



> LA CONECTIVIDAD URBANA EN AMÉRICA LATINA: UNA MIRADA A LIMA

Roxana Barrantes
Instituto de Estudios Peruanos
roxbarrantes@iep.org.pe

Aileen Agüero
Instituto de Estudios Peruanos
aileen.aguero@gmail.com

Eduardo Vargas
Instituto de Estudios Peruanos
evargas@iep.org.pe

> Este trabajo se llevó a cabo con la ayuda de fondos asignados al IEP por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo y de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional, Ottawa, Canadá.

Roxana Barrantes, Aileen Agüero y Eduardo Vargas

La conectividad urbana en América Latina: Una mirada a Lima.

Lima: Diálogo Regional sobre Sociedad de la Información, (2015).

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| Índice de tablas | 4 |
| Índice de gráficos | 6 |
| 1. Introducción | 9 |
| 2. Características socio-demográficas | 12 |
| 2.1 Características del hogar | 12 |
| 2.2 Características de los informantes | 17 |
| 3. Patrones de Acceso | 20 |
| 3.1 Informantes que usan móvil/Smartphone o blackberry | 24 |
| 3.2 Informantes que usan Internet en Tablet, notebook, XO o PC..... | 27 |
| 4. Uso de Internet desde cualquier dispositivo | 32 |
| 4.1 Información sobre Internet usado para aprender..... | 47 |
| 4.2 Información sobre Internet usado para trabajo o negocios | 50 |
| 4.3 Información sobre Internet usado para interactuar con el Gobierno..... | 54 |
| 4.4 Información general sobre Internet usado para aprender, trabajar y/o interactuar con el Gobierno | 58 |
| 5. Sección Actitudinal..... | 59 |
| 6. Balance | 66 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Composición de la Unidad Familiar (N=1.156) Preguntas 1.2, 1.3 y 1.4 | 13 |
| Tabla 2. Características de los hogares (N=1.156) Preguntas 1.5, 1.6 y 1.7..... | 15 |
| Tabla 3. Estudiantes y trabajadores en el hogar (N=1.156) Preguntas 1.7, 1.9 y 1.11 | 15 |
| Tabla 4. Trabajo en Adultos mayores (N=436) Preguntas 1.4 y 1.11..... | 16 |
| Tabla 5. Características de los informantes (N=1.156)..... | 18 |
| Tabla 6. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.156) | 19 |
| Tabla 7. Funciones del móvil o Smartphone que son usadas por más del 50% de los informantes, por estratos (N=1.086) Pregunta 2A.3 | 25 |
| Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde casa (N=683)..... | 30 |
| Tabla 9. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde una cabina pública (N=372) | 30 |
| Tabla 10. Perfil sociodemográfico de los individuos que resuelven solos sus dudas (N=420)..... | 31 |
| Tabla 11. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.006) | 32 |
| Tabla 12. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para aprender o estudiar (N=100)..... | 48 |
| Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de aprender con a Internet (N=292)..... | 50 |
| Tabla 14. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para trabajo o negocios (N=52) | 51 |
| Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de trabajar o hacer negocios con Internet (N=126) | 53 |

| | |
|--|----|
| Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para interactuar con el Gobierno (N=20)..... | 55 |
| Tabla 17. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de interactuar con el Gobierno con Internet (N=16) | 57 |
| Tabla 18. Perfil sociodemográfico de los individuos que saben que tienen derecho a acceder a información pública (N=53)..... | 57 |
| Tabla 19. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que Internet no debe ser libre y que hay que tener cuidado con la información personal que se sube (N=384)..... | 59 |
| Tabla 20. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que el acceso a Internet debe ser garantizado por el Estado (N=654) | 60 |

Índice de gráficos

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Distribución de la Población por Estratos (N=1.156) | 12 |
| Gráfico 2. Composición Familiar por Estratos (N=4.581) Pregunta 1.4 | 13 |
| Gráfico 3. Nivel educativo por estratos, para mayores de 18 años (N=3.236) Pregunta 1.7..... | 14 |
| Gráfico 4. Distribución de actividades laborales por estratos (N=2.236) Pregunta 1.13 | 17 |
| Gráfico 5. Distribución de los informantes entre los grupos etarios y su rol en el hogar (N=1.156) Preguntas 1.2 y 1.4 | 18 |
| Gráfico 6. Acceso a dispositivos tecnológicos (N=1.156) Pregunta 2,1 | 20 |
| Gráfico 7. Uso de teléfonos celulares por estratos (N=1.156) Pregunta 2.1 | 21 |
| Gráfico 8. Motivos por los cuales no usa el dispositivo Preguntas 2.7 y 2.8 | 22 |
| Gráfico 9. Motivos por los que los individuos no acceden a Internet desde alguno de los dispositivos Preguntas 2.9 y 2.10 | 23 |
| Gráfico 10. Participación de mercado de red móvil (N=1.086) Pregunta 2A.1..... | 24 |
| Gráfico 11. Información sobre acceso ilimitado (N=753) Pregunta 2A.6..... | 26 |
| Gráfico 12. Intensidad y antigüedad promedio en el uso de Internet (N=939) Preguntas 2B.1 y 2B.2 | 27 |
| Gráfico 13. ¿Cómo aprendió a usar Internet? (N=939) Pregunta 2B.3..... | 28 |
| Gráfico 14. Usos de Internet por nivel socioeconómico (N=939) Pregunta 2B.8..... | 29 |
| Gráfico 15. Tiempo destinado a usos de Internet (N=1.006) Pregunta 3.1..... | 33 |
| Gráfico 16. Tiempo destinado a usos de Internet por nivel socioeconómico (N=1.006) Pregunta 3.1..... | 34 |

| | |
|--|----|
| Gráfico 17. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para estudios? (N=807) Pregunta 3.3 | 35 |
| Gráfico 18. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para trabajo o negocios? (N=666) Pregunta 3.4..... | 36 |
| Gráfico 19. ¿ Dónde consulta primero cuando necesita información del Gobierno? (N=195) Pregunta 3.5 | 37 |
| Gráfico 20. ¿Usa Internet para las siguientes actividades? (N=1.006) Pregunta 3.6 | 37 |
| Gráfico 21. Uso de Internet para aprender (N=1.006) Pregunta 3.6 | 38 |
| Gráfico 22. Plataformas más usadas para aprender en Internet (N=592) Pregunta 3.7 | 39 |
| Gráfico 23. Uso de Internet para trabajo o negocios (N=1.006) Pregunta 3.6 | 40 |
| Gráfico 24. Plataformas más usadas para trabajar o hacer negocios en Internet (N=355) Pregunta 3.7..... | 41 |
| Gráfico 25. Uso de Internet para comunicarse con el Gobierno (N=1.006) Pregunta 3.6 | 42 |
| Gráfico 26. Plataformas más usadas para interactuar con el Gob. en Internet (N=77) Pregunta 3.7..... | 43 |
| Gráfico 27. Uso de Internet para entretenimiento (N=1.006) Pregunta 3.6 | 44 |
| Gráfico 28. Plataformas más usadas para entretenimiento en Internet (N=887) Pregunta 3.7..... | 44 |
| Gráfico 29. Uso de Internet para informarse (N=1.006) Pregunta 3.6..... | 45 |
| Gráfico 30. Plataformas más usadas para informarse en Internet (N=368) Pregunta 3.7 | 46 |
| Gráfico 31. Actividades de aprendizaje en Internet (N=592) Pregunta 3.12 | 47 |
| Gráfico 32. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el aprendizaje (N=592) Pregunta 3.13..... | 48 |

| | |
|---|----|
| Gráfico 33. El uso de Internet ha ayudado a hacer mejor sus tareas (N=592) Pregunta 3.13..... | 49 |
| Gráfico 34. Actividades relacionadas a negocios o trabajo en Internet (N=355) Pregunta 3.15..... | 51 |
| Gráfico 35. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios (N=355) Pregunta 3.16 | 52 |
| Gráfico 36. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios en el estrato D (N=10) Pregunta 3.16 | 53 |
| Gráfico 37. Actividades de comunicación o interacción con el Gobierno en Internet (N=77) Pregunta 3.18 | 54 |
| Gráfico 38. Percepciones sobre los beneficios de Internet para interactuar con el Gobierno (N=77) Pregunta 3.19 | 56 |
| Gráfico 39. Características de la información buscada en Internet según finalidades Pregunta 3.22 | 58 |
| Gráfico 40. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet (N=1.150) Pregunta 4.1 | 61 |
| Gráfico 41. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato A (N=125) Pregunta 4.1..... | 62 |
| Gráfico 42. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato B (N=500) Pregunta 4.1..... | 63 |
| Gráfico 43. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato C (N=443) Pregunta 4.1..... | 64 |
| Gráfico 44. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato D (N=82) Pregunta 4.1..... | 65 |

1. INTRODUCCIÓN

Desde DIRSI, hemos venido estudiando las estrategias de adopción y patrones de uso de las TIC, concentrándonos en las poblaciones pobres y excluidas de la región. En el estudio pionero del uso de móviles, realizado en 2007, identificamos y documentamos esas estrategias como, por ejemplo, el uso de llamadas perdidas para establecer comunicación, o las percepciones de los pobres sobre lo caro del servicio móvil.¹

El uso de diferentes tipos de dispositivos, como el Smartphone, tabletas, o computadoras de escritorio, para contar con acceso a la Internet es una tendencia predominante a nivel mundial. Estamos frente a un panorama diferente de conectividad en la región y varios años de experiencia en el uso de las tecnologías para la comunicación y el acceso a la información. Las personas, independientemente de su nivel de ingreso, están participando en diferentes tipos de redes para distintos fines, y la tecnología de comunicación es el mediador de preferencia. ¿Es cierto que el acceso es casi universal y no se percibe un efecto inhibitor del consumo? ¿Permite este acceso más oportunidades para el desarrollo de las personas? ¿Cómo cambia la interacción social ahora que las tecnologías promueven accesos abiertos?

En este contexto, emprendimos un esfuerzo para recoger información cuantitativa de los patrones de uso de las TIC en diversos dominios de la vida (el personal, educativo, de empleo) en tres grandes concentraciones metropolitanas de la región. Buenos Aires, la ciudad de Guatemala y Lima, fueron seleccionadas, debido a que cada una representa la ciudad principal, de mayor población, de tres países de diverso nivel de PBI per cápita: Argentina, de ingreso medio alto; Perú, de ingreso medio; y Guatemala, de ingreso medio bajo.²

El trabajo de campo fue realizado entre mediados de noviembre y mediados de diciembre de 2014 a 1.200 hogares por ciudad. En cada uno de estos hogares seleccionados aleatoriamente, se eligió, también de manera aleatoria, a un informante de 13 a más años, para explorar en profundidad su patrón de uso y percepciones sobre Internet. La encuesta indaga sobre el acceso y uso de Internet, particularmente en el uso de plataformas y datos de acceso libre; además, se presta especial atención a los usos relacionados a actividades educativas o de aprendizaje, a actividades laborales o búsqueda de empleo, y a la comunicación o interacción con el gobierno. Además, se consideró examinar el uso de Internet a través de los diferentes dispositivos mediante los cuales se puede usar este servicio. De esta manera, en un primer bloque (bloque A) se incluyen los teléfonos móviles básicos y los Smartphones o BlackBerry; en el

¹ Galperin y Mariscal (2007).

² Datos del Banco Mundial (2014). <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> (Consultado el 06/08/15).

segundo bloque (bloque B), las Tablet, Notebook, XO y PC están incluidas, mientras que los Smart TVs y otros pertenecen al bloque C.

Este documento muestra los primeros hallazgos para Lima, capital de Perú. Como en varios otros países, la liberalización del mercado de telecomunicaciones se dio en la década de los noventas, resultando en grandes avances de conectividad, pero limitada competencia. En el sector móvil, por ejemplo, hasta 2014 dos empresas dominaron el mercado, y una tercera contaba con mínima participación;³ en 2014 dos empresas más empezaron operaciones.⁴ Los usuarios, haciendo uso de la portabilidad numérica, están optando por estas nuevas empresas.⁵

A diciembre de 2014, 32 millones de líneas móviles estaban en servicio; de este total, casi un tercio se encuentra en Lima, resultando en una teledensidad móvil de más de 100% en la capital. Asimismo, debe notarse que en un periodo de 10 años (de 2004 a 2014) la cantidad de líneas móviles en el Perú se multiplicó por ocho (de poco más de 4 a casi 32 millones); esto contrasta fuertemente con la situación de la telefonía fija, pues en el mismo periodo se pasó de 2 millones de líneas a solamente 3 millones.⁶

Las empresas operadoras móviles ofrecen una gran variedad de planes que incluyen el acceso a Internet en general, o solamente a redes sociales, con tarifas para acceso diario hasta acceso mensual. Las empresas Claro y Movistar, al segundo trimestre de 2014, ofrecen planes postpago y prepago, con el límite más bajo de 10 MB, hasta 51.200 MB o acceso ilimitado, con planes especiales para BlackBerry.

En cuanto al servicio de Internet fijo, de acuerdo con información del regulador peruano de las telecomunicaciones, a diciembre de 2014, el número total de conexiones se encuentra en 1.730.866, primando las conexiones con tecnología xDSL.

En este contexto de mercado, los primeros resultados de la encuesta deben ser mirados teniendo en cuenta las características particulares mencionadas líneas arriba, así como el amplio acceso a Internet (en total, 11 millones de internautas aproximadamente, a 2014),⁷ especialmente vía cabinas públicas, y el hecho que el uso – al mirar el indicador de estructura de uso por departamento- se concentre en Lima (casi 40%).⁸

El plan del texto es el siguiente. En la primera sección se muestran estadísticos sobre la composición de la unidad familiar y sus características socioeconómicas; en la segunda, se encuentra la información sobre los patrones de acceso a las TIC y el uso que hacen

³ Telefónica, América Móvil, y Nextel, respectivamente.

⁴ Americatel, de capitales chilenos que compró Nextel recientemente; y Viettel, bajo el nombre comercial de Bitel, que entró al mercado peruano por la vía de un concurso por mínimo subsidio del FITEP.
<https://www.osiptel.gob.pe/noticia/reporte-estadistico-08-ndp> (Consultado el 04/08/15).

⁵ En el momento de escribir este documento, julio 2015, se alcanzaron 84.536 portaciones.

<https://www.osiptel.gob.pe/noticia/nuevo-record-portabilidad-movil-julio> (Consultado el 06/08/15).

⁶ Fuente: OSIPTEL. <https://www.osiptel.gob.pe/>

⁷ Fuente: usmediaconsulting.com (Consultado el 07/05/15).

⁸ Fuente: OSIPTEL.

los informantes de los diferentes dispositivos tecnológicos; en la tercera sección se describe cómo y para qué es que los informantes usan Internet, seguida de una sección actitudinal. El documento cierra con un breve balance de estos hallazgos.^{9 10}

⁹ De igual manera, el informe global de la encuesta, así como los documentos de Buenos Aires y Ciudad de Guatemala se encuentran disponibles en los siguientes enlaces:

- [Informe Global.](#)
- [Documento de Buenos Aires.](#)
- [Documento de la Ciudad de Guatemala.](#)

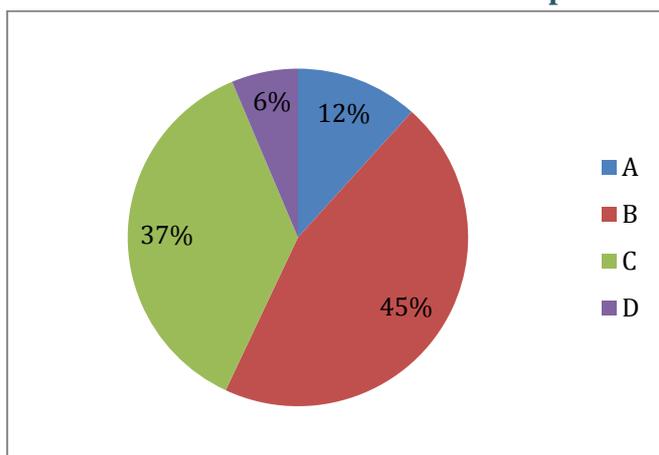
¹⁰ Los cuestionarios de encuentran disponibles en este enlace: [Cuestionarios de la Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.](#)

2. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS^{11 12}

2.1 Características del hogar

La muestra de Lima está compuesta por 4.581 personas en 1.156 hogares que viven en zonas urbanas y que se encuentran distribuidas entre los cuatro primeros niveles socioeconómicos, como se aprecia en el siguiente gráfico:¹³

Gráfico 1. Distribución de la Población por Estratos (N=1.156)



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En este universo, como se muestra en la Tabla 1, un hogar está compuesto en la mayoría de casos por 4 personas (4,5 es la media), con 2 hombres y 2 mujeres. Al mismo tiempo, se encontró que en 3 de cada 10 hogares se encuentran adultos mayores o infantes; asimismo, cada hogar cuenta con 2 adultos (2,8) y una persona joven (0,6) en promedio.¹⁴

¹¹ Este documento contiene los estadísticos descriptivos aplicando el factor de expansión de la muestra para ser representativo del universo de la población de la ciudad de Lima en aquellas variables que la describen.

¹² En la muestra, de los 4.581 encuestados las mujeres representan el 50,53% y cuando se aplica el factor de expansión representan el 50,45%.

¹³ La segmentación de la muestra solamente fue realizada para los niveles socioeconómicos A, B, C y D.

¹⁴ Se definen los grupos etarios de la siguiente manera: infantes de 0 a 11 años, jóvenes de 12 a 17 años, adultos de 18 a 59 años y adultos mayores 60 a más.

Tabla 1. Composición de la Unidad Familiar (N=1.156)
Preguntas 1.2, 1.3 y 1.4

| | Mediana | Media | Mínimo | Máximo | Desv. |
|-------------------------------|---------|-------|--------|--------|-------|
| Número de miembros | 4 | 4,5 | 1 | 10 | 1,56 |
| Edad promedio | 31 | 33,4 | 12 | 83 | 11,91 |
| Varones | 2 | 2,3 | 0 | 7 | 1,18 |
| Mujeres | 2 | 2,2 | 0 | 6 | 1,17 |
| Número de Infantes | 0 | 0,6 | 0 | 6 | 0,92 |
| Número de Jóvenes | 0 | 0,5 | 0 | 3 | 0,69 |
| Número de Adultos | 3 | 2,8 | 0 | 9 | 1,37 |
| Número de Adultos mayores | 0 | 0,4 | 0 | 4 | 0,74 |
| | | Obs. | | Porc. | |
| Hogares con Infantes | | 1.156 | | 34,2% | |
| Hogares con Adultos mayores | | 1.156 | | 30,0% | |
| Hog. con Adul. May e infantes | | 1.156 | | 4,9% | |
| Hogares con Jefas mujeres | | 1.156 | | 23,6% | |

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

A su vez, se tiene que en la muestra existen 670 infantes, 550 jóvenes, 2.925 adultos y 436 adultos mayores. La composición etaria de los estratos socioeconómicos se muestra en el Gráfico 2, la composición se mantiene relativamente constante, a excepción del número de infantes dentro del hogar, que se incrementa según se baja en los niveles socioeconómicos.

Gráfico 2. Composición Familiar por Estratos (N=4.581)
Pregunta 1.4

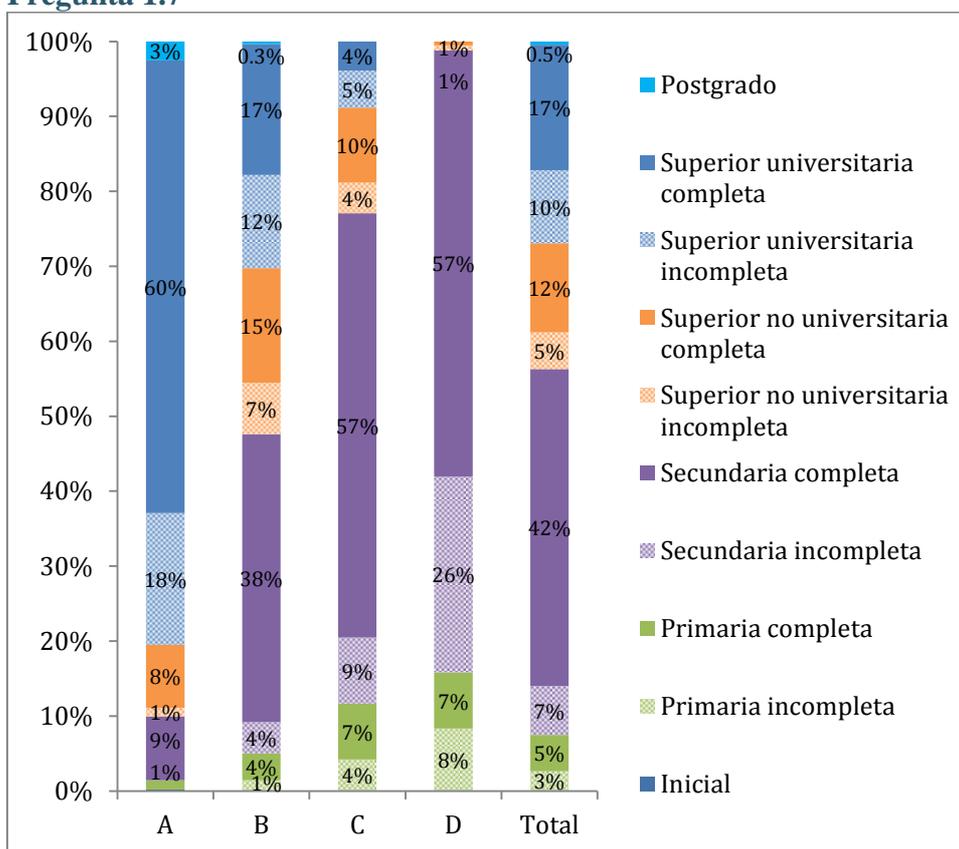


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Se encontró que el castellano es el idioma principal en el 98,62% de los hogares, siendo el quechua el segundo idioma más frecuente (en tan sólo el 1,18%). Además, se puede observar que hay por lo menos un analfabeto en el 2,81% de los hogares de Lima, siendo el sector C el que presenta la mayor concentración (con el 4,87%), siguiendo los estratos D (2,74%), A (2,47%) y B (1,25%).

En el tema educativo, se puede ver que la mayoría de la población mayor de 18 años (42,32%) ha alcanzado a terminar la secundaria, y que un 17,18% llegó a terminar una formación universitaria; no obstante, como se ilustra en el Gráfico 3, el porcentaje de individuos con secundaria completa se incrementa ligeramente en los estratos C (56,61%) y D (56,86%), y se diferencia claramente en el estrato A (8,53%) debido a que más de la mitad ya tiene un grado universitario (60,41% universidad completa y 2,51% postgrado). Por otro lado, se encontró que el sector D tiene los niveles educativos más bajos –casi un tercio (26,16%) sólo tiene secundaria incompleta.

Gráfico 3. Nivel educativo por estratos, para mayores de 18 años (N=3.236)
Pregunta 1.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por lo menos un miembro del hogar ha completado la educación superior en el 46,78% de los hogares de Lima. Si se analiza la misma característica por estratos, se encuentra que el porcentaje es de 93,94% para el A, 57,30% para el B, 25,77% para el C y 6,36% para el D.

Tabla 2. Características de los hogares (N=1.156)
Preguntas 1.5, 1.6 y 1.7

| Nivel Socioeconómico | Idioma principal | | | % de Analfabetos |
|----------------------|------------------|---------|-----------|------------------|
| | Castellano | Quechua | Idi. Ext. | |
| Total de Hogares | 98,6% | 1,2% | 0,2% | 2,8% |
| A | 99% | 0% | 1% | 2% |
| B | 99% | 1% | 0% | 1% |
| C | 99% | 1% | 0% | 5% |
| D | 97% | 3% | 0% | 3% |

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014
 Elaboración propia.

Otra característica importante de los hogares en la población es que el 64,37% de ellos cuenta con al menos una persona que está estudiando actualmente; al observar dentro de los estratos, como muestra la Tabla 3, esta característica se mantiene en más de la mitad de los hogares de cada nivel socioeconómico; así, se ve un alto porcentaje en el sector B (70,72%) y alrededor del 60% en los otros tres niveles.

Tabla 3. Estudiantes y trabajadores en el hogar (N=1.156)
Preguntas 1.7, 1.9 y 1.11

| Nivel Socioeconómico | Hogares con al menos un estudiante | Hogares con al menos un miembro de Educ. Sup. Completa | Hogares con al menos dos trabajadores |
|----------------------|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| Total de Hogares | 64,4% | 46,8% | 58,9% |
| A | 57,9% | 94% | 65,0% |
| B | 70,7% | 57% | 63,8% |
| C | 59,1% | 26% | 51,9% |
| D | 61,6% | 6% | 52,7% |

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre –2014
 Elaboración propia.

Indagando sobre las actividades laborales, se encontró que en el 58,90% de los hogares de Lima hay por lo menos dos personas que trabajan: 65,04% y 63,83% para los niveles A y B, respectivamente, y cerca de diez puntos porcentuales menos en los estratos C (51,93%) y D (52,69%). Además, como se observa en la Tabla 4, si se analiza el conjunto de adultos mayores (N=436), se encuentra una concentración mayor en la categoría “no trabaja”; no obstante, se tiene que en los estratos más bajos el porcentaje de adultos mayores que realiza alguna actividad laboral es mayor al 50%.

**Tabla 4. Trabajo en Adultos mayores (N=436)
Preguntas 1.4 y 1.11**

| Nivel Socioeconómico | ¿Trabajan? | |
|----------------------|------------|-----|
| | Sí | No |
| Total | 41% | 59% |
| A | 21% | 79% |
| B | 36% | 64% |
| C | 54% | 46% |
| D | 64% | 36% |

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

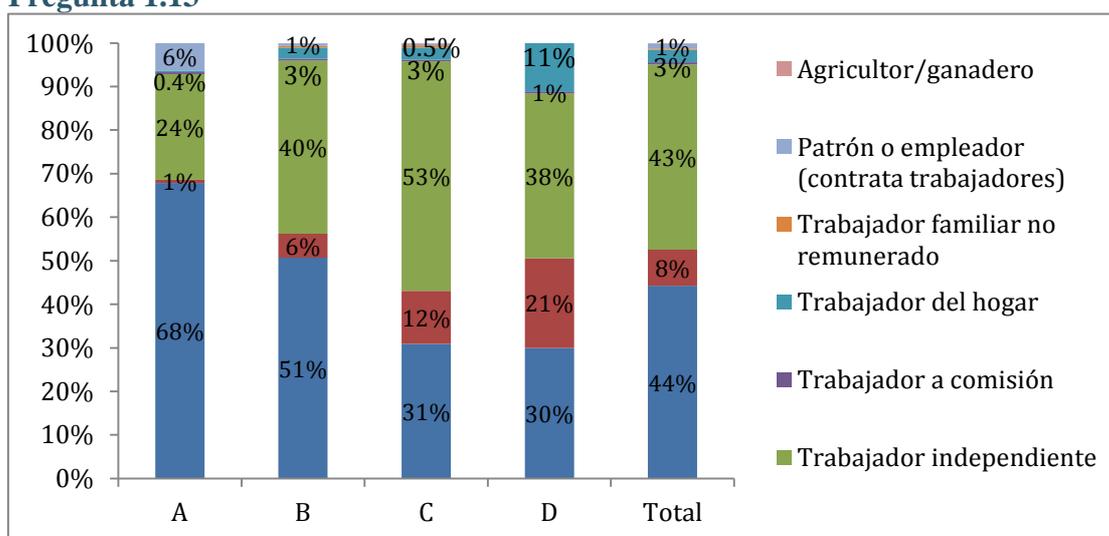
Cuando se analizan las características de la población mayor a trece años en relación al mercado laboral,¹⁵ se encuentra que la actividad principal del 60,3% de la población es trabajar; entre ellos un 44,25% es empleado, el 42,59% es trabajador independiente, el 8,27% es obrero y el 4,9% se reparte entre trabajadores del hogar, patronos, trabajadores a comisión, trabajadores familiares no remunerados y agricultores o ganaderos.¹⁶

Por otro lado, si se observa el Gráfico 4 que ilustra las distintas ocupaciones por niveles, se encuentra que el porcentaje de trabajadores independientes está alrededor de un tercio de cada estrato, a excepción del nivel socioeconómico C, donde los independientes constituyen más de la mitad (52,7%); también, se puede ver que el porcentaje de empleados se va reduciendo conforme se baja en los niveles socioeconómicos: mientras que el estrato A cuenta con 67,9% de empleados, el estrato B cuenta con diecisiete puntos porcentuales menos (50,71%), el estrato C cuenta con cerca de veinte puntos porcentuales menos que el B (30,94%), y el estrato D cuenta con treinta y ocho puntos porcentuales menos que el estrato A (29,94%). De manera inversa, se encontró que el porcentaje de obreros se va incrementando cuando se pasa del sector A (0,71%) al D (20,66%); finalmente, se puede ver que el sector con mayor concentración de trabajadores del hogar es el D, con 11,08%, mientras que los demás sectores cuentan con menos del 3%.

¹⁵ En este punto, solamente las personas mayores a 14 años responden las preguntas relacionadas al ámbito laboral; por consiguiente, la muestra se reduce de 4.581 a 3768 observaciones.

¹⁶ Es importante notar que Lima todavía cuenta con área agrícola, dentro del casco urbano. Son cuatro hogares cuyo jefe declara la agricultura como sector de actividad principal. Representan al 0,17% de la muestra (0,09% de la población) y se caracterizan por ser jefes de hogar o cónyuges, estar casados, tener entre 32 y 55 años, varones (75%) y todos tienen por lo menos secundaria completa.

Gráfico 4. Distribución de actividades laborales por estratos (N=2.236)
Pregunta 1.13



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

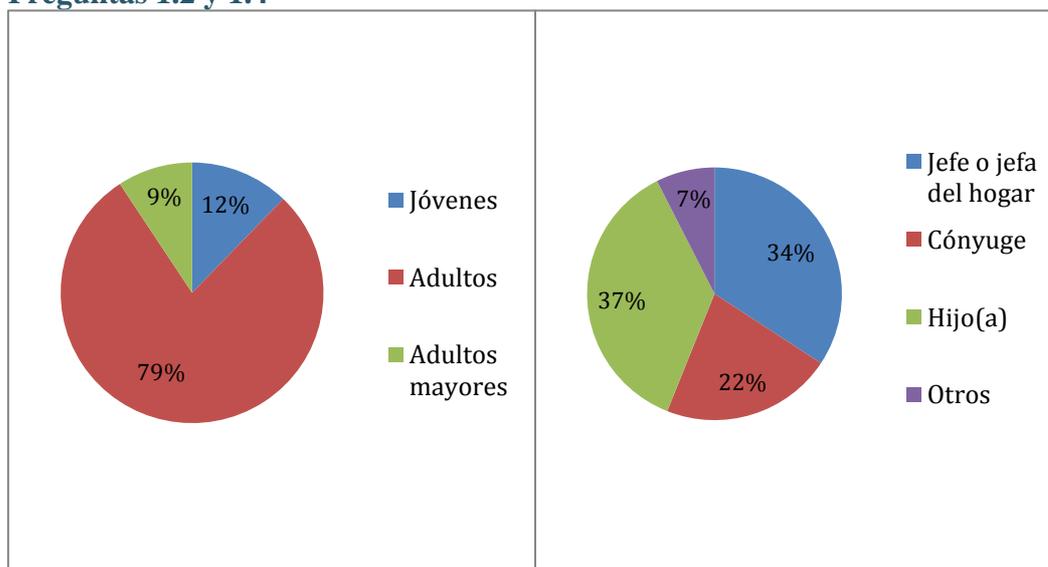
2.2 Características de los informantes

Para los objetivos del estudio, se seleccionó a un miembro del hogar de manera aleatoria. Esta persona, llamada informante de ahora en adelante, brindó la información de uso y percepciones de TIC. En esta subsección, presentamos sus características socio-demográficas.¹⁷

Como se ve en el Gráfico 5, la mayor proporción de ellos está compuesta por adultos (78,96%), sólo el 9% por adultos mayores y otro 12% de jóvenes. Además, esta característica corresponde a que cerca del 60% sea jefe de hogar o cónyuge del jefe, un 36,51% sea hijo o hija del mismo y la media de las edades sea aproximadamente 35 años.

¹⁷ Se eligió a la persona que tuviera la fecha de cumplir años más próxima dentro del hogar.

Gráfico 5. Distribución de los informantes entre los grupos etarios y su rol en el hogar (N=1.156)
Preguntas 1.2 y 1.4



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por otro lado, se tiene que los informantes, en su mayoría, son mujeres con secundaria completa, por lo general solteras, cuya actividad principal es trabajar independientemente, aunque un 38,6% de todo este grupo trabaja como empleada.

Tabla 5. Características de los informantes (N=1.156)

| | Categoría | Porcentaje |
|---------------------|---------------------------|------------|
| Sexo | Mujer | 55% |
| Estado Civil | Soltera | 44% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 38% |
| ¿Estudia este año? | No | 75% |
| Actividad principal | Trabajo | 55% |
| Tipo de trabajo* | Trabajadora independiente | 46% |
| Tiene celular | Sí, propio | 90% |
| Edad promedio | | 35,48 años |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (684)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre - 2014

Asimismo, se encontró que, según perfiles sociodemográficos, los individuos se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 6. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.156)

| Perfiles Sociodemográfico | Obs. | Porc. |
|--------------------------------------|-------------|--------------|
| Según categoría ocupacional | 1.156 | 100% |
| Empleado | 263 | 23% |
| Obrero | 56 | 5% |
| Trabajador independiente | 311 | 27% |
| Trabajador por comisión | 8 | 1% |
| Trabajador del hogar | 26 | 2% |
| TFNR | 4 | 0% |
| Patrón o empleador | 8 | 1% |
| Agricultor o ganadero | 1 | 0% |
| Estudiante | 229 | 20% |
| Buscó trabajo | 7 | 1% |
| Quehaceres del hogar | 152 | 13% |
| Jubilado | 32 | 3% |
| Incapacitado | 3 | 0% |
| Desocupado | 56 | 5% |
| Según relación con el jefe del hogar | 1.156 | 100% |
| Jefe(a) del hogar | 396 | 34,3% |
| Cónyuge | 252 | 21,8% |
| Hijo(a) | 422 | 36,5% |
| Padre o madre | 4 | 0,4% |
| Abuelo(a) | 1 | 0,1% |
| Hermano(a) | 21 | 1,8% |
| Cuñado(a) | 6 | 0,5% |
| Yerno o nuera | 11 | 1,0% |
| Nieto(a) | 23 | 2,0% |
| Sobrino(a) | 17 | 1,5% |
| Primo(a) | 2 | 0,2% |
| Suegro(a) | 1 | 0,1% |
| Según grupo etario | 1.156 | 100% |
| Jóvenes | 141 | 12,2% |
| Adultos | 908 | 78,6% |
| Adultos mayores | 107 | 9,3% |

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre -2014.

Elaboración propia.

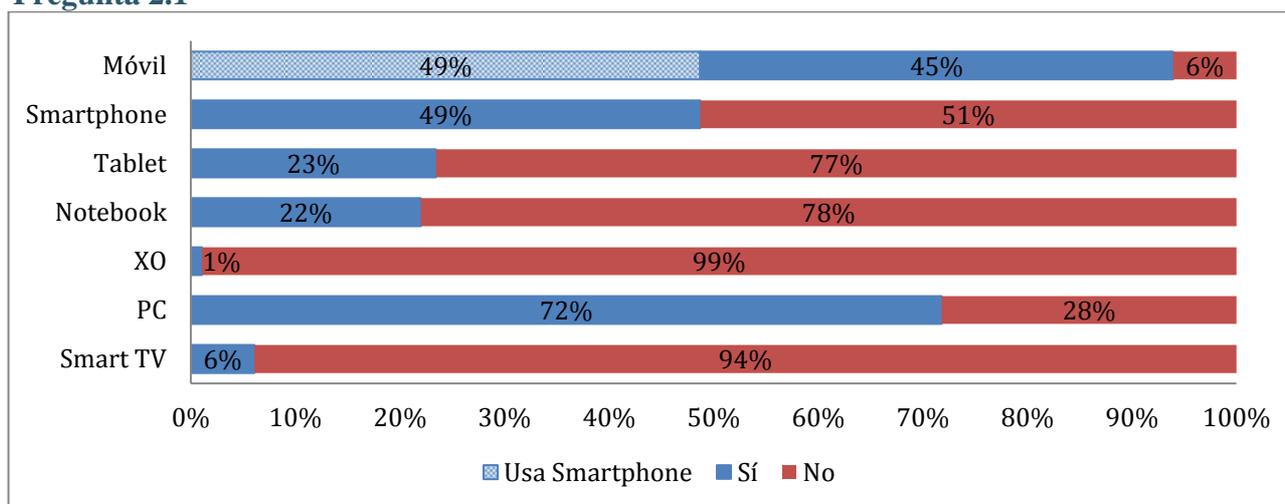
3. PATRONES DE ACCESO¹⁸

La presente sección describe las características de la población en relación al acceso que tienen a dispositivos tecnológicos.

Como fue explicado en la introducción, agrupamos los dispositivos en tres categorías: (A) teléfonos móviles o Smartphone; (B) Tablet, Notebook, XO o PC; y (C) Smart TVs y similares.

Como se aprecia en el Gráfico 6, el 49% de los encuestados hace uso de por lo menos un Smartphone y el 45% de teléfonos móviles simples, es decir, más del 90% accede a un teléfono celular;¹⁹ se observa además que el dispositivo al cual los individuos tienen mayor acceso es la PC (72%), a la que le siguen la Tablet (23%), la notebook (22%), la Smart TV (6%) y las computadoras XO (1%); además, se puede ver que la manera más frecuente de conseguir cada dispositivo es comprarlo nuevo.

Gráfico 6. Acceso a dispositivos tecnológicos (N=1.156)
Pregunta 2.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Si se observa dentro de los niveles socioeconómicos, se puede encontrar que en todos éstos la PC sigue siendo el dispositivo más usado, con un 78,4%, y 80,4% en los niveles A y B, respectivamente; sin embargo, se ve que en los niveles C y D el uso de este

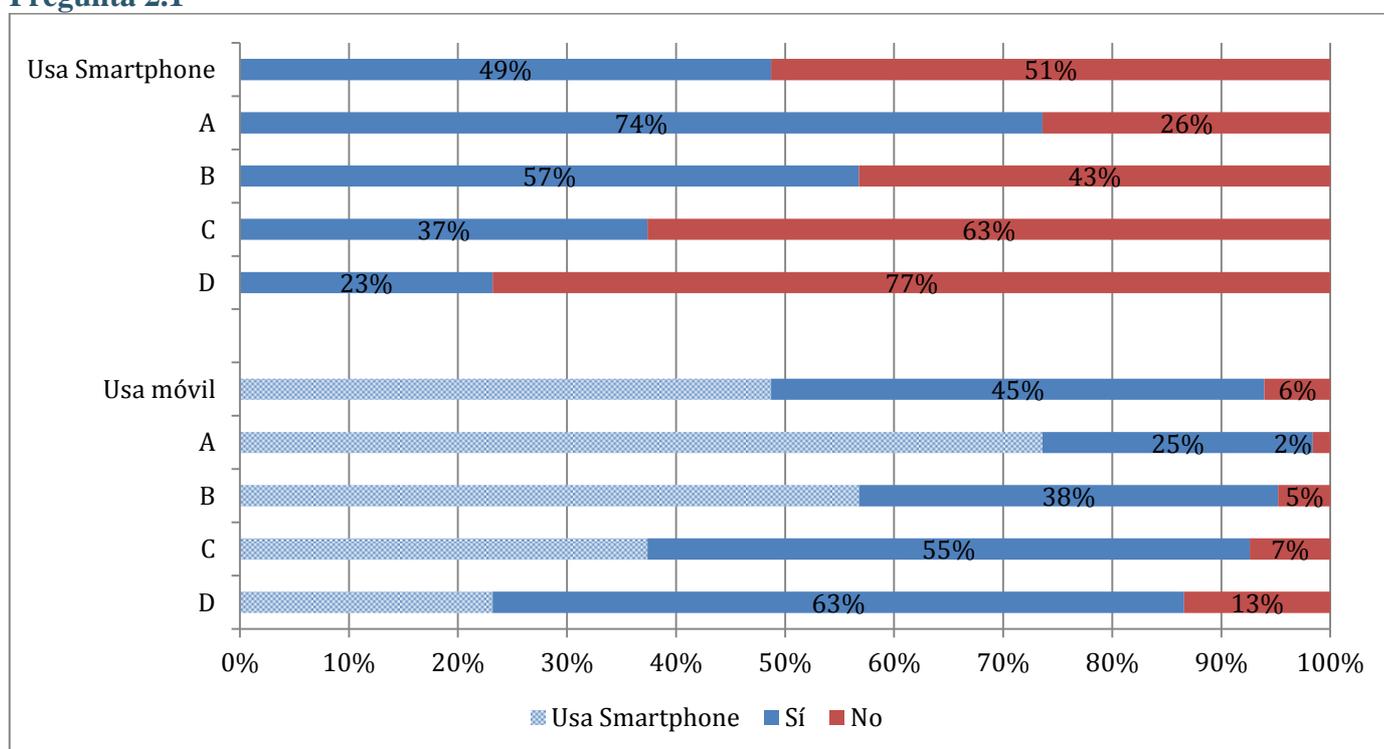
¹⁸ En esta sección se muestra información sobre el uso de dispositivos tecnológicos; por consiguiente, el número de observaciones utilizadas para cada uno de los resultados depende de si el individuo usó o no cada dispositivo. Es así que 563 dijeron que sí usan Smartphones, 523 que sí usan móviles, 271 Tablet, 254 notebooks, 12 XO, 830 PCs y 70 Smart TVs.

¹⁹ En la encuesta, se preguntó, en primer lugar, por la tenencia de Smartphone, y en caso de obtener una respuesta negativa, se preguntó por la tenencia de teléfono móvil simple.

dispositivo se va reduciendo hasta 63,7% y 52,4%, y se tiene que la forma más frecuente de adquirirla es comprarla nueva.

Al observar el uso de Smartphones, en el estrato A, el 73,6% de la población usa el dispositivo y, al igual que con la PC, el uso se va reduciendo conforme se pasa a los estratos de menor nivel, con 56,7% en el estrato B, 37,4% en el C y 23,2% en el D. En relación a los teléfonos móviles simples, como se aprecia en el Gráfico 7, existe un patrón inverso al de los Smartphones debido a la progresiva sustitución entre ambos dispositivos; de esta manera, se tiene que el 25% usa un teléfono móvil simple en el sector A, 38% en el B, un 55% en el C y un 63% en el D, y comprar el aparato nuevo sigue siendo la principal forma de adquisición de ambos dispositivos.

Gráfico 7. Uso de teléfonos celulares por estratos (N=1.156)
Pregunta 2.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

En relación al uso de Tablet, también se encontró que la manera más usual de conseguir el dispositivo es comprarlo nuevo; a su vez, el sector A es el que muestra mayor concentración de usuarios (46%), y ésta es mucho menor en los estratos B (28%), C (15%) y D (7%). De igual manera, este patrón se mantiene al ver el acceso a *notebooks*; se tiene que en el sector A un 27% de la población utiliza una, 29% en el sector B, 16% en el C y un 6% en el D; además, se puede ver que la manera más frecuente de obtener el dispositivo es comprarlo nuevo, a excepción del estrato D, donde la mitad lo obtuvo como regalo. Curiosamente, se encontró que el uso de Tablet supera al uso de *notebooks* en los estratos A y D, mientras que la relación se invierte en los estratos B y

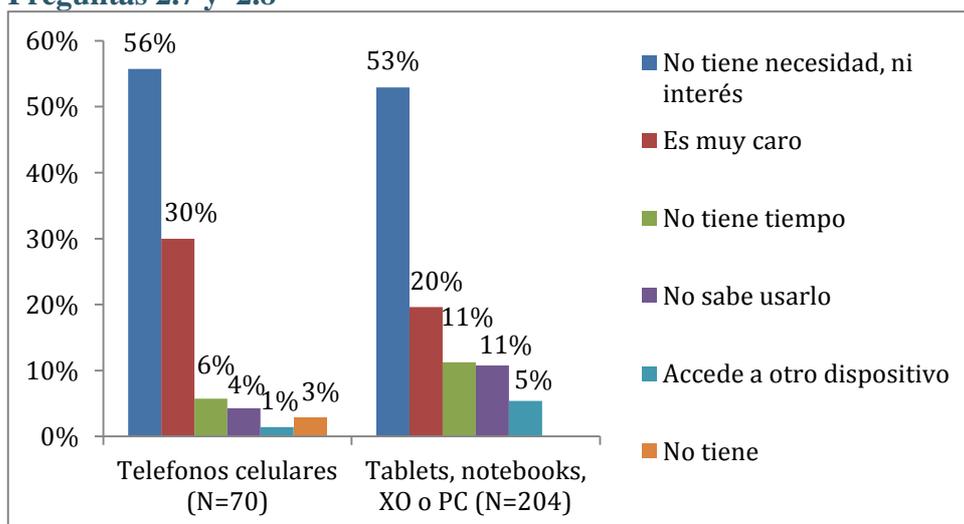
C. Por otro lado, se tiene que sólo en los estratos B (1%), C (1,3%) y D (1,2%) se usa una computadora XO, y que la presencia de Smart TV es bastante reducida en todos los estratos (9,6% en el A, 8% en el B, 4% en el C y 1% en el D); de igual manera, la manera más frecuente de adquirir uno de estos televisores es comprarlo nuevo.

En la misma línea, se puede ver que el dispositivo más usado por los hogares de la población es la PC y que en la mayor parte de casos fue comprada nueva; asimismo, se tiene que esta característica no varía sustancialmente cuando se observan los patrones de uso por nivel socioeconómico.

En relación al acceso a Internet, se encontró que el dispositivo más usado por los informantes es nuevamente la PC con 80%; se puede ver que este porcentaje varía muy poco cuando se analiza el comportamiento dentro de los estratos socioeconómicos, así se tiene un 86% en el estrato A, 85% en el B, 77% en el C y 79% en el D. Adicionalmente, se puede observar que el uso de Smartphones es casi tan alto como el de la PC en el estrato A (79%) y que está alrededor de la mitad en el B (57%), C (46%) y D (42%).

Por otro lado, como se aprecia en el Gráfico 8, la principal razón (56%) para no usar Smartphones o teléfonos móviles es la ausencia de interés o necesidad; se puede ver que este patrón se mantiene en los sectores B (63%) y C (55%), mientras que en los sectores A (50%) y D (55%) no lo hacen debido a que consideran que el dispositivo es muy caro. De manera similar, la ausencia de necesidad o interés es el principal motivo por el cual los encuestados no usan Tablet, notebook, XO, o PC; además, se observa que este patrón se mantiene en todos los estratos.

Gráfico 8. Motivos por los cuales no usa el dispositivo
Preguntas 2.7 y 2.8

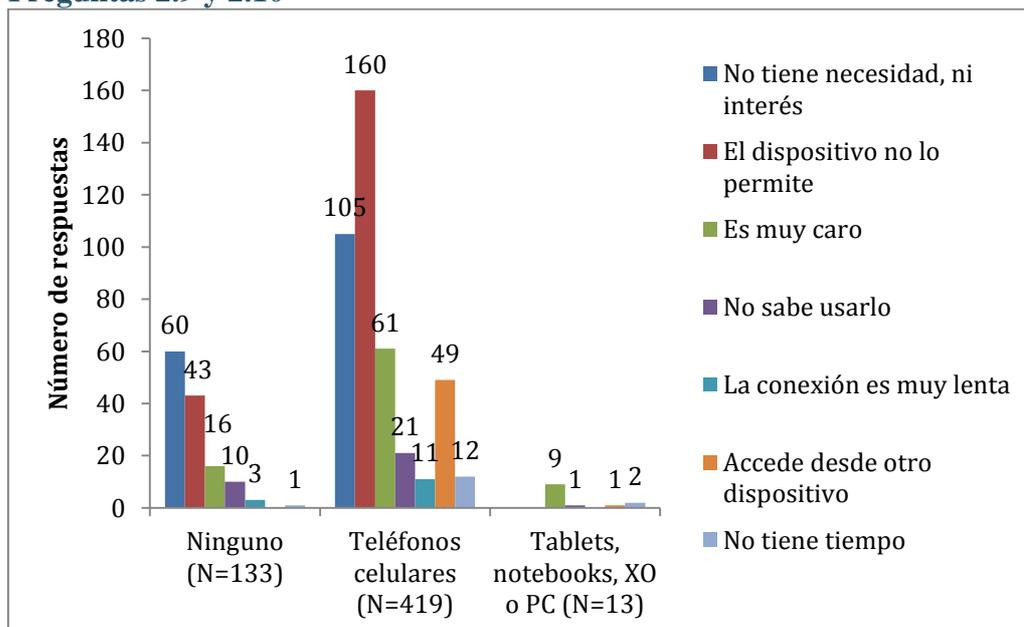


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De manera similar, se encontró que quienes no acceden a Internet desde ninguno de los dispositivos celulares, lo justifican principalmente (38%) afirmando que el dispositivo no les permite hacerlo, quedando la ausencia de interés o necesidad en segundo lugar (25%). Quienes no acceden a Internet desde dispositivos como Tablet, notebook, XO o PC, lo justifican principalmente (69%) diciendo que el dispositivo es muy caro, quedando la falta de tiempo en segundo lugar (15%).

Gráfico 9. Motivos por los que los individuos no acceden a Internet desde alguno de los dispositivos
Preguntas 2.9 y 2.10



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

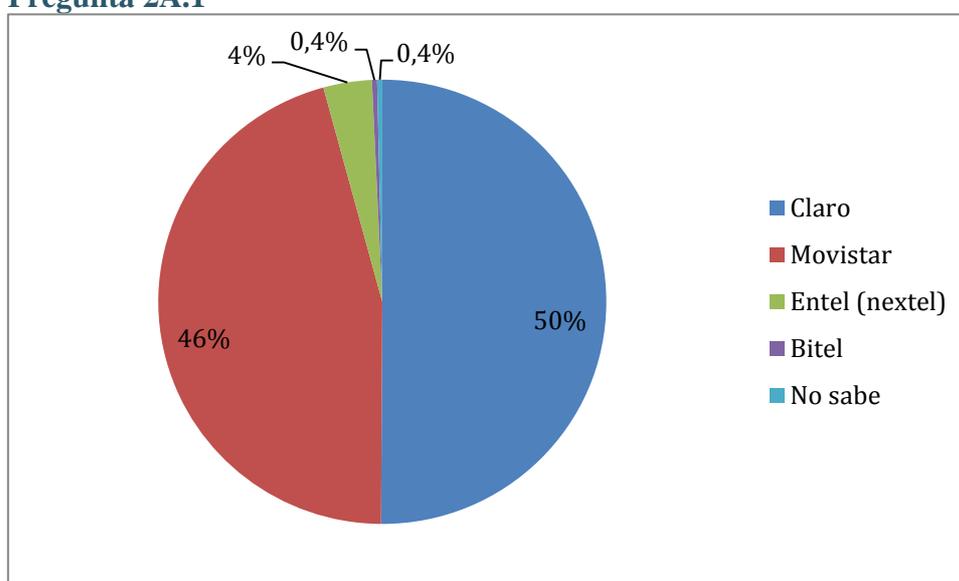
Del mismo modo, como se aprecia en el gráfico anterior, de todos aquellos que usan algún dispositivo (teléfonos celulares, Tablet, XO, notebook o PC), un 12% no accede a Internet desde ninguno de éstos,²⁰ y lo justifican principalmente (45%) afirmando que no tienen necesidad o interés, o debido a que el dispositivo no lo permite (32%); por estratos, se tiene que en el nivel A, B y C un 81%, 57% y 42% no acceden debido a que no tienen interés o necesidad, mientras que en el estrato D, un 32% debido a que su dispositivo no se lo permite.

²⁰ En total 1.140 de los 1.156 individuos informan que usan algún dispositivo. Se debe tomar en cuenta que hay casos en los cuales los usuarios sólo tienen un móvil o Smartphone y ningún dispositivo del segundo grupo; entonces, si este individuo no utiliza su teléfono celular para acceder a Internet pasará a formar parte del grupo que no accede desde ningún dispositivo; esto explica que hayan más individuos que no se conectan desde ningún dispositivo que aquellos que no lo hacen desde los dispositivos tipo Tablet, notebook, XO o PC.

3.1 Informantes que usan móvil/Smartphone o blackberry

A continuación, se presentan las características de los patrones de uso de dispositivos móviles, como los teléfonos celulares y Smartphones.²¹ En primer lugar, como muestra el Gráfico 10, se encontró que la compañía con mayor participación de mercado en la muestra es Claro, con el 50%, seguida por Movistar, con un 46%; sin embargo, cuando se analiza por estratos, se tiene que Claro sólo sigue siendo la compañía con mayor participación en el estrato B (54%) y D (48%), mientras que Movistar es la principal en los estratos A (54%) y ambas compañías tienen la misma participación en el estrato C (48%).

Gráfico 10. Participación de mercado de red móvil (N=1.086)
Pregunta 2A.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Asimismo, se encontró que la modalidad de pago más usada (56%) es aquella que no tiene factura y sólo usa recarga de crédito (pre-pago); por estratos, se puede ver que este sistema sigue siendo el más usado en los sectores B (50%), C (69%) y D (87%), mientras que en el A se encontró que un 56% tiene planes con facturación y sin límite de consumo.

Por otro lado, se puede ver que más del 99% de los individuos que tiene un celular lo usa para hacer y recibir llamadas, y cerca del 95% para enviar y recibir mensajes de texto; además, se encontró que el 62% lo usa para escuchar música y un 58% para acceder a redes sociales. Por estratos, se tiene que en el sector A un 76% accede a redes sociales a través de su teléfono celular y que este porcentaje se va reduciendo en los siguientes estratos (64% en el B, 46% en el C y 35% en el D). Al mismo tiempo, se

²¹ En la encuesta, 1.086 individuos dijeron que sí usan Smartphone o móvil.

puede observar que del total de encuestados solamente el 3,7% utiliza el teléfono celular para todos los fines (las 16 alternativas)²², mientras que un 3% lo usa sólo para hacer y recibir llamadas. En promedio, cada hogar hace 9 diferentes usos, siendo 8,8 la media. Por estratos, se observa que el número de usos es más alto en el estrato A (10,8, con 12 de mediana) y se va reduciendo en los siguientes niveles; así, se tienen 10 usos en el B (9,4 de media), 6 en el C (7,8 de media) y 5 en el D (7 de media) como ilustra la siguiente tabla:

Tabla 7. Funciones del móvil o Smartphone que son usadas por más del 50% de los informantes, por estratos (N=1.086)

Pregunta 2A.3

| | Lima | A | B | C | D |
|----------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|
| Hacer llamadas | ● | ● | ● | ● | ● |
| Recibir llamadas | ● | ● | ● | ● | ● |
| Enviar SMS | ● | ● | ● | ● | ● |
| Recibir SMS | ● | ● | ● | ● | ● |
| Navegar en Internet | ● | ● | ● | ● | 37% |
| Redes sociales | ● | ● | ● | ● | 35% |
| Chat | ● | ● | ● | 38% | 32% |
| Correo | ● | ● | ● | 30% | 21% |
| Ver o descargar videos (Youtube) | 35% | ● | 38% | 27% | 18% |
| Sacar fotos | ● | ● | ● | ● | 35% |
| Hacer videos (grabar) | ● | ● | ● | 33% | 28% |
| Escuchar música | ● | ● | ● | ● | ● |
| Descargar música | 39% | ● | ● | ● | 20% |
| Juegos en línea | 23% | ● | 24% | 19% | 14% |
| Juegos sin Internet | 26% | 24% | 26% | 25% | 25% |
| Transacciones bancarias | 5% | 10% | 6% | 3% | 0% |

● La función es usada por más del 90% de encuestados

● La función es usada por más del 60% de encuestados

● La función es usada por más del 40% de encuestados

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre - 2014

Elaboración propia.

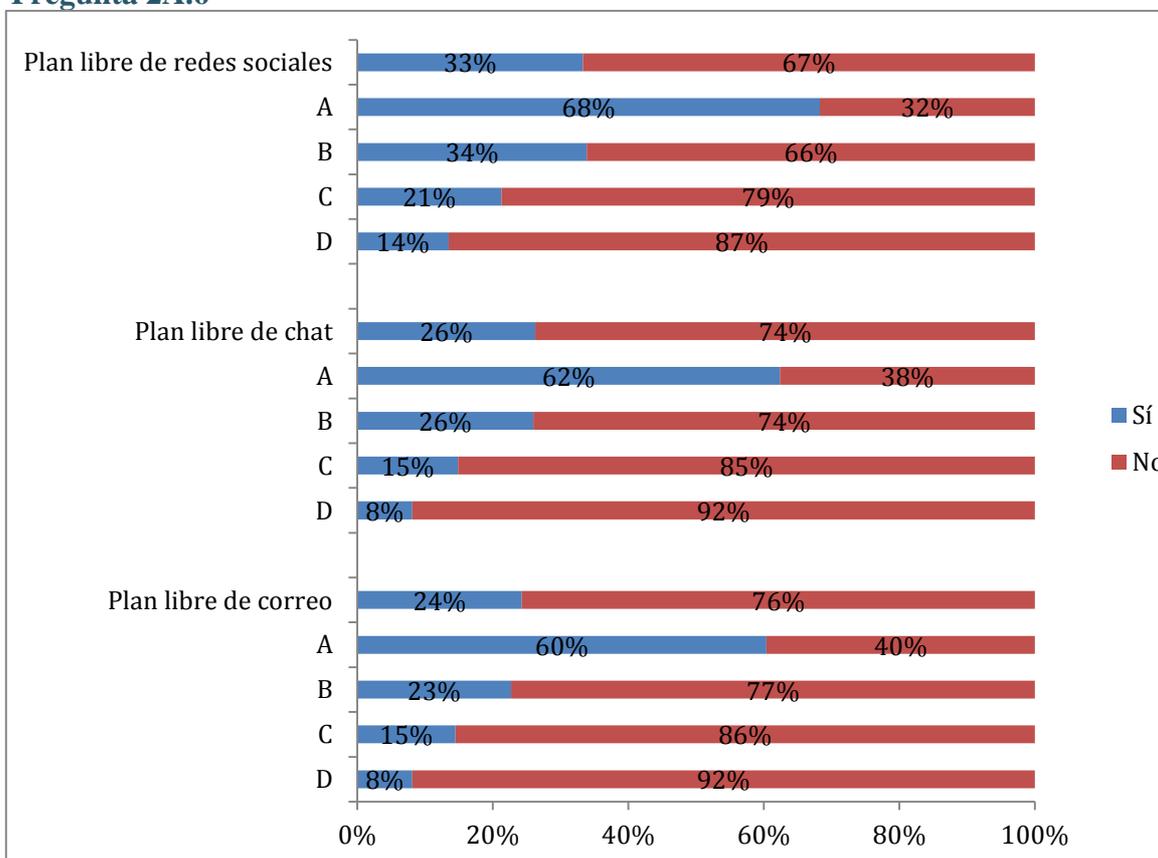
De manera similar, sólo el 3,3% hace un único uso que implique conexión a Internet o el uso de aplicaciones multimedia, de éstos el 67% usa su teléfono para escuchar música

²² Hacer y recibir llamadas, enviar y recibir SMS, navegar en Internet, uso de redes sociales, chat y correo, descargar y hacer videos y música, sacar fotos, jugar con y sin conexión y realizar transacciones bancarias.

y el 14% para acceder a redes sociales. De este grupo, los usos son mayoritariamente para contacto con amistades (93%).

Otra característica importante es que el 86% sabe que tiene límites para utilizar datos; por estratos, se puede ver que en el sector A el 95% sabe de esta restricción, 86% en el B, 83% en el C y 82% en el D. De la misma forma, como se muestra en el Gráfico 11, 33% sabe que su plan le permite acceso ilimitado a redes sociales, 26% a chat y 24% a correo electrónico. Por estratos, se encontró que el sector A es el principal usuario de planes libres con 68% en redes sociales, 62% de chat ilimitado y 60% de correo libre; en el sector B, sólo el 34% tiene acceso libre a redes sociales, 26% a chat, y 23% a correo electrónico. En los sectores C (21%, 15% y 15%) y D (14%, 8% y 8%) el acceso libre a redes sociales, chat y correo es mucho menor.

Gráfico 11. Información sobre acceso ilimitado (N=753)
Pregunta 2A.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

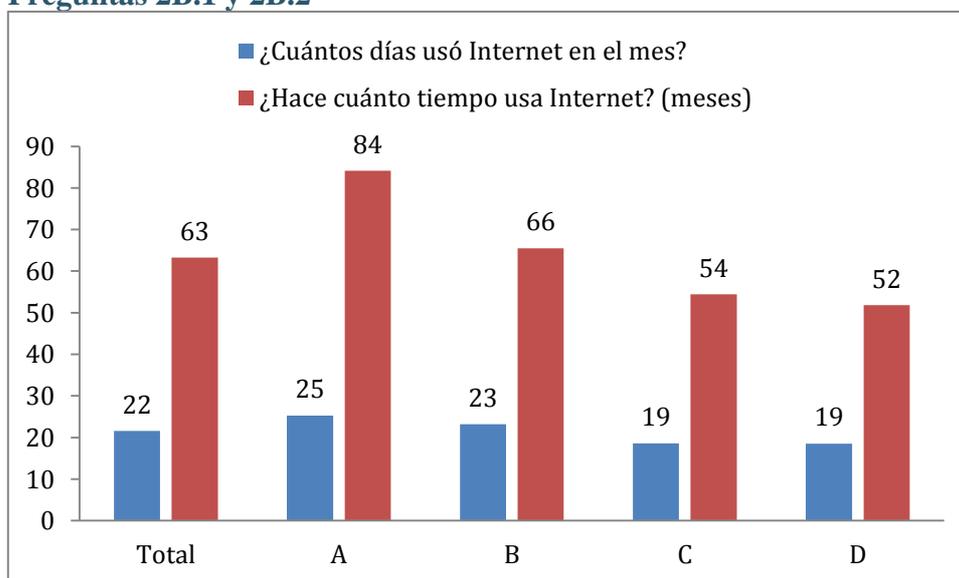
Finalmente, la mayoría de los informantes califica su conexión como aceptable (42%) o buena (35%) y considera que no es ni barata ni cara (56%).

3.2 Informantes que usan Internet en Tablet, notebook, XO o PC

En relación a las características sobre los patrones de uso de Internet, se encontró que entre quienes utilizaron por lo menos uno de los dispositivos del bloque B para conectarse a la red,²³ la frecuencia promedio de uso, medido en días, es de 21,6, siendo la mediana de 25. Por estratos, como se aprecia en el siguiente gráfico, los promedios son 25, 23, 19 y 19 días en los niveles A, B, C y D, respectivamente, mientras que las medianas son 30, 30, 17 y 20 días mensuales, respectivamente.

Asimismo, los informantes utilizan Internet desde hace 63 meses en promedio (60 meses la mediana); por estratos, la antigüedad de uso es de 84 meses en el estrato A (72 de mediana), 66 meses en el estrato B (60 de mediana), 54 meses en el estrato C (48 de mediana) y 52 meses en el estrato D (36 de mediana).

Gráfico 12. Intensidad y antigüedad promedio en el uso de Internet (N=939)
Preguntas 2B.1 y 2B.2

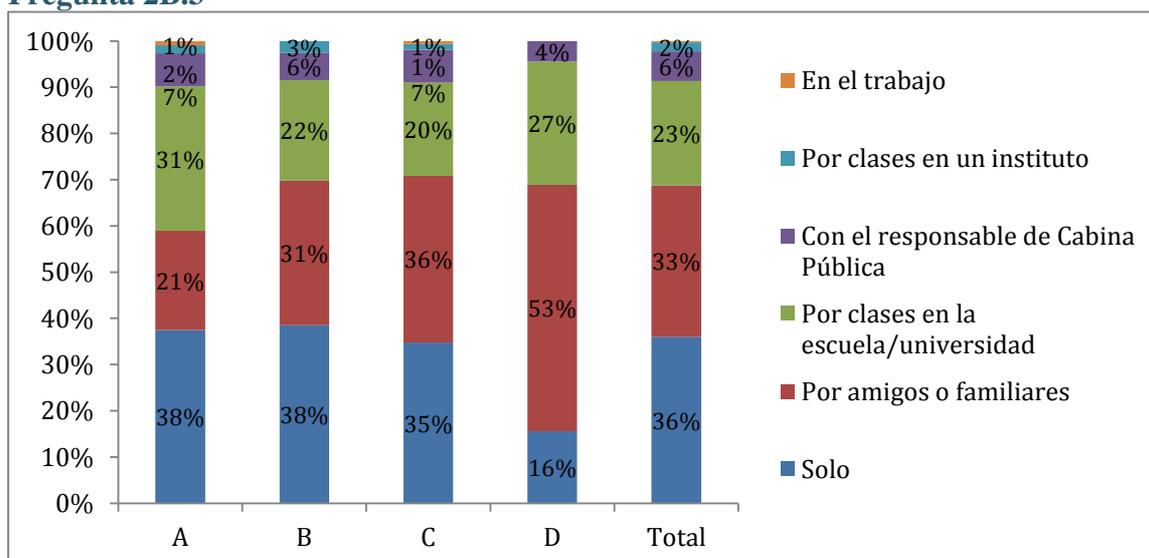


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por otro lado, como se puede observar en el siguiente gráfico, la mayoría (36%) aprendió a usar Internet solo; en los estratos A, B y C aprender de esta manera sigue siendo lo más frecuente (38%, 38% y 35%), mientras que en el D, la mayoría aprendió de amigos o familiares (53%); a su vez, se tiene que la mayor parte (73%) accede desde su casa. Por estratos, se encontró que este patrón se mantiene en los sectores A (96%) y B (86%), mientras que los encuestados de los sectores C (61%) y D (78%) acceden a Internet principalmente desde cabinas públicas o cibercafés.

²³ En la encuesta se tienen 939 individuos que dijeron que sí usan uno de los dispositivos del bloque B (Tablet, notebook, XO o PC) para conectarse a Internet.

Gráfico 13. ¿Cómo aprendió a usar Internet? (N=939)
Pregunta 2B.3

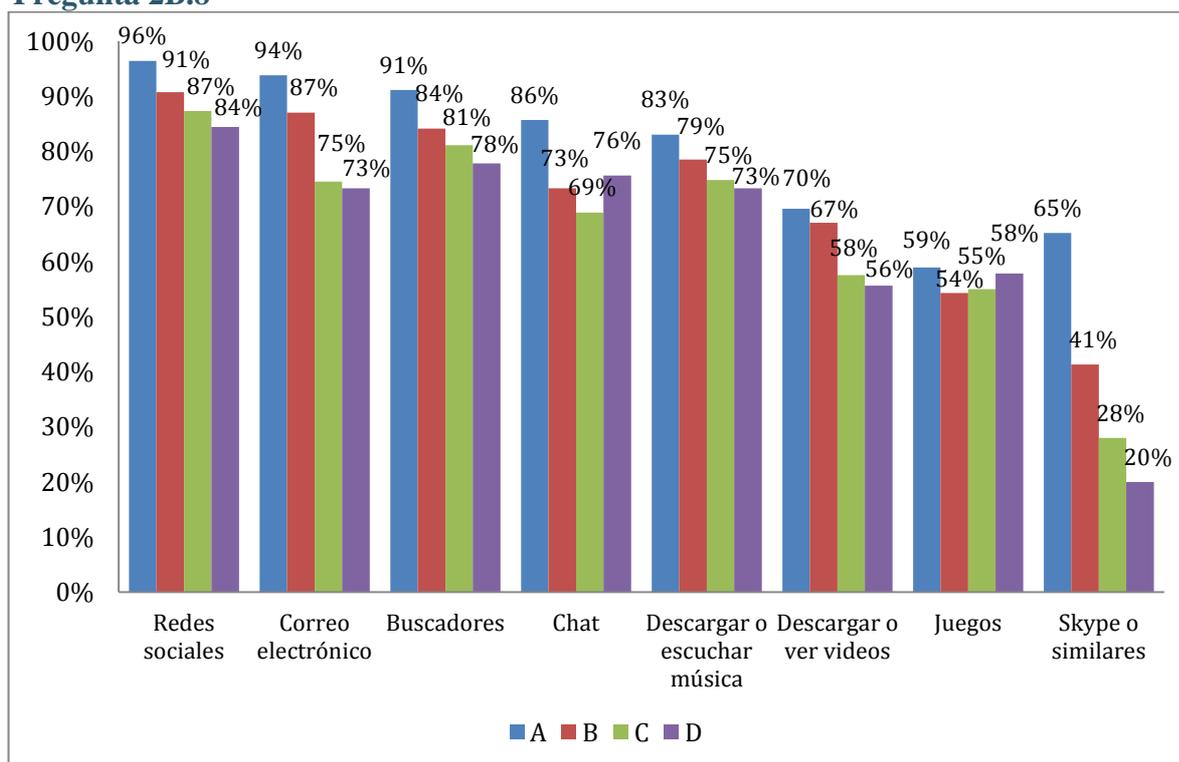


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

En relación a los usos que los individuos hacen de Internet, se encontró que ellos lo utilizan principalmente para acceder a redes sociales (90%), usar buscadores (84%), correo electrónico (83%), descargar o escuchar música (78%), usar chat (73%), descargar o ver videos (64%), acceder a juegos (55%) y, algunos pocos, para acceder a banca en línea (10%). Al mismo tiempo, se encontró que el porcentaje de encuestados que lo usa para un único fin es 3%, mientras que otro 4% lo usa para una multiplicidad.²⁴ Por estratos, como se aprecia en el Gráfico 14, las redes sociales siguen siendo la actividad más frecuente en todos éstos; además, el uso más intensivo de Internet en casi todas las actividades lo tiene el nivel A; sin embargo, se puede ver que los juegos son casi igual de intensivos en todos los niveles; a su vez, el uso de plataformas como Skype sólo está generalizado en el sector A (no llega al 50% en los otros sectores).

²⁴ Se define que una persona hace una multiplicidad de usos cuando utiliza correo electrónico, redes sociales, chat, Skype, juegos, descarga música y videos, banca en línea y buscadores, es decir, respondió afirmativamente a todas las opciones de la encuesta.

Gráfico 14. Usos de Internet por nivel socioeconómico (N=939)
Pregunta 2B.8



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

En cuanto a quienes acceden a Internet desde casa, este grupo califica mayoritariamente su conexión como aceptable (51%) o buena (37%); por niveles socioeconómicos, se tiene que los estratos B (53%), C (60%) y D (40%) la consideran aceptable, mientras que el 53% del A afirma que su conexión es buena. Asimismo, se observa que los encuestados mayoritariamente (62%) consideran que su conexión no es cara ni barata y que esta impresión se mantiene en todos los estratos (71% en el A, 60% en el B, 61% en el C y 50% en el D). En esta misma línea, quienes acceden a Internet en casa suelen ser hijas del jefe de hogar, solteras, con secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar; como se puede apreciar en la Tabla 8, la mayoría de veces son empleadas, aunque un 41% se desempeña como trabajador independiente.

Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde casa (N=683)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hija | 42% |
| Sexo | Mujer | 55% |
| Estado Civil | Soltera | 47% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 32% |
| ¿Estudia este año? | No | 69% |
| Actividad principal | Trabajo | 55% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 47% |
| Tiene celular | Sí, propio | 93% |
| Edad promedio | 34,11 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (392)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014
Elaboración propia.

A la par, se observa que quienes acceden a Internet desde una cabina pública o un cibercafé consideran que este servicio no es caro ni barato en el 50% de casos, y barato en el 37%; igualmente, en todos los estratos, una proporción similar sigue considerando que el servicio no es caro ni barato (60% en el estrato A, 50% en el B, 50% en el C y 51% en el D). Se puede ver que quienes acceden a Internet desde una cabina son, usualmente, hijas del jefe de hogar, mujeres solteras, de secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar, como se puede ver en la Tabla 9; la mayor cantidad de veces son trabajadoras independientes, aunque un 32% de los individuos de este grupo trabaja como empleado.

Tabla 9. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde una cabina pública (N=372)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hija | 43% |
| Sexo | Mujer | 55% |
| Estado Civil | Soltera | 51% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 46% |
| ¿Estudia este año? | No | 72% |
| Actividad principal | Trabajo | 53% |
| Tipo de trabajo* | Trabajadora independiente | 49% |
| Tiene celular | Sí, propio | 87% |
| Edad promedio | 31,33 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (209)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Se encuentra también que quienes acceden a Internet por cualquiera de los dispositivos del bloque B, están conectados en promedio entre una y dos horas diarias (55%). Por estratos, el tiempo se mantiene entre una y dos horas en el 51% del sector A, en el 54% del sector B, el 57% del C y 71% en el D; también se encontró que el porcentaje de personas que están conectadas entre dos y cuatro horas diarias es mayor conforme se sube en los niveles socioeconómicos (el tiempo de conexión diario es mayor en los niveles más altos).²⁵

Finalmente, se puede ver que frente a problemas al momento de usar Internet, un 30% de los encuestados no busca ayuda y los resuelve por sí mismo, mientras que la persona más recurrida frente a estas dudas suele ser un familiar (31%). De manera similar, se tiene que alrededor de un tercio de cada nivel socioeconómico soluciona sus dudas por sí solo (37% en el A, 33% en el B, 25% en el C y 20% en el D); asimismo, en los estratos A, B y C un familiar sigue siendo la primera persona a la que se acude, con 27%, 35% y 28%, respectivamente, mientras que en el estrato D, los encuestados acuden principalmente (47%) al encargado de la cabina pública. Finalmente, se observa que quienes más recurren a soluciones en Internet o resuelven solos sus dudas son, usualmente, hijos del jefe de hogar, solteros, de secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar, como se puede apreciar en la siguiente tabla; la mayor cantidad de veces son empleados, aunque un 35% son trabajadores independientes.

Tabla 10. Perfil sociodemográfico de los individuos que resuelven solos sus dudas (N=420)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Jefe del hogar | 32% |
| Sexo | Varón | 55% |
| Estado Civil | Soltero | 58% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 31% |
| ¿Estudia este año? | No | 65% |
| Actividad principal | Trabajo | 59% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 47% |
| Tiene celular | Sí, propio | 93% |
| Edad promedio | 31,05 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (264)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

²⁵ *Los dispositivos del Bloque B son: Tablet, notebook, XO y PC.*

4. USO DE INTERNET DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO

En esta sección, el foco está puesto en el uso de Internet, independientemente del dispositivo utilizado (con la excepción de Smart TV), lo que da un total de 1.006 informantes. En este sentido, se definen los siguientes perfiles sociodemográficos que servirán para complementar el análisis:

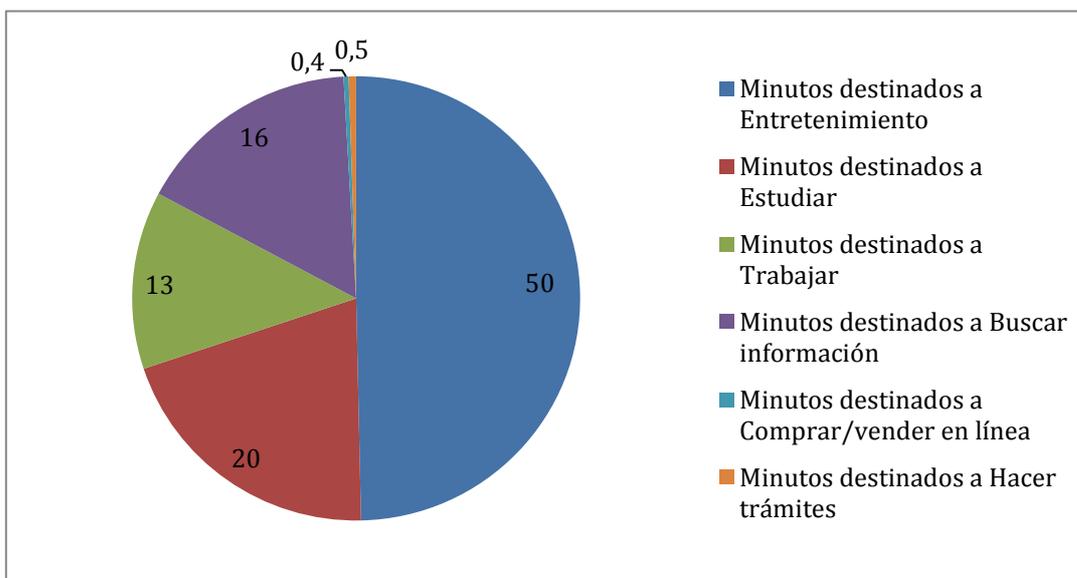
Tabla 11. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.006)

| Perfiles Sociodemográfico | Obs. | Porc. |
|--------------------------------------|-------------|--------------|
| Según categoría ocupacional | 1.006 | 100% |
| Empleado | 250 | 25% |
| Obrero | 47 | 5% |
| Trabajador independiente | 253 | 25% |
| Trabajador por comisión | 7 | 1% |
| Trabajador del hogar | 16 | 2% |
| TFNR | 3 | 0% |
| Patrón o empleador | 8 | 1% |
| Agricultor o ganadero | 1 | 0% |
| Estudiante | 225 | 22% |
| Buscó trabajo | 7 | 1% |
| Quehaceres del hogar | 121 | 12% |
| Jubilado | 16 | 2% |
| Incapacitado | 1 | 0% |
| Desocupado | 51 | 5% |
| Según relación con el jefe del hogar | 1.006 | 100% |
| Jefe(a) del hogar | 312 | 31,0% |
| Cónyuge | 213 | 21,2% |
| Hijo(a) | 409 | 40,7% |
| Padre o madre | 1 | 0,1% |
| Hermano(a) | 17 | 1,7% |
| Cuñado(a) | 4 | 0,4% |
| Yerno o nuera | 10 | 1,0% |
| Nieto(a) | 20 | 2,0% |
| Sobrino(a) | 17 | 1,7% |
| Primo(a) | 2 | 0,2% |
| Suegro(a) | 1 | 0,1% |
| Según grupo etario | 1.006 | 100% |
| Jóvenes | 138 | 13,7% |
| Adultos | 806 | 80,1% |
| Adultos mayores | 62 | 6,2% |

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En primer lugar, como se puede apreciar en el Gráfico 15, de cada 100 minutos de conexión, las personas dedican cerca de la mitad de su tiempo a entretenimiento (49,7 minutos), alrededor de un quinto (20,2 minutos) a estudios, aproximadamente un cuarto de hora a buscar información (16 minutos) y el tiempo restante a trabajar (12,9 minutos).

Gráfico 15. Tiempo destinado a usos de Internet (N=1.006)
Pregunta 3.1

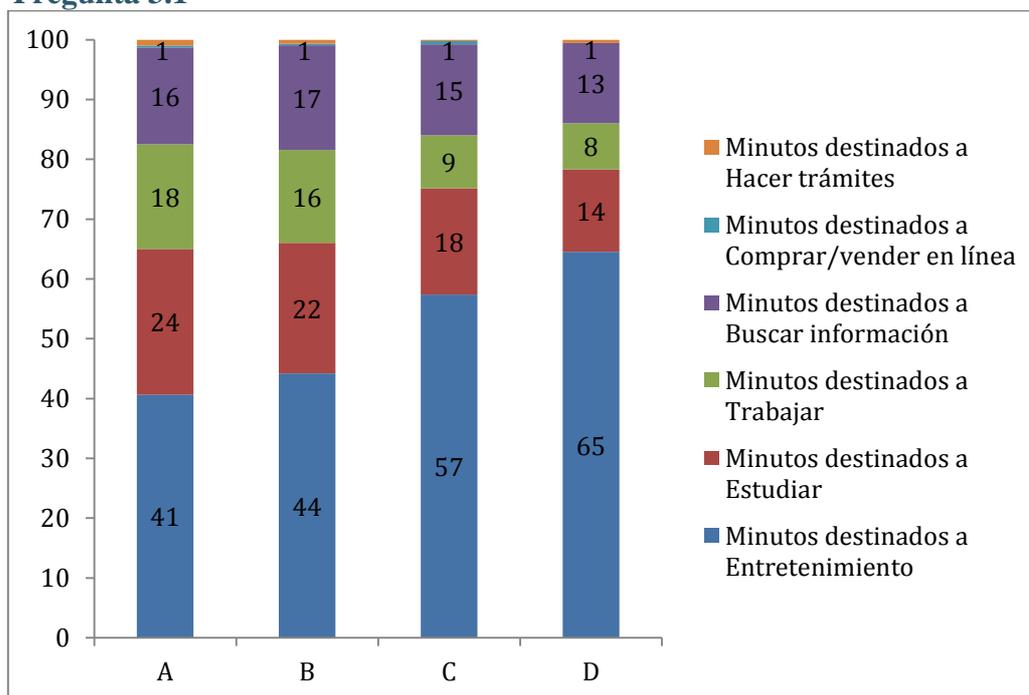


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Por estratos, según el Gráfico 16, la cantidad de minutos destinados a entretenimiento es más alta en los sectores más bajos, más de dos tercios en el nivel D (64,5 minutos), 57,4 minutos en el C, 44,2 minutos en el B y 40,6 en el A; a su vez, se encontró una dinámica opuesta en el tiempo dedicado a estudiar o trabajar, con 24,4 y 17,5 minutos en el estrato A, 21,8 y 15,5 minutos en el B, 17,7 y 8,8 minutos en el C y 13,7 y 7,7 minutos en el D. El tiempo dedicado a buscar información mantiene un patrón relativamente constante en todos los niveles (16,4 minutos en el A, 17,48 minutos en el B, 15,21 minutos en el C y 13,4 minutos en el D).

Gráfico 16. Tiempo destinado a usos de Internet por nivel socioeconómico (N=1.006)

Pregunta 3.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De acuerdo a la condición ocupacional, de cada 100 minutos en Internet, los estudiantes dedican en promedio 44 minutos a entretenimiento y otros 42 minutos a estudiar, los trabajadores independientes cerca de 49 minutos a entretenerse y 44 minutos los empleados. Según la relación que los individuos mantienen con el jefe del hogar, se encontró que los hijos destinan alrededor de 28 minutos a estudiar, 17 los cónyuges y sólo 12 los jefes de hogar; no obstante, los jefes destinan casi 20 minutos a trabajar. En cuanto a los grupos etarios, se tiene que los jóvenes destinan aproximadamente 39 minutos a estudiar, 18 los adultos y solamente 10 los adultos mayores

También, se encontró que, en promedio, el 61% sabe que existen programas en Internet que puede modificar libremente; por estratos, en el sector A este grupo asciende a 85%, a 65% en el B y disminuye a 51% en el C y 32% en el D.

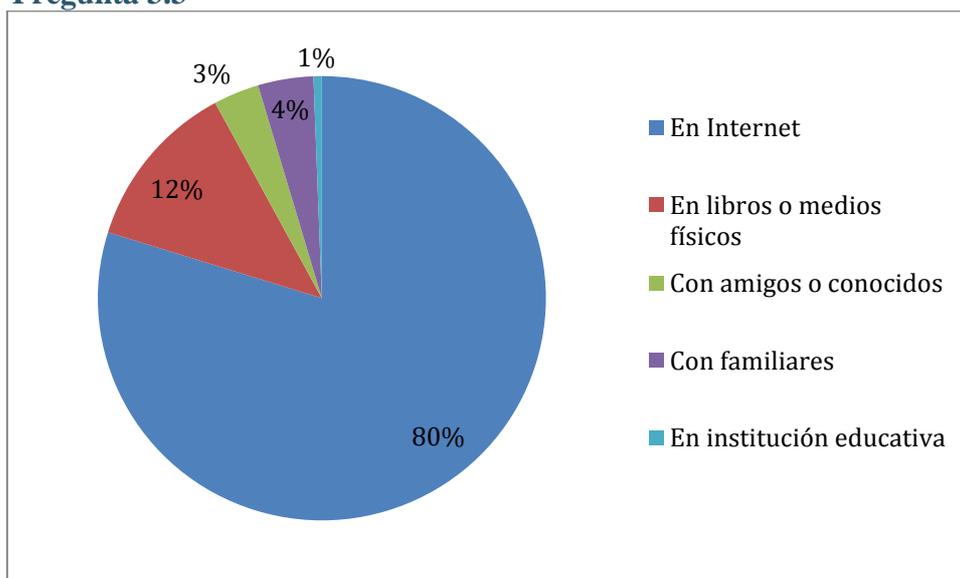
A su vez, en relación a la condición ocupacional, se tiene que el 71% de los empleados y el 52% trabajadores independientes saben de este tipo de programas, mientras que este grupo representa 73% dentro de los estudiantes. Según la relación que tienen los individuos con el jefe del hogar se encontró que el 54% de los jefes de hogar y el 53% de los cónyuges conocen estos programas; sin embargo, en el grupo de hijos se encuentra un mayor porcentaje (69%). Asimismo, se encontró que más de la mitad de los jóvenes (60%) y adultos (61%) de la muestra informan saber de los programas, frente a un 52% de los adultos mayores.

Como se mencionó al inicio de este documento, se ha prestado especial atención al tema de educación o estudios, trabajo o negocios y contacto con el gobierno, así, se muestra información correspondiente al uso de Internet en estas áreas a continuación.

Para actividades relacionadas a estudios o aprendizaje, la información mayoritariamente (80%) se obtiene en Internet. Por estratos, la opción más recurrida sigue siendo Internet en todos los niveles (94% en el A, 79% en el B, 76% en el C y 75% en el D). De igual modo, se puede ver que esta preferencia se mantiene en los estudiantes (91%) y, aunque en menor medida, en los empleados (81%) y trabajadores independientes (71%); según la relación con el jefe del hogar, se encontró que los hijos son los que más usan la red para actividades relacionadas a estudios (86%), seguidos por los cónyuges (77%) y los jefes del hogar (72%). De manera similar, por grupos etarios, se puede ver que los jóvenes usan Internet como la principal referencia (92%) y que el porcentaje de adultos mayores que usa la red para este fin es menor (55%).

Gráfico 17. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para estudios? (N=807)

Pregunta 3.3



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

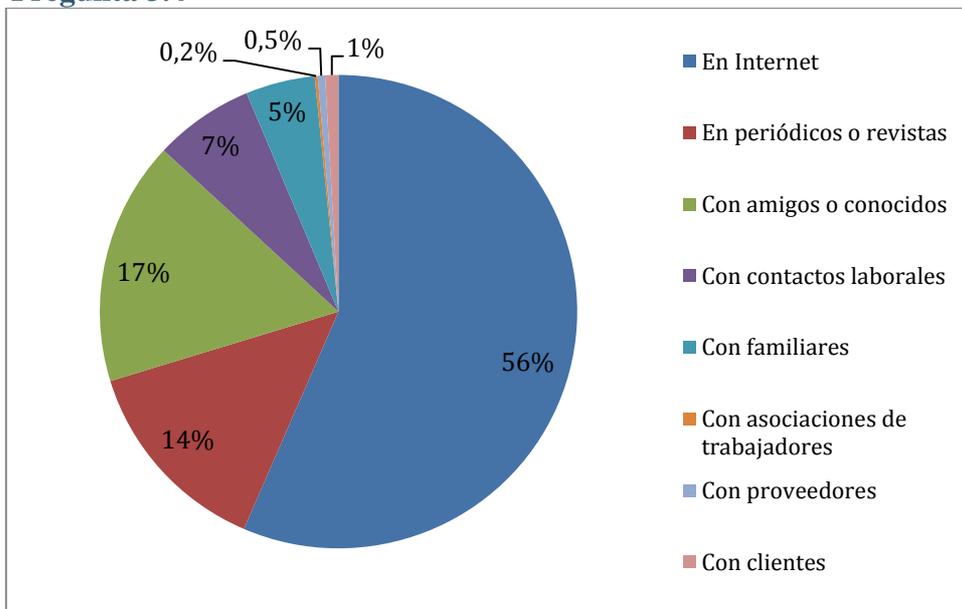
Para actividades relacionadas a trabajo, negocios u oportunidades laborales, la información mayoritariamente (57%) se obtiene en Internet, quedando los amigos y conocidos en segundo lugar (17%). En los estratos A (80%), B (60%) y C (45%), Internet continua siendo la principal fuente de información, mientras que en el estrato D, los amigos y conocidos se posicionan como la primera opción (47%).

A su vez, según la condición ocupacional, se tiene que el 70% de los empleados obtiene información laboral en la red, frente a un 51% de los trabajadores independientes y un 40% de los estudiantes; de manera similar, se observa que Internet es la primera

alternativa para este fin en el 59% de los jefes de hogar, en el 51% de los cónyuges y en el 57% de los hijos; se encontró además que ese patrón se mantiene entre adultos mayores (59%), los adultos (57%) y los jóvenes (40%), no obstante, un 28% de este último grupo acude a sus amigos o conocidos.

Gráfico 18. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para trabajo o negocios? (N=666)

Pregunta 3.4



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

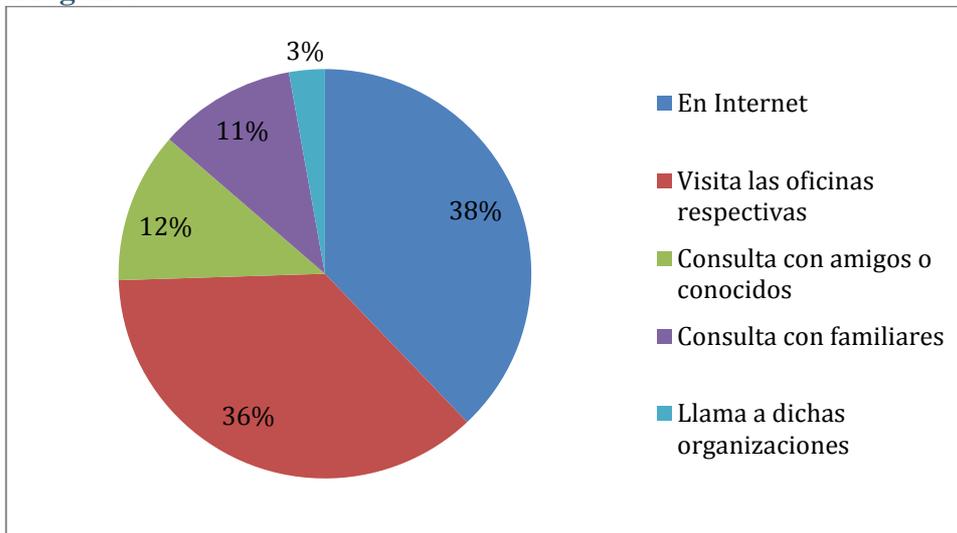
Asimismo, cuando se necesita información, contactarse o hacer trámites con el Gobierno, nuevamente la información se obtiene mayoritariamente (38%) a través de Internet, quedando como segunda opción (37%) acercarse a las respectivas oficinas públicas. Por estratos, la opción más recurrida es Internet en los sectores A (59%) y B (42%), mientras que en los estratos C (45%) y D (42%) acercarse a las oficinas es la forma más usual.

Por otra parte, por categoría ocupacional, se puede ver que el 40% de los estudiantes que necesita contactarse o informarse sobre el Gobierno prefiere hacerlo a través de Internet, al igual que el 46% de los empleados y el 34% de los trabajadores independientes con la misma necesidad; por otro lado, según la relación del individuo con el jefe del hogar, se tiene el 37% de los cónyuges y el 42% de los hijos también prefieren esta alternativa y un 38% de los cónyuges, y otro 31% de los hijos optan por acercarse a las oficinas públicas, mientras que la mayor parte de los jefes de hogar (42%) tiene como primera opción dirigirse a las oficinas. También se puede observar que el 46% de los adultos mayores prefiere acercarse a las oficinas, a diferencia del

44% de los jóvenes que opta por consultar a sus familiares, y el 39% de adultos que usa Internet.²⁶

Gráfico 19. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información del Gobierno? (N=195)

Pregunta 3.5

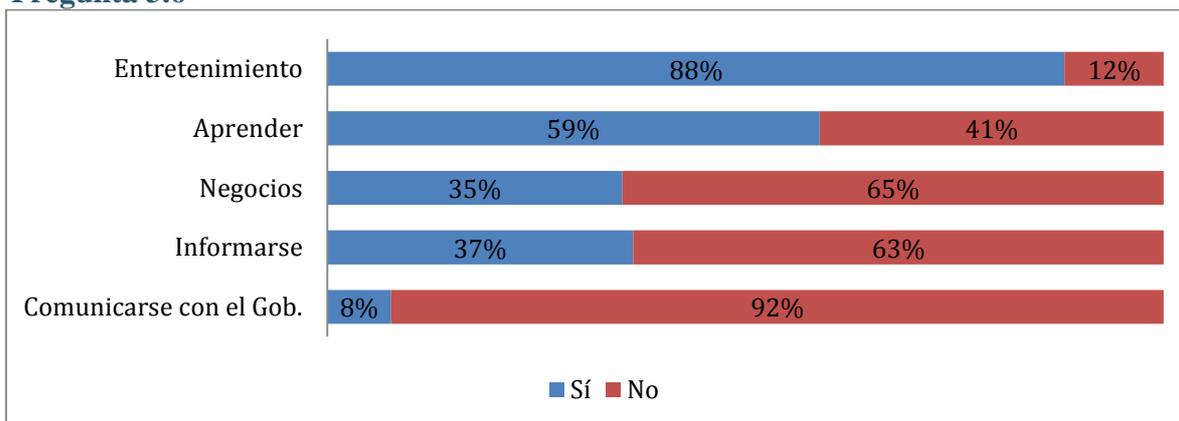


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En relación a las principales finalidades que llevan a los encuestados a usar Internet, se encontró, como muestra el Gráfico 20, que la mayoría utiliza la red para actividades relacionadas a entretenimiento (88%), a educación y aprendizaje (59%) y a negocios y trabajo (35%); algunos la usan para mantenerse informados (37%) y sólo el 8% lo usa para comunicarse con el Gobierno.

Gráfico 20. ¿Usa Internet para las siguientes actividades? (N=1.006)

Pregunta 3.6

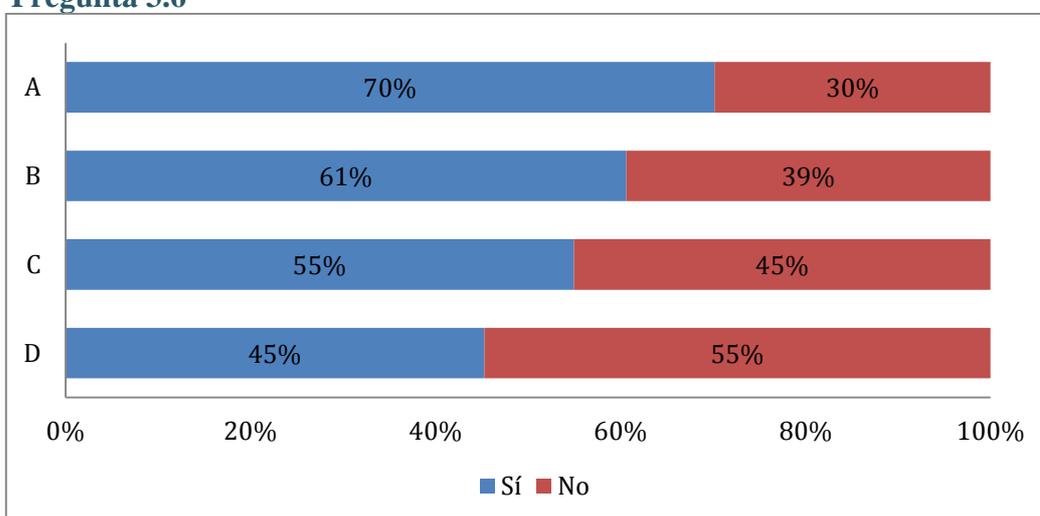


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

²⁶ Esta pregunta sólo aplica a 24 jóvenes y 24 adultos mayores.

En esa misma línea, como se aprecia en el Gráfico 21, el porcentaje de quienes hacen uso de Internet para aprender es mayor en los estratos más altos; asimismo, se tiene que ese grupo usa principalmente Google y otros buscadores (90%), y Wikipedia queda como la segunda plataforma más usada (32%); a su vez, se encontró que Google es la plataforma más usada en todos los estratos (85% en el A, 89% en el B, 93% en el C y 92% en el D), y que Wikipedia se posiciona como la segunda más usada en los sectores A (35%), B (37%), C (25%) y D (21%). Además, se tiene que el dispositivo desde el que principalmente se accede es la PC (64%), y que este patrón se mantiene en todos los estratos (41% en el A, 64% en el B, 71 en el C y 83% en el D). Al mismo tiempo, se ve que el 94% de este grupo accede y/o descarga contenidos en línea, pero cerca de la totalidad (99,9%) nunca paga por estos contenidos; también se encontró que ambos patrones son característicos de todos los estratos (más del 90% en cada nivel).

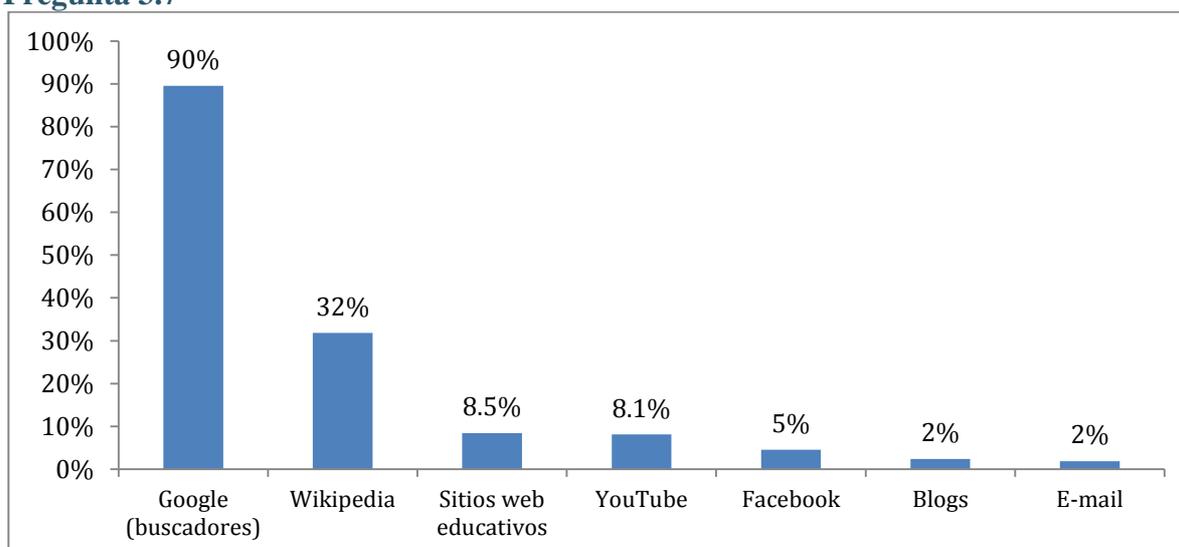
Gráfico 21. Uso de Internet para aprender (N=1.006)
Pregunta 3.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Por otra parte, según la condición ocupacional, se puede ver que cerca de dos tercios de los estudiantes, además de los trabajadores independientes y empleados, usan Google para aprender; al mismo tiempo, se encontró que YouTube se posiciona como la segunda opción en los tres grupos. Asimismo, todos los perfiles informan que el dispositivo más usado es la PC; no obstante, se observa que para un 20% de los empleados, la notebook se posiciona como la segunda opción, a diferencia del 17% de los trabajadores independientes y del 17% de los estudiantes que prefieren el Smartphone. En esta línea, se puede ver que más del 90% de todos los grupos descarga contenidos y casi ninguno (menos del 1%) paga por ellos.

Gráfico 22. Plataformas más usadas para aprender en Internet (N=592)
Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

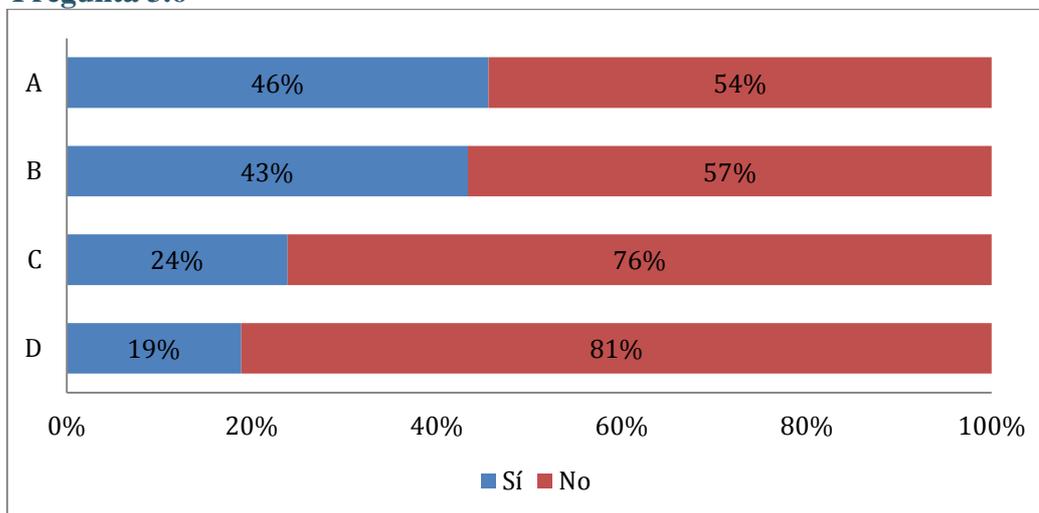
Al observar la relación que los individuos tienen con el jefe de hogar, se encuentra que la mayor parte de los jefes (69%), cónyuges (72%) e hijos (65%) usa Google como la principal plataforma para realizar actividades de aprendizaje y YouTube como la siguiente opción; al mismo tiempo, se tiene que la PC también es el principal dispositivo usado por estos grupos y que el Smartphone se posiciona como el segundo dispositivo más usado por los jefes (14%) y cónyuges (16%), a diferencia de los hijos que optan por la notebook (18%).

Además, según los grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (62% jóvenes, 69% adultos y 73% adultos mayores) y que la PC (más del 50% en cada nivel) y el Smartphone son los dispositivos más usados para aprender.

Por otro lado, quienes hacen uso de Internet para trabajar o para hacer negocios, como muestra el Gráfico 23, se encuentran en mayor proporción en los estratos más altos (46% en el A, 43% en el B, 24% en el C y 19% en el D); este acceso es principalmente a través de Google y otros buscadores (86%), quedando el correo electrónico como la segunda herramienta más usada (13%). Google es la plataforma más usada en todos los estratos (85% en el A, 84% en el B, 90% en el C y 95% en el D), y el correo electrónico se posiciona como la segunda más usada en los sectores A (27%) y B (12%), mientras que los usuarios del estrato C utilizan YouTube como segunda opción (12%) y messenger los usuarios del estrato D (20%). Además, se tiene que el dispositivo desde el que principalmente se accede es la PC (62%), y que este patrón se mantiene en todos los estratos (56% en el A, 63% en el B, 63% en el C y 70% en el D). Al mismo tiempo, 88% de la población accede y/o descarga contenidos en línea relacionados al trabajo, pero cerca de la totalidad (99%) nunca paga por este contenido; por estratos, se encontró

que los individuos del nivel A y C acceden con mayor frecuencia a contenidos para este fin (92% y 91%), aunque en los sectores B y D también lo usan con frecuencia (87% y 70% respectivamente). No obstante, se tiene que al igual que para las actividades relacionadas a trabajo, la mayoría (99%) nunca paga por estos contenidos.

Gráfico 23. Uso de Internet para trabajo o negocios (N=1.006)
Pregunta 3.6

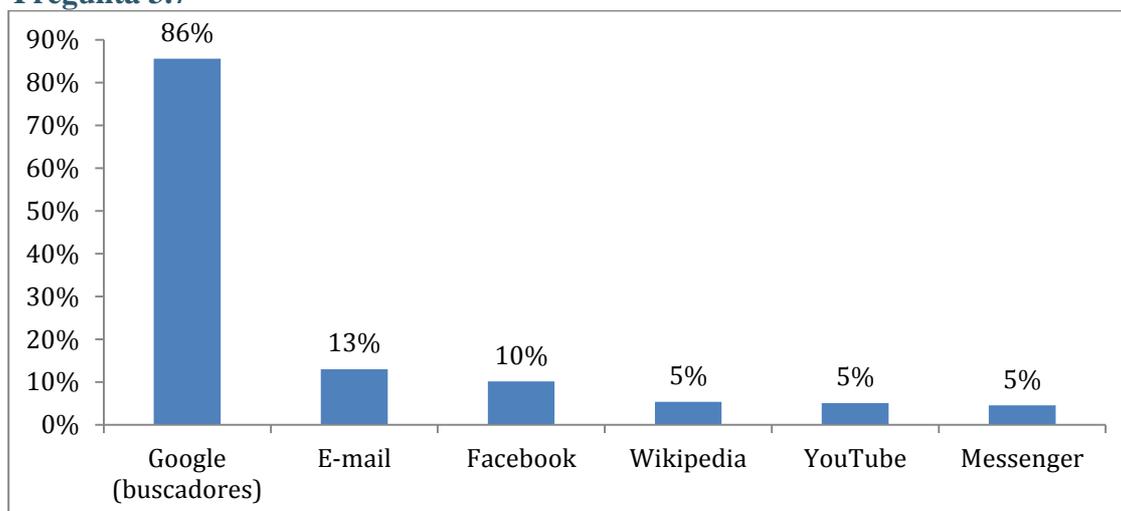


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

De igual modo, según la condición ocupacional de los encuestados, se puede ver que Google también es la plataforma más usada por empleados (84%), obreros (82%) y trabajadores independientes (85%) para las actividades laborales, quedando el correo electrónico como la segunda más utilizada. Al mismo tiempo, se encontró que la PC es el dispositivo más usado por los empleados (63%), trabajadores independientes (62%) y estudiantes (62%), mientras que un mayor porcentaje de obreros (47%) usa el Smartphone; asimismo, se observa que más del 80% de todos los grupos descarga contenidos por los cuales no paga.

Gráfico 24. Plataformas más usadas para trabajar o hacer negocios en Internet (N=355)

Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que Google es la plataforma más usada por jefes del hogar (85%), cónyuges (84%) e hijos (86%) para este fin, quedando el correo electrónico como la segunda opción más usada por los cónyuges (16%), jefes (14%) e hijos (11%). Asimismo, se observa que la PC es el dispositivo más usado (más del 50% en cada categoría), quedando el Smartphone como el segundo dispositivo más utilizado por los jefes de hogar (23%) y cónyuges (20%), mientras que la notebook ocupa este lugar para los hijos (23%).

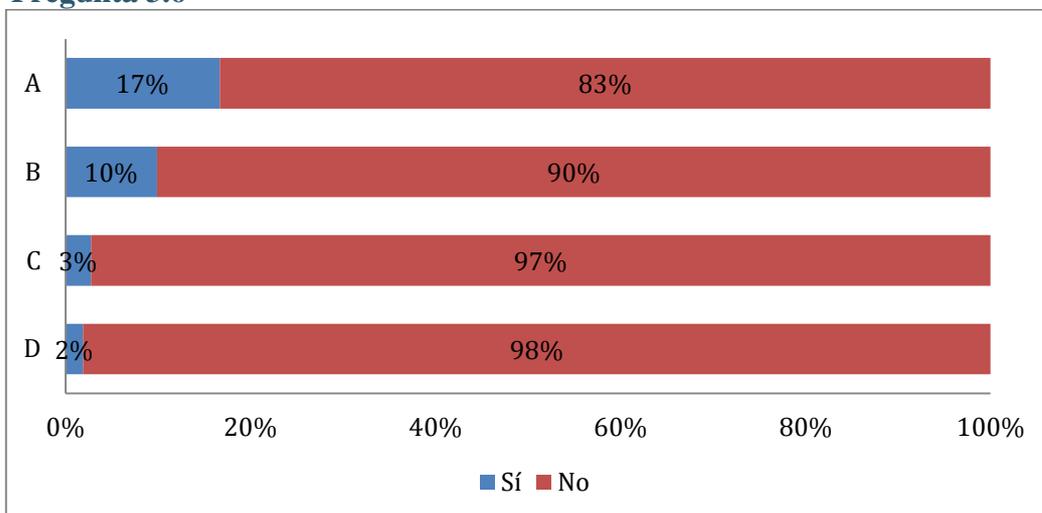
De igual manera, según los grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (86% adultos y 76% adultos mayores), quedando el correo electrónico en segundo lugar para los adultos (12%) y Facebook para los adultos mayores (24%); a su vez, se tiene que la PC (más del 50% en cada nivel) y el Smartphone son los dispositivos más usados para actividades laborales.

En cuanto a quienes usan Internet para comunicarse con el Gobierno,²⁷ se puede ver que estos individuos se encuentran principalmente en los estratos A (17%) y B (10%) y muy pocos en los estratos C (3%) y D (2%). Como se muestra en el Gráfico 25, el porcentaje de usuarios es mínimo incluso en los sectores más altos; aun así, se tiene que Google es la plataforma más usada para este fin (79%) y los sitios web oficiales los segundos (25%); por estratos, se puede ver que el patrón se mantiene: Google sigue siendo la plataforma más usada por todos los niveles (84% en el A, 81% en el B y 60% en el C) y los sitios web oficiales los segundos, con cerca del 25% en cada estrato. Asimismo, se tiene que la PC sigue siendo el principal dispositivo de acceso (68%) y que este patrón se mantiene en todos los estratos (68% en el A, 62% en el B y 90% en el C). De igual

²⁷ La muestra para este grupo es sólo de 77 observaciones.

modo, se puede observar que el 87% de los que usan Internet para este fin descarga contenidos.

Gráfico 25. Uso de Internet para comunicarse con el Gobierno (N=1.006)
Pregunta 3.6



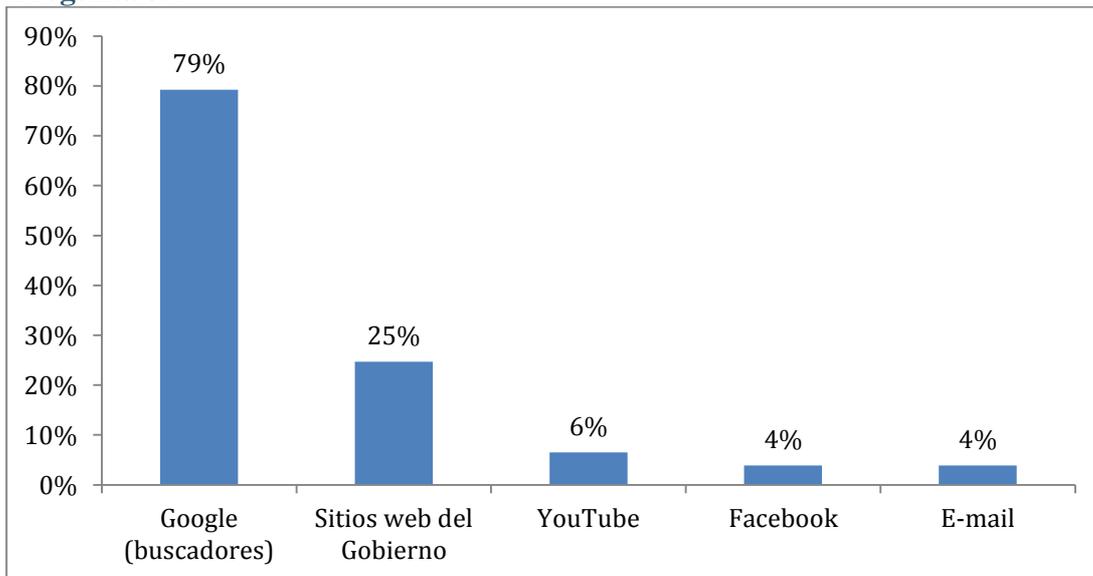
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De manera similar, según la condición ocupacional de los individuos, se tiene que el 83% de los empleados, el 74% de los trabajadores independientes y el 86% de los estudiantes²⁸ también usan Google para acceder a información del Gobierno, quedando las páginas electrónicas del Gobierno en segundo lugar. De igual forma, se observa que la PC continua siendo el dispositivo más usado por cada categoría ocupacional y que la notebook es el segundo aparato más usado por empleados (25%) y estudiantes (29%), mientras que el Smartphone es el segundo más usado por los trabajadores independientes. Finalmente, se encontró que más del 80% de cada grupo descarga contenidos de Internet.

²⁸ Para esta sección sólo se cuenta con información de 7 estudiantes.

**Gráfico 26. Plataformas más usadas para interactuar con el Gob. en Internet (N=77)
Pregunta 3.7**

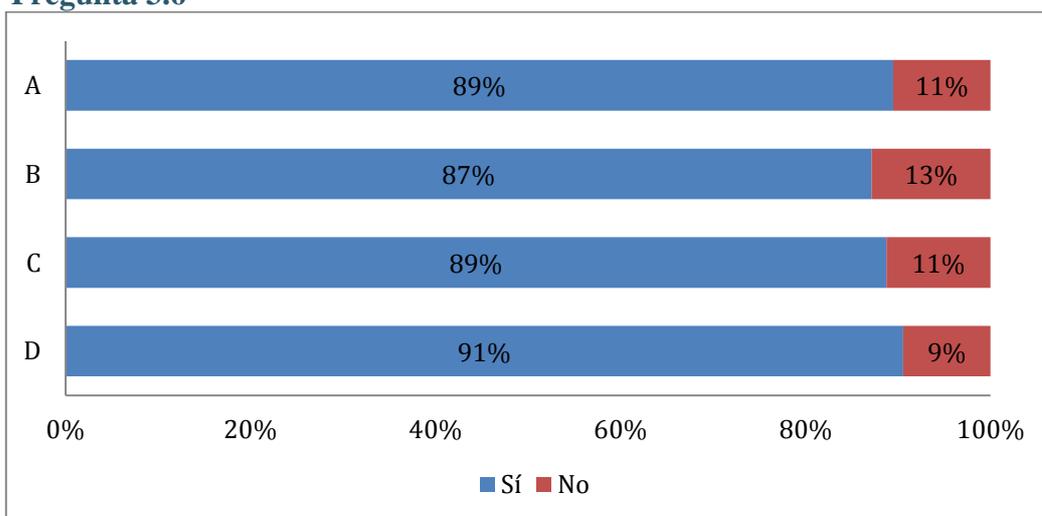


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que Google es la plataforma más usada por jefes del hogar (67%), cónyuges (86%) e hijos (87%) para este fin, quedando los sitios web del Gobierno como la segunda opción más usada por todos los grupos; a su vez, la PC se mantiene como el principal dispositivo de acceso a información del Gobierno y en todos los grupos alrededor del 90% descarga contenidos de la red.

Por otro lado, el Gráfico 27 muestra que la mayor parte de la población usa Internet para acceder a entretenimiento (cerca del 90% para todos los estratos), siendo YouTube (62%) y Facebook (40%) las dos principales plataformas (ver gráfico 28); por estratos, se tiene que en el nivel A los usuarios prefieren ampliamente Facebook (67%) y que en los otros niveles los encuestados prefieren YouTube (63% en el B, 59% en el C y 56% en el D). Al mismo tiempo, la mayoría de estos usuarios accede principalmente desde la PC (55%) o desde un Smartphone (30%); además, se tiene que esta característica se mantiene en los estratos B (69% y 23%), C (60% y 27%) y D (69% y 23%), mientras que en el estrato A el Smartphone se convierte en el dispositivo más usado (51%). A su vez, se puede ver que la mayoría de los individuos de este grupo (95%) accede a contenidos en línea y que en general no pagan por éste; también se encontró que este patrón se mantiene constante en todos los estratos (más del 90% en descarga contenidos y no se paga por ellos en cada nivel socioeconómico).

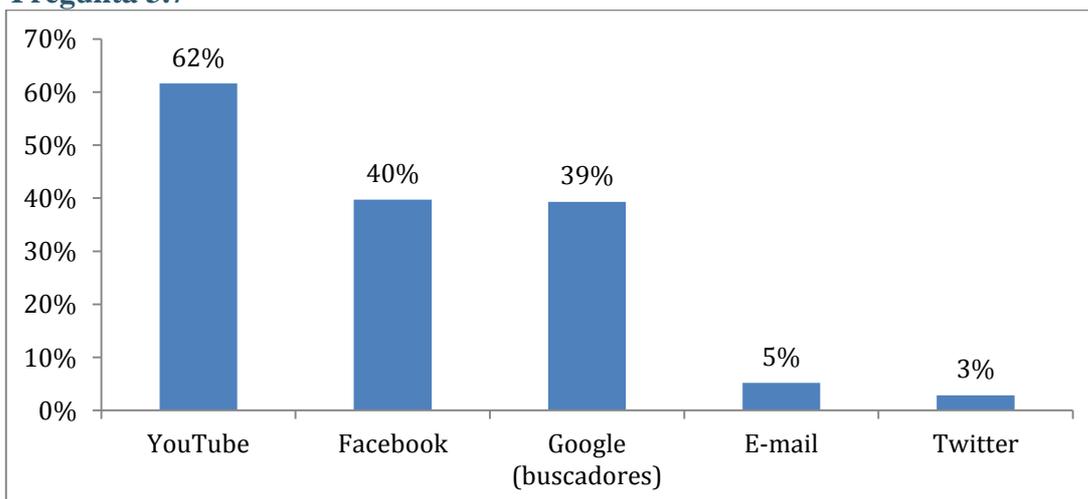
Gráfico 27. Uso de Internet para entretenimiento (N=1.006)
Pregunta 3.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

De manera análoga, según la condición ocupacional de los individuos, se tiene que el 66% de los empleados, el 73% de los obreros, el 54% de los trabajadores independientes y el 70% de los estudiantes usan YouTube para entretenerse, quedando Google en segundo lugar para los trabajadores y Facebook para los estudiantes. Asimismo, se observa que cerca de la mitad de cada grupo usa la PC y más del 90% descarga contenidos de la red; no obstante, casi ninguno (menos del 5%) paga por estos contenidos.

Gráfico 28. Plataformas más usadas para entretenimiento en Internet (N=887)
Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

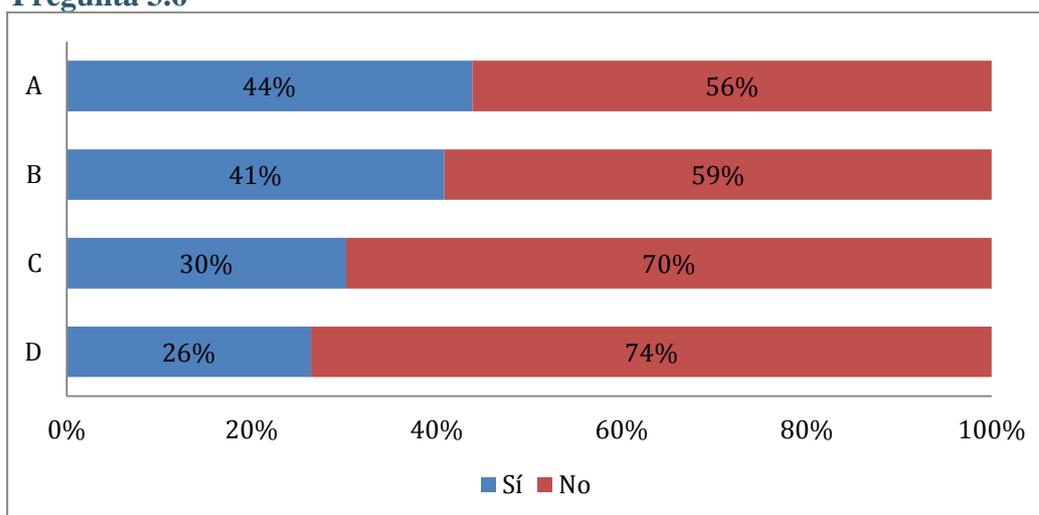
Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que, para entretenimiento, YouTube es la plataforma más usada por jefes del hogar

(61%), cónyuges (55%) e hijos (65%), quedando Google en segundo lugar para jefes del hogar y cónyuges y Facebook para los hijos. Al mismo tiempo, se puede ver que la PC es el principal dispositivo usado para este fin (más del 50%) y que alrededor del 90% de los individuos de cada grupo descarga contenidos de Internet, y al igual que en los demás casos, no suelen pagar por éstos.

De igual manera, según los grupos etarios, se encontró que YouTube sigue siendo la plataforma más usada por los jóvenes (71%) y adultos (61%), mientras que Google es la más usada por los adultos mayores (55%); a su vez, se tiene que la PC es el principal dispositivo usado para entretenimiento (es usada por un 63% de jóvenes, 53% de adultos y 63% de adultos mayores), además, se observa que la mayoría descarga contenidos de la red y no paga por ellos.

En tanto a quienes acceden a Internet para informarse, como ilustra el Gráfico 29, se tiene que más personas en los estratos A (44%) y B (41%) usan la red para este fin y que el porcentaje de usuarios disminuye en los estratos C (30%) y D (26%). En cuanto a plataformas, las más usadas son Google (85%) y YouTube (10%) y este orden no varía por estratos, con 92% y 6% para el estrato A, 85% y 8% para el B, 83% y 16% para el C y 79% y 14% para el D. Nuevamente, la PC es el principal dispositivo de acceso (59%) y el 87% de los usuarios de este grupo acceden a contenido en línea y, por lo general (99,9%), sin pagar por él; por estratos, la PC se mantiene como el principal dispositivo (44% en el A, 60% en el B, 63% en el C y 79% en el D), y más del 80% de los encuestados en cada uno de los niveles accede a contenido y prácticamente nunca paga por éste.

Gráfico 29. Uso de Internet para informarse (N=1.006)
Pregunta 3.6

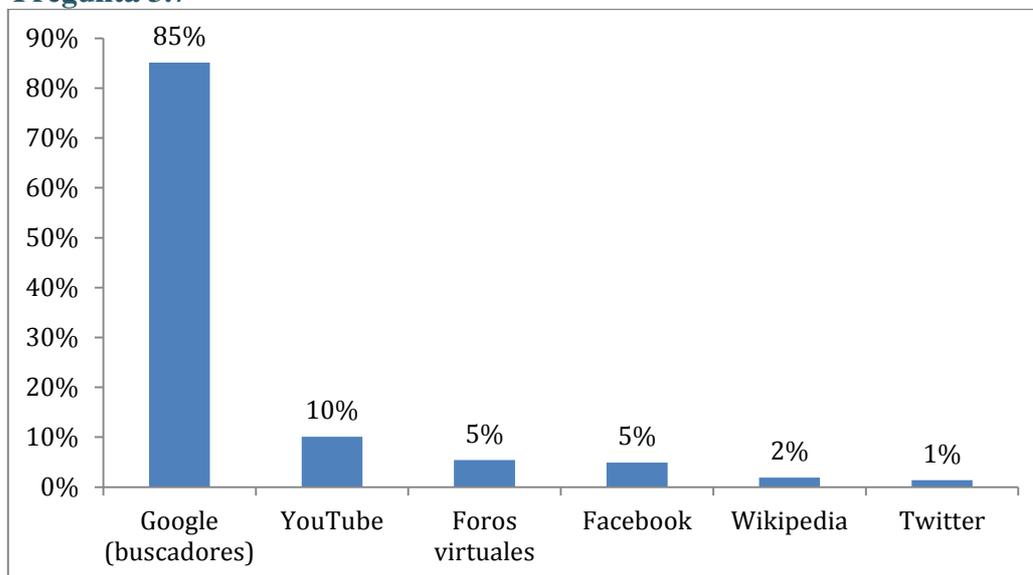


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Por otra parte, según la condición ocupacional, se puede ver que el 84% de los estudiantes, el 90% de los trabajadores independientes y 82% de los empleados, usan

Google para informarse, quedando YouTube como la segunda opción en los tres grupos. Asimismo, se observa que más de la mitad de cada grupo usa la PC y cerca del 80% descarga contenidos de la red, a excepción del grupo de obreros, donde sólo el 55% lo hace; no obstante, casi ninguno (menos del 1%) paga por estos contenidos.

Gráfico 30. Plataformas más usadas para informarse en Internet (N=368)
Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

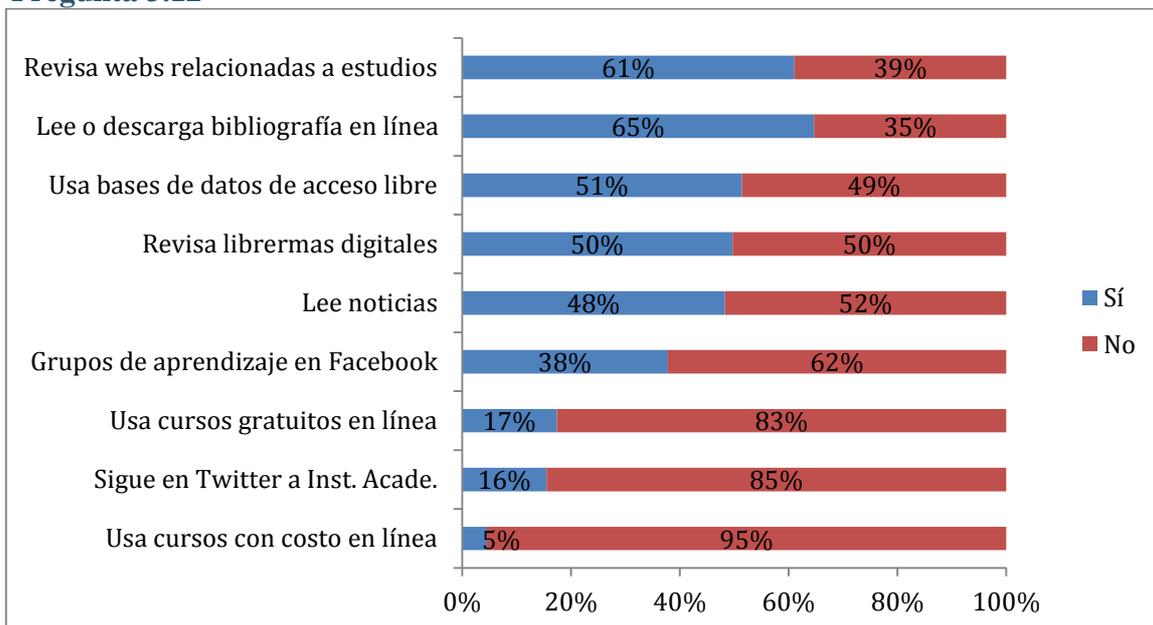
Según la relación que los individuos tienen con el jefe de hogar, se observa que la mayor parte de los jefes (88%), cónyuges (89%) e hijos (81%) usan Google como la principal plataforma para informarse y YouTube como la siguiente opción. Al mismo tiempo, se puede ver que la PC es el principal dispositivo usado para este fin (alrededor del 60%) y que cerca del 80% de los individuos de cada grupo descarga contenidos de Internet, y al igual que en los demás casos, no pagan por éstos.

De acuerdo a grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos éstos (82% en los jóvenes, 85% en los adultos y 95% en los adultos mayores), quedando YouTube en segundo lugar para los adultos (11%) y adultos mayores (5%) y los foros virtuales para los jóvenes (12%); a su vez, la PC se sigue mostrando como el principal dispositivo usado para informarse (la usa más del 50% en cada grupo etario). También se observa que la mayoría descarga contenidos de la red y no paga por ellos.

4.1 Información sobre Internet usado para aprender²⁹

Como se puede ver en el Gráfico 31, la mayoría de quienes utilizan Internet para aprendizaje suele revisar páginas web relacionadas a estudios (61%) o leer y descargar bibliografía en línea (65%). Por estratos, se tiene que el 71% del sector D accede a esta bibliografía, seguido por los estratos B y C, con 68% y 65%, respectivamente, y, curiosamente, se encontró que el nivel A es el que menos usa estos contenidos (50%); por otra parte, se observa que el sector B lidera (69%) el uso de páginas web relacionadas a estudios, seguido por los estratos D (58%), C (57%) y A (45%).

Gráfico 31. Actividades de aprendizaje en Internet (N=592)
Pregunta 3.12



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

De igual forma, se encontró que los usuarios que aprovechan los recursos que se encuentran en Internet para aprender, usualmente, se caracterizan por ser hijas del jefe de hogar, solteras, de educación universitaria incompleta, cuya actividad principal es trabajar.³⁰ Como se puede apreciar en la siguiente tabla, un 56% de las que trabajan lo hacen como empleadas; no obstante, otro grupo importante de los encuestados se dedica principalmente a estudiar (34%).

²⁹ En este apartado se reporta la información de aquellos individuos que usan Internet para aprender o estudiar (592 observaciones).

³⁰ Se considera que un individuo aprovecha los recursos de la red cuando declaró que sí realiza al menos 6 de las 9 actividades que son planteadas en el Gráfico 31.

Tabla 12. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para aprender o estudiar (N=100)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|-------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hija | 62% |
| Sexo | Mujer | 54% |
| Estado Civil | Soltera | 66% |
| Nivel educativo | Sup. Univ. Incom. | 32% |
| ¿Estudia este año? | Sí | 55% |
| Actividad principal | Trabajo | 43% |
| Tipo de trabajo* | Empleada | 56% |
| Tiene celular | Sí, propio | 94% |
| Edad promedio | 30,21 años | |

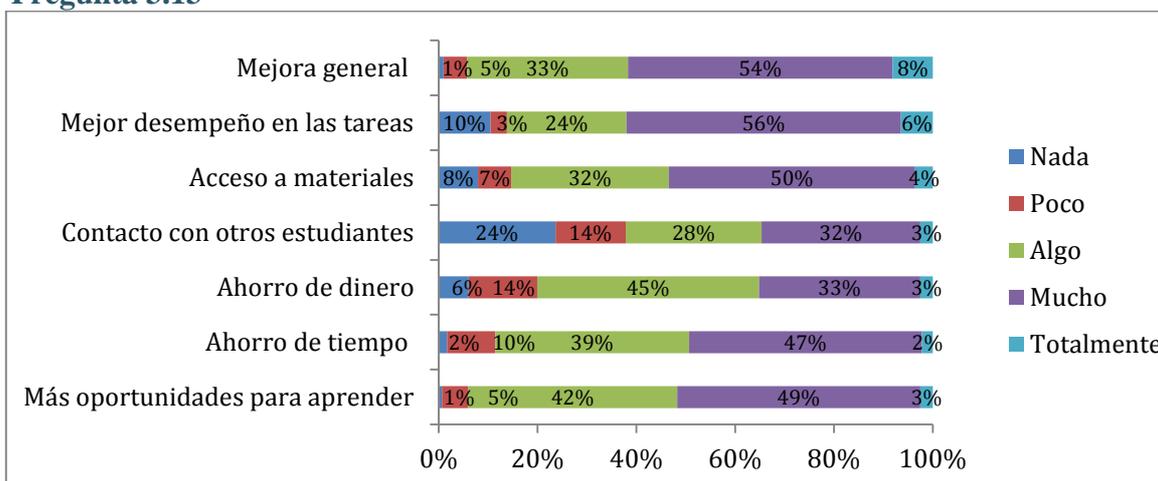
*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (50)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para aprender, se encontró que un 14% de los individuos se siente plenamente satisfecho con el uso de la red para este fin; a su vez, en los estratos A, B y C este grupo alcanza un poco más del 10%, mientras que en el D sólo llega a un 4%. Como se muestra en el siguiente gráfico, un 54% de los encuestados sí siente que el uso de Internet ha contribuido mucho a una mejora general en su aprendizaje, sobre todo en relación al mejor desempeño en las tareas (56%) y al acceso a materiales que antes no podían consultar (50%).³¹

Gráfico 32. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el aprendizaje (N=592) Pregunta 3.13



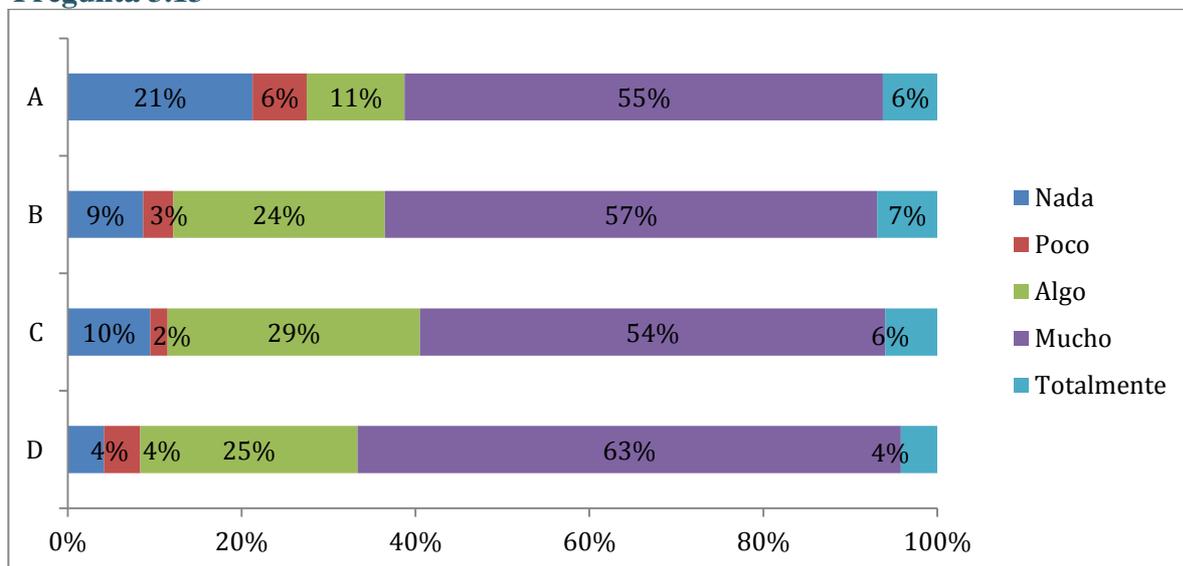
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

³¹ Se considera plenamente satisfecho a aquel informante que haya declarado que Internet lo ha ayudado “totalmente” o “mucho” en todas las dimensiones por las que se pregunta en la encuesta (más oportunidades para aprender, ahorro de tiempo y dinero, contacto con otros estudiantes, acceso a materiales, mejor desempeño en las tareas y mejora general en la educación).

Y por estrato, se puede ver que los patrones son muy similares en todos los niveles, no obstante, como se muestra en el Gráfico 33, un mayor porcentaje del grupo D percibe que el uso de la red le ha permitido realizar de mejor manera sus tareas, a diferencia del estrato A, donde el 20% considera que Internet no le ha ayudado en nada a realizarlas.

Gráfico 33. El uso de Internet ha ayudado a hacer mejor sus tareas (N=592)
Pregunta 3.13



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

En esta misma línea, el porcentaje de quienes utilizan Internet para aprender y sienten que Internet ha hecho que su forma de buscar información para este fin cambie de manera sustancial es de 51%;³² este grupo, usualmente, está formado por hijas del jefe de hogar, solteras, de secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar y que, como se muestra en la Tabla 13, suelen ser empleadas; no obstante, un 37% de los individuos del grupo son trabajadores independientes.

³² Se toman a aquellos individuos que hayan informado que su manera de buscar información para aprender haya cambiado “mucho” o “totalmente”.

Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de aprender con a Internet (N=292)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hijo | 51% |
| Sexo | Mujer | 56% |
| Estado Civil | Soltera | 59% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 25% |
| ¿Estudia este año? | No | 49% |
| Actividad principal | Trabajo | 44% |
| Tipo de trabajo* | Empleada | 52% |
| Tiene celular | Sí, propio | 91% |
| Edad promedio | 30,56 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (138).

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

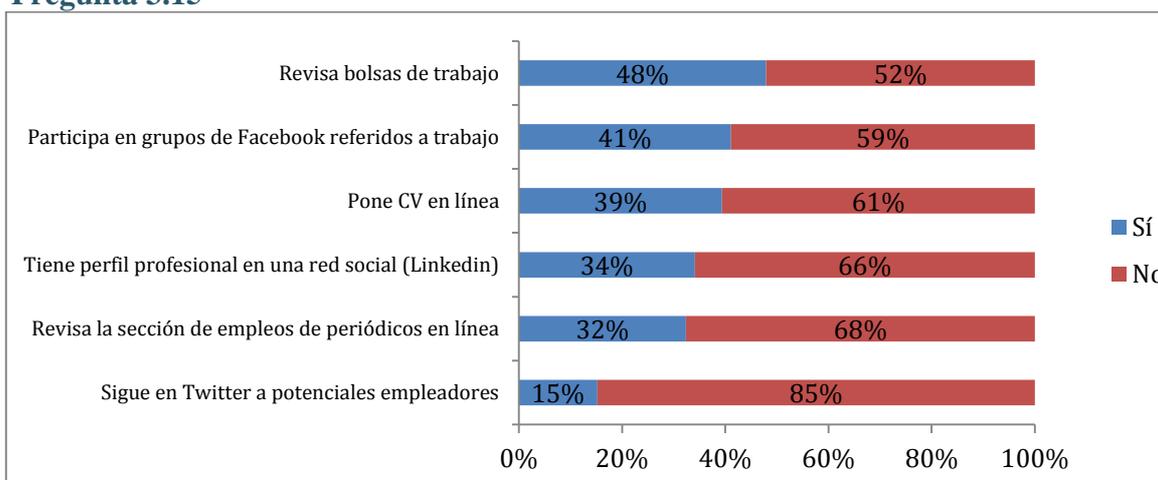
Luego, por estratos, se tiene que el 63% del sector A y el 56% del sector B consideran que Internet sí cambio sustancialmente su manera de buscar información para aprender, mientras que este grupo se reduce al 36% y 38% en los sectores C y D.

4.2 Información sobre Internet usado para trabajo o negocios³³

En cuanto al grupo que usa Internet para negocios o para trabajo, se observa que la mayoría (48%) revisa distintas bolsas de trabajo o participa en grupos de Facebook referidos a trabajo (41%), cerca de un tercio sube su CV a la red o tiene un perfil profesional en una red social, como se puede ver en el Gráfico 34. Por estratos, se tiene que el nivel D tiene el mayor porcentaje de usuarios que revisan bolsas de trabajo en línea (80%), y que los estratos A (40%), B (49%) y C (46%) lo usan bastante menos. En relación al uso de grupos de Facebook referidos a trabajo, el patrón se invierte: los estratos A (44%), B (40%) y C (45%) tienen mayor porcentaje de usuarios, mientras que el nivel D tiene alrededor de la mitad de los otros (20%).

³³ En este apartado se reporta la información de aquellos individuos que usan Internet para trabajar o hacer negocios (355 observaciones).

Gráfico 34. Actividades relacionadas a negocios o trabajo en Internet (N=355)
Pregunta 3.15



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Como en el caso anterior, se profundiza en los usuarios que aprovechan los recursos que se encuentran en Internet para sus actividades laborales. Éstos se caracterizan por ser jefes del hogar, solteros, de educación universitaria completa, cuya actividad principal es trabajar y que, como se puede ver en la siguiente Tabla 14, suelen ser empleados, aunque otro 44% trabaja como independiente.³⁴

Tabla 14. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para trabajo o negocios (N=52)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Jefe | 38% |
| Sexo | Varón | 63% |
| Estado Civil | Soltero | 54% |
| Nivel educativo | Sup. Univ. Comp. | 31% |
| ¿Estudia este año? | No | 83% |
| Actividad principal | Trabajador | 77% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 49% |
| Tiene celular | Sí, propio | 98% |
| Edad promedio | | 33,65 años |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (41).

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

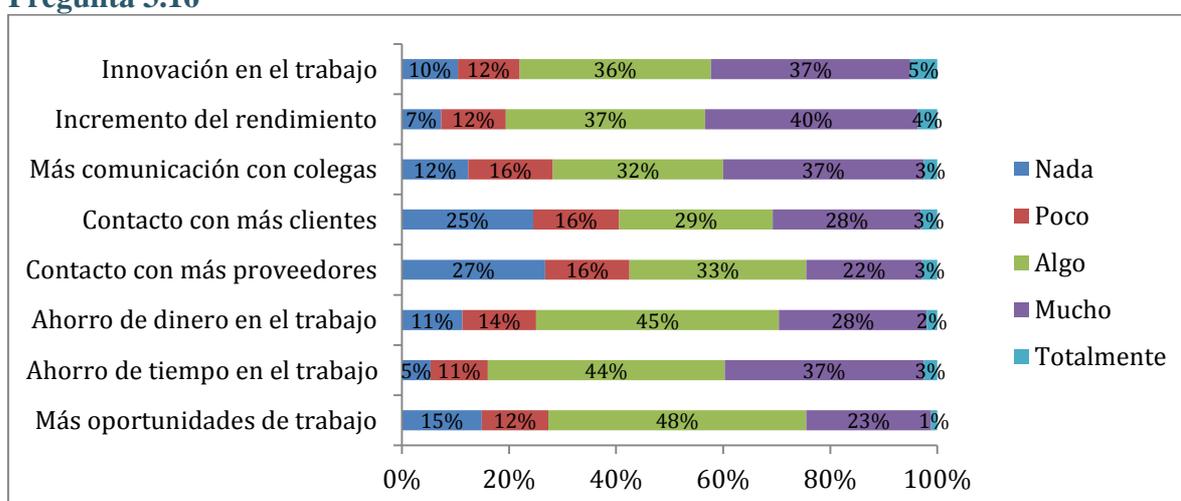
Elaboración propia.

³⁴ Se considera que un individuo aprovecha los recursos de la red para trabajo o negocios cuando declaró que sí realiza al menos 4 de las 6 actividades que son planteadas en el Gráfico 34.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para trabajo o negocios, se observa que un 9% de los individuos se siente plenamente satisfecho;³⁵ por estratos, se tiene que el nivel B tiene el mayor porcentaje de estos usuarios (12%) y le siguen el C (7%) y el A (4%). Asimismo, como se aprecia en el Gráfico 35, un 48% de los encuestados percibe que el uso de Internet los ha ayudado en algo a conseguir mayores oportunidades de empleo o trabajo y a ahorrar tiempo (44%) y dinero (45%); al mismo tiempo, se observa que alrededor de un tercio de los encuestados considera que Internet le ha permitido tener mucho más contacto con sus colegas (32%) e innovar en el trabajo (37%).

Gráfico 35. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios (N=355)

Pregunta 3.16



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

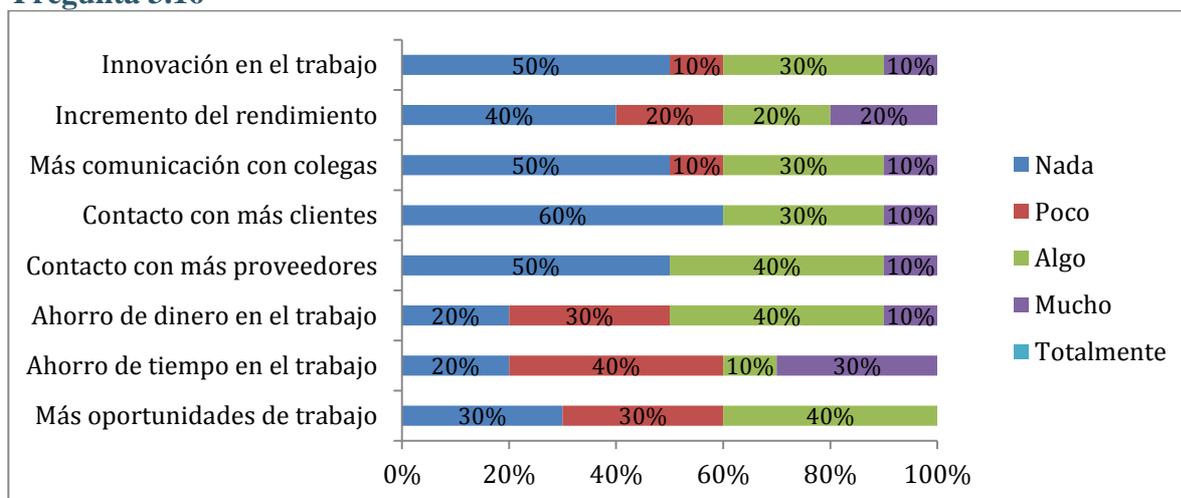
Elaboración propia.

Por estratos, se tiene que el patrón es relativamente el mismo en los niveles A, B y C, siempre con mejores percepciones en el sector A; no obstante, como se muestra en el Gráfico 36, un porcentaje alto de los usuarios del sector D considera que Internet no le ha ayudado en sus actividades laborales relacionadas al contacto con colegas (50%), clientes (60%) o proveedores (50%), pero sí le ha permitido ahorrar de tiempo (40%) y dinero (30%).

³⁵ Se considera plenamente satisfecho a aquel informante que haya declarado que Internet lo ha ayudado “totalmente” o “mucho” en todas las dimensiones por las que se pregunta en la encuesta (mayores oportunidades de empleo, ahorro de tiempo y dinero en su trabajo, mayor contacto con proveedores y clientes, mayor comunicación con colegas, incremento del rendimiento e innovación en el trabajo).

Gráfico 36. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios en el estrato D (N=10)

Pregunta 3.16



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En esta misma línea, el porcentaje de quienes utilizan Internet para trabajo o negocios y sienten que Internet ha hecho que su forma de buscar información cambie de manera sustancial es 35%;³⁶ así, se encontró que este grupo está compuesto, en la mayoría de casos, por hijos del jefe de hogar, solteros, de educación universitaria completa, cuya actividad principal es trabajar y que, como se puede ver en la Tabla 15, suelen ser empleados, aunque un 42% de ellos trabaja como independiente.

Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de trabajar o hacer negocios con Internet (N=126)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Jefe | 44% |
| Sexo | Varón | 54% |
| Estado Civil | Soltero | 37% |
| Nivel educativo | Sup. Univ. Comp. | 37% |
| ¿Estudia este año? | No | 85% |
| Actividad principal | Trabajador | 87% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 55% |
| Tiene celular | Sí, propio | 98% |
| Edad promedio | 38,69 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (113)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

³⁶ Hace referencia a aquellos individuos que hayan informado que su manera de buscar información para trabajo o negocios ha cambiado “mucho” o “totalmente” gracias a Internet.

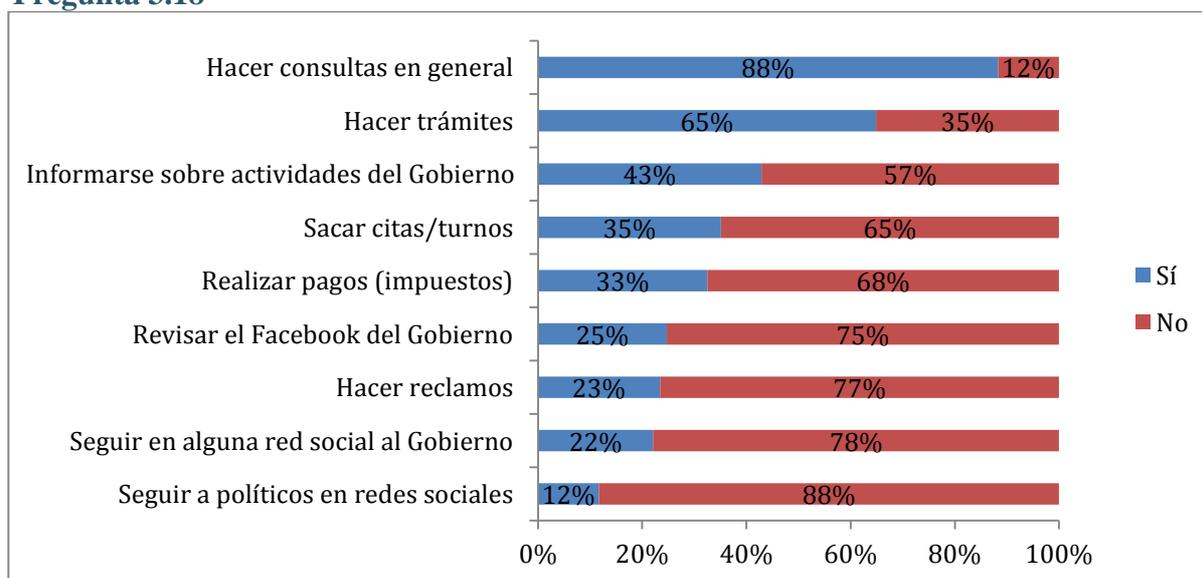
Por estratos, se tiene que el 46% del sector A, el 39% del sector B y el 25% del C consideran que Internet sí cambió sustancialmente su manera de buscar información para sus actividades laborales; no se encontró este tipo de usuarios en el estrato D.

4.3 Información sobre Internet usado para interactuar con el Gobierno³⁷

En cuanto al grupo que usa Internet para comunicarse con el Gobierno, se observa que la mayoría de ellos usa la red para hacer consultas en general (88%) o hacer trámites (65%), un 43% para informarse sobre actividades del Gobierno y alrededor de un tercio usa la red para sacar citas (35%) o realizar pagos (33%), como se puede ver en el Gráfico 37. Por estratos, se tiene que en los niveles A (90% y 68%), B (85% y 70%) y C (100% y 40%) hacer consultas en general y hacer trámites siguen siendo las principales actividades; sin embargo, se observa que en el estrato C sólo el 10% hace reclamos, 10% se informa de las actividades del Gobierno y ninguno sigue al Gobierno en las redes.³⁸

Gráfico 37. Actividades de comunicación o interacción con el Gobierno en Internet (N=77)

Pregunta 3.18



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De igual forma, se encontró que los usuarios que aprovechan los recursos que se encuentran en Internet para comunicarse con el Gobierno, usualmente, se caracterizan

³⁷ En este apartado se reporta la información de aquellos individuos que usan Internet para interactuar con el Gobierno (77 observaciones).

³⁸ Para este caso, no se presentan los resultados para el estrato D porque sólo se registra 1 observación.

por ser jefes de hogar, solteros, de educación universitaria completa, cuya actividad principal es trabajar y que, como se aprecia en la Tabla 16, suelen ser empleados, aunque un 44% de ellos son trabajadores independientes.³⁹

Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para interactuar con el Gobierno (N=20)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Jefe del hogar | 50% |
| Sexo | Varón | 60% |
| Estado Civil | Soltero | 45% |
| Nivel educativo | Sup. Univ. Comp. | 50% |
| ¿Estudia este año? | No | 80% |
| Actividad principal | Trabajador | 85% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 56% |
| Edad promedio | 37,25 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (18)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

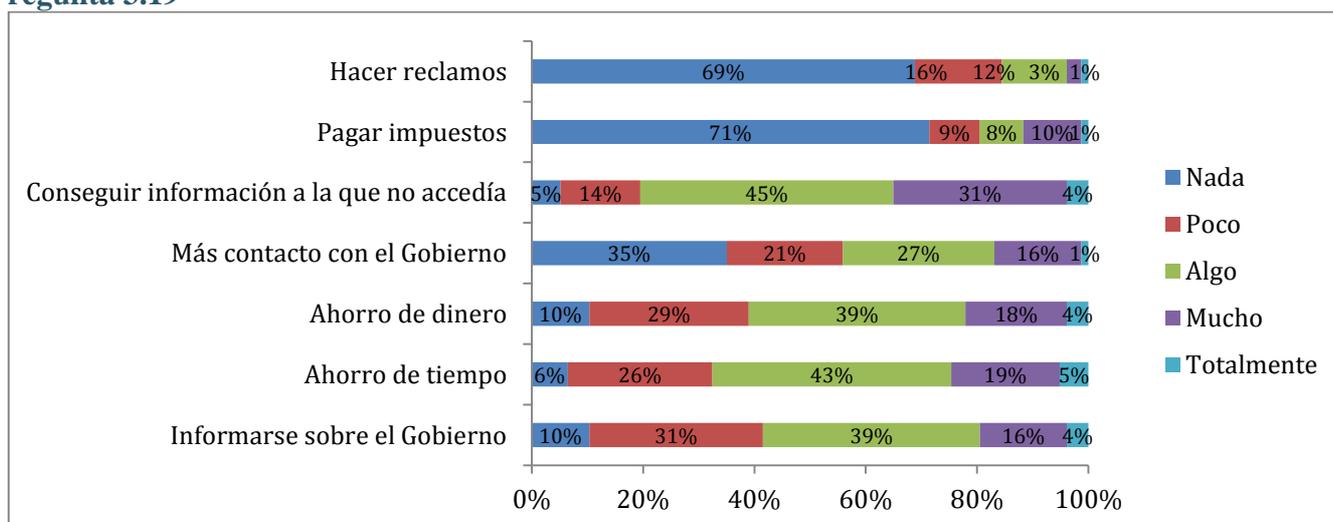
Elaboración propia.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para interactuar con el Gobierno no se encontraron individuos que se sientan plenamente satisfechos⁴⁰ con el uso de Internet para este fin. Asimismo, como se puede ver en el siguiente gráfico, un 69% de los encuestados considera que el uso de Internet no le ha ayudado en nada a hacer reclamos, y otro 71% opina lo mismo para el pago de impuestos; adicionalmente, como ilustra el Gráfico 38, alrededor de la mitad de los encuestados de este grupo (45%) considera que Internet sólo le ha permitido en algo conseguir información del Gobierno a la que no accedían antes, mientras que un grupo más pequeño considera que le ha permitido ahorrar tiempo (43%) y dinero (39%).

³⁹ Se considera que un individuo aprovecha los recursos de la red para interactuar con el Gobierno cuando declaró que sí realiza al menos 5 de las 9 actividades que son planteadas en el Gráfico 37.

⁴⁰ Se considera plenamente satisfecho a aquel informante que haya declarado que Internet lo ha ayudado “totalmente” o “mucho” en todas las dimensiones por las que se pregunta en la encuesta (mantenerse informado sobre todo lo relacionado al Gobierno, ahorrar tiempo y dinero, mayor contacto con el Gobierno, conseguir información que antes no hubiera tenido, pagar impuestos y hacer reclamos).

Gráfico 38. Percepciones sobre los beneficios de Internet para interactuar con el Gobierno (N=77)
Pregunta 3.19



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Por niveles, en el A, un 53% de los encuestados considera que Internet no le ha ayudado nada a pagar impuestos, frente a un 80% en el sector C; de manera inversa, el 84% del estrato A afirma que la red no le ha ayudado en nada a hacer reclamos, mientras que en el estrato C, el 40% considera que Internet le ha ayudado un poco a hacerlos (60% afirma que no le ayuda en nada).

Del grupo de quienes utilizan Internet para interactuar con el Gobierno, un 21% considera que Internet ha hecho que su manera de hacerlo cambie de manera sustancial;⁴¹ así, se encontró que los individuos de este grupo se caracterizan, en la mayoría de casos, por ser hijos del jefe de hogar, solteros, de educación universitaria completa, cuya actividad principal es trabajar y, como se puede ver en la siguiente tabla, la mayoría de veces son empleados, aunque un 47% de este grupo trabaja como independiente.

⁴¹ Hace referencia a aquellos individuos que hayan informado que su manera interactuar o contactarse con el Gobierno ha cambiado “mucho” o “totalmente” gracias a Internet.

Tabla 17. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de interactuar con el Gobierno con Internet (N=16)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hijo | 50% |
| Sexo | Varón | 56% |
| Estado Civil | Soltero | 56% |
| Nivel educativo | Sup. Univ. Comp. | 38% |
| ¿Estudia este año? | No | 56% |
| Actividad principal | Trabajador | 69% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 55% |
| Edad promedio | 33,12 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (11)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Por estratos, se ve que sólo el 10% del nivel C, el 16% del A y el 26% del B consideran que Internet sí cambio sustancialmente su manera interactuar con el Gobierno.

De manera similar, se encontró que el 69% de este grupo sabe que, por ley, tiene derecho a acceder a la información pública y, por estratos, se tiene que un 79% sabe de este derecho en el nivel A, un 68% en el B y 60% en el C. Asimismo, se encontró que los individuos de este grupo se caracterizan, usualmente, por ser jefes de hogar, solteros, de educación universitaria completa, cuya actividad principal es trabajar y que, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 18. Perfil sociodemográfico de los individuos que saben que tienen derecho a acceder a información pública (N=53)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hijo | 43% |
| Sexo | Varón | 55% |
| Estado Civil | Soltero | 55% |
| Nivel educativo | Sup. Univ. Comp. | 45% |
| ¿Estudia este año? | No | 75% |
| Actividad principal | Trabajador | 81% |
| Tipo de trabajo* | Empleado | 62% |
| Tiene celular | Sí, propio | 98% |
| Edad promedio | 35,41 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (45)

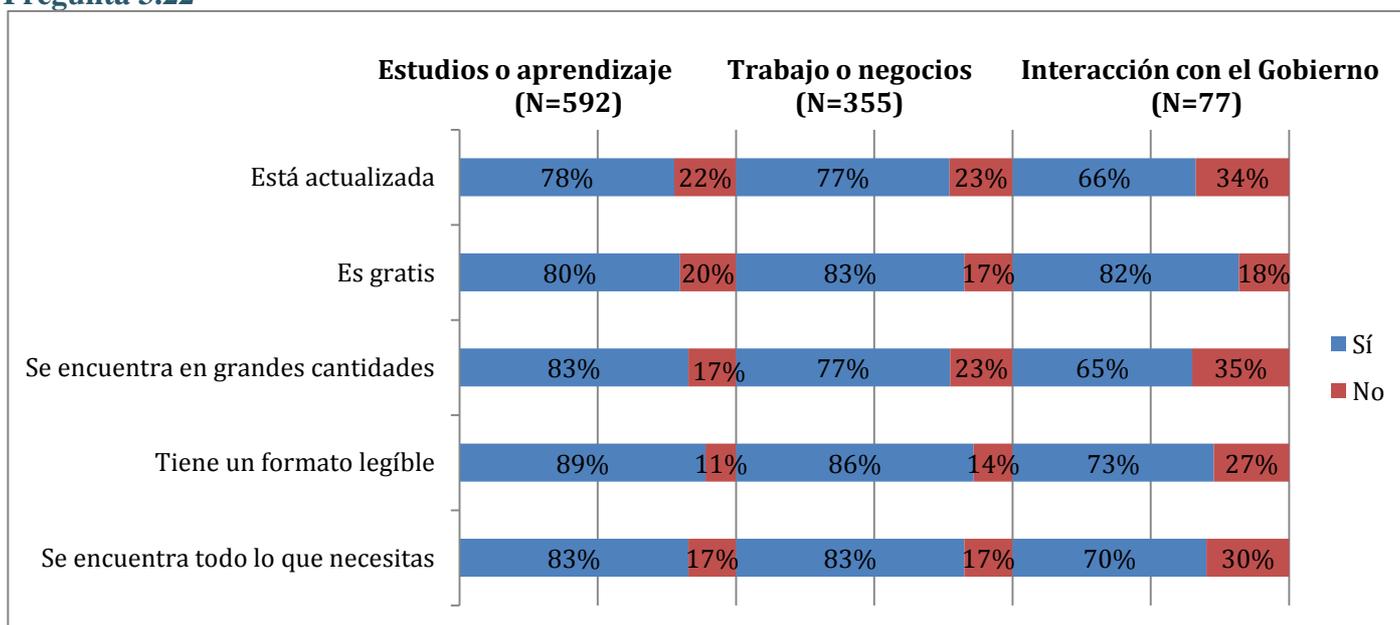
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

4.4 Información general sobre Internet usado para aprender, trabajar y/o interactuar con el Gobierno⁴²

Como se puede ver en el Gráfico 39, la mayoría de los encuestados que usan Internet para estudios, trabajo y/o interacción con el Gobierno considera que la información a la que pueden acceder en la red es abundante, actualizada, libre, legible y suficiente; no obstante, se observa que esta percepción es menos frecuente cuando se hace referencia a la interacción con el Gobierno.

Gráfico 39. Características de la información buscada en Internet según finalidades
Pregunta 3.22



Fuente: Elaboración propia (Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014).
Elaboración propia.

⁴² En este apartado se cuenta con la información de todos los individuos que usan Internet para aprender, trabajar o interactuar con el Gobierno (592 observaciones).

5. SECCIÓN ACTITUDINAL

Finalmente, en esta sección se presenta información sobre la opinión de los encuestados respecto al uso y acceso a Internet; para esta parte se cuenta con las respuestas de todos los informantes seleccionados por hogar, sean o no usuarios de Internet. En este sentido, se puede ver que un 22% de los individuos considera fuertemente (muy de acuerdo) que hay que tener cuidado con la información personal que se sube a Internet; de manera similar, un 14% está muy en desacuerdo con que no deban haber barreras para acceder a contenidos en Internet. Así, se encontró que las personas que están por lo menos de acuerdo con que hay que tener cuidado con la información personal en la red y al mismo tiempo están en desacuerdo o muy en desacuerdo con que Internet deba ser libre, representan el 33% de los encuestados y se caracterizan por ser, en su mayoría, hijas del jefe de hogar, solteras, con secundaria completa, cuya principal actividad es trabajar.

Tabla 19. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que Internet no debe ser libre y que hay que tener cuidado con la información personal que se sube (N=384)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hija | 37% |
| Sexo | Mujer | 58% |
| Estado Civil | Soltera | 44% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 35% |
| ¿Estudia este año? | No | 74% |
| Actividad principal | Trabajar | 60% |
| Tiene celular | Sí, propio | 88% |
| Tipo de trabajo* | Trabajadora Indep. | 42% |
| | Empleada | 42% |
| Edad promedio | 35,39 años | |

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (240)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Por otro lado, un 60% está en desacuerdo con que Internet sea una pérdida de tiempo; mientras que más del 70% está de acuerdo con que es necesario tener acceso en casa, con usar la red para educación y con que las TIC son importantes para estar integrado y con que el acceso a Internet debería ser un derecho garantizado. Así se encontró que un 57% de la población que está por lo menos de acuerdo con que Internet debería ser un derecho garantizado por el Estado y además está en desacuerdo con que Internet sea una pérdida de tiempo; los individuos de este grupo están caracterizados, en su mayoría, por ser hijas del jefe del hogar, solteras, con secundaria completa y cuya actividad principal es trabajar.

Tabla 20. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que el acceso a Internet debe ser garantizado por el Estado (N=654)

| | Categoría | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| Relación con el jefe del hogar | Hija | 39% |
| Sexo | Mujer | 54% |
| Estado Civil | Soltera | 47% |
| Nivel educativo | Secundaria completa | 34% |
| ¿Estudia este año? | No | 73% |
| Actividad principal | Trabajadora | 59% |
| Tipo de trabajo* | Trabajadora Indep. | 44% |
| Tiene celular | Sí, propio | 92% |
| Edad promedio | 34,15 años | |

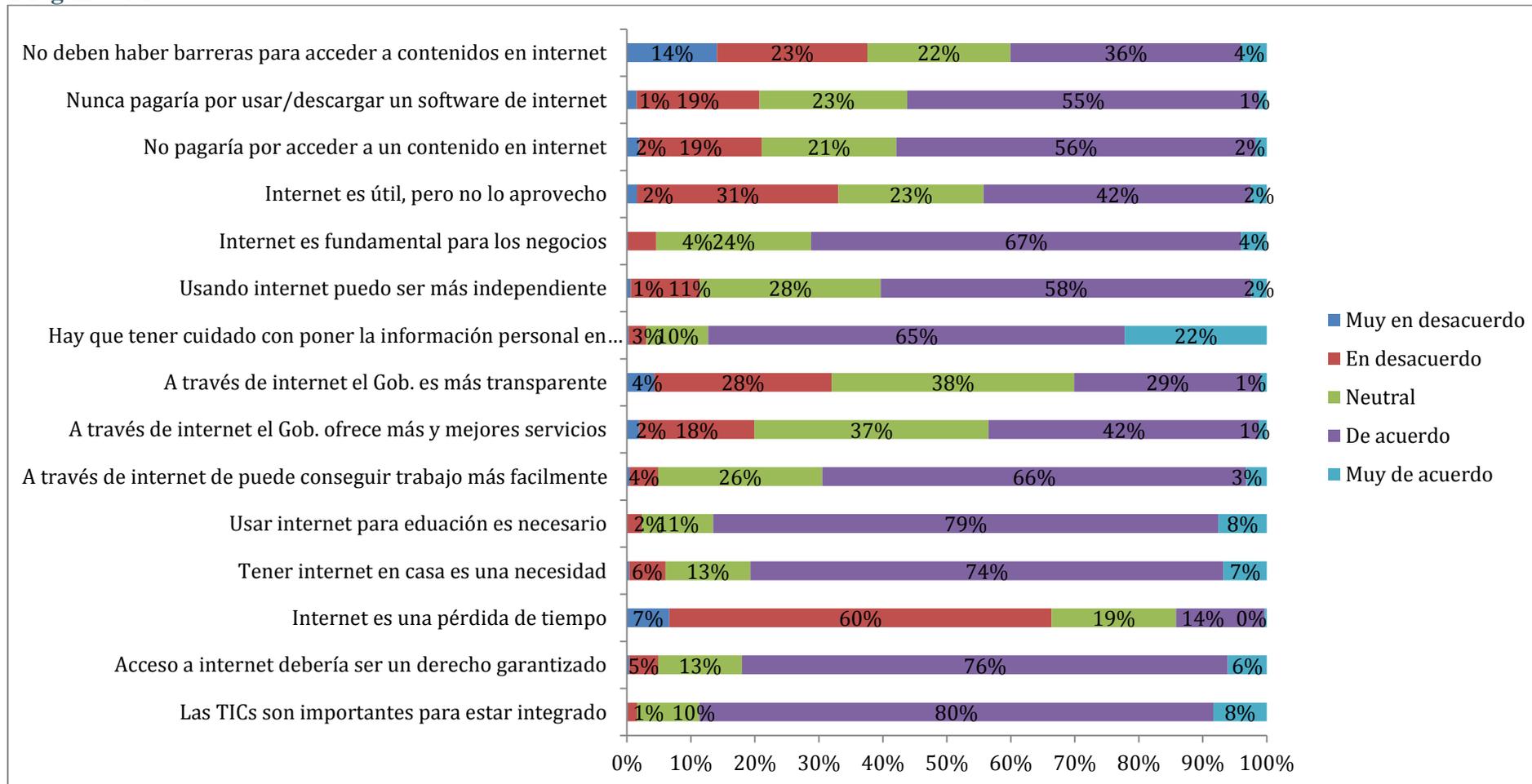
*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (411).

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Gráfico 40. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet (N=1.150)

Pregunta 4.1

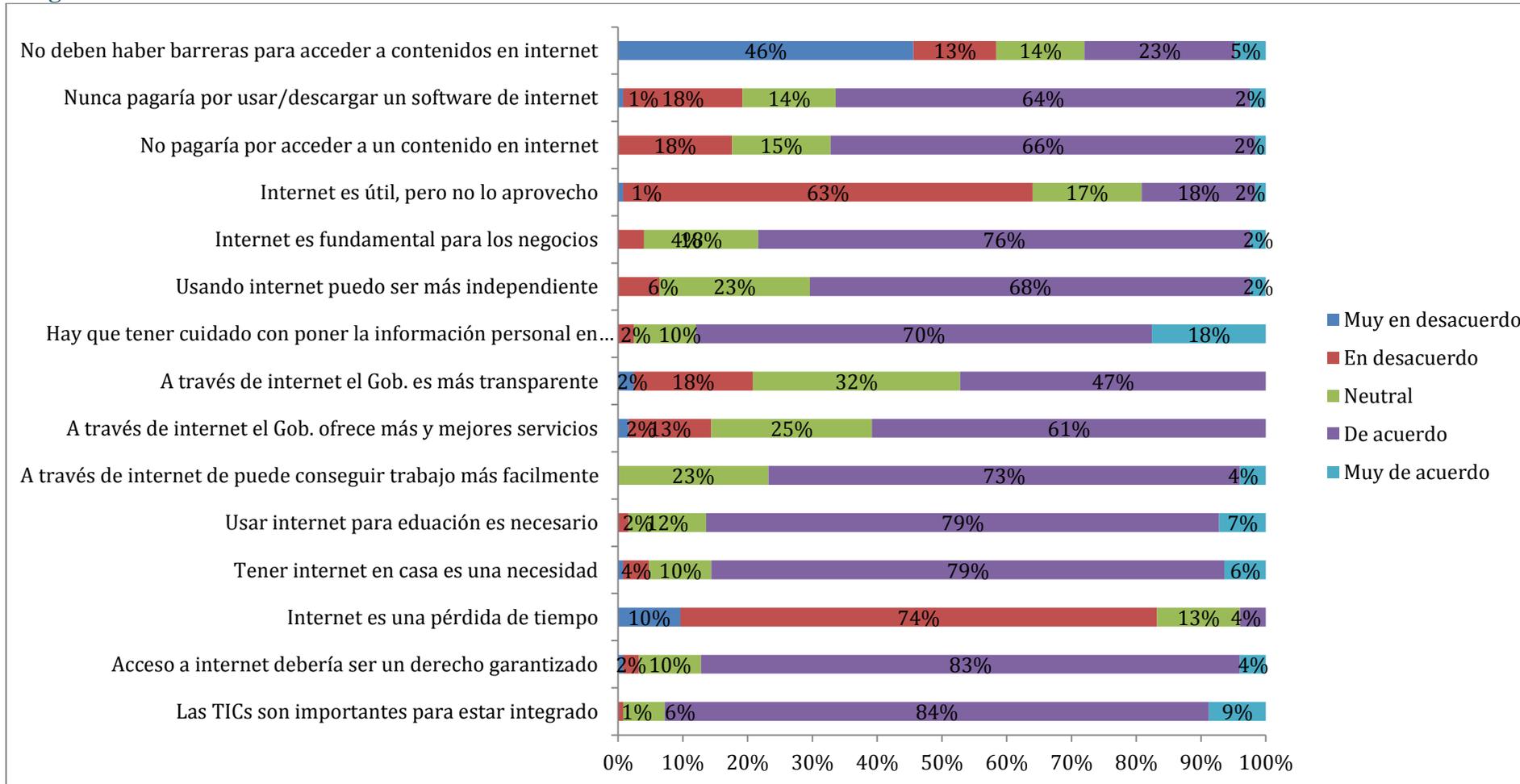


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Gráfico 41. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato A (N=125)

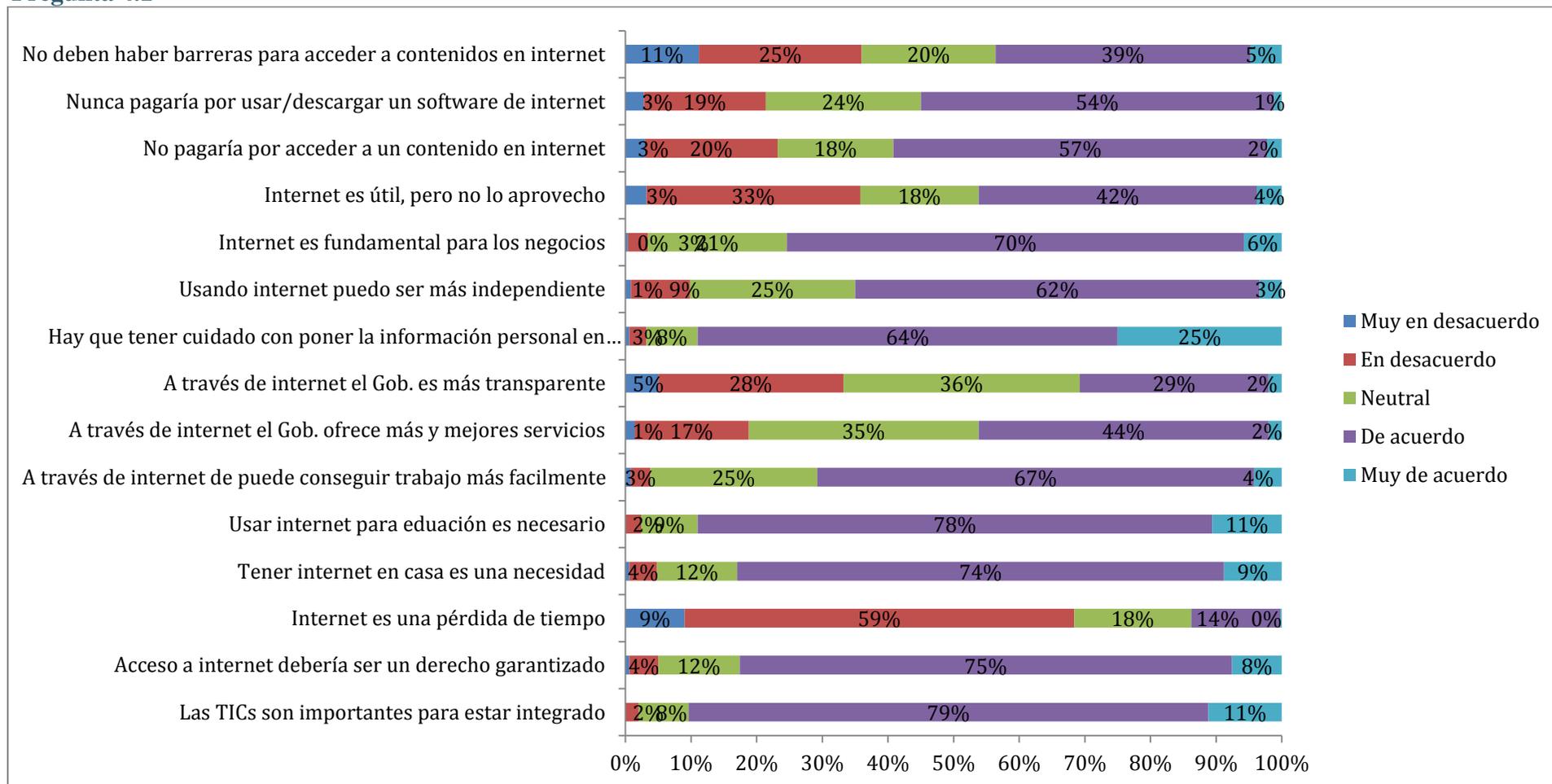
Pregunta 4.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

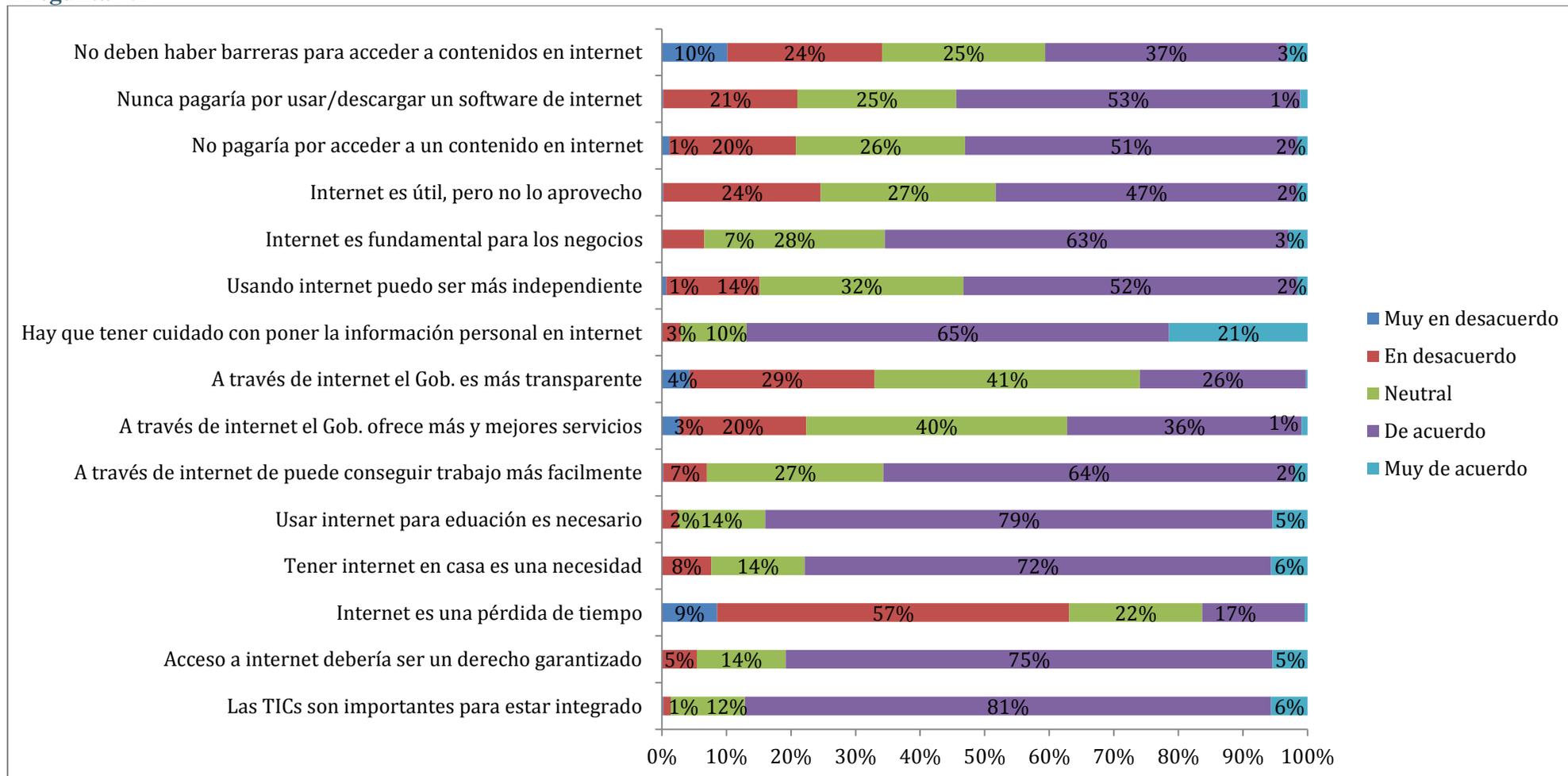
Elaboración propia.

Gráfico 42. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato B (N=500)
Pregunta 4.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

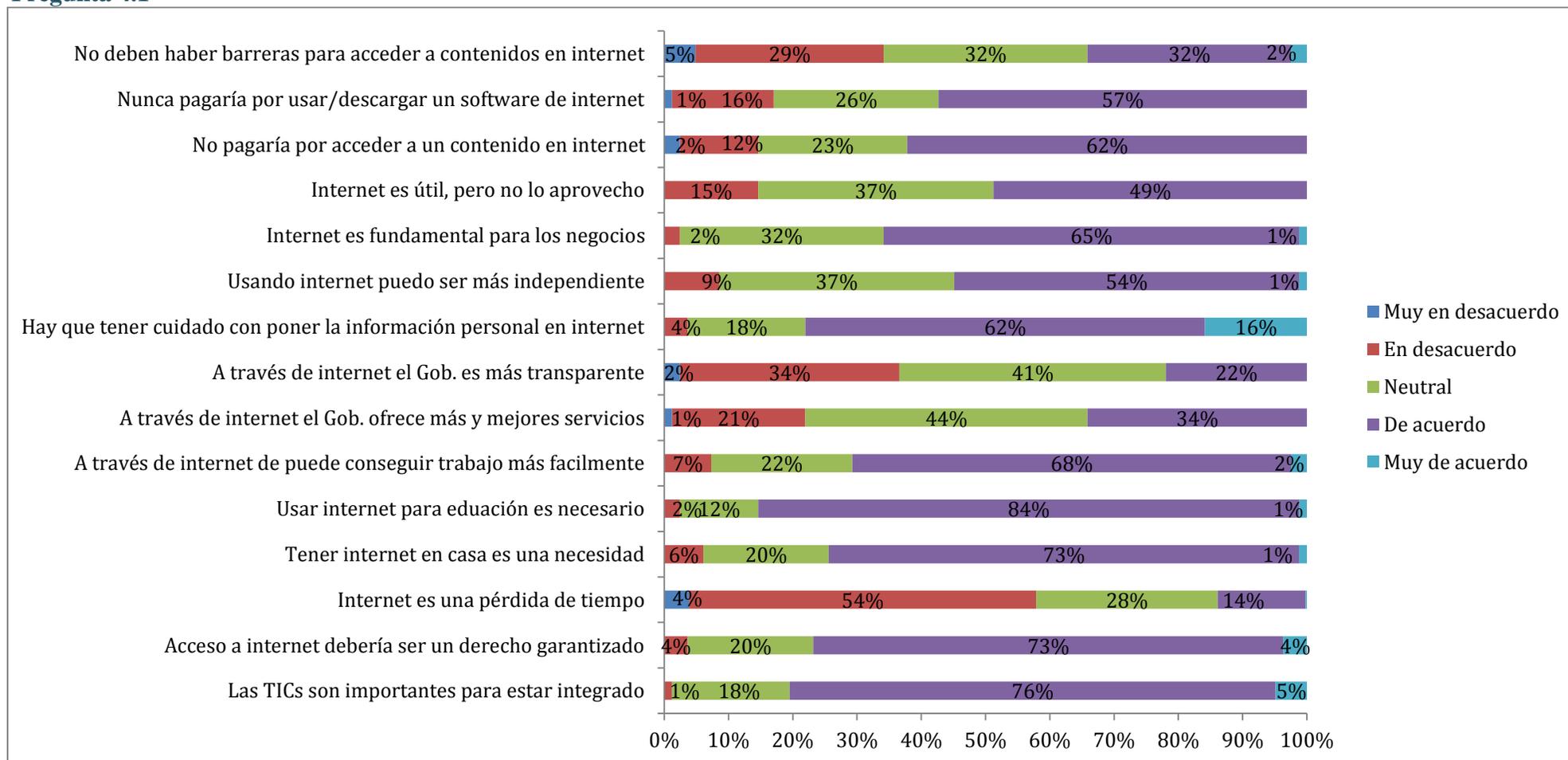
Gráfico 43. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato C (N=443)
Pregunta 4.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Gráfico 44. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet en el estrato D (N=82)

Pregunta 4.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

6. BALANCE

En la ciudad de Lima, a partir de 1.156 hogares y 4.581 individuos, se seleccionaron aleatoriamente 1.156 individuos (informantes) para indagar más en profundidad respecto al uso de Internet desde diferentes dispositivos. De esta manera, los informantes son en su mayoría mujeres de educación secundaria completa, de estado civil “soltera”, trabajadoras independientes, y de 35 años de edad.

En cuanto al acceso a dispositivos, en el bloque A, el 49% de informantes usó en los últimos tres meses un Smartphone, mientras que un 45% usó un teléfono móvil simple. Para los dispositivos del bloque B, el uso se encuentra en 23% para Tablet, 22% para Notebook, 1% para XO y 72% para PC. Al considerar niveles socioeconómicos, en todos éstos, la PC constituye el dispositivo más usado.

El uso de las funciones de los dispositivos del bloque A es de más del 40% de informantes para navegación en Internet, redes sociales, chat y correo; estas cuatro funciones presentan mayores proporciones en los niveles socioeconómicos más altos. Para los dispositivos del bloque B, el principal uso de Internet es “redes sociales” (90% de informantes), seguido de “correo electrónico” (83%), “chat” (90%), buscadores (84%) y “descargar o escuchar música” (85%); el menor uso se da para “banca en línea” (10%). Es importante resaltar que un 45% de los informantes, de los que declaran usar alguno de los dispositivos, manifiesta no acceder a Internet desde cualquiera éstos debido a que no tienen necesidad ni interés.

Respecto a los que acceden a Internet desde cualquier dispositivo (1.006 informantes), se encontró que casi el 50% del uso del tiempo dedicado a Internet se destina a entretenimiento, seguido del uso para estudios (20%) y para buscar información (16%). La proporción de uso para entretenimiento se incrementa mientras se pasa a niveles socioeconómicos más bajos, mientras que la proporción de uso para estudios se incrementa mientras más alto es el nivel socioeconómico.

En cuanto a las actividades para las que se emplea Internet (considerando los 1.006 informantes), se encuentra que 88% accede para entretenimiento, 59% para actividades de aprendizaje, 35% para trabajo o negocios, 37% para informarse y 8% para establecer comunicación con el gobierno.

Como se menciona en la introducción, la encuesta recoge datos principalmente de los usos de Internet para estudios, trabajo y contacto con el gobierno. Así, se encuentra que para estas tres actividades, la mayoría de informantes emplea Internet como primera fuente de

información (80%, 57% y 38%, respectivamente). A su vez, las plataformas más usadas para aprender, trabajar o hacer negocios e interactuar con el gobierno son Google y otros buscadores.

Los informantes que aprovechan Internet para aprender o estudiar (100) son principalmente mujeres solteras, con educación superior universitaria incompleta, que se encuentran estudiando en el año en que se llevó a cabo la encuesta y con celular propio. Además, los 52 informantes que aprovechan Internet para trabajo o negocios son básicamente varones solteros con educación superior universitaria completa, con trabajo como empleados y con celular propio. Por último, los 20 informantes que aprovechan Internet para interactuar con el gobierno son principalmente varones solteros, con educación superior universitaria completa, y son empleados.

Finalmente, en cuanto a las características de la información buscada en Internet (que la hace libre y abierta), en las actividades de estudios o aprendizaje destaca que se encuentra información en abundancia, con formato legible y que hay todo lo que se necesita. En trabajo o negocios, las características con más respuestas afirmativas son “la información tiene un formato legible”, “se encuentra todo lo que se necesita” y “es gratis”; las características con menos respuestas afirmativas son las de “información actualizada” y “abundancia de información”. Para la interacción con el gobierno, se tiene que principalmente la información es gratis y se encuentra en un formato legible; el contraste lo hace la característica de la abundancia de la información.