

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

Periodo de referencia 2005 - 2021

Volumen VI: Equipamiento y uso de TIC en los hogares.

Antonio Jesús Sánchez Fuentes

Diciembre 2021



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

Periodo de referencia: 2005 - 2021

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

Antonio Jesús Sánchez-Fuentes, Instituto Complutense de Estudios Internacionales (ICEI-UCM) & GEN-UVigo

Director del Grupo de investigación “Políticas de Familia” de la U. Complutense de Madrid

Diciembre, 2021

@ Acción Familiar Príncipe de Vergara, 128. Esc. Dcha. – Entreplanta
28002 Madrid

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

Web: accionfamiliar.org

Correo: accionfamiliar@accionfamiliar.org

Difusión gracias a:



Tabla de contenido

Presentación.....	3
Resumen ejecutivo	5
Índice de Cuadros	8
1 Introducción	10
2 Equipamiento y uso de productos TIC en el hogar	10
3 Uso de nuevas tecnologías por las personas.....	14
3.1 Niños (6 a 15 años)	30
3.2 Adultos (16 a 74 años)	18
3.3 Mayores (75 o más).....	32

Presentación¹

Tras la publicación el pasado mes de enero del informe “Las familias en España: un análisis de su realidad social y económica” pretendemos en este documento actualizar los indicadores allí incluidos, una vez se disponen de nuevos datos publicados. A nivel institucional, este informe -como también lo fue el escrito en 2018- es una colaboración de la Unidad de Investigación y Estudios de Familia de la ONG Acción Familiar y el Grupo de Investigación en Políticas de Familia de la Universidad Complutense de Madrid.

Vivimos una época de cambios profundos donde consideramos muy oportuno realizar un seguimiento detallado de la situación social y económica de los hogares españoles de cara a identificar los múltiples impactos que la pandemia actual podría causar en sus múltiples dimensiones (sanitaria, social, económica o política, entre otras). No se intuye que ninguna de estos impactos vaya a dejar al margen a una institución como la familia, que está en el centro de muchas de las decisiones privadas de las personas que tienen consecuencias sobre este fenómeno. 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.

Dada la gran cantidad de fuentes estadísticas incluidas en esta publicación y sus dispersas fechas de publicación dentro del calendario oficial del Instituto Nacional de Estadística, hemos optado por organizar el documento en distintos volúmenes (Ver Cuadro 0)

El marco general de análisis de este documento sigue sin grandes cambios. Esto es, se sitúa en torno al 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 comparados a nivel internacional. Ambos factores vienen acelerando el envejecimiento demográfico registrado en España que, 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.

El autor

¹ Para comentarios, sugerencias y/o preguntas, estamos disponibles en el email: investigacion@accionfamiliar.org

Cuadro 0: Estructura del informe, por volúmenes

BLOQUES	DESCRIPCIÓN	FUENTE ESTADÍSTICA
Volumen I	Estructura y evolución de la población en España. Composición y características de los hogares	Estadística del padrón continuo
		Encuesta continua de hogares (ECH)
Volumen II	Situaciones de especial vulnerabilidad: violencia doméstica y de género	Estadística de violencia doméstica y de género
Volumen III	Comportamientos sociales: Indicadores demográficos básicos	Indicadores demográficos básicos
		Movimiento natural de la población
		Estadística de Interrupciones Voluntarias del Embarazo
Volumen IV	Indicadores socioeconómicos de los hogares: Nivel de renta y consumo de los hogares. Composición del gasto	Estadística de defunciones según la causa de muerte
		Encuesta de condiciones de vida (ECV)
Volumen V	Comportamientos sociales: Nupcialidad, separaciones y divorcios	Encuesta de presupuestos familiares (EPF)
		Estadística de nulidades, separaciones y divorcios
Volumen VI	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
Volumen VII	Situaciones de especial vulnerabilidad: Personas y hogares según presencia de discapacidad	El empleo de las personas con discapacidad
		El salario de las personas con discapacidad

Fuente: elaboración propia

Resumen ejecutivo

1. En este volumen resumimos un aspecto que, progresivamente, va adquiriendo relevancia en nuestro día a día. En concreto, el relativo a las tecnologías de la información y comunicación, 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 hoy casi universales como el acceso a internet con banda ancha (96.1% en 2021) 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 93.9% de la población española se ha conectado a internet en los últimos tres meses, y el 85.8% lo hace de forma diaria, indicando lo cotidiano de esta realidad. Sin embargo, sólo el 55.2% declaraba 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 30%.
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. 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” y “acceso a la información” son los que presentan registros superiores (con cifras cercanas al 100% y al 80% para los menores de 55 años).
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 de 25 a 34 años manifiesta haber tenido algún tipo de contacto con la administración, sólo el 40% de los mayores de 65 y menores de 74 declaran lo mismo.
9. Los resultados muestran con claridad una relación (directa) de la interacción con las administraciones públicas según 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. Los efectos perniciosos (tanto directos como indirectos) de estas diferencias sugieren la urgencia de atender y corregir este fenómeno.
10. En líneas generales, un porcentaje muy bajo de la población española declara tener “mucho” confianza en internet, lo que puede impedir el uso pleno de los servicios y productos ofrecidos allí, así como todas las interacciones con las administraciones públicas que pudieran propiciar mejoras.
11. El elemento más condicionante parece ser la edad (con una mayor desconfianza para aquellos de más edad), seguido del sexo (más confianza por parte de los hombres) y la nacionalidad (mejor para los/as extranjeros/as).

12. Respecto a la incidencia del teletrabajo, el patrón general indica que hay un porcentaje alto de trabajadores que no han teletrabajado simplemente por la imposibilidad de hacerlo (en torno a un 60% para la mayoría de las características). Más importante, en torno al 20% de los trabajadores no teletrabajaron, aunque podían hacerlo, lo que indica que pueden existir barreras a la completa implementación de esta modalidad de trabajo a distancia.
13. 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 60 puntos básicos.
14. Otro aspecto relevante es la de los que pudiendo teletrabajar no lo hicieron, algo que ocurrió en mayor medida a aquellos trabajadores con más salario y formación.
15. Los más jóvenes y las mujeres valoran mejor el teletrabajo, si bien lo hace más pensando en las ventajas que aporta a nivel profesional que a nivel personal.
16. Además, trabajar a tiempo parcial conduce a una puntuación significativamente peor a nivel personal, lo que muestra que, quizás, no estamos adoptando esquemas adecuados de trabajo a distancia.
17. El balance general muestra cómo las ventajas -sistemáticamente por encima del 50%- están más presentes que las desventajas -por debajo del 30% para la mitad de las opciones incluidas-, por lo que valoración parece globalmente positiva. Además, no se observan diferencias significativas de valoración entre mujeres y hombres.
18. Respecto a las ventajas del teletrabajo, “evitar desplazamientos” es el principal beneficio declarado por los encuestados, seguidos por la mejora de la gestión del tiempo de trabajo. En el siguiente nivel se sitúa tanto la mejor de la conciliación de la vida familiar como el mejor aprovechamiento/ahorro de tiempo que supone (especialmente para trabajadores más jóvenes y de municipios de más tamaño). En menor medida, se valora la comodidad de trabajar desde casa y, sobre todo, el ahorro de dinero que supone.
19. Por el lado negativo, el 80% de los trabajadores manifiesta como impacto negativo la falta de relación social con sus compañeros. A continuación, con un 60% de respuestas afirmativas, aparece la dificultad que encuentran de desconexión laboral. El tercer favor negativo indicado - en torno al 40%- es la mayor sobrecarga de trabajo asumida en esta modalidad. Finalmente, con una incidencia menor encontramos otros factores como la incomodidad de trabajar desde casa, una peor organización del trabajo y/o la falta de recursos técnicos.
20. Para los menores de 10 a 15 años, observamos que el uso de internet (por encima del 90% en todas las categorías incluidas) es casi unánime, de forma mayoritaria a través de ordenadores y/o tabletas.
21. Los teléfonos móviles igualan los registros sólo a partir de 14 años, una vez va ganando peso de forma progresiva su presencia en el rango de 10 a 13 años, donde se pasa de un 20% a un 85.7% con 13. Aquellos hogares con menos ingresos (por debajo de 900 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.
22. La incidencia de las clases online en los últimos tres meses es mayor para los niños de más de 10 años (un 20% más que los de 6 a 9), al no ser obligatorias para los más pequeños.
23. Por lo demás, mientras que el tamaño de la localidad y el sexo/género no parece jugar un papel relevante, el nivel de ingresos sí que introduce algunos matices. En concreto, los de menor renta, tienen una mayor limitación de medios en el hogar para atender los compromisos formativos de

sus hijos/as algo que termina provocando menores porcentajes de asistencia a clases online (10-15 puntos básicos).

24. 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 20 puntos porcentuales básicos.
25. 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 que casi triplican las obtenidas para los/as nacionales. También la estructura familiar (por tamaño y tipología) influye en los registros obtenidos obteniéndose cifras más altas para los hogares de menor tamaño, donde no residen los hijos y, también, donde se convive en pareja.
26. Finalmente, el uso declarado como más recurrente es el de la “comunicación”, seguido por el de “acceso a la información” y, en tercer lugar, otras actividades que no serían ni aquellas vinculadas al aprendizaje ni a la participación política y social. 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.

Índice de Cuadros

Cuadro 2.1 Porcentaje de viviendas por tipo de equipamiento. Total nacional, 2006-2021.....	11
Cuadro 2.2 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, ordenadores vs tablet. Total nacional, 2021.	11
Cuadro 2.3 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, teléfono fijo vs móvil. Total nacional, 2021.	12
Cuadro 2.4 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, banda ancha fija vs móvil. Total nacional, 2021.....	13
Cuadro 2.5 Viviendas principales sin acceso a internet por características socioeconómicas y motivos declarados. Año 2021.	14
Cuadro 3.1 Porcentaje de personas según utilización y compra a través de internet. Total nacional, 2006-2021	15
Cuadro 3.2 Niños de 10 a 15 años y uso de TIC. Total nacional, 2006-2021	15
Cuadro 3.3 Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2021.....	16
Cuadro 3.4 Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2021	17
Cuadro 3.5 Uso de Internet por características demográficas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2021.	18
Cuadro 3.6 Uso de Internet por características socioeconómicas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2021.....	19
Cuadro 3.7 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características demográficas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2021.....	20
Cuadro 3.8 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características socioeconómicas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2021.....	21
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, 2021.	22
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, 2021.	23
Cuadro 3.11 Grado de confianza en Internet, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021	24
Cuadro 3.12 Grado de confianza en Internet, por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.....	25
Cuadro 3.13 Incidencia del teletrabajo por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.	26
Cuadro 3.14 Incidencia del teletrabajo por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.	27

<i>Cuadro 3.15 Valoración media sobre la experiencia del teletrabajo a nivel general, profesional y personal, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.....</i>	<i>28</i>
<i>Cuadro 3.16 Valoración media sobre la experiencia del teletrabajo a nivel general, profesional y personal, por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.....</i>	<i>29</i>
<i>Cuadro 3.17 Ventajas y desventajas declaradas sobre teletrabajo, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.</i>	<i>30</i>
<i>Cuadro 3.21 Uso y tenencia de equipamientos TIC en los 3 últimos meses, según características socioeconómicas. Niños 10 a 15 años. Total nacional, 2021.</i>	<i>31</i>
<i>Cuadro 3.22 Asistencia a clases a través de internet en los últimos 3 meses, según características socioeconómicas. Niños de 6 a 15 años. Total nacional, 2021.</i>	<i>32</i>
<i>Cuadro 3.23 Uso de Internet, por características demográficas y socioeconómicas y frecuencia de uso. Mayores (75 o más). Total nacional, 2021.</i>	<i>33</i>
<i>Cuadro 3.24 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, 2021.</i>	<i>34</i>

1 Introducción

Dentro de nuestro análisis de las condiciones de vida de los hogares, en este volumen resumimos un aspecto que, progresivamente, va adquiriendo relevancia en nuestro día a día. En concreto, el relativo a las tecnologías de la información y comunicación, 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). 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 estos productos. Primero, mostramos las cifras para los/as menores hasta 15 años, con una mirada dirigida tanto a su acceso a determinados dispositivos como los teléfonos móviles como a su uso en la esfera formativa. Segundo, la incluida de forma más detallada, refiere a los adultos (16 a 74 años), que tienen una participación más activa en la esfera laboral o profesional. 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

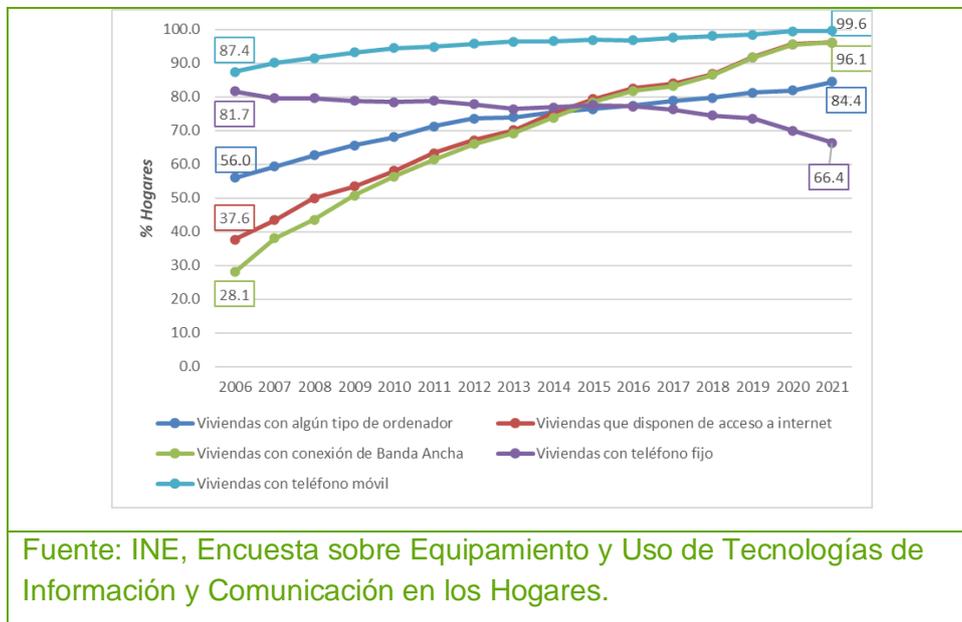
En esta sección analizamos los equipamientos TIC disponibles en los hogares y su uso en los hogares, según sus características socioeconómicas. En primer lugar, en el Cuadro 2.1, de cara a analizar el grado de penetración de los distintos equipamientos, mostramos la evolución reciente del porcentaje de viviendas que dispone de ellos, para el periodo 2006-2021.

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 2021 se ha convertido casi en universal (96.1%), registraban entonces porcentajes significativamente más bajos (28.1% en 2006). Por lo demás, la telefonía fija es la única que ha perdido implementación (15 pp menos) a pesar de que este descenso se ha visto reducido posiblemente por su inclusión en los paquetes tarifarios ofrecidos por los operadores.

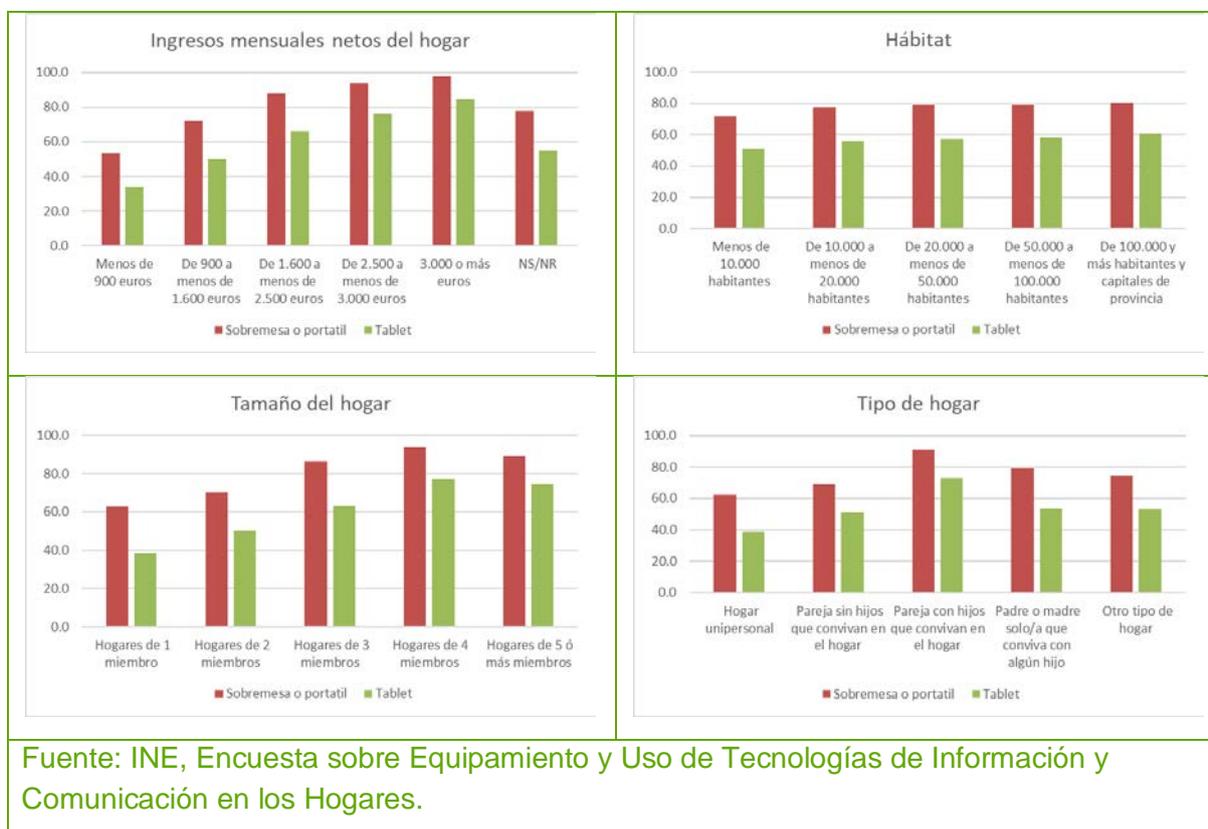
Los últimos datos publicados nos permiten comparar la penetración de equipamientos con funcionalidades similares en los hogares según características socioeconómicas. En primer lugar, si comparamos el uso de ordenadores de sobremesa o portátiles versus tabletas (Cuadro 2.2), vemos cómo los primeros están más presentes en los hogares españoles. Además, su presencia está más condicionada por el nivel de ingresos, el tamaño y el tipo de hogar que por el tamaño de la localidad donde se reside. 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, con porcentajes en torno al 50%. 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 ofertados a través de internet como a la red de contactos sociales que esta vía les puede proporcionar.

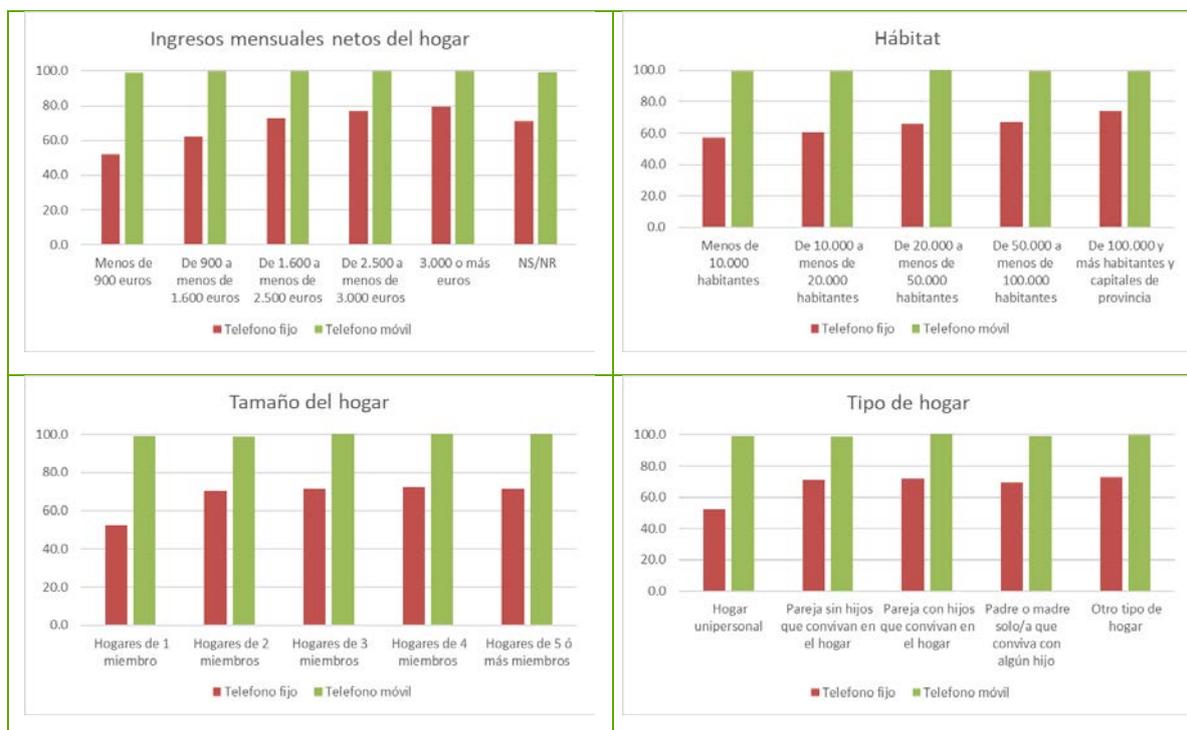
Cuadro 2.1 Porcentaje de viviendas por tipo de equipamiento. Total nacional, 2006-2021.



Cuadro 2.2 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, ordenadores vs tablet. Total nacional, 2021.



Cuadro 2.3 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, teléfono fijo vs móvil. Total nacional, 2021.



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

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 incluidas. 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 (40 puntos básicos de diferencia en los rangos extremos) y en función del tamaño y el tipo de hogar (30 puntos básicos aproximadamente), y un comportamiento más estable según el tamaño del municipio. Para la banda ancha móvil, sin embargo, 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).

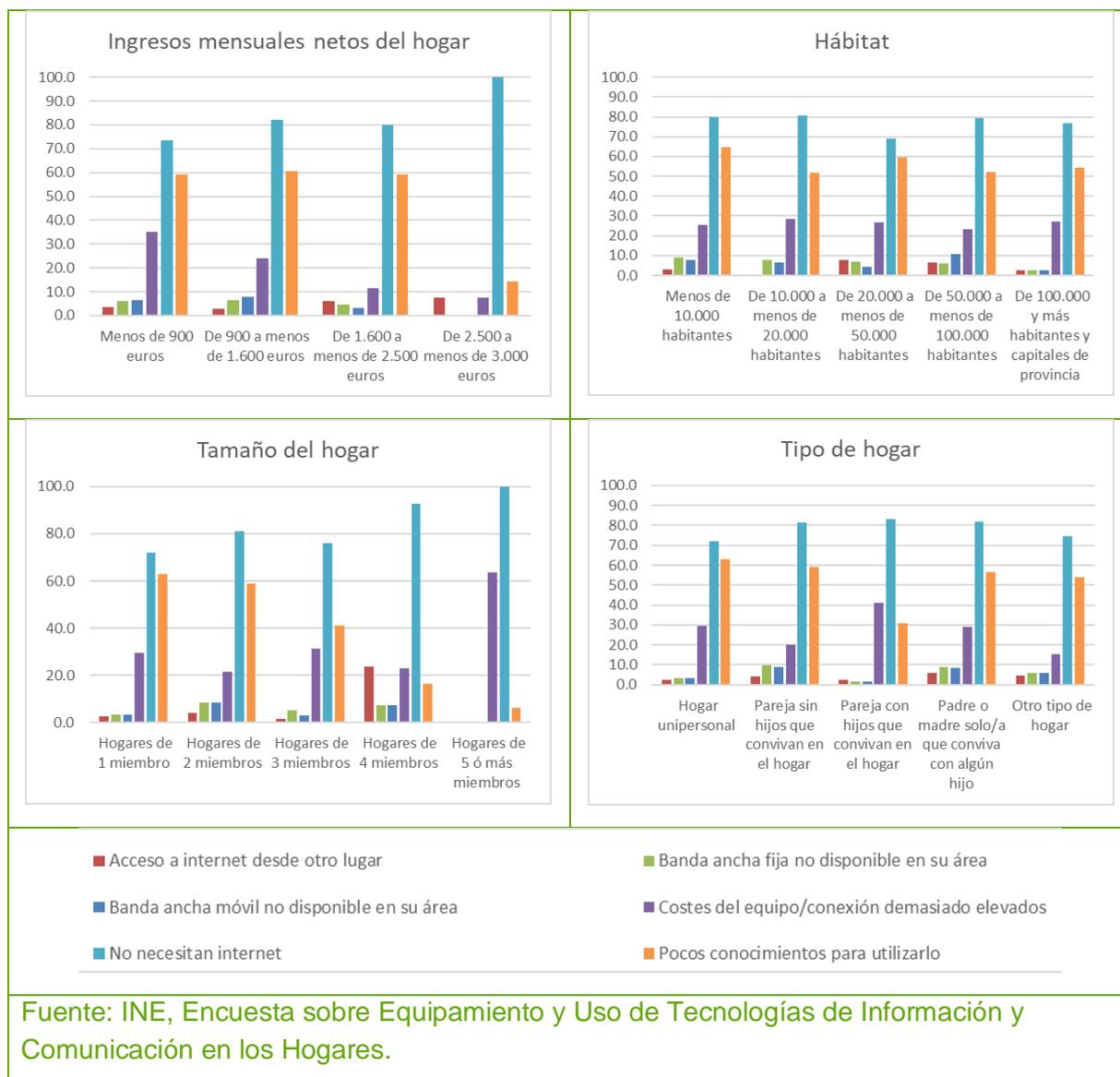
Cuadro 2.4 Equipamiento de productos TIC en las viviendas principales por características socioeconómicas, banda ancha fija vs móvil. Total nacional, 2021.



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

Por último, resumimos los motivos de los hogares españoles para no acceder a internet (Cuadro 2.5). La razón más presente, “No necesitar internet”, presenta porcentajes por encima del 70% para todas las categorías indicando que las tecnologías TIC, seguido por aquellos hogares donde se refiere a los “pocos conocimientos”. También es destacable como el coste del equipo y/o la conexión es una barrera de acceso para, sobre todo, los hogares de menos renta y más tamaño (5 personas o más). Finalmente, la no disponibilidad de banda ancha presenta cifras mucho menores, indicando que las infraestructuras digitales existentes parecen ofrecer una buena cobertura de las necesidades de la población.

Cuadro 2.5 Viviendas principales sin acceso a internet por características socioeconómicas y motivos declarados. Año 2021.



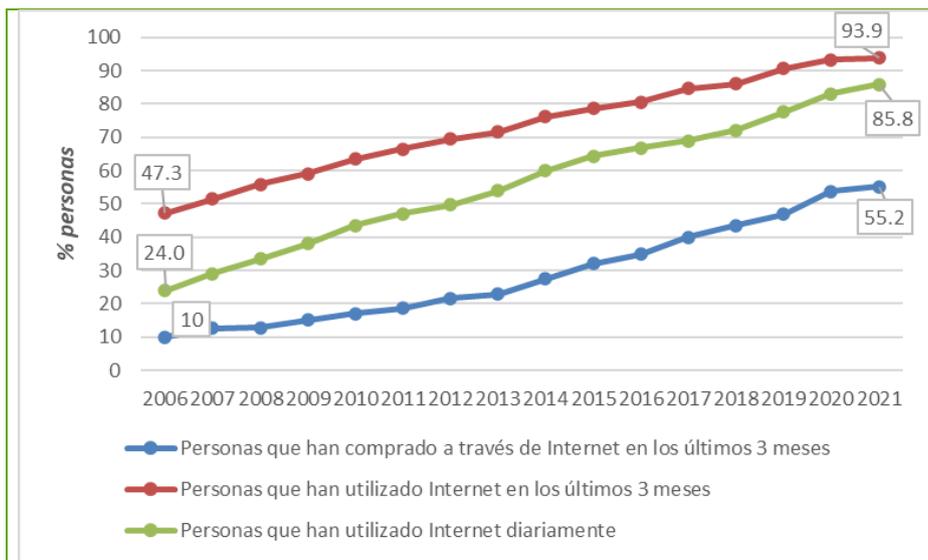
3 Uso de TIC por las personas

En este apartado analizamos el uso que, a nivel personal, realizamos de las TIC. En primer lugar, (Cuadro 3.1) mostramos el porcentaje de personas que han usado internet (bien en los últimos tres, 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 2021.

La primera conclusión general es que el 93.9% de la población española se ha conectado a internet en los últimos tres meses, y el 85.8% 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 y, también,

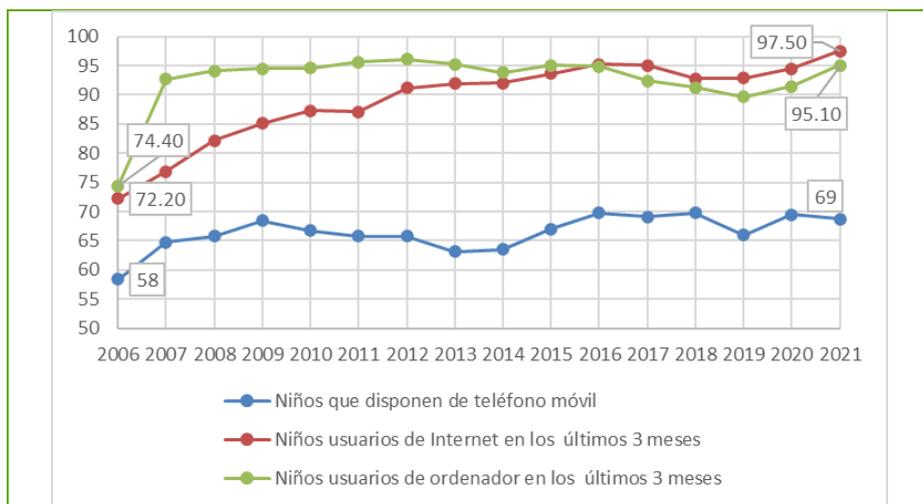
para funcionalidades que generaban más desconfianza como la compra de bienes y servicios (el 55.2% declara haberlo hecho en los últimos tres meses, frente al 30% que lo hacía en 2015, por ejemplo). Sin embargo, sería importante reducir esta brecha en cuanto a conseguir más confianza por parte de los ciudadanos en internet y poder desarrollar así nuevas funcionalidades y servicios digitales que mejoren o faciliten aspectos de su vida diaria.

Cuadro 3.1 Porcentaje de personas según utilización y compra a través de internet. Total nacional, 2006-2021



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, 2006-2021

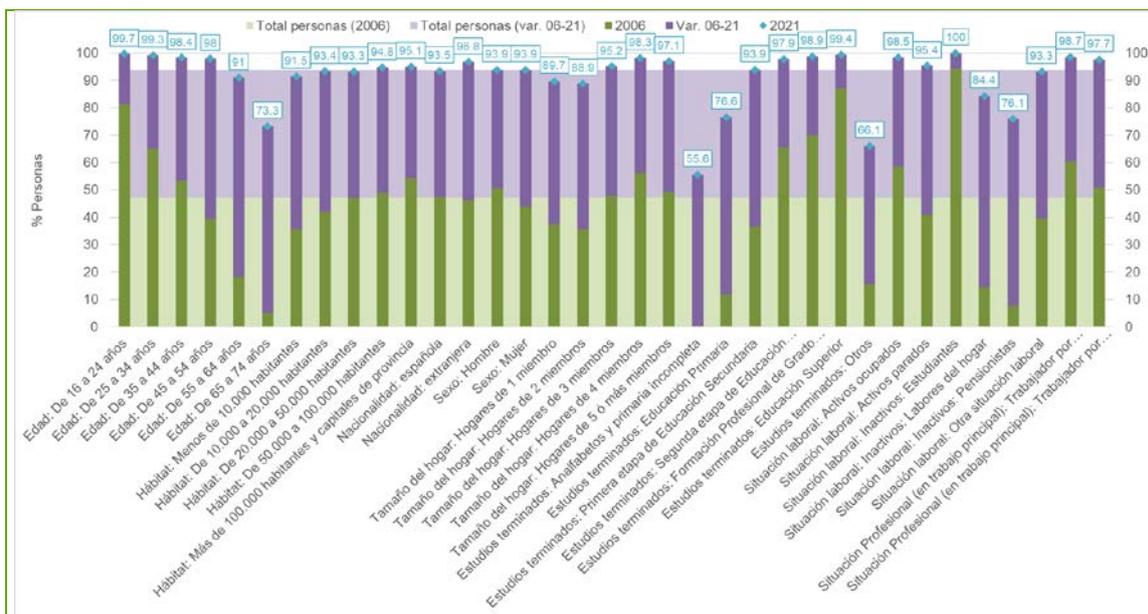


Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

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 próximos al 90% durante la última década), el uso de móvil se sitúa por debajo con porcentajes en torno al 65%, 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 ello.

En cuanto a la distribución de personas que han usado internet en los últimos tres meses, en el Cuadro 3.3 mostramos cómo afecta las distintas características 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, aumenta en ciudades más grandes y en hogares de mayor tamaño, por aquellos que tienen niveles de educación superiores, 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 tiene impacto en este sentido. Del mismo modo, es interesante resaltar como se ha producido cierta convergencia de aquellos que mostraban una participación más baja en 2006, puesto que el incremento observado es mayor para estos colectivos (pensionistas, por ejemplo).

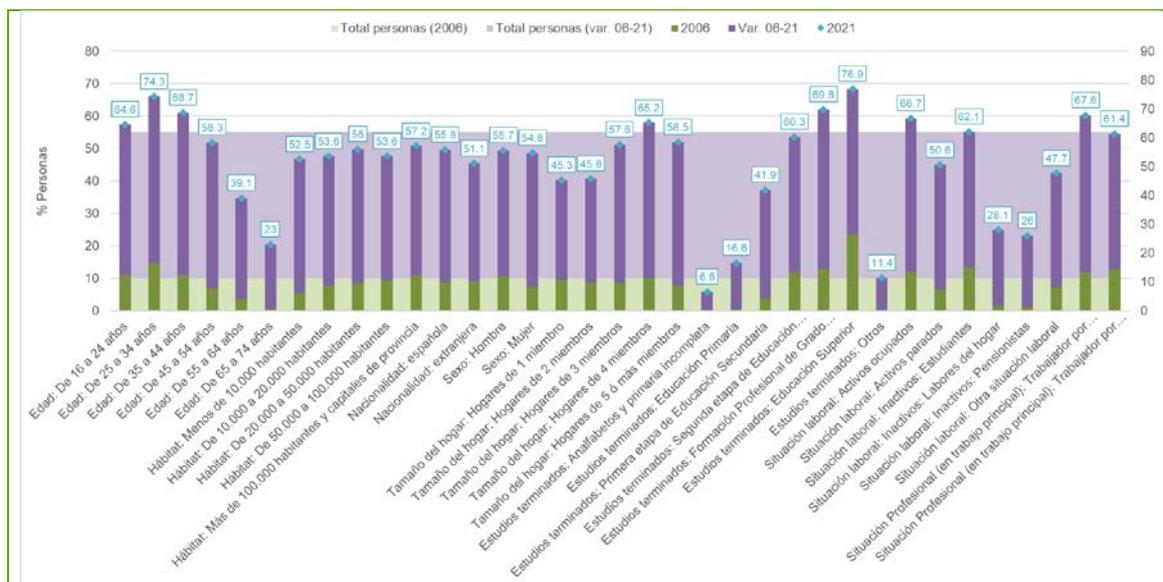
Cuadro 3.3 Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2021.



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

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 repite los patrones anteriores, aunque las diferencias entre las categorías tienden a ser más significativas. Por ejemplo, conforme se avanza en la 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 3.4 Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses. Total nacional, 2006-2021

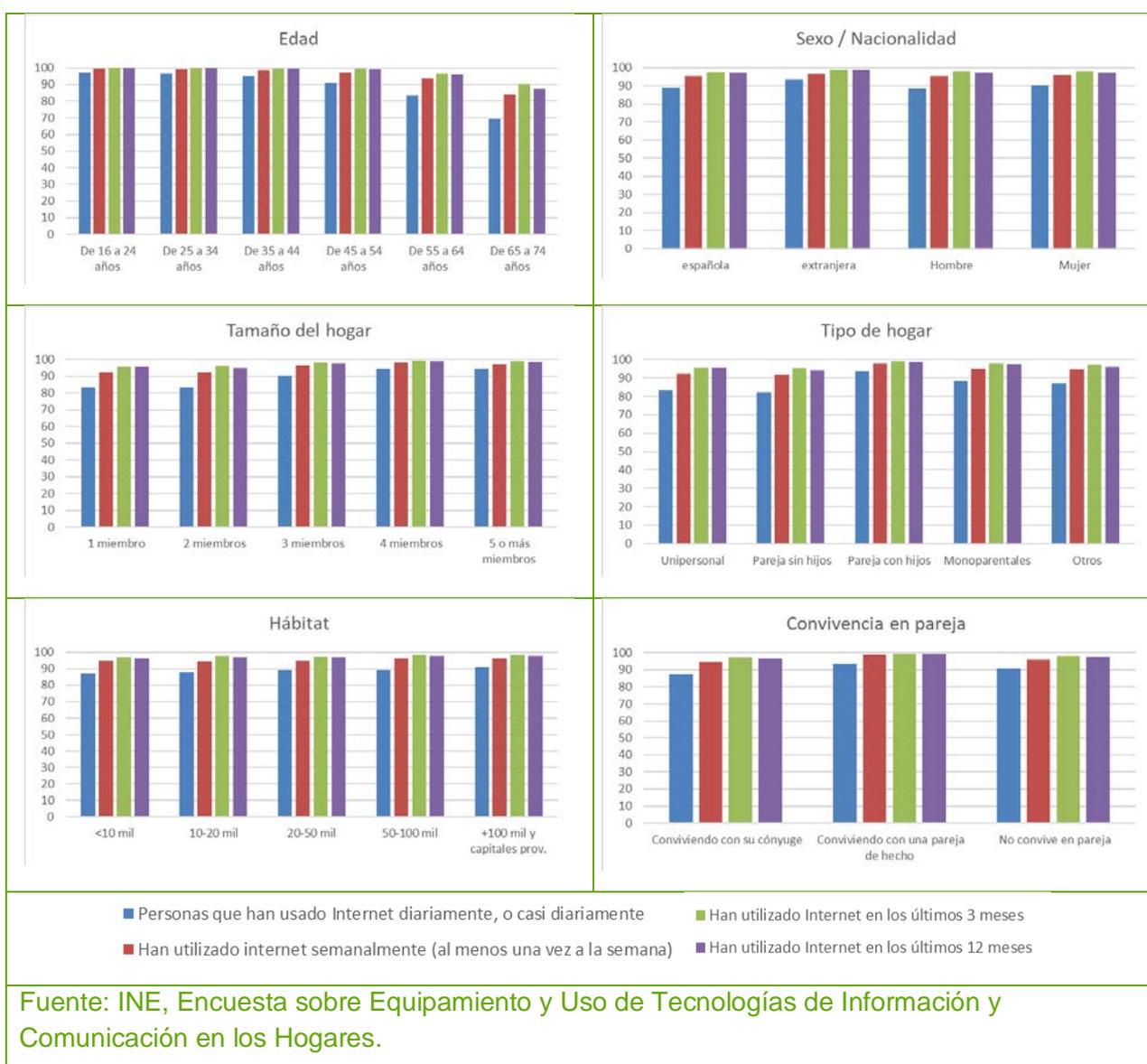


Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

3.1 Adultos (16 a 74 años)

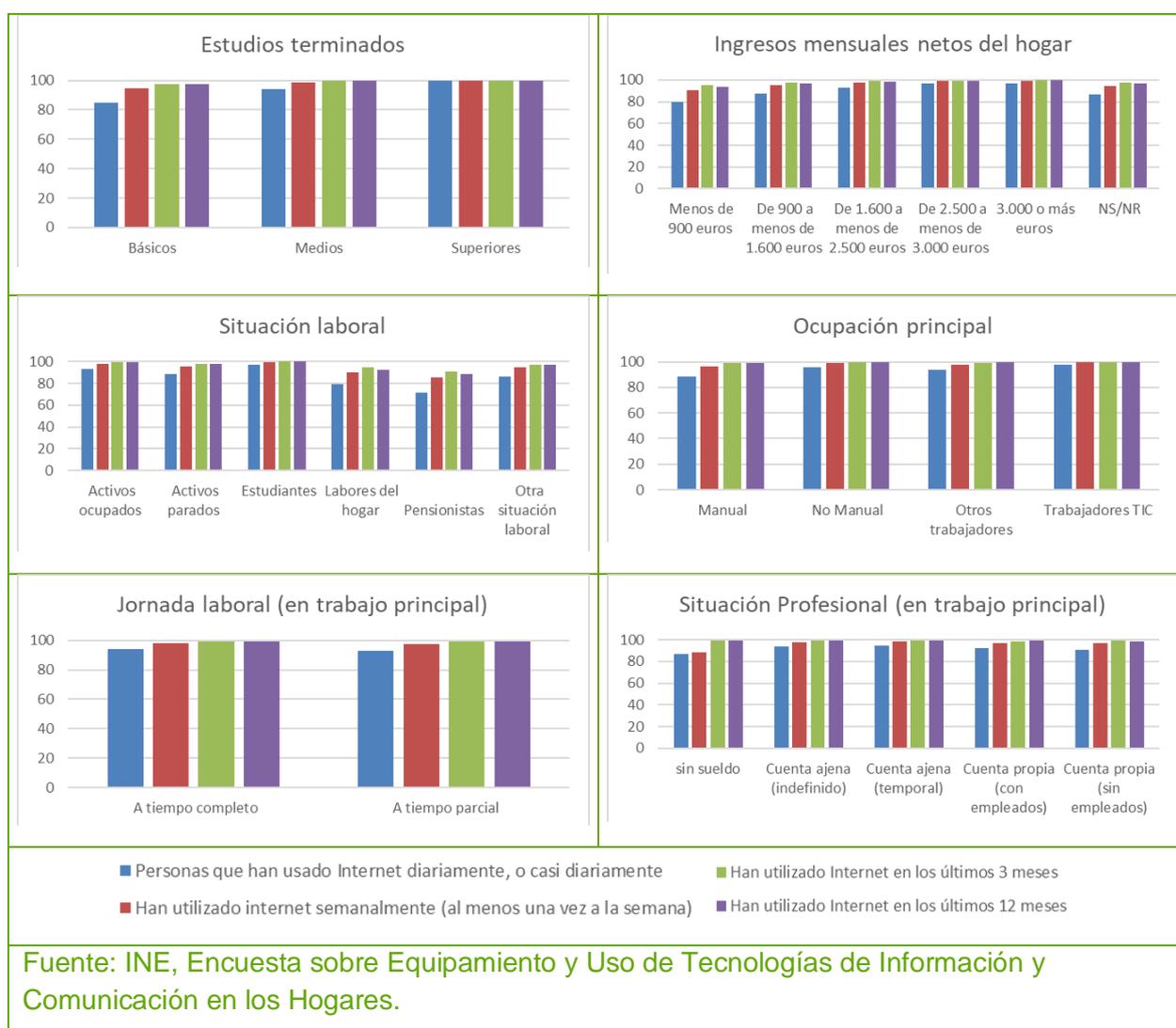
Dentro de la encuesta de referencia, el grupo de población que se analiza con más detalle comprende al rango de edad desde los 16 hasta los 74 años. Por este motivo, en este bloque analizamos aspectos vinculados al uso de TIC, la variedad de servicios a los que se accede, y cómo interaccionamos con las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

Cuadro 3.5 Uso de Internet por características demográficas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2021.



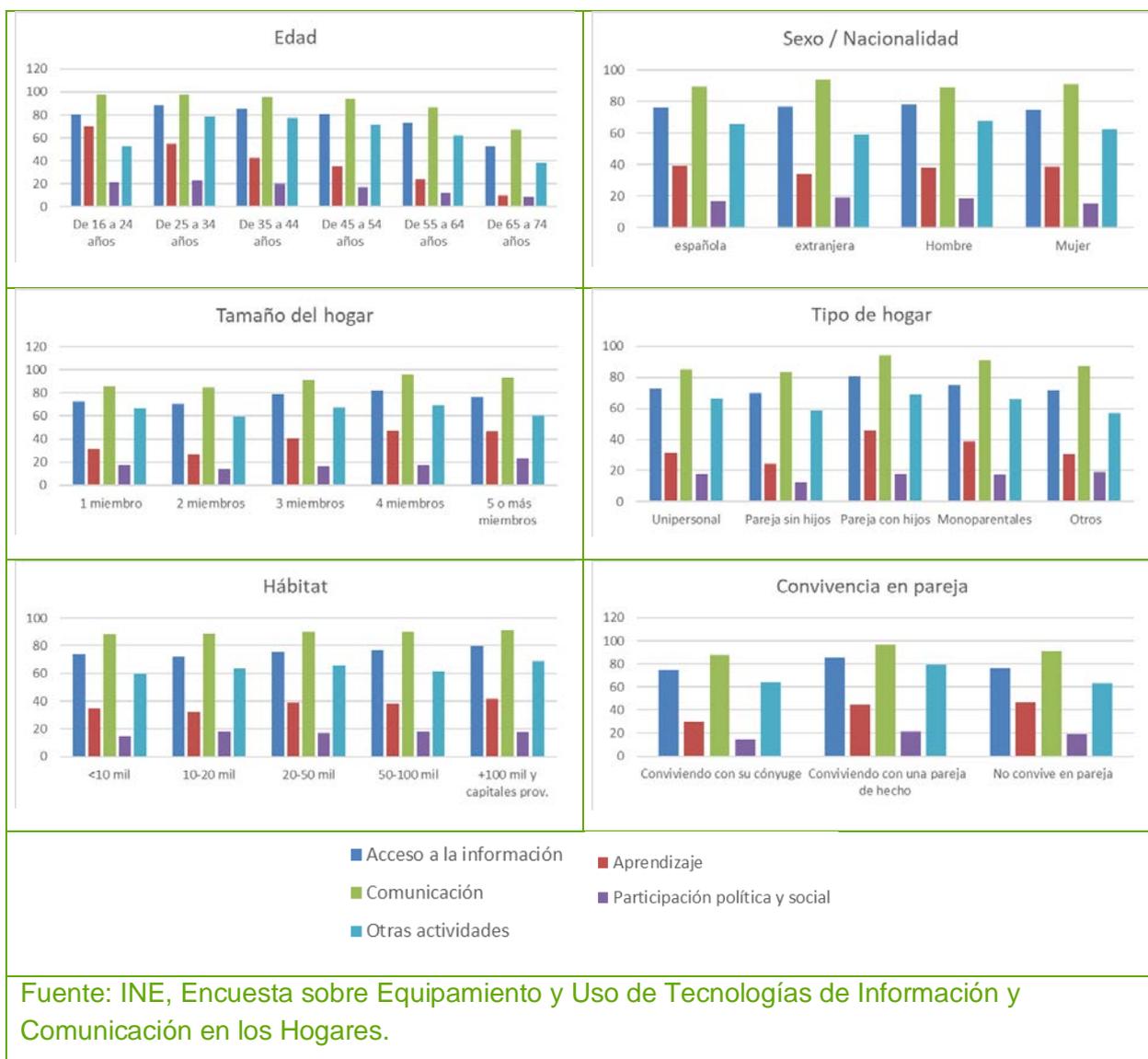
En primer lugar, miramos a la frecuencia de uso de internet según características demográficas (edad, sexo, nacionalidad, tamaño y tipo de hogar). Respecto a la edad, se observa una brecha generacional, menor, en cuanto al acceso a internet y otra, mayor, en cuanto a la frecuencia de uso de internet. En concreto, mientras que más del 90% de las personas hasta 54 años acceden a internet casi diariamente, para los que se sitúan de 65 a 74 años este porcentaje disminuye un 30%. 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 más miembros.

Cuadro 3.6 Uso de Internet por características socioeconómicas y frecuencia de uso. Adultos (16-74 años). Total nacional, 2021.



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 frecuente (de forma diaria), registrándose cifras en torno al 80%, 10 puntos porcentuales básicos por debajo del nivel promedio. 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. 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.

Cuadro 3.7 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características demográficas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2021.

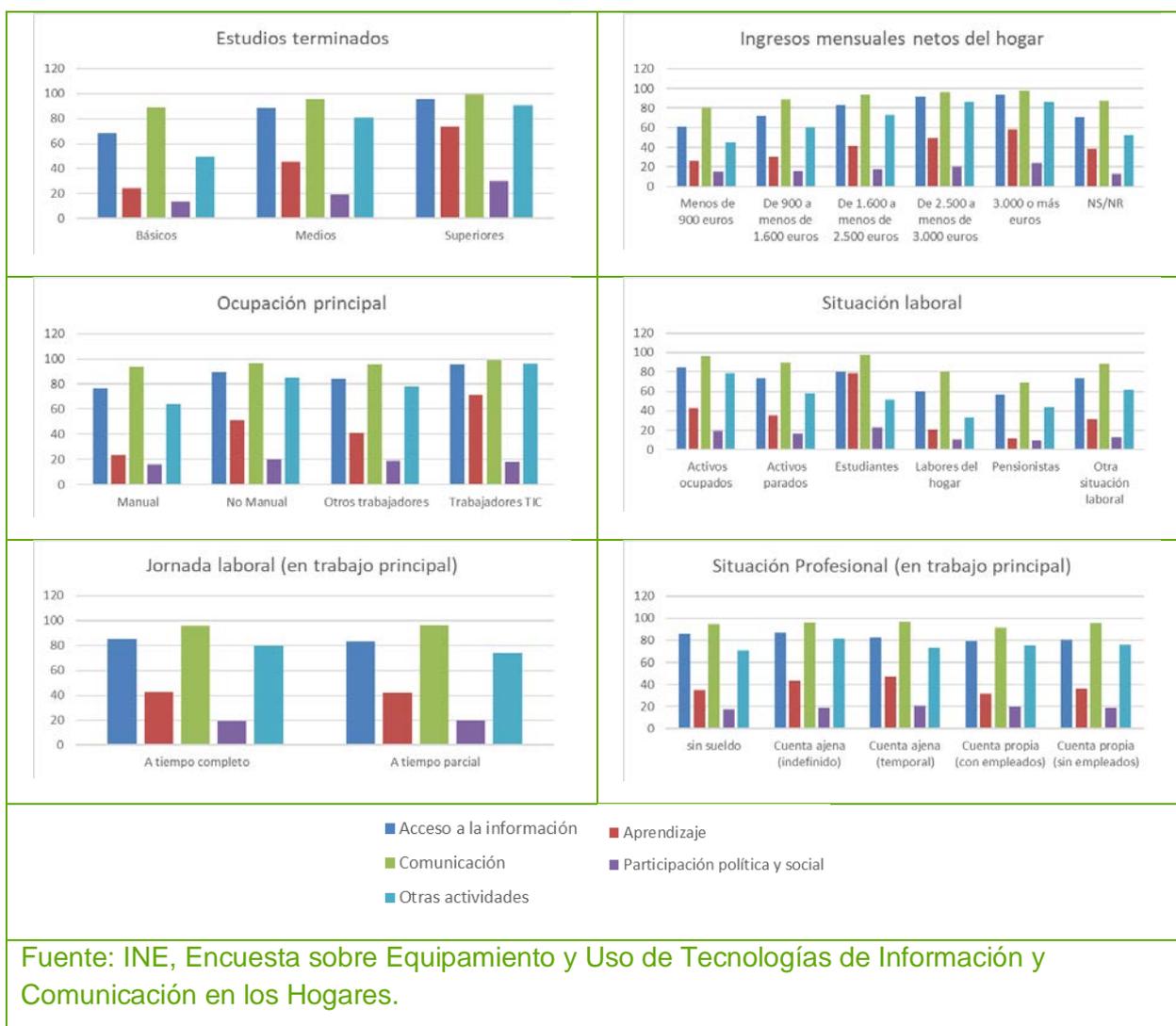


Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

En cuanto al catálogo de servicios usados por cada colectivo según características demográficas (Cuadro 3.7), los de “Comunicación” y “acceso a la información” son los que presentan registros superiores (con cifras cercanas al 100% y al 80% para los menores de 55 años). Las de aprendizaje muestran un patrón descendiente, indicando la menor incidencia de internet en la formación para las generaciones de más edad. Por último, la participación social y política a través de internet registra tasas por debajo del 20%.

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 80% de los estudiantes ha usado internet para su proceso formativo, mientras el resto no pasa del 40%.

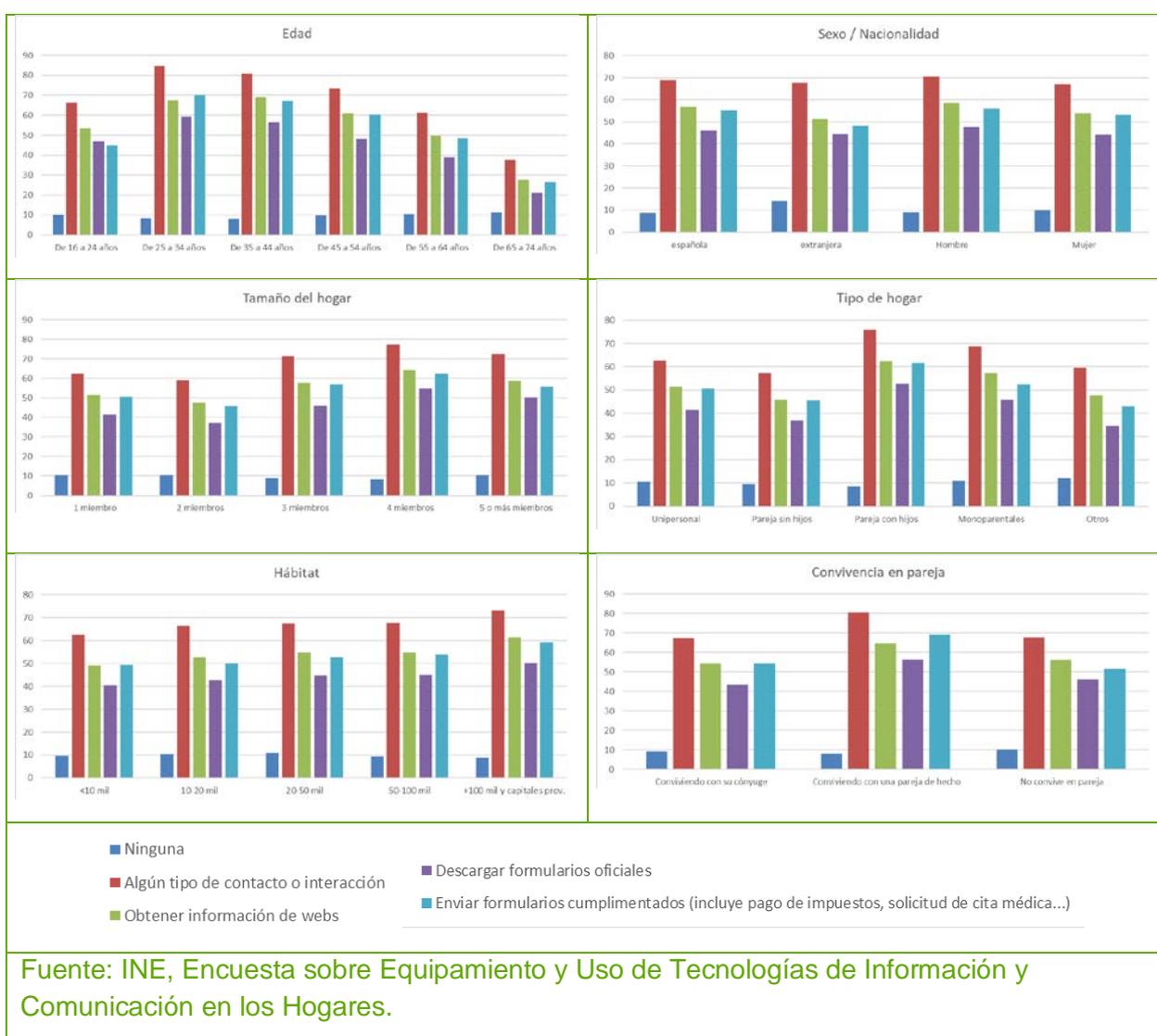
Cuadro 3.8 Servicios de Internet usados, por motivos particulares, en los últimos 3 meses por características socioeconómicas y naturaleza del servicio. Total nacional, 2021.



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

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, si el 80% de los que tienen de 25 a 34 años manifiesta haber tenido algún tipo de contacto con la administración, sólo el 40% de los mayores de 65 y menores de 74 declaran lo mismo. Además, se observa una reducción de 10-20 puntos en cuanto a la obtención de información de web institucionales, indicando el importante margen de mejora existente respecto a usar internet para trasladar la información gubernamental por esta vía a los/as ciudadanos/as.

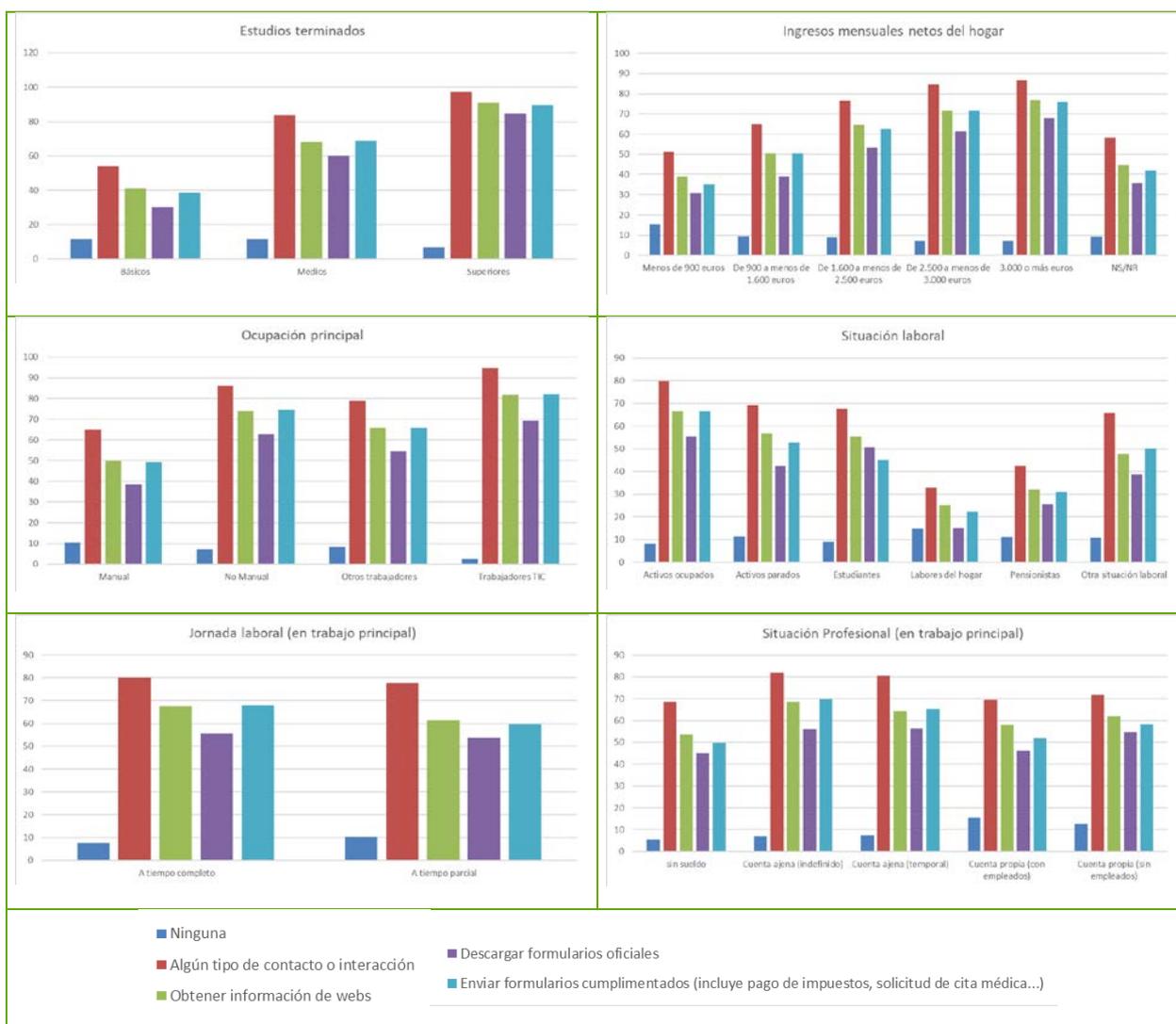
Cuadro 3.9 Formas de contacto con las administraciones o servicios públicos a través de Internet, por motivos particulares, en los últimos 12 meses, por características demográficas y tipo de acción. Total nacional, 2021.



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

Según características socioeconómicas, 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. Esto, de nuevo, ilustra sobre el potencial riesgo de exclusión digital que sufre aquellos/as en peor posición relativa. Los efectos perniciosos (tanto directos como indirectos) 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 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.

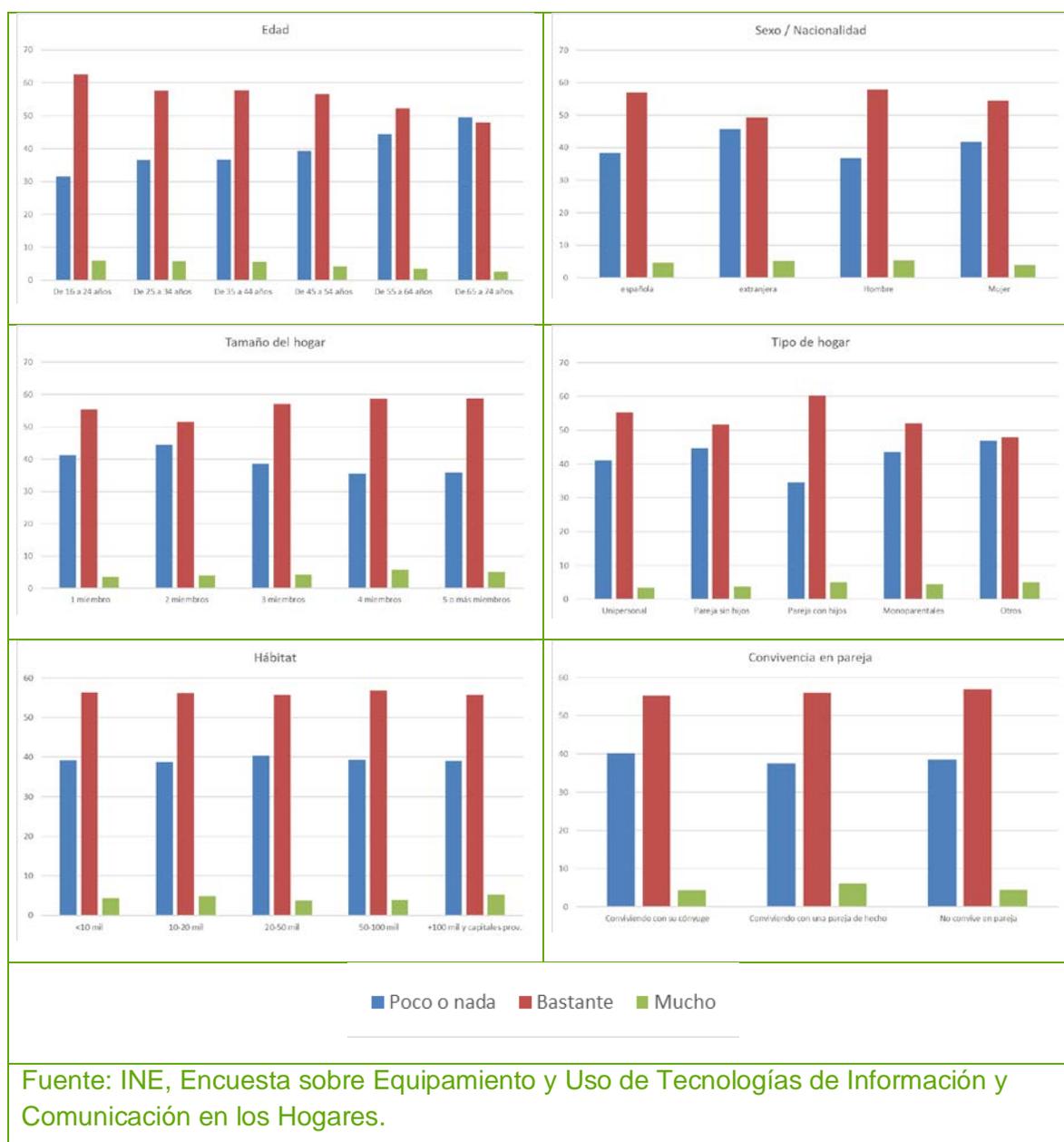
Cuadro 3.10 Formas de contacto con las administraciones o servicios públicos a través de Internet, por motivos particulares, en los últimos 12 meses, por características socioeconómicas y tipo de acción. Total nacional, 2021.



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

En definitiva, la combinación de estos factores puede aumentar o disminuir la confianza general en internet por parte de la población. Así, en el Cuadro 3.11 vemos cómo las características demográficas dan forma a este indicador. En líneas generales, el principal resultado es el bajo porcentaje de la población española que declara tener “mucho” confianza en internet, lo que puede impedir el uso pleno de los servicios y productos ofrecidos allí, así como toda las interacciones con las administraciones públicas que pudieran propiciar mejoras. Por lo demás, el elemento más condicionante parece ser la edad (con una mayor desconfianza para aquellos de más edad), seguido del sexo (más confianza por parte de los hombres) y la nacionalidad (mejor para los/as extranjeros/as). El resto de los factores (tamaño de la localidad, y la estructura familiar) muestra un patrón menos claro.

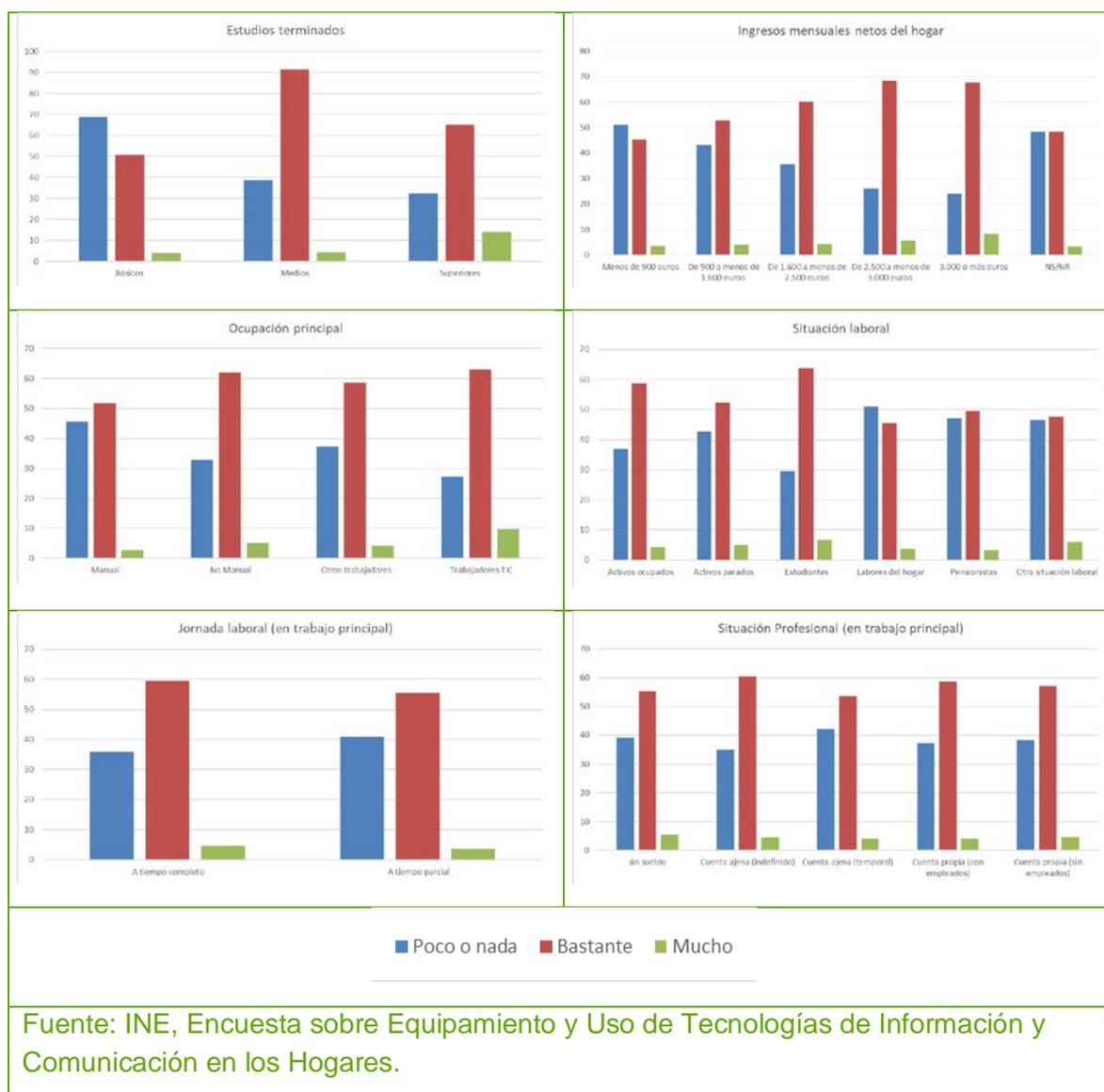
Cuadro 3.11 Grado de confianza en Internet, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021



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

Según características socioeconómicas (Cuadro 3.12), son tres los factores que parecen jugar un papel predominante. El primero de ellos es el nivel de estudios, con mayor confianza para los de estudios superiores. El segundo, el nivel de ingresos mensuales, muestra una mayor confianza al crecer el nivel de renta. Por último, la ocupación principal (tener una ocupación TIC o de otro tipo) conduce a tener niveles de confianza distintos. O sea, son más los/as que tienen “mucho” o “bastante” confianza en internet entre los trabajadores TIC.

Cuadro 3.12 Grado de confianza en Internet, por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021



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.

En primer lugar, analizamos en el Cuadro 3.13 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 que no han teletrabajado simplemente por la imposibilidad de hacerlo (en torno a un 60% para la mayoría de las características). Más importante, en torno al 20% de los trabajadores no teletrabajaron, aunque podían hacerlo, lo que indica que pueden existir barreras a la completa implementación de esta modalidad de trabajo a distancia. Dentro de este patrón general, los más jóvenes y de municipios más pequeños, son los que presentan menores tasas de teletrabajo (cercasas al 10%).

Cuadro 3.13 Incidencia del teletrabajo por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.



Según características socioeconómicas (Cuadro 3.14), 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 60 puntos básicos. Otro aspecto relevante es la de los que pudiendo teletrabajar no lo hicieron (barra roja en el gráfico), algo que ocurrió en mayor medida a aquellos trabajadores con más salario y formación.

Cuadro 3.14 Incidencia del teletrabajo por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.

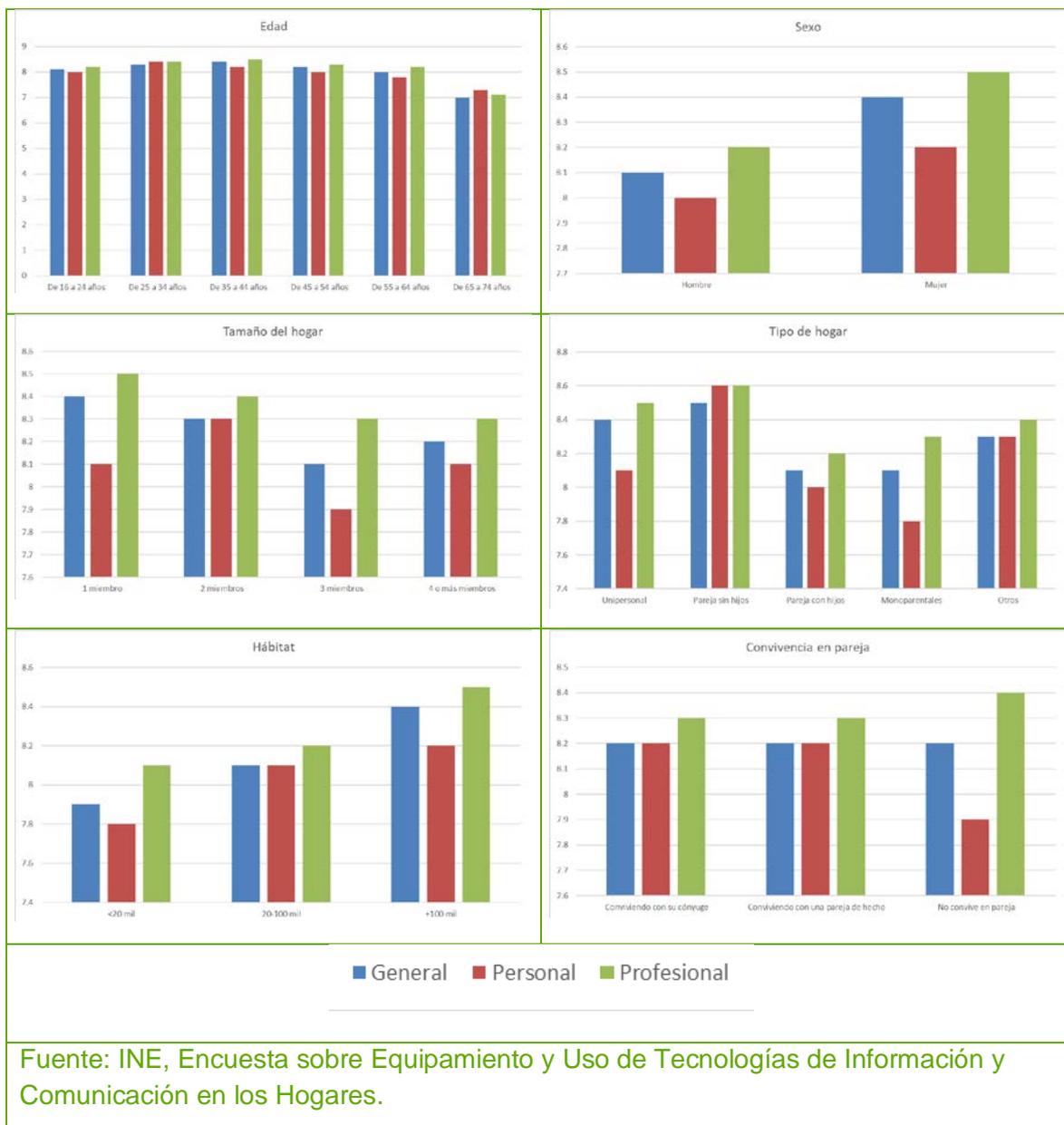


Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Para comprender mejor los resultados anteriores miramos en los siguientes cuadros (3.15 y 3.16) la valoración media del teletrabajo por parte de los trabajadores, según sus características demográficas y socioeconómicas, respectivamente. Primero, los más jóvenes y las mujeres valoran mejor esta modalidad de trabajo a distancia, si bien lo hace más pensando en las ventajas que aporta a nivel profesional que a nivel personal. También se obtiene una mejor valoración para población de más tamaño mientras que ocurre lo contrario con los hogares de más tamaño y que, en

particular, tiene presencia de menores (especialmente los monoparentales). Según las características socioeconómicas, tener más estudios conduce a una menor valoración del teletrabajo a nivel personal, aunque la parte profesional no muestra este mismo deterioro. 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 trabajo a distancia.

Cuadro 3.15 Valoración media sobre la experiencia del teletrabajo a nivel general, profesional y personal, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.



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

Cuadro 3.16 Valoración media sobre la experiencia del teletrabajo a nivel general, profesional y personal, por características socioeconómicas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.



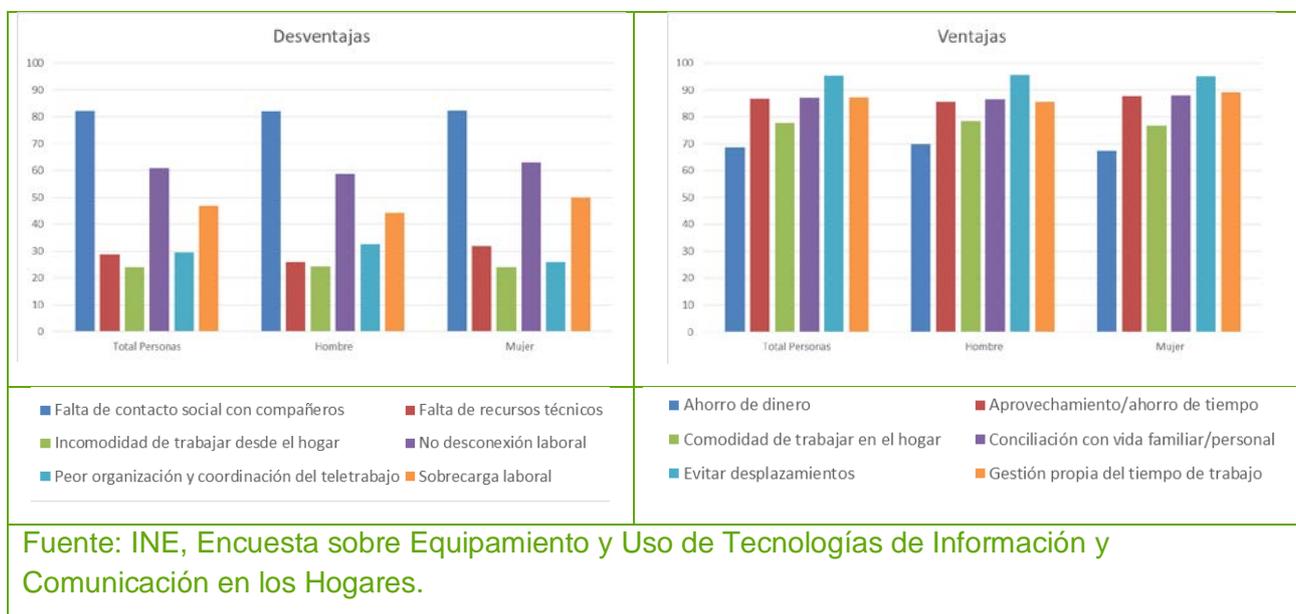
Para completar el diagnóstico, resumimos las principales ventajas y desventajas declaradas sobre teletrabajo, según sexo (Cuadro 3.17). El balance general muestra cómo las ventajas - sistemáticamente por encima del 50%- están más presentes que las desventajas -por debajo del 30% para la mitad de las opciones incluidas-, por lo que valoración parece globalmente positiva. Además, no se observan diferencias significativas de valoración entre mujeres y hombres.

Respecto a las ventajas del teletrabajo, “evitar desplazamientos” es el principal beneficio declarado por los encuestados, seguidos por la mejora de la gestión del tiempo de trabajo. En el siguiente nivel se sitúa tanto la mejor de la conciliación de la vida familiar como el mejor aprovechamiento/ahorro de tiempo que supone (especialmente para trabajadores más jóvenes y de municipios de más tamaño). En menor medida, se valora la comodidad de trabajar desde casa y, sobre todo, el ahorro de dinero que supone.

Por el lado negativo, el 80% de los trabajadores manifiesta como impacto negativo la falta de relación social con sus compañeros. A continuación, con un 60% de respuestas afirmativas, aparece la dificultad que encuentran de desconexión laboral. El tercer favor negativo indicado -en torno al 40%- es la mayor sobrecarga de trabajo asumida en esta modalidad. Finalmente, con una incidencia menor encontramos otros factores como la incomodidad de trabajar desde casa, una peor organización del trabajo y/o la falta de recursos técnicos.

En resumen, nos permite identificar áreas de mejora en la implementación de esta modalidad que, como se extrae de la encuesta, puede aportar más ventajas que desventajas, tanto para las empresas como para los trabajadores.

Cuadro 3.17 Ventajas y desventajas declaradas sobre teletrabajo, por características demográficas. Adultos (16 a 74 años). Total nacional, 2021.



3.2 Niños (6 a 15 años)

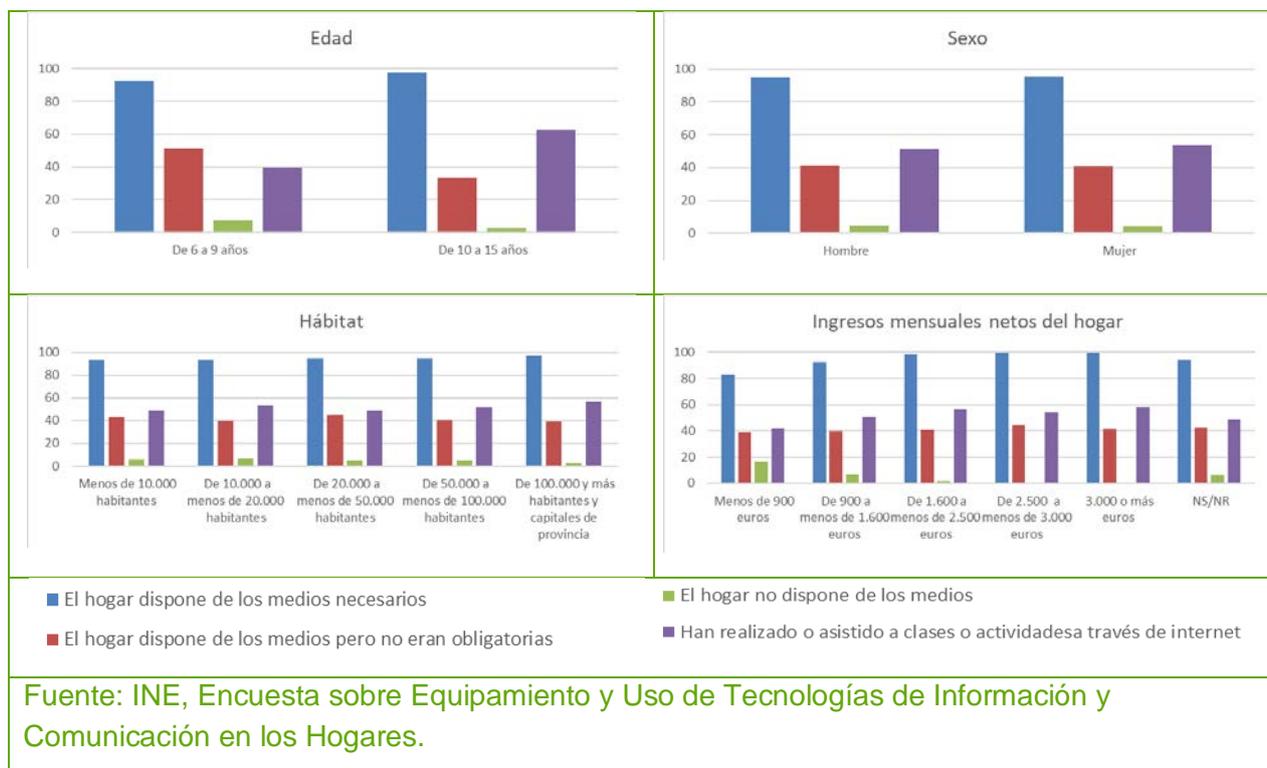
En este bloque mostramos el impacto de las características socioeconómicas de los menores (6 a 15 años) respecto al uso y tenencia de equipamientos TIC (Cuadro 3.21). En primer lugar, para aquellos que tienen de 10 a 15 años, observamos el uso de internet (por encima del 90% en todas las categorías incluidas) es casi unánime en esta franja de edad, de forma mayoritaria a través de ordenadores y/o tabletas. Los teléfonos móviles igualan los registros sólo a partir de 14 años, una vez va ganando peso de forma progresiva su presencia en el rango de 10 a 13 años, donde se pasa de un 20% a un 85.7% con 13. El resto de las características muestra una mayor estabilidad con dos matices. Primero, aquellos hogares con menos ingresos (por debajo de 900 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, los hogares monoparentales muestran una mayor propensión a la tenencia de teléfono móvil por parte de los menores.

Cuadro 3.18 Uso y tenencia de equipamientos TIC en los 3 últimos meses, según características socioeconómicas. Niños 10 a 15 años. Total nacional, 2021.



A continuación, para evaluar la persistencia de la formación online a niños en edad escolar durante la pandemia y las posibles barreras de acceso a la misma, mostramos en el Cuadro 3.22 mostramos la incidencia de las clases online en los últimos tres meses. Según edad, los mayores de 10 años registran valores por encima de los que tienen de 6 a 9 años (un 20% más), procedente fundamentalmente de la no obligatoriedad de las mismas para los más pequeños. Por lo demás, mientras que el tamaño de la localidad y el sexo/género no parece jugar un papel relevante, el nivel de ingresos sí que introduce algunos matices. En concreto, los de menor renta, tienen una mayor limitación de medios en el hogar para atender los compromisos formativos de sus hijos/as algo que termina provocando menores porcentajes de asistencia a clases online (10-15 puntos básicos).

Cuadro 3.19 Asistencia a clases a través de internet en los últimos 3 meses, según características socioeconómicas. Niños de 6 a 15 años. Total nacional, 2021.



3.3 Mayores (75 o más)

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

En primer lugar, analizamos la frecuencia de uso de internet según características demográficas y socioeconómica (Cuadro 3.24), obteniendo las siguientes conclusiones. Primero, la edad se revela con claridad como un factor diferencial claro, con diferenciales de participación negativos para los mayores de 85 años superiores a 20 puntos porcentuales básicos. A modo ilustrativo, menos del 20% de este colectivo declara haber usado internet en los últimos tres/doce meses, frente al 40% de los que se sitúan entre 75 y 84 años. Segundo, mientras que el sexo no parece jugar un papel relevante, la nacionalidad sí que influye en la frecuencia de uso de internet, con cifras que casi triplican las obtenidas para los/as nacionales. También la estructura familiar (por tamaño y tipología) influye en los registros obtenidos obteniéndose cifras más altas para los hogares de menor tamaño, donde no residen los hijos y, también, donde se convive en pareja. Por último, el uso de internet es mayor y más frecuente para las personas con niveles de estudios superiores y más ingresos.

Cuadro 3.20 Uso de Internet, por características demográficas y socioeconómicas y frecuencia de uso. Mayores (75 o más). Total nacional, 2021.



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

Para finalizar, en el cuadro 3.24 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 “acceso a la información” y, en tercer lugar, otras actividades que no serían ni aquellas vinculadas al aprendizaje ni a la participación política y social. 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 suele propiciar.

Cuadro 3.21 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, 2021.



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