

ENCUESTA SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. FAMILIAS. 2025

El 89,7% de la población de la C.A. de Euskadi de 15 y más años se ha conectado a Internet en 2025

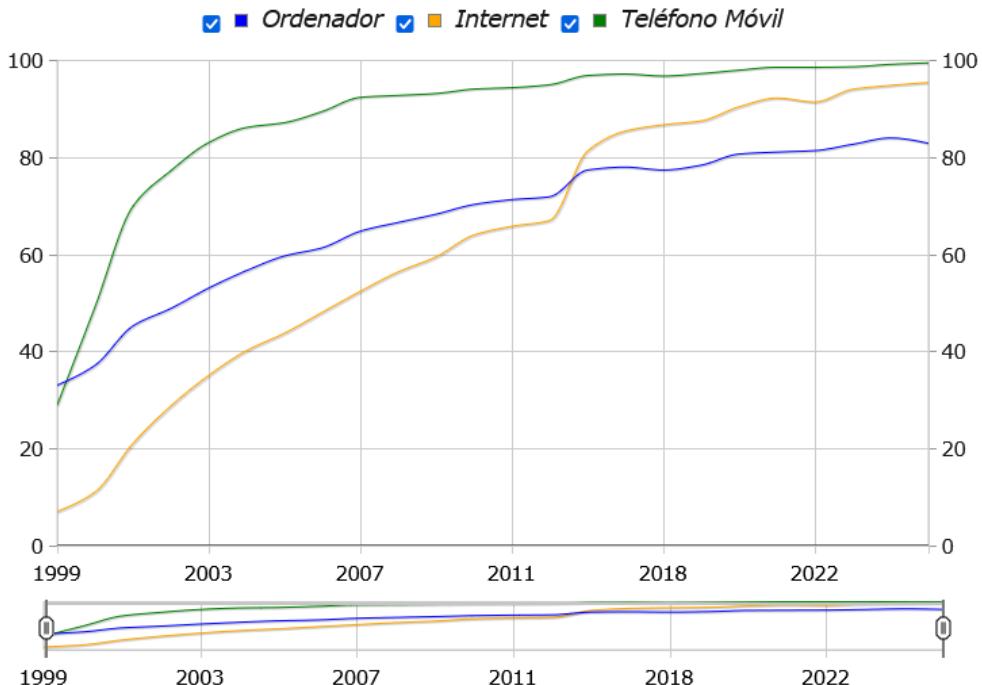
Prácticamente toda la población de entre 15 y 54 años es usuaria de internet y alcanza el 66,5% entre la de 65 y más años

El número de personas de 15 y más años usuarias de Internet en la C.A. de Euskadi, es decir, personas que se han conectado a Internet en los últimos tres meses, ya sea en el hogar, en el centro de trabajo o centro de estudio o en otro lugar, se sitúa en 1.735.500 en el segundo trimestre de 2025, cifra que representa el 89,7% del conjunto de la población vasca de esas edades, según datos elaborados por Eustat. Con respecto al mismo periodo de 2024, este porcentaje se reduce en 0,2 puntos porcentuales.

Como en años anteriores, es entre la población de 65 y más años donde más aumenta la población usuaria de Internet en 2025 (+1,5 puntos porcentuales), hasta el 66,5%. Pese a ello, mantiene cifras muy alejadas del grupo de 55 a 64 años (97,3%) y especialmente de los grupos de edad menores de 54 años, donde prácticamente toda la población es usuaria de Internet.

Población de 15 y más años de la C.A. de Euskadi por acceso a equipamientos TIC en el hogar

Porcentaje



Fuente: Eustat. Encuesta sobre la sociedad de la información. Familias

Los hombres usuarios de Internet representan el 90,6% de la población masculina, en tanto que las mujeres usuarias suponen el 88,8% de la población femenina. La llamada brecha de género se sitúa en 2025 en 1,8 puntos porcentuales, dato 0,4 puntos inferior a la del 2024. Cabe destacar la cifra de 14.000 nuevas internautas en la franja de edad de 65 y más años.

Álava es el territorio histórico donde el porcentaje de personas usuarias es más elevado (91,2%), creciendo en 1,2 puntos porcentuales con respecto a 2024; le sigue Bizkaia con el 89,5% y un descenso de 0,4 puntos porcentuales y, por último, Gipuzkoa con el 89,3% y medio punto porcentual menos.

Por lo que respecta a las tres capitales vascas, la situación es similar a la anterior. Vitoria-Gasteiz, es la capital con la proporción de población usuaria de Internet más elevada (91%), 1,7 puntos porcentuales superior a la de Bilbao (89,3%) y 2,4 puntos porcentuales superior a la de San Sebastián (88,6%). A nivel comarcal, hay hasta 3,2 puntos porcentuales de diferencia entre la comarca con el porcentaje de población usuaria más elevado (Esterribaciones del Gorbea con el 92,1%) y las de porcentaje más bajo: Markina-Ondarroa, Alto Deba y Bajo Deba (88,9%).

El uso de Internet crece entre las personas ocupadas

En relación con la actividad, se observa que el uso de Internet está generalizado entre la población estudiante y la población ocupada, alcanzando en ambos casos el 99,5%. Por otro lado, el colectivo formado por la población inactiva y desempleada presenta un uso de Internet menor, situándose en el 74,3%. Este grupo, además, ha registrado la mayor caída en comparación con 2024, con una reducción de 1 punto porcentual.

El idioma preferente de navegación por Internet es el castellano (97,1%), seguido del euskera (21%) y del inglés (16,9%). Prácticamente la totalidad de la población usuaria de Internet accede desde el domicilio particular (98,6%).

Internet se utiliza más para comunicarse con otras personas y consultar información

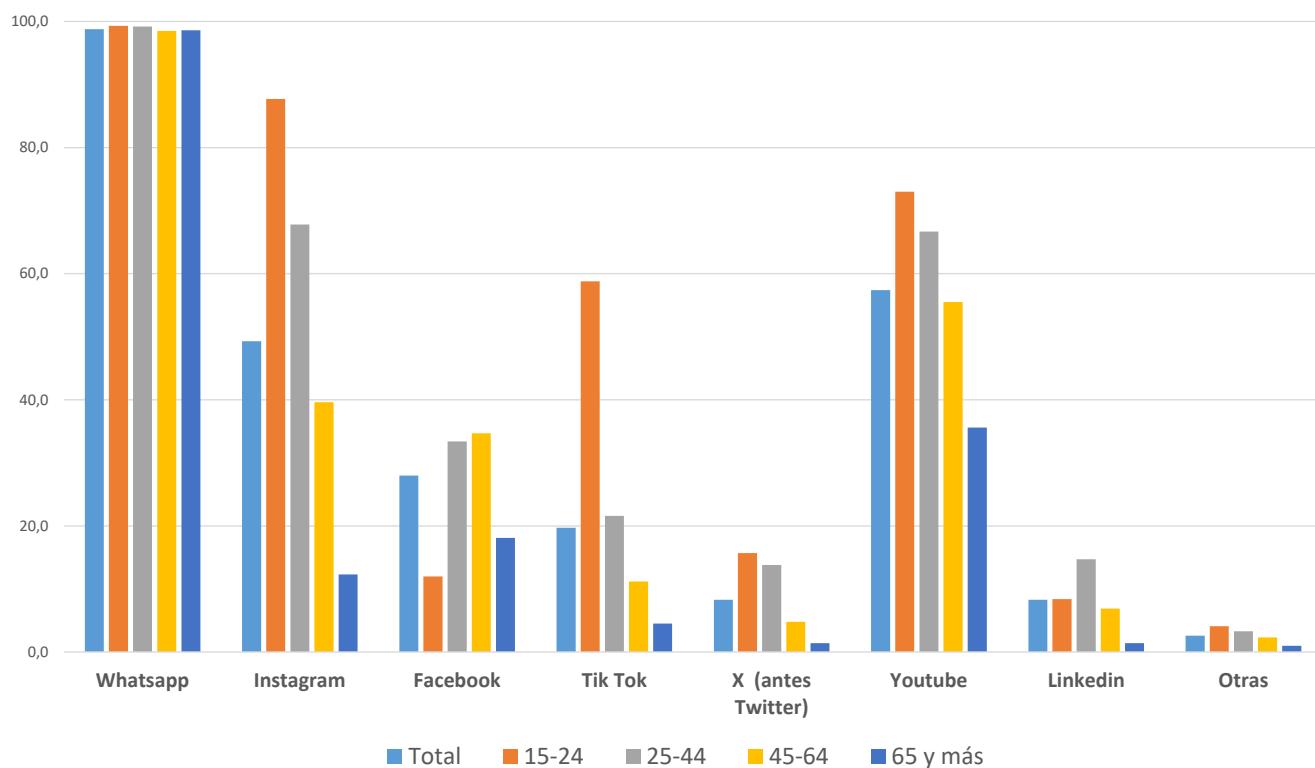
Casi la totalidad de la población usuaria de Internet utiliza los servicios para comunicarse y acceder a la información (99,8%). Las aplicaciones de mensajería instantánea, como WhatsApp, son las más utilizadas por las personas usuarias de Internet (97,5%). Este tipo de herramientas se emplea de forma mayoritaria, con porcentajes superiores el 95%, independientemente de la edad, el sexo o la situación laboral. Son las personas de 65 años y más quienes menos utilizan estas aplicaciones, con un porcentaje del 95% de la población usuaria de Internet de ese grupo de edad. Este porcentaje equivale al 63,1% del total poblacional de mayores de 65 años, lo que supone un incremento de 0,8 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Entre estos servicios de comunicación y acceso a la información destacan también: buscar información sobre bienes y servicios (84,9%), recibir o enviar correos electrónicos (83,80%) y leer noticias, periódicos o revistas de actualidad (80%).

Los servicios para entretenimiento y creatividad son utilizados por el 87,4% de la población usuaria, con especial incidencia en la población más joven: prácticamente la totalidad de la población entre 25 y 34 años, el 98,7%, utiliza este tipo de servicios, seguida por la población entre 15 y 24 años (98,4%) quienes destacan particularmente en el uso de estos servicios para escuchar música (91,4%). El mayor aumento entre estos servicios se da en ver programas de televisión por Internet, 3,8 puntos porcentuales más con respecto a 2024. Por el contrario, el servicio que más ha disminuido es ver películas o vídeos bajo demanda, que realiza un 58,3% de la población usuaria (-4,6 puntos).

El uso de las redes sociales está extendido entre la población usuaria de internet de la C.A. de Euskadi de 15 años o más (95,3%), con una implantación muy alta en la población de 15 a 64 años, 97,8%, pero que en el grupo de 65 años y más desciende hasta el 85,8%. Sin embargo, se constatan las diferencias entre las personas usuarias de redes según la edad. Además de Whatsapp, la más utilizada en todos los grupos de edad, superando el 97%, Instagram destaca entre la población más joven (87,7%), pero su uso baja drásticamente en mayores de 65 años (12,3%). Facebook es más popular en edades intermedias (33,4% y 34,7%), perdiendo relevancia entre la población joven y la mayor. TikTok es claramente juvenil (58,8% en la franja de 15 a 24 años) y apenas tiene presencia en los mayores. Youtube mantiene una presencia relevante en todos los grupos, aunque decrece con la edad.

Población de 15 y más años de la C.A. de Euskadi usuaria de redes sociales en los 3 últimos meses, por las redes sociales utilizadas, según edad (%). 2025



Fuente: Eustat. Encuesta sobre la sociedad de la información. Familias

El 61,7% de la población usuaria de Internet ha recurrido a la administración electrónica y, entre los diferentes servicios facilitados por las administraciones, la obtención de información es el más frecuente (57,9%). Se estima que 1.301.100 personas han utilizado la banca electrónica (75% de la población usuaria, +0,9 puntos), unas 24.700 personas más que en 2024.

Más de 976.400 personas han comprado bienes y servicios por Internet en los últimos tres meses, lo que supone el 50,5% de la población vasca de 15 y más años (0,5 puntos porcentuales menos que en 2024) y el 56,3% de la población usuaria de Internet. Casi la totalidad de las personas consumidoras por Internet han comprado algún producto físico (94,4%), como ropa, calzado o accesorios (70,6%) o bienes para el hogar (34,9%). Más de la mitad ha comprado algún servicio (56,9%), como alojamientos (35,4%), entradas a eventos culturales (33,4%), o servicios de transporte (29%). Ya sea en formato físico o descargables, un 18,8% de la población consumidora a través de Internet ha comprado publicaciones como libros, revistas o periódicos.

Hay diferencias en los servicios utilizados en la Red por hombres y mujeres

Entre los servicios que ofrece Internet, el 70,6% de las mujeres utiliza los servicios relacionados con la salud, como buscar información sobre temas de la salud (12,7 puntos porcentuales más que los hombres usuarios de Internet); además un 59,9% de las mujeres participa en redes sociales (4 puntos más que los hombres) y el 56,5% de las mujeres utiliza servicios relacionados con viajes y alojamiento (+3,3 puntos más). Entre los hombres, por su parte, el 82,6% lee noticias, periódicos o revistas de actualidad (+5,1 puntos porcentuales más que las mujeres), el 70,6% ve contenidos de video para compartir (+7,1 puntos más que las mujeres usuarias) y el 35% de los hombres juega o descarga juegos (+6,7 puntos más).

En el comercio electrónico también se encuentran diferencias según sexo: un 78,3% de las mujeres compra ropa, calzado y accesorios (+15,8 puntos porcentuales más que los hombres), el 38,2% de las mujeres compra productos de cuidado personal e higiene (13,9 puntos porcentuales más) y el 36,3% compra entradas para eventos culturales (+5,8 puntos). Entre los hombres, por su parte, compra material deportivo (excepto ropa y calzado) el 26,4% de los hombres (+9,9 puntos), el 19,8% adquiere equipamiento electrónico (12,1 puntos más que las mujeres) y adquiere vehículos y piezas de repuesto un 14% (+10,9 puntos).

En relación al uso del ordenador en los últimos tres meses, la proporción en la población es del 69,3%. En este aspecto, los hombres usuarios de ordenador representan el 72,2% de la población masculina, frente al 66,7% de las mujeres, con lo que la brecha de género se sitúa en 5,4 puntos porcentuales, 0,1 puntos porcentuales más que en 2024.

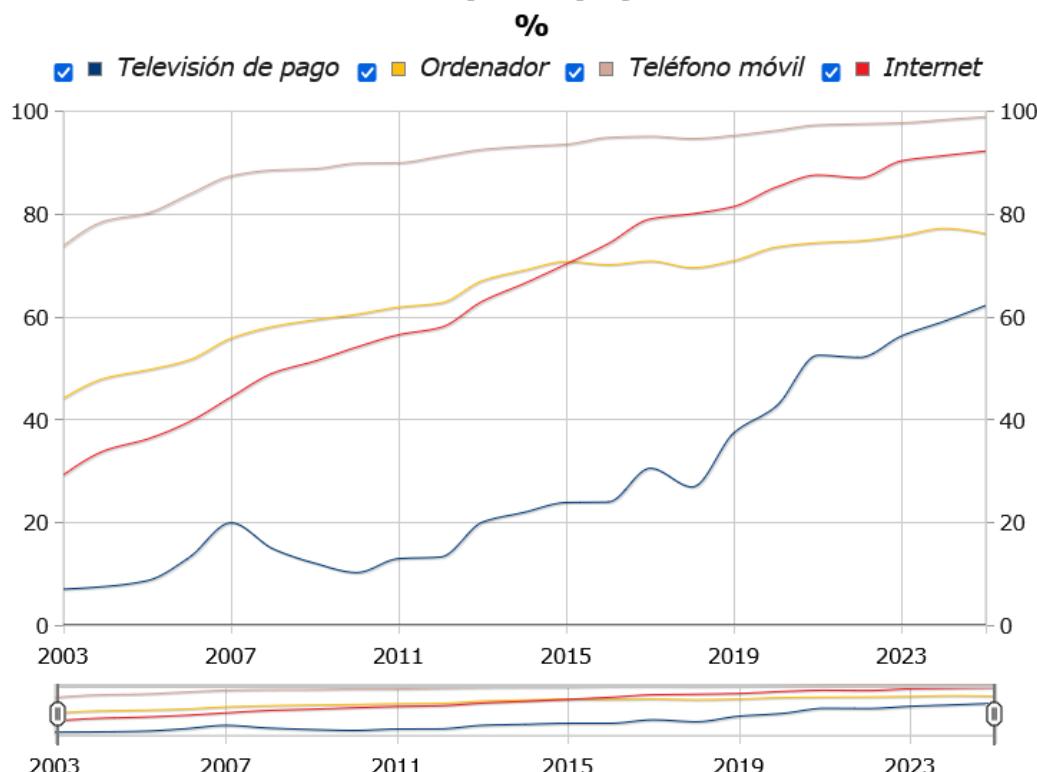
Las características de las familias influyen en los equipamientos TIC de los hogares

En el segundo trimestre de 2025, el 92,1% de las viviendas dispone de acceso a Internet en sus viviendas, 0,9 puntos porcentuales más que en 2024. En términos poblacionales, el 95,3% de las personas de 15 y más años, 1.844.700 personas, puede acceder a la Red en su domicilio.

Por su parte, el 76,1% de los hogares de la C.A. de Euskadi dispone de ordenador, lo que supone que el 82,8% de la población tiene un ordenador en su vivienda (-1,1 puntos respecto a 2024). En el 98,8% de los hogares está presente el teléfono móvil, de modo que el 99,4% de la población de 15 y más años tiene acceso a uno (+0,3 puntos respecto a 2024).

En relación al equipamiento audiovisual en los hogares, destaca que un 62,1% cuenta con televisión de pago, 3,1 puntos porcentuales más que el año pasado, lo que supone, 31.800 familias más. En términos poblacionales, un 68,5% de la población, 86.500 personas más, dispone de este servicio en su casa.

Familias de la C.A. de Euskadi por equipamientos TIC de la vivienda



Fuente: Eustat. Encuesta sobre la sociedad de la información. Familias

Con respecto al equipamiento del hogar según los tipos de familias, las diferencias siguen siendo significativas, produciéndose las mayores diferencias entre las familias con hijos y/o hijas y el resto de familias, especialmente con respecto a las familias formadas por personas solas. Así, el 99,5% de las familias con hijos y/o hijas dispone de acceso a Internet en la vivienda, 17 puntos porcentuales más que las familias formadas por personas solas (82,5%).

Por otro lado, el 92,9% de las familias con hijos y/o hijas tiene algún tipo de ordenador en su vivienda, 34,8 puntos de diferencia respecto a las familias de personas solas (58,1%). Por último, el teléfono móvil tiene una presencia más generalizada y presenta menores diferencias; está presente prácticamente en la totalidad de las familias con hijos y/o hijas (99,9%), seguida del 99,5% de las formadas por parejas solas y del 96,8% de las formadas por personas solas.

Equipamientos en TIC de la población y población usuaria de internet de la C.A. de Euskadi. 2025

	Año 2025		Variación sobre año 2024	
	Miles	%	Miles	*P.P.
EQUIPAMIENTOS DEL HOGAR				
FAMILIAS	927,2	100,0	5,1	
Ordenador personal	705,6	76,1	-5,8	-1,0
Teléfono móvil	915,9	98,8	10,2	0,6
Internet	853,7	92,1	12,4	0,9
Con hijos y/o hijas	406,8	99,5	0,3	-0,1
De pareja sola	188,3	91,9	2,2	2,6
De personas solas	258,5	82,5	9,8	1,1
POBLACIÓN DE 15 Y MAS AÑOS	1.935,3	100,0	19,4	
Ordenador personal	1.602,4	82,8	-5,7	-1,1
Internet	1.844,7	95,3	30,7	0,6
TV de pago	1.325,5	68,5	86,5	3,8
DVD	380,2	19,6	76,2	3,7
Teléfono móvil	1.923,2	99,4	24,1	0,3
POBLACIÓN USUARIA DE INTERNET	1.735,5	89,7	13,7	-0,2
Hombres	842,5	90,6	4,6	-0,4
Mujeres	893,0	88,8	9,1	0,0
Araba / Álava	262,5	91,2	5,8	1,2
Bizkaia	907,9	89,5	5,1	-0,4
Gipuzkoa	565,1	89,3	2,8	-0,5
15-24 años	235,8	98,8	15,5	-1,1
25-34 años	209,1	99,4	-0,3	-0,5
35-44 años	262,3	99,4	-10,6	-0,2
45-54 años	346,7	99,0	-6,5	-0,3
55-64 años	321,0	97,3	-4,3	-0,6
65 y más años	360,5	66,5	19,8	1,5
Estudiando	231,0	99,5	0,4	-0,4
Trabajando	945,5	99,5	21,0	0,3
En paro o inactividad	559,0	74,3	-7,7	-1,0
Acceden desde casa	1.712,0	98,6	11,9	-0,1
Acceden desde el centro de trabajo	772,6	44,5	94,7	5,1
Acceden desde el centro de estudio	208,6	12,0	-0,9	-0,2
Navegan en euskera	364,9	21,0	29,6	1,5
Navegan en castellano	1.684,6	97,1	8,2	-0,3
Navegan en inglés	292,7	16,9	-26,7	-1,6
Ha comprado por internet	976,4	56,3	-1,1	-0,5

* DIF. P.P.= Diferencia en puntos porcentuales

Fecha 28 de Octubre de 2025

Fuente: Eustat. Encuesta sobre la sociedad de la información. Familias

Para más información:

Eustat - Euskal Estatistika Erakundea / Instituto Vasco de Estadística
 C/ Donostia-San Sebastián, 1 01010 Vitoria-Gasteiz
 Servicio de Prensa: servicioprensa@eustat.eus Tf: 945 01 75 62