África la proporción de hombres usuarios de Internet casi dobla a la de mujeres. Este informe estima que duplicar el número de mujeres usuarias de Internet en los países en desarrollo incrementaría el PIB anual del conjunto de estos en una cantidad que podría ser

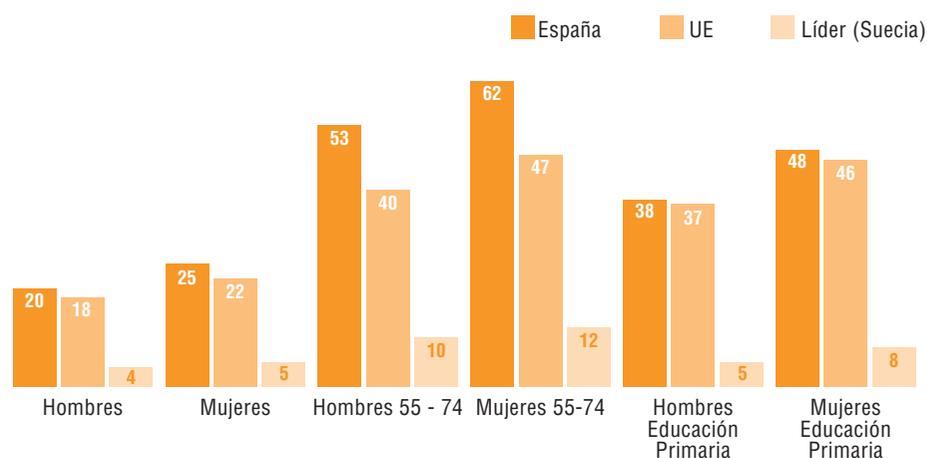
superior a los 13.000 millones de dólares.

La citada igualdad en muchos países desarrollados es sólo en lo que respecta a la media, pues existe una brecha digital de género dentro de los colectivos más desfavorecidos. En Europa, la proporción de individuos con un nivel de estudios no superiores a educación primaria y, sobre todo, de individuos de entre 55 y 74 años que nunca ha utilizado un ordenador es mucho mayor entre las mujeres que entre los hombres.

La igualdad de género en el acceso y el uso de las TIC en muchos países es sólo en lo que respecta a la media, pues existe una brecha digital de género dentro de los colectivos más desfavorecidos

Gráfico 5.1.19. Individuos por género y colectivo desfavorecido que nunca han usado ordenador, en %. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



En el caso concreto de España, la brecha de género en colectivos desfavorecidos es superior a la que se registra en la Unión Europea. En el caso de las mujeres mayores de 55 años, el aislamiento digital es bastante patente. Seis de cada 10 mujeres españolas mayores de 55 años nunca ha usado un ordenador, casi siete de cada 10 nunca ha usado Internet, y alrededor de ocho de cada 10 no usan Internet o lo hacen menos de una vez

por semana (Gráficos 5.1.19., 5.1.20. y 5.1.21.). En el caso de las mujeres con estudios máximos equivalentes a educación primaria la desconexión digital es también elevada. Además, en estos colectivos desfavorecidos la brecha digital entre hombres y mujeres es todavía significativa. En España, hay 10 puntos porcentuales de diferencia frente a los hombres en el caso de mujeres mayores de 55 años y 11 puntos para las mujeres

con estudios de educación primaria. En el conjunto de la Unión Europea, la brecha digital también es amplia e incluso en los países más avanzados como Suecia, la brecha digital de género es inusualmente alta, superior a cinco puntos, entre los colectivos desfavorecidos analizados. Estos datos confirman que son necesarias políticas de fomento de las TIC en las mujeres pertenecientes a conjuntos de población desfavorecidos.

Gráfico 5.1.20. Individuos por género y colectivo desfavorecido que nunca han usado Internet, en%. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)

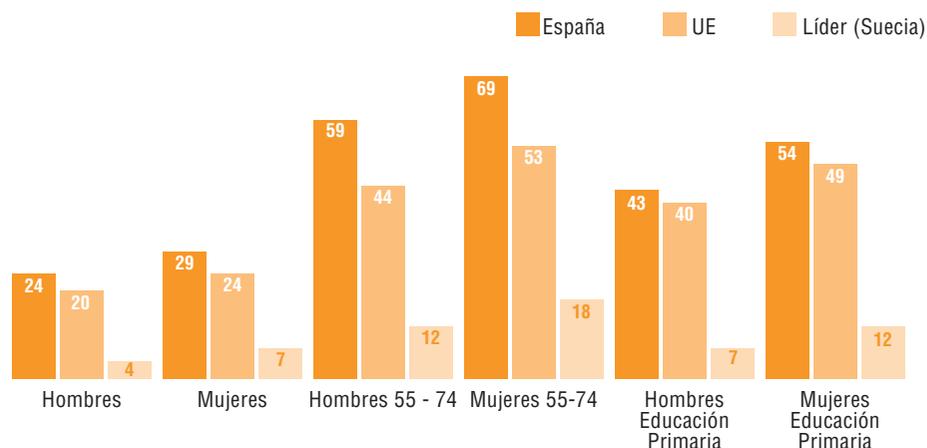
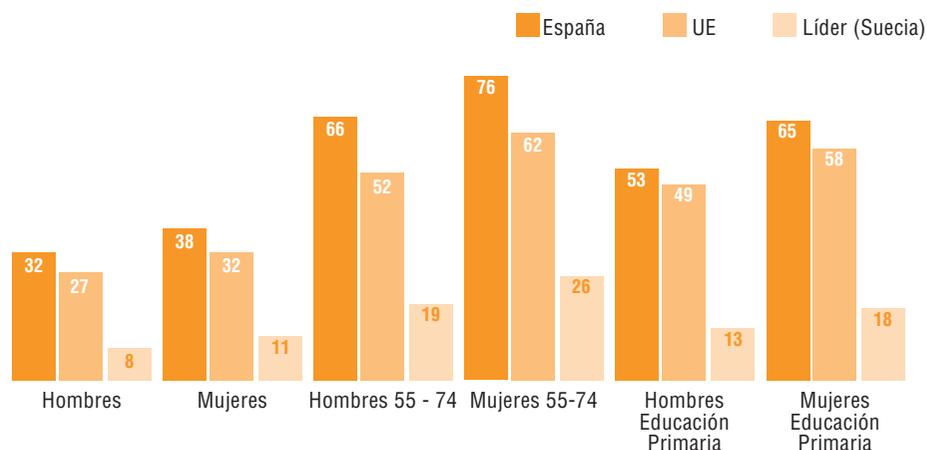


Gráfico 5.1.21. Individuos por género y colectivo desfavorecido que no usan Internet o lo hacen de forma esporádica (menos de una vez por semana), en %. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2013)



5.2. Índice de convergencia

En este apartado se desarrolla el Índice de Convergencia de eInclusión (ICel) en la UE y por CC AA en España, que recoge variables de acceso y uso de las TIC para los colectivos en riesgo de exclusión. En esta edición del índice, los grupos de exclusión digital analizados están relacionados con el hábitat, la edad, el nivel educativo, la renta y la

discapacidad. Otras variables como el género o la nacionalidad de la población en la actualidad no son un factor de exclusión digital en España al hablar de población en general, y por ello no han sido desarrollados. Sin embargo, al igual que el índice eEspaña o el ICSI, en futuras ediciones del informe se irá revisando la estructura del índice

de eInclusión con el fin de adaptarla a la cambiante naturaleza del problema de exclusión digital (Tabla 5.2.1.). Por ejemplo, hace algunos años el género era un claro factor de exclusión digital, pero se ha ido diluyendo con el tiempo. En una situación óptima el índice debería tender a tener cada vez menos variables o incluso desaparecer. La Agenda Digital

Española considera variables similares a las recogidas en estos índices a la hora de medir el cumplimiento de los objetivos de inclusión digital. Para su cálculo se ha empleado el mismo mecanismo aplicado al del Índice eEspaña y al ICSI. Para cada variable se ha tomado como base 100 el mejor valor de la misma (máximo o mínimo) para la serie de países o CC AA. De tal forma, un valor igual a 100 indica que el país o la CC AA es la unidad mejor posicionada en dicha variable, mientras que por ejemplo 50 indica que dicho país o CC AA tienen un valor igual a la mitad o el doble, dependiendo si la

referencia es valor máximo o mínimo, a la base 100. El valor final por cada país o CC AA se obtiene del promedio de los valores obtenidos para cada variable.

En Europa, en el ámbito de la discapacidad se ha intentado realizar una medición sintética sólo en el caso de la accesibilidad de las TIC a través del proyecto *Monitoring eAccessibility in Europe*, cuyos datos no han sido empleados en este análisis por dos razones. En primer lugar, los más recientes se refieren al año 2011. En segundo lugar, el proyecto realiza

sus cálculos generalmente a partir de valoraciones subjetivas de expertos, lo cual limita la homogeneidad entre países. Por el contrario, en el cálculo del indicador de inclusión se ha tratado de emplear valores puramente objetivos y actualizados.

Asimismo, la diferente información disponible para países y comunidades autónomas obliga a construir dos índices diferentes. En el caso de las CC AA, toda la información se obtiene del Instituto Nacional de Estadística (Tabla 5.2.2.).

Tabla 5.2.1. Variables recogidas en el ICeI (Índice de Convergencia de inclusión) en la UE

- (1) Variable que mide la incidencia de la discapacidad física o sensorial en el acceso a las TIC incluida dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea
- (2) Variable recogida en las acciones de alfabetización digital incluida dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea
- (3) Variable recogida en el objetivo de inclusión de la Agenda Digital Española

Variable	Fuente
Hogares que no disponen de acceso a Internet por discapacidad física o sensorial (1)	Eurostat
Hogares sin acceso a Internet por falta de conocimientos (2)	Eurostat
Individuos que usaron la red móvil para conectarse desde dispositivos de mano (3)	Eurostat
Líneas banda ancha móvil/habitante (3)	Comisión Europea
Personas que acceden a Internet diariamente (3)	Eurostat
Personas que acceden a Internet una vez por semana (3)	Eurostat
Personas que nunca han comprado en Internet (2)	Eurostat
Personas que nunca han usado Internet (3)	Eurostat
Personas que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat
Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km2 que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat
Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km2 que nunca han usado Internet (3)	Eurostat
Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km2 que acceden a Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat
Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat
Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado Internet (3)	Eurostat
Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que acceden a Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat
Personas de 55 a 74 años que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat
Personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet (3)	Eurostat
Personas de 55 a 74 años que acceden a Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat
Personas en el primer cuartil de ingresos que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat
Personas en el primer cuartil de ingresos que nunca han usado Internet (3)	Eurostat
Personas en el primer cuartil de ingresos que usan Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat



elInclusión
General



elInclusión
Hábitat



elInclusión
Educación



elInclusión
Edad



elInclusión
Renta

Suecia y Dinamarca son claramente los países con mayor nivel de inclusión digital, existiendo una correlación en la UE entre menor desarrollo económico y mayores niveles de exclusión digital

Tabla 5.2.2. Variables recogidas en el Índice de Convergencia de elInclusión por CC AA

(1) Variable recogida en las acciones de alfabetización digital incluidas dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea

(2) Variable recogida en el objetivo de inclusión de la Agenda Digital Española

(3) Variable que mide la incidencia de la discapacidad física o sensorial en el acceso a las TIC incluida dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea

(4) Variable que recoge acceso a tecnologías básicas para el conjunto de población desfavorecida

	Variable
 elInclusión General	Personas que nunca han usado un ordenador (1)
	Personas que nunca han usado Internet (2)
	Personas que nunca han comprado en Internet (2)
	Hogares que no acceden a Internet por discapacidad física o sensorial (3)
 elInclusión Hábitat	Hogares que no acceden a Internet por falta de conocimientos (1)
	Hogares que no acceden a Internet por falta de acceso de banda ancha (2)
	No utilización de teléfono móvil por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (4)
	No utilización de ordenador por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (2)
 elInclusión Educación	No utilización de Internet por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (2)
	No utilización de comercio electrónico por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (2)
	No utilización de teléfono móvil por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (4)
	No utilización de ordenador por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (2)
 elInclusión Edad	No utilización de Internet por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (2)
	No utilización de comercio electrónico por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (2)
	No utilización de teléfono móvil por personas mayores de 65 años (2)
	No utilización de ordenador por personas mayores de 65 años (2)
 elInclusión Renta	No utilización de Internet por personas mayores de 65 años (2)
	No utilización de comercio electrónico por personas mayores de 65 años (2)
	No utilización de teléfono móvil por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)
	No utilización de ordenador por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)
	No utilización de Internet por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)
	No utilización de comercio electrónico por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)

España se encuentra en la decimosexta posición del Índice de Convergencia de elInclusión

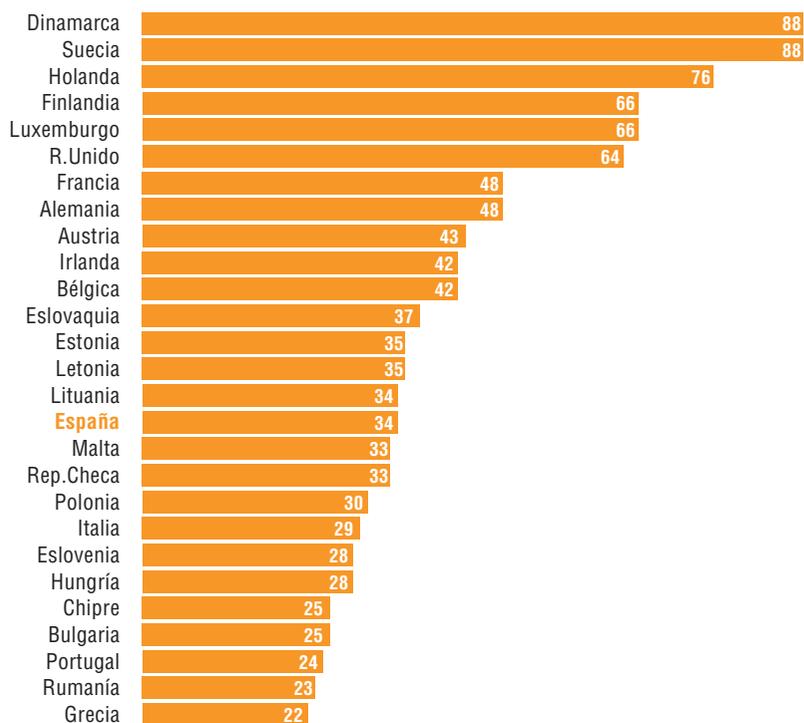
Suecia y Dinamarca son claramente los países con mayor nivel de inclusión digital (Gráfico 5.2.1.), existiendo una correlación entre menor desarrollo económico y

mayores niveles de exclusión digital. Grecia, Rumanía, Portugal, Bulgaria o Chipre son los países con mayores problemas de exclusión digital.

España se encuentra en la posición decimosexta, por detrás de países con menor desarrollo económico como Letonia, Lituania, Eslovaquia o Estonia.

Gráfico 5.2.1. Índice de Convergencia de eInclusión (ICel). UE, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat y Comisión Europea (2013)



España presenta niveles de exclusión digital relativamente elevados, con especial relevancia en función de la edad, el nivel de renta y la educación

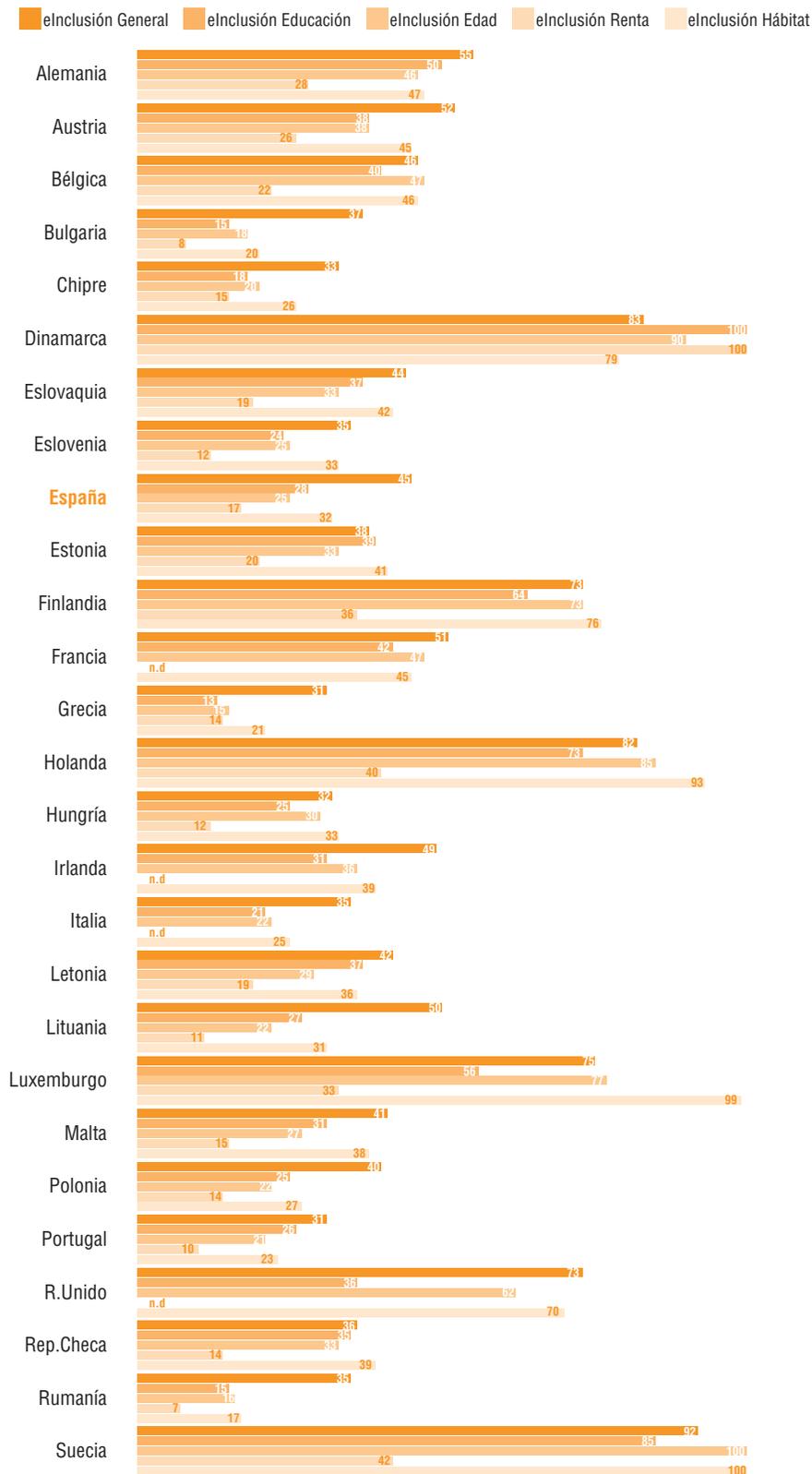
En relación con el resto de países europeos, España tiene mayores niveles de inclusión digital en variables que afectan al conjunto de la población, como el uso de Internet móvil o la

frecuencia de acceso a Internet del conjunto de la población. Sin embargo, en las variables de inclusión referidas a colectivos concretos, España presenta niveles de exclusión digital relativamente

elevados, con especial relevancia en lo que respecta a la edad, el nivel de renta y la educación (Gráfico 5.2.2.).

Gráfico 5.2.2. Índice de Convergencia de elInclusión (ICel) por subcategorías y por países de la UE, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat y Comisión Europea (2013)



Los países como España, con niveles de exclusión social superiores a la media, tienen niveles de exclusión digital superiores también

Existe una relación entre exclusión social⁴ y exclusión digital (Gráfico 5.2.3). Los países como España con niveles de exclusión social superiores a la media tienen niveles de exclusión digital superiores también. Por su parte, los países con bajos niveles de exclusión social tienen bajos los de exclusión digital. Sin embargo, al igual que la

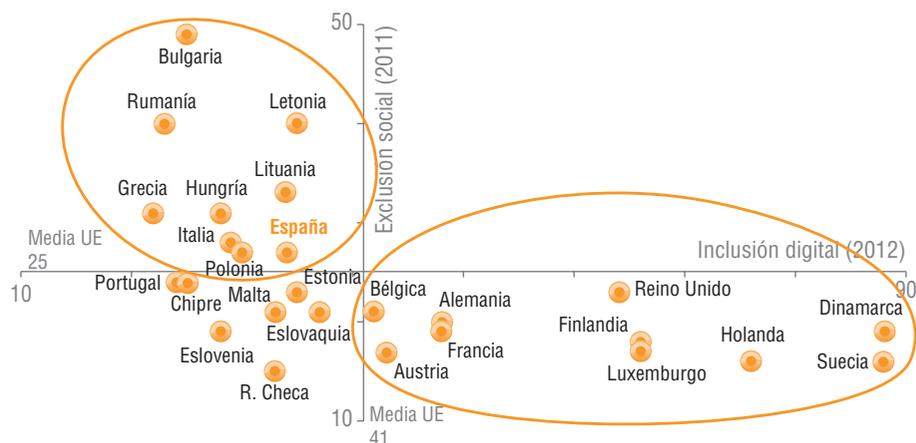
relación positiva entre exclusión social y digital es inequívoca, la relación entre inclusión social y digital no siempre se cumple (es condición necesaria pero no suficiente). De hecho, se observa que hay varios países como Portugal, Eslovaquia, República Checa, Estonia o Eslovenia con niveles de exclusión social relativamente bajos pero altos en lo que respecta a la

exclusión digital. Este resultado podría revelar que las políticas que favorecen la inclusión social en términos generales no garantizan que se alcancen niveles similares de inclusión digital, y por tanto, los países necesitarían desplegar políticas específicas de inclusión digital.

Gráfico 5.2.3. Relación entre Índice de Inclusión y % de personas en riesgo de exclusión social por países de la UE* (los ejes reflejan los valores medios de la UE)

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)

* Sin datos para Irlanda



A nivel autonómico la situación es muy similar a lo observado para la Unión Europea. Existe una región

claramente destacada sobre las demás, en este caso Madrid, y se vuelve a observar una relación positiva entre

nivel de desarrollo económico y de inclusión digital con la excepción positiva de Murcia (Gráfico 5.2.4).

 **Gráfico 5.2.4.** Índice de Convergencia de eInclusión (ICel) por CC AA, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



Las mayores diferencias entre CC AA se observan en relación al hábitat. Canarias y Galicia presentan niveles de exclusión digital casi tres veces superiores a Madrid en esta subcategoría

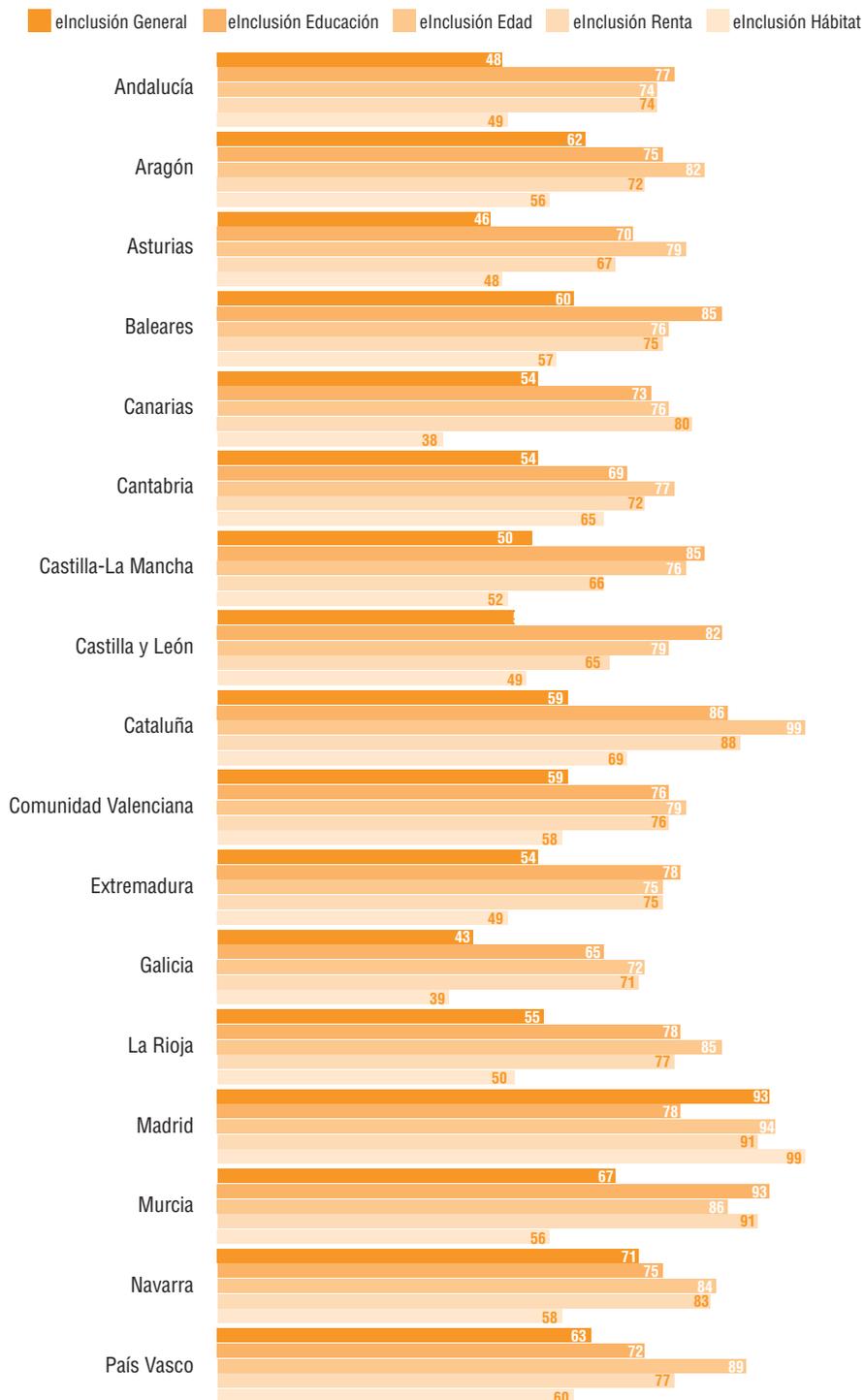
Existe cierta heterogeneidad en los niveles de inclusión en función del colectivo analizado (Gráfico 5.2.5). Las mayores diferencias entre CC AA se observan en relación al hábitat. Canarias y Galicia presentan niveles de exclusión digital casi tres veces superiores a Madrid en esta subcategoría. La región con menor exclusión digital en función de los niveles de educación es Murcia, mientras que la que mayor exclusión

digital presenta en este ámbito es Galicia. Los mayores de 65 años obtienen los mayores niveles de inclusión digital en Cataluña, mientras que se encuentran menos integrados en la sociedad digital en Galicia, Extremadura y Andalucía. Sin embargo, al ser la tasa de exclusión digital media para los mayores de 55 años elevada en España y el índice de eInclusión relativamente alto para todos los territorios, se deduce que este

problema está generalizado en todas las regiones de España sin excepción. Las rentas más bajas tienen más dificultades para integrarse en la sociedad de la información en las comunidades de la meseta, Castilla-La Mancha, Castilla y León y Extremadura. Por el contrario, en Madrid y en Murcia consiguen altos niveles de inclusión digital.

Gráfico 5.2.5. Índice de Convergencia de elInclusión (ICel) por subcategorías y por CC AA, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



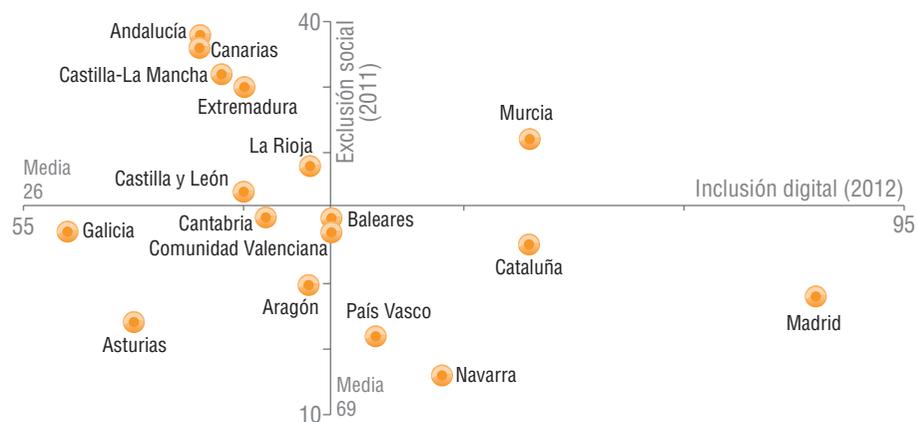
Al igual que sucede a nivel de país, existe una relación positiva en el ámbito regional entre menores tasas de exclusión social y mayores tasas de inclusión digital (Gráfico 5.2.6.). Se dan algunas excepciones a esta relación, como son Asturias, Galicia, Cantabria o Aragón, que presentan niveles de inclusión digital inferiores a los de inclusión social. Estas regiones tienen en común una tasa de población residente en entornos rurales más alta que en el resto de España y que podría explicar en cierta medida el desajuste

entre inclusión digital e inclusión social. Estos territorios necesitarían realizar un esfuerzo adicional para conseguir un nivel de inclusión digital alineado con los de niveles de inclusión social. En el extremo opuesto se encuentra Murcia, con tasas de inclusión digital mucho más altas que de integración social. A la hora de interpretar estos resultados es necesario analizar la estrategia de desarrollo de la sociedad de la información seguida en Murcia. En la utilización de los fondos del Plan Avanza, la Región de Murcia decidió

apostar por unas líneas de actuación sobre otras. Más concretamente, de los fondos obtenidos del Plan Avanza para el período 2006-2010, destinó un 14% al desarrollo de infraestructuras, cuando la media nacional se situó en el 8%, y un 28% al desarrollo de uso y confianza en Internet frente al 14% de la media en España. En este sentido, parece que los datos de inclusión digital avalan los resultados de esta estrategia.

Gráfico 5.2.6. Relación entre el Índice de inclusión y el % de personas en riesgo de exclusión social (2011) por CC AA (los ejes reflejan los valores medios de las CCAA), 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



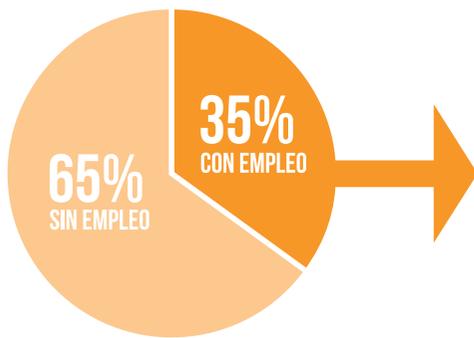
TECNOLOGÍA Y DISCAPACIDAD

EMPLEO Y USOS TECNOLÓGICOS

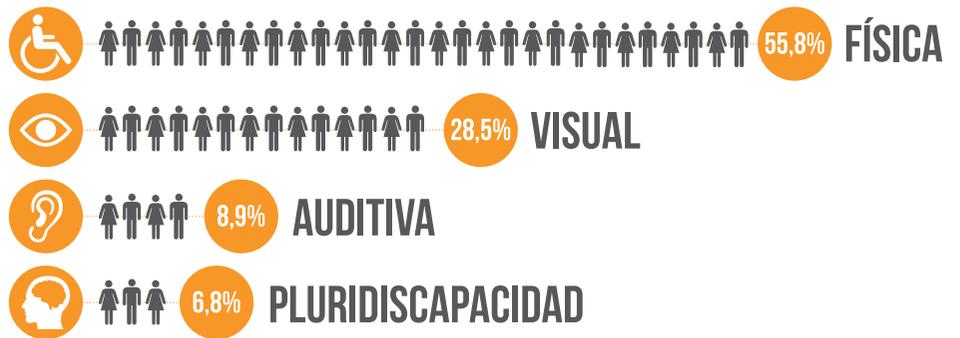
Fuentes: Adecco / Discapnet / OED / CENTAC

EMPLEO POR TIPOS DE DISCAPACIDAD

TASA DE EMPLEO

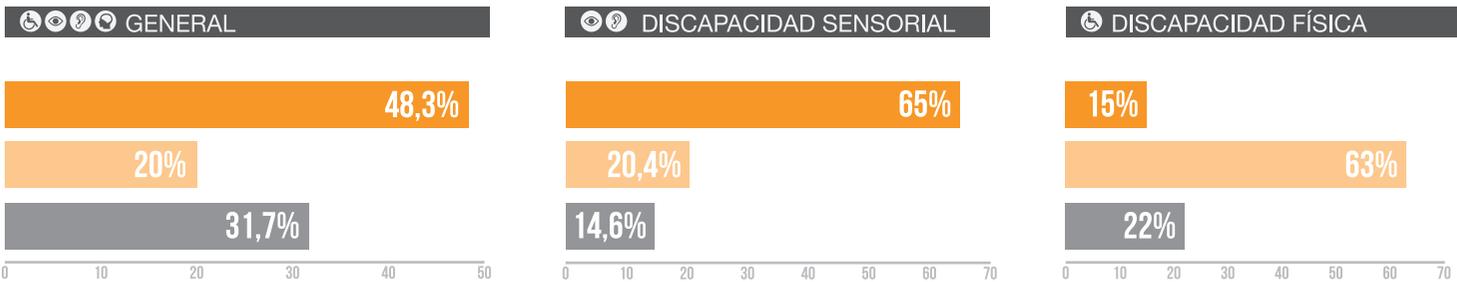


TIPOS DE DISCAPACIDAD



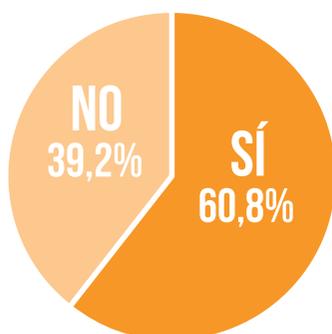
USO DE TECNOLOGÍAS ADAPTADAS

USO DE TECNOLOGÍAS ADAPTADAS SOLO TECNOLOGÍAS CONVENCIONALES NINGÚN TIPO DE TECNOLOGÍAS

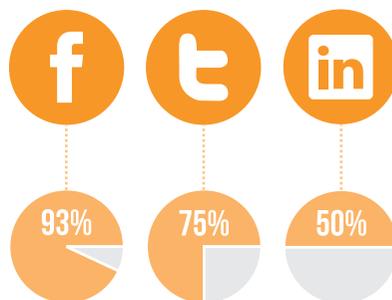


DISCAPACIDAD Y REDES SOCIALES

USO DE REDES SOCIALES



REDES SOCIALES MÁS USADAS



NIVELES DE ACCESIBILIDAD WEB



EMPRESAS EN EL SECTOR TIC ACCESIBLE



ESPAÑA ES UN PAÍS
EMINENTEMENTE
DISTRIBUIDOR

78% DISTRIBUIDORES

12% DISTRIBUIDORES
Y PRODUCTORES

10% PRODUCTORES

2010

2012

76,00%

77,64%

19,20%

12,24%

4,80%

10,13%

96%
COMPAÑÍAS NACIONALES
4%
COMPAÑÍAS EXTRANJERAS

ACCESIBILIDAD TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS



ACCESIBILIDAD GLOBAL BUENA O MUY BUENA (ÉXITO SUPERIOR AL 50%)



ACCESIBILIDAD GLOBAL MEDIA O BAJA (ÉXITO ENTRE EL 50% Y EL 20%)



ACCESIBILIDAD GLOBAL MUY BAJA (ÉXITO INFERIOR AL 20%)

APLICACIONES WEB

DISCAPACIDAD	CRITERIO	INTRANET	CRM	OTRAS HERRAMIENTAS
	ESTÁNDARES	●	●	●
	FORMULARIOS	●	●	●
	IMÁGENES	●	●	●
	ESTRUCTURA	●	●	●
	PRESENTACIÓN	●	●	●
	ENLACES	●	●	●
	SCRIPTS	●	●	●
	MARCOS	●	●	●
	CONTRASTE	●	●	●
	USO SEMÁNTICO DEL COLOR	●	●	●
	MAQUETACIÓN	●	●	●
	TABLAS DE DATOS	●	●	●

APLICACIONES DE ESCRITORIO

DISCAPACIDAD	CRITERIO	CRM	ERP	OTRAS HERRAMIENTAS
	ESTÁNDARES DE TECLADO	●	●	●
	FORMULARIOS	●	●	●
	IMÁGENES	●	●	●
	PRESENTACIÓN	●	●	●
	VENTANAS	●	●	●
	BARRAS DE HERRAMIENTAS	●	●	●
	MAQUETACIÓN	●	●	●
	COMPATIBILIDAD AYUDAS TÉCNICAS	●	●	●
	INDEPENDENCIA DEL DISPOSITIVO	●	●	●
	SONIDO	●	●	●
		CONTRASTE	●	●
USO SEMÁNTICO DEL COLOR		●	●	●

¹ El primer cuartil de ingresos para el año 2011 según Eurostat fueron 8.107 euros anuales por hogar.

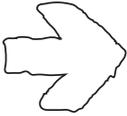
² *TIC y Mayores, Conectados al Futuro*, 2012. Fundación Vodafone España.

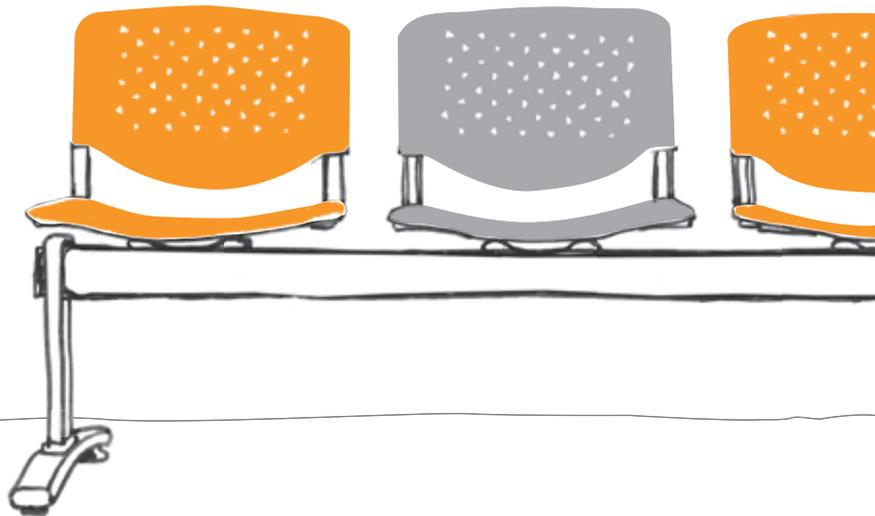
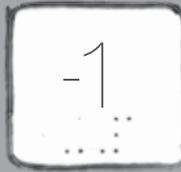
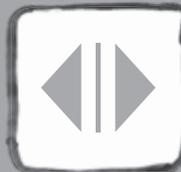
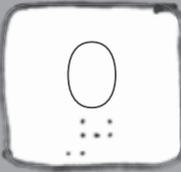
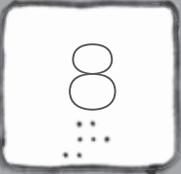
³ *Women and the Web*, 2012. Intel. Disponible en: <http://www.intel.com/content/dam/www/public/us/en/documents/pdf/women-and-the-web.pdf>

⁴ Eurostat define la exclusión social como un fenómeno multidimensional que impide a los individuos participar plenamente en la sociedad. El concepto de exclusión social hace referencia al conjunto de personas que viven con bajos ingresos (ingresos disponibles inferiores al 60% de la mediana del ingreso disponible nacional después de transferencias sociales), y/o las personas que sufren de privación material severa (al menos 4 de los siguientes 9 ítems: alquiler, hipoteca, facturas de electricidad, gas

etc; calefacción para el hogar; gastos imprevistos; consumo regular de proteínas o carne; vacaciones; televisión; lavadora; coche; teléfono;) y/o las personas que viven en hogares con una intensidad de empleo muy baja o nula (cuando la se sitúa por debajo del 0,2 la relación entre el número de meses que el conjunto de los miembros en edad de trabajar de un hogar han trabajado y el número de meses que el conjunto de los miembros en edad de trabajar podrían haber trabajado en un año).



eAdministración 



Resumen ejecutivo

El uso de la eAdministración ha crecido sensiblemente entre los ciudadanos hasta llegar al 43% de la población de entre 16 y 74 años. Este dato es relativamente bueno dentro del conjunto de la Unión Europea teniendo en cuenta las características de la estructura administrativa de España. Por el contrario, el uso de la eAdministración entre las empresas se ha estancado e incluso ha decaído en algunos aspectos como la devolución de formularios electrónicos completos.

Por otra parte, en 2012 el Presupuesto TIC de la Administración General del Estado (AGE) se ha reducido en 240 millones de euros, quedando en un 4,6% del presupuesto total del Estado. Así, la estrategia TIC de las Administraciones

Públicas (AA PP) está en pleno proceso de rediseño y reajuste girando en torno a la Red SARA, que llega al 45% de los municipios. La menor disponibilidad de recursos puede estar justificando la migración hacia cloud computing en un intento de reducir costes fijos TIC y convertirlos en costes variables. Por otro lado, crece la interoperabilidad entre AA PP y la apertura de sus datos, de tal forma que España se sitúa en segundo lugar en Europa en desarrollo de una estrategia de datos abiertos, aunque queda todavía pendiente definir una estrategia de recuperación de costes integrada para el conjunto de las AA PP.

En el ámbito local, la disponibilidad media de los servicios públicos online en los ayuntamientos españoles es del

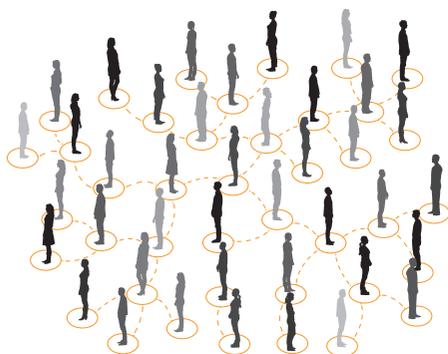
66%, siendo Valladolid el municipio mejor valorado dentro del estudio comparativo que analiza 25 municipios, los 20 mayores en población y cinco más que completan la representación de las comunidades autónomas.

En el caso, precisamente, de las comunidades autónomas, en el entorno de su relación con la ciudadanía, todas ellas, menos Asturias, disponen de un perfil institucional en alguna de las principales redes sociales. Un posicionamiento que, sin embargo, no se refleja en todas las redes por igual, existiendo un claro predominio de Twitter y Facebook. Cataluña, Madrid y País Vasco son las CC AA que presentan un nivel más avanzado en dicho posicionamiento y uso de las redes sociales.

Resumen de los principales indicadores de eAdministración en España. 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013

* Datos recogidos entre enero y marzo de 2013



	España	UE	
Presupuesto TIC AGE, en millones de euros	1.508		
Presupuesto TIC sobre presupuesto total	4,6		
Trámites electrónicos realizados con la AGE, en millones	345		
Direcciones electrónicas habilitadas, en número	752,618		
Población con DNI electrónico	70		
 12 Internautas en los últimos 12 meses	Obtienen información electrónicamente de la Administración	59	52
	Descargan electrónicamente formularios de eAdministración	41	35
	Devuelven electrónicamente formularios en trámites de eAdministración	32	30
 Empresas de 10 o más empleados	Obtienen información electrónicamente de la Administración	71	76
	Descargan electrónicamente formularios de eAdministración	69	78
	Devuelven electrónicamente formularios en trámites de eAdministración	58	72
 Empresas de menos de 10 empleados	Obtienen información electrónicamente de la Administración	31	
	Descargan electrónicamente formularios de eAdministración	28	
	Devuelven electrónicamente formularios en trámites de eAdministración	19	
 Servicios públicos en los ayuntamientos*	Disponibilidad media de servicios de eAdministración	66	
	Puntuación del ayuntamiento líder en la disponibilidad de servicios online (Valladolid)	90	
	Servicio con mejor puntuación (Acceso a Actividades Formativas)	88	
 Uso de las redes sociales por las CC AA*	Número de CC AA con perfil institucional en Twitter	18	
	Número de CC AA con perfil institucional en Facebook	15	
	Número de seguidores de los perfiles institucionales de las CC AA en Twitter	157.862	
	Número de fans de los perfiles institucionales de las CC AA en Facebook	40.243	

6.1. Disponibilidad y uso de eAdministración

Una parte importante de la estrategia de mejora del funcionamiento de las administraciones públicas en España gira en torno a la mejora de la oferta de servicios de eAdministración. De hecho, así lo hacen cinco de los 10 objetivos del Plan Estratégico de Mejora de la Administración y del Servicio Público (PEMASP) 2012-2015.

El objetivo tercero del PEMASP 2012-2015 consiste en racionalizar la infraestructura TIC en la Administración General del Estado (AGE), reduciendo en un 30% los Centros de Proceso de Datos hasta 2015 a través de la migración de servicios a cloud computing. Según datos del informe *Reina 2012*, la AGE contaba con 45 Sistemas Grandes¹. Los

ministerios de Economía y Hacienda y Trabajo e Inmigración cuentan con el 50% de estos Sistemas Grandes, por lo que deberán ser los que más esfuerzo pongan en los próximos años en migrar sus servicios a la nube. Sin embargo, es muy posible que el paso a la nube atienda más a razones de tipo presupuestario que a razones de tipo técnico o de mejora del servicio público. En 2012, se produjo un fuerte descenso de un 30% en la inversión en equipos TIC en la AGE. Teniendo en cuenta que la antigüedad media de los equipos de la AGE es de cuatro años y medio, este descenso en la inversión significa que no se está procediendo a la reposición de equipos por su tasa de amortización. Las restricciones presupuestarias para el

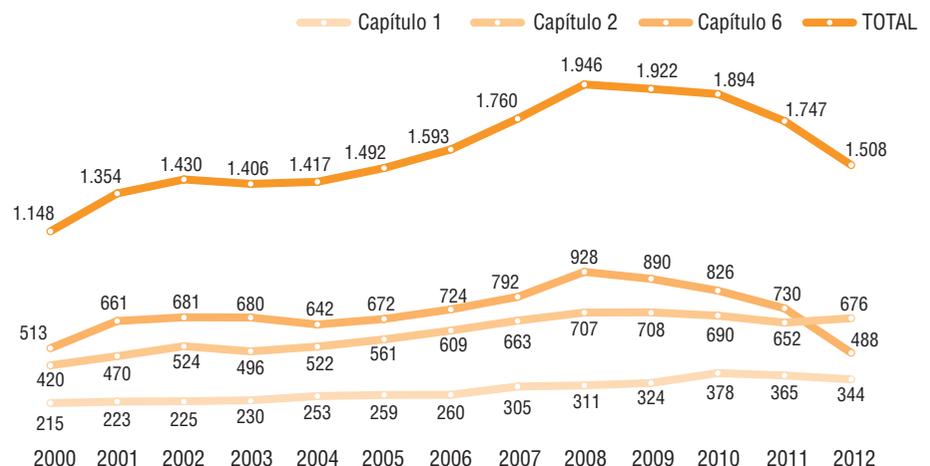
equipamiento TIC de la AGE son evidentes ya que el presupuesto TIC de la AGE se ha reducido un 15% en su conjunto (Gráfico 6.1.1.). El recorte en TIC en la AGE ha sido mayor que en otras partidas, por lo que el peso de este área de gasto en el total de presupuestos ha pasado del 5,1% en 2011 al 4,6% en 2012. Los gastos de personal TIC (Capítulo 1) descienden siguiendo la política de contención de costes salariales en el conjunto de la AGE, pero los gastos corrientes (Capítulo 2) crecen más de un 3%, principalmente por los gastos de Material, Suministro, Comunicaciones y Consultoría Informática en las funciones de Gestión y Administración de la Seguridad Social y Desempleo.

El recorte en TIC en la AGE ha sido mayor que en otras partidas

Gráfico 6.1.1. Evolución del presupuesto TIC* de la Administración General del Estado español, en millones de euros corrientes

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OBSAE (2012)

- Capítulo 1: gastos de personal
- Capítulo 2: gastos en bienes corrientes y servicios
- Capítulo 6: inversiones reales



Por partidas, un tercio del presupuesto TIC de la AGE se destina a Defensa y a Seguridad Ciudadana e Instituciones Penitenciarias (Gráfico 6.1.2.). En general, las mayores partidas TIC de la AGE se destinan a aquellas competencias no

transferidas, mientras que competencias transferidas a las CC AA, como Educación o Sanidad, tienen partidas presupuestarias TIC muy bajas. Existen algunas diferencias derivadas de la naturaleza de la función realizada. Por ejemplo, la mayoría del gasto

de Seguridad Ciudadana corresponde a gasto de telecomunicaciones, mientras que Defensa concentra una parte relevante de la inversión en ordenadores y portátiles.

Gráfico 6.1.2. Presupuesto TIC de la Administración General del Estado español por funciones. 2012, en millones de euros corrientes

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OBSAE (2012)



En 2012 los ciudadanos y empresas realizaron casi tres de cada cuatro trámites con la AGE de forma telemática

La drástica reducción presupuestaria contrasta con el Plan de Administración Electrónica 2013-2015 y con la rentabilidad que la propia AGE reconoce de esta inversión. Según el Ministerio de Hacienda y de Administraciones

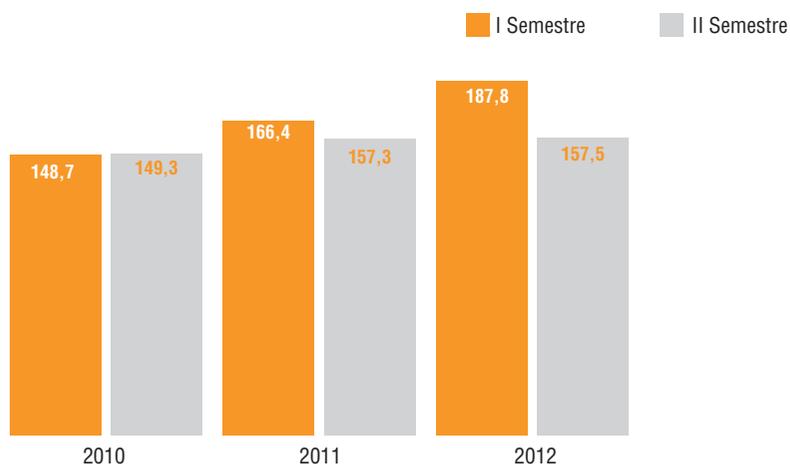
Públicas, en 2012 los ciudadanos y empresas realizaron casi tres de cada cuatro trámites con la AGE de forma telemática. En total se contabilizaron unos 345 millones de trámites electrónicos con la AGE (Gráfico 6.1.3.).

Además, este ministerio indica que cada aumento del 5% en el uso de la eAdministración supone un ahorro de 1.500 millones de euros para empresas y ciudadanos y 200 millones de euros para la Administración.

En 2012 en total se contabilizaron cerca de 345 millones de trámites electrónicos con la AGE

Gráfico 6.1.3. Trámites electrónicos con la AGE en España por semestres, en millones

Fuente: Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2013)



La estrategia de eAdministración española gira en torno al papel central que juega la Red SARA (infraestructura de interconexión) como proveedora de servicios en la nube para las distintas AA PP en España. Esta estrategia plantea algunos retos y dudas importantes en cuanto a la complejidad de la migración

al cloud computing. Por ejemplo, la definición de estándares del Esquema Nacional de Interoperabilidad en el artículo 11 del Real Decreto 4/2010 plantea dudas a los usuarios españoles de estándares no abiertos, que no siempre son totalmente compatibles con estándares abiertos, como sucede

por ejemplo en los documentos de Office, y que por tanto pudieran perjudicar a los usuarios de estándares no abiertos rompiendo la neutralidad tecnológica defendida por la norma; se necesita una elevada coordinación para conseguir una adecuada integración de servicios comunes de naturaleza

La tasa de adopción de la firma electrónica y la distribución del DNI electrónico han mantenido su crecimiento, por encima del 10%

mixta de prestación, es decir, prestados por la propia administración, por la administración en colaboración con un proveedor externo o prestado por un proveedor externo en exclusividad; en temas relacionados con la usabilidad se podrían plantear problemas por la complejidad de manejo del DNI electrónico o la firma digital para usuarios con conocimientos básicos de informática; y en cuanto al acceso, la Red SARA por el momento llega a todos los municipios de tamaño medio y grande pero a una proporción reducida de municipios pequeños, dejando de lado al 55% de los municipios españoles

más pequeños y que representan una población de 4,5 millones de ciudadanos, aspecto en el que no ha habido ningún progreso en el último año a pesar del esfuerzo de conectar a los municipios más pequeños a través de las VPN de las Diputaciones. La conexión a SARA debería ser prioritaria para evitar perpetuar el aislamiento en eAdministración de la España más rural a pesar de que el Plan de Administración Electrónica 2013-2015 tiene como uno de sus objetivos principales reducir la brecha digital.

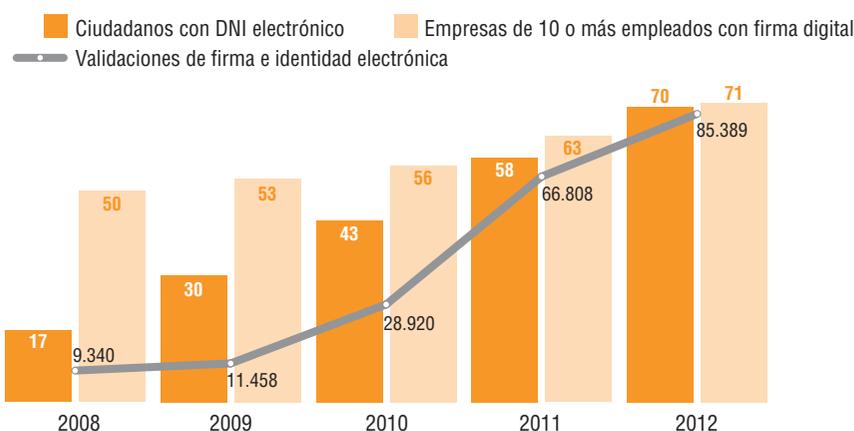
El crecimiento en la utilización de la firma

electrónica se potencia a partir de la entrada en vigor de la obligatoriedad de la notificación electrónica por parte de la Agencia Tributaria en 2011. El resultado ha sido que en 2012 se ha mantenido el fuerte crecimiento, por encima del 10%, en la tasa de adopción de la firma electrónica y en la distribución del DNI electrónico (Gráfico 6.1.4.). Además, las AA PP que ofrecen la posibilidad de utilizar procedimientos con firma electrónica también han crecido y en 2012 600 organismos y cerca de 1.200 aplicaciones utilizaron la plataforma @firma dependiente de la Dirección General de Modernización Administrativa.

Gráfico 6.1.4. Ciudadanos españoles con DNI electrónico, en % sobre el total de individuos, empresas de 10 o más empleados con firma digital, en % de empresas de ese estrato, y validaciones de firma electrónica*, en miles

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OBSAE (2012)

* Consultas registradas en la plataforma de validación de firma electrónica @firma para personas tanto físicas como jurídicas



Esta obligación de notificación electrónica en el ámbito tributario es la gran responsable del crecimiento del uso de la eAdministración en España a partir de 2011, especialmente entre las empresas. En 2012 se doblaron las direcciones electrónicas habilitadas², llegando a más de 750.000, y de forma consiguiente también se duplicaron las notificaciones electrónicas enviadas,

superando los 10 millones. Sin embargo, el potencial de crecimiento es todavía muy alto, ya que el número de direcciones electrónicas habilitadas es muy bajo con relación a la población de individuos y empresas en España.

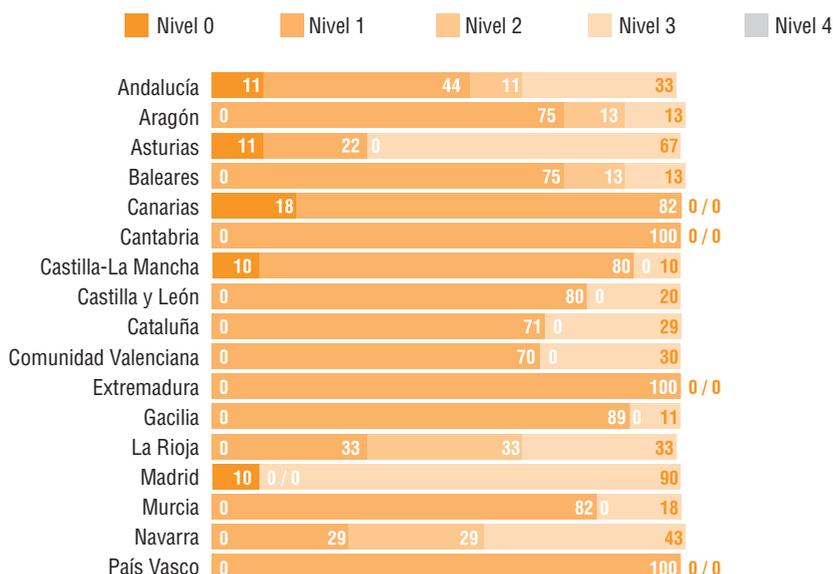
El objetivo cuarto del PEMASP 2012-2015 consiste en conseguir que en 2015 la totalidad de los trámites para la creación

de empresas y prestación de servicios sean electrónicos. Queda bastante por hacer en este aspecto, ya que ninguna comunidad autónoma cumple en su totalidad la Ley 11/2007 al no permitir la tramitación electrónica proactiva³. La mayoría de las CC AA se encuentran en el nivel 1 y sólo Madrid y Asturias destacan por un alto porcentaje de trámites en nivel 3 de tramitación completa (Gráfico 6.1.5.).

Gráfico 6.1.5. Nivel de adaptación de las CC AA a la tramitación electrónica de la creación de empresas, en % de trámites por nivel de tramitación electrónica alcanzado*, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de AEVAL (2012)

- * Nivel 0: Carece de información publicada en medios electrónicos
- * Nivel 1: Información electrónica y formularios disponibles
- * Nivel 2: Iniciación completa por medios electrónicos
- * Nivel 3: Tramitación completa
- * Nivel 4: Tramitación proactiva



El objetivo quinto del PEMASP 2012-2015 trata de reducir en un 80% el uso del papel en los procesos de la AGE hasta 2015. En este sentido, el porcentaje de procedimientos en la Administración General del Estado que cumplen la Ley 11/2007 de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos se mantiene constante en el 92% desde 2010, según el Observatorio de la Administración Electrónica.

El décimo objetivo del PEMASP 2012-2015 impulsa la reutilización de la información de la AGE en al menos un

50% para 2015. En este punto, España se encuentra entre los países más avanzados de Europa. Según el PSI Scoreboard⁴ elaborado por la European Public Sector Information Platform, aunque todos los países han incorporado la reutilización de la información del sector público en su ordenamiento jurídico, España es el segundo país de Europa que más ha avanzado en reaprovechamiento de la información del sector público, sólo por detrás del Reino Unido (Gráfico 6.1.6.). España obtiene esta alta puntuación por la adopción de formatos de datos abiertos, la disponibilidad de un catálogo

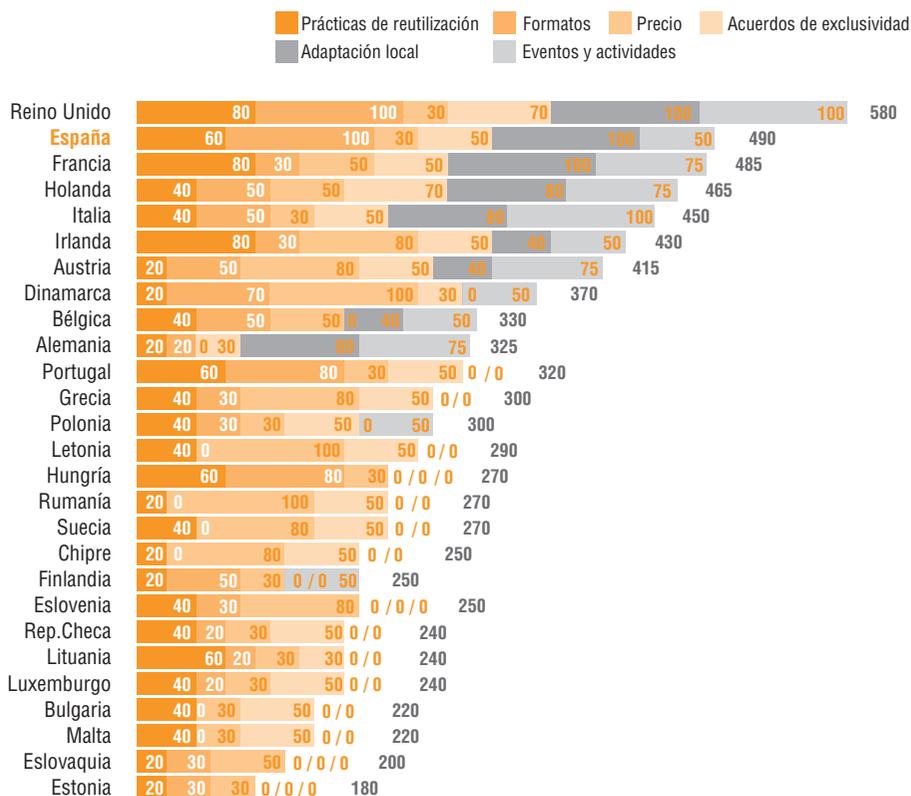
de datos abiertos (datos.gob.es), la traslación de la directiva comunitaria a la regulación autonómica y local y la promoción de datos abiertos en varios niveles de la administración. El principal punto pendiente en este aspecto es el establecimiento de un mecanismo de precios que permita recuperar los costes de generación de estos datos. En España, los casos de éxito de la CMT, INE, Catastro u OEPM, además del establecimiento de las condiciones generales de reutilización de la información pública, han animado a varias AA PP a abrir sus datos.

España es el segundo país de Europa que más ha avanzado en reaprovechamiento de la información del sector público, sólo por detrás del Reino Unido

Gráfico 6.1.6. Nivel de desarrollo* de la estrategia de reutilización de datos del sector público en la UE. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de EPSI (2012)

* Aunque el PSI Scoreboard realmente puntúa sobre 700, se desestima para este gráfico la Transposición de la Directiva, pues todos los países suman 100 en la misma. Estos 100 puntos sí se contabilizan en el total de cada país



Los resultados de la apertura y la interoperabilidad no sólo se observan en la disponibilidad de información pública, sino en la creciente coordinación y cooperación entre las AA PP. Por ejemplo, aunque la mayoría de los intercambios de datos entre AA PP está concentrada

en la actualidad principalmente en la verificación de consulta de datos de identidad con la Dirección General de Policía, el ahorro generado ya se estima superior a los 50 millones de euros anuales (Tabla 6.1.1.). También el intercambio de aplicaciones entre AA

PP está en sus albores, pero a finales de 2012 más de 200 aplicaciones estaban disponibles y más de 3.000 usuarios habían accedido al catálogo de aplicaciones reutilizables, lo que supone duplicar el número de aplicaciones y usuarios en los dos últimos años.

Tabla 6.1.1. Transmisiones electrónicas de datos entre AA PP, en miles, y ahorro estimado derivado de dichas transmisiones, en miles de euros. España, 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de OBSAE (2012)

Entidad	Servicio	Transmisiones de datos	Ahorro total estimado
Dirección General de la Policía	Verificación y consulta de datos de identidad	18.965	18.965
Instituto Nacional de Estadística	Verificación de datos de residencia	2.573	25.731
Tesorería General de la Seguridad Social	Verificación de alta de seguridad social y estar al corriente de pagos	730	3.651
Agencia Tributaria	Verificación de estar al corriente de pago de obligaciones tributarias	175	875
Ministerio de Educación	Verificación de títulos	17	346
Servicio Público de Empleo Estatal	Verificación de situación de desempleo, importes de la prestación e importes por período	106	1.065
Dirección General del Catastro	Verificación de datos catastrales y certificación catastral	36	360

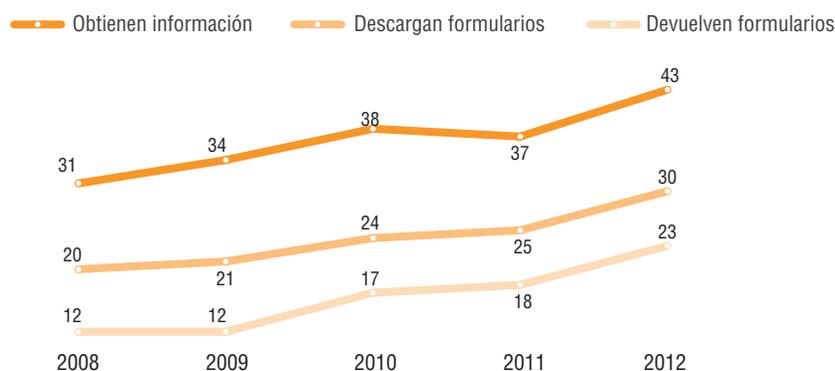
El objetivo noveno del PEMASP 2012-2015 busca que el 80% de las empresas y el 50% de los ciudadanos utilicen de forma habitual la eAdministración en 2015. En este año se ha producido un fuerte crecimiento superior al 15% en el uso de la eAdministración por parte de los ciudadanos. Cerca de 15 millones de españoles, un 43% de los españoles de entre 16 y 74 años, ha obtenido información de las páginas web de las AA PP, aunque sólo el 30% ha

realizado alguna parte de un proceso administrativo electrónicamente (Gráfico 6.1.7.). El trámite electrónico más demandado por los ciudadanos es la presentación de la declaración del IRPF. En 2012 se presentaron 10,8 millones de declaraciones electrónicas de IRPF, 1,9 millones de declaraciones más que el año anterior. A pesar de este elevado número, las declaraciones del IRPF apenas suponen el 15% de las más de 64 millones de declaraciones electrónicas presentadas en 2012 en

la Agencia Tributaria. El acceso desde el móvil a la eAdministración todavía es minoritario, aunque la AGE ha desarrollado la aplicación eAdmon para facilitar esta transición y que en un año ha tenido cerca de 4.000 descargas.

 **Gráfico 6.1.7.** Utilización de la eAdministración en España por parte de los ciudadanos, en % de individuos

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



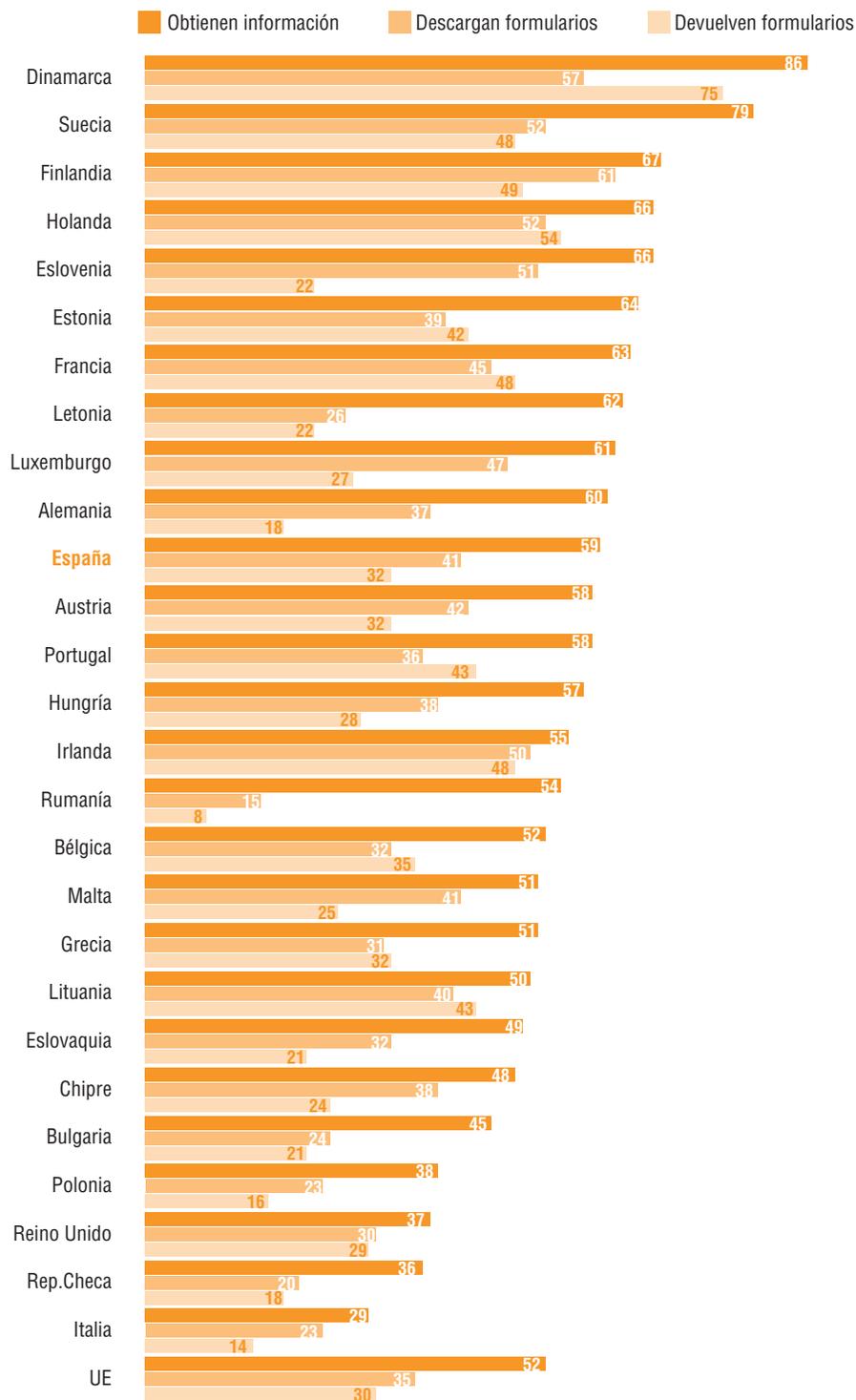
El fuerte avance en el uso de la eAdministración se ha producido también en otros países como Suecia, Irlanda o Francia. En algunos países como Estonia, Portugal o Italia la utilización de la eAdministración ha retrocedido levemente. Destaca la posición retrasada de grandes países como Italia, Reino Unido y Alemania. Es posible que el nivel de descentralización regional, muy elevado en estos tres

países, esté penalizando una estrategia conjunta de eAdministración y un mayor fomento del uso de servicios públicos electrónicos. En este sentido, el nivel de desarrollo de la eAdministración en España es muy alto si se tiene en cuenta este factor relativo a la delegación de competencias. Sólo Austria supera a España en uso de eAdministración en el conjunto de países con estructuras administrativas

descentralizadas, pero hay que tener en cuenta que Austria tiene menor tamaño permitiendo mayor coordinación entre las administraciones regional y central. Los países con mayor uso de la eAdministración como Suecia, Francia, Finlandia o Irlanda tienen estructuras administrativas mucho más centralizadas (Gráfico 6.1.8.).

Gráfico 6.1.8. Demanda de servicios de eAdministración en la UE. 2012, en % de internautas en los últimos 12 meses

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



Si 2012 ha supuesto un fuerte avance en el uso de la eAdministración por parte de los ciudadanos, este año se caracteriza por un estancamiento o retroceso en el

uso de la eAdministración por parte de las empresas. La búsqueda de información en páginas web de las AA PP por parte de compañías ha crecido un 4% entre

las de 10 o más empleados y un 10% entre las de menos de 10 trabajadores. Sin embargo, la descarga electrónica de formularios ha permanecido constante

mientras que la devolución electrónica de formularios ha caído un 13% entre las empresas de 10 o más empleados y un 20% entre las empresas de menos de 10 empleados. Este descenso posiblemente se deba a la disminución de la actividad económica, que lleva aparejada menor cantidad de trámites administrativos. Entre las corporaciones de 10 o más empleados no existe mucha diferencia

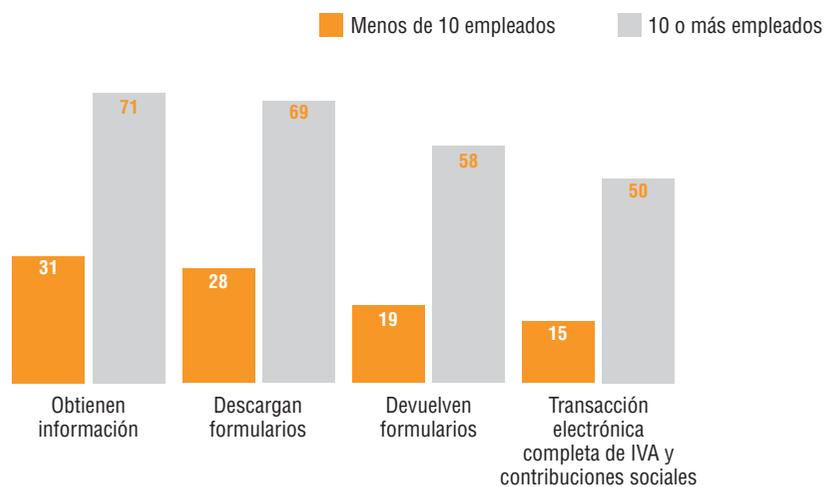
entre la tramitación completa de IVA o contribuciones sociales y el acceso a información en páginas web, lo que implica que la relación electrónica con las AA PP está bastante interiorizada en sus procesos. Sin embargo, en el caso de las empresas de menos de 10 empleados, las que buscan información son el doble de las que realizan tramitación completa, por lo que

el uso de la eAdministración en estas pequeñas compañías es todavía poco relevante (Gráfico 6.1.9.). Estos datos contrastan con el crecimiento de las notificaciones electrónicas comentadas anteriormente y vienen a indicar que las empresas españolas han aumentado el uso pasivo de la eAdministración y han disminuido el uso activo de la misma.

Si 2012 ha supuesto un fuerte avance en el uso de la eAdministración por parte de los ciudadanos, este año se caracteriza por un estancamiento o retroceso en su utilización por parte de las empresas

Gráfico 6.1.9. Demanda de servicios de eAdministración en España. 2012, en % de empresas en cada estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



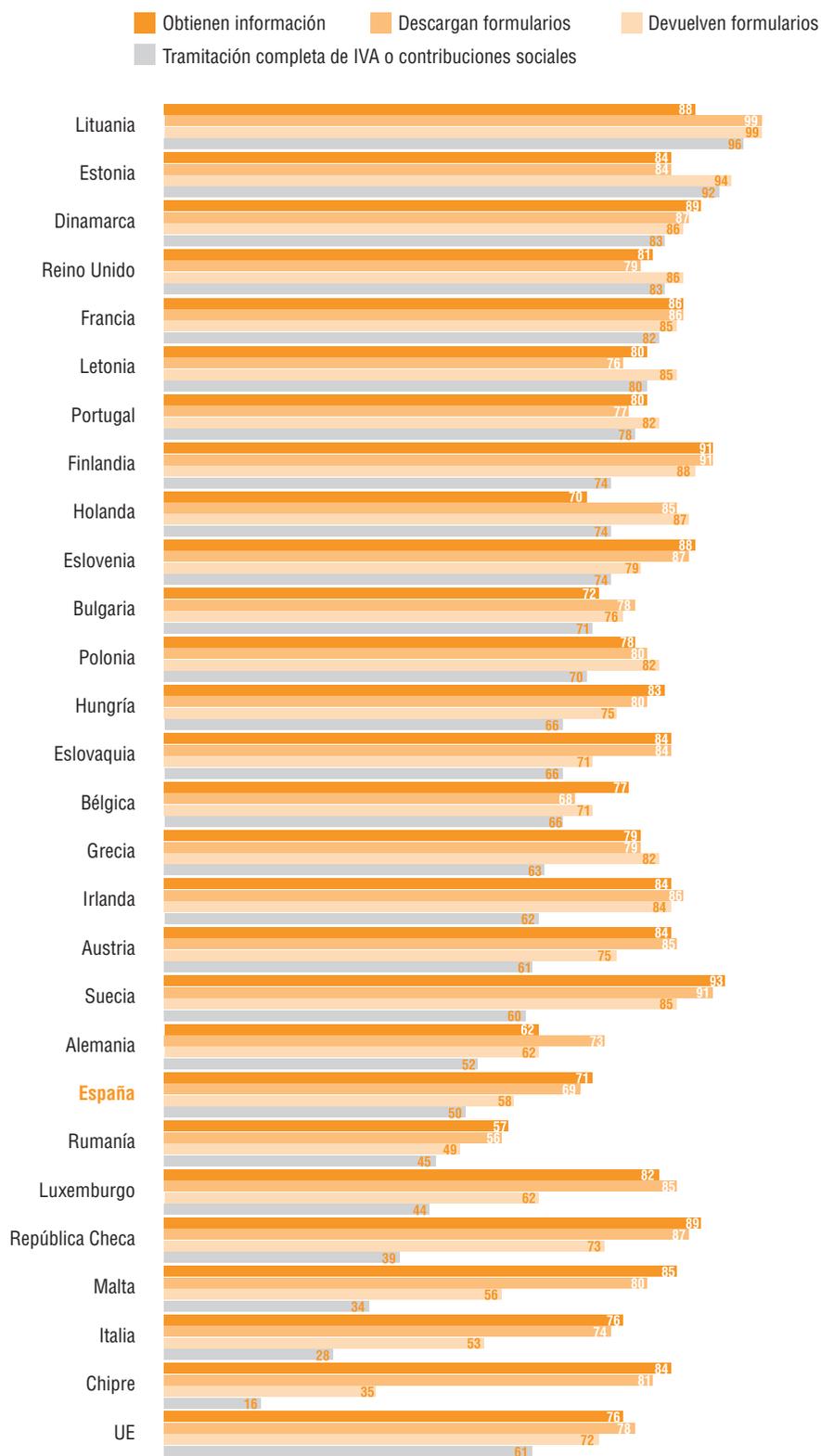
A nivel europeo, las empresas españolas se encuentran muy retrasadas con respecto al resto en uso de la eAdministración. Lituania y Estonia

tienen una adopción prácticamente universal de la eAdministración, en su tramitación electrónica completa, en sus empresas de 10 o más empleados.

Estonia ha sido el referente de desarrollo de eAdministración para Lituania y en la actualidad es el modelo seguido por los países del Golfo Pérsico (Gráfico 6.1.10.).

Gráfico 6.1.10. Uso de eAdministración por las empresas de 10 o más empleados en la UE. 2012, en % de empresas de ese estrato

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat (2012)



Para conseguir que empresas y ciudadanos empleen la eAdministración es importante que las AA PP consigan desarrollar páginas web que sean fiables y fáciles de usar. El 72% de los usuarios de páginas web de las AA PP considera que éstas son fáciles de usar y el 84% piensa que son fiables. La percepción difiere por CC AA y sólo los usuarios de Aragón superan la media en ambas consideraciones.

Fuente: eEspaña 2013 a partir de ONTSI (2013)



6.2. Disponibilidad de los servicios públicos online en los ayuntamientos españoles

El ámbito municipal adquiere un importante valor en el desarrollo de la eAdministración y la disponibilidad de los distintos servicios públicos online por parte de los ayuntamientos se constituye en una muestra relevante para observar ese desarrollo. En este marco se encuadra el *Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles*⁵, de Fundación Orange y Capgemini Consulting, que aborda en 2013 su tercera edición con ciertos cambios en su alcance.

Por un lado, se ha modificado el universo de entidades locales (EE LL), que analiza 25 ayuntamientos, incluyendo las 20 mayores EE LL españolas, según las cifras oficiales de población resultante de la revisión del Padrón

municipal a 1 de enero de 2012, junto con los cinco mayores ayuntamientos de las cinco CC AA no abarcadas por estas 20 EE LL, es decir, Cantabria, Castilla-La Mancha, Extremadura, La Rioja y Navarra. De este modo quedan representadas en el estudio todas las CC AA españolas a excepción de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.

Las poblaciones de los ayuntamientos ámbito del estudio oscilan entre los 3.233.527 habitantes de Madrid y los 152.270 de Badajoz. En total, el público objetivo de las 25 EE LL suma 12.803.188 habitantes, es decir, una muestra de servicios públicos dirigidos al 27,12% de la población española, importante porcentaje, muy representativo de la realidad de la oferta

de servicios públicos online de los ayuntamientos españoles (Mapa 6.2.1.).

Como otra novedad, este año 2013 se han sustituido tres servicios que mostraban un alto grado de madurez (Pago de Multas, Pago de Impuestos y Consulta de Expedientes, con un 90%, 95% y un 88%, respectivamente, de disponibilidad media en la pasada edición), incorporando cuatro nuevos y aumentando así de 11 a 12 el número de servicios medidos. Para la selección de los nuevos servicios, tras analizar múltiples catálogos, se han identificado los que no sólo cumplen mayoritariamente con los principales criterios establecidos para los sustituidos, sino que también se encuentran entre los más demandados por parte de la ciudadanía y las empresas (Tabla 6.2.1.).

Mapa 6.2.1. Ayuntamientos objeto del Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles y cifras de población respectivas

Fuente: Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, Fundación Orange-Capgemini Consulting

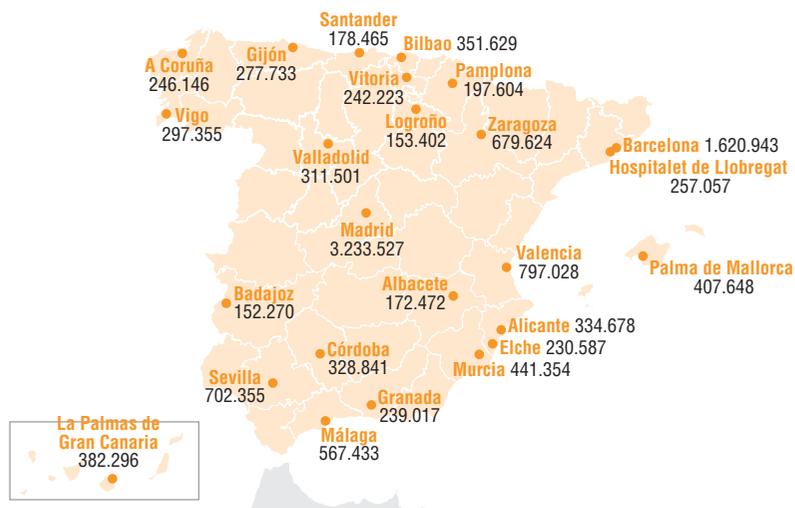


Tabla 6.2.1. Servicios ámbito del Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, por público objetivo y áreas temáticas de representación

Fuente: Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, Fundación Orange-Capgemini Consulting

Servicios	Público objetivo	Área temática
Acceso a Actividades Formativas	Ciudadanía	Educación
Acceso a Espacios Culturales	Ciudadanía	Cultura
Alta en Padrón	Ciudadanía	Población / Registro
Contratación Municipal	Empresas	Perfil del Contratante
Inscripción a Ofertas de Empleo Público	Ciudadanía	Empleo
Licencia de Apertura / Actividades Económicas	Empresas	Actividades Económicas
Licencia de Obras Menores	Ciudadanía / Empresas	Edificación y Vivienda
Licencia de Venta Ambulante	Ciudadanía / Empresas	Act. Económicas / Urbanismo
Realización de Denuncias	Ciudadanía / Empresas	Seguridad Ciudadana
Servicios de Atención a Domicilio	Ciudadanía	Asistencia Social
Subvención para Rehabilitaciones o Mejoras	Ciudadanía / Empresas	Edificación y Vivienda
Tarjeta de Estacionamiento para Personas con Movilidad Reducida	Ciudadanía	Asistencia Social
Servicios incorporados en 2013		

Al igual que en años anteriores, el estudio mide a través de un enfoque front-office (realizado entre enero y febrero de 2013), el grado de disponibilidad online de los servicios públicos seleccionados

que aparecen en las páginas web de las EE LL. Por tanto, no se mide ni la calidad del servicio proporcionado, ni la organización de la entidad local, ni el diseño de procedimientos electrónicos

de back-office, así como tampoco se mide el grado de uso de estos servicios por parte de la ciudadanía o empresas.

Resultados globales

La disponibilidad media alcanzada por los 12 servicios evaluados en las 25 EE LL es del 66%

En 2013 los resultados vienen marcados por las renovaciones realizadas en el número de servicios y de EE LL objeto de medición. En este nuevo marco la disponibilidad media alcanzada por los 12 servicios evaluados en las 25 EE LL es del 66%.

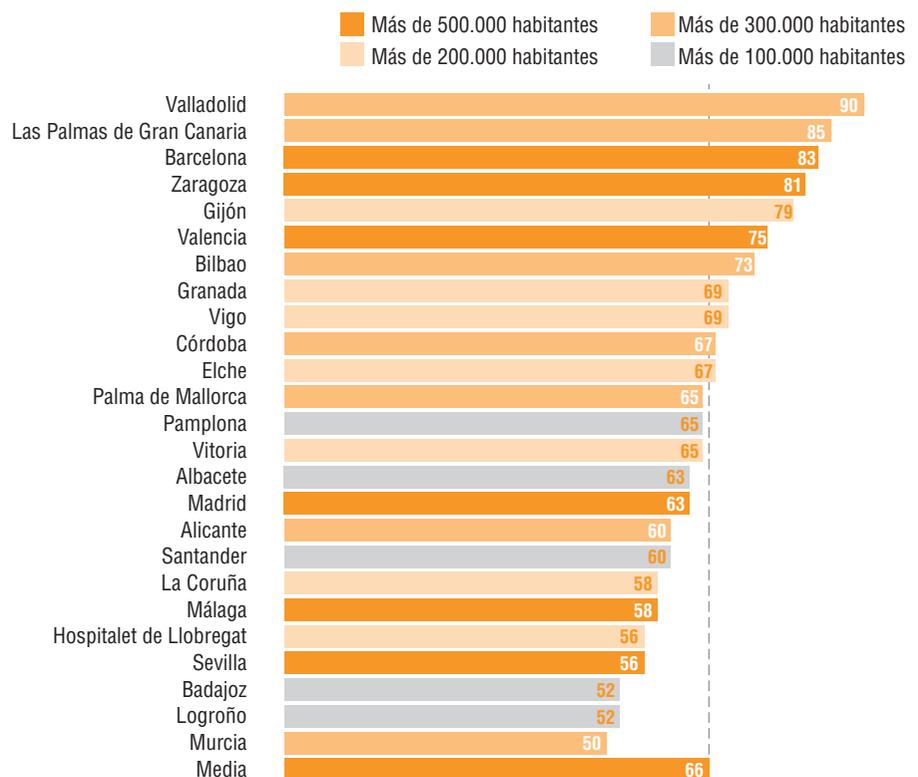
Contando con estas modificaciones, Valladolid sigue liderando un año más el ranking de EE LL, en esta ocasión con un 90% de disponibilidad online, muy por encima de la media. El Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria alcanza de nuevo

la segunda plaza con un 85% (Gráfico 6.2.1.). Murcia cierra esta clasificación con un 50% de disponibilidad, dos puntos por debajo de Badajoz y Logroño. Son 11 las EE LL que presentan niveles de disponibilidad por encima de la media global.

Valladolid sigue liderando un año más el ranking de EE LL, en esta ocasión con un 90% de disponibilidad online

Gráfico 6.2.1. Disponibilidad de los servicios públicos en 25 ayuntamientos españoles, en %

Fuente: Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, Fundación Orange-Capgemini Consulting



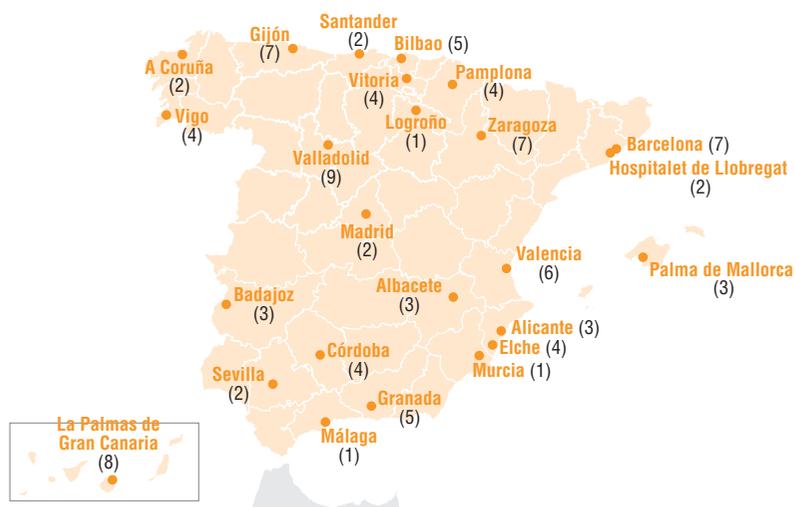
Valladolid es el Ayuntamiento que mayor número de servicios tiene en Etapa 4 (tramitación online completa), nueve, concretamente (Mapa 6.2.2.). Por otro

lado, Málaga, Murcia y Logroño sólo obtienen Etapa 4 en un único servicio, mientras que Granada, con Realización de Denuncias, y Badajoz, con Subvención

para Rehabilitaciones y Mejoras, son las EE LL que presentan alguno en Etapa 0.

Mapa 6.2.2. Disponibilidad de los servicios públicos en 25 ayuntamientos españoles. Número de servicios que alcanzan la Etapa 4 en cada EE LL

Fuente: Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, Fundación Orange-Capgemini Consulting



Resultados por servicios

La medida global de disponibilidad obtenida por los 12 servicios es del 66%, siendo cinco servicios, un 42%, los que no alcanzan dicha media (Gráfico 6.2.2.). Los servicios de temática educativa, seguridad ciudadana y cultural se presentan como los más desarrollados junto con el de Contratación Municipal. Algunos de los servicios actualmente más demandados por la ciudadanía obtienen dispares resultados y así como Acceso

a Actividades Formativas y Acceso a Espacios Culturales quedan por encima de la media de disponibilidad, servicios como Inscripción a Ofertas de Empleo Público, Subvención para Rehabilitaciones o Mejoras y Servicios de Atención a Domicilio presentan un largo camino por recorrer.

Del análisis de las Etapas de desarrollo obtenidas por los servicios en los 25 ayuntamientos, es notorio que Licencia

de Venta Ambulante y Servicios de Atención a Domicilio no están en Etapa 4 en ninguna EE LL, no obteniendo tampoco este último ninguna Etapa 3, siendo el menos desarrollado de los analizados.

Atención a Domicilio es el servicio menos desarrollado de los analizados

Gráfico 6.2.2. Disponibilidad de los servicios públicos en 25 ayuntamientos españoles. Puntuación obtenida por los servicios, en %, y número de Etapas 4 alcanzadas

Fuente: Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, Fundación Orange-Capgemini Consulting



Resultados comparativos 2012-2013

Analizando de forma acotada la evolución de los ocho servicios públicos que han repetido evaluación en los dos últimos años, sin tener en cuenta los que han sido modificados, en 2013 se obtiene una media de 66% de disponibilidad, sólo un punto más de la reflejada en 2012 por estos mismos servicios y, casualmente, igual cifra que el resultado global obtenido por el total de los 12 servicios estudiados en 2013.

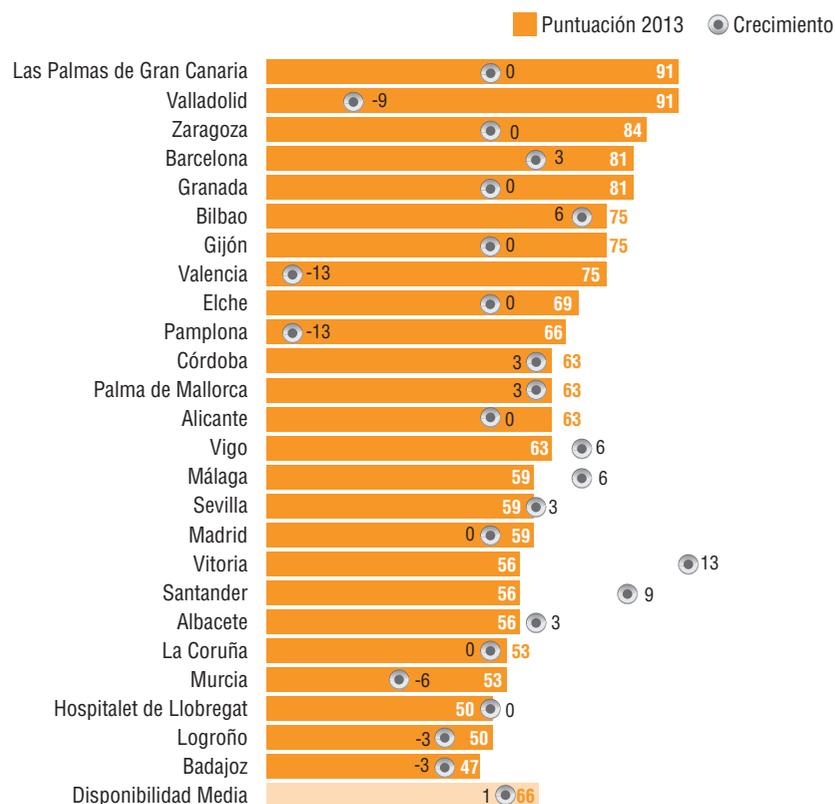
Esta comparativa de la disponibilidad de los ocho servicios muestra de nuevo a Valladolid liderando el ranking de EE LL, si bien en esta ocasión acompañado de Las Palmas de Gran Canaria, alcanzado ambos un 91% de disponibilidad media en 2013 (Gráfico 6.2.3.). La capital vallisoletana ha disminuido, en relación al pasado estudio, la disponibilidad de Servicios de Atención a Domicilio.

En relación con los ayuntamientos que más crecen, Vitoria y Santander lideran la mayor tasa de crecimiento con 13 y nueve puntos, respectivamente, exactamente el caso contrario de Valencia y Pamplona, que retroceden ambas 13 puntos. Valencia, debido a los servicios de Atención a Domicilio y Subvención para Rehabilitaciones o Mejoras, y Pamplona a causa de Alta en Padrón, Licencia de Obras Menores y Licencia de Apertura / Actividades Económicas.

Gráfico 6.2.3. Disponibilidad de los servicios públicos en 25 ayuntamientos españoles. Puntuación obtenida por las 25 EE LL en 2013 y evolución con respecto a 2012*, en %

Fuente: Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles, Fundación Orange-Capgemini Consulting

* Se comparan ocho de los 12 servicios analizados en 2013



Consideraciones cualitativas

Aun considerando las actuales circunstancias económicas con los grandes recortes a los que se han visto obligadas todas las AA PP, la evolución obtenida por los ayuntamientos en este año puede calificarse como limitada, presentando la media obtenida del 66% de disponibilidad online un largo camino por recorrer para llegar a transformar la Administración Local en una eAdministración del siglo XXI.

La actual situación económica de recortes en las administraciones públicas queda reflejada en la disponibilidad y evolución de los servicios sociales y de empleo público:

- Servicios de Asistencia a Domicilio, en muchas EE LL se observa que han dejado de prestar el servicio o han complicado la tramitación del mismo, bajando cuatro puntos su disponibilidad con respecto a 2012.
- Inscripción a Ofertas de Empleo Público también se ha ralentizado, y en muchos casos paralizado. Las ofertas de empleo público no se convocan en la mayoría de ayuntamientos desde hace muchos meses o más de un año, de forma que la medición de este servicio ha tenido que ser contrastada con ofertas de años previos o de forma telefónica.

- Dentro de esta tipología de servicios, Subvención para Rehabilitaciones o Mejoras marca la excepción al subir un punto su disponibilidad, llegando a los 50 puntos.

De nuevo el ranking de 2013 deja visible la falta de relación observada entre el número de habitantes que determinan los dispares presupuestos municipales de recaudación de ingresos y ejecución del gasto y la inversión, y el grado de desarrollo online de los servicios públicos. En este sentido Madrid, Murcia y Sevilla presentan un importante diferencial. Por el contrario, Valladolid, junto con

Granada, Gijón y Elche son los mayores exponentes de la desvinculación entre desarrollo online y necesidad de grandes partidas presupuestarias.

Buscando establecer potenciales líneas de mejora, hay que mencionar los principales aspectos examinados durante la realización del estudio. Éstos han sido los siguientes:

- Se observa, en la mayoría de ayuntamientos, la existencia de catálogos de servicios o trámites incompletos con contenidos poco homogéneos y diseños y agrupaciones dispares, así como en otros municipios este catálogo no existe, presentado únicamente listados de servicios sin una estructura que facilite su localización. Aquellas EE LL que disponen de sedes electrónicas agrupan sus trámites electrónicos (que no siempre son online), de forma diferente a la realizada por las distintas consejerías o páginas web institucionales.
- También se evidencia la existencia de múltiples plataformas y páginas para canalizar la información de los servicios. Las EE LL continúan disponiendo de una oferta de servicios en varias de sus páginas web de forma distinta y con contenidos diferentes. A veces sus fichas pueden encontrarse en la sede electrónica (si disponen de ella), en la web de la concejalía o la web de una empresa municipal prestadora del servicio. En otros casos, se redirige a páginas web de la CC AA.
- Algunos ayuntamientos mantienen la información del servicio en la web del área responsable, pese a haberse habilitado el trámite a través de la sede electrónica, lo que provoca dudas a la hora de saber dónde debe iniciarse su tramitación.
- Casos atípicos son los de Gijón y Málaga que utilizan dominios “.eu” (dominios de nivel geográfico superior para la Unión

Europea). Gijón tiene habilitada la web www.gijon.eu, además de su web oficial: www.gijon.es, provocando confusión además de duplicidad de la información contenida en ellas. El Ayuntamiento de Málaga sólo dispone del dominio www.malaga.eu, ya que el dominio “www.malaga.es”, pertenece a la Diputación de Málaga.

- Las EE LL siguen mostrando cierto desaprovechamiento de sinergias, dado que todas tienen posibilidad de desarrollar sus servicios en etapas superiores simplemente aprovechándose de plataformas ya existentes en las administraciones autonómicas, diputaciones provinciales y forales, consejos y cabildos insulares, que disponen de portales donde las EE LL podrían alcanzar Etapa 4 con la firma de convenios de colaboración.
- En algunos ayuntamientos existe dispersión de los contenidos y una desvinculación entre unos contenidos y otros, como en el caso de los formularios descargables, que se sitúan en muchas páginas de las EE LL al margen de la información de las fichas de servicios existentes en la web o sede electrónica correspondiente. Es usual encontrarse páginas web específicas con los formularios o impresos necesarios para la tramitación de los servicios, completamente desvinculadas de la ficha del servicio sin conexión, ni link alguno, que mencione su existencia en las fichas de los servicios, logrando así que los ciudadanos no utilicen dichos formularios que normalmente no cumplen ningún estándar web internacional. Un caso específico es aquel donde se publica el formulario dentro de la propia Ordenanza que lo regula.
- Otra circunstancia observada ha sido la falta de aprovechamiento del potencial de las sedes electrónicas. Muchos servicios se encuentran disponibles en las sedes electrónicas de las EE LL, pero eso no siempre lleva implícito el aumento de

su disponibilidad online. A pesar de que las sedes tienen capacidad para realizar trámites completamente en línea, en ocasiones los servicios se mantienen en etapas inferiores. En este sentido, cabe mencionar la falta de una sede electrónica en nueve de las 25 EE LL analizadas que asegure una tramitación telemática, según marca la Ley 11/2007 (LAECSP). Estas son: Zaragoza, Málaga, Murcia, Bilbao, La Coruña, Vitoria, Elche, Santander y Badajoz.

- La organización municipal y la oferta de servicios públicos resulta de lo más dispar en los ayuntamientos españoles. La configuración y nomenclatura de sus estructuras organizativas y alojamientos web es heterogénea. Sirvan de ejemplo algunas de las denominaciones utilizadas para sus áreas de Gobierno: Delegaciones, Áreas Municipales, Áreas de Gobierno, Concejalías o Concejalías Delegadas. Y lo mismo ocurre con las páginas web donde se ubican los servicios, con denominaciones como: Ventanilla Virtual, Carpeta Ciudadana, Carpeta del Ciudadano, Sede Electrónica, Trámites, Gestiones y Trámites, Oficina Virtual o simplemente Servicios.
- Una actuación cada vez más extendida por las EE LL es la eliminación de los números de teléfono donde poder contactar con las áreas responsables del servicio, a la vez que se publica y fomenta el contacto de la ciudadanía de forma telemática, a través de correo electrónico, chat o servicios móviles. Actualmente en algunos ayuntamientos resulta difícil obtener los números de teléfono de contacto de las áreas responsables de los servicios.
- Respecto a la Venta Ambulante, algunos ayuntamientos que no publican el formulario de solicitud o licencia en su web, al ser contactados telefónicamente mencionan que, aunque el ciudadano pueda solicitar el permiso o licencia

de venta, se están denegando todas, por lo que no publican la misma.

- Por su parte, en cuanto a los buscadores de las EE LL, la búsqueda de servicios en la mayoría de ayuntamientos resulta bastante complicada. En parte, por algunos de los motivos mencionados anteriormente, como las dispares nomenclaturas utilizadas para denominar a los servicios y en parte por estar los servicios ubicados a veces en proveedores externos (caso de servicios de formación), organismos dependientes como institutos, escuelas municipales, corporaciones o agencias locales (caso de servicios de vivienda o determinados colectivos como mujeres o deportes), o administraciones autonómicas o provinciales (CC AA, diputaciones, consejos y cabildos insulares). En este sentido, cabe resaltar lo poco optimizados que se encuentran los buscadores internos de las páginas iniciales y resto de páginas de las EE LL. Su frecuente poca visibilidad, poca funcionalidad, inadecuado tamaño de la caja, falta de filtros, falta de opciones avanzadas, posibilidad de ver todos los resultados sin paginación, etc., provocan el comentado abandono y realización “física” del trámite.

- Algunas EE LL han atomizado las nomenclaturas de los servicios en casuísticas muy concretas. Un claro ejemplo es cómo se puede encontrar el servicio de Licencia de Venta Ambulante en diversos ayuntamientos:

- En Valencia se localizan diversas fórmulas como Transmisión inter vivos y mortis causa en venta no sedentaria, Comunicación de motivos de inasistencia al puesto de venta no sedentaria, Cambio de epígrafe en puesto de venta no sedentaria, Autorización de dependiente en puesto de mercado no sedentario, etc.

- En Elche se especifica según la localización física del mismo: Licencia de Venta Ambulante en el Mercadillo de Agricultores, Licencia de Venta Ambulante en los Mercadillos Anexos a los Mercados Municipales, Licencia para Venta Ambulante (con sorteo), Licencia de Venta Ambulante (sin sorteo), etc.

- En Vitoria hay más de 15 opciones, entre ellas: Solicitud de licencia para la venta ambulante de productos de temporada en el mercado de la Plaza Simón Bolívar, Solicitud de licencia de venta ambulante en el mercado de Lakua-Arriaga, Solicitud de licencia para el mercado de coleccionismo en la Plaza de España, Solicitud de autorización para la venta de árboles de Navidad, Solicitud de licencia para el Mercado Agrícola de Navidad...

Lo mismo ocurre con las nomenclaturas de otros servicios:

- Servicios de Atención a Domicilio también es denominado como Asistencia a domicilio y Teleasistencia, Ayuda a Domicilio, Servicio de Respiro Familiar en Domicilio, Servicio Polivalente de Ayuda a Domicilio, Servicio de Apoyo y Respiro Familiar.

- Oferta de Empleo Público es denominada igualmente como Agencia para el Empleo, Oferta Pública de Ocupación, Empleo y Oposiciones o Bolsa de Empleo.

- En cuanto a los servicios de Licencia de Apertura/Actividades Económicas y Licencia de Obras Menores, a raíz de la entrada en vigor de la Directiva de Servicios 2006/123/CE que obligaba a la simplificación administrativa, a la libertad de establecimiento y a un régimen justificado de autorizaciones dentro del Mercado Interior, los países miembros como España han

ido modificando imperativamente la legislación estatal, autonómica y local en todo aquello afectado, quedando implantado en el ámbito local un procedimiento de comunicación previa o declaración responsable que permite una rápida puesta en marcha de la actividad. En este sentido es destacable que la disponibilidad media de estos servicios no ha aumentado, habiendo incluso disminuido la misma (siete y cinco puntos, respectivamente). Los ayuntamientos de Sevilla, Murcia, Pamplona y Badajoz en Licencia de Apertura / Actividades Económicas, y Murcia, Pamplona y Badajoz en Licencia de Obras Menores son, por diversos motivos, los causantes de estos descensos (cambio de la ficha del servicio, cambio de plataforma o encontrarse inoperativo en estado de revisión).

- Como referencia de servicios avanzados destaca Barcelona, que admite a través de la “Carpeta del Ciudadano” la Identidad Digital en el Móvil. Es también destacable el Ayuntamiento de Vitoria que ha mejorado la accesibilidad y el uso de su página web gracias a la implantación de la herramienta *Inclusite*, que facilita a las personas con diferentes discapacidades de lectura, de aprendizaje, cognitivas o mentales, el acceso a la información municipal. Sus ventajas se extienden también a personas que tengan una discapacidad transitoria o derivada de edad avanzada. Santander incorpora el braille al modelo de instancia general. Y Las Palmas de Gran Canaria y Granada disponen en sus sedes electrónicas de ventanillas virtuales cuyas plataformas son idénticas, presentando ambas un asistente virtual para ayudar a la realización de los trámites y gestiones que además de tener una demo completa sobre su uso, ofrece multitud de opciones de forma proactiva y dispone de ayudas de voz para cada una de estas posibles opciones.

Los resultados obtenidos en 2013 invitan a reflexionar sobre dónde se encuentran actualmente las EE LL con respecto al camino que debe conducir las hacia el modelo de administración electrónica que establece la hoja de ruta dibujada en la Agenda Digital para España, publicada por el Gobierno de España el pasado mes de febrero como respuesta a los objetivos fijados por la Agenda Digital para Europa para todos los estados miembros.

Se constata la necesidad de seguir caminando hacia la plena implantación de la Ley 11/2007, del Esquema Nacional de Seguridad y del Esquema Nacional de Interoperabilidad, hacia el desarrollo íntegro del Plan de Reducción de Cargas Administrativas, del Plan Avanza2, del Plan de Acción Europeo sobre Administración Electrónica 2011-2015 y de la Agenda Digital Europea enmarcada en la Estrategia UE 2020.

Estas actuaciones tienen que estar y están acompañadas por proyectos, iniciativas e inversiones que a veces llevan a cabo directamente las EE LL, como son el Plan Estratégico FEMP siglo XXI, y otras veces son partícipes activos de los mismos caso de Red SARA, @Firma o el entorno CTT-Pae del Centro de Transferencia de Tecnología, que permite divulgar y reutilizar el conocimiento existente en los distintos niveles de la Administración española, sin olvidar iniciativas como el Sistema de Interconexión de Registros, que permite interconectar oficinas de registro presenciales y electrónicas para intercambiar asientos registrales entre los tres niveles de la Administración mediante la Oficina de Registro Virtual (ORVE).

Según establece el tercer gran objetivo de la Agenda Digital para España, la Administración Pública española debe “mejorar la eAdministración y adoptar soluciones digitales para una prestación eficiente de los servicios públicos”. Con ello deben alcanzarse los objetivos de conseguir

que en 2015 más del 50% de la población utilice la Administración electrónica y más del 25% cumplimente formularios en línea.

Por los resultados obtenidos, el nivel alcanzado del 66% de disponibilidad media online, indica que cinco años después de crearse la Ley de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos sigue quedando un largo camino por recorrer en los ayuntamientos españoles para que la ciudadanía y empresas dispongan de unos niveles de disponibilidad online que logren los objetivos de utilización y cumplimentación de formularios en línea marcados para 2015.

Además de ese nivel limitado de disponibilidad, la mayoría de las 25 EE LL analizadas presentan carencias en sus catálogos de servicios que distan bastante de ser completos y homogéneos en contenidos, estructuras y agrupaciones. Carencias en cuanto a unificación de sus inventarios de formularios y fichas de servicios que muestran la existencia de duplicidades en distintas páginas web o sedes electrónicas, carencias en las actualizaciones de los contenidos de las fichas de los servicios y en sus vinculaciones, carencias en los buscadores que ofrecen poca funcionalidad, falta de filtros y de opciones avanzadas unido a la falta de unificación de nomenclaturas.

Esta situación pone de relieve que hay que seguir realizando un duro esfuerzo para conseguir cumplir el citado tercer gran objetivo establecido en la Agenda Digital para España, objetivo que viene marcado por cinco importantes líneas de actuación que establecen la necesidad de seguir avanzando hacia servicios públicos de calidad centrados en ciudadanos y empresas, incrementar su uso, racionalizar y optimizar el empleo de las TIC, promover una adecuada cooperación y colaboración entre todos los agentes implicados y eliminar la brecha digital. Es decir, servicios personalizados, accesibles

desde diferentes plataformas, adaptados a las necesidades de los usuarios, fáciles de utilizar y “sin papeles”.

En definitiva, un auténtico reto si se quieren obtener estos objetivos en apenas dos años. Y su consecución, evidentemente, no dependerá sólo de saber qué hay que hacer sino de hacer que se haga bien y en el tiempo establecido para lograr la deseada transformación de la Administración Local, en una eAdministración del siglo XXI.

6.3. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas

En un entorno de desarrollo de la eAdministración por parte de las diferentes instituciones públicas, resulta interesante ver cómo las CC AA hacen uso de las redes sociales en su relación con la ciudadanía, dado el grado de implantación de éstas entre los internautas. Y esa utilización es a día de hoy un hecho constatable, si bien poco consolidado. Así se demuestra al observar que todas las CC AA, salvo Asturias, tienen presencia con un perfil institucional en alguna red social. Un posicionamiento que, sin embargo, no se refleja en todas las redes por igual, aunque se observa un claro predominio de Facebook y Twitter. Estas afirmaciones se desprenden del estudio *Usos de las redes sociales por las Comunidades Autónomas españolas*⁶ realizado por la Fundación Orange con la colaboración de Capgemini Consulting.

Tras varios años analizando la disponibilidad online de los servicios públicos de las comunidades autónomas,

en 2013 la Fundación Orange y Capgemini Consulting han querido ahondar en este apartado de la relación administración-ciudadanía con el objetivo de analizar el posicionamiento, las políticas, estrategias, disposición de medios, herramientas o equipos dedicados por las comunidades autónomas a las redes sociales. Realizado entre los meses de enero a marzo de 2013, el estudio recoge una visión completa de la presencia de los Gobiernos autonómicos en las redes sociales presentando y facilitando la comparativa entre las 17 comunidades autónomas españolas y las dos ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. El estudio abarca los perfiles institucionales de las mismas, sus perfiles presidenciales y los de sus organismos dependientes.

Para presentar una visión completa del uso de las redes sociales por las CC AA, se ha segmentado el análisis en cinco ámbitos diferentes:

- Presencia y posicionamiento
- Objetivos y estrategia
- Organización
- Operativa y gestión
- Medición y valoración

Tomando como base estos cinco ámbitos, la dimensión del análisis se ha centrado en una metodología de trabajo fundamentada en la utilización de dos fuentes de información. Por un lado, cuestionarios elaborados de forma explícita para el presente informe y enviados a todas las CC AA para su cumplimentación por los distintos responsables de las redes sociales. Así, en el estudio se recogen los 16 cuestionarios respondidos por las CC AA, con las excepciones de Asturias, Baleares y Melilla, que no han respondido al mismo. Por otro lado, se recoge un análisis front-office de los citados ámbitos, realizado por el equipo de Capgemini Consulting.

📌 Presencia y posicionamiento en las redes sociales

El uso de redes sociales como canal de comunicación institucional por las CC AA es un hecho generalizado pues 18 de las 19 tienen presencia a través del perfil institucional en al menos en una red social. De hecho, son 14 las CC AA que cuentan con dicho perfil tanto en Facebook como en Twitter o en Youtube (Tabla 6.3.1.) y sólo Asturias no dispone de un perfil institucional en ninguna red.

Twitter y Facebook, seguidas de LinkedIn, son, además, las redes de mayor alcance en

cuanto al número de seguidores, si bien la cifra de seguidores de Twitter casi cuatuplica los datos de fans de Facebook (Gráfico 6.3.1.).

El posicionamiento a través de uno o varios perfiles obedece generalmente a criterios estratégicos. En este ámbito se sitúan en polos opuestos Cataluña, con una descentralización total en la publicación de contenidos, y la Comunidad de Madrid, en el otro extremo, con la canalización casi exclusiva de información a través de un único perfil institucional.

Galicia y Navarra son las comunidades con una mayor presencia de este perfil institucional en las redes sociales, sin embargo, ésta no se traduce en un mayor número de seguidores. En este sentido se puede afirmar que ninguna comunidad autónoma destaca en este ámbito ya que todas presentan valores muy bajos tanto en términos absolutos como relativos, en relación a la población y al número de internautas de la comunidad autónoma (Gráficos 6.3.2. y 6.3.3.).

Tabla 6.3.1. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Presencia de perfil institucional de las CC AA, por red social*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA y análisis front-office

** Otras: Delicious, Foursquare, Instagram, Irekia, iVoox, Netvibes, Pinterest, Scoop.it, SlideShare y Vimeo

	f	t	YouTube	in	g+	i)	o o	e	Otras **
Andalucía	●	●	●	●	×	×	●	×	×
Aragón	●	●	●	●	×	×	●	●	●
Asturias	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Baleares	●	●	●	×	●	×	×	×	×
Canarias	●	●	×	×	●	●	×	×	×
Cantabria	●	●	×	●	×	●	●	×	●
Castilla-La Mancha	●	●	●	×	●	●	●	×	●
Castilla y León	●	●	●	●	×	×	×	●	●
Cataluña	●	●	●	●	×	×	●	●	●
Ceuta	×	●	×	×	×	×	×	×	×
Comunidad Valenciana	●	●	●	●	×	×	●	●	●
Extremadura	●	●	●	×	●	×	●	×	×
Galicia	●	●	●	●	●	●	●	×	●
La Rioja	×	●	●	●	×	×	●	●	×
Madrid	●	●	●	●	●	×	●	×	×
Melilla	×	●	×	×	×	×	×	×	×
Murcia	●	●	●	×	×	●	×	×	×
Navarra	●	●	●	●	●	●	×	●	●
País Vasco	●	●	●	×	●	●	●	×	●

Gráfico 6.3.1. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Número de seguidores del perfil institucional por red social*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA y análisis front-office. Sumatorio del número de seguidores de los perfiles institucionales en aquellas redes sociales donde este indicador está disponible



Gráfico 6.3.2. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Fans* del perfil institucional en Facebook, en número y en % sobre internautas por CC AA

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Análisis front-office. Fans considera los "Me gusta" en Facebook

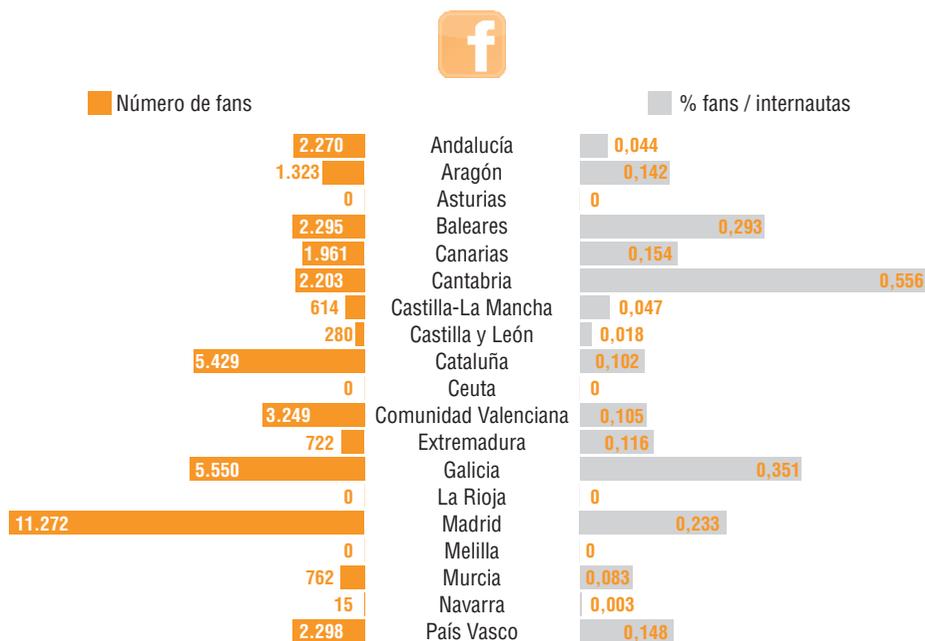
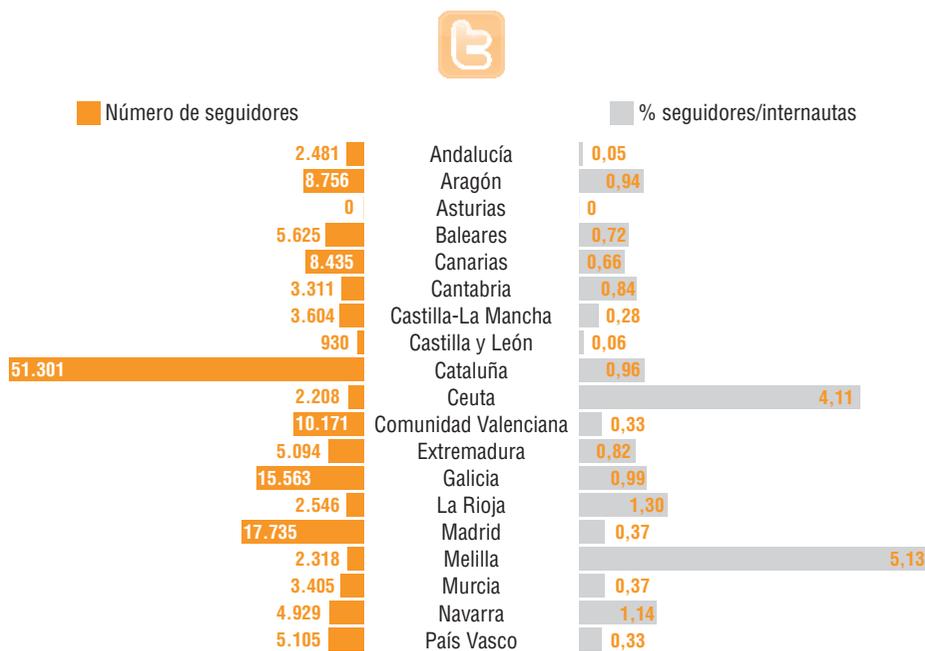


Gráfico 6.3.3. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Seguidores* del perfil institucional en Twitter, en número y en % sobre internautas por CC AA

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Análisis front-office



Por otro lado, el análisis muestra que, comparativamente, la existencia de perfiles de presidencia es generalmente menor que en el caso de los perfiles institucionales (Tabla 6.3.2.). Andalucía, Aragón, Canarias,

Castilla-La Mancha y Madrid son las CC AA con un mayor número de perfiles presidenciales, mientras que Castilla y León, Ceuta y Murcia no disponen de ninguno en ninguna de las redes analizadas.

Varios de los perfiles presidenciales acumulan más seguidores y fans que los institucionales, algunos de ellos con una diferencia notable, sobre todo en el caso de Castilla-La Mancha (Gráfico 6.3.4.).

Varios de los perfiles presidenciales acumulan más seguidores y fans que los institucionales

Tabla 6.3.2. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Presencia de perfil presidencial por red social*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA y análisis front-office

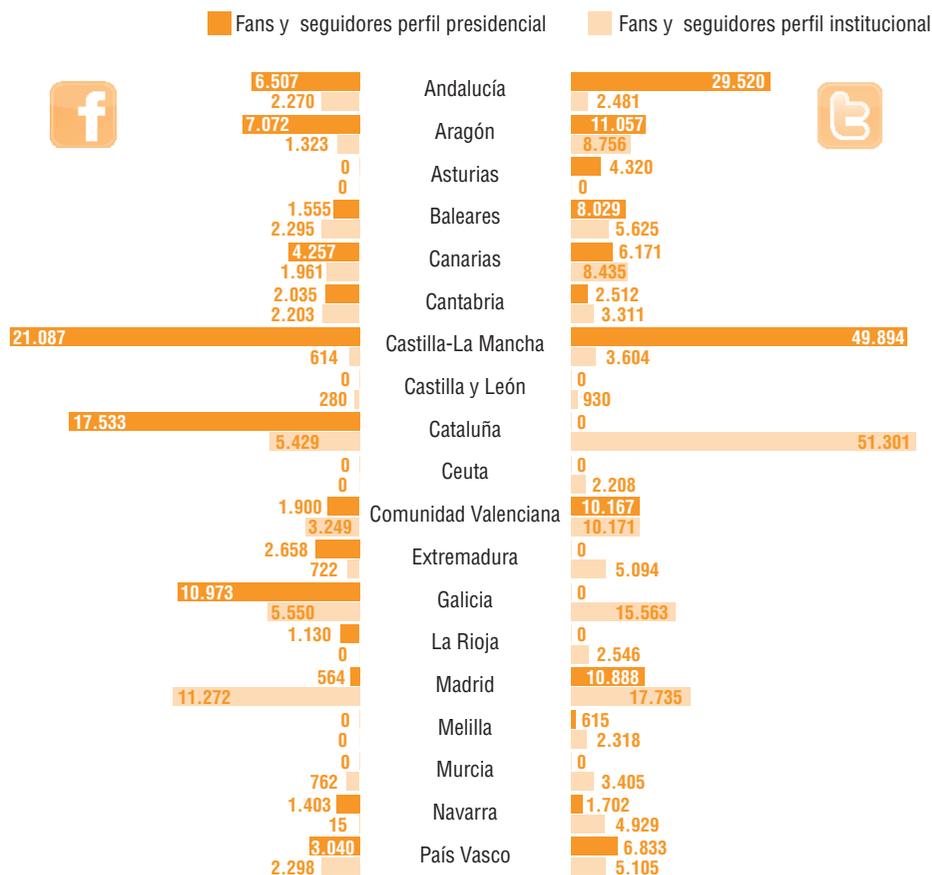
** Otras: Foursquare, Instagram, Irekia, iVoox, Pinterest, SlideShare y Xing

	f	t	YouTube	in	g+	?)	●●	e	Otras **
Andalucía	●	●	●	×	×	●	●	●	×
Aragón	●	●	×	●	●	●	×	×	●
Asturias	×	●	×	×	×	×	×	×	×
Baleares	●	●	●	×	×	×	×	×	×
Canarias	●	●	●	×	●	×	●	●	×
Cantabria	●	●	×	×	×	×	×	×	×
Castilla-La Mancha	●	●	●	●	×	×	●	●	●
Castilla y León	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Cataluña	●	×	●	×	×	×	×	×	×
Ceuta	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Comunidad Valenciana	●	●	●	●	×	×	●	×	×
Extremadura	●	×	×	●	×	×	×	●	×
Galicia	●	×	×	×	×	×	×	×	×
La Rioja	●	×	×	×	×	×	×	●	×
Madrid	●	●	●	×	●	×	●	×	●
Melilla	×	●	×	×	×	×	×	×	×
Murcia	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Navarra	●	●	×	×	×	×	×	×	×
País Vasco	●	●	×	●	×	×	×	●	×

Gráfico 6.3.4. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Número de fans y de seguidores* del perfil institucional y presidencial por CC AA en las principales redes sociales

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Análisis front-office. *Fans considera los "Me gusta" en Facebook y seguidores considera los seguidores en Twitter



Objetivos y estrategia

Con respecto al análisis de los objetivos perseguidos y estrategias desarrolladas por las CC AA en redes sociales, en primer lugar se observa la existencia de un considerable margen de crecimiento en la importancia que las CC AA otorgan a las redes sociales como medio de comunicación. Un 25% de las CC AA utilizan las redes sociales como medio de comunicación prioritario, frente a un 75% que las considera un medio de comunicación secundario y complementario. En este aspecto, a pesar de la posibilidad que ofrecen las redes sociales de establecer una comunicación bidireccional con la sociedad, se ha comprobado que gran parte de las CC AA utilizan las redes sociales de forma unidireccional como

un medio de comunicación tradicional.

Por otra parte, la mayor parte de las CC AA declaran tener un plan estratégico sobre el que apoyar sus actuaciones a largo plazo y aquellas que hasta la fecha no lo han elaborado (Andalucía, Ceuta y Murcia) señalan su intención de diseñarlo en un futuro próximo. Además, un 88% de las CC AA afirma que seguirá creciendo, mientras que el resto opta por mantener su posición actual. A pesar de la contundencia en la respuesta, en este aspecto se reflejan ciertas contradicciones ya que al consultar sobre la ampliación de perfiles en nuevas plataformas, sólo la mitad de las CC AA ha respondido de manera positiva (Andalucía,

Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Ceuta, Extremadura y Galicia). Adicionalmente y en la misma línea, al consultar la existencia de campañas de difusión que promuevan el uso de las redes sociales, se ha constatado que el 44% de las CC AA (Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Galicia y La Rioja) está desarrollando dichas campañas de difusión.

Valorando los motivos por los que las CC AA están presentes en las redes se distinguen dos razones principales: la transparencia ante la sociedad y la mejora de la calidad de información proporcionada a la ciudadanía (Gráfico 6.3.5.).

Las CC AA están presentes en las redes sociales principalmente por dos motivos: la transparencia ante la sociedad y la mejora de la calidad de la información proporcionada a la ciudadanía

Gráfico 6.3.5. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Fines perseguidos a través del posicionamiento en las redes sociales*, en %



Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA

Organización

Actualmente las CC AA apuestan por la presencia en redes sociales dedicando recursos específicos para su gestión y requiriendo a los mismos un determinado nivel de conocimiento. De hecho, aproximadamente dos tercios de las CC AA españolas consideran que las redes sociales requieren de un tratamiento diferenciado. Así, la mayor parte de las CC AA (14 de las 16 que han respondido el cuestionario) indica disponer de recursos

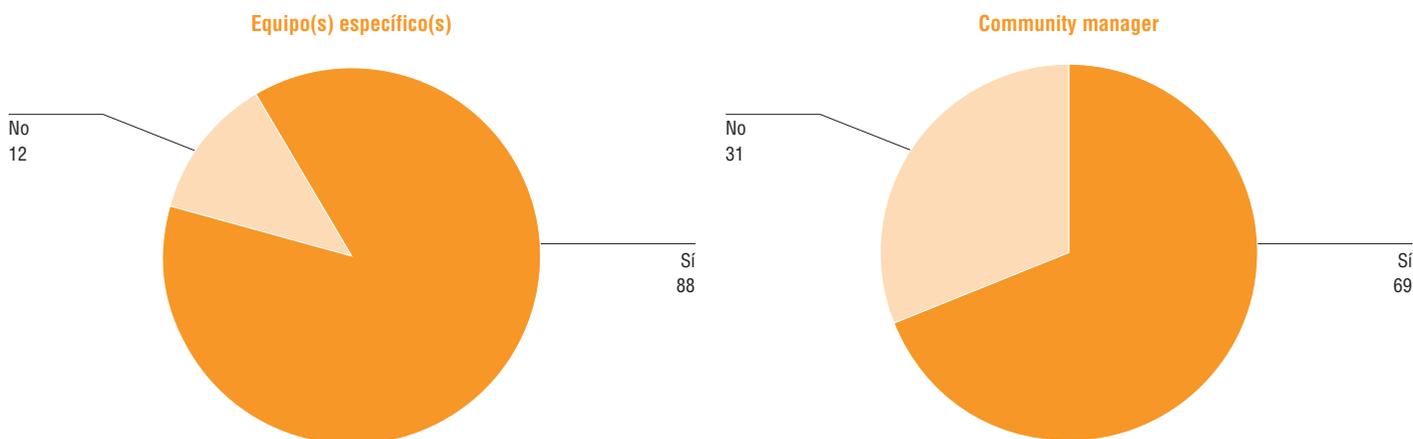
específicos dedicados a la gestión en redes sociales, mientras que el 69% de las CC AA declara disponer de la figura del community manager (Gráfico 6.3.6.) siendo Comunicación y Atención al Ciudadano las áreas que más participan en las iniciativas relacionadas con la gestión de redes sociales. Por otro lado, más de la mitad de las CC AA (56%) afirma dedicar recursos en exclusiva a la gestión del perfil presidencial en las distintas redes.

En el análisis comparativo por CC AA ninguna comunidad destaca por un despliegue más amplio de recursos, en cambio, en el otro extremo, Andalucía y Ceuta son las comunidades que declaran no dedicar personal propio ni requerir al mismo para la gestión de sus redes sociales un nivel más allá de “usuario”, si bien la comunidad andaluza señala trabajar con una agencia externa.

Gráfico 6.3.6. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Equipos dedicados a la gestión de redes sociales*, en %

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA



Operativa y gestión

Analizando el proceso de publicación de información en las redes sociales, las CC AA, cuya mayoría señala tener un procedimiento en marcha para la correcta gestión de la publicación de contenidos y de las respuestas a la ciudadanía en las redes sociales, declaran ceder la mayor parte de la gestión de sus contenidos, desde su generación, validación y hasta su publicación, a los departamentos implicados que, de manera independiente, realizan esta labor. Normalmente los contenidos publicados en las redes sociales proceden mayoritariamente del área de Comunicación y de las Consejerías de las CC AA (Gráfico 6.3.7.). Como excepciones a esta situación, País Vasco y Castilla-

La Mancha afirman haber puesto en marcha un equipo coordinador, encargado de actuar como interlocutor entre los diferentes departamentos o consejerías.

A la hora de valorar el modelo comunicativo escogido se observa un predominio de comunicación unidireccional, donde tan sólo se les comunica aquello que se considera relevante o que puede ser de interés al ciudadano. Algunas comunidades autónomas reconocen que se han circunscrito a este tipo de comunicación porque desconocen qué podría suceder si se estableciera una relación basada en la interacción con sus seguidores o si serían capaces de gestionarla adecuadamente.

La mayor parte de las CC AA centran los contenidos publicados en los perfiles institucionales de las redes sociales en noticias del Gobierno y sus políticos y las actualizaciones se realizan diariamente en redes como Facebook, Twitter, Google+ y Tuenti, siendo Twitter la plataforma donde se puede aumentar la frecuencia de información varias veces al día. Plataformas audiovisuales como YouTube o Flickr requieren otro trato dada la generación del contenido demandado (Tabla 6.3.3.).

Facebook y Twitter son las redes sociales más utilizadas para la publicación de contenidos diarios en los perfiles de presidencia (Tabla 6.3.4.).

Tabla 6.3.4. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Periodicidad de la publicación de contenido en el perfil institucional por red social*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA. Algunas CC AA no han facilitado la periodicidad de publicación de diversas redes sociales. El número de puntos representa el número de comunidades autónomas

	Puntual	Anual	Trimestral	Mensual	Semanal	Diaria
				•	••	•••••
	•				•	•••••
			•	•	•	••••
			•		•	
						••••
					•	
					•	••••
					•	
					••••	

• Modelo operativo de la interacción con la ciudadanía

En el ejercicio del uso de las redes sociales para la mejora de la comunicación y mayor apertura a la ciudadanía todas las CC AA declaran responder a las cuestiones que se les plantean en dichas redes, independientemente de la temática planteada, siendo Twitter y Facebook las que más sugerencias o preguntas aglutinan y, por tanto, las que muestran mayor actividad también en la respuesta. Además de atender a las dudas de la ciudadanía, un alto porcentaje de las CC AA también afirma tener en cuenta ciertas recomendaciones, sugerencias o iniciativas propuestas por los ciudadanos.

Sin embargo, el estudio de front-office realizado no corrobora al completo esta capacidad de respuesta por parte de las CC AA, tanto desde el punto de vista cualitativo, pues las preguntas que conllevan una temática más sensible apenas se contestan, como cuantitativo. Tras lanzar tres preguntas en los perfiles institucionales de todas las CC AA en Facebook, Twitter y Google+, sobre distintas temáticas: transparencia, trámites administrativos y convocatoria de empleo, Aragón y Castilla y León son las únicas CC AA que contestan a todas las preguntas, si bien no lo hacen en

todas las redes donde se han planteado dichas cuestiones. Por ejemplo, sobre 18 perfiles institucionales en Twitter, ninguno de ellos responde a la pregunta del ámbito de la transparencia sobre la publicación de la declaración de la renta de los integrantes del Gobierno autonómico.

Es llamativo, asimismo, que Twitter, que es la red con mayor número de seguidores con diferencia, obtenga una tasa de respuesta menor a la de Facebook, red en la que las CC AA se muestran más activas a la hora de responder a los ciudadanos (Tabla 6.3.5.).

Tabla 6.3.5. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Número de respuestas obtenidas según la cuestión formulada y la red social*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Análisis front-office

	-Transparencia-	-Trámites-	-Empleo-
	Quería saber si los integrantes del Gobierno van a publicar sus declaraciones de la renta	¿Qué pasos tengo que dar para abrir un restaurante?	Me gustaría saber si tienen pensado convocar puestos como maestro en las escuelas infantiles de la comunidad
	4/15	8/15	6/15
	0/18	4/18	6/18
	0/7	1/7	1/7

Medición y valoración

El seguimiento y la medición realizados en redes sociales varía según el grado de importancia asignado a las mismas, tanto en frecuencia como en número de indicadores; sin embargo suele haber

un denominador común utilizado como barómetro: los seguidores. Por lo general, la mayor parte de la medición de estas redes se realiza de forma mensual, pero existen comunidades autónomas que

realizan una medición semanal (incluso diaria) sobre todo en Facebook y Twitter, donde la publicación e interacción con la ciudadanía es en tiempo real y requiere una participación ágil y activa (Tabla 6.3.6.).

Tabla 6.3.6. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Frecuencia con la que se realizan mediciones en las redes sociales

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC.AA. El número de puntos representa el número de comunidades autónomas

	Puntual	Anual	Trimestral	Mensual	Semanal	Diaria
		••		••••	••••	••••
		••••		••••	••••	••••
		••••	•	••••	••••	
		••		••	•	
		••		••	•	
		••		•		
		••		••••	•	
		••		•	•	
				••••	•	••

A la hora de valorar los beneficios obtenidos por la presencia y participación en redes sociales, el 83% de las CC AA valora positivamente o muy positivamente su presencia en redes sociales a pesar de que la percepción del impacto obtenido hasta la fecha resulta relativamente moderado.

La mayor parte de las CC AA consideran que las redes han tenido un mayor impacto en áreas como Turismo, Ocio y cultura y Atención

Ciudadana (Gráfico 6.3.8.). Asimismo, destacan como principal beneficio una mayor presencia en la sociedad, mientras que las principales dificultades radican en disponer de recursos limitados y sus altos costes asociados. El hecho de estar en las redes sociales se percibe, por tanto, como un beneficio en tanto que permite llegar a más público, sin embargo, la correcta gestión de actuaciones para un buen desempeño supone una barrera para su desarrollo (Gráficos 6.3.9. y 6.3.10.).

Madrid destaca por ser la comunidad autónoma que mejor percepción tiene de su experiencia en redes sociales, con una valoración excelente y cuantificación alta del impacto obtenido. Murcia y Ceuta, por otro lado, son las que peor valoración dan a su experiencia, si bien es cierto que estas comunidades son las que menor presencia institucional y residencial han desarrollado hasta la fecha.

Gráfico 6.3.8. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Principales áreas de impacto de las redes sociales en las CC AA, en %*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA

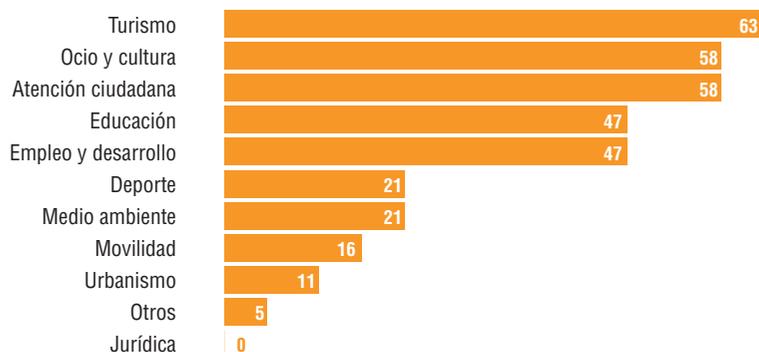


Gráfico 6.3.9. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Principales beneficios obtenidos según las CC AA, en %*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

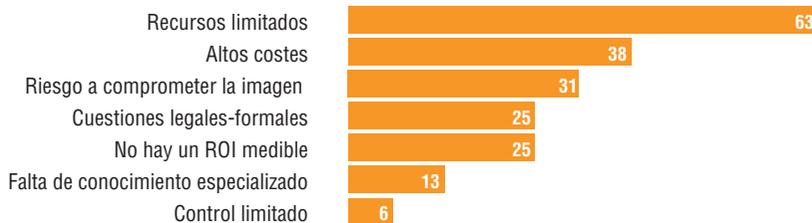
* Cuestionarios respondidos por las CC AA



Gráfico 6.3.10. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Principales dificultades detectadas según las CC AA, en %*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA



Valoración por CC AA y buenas prácticas

En términos globales Cataluña, Madrid y País Vasco son las CC AA que presentan un nivel más avanzado en el posicionamiento y uso de las redes sociales, si bien el posicionamiento difiere ampliamente entre las CC AA, existiendo un amplio abanico de posibilidades, desde la centralización de información a través del perfil institucional hasta la creación

de múltiples perfiles especializados por temática. De hecho, existen algunas CC AA en las que las cuentas institucionales tienen menor protagonismo que otras cuentas más especializadas, como aquellas empleadas para promover el turismo, por ejemplo.

A partir de los resultados obtenidos con

el estudio, se obtienen las valoraciones cualitativas y cuantitativas de cada uno de los cinco ámbitos tratados que una vez integradas permiten presentar una valoración global de cada una de las CC AA (Tabla 6.3.7.) y finalmente, clasificar las CC AA en cinco niveles de posicionamiento y uso de las redes sociales como canal de comunicación (Mapa 6.3.1.).

Tabla 6.3.7. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Valoración global y por ámbito de análisis*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

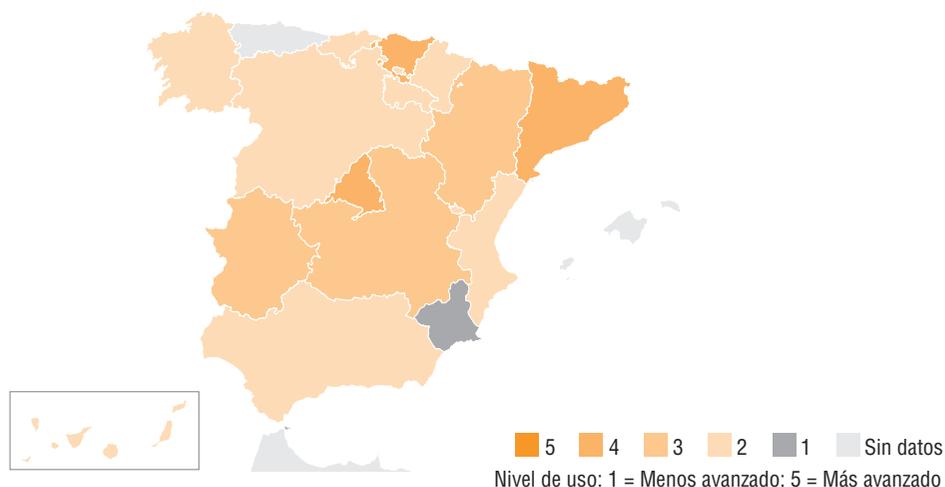
* Cuestionarios respondidos por las CC AA. Asturias, Baleares y Melilla no han respondido el cuestionario, no siendo valoradas

Comunidad autónoma	Presencia y Posicionamiento	Estrategia y Objetivos	Organización	Operativa	Medición y Valoración	Valoración Global
Andalucía						
Aragón						
Canarias						
Cantabria						
Castilla-La Mancha						
Castilla y León						
Cataluña						
Ceuta						
Comunidad Valenciana						
Extremadura						
Galicia						
La Rioja						
Madrid						
Murcia						
Navarra						
País Vasco						

Mapa 6.3.1. Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas. Clasificación global del posicionamiento y uso de las redes sociales por las CC AA*

Fuente: Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas, Fundación Orange-Capgemini Consulting (2013)

* Cuestionarios respondidos por las CC AA. Asturias, Baleares y Melilla no han respondido el cuestionario, no siendo valoradas



Dentro del panorama obtenido en el análisis de los distintos ámbitos desglosados previamente, caben destacar algunas actuaciones que, a modo de buenas prácticas, sirvan para ejemplificar una optimización en el uso de las redes sociales por parte de las CC AA. Así, por ejemplo, Cataluña facilita el acceso a cualquiera de sus perfiles a través de una página específica⁷ donde se presenta un mapa de posicionamiento tanto por temática como por departamento.

Andalucía, a través del perfil en Facebook del Portal Junta de Andalucía, ofrece una amplia variedad de información desde noticias generales, hasta temas puntuales como información de eventos, convocatorias de premios y subvenciones, noticias jurídicas y oferta educativa.

Mientras, Castilla-La Mancha ha demostrado un alto nivel de eficiencia en la gestión de las cuestiones planteadas por los ciudadanos,

ofreciendo respuestas de elevado nivel de detalle de manera casi inmediata, además de un seguimiento continuo en la información relativa a la misma.

Por otra parte, Castilla y León, Cataluña y País Vasco publican una guía de estilo dentro de su página específica dedicada a las redes sociales. Dichas guías establecen directrices y pautas comunes para la presencia homogénea de cada Gobierno autonómico y sus organismos en las redes sociales.

Como complemento a las valoraciones y la clasificación global realizada, se han recogido las valoraciones que obtienen los perfiles institucionales de las diferentes CC AA a través de Alianzo Rank. Alianzo es una herramienta de analítica de medios sociales. El sistema extrae diariamente todos los datos que permiten conocer la evolución de los perfiles de marcas,

instituciones y personas en redes sociales y blogs. Alianzo desarrolla varios rankings:

- Rankings de redes sociales (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Pinterest, Tuenti, LinkedIn, Google+): se toman en cuenta fundamentalmente las acciones realizadas por terceros interactuando con el perfil, como es el caso de los

comentarios, los "me gusta", los shares (retweets en Twitter) y, en menor medida, la popularidad (seguidores) y las acciones propias del propietario del perfil (posts)⁸.

- Ranking de blogs: se toman en cuenta datos públicos como Alexa, votos en Menéame, enlaces (según Google) o suscriptores en Google Reader.

- Ranking de Wikipedia: se toman en cuenta datos públicos como el número de modificaciones realizadas en un perfil, el número de veces que el perfil está enlazado dentro de la propia Wikipedia y las visitas que recibe.

- Alianzo Rank: es una combinación de todos los rankings previamente mencionados, ponderando en función de su importancia (Facebook siendo el más relevante y FourSquare el menos). Tuenti no se valora en este ranking.

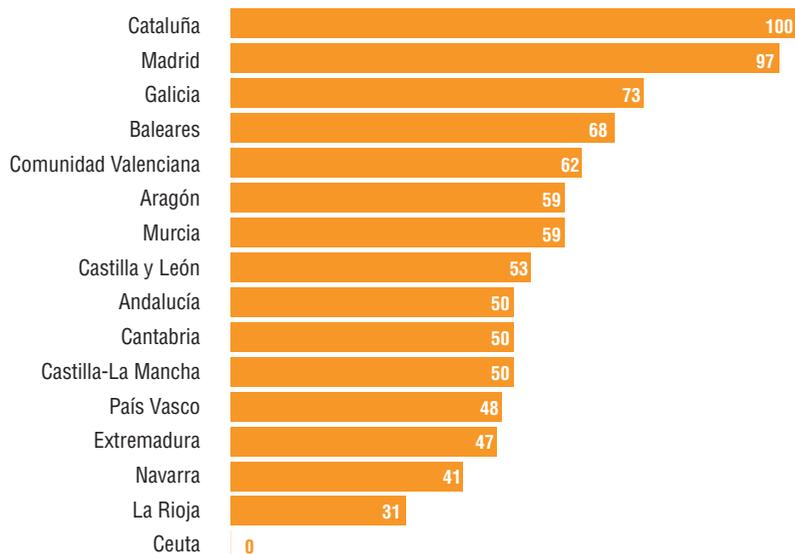
Según Alianzo Rank el perfil institucional de Cataluña presenta el nivel más avanzado de socialización online, seguido muy de cerca del de la Comunidad de Madrid. El perfil institucional de Ceuta sería el que obtendría la peor posición entre las CC AA y ciudades autónomas valoradas en Alianzo Rank⁹.

Posicionamiento, calculado en base 100*, del perfil institucional de las CC AA según Alianzo Rank. España, 2013**

Fuente: Alianzo 2013

* El dato está calculado en términos comparativos sobre las 16 CC AA o ciudades autónomas con perfiles institucionales en las redes sociales. De tal forma, un valor igual a 100 indica que la CC AA es la mejor posicionada en el ranking

** Ranking calculado con datos obtenidos de Alianzo el 24 de abril de 2013



USO DE LA E-ADMINISTRACIÓN EN ESPAÑA

WEBS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



CONFIANZA EN LAS WEBS INSTITUCIONALES



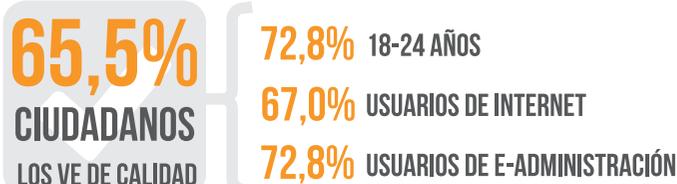
PERCEPCIÓN DEL NIVEL DE USABILIDAD DE LAS WEBS INSTITUCIONALES



OPINIÓN SOBRE LA SUFICIENCIA DE LOS CANALES DE INFORMACIÓN



VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS



FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS DE USO

VARIABLES CON MÁS IMPACTO

- 1 NIVEL DE INGRESOS
- 2 NIVEL EDUCATIVO
- 3 EDAD

PERFIL CON MÁS USUARIOS DE E-ADMINISTRACIÓN

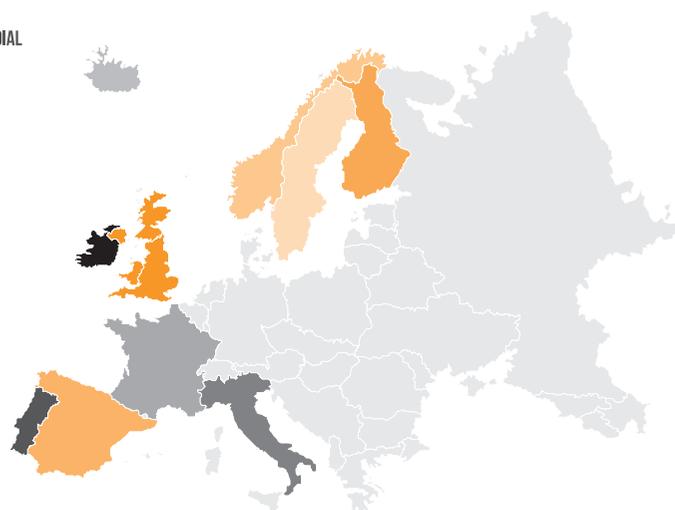


OPEN DATA: ESPAÑA EN EUROPA

10 PRIMEROS PAÍSES EUROPEOS EN EL RANKING MUNDIAL

RANKING EUROPEO Nº RANKING MUNDIAL Nº

1	4	REINO UNIDO	6	13	ITALIA
2	6	IRLANDA	7	21	NORUEGA
3	9	FINLANDIA	8	23	FRANCIA
4	10	PORTUGAL	9	30	SUECIA
5	11	ESPAÑA	10	31	ISLANDIA



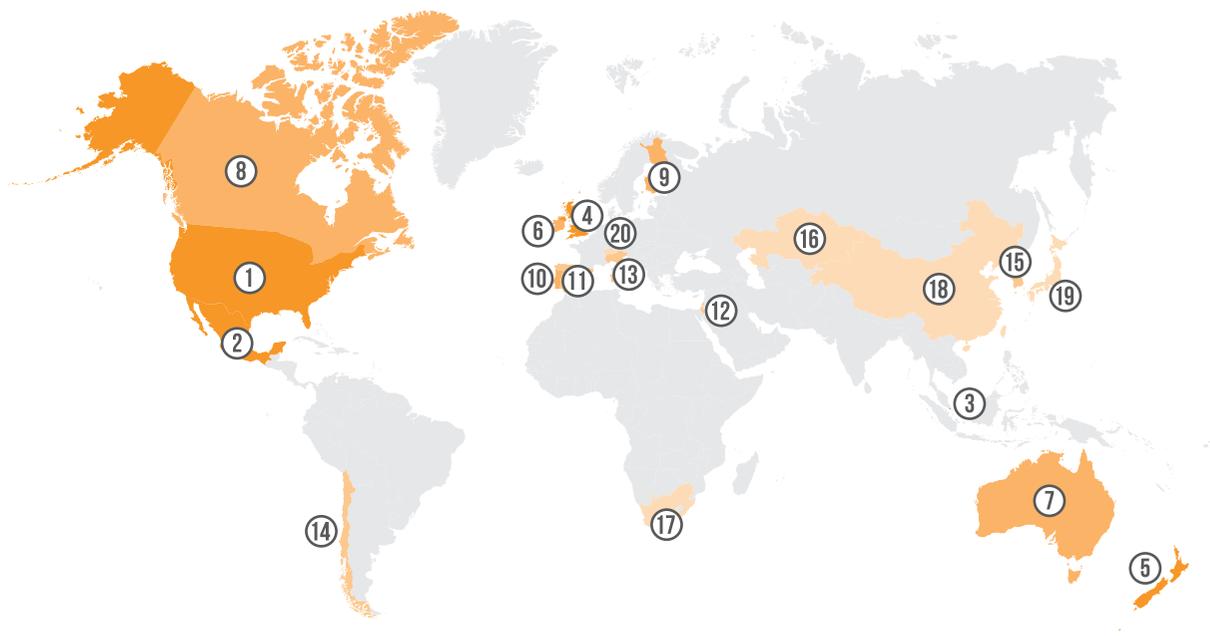
PORTALES DE DATOS ABIERTOS EN ESPAÑA



OPEN DATA: RANKING MUNDIAL

20 PRIMEROS PAÍSES

- 1 ESTADOS UNIDOS
- 2 MÉXICO
- 3 SINGAPUR
- 4 REINO UNIDO
- 5 NUEVA ZELANDA
- 6 IRLANDA
- 7 AUSTRALIA
- 8 CANADÁ
- 9 FINLANDIA
- 10 PORTUGAL
- 11 **ESPAÑA**
- 12 ISRAEL
- 13 ITALIA
- 14 CHILE
- 15 COREA DEL SUR
- 16 KAZAJISTÁN
- 17 SUDÁFRICA
- 18 CHINA
- 19 JAPÓN
- 20 SUIZA



¹ Se consideran Sistemas Grandes a equipos multiusuario con una unidad de procesamiento central de más de 600.000 euros.

² La dirección electrónica habilitada sirve para la recepción de las notificaciones administrativas que por vía telemática pueda practicar la Administración General del Estado y sus Organismos Públicos. Asociada a la dirección, su titular dispondrá de un buzón electrónico en el que recibirá las notificaciones electrónicas de las AA PP.

³ El nivel 4 de tramitación proactiva implica que no se requiere en ningún momento la presencia física del usuario ni para iniciar ni para finalizar el trámite, ni documentación en papel y se desencadena de forma automática una comunicación activa bidireccional entre usuario y administración.

⁴ Las variables incluidas en el PSI Scoreboard son: Transposición de la

Directiva; Prácticas de reutilización (Obligación de reutilización de datos no personales, publicación proactiva de los conjuntos de datos, modelo de licencia único para todo el Estado); Formatos (Soporte de Linked Data, formatos abiertos de datos o un repositorio de datos central); Precio (Adopción de mecanismos de precios de datos basados en modelos de recuperación de coste o costes marginales, sin exenciones a estos modelos); Acuerdos de exclusividad (Se prohíben y persiguen acuerdos de exclusividad de reventa y reutilización de datos); Adaptación local (Ayuntamientos y Diputaciones han adoptado el modelo de Open Data); Eventos y actividades (Organización de eventos de promoción de datos abiertos).

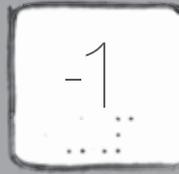
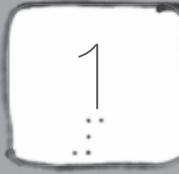
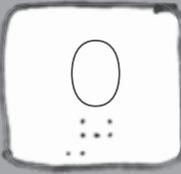
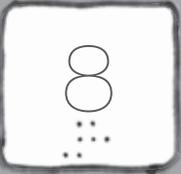
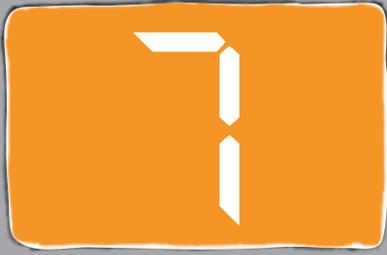
⁵ *Estudio comparativo 2013 de los servicios públicos online en 25 ayuntamientos españoles*, Fundación Orange-Cappgemini Consulting, 2013. El estudio completo se puede consultar en la página web de la Fundación Orange: www.fundacionorange.es

⁶ *Usos de las redes sociales por las comunidades autónomas españolas*, Fundación Orange-Cappgemini Consulting, 2013. El estudio completo se puede consultar en la página web de la Fundación Orange: www.fundacionorange.es

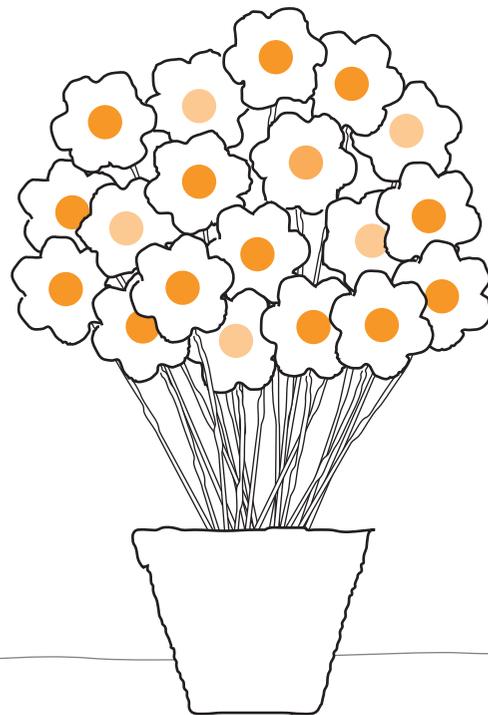
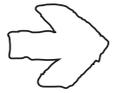
⁷ Los perfiles de Cataluña en redes sociales están disponibles en: www.gencat.cat/xarxessocials/ca/index.html

⁸ La mayor o menor importancia de cada criterio varía una vez al mes en el marco de un algoritmo matemático desarrollado por Alianzo.

⁹ Asturias, Canarias y Melilla no tienen perfil en Alianzo, por lo que no son valoradas.



la sociedad ^{de la}
información ^{en las}
comunidades
autónomas



Se realiza a continuación un análisis comparativo de las distintas comunidades autónomas a fin de obtener una visión más profunda de la situación general descrita

en los capítulos precedentes. Como se puede comprobar, este estudio revela la presencia de importantes diferencias entre CC AA en cuanto a la adopción de

las TIC, así como la existencia de distintas fortalezas y debilidades en el ámbito digital.

Dotación TIC

Hogares



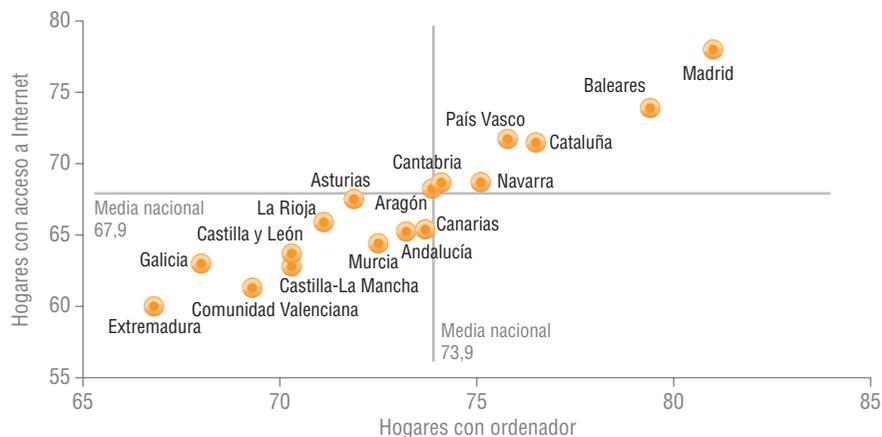
Continuando con la tendencia observada en la última década, se aprecia una correlación cada vez más nítida entre los hogares que disponen de algún ordenador y los que tienen conexión a Internet en las distintas regiones españolas. De este modo, ordenador e Internet constituyen elementos prácticamente indisolubles en los hogares españoles. Aunque en todas las CC AA se ha producido un aumento de la proporción de hogares que dispone de ambas tecnologías respecto a 2011, lo cierto es que este incremento ha tenido lugar de manera desigual. En este sentido, Madrid y Baleares, que ya ocupaban los

primeros puestos en cuanto a la dotación TIC de sus hogares, han evolucionado notablemente mejor que la media nacional, lo que las sitúa en un puesto destacado respecto al resto de regiones. Por su parte, Castilla y León, que se situaba en los últimos lugares en relación a este indicador en 2011, ha logrado mejorar sensiblemente su posición relativa. A la mejora de esa posición también ha contribuido el estancamiento de Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana, donde se ha producido un crecimiento muy limitado en la dotación TIC de sus hogares durante 2012 (Gráfico 7.1).

Madrid y Baleares, que ya ocupaban los primeros puestos en cuanto a la dotación TIC de sus hogares, han evolucionado notablemente mejor que la media nacional

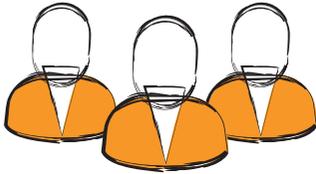
Gráfico 7.1. Relación entre hogares con ordenador y hogares con acceso a Internet, por CC AA. 2012, en % de hogares

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



Comercio electrónico

Ciudadanos



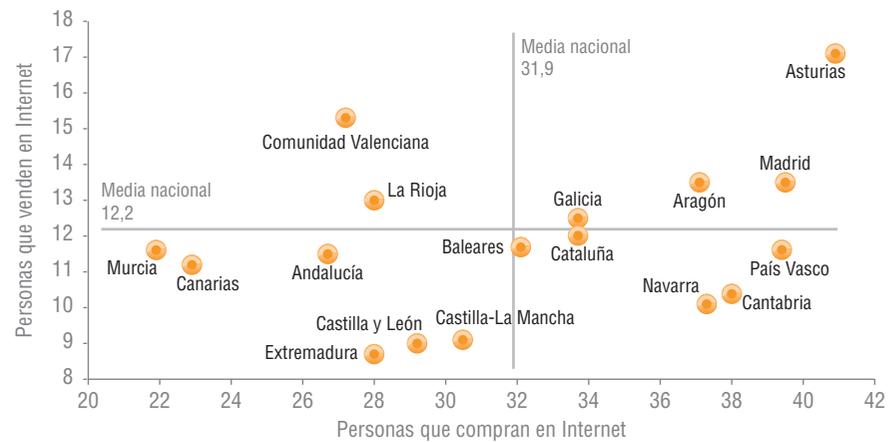
En cuanto a los servicios de Internet utilizados por los ciudadanos, otro de los objetivos de la Agenda Digital Española, en este caso derivado de la Agenda Digital para Europa, consiste en que en el año 2015 el 50% de la población realice compras en línea. Aunque en el conjunto de España este propósito parece lejano, se observa una notable divergencia entre las distintas CC AA, con algunas regiones situándose considerablemente más cercanas al objetivo

que otras. En este sentido, Asturias, Madrid y País Vasco prácticamente duplican la tasa de compra online de Murcia o Canarias. Si, además, se relaciona esta variable con la proporción de internautas que ha realizado ventas a través de Internet, el resultado es un mapa que permite clasificar a las distintas regiones en función de la intensidad con la que sus ciudadanos compran y venden en la Red (Gráfico 7.2).

Asturias, Madrid y País Vasco prácticamente duplican la tasa de compra online de Murcia o Canarias

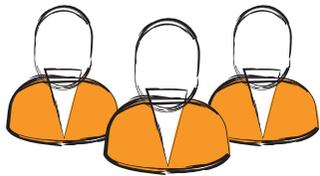
Gráfico 7.2. Relación entre personas que compran y personas que venden a través de Internet, por CC AA. 2012, en % de internautas en los tres últimos meses

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



Sanidad

Ciudadanos



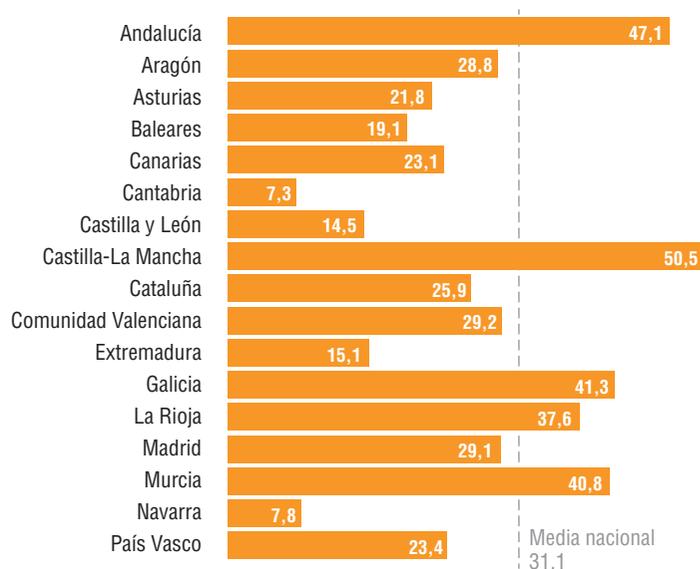
Otro de los objetivos definidos en la Agenda Digital para España es la introducción de las TIC en un sector clave como es el de la sanidad. En este ámbito, uno de los aspectos destacados consiste en la posibilidad de concertar una cita médica a través de Internet. Sin embargo, éste es uno de los apartados en los que existe una mayor divergencia entre las regiones españolas, donde el valor medio para todas las CCAA está en torno a 20 puntos

porcentuales por detrás del territorio líder. Así, aparecen casos como los de Castilla-La Mancha y Andalucía, comunidades en las que la mitad de los usuarios de Internet ha concertado una cita médica utilizando medios telemáticos en los últimos tres meses. En el lado opuesto se sitúan Cantabria y la Comunidad Foral de Navarra, regiones en las que apenas el 7% de sus internautas ha hecho uso de este servicio (Gráfico 7.3.).

Concertar una cita médica es uno de los ámbitos con mayor divergencia entre las regiones españolas

Gráfico 7.3. Personas que han concertado una cita médica a través de Internet, por CC AA. 2012, en % de internautas en los tres últimos meses

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

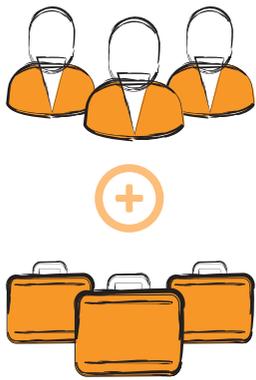


eAdministración

Ciudadanos y empresas

Uno de los pilares básicos de la Agenda Digital para España es la mejora de los servicios públicos en línea para ciudadanos y empresas. Esta guía de referencia comparte los objetivos planteados en el marco de la Agenda Digital para Europa de que en 2015 más de la mitad de la población haga uso de la administración

electrónica y más del 25% cumplimente formularios en línea. Cabe esperar que, en su conjunto, España logre alcanzar ambos objetivos, puesto que es uno de los países que presenta una de las mayores tasas de utilización de este tipo de servicios en el seno de la Unión Europea.



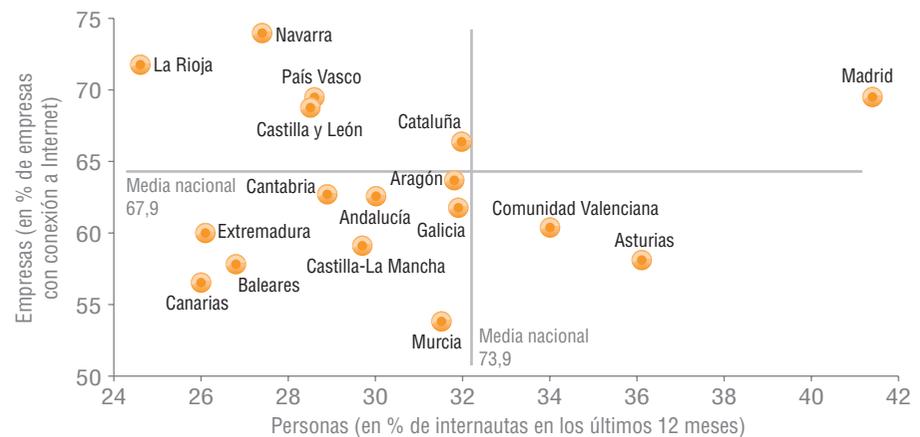
No obstante, si el foco de atención se dirige hacia la proporción de ciudadanos y empresas que cumplimentan formularios oficiales a través de Internet, se aprecian notables diferencias internas. De este modo, existen regiones que parecen haberse especializado en la prestación de servicios avanzados de eAdministración para empresas, entre las que destacan La Rioja o Navarra, mientras que otras,

como la Comunidad Valenciana y Asturias se han centrado más en los dirigidos a ciudadanos. Al margen de la relación descrita se encuentra la Comunidad de Madrid, que presenta una situación razonablemente equilibrada, destacando en el apartado de ciudadanos y con una tasa de utilización por parte de sus empresas relativamente elevada (Gráfico 7.4.).

Además de Madrid, Navarra y La Rioja destacan en la prestación de servicios avanzados para empresas, y Asturias y Comunidad Valenciana en los dirigidos a ciudadanos

Gráfico 7.4. Relación entre ciudadanos que devuelven formularios cumplimentados y empresas que realizan tramitación electrónica completa, por CC AA. 2012

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)



Asturias, País Vasco, Cataluña y Madrid son las comunidades con empresas mejor dotadas en términos TIC

Dotación TIC

Empresas de 10 o más empleados



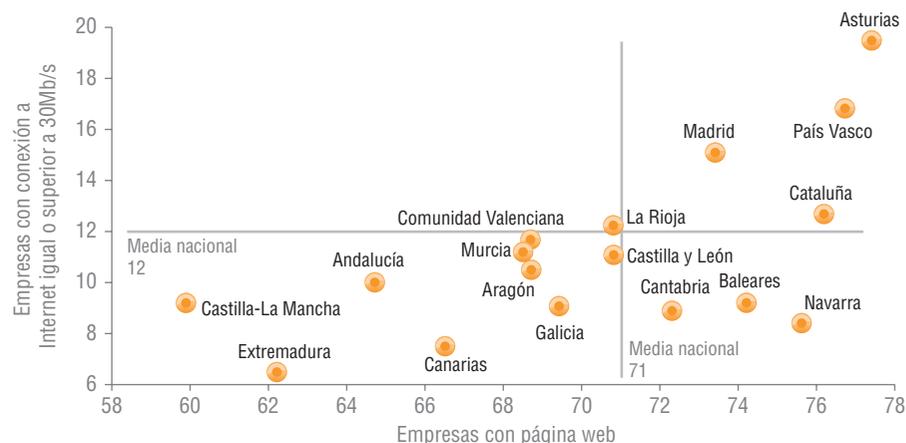
Gráfico 7.5. Relación entre empresas que disponen de página web y empresas con conexión a Internet cuya velocidad máxima de bajada es igual o superior a 30Mb/s, por CC AA. 2012, en % de empresas con conexión a Internet

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)

Aproximadamente el 70% de las empresas españolas dispone de página web si bien, como ocurre en la mayoría de las variables consideradas, el análisis por comunidades revela de nuevo la existencia de diferencias significativas. Por otro lado, sólo un 12% de las compañías que dispone de conexión a Internet cuenta con una conexión cuya velocidad máxima de bajada es igual o superior a 30Mb/s, de hecho, es en la disponibilidad de banda ancha donde se producen las mayores divergencias. En este sentido, la tasa de penetración de este tipo

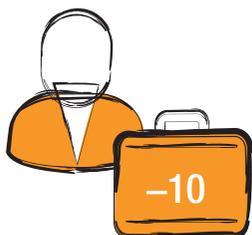
de conexión en las empresas asturianas triplica a la de Extremadura o Canarias.

Por otro lado, al relacionar empresas con conexión a Internet igual o superior a 30Mb/s y aquellas con página web, se observa una correlación positiva que permite identificar a Asturias, País Vasco, Cataluña y Madrid como las regiones que cuentan con las organizaciones mejor dotadas en términos de tecnologías de la información y las comunicaciones (Gráfico 7.5.).



Dotación TIC

Empresas de menos de 10 empleados



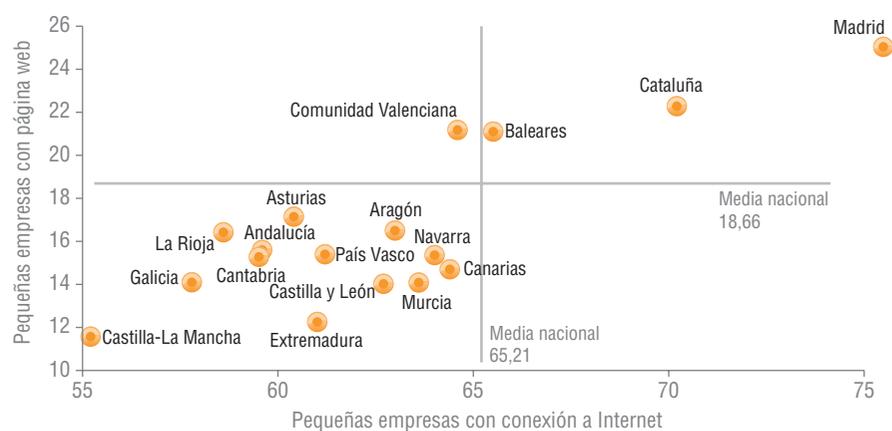
Dentro del ámbito empresarial, es en el estrato de las pequeñas empresas donde España presenta las mayores deficiencias. A este respecto, la Agenda Digital para Europa marca el objetivo de que el 33% de las PYME realice ventas a través de Internet en 2015. A falta de datos oficiales al respecto, el logro de este propósito se plantea complicado si se tiene en cuenta que sólo alrededor del 19% de las empresas españolas de menos de 10 empleados dispone de página web. Si se relaciona esta variable con la proporción de las

que dispone de conexión a Internet de cualquier tipo, se observa que en la mayoría de CC AA las pequeñas organizaciones presentan una dotación TIC claramente mejorable en ambos aspectos. Tan sólo en Madrid y Cataluña el porcentaje de empresas de menos de 10 empleados que dispone de conexión a Internet supera el 70%. La Agenda Digital para España pretende paliar esta situación mediante la promoción del acceso de banda ancha ultrarrápida en las PYME (Gráfico 7.6.).

Sólo alrededor del 19% de las empresas españolas de menos de 10 empleados dispone de página web

Gráfico 7.6. Relación entre empresas de menos de 10 empleados que disponen de conexión a Internet y de página web, por CC AA. 2012, en % de empresas

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE (2012)





Relevante incremento experimentado en la proporción de internautas que acceden a la Red desde el teléfono móvil



El limitado volumen de empresas andaluzas que disponen de página web continúa siendo una de las principales debilidades en el ámbito de la economía digital de la región

Andalucía

Notable crecimiento de la penetración de banda ancha en sus empresas

Durante 2012, Andalucía ha experimentado una evolución desigual en cuanto a su convergencia digital con el resto de España. Mientras que, en términos generales, la comunidad ha mejorado su posición relativa

en los indicadores de dotación y uso de las TIC por parte los ciudadanos, ha retrocedido puestos en la adopción de las nuevas tecnologías por parte de sus empresas.

Ciudadanos

En el ámbito de la ciudadanía, la región ha continuado su avance con paso firme, especialmente en lo que se refiere a la dotación TIC. En este sentido, Andalucía ha mejorado notablemente la proporción de hogares que disponen de ordenador, así como de conexión a Internet, situándose muy próxima a la media española. El programa de formación Andalucía Compromiso Digital ha jugado

un importante papel en este terreno dado el elevado porcentaje de población rural presente en la comunidad. Pero, sin duda, el aspecto más destacable es el relevante incremento experimentado en la proporción de internautas que acceden a la Red desde el teléfono móvil, variable en la que Andalucía se sitúa por primera vez por encima de la media. El programa Banda Ancha Móvil Andalucía, con el que la Junta pretende dotar de cobertura móvil 3G a los núcleos de población de

menos de 20.000 habitantes se consolida, así, como una de las iniciativas que han logrado un mayor éxito en el ámbito de la adopción de las nuevas tecnologías.

Pese a esta evolución positiva, la comunidad aún presenta margen de mejora en aspectos relevantes tales como el acceso frecuente a Internet o el uso de servicios avanzados como son la compra y la banca electrónica.

Empresas

En el ámbito empresarial, sólo dos indicadores han evolucionado mejor que la media nacional. En primer lugar, el relativo a empresas con acceso a Internet que cuentan con conexión de banda ancha, aspecto en el que Andalucía ha experimentado un crecimiento muy superior con respecto al del conjunto de España. En segundo lugar, el correspondiente a la disposición de página web para la realización de pedidos en línea, sobre el total de compañías que disponen de página web. No obstante, a

pesar de la mejoría experimentada en esta segunda variable, el limitado volumen de empresas andaluzas que disponen de página web continúa siendo una de las principales debilidades en el ámbito de la economía digital de la región. En este sentido, el programa Ninguna Empresa sin Web (NEW), enmarcado en el Plan Avanza y desarrollado en colaboración con la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, parece haber dado mejores resultados en la línea dedicada a promover el desarrollo de funcionalidades avanzadas en webs existentes que en la correspondiente

a fomentar la presencia básica en la Red entre aquellas organizaciones que aún no tienen web propia. Podrían realizarse, por tanto, esfuerzos adicionales encaminados a fomentar dicha presencia en la Red por parte de éstas últimas, especialmente de las PYME.

Por otra parte, Andalucía presenta una elevada tasa de organizaciones empresariales que han realizado intercambio electrónico de datos. Sin embargo, el resto de indicadores correspondientes a empresas ha progresado a un ritmo inferior que el conjunto de España. De hecho, en varios de ellos se ha producido una

evolución negativa. Tal es el caso del personal que utiliza ordenador conectado a Internet al menos una vez por semana o el que dispone de algún dispositivo portátil para acceder a Internet, a los que se suman varios indicadores de eAdministración. La finalización de varias iniciativas enmarcadas en el Plan Andalucía Sociedad de la Información (2007-2010) que habían cosechado buenos resultados en el

terreno empresarial, como el Business Forum o el Programa de Fomento de la Excelencia Empresarial en el Sector TIC, contribuye a explicar el estancamiento producido en la adopción de las nuevas tecnologías por parte de las empresas andaluzas.

De cara al futuro, la administración está desarrollando actualmente el Plan Director

de Infraestructuras de Telecomunicaciones para Andalucía (2012-2020), mediante el que se pretende incrementar la cobertura de red de banda ancha y, en particular, fomentar las redes NGA (*Next Generation Access Networks*) con el objetivo de evitar que se produzca una nueva brecha digital con el conjunto de España en la adopción de tecnologías de acceso ultrarrápidas.

		Andalucía	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	73,2	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	65,2	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	63,1	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	45,9	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	24,9	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	68,4	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	62,7	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	68,7	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	85,3	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	45,3	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	50,6	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	12,1	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		11,5	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		39,8	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	55,4	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	36,3	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	30	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,2	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	96,7	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,9	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	62	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	50,3	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	64,7	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	18,7	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	40	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	10,5	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	74,2	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
	 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	72,3	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania
		Que devuelven impresos cumplimentados	58,7	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania
Que realizan una gestión electrónica completa		62,6	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España		4,3	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
		Variable por encima de la media nacional							

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Descarga de software y contenidos relacionados con el ocio y el entretenimiento, aspecto en el que, junto con Asturias, lidera el ranking nacional



Una de las principales desviaciones con el conjunto del país se sigue produciendo en la dotación TIC del personal que trabaja en las empresas

📍 Aragón

Co-líder en la descarga de software y contenidos de ocio y entretenimiento

En términos generales, 2012 ha supuesto

un ligero retroceso en el desarrollo de la sociedad de la información en Aragón en comparación con el resto de España. Si bien la mayoría de indicadores han experimentado una evolución positiva en

el último año, aunque con algunos matices sobre todo en lo que se refiere a empresas, este crecimiento ha sido inferior al producido en el conjunto del territorio nacional.

📍 Ciudadanos

Resulta destacable el crecimiento de los usuarios de Internet que realizan ventas en línea, aspecto en el que Aragón se sitúa en tercer lugar, sólo por detrás de Asturias y la Comunidad Valenciana. Por su parte, la región continúa ocupando puestos destacados en lo que se refiere a la compra online, la descarga de formularios oficiales de la Administración y la descarga de software y contenidos relacionados con el ocio y el entretenimiento, aspecto en el que, junto con Asturias, lidera el ranking nacional. En el lado opuesto, los aragoneses se conectan a Internet con menor frecuencia que en el conjunto de España. Por su parte, ha retrocedido posiciones en el indicador correspondiente al acceso a Internet a través del teléfono móvil, aspecto

en el que la región presenta el mayor desfase con respecto al conjunto de España.

La iniciativa más relevante puesta en práctica por el Gobierno de Aragón para abordar estos aspectos es el Plan de Formación y Difusión en Telecentros. Dentro de este plan se llevan a cabo talleres formativos que se dividen en distintas temáticas. A la vista de los datos, parece que los de “Administración electrónica” y “Compras online” son los que parecen haber tenido mejores resultados. Por el contrario, el taller “Uso de móviles”, con el que se pretende dar a conocer las funcionalidades prácticas de estos dispositivos más allá de los servicios tradicionales de llamada y mensajería SMS, no ha resultado suficiente para fomentar la utilización del móvil como

herramienta de conexión a Internet. En lo que respecta al taller “Cómo navegar hoy por Internet: formando navegantes”, si bien los resultados cosechados por el mismo resultan satisfactorios, sería recomendable fomentar su extensión, de manera que alcance a una mayor proporción de población que todavía se encuentra al margen de las TIC.

En lo que se refiere a la dotación TIC de los hogares, Aragón vuelve a superar la media nacional en cuanto a la proporción de hogares que dispone de conexión a Internet. En este sentido, las subvenciones al desarrollo de infraestructuras de telecomunicaciones y la extensión de redes de acceso han contribuido a facilitar la conexión a Internet en las poblaciones más aisladas.

📍 Empresas

Si en 2011 la comunidad superaba la media nacional en ocho de los once indicadores analizados, los datos de 2012 muestran que esta situación sólo se repite en tres de los casos. En este sentido, en el último año

se ha reducido la proporción de empresas que dispone de página web, así como el porcentaje de empresas que, disponiendo de ella, da la opción de realizar pedidos o reservas. Especialmente destacable es el retroceso relativo producido en el uso de los servicios de administración electrónica.

Al margen de esta evolución, una de las principales desviaciones con el conjunto del país se sigue produciendo en la dotación TIC del personal que trabaja en las empresas, tanto en lo que respecta al uso de dispositivos móviles para acceder a Internet como, especialmente, en la proporción de empleados

que utiliza ordenadores conectados a la Red. En línea con este segundo indicador, Aragón es una de las CC AA con menor penetración de la banda ancha móvil entre sus corporaciones, estando alrededor de 10 puntos por debajo de la media nacional.

Aunque el Gobierno de Aragón ha puesto en práctica diversas iniciativas orientadas

a incrementar la adopción de las TIC en las empresas de la comunidad, entre las que destaca el Programa Empresas en Red (PIER), los resultados indican que éstas han sido insuficientes. Dentro de este programa, se han llevado a cabo proyectos como Alojamientos Conectados o el Programa de Asesoramiento a las PYMES en Comercio B2C (*Business to Consumer*), que

persiguen aumentar el uso de Internet como herramienta de venta directa a ciudadanos. No obstante, una vez finalizado el II Plan Director de Sociedad de la Información (2009-2011), que obtuvo buenos resultados, resulta necesario continuar en la senda de la definición de una estrategia global en materia TIC, en la que el fomento de la economía digital adquiera un papel central.

		Aragón	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	73,9	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	68,4	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	67,8	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	38,6	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	35,4	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	69,6	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	62,9	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	76	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	85,8	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	55,6	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	48	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	10,7	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		13,5	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	60,2	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	44,6	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	31,8	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	99,2	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	98,5	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,3	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	55,6	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	47	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	68,7	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	14,6	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	40	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	10,3	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
	 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que obtienen información de páginas web de la Administración	75,3	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
		Que descargan formularios	71,4	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania
		Que devuelven impresos cumplimentados	58	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania
Que realizan una gestión electrónica completa		63,7	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España		4,2	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



La primera comunidad autónoma en cuanto a la proporción de empresas que, disponiendo de conexión a Internet, accede a la Red mediante banda ancha



Retrocede de manera relativa en la dotación TIC de los hogares y presenta cierto retraso en lo que respecta al acceso a Internet a través del teléfono móvil

Asturias

Se convierte en comunidad líder en cuanto al uso de Internet como herramienta de información y entretenimiento, internautas que venden en la Red, empresas que

disponen de conexión de banda ancha y empresas que cuentan con página web

Asturias se consolida como una de las regiones que cuenta con un mayor grado de desarrollo de la sociedad de

la información, especialmente en lo que respecta al uso de servicios de Internet que conllevan una mayor complejidad por parte de sus internautas.

Ciudadanos

En 2012 el Principado ha pasado a ser el líder nacional en cuanto al uso de Internet como herramienta de información y entretenimiento, así como en la venta online por parte de particulares, variable que ha experimentado un importante crecimiento en el último año. Igualmente relevante ha sido el incremento producido en la proporción de internautas que utiliza banca electrónica, así como en los tres indicadores relativos a los servicios de administración electrónica. Esta evolución ha llevado a

que la región sólo sea superada por la Comunidad de Madrid en los cuatro casos.

A pesar del buen comportamiento de los internautas asturianos en lo que a utilización diaria de Internet se refiere, los datos sugieren un aspecto que ha de ser tenido en cuenta de cara al futuro para evitar una posible brecha digital en la región. Asturias retrocede de manera relativa en la dotación TIC de los hogares y presenta cierto retraso en lo que respecta al acceso a Internet a través del teléfono móvil. Para corregir esta dualidad digital, se

ha puesto en marcha el proyecto Internet Rural, mediante el cual el Gobierno del Principado ha llegado a un acuerdo con operadoras e instaladores para ofrecer el servicio de Internet vía satélite. Así pretende facilitar el acceso a la Red a la población de las zonas más aisladas geográficamente, en las que resulta complicado implantar infraestructura de cable, si bien la iniciativa no ha dado resultados aún. El objetivo a medio plazo es que dicha tecnología permita que la totalidad de la población asturiana pueda navegar en Internet con una calidad aceptable a precios asequibles.

Empresas

La región ha ganado posiciones en la mayoría de indicadores, aunque ha retrocedido en tres aspectos: dotación de ordenadores y utilización de los servicios de eAdministración más sofisticados, esto es, devolución de impresos en línea y gestión

electrónica completa. Aunque ha mejorado su posición en los otros tres servicios de administración electrónica, considerados en conjunto, el limitado uso de los servicios públicos en línea constituye el principal talón de Aquiles de la economía digital del Principado. A esta situación contribuye que entre los objetivos prioritarios de

la Estrategia e-Asturias 2012 no se incluya la promoción de la administración electrónica por las empresas, como sí ocurre con los ciudadanos.

En la mayor parte del resto de indicadores la evolución ha sido mejor que la media nacional. Entre lo más destacable,

Asturias pasa a ser co-líder en cuanto a la proporción de empresas que, disponiendo de conexión a Internet, accede a la Red mediante banda ancha; así como en la proporción de éstas que dispone de página web. Sin embargo, y pese a haber mejorado posiciones en el ranking debido

al importante retroceso experimentado en regiones como Cantabria, Castilla y León o Murcia, ha evolucionado ligeramente peor a la media en lo que respecta al porcentaje de compañías cuya página web permite la realización de pedidos o reservas en línea. Para mejorar este aspecto, el

Gobierno del Principado, en el marco de la Estrategia e-Asturias 2012, ha promovido la formación y adopción tecnológica por parte de PYME y autónomos a través de diversos proyectos, como el Plan de Innovación del Autónomo en Tecnologías de la Información y la Comunicación (PIATIC).

		Asturias	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	71,9	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	67,5	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	67,1	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	41,1	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	32,3	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	76,5	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	65,6	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	87,4	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	89,3	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	55,6	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	48,1	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	12,6	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
		Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)	17,1	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia
		Que utilizan banca electrónica	53,1	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia
	 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	66,4	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca
Que descargan formularios		47,7	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
Que envían formularios		36,1	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,4	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	98,2	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	100	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	66,6	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	42,4	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	77,4	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	11,3	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	41,4	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	11,4	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
	 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que obtienen información de páginas web de la Administración	72,2	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
		Que descargan formularios	74,9	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania
		Que devuelven impresos cumplimentados	56,2	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania
Que realizan una gestión electrónica completa		58,1	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España		3,5	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Se ha incrementado la proporción de empresas que disponen de ordenadores y, significativamente, las que disponen de conexión a Internet



El retraso más destacable se observa en el uso de servicios de administración electrónica por parte de los ciudadanos

📍 Baleares

Ha experimentado un notable ascenso de la dotación TIC de sus empresas

Baleares continúa siendo una región de contrastes en cuanto al grado de desarrollo de su sociedad de la información, aspecto que se ha acentuado en el último año por el hecho de que el territorio ha

mejorado o se ha mantenido en aquellos indicadores en los que ya presentaba un mayor desarrollo, mientras que ha cedido posiciones en varios de sus puntos débiles.

📍 Ciudadanos

El año 2012 ha supuesto la consolidación de Baleares como una de las CC AA con mejor dotación TIC en sus hogares, donde sólo Madrid la supera en disposición de ordenadores, conexión a Internet y penetración de banda ancha fija. Sin embargo, la comunidad se caracteriza por un escaso uso de diversos servicios que ofrece Internet en relación a sus ciudadanos. Así, aunque ha avanzado en el último año,

Baleares continúa situándose por debajo de la media en cuanto al acceso a Internet a través del móvil. También lo está en lo relativo al uso de servicios de comunicación avanzados, como la subida de contenidos propios a la Red o la creación de blogs y páginas web. En este ámbito, el Gobierno de las Islas Baleares, ha puesto en marcha los Cursos XarxaBit. Se trata de lecciones presenciales de carácter introductorio, dirigidas a cualquier persona que quiera potenciar su uso de las TIC. La temática

de los cursos es muy variada, abarcando aspectos de acceso a Internet, ofimática o la creación de blogs y páginas web, entre otros.

Sin embargo, el retraso más destacable se observa en el uso de servicios de administración electrónica por parte de los ciudadanos, aspecto en el que la región, lejos de mejorar posiciones, ha empeorado en términos relativos en el último año en lo que a descarga y envío de formularios se refiere.

📍 Empresas

El notable crecimiento experimentado en la dotación TIC de sus empresas en el último año, muy superior al observado en el conjunto de España, ha propiciado que el escenario que se dibuja en el tejido empresarial balear se aproxime al que caracteriza a sus hogares. En concreto, en el último año se ha incrementado la proporción de empresas que disponen de ordenadores y, significativamente, las que disponen de conexión a Internet. De hecho,

junto a Galicia, Baleares se sitúa como líder en este indicador. Además, todas las empresas consideradas que cuentan con conexión a Internet lo hacen mediante banda ancha, cifra que únicamente alcanzan cuatro comunidades en total. Sin embargo, se sitúa por debajo de la media nacional en cuanto a la proporción de empresas que dispone de conexión a Internet mediante banda ancha móvil.

Baleares ha duplicado la tasa de crecimiento asociada al porcentaje de

empresas que cuenta con página web respecto a la media nacional, situándose por encima de ésta. Este comportamiento ha contribuido a reducir la brecha existente en 2011 entre empresas que no disponían de presencia en Internet y las que contaban con una web relativamente sofisticada que permitía la realización de pedidos o reservas en línea, aspecto en el que la región mantiene la primera posición del ranking nacional. Entre las iniciativas que han contribuido a esta evolución en la adopción

tecnológica por parte de las empresas isleñas, destaca Dr. TIC, servicio de autoevaluación, asesoramiento, formación y recomendaciones personalizadas para PYME en materia de nuevas tecnologías, iniciado en noviembre de 2011.

Frente a dichos aspectos positivos, y en línea con el comportamiento experimentado por sus ciudadanos, Baleares se sitúa entre las regiones que presentan menores tasas de uso de los servicios públicos en línea dirigidos a empresas. De este modo, como

ya ocurriera con su antecesor (Plan ANIBAL 2007-2010), el Proyecto de Servicios de Administración Electrónica 2011-2013 no está logrando por el momento los objetivos planteados en su definición.

		Baleares	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	79,4	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	73,9	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	71,5	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	40,1	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	35,4	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	70,9	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	58,2	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	73,2	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	85,1	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	52,5	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	40,3	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	9,1	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		11,7	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		49,3	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	49,8	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	33	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	26,8	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,8	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	98,8	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	100	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	63,5	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	45,3	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web	74,2	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
		Con página web para la realización de pedidos o reservas online	29,1	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	45,5	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	8,4	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	67,9	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
Que descargan formularios		67,1	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
Que devuelven impresos cumplimentados		56,7	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que realizan una gestión electrónica completa	57,8	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	2,8	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
	Variable por encima de la media nacional								

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



La comunidad destaca por su elevada tasa de utilización de soluciones de comunicación avanzadas



Se ha producido un limitado retroceso neto en la dotación TIC de las empresas

Canarias

Retroceso en el uso de servicios de eAdministración por parte de los ciudadanos que contrasta con la mejoría experimentada por las empresas

En términos generales, el año 2012 ha supuesto un estancamiento en la senda de desarrollo de la sociedad de la información que Canarias venía siguiendo en los últimos años. A pesar de este relativamente negativo comportamiento general, la región se

ha caracterizado por una evolución muy desigual de sus indicadores que merece un análisis detallado de los mismos.

Ciudadanos

La comunidad ha evolucionado en línea con el conjunto de España en lo que respecta a la dotación TIC de sus hogares, lo que la mantiene por debajo de la media nacional en este terreno. Por su parte, se ha incrementado de manera notable la proporción de usuarios de Internet que accede a la Red a través de dispositivos móviles, indicador en el que Canarias pasa a ocupar una posición destacada. Este hecho contribuiría a explicar el avance de más de 15 puntos experimentado en el uso diario de Internet en esta comunidad, lo que la sitúa a tan sólo medio punto de la media española.

Entre los servicios de Internet usados por los ciudadanos, la comunidad destaca por su elevada tasa de utilización de soluciones de comunicación avanzadas, al igual que por el uso de Internet como herramienta de información sobre actualidad, ocio y entretenimiento. Asimismo, se mantiene entre las regiones que hacen un mayor uso de banca electrónica.

Sin embargo, Canarias ha experimentado un considerable retroceso en el porcentaje de usuarios que compra y vende a través de Internet, aspectos en los que la región superaba claramente al conjunto de España hace tan sólo un año. En este sentido, resulta

destacable el importante estancamiento con respecto a la media española experimentado en el uso de los servicios públicos en línea dirigidos a los ciudadanos, especialmente en el más complejo. En este apartado, en octubre de 2012 se publicó la Estrategia para la Modernización y Mejora de los Servicios Públicos de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias 2012-2014 (PEMAC). Entre los principales objetivos de este plan, dotado con un presupuesto superior a los nueve millones de euros, destacan ampliar la implantación de los procesos de eAdministración en la comunidad, mejorar la calidad de los servicios y simplificar los procedimientos administrativos.

Empresas

La evolución en el uso de los servicios de administración electrónica por parte de las empresas canarias ha sido favorable en términos generales, en concreto en los dos servicios más básicos. Por el contrario, la devolución de formularios cumplimentados, la realización de una gestión electrónica

completa, así como la presentación de propuestas comerciales a licitación pública continúan siendo aspectos en los que la comunidad presenta un importante margen de mejora. Por otro lado, se ha producido un limitado retroceso neto en la dotación TIC de las empresas, tanto en lo que se refiere a la disposición de ordenadores, como en conexión a Internet, así como en

las empresas que, contando con acceso a la Red, disponen de banda ancha.

En el terreno positivo, aunque aún se encuentra considerablemente distanciada de la media nacional, se ha producido una mejoría relativa en los indicadores correspondientes a la proporción de empresas que dispone de página web, así

como en el porcentaje de empleados que utiliza ordenadores conectados a Internet semanalmente y aquellos que cuentan con dispositivos portátiles para el acceso móvil a la Red. Entre las iniciativas que han tratado de fomentar el desarrollo de la economía digital de las Islas Canarias, destacan el proyecto de innovación STA

2.0 que, con un presupuesto superior al medio millón de euros, ha pretendido generar y suministrar nuevos servicios tecnológicos avanzados a empresas; así como las líneas de financiación para el impulso de proyectos innovadores por parte de PYME y jóvenes emprendedores a través del Instituto Tecnológico de

Canarias. Sin embargo, el año 2012 se ha caracterizado por una reducción sustancial de las actividades llevadas a cabo por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI), lo que ha repercutido negativamente en la evolución general de la comunidad en el último año.

		Canarias	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	73,7	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	65,4	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	64,6	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	52,3	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	24,5	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	72	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	67,6	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	80,2	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	86,7	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	52,9	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		51,2	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal	
Que han creado una página web o un blog		12,9	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda	
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		11,2	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que utilizan banca electrónica	49,4	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
	Que obtienen información de páginas web de la Administración	55,4	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	38,8	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	26	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,7	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,7	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,4	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	61	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	43,5	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	66,5	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	25,2	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	37	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	7,2	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	74,6	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
Que descargan formularios		71,2	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
Que devuelven impresos cumplimentados		54,2	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que realizan una gestión electrónica completa	56,5	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	2,7	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
		Variable por encima de la media nacional							

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Asciende posiciones en los cuatro servicios de eAdministración, y de manera muy notable en los dos más avanzados



Los principales aspectos de mejora por parte de sus ciudadanos son el acceso a Internet a través del teléfono móvil y la utilización de servicios de comunicación avanzados

📍 Cantabria

Se convierte en la única comunidad autónoma en la que el 100% de las empresas dispone de ordenadores

En general, Cantabria ha continuado con la evolución positiva que ya manifestó en 2011, avanzando en línea con la media nacional en sus puntos fuertes y recortando la distancia en la mayor parte de sus principales

debilidades, excepto en lo que respecta a los indicadores de dotación del personal de empresas y el número de páginas web con facilidades para la venta en Internet.

👤 Ciudadanos

En cuanto a ciudadanos, ha avanzado en consonancia con el resto de España en aquellos aspectos en los que se situaba por encima de la media, como es el caso de la dotación TIC de los hogares, la utilización frecuente de Internet, el uso de la Red como herramienta de información sobre actualidad o la compra online.

Los principales aspectos de mejora que presenta Cantabria por parte de sus ciudadanos son el acceso a Internet a

través del teléfono móvil y la utilización de servicios de comunicación avanzados, como colgar contenidos propios en la Red o la creación de blogs y páginas web. En estos ámbitos, EMCANTA, empresa pública dependiente al 100% del Gobierno de Cantabria y encargada del desarrollo de la sociedad de la información en la región, lleva a cabo proyectos encaminados a potenciar ésta entre la ciudadanía cántabra a través de acciones de difusión del uso de las TIC, la organización de cursos formativos y seminarios, así como el estudio, análisis y evaluación de la adopción

tecnológica a través del Observatorio de la Sociedad de la Información.

En cuanto a la utilización de la administración electrónica, Cantabria ha reducido la brecha que presentaba en parte de los indicadores, destacando el importante crecimiento experimentado en el uso de los dos servicios de eAdministración más avanzados, esto es, la descarga de formularios oficiales y la devolución de impresos cumplimentados.

🏢 Empresas

En el ámbito de las empresas, la comunidad cántabra asciende posiciones en los cuatro servicios de eAdministración, y de manera muy notable en los dos más avanzados, en este caso, devolución de formularios cumplimentados y gestión electrónica

completa. Dichos resultados ponen de manifiesto la efectividad del programa de desarrollo de la administración electrónica de EMCANTA. Y teniendo en cuenta que Cantabria aún se sitúa por debajo de la media nacional en todos los indicadores relativos al uso de los servicios públicos en línea, podría resultar conveniente

analizar con cautela la pertinencia de la reducción presupuestaria que actualmente afecta a este área de trabajo.

En lo que concierne al resto de indicadores relativos a empresas, destaca la mejora en la dotación TIC de las mismas. En este sentido, Cantabria es la única comunidad

española en la que la totalidad de las empresas cuenta con ordenador. Aunque también se sitúa por encima de la media en cuanto a la proporción de empresas que dispone de conexión a Internet, resultaría recomendable potenciar redes con mayor velocidad de acceso, especialmente en lo que concierne a la conexión móvil de banda

ancha. Respecto a la presencia en la Red, se ha dado un hecho curioso en el último año. Mientras que se ha incrementado de manera notable la proporción de empresas que tiene página web, se ha producido una fuerte reducción en el porcentaje de las que, disponiendo de ella, ofrece la opción de realizar pedidos o reservas en línea. Esta

situación indica que, si bien las compañías cántabras han tomado conciencia de la importancia que tiene estar presente en la Red, muchas de ellas dan sus primeros pasos mediante páginas relativamente simples y de funcionalidad limitada.

		Cantabria	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	74,1	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	68,7	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	68	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	41	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	35	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	75,4	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	56	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	81,8	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	84,4	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	50,9	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		37,7	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal	
Que han creado una página web o un blog		8,8	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda	
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		10,4	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		41,8	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	53,3	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	37,9	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	28,9	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	100	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	98,1	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,6	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León, y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	48,1	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	40,1	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web	72,3	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
		Con página web para la realización de pedidos o reservas online	9,9	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	36,5	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	6,5	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	70,4	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	69,9	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
	Que devuelven impresos cumplimentados	56,9	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
	Que realizan una gestión electrónica completa	62,7	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	4	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
		Variable por encima de la media nacional							

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Destacable el crecimiento experimentado en la proporción de empresas que accede a Internet mediante banda ancha



No ha logrado reducir su brecha con el resto de España en lo que concierne a la utilización de servicios de Internet más complejos

Castilla y León

Mejora sustancial en la adopción de las TIC y empleo de la eAdministración por parte de sus empresas

Castilla y León ha continuado con el comportamiento desigual que venía caracterizando la evolución de sus indicadores de desarrollo de la sociedad de la información. En este sentido, aunque la región presenta importantes crecimientos relativos en varias de las categorías, en otros casos,

el descenso ha sido también significativo como, por ejemplo, en el envío de formularios por parte de los ciudadanos en el uso de la eAdministración. En términos generales, el comportamiento ha sido más favorable en el ámbito empresarial, donde se ha mejorado notablemente en la mayoría de indicadores.

Ciudadanos

La comunidad ha evolucionado ligeramente mejor que el conjunto de CC AA en la dotación TIC de los hogares. De este modo, aunque lentamente, Castilla y León está logrando reducir la brecha que la venía separando de la media española en este terreno. De manera similar, la región ha evolucionado favorablemente en el indicador relativo al porcentaje de población que accede con frecuencia a Internet, hasta situarse por encima de la media. Esto se debe al Programa Iníciate, enmarcado dentro de la línea Ciudadano Digital definida

en la Estrategia Regional para la Sociedad Digital del Conocimiento de Castilla y León 2007-2013. Mediante el mismo, la Junta ofrece formación presencial y online con apoyo remoto sobre nuevas tecnologías y uso de Internet, consolidándose como una iniciativa eficaz de cara a la sensibilización y toma de contacto con las TIC por parte de los ciudadanos, especialmente para aquellos que tienen mayor riesgo de exclusión digital, beneficiarios preferentes del programa.

No obstante, Castilla y León no ha logrado reducir su brecha con el resto de España

en lo que concierne a la utilización de servicios de Internet más complejos o novedosos por parte de sus ciudadanos. En concreto, en lo que respecta a la subida de contenidos propios o en la creación de blogs y páginas web, así como en el uso del servicio de administración electrónica más avanzado. De hecho, en algunos casos, como son la compra y la venta a través de Internet, la separación respecto a la media nacional ha aumentado en el último año. Asimismo, continúa presentando una elevada distancia con el conjunto de España en lo que se refiere al acceso a Internet a través del móvil.

Empresas

Aunque con algunos matices, la evolución ha sido mucho más consistente en lo que concierne a las empresas. Si en 2011 Castilla y León únicamente superaba a la media española en uno de los 11 parámetros relativos al ámbito empresarial,

a finales de 2012 lo hacía en ocho de los 14 considerados. Resulta especialmente destacable el crecimiento experimentado en la proporción de empresas que accede a Internet mediante banda ancha, aspecto en el que, junto con Asturias, Baleares y Navarra, la región ha alcanzado en 100% de cobertura; así como la mejora relativa en

la utilización de servicios de administración electrónica, que la sitúan por encima de la media en los cinco indicadores.

La Junta de Castilla y León, consciente de la importancia que tiene la adopción de las TIC por las empresas para la competitividad de la región, ha reforzado

su compromiso en este terreno. Así, en abril de 2012 tomó la decisión de reorientar la actividad de los Espacios CyL Digital, en principio definidos como puntos de acercamiento de los ciudadanos a las TIC, para especializarlos en formación y asesoramiento en empleo, autoempleo y gestión de las TIC en las organizaciones

empresariales, especialmente en PYMES y autónomos. Asimismo, además de las iniciativas desarrolladas en el marco de la línea estratégica Entorno Digital Empresarial, la Junta de Castilla y León, en colaboración con otras Administraciones Públicas de Portugal, ha puesto en marcha el proyecto Tiempo para el

Desarrollo Tecnológico Empresarial de las PYMES (TIMEPYME). Entre las líneas de actividad del proyecto se encuentran la realización de un diagnóstico tecnológico de las pequeñas y medianas empresas, el desarrollo de servicios digitales comunes para mejorar su competitividad y la formación de los empresarios.

		Castilla y León	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	70,3	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	63,7	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	62,4	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	40,5	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	26,9	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	72,7	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	56,6	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	83,2	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	88,3	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	51,1	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		40,5	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal	
Que han creado una página web o un blog		9	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda	
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		9	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que utilizan banca electrónica	39,5	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
	Que obtienen información de páginas web de la Administración	60,3	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	41,8	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Que envían formularios	28,5	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca
		Con ordenadores	99,4	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con acceso a Internet	97,3	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con conexión de banda ancha	100	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León, y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	61,7	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	52,2	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	70,8	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Personal en empresas	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	11,3	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
		Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	36,6	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	8,6	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet		Que obtienen información de páginas web de la Administración	80,9	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
		Que descargan formularios	77,7	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania
		Que devuelven impresos cumplimentados	67,8	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que realizan una gestión electrónica completa	68,8	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	4,6	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Mejora notablemente en el porcentaje de empresas que dispone de conexión a Internet



Los aspectos en los que la región presenta un mayor retraso en el ámbito de los ciudadanos corresponden a la utilización de servicios y tecnologías avanzadas

Castilla-La Mancha

Evolución negativa de la región, especialmente en lo que respecta al ámbito empresarial

Castilla-La Mancha es una de las CC AA que presentan una peor evolución de los indicadores de desarrollo de la sociedad de la información en el último año. Mientras que en 2011 superaba a la media nacional en ocho indicadores y llegó a liderar uno de ellos, en 2012 solamente se sitúa por

encima del conjunto de España en tres. De este modo, la región rompe con la senda positiva de convergencia digital que venía siguiendo en los últimos años. Como punto positivo, el porcentaje de empresas que cuenta con conexión a Internet ha experimentado una mejora destacable.

Ciudadanos

En términos generales, Castilla-La Mancha ha retrocedido posiciones en el ámbito de ciudadanos, terreno en el que ya ocupaba posiciones rezagadas. En este sentido, la región sólo supera la media nacional en uno de los indicadores correspondientes a ciudadanos, el relativo al uso de Internet como herramienta de información sobre actualidad. En concreto, se mantiene la

importante brecha digital con el resto de España en lo que respecta a la dotación TIC de los hogares. Aunque en este ámbito, la Junta ha impulsado la Red de Centros de Internet de Castilla-La Mancha, así como la Cesión de Ordenadores a Entidades y Asociaciones Sin Ánimo de Lucro, los datos indican que resulta necesario realizar esfuerzos adicionales para demostrar a la ciudadanía de las ventajas de las nuevas tecnologías. Por su parte, el Plan

de Extensión de Banda Ancha en Zonas Rurales y Aisladas pretende que, en 2014, todos los municipios de la comunidad tengan cobertura de banda ancha.

Los aspectos en los que la región presenta un mayor retraso en el ámbito de los ciudadanos corresponden a la utilización de servicios y tecnologías avanzadas. En especial, el acceso a Internet a través del teléfono móvil y la utilización de banca electrónica.

Empresas

El comportamiento más negativo se ha producido de manera especialmente destacable en el caso de las empresas. Si bien, la comunidad mantiene la posición que ocupaba en 2011 en lo que respecta a la dotación de ordenadores de sus empresas, así como en la proporción de las mismas que realizó una propuesta comercial a licitación pública a través de la Red, y mejora notablemente en el

porcentaje de empresas que dispone de conexión a Internet; retrocede posiciones en el resto de indicadores. De hecho, aunque aumenta la penetración de la Red entre las empresas, resulta llamativo que se reduzca el porcentaje que cuenta con conexión de banda ancha, aspecto en el Castilla-La Mancha ocupaba la primera posición del ranking nacional un año atrás. Pese a incrementar ligeramente en valores absolutos la proporción de empresas que dispone de página web, se trata de

un crecimiento a un ritmo inferior al del conjunto de España. Además, se reduce el porcentaje de compañías que, estando presentes en la Red, dan la opción de realizar pedidos o reservas en línea. La región también retrocede puestos en lo que se refiere al uso de las TIC por los trabajadores, especialmente en el personal que utiliza ordenadores conectados a Internet con frecuencia, indicador en el que pasa a ocupar la última posición. Igualmente, se aprecian retrocesos

significativos en la utilización de los servicios públicos en línea por parte de las empresas, aspectos en los que Castilla-La Mancha había logrado situarse por encima de la media española en los últimos años.

Con el objetivo de reencauzar esta situación, la Junta de Comunidades de

Castilla-La Mancha ha transformado el anterior Centro de Excelencia de Software Libre en el nuevo Centro de Apoyo Tecnológico a Emprendedores. La misión del centro consiste en fomentar el emprendimiento empresarial asociado a la difusión y aplicación de las TIC. Entre los servicios que presta,

se encuentran la asesoría en diversos aspectos tecnológicos, la prestación de servicios de formación, el desarrollo de recursos de software o la oficina de proyectos, que ayuda a las empresas en la búsqueda de financiación, la elaboración de memorias y la búsqueda de socios.

		Castilla-La Mancha	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE		
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	70,3	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda	
		Con acceso a Internet	62,8	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda	
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	61,6	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia	
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	31,9	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido	
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	27,3	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia	
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	67,4	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia	
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	55,9	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal	
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	77	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania	
		Que buscan información sobre bienes y servicios	84	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo	
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	47,6	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia	
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		42,3	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal		
Que han creado una página web o un blog		11,9	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda		
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		9,1	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia		
Que utilizan banca electrónica		37,1	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia		
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses		Que obtienen información de páginas web de la Administración	52	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	38,4	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia		
	Que envían formularios	29,7	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca		
Empresas		Con ordenadores	97,9	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania	
		Con acceso a Internet	97,7	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania	
		Con conexión de banda ancha	99,5	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta	
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	52,6	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia	
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	44,1	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia	
		Con página web	59,9	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia	
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	12	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa	
		Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	33,6	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	7,5	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda	
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	67,6	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia	
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	68,6	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania		
	Que devuelven impresos cumplimentados	55,3	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania		
	Que realizan una gestión electrónica completa	59,1	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.		
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	4,9	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda		
		Variable por encima de la media nacional								

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Los internautas catalanes están entre los que realizan un uso más intenso de servicios avanzados de Internet



Destaca el empeoramiento experimentado en la dotación en las empresas de las dos tecnologías más básicas, disposición de ordenadores y conexión a Internet

Cataluña

Retroceso relativo en la dotación de TIC básicas de sus empresas

En consonancia con el comportamiento observado en los últimos años, aunque Cataluña sigue siendo una de las regiones que presenta un mayor desarrollo de su sociedad de la información dentro de España, en términos generales, continúa cediendo posiciones en una parte importante de los indicadores. De este modo, el lento

crecimiento en materias TIC y de uso de la tecnología experimentado por Cataluña en los últimos años, unido a la positiva evolución de regiones más dinámicas en este ámbito, han contribuido a que la comunidad ocupe una posición cada vez menos destacada en el panorama nacional.

Ciudadanos

Cataluña se mantiene entre las CC AA que cuentan con una mejor dotación TIC en los hogares. Asimismo, ha experimentado un crecimiento notable en el uso del teléfono móvil como herramienta de acceso a Internet por parte de sus ciudadanos. Además, los internautas catalanes están entre los que realizan un uso más intenso de servicios avanzados de Internet, superando la media española en aspectos tales como la creación de blogs y páginas web, la compra online o la utilización de

banca electrónica, aunque ha retrocedido posiciones relativas en este último aspecto. Por el contrario, presenta unas tasas de utilización comparativamente menores de servicios de Internet menos complejos, como pueden ser el acceso a noticias o la descarga de contenidos de entretenimiento.

Tradicionalmente, el uso de los servicios públicos en línea por parte de los ciudadanos ha sido uno de los puntos de mejora en Cataluña. En este sentido, la evolución en el último año ha sido muy desigual. Así, mientras que se ha

incrementado notablemente la proporción de internautas que hace uso del servicio de eAdministración más básico –obtención de información de páginas web de la Administración–, la comunidad ha retrocedido ligeramente en relación a la media nacional en los dos servicios más avanzados. En conjunto, se sitúa por debajo del promedio en los tres casos, si bien, la distancia es menor a medida que se incrementa la complejidad del servicio, siendo prácticamente nula en el caso de la devolución de formularios cumplimentados.

Empresas

El retroceso relativo de la comunidad se ha producido de manera más nítida en el caso de las empresas. En este ámbito, destaca el empeoramiento experimentado en la dotación de las dos tecnologías más básicas, disposición de ordenadores y

conexión a Internet, aspectos en los que venía destacando en años anteriores. Aunque en menor medida, también ha cedido posiciones relativas en la proporción de empresas que dispone de conexión a Internet mediante banda ancha y en la presencia web de las mismas. No obstante, continúa ocupando posiciones destacadas

en ambos sentidos, así como en la dotación de tecnologías más avanzadas, como la conexión de banda ancha móvil o el porcentaje de empleados que dispone de un dispositivo portátil para acceder a Internet.

En mayo de 2012 el Gobierno de la Generalitat aprobó la puesta en marcha

del Plan iDigital. Este programa supone una concreción de la Estrategia Cataluña 2020 (ECAT 2020) y del Plan de Gobierno 2011-2014 en el ámbito del desarrollo de la sociedad de la información que alinea la estrategia del gobierno regional con la Agenda Digital Europea. Mediante el mismo, se pretende situar a Cataluña como una de las 10 regiones europeas líderes en TIC

en 2020. Para ello, el plan nace con un presupuesto para 2012 de 216 millones de euros, de los que el 26% corresponden a fondos públicos y el 74% restante a fondos privados. Entre sus objetivos de actuación, se encuentran mejorar la competitividad empresarial a partir del uso de las TIC, potenciar el sector TIC catalán o fomentar la integración digital de la ciudadanía.

A su vez, el plan iDigital nace con 17 proyectos tractores que integran más de 100 acciones concretas, como la Mobile World Capital, que pretende fomentar la utilización de servicios avanzados del teléfono móvil, la iniciativa ciudades inteligentes, el desarrollo de la factura electrónica o el eEmpleo, entre otros.

		Cataluña	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	76,5	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	71,5	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	70,6	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	43,3	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	36	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	74,4	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	61,4	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	71,5	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	89,5	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	45,8	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	46,3	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	13,5	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		12	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que utilizan banca electrónica	49,3	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
	Que obtienen información de páginas web de la Administración	57,2	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	38,4	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,5	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,1	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,9	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León, y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	70,5	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	45,4	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web	76,2	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
		Con página web para la realización de pedidos o reservas online	17,6	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	49,9	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	16,4	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
	 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que obtienen información de páginas web de la Administración	74,9	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
Que descargan formularios		69,4	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
Que devuelven impresos cumplimentados		61,5	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
Que realizan una gestión electrónica completa		66,4	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España		4,5	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Los internautas valencianos están entre los que realizan un uso más intenso de los servicios más complejos



La Comunidad Valenciana es una de las regiones españolas rezagadas en lo que respecta a dotación TIC en los hogares

Comunidad Valenciana

Retroceso relativo de la dotación TIC de sus hogares

Aunque la Comunidad Valenciana ha experimentado una evolución bastante desigual en los distintos indicadores del grado de desarrollo de la sociedad de la información, en términos globales,

ha avanzado a un ritmo similar al conjunto de España excepto en lo que a dotación TIC de hogares se refiere.

Ciudadanos

Los datos correspondientes al año 2012 permiten apreciar con mayor nitidez un aspecto que se viene fraguando poco a poco y que, hasta ahora, había pasado prácticamente inadvertido: la existencia de una brecha digital interna en la población valenciana. En este sentido, se observa que la Comunidad Valenciana es una de las regiones españolas rezagadas en lo que respecta a dotación TIC en los hogares, así como una en las que se produce un menor uso frecuente de Internet.

Frente a estos datos, los internautas valencianos están entre los que realizan un uso más intenso de los servicios más complejos, como la creación de blogs y

páginas web o la venta online, si bien han cedido posiciones relativas en la compra a través de Internet. Además, se observa un notable desequilibrio en cuanto al acceso a Internet a través del móvil en función de si se mide respecto del total de la población valenciana o sólo aquellos que son internautas. Así, la Comunidad Valenciana ocupa los últimos puestos si se considera el total de su población, mientras que figura en posiciones destacadas tomando sólo la parte de la misma que utilizan Internet.

Por lo tanto, en esta comunidad se observa un gran contraste entre, por un lado, la considerable proporción de hogares con una escasa o nula dotación TIC, así como el gran porcentaje de individuos que apenas accede a Internet y, por

otro lado, ciudadanos tecnológicamente muy avanzados que se conectan a través de dispositivos de última generación y hacen uso de los servicios más complejos que ofrece la Red.

En parte, esta situación obedece a la carencia de un plan de fomento de la Sociedad de la Información, orientado a la sensibilización y formación TIC de los colectivos que presentan un mayor riesgo de exclusión, como puedan ser las personas de edad avanzada, que cuentan con un menor nivel de conocimientos TIC, o las que residen en áreas rurales. A la vista de los datos, sería interesante que la Generalitat Valenciana retomara algunas de las iniciativas realizadas en el marco del Plan Avantic, que no ha tenido continuidad una vez finalizado en 2010.

Empresas

En lo que respecta a empresas, aunque la comunidad se sigue situando por debajo de la media española en la mayoría de indicadores, la distancia que la separa

del resto es relativamente pequeña. La mayor brecha se observa en el porcentaje de empleados que dispone de un dispositivo portátil para acceder a Internet, aspecto en el que la Comunidad Valenciana retrocedió cinco puntos en

2012, mientras que en el conjunto de España se incrementó en más de dos.

Una de las carencias tradicionales de la región era la limitada presencia en Internet de sus empresas, lo que llama la atención

a la vista de los datos que presentan otras CC AA con un gran peso del sector turístico en su economía. En este aspecto, las organizaciones empresariales valencianas han mejorado notablemente en el último año, aunque aún existe margen de mejora. También ha aumentado sensiblemente el porcentaje de empleados que utiliza ordenadores conectados a Internet de manera frecuente, indicador en el que sólo

es superada por Madrid y Barcelona.

Entre las principales iniciativas desarrolladas por la Generalitat Valenciana para fomentar la economía digital en la región, se encuentra el Programa de Creación de Empresas de Base Tecnológica, que se enmarca dentro del Plan de Emprendimiento 2012-2013. El objetivo del mismo consiste en

apoyar, durante los primeros años de su existencia, el desarrollo de proyectos de creación de organizaciones intensivas en el uso de la tecnología, así como las iniciativas de I+D que realicen éstas. Por su parte, el Programa Maspyme Valencia, desarrollado en colaboración con la Cámara de Comercio, ofrece ayudas para el desarrollo de páginas web en pequeñas y medianas empresas.

		C. Valenciana	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	69,3	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	61,3	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	60	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	44,8	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	25,2	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	70,5	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	64,4	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	74	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	81,9	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	52,5	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		47,8	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal	
Que han creado una página web o un blog		12,8	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda	
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		15,3	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		42,6	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	58,1	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	40,6	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	34	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,8	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,4	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,7	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	60,4	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	48,3	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web	68,7	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
		Con página web para la realización de pedidos o reservas online	14,2	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	46,1	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	8,9	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	73,3	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	73,3	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
	Que devuelven impresos cumplimentados	56,7	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
	Que realizan una gestión electrónica completa	60,4	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	3,5	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Comunidad líder en cuanto a internautas que han creado una página web o un blog



Retroceso notable en el uso de servicios de administración electrónica por parte de los ciudadanos

Extremadura

Pasa a ser la Comunidad Autónoma con menor dotación TIC en hogares y empresas

Tras la insuficiente o negativa evolución experimentada en el último año, Extremadura se consolida como la región que presenta un menor desarrollo de su

sociedad de la información, especialmente en lo que respecta a ciudadanos.

Ciudadanos

Se sitúa a la cola del ranking nacional en más de la mitad de los indicadores analizados, habiendo retrocedido posiciones en la mayoría de los mismos. Las dos únicas categorías en las que se sitúa por encima de la media nacional son la relativa a la descarga de contenidos relacionados con el ocio y la de internautas que han creado una página web o un

blog. De hecho, en este segundo aspecto se posiciona como la comunidad líder.

Especialmente reseñable es la brecha que se abre con el resto de España en cuanto a la dotación TIC de los hogares. En los tres indicadores –disposición de ordenadores, conexión a Internet y acceso mediante banda ancha– pasa a ocupar la última posición. También presenta un retraso considerable en el

uso de servicios TIC avanzados como el acceso a Internet a través del móvil, la compra y venta online, o la banca electrónica. Además, ha experimentado un retroceso notable en el uso de servicios de administración electrónica, aspectos en los que la distancia con la media venía siendo relativamente moderada en 2011 y que se ha visto acentuada en 2012.

Empresas

Aunque Extremadura también se sitúa a la cola de España en función de la dotación de TIC básicas en sus empresas y su evolución ha sido ciertamente desfavorable, los indicadores relativos a la economía digital de la región no han retrocedido de manera tan extendida como en el caso de los ciudadanos. En este sentido, ha mejorado la proporción de empresas que, disponiendo de conexión a Internet, cuenta con acceso de banda ancha, así como el porcentaje de organizaciones con web y,

sobre todo, el de aquellas que además ofrece la opción de realizar pedidos o reservas en línea. Por su parte, aunque es una de las CC AA en la que sus compañías hacen un mayor uso de los dos servicios de eAdministración más básicos, retrocede posiciones en la devolución de formularios cumplimentados y, en menor medida, en la realización de una gestión electrónica completa con la Administración. Además, se sitúa por debajo de la media en lo que se refiere a la proporción de empresas que dispone de conexión móvil de banda ancha y a la dotación TIC de los trabajadores,

tanto en lo que respecta al personal que utiliza ordenadores conectados a la Red, como al que dispone de dispositivos móviles para acceder a la web.

En conjunto, se pone de manifiesto la baja efectividad del Plan Estratégico de Sociedad de la Información 2010-2013, que no ha logrado reducir la brecha digital de la comunidad respecto al resto de España. Con el objetivo de revertir esta situación, desde principios de 2012, el Gobierno regional, con el apoyo de la Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y

la Tecnología en Extremadura (FUNDECYT), está trabajando en la Agenda Digital para Extremadura. Para su elaboración, se pretende involucrar a todos los agentes TIC de la región, de forma que se defina una

hoja de ruta para los próximos años que incluya acciones concretas que permitan mejorar su desarrollo digital. La correcta elaboración de este plan, así como la puesta en marcha de medidas urgentes

que promuevan una mayor adopción de las nuevas tecnologías, especialmente entre los ciudadanos, resultan recomendables para evitar un mayor distanciamiento digital entre Extremadura y el resto de CC AA.

		Extremadura	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	66,8	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	60	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	57,9	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	38,8	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	25,4	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	67,5	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	57,8	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	73,1	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	84,6	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	50,8	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		41,5	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal	
Que han creado una página web o un blog		15	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda	
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		8,7	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		30,7	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	48,3	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	33,4	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	26,1	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	97,1	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	94,2	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,5	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	54,6	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	46,4	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	62,2	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	17,3	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	37,6	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	7,1	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	81	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	76,4	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
	Que devuelven impresos cumplimentados	54,5	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
	Que realizan una gestión electrónica completa	60	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	4,7	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Inversión sin precedentes en la modernización digital de la comunidad



Porcentaje de empresas que, disponiendo de conexión a Internet, accede mediante banda ancha. Se trata del único indicador en el que la región retrocede, en términos relativos

Galicia

Es la comunidad autónoma que más ha avanzado en el desarrollo de su sociedad de la información

En 2012 se ha producido el despegue definitivo de la sociedad de la información en Galicia. Tradicionalmente, ha sido una de las CC AA que presentaba una mayor brecha digital respecto al resto de España. Sin embargo, en los últimos

años, la comunidad ha ido reduciendo lentamente esta distancia hasta situarse por encima de la media española en 15 de los indicadores para ciudadanos y empresas, frente a los cuatro de 2011.

Ciudadanos

En lo que concierne a ciudadanos, ha sido notable la mejoría experimentada en el uso de algunos servicios de Internet avanzados, como es el caso de la venta online o la banca electrónica. Asimismo, Galicia supera la media nacional en cuanto al uso del teléfono móvil como herramienta de acceso a Internet. Por otro lado, es la segunda comunidad autónoma en la obtención de información

de la página web de la Administración por parte de los ciudadanos y una en la que más internautas realizan actividades de comunicación avanzadas en la Red, como es el caso de la creación de blogs o páginas web propias. No obstante, aunque ha mejorado apreciablemente en los indicadores correspondientes a la dotación TIC de los hogares, aún presenta margen de mejora en este terreno. A este respecto, la brecha con el conjunto de España aún se mantiene próxima

a los seis puntos en cuanto a la disposición de ordenadores, y se sitúa en el entorno de los cinco puntos en el acceso a Internet y la disposición de conexión de banda ancha, si bien, en estos dos últimos casos, la distancia se ha reducido a menos de la mitad en tan solo un año. Por su parte, pasa a superar la media española en cuanto al acceso frecuente a Internet, aspecto especialmente indicativo de la eliminación de la brecha digital que caracterizaba a la comunidad.

Empresas

El crecimiento experimentado en materia TIC ha sido también destacable en el caso de sus empresas, sobre todo en lo que se refiere a la dotación de tecnologías básicas. En este sentido, en 2011 Galicia se situaba próxima a la media española en cuanto a la disposición de ordenadores y de conexión a Internet. Un año después, la región se coloca en segundo y primer lugar, respectivamente. Entre las iniciativas que han contribuido a esta

relevante mejoría, destacan los programas desarrollados para incrementar en uso de las TIC en empresas tradicionalmente poco dotadas tecnológicamente, como son las dedicadas a la pesca o a la ganadería y el pequeño comercio. Sin embargo, ha cedido posiciones en lo que respecta al porcentaje de empresas que, disponiendo de conexión a Internet, accede mediante banda ancha. Se trata del único indicador en el que retrocede, en términos relativos, aunque se mantiene razonablemente próxima a la media. En el resto de

indicadores empresariales, la comunidad escala posiciones y aunque también existe margen de mejora, de mantener la evolución experimentada en los últimos años, cabe esperar que éste se reduzca.

A la mejoría apuntada ha contribuido la decidida apuesta realizada por el Gobierno regional para la modernización tecnológica de Galicia. En este sentido, a mediados del año 2010 se puso en marcha la Agenda Digital de Galicia 2014 con el objetivo de llegar en las mejores condiciones posibles

a un nuevo horizonte de financiación que, a partir de ese año, se alinee por completo con los objetivos definidos en la Agenda Digital Europea. De este modo, la Agenda Digital de Galicia 2014 pretende abordar las principales debilidades que presenta en materia TIC, así como sentar las bases del futuro desarrollo tecnológico de la comunidad para que, en los próximos años,

no vuelva a aparecer la brecha digital.

En el marco de la Agenda Digital de Galicia 2014, que supone una inversión sin precedentes en la modernización digital de la región, se han llevado a cabo más de 1.400 proyectos orientados a mejorar las infraestructuras de telecomunicaciones, facilitar a los ciudadanos la entrada a

las nuevas tecnologías, modernizar la administración electrónica, incrementar la adopción de las nuevas tecnologías por las empresas y a fomentar la inversión y el desarrollo del sector TIC. El análisis de los datos pone de manifiesto la eficacia de este plan integral para la modernización digital de Galicia.

		Galicia	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	68	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	63	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	62,3	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	48,7	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	27,2	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	73,3	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	60,5	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	80,9	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	89,6	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	50,5	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos		48,3	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal	
Que han creado una página web o un blog		13	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda	
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		12,5	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que utilizan banca electrónica	43,9	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
	Que obtienen información de páginas web de la Administración	66,4	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	45,1	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	99,4	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	98,8	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	98,7	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León, y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	62,6	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	49,3	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web	69,4	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
		Con página web para la realización de pedidos o reservas online	11	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	43,2	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	12,6	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
	 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que obtienen información de páginas web de la Administración	75,1	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
Que descargan formularios		71,1	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
Que devuelven impresos cumplimentados		63,9	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
Que realizan una gestión electrónica completa		61,8	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España		1,9	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Significativo incremento del porcentaje de empresas que dispone de conexión a Internet



Ha retrocedido posiciones en la utilización del teléfono móvil para conectarse a la Red

La Rioja

Líder en la utilización de los servicios básicos de administración electrónica por parte de las empresas

La Rioja se ha caracterizado por una apreciable mejoría en la adopción de las TIC por parte de sus empresas, ámbito en el que la región ha avanzado más uniformemente que en el de

los ciudadanos, donde su evolución ha sido bastante desigual.

Ciudadanos

La Rioja supera al conjunto de España en tres de los 17 indicadores analizados. En el último año, la región ha incrementado ligeramente la dotación TIC de sus hogares en acceso a Internet, pero se aleja tibiamente respecto de la media en cuanto a hogares con ordenador. Por su parte, ha retrocedido posiciones en la utilización del teléfono móvil para conectarse a la Red. Además, se observa un retraso significativo en el uso de servicios de Internet avanzados, tales como compra online, banca electrónica o creación de blogs y/o páginas web.

En este ámbito, el Gobierno de La Rioja ha iniciado en 2012 una nueva estrategia de dinamización digital dirigida a colectivos en riesgo de exclusión. Así, por ejemplo, en colaboración con la Fundación Caja Rioja y Bankia, los programas Mayores e Informática e Internet para Mujeres en el Mundo Rural ponen en marcha una serie de actividades de formación, divulgación y sensibilización TIC en los municipios riojanos de menos de 2.000 habitantes. Este tipo de medidas han contribuido a que, pese a la menor dotación TIC de sus hogares, los riojanos hagan un uso frecuente de Internet superior a la media.

Sin embargo, han de desarrollarse iniciativas que contribuyan a que se incremente la utilización de servicios más complejos que permitan aprovechar, en mayor medida, las posibilidades que les ofrece Internet.

En lo que se refiere a los programas de apoyo al desarrollo de la eAdministración, los resultados difieren significativamente si el análisis se realiza sobre empresas o, por el contrario, sobre ciudadanos. En este caso, el uso de los servicios públicos en línea está entre los más reducidos de España.

Empresas

Por el contrario, La Rioja se consolida como líder nacional en el uso por parte de sus organizaciones corporativas de los servicios de eAdministración de carácter básico y ocupa posiciones destacadas en la devolución de formularios cumplimentados y en la realización de una gestión electrónica completa con la Administración. Sin embargo, se sitúa por debajo de la media en el porcentaje de compañías que ha presentado

una propuesta comercial a licitación pública.

También destaca un significativo incremento del porcentaje de empresas que disponen de conexión a Internet, aspecto en el que la región presentaba un retraso importante. Mientras que el crecimiento a nivel nacional ha sido prácticamente nulo, este porcentaje se ha incrementado en casi tres puntos en la comunidad riojana. No obstante, pese a la mayor proporción de empresas que disponen de acceso a la Red, se sitúa a

la cola de España en lo que se refiere al porcentaje de empresas que, disponiendo de conexión a Internet, accede a la Red mediante banda ancha, ya sea fija o móvil.

De manera similar, aunque ha adelantado a Extremadura en el último año, sigue situándose por debajo de la media en la dotación de ordenadores en las empresas, si bien durante 2012 la distancia con el conjunto de España se ha reducido en casi dos puntos. Por su parte, La Rioja mejora

posiciones de manera significativa en la presencia vía web de sus empresas y también lo hace, pero en menor medida, en la dotación de dispositivos para el acceso móvil a Internet de sus empleados.

Las líneas de actuación del Gobierno regional para fomentar el desarrollo TIC de sus empresas quedan definidas en la Estrategia Riojana de I+D+i 2012-2020, que sucede

al Plan Riojano de I+D+i 2008-2012. Una de las acciones estratégicas de este nuevo plan de innovación consiste en la formación empresarial en nuevas tecnologías para que su incorporación a las compañías sea constante y se consolide. Entre las iniciativas desarrolladas, destacan la intensificación de la actividad del Centro de Referencia en Informática y Comunicaciones (Think TIC). En 2012, este centro realizó 91 acciones formativas de

carácter gratuito dirigidas a cerca de 2.000 profesionales de todos los sectores de actividad considerados como prioritarios. Por su parte, mediante el Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para PYMES, se presta asesoramiento específico a las organizaciones de menor tamaño para que incorporen las TIC a sus procesos productivos.

		La Rioja	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	71,1	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	65,9	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	64,5	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	37,7	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	26,6	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	75,5	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	54,1	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	83,1	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	82,7	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	45,8	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	38,6	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	8,9	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		13	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		39,6	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses		Que obtienen información de páginas web de la Administración	59,2	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca
	Que descargan formularios	37,8	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	24,6	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas		Con ordenadores	97,6	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,6	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	97,9	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	59,8	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	50,9	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	70,8	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	12,3	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	34,8	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	8,9	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	83,7	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	83,5	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
	Que devuelven impresos cumplimentados	67,9	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
	Que realizan una gestión electrónica completa	71,8	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	2,6	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Líder indiscutible en la utilización de servicios de eAdministración por parte de los ciudadanos



Ha retrocedido posiciones en la dotación de TIC básicas en sus empresas

Madrid

Consolida su posición de liderazgo, especialmente en el apartado de ciudadanos

La Comunidad de Madrid se mantiene como la región española líder en cuanto al grado de desarrollo de su sociedad de la información,

especialmente en lo que respecta al uso de las TIC por los ciudadanos.

Ciudadanos

En 2012 Madrid ha incrementado su posición de liderazgo en la dotación TIC de los hogares, aspecto que ya lideraba y en el que la región ha conservado en gran medida su ventaja respecto del conjunto de España. De hecho, la Comunidad de Madrid ya supera la media europea en los tres indicadores que miden el grado de dotación TIC de los hogares, aunque aún se sitúa lejos de países como Holanda o Suecia.

Madrid es, además, la comunidad autónoma en la que los internautas acceden a la Red con mayor frecuencia, aspecto en el que, aunque ligeramente, también supera a la media de la UE. De hecho,

sólo se sitúa por debajo del promedio comunitario en tres de los indicadores correspondientes a ciudadanos, aunque la distancia únicamente es significativa en lo que respecta a la realización de compras y ventas a través de Internet. El único indicador en el que se sitúa por debajo de la media española es el porcentaje de personas que cuelga contenidos propios en la web, aunque supera en casi 10 puntos el promedio comunitario.

En lo que respecta a la prestación de servicios de administración electrónica, en el año 2012, la Comunidad de Madrid destinó más de nueve millones de euros a la Agencia Informática y de Comunicaciones (ICM), responsable de la gestión integral

de las necesidades tecnológicas de la administración autonómica. Además de la dotación y el mantenimiento de equipos, esta agencia presta servicios de formación a los empleados públicos. En el último año, el Centro de Formación del ICM ha formado a más de 23.000 empleados públicos, tanto de manera presencial en las 32 aulas distribuidas en distintos puntos de la geografía madrileña, como en formato online. Esta inversión, junto con las iniciativas desarrolladas en el marco del programa Madrid Región Digital, ha contribuido a que la comunidad mejore su posición como líder indiscutible en la utilización de servicios de eAdministración por parte de los ciudadanos.

Empresas

En el ámbito de empresas, en informes anteriores se puso de manifiesto que el principal elemento de mejora que presentaba Madrid era la sofisticación de la página web de su tejido empresarial. En este sentido, aunque aún se sitúa por

debajo de la media en lo que se refiere al porcentaje de organizaciones que dispone de facilidades para la realización de pedidos o reservas online, la distancia que la separaba del conjunto de España se ha reducido de manera significativa en el último año. El Programa para el Desarrollo del Comercio Electrónico

(DeC), promovido por la Consejería de Economía y Hacienda y presentado en el verano de 2012, tiene como objetivo continuar en esta senda de crecimiento. En concreto, esta actuación pretende incrementar la penetración del comercio electrónico en las PYME madrileñas mediante actividades

de asesoramiento, consultoría, y formación, así como la implantación de herramientas tecnológicas.

Por otra parte, la región se mantiene como una de las CC AA destacadas en lo que se refiere a la empleo de la eAdministración

por parte de las empresas. Finalmente, pese a que se ubica por encima de la media española y europea, la Comunidad de Madrid ha retrocedido posiciones en la dotación de TIC básicas en sus empresas, especialmente en lo que se refiere al porcentaje de empresas que cuenta con conexión a

Internet, aspecto en el que pasa a ocupar la décima posición. Han de continuar, por tanto, los esfuerzos dedicados a la alfabetización digital de las pequeñas empresas realizados en el marco del Programa de Promoción del Uso de la Sociedad de la Información.

		Madrid	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	81	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	78	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	77,3	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	45,7	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	40,9	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	80,3	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	62,8	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	81,4	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	88,7	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	51,8	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	43,7	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	12,3	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		13,5	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		53,5	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	70,1	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	50,6	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	41,4	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,8	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,6	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,9	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	76,2	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	47,2	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	73,4	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	14,6	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	56,9	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	19,6	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	78,8	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
Que descargan formularios		78,6	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
Que devuelven impresos cumplimentados		66	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que realizan una gestión electrónica completa	69,5	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	6,4	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Son dos indicadores que miden la dotación TIC de carácter básico –disponibilidad de ordenadores y conexión a Internet– en los que las empresas murcianas han experimentado un mayor crecimiento relativo



Un aspecto en el que se han de potenciar esfuerzos de manera significativa es el porcentaje de personas que accede a la Red frecuentemente

📍 Murcia

Pese a que mejora la dotación de TIC básicas, persiste la brecha en el ámbito de la economía digital de las empresas

La Región de Murcia confirma el estancamiento en la senda de convergencia que venía siguiendo en los últimos años. En términos generales, Murcia ha avanzado de forma similar al conjunto de España en los indicadores que miden el grado de

desarrollo de la sociedad de la información. Sin embargo, este ritmo de crecimiento no es suficiente para reducir la brecha digital que separa a la región de la media nacional.

👤 Ciudadanos

En lo que respecta a ciudadanos, la brecha digital no es tan significativa como en el caso de las empresas. Así, aunque la Región de Murcia se sitúa por debajo del conjunto de España en la mayoría de los indicadores correspondientes a la ciudadanía, la distancia es relativamente pequeña en la práctica totalidad de los casos. La dotación TIC de los hogares continúa siendo uno de los principales

aspectos a mejorar aunque, en este apartado, la comunidad ha avanzado al mismo ritmo que el conjunto del país. Un aspecto en el que se han de potenciar esfuerzos de manera significativa es el porcentaje de personas que accede a la Red frecuentemente. La comunidad se sitúa más de seis puntos por debajo de la media española en el uso diario de Internet.

La Fundación Integra ha puesto en práctica dos iniciativas con el objetivo

de mejorar esta situación. Por un lado, la Red de Aulas de Libre Acceso (ALAS), que pone al servicio de los ciudadanos 1.200 equipos conectados a Internet en sus 140 centros, donde la gran mayoría de los municipios de la Región de Murcia cuenta con, al menos, un aula de este tipo. En segundo lugar, los programas de inclusión dirigidos a mujeres y mayores, que ofrecen cursos de formación para promover la incorporación a las TIC de estos colectivos, con mayor riesgo de exclusión digital.

🏢 Empresas

La brecha digital es más significativa en el ámbito empresarial, donde la Región de Murcia sólo se sitúa por encima de la media en uno de los catorce indicadores analizados. Se trata del correspondiente al porcentaje de empresas que dispone de acceso a Internet. Es, precisamente, en los dos indicadores que miden la dotación TIC de carácter básico –disponibilidad de

ordenadores y conexión a Internet– en los que las empresas murcianas han experimentado un mayor crecimiento relativo ya que, en ambos casos, la región presentaba un retraso importante. También ha crecido de manera apreciable el porcentaje de trabajadores que dispone de un dispositivo móvil con acceso a Internet. En el resto de indicadores correspondientes a organizaciones empresariales, Murcia se mantiene entre las CC AA que se

encuentran más rezagadas. La mayor brecha se sigue produciendo en el porcentaje de trabajadores que utiliza ordenadores conectados a Internet de manera frecuente, aspecto en el que sólo supera a Castilla-La Mancha.

Tras la finalización del Plan para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en 2010, Murcia no cuenta con una estrategia en materia TIC definida

formalmente. La indicada Fundación Integra, dependiente del gobierno regional, es la encargada de vertebrar las actuaciones encaminadas al desarrollo de la sociedad de la información en la región.

Entre las principales iniciativas promovidas por este organismo para desarrollar la economía digital en la comunidad, se

encuentran el Proyecto CECARM y la plataforma form@carm. Mediante el primero se pretende impulsar el comercio electrónico a través de servicios de consultoría y diagnóstico online en su portal web, así como de talleres presenciales sobre aspectos específicos de comercio electrónico dirigidos a PYME y emprendedores. En 2012 se llevaron a cabo 15 talleres, a los

que asistieron 1.275 profesionales. Por su parte, la plataforma form@carm ofrece formación online a pequeñas empresas sobre una amplia gama de materias relacionadas con las nuevas tecnologías. Pese a lo relevante de estas iniciativas, es conveniente realizar esfuerzos adicionales que fomenten un mayor uso de las TIC en el tejido empresarial murciano.

		Murcia	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	72,5	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	64,4	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	63,8	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	44,2	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	24,3	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	66,2	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	63,7	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	72,3	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	84,3	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	51,1	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	45	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	10,4	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
		Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)	11,6	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia
		Que utilizan banca electrónica	42,8	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia
		 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	59,2	59,4	70,1	Madrid	52	86
Que descargan formularios	41,5		41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
Que envían formularios	31,5		32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	98,3	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,9	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,7	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	62,6	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	41,4	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	68,5	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	9,5	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	34,3	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	9,5	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	71,1	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	69,5	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
	Que devuelven impresos cumplimentados	52,1	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
	Que realizan una gestión electrónica completa	53,8	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	2,8	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



Todas las conexiones a Internet por parte de las empresas navarras consideradas se realizan mediante banda ancha



La utilización de la banca electrónica ha crecido a un ritmo muy inferior a la media nacional

Navarra

Líder en el uso de servicios avanzados de eAdministración por sus empresas

Junto con Asturias, Cataluña y País Vasco, la Comunidad Foral de Navarra se mantiene entre las CC AA que, tras Madrid, presentan un mayor desarrollo de su sociedad de la información.

Ciudadanos

En 2012 se sitúa como una de las regiones españolas con una mayor penetración de las TIC en los hogares. Sin embargo, la posición y evolución de algunos de sus indicadores no se corresponden con la situación global de la comunidad. En primer lugar, pese a haber mejorado en el último año, continúa por debajo de la media en el uso del móvil como herramienta de conexión a Internet. Sin embargo, la principal brecha con el conjunto de España se produce en la utilización de servicios relativamente básicos de la Red, como son el envío de mensajes a chats, foros, redes sociales, etc., y la subida de contenidos propios a la web. Por otro lado, mientras que los internautas navarros son unos de los que

más realizan compras en línea, la utilización de la banca electrónica ha crecido a un ritmo muy inferior a la media nacional, hasta el punto de que Navarra se sitúa por debajo del conjunto de España en el uso de este servicio, cuando en 2011 estaba por encima.

En los últimos años, el Gobierno Foral, a través del Programa Acércate @ las TIC, venía desarrollando cursos de formación básica en informática e Internet, tanto de carácter presencial como online. Sin embargo, en la actualidad sólo se mantienen las iniciativas de carácter virtual, que se dividen en cursos de iniciación y talleres que incluyen guías sobre distintos temas relacionados con el uso del ordenador y los servicios disponibles en la web. A la vista de los datos, parece que estas

guías virtuales no han resultado del todo eficaces para que las personas que han adquirido conocimientos básicos den el salto a una utilización más avanzada de los servicios que ofrece Internet.

Por su parte, Navarra es una de las CC AA que mayor énfasis han puesto en el desarrollo de la eAdministración. La comunidad cuenta con un marco de actuación y un plan de acción en este terreno, así como un extenso portal que permite un sencillo acceso a una amplia gama de servicios públicos que pueden tramitarse de manera telemática. Sin embargo, los resultados han sido mucho más positivos en el caso de las empresas, que en el de los ciudadanos, donde ha cedido posiciones en el último año.

Empresas

La comunidad ha retrocedido en términos relativos en lo que respecta a la dotación de TIC básicas, aspecto que lideraba en 2011. Especialmente significativa es la reducción experimentada en el porcentaje

de empresas que cuenta con conexión a Internet, en el que pasa a situarse por debajo de la media. Sin embargo, aunque disminuye la proporción de organizaciones que dispone de acceso a la Red, aumenta la velocidad de conexión de las que sí gozan de ella. En este sentido, todas

las conexiones a Internet por parte de las empresas navarras consideradas se realizan mediante banda ancha.

También han mejorado las prestaciones que ofrecen las páginas web de sus empresas. En concreto, la distancia que separaba

a Navarra del conjunto de España en cuanto al porcentaje de compañías que, disponiendo de página web, da la opción de realizar pedidos o reservas online prácticamente ha desaparecido. En lo que respecta a eAdministración, la comunidad lidera el uso de dos de sus servicios avanzados. Finalmente, los dos parámetros correspondientes a la dotación TIC de los

empleados, tradicional punto de mejora de la región, mantienen en gran medida la distancia que les separaba de la media.

Una vez finalizado el Programa TIC para PYMES y Micropymes, el gobierno regional no ha dado continuidad a los proyectos orientados a fomentar la incorporación de las nuevas tecnologías en las pequeñas

empresas. Así pues, pese a la relativa buena salud de la que goza la economía digital en Navarra, la comunidad corre el riesgo de que una parte de su tejido corporativo quede al margen de los nuevos desarrollos tecnológicos, tal y como apunta el retroceso experimentado en la dotación TIC de carácter básico.

		Navarra	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	75,1	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	68,7	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	68,2	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	40	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	37	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
		Que utilizan Internet diariamente	73,7	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	53,7	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	75,8	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	85,2	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	50,3	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	32,5	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	10	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		10,1	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		43,9	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses	Que obtienen información de páginas web de la Administración	57,1	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca	
	Que descargan formularios	41,6	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	27,4	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	99,2	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	97,4	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	100	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León, y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	65,3	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	46,9	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	75,6	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	15,3	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	40,4	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	11,6	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
	 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que obtienen información de páginas web de la Administración	78,5	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
Que descargan formularios		80,8	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
Que devuelven impresos cumplimentados		69	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
Que realizan una gestión electrónica completa		74	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España		2,1	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



La Agenda Digital de Euskadi 2015, actualmente en ejecución, es su cuarto plan estratégico



Las metas planteadas en la utilización de los dos servicios más complejos parecen más difícilmente alcanzables

País Vasco

Desde una situación avanzada, logra mejorar posiciones en la mayoría de indicadores de desarrollo de la sociedad de la información

El País Vasco es la comunidad autónoma que, partiendo de un elevado grado de desarrollo de su sociedad de la información, más positivamente ha evolucionado en el último año. Esta mejoría, además, se produce tanto en el ámbito de la

ciudadanía, donde la región ya ocupaba posiciones destacadas, como en el de las empresas, en el que se situaban sus principales puntos de mejora.

Ciudadanos

A esta situación ha contribuido la decidida apuesta que han realizado los sucesivos gobiernos regionales para mejorar el desarrollo digital del País Vasco. En este sentido, la Agenda Digital de Euskadi 2015, actualmente en ejecución, es el cuarto plan estratégico puesto en marcha para este fin. Esta nueva agenda define cuatro ejes estratégicos: Comunidad Digital, ámbito eEmpresa, Servicios Digitales Avanzados e Infraestructuras.

En conjunto, la Agenda Digital de Euskadi cuenta con un presupuesto superior a los 70 millones de euros hasta 2015. De ellos, 20 millones se destinarán al eje Comunidad Digital, 12 al de eEmpresa, 18 a los Servicios Digitales Avanzados y 19 al eje Infraestructuras. Asimismo, se define un quinto elemento, de carácter transversal, orientado a la gestión y promoción de la agenda, que está dotado con cerca de cinco millones de euros.

En relación a su orientación hacia los ciudadanos:

- Con Comunidad Digital, se pretende mejorar la capacitación TIC de éstos mediante la extensión de la red de centros de acceso gratuito a Internet, así como de programas de formación de distintos niveles.
- Con Servicios Digitales Avanzados, se busca la facilitación y acercamiento de la eAdministración a los ciudadanos (y también empresas).

Además de definir una serie de líneas de actuación dentro de cada eje, con las correspondientes iniciativas asociadas a las mismas, el plan plantea objetivos concretos a alcanzar en 2015 que se alinean con la Agenda Digital Europea. En este sentido, se pretende que el 75% de los hogares disponga de conexión a Internet. Tras el incremento de cuatro puntos experimentado por este indicador en el último año, el País Vasco se sitúa muy próximo a esta cifra. Asimismo,

se persigue que el 75% de la población sea usuaria de Internet en 2015. De nuevo, el crecimiento experimentado por la ciudadanía vasca en esta variable, superior al producido en el conjunto de España, hace que se sitúe a tan solo cuatro puntos de dicha meta.

En lo que respecta a la utilización de los servicios públicos en línea, los objetivos resultan más ambiciosos. En concreto, se busca que el 65% de los internautas consulte información de la página web de la Administración. En el último año este porcentaje se ha incrementado en seis puntos, dejando al País Vasco a las puertas de este propósito. Sin embargo, las metas planteadas en la utilización de los dos servicios más complejos parecen más difícilmente alcanzables. En este sentido, se pretende que la mitad y el 45% de los internautas descargue y envíe formularios cumplimentados a través de Internet, respectivamente. En ambos se sitúa aún por debajo de la media y muy lejos de los objetivos planteados en su agenda digital.

Empresas

En relación a la contribución que busca la Agenda Digital de Euskadi 2015 en el ámbito de las empresas:

- eEmpresa, tiene como objetivo impulsar un mayor desarrollo de la economía digital vasca. Entre las principales líneas de actuación, se encuadran el fomento de una mayor adopción de las TIC por las corporaciones, la promoción

de modelos de negocio innovadores en la red o el incremento de la competitividad del sector TIC a través de la financiación de proyectos de innovación.

- Servicios Digitales Avanzados está orientado a la facilitación y acercamiento de la eAdministración también a empresas.
- Infraestructuras, tiene como propósito aumentar la penetración de la conexión de banda ancha ultrarrápida y mejorar la confianza y seguridad en la Red.

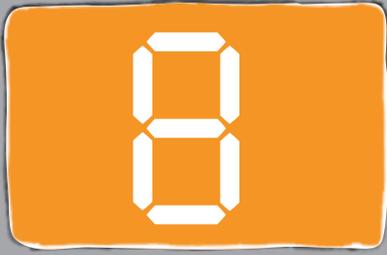
Pese a la mejoría experimentada en el ámbito

empresarial, es en el terreno de la economía digital donde el País Vasco continúa presentando los mayores márgenes de mejora. No obstante, se consolida como una de las regiones españolas con una mejor dotación de TIC básicas en sus empresas y ha mejorado significativamente en la velocidad de la conexión a Internet de sus corporaciones, situándose en la media en la disposición de conexión mediante banda ancha.

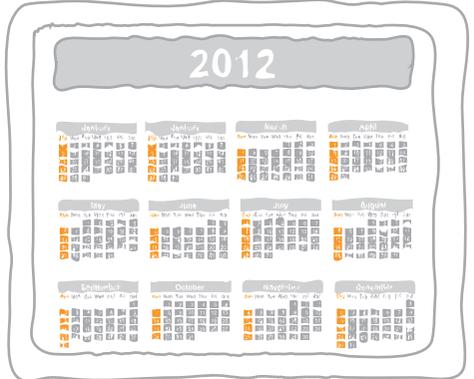
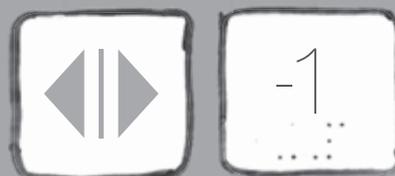
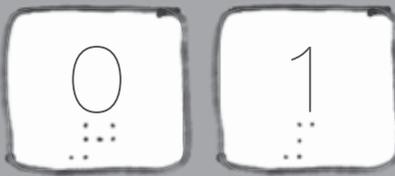
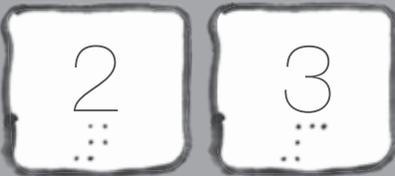
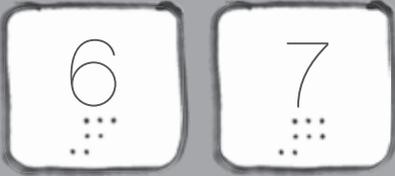
Por otra parte, la evolución experimentada en el último año ha llevado a que el País Vasco sea la segunda comunidad autónoma en función de la proporción de empresas que tiene presencia en Internet mediante página web propia, sólo por detrás de Asturias. Sin embargo, se ha reducido el porcentaje de las que, disponiendo de página web, da la opción de realizar pedidos o reservas online.

		País Vasco	España	Líder nacional	Comunidad líder	UE	Líder UE	País líder UE	
Ciudadanos	 Hogares	Con ordenador	75,8	73,9	81	Madrid	78	95	Holanda
		Con acceso a Internet	71,7	67,9	78	Madrid	76	94	Holanda
		Con banda ancha fija (ADSL, Red de cable, etc.)	71,4	66,7	77,3	Madrid	73	87	Suecia
	 Individuos	Que acceden a Internet a través del teléfono móvil (incluidos smartphones)	46,7	44,1	52,3	Canarias	38	65	Reino Unido
		Que han comprado a través de Internet en los 12 últimos meses	42,1	31	42,1	País Vasco	45	74	Suecia
	 Internautas Sobre internautas en los últimos tres meses	Que utilizan Internet diariamente	71,3	72,6	80,3	Madrid	80	91	Italia
		Que envían mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias/foros de discusión o mensajería	51,4	61,2	67,6	Canarias	54	75	Portugal
		Que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad en línea	79,6	75,8	87,4	Asturias	61	92	Lituania
		Que buscan información sobre bienes y servicios	89,5	86,8	89,6	Galicia	84	92	Luxemburgo
		Que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música	53,3	49,7	55,6	Aragón y Asturias	47	64	Finlandia
		Que cuelgan contenidos propios en una página web para ser compartidos	35,4	45,6	51,2	Canarias	35	54	Portugal
		Que han creado una página web o un blog	12,9	12,2	15	Extremadura	9	17	Holanda
Que venden bienes o servicios en Internet (venta directa, mediante subastas, etc.)		11,6	12,2	17,1	Asturias	22	44	Eslovenia	
Que utilizan banca electrónica		51,4	45,4	53,5	Madrid	54	91	Finlandia	
 eAdministración Sobre internautas en los últimos 12 meses		Que obtienen información de páginas web de la Administración	59,7	59,4	70,1	Madrid	52	86	Dinamarca
	Que descargan formularios	39,9	41	50,6	Madrid	35	61	Finlandia	
	Que envían formularios	28,6	32,2	41,4	Madrid	30	75	Dinamarca	
Empresas de 10 o más empleados	 Empresas	Con ordenadores	99,2	98,7	100	Cantabria	97	100	Finlandia, Holanda y Lituania
		Con acceso a Internet	98,4	97,5	98,8	Baleares y Galicia	95	100	Finlandia, Holanda y Lituania
	 Empresas conectadas	Con conexión de banda ancha	99,7	99,7	100	Asturias, Baleares, Castilla y León y Navarra	96	100	Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Lituania y Malta
		Con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha	66,3	65,4	76,2	Madrid	52	87	Finlandia
		Que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático	49,3	47,2	52,2	Castilla y León	54	74	Polonia
		Con página web	76,7	71	77,4	Asturias	74	91	Finlandia y Suecia
	 Empresas conectadas Sobre empresas de 10 o más empleados con página web	Con página web para la realización de pedidos o reservas online	11,4	15,5	29,1	Baleares	22	42	República Checa
	 Personal en empresas	Que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana	44,3	48	56,9	Madrid	45	69	Suecia
		Que dispone de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	12,1	14,3	19,6	Madrid	14	39	Irlanda
		Que obtienen información de páginas web de la Administración	74,5	75	83,7	La Rioja	80	95	Suecia
 eAdministración Sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Que descargan formularios	74,4	73	83,5	La Rioja	81	100	Lituania	
	Que devuelven impresos cumplimentados	66,5	60,9	69	Navarra	75	99	Lituania	
	Que realizan una gestión electrónica completa	69,5	64,3	74	Navarra	n.d.	n.d.	n.d.	
	Que presentaron una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	4,6	4,3	6,4	Madrid	12	29	Irlanda	
Variable por encima de la media nacional									

Fuente: eEspaña 2013 a partir de INE y Eurostat (2012)



qué pasó en 2012 



Qué pasó en 2012, anotaciones en el calendario

En el mundo



2012
ENE

ENERO

- El iPhone cumple cinco años. Mientras, ante la acumulación de personas a las puertas de las tiendas de Apple y la posibilidad de tumultos, se suspende temporalmente la venta del iPhone 4S en China. Por otro lado, Apple informa de que un tercio de los iPad existentes en el mercado son empleados en el ámbito de la enseñanza. Al mismo tiempo, la compañía supera por primera vez los 400.000 millones de dólares de capitalización bursátil.
- En el CES de Las Vegas triunfan los productos que mejoran la interacción con los dispositivos: televisores y ordenadores que se controlan a través de la voz y los gestos. Por su parte, Sony anuncia el lanzamiento de su primer móvil con marca propia en 10 años e Intel su entrada en el mercado de los smartphones junto a Motorola y Lenovo. Además, se presentan las nuevas impresoras 3D pensadas para el uso personal en el hogar.
- Jerry Yang, cofundador de Yahoo!, deja todos sus cargos en la compañía. Scott Thompson, ex primer ejecutivo de PayPal, es nombrado nuevo consejero delegado.
- WhatsApp deja de estar disponible en la App Store, pero la ausencia, que provoca numerosos rumores, dura tan solo cinco días.
- El miércoles 18 de enero Wikipedia funde a negro su página para protestar contra la SOPA, (la ley antipiratería estadounidense). Más de 10.000 páginas web de EE UU apoyan la protesta.
- Kodak presenta solicitud de bancarrota.
- El Departamento de Justicia estadounidense cierra Megaupload el

19 de enero y cuatro de sus directivos son detenidos en Nueva Zelanda, acusados de hacer perder 386 millones de euros al sector del ocio. El cierre de Megaupload provoca una retirada masiva de contenidos de las páginas de descargas y, posteriormente, grupos cercanos a Anonymous bloquean la web del citado departamento y de compañías discográficas.

- Google modifica la política de privacidad de sus servicios, pasando a utilizar la misma para todos.
- Dos de los fundadores de RIM y presidentes ejecutivos de la misma durante 20 años, Jim Balsillie y Mike Lazaridis, dimiten debido a las presiones de los inversores, que demandan un cambio en la estrategia de la compañía.
- La Comisión Europea lanza una estrategia de open data que incluye un portal para toda la UE, el establecimiento de estándares de uso y becas por importe de 100 millones de euros para desarrollar tecnología relacionada con el tratamiento de esta información.

2012
FEB

FEBRERO

- Sony, que acumula cuatro años de pérdidas, anuncia que a partir del 1 de abril Kazuo Hirai tomará las riendas de la compañía como CEO de la misma. Por otro lado, Sony completa la adquisición del 100% de Sony Ericsson.
- Orange vende a Hutchinson su participación del 35% en Orange Austria. La compañía austriaca se valora en unos 1.300 millones de euros.
- Google empieza a instalar su red de fibra óptica en Kansas City, EE UU.
- El MWC, congreso de referencia en

el sector de las telecomunicaciones, arranca el 27 de febrero. Entre otras cosas, se presentan nuevos dispositivos LTE de diferentes fabricantes y Microsoft desvela su nuevo sistema operativo, Windows 8.

- Intel y Samsung anuncian la fusión sus sistemas operativos, Tizen y Bada.

2012 MAR MARZO

- Google lanza Google Play, tienda virtual donde ofrece música, libros, películas y aplicaciones.
- Se presenta el nuevo iPad, del que Tim Cook dice que simboliza la era pospecé. En EE UU se venden tres millones de unidades en tres días. Por otro lado, Apple anuncia que, 17 años después, volverá a repartir dividendos.
- Sony presenta un móvil, Xperia Sola, que incluye la tecnología floating touch, una facilidad que permitirá a los usuarios interactuar con la pantalla sin necesidad de tocar la misma.
- El 18 de marzo es el primer día en el que el navegador Chrome es más utilizado que Internet Explorer en todo el mundo.
- Por primera vez en la historia, Samsung supera a Nokia en ventas de terminales móviles, según datos trimestrales de enero a marzo 2012. Nokia era líder desde 1998, cuando destronó a Motorola.
- El ciudadano chino Chunli Fu se descarga la aplicación número 25.000 millones de la App Store. Se trata del rompecabezas de Disney Where's my water?

2012 ABR ABRIL

- Google lanza Google Drive, su servicio de almacenamiento en la nube. Además, presenta la segunda versión de GoogleArts en el Museo de Orsay de París. El servicio alberga más de 30.000 obras de 151 museos de 40 países. Google presenta al mundo su concepto de gafas que incorporan realidad aumentada.
- Nokia lanza el terminal Lumia 610, el primero de la compañía con chip NFC.
- 40 millones de usuarios se conectan a Skype al mismo tiempo, superando el anterior récord conseguido en el mes de marzo, cuando 35 millones de personas se comunicaron al mismo tiempo a través de los servicios de la compañía de VoIP.
- Microsoft adquiere a AOL un paquete de 800 patentes y el uso no exclusivo de otras 300 por 1.056 millones de dólares.
- Vodafone compra Cable & Wireless Worldwide por unos 1.273 millones de euros, precio que supone una prima del 92% sobre la cotización.

2012 MAY MAYO

- Samsung lanza su nuevo Galaxy, el III.
- América Móvil lanza una OPA por el 28% de KPN por 2.600 millones de euros y también se hace con el 100% de Simple Mobile, un operador móvil virtual estadounidense.
- Dimite Scott Thompson, consejero delegado de Yahoo! desde enero. Había alterado su formación académica en su currículum vitae. Le sustituye Ross Levinsohn. Por otro lado, Yahoo! llega a un acuerdo con el grupo de comercio

electrónico chino Alibaba para venderle el 20% de su participación en Alibaba.com.

- Risto Siilasmaa sustituye a Jorma Ollila al frente de Nokia.
- Un jurado californiano sentencia que Google no infringió patentes de Oracle.
- El Parlamento Europeo aprueba la nueva regulación para servicios en itinerancia dentro de la Unión Europea, que incluye la disminución a partir del 1 de julio del precio de las llamadas, envío de SMS y datos en roaming. En dicha regulación se incluyen también progresivas reducciones para años posteriores.

2012 JUN JUNIO

- Se celebra el E3 2012, la principal feria de videojuegos a nivel mundial, en la que sólo Nintendo presenta nueva consola: la Wii U. En el evento, por primera vez dos juegos hechos en España son nominados entre los mejores: "Castlevania: mirror of Fate" de MercurySteam y "DeadLight" de Tequila Works.
- Nokia anuncia un plan de reestructuración que contempla el despido de 10.000 personas, 3.700 de ellas en Finlandia, donde cierra su última fábrica. Mientras, la agencia Moody's rebaja su calificación al nivel de bono basura.
- América Móvil anuncia que compra el 21% de Telekom Austria por 875 millones de euros.
- Microsoft lanza su tableta: Surface. Por otra parte, compra Yammer por 1.200 millones de dólares. Yammer, creada en 2008, ofrece a las empresas redes sociales privadas y servicios de micro-blogging para sus empleados. Tiene cinco millones de usuarios.

- Google presenta su tableta: Nexus 7 pulgadas, de poco peso y fabricada por Asus.

2012 JULIO

- La Eurocámara rechaza el acuerdo contra la piratería conocido como ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement).
- Yahoo! ficha a Marissa Mayer, responsable de productos de búsqueda de Google, como nuevo CEO.
- Samsung anuncia que su Galaxy III ha vendido 10 millones de dispositivos en sólo dos meses.
- Google, Facebook, eBay y Amazon, junto a otras grandes de Internet, se unen para promover Internet Association, un lobby con el que presionar a los legisladores de Estados Unidos en busca de un Internet abierto, libre e innovador.
- El Tribunal Supremo francés ordena a Google Francia que no aparezcan en el buscador los términos “torrent”, “rapidshare” o “megaupload”.
- El Gobierno de Uzbekistán pide a las operadoras de móvil que suspendan sus servicios de Internet, mensajes de texto y multimedia en el móvil durante cinco horas para evitar que se copie en los exámenes de selectividad.

2012 AGO AGOSTO

- EE UU cierra tres páginas de aplicaciones piratas de Android. Es la primera vez que se intervienen páginas de intercambio de aplicaciones para móviles.
- Según la compañía alemana Adeven, dos terceras partes de las aplicaciones

existentes en la App Store de Apple no han sido descargadas ni una sola vez.

- Por primera vez en 17 años Apple abona un dividendo a sus accionistas: 2,65 dólares por acción. Además, la compañía de la manzana gana el juicio contra Samsung, en el que la acusaba de haber violado sus patentes. La coreana deberá pagar 1.050 millones de dólares a Apple.
- Samsung presenta Galaxy Note II en Berlín dentro de la feria IFA 2012, en la que también exhibe el primer móvil con Windows 8.
- El móvil y las comunicaciones están presentes en la ceremonia inaugural de los Juegos Olímpicos de Londres, con la actuación de Tim Berners Lee, considerado el padre de la web.

2012 SEP SEPTIEMBRE

- Apple presenta el iPhone5, con nuevo procesador y cargador, más ligero, alargado y estrecho. Por otra parte, mientras alcanza 700.000 aplicaciones disponibles en su AppStore, elimina Google Maps de sus dispositivos, aunque la cartografía de su nuevo sistema operativo, su Apple Maps, recibe críticas por diversos errores.
- Se presentan los nuevos Nokia Lumia con Windows 8. Mientras, caen las acciones de la compañía finlandesa.
- Hewlett-Packard anuncia que pretende recortar 29.000 puestos de trabajo hasta el año 2014, 2.000 más de los inicialmente previstos. Kodak, declarada en quiebra, también aumenta en 1.000 sus previsiones iniciales de despidos.
- Android supera los 500 millones de dispositivos con su sistema operativo instalado.

- Un agujero de seguridad en Internet Explorer explotado por hackers para introducir un nuevo virus pone en riesgo a la tercera parte de los internautas del mundo.
- Amazon lanza una versión de su tableta: Kindle Fire HD, más grande y con alta definición.
- Muere Bill Moggridge, diseñador del primer ordenador portátil moderno.

2012 OCT OCTUBRE

- Se estrena Windows 8 comercialmente. Además, Microsoft lanza su nuevo servicio musical por Internet: Xbox Live Music.
- Apple comercializa su iPad Mini y sus nuevos ordenadores Mac.
- Asus presenta su tableta más móvil, el PadFone 2.
- Se producen varios movimientos en el mercado americano de las operadoras de telecomunicaciones: por un lado, acuerdo de fusión entre Deutsche Telekom y Metro PCS y, por otro, la compra por parte de la japonesa Softbank del 70% de las acciones de Sprint.
- 145 periódicos brasileños, que aglutinan el 90% de la audiencia de dicho país, deciden retirar sus contenidos de Google News.
- Nokia cierra finalmente la fábrica de Salo, Finlandia, la última que le quedaba en Europa.
- Newsweek anuncia el fin de su edición en papel.
- Google Play alcanza las 700.000 aplicaciones disponibles en su tienda virtual, como la App Store un mes antes.

- ComScore da la razón a Google: GMail, con 287,9 millones de visitantes únicos, supera a Hotmail, con 286,2 millones, y Yahoo!, líder en EE. UU., ocupa el tercer lugar con 281,7 millones.

2012 NOV NOVIEMBRE

- HP se sube al carro de la música, sus ordenadores con Windows 8 llevarán instalada la aplicación HP Connected Music, que incorpora todo el catálogo musical del Grupo Universal Music.
- Google se hace con todo el catálogo musical de las sociedades de gestión que componen Armonía (una de las tres principales iniciativas en Europa en este aspecto), entre ellas la SGAE, que en total superan los 5,5 millones de temas. Además, Google Now es galardonado con el Premio a la Innovación 2012, otorgado por el portal Popular Science.
- Samsung anuncia que en dos meses ha vendido cinco millones de unidades de su

tableta Galaxy Note 2.

- Fitch rebaja la calificación de Panasonic a BB y la de Sony a BB-, situando a estas empresas en la zona de los bonos basura por primera vez.
- A raíz de un mensaje de "Error: status unavailable" (Error: estado no disponible) en WhatsApp, se reactiva el rumor de que se va a convertir en una aplicación de pago. Aunque en realidad, en esta ocasión, solamente se trata de un problema técnico en la popular aplicación.

2012 DIC DICIEMBRE

- El 3 de diciembre, el SMS cumple 20 años. El primero contenía este mensaje: "Merry Christmas" (Feliz Navidad).
- Según un estudio sobre fallos de seguridad en la Red, la contraseña más infringida es "password", que también lo fue en 2011.

Las siguientes en la lista: "123456", "12345678", "abc123" y "qwerty".

- Google Maps vuelve a la tienda de Apple, y lo hace con fuerza: en siete horas se convierte en la aplicación gratuita más descargada.
- Según un estudio del blog iSuppli, Samsung arrebató a Nokia el liderazgo en número de teléfonos vendidos en el año.
- WhatsApp y Apalabrados se coronan como las aplicaciones gratuitas más descargadas en iTunes en 2012.
- Google vende la actividad de televisores de Motorola a Arris Group por 2.350 millones de dólares.
- El ACTA (el acuerdo comercial anti-falsificación) es rechazado definitivamente por la UE. Hasta la fecha tan solo había sido ratificado por Japón.

Así que el año 2012 termina con...

- 2.200 millones de usuarios de correo electrónico en todo el mundo, que envían una media de 144.000 millones de e-mails por día.
- 425 millones de usuarios de GMail, que es el proveedor líder a nivel mundial de correo electrónico.
- Un 13% de todo el tráfico de Internet procede de dispositivos móviles.
- 465 millones de smartphones Android vendidos, con una cuota de mercado del 66%.
- 1,2 billones de búsquedas en Google en 2012.
- 36,4% de los usuarios de navegadores usa Chrome, al que le sigue Internet Explorer con un 30,8%, FireFox con un 21,9%, Safari de Apple con un 7,9% y Opera con un 1,3%.
- 634 millones de sitios web, de los que un 43% están alojados en EE UU. En 2012 se añadieron 51 millones de nuevos sitios.

Fuente: Pingdom

... y en España, algunas cosas de casa...



2012
ENE

ENERO

- La Caixa inicia en Barcelona el pago “sin contacto”, un método con el que hacer pagos pequeños con una tarjeta VISA acercando la misma a un lector.
- Abertis vende un 16% de Eutelsat con unas plusvalías de unos 400 millones de euros. Las acciones tenían un valor de unos 1.000 millones.
- BBVA y Google se alían para lanzar una iniciativa que mejore el sector turístico español, adelantando las tendencias de los viajeros.
- Los cofundadores de la empresa propietaria de SeriesYonkis y PelículasYonkis, páginas de descargas, venden su parte en la empresa.
- La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones suspende temporalmente un pago complementario de Telefónica y Vodafone a RTVE hasta que el Tribunal Económico Administrativo resuelva el recurso presentado por las operadoras en relación a la ley de financiación del grupo.
- España suscribe el tratado comercial ACTA contra el comercio de falsificaciones y la piratería digital.
- Orange anuncia que integra en la compañía la plataforma de atención al cliente de Teletech, situada en Oviedo, con 900 empleados.

2012
FEB

FEBRERO

- La CMT propone un adelanto del calendario de bajada de los precios de terminación de llamadas en redes móviles.
- App Date informa en un estudio que en España se descargan al día 1.400.000

aplicaciones. De media, un móvil lleva instaladas 28 y una tableta, 25.

- Telefónica, Bertelsmann y Planeta se alían para crear una empresa de libros electrónicos.
- Orange y Banco Santander desarrollan el primer sistema de pago NFC con móvil multimarca para compras de cualquier importe.
- El Tribunal Constitucional resuelve que la competencia en materia de emisiones radioeléctricas de antenas móviles es del Estado.
- Llega a España PS Vita, la última consola portátil de Sony.
- Se crea la Comisión Nacional de Mercado y Competencia, ente regulador que, entre otros, engloba a la CMT.
- Se desarrolla en Barcelona el Mobile World Congress con la presencia de 1.400 compañías, de las que 86 son españolas.
- Detenidos cuatro miembros de Anonymous en España. Otros 21 lo son en Argentina, Chile y Colombia.
- Globalia vende Pepephone a Juan Hidalgo y Grupo Atento.
- Abertis compra a Telefónica su 13,23% de participación en Hispasat.

2012
MAR

MARZO

- La estación de metro de Sol rebautiza su nombre y pasa a denominarse temporalmente Sol Galaxy Note.
- Se hace público que Monserrat Domínguez dirigirá el blog Huffington Post en español.
- Vodafone, como antes hizo Movistar, dice

que toma la decisión de subvencionar los móviles sólo a sus clientes. Por su parte, Orange decide mantener dicha subvención también a nuevas altas.

2012 ABR ABRIL

- La Comisión Europea y la CMT acuerdan adelantar en seis meses el calendario de bajadas de tarifas de la interconexión móvil.
- Youzee, la plataforma de películas y vídeos a través de Internet mediante streaming está disponible en España.

2012 MAY MAYO

- La CMT reduce un 14% el precio de la oferta mayorista de ADSL. También establece que, a partir de 1 de julio de 2013, la portabilidad fija manteniendo el número se llevará a cabo en tan solo un día laborable.
- España sale de la lista estadounidense "Special 301 report", que recoge a los países más infractores respecto a los derechos de autor.

2012 JUN JUNIO

- El 1 de junio entra en vigor la llamada portabilidad en un día para la telefonía móvil (aunque en realidad la misma se tramita en dos días), anticipando lo que ocurriría un mes después para el fijo.
- El Gobierno regulariza el juego online y concede 53 licencias.
- Se presenta la versión en español del Huffington Post.

- Orange lanza Amena.com, su marca de bajo coste.
- Wuaki.tv, compañía española de vídeo online es adquirida por Rakuten, la mayor empresa de comercio electrónico de Japón.

2012 JUL JULIO

- El Senado aprueba la ley que permite privatizar las televisiones autonómicas.
- Teletech cierra todos sus centros en España.
- En una decisión histórica, pues no lo hacía desde 1944, Telefónica suspende el pago de dividendos.
- La Euskal Encounter (reunión multitudinaria de aficionados y profesionales de la informática) celebra su vigésimo cumpleaños.
- La UE declara ilegal la tasa municipal por las antenas de móvil.
- New York Crimes, producción de Pendulo Studios, gana cuatro galardones en los Premios Nacionales de la Industria del Videojuego, entre ellos el del mejor videojuego de PC y mejor juego del año.
- Telefónica vende el 4,56% de China Unicom por 1.142 millones de euros.
- La española Fractus gana un juicio contra Samsung por infracción de patentes.
- Vodafone anuncia que recupera la subvención a móviles de 1 de agosto a 15 de septiembre y también que Antonio Coimbra será su consejero delegado desde el 1 de septiembre.

2012 AGO AGOSTO

- El Gobierno aprueba una serie de leyes que impulsan la TDT y la liberación del dividendo digital para el uso de la tecnología 4G en móvil en enero de 2014.
- La tableta Nexus 7 de Google, a la venta en España.
- Los creadores de Diaspora dejan el control de la red social a la comunidad.
- Tras lanzarla en Alemania, Holanda y Austria, Media Markt pone en marcha su tienda online en España.
- El 31 de agosto parte al Everest una expedición de montañeros españoles diabéticos cuya enfermedad será controlada a través de aplicaciones de telemedicina, como DiabeTIC.

2012 SEP SEPTIEMBRE

- Eduardo Taulet sustituye a Johan Andsjö como CEO de Yoigo, que ficha por Orange Suiza.
- La compañía extremeña The Futboling Company presenta el fútbol 2.0: Futboling, que dona parte de sus ingresos a distintas ONG bajo el lema "fun for a better world" (diversión por un mundo mejor).
- Gumersindo Lafuente, responsable de elpais.com y adjunto a la dirección, abandona el grupo Prisa.
- Google anuncia el cierre a final de año de Motorola España. Al mismo tiempo, compra la empresa malagueña Virus Total, un agregador de antivirus y antispyware. Es su segunda adquisición en España tras la de Panoramio en 2007.

- El Congreso de los Diputados rechaza la ley que permitiría que las televisiones autonómicas se vieran en territorios limítrofes.
- Se celebra en Madrid el YouFest, festival que reúne a estrellas de YouTube.
- Se lanza eldiario.es, dirigido por Ignacio Escolar.
- Se celebra en Madrid el eShow, una feria sobre comercio electrónico, marketing online y otros temas, que atrae a más de 12.000 personas.
- SIMO celebra su 50ª edición con Windows 8 como principal novedad.
- El director de la RAE, José Manuel Blecua, anuncia la incorporación al Diccionario académico de “tuitear”, “tuit”, “tuiteo” y “tuitero”.
- Telefónica vende el 2,85% de Amper, valorado en 1,98 millones de euros.
- La empresa Pixable es comprada por Singapore Telecommunications por 20 millones de euros. Pixable es un agregador de fotos y vídeos para web, móvil y tabletas que en tres años ha conseguido cuatro millones de descargas y 1,6 millones de visitas diarias.

2012 OCT OCTUBRE

- Antena 3 y La Sexta se convierten en un solo grupo audiovisual.
- Amazon ubica en San Fernando de Henares su primer centro logístico en España.
- Rumbo.es cambia de manos: Telefónica y Orizonia lo venden al suizo Bravofly por 74 millones de euros.

- Telefónica vende Atento por 1.039 millones de euros a Bain Capital a través de varias empresas participadas por la firma.
- Una aplicación extremeña, Diabetes Pharma, lanzada en septiembre, se convierte en líder en descargas de aplicaciones a nivel mundial en la categoría Medicina durante casi dos semanas: más de 4.000 profesionales la descargan en ese tiempo.

2012 NOV NOVIEMBRE

- Orange, Telefónica y Vodafone anuncian la puesta en marcha de Joyn, un servicio de mensajería instantánea interoperable desarrollado conjuntamente por todos los operadores agrupados en la asociación mundial GSMA.
- Google declara pérdidas en España y levanta un torbellino de opiniones sobre la fiscalidad de las empresas online.
- El INTECO (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación) crea una aplicación que permite usar el DNI electrónico en Android.
- El día 18 es un día histórico en la televisión española: el 83,3% de la población la vio al menos un minuto. También fue el segundo día del año de más consumo con 311 minutos por persona, tras el 5 de febrero de este año, que obtuvo un minuto más.

- Spotbros, el conocido como Whatsapp español, alcanza los 500.000 usuarios.
- Málaga acoge por segundo año consecutivo Emtech Spain, conferencia sobre tecnologías emergentes organizada por el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts).

2012 DIC DICIEMBRE

- Orange España compra Simyo por algo menos de 30 millones de euros. Simyo tiene 380.000 clientes.
- El RACC, la última operadora móvil virtual de Cataluña, es vendida a Euskaltel por un euro.
- La Casa Real estrena canal en YouTube.
- Google dedica un doodle (elemento gráfico basado en el logo de Google y que cambia de forma periódica en su web para conmemorar hechos de diversa naturaleza) al 160º nacimiento del ingeniero español Leopoldo Torres Quevedo.
- Red.es cumple 10 años.
- El último Consejo de Ministros del año aprueba el anteproyecto de la Ley General de Telecomunicaciones.
- Samsung genera un colapso de tráfico rodado al ofertar hasta 50 euros de combustible gratis a sus usuarios de smartphones en una gasolinera de Madrid.
- La mejor aplicación española del año, según The App Date, es Gow, una app deportiva que controla los indicadores fisiológicos del deportista mediante el uso de una camiseta inteligente.

Qué pasó en 2012 en las redes sociales

facebook

- Compra Instagram (que obtiene seis millones de descargas en Android en cinco días) por 1.000 millones de dólares.
- En mayo, se convierte en la primera empresa estadounidense que sale a Bolsa con una valoración superior a 100.000 millones de dólares, habiendo situado su precio en lo alto del rango (38 dólares por acción) y aumentando la oferta de participaciones por encima de lo inicialmente previsto. Su cotización de salida supone 102 veces sus ingresos del primer trimestre. Aunque llega a cotizar a 45 dólares, en tres días baja a los 30 propiciando un gran debate sobre su posible sobrevaloración.
- Estadísticas:
 - Supera los 1.000 millones de cuentas, aunque en un estudio que publica en agosto declara que casi el 9% de las mismas son falsas o duplicadas.
 - El 21% de los usuarios son de Asia (lo que supone menos del 4% de la población asiática).
 - Alcanza los 488 millones de usuarios que se conectan regularmente a la red social a través de dispositivos móviles.
 - El usuario medio de Facebook tiene 130 “amigos”.
 - El 25% de los usuarios no “pierde el tiempo” con cualquier tipo de control de privacidad.
 - 250 millones de fotos se suben a Facebook cada día.

twitter

- Supera las 500 millones de cuentas, con un crecimiento de 10 nuevos usuarios por segundo, entre las que Twitter concluye que existen 200 millones de usuarios activos. Los califica como “el pulso del planeta”.
- A principios de año, la red supera los 400.000 voluntarios gracias a los cuales está disponible en 21 idiomas.
- El estudio *Global Social Media Check-up* de Burson – Masteller afirma que Twitter es la plataforma social más utilizada por las grandes empresas en el mundo. De las 100 primeras en la lista de la revista Fortune, 80 tienen al menos una cuenta en ella.
- Las elecciones de EE UU en 2012 rompieron todos los récords con 31,7 millones de tuits políticos. “Four more years” (cuatro años más), el mensaje de Obama al ganar las elecciones, se convierte en el más reproducido en la historia de Twitter, con 327.453 reproducciones en tres minutos.
- Benedicto XVI se incorpora a Twitter mediante el nick @pontificex. Su primer tuit es publicado el 12.12.12, festividad de la Virgen de Guadalupe.
- Estadísticas:
 - Se contabilizan 175 millones de tuits enviados por día.
 - Desde el nacimiento de Twitter se han registrado 163.000 millones de tuits.
 - Lady Gaga supera a finales de 2012 los 31 millones de seguidores, siendo la suya la cuenta más seguida en Twitter. Por su parte, la marca más seguida es YouTube con 19 millones de seguidores.
 - El 50% de los usuarios de Twitter utiliza la red social desde el móvil.

Google+

- Al cierre de 2012, la red social de Google cuenta con 500 millones de cuentas, aunque “sólo” 135 millones corresponden a usuarios activos.
- Lanza los hangouts (para realizar videoconferencias de forma pública con un número ilimitado de asistentes) en directo y Obama mantiene su primera charla virtual con los ciudadanos a través de uno de ellos.

Pinterest

- El 25% de las 100 empresas del Fortune Global tienen cuenta en Pinterest.
- En febrero Pinterest alcanza 10 millones de usuarios únicos al mes, convirtiéndose en la red social que más rápidamente ha alcanzado esa cifra.



Instagram

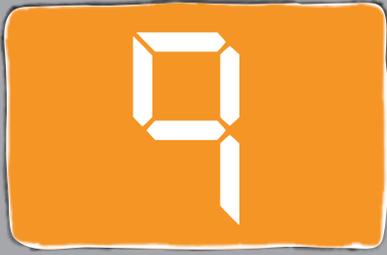
- Instagram, que nació como una app móvil, incorpora la función de acceso vía web y supera los 1.000 millones de usuarios.
- En diciembre, Facebook intenta cambiar las condiciones del servicio de Instagram y la aplicación pierde casi cuatro millones de usuarios, lo que supuso entorno al 22% de su base de clientes.

YouTube

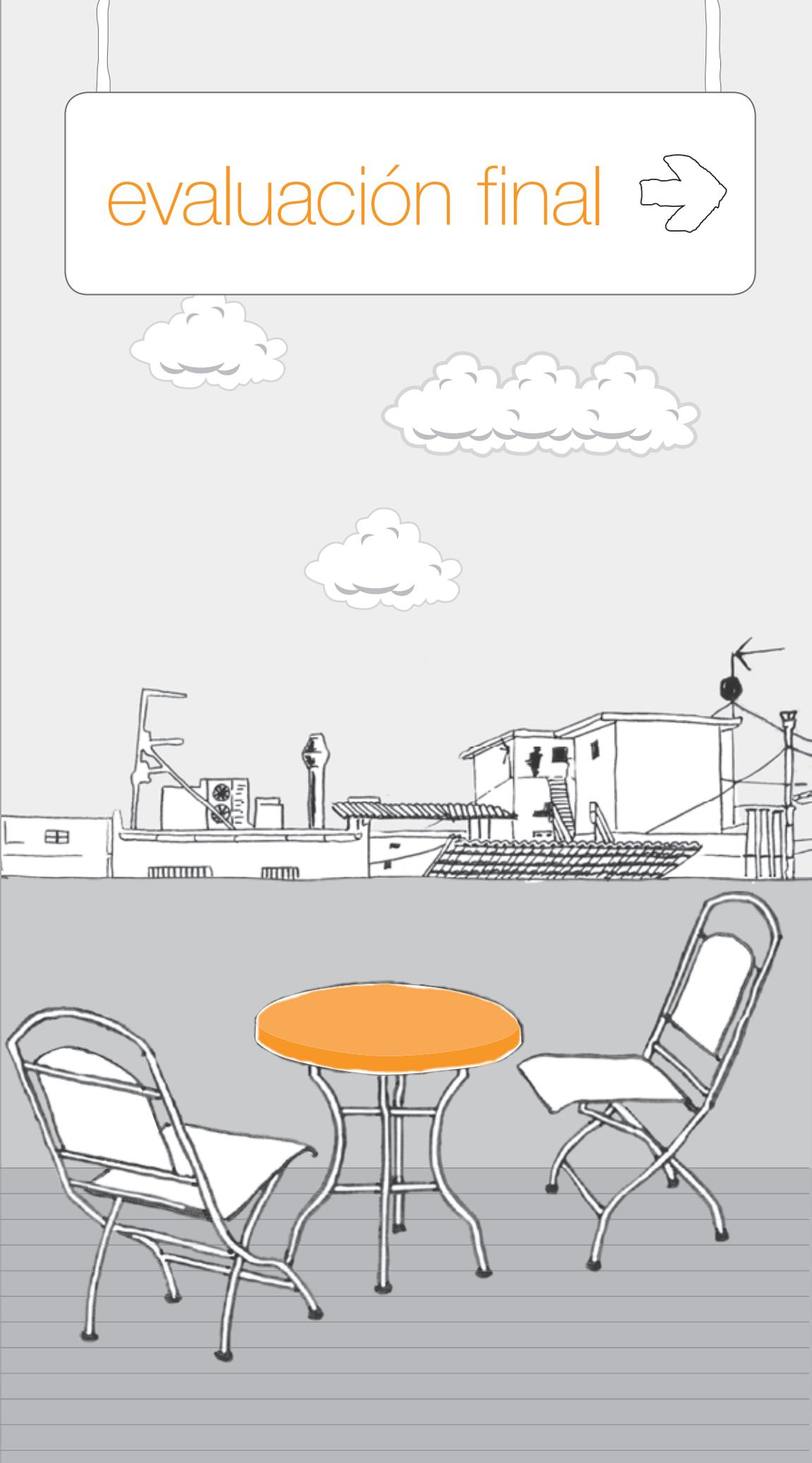
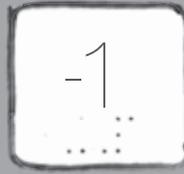
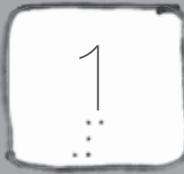
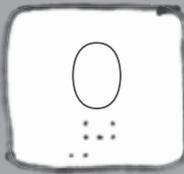
- YouTube hace el primer streaming de unos Juegos Olímpicos, los de Londres 2012, que son los primeros de la historia en poder verse de esta manera, realizándose 231 millones de visionados en esta modalidad.
- Cubre de manera oficial el seguimiento del salto estratosférico de Felix Baumgartner, que fue visto por más de 8 millones de espectadores a través de esta red.
- “Gangnam Style”, del rapero surcoreano PSY, se convierte en el vídeo más visto de la historia de YouTube. El 31 de diciembre ya sumaba 1.000 millones de visualizaciones.
- En 2012 se subieron 2,5 millones de horas de vídeo a YouTube y se vieron una media de 4.000 millones de horas por mes.

Otros

- Sina Weibo, el servicio microblogging más utilizado en China, obtiene una cifra de 729.571 mensajes por minuto.
- LinkedIn tiene 187 millones miembros, con una media de 44,2 años de edad.
- Apple cierra Ping, la red social musical que lanzó en septiembre de 2010.



evaluación final →



Convergencia tecnológica con Europa: Índice eEspaña 2013

Los resultados del Índice eEspaña indican un ligero acercamiento a la convergencia entre España y la UE en términos de desarrollo de la sociedad de la información en 2012

El Índice eEspaña mide el grado de convergencia de la sociedad de la información en España con el resto de la UE y Noruega y en la edición de 2013 se han incorporado al mismo algunas variables nuevas siguiendo las prioridades establecidas en la Agenda Digital Europea y la Agenda Digital Española. Así, por ejemplo, se han incluido variables recogidas en la Agenda Digital Española, como la utilización de software como CRM para analizar información sobre clientes con fines de marketing por parte de las empresas o el comercio electrónico de empresas de entre 10 y 249 empleados. Además, se han introducido otros nuevos parámetros en el apartado de uso por parte de los ciudadanos, como la cita médica a través de Internet, los juegos en red, el envío de mensajes en redes sociales o mensajería instantánea, la audiencia de radio o TV emitidas por Internet, el intercambio de contenidos propios (texto, fotos, música, vídeos, software, etc.) o la creación de blogs o páginas web. La falta de datos actualizados ha provocado la salida de indicadores como el uso de tecnología RFID, la formación online, la

búsqueda de empleo o información sobre salud a través de Internet, la participación en una consulta/votación pública online o la emisión de facturas electrónicas. A pesar de los cambios, el Índice muestra resultados muy similares a los de años anteriores, con la excepción de Bélgica, país que resulta muy beneficiado por los citados cambios en las variables, y Letonia, perjudicado, en su caso.

Los resultados del Índice eEspaña 2013 indican un ligero acercamiento a la convergencia entre España y la Unión Europea en términos de desarrollo de la sociedad de la información. La mayoría de los indicadores han crecido en España un poco más que en el resto de Europa y han permitido que España suba un puesto en el ranking, para ocupar el decimosexto, superando a Portugal, que cae dos puestos (Tabla 9.1.). Un aspecto destacable de la mejora está relacionado con la actividad de las empresas en Internet, ya que se han producido incrementos en el número de empresas con página web que comercializan productos a través de Internet o que utilizan Internet móvil. En el caso de los ciudadanos

se debe reseñar el crecimiento del uso de la eAdministración. Con respecto al resto de la UE, España destaca en algunos elementos interesantes, por ejemplo, las tasas de utilización de la banda ancha móvil y fija en las empresas españolas. Los individuos españoles también sobresalen sobre los ciudadanos europeos en términos de creación de contenidos (incluyendo páginas web o blogs) y el nivel de intercambio de los mismos. Además, gracias a las fuertes inversiones de tiempo y fondos realizadas por las CC AA y Red.es, España puede presumir de ser el segundo país de la UE con mayor utilización de la cita médica por Internet. En 27 de los 44 componentes del Índice eEspaña 2013, España se encuentra por encima de la media europea.

En otros aspectos la situación de España no es tan positiva. La proporción de internautas que en España acceden a diario a Internet es la tercera más baja de la UE. Asimismo, los niveles de automatización de los procesos empresariales y la utilización de la eAdministración en las empresas españolas se encuentran entre los más bajos de la UE.

España sube un puesto en el ranking del Índice eEspaña, superando a Portugal y colocándose en el decimosexto lugar

Tabla 9.1. Resultados generales del Índice eEspaña

Fuente: eEspaña

Posición 2013		País	eEspaña2013	eEspaña 2012	eEspaña 2011	PIB/Cápita 2011 (PPS)
1	▲	Noruega	79	79	79	186
2	▲	Dinamarca	78	76	81	125
3		Suecia	78	77	83	127
4	▼	Finlandia	78	80	82	114
5		Holanda	73	69	76	131
6	▲	Reino Unido	67	65	68	109
7	▲	Estonia	67	64	68	67
8	▲	Bélgica	66	57	70	119
9	▼	Lituania	65	69	70	66
10	▼	Alemania	65	64	72	121
11		Luxemburgo	64	62	74	271
12	▲	Francia	63	62	71	108
13	▲	Irlanda	63	60	66	129
14		Eslovenia	63	62	69	84
15	▼	Austria	61	63	66	129
16	▲	España	61	58	65	98
17	▲	Malta	60	57	66	85
18	▼	Portugal	59	59	64	77
19	▲	Rep. Checa	57	52	58	80
20		Hungría	57	57	61	66
21	▼	Letonia	55	62	63	58
22	▼	Eslovaquia	54	54	65	73
23	▲	Chipre	51	44	57	94
24	▲	Polonia	51	46	59	64
25	▼	Grecia	51	54	55	79
26	▼	Bulgaria	51	49	52	46
27	▼	Italia	49	49	61	100
28		Rumanía	45	41	50	49

La fuerte inversión pública realizada por el Plan Avanza permitió que España alcanzara niveles de desarrollo de la sociedad de la información similares a los de la UE

España sube tres puntos en el Índice eEspaña 2013, lo que le acerca a la convergencia con la UE y reduce las distancias con los países líderes (Gráfico 9.1.). La fuerte inversión pública realizada por el Plan Avanza permitió que España alcanzara niveles de desarrollo de la sociedad de la información similares a los de la Unión Europea en 2008. Sin embargo, a medida que los fondos del Plan Avanza empezaron a menguar la progresión se

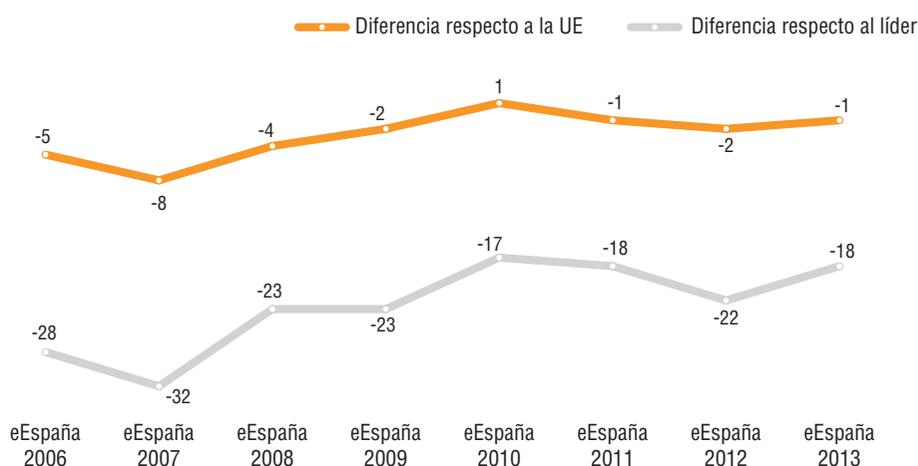
ralentizó hasta el punto de que en los años siguientes España volvió a caer por debajo de la media de la UE. A pesar de que la progresión del desarrollo de la sociedad de la información se ha frenado, el esfuerzo realizado durante el Plan Avanza ha permitido establecer unas bases sólidas que han logrado que, ante la actual falta de impulso financiero público, la sociedad la información no se haya retrasado en exceso respecto al resto de la UE. Este

escenario de cierta robustez se observa también en Portugal, país que tomó al Plan Avanza como modelo y que también mantiene sus niveles de desarrollo TIC a pesar de la recesión económica. Por el contrario, en países como Grecia o Italia no se produjo esta apuesta pública, haciendo que la brecha digital con países más ricos haya aumentado considerablemente desde el comienzo de la recesión.

Gráfico 9.1. Convergencia de la sociedad de la información española con la UE*: diferencia con el índice eEspaña de la media europea y del país líder

Fuente: eEspaña 2013

* El índice eEspaña incluye también a Noruega



En este aspecto, la sociedad de la información en los países escandinavos sigue siendo la más desarrollada de Europa, mientras que los países bálticos, sobre todo Estonia, siguen mejorando sus niveles de competitividad TIC. En general, estos países han obtenido resultados positivos gracias a su apuesta por la

infraestructura TIC y la administración electrónica en los primeros años del siglo XXI, y por la I+D y el emprendimiento TIC en tiempos más recientes.

Es interesante observar cómo el proceso de convergencia de la sociedad de la información es de tipo pro-cíclico, en la

medida que el mayor nivel de convergencia se produjo en 2009, fecha a partir de la cual este proceso se detuvo. Es decir, la crisis económica ha reducido la cohesión europea en términos de sociedad de la información.

Gracias a la inversión pública TIC que sus gobiernos realizaron antes de la recesión,

La crisis económica ha reducido la cohesión europea en términos de sociedad de la información

Portugal y España fueron los países de la UE en los que más se desarrolló la sociedad de la información en el trienio 2006-2009, mientras que en la recesión

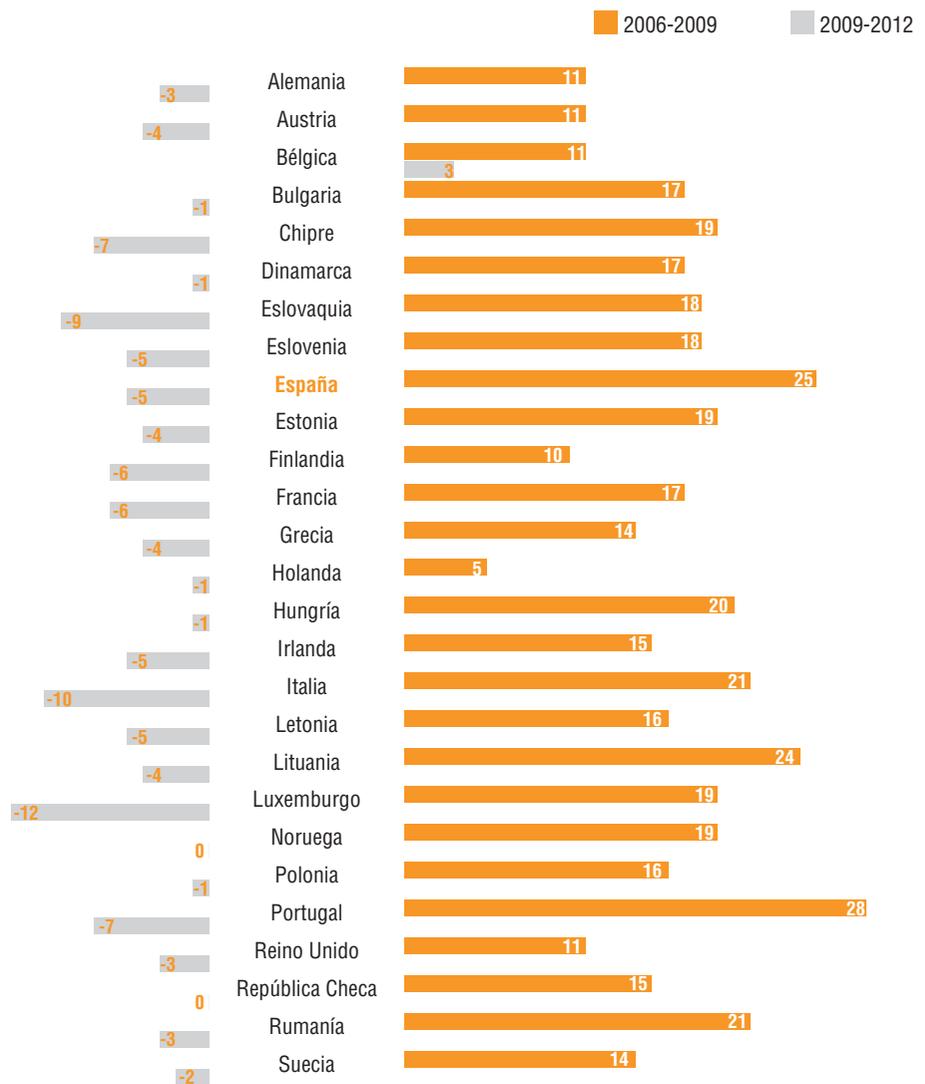
los únicos países en la UE que no han perdido convergencia han sido Bélgica y la República Checa (Gráfico 9.2.). Los datos indican que los planes *Belgique:*

Cœur de l'Europe numérique 2010-2015 y *Digital Czech Republic* parecen estar dando buenos resultados.

Gráfico 9.2. Convergencia* de la sociedad de la información en la UE** antes y después de la recesión.

Fuente: eEspaña 2013

* Comparación de los índices eEspaña 2010-2007 y 2013-2010. Cada índice eEspaña mide el grado de desarrollo de la sociedad de la información del año anterior
 ** Se incluye Noruega. Sin datos para Malta en el tramo 2006-2009



Al igual que la situación económica afecta al grado de desarrollo de la sociedad de la información, éste incide sobre el sentido del crecimiento económico

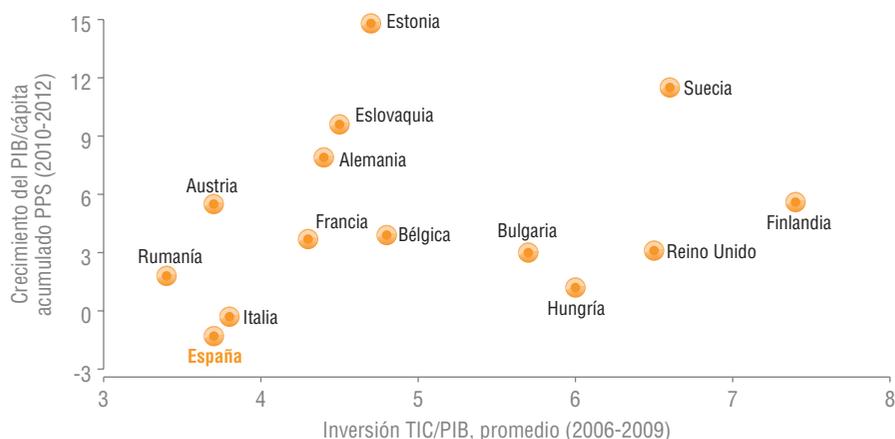
Existe correlación entre el crecimiento económico y el de la sociedad de la información, de tal manera que al igual que la situación económica afecta al grado de desarrollo de la sociedad de la información, éste incide sobre el sentido del crecimiento económico. Así, el nivel de inversión TIC durante los años de ciclo económico expansivo está siendo importante para

la salida de la crisis de varios países europeos, al mejorar sus capacidades productivas. Las economías con mayores niveles de inversión TIC durante el período 2006-2009 han conseguido crecer por encima de la media europea en el período posterior a la recesión. Países como España, Rumanía o Italia invirtieron en TIC por debajo de la media en el ciclo

económico expansivo y en la actualidad tienen mayores dificultades para volver a crecer. El efecto que la crisis de deuda está teniendo en Bulgaria, Reino Unido y Hungría hace que estos países sean una excepción a la tendencia observada (Gráfico 9.3.).

Gráfico 9.3. Relación entre el crecimiento económico en el período 2010-2012 y la inversión TIC realizada en los años 2006-2009

Fuente: eEspaña 2013



Subíndices eEspaña: Entorno, Acceso y Uso de las TIC

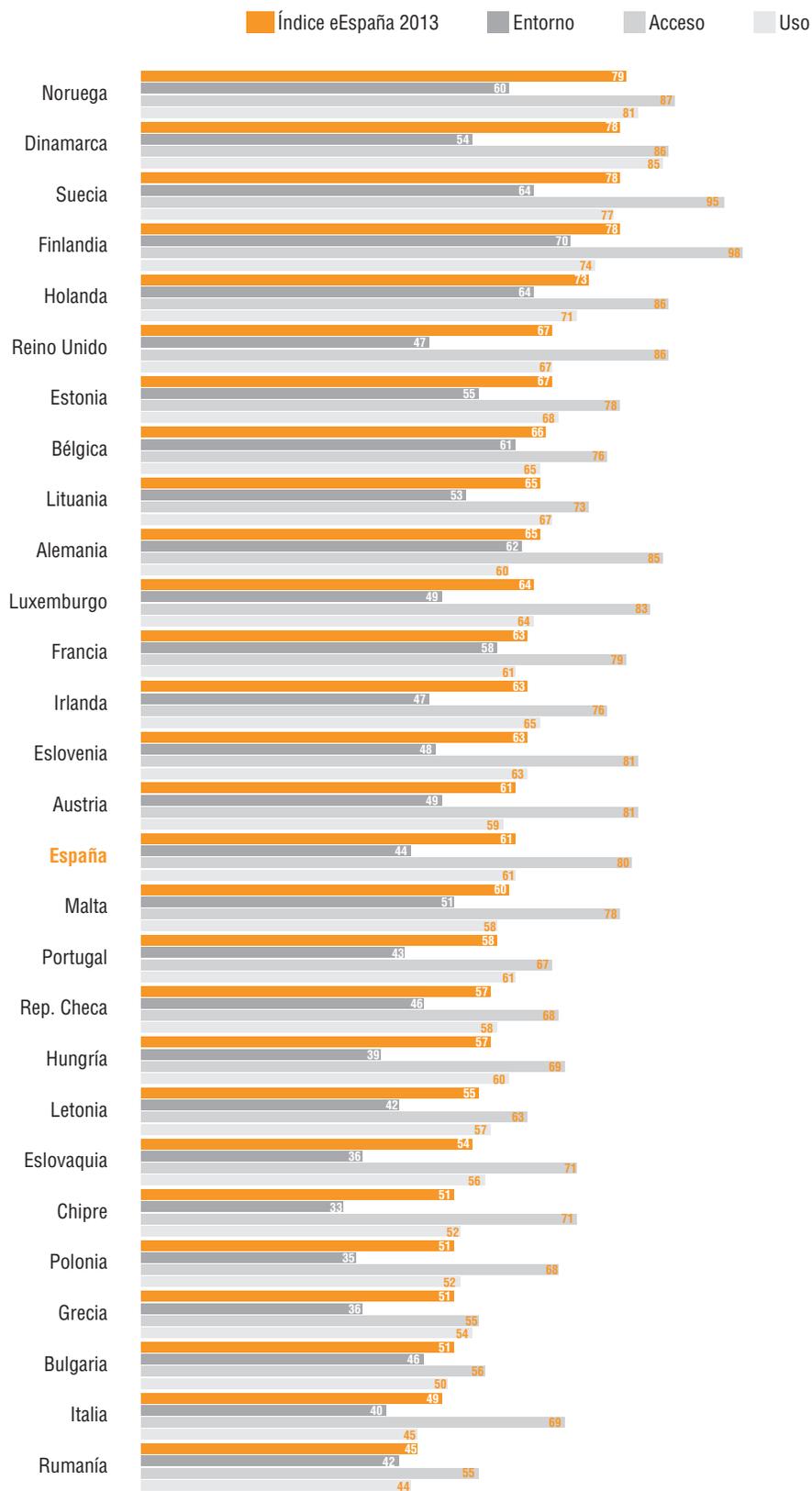
Al desglosar el análisis del índice eEspaña en sus tres componentes de Entorno, Acceso y Uso se observa que el retraso de España en términos de sociedad de la información se encuentra en su elemento más estructural que es el Entorno (Gráficos 9.4. y 9.5.). España está desplegando tarde la infraestructura de acceso fijo a Internet de nueva generación. Realmente el problema radica en el hecho de que el proceso de interiorización de las TIC

que están realizando los ciudadanos españoles, con cotas cada vez más altas de sofisticación en el uso de estas tecnologías, no se traduce en una interiorización similar en los tejidos productivos y la economía en su conjunto. Los servicios TIC y los servicios asociados al comercio electrónico se encuentran entre los pocos sectores que crecen en plena recesión. Sin embargo, tal y como se ha descrito en el capítulo de Economía TIC, estos sectores

son más pequeños en España que en otros países del entorno y, por tanto, se encuentran con mayores dificultades para generar las externalidades necesarias que empujen al resto de la economía en una senda creciente. El sector de manufactura TIC, que en países como Estados Unidos ha sido crucial en el crecimiento de la productividad de los últimos años, está prácticamente desapareciendo en España por efecto de la crisis.

Gráfico 9.4. Subíndices eEspaña 2013

Fuente: eEspaña 2013



España destaca por la capacidad de creación y de intercambio de contenidos. Sin embargo, ésta no se traduce en una industria floreciente

Por otra parte, los bajos niveles de automatización de los procesos en las empresas españolas están relacionados con la baja sofisticación de las mismas. Por ejemplo, en muchos sectores de actividad de la economía española la mitad de las compañías con más de 250 empleados no cuenta con herramientas ERP o CRM. A su vez, esta falta de demanda interna de productos y servicios TIC por parte de las empresas está dificultando el desarrollo del emprendimiento en sectores TIC. Sin embargo, existen datos esperanzadores. El emprendimiento tecnológico parece volver a niveles anteriores a la crisis según el Global Entrepreneurship Monitor para España y, además, en 2012 casi se duplica el volumen de fondos de capital riesgo destinados a las etapas iniciales de proyectos tecnológicos, si bien este volumen es limitado.

En cuanto al Acceso, el despliegue de inversión de los años del Plan Avanza ha obtenido buenos resultados al conseguir que España esté entre los 10 países de la Unión Europea con mejores infraestructuras de acceso a las TIC. El sector de telecomunicaciones es en parte responsable de este buen dato, ya que se caracteriza en España por una dinámica competitiva muy favorable a los consumidores, con continuas bajadas de precio y mejoras en los servicios prestados. Por ejemplo, los ingresos medios por cliente

de pospago por minuto se han reducido un 10% en 2012 y la tasa de portabilidad sigue superando el 9%. Además, la política de los operadores permite que España sea el cuarto país de la UE con mayor tasa de difusión de terminales móviles inteligentes entre sus habitantes.

En relación al indicador de Uso, se continúa dando en España la paradoja entre un crecimiento en el consumo de contenidos digitales y la caída de ingresos del sector de contenidos. España destaca por la capacidad de creación y de intercambio de contenidos. Sin embargo, esta capacidad no se transforma en una industria floreciente. Se sigue planteando el problema del disfrute no remunerado de contenidos. Por primera vez en cuatro años España ha quedado excluida del informe 301 de la oficina United States Trade Representative (USTR) que informa sobre los países en los que, según los Estados Unidos, hay una mayor desprotección de la propiedad intelectual. En parte, este hecho se debe a la actividad de la Comisión de Propiedad Intelectual. En el marco del sector de contenidos, una de las notas más negativas de 2012 es la caída por primera vez de la inversión publicitaria online. Dentro de las grandes economías europeas, España es el único país en el que se ha producido este fenómeno. Aunque también hay que interpretar esta caída teniendo en

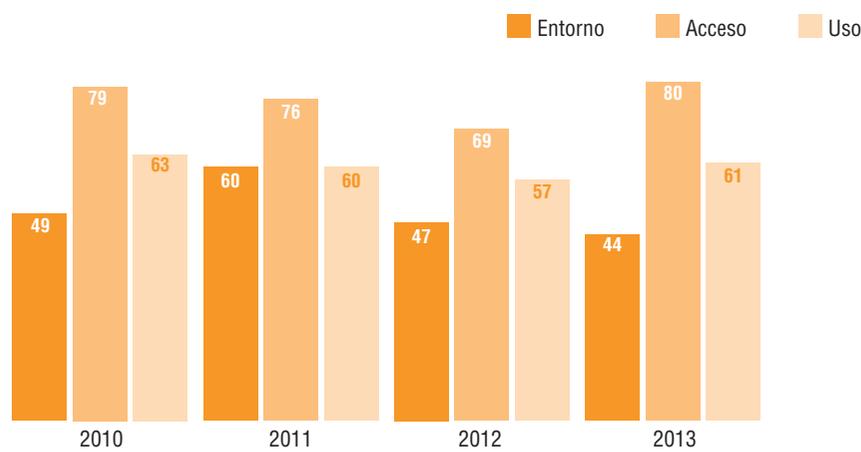
cuenta el cambio de formato publicitario online que se está produciendo en los últimos tiempos, con un crecimiento de publicidad en buscadores, asociada a menores niveles de inversión por campaña. Por otro lado, la inversión publicitaria en el móvil ha crecido casi un 70%.

Por otro lado, el año 2012 ha destacado por el fuerte crecimiento en la utilización de administración electrónica por parte de los ciudadanos. Por el contrario, las empresas se encuentran muy retrasadas con respecto al resto de Europa en este ámbito, siendo un síntoma más de la escasa interiorización del potencial de las TIC en el tejido empresarial español. El año se ha caracterizado también por el ajuste en los presupuestos públicos en TIC de las AA PP y la reorientación de la estrategia TIC de la administración en España hacia entornos de cloud computing encuadrados en el contexto de la Red SARA. Un aspecto positivo relacionado con la administración electrónica es el compromiso de distintas AA PP con los datos abiertos. Si este impulso inicial se gestiona correctamente podría generar importantes externalidades y oportunidades de negocio.

En 2012 se ha producido un importante ajuste en los presupuestos públicos en TIC por parte de las AA PP

Gráfico 9.5. Evolución de los subíndices eEspaña para España

Fuente: eEspaña 2013



La Agenda Digital Española

En febrero de 2013 se ha presentado finalmente la Agenda Digital Española, que parte de la base de la Agenda Digital Europea, pero con algunas características propias. Los pilares de la Agenda Digital Española son el fomento de redes ultrarrápidas, el desarrollo de la economía digital, la mejora de la eAdministración, el refuerzo de la confianza en ámbito digital, impulsar la I+D+i TIC y promover la alfabetización digital, la inclusión y el desarrollo de profesionales TIC. Con respecto a la Agenda Digital Europea, la

Agenda Digital Española no incide en uno de los pilares básicos europeos, el fomento de la interoperabilidad y estándares. Algunas actuaciones en este sentido se encuentran distribuidas por otros pilares, pero falta una mención específica al Esquema Nacional de Interoperabilidad y a la integración de las distintas iniciativas de interoperabilidad dentro del mismo. En segundo lugar, la Agenda Digital Española recoge un correcto diagnóstico de la situación, si bien se percibe una incertidumbre sobre la disponibilidad de

recursos públicos para llevarla a cabo. Las acciones de la Agenda Digital Europea que suponen un compromiso financiero explícito por parte de los estados miembros no han sido recogidas explícitamente en la Agenda Digital Española. Por ejemplo, la Acción 55 de la Agenda Europea establece que los gobiernos europeos deben haber duplicado el gasto público en I+D+i TIC en 2020, mientras que la Agenda Española se concentra en el objetivo de incremento de gasto privado en I+D+i. Igualmente tampoco recoge la Acción 53 de la Agenda

Europea, que establece que los gobiernos europeos soportarán financieramente la construcción de infraestructuras de I+D TIC, o la Acción 43, de financiación al desarrollo de la banda ancha, aunque respecto a este punto la propia Unión Europea ha establecido un compromiso financiero muy débil al recortar los fondos europeos destinados a tal fin de los 9.200 millones de euros inicialmente presupuestados a 1.000 millones de euros.

Asimismo, otros aspectos de la Agenda Digital Europea no aparecen con la misma relevancia en la Agenda Digital Española. Por ejemplo, no se recoge el apoyo a emprendedores TIC tal y como consta en la Acción 54 de la Agenda Digital Europea. Tampoco el proyecto de Ley de Emprendedores hace hincapié en apoyo específico a emprendedores TIC, ni figuran medidas específicas para fomentar el estudio de carreras universitarias tecnológicas por parte de mujeres, tal y como consta en la Acción 60 en el plan europeo. En lo que respecta a la accesibilidad, la Agenda Española no recoge análisis de la legislación relativa a ésta (Acción 63) y, además, no valora mecanismos de adaptación a las futuras normas de accesibilidad en Europa para sitios web públicos (Acción 64). Desde el punto de vista de las tecnologías de la información ecológicas, aunque se mencionan en la Agenda Española, no se ha considerado medir las emisiones energéticas del sector TIC en España (Acción 69), avanzar en el diseño de la funcionalidad de los contadores inteligentes (Acción 73), establecer normas específicas en las compras públicas de alumbrado eléctrico destinadas a medir el coste total de vida de la inversión pública

(Acción 74), fomentar el desarrollo de servicios medioambientales electrónicos transfronterizos (Acción 86) y de sistemas inteligentes de transporte (Acciones 92-96).

En cambio, la Agenda Digital Española recoge algunos objetivos según las características específicas de la sociedad de la información en España y que no están reflejados en la Agenda Digital Europea. Entre estas acciones específicas de España destacan la promoción del uso de banda ancha ultrarrápida y la adopción de TIC en las PYME, el desarrollo de soluciones específicas TIC en algunos sectores, la elaboración de un plan de fomento del comercio electrónico y un plan de fomento de la internacionalización de la empresa tecnológica española.

Otro factor que se considera en el presente análisis de la Agenda Digital Española es su puesta en marcha. En algunos casos, el arranque de algunas de las medidas puede tener implicaciones que dificulten su eficacia. Un ejemplo de ciertos problemas relacionados con la puesta en marcha de la Agenda Digital Española son las dudas de la Comisión Nacional de la Competencia sobre cómo la nueva Ley de Telecomunicaciones articula algunas obligaciones a operadores de sectores distintos al TIC (empresas de infraestructuras de gas, luz, transportes, etc.). También se plantean dudas relativas a cómo se va a fomentar la compra pública para incentivar la demanda tecnológica sin modificar la Ley de Contratos del Sector Público. En varias ediciones de este informe se viene recordando que la Ley de Contratos del Sector Público y los mecanismos actuales de Intervención de Cuentas no facilitan el fomento de la compra pública de tecnología a

emprendedores TIC, incluso después de las modificaciones recogidas en la Ley de Economía Sostenible. Otro ámbito en el que se plantean dudas sobre la ejecución de la Agenda Digital Española está relacionado con la seguridad, ya que no queda claro que el INTECO vaya a integrar las distintas estrategias y organismos encargados de seguridad (Centro Nacional para la Protección de las Infraestructuras, Centro Criptológico Nacional, los distintos centros de respuesta temprana CERT públicos, militares y privados, etc.) o cómo se articula la seguridad tecnológica en las infraestructuras autonómicas.

A la hora de controlar la consecución de los objetivos, se han establecido una serie de indicadores, algunos con valores cuantificables y observables por organismos externos a las AA PP (Tabla 9.2.). El análisis de los indicadores para 2012 muestra que, en aquellos de los que se dispone de datos comparativos, España se encuentra por encima de la media de la UE en la mitad de los mismos. En el caso de los indicadores de hogares conectados con más de 100 Mbps, la compra online por parte de individuos o la frecuencia de uso de Internet, España se encuentra por debajo de la media de la UE, mientras que es líder europeo en el indicador de empresas que disponen en su sitio web de una declaración de política de privacidad o de una certificación relacionada con la seguridad del sitio web. El buen dato de este parámetro se debe principalmente a la adecuación de las empresas a las exigencias de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

Tabla 9.2. Indicadores de la Agenda Digital Española. 2012, en %

Fuente: eEspaña 2013 a partir de Eurostat y Agenda Digital Española (2013)

* Dato de 2011

■ Variable mejor que la media de la UE

■ Variable peor que la media de la UE

	OBJETIVO 2015	España 2012	UE	Líder	País líder
Telecomunicaciones y redes ultrarrápidas					
Población con cobertura de más de 100 Mbps	50	47	34		
Población con cobertura FTTH	50	9			
Población con cobertura HFC	47	46			
Hogares conectados con más de 100 Mbps	5	0,4	2		
TIC en PYME y comercio electrónico					
Empresas que envían o reciben factura electrónica en un formato estandarizado, sobre total de empresas de 10 o más empleados*	40	23,5	21,2	63	Finlandia
Microempresas con página web propia, sobre empresas de 1 a 9 empleados con acceso a Internet	55	28,6		54	Alemania, Eslovaquia
Empresas que usan soluciones software, como CRM, para analizar información sobre clientes con fines de marketing, sobre el total de empresas de 10 o más empleados	25	21	19	29	Austria
Población que ha realizado compras online en los últimos 12 meses	50	31	44	74	Noruega
Población que realiza compras online transfronterizas de proveedores de otros países de la UE en los últimos 12 meses	20	10	11	60	Luxemburgo
PYME que realizan ventas online de más del 1% de los pedidos, sobre el total de empresas de entre 10 y 249 empleados	33	13	13	26	Dinamarca, Suecia
PYME que realizan compras online de más del 1% de los pedidos, sobre el total de empresas de entre 10 y 249 empleados	33	19	16	50	Irlanda
Industria de contenidos digitales					
Crecimiento del sector de contenidos digitales entre 2011 y 2015 (facturación sector de contenidos digitales 2011 = 8.553 millones de euros)	20				
Crecimiento del sector infomediario entre 2011 y 2015 (facturación sector infomediario 2011 = 330-550 millones de euros)	20				
Internacionalización de empresas tecnológicas					
Crecimiento de las exportaciones del sector TIC entre 2011 y 2015 (exportaciones de 2011 = 9.908 millones de euros)	30				
Incremento de la representación de las empresas del sector TIC (representación comercial o sucursal propia) en otros países entre 2011 y 2015 (pendiente de publicación por parte de la SETSI la representación de empresas del sector TIC en el extranjero)	15				
Administración electrónica					
Población que interactúa electrónicamente con las AA PP	50	45	43	89	Dinamarca
Población que envía formularios cumplimentados a través de los servicios de eAdministración	25	23	21	75	Dinamarca
Confianza en el ámbito digital					
Población que ha usado medios de seguridad	70				
Confianza generada por Internet (usuarios que confían mucho o bastante en Internet)	70				
Reclamaciones de facturación sobre el total de reclamaciones	35	38			
Empresas que utilizan firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa, sobre el total de empresas con conexión a Internet	85	70,7			
Empresas que disponen en su sitio web de una declaración de política de intimidad o de una certificación relacionada con la seguridad del sitio web, sobre el total de empresas con conexión a Internet y página web	75	61		61	España
Inclusión digital					
Población que usa Internet de forma regular, al menos una vez por semana	75	65	69	91	Suecia
Población de colectivos desfavorecidos (incluida en al menos uno de estos tres grupos: desempleados, retirados o inactivos, nivel educativo bajo) que usa Internet de forma regular, al menos una vez por semana	60	49	53	83	Suecia
Población que nunca ha accedido a Internet	15	27	23	5	Suecia
Población que usa el teléfono móvil vía UMTS (3G) para acceder a Internet	35				
Penetración de la banda ancha móvil entre usuarios de telefonía móvil activos	75	48	48	103	Suecia

▣ La convergencia de la sociedad de la información en las comunidades autónomas

El análisis general de la evolución del ICSI indica que se sigue produciendo el lento pero continuo proceso de convergencia entre las CC AA

El Índice de Convergencia de Sociedad de la Información (ICSI) mide la convergencia en términos de la sociedad de la información entre todas las comunidades autónomas. Para mantener la coherencia con el Índice eEspaña este año se han incluido las variables relacionadas con el envío de mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias o foros de discusión online, uso de mensajería, concertar una cita con un médico a través de una página web, escuchar la radio o ver TV por Internet, jugar o descargar juegos, imágenes, películas o música, colgar contenidos propios (texto, fotos, música, vídeos, software, etc.) en una página web para ser compartidos o crear páginas web o blogs.

El análisis general de la evolución del ICSI en 2012 indica que se sigue produciendo el lento pero continuo proceso de convergencia. Un año más se ha reducido la distancia entre la región con una sociedad de la información más desarrollada, Madrid, y la región menos favorecida en este ámbito, que en esta edición es Cantabria.

Por primera vez desde que se calcula el ICSI la segunda región más desarrollada ha dejado de ser Cataluña, al ser relegada por Asturias a la tercera posición (Tabla 9.3.). Las regiones que más han avanzado han sido la propia Asturias, La Rioja y Galicia. Los asturianos obtienen puntuaciones muy altas en el uso de Internet para jugar, para interactuar socialmente, para ver noticias, para realizar operaciones de banca electrónica o para interactuar con las AA PP. Galicia es la región más desarrollada en utilización de Internet para buscar productos, mientras que La Rioja destaca por la utilización de la eAdministración y el uso de las TIC en las empresas.

La infraestructura TIC está más desarrollada en las áreas con mayor densidad de población, por lo que Madrid, Cataluña, Baleares o País Vasco presentan altos niveles de acceso a Internet y banda ancha entre sus ciudadanos. Madrileños y vascos son los que más frecuentemente acceden a Internet y también los que más compran a través de la Red. Los canarios

son los usuarios más intensivos de TV y radio online, de redes sociales y los más proclives al intercambio de contenidos. La cita médica online está más desarrollada en Castilla-La Mancha y Andalucía. La creación de páginas web y blogs está más extendida en Extremadura y Cataluña, mientras que el uso de la eAdministración es mayor en Madrid y Asturias. El acceso a Internet de banda ancha es prácticamente universal en todas las empresas españolas de más de 10 empleados en todas las regiones. Sin embargo, empresas catalanas y madrileñas son las que más utilizan la banda ancha móvil y las que tienen más personal conectado a Internet. En Asturias y País Vasco se da la mayor proporción de empresas con página web, aunque por la importancia del sector turístico son las empresas de Canarias, Andalucía y Baleares las que disponen de mayor porcentaje de páginas web habilitadas para comercio electrónico o reservas online. Navarra y La Rioja son las regiones de España con mayor utilización de eAdministración por parte de las empresas.

Las regiones que más han avanzado han sido Asturias, La Rioja y Galicia

Tabla 9.3. Desarrollo general de la sociedad de la información por CC AA

Fuente: eEspaña 2013

Posición	Comunidad autónoma	ICSI 2013	ICSI 2012	ICSI 2011
1	Madrid	93	93	94
2	Asturias	85	81	81
3	Cataluña	84	86	90
4	País Vasco	84	82	84
5	Aragón	82	81	84
6	Galicia	81	77	77
7	Comunidad Valenciana	81	80	81
8	Andalucía	81	79	79
9	Canarias	80	82	76
10	Baleares	80	80	77
11	Navarra	79	82	81
12	La Rioja	78	74	80
13	Castilla y León	78	78	79
14	Murcia	77	79	79
15	Castilla-La Mancha	77	78	74
16	Extremadura	75	76	73
17	Cantabria	75	75	73

La apuesta en el Plan Avanza por la Ciudadanía Digital ha tenido el efecto de conseguir un nivel de convergencia regional en términos de desarrollo de la sociedad de la información mayor entre los ciudadanos que entre las empresas. Salvo en Cataluña, Navarra, Extremadura y Castilla y León, el subindicador ICSI de ciudadanos es mayor que el subindicador ICSI para empresas. Es en el uso de las TIC por parte de las empresas donde se observan mayores desequilibrios entre regiones. Las empresas de Murcia, Castilla-La Mancha y Cantabria están sensiblemente más retrasadas que las del resto de España en uso de las TIC (Gráfico 9.6).

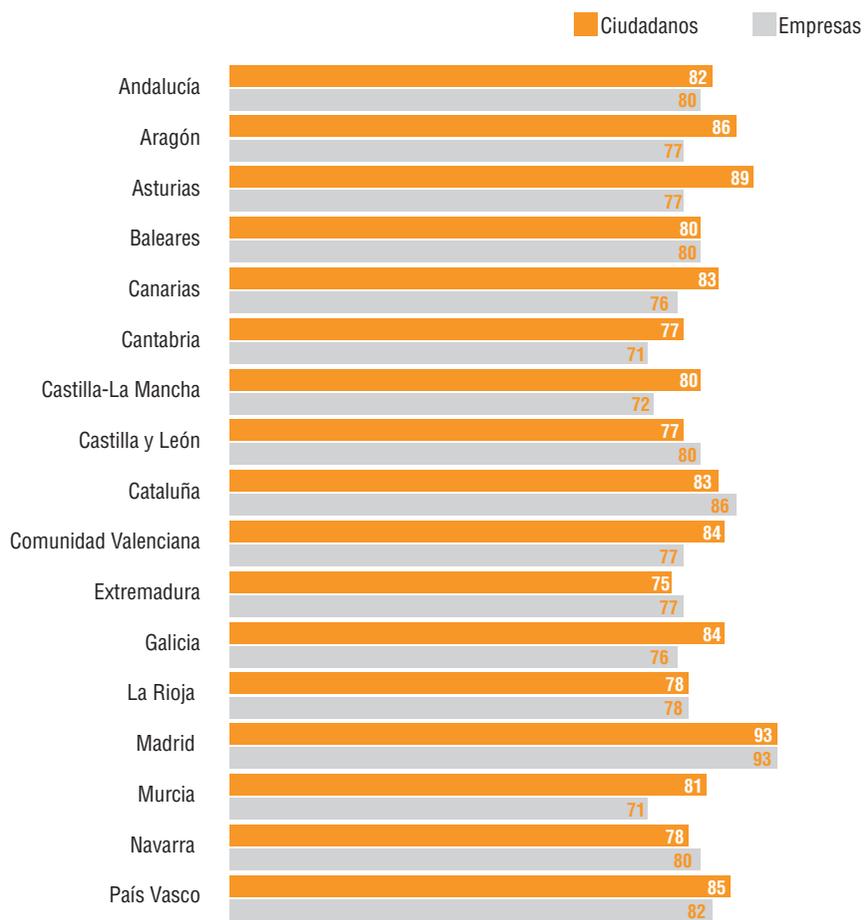
Si se analiza con mayor detalle la convergencia regional, las mayores diferencias entre las regiones se han observado en el porcentaje de personas que compran en Internet, con fuerte retraso de Canarias y Murcia; en la cita médica, muy marginal en Cantabria y Navarra; en el porcentaje de trabajadores con acceso a dispositivos móviles, muy bajo en Cantabria y Canarias; en la participación en licitaciones públicas electrónicas, prácticamente inexistente en Galicia y en Navarra; y en el porcentaje de empresas con páginas web que permiten la compra o la reserva online, que es muy bajo en Cantabria y Murcia.

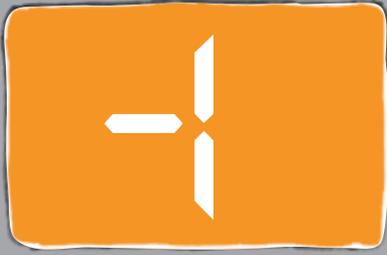
Finalmente, en algunos ámbitos específicos de la sociedad de la información las regiones españolas presentan un considerable retraso con la Unión Europea. Todas están por debajo de la media de la Unión Europea en los indicadores de utilización frecuente de Internet, compra y venta online por parte de individuos, los usos más sofisticados de eAdministración en las empresas y el intercambio electrónico de datos entre empresas. En general, son aspectos señalados en varios puntos de este informe sobre los que la Agenda Digital Española ha planteado distintas iniciativas.

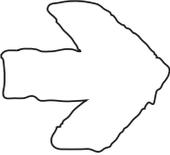
Es en el uso de las TIC por parte de las empresas donde se observan mayores desequilibrios entre regiones

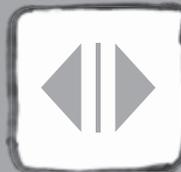
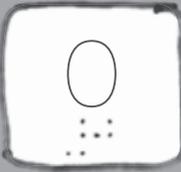
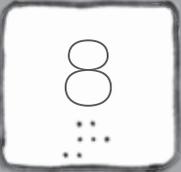
Gráfico 9.6. Desarrollo general de la sociedad de la información por CC AA por subindicador de ciudadanos y empresas. 2012

Fuente: eEspaña 2013





anexos 



Anexo 1. Valor de cada variable recogida en el Índice eEspaña 2013

VARIABLE	Fuente	Año	UE	Alemania	Austria	Bélgica	Bulgaria	Chipre	Dinamarca	Eslovaquia	Eslovenia
ENTORNO											
Datacards, en porcentaje de la población	Comisión Europea (COCOM)	2012	8,8	6,7	16,8	3,7	10,9	3,7	17,5	7,4	2,7
Líneas de nueva generación, sobre el total de líneas banda ancha fija	Comisión Europea (COCOM)	2012	16	11	11	54	45	1	16	25	30
Líneas de banda ancha de más de 30 Mbps, en porcentaje de la población	Comisión Europea (COCOM)	2012		4	3	17	8	1	7	5	7
Precios armonizados de servicios de telecomunicaciones (en base 100: precios 2005)	Eurostat	2012	92,18	87,2	91,9	88,73	93,19	102,67	90,2	101,64	98,42
Número de líneas móviles por cada 100 habitantes	ITU	2011		132	155	117	141	98	128	109	107
Número de líneas fijas por cada 100 habitantes	ITU	2011		63	40	43	32	36	45	19	43
Patentes solicitadas en las categorías de Computer y Telecom en un país, sobre el total de patentes europeas solicitadas en estas categorías	European Patent Office	2011		6,7	0,3	0,5	0,01	0,01	0,3	0,01	0,01
Inversión en I+D (Interna) como % del PIB	Eurostat	2011	2,03	2,84	2,75	2,04	0,57	0,48	3,09	0,68	2,47
Recursos humanos en ciencia y tecnología, sobre el total de población activa de entre 15 y 74 años	Eurostat	2011	40,1	42,3	38,2	47,8	31,1	45,4	45,3	32,8	39,9
ACCESO											
Personas que utilizaron un ordenador en los últimos tres meses, sobre el total de personas	Eurostat	2012	74	84	82	82	53	63	93	78	70
Hogares que tienen acceso a Internet en el domicilio, sobre el total de hogares	Eurostat	2012	76	85	79	78	51	62	92	75	74
Hogares con banda ancha, sobre hogares con acceso a Internet	Eurostat	2012	95	95	98	96	100	100	92	96	99
Empleados que usan ordenadores conectados a Internet, sobre el total de empleados	Eurostat	2012	45	52	43	50	22	36	64	39	48
Empleados que acceden a Internet de banda ancha a través de dispositivo móvil 3G o superior, sobre el total de empresas de 10 o más empleados (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	50		56	35	25	48	48	28	58
Empresas con acceso a Internet de banda ancha (fija o móvil), sobre el total de empresas de 10 o más empleados con acceso a Internet (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	96	94	92	97	90	100	94	95	100
Empresas que acceden a Internet de banda ancha a través de banda ancha móvil 3G, sobre el total de empresas de 10 o más empleados con acceso a Internet (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	52	52	59	37	29	49	50	32	62
Empresas con página web, sobre el total de empresas de 10 o más empleados con acceso a Internet (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	74	85	83	79	49	63	90	78	78
USO											
Personas que utilizan diariamente Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	80	78	75	80	78	77	87	78	77
Personas que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	47	48	41	63	57	61	58	42	50
Personas que conciertan una cita con un médico a través de una página web, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	11	5	5	15	3		32	4	5
Personas que buscan información sobre bienes y servicios, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	84	91	88	81	69	91	88	76	86
Personas que juegan en red, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	14	13	9	16	25	21	25	12	15
Personas que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad online, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	61	67	57	53	69	73	79	63	69
Personas que realizan llamadas o videoconferencias por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	35	26	29	32	76	57	43	61	29
Personas que ponen mensajes en redes sociales o mensajería instantánea, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	54	42	46	61	57	61	52	62	66
Personas que cuelgan contenidos propios (texto, fotos, música, vídeos, software, etc.) en una página web para ser compartidos, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	35	29	31	25	31	48	47	27	33
Personas que escuchan la radio o ven la TV emitidas por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	45	38	32	33	51	47	54	37	59
Personas que compran por Internet en el último año, sobre internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	59	77	60	55	17	35	79	56	49
Personas que crean páginas web o blogs, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	9	8	10	7	7	5	11	7	7
Personas que utilizan banca por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	54	55	57	69	7	35	86	52	41
Personas que venden productos por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	22	30	15	21	13	2	26	16	44
eAdministración: personas que interactuaron electrónicamente con la Administración, sobre internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	59	61	65	61	48	49	89	53	69
eAdministración: personas que descargan formularios, sobre internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	35	37	42	32	24	38	57	32	51
eAdministración: personas que devuelven formularios, sobre total de internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	30	18	32	35	21	24	75	21	22
Empresas con página web que permite realizar reservas o pedidos, sobre total de empresas de 10 empleados o más	Eurostat	2012	15	11	20	22	11	10	27	20	12
Empresas que realizan intercambio automático de datos con sistemas fuera de la empresa, sobre total de empresas de 10 empleados o más	Eurostat	2012	54	43	59	51	49	23	60	55	73
Empresas que utilizan software como CRM para analizar información sobre clientes con fines de marketing, sobre total de empresas de 10 empleados o más	Eurostat	2012	19	23	29	24	13	19	21	20	15
Empresas que reciben por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 o más empleados*	Eurostat	2012	14	22	11	23	4	8	26	12	14
Empresas que utilizan Internet para interactuar con las AA PP, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	87	85	94	88	83	85	93	91	92
Empresas que utilizan Internet para declarar contribuciones sociales, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	52	48	50	47	12	13		64	72
Empresas que utilizan Internet para declarar impuesto sobre el valor añadido, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	55	45	59	65	71	12	83	48	73
Empresas que compran por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 o más empleados*	Eurostat	2012	16				4	11		14	17
Empresas que reciben por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 a 249 empleados	Eurostat	2012	13	21	10	22	4	7	26	12	13
Empresas que compran por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 a 249 empleados	Eurostat	2012	16					11		13	16

* Objetivo específico de la Agenda Digital Europea

España	Estonia	Finlandia	Francia	Grecia	Holanda	Hungría	Irlanda	Italia	Letonia	Lituania	Luxemburgo	Malta	Noruega	Polonia	Portugal	Reino Unido	Rep. Checa	Rumanía	Suecia		
6,4	13,6	61,1	5,7	3,5	14,2	5,1	12,7	10,8	6,6	8,2	6,9	5		9,5	9,8	7,9	6	6	21,8		
20	35	29	6	0,1	48	21	26	2	31	52	12	47		10	26	9	36	64	31		
5	9	8	3	0,1	19	5	7	1	7	13	4	15		2	6	3	9	10	10		
96,68	90,99	90,51	83,39	97,48				103,23		94,0	75,56	82,80		98,62		75,0	98,6	97,31		94,6	126,47
115	140	166	95	106	119	117	108	157	102	151	148	125	116	131	115	131	123	109	119		
43	35	20	63	50	43	29	45	36	23	22	54	56	31	18	42	53	22	22	49		
0,5	0,1	2,9	7,1	0,01	2,7	0,01	0,6	0,6	0,01	0,01	0,1	0,01	0,3	0,1	0,01	2,5	0,01	0,01	3,5		
1,33	2,38	3,78	2,25		2,04	1,21	1,72	1,25	0,7	0,92	1,43	0,73	1,7	0,77	1,5	1,77	1,84	0,48	3,37		
38,8	45,0	47,7	46,2	32,4	47,2	33,8	46,2	32,9	36,8	42,6	55,1	33,4	49,1	35,3	25,5	47,5	35,0	23,7	47,7		
72	79	91	80	55	93	72	77	56	73	68	93	69	95	64	62	88	73	48	93		
68	75	87	80	54	94	69	81	63	69	62	93	77	93	70	61	87	65	54	92		
98	99	98	97	94	90	99	81	88	98	99	73	100	93	95	98	99	96	94	95		
47	44	65	45	33	57	33	46	37	39	39	55	37	67	36	32	51	34	26	69		
62	48	87	57	8	53	35	46	49	16	49		55	54	34	46	62	27	22	72		
100	99	100	99	88	98	97	96	98	97	100	97	100	91	88	95	99	95	96	99		
64	51	87	58	10	55	39	50	50	19	51	41	57	56	39	50	60	30	27	74		
71	78	91	65	69	84	69	78	67	58	71	78	76	82	72	54	86	83	45	91		
73	76	87	80	74	87	82	76	91	79	74	88	83	91	74	74	84	59	63	86		
50	56	64	41	50	59	51	23	39	53	47	53	53	57	45	48	49	34	48	60		
31	20	29	7	2	12	6	7	10	3	16	5	5	12	5	6	13	7	9	17		
87	89	90	85	82	89	83	82	73	86	86	92	82	93	76	85	82	84	67	90		
15	14	10	10	16	18	18	9	10	15	16	11	12	18	13	14	15	14	20	19		
76	91	89	38	77	59	86	43	55	88	92	75	76	90	48	67	58	85	73	86		
31	58	23	28	38	42	44	38	33	61	71	39	37	38	39	31	40	54	49	40		
61	56	54	40	59	69	62	59	52	51	71	55	64	62	68	75	65	35	48	58		
46	40	34	36	33	51	53	38	32	44	46	33	15	28	24	54	44		32	37		
51	49	58	42	55	60	43	41	38	44	46	52	49	68	46	53	47	41	46	68		
43	29	72	69	36	75	35	57	29	37	30	73	63	80	47	35	82	43	11	79		
12	12	8	7	10	17	16	5	6	8	6	11	7	11	5	12	8	7	9	11		
45	87	91	66	17	86	36	56	37	64	65	69	60	91	51	41	59	47	8	85		
12	17	21	34	4	21	15	16	14	5	7	24	20	29	15	6	28	16	3	15		
62	69	77	74	61	71	58	62	33	64	54	67	58	82	48	61	49	41	62	83		
41	39	61	45	31	52	38	50	23	26	40	47	41	57	23	36	30	20	15	52		
32	42	49	48	32	54	28	48	14	22	43	27	25	54	16	43	29	18	8	48		
11	14	15	16	13	26	16	22	11	13	20	17	21	31	15	11	21	34	10	29		
46	36	56	61	28	35	61	42	60	53	61	54	41	56	74	53	68	41	34	37		
21	10	27	19		20	7	26	17	13	14	18	19	24	13	18	17	17	13	25		
13	11	17	11	7	18	10	23	4	7	15	14	14	34	9	14	18	25	5	27		
79	95	97	94	88	91	84	91	84	89	100	89	88	93	90	94	89	92	63	95		
38	92	72	76	60	58	63	60	25	79	96	31	30	51	69	75	62	25	44	58		
50	92	72	80	63	72	65	60	25	77	95	40	17	68	24	75	82	31	44	59		
19		37	14		13	17	51	14	14	19	35		41	15	17		40	7			
13	11	16	11	7	17	9	23	4	7	15	14	14	34	8	14	17	24	5	26		
19		36	14		12	17	50	14	14	18			40		16		39	7			

Anexo 2. Ranking para cada variable recogida en el Índice eEspaña 2013

eESPAÑA 2012	Fuente	Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ENTORNO											
Datacards por población	Comisión Europea (COCOM)	2012	Fi	Su	Di	Au	Ho	Et	Ir	Bu	It
Líneas de nueva generación, sobre el total de líneas banda ancha fija	Comisión Europea (COCOM)	2012	Rm	Be	Lt	Ho	Ma	Bu	RX	Et	Su
Líneas de banda ancha de más de 30 Mbps/persona	Comisión Europea (COCOM)	2012	Ho	Be	Ma	Lt	Rm	Su	RX	Et	Bu
Precios armonizados de servicios de telecomunicaciones (en base 100: precios 2005)	Eurostat	2012	No	Le	Lt	Fr	Al	Be	Di	Fi	Et
Número de líneas móviles por cada 100 habitantes	ITU	2011	Fi	It	Au	Lt	Lu	Bu	Et	Al	Pl
Número de líneas fijas por cada 100 habitantes	ITU	2011	Al	Fr	Ma	Lu	RU	Gr	Su	Di	Ir
Patentes solicitadas en las categorías de Computer y Telecom en un país, sobre el total de patentes europeas solicitadas en estas categorías	European Patent Office	2011	Fr	Al	Su	Fi	Ho	RU	Ir	It	Be
Inversión en I+D (Interna) como % del PIB	Eurostat	2011	Fi	Su	Di	Al	Au	En	Et	Fr	Ho
Recursos humanos en ciencia y tecnología, sobre el total de población activa de entre 15 y 74 años	Eurostat	2011	Lu	No	Be	Fi	Su	RU	Ho	Fr	Ir
ACCESO											
Personas que utilizaron un ordenador en los últimos tres meses, sobre el total de personas	Eurostat	2012	No	Su	Di	Ho	Lu	Fi	RU	Al	Au
Hogares que tienen acceso a Internet en el domicilio, sobre el total de hogares	Eurostat	2012	Ho	No	Lu	Su	Di	Fi	RU	Al	Ir
Hogares con banda ancha, sobre hogares con acceso a Internet	Eurostat	2012	Bu	XP	Ma	Et	Lt	Hu	En	RU	E
Empleados que usan ordenadores conectados a Internet, sobre el total de empleados	Eurostat	2012	Su	No	Fi	Di	Ho	Lu	Al	RU	Be
Empleados que acceden a Internet de banda ancha a través de dispositivo móvil 3G o superior, sobre el total de empresas de 10 o más empleados (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	Fi	Su	RU	E	En	Fr	Au	Ma	No
Empresas con acceso a Internet de banda ancha (fija o móvil), sobre el total de empresas de 10 o más empleados con acceso a Internet (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	Fi	E	En	Ma	Lt	Xp	Su	RU	Fr
Empresas que acceden a Internet de banda ancha a través de banda ancha móvil 3G, sobre el total de empresas de 10 o más empleados con acceso a Internet (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	Fi	Su	E	En	RU	Au	Fr	Ma	No
Empresas con página web, sobre el total empresas de 10 o más empleados con acceso a Internet (excepto sector financiero)	Eurostat	2012	Fi	Su	Di	RU	Al	Ho	Au	RX	No
USO											
Personas que utilizan diariamente Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	No	It	Lu	Ho	Di	Fi	Su	RU	Ma
Personas que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Fi	Bé	XP	Su	Ho	Di	No	Bu	Et
Personas que conciertan una cita con un médico a través de una página web, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Di	E	Fi	Et	Su	Lt	Bé	RU	Ho
Personas que buscan información sobre bienes y servicios, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	No	Lu	Al	XP	Fi	Su	Et	Ho	Di
Personas que juegan en red, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Di	Bu	XP	Rm	Su	No	Ho	Hu	Lt
Personas que leen o descargan noticias, periódicos o revistas de actualidad online, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Lt	Et	No	Fi	Le	Su	Hu	RX	Di
Personas que realizan llamadas o videoconferencias por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Bu	Lt	Le	Eq	Et	XP	RX	Rm	Hu
Personas que ponen mensajes en redes sociales o mensajería instantánea, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Po	Lt	Ho	Pl	En	RU	Ma	Eq	Hu
Personas que cuelgan contenidos propios (texto, fotos, música, videos, software, etc.) en una página web para ser compartidos, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Po	Hu	Ho	XP	Di	Lt	E	RU	Le
Personas que escuchan la radio o ven la TV emitidas por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Su	No	Ho	En	Fi	Gr	Di	Po	Lu
Personas que compran por Internet en el último año, sobre internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	RU	No	Su	Di	Al	Ho	Lu	Fi	Fr
Personas que crean páginas web o blogs, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	Ho	Hu	E	Po	Et	No	Su	Di	Lu
Personas que utilizan banca por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	No	Fi	Et	Ho	Di	Su	Lu	Bé	Fr
Personas que venden productos por Internet, sobre internautas en los últimos tres meses	Eurostat	2012	En	Fr	Al	No	RU	Di	Lu	Fi	Ho
eAdministración: personas que interactuaron electrónicamente con la Administración, sobre internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	Di	Su	No	Fi	Fr	Ho	En	Et	Lu
eAdministración: personas que descargan formularios, sobre internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	Fi	Di	No	Su	Ho	En	Ir	Lu	Fr
eAdministración: personas que devuelven formularios, sobre total de internautas en los últimos 12 meses	Eurostat	2012	Di	No	Ho	Fi	Su	Ir	Fr	Lt	Po
Empresas con página web que permite realizar reservas o pedidos, sobre total de empresas de 10 empleados o más	Eurostat	2012	RX	No	Su	Di	Ho	Ir	Bé	RU	Ma
Empresas que realizan intercambio automático de datos con sistemas fuera de la empresa, sobre total de empresas de 10 empleados o más	Eurostat	2012	Pl	En	RU	Lt	Fr	Hu	Di	It	Au
Empresas que utilizan software como CRM para analizar información sobre clientes con fines de marketing, sobre total de empresas de 10 empleados o más	Eurostat	2012	Au	Fi	Ir	Su	No	Be	Al	Di	E
Empresas que reciben por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	No	Su	Di	RX	Ir	Be	Al	Ho	RU
Empresas que utilizan Internet para interactuar con las AA PP, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	Lt	Fi	Su	Et	Po	Au	Fr	No	Di
Empresas que utilizan Internet para declarar contribuciones sociales, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	Lt	Et	Le	Fr	Po	Fi	En	Pl	Eq
Empresas que utilizan Internet para declarar impuesto sobre el valor añadido, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	Lt	Et	Di	RU	Fr	Le	Po	En	Fi
Empresas que compran por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 o más empleados	Eurostat	2012	Ir	No	RX	Fi	Lu	Lt	E	Po	En
Empresas que reciben por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 a 249 empleados	Eurostat	2012	No	Di	Su	RX	Ir	Be	Al	Ho	RU
Empresas que compran por Internet al menos el 1% de los pedidos, sobre total de empresas de 10 a 249 empleados	Eurostat	2012	Ir	No	RX	Fi	E	Lt	Hu	Po	En

Al: Alemania; Au: Austria; Be: Bélgica; Bu: Bulgaria; E: España; En: Eslovenia; Eq: Eslovaquia; Et: Estonia; Fi: Finlandia; Fr: Francia; Gr: Grecia; Ho: Holanda; Hu: Hungría; Ir: Irlanda; It: Italia; Le: Letonia; Lt: Lituania; Lu: Luxemburgo; Ma: Malta; No: Noruega; Pl: Polonia; Po: Portugal; RU: Reino Unido; RX: República Checa; Rm: Rumanía; Su: Suecia; Xp: Chipre

10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Po	PI	Lt	RU	Eq	Lu	Al	Le	E	RX	Rm	Fr	Hu	Ma	Be	Xp	Gr	En	
Le	En	Fi	Ir	Po	Eq	Hu	E	Di	Lu	Au	Al	PI	RU	Fr	It	Xp	Gr	
Fi	Le	En	Ir	Di	Po	Eq	Hu	E	Lu	Al	Au	RU	Fr	PI	It	Xp	Gr	
Au	Bu	It	RX	E	Po	Gr	En	PI	Lu	Eq	Xp	Hu	Rm					
RU	Di	Ma	RX	Ho	Su	Be	Hu	No	Po	E	Eq	Rm	Ir	En	Gr	Le	Xp	Fr
Ho	Be	E	En	Po	Au	It	Xp	Et	Bu	No	Hu	Le	Lt	RX	Rm	Fi	Eq	PI
E	Di	Au	No	Lu	Et	PI	Ma	Gr	En	Po	Xp	Bu	Hu	Le	Lt	RX	Rm	Eq
Be	RX	RU	Ir	No	Po	Lu	E	It	Hu	Lt	PI	Ma	Le	Eq	Bu	Xp	Rm	
Xp	Di	Et	Lt	Al	En	E	Au	Le	PI	RX	Hu	Ma	It	Eq	Gr	Bu	Po	Rm
Bé	Fr	Et	Eq	Ir	Le	RX	Hu	E	En	Ma	Lt	PI	XP	Po	It	Gr	Bu	Rm
Fr	Au	Bé	Ma	Et	Eq	En	PI	Le	Hu	E	RX	It	Lt	XP	Po	Gr	Rm	Bu
Le	Au	Po	Fi	Fr	Bé	RX	Eq	Al	PI	Su	Gr	Rm	No	Di	Ho	It	Ir	Lu
En	E	Ir	Fr	Et	Au	Lt	Le	Eq	Ma	It	Xp	PI	RX	Hu	Gr	Po	Rm	Bu
Ho	Lt	It	Di	Et	Xp	Ir	Po	Be	Hu	PI	Eq	RX	Bu	Rm	Le	Gr		
Et	Ho	It	Be	Hu	Le	Lu	Ir	Rm	Po	Eq	RX	Di	Al	Au	No	Bu	PI	Gr
Ho	Al	Lt	Et	It	Ir	Po	Di	Xp	Lu	Hu	PI	Be	Eq	RX	Bu	Rm	Le	Gr
Be	En	Et	Ir	Lu	Eq	Ma	PI	E	Lt	Hu	Gr	It	Fr	Xp	Le	Po	Bu	Rm
Hu	Fr	Bé	Le	Al	Eq	Bu	En	XP	Ir	Et	Au	PI	Lt	Po	Gr	E	Rm	RX
Lu	Ma	Le	Hu	En	Gr	E	RU	Al	Po	Rm	Lt	PI	Eq	Fr	Au	It	RX	Ir
No	It	Rm	Fr	RX	Ir	Hu	Po	Lu	Ma	En	Al	PI	Au	Eq	Bu	Le	Gr	XP
Au	E	Lt	En	Le	Fr	Po	RX	Hu	RU	Ir	Ma	Gr	Bé	PI	Eq	It	Bu	Rm
Gr	Bé	E	En	Le	RU	Et	Po	RX	Al	PI	Ma	Eq	Lu	Fi	Fr	It	Au	Ir
Gr	E	Ma	Lu	XP	Rm	Bu	En	Po	Al	Eq	Ho	RU	Au	It	Bé	PI	Ir	Fr
Di	Ho	Su	RU	Lu	PI	No	Gr	Ir	Ma	It	Bé	E	Po	En	Au	Fr	Al	Fi
No	XP	Bé	E	Gr	Ir	Su	Bu	Et	Lu	Fi	Di	It	Le	Rm	Au	Al	Fr	RX
Et	Ir	Su	Fr	Fi	En	Gr	Lu	It	Rm	Bu	Au	Al	No	Eq	Bé	PI	Ma	
E	Bu	Et	Ma	XP	RU	Lt	Rm	PI	Le	Hu	Fr	Ir	RX	It	Al	Eq	Bé	Au
Ma	Au	Ir	Eq	Bé	En	PI	E	RX	Le	Gr	Po	XP	Hu	Lt	Et	It	Bu	Rm
Au	Gr	Rm	RU	Al	Fi	Le	Fr	Ma	Eq	Bé	En	RX	Bu	Lt	It	Ir	PI	XP
Lt	Le	Ma	RU	Au	Ir	Al	Eq	PI	RX	E	Po	En	It	Hu	XP	Gr	Rm	Bu
Bé	Ma	Et	Ir	Eq	RX	Su	Au	PI	Hu	It	Bu	E	Lt	Po	Le	Gr	Rm	XP
Au	Le	Ir	E	Rm	Al	Bé	Po	Gr	Ma	Hu	Lt	Eq	RU	XP	PI	Bu	RX	It
Au	E	Ma	Lt	Et	Hu	XP	Al	Po	Bé	Eq	Gr	RU	Le	Bu	PI	It	RX	Rm
Et	Bé	Au	E	Gr	RU	Hu	Lu	Ma	XP	En	Le	Eq	Bu	Al	RX	PI	It	Rm
Lt	Au	Eq	Lu	Fr	Hu	Fi	PI	Et	Gr	Le	En	Po	E	Bu	Al	It	XP	Rm
No	Fi	Eq	Lu	Le	Po	Bé	Bu	E	Al	Ir	RX	Ma	Su	Et	Ho	Rm	Gr	XP
Eq	Ho	Fr	Ma	Xp	Lu	Po	RU	It	RX	En	Lt	PI	Le	Bu	Rm	Et	Hu	Xp
Fi	Lt	Ma	Lu	Po	En	E	Eq	Au	Fr	Et	Hu	PI	Xp	Le	Gr	Rm	It	Bu
RX	En	Ir	Ho	Eq	PI	RU	Lu	Le	Be	Ma	Gr	Al	Xp	Hu	It	Bu	E	Rm
Hu	RU	Ir	Gr	Su	Ho	No	Au	Al	Be	Rm	E	Lu	Ma	RX	It	Xp	Bu	
Ho	Bu	No	Hu	Be	Gr	Ir	Su	Au	E	Eq	Al	Rm	Lu	RX	It	PI	Ma	Xp
Hu	PI	Fr	Le	Eq	It	Ho	Xp	Rm	Gr	Bu								
Fi	Lt	Lu	Po	Ma	E	En	Eq	Fr	Et	Au	Hu	PI	Le	Xp	Gr	Rm	It	Bu
Fr	Le	It	Eq	Ho	Xp	Rm	Gr											

Anexo 3. Comparación del índice eEspaña con otros índices de medición del desarrollo de la sociedad de la información

NETWORK READINESS INDEX (NRI). World Economic Forum

POSICIÓN EN EL MUNDO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
Índice General 2012-2013		Fi	Si	Su	Ho	No	Sz	RU	Di	EU	Tw	CS	Ca	Al	HK	Is	Lu	Il	Aa	Au	NZ	Ja	Et	Qa	Bé	EA	Fr	Ir	Ma	Ba	Ms	AS	Li	Po	Xl	Xp
Entorno		Si	NZ	Fi	Ho	Su	RU	Sz	HK	No	Ca	Aa	Di	Lu	Qa	Ir	EU	Bé	Ms	EA	Al	Il	Au	Is	Tw	AS	Ja	Fr	Ba	Ra	Xl	Et	CS	SA	Xp	PR
Preparación		Fi	Il	Su	EU	Ca	No	Di	Sz	Au	RU	Si	Xp	Ho	Al	Bé	Ir	Tw	Lu	HK	Li	Ma	Is	CS	Et	Aa	Fr	Le	Ja	Uc	NZ	En	Ru	CR	Po	Ba
Uso		Su	Fi	Si	CS	Ho	Di	No	Sz	Ja	Lu	RU	Al	EU	Is	Tw	Qa	Au	Aa	NZ	HK	Il	Fr	EA	Ca	Et	Bé	Ma	Ir	Ms	Ba	AS	Po	E	Bb	En
Impacto		Si	Ho	Fi	Su	CS	Tw	Is	RU	Sz	EU	No	HK	Di	Al	Et	Ca	Ja	Aa	EA	Fr	Lu	NZ	Qa	Au	Il	PR	Ms	Bé	Ma	Li	AS	Ba	Ir	Xl	Po
Índice General 2011-2012		Su	Si	Fi	Di	Sz	Ho	No	EU	Ca	RU	Tw	CS	HK	NZ	Il	Al	Aa	Ja	Au	Is	Lu	Bé	Fr	Et	Ir	Ma	Bh	Qa	Ms	EA	Lt	Xp	Po	AS	Bb

BCG eIntensity Index 2012

POSICIÓN EN EL MUNDO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
Index 2012		CS	Di	Su	Il	RU	Ho	Fi	No	Lu	Ja	EU	HK	Al	Sz	Si	Ca	Fr	Aa	Tw	Ma	Au	Bé	NZ	Et	En	Lt	Ir	RX	Le	Po	E	Xp	Pl	Is	Eq
Capacidad		HK	Il	CS	Su	Di	Lu	Si	No	Ho	Ja	Fi	Sz	RU	Ca	EU	Aa	Le	Tw	Et	Al	En	Li	Bé	Au	Ir	Ma	Fr	NZ	Po	E	EA	Xp	It	Is	Bu
Gasto		Di	RU	CS	Il	Fi	Su	EU	Ho	RX	Al	Fr	Po	Ma	Lu	No	Ja	Eq	Tw	Hu	Au	Xn	Bé	Br	Ru	Aa	Ca	Xp	Sz	En	NZ	Li	Is	Et	Po	Si
Implicación		Ho	RU	EU	Ca	Su	No	CS	NZ	Di	Al	Aa	Fi	Si	Ja	Sz	Is	EA	Et	Tw	Au	Lu	Fr	HK	Il	Lt	E	RX	Cr	Ir	Ma	En	Br	Po	Co	Bé

eESPAÑA 2013. Fundación Orange

POSICIÓN EN EL MUNDO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28								
eEspaña 2013		No	Di	Su	Fi	Ho	RU	Et	Bé	Lt	Al	Lu	Fr	Ir	En	Au	E	Ma	Po	RX	Hu	Le	Eq	Xp	Pl	Gr	Bu	It	Rm								
Entorno		Fi	Ho	Su	Al	Bé	No	Fr	Et	Di	Lt	Ma	Au	Lu	En	RU	Ir	Bu	RX	E	Po	Le	Rm	It	Hu	Eq	Gr	Pl	Xp								
Acceso		Fi	Su	No	RU	Di	Ho	Al	Lu	Au	En	E	Fr	Et	Ma	Ir	Bé	Lt	Xp	Eq	Hu	It	RX	Pl	Po	Le	Bu	Gr	Rm								
Uso		Di	No	Su	Fi	Ho	Et	RU	Lt	Ir	Bé	Lu	En	E	Po	Fr	Al	Hu	Au	RX	Ma	Le	Eq	Gr	Pl	Xp	Bu	It	Rm								
eEspaña 2012		Fi	No	Su	Di	Ho	Lt	RU	Al	Et	Au	Lu	Le	Fr	En	Ir	Po	E	Be	Ma	Hu	Eq	Gr	RX	Bu	It	Pl	Xp	Rm								

E España

■ Otros países

Aa: Australia; Ab: Antigua y Barbuda; Ar: Aruba; Ag: Argelia; AH: Antillas Holandesas; Al: Alemania; An: Andorra; Ar: Argentina; AS: Arabia Saudí; Au: Austria; Az: Azerbayán; Ba: Bahamas; Bb: Barbados; Be: Belice; Bé: Bélgica; Bh: Bahrein; Bi: Bielorrusia; Bm: Bermuda; Bn: Brunei; Br: Brasil; Bu: Bulgaria; Bw: Botswana; Ca: Canadá; Cm: Camerún; CM: Costa Marfil; CN: Corea del Norte; Co: Colombia; CR: Costa Rica; Cr: Croacia; CS: Corea del Sur; Di: Dinamarca; Do: Dominica; E: España; EA: Emiratos Árabes Unidos; Ec: Ecuador; Eg: Egipto; En: Eslovenia; Eq: Eslovaquia; ES: El Salvador; Et: Estonia; EU: Estados Unidos; Fi: Finlandia; Fp: Filipinas; Fr: Francia; Ga: Gambia; Gm: Gambia; Gd: Granada; GF: Guayana Francesa; Go: Groenlandia; Gr: Grecia; Gu: Guadalupe; Gt: Guatemala; HK: Hong Kong; Ho: Holanda; Hu: Hungría; Ia: Irán; Id: Indonesia; IF: Islas Feroe; Ik: Irak; Il: Islandia; In: India; Ir: Irlanda; Is: Israel; It: Italia; IV: Islas Vírgenes (EE.UU.); Ja: Japón; Jm: Jamaica; Jo: Jordania; Ka: Kazajistán; Ke: Kenia; Ku: Kuwait; Le: Letonia; Li: Líbano; Lt: Lituania; Lu: Luxemburgo; Ma: Malta; Mc: Macao; Md: Macedonia; Mé: México; Mi: Micronesia; Ml: Malí; Mr: Marruecos; Ms: Malasia; Mt: Martinica; Mu: Mauricio; Mw: Malawi; Na: Namibia; NC: Nueva Caledonia; Ng: Nigeria; No: Noruega; NZ: Nueva Zelanda; Pa: Panamá; Pe: Perú; PF: Polinesia Francesa; Pk: Pakistán; Pl: Polonia; Po: Portugal; PR: Puerto Rico; Qa: Qatar; RD: República Dominicana; Rm: Rumania; RU: Reino Unido; Ru: Rusia; RX: República Checa; Sb: Serbia; Se: Seychelles; Sf: Sudáfrica; Sg: Senegal; Si: Singapur; SK: San Kitts y Nevis; Sk: Sri Lanka; SL: Santa Lucía; Sm: Surinam; Su: Suecia; SV: San Vicente y las Granadinas; Sz: Suiza; Ta: Tailandia; TT: Trinidad y Tobago; Tu: Turquía; TÚ: Túnez; Tw: Taiwán; Tz: Tanzania; Uc: Ucrania; Ug: Uganda; Ur: Uruguay; Ve: Venezuela; Vi: Vietnam; Xl: Chile; Xn: China; Xp: Chipre; Zm: Zambia

Anexo 4. Valor de cada variable recogida en el ICSI 2013

	UE	España	Andalucía	Aragón	Asturias	Baleares	Canarias
Hogares con algún tipo de ordenador, sobre total de hogares	78	73,9	73,2	73,9	71,9	79,4	73,7
Hogares que disponen de acceso a Internet, sobre total de hogares	76,0	67,9	65,2	68,4	67,5	73,9	65,4
Hogares con conexión de banda ancha (ADSL, red de cable, etc.), sobre total de hogares	73,0	66,7	63,1	67,8	67,1	71,5	64,6
Personas que utilizan Internet al menos una vez por semana en los últimos tres meses, sobre el total de población	70,0	65	56,1	61,4	69,2	57,6	69,9
Personas que han comprado a través de Internet en los últimos tres meses, sobre el total de población	35,0	22,3	17,9	27	25,2	23,9	15
Envío de mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias o foros de discusión online, uso de mensajería*	54,0	61,2	62,7	62,9	65,6	58,2	67,6
Leer o descargar noticias, periódicos o revistas de actualidad on line*	61,0	75,8	68,7	76	87,4	73,2	80,2
Concertar una cita con un médico a través de una página web*	11,0	31,1	47,1	28,8	21,8	19,1	23,1
Escuchar la radio o ver TV emitidas por Internet*	45,0	50,6	52,2	59,3	50,2	46,9	59,5
Buscar información sobre bienes y servicios*	84,0	86,8	85,3	85,8	89,3	85,1	86,7
Jugar o descargar juegos, imágenes, películas o música*	47,0	49,7	45,3	55,6	55,6	52,5	52,9
Colgar contenidos propios (texto, fotos, música, vídeos, software, etc) en una página web para ser compartidos*	35,0	45,6	50,6	48	48,1	40,3	51,2
Crear páginas web o blogs*	9,0	12,2	12,1	10,7	12,6	9,1	12,9
Vender bienes o servicios (venta directa, mediante subastas, etc.)*	22,0	12,2	11,5	13,5	17,1	11,7	11,2
Uso de servicios de banca electrónica*	54,0	45,4	39,8	42,8	53,1	49,3	49,4
Obtener información de páginas web de la Administración**	52,0	59,4	55,4	60,2	66,4	49,8	55,4
Enviar formularios cumplimentados**	30,0	32,2	30	31,8	36,1	26,8	26
Empresas con acceso a Internet mediante banda ancha, sobre empresas con conexión a Internet	96,0	99,7	99,9	99,3	100	100	99,4
Empresas con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	52,0	65,4	62	55,6	66,6	63,5	61
Trabajadores que disponen de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	14,0	14,3	10,5	10,3	11,4	8,4	7,2
Empresas que disponen de página web, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	74,0	71	64,7	68,7	77,4	74,2	66,5
Personal que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana, sobre el total de empresas de 10 o más empleados	45,0	48	40	40	41,4	45,5	37
Empresas con conexión a Internet y página web para realización de pedidos o reservas online, sobre empresas con página web	22,0	15,5	18,7	14,6	11,3	29,1	25,2
Empresas que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	54,0	47,2	50,3	47	42,4	45,3	43,5
eAdministración: empresas que devuelven impresos cumplimentados, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	75,0	60,9	58,7	58	56,2	56,7	54,2
eAdministración: empresas que presentan una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España, sobre empresas de más de 10 empleados con conexión a Internet	12,0	4,3	4,3	4,2	3,5	2,8	2,7
eAdministración: empresas que descargan formularios, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	81,0	73	72,3	71,4	74,9	67,1	71,2
eAdministración: empresas que obtienen información, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	80,0	75	74,2	75,3	72,2	67,9	74,6

* Sobre internautas en los últimos tres meses

** Sobre internautas en los últimos 12 meses

Cantabria	Castilla y León	Castilla-La Mancha	Cataluña	Comunidad Valenciana	Extremadura	Galicia	La Rioja	Madrid	Murcia	Navarra	País Vasco
74,1	70,3	70,3	76,5	69,3	66,8	68	71,1	81	72,5	75,1	75,8
68,7	63,7	62,8	71,5	61,3	60	63	65,9	78	64,4	68,7	71,7
68	62,4	61,6	70,6	60	57,9	62,3	64,5	77,3	63,8	68,2	71,4
60,3	66,7	62,3	61	70,4	60,5	56,8	60,6	74,3	62,3	67,1	70,6
26,8	19,7	20,3	25,1	17,6	17,7	21,4	18,4	30,7	15	27	29,8
56	56,6	55,9	61,4	64,4	57,8	60,5	54,1	62,8	63,7	53,7	51,4
81,8	83,2	77	71,5	74	73,1	80,9	83,1	81,4	72,3	75,8	79,6
7,3	14,5	50,5	25,9	29,2	15,1	41,3	37,6	29,1	40,8	7,8	23,4
50,1	49,5	45,2	41,7	55,2	53,6	48,7	49,3	54,5	47,5	50,8	51,8
84,4	88,3	84	89,5	81,9	84,6	89,6	82,7	88,7	84,3	85,2	89,5
50,9	51,1	47,6	45,8	52,5	50,8	50,5	45,8	51,8	51,1	50,3	53,3
37,7	40,5	42,3	46,3	47,8	41,5	48,3	38,6	43,7	45	32,5	35,4
8,8	9	11,9	13,5	12,8	15	13	8,9	12,3	10,4	10	12,9
10,4	9	9,1	12	15,3	8,7	12,5	13	13,5	11,6	10,1	11,6
41,8	39,5	37,1	49,3	42,6	30,7	43,9	39,6	53,5	42,8	43,9	51,4
53,3	60,3	52	57,2	58,1	48,3	66,4	59,2	70,1	59,2	57,1	59,7
28,9	28,5	29,7	32	34	26,1	31,9	24,6	41,4	31,5	27,4	28,6
99,6	100	99,5	99,9	99,7	99,5	98,7	97,9	99,9	99,7	100	99,7
48,1	61,7	52,6	70,5	60,4	54,6	62,6	59,8	76,2	62,6	65,3	66,3
6,5	8,6	7,5	16,4	8,9	7,1	12,6	8,9	19,6	9,5	11,6	12,1
72,3	70,8	59,9	76,2	68,7	62,2	69,4	70,8	73,4	68,5	75,6	76,7
36,5	36,6	33,6	49,9	46,1	37,6	43,2	34,8	56,9	34,3	40,4	44,3
9,9	11,3	12	17,6	14,2	17,3	11	12,3	14,6	9,5	15,3	11,4
40,1	52,2	44,1	45,4	48,3	46,4	49,3	50,9	47,2	41,4	46,9	49,3
56,9	67,8	55,3	61,5	56,7	54,5	63,9	67,9	66	52,1	69	66,5
4	4,6	4,9	4,5	3,5	4,7	1,9	2,6	6,4	2,8	2,1	4,6
69,9	77,7	68,6	69,4	73,3	76,4	71,1	83,5	78,6	69,5	80,8	74,4
70,4	80,9	67,6	74,9	73,3	81	75,1	83,7	78,8	71,1	78,5	74,5

Anexo 5. Ranking por CC AA para las variables del ICSI 2013

	1	2	3	4	5
Hogares con algún tipo de ordenador, sobre total de hogares	Ma	Ba	Ct	PV	Na
Hogares que disponen de acceso a Internet, sobre total de hogares	Ma	Ba	PV	Ct	Na
Hogares con conexión de banda ancha (ADSL, red de cable, etc.), sobre total de hogares	Ma	Ba	PV	Ct	Na
Personas que utilizan Internet al menos una vez por semana en los últimos tres meses, sobre el total de población	Ma	PV	CV	Ca	As
Personas que han comprado a través de Internet en los últimos tres meses, sobre el total de población	Ma	PV	Na	Ar	Cn
Envío de mensajes a chats, redes sociales, blogs, grupos de noticias o foros de discusión online, uso de mensajería*	Ca	As	CV	Mu	Ar
Leer o descargar noticias, periódicos o revistas de actualidad online*	As	CL	LR	Cn	Ma
Concertar una cita con un médico a través de una página web*	CM	An	Ga	Mu	LR
Escuchar la radio o ver TV emitidas por Internet*	Ca	Ar	CV	Ma	Ex
Búscar información sobre bienes y servicios*	Ga	PV	Ct	As	Ma
Jugar o descargar juegos, imágenes, películas o música*	As	Ar	PV	Ca	Ba
Colgar contenidos propios (texto, fotos, música, videos, software, etc) en una página web para ser compartidos*	Ca	An	Ga	As	Ar
Crear páginas web o blogs*	Ex	Ct	Ga	Ca	PV
Vender bienes o servicios (venta directa, mediante subastas, etc.)*	As	CV	Ma	Ar	LR
Uso de servicios de banca electrónica*	Ma	As	PV	Ca	Ct
Obtener información de páginas web de la Administración**	Ma	As	Ga	CL	Ar
Enviar formularios cumplimentados a la Administración **	Ma	As	CV	Ct	Ga
Empresas con acceso a Internet mediante banda ancha, sobre empresas con conexión a Internet	As	CL	Na	Ba	Ma
Empresas con acceso a Internet mediante telefonía móvil de banda ancha, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Ma	Ct	As	PV	Na
Trabajadores que disponen de algún dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet	Ma	Ct	Ga	PV	Na
Empresas que disponen de página web, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	As	PV	Ct	Na	Ba
Personal que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez por semana, sobre el total de empresas de 10 o más empleados	Ma	Ct	CV	Ba	PV
Empresas con conexión a Internet y página web para realización de pedidos o reservas online, sobre empresas con página web	Ba	Ca	An	Ct	Ex
eAdministración: empresas que devuelven impresos cumplimentados, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	Na	LR	CL	PV	Ma
eAdministración: presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España, sobre empresas de más de 10 empleados con conexión a Internet	Ma	CM	Ex	CL	PV
Empresas que realizaron intercambio electrónico de datos entre empresas, adecuados para el procesamiento automático, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	CL	LR	An	PV	Ga
eAdministración: empresas que descargan formularios, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	LR	Na	Ma	CL	Ex
eAdministración: empresas que obtienen información, sobre empresas de 10 o más empleados con conexión a Internet	LR	Ex	CL	Ma	Na

An: Andalucía; Ar: Aragón; As: Asturias; Ba: Baleares; Ca: Canarias; Cn: Cantabria; CL: Castilla y León; CM: Castilla-La Mancha; Ct: Cataluña; CV: Comunidad Valenciana; Ex: Extremadura; Ga: Galicia; LR: La Rioja; Ma: Madrid; Mu: Murcia; Na: Navarra; PV: País Vasco.

* Sobre internautas en los últimos tres meses

** Sobre internautas en los últimos 12 meses

	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Cn	Ar	Ca	An	Mu	As	LR	CL	CM	CV	Ga	Ex	
Cn	Ar	As	LR	Ca	An	Mu	CL	Ga	CM	CV	Ex	
Cn	Ar	As	Ca	LR	Mu	An	CL	Ga	CM	CV	Ex	
Na	CL	Mu	CM	Ar	Ct	LR	Ex	Cn	Ba	Ga	An	
As	Ct	Ba	Ga	CM	CL	LR	An	Ex	CV	Ca	Mu	
Ma	An	Ct	Ga	Ba	Ex	CL	Cn	CM	LR	Na	PV	
Ga	Ca	PV	CM	Ar	Na	CV	Ba	Ex	Mu	Ct	An	
CV	Ma	Ar	Ct	PV	Ca	As	Ba	Ex	CL	Na	Cn	
An	PV	Na	As	Cn	CL	LR	Ga	Mu	Ba	CM	Ct	
CL	Ca	Ar	An	Na	Ba	Ex	Cn	Mu	CM	LR	CV	
CV	Ma	CL	Mu	Cn	Ex	Ga	Na	CM	Ct	LR	An	
CV	Ct	Mu	Ma	CM	Ex	CL	Ba	LR	Cn	PV	Na	
CV	As	Ma	An	CM	Ar	Mu	Na	Ba	CL	LR	Cn	
Ga	Ct	Ba	PV	Mu	An	Ca	Cn	Na	CM	CL	Ex	
Ba	Ga	Na	Ar	Mu	CV	Cn	An	LR	CL	CM	Ex	
PV	Mu	LR	CV	Ct	Na	Ca	An	Cn	CM	Ba	Ex	
Ar	Mu	An	CM	Cn	PV	CL	Na	Ba	Ex	Ca	LR	
Ct	An	CV	Mu	PV	Cn	CM	Ex	Ca	Ar	Ga	LR	
Ba	Mu	Ga	An	CL	Ca	CV	LR	Ar	Ex	CM	Cn	
As	An	Ar	Mu	CV	LR	CL	Ba	CM	Ca	Ex	Cn	
Ma	Cn	LR	CL	Ga	Ar	CV	Mu	Ca	An	Ex	CM	
Ga	As	Na	Ar	An	Ex	Ca	CL	Cn	LR	Mu	CM	
Na	Ma	Ar	CV	LR	CM	PV	As	CL	Ga	Cn	Mu	
Ga	Ct	Ar	An	Cn	Ba	CV	As	CM	Ex	Ca	Mu	
Ct	An	Ar	Cn	CV	As	Ba	Mu	Ca	LR	Na	Ga	
CV	Ma	Ar	Na	Ex	Ct	Ba	CM	Ca	As	Mu	Cn	
As	PV	CV	An	Ar	Ca	Ga	Cn	Mu	Ct	CM	Ba	
Ar	Ga	Ct	Ca	PV	An	CV	As	Mu	Cn	Ba	CM	

Anexo 6. Objetivos de la Agenda Digital Española

OBJETIVOS	LÍNEAS DE ACTUACIÓN
Fomento del despliegue de redes y servicios para garantizar la conectividad digital	
Unidad de mercado del sector de telecomunicaciones	Disponer en el año 2013 de una nueva Ley General de Telecomunicaciones. Simplificar la normativa y la gestión de los procedimientos que afectan a los despliegues de infraestructura.
Impulsar el despliegue de redes ultrarrápidas	Elaboración de una Estrategia Nacional de Redes Ultrarrápidas. Adelantar la puesta a disposición de los bloques de espectro del dividendo digital. Promover un uso más eficiente del espectro a la vez que se simplifica el acceso.
Mejorar la eficiencia en el uso del espacio radioeléctrico	Detección de bandas de frecuencia infrutilizadas. Evaluar las necesidades de espectro necesario para el desarrollo de las redes de banda ancha ultrarrápidas. Creación de un Foro de Tecnología Audiovisual. Apoyar el desarrollo de la televisión híbrida.
Mejorar la experiencia de usuario de los servicios de banda ancha	Actualizar la sistemática de seguimiento y control de la calidad de servicio de los operadores. Asegurar la comparabilidad de los parámetros de medida e impulsar las iniciativas de difusión de información sobre calidad de servicio. Desarrollo de un plan de mejora de la atención a los usuarios.
Desarrollo de la economía digital	
Incitar el uso transformador de las TIC en nuestras empresas	Promover el acceso de banda ancha ultrarrápida de las PYME. Elaboración de un plan integral de fomento del uso de las TIC para PYME y micropyme. Fomentar el desarrollo de soluciones TIC específicas en algunos sectores. Favorecer la implantación de la factura electrónica. Favorecer la instalación de servicios básicos para la comercialización de productos y la atención a clientes.
Impulsar el comercio electrónico	Elaboración de un plan de fomento del comercio electrónico.
Impulsar la producción y distribución a través de Internet de contenidos digitales	Elaboración de un plan integral para la industria de contenidos digitales en España. Adaptación del régimen de derechos de autor al ámbito digital. Simplificar las condiciones para la reutilización de la información del sector público. Establecer un foro de colaboración público-privada para la industria electrónica.
Potenciar las oportunidades para la industria electrónica	Facilitar el acercamiento de la oferta de productos y servicios de la industria electrónica a otros sectores. Potenciar las compras públicas innovadoras y el mercado de demanda temprana para la puesta en marcha de proyectos de I+D+i relacionados con la industria electrónica.
Favorecer la internacionalización de las empresas tecnológicas	Elaboración de un plan de fomento de la internacionalización de las empresas tecnológicas. Adoptar medidas que contribuyan al desarrollo de las industrias de futuro.
Potenciar las industrias de futuro (cloud, big data, smart cities)	Potenciar el desarrollo y uso del cloud en las empresas. Potenciar el empleo de las TIC para favorecer el ahorro energético y el desarrollo de ciudades e infraestructuras inteligentes. Potenciar el desarrollo y uso de big data en las organizaciones.
Fortalecer la industria TIC mediante el desarrollo de proyectos tecnológicos en servicios públicos (justicia, sanidad y educación)	Creación de un nuevo sistema de gestión procesal, basado en el Expediente Judicial Electrónico. Creación de la oficina electrónica de información y asistencia a las víctimas del terrorismo en la Audiencia Nacional. Creación del servicio de orientación a los afectados por la sustracción de recién nacidos. Desarrollo de mejoras tecnológicas y organizativas en el nuevo Registro Civil. Impulso al despliegue de la receta electrónica. Desarrollo de servicios para profesionales y ciudadanos, basados en la disponibilidad de la historia clínica digital. Empleo del DNI o certificado electrónico como mecanismos de identificación de usuarios alternativos a la tarjeta sanitaria. Acceso en línea de los ciudadanos a su historia clínica digital. Impulsar programas de mejora de la calidad y eficiencia de los cuidados de personas con patologías crónicas. Impulso de los estándares para favorecer la interoperabilidad de las TIC sanitarias, la teleasistencia y la telemedicina. Impulsar la adopción de estándares que faciliten las actividades de I+D+i sanitaria en aspectos relacionados con el uso secundario de datos especialmente sensibles. Impulso al desarrollo de sistemas de información que favorezcan la gestión de la investigación clínica. Desarrollo de sistemas de información aplicables a la sostenibilidad y cohesión del SNS. Establecimiento de estándares que garanticen la interoperabilidad entre los distintos sistemas de información utilizados en el Sistema Educativo Español. Utilización de entornos virtuales de aprendizaje. Establecimiento de los formatos que deberán ser soportados en el ámbito de los contenidos educativos digitales públicos. Utilización de plataformas digitales y tecnológicas y de recursos didácticos de calidad compartidos por toda la comunidad educativa. Promoción del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las tareas de enseñanza y aprendizaje. Elaboración de un marco común de referencia de competencia digital docente. Dotación de acceso a las redes de banda ancha ultrarrápida en los centros educativos.
Mejora de la eAdministración	
Avanzar hacia una administración integrada en la sociedad con servicios públicos de calidad centrados en ciudadanos y empresas	Simplificar y eliminar las cargas administrativas innecesarias. Evolucionar los servicios públicos actuales hacia servicios orientados al ciudadano. Avanzar en la creación de servicios transfronterizos en el seno de la Unión Europea. Impulsar la transparencia en la actuación de la Administración General del Estado. Propiciar la reutilización de la información del sector público. Garantizar la implantación del Esquema Nacional de Seguridad.

OBJETIVOS	LÍNEAS DE ACTUACIÓN
Mejora de la eAdministración	
Incrementar el uso de los servicios públicos electrónicos por parte de ciudadanos y empresas	Desarrollar una estrategia global de comunicación que difunda los beneficios de la administración electrónica.
	Mejora de la calidad, la seguridad, la accesibilidad, la usabilidad y el ajuste a las necesidades reales de los servicios públicos digitales.
Racionalizar y optimizar el empleo de las TIC en las administraciones públicas	Facilitar los mecanismos de identificación y autenticación frente a la administración.
	Obligar el uso de los servicios electrónicos por determinados colectivos profesionales y empresariales.
	Medir la utilización de los servicios electrónicos.
	Avanzar en la "Administración Sin Papeles" en todas las administraciones públicas.
Promover la cooperación y la colaboración con organizaciones, empresas y agentes sociales en materia de administración electrónica	Racionalizar los gastos TIC de la Administración General del Estado.
	Propiciar una administración pública ecológica por medio del uso de las TIC.
	Extensión de la factura y la contratación electrónica a la totalidad de las relaciones entre las administraciones y sus proveedores.
Emplear la tecnología para eliminar la brecha digital	Promover la compartición de experiencias, proyectos, servicios y aplicaciones de administración electrónica.
	Establecer un nuevo marco de relación con las organizaciones, las empresas y los agentes sociales que contribuya a dinamizar el mercado de las TIC.
	Intensificar la presencia coordinada de la Administración General del Estado en foros europeos e internacionales.
Refuerzo de la confianza en el ámbito digital	Reducir la distancia entre el centro y la periferia en materia de administración electrónica.
	Asegurar el acceso de colectivos con especiales dificultades.
	Incrementar la usabilidad y accesibilidad de todos los servicios en la administración.
Impulsar el mercado de los servicios de confianza	Estimular el mercado de servicios de confianza.
	Impulsar el desarrollo y uso de servicios de identidad y firma electrónicas.
Reforzar las capacidades para la confianza digital	Refuerzo de la capacidad supervisora de la administración.
	Consolidación de INTECO como centro de excelencia en confianza digital.
	Desarrollo de programas de sensibilización, concienciación, educación y formación.
	Impulsar la incorporación de contenidos en los itinerarios del sistema educativo en materias de seguridad, protección de la privacidad y uso responsable TIC.
Impulsar la excelencia de las organizaciones en materia de confianza digital	Medición de la confianza digital.
	Impulsar las buenas prácticas de gestión de la confianza digital.
	Fomentar que usuarios y consumidores conozcan códigos de buenas prácticas.
	Reforzar los mecanismos de acreditación de la excelencia en materia de confianza digital.
Impulsar el sistema I+D+i TIC	Impulsar la colaboración público-privada en materia de confianza y seguridad en el ciberespacio.
	Mejorar la confianza de consumidores y comerciantes en las transacciones electrónicas.
	Evaluar los cambios normativos en el ámbito de la protección de datos personales y las cuestiones relacionadas con la privacidad en Internet.
Incrementar la eficiencia de la inversión pública en I+D+i en TIC	Coordinar con el conjunto de agentes públicos implicados en el fomento de la I+D+i en TIC las líneas estratégicas a apoyar.
	Facilitar la colaboración entre empresas y organismos públicos de investigación.
Fomentar la inversión privada en I+D+i en TIC	Elaborar un Plan de adecuación de los sistemas de gestión de la I+D+i en TIC.
	Reforzar los mecanismos de evaluación y seguimiento de los resultados de los proyectos de I+D+i.
	Estimular la inversión privada en I+D+i en la industria electrónica y las TIC mediante el uso estratégico de la compra pública y la colaboración público-privada.
	Potenciar los fondos de co-inversión con el sector privado en I+D+i aplicadas a las TIC.
Fomentar el I+D+i en TIC en pequeñas y medianas empresas	Desarrollar un Plan de estímulo para el fomento de la inversión de capital riesgo en I+D+i TIC.
	Facilitar el desarrollo de actividades de crowdsourcing y crowdfunding.
	Simplificar los requisitos aplicables y bajar los importes mínimos de inversión en ayudas I+D+i TIC.
	Facilitar en las convocatorias públicas la posibilidad de que las PYME y Organismos de Investigación puedan participar en proyectos colaborativos con empresas grandes.
Ampliar la participación española en I+D+i en TIC en el ámbito internacional	Difusión de los programas de apoyo dándoles máxima capilaridad para que lleguen a las PYME.
	Reforzar la capacidad de innovación orientada a procesos, productos y mercados de las PYME.
	Celebración de jornadas de difusión de los programas e iniciativas internacionales para darlos a conocer entre las entidades del sector.
	Incrementar el apoyo institucional a empresas para que consigan consolidar su presencia exportadora.
Promover la alfabetización digital, la inclusión y el desarrollo de profesionales TIC	Incremento de la representación española en programas e iniciativas internacionales.
	Desarrollo de esquemas de cofinanciación e impulso a la participación española en programas europeos e internacionales de I+D+i en TIC.
Inclusión y alfabetización digital	Elaboración de una estrategia de inclusión digital 2013-2015.
Capacitación digital y formación de nuevos profesionales TIC	Actualizar el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales en materia de habilidades y capacitación TIC.
	Maximizar la eficiencia en la gestión y asignación de los Fondos de Formación destinados a la formación continua en materia TIC.
	Asignar parte de los recursos disponibles para la formación continua a la capacitación y adquisición de habilidades digitales de profesionales TIC.
	Reorientar la formación profesional relacionada con las TIC.
	Potenciar una mejora de la oferta universitaria destinada a la formación de profesionales TIC.

Anexo 7. Valor de cada variable recogida en el Índice de Convergencia de inclusión en la UE 2013

Variable	Fuente	UE	Alemania	Austria	Bélgica	Bulgaria	Chipre	Dinamarca	Eslovaquia	Eslovenia	España
elInclusión General											
Hogares que no disponen de acceso a Internet por discapacidad física o sensorial (1)	Eurostat	3	2		3	1				9	2
Hogares sin acceso a Internet por falta de conocimientos (2)	Eurostat	35	33	29	28	42	53	29	45	57	31
Individuos que usaron la red móvil para conectarse desde dispositivos de mano (3)	Eurostat	30	24	40	20	8	10	43	18	24	36
Líneas banda ancha móvil/habitante (3)	Comisión Europea	48	39	48	26	37	44	92	34	32	48
Personas que acceden a Internet diariamente (3)	Eurostat	59	65	60	65	40	47	81	60	53	51
Personas que acceden a Internet una vez por semana (3)	Eurostat	70	78	76	78	50	58	89	74	65	65
Personas que nunca han comprado en Internet (2)	Eurostat	26	14	27	27	43	39	14	26	32	38
Personas que nunca han usado Internet (3)	Eurostat	22	15	17	15	42	36	6	18	28	27
Personas que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat	20	11	14	13	41	34	4	15	24	22
elInclusión Educación											
Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat	42	23	32	30	76	69	7	38	52	43
Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado Internet (3)	Eurostat	45	25	38	33	77	70	10	39	56	49
Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que acceden a Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat	46	67	56	56	19	25	84	56	34	41
elInclusión Edad											
Personas de 55 a 74 años que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat	44	30	38	32	75	71	11	44	57	57
Personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet (3)	Eurostat	49	37	45	36	76	75	16	50	64	64
Personas de 55 a 74 años que acceden a Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat	43	52	45	55	18	22	73	37	28	29
elInclusión Renta											
Personas en el primer cuartil de ingresos que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat	40	20	24	30	75	53	2	39	60	44
Personas en el primer cuartil de ingresos que nunca han usado Internet (3)	Eurostat	44	26	30	36	77	55	2	43	66	49
Personas en el primer cuartil de ingresos que usan Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat	46	62	61	51	17	37	95	46	27	40
elInclusión Hábitat											
Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km ² que nunca han usado ordenador (2)	Eurostat	28	15	16	16	54	41	6	20	29	29
Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km ² que nunca han usado Internet (3)	Eurostat	31	18	21	18	56	43	8	22	32	33
Personas residentes en hábitat de densidad menor a 100 hab./km ² que acceden a Internet al menos una vez por semana (3)	Eurostat	61	72	72	72	37	50	85	70	61	57

(1) Variable que mide la incidencia de la discapacidad física o sensorial en el acceso a las TIC incluida dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea

(2) Variable recogida en las acciones de alfabetización digital incluidas dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea

(3) Variable recogida en el objetivo de inclusión de la Agenda Digital Española

Estonia	Finlandia	Francia	Grecia	Holanda	Hungría	Irlanda	Italia	Letonia	Lituania	Luxemburgo	Malta	Polonia	Portugal	R.Unido	Rep.Checa	Rumanía	Suecia
6		3	4		11		2	2	1			3	4		6	1	
70	58	29	55	13	41	36	37	27	14		43	38	65	20	36	35	35
15	45	37	16	39	12	22	10	19	18	38	23	18	17	55	4	9	60
60	96	44	40	68	19	75	35	34	33	65	35	70	27	62	56	27	103
59	78	65	41	81	58	58	51	57	50	81	57	46	45	73	43	29	80
75	88	78	50	91	69	74	53	70	65	90	66	59	56	84	66	43	91
50	21	24	36	18	44	28	38	40	45	21	25	28	40	14	32	40	14
19	7	15	42	6	26	18	37	24	30	6	29	32	34	10	19	48	5
19	5	13	41	5	24	16	37	23	29	6	28	31	30	8	18	44	3
37	14	28	80	12	55	40	60	39	52	20	45	56	45	35	36	72	9
36	18	31	81	15	56	43	60	39	53	20	47	57	51	39	38	75	12
58	73	59	15	78	38	45	30	56	42	69	47	38	36	52	50	19	80
49	15	31	82	13	54	42	66	56	70	17	61	66	65	20	44	76	9
51	21	37	83	17	57	47	67	58	71	18	64	68	71	26	46	81	15
41	68	55	13	77	37	43	24	35	24	75	33	24	22	66	36	13	78
41	12		59	10	61			46	65	17	58	54	62		45	73	
42	17		60	13	64			46	66	18	59	57	68		47	77	20
47	75		33	81	29			46	26	72	36	33	22		33	16	70
22	6	17	52	5	32	22	42	28	35		26	38	43	7	21	56	4
23	9	20	53	6	33	24	43	29	36		26	39	47	10	22	61	6
71	85	73	39	90	61	67	46	66	58	89	67	50	41	84	64	31	90

Anexo 8. Valor de cada variable recogida en el Índice de Convergencia de inclusión en las CC AA 2013

	Andalucía	Aragón	Asturias	Baleares	Canarias	Cantabria	Castilla y León
elInclusión General							
Personas que nunca han usado un ordenador (1)	26	20	24,4	21,7	24,7	20,4	25
Personas que nunca han usado Internet (2)	29,7	23,1	35,7	24,1	28,3	26,8	30,4
Personas que nunca han comprado en Internet (2)	70,1	60,4	63,9	59,9	71,5	60,9	68,8
Hogares que no acceden a Internet por discapacidad física o sensorial (3)	2,7	0,9	1,8	1	1,4	1,8	0,8
Hogares que no acceden a Internet por falta de conocimientos (1)	31,2	27,2	40,4	27,2	23,4	32,3	32,6
Hogares que no acceden a Internet por falta de acceso de banda ancha (2)	0,9	3,6	4,8	2,8	3,6	1,4	3,2
elInclusión Educación							
No utilización de teléfono móvil por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (4)	15,3	18,4	19,7	19,8	18,3	25,3	12,1
No utilización de ordenador por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (2)	67,9	68,8	72	55,3	70,9	72,3	64,4
No utilización de Internet por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (2)	73,4	74,3	85,5	58,6	77,9	77,8	70,8
No utilización de comercio electrónico por personas con estudios iguales o inferiores a educación primaria (2)	96,5	93,4	95	90,3	96,4	98,6	94,8
elInclusión Edad							
No utilización de teléfono móvil por personas mayores de 65 años (2)	26,8	23,3	27,3	38,8	29,1	33,3	24,1
No utilización de ordenador por personas mayores de 65 años (2)	80,2	72,5	68,7	72,8	77,4	70,4	74,3
No utilización de Internet por personas mayores de 65 años (2)	89	78,7	82,5	75,5	84,9	78,5	81,3
No utilización de comercio electrónico por personas mayores de 65 años (2)	97,9	95,6	96,6	93,6	91,9	94,1	97,3
elInclusión Renta							
No utilización de teléfono móvil por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)	9,9	12,8	14,3	12,2	10,9	14,3	13,5
No utilización de ordenador por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)	47,3	46,9	50,5	42,1	38,4	44,1	53,2
No utilización de Internet por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)	53,4	51,3	58,1	47,7	45,9	52,3	60,2
No utilización de comercio electrónico por personas con renta inferior a 1.100 euros/mensuales (2)	85,1	84,1	83,7	85,9	83,9	80	88,2
elInclusión Hábitat							
No utilización de teléfono móvil por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (4)	9,3	8,3	12,1	13,1	15,9	7,4	9,8
No utilización de ordenador por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (2)	32,2	28,7	34,7	28	41,5	21,9	31,8
No utilización de Internet por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (2)	36,2	31,2	36,8	30,6	49,6	27,5	37,6
No utilización de comercio electrónico por personas residentes en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes (2)	76	65,3	70,1	56,4	83,9	58,3	72,9

(1) Variable recogida en las acciones de alfabetización digital incluidas dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea

(2) Variable recogida en el objetivo de inclusión de la Agenda Digital Española

(3) Variable que mide la incidencia de la discapacidad física o sensorial en el acceso a las TIC incluida dentro del VI Pilar de la Agenda Digital Europea

(4) Variable que recoge acceso a tecnologías básicas para el conjunto de población desfavorecida

Castilla-La Mancha	Cataluña	Comunidad Valenciana	Extremadura	Galicia	La Rioja	Madrid	Murcia	Navarra	Pais Vasco
26	18,4	25,4	29,9	29,7	23,5	14,6	24	20,7	18,1
30,1	21,3	30,8	33,8	33,7	32,3	19,2	27,2	24,4	22
68,2	60,1	70,3	71,7	67,3	66,6	54,1	68,4	57	52,4
1,8	1,4	1,9	0,8	2,2	1,2	0,5	0,4	0,5	2,2
29,3	35,3	24,5	45,9	40,8	23,1	26,7	25,6	21,6	25,9
2,3	1,6	0,2	0,2	5,4	3,2	0,1	0,8	4,5	1,2
15,2	13	14,8	13,4	25,3	15,7	18,5	7,9	21,3	20,6
57,1	57,6	68,5	68,1	84	64,1	62,3	63	67,1	69,8
62,8	64,6	78,8	75,9	87,7	73,4	69,6	66,6	69,1	75,7
90,7	93,6	94,6	97	94,3	95,9	94,5	94,6	92,8	95,6
28,1	16,5	24,1	23,9	32,3	17,9	20,5	17,3	20,5	23,7
78	59,1	79	85,9	83,2	74,4	57,1	78	71,5	62,3
85	66,1	84,6	90,3	88,3	81,9	67,2	82,1	78,5	69,6
93,3	88,8	92	96,8	96,1	96,8	90	93,6	96,4	90,3
13,7	7,7	10,6	8,8	15,2	11	8,6	6,2	13,6	11,4
51,4	37,7	44,2	49,6	45,1	44,1	33,3	39,9	36,1	41,1
55,9	42	48,8	53,4	51,2	50,6	40	43,4	41,7	49
89,5	84,2	85,8	86,1	82,7	78	81,7	84,2	75,3	81,1
7,6	6,8	6,4	6,5	13,2	9,2	3	4,7	9,2	10,4
31,8	19,9	24,8	37,3	45,8	27,7	14,1	34,6	25,3	23,8
35,9	24,5	31,6	41,7	50,8	43,3	16,3	36,5	29,6	27,7
72,9	60,7	72,6	77	80,4	70,7	58,6	77,4	63	61,4

FE



Fundación
Orange

