

LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA, LENTA

El informe e-España 2007, editado por la fundación Orange, ha revelado que, a pesar del aumento del apoyo por parte del sector público, España avanza en la Sociedad de la Información de forma lenta y pierde posiciones relativas con respecto al crecimiento en otros países europeos.

Nuestro país ocupa el puesto 22 respecto al Entorno de las TIC (indicador que engloba parámetros como el % del PIB destinado a las TIC o el número de patentes TIC por millón de habitantes), dato que muestra una debilidad relativa del sector TIC en nuestro país, a pesar de la fortaleza y madurez del mercado de las telecomunicaciones móviles.

En cuanto al Uso de las TIC, nuestro país se sitúa en el puesto 25, con datos de niveles de comercio electrónico, seguridad en las transacciones y la navegación, uso de servicios públicos electrónicos y de servicios de eSalud y formación de trabajadores muy bajos con respecto a los países de nuestro entorno, a pesar del crecimiento experimentado en este último año.

En cuanto a los medios de comunicación online, la banca electrónica y los servicios relacionados con la Web 2.0 tiene mayor aceptación en España que en el resto de Europa.

La telefonía móvil es considerada el motor de las TIC españolas y la tecnología que mayor y más rápida aceptación ha tenido en nuestro país.

Internet protagoniza un capítulo de crecimiento insuficiente en España, donde el número de internautas ha llegado a suponer el 48,3% de la población, siendo usuarios habituales el 39%. El crecimiento en el número de usuarios entre 2000 y 2007 ha sido de un 36,6%. Unos 5,5 millones de hogares españoles ya tienen acceso a Internet, lo que supone un 41% del total.

La penetración de la banda ancha en nuestro país presenta un crecimiento anual con respecto a 2005 del 43% y una penetración de 13,6 líneas por cada 100 habitantes.

La percepción de los Españoles sobre Internet ha cambiado en los últimos años, según afirma el Informe e-España 2007. Entre las conclusiones figura que la Red ha pasado a jugar un papel importante como canal de interacción social a través de las aplicaciones Web 2.0, como canal de interacción personal o transacción económica.

AUDIENCIA ÚNICA DE PORTALES DE ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑA JUNIO-AGOSTO 2006 (EN MILES DE VISITANTES)

YouTube	4.187
Marca.com	3.123
Minijuegos	1.911
As.com	1.894
Wanadoo/Telecinco	1.690
Los 40	1.544
Portal Mix	1.378
Real Networks	1.351
Terra Deportes	1.273
Adultfriendfinder	1.239