La movilización del comportamiento

POR **ROSA MARÍA SÁINZ PEÑA**

La Sociedad de la Información en España 2013

Barcelona: Fundación Telefónica / Ariel, 2014, 164 p.

ISBN: 978-84-08-12619-5

Como cada año desde hace ya catorce ediciones, Fundación Telefónica ha presentó el pasado 15 de enero el informe *La Sociedad de la Información en España 2013* con los principales hitos tecnológicos acontecidos en nuestro país, así como un balance de la evolución en la adopción de las nuevas tecnologías por parte de los usuarios.

Un año más, la Sociedad de la Información (SI) ha continuado su desarrollo impregnando todos los ámbitos de nuestra vida. Resulta curioso ver cómo durante la última década, los servicios TIC han ido pasando por diversas fases: en un principio se percibían como una gran novedad, después como una opción más y ahora, tal y como se recoge en el informe, los tenemos ya tan interiorizados que muchas veces pasan desapercibidos.

El informe, editado en la colección Fundación Telefónica/Ariel, presenta las tendencias actuales, los escenarios de futuro que empiezan a estar presentes y los indicadores más representativos del comportamiento de los usuarios en su vida digital así como datos muy interesantes sobre el estado de la SI en las diferentes Comunidades Autónomas.

CC BY NC ND

Este año, según el informe, ha sido especialmente dinámico en el desarrollo de infraestructuras. Así, durante 2013 se dio un gran paso en el despliegue de redes de nueva generación, tanto fijas con el avance de la fibra óptica hasta el hogar, como móviles con el lanzamiento de las redes de última generación LTE. Se establecen de esta forma los cimientos para una nueva etapa en la que la calidad, el ancho de banda y la movilidad de los servicios son los ejes centrales.

El acceso a la movilidad, fundamentalmente gracias al *smartphone*, es el gran motor del cambio que está ayudando a acercar las tecnologías a todos los segmentos de edad. Y su impacto es tan alto que modifica hasta la forma en la que realizamos nuestras actividades; esta situación se ha denominado en el informe *movilización del comportamiento*.

Además, este año pasado se ha produjo un espectacular incremento del número de usuarios, 25 millones de españoles accedieron a Internet y más de la mitad, 19 millones, lo hacen a diario y de forma intensiva, por la aparición de tres nuevos conceptos sociales vinculados al usuario de *smartphone*: los micromomentos o momentos encontrados, el efecto «ya» y la moda de los *wearables*.

Consolidación de la vida digital de los españoles

El año 2013 se ha caracterizado por el imparable avance de la demanda de servicios TIC en un contexto macroeconómico complicado. Es una muestra de consolidación de la vida digital en España al reseñar que el 71,6 por ciento de los ciudadanos, dos puntos más que en 2012, habían accedido a Internet en los últimos tres meses. En términos absolutos, 24,8 millones de españoles de entre 16 y 74 años se conectan a Internet, 700.000 usuarios más que un año antes.

El imparable crecimiento de las líneas M2M que en junio de este año ya había superado los tres millones con un ritmo de crecimiento de un 12,5 por ciento a mediados del ejercicio. El informe señala que este dato confirma la importancia del ‘Internet de las Cosas’, un movimiento que ya deja entrever su evolución.

Las ciudades inteligentes o *smart cities*, uno de los servicios que nos brinda ese ‘Internet de las Cosas’ comienzan a perfilarse en nuestro país, y muestra de ello es la creación de la red española de ciudades inteligentes para compartir experiencias y el fomento de su desarrollo.

Una de las principales novedades es la que se refiere a la inteligencia para llevar, los conocidos como *weareables*. Durante este 2013 se produjo el lanzamiento, de forma comercial o simplemente experimental, de un gran número de dispositivos que el usuario lleva encima como si se tratara de complementos o ropa que son capaces de ofrecer información en tiempo real al usuario.

También en el ámbito de la salud ha sido pionero el uso de este tipo de dispositivos. El informe asegura, con la anuencia de muchos autores, que este uso de las TIC en el ámbito sanitario va a dar lugar a una nueva rama de la salud que se puede denominar ‘salud personal’ según la cual los usuarios pueden ser los protagonistas en el control de su salud. Aunque los

Fundación Telefónica
Telefónica

dispositivos que miden la actividad física o la tensión existen desde hace tiempo, se prevé que en dos años se venderán en el mundo 80 millones de dispositivos para monitorizar la actividad física.

Algunos de estos dispositivos miden la actividad física (Fitbit, Jawbonoe, Nike…), otros las variables médicas (Medtronic), capacidades de procesamiento (Google, Galaxy, Sony), prendas de ropa que ofrecen información (Nike, Reebok) o hacen seguimientos de la salud (Rest Devices, Spourtling).

La utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el ámbito educativo es una realidad, desde hace tiempo, pero se comprueba que se ha iniciado un proceso de transición completa hacia lo digital. En esta línea durante este año se han observado diferentes iniciativas en todos los niveles educativos que anticipan el uso de la tecnología como una herramienta más en la educación del futuro. En el ámbito de la educación superior se han consolidado los MOOC (Massive Open Online Courses) y en la educación primaria y secundaria, la 'mochila digital' ya está funcionando.

En el SIE se detecta otra tendencia novedosa e importante: que el proceso de fabricación se hace digital. Aunque la inclusión del uso de las TIC en el sector manufacturero no ha supuesto una gran revolución en el proceso industrial, el informe señala que comienzan a verse numerosos movimientos de carácter tecnológico, como el *cloud* o los nuevos modelos robóticos, y de carácter social como el Open Hardware o el *crowdfunding*, cuya convergencia supondrá un cambio definitivo en el modelo productivo. Uno de los ejemplos que ya están en marcha es la impresión 3D, que dibuja nuevas reglas económicas de producción.

Internet está presente en la vida de los españoles

El uso que se hace de la Red es cada vez más intensivo, 19 millones de personas acceden a Internet todos los días, el 53,8 por ciento de la población de entre 16 y 74 años. Los jóvenes de entre 16 y 24 años son los de uso más intensivo, ya que el 86 por ciento se conectan a diario, y lo hacen al menos una vez cada tres meses el 97,4 por ciento.

El 64,1 por ciento de los usuarios de Internet en los últimos tres meses participó en redes sociales de carácter general (Facebook, Twitter o Tuenti), creando un perfil de usuario o enviando mensajes. Este porcentaje aumenta hasta el 94,5 por ciento entre los jóvenes de 16 a 24 años. Por sexo, la participación de las mujeres (65,6 por ciento) es algo mayor que la de los hombres (62,8 por ciento).

Cada día la conexión a la Red se hace más fuera de la vivienda habitual o el centro de trabajo. Así lo manifiestan el 69,9 por ciento de los usuarios de Internet. El dispositivo más utilizado para acceder a Internet en movilidad es el teléfono, con el 63,2 por ciento, al que siguen los ordenadores portátiles (incluidos *netbooks* y *tablets*), con el 31,6 por ciento y el resto (PDA videoconsolas, etc.) con el 6,3 por ciento. El número de *smartphones* sigue creciendo y ya existen en el mundo casi tantos teléfonos móviles -6.800 millones- como personas -7.100 millones-.

Fundación Telefónica
Telefónica

En el informe se refleja que si 2013 fue el año de la consolidación del liderazgo de los *smartphones* como terminal preferido por los usuarios de Internet, la gran novedad ha sido la irrupción con fuerza de las *tablets*, cuyas ventas a nivel mundial ya superan las de los ordenadores portátiles. Y también crece exponencialmente la cifra de *Smart TV*, el 24 por ciento de los internautas ya conectan a Internet la televisión, un 33 por ciento más que en 2012.

El consumo de aplicaciones es un nuevo fenómeno directamente relacionado con los dispositivos. Así, a finales de 2012 más de 1.200 millones de personas usaban aplicaciones móviles y se prevé que este dato crezca casi en un 30 por ciento, llegando en 2017 hasta los 4.400 millones de usuarios.

La preferencia por la movilidad ha impulsado la penetración de la Banda Ancha Móvil (BAM) hasta las 60,4 líneas por cada 100 habitantes. La conexión en movilidad, cada vez más utilizada, hace que la Banda Ancha Móvil sea el motor del avance de la SI y sume 9,5 millones de nuevos usuarios en el último año. En total ya son 26 millones los móviles en España que tienen acceso a Internet.

Los micromomentos: la movilidad provoca un cambio en el comportamiento de los usuarios

Mientras que en el mundo las ventas de ordenadores de sobremesa y portátiles fue de 320 millones de unidades en 2013, pero la de *smartphones*, que superan a la venta de teléfonos tradicionales, en ese año fue de 1.734 millones de unidades, casi seis veces la cifra de ordenadores.

Pero además el *smartphone* ha provocado una auténtica transformación en el comportamiento de los usuarios. Nos encontramos ante una nueva aproximación a la SI que modifica nuestra forma de comunicarnos y nuestros hábitos; una característica fundamental en este nuevo modelo de comportamiento es la fragmentación de las actividades, llegando incluso a la realización de *microactividades*. Se calcula que un usuario medio consulta el *smartphone* 150 veces al día, normalmente en momentos que antes se desaprovechaban (esperando un medio de transporte, caminando…), lo que supone un nuevo 'tiempo encontrado' para gestionar actividades o relaciones con conocidos.

Esto modifica la manera en la que gestionamos nuestra vida digital que está basada en 'micromomentos' más que en una actividad claramente acotada en el tiempo, aunque también tiene una cierta continuidad a lo largo del día, ya que las restricciones del tiempo o del espacio se diluyen al ser el móvil un dispositivo que suele acompañar al usuario. De hecho, el 77 por ciento de los jóvenes no salen de casa sin el móvil y dos de cada tres los utilizan en España de forma habitual para conectarse a la Red.

En esta nueva forma de gestionarnos, el efecto 'ya' va ganando importancia y cada vez los usuarios buscan resultados más inmediatos a sus acciones. Por ejemplo el 55 por ciento de las compras con el móvil se producen dentro de la hora siguiente a la búsqueda inicial con el móvil, y el 81 por ciento de las mismas no estaban planificadas, sino que se produjeron de una forma

Fundación Telefónica
Telefónica

más o menos espontánea.

Por último, en esta edición del informe se presta una especial atención a las tendencias que están moviendo los servicios de la SI, tanto maduras como incipientes; un enfoque que se puede seguir en la parte denominada Vida Digital, destinada a aportar datos y tendencias muy interesantes para un futuro tan cercano que ya forma parte de nuestro presente más inmediato.

Fundación Telefónica
Telefónica