

En este artículo se analiza la situación de Internet en España y su posición con respecto a los países de nuestro entorno a partir de los diferentes estudios y trabajos publicados hasta el momento, seguidamente se proyectan estas cifras hacia el futuro modelándolas con la evolución que han seguido los países de la comunidad europea. Finalmente se analizan las barreras que dificultan el desarrollo de la Sociedad de la Información y las medidas y propuestas que pueden acelerar el proceso.

Internet en España: dónde estamos, hacia dónde vamos

Donde estamos

En estos momentos si analizamos los datos del Estudio General de Medios (EGM) corres-

pondientes al mes de Abril-Mayo de 2001 encontramos que el 20,3%, 7.079.00, de los españoles mayores de catorce años Son

Usuarios de Internet. Si analizamos la evolución en el tiempo vemos que el número de Usuarios de Internet cada vez esta más próximo al de usuarios de Ordenador que en este momento se sitúa en el 33% de la población (11.490.000).

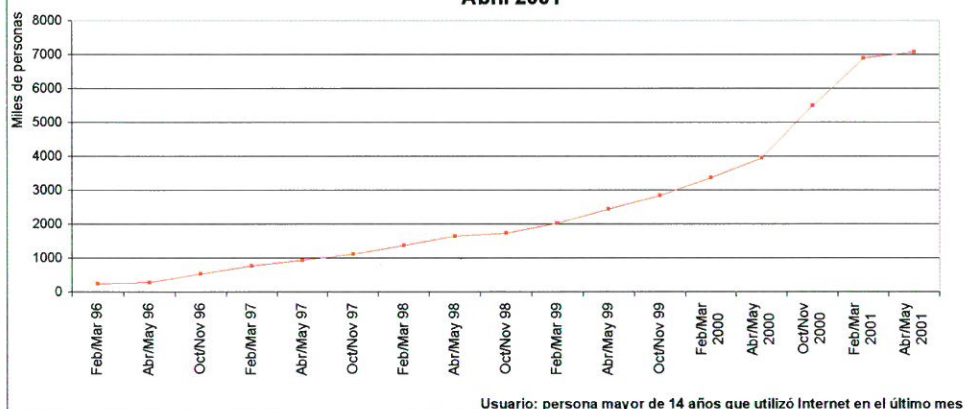
Con respecto a la distribución de los usuarios en la geografía española encontramos grandes diferencias entre las comunidades autónomas, Cataluña se sitúa a la cabeza con un índice de penetración del 24,8% en el número de personas que han utilizado Internet en el último mes. Solo cinco comunidades están por encima de la media que se sitúa en el 17,5%: La Rioja, Madrid, País Vasco, Baleares y Comunidad Valenciana. Datos que contrastan con las comunidades donde la Sociedad de la Información tiene un menor desarrollo: Castilla-La Mancha, Galicia y Aragón

En este momento esta creciendo el número de mujeres conectadas (37,2%), los adolescentes y el acceso en las clases medias. También aumenta el número de usuarios que pagan de su bolsillo el acceso a la red, el acceso desde los hogares y el uso del correo electrónico entre los usuarios domésticos.

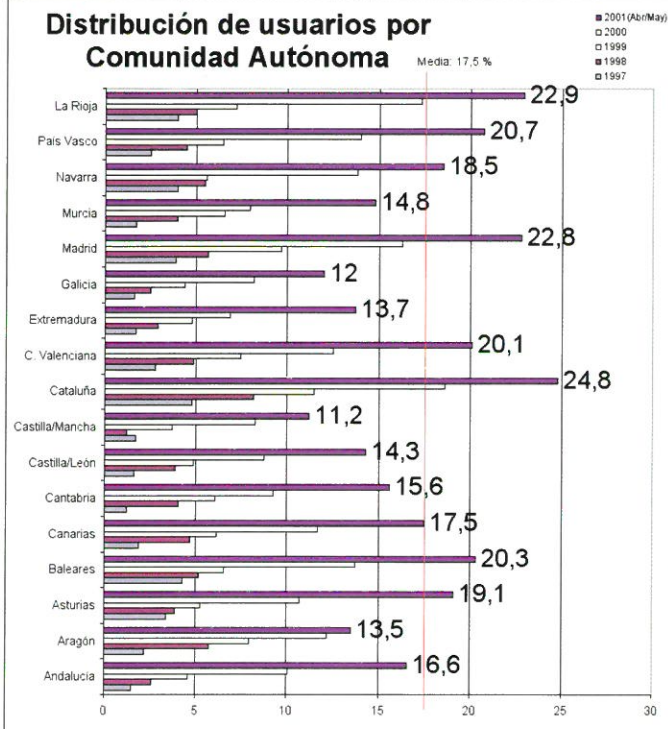
El usuario español se conecta a Internet una media de 10 veces por semana, el tiempo medio de una sesión de conexión esta en torno a 34 minutos lo cual significa aproximadamente 6 horas de navegación al mes. En una sesión se visitan una media de 15 sitios y se visualizan unas 40 páginas en cada sesión. El porcentaje de banners que se pulsan es del 0,4% de los que lo visualizan.

Con respecto a los sitios espa-

**Evolución del número de usuarios de Internet
Abril 2001**



Distribución de usuarios por Comunidad Autónoma



ñoles controlados por OJD encontramos que el 62,5% de las visitas se centran en portales y buscadores seguido de los diarios electrónicos con un 22,7%.

Sin embargo los usuarios pasan más tiempo en las publicaciones electrónicas que en los portales y a que si atendemos al número de páginas visualizadas encontramos que la diferencia es menor. Un 46% de las páginas son de los portales frente a un 31,7% de páginas servidas por los medios electrónicos.

Si hablamos de Comercio Electrónico encontramos que en el 2000 se facturó por este concepto unos 34.000 millones de pesetas de los cuales el 53% eran transacciones con origen y destino en España. Si distinguimos entre empresas tradicionales que trasladan su presencia a la red y nuevas empresas (empresas virtuales, .com, etc), encontramos que las primeras han acaparado el 78% de las transacciones frente al 22% que facturaron las empresas de la nueva.

Los libros, la informática, el turismo, los deportes, la música-video

y la intermediación financiera son por este orden los productos más vendidos. Los sectores que más ha progresado en el año 2000 es el turismo y los productos financieros.

Con respecto a las inquietudes de los usuarios los precios (21%), la calidad y velocidad de los accesos (20%), la privacidad de sus datos (19%), la seguridad en las transacciones (13%) y los contenidos (9%) son los temas que les preocupan tal y como se desprende de las quejas recogidas en la Asociación durante el año 2000

Nuestra posición en el Mundo

Con respecto a Europa España ocupa el puesto número 14 tiene por delante a Irlanda que con un 30,4% de personas con acceso nos aventaja en más de diez puntos en índice de penetración y estamos muy lejos de los países nórdicos Suecia, Noruega y Dinamarca que con un 65%, 59,1% y 54% encabezan la clasificación de Países más desarrollados.

Finalmente los indicadores internacionales sitúan a España entre los puestos 21 y 24; muy

lejos de los países que ocupan los primeros lugares y lejos también de los que nos preceden: Italia, Corea, Francia o Israel. El español ocupa el sexto lugar en cuanto a contenidos con un 2,5% del total, el Inglés sigue ocupando el 68,3% de los contenidos y le siguen Japonés, Alemán, Chino y Francés.

Hacia donde vamos

Si analizamos la evolución del crecimiento y la proyectamos en los próximos años teniendo en cuenta como ha sido la evolución en los países de nuestro entorno podemos predecir que el número de usuarios con conexión a Internet se acercará a los 13 millones a comienzos del 2003 y a los 16 millones a comienzos del año 2004.

Se seguirán incorporando más mujeres, niños y personas mayores que son los colectivos menos conectados en este momento y crecerá enormemente el uso de Internet a través de terminales alternativos (televisión, teléfono móvil, webphone, etc.).

El uso que se hace de la red también cambiará acercándonos a los parámetros de los países más desarrollados, el tiempo de cada sesión en la que estamos conectados aumenta-

rá hasta alcanzarlos 45 minutos frente a los 34 actuales, el número de horas de conexión al mes se duplicará pasando de 6 a 12, y el número de veces que nos conectamos a Internet al mes se incrementará ligeramente y el resto de parámetros se mantendrán estables.

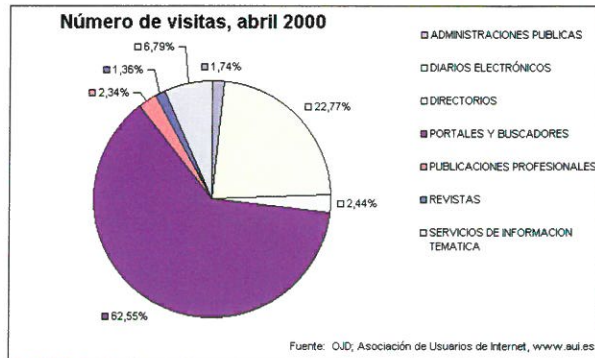
Las previsiones para el comercio electrónico son bastante espectaculares en cuanto a crecimiento aunque siguen siendo muy poco significativas si comparamos estas cifras con las de la economía real. Las previsiones para el 2001 es que se facturen en España un total de ciento treinta mil millones de pesetas por las transacciones económicas de las cuales apenas un 15% serán transacciones de nuevas empresas, mientras que el resto serán para empresas tradicionales que siguen aumentando su presencia en la red.

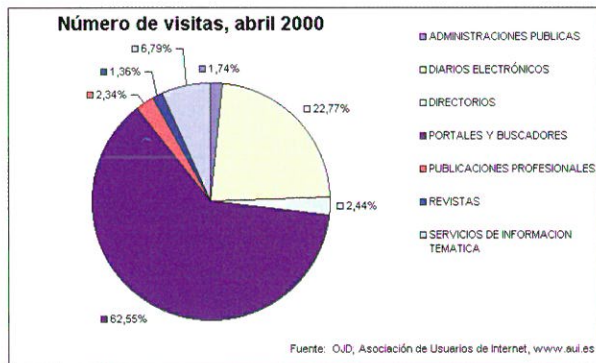
Por sectores la Banca y el Turismo van a ser los sectores que van a crecer más seguidos de los servicios de asesoría y consultoría a través de la red. A lo largo del 2001 se va a producir un desembarco de las grandes superficies en el panorama del comercio electrónico algo que todavía no ha llegado a España. Este desembarco supondrá que en el 2002 las cifras del

• Miguel Pérez Subías
Presidente@aui.es



Número de visitas, abril 2000





e-commerce se dispararán pero los beneficiarios de este crecimiento serán el comercio tradicional y, fundamentalmente, la gran superficie y las grandes empresas.

Con respecto a los precios se van a desarrollar tres modelos de negocio: el gratuito (financiado por la publicidad o por la obligación de utilizar un servicio específico) dirigido al gran público y con una calidad media baja; el pago de una cantidad fija al mes que va a depender del ancho de banda, del horario y de las prestaciones; y, finalmente, el pago por tráfico (cantidad de información).

Las tarifas de las comunicaciones móviles deberán de sufrir un descenso importante, si esto no se produce probablemente provocará movilizaciones y contestación de los usuarios. A nivel internacional aquellos países que ya hayan superado el 40% de conectados empezarán

a tener un crecimiento mucho más lento mientras que este será exponencial para los países que están por encima del 20%.

Las previsiones de crecimiento del comercio electrónico en billones de dólares USA (1b=1000 millones), son según el último informe de Forrester las siguientes:

El comercio entre empresas (B2B) será 10 veces más importante que el comercio entre particulares (B2C). Para el año 2004 se espera que el B2B en todo el mundo alcance la cifra de los 6000 billones de dólares americanos, mientras que el B2C solo supondrá 454 billones de dólares.

Medidas para potenciar y acelerar nuestra incorporación a la Sociedad de la Información

Esevidente que el tandem información, informática y telecomunicaciones que identificamos

bajo las siglas SI es un elemento estratégico para el desarrollo de los países industrializados al igual que en su día lo han sido las infraestructuras y los elementos de transporte terrestre. Las barreras que dificultan la incorporación a la SI las podemos agrupar en los siguientes apartados: infraestructuras, desarrollo de competencia efectiva, formación, información y promoción.

Los incentivos para usar la red son diferentes para los conectados y para los que no lo están, para los primeros la baja calidad, la falta de oferta de productos y servicio, la desconfianza en el medio y el precio de las telecomunicaciones son los elementos que dificultan el que se use más Internet. Para los segundos la falta de formación, la desinformación y la barrera económica que supone el adquirir un ordenador son los elementos que más dificultan su incorporación a la SI.

Desde la Asociación hemos trasladado al recién creado Ministerio de Ciencia y Tecnología un conjunto de propuestas concretas para mejorar la calidad, los precios, el marco regulatorio, la presencia de la Administración en la red, la creación de infraestructuras, el desarrollo de Internet en la Educación, Incentivar el uso de la red en los particulares y en las empresa y finalmente medidas para promocionar e informar sobre las ventajas que aporta la SI a todos ellos.

Creemos que el crear las bases para que exista una competencia real y efectiva y crear un modelo de negocio estable para el sector de las telecomunicaciones es el problema más urgen-

te el cual hay que abordar conjuntamente con otras medidas.

Conclusiones

La situación de España con respecto a la SI es preocupante ya que existe un distanciamiento importante con respecto a los países de nuestro entorno que podemos cifrar en un retraso de casi dos años.

Es responsabilidad de la Administración, las empresas y los usuarios el exigir y trabajar para que se acelere la incorporación de nuestra comunidad a la SI ya que está va ser una pieza clave para el desarrollo industrial pero también para el personal ya que la información, la formación, la cultura, el ocio y los negocios van a pasar necesariamente por Internet.

Bibliografía

Los datos, tablas y gráficos así como las fuentes de donde se han extraído pueden consultarse y ampliarse en las secciones de Estadística, Estudios y Documentación en:

<http://www.aui.es>

Miguel Pérez Subías

- Ingeniero de Telecomunicaciones (UPM)
- Consultor especializado en las Tecnologías de la Información.

-Ha participado y dirigido proyectos de I+D de sistemas, equipos y productos relacionados con la Informática y las Telecomunicaciones.

-Edito y promoví la primera revista en España sobre Internet. Participó en la creación de la Asociación que actualmente preside.

-Es presidente de los comités organizadores de los Congresos Mundo Internet y Expointernet.

-Colabora en PC-WEEK. Es asesor de contenidos del Canal Temático Red 2000.

