

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Telefónica presenta la XVII edición de su informe anual “La Sociedad de la Información en España” correspondiente a 2016

LOS MAYORES DE 65 SON LOS NUEVOS “MILLENNIALS”: EL USO DE INTERNET SUBE UN 11% Y EL DE TABLETS UN 219% EN UN AÑO

- **SE REDUCE LA ÚLTIMA BARRERA DIGITAL**

- Los mayores comienzan a utilizar masivamente dispositivos conectados, y curiosamente lo hacen sobre todo para el ocio, mientras que los jóvenes cada vez lo utilizan más para formación.
- El uso de internet sube un 11% y el de la tablet crece un 219% entre los mayores de 65 años y se reduce la brecha generacional.
- Aumenta en 8,8 puntos porcentuales el porcentaje de los jóvenes que usan internet para la educación y baja 7,5 puntos los que se conectan para el ocio como primera motivación.
- Entre los mayores de 65 años aumentan en 13,1 puntos porcentuales aquellos cuya primera motivación para conectarse es el ocio.

- **CONECTIVIDAD: ESPAÑA CONSOLIDA EL LIDERAZGO EUROPEO EN INFRAESTRUCTURAS**

- El despliegue de fibra óptica hasta el hogar supera los 22,6 millones de accesos, con un crecimiento del 23,1%.
- Por primera vez, el pasado mes de agosto el número de líneas de nueva generación (6,74 millones) superó el número de líneas ADSL (6,67 millones).
- En telefonía móvil, el 95 % de la población tiene cobertura 4G, 19 puntos más que un año antes. El tráfico por la red 4G ha crecido un 208%.

- **INTERNET A DIARIO**

- Más de 23 millones de españoles acceden todos los días a internet, unos 800.000 más que un año antes.
- España ya supera los 27,7 millones de usuarios de internet (1,9 puntos más que en 2015).

- **EL SMARTPHONE AUMENTA SU DOMINIO Y CRECE LA TV DE PAGO**

- El 91,7% de los internautas se conecta con un Smartphone, 3,5 puntos más que un año antes.
- El acceso con el ordenador cae 5,1 puntos hasta el 73,1% de los internautas.
- El 15,2% de los hogares se conectan a internet desde la televisión, y ya existen 5,8 millones de suscriptores de la TV de pago.

- **LA CONFIANZA DIGITAL NO SE NEGOCIA**

- El 87,9%, 2,7 puntos más que hace un año, considera que los datos les pertenecen a ellos y no a las empresas que ofrecen servicios de internet, y que debería ser posible identificar y borrar los datos personales.
- La información que queremos proteger es: datos personales (82,2%), fotografías y videos personales (77,9%), historial de navegación (67,9%) e historial de búsquedas (67%).
- El 83,1% de los internautas dejarían de utilizar un servicio si no sigue las normas de control de la privacidad.

- **TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO**

- La mensajería instantánea ya es utilizada por el 94,5 de los internautas y el ámbito de comunicación con familiares y amigos se amplía a la empresa.
- El 50,1% de los internautas (17,2 millones) han realizado compras por internet, un 4,2% más de compradores, y un 21,5% más en volumen de compra.
- La digitalización sigue ganando terreno en todos los ámbitos, excepto en la lectura de libros. El 82,6% de los usuarios acceden a internet para la búsqueda de información sobre productos y servicios, el 80,1% para el uso del correo electrónico y el 77,6% para la lectura de noticias.
- El móvil derriba las últimas barreras entre el ámbito físico y digital: entre los jóvenes, el 43,9% de los internautas han encontrado buenos amigos, el 28,7% ha encontrado pareja, el 40,2% compañeros profesionales y el 16,2% compañeros para participar en actividades políticas.
- El 79% de los internautas que tiene móvil de empresa lo utiliza para su vida personal y el 68% instala aplicaciones personales en el móvil de empresa.
- El 37,9% de los internautas toma decisiones no planificadas sobre la marcha relacionada con el ocio.
- El vídeo se convierte en la estrella de la formación: el 79,6 de los internautas recurren al vídeo con intenciones formativas, porcentaje que se eleva hasta el 95,1% en los jóvenes entre 14 y 19 años.
- El vídeo también avanza en la comunicación: el uso de la videollamada aumenta un 106% entre los jóvenes hasta ser utilizada por el 44,5% de los usuarios en este segmento de edad.
- El 86,2% desearía bloquear la publicidad mientras navega.
- Para preservar la privacidad, el 59,6% de los internautas desactiva el GPS de su móvil, el 50,4 % “gestiona” sus contraseñas y el 48,7% desconecta o tapa sus cámaras web.
- En el caso de los jóvenes, el 75,5% entre catorce y diecinueve años desconecta la webcam y el 70,3% desconecta el GPS para preservar su privacidad.

- **TENDENCIAS EN LAS EMPRESAS**

- De las apps de cliente al Big Data: el 35% de las grandes empresas (más de 500 empleados) han invertido en Big Data y el 45% de las pequeñas empresas y el 54% lo consideran interesante.
- El análisis de los perfiles que visitan la web, de los que las llaman, asesoramiento para abrir un local o información de las personas que no entran, principales aplicaciones del Big Data.

- Avanzan las soluciones de redes privadas móviles para las grandes empresas.
- Agencias de viajes y operadores turísticos, transporte aéreo y moda lideran los ingresos por comercio electrónico.
- ENLACE AL VÍDEO DEL SIE 2016 EN YOUTUBE: <https://youtu.be/8WL49s9tS-U>

Madrid, 24 de febrero de 2017.- Telefónica ha presentado hoy la decimoséptima edición del informe anual “La Sociedad de la Información en España”, correspondiente a 2016 en un acto que ha contado con la presencia del Secretario de Estado para la Sociedad de la Información y Agenda Digital, Jose María Lasalle Ruiz, el presidente de Telefónica de España, Luis Miguel Gilpérez, el presidente de la Fundación Telefónica, César Alierta y el Director General de la Fundación Telefónica, Jose María Sanz-Magallón.

El informe, editado por la Fundación Telefónica, es la referencia más importante de la actividad digital de la sociedad española al que aporta datos propios de la Dirección de Planificación de Negocio y Business Intelligence de Telefónica de España sobre el comportamiento de los usuarios, y presenta las tendencias digitales que están impactando y condicionando la sociedad para un futuro próximo.

El pasado año 2016 ha confirmado y consolidado el gran avance de la digitalización de la sociedad española. Los españoles quieren, tienen y usan más y mejores infraestructuras y servicios digitales y lo pueden hacer en cualquier circunstancia y con cualquier dispositivo.

El resultado de ello es que España lidera una vez más el despliegue de infraestructuras de nueva generación en Europa, con gran distancia sobre los países de nuestro entorno. En el despliegue de fibra óptica hasta el hogar, el número de accesos de fibra instalados en España supera los 22,6 millones, con un crecimiento del 23,1%. El gran avance del despliegue de líneas de nueva generación ha permitido que el pasado mes de agosto de 2016, estas redes superen por primera vez a las redes de banda ancha preexistentes, tanto en el entorno fijo como en el móvil.

En el fijo, por primera vez el pasado mes de agosto las líneas de nueva generación (6,74 millones) superaron al número de líneas ADSL (6,67 millones). En el entorno móvil, el despliegue de 4G ha permitido que el 95% de la población esté cubierta por esta tecnología, 19 puntos porcentuales más que un año antes. Y el resultado es que el tráfico por la red 4G ha crecido un 208% entre septiembre de 2015 y septiembre de 2016.

Mejora la oferta de la tv de pago

Esta puesta a disposición de las infraestructuras más avanzadas ha permitido importantes saltos cualitativos en la oferta de servicios y, como resultado, romper barreras en alguno de ellos antes impensables. Un claro ejemplo es el de la televisión de pago, que alcanzó los 5,8 millones de suscriptores gracias a la comercialización de paquetes convergentes pero sobre todo a la introducción de nuevas funcionalidades y capacidades como el video bajo demanda, la televisión a la carta, la posibilidad de grabar contenidos o, últimamente, la posibilidad de descargar contenidos en los dispositivos para poder visionarlos sin conexión a la red.

Y es que los españoles responden muy bien a las mejoras de la oferta en el mercado digital. Los usuarios diarios de internet superan los 23 millones, unos 800.000 más que hace un año, lo que

representa el 82,9% de los 27,7 millones de españoles que usan internet. El mayor crecimiento en el uso de internet se ha producido en las personas con edades comprendidas entre los 65 y 74 años, casi un 11%, lo que favorece la reducción de esta brecha digital.

El teléfono móvil es el dispositivo preferido por el 91,7% de los internautas, 3,5 puntos más que hace un año, mientras que sólo el 73,1% se conecta a internet con el ordenador, 5,1 puntos menos que hace un año. Una de las grandes novedades de 2016 es el aumento del 219% del uso de la tablet entre los internautas mayores de 65 años. Y también resulta relevante el aumento de 2,2 puntos, hasta el 15,2%, de los hogares que se conectan a través de los televisores.

Mensajería instantánea (92,4%), correo electrónico (82,9%), acceso a las redes sociales (66,7%), ofimática (51,6%) operaciones bancarias (51,4%), realizar compras (49,8%), operar con las administraciones (45,8%), cursos de formación (29,9%) y ver la televisión por internet (26,9%) son las principales actividades realizadas usando internet por porcentaje de internautas.

Protección de los datos

La confianza digital es una de las grandes exigencias de los españoles en el uso de internet. Consideran que deben ser protegidos los datos personales, las fotografías y vídeos personales, el historial de navegación y el historial de búsquedas. Hasta el punto que el 83,1% de los internautas manifiestan que dejarían de utilizar un servicio determinado si este no controla la privacidad. Para ello, un 68% confía en la Ley de Protección de Datos.

En el ámbito de la empresa, cabe destacar que la mensajería instantánea y los asistentes virtuales se incorporan como canales de comunicación. Asimismo el Big Data desplaza a las aplicaciones para clientes como el principal objetivo de inversión. En cuanto a servicios, los fintech en el sector financiero se incorporan a la tendencia de desintermediación que fomentan los servicios digitales.

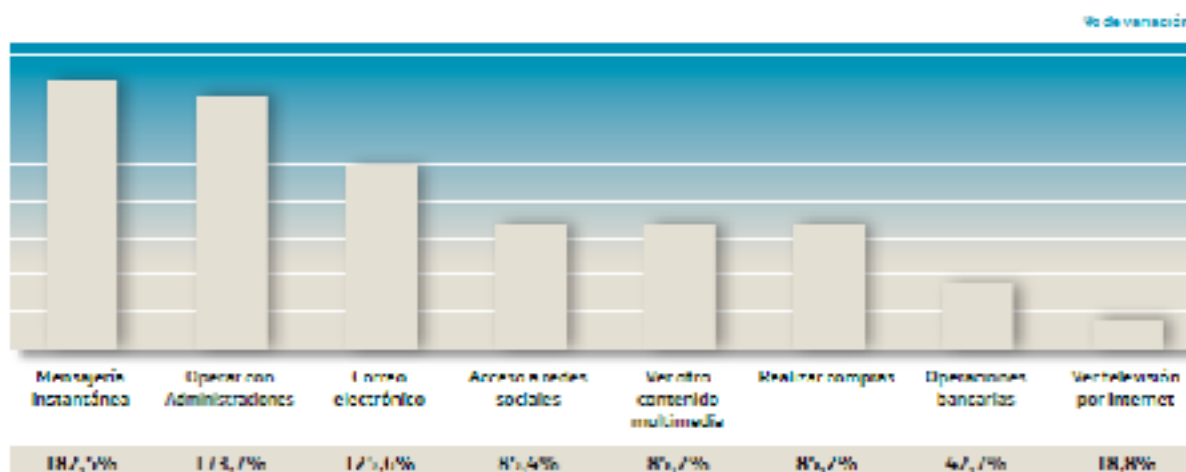
En cuanto a la Administración, además de incorporar el Big Data para la toma de decisiones, se han adoptado medidas y aprobado legislación para la reforma administrativa y avanzar en los objetivos de la Agenda Digital para España con el objetivo de que en 2020 la Administración española sea digital. Ello incluye programas para las escuelas conectadas, las redes 5G para la futura internet, las ciudades inteligentes y la industria conectada 4.0.

La incorporación de robots y otros sistemas automáticos con capacidad de aprendizaje y su convergencia con sensores, técnicas de computación y de análisis de datos está facilitando la creación de entornos de inteligencia que abren un gran potencial en la oferta de servicios y no pocas incógnitas sobre la relación entre hombre y máquina. Pero ya se puede hablar de que la salud, la moda y el transporte serán sectores de actividad económica que se incorporen a la vida digital en entornos que hasta ahora sólo parecían reservados a la industria.

ANEXO

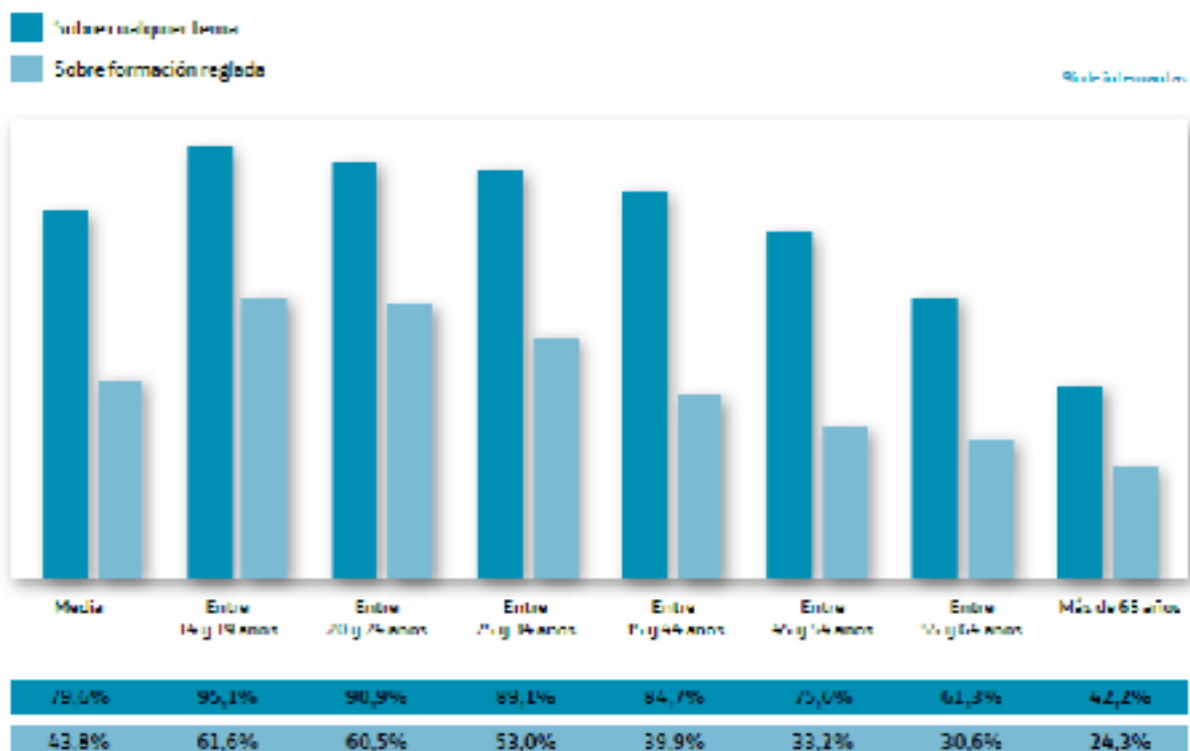
GRAFICOS DESTACADOS DEL INFORME DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION 2016

FIGURA 18. EVOLUCIÓN DEL USO DE LA TABLET PARA HACER DIFERENTES ACTIVIDADES ENTRE LOS MAYORES DE SESENTA Y CINCO AÑOS



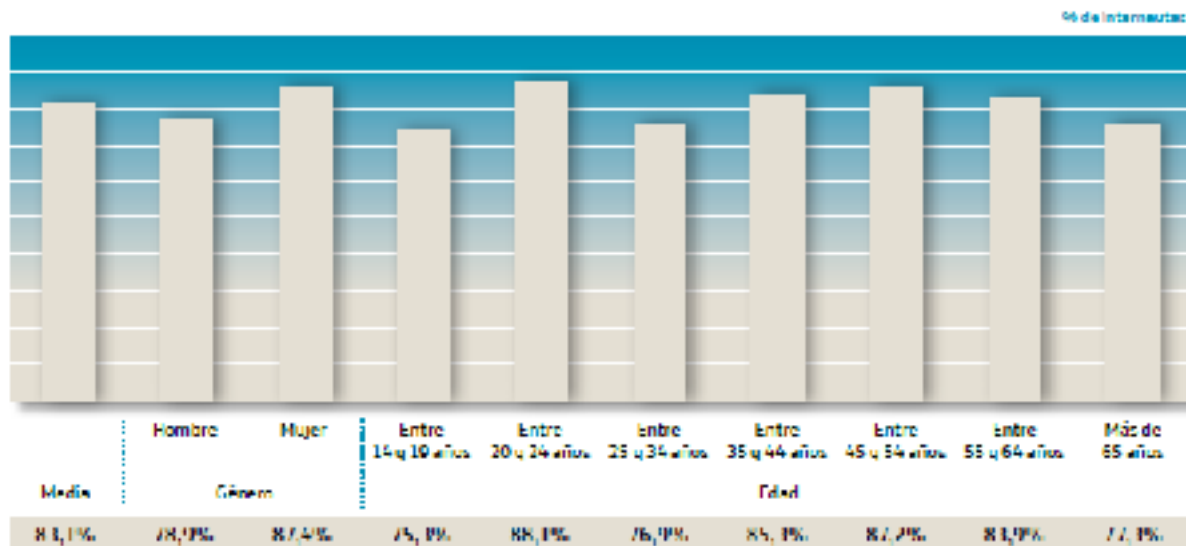
Fuente: Telefónica. Datos de junio de 2016.

FIGURA 20. UTILIZACIÓN DEL INTERNET PARA ACCEDER A VÍDEOS CON CARÁCTER INFORMATIVO



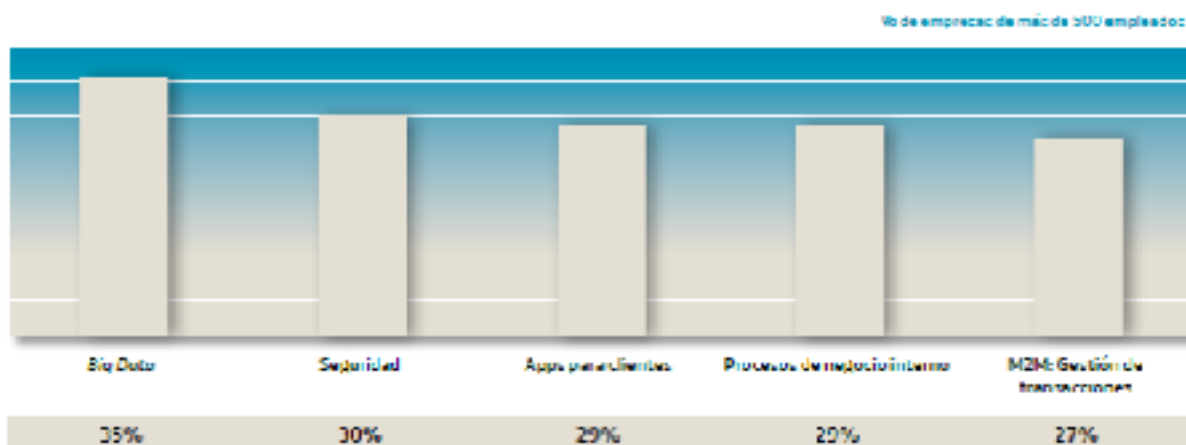
Fuente: Telefónica. Datos de julio de 2016.

FIGURA 11. USUARIOS QUE DEJARÍAN DE UTILIZAR UN SERVICIO SI NO CUMPLE CON LAS NORMAS DE CONTROL DE PRIVACIDAD

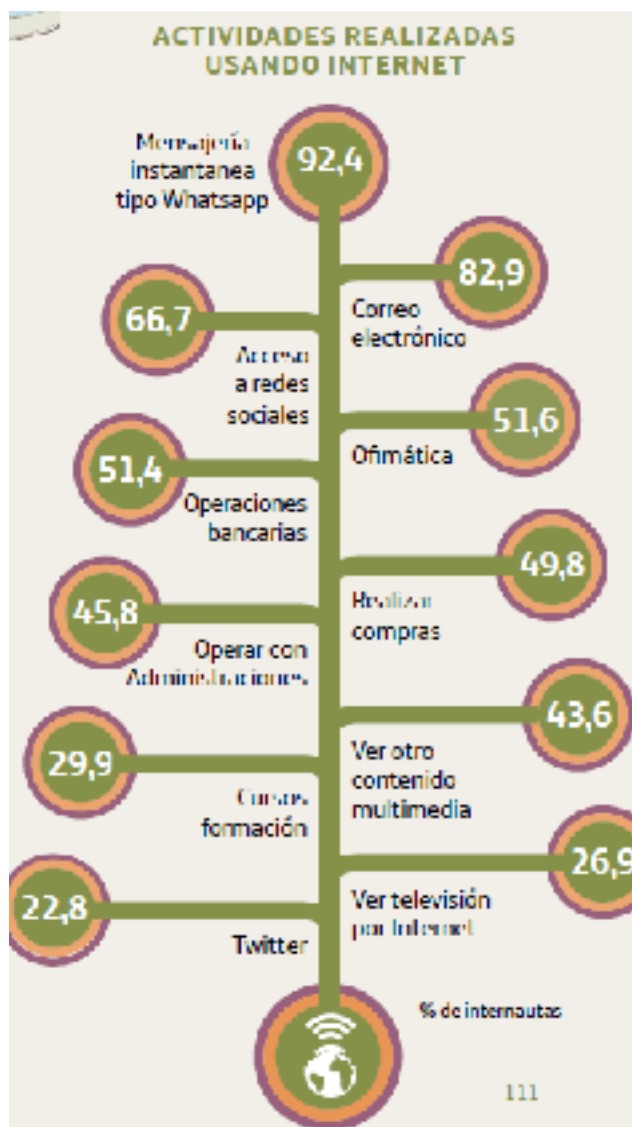
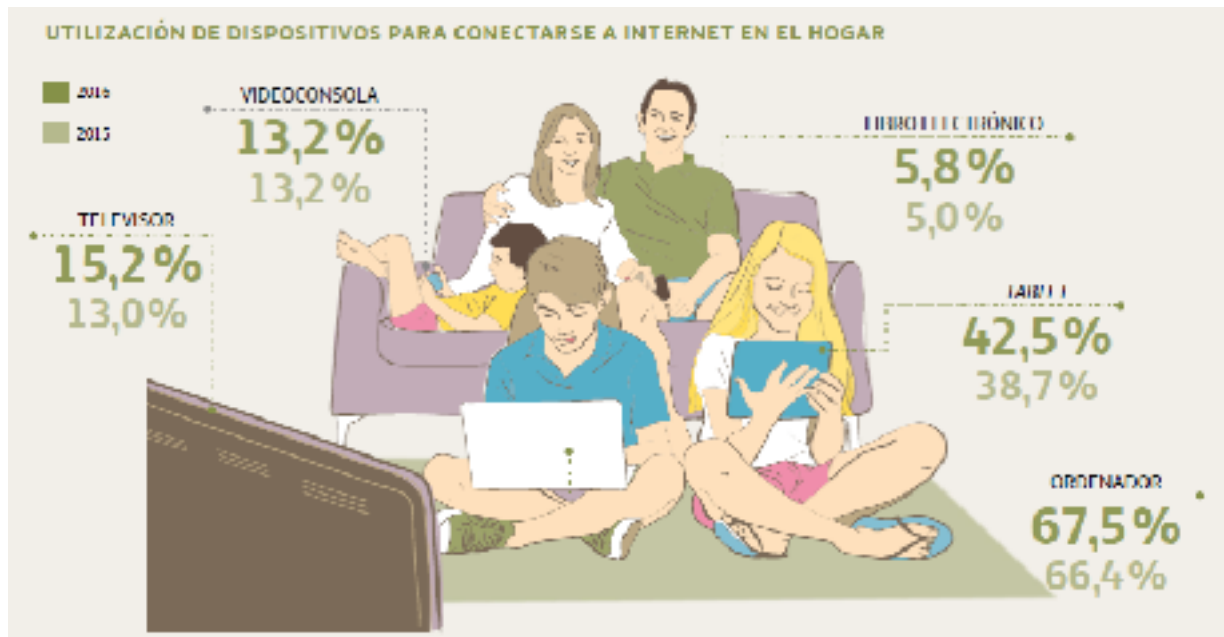


Fuente: Telefónica. Datos de julio de 2016.

FIGURA 14. TIPO DE SOLUCIONES SOBRE LAS QUE SE REALIZARÁN INVERSIONES DIGITALES EN 2016



Fuente: Telefónica. Datos de julio de 2016.

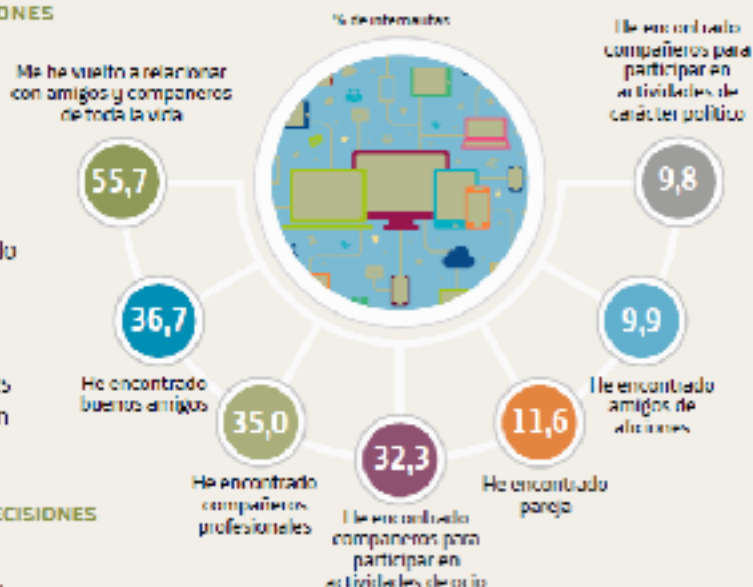


El móvil derriba las últimas barreras entre el ámbito físico y digital y entre los entornos de ocio y de trabajo

IMPACTO DE INTERNET EN LAS RELACIONES

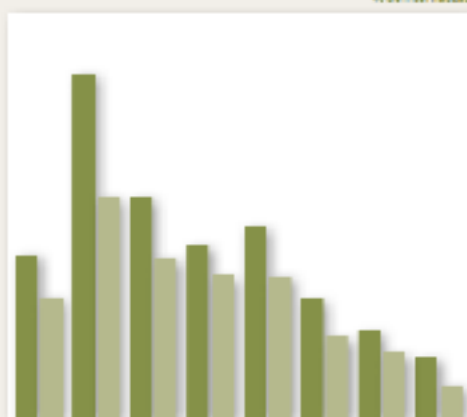
El **55,7%** de los internautas afirma que gracias a Internet se ha vuelto a relacionar con familiares y amigos de toda la vida.

Entre los internautas jóvenes de veinte a veinticuatro años, el **43,9%** ha encontrado buenos amigos a través de Internet, el **28,7%** ha encontrado pareja, el **40,2%** compañeros profesionales, el **49,2%** compañeros para participar en actividades y el **16,2%** compañeros para participar en actividades de carácter político.



INFLUENCIA DEL MÓVIL EN LA TOMA DE DECISIONES NO PLANIFICADAS

■ Si, en el ocio ■ Si, en el ámbito profesional o formativo



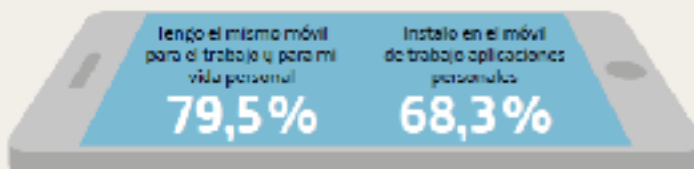
El **79,5%** entre los usuarios jóvenes de catorce a diecinueve años toma decisiones no planificadas relativas al ocio sobre la marcha gracias a información que recibe continuamente en el móvil.

El **27,8%** de los internautas toma decisiones no planificadas relativas al ámbito profesional o formativo sobre la marcha gracias a información que recibe continuamente en el móvil.



USO PRIVADO DEL MÓVIL DE EMPRESA

Si se permite por la empresa utilizar el móvil de empresa



El **94,2%** de los usuarios entre cincuenta y cinco y sesenta y cuatro años que tiene móvil de trabajo lo utiliza también en su vida personal.

El **68,3%** de los usuarios que tienen móvil de trabajo descarga en él aplicaciones personales.