

Secciones

	Página
1. Mercado TIC	2
2. Internet	4
3. Dispositivos electrónicos	6
4. Telefonía fija y móvil	7
5. Comercio electrónico	9
6. Innovación	10

ESPAÑA



Titulares destacados del mes:

- ◇ ***España ocupa el puesto nuevo 14 en competitividad digital dentro de la UE28***
- ◇ ***Preferencias en la red entre los Internautas***
- ◇ ***Como ha cambiado la forma en que los españoles ven la televisión en la actualidad***
- ◇ ***Movimientos importantes en el mercado con el mayor protagonismo del grupo MasMovil***
- ◇ ***Mayor diversificación sectorial del comercio electrónico en España***
- ◇ ***Big Data aplicado a la salud: Ventajas, barreras y tendencias de futuro***

El informe del mes de marzo se ocupa del ámbito España, el correspondiente al mes de abril al ámbito Mundo y el del mes de mayo al ámbito europeo.

1. Mercado TIC

El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI) ha publicado los nuevos datos del **indicador DESI**, que muestra el desarrollo digital en España así como en los estados miembros de la Unión Europea, con el se pretender disponer de un indicador comparativo de **competitividad digital**.

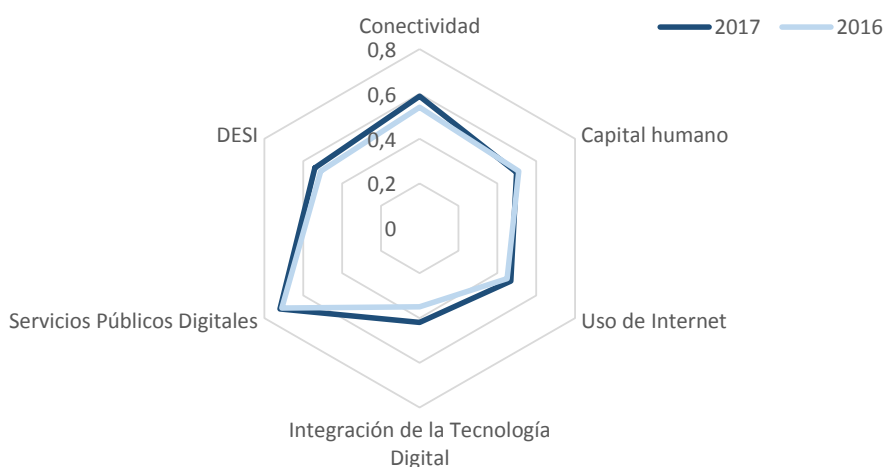
La siguiente tabla nos muestra los resultados del indicador para 2017 en comparación con los de 2016, también podemos ver una descomposición de los distintos componentes o dimensiones que forman el indicador global DESI.

	2017		2016	
	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación
Conectividad	18	0,59	19	0,54
Capital humano	16	0,5	14	0,51
Uso de Internet	17	0,47	16	0,45
Integración de la Tecnología Digital	11	0,42	15	0,35
Servicios Públicos Digitales	6	0,72	5	0,71
DESI	14	0,54	15	0,51

Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

España ocupa el puesto nuevo 14 de 28 en el ranking en cuanto a competitividad digital, eso supone un avance de un puesto respecto al 2016.

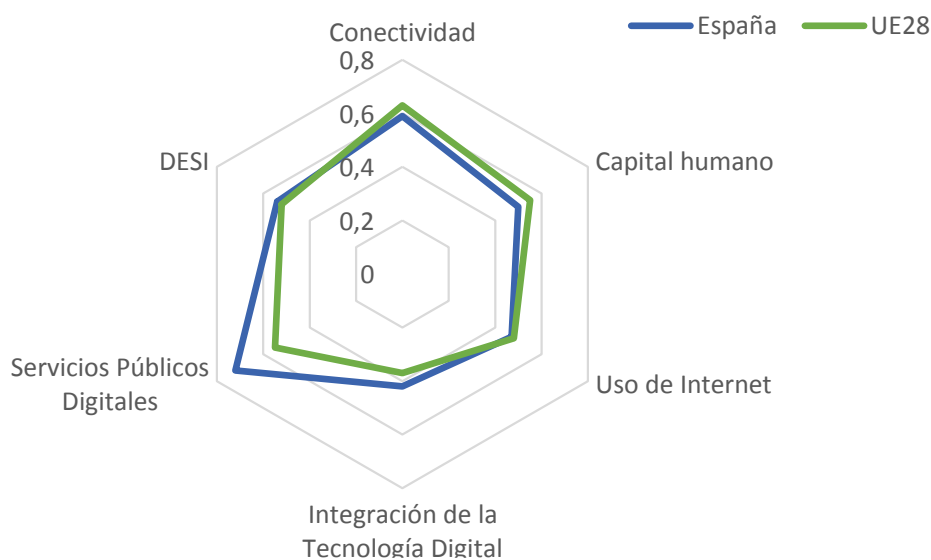
Indicador de Desarrollo Digital en España (DESI)



Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

En cuanto a los resultados por componentes o dimensiones, donde **España se encuentra mejor situada es en Servicios Públicos Digitales donde ocupa el puesto número 6 de la UE28**, gracias al gran avance de la Administración Pública los últimos en administración electrónica (fomento de la factura electrónica o gestión electrónica de trámites). En el lado opuesto el componente donde se encuentra **peor posicionado respecto a la UE28 es en conectividad donde ocupa el puesto 18, aunque mejora un puesto respecto a 2016**.

DESI España vs UE28



Fuente: Elaboración propia a partir de ONTSI

Como podemos ver en el gráfico superior la mejor puntuación en servicios públicos digitales respecto a la media de la UE28 es notable, sin embargo vemos como en capital humano y conectividad son los dos factores donde nos encontramos por debajo de la media de la U28, y que demuestran ser nuestros puntos débiles en competitividad respecto a nuestro compañeros europeos.

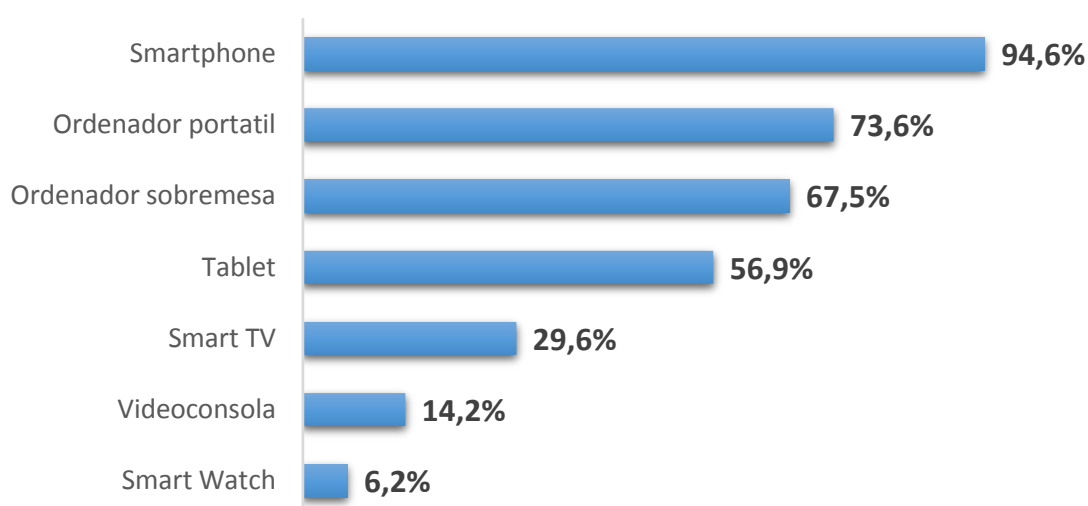
2. Internet

Recientemente la Asociación para la investigación de Medios de Comunicación ha publicado un nuevo informe sobre la encuesta Navegantes en la red, realizada a finales del año pasado, ofreciéndonos las principales conclusiones de nuestros internautas. Aquí os dejamos algunas de ellas.

En primer lugar uno de los aspectos mas importantes que se destaca en este nuevo informe es el avance del **Smartphone como dispositivo preferido para acceder a Internet** si hace un años decíamos que estaba a punto de sobrepasar al ordenador, ahora lo adelanta con creces y se sitúa líder en solitario, con un 94,6% que lo utiliza para el acceso a Internet

Importante avance el que experimentan el uso de la Smart TV para acceder a Internet, la que mas crece en esta última encuesta.

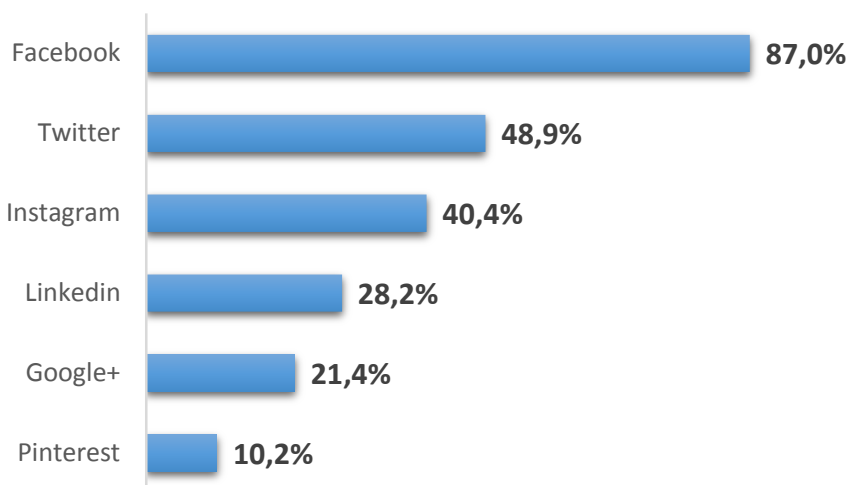
Dispositivo de acceso a Internet (% de personas)



Fuente: Elaboración propia a partir de AIMC

También es importante conocer el avance de las redes sociales en Internet, cuales están siendo las más visitadas y con que usos, por ello el informe nos ofrece resultados como que el **87% de las personas han usado Facebook en los últimos 30 días**, convirtiéndose así en la red social mas utilizada, con mucha diferencia sobre la segunda (Twitter con un 48,9%). En comparación con la anterior encuesta, **Instagram ha sido la que mas ha crecido**, adelantando a LinkedIn y quedandose muy cerca de Twitter (40,4% para Instagram, frente al 48,9% de Twitter). En el lado opuesto, **la que mas ha caído es Google+**, que sigue perdiendo adeptos, y se sitúa ya por debajo de LinkedIn con un 21,4%.

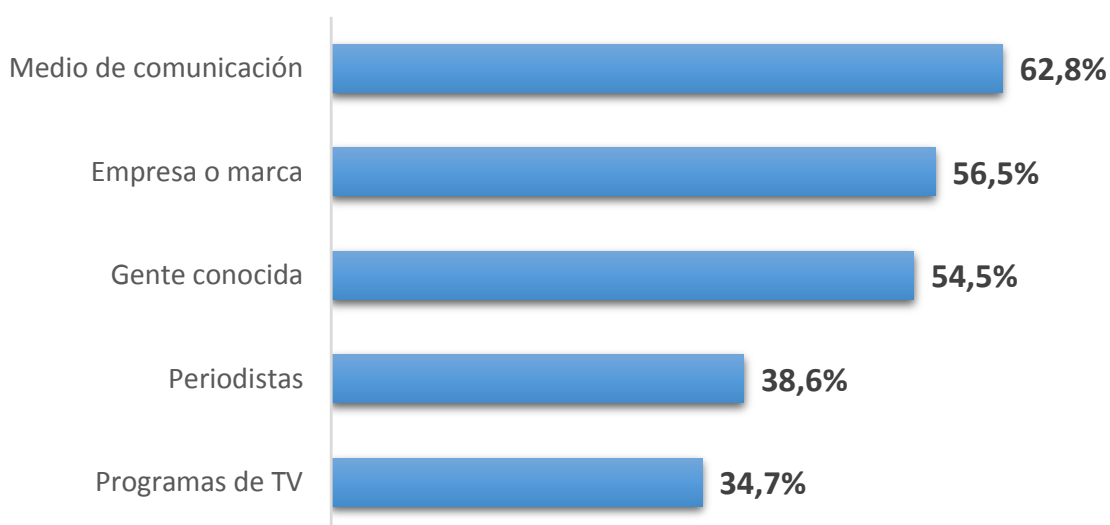
Redes sociales más utilizadas (% de personas)



Fuente: Elaboración propia a partir de AIMC

El cambio en el uso, o dicho de otra manera, para que y a quien seguimos en las redes sociales también esta cambiando con los años, **la irrupción de la empresa en las redes sociales** esta cambiando las finalidad de estos medios, ya no solo queremos tener un contacto con amigos, sino que nos informamos de actualidad, y buscamos información sobre empresas y marcas, este ultimo, se convierte en la segunda opción de uso en las redes sociales. En primer lugar siguen **los medios de comunicación como perfil con mayor peso entre nuestras preferencias.**

¿ A quien seguimos en las redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir de AIMC

3. Dispositivos Electrónicos

AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de un estudio en el que se muestran **los hábitos de los internautas en relación al consumo de televisión**, mostrando una especial atención a las relaciones entre el uso de las redes sociales y la televisión por parte de estos usuarios. Estas son algunas de las conclusiones del estudio de AIMC:

- ⇒ Los internautas consumen televisión una media de 233 minutos diarios. Por sexos, son **las mujeres las que dedican más tiempo a ver la televisión** (236 minutos) que los hombres (230 minutos).
- ⇒ Se observa **un mayor consumo de TV por parte de los Internautas en comparación con la población en general en los periodos horarios de 14:00h a 15:30h y de 20:00h a 24:00h**. Por otra parte los internautas hombres consumen menos televisión entre las 14:00h y las 20:00h que las internautas mujeres, pero superan el consumo de las mujeres entre las 20:00h y las 23:00h.
- ⇒ Un 59% de los internautas declara haber accedido a algún contenido televisivo a través de internet en los últimos 30 días
- ⇒ **El 40% de los encuestados señala haber accedido a Internet alguna vez desde el televisor**. Esta cifra representa más del doble de las personas que los que se conectaron en la edición anterior del estudio (18%). Dentro de este colectivo, el 73% lo hace desde una Smart TV, un 14% desde un receptor digital multimedia y un 29% conectando otro aparato al televisor (ordenador, videoconsola, etc.).
- ⇒ El Smartphone, con un 63% de “comentaristas”, es el dispositivo más utilizado, seguido por el ordenador portátil o de sobremesa, con el 27%, y la Tablet, utilizada por el 10%.
- ⇒ **Los comentarios sobre televisión a través de Internet son realizados por el 73% de los encuestados en las redes sociales y un 43% los realizan a través de la mensajería instantánea**. Por intervalos de edad, las redes sociales son la vía más utilizada por todos los grupos de edad, salvo para los mayores de 64 años que prefieren la web del programa o el canal de televisión.
- ⇒ Entre los programas que más comentan los internautas...en primer lugar aparecen los programas de noticias/informativos(42%), seguidos por las películas (41%), las series de ficción, tanto extranjeras (37%) como nacionales (36%). **Entre los hombres los programas de noticias/informativos son de los que más suelen comentar en Internet, mientras que a las mujeres les gusta más hablar sobre películas.**

4. Telefonía fija y móvil

El número de líneas de telefonía fija en el mes de enero subió hasta las **19.131.202** líneas, lo que supone **293.251** líneas más que hace un año. Respecto al tipo de líneas fijas, las residenciales crecieron en enero de 2017 respecto al mismo mes de 2016, en 399.070 líneas, mientras que las líneas de negocios cayeron en 105.819 líneas.

LINEAS DE TELEFONÍA FIJA

RESIDENCIAL		NEGOCIOS		TOTAL	
Enero 2017	Variación líneas Ene 17/ Ene 16	Enero 2017	Variación líneas Ene 17/ Ene 16	Enero 2017	Variación líneas Ene 17/ Ene 16
13.721.419	+399.070	5.409.783	-105.819	19.131.202	+293.251

LINEAS DE TELEFONÍA MÓVIL

PREPAGO		POSPAGO		TOTAL	
Enero 2017	Variación líneas Ene 17/ Ene 16	Enero 2017	Variación líneas Ene 17/ Ene 16	Enero 2017	Variación líneas Ene 17/ Ene 16
12.292.690	-963.938	38.868.140	+1.426.879	51.160.830	+426.941

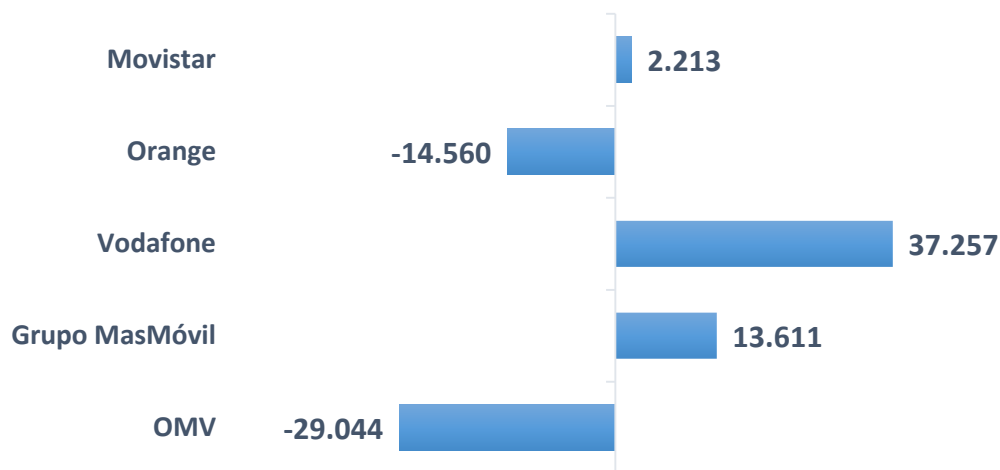
Fuente: Elaboración propia a partir de CNMC

En cuanto a las líneas de telefonía móvil en enero, crecieron respecto al mes anterior hasta las **51.160.830** líneas, unas **10.000** líneas más que hace un mes, y respecto al mismo mes del año pasado crecen en 462.941 líneas móviles. Este avance es consecuencia del **importante crecimiento de las líneas postpagos (1.426.879 el último año)**, que compensó por el retroceso en las líneas prepago (-963.938).

Este mes, la estadística de líneas móviles por operador ha sufrido un importante cambio, tras la compra de Yoigo por parte del Grupo MasMóvil, por lo tanto Yoigo aparece incluida en este grupo junto a Pepephone y Masmovil, estas dos ultimas antes estaban recogidas en las OMV.

En cuanto a la variación de líneas móviles en el mes de enero, todas ganan líneas excepto Orange y los OMV que pierden clientes.

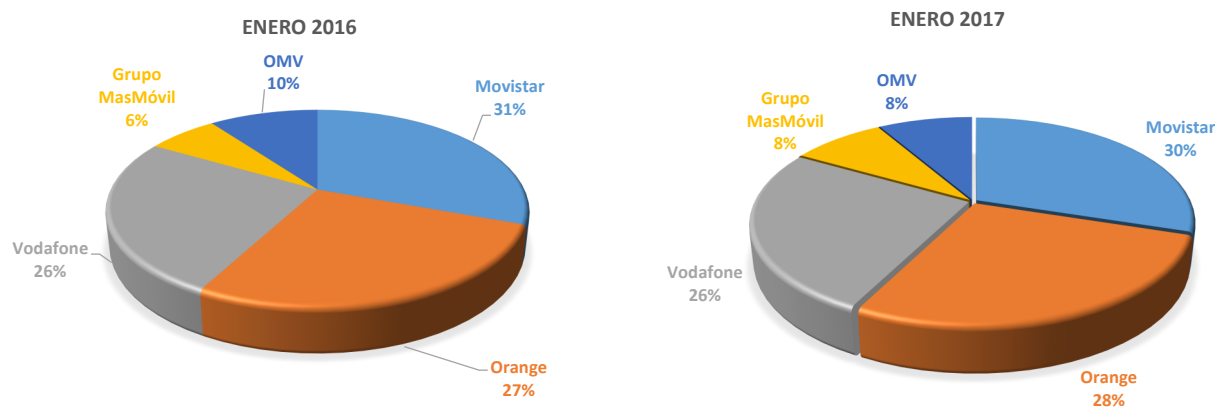
Variación de líneas móviles (Ene-17/Dic-16)



Fuente: elaboración propia a partir de CNMC

Con los cambios en el mercado de telecomunicaciones la irrupción del grupo MasMovil tras la adquisición de Yoigo ha permitido crecer en el mercado a este nuevo competidor hasta una cuota del 8% (6% proviene de clientes de Yoigo), igualando así en conjunto el peso del resto de OMV. Con el paso del tiempo y las fusiones y adquisiciones de OMV por parte de las grandes telecomunicaciones (Pepephone, Ono, Jazztel, etc.) estamos viendo como las OMV están perdiendo peso y quedando con cuotas mas residuales.

Cuota de mercado de los operadores móviles



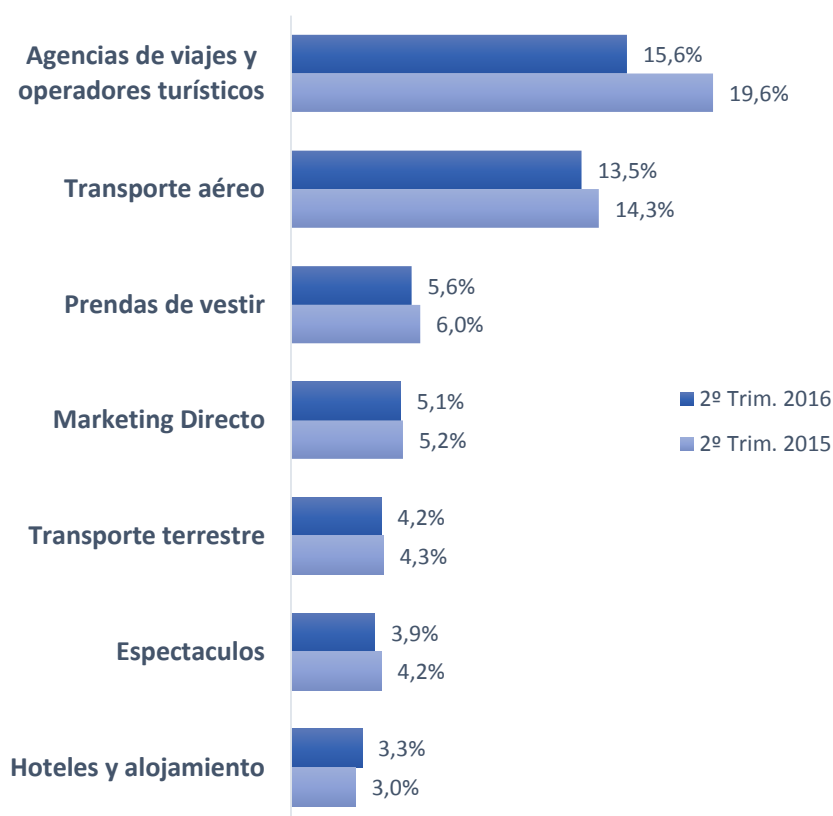
Fuente: elaboración propia a partir de CNMC.

Nota: Grupo MasMovil incluye desde octubre 2016 datos de Yoigo, junto con Pepephone y MasMovil que antes estaban en el grupo de OMV.

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 segundo trimestre de 2016, **el volumen de negocio que generó fue de 5.948 millones de euros, un 20,3% más que en el mismo trimestre del año anterior.**

Actividades con mayor % de volumen de negocio en comercio electrónico



Fuente: elaboración propia a partir de CNMC

Los sectores de actividad con mayores ingresos han sido las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 15,6% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 13,5% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,6%.

En términos comparativos con el mismo trimestre del año pasado, casi todas las principales ramas de actividad o han perdido peso en el global del ecommerce o lo mantienen, eso muestra la mayor diversificación del comercio electrónico en España, que poco a poco está llegando a diferentes sectores.

6. Innovación

Big data se basa en el procesamiento, análisis y visualización de grandes bases de datos, no necesariamente estructuradas, para la toma de decisiones. Este enfoque, relativamente reciente, está adquiriendo una gran relevancia gracias a la acumulación masiva de datos favorecida por la implantación generalizada de las tecnologías de la información y la comunicación.

Algunos sectores, como el comercial y financiero, han sido los principales impulsores de esta tecnología, teniendo a las grandes empresas tecnológicas como las principales pioneras. Éstas integran de forma estratégica en su negocio los avances y descubrimientos que van realizando, a los que, de forma pública, se tiene difícil acceso .

Por otro lado, los datos relacionados con la salud también han estado siguiendo esta tendencia. Así, gracias a Internet, la popularización de los Smartphone y la aparición de multitud de sensores y redes sociales, los datos masivos, que incluyen no sólo registros clínicos y operacionales sino también texto, audio o vídeo y multitud de registros biométricos, son susceptibles de ser analizados para proporcionar información nueva y útil para los sistemas de salud. En este sentido, **Big Data abre una nueva era para mejorar la prestación de servicios de salud. Se abren nuevas oportunidades, tanto para el diagnóstico y el tratamiento de multitud de problemas de salud y la capacidad, aún incipiente, de proporcionar nuevos servicios personalizados mediante su detección en tiempo real y la adecuación de los tratamientos.**

Red.es y la Fundación Vodafone España acaban de realizar un **estudio integral sobre Big Data en salud digital con la finalidad de realizar un análisis de la situación y de las implicaciones y tendencias de evolución de Big Data en salud.** En el muestra un análisis sobre las utilidades y aplicaciones de Big Data en salud digital, identificando sus principales beneficios, barreras y tendencias de futuro.

Alguna de **las ventajas del Big Data en salud** que se enumeran en este informe son:

- ◇ **La reducción de la duplicación de pruebas** innecesarias mediante la información obtenida de la explotación de grandes bases de datos con información del mundo real.
- ◇ Una **mayor cantidad y calidad de la información** redundará en tratamientos más eficientes con la consiguiente reducción de las hospitalizaciones y la **mejora de la eficiencia en el sector.**
- ◇ **Una mayor visibilidad** en tiempo real de las operaciones, de la **experiencia del paciente** y de sus opiniones y del comportamiento de los diferentes agentes **mejorará la inteligencia del sistema** y, por tanto, también la **calidad y precisión de las decisiones a tomar.**

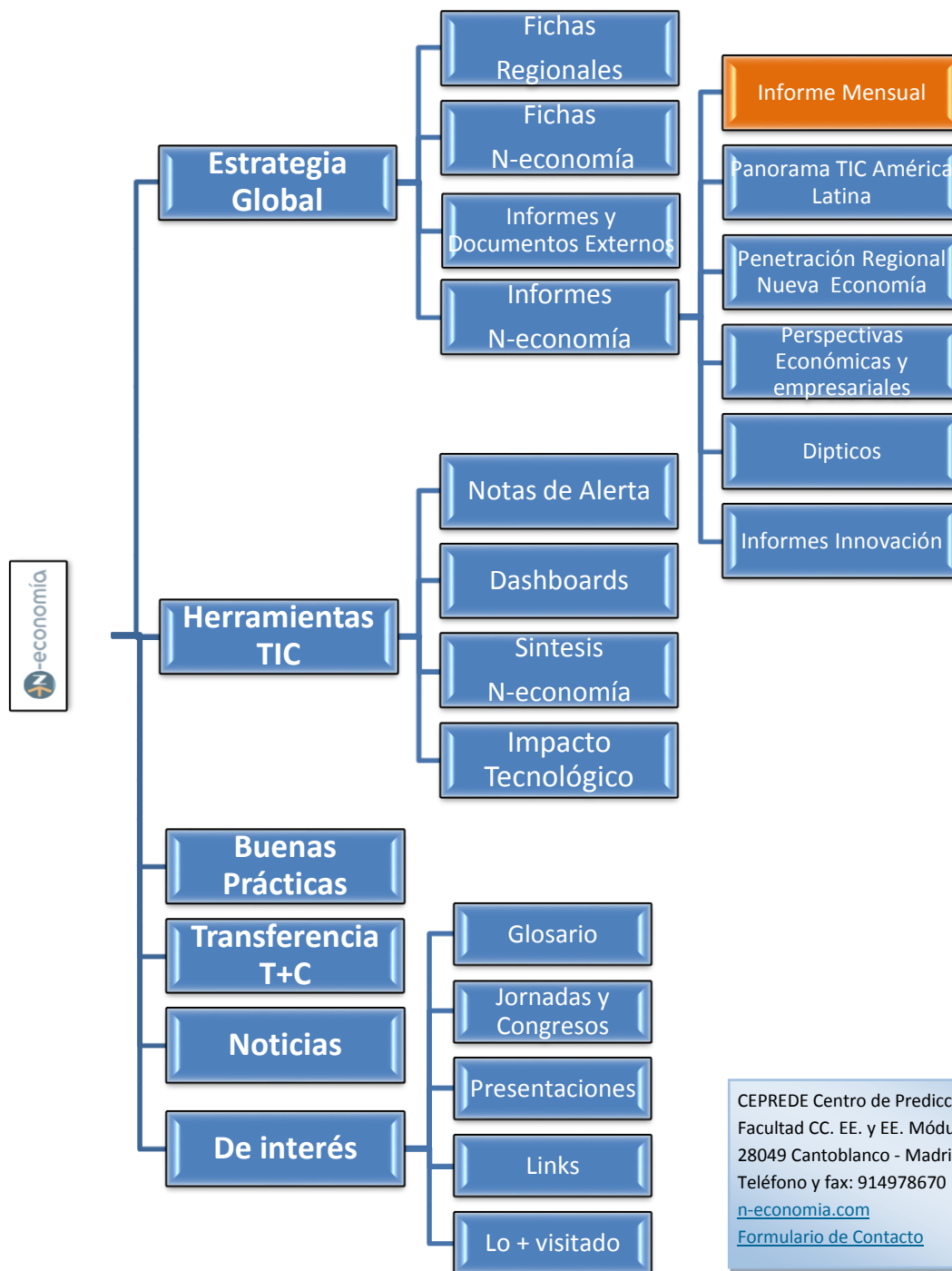
Sin embargo también ofrece una serie de **barreras contra las que aun se debe aún luchar** y conseguir derribar para conseguir un mejor uso y mas eficiente de la tecnología en la salud, entre las principales barreras destacan:

- * **Barreras organizativas:** Big Data precisa de un sistema organizativo que permita avanzar en la compartición de información
- * **Barreras normativas:** Big Data precisa almacenar una enorme cantidad de datos procedentes, en su mayoría, de los pacientes. Estos datos personales son extremadamente sensibles y será preciso que la normativa que garantice los derechos en este ámbito consiga asegurar la confidencialidad de la información sin que ello suponga un freno para su propio desarrollo.
- * **Barreras técnicas:** Falta de integración de los distintos sistemas y falta de escalabilidad de los proyectos.
- * **Barreras de mercado:** número de personas con las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar su actividad en Big Data en salud es todavía insuficiente.

A continuación se presentan algunas de las **tendencias de futuro**, recogidas a lo largo del estudio, relacionadas con la aplicación del Big Data en salud:

- ◆ Big Data es la respuesta a una futura, aunque cada vez más presente, **medicina personalizada**. El abaratamiento de la secuenciación genética, así como los avances de almacenamiento y proceso de datos que aporta Big Data, permitirán correlacionar nuestra secuencia genética con otros datos sobre todo ambientales y de entorno y de hábitos de comportamiento, gracias a lo cual se podrán prever a la perfección los riesgos de padecer una gran variedad de patologías.
- ◆ **La realidad virtual** permite la generación de entornos de interacción que separan la necesidad de compartir el espacio-tiempo, facilitando en este caso nuevos contextos de intercambio y comunicación. Y Big Data, como plataforma de recolección y análisis de datos, puede nutrir también a estos sistemas de realidad virtual.
- ◆ El avance del **Internet de las Cosas, y la mejora de las redes del planeta (5G)** permitirá un mayor impulso del Big Data y crear un mundo inteligente entorno al mundo de la salud en el que los objetos intercambiarán información.

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:

