# Cómo la España Vaciada llena su tiempo en Internet

**El primer informe sobre el consumo de Internet en la España rural**

Noviembre 2021

@Eurona_

# ÍNDICE


1. El porqué de este informe
2. Principales diferencias entre los patrones de consumo de Internet
3. Tendencias pandémicas, cómo fue el consumo de Internet en los pueblos en 2020
4. Conclusiones: Una brecha digital y generacional visible
5. La importancia de Internet para revertir la despoblación

# EL PORQUÉ DE ESTE INFORME

Analizar y conocer **por primera vez** cómo es el consumo de Internet en los entornos rurales españoles

Descubrir qué **patrones se siguen en los municipios de menos de 5.000 habitantes** afectados por la falta de infraestructuras de telecomunicaciones

Conocer el comportamiento de los habitantes, sus rutinas, dinámicas y necesidades para **ofrecerles las mejores soluciones** y acotar el problema de la despoblación

Elaborar un **estudio pionero que sirva para el desarrollo de políticas** activas y efectivas por parte de las **Administraciones Públicas**

# METODOLOGÍA | LOS ÚLTIMOS DATOS DEL MERCADO

**1.** Los **últimos datos del mercado** recabados por la AIMC y Kantar

**2.** La población (total y rural) representadas en **una muestra de más de 10.000 individuos**

**3.** Se han extraído:

- **Diferencias en los patrones de consumo de Internet entre la población rural vs la población total**
- **Tendencias pandémicas, patrones de consumo de Internet en el mundo rural en 2020**

- **Población total**
  40,5 millones de personas
  (mayores de 14 años)

- **Población rural**
  4,6 millones de personas
  (mayores de 14 años)

- **Muestra**
  Más de 10.000 individuos
  (mayores de 14 años)

# Diferencias de consumo de Internet entre

# población rural vs población total

# UNA BRECHA VISIBLE

## 2 de cada 10 habitantes no puede acceder a Internet

La escasez de infraestructuras de telecomunicaciones en las zonas rurales provoca una brecha visible en las principales métricas que comparamos.

**78,3%**

- **Un 78,3% de la población rural** (3,8 millones de personas) tenía acceso a Internet en sus municipios

**88,1%**

- Un porcentaje que se incrementa hasta el **88,1% en el caso de la población total con acceso a Internet**

# MENOS CONECTADOS Y PREOCUPADOS POR LA VELOCIDAD SE CONECTAN UN 10% MENOS AL DÍA

**La FIBRA ÓPTICA es la tecnología mayoritaria (66%)** para el común de la población. **En el medio rural sólo para el 33%**

El **ADSL** cae en desuso, **sólo el 15,4% de la población total lo utiliza**

**La vivienda, el transporte público o el trabajo,** lugares predilectos para acceder a Internet para población rural y total

**EL MÓVIL,** el preferido para acceder a Internet para población rural y total, seguido del **portátil, el ordenador de sobremesa y la Tablet**

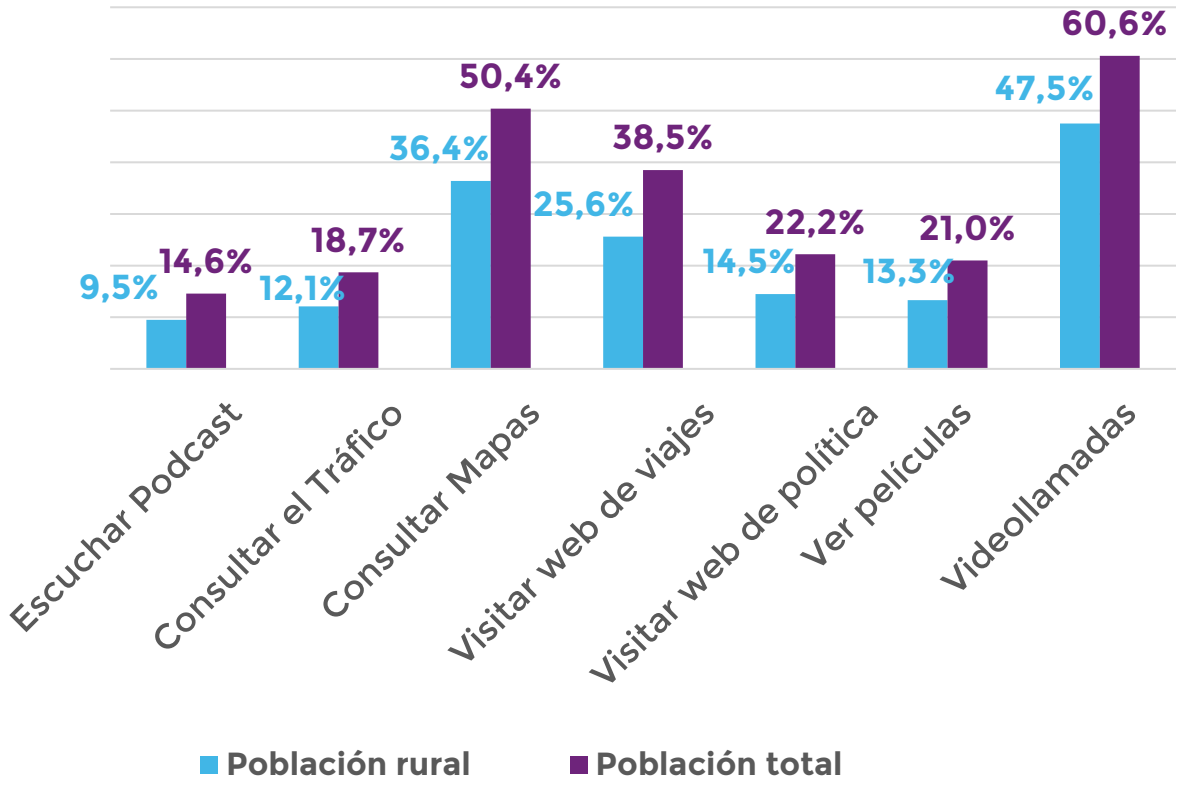
**La población rural se conecta un 10% menos** que la media española al día

El **PRECIO es el factor determinante** que lleva a elegir uno u otro operador, pero **la velocidad es clave en el mundo rural**

# MENOS 'PELIS', VIDEOLLAMADAS, PODCAST Y VIAJES

## 7 de cada 10 habitantes utiliza la mensajería instantánea

Mensajería instantánea, mail y RRSS, las actividades favoritas de la población total y rural en 2020




**Gran diferencia entre población total** y rural en hábitos de consumo como **visionado de películas, videollamadas, escucha de podcast, visita de webs (de viajes, política o compraventa de inmuebles), consulta del tráfico y mapas o la visita de páginas web sobre cine y películas**

**Una pista que no solo habla de las deficiencias en la conexión SINO TAMBIÉN DE PEORES SERVICIOS en el mundo rural**

# MENOS COMPRAS ONLINE, VACACIONES Y ENTRADAS

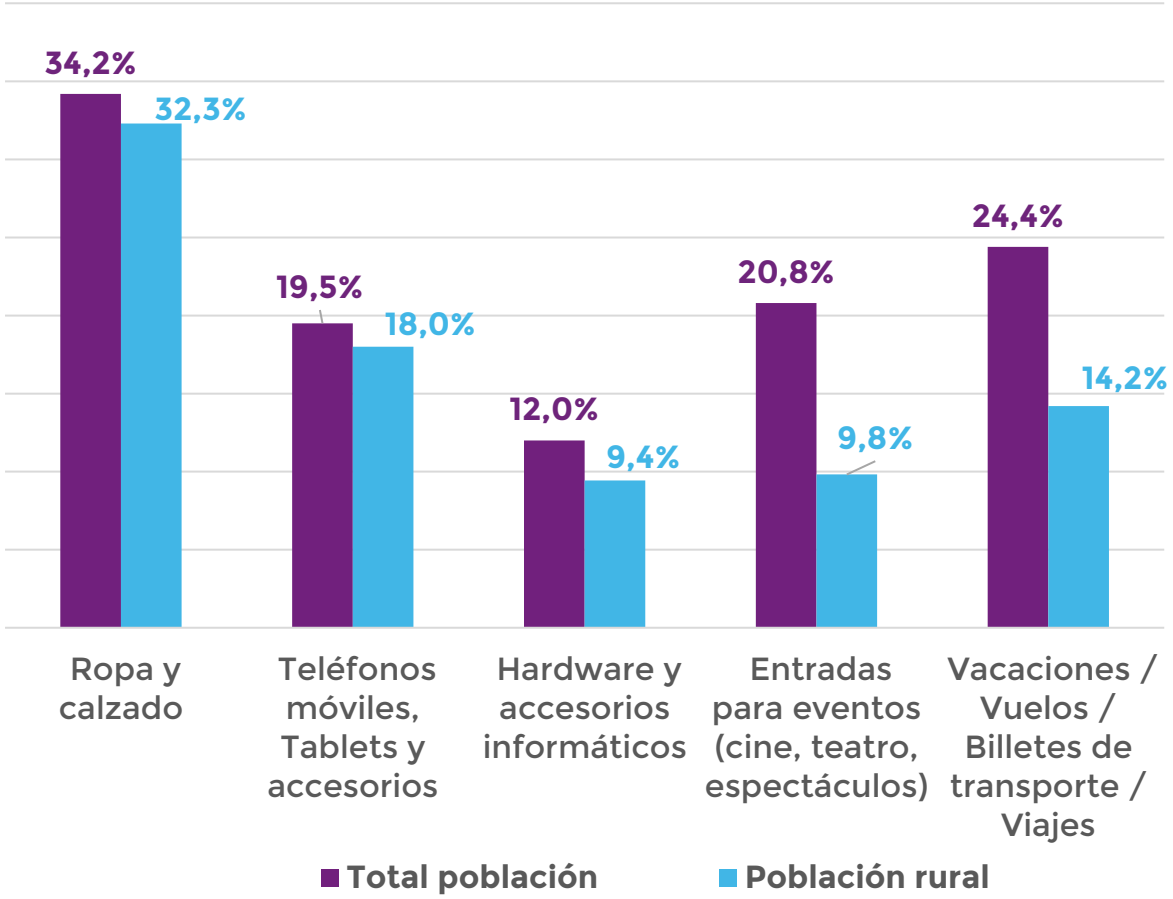
## Sólo un 2,5% de los ruralitas compra online una vez a la semana

**2,5** Millones de personas

La mitad de los habitantes del medio rural, compraron por Internet en 2020, frente al 60% de la población total.

Si bien el común de la población compra online **ropa y calzado, teléfonos móviles, tablets** y **otros accesorios electrónicos…**

La **diferencia más notable se da en la compra de vacaciones/viajes/billetes de transporte de entradas para eventos**, que es recurrente para el total de la población y no tanto en el mundo rural



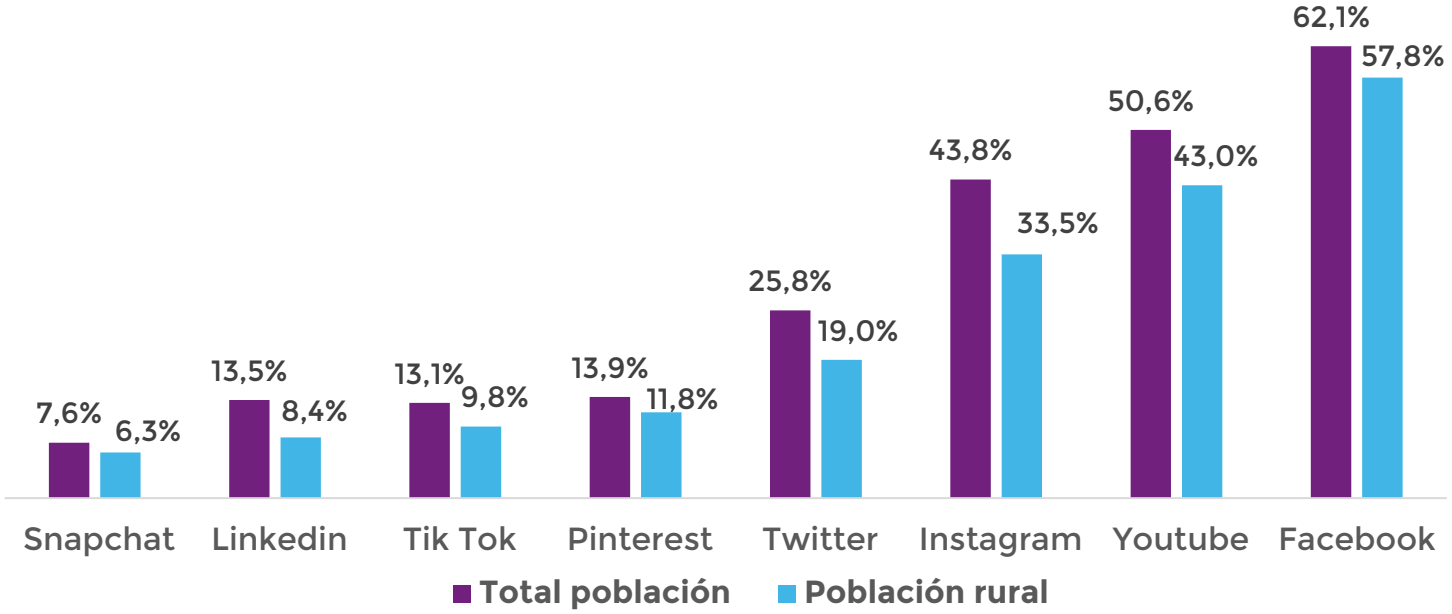
# REZAGADOS TAMBIÉN EN RRSS

## Además, son más los que no consumen vídeos que los que sí lo hacen

**El 67% de la población rural utilizó Internet para acceder a las redes sociales** en 2020, frente al 74% de la población en su conjunto

**Los habitantes del mundo rural accedieron un 38% menos a LinkedIn,** un 24% menos a Instagram, un 7% menos a Facebook y un 15% menos a YouTube

Pese al incremento de la popularidad de redes sociales como Twitch y Tik Tok, la población rural accedió un 35% menos



# Tendencias pandémicas

# Patrones de consumo de Internet en el mundo rural en 2020

# UNA BRECHA GENERACIONAL TAMBIÉN EVIDENTE

## Sólo el 60% de los mayores de 60 tiene conexión

En un año en el que Internet fue la principal herramienta para mantener en remoto la actividad, se detecta una brecha digital entre los grupos de edad más avanzada de los entornos rurales

**+ 1,6%**

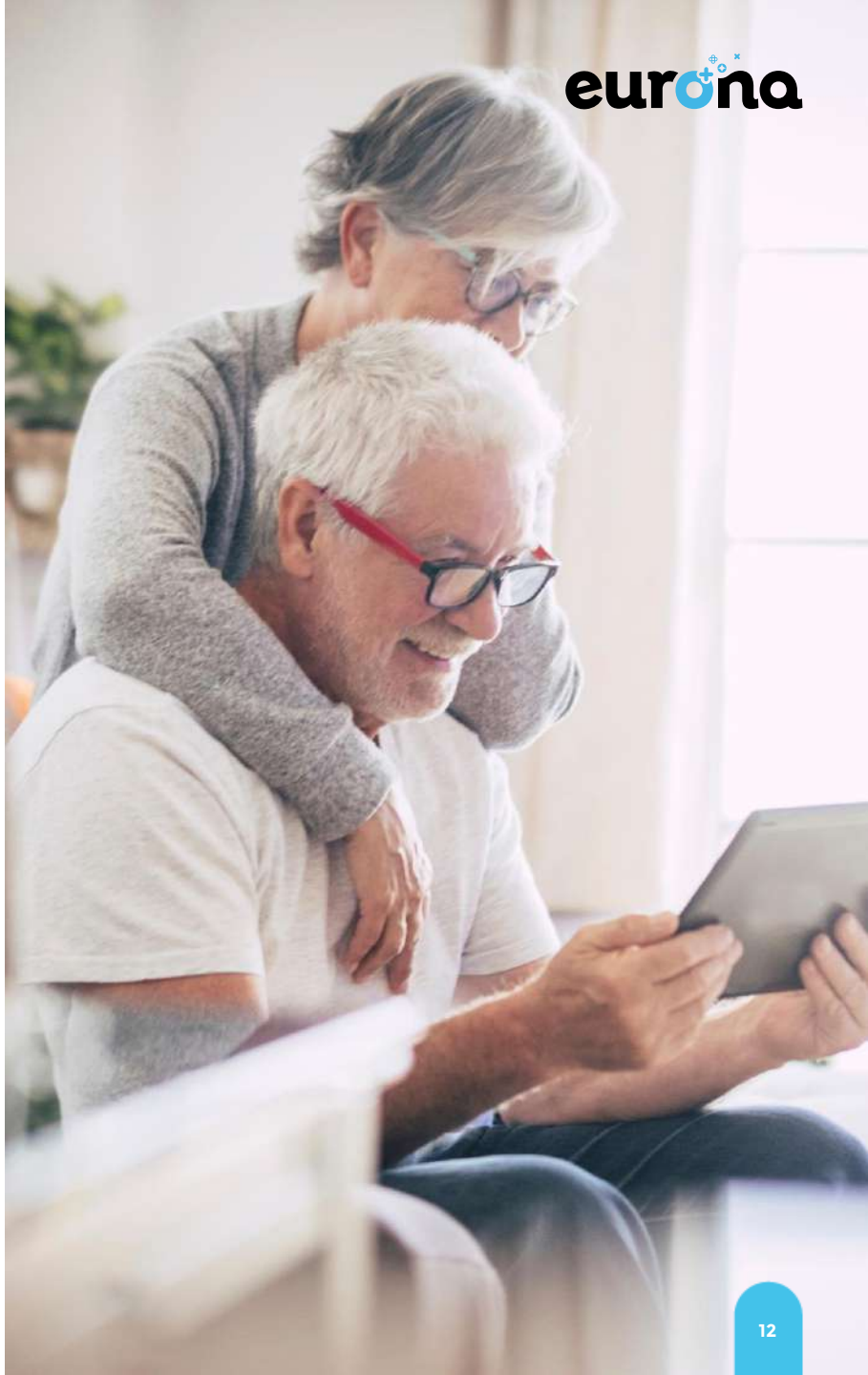
Incremento de la población rural que accedió a Internet en 2020

**91,1%**

de la población rural de entre 14 y 25 años tiene Internet en casa

Sólo el 59,5% de los mayores de 60 años disponen de conexión

**Las generaciones JÓVENES quienes empujan el acceso a Internet en los núcleos rurales**



# UNA POBLACIÓN MÁS CONECTADA MEDIANTE APPS DE VIDEOLLAMADAS

## El uso de las videollamadas se incrementó un 80,3% en 2020

**La población rural accedió más a Internet desde casa.** Todos los demás lugares desde los que solía acceder a Internet antes se redujeron

**Aumentó el consumo y las horas de exposición.** Más de 1,4 millones de personas -de un total de 3,9 millones de habitantes de la España rural- pasaron mínimo 20 horas a la semana conectados

**Creció el uso de Smart TV** (+6,8%) y Videoconsolas (30,5%) para acceder a Internet la España rural, sobre todo entre los **grupos de población más joven**

**El uso de apps para realizar videollamadas se incrementó** un 80,3% en el medio rural en 2020

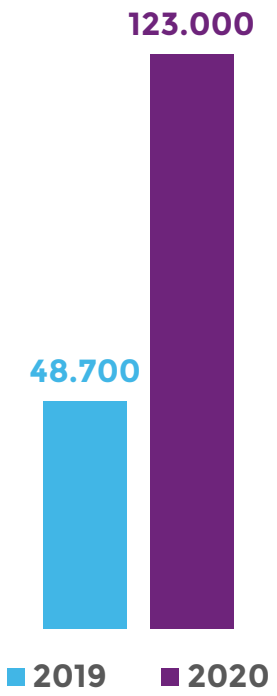
Incrementos notables en el **uso de LinkedIn para establecer redes profesionales (29,3%) o en las gestiones y trámites administrativos (37,6%)**

**Ralentización de** movimientos en actividades como la **consulta de tráfico (-28,5%) de mapas y rutas (-18,7%), acceso a información sobre eventos culturales** (-21,5%)

# MÁS COMPRAS ONLINE, COMIDA A DOMICILIO Y VIDEOJUEGOS

## Pero solo el 16% de los mayores de 60% compran por Internet

Incremento del **155%** de las **compras online semanales** en el mundo rural:




**85,4%** Compras del hogar online

**80,9%** Comida a domicilio

**73,2%** Compras de videojuegos

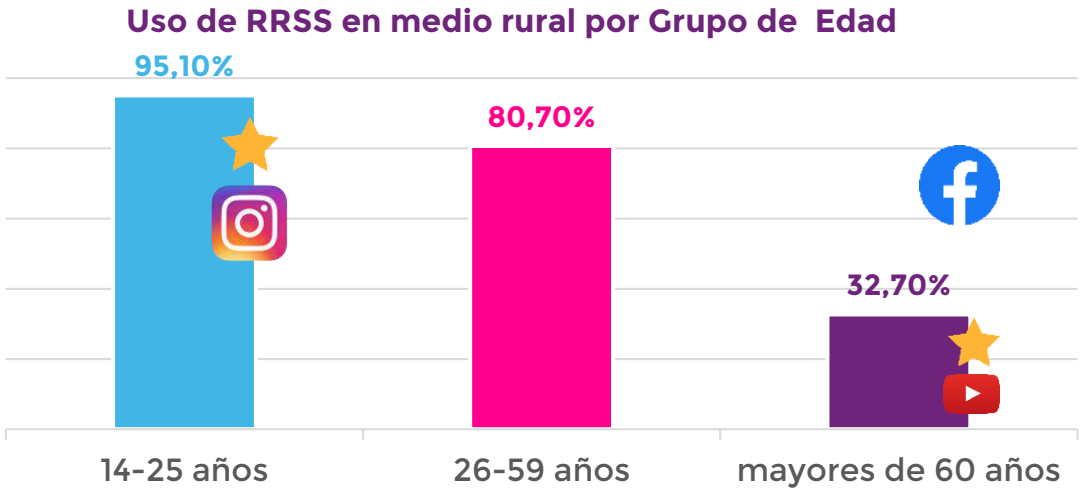
**55,3%** Electrodomésticos

## Compras Online de la población rural por Grupos de Edad en 2020:

- El **73,5% de la población entre 14 y 25 años**
- El **65,8% en el caso de la población de entre 26 y 59 años**
- El **15,7% en la población rural mayor de 60 años.**

# LOS JÓVENES PROPULSAN EL CONSUMO DE REDES SOCIALES

## Pero solo el 33% de los mayores de 60 las usa



- El 95% de la población rural de entre 14 y 25 años accedió a las redes sociales en 2020; un porcentaje que decae hasta el 80,7% entre la población de entre 26 y 59 años, y hasta el **32,7% entre la población mayor de 60 años**

- **Instagram** fue la red social preferida entre el **grupo de edad más joven** del mundo rural, mientras que **Facebook y Youtube**, las más utilizada por los **mayores de 60 años**

- **En 2020 también se incrementó el uso de las apps destinadas a las comunicaciones,** debido a la necesidad de interaccionar con familia, amigos y compañeros de trabajo cuando las relaciones sociales estaban restringidas.

- **La población rural que vio vídeos online de manera diaria se incrementó un 26,5%**

# Conclusiones

# CONCLUSIONES

## UNA BRECHA SOCIAL Y GENERACIONAL LATENTE

La brecha digital es una barrera latente, que priva a las personas de los pueblos de disfrutar de los mismos servicios y las mismas oportunidades que las ciudades

Se percibe una brecha digital muy pronunciada entre los distintos grupos de edad

Las generaciones más jóvenes de los municipios siguen más de cerca las tendencias marcadas por la población en su conjunto, mientras los grupos de más edad se distancian de ellas

Internet, más aún en una situación de crisis sanitaria y vida indoor, se ha convertido en un bien de primera necesidad y una fuente de oportunidades en zonas más y menos pobladas

Esta tecnología ha llegado para facilitarnos la vida, ayudarnos en el día a día y su implementación debe ser obligatoria independientemente de su rentabilidad

# INTERNET, UN ALIADO PARA REVERTIR LA DESPOBLACIÓN

La pandemia ha dejado claro que la conectividad es un aliado y la única vía para cubrir las nuevas necesidades de la sociedad

El teletrabajo podría verse como una oportunidad para atraer nuevos habitantes pero muchas zonas rurales no se encuentran preparadas por la falta de cobertura móvil y conexión a Internet de banda ancha

Existe una necesidad de conexión que permite al mundo rural para acceder a nuevas soluciones y a la digitalización de derechos universales como la educación y la sanidad

También al desarrollo de sectores como el agroalimentario o el forestal y la Administración, evitando desplazamientos y facilitando los trámites a los ciudadanos de zonas rurales

Los fondos europeos Next Generation y la España Digital 2025 son una oportunidad para hacer frente a este desafío y un impulso para que la Administración promueva medidas cohesionadoras y eficaces

# UN ACUERDO MULTINIVEL Y UNA RESPUESTA INMEDIATA A LAS NECESIDADES QUE SE PLANTEAN

La magnitud del reto demográfico **no solo obliga a las administraciones, también al sector privado y a la sociedad** para acabar el problema de la despoblación

Con el objetivo de aportar una respuesta a medida a las necesidades que se plantean, **Eurona apuesta por el satélite y ya ofrece una solución de conectividad inmediata y viable** para este grupo de población

Internet de banda ancha ultrarrápida de 100 Mbps dirigida a la España vaciada; eficaz y rápida, que ya iguala en velocidad y precio a la fibra

**La conexión ultrarrápida de INTERNET tendrá un IMPACTO TRACTOR sobre la actividad económica del medio rural que permitirá la creación de un nuevo tejido empresarial vinculado a la sostenibilidad y a la transformación digital de los negocios rurales generando empleo, fijando población y evolucionando hacia una sociedad más igualitaria y justa”**

# Con bagaje, 15 años conectando lo desconectado

Con el respaldo de **Magnetar Capital como principal accionista,** un fondo estadounidense con más de 10.000 millones de activos

Con una reputación, uno de los operadores de telecomunicaciones 'Top Ten' en España, **con una facturación de más de 30 millones de euros**

Con un alcance global: **zonas remotas, espacios públicos y áreas urbanas**, en **tierra, mar** e incluso **aire**.

**Eurona es una compañía española experta en servicios y soluciones de conectividad con más de 15 años de experiencia**

Con una red de **150 profesionales** y más de **40.000 clientes**

**Con presencia** en Europa, África y Latam

Con una **solución transversal de conectividad adaptada** a **hogares, hoteles, centros comerciales, buques**, etc.

# LÍDER EN INTERNET RURAL DESDE HACE MÁS DE 15 AÑOS

**#ConectamosLoDesconectado**

@Eurona_