
Los datos de la Sociedad en Red

Para contextualizar el tema que nos ocupa “Una nueva administración digital, para una nueva sociedad” me centraré en esto último de “una nueva sociedad” y, para ello, nada mejor que conocer cuantitativa y cualitativamente diversos aspectos de esta “nueva sociedad” o “sociedad en red”. Afortunadamente disponemos, a través de los estudios e indicadores elaborados por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), de una magnífica información al respecto, así gracias al último informe elaborado sobre el “Perfil sociodemográfico de los internautas españoles con datos del INE 2012” sabemos que:



PEDRO MARTÍN JURADO
Director del Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información de Red.es

El número de personas de diez años y más que han accedido a Internet en alguna ocasión aumentó un 3,7% en el último año hasta los 27,9 millones. Casi 17,5 millones de personas de dieciséis a setenta y cuatro años se conectan a Internet todos los días. Dos de cada tres activos parados han accedido a la Red en el último mes. Podemos distinguir seis perfiles de usuarios, un perfil 1 de personas con primera etapa de educación secundaria con edad comprendida entre dieciséis y veinticuatro años residentes en municipios de más de cincuenta mil habitantes de los cuales el 98,4 % son internautas; un perfil 2 de personas con estudios de educación superior universitaria que trabajan por cuenta ajena o estudian y tienen menos de cuarenta y cinco años, el 98,4% son internautas; un perfil 3 de personas con segunda etapa de educación secundaria con edad comprendida entre dieciséis y veinticuatro años, el 98,3% son internautas; un perfil 4 de personas sin estudios, el 1,9 % son internautas; un perfil 5 de personas con educación primaria de sesenta y cinco y más años el 6,3% son internautas y un perfil 6 de personas con segunda etapa de educación secundaria, con edad entre cincuenta y cinco y sesenta y cuatro años y que residen en municipios de menos de diez mil habitantes donde el 10,5% son internautas.

Disponer de esta información y tenerla presente a la hora de tratar al administrado como cliente digital es de vital importancia. Sabemos que las actividades en la Red de los internautas de perfil 1 y 3 están más asociadas al uso de redes sociales, descarga de juegos, imágenes o música, y a subir contenidos; mientras que las del perfil 2 corresponden »

a consulta de noticias, búsqueda de viajes y alojamientos, y a la banca electrónica. En relación a la movilidad, en esta última edición del estudio del perfil sociodemográfico de los españoles hemos sabido que el 56% de los internautas de los últimos tres meses ha accedido a Internet fuera de su domicilio o lugar de trabajo utilizando algún dispositivo móvil, lo que supone que casi 13,5 millones de personas han utilizado cualquier dispositivo (portátil, tablet, móvil u otro dispositivo de mano) para acceder a la Red fuera de su vivienda o centro de trabajo. Disponemos de un dato importante si pensamos en términos de la potencialidad de las apps en la Administración.

Por otro lado, a través de un estudio que presentamos en febrero de este año sobre de la Demanda y Uso de Gobierno Abierto en España, pudimos tomar el pulso a los ciudadanos sobre sus valoraciones de los servicios de e-Administración y políticas de gobierno abierto. En cuanto a su confianza en los servicios públicos: el 65,5% de los encuestados considera la calidad de los servicios públicos como buena o muy buena; el perfil de los ciudadanos que valoran más positivamente la calidad de los servicios públicos son los jóvenes entre 18 y 24 años (72,8%) usuarios de Internet (67%) y usuarios de Administración Electrónica (67,9%). Sin embargo, en cuanto a la confianza en las Administraciones, el 63,2% ciudadanos no confían en las mismas. El perfil del ciudadano que desconfía de la Administración Pública es una persona mayor de 55 años (70%), sin estudios (75%) o con estudios primarios (70%), no usuario de Internet (72,9%) y que valora poco Internet (70,6%). Preguntados sobre la satisfacción de las Webs institucionales, el 84% de los ciudadanos confían en las mismas, el 71% consideran que las webs institucionales son có-

modas, el 74,5% tienen intención de usar las webs institucionales en el futuro y el 95% recomendarían el uso de las webs institucionales. En cuanto al perfil del usuario que utiliza la información pública nos encontramos: jóvenes entre 18 y 34 años con estudios superiores, Internautas Usuarios de e-Administración, Usuario de redes sociales, y al 71,2% les resultó fácil consultar la información que buscaban. En España empieza a surgir una demanda importante de transparencia y de participación en los asuntos públicos. La transparencia significa, fundamentalmente, conocer cómo se ejecutan los presupuestos y saber cuáles son los derechos y obligaciones. Los más interesados en participar son aquellos ciudadanos a quienes la política interesa mucho (89,4%) y a los usuarios de redes sociales. En concreto, manifiestan interés por conocer los servicios disponibles, información sobre la calidad de los mismos, qué porcentaje de los presupuestos supone el gasto público, cómo se gasta ese presupuesto, próximas iniciativas y proyectos en este ámbito (planes)...

De las dos últimas Oleadas del Panel de Hogares los datos más relevantes que pueden encontrarse son: El 66,9% de los hogares dispone de acceso a Internet (6,3 puntos porcentuales más con respecto al mismo trimestre del año anterior) y el 69,9% de los individuos de quince y más años ha accedido a Internet en alguna ocasión, 27,2 millones. El smartphone o teléfono inteligente ha experimentado un incremento interanual de 8,4 puntos porcentuales alcanzando una penetración del 41,5% entre los individuos de quince años y más.

El número de individuos con algún móvil activo sube de manera constante y se coloca sobre los 33,4 millones. Esto corresponde al 85,8%

de los individuos de quince años o más. El chat (whatsapp, mensajería instantánea,...) ha experimentado un importante incremento de uso, el 41% de los usuarios de móvil disponen de esta funcionalidad y el 71% la utiliza.

Del pasado informe sobre el uso del comercio electrónico por ciudadanos B2C se obtienen datos muy precisos como que, en el año 2011, el comercio electrónico B2C en España ha experimentado un importante incremento, incluso superior a años anteriores. En términos absolutos, la cifra estimada del volumen total del sector es de casi 11.000 millones de euros, un 20 % superior al año 2010. Hay que destacar que en el año 2010 el incremento fue del 17,4% con respecto a 2009. Este crecimiento resulta de la evolución de tres variables principales: número de internautas, proporción de internautas que realizan compras online y gasto medio por comprador. El perfil de comprador online sigue siendo, como en años anteriores, similar al perfil tradicional de internauta y más intensivo entre edades maduras de veinticinco a cuarenta y nueve años, con estudios secundarios o universitarios, de nivel socioeconómico medio y medio alto, trabajadores en activo a tiempo completo y residentes en hábitats urbanos (más de 100.000 habitantes). La búsqueda online y a través del móvil se imponen como método de búsqueda de información y de comparación de precios. Además es la fuente más frecuentemente usada y la que más influye en la compra, sobre todo en los sectores con mayor madurez, donde la compra se realiza principalmente online.

Con respecto a la situación de nuestras empresas en cuanto a la dotación de TIC, del último estudio ePyme conocimos que la Banda Ancha sigue creciendo entre las grandes empresas, pymes y microempresas

españolas, especialmente por teléfono móvil. Las pymes y grandes empresas (diez o más empleados) tienen una dotación de infraestructuras (ordenador, Internet, correo electrónico y teléfono móvil) prácticamente universal, con penetraciones del 98,6%; 97,4%; 96,8%; y 93,6% respectivamente. España destaca especialmente por ocupar posiciones de liderazgo en este ámbito, siete puntos por encima del promedio total de la Unión Europea. Despunta el uso de Internet móvil en las empresas, ya que en 2011 un 50,4% de las mismas que tiene acceso a Internet dispone de Banda Ancha móvil, lo que significa un incremento interanual de catorce puntos porcentuales.

Se confirma la tendencia creciente del uso de la firma digital, alcanzando el 62,8% de las compañías de diez y más empleados en 2010 con Internet. Las empresas españolas siguen prefiriendo el comercio electrónico para realizar compras (un 23,3% de las pymes y grandes empresas, y el 11,7% de las microempresas) frente a vender por Internet (un 12,2% de las pymes y grandes empresas, y el 2,6% de las microempresas). Entre las empresas de menos de diez empleados, los mayores incrementos en indicadores de infraestructura en los últimos años se registran en la banda ancha móvil (once puntos porcentuales de subida entre 2010 y 2011) y la conexión a Internet, con más de ocho puntos de incremento en el acumulado de 2009 a 2011. En el ámbito de soluciones tecnológicas, a través del estudio *Cloud Computing Retos y oportunidades* pudimos constatar el bajo conocimiento de las soluciones cloud por parte de las pymes españolas y la baja penetración de la modalidad Cloud en comunidad que sería de gran interés para la Administración. El cloud computing o tecnología en la “nube”, aparece como una de las soluciones destacadas que permite a

las empresas aumentar su eficiencia y mejorar su productividad. El 45,2% de las pymes españolas con web conoce en cierta medida el cloud computing y los beneficios potenciales que aporta a la gestión de sus negocios. Además, el ahorro en tiempo (71%) y en costes (63%) son los principales beneficios que proporciona el cloud computing a las pymes.

En relación a las redes sociales a través del “Estudio sobre el conocimiento y uso de las Redes Sociales en España” llegamos a una primera aproximación sobre el papel que las mismas están avocadas a jugar en un futuro en las relaciones entre la ciudadanía e instituciones. Una encuesta realizada en relación con conocimiento y uso de las redes sociales nos mostró que: el 65,4% de los encuestados consideran los foros y los blogs como redes sociales; el 49,7% buscan poder expresar sus opiniones en foros y/o blogs sobre un tema o asunto concreto; las redes sociales harán dar un paso importante en la implicación del ciudadano en la administración; movilidad y geo localización son las tendencias tecnológicas que más claramente afectarán al futuro de las redes sociales; los usuarios influyentes resultan de interés para la mayor parte de las entidades y establecer vínculos con ellos forman parte de las habilidades de los equipos de marketing; son un entorno apto para abrir nuevas oportunidades a emprendedores, profesionales independientes y autores de contenidos... Está claro que la Administración no puede estar ajena a este fenómeno de comunicación masiva y que la figura del Community Manager en el sector público debe de tener un papel relevante. *

El cloud computing o tecnología en la “nube”, aparece como una de las soluciones destacadas que permite a las empresas aumentar su eficiencia y mejorar su productividad