

**Desarrollo de la  
Sociedad de la Información  
desde la perspectiva de la  
Asociación de Internautas**

<b>1- Comparación Internacional</b>	4
1.1 Un lugar en el mundo	4
1.2 Comparación de magnitudes relevantes	6
1.3 El número de usuarios de internet	6
1.4 Hogares con acceso a Internet	9
1.5 Hogares equipados con ordenador	10
1.6 Líneas telefónicas por 100 habitantes. Porcentaje de viviendas con teléfono fijo	10
1.7 Servidores web de acceso. Servidores web seguros	11
<b>2- Síntesis de las diferencias con la UE</b>	12
2 Las diferencias acumuladas	12
2.1 Otra forma de ver estas diferencias	13
2.2 La banda ancha	13
2.3 Las empresas y las tecnologías de la Información y la comunicación	16
2.4 La Administración en la Red	17
2.5 Internet en la educación	20
2.6 EL comercio electrónico	21
<b>3- Razones para la diferencia</b>	23
3 Las causas de la diferencia	23
3.1 Razones subjetivas para la diferencia	23
3.1.1 Motivos para no usar o disponer de internet en el hogar	23
3.1.2 Motivos para no usar internet y PC en la empresa	25
3.1.3 Motivos para no usar tecnologías de la información en la Administración	26
3.1.4 Motivos para no comprar en Internet	27
3.2 Razones objetivas para la diferencia	28
3.2.1 Inversión en TIC	28
3.2.2 Líneas telefónicas. La teoría de la resignación	30
3.2.3 Los precios	33
3.2.4 Los usos actuales. Las aplicaciones y contenidos	39
3.2.5 El Marco Regulador	41
3.2.6 Derechos de los usuarios. Calidad. Seguridad	45
<b>4- Conclusiones</b>	58
4.1. Infraestructuras y equipamiento	58
4.2 Mercado u competencia	60
4.3 Derechos de los usuarios	61
4.4 Calidad	62
4.5 Nuevos Servicios	62
4.6 Seguridad	64

A lo largo de los últimos años han sido múltiples los planes estratégicos diseñados para que España alcanzase, en el concierto mundial, el lugar que le corresponde en el desarrollo de la Sociedad de la Información, atendiendo a criterios objetivos como el Producto Interior Bruto (PIB).

Muchos de esos esfuerzos naufragaron aún antes de ser puestos en marcha. Al menos, así lo consideramos e hicimos público en su día desde la Asociación de Internautas (AI).

Este estudio no pretende rememorar esos planes ni, por supuesto, reeditar las críticas que en su día vertimos hacia los mismos; si acaso, con la distancia del tiempo, quizá habría que reconocer el esfuerzo a sus autores por haber intentado plasmar sobre papel unas directrices, equivocadas o no, que permitieran profundizar en el desarrollo de la Sociedad de la Información.

El objetivo de estas páginas es, con una visión actual, señalar las claves que para la AI, es decir, desde la perspectiva de los usuarios, son básicas para lograr un mayor desarrollo de la Sociedad de la Información en nuestro país, a partir del panorama poco halagüeño o si se prefiere con más sombras que luces, que a España atribuyen los datos estadísticos conocidos y los índices más recientes publicados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones

(Índice de Acceso Digital), o por el Foro Económico Mundial (Network Readiness Index).

Para elaborar este estudio se han consultado numerosas fuentes susceptibles de aportar datos de interés. Entre otras, cabe mencionar publicaciones como ***El Informe Anual 2003 (CMT)***, ***Penetración Regional de la Nueva Economía (N- Economía)***, ***La Sociedad de la Información en España 2004 (Telefónica, S.A.)***.

Además, se han revisado los datos de evolución de las conexiones de banda ancha en sus distintas modalidades que mes a mes publica la AI. También los datos del Estudio General de Medios (EGM), o los facilitados por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE), etc.

Es preciso advertir desde ahora mismo que los datos empleados arrojan contradicciones, no sólo en cuanto a las cifras que manejan unas u otras fuentes, sino incluso a las tendencias que proyectan. En ocasiones estas contradicciones son tan notorias que dificultan la obtención de unas conclusiones nítidas.

Aún así, algunos datos y sus fuentes son mencionadas porque a veces son los únicos disponibles para facilitar información

o una comparación internacional imprescindible.

Este estudio de Claves se adentra en diversos aspectos que, desde la perspectiva del usuario son condición necesaria, aunque no suficiente cada una por si misma, para permitir el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Entre ellas están las siguientes:

**El acceso a Internet**, como clave o motor para el desarrollo de la Sociedad de la Información. Sin embargo, así como en otros sectores de las telecomunicaciones se puede decir que sin acceso no hay nada, esto es, que el acceso, resulta condición primera de cualquier otra que se pueda evaluar, el acceso a Internet puede tener el mismo rango de importancia, para amplios segmentos de la población, como desentrañar el para qué se accede. Es decir, la utilidad de Internet.

De ahí, que íntimamente ligado al acceso como condicionante del desarrollo de la Sociedad de la Información, es preciso contemplar el **desenvolvimiento de aplicaciones y contenidos** que justifiquen la necesidad o utilidad de acceder. En relación con este apartado es preciso estudiar el diseño de **políticas activas**, si es que las hay, que generen un marco adecuado para la comercialización de aplicaciones y contenidos, que permitan a los ciudadanos valorar más positivamente

su incorporación a la Sociedad de la Información.

**Las tecnologías de acceso**, su penetración entre los usuarios y su dominio por parte de los mismos. Esta clave, es preciso, ponerla en relación con la **idoneidad de las diferentes tecnologías** que se emplean o se declaran aptas para el acceso a Internet.

Siguiendo este árbol de jerarquías hay que hacer mención a la **seguridad** como piedra angular de la generación de confianza de los usuarios en la red o en cualquier otro sector que pretenda desarrollarse. Multiplicar las aplicaciones puede provocar una percepción de mayor necesidad de acceso, siempre y cuando se aporte seguridad.

**La calidad de las conexiones**. Al ha sido la primera asociación que de forma continua ha realizado análisis de calidad desde la perspectiva de un usuario.

En relación con la calidad, Al también ha sido la primera asociación en solicitar la definición de un régimen de calidad mínimo exigible a todos los operadores y, en consecuencia con esta pretensión, se ha realizado la oportuna propuesta.

También ha sido la primera asociación que ha denunciado la restricción a la

competencia que representa la obligación contractual impuesta al usuario de abonar todo el período de vigencia, en caso de rescisión de contrato con anterioridad al término del mismo, aunque la causa en la que se sustente esta rescisión sea la falta de calidad de la prestación.

Esta forma de proceder, ligada generalmente a las ofertas de router, penalizan el cambio de compañía cuanto los resultados obtenidos en la elegida no son satisfactorios. Profundizando en esta línea, AI considera que la calidad es un factor de elección decisivo para los usuarios y que por tanto condiciona la percepción sobre la Sociedad de la Información. En consecuencia, es preciso buscar una **fórmula de equilibrio** entre los intereses de los operadores y los de los usuarios que padecen estas situaciones.

Desde la óptica de una organización de usuarios es obvio que no puede faltar una referencia al **factor precio**. Los datos de los que se dispone son bastante elocuentes e invitan a realizar diversas lecturas sobre su grado de incidencia en el desarrollo de la Sociedad de la Información.

**Las reclamaciones, sus fórmulas de resolución**, los servicios de atención al cliente, los métodos de contratación, son, por supuesto, un componente más de las claves que se revisarán, aunque no

constituyen el cuerpo primordial en este estudio.

Sí serán un elemento de reflexión constante, como no podía ser de otro modo, **las políticas del órgano supervisor (CMT) y del regulador** que con un carácter horizontal influyen y determinan todos y cada uno de los elementos anteriormente mencionados y, por tanto, son un factor decisivo en el desarrollo de la Sociedad de la Información.

### 1.1 Un lugar en el Mundo.

En 2003 el Informe Global de las Tecnologías de la Información elaborado por el Foro Económico Mundial (Foro) sobre un total de 82 países situaba a España en el puesto 25 de la clasificación general, por detrás de países como Finlandia, EE.UU, Singapur, Suecia, Islandia, Canadá, Reino Unido, Dinamarca, Taiwán, Alemania, Estonia, Corea, etc. y muy por debajo del puesto que ocupa atendiendo a su Producto Interior Bruto (PIB). Sólo en dos de los indicadores de los analizados, con los que se compone el índice mejoraban la posición de España según el PIB. Estos indicadores eran las líneas telefónicas por empleado y las aplicaciones informáticas sin hilos. (Tabla 1)

Sin embargo, en la mayoría de los indicadores España ocupaba un lugar sustancialmente inferior al que le corresponde según su PIB, hasta alcanzar en algunos parámetros el puesto 61 de la clasificación, como es el caso del gasto en tecnologías de la información.

Los índices, más allá de su perfección, ayudan a comprender la posición relativa que ocupa un país en el concierto mundial y a determinar sus puntos débiles y fuertes a

través del conjunto de indicadores que emplean.

El último índice sintético publicado por el Foro sobre un conjunto de 102 países, coloca a España en el puesto número 29 de la clasificación, es decir, pierde cuatro posiciones.

No es el índice del Foro el único que permite apreciar el desfase de España en la penetración de la Sociedad de la Información.

Los elaborados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones que evalúa a 187 países; por la Economist Intelligence Unit, que mide a 64, o el publicado por IDC World Times, que analiza a 53 países, ponen de manifiesto el retraso de España en el avance de la Sociedad de la Información, lo que acabará pasando factura al desarrollo socio-económico y, por añadidura, a la convergencia con los países de nuestro entorno.

De hecho, el primero de los índices mencionado en el párrafo anterior, sitúa a España en el puesto número 29, igual que el del Foro, y los otros dos (con casi la mitad de países evaluados) en el número 21 de la clasificación.

La bondad de los índices comentados es la de permitir la comparación relativa con

## 1- COMPARACIÓN INTERNACIONAL

otros países tomando como referencia los indicadores que componen cada índice. Los hay más completos o más específicos que atienden a la preparación del mercado para poner en marchas iniciativas soportadas en Internet, desarrollo del comercio electrónico, disponibilidad de equipamientos y aplicaciones, etc..

los índices no es tanto tratar de desentrañar las causas que decidan las clasificaciones (los propios índices las aportan), como definir las medidas que permitan corregirlas.

Sin embargo, antes de abordar la pluralidad de factores que han ido creando esta

Tabla 1

Desarrollo de la Sociedad de la Información	
posición	Indicadores de España por segmentos
2	<b>Líneas telefónicas por empleado</b>
4	<b>Aplicaciones informáticas sin hilos</b>
14	<b>Coste de la telefonía</b>
19	<b>Servicios del Gobierno en Internet</b>
20	<b>Disponibilidad de capital riesgo</b>
26	<b>Servidores seguros de Internet por habitante</b>
29	<b>Competencia en las telecomunicaciones</b>
48	<b>Percepción de las empresas sobre el esfuerzo del Gobierno en la promoción de las tecnologías</b>
52	<b>Capacidad de las empresas para incorporar nuevas tecnologías</b>
61	<b>Gasto en tecnologías de la información</b>

Fuente: Foro Económico Mundial. Informe global de las Tecnologías de la Información 2002-2003

Como se ha dicho, a pesar de los diferentes indicadores que componen cada índice, lo cierto es que la posición de España en el concierto internacional está demasiado lejos de lo que le correspondería a tenor de variables objetivas como el PIB.

situación, es preciso realizar un pequeño repaso de otros datos estadísticos que son Relevantes para la naturaleza de este estudio y que permiten comprender mejor las preocupantes circunstancias actuales.

La cuestión, a partir de los datos que arrojan

### 1.2 Comparación de Magnitudes Relevantes.

Como ya se ha advertido en páginas precedentes todos los datos que se obtienen en los índices responden a la metodología más adecuada para la finalidad que persiguen. No obstante, la puesta en común de esos datos muestra aristas que es necesario ir limando de acuerdo con la naturaleza de este estudio.

Si los índices permiten apreciar la posición relativa de España respecto al desarrollo de la Sociedad de la Información, las magnitudes relevantes que a continuación se muestran permiten identificar los parámetros más específicos que definen esa posición.

### 1.3 El número de usuarios de Internet.

Quizá sea este uno de los datos conceptualmente más complejos y difíciles de determinar de todos cuantos se mostrarán en el presente estudio.

Según los datos facilitados por la *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)*, en su Estudio General de Medios (EGM), correspondiente a los meses de abril y

mayo de 2004, el número de usuarios de Internet en España alcanzaba la cifra de 12.042.000, es decir, el 33,1% de la población.

Estos datos son de una magnitud semejante a los suministrados por *Internet World Stats*, correspondientes a septiembre de 2004. Según esta fuente en España el número de usuarios de Internet sobre la población es del 34,2%.

Sin embargo, ese mismo porcentaje, lo reflejaba el Instituto Nacional de Estadística (INE) para el segundo trimestre de 2003, elevando ya en esa fecha el número de personas de quince o más años, que habían utilizado Internet en los últimos 3 meses a 12.130.100.

Si se contrasta el dato del INE con el facilitado por AIMC, resultaría que en el período de un año el número de usuarios en España habría descendido en casi 100.000 personas.

Los datos del INE, pero ahora con referencia al segundo trimestre de 2004, indican que el porcentaje de la población de 15 o más años que había utilizado Internet en los 3 meses previos a la encuesta, era el 37,5%, es decir, 13.534.664 personas; aproximadamente 1,5 millones más que el EGM en las mismas fechas.



## 1- COMPARACIÓN INTERNACIONAL

fuentes nacionales y la media europea (UE 25), la distancia es de 8 puntos porcentuales (13 si se adopta el dato más pesimista). La distancia se incrementa a 40 puntos cuando la comparación se establece con Suecia, que presenta un porcentaje de usuarios de Internet próximo al 75%. (Ver tabla 2).

Las vicisitudes sobre el porcentaje de usuarios no concluyen aquí. Aparte del cúmulo de datos que se ciernen sobre la misma magnitud, existe una cuestión conceptual que incide necesariamente sobre la información que facilitan las distintas fuentes. Esta cuestión no es otra que la propia definición de usuario:

Tabla 2

Usuarios de Internet	
país	Porcentaje de usuarios
<b>Suecia</b>	<b>74.6</b>
<b>Holanda</b>	<b>66.5</b>
<b>Dinamarca</b>	<b>62.5</b>
<b>Reino Unido</b>	<b>58.5</b>
<b>Alemania</b>	<b>57.1</b>
<b>Finlandia</b>	<b>50.7</b>
<b>Italia</b>	<b>49.3</b>
<b>Austria</b>	<b>46.5</b>
<b>Estonia</b>	<b>46.0</b>
<b>Letonia</b>	<b>40.4</b>
<b>Francia</b>	<b>38.7</b>
<b>Eslovenia</b>	<b>38.4</b>
<b>Luxemburgo</b>	<b>36.5</b>
<b>Bélgica</b>	<b>36.2</b>
<b>España</b>	<b>34.2</b>
<b>Irlanda</b>	<b>32.8</b>
<b>Malta</b>	<b>31.3</b>
<b>R. Checa</b>	<b>26.4</b>
<b>Eslovaquia</b>	<b>25.6</b>
<b>Polonia</b>	<b>23.5</b>
<b>Chipre</b>	<b>22.1</b>
<b>Lituania</b>	<b>20.2</b>
<b>Portugal</b>	<b>19.2</b>
<b>Hungría</b>	<b>15.8</b>
<b>Grecia</b>	<b>15.3</b>

Fuente: Internet World Stats.

**: ¿pueden tener la categoría de usuarios quiénes hace un uso esporádico de Internet?**

Según los datos del INE para el segundo trimestre de 2003, el porcentaje de usuarios que utilizaban Internet de forma esporádica (una vez al mes o no todos los meses), era del 19,8%, lo que aplicado al número de usuarios que en esa fecha declara el Instituto (12,1 millones), significa que son 9,7 millones los que usan Internet con frecuencia diaria o semanal.

En noviembre de 2002, el Eurobarómetro para la UE 15 reflejaba un porcentaje de usuarios esporádicos del 16%, casi cuatro puntos porcentuales menos que España, lo que acentúa el diferencial de España respecto a la media europea.

La evolución que señala la estadística del INE sobre usuarios ocasionales no es halagüeña. Un año más tarde (segundo trimestre de 2004), el porcentaje de uso eventual había crecido hasta el 22,2%, dos puntos y medio más que en el mismo período de 2003. En consecuencia, el número de usuarios asiduos era de 10,5 millones, es decir, apenas un 1% más que en el mismo período del año anterior.

Desde el punto de vista conceptual y del avance de la Sociedad de la Información cuesta imaginar que operadores y

desarrolladores de aplicaciones y contenidos, acepten la denominación de usuarios para quienes hacen un uso tan esporádico de las posibilidades de la red.

#### 1.4 Hogares con acceso a Internet

Si el número de usuarios presenta serias divergencias según la fuente empleada, el porcentaje de hogares con acceso a Internet también, aunque de una magnitud inferior.

Según el INE en 2003 el porcentaje de hogares con acceso a Internet en España era del 25,2%. La misma fuente cifra en el 30,8% el porcentaje en el 2004, es decir, un millón de viviendas más que en el ejercicio inmediatamente anterior.

Por su parte, los estudios de Ipsos para la UE sitúan el porcentaje de viviendas con acceso a Internet en 2004 en el 28%.

Los datos del INE y de Ipsos parecen de una dimensión semejante, si no fuera porque esos dos puntos porcentuales esconden más de un millón de usuarios de diferencia.

### 1.5 Hogares equipados con ordenador

Si las cifras de usuarios de Internet son confusas, las relativas al porcentaje de hogares con ordenador gozan de bastante unanimidad.

Según el INE, en el año 2004 un 48,1% de los hogares disponían de ordenador, lo que representa un incremento de cinco puntos sobre el ejercicio anterior (43,3%).

El estudio de Ipsos en 2004 para la UE, refleja un porcentaje de ordenadores personales para España de un orden de magnitud similar (49%). Cifra refrendada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en su barómetro de enero del mismo año.

Sin embargo, a pesar del incremento en 5 puntos que registra Ipsos para España respecto a los datos de 2003, la diferencia con la UE 15 (53%) se mantiene en un 4%.

La importancia del ordenador como herramienta de acceso a Internet no plantea dudas.

Así lo pone de relieve la última Encuesta sobre Equipamiento de los Hogares realizada por el INE en el segundo trimestre de 2004. En ella se indica que el 60% de las viviendas con ordenador disponen de

acceso a Internet, es decir, como señala el mismo Instituto, existe un potencial de crecimiento entre las viviendas que disponiendo de ordenador todavía no tienen acceso a Internet de alrededor de 2,6 millones.

Por su parte N-economía a partir del estudio del INE para 2003, concluye que casi el 93% de los hogares que pueden acceder a Internet los hacen a través del PC. Otros dispositivos de acceso están a considerable distancia: ordenador portátil (13,35%), PDA o equipos semejantes (1,29%) y teléfono móvil (6,59%).

Especialmente significativa sigue siendo la distancia del índice de convergencia con la UE en cuanto a dispositivos portátiles por 100 habitantes que AETIC sitúa en 2003 en un 54,8%. Mientras que el de PDA es del 97,6% y el de móviles activos es del 85,5%.

### 1.6 Líneas telefónicas por 100 hab. % de viviendas con teléfono fijo.

Las comparaciones sobre líneas telefónicas por cada 100 habitantes ponen de relieve un diferencial con la UE digno de ser tenido en cuenta.

Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) casi 6 puntos

## 1- COMPARACIÓN INTERNACIONAL

porcentuales separaban a España en 2003 de la media de la UE 25. La diferencia se incrementa hasta 13 si la comparación se establece con la UE 15.

Por otra parte, si se toman en consideración los hogares que disponen de telefonía fija, España se encuentra en la media de la UE 15, es decir, alrededor del 82%, según el estudio de Ipsos en 2004 para la Comisión Europea.

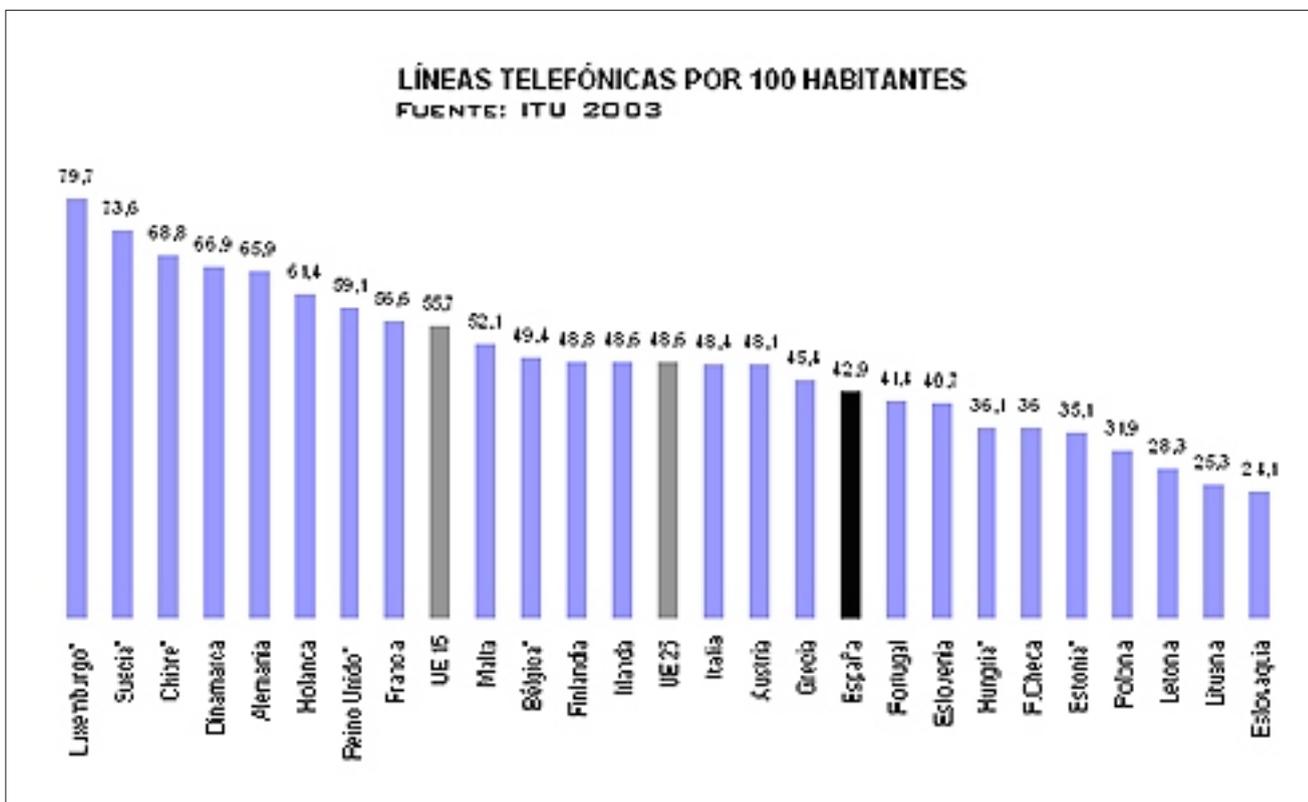
Una vez más aparecen diferencias significativas con las fuentes nacionales. La Encuesta del INE sobre Equipamiento de los Hogares establece para 2004 un porcentaje de viviendas con teléfono fijo del 90,1%, dos puntos más que en el ejercicio anterior y nueve por encima de los datos que facilita Ipsos para la UE.

### 1.7 Servidores web de acceso y Servidores web seguros.

Según los datos de Netcraft el número de servidores expresado en relación con la población era 6,6 en 2002 (último dato disponible), muy lejos del 37,9 de la UE.

En 2003, en España, el número de servidores web seguros por cada 100.000 habitantes era de 4,80 (un punto y medio más que en 2002), mientras, en la UE había 9,25 (0,7 más que en el ejercicio anterior). En cualquier caso ratios muy alejados de los que presenta EE.UU (45,50).

La cuestión de los servidores web seguros resulta especialmente trascendente en la medida que, como se verá más adelante, la inseguridad es uno de los principales causas que aducen los ciudadanos para no acceder a Internet.



2 Las diferencias acumuladas

Quizá vistas de modo aislado, como se han apreciado hasta aquí, algunas diferencias pueden parecer relevantes y otras no tanto. Sin embargo, en este capítulo se trata de reunir las más significativas de un modo sistemático.

Este ejercicio permitirá observar de modo acumulado cada uno de los diferenciales que España presenta en relación con sus socios comunitarios.

En paralelo, también se hará el ejercicio de comparar cada magnitud con el país de la UE que presente el mejor índice, ratio o porcentaje.

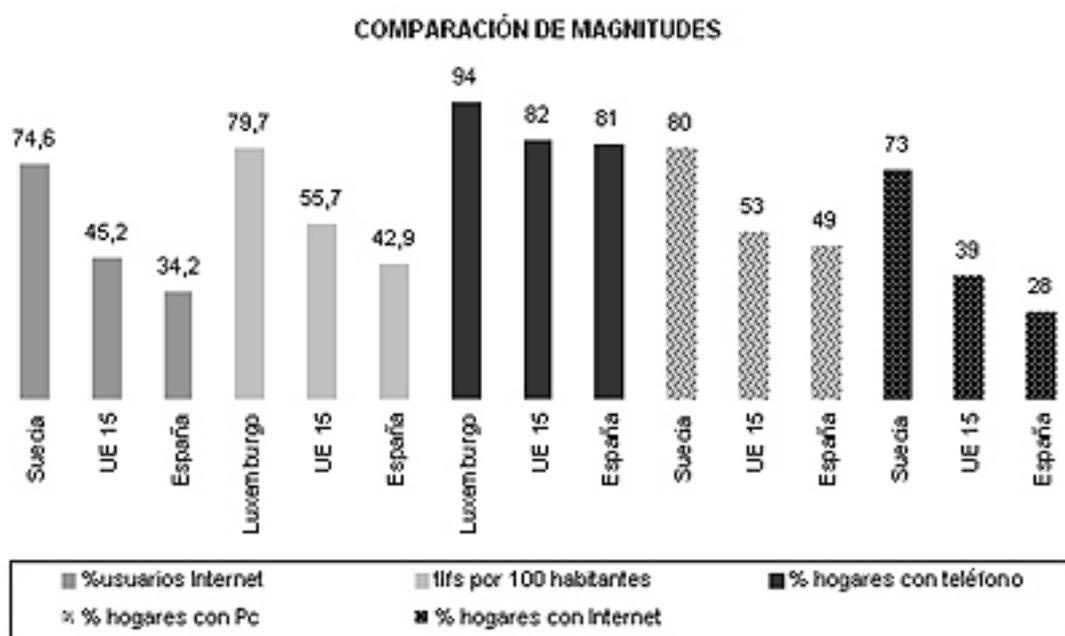
40 puntos separan a España de Suecia en cuanto al porcentaje de usuarios de Internet, 11 respecto a la media de la UE 15.

En relación con los teléfonos por 100 habitantes, la diferencia con Luxemburgo es de 37 puntos porcentuales, 31 si se compara con Suecia. Si se atiende a la media de la UE la diferencia se reduce hasta 13 puntos.

En el porcentaje de hogares con teléfono, la distancia es también de 13 puntos en relación con Luxemburgo (12 respecto a Suecia).

Cuatro son los puntos porcentuales que separan a España de la media de la UE 15 atendiendo al porcentaje de hogares con PC y 31 si la comparación se refiere a Suecia.

Por último, en el porcentaje de hogares con Internet el diferencial es de 11 puntos en relación a la media de la Unión. Con Suecia la diferencia asciende a 45 puntos.

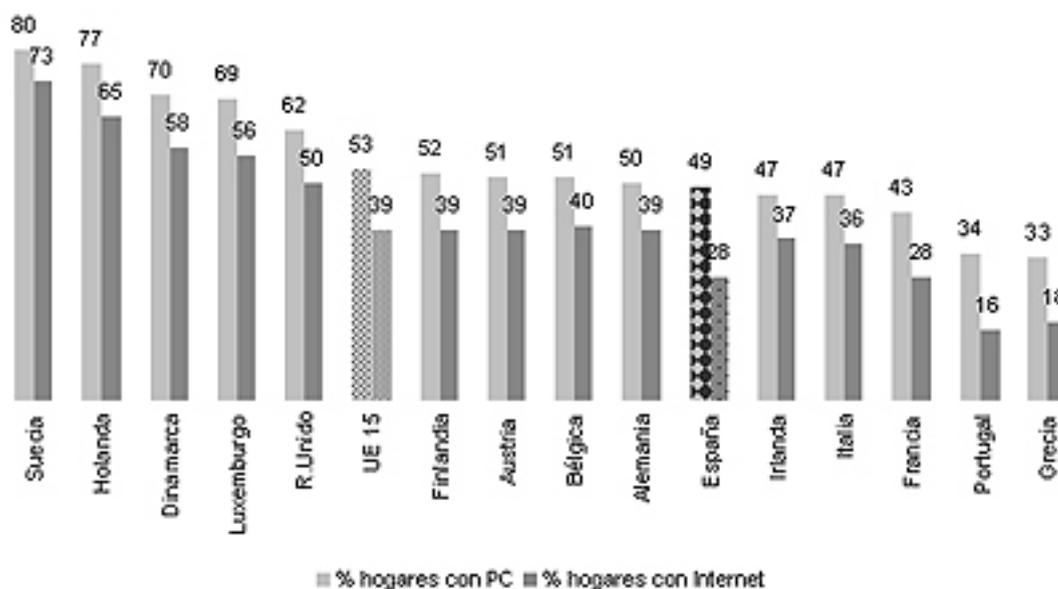


## 2- SINTESIS DE LAS DIFERENCIAS CON LA UE

### 2.1 Otra forma de ver estas diferencias

relación la menor diferencia la ostenta Suecia, sólo siete puntos, situándose en 14 el diferencial entre sendas medias de la UE.

PORCENTAJE DE HOGARES CON PC E INTERNET



Otra forma de apreciar la posición relativa de España en el concierto internacional respecto a la Sociedad de la Información, es comparar la distancia existente en cada país entre los hogares con Pc y los hogares con Internet. Grafico 4: **Fuente: Estudio Ipsos para la UE.)**

Como se puede apreciar, en tanto que el porcentaje de hogares con PC de España se sitúa a 4 puntos de la media de la UE; la diferencia en el porcentaje de hogares con Internet crece hasta los 11 puntos.

En ningún otro país hay una diferencia de 21 puntos entre el porcentaje de hogares con PC y los hogares con Internet. En esta

### 2.2 La banda ancha

Cada vez con más intensidad los servicios y aplicaciones de la Sociedad de la Información exigen accesos de banda ancha que permitan su desarrollo.

Según los datos de la OCDE para 2003, la media de la UE acrecienta su diferencial respecto a España en el número de conexiones de banda ancha por 100 habitantes, al situarse en 4,5 (con un crecimiento de 3,3 puntos respecto a 2002), frente a las 4,2 conexiones de España, que crece en 2,1 puntos sobre el ejercicio precedente.

## 2- SINTESIS DE LAS DIFERENCIAS CON LA UE

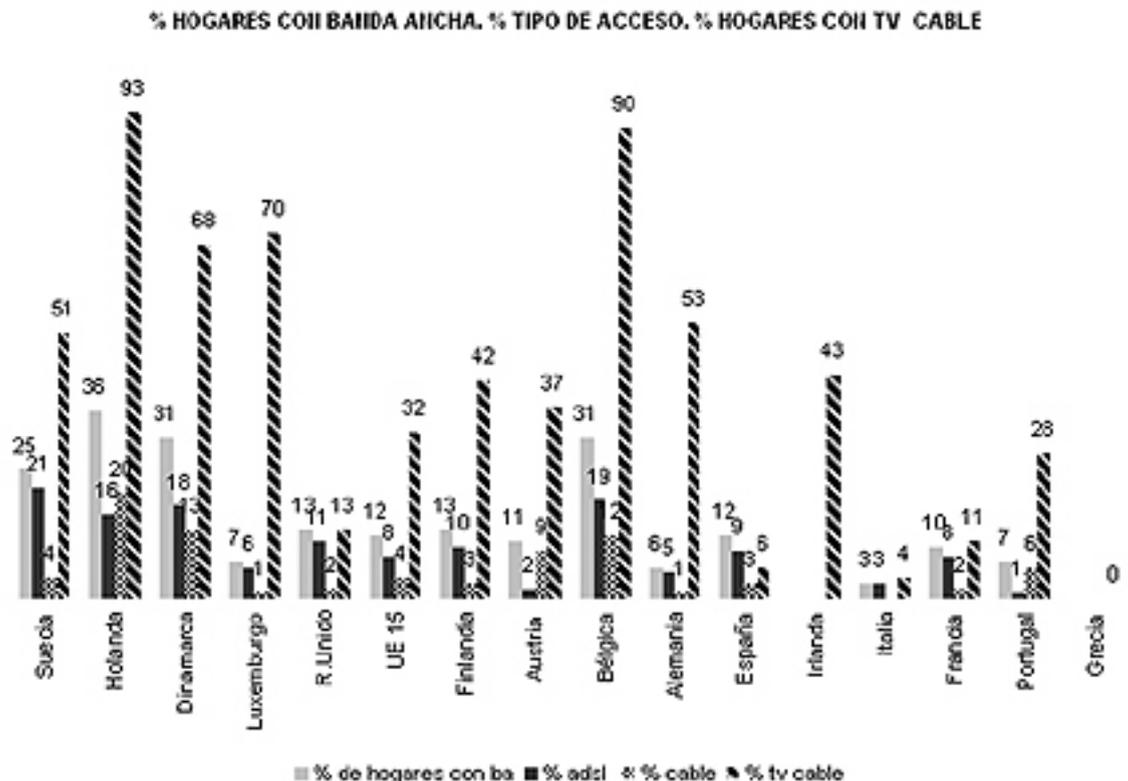
Es decir, que en España, a pesar de la buena acogida que han tenido este tipo de accesos entre los usuarios, el ritmo de crecimiento es más lento que la media de la Unión.

Ese 12% de hogares que disponen de un acceso de banda ancha, representa un 43% sobre el total de hogares que disponen de Internet; es decir, 12 puntos por encima de la media europea.

No obstante, si el dato se analiza en relación con el número de hogares conectados a través de banda ancha, el crecimiento que experimenta España entre 2003 y 2004 es de ocho puntos, hasta situarse en el 12%, en tanto que la media de la UE, se sitúa en el mismo porcentaje, pero con un crecimiento entre ambos ejercicios de siete puntos (Ipsos).

El acceso DSL es mayoritario en todos los países a excepción de Holanda, Austria y Portugal, donde domina el cable, aunque en porcentajes muy inferiores al de hogares con televisión por cable.

**En España, el ADSL representa casi un 75% de las conexiones de banda ancha.**



### 2.3 Las empresas y las tecnologías de la información y la comunicación

Si en el sector residencial se manifiestan diferencias significativas en relación con la Unión Europea, en el ámbito empresarial éstas se intensifican presentando un panorama ciertamente preocupante.

Baste referir cuatro parámetros para evidenciar que la convergencia con la UE está lejos de alcanzarse.

Según AETIC en 2003, el porcentaje de empresas que en España disponían de sitio web propio era del 33%, (el INE eleva este porcentaje al 45) frente al 75% de la UE. De ello se deriva un coste de oportunidad en relación con las empresas con presencia en la red y una estructura menos competitiva.

El mismo estudio indica que el número de empresas españolas que realizaron ventas a través de Internet fue del 6% en 2003. La media de la UE en este período se situó en el 38%.

El 21% de las empresas españolas, según la misma fuente, compraron algún tipo de producto a través de Internet, frente al 50% de media de la UE.

España se sitúa ocho puntos por debajo (86,5%) de la media europea en relación

con la utilización del Pc en las empresas.

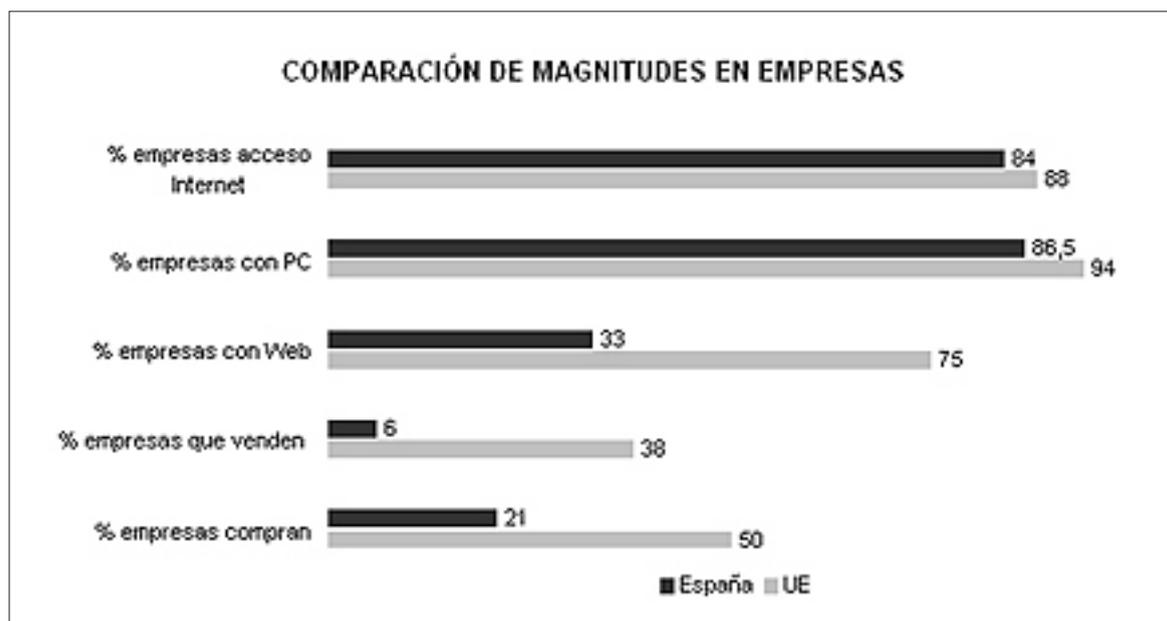
Aunque alguno de los índices que se recogen en el siguiente gráfico nos aproximan a la media de la UE, es preciso realizar algunas puntualizaciones.

Así, por ejemplo, en referencia a las empresas con acceso a Internet hay que tener en cuenta que en España las empresas con menos de 10 asalariados representan el 94% del tejido empresarial.

Según los datos de AETIC, el acceso a Internet era en 2003 del 69% en las empresas con menos de 3 trabajadores (15 puntos menos que la media de España); ese porcentaje se incrementaba hasta el 75% en las de 3 a 5 trabajadores y alcanzaba el 80% en aquellas que tenían entre 6 y 9.

Algo parecido debe ocurrir con la integración del Pc en las empresas a juzgar por los datos que facilitan los diferentes observatorios sobre la Sociedad de la Información de las diferentes comunidades autónomas.

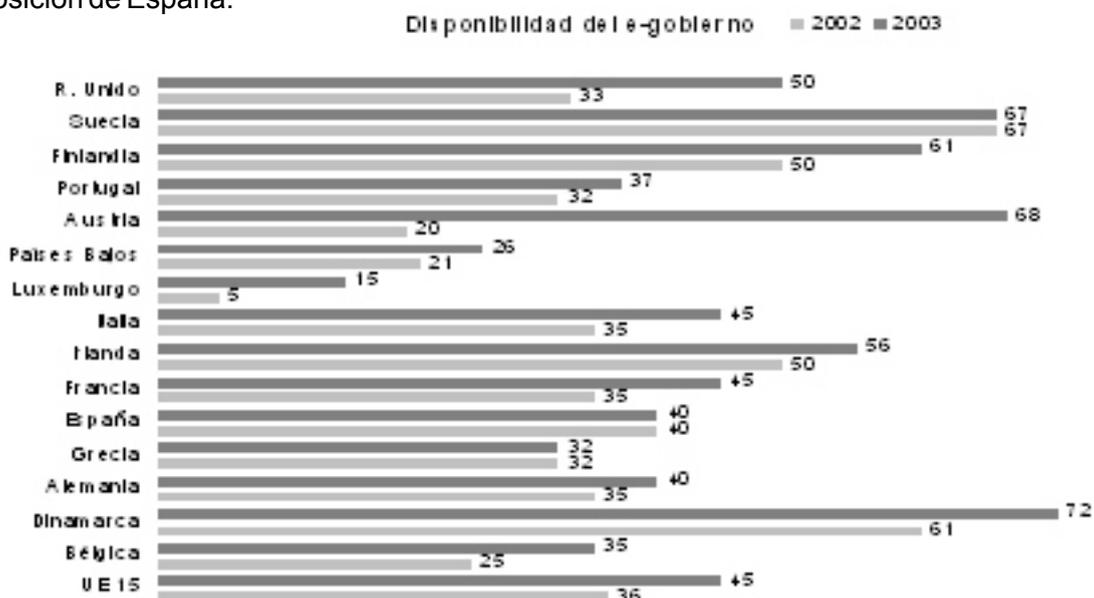
GRAFICO 6: Fuente: Elaboración propia a partir datos de AETIC 2003 e Informe del INE sobre España en la Ue 25. (Siguiendo página)



### 2.4 La Administración en la Red

En este estudio se ha optado inicialmente, por obviar los valores ofrecidos por CGEY sobre el Grado de Sofisticación y disponibilidad de los 20 servicios básicos definidos por el programa Europa 2005 de la Comisión Europea ya que, la propia fuente advierte que la existencia de un error metodológico ha podido infravalorar la posición de España.

A pesar de lo dicho, es preciso, hacer mención a los datos facilitados por Eurostat sobre la evolución del e-gobierno en la UE. Según lo mismos, la media de la UE evolucionó en 9 puntos porcentuales en el ejercicio 2003 respecto al año anterior. Frente a este porcentaje, España, permaneció estabilizada en el 40%, es decir, 5 puntos por debajo de la media de la UE.

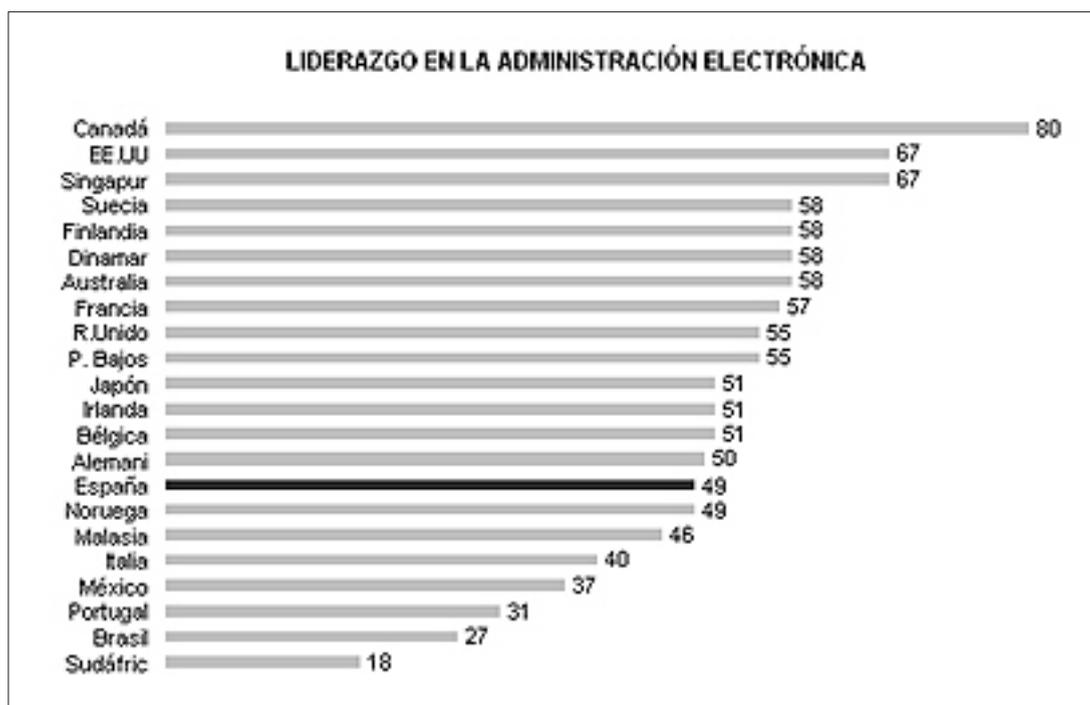


## 2- SINTESIS DE LAS DIFERENCIAS CON LA UE

Realizadas estas salvedades, se ha preferido recurrir a la puntuación que otorga Accenture sobre el Liderazgo en la Administración Electrónica en 2004. Estos datos han sido extraídos del Informe sobre la *Sociedad de la Información en España* publicado por Telefónica de España.

España se sitúa por delante de Italia, Portugal y Grecia (que no aparece en la clasificación).

Por otra parte, los datos del Eurobarómetro sobre la evolución del porcentaje de "internautas" que hace uso de los distintos servicios de la Administración Electrónica,



**Fuente: Accenture. Junio de 2004 (extraído del Informe sobre la Sociedad de la Información en España de Telefónica).**

Pueden ayudar a comprender la importancia de la administración como motor para el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Según los datos de Accenture, España se encuentra a 31 puntos de diferencia de Canadá, a 29 de Suecia (primer Estado de la UE que aparece en la clasificación y que, como se recordará, mantiene ratios de liderazgo en casi todos los parámetros que componen la Sociedad de la Información).

En 2002, el número de usuarios de Internet que en España visitaba páginas Web de la administración, se situaba en el 47,2%, dos décimas menos que al inicio del ejercicio precedente. Este retroceso, aunque más acusado, también se manifiesta en la media de UE 15 que pasa del 54,6% al 52%.

De modo contradictorio, a pesar del descenso en el número de visitantes de las web de la administración, el Eurobarómetro, señala para España un incremento de 2,2 puntos porcentuales en el porcentaje de usuarios de Internet que buscan información en las páginas web de la administración, hasta situarlo en el 42% a finales de 2002. Más consecuente con la reducción en el número de visitas es el descenso que registra la media europea en el porcentaje de usuarios que buscan información en las web de la administración, que se sitúa en el 38% (6 puntos menos que a inicios de 2001).

En 2003 los datos de Eurostat para España reflejan que sólo habían encontrado información el 19,5% de los particulares. La media de la UE 15 en este apartado no es mucho mejor (21%). Los países nórdicos vuelven a destacar, con porcentajes que oscilan entre el 38,5% de Finlandia y el 41% de Suecia.

La media europea crece hasta el 44% cuando se trata de empresas que encuentran información en las páginas web de los poderes públicos. España, en este parámetro se sitúa cuatro puntos por debajo. Finlandia y Suecia rondan el 85%.

La interactividad, clave de una administración electrónica digna de tal nombre, ha sido evaluada por el

Eurobarómetro, aunque sea de un modo incipiente, a través del porcentaje de usuarios de Internet que envían correo electrónico a la administración o formularios por la red.

En ambas evaluaciones, España pierde terreno respecto a la UE 15. Entre finales del 2000 y del 2001, en España, el porcentaje de usuarios que enviaron un formulario a través de la red creció un 7%, hasta alcanzar el 17%. El crecimiento experimentado en la UE en el mismo período es de 19 puntos porcentuales hasta lograr el 29%.

Los datos de Eurostat para 2003 señalan que en España, el porcentaje de empresas que envían formularios a la administración es del 26%, 3 puntos por encima de la media de la UE 15. Si bien es cierto que las estadísticas que se comentan no disponen de los datos de Dinamarca y Francia.

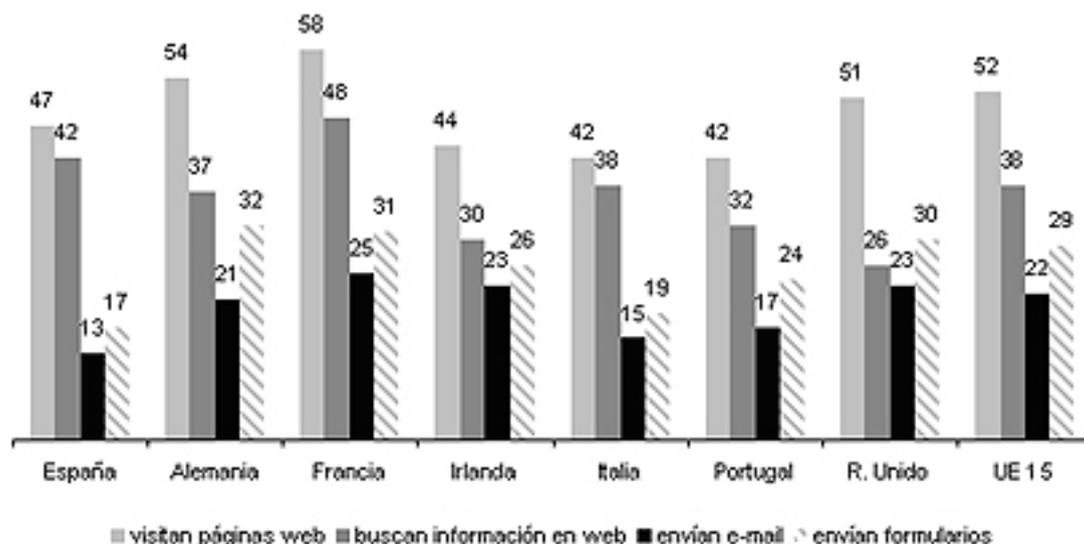
El mismo estudio indica que España se encuentra en la media de la UE 15 en relación con los ciudadanos que envían formularios a la administración (6%), once puntos menos de los que registraba el Eurobarómetro a finales de 2001.

En cuanto al correo electrónico, aunque España mostraba un mayor incremento, casi 3 puntos, hasta alcanzar un porcentaje del 13% a finales de 2001, la media de la UE

se situaba en el 22%, estancándose respecto al año 2000.

**Fuente: Flash Eurobarómetro.  
 Noviembre 2002**

**ACTUACIONES DE INTERNAUTAS ANTE LA ADMINISTRACIÓN**



### 2.5 Internet en la Educación

Los últimos datos disponibles recogidos por AETIC en su informe Métrica de la Sociedad de la Información se hacen eco del Eurobarómetro de 2002.

En términos generales se pone de manifiesto un buen comportamiento de España en las tres medidas que se evalúan en relación con la media comunitaria.

En España, el porcentaje de centros con acceso a Internet es del 94%, un punto más que la media de la UE. Si bien hay que señalar que el porcentaje nacional permanece invariable desde el ejercicio anterior, en tanto que la media comunitaria creció en 5 puntos entre 2000 y 2001.

Entre los centros conectados el 43% lo hacía a través de ADSL y el 2% vía cable modem, frente al 19% y al 6% de la UE, respectivamente. También en este ámbito se pone de manifiesto el mayor dinamismo de la tecnología ADSL.

El número de ordenadores por cada 100 alumnos se situaba en España en el 12,2% frente a los 10,8% de la media comunitaria. Si se trata del porcentaje de ordenadores con acceso a Internet, el entonces Ministerio de Ciencia y Tecnología, lo fijaba en el 7,3%, un punto más que la media de la UE.

Solo en el porcentaje de docentes con acceso a Internet en clase, España, con el 29% tiene un peor comportamiento que la media comunitaria (46%).

### 2.6 El comercio electrónico

El comercio electrónico como canal complementario de los sistemas de comercialización tradicionales posee, al menos en España un amplio potencial de crecimiento.

Año a año se produce un incremento paulatino del número de usuarios que hace uso de este canal de compra.

Sin embargo, las magnitudes que expresan los datos de las diferentes fuentes son especialmente significativas. Tanto que parece que se habla de distintos conceptos.

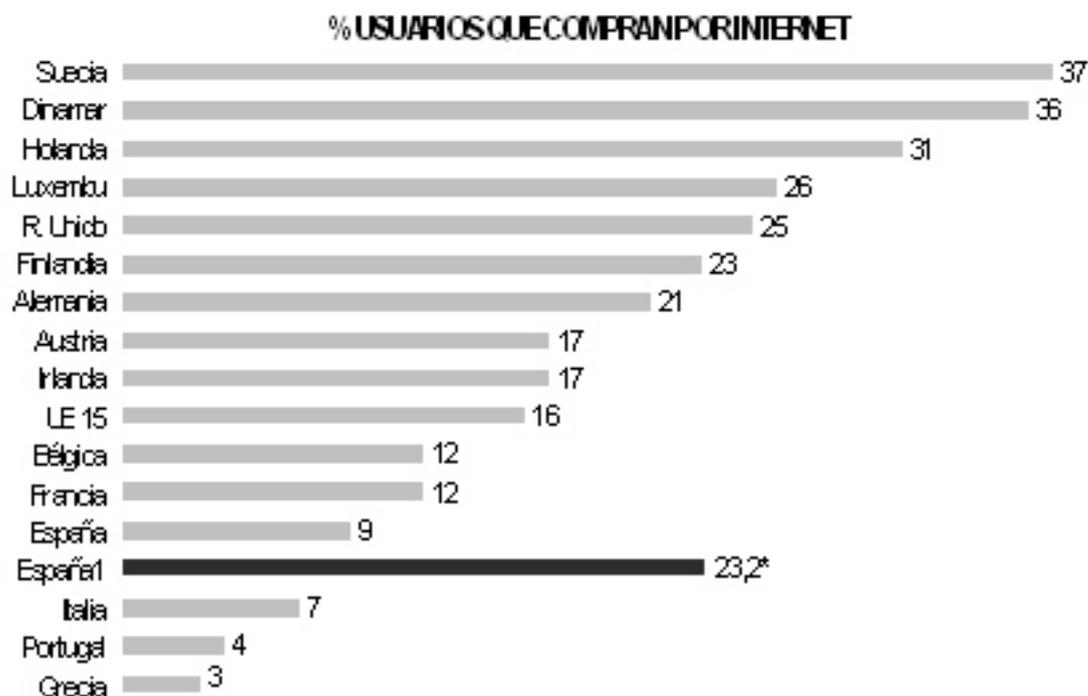
Según los datos del Eurobarómetro de marzo de 2004 para la UE 15, el porcentaje de usuarios de Internet que compran a través de la red es del 16%. La misma fuente sitúa a España siete puntos por debajo de la media comunitaria (9%), a 28 puntos porcentuales de Suecia, país que, una vez más, hace gala de un gran dinamismo.

Sin embargo, los datos de mayo de 2004 de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE), eleva el porcentaje de internautas compradores hasta el 23%, es decir, 14 puntos más que el estudio de la Comisión Europea, siete puntos por encima

de la media comunitaria.

Un orden de magnitud similar al registrado en la Encuesta del INE sobre equipamiento y usos de las tecnologías de la Información en los hogares, correspondiente al segundo trimestre del año de referencia. El citado estudio aporta porcentajes de usuarios que han efectuado compras del 5% de la población adulta, al que se puede agregar un 3,7% más que con anterioridad a los 3 meses previos a la realización de la encuesta, también las realizaron. Son resultados obtenidos sobre la población general. Si se halla el porcentaje que representan los 3,1 millones de compradores a través de Internet, sobre el total de usuarios de la red, se verificaría el dato ofrecido por AECE, similitud, por otra parte normal atendiendo al génesis de la encuesta del INE que se realiza en colaboración con la citada asociación.

No deja de resultar llamativo que a pesar de la multitud de barreras que señalan los internautas para no comprar por la red (entre ellas la de la seguridad), que a pesar de la distancia que separa a España de otros países sobre el recurso a la venta a distancia y que a pesar del diferencial con la UE respecto al porcentaje de empresas que venden por Internet, sin embargo, algunas encuestas den porcentajes tan altos de usuarios que compran a través de la red.



**Fuente: Eurobarómetro. Marzo 2004. \* AECE. Mayo 2004.**

Las discrepancias también alcanzan al gasto medio por usuario y año. Así mientras el estudio de AECE lo cifra en 554 euros, N-economía lo reduce en 78 euros (476).

La aportación de datos de la CMT, en su Informe anual 2003, se suman a la confusión. Según la CMT, en 2003 los ingresos por comercio electrónico de los proveedores de servicios se redujeron en un 1% respecto a 2002, hasta situarse en el 0,7%. En claro contraste con este descenso el estudio de la AECE registra un incremento porcentual para los mismos ejercicios del 24%.

Es verdad que los ingresos por comercio

Electrónico de los proveedores de servicios no engloban a la totalidad de prestadores que venden a través de la red, pero en cualquier caso la evolución es de signo radicalmente diferente en una y otra fuente.

Para concluir este epígrafe, indicar que el porcentaje de ventas por comercio electrónico en España en 2003 alcanzaba el 0,3%, situándose a 0,8 puntos de la media de la UE 15, sólo una décima por delante de Grecia, el peor de la Unión.

### 3 Las causas de las diferencias

Parece evidente que el retraso español en el desarrollo de la Sociedad de la Información no es atribuible exclusivamente a un factor, más bien, es la suma de varios que se dan cita simultáneamente.

No obstante, para procurar un análisis sistemático de las mismas, se dividirán estas causas en dos bloques.

Uno que englobará las "razones subjetivas", aquellas que alegan los usuarios para no disponer de un determinado servicio o equipamiento. En la medida de lo posible estas razones se compararán con las que reflejan los estudios sobre otros países, lo que permitirá, en principio, otorgarle el peso que realmente le corresponde a cada uno de esos motivos.

El segundo bloque recogerá las "razones estructurales" que, asimismo, pudieran justificar la diferencia. Inevitablemente a la hora de abordar este apartado se recordará, en algunas ocasiones, los datos sobre magnitudes que ya se han visto en los capítulos anteriores.

#### 3.1 Razones subjetivas para la diferencia

Interesa en este epígrafe discernir los motivos que justifican las decisiones de los

usuarios españoles en relación, al menos, con las siguientes materias: usar Internet, disponer de Pc u otro ordenador, realizar compras por Internet o contactar con la administración.

#### 3.1.1 Motivos para no usar o disponer de internet en el hogar

Las distintas fuentes identifican dos grandes grupos de motivos: la falta de equipo o conocimientos necesarios y el desinterés o la no necesidad de disponer de él. Con un rango menor pueden aparecer otras respuestas.

Sin embargo, en algunos de estos motivos se aprecian grandes diferencias entre los datos aportados por los diferentes estudios, como se verá a continuación.

El estudio del INE de 2003 otorga a la inexistencia de equipos adecuados un porcentaje del 39,87% y a la falta de conocimiento para usar Internet, el 25,27%.

Por su parte, Ipsos, en su informe para la Comisión Europea comparte el porcentaje sobre el equipamiento inadecuado (40%), que, por cierto, en 2004, aumenta su peso específico hasta el 41%; pero en relación con la falta de conocimiento para usar Internet, registra 15 puntos porcentuales más que el INE, otorgándole un ratio del 40%, que, rebaja en 2004 hasta el 37%.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

El acceso desde otro lugar es motivo para no disponer de Internet en el hogar para el 11,88%, según los datos del INE, porcentaje similar al que aporta Ipsos (10%).

En cuanto al coste, el INE registra un peso relativo del 18,2%, ocho puntos más del que registra Ipsos en 2003, aunque según este instituto, en 2004, el factor coste suponía un motivo de inhibición para el 13%.

La falta de interés, necesidad o desconocimiento, resulta un motivo de gran relevancia que alegan el 67,85% de los usuarios, según los datos del INE. Lamentablemente el estudio de Ipsos carece de un parámetro homologable.

El CIS, en su barómetro de enero de 2004, registra un porcentaje de usuarios que no saben lo que es Internet del 14%, al que se pueden agregar los correspondientes a los usuarios que *no lo necesitan en su vida privada* (28%) y *no me interesa* (26%). Estos tres grupos representan un porcentaje idéntico al que señalaba el INE para las mismas o similares categorías.

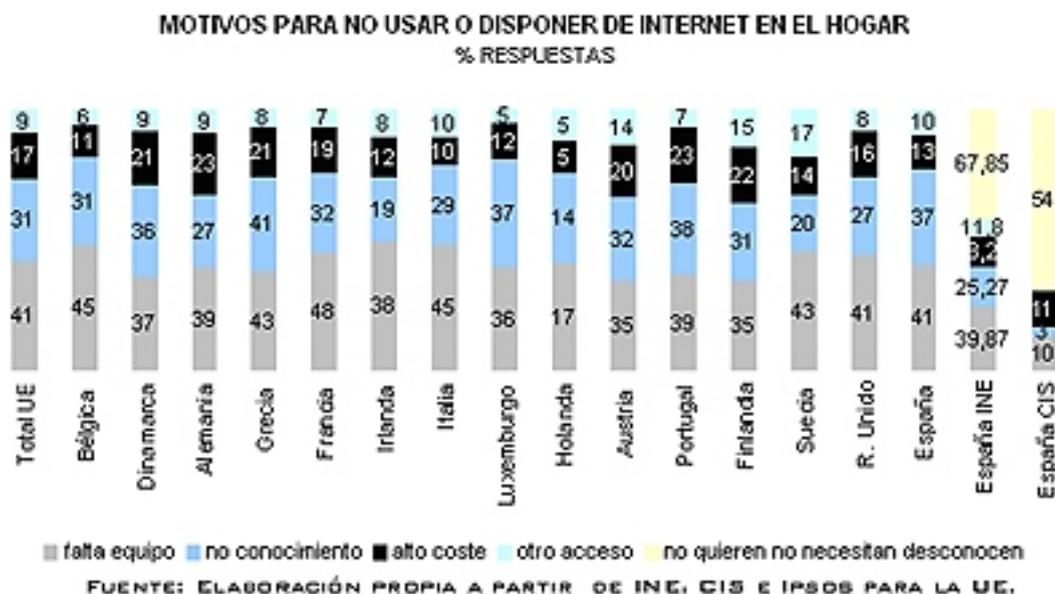
Sin embargo, la falta de conocimientos, que en la encuesta del CIS podría resultar asimilable a la respuesta *no tengo tiempo para aprender* (3%) está muy lejos de los valores del estudio del INE y de Ipsos.

Con todo, una de las respuestas que presenta un mayor grado de divergencia es el referido al equipo necesario que el barómetro del CIS sitúa en un porcentaje del 10%, es decir, 30 puntos menos que el INE e Ipsos.

Profundiza la encuesta de CIS en las razones principales que alegan los ciudadanos para no disponer de un Pc en el hogar. La percepción de que no es necesario reúne el 28% de las respuestas, un 23% contesta que no le interesa la informática, son caros para el 19% y no saben utilizarlos el 14%.

La carestía para no disponer de Internet agrupa un 11% de las respuestas en el estudio del CIS, frente al 13% de Ipsos o el 18% del INE.

En resumen, los principales motivos de inhibición de los usuarios para usar o disponer de Internet son: la falta de interés, la falta de equipo y la falta de conocimiento. Ahora bien, estos motivos, lo son en un orden de magnitud próximo al de otros países de la UE con un mayor desarrollo de la Sociedad de la Información.



**PRINCIPALES MOTIVOS PARA NO DISPONER DE Pc EN EL HOGAR**  
 % RESPUESTAS



**3.1.2 Motivos para no usar Internet Y PC en la empresa**

Los datos del estudio de AETIC para 2003 revelan una cierta similitud respecto a los principales motivos que alegan las empresas para no utilizar Internet y el Pc.

La primordial de estas causas es la falta de percepción de beneficios, 69% en el caso de Internet, mientras que en el Pc se eleva al 74%, es decir, cinco puntos porcentuales más.

**El coste o la falta de recursos técnicos supone el 3% de las respuestas para Internet (igual que el coste de conexión),**

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

alcanzando el 18%, cuando se pregunta sobre los motivos para no usar Pc.

Por último, entre los principales motivos, también destaca la formación / adecuación de los empleados en porcentajes muy parecidos, 6% Internet, 8% Pc.

La calidad en la conexión (4%), la inseguridad (1%) o la pérdida de tiempo (3%), son otras de las razones que se aducen en el estudio para no usar Internet.

En el caso del Pc, un 16% de las empresas declaran disponer de sistemas informáticos externalizados.

Parece evidente que la informática representa una barrera mayor para las empresas que el propio acceso a Internet, con el consiguiente grado de influencia que esto pueda tener en el uso de la red.

#### 3.1.3 Motivos para no usar tecnologías de la información en la Administración

Según el estudio de IDC 2004 los motivos de inhibición para el uso de las tecnologías de la información presentan valores muy diferentes en función del tipo de administración considerado.

En la Administración General del Estado, por ejemplo, con porcentajes prácticamente idénticos (28%) se señalan, sobre todo, la falta de personal adecuado,

la falta de apoyo político y la resistencia interna al cambio.

Por su parte, en la Administración local, cobra un peso muy destacado el capítulo de las limitaciones presupuestarias, aproximadamente un 70%. Situándose casi a 57 puntos de diferencia la segunda causa alegada: falta de personal adecuado.

Por orden de preferencia, en las autonomías, aparece como primera causa las limitaciones presupuestarias (38%), le sigue la resistencia interna al cambio (25%), la falta de personal adecuado (19%) y la falta de apoyo político (13%).

El desconocimiento no es representativo en ninguno de los niveles de la administración. Como tampoco es significativo, en las administraciones locales, la resistencia interna al cambio o la falta de apoyo político.

Por otra parte, según los datos del Informe Reina para 2002, el número de terminales con acceso a Internet por cada 100 empleados públicos era de 47 y los buzones de correo electrónico se elevaban a 23.

Las Comunidades Autónomas (Informe IRIA 2002), el porcentaje de empleados públicos con buzones de correo electrónico era de 36 (13 puntos más que en la Administración General del Estado), sin

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

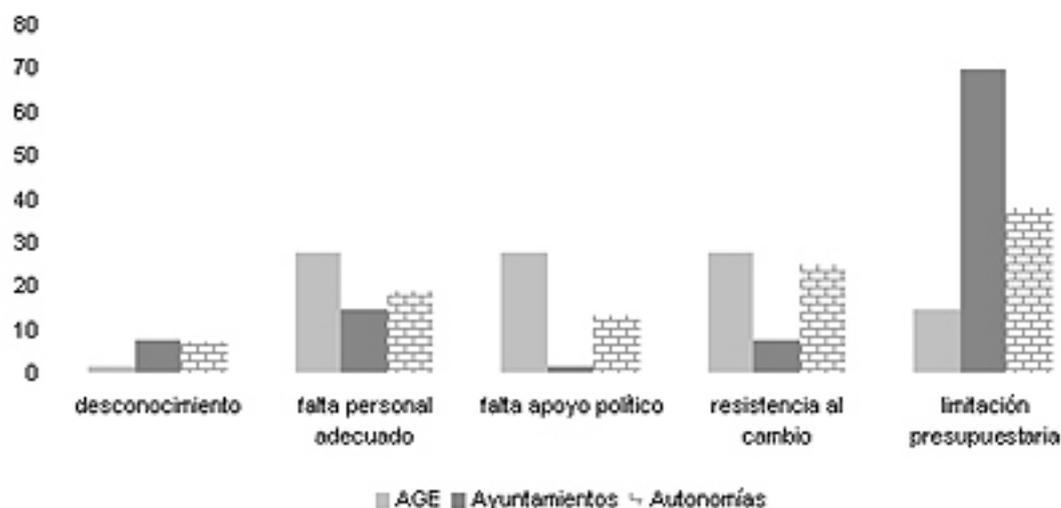
embargo, los terminales con acceso a Internet se situaban en el 25%, 12 puntos menos.

los motivos que impulsan a los internautas a no comprar a través de Internet.

El mismo informe refiere los datos relativos a la Administración local, que es con diferencia la que peores ratios presenta: 21% de buzones y 18% de terminales con acceso a Internet.

Entre ellos, de manera destacada, se citan la desconfianza en el sistema de pago (19,9%), y la falta de interés, necesidad u oportunidad, que reúne el 17% de las respuestas. El temor a facilitar los datos

MOTIVOS DE INHIBICIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN  
 FUENTE: IDC 2004



En realidad el Informe de IDC establece que las principales causas de inhibición aunque no todas, como se puede apreciar, forman parte de la esfera de lo subjetivo. De hecho, las limitaciones presupuestarias se abordarán en el bloque siguiente.

#### 3.1.4 Motivos para no comprar por Internet

Los datos de AECE en su Estudio sobre Comercio Electrónico B2C de mayo de 2004, reflejan un alto nivel de detalle sobre

personales es mencionado por el 14,2%, la falta de información por el 11% y le gusta comprar en las tiendas o ver el producto al 9,6% y al 9,1% respectivamente.

A partir de ahí, el resto de factores alcanzan porcentajes próximos al 3% (falta de acceso particular, inseguridad, desconfianza en el proveedor, no ofrece ventajas, etc.)

Contrastan algunos de estos datos con los

que facilita el estudio de la Comisión Europea realizado entre los internautas que no compran.

Según este estudio la necesidad de ver el producto es mencionada por el 68%, le gusta ir a la tienda al 55%, la ausencia de contacto personal es citada por el 44% y el servicio post-venta por el 27%.

También llama poderosamente la atención el escaso porcentaje de respuestas que, en el estudio de AECE, citan la falta de acceso (aunque sea a nivel particular), sólo el 3,3%. Un porcentaje que ronda el 60% en el estudio de la Comisión Europea.

La misma fuente analiza los aspectos que preocupan a los compradores: la preocupación por la seguridad en los pagos se eleva al 48%, el reembolso en caso de devolución al 38%, la entrega del pedido al 36%, la credibilidad de la información (27%), los derechos del consumidor (23%) y el anonimato del vendedor (16%).

Para cualquiera de las fuentes que se adopte como referencia es evidente que la seguridad en los pagos constituye el elemento de mayor peso que alegan tanto compradores, como no compradores.

De hecho la desconfianza por uno u otros motivos en la encuesta de la AECE agrupa un 50% de las respuestas: desconfianza en el sistema de pagos, desconfianza a dar los datos personales, desconfianza por no ver el producto, inseguridad o desconfianza en

términos generales, desconfianza a la información del proveedor.

A pesar de todos estos criterios que de una u otra forma podrían responder a la sensación de desconfianza, AECE señala que el nivel de satisfacción con las compras realizadas a través de Internet está próximo al 96%.

#### 3.2 Razones objetivas para la diferencia

Al lado de las motivaciones subjetivas que se han comentado en los puntos anteriores, conviene recorrer otras de naturaleza más objetiva que pueden contribuir a explicar las diferencias con los países de nuestro entorno.

##### 3.2.1 Inversión en TIC

La evolución decreciente del gasto en tecnologías de la información, en términos de PIB, en casi todos los países durante el período 2001-2004 es un hecho verificable a través de los datos de Eurostat.

La media de la UE 15 se reduce en ese plazo en 3 décimas de punto, pasando del 3,2% al 2,9%.

España sigue la tendencia de la mayor parte de los países a lo largo de ese ciclo y reduce su porcentaje de gasto

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

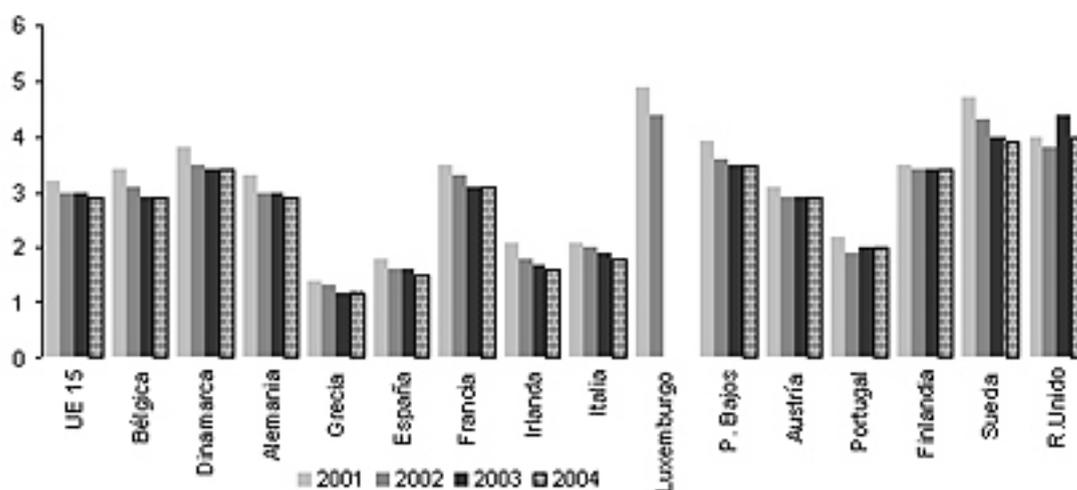
en tecnologías de la información en el mismo grado que la media de la UE.

No obstante, aunque la evolución del gasto haya seguido la pauta de otros países y de la media europea, no es posible obviar que España presenta uno de los más bajos porcentajes de gasto en tecnologías de la información, en términos de PIB, 1,5% en

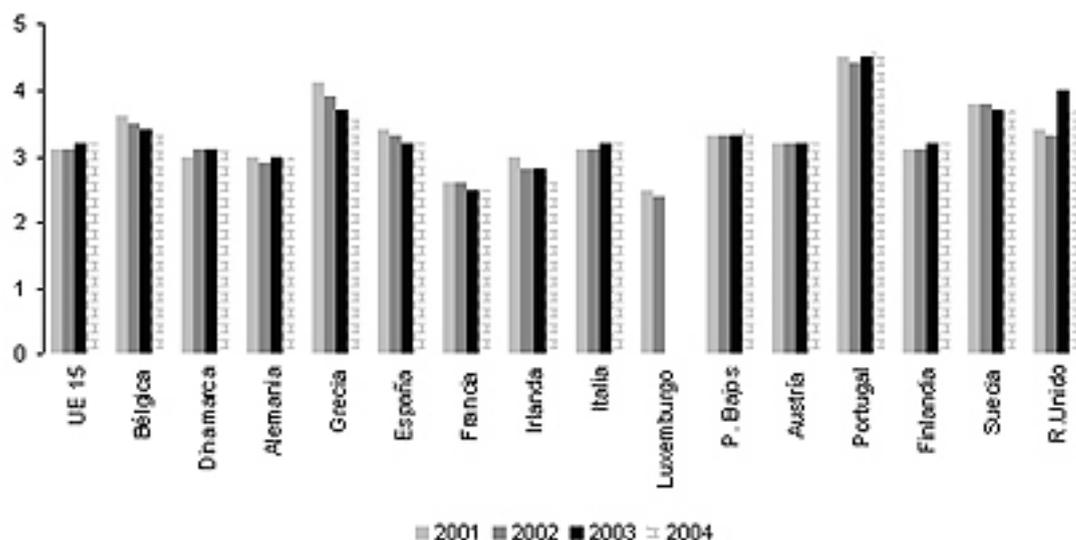
2004. Tan sólo Grecia con el 1,2% tiene peor comportamiento en la Europa de los quince.

Por el contrario, el gasto en tecnologías de la comunicación en porcentaje del PIB, es en España del mismo rango que la media de la UE 15, es decir, un 3,2% en 2004.

GASTO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN PORCENTAJE DE PIB  
 FUENTE: EUROSTAT



GASTO EN TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN PORCENTAJE DE PIB  
 FUENTE: EUROSTAT



### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Sin embargo, en esta ocasión, mientras la media europea crece una décima de punto en el período 2001-2004, el porcentaje de España decrece en dos décimas.

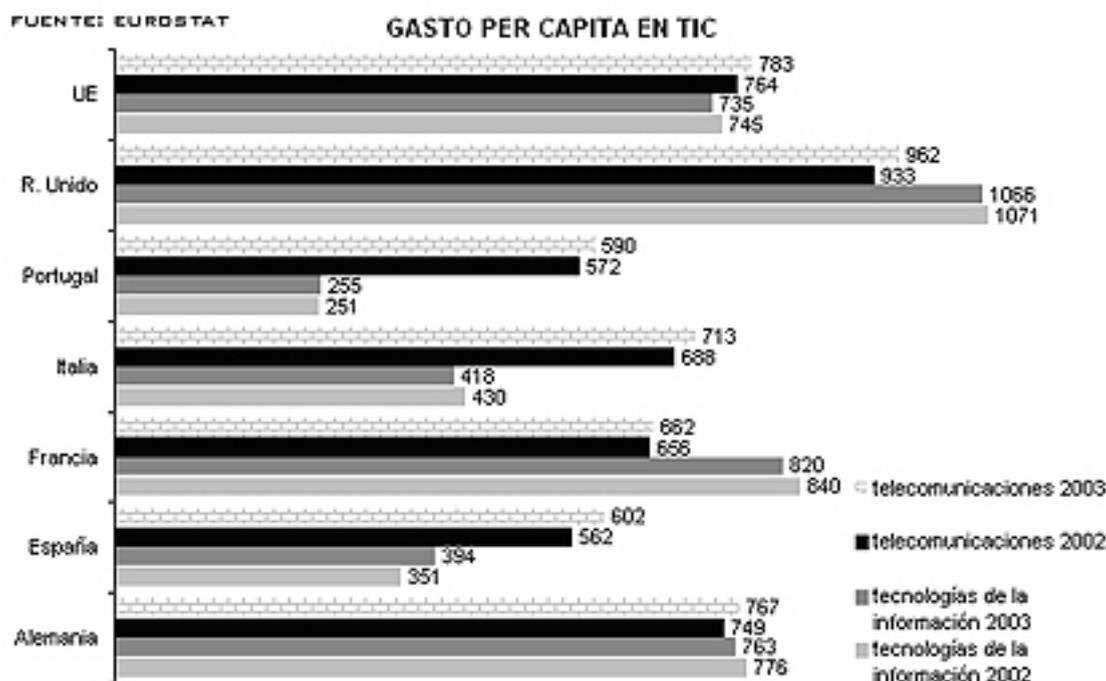
Así pues, España mantiene un retraso acusado en el sector de las tecnologías de la información (informática), en tanto que el mercado de las telecomunicaciones ocupa una buena posición en el concierto europeo.

En cuanto al gasto per capita en tecnologías de la información, AETIC refiere que España ha alcanzado en 2003 los 394 euros (43 euros más que en el ejercicio anterior). A pesar del incremento en 6 puntos porcentuales en el valor de convergencia con Europa hasta situarse en el 53,6%, lo cierto es que el gasto está 339 euros por debajo de la media comunitaria.

En cuanto a las telecomunicaciones, el valor de convergencia de España respecto a UE 15, se situaba en el 76,9%, lo que representa un gasto per capita de 662 euros frente a los 783 de la UE.

#### 3.2.2 Líneas telefónicas. La teoría de la resignación

Ya se ha comentado en capítulos anteriores que España presenta un diferencial con respecto a la UE en el número de líneas por 100 habitantes (13 puntos respecto a la media de la UE 15; seis, si se toma como referencia la UE 25). La diferencia en cuanto a la tasa de penetración de la telefonía fija en los hogares es de un punto porcentual respecto a la UE 15.



### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Los diferentes informes hablan de una senda levemente decreciente en este valor desde el año 2001, fecha desde la que el número de líneas no crece al mismo ritmo que lo hace la población.

La CMT, por su parte, ha destacado, en los sucesivos informes anuales, el uso generalizado de la telefonía móvil y la madurez del mercado de la telefonía fija, como principales causas del estancamiento en el número de líneas.

El último informe de este organismo, insiste en el mismo razonamiento: "Más allá del impacto que haya tenido el estancamiento del número de líneas y de la generalización del uso de la telefonía móvil, ha sido factor determinante el gran desarrollo de los servicios de banda ancha... A la vista de estos indicadores, se concluye que el mercado de telefonía fija es un mercado maduro, con una demanda que no crece".

La CMT se abona a la teoría de la resignación, más aún la promueve y con ello insiste en establecer un freno al desarrollo de la Sociedad de la Información.

Los altos niveles de convergencia con la UE en cuanto a los dispositivos móviles (pda, teléfonos móviles, consolas, excepto ordenadores portátiles), contrastan con su escaso uso (ya recogido en estas páginas), como equipamiento para acceder a

Internet, 6,5% en el caso del móvil.

Es evidente que si esto ocurre respecto a los hogares y ciudadanos calificables como tecnológicos, aquellos que no lo son, sentirán estos equipamientos como tecnologías muy poco amigables para incorporarse a los grandes servicios de la Sociedad de la Información. Con ello no se pretende señalar que los dispositivos móviles no tengan hueco en el mercado, porque como es notorio muchos servicios y aplicaciones emplean, y emplearán, estos soportes, e incluso son dispositivos que pueden facilitar la aproximación de muchos ciudadanos a los servicios de la Sociedad de la Información.

Desde esta perspectiva resulta absolutamente imprescindible promover fórmulas que mejoren el porcentaje de líneas por cada 100 habitantes, acercándose a la media europea.

Esta infraestructura es necesaria para que más ciudadanos acceden, o puedan acceder, a otros servicios de la Sociedad de la Información a través de la comercialización que efectúan los diferentes operadores.

Incrementar el número de líneas pasa inevitablemente por permitir que los diferentes operadores faciliten la penetración generando ofertas que

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

reduzcan los costes iniciales de alta, mediante las ofertas comerciales que consideren pertinentes. En consecuencia, en este terreno, como en otros que se analizarán más adelante, la regulación debe crear un marco más flexible que no atienda tanto hacia los intereses de los diferentes operadores, sino más bien, hacia los usuarios y la satisfacción de sus necesidades.

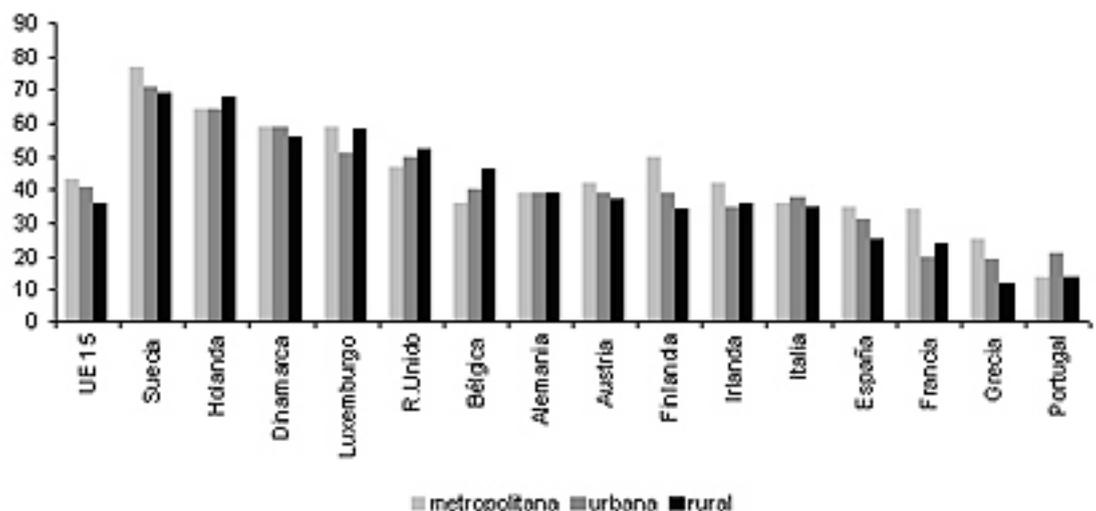
La comparación con los países que integran la UE 15 ponen de manifiesto, en relación con las viviendas con acceso a Internet en la zona rural una distancia de 11 respecto a la media comunitaria. Ciertamente se trata de un diferencial semejante al que existe respecto a las zonas urbanas (10 puntos) y que es sólo 3 puntos superior al que España presenta en los ámbitos metropolitanos.

En este mismo ámbito del crecimiento del número de líneas por cada 100 habitantes y de garantizar el acceso a Internet en banda ancha, resulta asimismo imprescindible proveer las soluciones que permitan el acceso de las zonas rurales cuyo modelo de acceso a la telefonía fija se basa en la actualidad en el móvil (Telefonía Rural de Acceso Celular, TRAC).

Pero si se observan las diferencias con cada uno de los países de la UE 15, lo cierto es que la incorporación de ciudadanos a la Sociedad de la Información en las zonas rurales está bastante distante del comportamiento de la mayoría de ellos.

VIVIENDAS CON ACCESO A INTERNET SEGÚN ZONAS

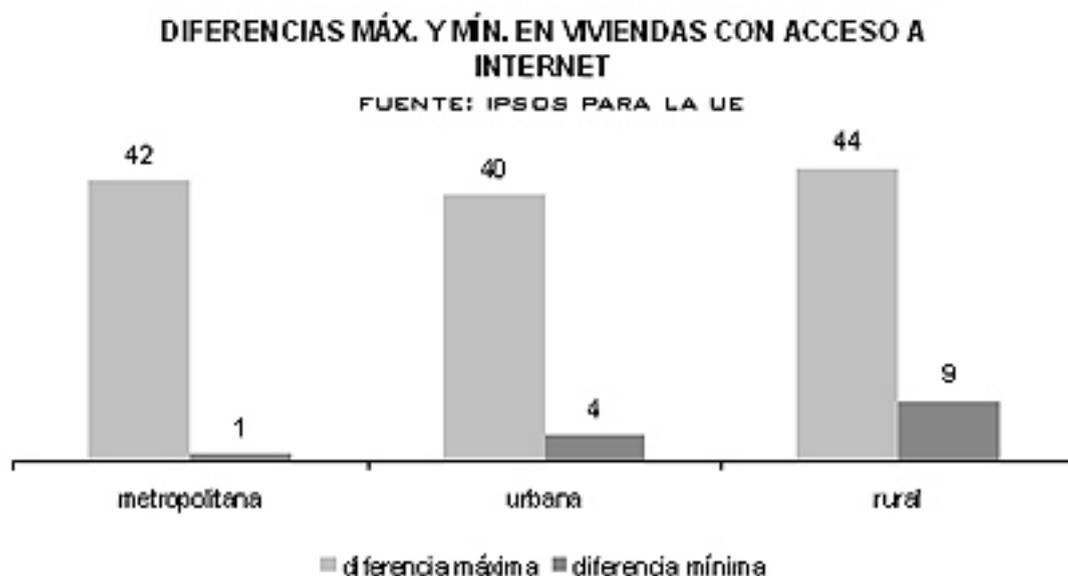
FUENTE: IPSOS PARA LA UE



### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la diferencia porcentual de España se acrecienta en las zonas rurales tanto respecto al país que tiene un mejor comportamiento, como al que inmediatamente le antecede en la clasificación.

comportamiento en las zonas rurales respecto al país que le antecede en la clasificación en cada una de estas categorías.



En relación con Suecia, país con el que España mantiene el máximo diferencial de viviendas con acceso a Internet en cualquiera de las zonas, se aprecia que, en el ámbito rural, la diferencia asciende a los 44 puntos.

Pero en la parte baja de la horquilla, las diferencias oscilan entre 1 punto con Italia en las zonas metropolitanas, hasta los 9 puntos con Finlandia en las zonas rurales, pasando por los 4 con Irlanda en las zonas urbanas. Es decir, España, tiene un peor

#### 3.2.3 Los precios.

Ciertamente ninguna de las encuestas e informes en los que se basa este estudio pone en evidencia que el coste sea un motivo de inhibición para no disponer de Internet en el hogar.

En los datos que se han ido reflejando en este trabajo hay que recordar que los de Ipsos para la UE otorga un valor al factor precio para el caso de España del 10% en

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

2003 y del 13% en el año siguiente. Es decir, seis y cuatro puntos porcentuales menos que la media de la UE 15.

El estudio de Ipsos demuestra un crecimiento del número de personas que alegan la causa del coste y, paralelamente una reducción de las diferencias con la UE en este apartado.

El barómetro de enero de 2004 del CIS, indicaba que del 57% de personas que conocen lo que es Internet, pero no lo usaban, un 11%, señalaban específicamente el coste como factor de inhibición.

Finalmente, la encuesta del INE 2003, reflejaba un porcentaje de respuestas del 18,26% que hacían referencia al coste de la conexión. Es decir, entre siete y ocho puntos más que los dos estudios que se han

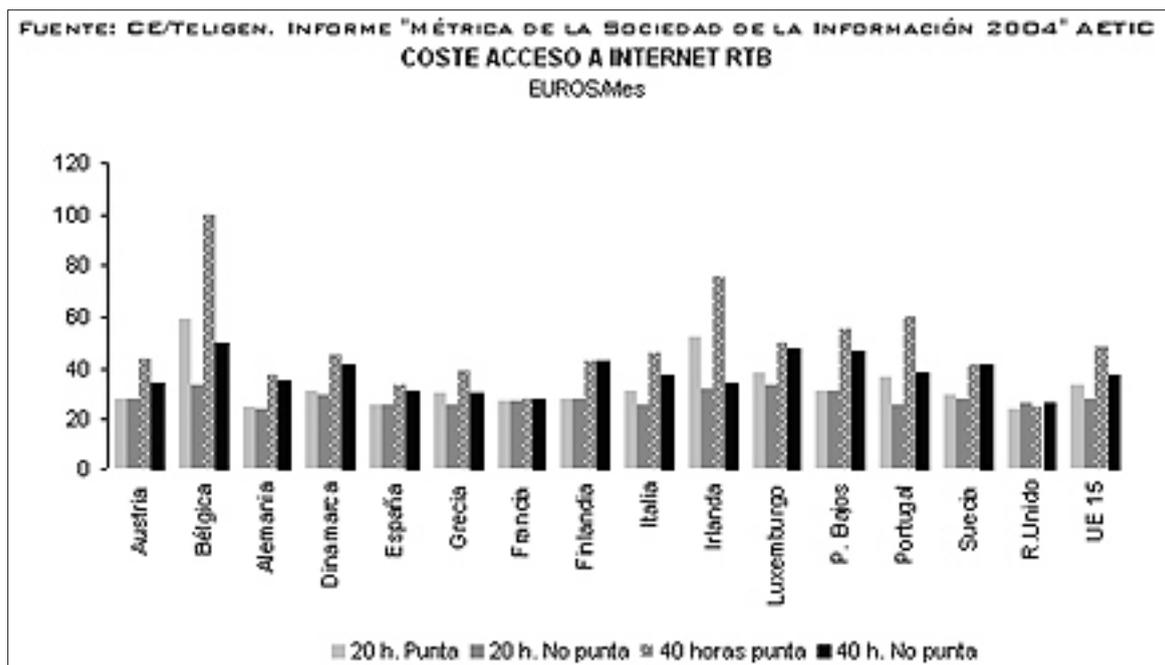
citado con anterioridad.

Sin embargo, este mismo informe atribuía valores muy por encima de la media nacional a Cataluña (31,75%), Ceuta (36,67%), Melilla (27,45%); y valores ligeramente por encima de la media a Andalucía (21,73%), Canarias (20,29%) y Murcia (22,15%).

Valores alejados de otros motivos considerados principales, como la falta de conocimiento, interés o equipamiento, pero con cierta significación que no debe ser descuidada.

Es preciso mencionar que todas estas encuestas sobre los motivos de inhibición admiten respuestas múltiples.

La Métrica de la Sociedad de la Información recoge el análisis de CE/Teligen sobre el



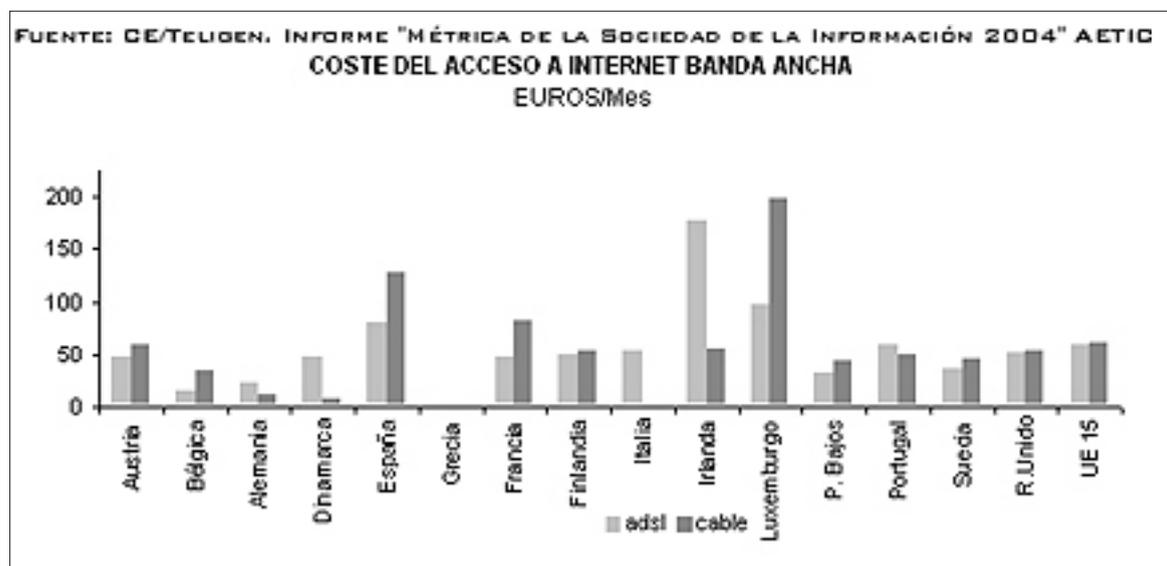
### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

coste de acceso para Internet, tanto a través de la red telefónica conmutada (RTC), como en banda ancha.

Aunque el estudio se remonta a 2003 sirve para contrastar el buen comportamiento de España respecto al precio de la conexión sobre RTC, frente a los negativos efectos que la regulación ha generado en la banda ancha.

tabla 3).

Así, mientras en España la CMT negaba la posibilidad al operador incumbente de lanzar una oferta de banda ancha en función del tiempo de uso (alegando como causa la imposibilidad de réplica por parte de los competidores y no el interés general), en otros países se han ofertado productos que implicaban limitaciones por tiempo o



El estudio de Gaptel de julio de 2004 sobre las ofertas de banda ancha más económicas y las más extendidas en cada país, pone de manifiesto las fórmulas empleadas en cada mercado para estimular la demanda y, con ello, el diferente posicionamiento que adoptan los reguladores. Una vez más se demuestra que la regulación no ha seguido pautas idénticas en todos los países de la Unión, a pesar de lo que durante años han mantenido las autoridades españolas. (Ver

por volumen, reactivando, de este modo la demanda; tal es el caso de Dinamarca, Bélgica, Francia, etc. (Ver tabla 3).

Si de lo que se trata es de que cada vez más usuarios se incorporen a la Sociedad de la Información, los operadores deberán estar en condiciones de ofertar productos que se adecuen a las necesidades de los consumidores.

Por supuesto, que este tipo de ofertas

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

suponen un cambio sobre la cultura imperante de identificar tarifa plana y banda ancha, pero resulta imprescindible que precio y utilidad que cada usuario estima que puede obtener guarden relación directa.

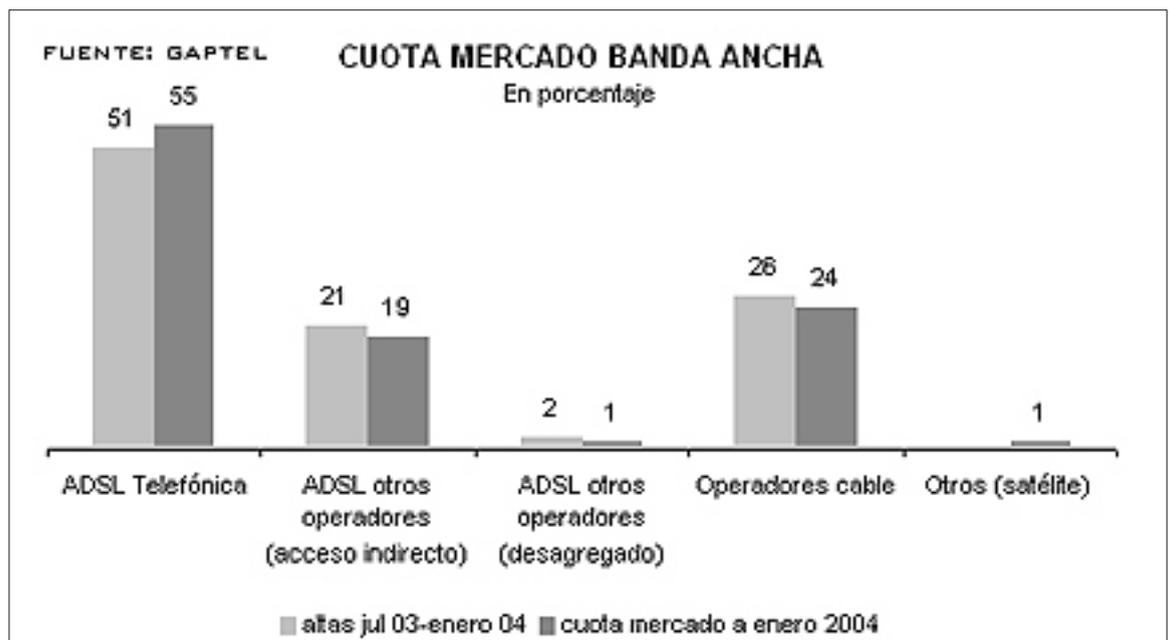
Desde este punto de vista, para un usuario con un nivel de uso moderado, los costes actuales del mercado español son un inhibidor incuestionable.

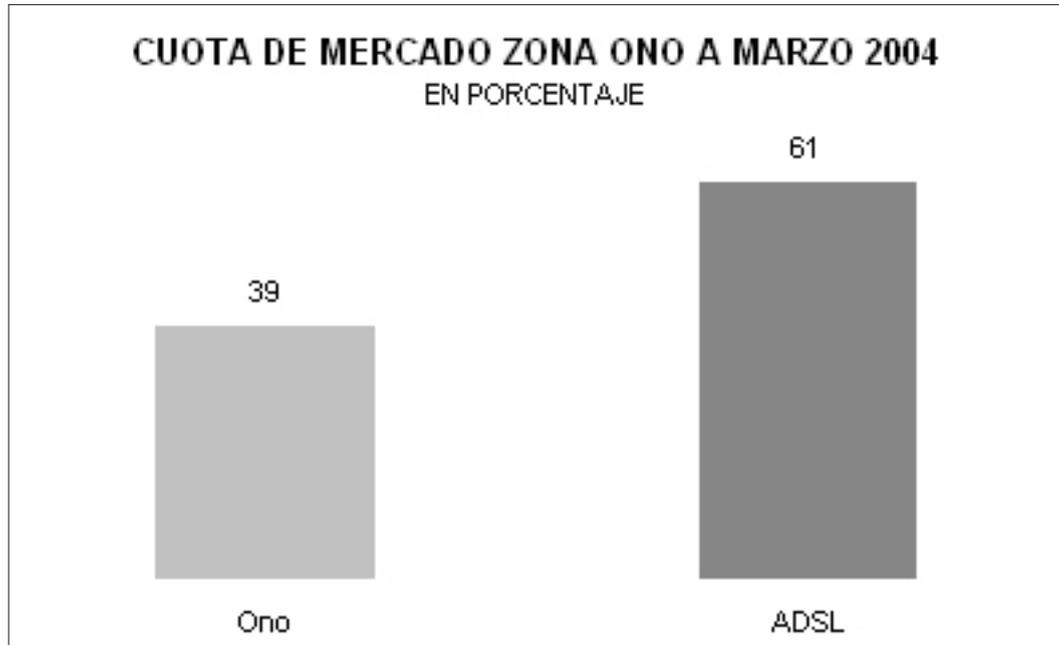
Es bien conocida por la opinión pública, la reclamación de la AI de exigir una reducción del precio de la banda ancha para equipararnos a otros mercados europeos que ofrecen más velocidad (tabla 3) y mejores precios a los usuarios.

Esta reclamación pasa inequívocamente,

Como se verá más adelante, por el cambio de las políticas del regulador a la hora de fijar las condiciones de comercialización de los productos del operador incumbente.

En absoluto esta petición es incompatible con la de diseñar ofertas que posibiliten la incorporación de nuevos usuarios a la Sociedad de la Información, con productos más adecuados a su tipología de uso. De hecho, aunque desde el segundo trimestre de 2004 han aparecido promociones que plantean una reducción significativa del precio de la banda ancha, éstas han generado más un efecto sustitución entre operadores que la incorporación de nuevos usuarios a juzgar por los ritmos de crecimiento que experimentó la demanda en comparación con idénticos meses del ejercicio precedente.





Analizando la evolución de la banda ancha en España, cabe afirmar que los dos momentos que se asocian con un mayor dinamismo del mercado, coinciden con la autorización por parte del regulador a Telefónica de actuar en el mercado minorista y más recientemente de incrementar la velocidad.

En efecto, la autorización a Telefónica para comercializar el ADSL a los usuarios finales significó pasar de las 63.000 conexiones que los operadores entrantes habían comercializado durante el año y medio anterior, a las más de 250.000 en un período de 9 meses.

El segundo hito al que se aludía, ha sido la autorización del aumento de velocidad que ha provocado una reacción en cadena con promociones y ofertas por parte del resto de operadores. En esta dirección deberán

Seguir produciéndose avances que equiparen a España con los países de nuestro entorno, al igual que en otros extremos que caracterizan sus ofertas de productos. En ambos casos (velocidad y otras características) es necesario que el regulador huya de la tentación de intervenir retrasando la adopción de estas medidas o impidiéndolas en atención a la capacidad de réplica de los operadores que actúan en el mercado en competencia con el incumbente.

Los dos hitos comentados invitan a pensar, como precedentes que son, que el mayor dinamismo del mercado se conseguirá mediante una mayor liberalización del mismo que, sin duda, influirá en los precios y en las condiciones de prestación del servicio. Este extremo se analiza en el epígrafe sobre la regulación.

Tabla 3

Pais	Operador	Incumbente	Precio *	Velocidad	Restricciones	Observaciones
Din	TDC	Si	18,70	256/128	+0.07€/MB	
Din	TDC	Si	48,29	512/128		Tarifa plana
Din	Tele 2	No	45,73	512/128		Tarifa plana
Bel	Belgacom	Si	29,95	512/128	hasta 400MB +3€/500MB	
Bel	Belgacom	Si	39,54	3,3M/192	Hasta 10 GB, >10GB bajada a 64 kbps y +5€ /5GB	
Bel	Scarlet	No	24,90	3,3M/384	Hasta 250MB, 1€ /50MB	
Bel	Versatel	No	19,90	512/256	Hasta 250MB, 0,05€ /MB	25€ instalación
Bel	Versatel	No	0	512/256		0,0425€/min+0. 25€ conexión
Fra	Wanadoo	Si	19,90	128/64	Hasta 20 horas	X 24 meses 14,90€/mes
Fra	Tele2	No	19,85	128/64		Tarifa plana. Preselección 13,85€/mes
Fra	Wanadoo	Si	34,90	512/128	5GB; +5€ por tarifa plana	X 24 meses 29,90€/mes
Fra	Neuf	No	24,90	512/128		Tarifa plana, 12 primeros meses con preselección 14,90€
Fra	Tiscali	No	20,00	512/128		Tarifa plana
R.U.	Tiscali	No	24,07	150/?		Tarifa plana Incluye modem Alta 37,59€
R.U.	BT	Si	30,22	512/?	Hasta 1GB; +6€ /3GB	Incluye modem
R.U.	Wanadoo	No	26,99	512/?	2GB	
R.U.	Tiscali	No	27,05	256/?		Tarifa plana Incluye modem Alta 37,59€
R.U.	Telewest	No	41,99	750/128		Tarifa plana
R.U.	Kingston	No	35,57	256/?	1GB/día	
Ita	Telecom	Si	37,00	640/256		Tarifa plana
Ita	Telecom	Si	12,95	640/256	+0,90€ / hora	
Ita	Telecom	Si	0	640/256	2€ / hora	Alta 28€
Ita	Tele2	No	0	640/256	1,97€/hora	Alta 24,13€
Ita	Wind	No	0	640/256	1,90€/hora	3€ mes desde enero 2005
Ale	DT	Si	26,94	1024/128	Hasta 1,5GB ó 30 horas +0,0159€/MB ó minuto	
Ale	Tiscali	No	16,99	1024/128	+0,0119 MB ó minuto	
Ale	Arcor	No	16,99	1024/128	Hasta 1000 MB ó 10 horas	

Pais	Operador	Incumbente	Precio *	Velocidad	Restricciones	Observaciones
					+0.012€/MB. Preselección obligatoria	
Ale	Tiscali	No	23.89	160/128		Tarifa plana
Esp	Telefónica	Si	45.32	512/128 **		Tarifa plana. Incluye Modem. Alta 44.19€
Esp	Telefónica	Si	34.68	512/128	USB; de 18 horas a 8 horas. Festivos todo el día	Tarifa plana. Incluye Modem. Alta 44.19€
Esp	Tiscali	No	16.95	256/128	+0.024€/minuto	Máximo 39.95€
Esp	Jazztel	No	45.24	1024/300		Tarifa plana. Incluye Modem. Gratis hasta sept
Esp	Ono	No	34.74	300/128		Tarifa plana. Alta 45.90€

Fuente: Gaptel, 2004

\* Precios nominales. Incluyen IVA.

\*\*Velocidad vigente desde octubre de 2004.

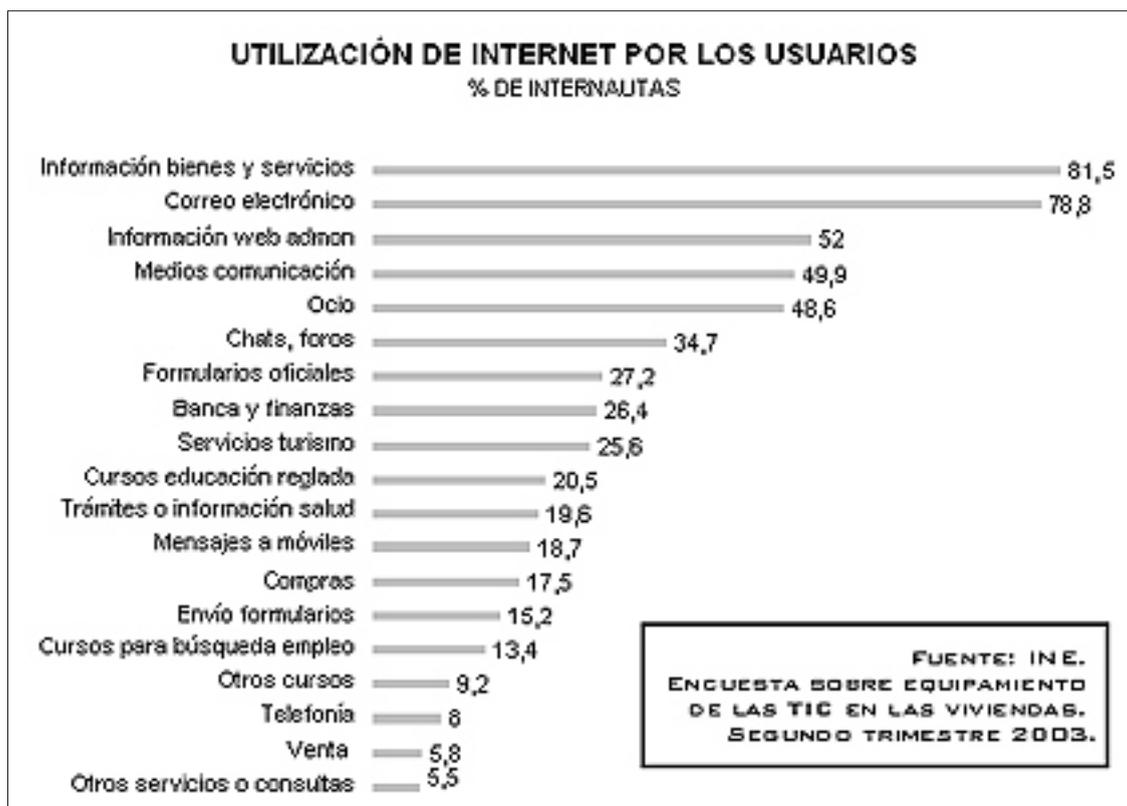
### 3.2.4 Los usos actuales. Las aplicaciones y contenidos

Salvo los operadores de cable que realmente han conseguido realizar ofertas diferenciadas, aprovechando las posibilidades de paquetes combinados de televisión, banda ancha y telefonía; el resto de ISP que comercializan el ADSL sobre la oferta mayorista de Telefónica, apenas han marcado diferencias en precios y servicios.

Sin embargo, junto con el despliegue de infraestructuras, son las aplicaciones y contenidos los que contribuirán a crear una conciencia ciudadana de utilidad y necesidad de incorporarse a la Sociedad de la Información a través de la banda ancha.

Claro que sin una infraestructura que llegue a los usuarios, los proveedores de contenidos no se sentirán atraídos para comercializarlos a través de la red. Pero a día de hoy, atendiendo a la finalidad para la que se usa Internet, cabe preguntarse, como sin duda hacen los propios usuarios ¿banda ancha para qué?. Tal y como muestra el siguiente gráfico es impensable que el tipo de usos, salvo algunas excepciones, que en la actualidad presiden la utilización de Internet sean reclamo para disponer de una conexión de banda ancha.

Recuérdese que según los datos del CIS y del INE un 68% de las personas consultadas alegan que no disponen de Internet en el hogar porque *no lo quieren, no lo necesitan o desconocen lo que es.*



Si realmente se persigue vencer las resistencias que los usuarios españoles mantienen sobre su incorporación a la Sociedad de la Información, esencialmente a través de la banda ancha, como sistema con caudal suficiente para promover el acceso a contenidos de interés, útiles o atractivos, es evidente, a tenor de la experiencia, que el marco regulador debiera promover una competencia real entre plataformas.

A día de hoy, esta competencia entre plataformas a la que se alude es perfectamente posible, como se verá más adelante.

El fomento de esta competencia entre plataformas requiere ineludiblemente que

el regulador, desde una perspectiva de neutralidad, deje que el mercado actúe y los operadores, a su vez, puedan interactuar con los proveedores de contenidos y aplicaciones. Garantizando, eso sí, el acceso a la red del operador de referencia de los operadores entrantes (sin vincular el precio mayorista) y persiguiendo aquellas actuaciones susceptibles de ser consideradas como prácticas restrictivas de la competencia, allí donde se produzcan. Es a través de ese marco competitivo como previsiblemente se desarrollarán e impulsarán las aplicaciones y contenidos que promoverán la incorporación de nuevos usuarios a la Sociedad de la Información, y por adecuación, a la banda ancha.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Al lado de los controles más arriba mencionados, los derechos de los usuarios, la calidad, la velocidad y la seguridad deberían ser los únicos límites a este marco de competencia entre plataformas.

Los servicios de administración electrónica, educación, teleanidad, vídeo, televisión, juegos, teletrabajo, etc. y, lo que posiblemente se constituirá como el principal impulsor de la banda ancha, la voz sobre este tipo de accesos (VoIP), son una amplia representación de las múltiples posibilidades de servicios, cuyo desarrollo puede dinamizar el desarrollo de la Sociedad de la Información de forma efectiva.

Más de 80 millones de descargas ha registrado Skype.com, la aplicación más evolucionada de VoIP. Sus creadores estiman que de ellas cerca del 50% derivan en uso real de la aplicación, es decir, casi 40 millones de usuarios.

En referencia a esta aplicación, hay que decir que algunos países han efectuado una aproximación provisional y mínima a la regulación de este fenómeno, sin duda complejo. España probablemente deberá de seguir esa misma senda, aunque para algunos actores del mercado resulte contraria a sus intereses y prefieran esperar y ver la evolución del mismo. Una posición cómoda, ya que en esencia permite

incrementar la cuota de mercado, sin obligaciones de ningún tipo, entre ellas las exigibles respecto a los usuarios.

#### 3.2.5 El marco regulador

El acceso de más usuarios a mayores y mejores servicios y contenidos a través de Internet en el ámbito del hogar, va a requerir, tal y como se ha venido afirmando, de un marco propicio que favorezca el incremento de la demanda a través de la competencia efectiva.

De no ser así, la incorporación de los ciudadanos a la Sociedad de la información habrá que confiarlo a la capacidad de los distintos operadores dentro del actual modelo, mediante alguna de opciones que se comentan a continuación.

A) Un alto crecimiento de la comercialización del acceso a través del cable. Esta opción es poco realista a juzgar por:

- \* el ritmo de crecimiento (2,6% respecto al ejercicio 2002, el mismo porcentaje que pierde Telefónica),

- \* la cuota de mercado, que aún siendo importante, es fruto de un efecto de sustitución de operadores más que de un incremento de la demanda propiciada por la propia tecnología,

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

\* el nivel de cobertura del cable. Se estima que más de 16 millones de usuarios no tienen acceso a esta tecnología y, sobre todo,

\* el mayor incremento porcentual de la tecnología ADSL frente al cable, tanto en España, como en la mayor parte de países de la UE, incluso en aquellos en los que el cable tiene un alto nivel de presencia.

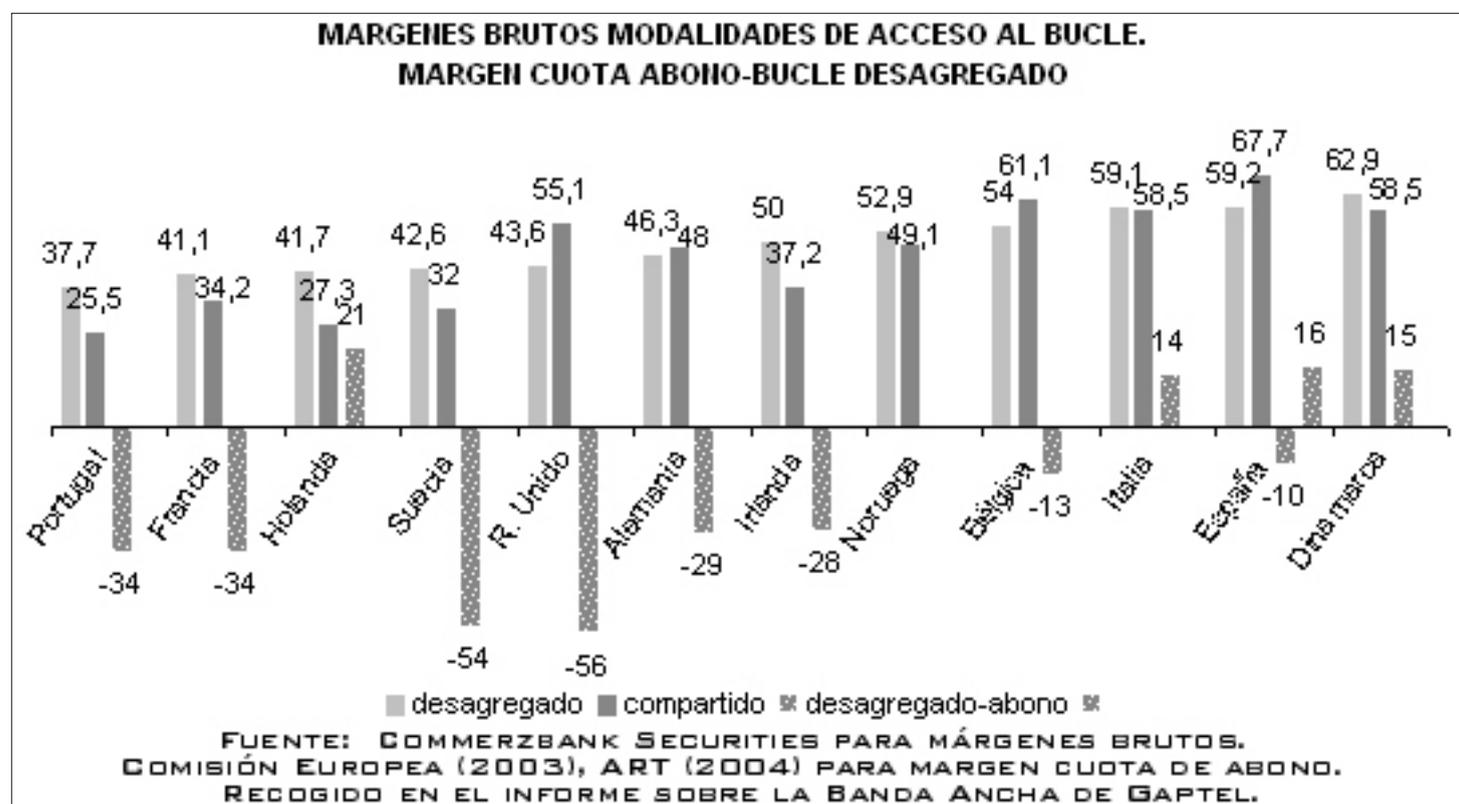
ya que, la contenida evolución del bucle desagregado a pesar de los márgenes que obtienen los entrantes, demuestra que en su crecimiento concurren otros factores de oportunidad diferentes del precio, entre los que previsiblemente se encontrará la concentración de clientes en zonas rentables. (Gráfico 24).

B) Intensificación de la presencia de otros operadores en el bucle de abonado.

También España desde abril de 2004, por primera vez, se une al grupo de países que presentan un margen positivo entre la cuota de abono y el coste del bucle desagregado que se situó en esa fecha, a raíz de la OBA, en 11,35 euros, frente a los 13,17 € del precio de la cuota.

Es probable que tampoco este sea el modelo que permita el desarrollo más dinámico de incorporación de los ciudadanos a la Sociedad de la Información

En fin, este modelo, más que conseguir la incorporación de nuevos usuarios a la Sociedad de la Información provocaría un



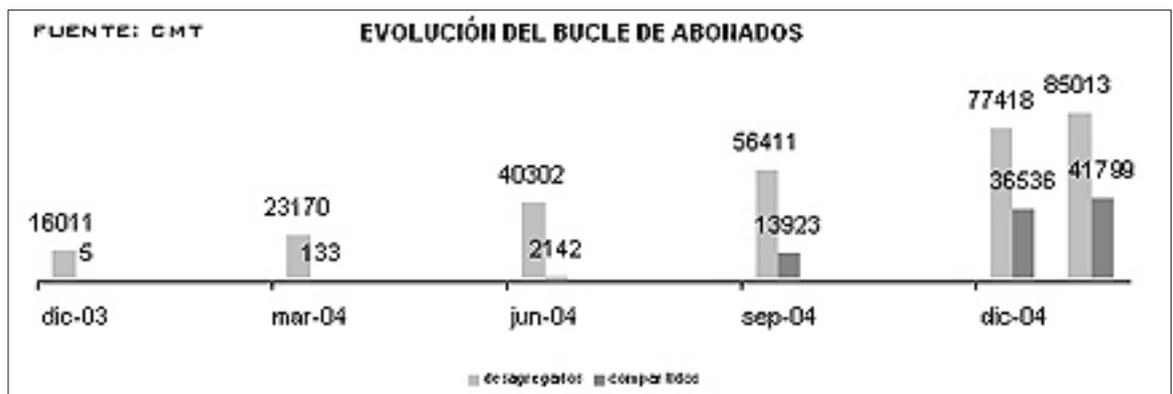
### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

un nuevo efecto de sustitución que afectaría, por supuesto, al operador de referencia, pero también a los operadores de cable y a sus inversiones.

Todos estos márgenes sólo han conseguido activar de forma moderada el porcentaje de bucles totalmente desagregados que, según la CMT, representaba el 3,3% del volumen de líneas ADSL a Enero de 2005, dos puntos porcentuales más que en el mismo mes del año anterior.

plenamente esta posibilidad. Los siguientes datos avalan esta teoría:

Desde la última OBA de abril de 2004, España ofrece a los operadores entrantes una de las rentabilidades más altas de Europa, 59% y 67%, según se trate de bucle desagregado o bucle compartido respectivamente. A ello hay que añadir los márgenes que presenta el bucle desagregado respecto a la cuota de abono. (Informe de Gaptel de julio 2004.



C) Las limitaciones que ofrecen los dos modelos comentados con anterioridad obliga a pensar en la única alternativa posible: generar un marco regulador que permita la competencia entre plataformas, como motor para impulsar la demanda de la Sociedad de la Información, en consecuencia, los servicios y aplicaciones que ésta posibilita y una adecuación de los precios.

En realidad, el contexto actual permite

A esos elementos del escenario se une la alternativa que ofrece Alburia al GigaADSL de Telefónica, que permitirá a todos los operadores, especialmente a los de cable, superar los confines territoriales impuestos en sus concesiones; si bien, es obvio que inicialmente centrarán su atención en los mercados que permiten mayores economías de escala (Madrid y Barcelona), pero en última instancia estas son definiciones de estrategia comercial de cada agente.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Albura ofrece, según sus datos, una cobertura del 75% de la población y del 90% de los núcleos empresariales.

La amplia penetración del teléfono móvil, así como la cobertura del 100% del territorio a través de satélite completan este panorama competencial.

Por otra parte, los operadores de cable más dinámicos y estables, han puesto de manifiesto su capacidad para lograr una cuota de mercado muy apreciable allí donde actúan, por ejemplo Ono, que con el 39% supera en casi 16 puntos la cuota correspondiente a este tipo de operadores a nivel nacional (ver gráfico 23). Además, en su conjunto los operadores de cable han alcanzado un grado de cobertura con la infraestructura propia del 55% del territorio.

De lo que no cabe duda es de que la CMT no puede seguir reteniendo con sus decisiones el desarrollo de la Sociedad de la Información, como si no hubiese alternativa.

Un sistema más competitivo permitirá definir estrategias comerciales más flexibles a fin de incorporar a nuevos usuarios, una mayor diversidad de servicios y contenidos y una gama de precios más adecuada.

En definitiva, es hora de que el órgano

supervisor del mercado (CMT) deje de pensar en la salvaguarda de la rentabilidad de los diferentes operadores, basada en un equilibrio ciertamente inestable, y piense en un modelo que permita salvar el déficit en el desarrollo de la Sociedad de la Información que España mantiene respecto a la Unión Europea y, por tanto promueva la incorporación de más ciudadanos a este nuevo plano de la realidad socio económica.

Un déficit que trae causa en las políticas de intervención del regulador.

Ya se ha hecho alguna breve referencia en este estudio a la técnica que el regulador emplea para actuar sobre los **precios**, sustentada en vincular los precios de la oferta mayorista de Telefónica (la dirigida a los operadores entrantes) a la oferta minorista del mismo operador (la que destina a los usuarios). Vinculación que garantiza para los nuevos operadores un margen bruto entre el 59 y el 67%.

Con el ánimo de preservar la rentabilidad de los nuevos operadores, el regulador, encarece artificialmente el mercado y penaliza a los usuarios.

Paralelamente, perjudica la consolidación de los operadores de cable, que han ido

creando una red alternativa, al hacerles sufrir la competencia de unos ISP que con mínimas inversiones obtienen rentabilidades extraordinariamente altas.

En materia de **condiciones de la prestación**, como la velocidad, el regulador debería admitir que los movimientos del operador de referencia provocan reacciones del resto de operadores lo que a su vez facilita una mayor convergencia con las características de otros productos presentes en los países de la UE.

En concreto, la autorización del cambio de velocidad permitió que España se incorporara a la modalidad básica mayoritaria, 512/128. (Ver tabla 3), aunque todavía alejada de los 1024/128 de Alemania.

La adopción de una velocidad mejorada (requisito para la prestación de nuevas aplicaciones y contenidos que exigen un mayor caudal) obligará, de nuevo, a superar, los complejos de la CMT sobre la capacidad de réplica de las nuevas condiciones por parte de los operadores entrantes; cuando éstos, no se puede olvidar, tienen a su disposición el bucle desagregado del operador de referencia, regulado por OBA y, además, la alternativa al GigaADSL ofertada por Albura.

Por tanto, están en condiciones de lanzar productos diferenciados, como de hecho están haciendo en la actualidad. En consecuencia, es lógico concluir que si pueden lo más (lanzar productos diferenciados en precios y características de los ofrecidos por Telefónica), también pueden lo menos: replicar las ofertas del incumbente.

En este sentido, la misma tabla 3, muestra la oferta de Jazztel a 1024/300 Kbps, o la de Ono a 300/128, en unos momentos en que el operador de referencia ofrecía 256/128 como velocidad básica.

En las condiciones de prestación también cabe hablar, como ya se ha mencionado en otros epígrafes de este estudio, de la necesidad de que los productos que se comercializan se adecuen a las necesidades de los consumidores, adaptando el precio a las necesidades de uso real.

### 3.2.6 Derechos de los usuarios Calidad. Seguridad

Se decía con anterioridad que una regulación que promueva la competencia debiera tener, como únicos límites, la garantía por parte de la CMT a los operadores entrantes (como de hecho sucede en la actualidad), de acceder al

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

bucle de abonado, la sanción de las prácticas restrictivas de la competencia (tal y como se plantea en el resto de sectores) y los límites derivados de la salvaguarda de los derechos de los usuarios, la calidad del acceso y la seguridad. Tres factores cuya observancia debería contribuir de forma decisiva a vencer las barreras de incorporación de muchos ciudadanos a la Sociedad de la Información y favorecer la utilización de muchos servicios por parte de aquellos que ya están incorporados.

Por lo que se refiere a los *derechos de los usuarios*, independientemente de los contemplados en la legislación general, conviene llamar la atención sobre algunos, que pareciendo consolidados en la sociedad actual, la regulación y la administración competente no ha tomado conciencia de su vulneración sistemática y reiterada, en el ámbito de las telecomunicaciones, hasta fechas recientes.

En primer lugar, cabe hablar del derecho básico de acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información, como garantía para reducir la brecha digital, cada vez más intensa, entre áreas geográficas y segmentos sociales. A estos efectos es necesario crear el Fondo de Compensación del Servicio Universal que asegure que todos los españoles tengan acceso a la banda ancha.

Verdaderamente, desde que comenzó la liberalización de las telecomunicaciones, el Fondo del Servicio Universal forma parte de la legislación básica, sin embargo, nunca ha llegado a constituirse.

Primero, la CMT admitiendo la existencia de un coste neto del Servicio Universal, para acto seguido concluir que no era preciso compensar al operador obligado de satisfacerlo, porque del citado coste no derivaba una situación de desventaja comparativa (los motivos reales los explica la CMT en uno de sus últimos informes anuales: no imponer cargas al resto de operadores). Después, el cambio de la Ley de Telecomunicaciones, han ido postergando la creación del Fondo.

En cualquier caso, lo significativo es que, a día de hoy, no se discute tanto de si el servicio universal tiene que ser compensado, sino quién tiene que sufragarlo.

La legislación es clara: "En caso de aplicarse total o parcialmente un mecanismo de reparto entre los operadores referidos en el apartado anterior y una vez fijado este coste, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones determinará las aportaciones que correspondan a cada uno de los operadores con obligaciones de contribución a la financiación del servicio universal.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Dichas aportaciones, así como, en su caso, las deducciones y exenciones aplicables, se fijarán en las condiciones que se establezcan en el reglamento citado en el apartado anterior".

Sin embargo, últimamente surgen voces que abogan porque sea el Estado, allí donde no llega el mercado, el que cree la infraestructura para su explotación por los operadores interesados.

Independientemente de que quienes esto dicen (consultoras, institutos de estudios, incluso algunas organizaciones sociales), durante años han mantenido el más absoluto mutismo sobre el servicio universal y su financiación, olvidan, por conveniencia, lo que la ley establece, pero sobre todo, no toman en consideración que es perfectamente posible que una vez que los operadores se han liberado de su carga financiera traspasándosela al Estado (que es el propietario de la infraestructura en esta teoría), puede ocurrir que ningún operador este interesado en suministrar servicios, si no son rentables.

Para evitar esto, entre otras cosas, tanto las directivas comunitarias, como las leyes nacionales, crearon la figura de los operadores dominantes y, por ello obligados a prestar el servicio universal.

También olvidan estos redescubridores interesados del papel del Estado, la definición que la economía política efectuó, ya hace tiempo, sobre que bienes o servicios merecen la calificación de servicio público, que no son otros que aquellos cuyos beneficiarios no son determinables.

Olvidando esto comparan las telecomunicaciones con las carreteras, cuando es evidente que de la existencia de estas últimas los beneficiarios somos todos, pero de las telecomunicaciones, los beneficiarios son sus usuarios. Si quisiera compararse con algo en el plano de las infraestructuras debiera hacerse con las autopistas, que como bien se sabe, las paga quien las usa.

Es precisamente esta definición, la que permite a la AI, seguir solicitando la permisividad de las infraestructuras de telecomunicaciones municipales, siempre que las necesidades ciudadanas no estén satisfechas ni por el mercado, ni por el servicio universal, a día de hoy carente de Fondo de Financiación.

Por el mismo motivo, la AI considera que mientras no se produzca la coparticipación de todos los operadores en la constitución del Fondo, éstos no deberían poder prestar servicios de naturaleza alguna a los usuarios receptores de esta ayuda.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Así lo expresó la AI en su última comparecencia ante la Comisión de la Sociedad de la Información del Senado.

En fin, que en la actualidad, después del silencio de muchos, durante muchos años, deciden opinar para poner en cuestión, valga la expresión popular, si "son galgos o podencos".

Resuélvase la financiación del Servicio Universal como la Ley establece. Si se prefiere otra modalidad, adóptense los cambios legislativos pertinentes y, sin aún así, la CMT mantiene que no existe justificación para la creación del Fondo, entonces cámbiase la regulación e impídase a los operadores que no efectúen aportaciones al Fondo, prestar servicios en esas zonas.

Un apunte más sobre este extremo. Ajuicio de AI, está fuera de toda duda que el concepto dinámico de servicio universal debe englobar en la actualidad, la banda ancha, que es la infraestructura por excelencia de la Sociedad de la Información y, por tanto eje central para evitar la brecha digital.

El derecho a ***elegir el operador de acceso***. Es lamentable que un derecho tan básico y elemental en cualquier mercado haya de ser recordado en referencia a las

telecomunicaciones, en las que se propicia por parte del regulador (y se consiente por parte de la Administración) la vulneración constante de este elemental derecho de los usuarios, mediante las prácticas de "slamming" o preasignación irregular.

Cerca de 160.000 familias en todo el territorio habían sido cambiadas de operador sin su conocimiento ni consentimiento, según la Unión de Consumidores de España. AI estima que ya se han producido más de 13.000 preasignaciones irregulares de ADSL. La página web de la asociación recoge casos de usuarios que han padecido esta situación; una de las más recientes afecta a un medio de comunicación digital.

A parte de la vulneración de uno de los más elementales derechos en un mercado en competencia, esta práctica conlleva otro tipo de lesiones dignas de ser mencionadas:

- \* La perturbación del normal desarrollo de una relación contractual con el operador elegido por el usuario.
- \* La dificultad de retornar al operador inicial una vez que el cambio sin consentimiento se ha consumado.
- \* Los costes económicos por los servicios que se continuarán pagando

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

aunque no se utilicen, porque son dependientes del operador inicial, así como, los coste derivados de las molestias ocasionadas.

\* La posibilidad cierta, de inclusión en los ficheros de morosos por no abonar las facturas de un operador, cuya existencia como proveedor de acceso el usuario desconoce.

\* El desconocimiento de los precios que se están pagando con el nuevo operador, cuya intervención el usuario desconoce.

\* La consecución de datos de forma engañosa o fraudulenta.

La Agencia de Protección de Datos ha sido el único organismo que ha sancionado estas prácticas con multas, por ejemplo, en el caso de AUNA de hasta 300.000 euros.

La pasividad de las administraciones públicas, en concreto, del Ministerio de Industria (órgano competente en materia de telecomunicaciones); y por su singularidad y las repercusiones del número de reclamaciones que presentan los usuarios, la del Ministerio de Sanidad, ha sido, respecto a la vulneración de este derecho, inconcebible.

Recientemente la Audiencia Provincial de Barcelona condenaba al mismo operador

antes citado por prácticas de competencia desleal. La sentencia condena a Auna a cesar de inmediato y en el futuro de toda práctica de preasignación idéntica o similar a la descrita (slamming), así como a la remoción de las conductas llevadas a cabo, y a publicar a su costa el fallo de la sentencia en dos periódicos de alcance nacional.

Derecho básico, como tal definido en la legislación sobre protección de los consumidores, es el referido a la **información veraz sobre el uso de productos o servicios**. La experiencia demuestra que la libre elección antes reclamada se fundamenta en el conocimiento preciso de las características que definen un producto.

Las telecomunicaciones, en general, y los servicios y accesos de banda ancha en particular, se han caracterizado en los últimos tiempos por una comercialización agresiva en la que el respeto a las normas generales, como la de publicidad o de protección de los consumidores y usuarios han sido vulneradas de forma sistemática. Lamentablemente en no pocas ocasiones esta falta de respeto tiene su origen en la propia regulación que impulsa la CMT y el Ministerio competente, sin que las autoridades de consumo, en los últimos años, hayan puesto coto a esta desregulación intensa.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Parece que los nuevos responsables políticos tratan de corregir esta situación. Habrá que estar a la expectativa del desarrollo de las medidas anunciadas (defensor del usuario, plan de calidad...), así como de su eficacia.

La publicidad reiterada con contenidos engañosos, que impulsan a los usuarios a contratar el acceso o servicios, ha sido la piedra angular de esa comercialización agresiva a la que se hacía referencia.

Sin embargo, para hacer prevalecer sus derechos, los usuarios han tenido que optar por la vía más lenta y costosa: la protección judicial, aunque es de sobra conocido, por parte de todos los que intervienen en el mercado, que las características publicitadas de un producto forma parte de las condiciones contractuales.

Recientemente, desde la Asociación de Internautas nos hemos echo eco de la demanda de un internauta asturiano contra Wanadoo porque el servicio que recibía no se correspondía con el que la publicidad promocionaba. El juez le dio la razón y, además fijó 500 euros de indemnización en concepto de los daños y perjuicios ocasionados al demandante (comunicación con el servicio de atención al cliente, etc.).

Resulta desalentador que haya que buscar protección de derechos básicos, como la

libertad de elección del operador o el derecho a la información veraz a través de la justicia ordinaria, ya que no existe la necesaria **protección administrativa**.

En contraste con esta ausencia de sistemas de protección administrativos, los conflictos de competencia entre operadores son resueltos por la CMT y, aunque finalmente concluyan en un contencioso, al menos, encuentran en un ente público una actuación que aclara cualquier situación en el corto plazo.

Como se puede apreciar **la calidad** comienza a estar en la primera línea del debate sobre la Sociedad de la Información. Más tarde o más temprano, las autoridades competentes deberán establecer un modelo de calidad que no sólo proteja a los usuarios, sino que sirva de acicate para que operadores y proveedores de servicio mejoren sus prestaciones.

La calidad, junto con el precio, forma parte de una ecuación indivisible que un usuario debe conocer para poder contratar un servicio. Desde este punto de vista, el conocimiento de la calidad ofertada por los operadores es un derecho de los usuarios. Un derecho que, conjuntamente con el precio, goza de una especial relevancia porque contribuye a establecer las condiciones básicas de la prestación.

Precisamente esta relevancia debiera influir en las autoridades competentes para establecer un marco mínimo de calidad exigible a todos los operadores. A fin de cuentas, si la CMT ha sido capaz de intervenir en el modelo de precios, no se entiende porque el ministerio no habría de serlo para intervenir en el régimen de calidad, protegiendo de este modo, los derechos de los usuarios.

Desde 2002, hemos adoptado diferentes iniciativas tendentes todas ellas a determinar los parámetros que debieran ser considerados en el establecimiento de un régimen de calidad observable por todos los operadores.

Hemos realizado este ejercicio a partir de la constatación de que parámetros fácilmente evaluables, como la velocidad, arrojaban diferencias sustanciales entre operadores. Las mediciones de velocidad de 2003 mantuvieron la misma tónica.

Por ello, nos dirigimos en su día a la Comisión de Calidad para proponer un modelo de calidad que sirviese como documento base para ser discutido y consensuado por todos los agentes del mercado representados en dicha comisión.

En esencia, nuestra propuesta definía los

siguientes parámetros:

#### **Indicadores para banda estrecha**

- % pérdidas de acceso
- % pérdidas de autenticación

Ambos relativos a la conexión (% disponibilidad de sesión)

- % pérdidas de navegación
- velocidad descendente
- retardos introducidos por la red (valores medios y percentiles)

#### **Indicadores para banda ancha (adsl y cable)**

- % disponibilidad de sesión (adsl dinámico)
- velocidad descendente/ascendente
- retardos introducidos por la red (valores medios y percentiles)

#### **Indicadores para servicios de correo electrónico**

- % pérdidas de conexión al servidor de correo saliente (smtp): relación entre el número de intentos de envío de un correo (conexión con el servidor) y el número de veces que esta operación falla

- % pérdidas de conexión al servidor de correo entrante (pop3): relación entre el número de intentos de recepción de un correo (conexión al servidor) y el número de veces que falla esta.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

- % pérdidas de recepción de correo esperado: relación entre el número de correos esperados y el número de veces que este no está disponible en el tiempo prefijado.

- Tiempo de latencia de correo: tiempo que transcurre entre el envío de un correo hasta que está disponible para el usuario de destino.

Estos indicadores deberían verificarse tanto para acceso por web-mail, como para los protocolos: pop3, smtp, imap.

La información veraz, el régimen de calidad, la libre elección de operador, son todos ellos derechos tendentes a garantizar una competencia leal y, por supuesto, destinada a satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

Ahora bien, todos estos derechos serían una mera declaración de intenciones si en paralelo no se contempla la elaboración de un **régimen sancionador**, aplicable a los incumplimientos.

Más aún, el citado régimen debe establecer las **compensaciones** a que hubiera lugar por las vulneraciones de los derechos, incluida la calidad comprometida o exigible reglamentariamente, sobre todo, en lo que hace referencia a la continuidad del servicio.

Estas compensaciones, a las que se alude en el párrafo anterior, deberían extenderse a los daños y perjuicios causados con motivo de los incumplimientos, incluyendo los inconvenientes soportados por los usuarios en las múltiples comunicaciones que deben efectuar para tratar de que se les restituya a una situación de normalidad.

El régimen sancionador, las compensaciones y los procedimientos administrativos que le son propios, deben actuar como garantía del correcto funcionamiento del mercado. Ya se ha comentado anteriormente que uno de los pocos límites en los que se debe desenvolver un mercado en competencia es el respeto a los derechos de los consumidores.

Ahondando en las garantías para el correcto funcionamiento de un mercado competitivo hay que referirse necesariamente a las prácticas comerciales tendentes a **penalizar la rescisión de un contrato con el operador de acceso** y a los procedimientos de bajas habilitado.

Es práctica muy extendida, por parte de los operadores, la de realizar promociones supeditadas a la permanencia del cliente durante un período de tiempo más o menos largo (generalmente de un año), con el operador que ha lanzado dicha promoción.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Estas penalizaciones, junto a la ausencia de un mínimo compromiso de calidad, en última instancia sólo benefician las malas prácticas de los prestadores de servicios.

Al, a la que han seguido otras asociaciones, fue la primera entidad en denunciar esta penalización por rescisión de contrato, por que contraviene el nacimiento de una competencia real.

Pero es que, además, el obligatorio equilibrio de obligaciones contractuales entre las partes, debería impulsar a la administración a obligar al prestador a que defina los compromisos cualitativos para operar contra estas técnicas de penalización.

En consecuencia, el lógico equilibrio de prestaciones, reclama que si se cumplen los citados compromisos de calidad, en caso de rescisión de contrato por parte del usuario la penalización entre en vigor, pero si no es así, el usuario debiera quedar libre de una cláusula que le obliga a continuar con un proveedor de servicios que tampoco cumple sus obligaciones.

Como se ve, por múltiples razones, es necesario profundizar en la definición de un régimen de calidad que tenga su correlato contractual.

En cuanto a los **procedimientos de baja**

brevemente señalar que es preciso reclamar la agilidad que caracteriza los procedimientos de alta del servicio.

Una agilidad que no debe estar exenta de la necesaria seguridad jurídica y de la gratuidad. Para ello, es preciso habilitar servicios de correo electrónico en los que realizar esta operación mediante un sistema de identificación de usuarios y contraseñas personales o número de teléfono gratuitos con grabación de la llamada.

Capítulo especial para el desarrollo de la Sociedad de la Información es el referido a la **seguridad** en la red. Se ha comentado en páginas precedentes, que la seguridad, o su ausencia, es uno de los principales motivos de desconfianza hacia Internet y, desde luego un inhibidor de gran potencia en el uso de determinados servicios, como el comercio electrónico.

Es probable que analizando con rigor esta percepción de desconfianza, no debiera ser objetivamente mayor que la que puede darse, por ejemplo, en aquellos casos en los que se entrega la tarjeta de crédito para que se realice el cargo correspondiente a una compra.

Sin embargo, la virtualidad de toda operación que se efectúa a través de Internet le confiere el plus de desconfianza que aporta la carencia de lo físico.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

La literatura al respecto es abundante. Así, por ejemplo, un reciente estudio realizado por RSA Security -entre más de 1.000 consumidores estadounidenses-, y del que se ha hecho eco ZDNet señala que aumenta la resistencia a comprar en comercios electrónicos, en la medida que crece el conocimiento de los posibles riesgos. Entre ellos, el robo de identidad, sobre el que, el 61% de los encuestados declaró estar más informado que en el ejercicio precedente y un 23% afirmó sentirse más vulnerable.

La sensación de inseguridad alcanza también a los sistemas de autenticación. Más del 50% de los encuestados intuye que el sistema tradicional de identificadores y contraseñas no proporciona la seguridad adecuada. Profundizando en este aspecto dos tercios de los internautas admitieron emplear menos de cinco contraseñas para acceder a toda su información y servicios electrónicos. Un 15% del total dijo que sólo utilizaba una contraseña para todo.

Esta preocupación sobre la seguridad se proyecta, por supuesto, a las redes gubernamentales. Aunque lejos de nuestro país, WashingtonPost.com ha comentado los resultados de una encuesta sobre seguridad informática realizada por la revista Chief Security Officer (CSO), en colaboración con el servicio secreto estadounidense y CERT/CC., del que se

destacan los siguientes aspectos:

- Los ataques por Internet a empresas y redes gubernamentales ascendió, en 2003, a 536 millones de euros.

- Para el 40% de los 500 ejecutivos entrevistados los hackers se son el mayor riesgo de seguridad, no obstante, un nada despreciable, 28% considera que el mayor peligro procedía de empleados descontentos o recientemente despedidos.

- Quizá por eso, el 36% de la muestra declaró que monitorizaba el uso de Internet y otras actividades de sus empleados, para prevenir sabotajes internos y robos de información.

- Otro 40% apunta que el número de delitos informáticos se había incrementado en 2003 en relación con 2002. Un 6% consideró que había descendido.

- Casi todos los encuestados declararon que empleaban firewalls en sus redes corporativas, y más de un 80% usaba tecnologías de cifrado y similares para proteger sus transacciones electrónicas.

Contrasta la percepción de inseguridad, que ponen en evidencia las encuestas, con

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

la actitud de los responsables de las empresas que no dan a la seguridad informática la importancia que merece, según se desprende del estudio "Global Information Security Survey" de 2004 realizado por Ernst & Young(\*) y del que se ha hecho eco NewsFactor.

Aunque para el 20% de las 1.233 empresas de 51 países entrevistadas, la seguridad debería preocupar a los directores generales de las compañías, sin embargo, los hechos demuestran que esto no es así, ya que "la conciben más como adquirir un seguro, es decir, como algo que es bueno tener si sucede un desastre, pero que con suerte nunca será necesario. Por tal motivo, intentan gastar lo menos posible en este aspecto".

Por otra parte, la sofisticación de los sistemas de vulneración crece rápidamente.

El spyware causa importantes problemas en los equipos de usuarios de todo el mundo. Según Microsoft, el spyware provoca más de la mitad de los fallos de los sistemas operativos de la familia Windows que se comunican a la compañía. Aún así, en pocas ocasiones los usuarios llegan a darse cuenta de que el problema reside en el spyware.

La misma tendencia indican los datos de

Dell, que ha reconocido que en Estados Unidos las llamadas a las líneas de soporte debidas a problemas con el spyware representan un 12%. Por su parte, el centro de llamadas de IT situado en Inglaterra, ha afirmado que en los tres últimos meses las incidencias relativas al spyware han experimentado un crecimiento del 6%.

Se estima que el 90% de los ordenadores aloja 30 o más programas de spyware.

El phishing, de la mano de sofisticados códigos maliciosos, se ha convertido en otro de los quebraderos de cabeza para dotar de seguridad a la red.

La banca electrónica, por su parte, ha sido objeto de atención por parte de la Agencia de Protección de Datos que, aunque en líneas generales ha contrastado un correcto funcionamiento no ha dejado de señalar algunas deficiencias importantes en relación con la seguridad que, aunque en primera instancia pudieran ser interpretados como cuestiones relativas al cumplimiento de la legislación en materia de datos personales, tienen reminiscencias con la seguridad y la confianza en los servicios ofertados a través de la red.

La cuestión de la seguridad se agrava con la proliferación de las redes inalámbricas.

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

En 2003, los fabricantes de equipos Wi-Fi para hogares y pequeñas oficinas confirmaron un nivel de ventas de más de mil millones de euros, 43% más que las registradas el año anterior. A su vez, en ámbitos privados, los citados fabricantes sostienen que al menos un 80% de los usuarios domésticos no habilita el cifrado básico u otras protecciones contra el robo de la conexión, la captura de información o la invasión de la red.

En relación con este aspecto, cabe recordar la experiencia efectuada por un técnico equipado con un ordenador portátil y una antena en el techo de su coche que ha estudiado todas las redes inalámbricas existentes entre Los Angeles y San Francisco, según ha publicado News-Journal Online. El resultado es concluyente: sólo un tercio -de las redes que contabilizó en su última ruta- utilizaba cifrado básico, que es una medida de seguridad clave. De hecho, casi en el 40% de las redes no se había realizado ni un solo cambio en las configuraciones por defecto de los sistemas.

Y es que la seguridad, finalmente, hay que entenderla como objetivo necesario al que todos tienen que contribuir; aunque, por ejemplo, según un estudio realizado por Meta Group -y del que se ha hecho eco TechWeb-, la utilización de las contraseñas en las empresas no es eficaz debido a fallos

en las organizaciones y a los errores cometidos por los usuarios.

Del citado informe se desprende que los problemas en las contraseñas se producen tanto en las compañías que emplean mucho tiempo en crear e implementar complejas políticas de seguridad, como en las que no prestan ninguna atención a proteger aplicaciones cruciales. A su vez, las contraseñas también se vuelven ineficaces cuando el usuario tiene que recordar un gran número de ellas.

Precisamente para tratar de sensibilizar a todos los implicados en la construcción de una red segura cobra especial significación la **Primera Campaña Mundial de Seguridad en la Red** promovida por la Asociación de Internautas y Panda Software, con la colaboración de más de 50 países que se han unido para difundirla y hacerla llegar a todos y cada uno de los internautas con el lema de "Limpiar el Planeta de Virus".

Del esfuerzo realizado por sus promotores da idea que se puso en marcha en los ocho idiomas más utilizados en Internet. Del éxito obtenido, por su parte, es buena muestra, la ampliación de la duración inicialmente prevista.

La campaña no sólo creaba una cadena de empresas e internautas que desearan

### 3- RAZONES PARA LA DIFERENCIA

Contribuir a su difusión, sino que también ofrecía herramientas gratuitas para la protección de ordenadores y, además, habilitaba un canal de consulta con expertos en seguridad.

Sin embargo, la seguridad en la red está lejos de alcanzar un grado óptimo. Y a ello contribuye, como indirectamente se ha señalado en párrafos precedentes, la actitud de las compañías, los propios usuarios, sino también los fabricantes de software, creando aplicaciones fácilmente vulnerables.

No cabe duda de que corregir este estado de cosas será una labor compleja, pero absolutamente necesaria si se pretende el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Tampoco contribuye a incrementar la confianza, aunque sea un problema de naturaleza diferente al que plantea la seguridad, la proliferación del spam, precisamente porque intensifica la sensación de vulnerabilidad y de falta de confidencialidad de los datos personales y, la dirección IP lo es.

#### 4. Conclusiones

Si algo se ha evidenciado a lo largo de estas páginas es la necesidad que tiene España de recortar el diferencial digital con otros países de la Unión Europea.

Sin ningún género de dudas, es preciso promover la incorporación de más ciudadanos y hogares a la Sociedad de la Información, así como, un mayor uso de los servicios con ella relacionados por parte de quienes decidan aprovechar sus ventajas.

Los datos y las comparaciones internacionales invitan a pensar en intervenciones en diversos campos y materias, que permitan a España ocupar el lugar que le corresponde en el mundo en función de otras variables socio económicas.

Vencer las resistencias emocionales o estructurales de los ciudadanos, obliga a los poderes públicos a introducir cambios sobre las políticas practicadas a lo largo de estos años, tomar conciencia de cada una de las motivaciones que inhiben a los ciudadanos a la hora de participar en la Sociedad de la Información y tratar de corregirlos.

En las líneas que siguen, AI pretende resumir su modesta contribución en el

terreno de los cambios que, a juicio de la Asociación son necesarios para abordar el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Quizá, antes de abordar estas aportaciones conviene solicitar a todos aquellos que investigan para ofrecer datos de interés relevante, que hagan un esfuerzo por unificar criterios de análisis. Sólo así, se pondrá disponer de una aproximación fiable a la realidad del fenómeno de la Sociedad de la Información.

#### 4.1 Infraestructuras y equipamiento

Los datos ponen de manifiesto que España presenta un diferencial negativo en el número de líneas de teléfono por 100 habitantes y en el porcentaje de ordenadores por hogares.

Ambos aspectos tienen una importancia singular en el desarrollo de la Sociedad de la Información ya que, independientemente de la de la tecnología empleada, el ordenador sigue siendo el dispositivo de acceso más empleado. Por otra parte, multitud de aplicaciones, presentes o futuras requerirán modos de conexión con el ordenador, al margen del dispositivo que las inicie.

Por otra parte, el dinamismo que está demostrado la tecnología ADSL, así como, la dificultad de otros sistemas de acceso de lograr una cobertura universal, demuestra que la incorporación de muchos segmentos de población a la Sociedad de la Información requerirá una conexión telefónica.

Por tanto, en consecuencia, La Asociación de Internautas propone:

\* La creación de un **fondo de ayudas** públicas que facilite la adquisición de equipamiento o la conexión de banda ancha en los hogares, al modo del sistema establecido por otros países de la UE, algunas comunidades autónomas o las medidas anunciadas recientemente por el Gobierno.

\* Que la CMT, aborde la justificación del Coste Neto del Servicio Universal y se cree, en consecuencia el **Fondo de Financiación** del mismo, tal y como está previsto en la legislación.

Entre tanto este mecanismo se habilita, el Ministerio competente debiera **restringir**, al modo de otros países de la UE que no han creado el citado Fondo, **la posibilidad de que los operadores que no participan en la financiación del mismo hagan uso de las infraestructuras creadas por**

**aplicación del concepto de servicio universal.**

\* Para incidir en la mayor penetración de la telefonía fija, los operadores de red deberían poder realizar aquellas **ofertas, temporales o permanentes**, que considerasen oportunas, **en relación con el coste de conexión** de la línea. A estos efectos, el coste de la conexión del operador de referencia debería quedar liberalizada o sujeto a un sistema de precios máximos autorizados.

\* De igual modo sería necesario que los operadores estableciesen mecanismos comerciales por los que se habilitasen **períodos temporales de conexión y desconexión de la red fija.**

\* Resulta igualmente necesario una mayor implicación de los fabricantes de **programas y equipos en la atención a los usuarios** mediante sistemas de ayuda telefónica o mediante web. De nada servirán los esfuerzos en infraestructuras o aplicaciones si el soporte informático es poco fiable, está pensado para usuarios avanzados o los sistemas de atención son caros y muy limitados. Esta necesidad de atención es más acuciante aún para quienes hacen un uso profesional.

#### 4.2 Mercado y competencia

El desarrollo de la Sociedad de la Información entendiéndose por tal la incorporación de nuevos usuarios y el mayor aprovechamiento de sus servicios por quienes ya están incorporados requiere, además, de actuar sobre las infraestructuras y equipamientos, hacerlo sobre el modelo de regulación, abordando los cambios que posibilitan el desenvolvimiento del mercado y la competencia.

En este apartado la Asociación de Internautas propone:

\* **La completa liberalización de precios de ADSL, permitiendo de este modo, crear las bases para una competencia entre plataformas**, que posibilite el desarrollo de más y mejores servicios, la diversificación de productos y la reducción de precios de la conexión a banda ancha, que en la actualidad refleja el sobre coste artificial provocado por la intervención del regulador y los márgenes que trata de garantizar a los operadores entrantes. En este escenario propuesto, ganar cuota de mercado es una consecuencia lógica de la eficiencia de los precios y las prestaciones y no de la protección del regulador.

\* En este recorrido hacía la **competencia real**, es preciso **eliminar los vínculos entre los precios minoristas y la oferta mayorista de Telefónica**. Con ello, se dinamizaría el mercado, pero, sobre todo, se contribuirá a evitar ese sobre coste artificial al que se aludía anteriormente.

\* La incorporación de nuevos usuarios a la Sociedad de la Información en un mercado más flexible como el que se propone requiere **que los operadores adecuen sus ofertas de banda ancha, en precio y prestaciones** a las necesidades de los distintos tipos de usuarios.

\* Sólo la protección de los derechos de los usuarios, la garantía de acceso al bucle de abonado en condiciones de neutralidad para el conjunto de operadores y las reglas de la competencia leal deben actuar como **límites en este escenario de liberalización**, porque, en definitiva, liberalización y desregulación son dos conceptos diferentes.

\* Una regulación tendente a promover la competencia debería **favorecer la consecución de acuerdos comerciales** entre operadores, desarrolladores de contenidos y

aplicaciones, y fabricantes de programas y equipos, con la finalidad de dar satisfacción a las necesidades de los usuarios y permitir un mayor ritmo de desarrollo de la Sociedad de la Información.

#### 4.3 Derechos de los usuarios

En un nuevo escenario como el que se plantea en los puntos previos ya se ha comentado que los límites deben venir dados por el respeto a los derechos de los usuarios, que a lo largo de este tiempo de desregulación han sido vulnerados de forma permanente con múltiples propuestas inspiradas por la CMT y con el beneplácito de la administración competente, incluida la de consumo.

En este apartado proponemos:

\* **La obligación de refrendar, al menos, la selección de operador de acceso mediante el contrato escrito,** cualquiera que haya sido la fórmula empleada inicialmente para el establecimiento de la relación operador-usuario. Con ello, se pretende evitar las prácticas fraudulentas de preasignación, slamming.

\* En consecuencia con lo anterior es preciso reforzar **la reciente**

**regulación sobre la verificación verbal de la preasignación habilitada por la CMT,** para evitar que sea fuente añadida de conflictos a los generados por el propio organismo con las permanentes devaluaciones de los mecanismos de control (verificación de firma por el operador que pierde al usuario) establecidos originalmente respecto a la preasignación. Esta devaluación, en el caso del ADSL ha sido absoluta, al no permitirse ni la verificación del exiguo 5% de los contratos al que se limitó la verificación en telefonía.

A este respecto la AI propone que se establezcan las medidas necesarias para garantizar la independencia de las entidades verificadoras y el resto de procedimientos que inspiran la verificación verbal.

\* Igualmente, mientras este estado de cosas continúe, es necesario que la administración competente habilite el **derecho de los usuarios a prevenir la preasignación** mediante escrito dirigido a su actual operador de acceso que regirá hasta que el propio usuario comunique un cambio de voluntad.

\* Toda la normativa desplegada para habilitar el alta por parte del regulador debe tener como contrapunto

**el derecho de los usuarios a darse de baja** de cualquier servicio o con el operador de acceso de forma ágil, gratuita y veraz.

\* El usuario tiene derecho a gozar de la **protección administrativa** frente a la vulneración de los derechos básicos que le asisten, entre otros, como el de la información veraz y la libre elección de operador.

\* La protección administrativa, para ser eficaz en la salvaguarda los derechos de los usuarios, debe integrar un **régimen sancionador** que determine las sanciones correspondientes y las compensaciones a los usuarios, por una deficiente prestación del servicio (interrupción del mismo, pérdida de calidad), o lesión de derechos (publicidad engañosa, slamming, etc.)

#### 4.4 Calidad

Junto con el precio, la calidad de la prestación es un factor relevante en la toma de decisiones de los usuarios. La Sociedad de la Información, en una fase casi embrionaria, en relación con otros ámbitos de la sociedad más consolidados y maduros, no puede abstraerse de este axioma.

En este apartado proponemos:

\* El derecho de los usuarios **a conocer por contrato la calidad mínima** a la que se compromete el prestador del servicio.

\* El derecho de los usuarios a que la Administración competente determine un **régimen de calidad mínimo exigible**, respecto al acceso, el correo electrónico, la voz sobre IP.

#### 4.5 Nuevos Servicios

A lo largo de este estudio se ha repetido en numerosas ocasiones que el desarrollo de la Sociedad de la Información, entendido como la incorporación de nuevos usuarios a la misma y un mayor aprovechamiento de sus posibilidades, requiere infraestructuras y equipamientos, pero también mayores y mejores servicios que resultan atractivos para los distintos tipos de usuarios.

En consecuencia, es necesario que la regulación de este mercado se oriente a favorecer la aparición de nueva oferta de servicios de banda ancha para todos los ciudadanos sin restricciones geográficas o regulatorias.

En este apartado proponemos:

\* Permitir, a todos aquellos operadores que lo deseen, el desarrollo de la tecnología de VoIP, porque ésta será previsiblemente uno de los motores que impulsen el desarrollo de la Sociedad de la Información, a tenor del atractivo que representa para la mayor parte de los usuarios.

\* Favorecer desde la regulación, como ya se ha mencionado, **el desarrollo de acuerdos comerciales entre los diferentes subsectores** que concurren en la Sociedad de la Información (operadores, proveedores de contenidos, programadores y fabricantes), al objeto de elaborar ofertas que satisfagan las expectativas de los usuarios.

En este sentido resultan relevantes todos aquellos **acuerdos tendentes a auspiciar el crecimiento del tele trabajo y la tele educación.**

Sobre el primero hay que apuntar la necesidad de que las empresas y los autónomos, los acuerdos que se puedan desplegar incorporen la asistencia técnica en el ámbito de las aplicaciones y de los equipos y la conexión.

Respecto a la tele educación es preciso

alentar, por medio de programas específicos, la incorporación y la formación del profesorado; y, al igual que en el tele trabajo, contemplar la asistencia técnica.

Especial significación tiene el desarrollo de la oferta de televisión (los operadores de cable ya empaquetan este servicio) y ocio a través de ADSL, porque representa uno de los principales segmentos de consumo de las familias españolas.

En general debe realizarse un esfuerzo de prescripción adecuada para los hogares no tecnológicos o antitecnológicos, con campañas destinadas a explicar la dimensión práctica de la Sociedad de la Información.

\* Por último, es necesario profundizar en la **e-administración** facilitando la búsqueda de información que, en la actualidad salvo raras excepciones, resulta excesivamente compleja, no pocas veces inadecuada y, en algunas ocasiones inútil.

Además es preciso profundizar en la comunicación telemática para la realización de consultas, solventar dudas, realizar peticiones, etc.

Con todo, es el incremento de las gestiones que se pueden completar vía Internet el que cobra mayor interés desde la perspectiva

De los ciudadanos (pago de impuestos, certificados, reclamaciones, etc.)

Dada la distribución de competencias entre las diferentes administraciones es del todo imprescindible un impulso en la administración local, que es la que presenta un mayor desfase en su oferta de servicios a los ciudadanos.

De igual modo, podría significar una ayuda para los usuarios que las páginas web de las diferentes administraciones les remitiesen a los sitios web adecuados para efectuar la gestión que requieren, o, al menos le informasen del organismo competente.

#### 4.6 Seguridad.

La desconfianza, en general, y la seguridad en particular se revelan en todos los estudios de opinión, como uno de los principales inhibidores de la incorporación a la Sociedad de la Información o para el despegue de determinados servicios.

No hay recetas mágicas en este terreno, si acaso reclamar:

- \* El incremento de los servidores web seguros por 100.000 habitantes.
- \* Una mayor implicación de los operadores y servidores en la detección y eliminación de virus.

\* Difusión y promoción de la certificación y la firma digital.

\* Implicación de los operadores e ISPs en la política de protección de los usuarios frente a virus y otros códigos maliciosos, así como frente al spam. Sin que de ello se derive ni responsabilidad por los contenidos que circulan por sus redes ni violación del secreto de las telecomunicaciones.

\* Mayor autoexigencia de los fabricantes de software, sobre todo, de los de uso masivo, en relación con la estabilidad y la seguridad de sus programas.

\* Mayor información y formación destinada a los usuarios y disponibilidad de servicios de atención técnica en red y vía telefónica.

\* Utilización sistemas cifrados, en aquellas páginas que contengan datos de carácter personal y exigencia de contraseñas de al menos ocho caracteres alfa numéricos para el acceso a la información personal o la transmisión de datos por Internet.

\* Mayor agilidad de respuesta y transparencia de las entidades privadas o públicas que estén siendo objeto de phishing.



Abril - 2005