N-economía

Informe Mensual

ISSN 2340-2512

JUNIO 2016

AUTOR: JUAN PARDO
CONSEJO DE REDACCIÓN: JUAN JOSÉ MÉNDEZ

Nº 159

Fecha de cierre del informe: 27 de junio de 2016

Secciones

	Página
1. Mercado TIC	2
2. Internet	5
3. Dispositivos electrónicos	6
4. Telefonía fija y móvil	8
5. Comercio electrónico	10
6. Innovación	11

ESPAÑA

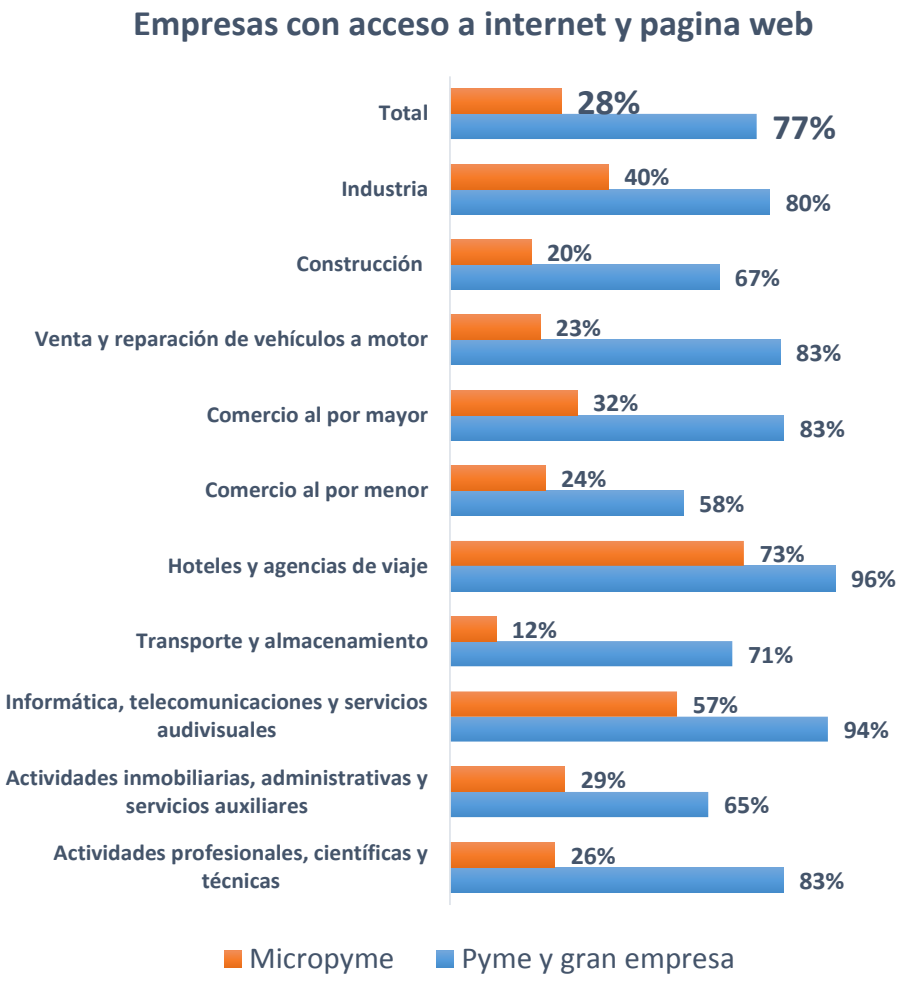
Titulares destacados del mes:

- ***Solo 1 de cada 4 micropymes en España tiene pagina web y acceso a internet (28%)***
- ***Los jóvenes pasan el mismo tiempo viendo contenido audiovisual ante la televisión como ante el móvil***
- ***A los españoles les gustan los "paquetes" de servicios de telecomunicaciones***
- ***Orange sigue creciendo y se queda muy cerca del líder del mercado, Movistar***
- ***Nuestras relaciones con la UE mediante comercio electrónico aumentaron en el tercer trimestre del año pasado***
- ***El gasto en I+D de las universidades españolas cae un 12,1% en 2014.***

El informe del mes de junio se ocupa del ámbito España, el correspondiente al mes de julio al ámbito Mundo

1. Mercado TIC

Según el último informe de ONTSI, donde analizan la implantación de las TIC en las empresas españolas, **en 2015, el 98,4% de las pymes y grandes empresas y el 68% de las microempresas españolas disponen de acceso a Internet.** A continuación entraremos en detalle de alguno de los datos de 2015 que nos ha facilitado este documento:



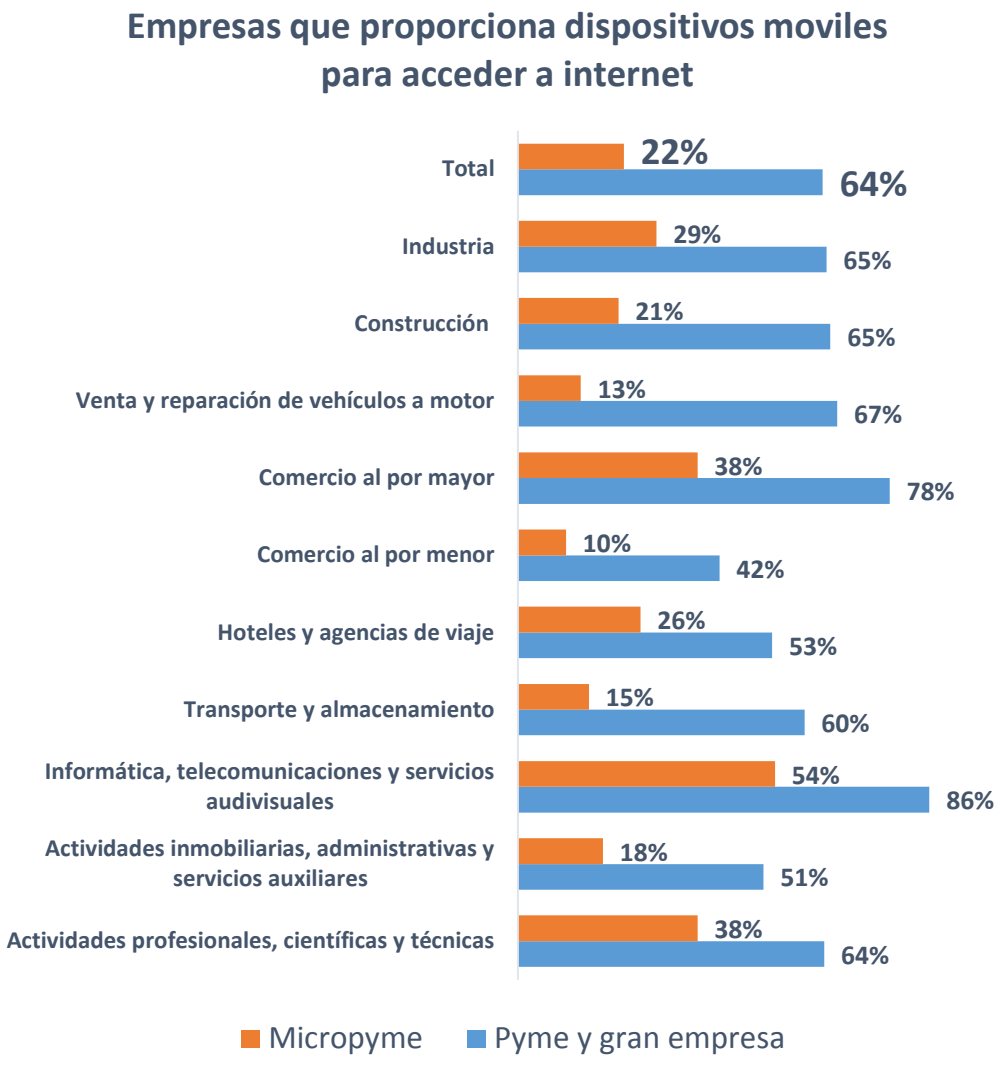
Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

Tal y como podemos observa en el gráfico superior, **el 28% de las micropymes disponen de acceso a internet y una página web, en el caso de las pymes y grandes empresas este porcentaje se eleva hasta el 77%.**

Por sectores, donde los porcentajes son mayores y la brecha entre empresas es menor es el en el de Hoteles y agencias de viajes, lo cual se explica, porque éste es un sector con un alto grado de gestión online, al ser el sector que mayor uso de comercio electrónico en España.

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

La flexibilidad laboral unida a las nuevas tecnologías ha permitido a muchas empresas cambiar la manera de trabajar y que el teletrabajo se incremente, la opción de trabajar desde tu casa, en la calle, en el tren permite que no solo la oficina sea tu puesto de trabajo, por ello muchas empresas ya proporcionan a sus empleados dispositivos móviles (tablets, portátiles, Smartphone), para que accedan a Internet.



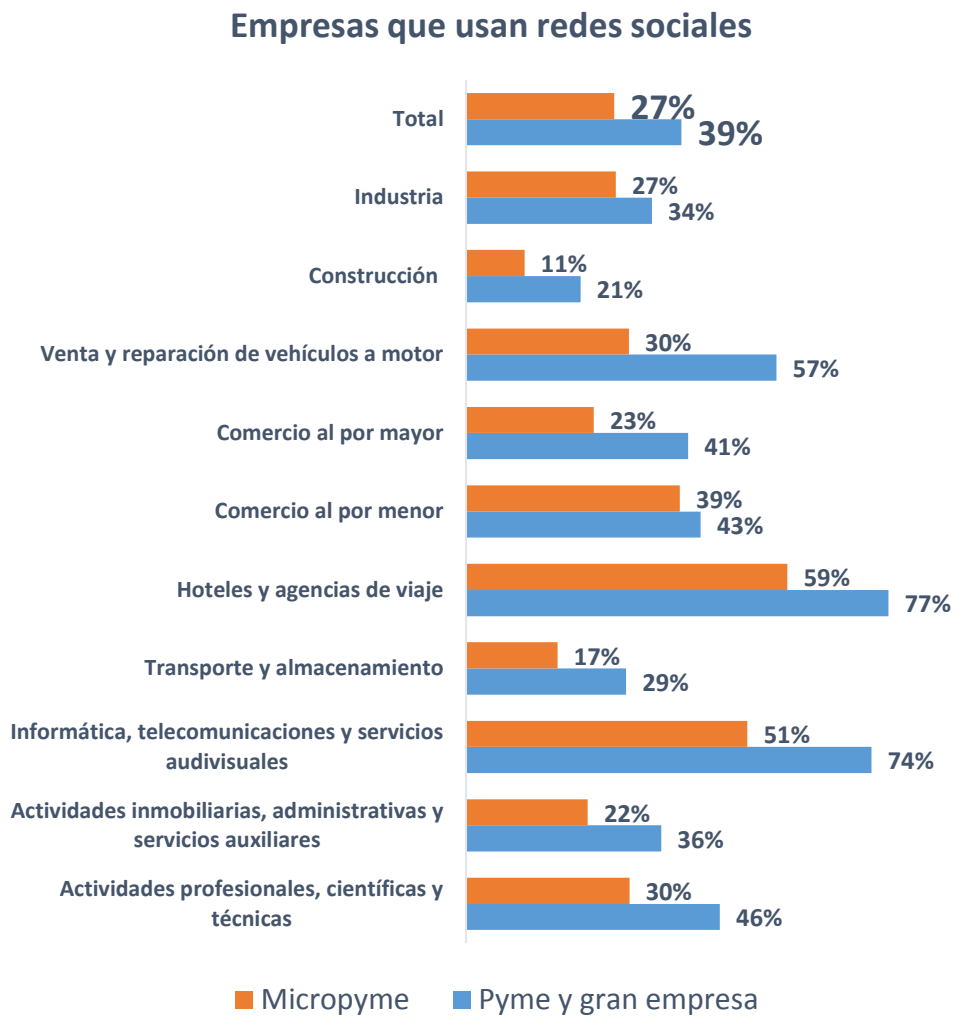
Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

El 22% de las micropymes proporcionan dispositivos móviles a sus empleados, mientras que ese porcentaje es del 64% en el caso de pymes y grandes empresas.

Por sectores, no hay muchas diferencias entre unos y otros, siendo el sector de Informática y telecomunicaciones el que mayores porcentajes posee (54% en micropymes y 86% en pyme y gran empresa) y el comercio al por menor el que más bajo (10% en micropymes y 42% en pyme y gran empresa).

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

Por último, vamos a ver la implantación de las redes sociales en la empresa. En total, **el 27% de las micropymes españolas usan las redes sociales, mientras que el porcentaje se eleva hasta el 39% en el caso de pymes y grandes empresas.**



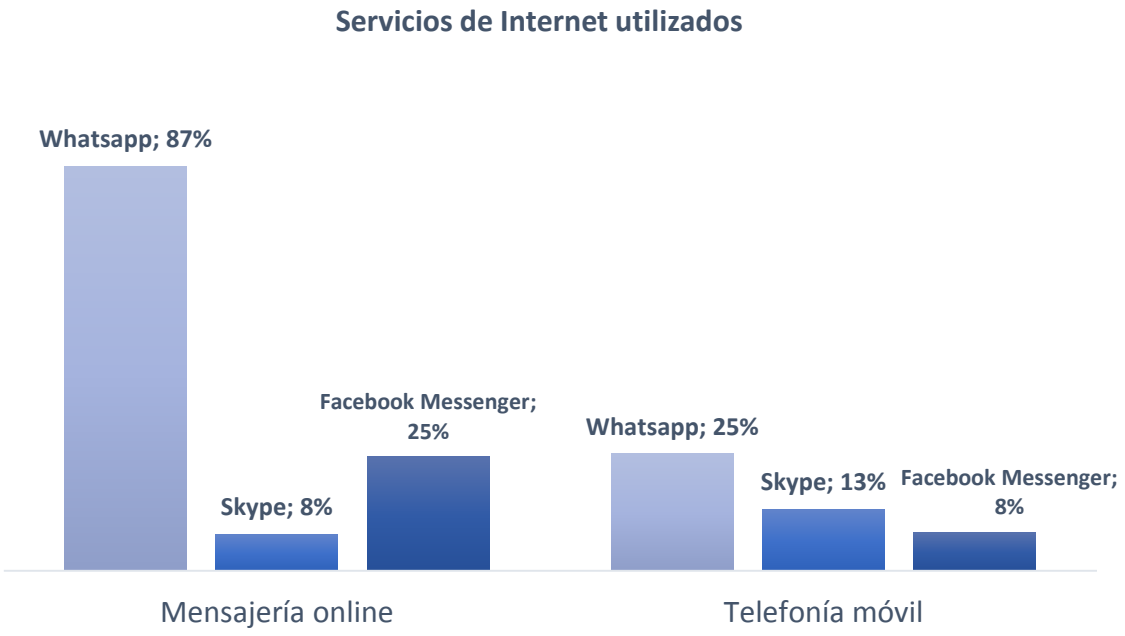
Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

Por sectores, hay bastantes diferencias, por ejemplo las construcción o el transporte y almacenamiento poseen porcentajes mu bajos entorno 10-15% en micropymes y 20-30% en pymes y grandes empresas. Sin embargo en Hoteles y agencias de viajes y también en el sector de la informática y las telecomunicaciones los porcentajes de uso ascienden por encima del 50% en micropymes y cerca del 80% en las pymes y grandes empresas.

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

2. Internet

Según el último panel de hogares elaborado por la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia (CNMC), con datos pertenecientes al 4º trimestre 2015, **los internautas usan los servicios de Internet un 91% los servicios de mensajería instantánea y un 39% los de telefonía**.



Fuente: Elaboración propia a partir de CNMC

Un 87% de los internautas usa el WhatsApp como herramienta de mensajería instantánea favorita, la siguiente es Facebook Messenger con un 25%. En el uso de la telefonía móvil, aunque lidera el WhatsApp, las brechas son menores con el resto de herramientas (Facebook Messenger y Skype principalmente).

Estos son algunas de las conclusiones que nos ha ofrecido este panel:

- **Un 76% de los individuos con móvil declara tener un *smartphone*.** El sistema operativo más común es Android.
- El equipo más habitual para ver contenidos audiovisuales sigue siendo la televisión, con consumos medios diarios de 3 horas en los días laborables y 4 en los festivos. **El número de horas diarias empleadas en ver el televisor triplica al número de horas que se emplean en consumir contenidos audiovisuales sobre el móvil.**

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

- De todas formas, **los jóvenes entre 16 y 24 años ya pasan casi tantas horas ante la televisión como viendo contenidos a través de su móvil**: dos horas y media en la televisión frente a 2 horas y 20 minutos de contenidos audiovisuales en el móvil.
- **Los menores de 35 años son los que más consumen contenidos audiovisuales en la tableta**: media hora al día.
- **Vídeos cortos, series y contenidos generados por amigos y familiares son los contenidos audiovisuales online más consumidos** (respectivamente por un 55%, un 42% y un 36% de los usuarios semanales de contenidos audiovisuales online). Uno de cada cinco afirma también ver deportes a través de Internet.
- **Un 11,3% de los hogares con Internet consume contenidos audiovisuales de pago online**, 3,4 puntos porcentuales más que en el semestre anterior (este porcentaje era del 7,9%).
- **Ha aumentado el consumo de los servicios online de catálogo con suscripción** (por ejemplo, Netflix, Wuaki...), **aunque** el porcentaje de hogares españoles que contratan **estos servicios no alcanza el 4%.**

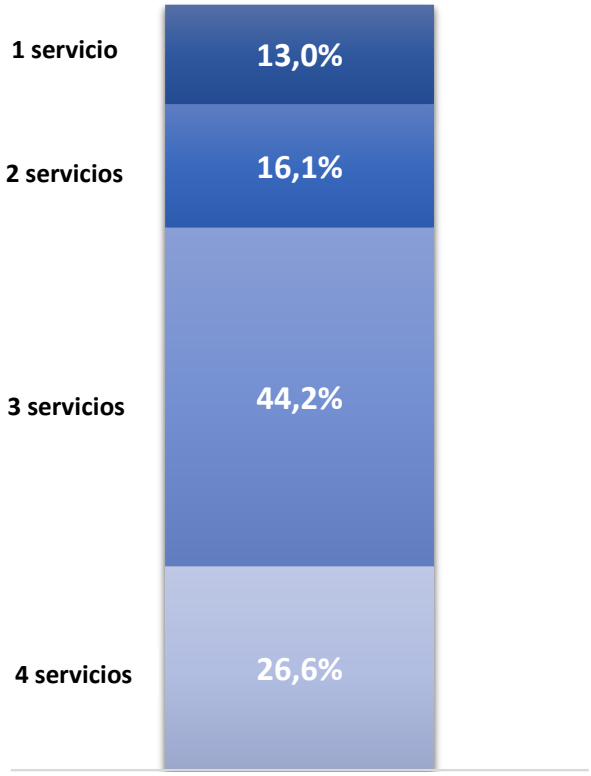
3. Dispositivos Electrónicos

Según los últimos datos del panel de hogares del cuarto trimestre de 2015, elaborado por ONTSI, **el 83,4% de la población española posee telefonía fija y un 97% telefonía móvil. La televisión de pago**, aun con tasas de penetración más bajas que la telefonía, **esta disponible en un 30,7% de los hogares españoles.**

En cuanto a dispositivos electrónicos que poseen los hogares españoles, **las mayores tasas de penetración las encontramos en la televisión (83,1%) y el ordenador (82,2%). La tablet,** con porcentajes más bajos, pero creciendo rápidamente **ya se acerca al 50% de los hogares españoles (48,6%). Las Smart TV también han crecido en estos últimos años pero tienen porcentajes bajos todavía y solo se encuentran en el 18,5% de los hogares españoles.**

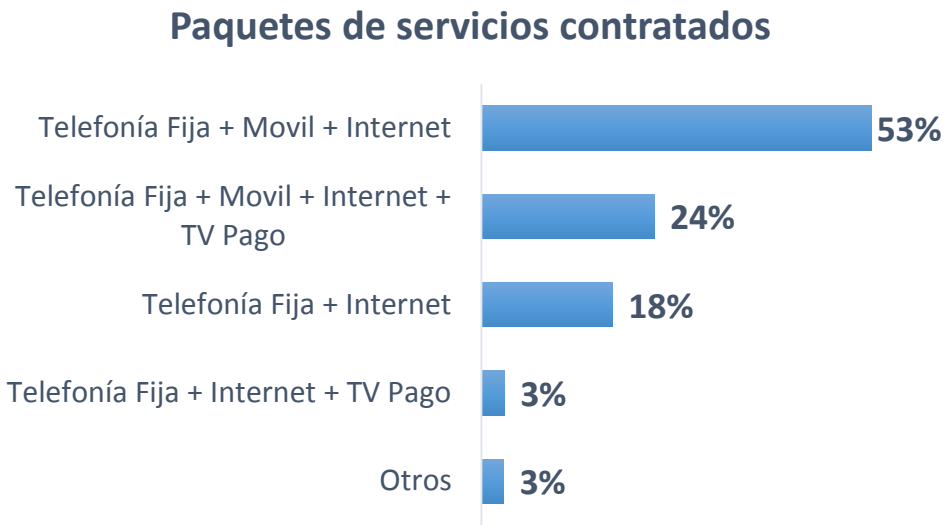
Estos productos y servicios no son para nada sustitutivos, quizás en el pasado, pero ahora no, la gente combina diferente productos o servicios usando cada uno de ellos en diferentes momentos del día y en las diferentes circunstancias que surgen durante el día. Según el estudio de ONTSI, **la mayor parte de los hogares españoles tiene contratados tres servicios (44,2%), seguido por aquellos que tienen contratados cuatro servicios (26,6%). Cabe destacar que ningún hogar en España se encuentra sin ningun servicio contratado.**

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía



Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

Cada vez más ña gente contrata servicios para su equipamiento tecnológico en formato de "paquete", lo cual ofrece mas comodidades, al unificar en un único contrato todos tus servicios, mientras que en la mayoría de los casos estos paquetes de servicios ofrecen mejores precios que si los contratas de manera individual. Poniendo datos, **él paquete de servicios mas contratado es el que incluye Telefonía fija, móvil e Internet con un 53%**. Seguido del paquete que incluye lo mismo más la TV de pago con un 24%.



Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

4. Telefonía fija y móvil

El número de líneas de telefonía fija en el mes de abril subió hasta las 18.871.551 líneas, lo que supone **84.593 líneas más que hace un año**. Respecto al tipo de líneas fijas, las residenciales crecieron en abril de 2016, respecto al mismo mes de 2015, en 255.579 líneas, mientras que las líneas de negocios cayeron en 170.896 líneas.

LINEAS DE TELEFONÍA FIJA

RESIDENCIAL		NEGOCIOS		TOTAL	
Abril 2016	Variación líneas Abr 16/ Abr 15	Abril 2016	Variación líneas Abr 16/ Abr 15	Abril2016	Variación líneas Abr 16/ Abr 15
13.400.164	**+255.579**	5.471.387	**-170.896**	18.871.551	**84.593**

LINEAS DE TELEFONÍA MÓVIL

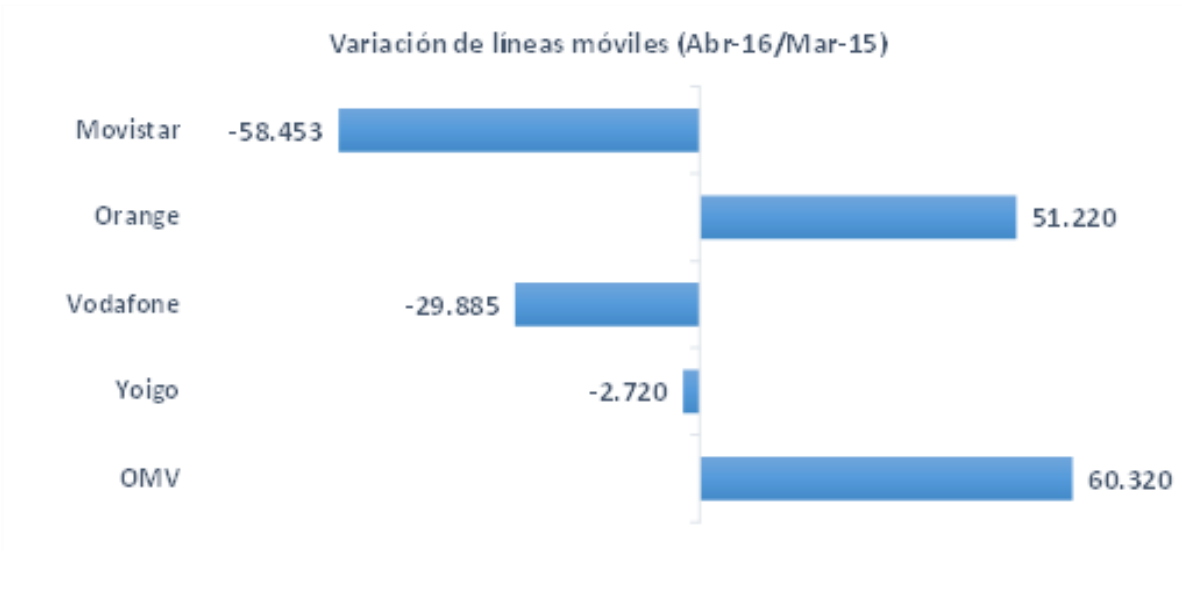
PREPAGO		POSPAGO		TOTAL	
Abril 2016	Variación líneas Abr 16/ Abr 15	Abril 2016	Variación líneas Abr 16/ Abr 15	Abril2016	Variación líneas Abr 16/ Abr 15
13.045.715	**-720.959**	37.657.847	**+1.119.797**	50.703.562	**+398.838**

Fuente: Elaboración propia a partir de CNMC

En cuanto a **las líneas de telefonía móvil en abril, crecieron respecto al mes anterior hasta las 50.703.562 líneas**, unas **20.000 líneas más que hace un mes**, y respecto al mismo mes del año pasado crecen en 398.838 líneas móviles. Este avance es consecuencia del **importante crecimiento de las líneas pospagos (1.119.797 el último año),** que compensó por el retroceso **en las líneas prepago (-720.959)**.

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

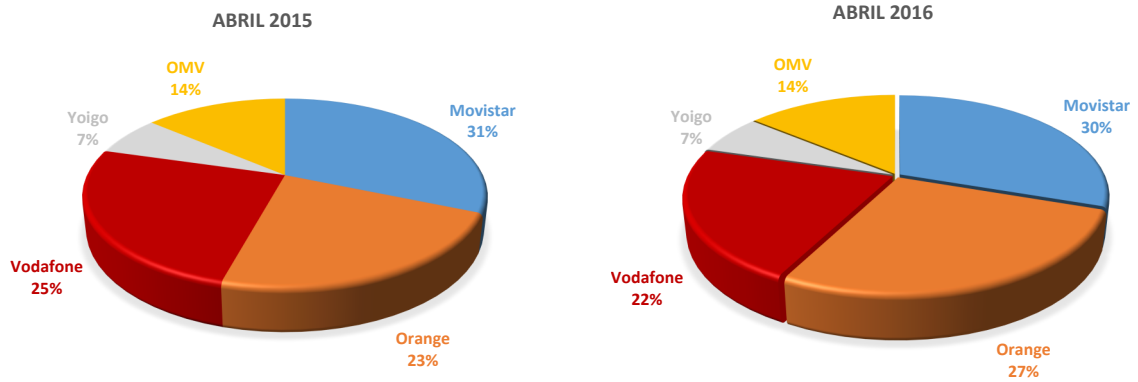
La variación de lineas móviles en el mes de abril muestra algunos movimientos notables: Movistar y Vodafones perdieron lineas respecto al mes anterior, concretamente 58.453 la primera y 29.885 la segunda. Por el contrario, Orange y las OMV son las que ganan durante este mes, la primera de ellas 51.220 y las segunda 60.320. Yoigo apenas muestra una variación signficativa comparada con la de los otros operadores, al solo perder 2.720.



Fuente: elaboración propia a partir de CNMC

El avance de Orange continúa y aumenta su cuota y se queda muy cerca de Movistar, concretamente Movistar se sitúa con una cuota del 30% (31% hace un año), Orange, segunda con un 27% (22% hace un año), Vodafone tercera con un 22% (25% hace un año), y por último las OMV y Yoigo con un 14% y 7% respectivamente, en este caso la cuota es idéntica a la de hace un año.

Cuota de mercado de los operadores móviles

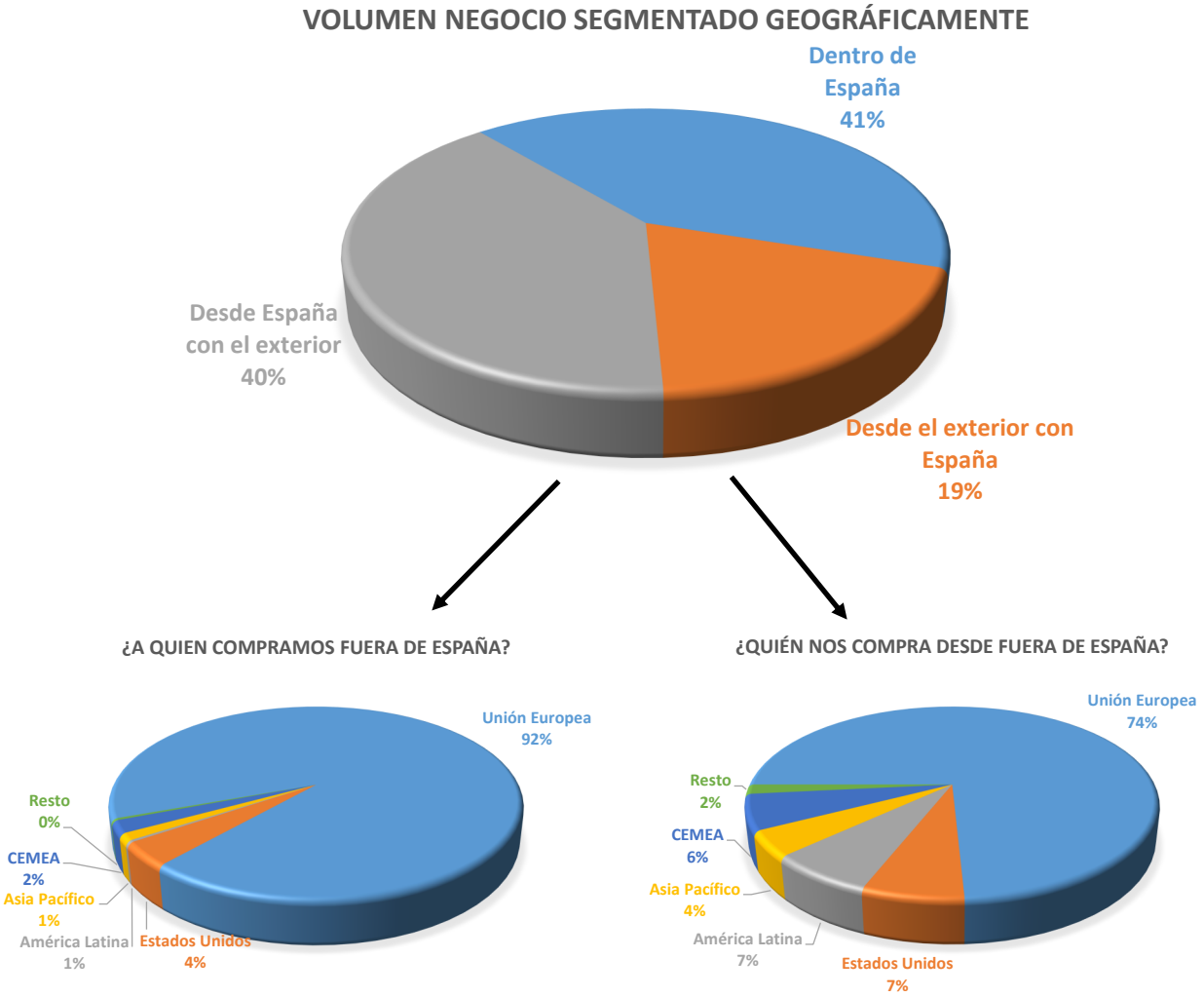


Fuente: elaboración propia a partir de CNMC

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

5. Comercio Electrónico

Según el último informe de comercio electrónico elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), con datos del tercer trimestre de 2015, **el volumen de negocio que generó fue de 5.302,6 millones de euros, un 29,2% más que en el mismo trimestre del año anterior.**



Fuente: elaboración propia a partir de CNMC

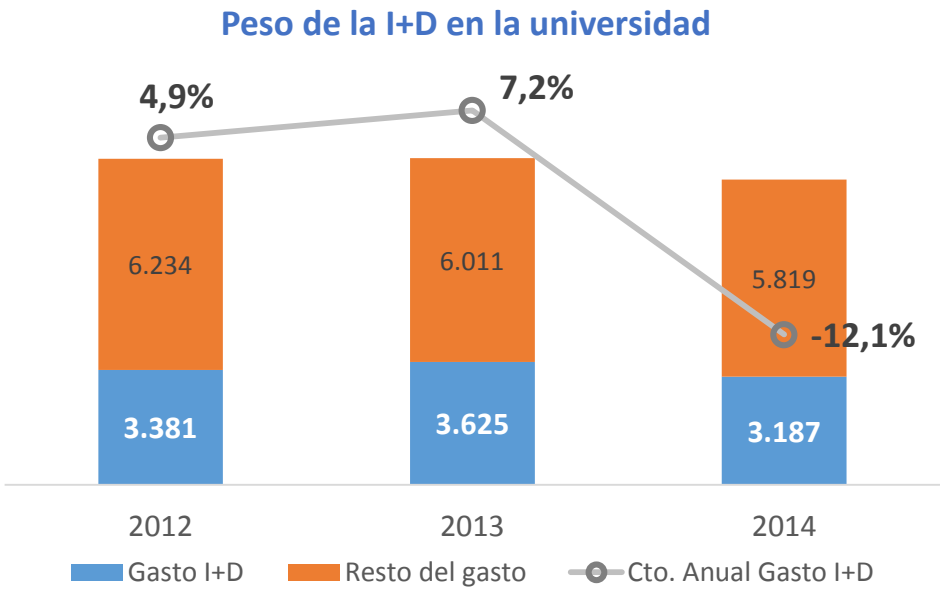
Teniendo en cuenta desde donde se originan los ingresos de comercio electrónico en España, **el 41% es comercio electrónico interno, el 40% son importaciones y el 19% exportaciones.**

Dentro de las importaciones, el 92% provienen de la Unión Europea. **En el caso de las exportaciones, nuestro principal mercado también es la Unión Europea, aunque no poseen un porcentaje tan elevado como en las importaciones (74%).** Estado Unidos y América Latina son los siguientes mercados a los que exportamos en términos de comercio electrónico, con cuotas del 7% en ambos.

6. Innovación

Crue Universidades Españolas, asociación sin ánimo de lucro formada por un total de 76 universidades españolas: 50 públicas y 26 privadas, y principal interlocutor de las universidades con el gobierno central, elabora una encuesta para medir el grado de transferencia de investigación y de conocimiento de las Universidades Españolas, analizando asi el sistema de innovación universitario.

Según los resultados de la encuesta, **el gasto en I+D de las universidades españolas ascendió en 2014 a 3.187 millones de Euros, lo que representa un peso del 35% de todo el gasto realizado por las universidades en dicho periodo**. Esta cifra se asemeja a los niveles alcanzados el anterior ejercicio. Atendiendo al origen de los fondos, un 60,6% procede de los recursos propios mientras que el 39,4% restante procede de terceros, De estos fondos de terceros, tres cuartas partes provienen de subvenciones públicas y la otra cuarta parte, de contratos y convenios privados. **En términos interanuales el gasto en I+D ha caído un -12,1% en 2014,** después de haber crecido un 7,2% en 2013

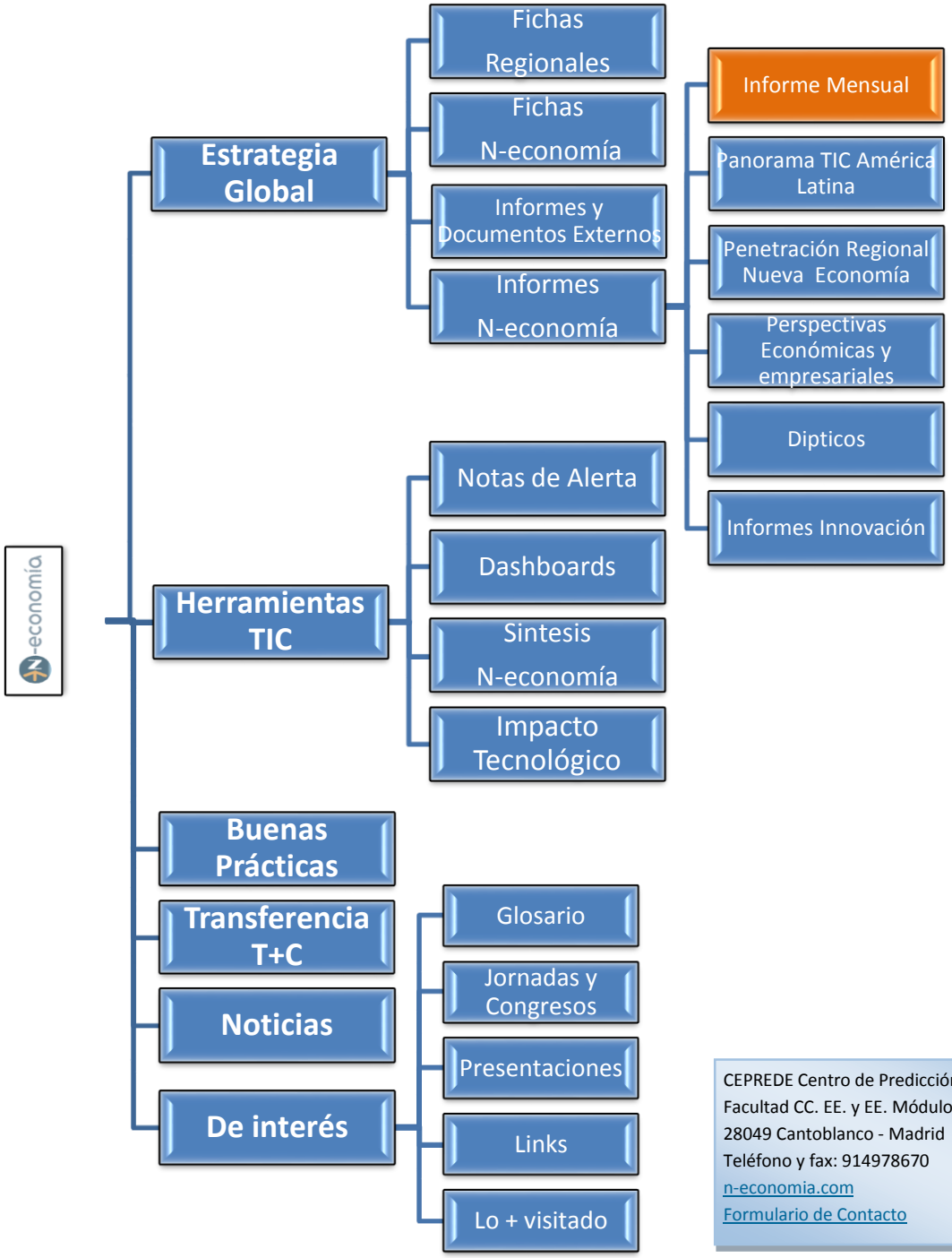


Fuente: elaboración propia a partir de CRUE Universidades Españolas

Los resultados de la encuesta indican que, pese a una progresiva disminución de las plantillas de PDI de las universidades, **la proporción de personal que realiza actividades de investigación y de transferencia ha aumentado ligeramente y se va acercando a la mitad del conjunto de su personal docente e investigador.** En concreto el 45% del PDI participa explícitamente en actividades de investigación y el 19% lo hace en actividades de transferencia de conocimiento.

CEPREDE Business Intelligence Forecasting
N-economía

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



CEPREDE Centro de Predicción Económica
Facultad CC. EE. y EE. Módulo E-XIV UAM
28049 Cantoblanco - Madrid
Teléfono y fax: 914978670
n-economia.com
Formulario de Contacto

Entidades colaboradoras

N-economía es una iniciativa promovida por: