La sociedad española, la más conectada de Europa

POR **ROSA MARÍA SÁINZ PEÑA**

La Sociedad de la Información en España 2014

VV.AA.

Barcelona: Fundación Telefónica / Ariel, 2014, 180 p.

ISBN: 978-84-08-13873-0

Un año más -y con este ya se cumple la decimoquinta edición- Fundación Telefónica presentó el pasado 21 de enero su informe *La Sociedad de la Información en España 2014*, en el que se analizan los hechos relevantes sucedidos en el año y se muestra una imagen del movimiento del sector durante estos doce meses, así como las principales tendencias de futuro. El citado informe se ha convertido en una referencia para la sociedad española porque, además de mostrar la situación actual y los indicadores más representativos del comportamiento de los usuarios en su vida digital, vuelve a exponer las tendencias emergentes que se prevé que durante los próximos años tengan un gran impacto en la sociedad.

La digitalización continúa imparable. Las principales conclusiones de este informe editado en la colección Fundación Telefónica/Ariel revelan que 2014 fue el año del consumo de vídeo multidispositivo y de la consolidación del comercio electrónico, mientras se atisba que en 2015

CC BY NC ND

crecerá la venta de *wearables* y se seguirá abundando en la importancia de la privacidad en las comunicaciones.

Cada vez mayor conectividad, sobre todo entre los españoles de 55 a 64 años

En cifras absolutas, 26,25 millones de españoles acceden regularmente a Internet y el 78 por ciento de ellos (es decir, 20,6 millones) se conectan todos los días. Esta cifra de usuarios intensivos aumentó en 10,5 puntos respecto al año anterior.

La mitad de los españoles de entre 55 y 64 años se conectan a Internet a diario, siendo este grupo el que más creció en 2014, logrando 8,6 puntos porcentuales más que el año anterior. Además, tres de cada cuatro internautas con *smartphone* se conectan con *Wi-Fi* y Banda Ancha móvil, combinando ambas y cambiando de forma natural de una a otra. En 2014, 21,44 millones de españoles accedieron a Internet en movilidad, 4 millones más que en 2013.

En términos porcentuales, la fibra óptica es la tecnología de acceso que más ha crecido. Entre agosto de 2013 y agosto de 2014, el número de accesos FTTH aumentó un 127 por ciento, hasta alcanzar los 1,1 millones, lo que representa ya más del 10 por ciento de la cuota de mercado.

La apuesta por el acceso en movilidad ha convertido a España en líder europeo de penetración del *smartphone*, donde nada menos que 4 de cada 5 teléfonos móviles son inteligentes. En solo dos años, los *smartphones* han pasado de representar el 63 al 81 por ciento de los teléfonos móviles. Pero estas cifras no ensombrecen el importante crecimiento (del 68 por ciento) de la venta de *tablets* en 2014. Esto se debe a que los españoles hacen un uso exhaustivo tanto de las *tablets* como de los *smartphones*, como lo prueba el alto número de descargas de aplicaciones para ambos dispositivos. En España existen 23 millones de usuarios activos de *apps*, que realizan 3,8 millones de descargas diarias de aplicaciones. De media, cada usuario de *smartphone* tiene instaladas 39 aplicaciones, frente a las 33 de los usuarios de *tablets*.

El análisis sobre los dispositivos utilizados parece evidenciar una tendencia al uso del ordenador más vinculado a motivos profesionales, mientras que el *smartphone* se emplea para la comunicación y la *tablet* para una finalidad más general.

Acceso a Internet multiplataforma: ¿cómo y para qué se está utilizando la Red?

El comercio electrónico sube un 29,2 por ciento con respecto al año pasado, mientras las ventas *on line* españolas en el exterior aumentaron un 44,6 por ciento. Así, es significativo ver que el 14,9 por ciento de los internautas realizaron alguna compra a través de Internet, siendo además la primera compra para 1,9 millones de personas. Una de cada tres visitas a tiendas *on line* se produjo mediante dispositivos en movilidad.

La ubicuidad y geolocalización del terminal móvil está produciendo una convergencia con las redes sociales y el 74 por ciento de los compradores *on line* confían en las redes sociales a la

Fundación Telefónica
Telefónica

hora de realizar compras.

La digitalización de la vida del ciudadano continúa imparable. El mayor crecimiento se está produciendo en el acceso a la Red por motivos de ocio, sobre todo entre los mayores de 45 años, si bien tanto las razones profesionales como la comunicación con familiares y/o amigos completan las razones del uso digital.

El gran crecimiento del ocio se explica por el consumo de vídeo y por el hecho de que los usuarios utilizan el *smartphone* y la tablet para acceder a contenidos desde cualquier lugar. España se ha situado en el liderazgo europeo en el acceso multiplataforma a Internet, con un 66 por ciento, por encima incluso de Estados Unidos.

El consumo de vídeo es uno de los grandes catalizadores del acceso a Internet y se ha consolidado la tendencia de la demanda de servicios de vídeo multidispositivo, acorde con la mayor libertad demandada por el usuario. Así, entre los más jóvenes (de entre 14 y 19 años), el medio más utilizado para acceder a contenido multimedia es ya el vídeo gratuito bajo demanda, con una utilización por encima del 90 por ciento, mientras que tan solo el 73 por ciento usa la televisión en abierto y más de uno de cada cuatro accede a la televisión en diferido.

Uno de los aspectos más valorados por los usuarios es la posibilidad de elegir el momento que se accede a los contenidos. Tanto para los usuarios de pago como en abierto, la modalidad más utilizada para acceder en diferido es la función de descargas/*streaming* de Internet, con una cuota del 73 y 75 por ciento respectivamente. Las películas y las series son los contenidos más comunes.

Las amplias posibilidades de consumo de ocio en el hogar se han disparado por la renovación de los televisores en los hogares españoles, donde el 70,2 por ciento ya disponen de aparatos de alta definición y el 28,7 por ciento de smart TV, lo que implica la posibilidad de conexión a Internet. De hecho, España, con un incremento del 34 por ciento respecto a 2013, se ha convertido en uno de los países con mayor grado de penetración de la smart TV, por encima de Alemania (20 por ciento), Reino Unido (17 por ciento) y EEUU (16 por ciento).

En educación reglada, España se ha situado a la cabeza de Europa en la introducción de las TIC en el aula, con las mejores ratios de número de estudiantes de Primaria por ordenador portátil conectado (5 en España, frente a 20 como media europea) y número de pizarras digitales por alumno de Primaria (43 frente a 111). Asimismo, España es líder europeo en la oferta de cursos *on line* masivos y abiertos (MOOC).

Nuevas tendencias

Por último, en esta edición del informe se presta especial atención a las tendencias que se están articulando y consolidando en cuanto a los servicios de la Sociedad de la Información. La encriptación, el *Big Data*, el vehículo inteligente y el impulso de nuevas generaciones de M2M resumen las tendencias futuras de la vida digital que ya están presentes en nuestra sociedad.

BY NC ND

La privacidad ha pasado a ocupar un lugar central entre las preocupaciones de la opinión pública, provocando la introducción acelerada de la encriptación en las principales webs que generan tráfico en Internet. Así, se estima que en octubre de 2014, entre el 38 y el 50 por ciento del tráfico en Internet se encontraba cifrado, frente al 10 por ciento del año anterior y con un crecimiento del 3 por ciento mensual.

Las técnicas de *Big Data*, que permiten gestionar gran cantidad de datos tanto estructurados como no estructurados en tiempo real, se han convertido en pilar fundamental de nuevos modelos de negocio impulsados por el desarrollo tecnológico de una nueva generación de M2M. Esta nueva generación se caracteriza por la conexión de un número ingente de dispositivos y una mayor autonomía de los dispositivos conectados, con la consiguiente reducción de costes de operación. Las *smart cities* y el comercio local son dos de los ámbitos de actividad donde más claramente se están apreciando las nuevas tendencias. Se prevé un notable crecimiento de tecnologías M2M para los próximos años, superando barreras de costes y conectividad.

En cuanto a los posibles dispositivos de acceso en un futuro a Internet, las preferencias de los usuarios se orientan principalmente hacia el automóvil (57 por ciento), seguido de las gafas (42 por ciento), el reloj (39 por ciento) y el frigorífico (36 por ciento). Se estima que en 2020 el 90 por ciento del parque de vehículos dispondrá de capacidades de conectividad orientadas a mejorar la experiencia del viaje, la conducción, la seguridad y la gestión del propio vehículo.

Todas estas tendencias conforman la que ya ha venido a denominarse Revolución Digital, un futuro lleno de posibilidades que hoy ya forma parte de nuestro presente más inmediato y cotidiano.

Fundación Telefónica
Telefónica