

N.º 141

Fecha de cierre: 24 de Noviembre¹ de 2014.







Autor: Juan Pardo

Consejo de redacción: Juan José Méndez

Secciones:

	<u>Pág.</u>
1. Mercado TIC	2
2. Internet	2
3. Dispositivos electrónicos	4
4. Telefonía fija y móvil	5
5. Comercio electrónico	6
6. Innovación	7

Destacados del Mes:

-  Las empresas europeas todavía están “verdes” en estrategias de cloud computing (Pág. 2)
-  Un 29% de la población europea dispone de conexión de banda ancha (Pág. 3).
-  Las ventas de wearables en Europa aumentarán un 181% en estas navidades, hasta los 337 millones de euros (Pág. 4)
-  En la Unión Europea hay 1,3 líneas móviles por habitante (Pág. 5)
-  El este y el sur de Europa donde más crecerá el comercio electrónico en 2014, un 47% y 22%, respectivamente. (Pág. 6)
-  El gasto en I+D de la UE-28 en 2013 fue ligeramente superior al 2% del PIB. En España se situó en el 1,2% (Pág. 7)

Noticias destacadas de España (Pág.9)

MUNDO

EUROPA

ESPAÑA

El informe del mes de Noviembre se ocupa del ámbito Europa, el correspondiente al mes de Diciembre al ámbito España y el del mes de Enero al ámbito Mundo.

Promotores-Patrocinadores:



Entidades Colaboradoras:

Asociación de Marketing de España (MKT), Asociación Española de Supermercados (ACES), Ayuntamiento de Madrid – Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, BBVA, Banco Santander, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, CESCE, El Corte Inglés, Fundación Universidad Empresa, Generalitat Valenciana, Gobierno Vasco, Iberdrola, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, Red Eléctrica de España, Schneider Electric España, Siemens, Solunion y Zurich.

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN EN EL EUROPA

2.1 Mercado TIC

Un estudio realizado por la consultora internacional IDC ha descubierto que los departamentos de tecnologías de la información europeas todavía tienen que llevar a cabo mejoras significativas para adoptar plenamente los servicios *cloud*.

En la encuesta realizada se preguntó a los departamentos TI europeos sobre su disposición actual para ejecutar su estrategia en la nube, estos fueron algunos de los resultados obtenidos:

- El 56% de los departamentos TI de Europa no puede encontrar personal cualificado para apoyar eficazmente sus proyectos en la nube.
- El 61% está intentado mejorar las cualificaciones de sus empleados para poder llevar a cabo una efectiva estrategia en la nube.
- El 70% todavía necesita aprender a hacer un uso eficiente de estas herramientas para el trabajo.

La encuesta confirma lo que ya se ha sugerido, la gran mayoría de los departamentos de TI europeos todavía requieren una gran cantidad de transformación y la necesidad de invertir más en las personas, procesos y tecnología para madurar proyecto en la nube.

A pesar de que aún queda mucho camino por recorrer en este apartado y como hemos visto hay muchas cosas que mejorar todavía, el estudio señala como aspecto positivo que los servicios de *cloud computing* han experimentado un crecimiento del 25% en los últimos doce meses (datos para septiembre de 2014).

Uno de los aspectos que para los departamentos TI se muestra como una de los obstáculos más importantes es que el retorno de la inversión es todavía difícil de probar. Solo un tercio de las empresas son capaces de desarrollar un modelo de negocio sólido para sus proyectos en la nube que les permita demostrar el éxito final de la inversión.

2.2 Internet

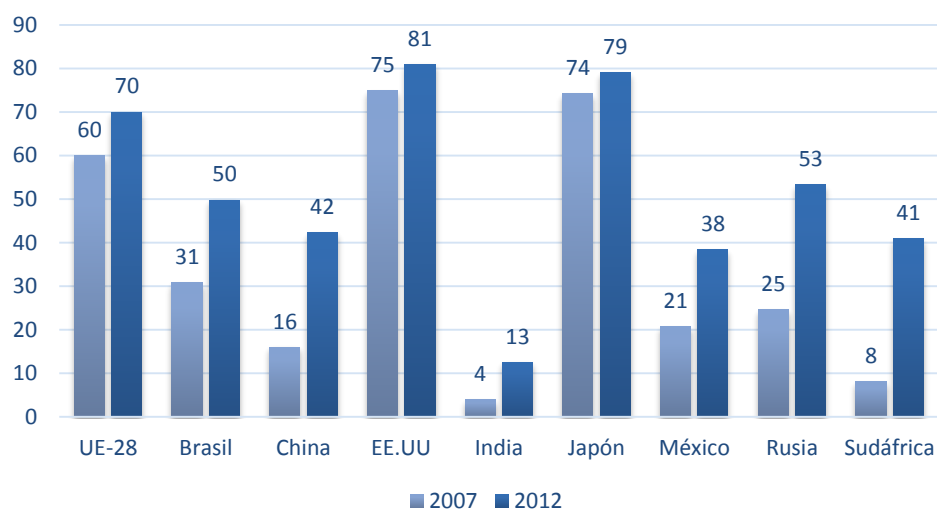
Eurostat ha realizado un estudio sobre estadísticas de la Unión Europea considerada como un bloque y comparándola con algunos de los principales países del mundo. El informe analiza numerosas áreas de actividad, pero nosotros nos centraremos en el capítulo de sociedad de la información y más concretamente en el apartado dedicado a Internet.

En primer lugar veremos la comparativa realizada de la UE-28 con ocho países del mundo (Brasil, China, EE.UU., India, Japón, México, Rusia y Sudáfrica) en relación a la penetración de internet en la población en 2007 y 2012.

En la UE-28 en 2007 un 60% de la población usaba internet, 5 años después ese porcentaje se ha elevado hasta el 70%. Si lo comparamos con el resto de países, solo Estados Unidos y Japón poseen porcentajes superiores en 2012, con un 81% y 79% respectivamente.

El resto de países todavía se encuentran lejos de la UE-28 con valores de penetración por debajo del 50% en general, eso si el avance de estos países en los últimos cinco años está siendo muy destacado, ya que algunos de ellos han duplicado o triplicado sus tasas de penetración. Los avances más importantes se han producido en China que pasa de un 16% a un 42% o Sudáfrica que ha pasado de un 8% a un 41% en los últimos cinco años.

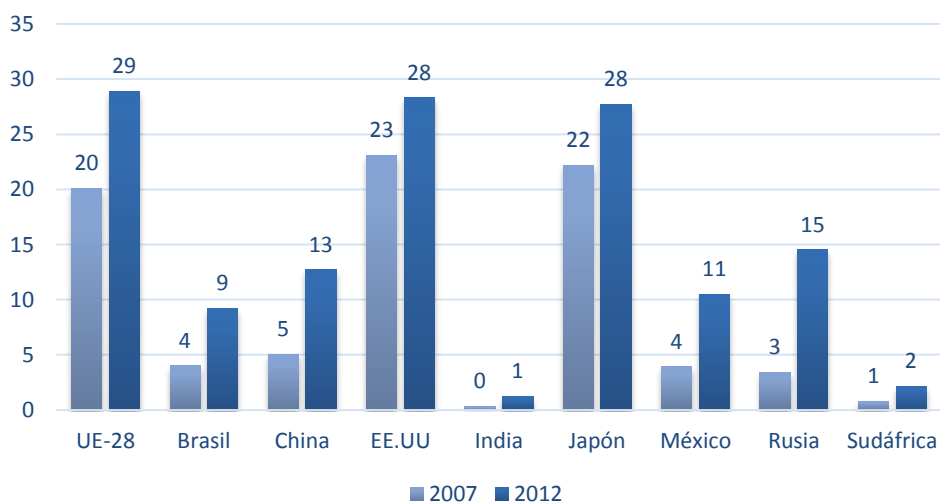
Penetración de internet en la UE-28 vs resto del mundo (% población)



Fuente: Eurostat

En cuanto a la penetración de la banda ancha en la UE-28 como una sola entidad, es la región con mayor tasa de penetración en 2012 con un 29%, adelantando así a Japón y Estados Unidos que hace cinco años eran los líderes; estos dos países ahora poseen tasas de penetración del 28%. Hace cinco años el porcentaje de población con banda ancha en la UE-28 era del 20%.

Penetración de la Banda ancha en la UE-28 vs resto del mundo (% población)



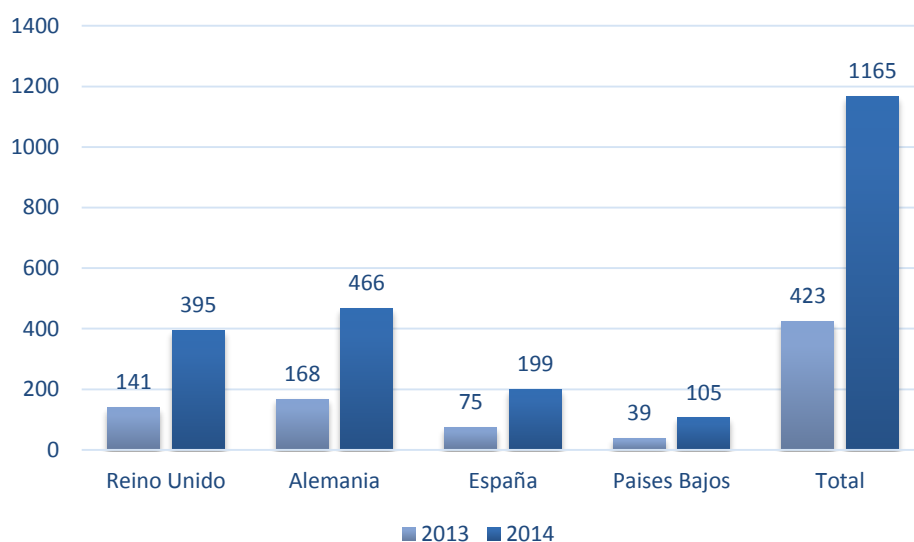
Fuente: Eurostat

2.3 Dispositivos electrónicos

Con motivo del lanzamiento del nuevo wearable de Samsung (Samsung Gear S), la compañía ha elaborado un informe sobre la evolución de las ventas de estos dispositivos en Europa.

El informe que revela cómo 2014 será el año en el que los dispositivos wearables comenzarán a suponer un impacto económico significativo en el mercado europeo, con una previsión de ingresos de más de 1.165 millones de euros entre Reino Unido, Alemania, España y los Países Bajos. Lo cual se traduce en un crecimiento anual del 176%. Por países donde el incremento previsto será mayor es en Reino Unido donde la expansión de los wearables crecerá un 181% pasando de los 141 millones de euros en 2013 a los 395 millones de euros en 2014.

Ventas de wearables en Europa (millones de euros)

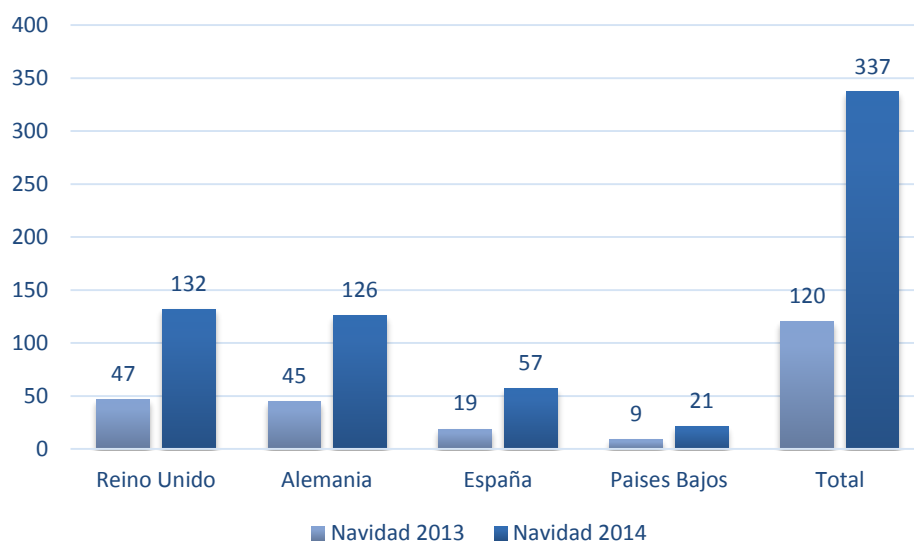


Fuente: Samsung

El estudio también se centra en el periodo navideño que está a punto de comenzar y estima cuáles serán las ventas previstas de estos dispositivos en estos cuatro países europeos. En primer lugar debemos de tener en cuenta que las ventas de estos dispositivos en el periodo de Navidad representan aproximadamente un tercio (29%) del total de las ventas del año.

Según Samsung, se prevé que las ventas de wearables crezcan un 181% durante este periodo navideño en comparación con el del año pasado, lo que eleva la cantidad ingresada desde los 120 millones de euros de la campaña del año pasado a los 337 millones para esta, como se puede observar en el gráfico de la página siguiente.

Por países, será en este caso España el que más verá crecer, en términos relativos, sus ventas en la campaña de Navidad de 2014, ya que pasarán de los 19 millones de euros del año pasado a los 57 millones en el presente año, lo que se traduce en un crecimiento anual del 201%.

Ventas de wearables en Navidades en Europa (millones de euros)

Fuente: Samsung

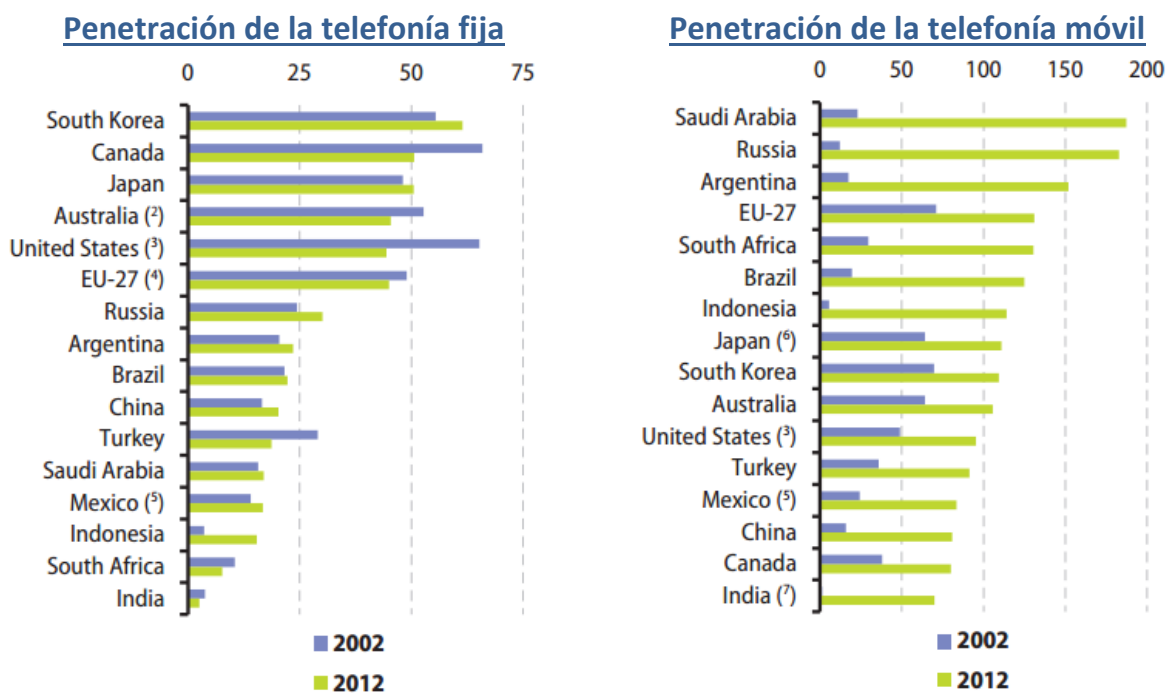
2.4 Telefonía fija y móvil

Anteriormente hemos mencionado un reciente estudio realizado por Eurostat sobre estadísticas de la UE-28 considerada como un bloque y comparándola con algunos de los principales países del mundo. En este capítulo veremos la evolución que ha experimentado la región UE-27 en comparación con algunos de los principales países del mundo comparando 2012 con 2002.

Como podemos ver en los gráficos de la página siguiente la penetración ha cambiado mucho en estos diez años, aunque la evolución ha sido muy diferente entre la telefonía fija y la móvil.

En la UE-27 la tasa de penetración de la telefonía fija en 2012 se encuentra en torno al 44%, mientras hace 10 años era aproximadamente del 49%. La mayoría de los países del mundo han visto reducir sus tasas de penetración de telefonía fija sobre todo en aquellos más desarrollados como pueden ser Estados Unidos o Canadá. Solo se registran mayores tasas de penetración en 2012 que en 2002 algunos países en fase de desarrollo de África, Asia y Latinoamérica.

En cuanto a la telefonía móvil la expansión en estos diez años ha sido espectacular, casi la mayoría de los países analizados poseen tasas de penetración por encima del 100%, es decir, el número de líneas de telefonía móvil supera al número de habitantes del país. La UE-27 tiene en 2012 un tasa de penetración en torno al 130%, cuando hace 10 años apenas superaba el 60%, es decir ha crecido más del doble. Rusia y Arabia Saudí lideran este ranking con tasas de penetración en su población cercanas al 200%.



(¹) Note the range for the x-axis is different for the two individual figures.

(²) 2002: excludes ISDN. 2012: includes payphones, excludes VOIP.

(³) 2002: local loops. 2012: as of June 30, 2012.

(⁴) Data for 2011 instead of 2012.

(⁵) 2012: preliminary.

(⁶) Including Personal Handyphone System (PHS).

(⁷) Break in series in 2012 (large-scale disconnections by some service providers during the year).

Fuente: Eurostat

2.5 Comercio electrónico

Ecommerce Europa, asociación que representa a 25.000 empresas europeas que venden productos y servicios en Europa, ha dado a conocer durante estos meses sus informes de comercio electrónico sobre las diferentes regiones de Europa. A continuación os presentamos los principales resultados en cada una de las cinco áreas estudiadas:

- **Sur de Europa (España, Italia, Turquía, Grecia, Portugal, Croacia, Chipre y Malta):** Se prevé que las ventas de comercio electrónico alcance los 47,8 mil millones de euros para 2014, lo que se traduce en un crecimiento anual promedio del 22% desde al año 2010. En 2013 el comercio electrónico generó unas ventas por valor de 40,8 mil millones de euros, lo que representa un total del 11% del comercio electrónico en Europa.
- **Europa Occidental (Bélgica, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Holanda y Reino Unido):** Es el área europea con mayor cuota de mercado europea en comercio electrónico con un 49%. El ecommerce generó en 2013 un total de 177,7 mil millones de euros y se prevé que alcance los 204,7 mil millones en 2014, lo que se traduce en un crecimiento del 15%.

- **Norte de Europa (Suecia, Dinamarca, Finlandia, Noruega)**: Las ventas online en esta área se elevaron hasta los 33,3 mil millones de euros y se espera que crezcan hasta los 36,8 mil millones en 2014, lo que representa un crecimiento anual del 10,7%. En cuota de mercado se encuentra en cuarta posición con un 9%.
- **Europa Oriental (Rusia, Ucrania, Rumania, Bulgaria, Albania, Moldavia, Bielorrusia, Bosnia, Montenegro, Macedonia y Serbia)**: Es el área con mayor potencial de crecimiento en los próximos años, en 2014 será la que más crecerá con una tasa anual del 47%. Las ventas online previstas para 2014 serán de 23 mil millones de euros. La cuota de mercado de comercio electrónico en Europa de esta área es del 7%.
- **Europa Central (Austria, Rep. Checa, Alemania, Hungría, Polonia y Suiza)**: Esta área representa el 26% de las ventas de comercio electrónico en Europa. En 2013 las ventas crecieron un 23%. Alemania es líder de esta región, ya que dos terceras partes de las ventas online las genera este país.

2.6 Innovación

Eurostat ha dado a conocer hace apenas unos días la primera estimación sobre el gasto en investigación y desarrollo en la Unión Europea en 2013. El informe indica que en 2013 los países miembros de la Unión Europea UE-28 gastaron casi 275.000 millones de euros en I+D, lo que supone una intensidad (gasto en I+D como porcentaje del PIB) del 2,02%, frente al 1,76% de 2004.

Dicha intensidad sigue siendo menor en la UE28 que en las principales economías del mundo: Corea del Sur (4,04% en 2011), Japón (3,38% en 2011) o Estados Unidos (2,81% en 2012). Eso sí es mayor que en países como China (1,98% en 2012) y Rusia (1,11%).

En la UE-28 en 2013 los países con mayor intensidad en I+D fueron Finlandia (3,32%), Suecia (3,21%) y Dinamarca (3,05%). Por otro lado, los países con menor gasto fueron Rumania (0,39%), Chipre (0,48%) y Letonia (0,60%).

España ocupa el puesto 17 de los 28 países de la Unión Europea que mayor gasto en I+D han realizado en 2013, con un gasto de 1,24%, mayor al registrado en 2004 (1,04%).

En la página siguiente se ofrece un tabla detallada con el gasto en I+D en porcentaje sobre el PIB realizado en 2013 y 2004 en varios países tanto de la UE-28 como del resto del mundo.

Según el informe, de cara a proporcionar un estímulo a la competitividad de la UE28, el aumento de la intensidad es uno de los cinco objetivos clave de la estrategia Europa 2020. El sector empresarial continua siendo el principal motor de la I+D con el 64% de las inversiones realizadas en 2013, seguido por las universidades (23%), los Gobiernos (12%) y el sector privado sin ánimo de lucro (1%).

Gasto en I+D en % sobre el PIB				
		2004	2013	Variación (puntos porcentuales)
	UE-28	1,76	2,02	0,26
1	Finlandia	3,31	3,32	0,01
2	Suecia	3,39	3,21	-0,18
3	Dinamarca	2,42	3,05	0,63
4	Alemania	2,42	2,94	0,52
5	Austria	2,17	2,81	0,64
6	Eslovenia	1,37	2,59	1,22
7	Bélgica	1,81	2,28	0,47
8	Francia	2,09	2,23	0,14
9	Holanda	1,82	1,98	0,16
10	Rep. Checa	1,15	1,91	0,76
11	Estonia	0,85	1,74	0,89
12	Reino Unido	1,10	1,63	0,53
13	Irlanda*	1,18	1,58	0,40
14	Hungría	0,87	1,41	0,54
15	Portugal	0,73	1,36	0,63
16	Italia	1,05	1,25	0,20
17	España	1,04	1,24	0,20
18	Luxemburgo	1,63	1,16	-0,47
19	Lituania	0,75	0,95	0,20
20	Croacia	1,03	0,91	-0,12
21	Polonia	0,56	0,87	0,31
22	Malta	0,49	0,85	0,36
23	Eslovaquia	0,50	0,83	0,33
24	Grecia	0,53	0,78	0,25
25	Bulgaria	0,48	0,65	0,17
26	Letonia	0,40	0,60	0,20
27	Chipre	0,34	0,48	0,14
28	Rumania	0,38	0,39	0,01
	Islandia**	2,69	2,49	-0,20
	Noruega	1,57	1,69	0,12
	Suiza*	2,82	3,13	0,31
	Turquía*	0,52	0,92	0,40
	China*	1,23	1,98	0,75
	Japón**	3,13	3,38	0,25
	Rusia	1,15	1,11	-0,04
	Corea del Sur**	2,68	4,04	1,36
	EE. UU.*	2,49	2,81	0,32

Fuente: Eurostat

Nota: *: Datos de 2012 **: Datos de 2011

NOTICIAS DESTACADAS DE ESPAÑA

La factura electrónica será obligatoria el 15 de enero de 2015: El 15 de enero de 2015 es el límite para que las empresas españolas tengan sus sistemas preparados para poder facturar electrónicamente con las Administraciones Públicas. Esta ley también exigirá a determinados sectores estratégicos (banca, utilities, viajes, seguros, etc.) a emitir las facturas en formato electrónico para sus clientes. En España, aquellas empresas que no adopten el proceso de eFactura no podrán cobrar de las AAPP y las empresas estratégicas podrán ser sancionadas hasta con 10.000 euros.

Los badenes del futuro ya están siendo probados en la Comunidad de Madrid: Este badén inteligente está compuesto por un líquido no newtoniano cuya función es mantenerse fluido cuando es alcanzado a baja velocidad pero se convierte en un material sólido cuando la fuerza a la que ataca el coche sea mayor. Los responsables de la empresa afirman que este material puede ser adaptado para que actúe a diferentes velocidades por lo que es compatible para la instalación en casi todos los ayuntamientos de España. En Boadilla del Monte han sido pioneros en adaptar lo que era un proyecto en desarrollo hace unos años a la realidad, y por ello comenzó la pasada semana la primera fase de pruebas.

1 de cada 4 hogares tiene una tablet que usan para el email y las redes sociales: La tablet ya está presente en el 28,5% de los hogares españoles convirtiéndose en el dispositivo que más crece en ventas, según datos publicados por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.

Microsoft Office gratis para Android, iPad y iPhone: La suite de ofimática Microsoft Office gratis para iPad, iPhone y Android desde este jueves. Ya no necesitarás una suscripción a Office 365 para editar documentos o guardarlos en la nube. Microsoft ha dado un gran paso para llevar Office a todos los usuarios de dispositivos móviles. Office llegará a las tablet Android, además Word, Excel y Powerpoint para iPhone y actualizaciones para las ya existentes aplicaciones de Office para iPad para asegurar la consistencia entre todas ellas.

El sector moda supera al de viajes en e-commerce: La segunda edición del estudio Online Shoppers 2014, llevado a cabo por Ipsos para Webloyalty, revela que por primera vez el sector moda se convierte en la principal categoría en las compras online con un 47 por ciento, seguido de viajes y tecnología. El perfil del consumidor español es bastante digital y es que, según muestra el estudio, el 84 por ciento de los compradores online españoles acceden a Internet de una manera habitual, conectándose varias veces al día.

Consulta el resto de nuestro productos N-economía y siguenos en las redes sociales:

