

ESTUDIAR LA POBLACIÓN EN EL SIGLO XXI, NUEVOS RETOS PARA LA INVESTIGACIÓN (I)

En los últimos 20 años la población española ha experimentado fuertes cambios sociodemográficos. Dos décadas que han dado para 10 años de crecimiento y otros tantos de crisis. En un momento en que desde el marketing se habla constantemente de “millennials”, de “Generation X”, “Y” o “Z”, creemos que es oportuno rescatar los conceptos de análisis poblacional básicos y ver cómo hemos llegado a donde actualmente estamos. Nos centraremos por ahora en la estructura de la población, en el equipamiento y consumos de los hogares, y cómo no, en la revolución tecnológica de los últimos años cuyas consecuencias están en pleno desarrollo.

La demografía del país: La población ha crecido alrededor del 17% entre 1995 y 2017, alcanzando los 46,5 millones de habitantes. Sin embargo, el ritmo de crecimiento ha cambiado su signo. Los incrementos interanuales fueron haciéndose mayores a partir de 2002, y se mantienen por encima del 1,5% de crecimiento anual hasta 2008. A partir de entonces se empieza a descender y llega a ser negativo entre 2013 y 2015.

Los años de crecimiento económico anteriores a la crisis tuvieron uno de los efectos poblacionales más nuevos en nuestro país: la **inmigración**. De ser un país con fuerte corriente de emigración durante algunos periodos del siglo XX, se pasa a ser un país de destino laboral. Desde finales de los 90 la entrada de inmigrantes es constante: si en 1998 representaban 1,2 millones y un peso del 2,9%, en 2005 ya suponían el 10% y 4,4 millones. El pico se alcanza en 2012, con casi 6,8 millones (el 14,3% de la población), observándose una caída leve, pero constante, desde entonces. Pero en lo relativo al ritmo de crecimiento de los inmigrantes, los años más significativos se dan entre 2000 y 2008, casi todos ellos por encima de los dos dígitos, para caer drásticamente desde entonces e incluso ser negativo desde 2013. 2016 acaba con un 13,2% de nacidos en el extranjero (6,1 millones).

La otra característica demográfica relevante en estas dos décadas es el **envejecimiento** experimentado por la población: desde principios de los 70 España ve reducir su población más joven. Si en 1971 los menores de 35 años representaban más de la mitad de la población (55,8%), en 1995 son ya el 49,4% y en 2016 sólo suponen algo más de un tercio (36,7%). El comportamiento más negativo en los últimos 20 años corresponde al grupo entre 13 y 24 años, que desciende 7,5 puntos, pero también es relevante la pérdida de 4,2 puntos del grupo de 25 a 34 años. Los menores de 13 años, en línea descendente también, ven frenar su caída con la explosión inmigratoria. Si en 1971 representaba el 26,1%, toca fondo en 2002 y 2003 con el 13,5%. A partir de entonces y hasta 2012 los menores de 13 años presentan un leve y constante crecimiento. En el lado contrario, son los grupos intermedios, entre 35 y 64 años, los que experimentan crecimientos casi constantes y de mayor peso. Pero quizá llame más la atención el fuerte crecimiento en términos relativos de los más mayores, de 75 años en adelante, que representan ahora un 9,5%, poco menos que el grupo de 14 a 24 años. Y aún más espectacular resulta ver cómo los mayores de 85 años doblan su presencia en 20 años.

Otro de los indicadores que también ha sufrido grandes cambios en estas dos décadas es el **tamaño de hogar**. Si nos fijamos en los datos del EGM (individuos de 14 y más años) observamos cómo se pasa de 2,84 miembros por hogar en 1995, a un promedio de 2,16 individuos en 2016. Se reduce sensiblemente el tamaño de los hogares, lo que contribuye al incremento relevante de los hogares unipersonales. El censo de hogares de 1991 arrojaba un 13,3% de hogares unipersonales, el de 2001 situaba este valor en 20,3% y en la actualidad el INE calcula que existe un 25,1%, esperándose llegar a casi el 29% en 2031.

La **distribución espacial** por su parte ha seguido el conocido proceso de concentración poblacional. Los municipios por debajo de los 10 mil habitantes han ido perdiendo peso paulatinamente, pero de manera moderada. Si en 2000 representaban el 24,4%, en 2016 es el 21,1%. La otra pérdida relativa tiene lugar entre las capitales, que en el mismo periodo pierden casi 3 puntos de peso, pasando del 34,7 al 31,8%. No todas se ven afectadas, sino esencialmente aquellas de menor población y situadas en el interior.

En **términos socioeconómicos**, se aprecia un incremento de las capas de clase social más alto a costa de las inferiores: en 1995, la clase alta y media alta suponía un 19,5%, mientras que en 2016 supera el 29%. En el lado opuesto, la clase baja y media baja ha pasado de un 39,5% a 27%. La modernización y desarrollo económico se reflejan en el fuerte crecimiento en estos años del peso de los responsables de las compras del hogar en situación activa laboral: del 27% en 1995 se pasa al 42% en 2016.

El equipamiento de los hogares: Todos estos cambios vienen acompañados a su vez de cambios en el equipamiento de los hogares, de sus consumos y en parte de las actitudes. Merece la pena señalar algunos ingredientes especialmente relevantes de estos cambios. El análisis de la evolución del equipamiento pone de manifiesto una mejora progresiva de los hogares en lo relativo a electrodomésticos de menor penetración (aire acondicionado, lavavajillas, secadora, congelador independiente), con un mayor ritmo de crecimiento hasta el año 2008, cuando la crisis ralentiza o frena claramente la evolución.

Pero los hechos diferenciales más importantes de estas dos décadas, ambos muy vinculados y con grandes consecuencias en cambios de comportamiento y actitudes tienen que ver con la aparición de **Internet** –en especial cuando llega a los hogares-, y con el **equipamiento tecnológico**, sobre todo en su formato móvil.

En 1996 AIMC inició la medición de **Internet** con un escaso 1% de penetración. En la primera ola de 2017 se supera el 75% de usuarios cotidianos y el 80% de usuarios mensuales (entre individuos de 14 y más años). El crecimiento sigue, aunque lógicamente a un ritmo inferior. No ha sido un crecimiento uniforme entre la población en prácticamente ninguna de las variables sociodemográficas relevantes: sexo, edad, hábitat o Comunidad Autónoma. La brecha por sexos, a favor del hombre, se ha ido cerrando paulatinamente y ambos están prácticamente al 50% desde 2016. En edad, a partir de los 55 años se mantiene aún una gran distancia, en especial entre los

mayores de 65 años, que suponen un 10% de los usuarios de Internet en la 1ª ola de 2017, cuando poblacionalmente pesan un 19%. También algunas Comunidades han mantenido sistemáticamente una penetración inferior, como Galicia o La Rioja, con una penetración en ambos casos en torno al 70% en 2017, a más de 8 puntos del promedio nacional de acceso mensual. En un segundo escalón se sitúan Asturias, Castilla y León, Extremadura y Valencia con valores entre el 72 y el 75%. En el lado opuesto, Madrid, Cataluña, País Vasco, Canarias y Baleares superan el 80%.

En cuanto al **equipamiento tecnológico** se ha producido un cambio drástico que afecta al ordenador, al televisor y al teléfono. El ordenador personal estaba presente en 1995 en el 17,2% de los hogares. Alcanza su cénit en 2013, con una penetración del 64,6%, para empezar a caer desde entonces y situarse en el 61,4% en 2016. A partir de 2012 el ordenador portátil supera ampliamente en penetración al de sobremesa: 47,9% frente a 29,8% en 2016. Han surgido otros dispositivos móviles y conectables con funciones similares: el móvil y la tableta, hoy presentes en el 95% y 30% de los hogares respectivamente.

El televisor ha vivido más un proceso de recambio al hilo de nuevos formatos (plano, HD...) y tecnologías de emisión como la TDT. Pero con Internet y los desarrollos tecnológicos cambian paulatinamente los periféricos conectables al televisor. Se trata con todo de un campo de largo recorrido abonado a múltiples desarrollos. Es evidente el descenso del DVD conectado o de la cámara de vídeo y también parece que la videoconsola tocó techo hace unos años. Igualmente de claro es el potencial de desarrollo que aún tiene por delante el Smart TV.

En parte por los cambios poblacionales vinculados al crecimiento económico con nuevas actividades profesionales, en parte por la creciente presencia de inmigrantes, y en especial debido al desarrollo de la conectividad, un elemento de gran importancia como es el teléfono ha cambiado radicalmente su rol. El teléfono fijo deja de ser el rey de los hogares y pierde peso poco a poco hasta situarse en un 72,5% de penetración en 2016. Por otro lado, los hogares con móvil ascienden a casi el 95%, y los hogares donde sólo existe móvil han pasado de un 8,8% en 2000 a un 26,6% en 2016.

El uso creciente de Internet, junto con la implantación masiva de los dispositivos móviles y la conectividad provoca en los últimos años muchos otros cambios que afectan a la forma de consumir o comprar, así como a otros comportamientos relacionales que veremos próximamente.

Fernando Santiago
Director Técnico AIMC
Junio 2017