

Observatorio de la ciudad

SDT N° 116

**ENCUESTA USOS DE INTERNET EN
ALCOBENDAS. LA BRECHA DIGITAL**

Febrero 2015



**Área de Gobierno
Administración Municipal**

**Departamento
Planificación y Evaluación**





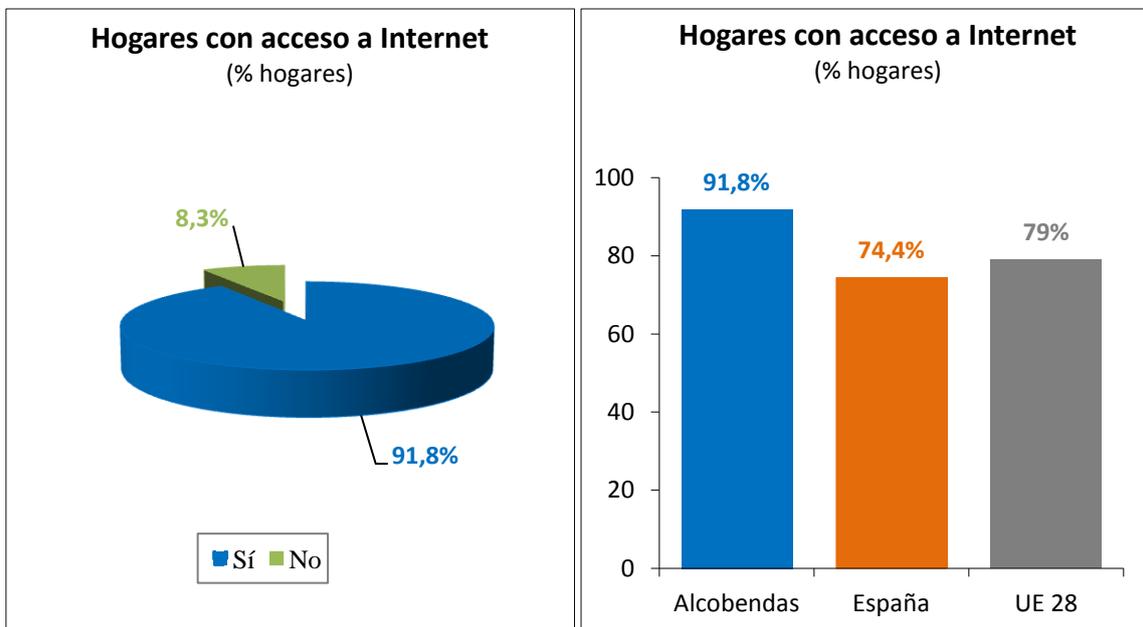
ÍNDICE

1. VIVIENDAS CON ACCESO A INTERNET	1
1.1. Hogares con acceso a internet	1
2. EL USO DE TIC POR LOS CIUDADANOS	3
2.1. El uso de TIC por las personas de 16 a 74 años	3
2.2. La brecha digital	5
2.3. Adopción de TIC según actividad y nivel socioeconómico.....	6
3. INTERNAUTAS	9
3.1. Internautas según último acceso y frecuencia	9
3.2. Uso de Internet por características sociodemográficas.....	10
3.3. Frecuencia de uso por características sociodemográficas.....	11
3.4. Dispositivo de acceso a Internet	13
3.5. Lugar de acceso a Internet	14
3.6. Usos de Internet.....	15
4. REDES SOCIALES	18
4.1. Participación en Redes Sociales	18
4.2. Redes utilizadas.....	20
4.3. Frecuencia de uso.....	21
5. COMERCIO ELECTRÓNICO	22
5.1. Compras por Internet.....	22
6. eINCLUSIÓN.....	25
6.1. Principales indicadores de eInclusión	25
6.2. eInclusión y edad.....	26
6.3. eInclusión y nivel educativo	28
6.4. eInclusión y renta	29
6.5. eInclusión y discapacidad.....	31
7. eAYUNTAMIENTO.....	33
7.1. Utilización y valoración de los servicios online del Ayuntamiento	33
7.2. Perfil sociodemográfico de los usuarios de eAdministración	35
8. HÁBITOS INFORMATIVOS.....	36
8.1. Fuente más importante para estar informado de la actualidad.....	36
8.2. Calidad de la información de Internet	38
8.3. Administración y Gobierno de la Ciudad: Información y Participación	39
FICHA TÉCNICA	43



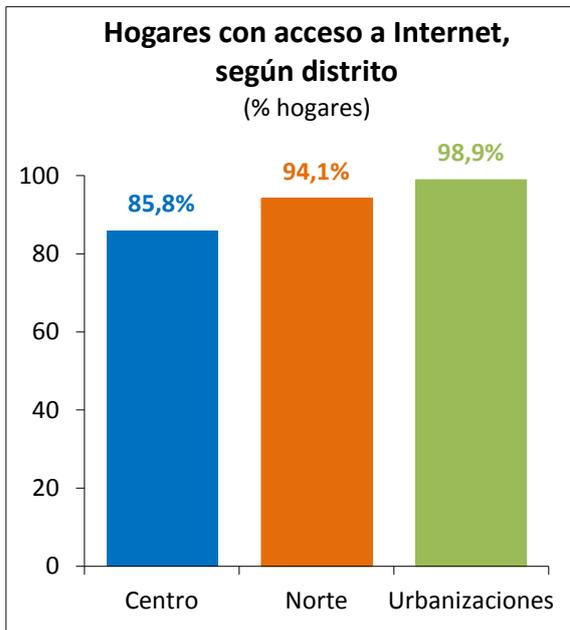
1. Viviendas con acceso a Internet

1.1. Hogares con acceso a internet

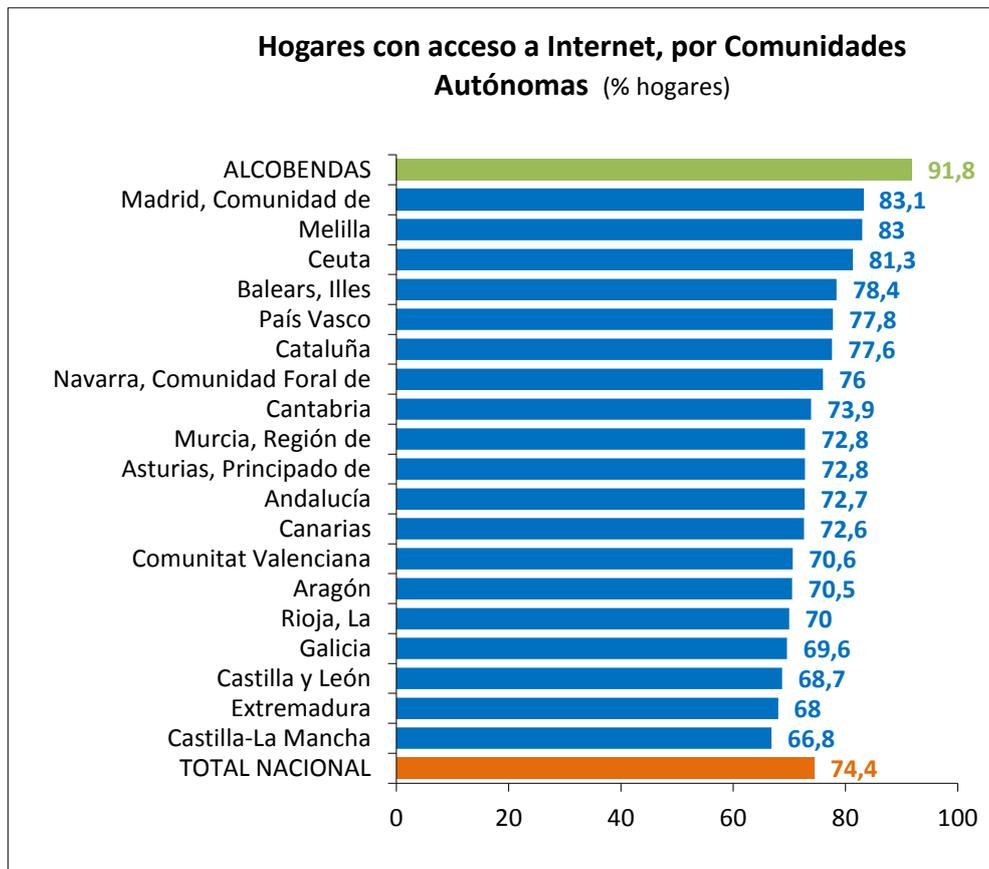


Nota: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares. Año 2014. INE. Eurostat 2013.

- El **91,8% de los hogares de Alcobendas tiene acceso a la Red**. Indicador que revela la implantación prácticamente generalizada de las tecnologías en el ámbito doméstico.
- La penetración de Internet en los hogares de Alcobendas está **18 puntos por encima** de la **media de hogares españoles** y **13 puntos por encima de la media europea**.



- En todos los distritos el **acceso a Internet está muy extendido**, especialmente en el distrito **Urbanizaciones**, donde prácticamente la totalidad de los hogares dispone de acceso a la Red (98,9%).

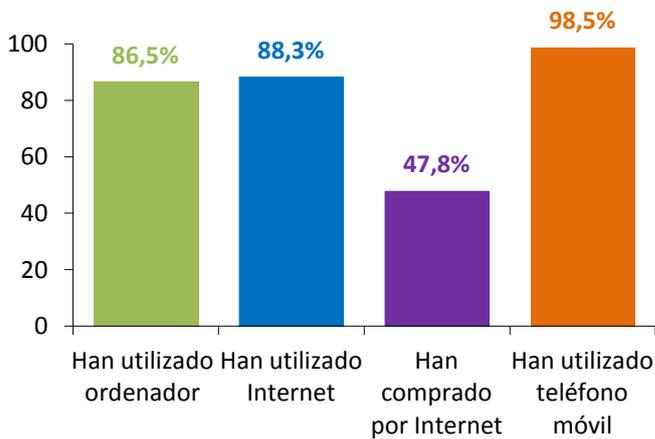


Nota: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares. Año 2014. INE

2. El uso de TIC por los ciudadanos

2.1. El uso de TIC por las personas de 16 a 74 años

Uso de TIC en los últimos 3 meses
(% total de la población)



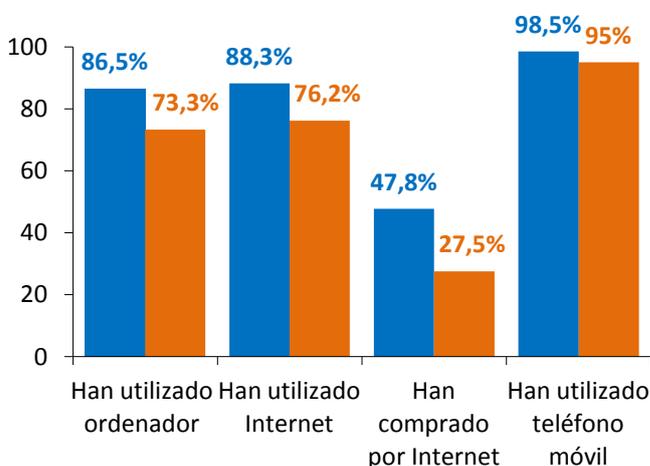
- Hay **más usuarios de Internet (88,3%)** que de **ordenador (86,5%)**.

Este dato es indicativo de la utilización creciente de dispositivos distintos al ordenador (básicamente los *smartphones*) para la conexión a Internet.

- Los **teléfonos móviles**, están prácticamente implementados de forma universal en Alcobendas.

COMPARATIVA

Uso de TIC en los últimos 3 meses



- El **uso de TIC por la población de Alcobendas** de 16 a 74 años se encuentra **por encima de la media española**.

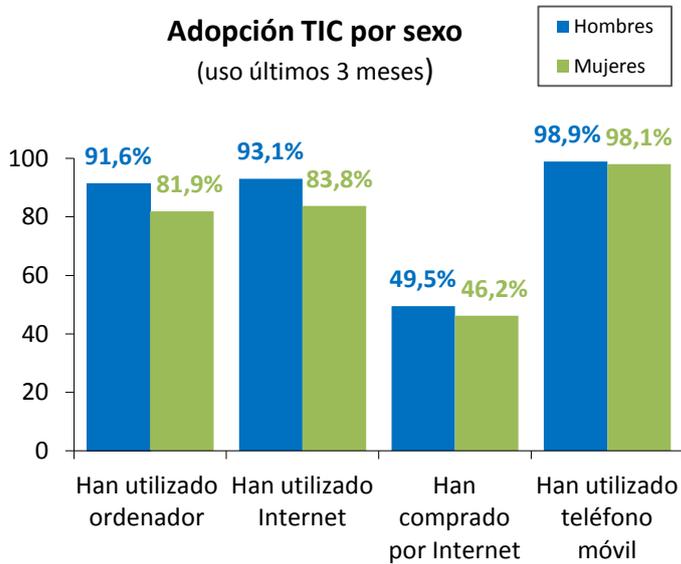
- La diferencia más significativa: operaciones de **comercio electrónico**.

- Centrando el análisis en el ámbito individual, la adopción de TIC entre la población de Alcobendas es elevada comparándola con la media nacional. De hecho, algunos dispositivos, como los teléfonos móviles, los utiliza prácticamente toda la población (98,5%).
- El 86,5% de la población de 16 a 74 años ha utilizado el ordenador en los últimos tres meses, el 88,3% Internet y el 47,8% ha comprado por Internet. El porcentaje de usuarios de Internet en los últimos tres meses supera a los usuarios de ordenador en ese periodo.
- En la siguiente tabla se comparan las estimaciones obtenidas para los intervalos temporales de referencia de uso de TIC comúnmente utilizados (“alguna vez”, “en el último año” y “en los últimos tres meses”). Como se puede observar:
 - ✓ El porcentaje de personas que han utilizado **Internet en alguna ocasión** sigue superando al de usuarios de ordenador en alguna ocasión
 - ✓ Por otra parte, el porcentaje de personas de 16 a 74 años que han realizado **operaciones de comercio electrónico alguna vez en su vida** se sitúa en el 66,5% de la población, **23 puntos por encima de la media nacional** (43,2%).

Usuarios de TIC por periodo de referencia (%)			
	Uso de ordenador	Uso de Internet	Compra por Internet
Alguna vez	88,5	90,0	66,5
Últimos 12 meses	87,8	89,0	59,8
Últimos 3 meses	86,5	88,3	47,8

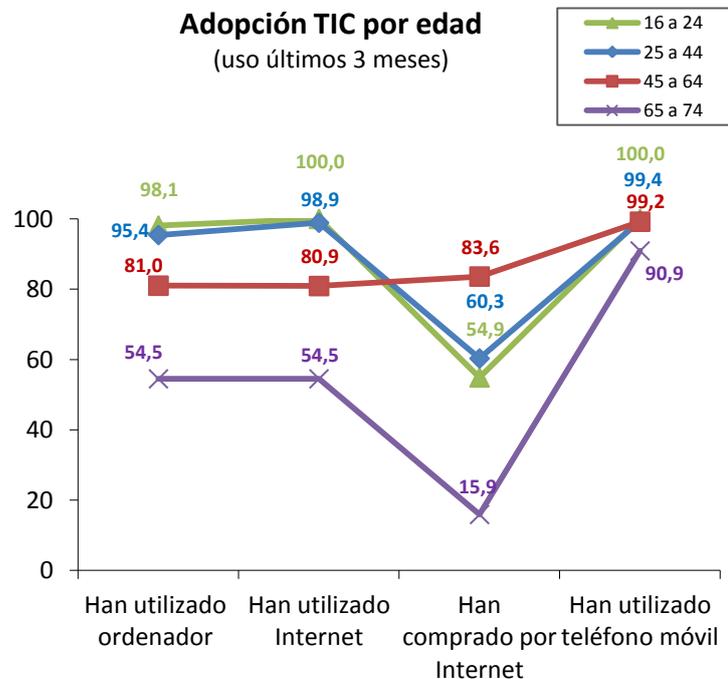
Nota: % sobre el total de la población de 16 a 74 años

2.2. La brecha digital



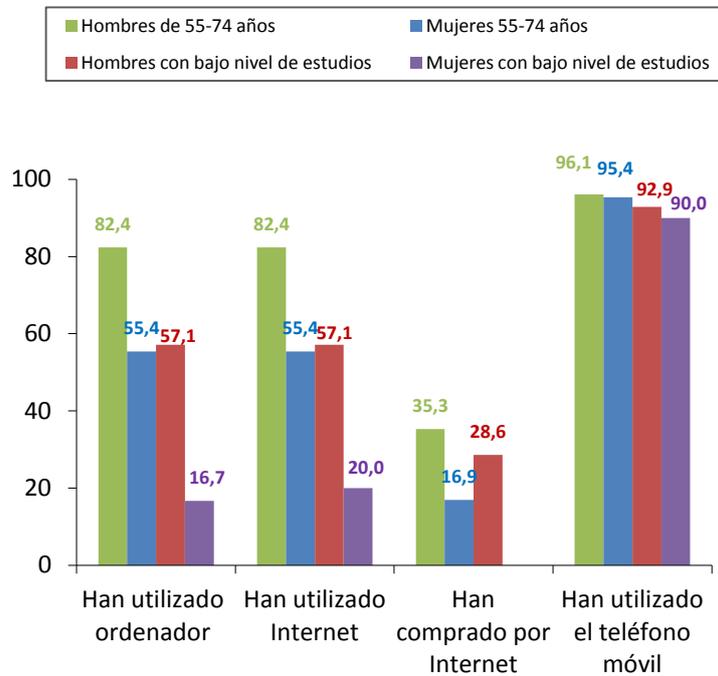
- El uso de TIC ha alcanzado **niveles muy elevados en ambos géneros**.
- Esta adopción de las nuevas tecnologías ha tendido a producirse **más favorablemente en los hombres** que en las mujeres.

- Las nuevas tecnologías tienen un **mayor calado** entre las personas comprendidas **entre 16 y 44 años**, mientras que **los mayores** (de 65 a 74 años) presentan, con diferencia, las **menores tasas de adopción**.



Adopción TIC por edad

(uso últimos 3 meses)



- **Marcada brecha digital de género a partir de los 55 años**, especialmente en la banda más alta de edad de este grupo de población.
- Las **mujeres con 55 o más años y bajo nivel de estudios** son las que sufren **mayor brecha digital** en la adopción de TIC.

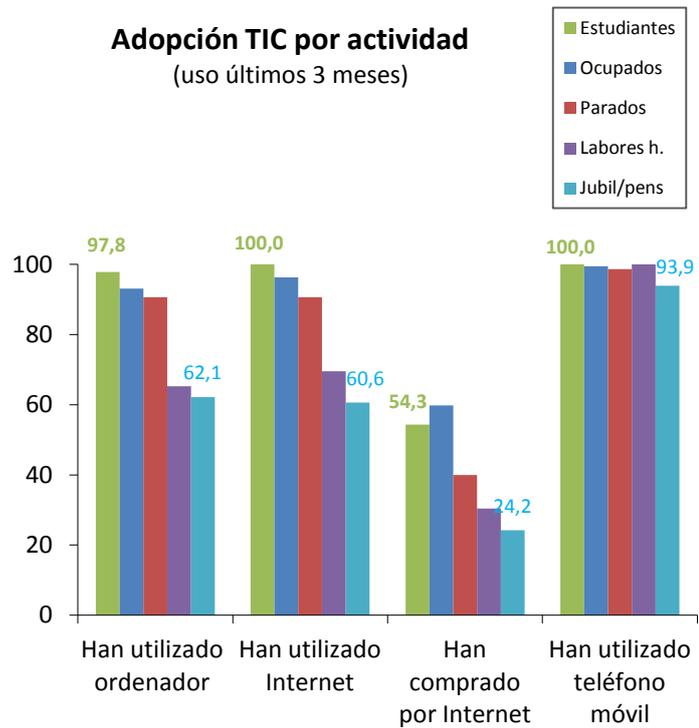
- No obstante, tanto en el colectivo femenino como en el sector de población mayor se aprecian los esfuerzos realizados por los servicios municipales para acercar las TIC a todos sus ciudadanos, a tenor de los elevados porcentajes de adopción de TIC en estos dos grupos de población.

2.3. Adopción de TIC según actividad y nivel socioeconómico

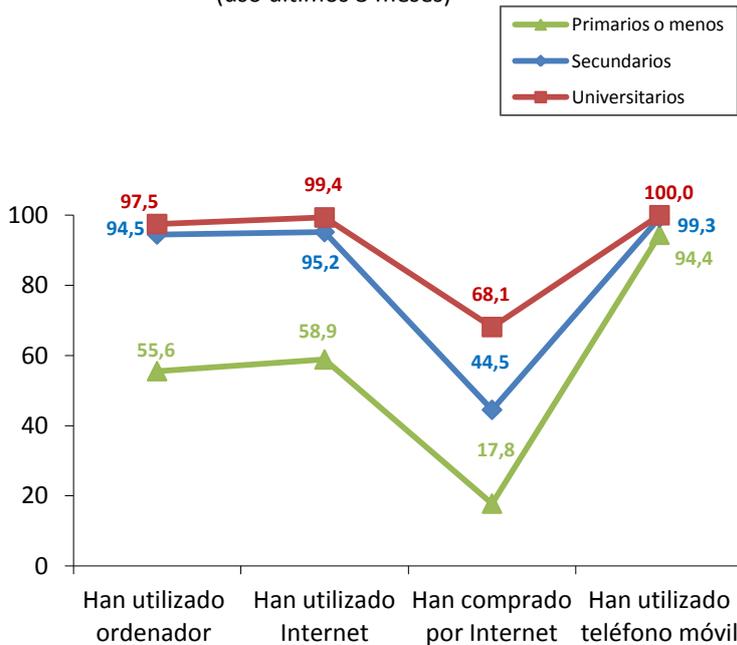
- A continuación se presentan los resultados de adopción de TIC por los ciudadanos en cuanto al uso en los tres últimos meses, según la actividad principal, el nivel de estudios alcanzado, el nivel de ingresos y el distrito de residencia.

El grupo de **estudiantes** es **quién más utiliza las TIC**, datos que concuerdan con la distribución por edad, en la que el segmento de personas de 16 a 24 años destacan en este comportamiento.

Adopción TIC por actividad
(uso últimos 3 meses)



Adopción TIC por nivel de estudios
(uso últimos 3 meses)

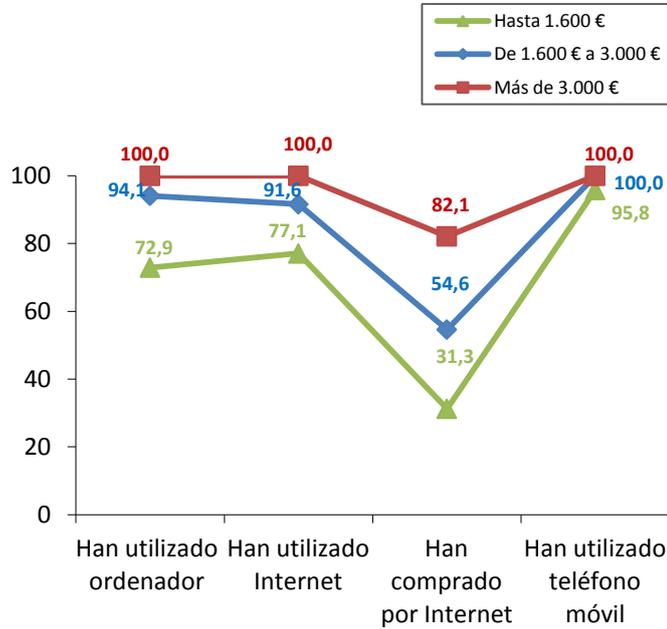


En términos generales, la **brecha en el acceso a las nuevas tecnologías** es todavía relevante entre la población con **bajos niveles educativos**.

Adopción TIC por ingresos

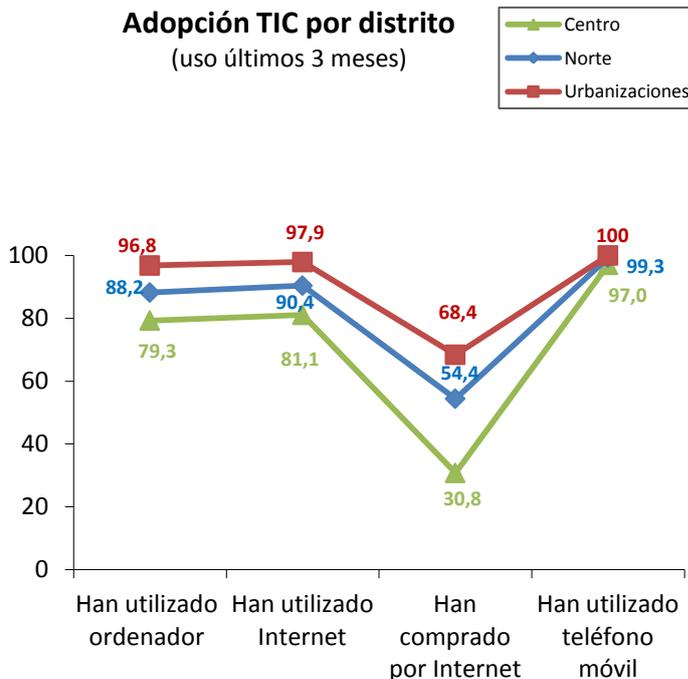
(uso últimos 3 meses)

La **adopción de TIC** en los **niveles económicos más elevados** es **prácticamente universal**.



Adopción TIC por distrito

(uso últimos 3 meses)

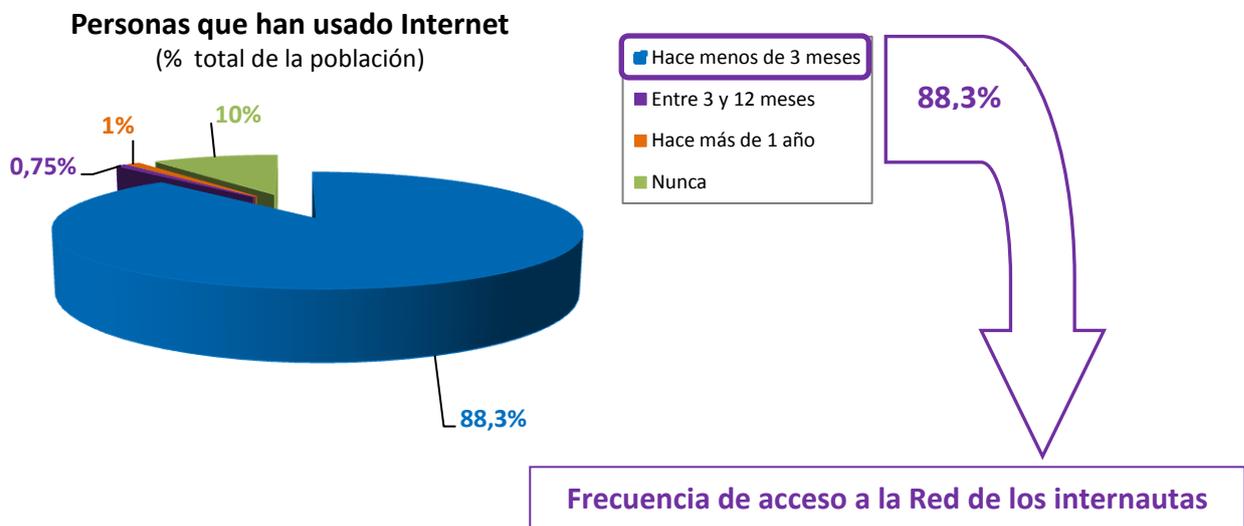


El **distrito Centro** se sitúa **por debajo de la media** en todos los indicadores de uso de TIC.

En el distrito **Urbanizaciones** prácticamente todos los ciudadanos han adoptado las nuevas tecnologías.

3. Internautas

3.1. Internautas según último acceso y frecuencia



- Un **88,3% de internautas**, es decir, personas de 16 a 74 años que han accedido a Internet en los **últimos tres meses**.
- De ellos, el 91,5% lo hacen con una frecuencia diaria.
- En términos poblacionales, el segmento de **usuarios intensivos (los de uso diario)** alcanza el **80,8% de la población** de 16 a 74 años.



- El uso de Internet ha alcanzado una gran penetración entre la población de Alcobendas, ya que el 90% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet en alguna ocasión. De hecho, 88 de cada 100 personas declararon utilizarlo en los últimos tres meses.
- Comparando los resultados de Alcobendas en cuanto al uso y frecuencia de acceso a Internet con las medias obtenidas para España y el resto de países de la Unión Europea, Alcobendas se sitúa por encima de la media en ambos indicadores.

Porcentaje de usuarios de TIC en los países de la Unión Europea (% sobre población de 16 a 74 años)			
País	España	UE	Alcobendas
Han utilizado Internet (en los 3 últimos meses)	76,2	74	88,3
Usuarios frecuentes de Internet (al menos 1 vez a la semana)	71,2	70	85,5

- En Alcobendas, proporcionalmente, **hay más internautas y usuarios frecuentes** de la Red que la media de **España** y el resto de países de la **Unión Europea**.

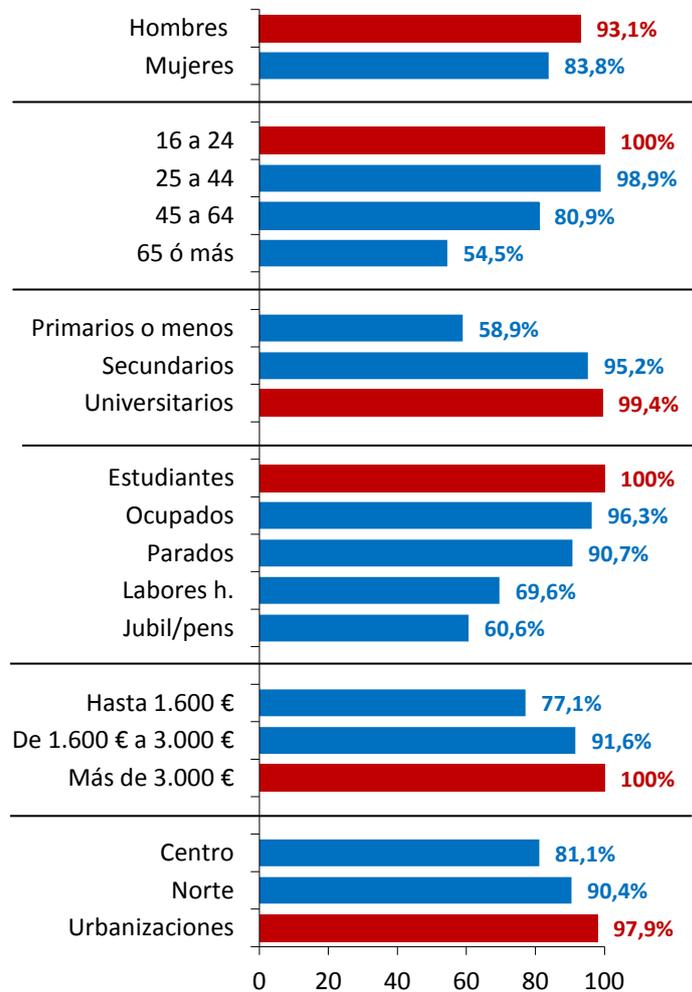
Nota: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares. Año 2014.
INE. Eurostat 2013.

3.2. Uso de Internet por características sociodemográficas

- Los **niveles de uso son prácticamente universales** entre los **menores de 45 años**, los **estudiantes** y las personas con **estudios universitarios**.
- Los porcentajes más elevados de uso de internet se localizan en los **segmentos de mayor nivel socioeconómico**: personas con alto nivel educativo, alto nivel de ingresos y entre los residentes del distrito Urbanizaciones.

Uso de Internet por características sociodemográficas (%)

(uso últimos 3 meses)



Distribución de la población internauta

- ✓ 4 de cada 10 internautas tiene menos de 35 años.
- ✓ 5 de cada 10 internautas poseen estudios universitarios.
- ✓ El 39% de los internautas reside en Centro, el 35% en Norte y el 26% en Urbanizaciones.

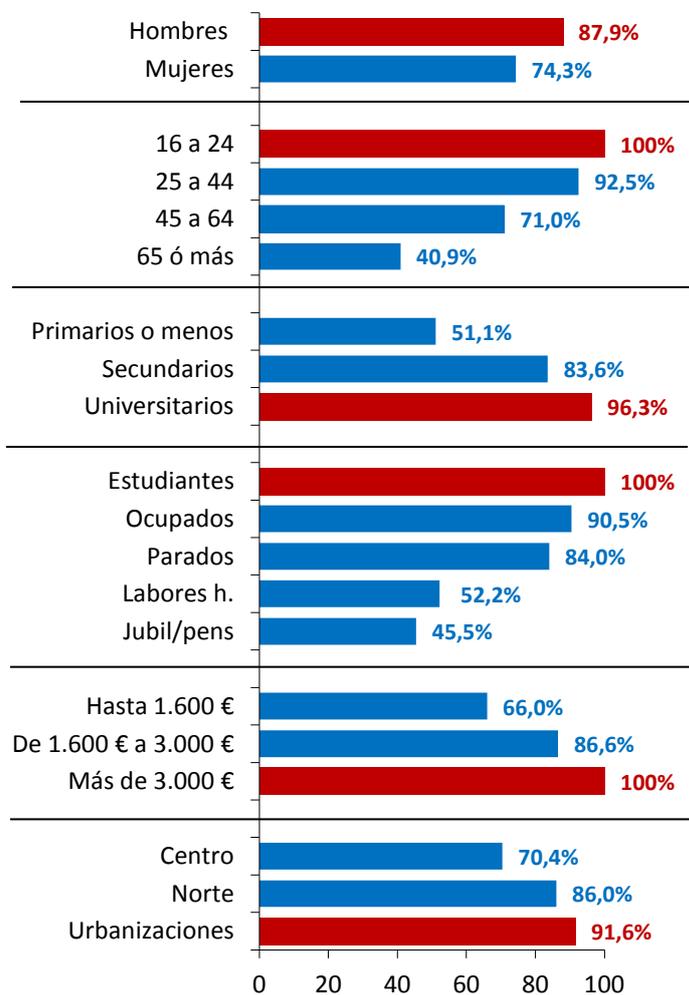
Base: Población de 16 a 74 años en cada categoría sociodemográfica

3.3. Frecuencia de uso por características sociodemográficas

- El 97% de los internautas se han conectado a la Red **al menos una vez por semana** en los últimos tres meses. Estos **usuarios frecuentes** suponen el **85,5%** de la población de 16 a 74 años.

- El segmento de **usuarios intensivos (los de uso diario)** está representado por el 91,5% de los internautas que se han conectado a la Red en los últimos tres meses, lo que supone el **80,8%** de la población de 16 a 74 años.

Usuarios intensivos de Internet por características sociodemográficas (uso diario en los últimos 3 meses)



- El **100%** de los jóvenes entre **16 y 24 años** acceden a la Red diariamente, es decir, **viven conectados**.
- El **41%** de las personas de **65 ó más años** son **usuarios intensivos**, es decir, con acceso diario a Internet.
- Existe una cierta **brecha** entre la frecuencia de acceso de los **hombres y las mujeres**, a favor de los hombres.
- En los niveles socioeconómicos más altos, la tasa de usuarios intensivos es más elevada.

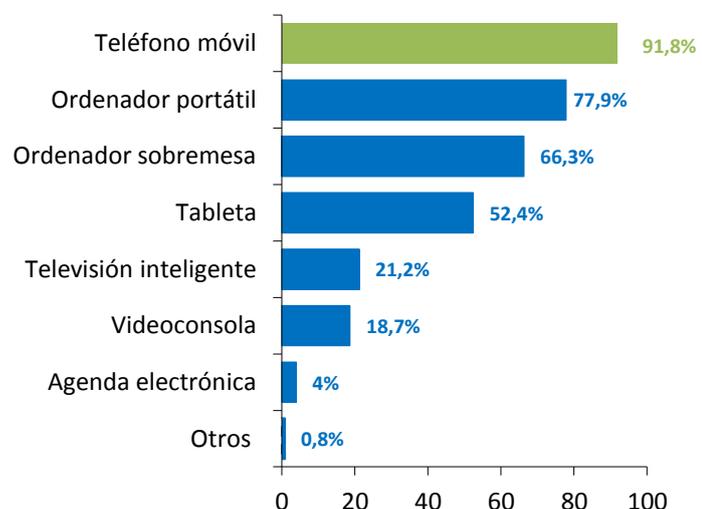
Base: Población de 16 a 74 años en cada categoría sociodemográfica

3.4. Dispositivo de acceso a Internet

- En este uso intensivo de acceso a la Red tienen cada vez mayor incidencia los dispositivos móviles, así el 73,7% de la población de 16 a 74 años que ha utilizado Internet en los últimos tres meses lo ha hecho a través de un ordenador portátil y/o dispositivo de mano.
- En general, los usuarios diversifican su equipo de acceso a Internet, siendo el teléfono móvil (91,8%), seguido del ordenador portátil (77,9%), los dispositivos más utilizados. El ordenador de sobremesa lo sigue utilizando un 66,3% para conectarse a la Red y la tableta el 52,4%.
- El resto de dispositivos para acceder a Internet tiene un perfil de usuarios más concreto. Así, el perfil medio de las personas que se conectan a Internet a través de la **televisión**, es el de un hombre joven, menor de 45 años, con nivel de estudios superiores. El acceso a la Red a través de **videoconsolas** lo hacen predominantemente los jóvenes, que son los mayores usuarios de estos dispositivos.
- **No se aprecian diferencias llamativas entre hombres y mujeres** en la conexión a Internet mediante dispositivos móviles, ambos utilizan por igual los teléfonos móviles y el ordenador portátil, siendo algo más utilizados la Smart TV y las videoconsolas por los hombres y las tabletas por las mujeres.

- Un **73,7%** de los internautas ha utilizado un **dispositivo móvil** para acceder a Internet.
- El **91,8%** de los internautas accedieron a Internet mediante el **teléfono móvil**.

Dispositivo de acceso a Internet
(% internautas: uso últimos 3 meses)

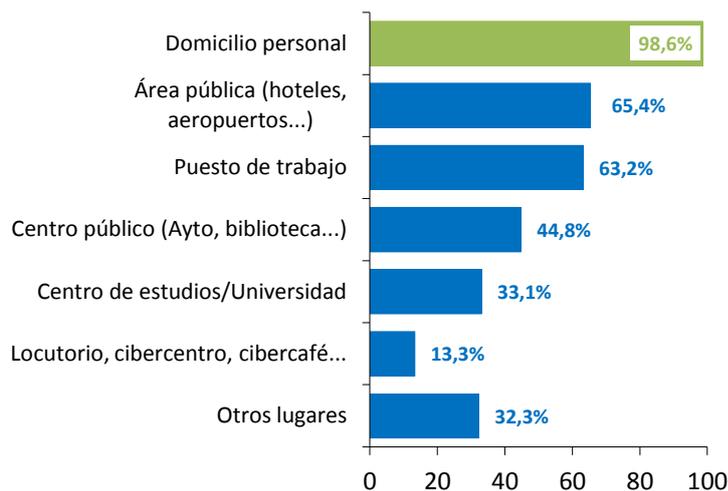


3.5. Lugar de acceso a Internet

- Los **hogares** son el lugar preferido para acceder a Internet (98,6%), pero las áreas publicas (hoteles, aeropuertos...) se sitúan por encima del lugar de trabajo como lugar de acceso a la Red (65,4% y 63,2%, respectivamente).
- Por detrás de estos lugares de acceso (casa, área pública y trabajo), se sitúan los centros públicos (ayuntamiento, biblioteca...) con un 44,8% y la universidad o centro de estudios (33,1%). Los locutorios, cibercentros o cibercafés son utilizados por un 13,3% de los internautas que accedieron a la Red en los últimos tres meses.
- **Los jóvenes se conectan a Internet desde cualquier lugar en el que tengan acceso**, así, además de hacerlo desde su casa (100%), el 82,4% también lo hace desde el centro de estudios, el 76,5% desde un centro público y el 19,6% desde un locutorio o cibercafé.

Lugar de acceso a Internet

(% internautas: uso últimos 3 meses)

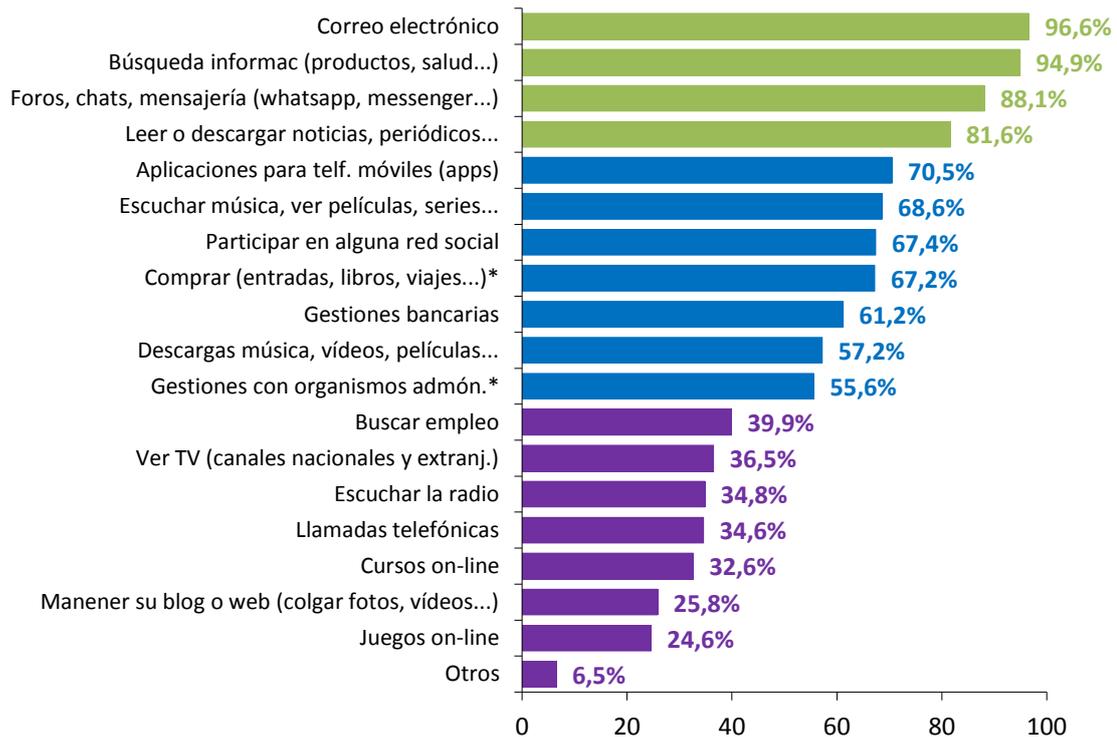


- Se accede a Internet principalmente desde **la propia vivienda (98,6%** de usuarios), si bien las **áreas públicas** (hoteles, aeropuertos) y los **centros de trabajo** son también lugares importantes de acceso.

3.6. Usos de Internet

Usos de los internautas

(% sobre internautas. Uso en los últimos 3 meses)



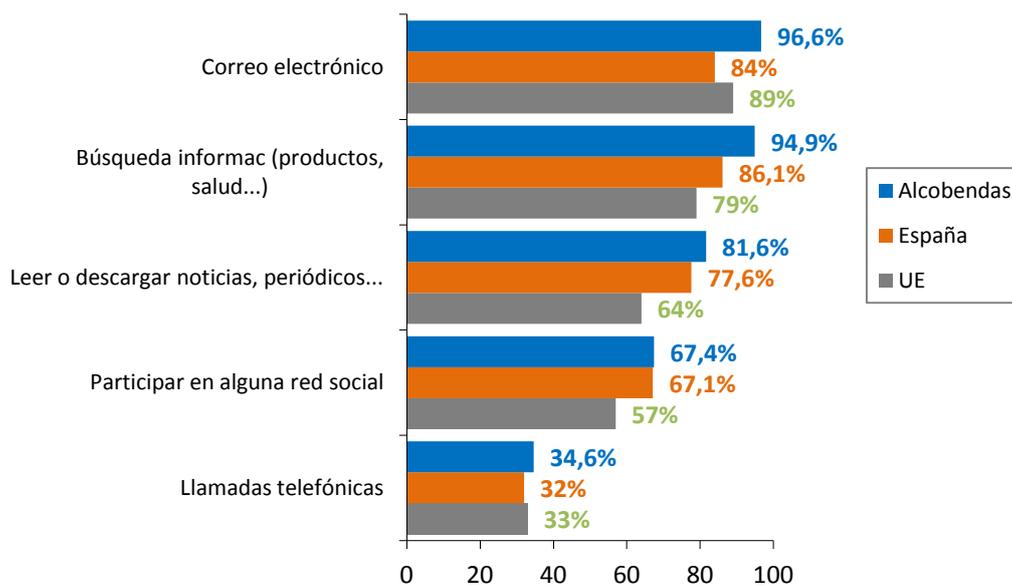
Base: *Usuarios de Internet en los últimos 12 meses y actividades realizadas en los últimos 12 meses.

Hay dos tendencias dominantes que motivan a las personas a usar Internet: las **“comunicaciones”** y la **“búsqueda de información”**.

- Los servicios más extendidos son los de comunicación a través del **correo electrónico (96,6%)** y **los foros, chats y mensajería instantánea (88,1%)**.
- La **búsqueda de información sobre bienes y servicios (94,9%)** y la **lectura o descarga de noticias, periódicos o revistas (81,6%)**

- Enviar o recibir correo electrónico (96,6%) y buscar información sobre bienes y servicios (94,9%) son los servicios más comunes utilizados por los internautas que han accedido a la Red en los últimos tres meses.
- Internet también es muy utilizado entre los usuarios para participar en foros, chats o mensajería instantánea (88,1%) y para leer o descargar prensa o revistas de actualidad, siendo ya el **81,6%** los que **han decidido leer las noticias online en los últimos tres meses**.
- Alcobendas, presenta en general, unos **valores más elevados en la utilización de servicios de comunicación y acceso a la información que la media nacional y europea** en esta materia, especialmente en los que se refiere al uso del correo electrónico y la búsqueda de información de bienes o servicios.
- En cuanto a la participación en redes sociales, tanto Alcobendas como la media nacional, se sitúan por encima de la media europea. No obstante, en la comparativa con la media nacional se aprecia que **determinados usos de Internet, como la participación en redes sociales o las llamadas telefónicas, son utilizados prácticamente en la misma medida**.

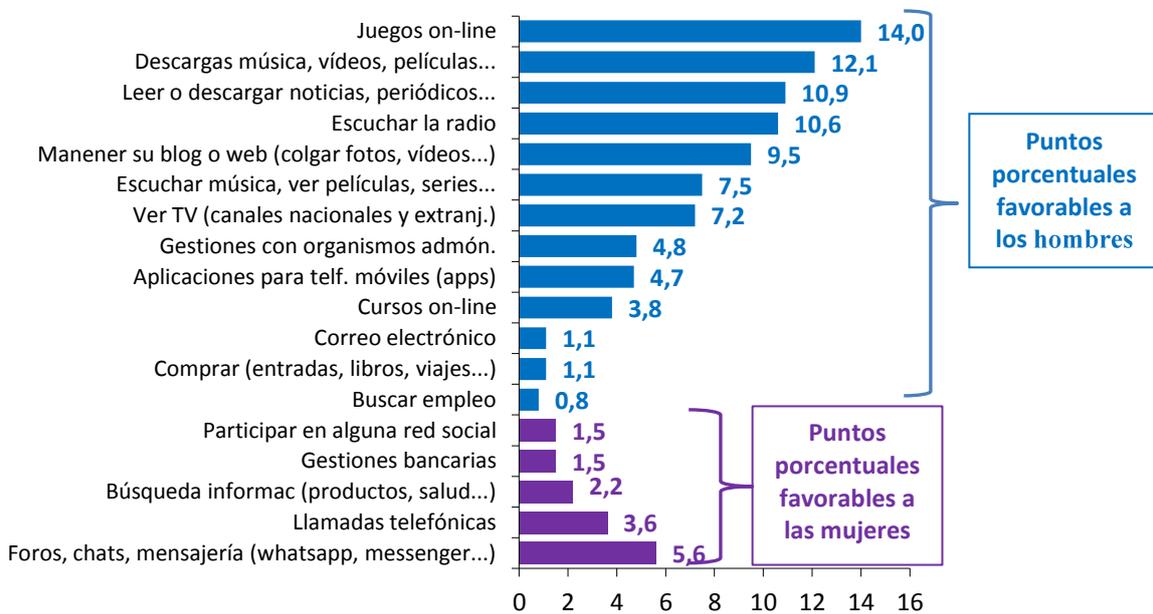
Comparativa
Servicios de comunicación y acceso a la información utilizados
(% sobre internautas. Uso en los últimos 3 meses)



Nota: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares. Año 2014. INE. Eurostat 2013.

- Si se analizan las **diferencias en estos usos por variables sociodemográficas**, con especial atención al **género**, se observa que la mayor brecha digital entre hombres y mujeres se encuentra en los internautas que *juegan on-line* con otras personas (+14 puntos de diferencia a favor de los hombres), pero también es destacable la brecha en relación con otros usos, como *descarga de ficheros de música, vídeos, películas, libros, etc.* (+12,1 puntos), *lectura o descarga de noticias en línea* (+10,9 puntos) y *escucha de música, visionado de películas o series, documentales, etc.* (+10,6 puntos).

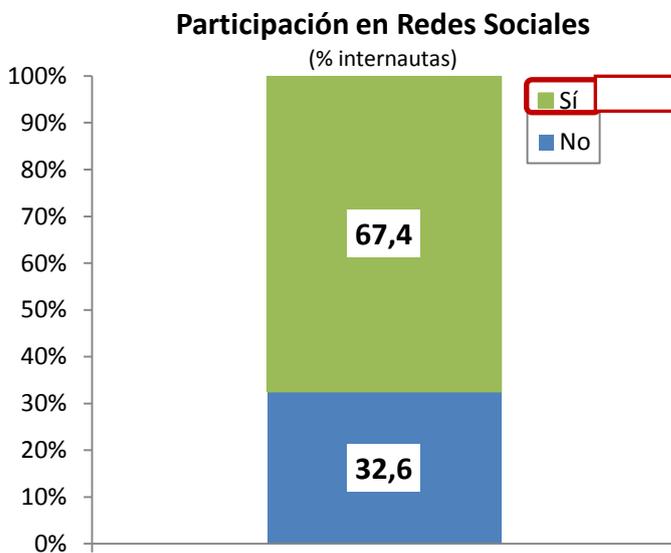
Las brecha digital de género, según usos de los internautas
(diferencia entre porcentajes de hombres y mujeres)



- La **mayor brecha digital entre hombres y mujeres** en cuanto a los usos de Internet se encuentra en las **actividades de ocio**, especialmente, los **juegos on-line** con otras personas y la **descarga de música, vídeos o películas**, y en la **lectura o descarga de noticias en línea**.
- Las **mujeres con más de 55 años y con bajo nivel de estudios** son las que sufren una mayor brecha digital, especialmente en lo que se refiere a la **lectura o descarga de noticias en línea** (+24,6 puntos porcentuales a favor de los hombres).

4. Redes sociales

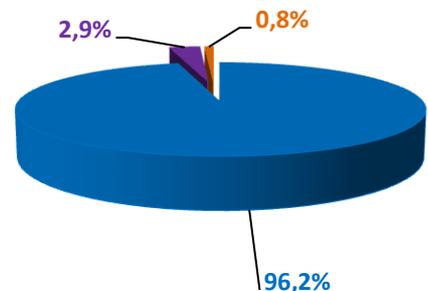
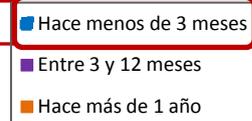
4.1. Participación en Redes Sociales



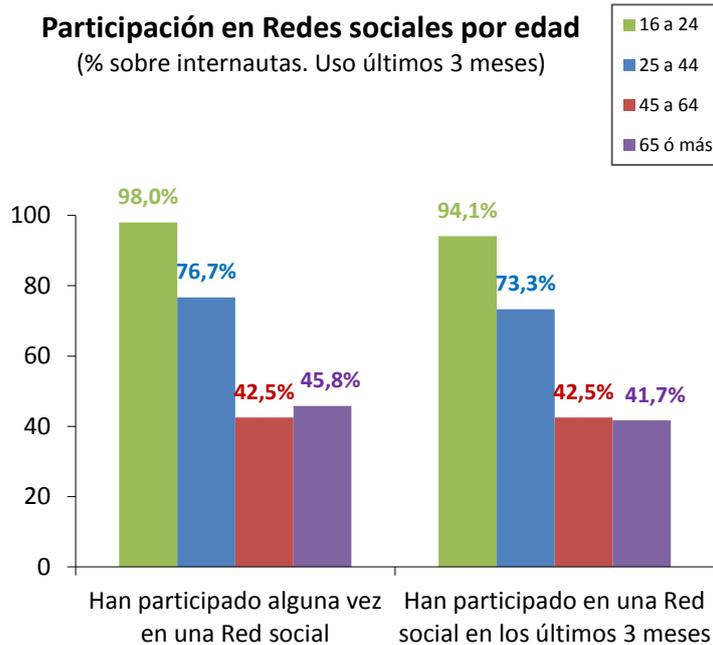
- El 67,4% de los internautas, ha tenido **algún contacto** con las redes sociales.
- De estos, la inmensa mayoría ha interactuado en los últimos tres meses (96,2%).

Último acceso a Redes Sociales
(% internautas)

- El 64,9% de los internautas ha participado en redes sociales en los **últimos tres meses**.
- En términos poblacionales, **el 57,3% de la población** de 16 a 74 años **participa en redes sociales** (últimos tres meses).



- La **interacción social** constituye una de las principales actividades de la población en Internet. Así, de los internautas que se conectaron a Internet en los últimos tres meses, el 96,6% lo ha utilizado para acceder al correo electrónico, el 88,1% a la mensajería instantánea (whatsapp...) y el 67,4% para participar en redes sociales.
- La inmensa mayoría de los usuarios de redes sociales se ha conectado en los últimos tres meses, lo que en términos poblacionales significa que **el 57,3% de la población de 16 a 74 años participa en redes sociales** de carácter general, como Facebook, Twitter o Tuenti, creando un perfil de usuario o enviando un mensaje u otras contribuciones. Este dato está **por encima de la media nacional**, que para 2014 se sitúa en el 51,1%.

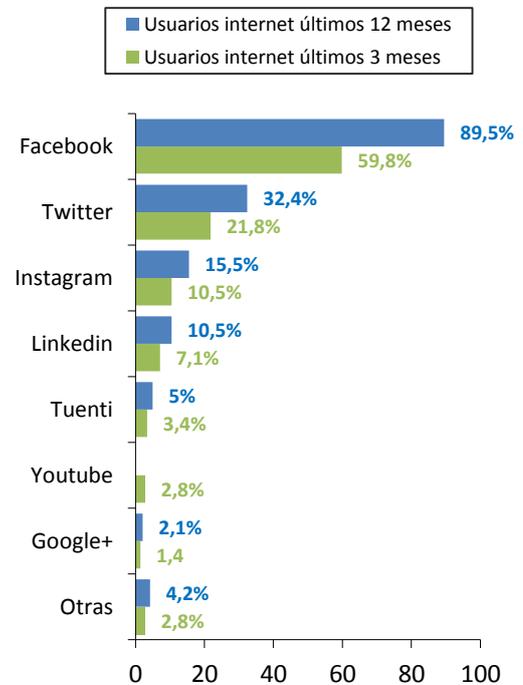


- Los **estudiantes** más participativos en redes sociales son los **estudiantes** (95,7%) y los jóvenes de **16 a 24 años** (94,1%).
- Por sexo, la participación de las **mujeres** (65,9%) es superior a la de los hombres (63,8%).

4.2. Redes utilizadas

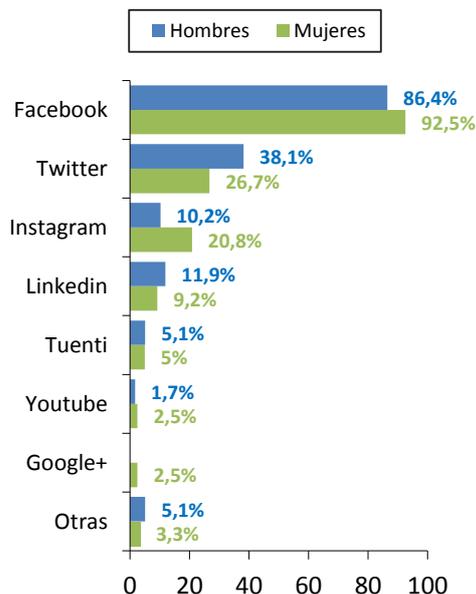
- **Facebook** es la red social más utilizada (**89,5%**) por las personas que han accedido a internet en el último año.
- Las mayores diferencias en el uso de redes se producen en **Twitter**, prioritariamente, e **Instagram**, donde se observa un predominio de la franja de **edad más joven** (16 a 24 años).
- Las **mujeres** tienen una mayor presencia en las redes, principalmente en las más fuertes, como **Facebook** e **Instagram**.

Redes Sociales utilizadas



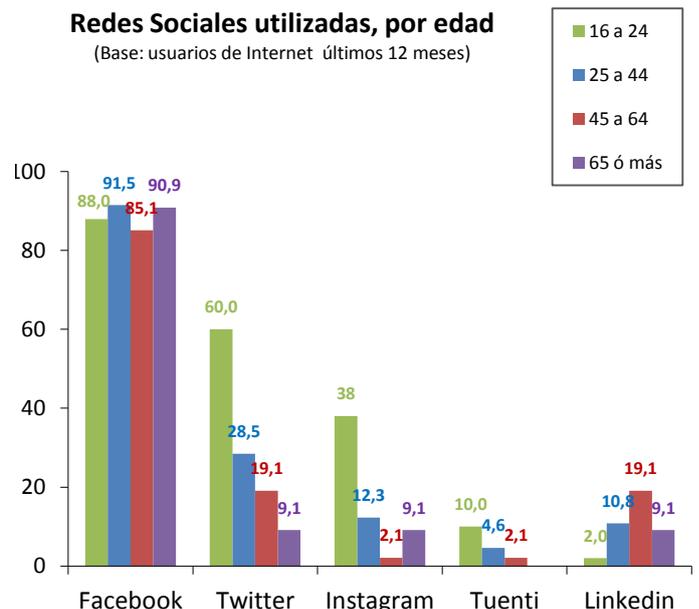
Redes Sociales utilizadas, por sexo

(Base: usuarios de Internet últimos 12 meses)



Redes Sociales utilizadas, por edad

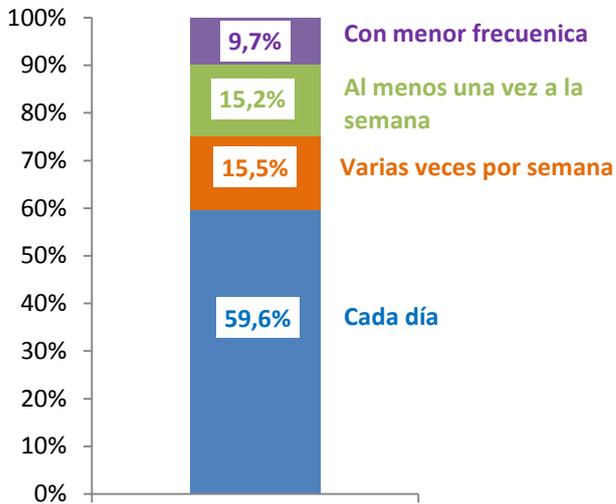
(Base: usuarios de Internet últimos 12 meses)



4.3. Frecuencia de uso

Frecuencia de uso

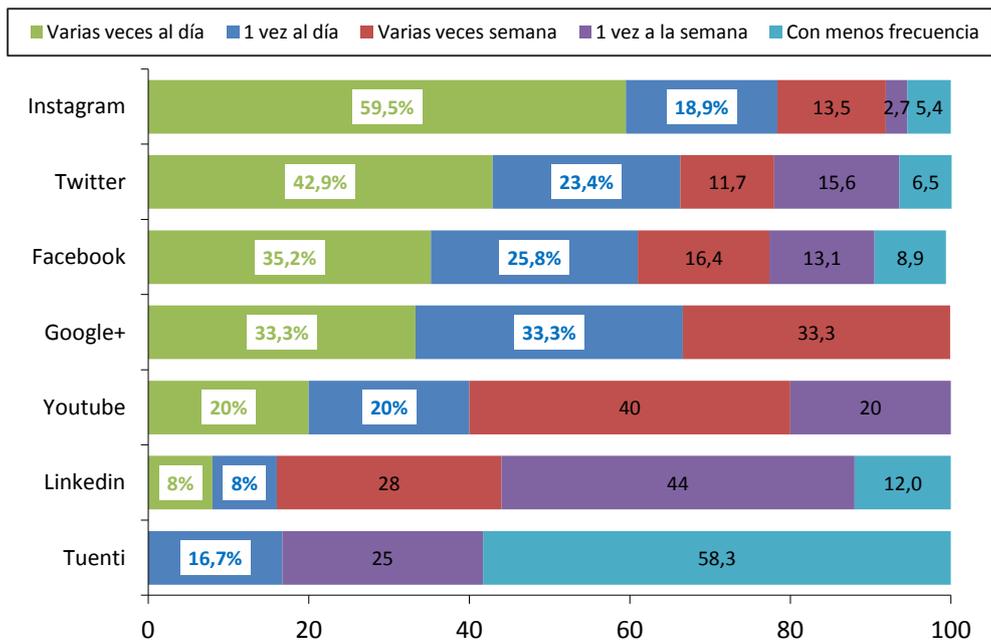
(% sobre internautas)



- **2 de cada 3 usuarios se conectan a diario**, lo que indica una alta vinculación con las redes.
- **Instagram** es la red que se visita con **mayor frecuencia**, al igual que Twitter o Facebook.

Redes Sociales, por frecuencia de uso

(Base: usuarios de Internet últimos 12 meses)

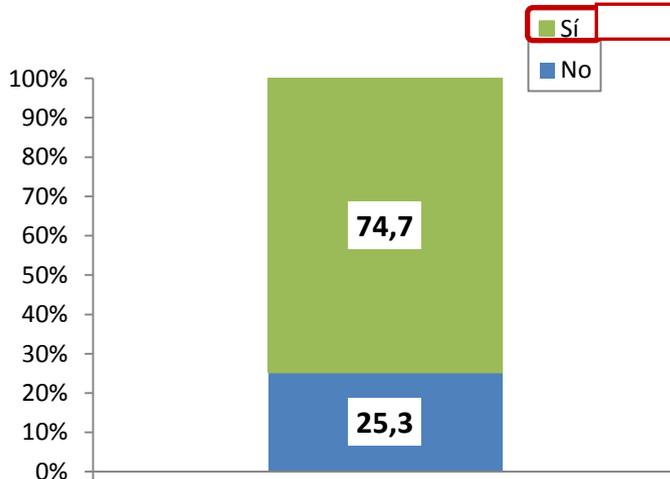


5. Comercio electrónico

5.1. Compras por Internet

Han comprado por Internet alguna vez

(Base: usuarios de Internet últimos 12 meses)



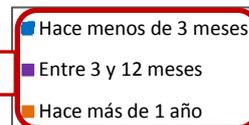
- El 74,7% de los internautas ha realizado operaciones de comercio electrónico alguna vez en su vida.
- De estos, el 89,8% hizo algún tipo de compra a través de la web en los últimos 12 meses.

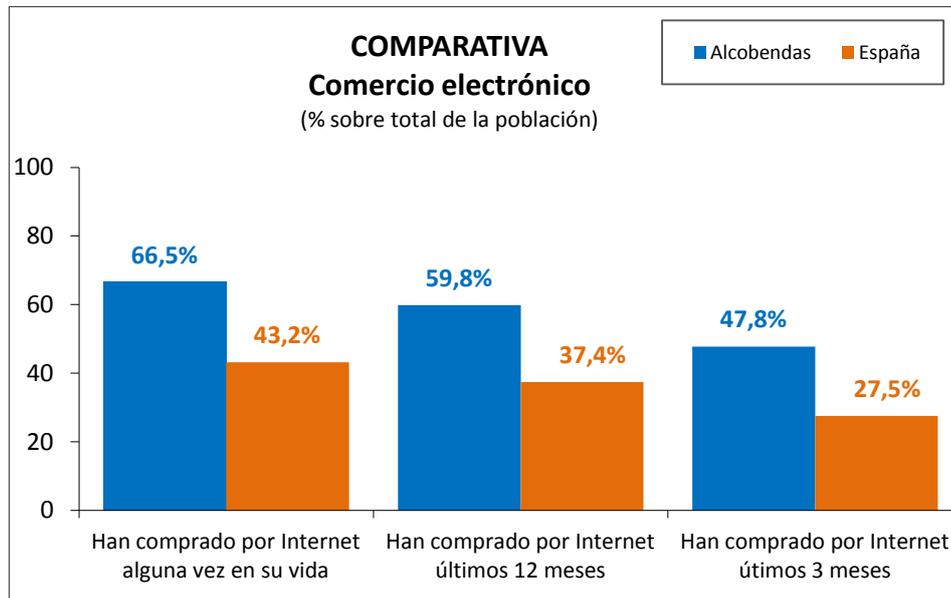
- En términos poblacionales, el **66,5% de la población** de 16 a 74 años ha realizado operaciones de **comercio electrónico alguna vez en su vida**.

- El **59,8%** de la población lo ha hecho **en el último año**.

- El **47,8%** de la población ha comprado por Internet en los **últimos tres meses**.

Última vez que compró por Internet (% internautas)





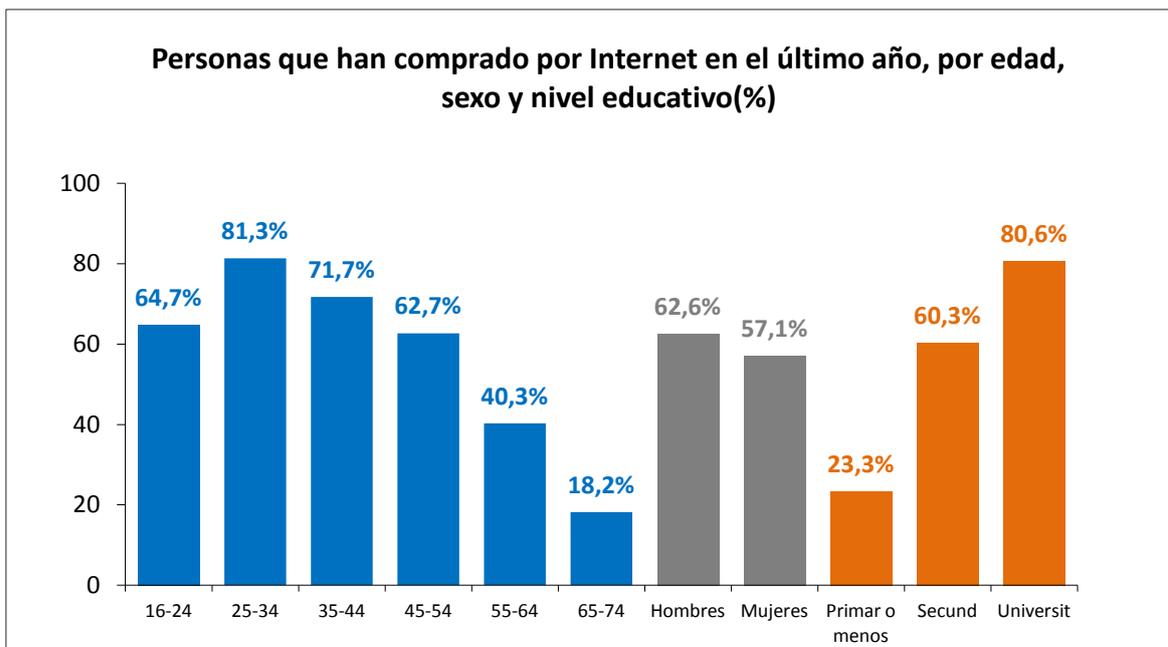
Nota: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares. Año 2014. INE. Eurostat 2013.

- La **penetración del comercio electrónico** en Alcobendas es del **47,8%**, si se atiende a los tres **últimos meses**.
- En materia de comercio electrónico, Alcobendas se encuentra en una **posición de liderazgo**, presentando unos valores superiores a la media nacional.

- Por variables sociodemográficas, **los hombres compran en Internet más que las mujeres a cualquier edad**. El ciclo vital de la compra online muestra que a partir de los 16 años la utilización de este servicio aumenta, alcanzándose su punto máximo entre los 25 y 34 años, y a partir de entonces va disminuyéndose poco a poco el número de personas que compran online.
- Con respecto al total de personas que han comprado por Internet en el último año, el 54% tiene **estudios superiores**, el 36,8% ha terminado secundaria y el 8,8% tiene estudios primarios o inferior a estos.

¿Quiénes compran por Internet?

- Los hombres a cualquier edad
- Punto máximo entre los 25 y 34 años
- Cuanto mayor es el nivel educativo



Nota: Compra en los últimos 12 meses. % sobre el total de población de cada estrato.

6. eInclusión

6.1. Principales indicadores de eInclusión

 Sombreado en rojo el indicador más positivo

RESUMEN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DE eINCLUSIÓN (%)		COMPARATIVA		
		Alcobendas 2014	España 2013	UE 2013
GENERAL	Personas que nunca han utilizado Internet, sobre total de la población	10	24	21
	Personas que utilizan Internet al menos una vez por semana, sobre total de la población	86	66	72
	Personas que nunca han comprado por Internet, sobre total de la población	33	38	26
EDAD	Personas de 55 a 74 años que nunca han utilizado Internet, sobre total población de esta categoría	29	60	45
	Personas de 55 a 74 años que participan en redes sociales, sobre internautas en los 3 últimos meses	39	34	27
	Personas de 55 a 74 años que compran en Internet, sobre internautas en los 12 últimos meses	46	31	53
EDUCACIÓN	Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que nunca han usado Internet, sobre total de la población	36	46	42
	Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que participan en redes sociales, sobre internautas en los 3 últimos meses	66	62	60
	Personas con un nivel de estudios igual o inferior a educación primaria que compran en Internet, sobre internautas en los 12 últimos meses	38	23	43
RENTA*	Personas con bajos ingresos que nunca han usado Internet, sobre total población de esta categoría	20	44	40
	Personas con bajos ingresos que participan en redes sociales, sobre internautas en los 3 últimos meses	66	27	31
	Personas con bajos ingresos que compran en Internet, sobre internautas en los 12 últimos meses	57	23	49

Nota: *La variable renta en España y UE se refiere a residentes en un hogar del primer cuartil de ingresos (< 900 €). En Alcobendas se refiere a residentes en un hogar cuyos ingresos son inferiores a 1.600 €. Por tanto, los datos relativos a este indicador tan sólo son orientativos al no ser estrictamente comparables.

- Cada colectivo necesita de actuaciones y políticas diferentes para fomentar, en los casos en que sea necesario su inclusión en la sociedad de la información.

En este apartado se aborda el fenómeno de la **exclusión digital** a través de un acercamiento a diferentes grupos de población tratando de detectar los factores responsables de diferencias en términos de acceso y uso TIC con la población en general.

Concretamente se analizan los colectivos¹ con niveles educativos bajos y rentas bajas, las personas mayores de 55 años y las personas con discapacidad. Estos grupos no constituyen conjuntos aislados de población, sino que pueden coincidir entre sí de tal forma que numerosos individuos pudieran pertenecer a la vez a más de un grupo de exclusión digital.

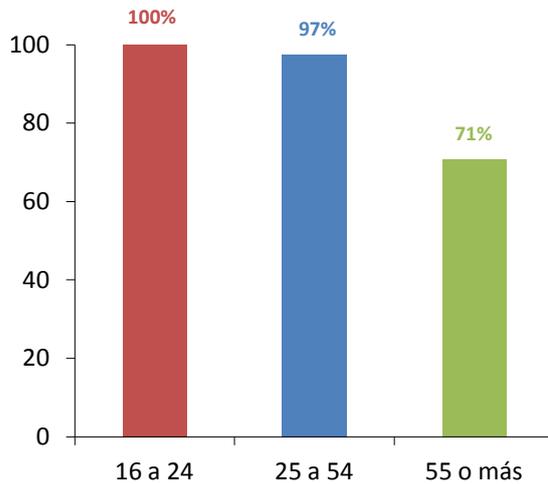
Es interesante hacer notar que el **género** es un factor que puede agudizar la exclusión digital en algunos de los colectivos en riesgo de exclusión analizados.

6.2. Inclusión y edad

- El acceso de los mayores de 55 años a Internet ha alcanzado ya niveles muy elevados, aunque esté por debajo de la media de la población. Tanto en España como en la UE, la proporción de ciudadanos de dicho colectivo que acceden a la Red también es significativamente inferior.
- El retraso en términos de acceso TIC de las personas de más de 55 años es menor en Alcobendas que en España y el resto de países UE. De forma general, en el colectivo de personas mayores todavía queda margen de progresión, ya que, mientras que para los menores de 55 años el acceso a Internet ha alcanzado prácticamente a la totalidad, la población de 55 años sigue todavía 19 puntos por debajo de esta media de acceso.
- Entrando en el análisis del uso, los mayores de 55 años realizan en Internet tareas similares al resto de la población de Alcobendas, con las diferencias propias relativas a las actividades de ocio y formación. Las diferencias principales se encuentran en el comercio electrónico, el empleo de las redes sociales o la utilización de aplicaciones para dispositivos móviles.

¹El número de entrevistas a personas inmigrantes es demasiado pequeño como para hacer extraer indicadores de exclusión digital.

Han utilizado Internet alguna vez, por edad (%)

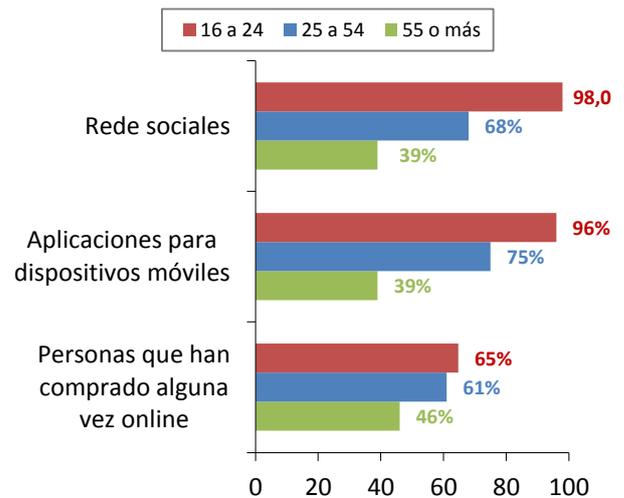


▪ En Alcobendas la proporción de personas mayores de 55 años que ha accedido a Internet (71%) es muy elevada y está bastante **por encima de la media nacional y europea**.

▪ No obstante, **queda margen de progresión** porque la tasa de acceso es significativamente inferior con respecto a los menores de 55 años.

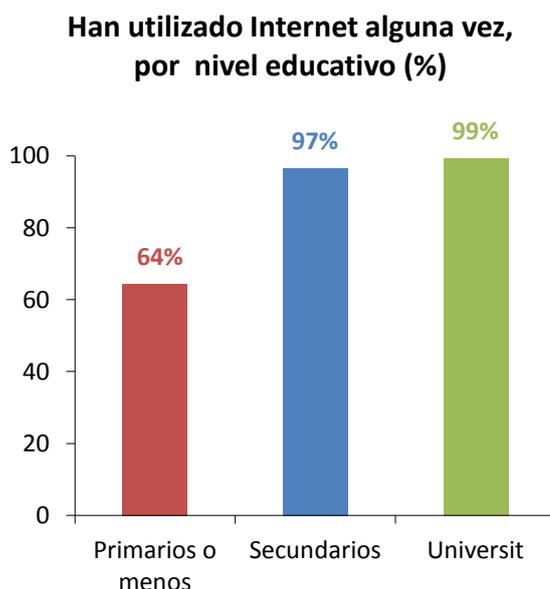
▪ Las **principales diferencias** entre los mayores de Alcobendas y el resto de la población en el uso de Internet se dan en el empleo de las **redes sociales**, en la utilización de **aplicaciones para dispositivos móviles** y en el **comercio electrónico**.

Usos diferenciadores de Internet, por edad (%)



6.3. eInclusión y nivel educativo

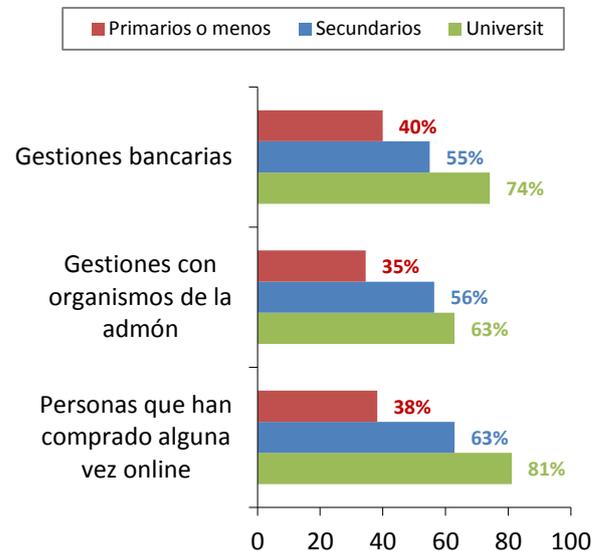
- El grado de formación alcanzado por los individuos es otro factor determinante de la exclusión digital. La población que no ha finalizado estudios de secundaria dispone, en general, de menos recursos para poder beneficiarse del potencial de las nuevas tecnologías.
- El 64% de la población con un nivel de estudios máximo equivalente a educación primaria ha accedido a Internet alguna vez. Tanto en Alcobendas como en España y el resto de la Unión Europea existe un menor acceso a la Red por parte de este colectivo con respecto al resto de la población.
- La exclusión digital por nivel educativo se produce no sólo en el acceso a Internet sino también en su uso. Los internautas con niveles de educación más bajo son menos propensos a realizar operaciones económicas online, como el uso del comercio electrónico y de la banca electrónica. También se sitúa por debajo de la media en el uso de la administración electrónica.
- Sin embargo, este segmento de población se encuentra en niveles similares en el uso de redes sociales con respecto al resto de la población.



- Existe **un menor acceso a la Red** de la población con bajo nivel de estudios (64%) con respecto al resto de población.
- La cifra de acceso a Internet de este colectivo se sitúa **por encima de la media nacional y europea**.

- Los internautas con niveles de educación más bajos son **menos propensos a realizar actividades económicas online**, como el uso del **comercio electrónico** y la **banca electrónica**.
- En el uso de la **eAdministración** también existe un retraso de los usuarios de Internet con bajos niveles educativos.

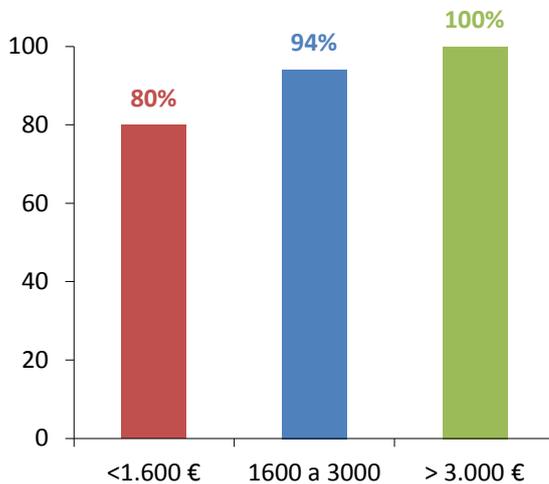
Usos diferenciadores de Internet, por nivel educativo (%)



6.4. inclusión y renta

- El nivel de renta de la población es otro relevante factor de exclusión, que suele estar, además, altamente correlacionado con los niveles educativos de los individuos, por lo que el comportamiento de esta variable desde el punto de vista de exclusión digital, además de ser similar al de España y la UE, es también cercano al descrito para el nivel educativo, aunque en el caso de la renta las diferencias son un poco más reducidas.

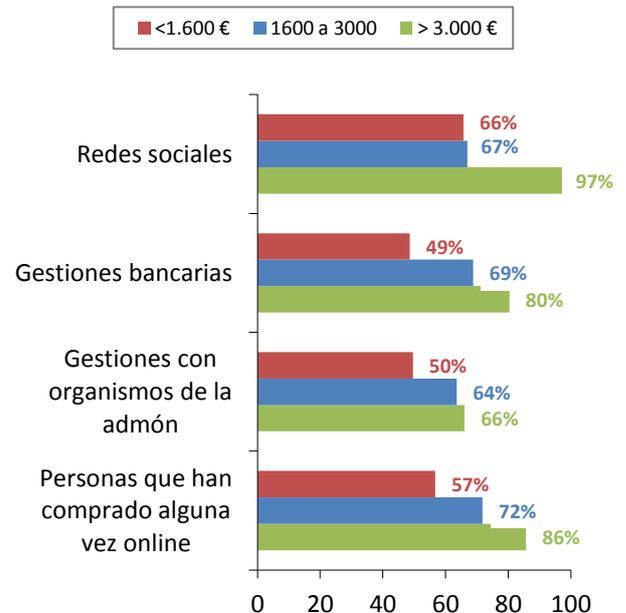
Han utilizado Internet alguna vez, por nivel de ingresos (%)



- El nivel de **acceso a la Red** de la población con bajo nivel de ingresos es **bastante elevado** (80%), aunque inferior al resto de población.
- El dato de acceso para este colectivo está **por encima de la media nacional y europea**.

- La menor disposición de renta supone **desigualdades significativas** en el empleo del **comercio electrónico** y la **banca electrónica**, en la interacción online con la **Administración** y en el empleo de las **redes sociales**.

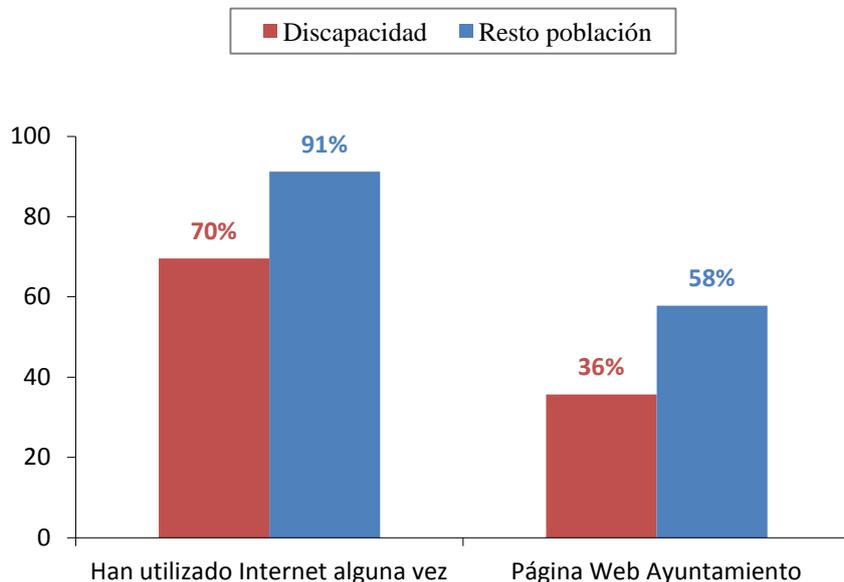
Usos diferenciadores de Internet, por nivel de ingresos (%)



6.5. eInclusión y discapacidad

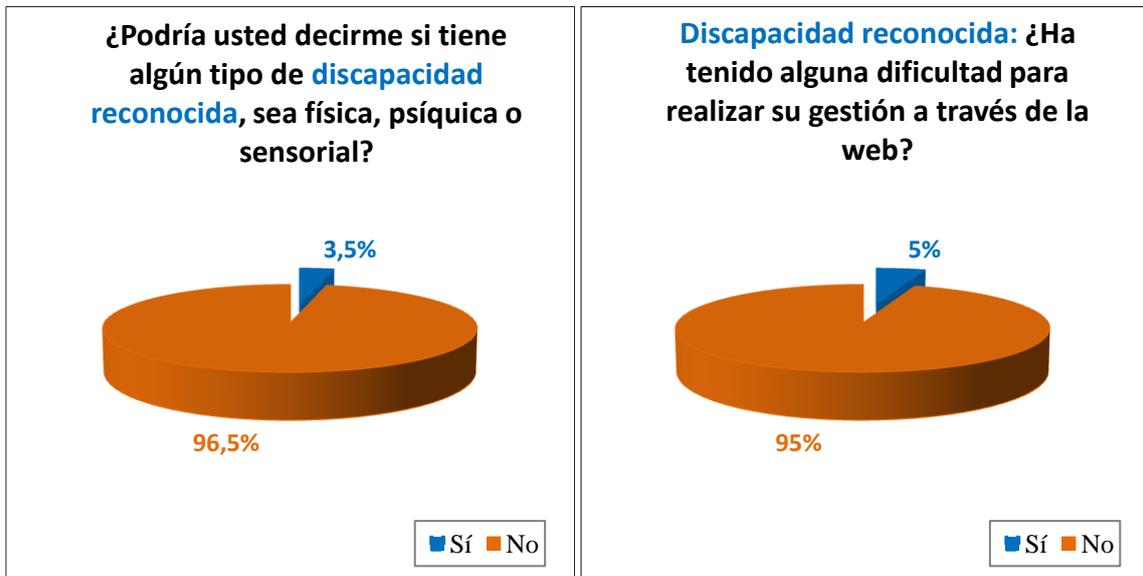
- Uno de los grupos de población con mayor riesgo de exclusión digital son las personas con discapacidad. Desde todas las administraciones se apuesta por intentar garantizar el acceso universal de las personas con discapacidad a las TIC.
- Los datos que se presentan a continuación en relación al colectivo de personas discapacitadas son tan sólo **orientativos**, puesto que la representación de entrevistados que padecen algún tipo de discapacidad en la encuesta es muy pequeña (23 entrevistados).
- Los datos indican que existe una **brecha en el acceso a Internet** entre las personas que padecen alguna discapacidad. También se encuentran diferencias importantes en relación al **acceso a la Página Web del Ayuntamiento** en el último año.

Utilización de Internet y acceso a la Página Web del Ayuntamiento, según discapacidad (%)



- Otros estudios² nos permiten acercarnos a la percepción del **nivel de accesibilidad** de la Página Web del Ayuntamiento. Así, **el 95% de los usuarios que manifiestan tener algún tipo de discapacidad dice no haber tenido ninguna dificultad para realizar la gestión a través de la web**. Tan sólo hay un 5% que “sí” dice haber tenido alguna dificultad, aunque no la menciona.

GESTIONES ONLINE DEL AYUNTAMIENTO. RESULTADOS 2014.

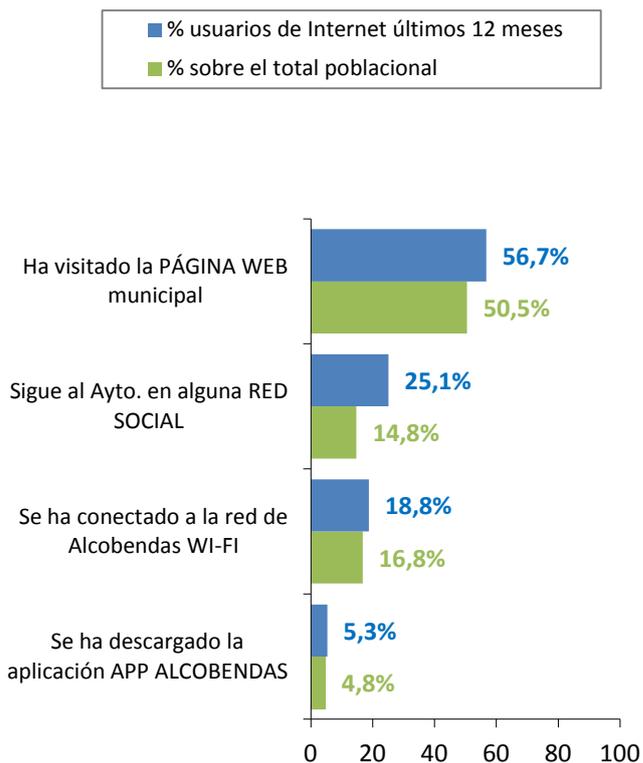


² Estudio de satisfacción de usuarios con las gestiones online. Resultados 2014. SDE-Nº 233.

7. eAyuntamiento

7.1. Utilización y valoración de los servicios online del Ayuntamiento

Utilización de servicios online del Ayuntamiento



▪ En términos poblacionales, de las **personas de 16 a 74 años** que han utilizado Internet los **últimos 12 meses** para interactuar con el Ayuntamiento:

- ✓ el **50,5%** han visitado la **Página Web**.
- ✓ el **14,8%** ha seguido al Ayuntamiento en alguna **Red social**.
- ✓ El **16,8%** ha utilizado la red de **Alcobendas Wi-Fi**.
- ✓ El **4,8%** se ha descargado la aplicación para móviles **APP Alcobendas**.

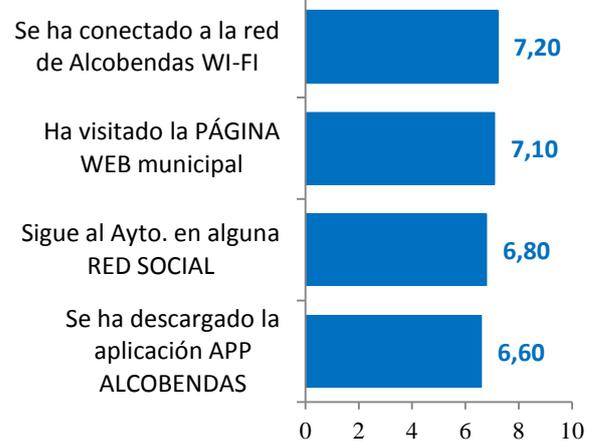
▪ Media de **1,5 interacciones** por usuario.

▪ La **valoración media** de los servicios online proporcionados por el Ayuntamiento es de **6,93**.

▪ **Mayor uso y mejor valoración** de los usuarios del eAyuntamiento de Alcobendas que de los usuarios del eAyuntamiento de Barcelona.

Valoración media servicios online del Ayuntamiento

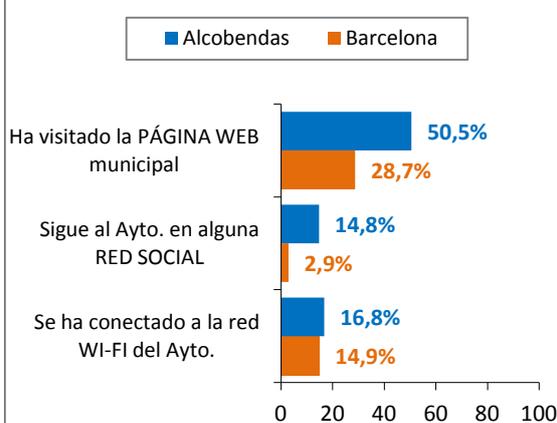
(Escala 0-10)



▪ Comparando el uso y valoración de los servicios online ofrecidos por los Ayuntamientos de Alcobendas y Barcelona³ a sus respectivos usuarios/as, se puede apreciar que **tanto en la utilización como en el grado de satisfacción con estos servicios, Alcobendas se sitúa por encima de la resultados alcanzados en Barcelona**. En relación al servicio *APP Alcobendas*, la comparativa no ha sido posible puesto que el Ayuntamiento de Barcelona dispone de varias aplicaciones para dispositivos móviles (*Bicing, TMB Virtual, Trànsit*, etc.), pero ninguna de ellas ofrece los servicios de la aplicación *APP Alcobendas*.

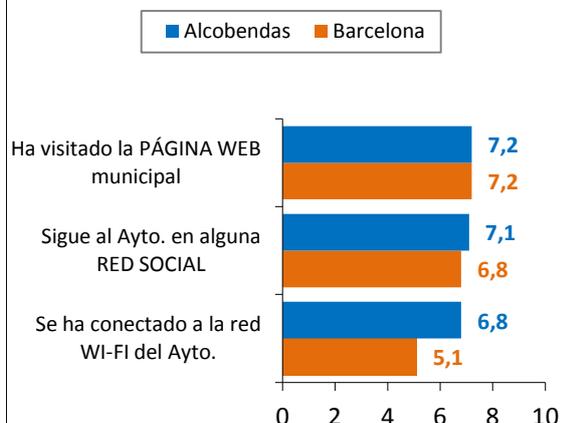
Comparativa utilización eAyuntamiento

(% uso últimos 12 meses)



Comparativa valoración eAyuntamiento

(% uso últimos 12 meses)



³ Tan sólo se han encontrado datos comparables en el Ayuntamiento de Barcelona, procedentes de la *Enquesta d'Hàbits Informatius 2013. Ayuntamiento de Barcelona*.

7.2. Perfil sociodemográfico de los usuarios de eAdministración

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO PREDOMINANTE ENTRE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS eAYUNTAMIENTO

- El perfil del usuario de los servicios eAyuntamiento que destaca es el de los comprendidos en el tramo de edad entre **25 y 44 años**, con **estudios superiores** y residentes en el **distrito Norte**.

PÁGINA WEB y APP ALCOBENDAS

- 25 y 44 años
- Universitarios
- Norte

WI-FI ALCOBENDAS

- Hombres
- 16 y 34 años
- Primarios o menos y Universitarios
- Centro y Norte

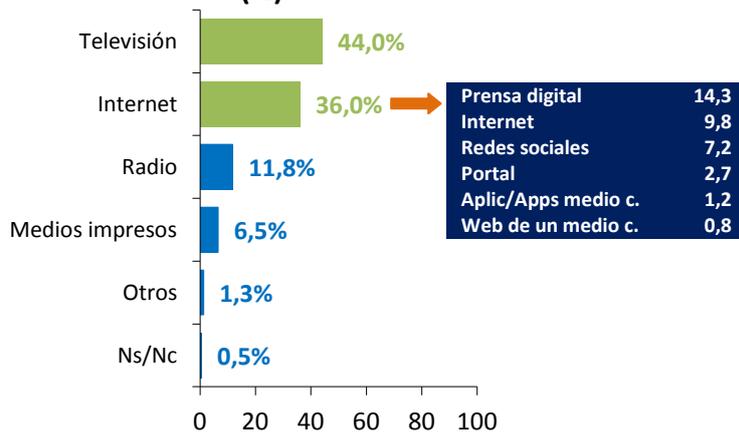
SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

- Mujeres
- 25 y 44 años
- Secundarios y Universitarios
- Norte

8. Hábitos informativos

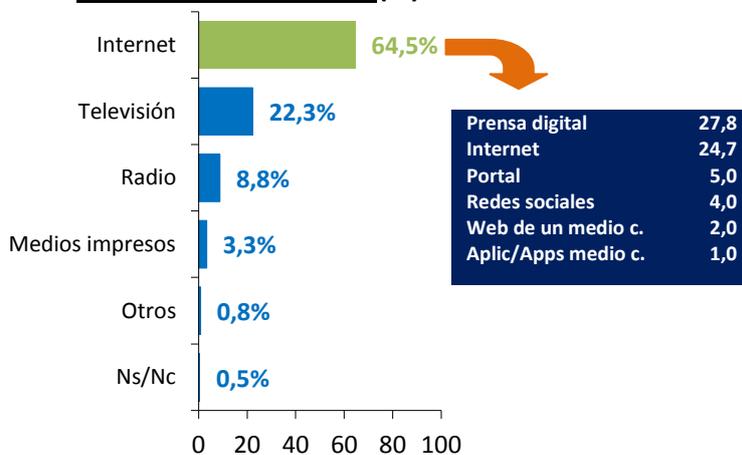
8.1. Fuente más importante para estar informado sobre la actualidad

Fuente más importante para estar informado de la actualidad (%)



La **televisión** sigue siendo la **fuentes de información sobre la actualidad más utilizada**, pero se observa un **cambio de tendencia** en que los medios impresos están siendo sustituidos por **Internet**.

Fuente más importante para conocer los detalles de una noticia de última hora (%)



Los ciudadanos prefieren **Internet** frente a la televisión para la **información de última hora**.

La versión en Internet de los medios impresos, la **prensa digital**, triunfa en las noticias de última hora (28%).

- Los datos de la encuesta sitúan como **principal medio de información sobre la actualidad la televisión (44%)** pero, sobre todo, señalan el cambio de una **tendencia global** que va en aumento, en la que los medios tradicionales, esencialmente los medios impresos (6,5%), y en menor medida, la radio (11,8%), están perdiendo relevancia a favor del uso de Internet (36%).
- Los datos por edad ponen de relieve el **cambio generacional** en el modo de informarnos. El **avance de Internet frente a la televisión** se nota especialmente en el **público menor de 45 años**, siendo la principal fuente de noticias para la mitad de los adultos entre 25 y 44 años y para un 43% de los jóvenes.

Las **personas mayores de 64 años siguen siendo los que más se niegan a utilizar Internet** como fuente principal de noticias, sólo el 11,4% lo hace. Para los adultos de 45 o más años la televisión sigue siendo con diferencia la principal fuente de noticias.

- Las **redes sociales** están jugando un rol cada vez más importante en cómo las personas acceden a las noticias. La **tendencia es especialmente pronunciada entre los jóvenes**, que prefieren informarse mediante nuevas plataformas, como Twitter o Facebook, en lugar de utilizar los sistemas tradicionales como los medios impresos o la radio.

Fuente principal de información de la actualidad	Edad				
	16 a 24 años	25 a 44 años	45 a 64 años	65 años y más	Total
Televisión	49,0	36,2	48,9	54,5	44,0
Internet	43,1	50,0	22,9	11,4	36,0
Prensa digital	11,8	19,5	9,2	11,4	14,3
Internet	3,9	15,5	7,6	-	9,8
Redes sociales	23,5	8,0	2,3	-	7,2
Portal	3,9	2,9	3,1	-	2,7
Aplic/Apps medio c.	-	2,3	0,8	-	1,2
Web de un medio c.	-	1,7	-	-	0,8
Radio	2,0	8,0	16,0	25,0	11,8
Medios impresos	3,9	4,0	9,9	9,1	6,5
Otros	2,0	1,7	0,8	-	1,3
Ns/Nc					0,5

- Cambio generacional en el modo de informarnos.**
- Internet desplaza a la televisión** como principal fuente de noticias entre los adultos de **25 a 44 años**.
- El 23,5% de los jóvenes** entre 16 y 24 años consume noticias a través de las **redes sociales**.

- Por otra parte, la encuesta revela que los **hombres** navegan diariamente más que las mujeres por los medios de comunicación: el 46,8% frente al 29,7%, respectivamente.
- Las personas con un **empleo remunerado** son las que en mayor medida utilizan los periódicos y revistas impresos para informarse de la actualidad (10,3%).

Fuente de información de noticias de última hora	Edad				Total
	16 a 24 años	25 a 44 años	45 a 64 años	65 años y más	
Televisión	13,7	13,8	30,5	40,9	22,3
Internet	80,4	81,6	48,9	25,0	64,5
Prensa digital	33,3	32,8	22,9	15,9	27,8
Internet	35,3	30,5	18,3	9,1	24,7
Redes sociales	5,9	5,7	2,3	-	4,0
Portal	2,0	8,0	3,8	-	5,0
Aplic/Apps medio c.	-	2,3	-	-	1,0
Web de un medio c.	3,9	2,3	1,5	-	2,0
Radio	-	2,9	14,5	25,0	8,8
Medios impresos	3,9	,6	4,6	9,1	3,3
Otros	2,0	0,6	0,8	-	0,8
Ns/Nc	-	0,6	0,8	-	0,5

- En las **noticias de última hora** los **públicos de Internet son más amplios y heterogéneos**, que en las noticias de actualidad.
- Una **cuarta parte** de las **personas mayores** utiliza Internet para informarse de las noticias de última hora.

8.2. Calidad de la información de Internet

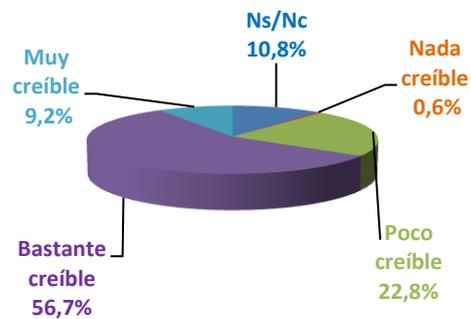
- **Internet** no sólo es una fuente de información muy importante, sino que también es **muy o bastante creíble (69%)**.
- Este grado de confianza en Internet es natural si tenemos en cuenta que uno de los principales usos consiste en la búsqueda de información. Recordemos algunos datos:

- ✓ El 94,9% de los internautas en el último año ha *buscado información sobre bienes y servicios*.
- ✓ El 81,6% de los internautas en el último año ha *leído o descargado noticias, periódicos o revistas*.
- ✓ Un 23,5% de los jóvenes de 16 a 24 años se informan de la actualidad a través de las *redes sociales*.

▪ El **69%** de los internautas considera que las informaciones que aparecen en la Red son **muy o bastante creíbles**.

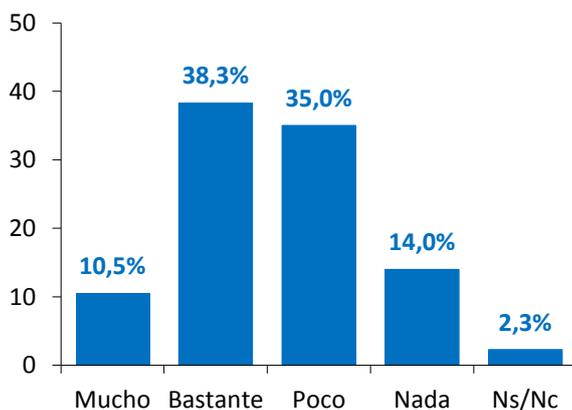
Credibilidad de la información que se encuentra en Internet(%)

Base: han utilizado Internet



8.3. Administración y Gobierno de la Ciudad: Información y Participación

En qué medida se siente informado de lo que hace el Ayuntamiento (%)

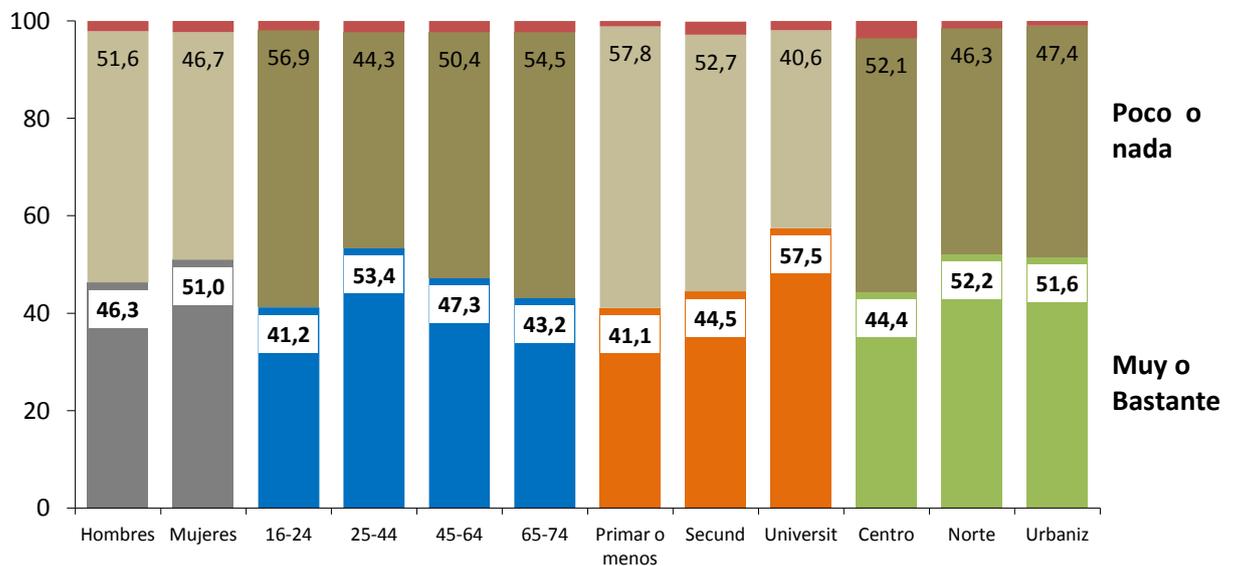


▪ Hay el **mismo número** de ciudadanos que se sienten **muy o bastante informados (49%)** como que se sienten **poco o nada informados (49%)**, de lo que hace el Ayuntamiento.

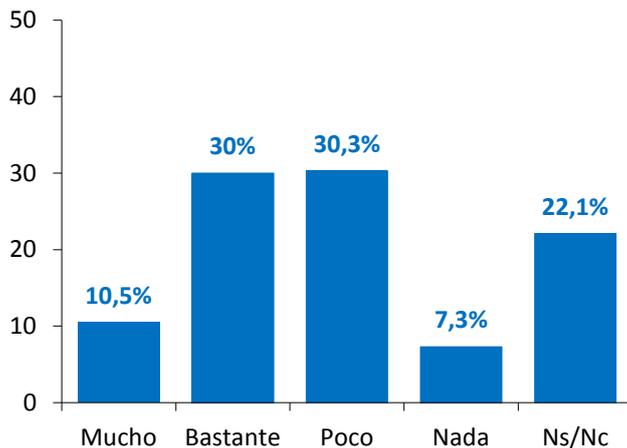
¿Quiénes se sienten más desinformados de lo que hace el Ayuntamiento?

- Los **hombres**, los jóvenes entre **16 y 24 años**, **cuanto menor es el nivel socioeconómico** (estudios e ingresos) y los vecinos del distrito **Centro**, son los que se sienten más desinformados de lo que hace el Ayuntamiento.

En qué medida se siente informado de lo que hace el Ayto., según características sociodemográficas (%)



En qué medida considera que el Ayuntamiento facilita la participación de los ciudadanos en los asuntos municipales (%)

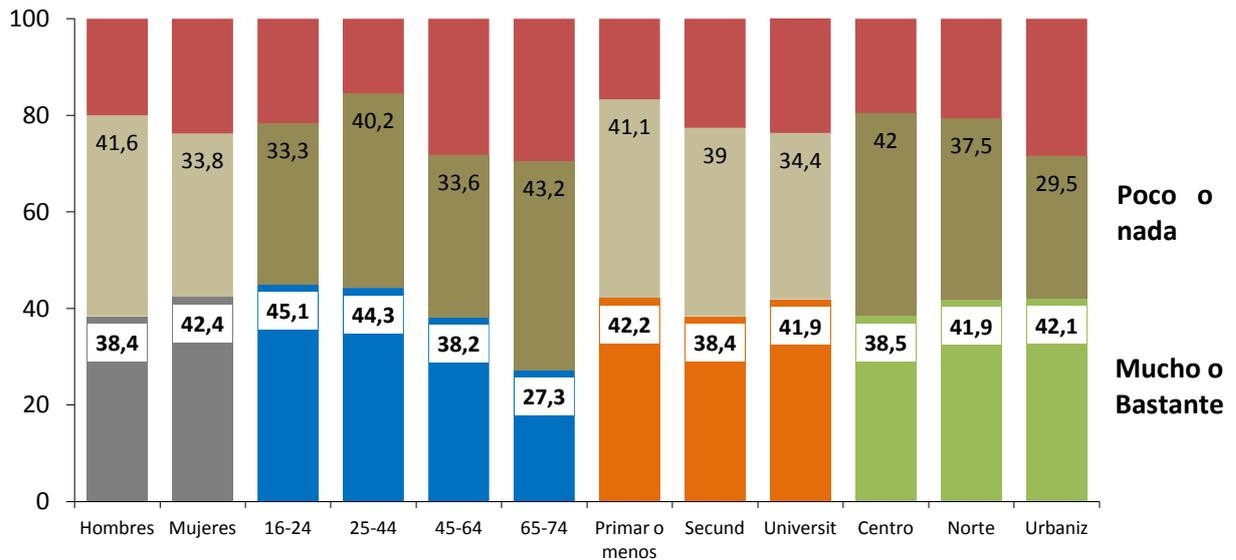


- Un **40,5%** de los ciudadanos considera que el **Ayuntamiento** **facilita mucho o bastante la participación** en los asuntos municipales.
- Por el contrario, hay un **37,6%** de ciudadanos para los que el Ayuntamiento contribuye **poco o nada** a facilitar la participación.

¿Quiénes consideran en mayor medida que el Ayuntamiento facilita la participación en los asuntos municipales?

- La **mujeres, cuanto menor es la edad**, en los segmentos de **mayor y menor nivel socioeconómico** (estudios e ingresos) y los vecinos de los distritos **Norte** y **Urbanizaciones**, son los que en mayor medida consideran que el Ayuntamiento facilita la participación de los ciudadanos en los asuntos municipales.

En qué medida considera que el Ayto. facilita la participación de los ciudadanos en los asuntos municipales, según características sociodemográficas (%)



FICHA TÉCNICA

Ficha técnica de la *Encuesta Usos de Internet en Alcobendas. La brecha digital* llevada a cabo por el Ayuntamiento de Alcobendas:

- **ÁMBITO:** Municipio de Alcobendas.
- **UNIVERSO:** población de 16 a 74 años empadronada en el ámbito de estudio.
- **TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA:** 400 entrevistas distribuidas de manera proporcional, según su población, entre los tres distritos administrativos actuales. Dentro de cada uno de los distritos se han aplicado cuotas de sexo y edad a la unidad última (individuo).
- **ERROR DE MUESTREO:** para un nivel de confianza del 95.5% (que es el habitualmente adoptado) y asumiendo los principios del muestreo aleatorio simple, en la hipótesis más desfavorable de máxima indeterminación ($p=q=50\%$), el error de muestreo es de ± 5 puntos.
- **MÉTODO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN:** entrevista telefónica asistida por ordenador, con cuestionario estructurado y precodificado realizado por los responsables del estudio del Ayuntamiento de Alcobendas con una duración de 10 minutos.
- **TRABAJO DE CAMPO:** Metroscopia.
- **PLAZO DE EJECUCIÓN:** entre los días 2 y 12 de diciembre de 2014.