



Panorama
de la Sociedad de la información
2009-2010

Panorama de la Sociedad de la Información Euskadi 2009-2010



INDICE

1.- EQUIPAMIENTOS EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA C. A. DE EUSKADI	3
1.1 Equipamientos TIC en los hogares de la C. A. de Euskadi	3
1.2 Equipamientos TIC de la población vasca	10
1.3 Equipamiento TIC en las empresas vascas	13
1.4 Equipamientos TIC en el mundo rural	19
1.4.1 Equipamientos en los hogares	19
1.4.2 Equipamientos en el sector primario	20
2.- USOS DEL ORDENADOR EN LA C. A. DE EUSKADI	23
2.1 Usos del ordenador en la C. A. de Euskadi	23
2.1.1 Los usuarios de ordenadores	23
2.1.2 Los contextos de uso del ordenador	26
2.1.3 Las razones para el uso del ordenador	28
2.2 Personal laboral con acceso a los equipamientos TIC en las empresas	30
2.3 Usos del ordenador en el mundo rural	33
3.- USOS DE INTERNET EN LA C. A. DE EUSKADI	34
3.1 Usos de Internet en la C. A. de Euskadi	34
3.1.1 Contexto etnográfico de la red: dónde, cuándo y cuánto tiempo	34
3.1.2 Cartografía e itinerarios de los usuarios de la red: cómo y para qué se accede	36
3.1.3 El comercio en internet: las compras de los consumidores particulares	41
3.2 Conexión y usos de Internet en las empresas vascas	43
4.- CONCLUSIONES	51
5.- ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS	54

1.- EQUIPAMIENTOS EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA C. A. DE EUSKADI

En este capítulo se refleja el grado de implantación de determinadas tecnologías en la sociedad vasca, en los hogares, en las empresas y en el mundo rural. En cada uno de ellos se describen las infraestructuras existentes en estos ámbitos y la evolución que estas infraestructuras han experimentado en los últimos años. Además se realiza un análisis comparativo con otras Comunidades Autónomas y con algunos de los países de Europa.

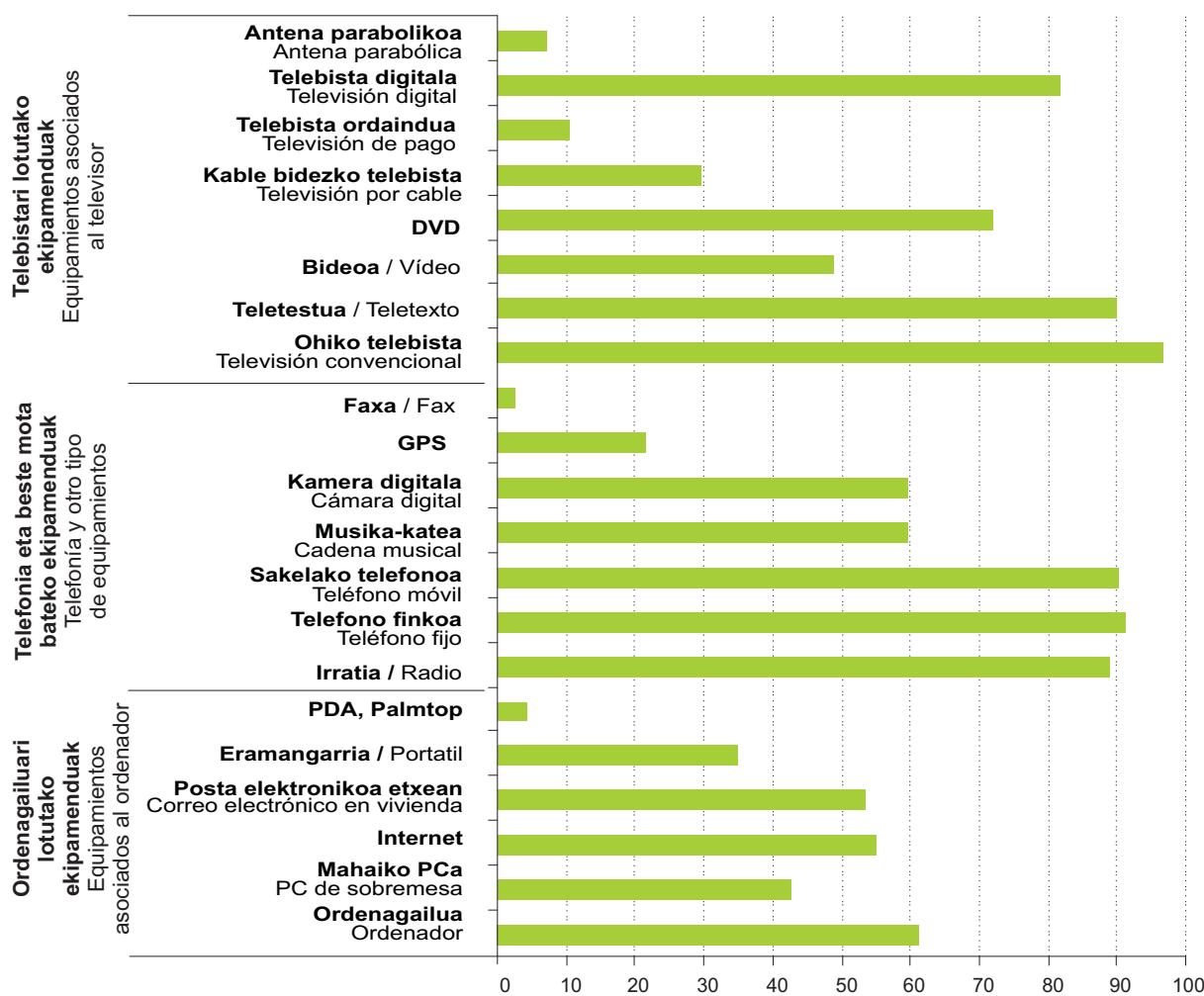
1.1 Equipamientos TIC en los hogares de la C. A. de Euskadi

En este primer apartado se describen los diferentes equipamientos que se encuentran en los hogares de la C. A. de Euskadi. Se han diferenciado tres bloques: en el primero de ellos se tienen en cuenta aquellos que están relacionados con la televisión; en el segundo los relacionados con la telefonía y otro tipo de equipamientos de carácter más general, y, en el tercer bloque, los relacionados con el mundo de la informática, las diferentes infraestructuras asociadas a los ordenadores y a Internet, en definitiva lo que representan en estos momentos las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

En el Gráfico 1, están representados cada uno de los grupos de equipamientos (televisión, telefonía y otros equipamientos relacionados con el ordenador y la informática), así como los equipamientos que están asociados a estos bloques. Como se puede comprobar, la televisión convencional es el equipamiento con mayor presencia ya que está prácticamente en todos los hogares. La implantación de los diversos sistemas de recepción de televisión experimenta variaciones: la televisión de pago ha disminuido del 12,0% en 2009 al 10,3% en 2010, lo mismo que la antena parabólica que ha pasado del 9,5% al 7,3%, la conexión por cable disminuye ligeramente pasando del 30,1% en 2009 al 29,7% en 2010.

La presencia del vídeo en los hogares está disminuyendo – del 56,7% en 2009 al 48,7% en 2010 –, mientras aumenta la presencia del DVD, del 71,6% al 72%, que sustituye al mismo pues proporciona una mayor calidad de imagen y también unas mayores posibilidades de uso. Esta característica, relacionada con el ocio, es particularmente relevante sobre todo en las familias con hijos, que tienen un porcentaje mayor en cualquiera de los elementos asociados a la televisión, como se puede comprobar en el Gráfico 2. Por el contrario, los hogares unipersonales o compuestos (que hace referencia a los hogares formados por personas que viven solas o por varias personas que pueden tener o no una relación familiar, pero sin formar pareja o sin relación paterno-filial) son los que tienen menor número en cualquiera de los equipamientos asociados a la televisión. Estas diferencias son más importantes en el caso del vídeo (57,0% en el caso de los hogares con hijos y 33,9% en los hogares unipersonales o compuestos) y del DVD (86,3% y 49% respectivamente).

Gráfico 1. Familias por equipamientos TIC del hogar. C.A. de Euskadi. 2010 (%)



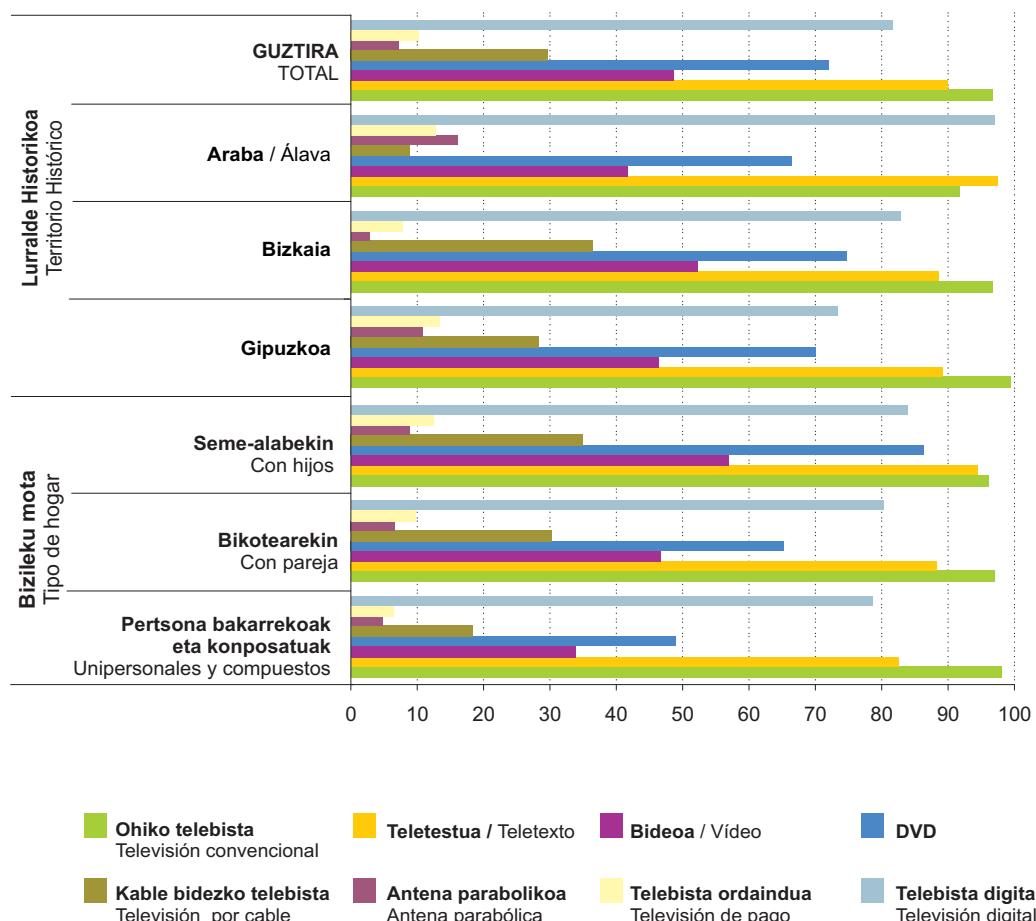
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Entre los distintos equipamientos relacionados con el televisor existen diferencias sobre su grado de implantación entre los territorios históricos, así como entre los diversos tipos de familias. En este sentido en Gipuzkoa hay un mayor porcentaje de hogares con televisión de pago; en Álava con televisión digital terrestre y antena parabólica, mientras que en Bizkaia es mayor el porcentaje de hogares que cuentan con televisión por cable, vídeo y DVD.

En cuanto a los equipamientos asociados a la telefonía y otros, el teléfono móvil ha adquirido una gran importancia tanto por el número de hogares que cuentan con él como por el número de móviles que hay en ellos. De la importancia y generalización de los teléfonos móviles da cuenta el dato de que un 28,1% de los hogares tenga más de 3 móviles. El teléfono fijo (91,1%), el teléfono móvil (90,1%) y la radio (90,8%) siguen siendo los equipamientos con mayor presencia en los hogares vascos.

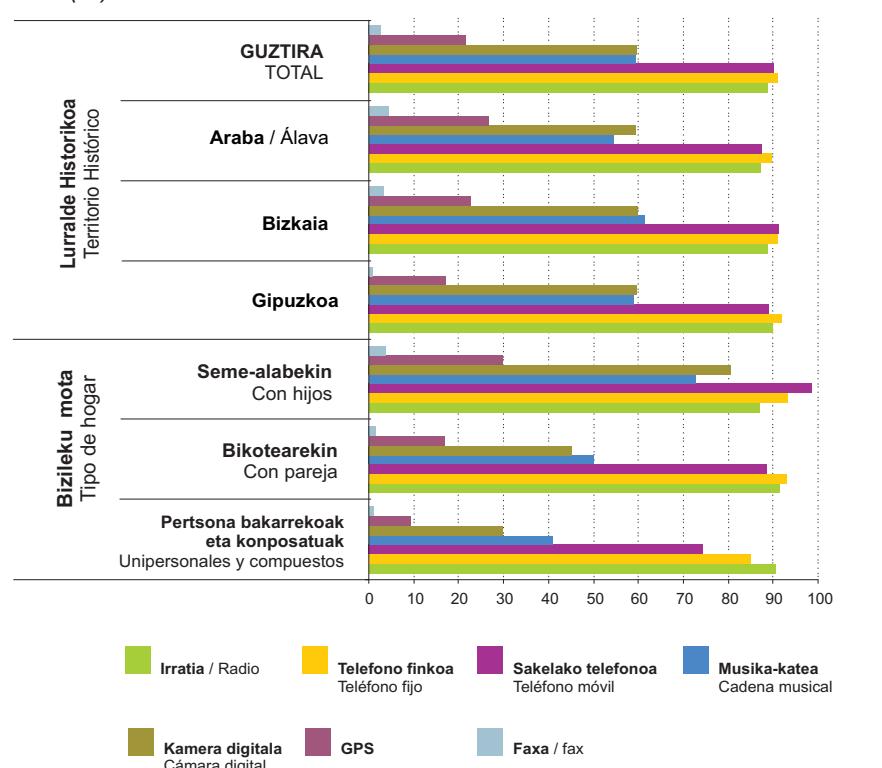
La cadena musical (59,5%) es también un elemento importante, al igual que la cámara digital. Este último tipo de equipamiento, a pesar de su novedad, está en muchos hogares (59,7%). Si atendemos a equipamientos que están incrementando su presencia, debemos señalar la aparición de los sistemas de navegación (GPS), (21,5%) mientras existen otros elementos, como el fax (2,7%), que tienden paulatinamente a la desaparición.

Gráfico 2. Equipamientos de las familias asociados al televisor según Territorio Histórico y tipología de hogares. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Gráfico 3. Equipamientos en las familias asociados a la telefonía y otro tipo de equipamientos según Territorio Histórico y tipología de hogares. 2010 (%)

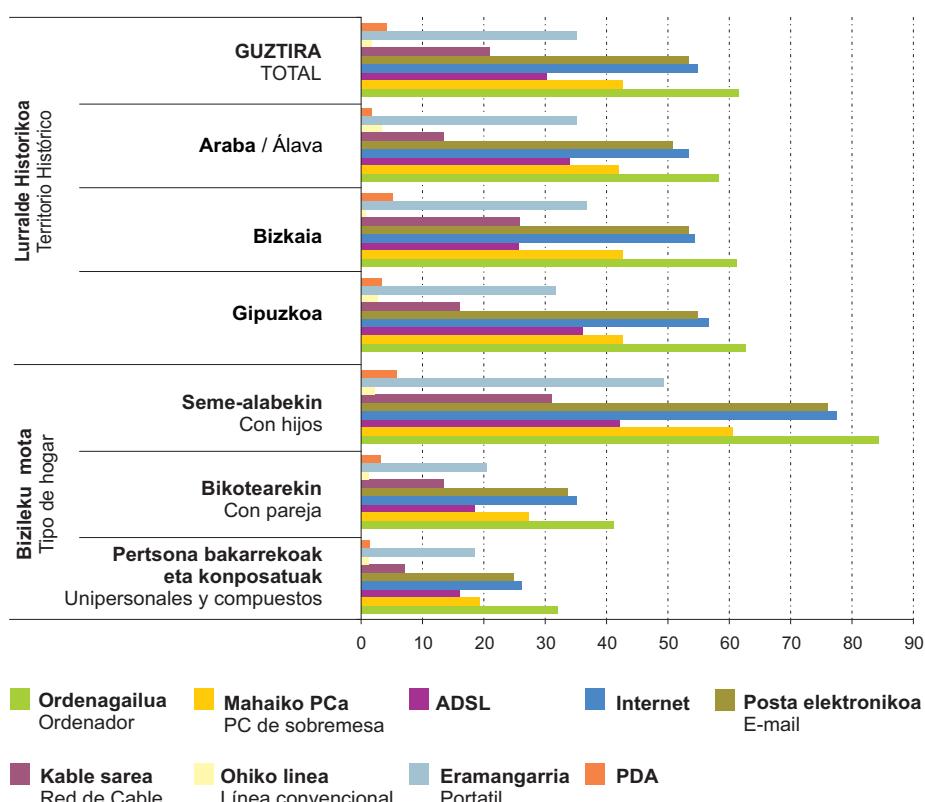


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Los equipamientos relacionados con el ordenador en los hogares vascos, reflejados en el Gráfico 4, han experimentado cierto incremento, ya que en el año 2009 el 60,0% de los hogares contaba con algún tipo de ordenador mientras que en el 2010 este porcentaje se sitúa en el 61,4%. Mientras la presencia del ordenador de sobremesa va disminuyendo paulatinamente, el ordenador portátil ha experimentado un importante aumento –del 28,2% en 2009 al 35,0% en 2010.

La relevancia del ordenador se hace más significativa por la relación que mantiene con utilidades como Internet y el correo electrónico.

Gráfico 4. Equipamientos de las familias asociados al ordenador e Internet según Territorio Histórico y tipología de hogares. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Las conexiones a Internet desde los hogares se han incrementado en 3 puntos porcentuales con respecto a 2009, alcanzando al 54,9% de los hogares, lo que repercute, por otro lado, en que el 53,5% de los hogares disponga de correo electrónico. Este dato podemos observarlo desde dos niveles de análisis: por un lado, una media de 5'3 de cada 10 hogares cuentan con e-mail y, por otro lado, si tenemos en cuenta únicamente a quienes disponen de conexión a Internet, el 97,4% cuenta con correo electrónico. Como tendremos oportunidad de comentar más adelante, una de las actividades centrales y más generalizadas dentro de las posibilidades de utilización de Internet es el envío y recepción de correos electrónicos.

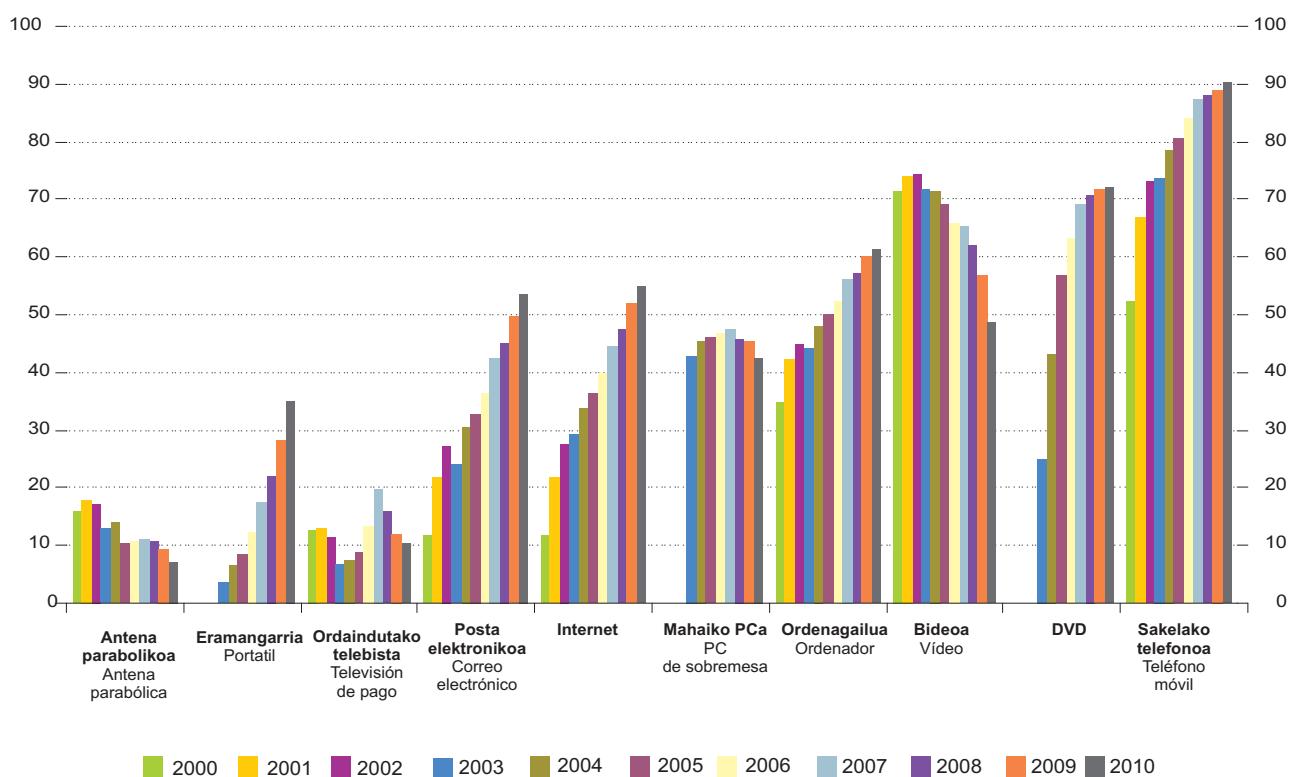
Por territorios históricos, Gipuzkoa tiene un 62,8% de hogares con ordenador; Bizkaia un 61,3%, mientras que Álava cuenta con el 58,3%.

En relación con la tipología de hogares, las familias con hijos son las que cuentan con mayor presencia de ordenadores (84,5%) y de conexión a Internet (77,5%). Por el contrario, los hogares unipersonales y compuestos cuentan con una menor presencia de estos tipos de equipamientos, ya que únicamente el 31,9% tiene ordenador y el 26,2% conexión a Internet. De los hogares constituidos por una pareja, el 41,1% dispone de ordenador y el 35,1% de acceso a Internet.

La evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares de la C. A. de Euskadi presenta diversas tendencias que aparecen representadas en el Gráfico 5. En los últimos años podemos destacar dos aspectos significativos y que están interrelacionados. En primer lugar, hay indicadores que muestran una tendencia a la obsolescencia y, consecuentemente, la rapidez de la renovación tecnológica, por ejemplo el descenso de la presencia del vídeo (del 71,6% en 2003 al 48,7% en 2010) y el incremento que está experimentando el DVD (del 25,0% en 2003 al 72,0% en 2010). En segundo lugar, hay datos que indican un incremento de tecnologías con mayor portabilidad y movilidad, así como una disminución de la presencia del ordenador de sobremesa en los hogares de la C. A. de Euskadi y un aumento de la presencia del portátil.

En cuanto al resto de los equipamientos, en todos ellos se puede apreciar el aumento que están teniendo en los hogares el teléfono móvil, Internet y el correo electrónico.

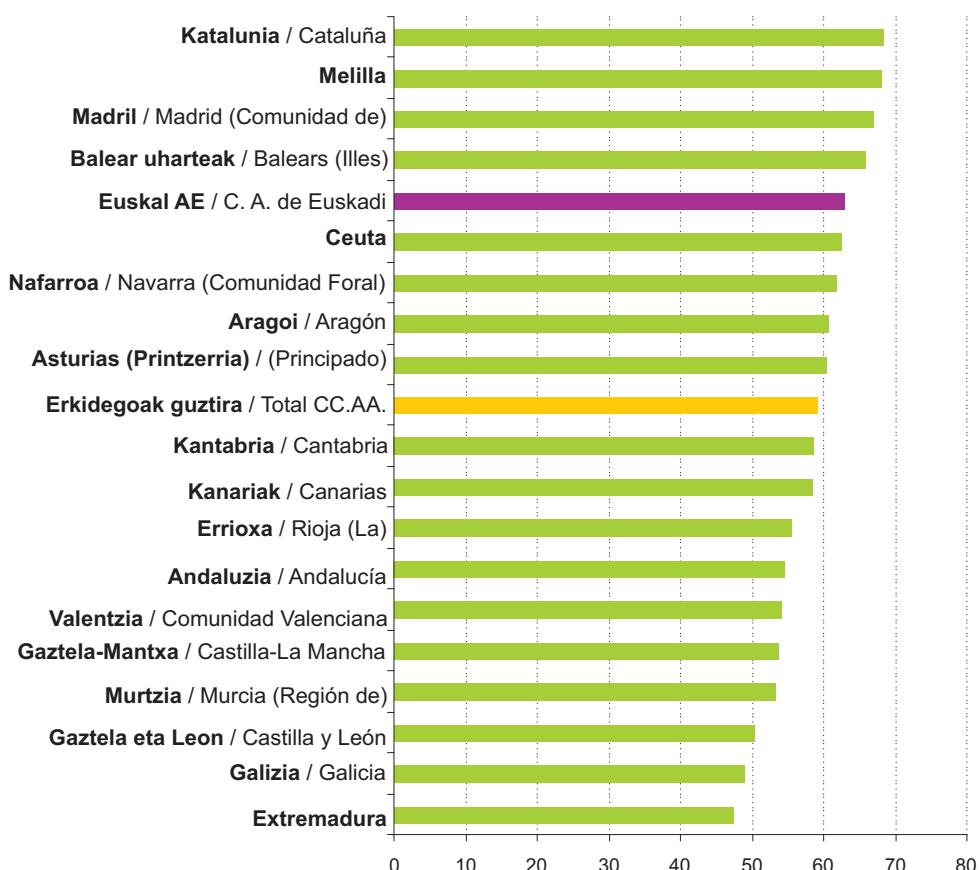
Gráfico 5. Evolución de la implantación de las TICs en las familias de la C. A. de Euskadi. 2000-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

En relación con la conexión a Internet (Gráfico 6), mientras el 59,1% de las familias con una población entre los 16 y los 74 años del conjunto del Estado cuenta con este equipamiento, en la C. A. de Euskadi el 62,9% de los hogares de esas características tiene Internet.

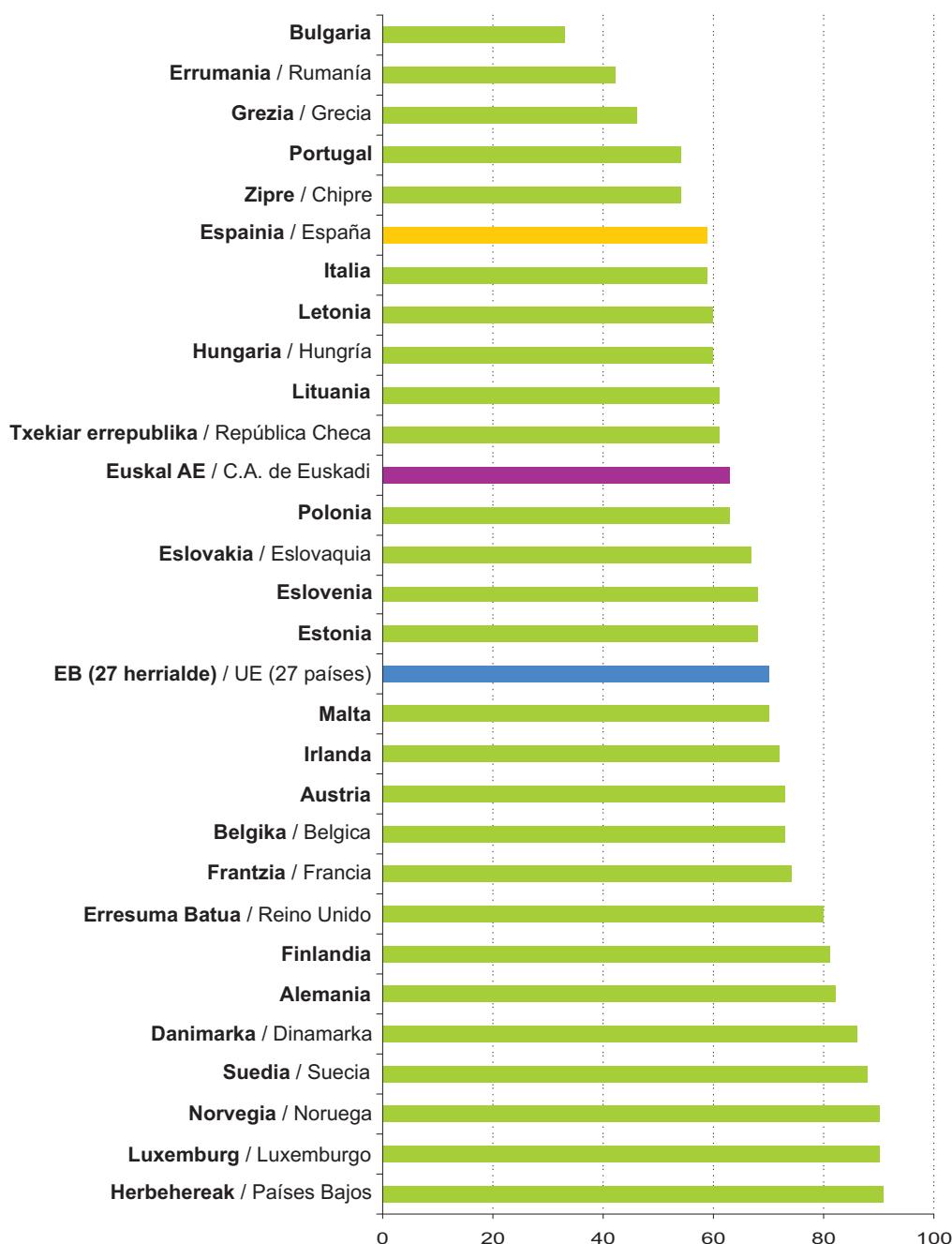
Gráfico 6: Familias (con población entre 16 y 74 años) por conexión a internet según Comunidades Autonómicas. 2010 (%)



Fuente: INE. Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

En relación con la Unión Europea de los 27 países, y teniendo en cuenta las conexiones a Internet con que cuentan los hogares con una población comprendida entre los 16 y 74 años, puede decirse que existen tres franjas muy diferenciadas en cuanto a conexiones a Internet, si se toma como referencia la media europea que gira entorno al 70% de hogares con conexión. Podemos comprobar que la C. A. de Euskadi se sitúa en la franja intermedia en cuanto a conexiones, con un porcentaje cercano al 63%.

Gráfico 7. Familias (con población entre 16 y 74 años) por conexión a internet según países europeos. 2010 (%)



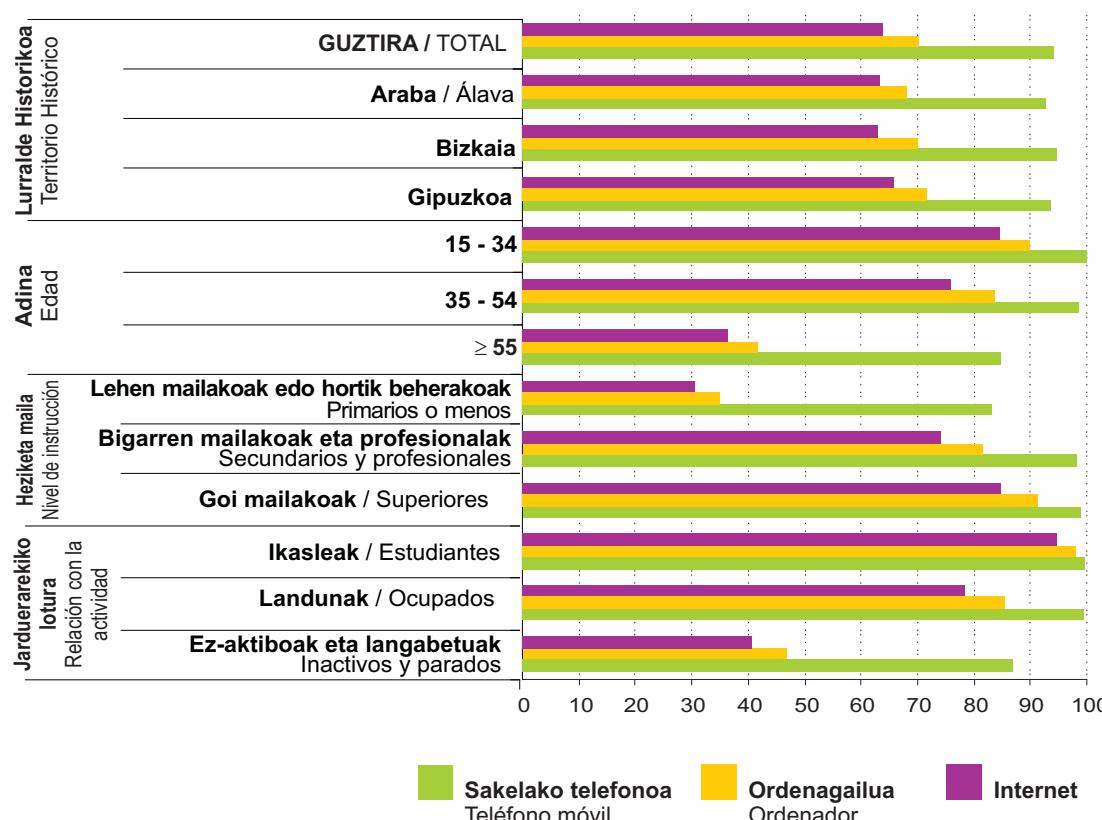
Fuente: Eurostat. Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

1.2 Equipamientos TIC de la población vasca

Los equipamientos tecnológicos entre la población vasca están experimentando un continuo incremento, aunque no todos los equipamientos lo hacen de igual modo y con la misma intensidad. A pesar de que determinadas tecnologías están directamente relacionadas con los hogares, vamos a poder comprobar cómo, en alguno de los casos, se puede apreciar una desigual distribución de las TIC entre la población. Esta distribución va a depender de variables como la edad, la relación con la actividad y el nivel de instrucción.

El teléfono móvil es el equipamiento que cuenta con mayor presencia entre la población de 15 años y más, con el 94%, seguido del ordenador, con el 70,2%, y de las conexiones a Internet, con el 63,9%. En cuanto a la distribución territorial de teléfonos móviles, ordenadores e Internet no existen diferencias apreciables entre los tres territorios históricos (Gráfico 8).

Gráfico 8. Población de 15 y más años según las principales tecnologías. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

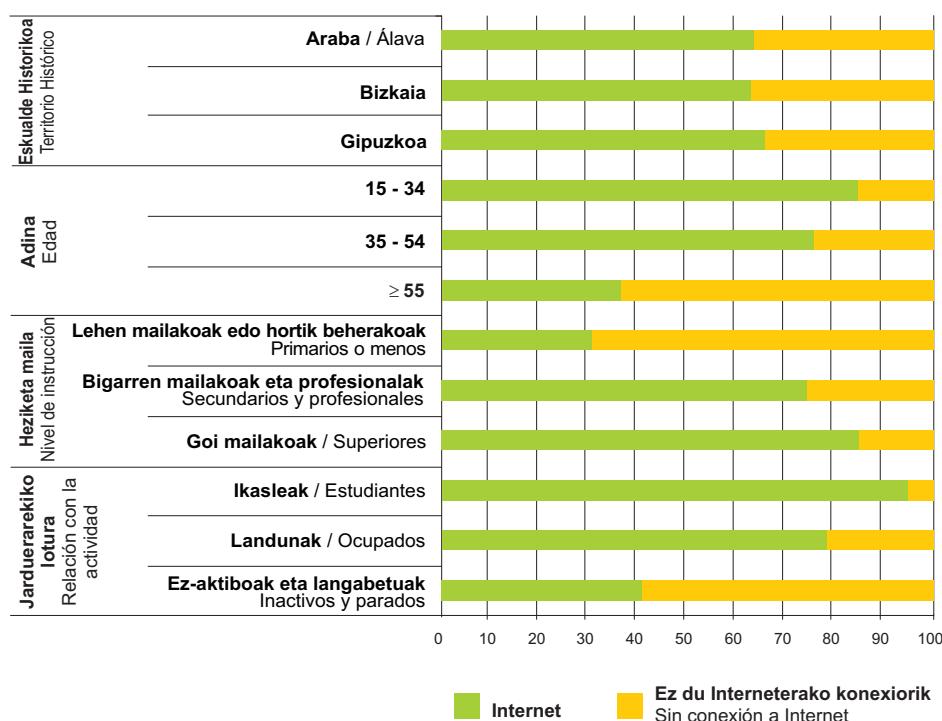


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

El 70,2% de la población cuenta con algún tipo de ordenador, el 49,1% con ordenadores de sobremesa y el 41,0% con ordenadores portátiles. En un número reducido de casos, una misma persona posee tanto ordenador de mesa como portátil. Más allá del número de personas con conexión a Internet en el hogar, es importante considerar los motivos por los que el 36,1% de la población no cuenta con este tipo de conexión. Las razones que justifican este hecho son variadas y por ello la respuesta es múltiple, de ellas, el 12,4% no dispone de acceso en su vivienda a Internet porque accede desde otros lugares, como el centro de estudios o el lugar de trabajo; el 82,4% no tiene porque no quiere, no lo necesita o desconoce la utilización de Internet; el 25,1% no sabe cómo utilizarlo; el 9,7% no cuenta con un ordenador o bien con el equipo necesario para poderse conectar y, finalmente, el 7,9% no tiene conexión a Internet porque considera que es demasiado caro.

Si tuviéramos que elaborar un perfil de las personas que no tienen conexión a Internet según sus características sociodemográficas (Gráfico 8), diríamos que corresponde con personas que viven aisladas, de 55 y más años, con un menor nivel de instrucción y que se encuentran en paro o inactivas. En este sentido, podemos hablar de la existencia de ciertos colectivos desfavorecidos en relación con las tecnologías de la información y la comunicación. El perfil de las personas que tienen conexión a Internet sería: estudiante, joven menor de 35 años y con estudios medios y superiores, como podemos comprobar en el Gráfico 9.

Gráfico 9. Población de 15 y más años con conexión a Internet en el hogar. C.A. de Euskadi. 2010 (%)



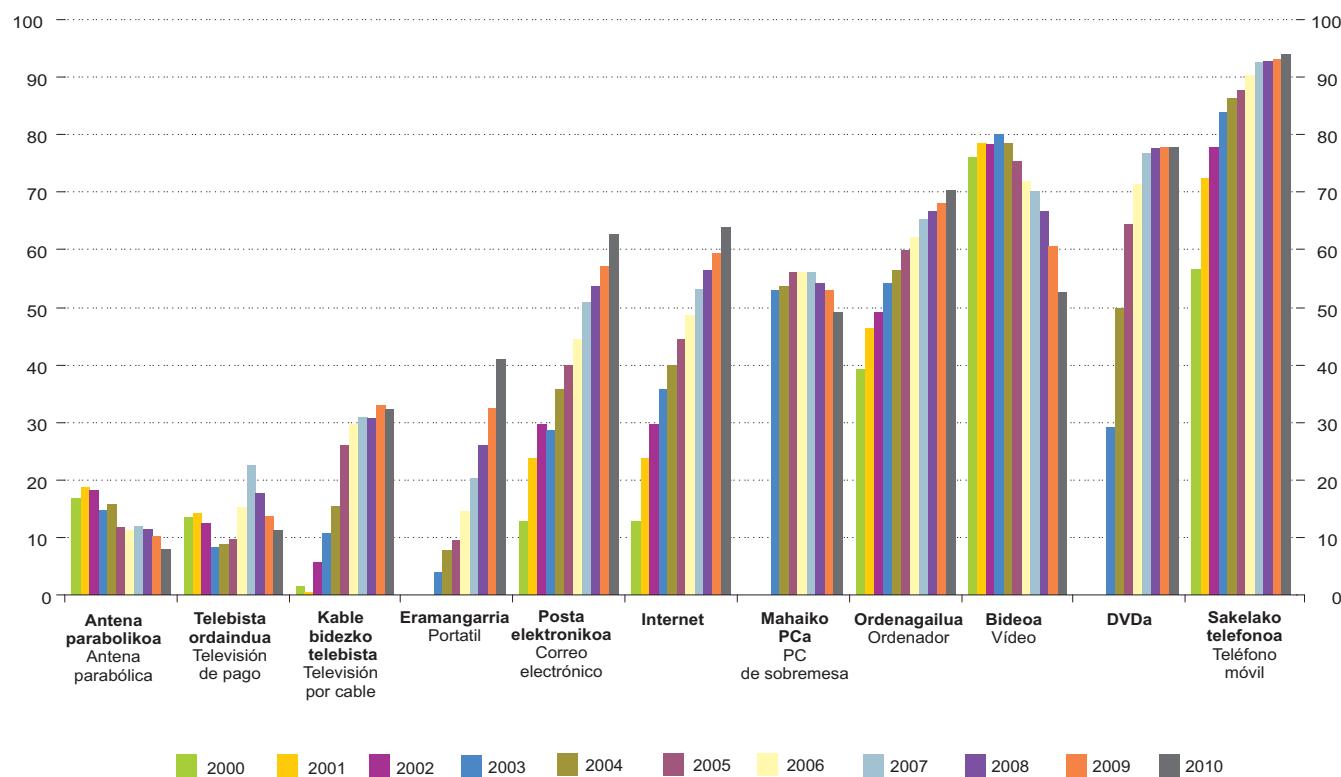
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

En el período 2000-2010 se han producido fuertes variaciones en cuanto a la implantación de tecnologías entre la población, como aparece representado en el Gráfico 10.

La evolución que han experimentado en este período los equipamientos asociados al ordenador tiene especial relevancia. En el año 2000 el 39,1% de la población de 15 y más años tenía ordenador y en 2010 este porcentaje se eleva al 70,2%. En cuanto al incremento interanual de los ordenadores hay ligeras variaciones, produciéndose un fuerte crecimiento en el período 2000 a 2001 (4 puntos de incremento) que se ralentiza a partir de esta fecha. Al hacer referencia al ordenador se debe diferenciar entre los ordenadores de sobremesa y el ordenador portátil, elemento que en estos últimos años ha ido adquiriendo mayor presencia, hasta el punto de que buena parte del crecimiento en el número de ordenadores se debe al incremento de ordenadores portátiles, que han pasado del 3,9% en 2003 al 41% en 2010.

En el período comprendido entre 2000 y 2010, las conexiones a Internet se han incrementado en 51,3 puntos habiendo pasado del 12,6% al 63,9%. Una evolución semejante es la experimentada por el correo electrónico, que se ha incrementado en casi 50 puntos en estos nueve años, y ha pasado del 50,0% en 2007 al 62,5% en 2010.

Gráfico 10. Evolución de la implantación de las principales TICs entre la población de 15 y más años C.A. de Euskadi. 2000-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

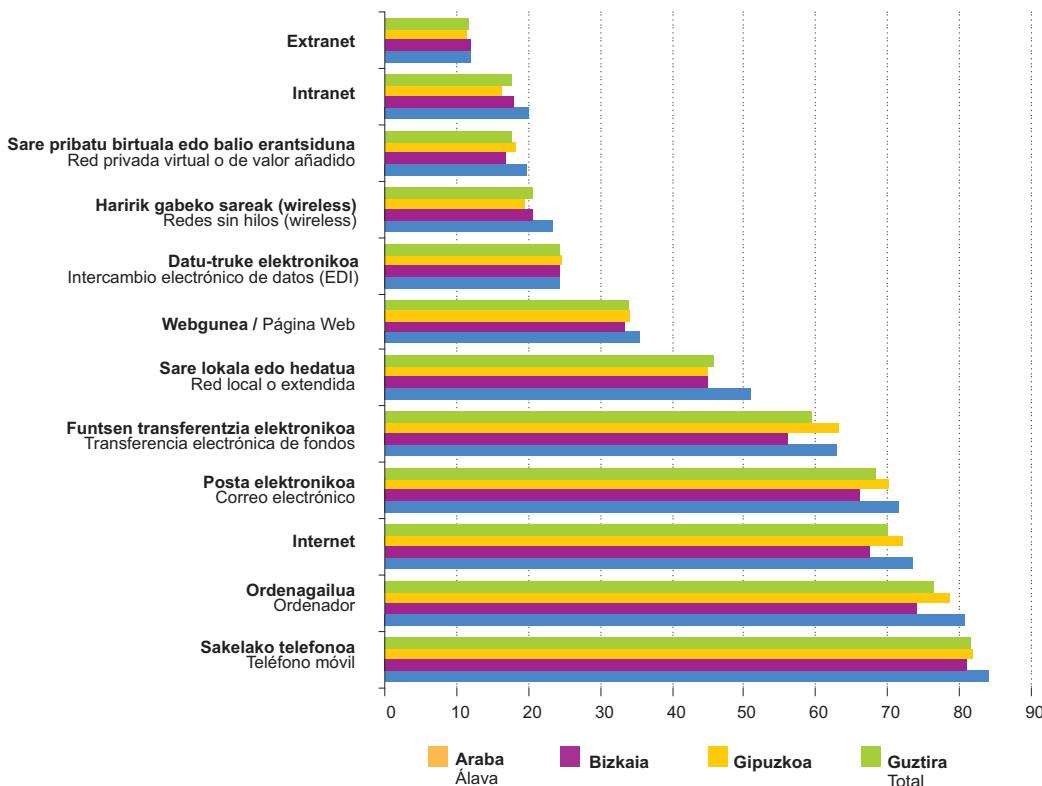
1.3 Equipamiento TIC en las empresas vascas

El nivel de equipamiento de las empresas de la C. A. de Euskadi depende principalmente del tamaño de la empresa. Aunque hay otros factores que también influyen, se puede afirmar que el factor más determinante es el número de personas empleadas con las que cuenta. Las empresas de 10 o más personas empleadas presentan, como norma general, un porcentaje de equipamiento en TIC superior al de las empresas más pequeñas. Al presentar los datos sobre el equipamiento en TIC de las empresas vascas utilizaremos el tamaño de la empresa como una de las variables fundamentales, además del territorio histórico donde está localizada la empresa y el sector económico en que desarrolla su actividad.

Así, en los equipamientos que aparecen en el Gráfico 11 para el total de empresas, el teléfono móvil (81,7%) y el ordenador (76,5%), seguidos de Internet (69,9%) y el correo electrónico (68,3%), son los equipamientos tecnológicos de los que disponía un mayor número de empresas vascas en 2010. Los que menor implantación tienen en las empresas vascas son la extranet (11,7%), la intranet (17,6%), las redes VPN o VAN (17,7%), las redes wireless (20,5%) y el intercambio electrónico de datos (EDI) (24,4%).

En cuanto a su grado de implantación territorial, podemos observar como son los establecimientos de Álava los que tienen un mayor nivel de equipamientos, seguida de Gipuzkoa, aunque sin grandes diferencias entre estos dos territorios. Los de Bizkaia, sin embargo, si se quedan más rezagados en el uso de estas tecnologías

Gráfico 11: Tipo de equipamiento en los establecimientos de la C. A. de Euskadi según Territorio Histórico. 2010 (%)

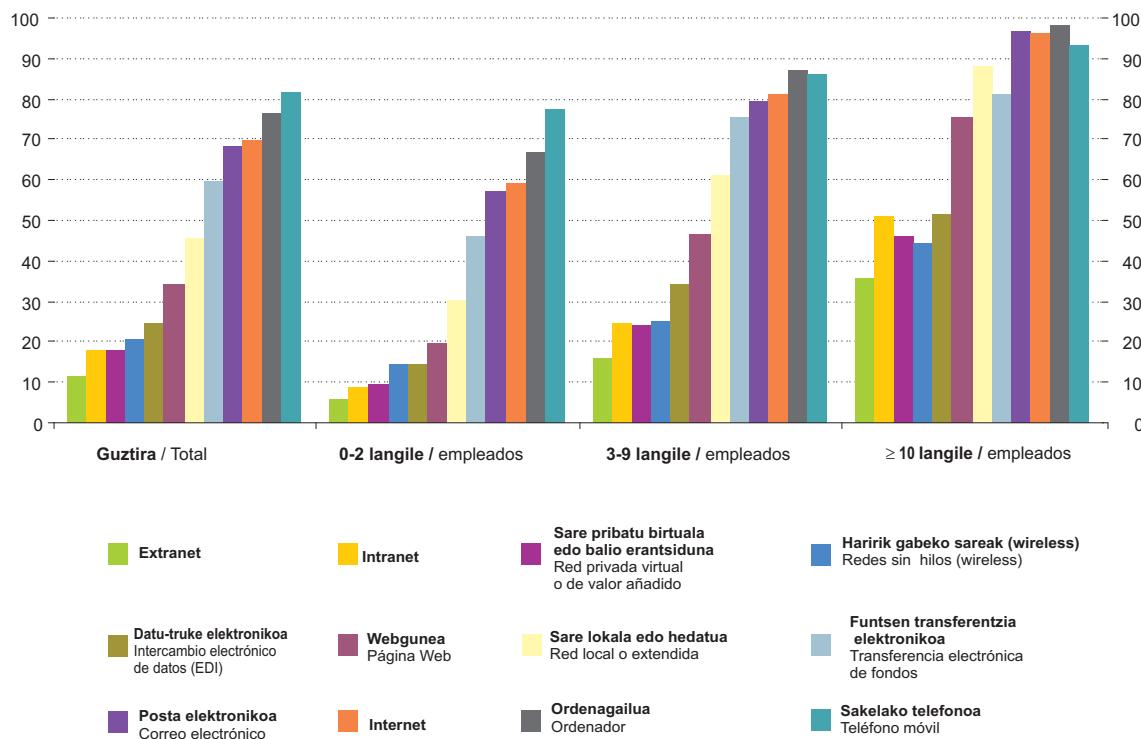


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Si tenemos en cuenta el tamaño de las empresas, podemos observar diferencias claras en cuanto al tipo de equipamiento del que disponen. Las empresas pequeñas, en especial, aquellas formadas por una o dos personas, entre las que se encuentran los denominados autónomos, poseen un nivel de equipamiento tecnológico inferior al que poseen las empresas de mayor tamaño.

El tipo de tecnología que prima en las empresas pequeñas, como se puede apreciar en el Gráfico 12, es el teléfono móvil, mientras que en las de mayor tamaño es el ordenador. El 77,2% de las empresas vascas compuestas por una o dos personas dispone de teléfono móvil y un 66,6% de ordenador. En cambio, en prácticamente la totalidad de las empresas vascas con 10 o más personas empleadas se dispone de ordenador para el desarrollo de su actividad (98,1%), mientras que el porcentaje de las que cuentan con teléfono móvil es algo inferior (93,4%).

Gráfico 12: *Tipo de equipamiento de los establecimientos de la C. A. de Euskadi según estratos de empleo. 2010 (%)*



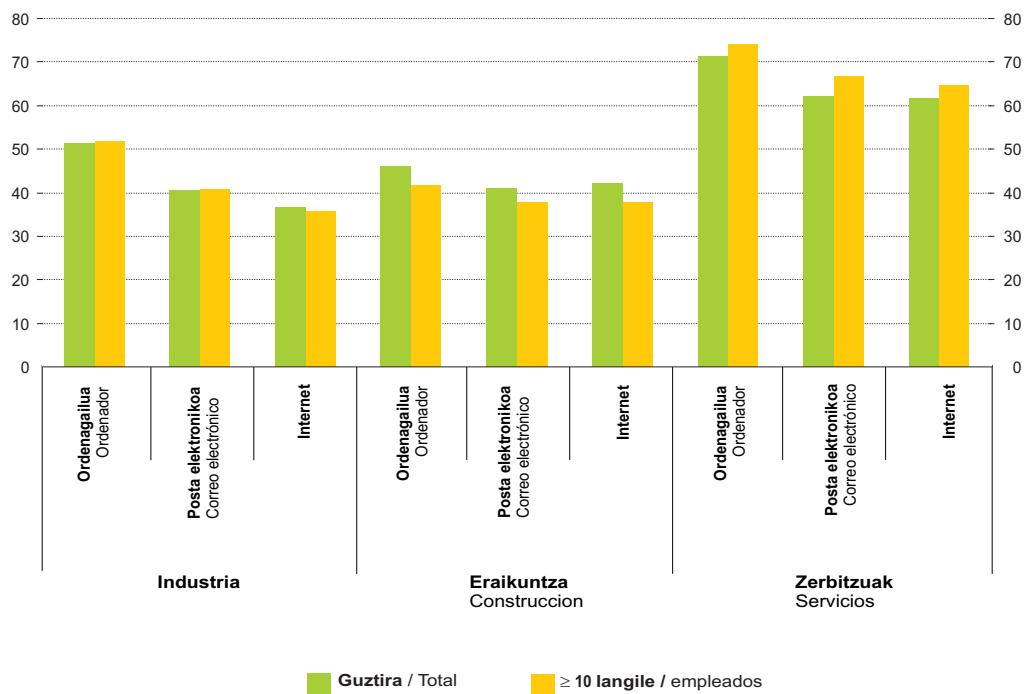
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

En cuanto a las tecnologías vinculadas a Internet (acceso, correo electrónico y página Web), que son, hoy en día, las que se relacionan más directamente con la denominada Sociedad de la Información, el 69,9% de las empresas vascas está conectado a Internet, el 68,3% usa correo electrónico y el 33,9% tiene página Web, ya sea propia o alojada. Si nos fijamos en la variable estrato de empleo, los porcentajes de los equipamientos van creciendo conforme aumenta el tamaño de la empresa. En el año 2010, el 96,2% de las empresas de 10 o más empleados disponía de Internet, el 96,6% utilizaba correo electrónico y el 75,4% tenía página Web.

Como se puede observar en el Gráfico 13, las empresas que pertenecen al sector de actividades industriales presentan un mayor porcentaje de implantación tecnológica, seguidas de las empresas del sector servicios y del sector de la construcción. Esta mayor dotación tecnológica en el sector industrial se produce en todos los equipamientos. Disponen de ordenador el 83,0% de las empresas vascas del sector industrial por el 75,9% del sector servicios y el 76,3% del sector de la construcción. Estas diferencias porcentuales entre las empresas, según el sector de actividad, aumentan si nos fijamos en otros equipamientos tecnológicos como acceso a Internet, correo electrónico y disponibilidad de página Web, donde el sector industrial alcanza porcentajes del 78,7%, 77,6% y 44,6% respectivamente.

Si tenemos en cuenta el estrato de empleo, las diferencias entre las empresas con 10 o más personas empleadas se reducen, ya que los tres sectores disponen de un porcentaje similar de ordenadores, de acceso a Internet y de correo electrónico. Únicamente se produce una excepción con la página Web, uno de los equipamientos más relevantes para la presencia de las empresas en la Sociedad de la Información. En este equipamiento, en las empresas de 10 o más personas empleadas no es el sector industrial (74,6%) el que lidera la incorporación a su actividad de esta tecnología sino las empresas del sector servicios (78,9%), además, este porcentaje desciende al 57,8% en el sector de la construcción.

Gráfico 13: Tipo de equipamiento de las empresas de la C. C. de Euskadi según sector de actividad y estrato de empleo. 2010 (%)

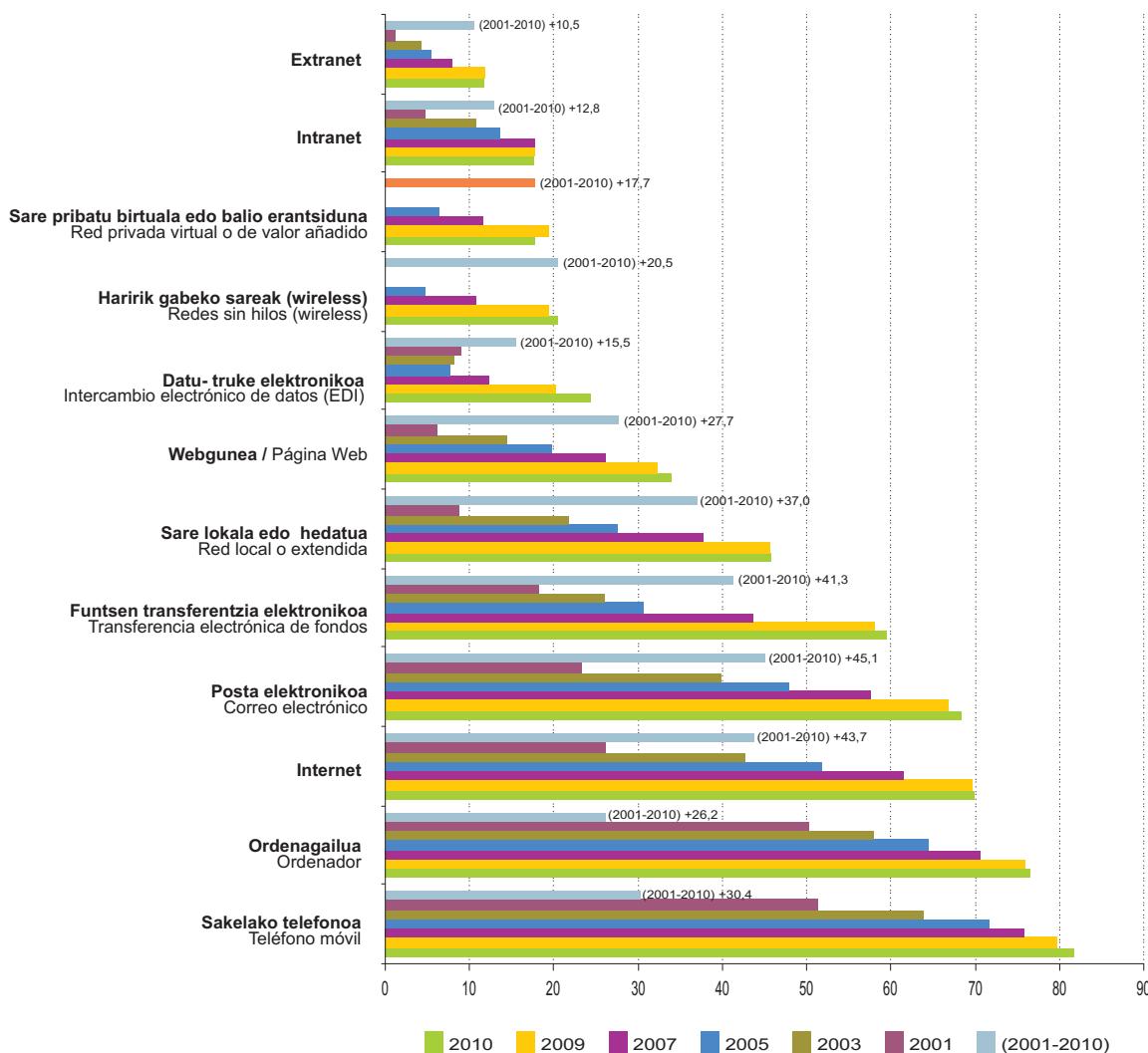


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Si se analiza la evolución que han tenido los equipamientos en tecnologías de la información y de la comunicación en las empresas de la C. A de Euskadi, representado en el Gráfico 14, se puede apreciar claramente un ritmo de desarrollo positivo a lo largo de los últimos nueve años con un crecimiento de todos los equipamientos tecnológicos. Los que mayor crecimiento han experimentado en estos años han sido el correo electrónico e Internet con un aumento de 45,1 y 43,7 puntos porcentuales respectivamente desde 2001.

Dependiendo de los equipamientos, el ritmo positivo de implantación tecnológica en las empresas vascas presenta un crecimiento desigual. Así, Además de los casos ya mencionados del correo electrónico e Internet, otros equipamientos han tenido durante el mismo período un crecimiento alto, como la transferencia electrónica de fondos (41,3 puntos), las redes locales o extendidas (37,0 puntos), el teléfono móvil (30,7 puntos), las páginas Web (27,7 puntos), el ordenador (26,2 puntos) y la redes sin hilos (wireless) (20,5 puntos). El resto de equipamientos, aún con crecimientos positivos, no alcanzan los 20 puntos de incremento.

Gráfico 14: Evolución de los equipamientos en las empresas vascas. 2001-2010 (%)

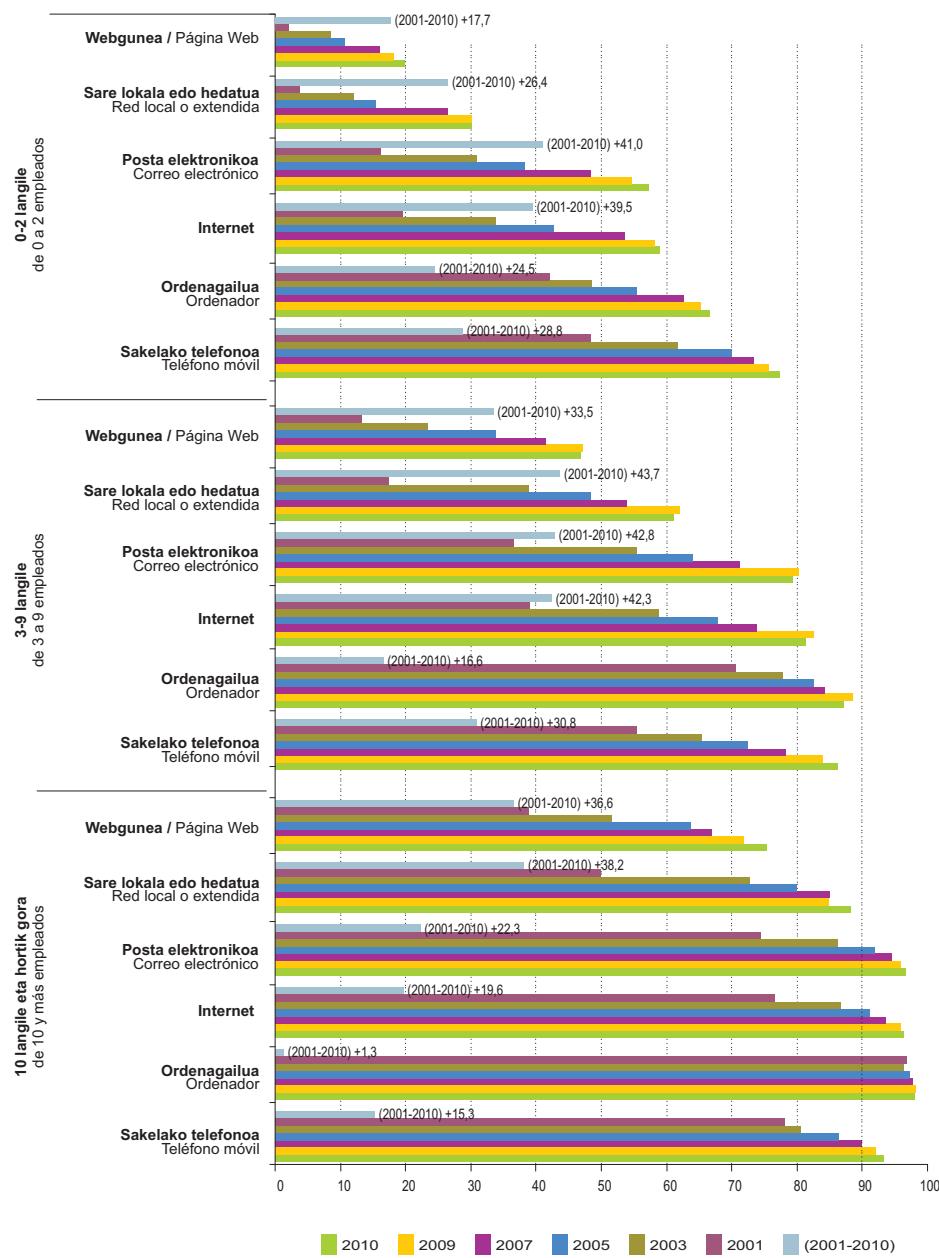


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Teniendo en cuenta el tamaño de las empresas (Gráfico 15), se aprecia que, aún manteniendo diferencias importantes, año tras año se van reduciendo las distancias en el nivel de equipamiento tecnológico entre empresas grandes y pequeñas. Esta reducción se explica por una doble tendencia: por un lado, las empresas grandes están llegando al máximo nivel de equipamiento en las principales tecnologías y, por otro, las empresas compuestas por dos o menos empleados cada vez disponen de mayor nivel de equipamiento tecnológico.

En cuanto a estos equipamientos tecnológicos, su crecimiento no es homogéneo en todos los tamaños de empresas. En las empresas con dos o menos personas empleadas los equipamientos que mayor aumento han experimentado en estos últimos años han sido el correo electrónico (+41,0 puntos porcentuales) e Internet (+39,5). En las empresas entre tres y nueve personas empleadas han sido, además de Internet (+42,3) y el correo electrónico (+42,8), la red local o extendida (+43,7). Y, por último, en las empresas de 10 o más personas empleadas aumentan, sobre todo, las redes locales o extendidas (+38,2) y la disponibilidad de páginas Web (+36,6).

Gráfico 15: Evolución de la implantación de los equipamientos TICs en las empresas de la C. A. de Euskadi según estrato de empleo. 2001-2010 (%)

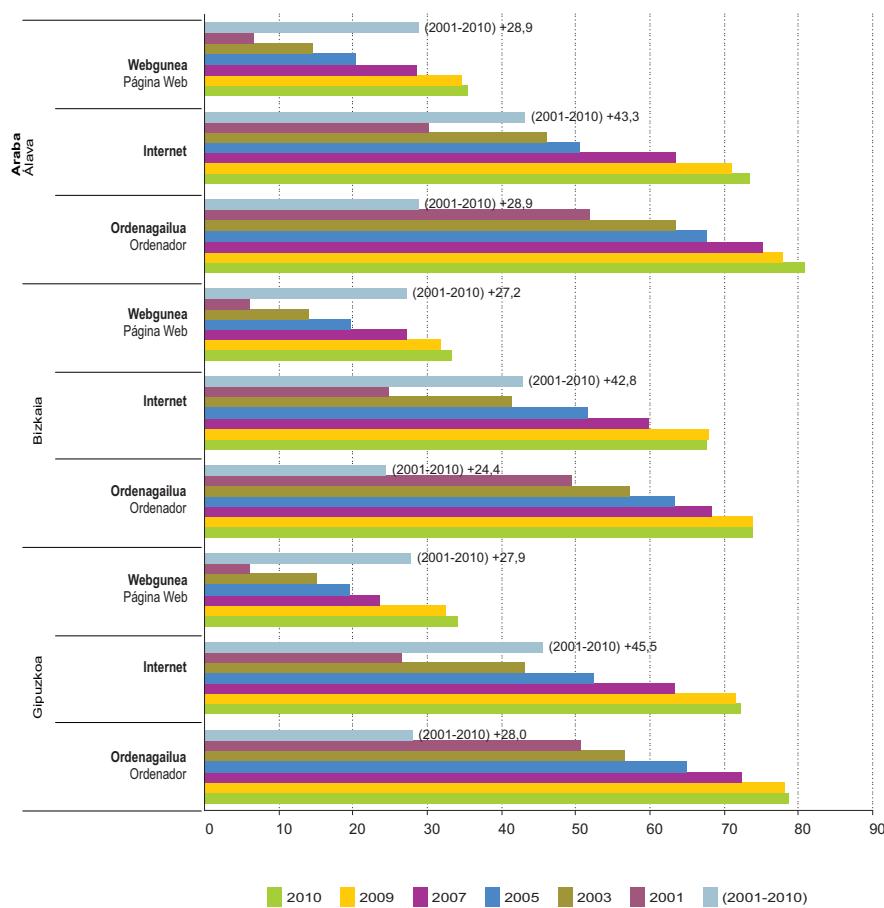


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Por territorio histórico (Gráfico 16), las empresas de Álava, además de ser las que mayor porcentaje tienen de utilización en todos los equipamientos en 2010, también son las que mayor evolución han alcanzado en el período 2001-2010 en disponibilidad de ordenador (+28,9 puntos porcentuales) y páginas Web (+28,9), mientras que Gipuzkoa experimenta una evolución mayor en acceso a Internet (+45,5).

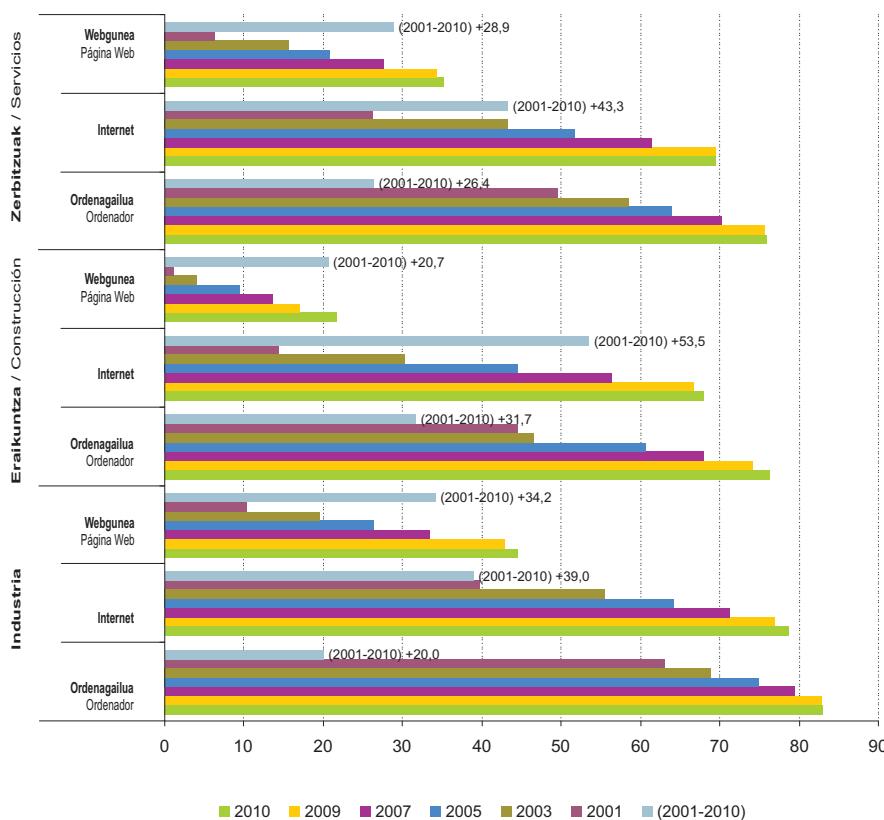
Por último, en los sectores de actividad, aunque son las empresas industriales las que tienen un mayor porcentaje de equipamientos en 2010, donde mayores incrementos se dan en el período 2001-2010 es en el sector de la construcción para Ordenadores (+31,7) e Internet (+53,5) y, en el sector industrial, las empresas con página Web (+34,2), según se puede observar en el Gráfico 17.

Gráfico 16: Evolución de establecimientos por Territorio Histórico y principales equipamientos. 2001-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Gráfico 17: Evolución de equipamientos TICs en las empresas vascas según sectores económicos. 2001-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

1.4 Equipamientos TIC en el mundo rural

1.4.1 Equipamientos en los hogares

La información sobre los equipamientos en tecnologías de la información y la comunicación que hemos comentado hasta aquí se refiere al conjunto de las empresas, de los hogares y de la población de 15 y más años de la C. A. de Euskadi. En este apartado, por el contrario, nos centraremos en describir los equipamientos de las familias que viven en el ámbito rural y poder así determinar si existen diferencias en relación con el conjunto de la C. A. de Euskadi.

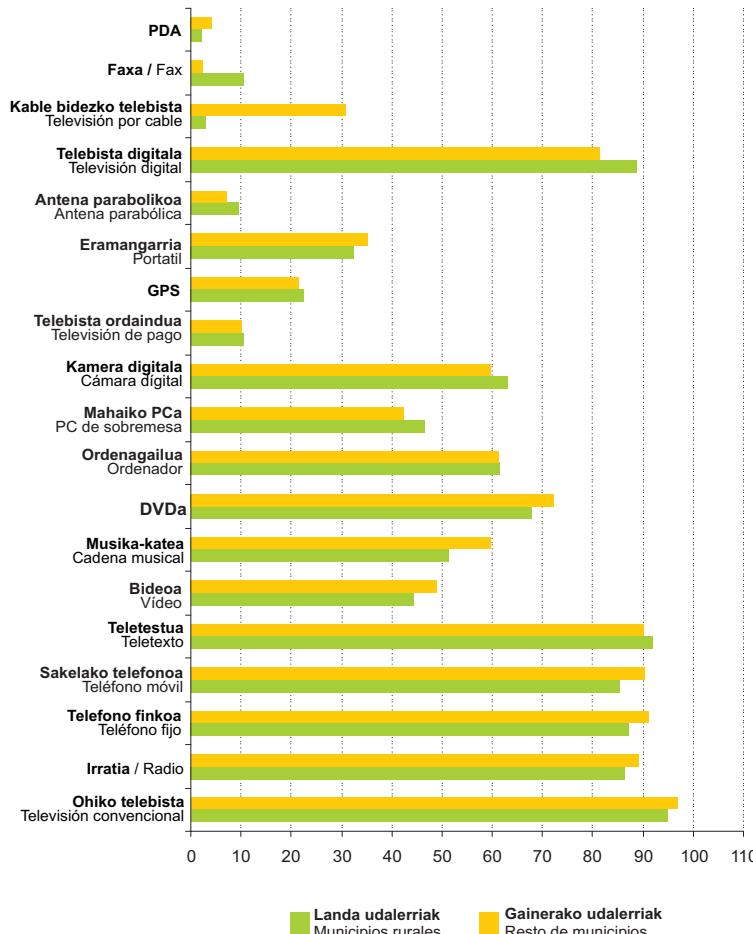
Para determinar el carácter rural de un municipio se han utilizado los siguientes criterios: población inferior a 2.500 habitantes, densidad de la población inferior a 85 habitantes por Km² y que el peso del PIB primario fuese al menos igual al de la media da la Comunidad Autónoma. Se han seleccionado 123 municipios que cumplen al menos dos de los criterios, a los que se han añadido 4 municipios que cumplen sólo uno de los criterios, pero cuyos valores están próximos a los límites y en los que la importancia del sector primario es relevante.

Así, los municipios que pueden ser considerados rurales son 127, agrupan aproximadamente a 33.300 familias y representan el 4,0% del total de la C. A. de Euskadi. Los datos con los que contamos no nos permiten hacer una descripción tan minuciosa como la que se desarrolla en el conjunto de esta panorámica, por ello nos centraremos únicamente en aquellos aspectos que tienen mayor relevancia.

En estos municipios el 55,9% de la población son mujeres y el 44,1% varones, con una población total de 77.500 personas, que representan alrededor del 4,1% del conjunto de la Comunidad.

En el Gráfico 18 se representan los diferentes equipamientos relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares de la C. A. de Euskadi, tanto en los municipios de ámbito rural como urbano, observándose, en general, unos equipamientos algo superiores en estos últimos, excepto para el fax, automóvil con navegador, radio y televisión digital, televisión de pago, antena parabólica, cámara digital y PC de sobremesa donde el equipamiento es mayor en los municipios rurales.

Gráfico 18. Equipamientos en los hogares de la C. A. de Euskadi del mundo rural. 2010 (%)



El equipamiento de los hogares de los municipios rurales en ordenadores ha registrado un importante incremento; superando ligeramente la media de la C. A. de Euskadi. Así, el 61,6% de los hogares rurales dispone de ordenador frente al 61,4% del resto de los hogares y al 61,4% de la media de la C. A. de Euskadi. Más concretamente, en los hogares de municipios rurales el 46,7% tienen PC de sobremesa, el 32,6% dispone de ordenador portátil y el 2,1% de PDA o Palmtop, mientras que en el resto de los hogares estas cifras serían 42,6%, 35,1% y 4,2% respectivamente, siendo la media de la C. A. de Euskadi muy similar a estas últimas cifras. Además, la mayoría dispone de un sólo ordenador en el hogar (39,1%), aunque el 16,3% dispone de dos o más ordenadores.

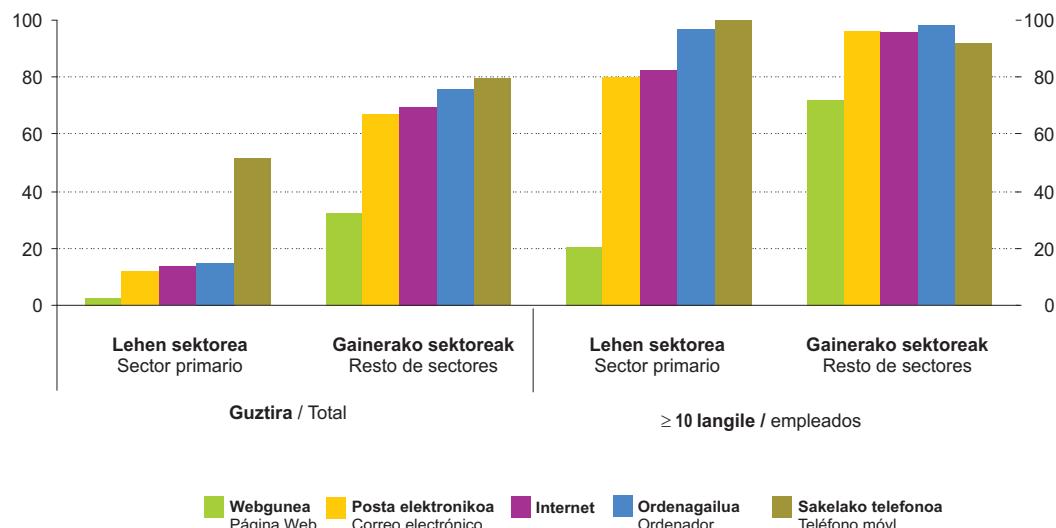
1.4.2 Equipamientos en el sector primario

Los últimos datos disponibles referentes a la situación del equipamiento en TIC del sector primario de la C.A. de Euskadi corresponden al año 2009 y se dispone de información, desde el año 2003, cada dos años. Esto es debido a que la encuesta que se realiza para este sector, la Encuesta sobre la Sociedad de la Información Sector Primario, tiene una periodicidad bienal. Los datos muestran un escaso nivel de implantación de las TIC en las empresas del sector primario en comparación con el resto de empresas vascas. Esto puede deberse a dos razones: en primer lugar, a que la mayoría de las empresas del sector primario son pequeñas -el 99,2% de los establecimientos que componen el sector están formados por 9 o menos personas empleadas- y, en segundo lugar, a las características de las actividades que se realizan en este sector.

El menor nivel de equipamiento de las empresas del sector primario en comparación con el resto de sectores económicos se produce en todas las tecnologías, excepto en la disponibilidad de teléfono móvil. (57,0%). En los demás equipamientos los porcentajes son mucho más bajos. Se da una escasa implantación tanto en el equipamiento de ordenadores (14,8%), como en el acceso a Internet (13,6%) o en la disponibilidad de correo electrónico (11,8%). Las empresas del sector primario que disponen de página Web, por su parte, son muy escasas, pues tan sólo el 2,4% de ellas está presente en la red. Estos niveles de equipamiento en TIC tan reducidos en las empresas del sector primario generan una distancia notable con la media de las empresas del resto de sectores económicos, distancia que es menor en las empresas de mayor tamaño. El tamaño de la empresa es una variable esencial de diferenciación en todos los sectores económicos, pero en el sector primario es aún más pronunciada.

Como muestra el Gráfico 19, la situación es muy diferente en las empresas del sector primario con 10 o más personas empleadas, cuyo nivel de equipamiento en TIC alcanza unas cifras bastante más elevadas que en las empresas pequeñas. Al mismo tiempo, se sitúan más cerca de los niveles que tienen las empresas grandes del resto de sectores económicos. El 100% de las grandes empresas del sector primario tiene teléfono móvil, el 96,6% dispone de ordenador, el 82,6% dispone de acceso a Internet y el 78,0,1% tiene correo electrónico. La página Web, sin embargo, mantiene un nivel escaso de implantación en las empresas del sector primario, incluso en las empresas de mayor tamaño, pues sólo el 20,7% de las de 10 o más personas empleadas dispone de ella.

Gráfico 19: Tipo de equipamientos de los establecimientos del sector primario. 2009 (%)

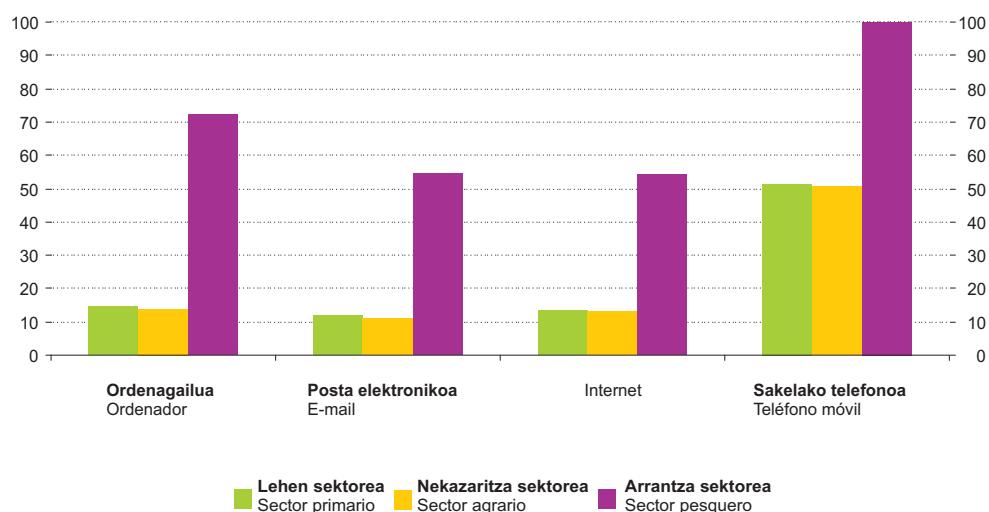


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Hay que señalar que dentro del sector primario el nivel de implantación de las TIC es muy diferente si se separan las empresas agrarias de las pesqueras, consiguiendo estas últimas unos porcentajes de equipamiento mucho más elevados. Sin embargo, este dato tiene escasa repercusión sobre el total del sector, pues las empresas agrarias suponen el 98,3% del total de los establecimientos del sector primario.

Como se puede observar en el Gráfico 20, mientras en el sector agrario la implantación de TIC presenta unos porcentajes muy reducidos, que van desde el 50,6% de empresas con teléfono móvil al 11,1% con correo electrónico, pasando por un 13,8% con ordenadores y un 12,9% con Internet, en las empresas del sector pesquero estos porcentajes se elevan hasta el 100% para el teléfono móvil, el 54,4% el correo electrónico, el 72,2% para los ordenadores y el 54,3% para Internet. Habría que tener en cuenta que estas diferencias tan pronunciadas entre las empresas agrarias y las pesqueras no son sólo debidas al tipo de actividad que realizan, sino que también vuelve a tener incidencia el tamaño. Mientras en el sector agrario prácticamente la totalidad de las empresas son de menos de 10 empleados, en el sector pesquero más de la mitad de las empresas tienen 10 o más personas empleadas.

Gráfico 20: Establecimientos por equipamientos TICs según sectores de la actividad. 2009 (%)

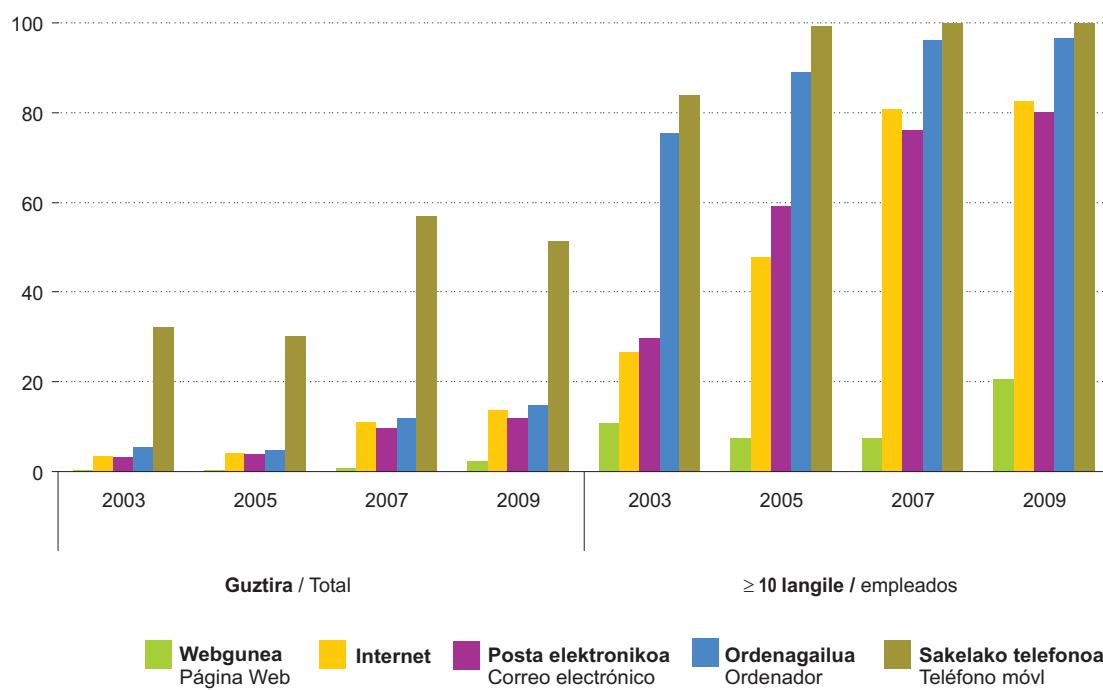


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

De los datos obtenidos en las cuatro encuestas realizadas hasta el momento para las empresas del sector primario en la C.A. de Euskadi (2003, 2005, 2007 y 2009), se puede extraer como conclusión principal que la evolución del nivel de equipamiento en TIC del sector primario presenta una tendencia creciente, aunque moderándose su progresión en la última encuesta recogida.

También se aprecia como el bajo nivel de equipamiento es debido, sobre todo, al pequeño tamaño de las empresas ya que en las de 10 o más empleados los niveles de equipamientos son elevados.

Gráfico 21: Evolución de los establecimientos del sector primario por tipo de equipamiento. 2003-2009 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

2.- USOS DEL ORDENADOR EN LA C. A. DE EUSKADI

En este capítulo se analizan los usos del ordenador en la población de la C. A. de Euskadi, su frecuencia según edad, relación con la actividad, género y territorio histórico, así como la evolución en los últimos años. Atendiendo a algunas de las características determinantes de las sociedades de la información, se han organizado los datos disponibles de acuerdo a los siguientes epígrafes:

- 1) En primer término, se procederá a estudiar los contextos de uso del ordenador, es decir, se observarán las características de los usuarios de ordenador en función de los espacios en los que utilicen esas tecnologías y del carácter convencional (espacios fijos conformados al margen de la presencia o no de tecnologías: vivienda, lugar de trabajo o de estudio) o no convencional (espacios sociales conformados en torno a la tecnología, usos móviles de la tecnología) de éstos.
- 2) En segundo término, se observarán las finalidades manifiestas del uso del ordenador, considerando de manera particular utilizaciones no orientadas por los fines que determinan la profesión y el estudio.

El capítulo se cierra con dos presentaciones más sintéticas: una que, de acuerdo a los dos anteriores epígrafes, propone tipologías de usuarios; otra que trabaja sobre los datos referidos al uso de ordenadores en las empresas de la C. A. de Euskadi.

2.1 Usos del ordenador en la C. A. de Euskadi

2.1.1 Los usuarios de ordenadores

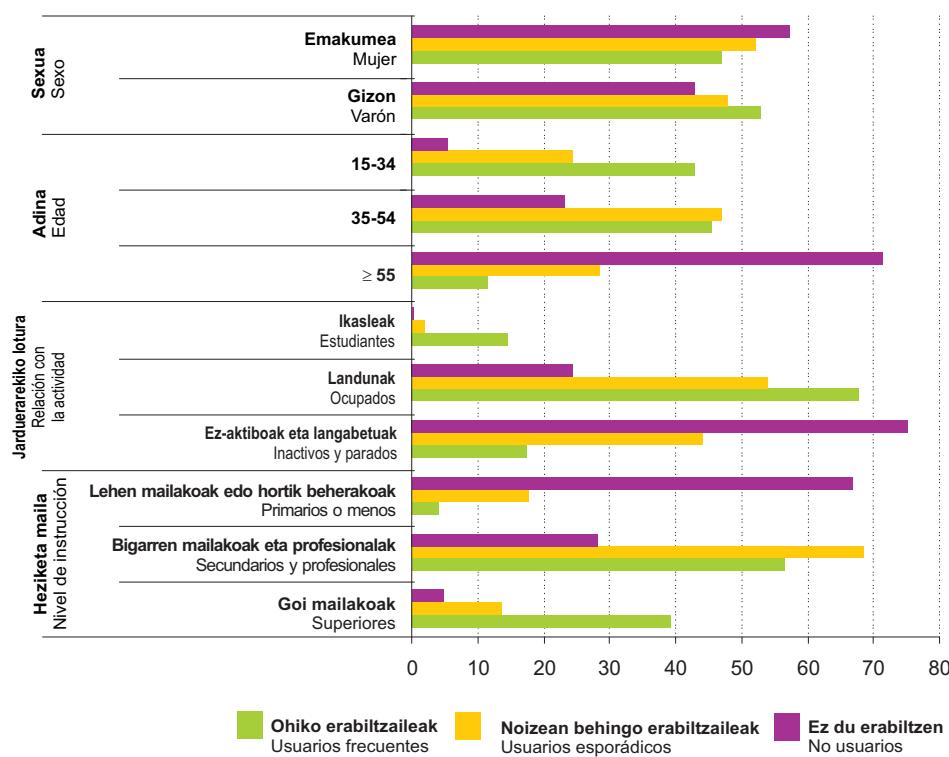
La relación de las personas con el ordenador permite diferenciar entre usuarios frecuentes (individuos que declaran usar el ordenador diariamente o al menos una vez por semana), usuarios esporádicos (individuos que declaran usar el ordenador al menos una vez al mes, no todos los meses y alguna vez aunque no en los últimos 3 meses) y no usuarios (quienes declaran no haber usado nunca un ordenador).

Las características más relevantes de los usuarios frecuentes (Gráfico 22) son su nivel de estudios (el 96,0% tiene estudios secundarios o superiores), predominando los individuos de edades comprendidas entre los 35 y los 54 años, 45,6%, y los de 15 a 34 años, 42,8%.

Entre los usuarios frecuentes hay una escasa presencia de individuos con 55 o más años, apenas un 11,6%. Observando los datos referidos a la relación con la actividad, probablemente pueda encontrarse una de las razones de cifras tan bajas: mientras que los individuos ocupados y estudiantes suman un 82,4% de los usuarios frecuentes, los inactivos y parados suponen apenas un 17,6%. La edad y, en relación directa con ella, la presencia o no en el mercado laboral es una clave que determina de manera clara tanto el acceso a las tecnologías propias de la Sociedad de la Información como el interés y/o la preocupación por adquirir conocimiento sobre ellas.

Si nos fijamos en los usuarios esporádicos y los no usuarios, se observa que entre los usuarios esporádicos predominan las personas situadas en el grupo de edad comprendido entre los 35 y los 54 años (47,0%) y entre los no usuarios los individuos con 55 años o más (71,3%). Mientras entre los usuarios frecuentes prevalecen los estudiantes y los ocupados, sólo el 2,0% de los usuarios esporádicos y el 0,3% de los no usuarios es estudiante y un 75,2 % de los no usuarios es inactivo o parado.

Gráfico 22. Población de 15 y más años según frecuencia del uso del ordenador. C.A. de Euskadi. 2010 (%)



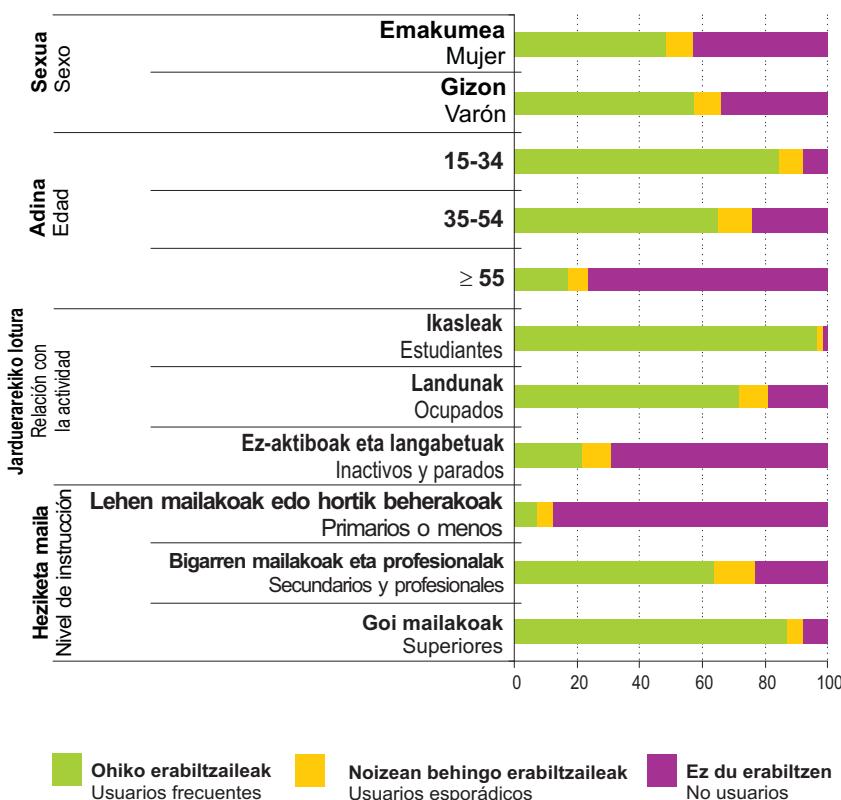
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

En ninguno de los tres agregados (usuarios frecuentes, usuarios esporádicos y no usuarios) merecen considerarse como significativas las diferencias referidas a género. Debe hacerse una anotación, sin embargo, en relación a esta variable. En materia de diferencias de género, mientras entre los usuarios frecuentes la distribución es bastante equitativa, 53,0% varones y 47,0% mujeres, entre las personas usuarias esporádicas y entre las no usuarias la presencia de mujeres es significativamente más alta, cifrándose en el 52,2% y el 57,2% respectivamente. Además, entre los grupos de edad más avanzada y entre la población inactiva, las desigualdades de género parecen ser más marcadas.

Por otra parte, si lo que se tiene en cuenta es la utilización que se hace del ordenador por cada grupo estudiado (gráfico 23), se observa que, por género, un 57,6% de los varones y un 48,3% de las mujeres son usuarios frecuentes del ordenador. En el caso de las mujeres esta cifra se iguala prácticamente al de las no usuarias, 42,9%, mientras que en el caso de los hombres, esta categoría de no usuarios, es más baja, 31,4%.

Atendiendo a la relación con la actividad, entre los estudiantes dominan ampliamente los usuarios frecuentes en 2010, 96,4%, quedando, por tanto, unos porcentajes muy reducidos para los esporádicos, 2,2%, y, sobre todo, para los no usuarios, 1,3%. La incorporación de los ordenadores a la cotidianidad de los estudiantes se observa en los datos referidos a los destinos del uso: tanto lúdicos, 94,3% en 2010, como académicos, 87,8%. Entre los inactivos y parados, la mayor parte están en no usuarios 68,9%, mientras que los frecuentes y los esporádicos alcanzan cifras similares 22,0 y 9,0 respectivamente.

Gráfico 23. Población de 15 y más años según la utilización del ordenador. C.A. de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

En un punto intermedio entre los estudiantes y los inactivos y parados está la población ocupada: un 71,7% señala ser usuaria frecuente, un 9,3% esporádica y un 18,9% no usuaria.

En cuanto a los destinos del uso del ordenador, su presencia en la vida cotidiana es también un dato característico de los ocupados, pues al uso profesional (72,8%) se le añade el uso para el ocio (90,2%).

En relación con el nivel de instrucción, entre los que alcanzan estudios medios y superiores el 87,1% son usuarios frecuentes y sólo el 4,9% y el 8,0% son esporádicos y no usuarios respectivamente. En cuanto a los destinos del uso, la presencia de los ordenadores está más extendida en lo profesional (70,1%) y en lo lúdico (92,0%).

Mientras, entre la población que tiene estudios primarios o menos, los porcentajes se invierten, sólo un 7,2% son usuarios frecuentes y un 5,2% son esporádicos, mientras que el 87,6% no ha usado nunca una computadora.

Por último, igual de significativos que de predecibles resultan los datos referidos a los grupos de edad: entre los jóvenes el uso está muy extendido, mientras que entre los adultos y mayores el uso es menor. Así, entre los 15 y los 34 años sólo un 7,8% declara no haber usado nunca un ordenador, mientras que quienes tienen 55 años y más el no uso es la pauta dominante (76,2%). Entre los que tienen edades comprendidas entre los 35 y los 54 años el uso frecuente predomina, pues un 65,0% es usuario frecuente. El ordenador parece ser un objeto cuya presencia marca el paisaje diario de los adultos, que lo frecuentan para todo tipo de uso: un 62,7% de las personas de 35 a 54 años para usos profesionales y un 90,5% para uso lúdico. Mientras, entre los jóvenes de 15 y 34 años el ocio es el uso que se impone con un 95,7%.

En cuanto a la evolución de los usuarios de ordenador en la C. A. de Euskadi entre 2003 y 2010 pueden deducirse varias conclusiones:

1) El grupo que más crece es el de usuarios frecuentes: mientras en 2003, el 36,1% declaraba usar a diario o varias veces por semana un ordenador, en 2010 lo hace el 52,8%. De igual manera, crece la población que muestra interés por aprender el uso de esta herramienta tecnológica asistiendo a algún curso de informática.

2) Siempre en referencia a los usuarios frecuentes, y atendiendo a la edad, se produce un significativo aumento entre los individuos de entre 35 y 54 años, que pasan de representar el 38,4% en 2003 al 65,0% de 2010, y de los de 55 años y más, de un 6,2% a un 17,0%.

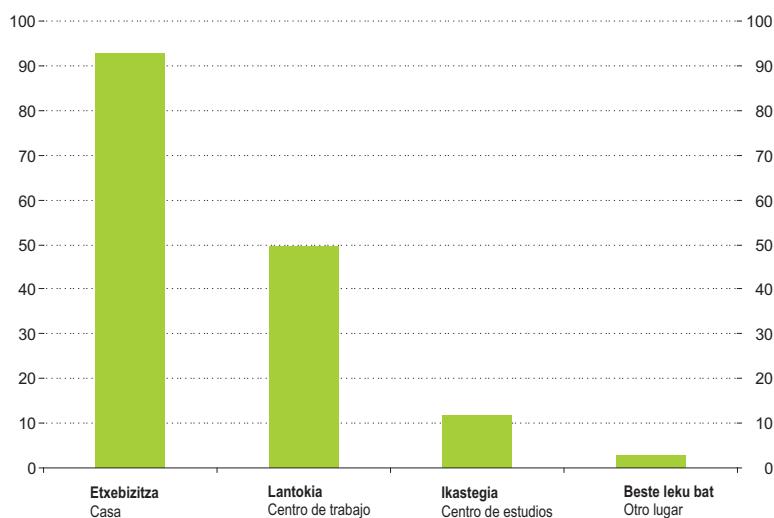
3) Se produce un ligero aumento de los usuarios frecuentes, entre los ocupados (del 65,8% al 71,7%) y los inactivos y parados (del 9,7% al 22,0%).

4) La población de usuarios esporádicos disminuye pasando del 17,9% en 2003 al 8,6% en 2010. Entre los usuarios esporádicos hay también un descenso significativo de la presencia del colectivo cuya edad se encuentra entre los 35 y los 54 y los mayores de 55 años: en el primer caso, del 40,6% en 2003 al 10,9% de 2010; y, entre los segundos, del 12,2% al 6,8%.

2.1.2 Los contextos de uso del ordenador

A la hora de preguntar por los lugares de uso del ordenador, la encuesta prioriza los espacios convencionales (casa 92,8%, lugar de trabajo 49,5% y lugar de estudio 11,7%) sobre otros no convencionales (Gráfico 24). No obstante, hay indicadores que señalan con claridad novedades importantes en este campo: construcción de espacios sociales ordenados por las tecnologías propias de la comunicación en torno al ordenador (cibercafé, locutorios, Kzguneas, etc.); importancia de los usos móviles del ordenador, esto es, utilizaciones no asociadas a un espacio ni único ni fijo (casa, lugar de trabajo, lugar de estudio) sino a otro mucho más versátil y con contextos enormemente más variables (conexiones wifi, usos de ordenadores portátiles).

Gráfico 24. Población de 15 y más años por el lugar de uso del ordenador según territorio histórico. C.A de Euskadi. 2010 (%)

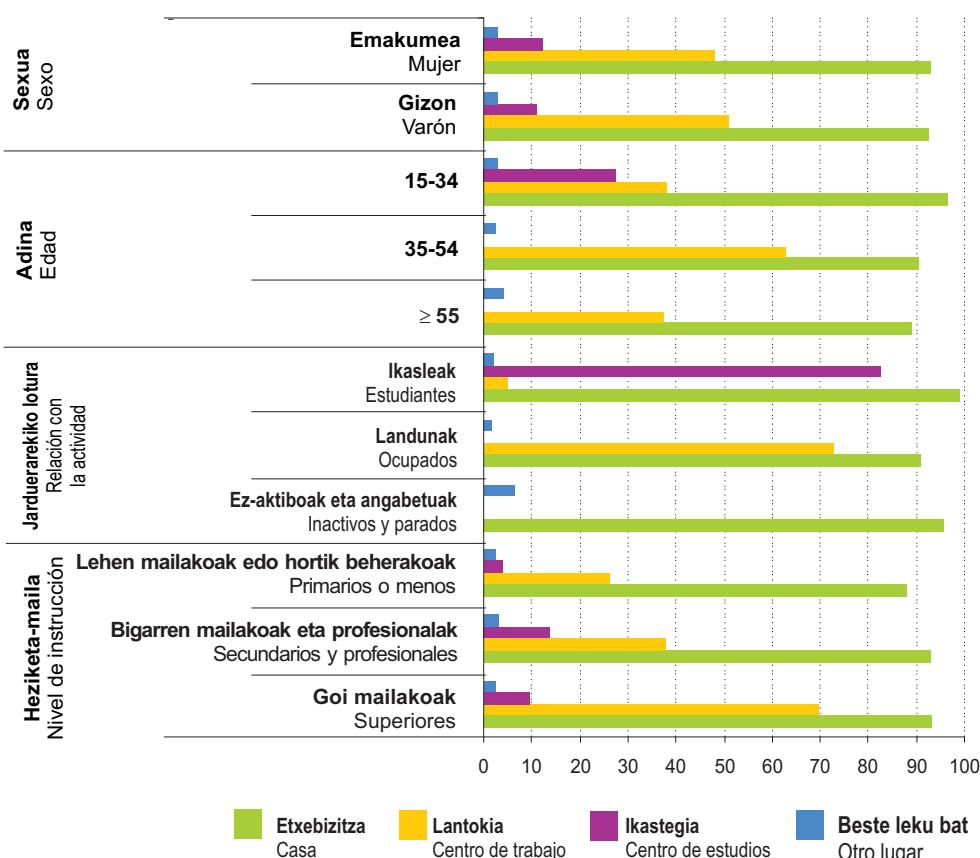


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Aunque en todos los grupos de edad es la vivienda el espacio en el que, preferentemente, se usa el ordenador, cabe señalar que para los individuos en la edad de plenitud laboral, es decir, los comprendidos entre los 35 y 54 años, las preferencias se distribuyen de manera muy marcada entre la vivienda y el centro de trabajo, mientras que para los sectores más jóvenes, son la vivienda y el centro de estudios los espacios de acceso preferente al ordenador. De entre los jóvenes comprendidos entre 15 y 34 años, la vivienda es el lugar de uso mayoritario del ordenador, seguida del centro de trabajo (Gráfico 25).

En los espacios recogidos bajo el rubro otro lugar predominan los jóvenes, inactivos y parados y con estudios secundarios y profesionales. Sobre estos espacios hay pocos detalles, en razón de lo cual es aventurado establecer hipótesis sobre las razones que están detrás de estos datos: puede ser debido al incremento de las comunicaciones internacionales entre adultos asociadas a la emigración y a los locutorios; también al descenso de los usos lúdicos del ordenador en espacios como los cibercafés. Estos espacios, aunque son lugares de uso cuantitativamente aún no muy importantes, cualitativamente son portadores de novedades en esta materia, la Sociedad de la Información, por cuanto son, en la mayor parte de los casos, espacios generados por y para el uso de la comunicación mediante ordenador.

Gráfico 25. Población de 15 y más años de la C. A. de Euskadi según el lugar de utilización del ordenador. 2010 (%)

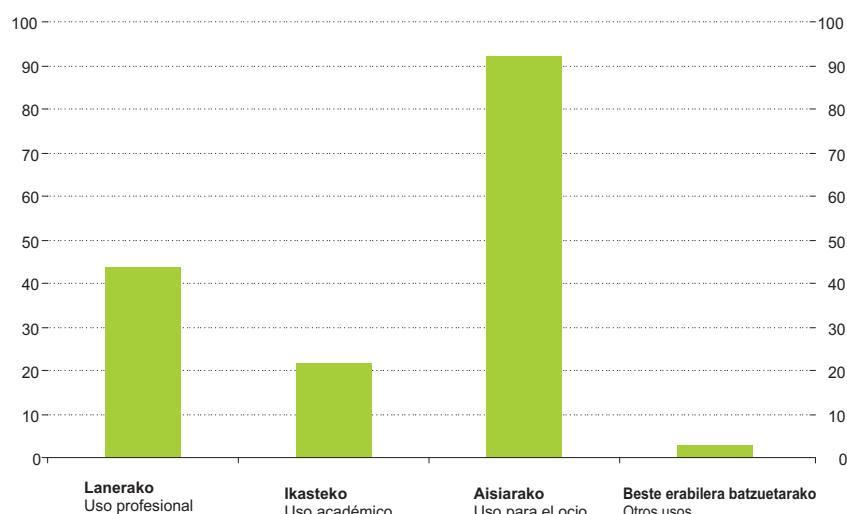


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

2.1.3 Las razones para el uso del ordenador

Los motivos profesionales para usar el ordenador fueron mencionados por el 43,5% de la población, los académicos por el 21,6% y los de ocio por el 92,2% (Gráfico 26). Una primera razón es de fácil deducción: si las profesionales son las razones de la población en plenitud laboral y las académicas las que competen a los que están en período de formación, las de ocio son a priori razones más intergeneracionales; los datos por grupo de edad, más repartidos que en las demás respuestas, lo corroboran: 91,1% de los muy jóvenes de entre 6 y 14 años, 95,7% de los jóvenes, 90,5% de adultos de 35 a 54 años y 88,3% de 55 y más años.

Gráfico 26: Población de 6 y más años que ha utilizado el ordenador por razones para el uso C.A de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

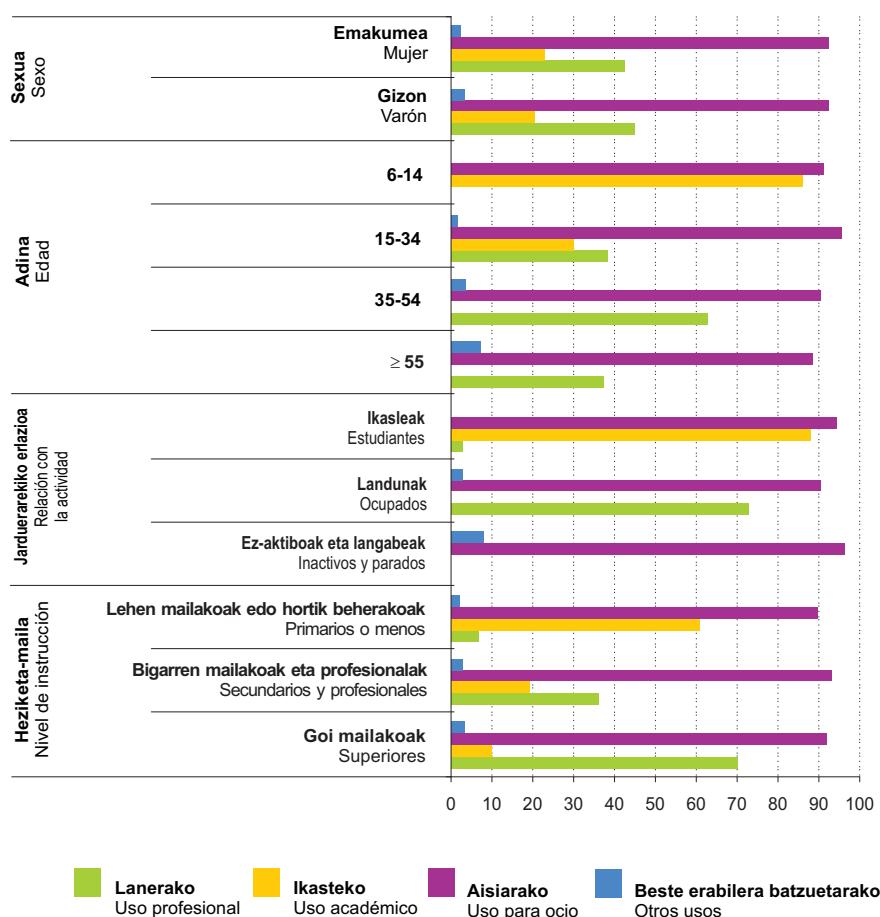
Si analizamos las distintas razones para hacer uso del ordenador (Gráfico 27), observaremos que los motivos profesionales prevalecen entre los adultos (62,7%), los ocupados (72,8%) y los que tienen estudios medios y superiores (70,1%). Tanto los estudiantes (2,6%), como los jóvenes (38,5%) escogen ese motivo como expresión correcta de sus razones para usar ordenadores en algunas ocasiones. Es pues una población madura, laboralmente integrada y con formación superior la que encuentra en esta respuesta una expresión adecuada de sus motivos para usar el ordenador.

Los usos académicos del ordenador prevalecen entre los estudiantes (87,8%), los jóvenes (29,8%) y un revelador 86,0% entre los que tienen de 6 a 14 años, lo que permite reincidir en el diagnóstico del enorme valor socializador de la escuela cara a la normalización y rutinización de la relación de los individuos con los soportes materiales de la Sociedad de la Información. El potencial socializador del espacio educativo se hace presente entre los que indican haber utilizado el ordenador para usos académicos en los tres últimos meses, espacio en el que además las diferencias entre géneros se atemperan. Se confirma un dato conocido: que el espacio escolar y académico es un territorio en el que las diferencias de género se reducen más que en otros lugares de la vida social.

Si nos centramos en la evolución de los usos lúdicos del ordenador, su presencia se incrementa tanto entre los jóvenes como entre los adultos y mayores. Del mismo modo, crece de manera lenta pero sostenida entre los ocupados, los inactivos y parados. El uso del ordenador normaliza su presencia entre las diversas generaciones y en todos los sectores de la sociedad, que hacen de él no sólo un instrumento para la vida circumspecta sino también para cuestiones menos serias.

Podemos concluir que se ha producido una cierta normalización de la presencia de la tecnología en la vida cotidiana de los individuos y las familias, cabe decir casi su rutinización. Habida cuenta de la evidencia de este fenómeno y de su aceleración durante los últimos años, no es muy aventurado presumir que, para quienes participen de estas formas de usar la tecnología, en particular las generaciones más jóvenes, quepa considerar que un a priori inexpresivo “no sé” refleje mejor que otras respuestas las razones del uso de estos aparatos. En efecto, es un rasgo muy estructurante de las sociedades de la información la normalización de la presencia de la alta tecnología en el paisaje, espacios y usos cotidianos, tanto que ni siquiera es necesario preguntarse por qué se usa.

Gráfico 27. Población de 6 y más años que ha usado el ordenador en los últimos 3 meses por fin del uso, sexo, edad, nivel de estudios y relación con la actividad según año, C.A. de Euskadi. 2010 (%)



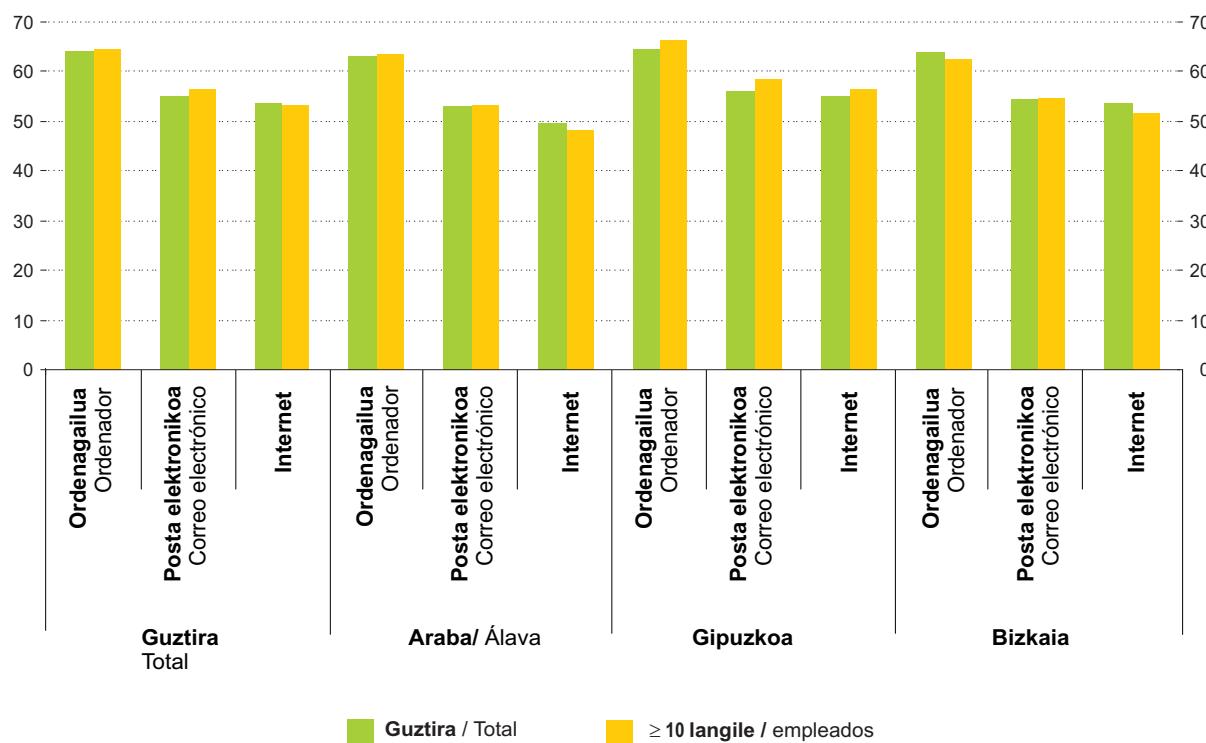
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Por otra parte, conocer más a fondo las razones para no usar ordenadores orientaría hacia la observación de una población de la que saber detalles sería enormemente relevante para conocer en profundidad la Sociedad de la Información. En efecto, por un lado, permitiría conocer aspectos significativos de la llamada brecha digital. Por otro lado, habilitaría a saber de actitudes de rechazo voluntario, es decir, de prácticas de renuncia al uso de la tecnología con grados diversos de reflexividad, que apuntarían hacia reacciones negativas a la expansión de la tecnología en la vida cotidiana.

2.2 Personal laboral con acceso a los equipamientos TIC en las empresas

Para analizar el uso del equipamiento tecnológico en las empresas vascas utilizamos el nivel de acceso del personal laboral a esos equipamientos (Gráfico 28). En el año 2010 el 64,1% del personal laboral de las empresas vascas dispone de ordenador, el 53,8% tiene acceso a Internet y el 55,0% dispone de correo electrónico. El personal laboral de las empresas vascas dispone de un mayor acceso al ordenador que a Internet y no hay apenas diferencia entre quienes tienen acceso a Internet y disponen de correo electrónico. El Territorio Histórico donde mayor porcentaje de personas empleadas utiliza estas tecnologías es Bizkaia, seguido de Gipuzkoa y Álava.

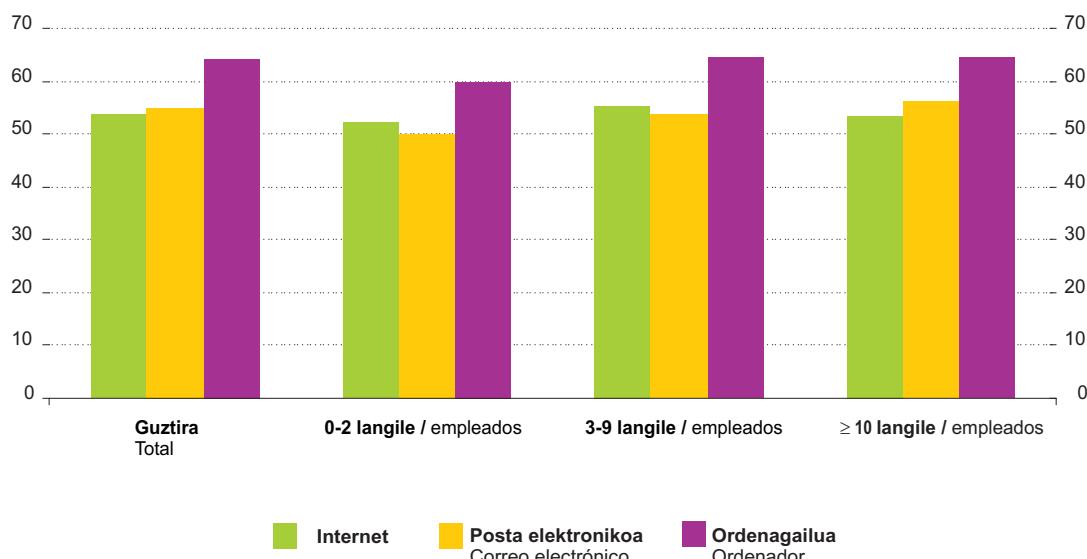
Gráfico 28: Personas empleadas con acceso a equipamientos TICs en las empresas de la C. A. de Euskadi según Territorio Histórico y tamaño de empresa. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Sin embargo, y al igual que en equipamientos, los porcentajes de personas empleadas que utilizan estas tecnologías no muestran grandes diferencias cuando se tiene en cuenta el tamaño de la empresa (Gráfico 29). Esto puede deberse, entre otras razones, a que mientras en las empresas grandes sólo una parte de las personas empleadas, normalmente las de oficina y servicios administrativos, tiene acceso a los equipamientos tecnológicos estudiados, en las empresas pequeñas el trabajo no está tan diferenciado y es más habitual que las personas empleadas tengan acceso a la mayor parte del equipamiento de la empresa.

Gráfico 29: Personas empleadas con acceso a equipameintos TICs según el tamaño del establecimiento. 2010 (%)



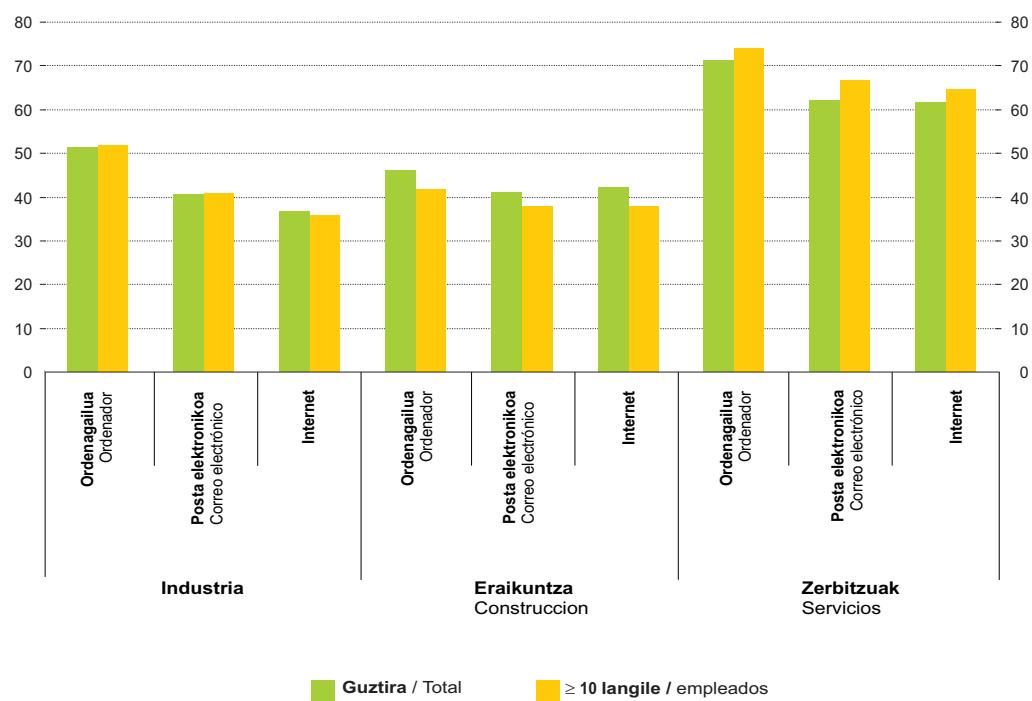
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Esa sería también una de las razones que explica que sea el personal del sector servicios (Gráfico 30) quien, claramente, tiene un mayor acceso a las tecnologías de la información y comunicación, independientemente del tamaño de la empresa.

En cuanto a las empresas del sector industrial, aunque se ha afirmado anteriormente que son las que se encuentran tecnológicamente más equipadas; sin embargo, debido en parte a la división del trabajo mencionada, su personal está por detrás del de las empresas de servicios en el uso de estas tecnologías.

El 71,2% de las personas empleadas en empresas del sector servicios tiene ordenador, el 61,6% acceso a Internet y el 62,1% correo electrónico. En el caso de las personas empleadas en el sector industrial, el 50,3% tiene ordenador, el 36,6% acceso a Internet y el 40,6% correo electrónico. En cuanto al personal de construcción éste hace un uso de estas tecnologías más similar al de industria.

Gráfico 30: Personas empleadas con acceso a los equipamientos según sector de actividad. 2010 (%)

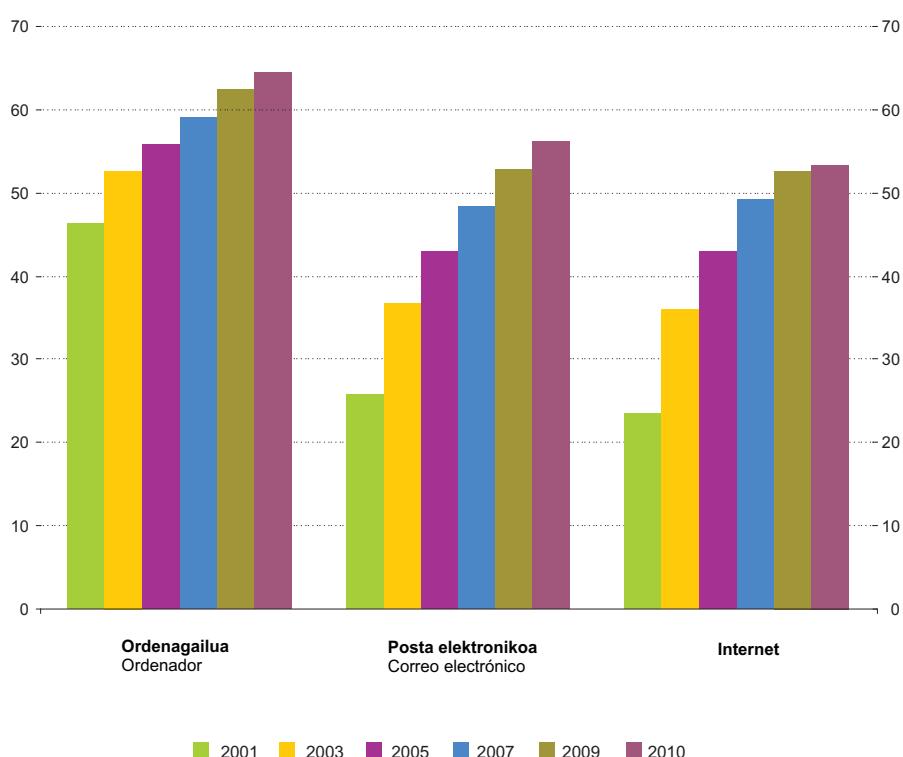


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

El porcentaje de personas empleadas que utiliza equipamientos tecnológicos ha ido aumentando progresivamente a lo largo de los últimos años (Gráfico 31). Disponer de ordenador, de correo electrónico o de Internet se ha extendido de manera significativa entre las personas empleadas, siendo estos dos últimos elementos los que han experimentado un crecimiento más elevado, de 30 puntos porcentuales, en los últimos nueve años.

Las personas empleadas que disponen de ordenador han pasado del 46,4% en 2001 al 64,5% en 2010, un incremento de 18,1 puntos. Quienes tienen Internet han pasado del 23,4% al 53,4%, un crecimiento de 30,0 puntos en esos nueve años. Finalmente, quienes disponen de correo electrónico han aumentado en el mismo período del 25,8% al 56,3%, una elevación de 30,5 puntos.

Gráfico 31: Evolución de las personas empleadas con acceso a los equipamientos TICs en las empresas de la C. A. de Euskadi. 2001-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Este significativo crecimiento del porcentaje de personas empleadas con acceso a Internet ha tenido lugar en todos los tamaños de empresas y en los tres territorios históricos. Sin embargo, el balance del aumento del número de personas empleadas con acceso a Internet ha sido algo mayor en las empresas del sector servicios y en las localizadas en Bizkaia.

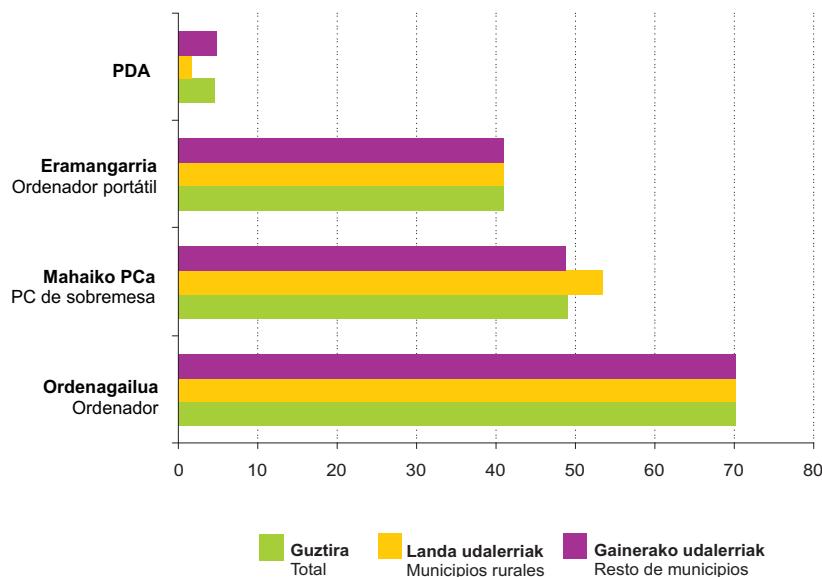
2.3 Usos del ordenador en el mundo rural

El 70,2% de la población de 15 años y más que reside en municipios rurales dispone de ordenador en la vivienda, cifra similar a la media de la C.A. de Euskadi.

En relación con el uso del ordenador, el 54,0% de la población rural de 15 y más años ha utilizado el ordenador en los últimos 3 meses (Gráfico 33), el 5,0% lo ha utilizado alguna vez con anterioridad y el 41,0% no lo ha usado nunca.

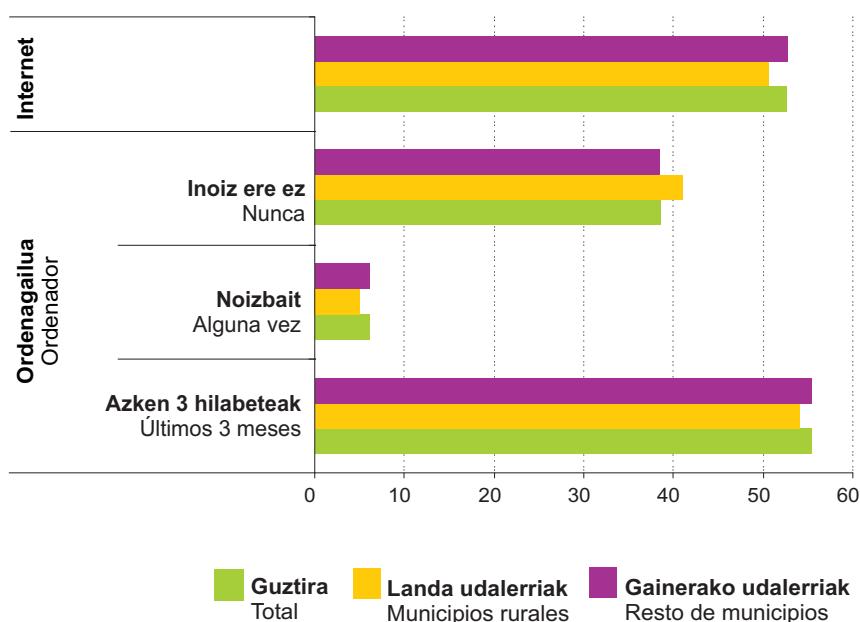
Sin embargo, existe un retraso en cuanto a la utilización de Internet, ya que mientras el 52,7 de la población de la C. A. de Euskadi se ha conectado a Internet en los últimos 3 meses, únicamente lo ha hecho el 50,7% de la población que vive en municipios rurales.

Gráfico 32. Población de 15 y más años por equipamientos de ordenadores en el ámbito rural. C. A. de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Gráfico 33. Población de 15 y más años por el uso del ordenador e Internet en los últimos 3 meses en el ámbito rural. C. A. de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

3 USOS DE INTERNET EN LA C. A. DE EUSKADI

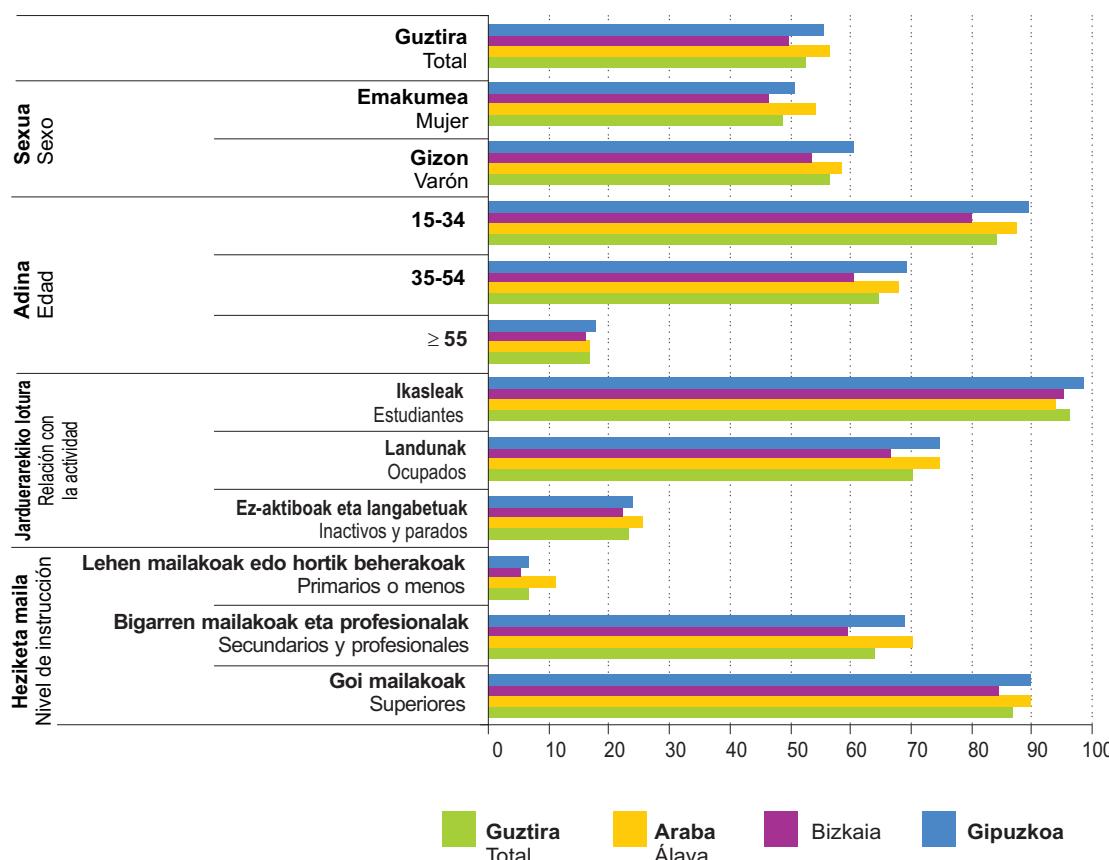
3.1 Usos de Internet en la C. A. de Euskadi

3.1.1 Contexto etnográfico de la red: dónde, cuándo y cuánto tiempo

El 63,9 de la población de la C. A. de Euskadi tiene conexión a Internet en el hogar, aunque únicamente el 52,6% se ha conectado en los últimos 3 meses. En cuanto al lugar desde el que realizan la conexión a Internet, los que disponen de esta tecnología, el 91,0% lo puede hacer desde casa, el 42,0% desde el centro de trabajo, el 10,3% desde el centro de estudio y el 3,5% desde otro lugar. Un gran número de personas ha accedido recientemente desde varios lugares distintos.

Aunque los porcentajes son muy similares (Gráfico 34), Álava es el territorio histórico con mayor porcentaje de personas usuarias de Internet con el 56,4%, seguida de Gipuzkoa con el 55,5% y Bizkaia con el 49,9%. Aproximadamente una de cada seis personas con posibilidad de usar Internet no ha hecho uso de ella en los tres últimos meses, siendo Bizkaia (16,8%) el territorio donde este porcentaje es mayor, seguido de Gipuzkoa (14,9%) y finalmente Álava (12,2%).

Gráfico 34. Población de 15 y más años de la C. A. de Euskadi usuaria de Internet en los últimos 3 meses según Territorios Históricos. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Los varones, con el 56,6%, superaban en 7,7 puntos el porcentaje de uso de las mujeres: el 48,9%. El 52,6% de las personas con 15 o más años había utilizado Internet en los 3 meses anteriores a la realización de la encuesta.

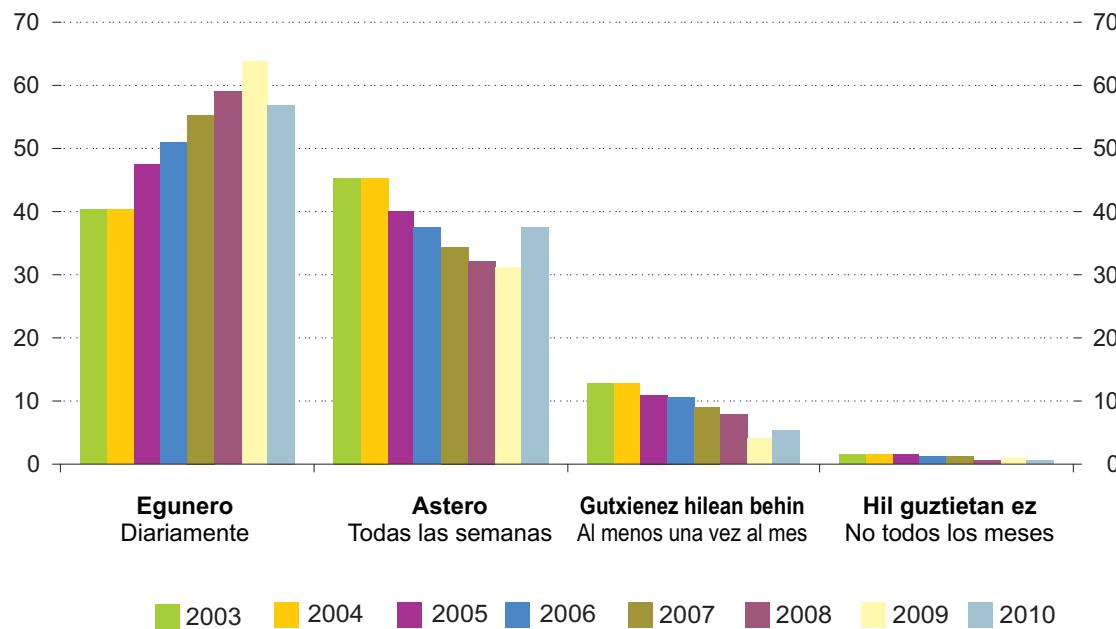
Estas cifras parecen señalar la juventud de los usuarios de Internet como una característica de quienes utilizan esta herramienta tecnológica. En efecto, los jóvenes que usan Internet son el colectivo mayoritario con el 84,3%, reduciéndose este uso al 64,5% entre los adultos y al 16,9% entre los mayores.

El uso de Internet está relacionado en mayor medida con el hecho de ser estudiante, pues el 96,2% de éstos lo han usado en los últimos 3 meses, que con estar ocupado (70,4% de los usuarios) o ser inactivo o desempleado (23,2% de usuarios).

El mayor grado de penetración se produce entre los que tienen estudios universitarios, 87,0%, seguido de las que cuentan con estudios secundarios (64,0%) y, finalmente, de las que tienen estudios primarios (6,7%).

Que existe la posibilidad de conectarse no implica que la conexión llegue a realizarse o que ésta se realice con un determinado nivel de frecuencia (Gráfico 35). Más de la mitad de la población (56,9%) se conecta diariamente –al menos 5 días por semana-, el 37,4% alguna vez, todas las semanas aunque no diariamente, el 5,2% al menos una vez al mes, sin ser todas las semanas y el 0,5% no todos los meses. Se puede afirmar que el nivel de uso es alto, pues 9 de cada 10 personas de los que se han conectado se conectan todas las semanas. Según la evolución de los últimos años, el grupo que crece es el de los que se conectan todos los días.

Gráfico 35. Evolución de la frecuencia de acceso a Internet de la población de 15 y más años. C.A. de Euskadi. 2003-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

La frecuencia de acceso es un elemento importante para observar las tendencias de uso, y los datos señalan que se incrementa entre los que usan Internet diariamente (al menos 5 días a la semana) en más de 16 puntos porcentuales, del 40,2% en 2003 al 56,9% en 2010. Por otro lado, se reducen ligeramente los porcentajes de quienes usan Internet semanal o mensualmente, aunque en este último año se da una tendencia inversa.

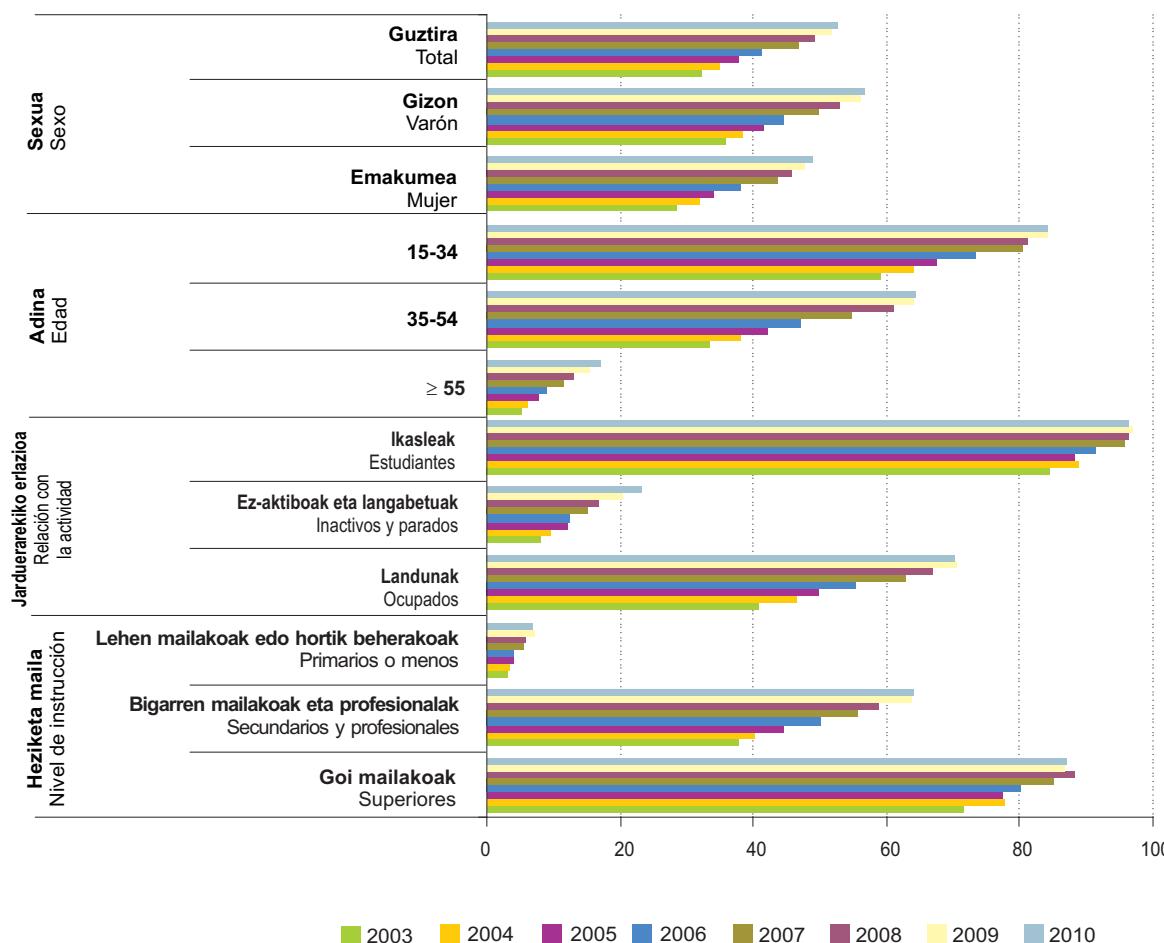
El 15,5% de la población de 15 y más años con posibilidad de acceder a Internet no se ha conectado en los últimos 3 meses, un 3,0% que sí ha accedido a Internet con anterioridad en alguna ocasión, y un 12,5% que no se ha conectado nunca. Entre estos últimos encontramos más mujeres que varones, personas con 55 y más años, inactivos y parados y personas con estudios primarios.

El medio mayoritario de acceso a Internet es el ordenador, en el 99,9% de los casos, seguido del teléfono móvil (5,4%), mientras que otras vías como la televisión, la consola de videojuegos u otros medios no sobrepasan el 1,4%. Como hemos tenido oportunidad de comentar en relación con el equipamiento de los hogares y con el uso del ordenador, el paso del tiempo no supone necesariamente un incremento de la presencia y utilización del teléfono móvil, tampoco en lo que se refiere al acceso a Internet. El incremento o disminución depende de elementos como la utilidad que los usuarios encuentran, el surgimiento de nuevos usos o la desaparición de los antiguos. El desarrollo de la tecnología depende tanto de los valores de una sociedad como de las prácticas de sus miembros. En el caso de Internet, su novedad no permite ver aún claras tendencias de base.

El porcentaje de las personas que han usado Internet en los últimos años ha pasado del 32,1% en 2003, al 37,8% en 2005, alcanzando el 52,6% en 2010 (Gráfico 36). Todos los grupos de edad incrementan el uso de Internet, pero donde resulta más relevante es entre los jóvenes, donde el porcentaje de uso ha pasado del 59% en 2003 al 84,3% en 2010.

El 64,5% de los adultos ha utilizado Internet en los últimos 3 meses, así como el 16,9% de los mayores. El 96,2% de los estudiantes usaron Internet en 2010, aunque el grupo donde cuantitativamente más crece es entre los ocupados, pasando del 40,9% en 2003 al 70,4% en 2010. Mientras en 2003 el 71,6% de los que tenían estudios superiores usaron Internet, este porcentaje se había incrementado hasta el 87,0% en 2010.

Gráfico 36. Evolución de la población de 15 y más años de la C.A. de Euskadi que ha utilizado Internet en los últimos 3 meses. C.A. de Euskadi. 2003-2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Atendiendo a la evolución de quiénes usan y no usan Internet, fenómeno que se conoce como brecha digital, se puede afirmar que los que no se han conectado a Internet en los últimos 3 meses se reducen entre los más jóvenes, los estudiantes y los que tienen estudios medios y superiores, y se incrementan entre los adultos, los inactivos y parados y los que tienen estudios primarios.

En el año 2010 el porcentaje de personas usuarias de Internet en la Comunidad Autónoma del País Vasco, con edades entre 16 y 74 años, alcanzaba el 58,5 % de la población. Este porcentaje, que registra un incremento significativo en relación con ejercicios anteriores, constata una tendencia al alza que, sin embargo, no nos ha permitido aún acercarnos a la media de la Unión Europea 27, que se sitúa en el 68,0%.

3.1.2 Cartografía e itinerarios de los usuarios de la red: cómo y para qué se accede

El predominio del espacio privado para el acceso a Internet puede verse en el dato de que el 91,0% de los que se han conectado a Internet en los 3 últimos meses lo ha hecho desde casa; el 42,0% desde el centro de trabajo; el 10,3% desde el centro de estudio y el 3,5% desde otros lugares, donde se incluyen cibercafés y lugares de acceso público. La población de Bizkaia es la que más se conecta desde casa (93,0%), desde el centro de trabajo (44,0%) y desde el centro de estudio (11,6%) y la población alavesa desde otros lugares de acceso (4,8%). A lo largo de los últimos años, la conexión desde casa no ha dejado de reforzar su liderazgo como lugar privilegiado para acceder a Internet, seguido del centro de trabajo.

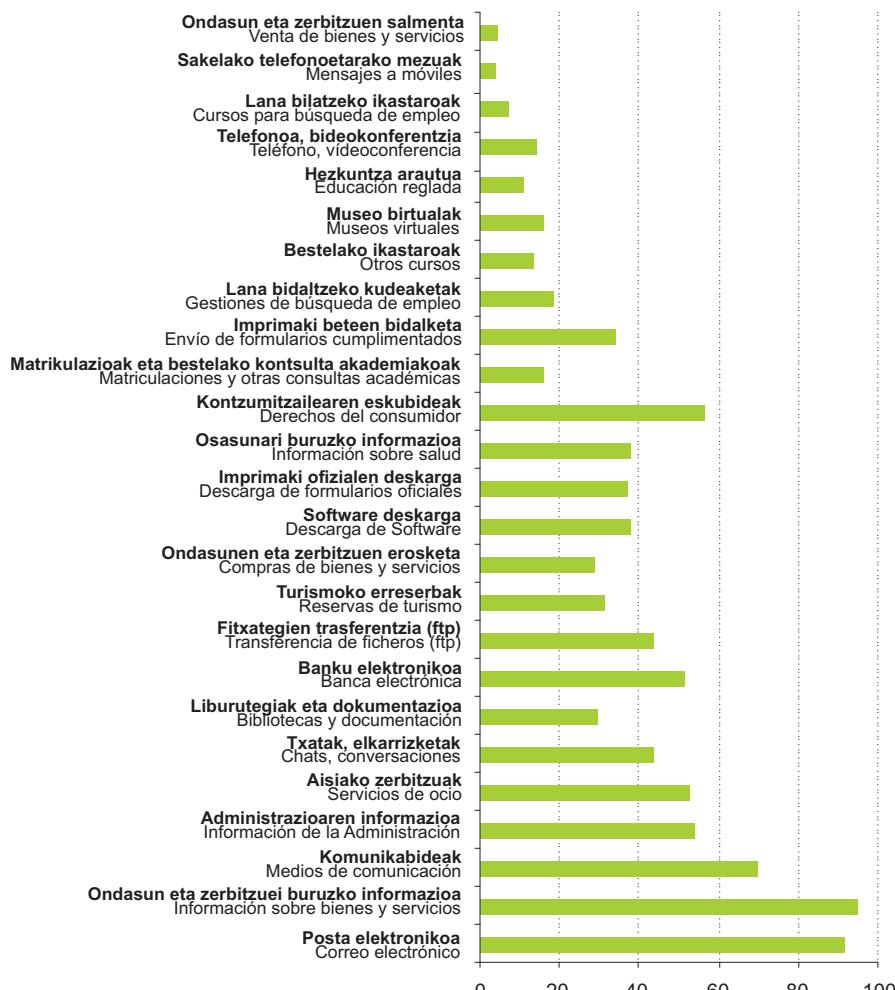
De las actividades que se pueden realizar por Internet (Gráfico 37), la que se utiliza en mayor medida es la búsqueda de información sobre bienes y servicios (95,1%) seguida del correo electrónico (91,6%) y la consulta de medios de comunicación (70,1%). La comunicación y la ampliación de la información son las prácticas más utilizadas por quienes acceden a Internet. En los últimos años se ha asistido a un debate sobre si no sería más correcto hablar de Tecnologías de la Comunicación en lugar de Tecnologías de la Información. Veamos estas actividades por separado con un poco más de detenimiento.

Aunque no resulta fácil diferenciar entre acciones de finalidad comunicativas e informativas, y siendo conscientes de que un único sentido no agota las posibilidades de ciertas prácticas, sí es posible diferenciarlas a partir del carácter predominante implícito en algunos servicios. Así, por un lado, ciertas prácticas tienen un carácter marcadamente comunicativo: usar el correo electrónico (91,6%), participar en chats, foros (43,6%), para telefonear o realizar videoconferencias (14,4%), enviar mensajes a móviles –SMS- (4,1%) o transferir ficheros –FTP- (43,7%). Por otro lado, ciertos usos de Internet se orientan más hacia la búsqueda y satisfacción de una necesidad informativa: información sobre bienes y servicios (95,1%), buscar sobre derechos del consumidor (56,1%), informarse a través de los medios de comunicación (70,1%), obtener información de páginas de la Administración (53,7%) o sobre problemas de salud (37,7%).

Estas dos funciones, comunicar (se) e informar (se), se solapan entre sí, en numerosas ocasiones, con otras actividades en preguntas como ¿ha usado Internet para realizar trámites o buscar información? A pesar de esta dificultad, nos interesa profundizar un poco más en otros tipos de usos: los relacionados con el consumo y la gestión económica, el ocio y la cultura, la relación con la Administración y la gestión de trámites administrativos que evitan la necesidad de desplazarse.

El consumo y las actividades económicas son responsables de un buen número de actividades realizadas a través de Internet. El 51,1% utilizó este medio para acceder a bancos y realizar actividades financieras (bolsa, etc.), un 28,7% para comprar bienes y servicios y el 4,4% para realizar ventas de bienes y servicios. Con anterioridad ya hemos mencionado que el 56,1% se había informado sobre derechos del consumidor. En los últimos años se han desarrollado de manera significativa las actividades relacionadas con el ocio y la cultura, y ello queda reflejado en las respuestas de los internautas: el 52,6% ha hecho uso de servicios de ocio, descargarse o usar juegos, música, etc.; el 29,3% para consultar bibliotecas y otros centros de documentación, y el 15,8% para visitar museos virtuales. A medio camino entre las actividades de consumo mencionadas con anterioridad y las de ocio encontramos que el 31,3% ha realizado reservas de alojamiento o de viajes relacionados con el turismo.

Gráfico 37. Población de 15 y más años por servicios de Internet utilizados. C.A. de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

Las prácticas relativas al e-learning son todavía minoritarias, pero están mostrando una rápida incorporación a los procesos más tradicionales de aprendizaje basados en la presencialidad. Las recientes transformaciones de la enseñanza obligatoria, la creciente incorporación del ordenador y la conexión a Internet a los hogares, así como la confluencia a nivel europeo en el nivel de la enseñanza post-obligatoria y el impulso del aprendizaje por medios virtuales en general suponen una presión añadida al uso de Internet entre los más jóvenes. Sin embargo, a pesar del incremento, parece que todavía no ha llegado ese momento a la transmisión y aprendizaje de conocimientos reglados, ya que únicamente el 10,9% usa la red para cursos de educación, del colegio o la universidad y el 13,3% para otros cursos. A pesar de ello, no conviene olvidar que, al menos, una parte del 29,3% que realiza consultas en bibliotecas y otros centros de documentación se debe a razones vinculadas con el aprendizaje educativo. Tampoco la realización de cursos dirigidos a la búsqueda de oportunidades de empleo está más extendida: el 7,3%.

La posibilidad de realizar algunos trámites administrativos implica ventajas en términos de ahorro de tiempo y reducción de costes para el usuario. Vivir en una sociedad de masas implica una gestión y administración acorde con sus características, una relación entre administración y administrados, proveedores y clientes, basada en la autoridad legal-racional, en la seguridad jurídica que proporciona el procedimiento que se atiene al expediente por escrito: la cultura de la burocracia, modelo de gestión administrativa característica de la sociedad contemporánea. La e-administración, tanto pública como privada, supone importantes ventajas y economías. Los usos más frecuentes se relacionan con la posibilidad de realizar consultas a bibliotecas y centros de documentación (29,3%), obtener información de páginas de la Administración (53,7%), descargar formularios oficiales (37,4%), enviar formularios cumplimentados (33,7%), matriculaciones y otras consultas sobre notas, calendarios, etc., (16,2%), o en la gestión de búsqueda de empleo (18,6%). Todo parece apuntar a que la incorporación de Internet está facilitando una liberación de trámites administrativos que antes se realizaban de forma presencial y ahora se llevan a cabo telemáticamente.

La posibilidad de uso de determinados servicios a través de Internet ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Las páginas Web con información de todo tipo y la posibilidad de realizar gestiones, compras, transacciones, etc., no han dejado de crecer.

El uso más generalizado desde que disponemos de datos sobre Internet tiene que ver con el correo electrónico: en torno a 9 de cada diez personas viene utilizándolo a lo largo de los últimos años con pequeñas variaciones. Los chats y los grupos de conversación también crecen lentamente, pero a larga distancia y sin llegar a alcanzar en ningún caso la importancia del correo electrónico. En menor medida se envían mensajes a móviles o se utiliza la telefonía y las videoconferencias.

La búsqueda y envío de información es uno de los grandes motores propulsores de Internet, ya que han aumentado la información sobre bienes y servicios, la información de la administración, las matriculaciones y otras consultas académicas, la información sobre salud. La consulta de los medios de comunicación también ha aumentado considerablemente.

El ocio, el entretenimiento y el turismo representan un porcentaje notable de los usos de Internet. Así, las reservas de turismo han aumentado ligeramente, junto a los servicios de ocio y los museos virtuales, mientras que las bibliotecas y centros de documentación han sufrido un ligero descenso. Paradójicamente, muchas de estas actividades se han reducido entre los usuarios de Internet en los últimos años, lo que podría estar indicando dos cosas: a) que el ocio se desplaza de Internet hacia otras prácticas como los videojuegos; y b) que Internet está perdiendo atractivo como medio de satisfacer las demandas de ocio y entretenimiento.

El uso de Internet puede estar extendiéndose para gestionar cierto tipo de actividades: la banca electrónica, el envío de ficheros, la descarga de formularios oficiales, el envío de formularios cumplimentados. También para la realización de compras y, en menor medida, para la venta.

A pesar de la insistencia por parte de numerosos expertos en la relevancia de las nuevas tecnologías en la educación y en el proceso de aprendizaje, tanto en el período de la vida en el que las personas pasan por el sistema educativo obligatorio como después de haberse incorporado al mercado de trabajo, su utilización. A pesar del incremento de personas usuarias, es manifiestamente baja en la educación reglada, en la capacitación para la inserción en el mundo laboral o en la propia búsqueda de empleo.

La utilización de Internet es una práctica que tiene lugar mayoritariamente en el ámbito doméstico. Si exceptuamos el envío de formularios cumplimentados, que se realiza con mayor frecuencia desde el centro de trabajo, todas las demás actividades se llevan a cabo en mayor medida desde el hogar que desde otros lugares de acceso. Predomina el espacio doméstico en la utilización de Internet para chats, consulta sobre derechos del consumidor, reservas de turismo, medios de comunicación, museos virtuales, bibliotecas y documentación, servicios de ocio, educación reglada (en este caso con una importante cifra de accesos desde el centro de estudios), cursos para búsqueda de empleo, matriculaciones y otras consultas académicas, información sobre salud y gestiones de búsqueda de empleo.

Hay un uso mixto de Internet desde el hogar y el centro de trabajo para enviar correos electrónicos, telefonía y videoconferencias, mensajes a móviles, transferencia de ficheros, banca electrónica, venta de bienes y servicios, compras de bienes y servicios, información sobre bienes y servicios, información de la Administración, descarga de formularios oficiales, información sobre salud y descarga de software.

Los que navegan en castellano son el 99,4% de la población usuaria de Internet (Gráfico 38). El 22,6% lo hace en euskera, el 22,1% en inglés y el 2,3% en francés. Gipuzkoa tiene el mayor porcentaje de internautas en euskera el 27,7%, seguido de Bizkaia con el 21,4% y Álava con el 15,7%. El francés se utiliza menos en el grupo de los más jóvenes, mientras el inglés incrementa su uso de manera importante. Sin embargo, es en la utilización del euskera donde mayor salto generacional se nota, pues mientras entre los más jóvenes el 32,0% utiliza este idioma en el colectivo de los adultos sólo lo hacen el 9,8%. En efecto, 2 de cada 3 personas que navegan en euskera son jóvenes.

Grafico 38. Población usuaria de Internet de 15 y más años según el idioma de navegación. C.A. de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

El grupo que más crece proporcionalmente en los últimos años es el de los jóvenes internautas que navegan en euskera, con un incremento del 170% entre el año 2003 y el 2010, seguido de los que utilizan el castellano y el inglés.

Los muy jóvenes, comprendidos entre 6 y 14 años, se están incorporando rápidamente a Internet. Para muchos de ellos es un recurso tan antiguo y naturalizado como la televisión o el ordenador. Sin embargo, la forma en que se produce esta incorporación al ámbito de los instrumentos tecnológicos disponibles para su manipulación difiere de la de otros grupos de edad, y se produce primeramente a partir de la satisfacción de sus necesidades cotidianas. El uso diferencial se debe a su funcionalidad, el uso que cada colectivo de usuarios hace de él. Entre los muy jóvenes (6 a 14 años) el ocio es uno de los servicios más demandados, ya que el 53,3% lo utiliza para este fin, seguido de la comunicación en chats y conversaciones (48,6%), es decir, la comunicación y la generación o consolidación de la pequeña comunidad virtual con los colegas, amigos, etc. La consulta en bibliotecas y centros de documentación (26,0%) y el correo electrónico (49,5%) son dos de los servicios más utilizados. No sorprende que sean éstas las actividades que los más jóvenes realizan a través de Internet, pues definen con cierta precisión el mundo de sus inquietudes: amigos, ocio, consumo, escuela. Sin embargo, de entre los servicios disponibles en Internet, la búsqueda de información sobre bienes y servicios destaca también como una actividad muy utilizada por los más jóvenes (86,6%), al igual que sucede con los demás grupos de edad. Consumo y comunicación parecen ser los pilares sobre los que se asienta una buena parte de los usos de Internet.

Tabla 1. Páginas Web, portales y buscadores más mencionados por la población de 15 y más años usuaria de internet . 2010 (%)

Ranking de sitios Web		Ranking de portales y buscadores	
Año 2009	Nombre	Año 2009	Nombre
1	ELCORREODIGITAL.COM	1	GOOGLE
2	DIARIOVASCO.COM	2	YAHOO
3	YOUTUBE.COM	3	TERRA
4	MARCA.ES	4	KAIXO
5	EUSKADI.NET	5	ELEBILA
6	TUENTI.COM	6	MSN
7	KUTXA.NET	7	HOTMAIL
8	HOTMAIL.COM		
9	WIKIPEDIA.ORG		
10	ELPAIS.ES		
11	BBK.ES		
12	CAJALABORAL.ES		
13	GIPUZKOA.NET		
14	EHU.ES		
15	GARA.NET		

Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

El ranking de páginas Web más visitadas está encabezado en los últimos años por los medios de comunicación, las relativas al ocio, entidades financieras, servicios de la Administración Autónoma, Universidad Pública Vasca y oferta de viajes. Entre las 50 más visitadas encontramos, además, portales de consulta de empleo, generalistas, subastas y compras, así como otros centros universitarios.

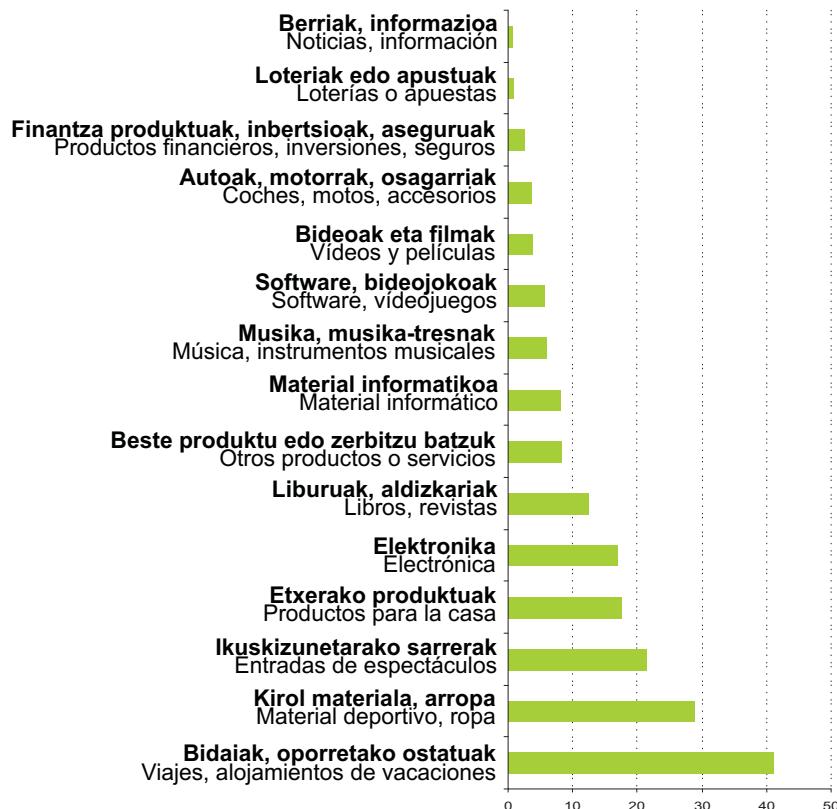
Entre los buscadores sobresale Google que ha desplazado en muy poco tiempo a la práctica totalidad de portales y buscadores como Yahoo, Terra, MSN y otros. En 2010 el 97,6% de las personas usuarias de Internet utiliza Google como referente.

3.1.3 El comercio en internet: las compras de los consumidores particulares

Los que han realizado alguna compra por Internet en los últimos 3 meses son el 31,9% de los que se han conectado recientemente (Gráfico 39).

De estos, el 41,1% se decanta principalmente por compras relacionadas con viajes y alojamiento de vacaciones, material deportivo y ropa (28,8%), entradas para espectáculos (21,3%), productos para la casa (17,5%), productos de electrónica (16,9%), libros y revistas (12,4%), material informático (8,1%), música e instrumentos musicales (6,0%), software y videojuegos (5,8%), vídeos y películas (3,9%), coches, motos y accesorios (3,6%), productos financieros, inversiones y seguros (2,6%), loterías o apuestas (0,8%) y noticias e información (0,6%)

Gráfico 39: Población de 15 y más años por las compras a través de Internet C.A. de Euskadi. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

La cantidad de dinero gastado Internet es menor a 100€ en el 39,6% de los casos, siendo una proporción mayor, el 44,5%, los que gastan entre 100 y 500€. Únicamente el 15,8% han realizado adquisiciones por importe superior a 500€. Según ésta clasificación, la población alavesa es la que realiza compras de menor cuantía, seguida de la población de Gipuzkoa y de Bizkaia; mientras que la de Bizkaia destaca por realizar compras de superior cuantía en mayor medida que la alavesa y la de Gipuzkoa. Asimismo, los varones, los más jóvenes y los que tienen estudios medios y superiores, compran en Internet con más frecuencia que otros colectivos.

La seguridad al pagar por Internet dando el número de cuenta o la tarjeta de crédito no plantea mucho problema para el 78,4% de los que han realizado alguna compra, el 15,1% cree que existe mucha seguridad y el 63,3% bastante. Sin embargo, para el 18,7% existe poca seguridad y problemas serios de inseguridad para el 2,9%.

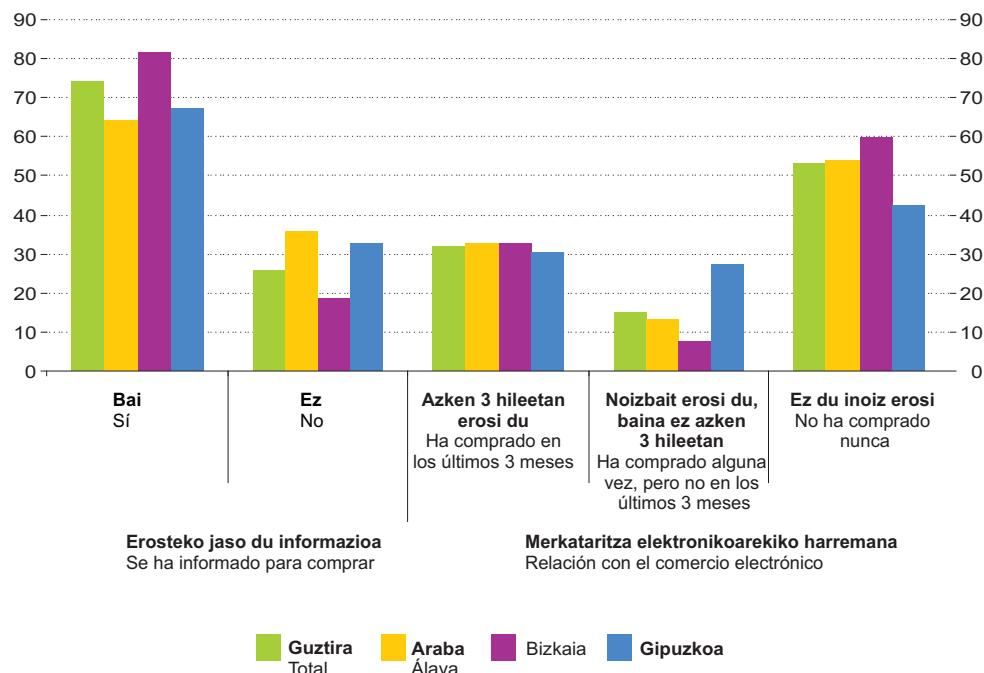
El perfil del comprador por Internet es un varón joven, entre 15 y 34 años, que vive en una familia con hijos, con estudios medios y superiores y que está ocupado. La compra de productos para la casa y de viajes y alojamiento en vacaciones es realizada, más frecuentemente, por mujeres; sin embargo, la compra de música e instrumentos musicales, de coches, motos y accesorios, así como de software y videojuegos es llevada a cabo, en mayor proporción que otros productos, por varones.

La percepción de la seguridad de las compras por Internet se relaciona con algunas variables de la siguiente manera: los varones tienden a ver más seguridad que las mujeres, los jóvenes frente a los adultos y mayores, y los que tienen estudios medios y superiores frente a los que tienen estudios primarios.

Entre los inconvenientes experimentados por los usuarios de Internet destaca la recepción de correos electrónicos no deseados (spam) que afectó en 2010 al 41,1%, los virus informáticos presentes en el 34,1% de los casos, la recepción de ficheros ilegales u ofensivos (2,9%) y el fraude con la tarjeta de crédito, que afectó al 1,0% de los internautas. Estos problemas de seguridad, excepto la recepción de correos no deseados, han aumentado en el último año, sobre todo, los virus informáticos, la recepción de ficheros ilegales u ofensivos y el fraude con la tarjeta de crédito.

El 74,1% de los usuarios de Internet se ha informado alguna vez para comprar a través de la red y el 24,9% nunca lo ha hecho (Gráfico 40). La que más se informa es la población de Bizkaia y la de Gipuzkoa, y la que menos la alavesa. El 31,9% ha comprado en los últimos 3 meses, otro 14,9% ha comprado alguna vez aunque no en los últimos 3 meses, y el 53,2% no ha comprado nunca.

Gráfico 40. Población de 15 y más años por su relación con el comercio electrónico según territorios históricos. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Familias (ESI-F)

A pesar de haber sufrido algún problema de seguridad, como recibir correo electrónico no deseado (spam), virus informáticos, fraude con la tarjeta de crédito o ficheros ilegales u ofensivos, los usuarios consideran que el medio ofrece bastante seguridad.

Entre las razones para no realizar compras por Internet se han indicado las siguientes: las preferencias o calidad del servicio en el hecho de comprar, la ausencia de necesidad, y factores intrínsecos al medio relativos tanto a la seguridad como a la privacidad. La razón mencionada con más frecuencia es la preferencia por comprar personalmente en un establecimiento (75,7%), aunque la calidad del servicio –creen que no funciona bien la recepción y devolución de las compras hechas por Internet- es una razón importante para el 4,4%. En segundo lugar, aparece la falta de necesidad, citada por el 56,1% de las personas usuarias. Finalmente, la preocupación por la seguridad (50,1%) y el celo sobre la privacidad al tener que dar detalles personales a través de Internet es mencionada por el 36,0%. Parecen apuntarse dos elementos que limitan la expansión del comercio electrónico entre los usuarios. Por un lado, el hábito incorporado en nuestras prácticas cotidianas, ir personalmente a comprar, tener un trato personal con la persona vendedora y, en menor medida, la superior calidad del servicio en el comercio tradicional. Por otro lado, las reticencias e inseguridad atribuidas a Internet.

En cuanto a la evolución de las razones de los usuarios de Internet para no comprar por este medio, se señalan tanto la preferencia por las formas tradicionales de compra como la preocupación por la seguridad. La creencia en que el servicio de recepción y devolución de las compras no funciona bien ha pasado del 1,3% en 2003 al 4,4% en 2010, la falta de necesidad del 17% al 56,1% en 2010, la preocupación por la privacidad del 21,6% al 36,0% en 2010, el hábito tradicional del 57,5% al 75,7% en 2010 y la preocupación por la seguridad del 50,6% en 2003 al 50,1% en 2010. En otras palabras, de las razones planteadas a los internautas para justificar la no compra a través de Internet, la preocupación por la seguridad, aún siendo importante, es la que ha disminuido ligeramente entre 2003 y 2010.

Las razones para explicar el proceso de incorporación a la compra electrónica deben buscarse, preferentemente, en los hábitos tradicionales fuertemente arraigados y la falta de necesidad, además de la percepción de una menor calidad del servicio y, en menor medida, en problemas de privacidad y seguridad.

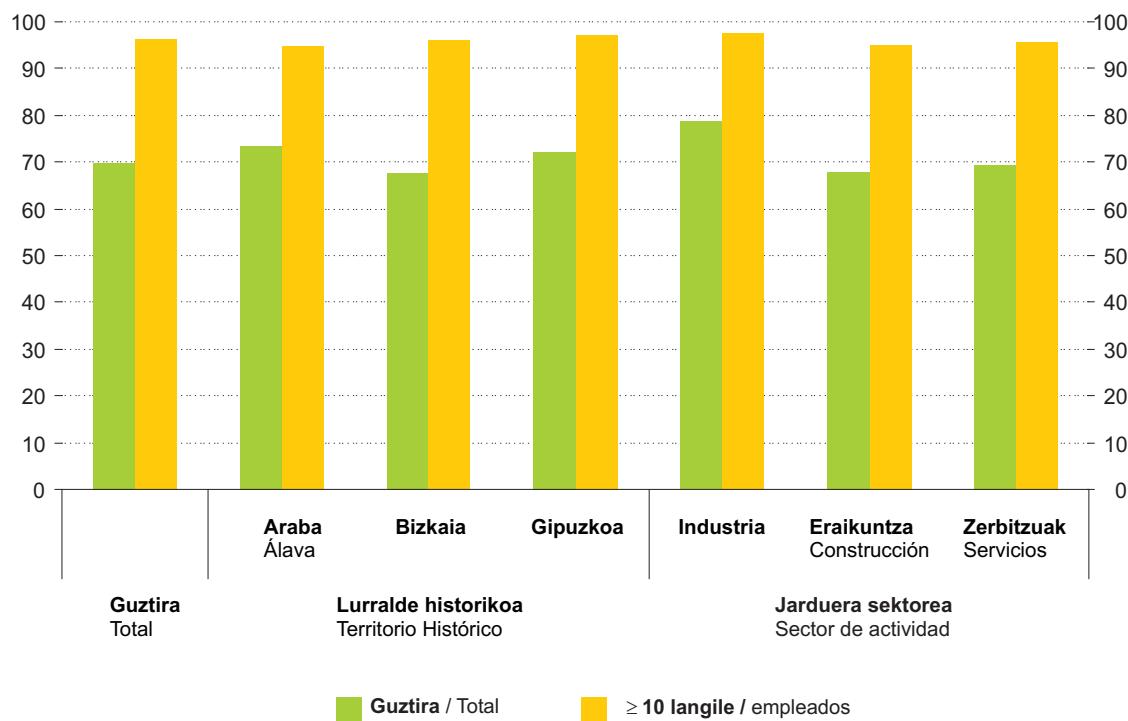
Entre 2003 y 2010 no ha dejado de incrementarse el porcentaje de quienes consideran que pagar a través de Internet ofrece mucha seguridad (de 13,2% al 15,1%) y bastante (del 42,5% al 63,3%). Además, se han reducido los que ven poca seguridad (del 30,5% al 18,7%) y ninguna (del 13,6% al 2,9%). Internet parece ofrecer y transmitir cada vez mayor sensación de seguridad.

3.2 Conexión y usos de Internet en las empresas vascas

En el primer capítulo ya se ha comentado que las empresas vascas en el año 2010 han alcanzado un nivel de acceso a Internet bastante significativo: un 69,9% del total de empresas y un 96,2% de las empresas que tienen 10 o más empleados disponen de acceso a Internet.

En el gráfico 41, se puede observar el porcentaje de establecimientos con acceso a Internet por territorio, donde destaca Álava, con un 73,4%, seguido de Gipuzkoa, 72,2% y de Bizkaia, 67,6%. Por sectores de actividad, el mayor porcentaje se da en industria, 78,7%, seguido de servicios, 69,5% y de construcción, 67,9%.

Gráfico 41: Establecimientos de la C. A. de Euskadi con acceso a Internet según estrato de empleo, por Territorios Históricos y por sector de actividad. 2010 (%)

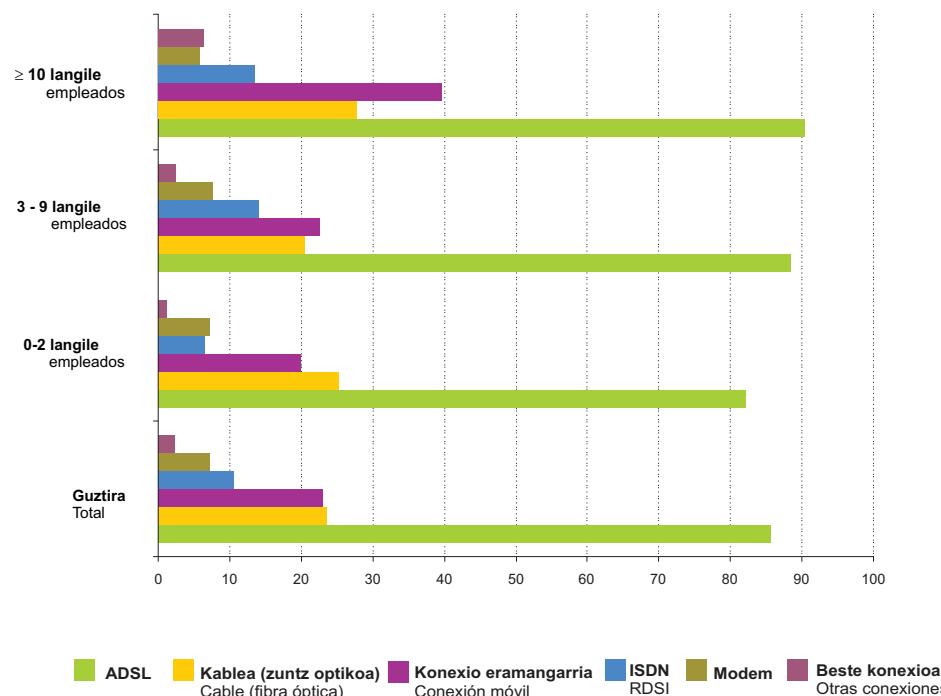


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Si nos fijamos en el tipo de conexiones a Internet que tienen estas empresas, podemos observar que el tipo de conexión más habitual es el ADSL: un 85,7% de las empresas vascas que disponen de Internet se conecta por esta vía (Gráfico 42), un 23,5% mediante cable (fibra óptica), un 23,0% mediante conexión móvil, un 10,5% mediante RDSI -red digital de servicios integrados-, un 7,2% mediante MODEM, y un 2,3% a través de otras conexiones fijas.

La conexión a Internet mediante ADSL es con diferencia el tipo de conexión más utilizado, con independencia del estrato de empleo al que pertenezca la empresa.

Gráfico 42: Establecimientos de la C.A. de Euskadi con acceso a Internet según estrato de empleo y tipo de conexión. 2010 (%)

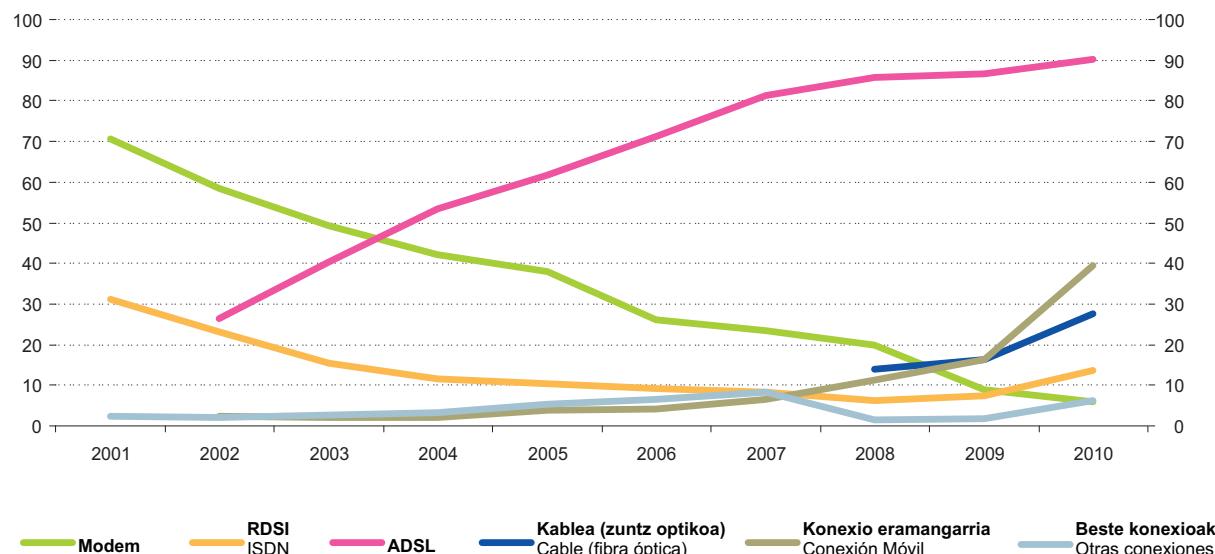


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Respecto a la evolución del tipo de conexión de las empresas (Gráfico 43) se observa como progresan las conexiones vía ADSL, que han pasado de estar presente en un 26,3% de las empresas en 2002 –anteriormente no se preguntaba por este tipo de conexión- a un 90,3% en el año 2010.

También, es importante señalar que son las conexiones móviles, 39,5%, y el cable (fibra óptica), 27,7%, las vías de acceso a Internet que mayor crecimiento han tenido en el último año. En cambio, la conexión vía MODEM, que era la forma principal de conectarse hasta el año 2003, ha mostrado una marcada tendencia a disminuir, hasta alcanzar un residual 5,9%.

Gráfico 43: Evolución de los establecimientos según modalidad de acceso. 2001-2010 (%)



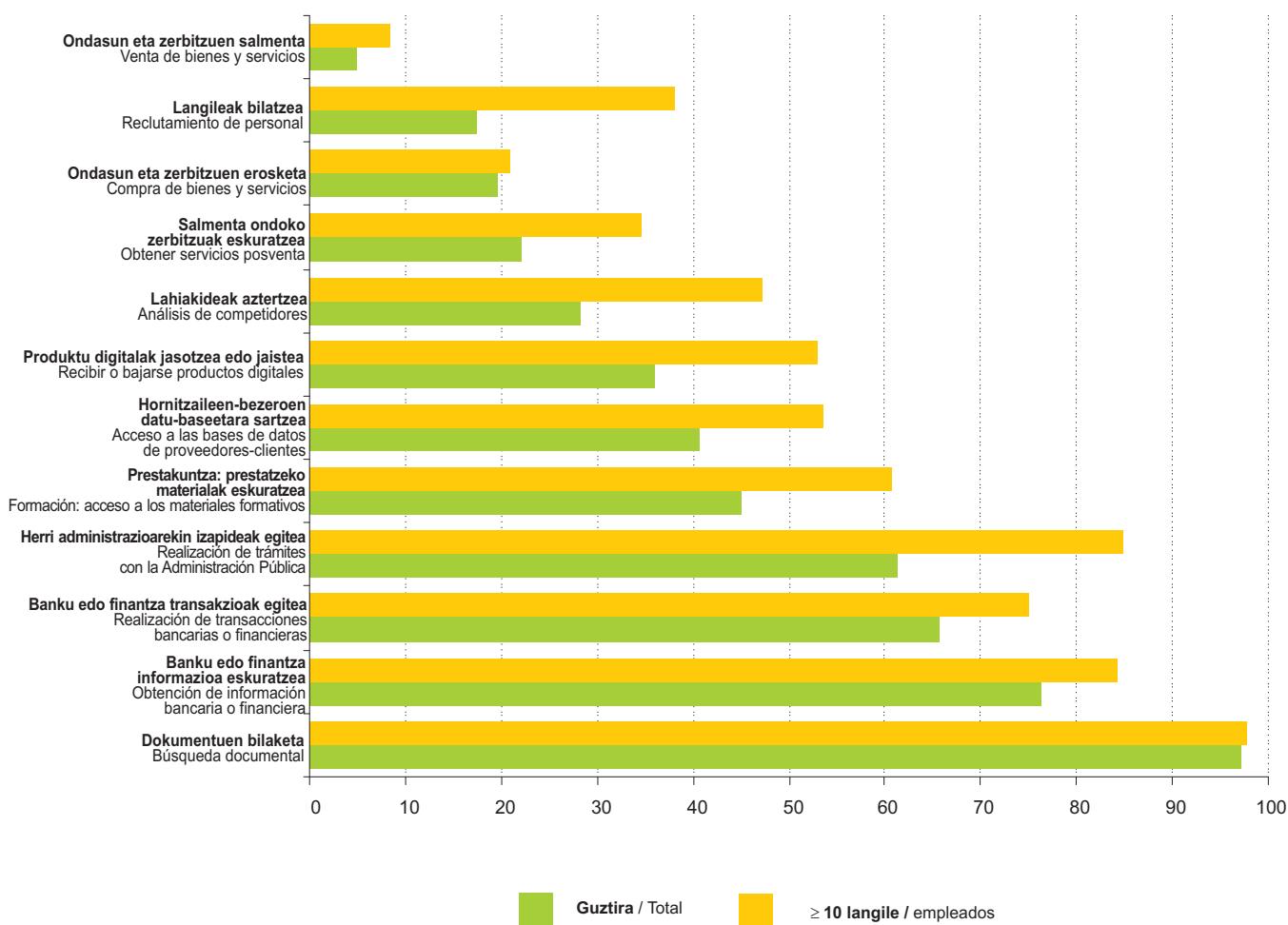
*Hasta 2007 Otras conexiones incluía la conexión Cable (fibra óptica)

Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Centrándonos en los usos concretos de Internet de las empresas vascas (Gráfico 44) cabe señalar que en el año 2010 la principal actividad que realizan tiene que ver con la búsqueda documental (97,1%), seguida de la obtención de información bancaria y/o financiera (76,2%). Las siguientes actividades más comunes entre las empresas vascas tienen que ver con la realización de trámites, tanto con la realización de transacciones bancarias y/o financieras (65,6%) como la realización de trámites con la Administración Pública (61,4%).

Las empresas de 10 y más personas empleadas presentan unos porcentajes más elevados que las anteriores, sobre todo en actividades que tienen que ver con trámites y gestiones por Internet. Así, un 75,0% de las empresas de 10 y más personas empleadas realiza transacciones bancarias y/o financieras y un 84,9% realiza trámites telemáticos con la Administración Pública. Otras actividades que realizan más las empresas grandes por Internet son: acceso a las bases de datos de proveedores-clientes (53,5%), recibir o bajarse productos digitales (52,9%), actividades de formación y acceso a materiales formativos (60,8%) y análisis de competidores (47,3%). Las actividades que realizan en menor medida son las ventas de bienes y servicios (8,3%), seguidas de las compras de bienes y servicios (20,9%), aunque estas últimas son más comunes que las ventas.

Gráfico 44: Establecimientos con acceso a Internet por estrato de empleo y por tipo de utilización. 2010 (%)

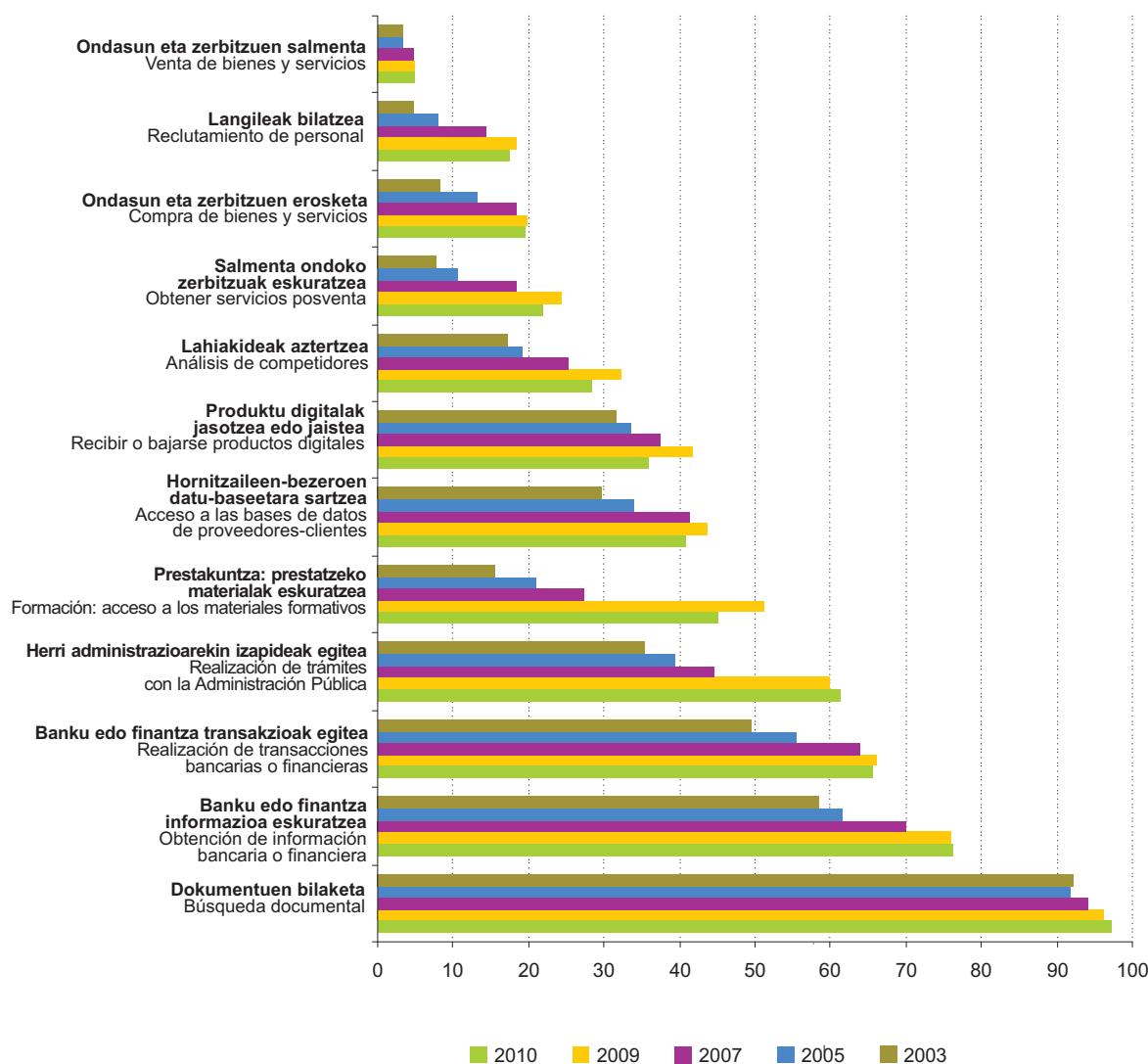


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

En cuanto a la evolución de las actividades que las empresas vascas realizan por Internet (Gráfico 45), la formación o el acceso a material formativo y la realización de trámites y gestiones on-line son las actividades que más han crecido en estos últimos nueve años. También es significativo el crecimiento de actividades como la obtención de información bancaria y financiera, la realización de transacciones bancarias y la obtención de servicios posventa.

Se señalaba anteriormente que cada vez son más las empresas vascas que disponen de un sitio Web. En el año 2009 un 32,4% de los establecimientos vascos dispone de página Web, porcentaje que se eleva hasta un 71,8% de las empresas de 10 y más empleados.

Gráfico 45: Evolución de los establecimientos con acceso a Internet por tipo de utilización. 2003-2010 (%)

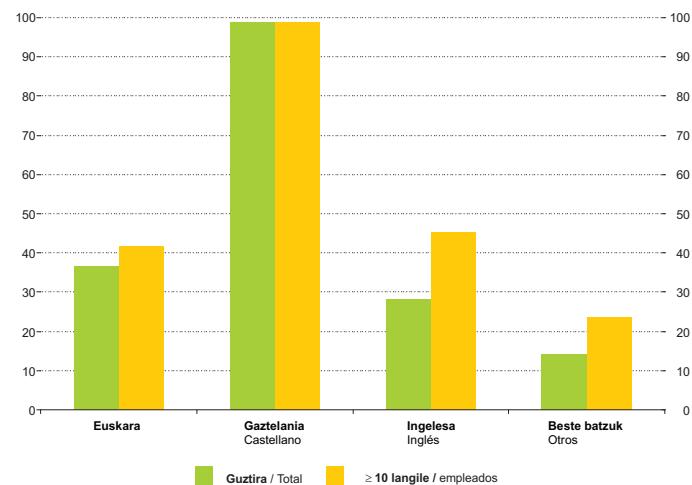


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Se señalaba anteriormente que cada vez son más las empresas vascas que disponen de un sitio Web. En el año 2010 un 33,9% de los establecimientos vascos dispone de página Web, porcentaje que se eleva hasta un 75,4% en las empresas de 10 y más empleados.

El idioma más utilizado en las páginas Web de las empresas vascas es el castellano (98,9%), independientemente de su tamaño, sector económico y Territorio Histórico (Gráfico 46). A continuación figura el euskera (36,7%) y el inglés (28,1%). Este orden cambia si tenemos en cuenta las empresas de 10 y más personas empleadas, siendo en este caso el inglés (45,5%) el segundo idioma más utilizado y a continuación el euskera (41,8%), posiblemente debido a la mayor proyección internacional que suelen tener las grandes empresas.

Gráfico 46: Establecimientos con sitio Web por estrato de empleo e idioma de la Web. 2010 (%)

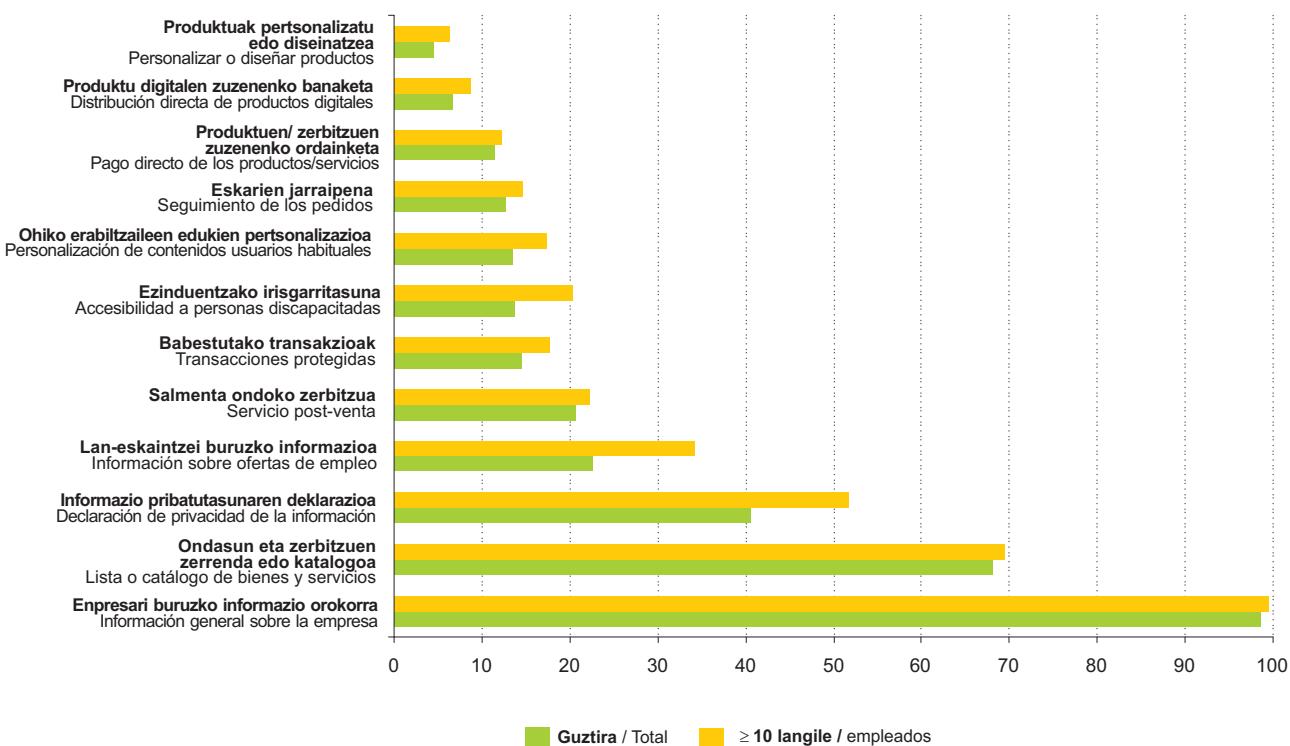


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Si a nivel global el 33,9% de los establecimientos de la C. A. de Euskadi disponen de página Web, por sectores de actividad destacan los establecimientos industriales con un 44,6%, seguidos de los del sector servicios (35,3%) y los de la construcción (21,8%). Estos porcentajes aumentan significativamente si tomamos en consideración los establecimientos que tienen 10 o más empleados, hasta el 75,4%, y, en este tamaño, son los del sector servicios (78,9%) los que mayor porcentaje alcanzan, seguidos por los del sector industrial (74,6%) y los de construcción (57,8%).

Si analizamos las distintas prestaciones que se facilitan en los sitios Web, las más frecuentes son información general sobre la empresa (98,6%) y la lista o catálogo de bienes y servicios (68,0%), seguidas, ya de lejos, por la declaración de privacidad de la información (40,6%), la información sobre ofertas de empleo (22,6%) y el servicio post-venta (20,7%). Las prestaciones menos implantadas son el pago directo de los productos y/o servicios (11,4%), la distribución directa de productos digitales (6,7%) y la posibilidad de personalizar o diseñar productos (4,4%), no existiendo diferencias significativas si tenemos en cuenta el tamaño de las empresas o el sector de actividad.

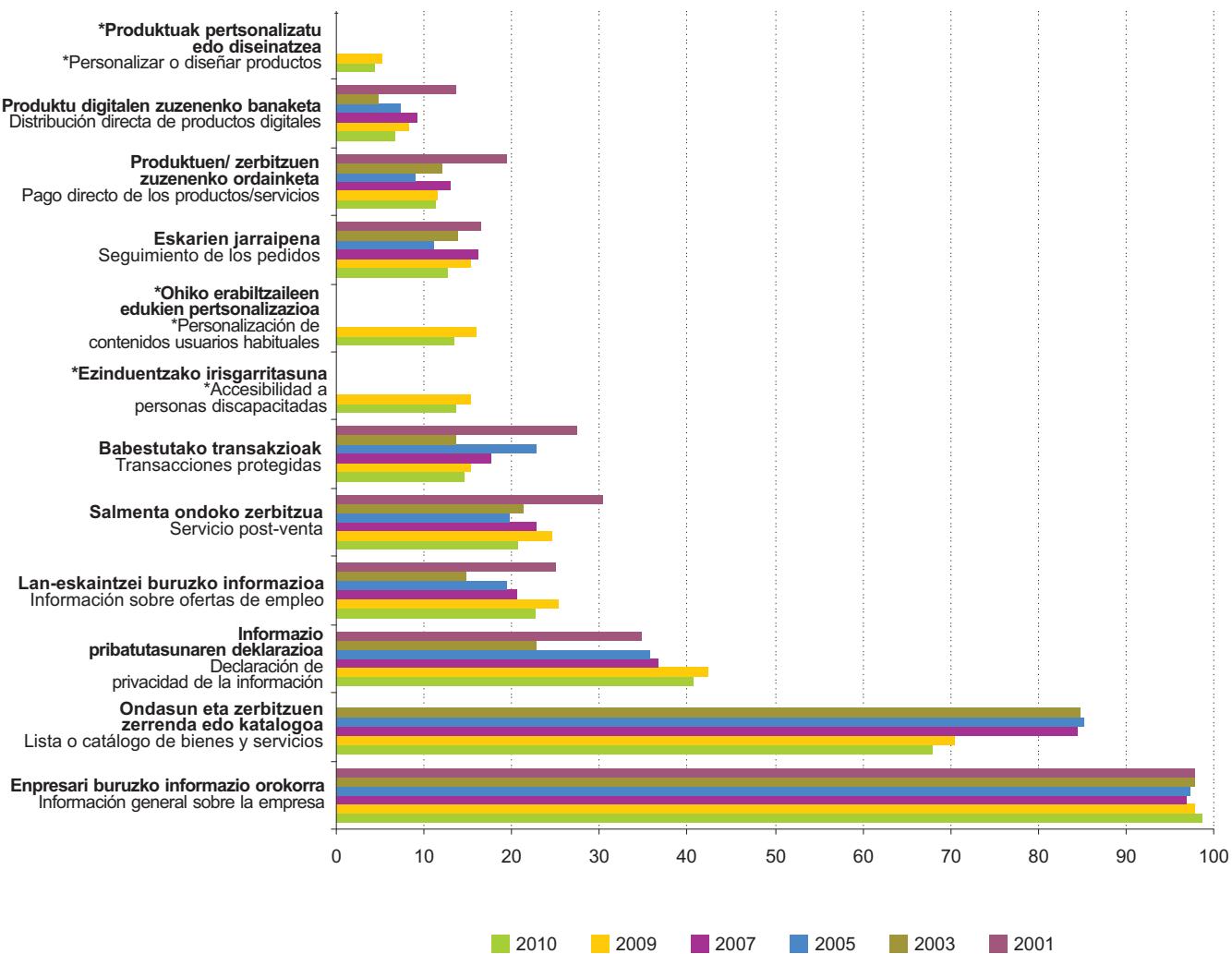
Gráfico 47: Prestaciones ofertadas por los establecimientos de la C.A. de esukadi con página Web según estrato de empleo. 2010 (%)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

También, se puede apreciar como la evolución que han tenido las diferentes prestaciones que nos ofrecen las empresas en sus páginas Web, no siempre mejoran su porcentaje de utilización con el paso de los años, y cuando lo hacen, no es de forma significativa.

Gráfico 48: Evolución de las prestaciones ofertadas por los establecimientos con sitio Web de la C. A. de Euskadi. 2001-2010 (%)



*No se tienen datos anteriores

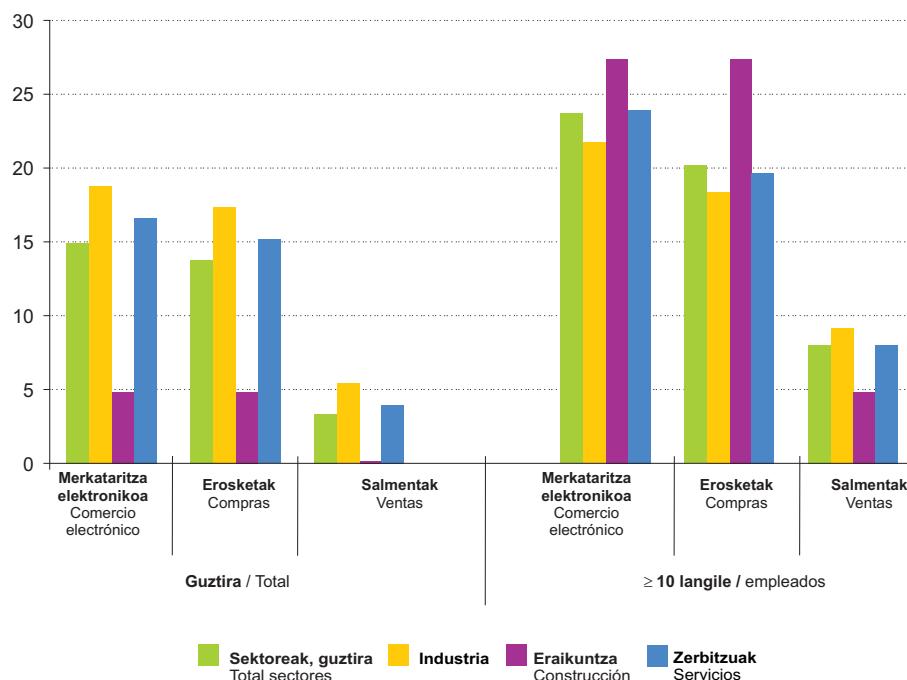
Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

En cuanto al comercio electrónico en las empresas de la C. A. de Euskadi, cabe indicar su desigual distribución por sectores productivos, por usos para los que se destina (compra o venta) y por tamaño de las empresas que acuden a él. En relación al primer aspecto, se observa —a 31 de diciembre de 2009— que es importante la actividad desarrollada con el apoyo del comercio electrónico en la industria y en el sector servicios, pero que apenas está extendido, excepto para 10 y más empleados, en las empresas de construcción.

Las empresas raramente lo usan para la venta de sus productos, apenas un 3,4% del total. Por sectores, las ventas se dan en el 5,4% de las empresas del sector industrial, en un escaso 3,9% del sector servicios y en un casi inexistente 0,2% del sector construcción. Más significativos son los porcentajes que se obtienen para compras, el 13,8% del total, llegando al 17,4% en las empresas del sector industrial, al 15,2% en las del sector servicios y al 4,8% en el caso de la construcción. En conjunto, el comercio electrónico está presente en el 14,9% de los casos, 18,8% en las empresas industriales, 16,6% en las de servicios y 4,8% en las de construcción.

Estos datos cambian significativamente cuando consideramos los establecimientos de 10 o más empleados, alcanzando el comercio electrónico a un 23,7% de las empresas de este tamaño. Por sectores, supone el 21,7% en industria, el 23,9% en servicios y el 27,4% en las empresas del sector de la construcción. Además, en este tamaño, las compras se dan en el 20,2% de las empresas y las ventas en el 8,0%.

Gráfico 49: Comercio electrónico en las empresas de la C.A. de Euskadi según sectores de actividad y estrato de empleo. 2009 (%)

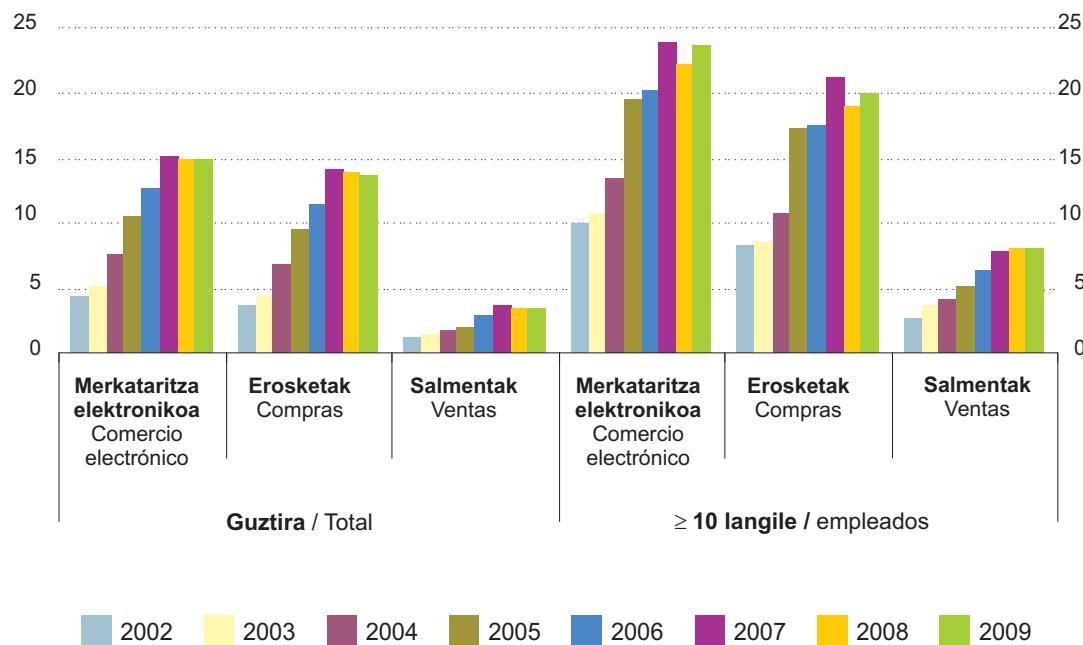


Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

También, es muy revelador observar la evolución del comercio electrónico en el período 2002-2009. El porcentaje de empresas que realizaba comercio electrónico en 2002 era del 4,4%, haciendo compras el 3,6% y ventas el 1,3% de las empresas, mientras que en 2009 ha sido del 14,9%, por el lado de las compras el 13,8% y por el de ventas el 3,4%.

Si se tiene en cuenta el tamaño, estos porcentajes aumentan en las empresas de 10 y más empleados, pasando del 10,0% de empresas que realizaban comercio electrónico en 2002, compras el 8,3% y ventas el 2,8%, al 23,7% de empresas que lo han realizado en 2009, compras el 20,2% y ventas el 8,0%.

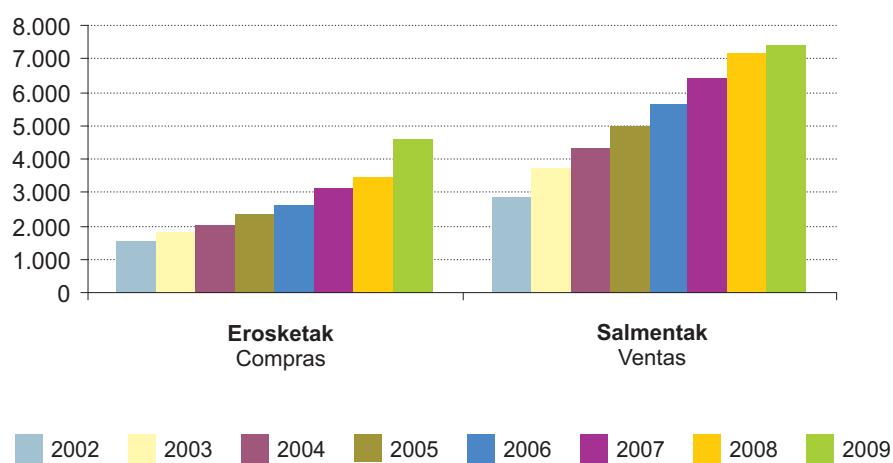
Gráfico 50: Comercio electrónico en las empresas de la C.A. de Euskadi según estrato de empleo. 2002-2009. (%)



Fuente :Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

Por último, y respecto a la evolución de las cifras en euros que mueve el comercio electrónico en la C.A. de Euskadi, en el periodo estudiado 2002-2009 se ha pasado de una cifra de compras mediante comercio electrónico de 1.509,5 millones de euros en 2002 a 4.626,4 millones en 2009 y, en ventas, este aumento ha supuesto pasar de 2.834,0 millones de euros en 1992 a 7.401,8 millones de euros en 2009.

Gráfico 51: Evolución del comercio electrónico en la C.A. de Euskadi. 2002-2009. (Millones de euros)



Fuente: Eustat. Encuesta de la Sociedad de la información. Empresas (ESI-E)

4 CONCLUSIONES

Sobre las tecnologías de la información y de la comunicación. La implantación y la evolución de las tecnologías de la información y de la comunicación nos permiten analizar el grado de diversidad tecnológica alcanzado por una sociedad, así como los procesos de reemplazo de elementos que no caracterizan a este tipo de sociedad por otros que sí lo hacen. La presencia de los soportes digitales, así como del equipamiento a ellos asociados, ha continuado incrementándose en el año 2010. Se está produciendo una rápida transición de la era analógica a la sociedad digital, que implica la progresiva desaparición o sustitución de ciertos elementos tecnológicos (vídeo, televisión convencional, fax), desaparición que es, en cierta medida, consecuencia del surgimiento y expansión de la utilización de diferentes sistemas de información y comunicación (televisión digital, DVD, telefonía móvil, Internet).

Sobre los equipamientos vinculados al televisor. Se está produciendo un cambio que implica la adaptación de los hogares a la era digital (televisión digital terrestre, teletexto, TV de pago, DVD). Esta transformación se produce de forma similar en los tres territorios históricos y está encabezada por los hogares con hijos. Los hogares del mundo rural no muestran diferencias significativas con el resto de hogares de la C. A. de Euskadi.

Sobre los equipamientos relacionados con la telefonía. La evolución de la presencia de los equipamientos asociados a la telefonía es mayor en los hogares con hijos y muestra una distribución similar en los tres territorios históricos. La reciente generalización del teléfono móvil camina hacia la universalización de la portabilidad de este medio de comunicación. En los próximos años será sociológicamente muy relevante prestar atención a la evolución de nuevos servicios accesibles a través de este medio (entretenimiento, televisión, compras, etc.).

Sobre el ordenador. La creciente presencia en los hogares vascos de equipamientos vinculados al ordenador es un importante indicador del cambio tecnológico que está experimentando la sociedad. Su uso nos proporciona una imagen de los grupos que socialmente pueden considerarse más vinculados con los procesos de cambio social, cultural y tecnológico (personas jóvenes o muy jóvenes, universitarias y ocupadas). También nos remite a la brecha digital, en la medida que determinados colectivos se sitúan en una posición más distante en relación con el uso de esta tecnología (personas adultas, con estudios primarios o sin estudios e inactivos y parados).

Sobre los tipos de usuarios del ordenado. Se observa una importante impronta generacional en los usuarios frecuentes, entre los que predominan largamente los jóvenes y escasean los individuos con 55 o más años. Estos últimos y los inactivos o parados están más presentes entre los usuarios esporádicos y los no usuarios.

Sobre los contextos de uso del ordenador. El espacio de uso que predomina en todos los grupos es la vivienda, con una importante presencia del lugar de estudio entre la población juvenil y del centro de trabajo entre la población activa. La evolución reciente de algunos indicadores señala la necesidad de comenzar a atender a espacios de uso no convencionales, tanto espacios públicos (espacios sociales como cibercafés, locutorios o Kzguneas) como móviles (teléfonos móviles, ordenadores portátiles con conexión wifi).

Sobre las razones para el uso del ordenador. Más allá de orientaciones previsibles de los motivos de uso (entre los adultos activos hacia lo profesional, entre los jóvenes hacia lo lúdico), lo más destacable es la normalización de la presencia de los ordenadores en la vida cotidiana de los individuos y las familias, hasta el punto de que se puede decir que se ha rutinizado. Sería interesante comenzar a observar las razones para no usar ordenadores, no sólo las que merecen explicaciones estructurales (brecha digital) sino también las que responden a actitudes de rechazo voluntario, esto es, reacciones negativas a la expansión de la tecnología en la vida cotidiana.

Sobre la portabilidad de las nuevas tecnologías. La proliferación de ordenadores portátiles, la aparición de las PDAs, los nuevos sistemas de conexión wifi a Internet y su reciente incorporación a los teléfonos móviles, permiten hablar de una conectividad desde cualquier lugar por remoto que sea. Una deslocalización de la tecnología, pues desde cualquier punto se puede realizar la accesibilidad. Esto hace que en estos momentos no sea necesario recurrir a lugares estable (hogar, centros de estudios, lugares de trabajo) para estar conectado. En este sentido se puede hablar de un nuevo concepto, la portabilidad, como una nueva dimensión del despliegue de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. La portabilidad significa tanto una deslocalización como una multiplicación de los lugares de acceso, proporcionando la movilidad necesaria para dejar atrás la imagen de un ordenador de sobremesa circunscrito a unas paredes, a un lugar estable y fijo. Hoy en día la tecnología no solamente está dentro de los hogares, sino que la tecnología ha sido capaz de trasladar lo que antes se hacía en el hogar al exterior, generando una movilidad que alcanza a todo tipo de actividades, tanto en el ámbito del ocio como del trabajo.

Sobre la capacidad estructurante de la tecnología. Entre los datos que desde el punto de vista sociológico cabe considerar como realmente conformes a las características propias de la sociedad de la información, está el que podríamos llamar “poder estructurante de la tecnología”, a saber, la capacidad de algunos avances tecnológicos, tanto a nivel de software como de hardware, de modificar las estructuras sociales más estables y provocar, por sí mismos y/o acompañados de otros factores, cambios en ellas. Así sucede con el uso del ordenador para fines laborales o escolares en el hogar, el uso del ordenador del lugar de trabajo para ocio o cuestiones personales, transformando la separación tradicional entre espacio público y espacio privado, por un lado, y entre espacio doméstico y espacio productivo, por otro. Sobre el uso de Internet. El contexto etnográfico de la red se relaciona más con el espacio de la privacidad, ya sea mediante su uso en el hogar o en el puesto de trabajo que con los espacios de uso colectivo. Sus usuarios son jóvenes, personas con estudios secundarios y, sobre todo, medios y superiores, así como estudiantes y ocupados. Además de incrementarse las personas que acceden a Internet, el grupo que más aumenta es el de los que hacen de la red un uso muy frecuente (diariamente).

Sobre las razones para el uso de Internet. Los motivos personales dan cuenta de la mayor utilización de Internet, seguidos de los profesionales y académicos. El acceso a Internet desde el hogar para fines personales es muy importante. En Internet predominan los usos comunicativos (correo electrónico, chats y foros) y de búsqueda de información (sobre bienes y servicios, en medios de comunicación, sobre la Administración Pública o sobre problemas de salud). Son importantes también los usos relacionados con el ocio, la cultura, el consumo y las actividades económicas. Las prácticas ligadas al e-learning (educativo o profesional) y e-administración son todavía minoritarias. Entre los más jóvenes, desde 6 hasta 14 años, el ocio es la razón fundamental de la utilización de Internet, por encima de la comunicación con colegas y amigos y los posibles usos académicos.

Sobre el desplazamiento de la información y la comunicación al mundo virtual. Se generaliza el uso de Internet para la búsqueda de información sobre bienes y servicios, así como para cuestiones de ocio. Al mismo tiempo, se produce un uso mayoritario para la comunicación mediante el correo electrónico. Otros usos ligados al consumo cultural, la educación, la e-administración, el ocio y el turismo o la banca electrónica son utilizados por porcentajes menores de internautas. La lengua más utilizada es el castellano, con un crecimiento importante del euskera, sobre todo entre los muy jóvenes, y con una presencia algo menor del inglés y francés.

Sobre las pautas de consumo de la población a través de Internet. El comercio electrónico de los particulares ha alcanzado un gran desarrollo en actividades vinculadas, sobre todo, al ocio, los viajes y el alojamiento de vacaciones. En segundo lugar se sitúan la compra de entradas para espectáculos y la compra de ropa, material deportivo y productos para la casa. En tercer lugar aparecen las compras de electrónica, material informático, libros, revistas y música. El perfil del comprador por Internet es el siguiente: varón, joven, ocupado, vive en familia con hijos, con estudios medios y superiores.

Sobre la percepción de la seguridad del consumo a través de Internet. Las cantidades gastadas en compras a través de Internet son modestas, aunque no se debe a una percepción generalizada de una falta de seguridad del medio de pago. Por el contrario, la mayoría de la población no ve mayor problema (considera que existe mucha o bastante seguridad) en dar su número de cuenta o de la tarjeta de crédito. La principal razón para no comprar por Internet no es la desconfianza, sino la preferencia por el comercio tradicional o el predominio del hábito tradicional de comprar en el comercio convencional.

Sobre el equipamiento TIC en las empresas de la C. A. de Euskadi. El nivel de equipamiento en tecnologías de la información y de la comunicación en las empresas vascas muestra una evolución positiva en los últimos años. Las empresas de 10 y más empleados son las que presentan un mayor nivel de implantación tecnológica. En estas empresas, equipamientos tecnológicos como el ordenador, Internet y el correo electrónico están llegando a su máximo umbral de presencia. A menor tamaño de la empresa menor nivel de equipamiento tecnológico, pero su crecimiento a lo largo de los últimos años va reduciendo las distancias entre empresas grandes y pequeñas. Las empresas vascas del sector industrial son las que presentan un mayor nivel de implantación de estas tecnologías, seguidas por las empresas de los sectores de servicios y de la construcción. El nivel tecnológico de las empresas del sector primario es escaso, en comparación con la media de las empresas vascas. Dentro de este sector, son las empresas pesqueras las que disponen de más equipamientos tecnológicos. El porcentaje de personas empleadas que utilizan equipamientos tecnológicos ha ido aumentando progresivamente a lo largo de los últimos años, sobre todo en las empresas del sector servicios.

Sobre los usos de Internet en las empresas de la C. A. de Euskadi. Las empresas vascas usan Internet para buscar documentación, obtener información bancaria o financiera, realizar transacciones bancarias o financieras, realizar trámites con la Administración Pública y acceder a bases de datos de proveedores y clientes. Entre los equipamientos que tienen que ver con Internet, el sitio Web es uno de los que mayor crecimiento está experimentando. En el año 2010, tres de cada cuatro empresas de 10 y más empleados disponen de página Web. La existencia de sitio Web supone la posibilidad de ofrecer llevar a cabo operaciones complementarias a su actividad, incluidos servicios on-line. Estas últimas actividades no están todavía muy extendidas entre las empresas vascas, pero cada vez hay mayor presencia de las prestaciones que ofertan las empresas vascas en sus sitios Web, destacando la información general sobre la empresa, las

listas o catálogos de bienes y servicios y la declaración de privacidad de la información.

Sobre los nuevos intercambios comerciales y el comercio electrónico empresarial. El comercio electrónico en las empresas vascas no está muy desarrollado. El e-business está más implantado entre las empresas de mayor tamaño y en el sector industrial y en los servicios, realizando una parte mayor de compras por Internet que de ventas.

Sobre el lugar de la población y de las empresas de la C. A. de Euskadi en la Sociedad de la Información de nuestro entorno. Los hogares vascos muestran un nivel de equipamientos tecnológicos ligeramente superior a la media española, situándose entre las Comunidades Autónomas con mayor dotación en lo que respecta a ordenadores y conexión a Internet. En comparación con la utilización frecuente de Internet en otros países europeos, la C. A. de Euskadi se sitúa ligeramente por debajo de la media de la UE (27 países). La dotación de las empresas vascas de 10 y más empleados en comparación con la de otros países europeos se sitúa en torno a la media de la UE (27 países).

el sector industrial y en los servicios, realizando una parte mayor de compras por Internet que de ventas. Las razones que las empresas señalan como obstáculos para el desarrollo electrónico son la inadecuación de productos y servicios para dicho tipo de comercio, la falta de preparación de los clientes, las incertidumbres sobre plazos de entrega y garantías y los problemas de seguridad respecto a los pagos.

Sobre el lugar de la población y de las empresas de la C. A. de Euskadi en la Sociedad de la Información de nuestro entorno. Los hogares vascos muestran un nivel de equipamientos tecnológicos ligeramente superior a la media española, situándose entre los Comunidades Autónomas con mayor dotación en lo que respecta a ordenadores y conexión a Internet. En comparación con la utilización frecuente de Internet en otros países europeos, la C. A. de Euskadi se sitúa ligeramente por debajo de la media de la UE (27 países). La dotación de las empresas vascas de 10 y más empleados en comparación con la de otros países europeos se sitúa en torno a la media de la UE (27 países).

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1. Familias por equipamientos TIC del hogar. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 2. Equipamientos de las familias asociados al televisor según Territorio Histórico y tipología de hogares. 2010 (%)

Gráfico 3. Equipamientos en las familias asociados a la telefonía y otro tipo de equipamientos según Territorio Histórico y tipología de hogares. 2010 (%)

Gráfico 4. Equipamientos de las familias asociados al ordenador e Internet según Territorio Histórico y tipología de hogares. 2010 (%)

Gráfico 5. Evolución de la implantación de las TICs en las familias de la C. A. de Euskadi. 2000-2010 (%)

Gráfico 6: Familias (con población entre 16 y 74 años) por conexión a internet según Comunidades Autonómicas. 2010 (%)

Gráfico 7. Familias (con población entre 16 y 74 años) por conexión a internet según países europeos. 2010 (%)

Gráfico 8. Población de 15 y más años según las principales tecnologías. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 9. Población de 15 y más años con conexión a Internet en el hogar. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 10. Evolución de la implantación de las principales TICs entre la población de 15 y más años. C.A. de Euskadi. 2000-2010 (%)

Gráfico 11: Tipo de equipamiento en los establecimientos de la C. A. de Euskadi según Territorio Histórico. 2010 (%)

Gráfico 12: Tipo de equipamiento de los establecimientos de la C. A. de Euskadi según estratos de empleo. 2010 (%)

Gráfico 13: Tipo de equipamiento de los establecimientos de la C. A. de Euskadi según sector de actividad y estrato de empleo. 2010 (%)

Gráfico 14: Evolución de los equipamientos en los establecimientos de la C. A. de Euskadi. 2001-2010 (%)

Gráfico 15: Evolución de la implantación de los equipamientos TIC según estrato de empleo en los establecimientos de la C. A. de Euskadi. 2001- 2010 (%)

Gráfico 16: Evolución de los establecimientos de la C. A. de Euskadi por Territorio Histórico y principales equipamientos. 2001-2010 (%)

Gráfico 17: Evolución de equipamientos TIC en los establecimientos de la C. A. de Euskadi según sectores económicos. 2001-2010 (%)

Gráfico 18. Equipamientos en los hogares de la C. A. de Euskadi del mundo rural. 2010 (%)

Gráfico 19: Tipo de equipamientos de los establecimientos del sector primario de la C. A. de Euskadi. 2009(%)

Gráfico 20: Establecimientos por equipamientos TIC en el sector primario de la C. A. de Euskadi. 2009 (%)

Gráfico 21: Evolución de los equipamientos TIC en los establecimientos del sector primario de la C. A. de Euskadi. 2003-2009(%)

Gráfico 22. Población de 15 y más años según frecuencia del uso del ordenador. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 23. Población de 15 y más años según la utilización del ordenador. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 24. Población de 15 y más años por el lugar de uso del ordenador según territorio histórico. C.A de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 25. Población de 15 y más años de la C. A. de Euskadi según el lugar de utilización del ordenador. 2010 (%)

Gráfico 26: Población de 6 y más años que ha utilizado el ordenador por razones para el uso. C.A de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 27. Población de 6 y más años que ha usado el ordenador en los últimos 3 meses por fin del uso, sexo, edad, nivel de estudios y relación con la actividad según año. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 28: Personas empleadas con acceso a equipamientos TICs en las empresas de la C. A. de Euskadi según Territorio Histórico y tamaño de empresa. 2010 (%)

Gráfico 29: Personas empleadas con acceso a equipamientos TIC en la C. A. de Euskadi según el tamaño del establecimiento. 2010 (%)

Gráfico 30: Personas empleadas con acceso a los equipamientos TIC en la C. A. de Euskadi según sector de actividad y tamaño del establecimiento. 2010 (%)

Gráfico 31: Evolución de las personas empleadas con acceso a los equipamientos TIC en los establecimientos de la C. A. de Euskadi. 2001-2010 (%)

Gráfico 32. Población de 15 y más años por equipamientos de ordenadores en el ámbito rural. C. A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 33. Población de 15 y más años por el uso del ordenador e Internet en los últimos 3 meses en el ámbito rural. C. A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 34. Población de 15 y más años de la C. A. de Euskadi usuaria de Internet en los últimos 3 meses según Territorios Históricos. 2010 (%)

Gráfico 35. Evolución de la frecuencia de acceso a Internet de la población de 15 y más años. C.A. de Euskadi. 2003-2010 (%)

Gráfico 36. Evolución de la población de 15 y más años de la C.A. de Euskadi que ha utilizado Internet en los últimos 3 meses. C.A. de Euskadi. 2003-2010 (%)

Gráfico 37. Población de 15 y más años por servicios de Internet utilizados. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 38. Población usuaria de Internet de 15 y más años según el idioma de navegación. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Tabla 1: Páginas Web, portales y buscadores más mencionados por la población de 15 y más años usuaria de internet. 2010 (%)

Gráfico 39: Población de 15 y más años por las compras a través de Internet. C.A. de Euskadi. 2010 (%)

Gráfico 40. Población de 15 y más años por su relación con el comercio electrónico según territorios históricos. 2010 (%)

Gráfico 41: Establecimientos de la C. A. de Euskadi con acceso a Internet según estrato de empleo, Territorio Histórico y sector de actividad. 2010(%)

Gráfico 42: Establecimientos de la C. A de Euskadi con acceso a Internet según estrato de empleo y tipo de conexión. 2010 (%)

Gráfico 43: Evolución de los establecimientos de la C. A. de Euskadi según modalidad de acceso a Internet. 2001-2010 (%)

Gráfico 44: Establecimientos de la C. A. de Euskadi con acceso a Internet por estrato de empleo y tipo de utilización. 2010 (%)

Gráfico 45: Evolución de los establecimientos de la C. A. de Euskadi con acceso a Internet según tipo de utilización. 2003-2010 (%)

Gráfico 46: Establecimientos de la C. A. de Euskadi con página Web según estrato de empleo e idioma de la Web. 2010 (%)

Gráfico 47: Prestaciones ofertadas por los establecimientos de la C. A. de Euskadi con página Web según estrato de empleo. 2010 (%)

Gráfico 48: Evolución de las prestaciones ofertadas por los establecimientos de la C. A. de Euskadi con página Web. 2001-2010 (%)

Gráfico 49: Comercio electrónico en las empresas de la C. A. de Euskadi según sectores de actividad y estrato de empleo. 2009 (%)

Gráfico 50: Comercio electrónico en las empresas de la C.A. de Euskadi según estrato de empleo. 2002-2009 (%)

Gráfico 51: Evolución del comercio electrónico en la C.A. de Euskadi. 2002-2009 (Millones de euros)

Erakunde Autonomiaduna
Organismo Autónomo del



www.eustat.es