

## NOTA DE PRENSA

### PRESS RELEASE

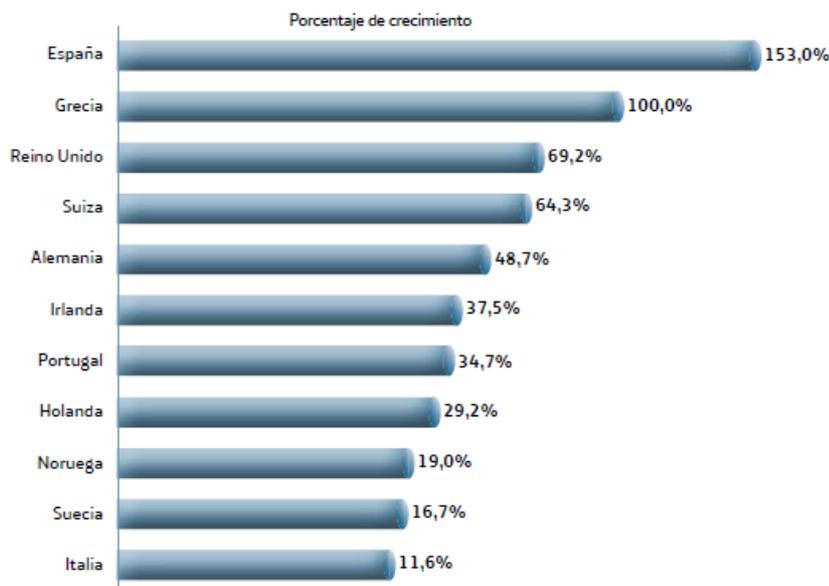
Telefónica presenta la XVI edición de su informe anual “La Sociedad de la Información en España” correspondiente a 2015

## ESPAÑA ES EL PAÍS MEJOR CONECTADO DE EUROPA Y EL LÍDER EN USO DEL SMARTPHONE Y LA SMART TV

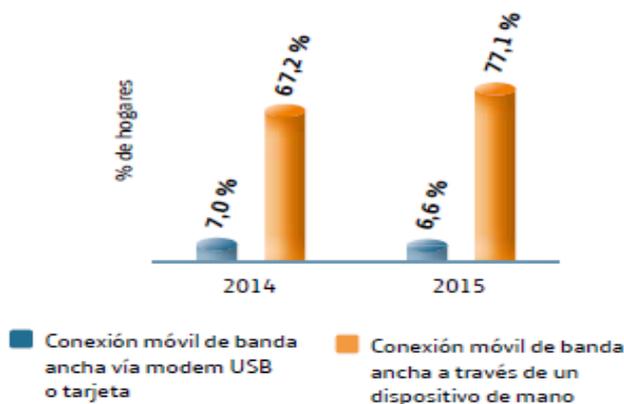
### CONECTIVIDAD: A LA VANGUARDIA EUROPEA EN INFRAESTRUCTURAS

- España lidera en Europa el despliegue de fibra óptica hasta el hogar, con más de **3 millones de clientes y un potencial de 15 millones** para dar este servicio, con crecimientos en un solo año del 192% y del 137% respectivamente.
- En telefonía móvil, el 76% de los hogares ya tenían cobertura de 4G en el primer trimestre de 2015, con un aumento del 58% interanual. La cobertura es prácticamente completa en las ciudades de más de 50.000 habitantes.

### Crecimiento interanual (1T14-1T15) de suscriptores de accesos FTTH por países (%) <sup>[1]</sup>



### Conexiones móviles de banda ancha en los hogares españoles [2]



### MÁS ESPAÑOLES Y MÁS INTERNET

- Un millón más de españoles que en 2014 acceden regularmente a Internet, hasta los **27,15 millones**. Es el 78,7% de toda la población entre 16 y 74 años.
- El 81,7%, es decir, **22,2 millones de españoles se conectan todos los días** a Internet. Es un millón y medio más que en 2014.
- El mayor crecimiento del uso de internet se ha producido en la franja de edad entre 55 y 64 años, hasta el 61,4%, seis puntos más que en 2014 y **reducen la brecha generacional**.

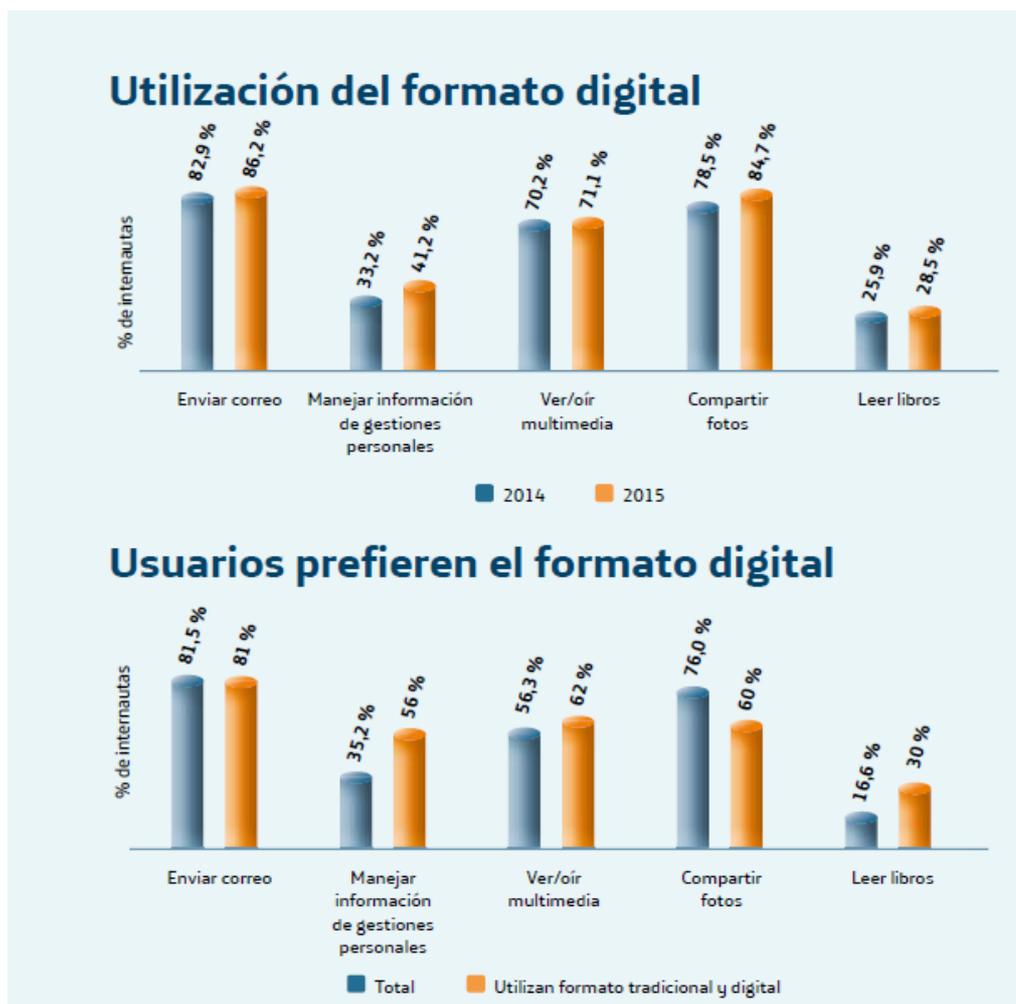
### DISPOSITIVOS: EL MÓVIL YA TIENE LA SUPREMACÍA

- El **88,3% de los usuarios acceden a internet a través del móvil**, 5,9 puntos más que en 2014.
- Tras el empate del pasado año, el móvil supera en **10 puntos porcentuales al ordenador**, que baja 3 puntos hasta el 78,2%.
- Importantes aumentos del televisor (44%) y la videoconsola (32%) para acceder a internet.



## INTERNET CADA VEZ PARA MÁS USOS

- El 81,5% usa internet para acceder a su **correo** electrónico, el 78,6% para leer **noticias**, el 69,6% para buscar **información** sobre bienes y servicios y el 67,5% (el mayor crecimiento de 15,2 puntos) para el consumo de **videos**, películas y música.
- **El uso de las redes sociales ha descendido** 2,4 puntos hasta el 67,1%. Los jóvenes hacen un uso más racional de las redes sociales y 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% ha realizado **compras por internet** en los últimos tres meses y ya 16,5 millones de españoles han realizado operaciones de comercio electrónico al menos una vez en su vida.
- El 62% de los internautas 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.



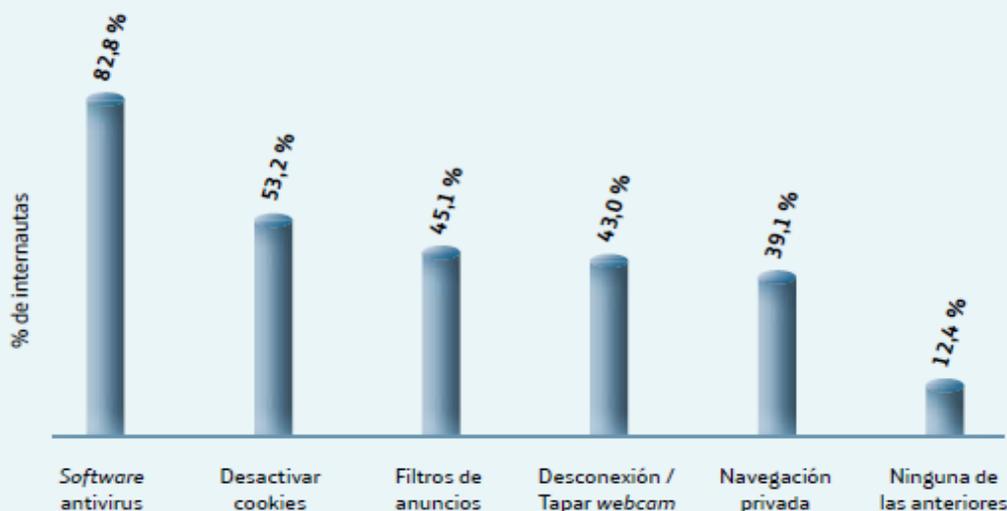
## Evolución trimestral comercio electrónico en España [2]



### ALTA DEMANDA DE PRIVACIDAD Y SEGURIDAD

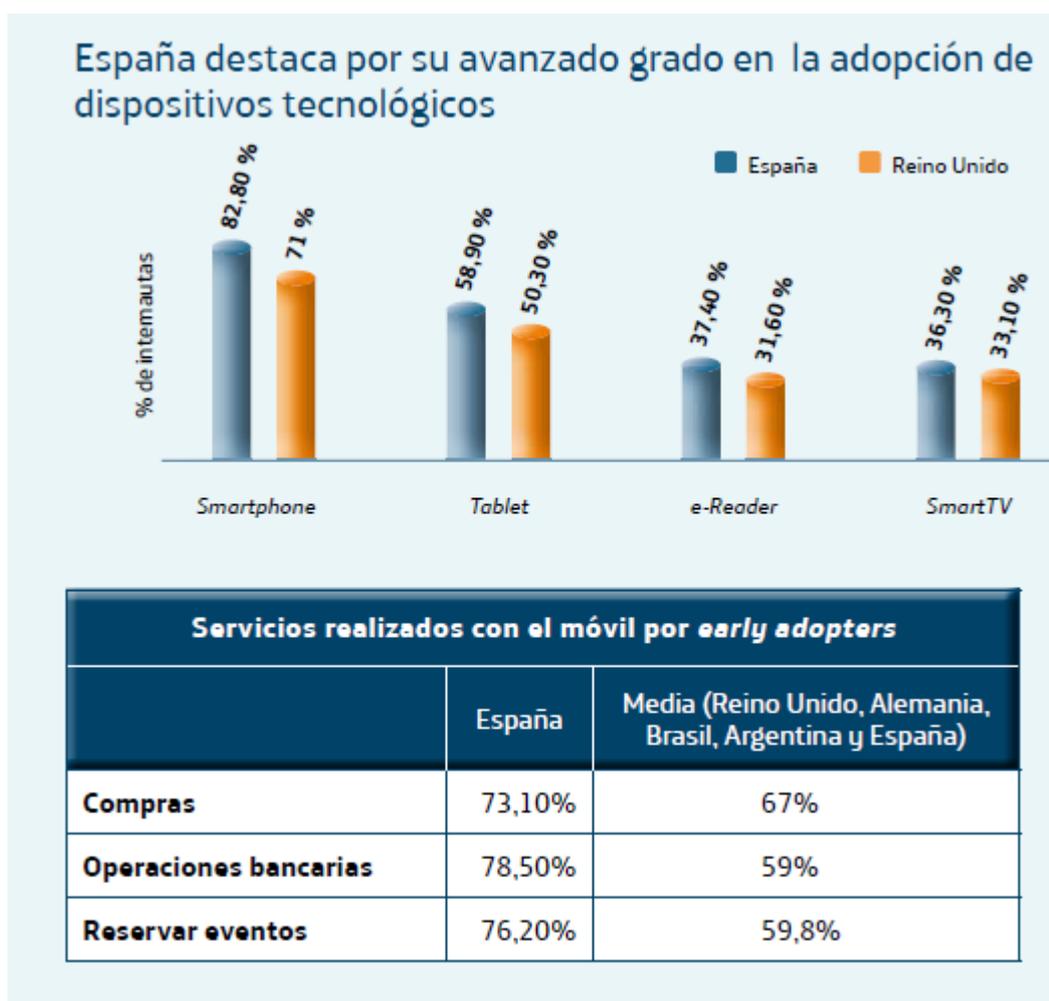
- El 82% de los internautas consideran la privacidad como un valor a proteger.
- Desconectar la cámara o mantenerla tapada ya lo hacen el 43% de los internautas y el 54,4% de los jóvenes entre 20 y 24 años.
- El 64,4% de los usuarios de Internet afirma haber sufrido algún problema de seguridad. Spam, virus con pérdida de información o tiempo, principales razones.

### Medidas para proteger la privacidad



## ESPAÑA, LÍDER EN EARLY ADOPTERS

- Un 15,8% de los internautas españoles son **early adopters**. Disponen de Smartphone, disfrutan usando nuevas tecnologías y son los primeros entre el grupo de amigos y familiares en adquirir nuevos dispositivos o contratar servicios tecnológicos.
- Disponen no sólo de Smartphone (100%), sino también de Tablet (79,8%), e-Reader (50,4%) y Smart TV (48%).
- Tienen grandes aspiraciones, que no pasan por conseguir bienes, prefieren disfrutar de experiencias a tener cosas y la familia y los amigos es lo más valorado en sus vidas.
- España está por delante en *early adopters* de Brasil (14,6% de los internautas), Reino Unido (14,1%), Alemania (10,5%) y Argentina (10%).



## **HOMBRES Y MUJERES**

- A partir de los 55 años, se detecta una brecha de género en favor de los hombres respecto a las mujeres de 10 puntos porcentuales en el uso de internet.
- Para las mujeres, el principal motivo del uso de internet es la comunicación, mientras que para los hombres es el ocio.
- El control de las fotografías y vídeos personales preocupa al 83% de las mujeres y al 71,3% de los hombres; el control de sus datos personales al 87,2% de las mujeres y al 79,6% de los hombres; el historial de búsquedas al 74,1% de las mujeres y el 60,8% de los hombres y que se difunda el historial de navegación al 71,9% de las mujeres y el 58,4% de los hombres.
- Las mujeres dan más importancia a la privacidad que los hombres

## **NUEVOS COMPORTAMIENTOS**

- Un 14% de los internautas españoles se sirven de sistemas de bloqueo de publicidad.
- El consumo de televisión se personaliza. Aumenta un 53,75% la modalidad DVR (Digital Video Recording) y un 370,8% los servicios Catch-up. El consumo lineal de la serie Juego de Tronos pasó del 51% en 2014 al 22% en 2015, imponiéndose el video bajo demanda (del 21 al 45%). El consumo lineal sólo se impone en los eventos deportivos.
- La tecnología nos hace “atractivos”, sobre todo en los centros de formación, las empresas, las ciudades y los alojamientos turísticos.
- En 2015 nos hemos descargado cada día 3,8 millones de apps. La media de aplicaciones por dispositivo es de 30 en los smartphones y de 24 en el caso de las tablets, pero sólo se utilizan de forma activa 14.
- Se han incrementado las actividades más relacionadas con la productividad, principalmente en los usuarios que tienen entre 55 y 64 años: en este segmento se produce un incremento de nada menos que del 48,5% en la utilización de Internet a la hora de realizar compras, del 41,83% para realizar cursos de formación, del 28,45% en las operaciones bancarias, y del 24,87% en las operaciones con las administraciones.

## **TENDENCIAS DE FUTURO YA PRESENTES**

- La utilización masiva del internet de las cosas en todos los sectores económicos abre la era del internet industrial, que supondrá una aportación al PIB español de los próximos 15 años de entre 108.000 y 137.000 millones de dólares.
- La incorporación de la generación millennials y de las mujeres será clave para hacer frente al déficit de profesionales que demanda el mercado laboral IT.
- El Big Data evolucionará hacia el Smart Data, para ofrecer más valor añadido a la información que requiere el usuario en un momento determinado, prediciendo e influyendo en los comportamientos.

- El mundo virtual interaccionará más con el mundo real. A los servicios de realidad aumentada y de realidad virtual, se unirán los relacionados con los gestos y el tacto.
- Los servicios inteligentes comienzan a ser capaces de reaccionar ante el entorno e interaccionar proactivamente con el usuario, llegando a recurrir a la inteligencia artificial y a capacidades como la percepción, conexión, “inteligencia” y reacción.

**Madrid, 4 de abril de 2016.-** Telefónica ha presentado hoy la decimosexta edición del informe anual “La Sociedad de la Información en España”, correspondiente a 2015, en un acto que ha contado con la presencia del secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, el vicepresidente ejecutivo de Fundación Telefónica, Emilio Gilolmo, y el presidente de Telefónica España, Luis Miguel Gilpérez.

El informe, editado por Fundación Telefónica, se ha convertido en la referencia más importante de 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.

El año 2015 ha confirmado la acelerada digitalización de la vida de los españoles. Un millón más de españoles que el año anterior se conectan regularmente a internet, y se alcanza 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 y 22,2 millones de españoles, el 81,7% 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% 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 han aumentado 6 puntos porcentuales revertiendo la brecha generacional que existía.

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 usuario. 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. En la banda ancha móvil la cobertura 4G ha aumentado desde el 48% hasta el 76%, es decir, un crecimiento del 58% interanual.

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

España consolida 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 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 del 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% silencia a grupos y personas y el 44,1% se ha salido de grupos o bloqueado a personas. En el segmento 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% y la búsqueda de información sobre bienes y servicios hasta un 69,6%. La mensajería instantánea siguió creciendo (6,3 puntos) y ya la usan a diario el 93,7% de los españoles, al igual que la realización de operaciones bancarias (3,9%) y con la Administración (17,7%).

El gran desarrollo de la vida digital de los españoles ha dado un importante impulso a la importancia que dan a su privacidad y el control de sus datos. El 82% de los internautas consideran 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% reclama la posibilidad de identificar y borrar los datos personales y el 62,2% la capacidad de mover los datos personales a una plataforma o red social diferente. Y muchos ya han extendido acciones activas para protegerse de nuevas amenazas hasta el punto de que el 43% de los internautas desconectan la cámara o la mantienen tapada.

El nuevo gran atractivo de la tecnología y la manera de afrontarla y usarla ha creado un grupo 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 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% de los internautas, frente al 14,6% de Brasil, el 14,1% de Reino Unido, el 10,5% de Alemania y el 10% 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.

Los *early adopters* son los más avanzados en los nuevos comportamientos que se están detectando entre los internautas. Por ejemplo, se aprecia un aumento importante hasta el 14% de los usuarios en la adopción de sistemas de bloqueo de publicidad que amenazan los modelos de financiación de internet. Asimismo, el consumo de la televisión está cambiando hacia la personalización a pasos agigantados. El consumo lineal de Juego de Tronos cayó en un solo año del 51% al 22% en 2015. Los usuarios prefieren el video bajo demanda y sólo los eventos deportivos mantienen la preferencia del consumo lineal.

La gran novedad que se produce durante este año es que el incremento de muchas de estas actividades, sobre todo las que están más relacionadas con la productividad, se produce principalmente entre personas maduras, en concreto entre 55 y 64 años: en este segmento se produce un incremento de nada menos que del 48,5% en la utilización de Internet a la hora de realizar compras, del 41,83% para realizar cursos de formación, del 28,45% en las operaciones bancarias, y del 24,87% en las operaciones con las administraciones.

De esta forma, este segmento de población es capaz de revertir la brecha tradicional que le separaba de la media, dándose el caso de que en ciertas actividades se sitúe levemente por encima de la media, como por ejemplo a la hora de operar con las administraciones (46,7% de los internautas de este segmento frente al 46,5% de la media de población) o a la hora de realizar operaciones bancarias (46,5% en el segmento frente al 46,2% de la media).

Las nuevas tendencias no sólo afectan a nuestro comportamiento personal, sino que tendrán un gran impacto de la vida económica y la creación de riqueza. Así, la utilización masiva del internet de las cosas en todos los sectores económicos va a abrir la era del internet industrial, que implica un cambio de paradigma: ya es posible la monitorización de cientos de elementos de una forma sencilla y la actuación de forma predictiva gracias al análisis de datos. Se estima que esta tendencia conducirá de forma directa a la creación de riqueza y se prevé que su aportación acumulada al PIB mundial entre 2015 y 2030 oscilará entre los 10,6 y 14,2 billones de dólares en función de las medidas de impulso que se pongan en marcha para favorecer su implantación, pudiendo suponer en España una aportación en dicho periodo entre 108.000 y 137.000 millones de dólares. Este crecimiento supondrá la creación de un número muy elevado de puestos de trabajo de alto nivel de cualificación, como expertos en TIC o científicos de datos.

Por lo tanto, transporte, energía, agricultura y ganadería, minería y salud son sectores económicos en los que la utilización masiva de sensores y de herramientas de big data y data analytics van a tener un gran impacto en la creación de valor. 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 SmartData, 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.