

HÁBITOS, USOS Y CAPACIDADES DIGITALES DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS VASCAS

Presentación de Resultados

Febrero de 2023



Índice

HÁBITOS, USOS Y CAPACIDADES DIGITALES DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS VASCAS

A. – FICHA TÉCNICA

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

C. – CONSIDERACIONES FINALES

D. – CATEGORIZACIÓN



A. – FICHA TÉCNICA

Tipo de estudio

- Cuantitativo

Técnica empleada

- Entrevistas Telefónicas, mediante un cuestionario semiestructurado (CATI).

Detalle del planteamiento metodológico

- Se han realizado 852 entrevistas telefónicas a la población del País Vasco, esto supone un error muestral de +/- 3,43%. Las entrevistas se han distribuido entre los diferentes Territorios Históricos en la que se estructura la Comunidad Autónoma Vasca.
- Las 852 entrevistas se han repartido de la siguiente manera:

TERRITORIO HISTÓRICO	Nº DE ENTREVISTAS	ERROR (e)*
ARABA	230	±6,6%
BIZKAIA	360	±5,3%
GIPUZKOA	262	±6,2%
TOTAL	852	±3'4%

- Los datos obtenidos en los diferentes Territorios Históricos han sido reponderados de acuerdo con su peso poblacional real para que los datos finalmente representen el conjunto poblacional de Comunidad Autónoma Vasca.

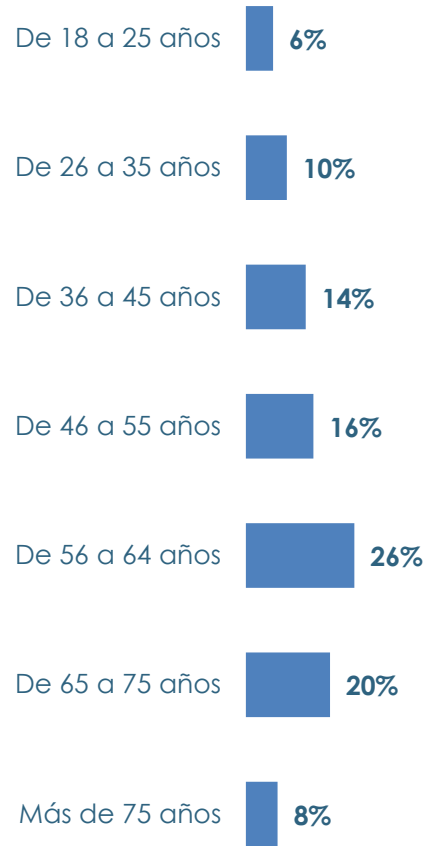
Fecha de realización del trabajo de campo

- Durante los meses de Noviembre y Diciembre de 2022.

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

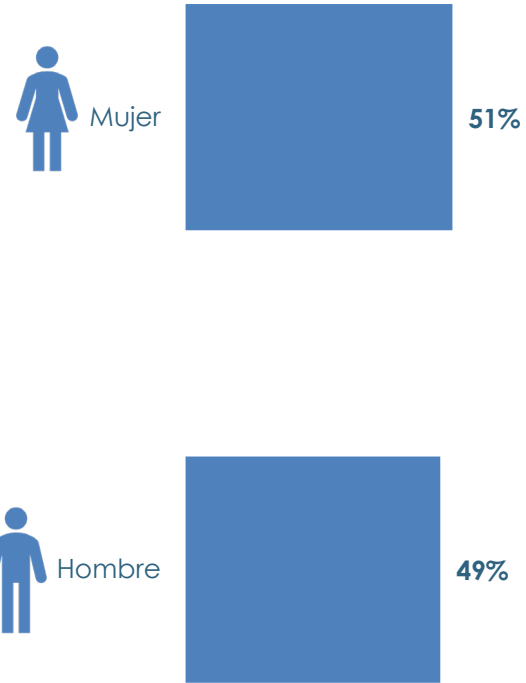
B.0. Caracterización de las personas entrevistadas

- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

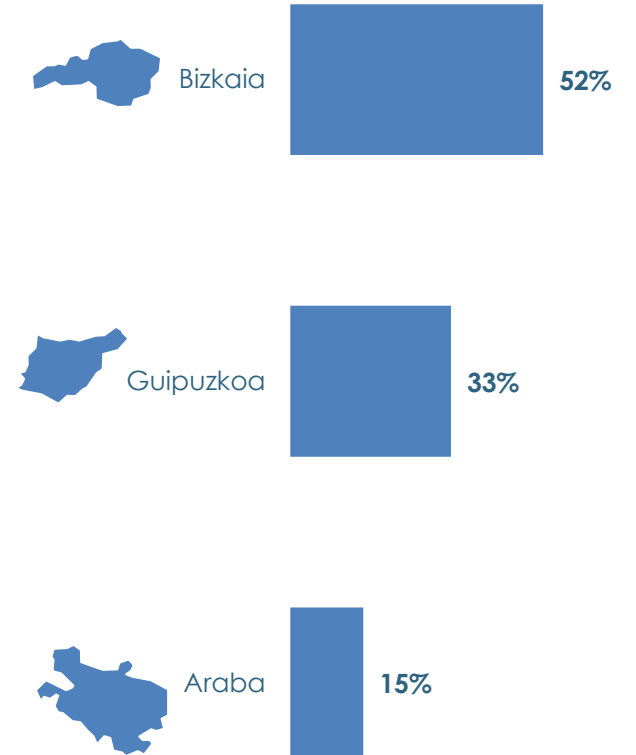


□ (CAB2) EDAD

Base Total de las personas entrevistadas

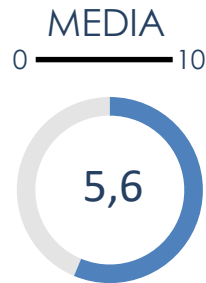
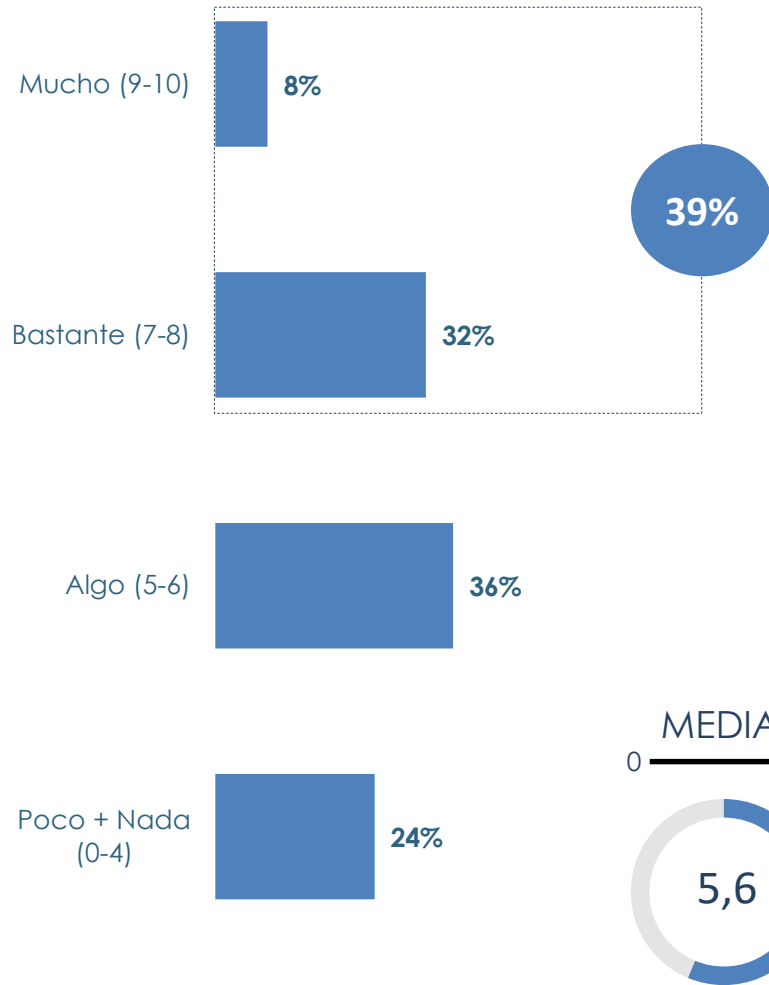


(CAB1) GENERO



(CAB3) T.H.

CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICOS E INFORMÁTICOS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD							T.H.		
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75	Bizkaia	Araba	Guipuzkoa
Mucho (9-10)	8%	11%	5%	17%	22%	9%	6%	7%	3%	0%	9%	5%	7%
Bastante (7-8)	32%	32%	32%	53%	48%	41%	32%	28%	22%	16%	32%	31%	33%
Algo (5-6)	36%	38%	34%	23%	24%	40%	40%	39%	38%	32%	36%	37%	36%
Poco + Nada (0-4)	24%	19%	29%	8%	5%	10%	22%	27%	37%	51%	23%	27%	25%

	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Mucho (9-10)	8%		2%	3%	14%	30%
Bastante (7-8)	32%	2%	15%	30%	59%	58%
Algo (5-6)	36%	12%	47%	53%	26%	12%
Poco + Nada (0-4)	24%	85%	36%	15%	2%	1%

- El 39% de las personas entrevistadas considera que sus conocimientos sobre temas tecnológicos e informáticos son muy o bastante avanzados. Aún así, una cuarta parte también cree que son muy básicos.
- Tal y cómo se presupone, las personas de mayor edad son quienes menos conocimientos tecnológicos e informáticos creen tener.

□ (P4) ¿CUÁL DIRÍA QUE ES SU NIVEL DE CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS TEMAS TECNOLÓGICOS E INFORMÁTICOS EN GENERAL EN LA ESCALA DE 0 “MUY BÁSICOS” A 10 “MUY AVANZADOS”?

Base: Total de las personas entrevistadas

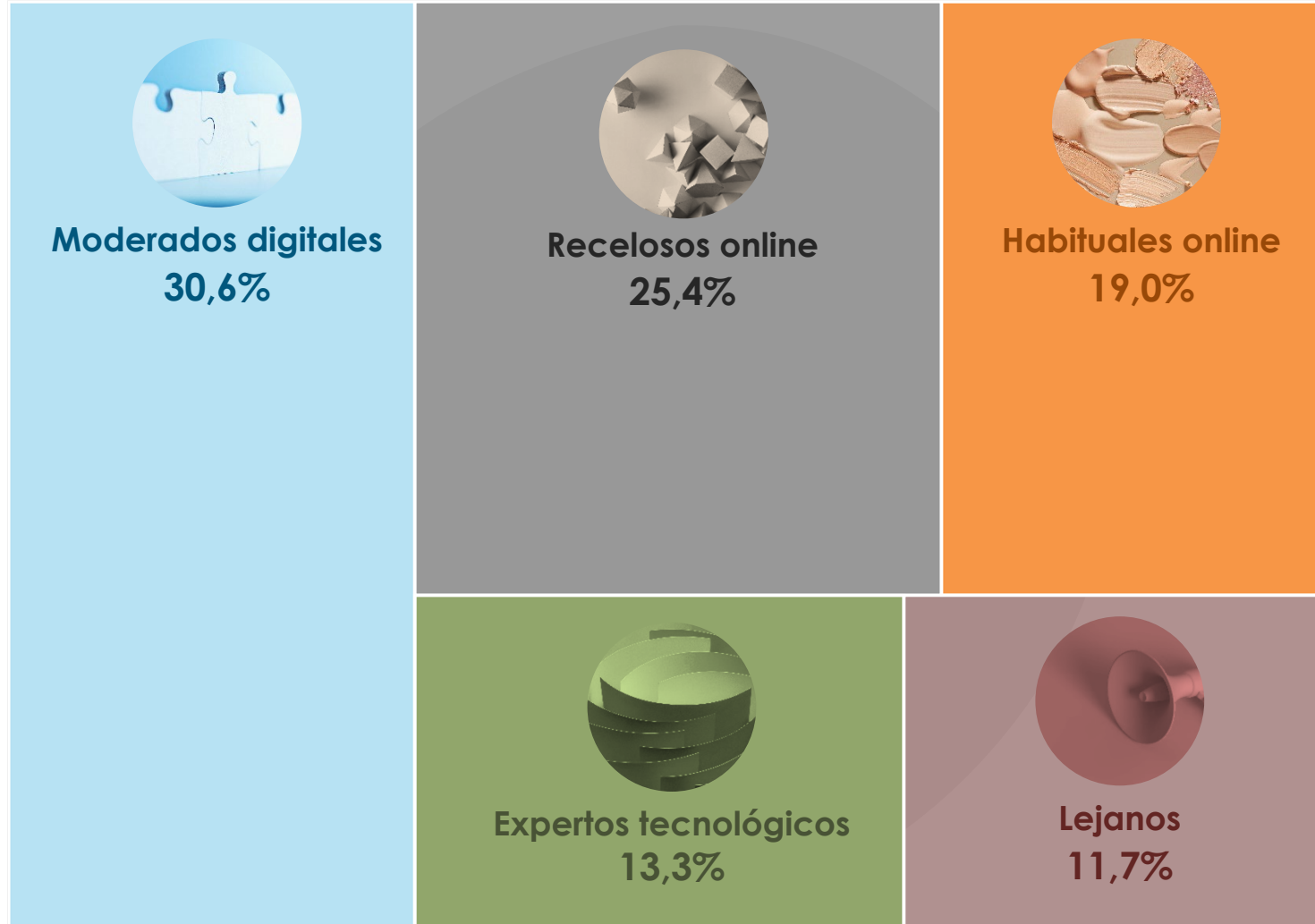
CATEGORIZACIÓN

Para realizar el análisis hemos seleccionado variables que corresponden a diferentes aspectos.

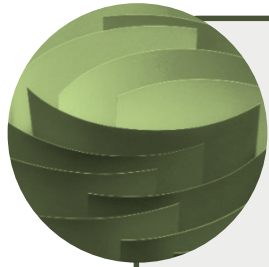
- Para realizar la categorización, se han seleccionado una serie de variables. En concreto, las **variables** que hemos seleccionado han sido:
 - **Comodidad** en el **entorno** con **incremento digital** (P.1).
 - **Exclusión** del **entorno** con **incremento digital** (P.1A)
 - **Conocimiento de temas tecnológicos e informáticos** (P.4)
 - **Frecuencia de conexión a internet** (P.14)
 - **Facilidad para realizar trámites online con la Administración Pública** (P.20)
 - **Predisposición a intensificar los trámites online con la Administración Pública** (P.21)
 - **Predisposición a intensificar las compras online** (P.34)
 - **Predisposición a intensificar la comunicación online con los bancos** (P.38)
 - **Predisposición a intensificar la comunicación online con las compañías de telecomunicaciones** (P.42)
 - **Predisposición a intensificar la comunicación online con las compañías energéticas** (P.49)
 - **Preferencia de tipo de comunicación con las empresas** (P.52)
 - Mejora de la comunicación de las empresas con las personas usuarias (P.60)
- Tras el análisis de estas variables hemos conseguido dividir la muestra en 5 grande colectivos...

CATEGORIZACIÓN

¿Cuál es el peso de cada uno de los conglomerados?



CATEGORIZACIÓN



Expertos tecnológicos

Este conglomerado representa el **13,3%** de la muestra y se define por:

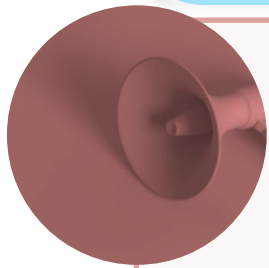
- ❖ Un alto nivel tecnológico e informático.
- ❖ Se muestran muy cómodos/as en cuanto al entorno digital y nada excluidos/as.
- ❖ Muestran una muy elevada predisposición a intensificar el uso de los medios digitales.



Moderados digitales

El tercer conglomerado, que agrupa al **30,6%** de las personas consultadas, es el mayor de todos. Se distinguen las siguientes características:

- ❖ Un nivel medio de conocimientos tecnológicos e informáticos.
- ❖ No se muestran muy integrados en el entorno digital.
- ❖ La predisposición a intensificar el uso de los medios digitales es discreta.



Lejanos

Esta segunda agrupación, representa al **11,7%** de las personas entrevistadas y se caracteriza por:

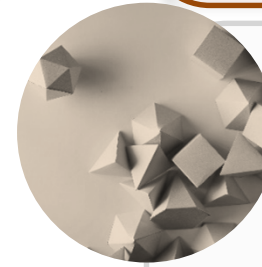
- ❖ Conocimientos tecnológicos e informáticos muy básicos.
- ❖ Totalmente “out” del entorno digital.
- ❖ Nula predisposición a aumentar el uso de los medios digitales.



Habituales online

Este agrupamiento, con una representación poblacional superior a la anterior, el **19,0%** de la población consultada, viene caracterizado por:

- ❖ Nivel tecnológico e informático avanzado.
- ❖ Una notable predisposición a aumentar el uso de los medios digitales.

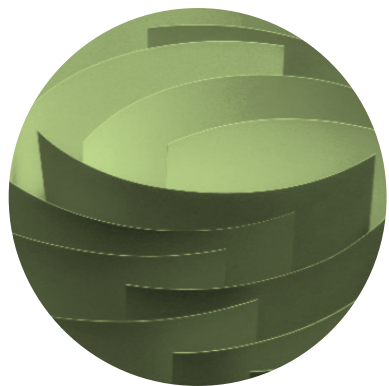


Recelosos online

Este colectivo, que representa el **25,4%** del total de los entrevistados, se caracteriza por:

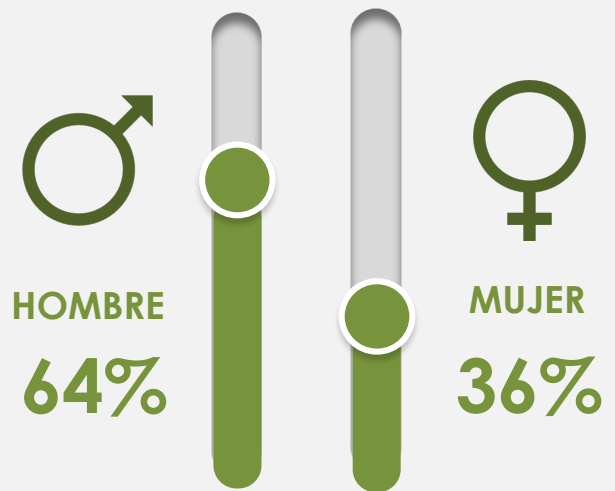
- ❖ El nivel tecnológico e informático reducido
- ❖ Se muestran muy poco familiarizados con el entorno digital.
- ❖ Afirman tener una baja predisposición a aumentar el uso de los diferentes medio digitales.
- ❖ Creen que el aumento de la comunicación no mejorara la comunicación con las empresas.

CATEGORIZACIÓN



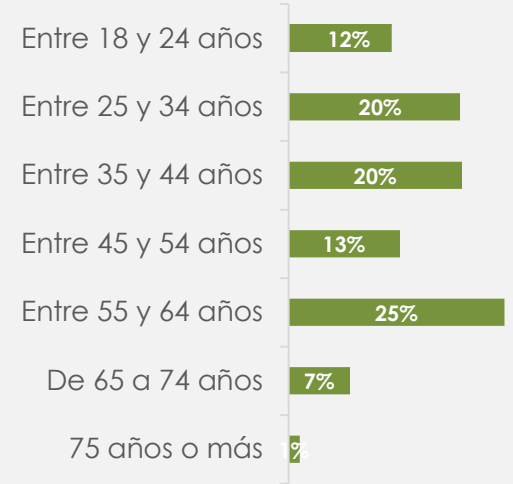
Expertos tecnológicos

★ Análisis de los “Expertos tecnológicos”

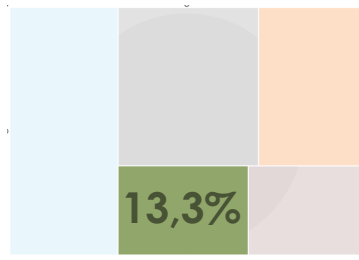
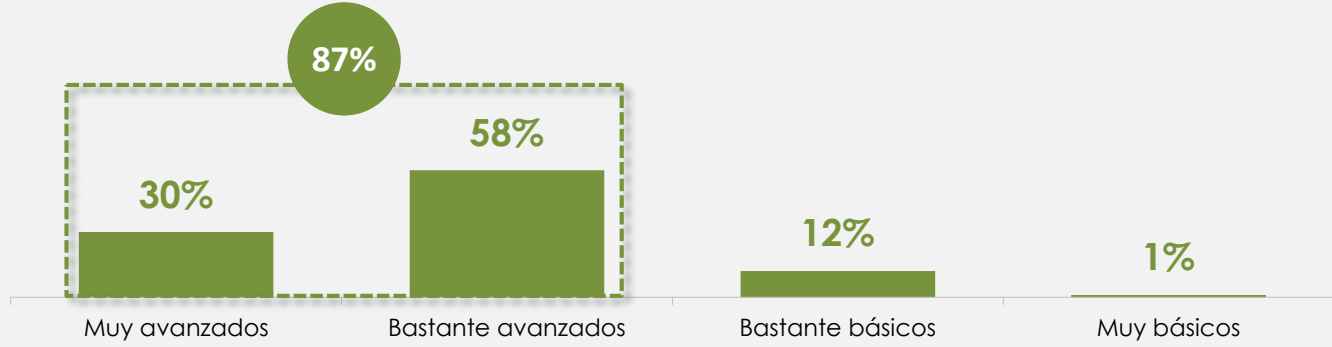


EL COLECTIVO ESTA MAYORMENTE CONSTITUIDO POR HOMBRES Y MENORES DE 44 AÑOS

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



¿CUÁL ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?

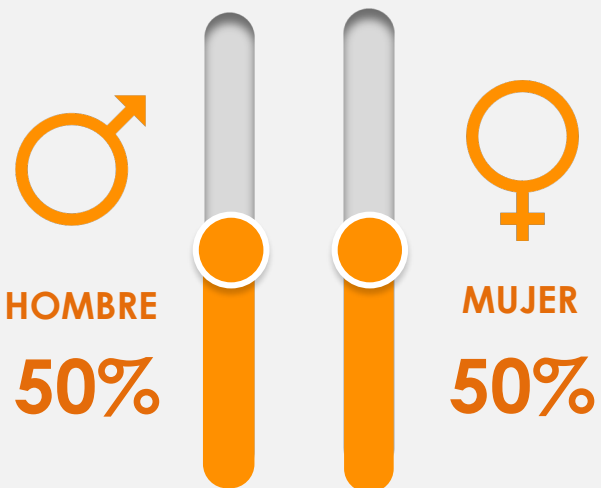


CATEGORIZACIÓN



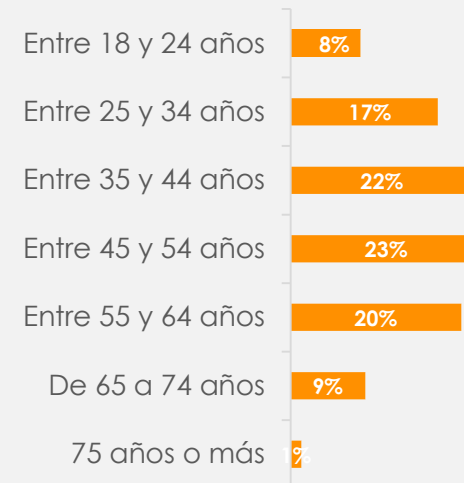
Habituales online

★ Análisis de los “Habituales online”

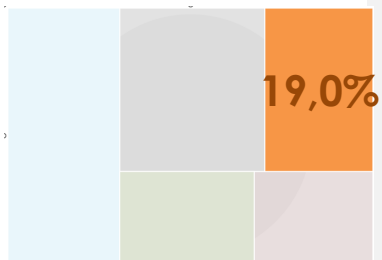
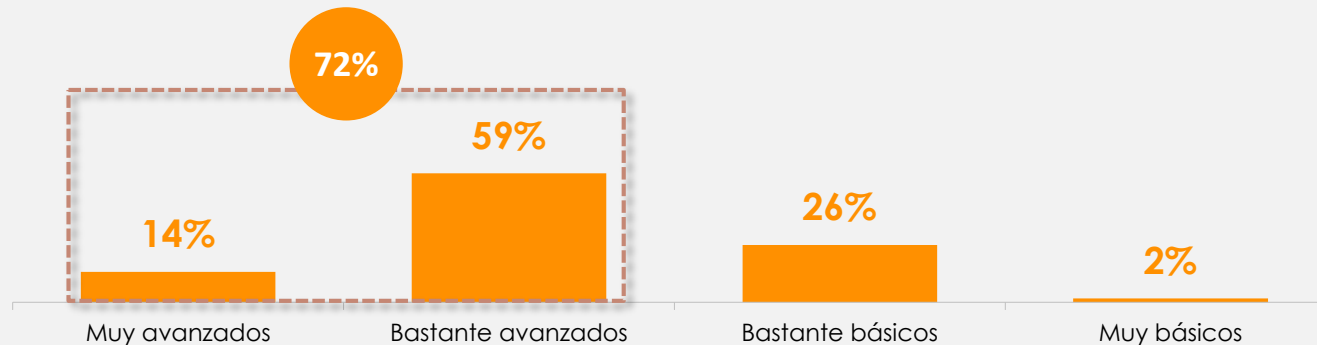


ESTE COLECTIVO ESTÁ FORMADO TANTO POR HOMBRES COMO POR MUJERES DE MEDIANA EDAD

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



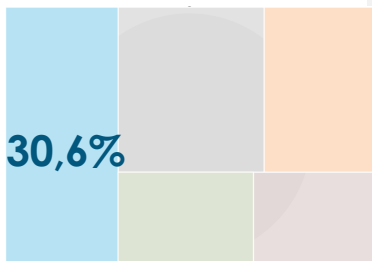
¿CUÁL ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?



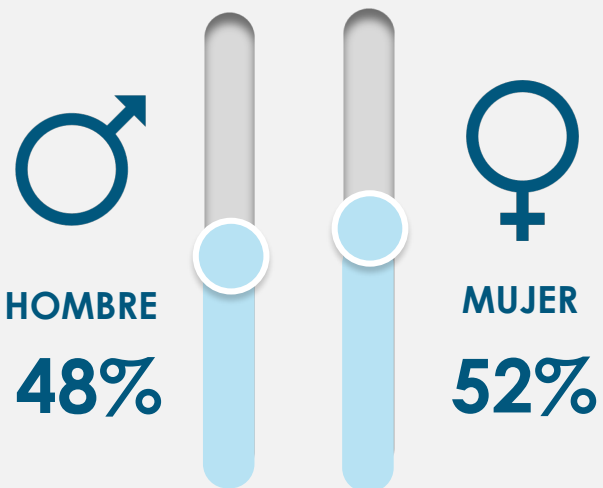
CATEGORIZACIÓN



Moderados digitales

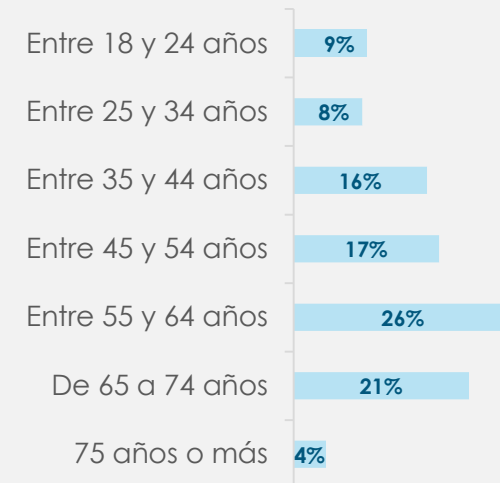


★ **Análisis de los “Moderados digitales”**

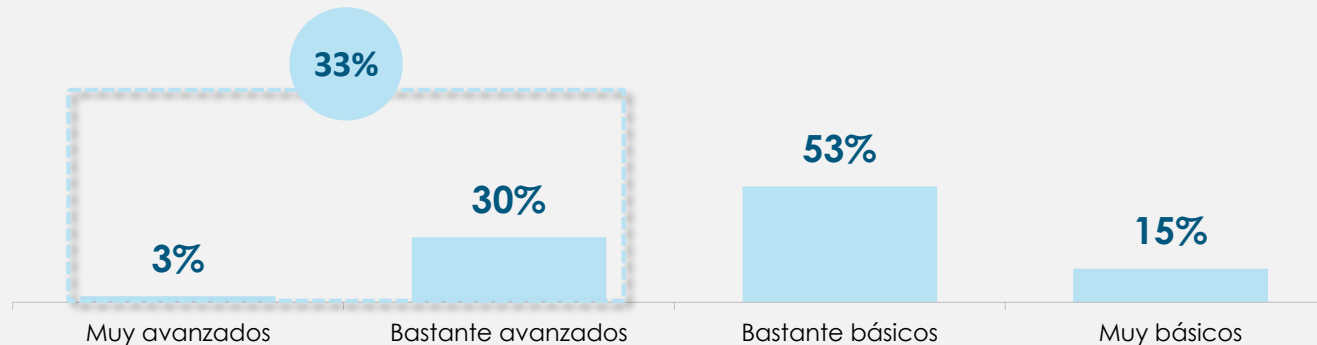


ESTE ES UN COLECTIVO ALGO MÁS MADURO, CON UNOS CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICO E INFORMÁTICOS ALGO MÁS BÁSICOS

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?

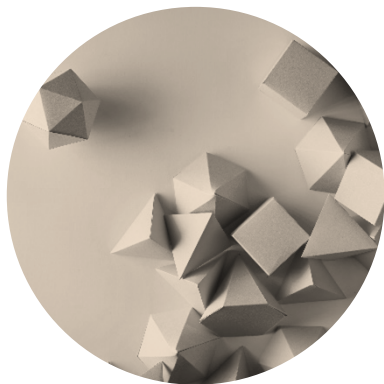


¿CUÁL ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?

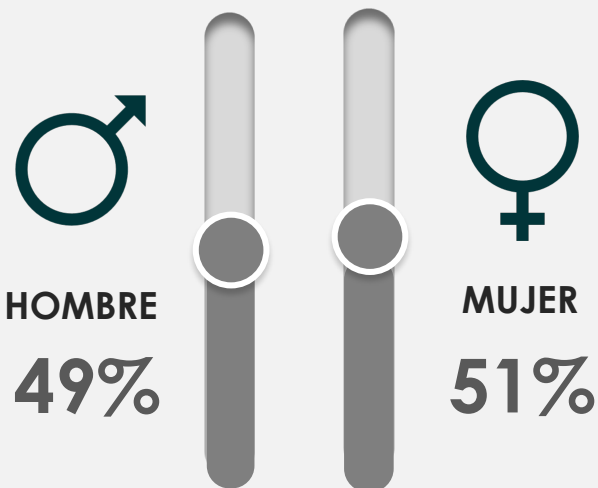


CATEGORIZACIÓN

★ Análisis de los “Recelosos online”

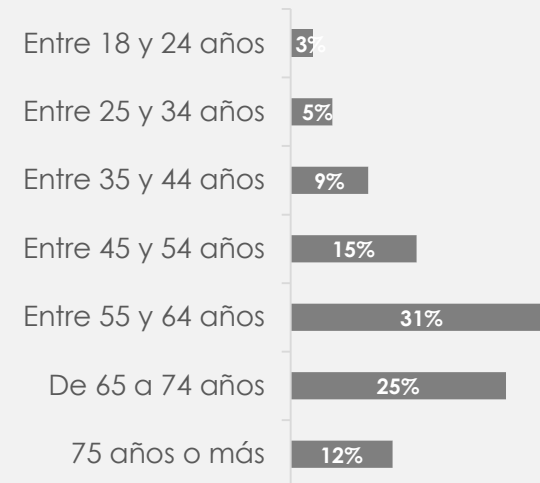


Recelosos online

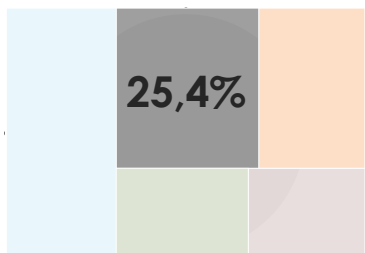
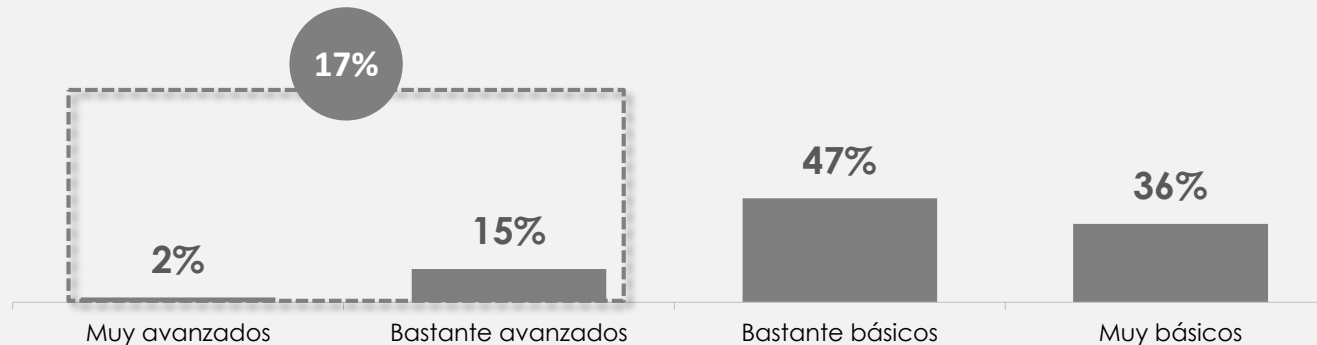


PREDOMINA CLARAMENTE LAS PERSONAS MAYORES DE 55 AÑOS Y CON NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO NO TAN ELEVADO

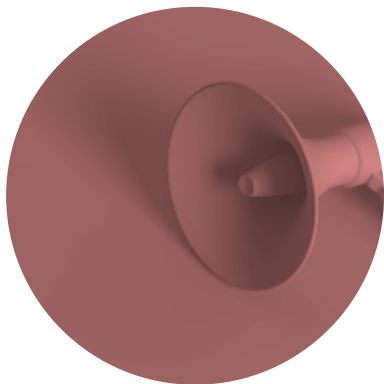
¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



¿CÓMO ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?

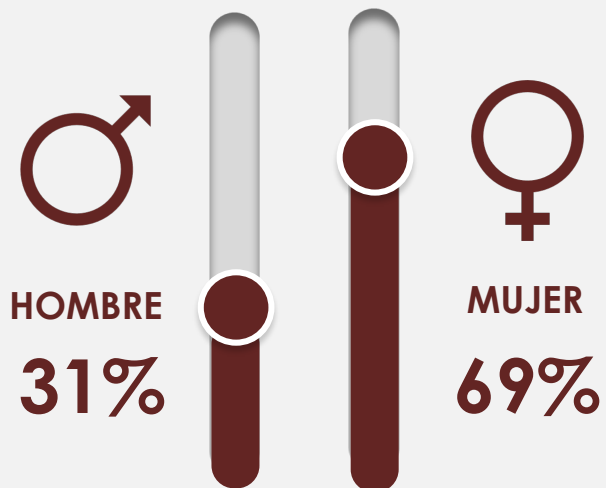


CATEGORIZACIÓN



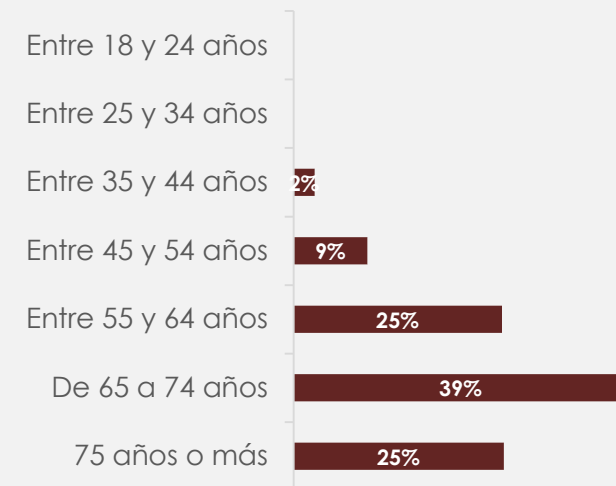
Lejanos

★ Análisis de los “Lejanos”

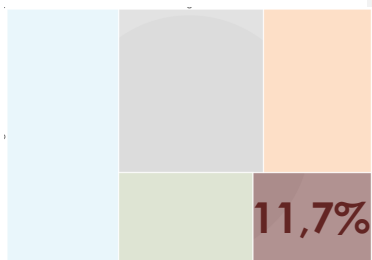
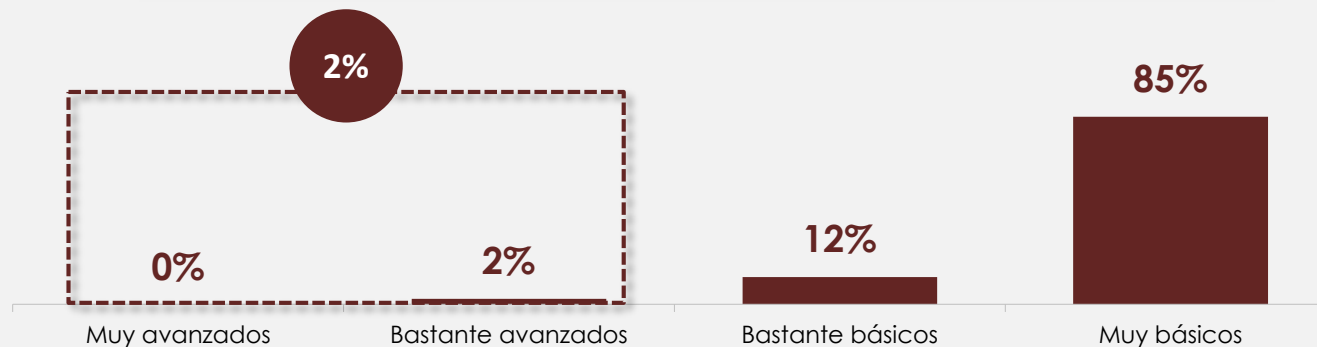


HAY UN CLARO PREDOMINIO DE MUJERES DE EDAD MÁS AVANZADA Y UN NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO MÁS BÁSICO

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



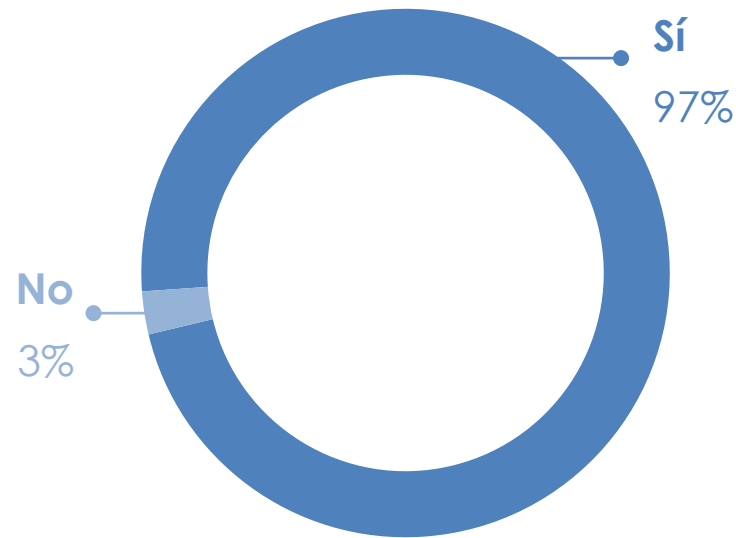
¿CÓMO ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?



B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet**
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

CONEXIÓN A INTERNET



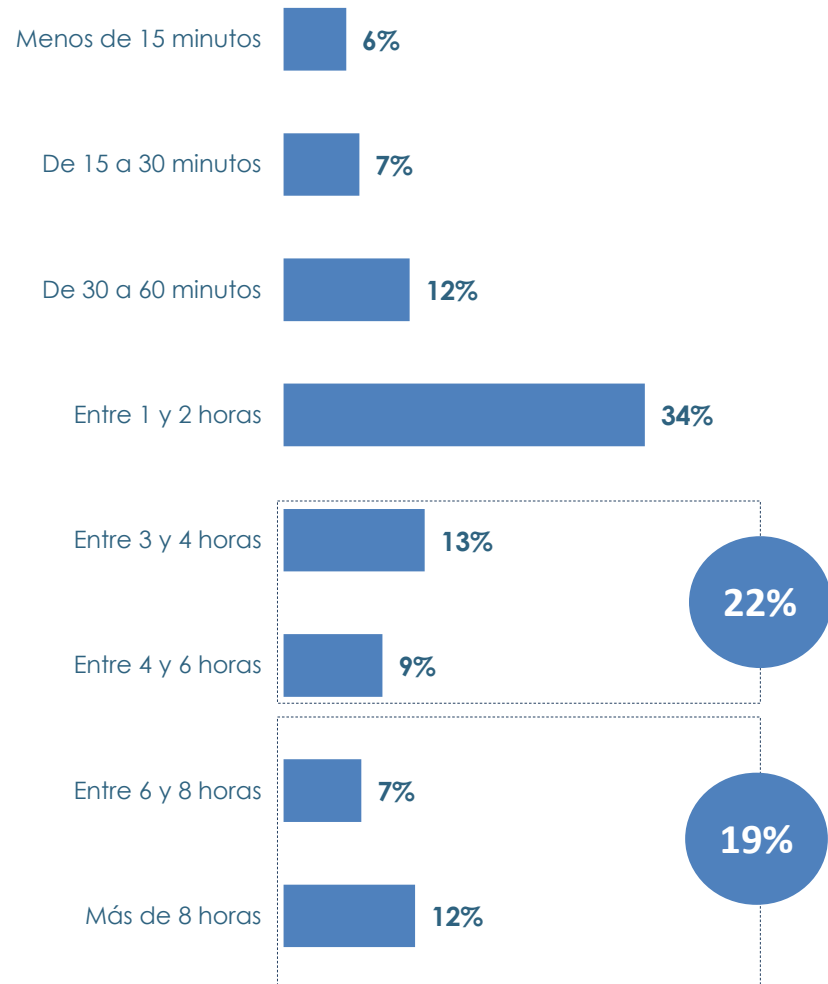
	TOTAL	GÉNERO		EDAD						T.H.			
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75	Bizkaia	Araba	Guipuzkoa
Sí	97%	99%	96%	98%	99%	100%	100%	99%	96%	80%	96%	98%	99%
No	3%	1%	4%	2%	1%	0%	0%	1%	4%	20%	4%	2%	1%

- o La práctica totalidad del conjunto de personas entrevistadas dispone de conexión a internet a través de algún dispositivo fijo en su hogar o algún dispositivo móvil.
- o La gran mayoría de las personas entrevistadas que no dispone de conexión a internet de ninguna manera son personas mayores de 65 años.

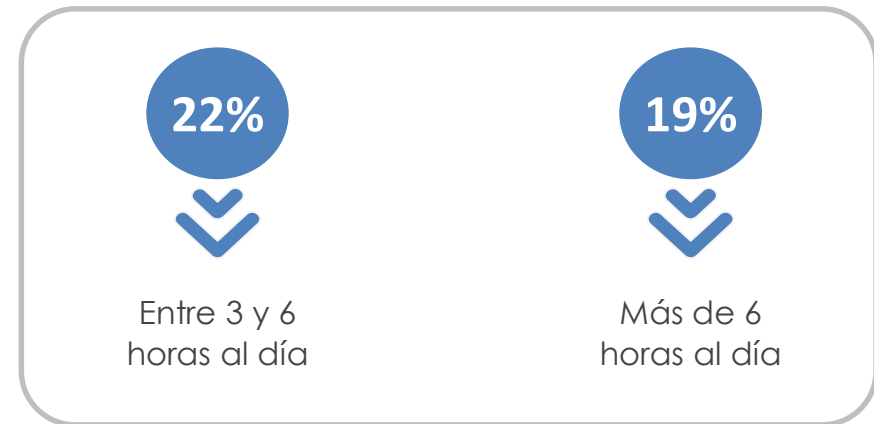
□ (P10) ME GUSTARÍA CONOCER SI ¿DISPONE DE CONEXIÓN A INTERNET, A TRAVÉS DE ALGÚN DISPOSITIVO FIJO EN SU HOGAR O DISPOSITIVO MÓVIL?

Base: Total de las personas entrevistadas

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET AL DÍA



- El uso de internet, además, es muy intenso en número de horas.



□ (P15) APROXIMADAMENTE, ¿CUÁNTO TIEMPO PASA CONECTADO A INTERNET AL DÍA?

Base: Total de las personas entrevistadas

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET AL DÍA

	TOTAL	GÉNERO		EDAD						CATEGORIZACIÓN					
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75	Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Menos de 15 minutos	6%	3%	9%		5%		3%	9%	9%	11%	43%	11%	1%		3%
De 15 a 30 minutos	7%	5%	9%			2%	9%	6%	13%	18%	12%	11%	7%	5%	3%
De 30 a 60 minutos	12%	9%	14%		9%	8%	10%	17%	16%	7%	24%	17%	17%	3%	3%
Entre 1 y 2 horas	34%	38%	29%	13%	8%	36%	32%	37%	49%	33%	12%	39%	42%	28%	26%
Entre 3 y 4 horas	13%	14%	12%	13%	18%	10%	13%	14%	8%	26%	10%	8%	9%	21%	17%
Entre 4 y 6 horas	9%	9%	10%	30%	9%	8%	13%	6%	4%	5%		7%	5%	15%	14%
Entre 6 y 8 horas	7%	8%	6%	26%	17%	13%	5%	3%	1%			3%	12%	7%	7%
Más de 8 horas	12%	14%	11%	17%	34%	22%	14%	7%				4%	6%	20%	28%

□ (P15) APROXIMADAMENTE, ¿CUÁNTO TIEMPO PASA CONECTADO A INTERNET AL DÍA?

Base: Total de las personas entrevistadas

DIFICULTADES EN EL USO DE INTERNET



- Las principales dificultades admitidas por las personas entrevistadas:
 - La velocidad.
 - La calidad del acceso.
 - Los conocimientos escasos.
 - La falta de seguridad.

NÚMERO MEDIO DE MENCIONES

1,29

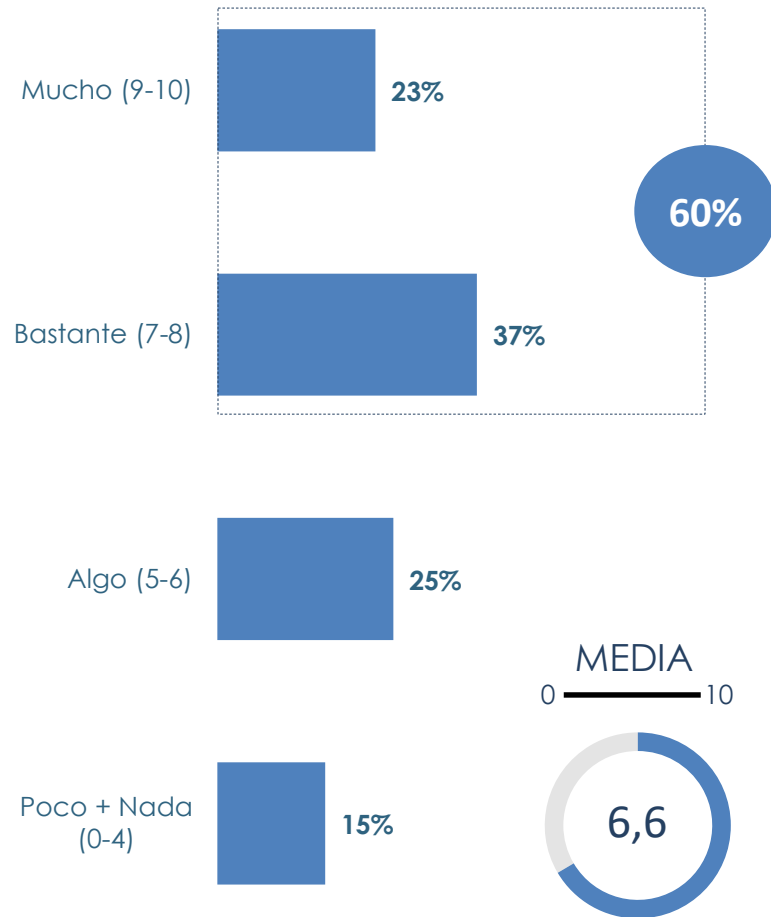
□ (P17) ¿CUÁLES SON LOS MAYORES PROBLEMAS O DIFICULTADES CON LOS QUE SE ENCUENTRA AL UTILIZAR INTERNET?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital**
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

COMODIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						T.H.			
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75	Bizkaia	Araba	Guipuzkoa
Mucho (9-10)	23%	23%	22%	55%	48%	32%	17%	18%	11%	3%	23%	20%	23%
Bastante (7-8)	37%	41%	33%	30%	36%	47%	40%	36%	35%	26%	38%	38%	35%
Algo (5-6)	25%	23%	27%	10%	16%	15%	34%	30%	31%	17%	24%	23%	28%
Poco + Nada (0-4)	15%	13%	17%	4%	0%	5%	9%	16%	24%	53%	15%	19%	14%

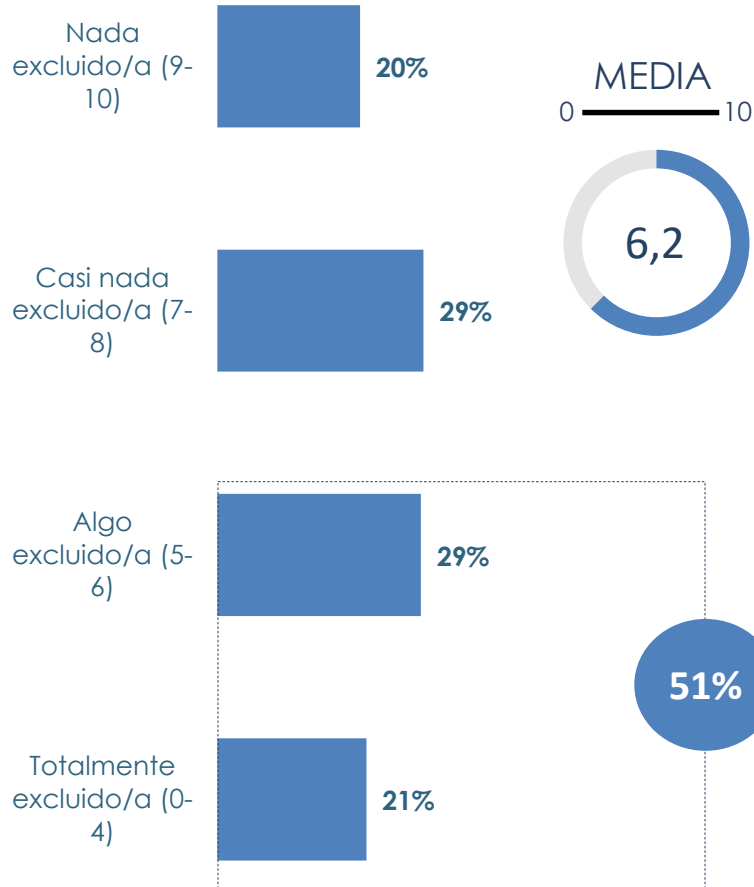
	TOTAL	NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO			CATEGORIZACIÓN				
		Bajo	Intermedio	Avanzado	Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Mucho (9-10)	23%	1%	9%	48%	1%	4%	17%	37%	69%
Bastante (7-8)	37%	14%	46%	43%	5%	27%	47%	59%	31%
Algo (5-6)	25%	34%	39%	7%	16%	47%	35%	3%	
Poco + Nada (0-4)	15%	51%	6%	2%	79%	22%	2%		

- El 60% de la población se encuentra "cómoda" en el actual entorno digital.
- Por el contrario, el 15% está poco o nada cómoda.

□ (P1) ACTUALMENTE, CADA VEZ USAMOS MÁS LOS MEDIOS DIGITALES E INTERNET PARA HACER MUCHAS DE NUESTRAS ACTIVIDADES COTIDIANAS. ME GUSTARÍA SABER, PARA COMENZAR ¿CÓMO DE CÓMODO/A SE SIENTE VD. EN ESTE ENTORNO CON EL INCREMENTO DEL USO DE MEDIOS DIGITALES EN MUCHAS DE ESTAS ACTIVIDADES COTIDIANAS?

Base: Total de las personas entrevistadas

PERCEPCIÓN DE EXCLUSIÓN DIGITAL



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						T.H.			
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75	Bizkaia	Araba	Guipuzkoa
Nada excluido/a (9-10)	20%	21%	20%	47%	40%	35%	13%	13%	12%	8%	19%	19%	23%
Casi nada excluido/a (7-8)	29%	32%	27%	32%	34%	32%	36%	30%	22%	20%	32%	31%	24%
Algo excluido/a (5-6)	29%	27%	31%	16%	16%	21%	34%	35%	35%	24%	29%	24%	31%
Totalmente excluido/a (0-4)	21%	20%	22%	5%	10%	12%	17%	22%	30%	49%	19%	26%	22%

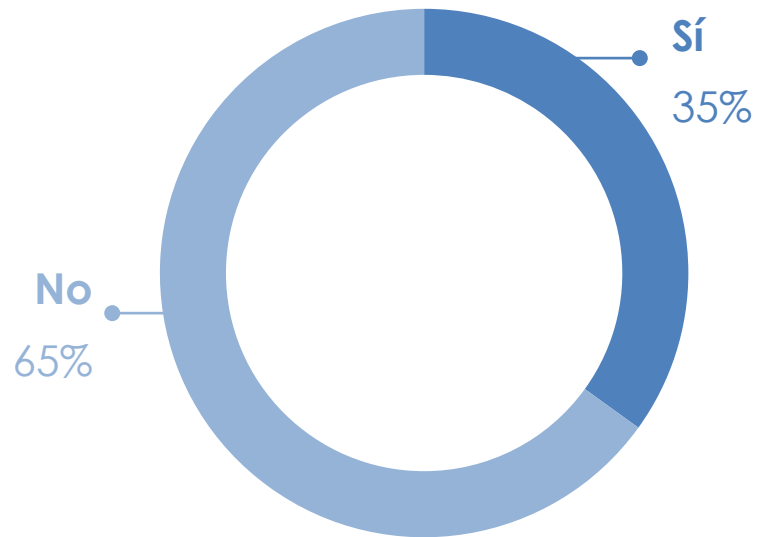
	TOTAL	NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO			CATEGORIZACIÓN				
		Bajo	Intermedio	Avanzado	Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Nada excluido/a (9-10)	20%	5%	7%	41%	4%	3%	15%	30%	67%
Casi nada excluido/a (7-8)	29%	12%	36%	34%	8%	17%	34%	53%	27%
Algo excluido/a (5-6)	29%	28%	41%	19%	15%	43%	43%	12%	6%
Totalmente excluido/a (0-4)	21%	55%	16%	6%	74%	38%	7%	4%	

- o La mitad de la población vasca entrevistada se siente totalmente o algo excluida, aunque el porcentaje de personas que admite sentirse nada excluido es también significativo, el 20%.
- o Tal y cómo ocurría anteriormente, las personas de mayor edad, quienes no disponen de internet y las personas con menor conocimiento tecnológico e informático son quienes se sienten excluidos/as en mayor medida.

□ (P1A) TENIENDO EN CUENTA ESTE CONTINUO CRECIMIENTO DE LAS TECNOLOGÍAS, ¿CADA VEZ SE SIENTE MÁS O MENOS DISCRIMINADO O EXCLUIDO DE ESTE ENTORNO DONDE HA INCREMENTADO EL USO DE LOS MEDIOS DIGITALES?

Base: Total de las personas entrevistadas

NECESIDAD DE ASESORAMIENTO PARA UTILIZAR LOS DISPOSITIVOS DIGITALES



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	35%	30%	40%	8%	10%	15%	33%	43%	51%	59%
No	65%	70%	60%	92%	90%	85%	66%	57%	48%	41%

	TOTAL	T.H.			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	35%	32%	41%	36%	73%	37%	10%
No	65%	67%	59%	64%	26%	63%	90%

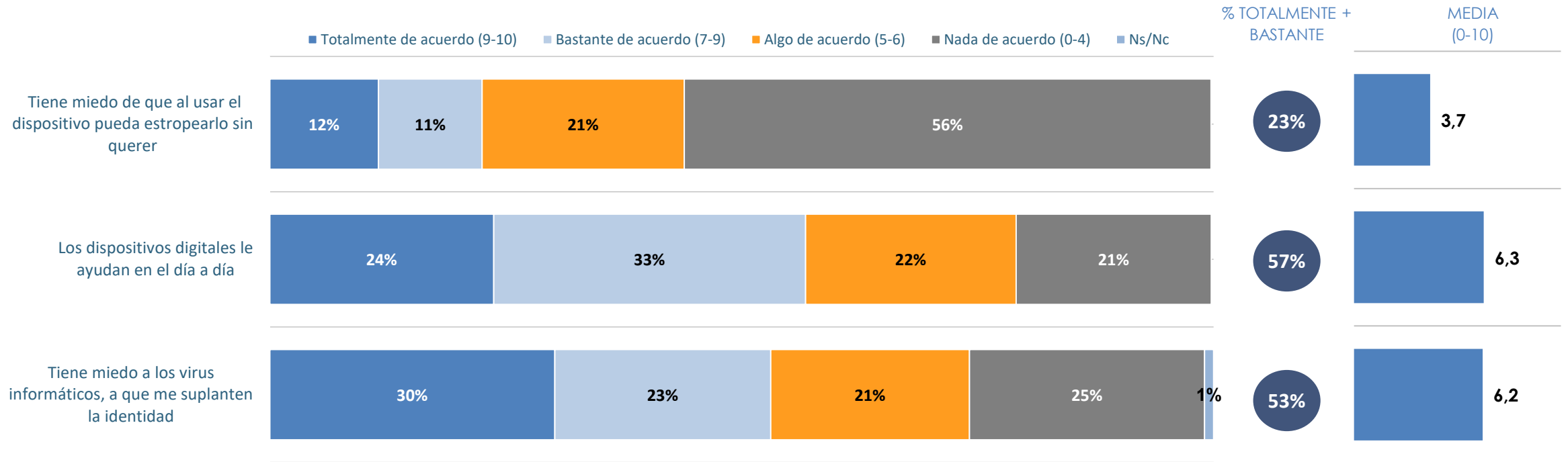
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	35%	73%	52%	33%	12%	6%
No	65%	27%	48%	67%	87%	94%

- Algo más de una tercera parte de las personas entrevistadas admite necesitar ayuda para utilizar algún dispositivo digital como los móviles, ordenadores, tablets, etc.
- Las personas de mayor edad, las mujeres y aquellas personas que se sienten excluidas del entorno digital son quienes admiten necesitar ayuda en mayor medida.

□ (P7) ¿DIRÍA VD. QUE NECESITA AYUDA O ASESORAMIENTO PARA UTILIZAR LOS DISTINTOS DISPOSITIVOS DIGITALES COMO LOS MÓVILES, ORDENADORES, TABLETS, ETC? □

Base: Total de las personas entrevistadas

CREENCIAS DE LAS PERSONAS MAYORES



- Analizando las distintas situaciones a la hora de utilizar los diferentes dispositivos digitales, la mayoría considera que estos dispositivos ayudan en el día a día a la población, pese a que el 21% no está de acuerdo con ello.
- Un 53% también ha expresado tener miedo a que a través de algún virus puedan suplantarle la identidad, aunque tan solo un 23% dice tener miedo de poder estropear algún dispositivo digital mientras lo utiliza.

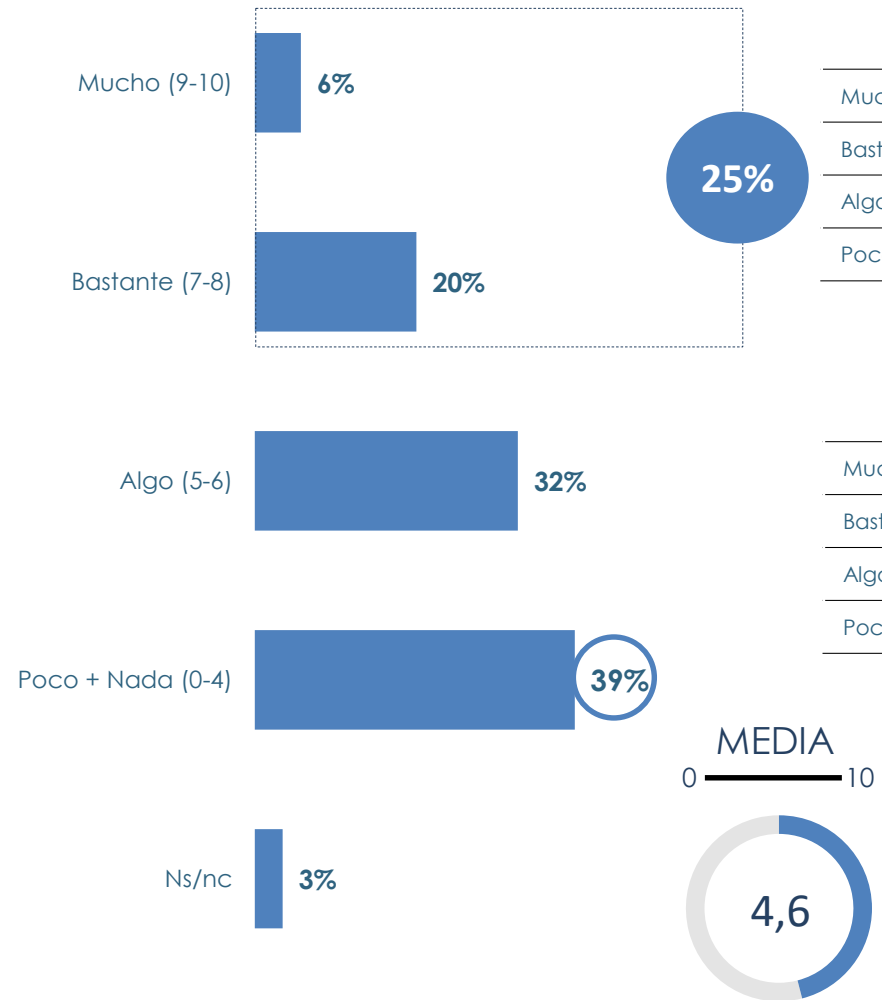
□ (P9) A CONTINUACIÓN LE VOY A LEER ALGUNAS SITUACIONES QUE PUEDEN DARSE A LA HORA DE UTILIZAR DIFERENTES DISPOSITIVOS DIGITALES, COMO LOS ORDENADORES, MÓVILES, TABLETS, ETC. Y ME GUSTARÍA QUE ME DIJESSE EN QUÉ MEDIDA ESTÁ VD. DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES.

Todas las personas mayores de 55 años entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública**
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

FACILIDAD PARA REALIZAR TRÁMITES CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						T.H.			
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75	Bizkaia	Araba	Guipuzkoa
Mucho (9-10)	6%	6%	5%	16%	5%	11%	6%	4%	1%	2%	6%	5%	6%
Bastante (7-8)	20%	20%	19%	17%	41%	22%	24%	18%	14%	0%	21%	15%	20%
Algo (5-6)	32%	33%	32%	46%	19%	30%	32%	36%	33%	21%	30%	30%	37%
Poco + Nada (0-4)	39%	38%	40%	19%	33%	37%	36%	38%	49%	58%	41%	44%	34%

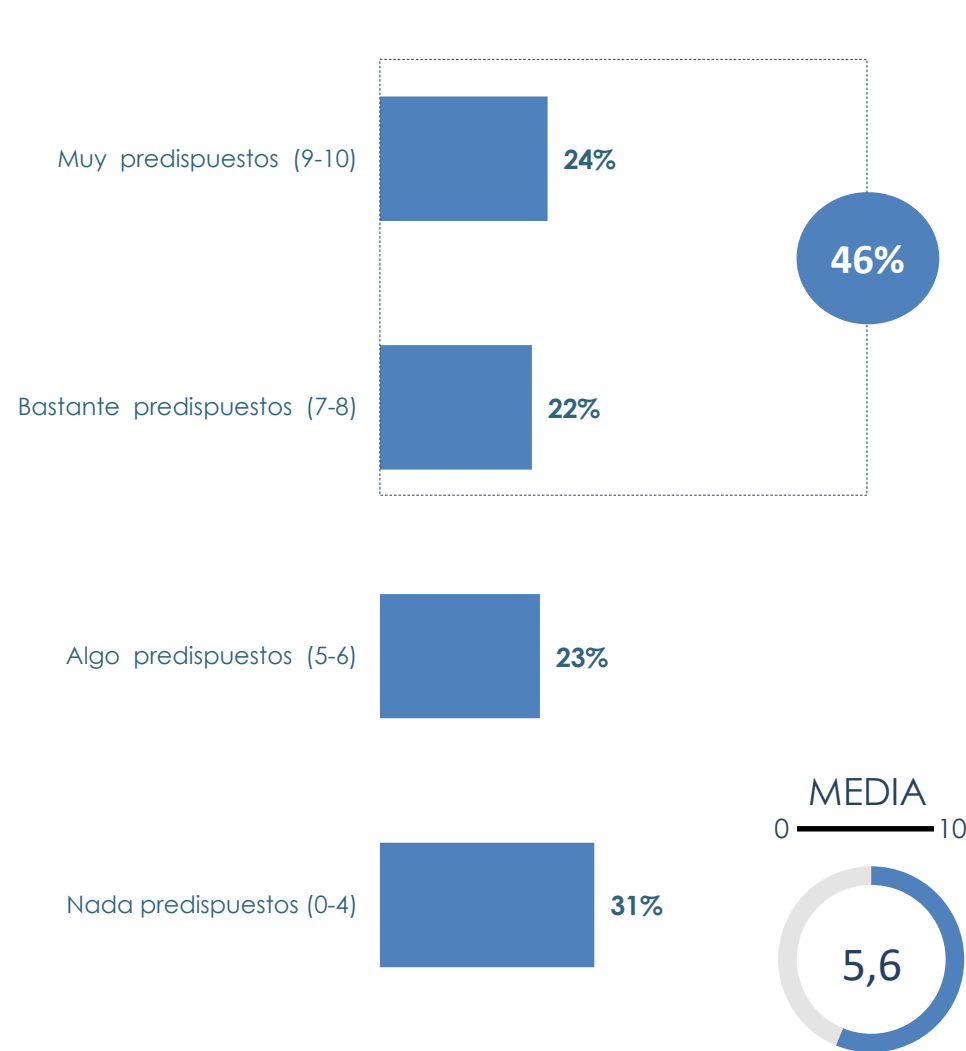
	TOTAL	NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO			CATEGORIZACIÓN				
		Bajo	Intermedio	Avanzado	Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Mucho (9-10)	6%	0%	5%	9%		2%	2%	8%	28%
Bastante (7-8)	20%	8%	14%	32%	1%	5%	22%	37%	44%
Algo (5-6)	32%	23%	41%	30%	8%	31%	43%	39%	19%
Poco + Nada (0-4)	39%	65%	37%	26%	81%	58%	30%	17%	7%

- Redundando en aspectos que hemos visto anteriormente, casi un 40% valora los trámites con la administración pública a través de internet como poco o nada fáciles.
- La edad vuelve a ser clara en esta variable.

□ (P20) CÓMO VALORA LA FACILIDAD PARA REALIZAR LOS TRÁMITES CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE INTERNET?

Base: Total de las personas entrevistadas

PREDISPOSICIÓN A REALIZAR TRÁMITES CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Muy predispuestos (9-10)	24%	25%	24%	36%	49%	41%	26%	21%	8%	1%
Bastante predispuestos (7-8)	22%	21%	23%	29%	25%	12%	32%	23%	22%	4%
Algo predispuestos (5-6)	23%	24%	22%	40%	12%	23%	18%	28%	26%	10%
Nada predispuestos (0-4)	31%	29%	33%	9%	13%	14%	38%	27%	46%	66%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada
Muy predispuestos (9-10)	24%	25%	31%	19%	9%	29%	55%
Bastante predispuestos (7-8)	22%	21%	23%	23%	15%	28%	29%
Algo predispuestos (5-6)	23%	22%	24%	24%	27%	23%	14%
Nada predispuestos (0-4)	31%	31%	38%	28%	51%	15%	5%

- El 31% de las personas entrevistadas muestra escasa predisposición a realizar trámites con la administración, porcentaje que asciende hasta el 66% en el colectivo más mayor.

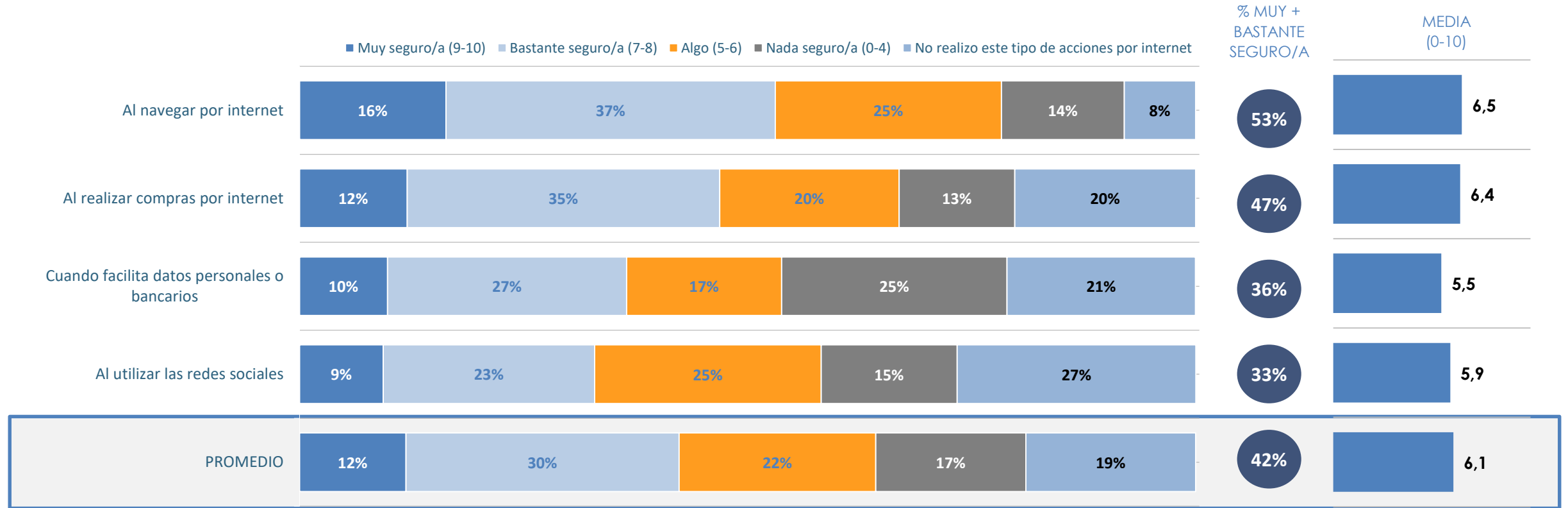
□ (P21) Y EN UN FUTURO, ¿CUÁL ES SU NIVEL DE PREDISPOSICIÓN A INTENSIFICAR, HACER CADA VEZ MÁS TRÁMITES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS A TRAVÉS DE INTERNET?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad**
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

SEGURIDAD A LA HORA DE USAR INTERNET

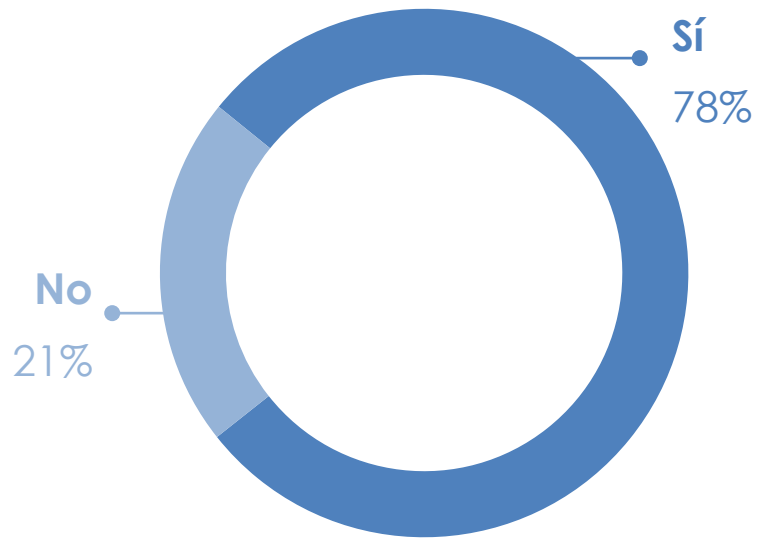


- Facilitar datos personales y bancarios en Internet es la actividad que mayor inseguridad genera.

□ (P22) EN TÉRMINOS GENERALES ¿EN QUÉ MEDIDA SE ENCUENTRA VD. SEGURO/A...?

Base: Total de las personas entrevistadas

POSIBLES ESTAFAS RECIBIDAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	78%	83%	74%	91%	95%	92%	88%	79%	64%	36%
No	21%	17%	25%	9%	5%	8%	12%	21%	36%	64%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada
Sí	78%	81%	80%	73%	69%	85%	90%
No	21%	19%	20%	26%	30%	14%	10%

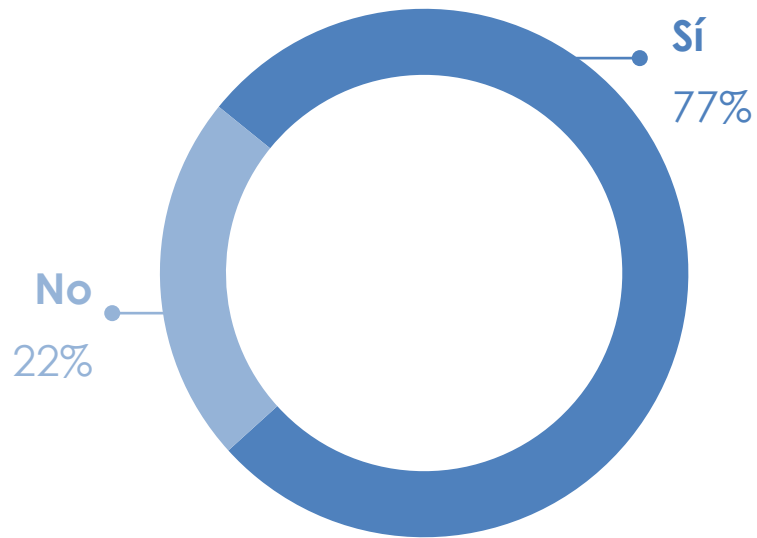
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	78%	36%	70%	87%	91%	92%
No	21%	63%	30%	12%	9%	8%

- Un 78% ha sospechado alguna vez de algún mensaje o contenido que hayan recibido de manera online por relacionarlo con alguna posible estafa o fraude.
- Cuanto menor es la edad de las personas entrevistadas mayor es el porcentaje de personas que han recibido algún mensaje de este tipo. Al mismo tiempo, quienes mayor conocimiento tecnológico e informático tienen y quienes se sienten menos excluidos, han sospechado en mayor medida de algún mensaje o contenido relacionado con alguna posible estafa o fraude.

□ (P23) ¿HA RECIBIDO ALGUNA VEZ DE MANERA ONLINE ALGÚN TIPO DE MENSAJE O CONTENIDO QUE LO HAYA RELACIONADO CON ALGUNA POSIBLE ESTAFA O FRAUDE?

Base: Total de las personas entrevistadas

RECONOCIMIENTO DE POSIBLES ESTAFAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	77%	79%	75%	96%	95%	93%	79%	71%	67%	52%
No	22%	21%	24%	4%	5%	7%	21%	28%	33%	48%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada
Sí	77%	80%	73%	75%	65%	87%	92%
No	22%	20%	27%	25%	35%	13%	7%

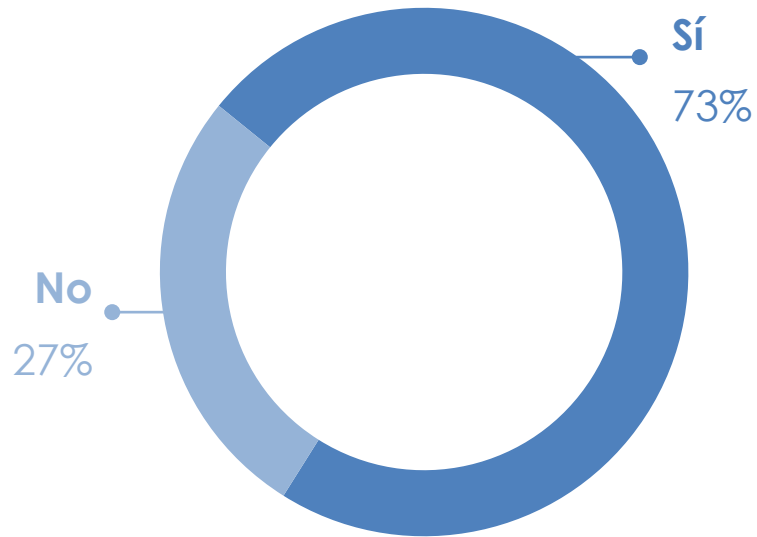
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	77%	48%	67%	81%	94%	90%
No	22%	52%	32%	19%	6%	9%

- Otro 77% también sabría reconocer un mensaje o contenido relacionado con algún fraude o estafa.
- En este caso también, las personas más jóvenes, menos excluidas y con mayores conocimientos tecnológicos e informáticos son quienes lo reconocerían en mayor medida.

 (P23A) Y, ¿SABRÍA RECONOCER UN MENSAJE O CONTENIDO DE ESTE TIPO?

Base: Total de las personas entrevistadas

ACTUAR ANTE POSIBLES ESTAFAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	73%	77%	69%	67%	82%	80%	75%	72%	70%	61%
No	27%	23%	31%	33%	18%	20%	25%	27%	30%	39%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada
Sí	73%	74%	77%	69%	66%	80%	80%
No	27%	26%	22%	30%	34%	20%	20%

	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	73%	49%	65%	74%	83%	90%
No	27%	48%	35%	26%	17%	10%

- Independientemente de que alguna vez hayan recibido un mensaje de este tipo, el 73% sabría cómo actuar ante una situación de este tipo.

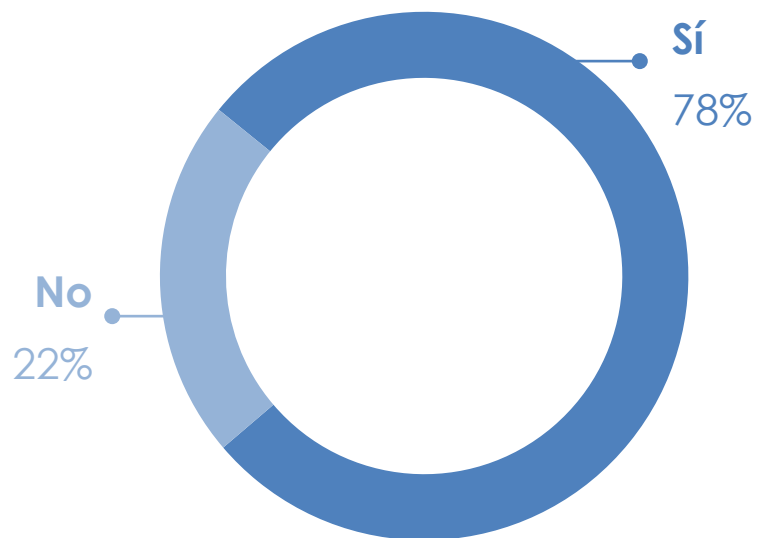
□ (P24) INDEPENDIEMENTE DE QUE LO HAYA RECIBIDO O NO, ¿SABRÍA COMO ACTUAR ANTE UNA SITUACIÓN DE ESTE TIPO?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online**
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

COMPRAS ONLINE



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	78%	81%	75%	98%	100%	95%	88%	75%	60%	34%
No	22%	19%	25%	2%	0%	5%	12%	25%	40%	66%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	78%	76%	75%	83%	64%	91%	93%	46%	83%	93%
No	22%	24%	25%	17%	36%	9%	7%	54%	17%	7%

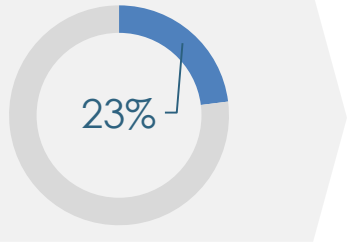
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	78%	24%	65%	88%	97%	100%
No	22%	76%	35%	12%	3%	

- Casi el 80% de la población entrevistada ha realizado alguna vez alguna compra online.
- Cabe destacar cómo un gran porcentaje de quienes admiten no tener altos conocimientos tecnológicos e informáticos y las personas quienes se sienten excluidas del entorno digital también han realizado alguna compra online en alguna ocasión.

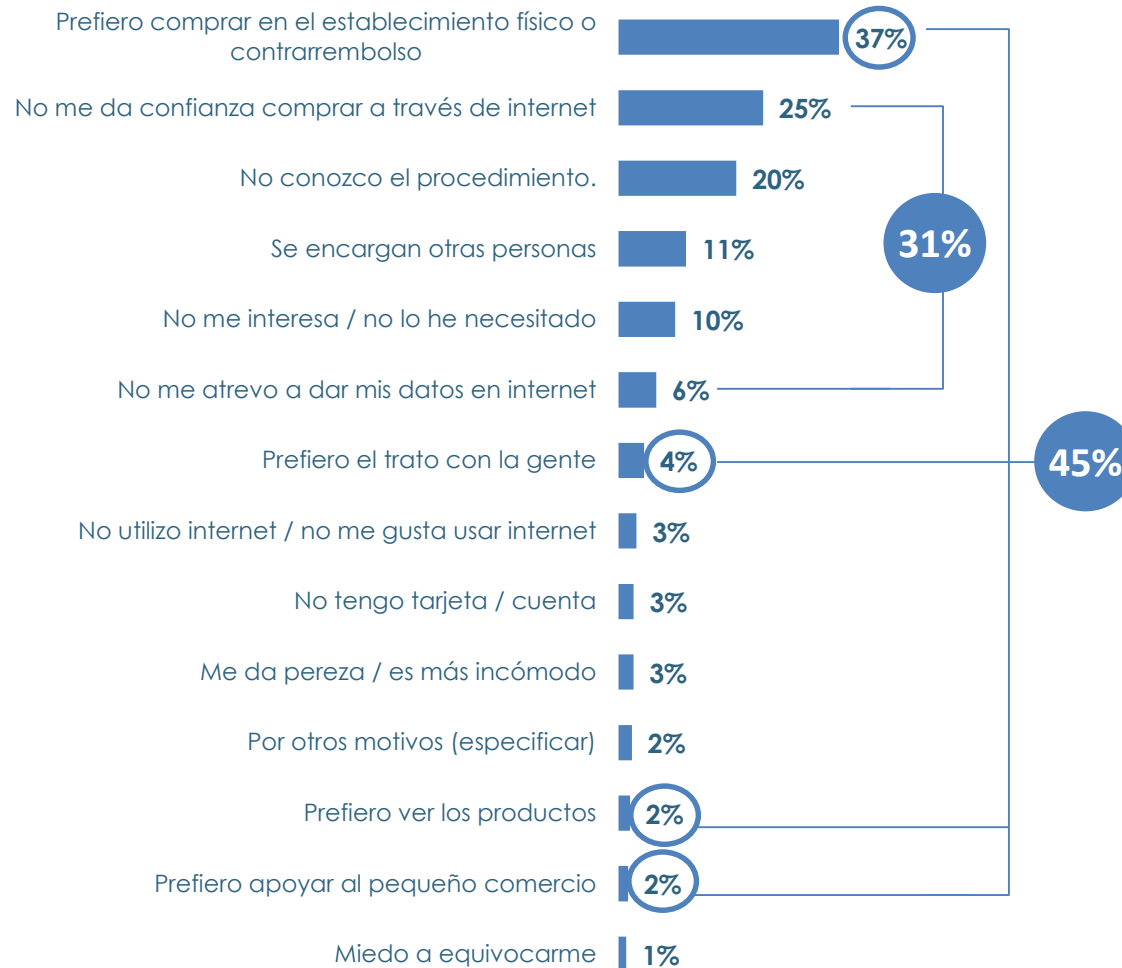
□ (P25) A CONTINUACIÓN HABLAREMOS DE LA COMPRAS REALIZADAS A TRAVÉS DE INTERNET ¿HA REALIZADO ALGUNA VEZ ALGUNA COMPRA DE UN PRODUCTO O SERVICIO A TRAVÉS DE MEDIOS ONLINE?

Base: Total de las personas entrevistadas

MOTIVOS DE NO REALIZAR COMPRAS ONLINE



Personas que no han realizado compras online



Preferir la compra física
Desconfianza en la compra on line



Motivos de no realizar la compra on line

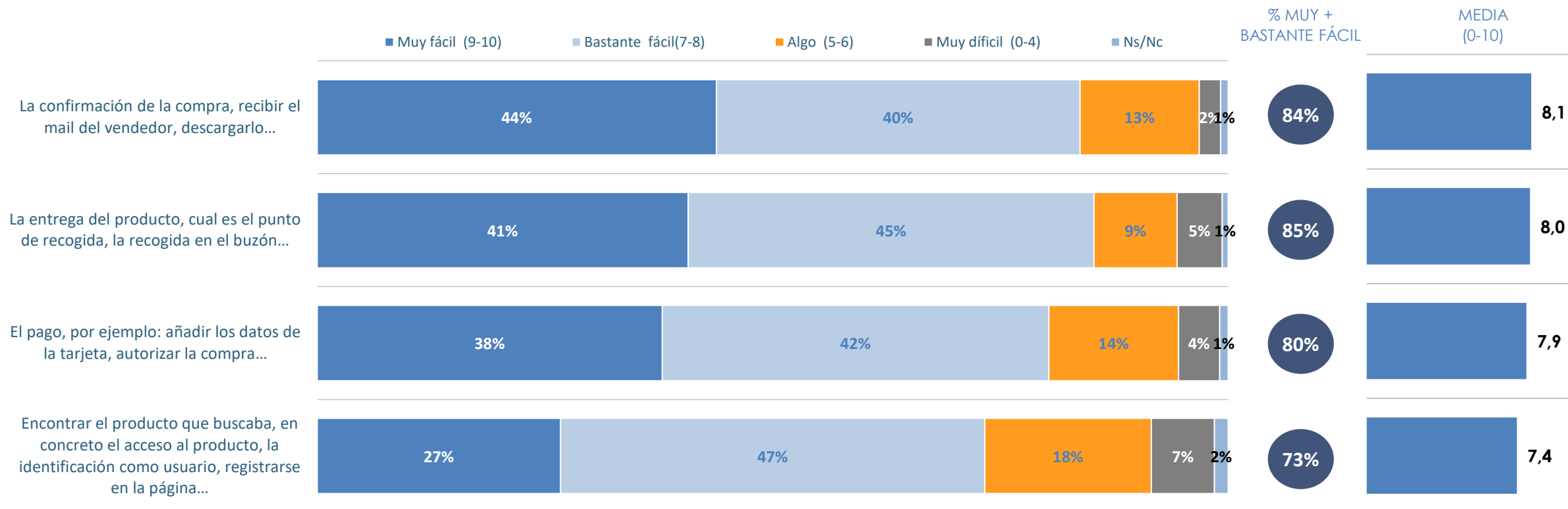
NÚMERO MEDIO DE MENCIONES

1,30

❑ (P26) ¿POR QUÉ NO?

Base: Personas que no han realizado compras online

FACILIDAD PARA REALIZAR LAS COMPRAS ONLINE

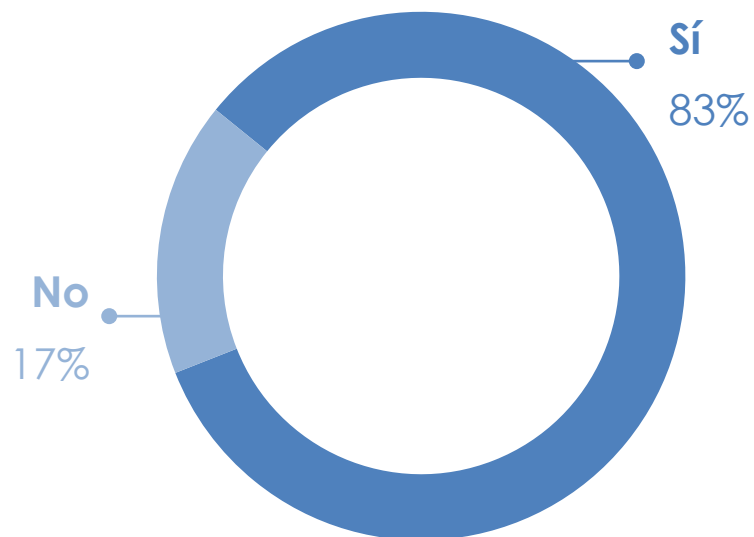


- Los diferentes procesos de la compra on line son percibidos por una gran mayoría del colectivo consultado.

□ (P29) A CONTINUACIÓN LE VOY A MENCIONAR ALGUNOS MOMENTOS DEL PROCESO DE LA COMPRA ON LINE. ¿EN QUÉ MEDIDA CONSIDERA VD. QUE ESTOS MOMENTOS SON FÁCILES DE REALIZAR?

Base: Personas que han realizado compras online

RECLAMACIONES O DEVOLUCIONES



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	83%	85%	81%	93%	90%	89%	83%	81%	70%	73%
No	17%	15%	19%	7%	10%	11%	16%	19%	30%	27%

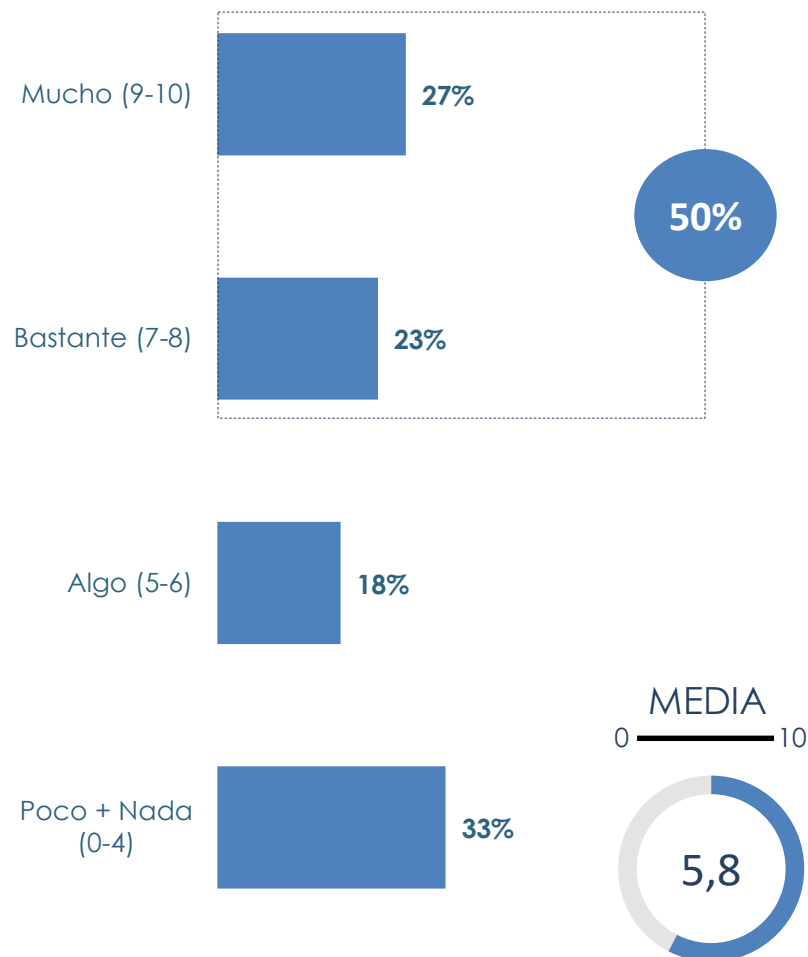
	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	83%	84%	80%	83%	74%	86%	93%	61%	79%	93%
No	17%	16%	20%	17%	26%	13%	7%	38%	20%	7%

- En el caso de que las personas entrevistadas sufriesen alguna incidencia con la compra, el 83% sabría cómo realizar una reclamación o devolución.
- Cabe destacar también cómo hasta un 74% de aquellas personas que se sienten más excluidas del entorno digital también sabrían cómo realizar la reclamación o devolución.

□ (P31) EN CASO DE QUE SUFRIESE ALGUNA INCIDENCIA CON ALGUNA COMPRA ON LINE, ¿SABRÍA COMO REALIZAR UNA RECLAMACIÓN O DEVOLUCIÓN?

Base: Personas que han realizado compras on line

PREDISPOSICIÓN A REALIZAR COMPRAS ONLINE



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Mucho (9-10)	27%	31%	23%	53%	57%	42%	25%	20%	12%	5%
Bastante (7-8)	23%	24%	22%	25%	28%	30%	27%	23%	16%	11%
Algo (5-6)	18%	16%	19%	19%	11%	12%	24%	20%	17%	16%
Poco + Nada (0-4)	33%	29%	36%	3%	4%	16%	25%	36%	55%	68%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Mucho (9-10)	27%	26%	27%	28%	11%	32%	59%	11%	17%	45%
Bastante (7-8)	23%	22%	18%	26%	16%	32%	26%	7%	27%	29%
Algo (5-6)	18%	19%	21%	15%	23%	16%	6%	12%	25%	14%
Poco + Nada (0-4)	33%	33%	34%	31%	49%	20%	9%	69%	30%	12%

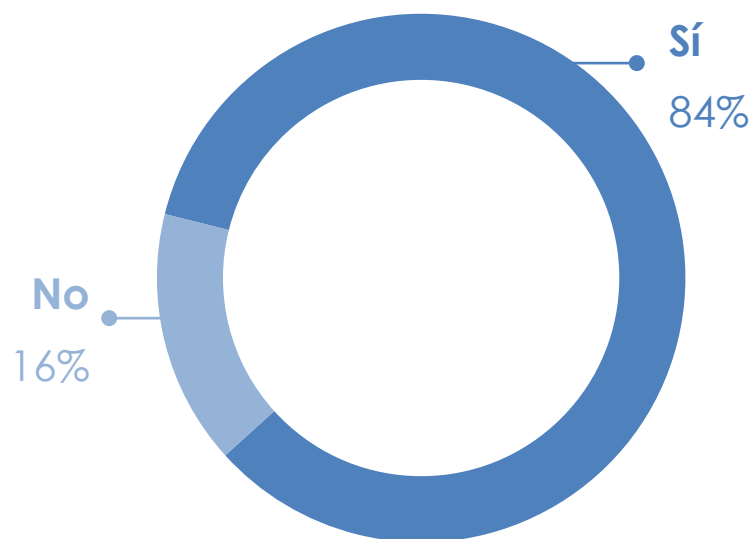
□ (P34) CON LA VISTA PUESTA EN EL FUTURO, ¿CUÁL ES SU NIVEL DE PREDISPOSICIÓN A REALIZAR MÁS COMPRAS ON LINE?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras**
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

BANCA ONLINE Y BANCA MÓVIL



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	84%	89%	80%	93%	98%	97%	91%	88%	71%	41%
No	16%	11%	20%	7%	2%	3%	9%	12%	29%	59%

	TOTAL	T.H.			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	84%	83%	89%	85%	52%	93%	97%
No	16%	17%	11%	15%	48%	7%	3%

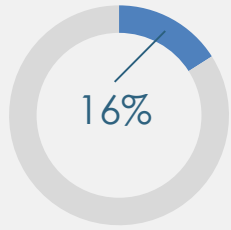
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	84%	23%	78%	94%	98%	97%
No	16%	77%	22%	6%	2%	3%

- La gran mayoría de la población vasca entrevistada utiliza la banca on line o la banca móvil.
- Se aprecian algunas diferencias en función de la edad, variable que está directamente relacionada con el nivel tecnológico e informático.

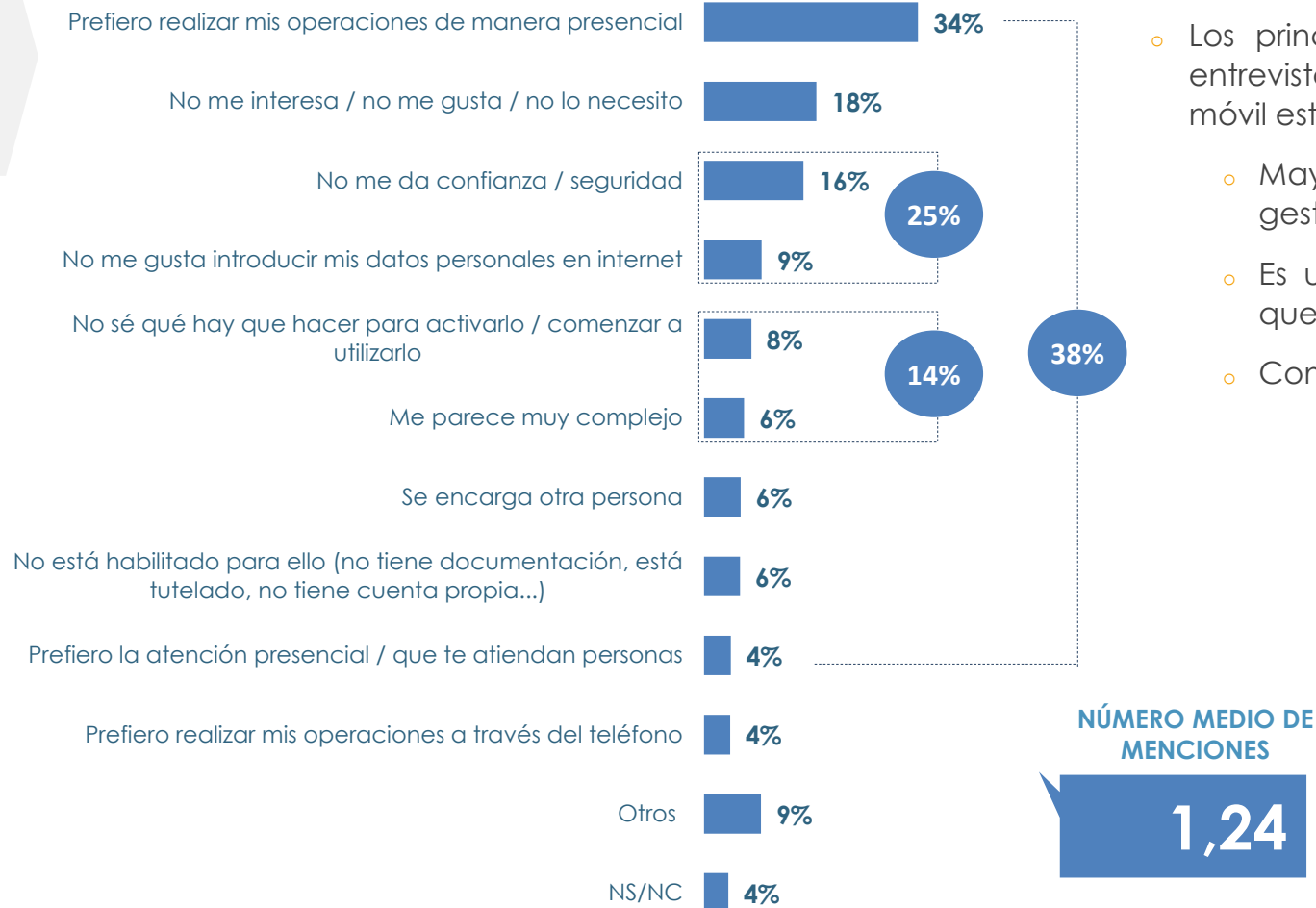
□ (P35) A CONTINUACIÓN HABLAREMOS DE LA RELACIÓN QUE TIENE CON SU BANCO ¿DISPONE VD. DE BANCA ON LINE O BANCA MÓVIL?

Base: Total de las personas entrevistadas

MOTIVOS PARA NO UTILIZAR LA BANCA ONLINE



Personas que no disponen de banca online o banca móvil

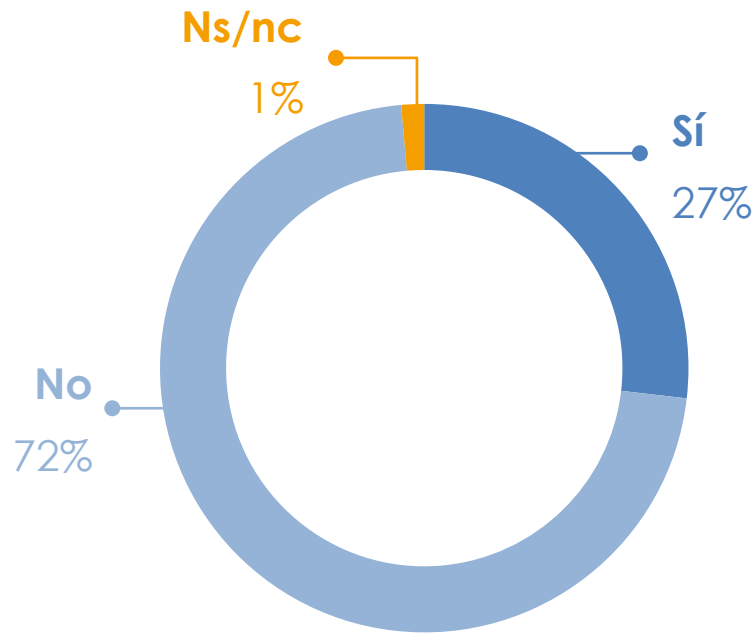


- Los principales motivos por los que las personas entrevistadas no utilizan la banca online o la banca móvil están relacionados con:
 - Mayor preferencia a realizar los trámites y la gestión con la banca de manera presencial.
 - Es un canal de comunicación con la banca que genera desconfianza o inseguridad.
 - Complejidad y falta de conocimientos.

□ (P36) ¿POR QUÉ NO?

Base: Personas que no disponen de banca online o banca móvil

PERCEPCIÓN DE EXCLUSIÓN DE OFERTAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	27%	25%	29%	31%	33%	23%	23%	24%	31%	35%
No	72%	74%	70%	69%	67%	77%	73%	76%	68%	62%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			BANCA ON LINE	
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Sí	No
Sí	27%	27%	28%	26%	29%	24%	26%	25%	39%
No	72%	72%	70%	73%	70%	74%	74%	74%	58%

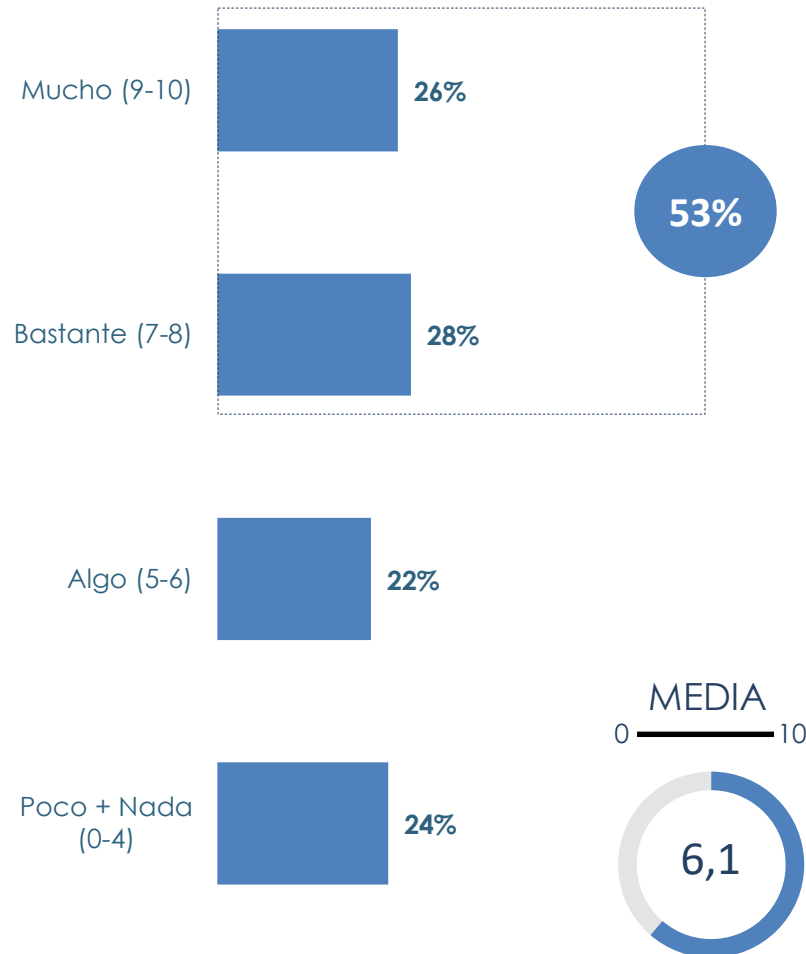
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	27%	41%	34%	20%	23%	26%
No	72%	57%	65%	78%	75%	74%

- El 27% considera que están excluidos de algunos productos, servicios, promociones u ofertas, ya que solamente están disponibles o sólo se comunican mediante algunos medios online.
- En este caso no existen diferencias significativas entre los diferentes colectivos analizados.

□ (P37) Y, ¿SIENTE VD. QUE HAY ALGÚN TIPO DE PRODUCTO, SERVICIO, PROMOCIÓN U OFERTAS DE LAS QUE PUEDE QUEDAR EXCLUIDO/A DEBIDO A QUE SOLO SE COMUNICAN O SOLO SE PUEDEN CONTRATAR A TRAVÉS DE LA BANCA ON LINE O MÓVIL?

Base: Total de las personas entrevistadas

PREDISPOSICIÓN DE CONOCER LOS USOS DE LA BANCA ONLINE



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Mucho (9-10)	26%	29%	23%	25%	44%	34%	34%	21%	18%	6%
Bastante (7-8)	28%	29%	26%	35%	32%	34%	22%	30%	23%	19%
Algo (5-6)	22%	22%	22%	28%	20%	20%	26%	23%	24%	5%
Poco + Nada (0-4)	24%	20%	28%	12%	5%	12%	18%	25%	33%	70%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			BANCA ON LINE	
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Sí	No
Mucho (9-10)	26%	28%	21%	24%	13%	30%	52%	30%	1%
Bastante (7-8)	28%	29%	22%	27%	21%	36%	31%	31%	7%
Algo (5-6)	22%	20%	29%	22%	29%	18%	9%	23%	15%
Poco + Nada (0-4)	24%	22%	28%	26%	37%	14%	7%	15%	77%

- El 53% se muestra muy o bastante dispuesta a conocer y aprender los diferentes usos de los que dispone la banca online o la banca móvil,
- En este caso, la predisposición vuelve a ser algo menor entre las personas no usuarias de la banca online o móvil.

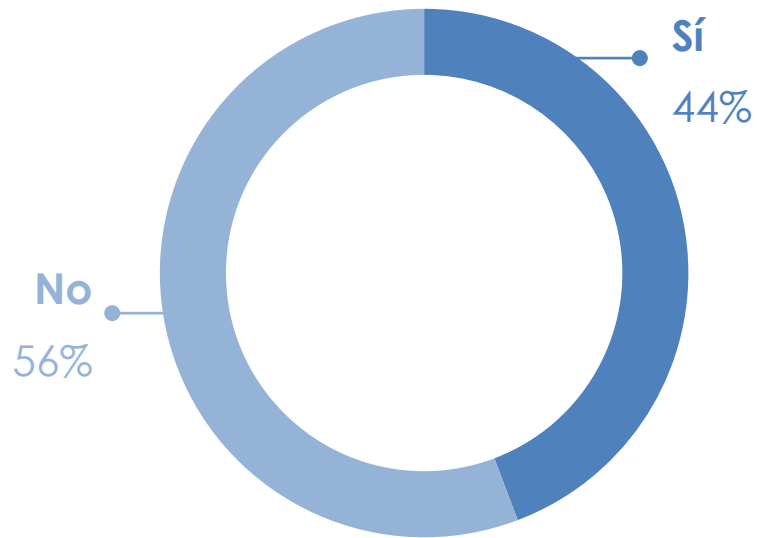
□ (P38) Y, ¿CUÁL ES SU NIVEL DE PREDISPOSICIÓN DE APRENDER ACERCA DE LOS DIFERENTES USOS DE LA BANCA ONLINE O MÓVIL?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones**
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

COMUNICACIÓN ONLINE CON LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	44%	51%	38%	41%	51%	47%	49%	47%	37%	25%
No	56%	48%	62%	59%	49%	53%	50%	53%	62%	75%

	TOTAL	T.H.			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	44%	44%	37%	48%	26%	37%	61%
No	56%	56%	63%	52%	74%	63%	38%

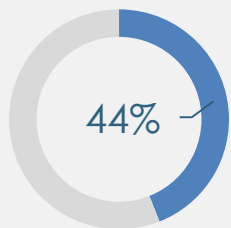
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	44%	4%	28%	49%	64%	84%
No	56%	96%	71%	51%	35%	16%

- El 44% de la población vasca consultada se comunica con su compañía de teléfono o de internet a través de medios online.

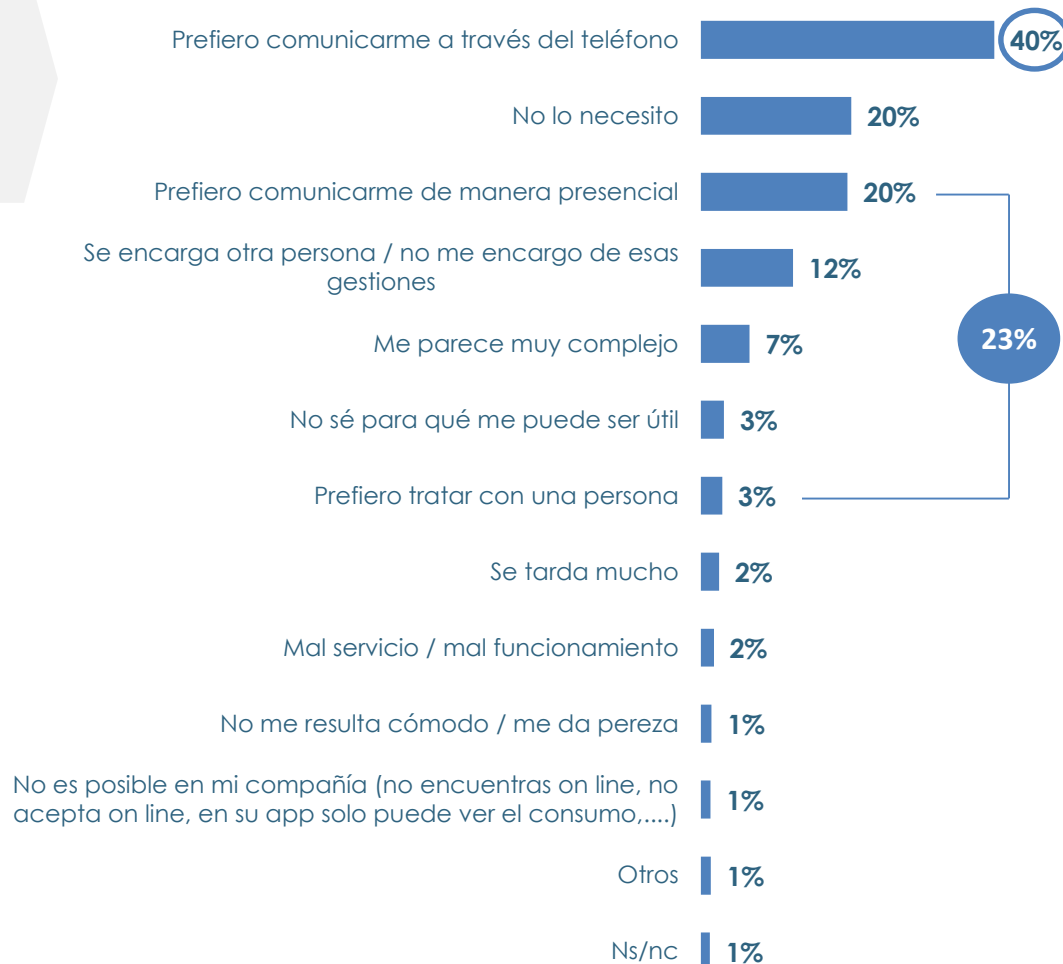
□ (P39) A CONTINUACIÓN HABLAREMOS DE LA RELACIÓN CON SU COMPAÑÍA DE TELÉFONO E INTERNET DE LA QUE ES CLIENTE, ¿SE COMUNICA VD. CON SU COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES A TRAVÉS DE MEDIOS ONLINE?

Base: Total de las personas entrevistadas

MOTIVOS PARA NO COMUNICARSE DE MANERA ONLINE



Personas que no se comunican de manera online con su compañía de telecomunicaciones



- Las principales razones por las que las personas entrevistadas no utilizan los medios online para comunicarse con su compañía de telecomunicaciones:
 - Preferencia del teléfono.
 - No necesitan comunicarse de manera online.
 - Preferencia de lo presencial.

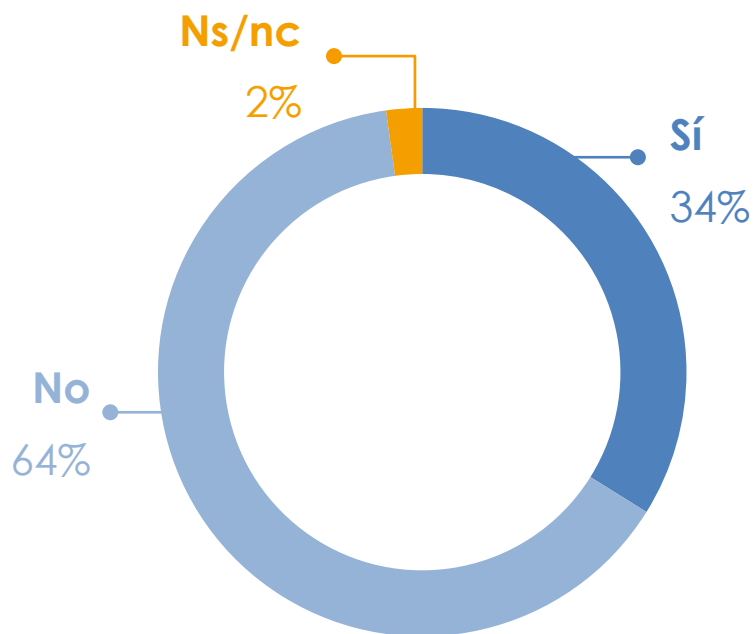
NÚMERO MEDIO DE MENCIONES

1,17

□ (P40) ¿POR QUÉ NO?

Base: Personas que no se comunican de manera online con su compañía de telecomunicaciones

PERCEPCIÓN DE EXCLUSIÓN DE OFERTAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	34%	32%	35%	39%	27%	34%	40%	32%	33%	29%
No	64%	67%	61%	58%	72%	64%	59%	66%	64%	66%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			TELECOMUNICACIONES	
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Sí	No
Sí	34%	34%	31%	35%	41%	33%	17%	27%	40%
No	64%	65%	66%	62%	56%	65%	82%	72%	57%

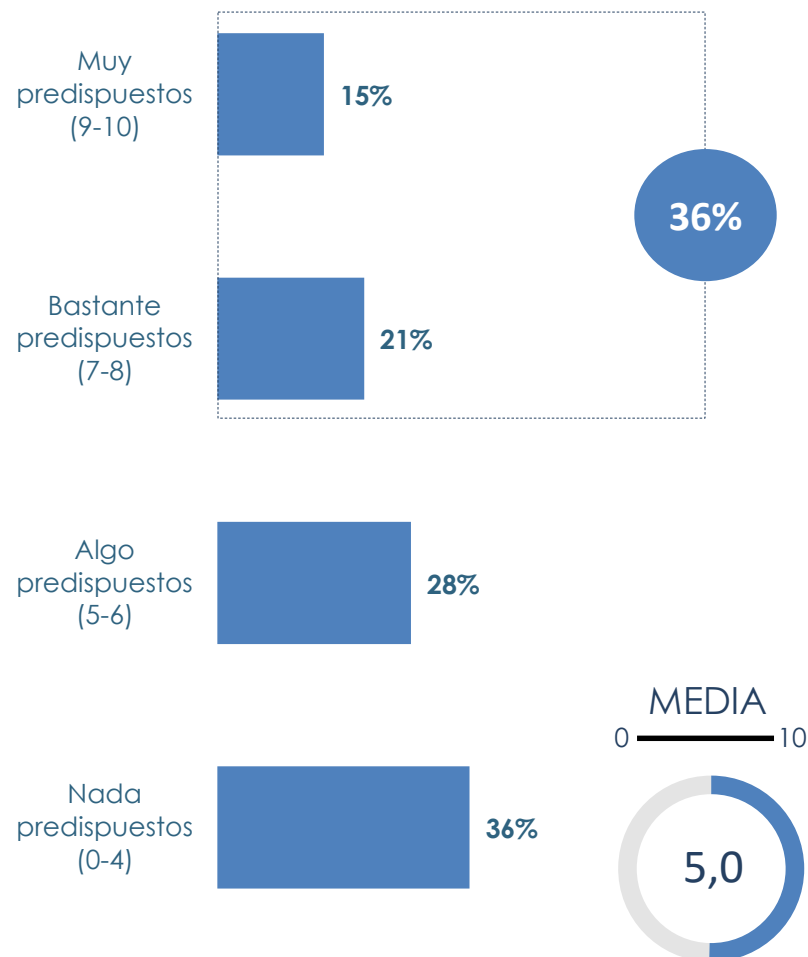
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	34%	39%	42%	37%	23%	16%
No	64%	56%	54%	63%	75%	83%

- Una tercera parte cree que debido a que las compañías de telecomunicaciones ofertan algunos de sus productos, servicios, ofertas o promociones tan sólo mediante medios online pueden quedar excluidos.

□ (P41) Y ¿CONSIDERA VD. QUE EXISTE ALGÚN TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO, OFERTA O PROMOCIÓN DE LOS QUE PUEDE QUEDAR EXCLUIDO/A DEBIDO A QUE SOLO SE COMUNICAN O SOLO SE PUEDEN CONTRATAR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS ON LINE?

Base: Total de las personas entrevistadas

PREDISPOSICIÓN A AUMENTAR LA COMUNICACIÓN ONLINE



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Muy predispuestos (9-10)	15%	17%	14%	19%	34%	27%	18%	11%	3%	6%
Bastante predispuestos (7-8)	21%	25%	17%	20%	28%	19%	24%	19%	19%	20%
Algo predispuestos (5-6)	28%	27%	28%	41%	21%	30%	22%	31%	29%	16%
Nada predispuestos (0-4)	36%	30%	41%	20%	18%	23%	35%	40%	49%	56%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada
Muy predispuestos (9-10)	15%	14%	16%	16%	7%	19%	31%
Bastante predispuestos (7-8)	21%	21%	19%	21%	13%	25%	35%
Algo predispuestos (5-6)	28%	28%	27%	28%	30%	32%	15%
Nada predispuestos (0-4)	36%	36%	37%	35%	50%	23%	18%

- Un 36% admite estar muy o bastante predispuesto/a a aumentar el contacto con su compañía de telecomunicaciones a través de medios online.

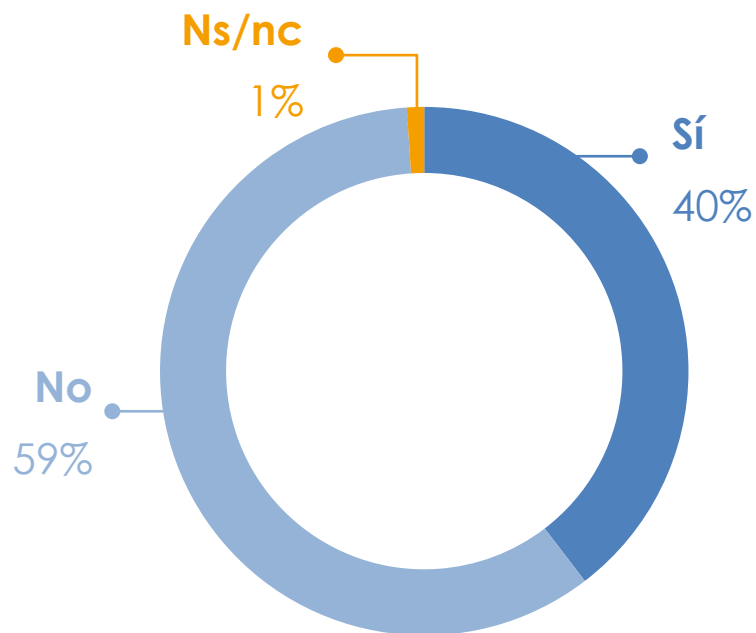
□ (P42) ¿CUÁL ES SU NIVEL DE PREDISPOSICIÓN DE AUMENTAR EL USO DE LOS MEDIOS ONLINE PARA RELACIONARSE CON SU COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES EN LA ESCALA DE 0 “NADA PREDISPUERTO/A” A 10 “MUY PREDISPUERTO/A”?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético**
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

COMUNICACIÓN ONLINE CON LAS EMPRESAS DE ELECTRICIDAD Y GAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	40%	46%	33%	9%	40%	46%	50%	40%	40%	24%
No	59%	52%	66%	90%	57%	51%	49%	60%	60%	76%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	40%	40%	37%	39%	32%	46%	49%	16%	44%	50%
No	59%	58%	62%	60%	67%	52%	51%	83%	54%	50%

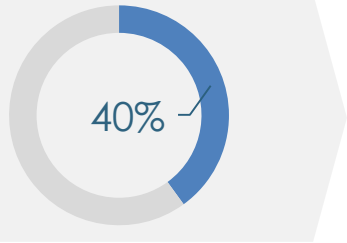
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	40%	3%	27%	42%	51%	61%
No	59%	97%	73%	55%	48%	39%

- En cuanto a la relación de la población vasca entrevistada con su compañía de electricidad o gas, un 40% admite mantener comunicaciones con estas compañías mediante diferentes medios online.

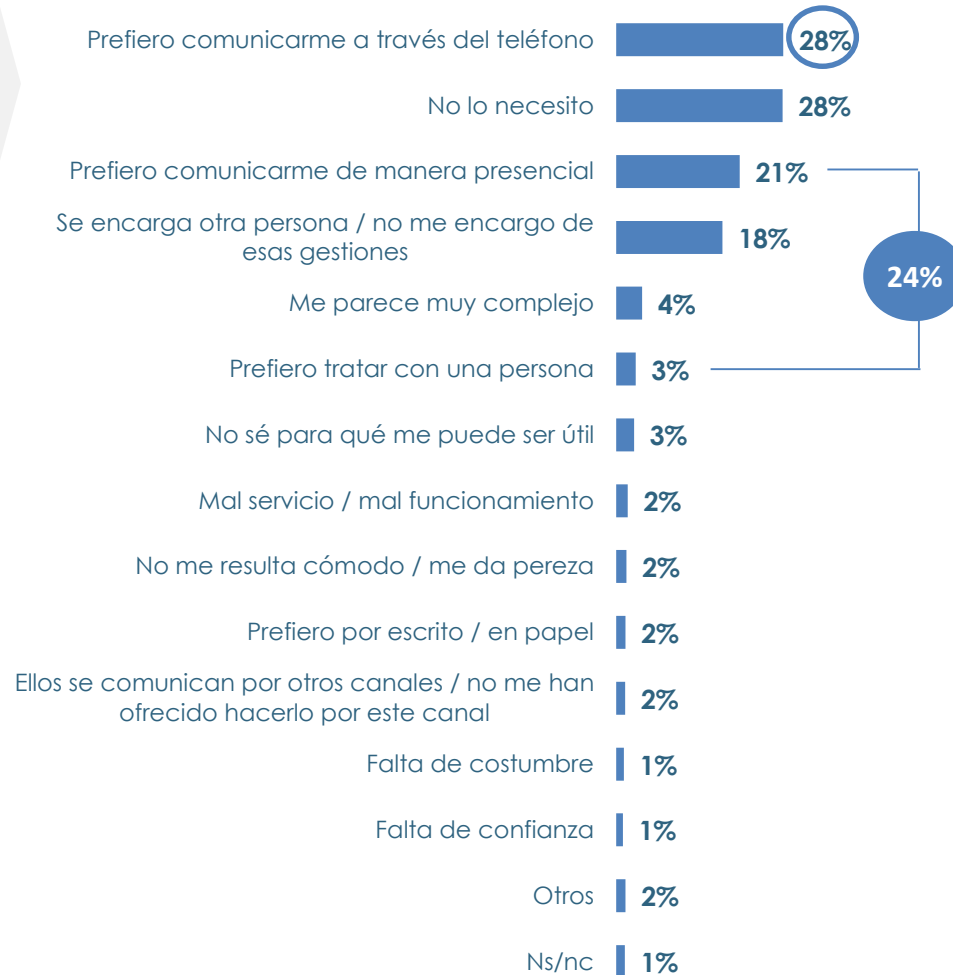
□ (P43) AHORA HABLAREMOS DE LA RELACIÓN CON SU COMPAÑÍA DE ELECTRICIDAD O GAS ¿SE COMUNICA VD. DE MANERA ONLINE CON ESTA COMPAÑÍA?

Base: Total de las personas entrevistadas

MOTIVOS PARA NO COMUNICARSE ONLINE



Personas que no se comunican online con su compañía de electricidad o gas



- Las personas que no utilizan este medio de contacto, dicen no hacerlo debido a:
 - Prefieren hacerlo mediante el teléfono o de manera presencial.
 - No necesitan mantener ningún contacto online con su empresa de electricidad o gas.
 - Existen otras personas de su alrededor que se encargan de estas gestiones.

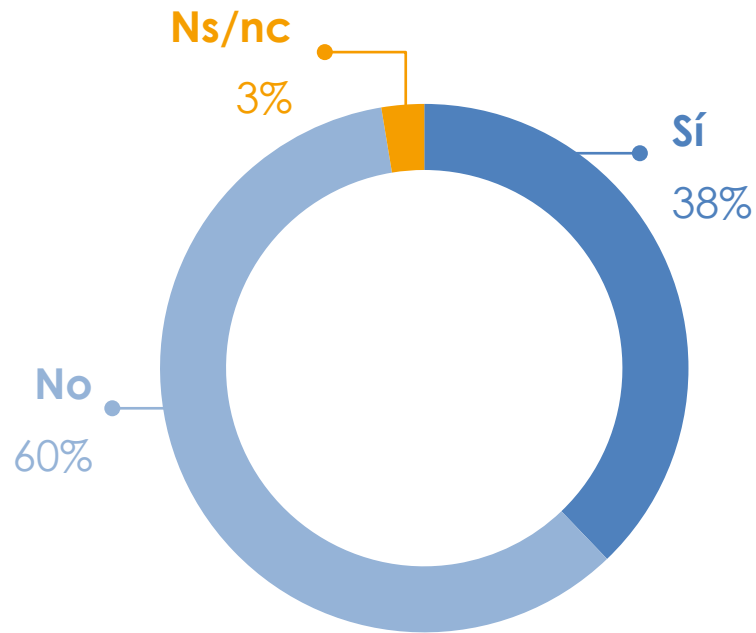
NÚMERO MEDIO DE MENCIONES

1,20

□ (P44) ¿POR QUÉ NO?

Base: Personas que no se comunican online con su compañía de electricidad o gas

PERCEPCIÓN DE EXCLUSIÓN DE OFERTAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	38%	35%	41%	54%	36%	32%	36%	38%	40%	35%
No	60%	62%	57%	35%	59%	64%	62%	60%	60%	63%

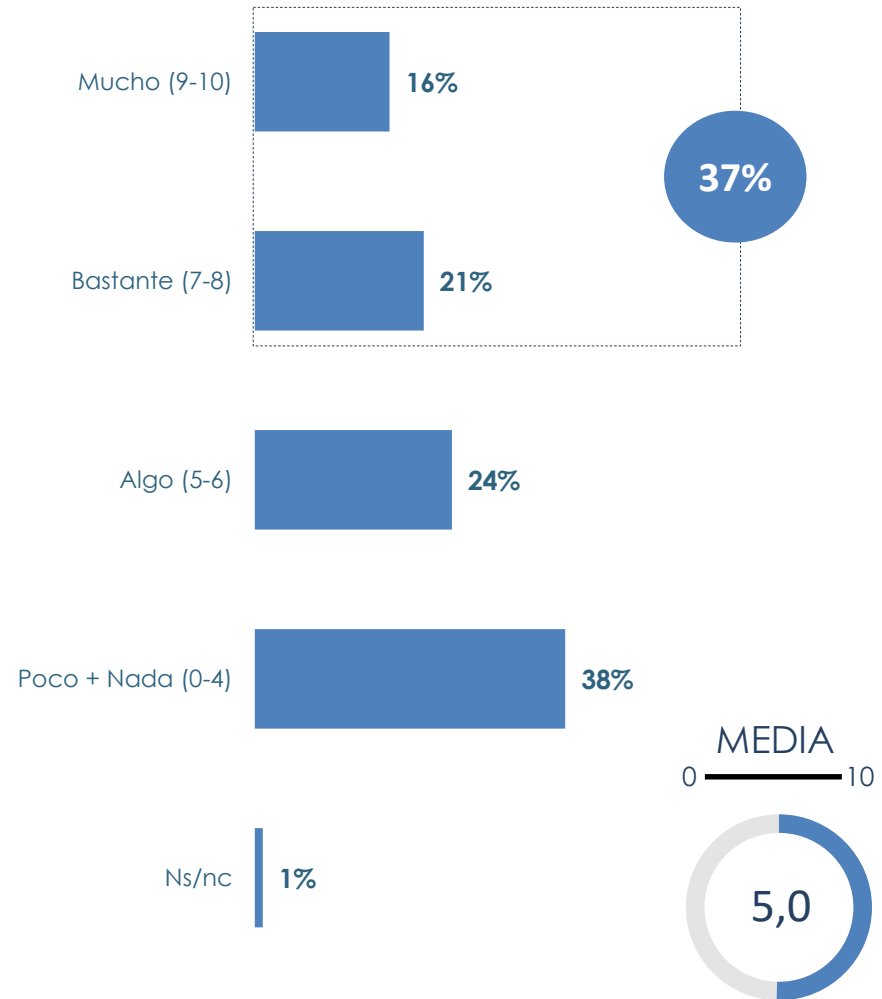
	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			SECTOR ENERGÉTICO ONLINE	
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Sí	No
Sí	38%	40%	43%	32%	40%	33%	41%	33%	41%
No	60%	58%	52%	65%	58%	64%	55%	66%	56%

- En el caso de las empresas del sector energético, un 38% considera que debido a que estas empresas ofertan algunos de sus productos servicios o promociones sólo a través de medios online se están perdiendo algunos de ellos.

□ (P48) Y ¿CONSIDERA VD. QUE EXISTE ALGÚN TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO, OFERTA O PROMOCIÓN DE LOS QUE PUEDE QUEDAR EXCLUIDO/A DEBIDO A QUE SOLO SE COMUNICAN O SOLO SE PUEDEN CONTRATAR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS ON LINE?

Base: Total de las personas entrevistadas

PREDISPOSICIÓN A AUMENTAR LA COMUNICACIÓN ONLINE



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18- 25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Mucho (9-10)	16%	20%	13%	6%	30%	20%	19%	15%	12%	9%
Bastante (7-8)	21%	25%	17%	22%	28%	38%	18%	16%	15%	16%
Algo (5-6)	24%	22%	26%	36%	21%	17%	26%	30%	23%	8%
Poco + Nada (0-4)	38%	32%	43%	35%	21%	23%	34%	40%	50%	65%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			SECTOR ENERGÉTICO ONLINE	
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Sí	No
Mucho (9-10)	16%	16%	15%	19%	8%	22%	32%	28%	9%
Bastante (7-8)	21%	21%	20%	20%	11%	29%	34%	30%	14%
Algo (5-6)	24%	26%	18%	24%	26%	24%	18%	30%	21%
Poco + Nada (0-4)	38%	36%	45%	37%	54%	23%	17%	13%	55%

- Un 37% de las personas entrevistadas expresa estar muy o bastante predispuesta a aumentar el uso de los medios digitales para relacionarse con su compañía de electricidad o gas. Aún así, otro 38% confiesa estar nada predispuesta.

□ (P49) ¿CUÁL ES SU NIVEL DE PREDISPOSICIÓN DE AUMENTAR EL USO DE LOS MEDIOS ONLINE PARA RELACIONARSE CON SU COMPAÑÍA DE ELECTRICIDAD O GAS?

Base: Total de las personas entrevistadas

¿CREE QUE EXISTE ALGÚN TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO, OFERTA O PROMOCIÓN DE LOS QUE PUEDE QUEDAR EXCLUIDO/A DEBIDO A QUE SOLO SE COMUNICAN ONLINE?



Entidades financieras — 27%



Compañías de telecomunicaciones — 34%



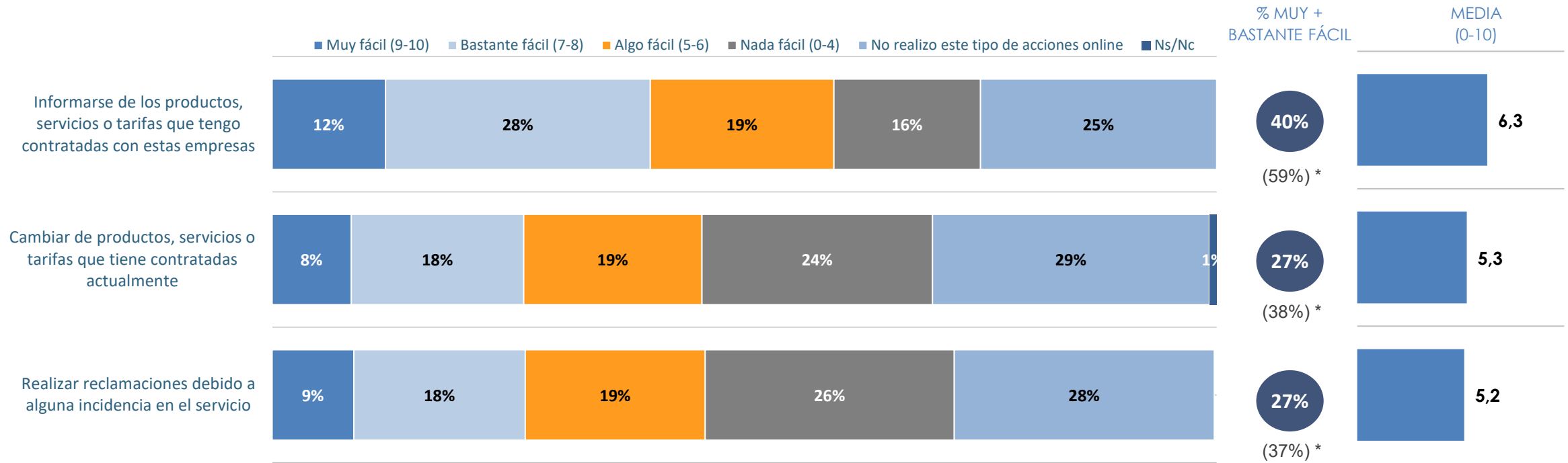
Compañías energéticas y de gas — 38%

- Existe una parte importante de la población vasca que percibe la exclusión de los productos, servicio, ofertas o promociones que estas empresas ofertan solamente a través de los medios online.
- Se percibe un mayor nivel de alejamiento-exclusión con las compañías de telecomunicaciones y energéticas.

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas**
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide

FACILIDAD DEL SERVICIO ONLINE DE LAS EMPRESAS



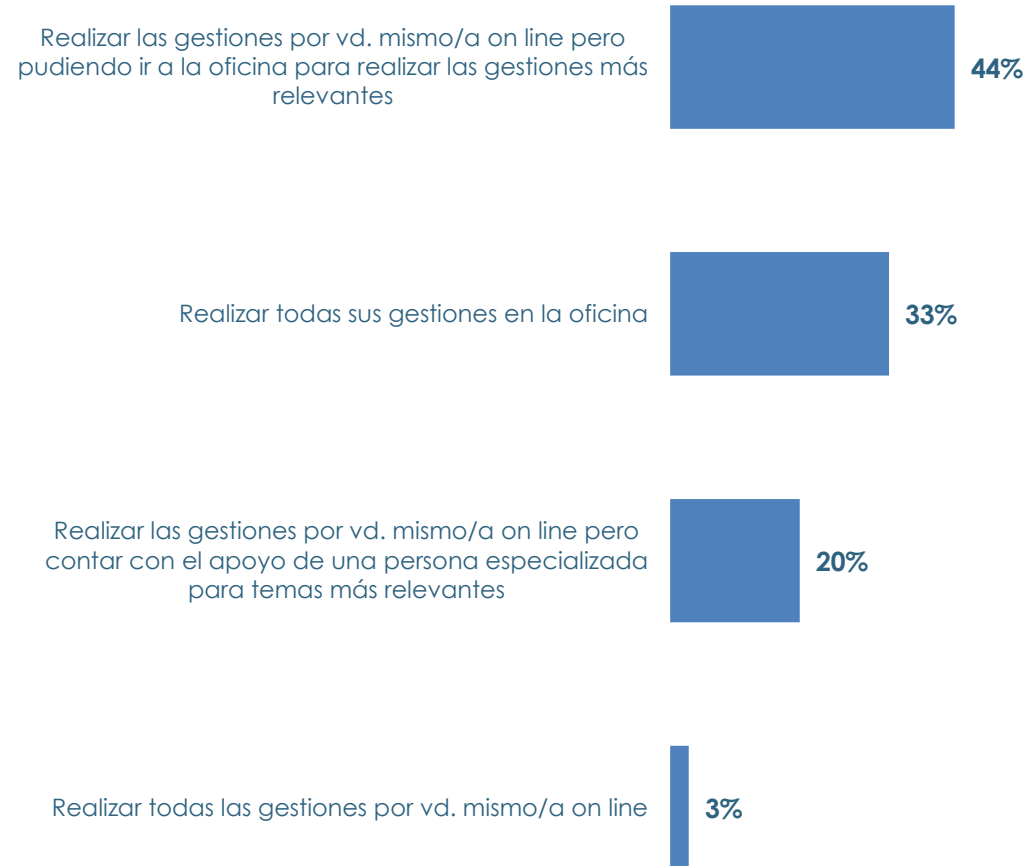
- Entre las diferentes situaciones relacionadas con el uso de los medios digitales para la comunicación con las empresas, la búsqueda de información acerca de productos, servicios o tarifas que ya tienen contratadas es la considerada más fácil.
- Por otra parte, se sitúan “Cambiar de productos, servicios o tarifas que tiene contratadas actualmente” y “Realizar reclamaciones debido a alguna incidencia en el servicio”, ambas son consideradas muy o bastante fáciles para el 27% de las personas entrevistadas.

□ (P50) LE VOY A MENCIONAR ALGUNAS ACCIONES QUE SE PUEDEN REALIZAR ONLINE CON SU BANCO, COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES O COMPAÑÍA DE ELECTRICIDAD Y GAS. ¿EN QUÉ MEDIDA CREE VD. QUE SON FÁCILES DE REALIZAR?

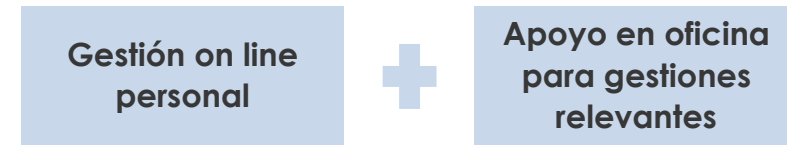
Total de las personas entrevistadas

*Base: Personas que sí realizan estas acciones online

CANALES PARA REALIZAR LAS GESTIONES CON LAS EMPRESAS



- o La opción más aceptada es:



- o La segunda opción más mencionada es realizar todas las gestiones en la oficina de manera presencial, por un un 33%.

□ (P52) Y EN GENERAL, ¿CÓMO LE GUSTARÍA REALIZAR SUS GESTIONES CON SU BANCO, COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES O COMPAÑÍA DE ELECTRICIDAD Y GAS?

Base: Total de las personas entrevistadas

NECESIDADES PARA INCREMENTAR EL USO DE LOS MEDIOS DIGITALES



- Sus principales necesidades o demandas son:
 - Disponer de oficinas de atención al cliente.
 - Disponer de oficinas de atención al consumidor.
 - Cursos de formación o talleres acerca de los medios digitales.
 - Recibir asesoramiento tanto en la compra como en el uso.

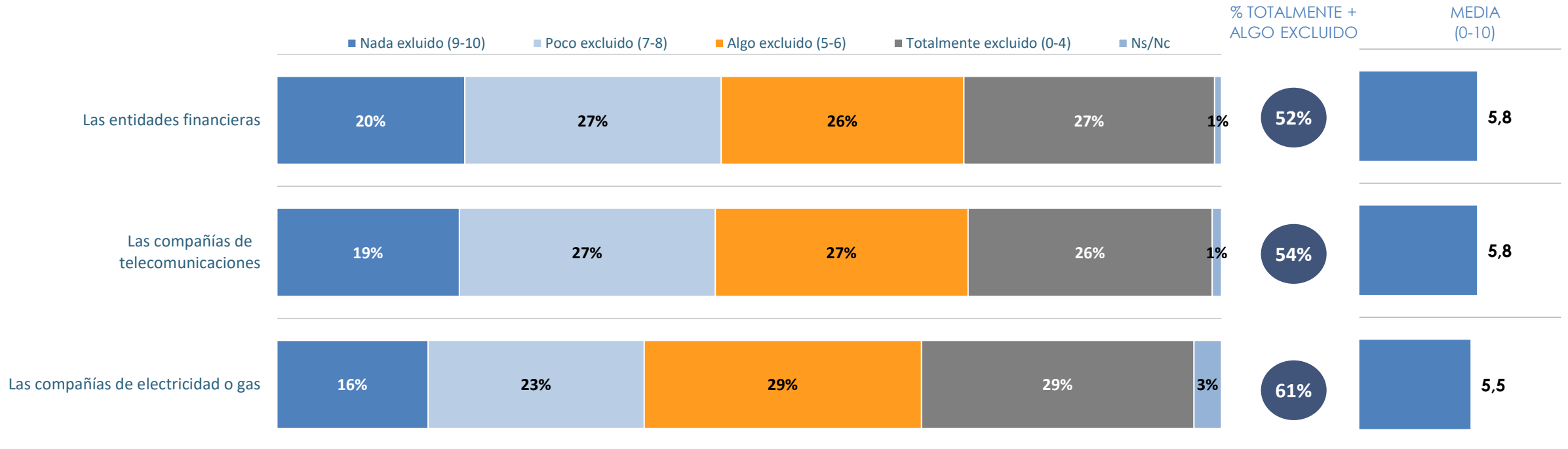
NÚMERO MEDIO DE MENCIONES

1,96

□ (P54) PARA PODER HACER UN MAYOR USO DE LOS MEDIOS DIGITALES ¿CUÁLES SON SUS PRINCIPALES NECESIDADES O DEMANDAS?

Base: Total de las personas entrevistadas

PERCEPCIÓN DE EXCLUSIÓN DE LAS EMPRESAS

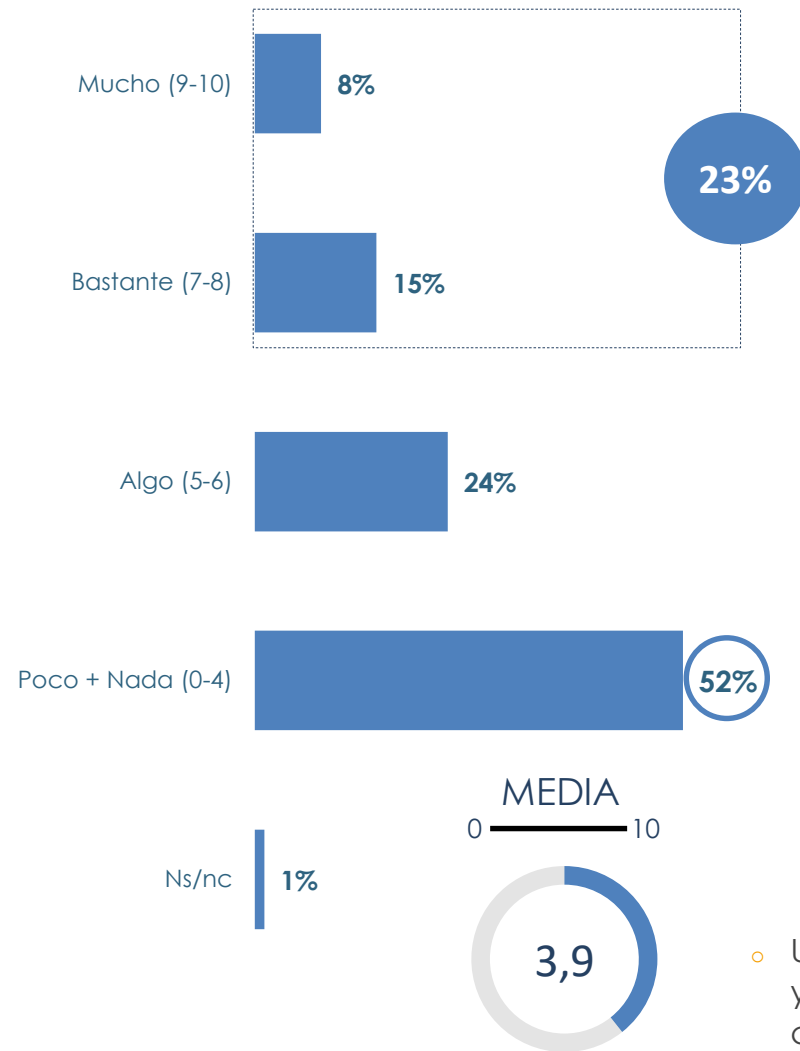


- Debido a que las empresas en general están evolucionando hacia un servicio más digital, más hacia internet, alrededor de una cuarta parte de las personas entrevistadas se siente totalmente excluido de las entidades financieras, las compañías de telecomunicaciones y de las empresas de electricidad y gas.

□ (P55) ACTUALMENTE LAS EMPRESAS EN GENERAL ESTÁN EVOLUCIONANDO HACIA UN SERVICIO MÁS DIGITAL, MÁS HACIA INTERNET. TENIENDO ESTO EN CUENTA, ¿EN QUÉ MEDIDA SE SIENTE VD. DISCRIMINADO O EXCLUIDO DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE ENTIDADES?

Base: Total de las personas entrevistadas

LA COMUNICACIÓN TRAS LA DIGITALIZACIÓN



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Mucho (9-10)	8%	9%	7%	20%	14%	9%	7%	7%	4%	4%
Bastante (7-8)	15%	17%	12%	21%	18%	15%	13%	15%	14%	12%
Algo (5-6)	24%	24%	23%	18%	27%	23%	27%	22%	23%	24%
Poco + Nada (0-4)	52%	49%	56%	41%	41%	53%	51%	55%	57%	59%

	TOTAL	PROVINCIA			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Mucho (9-10)	8%	8%	6%	9%	4%	9%	17%	1%	5%	15%
Bastante (7-8)	15%	14%	20%	14%	8%	18%	27%	6%	12%	24%
Algo (5-6)	24%	25%	21%	23%	21%	29%	22%	19%	26%	24%
Poco + Nada (0-4)	52%	52%	51%	54%	65%	43%	33%	73%	56%	36%

	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Mucho (9-10)	8%	1%	1%	4%	11%	32%
Bastante (7-8)	15%		7%	11%	29%	32%
Algo (5-6)	24%	2%	12%	37%	33%	20%
Poco + Nada (0-4)	52%	95%	79%	48%	25%	14%

- Un 23% cree que el proceso de la digitalización de las empresas logrará una comunicación más fluida y completa entre las personas consumidoras y su banco, compañía de telecomunicaciones o compañía de electricidad y gas, mientras que un 52% cree que lo hará poco o nada.

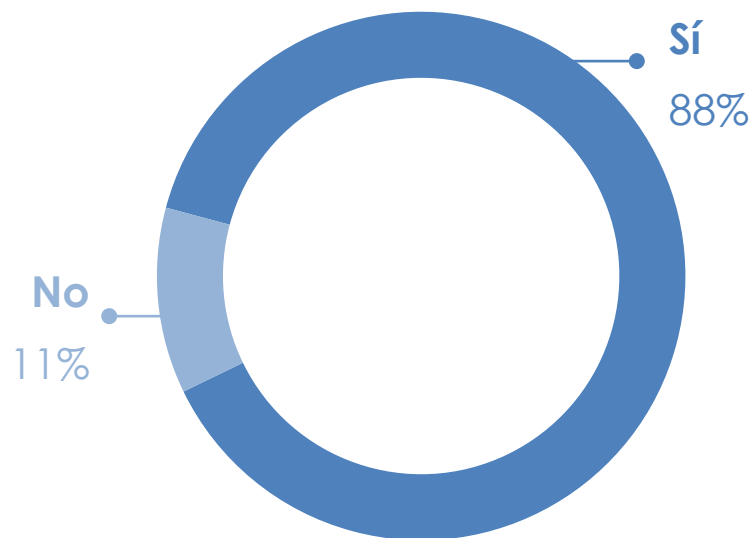
□ (P60) ¿CREE VD. QUE GRACIAS AL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TENDRÁ UNA COMUNICACIÓN MÁS FLUIDA Y COMPLETA CON SU BANCO, COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES O COMPAÑÍA DE ELECTRICIDAD O GAS?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras**
- B.11. Kontsumobide

LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS Y DERECHOS DIGITALES



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	88%	89%	88%	72%	87%	90%	90%	90%	91%	87%
No	11%	11%	12%	28%	13%	10%	10%	9%	9%	13%

	TOTAL	T.H.			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	88%	88%	89%	88%	87%	86%	92%
No	11%	12%	10%	12%	12%	14%	8%

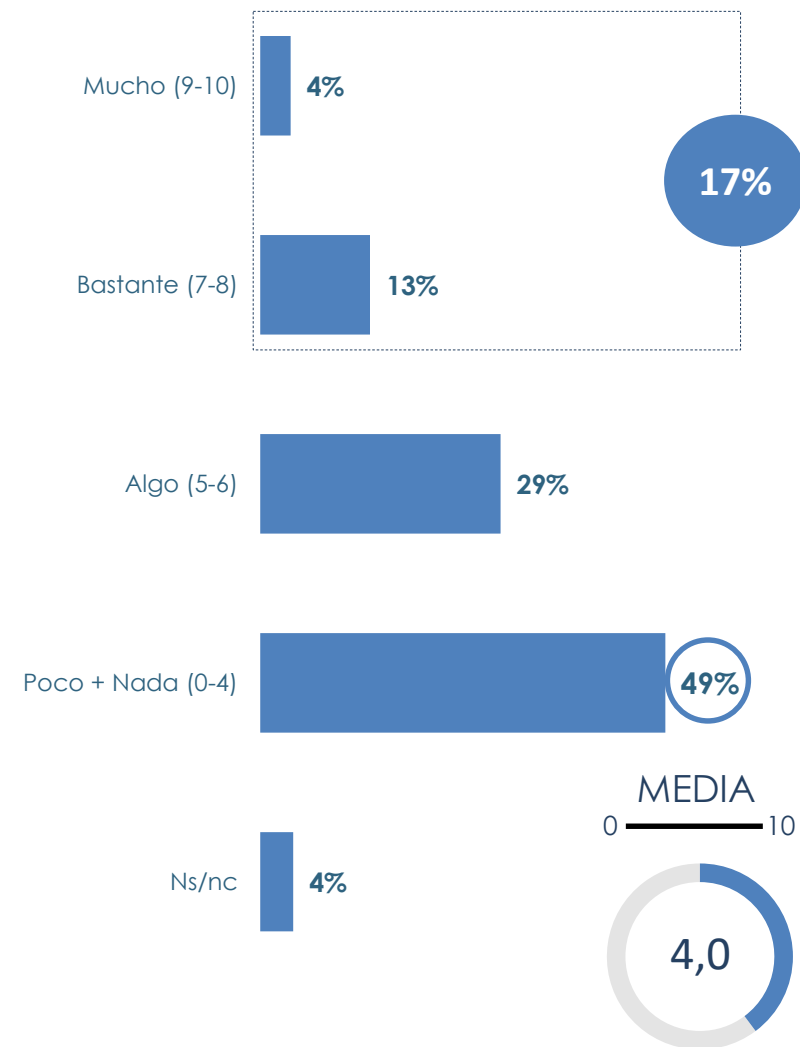
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	88%	84%	86%	89%	91%	94%
No	11%	15%	14%	11%	9%	6%

- Prácticamente el 90% de la población vasca entrevistada conoce que existe la ley orgánica de protección de los derechos digitales que garantiza los derechos digitales de la persona consumidora, siendo los más jóvenes quienes desconocían este aspecto en mayor medida.

□ (P61) ¿SABÍA VD. QUE EXISTE LA LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y GARANTÍA DE LOS DERECHOS DIGITALES QUE GARANTIZA SUS DERECHOS DIGITALES COMO PERSONA CONSUMIDORA?

Base: Total de las personas entrevistadas

LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS Y DERECHOS DIGITALES



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Mucho (9-10)	4%	3%	5%	8%	1%	4%	5%	5%	2%	0%
Bastante (7-8)	13%	14%	13%	19%	20%	15%	14%	13%	11%	4%
Algo (5-6)	29%	29%	30%	29%	36%	34%	31%	24%	30%	25%
Poco + Nada (0-4)	49%	50%	49%	39%	41%	43%	49%	53%	52%	62%

	TOTAL	T.H.			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Bajo	Intermedio	Avanzado
Mucho (9-10)	4%	4%	2%	5%	1%	5%	4%
Bastante (7-8)	13%	15%	12%	11%	6%	13%	18%
Algo (5-6)	29%	28%	28%	33%	26%	24%	37%
Poco + Nada (0-4)	49%	49%	54%	48%	62%	52%	39%

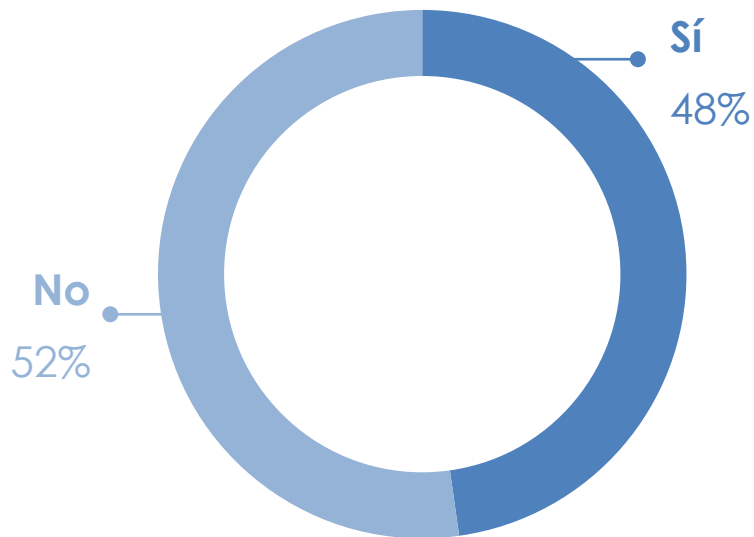
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Mucho (9-10)	4%	2%	2%	4%	3%	9%
Bastante (7-8)	13%	1%	10%	13%	16%	27%
Algo (5-6)	29%	25%	27%	28%	38%	29%
Poco + Nada (0-4)	49%	68%	54%	51%	40%	32%

- El 49% opina que esta ley no se cumple, que los derechos digitales no se garantizan en todo momento.

□ (P62) Y, ¿CREE QUE ESTA LEY SE CUMPLE? ¿QUÉ ALGUIEN SE PREOCUPA DE QUE SUS DERECHOS DIGITALES COMO PERSONA CONSUMIDORA ESTÉN GARANTIZADOS EN TODO MOMENTO?

Base: Total de las personas entrevistadas

VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DIGITALES



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Sí	48%	49%	47%	34%	44%	38%	49%	52%	56%	45%
No	52%	51%	53%	66%	56%	62%	51%	48%	44%	55%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Sí	48%	51%	46%	43%	42%	55%	51%	38%	49%	52%
No	52%	49%	54%	57%	58%	45%	49%	62%	51%	48%

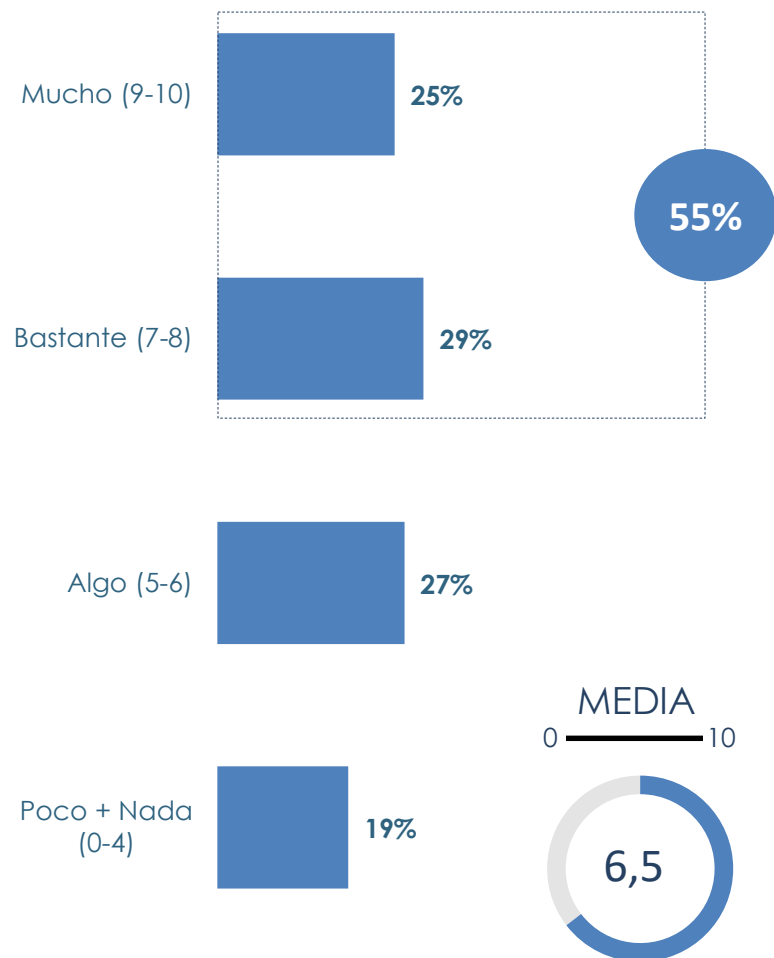
	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Sí	48%	40%	45%	50%	54%	46%
No	52%	60%	55%	50%	46%	54%

- Existe división de opiniones, el 48% reconoce saber cómo actuar o a quién acudir en caso de que sus derechos se viesen vulnerados, por el 52% que reconocen no saber cómo actuar.
- En todo caso existen un mayor desconocimiento entre las personas de 18 a 45 años, así como entre las personas de menor nivel tecnológico.

□ (P63) EN CASO DE QUE SUS DERECHOS COMO PERSONA CONSUMIDORA DIGITAL SE VIESEN VULNERADOS, ¿SABRÍA VD. CÓMO ACTUAR O A QUIEN ACUDIR?

Base: Total de las personas entrevistadas

INTERÉS EN CONOCER LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS



	TOTAL	GÉNERO		EDAD						
		Hombre	Mujer	18-25	26-35	36-45	46-55	56-64	65-75	Más de 75
Mucho (9-10)	25%	25%	25%	32%	32%	28%	25%	20%	28%	17%
Bastante (7-8)	29%	26%	33%	39%	32%	40%	37%	27%	20%	15%
Algo (5-6)	27%	31%	23%	22%	28%	24%	27%	32%	26%	19%
Poco + Nada (0-4)	19%	18%	19%	6%	8%	8%	11%	22%	26%	48%

	TOTAL	T.H.			EXCLUSIÓN DIGITAL			NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO		
		Bizkaia	Araba	Guipuzkoa	Muy	Algo	Nada	Bajo	Intermedio	Avanzado
Mucho (9-10)	25%	27%	21%	25%	19%	28%	38%	18%	20%	35%
Bastante (7-8)	29%	30%	33%	28%	26%	34%	31%	16%	32%	35%
Algo (5-6)	27%	24%	31%	28%	29%	28%	21%	26%	35%	20%
Poco + Nada (0-4)	19%	20%	15%	19%	27%	10%	11%	40%	14%	10%

	TOTAL	CATEGORIZACIÓN				
		Lejanos	Recelosos online	Moderados digitales	Habituales online	Expertos tecnológicos
Mucho (9-10)	25%	15%	20%	21%	31%	47%
Bastante (7-8)	29%	5%	25%	39%	34%	32%
Algo (5-6)	27%	20%	28%	31%	31%	13%
Poco + Nada (0-4)	19%	60%	27%	9%	5%	9%

- Además, un 55% expresa estar muy o bastante interesado/a en conocer más acerca de los derechos de las personas consumidoras y de los posibles riesgos que existen en los diferentes medios digitales.

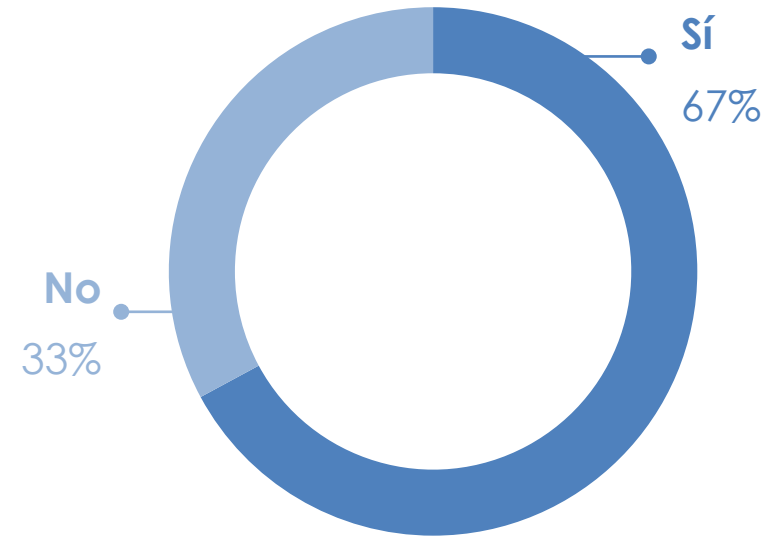
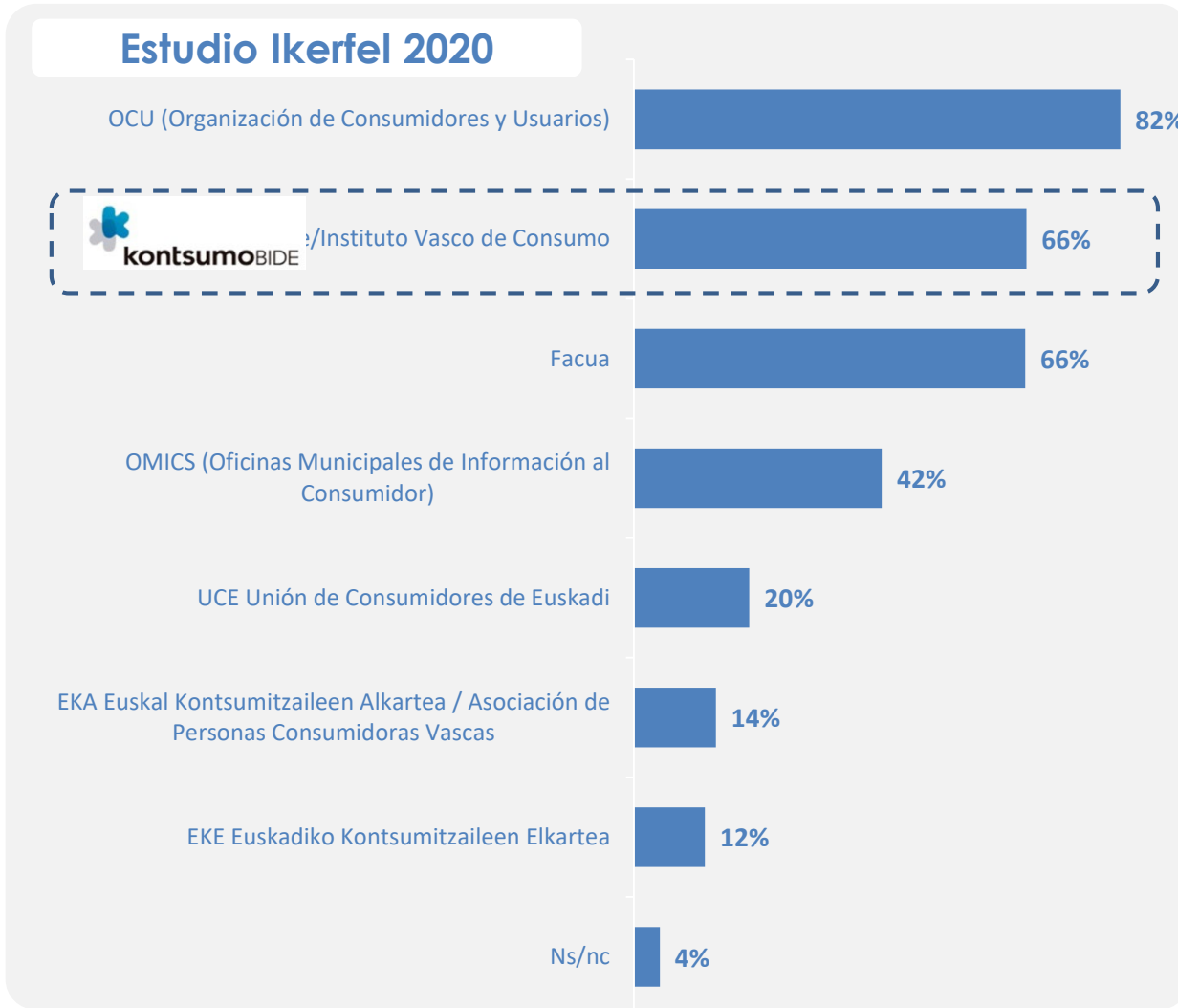
□ (P64) ¿CÓMO DE INTERESADO/A ESTARÍA VD. EN CONOCER MÁS ACERCA DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y DE LOS POSIBLES RIESGOS QUE EXISTEN EN LOS DIFERENTES MEDIOS DIGITALES?

Base: Total de las personas entrevistadas

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.0. Caracterización de las personas entrevistadas
- B.1. Hábitos y uso de internet
- B.2. La percepción hacia la tecnología y lo digital
- B.3. Gestiones con la administración pública
- B.4. La seguridad
- B.5. Las compras online
- B.6. Las entidades financieras
- B.7. Las empresas de telecomunicaciones
- B.8. El sector energético
- B.9. La comunicación con las empresas
- B.10. Los derechos de las personas consumidoras
- B.11. Kontsumobide**

KONTSUMOBIDE



- Hemos comparado los datos obtenidos en el actual estudio con el estudio realizado en 2020 sobre la imagen y posicionamiento de Kontsumobide y puede observarse una notoriedad sugerida similar.

DE LAS ENTIDADES DE DEFENSA DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS QUE LE CITO A CONTINUACIÓN, ¿CUÁLES CONOCE USTED AUNQUE SOLO SEA DE OÍDAS? (P.3) Pregunta del estudio de imagen y posicionamiento de 2020

(P21A) ¿SABE VD. LO QUE ES KONTSUMOBIDE (INSTITUTO VASCO DE CONSUMO), LE SUENA, AUNQUE SÓLO SEA DE OÍDAS?

Base: Total de las personas entrevistadas

Base: Total de las personas entrevistadas

C- CONSIDERACIONES FINALES



LOS HÁBITOS DE USO DE INTERNET EN EL PAÍS VASCO



Personas que disponen de conexión a Internet



92%

Conexión a internet de calidad

97%

86%

Personas que utilizan internet todos los días



Los equipos más utilizados son...

Teléfono móvil



Ordenador de mesa



Ordenador portátil



Tablet



Conocimientos informáticos y tecnológicos elevados

40%

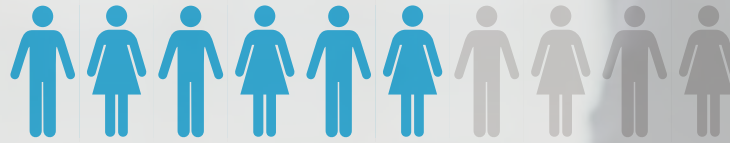
30%

Predisposición a aumentar los trámites con las administraciones de manera online



¿CUÁL ES EL SENTIMIENTO DEL PAÍS VASCO FRENTE AL AUMENTO DEL USO DE LOS MEDIOS DIGITALES?

Comodidad con el entorno digital



60% Muy + bastante cómodos/as

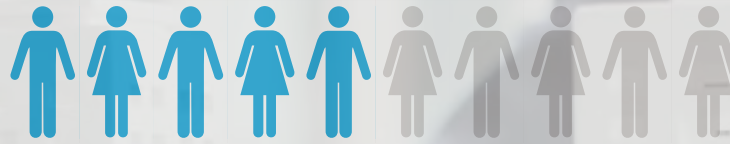


64%



55%

Exclusión del entorno digital



50% Totalmente + algo excluido



47%



53%



Exclusión de las empresas debido al servicio más digital



¿Necesita asesoramiento para utilizar los diferentes dispositivos digitales?



LAS COMPRAS ONLINE

Han realizado compras online



78%

+34%

Entre las personas mayores de 65 años

¿Cómo de fácil resulta realizar una compra online?

Muy + bastante fáciles

La entrega del producto 85%

A la hora de encontrar el producto 84%

A la hora de realizar el pago 80%

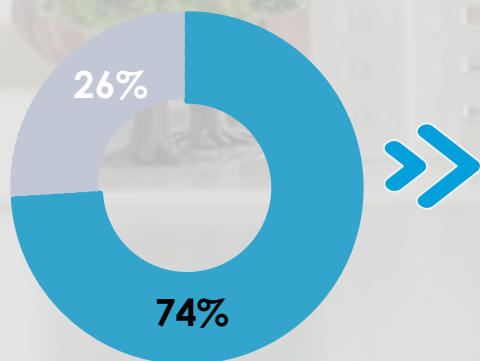
La confirmación de la compra 73%

¿Por qué no realizan compras online?

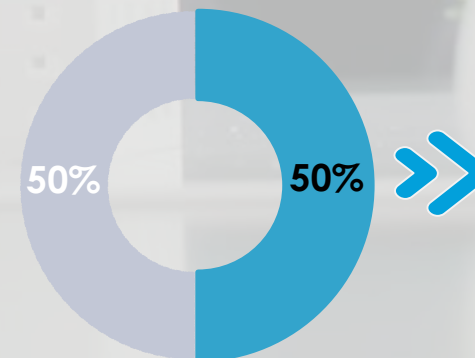
Compran en establecimientos físicos 37%

Falta de confianza 25%

Desconocimiento del procedimiento 20%



Conocen los derechos de las personas consumidoras digitales



Se muestran muy y bastante predispuestas a realizar más compras online

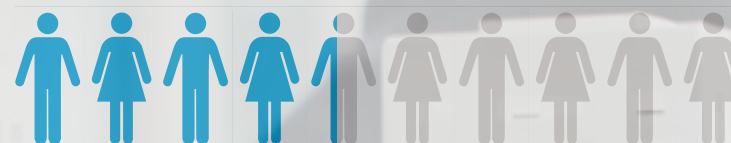
LA RELACIÓN CON LAS EMPRESAS

Personas usuarias de la Banca Online



84%

Comunicación online con las compañías de telecomunicaciones



44%

Comunicación online con las compañías energéticas y de gas



40%

Predisposición a utilizar más la comunicación online con las empresas

Bancos

53%



58%



49%

Compañías de telecomunicaciones

36%



42%



31%

Compañías energéticas y de gas

37%



45%



30%

LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y KONTSUMOBIDE

Conocen...

La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales

88%

Predisposición a conocer más sobre los derechos de las personas consumidoras

55%

KONTSUMOBIDE

67%

Los principales ámbitos de actuación de Kontsumobide...

Informar sobre consumo	24%
Presentar reclamaciones	16%
Defensa de la persona consumidora	16%
Informar de los derechos de las personas	14%
Asesorar sobre problemas de consumo	12%

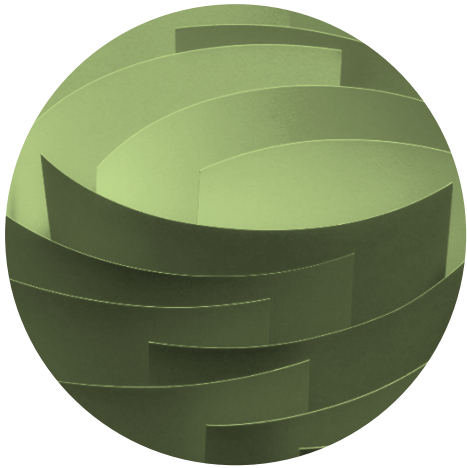
D- CATEGORIZACIÓN



Para realizar el análisis hemos seleccionado variables que corresponden a diferentes aspectos.

- Para realizar la categorización, se han seleccionado una serie de variables. En concreto, las **variables** que hemos seleccionado han sido:
 - **Comodidad** en el **entorno** con **incremento digital** (P.1).
 - **Exclusión** del **entorno** con **incremento digital** (P.1A)
 - **Conocimiento de temas tecnológicos e informáticos** (P.4)
 - **Frecuencia de conexión a internet** (P.14)
 - **Facilidad para realizar trámites online con la Administración Pública** (P.20)
 - **Predisposición a intensificar los trámites online con la Administración Pública** (P.21)
 - **Predisposición a intensificar las compras online** (P.34)
 - **Predisposición a intensificar la comunicación online con los bancos** (P.38)
 - **Predisposición a intensificar la comunicación online con las compañías de telecomunicaciones** (P.42)
 - **Predisposición a intensificar la comunicación online con las compañías energéticas** (P.49)
 - **Preferencia de tipo de comunicación con las empresas** (P.52)
 - Mejora de la comunicación de las empresas con las personas usuarias (P.60)
- Tras el análisis de estas variables hemos conseguido dividir la muestra en 5 grande colectivos...

Una vez analizadas las variables del estudio, identificamos cinco conglomerados entre las personas que hemos consultado.



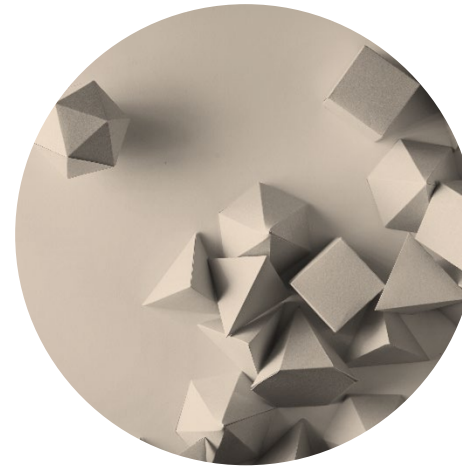
**Expertos
tecnológicos**



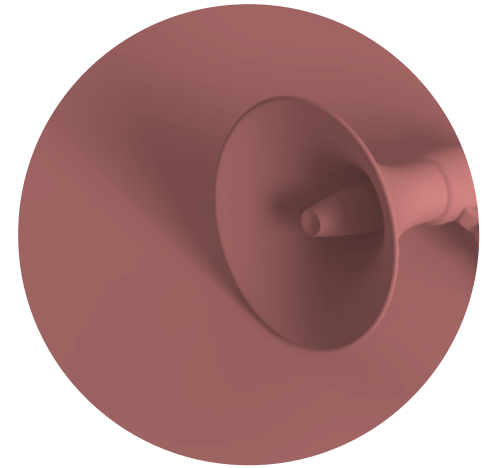
**Habituales
online**



**Moderados
digitales**

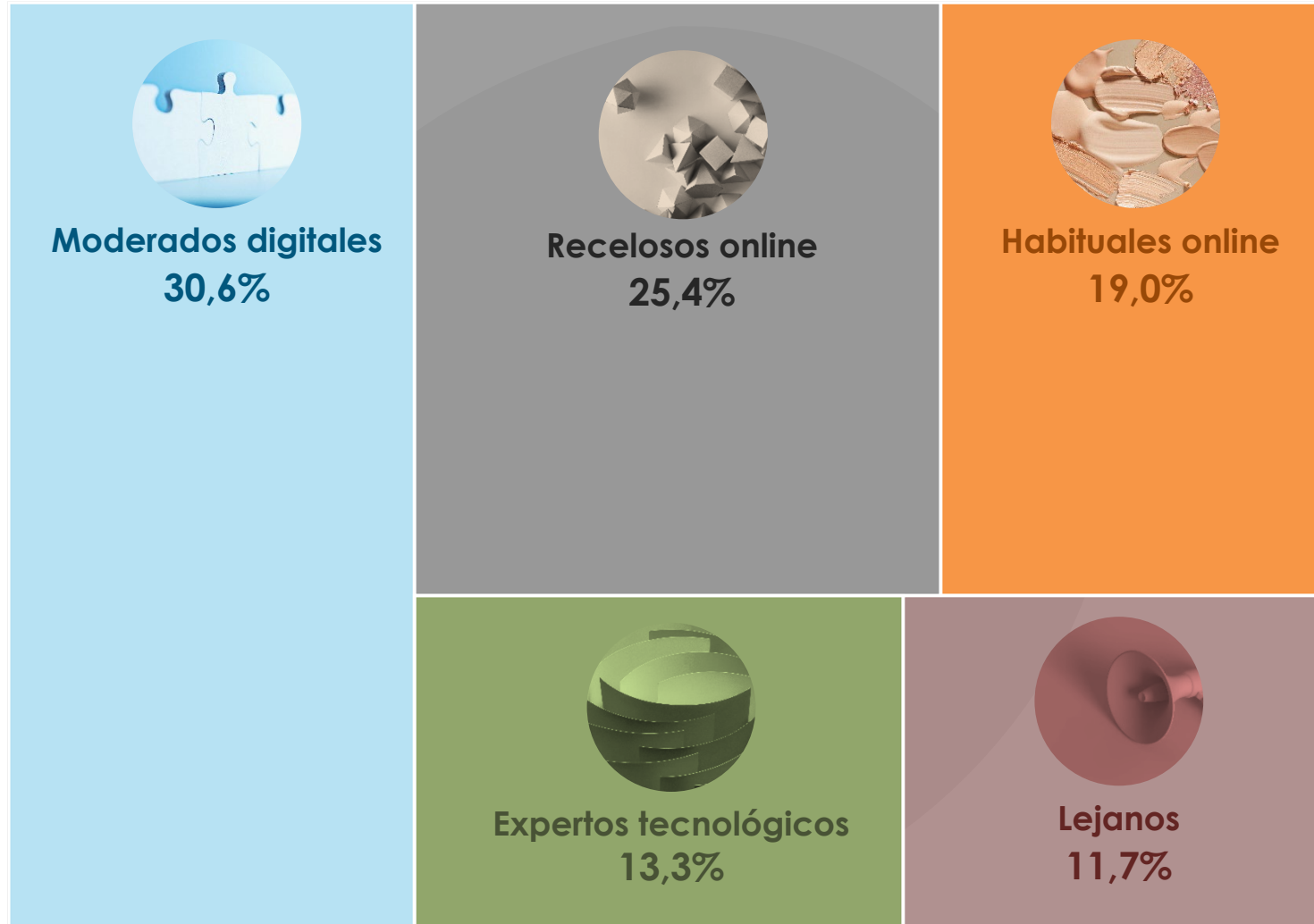


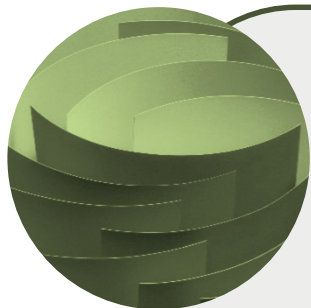
**Recelosos
online**



Lejanos

¿Cuál es el peso de cada uno de los conglomerados?





Expertos tecnológicos

Este conglomerado representa el **13,3%** de la muestra y se define por:

- ❖ Un alto nivel tecnológico e informático.
- ❖ Se muestran muy cómodos/as en cuanto al entorno digital y nada excluidos/as.
- ❖ Muestran una muy elevada predisposición a intensificar el uso de los medios digitales.



Habituales online

Este agrupamiento, con una representación poblacional superior a la anterior, el **19,0%** de la población consultada, viene caracterizado por:

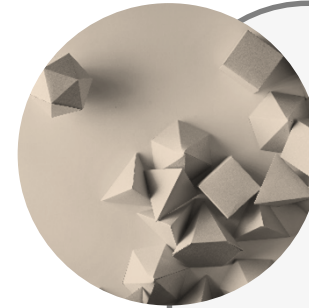
- ❖ Nivel tecnológico e informático avanzado.
- ❖ Una notable predisposición a aumentar el uso de los medios digitales.



Moderados digitales

El tercer conglomerado, que agrupa al **30,6%** de las personas consultadas, es el mayor de todos. Se distinguen las siguientes características:

- ❖ Un nivel medio de conocimientos tecnológicos e informáticos.
- ❖ No se muestran muy integrados en el entorno digital.
- ❖ La predisposición a intensificar el uso de los medios digitales es discreta.



Recelosos online

Este colectivo, que representa el **25,4%** del total de los entrevistados, se caracteriza por:

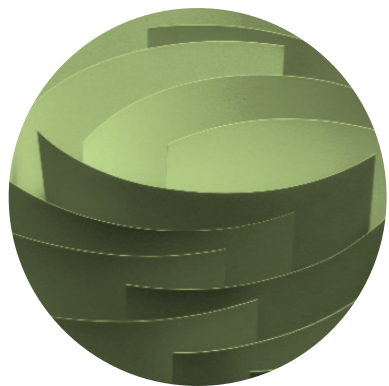
- ❖ El nivel tecnológico e informático reducido
- ❖ Se muestran muy poco familiarizados con el entorno digital.
- ❖ Afirman tener una baja predisposición a aumentar el uso de los diferentes medio digitales.
- ❖ Creen que el aumento de la comunicación no mejorara la comunicación con las empresas.



Lejanos

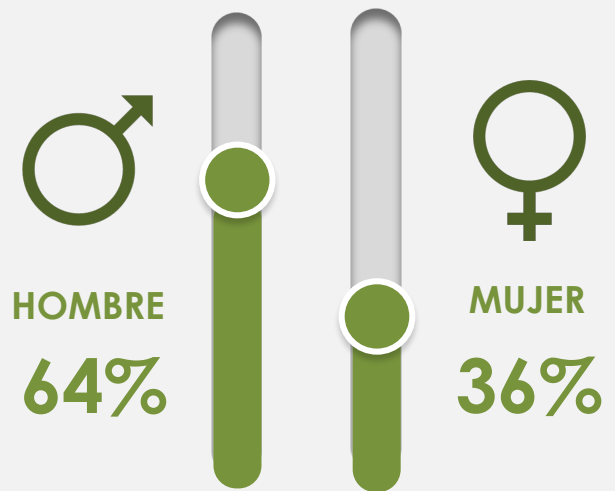
Esta segunda agrupación, representa al **11,7%** de las personas entrevistadas y se caracteriza por:

- ❖ Conocimientos tecnológicos e informáticos muy básicos.
- ❖ Totalmente “out” del entorno digital.
- ❖ Nula predisposición a aumentar el uso de los medios digitales.



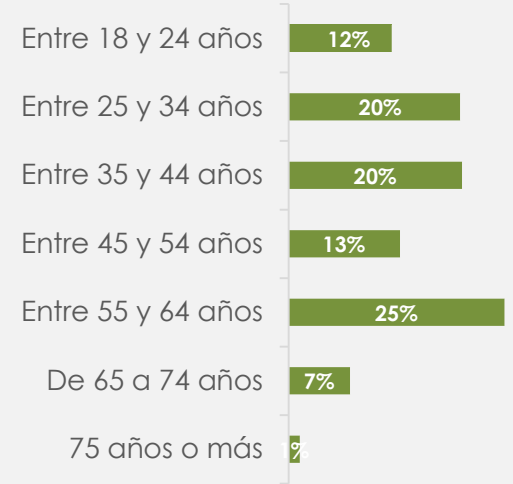
Expertos tecnológicos

★ Análisis de los “Expertos tecnológicos”

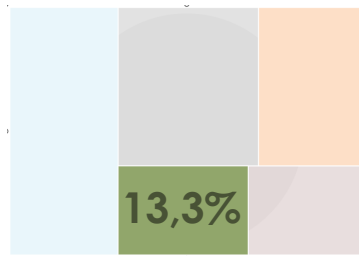
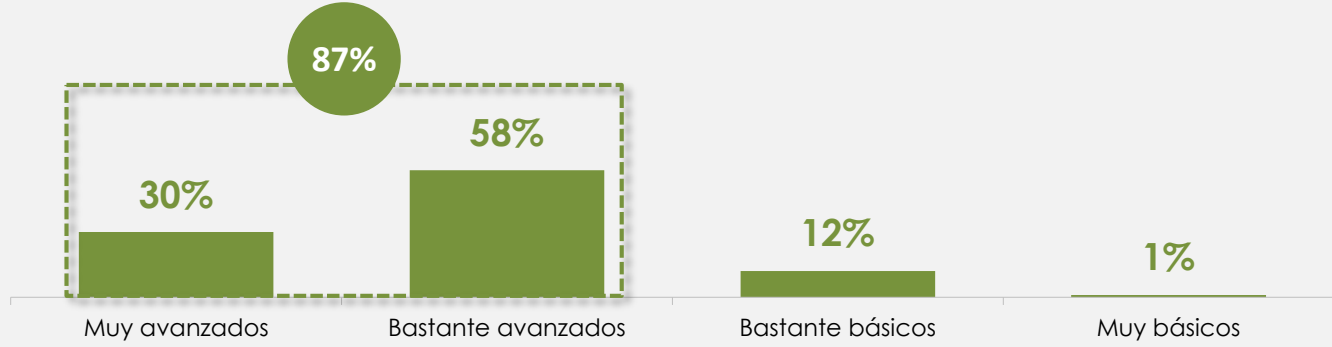


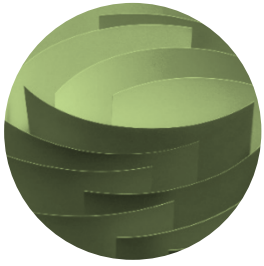
EL COLECTIVO ESTA MAYORMENTE CONSTITUIDO POR HOMBRES Y MENORES DE 44 AÑOS

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



¿CUÁL ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?

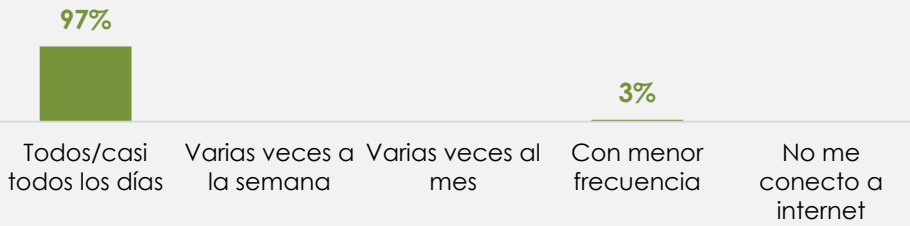




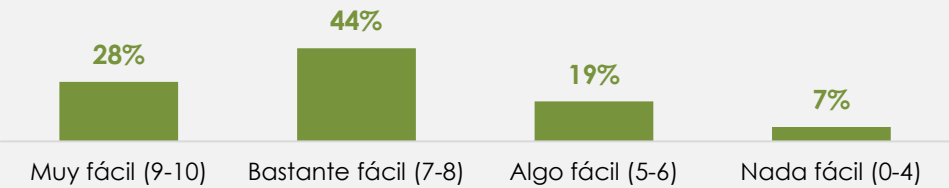
Expertos tecnológicos

★ **Análisis de los “Expertos tecnológicos”**

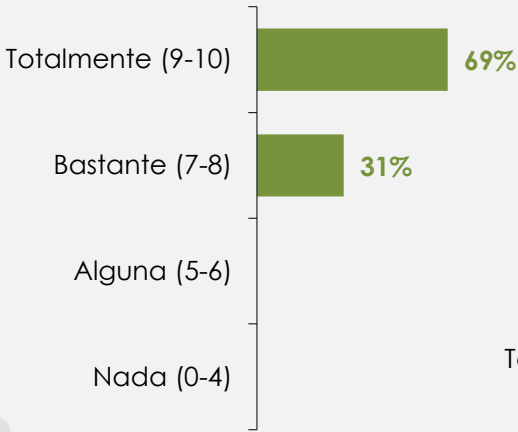
FRECUENCIA DE CONEXIÓN A INTERNET



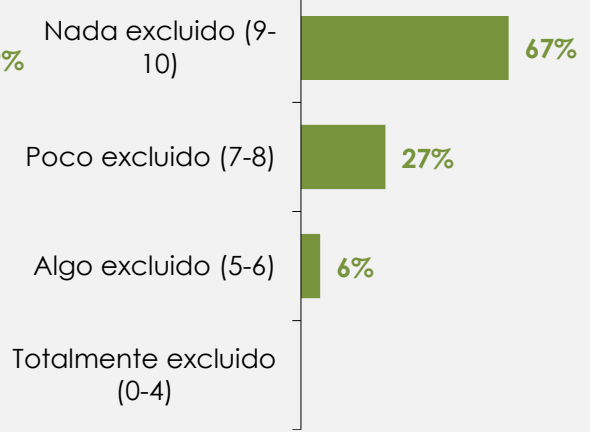
FACILIDAD PARA REALIZAR TRÁMITES ONLINE CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



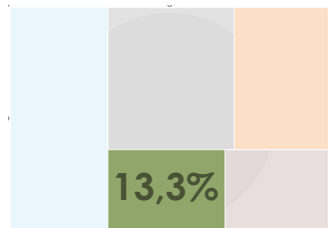
LA COMODIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL

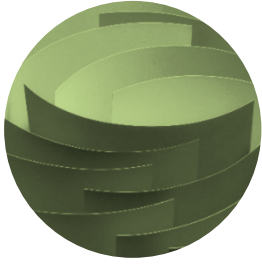


LA EXCLUSIÓN DEL ENTORNO DIGITAL



SE TRATA DE UN COLECTIVO QUE SE ENCUENTRA TOTALMENTE INMERSO EN EL ACTUAL ENTORNO DIGITAL

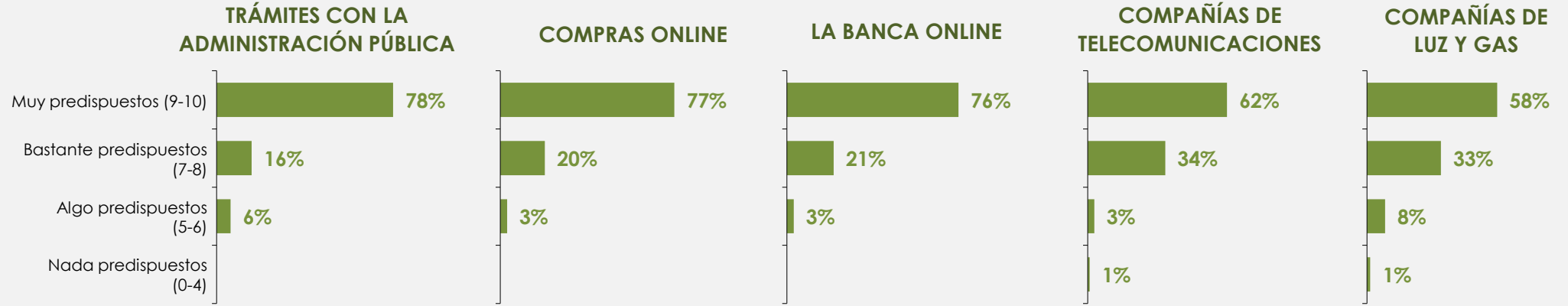




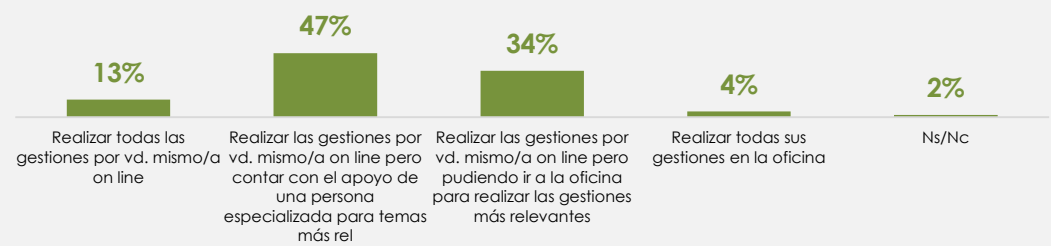
★ **Análisis de los “Expertos tecnológicos”**

Expertos tecnológicos

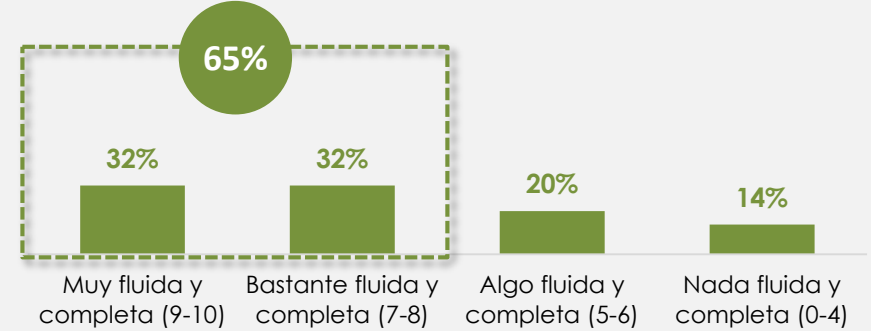
PREDISPOSICIÓN A INTENSIFICAR EL USO DE MEDIOS DIGITALES



PREFERENCIA DE TIPO DE COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS



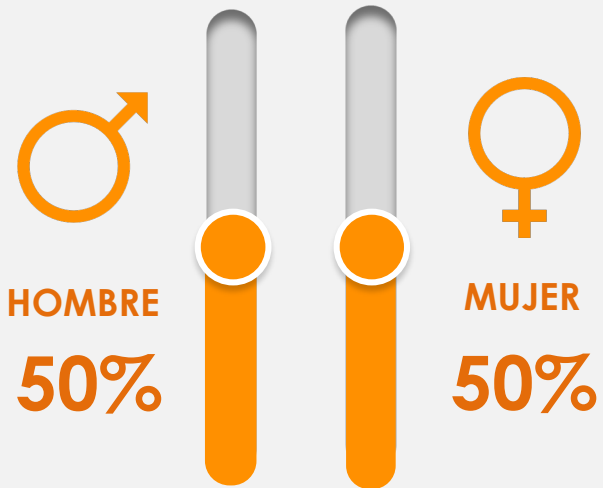
FUTURA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS





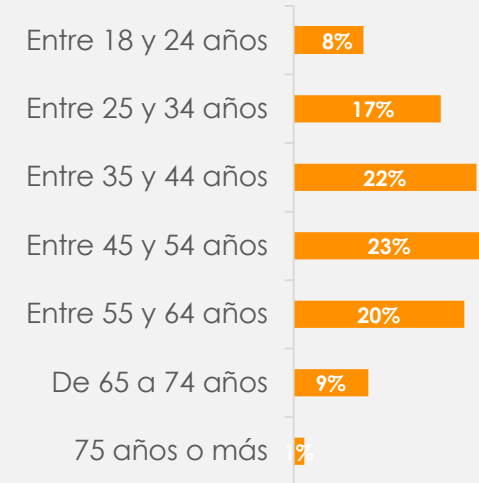
Habituales online

★ Análisis de los “Habituales online”

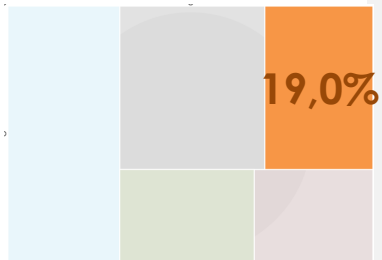
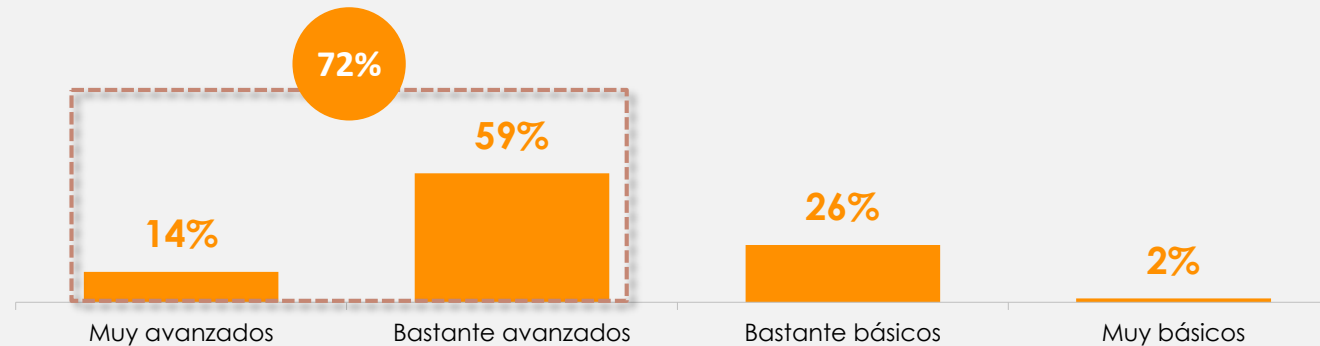


ESTE COLECTIVO ESTÁ FORMADO TANTO POR HOMBRES COMO POR MUJERES DE MEDIANA EDAD

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



¿CUÁL ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?





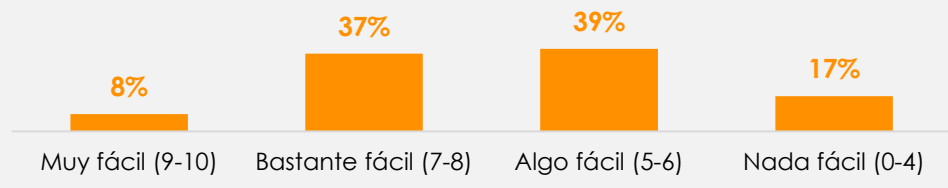
Habituales online

Análisis de los "Habituales online"

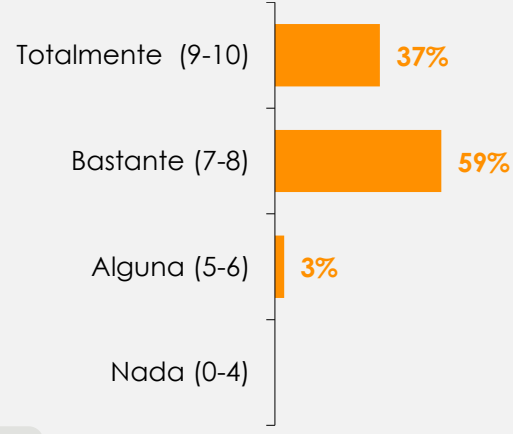
FRECUENCIA DE CONEXIÓN A INTERNET



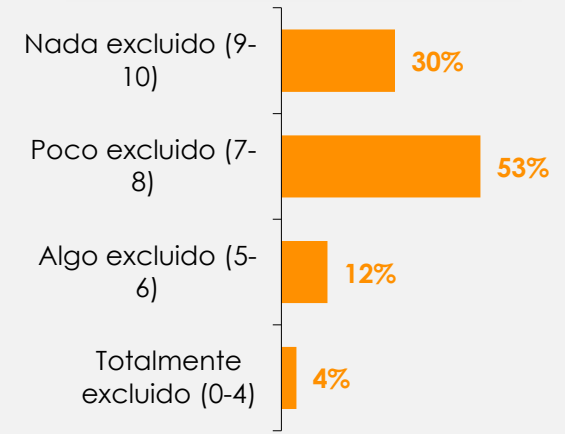
FACILIDAD PARA REALIZAR TRÁMITES ONLINE CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



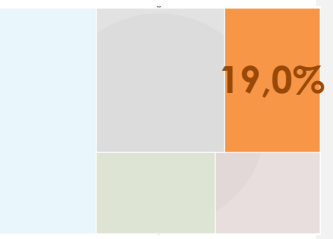
LA COMODIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL



LA EXCLUSIÓN DEL ENTORNO DIGITAL



TAMBIÉN SE ENCUENTRAN TOTALMENTE FAMILIARIZADOS CON EL ENTORNO ONLINE, AUNQUE EN ESTE CASO EN MENOR MEDIDA.

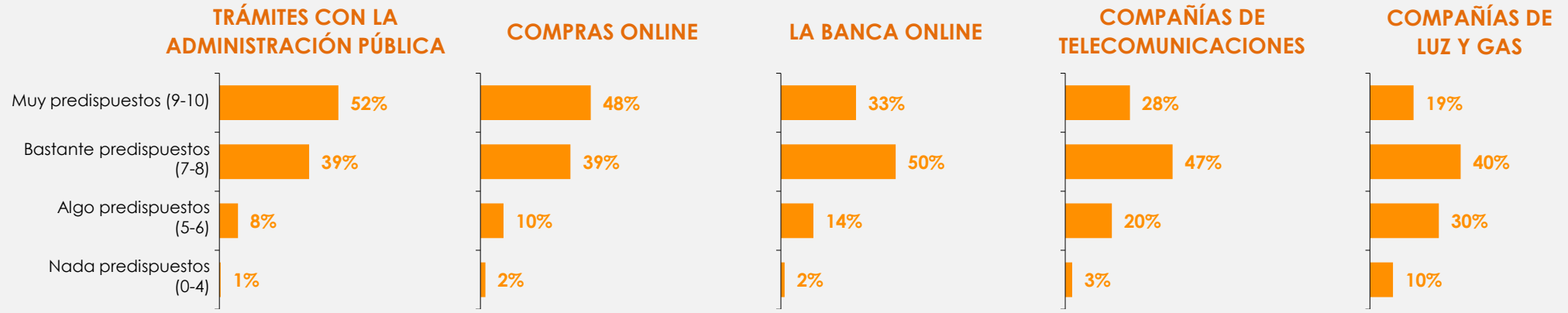




Habituales online

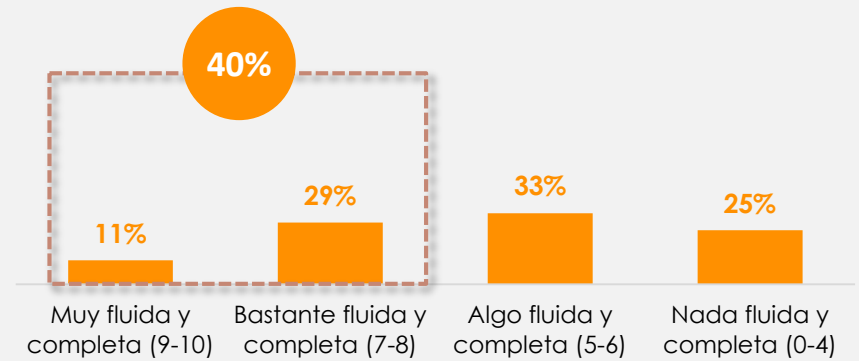
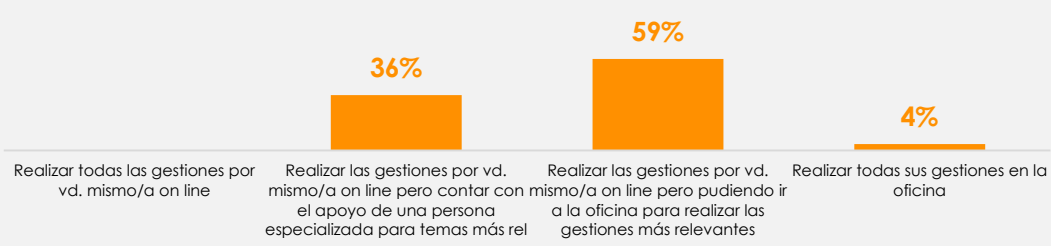
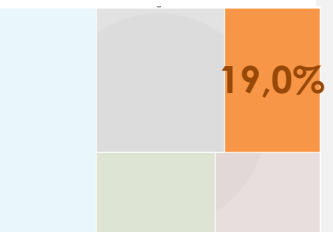
Análisis de los "Habituales online"

PREDISPOSICIÓN A INTENSIFICAR EL USO DE MEDIOS DIGITALES



PREFERENCIA DE TIPO DE COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS

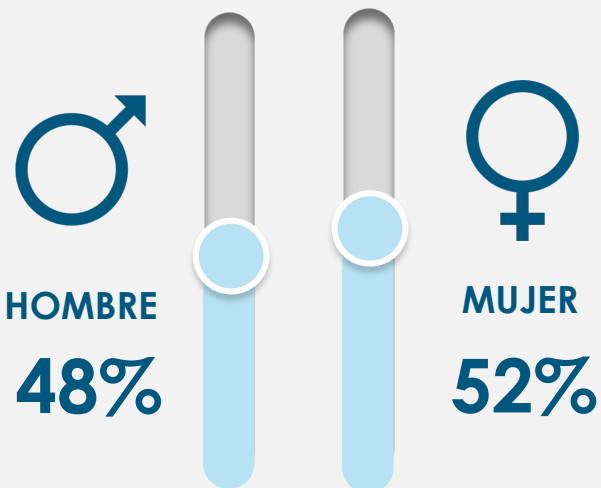
FUTURA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS





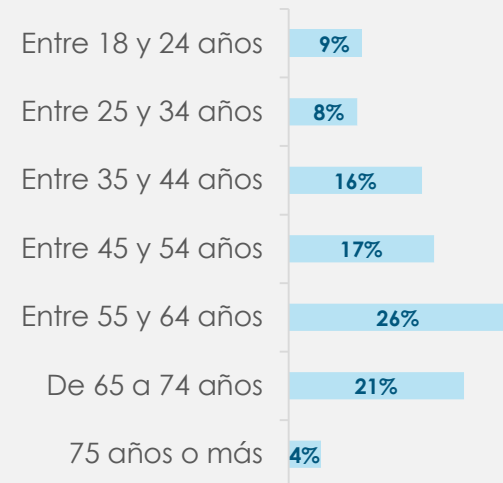
Moderados digitales

★ Análisis de los “Moderados digitales”

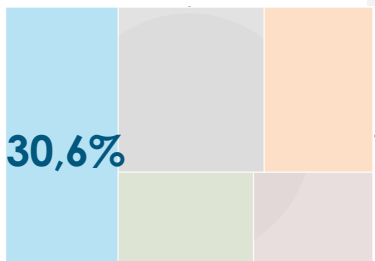
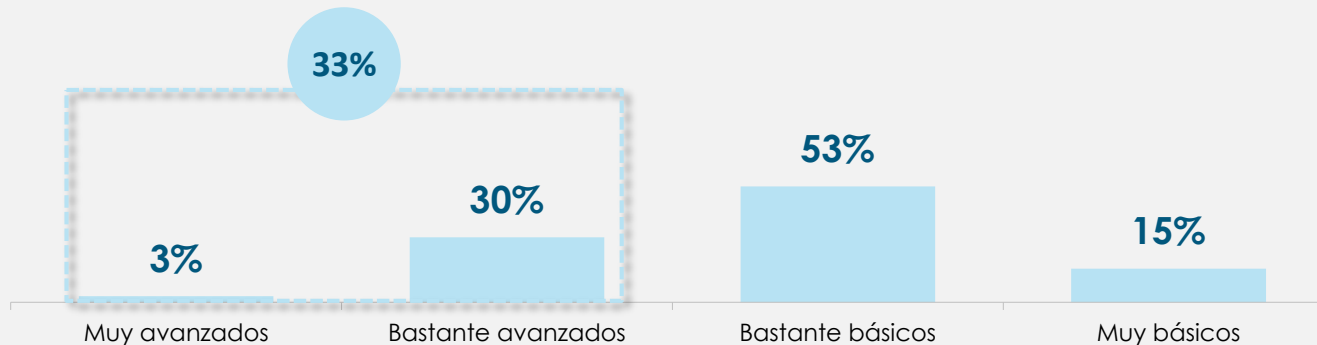


ESTE ES UN COLECTIVO ALGO MÁS MADURO, CON UNOS CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICO E INFORMÁTICOS ALGO MÁS BÁSICOS

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



¿CUÁL ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?





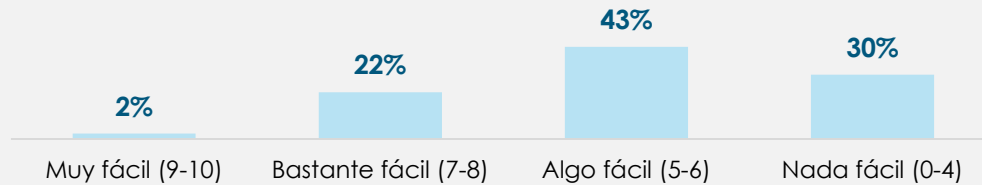
Moderados digitales

★ Análisis de los “Moderados digitales”

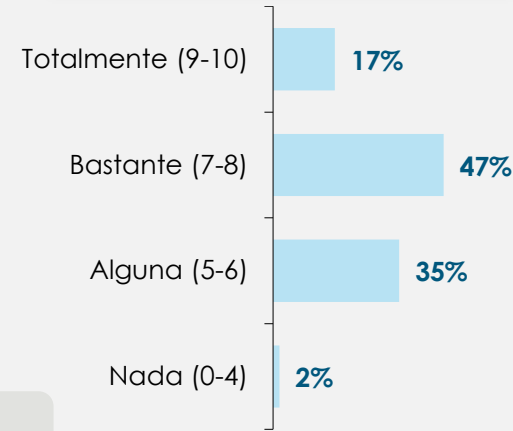
FRECUENCIA DE CONEXIÓN A INTERNET



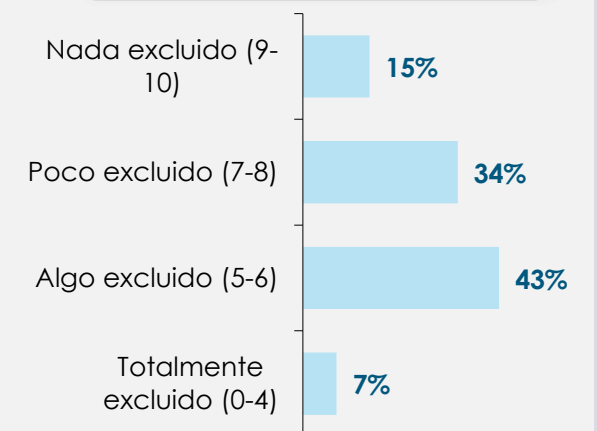
FACILIDAD PARA REALIZAR TRÁMITES ONLINE CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



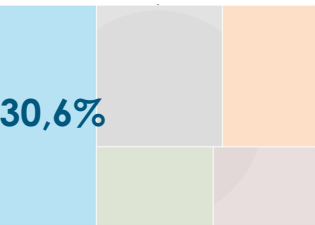
LA COMODIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL



LA EXCLUSIÓN DEL ENTORNO DIGITAL



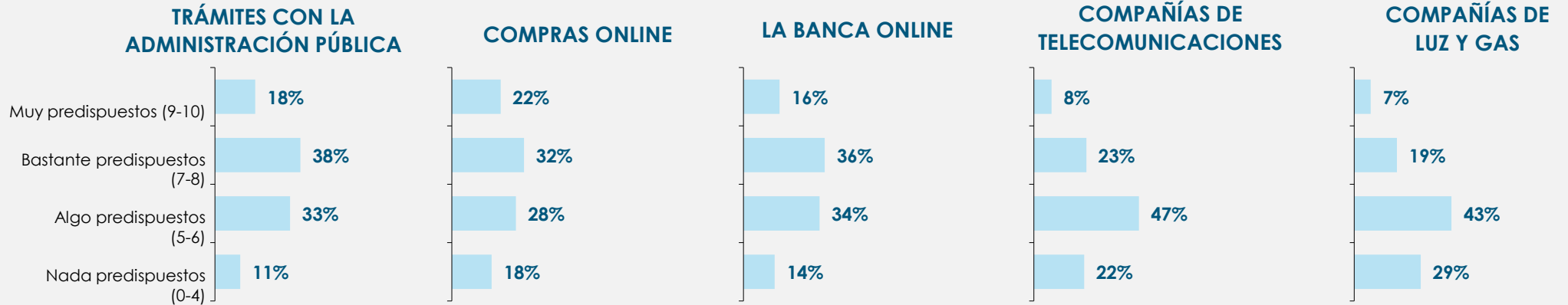
UNA CONSIDERABLE PARTE DE ESTE COLECTIVO SE MUESTRA ALGO MÁS ALEJADA DEL ENTORNO ONLINE



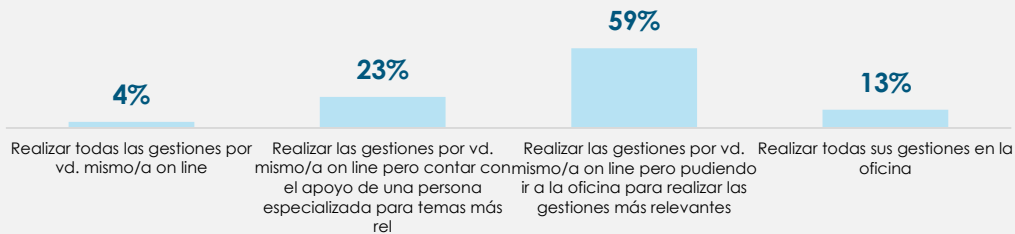


Análisis de los “Moderados digitales”

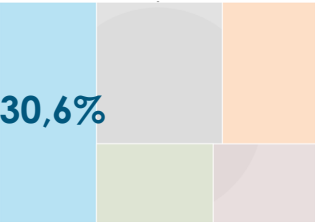
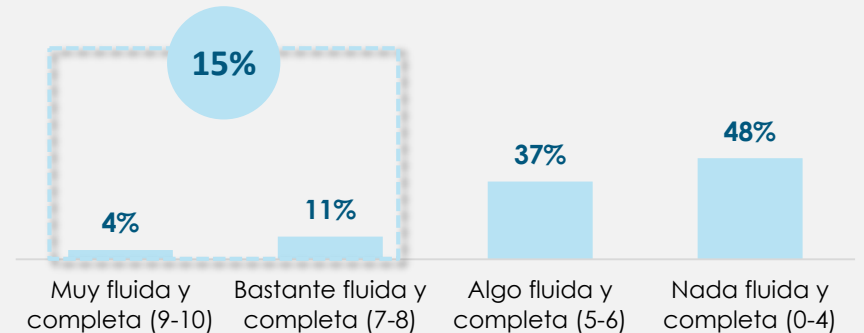
PREDISPOSICIÓN A INTENSIFICAR EL USO DE MEDIOS DIGITALES



PREFERENCIA DE TIPO DE COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS

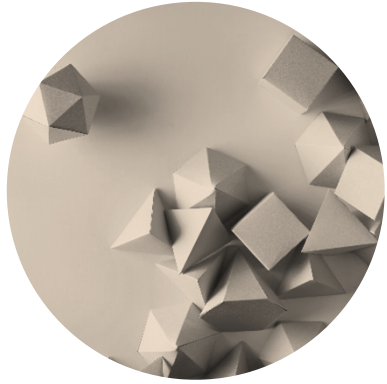


FUTURA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS

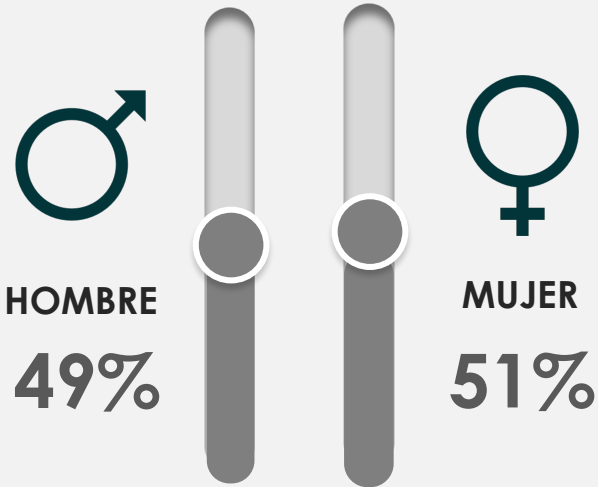


★ Análisis de los "Recelosos online"

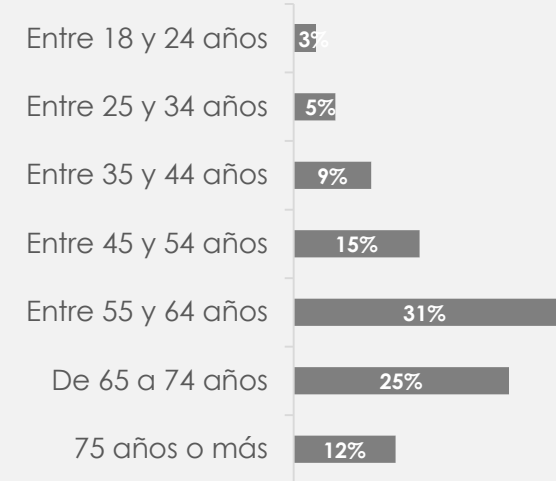
¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



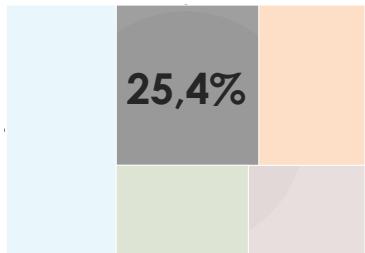
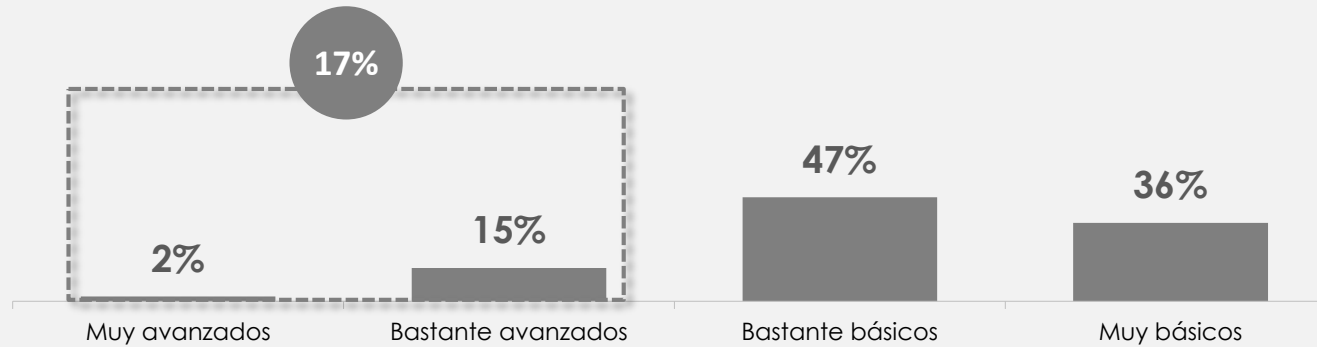
Recelosos online

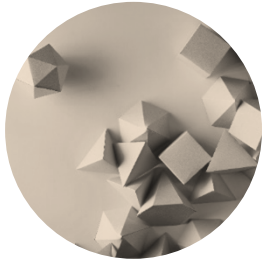


PREDOMINA CLARAMENTE LAS PERSONAS MAYORES DE 55 AÑOS Y CON NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO NO TAN ELEVADO



¿CÓMO ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?

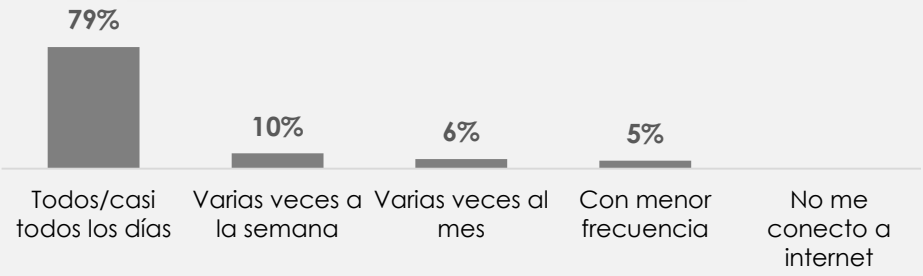




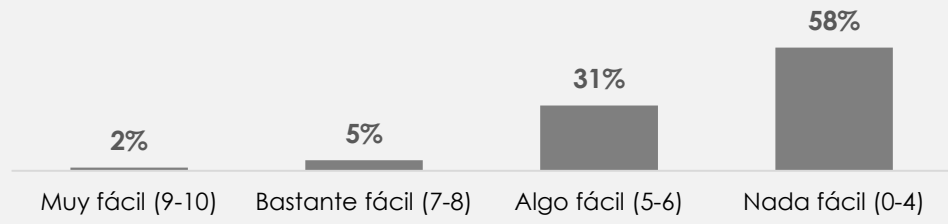
Recelosos online

★ Analisis de los "Recelosos online"

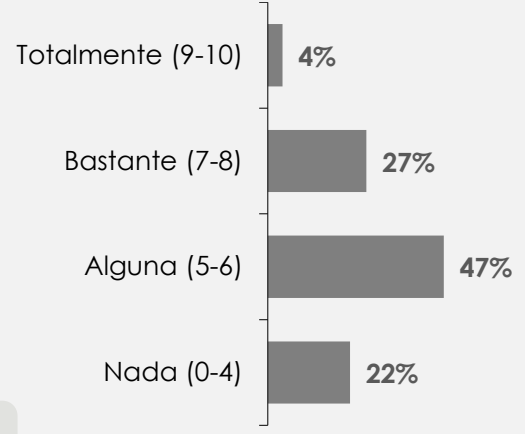
FRECUENCIA DE CONEXIÓN A INTERNET



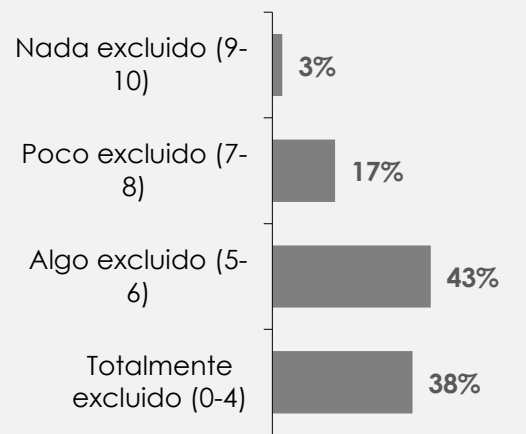
FACILIDAD PARA REALIZAR TRÁMITES ONLINE CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



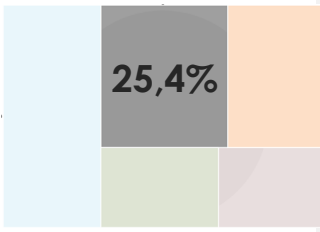
LA COMODIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL

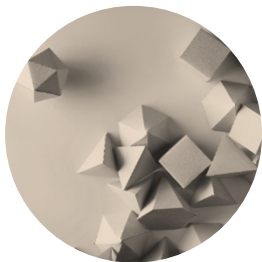


LA EXCLUSIÓN DEL ENTORNO DIGITAL



ESTE COLECTIVO SE SIENTE ALGO MÁS DESPLAZADO DEL ENTORNO DIGITAL

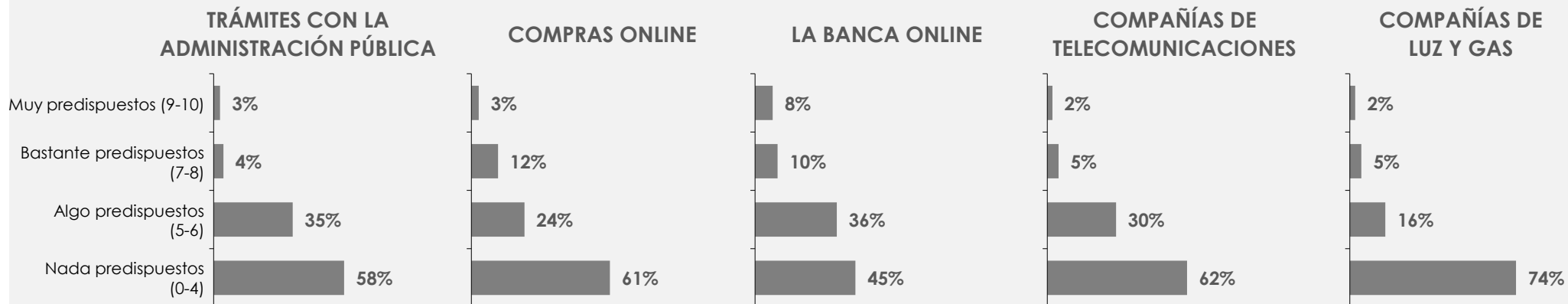




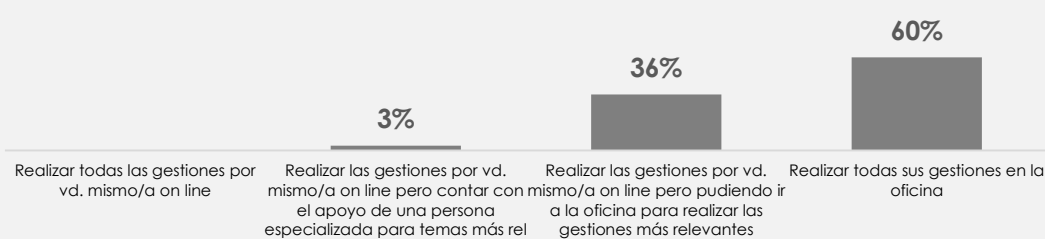
Recelosos online

★ Analisis de los “Recelosos online”

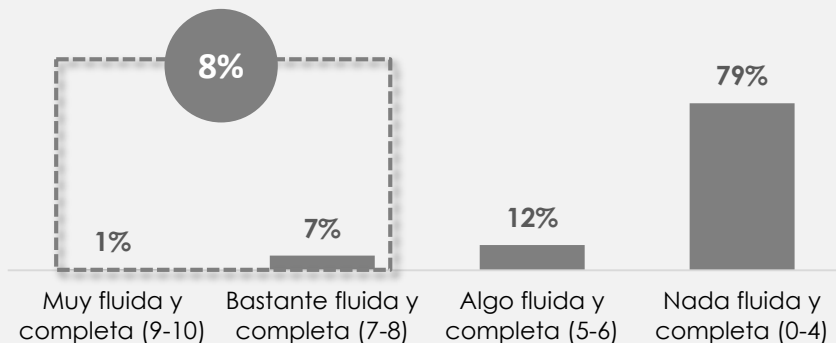
PREDISPOSICIÓN A INTENSIFICAR EL USO DE MEDIOS DIGITALES

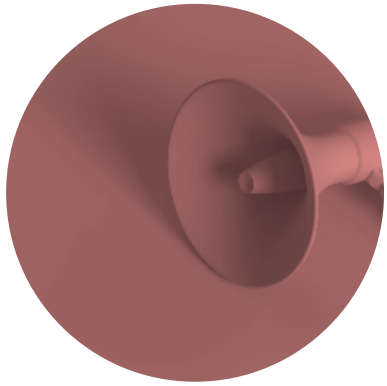


PREFERENCIA DE TIPO DE COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS



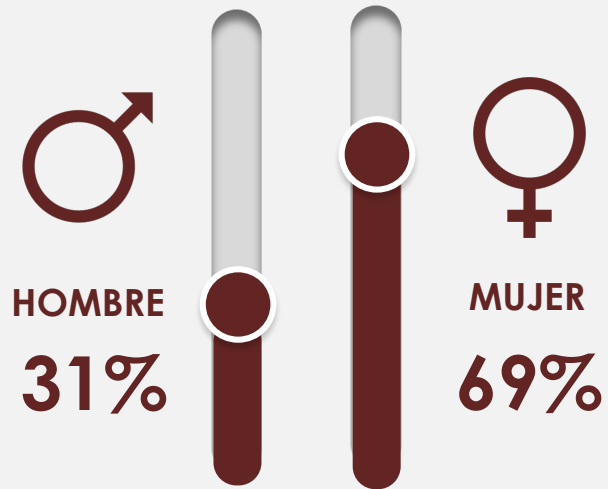
FUTURA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS





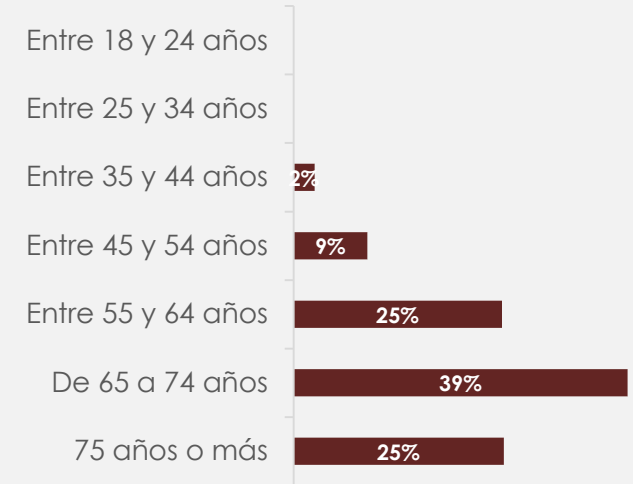
Lejanos

★ Análisis de los “Lejanos”

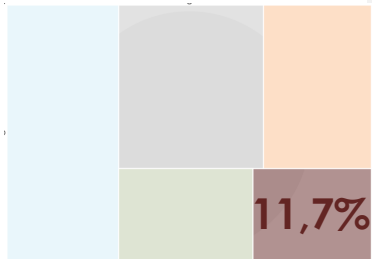
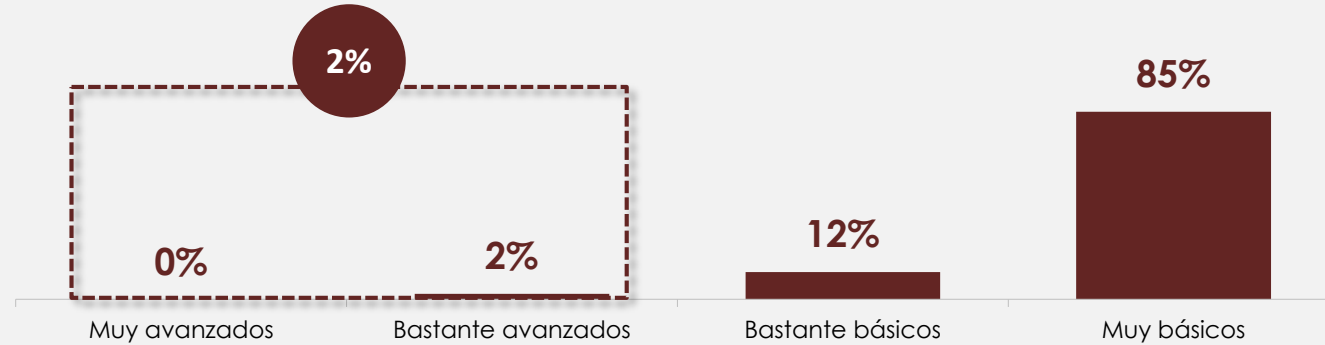


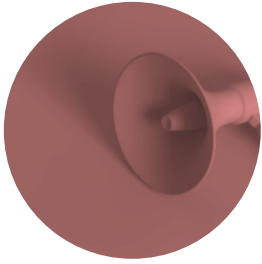
HAY UN CLARO PREDOMINIO DE MUJERES DE EDAD MÁS AVANZADA Y UN NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO MÁS BÁSICO

¿CÓMO ES SOCIODEMOGRÁFICAMENTE ESTE COLECTIVO?



¿CÓMO ES SU NIVEL TECNOLÓGICO E INFORMÁTICO?





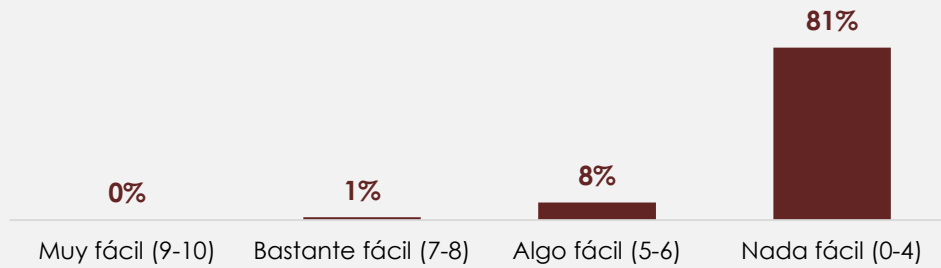
Lejanos

★ Análisis de los “Lejanos”

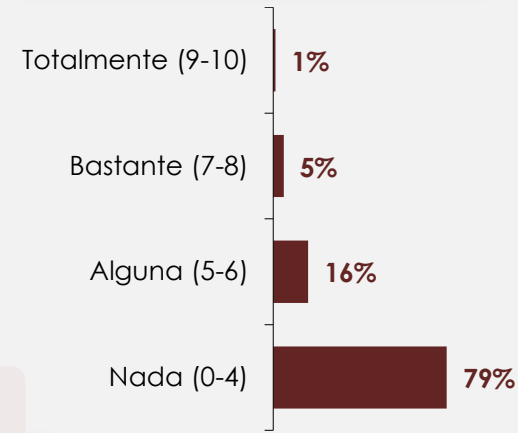
FRECUENCIA DE CONEXIÓN A INTERNET



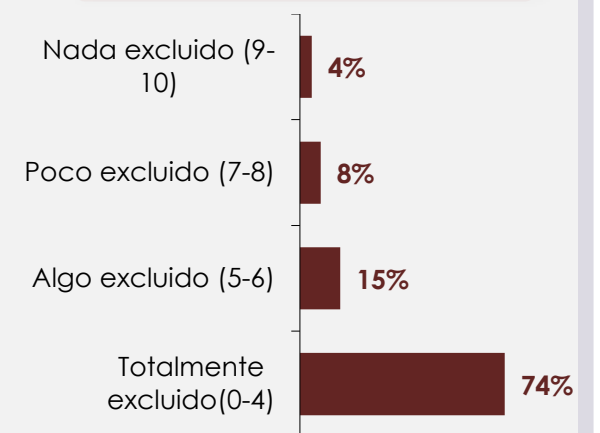
FACILIDAD PARA REALIZAR TRÁMITES ONLINE CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



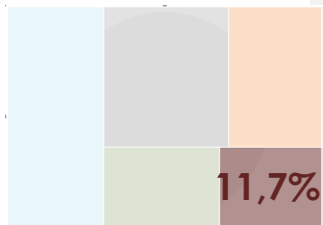
LA COMODIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL

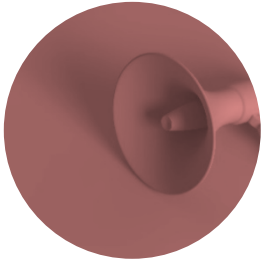


LA EXCLUSIÓN DEL ENTORNO DIGITAL



NO ESTÁN NADA FAMILIARIZADO CON EL ENTORNO ONLINE Y POR LO GENERAL SE SIENTEN TOTALMENTE EXCLUIDOS/AS DEL MISMO.

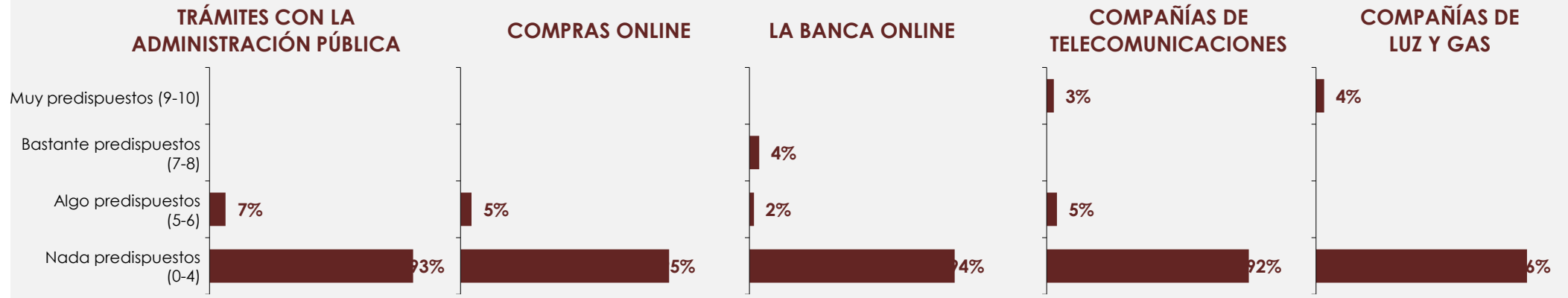




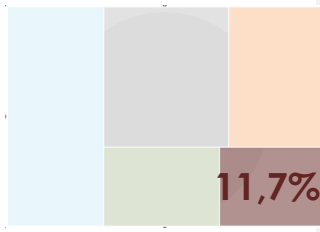
Lejanos

★ Análisis de los “Lejanos”

PREDISPOSICIÓN A INTENSIFICAR EL USO DE MEDIOS DIGITALES



PREFERENCIA DE TIPO DE COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS



FUTURA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS EMPRESAS

