

LAS FAMILIAS EN ESPAÑA: UN ANÁLISIS DE SU REALIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

Observatorio
Socioeconómico



Indicadores socioeconómicos de los hogares: Equipamiento y uso de TIC en los hogares

Observatorio 2025, volumen 5.

*Manuela Prieto Rodríguez
Antonio Jesús Sánchez Fuentes*

Las familias en España: un análisis de su realidad social y económica

Periodo de referencia: 2005 - 2025

Volumen V: Indicadores socioeconómicos de los hogares:
Equipamiento y uso de TIC en los hogares

Manuela Prieto Rodríguez, Universidad de Sevilla

Antonio Jesús Sánchez-Fuentes, Instituto Complutense de Estudios Internacionales (ICEI-UCM), *Codirector del Grupo de investigación “Políticas Públicas: Análisis Económico Aplicado” de la U. Complutense de Madrid*

Diciembre, 2025

© Acción Familiar Príncipe de Vergara, 128. Esc. Dcha. – Entreplanta

28002 Madrid

Tel: [91 446 1011](tel:914461011)

Web: accionfamiliar.org

Correo: accionfamiliar@accionfamiliar.org

Financiado por:



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

Tabla de contenido

Presentación.....	3
Resumen ejecutivo.....	5
Índice de Cuadros.....	7
1 Introducción.....	9
2 Equipamiento y uso de productos TIC en el hogar.....	9
3 Uso de TIC por las personas.....	13
3.1 Adultos (16 a 74 años).....	16
3.2 Niños (10 a 15 años).....	27
3.3 Mayores (75 o más).....	29

Presentación

En esta nueva edición de nuestro Observatorio, la de 2025, mantenemos la estructura de años anteriores con el objetivo de profundizar en el análisis que venimos realizando de la situación de las familias en España. Nos fijamos de forma especial en todos los aspectos de su realidad social y económica, gracias al seguimiento regular de los indicadores incluidos, una vez se disponen de nuevos datos publicados. En el ámbito institucional, este proyecto que nació en plena pandemia fruto de la colaboración continua que Acción Familiar y el Grupo UCM de Investigación “Políticas Públicas: Análisis Económico Aplicado” de la Universidad Complutense de Madrid, dando así continuidad a la que el grupo venía manteniendo con su anterior denominación “Políticas de Familia” desde 2004. Además, se consolida y refuerza ahora gracias a la financiación que este Observatorio viene recibiendo los dos últimos ejercicios por parte del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030¹.

Estamos en una época donde la incertidumbre que provoca los cambios profundos que estamos enfrentando nos llama a realizar un seguimiento detallado de la situación social y económica de los hogares españoles con el objetivo último de comprender mejor cómo les afecta los múltiples impactos recientes (sanitarios, sociales, económicos o políticos, entre otros). Tenemos la certeza de que todos estos impactos sitúan a una institución como la familia, en el centro de muchas de las decisiones privadas de las personas, como elemento clave en nuestro presente y futuro. Por ello, estamos firmemente convencidos de que, si no tenemos un conocimiento global y preciso de su realidad, no seremos capaces de afrontar con las garantías necesarias este complejo reto, y no podríamos diseñar e implementar las medidas de apoyo a las familias.

Entre la gran cantidad de fuentes estadísticas disponibles, incluimos en esta publicación aquellas que observan el contexto familiar de los/as encuestados/as. En concreto, salvo en aquellas fuentes donde hay novedades significativas (ver cambios destacados en rojo), hemos optado por continuar con la organización propuesta el año anterior (ver cuadro 0).

Mantenemos por lo tanto en este documento el mismo general de análisis de los últimos años, situando el foco en el reto demográfico que la sociedad española tiene ante sí de cara a las próximas décadas. Entre otros, una evolución creciente de la esperanza de vida y una tasa de fecundidad que -de forma estable- se sitúa en niveles muy reducidos, tanto en niveles absolutos como en términos relativos comparados a nivel internacional. Ambos factores contribuyen a acelerar el envejecimiento demográfico registrado en España y, si no lo está haciendo ya, nos obligará a tomar decisiones clave los próximos años.

Por todo lo anterior, se utiliza aquí una perspectiva de familia y se presenta una revisión exhaustiva de los indicadores existentes en las fuentes oficiales que contienen información respecto al ámbito personal y familiar de la población española.

Para comentarios, sugerencias y/o preguntas, estamos disponibles en el email: investigacion@accionfamiliar.org

¹ Contiene los resultados del proyecto de investigación “Las familias en España: Análisis de su realidad social y económica”, coordinado por A. Jesús Sánchez-Fuentes, y financiado mediante la convocatoria en concurrencia competitiva del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 (2023), con cargo a la asignación tributaria del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Código del proyecto subvencionado: 101/2023/54/4.

Cuadro 0: Estructura del informe, por volúmenes

BLOQUES	DESCRIPCIÓN	FUENTE ESTADÍSTICA
Volumen I	Situaciones de especial vulnerabilidad: Personas y hogares según presencia de discapacidad	El empleo de las personas con discapacidad (ED)
		El salario de las personas con discapacidad (SD)
		Estadística de la Vida Laboral de las Personas con Discapacidad
Volumen II	Situaciones de especial vulnerabilidad: violencia doméstica y de género	Estadística de violencia doméstica y de género (VDG)
Volumen III	Indicadores socioeconómicos de los hogares: Nivel de renta y consumo de los hogares. Composición del gasto	Encuesta de condiciones de vida (ECV)
		Encuesta de presupuestos familiares (EPF)
Volumen IV	Comportamientos sociales: Nupcialidad, separaciones y divorcios	Estadística de nulidades, separaciones y divorcios (NSD)
Volumen V	Indicadores socioeconómicos de los hogares: Equipamiento y uso de TIC en los hogares	Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares (TICH)
Fuente: elaboración propia		

Resumen ejecutivo

1. Resumimos en este volumen un aspecto que, progresivamente, se va mostrando como central en nuestro día a día. En concreto, el relativo a las **Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)**, analizando el impacto de la distribución de este tipo de equipamiento entre los distintos hogares y el uso que se hace de los más comunes (ordenador, teléfonos móviles y/o tabletas).
2. Equipamientos casi universales en los últimos datos (2025) como el acceso a internet con banda ancha (97,6% en 2025) registraban en 2006 porcentajes significativamente más bajos (28,1%). En el caso del **teléfono móvil, se registra un nivel de penetración cercano al 100%** para todas las categorías incluidas en la encuesta de referencia.
3. **El 96,3% de la población española se ha conectado a internet** en los últimos tres meses, y nueve de cada diez ciudadanos/as lo hacen de forma diaria, indicando lo cotidiano de esta realidad. Sin embargo, sólo el 59,6% declara haber comprado bienes y servicios online.
4. **El uso de internet decrece con la edad y aumenta con el nivel educativo**, en ciudades más grandes y en hogares de mayor tamaño. También se observa que el sexo, la nacionalidad y si se trabaja por cuenta propia o ajena, no tiene impacto en este sentido.
5. **Para los adultos (16 a 74 años), se observa una doble brecha generacional**. Una, menor, en cuanto al acceso a internet y otra, mayor, en cuanto a la frecuencia de uso de internet. En concreto, mientras que más del 90% de las personas hasta 54 años acceden a internet casi diariamente, para los que se sitúan de 65 a 74 años este porcentaje disminuye un 20%.
6. **La situación laboral también condiciona el uso de internet** siendo los/as pensionistas y las personas dedicadas a las labores del hogar las que obtienen registros más bajos. También las personas activas paradas registran cifras de participación más bajas, lo que puede dificultar su reincorporación al mercado de trabajo. Esto indica la importancia de reducir esta brecha digital que parece sufrir estos colectivos, de forma que garanticemos su acceso a los servicios y productos ofrecidos a través de internet.
7. En cuanto al catálogo de servicios usados por cada colectivo según características demográficas, los de **“Comunicación” e “Información”** son los que presentan registros superiores (con cifras cercanas al 100% y al 80% para los menores de 55 años). Sin embargo, otros usos como la formación y/o la participación social y política registran menores tasas.
8. En cuanto a las distintas vías que los ciudadanos empleamos para contactar con las administraciones públicas, observamos **discrepancias significativas conforme se avanza en el rango de edad**. Así, si el 80% de los que tienen menos de 54 años manifiesta haber tenido algún tipo de contacto con la administración, sólo el 65% de los mayores de 65 y menores de 74 declaran lo mismo.
9. Los resultados muestran con claridad una fuerte correlación positiva entre la **interacción con las administraciones públicas y el nivel de estudio y el nivel de ingresos de las personas**. Esto, de nuevo, ilustra sobre el potencial riesgo de exclusión digital que sufre aquellos/as en peor posición relativa en estas dimensiones. Los efectos perniciosos (tanto directos como indirectos) de estas diferencias sugieren la urgencia de atender y corregir este fenómeno.

10. Respecto a la incidencia del teletrabajo, el patrón general indica que hay **un porcentaje significativo de trabajadores que no han teletrabajado aun** siendo factible hacerlo (en torno a un 17% para la mayoría de las características), lo que indica que pueden existir barreras a la completa implementación de esta modalidad de trabajo a distancia.
11. Las cifras indican con claridad la **relación inversa del salario y el nivel de estudios con la posibilidad de teletrabajar**, añadiendo más dificultades a aquellos/as con una peor posición relativa en el mercado de trabajo. Esto se visualiza de forma nítida según la ocupación principal (TIC versus otras), con diferenciales de incidencia de 54 puntos básicos.
12. **Para los menores de 10 a 15 años**, observamos que el **uso de internet** (por encima del 95% en todas las categorías incluidas) es **casi unánime**, de forma mayoritaria a través de ordenadores y/o tabletas.
13. **El uso de los teléfonos móviles no llega a igualar el de ordenadores y/o tabletas en este grupo de edad**. Sin embargo, sí que se produce un aumento progresivo, pasándose de un 18,7% a un 94% entre los 10 y los 15 años.
14. Dentro del **grupo de mayores de 75 años**, la edad se revela con claridad como un **factor diferencial claro**, con diferenciales de participación negativos para los mayores de 85 años superiores a 25 puntos porcentuales básicos.
15. Dentro del **grupo de mayores de 75 años**, mientras que el sexo no parece jugar un papel relevante, **la nacionalidad sí que influye** en la frecuencia de uso de internet, con cifras de quienes tienen nacionalidad extranjera que casi duplican las obtenidas para los/as nacionales.
16. También **la estructura familiar (por tamaño y tipología) influye en los registros** obtenidos obteniéndose cifras más altas para los hogares de mayor tamaño. Esto indica que quizás las TIC no se están aprovechando para combatir la creciente soledad de las personas mayores que tienen muy limitadas su actividad.
17. Finalmente, el uso declarado como más recurrente es el de la **“Comunicación” e “Información”** y, en tercer lugar, **“otras actividades”** que engloban al **“entretenimiento” y “salud”**. Estas cifras, además, son muy sensibles a características como la edad, la nacionalidad (con cifras mejores para los/as extranjeros/as), el nivel de estudios y de ingresos -especialmente en la categoría de aprendizaje- y la estructura familiar.
18. En resumen, **se hace necesario garantizar el acceso de todos los colectivos a los servicios digitales** en condiciones de igualdad. De otra forma, no será posible reducir las brechas digitales generacionales que el rápido desarrollo de nuevos productos y servicios parece propiciar, de acuerdo con lo aquí expuesto.

Índice de Cuadros

Cuadro 2.1 Porcentaje de viviendas por tipo de equipamiento. Total nacional, 2006-2025.....	10
Cuadro 2.2 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, ordenadores vs tablet. Total nacional, 2025.....	10
Cuadro 2.3 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, teléfono fijo vs móvil. Total nacional, 2025.....	11
Cuadro 2.4 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, banda ancha fija vs móvil. Total nacional, 2025.....	12
Cuadro 3.1 Porcentaje de personas según utilización y compra a través de internet. Total nacional, 2006-2025.....	14
Cuadro 3.2 Niños de 10 a 15 años y uso de TIC. Total nacional, 2006-2025.....	14
Cuadro 3.3 Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2025.....	15
Cuadro 3.4 Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2025.....	15
Cuadro 3.5 Uso de Internet por características demográficas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2025.....	17
Cuadro 3.6 Uso de Internet por características socioeconómicas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2025.....	18
Cuadro 3.7 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características demográficas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2025.....	19
Cuadro 3.8 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características socioeconómicas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2025.....	20
Cuadro 3.9 Formas de contacto con las administraciones o servicios públicos a través de Internet, por motivos particulares, en los últimos 12 meses, por características demográficas y tipo de acción. Total nacional, 2025.....	21
Cuadro 3.10 Formas de contacto con las administraciones o servicios públicos a través de Internet, por motivos particulares, en los últimos 12 meses, por características socioeconómicas y tipo de acción. Total nacional, 2025.....	22
Cuadro 3.11 Incidencia del teletrabajo por características demográficas. Adultos ocupados (16 a 74 años). Total nacional, 2025.....	23
Cuadro 3.12 Incidencia del teletrabajo por características socioeconómicas. Adultos ocupados (16 a 74 años). Total nacional, 2025.....	24
Cuadro 3.13 Valoración media general sobre la experiencia del teletrabajo, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2025.....	26
Cuadro 3.14 Valoración media general sobre la experiencia del teletrabajo, por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2025.....	27

Cuadro 3.15 Uso y tenencia de equipamientos TIC en los 3 últimos meses, según características socioeconómicas. Niños 10 a 15 años. Total nacional, 2025.....	28
Cuadro 3.16 Uso de Internet, por características demográficas y socioeconómicas y frecuencia de uso. Mayores (75 o más). Total nacional, 2025.....	30
Cuadro 3.17 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses, por características demográficas y socioeconómicas y naturaleza del servicio. Mayores (75 o más). Total nacional, 2025.....	31

1 Introducción

En este volumen resumimos, dentro de nuestro análisis de las condiciones de vida de los hogares, un aspecto como es el uso que hacen las familias de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Este aspecto ya se ha consolidado como una dimensión relevante en nuestro día a día, tanto por sus implicaciones económicas, como por su importante papel en cuanto a las dinámicas de relaciones sociales recientes que venimos observando en los últimos años. En concreto, analizamos el impacto de la distribución de este tipo de equipamiento entre los distintos hogares y el uso que se hace de los más comunes (ordenador, teléfonos móviles y/o tabletas). Además, mostramos las últimas cifras publicadas sobre el acceso a internet de las viviendas y personas y, en otros, su uso para acceder al comercio electrónico. Para ello, usamos los datos proporcionados por la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los hogares, elaborada por el INE.

Por lo demás, organizamos el volumen como sigue. En la siguiente sección, mostramos las cifras agregadas del equipamiento y uso de productos TIC en los hogares españoles, además de analizar el papel de las distintas características socioeconómicas incluidas en la encuesta de referencia. A continuación, incluimos un análisis similar a nivel individual, considerando diferentes grupos de edades según sus necesidades de utilización de estos productos. El primer grupo analizado, de forma detallada, se refiere a los adultos (16 a 74 años), que tienen una participación más activa en la esfera laboral o profesional. Segundo, mostramos las cifras para los/as menores de 10 a 15 años, con una mirada dirigida de forma especial a su acceso a determinados dispositivos como los teléfonos móviles. Por último, estudiamos cómo los ciudadanos de más edad (75 o más) se han adaptado a la enorme penetración de los productos TIC en la sociedad actual.

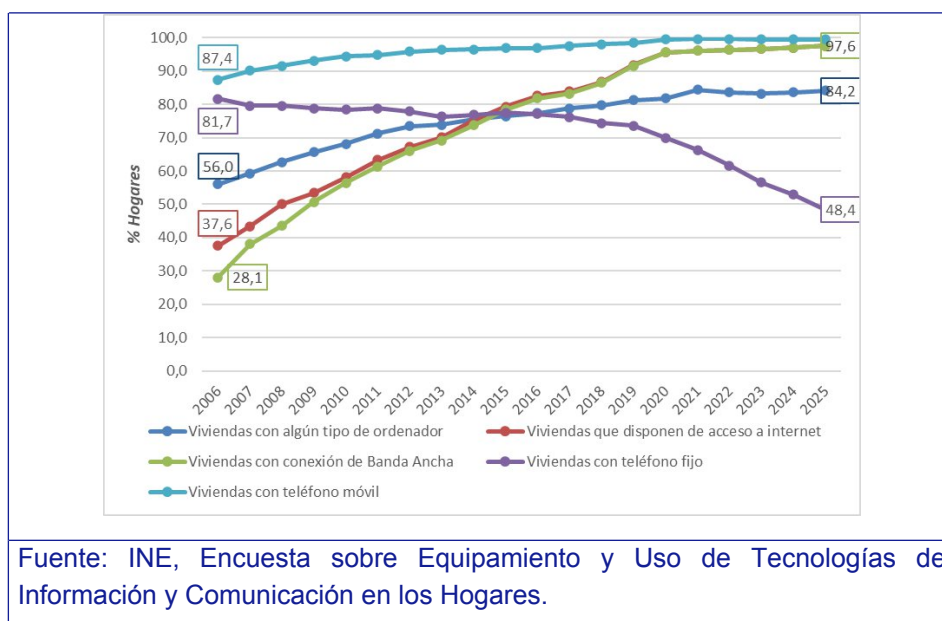
2 Equipamiento y uso de productos TIC en el hogar

En esta sección analizamos los equipamientos TIC disponibles en los hogares y el uso que se le da en este contexto, según sus características socioeconómicas. En primer lugar, en el Cuadro 2.1, de cara a analizar el grado de penetración de los distintos equipamientos, mostramos la evolución reciente del porcentaje de viviendas que dispone de ellos, para el periodo 2006-2025.

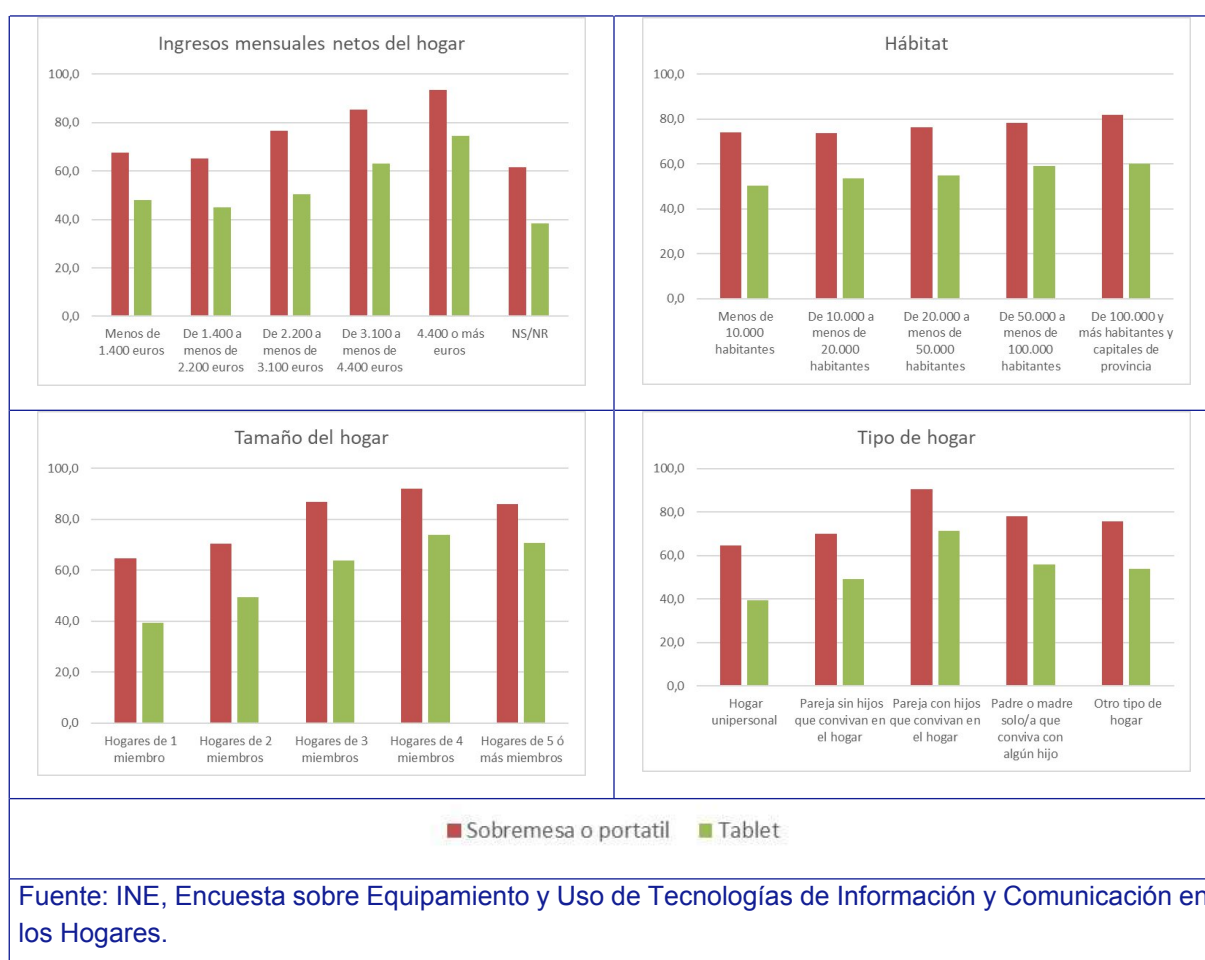
Puede verse que, en el año base, los equipamientos predominantes eran el teléfono fijo y el teléfono móvil (aún sin conexión directa al uso de datos), con cuotas por encima del 80%, a más de 30 puntos porcentuales del resto. Al contrario, equipamientos hoy más comunes como el acceso a internet con banda ancha -que en 2025 es casi universal (97%)- registraban entonces porcentajes significativamente más bajos (28,1% en 2006). Por lo demás, la telefonía fija es la única que ha perdido implementación (33 pp menos) a pesar de que este descenso se ha visto frenado, posiblemente, por su inclusión en los paquetes tarifarios ofrecidos por los operadores.

Los últimos datos publicados nos permiten comparar la penetración de equipamientos con funcionalidades similares en los hogares según características socioeconómicas. En primer lugar, si comparamos el uso de ordenadores de sobremesa o portátiles versus tabletas (Cuadro 2.2), vemos cómo los primeros están más presentes en los hogares españoles.

Cuadro 2.1 Porcentaje de viviendas por tipo de equipamiento. Total nacional, 2006-2025.



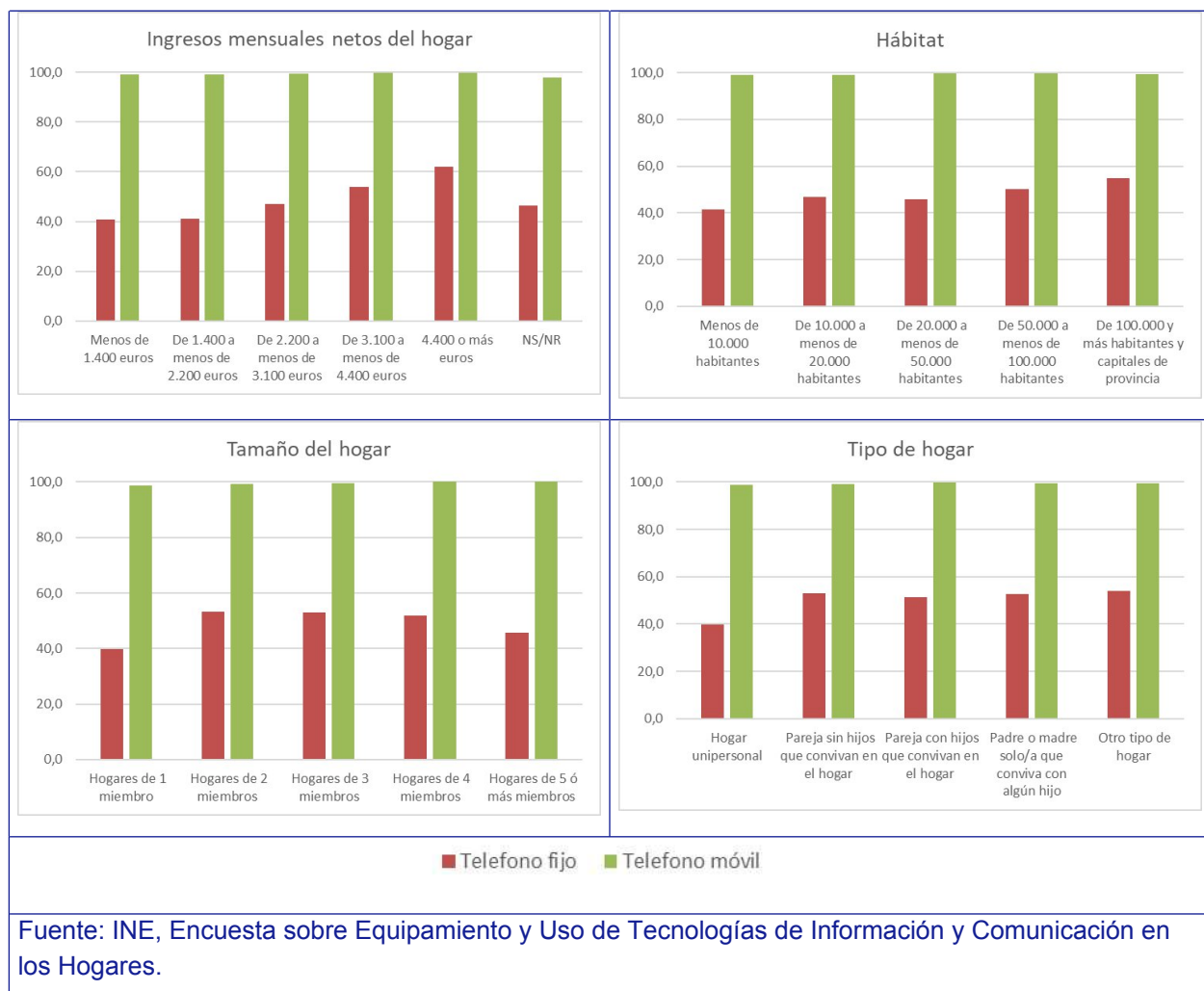
Cuadro 2.2 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, ordenadores vs tablet. Total nacional, 2025.



Además, su presencia está condicionada por el nivel de ingresos, el tamaño y el tipo de hogar, con diferenciales negativos para los hogares monoparentales que alcanzan los 10 puntos porcentuales. Al contrario, el tamaño de la localidad donde se reside no parece ser un factor relevante tan diferencial.

Es también destacable la diferencia de presencia de estos equipos entre los hogares de más renta (con una presencia casi universal) y los que menos renta declaran (sólo alrededor del 70% tiene ordenador y el 50%, tableta). Esto mismo se observa según el tamaño del hogar, lo que puede implicar que aquellas personas que viven solas y tengan menos renta se enfrenten, si cabe, a mayores dificultades para acceder tanto a la creciente oferta de servicios prestados a través de internet como a la red de contactos sociales que esta vía les puede proporcionar.

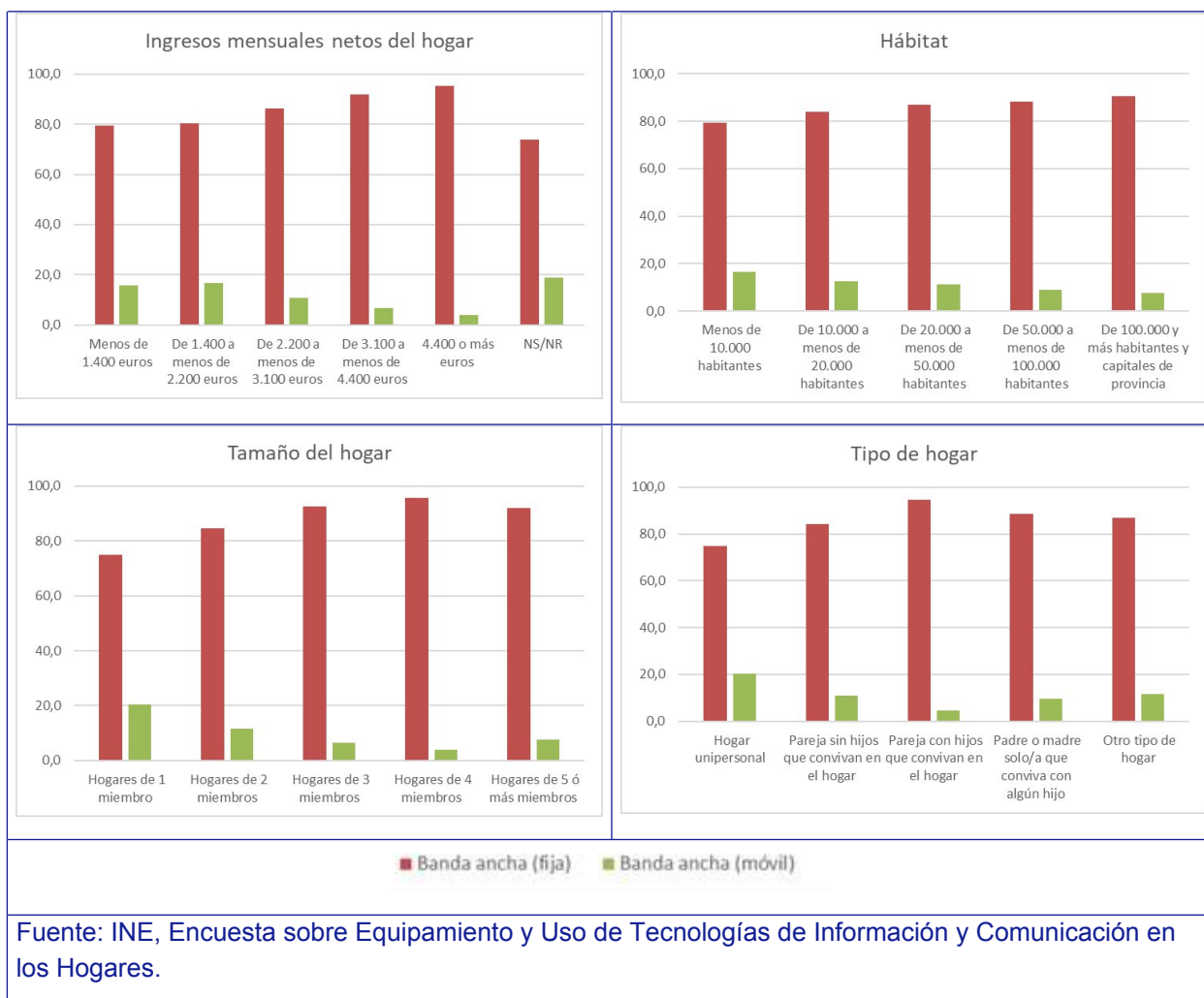
Cuadro 2.3 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, teléfono fijo vs móvil. Total nacional, 2025.



En segundo lugar, analizamos la comparativa entre teléfono fijo y teléfono móvil (Cuadro 2.3), observándose para este último un nivel de penetración cercano al 100% para todas las categorías consideradas. En el caso del teléfono fijo, se observa mayores tasas para mayores niveles de rentas, hogares de más tamaño y municipios de mayor tamaño.

En tercer lugar, estudiamos el grado de penetración de la banda ancha fija y móvil en función de las características socioeconómicas de los hogares españoles (Cuadro 2.4). Obtenemos un patrón similar a los cuadros anteriores, donde tener banda ancha fija es más probable si se tiene más ingresos (16 puntos básicos de diferencia en los rangos extremos) y en función del tamaño y el tipo de hogar (22 puntos básicos, aproximadamente), y un comportamiento más estable según el tamaño del municipio. Para la banda ancha móvil, al contrario, se observa una mayor presencia en circunstancias donde acceder a la banda ancha fija se hace más difícil, bien sea por tener menos ingresos por residir en municipios pequeños, que potencialmente tengan peores infraestructuras de red o por economías de escala (en hogares unipersonales, por ejemplo).

Cuadro 2.4 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, banda ancha fija vs móvil. Total nacional, 2025.



3 Uso de TIC por las personas

En este apartado analizamos el uso que, desde el punto de vista, realizamos los/as ciudadanos/as de las TIC. En primer lugar, (Cuadro 3.1) mostramos el porcentaje de personas que han usado internet (bien en los últimos tres meses, bien de forma diaria) y el de aquellos/as que han comprado a través de internet en los últimos tres meses, con el objetivo de conocer mejor la evolución reciente de los indicadores que posteriormente, según grupos de edad, analizaremos para los últimos datos publicados para el año 2025.

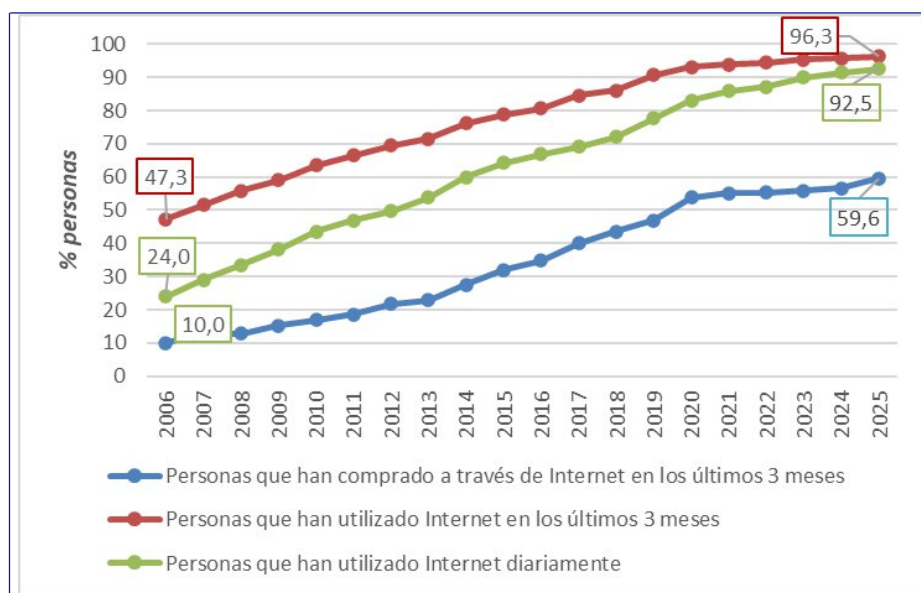
La primera conclusión general es que el 96,3% (+0,5% respecto al año anterior) de la población española se ha conectado a internet en los últimos tres meses, y el 92,5% (+1%) lo hace de forma diaria, indicando lo cotidiano de este hecho. Así, este acceso mucho más ordinario a internet, tanto a través de los teléfonos móviles inteligentes como a través de las redes de banda ancha, han facilitado un uso más intensivo de la red, incluso, para funcionalidades que anteriormente generaban más desconfianza como la compra de bienes y servicios (el 59,6% declara haberlo hecho en los últimos tres meses, frente al 30% que lo hacía en 2015, por ejemplo). Sin embargo, sería importante reducir esta brecha en cuanto a conseguir consolidar este canal -el de internet- como una vía de adquisición de bienes y servicios por parte de la ciudadanía y poder desarrollar así nuevas funcionalidades y servicios digitales que mejoren o faciliten aspectos de su vida diaria.

En cuanto a los niños de 10 a 15 años, y su uso de las TIC durante este mismo periodo, vemos -en el Cuadro 3.2- que si bien el uso de ordenador e internet en los últimos tres meses está plenamente asentado (con porcentajes superiores al 90% durante la última década), el uso de móvil se sitúa por debajo con porcentajes en torno al 65-70%, cifra que se ha mantenido estable a lo largo del periodo analizado. Esto nos permitirá incidir posteriormente sobre la edad de acceso a este dispositivo y las bondades y riesgos asociados a su uso.

En relación con la distribución de personas que han usado internet en los últimos tres meses, en el Cuadro 3.3 mostramos cómo afectan las distintas características sociodemográficas del individuo en términos de participación en esta actividad, tomando como referencia los niveles iniciales del año base (2006). Así, puede verse como el uso decrece con la edad (-14,3 pp), aumenta en ciudades más grandes (+2,7pp) y en hogares de mayor tamaño (+3,2 pp), por aquellos que tienen niveles de educación superiores (+40,4 pp), y lo usan menos las personas que se dedican a las labores del hogar y los/as pensionistas. También se observa que el sexo, la nacionalidad y si se trabaja por cuenta propia o ajena, no tienen impacto en este sentido. Del mismo modo, es interesante resaltar como se ha producido una convergencia importante de aquellos/as que mostraban una participación más baja en 2006, puesto que el incremento observado es mayor para estos colectivos (pensionistas, por ejemplo).

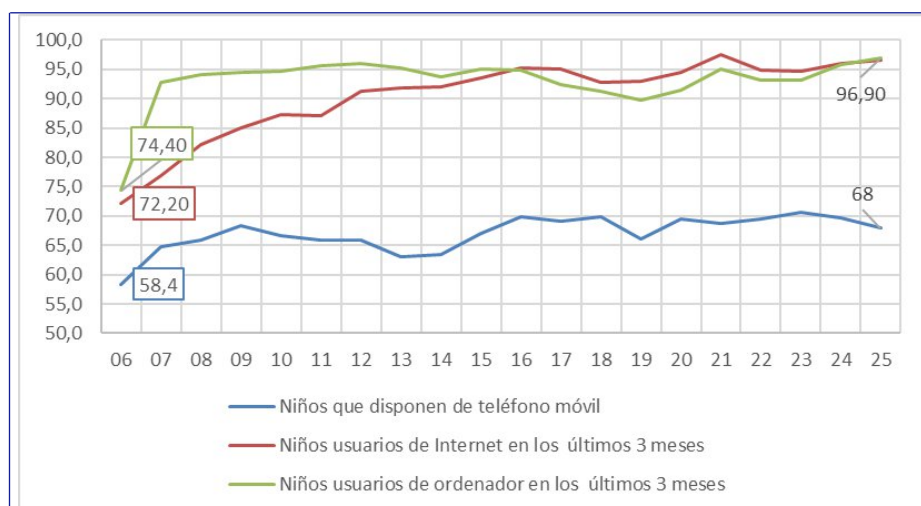
También podemos comparar lo anterior con respecto a los que han realizado compras en internet en los últimos tres meses (Cuadro 3.4). En líneas generales, se repiten los patrones anteriores, aunque las diferencias entre las categorías tienden a ser más significativas. Por ejemplo, conforme se avanza en la edad la reducción es de 27,4 hasta los 74 años y de 47 si incluimos a quienes exceden esa edad. En términos de convergencia, al encontrarse las compras por internet en una fase menos consolidada, no observamos mayores incrementos de participación entre aquellos/as que tenían tasas más bajas en 2006.

Cuadro 3.1 Porcentaje de personas según utilización y compra a través de internet. Total nacional, 2006-2025.



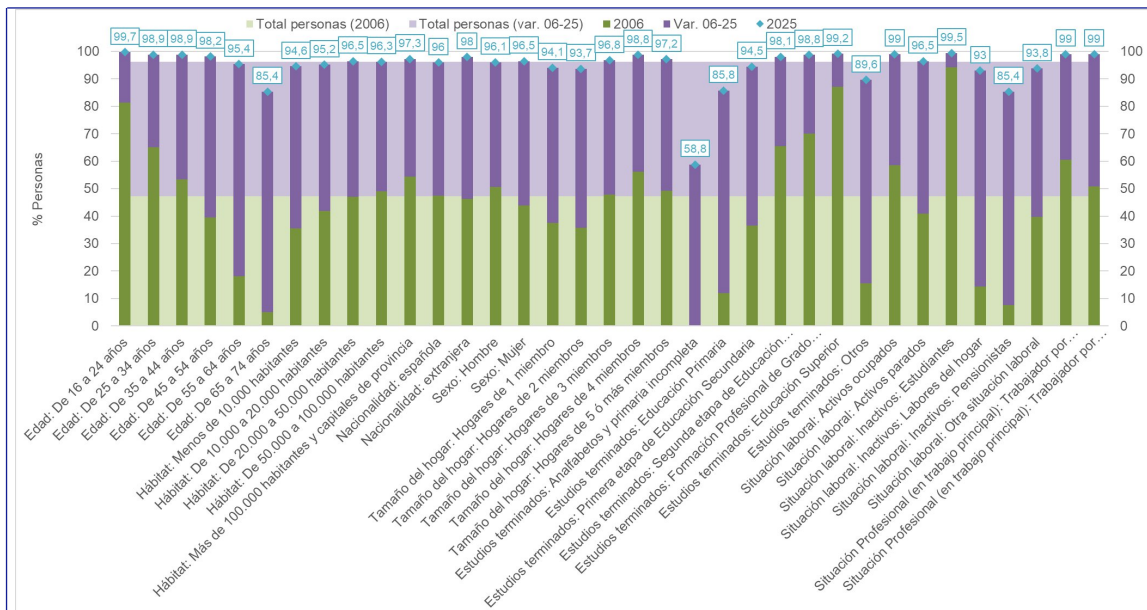
Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Cuadro 3.2 Niños de 10 a 15 años y uso de TIC. Total nacional, 2006-2025.



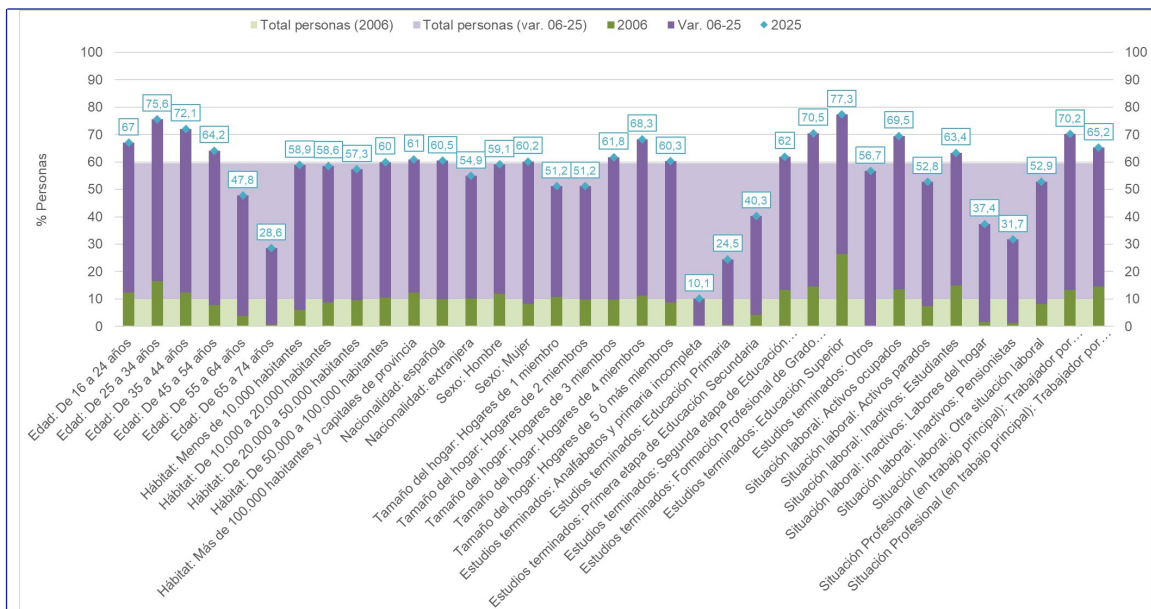
Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Cuadro 3.3 Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Cuadro 3.4 Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

3.1 Adultos (16 a 74 años)

El grupo de población que se analiza con más detalle dentro de la encuesta de referencia comprende al rango de edad desde los 16 hasta los 74 años. Por ello, en este bloque analizamos aspectos vinculados al uso de TIC, la variedad de servicios a los que se accede, y cómo interaccionamos con las administraciones públicas, para concluir con el grado de confianza general en internet y el análisis de algunos indicadores relacionados con el teletrabajo.

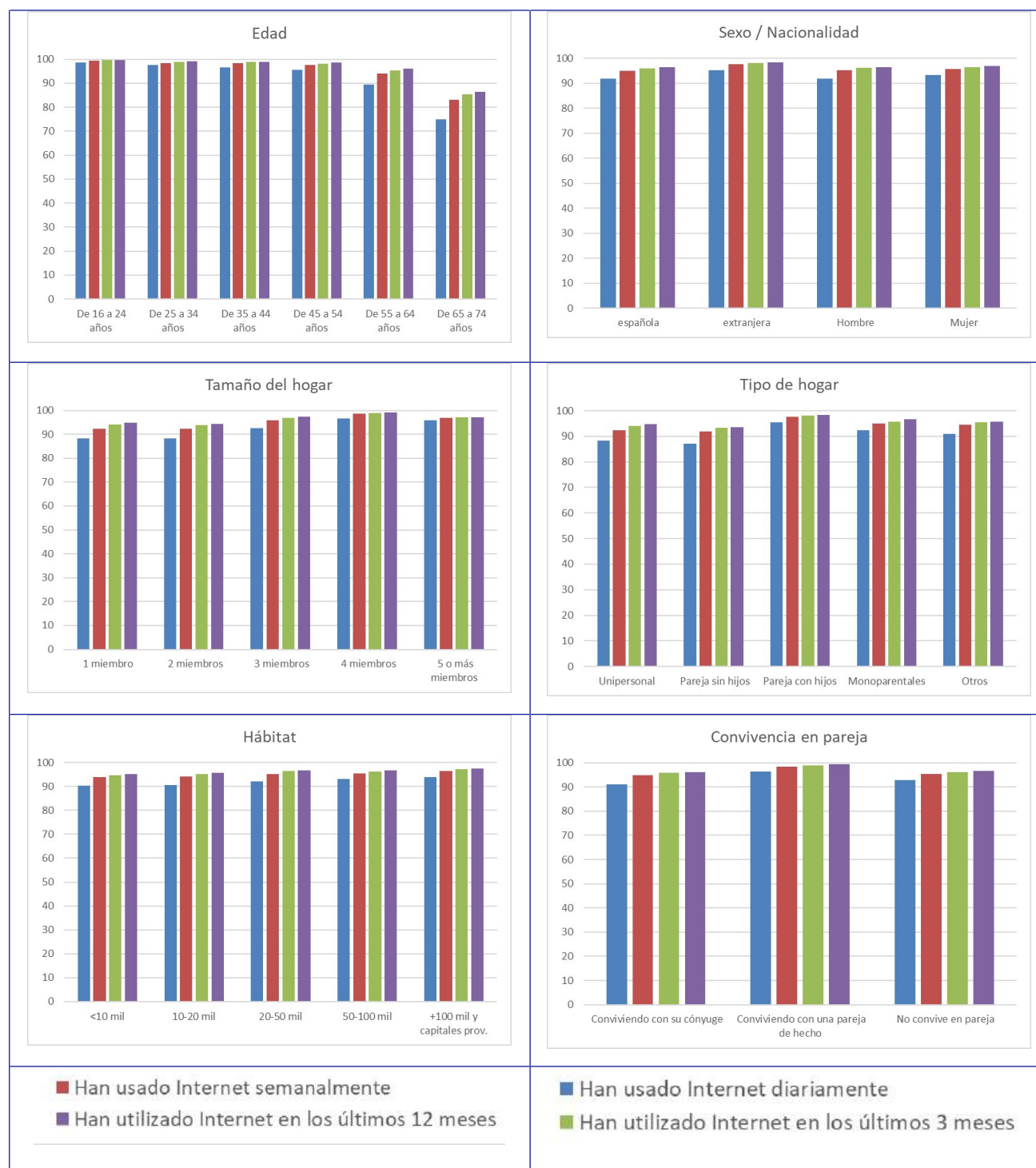
En primer lugar, en el cuadro 3.5 miramos la frecuencia de uso de internet según características demográficas (edad, sexo, nacionalidad, tamaño y tipo de hogar, entre otros). Respecto a la edad, se observa una brecha generacional -menor- en cuanto al acceso a internet y otra -mayor- en cuanto a la frecuencia de uso de internet. En concreto, mientras que más del 90% de las personas hasta 54 años acceden a internet diariamente, para los que se sitúan de 65 a 74 años este porcentaje disminuye en torno a un 20%. Según sexo, nacionalidad y tamaño de municipio, no observamos diferencias significativas, mientras que según tamaño y tipo de hogar sí observamos tasas más altas para aquellos con presencia de menores y/o de mayor tamaño.

Según características socioeconómicas (Cuadro 3.6), el nivel de estudios y los ingresos mensuales netos son las dos características que más afectan en cuanto al acceso diario, registrándose brechas de más de 6 puntos porcentuales básicos entre los hogares de menos y más ingresos.

La situación laboral también condiciona el uso de internet siendo los/as pensionistas y las personas dedicadas a las labores del hogar las que obtienen registros más bajos. También las personas activas paradas registran cifras de participación más bajas, lo que puede poner en riesgo su reincorporación al mercado de trabajo. Esto indica la importancia de reducir esta brecha digital que parecen sufrir estos colectivos, de forma que garanticemos su acceso a los servicios y productos ofrecidos a través de internet.

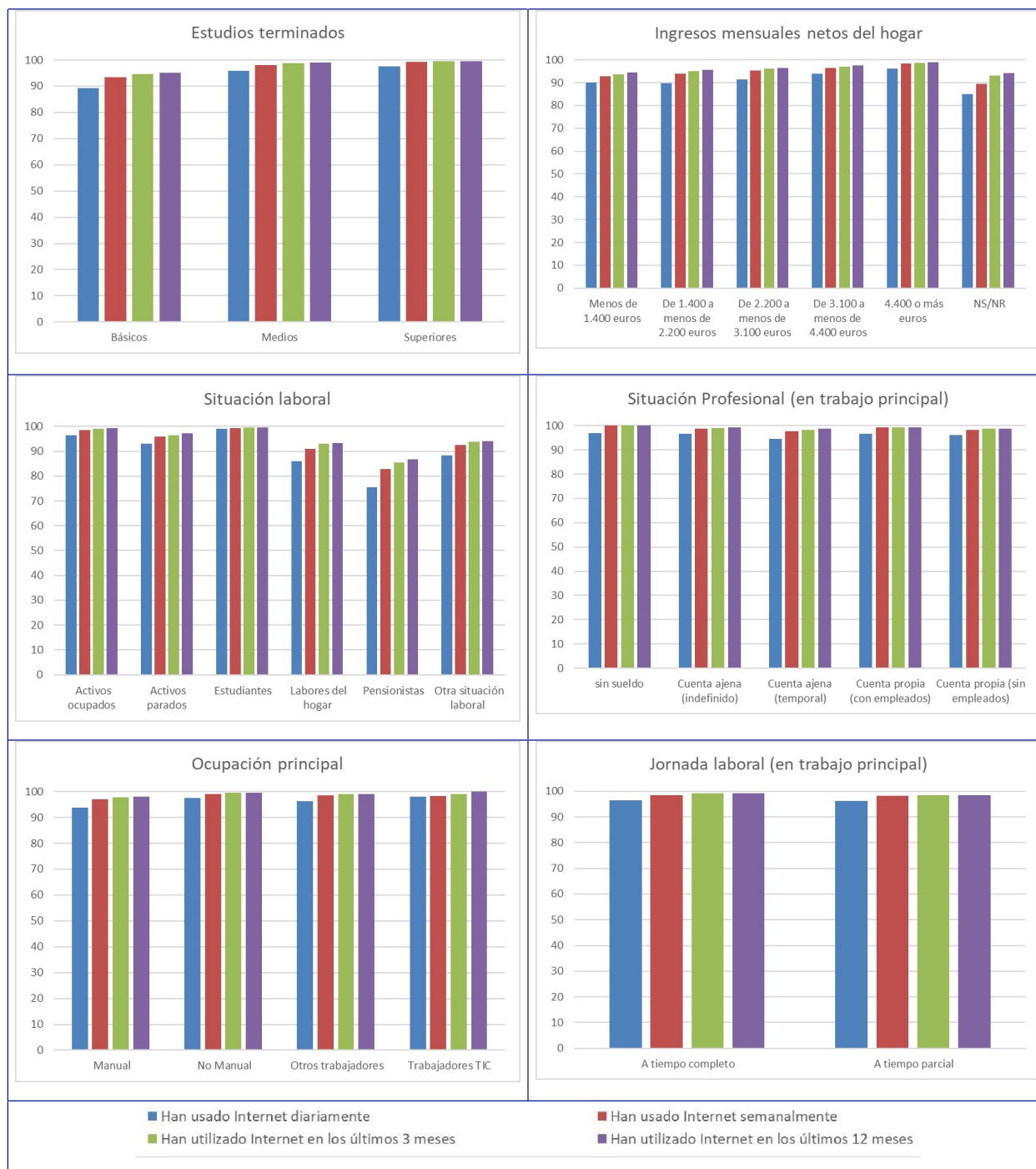
En cuanto al catálogo de servicios usados por cada colectivo según características demográficas (Cuadro 3.7), los de “Comunicación” e “Información” (con cifras cercanas al 100% y al 80% para los menores de 55 años) son los que presentan registros superiores. A continuación, se situaría las categorías “Otra actividad” (que engloba actividades en torno a “Entretenimiento”) y “Educación”. Las de aprendizaje muestran un patrón descendiente más acusado según edad, indicando la menor incidencia de internet en la formación para las franjas superiores. Por último, la participación social y política a través de internet registra tasas en torno al 20% para una mayoría de los colectivos analizados.

Cuadro 3.5 Uso de Internet por características demográficas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2025.



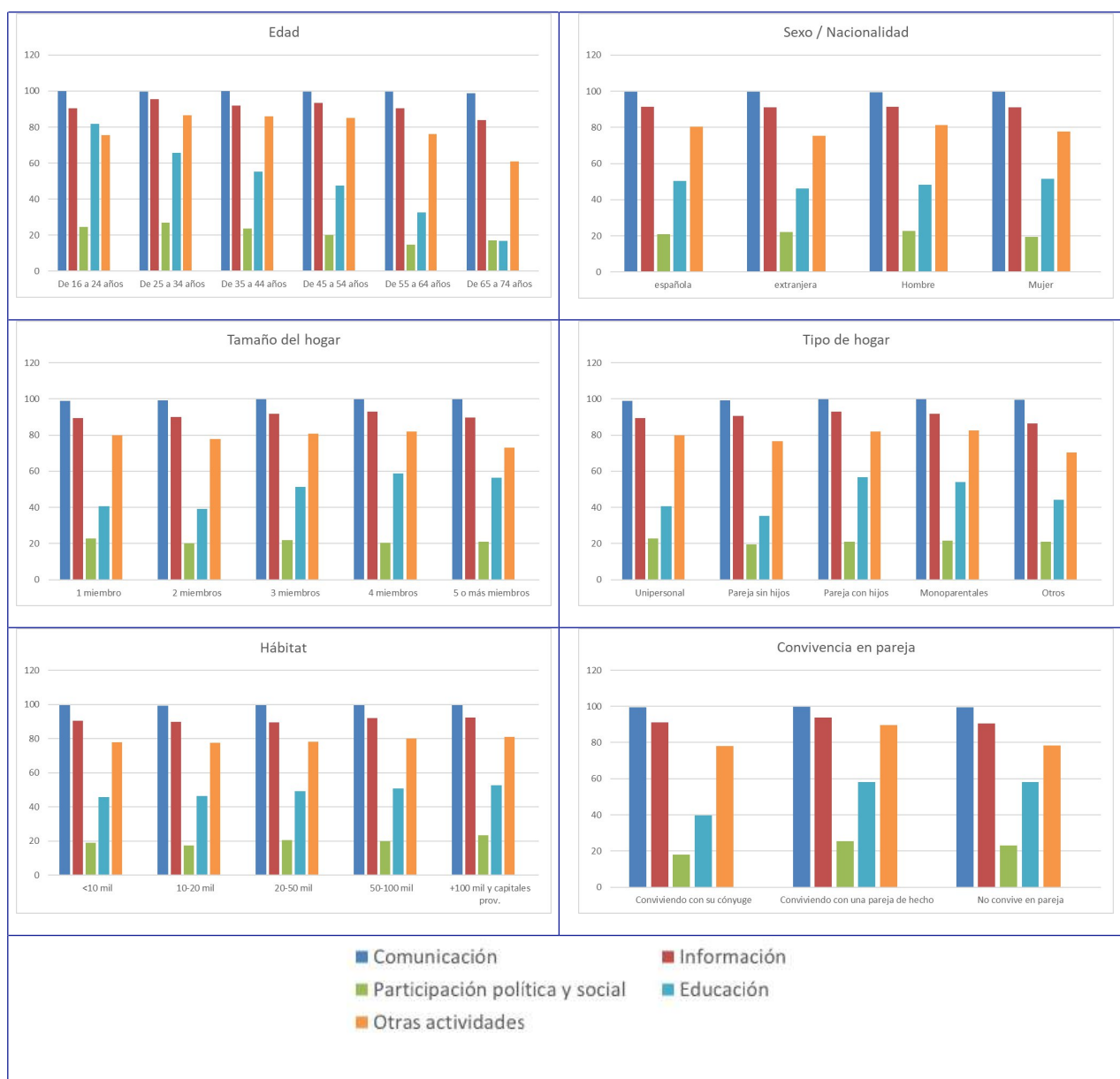
Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Cuadro 3.6 Uso de Internet por características socioeconómicas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

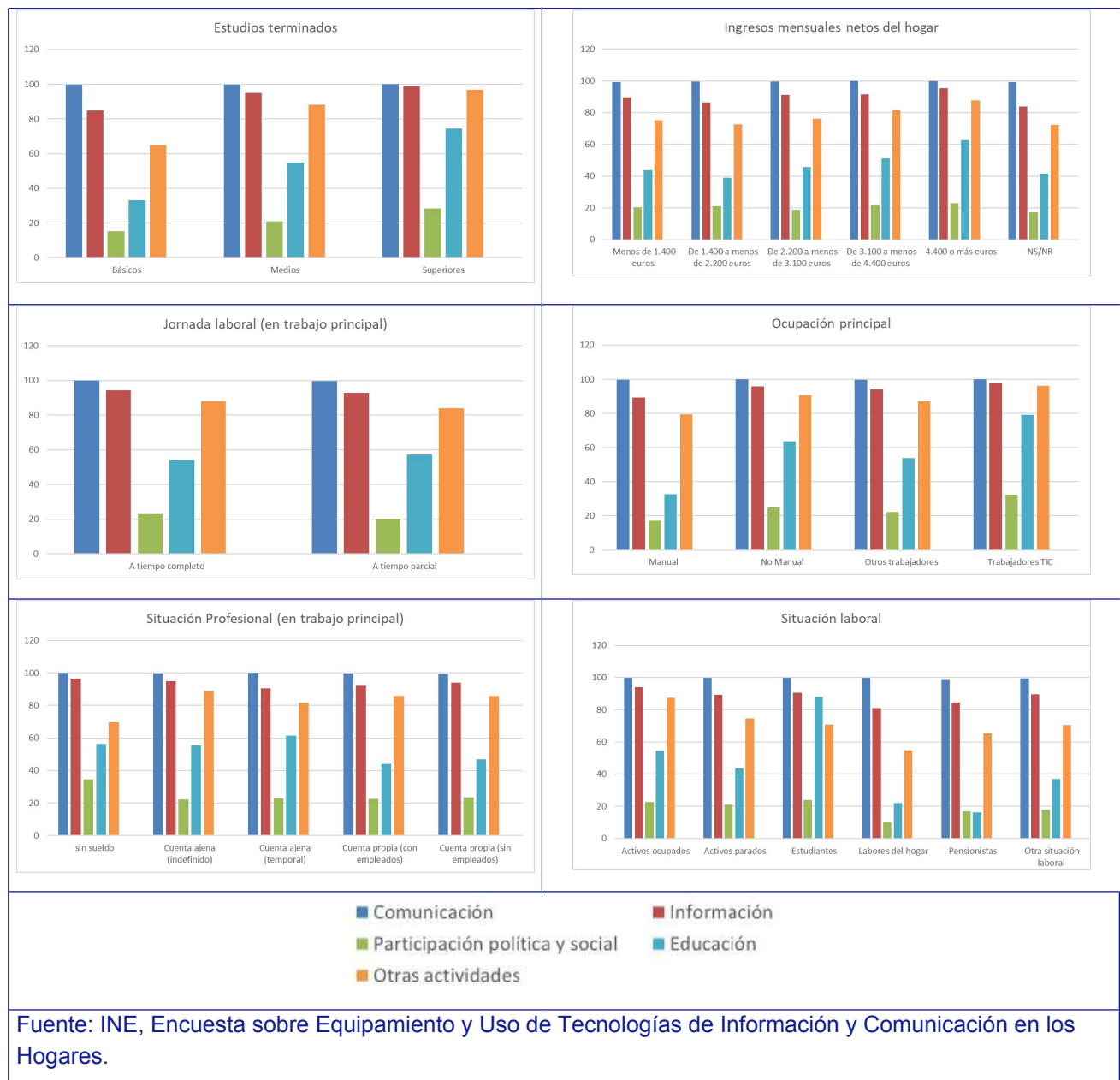
Cuadro 3.7 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características demográficas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Según características socioeconómicas (Cuadro 3.8), se repite el mismo patrón anterior, destacando las diferencias registradas según nivel de estudios y nivel de ingresos. También, como cabría esperar, se obtienen perfiles diferenciados para los colectivos considerados. Por ejemplo, el 88% de los/as estudiantes ha usado internet para su proceso formativo, mientras el resto no pasa del 55%, lo que muestra su enorme importancia dentro del sistema educativo actual.

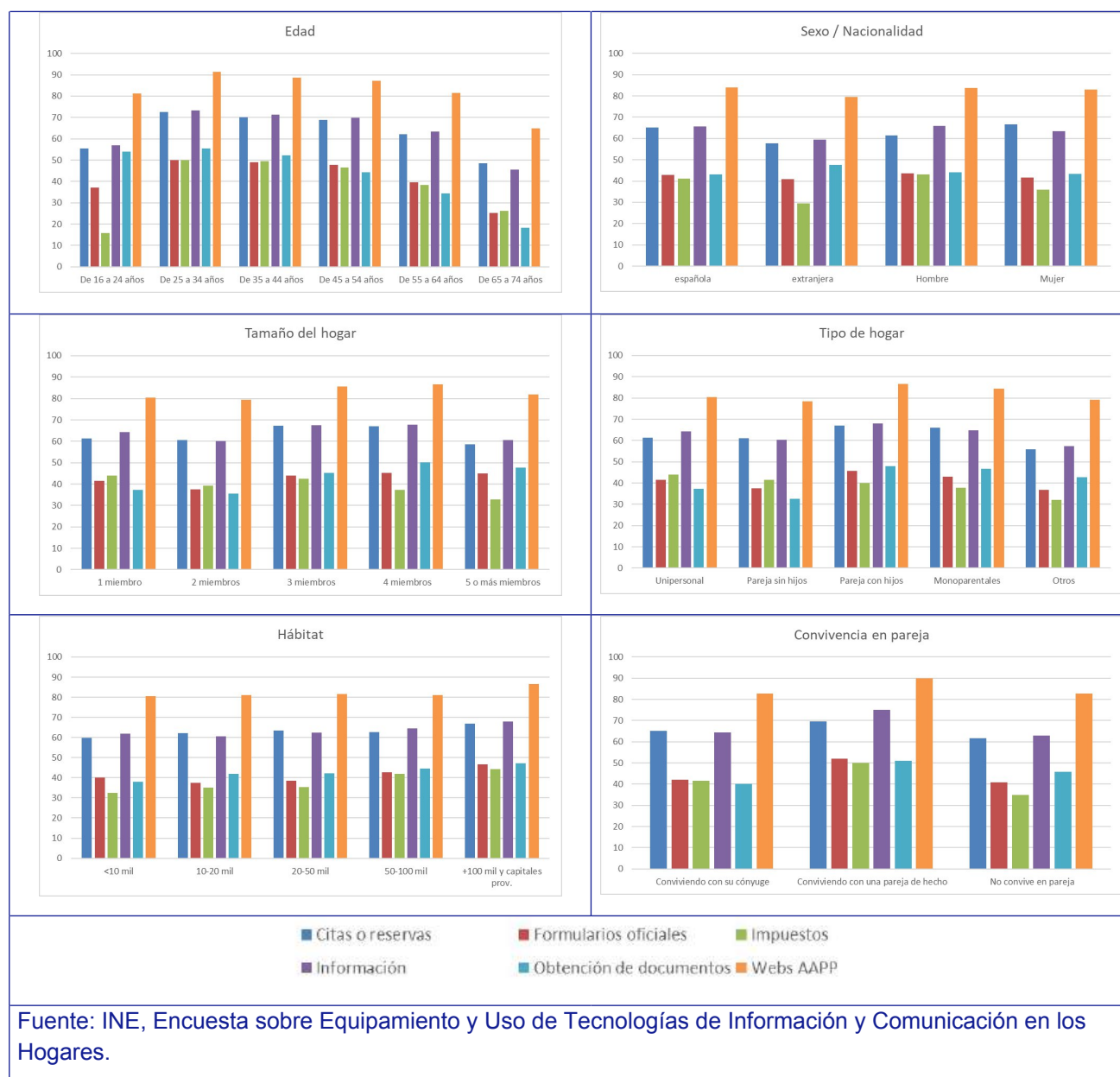
Cuadro 3.8 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características socioeconómicas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2025.



En el siguiente cuadro (3.9) exploramos una perspectiva más institucional del uso de la red. En concreto, las distintas vías que los ciudadanos empleamos para contactar con las administraciones públicas, según características demográficas. De nuevo, observamos discrepancias -mayores, si cabe, respecto a cuadros anteriores- conforme se avanza en el rango de edad. Así, al menos un 80% de los que tienen menos de 54 años manifiesta haber tenido algún tipo de contacto con la administración a través de sus páginas web, mientras que sólo alrededor del 65% de los mayores de 65 y menores de 74 declaran lo mismo. Además, se observa una reducción importante en las categorías clave (citas o reservas,

formularios oficiales y/o peticiones de información), indicando el importante margen de mejora existente respecto a usar internet para trasladar la información gubernamental por esta vía a los/as ciudadanos/as, más allá de la generación a la que pertenezcan.

Cuadro 3.9 Formas de contacto con las administraciones o servicios públicos a través de Internet, por motivos particulares, en los últimos 12 meses, por características demográficas y tipo de acción. Total nacional, 2025.

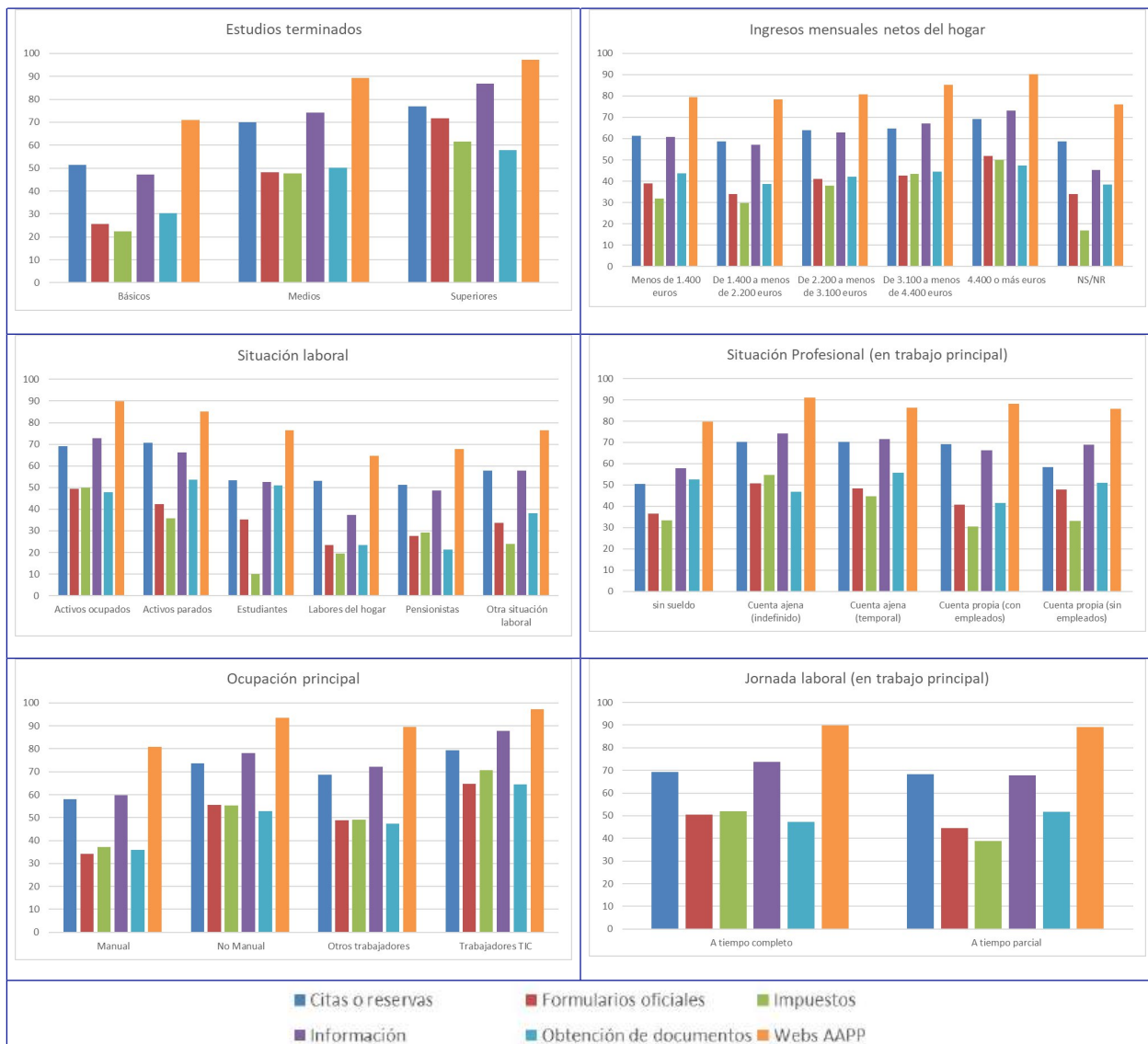


Según características socioeconómicas (Cuadro 3.10), vuelve a manifestarse una fuerte relación (directa) de la interacción con las administraciones públicas según el nivel de estudio y el nivel de ingresos de las personas, algo que aumenta el riesgo de exclusión de aquellos/as en situación más vulnerable en cuanto el acceso a servicios públicos que de

forma cada vez más transversal se ofrecen por esta vía. Los efectos perniciosos son claros y sugieren la urgencia de atender y corregir este fenómeno. Esto mismo se traslada al impacto de la ocupación principal y de la situación laboral, con importantes diferencias entre los activos en sectores más vinculados a las TIC, con otros colectivos como las amas de casa y/o los/as pensionistas.

También se observan tasas ligeramente menores para trabajadores por cuenta propia, indicando la existencia de posibles barreras para una eficiente interacción de este colectivo con las distintas administraciones.

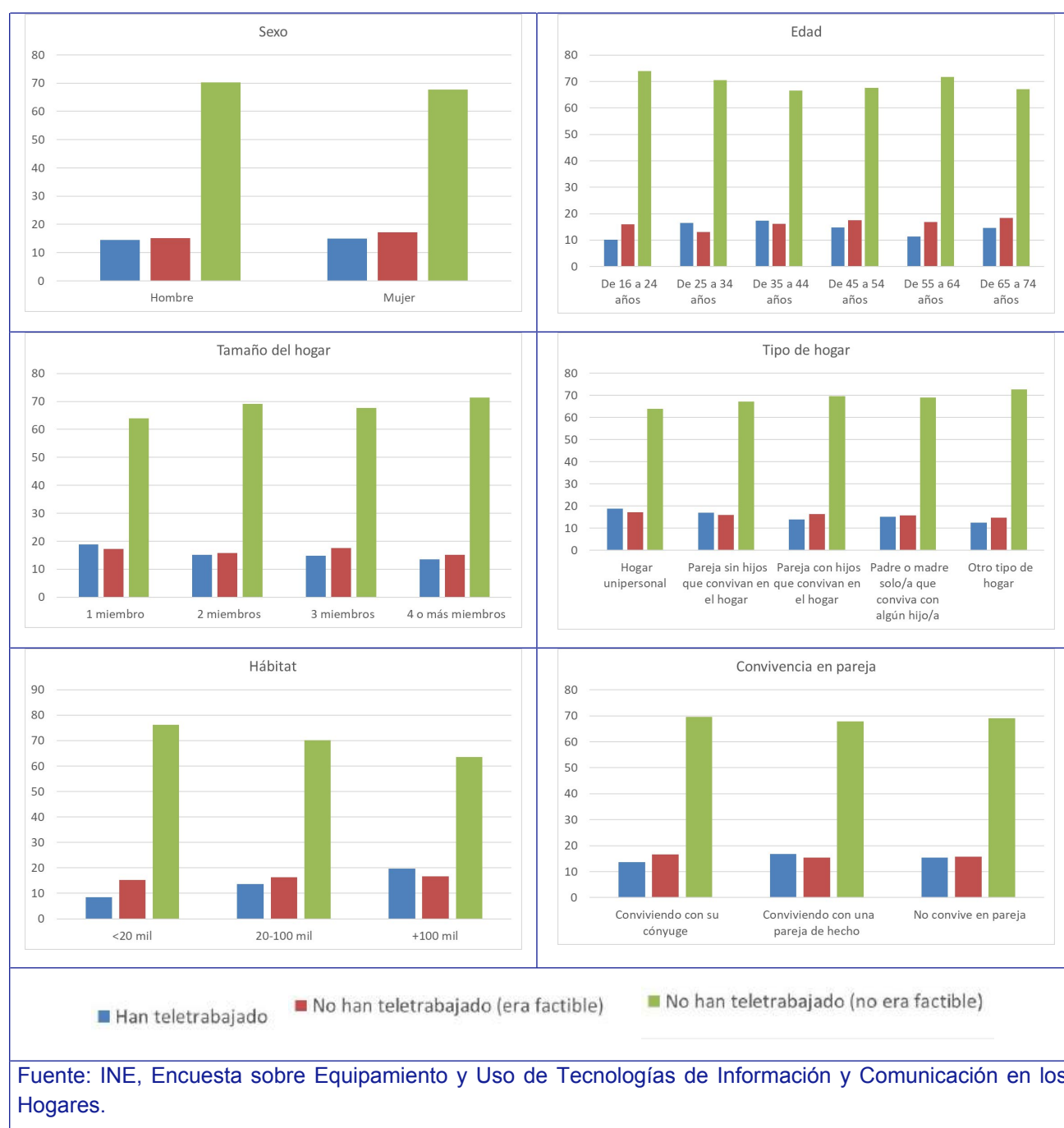
Cuadro 3.10 Formas de contacto con las administraciones o servicios públicos a través de Internet, por motivos particulares, en los últimos 12 meses, por características socioeconómicas y tipo de acción. Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

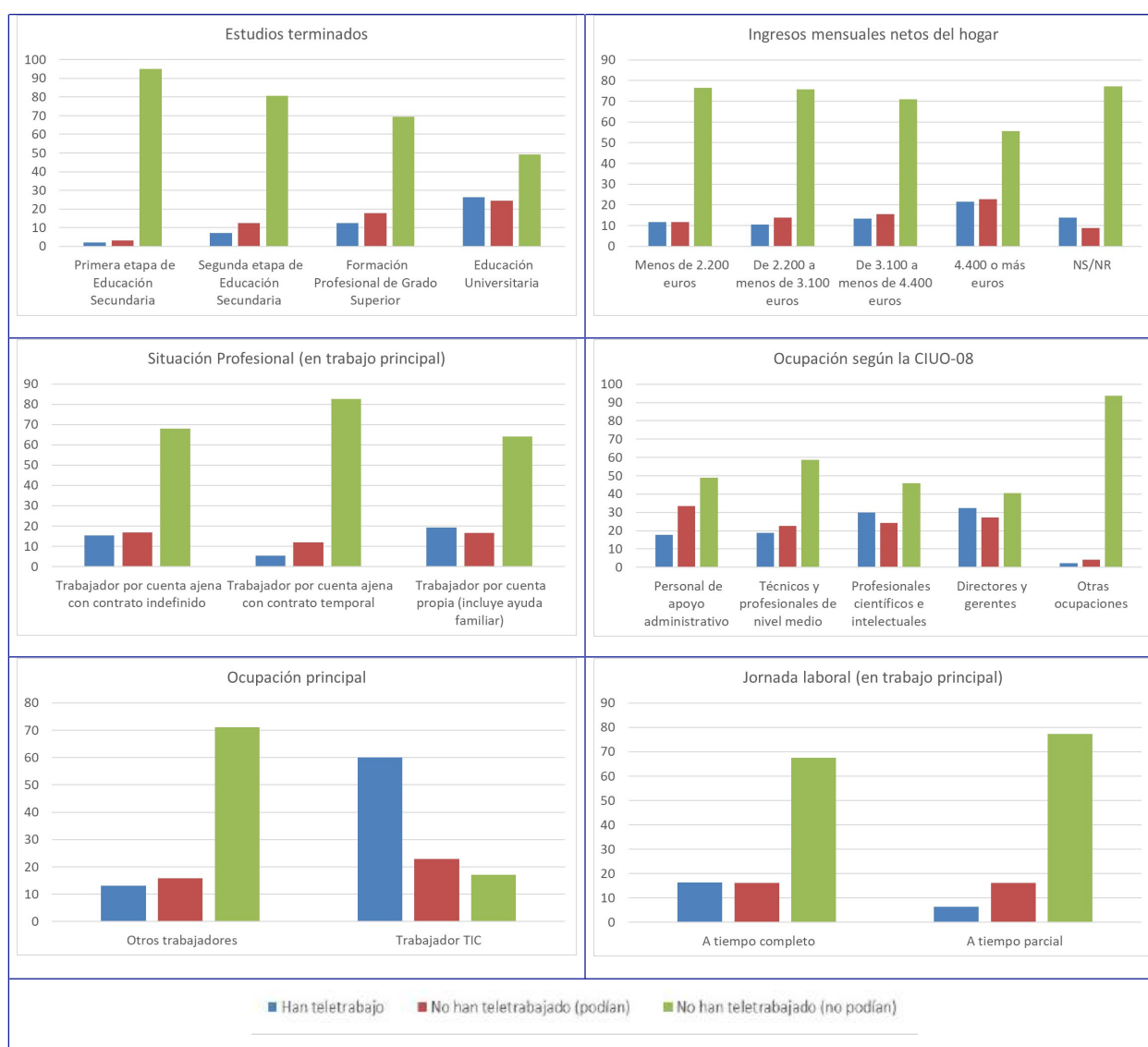
Para concluir el análisis de este rango de edad, estudiamos algunos indicadores de la encuesta de referencia que pueden ser útiles para comprender mejor el papel que juega un elemento tan importante, en la conciliación de vida personal y profesional, como el teletrabajo.

Cuadro 3.11 Incidencia del teletrabajo por características demográficas. Adultos ocupados (16 a 74 años).Total nacional, 2025.



En primer lugar, en el Cuadro 3.11 mostramos la incidencia del teletrabajo durante el periodo de referencia y cómo ésta se ve afectada por las características demográficas. El patrón general indica que hay un porcentaje alto de trabajadores ocupados que no han teletrabajado simplemente por la imposibilidad de hacerlo (al menos, siete de cada diez, para la mayoría de las características). Sin embargo, en torno al 17% de los trabajadores, no teletrabajaron, aunque podían hacerlo, lo que indica que existen barreras a la completa implantación de esta modalidad de trabajo a distancia.

Cuadro 3.12 Incidencia del teletrabajo por características socioeconómicas. Adultos ocupados (16 a 74 años). Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Dentro de este patrón general, los más jóvenes son los que presentan menores tasas de teletrabajo (cercasas al 10%), mientras que quienes viven en ciudades más grandes registran cuotas superiores (en torno al 20%, más del doble del registro para las ciudades de menos de veinte mil habitantes). Este último resultado ofrece una pista interesante sobre el margen de crecimiento de esta modalidad para acometer medidas vinculadas con la resolución de la problemática asociada a la denominada España vaciada.

Según características socioeconómicas (Cuadro 3.12), las cifras indican con claridad la relación inversa del salario y el nivel de estudios con la posibilidad de teletrabajar, añadiendo más dificultades a aquellos/as con una peor posición relativa en el mercado de trabajo. Esto se visualiza de forma nítida según la ocupación principal (TIC versus otras), con diferenciales de incidencia de 54 puntos básicos, aproximadamente.

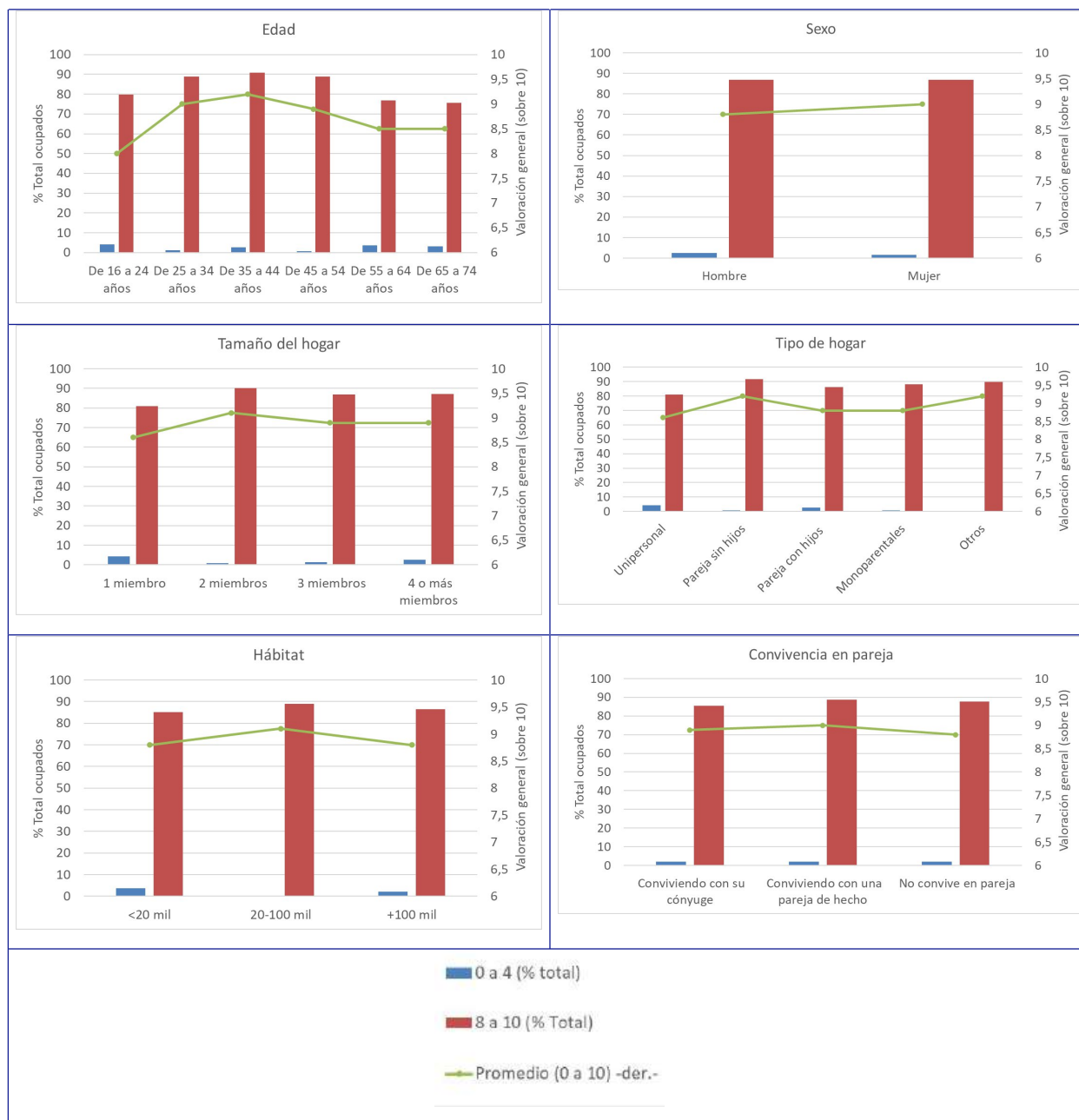
Otro aspecto relevante es el comportamiento de los que pudiendo teletrabajar no lo hicieron (barra roja en los gráficos). Así obtenemos, de forma casi unánime -salvo para los trabajadores TIC-, cifras por encima de la incidencia efectiva de teletrabajo, lo que muestra el margen de mejora existente respecto a esta situación dentro del mercado de trabajo español.

Para comprender mejor los resultados anteriores miramos en los siguientes cuadros (3.13 y 3.14) la valoración media del teletrabajo por parte de los trabajadores, según sus características demográficas y socioeconómicas, respectivamente.

Primero, los más jóvenes valoran mejor esta modalidad de trabajo a distancia (8 de cada 10 lo valoran con al menos 8 puntos sobre 10. También se obtiene una mejor valoración para poblaciones intermedias (veinte a cien mil habitantes), mientras que no parece tener relevancia el tamaño de los hogares, lo que pone de manifiesto que conviene intervenir en los factores que dificultan su implementación en municipios pequeños (España vaciada). Segundo, si bien para las mujeres se obtiene en este caso un ligero diferencial positivo, para los hogares monoparentales la puntuación obtenida es igual que para los hogares formados por una pareja con hijos, indicando que la implementación efectiva de la modalidad está ayudando de forma óptima a conciliar a este colectivo. Tercero, según la ocupación principal, los trabajadores TIC están más conformes con esta modalidad. Por último, trabajar a tiempo parcial conduce a una puntuación significativamente peor a nivel personal, lo que muestra que, quizás, no estamos adoptando esquemas adecuados de adaptación de esta modalidad a este tipo de jornada.

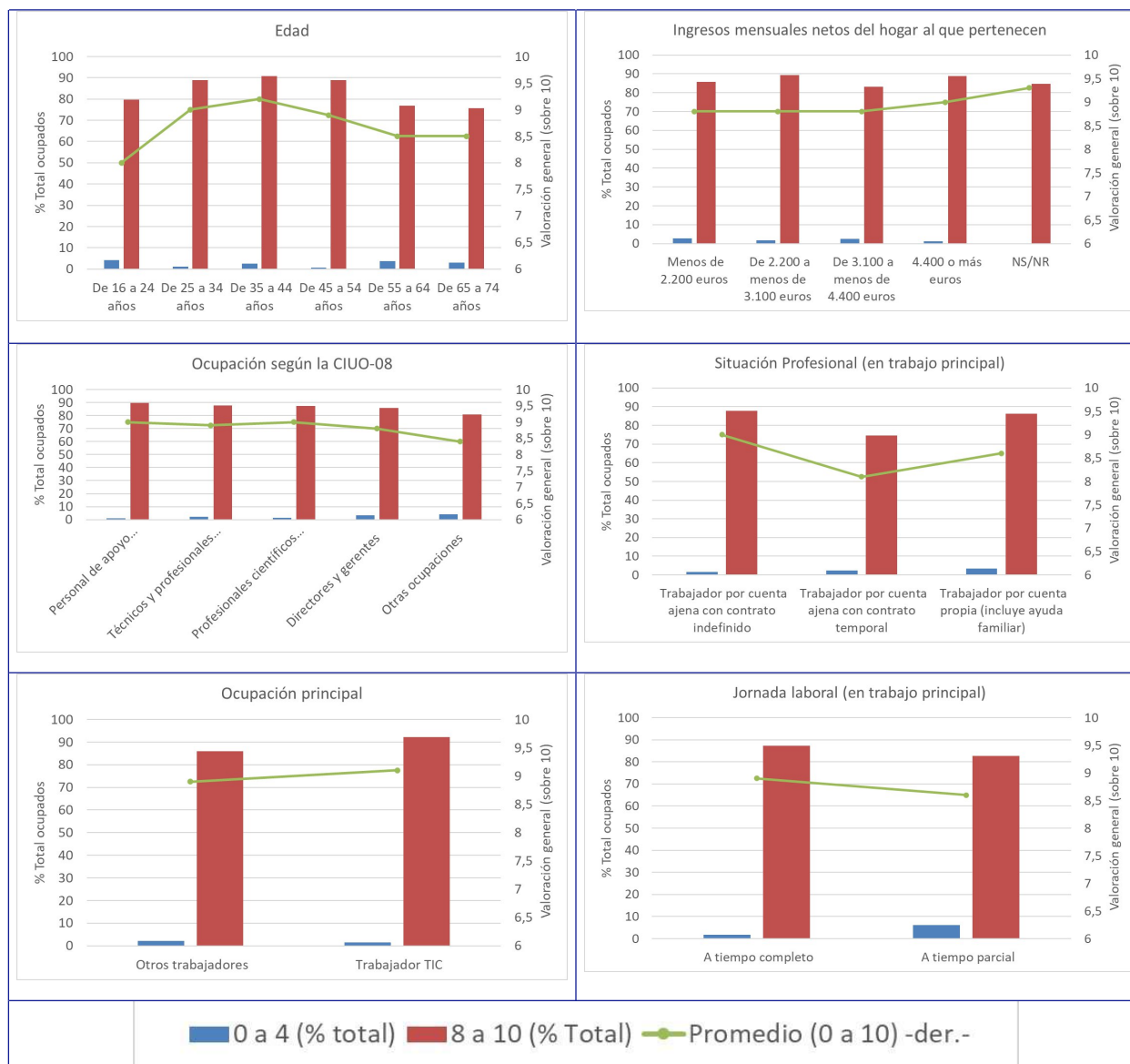
En resumen, estos registros nos permiten identificar áreas de mejora en la implantación de esta modalidad que, como se extrae de los resultados, puede aportar ventajas tanto para las empresas como para los trabajadores y está bien valorada por estos (más de ocho sobre diez).

Cuadro 3.13 Valoración media general sobre la experiencia del teletrabajo, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Cuadro 3.14 Valoración media general sobre la experiencia del teletrabajo, por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2025.



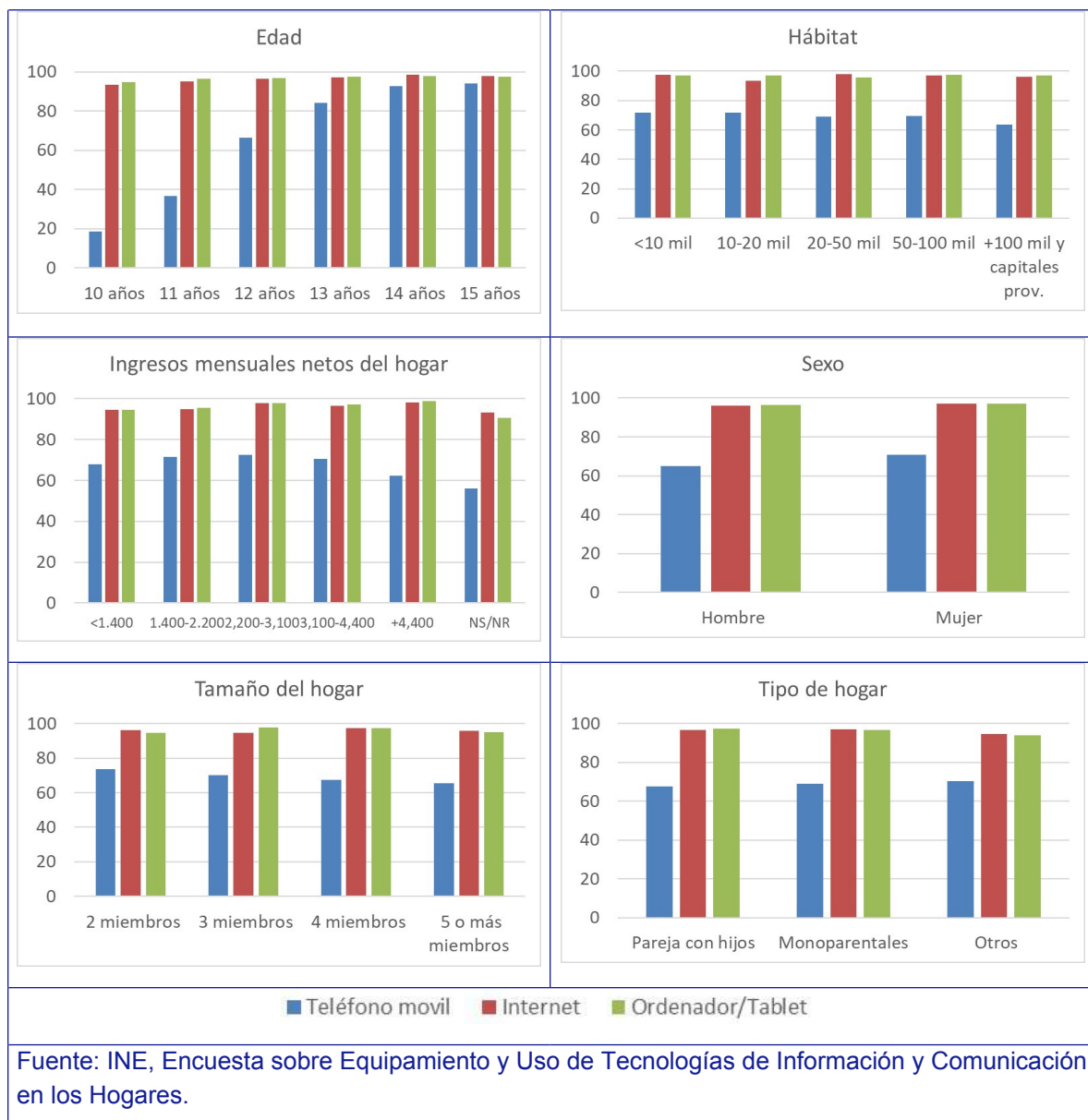
Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

3.2 Niños (10 a 15 años)

En este bloque mostramos el impacto de las características socioeconómicas de los menores (10 a 15 años) respecto al uso y tenencia de equipamientos TIC (Cuadro 3.15). En primer lugar, para aquellos que tienen de 10 a 15 años, observamos que el uso de internet (alrededor del 95% en todas las categorías incluidas) es casi unánime en esta franja de edad, de forma mayoritaria a través de ordenadores y/o tabletas. Los teléfonos móviles no llegan a igualar los registros de ordenadores y/o tabletas en esta franja de edad. Sin embargo, sí

que se produce un aumento progresivo, pasándose de un 18,7% a un 94% entre los 10 y los 15 años. El resto de las características muestra una mayor estabilidad con dos matices. Primero, aquellos hogares con menos ingresos (por debajo de 1.400 euros netos mensuales) muestran registros ligeramente inferiores, lo que nos alerta sobre el riesgo de exclusión de estos menores tanto en lo digital como, también, en las relaciones sociales tan importantes a estas edades. Segundo, lo mismo ocurre para las rentas más altas. Esta circunstancia puede venir explicada por la mayor información de estos hogares sobre los efectos psicológicos negativos del uso del teléfono móvil que empiezan a denunciar algunos expertos o por la posibilidad de relaciones por otros cauces. Y tercero, los hogares monoparentales muestran una mayor propensión a la tenencia de teléfono móvil por parte de sus menores.

Cuadro 3.15 Uso y tenencia de equipamientos TIC en los 3 últimos meses, según características socioeconómicas. Niños 10 a 15 años. Total nacional, 2025.



3.3 Mayores (75 o más)

Por último, miramos de forma específica las cifras relativas a la población de edad mayor de 75 años, con el objetivo de analizar la inclusión y/o adaptación de este colectivo al uso de TIC ya que, como hemos constatado en los cuadros anteriores, quedarse al margen de ellas puede suponer una importante barrera respecto a la cobertura de servicios públicos.

En primer lugar, analizamos la frecuencia de uso de internet según características demográficas y socioeconómicas (Cuadro 3.16), obteniendo las siguientes conclusiones. Primero, la edad se revela con claridad como un factor diferencial claro, con cambios de participación negativos para los mayores de 85 años que ven como sus registros no alcanzan siquiera la mitad de los valores de quienes tienen menos de 84 años. A modo ilustrativo, más de un 25% de este colectivo declara haber usado internet en los últimos tres/doce meses, frente al 53,5% de los que se sitúan entre 75 y 84 años. Segundo, si bien el sexo no parece jugar un papel relevante, la nacionalidad sí que influye en la frecuencia de uso de internet. Los extranjeros presentan cifras que casi duplican las obtenidas para los/as nacionales de esta franja de edad. También la estructura familiar (por tamaño y tipología) influye en los registros obtenidos, alcanzándose cifras más altas para los hogares de mayor tamaño. Esto indica que quizás las TIC no se están aprovechando para combatir la creciente soledad de las personas mayores que tienen muy limitada su actividad. Por último, el uso de internet es mayor y más frecuente para las personas con niveles de estudios superiores y de mayores ingresos.

Para finalizar, en el cuadro 3.17 analizamos los usos alternativos de internet por parte de las personas mayores de 75 años, según sus características socioeconómicas y demográficas. De esta forma, obtenemos que el uso más recurrente es el de la “comunicación”, seguido por el de “información” y, en tercer lugar, “Otras actividades” donde quedan recogidas categorías no mencionadas de forma explícita como el “entretenimiento” y la “salud”. Al contrario, otras actividades relacionadas con el aprendizaje y la participación política y social registran números más modestos (por debajo del 15% para casi todos los casos considerados). Estas cifras, además, son muy sensibles a características como la edad, la nacionalidad (con cifras mejores para los/as extranjeros/as), el nivel de estudios y de ingresos -especialmente en la categoría de aprendizaje- y la estructura familiar.

En resumen, se hace necesario garantizar el acceso de este colectivo a estos servicios digitales en aras de conseguir reducir las brechas digitales generacionales que el rápido desarrollo de nuevos productos y servicios parece propiciar, de acuerdo con lo aquí expuesto.

Cuadro 3.16 Uso de Internet, por características demográficas y socioeconómicas y frecuencia de uso. Mayores (75 o más). Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Cuadro 3.17 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses, por características demográficas y socioeconómicas y naturaleza del servicio. Mayores (75 o más). Total nacional, 2025.



Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

LAS FAMILIAS EN ESPAÑA: UN ANÁLISIS DE SU REALIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

Observatorio
Socioeconómico



Indicadores socioeconómicos de los hogares: Equipamiento y uso de TIC en los hogares

Observatorio 2025, volumen 5.

*Manuela Prieto Rodríguez
Antonio Jesús Sánchez Fuentes*