

18/04/2016

Ficha: V.6

Previsiones para el Mercado TIC Mundial según indicadores

Previsiones para el mercado Mundial TIC				
	2012	2013	2014	2015
Penetración líneas móviles				
África	58,9	65,9	69,3	73,5
Países árabes	105,4	108,8	109,9	108,2
Asia y Pacífico	80,9	86,4	89,2	91,6
Europa del Este	130,5	137,0	140,6	138,1
Europa Occidental	119,6	122,8	124,7	120,6
América	103,9	107,2	108,5	108,1
Total	88,1	93,1	95,5	100
Penetración Banda Ancha Móvil				
África	8,5	13,3	19,0	17,4
Países árabes	16,1	20,6	24,6	40,6
Asia y Pacífico	15,3	18,8	22,8	42,3
Europa del Este	35,3	42,6	48,9	49,7
Europa Occidental	49,1	57,1	63,8	78,2
América	41,9	51,1	59,1	77,6
Total	21,7	26,7	32,0	48,8
Usuarios de Internet				
África	14,6	16,8	19,0	20,7
Países árabes	33,8	37,4	40,6	37,0
Asia y Pacífico	28,1	30,1	32,4	36,9
Europa del Este	45,5	50,8	55,9	59,9
Europa Occidental	71,4	73,1	74,8	77,6
América	58,1	61,8	65,5	66,0
Total	35,5	37,9	40,4	44,7

Fuente: Elaboración propia N-economía a partir de ITU

Las previsiones del mercado Mundial TIC continúan siendo positivas. Para este análisis se han elegido tres variables con gran representatividad. De este modo, podemos observar como la penetración de la telefonía móvil ya ha alcanzado el valor 100, sin embargo no se puede interpretar este valor como que todos los habitantes del mundo van a disponer de una línea móvil ya que en África aún un 26% de la población no tiene línea móvil. El valor de 100 se genera al compensarse con los países más desarrollados que presentan datos superiores al 100, lo que quiere decir que hay personas con más de una línea móvil. En lo que respecta a la Banda Ancha Móvil, el valor mundial se sitúa en 42 pero se ha duplicado desde el año 2012. En este indicador encontramos nuevamente una gran dispersión según la zona geográfica ya que, por ejemplo, Europa Occidental casi lo duplica. Por último, tenemos el número de Usuarios de Internet, que continúa creciendo sostenidamente.

Promotores-patrocinadores



Empresas 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, Bluebottlebiz, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, El Corte Inglés, Empathia, Eeva, Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (La FEDE), FIAB, Fundación Mapfre, Fundación Universidad Empresa, Gobierno Vasco, Iberdrola, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, Kutxabank, Neobis, Red Eléctrica de España, Schneider Electric España, Siemens y Zurich.