Radiografía de la actividad digital de la sociedad española

POR **ROSA MARÍA SÁINZ PEÑA**



La Sociedad de la Información en España, 2015

Barcelona: Fundación Telefónica; Ariel, 2016, 170 p.

ISBN: 078-84-08-15729-8

Como cada año desde hace ya dieciséis ediciones, Fundación Telefónica presentó el pasado mes de abril el informe *La Sociedad de la Información en España 2015*, donde se cuentan los principales hitos tecnológicos ocurridos en nuestro país, así como las tendencias de futuro que empiezan a estar ya presentes en nuestra vida más cotidiana. Entre estas tendencias podemos destacar cómo la utilización masiva de la 'Internet de las Cosas' en todos los sectores económicos abre la era de la 'Internet Industrial' -con todo lo que ello significa en los procesos de producción y nuevos perfiles profesionales- o la incorporación de la generación *millennials* y de las mujeres como factor clave para afrontar los nuevos desafíos del mercado laboral IT, o la computación cognitiva o la redefinición de la realidad, entre otras.

El Informe, editado en la Colección Fundación Telefónica/Ariel, presenta las tendencias actuales y los escenarios de futuro que ya casi forman parte de la realidad actual, así como los indicadores más representativos del comportamiento de los usuarios en su vida digital y un abanico de datos muy interesantes que retratan el estado de la Sociedad de la Información (SI)

Fundación Telefónica

Telefónica

en las diferentes Comunidades Autónomas.

Esta obra se ha convertido en la referencia más importante sobre la actividad digital de la sociedad española, ya que además de aportar datos propios obtenidos por Telefónica sobre la realidad actual del comportamiento de los usuarios, expone las tendencias digitales que impactarán en la sociedad en un futuro próximo.

Así, el año 2015 ha ado la acelerada digitalización de la vida de los españoles: Un millón más de personas que el año anterior se conecta regularmente a Internet en nuestro país, alcanzando la cifra de 27,15 millones en la franja de edades comprendidas entre los 16 y los 74 años. Pero además lo hacen de forma más intensiva ya que 22,2 millones de españoles (el 81,7 por ciento de los usuarios), se conectan todos los días a Internet. Es un millón y medio más que un año antes. Es decir, el 64,35 por ciento de los españoles se conectan todos los días a la Red; A destacar en este crecimiento, la franja de edad entre 55 y 64 años, que ha aumentado 6 puntos porcentuales revertiendo la brecha generacional que existía.

En telefonía móvil, el 76 por ciento de los hogares ya tenía cobertura 4G en el primer trimestre de 2015, con un aumento del 58 por ciento interanual; La cobertura es prácticamente completa en las ciudades de más de 50.000 habitantes.

Internet cada vez tiene más usos

El 81,5 por ciento de la población utiliza Internet para acceder a su correo electrónico; el 78,6 por ciento para leer noticias; el 69,6 por ciento para buscar información sobre bienes y servicios y el 67,5 por ciento (el mayor crecimiento, de 15,2 puntos) para el consumo de vídeos, películas y música.

El uso de las redes sociales ha descendido 2,4 puntos, hasta el 67,1 por ciento. Pero también se constata que los jóvenes hacen un uso más racional de las redes sociales, y que se conectan a Internet para acceder a otros servicios distintos de la comunicación y el ocio, como plataformas de comercio electrónico o educación *on line.*

El 32,1 por ciento ha realizado compras por Internet en los últimos tres meses, y hasta 16,5 millones de españoles han realizado operaciones de comercio electrónico al menos una vez en su vida. El 62 por ciento de los internautas de entre 16 y 74 años han usado Internet para contactar o interactuar con la Administración.

La personalización de la educación y su universalización (‘aprender haciendo’) impulsan el libro de texto digital, el *e-learning* y el uso del juego como instrumento de aprendizaje tecnológico.

Los usuarios quieren estar conectados continuamente y con todas las tecnologías a su alcance, lo que ha obligado a nuevos esfuerzos para ofrecer un servicio integral al consumidor: España se sitúa a la cabeza de Europa en el despliegue de fibra óptica hasta el hogar, con más de 3 millones de clientes conectados y más de 15 millones de hogares en cobertura (con crecimientos en un solo año del 192 y del 137 por ciento, respectivamente). En la Banda Ancha

Fundación Telefónica
Telefónica

móvil, la cobertura 4G aumentó del 48 al 76 por ciento, es decir, un crecimiento del 58 por ciento interanual.

Conexión en movilidad

Conectarse en movilidad sigue siendo lo más demandado. El 83 por ciento de los usuarios accede a Internet a través del teléfono móvil, lo que supone 5,9 puntos más que en 2014. Y el *smartphone* sigue siendo el rey. España es el líder europeo, ya que un 87 por ciento de todos los teléfonos móviles son *smartphones* en España. Por primera vez, el *smartphone* supera al ordenador (con diez puntos de ventaja) como dispositivo de acceso a Internet. A destacar también que en 2015, ha habido un total de 27,7 millones de usuarios de aplicaciones, que se descargan diariamente 3,8 millones, con una media de aplicaciones por dispositivo de 30. Su uso en el móvil supera a la navegación y supone ya el 89 por ciento del tiempo que se utiliza el móvil.

España consolida de esta forma su liderazgo en penetración de dispositivos como el *smartphone*, la tableta, el libro electrónico o el televisor inteligente en relación a países como Reino Unido, Alemania, Argentina y Brasil, donde también opera Telefónica.

Aunque la comunicación y el ocio siguen siendo los principales motivos del uso de Internet, en 2015 se comprueba una utilización más racional de las redes sociales y un aumento significativo de su uso para actividades productivas y profesionales. El empleo de las redes sociales ha descendido 2,4 puntos y los jóvenes dedican ahora más tiempo a conectarse a plataformas de comercio electrónico o aprendizaje *on line* y menos a la conectividad social. Como curiosidad, el 59,7 por ciento silencia a grupos y personas y el 44,1 por ciento se ha salido de grupos o bloqueado a personas. En el segmento de la población de entre 20 y 24 años, los porcentajes suben hasta el 79,1 y el 68 respectivamente.

El pasado año aumentó significativamente el uso de Internet para el consumo de vídeos, películas y música (15,2 puntos) hasta el 67,5 por ciento y la búsqueda de información sobre bienes y servicios hasta un 69,6 por ciento. La mensajería instantánea siguió creciendo (6,3 puntos) y ya la usan a diario el 93,7 por ciento de los españoles, al igual que la realización de operaciones bancarias (3,9 por ciento) y con la Administración (17,7 por ciento).

La privacidad sí importa

El gran desarrollo de la vida digital de los españoles ha dado un importante impulso a la importancia que dan a su privacidad y al control de sus datos. El 82 por ciento de los internautas considera la privacidad como un valor a proteger y la mayoría no está dispuesta a perder privacidad a cambio de recibir ofertas personalizadas. El 85,2 por ciento reclama la posibilidad de identificar y borrar los datos personales y el 62,2 por ciento la capacidad de mover los datos personales a una plataforma o red social diferente. Muchos incluso ya han extendido acciones activas para protegerse de nuevas amenazas, hasta el punto de que el 43 por ciento de los internautas desconecta la cámara o la mantiene tapada.

El nuevo gran atractivo de la tecnología y la manera de afrontarla y usarla ha creado un grupo

Fundación Telefónica
Telefónica

de usuarios más avanzados respecto a la media. Son los llamados *early adopters*. Este grupo se caracteriza por el disfrute con el uso de las nuevas tecnologías y por ser los primeros en adquirir nuevos dispositivos o contratar nuevos servicios tecnológicos. Según una encuesta de Telefónica en los países en los que opera, España destaca como el país con el mayor número de *early adopters*, con un 15,8 por ciento de los internautas, frente al 14,6 por ciento de Brasil, el 14,1 por ciento de Reino Unido, el 10,5 por ciento de Alemania y el 10 por ciento de Argentina. Los *early adopters* son prescriptores entre los familiares y amigos, prefieren disfrutar de experiencias a tener cosas y el trabajo es una parte muy importante de su identidad.

En fin, el informe concluye la necesidad de nuevos profesionales capaces de procesar y analizar todos los datos que se generan en las distintas actividades económicas va a propiciar una alta demanda a los *millennials* y las mujeres para la incorporación al mercado laboral. El *Smart Data*, la ciberseguridad, la nueva realidad virtual y aumentada con el tacto y los gestos son necesidades presentes que tendrán un gran desarrollo en el futuro próximo, y que ya estamos empezando a vivir de forma incipiente.

Fundación Telefónica
Telefónica