

Informe *DigiWorld 2009 España* de ENTER-IDATE

La crisis ralentiza el desarrollo de los mercados digitales españoles en un contexto internacional de estancamiento

Madrid, 23 de junio, 2009

Los sectores económicos mundiales basados en las tecnologías de la información y las comunicaciones crecieron en 2008 un 4,8% con respecto al año anterior, alcanzando los 2,74 billones de euros, lo que representa casi el 7% del PIB mundial. Tras varios años creciendo a un ritmo del 6% o superior, esta ralentización está relacionada con la madurez de las nuevas tecnologías en los países desarrollados y agravada por la coyuntura económica. El informe ***DigiWorld 2009 España***, que ha presentado **ENTER**, Centro para el Análisis de la Sociedad de la Información y las Telecomunicaciones de **IE Business School**, en colaboración con **IDATE**, destaca que en España la evolución de los mercados en 2008, por primera vez en la serie, se comportaron peor que en la media mundial, ya que se habría producido un decrecimiento de cerca del 1%, con un importe conjunto superior a los 59.900 millones de euros. Sólo el mercado del *hardware*, *software* y servicios TI habría obtenido un crecimiento significativo en 2008 con respecto a 2007, llegando al 5,9%, mientras que el de telecomunicaciones y especialmente los de electrónica de consumo y audiovisual habrían registrado cierta caída.

Contribución del DigiWorld al PIB mundial

	2005	2006	2007	2008
DigiWorld markets (billion €)	2 307	2 455	2 614	2 739
yoy growth	-	6.4%	6.5%	4.8%
World GDP (billion €)	34 185	36 850	39 500	42 310
yoy growth	-	7.8%	7.2%	7.1%
DigiWorld as a % of GDP	6.7%	6.7%	6.6%	6.5%

Mercados DigiWorld en el mundo

Según el informe ***DigiWorld 2009 España***, el mercado mundial de servicios de telecomunicaciones, que entre 2005 y 2007 experimentó una progresión media del 6%, se ralentizó en 2008 con un crecimiento que ha bajado al 4,2% y un volumen de negocio total valorado en casi un billón de euros. Los servicios móviles suponen más de la mitad de este mercado y garantizan por sí solos todo el crecimiento del sector, a pesar de que perdieron crecimiento, del 12% en 2007 al 8% en 2008. El número de líneas en el mundo superó los 3.800 millones y se calcula que casi la mitad de la población mundial dispone de teléfono móvil.

La telefonía fija continúa con el retroceso que inició en el año 2002 y su cuota en el mercado mundial de servicios de telecomunicaciones ha pasado del 48% en 2001 al 27% en 2008. No ocurre lo mismo con el mercado de Internet de banda ancha: este tipo de accesos supusieron a finales del año pasado casi tres cuartas partes de los accesos a Internet a escala mundial. El número de conexiones se calculaba entonces en 415 millones, con cerca de 68 millones de nuevos abonados durante el año.

Por su parte, el mercado de equipos de telecomunicaciones y el de servicios de televisión crecieron en 2008 casi un 5% en el primer caso y cerca del 5,4% en el segundo. A escala global, el año pasado fue bueno también para la electrónica de consumo, a pesar de que tuvo un crecimiento fuerte en el primer semestre y que disminuyó considerablemente en los últimos seis meses. En cuanto al *software* y los servicios informáticos, por un lado, y los materiales informáticos, por otro, se puede decir que ambos han sufrido una ralentización notoria del crecimiento. El primero ha pasado de crecer en 2007 a algo más del 7% a hacerlo en 2008 al 5,1%. Los equipos informáticos han reducido casi un punto porcentual su crecimiento con respecto a 2007.

Mercados DigiWorld en el mundo por sectores				
billion €	2005	2006	2007	2008
Telecom services	851	901	957	997
Telecom equipment	196	206	222	232
Software and computer services	544	581	622	654
Computer hardware	270	281	296	306
TV services	234	249	263	277
Consumer electronics	212	236	254	273
TOTAL	2 307	2 455	2 614	2 739

Mercados DigiWorld por regiones

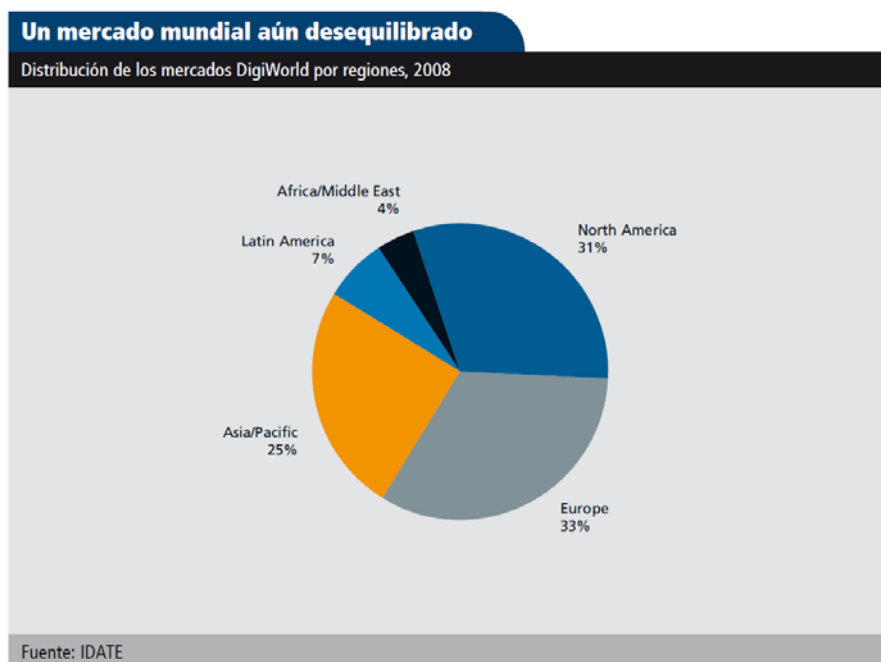
Los aproximadamente 2,74 billones de euros de los mercados DigiWorld en 2008 aún están concentrados en más de dos tercios en las economías avanzadas, a pesar de una dinámica mucho más fuerte de las regiones emergentes, que han ganado casi cinco puntos de cuota del mercado mundial desde 2005.

Norteamérica representó el año pasado el 30,6% (el 29% corresponde a EE.UU.) del mercado mundial de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y se estima que ha aumentado un 2,9% con respecto a 2007, alcanzando los 839.000 millones de euros. Por su parte, con un valor estimado en 902.000 millones de euros, el mercado europeo de las TIC representa casi un tercio del mercado mundial.

En Asia/Pacífico, se registraron en 2008 unas ventas estimadas en algo más de 680.000 millones de euros (la región supone un cuarto del mercado mundial) y el crecimiento medio se ha mantenido al 6% aunque esta dinámica de conjunto oculta importantes diferencias entre países como Japón y Corea del Sur por un lado, y los países emergentes por otro. Japón por sí sólo concentra casi el 40% de las ventas de la región aunque desde hace varios años registra un crecimiento muy débil. China e India continúan siendo los países que 'tiran' actualmente del crecimiento en la zona de los mercados digitales. Japón junto con China, Corea del Sur e India se acercan al 80% del total del mercado regional.

Los mercados DigiWorld de América Latina supusieron algo más del 7% del total mundial y, aunque ralentizado, el crecimiento en la región sigue siendo sostenido (10%). En telecomunicaciones, los servicios móviles han logrado gran éxito, con más de 420 millones de clientes y una densidad media del 76% a finales de 2008 en la región. En banda ancha, América Latina contaba con 26 millones de abonados: con una densidad del 5% se puede decir que se sitúa a la cabeza entre las regiones emergentes en este tipo de accesos.

Finalmente, Oriente Medio y el continente africano representan cerca de un 4% de los mercados mundiales de TIC y se les estima un valor de 123.000 millones de euros.



Mercados DigiWorld en España

Dentro de este panorama mundial, en España los mercados DigiWorld han estado marcados por la crisis, una situación que ha sido especialmente sensible en la electrónica de consumo. El mercado de las telecomunicaciones alcanzó una cifra de negocio de 30.360 millones de euros (contando exclusivamente los servicios finales), lo que supuso un retroceso del 2,1%. La telefonía móvil continúa siendo la principal aportación de ingresos al sector, a pesar de que su crecimiento se ha ralentizado, hasta suponer cerca del 50% del mercado total y más de 15.000 millones de euros.

Mercados DigiWorld en España					
Millones de €	2006	2007	2008*	07/06	08/07
Telecomunicaciones	29 556	30 996	30 360	4,9%	-2,1%
Tecnologías de la Información	16 122	17 184	18 196	6,6%	5,9%
Electrónica de Consumo	5 966	6 459	5 990	8,3%	-7,3%
Audiovisual	5 347	5 712	5 407	6,8%	-5,3%
Total	56 991	60 350	59 953	5,9%	-0,7%

Por su parte, los mercados de *hardware*, *software* y servicios TI en España fueron los únicos que registraron crecimiento en el conjunto de los mercados DigiWorld, un 5,9%, alcanzando los 18.196 millones de euros. El componente que más creció fue el de ordenadores portátiles. De hecho, un 72% de la inversión en ordenadores en 2008 fue en *laptops*, frente a un 65% en 2007. El sector audiovisual y el de la electrónica de consumo fueron los que más acusaron la crisis. El primero de ellos, y debido principalmente a un descenso en los ingresos publicitarios, sufrió una reducción de ingresos del 5,3%, quedándose en 5.407 millones de euros. La electrónica de consumo notó un descenso en la facturación del 7,17% frente a crecimientos de 8,1% en 2007 o del 15,6% en 2006; se produjo una caída en las ventas de todos los productos excepto en las consolas y las televisiones de LCD.

Las empresas y los consumidores

En lo que se refiere al uso de las tecnologías por parte de las empresas, si bien estas tienen un alto índice de equipamiento TIC (más del 90% de ellas dispone de ordenadores, acceso de banda ancha a Internet y telefonía móvil), se plantean ciertas dudas sobre si se les está dando un uso adecuado, especialmente las de menor tamaño (por ejemplo, únicamente un 49% de los empleados usa habitualmente el ordenador). El uso de Internet para realizar compras o ventas a través de Internet no parece convencer a las empresas españolas, ya que sólo un 19,9% ha realizado compras por Internet durante 2008 y, aún menos, el 10,1% vendió por este canal. En este sentido, España se encuentra por debajo de las medias de la Unión Europea.

Con respecto a los accesos, en 2008 volvió a crecer el número de líneas de telefonía móvil en España, hasta situarse en 49,7 millones. Los clientes siguen prefiriendo a los operadores de red tradicionales aunque comienzan a consolidarse los operadores móviles virtuales. En telefonía fija, por primera vez en años, se interrumpe la tendencia descendente en penetración en hogares debido probablemente al valor que da el cliente a disponer de banda ancha en el hogar, lo que se resuelve mediante tecnologías fijas y paquetes *triple-play*. La banda ancha fija contabilizaba a finales de 2008 nueve millones de accesos -un millón más que en 2007- de los que 7,2 se prestaban utilizando tecnologías ADSL. Un 44,6% de los hogares tenía, al cierre del año, algún tipo de conexión de banda ancha. Los datos en movilidad, según apunta el informe, son el gran reto para los servicios móviles y su futuro. Se multiplicó el acceso tanto mediante ordenadores como a través de móviles (los suscriptores de 3G crecieron en 8,8 millones) aunque esto no se vio reflejado en los ingresos por datos.

Número de <i>datacards</i> en España (trimestres)								
Miles	I-07	II-07	III-07	IV-07	I-08	II-08	III-08	IV-08
<i>Datacards</i> UMTS	308	360	314	360	356	409	436	458
<i>Datacards</i> HSDPA	117	172	240	294	431	510	620	701
Total	425	533	554	653	788	919	1 056	1 159

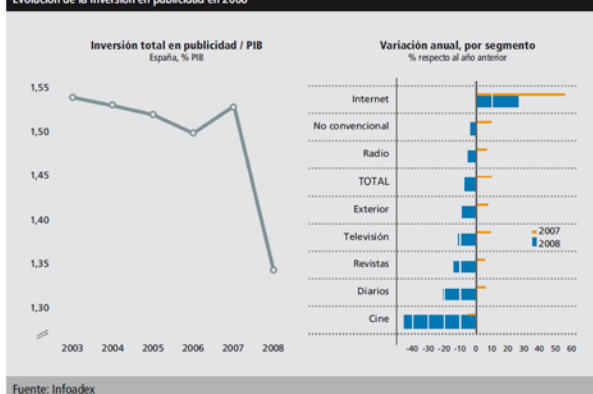
El mercado de ocio audiovisual sufrió una contracción del 8,2% en 2008, alcanzando un importe total de 2.519 millones de euros. Todos los componentes analizados, videojuegos, cine, vídeo y audio, cayeron aunque el segmento de videojuegos fue el que mejor resistió (perdió un 1,5% de sus ingresos). En 2008 fueron más importantes las ventas de juegos que las de consolas, después de que en el año 2007 hubiera un mayor

volumen de consolas vendidas debido a los nuevos lanzamientos. La adquisición de películas de vídeo se redujo un 41%, la de soportes de música y vídeo lo hicieron un 10,6% y un 8,5% respectivamente y el cine cayó un 3,5%.

En lo que se refiere a los usos de Internet, los principales son el correo electrónico y la búsqueda de información, seguidos de servicios relacionados con viajes y alojamiento, educación, formación o cursos, periódicos o revistas, aprendizajes y temas de salud. Es destacado también el auge que están teniendo las redes sociales en España: Facebook apareció en 2008 entre las 10 empresas con mayor alcance entre los usuarios de Internet españoles. En cuanto a la Administración Pública, un 29% de los españoles usó Internet en los tres meses previos a ser encuestado, un dato que coincide con la media de la Unión Europea (excluidos Bulgaria y Rumanía). Las transacciones de comercio electrónico, por su parte, se han incrementado durante 2008, alcanzando los 66,3 millones, un 42% más que en 2007 y con un volumen de negocio de 5.183 millones de euros.

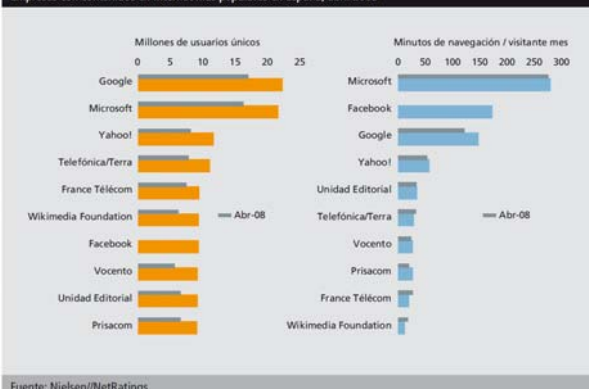
Caida sin frenos en el mercado publicitario

Evolución de la inversión en publicidad en 2008



Los buscadores atraen, pero las redes sociales retienen

Empresas con contenidos en Internet más populares en España, abril 2009



DigiWorld por CCAA

Por Comunidades Autónomas, destacan en los rankings TIC Madrid, Cataluña y las Comunidades situadas más al Norte. En cuanto a equipamiento en hogares, tanto la televisión como el teléfono están presentes en prácticamente todos sin apenas diferencias entre Comunidades. Caso distinto es el del ordenador, que está presente de media en un 63,6% de los hogares españoles pero se aprecian mayores contrastes: un 71,9% de los hogares madrileños tiene ordenador mientras que, en el otro extremo, poco más de la mitad de los extremeños (53,3%) tiene uno. A poco del conocido como 'apagón analógico', más del 90% de los hogares españoles tiene ya cobertura para la TDT aunque sólo un 45,2% tiene un receptor adecuado para visualizar la señal. Cataluña, Madrid, Extremadura y Canarias son las Comunidades más preparadas para el cambio, con más de un 60% de hogares con TDT (la media española se acerca al 58%) mientras que únicamente el 45% de los de Castilla-La Mancha y Cantabria podía ver TDT a finales del primer trimestre de 2009.

Con respecto al equipamiento TIC en empresas, estas cuentan en más de un 90% con ordenador, acceso de banda ancha y telefonía móvil. Atendiendo al porcentaje de población que ha comprado usando Internet, destacan los baleares y las Comunidades que menos usan este medio para realizar algún tipo de compra son Murcia, Castilla-La

Queda recorrido para la TDT, y para sofisticar los 'decos'

La TDT en España

Penetración de la TDT en la UE-5

(% hogares)



Penetración de la TDT por CCAA

(% hogares, Feb/Mar 2009)



Forma de recepción TDT en España

(% hogares con TDT, 2008)



Fuente: INE / AIMC / Impulsa TDT a partir de datos de operadores nacionales

Navarra, líder en banda ancha; Galicia, en banda estrecha

Uso de Internet en la empresa y tecnología de acceso. 2008, empresas con 10 ó más asalariados

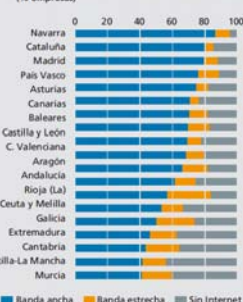
Personal con acceso a Internet

(% del personal de la empresa que utiliza ordenadores conectados a Internet al menos una vez a la semana)



Tecnología de acceso a Internet

(% empresas)



Fuente: INE

Mancha, Andalucía y Canarias. En *e-Administración*, las empresas la utilizan en mayor medida que los individuos: un 67,1% de las empresas ha interactuado con ella en el último año (destacan las navarras) y un 49% de los españoles, en los tres meses previos a ser encuestados, obtuvo información de las páginas web de la Administración.

Para más información, solicitud de gráficos y/o entrevistas:

Patricia López Garrido
917 875 107 / patricia.lopez@ie.edu