

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Telefónica presenta la 15ª edición de su informe anual "La Sociedad de la Información en España", correspondiente a 2014

LA SOCIEDAD ESPAÑOLA, LA MÁS "CONECTADA" DE EUROPA: 8 DE CADA 10 MÓVILES SON SMARTPHONES Y EL 78% DE LOS INTERNAUTAS SON USUARIOS INTENSIVOS

- La digitalización continúa imparable. Las principales conclusiones del informe revelan que el 2014 ha sido el año del consumo de vídeo multidispositivo y la consolidación del comercio electrónico, y avanzan que en 2015 crecerá la venta de wearables y la importancia de la privacidad en las comunicaciones.

CONECTIVIDAD.-

- **En cifras absolutas, 26,25 millones de españoles acceden regularmente a Internet, y el 78% de ellos, es decir, 20,6 millones, se conectan todos los días. Esta cifra de usuarios intensivos ha crecido 10 puntos y medio en 2014.**
- **La mitad de los españoles de entre 55 y 64 años se conectan a Internet a diario. Este grupo es el que más crece en 2014, 8,6 puntos porcentuales más que el año pasado.**
- **Tres de cada cuatro internautas con smartphone se conectan con wifi y banda ancha móvil, combinando ambas y cambiando de forma natural de una a otra.**
- **Por primera vez los ingresos por la Banda Ancha Móvil han superado a los de la Banda Ancha Fija.**

- En 2014, 21,44 millones de españoles han accedido a internet en movilidad, 4 millones más que en 2013.

MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y REDES SOCIALES.-

- La mensajería instantánea se convierte en el medio favorito de comunicación y combina a la perfección la vida digital con la vida real: un 34% de los usuarios de mensajería instantánea organizan por este medio actividades offline.
- Un 44% de quienes la usan asegura que ha intensificado su relación con familiares y amigos, y para un 25% ha hecho posible retomar contactos que se habían perdido con personas de su entorno.
- Una de cada tres personas –que pasan a ser una de cada dos si son menores de 26 años- consultan el móvil cada vez que disponen de cinco minutos libres.
- El uso de las redes sociales sigue aumentado hasta el 67,1 por cien de los usuarios, pero baja por primera vez tres puntos entre los más jóvenes hasta el 91,3 por cien.

DISPOSITIVOS.-

- En 2014 España consolida su liderazgo dentro de los países más relevantes de la UE con un 81% de smartphones sobre el total de móviles, 10 puntos por encima de la media, después de crecer 5 puntos en el último año.
- El crecimiento de la Smart TV, un 34 por cien, sitúa a España por encima de países como Alemania, Reino Unido y EEUU.
- Dos de cada tres españoles utilizan más de un dispositivo para acceder a Internet, por encima de Reino Unido y de Estados Unidos.

- Por primera vez el tiempo de acceso a medios digitales utilizado en dispositivos en movilidad (smartphone+tablet) supera al empleado en el PC (53% frente a 47%)
- El coche (57%), las gafas (42%) y el reloj (39%), son las preferencias de los usuarios como nuevos dispositivos de acceso a internet

CÓMO Y PARA QUÉ SE USA INTERNET.-

- **COMPRAR.-** Casi 15 millones de españoles ya compran por Internet. De ellos, 2 millones se han incorporado en 2014 al comercio electrónico.
- **ESTUDIAR.-** España lidera Europa en el uso de las tecnologías en los colegios y en los MOOCs (Massive Open Online Courses)
- **CONTENIDOS.-** El consumo de vídeo bajo demanda supera a la televisión en abierto entre los más jóvenes. El 95% de ellos ve contenidos gratuitos en la red.
- **GESTIONES.-** El 49% de los españoles ha interactuado con la eAdministración el pasado año, alcanzando con antelación el objetivo marcado por Europa del 50 por cien para 2015.
- La preocupación por la privacidad impulsa hasta el 50 por cien el tráfico de internet cifrado frente al 10 por cien del año anterior.
- El idioma español tiene un gran potencial de crecimiento en la Red y ya es el segundo más utilizado en las redes sociales, incluso en ciudades como Nueva York y Londres.

Madrid, 21 de enero de 2015.- Telefónica ha presentado hoy la decimoquinta edición del informe **“La Sociedad de la Información en España” correspondiente a 2014** en un acto que ha

contado con la presencia del Ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, al que han acompañado el presidente de Telefónica, César Alierta, y el vicepresidente ejecutivo de Fundación Telefónica, Emilio Gilolmo.

El informe, editado por Fundación Telefónica, 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 durante los próximos años tendrán un gran impacto en la sociedad.

Conectividad

Según el informe de 2014, las tendencias “futuras” que se presentaban en informes anteriores se han consolidado e intensificado, produciendo avances muy significativos en la vida digital de los ciudadanos. Así, ya son **26,25 millones de españoles los que acceden regularmente a Internet**, 1,45 millones más que en 2013.

De ellos, **20,6 millones se conectan diariamente**, es decir, el 78 por cien del total viven conectados. Y por primera vez, **el 50 por cien de las personas mayores, entre 55 y 64 años, son usuarios intensivos que acceden diariamente a internet** siendo la franja de edad **que más creció** el pasado año (8,6 puntos porcentuales).

La Banda Ancha Móvil continúa siendo la tecnología clave en el avance de la Sociedad de la Información. El acceso a Internet se hace cada vez más móvil, los terminales móviles continúan ganando cuota de mercado respecto al dispositivo fijo y los servicios son cada vez más utilizados en movilidad. En 2014, **21,44 millones de españoles han accedido a internet en movilidad**, 4 millones más que en 2013.

Por primera vez, en el segundo trimestre de 2014, la facturación de la BAM superó a la de la Banda Ancha Fija, reflejando el auge del acceso a internet en movilidad.

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 han aumentado un 127 por cien hasta alcanzar los 1,1 millones y ya representan más del 10 por cien de la cuota de mercado.

Mensajería instantánea y redes sociales

El servicio estrella sigue siendo la **mensajería instantánea. Su uso ha crecido un 206%** en los últimos dos años hasta alcanzar el 78 por cien de la población con teléfono móvil. Ya prácticamente iguala a la llamada al móvil (utilizada por el 82 por cien) como medio de comunicación con familiares y amigos. El mensaje instantáneo, el mensaje a una red social y la comunicación en persona son los tres canales preferidos para la comunicación con personas del entorno.

El uso **de las redes sociales ha aumentado tres puntos** hasta el 67,1 por cien. La franja de edad en la que más aumenta el porcentaje de internautas que acceden a las redes sociales es la comprendida entre 45 y 54 años, que ha pasado del 43,5 en 2013 al 52,3 por cien en 2014. Los que

más acceden a las redes sociales (91,3 por cien) son los internautas entre los 16 y 24 años, aunque **por primera vez el porcentaje ha caído 3,3 puntos** en relación a 2013.

Dispositivos

La apuesta por el acceso en movilidad ha hecho de España el **líder europeo de penetración del Smartphone**. Nada menos que 4 de cada 5 teléfonos móviles en España son inteligentes. En sólo dos años, han pasado de representar el 63 al 81 por cien de los teléfonos móviles en España. Ello no debe ensombrecer el **importante crecimiento del 68 por cien de la venta de tablets** en 2014.

Y es que los españoles hacen un uso exhaustivo tanto de las tablets como de los Smartphone, 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, por 33 de los usuarios de tablets.

El dispositivo utilizado marca una tendencia hacia que el uso del ordenador está más vinculado a razones profesionales, el Smartphone se usa para la comunicación y la tablet para una finalidad más general.

Uso de internet: cómo y para qué

Un total de **14,9 millones de personas han realizado alguna compra** a través de internet en 2014, de los cuales 1,9 millones lo hicieron por primera vez el pasado año. Una de cada tres visitas a tiendas online se produce con dispositivos en **movilidad**. El comercio electrónico **sube un 29,2%** con respecto a un año antes, mientras las ventas online españolas en el exterior aumentan un 44,6%.

La ubicuidad y geolocalización del terminal móvil está produciendo una convergencia con las redes sociales y el **74 por cien de los compradores online confían en las redes sociales** a la 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. Tan es así, que España se ha situado en **el liderazgo europeo en el acceso a internet multiplataforma, con un 66 por cien**, 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 (entre 14 y 19 años), el medio más utilizado para acceder a contenido multimedia es ya el vídeo bajo demanda gratis con una utilización por encima del 90 por cien, mientras que tan sólo el 73 por cien 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 cien 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 cien ya disponen de aparatos de alta definición y el 28,7 por cien de Smart TV que implica la posibilidad de conexión a internet. De hecho, **España se ha convertido en uno de los países con mayor grado de penetración de la Smart TV, por encima de Alemania (20%), Reino Unido (17%) y EEUU(16%),** tras aumentar un 34 por cien el pasado año.

En **educación** reglada, **España se ha situado a la cabeza de Europa en la introducción de las TIC en el aula** como muestra los 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 online masivos y abiertos (MOOC).**

Las Administraciones también han sido protagonistas de la digitalización de la vida del ciudadano, con el que han interactuado de una forma más rápida y eficaz. Así, el número de notificaciones electrónicas enviadas a ciudadanos y empresas ha pasado de 10,1 millones en 2013 a **50 millones en mayo del pasado año.** De tal manera que **el 76,5 por cien de los trámites realizados por la Administración General del Estado han sido por vía electrónica** que ha calculado unos ahorros para ciudadanos y empresas en 2012 y 2103 de 31.000 millones de euros.

Los trámites administrativos ya sólo son uno de los motivos de la comunicación entre ciudadanos y Administración donde las redes sociales han adquirido un gran protagonismo. En 2014, **el 49 por cien de los ciudadanos entre 16 y 74 años interactuaba con las autoridades públicas a través de la Red** anticipando el objetivo del 50 por cien fijado para 2015 en la Agenda Digital Europea.

El idioma español se ha convertido en una de las grandes oportunidades que ofrece la Red. Actualmente, 548 millones de personas tienen el español como idioma de uso y en internet ocupa la tercera posición con un 7,8% de usuarios comunicándose en nuestra lengua. Sin embargo, es el segundo idioma más utilizado en redes sociales, incluyendo en ciudades como Londres y Nueva York lo que refleja el potencial de crecimiento y su importante impacto económico.

Tendencias futuras que ya están presentes

Encriptación, 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. **La preocupación por la privacidad ha pasado a ocupar un lugar central** en la opinión pública y la respuesta ha sido la introducción acelerada de la **encriptación** en las principales web que generan tráfico en internet. Así, se estima que en octubre de 2014, entre el 38 y el **50 por cien del tráfico en internet se encuentra cifrado** frente al 10 por cien de un año antes, con un crecimiento del 3 por cien 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. El despliegue de tecnologías M2M crecerá fuertemente en los próximos años superando barreras de costes y conectividad.

El automóvil es el espacio preferido por los usuarios para el futuro acceso a internet con un 57 por cien, por delante de las **gafas** (42%), el **reloj** (39%) y el **frigorífico** (36%). Se estima que en 2020 el 90 por cien del parque de vehículos dispondrá de capacidades de conectividad orientadas a mejorar la experiencia del viaje, la conducción y seguridad y la gestión del propio vehículo.