

**Observatório da
Economia da Informação**

junho de 2013

**Aspetos Económicos
e Sociais da Internet**

apdsi



associação para a
promoção e desenvolvimento
da Sociedade da Informação

“ASPETOS ECONÓMICOS E SOCIAIS DA INTERNET”

J. Alves Lavado

ÍNDICE

| | | |
|--------|--|----|
| 1. | INTRODUÇÃO..... | 1 |
| 2. | RECOMENDAÇÕES..... | 2 |
| 3. | ASPETOS ECONÓMICOS E SOCIAIS DA INTERNET..... | 4 |
| 3.1. | A Internet e a sua importância económica e social..... | 4 |
| 3.2. | A Internet e os agentes económicos..... | 9 |
| 3.2.1. | A Internet e os consumidores..... | 9 |
| 3.2.2. | A Internet e as empresas..... | 12 |
| 3.2.3. | A Internet e a administração pública..... | 15 |
| 3.3. | A Internet e o desenvolvimento económico e social..... | 19 |
| | INDICADORES/GRÁFICOS..... | 35 |

1. INTRODUÇÃO

O presente memorando é elaborado no âmbito da atividade 2159 “Observatório da Economia da Informação em Portugal” prevista no Plano de Atividades da APDSI.

O principal objetivo do documento consiste na disponibilização de informação sobre aspetos económicos e sociais da Internet. Este objetivo é alcançado através da observação e análise de indicadores sobre a Internet, para os quais se obtiveram dados estatísticos.

A Internet é um domínio de observação muito importante que nos permite inferir sobre os novos comportamentos dos agentes económicos, a implementação de mercados globais, a transformação do acesso aos mercados e a alteração das cadeias de valor e das estruturas de custos de produção e distribuição de bens e serviços. Infelizmente, não existem dados produzidos sistematicamente que permitam ilustrar empiricamente muitos dos aspetos económicos e sociais da Internet, não obstante a proliferação de informação que existe sobre o tema.

O domínio de observação a que respeita este documento é, portanto, a rede Internet vista em alguns dos seus aspetos económicos e sociais. Analisamos três subdomínios de observação para os quais foi possível obter indicadores, por vezes nem sempre os melhores: a Internet e a sua importância económica e social, a Internet e os agentes económicos (empresas, consumidores e administração pública) e a Internet e o desenvolvimento económico e social.

Com base na reflexão feita sobre o domínio de observação, apresentam-se seguidamente algumas recomendações.

2. RECOMENDAÇÕES

Propõem-se as recomendações seguintes, resultantes da análise dos indicadores apresentados neste memorando, respeitantes aos subdomínios de observação:

A – A Internet e a sua importância económica e social

1. **Divulgar e promover a execução da Agenda Portugal Digital**¹. Os objetivos² da Agenda Portugal Digital fomentam o desenvolvimento das infra-estruturas de acesso

1 Agenda Portugal Digital (APD) aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 112/2012 de 20 de dezembro de 2012 substituiu Agenda Digital 2015, aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros Nº 91/2010 de 19 de novembro de 2010. A nova APD prevê o lançamento de medidas enquadradas em seis áreas de intervenção: i) Acesso à banda larga e ao mercado digital; ii) Investimento em I&D e Inovação; iii) Melhorar a literacia, qualificação e inclusão digitais; iv) Combate à fraude e à evasão fiscais, contributivas e prestacionais; v) Respostas aos desafios sociais; vi) Empreendedorismo e internacionalização do setor das TIC. As Grandes Opções do Plano 2013-2015 que enquadram a política orçamental do Estado e o Orçamento do Estado para 2013 parecem não ter em conta o esforço previsto na Agenda Portugal Digital. Também, com a nova Agenda Portugal Digital continuam a não ser estudados os impactos económicos, financeiros e sociais resultantes da sua execução.

² “A Agenda Portugal Digital tem os seguintes objetivos:

a) Promover o desenvolvimento da infraestrutura de banda larga, de forma a permitir que todos os cidadãos possam ter acesso à banda larga de velocidade igual ou superior a 30 Mbps, até 2020;

b) Promover o desenvolvimento da infraestrutura de banda larga, de forma a permitir que 50 % dos agregados familiares possam ter acesso à Internet de banda larga de velocidade igual ou superior a 100 Mbps, até 2020;

c) Criar as condições que permitam o aumento em 50%, face aos valores de 2011, do número de empresas que utilizam o comércio eletrónico em Portugal, até 2016;

d) Promover a utilização dos serviços públicos *online*, para que sejam utilizados por 50% da população, até 2016;

e) Criar as condições que permitam o aumento em 20% das exportações em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), em valores acumulados, até 2016, tendo como referência o ano de 2011;

à Internet e a sociedade da informação em Portugal, permitindo beneficiar dos apoios previstos na Agenda Digital para a Europa³, nomeadamente da "Connecting Europe Facility" (CEF)⁴;

2. **Aumentar a penetração da banda larga para acesso de alta velocidade à Internet**, ainda longe da média europeia, e **melhorar a boa posição respeitante à percentagem de adesões à banda larga móvel**. Proporcionar mais acessos à rede contribui para **rentabilizar os investimentos feitos** (os quais conduziram à cobertura em banda larga de, praticamente, todo o país, desde 2006) e contribui para **desenvolver na Internet as atividades de caráter económico, às quais deve ser dada prioridade**;

B – A Internet e os agentes económicos

3. **Fomentar o aumento da percentagem dos agregados domésticos que acedem à Internet**, em particular nas regiões Alentejo e Centro. Aumentar a quantidade dos agregados domésticos que acedem à Internet contribui para o aumento das suas atividades económicas e sociais utilizando as redes de informação e contribui para o aumento do consumo de bens e serviços recorrendo ao comércio eletrónico;
4. **Promover a minimização dos potenciais problemas de segurança relacionadas com as atividades conduzidas na Internet**. A minimização dos problemas de segurança na Internet deve ser promovida através da construção de sítios, portais e redes robustas e através da formação sobre os procedimentos e os comportamentos adequados. Maior formação significa maior capacidade para reconhecer os problemas resultantes da utilização da Internet e para os resolver;
5. **Tomar medidas que conduzam à criação de empresas virtuais**, através do seu agrupamento em cadeias de valor comuns. As empresas agrupadas em consórcios ou parcerias podem competir com vantagem em certos mercados, recorrendo à Internet, nomeadamente, para enfrentar o processo de globalização;
6. **Fomentar o acesso e a utilização da Internet por parte das empresas micro, pequenas e médias**, potenciando a sua internacionalização. A utilização da Internet

f) Promover a utilização das novas tecnologias, para que seja possível diminuir para 30% o número de pessoas que nunca utilizou a Internet, até 2016.” (Resolução do Conselho de Ministros n.º 112/2012; Diário da República, 1.ª série — N.º 252 — 31 de dezembro de 2012; página 7309).

3 As áreas de ação da Agenda Digital para a Europa são: “mercado único digital”, “Internet para todos”, “competências e inclusão digital”, “serviços públicos digitais”, “segurança e confiança online”, “normas abertas e interoperabilidade” e “investigação e inovação”. (Ver “Digital Agenda for Europe”; Mário Campolargo e outros; DG INFSO; European Commission; IST; Lisboa, 14 de dezembro de 2011 –

http://ec.europa.eu/information_society/events/cf/daelocal/item-display.cfm?id=7038)

4 “In the field of telecommunication networks, the Connecting Europe Facility intends to support and provide for action projects in order to guarantee the establishment of a broadband network and to accelerate it in an ultrafast broadband coverage offering access for all at speeds of at least 30Mbps with at least 50% of households having subscribed for connections above 100Mbps. This objective shall be completed with the elaboration and establishment of certain high-valued digital services regarding e-Procurement, e-Health, e-Justice and customs related services” (“The Connecting Europe Facility (CEF) Regulation and its impact”; Nov2011).

pelas empresas de menor dimensão potencia o alargamento dos seus mercados à escala global;

7. **Estimular a utilização da Internet nas interações entre cidadãos, empresas e autoridades públicas.** As trocas de informação entre os agentes económicos recorrendo à Internet promovem o aumento da eficiência da procura e da oferta de bens e serviços;

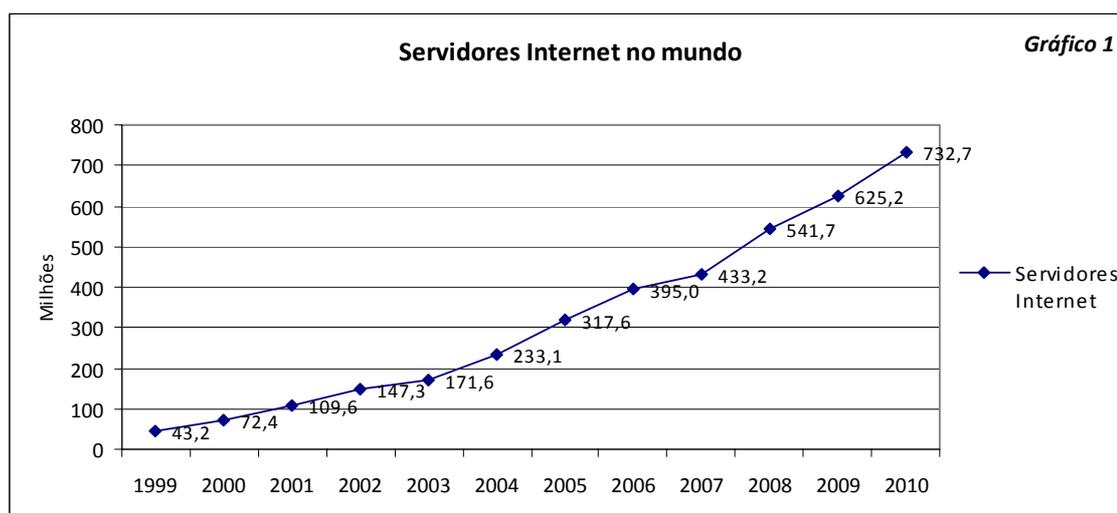
C – A Internet e o desenvolvimento económico e social

8. **Desenvolver a utilização da Internet nos processos de educação escolar, de formação e treino dos trabalhadores e de aprendizagem das populações.** A Internet constitui um meio extraordinário para potenciar a educação e a formação dos agentes económicos e o desenvolvimento económico e social;
9. **Promover a utilização da Internet segura nos processos do domínio da saúde.** Os processos de informação aos utentes, os processos médicos, os processos farmacêuticos... podem beneficiar da Internet para aumentar a eficiência nas trocas de informação entre os agentes envolvidos nos processos de saúde;
10. **Fomentar a utilização da Internet como suporte das atividades económicas e sociais.** Serviços de viagens e acomodação, serviços de informação aos agricultores, serviços bancários, serviços de emprego e muitos outros serviços e atividades económicas e sociais podem beneficiar da utilização da Internet;

3. ASPETOS ECONÓMICOS E SOCIAIS DA INTERNET

3.1. A Internet e a sua importância económica e social

A importância económica e social da Internet tem aumentado, como mostra o elevado incremento do número de servidores Internet no mundo (gráfico 1) e do seu valor económico total.

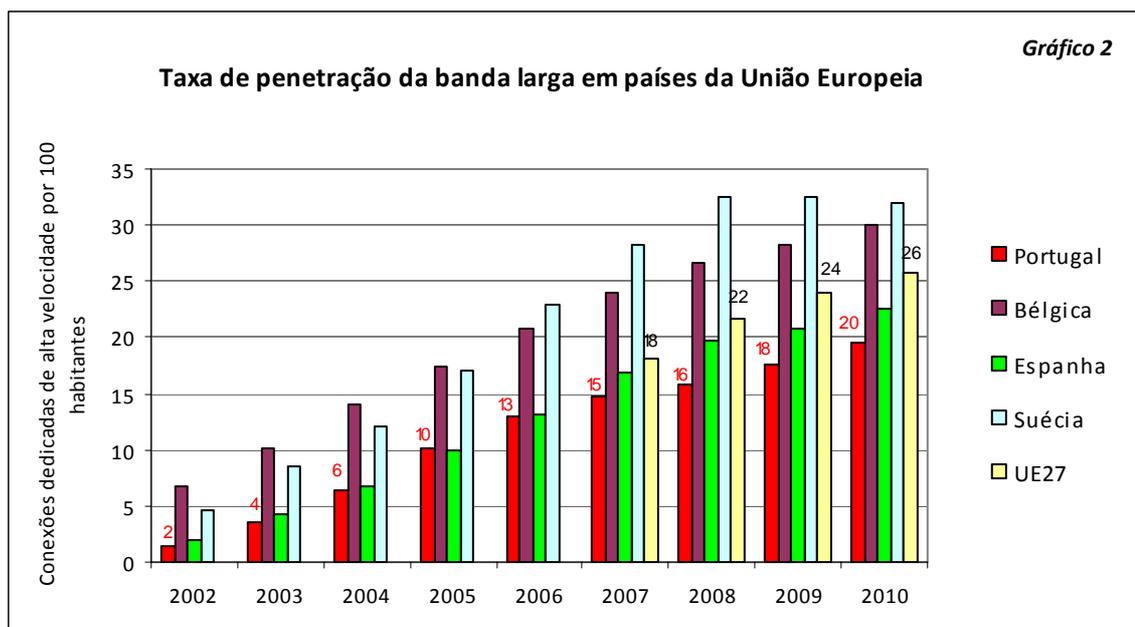


Fonte: Internet Software Consortium (<http://www.isc.org/>), OECD Communications Outlook 2011

Se considerarmos o valor médio de um servidor Internet (hardware) igual a 1000€ e os restantes custos (software, formação...) quatro vezes o custo do hardware, podemos estimar

que em 2010 o valor económico total, estimado em €, dos servidores Internet instalados era de aproximadamente 3 biliões de euros. Este valor é equivalente a cerca de 17 vezes o PIB português (aproximadamente 0,167 biliões de euros) e mais do que o PIB alemão (aproximadamente 2,4 biliões de euros).

Outro indicador sobre a importante dimensão da Internet é a taxa de penetração da banda larga (gráfico 2). A banda larga é a autoestrada da informação. A dimensão da sua utilização em cada país mostra o estado do seu desenvolvimento no caminho para a sociedade da informação.



Fonte: EUROSTAT (Table_tsiir150FlagDesc - 2002 a 2009); OCDE (2010)

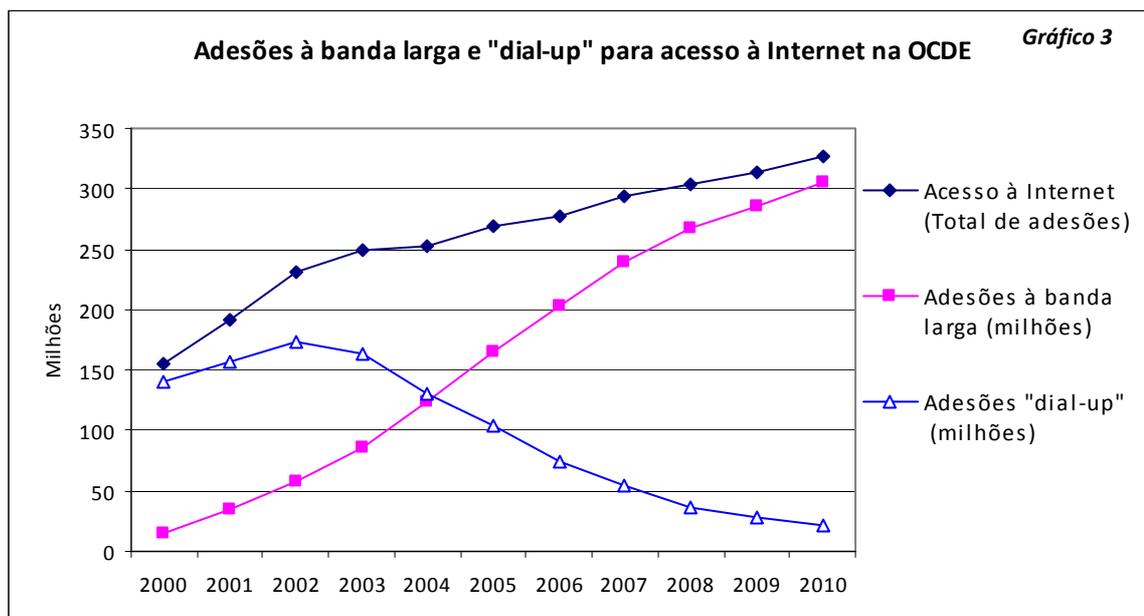
Nota respeitante aos conceitos utilizados:

- “A taxa de penetração da banda larga descreve o número de conexões de alta velocidade dedicadas por 100 habitantes. Este indicador mostra como tem aumentado muito o acesso à internet por banda larga nos países a nível geral, não especificando por grupo de utilizadores. Linhas de banda larga são as que tem capacidade de transmissão igual ou superior a 144 Kbits/s. Várias tecnologias são tidas em conta: ADSL, cabo e modem, assim como outros tipos de linhas de acesso.” (Eurostat; <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tqm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tsiir150>; Last update: 16.12.2011; Date of extraction: 19 Jan 2012 13:45:38 MET) e “OECD Broadband subscriptions per 100 inhabitants, December 2010.” (OECD based on Broadband Portal [www.oecd.org/sti/ict/broadband], June 2011).

Em 2010, em Portugal existiam cerca de 20 conexões dedicadas à banda larga de alta velocidade, por cada 100 habitantes (taxa de penetração de 20%). Por cada 100 habitantes, na Espanha existiam cerca de 23 conexões, na Bélgica 30 e na Suécia 32. Na Suécia, em 2010 verificou-se um ligeiro decréscimo na taxa de penetração da banda larga. No conjunto dos 27 países da União Europeia (UE27) registavam-se 25,6 adesões a este tipo de conexão por 100 habitantes.

Em 9 anos (2002 a 2010), em Espanha e em Portugal a taxa de penetração da banda larga decuplicou.

Podemos ainda considerar o número de adesões à banda larga e de adesões “dial-up” (gráfico 3) para acesso fixo à Internet, como indicador da sua dimensão, no conjunto dos países da OCDE.



Fonte: OCDE – Portal Banda larga (www.oecd.org/sti/ict/broadband), junho 2011

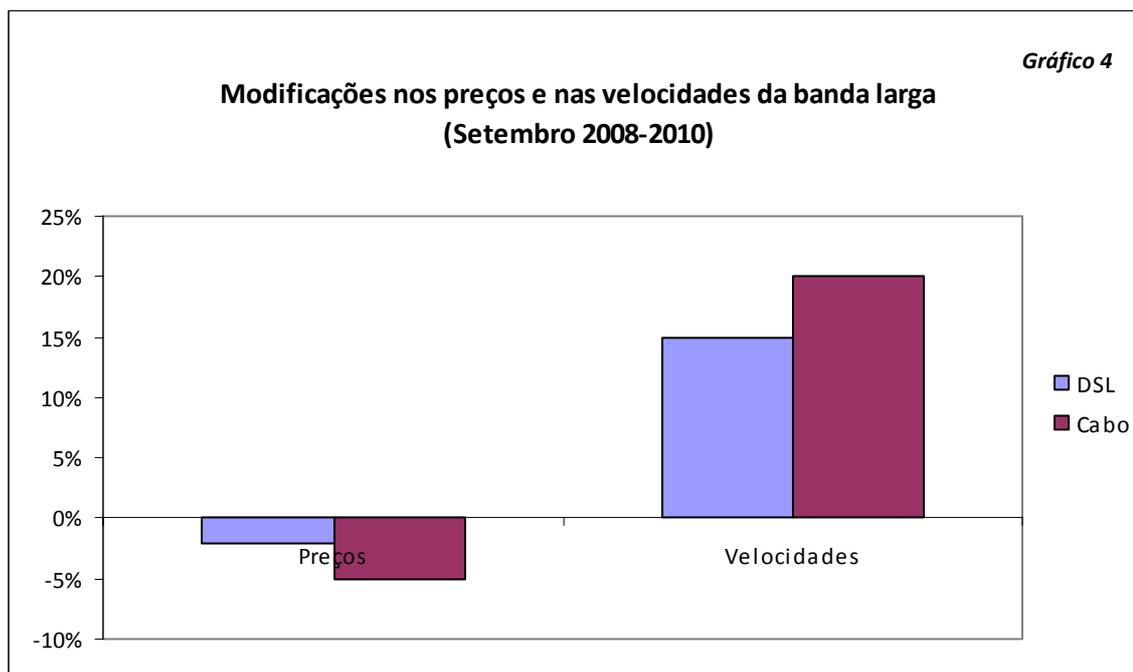
Notas referentes ao gráfico:

- Dados 2010: incluem adesões à banda larga fixa (DSL, cabo e modem, fibra e outras tecnologias de banda larga fixa). Assinaturas dial-up são uma estimativa.

- Dados antes de 2010: incluem assinaturas para acesso fixo à banda larga (DSL, cabo e modem, fibra e outras tecnologias de banda larga fixa) e assinaturas para acesso móvel terrestre e via satélite.

Constatamos que nos países da OCDE os acessos fixos à Internet através de banda larga adicionados dos acessos através dial-up (conexão por linha comutada ou banda estreita) mais do que duplicaram entre 2000 e 2010. O acesso via banda larga passou a representar em 2010 cerca de 93% dos acessos. Em 2000 o acesso à banda larga (14 milhões de adesões) representava 10% do total dos acessos feitos através de dial-up (cerca de 141 milhões), mas em 2010 os acessos à Internet através da banda larga representavam 305,6 milhões de adesões, mais de 14 vezes os acessos via dial-up (21,5 milhões).

Entre setembro de 2008 e setembro de 2010, as modificações dos preços e velocidades da banda larga justificaram a sua crescente utilização. De facto, os preços de utilização de banda larga, DSL e cabo caem, enquanto as velocidades aumentam muito significativamente nos países da OCDE (gráfico 4).



Fonte: OECD Communications Outlook 2011, OECD Broadband Portal [www.oecd.org/sti/ict/broadband]

Notas referentes ao gráfico:

- As modificações nos preços e nas velocidades médias são calculadas com base numa oferta representativa de um operador em cada país tendo em conta as modificações dos preços e velocidades das ofertas, no tempo. Os dados foram colhidos em cada setembro e os preços locais foram utilizados para calcular as modificações em termos percentuais. Se a oferta de velocidade deixou de estar disponível a oferta mais próxima do mesmo operador foi usada.

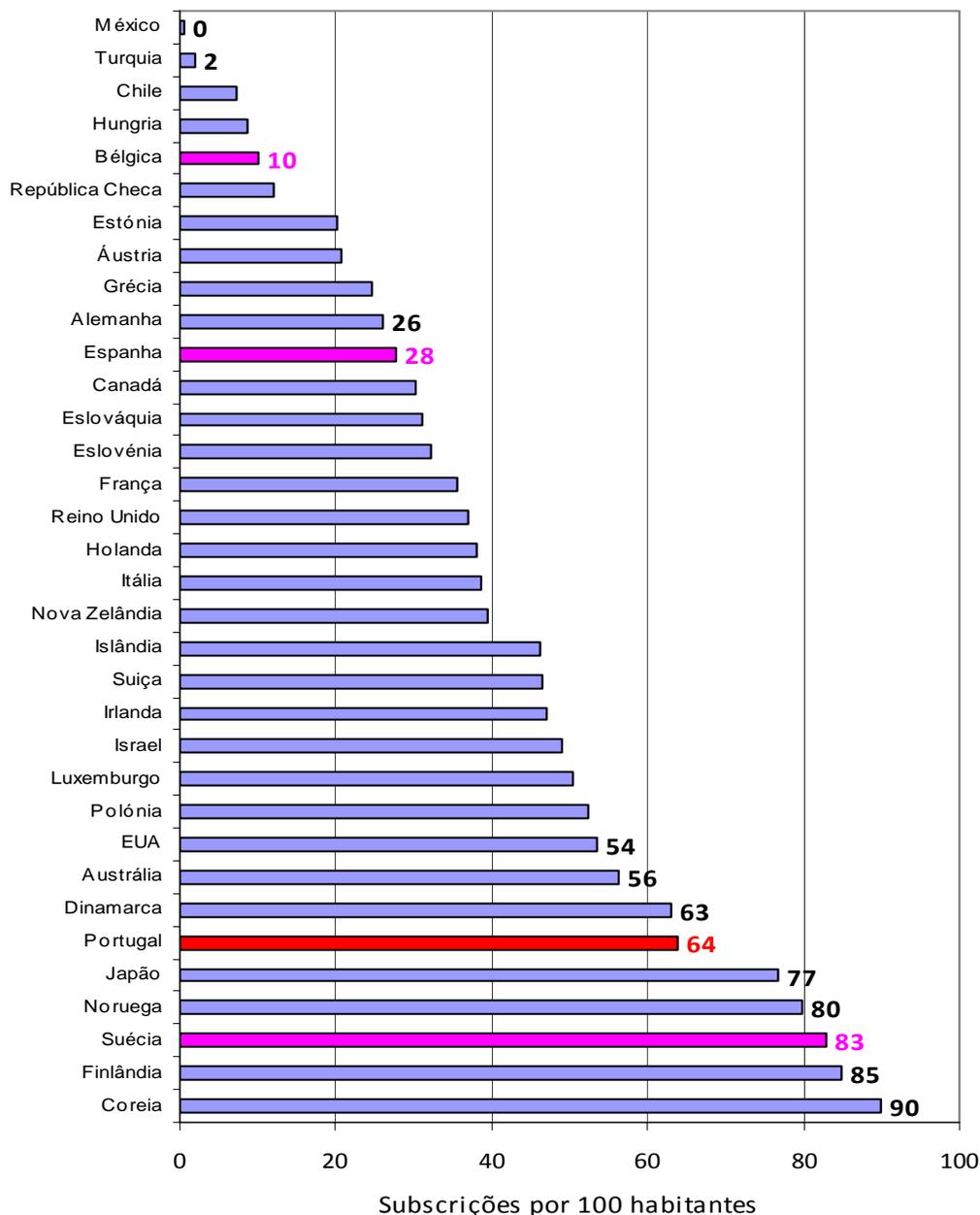
- Ofertas similares de um operador nos países da OCDE, no mês de setembro 2008-2010

Contudo, a **banda larga móvel ganha a preferência dos utilizadores nos países da OCDE, assumindo grande relevância em Portugal**, como se pode ver no gráfico 5, o qual mostra o número de adesões à banda larga móvel por 100 habitantes nos países da OCDE.

Portugal com cerca de 64 adesões à banda larga móvel por 100 habitantes tem, surpreendentemente, mais adesões do que a Dinamarca (63), Austrália (56) e EUA (53).

Gráfico 5

**Adesões à banda larga móvel por 100 habitantes nos países da OCDE
(Dezembro 2010)**



Fonte: OCDE – Portal Banda larga (www.oecd.org/sti/ict/broadband), junho 2011

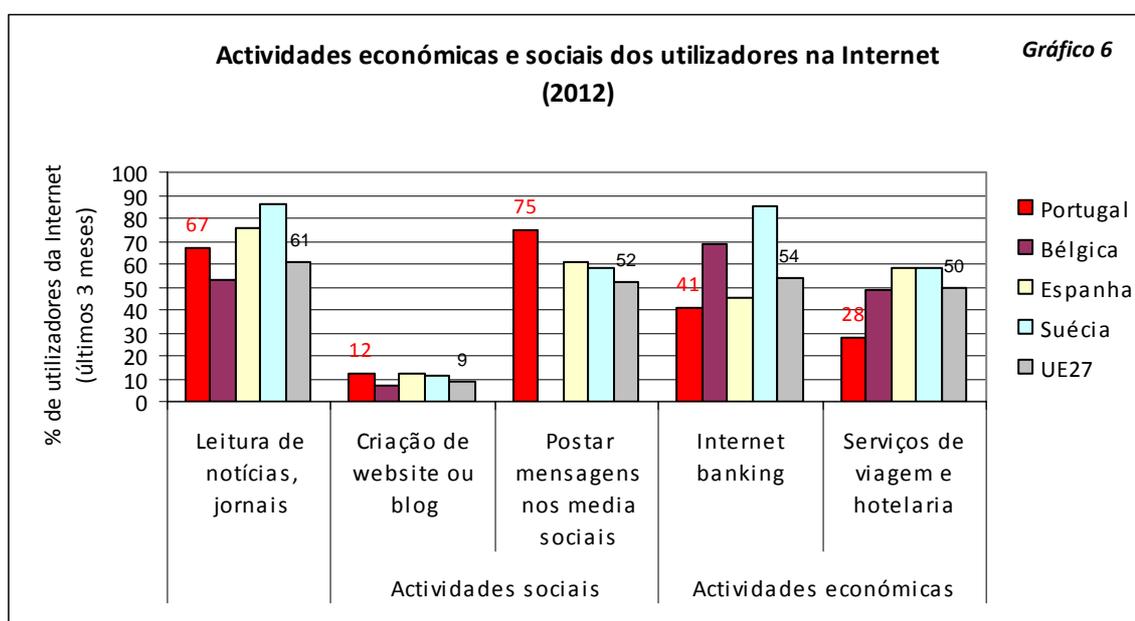
Notas referentes ao gráfico:

- Os dados das adesões à banda larga sem fio incluem: adesões satélite, adesões à banda larga fixa terrestre sem fios e adesões à banda larga móvel terrestre sem fios (adesões móveis standard e adesões dedicadas a dados).

Dos países da OCDE é a Coreia do Sul que apresentava no fim de 2010 o maior número de adesões à banda móvel por 100 habitantes (cerca de 90), seguida pela Finlândia (85), Suécia (83) e Noruega (80). Os países com menores adesões à banda móvel por 100 habitantes são a Turquia (2) e o México (menos de 1), tal como no que respeita à utilização da banda larga fixa.

Considerando agora dados sobre atividades económicas e sociais na Internet, referentes a 2012 (gráfico 6), constatamos que **Portugal tem maior percentagem de utilizadores dedicados a atividades sociais e menor percentagem dedicados a atividades económicas na Internet** quando comparamos com a Bélgica, a Espanha, a Suécia ou com o conjunto da UE27. Com efeito, considerando as atividades de carácter social desenvolvidas na Internet, verificamos que **em Portugal 12% dos utilizadores criam sítios web ou blogs e 75% postam mensagens nos media sociais**. Na UE27 são respetivamente 9% e 52%. **Portugal é mesmo o país da UE27 no qual os utilizadores postam mais mensagens nos media sociais da Internet**. Considerando as atividades de carácter económico, verificamos que **em Portugal 41% dos utilizadores desenvolvem atividades bancárias e 28% recorrem a serviços de viagem e hotelaria na Internet**. Na UE27 são respetivamente 54% e 50%. Constatamos também que **em Portugal 67% dos utilizadores procedem à leitura de notícias ou de jornais na Internet, enquanto na UE27 somente 61% o fazem**. Os portugueses recorrem mais à leitura de jornais na Internet do que os belgas (53%) mas menos do que os espanhóis (76%) e os suecos (86%).

O gráfico 6 ilustra esta situação.



Fonte: Eurostat

Nota referente ao gráfico:

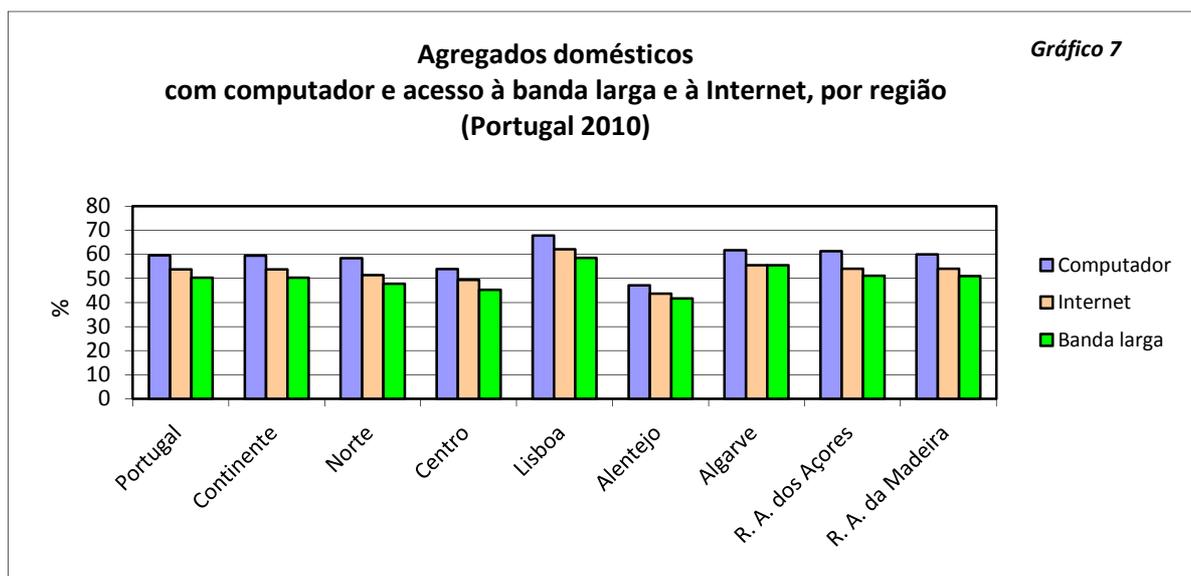
- A classificação das atividades em atividades sociais e económicas é da responsabilidade do autor da análise.

3.2. A Internet e os agentes económicos

3.2.1. A Internet e os consumidores

O conjunto dos consumidores engloba principalmente os membros das famílias ou agregados domésticos, os quais alteram substancialmente as suas formas de consumo, quando recorrem aos computadores, aderem à banda larga e acedem à Internet.

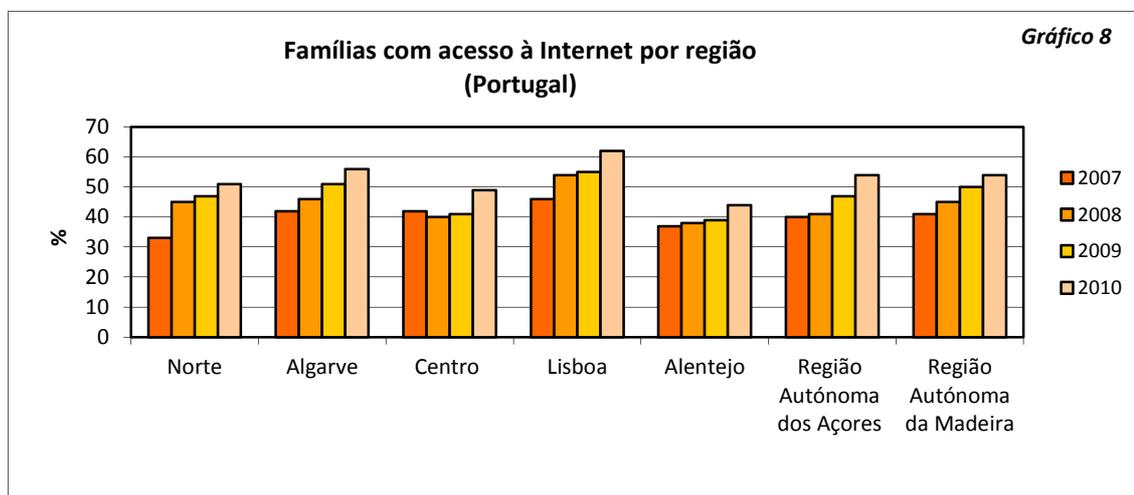
Em Portugal, em 2010, as percentagens de agregados domésticos com computador e acesso à banda larga e à Internet por região figuram no gráfico 7.



Fonte: INE

Estes dados mostram que são os agregados domésticos das regiões de Lisboa, Algarve, Açores e Madeira que mais possuem computadores e que mais acedem à Internet, nomeadamente através de banda larga. As famílias das regiões Centro e Alentejo são as que apresentam piores indicadores.

Em Portugal, nos anos de 2007 a 2010, a evolução da percentagem de famílias com acesso à Internet por região é mostrada no gráfico 8.

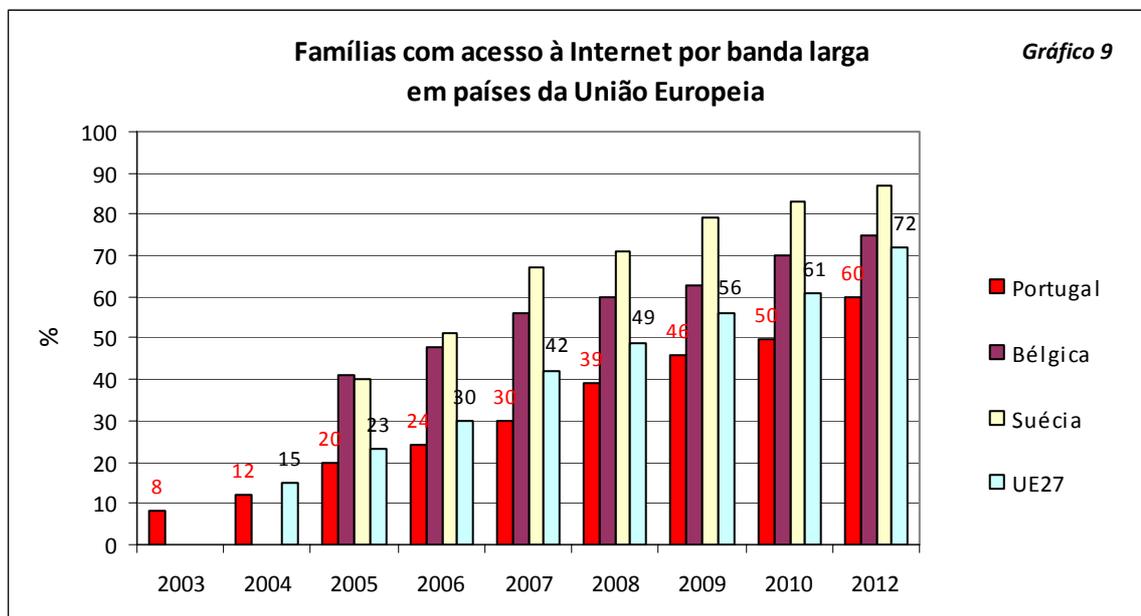


Fonte : EUROSTAT : Households with access to the Internet at home, by NUTS 2 regions

Em 2010, 62% das famílias da região de Lisboa, 56% do Algarve, 54% dos Açores e da Madeira, 51% do Norte, 49% do Centro e 44% do Alentejo acediam à Internet. Verifica-se que de 2007 a 2010 aumentou sempre a percentagem de famílias com acesso à Internet em todas as regiões exceto na região Centro onde se verificou decréscimo de 2007 para 2008. A

percentagem de famílias com acesso à Internet nos Açores e na Madeira é maior do que nas regiões Norte e Alentejo.

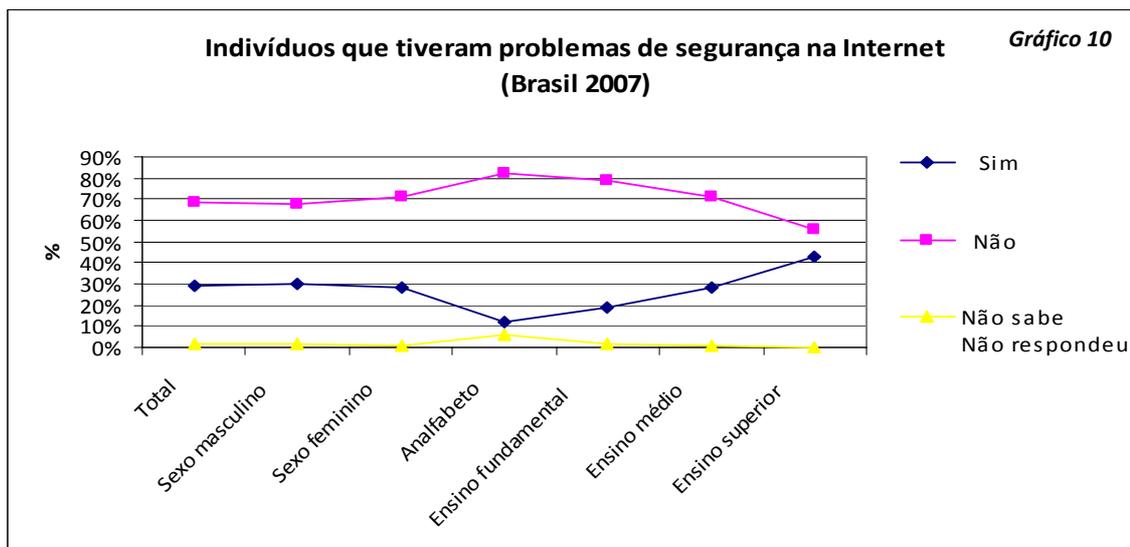
O gráfico 9 mostra-nos a percentagem das famílias que em Portugal, na Bélgica, na Suécia e no conjunto da UE27 acedem à Internet por banda larga.



Fonte: EUROSTAT - Households having access to the Internet, by type of connection; Household Internet connection type: broadband

Em 2003, só 8 % das famílias portuguesas tinham acesso à Internet por banda larga mas, em 2010, já 50% das famílias acediam deste modo á Internet e, em 2012, 60%. Estes valores estiveram sempre abaixo dos da UE27. Em 2012, 72% das famílias da UE27 acediam em banda larga á Internet, na Suécia 87% e na Bélgica, país com população residente equivalente à de Portugal, 75%.

O recurso dos consumidores à Internet envolve por vezes problemas de segurança. O gráfico 10 baseado nos dados de um inquérito feito no Brasil em 2007 mostra a percentagem de indivíduos que tiveram problemas de segurança na Internet, por género e níveis de qualificação.

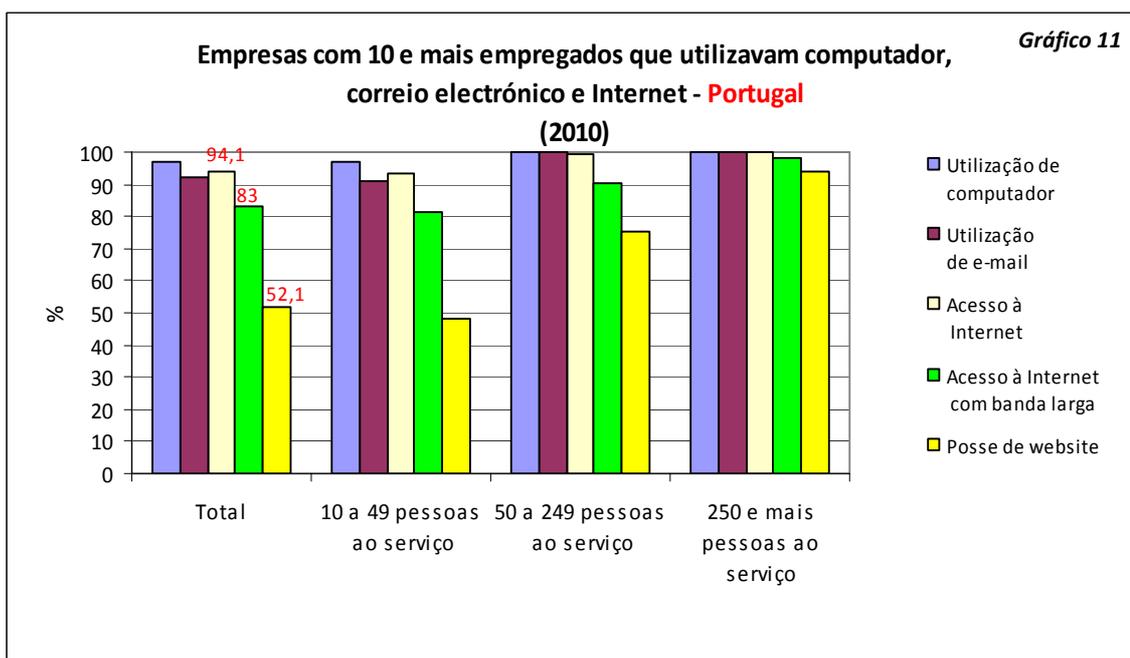


Fonte: NIC.br – set/nov 2007

O inquérito mostrou que 29% dos inquiridos tiveram problemas de segurança com a Internet, 30% do sexo masculino e 28% do sexo feminino. Os analfabetos são os que indicam terem tido menos problemas (14%). Em contrapartida, são os inquiridos com formação superior que apresentam maior percentagem de problemas com a Internet (43%). Consta-se que à medida que aumenta o nível de escolaridade dos inquiridos, maior é a percentagem dos que indicam terem tido problemas na Internet.

3.2.2. A Internet e as empresas

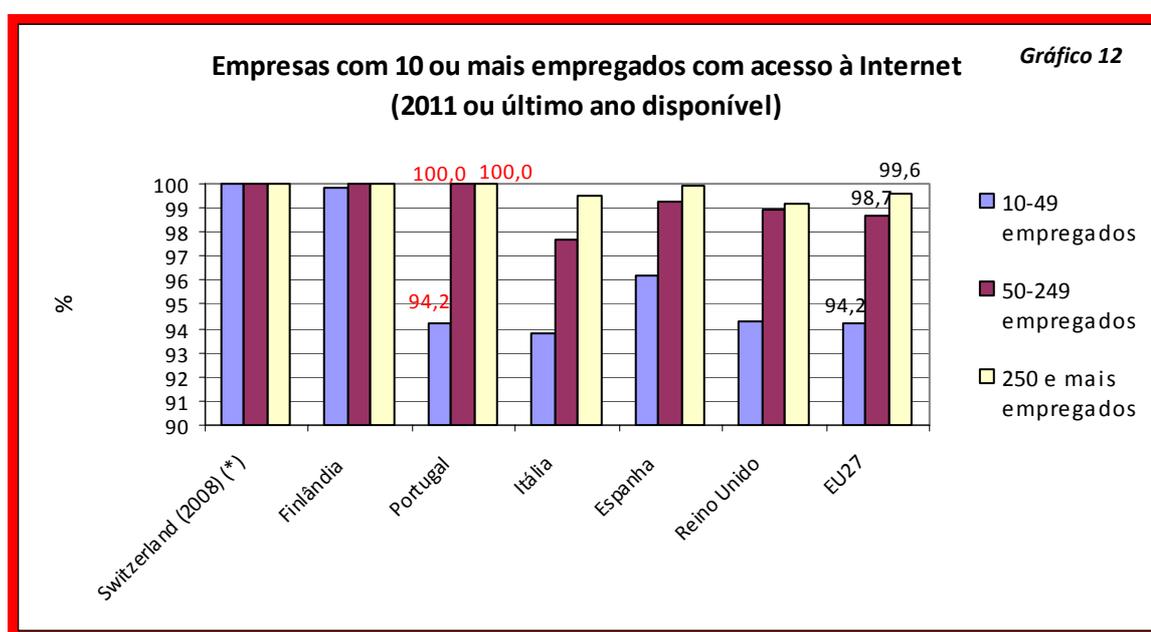
As empresas portuguesas com 10 e mais empregados que utilizavam computador, correio eletrónico e acediam à Internet em 2010 são apresentadas no gráfico 11 em proporção do total de empresas do seu escalão de emprego.



Fonte: INE

Podemos constatar que 83 % do total das empresas com dez e mais pessoas ao serviço utilizavam a Internet através de banda larga e que 52,1% dessas empresas possuíam sítios web. Podemos também concluir que praticamente todas as empresas com mais de 50 empregados utilizavam computadores e correio eletrónico e que uma larguíssima maioria acedia à Internet em banda larga e possuía sítio web. Para estas empresas existem, portanto, condições para a sua internacionalização através da Internet. Essas condições serão tanto mais favoráveis quanto mais sítios web de 2ª geração existirem, isto é, quanto mais sítios dispuserem da tecnologia que permita que as empresa interajam dinamicamente com os outros agentes económicos e quanto maior for o volume de comércio eletrónico.

Em relação a certos países da OCDE, alguns pertencentes também à UE27, a percentagem de empresas com 10 e mais empregados que utilizavam a Internet é apresentada no gráfico 12.



Fonte: OECD, ICT database; Eurostat, Community Survey on ICT usage in enterprises, June 2012.

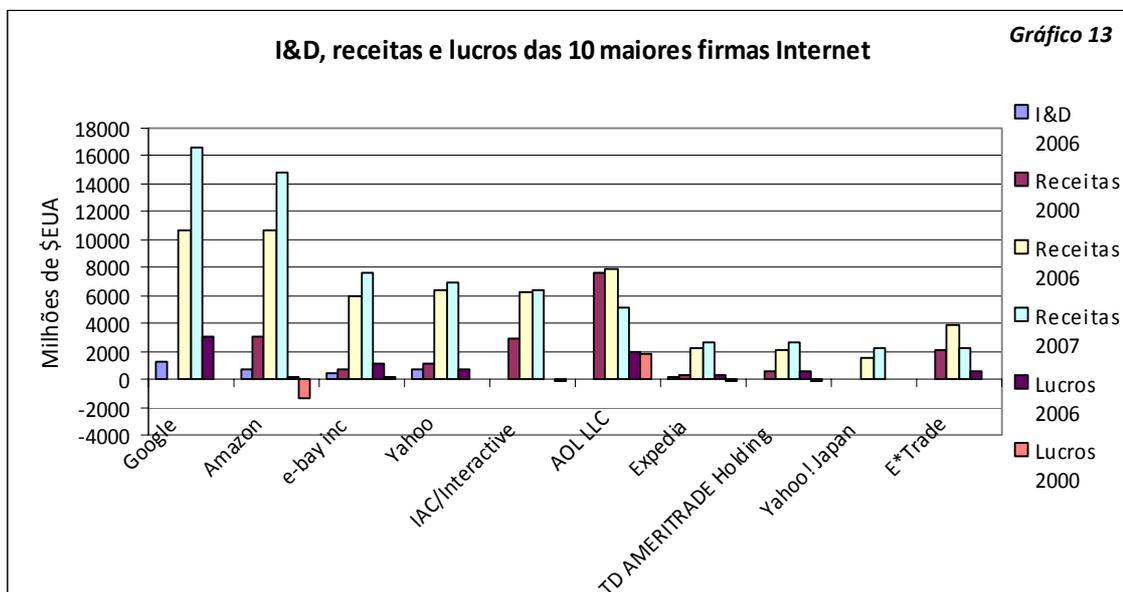
Nota referente ao gráfico:

- (*) Para a Suíça, os dados referem-se a empresas com 5 ou mais empregados.

- Para muitos países europeus, os setores seguintes estão incluídos: Indústria, Construção, Vendas por grosso e retalho, Hotéis e restaurantes, Transportes, Armazenamento e comunicação, Intermediação Financeira e Seguros, Imobiliário, Atividades de renting and business e outras atividades de serviços pessoais, sociais e comunitários. Para alguns países Europeus estão excluídos a Intermediação financeira e seguros.

Em Portugal, em 2011, acediam à Internet 94,2% das empresas com 10 a 49 empregados ao serviço e 100% com 50 a 249 e com 250 e mais empregados. Na Suíça (2008) e na Finlândia praticamente todas as empresas com mais de 10 empregados acediam à Internet. Constata-se para os países considerados que as empresas maiores, com mais de 50 empregados, têm praticamente todas acesso à Internet (mais de 98,9% das empresas). Os dados respeitantes ao Reino Unido mostram uma situação próxima da verificada na UE27. Para a generalidade dos países da OCDE (não incluídos no gráfico) constata-se também que a grande maioria das empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço têm acesso à internet.

A importância das principais empresas (com base nas receitas de 2007) que desenvolvem produtos e serviços para a Internet é mostrada através dos indicadores encontrados, constantes da figura 13.



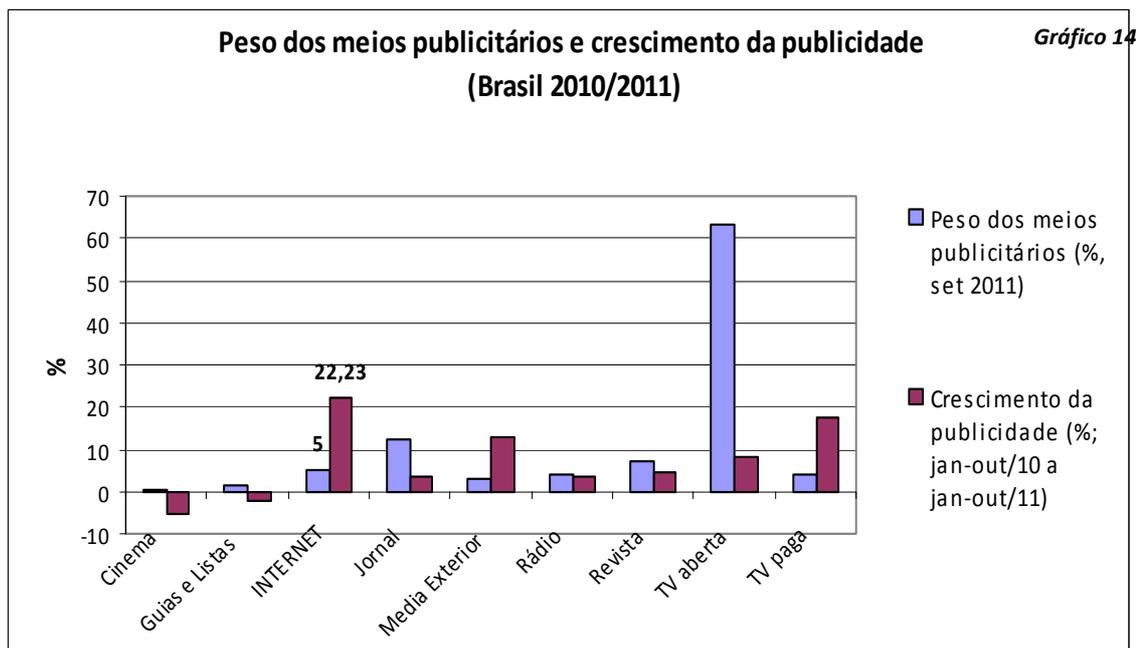
Fonte: OECD, Information Technology database, compiled from annual reports; SEC filings and market financials

As 10 maiores empresas da Internet tiveram em 2007 receitas entre 16594 milhões de \$EUA (Google) e 2223 milhões de \$EUA (E*Trade), ano em que a Google ultrapassou as receitas da Amazon e se transformou na maior empresa da Internet.

As receitas da Google eram 19 milhões de \$EUA em 2000 tendo aumentado para 16594 milhões de \$EUA em 2007. Em oito anos, as receitas da Google multiplicaram-se aproximadamente pelo fator 873. Em 2006, a Google era a firma que mais investia em I&D. Nesse ano, investiu cerca de 12% das receitas, aproximadamente o dobro do investimento feito pela Amazon.

Em 2000, a Amazon teve prejuízos que atingiram quase metade das receitas. Também a Google registava nesse ano 15 milhões de \$EUA de prejuízos. As empresas IAC/Interactive, Expedia e TD AMERITRADE Holding apresentaram também prejuízos em 2000, mas apresentavam já importantes lucros em 2006. A Google em 2006 teve lucros elevadíssimos, os quais correspondiam a 30% das receitas desse ano. Todas as 10 maiores firmas Internet tiveram lucro em 2006.

O peso e o crescimento da publicidade das empresas na Internet e nos outros meios publicitários são apresentados no gráfico 14.

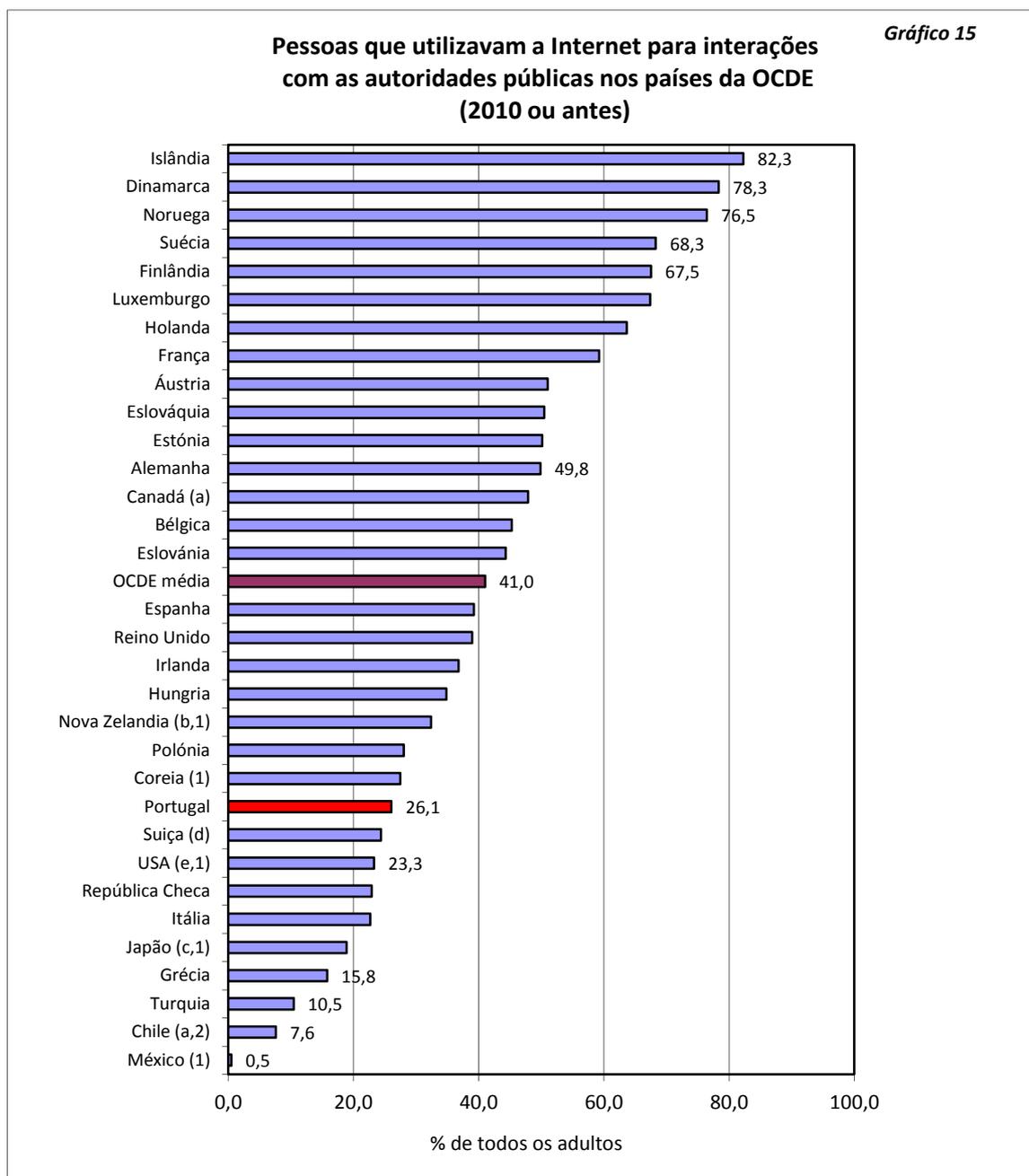


Fonte: Projeto intermeios – apresentação do Interactive Advertising bureau – Brasil

Em finais de 2011, a TV aberta era de longe o meio publicitário mais utilizado. Através deste meio era feita 63,25% da publicidade. Os jornais (12,09%) e as revistas (7,05%) são os meios publicitários que depois da TV aberta são mais utilizados. No entanto, a Internet que veiculava 5% da publicidade em 2011 é o meio publicitário que mais cresceu entre janeiro-outubro 2010 e janeiro-outubro 2011 (22,3%), seguida da TV paga (17,47%). A TV aberta perde assim terreno em relação à TV paga e à Internet. O cinema e os guias e listas tiveram um crescimento negativo como meios publicitários.

3.2.3. A Internet e a administração pública

A percentagem de pessoas que utilizavam a Internet para interações com as autoridades públicas nos países da OCDE é apresentada no gráfico 15.



Fonte: Base de dados TIC da OCDE, e Eurostat – Inquérito da Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, abril 2011.

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009; (b) 2006; (c) 2005; (d) 2004; (e) 2003

Notas respeitantes aos países:

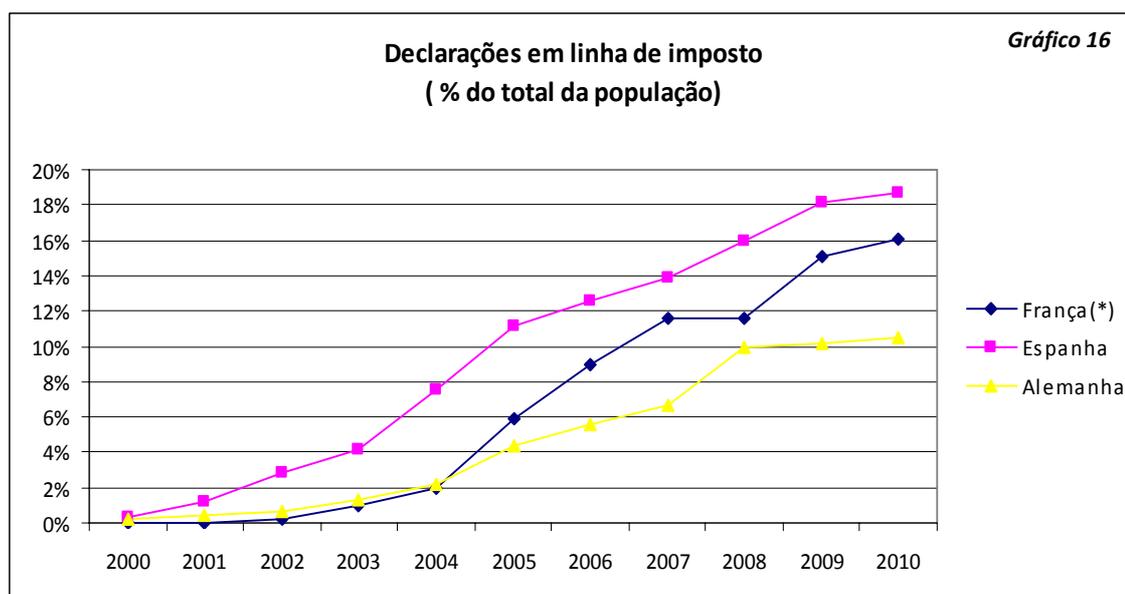
- Dados do inquérito da UE cobre os países da UE mais Islândia, Noruega e Turquia
- Dados referem-se à utilização da Internet nos últimos 12 meses para todos os países
- Indivíduos com idade entre 16-74 anos, exceto para o Japão (6+) e Suíça (14+)
- (1) Informação obtida dos websites das autoridades públicas
- (2) Descarregamento de documentos oficiais

Nos países nórdicos verifica-se maior interação entre os cidadãos e as autoridades públicas através da Internet. A percentagem de cidadãos com idade entre os 16 e 74 anos que

interagiam pela Internet com as autoridades públicas era 82,3% na Islândia, 78,3% na Dinamarca, 76,5% na Noruega, 68,3% na Suécia e 67,5% na Finlândia. **Em Portugal, em 2010, só 26,1% dos cidadãos interagem com as autoridades públicas via Internet**, nos EUA 23,3% (dados de 2003) e no México só 0,5%. Em média, nos países da OCDE, 41% dos cidadãos adultos interagem com as autoridades, através da Internet.

Em Portugal, a proporção de declarações fiscais do IRS - Modelo 3 entregues em linha foi 79,3% em 2009 e 82,5% em 2010⁵.

A percentagem (em relação ao total da população) de declarações de imposto feitas em linha pelos cidadãos às autoridades fiscais da Alemanha, Espanha e França entre 2000 e 2010 é apresentada no gráfico 16.



Fonte: OECD: Direction Générale des Impôts (DGI), France; Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT), Spain; Germany Statistische Zahlen https://www.elster.de/elster_stat_nw.php; Eurostat - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tqm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tps00001&plugin=1>

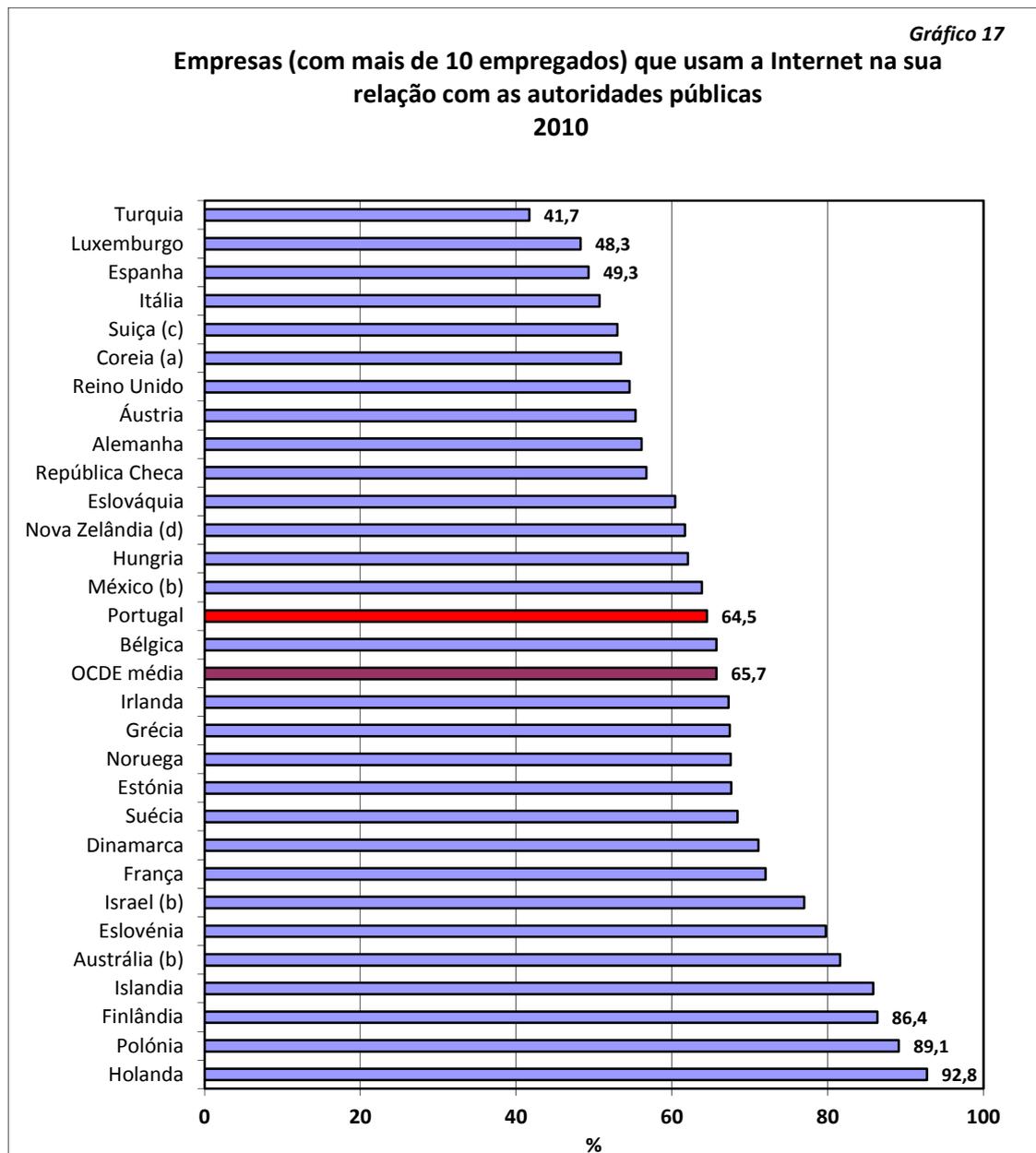
Nota referente ao gráfico:

- (*) Os dados da população para a França referentes a 2009 e 2010 são previsões

Para os países considerados – Alemanha, Espanha e França – concluímos que o número de declarações em linha feitas pelos cidadãos para efeitos de impostos cresceu moderadamente na primeira década do século XXI. Em Espanha, país onde se verifica maior crescimento, as declarações em linha de imposto atingiram cerca de 19% (em relação ao total da população) em 2010. Na Alemanha a adesão é menor tendo-se verificado mesmo a estabilização do número de declarações em linha, as quais representavam cerca de 10% em 2008, 2009 e 2010. Em França, em 2010 as declarações em linha em relação ao total da população representavam cerca de 16% tendo aumentado quase 4% de 2004 para 2005, de 2005 para 2006 e de 2008 para 2009.

⁵ http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0001722&contexto=bd&selTab=tab2

O gráfico 17 mostra a percentagem de empresas com mais de 10 empregados que se relacionam pela Internet com as autoridades públicas.



Fonte: OCDE - Base de dados TIC e Eurostat, Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC e do e-Comércio em empresas, março de 2011

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009; (b) 2008; (c) 2007; (d) 2006

Nota respeitantes aos países:

- Dados do inquérito da UE cobre os países da UE mais a Islândia, Noruega e Turquia

- Para os países cobertos pelo Eurostat, o período de referência corresponde a janeiro do ano do inquérito

- Empresas com pelo menos 10 pessoas empregadas.

- Para os países cobertos pelo Eurostat: Dados de 2010 das atividades económicas à classificação NACE rev. 2. Os setores cobertos são indústria, eletricidade, gás, fornecimento de água, construção, comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos a motor e motociclos, transporte e armazenamento, serviços de acomodação e alimentação, informação e comunicação, imobiliário, atividades profissionais, científicas e técnicas, atividades administrativas e de suporte e reparação de computadores e de

equipamentos de comunicação. Intermediação financeira e seguros estão excluídos dos dados referentes ao total das atividades económicas. Para anos anteriores as atividades económicas correspondem à classificação NACE Revisão 1.1. dados de 2010 e de anos anteriores não são diretamente comparáveis devido à mudança da classificação NACE Rev.1.1 para NACE Rev.2

- Para os países cobertos pelo questionário TIC da OCDE: O período de referência é o do ano do inquérito. Os dados de 2010 das atividades económicas correspondem à classificação ISIC revisão 3.1, com exceção da Nova Zelândia, a qual usou a ISIC Ver.4. Todos os setores são cobertos, incluindo Agricultura e florestas, Minas e Finanças e Seguros.

- Para Israel e Suíça os dados referem-se à relação com as entidades públicas em geral.

- Para o México: - os dados referem-se às empresas que utilizam a Internet para os procedimentos de administração pública; - Os dados de 2008 referem-se empresas de 20 e mais empregados.

- Para a Suíça: Os dados referem-se empresas de 5 e mais empregados.

Em 2010, a Turquia (41,7%) e, surpreendentemente, o Luxemburgo (48,3%) e a Espanha (49,3%) eram os países da OCDE nos quais menos de metade das empresas com mais de 10 empregados utilizavam a Internet para se relacionarem com as autoridades públicas. **Portugal viu reduzida a percentagem de empresas que utilizavam a Internet nos seus contactos com as autoridades públicas de 66,1% em 2007 para 64,5% em 2010** (só são mostrados no gráfico os dados referentes a 2010 para não o sobrecarregar). **Em 2007, Portugal encontrava-se bastante acima da média da OCDE (54,1%), mas em 2010, fixava-se ligeiramente abaixo.** A Austrália, a Islândia, a Finlândia, a Polónia e a Holanda eram os países com mais de 80% de empresas de mais de 10 empregados que se relacionavam pela Internet com as autoridades públicas. A Holanda era o país com maior percentagem (92,8%) e a Polónia o que mais tinha progredido (56,3% em 2007 e 89,1% em 2010).

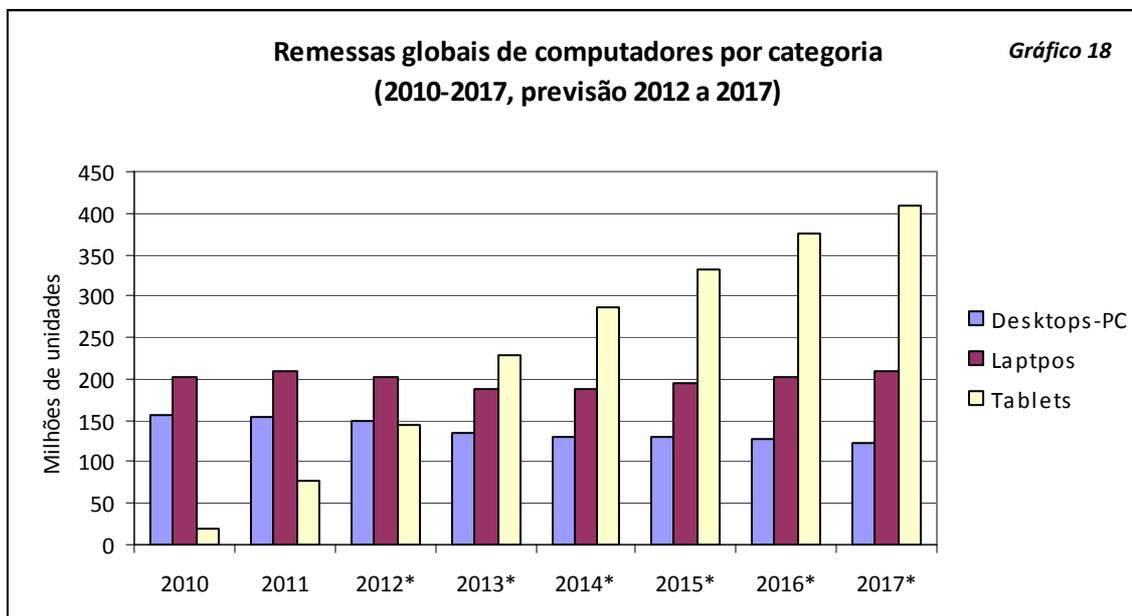
3.3. A Internet e o desenvolvimento económico e social

O desenvolvimento económico e social pode ser definido como o resultado do crescimento económico acompanhado do aumento da qualidade de vida da população. O crescimento económico depende do acréscimo de valor dos equipamentos produtivos, principalmente do progresso tecnológico que incorporam. Depende, também, do capital humano e do progresso do conhecimento, isto é, do aumento das horas de escolaridade e de formação e treino da população ativa. O aumento da qualidade de vida resulta dos acréscimos de rendimento da população e da satisfação das suas necessidades, através de novos produtos e serviços.

A produção e difusão dos produtos e serviços da informação (computadores, produtos e serviços de telecomunicações, produtos eletrónicos, software, estudos, informações de gestão e contabilísticas, jornais, televisão, produtos e serviços educacionais e culturais...) e a sua aquisição pelos agentes económicos contribuem, portanto, para o desenvolvimento económico e social, isto é, contribuem para o crescimento económico e para o aumento da qualidade de vida. Deveríamos ainda acrescentar os produtos de informação incorporados noutros produtos ou processos físicos para assegurar importantes funcionalidades (processadores digitais para a gestão de impactos ambientais ou para o controlo de consumos de energia...) ou para garantir a sua intercomunicação recorrendo à Internet (Internet das coisas).

O crescimento da Internet contribui, portanto, para o desenvolvimento económico e social, dado que potencia mais investimento em equipamentos, mais progresso tecnológico e mais progresso do conhecimento associados a praticamente todos os processos económicos e sociais. O crescimento da Internet implica o investimento em equipamentos de computação e em equipamentos de comunicação e facilita a ligação entre empresas, consumidores e autoridades públicas. Com base na Internet, as empresas ligam-se mais facilmente a outras empresas fornecedoras, clientes ou parceiras ou aos órgãos de administração pública e os consumidores podem aceder mais facilmente a bens ou serviços e ao conhecimento potenciador do aumento da qualidade de vida.

Computadores servidores dos serviços Internet (ver gráfico 1) e os que possibilitam o seu acesso – desktops, laptops e tablets para além dos telemóveis inteligentes - são elementos fundamentais para o funcionamento da Internet. O gráfico 18 dá-nos uma ideia das vendas de computadores por categorias.



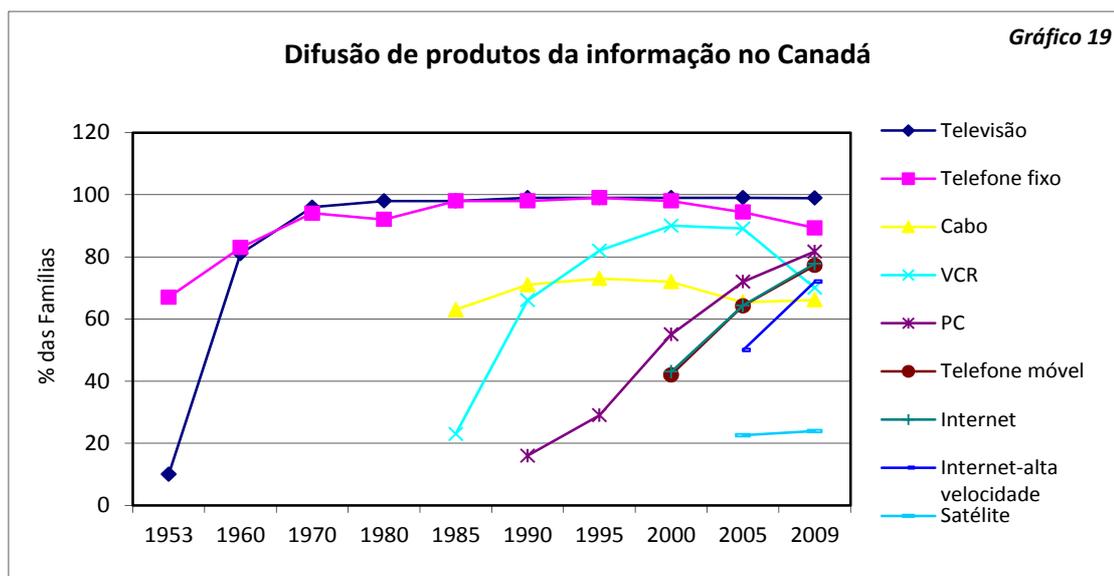
Fontes: IDC (www.statista.com/tatistics/183419/forecast-of-global-sales-of-pcs-by-category)

Notas referentes ao gráfico:

- * Previsão

Segundo os dados, e não obstante respeitarem a um período de crise económica, verifica-se o crescimento rápido do número de tablets vendidos (19 milhões em 2010, 76 milhões em 2011 e a previsão da venda de 410 milhões em 2017), a estabilização da venda de laptops à volta de 200 milhões e o decréscimo da venda de desktops (157 milhões em 2010 para 123 milhões de vendas (previsão) em 2017).

Para termos uma ideia da importância crescente dos bens da informação para as famílias e da sua rápida transformação tecnológica, recorremos ao gráfico 19 que mostra a percentagem de famílias com acesso aos bens da informação, ao longo do tempo, no Canadá.



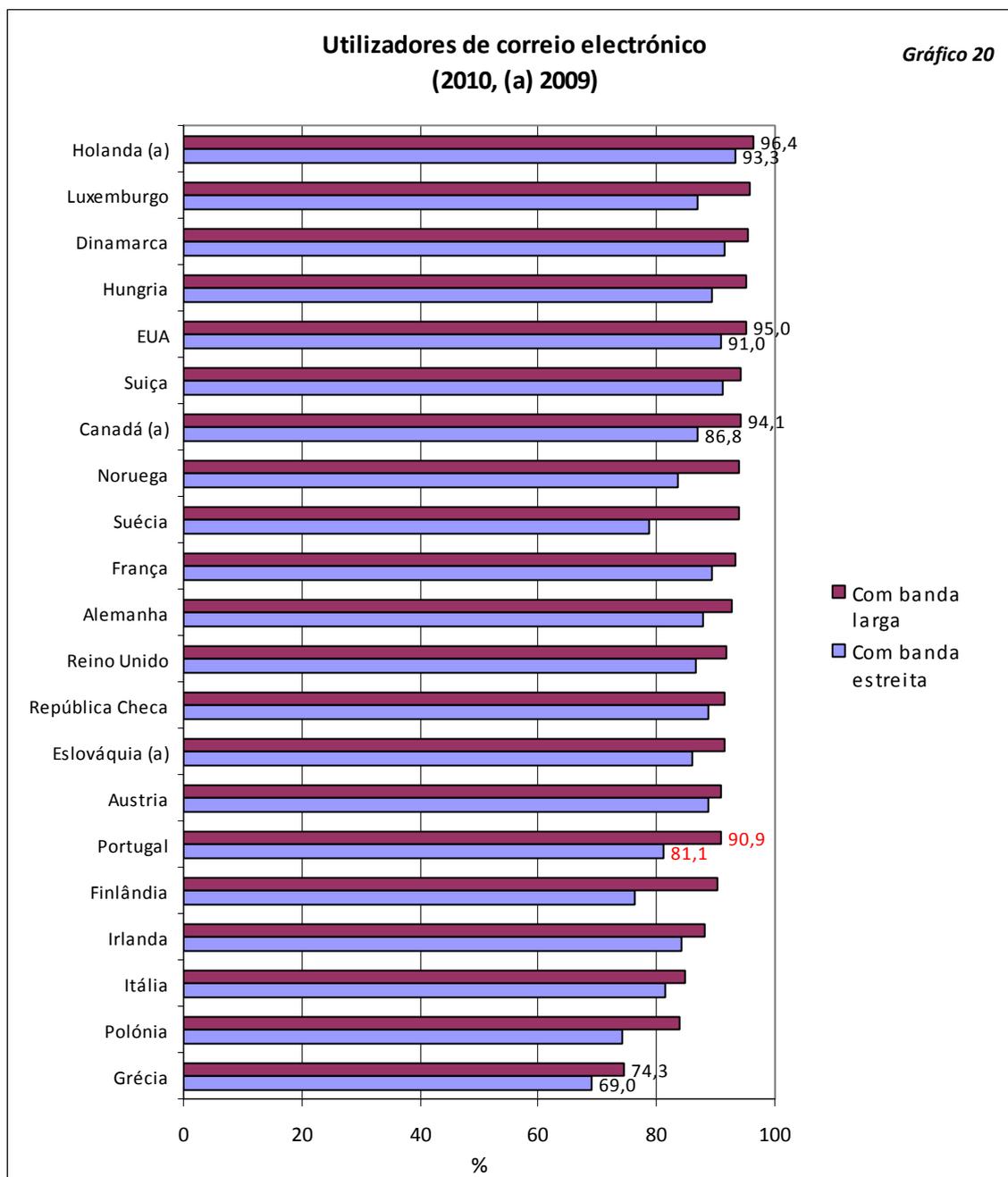
Fonte: OCDE baseada em dados estatísticos do Canadá

Notas referentes ao gráfico:

- A queda na penetração do cabo resulta da entrada no mercado dos fornecedores de TV satélite em 1997. No início da década seguinte a antena satélite substituiu progressivamente o cabo.

A evolução da procura e da oferta dos produtos e serviços da informação, indispensáveis ao desenvolvimento da Internet no Canadá, é muito significativa. Verifica-se um crescimento muito importante da percentagem de famílias que adquirem PC a partir do início da década de 90 do século passado. A partir do ano 2000, é relevante o crescimento da utilização de telefones móveis e do acesso à Internet, nomeadamente, através de acesso de alta velocidade. É também visível o decréscimo do telefone fixo, do cabo e do VCR desde o início do século. A TV, utilizada por 10% das famílias em meados do século passado, passou a ser utilizada por praticamente todas as famílias desde os anos 70 até aos dias de hoje. O telefone fixo, utilizado por 67% das famílias em 1953 começou a perder terreno a partir do ano 2000.

A utilização crescente do correio eletrónico potencia a comunicação e conseqüentemente o desenvolvimento das atividades económicas e sociais. O gráfico 20 mostra a dimensão da utilização do correio eletrónico por utilizadores de banda larga e estreita em diversos países.



Fonte: OCDE – Base de dados TIC; Eurostat - Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, 2011; Centro de Investigação US PEW; Estatísticas do Canadá; Gabinete de Estatística Federal da Suíça.

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009

Nota respeitantes aos países:

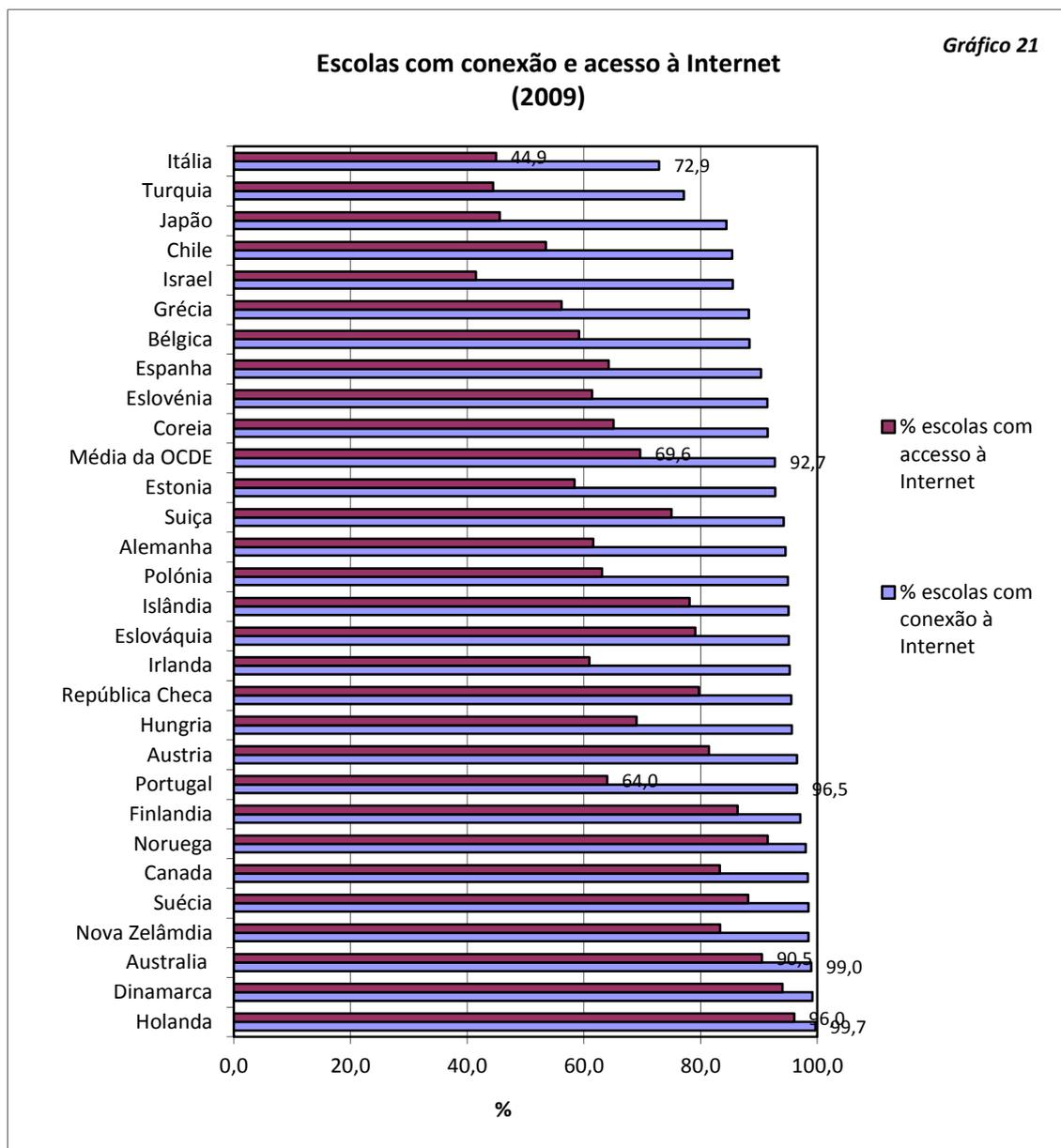
- Para os EUA: Estimativas OCDE baseadas nos dados do Centro de Investigação PEW.

Como se pode constatar o correio eletrónico é um novo serviço Internet utilizado largamente pelos utilizadores de banda larga e estreita dos países considerados.

Em Portugal, em 2010, 81,1% dos utilizadores de banda estreita e 90,9% dos que utilizavam banda larga eram utilizadores de correio eletrónico. Excetuando a Grécia, em todos os outros países mais de 80% dos utilizadores da Internet utilizavam a funcionalidade de correio

eletrónico com banda larga. Na Suíça, nos EUA, na Dinamarca e na Holanda mais de 90% dos utilizadores quer de banda larga quer de banda estreita utilizavam o correio eletrónico.

A Internet funciona também como meio privilegiado para o desenvolvimento da educação e da formação e treino das populações potenciando deste modo uma das variáveis fundamentais do desenvolvimento económico e social. Os gráficos 21, 22 e 23 ilustram a utilização da Internet para a educação escolar, para a formação e treino dos trabalhadores e, em geral, para a aprendizagem das populações.



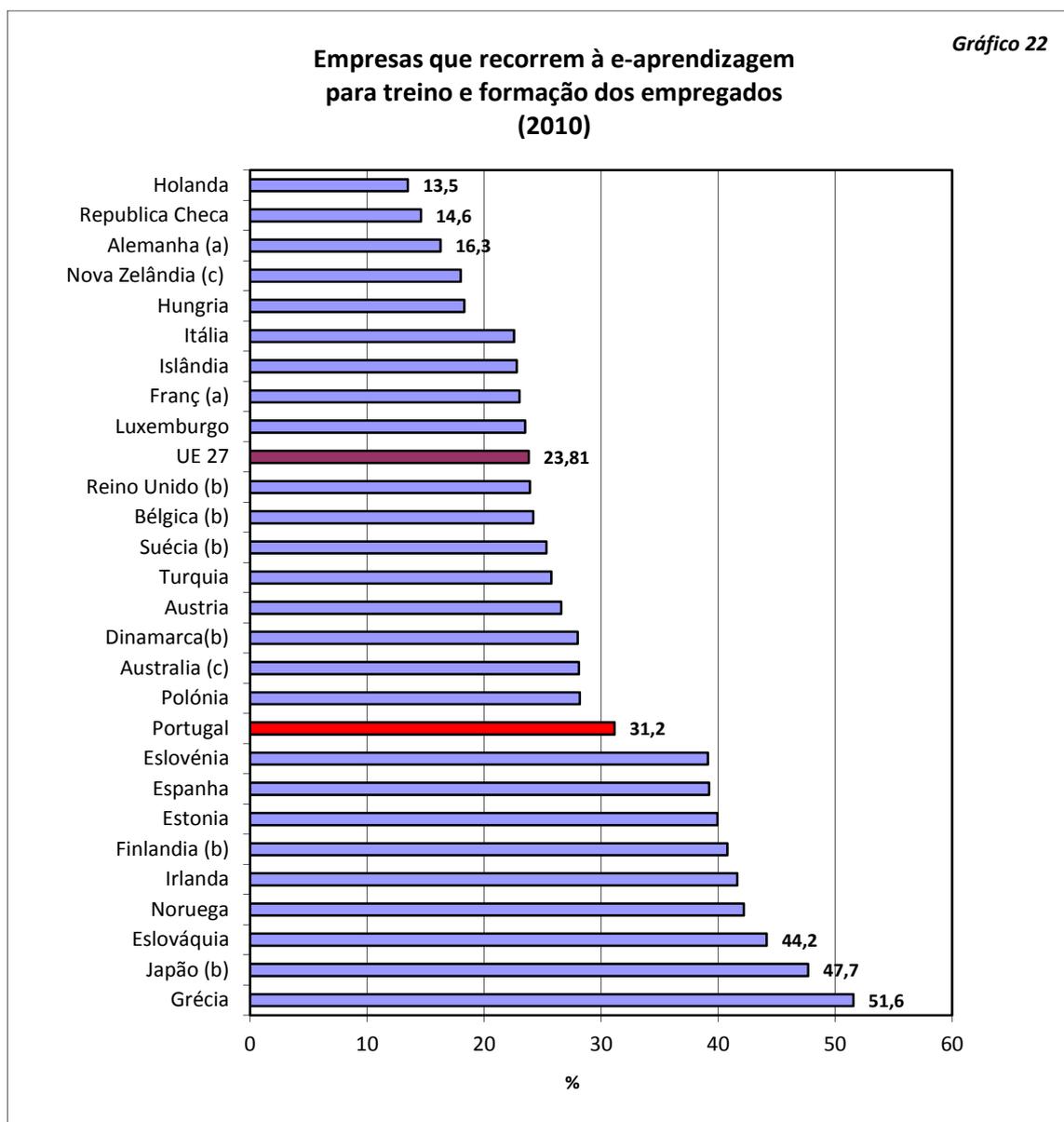
Fonte: OCDE – Programa para a avaliação internacional dos estudantes, questionário TIC PISA 2009

Notas referentes ao gráfico:

- Os dados referem-se à existência de conexão disponível nas instalações da escola para ser utilizada pelos estudantes. Baseados nos relatórios feitos pelos estudantes sobre: se a conexão Internet existe para os estudantes usarem na escola; se indicam que a Internet está disponível; e, se eles a utilizam.

Em Portugal, em 2009, 96,4% das escolas estavam conectadas à Internet, mas só 64% tinham acesso à rede. A Holanda, a Dinamarca e a Austrália eram os países cujas escolas mais recorriam à Internet (conexão e acesso). Nestes países mais de 90% das escolas estavam conectadas e tinham acesso à Internet. Os países da OCDE que tinham menores percentagens de conexão e acesso das escolas à Internet eram o Chile (estavam conectadas 85,4% e tinham acesso 53,4%), o Japão (84,4% e 45,6%), a Turquia (77,1% e 44,4%) e, surpreendentemente, a Itália (72,9% e 44,9%).

Analisemos, seguidamente, a e-aprendizagem para treino e formação dos empregados nas empresas com 10 ou mais empregados.



Fonte: OCDE – Base de dados TIC; Eurostat – Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC e do comércio eletrónico nas empresas, 2011

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009; (b) 2008; (c) 2007

Nota respeitantes aos países:

- Dados do Inquérito da UE cobre os países da UE e Irlanda, Noruega e Turquia

OBSERVATÓRIO DA ECONOMIA DA INFORMAÇÃO
DOMÍNIO DE OBSERVAÇÃO – “ASPETOS ECONÓMICOS E SOCIAIS DA INTERNET”
Memorando 2_V5_2013

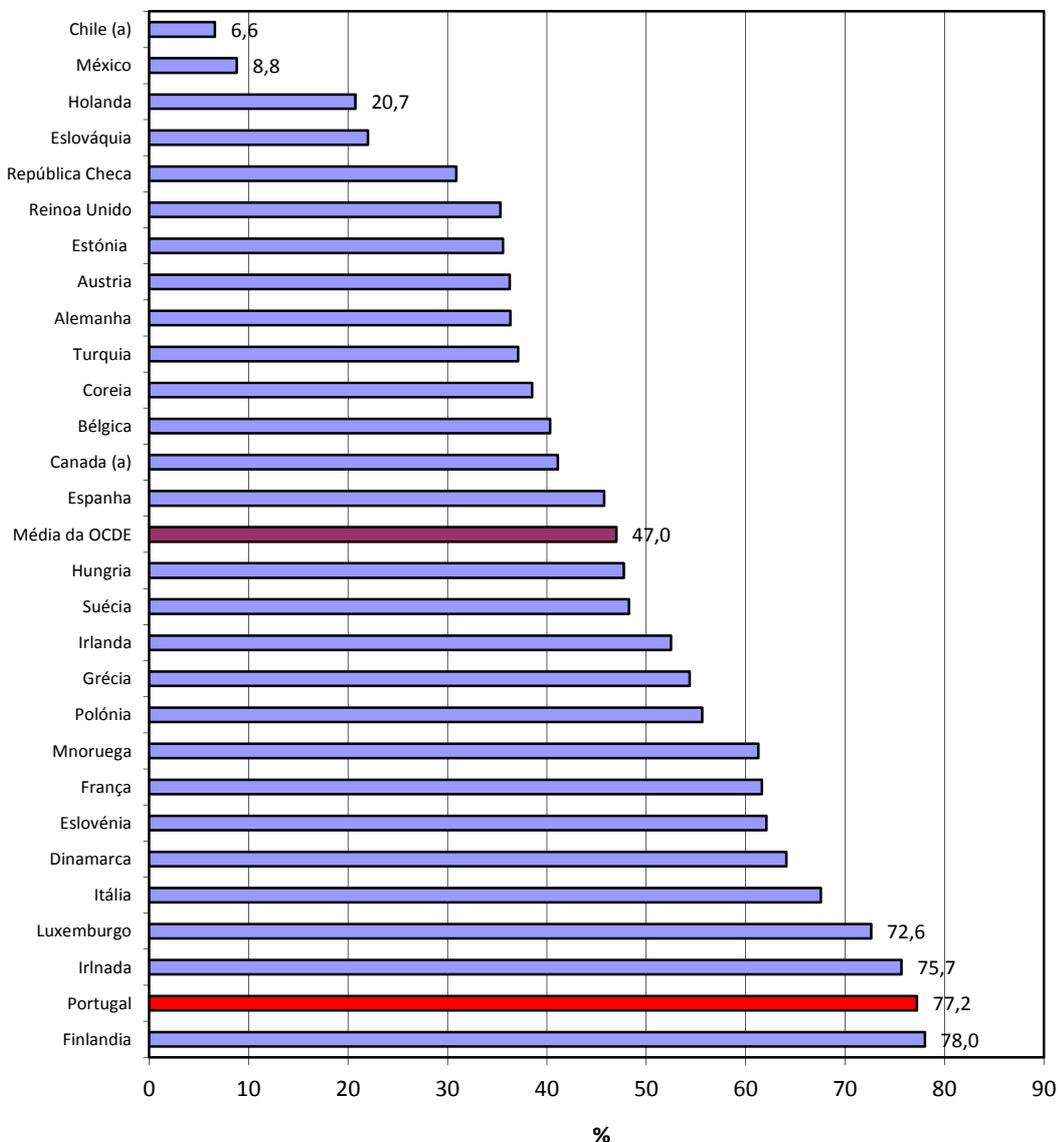
- Para os países cobertos pelo Eurostat, o período de referência corresponde a janeiro do ano do inquérito. Para os países cobertos pelo questionário da OCDE, o período de referência é o do ano do inquérito
- Para os países cobertos pelo Eurostat: Dados de 2010 das atividades económicas à classificação NACE rev2. Os setores cobertos são indústria, eletricidade, gás, fornecimento de água, construção, comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos a motor e motorciclos, transporte e armazenamento, serviços de acomodação e alimentação, informação e comunicação, imobiliário, atividades profissionais, científicas e técnicas, atividades administrativas e de suporte e reparação de computadores e de equipamentos de comunicação. Intermediação financeira e seguros estão excluídos dos dados referentes ao total das actividades económicas. Para anos anteriores as atividades económicas correspondem à classificação NACE Revisão 1.1. dados de 2010 e de anos anteriores não são diretamente comparáveis devido à mudança da classificação NACE Rev.1.1 para NACE Rev.2.
- Para os países cobertos pelo questionário TIC da OCDE: O período de referência é o do ano do inquérito. Os dados de 2010 das atividades económicas correspondem à classificação ISIC revisão 3.1, com exceção da Nova Zelândia, a qual usou a ISIC Rev.4. Todos os setores são cobertos, incluindo Agricultura e florestas, Minas e Finanças e Seguros.
- Para o Japão: Empresas com mais de 100 empregados regulares.

Em 2010, no conjunto dos 27 países considerados, **Portugal ocupa a 10ª posição com 31,2% de empresas com mais de 10 empregados que recorrem à e-aprendizagem para treino e formação dos seus empregados.** Podemos constatar que a Grécia é o país onde as empresas recorrem mais à aprendizagem através de meios eletrónicos (51,6% em 2010). Seguem-se o Japão (47,7% em 2008), a Eslováquia (44,2% em 2010), a Noruega (42,2%), a Irlanda (41,6%) e a Finlândia (40,8% em 2008). Todos estes países tinham mais de 40% das empresas com mais de 10 empregados que recorriam à e-aprendizagem. Estranhamente, a Holanda, país com mais escolas conectadas e acesso à Internet, é o país com menor percentagem de empresas com mais de 10 trabalhadores que recorrem à e-aprendizagem.

Consideremos, agora, os utilizadores que recorrem à Internet para aprendizagem. **Portugal é um dos países da OCDE com maior percentagem de utilizadores da Internet para e-aprendizagem, ocupando um honroso 2º lugar.**

Gráfico 23

Utilizadores da Internet para aprendizagem
 (2010, (a) 2009)



Fonte: OCDE–Base de dados TIC; Eurostat-Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, 2011

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009

Notas respeitantes aos países:

- Dados do Inquérito da EU sobre os países da EU e Irlanda, Noruega e Turquia

- Para os países cobertos pelo Eurostat, os indivíduos foram questionados acerca das atividades que tinham executado na Internet nos últimos 3 meses. Para os outros países da OCDE, os dados referem-se geralmente aos últimos 12 meses

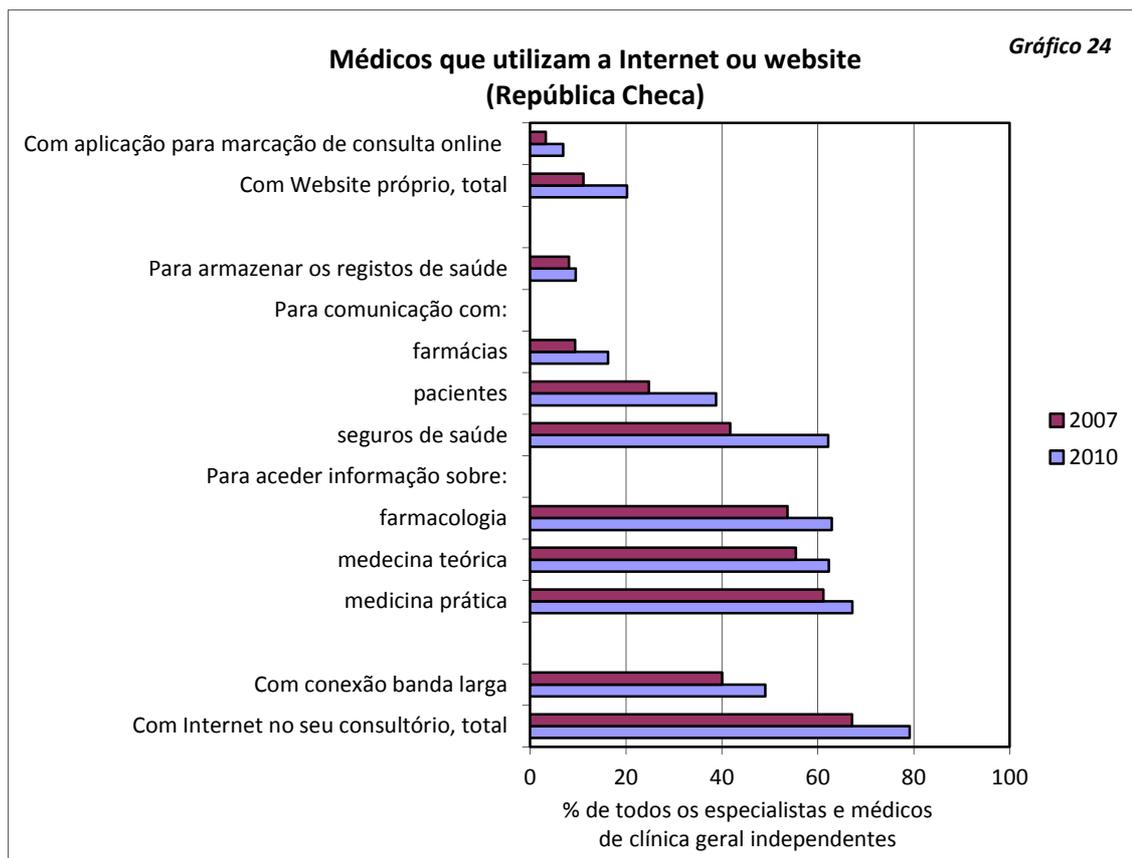
- Os utilizadores Internet são considerados indivíduos que têm utilizado a Internet nos últimos 3 meses. Para os países cobertos pelo questionário da OCDE, os dados são apresentados como % de indivíduos.

Em 2010, os países com maior percentagem de **utilizadores da Internet para e-aprendizagem** eram a Finlândia (78%), **Portugal (77,2%)**, a Irlanda (75,7%) e o Luxemburgo (72,6%). Todos

com mais de 70% de utilizadores Internet para e-aprendizagem. Os países com menor percentagem de utilizadores da Internet para e-aprendizagem eram a Holanda (20,7%), o México (8,8%) e o Chile (6,6%).

Também, a utilização da Internet para processar informação sobre a saúde terá um efeito positivo sobre o desenvolvimento económico e social se considerarmos que a informação processada contribui para melhorar as condições de saúde das populações.

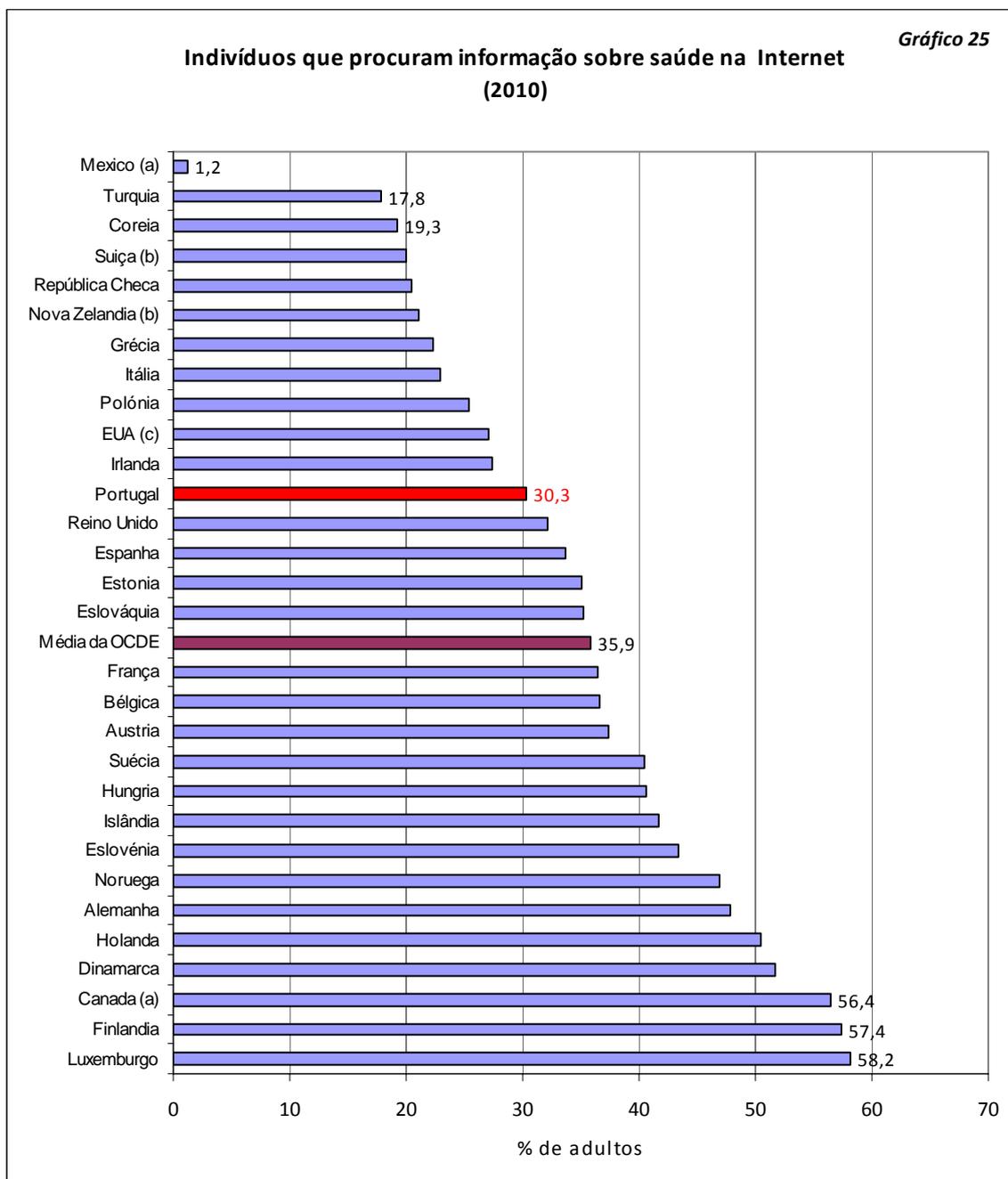
A percentagem de médicos que na República Checa utilizam a Internet ou website para executarem as suas tarefas é apresentada no gráfico 24.



Fonte: Departamento de Estatística Checo e Instituto de Informação e estatísticas de Saúde da República Checa

Constata-se que em 2010, na República Checa, 79% dos médicos independentes tinham Internet no consultório e 49% tinham conexão banda larga. Mais de 60% acediam a informação sobre medicina prática e teórica e sobre farmacologia. Também, mais de 60% dos médicos considerados comunicavam com as companhias de seguros de saúde, cerca de 40% com os pacientes e 16% com as farmácias. Cerca de 10% armazenavam os registos de saúde recorrendo à Internet, 20% tinham website próprio e 7% marcavam consultas online. Os progressos de 2007 para 2010 são significativos em todas as variáveis analisadas, principalmente na comunicação com as companhias de seguros, pacientes e farmácias e na conexão dos consultórios à Internet.

A percentagem de indivíduos que nos países da OCDE procuravam em 2010 informação sobre saúde na Internet é mostrada no gráfico 25.



Fonte: OCDE-Base de dados TIC; Eurostat-Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, 2011

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009; (b) 2006; (c) 2003

Notas respeitantes aos países:

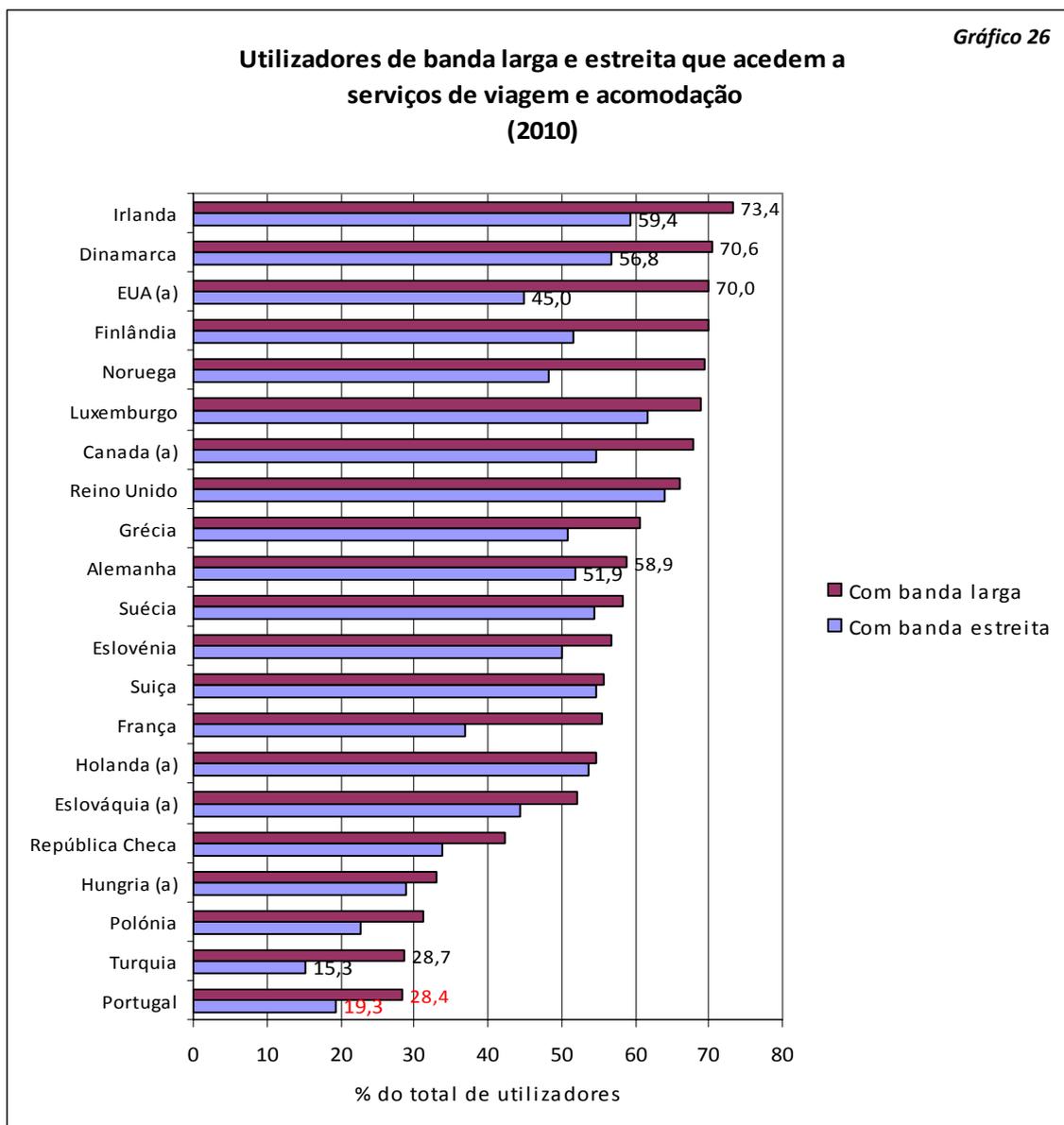
-Para os países cobertos pelo Eurostat, as pessoas foram perguntadas sobre as atividades que executaram na Internet nos últimos 3 meses.

- Para os outros países da OCDE, geralmente refere-se aos últimos 12 meses.

Em 2010, o Luxemburgo (58,2%), a Finlândia (57,4%), o Canadá (56,4% em 2009), a Dinamarca (51,7%) e a Holanda (50,5%) foram os países com uma percentagem superior a 50% de indivíduos que procuravam informação sobre saúde na Internet. Com menos de 20% estavam a Coreia (19,3% em 2010), a Turquia (7,8% em 2010) e o México (apenas 1,2% em 2010). Os

países onde se verificou maior crescimento da percentagem de indivíduos que procuravam informação sobre saúde na Internet foram a Eslováquia, a Hungria e a Eslovénia (mais de 17 pontos percentuais de 2007 para 2010). **Em Portugal, um pouco abaixo da média dos países da OCDE, a percentagem de indivíduos que procuravam informação sobre saúde na Internet era 17,8% em 2007 e 30,3% em 2010.**

O desenvolvimento da generalidade das atividades económicas e sociais pode basear-se substancialmente na utilização da Internet. O gráfico 26 mostra a dimensão dos utilizadores de serviços de viagens e acomodação que recorrendo à utilização das bandas larga e estreita em diversos países.



Fonte: OCDE – Base de dados TIC; Eurostat – Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, 2011; Centro de Investigação US PEW; Estatísticas do Canadá; Gabinete de Estatística Federal da Suíça

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2009

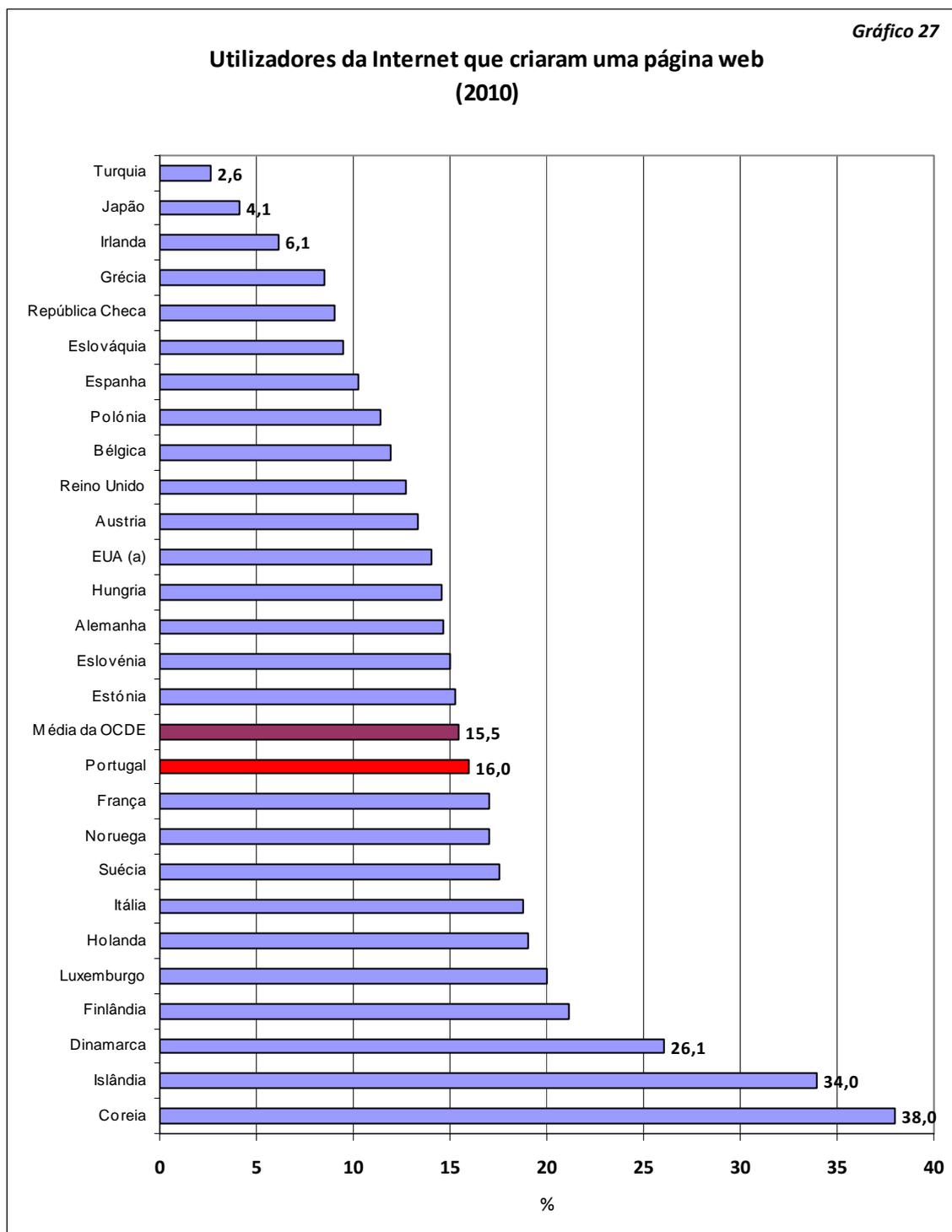
Notas referentes aos países:

- Para os EUA: Estimativas OCDE baseadas nos dados do Centro de Investigação PEW

Portugal era o país que menos utilizava a Internet para recorrer a serviços de viagens e de acomodação em 2010. Podemos constatar que 19,3% de utilizadores de banda estreita e 28,4% de banda larga em Portugal recorriam à Internet para tratar informação respeitante a estes serviços, logo após a Turquia (15,3% e 28,7%, respetivamente). Os países que mais utilizavam a Internet para acederem a serviços de viagens e de acomodação no ano de referência eram a Irlanda (59,4% de utilizadores de banda estreita e 73,4% de utilizadores de banda larga), a Dinamarca (56,8% e 70,6%) e os EUA (45,0% e 70% respetivamente, dados de 2009).

A criação de páginas web e o desenvolvimento de atividades em redes sociais com base na Internet altera substancialmente os modelos de negócio e, conseqüentemente, as características do desenvolvimento económico e social. Os gráficos 27 a 30 ilustram para países da OCDE e da UE a proliferação de páginas web e o desenvolvimento de redes sociais.

Gráfico 27



Fonte: - OCDE – Base de dados TIC; - Eurostat – Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, abril 2011

Notas referentes ao gráfico:

- (a) 2007

- Indivíduos com idade entre os 16-74 anos, exceto para o Japão (6+)

Notas referentes aos países:

- Dados do inquérito da EU cobre os países da EU mais a Islândia, Noruega e Turquia

- Os utilizadores da Internet são considerados como indivíduos que utilizaram sempre a Internet dos países cobertos pelo Eurostat. Para os países cobertos pelo questionário da OCDE, os dados são apresentados como % de indivíduos com exceção do Japão e da Coreia

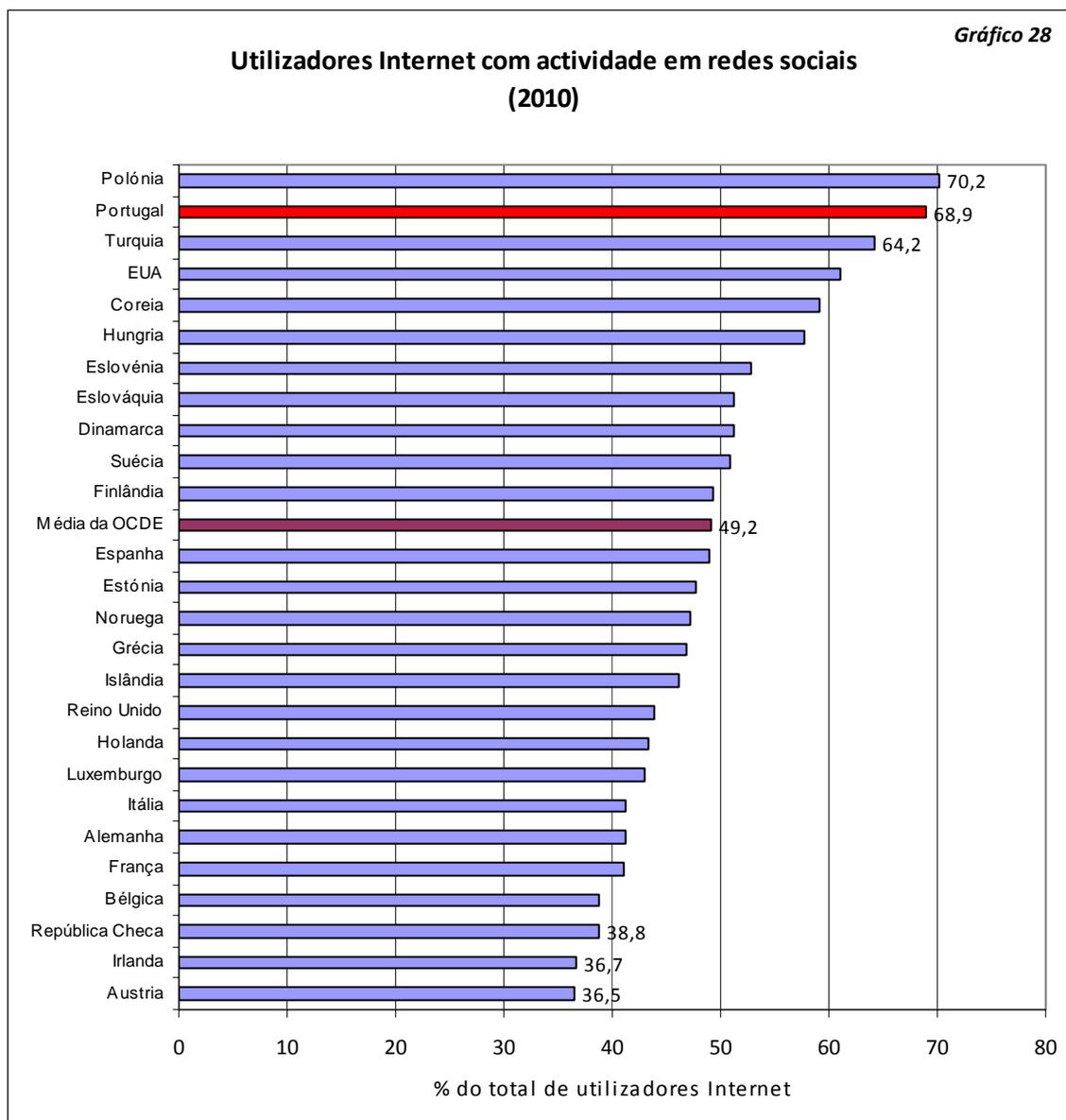
- Para o Japão: Utilizadores da Internet acedendo através de computadores pessoais e telemóveis.

- Para a Coreia: Minipáginas de família ("Minihompages" ou 'minihompys') e páginas web. Dados referem-se aos utilizadores Internet.

Em Portugal, 16% dos utilizadores da Internet criaram uma página web em 2010. Nesse ano, a Coreia era o país com maior percentagem de utilizadores da Internet que criaram páginas web e cuja percentagem mais cresceu (de 16,5% em 2007 para 38% em 2010). Com mais de 30% de utilizadores que criaram páginas web está a Islândia (34% em 2010). Seguem-se a Dinamarca, Finlândia e Luxemburgo todos com mais de 20% de utilizadores da Internet que desenvolveram páginas web.

Os países com menor percentagem de utilizadores que criaram páginas web eram a Eslováquia, a República Checa, a Grécia, o Japão e a Turquia todos com menos de 10%. No entanto, verifica-se um decréscimo (não mostrado para não sobrecarregar o gráfico) do indicador para a Eslováquia, a República Checa e a Grécia. O mesmo se verificou com outros indicadores, evidenciando a provável utilização de critérios diferentes nas respostas aos questionários, ou então, podendo os números serem justificados pela crise económica.

A percentagem de utilizadores da Internet com atividades em redes sociais é dada no gráfico seguinte para países da OCDE e da UE.



Fonte: - OCDE – Base de dados TIC; - Eurostat – Inquérito à Comunidade sobre a utilização das TIC pelas famílias e indivíduos, abril 2011

Notas referentes ao gráfico:

- Indivíduos com idade entre os 16-74 anos.

Notas referentes aos países:

- Dados do inquérito da EU sobre os países da EU mais a Islândia, Noruega e Turquia

- Para os países cobertos pelo Eurostat, os indivíduos foram questionados acerca das atividades que tinham executado na Internet nos últimos 3 meses. Para os outros países da OCDE, os dados referem-se geralmente aos últimos 12 meses

- Os utilizadores Internet são considerados indivíduos que têm utilizado a Internet nos últimos 3 meses. Para os países cobertos pelo questionário da OCDE, os dados são apresentados como % de indivíduos exceto para a Coreia.

- Considera-se acesso a redes sociais quando se colocam mensagens em sítios de conversação, blogs, newsgroups, foruns de discussão em linha ou mensagens instantâneas em países europeus.

- Para a Coreia: somente comunidades em linha foram tidas em conta. Dados referem-se a utilizadores Internet.

Portugal ocupava o 2º lugar no conjunto dos países da OCDE, com 68,9% de utilizadores da Internet que tinham atividade nas redes sociais. Outros países com mais de 60% de utilizadores da Internet com atividade nas redes sociais em 2010 eram a Polónia (70,2%), a Turquia (64,2%) e os EUA (61%). A Áustria (36,5%), a Irlanda (36,7%) e a República Checa e a

Bélgica (38,8%) são os países com menos utilizadores da Internet com atividade nas redes sociais. A média da OCDE rondava os 50%.

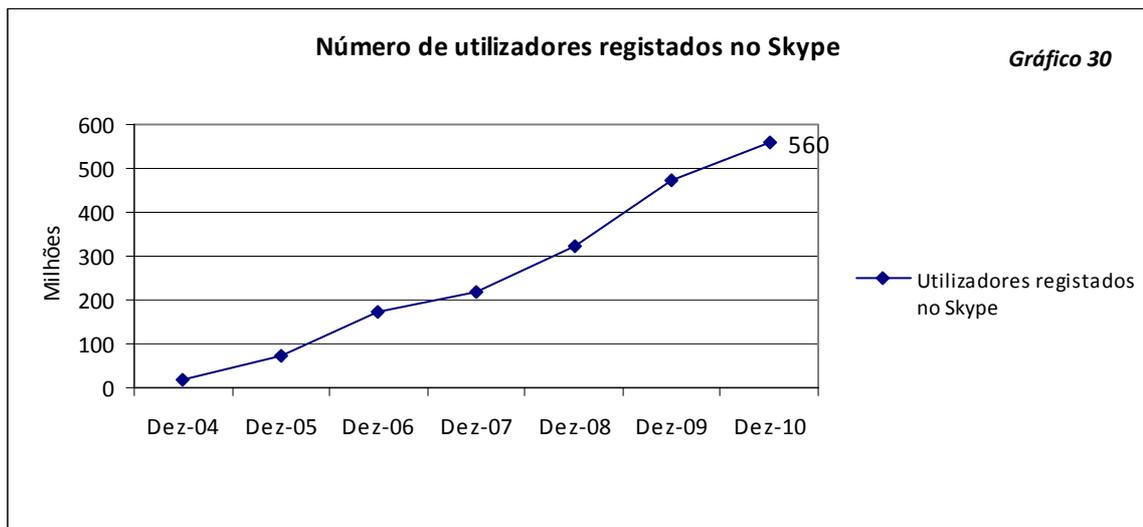
Os gráficos seguintes mostram a penetração da rede Facebook em alguns países e a quantidade de utilizadores registados no serviço Skype.



Fonte: - Internet World Stats

Portugal, em 2011, tinha 38,79% da população com conta no Facebook. A Suécia tinha 49,73%, a Bélgica 42,61% e a Espanha 33,54%. Nos países da América Latina considerados, verifica-se uma grande desigualdade na adesão ao Facebook. No Chile, 53,41% da população aderiu a esta rede social. Na Argentina aderiram 42,09%, enquanto na Bolívia 14,65% e no Brasil 17,28%. Para os países de África, aderiram 14,92% em Cabo Verde e somente 2,42% em Angola. Em certos países a menor adesão ao Facebook pode ser explicado pela preferência por outras redes sociais, noutros poderá dever-se ao atraso no acesso às tecnologias da informação.

Considerando agora o número de utilizadores registados no serviço Skype, podemos constatar que aumentaram significativamente entre 2004 e 2010.



Fonte: OCDE, baseada nos Relatórios eBay

Em 7 anos, os utilizadores registados no Skype passaram de cerca de 20 milhões para 560 milhões.

Estes dados exprimem o rápido aumento das comunicações e das reuniões via Internet, no quadro deste novo serviço Skype.

INDICADORES/GRÁFICOS

Indicadores respeitantes à importância económica e social da Internet

1. Servidores Internet no Mundo (1999-2010)
2. Taxa de penetração da banda larga em países da União Europeia – Conexões dedicadas de alta velocidade por 100 habitantes (2002-2010)
3. Adesões à banda larga e “dial-up” para acesso à Internet na OCDE (2000-2010)
4. Modificações nos preços e nas velocidades da banda larga (setembro 2008-2010)
5. Adesões à banda larga móvel por 100 habitantes nos países da OCDE (dezembro 2010)
6. Atividades económicas e sociais dos utilizadores da Internet (2012)

Indicadores respeitantes à Internet e os agentes económicos

A Internet e os consumidores

7. Agregados domésticos com computador e acesso à banda larga e à Internet, por região (Portugal 2010)
8. Famílias com acesso à Internet por região (Portugal 2007-2010)

9. Famílias com acesso à Internet por banda larga em países da União Europeia (2003-2012)
10. Indivíduos que tiveram problemas de segurança na Internet (Brasil 2007)

A Internet e as empresas

11. Empresas com 10 e mais empregados que utilizavam computador, correio eletrónico e Internet – Portugal (2010)
12. Empresas com 10 ou mais empregados com acesso à Internet (2011 ou último ano disponível)
13. I&D, receitas e lucros das 10 maiores firmas Internet
14. Peso dos meios publicitários e crescimento da publicidade nos meios publicitários (Brasil 2010/2011)

A Internet e a Administração Pública

15. Pessoas que utilizavam a Internet para interações com as autoridades públicas nos países da OCDE (2010 ou antes)
16. Declarações em linha de imposto (% do total da população)
17. Empresas (com mais de 10 empregados) que usam a Internet na sua relação com as autoridades públicas (2010)

A Internet e o desenvolvimento económico e social

18. Remessas globais de computadores por categoria (2010-2017, previsão 2012 a 2017)
19. Difusão de produtos da informação no Canadá (1953-2009)
20. Utilizadores de correio eletrónico (2010, (a) 2009)
21. Escolas com conexão e acesso à Internet (2009)
22. Empresas que recorrem à e-aprendizagem para treino e formação dos empregados (2010)
23. Utilizadores da Internet para aprendizagem (2010, (a) 2009)
24. Médicos que utilizam a Internet ou website (República Checa, 2007,2010)
25. Indivíduos que procuram informação sobre saúde na Internet (2010)
26. Utilizadores de banda larga e estreita que acedem a serviços de viagem e acomodação (2010)
27. Utilizadores da Internet que criaram uma página web (2010)

28. Utilizadores Internet com atividade em redes sociais (2010)
29. Taxa de penetração do Facebook – Percentagem da população que utiliza o Facebook (Final de 2011)
30. Utilizadores registados no Skype (dezembro 2004 - dezembro 2010)