



CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA



---

## **Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN

Grado Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA. USOS Y CONSUMOS  
DE INTERNET**

Pablo Mosquera Estévez.

Tutor: D. Ángel Carrasco Campos.

Segovia, 12 de enero de 2015



# ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	MARCO TEÓRICO.....	7
2.1	LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.....	7
2.1.1.	Los inicios.....	7
2.1.2.	El papel de las tecnologías de la información y comunicación en los cambios sociales, culturales y políticos.....	11
2.1.3.	Las tecnologías de la información y comunicación y su desarrollo en la sociedad de la información.....	13
2.1.4.	La sociedad digital y la globalización.....	14
2.2	LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA.....	16
2.2.1.	El cambio que se está produciendo en España.....	16
2.2.2.	El modelo productivo de la sociedad de la información en España.....	18
2.2.3.	El papel de las administraciones públicas en el desarrollo de la sociedad de la información.....	20
2.2.4.	Los indicadores de la sociedad de la información en España.....	22
3.	OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	27
3.1.	Objetivos.....	27
3.2.	Metodología.....	27
4.	ANÁLISIS DE DATOS.....	31
4.1.	Evolución de los usuarios en internet en los últimos años.....	31
4.2.	Último acceso.....	32
4.3.	Perfil de usuarios por sexo.....	34
4.4.	Perfil por edad.....	35
4.5.	Perfil por clase social.....	37
4.6.	Lugar de acceso.....	39
4.7.	Servicios utilizados el último mes.....	41
5.	CONCLUSIONES.....	47
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
6.1.	Bibliografía.....	51
6.2.	Fuentes electrónicas.....	52



**CAPÍTULO 1**  
**INTRODUCCIÓN**



## 1. INTRODUCCIÓN.

Vivimos rodeados de datos, estamos en una etapa de gran desarrollo informacional. Durante siglos la información ha sido el camino a seguir para el progreso de la civilización, y se han asentado las bases de las democracias modernas. Manuel Castells (1998), ya anunciaba el cambio que habría con la entrada del nuevo siglo, por eso a finales de 1990 ya daba una definición clara y concisa de lo que será la nueva era de la información “El nuevo sistema tecnológico, económico y social”. Algunos de esos avances tecnológicos los tenemos a nuestro alcance tales como: internet, telefonía móvil, administración electrónica, y un sin fin de mecanismos que contribuyen al desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, así como los accesos a la información.

España, a través de programas gubernamentales, tales como: La Agenda Digital en España, Proyecto de Ley General de Telecomunicaciones, Proyecto de Ley de Garantía de Unidad de Mercado, Ley de creación de la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia y por último Ley de Apoyo a los emprendedores y su internacionalización, ha ido modernizando sus instalaciones en materia de telecomunicaciones. Empresas como Telefónica, Orange, Euskatel, etc. Han creado una red de acceso a la información para el país, y se han convertido en los suministradores de los sistemas de información en España y otros países de Europa, así como en el resto del mundo. Gracias a este desarrollo tecnológico, la sociedad española puede gozar de los accesos a las tecnologías facilitándose la interacción con la información.

En el presente trabajo de fin de grado, subrayaremos la importancia de la sociedad de la información a través de las tecnologías de la información y comunicación, como modelo productivo y comunicativo. En la primera parte, “La sociedad de la información” trataré de explicar la evolución y el desarrollo de la sociedad de la información acompañado por las tecnologías de la información y comunicación. También haremos hincapié al término de “globalización”, ya que tiene una estrecha relación con la nueva sociedad digital.

La segunda parte, “La sociedad de la información en España” profundizaremos en más detalle, como se ha desarrollado nuestro país en este campo, así como identificar cuáles son los programas gubernamentales que hacen posible que España sea pionero en el acceso a la sociedad de la información, además de nombrar los indicadores que nos servirán para contrastarlos con las fuentes secundarias del Estudio General de Medios

(En adelante, EGM). En cuanto a la metodología, una parte del trabajo ha sido teórica, por lo que he realizado numerosas lecturas de diferentes libros, para comprender los términos de sociedad de la información y tecnologías de la información y comunicación. Por otro lado en este trabajo se ha hecho un análisis de datos, extraídos del EGM y del informe sociedad de la información en España.

Para finalizar, en el apartado “análisis de datos”, se trata de analizar los datos mediante gráficos, y contrastarlos con el apartado teórico. Estos datos han sido extraídos del EGM, para su posterior análisis que nos servirá para entender como ha sido el papel de la sociedad de la información en España. El objetivo es evaluar el perfil de usuarios de internet en España, hábitos, consumos, así como analizar la evolución de las tecnologías de la información y comunicación en los últimos 15 años.

Este trabajo nos dará una idea de la importancia de las tecnologías y la información, para la gestión de la información y comunicación, ya que internet en la actualidad se ha convertido en un vehículo de comunicación fundamental, mejorando la vida económica y social así como ofreciendo innumerables ventajas. Y es que la comunicación juega un papel fundamental en las relaciones humanas. El motivo que me ha llevado a realizar el trabajo de fin de grado sobre este tema, es la manera en la que la sociedad ha cambiado para acceder a la información. A medida que me fui documentando he llegado a la conclusión de que las tecnologías de la comunicación y la información han cambiado la manera de vivir, de producir, de comunicarnos. La información cobra mayor importancia y se convierte en un elemento fundamental en los procesos de globalización, desarrollo, creación de conocimientos. El nuevo modelo económico y social se gesta acompañado de la información y las tecnologías. Este trabajo se puede incluir perfectamente en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas, debido a que las tecnologías de la información y la comunicación están en constante evolución. La publicidad se sirve de ellas para desarrollarse y ser más eficiente, además en la publicidad se tiene que tener un gran conocimiento sobre las audiencias y los públicos, en este caso de internet, ya que son el nuevo target de las futuras estrategias que se están creando para que la publicidad sea eficaz a la hora de llegar a sus público.



**CAPÍTULO 2**  
**MARCO TEÓRICO**



## 2. MARCO TEÓRICO.

### 2.1 LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.

#### 2.1.1 Los inicios

Vamos a comenzar este apartado definiendo qué es la sociedad de la información:

“Es el nuevo sistema tecnológico, económico y social. Una economía en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales) sino de la aplicación del conocimiento e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos” (Castells 1998, p 370).

Los antecedentes de la sociedad de la información comenzaron en el siglo XV, cuando Johannes Gutenberg creó la imprenta. Aunque son muchos los autores que discuten sobre esta creación, ya que la Xilografía había sido creada por los chinos el siglo VII, siendo la precursora de lo que luego sería la imprenta de Gutenberg. Después de introducir la imprenta a partir de la segunda revolución industrial comenzaron a emerger otros aparatos más modernos, como el telégrafo (1838), luego le siguió el teléfono (1876), la radio (1896) y la televisión (1928), todos estos aparatos han revolucionado la forma de comunicarnos e informarnos. El término de sociedad de la información ha evolucionado con el paso de los años como lo han hecho otras expresiones, tales como la sociedad medieval, sociedad industrial, etc. Pero no fue hasta los años 80 del siglo XX cuando el sociólogo japonés Yoneji Masuda, en su publicación *The Information Society as Post-Industrial* (1981), daba por asentado que la sociedad industrial de la época iba a evolucionar en la actual sociedad de la información. Transformando ese cambio en un salto cualitativo y dando por seguro la gran importancia económica, social y productiva. Según Masuda (1981) “Todo en su conjunto se iba a transformar”. McHale (1981), ya había considerado a la información como un criterio analítico en la evolución de la sociedad y en su manejo.

“Una sociedad pre-industrial depende esencialmente de las materias primas sin elaborar, como si se trataran de un juego contra naturaleza en el que se produjesen una disminución continua de ingresos. Con arreglo a sus criterios, una sociedad industrial se organiza primariamente alrededor de la energía y su utilización para producir bienes. A su vez una sociedad post-industrial se organiza alrededor de la información y su utilización sobre la base organizativa del flujo del conocimiento” (McHale 1981, p 38).

Para este autor, la información es determinante para la evolución de la sociedad, se convertirá en la materia prima de intercambio. La llegada de los ordenadores en la década de los sesenta y setenta, supuso una revolución tecnológica en todos los ámbitos. Su aparición supuso la germinación de nuevos términos muy arraigados o vinculados con estos nuevos dispositivos y con la sociedad de la información; la globalización y la sociedad digital (cuestión que trataremos en el apartado 1.4 de este trabajo). En lo referente al primer término hacemos referencia:

- A la transformación social.
- A la transformación económica y productiva que estamos viviendo.
- El sistema de libre comercio que se desarrolla entre todos los países.
- El intercambio cultural.

Es decir todos estos términos los envolvemos en el término de globalización. Con la llegada de internet en la década de 1990, y el inicio de la World Wide Web, internet se ha convertido en el nodo de comunicaciones que nos conectan con otros lugares del mundo. Esa gran transformación se ha generalizado mucho más con la llegada de internet, al mismo tiempo estamos interconectados de forma globalizada.

Tal y como sostiene Mattelart, “la información se convierte en un elemento decisivo para organizar la producción y el desarrollo pleno de la sociedad” (Matterlart 2002, p 86). La aparición y desarrollo de los nuevos ordenadores por parte de compañías norteamericanas a mediados del siglo XX, supone una revolución a la hora de procesar y tratar la información. Un proceso muy acelerado, en el que, en la actualidad continuamos, esto ha sido el cambio de pasar a una sociedad postindustrial a una sociedad informacional y globalizada, es decir lo que Matterlart denomina mundialización. Categóricamente vivimos en una sociedad global, en una sociedad conectada, podemos comunicarnos con los lugares más remotos, vivimos en la era de la comunicación donde la globalización se

convierte en un pilar imprescindible para ese desarrollo. Ramos Simón matiza que el nuevo modelo económico y social que estamos viviendo puede derivar en diversos nombre como: “sociedad post-industrial, sociedad digital, sociedad post- capitalista o como algunos ya la llaman sociedad del conocimiento” (Ramos Simón 1999).

Pero no fue hasta la cumbre del G7<sup>1</sup>, celebrada en Ginebra en 1995, donde comenzó a construirse una definición institucional de lo que hoy conocemos como sociedad de la información. Aunque no sería hasta ocho años más tarde en la denominada Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra, 2003), en la que participaron más de cuarenta jefes de estado, de los diversos países implicados en cooperar en la elaboración de los primeros informes sobre la sociedad de la información como una sociedad de conocimiento.

“Tenemos la firme convicción de que estamos entrando colectivamente en una nueva era que ofrece enormes posibilidades, la era de la sociedad de la información y de una mayor comunicación humana. En esta sociedad incipiente es posible generar, intercambiar, compartir y comunicar información y conocimiento entre todas las redes del mundo [...]” (Cumbre de Ginebra, 2003).

En esta cumbre se decidió que:

- “Los gobiernos tienen el encargo de elaborar y aplicar ciber-estrategias nacionales, progresivas y sostenibles.
- El sector privado y la sociedad tienen que establecer pautas con los gobiernos, para desarrollar ciber-estrategias nacionales.
- El compromiso por parte del sector privado en el avance y la difusión de las tecnologías de la información y la comunicación, en la infraestructura, en el contenido y las aplicaciones.
- La participación ciudadana y su compromiso es muy importante para la creación de una sociedad de la información equilibrada y en la implementación de las iniciativas desarrolladas por las tecnologías de la información y la comunicación.

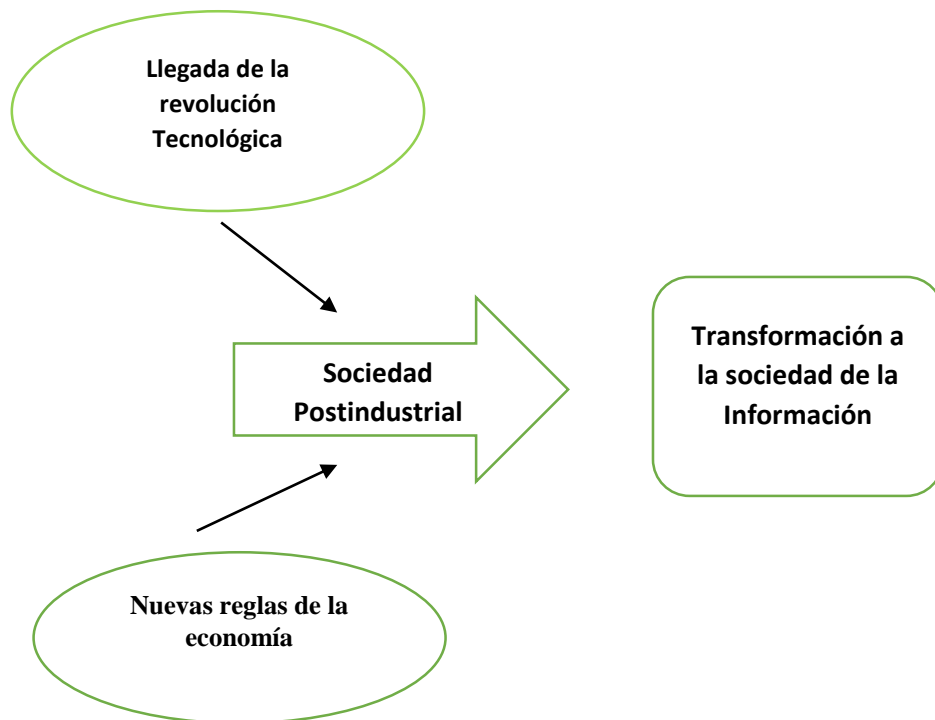
---

<sup>1</sup> Son los países que más pesos económico tienen en el mundo (Alemania, Canadá, USA, Francia, Italia, Japón y R. Unido)

- Todas las instituciones sean internacionales, regionales o financieras desempeñan una función decisiva a en el momento de integrar las tecnologías de la comunicación y la información, en el paso del desarrollo facilitando los recursos necesarios para crear una sociedad de la información y poder valorar sus progresos. “ (Cumbre de Ginebra 2003)

De nuevo haciendo referencia Castells (2004), relata que la sociedad es decisiva para adaptarse a los nuevos cambios económicos, que se desarrollan con las nuevas tecnologías, generando un profundo cambio en todos los ámbitos de la vida.

Figura 1. Transformación de la sociedad postindustrial a la sociedad de la información



Fuente: Ballesteros Fernando, 2002.

### **2.1.2 El papel de las tecnologías de la información y comunicación en los cambios sociales, culturales y políticos.**

Las tecnologías de la información y comunicación (en adelante, TIC) empiezan a implementarse en el instante en el que los medios de comunicación y los medios informáticos se identifican con lo que se conoce como “entorno multimedia”. Estas son definidas como:

“Las tecnologías de la información y comunicación se pueden concebir como resultado de una convergencia tecnológica, que se ha producido a lo largo de ya casi medio siglo, entre las telecomunicaciones, las ciencias tecnológicas, la microelectrónica y ciertas ideas de administración y manejo de información. Se consideran como sus componente de hardware, el software, los servicios y las telecomunicaciones” (Conferencia de autoridades iberoamericanas de informática, 2001)

Uno de los primeros documentos institucionales sobre las TIC, fue elaborado por la Unesco a través del informe McBride, *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. (1980). En este informe se recoge como se iban a manejar los contenidos de gestión, almacenamiento y transmisión de la información. Proponiendo un nuevo orden comunicacional, acompañado de la tecnología, fomentando el desarrollo económico y social como punto de partida. Según los autores Terceiro y Matías

“de este modo, las nuevas infraestructuras de telecomunicaciones e informática se consolidan como la columna vertebral de la globalización y la apertura de mercados.” (Terceiro y Matías, 2001, p 157).

Las tecnologías tienen un papel esencial en la actualidad, debido a que son parte indiscutible de nuestro progreso económico, productivo y social, pero cuando mencionamos a las tecnologías de la información y comunicación, tenemos que tener en cuenta que no solo nos referimos a los medios, sino, en el preciso momento en el que esos medios se han digitalizado y reorganizado a un plano multimedia, y como, la informática se dedica al almacenamiento de la información, mientras las tecnologías de la información y comunicación, se encargan de digitalizar los contenidos, migrando los

viejos datos de obtención de información a otros nuevos de forma interconectada. Es lo que Castells denomina Sociedad Red (2004).

Para la obtención de información, ésta es agrupada en ficheros bien organizados, clasificados y estructurados. Luego se transmiten en forma de conocimientos y aprendizaje. Las tecnologías de la información y comunicación nos ofrecen todo el contenido informativo que se va generando, facilitándose el acceso. Según Felicié Soto “ese acceso que podemos realizar se encuentra en un espacio y tiempo muy pequeño, es decir se comienzan a romper las barreras que nos impedían la búsqueda de información” (Felicié Soto, 2006). Un documento público lo podemos buscar a través de la base de datos de una institución pública, y nos facilitará el lugar donde se encuentra y su acceso. Es por ello que las innovaciones tecnológicas han evolucionado la forma en la que adquirimos la información y han contribuido a mejorar la sociedad en general, así como fortalecer las democracias más transparentes. Nunca antes la información había tenido tanta transcendencia, logrando ser un factor determinante en el desarrollo de las actividades humanas.

Según Felicié Soto podemos decir que las tecnologías nos ofrecen:

- “Contribución a mejorar los servicios sanitarios de los ciudadanos.
- Potenciar el aprendizaje y la educación, tanto a distancia como de forma presencial.
- Ayudan a mejorar y enriquecer el desarrollo cultural, así como flexibilizar la comunicación entre gobiernos y ciudadanos”. (Felicié Soto, 2006. p.17)

Los cambios desarrollados como consecuencia de las tecnologías han provocado que la información desempeñe un papel muy importante en el desarrollo social, político y cultural convirtiéndose en una pieza de encaje fundamental en la globalización, la informatización y en la producción de conocimiento. La sociedad de la información está cambiando y evolucionando muy rápido en todo el mundo, en concordancia con las diferentes etapas de desarrollo. La evolución en la tecnología urgen esos cambios, transformando el entorno en el que se está desarrollando la sociedad de la información.



### 2.1.3 Las tecnologías de la información y comunicación y su desarrollo en la sociedad de la información.

Desde su creación, el desarrollo de la sociedad de la información tiene un modo claramente económico, debido a que han aparecido en un momento de crecimiento y han dado paso a esas transformaciones productivas y sociales en todo el mundo. La sociedad de la información surgió de un modelo económico que estaba en crisis y afectaba a todo el globo. Sus antecedentes parten de una época en la que se han creado diferentes modos de producción como el *fordismo* (desarrollado en los Estados Unidos) o el *toyotismo* (infundida en los modelos económicos de los japoneses), seguido por un modelo de producción denominado *just in time*, en la que se ahorrarían muchos costes consiguiendo aumentar el beneficio. Este nuevo modelo replanteó las políticas económicas, y comenzaron a crearse las primeras políticas neoliberales y las consiguientes crisis del estado de bienestar. Con la llegada de los años setenta (crisis del petróleo) y ochenta, se desarrolla una reestructuración económica de la producción. Son los años cuando empiezan a emerger las tecnologías. En la década de los noventa *el capitalismo informacional* comienza a enfatizar la importancia del digitalismo llegando a ser una verdadera revolución económica. La entrada del nuevo siglo supuso el desarrollo pleno de las tecnologías y el surgimiento de otras.

Shapiro y Varian, dos economistas que han estudiado este cambio en profundidad llegan, a la conclusión de que:

“el ritmo frenético al que van cambiando nuestros hábitos, y la actual fascinación por la economía de la información responde a los avances en la tecnología y en la infraestructura de la información incluso en su magnitud” (Shapiro y Varian, 2008, p.8)

En la bahía de la ciudad norteamericana de San Francisco, en el norte de California se encuentra un enclave tecnológico denominado *Silicon Valley*, este lugar es el mejor exponente del desarrollo tecnológico del mundo, en el están instaladas las empresas más importantes en la producción de elementos relacionados con la alta tecnología. Una de esas empresas que están emplazadas en este lugar es HP, que fue fundada en un garaje de Palo Alto, y que su éxito como empresa radicó en el desarrollo de la red que los propios

fundadores crearon mediante el despliegue de las tecnologías de la información y comunicación. El triunfo no reside únicamente en ser el nacimiento de la nueva economía, sino en el haberse convertido en un gran referente de la economía tecnológica.

Para que funcionaran existen tres factores fundamentales:

- La inversión: El principal aporte de capital fue el propio departamento de defensa de los Estados Unidos que a través del ARPA<sup>2</sup>, se pudo crear la primera red, ARPANET.
- La mano de obra: en su mayoría ingenieros y científicos empleados para trabajar en las investigaciones.
- La materia prima: eran los conocimientos y la información que disponían sobre la tecnología.

Esto ha propiciado que la cuna del desarrollo tecnológico partiera con la ventaja de tener acceso a la red, por lo que aceleró sus rendimientos en la materia. En lo que respecta en la relación de las tecnologías de la información y comunicación, así como productividad se ha visto una elevada inversión en materia de I+D+I, de forma generalizada por parte de los países más industrializados. Pero según el estudio *Science, Technology and Industry Scoreboard 2009* de la OECD<sup>3</sup>, la recesión económica iniciada en el 2008, ha producido un descenso notorio en la inversión de nuevas tecnologías. Cada vez se buscan más otros mecanismos para que las TIC y la sociedad de la información sigan desarrollándose plenamente. Uno de los mecanismos que siguen haciendo que esto salga adelante es el *software libre*, en el que el usuario puede convertirse en consumidor y productor de la información.

#### **2.1.4 La sociedad digital y la globalización.**

El término globalización es muy ambiguo debido a que no tiene una definición clara. Aunque podemos decir que la palabra “globalización” comenzó a brotar en los últimos años, englobando a la sociedad de la información. La expresión antecesora de la globalización era la mundialización. A finales del siglo XIX y principios del XX, con el

---

<sup>2</sup> Agencia de investigación de proyectos avanzados.

<sup>3</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

fin de las dos guerras mundiales, que desde la perspectiva tecnológica siempre han sido un laboratorio de pruebas en la que se trabajaba muy duro para mejorar las armas, las telecomunicaciones, y todo tipo de aparatos que sirviesen para debilitar y derrocar a la nación enemiga.

No sería hasta la posguerra cuando las tensiones entre las dos superpotencias aliadas en la guerra, comienzan a distanciarse y a enfrentarse en la denominada guerra fría. Un momento de convulsión mundial entre dos sistemas económicos e ideológicamente diferentes, pero que han supuesto el nacimiento de muchas de las tecnologías que en la actualidad disfrutamos. Con la llegada de los años 90, la caída de la URSS se da por terminada la guerra fría y el nuevo orden mundial cambia, en este momento la globalización se instala de forma generalizada en el mundo y en el que resurge una nueva sociedad, la entrada de nueva tecnología accesible a todos fue lo que dio nombre a este nuevo sistema.

A partir de los años 90 en adelante el sistema económico dominante fue el capitalismo. Pero ya en la década de los años 70, 80 y 90 los científicos comienzan a estudiar de forma más detallada la labor fundamental que tienen las comunicaciones e investigan el concepto de la sociedad de la información que empieza a relacionarse como la sociedad globalizada, que con motivo del crecimiento y la expansión de la red, se le denomina la sociedad red (Castells 2004). Este desarrollo tecnológico es más patente en algunos países. Estados Unidos se convertiría en uno de los países más avanzados y desarrollados tecnológicamente, junto con los países de Europa occidental. Este proceso globalizador rápidamente tiene consecuencias sociales y culturales, sobre todo tienen consecuencias en los medios de comunicación e información (Salvat y Serrano, 2011). La globalización y la sociedad de la información, han cambiado los modos de vida en todo el mundo. Las tecnologías de la información y comunicación han facilitado las tareas desde el punto de vista económico y productivo. Negroponte ha profundizado mucho en el tema de la sociedad de la información y ya antes de la entrada del nuevo siglo, afirmó que “En el año 2000 habrá más personas que dediquen su tiempo libre a Internet que ver lo que hoy llamamos cadenas de televisión” (Negroponte, 1995, p 23).

## **2.2 LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA.**

### **2.2.1 El cambio que se está produciendo en España.**

La sociedad española es cada vez más consciente del cambio que se está produciendo en las tecnologías de la información y comunicación, no solo aquí, en nuestro país, sino que es un fenómeno que crece en todo el mundo de forma fructífera. (Informe sociedad de la información en España, 2013). No podemos entender su situación actual si no conocemos como se ha ido desarrollando en España. Para comenzar, el término de sociedad de la información en España no empieza a surgir hasta los años 90, cuando el Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Comunicaciones, crea un departamento independiente para analizar y evaluar el impulso de la sociedad de la información en nuestro país. Además éste, cuenta con el apoyo y el beneplácito del colegio oficial de ingenieros de telecomunicaciones. Esta sección dentro del ministerio tenía un papel primordial, además de que fue el primer organismo encargado en realizar un informe minucioso sobre la situación de la época, en él se reflexionaban sobre los diferentes problemas que se podían encontrar en la sociedad de la información. El asunto del desarrollo de la sociedad de la información radica en la ventaja que tiene el ciudadano en poder acceder desde su ordenador a una cantidad inimaginable de datos. Una persona puede acceder a la misma información que otra que está a miles de kilómetros de distancia. Es decir, como empresa o ciudadano, las tecnologías de la información y comunicación nos suministran muchos datos. Pero no se puede entender la situación actual, si no conocemos como han estado evolucionando las tecnologías de la información y comunicación en nuestro país. Según el informe sociedad de la información en España (2013):

“Durante las últimas décadas irrumpía la telefonía como un sector de telecomunicaciones en auge, en la actualidad el teléfono móvil, se ha posicionado como el primer dispositivo para acceder a internet.

- El 86% de las personas entre 18 y 24 años tienen un Smartphone.
- El 45% de los usuarios se conecta directamente desde su teléfono.” (Informe, sociedad de la información en España 2013, p.6).

Uno de los futuros retos a los que se enfrentarán las empresas de telecomunicaciones en nuestro país, es la capacidad para ajustarse a las nuevas necesidades y demandas del mercado. Un mercado que está en constante cambio y evolución, y más si hablamos del mercado tecnológico. Las grandes compañías de telecomunicaciones en España, investigan como satisfacer las necesidades reales de sus clientes, la introducción de mecanismos tecnológicos para que un servicio llegue a todos los usuarios, sin importar clasificar a los consumidores por rentas, clases sociales, etc.

La sociedad de la información en nuestro país se ha desarrollado de una forma progresiva, gracias a la gran inversión que hace el gobierno y los operadores de telecomunicaciones en España. Según el ya mencionado estudio realizado por la fundación telefónica en el informe sociedad de la información en España (2013).

1. Internet ha sido el medio de comunicación que más ha crecido en España. Ya que se ha convertido en una tecnología esencial para desempeñar nuestras tareas diarias. El 71,6% de la población española es internauta, representando la mitad de usuarios conectados respecto al total de la población. Una cifra en crecimiento.
2. Los usuarios que más acceden a la red son jóvenes entre los 16 y 25 años de edad. También hay que destacar que el 69,8% de los hogares españoles, tienen acceso a internet, a través del ADSL.
3. La media de usuarios conectados a la red es de un 75%, que suele conectarse todos los días y el 88,5% son jóvenes.
4. Cada vez tenemos más dispositivos conectados a la red. El 90% de usuarios entre los 16 y 34 años tienen su teléfono conectado a internet, seguido de su ordenador portátil que representan el 74% de los consumidores. En cambio el 63% tiene el ordenador de mesa conectado, seguido de la Tablet que representa el 31% de las conexiones. Y por último el 23%, solo tiene conectado su televisión a la red.
5. La banda ancha en nuestro país sigue creciendo con más de medio millón de líneas operativas, se espera que este crecimiento continúe en 2015 representando un 85% del total de líneas en funcionamiento en las ciudades españolas.
6. En España, Madrid y Barcelona concentran la mayor parte de las conexiones a internet, además de otros núcleos importantes del país que tienen un número significativo de conexiones.

7. El gran auge ha sido la banda ancha móvil, que llega hasta los 28.2 millones de líneas. Suponiendo un crecimiento del 40%.
8. El móvil es el eje central de la vida digital de los usuarios. 8 de cada 10 teléfonos que se venden en España son móviles inteligentes.
9. El uso que le damos al móvil para acceder a internet representa el 68% de los usuarios, estos aprovechan los tiempos muertos para conectarse. El 50% lo hace para hablar a través de mensajería instantánea y la otra, para dar una imagen más moderna de uno mismo.

Según los informes realizados por la fundación telefónica “el año 2013 se materializó como un nuevo escenario comercial motivado por la necesidad de los usuarios de disponer de ubicuidad en el acceso” (Informe, sociedad de la información en España, 2013, p. 2).

### **2.2.2 El modelo productivo de la sociedad de la información en España.**

La sociedad de la información en España está marcada por el creciente aumento de los dispositivos móviles y de las tabletas. Ambos terminales son lo que han distinguido estos últimos años el acceso a la sociedad de la información, además de la necesidad por parte del usuario de estar conectado en cualquier lugar y en cualquier momento. Debido a esto, se han realizado mejoras en el desarrollo de las infraestructuras. Es el caso de la banda ancha, que en la última década ha desplazado al servicio de voz tradicional debido a los nuevos usos por parte de los consumidores, principalmente a través de la mensajería instantánea, redes sociales, y demás aplicaciones.

Para que esta realidad tecnológica sea posible, las empresas de telecomunicaciones han tenido que desplegar una infraestructura capaz de absorber el aumento de la demanda así como el replanteamiento de las redes que suministran telefonía e internet para poder satisfacer las necesidades de los usuarios que ya están conectados, todo este despliegue tiene como objetivo garantizar el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, al mismo tiempo que se preparan para los acontecimientos y retos que puedan aparecer en el futuro de esta industria en crecimiento. Esta gran inversión por parte de los proveedores, hará que el número de conexiones a internet se multipliquen al mismo tiempo que proporcionará ubicuidad a los usuarios, y que España se prepare para los próximos años. En líneas generales nuestro país se encuentra a la vanguardia del

mercado telefónico; según la encuesta proporcionada por el Eurostat<sup>4</sup> “en el año 2010 el 13% de los españoles, ya se conectaban a la red, frente a los ciudadanos europeos que solo representaban el 8% de las conexiones” (Informe Sociedad de la información en España 2013, p.16). En el año 2013 esa ventaja es más significativa, debido a que la población española sigue aventajando a la europea.

Otro dato importante recogido en un informe del Eurobarómetro sobre comunicaciones en los hogares europeos: “durante el último año España es el país de la Unión Europea en el cual el crecimiento es mayor” (Informe Sociedad de la información en España 2013, p.17) con respecto al resto de hogares de los 27. El crecimiento de usuarios se produce de forma más significativa en el uso de internet desde los dispositivos móviles, y el mayor consumo de internet que se hace en ellos es para acceder al contenido audiovisual, redes sociales y otras aplicaciones. En cambio en el lado opuesto de la balanza tecnológica nos encontramos al ordenador, en el que desciende su uso para este tipo de contenido. Con esto llegamos a la conclusión de que la forma de consumir internet y acceder a la información está cambiando, los teléfonos móviles y las tabletas están centrado la vida digital de los usuarios, que buscan la ubicuidad y estar siempre conectados.

Detrás del gran desarrollo de internet, hay una potente industria tecnológica encargada de desarrollar la infraestructura, así como la producción de dispositivos y el software que lo acompaña, y es que la creciente demanda de los dispositivos electrónicos ha disparado su producción. En lo referente a los teléfonos móviles, según el informe sociedad de la información 2013 “existen tantos teléfonos (6.800 millones) como personas (7.100 millones)” (Informe Sociedad de la información en España 2013, p.20) a esto hay que añadirle que la migración del teléfono tradicional al “Smartphone” se está realizando de forma rápida. Por consiguiente en las tabletas, ocurre algo muy similar al Smartphone, según el informe sociedad de la información en España 2013.

“En el año 2013 el número de tabletas vendidas supera ya a la venta de ordenadores portátiles y en el año 2015 se espera que supere al de los ordenadores personales, para ser el año 2017 un 20% más elevadas”. (Informe sociedad de la información en España 2013, p.20)

---

<sup>4</sup> Oficina Europea de Estadística.

El Smart Tv también se presenta como otro dispositivo que permite acceder a internet desde la pantalla del televisor, en 2013 un 25% de los usuarios, ya disponían de una televisión conectada a internet. (Informe sociedad de la información en España 2013). Cabe destacar que la mayoría de los dispositivos con pantalla están conectados a la red de los hogares españoles, por lo tanto se sitúan como el lugar preferido para acceder a internet. Según el informe sociedad de la información en España, los dispositivos desde los cuales se visiona más contenido multimedia son:

- Los teléfonos móviles donde el 67% de los usuarios se conectan para ver contenido audiovisual.
- Seguimiento de las tabletas, representando el 50% de las reproducciones multimedia.
- El ordenador se posiciona como la tercera opción con un 41% de los usuarios que lo utilizan para ver videos.

### **2.2.3 El papel de las administraciones públicas en el desarrollo de la sociedad de la información.**

Otro aspecto que debemos tener en cuenta en el desarrollo de la sociedad en la información en España, es el papel que juega la Administración Pública. En nuestro país se realizan miles de tareas burocráticas a través de la e-administración (administración electrónica), esto permite agilizar los trámites administrativos al mismo tiempo que se mantiene una comunicación entre administraciones-ciudadanos, es decir se agiliza la comunicación y los sistemas de información. Según la Agenda Digital Europea 2020, “los trámites realizados por la e-administración en España, supera a la media europea” (Agenda digital para Europa, 2010) así pues, nuestro país cumple el objetivo más ambicioso en el desarrollo de la sociedad de la información en Europa. Los ciudadanos cada vez realizan más labores con la e-administración, ya que les supone ahorrar tiempo en algunos aspectos burocráticos en nuestro país. El gobierno español en este aspecto puso en marcha una serie de medidas para potenciar las tecnologías de la información y comunicación en el país. Los programas son los siguientes:



- **La Agenda Digital para España**<sup>5</sup>, tiene como objetivo primordial, cumplir con el tratado europeo de la Agenda Digital Europea 2020, para ello está realizando numerosas inversiones en tecnologías en las que se beneficiarán los ciudadanos, las empresas y la propia administración pública.
- **Proyecto de Ley General de Telecomunicaciones**<sup>6</sup>, esta ley pretende crear un marco que facilite el desarrollo de nuevas redes de comunicación y ordenar la distribución entre los diferentes niveles de la administración y de las telecomunicaciones.
- **Proyecto de Ley de Garantía de Unidad de Mercado**<sup>7</sup>, en la actualidad se encuentra en desarrollo, pero tiene como finalidad que no será necesario pedir licencias si se quiere operar en cualquier parte del territorio, esto viene a reforzar la anterior ley.
- **Ley de Apoyo a los emprendedores y su Internacionalización**<sup>8</sup>, tiene como finalidad facilitar la creación de nuevas empresas, así como crear incentivos fiscales en la inversión de I+D+I.
- **Foro de Colaboración Público Privada en materia de Reutilización de la Información del Sector Público**<sup>9</sup>, tiene como principal objetivo poner los datos públicos de interés para luego reutilizarlos y activar el desarrollo de negocios mediante el concepto de Open Data<sup>10</sup>.
- **Digital Champion**,<sup>11</sup> fue creado por el presidente de la comisión europea, José Manuel Barroso, para realizar un Mercado Único Digital entre los países miembros de la Unión Europea. La iniciativa parte de que cada uno de los países

---

<sup>5</sup> <http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/planes-actuaciones.aspx> (Consultado: 13 de Diciembre de 2014 )

<sup>6</sup> [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L10/CONG/BOCG/A/BOCG-10-A-62-1.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/BOCG/A/BOCG-10-A-62-1.PDF) (Consultado: 1 de Diciembre de 2014 )

<sup>7</sup> <https://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12888.pdf> (Consultado: 1 de Diciembre de 2014 )

<sup>8</sup> <http://www.boe.es/boe/dias/2013/09/28/pdfs/BOE-A-2013-10074.pdf> (Consultado: 1 de Diciembre de 2014 )

<sup>9</sup> <http://www.red.es/redes/sala-de-prensa/nota-de-prensa/nace-el-foro-de-colaboracion-publico-privada-para-impulsar-la-reutiliz> (Consultado: 2 de Diciembre de 2014 )

<sup>10</sup> Open Data o Datos Abiertos, significa que la información esté disponible sin restricciones en derechos de autor, patentes u otros mecanismos. Está muy relacionado con el software libre.

<sup>11</sup> <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-champions> (Consultado: 2 de Diciembre de 2014 )

desarrolles sus propias infraestructuras para digitalizar a la población, empresas y administraciones.

- **Plan de Reforma de las Administraciones Públicas<sup>12</sup>**, tiene como objetivo mejorar la eficiencia de la administración, integrando, la transparencia, accesibilidad y servicios públicos.
- **Plan de Administración Electrónica del gobierno 2013-2015**, <sup>13</sup>tiene como objetivo modernizar la administración, así como reducir el déficit público. Este plan actualmente se está desarrollando.

#### 2.2.4 Los indicadores de la sociedad de la información en España.

La llegada de internet a España hace más de una década, ha producido un aumento de su popularidad entre la población. Es por ello que con el paso del tiempo el número de usuarios que se conectan a internet no ha hecho más que crecer, incrementándose de media en 4 puntos más que el año anterior. En la actualidad casi 30 millones de ciudadanos españoles son internautas, es más este servicio según los encuestados es considerado indispensable para la vida. Según el informe sociedad de la información en España (2013):

- El acceso diario por parte de los españoles, representan el 92% del total de internautas. El porcentaje de usuarios más intensivos son el 53.8% entre los 16 y 74 años.
- En el indicador de la edad aún sigue marcando las principales diferencias. La población joven siguen siendo los usuarios que más utilizan internet, representando el 97,4% de usuarios con edades entre los 16 y 34 años. Por otro lado el segmento de población más madura toma el relevo en el proceso digitalizador de la sociedad de la información. Convirtiéndose en la franja de edad que más crece en el uso de internet.

---

<sup>12</sup> [http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/areas/reforma\\_aapp/INFORME-LIBRO/INFORME%20LIBRO.PDF](http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/areas/reforma_aapp/INFORME-LIBRO/INFORME%20LIBRO.PDF) (Consultado: 2 de Diciembre de 2014 )

<sup>13</sup> [http://www.minhap.gob.es/es-es/prensa/en%20portada/2013/Paginas/20130115\\_admonelectronica.aspx](http://www.minhap.gob.es/es-es/prensa/en%20portada/2013/Paginas/20130115_admonelectronica.aspx) (Consultado: 2 de Diciembre de 2014 )

- La brecha de género se reduce, el número de usuarias que accede a internet aumenta significativamente igualándose al de los hombres. En cambio las mujeres son las que más se conectan a las redes sociales.
- El lugar desde el que se accede principalmente a la red es el hogar, representando el lugar ideal para navegar, además de que el domicilio es la zona donde más dispositivos se encuentran conectados. La movilidad que proporciona el teléfono móvil, hace que sea desde el lugar que más se conecta la gente, siendo un 63,2%.
- Las aplicaciones móviles son las más utilizadas en internet. El 64,1% de los usuarios en los últimos meses se conecta a las redes sociales Facebook y Twitter principalmente para chatear o interactuar con otras webs.

Algunos datos claves, para entender el funcionamiento de la sociedad de la información en España. Estos datos serán analizados y ampliados en el capítulo 4 de este trabajo.

➤ Han aumentado.

- La banda ancha en el móvil, asociado a la conexión desde los teléfonos móviles.
- Los dispositivos móviles y tabletas han aumentado sus ventas, además de que son los terminales que más se utilizan para acceder a la red. Así como las descargas de aplicaciones.
- El hogar es el lugar donde más dispositivos se encuentran conectados, pero la conexión desde otros lugares que no sea el domicilio crece.
- El consumo audiovisual en los teléfonos móviles crece, así como conectar el televisor a la red.

➤ Han disminuido.

- La telefonía fija.
- La conexión desde el trabajo.
- El acceso al correo electrónico y el compartir archivos.



**CAPÍTULO 3**  
**OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**



### **3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.**

#### **3.1 Objetivos.**

El objetivo general del trabajo, es estudiar el desarrollo de la sociedad de la información en España, y comprender la evolución de las tecnologías de la información y comunicación a través de los datos secundarios proporcionados por el EGM y el Informe de la sociedad de la información en España 2013.

Los objetivos más específicos son:

1. Determinar la evolución de los usuarios que acceden a internet.
2. Analizar su perfil sociodemográfico.
3. Estudiar cuáles son sus hábitos de uso.
4. Analizar cuáles son los lugares preferidos para conectar a internet.

#### **3.2 Metodología.**

Para la ejecución y desarrollo del trabajo fin de grado, como se muestra en el marco teórico hemos hecho acopio de numerosa información de diferentes libros, para entender cómo se han ido desarrollando las tecnologías de la información y comunicación, así como su pleno desarrollo en España. El informe: *la sociedad de la información en España* de la fundación telefónica ha sido un gran referente como preludeo para indagar y razonar en mayor medida los cambios y las transformaciones tecnológicas, así como los usos y consumos de los diferentes dispositivos electrónicos, las tendencias del futuro, es decir todo lo que el informe analiza de forma detallado en el que recrea la transformación que ya estamos viviendo, en nuestro país.

Por otro lado en el análisis de datos, se trata de un estudio cuantitativo, cuya finalidad consiste en la descripción y explicación de una serie de datos que han sido extraídos de fuentes secundarias de la edición del EGM ([www.aimc.es](http://www.aimc.es)) (*Audiencia de internet Mayo/Abril 2014*). El Estudio General de Medios, en sus siglas EGM, como su nombre indica se encarga de realizar diversos estudios sobre el consumo de los medios de comunicación en nuestro país a través de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). La metodología empleada en el EGM es un estudio poblacional

en la que se realizan encuestas de forma personal o telefónica sobre los consumos de medios, para ello se elaboran varias oleadas en el que se almacenan los datos sobre los medios más consumidos en España. El universo de estudio solo son los residentes de todo el territorio nacional mayores de 14 años. El objeto de estudio del presente trabajo es sobre la audiencia de internet en España en los meses de mayo/ abril.

Para fortalecer esta investigación y comprender los resultados, se ha realizado un estudio exhaustivo sobre el tema, así como revisión de libros, revistas especializadas, análisis de datos, asociaciones gubernamentales, además de establecer unas conclusiones que aporten calidad al trabajo.



**CAPÍTULO 4**  
**ANÁLISIS DE DATOS**

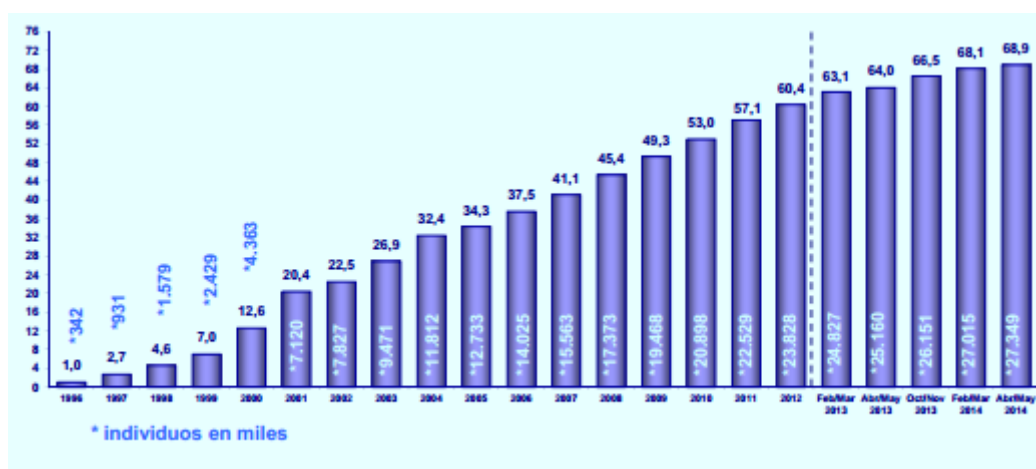


## 4. ANÁLISIS DE DATOS.

El universo de estudio de los gráficos está comprendido entre personas de más de 14 años. Estos gráficos han sido extraídos del EGM, como datos secundarios, para su posterior comentario y análisis.

### 4.1 Evolución de los usuarios en internet en los últimos años.

Gráfico 1.



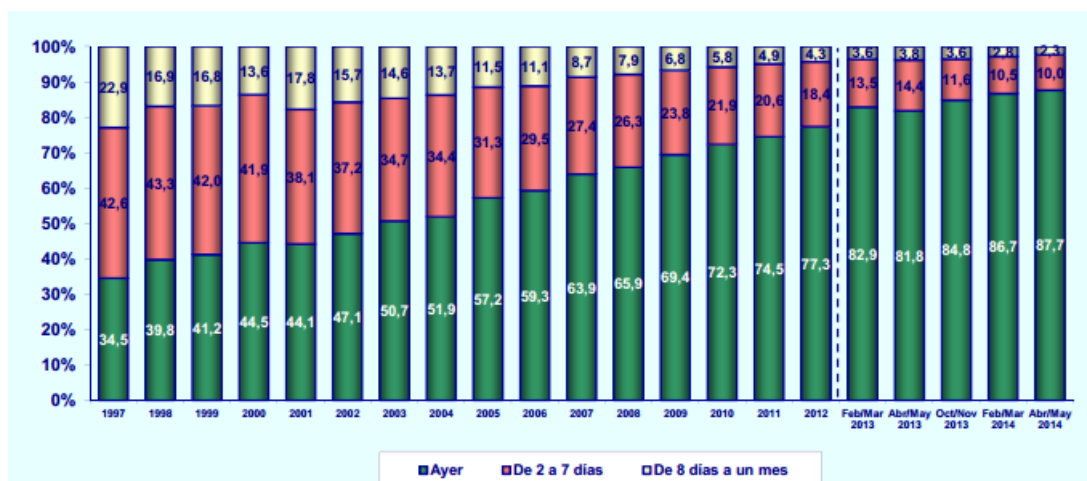
Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

En la gráfica podemos observar cómo fue la evolución de los usuarios de internet en los últimos dieciocho años. Ha sido una evolución un tanto desigual en algunos años pero progresiva. Sobre todo se ha notado más en los últimos once años. Además podemos observar que a finales de 1990 hay apenas un incremento notorio de usuarios en internet, debido principalmente a que este medio aún se estaba adentrando en la población. Tal y como hemos reseñado en nuestro marco teórico, no será hasta mediados del siglo XX cuando las TIC cogen mayor fuerza y se hace más accesible su acceso, es el caso de internet que con la entrada del nuevo siglo los usuarios de internet aumentan significativamente, pero no será hasta el año 2003 cuando se multipliquen de forma considerable. El año 2003, se convierte en el año de la transición y crecimiento de internet. Este crecimiento se debe a la gran inversión que han hecho las empresas de telecomunicaciones junto con los planes y actuaciones de la agenda digital para España. Internet es el medio que más sigue creciendo en nuestro país. Según el informe, sociedad

de la información en España 2013, los teléfonos inteligentes y las tabletas contribuyen a ese crecimiento, superando incluso a los ordenadores debido a que cada vez son más los que utilizan estos tipos de dispositivos para acceder a los contenidos de la red, ya que proporcionan mayor facilidad de acceso en cualquier lugar y en cualquier momento, es decir los usuarios disponen de ubicuidad de acceso. Volviendo a los datos que nos aporta el EGM, a partir del 2003 el número de usuarios se incrementa de forma progresiva. Una década después podemos observar como la cifra de usuarios que utilizan internet han aumentado de forma colosal representando el 63% del total. En cambio en la última oleada de este estudio Abril/Mayo 2014 el porcentaje de consumidores alcanza el 69% de personas que acceden a la red. Una tendencia que seguirá en crecimiento, gracias a los avances en esta materia como lo está siendo la incorporación del 4G, que mejorará el acceso a internet desde el móvil.

#### 4.2 Último acceso.

Gráfico 2.



Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

Este gráfico hace referencia al último acceso a internet por usuario.

- **Ayer.**

La tendencia sigue en crecimiento, suponiendo un 88% de usuarios que se conectaron por última vez. En cambio en 1997 supone el punto más bajo de conexiones representando el 34,5%, aunque a medida que avanzan los años va aumentando. Con el cambio de siglo

observamos que el porcentaje de accesos se eleva en más de tres puntos, suponiendo que internet comienza a comercializarse como otros medios. En el 2001 se duplica el acceso diario a la red, creciendo de forma gradual hasta el 2014 con un 88% aproximadamente del total de usuarios que accedieron a la red en las últimas 24 horas.

- **De 2 a 7 días.**

Disminuyen los usuarios esporádicos, mientras que los usuarios habituales aumentan. El año 1998 se sitúa en el punto más elevado representado el 42,6% de usuarios que accedieron hace más de una semana a la red. Esto se debe a que la infraestructura de internet a finales de los noventa aún no estaba plenamente desarrollada, dificultando el acceso diario a este medio. Es por ello que a partir del año 2000 la tendencia comienza a bajar de forma notable. En el 2011 solo un 20% de los usuarios llevaba más de una semana sin acceder, mientras que en el 2014 solo alcanza el 10%.

- **De 8 días a un mes.**

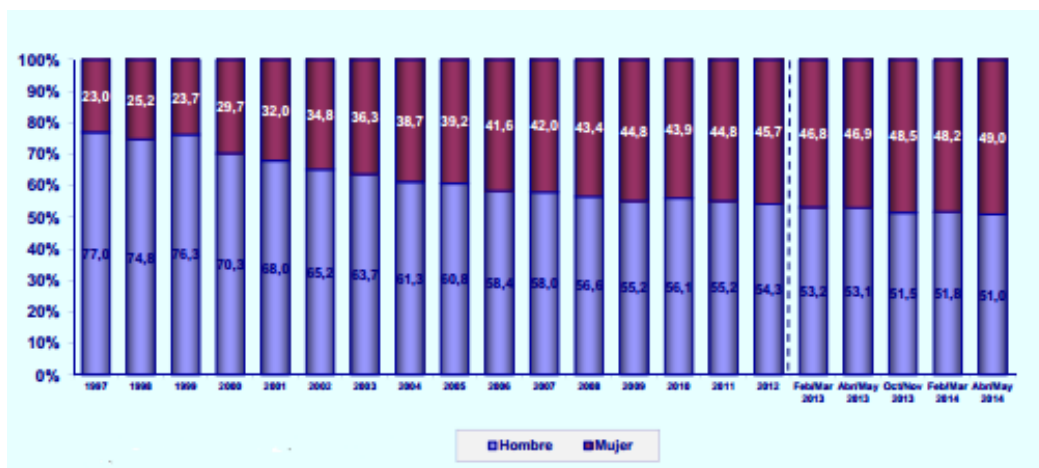
Aquí ocurre lo mismo que en el anterior apartado, la tendencia del último acceso a la red en un mes es más alta a finales del siglo XX. En 1997 representa casi un 30%. A partir del año 2001, la tendencia cae en picado, representando en el año 2010 en 5,8% del total. En el año 2014 solo representa un 2,3 %, es la cifra más baja de este registro.

Como visión general de este análisis, podemos destacar que internet está más integrado en la sociedad, por lo que la tendencia es creciente en este medio. Incluso el número de usuarios que accede a la red supera al de todos los ordenadores que hay en nuestro país según la encuesta sobre equipamientos y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares realizada por el INE en octubre de 2014, realidad que refuerza los datos de nuestro gráfico 2. Por otro lado, el número de dispositivos con pantalla conectados a la red han aumentado significativamente, muchos de los servicios online, ya son consumidos desde los teléfonos, tabletas u ordenadores. Para poder dar servicio a todos estos contenidos se ha tenido que desarrollar una infraestructura adecuada capaz de soportar las miles de conexiones (Informe, sociedad de la información en España 2013). También debemos decir que el auge de las líneas móviles y el acceso a internet son mucho menos costosas que las líneas fijas, es por ello que crezcan de forma notoria. Además a esto hay que sumarle el acceso a internet sin cables, facilitado por el gran desarrollo de las infraestructuras que se ha realizado en los últimos años en este campo.

España, es el país en el que más se accede a internet, representando el 57% del total, frente al 49% de los europeos. (Eurobarómetro, Comisión Europea.).

### 4.3 Perfil de usuarios por sexo.

Gráfico 3.



Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

En esta tabla el perfil de los usuarios esta categorizado por sexos.

- **Hombres.**

La tendencia pasada del perfil de usuario en la red, era principalmente de hombres representando más de la mitad de los usuarios. En 1997 el 77% de los hombres utilizaban internet, aunque la tendencia a finales de 1990 va disminuyendo. En 1998 el porcentaje de hombres que usan internet cae en tres puntos porcentuales, aunque al año siguiente sube solo dos puntos. En cambio en el año 2000 cae de forma notable, siendo una tendencia que continúa hasta el año 2010 representando el 56%. En 2014 solo representa el 51% de los hombres que accede a internet.

- **Mujeres.**

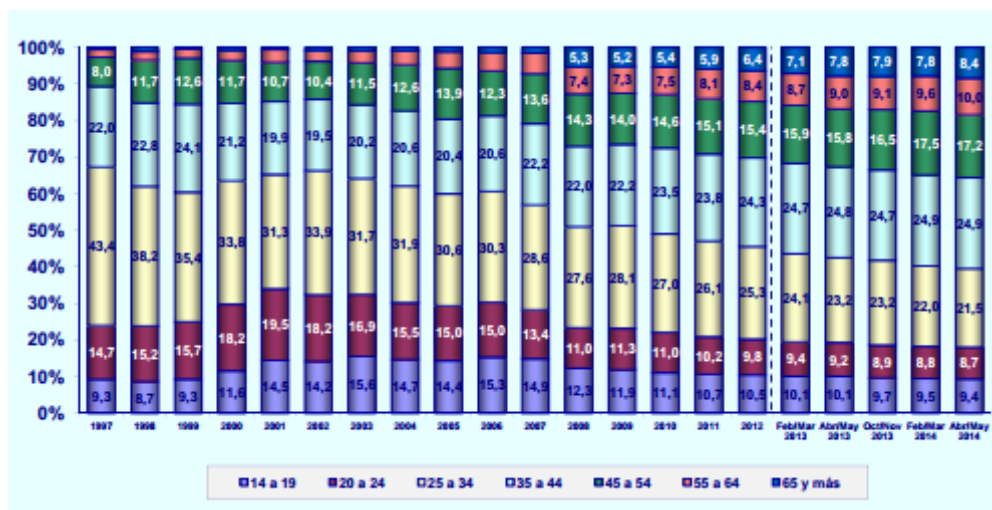
El perfil femenino es el que menos usa internet, aunque esa predisposición actualmente iguala al perfil masculino. A finales de 1998 solo un 25% de las mujeres utilizaban internet, mientras que en el año 2011 un 49% del perfil que accedía a la red representaba

a las mujeres. Un crecimiento que continúa hasta el 2014 representado el 49% de las usuarias.

Haciendo hincapié a los dos perfiles, las mujeres mantienen una tendencia en crecimiento con respecto a los hombres que disminuyen no de forma acusada, pero igualando al perfil femenino, la brecha de género se está reduciendo. Hay que decir que el uso de internet es muy frecuente en los aspectos cotidianos de las personas, y que en muchos casos el uso de internet es cada vez más relevante el ámbito laboral, (como veremos más adelante en el gráfico 6) y en el ocio personal. En el año 2013 el comercio electrónico en España representó un crecimiento 15,1% (Informe sociedad de la información en España, 2013). Las redes sociales también contribuyen a que el perfil femenino crezca, ya que el 67% de las usuarias de la red, lo hacen para acceder a sus perfiles en las redes, frente a un 63% de hombres.

#### 4.4 Perfil por edad.

Gráfico 4.



Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

Este gráfico corresponde al perfil de edad de los usuarios.

- **Usuarios jóvenes.**

Los usuarios comprendidos entre los 14 y 34 años son los que más han crecido, durante bastante tiempo, aunque la tendencia decrece. No por el hecho de que se conecten menos

jóvenes, sino que empieza a emerger otro sector de edades más avanzadas. Aunque la tendencia, es que los usuarios entre los 16 y 34 años son los que más se conectan, sobre todo para acceder al perfil público de las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) (Informe sociedad de la información en España, 2013), disfrutando de la ubicuidad que les facilitan los nuevos dispositivos, además de que son los que más aplicaciones se descargan sobre todo relacionados con la mensajería. Estos jóvenes pertenecen a la generación del milenio. Marc Prensky, denomina a esta generación como los nativos digitales definiéndolos como “aquellas personas que han nacido rodeadas de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida están habituados a utilizarlas” (Prensky, 2001, p2). Y es que la vida digital, es un hecho latente que estamos viviendo. Pero el grado de penetración es mucho más elevado en los jóvenes, mientras que disminuye según avanza la edad de la población.

- **Usuarios maduros.**

Son los usuarios clasificados entre los 35 y los 54 años de edad. Estos usuarios con respecto a otros años, son los que siguen creciendo motivados principalmente por la tendencia que existe a realizar las tareas con las administraciones públicas, donde ya se registran más de 500 millones de tramites con la Administración General del Estado y se realizan a través del ordenador. También son los usuarios que más acceden a los portales de información, los que realizan más compras por la red, así como diversas tareas, representando el 55% de los usuarios. (Informe sociedad de la información en España 2013). Esto queda reflejado, en que cada vez existe mayor tendencia que las personas en esta franja de edad sean las que más crezcan en los próximos años. La utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, nos lleva a interpretar que este grupo no son los más rezagados en la adopción de nuevos servicios tecnológicos, sino que incluso muestran más intereses iniciales que los sectores más jóvenes. Según el informe sociedad de la información en España 2013, los usuarios entre los 35 y 54 años se sitúan por encima de la media europea, es decir en este aspecto España se encuentra a la vanguardia como un país bastante avanzado, y sobre todo con una población joven a la vanguardia de las nuevas tecnologías.

- **Usuarios mayores.**

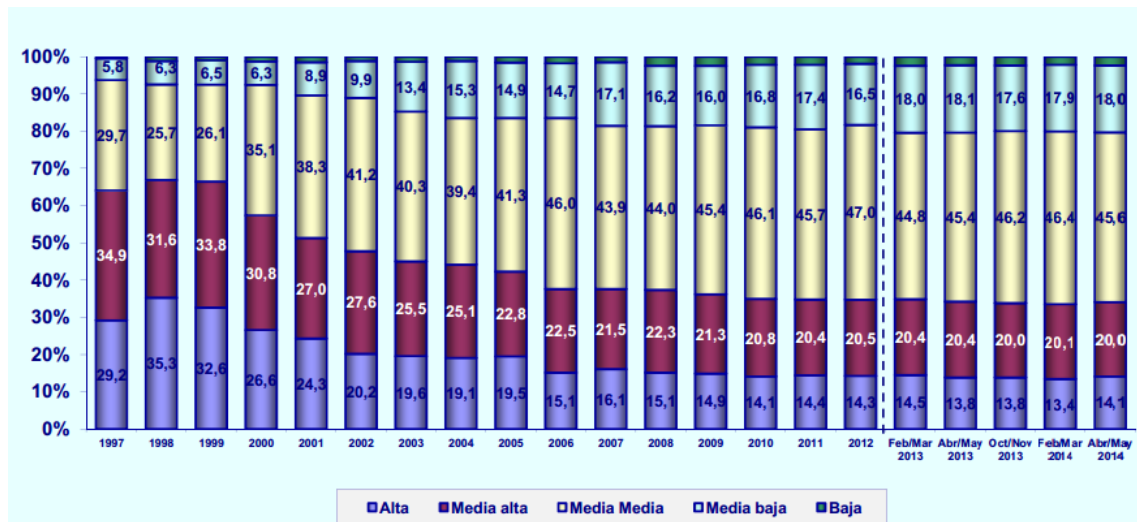
Este grupo abarca de los 55 años en adelante, al igual que el anterior grupo, estos también se digitalizan, usando internet y familiarizándose con las nuevas tecnologías de la



comunicación e información. Entre estos internautas y los más jóvenes, no existe una gran diferencia por ejemplo a la hora de adquirir un terminal móvil con acceso a internet, los usuarios de edad avanzada son más proclives de lo que realmente creemos, para adquirir un teléfono móvil, superando incluso a los sectores más jóvenes. Estos usuarios principalmente son los que más contenido visual consumen en la red, seguido del ocio. Por otra parte tampoco debemos descuidar que España es el país de la UE, donde el crecimiento vegetal es negativo, suponiendo que dentro de veinte años, la mayoría de la población será mayor de 60 años (Revista Lychnos. CSIC). Por tanto se presentaran otro tipo de retos tecnológicos, pero el consumo de internet cambiará, y seguramente la población mayor de 50 años será la que más utilice internet.

#### 4.5 Perfil por clase social.

Gráfico 5.



Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

Este gráfico corresponde a la evolución de internet por clases sociales.

- **Alta.**

En la clase social alta podemos ver que la tendencia en general es que el acceso a internet está cada vez menos concentrado en estos estratos, especialmente desde los inicios del actual siglo XXI (momento de expansión de los usos de internet, según comentábamos

anteriormente). Así, mientras que el porcentaje de usuarios de internet de clase alta se situaba en el 35%, en sólo tres años se produce un notable descenso, hasta los más de nueve puntos de diferencia en el año 2001. En el 2010 supone su porcentaje más bajo hasta el 14%, pero este dato se mantiene más o menos, hasta mediados del 2013 donde baja hasta un punto. En 2014 crece muy poco.

- **Media alta.**

En este extracto social ocurre algo muy parecido a la clase social alta, ya que comienza en valores elevados, pero con el paso de los años decae de forma considerable. En el año 2000 un 31% de los usuarios provenía de la clase media alta, diez años más tarde solo representaban el 21% del total. Una cifra que aproximadamente se mantuvo hasta nuestros días.

- **Media- Media.**

Con respecto a las dos últimas clases sociales comentadas, esta clase social comienza a la inversa que las otras. En 1997 solo representaba un 30%, y a finales de 1998 caían tres puntos. En cambio con la entrada del siglo XX, las cifras remontan con un 35%, en el 2003 ya suponían un 40% con algunas variaciones y en 2012 llega a su pico más elevado un 47%, una tendencia que creció de forma significativa todos estos años. Aunque en el 2014 solo cayo dos puntos.

- **Media – Baja.**

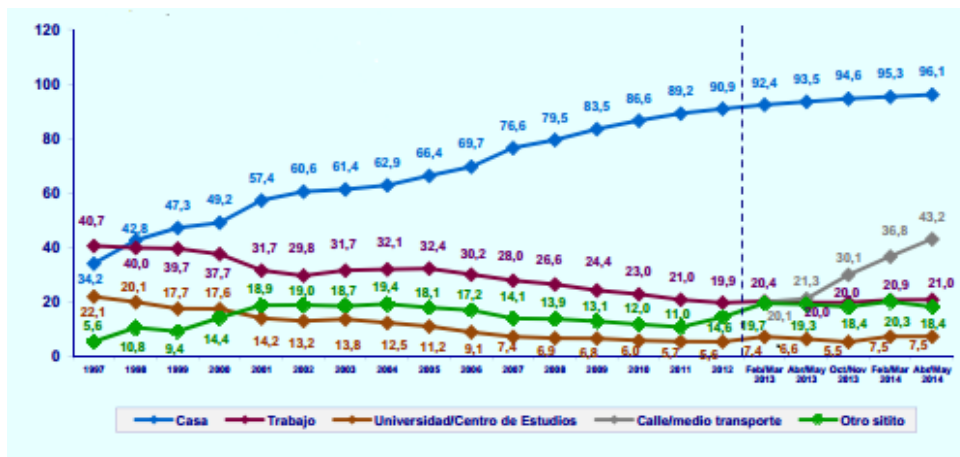
Esta clase social es la que menos ha tenido la oportunidad de poder tener internet, a finales de 1990 muy pocos tenían acceso a ese medio. Pero esa tendencia aumentó de forma progresiva suponiendo más de dos tercios de los usuarios que accedían a la red. En 2014 ya suponían un 18%.

Como conclusión sobre este análisis de perfiles agrupados en clases sociales, podemos decir que el acceso a internet, se ha democratizado. Internet ya no es un medio propio de las clases altas y media-altas, sino que esta tendencia de finales de la década de los años noventa ha ido decreciendo, debido a que ahora existe mayor facilidad para acceder a la red. A través de planes gubernamentales como red.es o la agenda digital en España, se está trabajando para reducir la brecha digital de clases, en un conjunto de programas para que toda la sociedad española independientemente de su estatus social, tenga la

posibilidad de acceder a la red y de disfrutar de las tecnologías de la información y comunicación.

#### 4.6 Lugar de acceso.

Gráfico 6



Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

- **El consumo en el hogar.**

Como podemos ver en nuestro gráfico 6, el consumo en el hogar de internet aumenta de forma notable con respecto a finales de la década de 1997. Esto quiere decir que en España el acceso a la red se hace principalmente desde casa. Es más, el hogar es el lugar donde se encuentran la mayor cantidad de dispositivos conectados, además de que el usuario dispone de la comodidad del hogar para navegar. Este lugar también es el sitio idóneo para realizar compras desde internet, suponiendo el 50% de los usuarios que compran desde casa. (Informe sociedad de la información en España 2013) El tipo de conexión más frecuente en los hogares es el ADSL, representando el 76% del total de accesos desde los domicilios (Informe sociedad de la información en España 2013). También en más de la mitad de los hogares hay al menos un teléfono móvil, seguido del ordenador portátil, aunque este tipo de dispositivos cae, con respecto a las tabletas, ya que su uso sigue creciendo. Las televisiones con acceso a la red, son una tendencia futura en crecimiento.

- **El consumo en el trabajo.**

En el ámbito laboral el acceso a internet disminuye de forma notable. A finales de 1990 superaba al hogar como el lugar preferido para acceder a internet, pero esa tendencia cae. Las tecnologías de la información y comunicación son una herramienta indispensable para la productividad laboral y para el empleo, tal y como recoge el informe sociedad de la información (2013). También hay que decir que internet en el ámbito laboral solo es utilizado única y exclusivamente para el desarrollo de las competencias económicas de las empresas. Según el estudio realizado por Google, los usuarios de los Smartphone acceden a internet desde su teléfono personal representando un 32%, y no desde los dispositivos de su empresa (Google, *Ámbito España*, 2013). A esto hay que añadir que el acceso a internet en muchos casos está inmovilizado para uso particular dentro de las empresas, debido a la pérdida de productividad por parte de los empleados.

- **Universidad/ Centro de estudios.**

En este apartado podemos observar que al igual que en el anterior, aquí también cae de forma significativa como lugar de acceso a la red. En 2014 solo representa un 7,5% del total de usuarios que acceden desde estos lugares. Esto se debe a que en los centros educativos se utilizan las tecnologías de la información y comunicación así como otro tipo de dispositivos, con la finalidad única y exclusiva para la enseñanza. Además en España se está llevando a cabo la denominada “Mochila digital” en la que consiste implantar las tecnologías de la información y comunicación en el ámbito de la educación, utilizando entornos virtuales de aprendizaje. También el uso generalizado de los teléfonos móviles, favorece a que los usuarios prefieran acceder desde sus dispositivos, ya que tienen mejor alcance a los contenidos más deseados.

- **Calle/medios de transporte.**

En la actualidad la calle o el medio de transporte se han convertido en el lugar que más usuarios acceden a internet. Suponiendo un crecimiento de hasta un 43%, esto se debe a los teléfonos móviles, tabletas, etc., han provocado una verdadera transformación de los usuarios. Según el informe sociedad de información en España, un usuario de media consulta su teléfono 150 veces al día, en momentos considerados desaprovechados (caminando, esperando un medio de transporte), es lo que denominan “tiempo encontrado” es decir el tiempo que se aprovecha para acceder a redes sociales o para

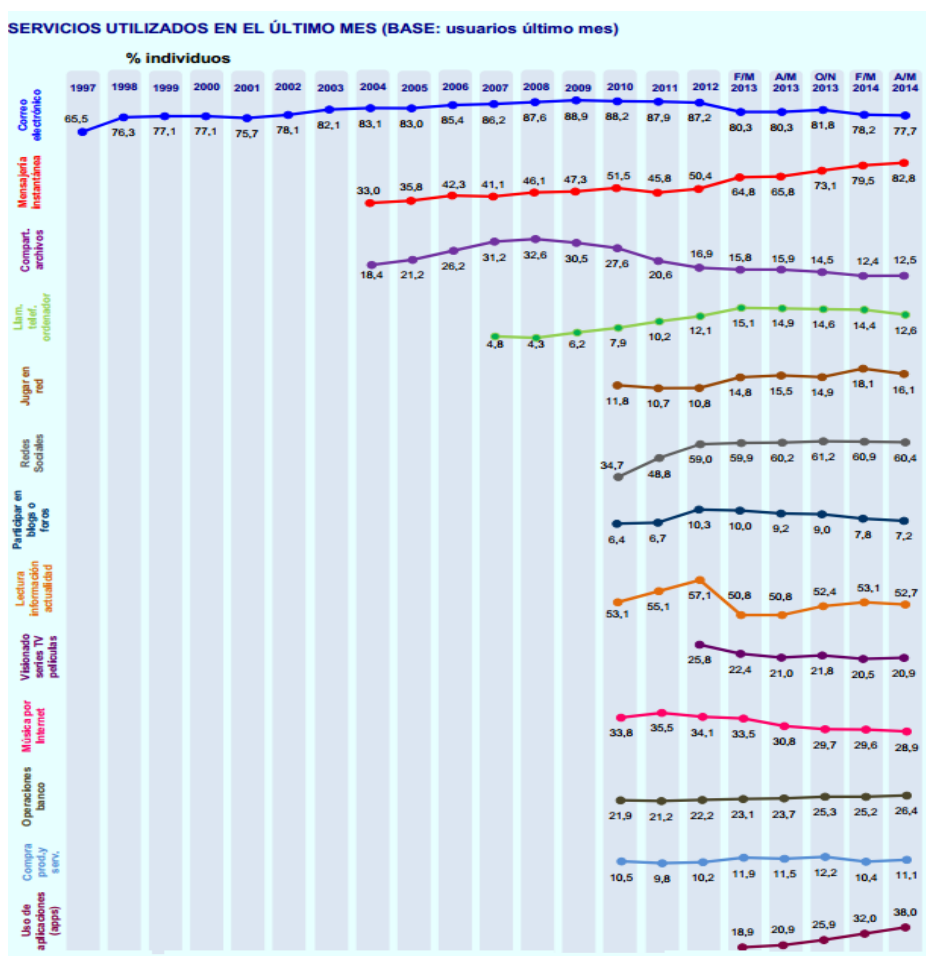
chatear por mensajería instantánea. Una tendencia que sigue en crecimiento propiciado también por el uso de los dispositivos que permiten acceder a internet de forma inalámbrica.

- **Otros lugares.**

En este apartado se multiplica de forma significativa desde 2012 con un 9% de los usuarios, hasta 2014 con un 12%. Esto se debe generalmente a la utilización de los teléfonos móviles y las tabletas, en otros entornos fuera del hogar, trabajo, etc. Esto se debe a la facilidad que existe para acceder a internet, dado que la infraestructura en España está plenamente desarrollada, facilitándonos las conexiones y manteniendo la ubicuidad que siempre necesita el usuario.

#### 4.7 Servicios utilizados el último mes.

Gráfico 7.



Fuente: EGM (Audiencia de internet Mayo/ Abril 2014).

Considerando los datos de nuestro gráfico 7, las siguientes líneas quedan dedicadas a un análisis de las principales tendencias observadas:

- **Desciende el porcentaje de usuarios que utilizar el correo electrónico, así como los que comparten archivos.**

El porcentaje de usuarios que usaron su correo descendió de forma notable con respecto al 2009, que era del 88%. En 2014 solo un 68% utilizaba el correo electrónico. Además también se mantiene en descenso los usuarios que comparten archivos con respecto al año 2007 donde eran un 27% los que utilizaban este medio para enviar archivos.

Esto se debe principalmente a que las redes sociales han cambiado las reglas del juego a la hora de comunicarnos, así como el envío y recepción de documentos. También el desarrollo del nuevo servicio “Cloud” (nube), ha cambiado la forma en la que se comparten los archivos. La nube o comúnmente denominado almacenamiento online nos proporciona un lugar donde dejar nuestros archivos de forma segura en cualquier lugar y cualquier momento, y es que este formato beneficia sobre todo a las empresas, ya que ahorran costes en desarrollar redes empresariales distribuidas o centralizadas. Asimismo también permite acceder a datos sin tener que estar en un ordenador que esté conectado a la red empresarial, la nube nos permite acceder desde cualquier dispositivo en cualquier momento y desde cualquier lugar, es la mejor aplicación que existe para compartir datos. En el mundo empresarial ya hay más de un 60% de las empresas que han tenido contacto con este servicio. (Informe sociedad de la información España 2013)

- **Aumenta el número de usuarios que utilizan mensajería instantánea, redes sociales, juegos en red, etc.**

El desarrollo de internet ha propiciado que muchas de las aplicaciones que utilizamos tengan más uso que otras. En el caso de la mensajería instantánea van de la mano de las redes sociales, suponiendo un crecimiento notorio en ambos casos. Según el informe sociedad de la información en España 2013, un 45% de los usuarios accede a la redes sociales, ya que les aporta un servicio ágil e instantáneo, para hacer comentarios sobre un tema o para comunicarse con sus conocidos. Las redes sociales que más crecen son Facebook y Twitter. El mundo empresarial también contribuye a ese crecimiento, ya que las empresas emplean las redes sociales como una herramientas más en la actividad empresarial (comerciales, marketing, RRHH), los usuarios que las utilizan en su trabajo,

lo realizan para comunicarse con compañeros, mejorar la comunicación interna de la empresa, ponerse en contacto con los clientes, etc. Con respecto a los videojuegos, en España es una de la industria que más beneficios obtiene por detrás del cine y de la publicidad online, los videojuegos en línea mantienen una tendencia en crecimiento y ya suponen el 14% de los usuarios que utilizan los juegos para entretenerse, estos son impulsados por los nuevos dispositivos móviles, suponiendo un 40% interanual desde 2010 (Organismo especializado de las Naciones Unidas para las TIC, datos estadísticos, 2012).

Uno de los servicios que más creció en 2013 y que sigue creciendo de forma notoria es el uso de las aplicaciones, que en 2014 supone un 36% (Informe sociedad de la información España 2013) de usuarios que acceden a ellas, además en España el uso de las aplicaciones móviles ya supone la principal vía de acceso a muchos de los contenidos favoritos, redes sociales, banca móvil, compras, etc. También hay aplicaciones que son más adecuadas para los teléfonos móviles, ya que tienen un carácter ágil, y no necesitan mucho tiempo de carga ni de atención por parte del usuario. Esta tendencia se puede confirmar, ya que según el informe EGM, la red social más conocida para compartir videos es YouTube, representando más de 20.000 usuarios conectados en un mes. El resto de servicios en su mayoría representan páginas web de información general.

Como aporte personal para los próximos análisis, en esta gráfica se podría añadir por ejemplo: las aplicaciones más descargadas, lugares desde donde se accede principalmente a las aplicaciones más conocidas, etc. Y es que las aplicaciones han revolucionado la forma en la que navegamos en internet, debido a que para acceder a ellas no nos hace falta iniciar sesión desde el portal web, sino con un simple clic accedemos a nuestros contenidos más favoritos, además de que podemos acceder a una infinita lista de aplicaciones, desde entrenamientos visual, hasta aplicaciones para aprender a cocinar, etc... Según el portal web Google Play<sup>1</sup>, las cinco aplicaciones más descargadas son:

1. WhatsApp Messenger.
2. Messenger (Chat de Facebook).
3. Facebook.
4. Candy Crush (Juego).

---

<sup>1</sup> <https://play.google.com/store/apps/top> (Consultado: 6 de diciembre de 2014)

5. Red social Instagram.

Con esto damos por finalizado el análisis de datos facilitado por el EGM, y por el informe sociedad de la información en España, 2013.



**CAPÍTULO 5**  
**CONCLUSIONES**



## 5. CONCLUSIONES.

Después de realizar este exhaustivo análisis sobre los usos de internet, podemos reseñar como principal conclusión que el modelo de las tecnologías de la información y comunicación en España ha evolucionado de forma progresiva en los últimos 15 años. A pesar del momento económico que nos encontramos, España y sus empresas tecnológicas siguen invirtiendo en materia de tecnología, por ello podemos decir que el crecimiento de usuarios que acceden a internet en la última década ha crecido un 52%, es decir se ha incrementado más de la mitad. El papel de las mujeres como las nuevas usuarias en la red, rompe la brecha de género que existía hace cinco años con respecto al sexo masculino. Las mujeres son las que más acceden a las redes sociales representando el 67% de las conexiones que se producen.

La edad representa un factor clave para comprender el tipo de usuario que accede a internet. Por lo general el perfil joven es el que más utiliza internet en dispositivos móviles y tabletas, y lo hacen en mayor medida para acceder a las redes sociales y la mensajería instantánea a través de las aplicaciones móviles. Por el otro lado tenemos un perfil que está en crecimiento y que es un segmento importante en este análisis. El perfil de los usuarios maduros, que son los que irrumpen fuerte en el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, convirtiéndose en el grupo que más ha crecido en los últimos años. Además este perfil es más proclive a utilizar internet y aprender de las nuevas tecnologías. El hogar continúa siendo el lugar favorito por los usuarios para acceder a la red. En los domicilios españoles hay numerosos dispositivos conectados, momentáneamente y crece el uso de las televisiones que permite acceder a internet. La ubicuidad que proporciona internet es lo que permite a miles de usuarios que se conecten principalmente en la calle o en el medio de transporte y lo que más busca el usuario, por lo tanto crece el número de usuarios que se conectan fuera de casa. En lo que respecta a las aplicaciones más utilizadas, aumentan los de mensajería instantánea, las redes sociales, y los videojuegos, en formato de aplicación móvil. Pero en cambio otros clásicos como el correo electrónico caen con respecto a otros años.

En definitiva podemos observar que el número de usuarios que acceden a internet sigue aumentando. El perfil del usuario estándar es tanto de hombres como mujeres, en una

franja de edad de entre los 35 y 54 años, de clase social media. El consumo aplicaciones es lo más descargado, motivado por el uso de los dispositivos móviles y tabletas.

Aunque estos estudios podrían continuar a través de investigaciones cualitativas en el que se analicen de forma más detallada algunos aspectos como pueden ser los estilos de vida de los usuarios, las aplicaciones más descargadas, recopilar información acerca del uso que se le da las aplicaciones, algunas marcas, ya que las utilizan para vender productos al mismo tiempo que interactúan con el cliente, distinguir el tipo de pantalla desde el que se hace la conexión, etc.

Asimismo estos resultados, son muy importantes para la publicidad, ya que las tecnologías de la comunicación e información son imprescindibles para su desarrollo así como su adaptación. La publicidad online es cada vez más importante en este medio, debido a su gran rentabilidad, los anunciantes cada vez apuestan más por el uso de aplicaciones para dispositivos para comunicar al mismo tiempo que interactúan con el usuario. Los buscadores también ayudan a encontrar lo que un usuario desea comprar, y la publicidad aprovecha esas búsquedas para ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesita. Google a través de su aplicación Adwords, ayuda a los anunciantes a ofrecer su publicidad patrocinada, apareciendo en diferentes tipos de anuncios y obteniendo beneficios según los accesos que hacen los usuarios.

**CAPÍTULO 6**  
**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### 6.1 Bibliografía.

Asociación para la investigación de medios de comunicación: EGM. *Resumen general de resultados del EGM. Audiencia de internet abril/mayo 2014*. <http://www.aimc.es/-Descargas-gratuitas-.html> (Consultado: 12 de octubre de 2014)

Ballesteros, F (2002). *La brecha digital: el riesgo de exclusión en la sociedad de la información*. Madrid: Fundación Retevisión.

Castells, M (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol 1. La sociedad Red*. Madrid: Alianza.

Castells, M (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol 3: Fin del Milenio*. Madrid: Alianza ..

Castells, M (2004). *La sociedad Red: una visión global*. Madrid: Alianza.

Felicié Soto, Ada M. (2006). *Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital*. Buenos Aires: Alfagrama.

Fundación Telefónica (2014). *Informe la sociedad de la información en España*. Barcelona:Ariel. <http://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/sociedad-de-la-informacion/sie2013/> (Consultado: 6 de diciembre de 2014)

Guiomar Salvat. M y Serrano Marín. V (2011). *La revolución digital y la sociedad de la información*. España: Comunicación social, ediciones y publicaciones.

McBride, S. (1980). *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Madrid: McGraw-Hill.

McHale, J. (1981). *El Entorno cambiante de la información*. Madrid: Tecnos,

Masuda, Y. (1984). *La sociedad informatizada como Sociedad Post-Industrial*. Madrid: Fundesco-Tecnos.

Matterlart, A (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

Prensky, M (2001). *Enseñar a nativos digitales*. Biblioteca Innovación Educativa.

Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona. Ediciones B.

Ramos Simón, Luis F. (1999). *La biblioteca: El lugar del conocimiento y la memoria. Oportunidades y desafíos de la sociedad de la información*. Madrid: Universidad Complutense.

Shapiro, C. y Varian, H.R. (2000). *El dominio de la información. Una guía estratégica para la economía de la red*. Barcelona: Antonio Bosch.

Terceiro, J. B. y Matías, G. (2001). *Digitalismo. El nuevo horizonte sociocultural*. Madrid: Santillana.

## **6.2 Fuentes electrónicas.**

Asociación Española de Empresas de Tecnologías de la Información: *SEDISI*

<http://www.ametic.es/es/inicio/actualidad/publicaciones/contenido.aspx> (Consultado: 25 de octubre de 2014)

Cumbre mundial sobre la sociedad de la información. *Declaración de principios. Construir la sociedad de la información: Un desafío global para el nuevo milenio*: <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html>. (Consultado: 5 de noviembre de 2014)

CAIBI (Conferencia de autoridades iberoamericanas de informática)

<http://www.itu.int/wsis/stocktaking/docs/activities/1102712635/statistics-es.pdf>

(Consultado 8 de noviembre de 2014)

Fundación telefónica. *Documento SIE2010*

[http://www.fundaciontelefonica.com/arte\\_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sociedad-de-la-informacion-en-espana-2010/](http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sociedad-de-la-informacion-en-espana-2010/)

(Consultado: 28 de noviembre de 2014)

Fundación general CSIC, Revista Lychnos.

[http://www.fgcsic.es/lychnos/es\\_ES/articulos/envejecimiento\\_poblacion](http://www.fgcsic.es/lychnos/es_ES/articulos/envejecimiento_poblacion)

(Consultado: 15 de noviembre de 2014)

Oficina europea de estadística: Eurostat

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/recently\\_published](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/recently_published)

(Consultado: 13 de noviembre de 2014)



Ministerio de economía y competitividad. *Secretaria de estado de investigación, desarrollo e innovación.*

<http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.7eeac5cd345b4f34f09dfd1001432ea0/?vgnnextoid=8f4057127e510410VgnVCM1000001d04140aRCRD>

(Consultado: 16 de noviembre de 2014)

Organización para la cooperación y el desarrollo económico: *OECD*

<http://www.oecd.org/statistics/>

<http://www.oecd.org/social/soc/societyataglance2011.htm>

(Consultado: 17 de noviembre de 2014)

*Síntesis de la legislación de la UE: TIC y administración electrónica.*

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/si0021\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0021_es.htm)

(consultado: 21 de noviembre de 2014)

Unión internacional de telecomunicaciones: *UIT*

<http://www.itu.int/es/about/Pages/default.aspx> (Consultado: 22 de noviembre de 2014)

INE. *Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de información y comunicación en hogares*

<http://www.ine.es/prensa/np864.pdf>

Agenda digital europea 2020.

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0245&from=es>

(Consultado: 25 de noviembre de 2014)

ITU Organismo especializado de las Naciones Unidas para las TIC.

<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

(Consultado: 29 de noviembre de 2014)

