



## > LA CONECTIVIDAD URBANA EN AMÉRICA LATINA: UNA MIRADA A CIUDAD DE GUATEMALA

**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 Ciudad de Guatemala

**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 .....	11
2.1 Características del hogar .....	11
2.2 Características de los informantes .....	15
3. Patrones de Acceso .....	18
3.1 Informantes que usan móvil/Smartphone o BlackBerry .....	21
3.2 Informantes que usan Internet en Tablet, notebook, XO o PC.....	23
4. Uso de Internet desde cualquier dispositivo .....	29
4.1 Información sobre Internet usado para aprender.....	43
4.2 Información sobre Internet usado para trabajo o negocios .....	46
4.3 Información sobre Internet usado para interactuar con el Gobierno.....	49
4.4 Información general sobre Internet usado para aprender, trabajar y/o interactuar con el Gobierno .....	52
5. Sección Actitudinal.....	53
6. Balance .....	56

## Índice de tablas

Tabla 1. Composición de la Unidad Familiar (N=1.160) Preguntas 1.2, 1.3 y 1.4.....	12
Tabla 2. Características de los hogares (N=1.160) Preguntas 1.5, 1.6 y 1.7 .....	13
Tabla 3. Estudiantes y trabajadores en el hogar (N=1.160) Preguntas 1.7, 1.9 y 1.11 .....	14
Tabla 4. Características de los informantes (N=1.160) .....	16
Tabla 5. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.160) .....	17
Tabla 6. Funciones usadas en móvil o Smartphone (N=1.145) Pregunta 2A.3 .....	22
Tabla 7. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde casa (N=638).....	26
Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde una cabina pública (N=259).....	27
Tabla 9. Perfil sociodemográfico de los individuos que resuelven solos sus dudas (N=430).....	28
Tabla 10. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=845).....	29
Tabla 11. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para aprender o estudiar (N=168).....	44
Tabla 12. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de aprender con a Internet (N=278).....	46
Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para trabajo o negocios (N=113).....	47
Tabla 14. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de trabajar o hacer negocios con Internet (N=177).....	49
Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para interactuar con el Gobierno (N=14) .....	50

Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de interactuar con el Gobierno con Internet (N=19) .....	51
Tabla 17. Perfil sociodemográfico de los individuos que saben que tienen derecho a acceder a información pública (N=33).....	52
Tabla 18. 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=124).....	53
Tabla 19. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que el acceso a Internet debe ser garantizado por el Estado (N=349) .....	54

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Distribución de la hogares por estratos (N=1.160) .....	11
Gráfico 2. Composición Familiar por Estratos (N=4.202) Pregunta 1.4 .....	12
Gráfico 3. Nivel educativo para mayores de 18 años (N=3.000) Pregunta 1.7 .....	13
Gráfico 4. Nivel educativo por estratos, para mayores de 18 años (N=3.000) Pregunta 1.7.....	14
Gráfico 5. Distribución de actividades laborales (N=2.170) Pregunta 1.13.....	15
Gráfico 6. Distribución de los informantes entre los grupos etarios y su rol en el hogar (N=1.160) Preguntas 1.2 y 1.4.....	16
Gráfico 7. Acceso a dispositivos tecnológicos (N=1.160) Pregunta 2.1 .....	18
Gráfico 8. Uso de teléfonos celulares por estratos (N=1.160) Pregunta 2.1.....	19
Gráfico 9. Motivos por los cuales no usa el dispositivo Preguntas 2.7 y 2.8 .....	20
Gráfico 10. Motivos por los que los individuos no acceden a Internet desde alguno de los dispositivos Preguntas 2.9 y 2.10.....	20
Gráfico 11. Participación de mercado de red móvil (N=1.445) Pregunta 2A.1 .....	21
Gráfico 12. Información sobre acceso ilimitado (N=850) Pregunta 2A.6.....	23
Gráfico 13. Intensidad y antigüedad promedio en el uso de Internet (N=939) Preguntas 2B.1 y 2B.2 .....	24
Gráfico 14. ¿Cómo aprendió a usar Internet? (N=691) Pregunta 2B.3.....	24
Gráfico 15. Usos de Internet en dispositivos tipo B (N=691) Pregunta 2B.8.....	25
Gráfico 16. Usos de Internet por nivel socioeconómico (N=691) Pregunta 2B.8 .....	25
Gráfico 17. Tiempo destinado a usos de Internet (N=845) Pregunta 3.1.....	30

Gráfico 18. Proporciones del tiempo destinado a usos de Internet por nivel socioeconómico (N=845) Pregunta 3.1 .....	30
Gráfico 19. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para estudios? (N=545) Pregunta 3.3.....	32
Gráfico 20. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para trabajo o negocios? (N=392) Pregunta 3.4.....	33
Gráfico 21. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información del Gobierno? (N=195) Pregunta 3.5 .....	34
Gráfico 22. ¿Usa Internet para las siguientes actividades? (N=845) Pregunta 3.6 .....	34
Gráfico 23. Uso de Internet para aprender (N=845) Pregunta 3.6.....	35
Gráfico 24. Plataformas más usadas para aprender en Internet (N=416) Pregunta 3.7	36
Gráfico 25. Uso de Internet para trabajo o negocios (N=845) Pregunta 3.6 .....	37
Gráfico 26. Plataformas más usadas para trabajar o hacer negocios en Internet (N=313) Pregunta 3.7.....	37
Gráfico 27. Uso de Internet para comunicarse con el Gobierno (N=845) Pregunta 3.6	38
Gráfico 28. Plataformas más usadas para interactuar con el Gob. en Internet (N=42) Pregunta 3.7.....	39
Gráfico 29. Uso de Internet para entretenimiento (N=845) Pregunta 3.6 .....	40
Gráfico 30. Plataformas más usadas para entretenimiento en Internet (N=820) Pregunta 3.7.....	41
Gráfico 31. Uso de Internet para informarse (N=845) Pregunta 3.6 .....	42
Gráfico 32. Plataformas más usadas para informarse en Internet (N=233) Pregunta 3.7 .....	42
Gráfico 33. Actividades de aprendizaje en Internet (N=416) Pregunta 3.12 .....	43
Gráfico 34. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el aprendizaje (N=416) Pregunta 3.13.....	45

Gráfico 35. ¿El uso de Internet ha ayudado a hacer mejor sus tareas? (N=416) Pregunta 3.13.....	45
Gráfico 36. Actividades relacionadas a negocios o trabajo en Internet (N=313) Pregunta 3.15.....	47
Gráfico 37. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios (N=313) Pregunta 3.16 .....	48
Gráfico 38. Actividades de comunicación o interacción con el Gobierno en Internet (N=42) Pregunta 3.18.....	49
Gráfico 39. Percepciones sobre los beneficios de Internet para interactuar con el Gobierno (N=42) Pregunta 3.19.....	51
Gráfico 40. Características de la información buscada en Internet según finalidades Pregunta 3.22 .....	52
Gráfico 41. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet (N=1.159) Pregunta 4.1 .....	55

# 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.<sup>1</sup>

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.<sup>2</sup>

El trabajo de campo fue realizado entre mediados de noviembre y mediados de diciembre de 2014 a 1200 hogares por ciudad. En cada uno de estos hogares seleccionados aleatoriamente, se eligió, también de manera aleatoria, a un informante mayor de 13 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 segundo bloque (bloque B), las Tablet, Notebook, XO y PC están incluidas, mientras que los Smart TVs y otros pertenecen al bloque C.

---

<sup>1</sup> Galperin y Mariscal (2007).

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

Este documento muestra los primeros hallazgos para la capital de Guatemala. Como en varios otros países, la liberalización del mercado de telecomunicaciones en dicho país se dio en la década de los noventa, entre 1991 y 1996, lo cual ha llevado a que en la actualidad existan cinco operadores de telefonía móvil y ocho de telefonía fija. Respecto a la telefonía móvil, de acuerdo a la información más reciente presentada por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT) – a diciembre de 2013, el 95% de los terminales móviles digitales en operación son prepago; esto equivale a 20.632.710 de líneas,<sup>3</sup> y muestra un gran contraste con la situación de la telefonía fija, con sólo 1.863.052 de líneas.

Las empresas operadoras móviles ofrecen una gran variedad de planes que incluyen Internet, con tarifas para acceso diario hasta acceso mensual. La empresa Claro, por ejemplo, al segundo trimestre de 2014, ofrece aproximadamente 20 planes entre postpago y prepago (con tecnología 4G), con el límite más bajo de 50 MB, hasta 10,240 MB; ofrece también acceso ilimitado para BlackBerry. Tigo, por su parte, tiene planes especiales para I-phone y BlackBerry, para las modalidades prepago y postpago, y con las tecnologías 3G y 4G; en prepago, los MB que ofrece van de 50 a 15.360. Movistar, como Tigo, ofrece también planes prepago y postpago, con un rango de MB de 10 hasta 10.240.

Además de las características descritas, los primeros resultados aquí presentados deben ser mirados teniendo en cuenta las particularidades del mercado de Guatemala, que ha mostrado un gran dinamismo, en particular, en el crecimiento de la telefonía móvil (entre 2003 y 2014 se pasó de tres millones de líneas a casi 22 millones) y el acceso a Internet a través de la misma.

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 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.<sup>4 5</sup>

---

<sup>3</sup> *La población de Guatemala, a 2013, era de 15.438.384 personas. Fuente: INE Guatemala.*

<sup>4</sup> *De igual manera, el informe global de la encuesta, así como los informes de Buenos Aires y Lima se encuentran disponibles en los siguientes enlaces:*

- [Informe Global.](#)
- [Documento de Buenos Aires.](#)
- [Documento de Lima.](#)

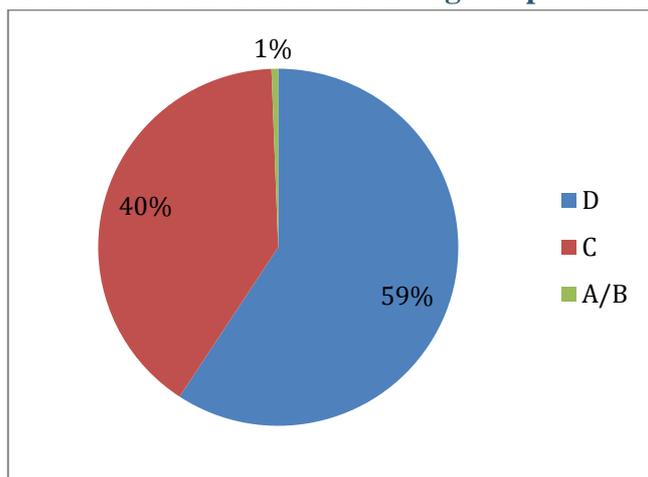
<sup>5</sup> *Los cuestionarios de encuentran disponibles en este enlace: [Cuestionarios de la Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.](#)*

## 2. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS<sup>6</sup>

### 2.1 Características del hogar

La muestra de Ciudad de Guatemala está compuesta por 4.202 personas en 1.160 hogares que viven en zonas urbanas y se distribuyen en los niveles, como se aprecia en el siguiente gráfico:<sup>7</sup>

**Gráfico 1. Distribución de la hogares por estratos (N=1.160)**



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 es la media), con 2 hombres y 2 mujeres. Al mismo tiempo, se encontró que en 3 de cada 10 hogares hay adultos mayores, en 1 de cada 2 hay infantes y en 6 de cada 10 se encuentran jóvenes; de igual forma, se tienen 2 adultos (2,7) por hogar en promedio.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> En la muestra, las mujeres representan el 51% de los 4.202 encuestados.

<sup>7</sup> Se definieron los niveles socioeconómicos de la siguiente manera:

- A/B si el monto de ingreso del hogar es mayor a Q61.000 (\$7.993 dólares) mensuales .

- C si el monto de ingreso del hogar está entre Q61.000 y Q7.200 (\$7.993 – \$943 dólares) mensuales.

- D si el monto de ingreso del hogar está debajo de los Q7.200 (\$943 dólares) mensuales.

Tipo de cambio promedio entre el 18 de noviembre y 5 de diciembre del 2014 según el Banco Central de Guatemala: 7.6313.

<sup>8</sup> 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.

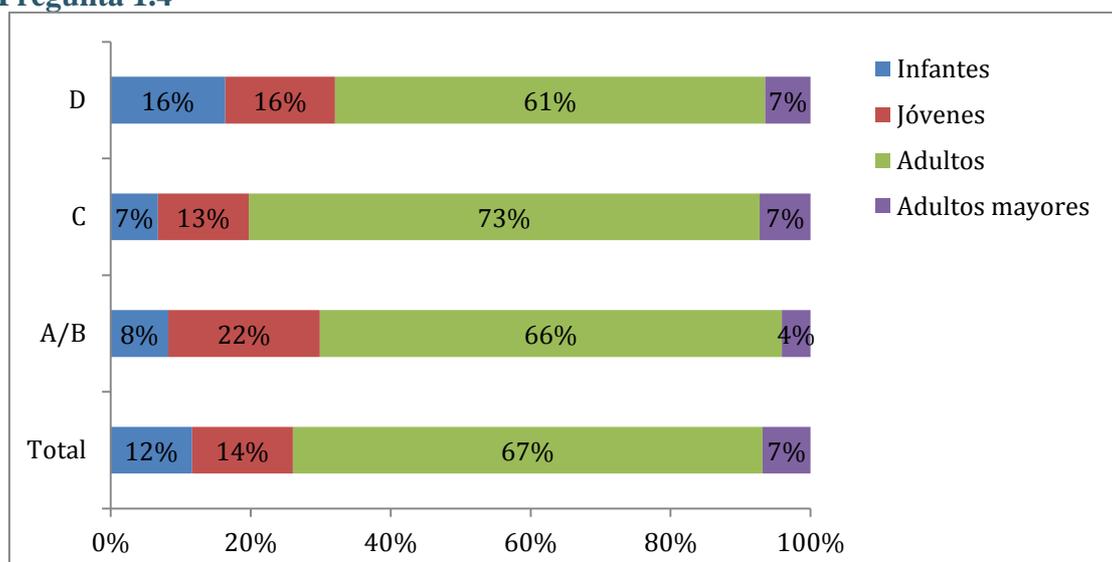
**Tabla 1. Composición de la Unidad Familiar (N=1.160)**  
Preguntas 1.2, 1.3 y 1.4

	Mediana	Media	Mínimo	Máximo	Desv.
Número de miembros	4	3,6	1	10	1,28
Edad promedio del hogar	31	32,4	9	72	11,76
Varones	2	1,8	0	8	0,97
Mujeres	2	1,8	0	6	0,96
Número de Infantes	0	0,5	0	5	0,80
Número de Jóvenes	0	0,6	0	4	0,76
Número de Adultos	3	2,7	0	8	1,23
Número de Adultos mayores	0	0,3	0	3	0,61
		Obs.		Porc.	
Hogares con Infantes		1.160		29,2%	
Hogares con Adultos mayores		1.160		20,2%	
Hog. con Adul. May e infantes		1.160		2,1%	
Hogares con Jefas mujeres		1.160		24,7%	

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 460 infantes, 571 jóvenes, 2848 adultos y 323 adultos mayores; según niveles socioeconómicos, el número de infantes es mayor en el estrato D, y que los individuos se distribuyen de la siguiente manera:

**Gráfico 2. Composición Familiar por Estratos (N=4.202)**  
Pregunta 1.4



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

Por otro lado, se encontró que el castellano es el idioma principal en el 99,48% de los hogares, siendo el quiché el segundo idioma más frecuente (es la lengua principal en 2 hogares 0,65%). Además, como se puede observar en la siguiente tabla, hay por lo

menos un analfabeto en el 4,3% de los hogares de Ciudad de Guatemala; según estratos, se encuentra que en el estrato D este porcentaje asciende a 5,5% y a 2,6% en el C.

**Tabla 2. Características de los hogares (N=1.160)**  
**Preguntas 1.5, 1.6 y 1.7**

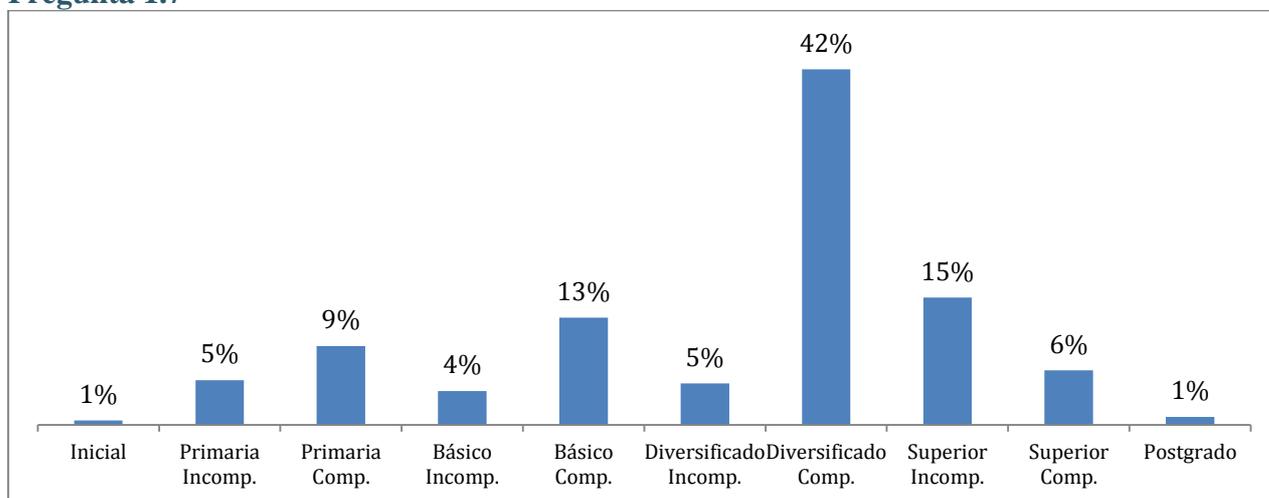
Nivel Socioeconómico	Idioma principal				% de Analfabetos
	Castellano	Quiché	Id. Extranjero	Otros	
Total de Hogares	99,5%	0,2%	0,1%	0,3%	4,3%
A/B	100%	0%	0%	0%	0%
C	99,8%	0%	0,2%	0%	2,6%
D	99,3%	0,3%	0%	0,5%	5,5%

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

Elaboración propia.

En el tema educativo, como se puede ver en el Gráfico 3, un 42% de la población mayor de 18 años ha completado la educación diversificada, que contiene los estudios de bachillerato o una formación profesional básica, un 15% tiene educación superior incompleta y un 13% sólo ha completado el nivel básico; de igual forma, se tiene que solamente el 7% de la población alcanzó a terminar la formación superior.

**Gráfico 3. Nivel educativo para mayores de 18 años (N=3.000)**  
**Pregunta 1.7**



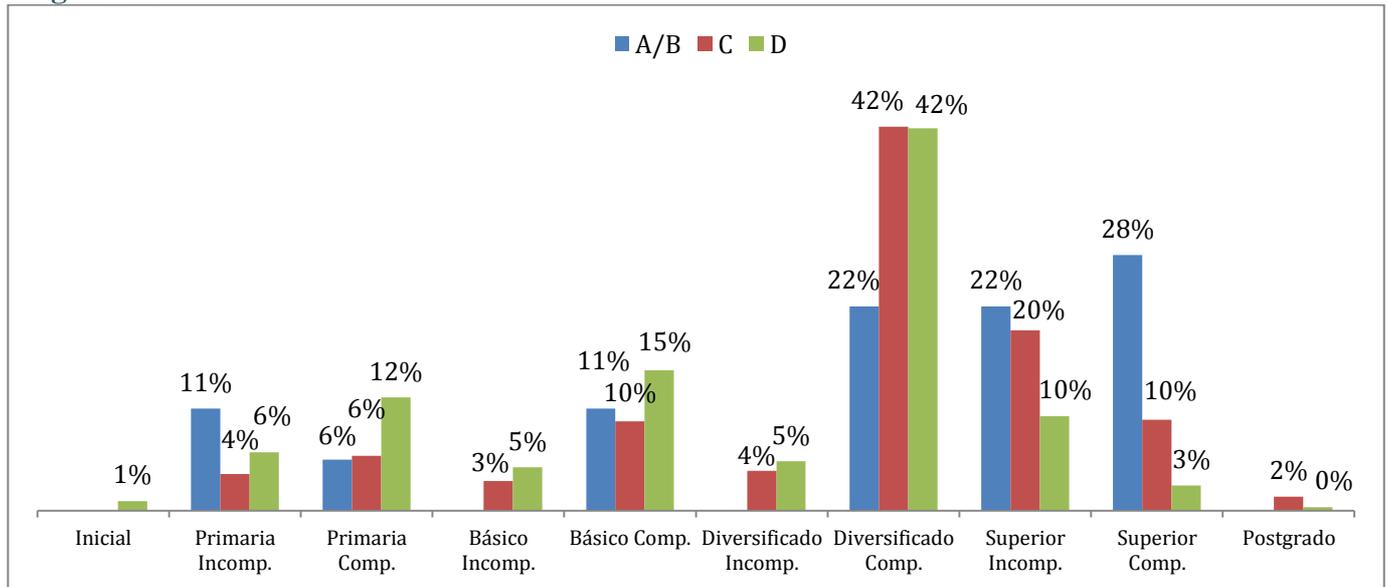
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Al considerar niveles socioeconómicos, como muestra el Gráfico 4, el estrato A/B tiene un porcentaje más alto de personas con educación superior completa en comparación a los otros niveles; no obstante, también es el nivel con mayor porcentaje de personas que sólo alcanzaron a tener primaria incompleta.

## Gráfico 4. Nivel educativo por estratos, para mayores de 18 años (N=3.000)

### Pregunta 1.7



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

Elaboración propia.

De igual manera, como se aprecia en la Tabla 3, el 13% de los hogares de Ciudad de Guatemala por lo menos cuenta con un miembro que ha completado la educación superior; por nivel socioeconómico, este porcentaje es mínimo en el estrato D (5%), mientras que en el C sube a 25% y a 29% en el A/B. Por otra parte, el 73% de los hogares cuenta con al menos una persona que está estudiando actualmente; según niveles socioeconómicos, se tiene que el 71% de los hogares en el estrato A/B tiene a un estudiante, al igual que el 80% del C y el 69% del D. Además, el 60% de los hogares cuenta con por lo menos dos personas que trabajan, así como el 71% de los hogares del sector A/B, 88% del C y 42% del D. También, se encontró que el grupo de adultos mayores (N=323) se encuentra principalmente en el grupo que no trabaja (62%).

**Tabla 3. Estudiantes y trabajadores en el hogar (N=1.160)**

### Preguntas 1.7, 1.9 y 1.11

Nivel Socioeconómico	Hogares con al menos un estudiante	Hogares con al menos un miembro de educación superior completa	Hogares con al menos dos trabajadores
Total de Hogares	72,8%	13%	60,3%
A/B	71%	29%	71%
C	80%	25%	88%
D	68%	5%	42%

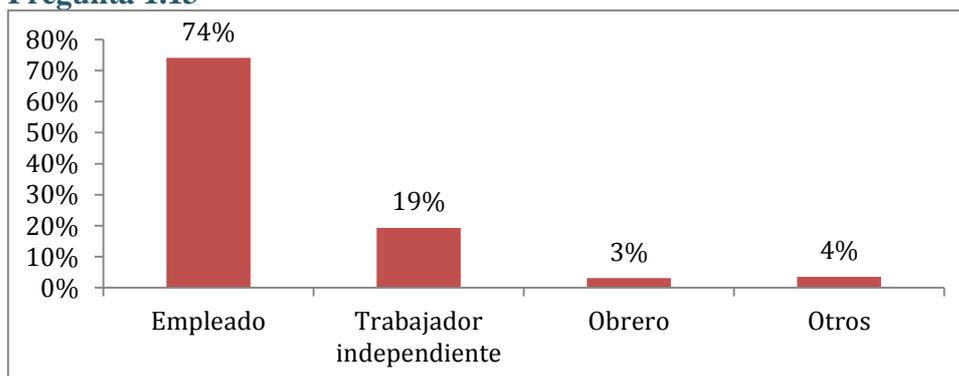
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Por otro lado, cuando se analizan las características de la población mayor a trece años en relación a la ocupación principal, se encuentra que la actividad principal del 60% de la población una semana antes de responder a la encuesta fue trabajar; entre ellos, un 74% es empleado, el 19% es trabajador independiente, el 3% es obrero y el 4% restante

se reparte entre trabajadores a comisión, trabajadores del hogar, trabajadores familiares no remunerados, patrones o empleadores y agricultores o ganaderos, como se aprecia en el siguiente gráfico.<sup>910</sup> Según estratos socioeconómicos, se observa que la categoría de empleado sigue siendo la más frecuente entre quienes trabajan (71% en el estrato A/B, 78% en el C y 69% en el D), siendo el trabajo independiente la segunda forma de trabajo más frecuente en los tres niveles.

**Gráfico 5. Distribución de actividades laborales (N=2.170)**  
**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.<sup>11</sup>

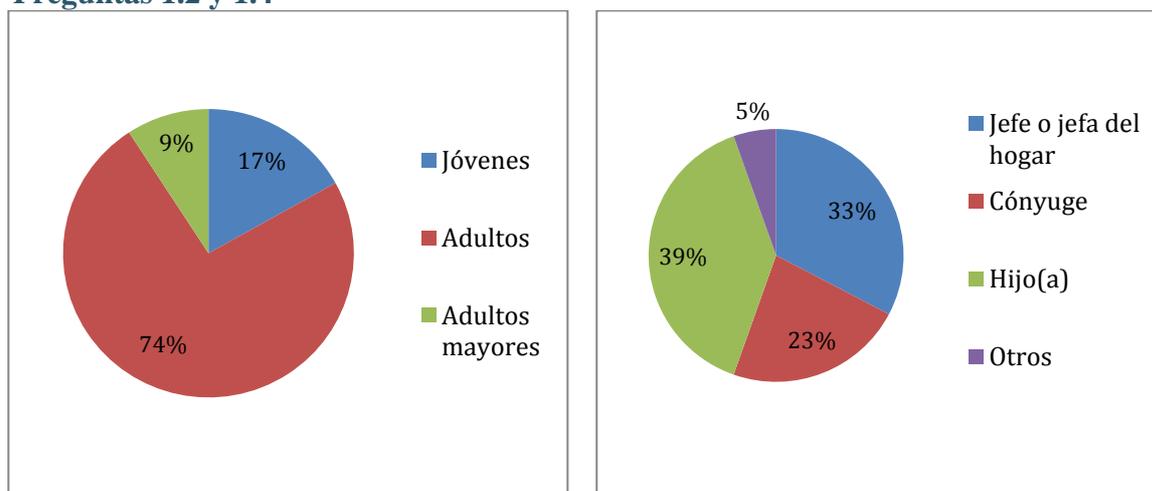
De esta manera, como se ve en el Gráfico 6, la mayor proporción de esta parte de la muestra está compuesta por adultos (73,9%) y jóvenes (16,9%), y sólo un 9,2% de adultos mayores. Además, se tiene que 32,7% de los informantes es jefe de hogar o cónyuge del jefe (22,7%), un 39,2% hijo o hija del mismo y un 5% de este grupo se reparte entre otros familiares; asimismo, se encontró que la media de las edades es 33 años.

<sup>9</sup> En este punto, solamente las personas mayores a 13 años responden las preguntas relacionadas al estado civil y a la ocupación principal; por consiguiente, la muestra se reduce de 3651 a 2857 observaciones.

<sup>10</sup> Cabe señalar que el grupo de agricultores y ganaderos está compuesto por sólo 3 individuos (0,7%) que son jefes de hogar, mayores de 45 años, cuya actividad principal es trabajar (dos directamente como agricultores o ganaderos y uno como obrero).

<sup>11</sup> Se eligió a la persona que tuviera la fecha de cumplir años más próxima dentro del hogar.

**Gráfico 6. Distribución de los informantes entre los grupos etarios y su rol en el hogar (N=1.160)**  
Preguntas 1.2 y 1.4



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

Por otro lado, como muestra la Tabla 4, los informantes, en su mayoría, son mujeres que han completado el nivel diversificado, por lo general son solteras cuya actividad principal es trabajar como empleadas, aunque un 31% de todo este grupo trabaja como independiente.

**Tabla 4. Características de los informantes (N=1.160)**

	Categoría	Porcentaje
Sexo	Mujer	57%
Estado Civil	Soltera	44%
Nivel educativo	Diversificado Completo	34%
¿Estudia este año?	No	59%
Actividad principal	Trabajo	49%
Tipo de trabajo*	Empleada	62%
Tiene celular	Sí, propio	97%
Edad promedio		33,17 años

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (629)

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

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

**Tabla 5. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.160)**

<b>Perfiles Sociodemográfico</b>	<b>Obs.</b>	<b>Porc.</b>
Según categoría ocupacional	1.160	100%
Empleado	391	34%
Obrero	13	1%
Trabajador independiente	187	16%
Trabajador por comisión	7	1%
Trabajador del hogar	11	1%
Patrón o empleador	8	1%
Estudiante	219	19%
Buscó trabajo	17	2%
Quehaceres del hogar	128	11%
Jubilado	51	4%
Incapacitado	1	0%
Desocupado	127	11%
Según relación con el jefe del hogar	1.160	100%
Jefe(a) del hogar	379	33%
Cónyuge	263	23%
Hijo(a)	455	39%
Padre o madre	20	2%
Abuelo(a)	1	0%
Hermano(a)	12	1%
Cuñado(a)	5	0%
Yerno o nuera	6	1%
Nieto(a)	7	1%
Sobrino(a)	4	0%
Primo(a)	2	0%
Suegro(a)	3	0%
Bisnietos	1	0%
No tiene parentesco	2	0%
Según grupo etario	1,160	100%
Jóvenes (12 a 18 años)	196	17%
Adultos (19 a 59 años)	857	74%
Adultos mayores (más de 60)	107	9%

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

Elaboración propia.

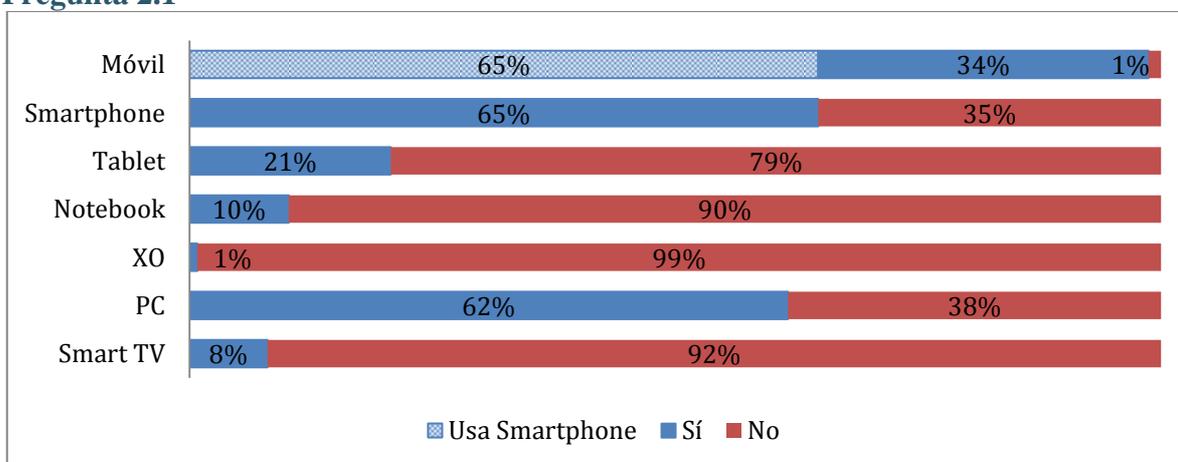
### 3. PATRONES DE ACCESO<sup>12</sup>

La presente sección describe las características de la población en relación al acceso que tiene 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 7, el 65% de los encuestados hace uso de por lo menos un Smartphone y el 34% de teléfonos móviles simples, es decir, más del 98% accede a un teléfono celular;<sup>13</sup> al mismo tiempo, se observa que el dispositivo al cual los individuos tienen mayor acceso es la PC (62%) y que la manera más frecuente (83%) de conseguirla es comprarla nueva. A su vez, se tiene que la Tablet (21%), la notebook (10,2%), y la Smart TV (8%) son los siguientes dispositivos más usados, y que la manera más frecuente de conseguir cada uno de éstos es comprarlo nuevo (salvo el 39% de los que tienen XO).

**Gráfico 7. Acceso a dispositivos tecnológicos (N=1.160)**  
**Pregunta 2.1**



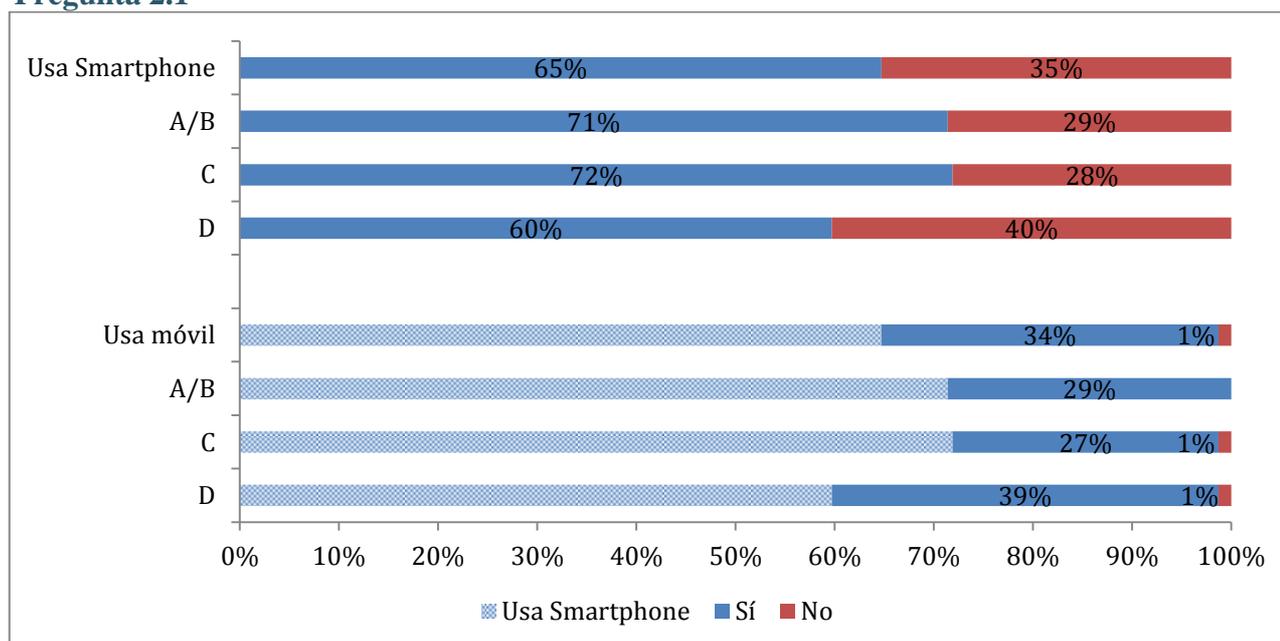
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

En relación a los teléfonos celulares, como se aprecia en el siguiente gráfico, se encontró que, en todos los estratos, más del 50% de encuestados usa un Smartphone, y que este porcentaje asciende a 71% en los estratos más altos y a 60% en el D; además la manera más frecuente de conseguir uno en cualquiera de los tres estratos es comprarlo nuevo o recibirlo de regalo.

<sup>12</sup> 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 750 dijeron que sí usan Smartphones, 395 que sí usan móviles, 240 Tablets, 118 notebooks, 9 XO, 714 PCs y 93 Smart TVs.

<sup>13</sup> 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.

**Gráfico 8. Uso de teléfonos celulares por estratos (N=1.160)**  
**Pregunta 2.1**



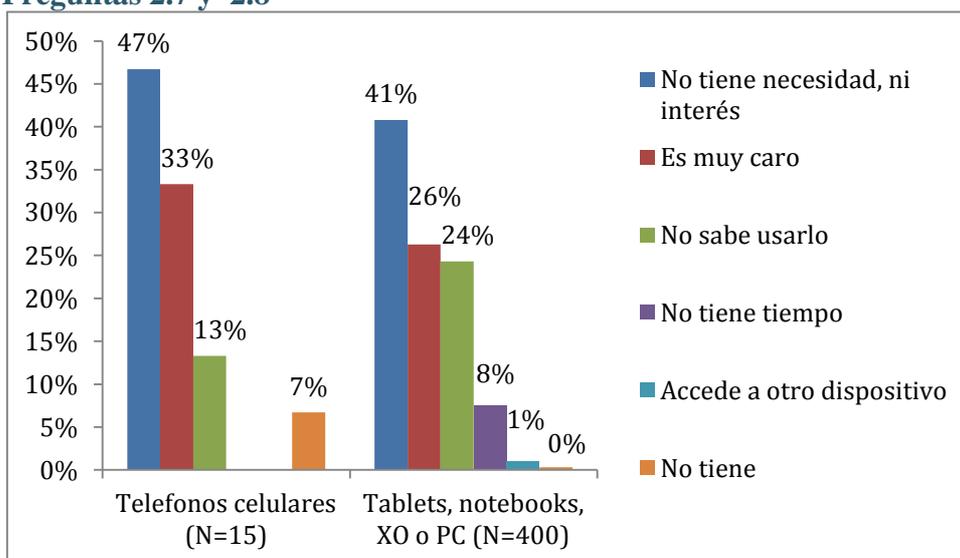
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

Asimismo, se tiene que los estratos en los que más se usa la Tablet son el C (29%), seguido por el A/B (28,6%) y D (15%), y la forma más frecuente de adquirir uno de estos dispositivos es comprándolo nuevo; de igual modo, menos del 20% de cada estrato usa notebook (14% en A/B, 16% en C y 6% en el D) y de ellos, la mayoría la compró nueva. Asimismo, se observa que la PC es el principal dispositivo, con el 86% de usuarios en el nivel A/B, 72% en el C y 55% en el D, y nuevamente, alrededor del 80% de cada nivel la compró nueva.

En relación al acceso a Internet, se encontró que el dispositivo más usado por los hogares es la PC (67,8%) seguida muy de cerca por el Smartphone, en el 67,2% de casos, y la Tablet (22,3%).

Por otro lado, como se aprecia en el Gráfico 9, las principales razones para no usar Smartphone o teléfonos móviles son la falta de interés o necesidad (47%) y el costo (33%); de manera similar, la falta de necesidad o interés es el principal motivo (41%) por el cual los encuestados no usan Tablet, notebook, XO, o PC. Según nivel socioeconómico, se encontró que no tener necesidad o interés se mantiene como la principal causa para no usar un dispositivo del bloque B en todos los estratos (46% en el C y 39% en el D).

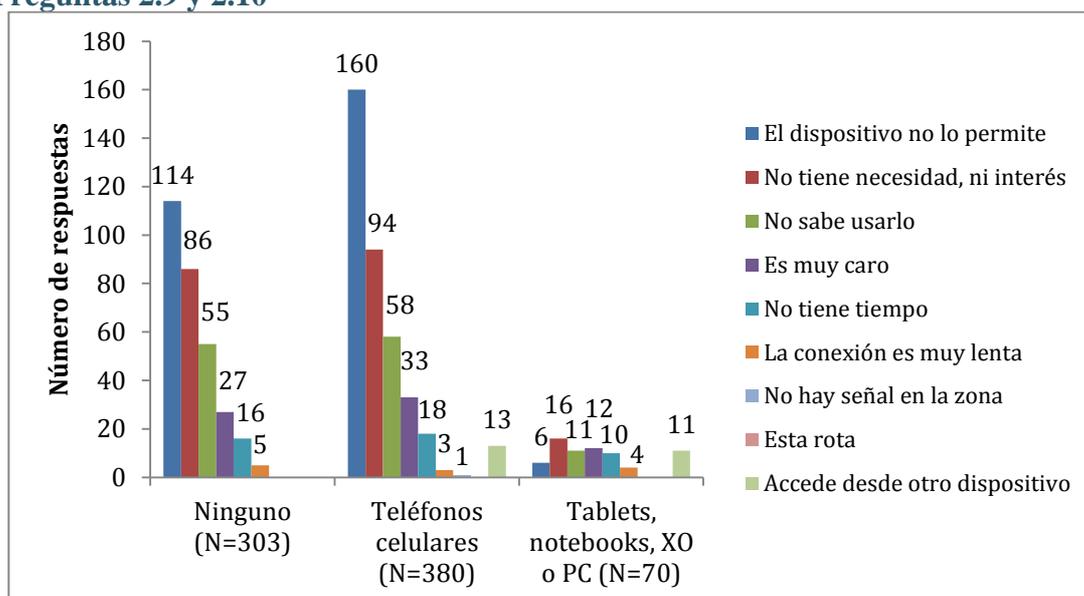
**Gráfico 9. Motivos por los cuales no usa el dispositivo**  
Preguntas 2.7 y 2.8



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 afirmando que el equipo no les permite hacerlo (42%), quedando la falta de interés o necesidad en segundo lugar (25%), mientras que quienes no acceden a Internet desde dispositivos como Tablet, notebook, XO o PC, lo justifican principalmente diciendo que no tienen interés o necesidad (23%), que no saben usarlo (16%) o que acceden a Internet a través de otros dispositivos (16%).

**Gráfico 10. Motivos por los que los individuos no acceden a Internet desde alguno de los dispositivos**  
Preguntas 2.9 y 2.10



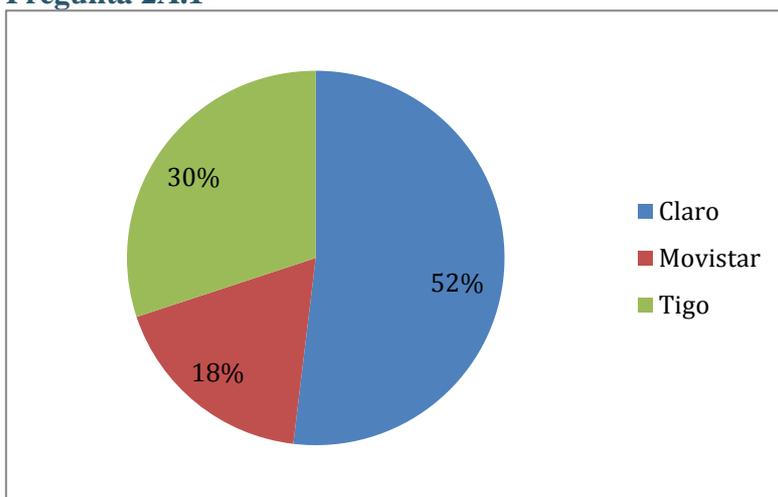
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

Del mismo modo, de todos aquellos que usan algún dispositivo (teléfonos celulares o dispositivos tipo Tablet, XO, notebook o PC), un 26% no accede a Internet desde ninguno de éstos, y lo justifica principalmente afirmando que el dispositivo no lo permite (38%) o que no tiene necesidad o interés (28%).<sup>14</sup>

### 3.1 Informantes que usan móvil/Smartphone o BlackBerry

A continuación, se presentan características sobre los patrones de uso de dispositivos celulares; en primer lugar, como muestra el Gráfico 11, se encontró que la compañía con mayor participación de mercado en la muestra es Claro (con 51,9%), seguida por Tigo (30%) y Movistar (18%). Por estratos socioeconómicos, se tiene que Claro sigue siendo la principal compañía (57% de participación en el estrato A/B, 54% en el C y 51% en el D). Asimismo, se encontró que las modalidades de pago más usadas son aquella que no tiene factura (sólo usa recarga de crédito: 76,2%) y la facturación con un límite de consumo (13,2%); según niveles, se encontró que el A/B tiene el mayor porcentaje de usuarios pre-pago (86%), seguido por el estrato D (81%) y el C (69%).<sup>15</sup>

**Gráfico 11. Participación de mercado de red móvil (N=1.445)**  
**Pregunta 2A.1**



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

Por otro lado, se puede ver que más del 95% de los individuos que tiene un celular lo usa para hacer y recibir llamadas, y para enviar y recibir mensajes de texto; además, se encontró que el 69% lo usa para escuchar música, más del 60% para navegar en Internet, usar redes sociales, chatear y sacar fotos. A su vez, más del 50% lo usa para grabar videos y para descargar música y videos. Al mismo tiempo, se puede observar que, del total de encuestados, solamente el 6% utiliza el teléfono celular para todos los fines (las 16 alternativas que aparecen en la Tabla 6), mientras que un 1,7% lo usa sólo

<sup>14</sup> En total, 1.048 (98,97%) de los 1.160 individuos informan que sí 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 a la red 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.

<sup>15</sup> En la encuesta, 1.145 (98,71%) individuos dijeron que sí usan Smartphone o móvil.

para hacer y recibir llamadas. Cada hogar hace 12 diferentes usos, siendo 10,2 la media, y según nivel socioeconómico, el estrato A/B hace 13 usos diferentes (11,5 la media), el nivel C hace 13 usos (11 la media) y el estrato D hace 11 usos (9,6 la media), como se ilustra en la siguiente tabla:

**Tabla 6. Funciones usadas en móvil o Smartphone (N=1.145)  
Pregunta 2A.3**

	C. de Guatemala	A/B	C	D
Hacer llamadas	●	●	●	●
Recibir llamadas	●	●	●	●
Enviar SMS	●	●	●	●
Recibir SMS	●	●	●	●
Navegar en Internet	●	●	●	●
Redes sociales	●	●	●	●
Chat	●	●	●	●
Correo	●	●	●	49%
Ver o descargar videos (YouTube)	●	●	●	47%
Sacar fotos	●	●	●	●
Hacer videos (grabar)	●	●	●	50%
Escuchar música	●	●	●	●
Descargar música	●	43%	●	49%
Juegos en línea	29%	43%	34%	26%
Juegos sin Internet	40%	●	42%	38%
Transacciones bancarias	13%	43%	17%	9%

● 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 50% de encuestados

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

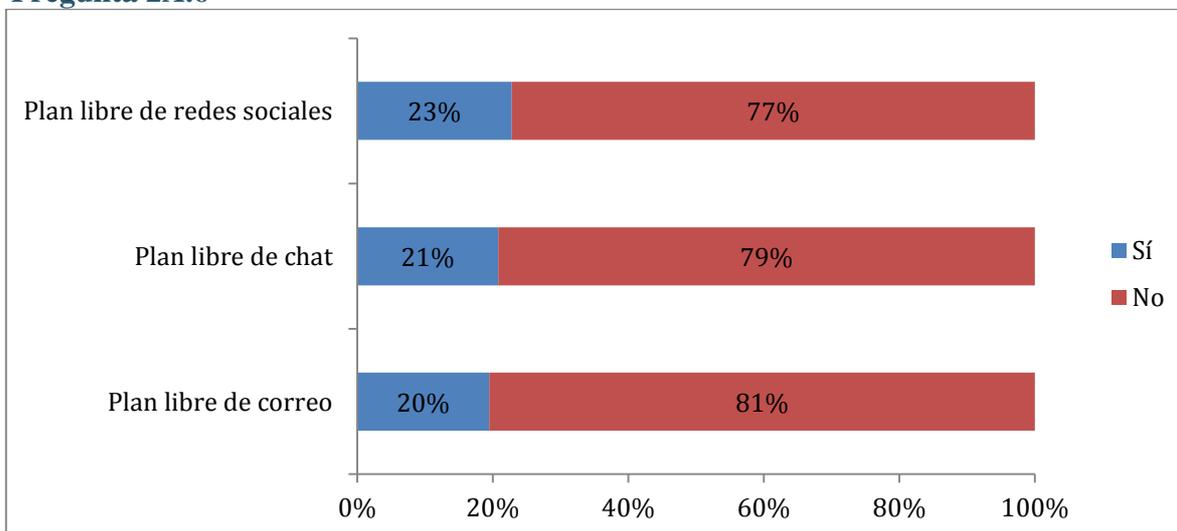
Elaboración propia.

De manera similar, el 74% de los individuos hace usos que implican conexión a Internet o el uso de aplicaciones multimedia (N=850); además, sólo el 1,6% hace un único uso de este tipo (en su mayoría escuchar música: 72%). Se encontró además que estos usos que requieren Internet se dan mayoritariamente para la comunicación con familiares dentro del país (100%) o con amigos (89%).

Otra característica importante es que el 98% de los encuestados sabe que tiene límites para utilizar datos (86% del estrato A/B, 98% del C y 98% del D) y, como se muestra en el Gráfico 12, el 23% sabe que su plan sí le permite acceso ilimitado a redes sociales, otro 21% a chat y un 20% a correo electrónico; sin embargo, existe un 69% que sabe que no tiene acceso ilimitado alguno de estos servicios. Por niveles socioeconómicos, se observa que 1 de cada 6 individuos tiene un plan de datos que le permite libre acceso a

redes sociales, chat y correo en el estrato A/B; alrededor del 25% del estrato C tiene un plan para acceder libremente alguno de los tres servicios, al igual que el 19% del nivel D, que tiene un plan con el que accede libremente a redes sociales, un 17% que accede libremente al chat y un 15% al correo.

**Gráfico 12. Información sobre acceso ilimitado (N=850)**  
**Pregunta 2A.6**



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

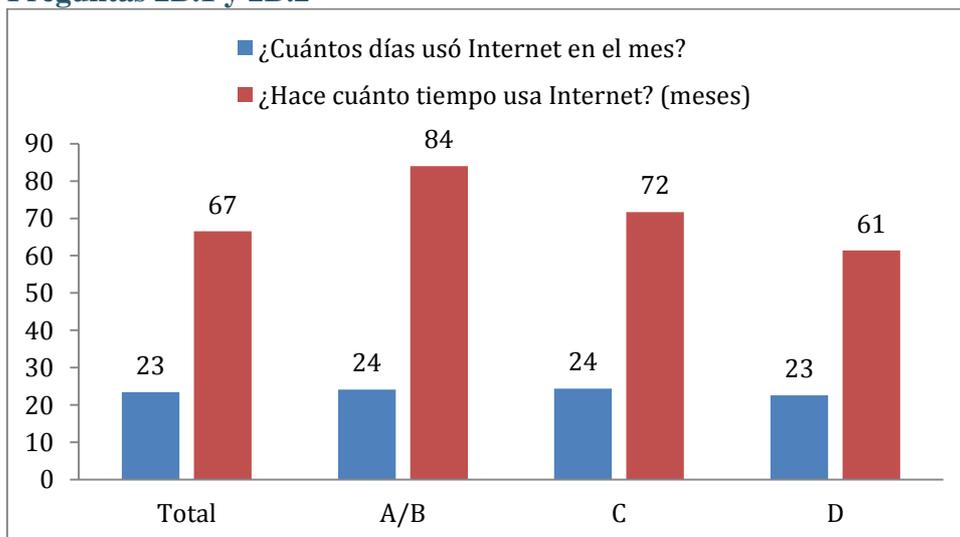
Finalmente, cerca de un 49% de los informantes califica su conexión como aceptable y un 37% como buena; además, un 62% considera que no es ni barata ni cara, un 20% la considera por lo menos cara y un 18% la considera barata.

### 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, la frecuencia promedio de uso, medido en días, es de 23,47, siendo la mediana de 30.<sup>16</sup> Según estratos socioeconómicos, se tiene que el número promedio de días es 24,17 en el nivel A/B (30 la mediana), 24,42 días en el C (30 la mediana) y 22,59 en el D (25 la mediana). Asimismo, los encuestados utilizan Internet desde hace 67 meses en promedio (60 meses la mediana); por niveles, 84 meses los del estrato A/B (54 meses la mediana), 71,7 meses los del estrato C (60 meses la mediana) y 61,5 los del D (48 meses la mediana).

<sup>16</sup> En la encuesta se tienen 691 individuos que dijeron que sí usan uno de los dispositivos del bloque B (Tablet, notebook, XO o PC) para conectarse a Internet.

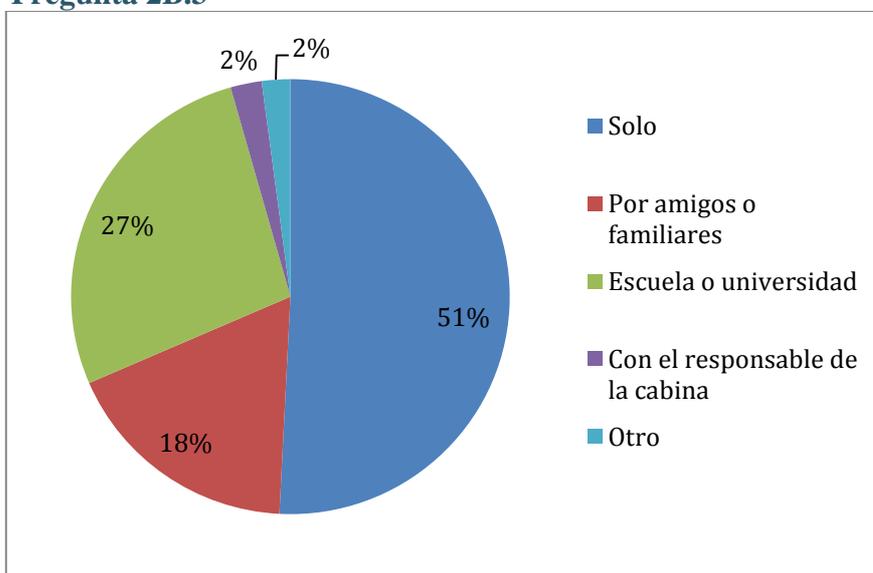
**Gráfico 13. Intensidad y antigüedad promedio en el uso de Internet (N=939)**  
**Preguntas 2B.1 y 2B.2**



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

Por otro lado, como se puede observar en el Gráfico 14, la mayoría de usuarios aprendió a usar Internet solo (51%) o en la escuela o la universidad (27%), y este patrón se mantiene en los distintos niveles socioeconómicos; a su vez, se tiene que la mayor parte accede desde casa (92%) o desde un lugar público con Wi-Fi (71%).

**Gráfico 14. ¿Cómo aprendió a usar Internet? (N=691)**  
**Pregunta 2B.3**



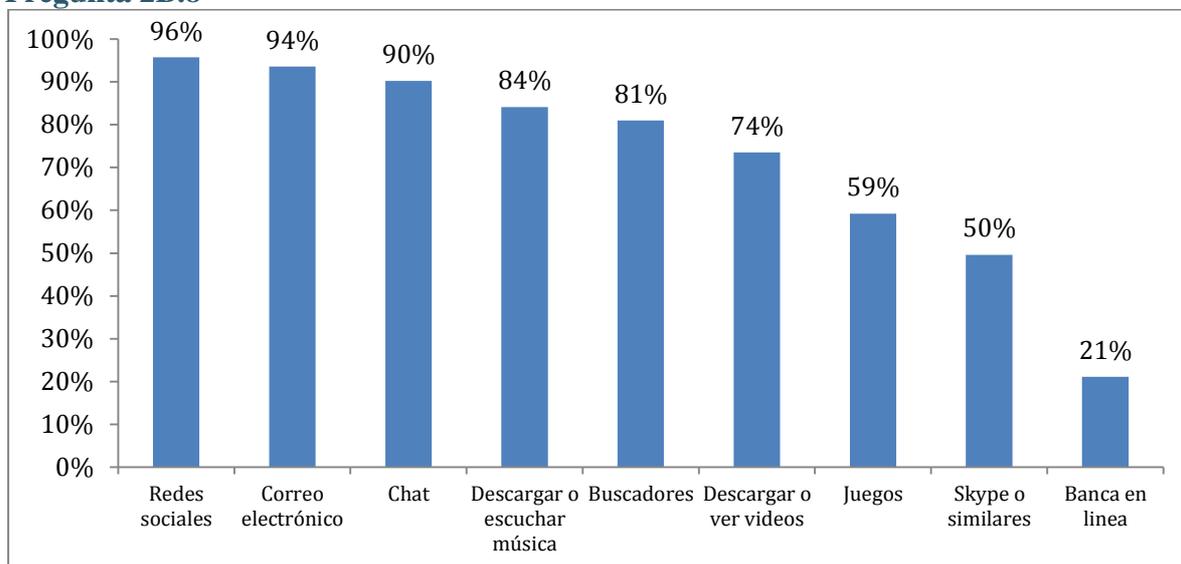
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

En relación a los usos que los individuos hacen de Internet, como muestra el Gráfico 15, se encontró que la red se utiliza principalmente para acceder a redes sociales (96%), correo electrónico (94%), chat (90%), descargar o escuchar música (84%) y buscadores (81%), mientras que algunos pocos lo usan para acceder a banca en línea (21%). Al mismo tiempo, se encontró que el porcentaje de encuestados que usa la red para un

único fin es 1,6%, mientras que otro 10% lo usa para una multiplicidad, siendo el uso más recuente el acceso a redes sociales.<sup>17</sup>

**Gráfico 15. Usos de Internet en dispositivos tipo B (N=691)**

**Pregunta 2B.8**

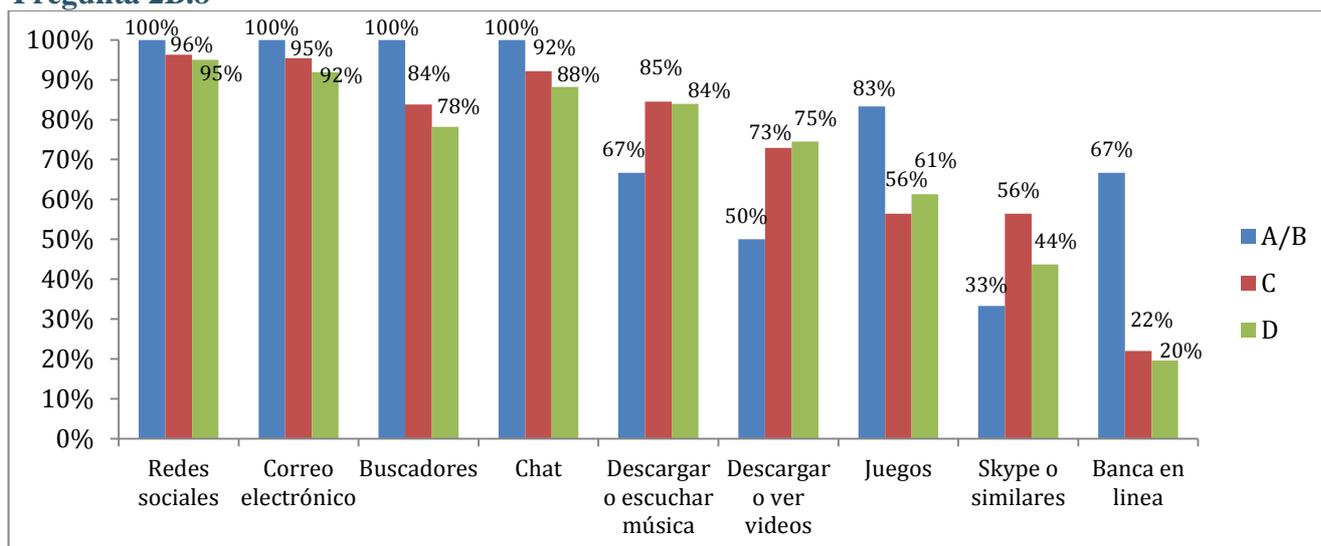


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

Según niveles socioeconómicos, como se muestra en el siguiente gráfico, se encontró que para todos los usos por los que se pregunta en la encuesta, el estrato A/B presenta mayores porcentajes que los estratos C y D, a excepción de la descarga de videos y música, y el uso de Skype, en los cuales esta relación se invierte.

**Gráfico 16. Usos de Internet por nivel socioeconómico (N=691)**

**Pregunta 2B.8**



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

<sup>17</sup> 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.

En cuanto a quienes acceden a Internet desde casa, se puede ver que este grupo califica mayoritariamente su conexión como aceptable (45%) o buena (43%) y que un 65% de ellos considera que su conexión no es cara ni barata; según estratos socioeconómicos, más del 85% de los individuos de los estratos C y D consideran su conexión aceptable, mientras que en el estrato A/B este grupo es el 67%. En esta misma línea, quienes acceden a Internet en casa suelen ser hijos del jefe de hogar, solteros, que han completado el nivel diversificado, y cuya actividad principal es trabajar; como se puede apreciar en la Tabla 7, la mayoría son empleados, aunque un 24% de este grupo es trabajador independiente.

**Tabla 7. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde casa (N=638)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	51%
Sexo	Varón	51%
Estado Civil	Soltero	55%
Nivel educativo	Diversificado Completo	37%
¿Estudia este año?	Sí	53%
Actividad principal	Trabajo	55%
Tipo de trabajo*	Empleado	69%
Tiene celular	Sí, propio	98%
Edad promedio		28,75 años

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (367)

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

A la par, quienes acceden a Internet desde una cabina pública o un cibercafé consideran que este servicio es barato en el 44% de casos, y que no es caro ni barato en el 40%; según nivel socioeconómico, encontramos que más del 80% de cada nivel considera que el costo de usar cabinas públicas no es caro ni barato, o barato. Al mismo tiempo, se encontró que quienes acceden a Internet desde estos espacios son, en la mayoría de casos, hijos del jefe de hogar, solteros, que han completado el nivel de educación diversificado y cuya actividad principal es trabajar, como se puede ver en la Tabla 8 ; la mayor cantidad de veces son empleados, aunque un 33% de los individuos de este grupo es trabajador independiente.

**Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde una cabina pública (N=259)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	54%
Sexo	Varón	50%
Estado Civil	Soltero	58%
Nivel educativo	Diversificado Completo	33%
¿Estudia este año?	Sí	58%
Actividad principal	Trabajo	45%
Tipo de trabajo*	Empleado	61%
Tiene celular	Sí, propio	98%
Edad promedio	26,18 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (128).

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

Elaboración propia.

Asimismo, se encontró que quienes acceden a Internet por cualquiera de los dispositivos del bloque B, están conectados en promedio entre una y dos horas diarias (44%); por estratos, se observa que los usuarios de los tres niveles están conectados entre una y dos horas (66% del A/B, 55% del C y 45% del D).<sup>18</sup> Asimismo, frente a problemas al momento de usar Internet, un 44% 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 (22%); por estratos, se encontró que el patrón se mantiene constante.

Finalmente, se observa que quienes más recurren a soluciones en Internet o resuelven solos sus dudas representan el 62% de los usuarios de Internet en dispositivos del grupo B y, en la mayoría de casos, son hijos del jefe de hogar, solteros, que han completado el nivel de educación diversificado, y cuya actividad principal es trabajar, como se puede apreciar en la siguiente tabla; la mayor cantidad de veces son empleados, aunque un 24% de los encuestados es trabajador independiente.

<sup>18</sup> Recuérdese que los dispositivos del Bloque B son: Tablet, notebook, XO y PC.

**Tabla 9. Perfil sociodemográfico de los individuos que resuelven solos sus dudas (N=430)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	55%
Sexo	Varón	54%
Estado Civil	Soltera	59%
Nivel educativo	Diversificado Completo	37%
¿Estudia este año?	Sí	57%
Actividad principal	Trabajo	54%
Tipo de trabajo*	Empleado	70%
Tiene celular	Sí, propio	99%
Edad promedio		27,7 años

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (246).

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

## 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 SmartTV), lo que da un total de 845 informantes. En este sentido, se definen los siguientes perfiles sociodemográficos que servirán para complementar el análisis:

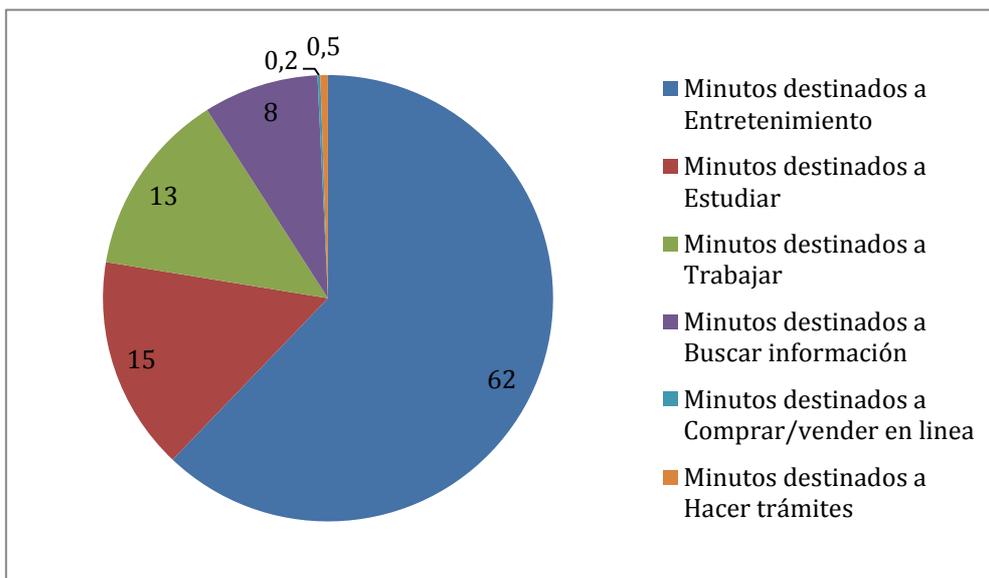
**Tabla 10. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=845)**

<b>Perfiles Sociodemográfico</b>	<b>Obs.</b>	<b>Porc.</b>
Según categoría ocupacional	845	100%
Empleado	322	38,1%
Obrero	9	1,1%
Trabajador independiente	115	13,6%
Trabajador por comisión	5	0,6%
Trabajador del hogar	5	0,6%
Patrón o empleador	6	0,7%
Estudiante	201	23,8%
Buscó trabajo	14	1,7%
Quehaceres del hogar	61	7,2%
Jubilado	8	0,9%
Desocupado	99	11,7%
Según relación con el jefe del hogar	845	100%
Jefe(a) del hogar	247	29,2%
Cónyuge	160	18,9%
Hijo(a)	410	48,5%
Padre o madre	1	0,1%
Hermano(a)	5	0,6%
Cuñado(a)	4	0,5%
Yerno o nuera	4	0,5%
Nieto(a)	7	0,8%
Sobrino(a)	4	0,5%
Primo(a)	2	0,2%
Bisnieto(a)	1	0,1%
Según grupo etario	845	100%
Jóvenes	177	20,9%
Adultos	644	76,2%
Adultos mayores	24	2,8%

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 17, de cada 100 minutos de conexión, en promedio, los encuestados dedican cerca de dos tercios del tiempo a entretenimiento (62,1 minutos), alrededor de un cuarto de hora a estudiar (15,5) o a trabajar (13,4 minutos) y sólo 8 minutos a buscar información.

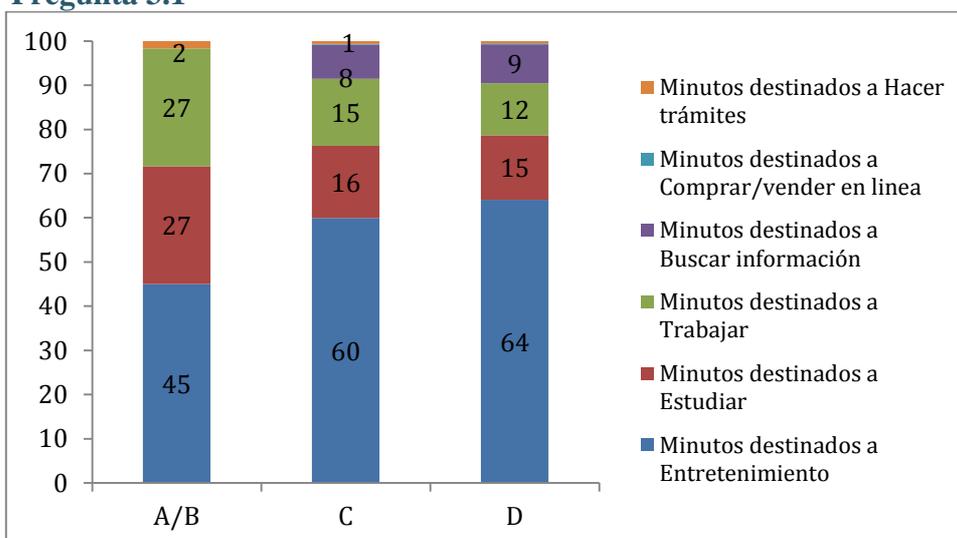
**Gráfico 17. Tiempo destinado a usos de Internet (N=845)**  
**Pregunta 3.1**



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

Por estratos, según el Gráfico 18, la cantidad de minutos destinados a entretenimiento es más alta en los sectores más bajos, alrededor de dos tercios en el nivel D (64,1 minutos) y 60 minutos en el C, mientras que en el A/B se dedican 45 minutos; a su vez, se encontró una dinámica opuesta en el tiempo dedicado a estudiar o trabajar, con 26,7 minutos para cada actividad en el estrato A/B, 16,4 y 15,1 minutos en el C y 14,6 y 11,8 minutos en el D. También se puede ver que el tiempo dedicado a buscar información es de 7,8 minutos en el C y 8,9 minutos en el D.

**Gráfico 18. Proporciones del tiempo destinado a usos de Internet por nivel socioeconómico (N=845)**  
**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 63 minutos a entretenimiento y otros 28 minutos a estudiar, mientras que los trabajadores independientes cerca de 60 minutos a entretenerse, 57 minutos los empleados y en los tres grupos se destinan alrededor de 20 minutos a trabajar. Considerando la relación que los individuos mantienen con el jefe del hogar, se encontró que los hijos destinan sólo alrededor de 24 minutos a estudiar, 6 los cónyuges y 7 los jefes de hogar; los cónyuges destinan 71 minutos a entretenimiento, 62 los hijos y 54 los jefes de hogar, y estos dos últimos destinan casi media hora a trabajar. En cuanto a los grupos etarios, se tiene que todos los grupos destinan aproximadamente 60 minutos a entretenimiento; además, los jóvenes destinan 26 minutos a estudiar, 12 los adultos y solamente 4 los adultos mayores, aunque los últimos asignan 17 minutos a trabajar.

Igualmente, se encontró que aproximadamente el 70% sabe que existen programas en Internet que puede modificar libremente, con mayor frecuencia en el estrato A/B (83%) que en el C (73%) y D (67%).

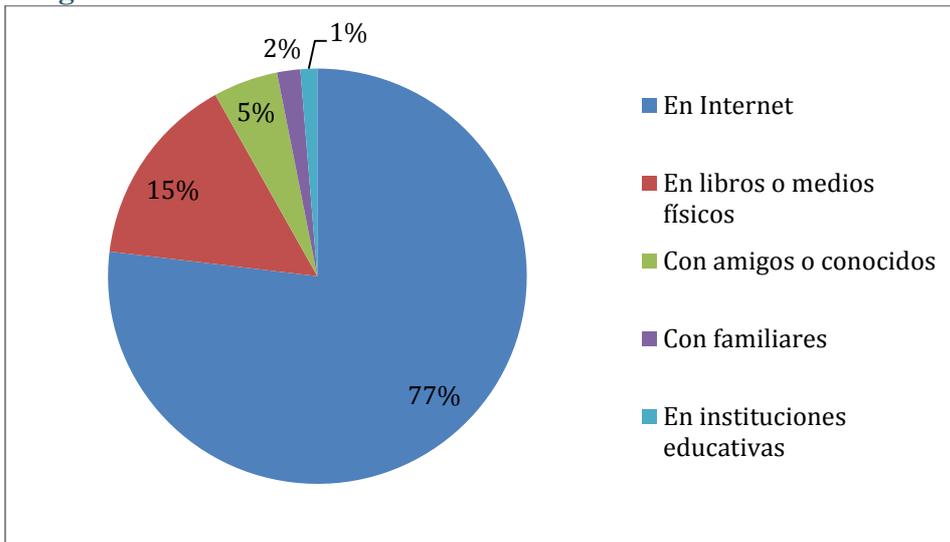
A su vez, en relación a la condición ocupacional, se tiene que el 73% de los empleados, el 65% trabajadores independientes y el 72% de los estudiantes saben de este tipo de programas. Según la relación que tienen los individuos con el jefe del hogar, se encontró que el 68% de los jefes de hogar y el 62% de los cónyuges conocen estos programas; sin embargo, en el grupo de hijos se encuentra un mayor porcentaje (74%). Asimismo, el 74% de los jóvenes, el 68% de los adultos y el 63% de los adultos mayores de la muestra informan saber de estos programas.

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, como ilustra el Gráfico 19, la información mayoritariamente (77%) se obtiene en Internet, tanto cuando se observa toda la muestra como cuando se analiza por estratos; de igual modo, se puede ver que esta preferencia se mantiene en los estudiantes (88%) y, aunque en menor medida, en los empleados (70%) y trabajadores independientes (71%); al mismo tiempo, 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 (84%), seguidos por los jefes del hogar (72%) y sus cónyuges (49%). De manera similar, por grupos etarios, los jóvenes (81%) y adultos (75%) usan Internet como la principal referencia, y el porcentaje de adultos mayores que usa la red para este fin es un poco menor (69%).

### Gráfico 19. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para estudios? (N=545)

#### Pregunta 3.3



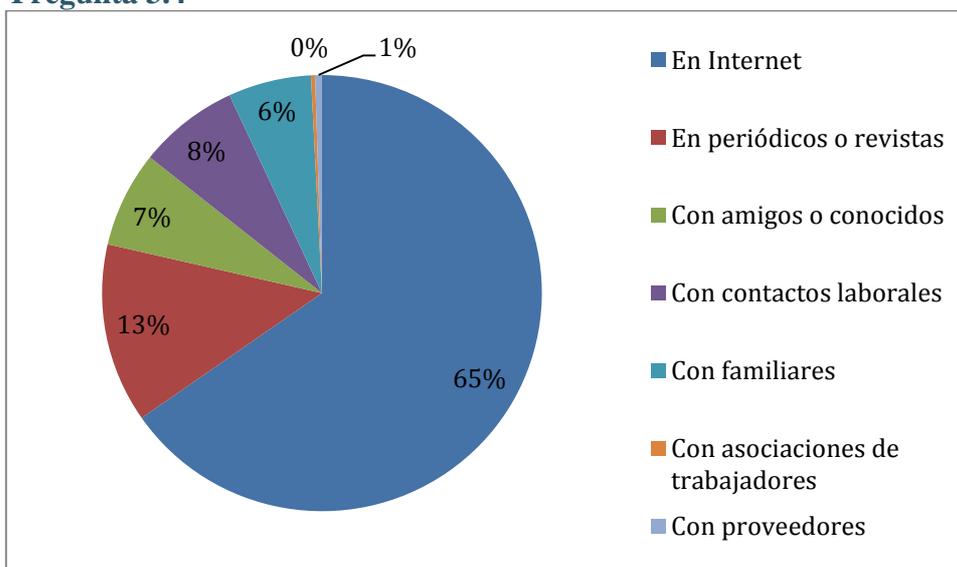
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

Para actividades relacionadas a trabajo, negocios u oportunidades laborales, como muestra el Gráfico 20, la información mayoritariamente (65%) se obtiene en Internet, quedando los periódicos y revistas (13%) y contactos laborales (8%) en segundo y tercer lugar; también, se encuentra que el patrón se mantiene entre niveles socioeconómicos.

A su vez, según la condición ocupacional, se tiene que el 75% de los empleados y un 68% de los trabajadores independientes obtienen información laboral en la red, frente a un 44% de los estudiantes. De manera similar, se observa que Internet es la primera alternativa para este fin en el 73% de los jefes de hogar, en el 56% de los cónyuges, y en el 60% de los hijos; al mismo tiempo, se encontró que ese patrón se mantiene entre los adultos (67%), adultos mayores (60%) y en la mitad de los jóvenes (52%); no obstante, un 24% de este último grupo acude a sus familiares.

## Gráfico 20. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para trabajo o negocios? (N=392)

### Pregunta 3.4



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

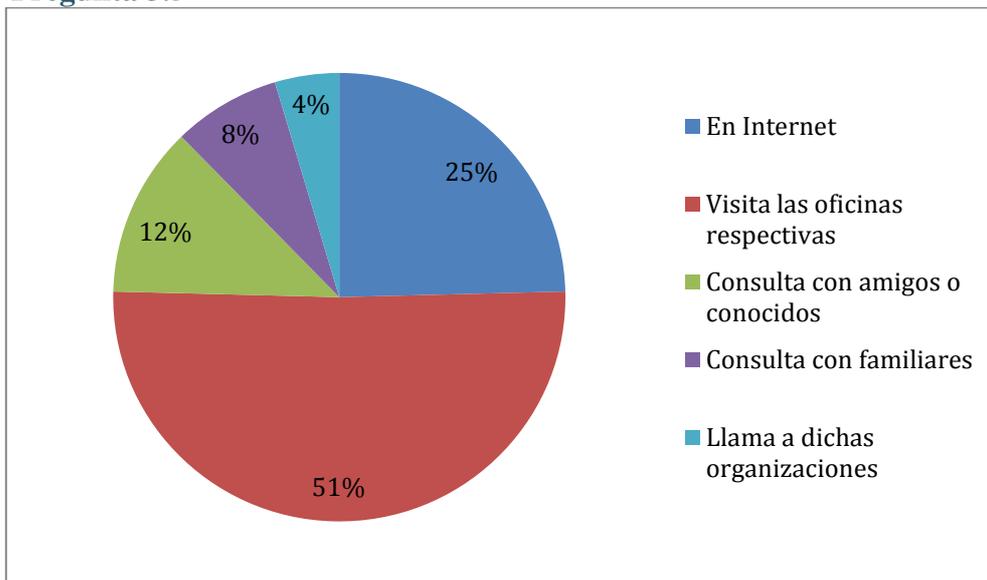
Asimismo, cuando se necesita información, contacto o hacer trámites con el Gobierno, la información se obtiene mayoritariamente (51%) acercándose a las respectivas oficinas públicas o a través de Internet (25%), y consultando a amigos o conocidos (12%); y se observa que el patrón se mantiene por estratos socio económicos.

Por otra parte, por categoría ocupacional, se puede ver que el 48% de los empleados que necesita contactarse o informarse sobre el Gobierno prefiere hacerlo visitando las oficinas públicas, al igual que el 44% de los trabajadores independientes y el 40% de los estudiantes con la misma necesidad, quedando Internet como la segunda fuente de información más consultada; por otro lado, según la relación del individuo con el jefe del hogar, se tiene el 48% de los jefes, el 64% de los cónyuges y el 45% de los jóvenes también prefieren acercarse a la oficinas públicas, mientras que acceder a Internet aparece como la segunda opción. También se puede observar que en cada grupo etario, dirigirse a las oficinas públicas es la opción preferida; no obstante, a menor edad, el porcentaje disminuye (60% los adultos mayores, 52% los adultos y 35% los jóvenes), mientras el uso de Internet sigue el patrón inverso, pero siempre como la segunda opción.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Esta pregunta sólo aplica a 29 jóvenes y 10 adultos mayores.

**Gráfico 21. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información del Gobierno? (N=195)**

**Pregunta 3.5**

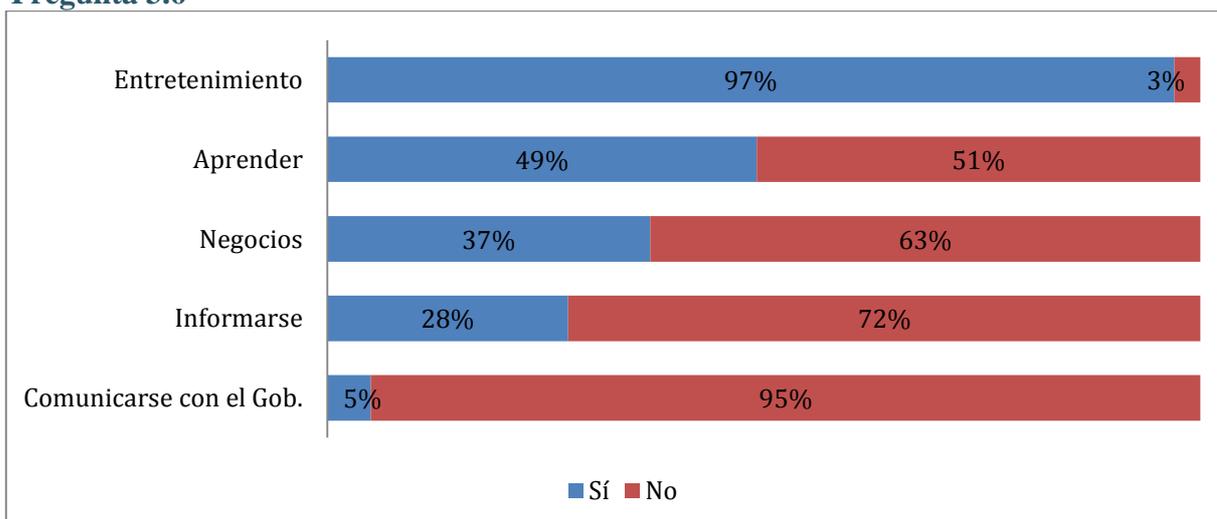


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

En relación a las principales finalidades que llevan a los encuestados a usar Internet, se encontró, como muestra el Gráfico 22, que casi todos utilizan la red para actividades relacionadas a entretenimiento (97%), cerca de la mitad para actividades de aprendizaje (49%), un 37% para negocios o trabajo, un 28% para mantenerse informado y sólo el 5% usa la red para interactuar con el Gobierno.

**Gráfico 22. ¿Usa Internet para las siguientes actividades? (N=845)**

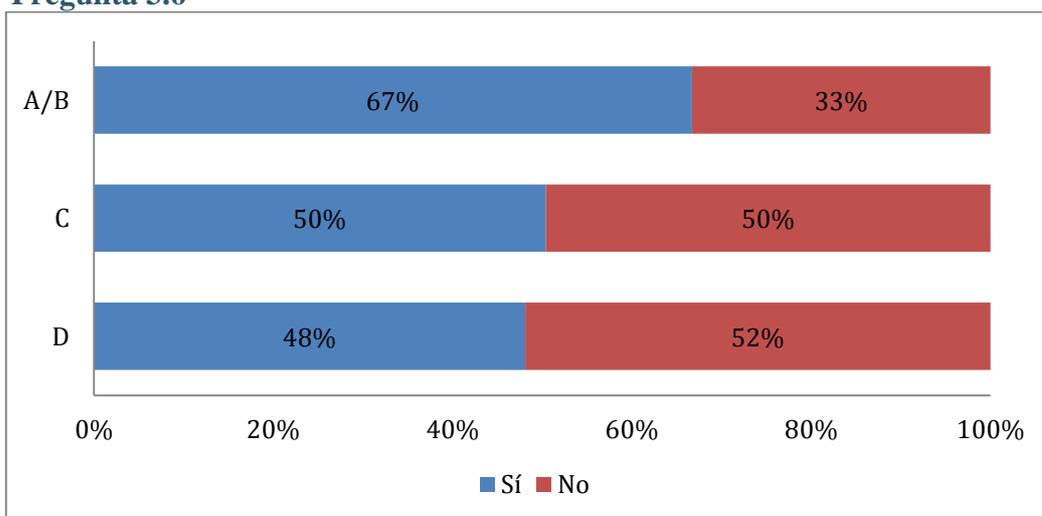
**Pregunta 3.6**



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

En relación a los usuarios que acceden a Internet para aprender, como se muestra en el siguiente gráfico, estos se encuentran, en la mayoría de casos, en los estratos más altos; así, vemos que el 67% de los encuestados del nivel A/B usan la red para aprender, al igual que el 50% del estrato C y el 58% del D.

**Gráfico 23. Uso de Internet para aprender (N=845)**  
**Pregunta 3.6**

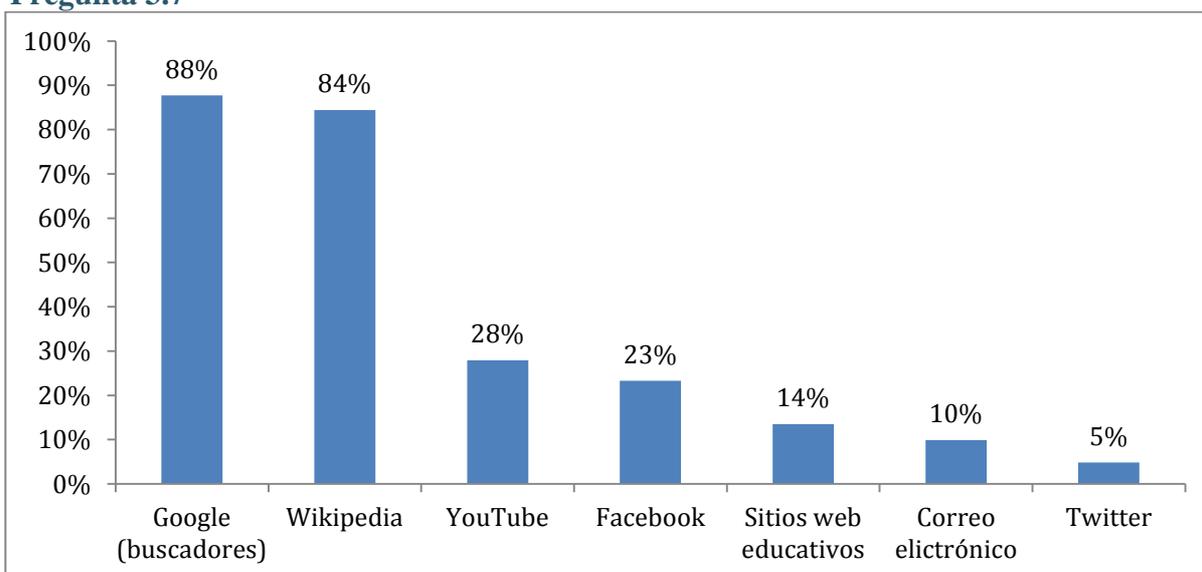


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

En esa misma línea, como se puede ver en el Gráfico 24, quienes hacen uso de Internet para aprender lo hacen principalmente a través de Google y otros buscadores (88%), quedando Wikipedia como la segunda plataforma más usada (84%); a su vez, se encontró que Google (75% en el A/B, 91% en el C y 85% en el D) y Wikipedia (75% en el A/B, 87% en el C y 82% en el D) son las dos principales plataformas usadas para finalidades educativas y de aprendizaje. Además, se tiene que el dispositivo desde el cual se accede principalmente a la red es la PC (52%) y que el 97% de este grupo accede y/o descarga contenidos en línea, y cerca del 75% nunca paga por este contenido; asimismo, se puede ver que la PC es el dispositivo más usado con cerca del 50% en los estratos C y D y 75% en el A/B. En general, siempre se descargan contenido en los tres estratos y no es usual pagar por ellos.

Por otra parte, según la condición ocupacional, se puede ver que el 89% de los estudiantes, además de más del 90% de los trabajadores independientes y empleados, usan Google para aprender; al mismo tiempo, se encontró que Wikipedia se posiciona como la segunda opción en los tres grupos. Asimismo, se observa que la PC continúa siendo el dispositivo más usado por cada categoría ocupacional, y que el Smartphone es el segundo aparato más usado por los empleados (40%), trabajadores independientes (36%) y estudiantes (30%). Además, se encontró que cerca del 95% de cada grupo descarga contenidos de Internet, y el 86% de los estudiantes, 68% de empleados y 58% de los trabajadores independientes nunca paga por éstos.

**Gráfico 24. Plataformas más usadas para aprender en Internet (N=416)**  
**Pregunta 3.7**



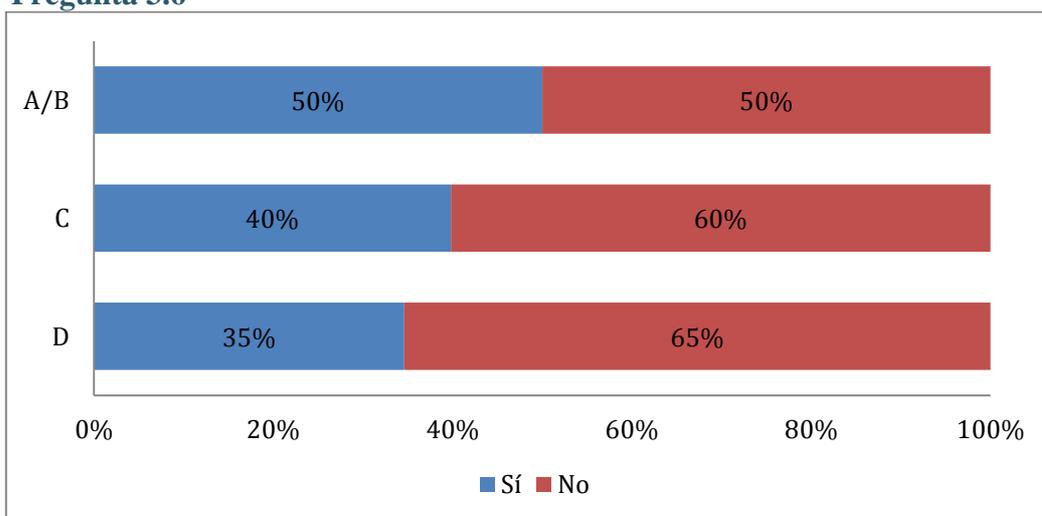
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

Al observar la relación que los individuos tienen con el jefe de hogar, se encuentra que la mayor parte de los jefes (86%), cónyuges (83%) e hijos (90%) usa Google como la principal plataforma para realizar actividades de aprendizaje y Wikipedia como la siguiente opción; la PC también es el principal dispositivo usado por la mitad de cada una de las categorías, y el Smartphone se posiciona como el segundo dispositivo más usado por los jefes (39%), cónyuges (38%) e hijos (35%). También, se puede ver que la mayoría (cerca del 90%) descarga contenidos de la red y alrededor del 75% de cada categoría no suele pagar por éstos.

Además, según grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (88% jóvenes, 89% adultos y 87% adultos mayores) y que la PC es el dispositivo más usado para aprender (cerca de la mitad en cada categoría), y casi todos descargan contenidos.

Por otro lado, en relación a los que usan Internet para trabajar o para negocios, como se muestra en el siguiente gráfico, éstos se encuentran principalmente en los estratos más altos; así, se puede ver que este grupo representa el 50% de los encuestados del nivel A/B, el 40% del nivel C y el 35% del nivel D; ); este acceso es principalmente a través de Google y otros buscadores (65%), quedando el correo electrónico como la segunda herramienta más usada (55%). Se encuentra que el patrón sigue siendo el mismo por estratos; no obstante, también se observa que el 45% del estrato C usa Facebook para este fin, al igual que el 34% del estrato D. Además, se tiene que el dispositivo desde el que principalmente se accede es la PC (53%), y que este patrón se mantiene en C y D. Al mismo tiempo, se puede ver que 97% de este grupo accede y/o descarga contenidos en línea relacionados al trabajo, y que dos tercios (65%) nunca paga por este contenido; por estratos, se encontró que el patrón se mantiene y que alrededor de dos tercios de los niveles C y D nunca pagan por éstos.

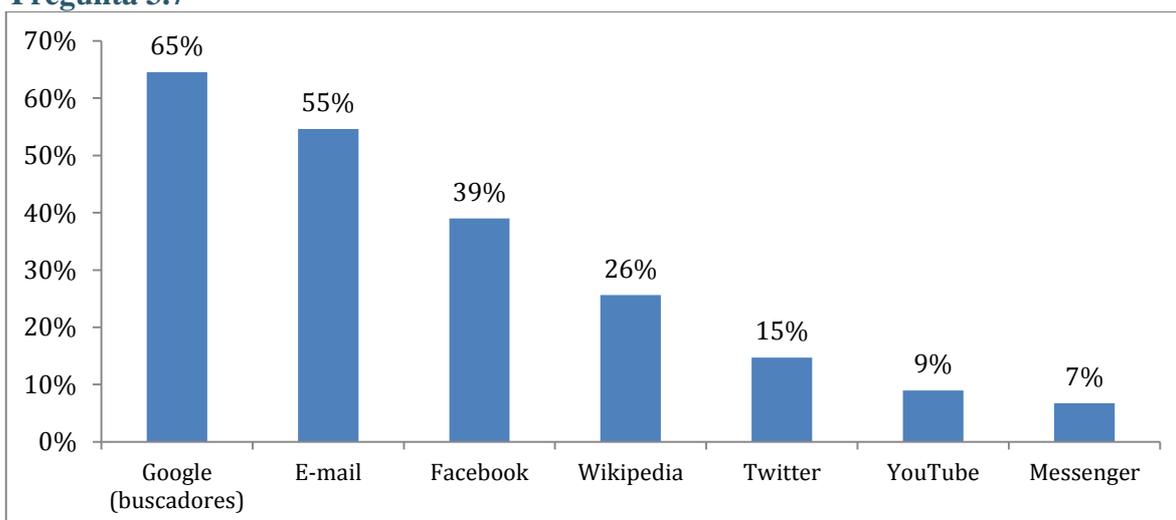
**Gráfico 25. Uso de Internet para trabajo o negocios (N=845)**  
**Pregunta 3.6**



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 (70%) y trabajadores independientes (57%) 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 (57%) y trabajadores independientes (48%), mientras el Smartphone se posiciona como el segundo dispositivo más usado para este fin; se observa adicionalmente que más del 90% de todos los grupos descarga contenidos por los cuales más del 60% no paga.

**Gráfico 26. Plataformas más usadas para trabajar o hacer negocios en Internet (N=313)**  
**Pregunta 3.7**



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

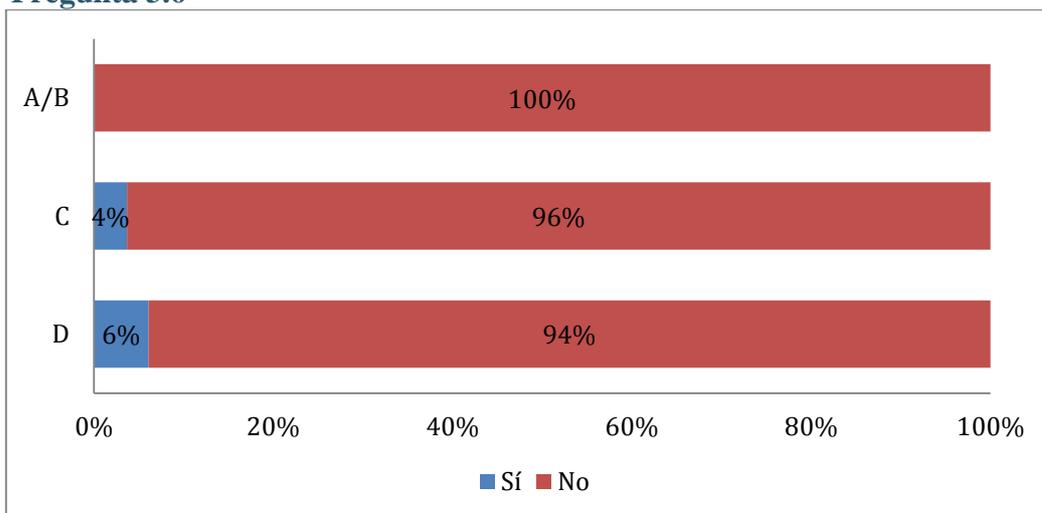
Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que Google es la plataforma más usada por los jefes (64%), cónyuges (72%) e hijos (32%) para actividades laborales, quedando el correo electrónico como la segunda

opción más usada en los tres grupos. Asimismo, se observa que la PC es el dispositivo más usado (alrededor del 50% en cada categoría), quedando el Smartphone como el segundo dispositivo más utilizado por los jefes de hogar (35%), cónyuges (34%) e hijos (40%). Casi todos los informantes descargan contenidos y dos tercios de ellos nunca pagan por hacerlo.

De igual manera, según los grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada por adultos (67%) y adultos mayores (58%), y Facebook para los jóvenes (71%), quedando el correo electrónico en segundo lugar para los tres grupos; a su vez, se tiene que cerca de la mitad de los jóvenes y adultos, y un 67% de los adultos mayores usan la PC para este fin, mientras que el Smartphone es el segundo dispositivo más usado para actividades laborales. Se tiene que más del 95% de jóvenes y adultos, y el 67% de adultos mayores descargan contenidos, y el 36% de jóvenes, 68% de adultos y 42% de adultos mayores nunca pagan por éstos.

Por otra parte, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, el grupo de encuestados que usa Internet para comunicarse con el Gobierno es mínimo en la muestra; sólo el 4% del estrato C y el 6% del D afirman usar la red para relacionarse con el Gobierno. Aun así, como se muestra en el Gráfico 28, considerando al grupo que respondió con un sí, se encuentra que Google es la plataforma más usada para este fin (74%) y Facebook el segundo (24%). Asimismo, se tiene que la PC sigue siendo el principal dispositivo de acceso (60%). De igual modo, se puede observar que el 95% de esta parte de la muestra usa Internet para descargar contenidos. Según el nivel socioeconómico, se observa que más del 50% de cada estrato usa la PC para interactuar con el Gobierno y casi todos (más del 90% de cada estrato) descarga contenidos.

**Gráfico 27. Uso de Internet para comunicarse con el Gobierno (N=845)**  
**Pregunta 3.6**

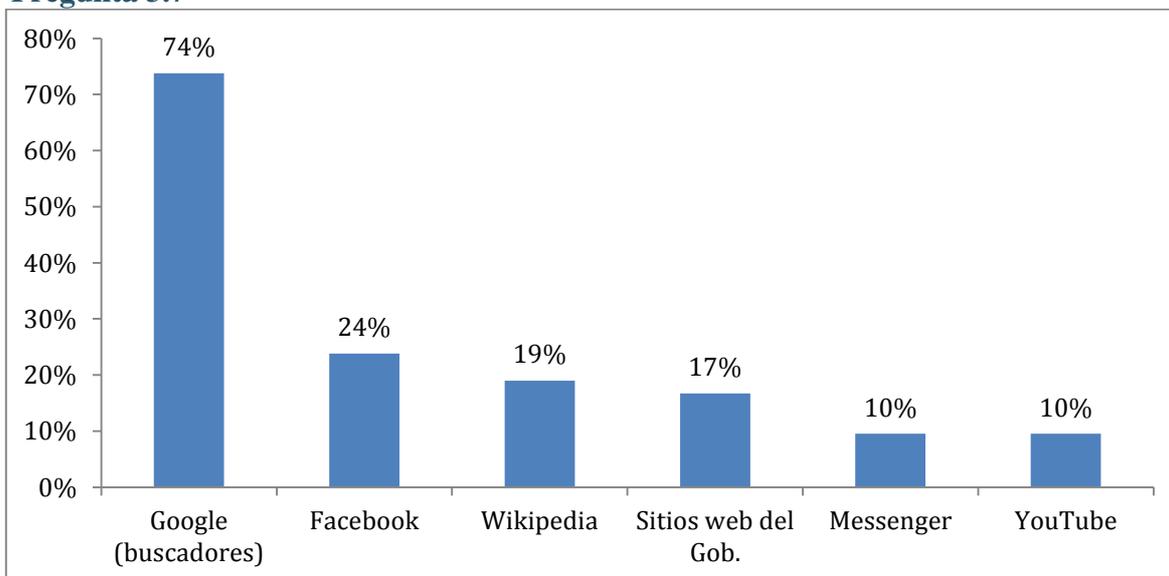


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

De manera similar, según la condición ocupacional de los individuos, se tiene que el 78% de los empleados y el 57% de los trabajadores independientes usan Google para acceder a información del Gobierno, mientras que Facebook es la segunda opción para

empleados, y los sitios web del Gobierno para los trabajadores independientes. Asimismo, se observa que la PC continua siendo el dispositivo más usado por cada categoría ocupacional, y que el Smartphone es el segundo aparato más usado por los empleados (28%) y la notebook por los trabajadores independientes (43%). Al mismo tiempo, se encuentra que cerca del 90% de cada grupo descarga contenidos de Internet.

**Gráfico 28. Plataformas más usadas para interactuar con el Gob. en Internet (N=42) Pregunta 3.7**

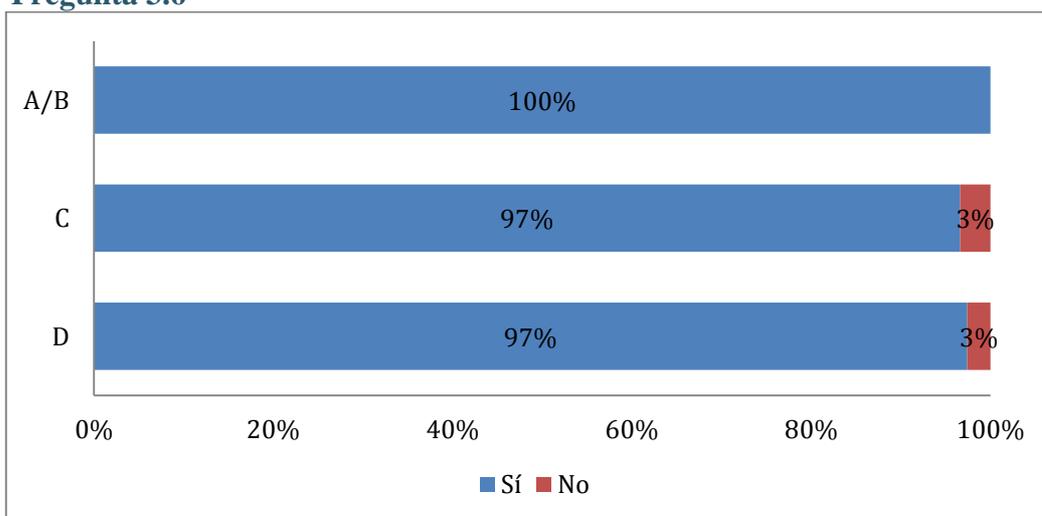


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

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 (61%), cónyuges (88%) e hijos (86%) para este fin, quedando los sitios web del Gobierno como la segunda opción más usada por los jefes de hogar, y Facebook para los cónyuges e hijos; a su vez, la PC se mantiene como el principal dispositivo de acceso a información del Gobierno por cerca de la mitad de los encuestados de cada categoría, quedando la notebook como la segunda opción de los jefes del hogar (28%) y los cónyuges (13%), mientras que el Smartphone es la segunda opción para los hijos (20%). Se observa que todos los jefes de hogar y cónyuges y el 87% de los hijos descarga contenidos de la red.

Por otro lado, en referencia al grupo que accede a Internet con fines recreativos, se encuentra un patrón inverso al visto en el uso de la red para interactuar con el Gobierno: sólo el 3% del estrato C y otro 3% del estrato D no utilizan Internet para entretenerse, siendo Facebook (81%) y YouTube (77%) las dos principales plataformas usadas para actividades de entretenimiento en Internet, tanto en el agregado como por estratos; sin embargo, un 38% de la muestra también usa Twitter para este fin, (Gráfico 30). La mayoría de estos usuarios accede principalmente desde un Smartphone (73%) o desde la PC (19%); además esto se mantiene en los estratos C y D. La mayoría de los individuos de este grupo (98%) accede a contenidos en línea; además, el 77% de ellos no pagan por este contenido.

**Gráfico 29. Uso de Internet para entretenimiento (N=845)**  
**Pregunta 3.6**

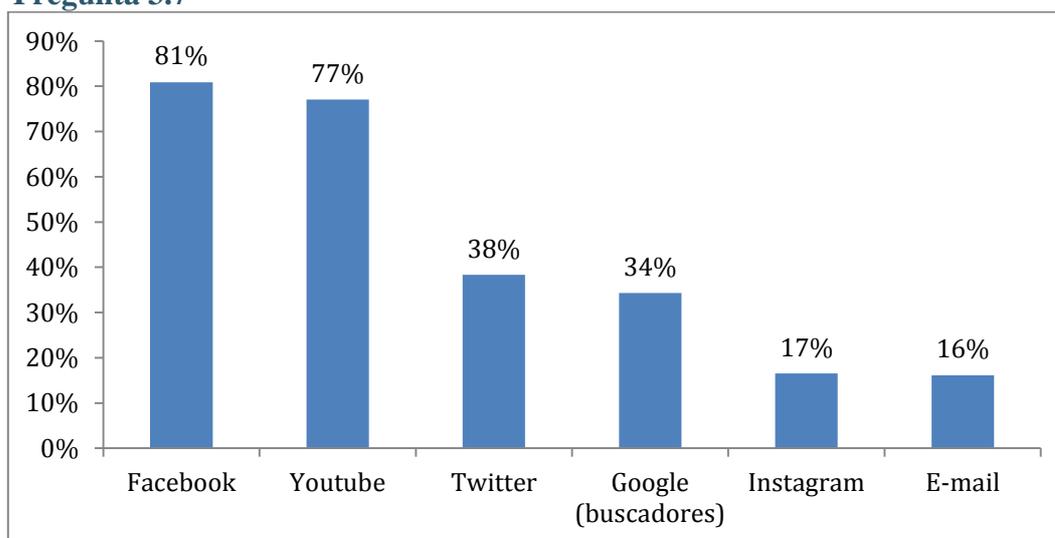


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

De manera análoga, según la condición ocupacional de los individuos, se tiene que el 83% de los empleados, 76% de los trabajadores independientes y el 80% de los estudiantes usan Facebook para entretenerse, quedando YouTube en segundo lugar en todas las categorías. Asimismo, se observa que el 78% de los empleados, el 60% de los trabajadores independientes y el 72% de los estudiantes usan el Smartphone como el principal dispositivo para este fin, y la PC como el segundo (cerca del 15% de cada categoría). Además, alrededor del 95% descarga contenidos de la red y el 70% de empleados, 76% de trabajadores independientes y el 89% de estudiantes nunca paga por estos contenidos.

Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que, para entretenimiento, Facebook es la plataforma más usada por jefes del hogar (81%), cónyuges (83%) e hijos (81%), mientras que YouTube queda como la segunda opción en todos los grupos. Al mismo tiempo, se puede ver que el Smartphone es el principal dispositivo usado para este fin (73% de los jefes de hogar, 76% de los cónyuges y 72% de los hijos), y la PC es el segundo (alrededor del 20% en cada categoría); además, alrededor del 95% de los individuos de cada grupo descarga contenidos de Internet, y el 66% de los jefes de hogar, 90% de los cónyuges y el 78% de los hijos nunca paga por los contenidos.

**Gráfico 30. Plataformas más usadas para entretenimiento en Internet (N=820)**  
**Pregunta 3.7**

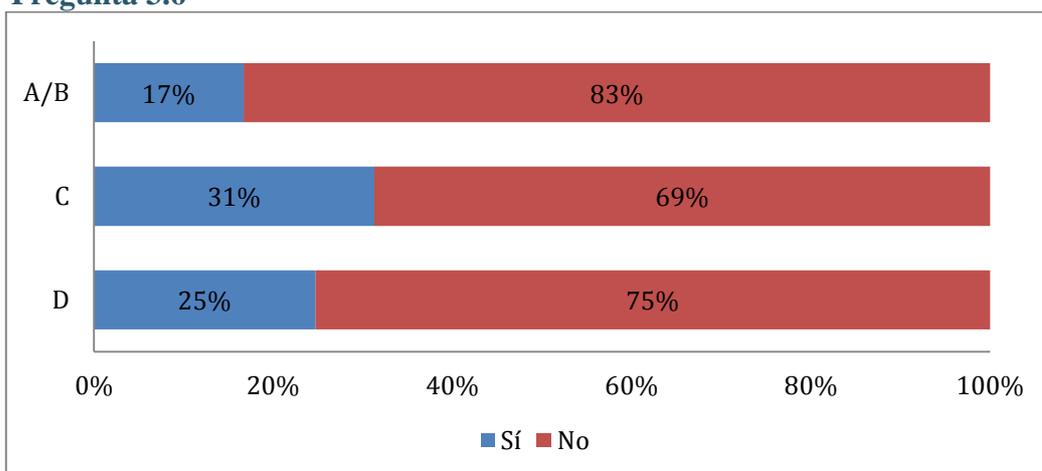


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
Elaboración propia.

De igual manera, según los grupos etarios, se encontró que Facebook sigue siendo la plataforma más usada por los jóvenes (83%) y adultos (81%), mientras que YouTube es la más usada por los adultos mayores (67%); a su vez, se tiene que el Smartphone sigue mostrándose como el principal dispositivo usado para entretenimiento (es usada por un 72% de jóvenes, 74% de adultos y 61% de adultos mayores), y la PC como la segunda opción; además, se observa que alrededor del 95% de jóvenes y adultos y 78% de adultos mayores descargan contenidos de la red, y el 80% de los menores, el 77% de los adultos y el 67% de los adultos mayores nunca pagan por ellos.

En tanto a quienes acceden a Internet para informarse, como muestra el siguiente gráfico, se observa que el estrato con mayor porcentaje de usuarios es el C (31%), seguido por el D (25%) y el A/B (17%). En cuanto a plataformas, las más usadas son Google (82%) y Facebook (34%) y este orden no varía por estratos. Al mismo tiempo, se encontró que el Smartphone es el principal dispositivo de acceso en el agregado (52%) y en los estratos. Además, el 94% de los usuarios de este grupo accede a contenido en línea y más del 90% en cada estrato; y, por lo general (88%), sin pagar por él.

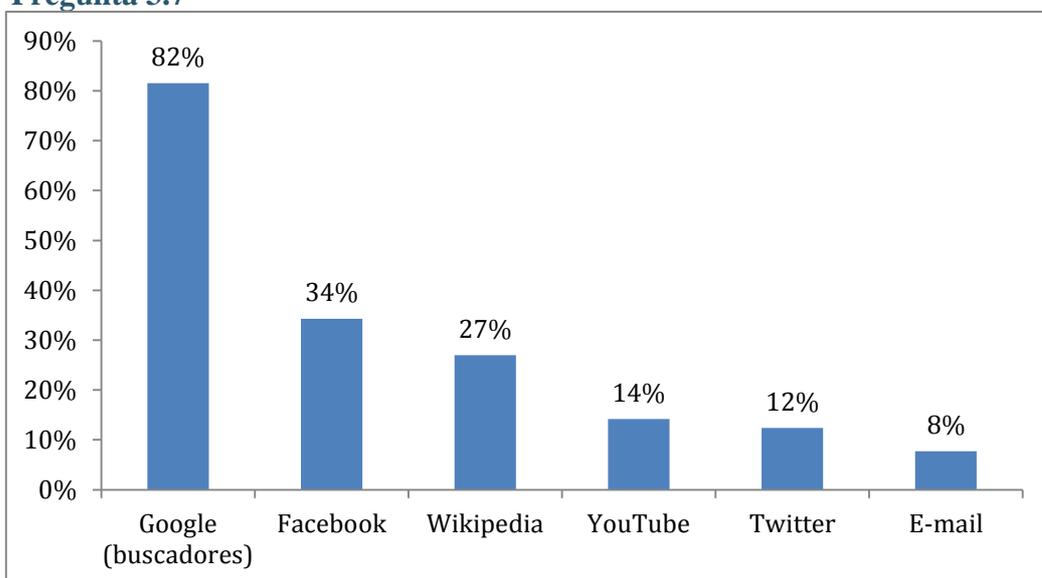
**Gráfico 31. Uso de Internet para informarse (N=845)**  
**Pregunta 3.6**



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 78% de los estudiantes, el 75% de los trabajadores independientes y 86% de los empleados, usan Google para informarse, quedando Facebook como la segunda para todos los grupos. Asimismo, se observa que más de la mitad de los trabajadores accede a través del Smartphone y el 45% de los estudiantes a través de la PC; adicionalmente, cerca del 95% de cada grupo descarga contenidos de la red, pero alrededor del 80% nunca paga por estos contenidos.

**Gráfico 32. Plataformas más usadas para informarse en Internet (N=233)**  
**Pregunta 3.7**



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

Al considerar la relación que los individuos tienen con el jefe de hogar, se observa que la mayor parte de los jefes (84%), cónyuges (78%) e hijos (83%) usan Google como la principal plataforma para informarse, mientras que Facebook se posiciona como la siguiente opción para cónyuges e hijos, y Wikipedia para las cabezas del hogar. El

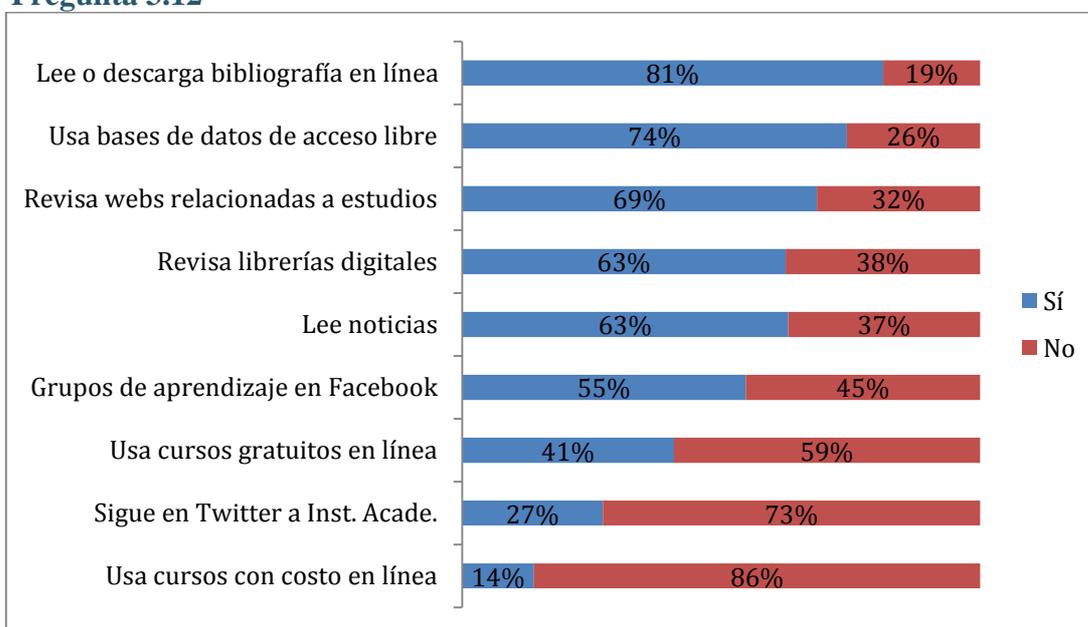
Smartphone es el principal dispositivo usado para este fin (cerca del 50% de cada categoría) y la PC es el segundo más usado. Asimismo, se tiene que alrededor del 95% de los individuos de cada grupo descarga contenidos de Internet, y al igual que en los otros casos, más del 80% de cada categoría nunca paga por estos.

De acuerdo a grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (80% en los jóvenes, 81% en los adultos y 100% en los adultos mayores), quedando Facebook en segundo lugar para todas las categorías; a su vez, el Smartphone se sigue mostrando como el principal dispositivo usado por los jóvenes (50%) y adultos (53%) para informarse, mientras que la PC es la principal opción para los adultos mayores (56%); y también se observa que la mayoría de jóvenes (100%) y adultos (96%) y el 56% de adultos mayores descargan contenidos de la red y más del 80% de cada grupo no paga por ellos.

#### 4.1 Información sobre Internet usado para aprender<sup>20</sup>

Como se puede ver en el Gráfico 33, la mayoría de quienes utilizan Internet para aprendizaje suele leer y descargar bibliografía en línea (81%), o usar bases de datos de acceso libre (74%). Por estrato, el patrón es muy similar, el 81% de los estratos C y D también leen y descargan bibliografía en línea o acceden a bases de datos libres (75% en el A/B, 77% en el C y 72% en el D).

**Gráfico 33. Actividades de aprendizaje en Internet (N=416)**  
**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, en la mayoría de casos, se caracterizan por ser

<sup>20</sup> En este apartado sólo se cuenta con información de aquellos individuos que usan Internet para aprender o estudiar (416 observaciones).

hijos del jefe de hogar, solteros, de educación superior incompleta, cuya actividad principal es estudiar, como se puede apreciar en la siguiente tabla, un 76% de los que trabajan lo hacen como empleados.<sup>21</sup>

**Tabla 11. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para aprender o estudiar (N=168)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	70%
Sexo	Varón	54%
Estado Civil	Soltero	76%
Nivel educativo	Superior Incompleta	32%
¿Estudia este año?	Sí	85%
Actividad principal	Estudiar	38%
Tipo de trabajo*	Empleado	76%
Tiene celular	Sí, propio	98%
Edad promedio	23,69 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (74)

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

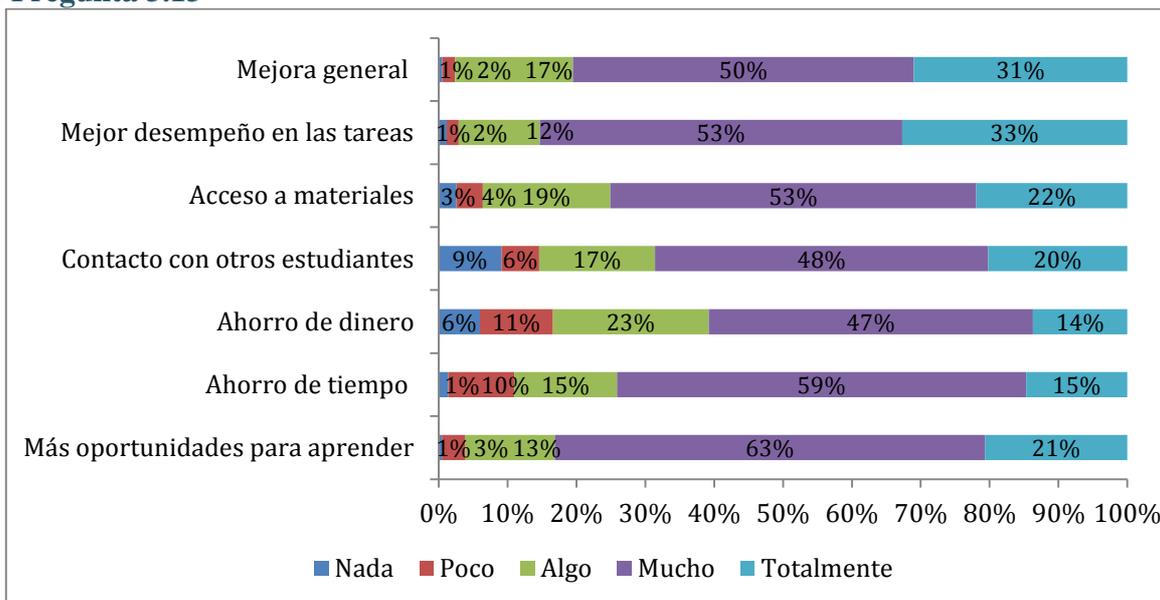
Elaboración propia.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para aprender, se encontró que un 36% de los individuos se siente plenamente satisfecho con el uso de la red para este fin, y que el patrón es similar en los niveles socioeconómicos.<sup>22</sup> Asimismo, como se muestra en el siguiente gráfico, un 50% de los encuestados sí siente que el uso de Internet ha contribuido mucho a una mejora general en su aprendizaje, sobre todo debido al acceso a más oportunidades de aprendizaje (63%) y al ahorro de tiempo (59%).

<sup>21</sup> 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 33.

<sup>22</sup> 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).

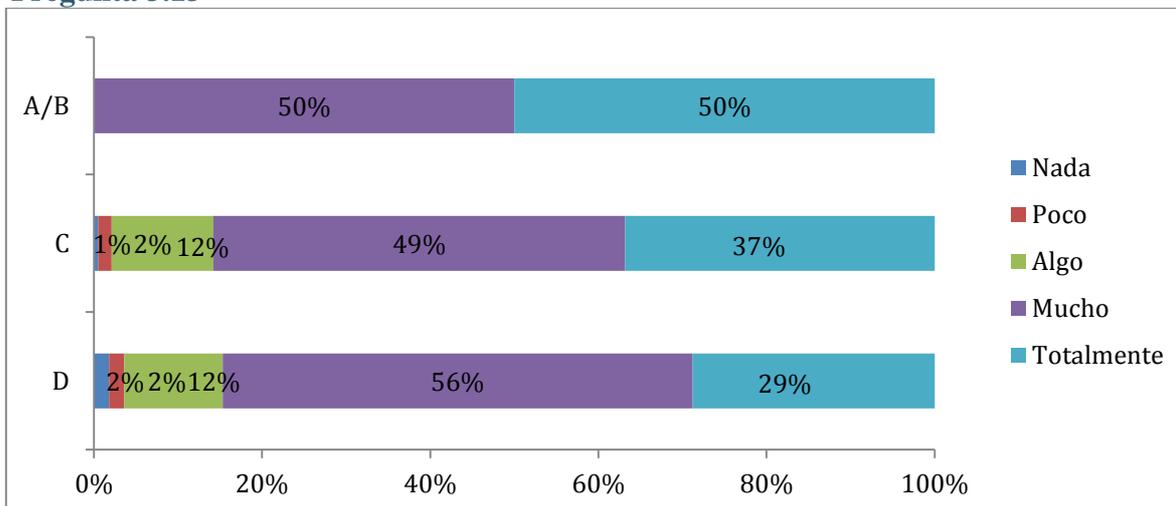
**Gráfico 34. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el aprendizaje (N=416)**  
**Pregunta 3.13**



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

Y por estratos, como se puede ver en el siguiente gráfico, se tiene que sólo alrededor de un 15% del estrato C y otro 15% del D no sienten que Internet los ha ayudado totalmente o mucho a mejorar en sus tareas; todos los demás muestran un amplio nivel de satisfacción en este punto.

**Gráfico 35. ¿El uso de Internet ha ayudado a hacer mejor sus tareas? (N=416)**  
**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 67%; este grupo se caracteriza, en la mayoría de casos, por estar

formado por hijos del jefe de hogar, solteros, que han completado el nivel educativo diversificado y cuya actividad principal es estudiar, como se muestra en la Tabla 12.<sup>23</sup>

**Tabla 12. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de aprender con a Internet (N=278)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	74%
Sexo	Varón	53%
Estado Civil	Soltero	78%
Nivel educativo	Diversificado Completo	26%
¿Estudia este año?	Sí	86%
Actividad principal	Estudiar	43%
Tipo de trabajo*	Empleado	69%
Tiene celular	Sí, propio	98%
Edad promedio	22,79	Años

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (111)

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

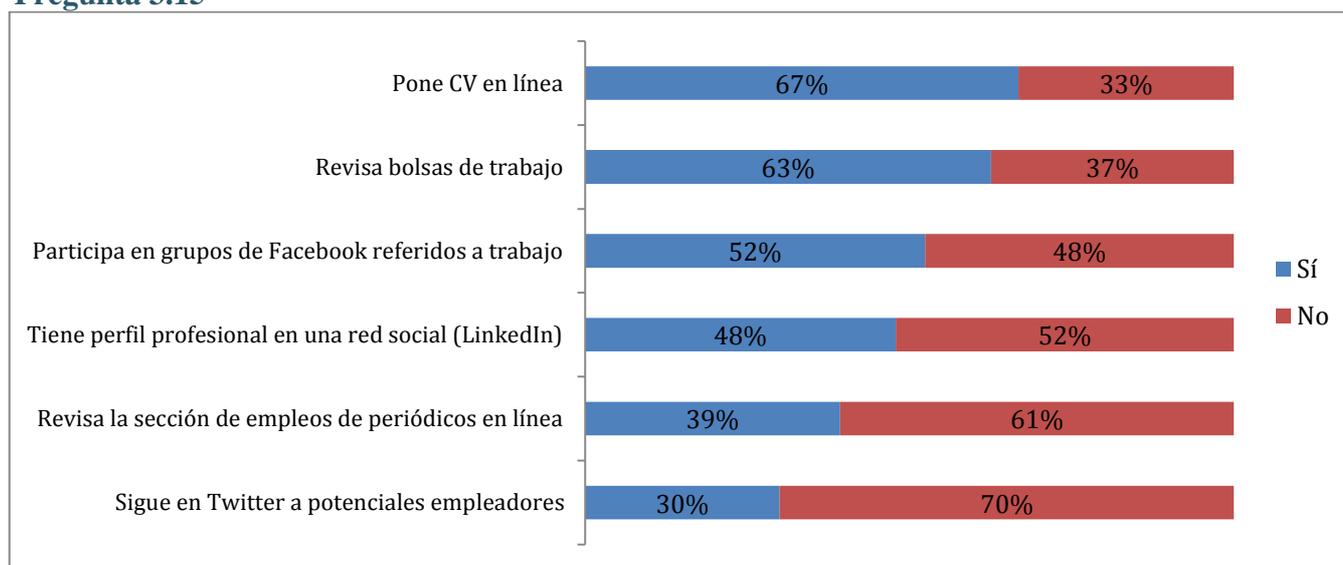
## 4.2 Información sobre Internet usado para trabajo o negocios<sup>24</sup>

En cuanto al grupo que usa Internet para negocios o para trabajo, como muestra el Gráfico 36, se observa que la mayoría pone su CV en línea (67%) o revisa bolsas de trabajo (63%); además, un poco más de la mitad de informantes participa en grupos de Facebook referidos a trabajo o tiene un perfil profesional en redes sociales como LinkedIn, y cerca de un tercio revisa la sección de empleos de periódicos en línea (39%), o sigue en Twitter a empresas en las que podría trabajar (30%). Según estratos socioeconómicos, se observa que subir el CV a una página de trabajo y revisar bolsas de trabajo virtuales son las actividades más frecuentes en la red relacionadas a trabajo en todos los estratos; asimismo, se encontró que el estrato C usa de manera más intensiva los grupos de Facebook relacionados a trabajo (56%) que el estrato D (48%).

<sup>23</sup> Se toman a aquellos individuos que hayan informado que su manera de buscar información para aprender haya cambiado “mucho” o “totalmente”.

<sup>24</sup> En este apartado sólo se cuenta con información de aquellos individuos que usan Internet para trabajar o hacer negocios (313 observaciones).

**Gráfico 36. Actividades relacionadas a negocios o trabajo en Internet (N=313)**  
**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 (36%). Estos se caracterizan por ser jefes de hogar, casados, que ha completado el nivel educativo diversificado, y cuya actividad principal es trabajar, por lo general, siendo empleado como se puede ver en la Tabla 13.<sup>25</sup>

**Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para trabajo o negocios (N=113)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	50%
Sexo	Varón	52%
Estado Civil	Casado	37%
Nivel educativo	Diversificado Completo	48%
¿Estudia este año?	No	66%
Actividad principal	Trabajo	83%
Tipo de trabajo*	Empleado	76%
Tiene celular	Sí, propio	97%
Edad promedio	34,05 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (98)

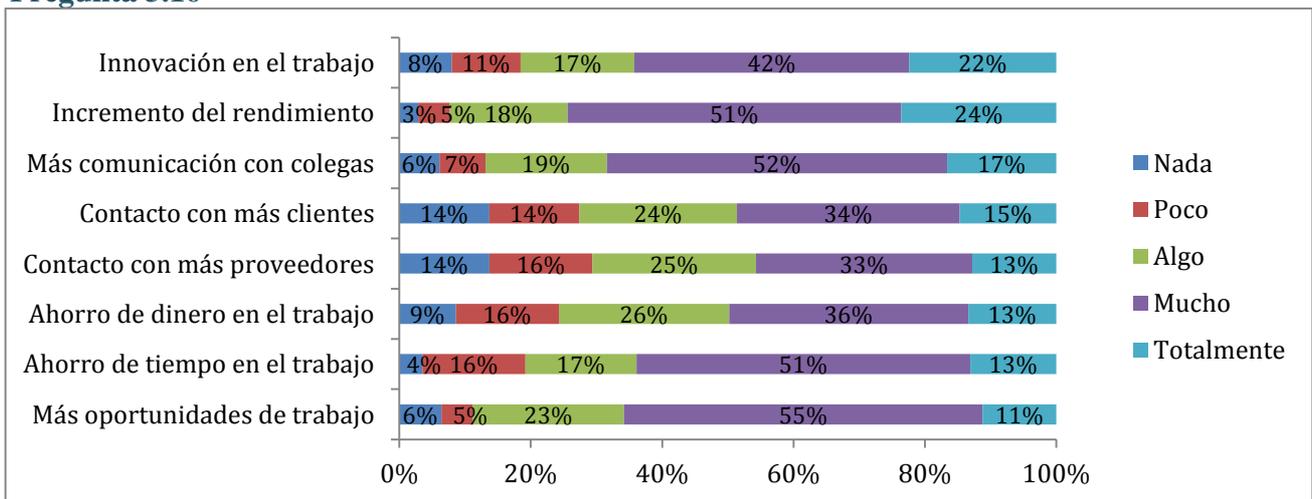
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.  
 Elaboración propia.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para trabajo o negocios, se observa que un 25% de los individuos se siente plenamente satisfecho con la

<sup>25</sup> 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 36.

experiencia.<sup>26</sup> Asimismo, como se aprecia en el Gráfico 37, un 55% de los encuestados percibe que el uso de Internet le ha ayudado mucho a conseguir más oportunidades de trabajo y más de la mitad percibe lo mismo respecto al ahorro de tiempo (51%), a la comunicación con colegas (52%) y al incremento de su rendimiento (51%), mientras que sólo un 14% de los informantes considera que la red no los ha ayudado en nada a tener más contacto con proveedores o clientes.

**Gráfico 37. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios (N=313)**  
**Pregunta 3.16**



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

En esta misma línea, se encontró que más de la mitad (57%) de quienes utilizan Internet para trabajo o negocios considera que Internet ha hecho que su forma de buscar información cambie de manera sustancial;<sup>27</sup> así, se tiene que este grupo está compuesto, en la mayoría de casos, por jefes de hogar, solteros, que han competo el nivel educativo diversificado, cuya actividad principal es trabajar y que, como se puede ver en la Tabla 14, suelen ser empleados, aunque un 25% es trabajador independiente.

<sup>26</sup> 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).

<sup>27</sup> 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.

**Tabla 14. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de trabajar o hacer negocios con Internet (N=177)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	55%
Sexo	Varón	58%
Estado Civil	Casado	45%
Nivel educativo	Diversificado Completo	40%
¿Estudia este año?	No	64%
Actividad principal	Trabajo	86%
Tipo de trabajo*	Empleado	70%
Tiene celular	Sí, propio	98%
Edad promedio	35,36 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (160)

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

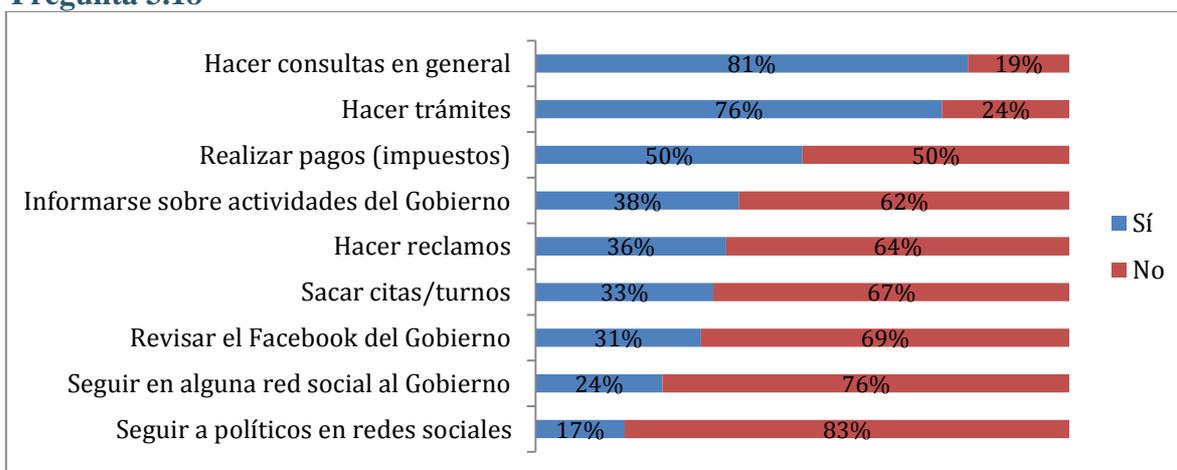
Elaboración propia.

### 4.3 Información sobre Internet usado para interactuar con el Gobierno<sup>28</sup>

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 (81%) o hacer trámites (76%). La mitad de este grupo lo usa para hacer pagos y cerca de un tercio para informarse sobre el Gobierno (38%), hacer reclamos (36%) o sacar citas (33%), mientras que sólo el 17% sigue a políticos en redes sociales, como se puede ver en el Gráfico 38.

**Gráfico 38. Actividades de comunicación o interacción con el Gobierno en Internet (N=42)**

#### Pregunta 3.18



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

Elaboración propia.

<sup>28</sup> En este apartado sólo se cuenta con información de aquellos individuos que usan Internet para interactuar con el Gobierno (42 observaciones).

De igual forma, se encontró que los usuarios que aprovechan los recursos que se encuentran en Internet para comunicarse con el Gobierno (33%), usualmente, se caracterizan por ser hijos del jefe de hogar, solteros, de educación superior incompleta cuya actividad principal es trabajar y que, como se aprecia en la Tabla 15, suelen ser empleado.<sup>29</sup>

**Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para interactuar con el Gobierno (N=14)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	43%
Sexo	Varón	64%
Estado Civil	Soltero	50%
Nivel educativo	Superior Incompleta	36%
¿Estudia este año?	No	57%
Actividad principal	Trabajar	57%
Tipo de trabajo*	Empleado	63%
Edad promedio	31,28 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (8)

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

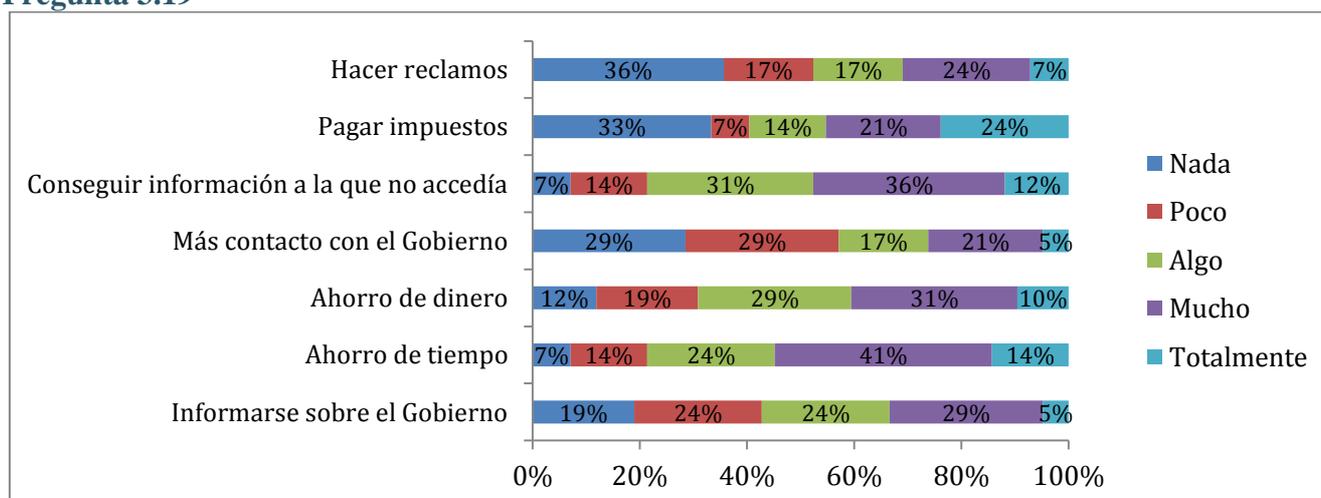
Elaboración propia.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para interactuar con el Gobierno, sólo 4 de los 14 individuos se siente plenamente satisfecho con el uso de Internet para este fin.<sup>30</sup> Asimismo, como se puede ver en el siguiente gráfico, un 57% considera que Internet no la ha ayudado en nada o sólo poco a tener más contacto con el Gobierno y alrededor de un tercio percibe lo mismo respecto al pago de impuestos o a la capacidad para hacer reclamos; por otro lado, un 41% afirma que la red le ha ayudado mucho a ahorrar tiempo y un 36% a conseguir información a la que antes no accedía.

<sup>29</sup> 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 38.

<sup>30</sup> 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 39. Percepciones sobre los beneficios de Internet para interactuar con el Gobierno (N=42)**  
**Pregunta 3.19**



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

En esta misma línea, del grupo de quienes utilizan la red para interactuar con el Gobierno, el 45% considera que Internet ha hecho que su manera de hacerlo cambie de manera sustancial;<sup>31</sup> así, se encontró que los individuos de este grupo se caracterizan, en la mayoría de casos, por ser jefes de hogar, solteros, de educación superior incompleta, cuya actividad principal es trabajar y, como se puede ver en la siguiente tabla, la mayoría de veces son empleados, aunque un 28% de los individuos de este grupo es trabajador independiente.

**Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de interactuar con el Gobierno con Internet (N=19)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefe del hogar	53%
Sexo	Varón	68%
Estado Civil	Casado	53%
Nivel educativo	Superior Incompleta	42%
¿Estudia este año?	No	53%
Actividad principal	Trabajar	74%
Tipo de trabajo*	Empleado	64%
Edad promedio	34,94 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (14).

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

De manera similar, se encontró que el 79% de este grupo sabe que, por ley, tiene derecho a acceder a la información pública; este porcentaje se mantiene constante en los diferentes estratos socioeconómicos. A su vez, los individuos de este grupo se caracterizan, en la mayoría de casos, por ser jefes de hogar, solteros, de educación

<sup>31</sup> 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.

superior incompleta, cuya actividad principal es trabajar y que, como se muestra en la Tabla 17, suelen ser empleados, aunque un 27% de los individuos de este grupo es trabajador independiente.

**Tabla 17. Perfil sociodemográfico de los individuos que saben que tienen derecho a acceder a información pública (N=33)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefe del Hogar	52%
Sexo	Varón	64%
Estado Civil	Soltero	42%
Nivel educativo	Superior Incompleta	30%
¿Estudia este año?	No	52%
Actividad principal	Trabajar	61%
Tipo de trabajo*	Empleado	73%
Edad promedio	31,84 años	

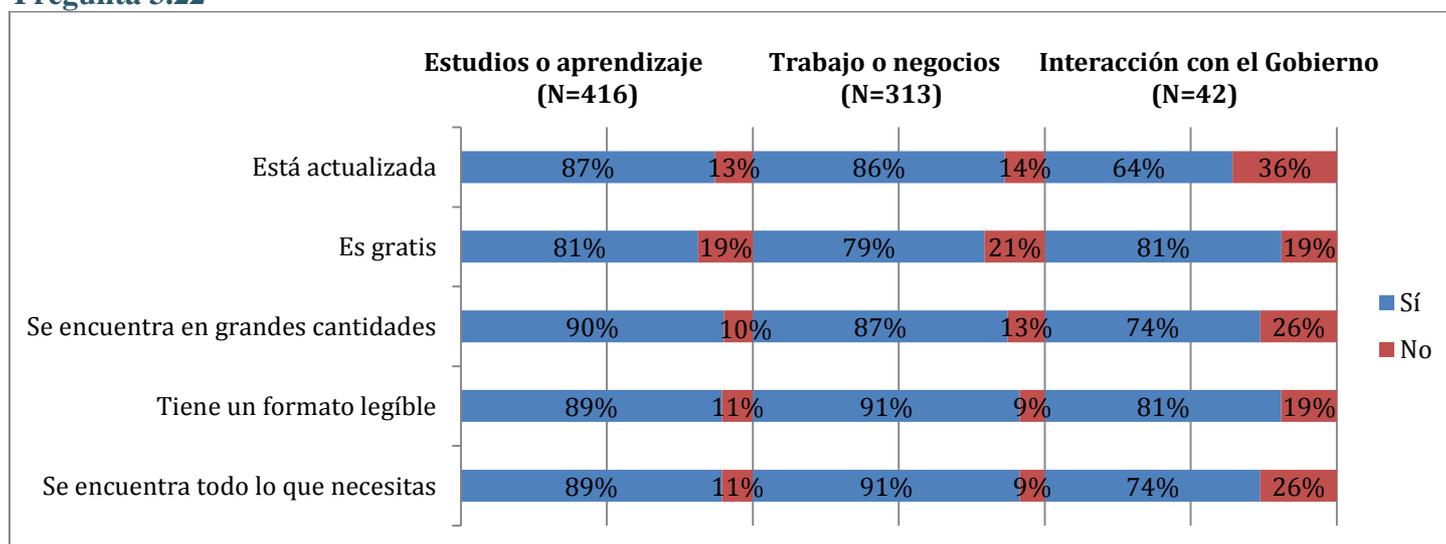
\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (22)

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 Gobierno

Como se puede ver en el Gráfico 40, la mayoría de los encuestados que usa 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 en general las percepciones son menos positivas cuando hacen referencia a la interacción con el Gobierno y que, en cada uno de los tres usos, cerca del 20% de los usuarios afirma que la información no es gratuita.

**Gráfico 40. Características de la información buscada en Internet según finalidades**  
Pregunta 3.22



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

## 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 86% de los individuos considera que hay que tener cuidado con la información personal que se sube a Internet; de manera similar, un 12% está en desacuerdo con que no deban haber barreras para acceder a contenidos en Internet. Así, se encontró que las personas que están 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 11% de los encuestados y se caracterizan por ser, en su mayoría, hijas del jefe del hogar, solteras, que han completado el nivel de educación diversificado, y cuya actividad principal es trabajar.

**Tabla 18. 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=124)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hija	40%
Sexo	Mujer	54%
Estado Civil	Soltera	45%
Nivel educativo	Diversificado Completo	33%
¿Estudia este año?	No	54%
Actividad principal	Trabajar	52%
Tipo de trabajo*	Empleada	63%
Tiene celular	Sí, propio	95%
Edad promedio	33,12 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (70)

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

Por otro lado, un 39% está en desacuerdo o muy en desacuerdo con que Internet sea una pérdida de tiempo, mientras que más del 70% está de acuerdo con que es necesario tener acceso a la red en casa, con que las TICs son importantes para estar integrado y con que el acceso a Internet debería ser un derecho garantizado. Se encontró que un 30% de la población está por lo menos de acuerdo con que Internet debería ser un derecho garantizado por el Estado y, al mismo tiempo, 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 de hogar, solteras, que han completado el nivel de educación diversificado, y cuya actividad principal es trabajar.

**Tabla 19. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que el acceso a Internet debe ser garantizado por el Estado (N=349)**

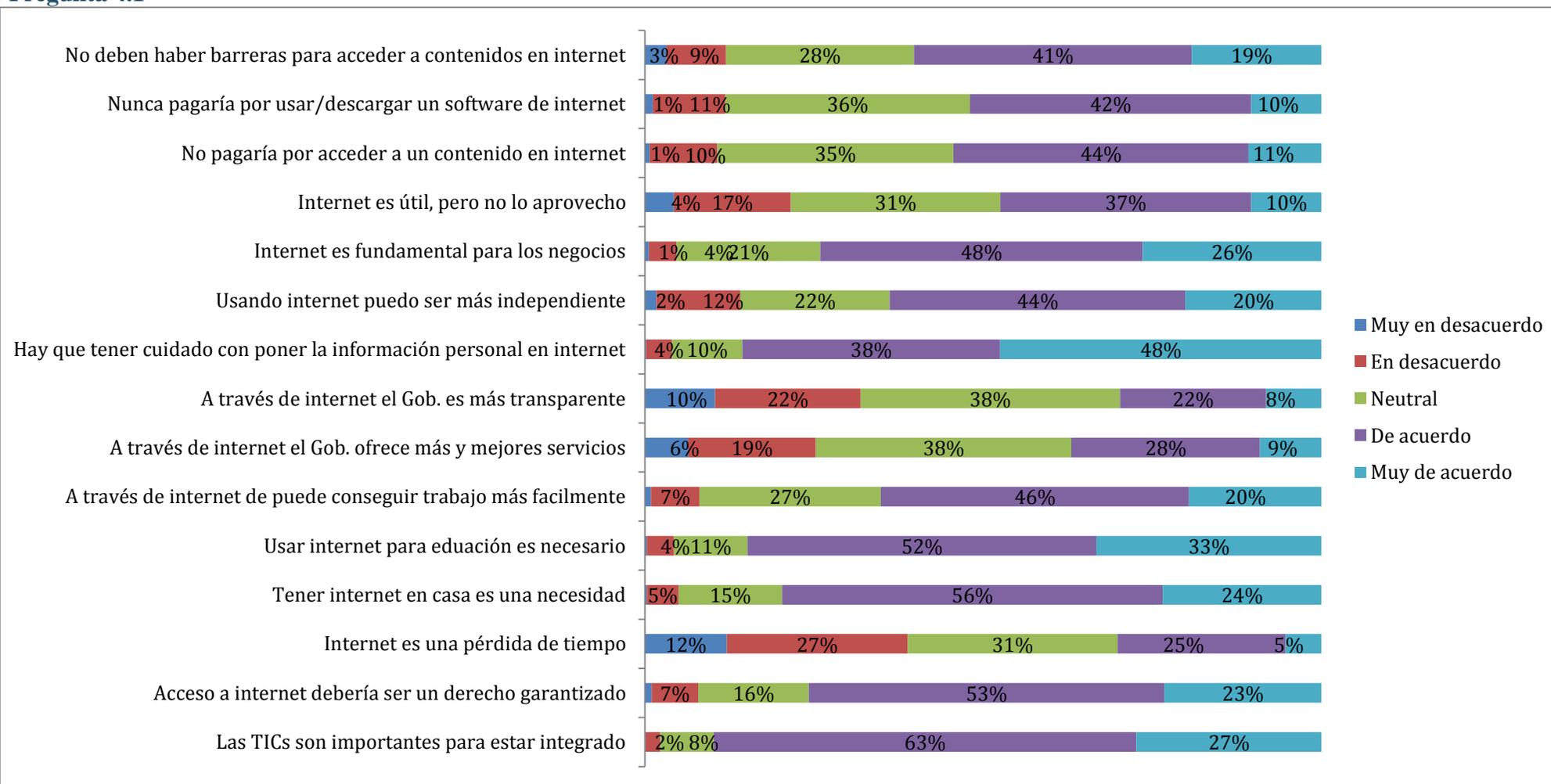
	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hija	46%
Sexo	Mujer	51%
Estado Civil	Soltera	52%
Nivel educativo	Diversificado Completo	37%
¿Estudia este año?	No	55%
Actividad principal	Trabajar	46%
Tipo de trabajo*	Empleada	63%
Tiene celular	Sí, propio	97%
Edad promedio	30,44 años	

\*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (185)

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 (N=1.159)

#### Pregunta 4.1



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

## 6. BALANCE

En la ciudad de Guatemala, a partir de 1.160 hogares y 4.202 individuos, se seleccionaron aleatoriamente 1.160 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 superior no universitaria completa, de estado civil “soltera”, con trabajo de “empleada” y de 33 años de edad.

En cuanto al acceso a dispositivos, en el bloque A, el 65% de informantes usó en los últimos tres meses un Smartphone, mientras que un 34% usó un teléfono móvil simple. Para los dispositivos del bloque B, el uso se encuentra en 21% para Tablet, 10% para Notebook, 1% para XO y 62% para PC.

El uso de las funciones de los dispositivos del bloque A es de más del 60% de informantes para navegación en Internet, redes sociales y chat; la función “correo” es usada por más del 50% de estos informantes; estas tres funciones presentan mayores proporciones en los niveles socioeconómicos más altos. Para los dispositivos del bloque B, el principal uso de Internet es “redes sociales” (más de 90% de informantes), seguido de “correo electrónico” (también más de 90%), “chat” (90%) y “descargar o escuchar música” (85%). El menor uso se da para “banca en línea” (poco más de 20%). Es importante resaltar que un 38% de los informantes, de los que declaran usar alguno de los dispositivos, manifiesta no acceder a Internet desde cualquiera éstos debido a que el dispositivo no lo permite y un 28% debido a que no tienen necesidad ni interés.

Respecto a los que acceden a Internet desde cualquier dispositivo (845 informantes), se encontró que más del 60% del uso del tiempo dedicado a Internet se destina a entretenimiento, seguido del uso para estudios (15%) y para trabajo (13%). 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 845 informantes), se encuentra que 97% accede para entretenimiento, 49% para actividades de aprendizaje, 37% para trabajo o negocios, 28% para informarse y 5% 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. De esta manera, se encuentra que para estas tres actividades, la mayoría de informantes emplea Internet como primera fuente de información (77%, 65% y 51%, respectivamente). A su vez, las plataformas más usadas para aprender, trabajar o hacer negocios e interactuar con el gobierno son Google y Wikipedia, Google y correo electrónico, y Google y Facebook, respectivamente.

Los informantes que aprovechan Internet para aprender o estudiar (168) son principalmente varones solteros, 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 113 informantes que aprovechan Internet para trabajo o negocios son básicamente varones casados con educación superior no universitaria completa, con trabajo como empleados y con celular propio. Por último, los 14 informantes que aprovechan Internet para interactuar con el gobierno son principalmente varones solteros, con educación superior universitaria incompleta, 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” y “se encuentra todo lo que se necesita”; la característica con menos respuestas afirmativas es la de la gratuidad de la 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 lo actualizada que está la información.