

Los españoles, en primera línea en el mundo online



Tanto el acceso a Internet como el uso del smartphone son actividades cotidianas para la mayoría de los ciudadanos, con cifras de las más altas en Europa.

Más gente se apunta a la revolución digital. Así lo confirma el Consumer Barometer de Google, que una vez más lanza cifras y porcentajes que no dejan lugar a dudas. Hasta un 81% de los ciudadanos españoles son asiduos a Internet para su día a día, 3 puntos más que hace un año y hasta 11 más que en 2012. Es lo que respondían los ciudadanos de nuestro estado a la pregunta de con qué frecuencia consultaban la red para asuntos personales, es decir, todo aquello que no fuera ligado a trabajo o negocios.

Muy poco por debajo, en un 73%, decimos que accedemos a Internet diariamente, lo que ha tenido un crecimiento muy potente en los últimos seis años, un aumento que se cifra en un 20%. Esto demuestra que hoy en día el mundo online nos acompaña en todo momento, y se ha convertido en una parte fundamental para nuestra relación con el mundo y con los que nos rodean.

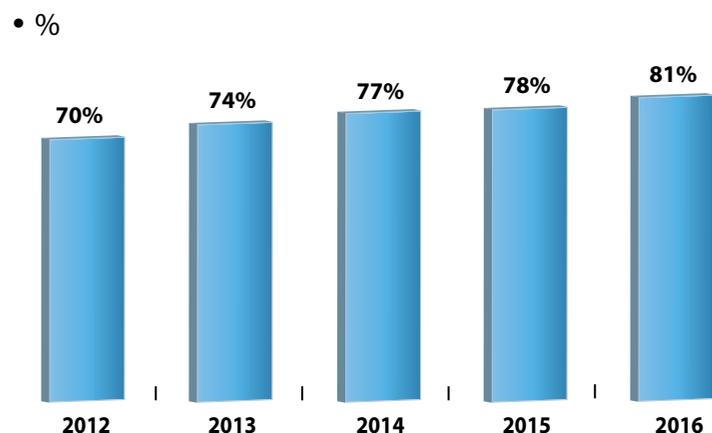
Un 73% de los españoles accede a Internet diariamente, lo que ha tenido un crecimiento del 20% en los últimos seis años

¿Empiezan a cansarse los más jóvenes?

Cierto es que los millennials se llevan la palma en lo que a conectividad se refiere. Y sin embargo, es el único rango de edad que reconoce tener un menor interés por Internet en lo que llevamos de década. Si hace un año hasta un 99% de los menores de 25 años reconocían que Internet era una actividad ineludible, hoy se trata de un 94%, lo que baja a niveles previos al 2012, cuando la cifra era del 96%. Se trata además del único grupo generacional que muestra signos de cansancio.

Si algunos podrían argüir que existe un muy ligero desinterés, en realidad, aquellos adolescentes y jóvenes adultos que lo consultan a diario son más que en cualquier otro momento. Y es que 92 jóvenes de cada 100 navega en la red a diario, a diferencia de los 82 de hace seis años.

GENTE QUE ACCEDE A INTERNET 2012-2016



Fuente: Consumer Barometer de Google Elaboración: Electromarket

Aquellos en edades que oscilan entre los 25 y los 34 son sin duda los más activos del momento en lo que a actividades online se refiere. Hasta un 99% lo hace a menudo, y un 96% lo hace todos los días, resultados que son del 97% y 90% respectivamente en aquellos que entran en la cuarentena.

Los 'silver', con paso firme

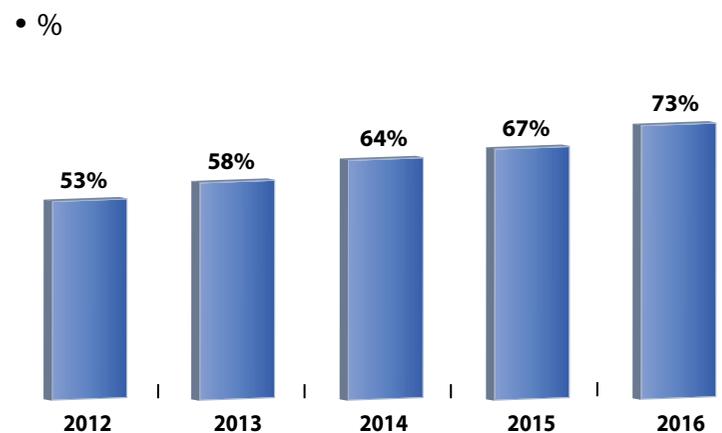
Los mayores de 55 años siguen enfrentándose a un mundo nuevo, tocado por una verdadera revolución. Con todo el camino por recorrer, ya que en 2012 un tímido 22% afirmaba consultar Internet todos los días, hoy en día lo hace el 43% de este grupo de la población.

Esto pone el acento de nuevo en el interesante comportamiento de estos usuarios que, pese a un mayor desconocimiento de la red, tienen más tiempo para adaptarse a ella. Otras razones los han colocado como target importante del comercio online, puesto que a un mayor poder adquisitivo se suma que pueden aglutinar diferentes tipos de consumidores, al tener a varias generaciones a su cargo. Además, sería un grupo al que no preocuparía tanto el precio como a otros grupos de edad.

No es de extrañar que en los últimos años haya crecido el interés mutuo entre el e-commerce y los llamados silver surfers, es decir, surfers de plata. Según un estudio de Rakuten, el gasto medio de los consumidores que superan los 60 años es un 25% mayor que el del resto de compradores. Asiduos a los productos de mayor calidad y de marcas, con más tiempo para dedicarse a sí mismos y a los que tienen a su cargo, se trata de un grupo que genera un gran interés a medida que afianza su presencia en el mundo online.

Esto es algo no sólo observado en nuestro país, sino una tendencia general. Lo apuntaba un análisis de Futures Company's Global Monitor, asegurando que un 60% de los clientes de más de 50 años habrían comprado online en algún momento. Lo interesante de este dato, es que de la generación entre los 16 y los 34 años, este porcentaje es del 51%, lo que indicaría que pese a un menor uso de Internet por parte de los seniors, tienen una mayor disposición y menos reticencias a la hora de comprar.

GENTE QUE ACCEDE A INTERNET DIARIAMENTE 2012-2016



Fuente: Consumer Barometer de Google Elaboración: Electromarket

El smartphone sigue convenciendo

Si Internet forma parte de nuestros intereses prioritarios, esto se debe en gran parte a la entrada del teléfono inteligente en nuestra sociedad. Su impacto es ya absolutamente mayoritario, tal y como señala el Consumer Barometer: 81 personas de cada 100 utilizan uno en nuestro país.

Además de este dato, es importante remarcar que mantiene el hito que consiguió en 2015, cuando le adjudicó al uso del ordenador la medalla de plata. Si el año pasado la pugna se saldaba con un 80% frente a un 73% en cuanto al uso de ambos dispositivos, el 2016 sigue premiando al acceso desde la palma de nuestra mano, ya que el público de los ordenadores se queda en un 73% y el de los smartphones crece un punto.

Este hecho se observa en todos los grupos de edad, desde los más jóvenes hasta los seniors. La distancia más señalada se

vislumbra en aquellos adultos entre la veintena y la treintena, quienes aseguran que usan el teléfono inteligente en un 99% de los casos, frente al 85% que se declara usuario de ordenador.

Por otra parte, también ha crecido el porcentaje de personas que confiesan conectarse a Internet con la misma frecuencia desde el ordenador que desde el smartphone. Con un aumento del 50% en lo que se refiere a este dato en sólo cuatro años, este porcentaje está especialmente motivado por las generaciones de perso-

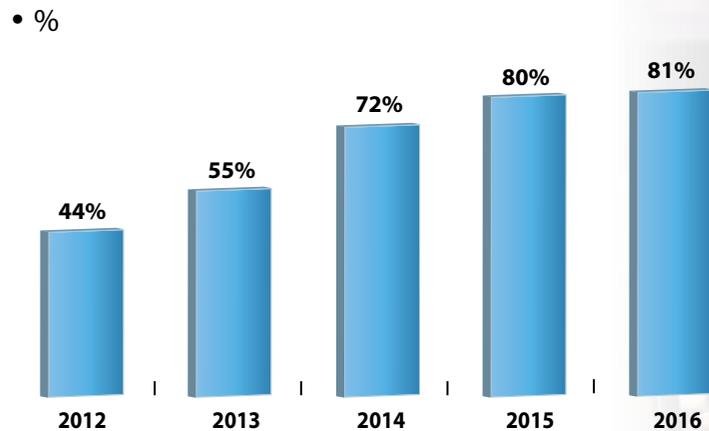
nas mayores. En aquellos de más de 55 años, por ejemplo, este hábito ha crecido hasta en 10 puntos en un año, y casi en 30 desde el 2012.

Más pantallas, por favor

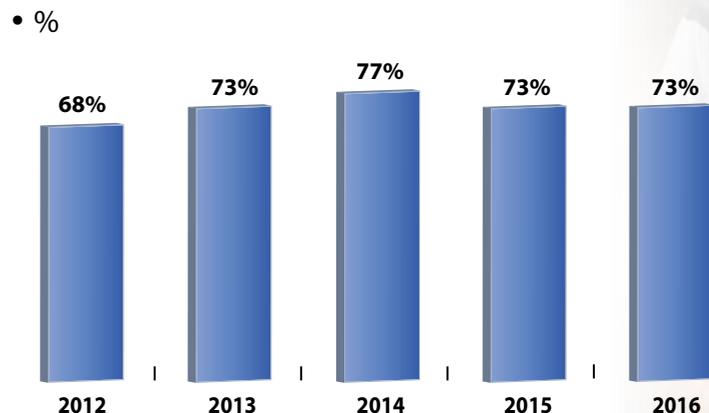
Una de las estadísticas más curiosas de este barómetro es el porcentaje de ciudadanos multiconectados, es decir, que utilizan más de un dispositivo. ¿Avanzamos hacia un mundo con más y más aparatos, o buscamos el confort de un sólo producto?

Aquellos entre los 25 y los 34 años son los más activos del momento en lo que a actividades online se refiere: un 99% accede a Internet a menudo, y un 96% lo hace todos los días

GENTE QUE USA EL SMARTPHONE 2012-2016



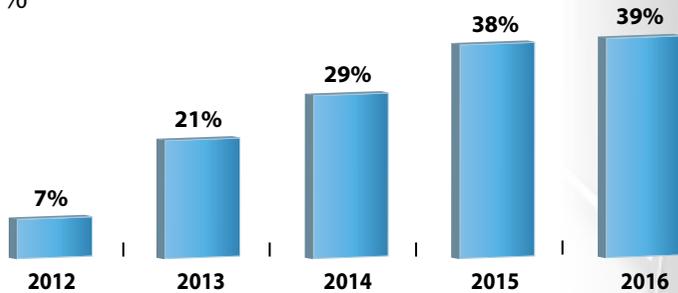
GENTE QUE USA EL ORDENADOR 2012-2016



Fuente: Consumer Barometer de Google Elaboración: Electromarket

GENTE QUE USA TABLET 2012-2016

• %



Fuente: Consumer Barometer de Google Elaboración: Electromarket

Para ceñirnos a los datos apuntados por Google, hoy en día sólo el 15% de españoles se conforma con una sola pantalla. Preguntados por si cuentan en sus hábitos con el uso de ordenador, smartphone y tablet, lo cierto es que en el año que nos ocupa son más los que prefieren dos pantallas a aquellos que logran dedicar el tiempo a tres, al igual que sucedía en 2015.

En otro apartado, resulta curioso conocer la media de aparatos conectados de los que disponen los internautas en total. Dos en el caso de los mayores de 55 años, y tres en el caso de los más jóvenes. Sorprende de nuevo un ligero descenso en aquellos que tienen menos de un cuarto de siglo. Y es que si en 2014 casi rozaban los cuatro dispositivos conectados, hoy en día se contentan con 3,5.

Estos datos son interesantes para acertar a analizar el verdadero impacto de las tablets. Con paso firme, este dispositivo que lleva menos de una década con nosotros ha conseguido colocarse en las manos de casi cuatro de cada 10 ciudadanos. Sin embargo, de un espectacular aumento entre 2012 y 2013 –cuando pasó de tener un impacto del 7% al 21% –, en 2016 su aumento ha sido sólo de un punto con respecto a 2015, lo que sin duda sugiere una eterna cuestión: ¿podemos absorberlo todo?

El impacto del smartphone es ya absolutamente mayoritario: 81 personas de cada 100 utilizan uno en nuestro país

¿Y qué hacen nuestros vecinos?

Poca distancia nos separa de los datos de esta encuesta en Reino Unido, uno de los países más asiduos a las nuevas tecnologías. Aficionados al uso de Internet en un 83% y en un 73% a diario, los ingleses superan a los estadounidenses en este hábito, que son siete de cada 10 los que lo usan.

Si los franceses tienen también una buena disposición a dedicar su tiempo a Internet –el mismo 83% que en Gran Bretaña–, sólo un 64% de su población es usuaria de smartphones y sólo el 37%

cuenta con tablet, en comparación con el 74% y el 63% respectivos de los británicos. Los españoles nos colocamos en cierto modo entre uno y otro, ya que con nuestros tres dispositivos conectados por persona nos situamos entre los 3,4 de británicos y 2,8 de franceses.

Del resto de vecinos del viejo continente, todos cuentan con unos porcentajes más o menos similares: el uso diario de Internet es del 68% en Italia, del 63% en Polonia y del 59% en Portugal. Sin embargo, los polacos están más abiertos a disponer de más pantallas, con 2,7 aparatos conectados frente a los 2,3 en Italia y Portugal.

Generaciones enganchadas

Como señalado más arriba, el smartphone ha sido probablemente el gran causante de dedicar más tiempo en redes. Y es que desde primera hora de la mañana su uso es intensivo. Tal y como publicaba recientemente un estudio de Samsung y The Cocktail Analysis, el 75% de los españoles se levanta con el despertador de su smartphone y un 70% comprueba si lo lleva antes de salir de casa.

La mensajería instantánea es una de las actividades favoritas para los usuarios de smartphone, especialmente gracias a aplicaciones como Viber, Whatsapp o Snapchat. Durante las pausas para comer, hasta un 63% utiliza la mensajería, mientras que un 46% reconoce que comprueba el correo electrónico y un 49% participa en redes sociales.

Una de las noticias más positivas a la hora de analizar el impacto que esta revolución digital puede tener en nuestra salud, es que el smartphone tiene una fuerte influencia en la actividad deportiva. Y es que lo usamos para poner música (78%), controlar la distancia recorrida (54%), medir las calorías quemadas (51%) o comprobar las pulsaciones (33%).

Sin duda parte fundamental de nuestro día a día, Internet tiene más protagonismo que nunca, y el acceso a él a través de nuestro compañero de bolsillo ha multiplicado sus opciones. Manteniéndonos en cifras muy similares a las de hace un año, los españoles seguimos proponiendo uno de los mercados más competitivos en cuanto a dispositivos y a servicios. ▶