

# Informazioaren Gizartea eta Familiak

Emitzen analisia

## La Sociedad de la Información y las Familias

Análisis de resultados

# **Informazioaren Gizartea eta Familiak**

---

La Sociedad de la Información y las Familias

# ÍNDICE

	Pág/Or.
<b>LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LAS FAMILIAS</b>	
1. Introducción	3
2. La Sociedad de la Información y las Familias	4
3. La Sociedad de la Información y las Personas de 15 y más años	9
3.1. Acceso a la Sociedad de la Información en el centro de estudio	13
3.2. Acceso a la Sociedad de la Información en el lugar de trabajo	14
4. Los usuarios de Internet: Evolución y características	15
4.1. El acceso a Internet	15
4.2. Evolución del número de usuarios y sus características	18
4.3. Uso de Internet	25
5. Los menores y la Sociedad de la Información	32
6. Clasificación de usuarios de Internet de 6 y más años según el uso del ordenador y de Internet	35
6.1. Planteamiento y objetivos del análisis	35
6.2. Resultados del análisis factorial de correspondencias	36
6.3. Descripción de las clases de usuarios de Internet	40
7. Notas metodológicas. Cuestionarios	45
7.1. Ficha metodológica	45
7.2. Definiciones	50

# AURKIBIDEA

	Pág/Or.
<b>INFORMAZIOAREN GIZARTEA ETA FAMILIAK</b>	
1. Sarrera	
2. Informazioaren gizartea eta familiak	
3. Informazioaren gizartea eta 15 urte eta gehiagoko pertsonak	
3.1. Informazioaren gizarterako sarbidea ikastokian	
3.2. Informazioaren gizarterako sarbidea lantokian	
4. Internet-erabiltzaileak: bilakaera eta ezaugarriak	
4.1. Interneteko sarbidea	
4.2. Erabiltzaile kopuruaren bilakaera eta haien ezaugarriak	
4.3. Interneten erabilera	
5. Adingabeak eta Informazioaren gizartea	
6. Sei urtetik gorako Internet erabiltzaileen sailkapena, ordenagailuaren eta Interneten erabileraren arabera	
6.1. Azterketaren planteamendua eta helburuak	
6.2. Korrespondentzien azterketa faktorialaren emaitzak	
6.3. Interneteko erabiltzaile moten azalpena	
7. Metodologia-oharrak. Galdesortak	
7.1. Metodologia-fitxa	
7.2. Definizioak	

## 1. Introducción

El presente documento constituye la sexta publicación anual de Eustat sobre la Sociedad de la Información. Aunque, en estos momentos, hay mayor cantidad de información accesible sobre Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), desgraciadamente, no significa que se haya mejorado en comparabilidad y precisión, debido a la heterogeneidad de metodologías (fuentes y definiciones), e incluso a la de las formas de presentar los resultados. Aun así, se tratará, desde el punto de vista espacial y temporal, de realizar las comparaciones posibles en los temas objeto de estudio.

Los objetivos del presente informe pueden expresarse del siguiente modo:

- Ofrecer un análisis pormenorizado de las familias y las personas según su relación con la Sociedad de la Información, con un grado de detalle superior al permitido por la difusión coyuntural de los datos trimestrales.
- Ofrecer una información obtenida de la Encuesta sobre la Sociedad de la Información a Familias (ESIF) y no difundida anteriormente.
- Comparar los resultados de la ESIF con los datos ofrecidos por otras fuentes sobre el mismo tema.
- Estudiar el comportamiento de los distintos grupos sociales frente a la Sociedad de la Información, sus cambios y evoluciones.
- Completar la visión de la Sociedad de la Información ofrecida por el análisis de la “Economía Digital” a través de la Encuesta sobre la Sociedad de la Información a Empresas (ESIE).

La presentación de los resultados se hace de forma genérica, elaborando la media anual de 2005 en base a los datos de los trimestres II y IV del año. Este formato permite mostrar las características fundamentales del período y observar la evolución de las mismas, comparando medias anuales en series temporales, además de contar, con la total disponibilidad de los datos trimestrales.

El informe de la Sociedad de la Información y las Familias consta de cuatro apartados fundamentales:

El primero presenta el análisis de datos basado directamente en las unidades muestrales de la encuesta, que son las familias –localizadas en viviendas– y las personas que viven en familia. Este capítulo se divide, según la unidad de análisis utilizada, en:

## 1. Sarrera

Agiri hau Eustatek Informazio Gizarteari buruz atera duen urteroko seigarren argitalpena da. Orain Informazio eta Komunikazio Teknologiei (IKT) buruzko informazio gehiago dago eskura, baina zoritxarrez horrek ez du esan nahi alderatzeko gaitasuna eta zehaztasuna hobetu direnik, oso heterogeneoak baitira metodologia (iturriak eta definizioak) eta datuak aurkezteko era. Dena dela, lekuei eta denborari dagokionez, aztergaien inguruko alderaketak egingo dira, ahal denean.

Honako hauek dira txosten honen helburuak:

- Familien eta pertsonen azterketa zehatza eskaini Informazioaren Gizartearekin duten erlazioaren arabera, hiruhileko datuen koiunturako hedapenak ahalbidetzen duen baino zehaztasun maila handiagoarekin.
- Familiei egindako Informazioaren Gizarteari buruzko Inkestan (IGIF) lortutako informazioa eskaini, aurrez hedatu ez dena.
- IGIFen emaitzak alderatu gai horri buruz beste iturri batzuek eskainitakoekin.
- Gizarte-taldeen Informazioaren Gizartearekin, haren aldakekin eta bilakaerarekin duten jarrera aztertu.
- Enpresei egindako Informazioaren Gizarteari buruzko Inkestako datuen bidez Ekonomia Digitala aztertuta, Informazio Gizarteari buruz lortutako ikuspegia osatu.

Modu generikoan aurkeztu dira emaitzak, eta 2005eko urteko batez bestekoa urte bereko II. eta IV. hiruhilekoetako datuak oinarritzat hartuta egin da. Formatu horri esker, aldiaren ezaugarri nagusiak erakusten dira, bai eta ezaugarri horiek duten bilakaera ere, urteko batez bestekoak denbora-serieetan alderatuta. Gainera, hiruhileko datuak erabat eskuragarri daude.

Informazioaren Gizartea eta Familiak txostenak lau atal nagusi ditu:

Lehenengo atalak inkestako lagin-unitateen datuetan zuzenean oinarritutako azterketa dakar; familiak –etxebizitzetan daudenak– eta familian bizi diren pertsonak. Kapitulu hau erabili den azterketa-unitatearen arabera banatuta dago:

1. Familias y equipamientos TIC del hogar.
2. Población de 15 y más años según equipamientos TIC (en tres lugares fundamentales: hogar, centro de estudios y centro de trabajo, aunque se recoge también cualquier otro sitio de acceso efectivo a Internet).
3. Población usuaria de Internet, características y evolución.
4. Los menores (población de 6 a 14 años) y la Sociedad de la Información. Este último punto presenta un estudio de la población de entre 6 y 14 años, tanto en su utilización de los equipamientos TIC como en comparación con los demás grupos de edad. La relevancia de este sector de la población radica en que en él está el presente y, sobre todo, el futuro de la Sociedad de la Información y la Comunicación, tanto a nivel de usuario como de investigación del desarrollo de las actuales y futuras TIC.

En el segundo se ofrece un modo de asociar los tipos de usuarios Web y las páginas de Internet que visitan, así como los buscadores que utilizan.

En el capítulo metodológico, que configura el tercer apartado, se detalla la ficha metodológica de la operación, los errores muestrales de las variables fundamentales de la encuesta, así como las definiciones y el cuestionario.

Finalmente, el cuarto apartado presenta el apéndice estadístico, en el que se ofrecen las tablas con la media anual.

## 2. La Sociedad de la Información y las Familias

Las familias vascas, manteniendo la tónica de años anteriores, continúan aumentando su incorporación a las nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones. En el año 2005, únicamente se registra un ligero descenso en el caso del vídeo y de la antena parabólica. En el resto de los equipamientos se produce un aumento, destacando el DVD, la TV por cable, el teletexto, Internet y el correo electrónico.

Las estrategias de integración de servicios en el mercado de las comunicaciones afectan directamente a la penetración de las TIC en los hogares. En estos últimos años, los proveedores lanzan al mercado paquetes que incluyen telefonía, televisión por cable e Internet como un producto único y con el objetivo de prestar a las familias todos los servicios que se pueden demandar. Por lo tanto, a la hora de hacer un análisis de la penetración de las nuevas tecnologías, se debe sopesar esta nueva perspectiva integradora de servicios y sus consecuencias.

La expansión de la gran mayoría de los elementos TIC en los hogares de la C.A de Euskadi se refleja en incrementos de sus medias anuales. Destacan, como equipamientos más usuales, el teléfono móvil (80,6%), que continúa siendo en el año 2005 el primer elemento TIC de las familias, la televisión con teletexto (77,1%), el vídeo (69,3%) y el DVD (56,8%). Hay que apuntar que la popularización en los hogares del DVD estanca un equipamiento clásico como es el vídeo, que presenta un ligero descenso.

1. Familiak eta IKT hornikuntzak etxeetan.
2. 15 urte edo gehiagoko biztanleak IKT hornikuntzaren araberako (hiru toki nagusitan: etxean, ikastokian eta lantokian. Dena dela, Internetera konektatzeko erabiltzen den beste edozein toki ere jaso dugu).
3. Internet erabiltzen duen biztanleria, ezaugarriak eta bilakaera.
4. Adingabeak (6 eta 14 urte bitarteko biztanleak) eta informazioaren gizartea. Azken puntu honetan 6 eta 14 urte bitarteko biztanleak aztertu dira, IKT hornikuntzak erabiltzeari dagokionez eta beste adin-taldeekin alderatu dira. Biztanle-sektore hori garrantzitsua da, hor baitago informazioaren eta komunikazioaren gizartearen oraina eta, batez ere, etorkizuna, erabiltzaileak diren aldetik zein egungo eta etorkizuneko IKTen garapena ikertze aldera.

Bigarrenean, Web erabiltzaile motak, bisitatzen dituzten orriak eta erabiltzen dituzten bilatzaileak erlazionatzeko era eskaintzen da.

Hirugarren atala kapitulu metodologikoak osatzen du eta eragiketaren fitxa metodologikoa ageri da, baita inkestako oinarriko aldagaien lagin-erroreak, definizioak eta galde-sorta ere.

Amaitzeko, estatistika-eranskina dago laugarren atalean, urteko batez besteko taulekin.

## 2. Informazioaren gizartea eta familiak

Aurreko urteetako joerari jarraituz, EAEko familiek informazio eta komunikazio teknologia berrietako elementuak gero eta gehiago erabiltzen dituzte. 2005ean bideoa apur bat gutxiago erabili da. Beste ekipamendu guztiak gehiago erabili dira; hauek nabarmentzen dira: DVDA, kable bidezko telebista, teletestua, internet eta posta elektronikoa.

Komunikazioaren merkatuan zerbitzuak integratzeko estrategiek IKT etxeetan sartzearekin lotura zuzena dute. Azken urteotan, telefonoa, kable bidezko telebista eta Internet produktu bakartzat merkaturatu dituzte hornitzaileek. Produktu horren helburua da familiek eskatu ahal dituzten zerbitzu guztiak eskaintzea. Beraz, teknologia berriak zenbateraino sartu diren aztertzean, kontuan hartu beharrekoak dira zerbitzuak integratzaren ikuspegi hori nahiz horren ondorioak.

Urteko batez bestekoetan islatzen da EAEko etxeetan IKT elementuek izan duten zabalkundea. Hornikuntzarik ohikoena dira sakelako telefonoa (%80,6), 2005ean familietan lehenbiziko IKT elementua izaten jarraitzen duena, teletestua duen telebista (%77,1), bideoa (%69,3) eta DVD (%56,8). Nabarmendu behar da etxeetan DVD ohiko bilakatu denez, beste hornikuntza klasiko bat, bideoa, hain zuzen, apur bat jaitsi dela.

Los datos de la última información recogida avalan el estancamiento de determinados elementos de las nuevas tecnologías, que pasan a ser considerados como tradicionales y, en cualquier caso, obsoletos. Es evidente que las prestaciones, la calidad del producto y su bajada de precios han hecho que elementos como el DVD, el ordenador portátil y/o de sobremesa y la telefonía móvil –con sus correspondientes conexiones a la red– hayan relegado a un segundo plano a dispositivos como el vídeo o la televisión de pago.

La calidad de una película de DVD es incuestionable, frente a la imagen y sonidos ofrecidos por el vídeo tradicional. Sucede lo mismo que ocurrió cuando el CD-ROM irrumpió en el mercado, destronando con la calidad de su sonido a elementos como la cinta grabadora o el disco de vinilo. La imagen y el sonido digitales sustituyen a los analógicos, como sucedió con la cámara de vídeo digital y las incómodas cintas del vídeo tradicional.

Son éstas las explicaciones de que en los hogares vascos ciertas TIC hayan alcanzado techo, frente a la popularización de otros elementos de mayor calidad, e incluso, con un manejo y utilización más accesibles.

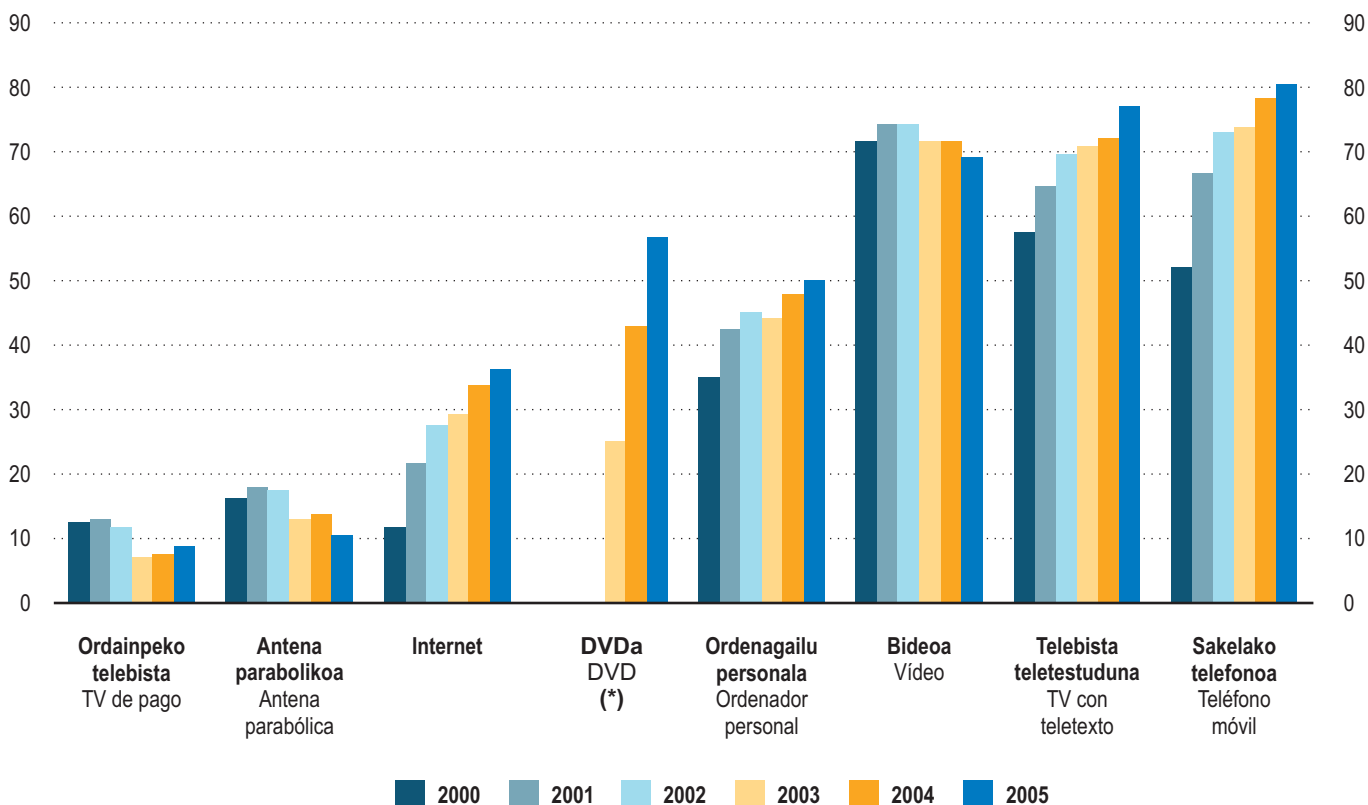
Bildu den azken informazioko datuek egiaztatu egiten dute teknologia berrietako zenbait elementu ez atzera ez aurrera gelditu direla, orain tradizionalizat, eta nolana ere, zaharkituzat jotzen baitira. Argi dago produktu batzuen prestazioek, kalitateak eta salneurrien beherakadak eragina izan dutela bideoa edo ordaindutako telebista bazterturik geldidaitez, DVD aparatuen, ordenagailu eramangarrien edota mahaiko ordenagailuaren eta sakelako telefonoaren (eta dagozkien Interneteko konezioak) aurrean, besteak beste.

Ohiko bideoaren irudiarekin eta soinuarekin konparatuta, DVD filmen kalitatea ezin da eztabaidatu. Antzekoa gertatu zen CD-ROMa merkaturatu zenean, bere soinu-kalitatearekin grabatzeko zintak eta binilozko diskoak atzean utzi baitzituen. Irudi eta soinu digitalen analogikoak ordeztu dituzte, bideo digitalen bideo-zinta tradizionalak ordeztu zituen bezala.

Horregatik, EAEko etxeetan IKT batzuek goia jo dute eta kalitate handiagoko –eta erabilera errazagoko– beste batzuk hedatu dira.

Evolución de las familias por equipamientos TIC del hogar. C.A. de Euskadi. Media anual. (%)

Familien bilakaera, etxeko IKT hornikuntzen arabera. Euskal AE. Urteko batez bestekoa. (%)



(\*) 2003 urtetik aurrera jasotzen da informazioa puntu honetaz. / A partir del año 2003 se recoge información sobre este punto.

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

## Elementos asociados al ordenador personal

La tasa de penetración del ordenador personal en las familias vascas sigue creciendo, pasando del 48,0% en el año 2004, al 49,9% en el año 2005.

Junto al ascenso del ordenador, y como no podía ser de otra manera, sube también la tendencia a contar con conexión a Internet, pasando del 33,9% del año 2004, al 36,3% del 2005 el porcentaje de hogares vascos que cuentan con esta vía de acceso a la red global, suponiendo este porcentaje un total de 279.100 hogares. Esta subida de 2,4 puntos porcentuales sitúa a este equipamiento informático básico entre los que cuentan con mayores incrementos.

En el año 2003, se comenzó a preguntar por el tipo de línea de conexión a Internet desde la vivienda que tenían los encuestados. Según la media anual, en 2005, casi 3 de cada 5 familias con Internet tienen línea de banda ancha. Bizkaia es el territorio histórico con mayor porcentaje de familias con banda ancha, un 58,5%. La banda ancha también llega a uno de cada dos hogares con Internet en Álava –51,6%– y en Gipuzkoa –51,2%–. Otras formas de conexión son utilizadas por menos usuarios. Así, el 45,1% de las familias tiene línea telefónica convencional; el 30,6% de las familias tiene línea ADSL, el 24,5% tiene red de cable y el 0,6% tiene línea RDSI.

Familias con Internet, según tipo de línea de conexión y territorio histórico. C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%) (\*)

## Ordenagailu pertsonalari lotutako elementuak

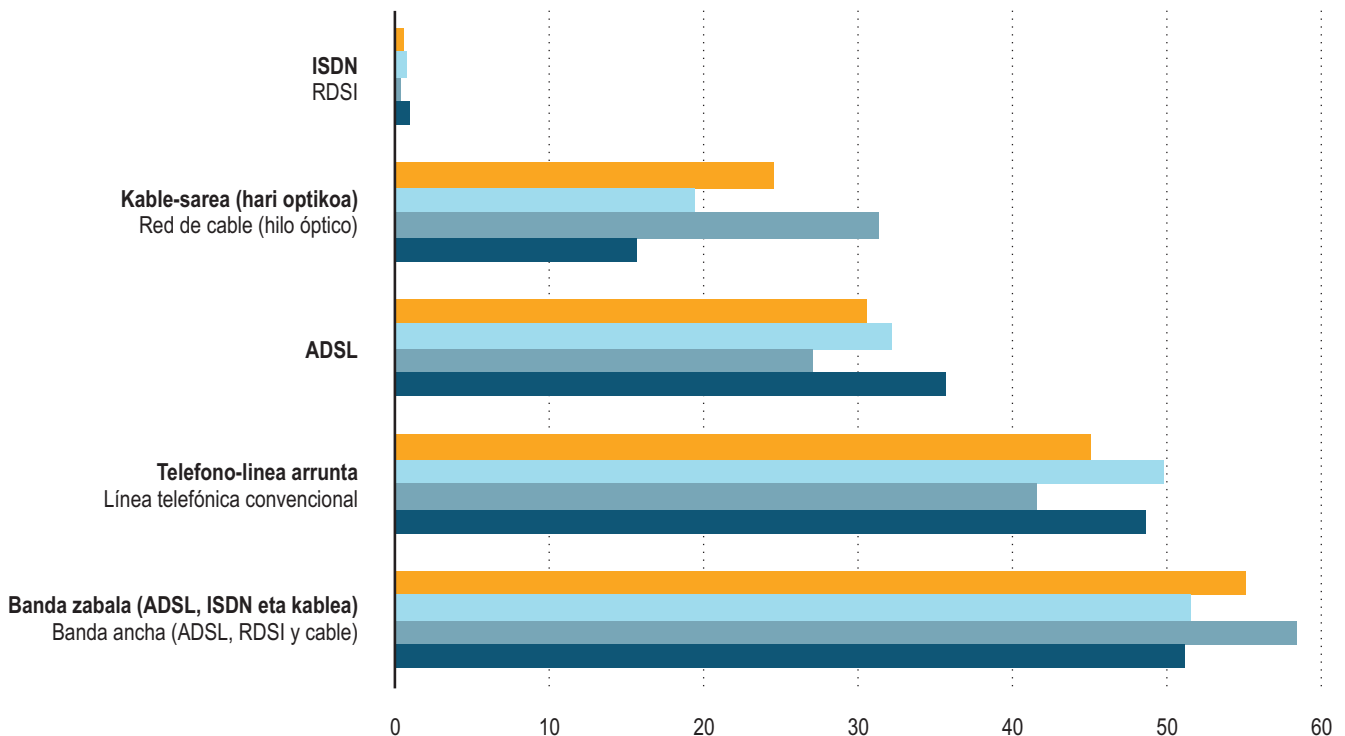
Familietan ordenagailu pertsonalak nola sartu diren erakusten duen tasa hazi egin da berriz ere; 2004an %48,0 zen tasa hori eta 2005ean %49,9.

Ordenagailuaren igoerarekin batera, ezinbestez, Interneteko konexioa izateko joera ere areagotu egin da; hala, 2004an euskal etxean %33,9an zegoen sare globalerako sarbide hori, eta 2005ean %36,3an. Hau da, 279.100 etxetan. Oinarrizko hornikuntza informatiko horren 2,4 ehuneko-puntuako igoera hori handienetakoa izan da.

Etxean zuten Interneteko konexio motari buruz hasi ziren galdetzen inkestak 2003. urtean. 2005. urtean, Internet zuten 5 familietatik ia 3k banda zabaleko linea zuten. Bizkaiak, banda zabala duten familia portzentaje handiena du hiru lurralde historikoetatik, hain zuzen ere, %58,5. Banda zabala Internet duten 2 etxebizitzetatik baten dago Araban –%51,6– eta Gipuzkoan ere –%51,2–. Beste konexio erak erabiltzaile gutxiagok erabiltzen ditu. Horrela, familien %45,1ek telefono linea konbentzionala dute; familien %30,6 ADSL linea dute; %24,5ek kable sarea du eta 0,6ak RDSI linea du.

Internet duten familiak konexio-motaren arabera, lurraldeka.

## 2. Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%) (\*)



(\*) Erantzun anizkoitzeko galdera. / Pregunta de respuesta múltiple.

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

## Elementos asociados al televisor

De los elementos asociados al televisor, aumentan su presencia entre las familias de la C.A. de Euskadi, el DVD –que pasa del 43,1% en 2004 al 56,8% en 2005–, el teletexto –que pasa del 72,2% al 77,1%–, la televisión de pago –que pasa del 7,5% al 8,6%– y la televisión por cable –que pasa del 14,0% al 23,3%–.

Por su parte, otros elementos asociados al televisor disminuyen su presencia en el periodo de estudio: la antena parabólica –del 13,9% al 10,4%– y el vídeo –del 71,5% al 69,3%–.

La televisión por cable se encuentra en 179.500 hogares vascos, lo que supone un aumento del 69,0% respecto al año anterior. A su vez, la televisión de pago está presente en 66.300 hogares vascos, lo que representa un incremento del 16,7% respecto a 2004. Este ascenso puede encontrar su explicación en las políticas de expansión de los operadores telefónicos y en la oferta de servicios integrados.

Destaca que el vídeo experimenta una disminución de 2,2 puntos porcentuales respecto al año anterior y parece haber alcanzado cotas de saturación en el mercado, que se dirige cada vez más al DVD y a otros sistemas de reproducción de imágenes digitales.

## Otros equipamientos del hogar

Sin duda alguna, el equipamiento de mayor presencia en los hogares vascos es el teléfono móvil. Pasa del 78,5% del año 2004, al 80,6% del 2005, y se mantiene en el primer puesto en el ranking de TIC en las familias vascas. Cuatro de cada cinco familias en la C.A. de Euskadi dispone de teléfono móvil en su hogar.

## Evolución trimestral de los equipamientos TIC del hogar según el tipo de familia

La evolución trimestral de los 6 últimos años muestra un claro ascenso en algunos de los equipamientos TIC en los hogares. Así, si se tiene en cuenta el ordenador personal, Internet y el teléfono móvil, a lo largo de estos años, se produce un incremento en cada uno de ellos y en todos los trimestres, excepto en el segundo de 2003, que se produjo un ligero estancamiento, para luego recuperarse.

La composición familiar diferencia el nivel y el tipo de equipamientos TIC. Las familias con hijos presentan niveles más altos de introducción de TIC en el hogar, mientras que las personas que viven solas son las peor equipadas.

Así, en la gráfica de la evolución de las familias por TIC del hogar según trimestre y tipo de familia, en el equipamiento de Internet (Gráfica 5), el porcentaje de familias con hijos que cuentan con Internet (53,5%) es casi tres veces mayor que el de las familias formadas por parejas solas (18,9%) y cuatro veces mayor que el de las personas que viven solas o el de familias sin núcleo familiar (13,2%). Lo mismo sucede con los datos referidos al equipamiento ordenador personal, en donde los hogares con hijos llegan al 71,8%, los hogares con parejas al 25,8% y los hogares de personas aisladas al 19,9%.

## Telebistari lotutako elementuak

Telebistari lotutako elementuetan, hurrengo hauek gora egin dute EAeko familien artean: DVDa –%43,1 izatetik 2004. urtean %56,8 izatera 2005. urtean–, teletestua –%72,2 izatetik %77,1 izatera–, ordaindutako telebista –%7,5 izatetik %8,6 izatera– eta kable bidezko telebista –%14,0 izatetik %23,3 izatera–.

Aldiz, telebistari lotutako beste elementu batzuek behera egin dute azterlana egin den sasoiari: antena parabolikoa –%13,9 izatetik %10,4 izatera– eta bideoa –%71,5 izatetik %69,3 izatera–.

Kable bidezko telebista EAeko 179.500 etxetan dago, eta gora egin du %69,0 aurreko urteari dagokionez. Era berean, ordaindutako telebista EAeko 66.300 etxetan dago, eta gora egin du, %16,7 hain zuzen ere, 2004. urteari dagokionez. Hori azaltzeko, telefono operadoreen zabalkunde politiketara eta zerbitzu integratuen eskaintzara jo behar dugu.

Bideoari dagokionez, 2,2 ehuneko puntuko jaitsiera izan du aurreko urtearen aldean, eta merkatuan tope egin duela dirudi. Merkatuak gero eta joera handiagoa du DVD irakurgailuen eta irudi digitalak erreproduzitzeko beste sistema batzuen alde.

## Etxeko beste hornikuntza batzuk

Zalantzarik gabe, sakelako telefonoa da EAeko etxeetan hedakuntzarik handiena duen hornikuntza. 2004an %78,5 izatetik 2005ean %80,6 izatera igaro da, eta EAeko familien artean IKTetako lehen postua du. EAeko bost familietatik lauk sakelako telefonoa dute etxean.

## Etxeko IKT hornikuntzen hiruhileko bilakaera, familia-motaren arabera

Azken 6 urteetako hiruhilekokako bilakaerak erakusten du IKT hornikuntza batzuk hazi egin direla etxeetan. Ordenagailu pertsonala, Internet eta sakelako telefonoa kontuan hartzen baditugu urte horietan, denak hazi dira eta hiruhileko guztietan, 2003ko bigarren hiruhilekoan izan ezik, nolabait geldituta egon baitzen, nahiz eta gero suspertu.

Familiaren osaerak bereiztu egiten du IKT hornikuntza maila eta mota. Seme-alabak dituzten familiek dute IKT gehien etxean, eta bakarrik bizi direnek gutxien.

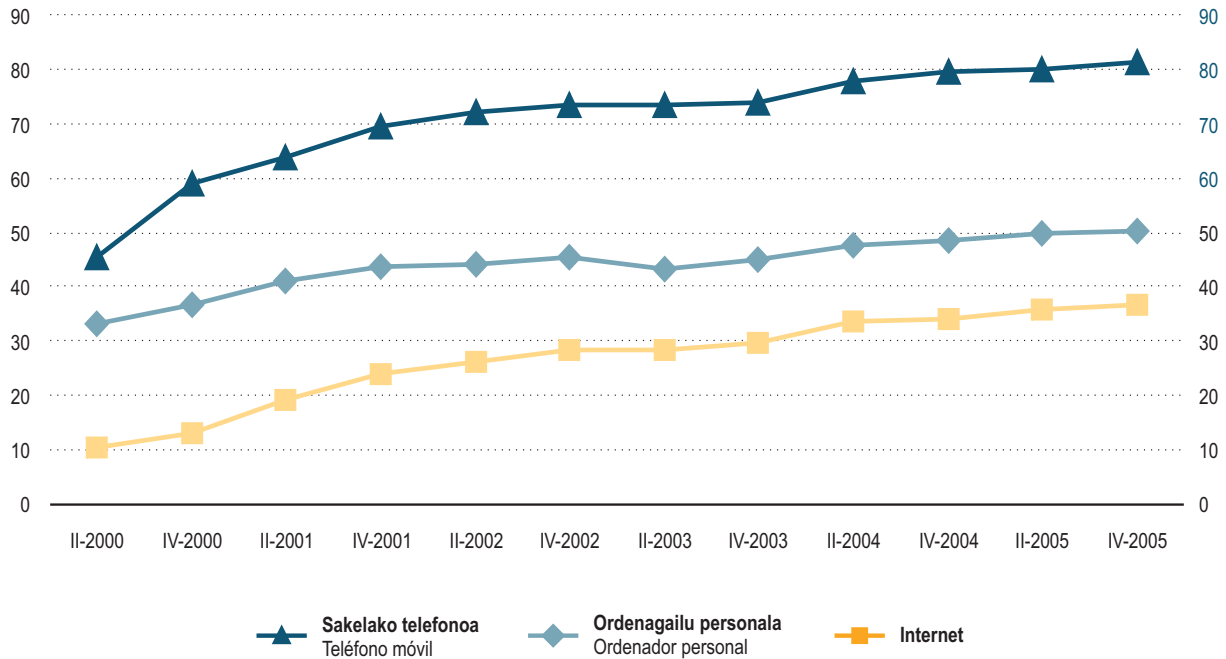
Familien bilakaerari dagokion grafikoan (etxeko IKT hornikuntza hiruhilekoaren eta familia-motaren arabera), Interneteko hornikuntza dutenak (5. grafikoan) ia hiru aldiz gehiago dira seme-alabak dituzten familien artean (%53,5) bikote hutsak direnen artean baino (%18,9), eta lau aldiz gehiago bakarrik bizi direnen edo familigunerik gabeko familietan baino (%13,2). Gauza bera gertatzen da ordenagailu pertsonalaren hornikuntzari buruzko datuekin, seme-alabak dituzten familien artean %71,8k dute, bikote hutsek osatzen duten familietan %25,8k eta bakarrik bizi direnen artean %19,9k.



Evolución de las familias por los principales equipamientos TIC en el hogar, según trimestre. C.A. de Euskadi. (%)

Familien bilakaera, etxeko IKT hornikuntza nagusien arabera, hiruhilekoka. Euskal AE. (%)

3.



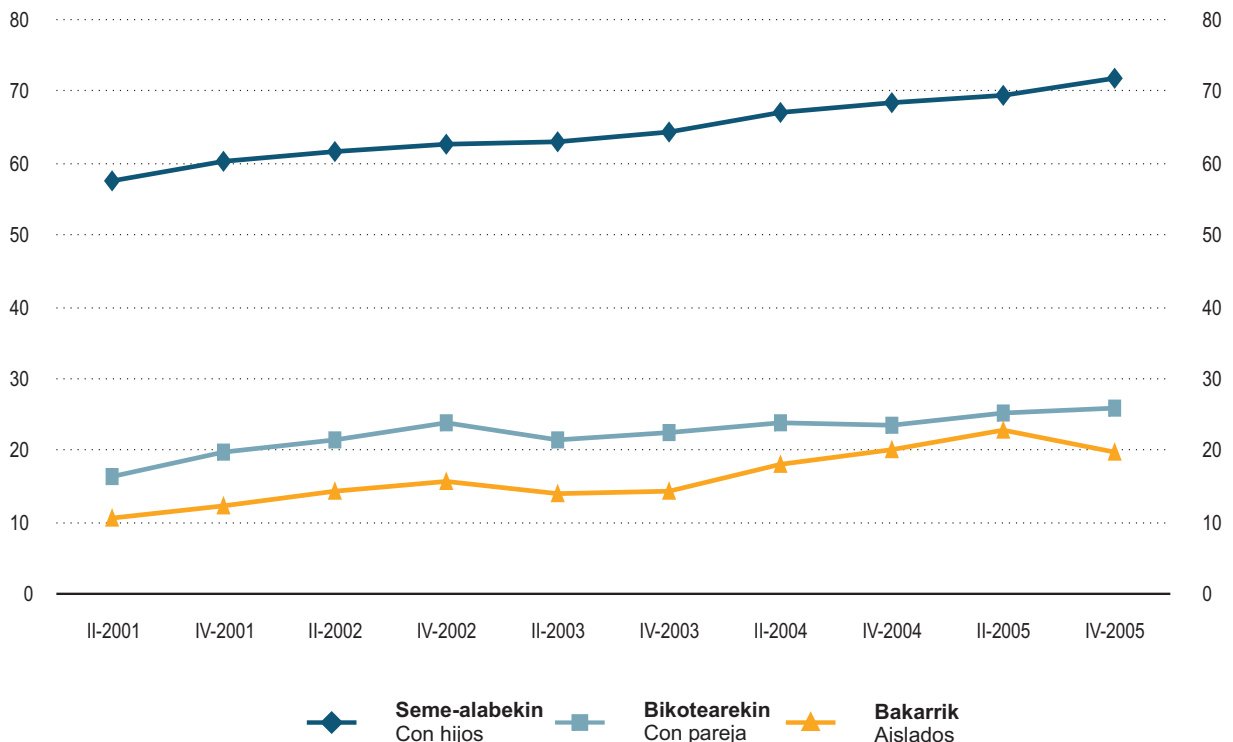
Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

Evolución de las familias por equipamientos informáticos en el hogar por tipo de familia, según trimestre. Ordenador personal. C.A. de Euskadi. (%)

Familien bilakaera, etxeko hornikuntza informatikoen arabera eta familia-motaren arabera, hiruhilekoka. Ordenagailu pertsonala. Euskal AE. (%)

4.

Ordenagailu pertsonala / Ordenador personal



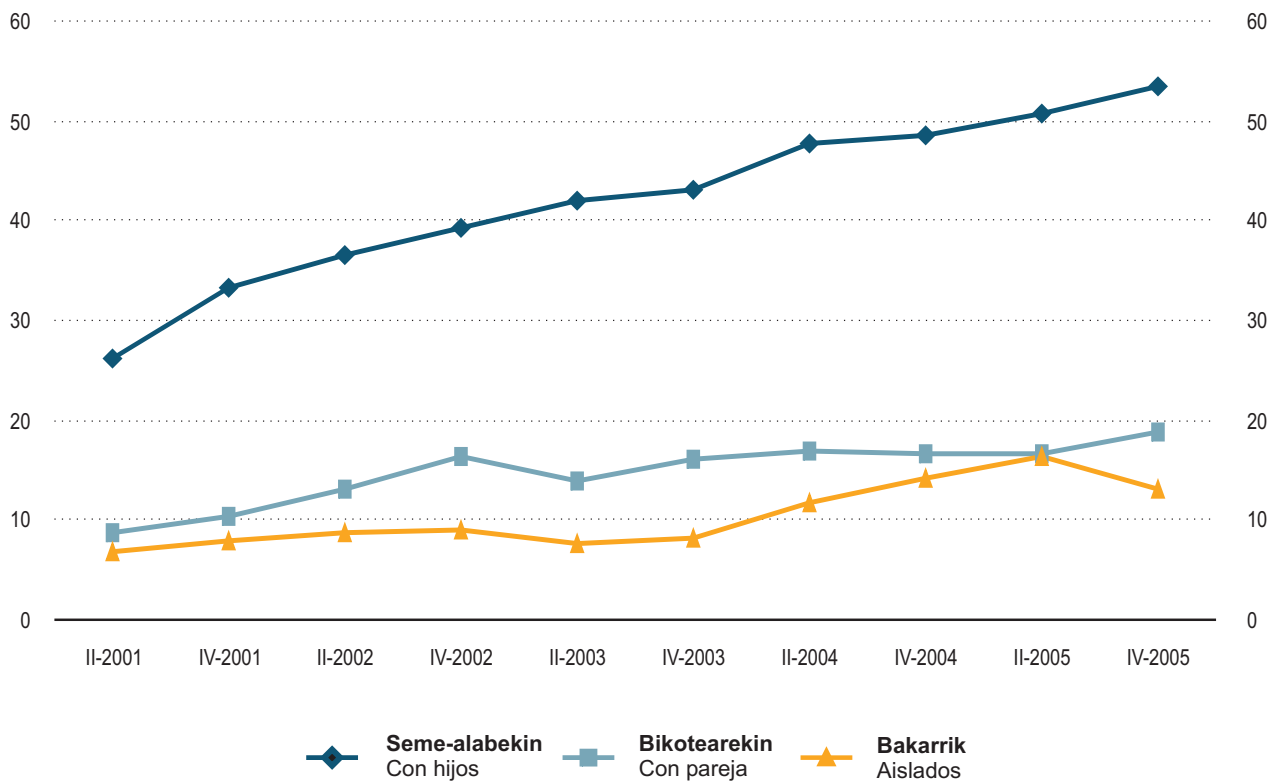
Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

Evolución de las familias por equipamientos informáticos en el hogar por tipo de familia, según trimestre. Internet. C.A. de Euskadi. (%)

Familien bilakaera, etxeko hornikuntza informatikoen arabera eta familia-motaren arabera, hiruhilekoka. Internet. Euskal AE. (%)

5.

### Internet



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

### 3. La Sociedad de la Información y las Personas de 15 y más años

No todos los equipamientos TIC de la población vasca crecen en el año 2005; entre los que sí crecen, no todos lo hacen de la misma manera. De ello se deduce que el disfrute de los equipos TIC no alcanza a todos los grupos sociales del mismo modo.

El teléfono móvil resulta ser el elemento tecnológico más extendido en la C.A. de Euskadi, llegando en el año 2005 al 87,8% de la población de 15 y más años, lo que representa un incremento de 1,4 puntos porcentuales con respecto a 2004.

En cuanto al equipamiento informático, una de cada dos personas de 15 y más años manifiesta tener ordenador personal en su casa –1.100.700 personas–. Cabe destacar que el crecimiento del número de personas con acceso al ordenador personal en el hogar ha sido mayor que en años anteriores. Del año 2003 al 2004 se incrementaron en 42.200 las personas que dicen disponer de ordenador, mientras que del año 2004 al 2005 el incremento ha sido de 63.900 personas.

### 3. Informazioaren gizartea eta 15 urte eta gehiagoko pertsonak

EAEko biztanleen IKT hornikuntza guztiek ez dute gora egin 2005ean; gora egin dutenen artean, denek ez dute neurri berean egin gora. Hortik ondorioztatzen da IKT hornikuntzak izateko aukera ez dela bera gizarte-talde guztietan.

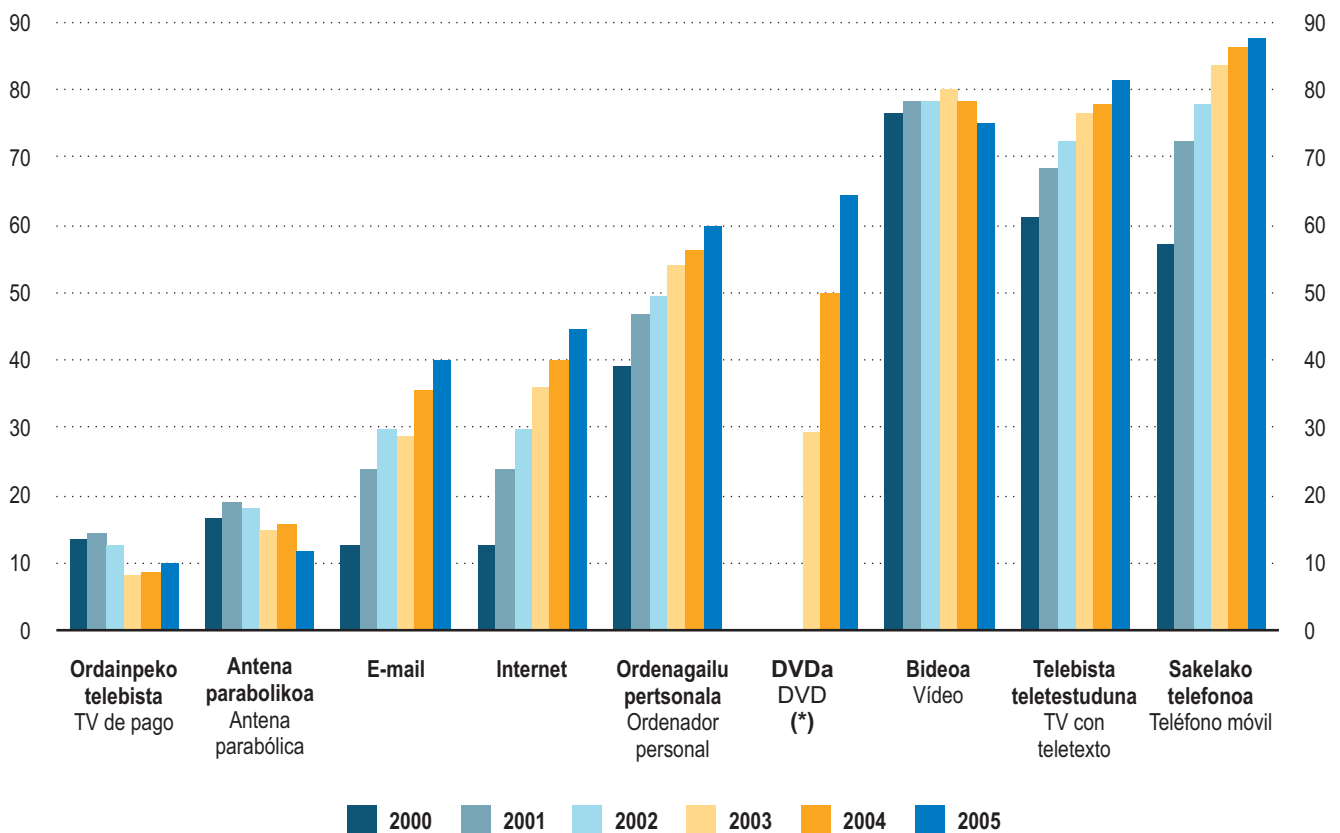
Sakelako telefonoa da EAEn elementu teknologikorik hedatuen, 2005ean 15 urte eta gehiagoko biztanleen % 87,8ra iritsi zen; hau da, 2004arekin alderatuz gero, 1,4 ehuneko-puntu hazi zen.

Hornikuntza informatikoari dagokionez, 15 urte edo gehiagoko bitik batek etxean ordenagailu pertsonala duela dio –1.100.700–. Esan beharra dago etxean ordenagailu pertsonala duten pertsonen kopurua aurreko urteetan baino gehiago hazi dela. Izan ere, 2003tik 2004ra etxean ordenagailu pertsonala zuen pertsona kopurua 42.200 hazi zen. 2004. urtetik 2005. urtera, aldiz, 63.900 hazi da.

Evolución de la población de 15 y más años por equipamientos TIC en el hogar. C.A. de Euskadi. Media anual. (%)

15 urte edo gehiagoko biztanleen bilakaera, etxean dituzten IKT hornikuntzen arabera. Euskal AE. Urteko batez bestekoa. (%)

6.



(\*) 2003 urtetik aurrera jasotzen da informazioa puntu honetaz. / A partir del año 2003 se recoge información sobre este punto.

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

En el período de estudio se aprecia un fuerte ritmo de crecimiento, en el acceso a un ordenador entre la población de 15 y más años. Entre los años 2000 y 2001, se da un incremento de 7,4 puntos, que se frena entre 2001 y 2002 (el crecimiento no llega a los 3 puntos) para volver a crecer entre 2002 y 2003 con un ascenso en las tasas de penetración del ordenador personal de 5 puntos. Entre los años 2003 y 2004 la diferencia es de 2,2 puntos y finalmente entre 2004 y 2005 ha sido de 3,4.

El 44,4% de la población en el año 2005 dice tener acceso a Internet, lo que significa un aumento respecto al año 2004 de 4,5 puntos porcentuales. En lo que se refiere al e-mail, el 39,9% de la población lo tiene en sus casas. El 75,1% de la población manifiesta tener vídeo en su hogar y un porcentaje algo mayor -81,4%-, televisión con teletexto.

La TV por cable, antena parabólica y la TV de pago son los equipamientos TIC con menor implantación en los hogares vascos; en el primer caso el 25,9%, en el segundo el 11,6% y en el tercero el 9,8%. Destaca la subida de la TV por cable en el periodo de estudio, que convierte a este elemento TIC en el hogar en el que experimenta la mayor subida (10,6 puntos porcentuales).

Aztertu den aldian, hazkunde-erritmo bizia ikusten da 15 urtetik gorakoek ordenagailua erosteari dagokionez. 2000tik 2001era, 7,4 puntu hazi zen. Hori moteldu egin zen 2001etik 2002ra (hazkundera ez zen 3 puntura iritsi), baina 2002tik 2003ra berriro ere hazi egin zen, eta ordenagailu pertsonalaren sartzetasa 5 puntu igo zen. 2003tik 2004ra 2,2 puntuko aldea egon da, eta azkenik 2004tik 2005era 3,4 izan da.

Biztanleen %44,4k esan dute 2005ean Internetarako sarbidea dutela, eta hori 4,5 ehuneko-puntuko igoera da 2004arekin alderatuz gero. Posta elektronikoa dagokionez, biztanleen %39,9k dute etxean. Biztanleen %75,1ek etxean bideoa dutela diote eta ehuneko pixka bat handiagoak teletestudun telebista -%81,4- duela dio.

Kable bidezko telebista, antena parabolikoa eta ordaindutako telebista dira EAEko etxeetan gutxien sartu diren IKT elementuak; lehenengoaren kasuan %25,9, bigarrenean %11,6 eta hirugarrenean %9,8. Kable bidezko telebistaren igoera nabarmentzen da, aztertu den aldian gehien igo den IKT elementua baita etxean (10,6 puntu portzentual).

## Características de la población con acceso a Internet

Atendiendo al equipamiento informático en el hogar, los colectivos sociales que manifiestan más dinamismo en su incorporación a Internet son los más vinculados a alguna actividad académica y/o profesional. Por el contrario, las personas que viven aisladas, los ancianos, las mujeres, los inactivos y los que tienen menor nivel de instrucción son los que presentan un acceso más bajo.

Hay que resaltar que los colectivos que antes y en mayor medida disponen de equipamientos TIC en la vivienda son los que presentan un nivel de formación más alto y, por tanto, mayores recursos para adaptarse a los rápidos cambios de las nuevas tecnologías, sin olvidar que en esta dimensión se solapan, además, el nivel económico, la edad y el género. Los que más se conectan son las familias que tienen hijos y, por grupos de edad, los que tienen entre 15 y 24 años.

Siete de cada diez jóvenes estudiantes tienen acceso a Internet, lo que supone un importante crecimiento respecto al año anterior (6,0 puntos porcentuales). Se trata de un colectivo sin medios económicos propios, que vive en el hogar familiar y que dispone de los equipamientos adquiridos por sus progenitores u otros familiares.

Este colectivo está formado por jóvenes de ambos sexos, que han nacido en la era de la informática y que tienen menos problemas en adaptarse a las nuevas tecnologías y sus cambios.

Por el contrario, los inactivos y parados que poseen Internet en casa son el 26,2%; los mayores de 65 años son el 13,1%; los que viven solos, el 18,6%; los que poseen estudios primarios, el 22,2% y los que viven en pareja, el 20,6%.

Las mujeres disponen de acceso a Internet en el hogar menos que los hombres –con una diferencia de 3,4 puntos porcentuales– y esta distancia ha aumentado con respecto al año 2004, año en el que la diferencia se situaba en 1,8 puntos. No hay que olvidar el sensible mayor peso de las mujeres en el grupo de personas mayores y en el de inactivas, todas ellas menos vinculadas a la Sociedad de la Información.

En síntesis, mayores dificultades para acceder a Internet encuentran las personas mayores, las que no viven en familias con hijos, las que viven solas o las de menor nivel de instrucción.

## Interneteko sarbidea duen biztanleriaren ezaugarriak

Etxeko informatika hornikuntzei dagokienez, Interneten sartze-ko aukeren arloan dinamikoenak diren gizarte-taldeek lotura dute irakaskuntzako edota laneko jardueraren batekin. Aldiz, gutxiago sartzen dira bakarrik bizi direnak, adinekoak, emakumeak, ez-aktiboak eta ikasketa-maila txikiagoa dutenak.

Aipagarria da heziketa-maila handiena duten taldeek eskuratzeko dituztela lehenago eta neurri handiagoan IKT hornikuntzak etxean. Beraz, talde horretakoek baliabide gehiago dituzte teknologia berrien aldatetara moldatzeko; horrez gain, arlo horretan ekonomia-mailak, adinak eta sexuak ere eragina dute. Gehien konektatzen direnak seme-alabak dituzten familiak dira, eta, adin-taldearen arabera, 15-24 urte bitartekoak.

Ikasten ari diren hamar gaztetatik zazpi Interneterako sarbidea dute, eta hori hazkunde handia da aurreko urtearen aldean (6,0 ehuneko-puntu). Talde horretako kideak berezko baliabide ekonomikorik gabekoak dira, hots, familiaren etxean bizi dira eta gurasoek edo familiako beste kideren batek eskuratutako hornikuntzak dituzte.

Talde horretan bi sexuetakoa kideak daude, informatikaren aroan jaio dira eta arazo gutxiago dute teknologia berrietara eta haien aldatetara moldatzeko.

Aitzitik, etxean Internet duten ez-aktiboak eta langabeak %26,2 dira; 65 urte baino gehiagokoak %13,1; bakarrik bizi direnak %18,6; lehen mailako ikasketak dituztenak %22,2 eta bikotean bizi direnak %20,6.

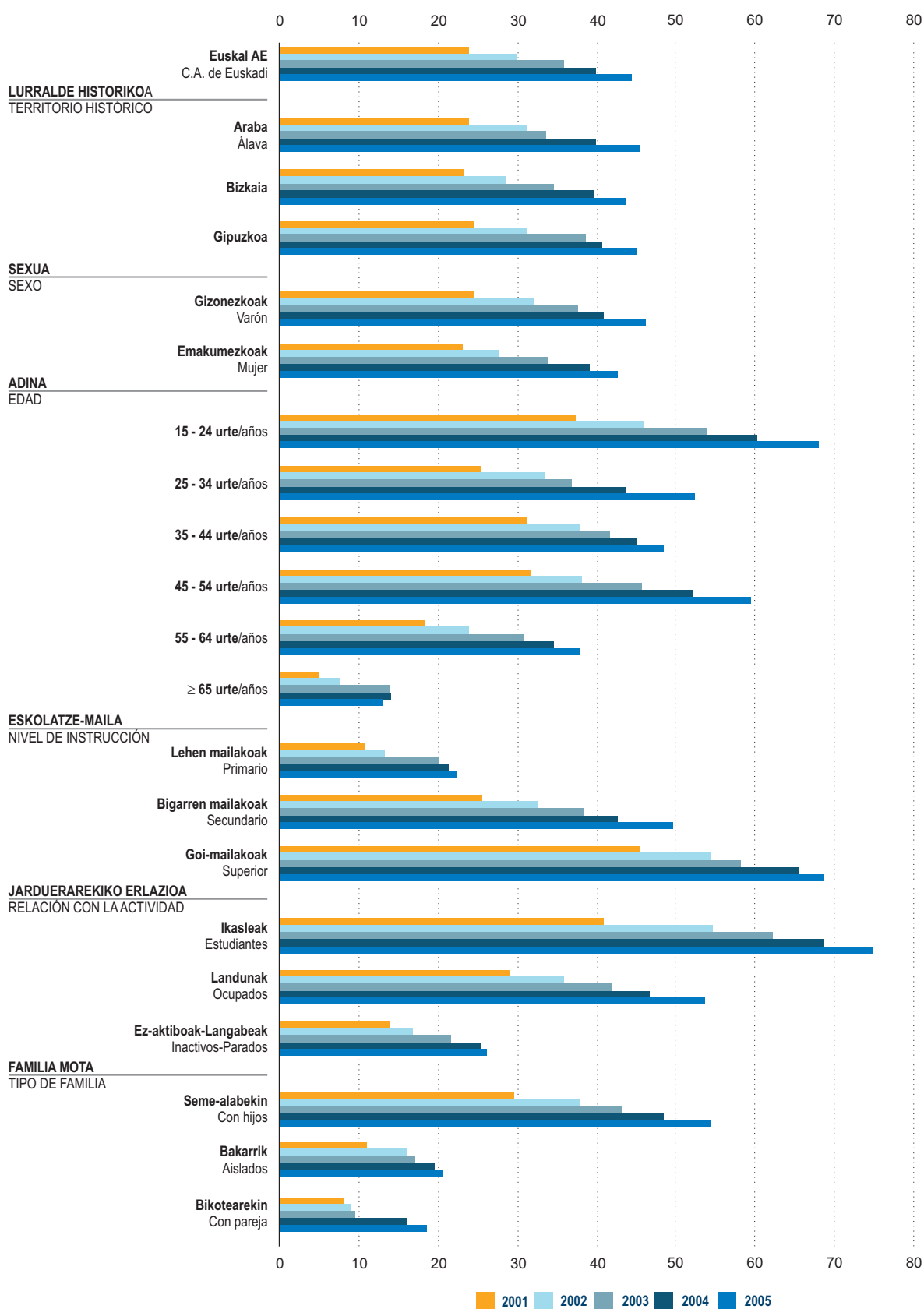
Emakumezkoek gizonezkoek baino neurri txikiagoan dute Internet etxean –3,4 ehuneko-puntuko aldea dago– eta alde hori nabarmendu egin da 2004 urtearen aldean, orduan 1,8 puntukoa baitzen. Ezin dugu ahaztu emakumeek pisu handiagoa dutela adinekoen eta ez-aktiboen taldeetan, eta horiek guztiek lotura txikiagoa dute informazioaren gizartearekin.

Laburbilduz, zailtasun handiagoak dituzte adinekoek, seme-alabadun familietan bizi ez direnek, bakarrik bizi direnek edo ikasketa-maila apalenetakoek.

Evolución de la población de 15 y más años con acceso a Internet en el hogar. C.A. de Euskadi. Media anual. (%)

7.

Etxean Interneteko sarbidea duen 15 urteko eta gehiagoko biztanleen bilakaera. Euskal AE. Urteko batez bestekoa. (%)



### 3.1. Acceso a la Sociedad de la Información en el centro de estudio

El 87,6% de los estudiantes tiene acceso a un ordenador personal en su centro de estudios. El ámbito académico parece ser el nexo de unión de las TIC con las nuevas generaciones, ya que, además, hay que tener en cuenta que el 77,6% de los estudiantes tiene acceso a Internet en su centro de estudio.

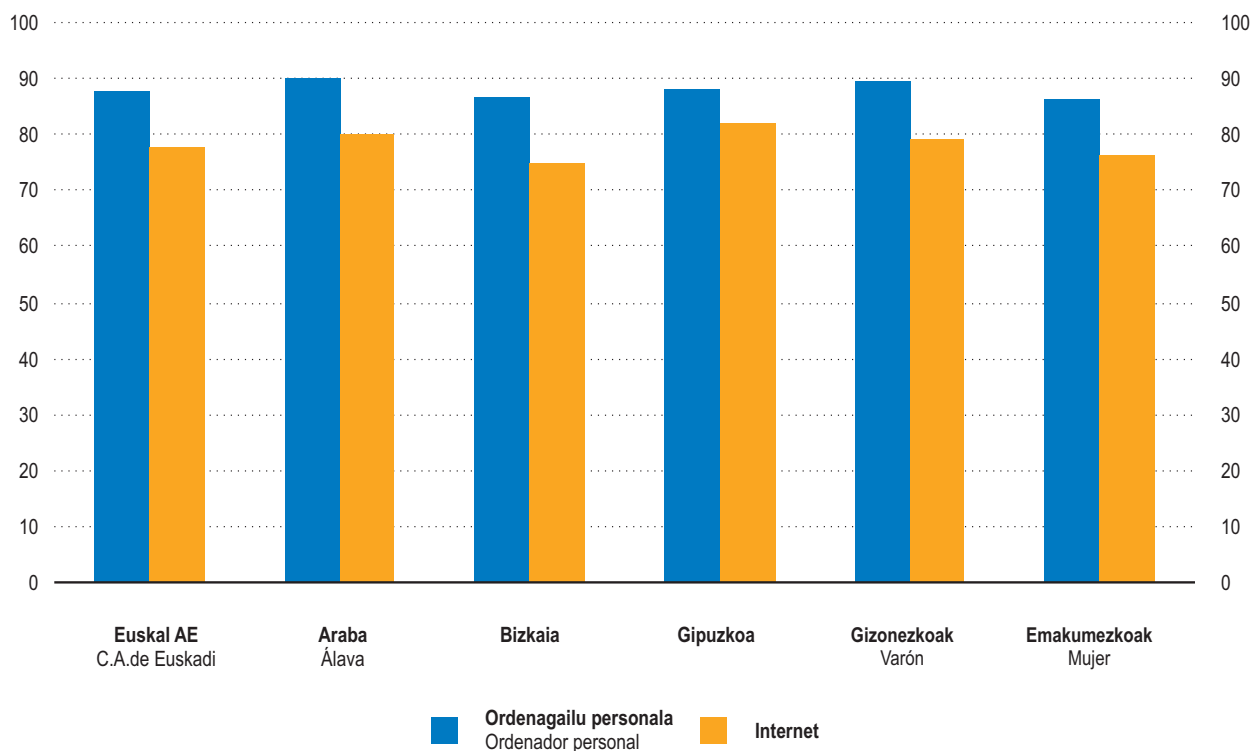
Población de 15 y más años estudiante por equipamientos TIC en el centro de estudio, según territorio histórico y sexo.  
C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

### 3.1. Informazioaren gizarterako sarbidea ikastokian

Ikasleen %87,6k ordenagailu pertsonala erabil dezakete ikastokian. Badirudi ikastokiak direla IKTen eta belaunaldi gazteen arteko lotura; izan ere, ikastokietan ikasleen %77,6k Interneten sartzeko aukera ere badutela kontuan hartu behar da.

15 urteko eta gehiagoko ikasle diren biztanleen bilakaera, ikastetxean dituzten IKT hornikuntzen, lurraldearen eta sexuaren arabera.  
Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%)

8.



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

De los estudiantes varones, el 89,3% puede acceder a un ordenador personal en su centro de estudios y el 78,9% a Internet. El 86,0% de las mujeres estudiantes puede acceder a un ordenador en su centro de estudios y el 76,5% a Internet. Parece, por tanto, que se mantiene la brecha de género existente en el acceso a Internet en el centro de estudios.

En cuanto a la evolución por territorios históricos, Gipuzkoa ha sido tradicionalmente el lugar donde se ha dado un promedio más elevado en la incorporación de elementos TIC en los centros educativos; esta tendencia se ha roto durante el año 2005. Así, en cuanto al ordenador, el 89,8% de los estudiantes alaveses puede acceder a dicho elemento; en Gipuzkoa el 88,2% y en Bizkaia el 86,7%. En lo que se refiere a la conexión a Internet, Gipuzkoa sigue manteniendo el mayor acceso en el centro de estudios, 81,9%, le sigue Álava con el 80,1% y en último lugar Bizkaia con el 74,7%.

Gizonezko ikasleen %89,3k ordenagailu pertsonala erabiltzeko aukera dute ikastokian eta %78,5 Interneten sar daiteke. Emakumezko ikasleen %86,0k ordenagailu pertsonala erabiltzeko aukera dute ikastokian eta %76,5 Interneten sar daiteke. Beraz, ikastokian Interneten sartzeko zegoen genero arteko zuloa mantendu egin dela dirudi.

Lurralde historikoen araberako bilakaerari dagokionez, tradizioz Gipuzkoan ikusi da batez bestekorik altuena ikastetxean IKT elementuak sartzeari dagokionez; joera hori eten egin da 2005. urtean. Horrela, ordenagailuari dagokionez, Arabako ikasleen %89,8k elementu hori eskura dezake; Gipuzkoan, %88,2k eta Bizkaian, %86,7k. Internet konexioari dagokionez, Gipuzkoak du ikastetxean elementu hori eskuratzeko aukerarik handiena, hain zuzen ere %81,9, atzetik Arabak, %80,1 eta azkenik, Bizkaiak, %74,7k.

### 3.2. Acceso a la Sociedad de la Información en el lugar de trabajo

Entre las personas ocupadas, el 48,0% puede acceder a un ordenador personal en el lugar de trabajo, el 34,7% tiene acceso a Internet y el 19,4% dispone de teléfono móvil facilitado por la empresa.

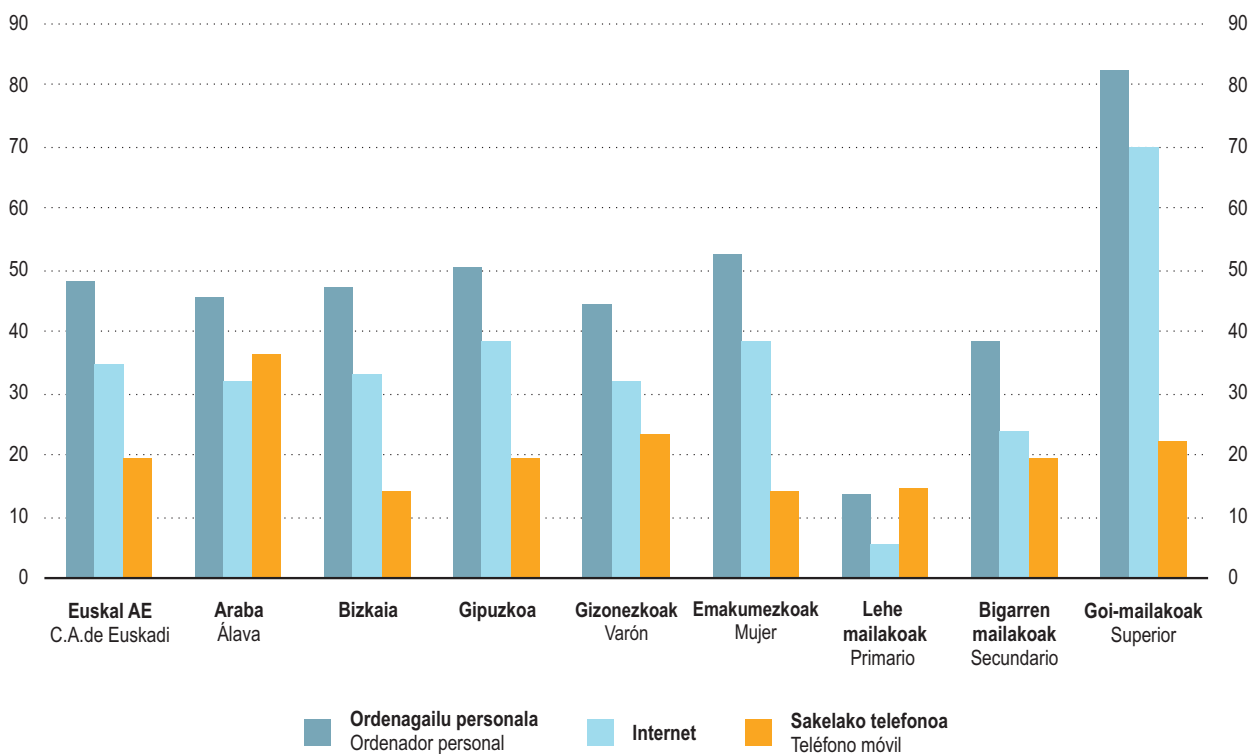
Población de 16 y más años ocupada por acceso a equipamientos TIC en el lugar de trabajo, según territorio histórico, sexo y nivel de instrucción. C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

### 3.2. Informazioaren gizarterako sarbidea lantokian

Landunen artean %48,0k ordenagailu pertsona dute eskura lantokian, %34,7k Interneterako sarbidea dute eta %19,4k enpresak emandako sakelako telefonoa.

**16 urteko eta gehiagoko landunak, lantokiko IKT hornikuntzen arabera, lurraldeka, sexua eta ikasketa-maila, kontuan izanik. Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%)**

9.



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

Si se analiza el acceso a equipamientos informáticos según el sexo, se aprecian diferencias; así, el 52,8% de las mujeres tiene acceso al ordenador, frente al 44,7% de los hombres.

El 38,3% de las mujeres ocupadas puede acceder a Internet en su centro de trabajo, 6,2 puntos más que los varones, mientras que en el acceso a un teléfono móvil la diferencia resulta inversa: el 23,3% de los varones ocupados puede acceder a uno, 9,3 puntos más que las mujeres en su misma situación.

Entre los ocupados, el 69,8% de los que han cursado estudios superiores tiene acceso a Internet, el 23,6% de los que cuentan con estudios secundarios y el 5,2% de los que tienen estudios primarios.

A su vez, el 22,1% de los que tienen estudios superiores, el 19,3% de los que tienen estudios secundarios y el 14,4% de los que tienen estudios primarios, pueden disponer de móvil facilitado por la empresa en el desarrollo de su trabajo.

Homikuntza informatikoak erabiltzeko aukera sexua kontuan izanda aztertzen bada, aldeak badirela ikusten da: emakumeen %52,8k ordenagailua erabiltzeko aukera dute eta gizoneen artean, aldiz, %44,7k.

Emakume landunen %38,3k Interneterako sarbidea dute lantokian, gizonezkoek baino 6,2 puntu gehiago, baina sakelako telefonoa eskura izateari dagokionez, alderantziz gertatzen da: gizonezko landunen %23,3k dute, egoera bereko emakumezkoek baino 9,3 puntu gehiagok.

Goi-mailako ikasketak egin dituzten landunen %69,8k Interneterako sarbidea dute; bigarren mailako ikasketak dituzten %23,6k eta lehen mailako ikasketak dituzten %5,2k.

Era berean, goi mailako ikasketak dituztenen %22,1ek, bigarren mailako ikasketak dituztenen %19,3k eta lehen ikasketak dituztenen %14,4k sakelako telefonoa izateko aukera dute, lanean erabiltzeko, enpresak utzita.

#### 4. Los usuarios de Internet: Evolución y características

Antes de comenzar el análisis dedicado a los usuarios de Internet, resulta necesario precisar que las preguntas utilizadas para definir a los usuarios de Internet varían en las diferentes encuestas:

- Ha accedido alguna vez a Internet?
- Tiene acceso o usa Vd. Internet?
- Usa Vd. personalmente Internet?
- Ha usado Internet en los últimos tres meses?
- Ha usado Internet en el último mes?
- Ha usado Internet el día anterior?

La población de referencia puede comenzar en los 14 años (Estudio General de Medios), en los 15 años (Eustat, INE), 16 años (Eurostat), en los 18 años (Observatorio de la Sociedad de la Información en Euskadi), con lo cual los resultados de los datos de usuarios de Internet de cada fuente pueden llegar a ser sensiblemente diferentes. Por esta razón, las comparaciones que se realizan deben tomarse con prudencia.

Hay que destacar que Eustat recoge el uso de Internet a partir de los 6 años y el INE a partir de los 10 años, aunque se publica la edad de 15 y más años en las principales tablas.

De 2000 a 2002 se consideraba usuario de Internet a todo el que se había conectado alguna vez. En el año 2003, para armonizar la definición de usuario de Internet con Eurostat, se incluyó el límite de acceso a la red en los tres últimos meses, para poder considerar como usuaria a una persona. Este cambio supone que, dado que no se han modificado las series anteriores, la evolución positiva del número de usuarios sería aún mayor a partir de 2003 con respecto a años anteriores.

##### 4.1. El acceso a Internet

El incremento de la penetración de Internet continúa entre la población de la C.A de Euskadi, manteniéndose éste sostenido respecto a años anteriores. En 2005 se han incrementado tanto los que se conectan a Internet como los que tienen la posibilidad real de acceder. Así, el 37,8% de la población de 15 y más años de la C.A. de Euskadi navega por la red independientemente de dónde se conecten y el 54,5% tiene en su entorno posibilidad de conectarse; por lo tanto, se produce una brecha de 16,7 puntos porcentuales de población que, por un motivo u otro, no se conecta nunca.

#### 4. Internet-erabiltzaileak: bilakaera eta ezaugarriak

Internet-erabiltzaileen analisisa hasi aurretik, esan beharra dago erabiltzaile horiek definitzeko ez direla galderak berak erabiltzen inkesta guztietan:

- Noizbait sartu zara Interneten?
- Baduzu Internet erabiltzeko aukera edo erabiltzen duzu?
- Zuk zeuk erabiltzen duzu Internet?
- Erabili duzu Internet azken hiru hilabeteetan?
- Erabili duzu Internet azken hilabeteetan?
- Erabili zenuen Internet atzo?

Erreferentziazko biztanleria batzuetan 14 urtetik gorakoa da (Estudio General de Medios), beste batzuetan 15 urtetik gorakoa (Eustat, INE), edo 16 urtetik gorakoa (Eurostat) zein 18 urtetik gorakoa (OSIE). Beraz, aldeak egon daitezke Internet-erabiltzaileari buruzko datuetan, iturri batetik bestera. Horregatik, kontu handiz egin behar dira konparazioak.

Esan behar da Eustat 6 urtetik gora hasten dela Interneten erabilerari buruzko datuak biltzen eta INE 10 urtetik gora, nahiz eta taula nagusietan 15 urte eta gehiagoko datuak argitaratzen diren.

2000 eta 2002 bitartean noizbait konektatutako oro hartzen zen Internet-erabiltzailetzat. 2003. urtean, Internet erabiltzaile kontzeptua Eurostaten erabilitako kontzeptuarekin bateratzeko, Internet erabiltzailetzat hartzen da azkeneko hiru hilabeteetan Interneten ibili dena. Moldatze hori dela eta, aurreko serieak aldatu ez direnez, erabiltzaile kopuruaren bilakaera positiboa are handiagoa izango litzateke 2003. urtetik aurrera, aurreko urteekin alderatuz gero.

##### 4.1. Interneteko sarbidea

Interneten sartzeko hazkundeak oraindik ere bere horretan dirau EAEko biztanleen artean aurreko urteen aldean. 2005ean gora egin dute Internetera konektatu direnek nahiz Internetera benetan konektatzeko aukera dutenek. Horrela, bada, EAEko 15 urteko edo gehiagoko biztanleen %37,8 sarean nabigatzen ibiltzen dira, edozein tokitatik konektatuta ere. Bestalde, %54,5ek aukera dute bere inguruan konektatzeko; beraz, 16,7 ehuneko-puntuko tartea osatzen dute hainbat arrazoiengatik inoiz konektatzen ez direnek.

1. TAULA  
TABLA 1  
INFORMAZIOAREN GIZARTEARI BURUZKO INKESTA-FAMILIAK  
ENCUESTA SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION-FAMILIAS

**15 URTEKO EDO GEHIAGOKO BIZTANLEEN BILAKAERA, INTERNETEKO SARBIDEAREN ETA ERABILERAREN ARABERA. EUSKAL AE. URTEKO BATEZ BESTEKOA. (%) (\*)**  
EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS, SEGÚN ACCESO Y USO DE INTERNET. C.A. DE EUSKADI MEDIA ANUAL. (%) (\*)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Interneten sartzeko aukera badu / Tiene posibilidad de acceder</b>	33,6	39,4	43,5	46,5	51,4	54,5
<b>Inoiz ez da konektatzen / Nunca se conecta</b>	15,4	12,5	13,1	14,4	16,2	16,7
<b>Benetan konektatzen da / Se conecta efectivamente</b>	18,2	26,9	30,4	32,1	35,1	37,8
<b>Aprobetxamendu-tasa / Tasa de aprovechamiento</b>	54,3	68,2	69,8	69,0	68,3	69,4
<b>Ez dauka aukerarik / No tiene posibilidad</b>	66,4	60,6	56,5	53,5	48,6	45,5

(\*) 2003 tik 'inoiz ez da konektatzen' azken hiruhilabeteaz ari da / A partir de 2003 "nunca se conecta" se refiere a los últimos 3 meses.  
Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.



De estos datos se deduce un incremento del número de personas que conocen la utilidad de Internet, tienen información suficiente e interés en el tema, aunque todavía queda un margen de población ajeno a este mundo de la informática y las nuevas comunicaciones. La tasa de aprovechamiento –proporción de usuarios sobre los que tienen acceso a Internet– parece no haber variado en los últimos años estudiados, fijándose en torno al 68-69%.

Si se tuviera que definir un perfil del internauta de la C.A de Euskadi sería el de un usuario entre 15 y 24 años, varón, estudiante y que reside en una familia con hijos.

Entre aquellos que no se conectan a Internet, un alto porcentaje son personas mayores de 65 años, miembros de familias sin hijos o sin núcleo familiar, además de personas que, laboralmente, permanecen inactivas o paradas y, en mayor medida, mujeres.

El colectivo formado por las personas que no son usuarias aún teniendo acceso a Internet, se caracteriza por tener entre 45-54 años, miembros de familias con hijos, ocupados e inactivos o parados, tienen estudios primarios y son más mujeres que hombres.

Población de 15 y más años, según el acceso, el uso de Internet y características básicas. C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

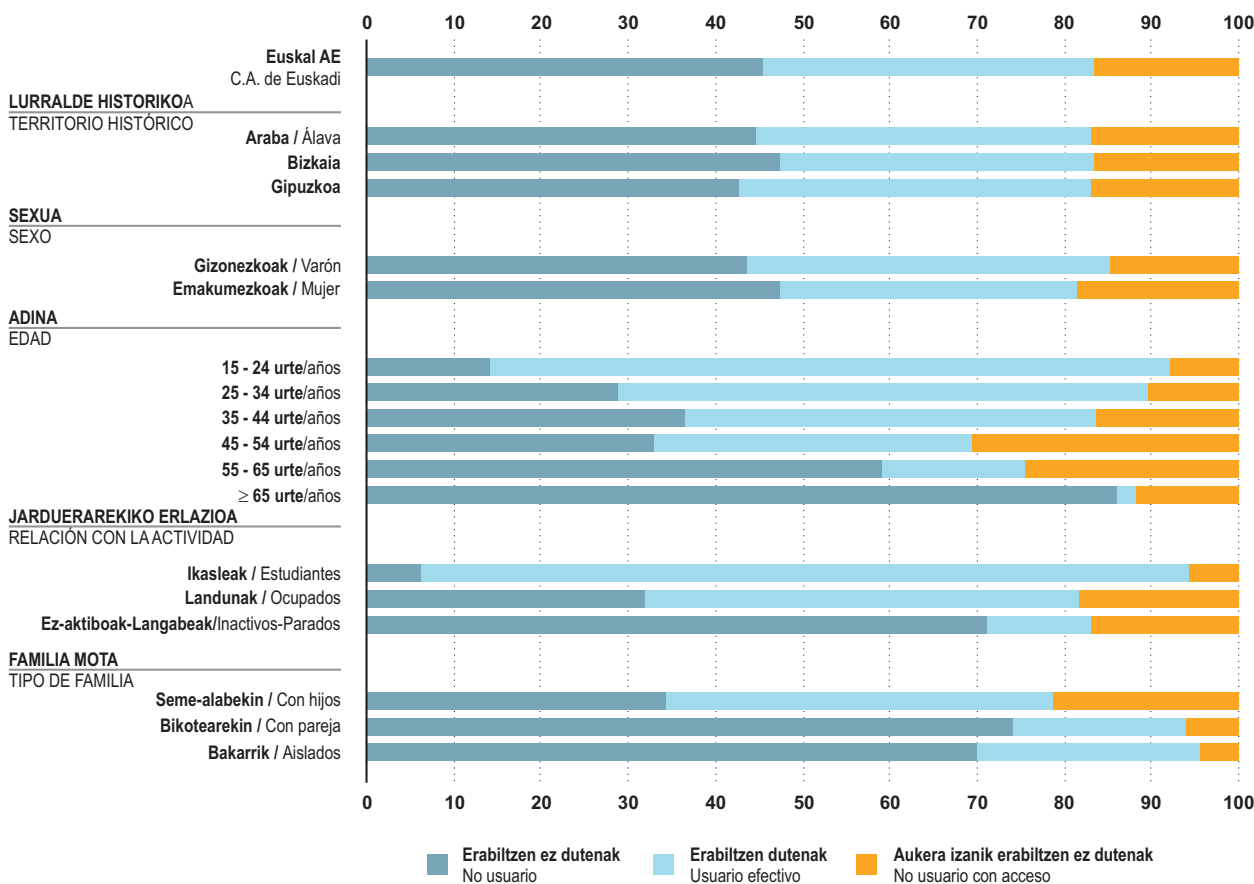
Datu horietatik ondorioztatzen da hazi egin dela persona kopurua Interneteko erabilgarritasuna ezagutu eta gai horren inguruan behar adina informazio eta interes dutenena. Hala ere, biztanleriaren zati bat informatikaren eta komunikazio berrien mundutik kanpo dago. Badirudi aprobetxamendu-tasa –erabiltzaileen proportzioa Interneten sartzeko aukera dutenen artean– ez dela aldatu aztertutako azken urteetan, eta %68-69 inguruan finkatu da.

EAEko erabiltzaileen profila honakoa da: 15-24 urte bitarteko gizonezkoa, ikaslea eta seme-alabadun familian bizi dena.

Internetera konektatzen ez direnen artean, asko dira 65 urtez gorakoak, seme-alabarik gabeko familietako kideak edo familiarik gabekoak, bai eta ez-aktiboak eta langabezia dauednak ere, eta, emakumeak gehiago dira.

Interneteko sarbidea izanagatik erabiltzen ez duten pertsonen taldeak ezaugarri hauek ditu: 45-54 urte bitarte; seme-alabadun familiako kide; landun, ez-aktibo edo langabe; lehen mailako ikasketak dituzte eta gizonezkoak baino gehiago dira emakumezkoak.

**15 urteko edo gehiagoko biztanleak, Interneteko sarbidea izateko aukeraren, erabiltzeraren eta oinarrizko ezaugarrien arabera. Euskal AE. 2005 Urteko batez bestekoa. (%)**



En el proceso de armonización de indicadores con los propuestos por Eurostat en el año 2003, en la Encuesta sobre la Sociedad de la Información a Familias (ESIF) se modificó la pregunta relativa a la frecuencia de acceso. A continuación se presenta la cuestión tal y como se planteó en el año 2002 –y anteriores– y en el año 2003 y posteriores.

Año 2002 y anteriores:

¿Con qué frecuencia suele acceder a Internet?

- a) Diariamente.
- b) Varias veces a la semana.
- c) Varias veces al mes.
- d) Con menor frecuencia.
- e) Nunca.

Año 2003 y posteriores:

¿Con qué frecuencia ha usado Internet en los últimos tres meses?

- a) Diariamente, al menos 5 días por semana.
- b) Todas las semanas, pero no diariamente.
- c) Al menos una vez al mes, pero no todas las semanas.
- d) No todos los meses.

A la vista de los resultados obtenidos, se considera oportuno presentar una evolución trimestral de estos años. Teniendo en cuenta la diferente formulación de la pregunta, a lo largo de estos años, en la población que tiene acceso a Internet se observa una estabilización de dos grupos: los usuarios que pudiendo no acceden a la red –algo menos del 30%– y los que se conectan a diario –el 33%, en el cuarto trimestre de 2005–. Además, hay una estabilización de los que se conectan semanalmente y de los que acceden a la red al menos una vez al mes.

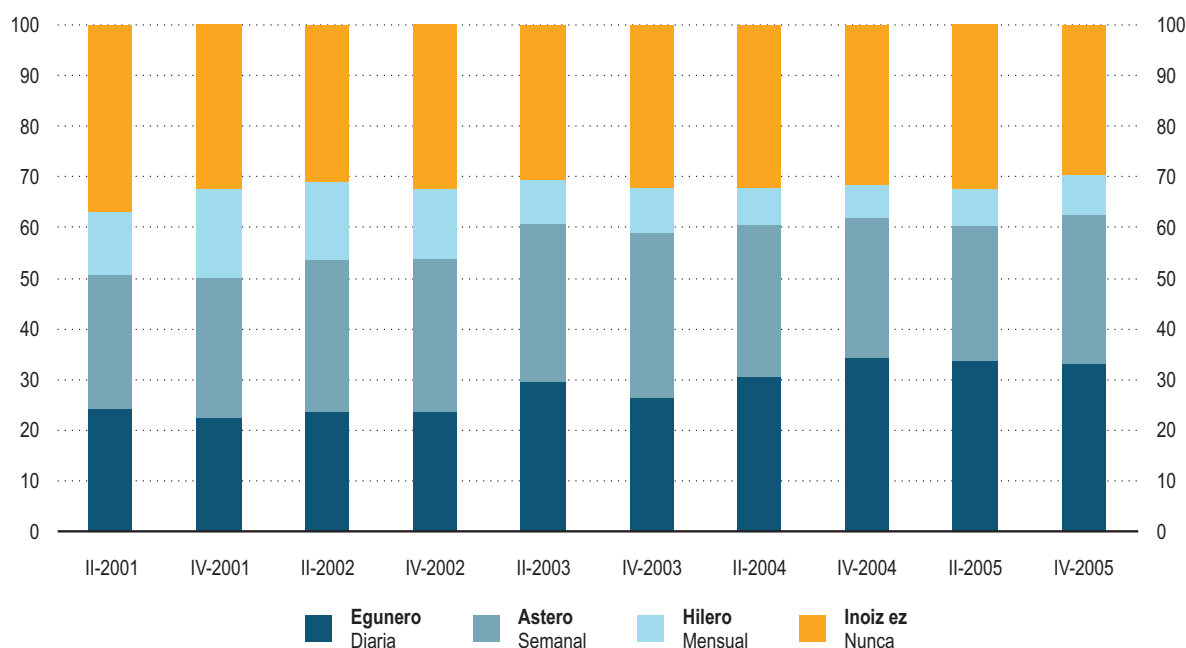
Evolución de la población de 15 y más años con acceso a Internet, por la frecuencia de conexión según trimestre.

C.A. de Euskadi. (%)

11.

**Interneteko sarbidea duten 15 urteko eta gehiagoko biztanleen bilakaera, konektatzen diren maiztasunaren arabera, hiruhilekoka.**

**Euskal AE. (%)**



#### 4.2. Evolución del número de usuarios y sus características

Se considera usuario a toda persona que ha accedido alguna vez a Internet en los tres últimos meses. Esta definición, como ya se ha dicho, se adoptó en 2003 con el fin de armonizarla a la mantenida por Eurostat. En los datos anteriores a 2003 se mantiene la definición antigua: cualquier persona que, para unas determinadas edades, afirmaban haberse conectado alguna vez a Internet.

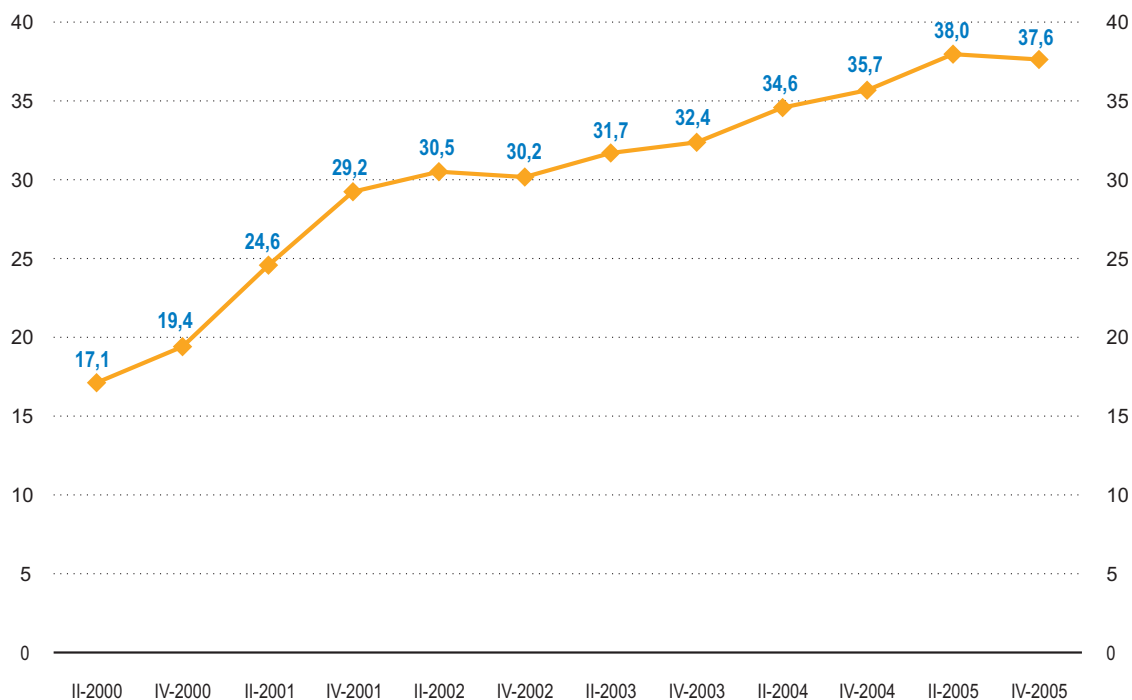
#### 4.2. Erabiltzaile kopuruaren bilakaera eta haien ezaugarriak

Erabiltzailetzat hartzen da azken hiru hilabetean behin edo behin Internetera sartu den pertsona oro. Esan bezala, definizio hori 2003an onartu zen, Eurostatek zuenarekin bateratzeko. 2003a baino lehenagoko datuetarako definizio zaharra erabili da: adin jakin batzuetan Internetera noizbait konektatu zela baieztatzen zuen edozein pertsona.

Evolución de la población de 15 y más años usuaria de Internet, según trimestre. C.A. de Euskadi. (%)

15 urteko edo gehiagoko Internet-erabiltzaileen bilakaera, hiruhilekoaren arabera. Euskal AE. (%)

12.



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

El 37,8% de la población de la C.A. de Euskadi, de media, se conectó a Internet durante el año 2005. El análisis de la evolución trimestral de los seis últimos años (teniendo en cuenta el II y IV trimestre) muestra cómo el porcentaje de personas que acceden a la red presenta un ritmo fuertemente ascendente hasta el año 2001, para estabilizarse a lo largo del año 2002, incluso apreciándose una ligera caída en el IV trimestre del año. En el 2003 se retoma el ritmo ascendente anterior al 2002, aunque con una menor intensidad y, a partir del IV trimestre del año 2002, el crecimiento continúa, llegando en el IV trimestre de 2005 al 37,6% de la población.

2005ean, batez beste, EAEko biztanleriaren %37,8 konektatu zen Internetera. Azken sei urteetako hiruhileko bilakaeraren analisiak (II. eta IV. hiruhilekoak kontuan izanda) erakusten du 2001era arte sarean sartzen zirenen kopuruak gora egin zuela, 2002an orekatu egin zen eta urteko IV. hiruhilekoan beherakada txiki bat ere izan zen. 2003an berriz ere 2002az aurreko datuen goranzko joerari ekin zitzaion, baina ez hain erritmo bizian eta 2002ko IV. hiruhilekotik aurrera hazkundeak jarraitu egin du eta 2005eko IV. hiruhilekoan biztanleriaren %37,6ra iritsi da.

Antes de comenzar con la lectura de los datos del EGM, conviene recordar que su definición de usuarios alcanza a los que se han conectado en el último mes y añade el grupo de 14 años. Esto explica las diferentes tasas con los datos ofrecidos por Eustat. No obstante, dado que resulta ser una fuente exclusiva, en cuanto a ofrecer series de datos desde el año 2000 por Comunidades Autónomas, se ha considerado pertinente su presentación.

Hedabideen inkesta orokorraren (EGM) datuak irakurri aurretik, kontuan izan behar dugu erabiltzailearen definizioan azken hilabetean konektatu direnak eta 14 urtekoen taldea sartzen dituela. Horregatik, Eustatek eskainitako datuen bestelako tasak ageri dira. Dena dela, iturri bakarra denez 2000. urtetik aurrerako datu-serieak autonomia-erkidegoka ematen, haren berri ematea egokitzat jo dugu.

**14 URTEKO ETA GEHIAGOKO INTERNET-ERABILTZAILIEN BILAKAERA, URTEAREN ETA AUTONOMIA-ERKIDEGOAREN ARABERA. URTEKO BATEZ BESTEKOAK (%)<sup>1</sup>**EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS USUARIA DE INTERNET EN EL ÚLTIMO MES, POR AÑO Y C. AUTÓNOMA. MEDIAS ANUALES (%)<sup>1</sup>

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Madril / Madrid</b>	16,3	23,4	27,0	35,2	40,3	44,5
<b>Euskal AE / C.A. de Euskadi</b>	<b>14,0</b>	<b>25,1</b>	<b>27,1</b>	<b>29,1</b>	<b>39,4</b>	<b>40,9</b>
<b>Nafarroa / Navarra</b>	13,8	17,3	20,9	25,5	34,4	40,2
<b>Katalunia / Cataluña</b>	18,6	26,6	27,1	30,8	36,5	40,1
<b>Balearrak / Baleares</b>	13,7	21,9	24,7	28,5	36,3	37,6
<b>Kantabria / Cantabria</b>	9,3	19,1	23,0	25,5	35,3	36,6
<b>Aragoi / Aragón</b>	12,2	18,1	20,6	28,8	33,9	35,3
<b>Espainia / España</b>	15,8	21,2	22,6	27,8	32,9	34,8
<b>Errioxa / Rioja (La)</b>	17,3	24,3	23,3	17,5	26,8	34,5
<b>Kanariak / Canarias</b>	11,7	19,1	24,6	26,1	30,5	33,8
<b>Murtzia / Murcia</b>	8,0	18,5	18,9	23,6	29,9	33,3
<b>Asturias</b>	10,7	22,7	20,5	23,7	30,1	31,8
<b>Valentzia / Comunidad Valenciana</b>	12,5	21,6	20,8	22,1	28,9	31,5
<b>Andaluzia / Andalucía</b>	10,1	18,2	20,3	25,6	30,4	30,3
<b>Gaztela eta Leon / Castilla y León</b>	8,8	16,0	20,0	23,5	26,0	28,4
<b>Galizia / Galicia</b>	8,2	14,6	18,9	23,6	27,2	25,1
<b>Gaztela-Mantxa / Castilla-La Mancha</b>	8,3	12,3	14,6	19,1	23,8	23,1
<b>Extremadura</b>	6,9	14,0	15,6	22,0	26,0	22,3

<sup>1</sup>AIMC. Audiencia de Internet en el EGM. 1<sup>o</sup> Ola 2006. www.aimc.es.

En 2005, Madrid y la C.A. de Euskadi son las dos comunidades con mayor tasa de usuarios de Internet. Navarra se sitúa por encima de la media estatal. En la C.A. de Euskadi, según esta fuente, el incremento ha sido de 1,5 puntos porcentuales entre 2004 y 2005. Para el año 2005, la C.A. de Euskadi ofrece una tasa de usuarios del 40,9% situándose la media estatal en el 34,8%.

A partir de 2003, Madrid ha sido la comunidad autónoma que ha ocupado el primer puesto en el ranking de usuarios, aventajando al resto considerablemente. En 2005, la C. A. de Euskadi, se sitúa en segundo lugar con una diferencia de 3,6 puntos porcentuales y, en tercer lugar, Navarra, a 4,3 puntos porcentuales.

Entre los países europeos para los que Eurostat facilita información, se puede apreciar la diferencia existente entre tres grandes grupos. Por un lado, los países nórdicos presentan elevadas tasas en cuanto a usuarios de Internet: Islandia –el 82% de los varones y 3 puntos menos las mujeres–, Suecia –el 80% de los varones y 8 puntos menos las mujeres–, Noruega –80% y hasta 13 puntos menos las mujeres– y Dinamarca –75% en el primer caso y 4 puntos para las mujeres–.

En segundo lugar, se podrían diferenciar los países que se sitúan en torno a la media europea: Reino Unido –61% de varones y 14 puntos menos las mujeres– y la C.A. de Euskadi –45% en varones y 7 puntos menos las mujeres–. La diferencia de la C.A. de Euskadi con la media de la Europa de los 15 es 7 puntos porcentuales en el caso de los varones y 3 en el de las mujeres. Un tercer grupo, lo formarían los países que están muy por debajo de la media europea –52% en varones y 41% en mujeres–. En esta subdivisión se incluirían Italia –34% de varones y 11 puntos menos en mujeres– y Grecia –22% en varones y 15% en mujeres–.

2005ean Madril eta EAE izan ziren Interneteko erabiltzailekopuru handiena zuten bi erkidegoak. Nafarroa Estatuko batez bestekoaren gainetik dago. EAEn, iturri horren arabera, 1,5 ehuneko-puntuko hazkundea izan zen 2004-2005 artean. 2005ari dagokionez, EAEko erabiltzaile-tasa %40,9koa izan zen, eta Estatukoa %34,8koa.

2003. urteaz geroztik Madril izan da lehen autonomia erkidegoa erabiltzaile-tasetan eta besteei alde handia kentzen zien. 2005ean EAE zegoen bigarren postuan, 3,6 ehuneko-puntuko aldearekin eta, hirugarren tokian, Nafarroa, 4,3 ehuneko-puntura.

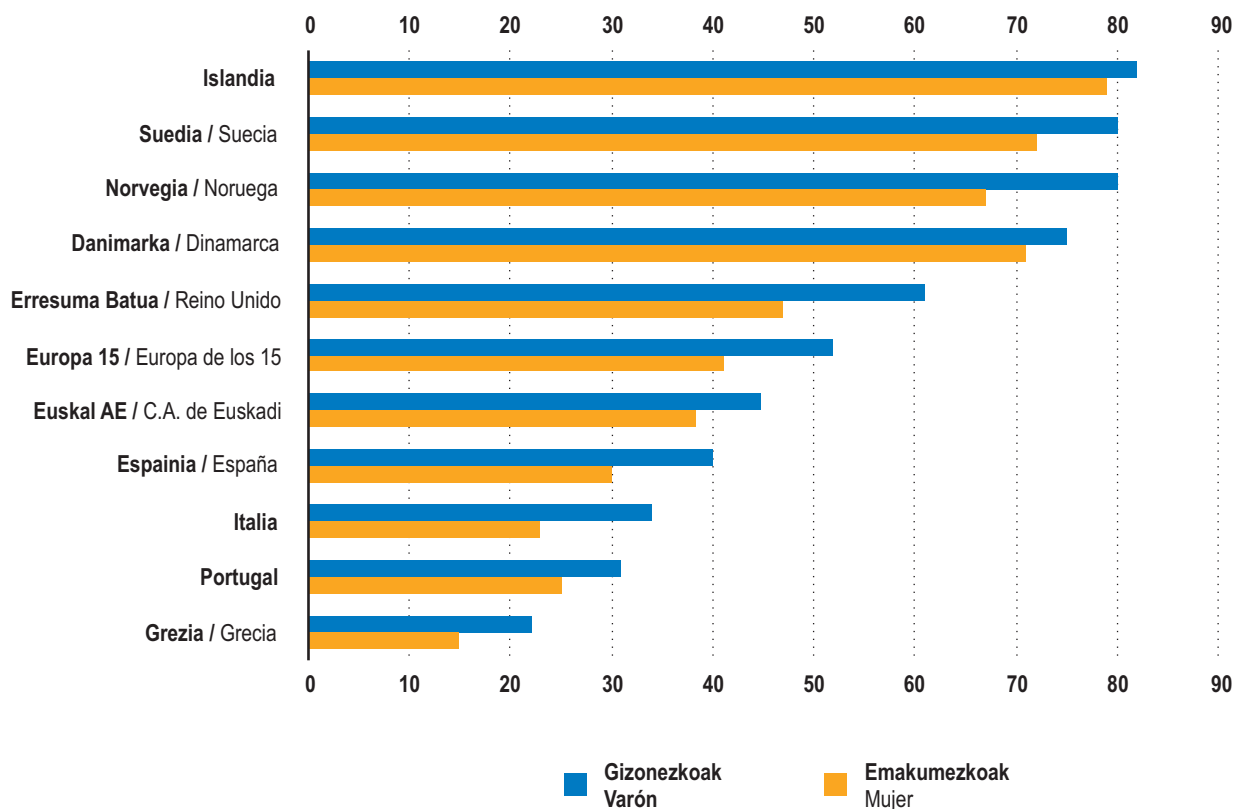
Eurostatek informazioa ematen duen Europako herrialdeetan hiru talderen artean alde handiak daude. Batetik, Internet-erabiltzaileen tasak oso handiak dira: Islandia –gizonezkoen %82 eta 3 puntu gutxiago emakumezkoak–, Suedia –gizonezkoen %80 eta 8 puntu gutxiago emakumezkoak–, Norvegia –%80 eta 13 puntu gutxiago emakumezkoak– eta Danimarka –%75 lehenbiziko kasuan eta 4 puntuko alde emakumeen kasuan–.

Bigarren tokian Europako batez bestekoaren inguruko herrialdeak daude: Erresuma Batua –gizonezkoen %61 eta 14 puntu gutxiago emakumeak– eta EAE –gizonezkoen %45 eta 7 puntu gutxiago emakumeak–. EAEn eta 15en Europaren artean dagoen alde gizonezkoen kasuan 7 ehuneko-puntukoa da eta 3 ehuneko-puntu emakumezkoen kasuan, EAEn. Hirugarren taldean daude Europako batez bestekoaren (gizonezkoen %52 eta emakumezkoen %41) oso azpiko herrialdeak: Italia –gizonezkoen %34 eta 11 puntu gutxiago emakumeak–, eta Grezia –gizonezkoen %22 eta emakumezkoen %15–.

Población de 16 a 74 años usuaria de Internet, por sexo. Países europeos. 2º Trimestre 2005. (%)

Internet erabiltzen duten biztanleak, 16 eta 74 urte bitartean, sexuaren arabera. Europako herrialdeak. 2005eko 2. hiruhilekoa. (%)

13.



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat. Eurostat.

Por edad, el grupo con mayor tasa de usuarios de Internet es el de 16 a 24 años en todos los países analizados por Eurostat (excepto en Irlanda) y en la propia C.A. de Euskadi. Se produce un salto importante de este grupo al siguiente.

Asimismo, de 16 a 24 años, Islandia presenta una tasa de 98%, en tanto que la C.A. de Euskadi se sitúa, con 77%, a 21 puntos porcentuales. La C.A. de Euskadi presenta una tasa cercana, en este grupo de edad, a la de España y la Europa de los 15. En el grupo de 25 a 34 años, se agrandan las diferencias, con el 97% de Islandia por el 62% de la C.A. de Euskadi (35 puntos). Sucede lo mismo en el grupo de 35 a 44 años, en el que los internautas vascos, con un 47%, están a 47 puntos del citado país, que lidera todos los grupos de edad.

Resulta interesante subrayar las altas tasas de los países nórdicos en las edades de mayores de 55 años. Han llegado antes a Internet y resulta probable que dispongan de contenidos para ellos; además, hay que tener en cuenta su superior nivel de formación.

Adinaren arabera, internet erabiltzaileetan tasarik handiena 16-24 urte bitarteko taldeari dagokio, Eurostatek aztertutako herrialde guztietan (Irlanda kenduta) zein EAEn. Talde horretatik hurrengora jauzi handia dago.

Halaber, 16-24 urte bitartean Islandiak %98ko tasa du, eta EAEk, ordea, %77koa, 21 ehuneko-puntura. EAEk adin-talde horretan Espainiakoaren eta 15eko Europaren antzeko tasa du. Aldeak handiagoak dira 25-34 urte bitarteko taldean, Islandiak %97 baitu eta EAEk %62 (35 puntu). Gauza bera gertatzen da 35-44 urte bitarteko taldean, EAEko internautak (%42) aipatutako herrialdetik 47 puntura baitaude. Suediak du, hain zuzen, lehen postua adin-talde guztietan.

Interesgarria da ikustea Ipar Europako herrialdeetan 55 urte baino gehiagokoek tasa altuak dituztela. Lehenago izan dute Internet erabiltzeko aukera eta daitekeena da berriazko edukiak izatea; gainera, kontuan izan behar da hezkuntza-maila altuagoa dutela.

**INTERNET ERABILTZEN DUTEN BIZTANLEAK, 16 ETA 74 URTE BITARTEAN, ADINAREN ARABERA. EUROPAKO HERRIALDEAK. 2005EKO 2. HIRUHILEKOA. (%)**

POBLACIÓN DE 16 A 74 AÑOS USUARIA DE INTERNET, POR EDAD. PAÍSES EUROPEOS. 2º TRIMESTRE DE 2005. (%)

	16-24 urte/años	25-34 urte/años	35-44 urte/años	45-54 urte/años	55-64 urte/años	65-74 urte/años
<b>Islandia</b>	98	97	94	85	70	42
<b>Norvegia / Noruega</b>	98	92	94	81	61	26
<b>Suedia / Suecia</b>	97	95	93	85	74	27
<b>Danimarka / Dinamarca</b>	93	92	90	80	63	30
<b>Alemania</b>	93	89	77	65	46	20
<b>Erresuma Batua / Reino Unido</b>	89	82	77	62	48	25
<b>Europa 15 / Europa de los 15</b>	82	71	64	52	36	14
<b>Espainia / España</b>	80	65	49	32	17	4
<b>Euskal AE / C.A. de Euskadi</b>	<b>77</b>	<b>62</b>	<b>47</b>	<b>36</b>	<b>17</b>	<b>3</b>
<b>Portugal</b>	70	46	34	21	10	2
<b>Italia</b>	62	49	41	31	14	4
<b>Grezia / Grecia</b>	46	34	26	17	7	1
<b>Irlanda</b>	45	48	44	32	23	8

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat. Eurostat.

**4.2.1. Frecuencia de acceso**

Las características básicas de los usuarios proceden del análisis de las conexiones: cuándo, cómo, desde qué lugar, durante cuánto tiempo, así como con qué fin se conectan.

En la gráfica 14, presentada a continuación, se puede observar que entre los que se conectan diariamente superan la media los varones, residentes en Bizkaia y Gipuzkoa, de edades entre 25 y 44 años, de nivel de instrucción superior y los ocupados. Entre los que se conectan semanalmente, superan la media los residentes en Álava, las mujeres, los internautas de 15 a 24 años y mayores de 55 años, los que poseen estudios primarios y secundarios y los estudiantes, inactivos y parados.

Entre los que se conectan alguna vez al mes, superan la media, los alaveses y guipuzcoanos, las mujeres, los que tienen de 35 a 54 años y los mayores de 65 años, los de estudios primarios y secundarios, los activos y los inactivos y parados.

**4.2.1. Sarbidearen maiztasuna**

Erabiltzaileen oinarrizko ezaugarriak konexioen analisisian oinarritzen dira: noiz konektatzen diren, nola, nondik, zenbat denboraz eta zertarako.

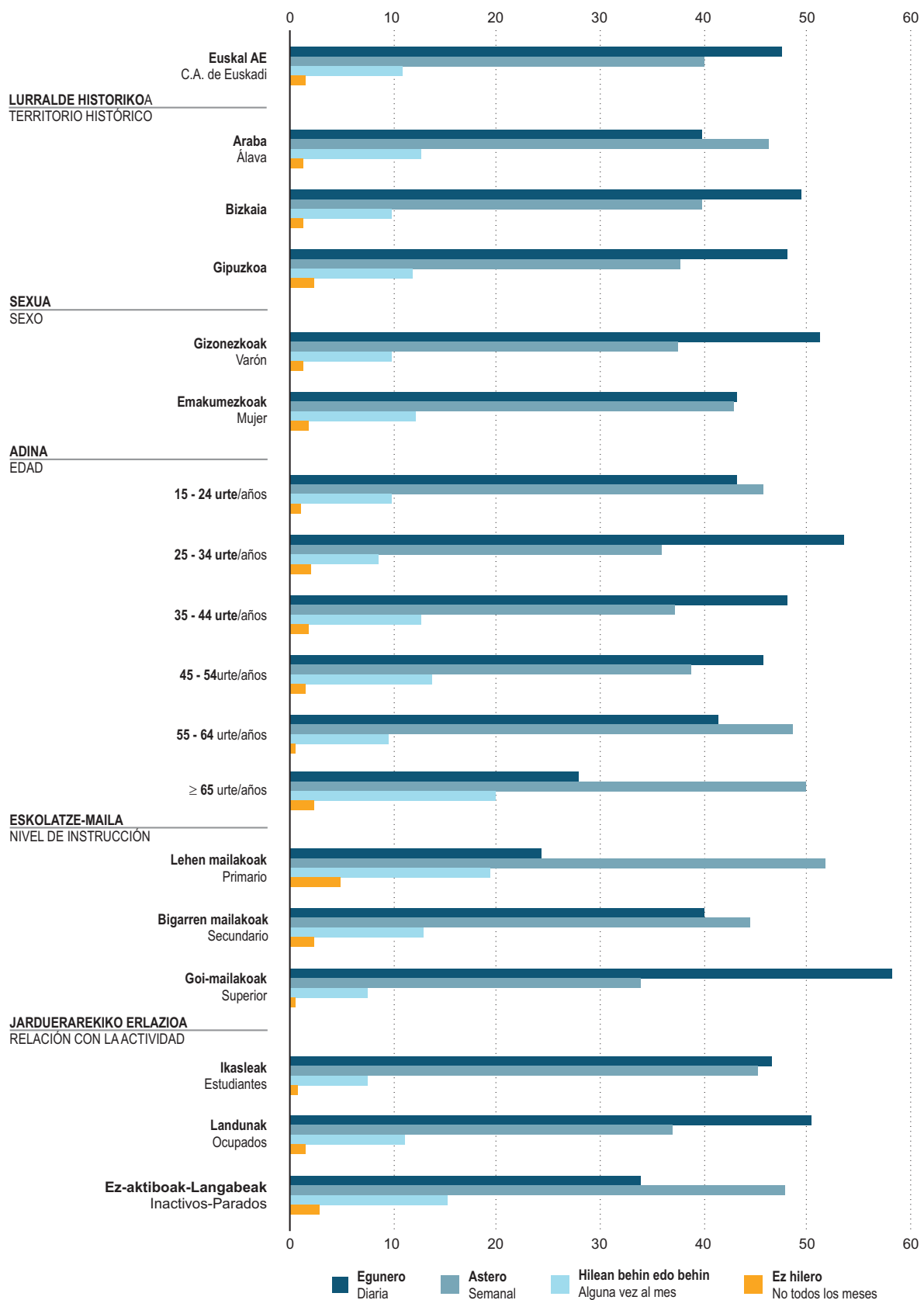
Hurrengo grafikokan, 14.ean, ikus daiteke egunero konektatzen direnen artean honako hauek gaintitzen dutela batez bestekoa: Bizkaian eta Gipuzkoan bizi direnek; gizonezkoek; 25-44 urte bitartekoek, ikasketa maila handiagoa dutenek eta landunek. Astero konektatzen direnen artean, honako hauek gaintitzen dute batez bestekoa: Araban bizi direnek; emakumeek; 15-24 urte bitarteko erabiltzaileek eta 55 urtez gorakoek, lehen eta bigarren mailako ikasketak dituztenek eta ikasleek, ez-aktiboek eta langabetuek.

Noiz edo noiz konektatzen direnen artean, batez bestekoaren gainetik daude: Araba eta Gipuzkoakoak; emakumeak; 35-54 urte artekoak eta 65 urtetik gorakoak; lehen eta bigarren mailako ikasketak dituztenak eta ez-aktiboak eta langabetuak.

Población de 15 y más años usuaria de Internet, por frecuencia de acceso.  
C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

14.

15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak, Interneteko sarreren maiztasunaren arabera.  
Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%)



## Lugares preferentes de conexión

Sin duda, el lugar de acceso más utilizado es el domicilio familiar, siendo también el que mayor dinamismo presenta en la C.A. de Euskadi en el período de estudio.

En cualquier caso, se mantienen tendencias de años anteriores, ya que mayoritariamente, es el hogar familiar desde donde se accede a Internet (74,3%), consolidándose como lugar habitual de conexión con un incremento respecto a 2004 de casi 1,8 puntos porcentuales. Estas tendencias se justifican por el incremento del número de ordenadores, por el de su renovación y, consecuentemente, por el mayor nivel de acceso desde los hogares, hacia los que parece desplazarse el uso de Internet, en detrimento de los lugares de donde partió Internet: el centro de estudio y el de trabajo.

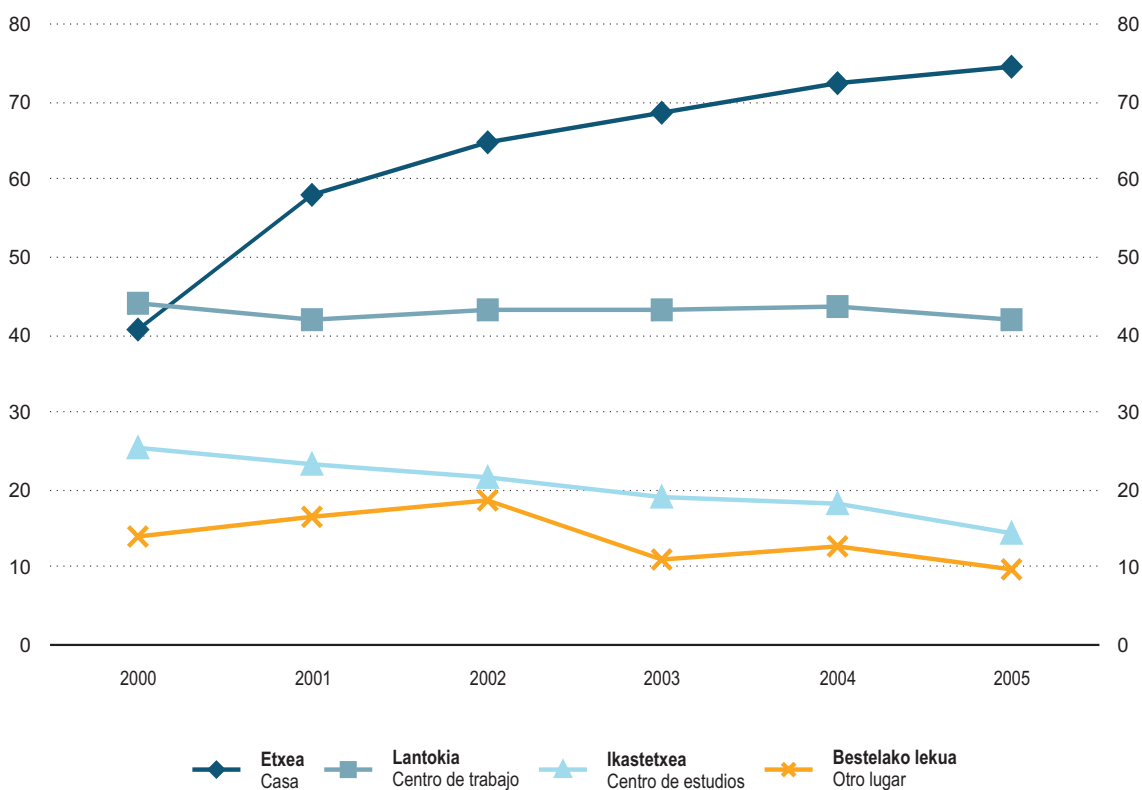
## Konektatzeko gehien erabiltzen diren tokiak

Ezbairik gabe, familiaren etxea da Internetera sartzeko gehien erabiltzen den tokia. Gainera, aztertu den aldian EAEn dinamismorik handiena izan duen tokia da.

Dena dela, aurreko urteetako joerei eutsi zaie. Batez ere familiarako etxetik sartzen da Internetera (%74,3), konektatzeko ohiko toki bezala finkatu da eta 2004 urtearen aldean ia 1,8 ehuneko-puntu igo da. Joera horiek azaltzen dira ordenagailu kopurua gehitu delako, zaharrak ordeztu direlako eta, beraz, etxetik konektatzeko aukera areagotu egin da. Badirudi Interneten erabilera etxeetara lekualdatu dela, eta, ondorioz, Internet erabiltzen hasi zen tokietan murriztu egin da: ikastokietan eta lantokietan, hain zuzen.

Evolución de la población de 15 y más años usuaria de Internet, por lugar de acceso. C.A. de Euskadi. Media anual. (%)

15. 15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak, konektatzeko erabiltzen duten tokiaren arabera. Euskal AE. Urteko batez bestekoa. (%)



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

El resto de ubicaciones aparecen con mucha menor frecuencia entre los usuarios de Internet. Estos datos llevan a concluir que a pesar de la proliferación de cibercentros, cybercafés, etc..., el internauta vasco prefiere el ámbito privado para conectarse a Internet.

Gainerako tokiak askoz ere maiztasun txikiagoarekin azaltzen dira Interneteko erabiltzaileen artean. Beraz, datu horien arabera, ziberzentroak, ziberkafetegiak... gehitu egin diren arren, EAEko internautak nahiago du eremu pribatua Internetera konektatzeko.



#### 4.2.2. El fin principal de la conexión, días de mayor acceso y tiempo de conexión

Existe un uso de Internet que se desvincula cada vez más de fines académicos y laborales y constituye una fuente de juegos, de música y otros tipos de ocio, de información para viajar, para estar al día con las noticias, para buscar empleo y también una nueva forma de comunicación personal para uso particular. En el año 2005, el 52,5% de los internautas se conectaron con fines personales, habiendo disminuido el porcentaje en 6,6 puntos porcentuales respecto al año anterior.

En cuanto a los fines profesionales, en el año 2005 el 36,4% de los que se conectaron lo hicieron con estos fines, habiéndose producido un aumento respecto al año anterior de 4,0 puntos porcentuales.

Por otro lado, cabe decir que las personas que acceden a Internet con fines académicos representan el 9,4% de los usuarios, produciéndose un aumento, respecto a 2004, de 1,3 puntos porcentuales.

Evolución de la población de 15 y más años usuaria de Internet, por el fin principal de la conexión.

C.A. de Euskadi. Media anual. (%)

#### 4.2.2. Konexioaren xede nagusia, sarbide gehieneko egunak eta konektaturik ematen den denbora

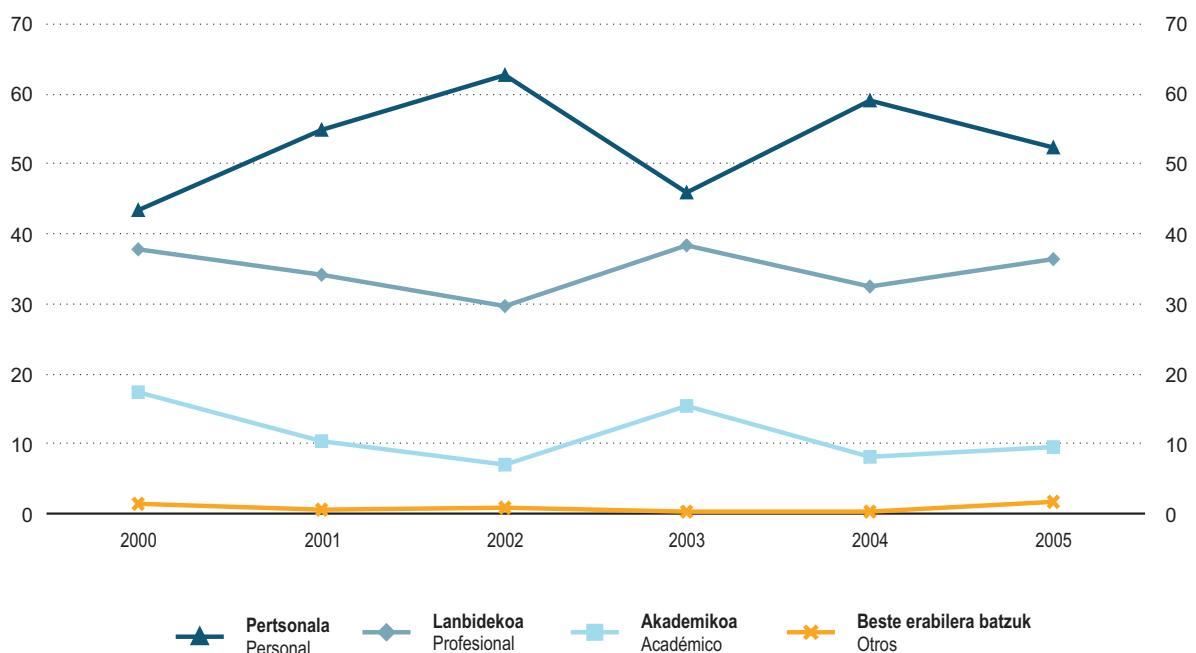
Bada Interneten erabilera bat, gero eta areago ikasketa- eta lan-helburuetatik bereizten dena: jokoetakoak, musikakoa eta beste aisia-mota batzuetakoak, bidaiatzeko informazioa biltzekoak, albisteak jasotzekoak, enplegua bilatzeko, eta, orobat, erabilera partikularreko komunikazio pertsonalak bideratzekoak. 2005ean internauten %52,5 xede pertsonalengatik konektatu zen eta aurreko urtearen aldean 6,6 ehuneko-puntu jaitsi zen ehunekoa.

Xede profesionali dagokienez, 2005ean konektatu ziren %36,4 xede horrekin konektatu ziren, eta aurreko urtearen aldean 4,0 ehuneko-puntuko gorakada egon zen.

Bestalde, esan behar da Internetera ikasketei loturiko xedeengatik sartzen direnak erabiltzaileen %9,4 direla, eta 2004aren aldean 1,3 puntuko gorakada egon da.

15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileen bilakaera, konexioaren xede nagusiaren arabera.

Euskal AE. Urteko batez bestekoa. (%)



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

Finalmente, en 2005, el 52,5% de los usuarios accede a Internet para fines personales, frente a usos vinculados con la vida profesional (36,4%). A lo largo de estos años estudiados, se observan variaciones respecto al fin principal de la conexión. Así, en el año 2000, el 43,5% de los que se conectaban lo hacían con fines personales y en el año 2005 son el 52,5% los que lo hacen con dicho interés. En cuanto a los fines profesionales, se produce una estabilización en torno al 30%.

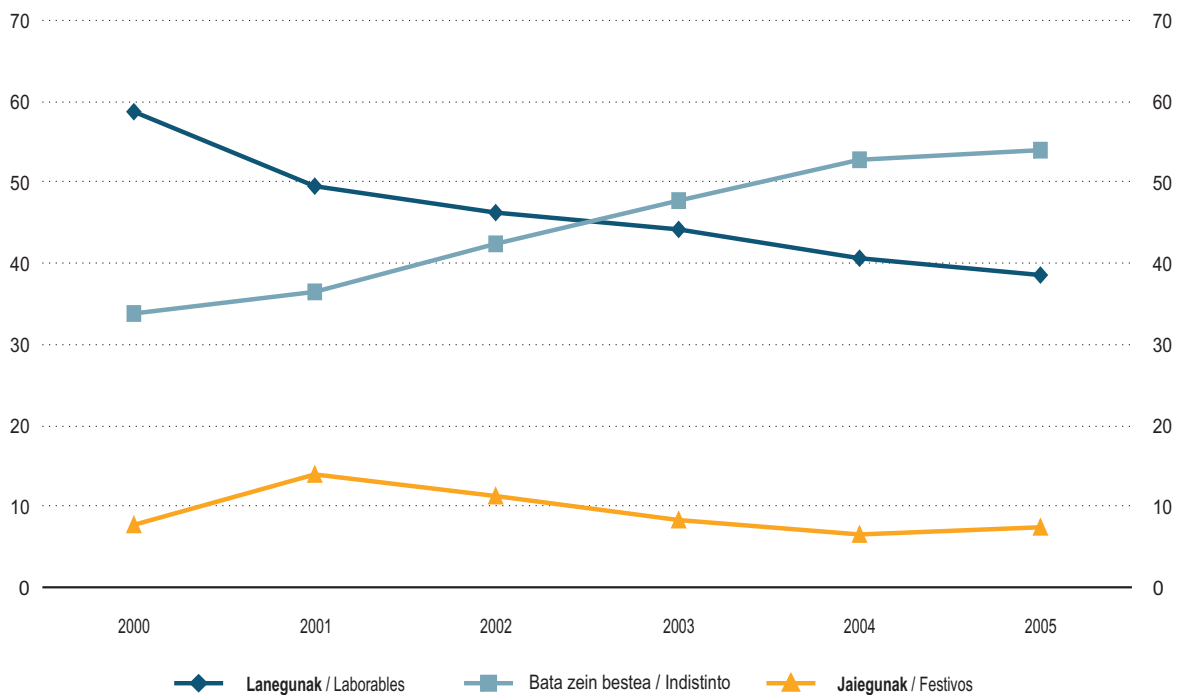
2005. urtean erabiltzaileen %52,5 helburu pertsonaletarako sartu ziren Interneten, laneko helburuetarako sartu zirenen %36,4ren aldean. Aztertutako urte hauetan, aldeak daude konektatzeko xede nagusian. 2000. urtean konektatzen ziren %43,5 helburu pertsonaletarako sartzen ziren eta 2005.ean %52,5 dira helburu horrekin sartzen direnak. Xede profesionali dagokienez, %30 inguruan egonkortu dira.

No resulta ajeno al fin del acceso los propios días en que se conectan los usuarios; así, respecto a los días de mayor acceso a Internet, a lo largo de estos años se observa también un cambio en las costumbres. Si en el año 2000 en los días laborales se conectaban el 58,7% de los usuarios, en 2005 lo hacen el 38,6%. A la respuesta de 'Indistintamente' (laborales o festivos), en el año 2000 contestaban el 33,9% y en 2005, el 54,0%. Por último, parece que a través de estos años los que se conectan en festivos se mantienen en torno al 9%.

Loturik daude Interneten sartzearen xedea eta erabiltzaileak konektatzen diren eguna. Hori dela eta, ohiturak aldatu egin dira azken urteetan erabiltzaileak Interneten gehien sartzen diren egunei dagokienez. 2000. urtean lanegunetan erabiltzaileen %58,7 konektatzen baziren, 2005ean %38,6 konektatzen dira. Edozein egunetan (lanegunetan zein jaiegunetan) konektatzen zirela zioten %33,9k 2000. urtean eta 2005ean %54,0k. Azkenik, urte hauetan jaiegunetan konektatzen direnak %9 inguru dira.

Evolución de la población de 15 y más años usuaria de Internet, por los días de mayor acceso. C.A. de Euskadi. Media anual. (%)

17. 15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak, Interneten gehien sartzen diren egunen arabera. Euskal AE. Urteko batez bestekoa. (%)



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

En cuanto a la duración de la última conexión, en 2005, el 31,7% estuvo menos de 15 minutos, el 25,2% entre 15 y 30 minutos, el 21,3% entre 30 minutos y 1 hora y únicamente el 2,6% estuvo conectado 4 horas o más. Así, la duración de las conexiones continúa con la característica de la reducida duración señalada en las encuestas de años anteriores.

Azken konexioaren iraupenari dagokionez, 2005ean %31,7 15 minutu baino gutxiago egon ziren konektatuta, %25,2 15-30 minutu, %21,3 30 minutu eta ordu 1 artean, eta %2,6 lau ordu edo gehiago. Ondorioz, konexioek laburrak izaten jarraitzen dute, aurreko urteetan bezala.

### 4.3. Uso de Internet

### 4.3. Interneten erabilera

#### 4.3.1. Tipos de Webs y servicios utilizados

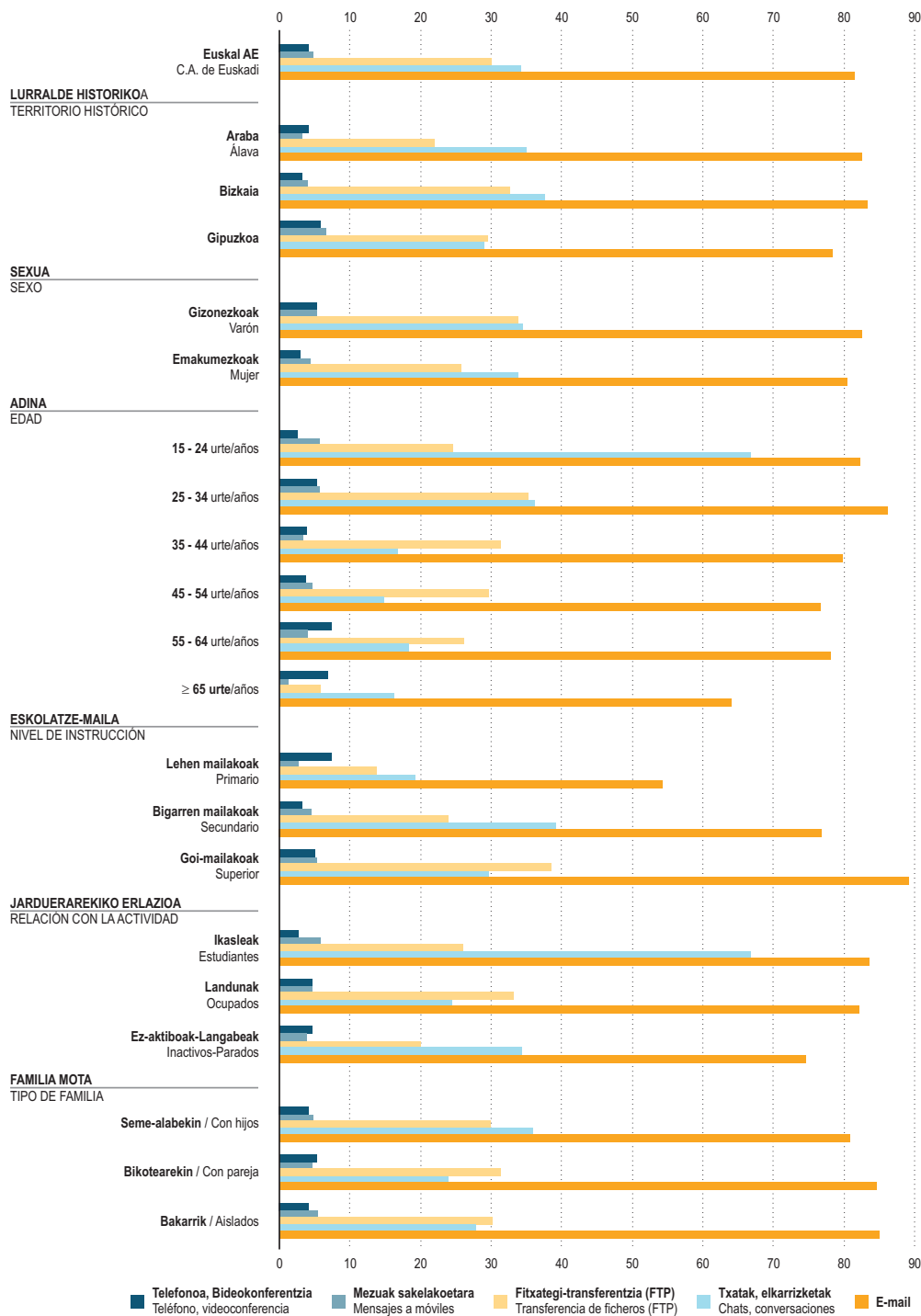
#### 4.3.1. Erabiltzen diren web gune eta zerbitzu motak

En cuanto a los servicios utilizados en Internet, el correo electrónico es el servicio utilizado con mayor frecuencia por los usuarios de Internet de la C.A. de Euskadi, con un porcentaje del 81,5%. Le siguen los chats con el 34,2% y la transferencia de ficheros con el 30,0%, dentro de los usos investigados en la encuesta del año 2005.

Interneten erabilitako zerbitzuei dagokienez, posta elektronikoa da EAEko Internet erabiltzaileek gehien erabiltzen dutena, gutxira %81,5ek. Horren atzetik, chat-a, %34,2, eta fitxategien transferentzia daude, %30,0, 2005. urteko inkestan aztertutako erabileren artean.

Población de 15 y más años usuaria de Internet,  
por los servicios más utilizados.  
C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak,  
zerbitzu erabilieneren arabera.  
Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%)



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

En lo que se refiere a los tipos de Web visitados, el 82,4% utiliza Internet para acceder a páginas de información sobre bienes y servicios. Los medios de comunicación (57,9%), servicios de ocio (39,0%), información de la Administración (38,4%), la banca electrónica (34,4%), bibliotecas y documentación (34,3%), reservas de turismo (29,6%), son otros de los objetivos demandados por los usuarios de Internet de la C.A. de Euskadi, según se refleja en los datos de la encuesta de 2005.

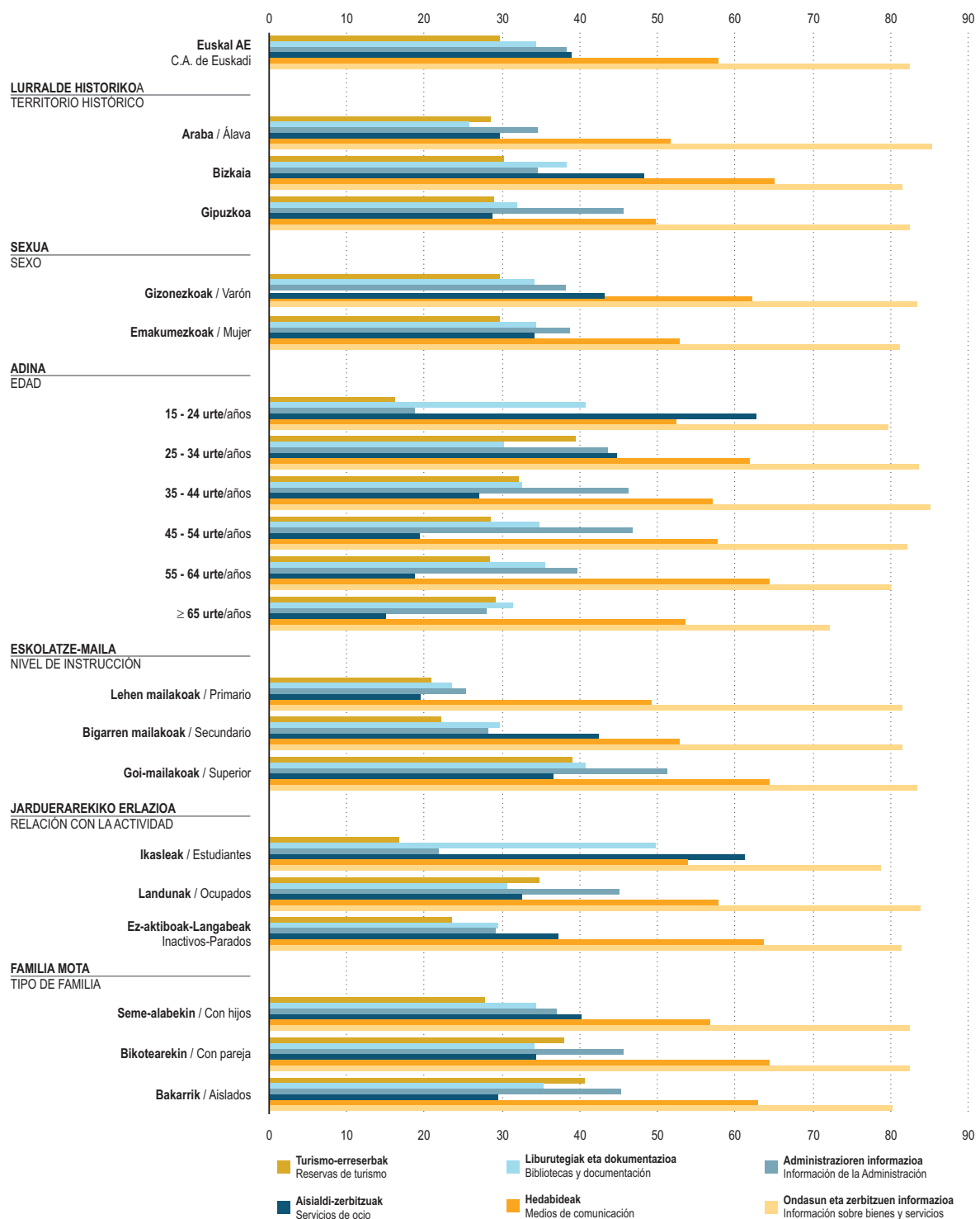
Bisitaturako web motei dagokienez, %82,4k ondasun eta zerbitzuen gaineko informazioko orrialdeak kontsultatzeko erabiltzen du internet. Komunikabideak (%57,9), aisialdi zerbitzuak (%39,0), Administrazioaren informazioa (%38,4), banka elektronikoa (%34,4), bibliotekak eta dokumentazioa (%34,3), turismo erreserbak (%29,6), horiek dira EAEko Internet erabiltzaileek kontsultatzen dituztenak, 2005eko inkestan jasotako datuek erakusten duten bezala.

Por sexos, encontramos que el 80,4% de las mujeres utilizan el correo electrónico, con una diferencia con respecto a los hombres de 2,1 puntos porcentuales, a favor de ellos. El 62,2% de los hombres visitan medios de comunicación, con una diferencia respecto de las mujeres de 9,4 puntos porcentuales, a favor de ellos.

Sexuen arabera, emakumeen %80,4k posta elektronikoa erabiltzen dute; gizonezkoekin duten aldea ehuneko 2,1 puntukoa da, gizonezkoen alde. Gizonezkoen %62,2k komunikabideak bisitatu dituzte, eta horretan emakumezkoekin duten aldea ehuneko 9,4 puntukoa da, gizonezkoen alde.

Población de 15 y más años usuaria de Internet por tipos de Webs más visitadas. C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

19. 15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak, bisitatu dituzten webguneen arabera. Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%)



Otros servicios utilizados son: la descarga de formularios oficiales (19,5%), educación reglada (7,7%), gestiones de búsqueda de empleo (12,4%), información sobre la salud (12,3%), matriculaciones y otras consultas académicas (14,1%).

Servicios de menor interés para los internautas son los relativos al teléfono, videoconferencia (4,2%), venta de bienes y servicios (4,4%) y mensajes a móviles (4,8%).

La edad y el tipo de ocupación establecen una clara diferencia a la hora de elegir la forma de comunicación en la red. Así, los que más utilizan el correo electrónico son los que tienen entre 25 y 34 años, el 86,1%; los estudiantes, con un 83,6%, frente a los ocupados –82,2%– e inactivos y parados –74,5%–. Por el tipo de hogares, las personas que viven solas van a la cabeza, con un 85,0%.

Por sexo, se aprecia una notable diferencia en el acceso a la descarga del software; del total de usuarios varones, el 28,6% utiliza dicho servicio; mientras que de las mujeres, el 14,0%. También existen diferencias en la utilización de determinados servicios, como es el caso de los medios de comunicación (el 62,2% de los varones, frente al 52,8 de las mujeres), servicios de ocio, transferencia de ficheros, banca electrónica y compra de bienes y servicios.

Atendiendo al nivel de instrucción, se aprecia que los usuarios de Internet con estudios superiores lo que más utilizan es el correo electrónico e información sobre bienes y servicios. A su vez, los que poseen estudios secundarios y primarios, a lo que más se conectan es a la información sobre bienes y servicios y en segundo lugar el correo electrónico.

La información sobre bienes y servicios interesa más a los varones que conviven en hogares con hijos o en pareja, ocupados, de entre 25 y 44 años y de nivel de instrucción superior.

El correo electrónico interesa, especialmente, a varones que viven solos o en pareja, estudiantes y ocupados, de entre 15 y 34 años y de nivel de instrucción superior.

Los medios de comunicación interesan, especialmente, a varones que viven en pareja o aislados, inactivos, de entre 25 y 44 y entre 55 y 64 años y de nivel de instrucción superior.

#### 4.3.2. Comercio electrónico

El número de personas que compró algún producto por Internet, en los últimos tres meses, según la encuesta del año 2005, fue de 151.200. En este punto hay que destacar que la pregunta sufrió un cambio en el año 2003. Desde ese momento, se pregunta por las compras realizadas en los tres últimos meses. En años anteriores, se preguntaba si se había realizado alguna compra, sin precisar el período. Al comparar la evolución en estos últimos años se debe tener presente esta puntualización. En el año 2004, 91.600 personas compraron a través de Internet, lo que supone un incremento de 59.600 personas.

Hona hemen erabiltzen diren beste zerbitzu batzuk: formulario ofizialak deskargatzea (%19,5), araututako hezkuntza (%7,7), enplegua bilatzeko kudeaketak (%12,4), osasunari buruzko informazioa (%12,3), matriculatuak eta beste kontsulta akademiko batzuk (%14,1).

Internautentzat interes gutxiagoko zerbitzuak dira telefonoarekin zerikusia dutenak, bideo konferentzia (%4,2), ondasun eta zerbitzuen salmenta (%4,4) eta mezuak sakelako telefonoetara (%4,8).

Adinak eta lanbide-motak alde nabarmena ezartzen dute sarean komunikatzeko era aukeratzekoan. Horrela, posta elektronikoa gehien erabiltzen dutenak 25-34 urte bitartekoak dira, %86,1; ikasleak %83,6, aldiz, landunak –%82,2– eta ez-aktiboak eta langabetuak –%74,5–. Etxegune-motaren arabera, bakarrik bizi direnak lehen postuan daude, %85,0.

Sexuaren arabera, alde nabarmena dago softwarea deskargatzeari dagokionez; gizonezko erabiltzaile guztietatik, %28,6k zerbitzu hori erabiltzen du; ostera, emakumezkoen kasuan, %14,0k erabiltzen du. Aldea dago ere, zenbait zerbitzu erabiltzerakoan, esate baterako komunikabideen kasuan (gizonezkoen %62,2 eta emakumezkoen 52,8), aisialdi zerbitzuetan, fitxategien transferentzian, banaka elektronikoa eta ondasun eta zerbitzuen erosketan.

Ikasketa-mailei dagokienez, ikus daiteke goi-mailako ikasketak dituzten erabiltzaileek gehienbat posta elektronikoa eta ondasun eta zerbitzuen gaineko informazioa erabiltzen dutela. Era berean, lehen eta bigarren mailako ikasketak dituztenak ondasun eta zerbitzuen informaziora konektatzen dira gehien eta bigarren toki batean posta elektronikoari.

Ondasun eta zerbitzuei buruzko informazioa gehiago interesatzen zaie etxean seme-alabekin edo bikotekidearekin bizi diren gizonezkoen, landunen, 25-34 artekoen eta goi-mailako ikasketak dituztenei.

Posta elektronikoa bereziki interesatzen zaie bakarrik edo bikotekidearekin bizi diren gizonezkoen, ikasleei eta landunei, 15-34 urte artekoen eta goi mailako ikasketak dituztenei.

Komunikabideak bereziki interesatzen zaizkie bikotekidearekin edo bakarrik bizi diren gizonezko ez-aktiboek, 25 eta 34 urte eta 55 eta 64 urte artekoen, goi mailako ikasketekin.

#### 4.3.2. Merkataritza elektronikoa

Aurreko azken hiru hilabeteetan produkturen bat Interneten bidez erosi zutenak, 2005eko inkestaren arabera, 151.200 izan ziren. Hemen argi utzi behar da 2003an galdera aldatu egin zela. Orduz geroztik aurreko azken hiru hilabeteetako erosketek buruz galdetu da; beste urteetan, ordea, erosketek buruz baino ez zen galdetzen, epe mugaturik gabe. Azken urteetako bilakaera konparatzean, alderdi hori kontuan izan behar dugu. 2004an, 91.600 pertsonak erosi zuten Interneten bidez, hau da, 59.600 pertsonako gorakada egon da.

**15 URTEKO ETA GEHIAGOKO INTERNET-ERABILTZAILEAK, PRODUKTU EDO ZERBITZUAK EROSI DITUZTENAK, HIRUHILEKOEN ARABERA. EUSKAL AE. 2000-2005. MILAKOTAN.**

POBLACIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS USUARIA DE INTERNET QUE HA COMPRADO PRODUCTOS O SERVICIOS, SEGÚN TRIMESTRE. C.A. DE EUSKADI. 2000-2005. EN MILES.

	<b>GUZTIRA TOTAL</b>
<b>2000</b>	
II. hiruilekoa / II Trimestre	30,2
IV. hiruilekoa / IV Trimestre	36,1
<b>2001</b>	
II. hiruilekoa / II Trimestre	63,4
IV. hiruilekoa / IV Trimestre	89,3
<b>2002</b>	
II. hiruilekoa / II Trimestre	98,6
IV. hiruilekoa / IV Trimestre	98,0
<b>2003</b>	
II. hiruilekoa / II Trimestre	83,8
IV. hiruilekoa / IV Trimestre	63,0
<b>2004</b>	
II. hiruilekoa / II Trimestre	88,6
IV. hiruilekoa / IV Trimestre	94,7
<b>2005</b>	
II. hiruilekoa / II Trimestre	144,5
IV. hiruilekoa / IV Trimestre	157,9
<b>2000 urteko batez bestekoa / Media anual</b>	33,2
<b>2001 urteko batez bestekoa / Media anual</b>	76,2
<b>2002 urteko batez bestekoa / Media anual</b>	98,3
<b>2003 urteko batez bestekoa / Media anual</b>	73,4
<b>2004 urteko batez bestekoa / Media anual</b>	91,6
<b>2004 urteko batez bestekoa / Media anual</b>	151,2

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

Durante 2005, los productos más comprados a través de la red fueron: viajes y alojamientos (50,3%), entradas a espectáculos (20,1%) y libros y revistas (17,1%). Los productos que menos se compraron fueron: loterías o apuestas (1,2%), productos financieros, inversiones (1,2%) y coches, motos, accesorios (1,4%).

La compra de electrónica la realizan en mayor medida los varones, quienes residen en Gipuzkoa, personas de entre 15 y 24 y de entre 35 y 44 años, los que tienen estudios superiores y los que, según la relación con la actividad, son inactivos y parados.

Por sexo, existen claras diferencias a la hora de hacer compras a través de Internet: así, el 46,2% de los internautas varones y el 56,2% de mujeres compran viajes y alojamientos; el 13,6% de los varones y el 4,0% de las mujeres compran material informático; el 9,4% de los varones y el 15,4% de las mujeres compran productos para la casa y el 8,7% de los varones y el 2,9% de las mujeres compran software y videojuegos.

En cuanto a la valoración de los usuarios sobre la seguridad en el comercio electrónico, a grandes rasgos, la opinión positiva resulta mayoritaria, ya que el 23,5% dicen que les ofrece mucha seguridad, el 52,8% bastante seguridad y, por el contrario, sólo el 19,0% consideran que les ofrece poca seguridad y que no les ofrece ninguna seguridad el 4,8% de los que han comprado.

La forma de pago más utilizada en el comercio electrónico es la tarjeta de crédito (70,0%) y, en menor medida, la cuenta corriente (18,1%) o el pago contra reembolso (16,6%). Otras formas de pago son seleccionadas por muy pocas personas.

2005ean sarearen bidez gehien erosi diren produktuak honakoak izan dira: bidaiak eta ostata hartzeak (%50,3), ikuskizunetarako sarrerak (%20,1) eta liburuak eta aldizkariak (%17,1). Gutxien erosi direnak izan dira: loteriak edo apustuak (%1,2), finantza produktuak eta inbertsioak (%1,2) eta autoak, motoak eta haien osagarriak (%1,4).

Erosketa elektronikoak egiten dituzte, batez ere, Gipuzkoan bizi diren gizonezkoek, 15 eta 24 urte eta 35 eta 44 urte artekoek, goi mailako ikasketak dituztenak, eta, jarduerari dagokionez, ez-aktiboak eta langabeak direnak.

Sexuaren arabera, alde nabariak daude Interneten bidez egiten diren erosketetan: horrela gizonezko internauten %46,2k eta emakumeen %56,2k bidaiak eta ostatuetako egonaldiak erosten dituzte; gizonezkoen %13,6k eta emakumezkoen %4,0k informatikako materiala erosten dute; gizonezkoen %9,4 eta emakumezkoen %15,4k etxerako produktuak erosten dituzte, eta gizonezkoen %8,7k eta emakumezkoen %2,9k softwarea eta bideojokoak erosten dituzte.

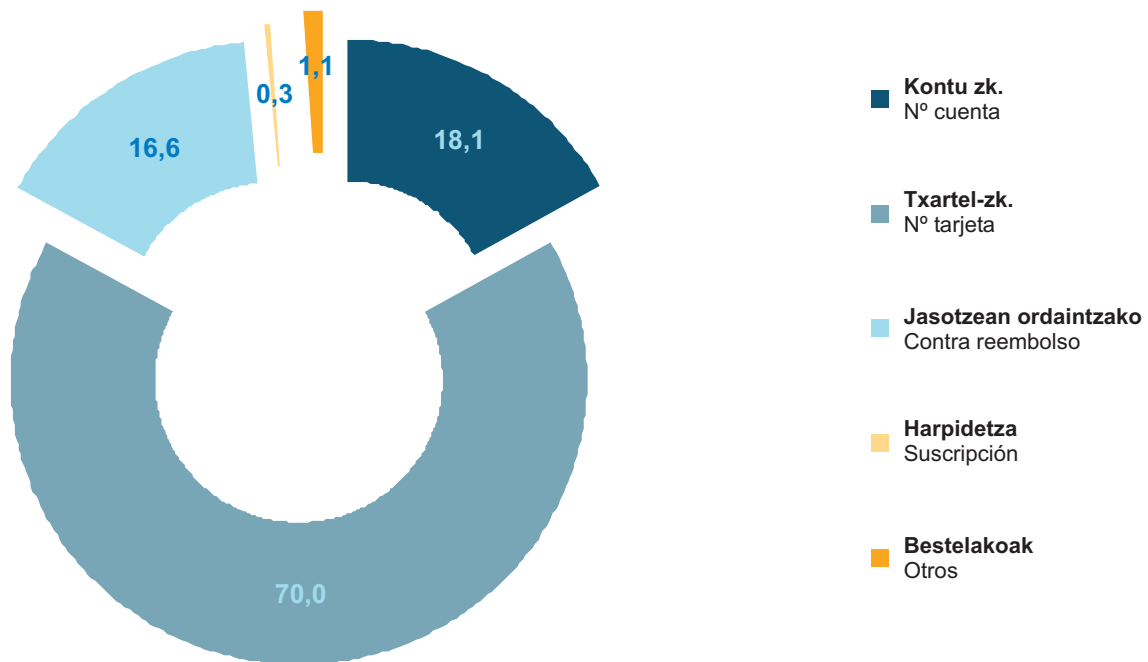
Erabiltzaileek merkataritza elektronikoaren segurtasuna balioztatzen dutenean, gehienek iritzi positiboa ematen dute, oro har; izan ere, %23,5ek adierazi dute segurtasun handia ematen diela, %52,8k nahikotzat jo dute, eta, aitzitik, %19,0k baino ez zuten uste segurtasun gutxikoa dela eta batera segurtasunik ez duela iritzi ziotenak %4,8 ziren.

Kreditu-txartela erabiltzen da gehien merkataritza elektronikoan (%70,0) eta gutxiago kontu-korrontea (%18,1) edo jasotzean ordaintzea (%16,6). Oso gutxi aukeratzen du bestelako ordainbideren bat.

Población de 15 y más años usuaria de Internet que ha comprado a través de Internet por la forma de pago de las compras.  
C.A. de Euskadi. 2005. Media anual. (%)

20.

Sarean erosi duten 15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak, erosketen ordainbidearen arabera.  
Euskal AE. 2005. Urteko batez bestekoa. (%)

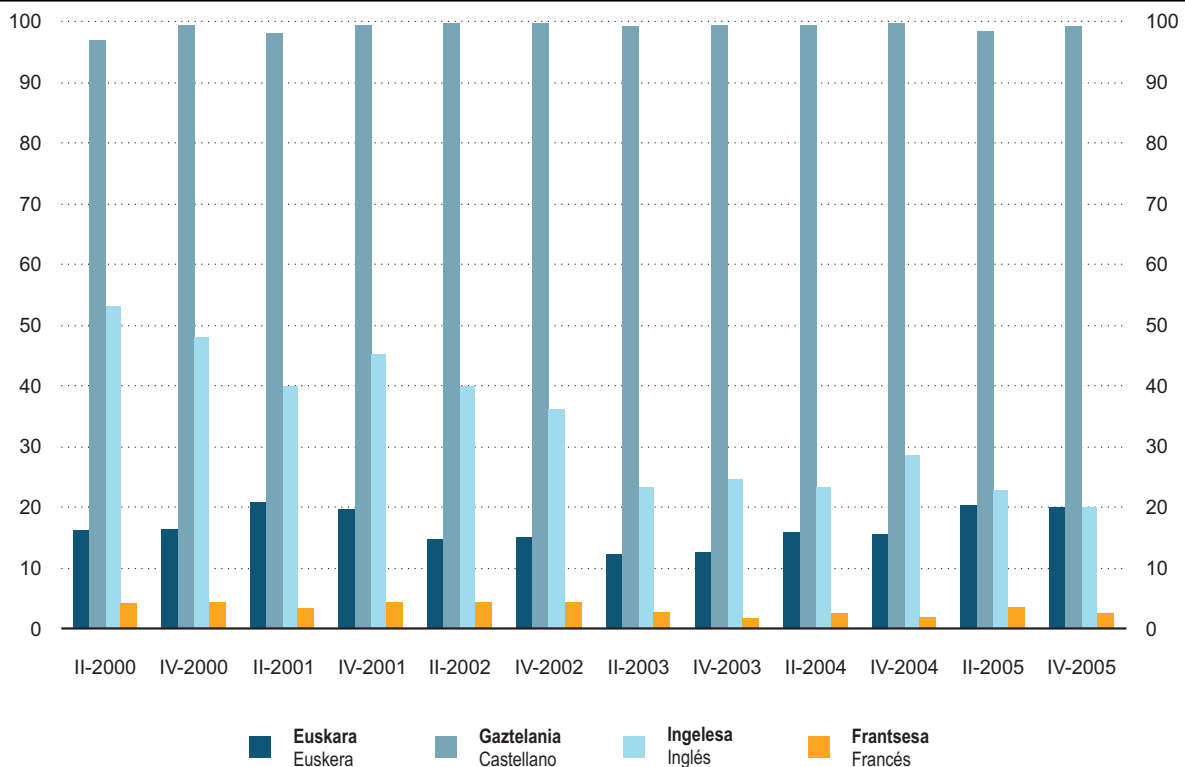


Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

Población de 15 y más años usuaria de Internet según los idiomas utilizados en las conexiones, según trimestre.  
C.A. de Euskadi. (%)

21.

15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileak, Interneteko konexioetan erabiltako hizkuntzaren arabera, hiruhilekoka.  
Euskal AE. (%)



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

### 4.3.3. Idioma utilizado

En cuanto al idioma de navegación, prácticamente el 100% de los usuarios utilizan el castellano en sus accesos a la red. Además, el inglés lo emplea el 21,2% y los que navegan en euskera representan el 20,2%. La presencia de navegantes en lenguas distintas a las anteriores es escasa, ya que, el francés supone un 3,0% y otros idiomas distintos a los anteriores no superan el 1,7% de usuarios, tomados estos porcentajes como media anual de 2005.

### 4.3.4. Portales y Webs más utilizados

En este epígrafe se analizan los datos obtenidos de las preguntas abiertas 'Indique los 5 últimos Webs visitados' y 'Señale los 5 buscadores o portales que más utiliza'. Se contabiliza el número de menciones que, cada uno de los sitios Web o, en su caso, buscadores o portales, han recibido para el período de estudio. Un encuestado puede citar o mencionar más de un buscador o Web.

### 4.3.3. Erabilitako hizkuntza

Nabigazioko hizkuntzari dagokionez, ia erabiltzaile guztiek (%100) gaztelania erabiltzen dute sarean sartzeko. Horrez gain, %21,2k ingelesa erabiltzen dute eta sarean euskaraz ibiltzen direnak %20,0 dira. Aipaturiko hizkuntzez bestelakoak erabiltzen dituzten internautak oso gutxi dira: frantsesa %3,0k eta beste hizkuntza batzuk ez dira %1,7ra iristen, ehunekoak 2005eko batez bestekoari dagozkio.

### 4.3.4. Atari eta web gune erabilienak

Epigrafe honetan "Adieraz itzazu bisitatu dituzun azken 5 web guneak" eta "Adieraz itzazu gehien erabiltzen dituzun 5 bilagailu edo atariak" galderetan lortutako datuak analizatu ditugu. Web gune bakoitza –edo, dagokionean, bilagailu edo atari bakoitza– aztertutako aldian zenbat aldiz aipatzen den hartzen da kontuan. Inkestatuak bilagailu edo web gune bat baino gehiago aipa ditzake.

5.TAULA  
TABLA 5 INFORMAZIOAREN GIZARTEARI BURUZKO INKESTA-FAMILIAK  
ENCUESTA SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION-FAMILIAS

#### 15 URTEKO ETA GEHIAGOKO INTERNET-ERABILTZAIEEK AIPATZEN DITUZTEN ATARI ETA BILAGAILUEK IZANIKO BILAKAERA. EUSKAL AE. 2000-2005. URTEKO BATEZ BESTEKOA (GUZTIZKO AIPAMENEN %).

EVOLUCIÓN DE LAS MENCIONES DE PORTALES Y BUSCADORES UTILIZADOS POR LA POBLACIÓN USUARIA DE INTERNET DE 15 Y MÁS AÑOS. C.A. DE EUSKADI. 2000-2005. MEDIA ANUAL (% DEL TOTAL DE MENCIONES).

Aipatuak / Mencionados	2000	2001	2002	2003	2004	2005
GOOGLE	1,2	12,0	36,7	65,7	76,0	90,0
YAHOO	31,7	25,5	21,3	14,6	9,9	6,1
TERRA	33,8	26,0	16,9	9,9	6,2	1,9
MSN	1,1	4,8	5,1	2,6	1,9	1,0
ALTAVISTA	10,5	5,6	3,5	1,6	1,2	0,3
HOTMAIL	-	-	2,3	0,6	1,9	0,2
YA	-	-	1,6	0,6	0,2	0,1
WANADOO	-	-	1,4	1,1	0,8	0,1
LYCOS	-	-	2,0	0,6	0,2	-
NAVEGALIA	2,7	4,9	2,5	0,2	0,1	-

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

En cuanto a los buscadores más utilizados, y continuando con su escalada de años anteriores, Google resulta ser el portal más mencionado por los internautas de la C.A. de Euskadi en 2005, al igual que en 2004, en 2003 y en 2002. Durante estos años estudiados se observa cómo a la vez que Google ha ido subiendo, los otros dos portales que le siguen a éste han ido disminuyendo. Google casi ha triplicado su presencia en los últimos años, pasando del 36,7 en 2002 al 90,0% en 2005. Mientras, Yahoo y Terra siguen bajando. Más alejados quedan los datos de MSN (1,0%), Altavisa (0,3%) y Wanadoo (0,1%).

Sobre las Webs mencionadas como últimas visitadas, siguen predominando con claridad las relacionadas con la información, ya que las tres más citadas corresponden a diarios digitales. Ocupa el primer lugar Elcorreodigital.com (11,5%), seguido de Diarivasco.com (4,4%) y Marca.es (4,1%). La primera Web no relacionada con la prensa es la página institucional de la universidad de la C.A. de Euskadi –EHU.es– 3,4%. Otras se van situando en estos años en torno al 2–3%, como serían, BBK.es (3,0%), Cajalaboral.es (2,1%), Euskadi.net (1,7%).

Bilagailu erabilienei dagokienez, eta aurreko urteetako gorakadari eutsita, Google izan da EAEn internautek 2005ean gehien aipatu duten ataria, 2004an, 2003an eta 2002an bezala. Aztertutako urte hauetan ikusten da Googlek gora egin ahala, jarraian dituen beste bi atariak behera egin dutela. Googleren presentzia ia hirukoiztu egin da azken bi urte hauetan, 2002an 36,7 izatetik 2005ean %90,0 izatera. Yahoo eta Terra behera egiten ari dira. Urrunago daude beste atari batzuk: MSN (%1,0), Altavisa (%0,3) eta Wanadoo (%0,1).

Bisitatu diren azken web guneei dagokienez, argi eta garbi, informazioarekin loturiko web guneek nagusi izaten jarraitzen dute, gehien aipaturiko hirurak egunkari digitala baitira. Lehenengo tokian Elcorreodigital.com (%11,5) ageri da; ondoren Diarivasco.com (%4,4) eta Marca.es (%4,1). Prensari loturik ez dagoen lehenbiziko web gunea EAeko inibertsitatearen –EHUren– orri instituzionala da, %3,4. Beste batzuk, urte hauetan, %2-3 artean daude, esate baterako, BBK.es (%3,0), Cajalaboral.es (%2,1), Euskadi.net (%1,7).



**15 URTEKO ETA GEHIAGOKO INTERNET-ERABILTZAILEEK GEHIEN AIPATZEN DITUZTEN WEBGUNEEK IZANIKO BILAKAERA. EUSKAL AE 2000-2005. URTEKO BATEZ BESTEKO (GUZTIZKO AIPAMENEN %).**  
EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES WEBS MENCIONADAS POR LA POBLACIÓN USUARIA DE INTERNET DE 15 Y MÁS AÑOS. C.A. DE EUSKADI. 2000-2005. MEDIA ANUAL (% DEL TOTAL DE MENCIONES).

Aipatuak / Mencionados	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ELCORREODIGITAL.COM	14,2	10,9	11,9	11,9	10,4	12,2
DIARIOVASCO.COM	5,3	4,3	4,7	5,4	4,5	4,7
MARCA.ES	9,1	4,1	5,8	4,8	3,8	4,4
EHU.ES	8,0	3,8	2,5	3,9	3,2	3,6
BBK.ES	-	-	2,1	3,3	2,4	3,1
CAJALABORAL.ES	-	-	3,0	2,4	1,8	2,2
GIPUZKOA.NET	-	-	2,1	1,8	2,7	2,1
EUSKADI.NET	10,0	5,6	4,5	4,5	3,4	1,8
LANBIDE.NET	-	-	2,2	2,9	2,2	1,7
ELMUNDO.ES	3,5	3,8	2,6	2,4	2,1	1,4
IBERIA.COM	7,7	3,6	3,5	2,5	2,9	1,4
ELPAIS.ES	5,9	4,0	3,3	1,7	2,0	1,0
BOE.ES	4,7	1,8	2,5	1,9	1,6	0,8

Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

## 5. Los menores y la Sociedad de la Información

Un grupo de usuarios de especial interés, tanto por su uso actual de Internet como por su condición de integrantes de una sociedad en las que las TIC van a estar, sin duda, fuertemente arraigadas, es el de personas que componen la actual franja de edad que va de los 6 a los 14 años. Es éste un colectivo en el que Internet ya está presente, pero resulta que hablar de su importancia en la Sociedad de la Información y de la Comunicación es tanto como hablar del futuro inmediato de esas TIC.

A pesar de que la utilización que de Internet hace este grupo de población es ya importante, no cabe duda de que la utilización que de las TIC hacen es radicalmente diferente al uso que otras franjas de edades realizan. Estos jóvenes han nacido con las TIC; desaparece así el miedo al uso de algo 'desconocido'. Por el contrario, están, y estarán, habituados a su presencia y utilización, por no hablar de que están llamados a ser, además de los usuarios, los investigadores del desarrollo de las actuales y futuras TIC.

Los menores de 6 a 14 años destacan sobre el resto de los grupos respecto al uso del ordenador. Así, el 89,8% había utilizado un ordenador en los últimos tres meses, frente al 10,2% que no lo había hecho nunca, en el último trimestre de 2005. El segundo grupo en importancia de usuarios de ordenador es el de 15 a 24 años, con un 88,1%.

El porcentaje del 37,4% del grupo de 6 a 14 años que accedió a Internet en 2005 es superado por el 78,0% del grupo de 15-24 años, por el 61,0% del de 25-34 años y por el 47,2% del grupo de usuarios de entre 35 y 44 años. Los padres, de algu-

## 5. Adingabeak eta informazioaren gizartea

Interes bereziko erabiltzaile multzoa da, bai Internet erabiltzen dutelako eta bai IKTak zalantzarik gabe oso errotuta izango dituen gizarteko kide direlako ere; adingabeak 6 eta 14 urte bitartekoak dira. Talde honetako pertsonak dagoeneko ezagutzen dute Internet, baina Informazioaren eta Komunikazioaren Gizartean duen garrantziaz hitz egitea IKT horien berehalako etorkizunari buruz hitz egitearen modukoa da.

Biztanle horiek Internet asko erabiltzen dute; hori gorabehera, zalantzarik gabe esan daiteke IKTen gainean egiten duten erabilera eta beste adin-tarte batzuetako erabilera erabat ezberdinak direla. Gazte hauek IKTekin jaio dira; eta, horrela, gauza "ezezagunak" erabiltzeko beldurra desagertu da. Aitzitik, teknologia horiek edukitzera eta erabiltzera ohituta daude eta egongo dira; baina ez hori bakarrik, teknologia berrien erabiltzaile izateaz gainera egungo eta geroko IKTen garapenean ikertzera deitua daude eta.

Ordenagailuaren erabilera 6 eta 14 urte bitarteko adingabeak dira nagusi, beste talde guztien aldean. Izan ere, 2005. urteko azken hiruhilekoan, adingabeen %92,4k azken hiru hilabeteetan noizbait erabili du ordenagailua eta %10,2k ez du sekula ordenagailua erabili. Ordenagailu erabiltzaileen bigarren taldea, garrantziari dagokionez, 15 eta 24 urte artekoak dira, guztira %88,1.

2005. urtean 6 eta 14 urte bitarteko adingabeen %37,4 sartu zen Internetera, baina gainerako adin-tarteetako biztanleek ehuneko hori gaintzen dute: 15-24 urte bitarteko biztanleen %78,0 sartu zen Internetera, baita 25-34 urte bitarteko %61,0 eta 35-44 urte bitarte-

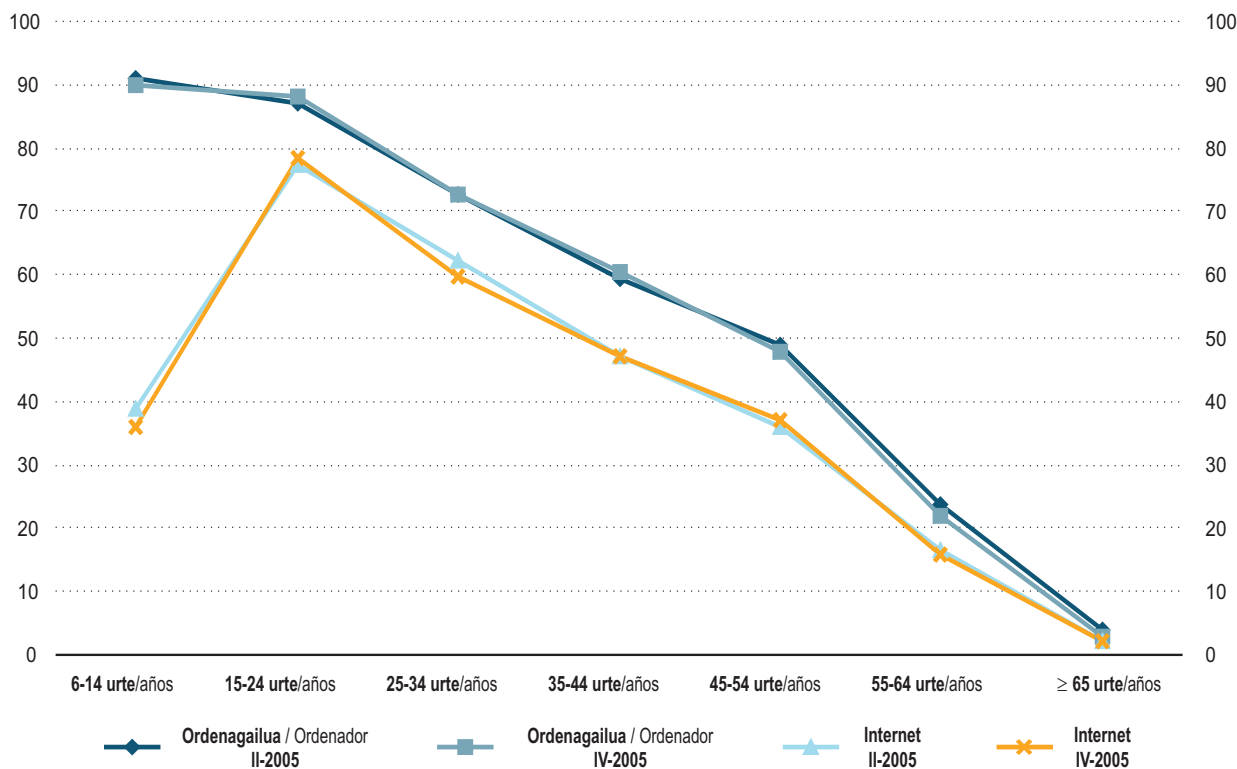
na manera permiten el acceso al ordenador pero filtran el uso de Internet a casi 3/5 de los menores que podrían acceder a la red. A pesar de ello, el panorama es francamente esperanzador para el futuro de las TIC.

ko %47,2 ere. Gurasoek nolabait ordenagailuan ibiltzen uzten diete, baina Internetera sartzeko aukera duten adingabeen 3/5ari sarbidea kontrolatu egiten zaie. Dena den, IKTen egoera benetan itxaropentsua da.

Población de 6 y más años usuaria de ordenador e Internet por edad, según trimestre.  
C.A. de Euskadi. 2005. (%)

22.

**Ordenagailu eta Internet erabiltzen duten 6 urteko eta gehiagoko biztanleak, adinaren arabera, hiruhilekoka. Euskal AE. 2005. (%)**



Iturria / Fuente: IGIF / ESIF. Eustat.

La periodicidad de los accesos presenta unas cifras llamativas, ya que el 69,7% lo hace todas las semanas y el 17,9% alguna vez al mes; por el contrario, tan sólo el 0,7% manifiesta acceder no todos los meses a Internet. De este grupo de usuarios, el 11,6% navega diariamente. En cuanto al idioma de acceso, el euskera representa el 44,8% de las conexiones entre los menores, habiéndose producido un incremento respecto a 2004 de 9,3 puntos porcentuales.

En lo que respecta al fin principal de la conexión, el 45,4% manifiesta acudir a la red por motivos personales, mientras que las cuestiones académicas suponen el 54,4% de los accesos.

Con referencia al motivo del uso del ordenador, lideran este apartado los juegos (91,8%), procesador de textos (58,2%) y los navegadores de Internet (41,7%).

En cuanto al objeto del uso de Internet, se utiliza preferentemente de la siguiente manera: información sobre bienes y servicios (67,7%), chats, conversaciones (47,0%) y servicios de ocio (46,9%).

Internetera sartzeko maiztasuna deigarria da: %69,7 aste guztietan sartzen da Internetera eta %17,9 hilean behin edo behin; bestalde, %0,7k bakarrik esaten du ez dela hilabete guztietan Internetera sartzen. Erabiltzaile horien artean, %11,6 egunero dabil Interneten. Nabigatzean erabiltzen den hizkuntzari dagokionez, konexioen %44,8 euskarazkoak dira adin txikikoen artean eta, hain zuzen, 2004. urtearen aldean ehuneko 9,3 puntu gehitu da kopuru hori.

Konexioaren helburu nagusiarri dagokionez, %45,4 arrazoi pertsonalak direla medio dabil sarean baina %54,4 arrazoi akademikoaren ondorioz dabil.

Ordenagailua erabiltzeko arrazoi nagusia jokoak dira (%91,8) eta gero testu-tratamenduko programa (%58,2) eta Interneteko nabigatzaileak (%41,7).

Internet erabiltzeko xedea, aldiz, honela banatzen da: ondasun eta zerbitzuen gaineko informazioa (%67,7), chat, solasaldiak (%47,0) eta aisialdi zerbitzuak (%46,9).

Si se analiza el lugar de acceso a Internet y según los datos anuales del 2005, el 72,7% del grupo de usuarios de 6 a 14 años accede en su hogar, en tanto que el 65,7% navega desde su centro de estudio y tan sólo el 10,0% lo hace desde otro lugar.

Por último, habría que subrayar que resulta muy significativa la alta tasa de uso del ordenador entre los menores de la C.A. de Euskadi, así como el predominio del acceso a información sobre bienes y servicios. También destacar, que existen porcentajes interesantes en acceso a través de la red a chats, conversaciones, servicios de ocio, correo electrónico, bibliotecas y documentación. En esta etapa de la vida puede resultar interesante el ocio como vía del aprendizaje de las herramientas TIC.

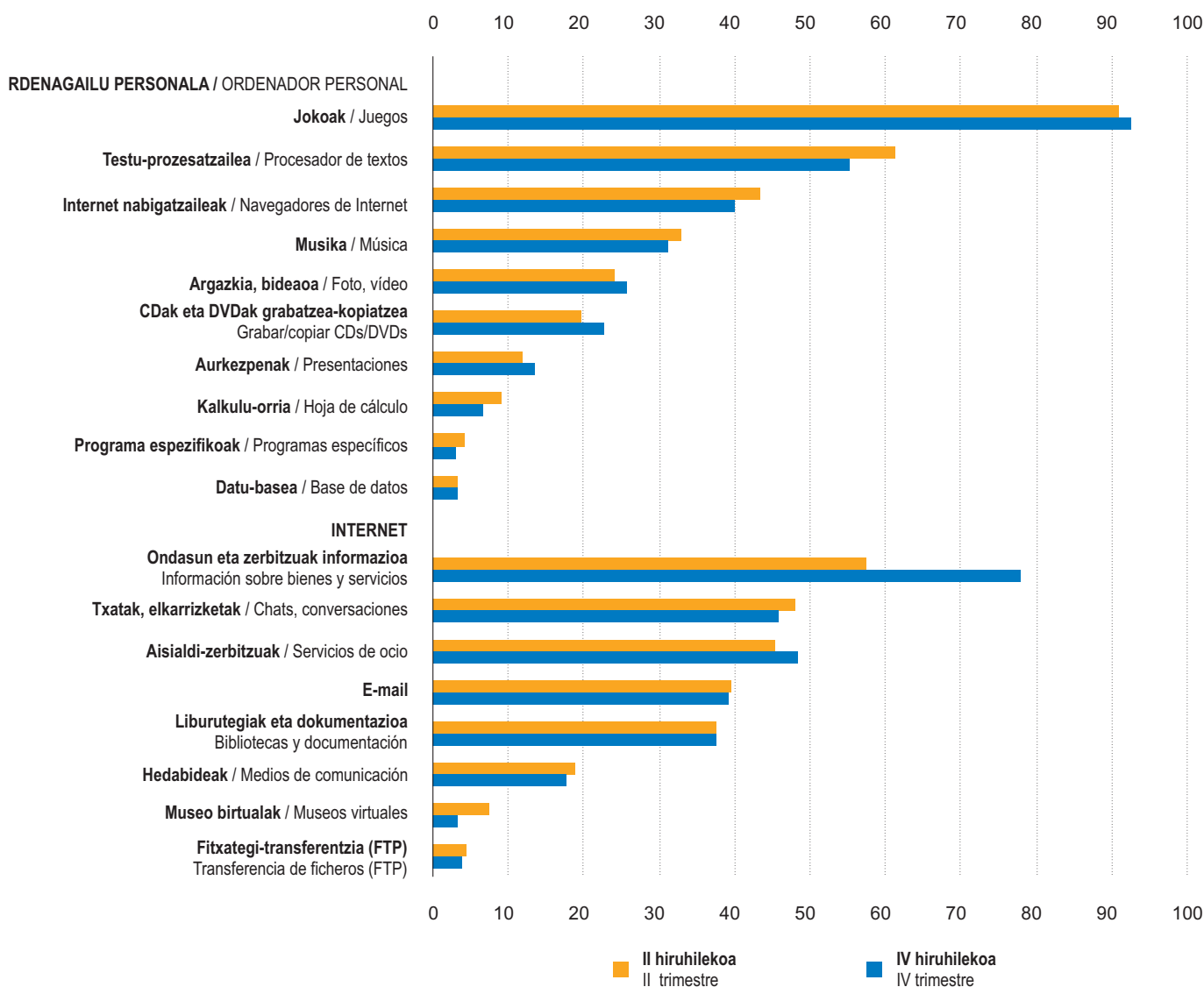
2005. urteko datuen arabera, 6 eta 14 urte bitarteko erabiltzaileen %72,7 etxean sartzen da Internetera; %65,7k ikastokitik nabigatzen du eta soilik %10,0k nabigatzen du beste tokiren batetik.

Amaitzeko, azpimarragarria da Euskal Autonomia Erkidegoko adingabeen artean ordenagailu pertsonala erabiltzen dutenen tasa altua dela eta gehienak liburutegi eta dokumentazioetara sartzen direla. Sarearen bidez txat, elkarrizketa, posta elektronikoa, ondasun eta zerbitzuei buruzko informazio eta museo birtualetara sartzen direnen ehunekoa ere altua da. Adin horretako erabiltzaileek, gainera, aisiaren bidez IKT tresnak ikasten dituzte.

Población de 6 a 14 años usuaria de ordenador e Internet por las Webs y los servicios tecnológicos más utilizados, según trimestre. C.A. de Euskadi. 2005. (%)

Ordenagailua eta Internet erabiltzen duten 6 eta 14 urte bitarteko biztanleak, gehien erabiltzen dituzten webguneen eta zerbitzu teknologikoen arabera, hiruhilekoka. Euskal AE. 2005. (%)

23.



## 6. Clasificación de usuarios de Internet de 6 y más años, según el uso del ordenador y de Internet.

### 6.1 Planteamiento y objetivos del análisis

El objetivo del análisis es intentar asociar los tipos de usuarios de la Web y las páginas de Internet que visitan así como los buscadores que utilizan. Una forma de ver esta proximidad es clasificar a los usuarios de Internet, representarlos en unos nuevos ejes y a la vez representar los sitios Web y los buscadores de Internet en los mismos.

Concretamente, se han seleccionado los encuestados que han navegado por Internet en los últimos 3 meses, y su primera mención al responder sobre los sitios Web visitados y los buscadores utilizados (en el cuestionario hay 5 posibles menciones). También se ha tomado la codificación realizada con las páginas en tipos de Web. Sobre ellos se pretende aplicar en primer lugar la técnica del Análisis Factorial de Correspondencias, de reducción de datos; y después la del Análisis Cluster.

Una vez seleccionados los usuarios de Internet, independientemente de la edad, se han considerado diferentes características de uso del ordenador y de Internet, de los lugares de acceso, programas utilizados de ordenador, servicios de Internet, etc., hasta completar todas las posibilidades del cuestionario. En un principio al aplicar la técnica del Análisis Factorial de Correspondencias no se ha obtenido un conjunto reducido de nuevas variables, o factores, que resuman toda esta información.

Por ello, finalmente, se ha optado por reducir el número de variables, y se han tomado las variables principales del cuestionario que tiene relación con los equipamientos informáticos en la vivienda, el centro de estudios y de trabajo, las del uso del ordenador, en cuanto a finalidad, uso, frecuencia, programas, etc.; y por último, las referidas al uso de Internet. Son unas 30 variables activas (con unas 70 modalidades), además de las 8 variables suplementarias: sexo, edad, relación con la actividad, nivel de instrucción y tipo de familia, junto con las propias de Internet: el último buscador utilizado, el sitio Web visitado y el tipo de Web correspondiente (unas 140 modalidades).

En el primer bloque, acceso a equipamientos informáticos en la vivienda y en el centro de estudios y de trabajo, se han mantenido las siguientes variables:

- Ordenador en la vivienda
- Conexión a Internet en la vivienda (Banda ancha)
- Ordenador en el centro de estudios
- Conexión a Internet en el centro estudios
- Ordenador en el centro de trabajo y
- Conexión a Internet en el centro de trabajo.

En el segundo bloque, uso del ordenador, se han mantenido las siguientes:

- Frecuencia de uso de ordenador (diaria, semanal, ocasional, nunca)
- También se incluyen las relativas al lugar de uso del ordenador (vivienda, centro de estudio o centro de trabajo)

## 6 Sei urtetik gorako Internet erabiltzaileen sailkapena, ordenagailuaren eta Interneten erabileraren arabera.

### 6. 1 Azterketaren planteamendua eta helburuak

Azterketa honen helburua Web erabiltzaile motak eta bisitatzeko dituzten orriak eta erabiltzen dituzten bilatzaileak erlazionatzen ahalegintzea da. Lotura hori ikusteko era bat Internet erabiltzaileak sailkatzea da, horiek ardatz berrietan jasotzea eta, era berean, Web gunek eta Internet bilatzaileak ere jasotzea ardatz horietan.

Zehatz esanda, azken 3 hilabeteetan Interneten nabigatu duten inkestatuak aukeratu dira, bai eta horiek egindako lehenengo aipamena bisitatutako Web guneei eta erabilitako bilatzaileei buruz erantzuterakoan (inkestan 5 aipamen posible daude). Web erako orrialdeekin egindako kodifikazioak ere hartu dira. Horien gain aplikatu nahi da, batetik, Korrespondentzien Azterketa Faktoriala –datuak murriztekoa– eta, bestetik, Kluster Analisiaren teknika.

Behin Interneteko erabiltzaileak aukeratu, adina kontuan izan gabe, ezaugarri desberdinak aintzat hartu dira, ordenagailua eta Internet erabili, horiek eskuratzeko leku, Internet zerbitzua, eta abarri dagokionez, galdetegiko aukera guztiak osatu arte. Hasiera batean, Korrespondentzien Azterketa Faktorialaren teknika aplikatzean, ez da informazio hau guztia laburbilduko duen aldagai berrien edo faktoreen multzo murrizturik lortu.

Horregatik, azkenean, aldagai kopurua murriztea erabaki da, eta galdetegiko aldagai nagusiak hartu dira, hain zuzen ere, hauei dagozkienak: informatikako ekipamenduak etxean, ikastetxean eta lan tokian eta ordenagailuaren erabilera, helburu, erabilera, maiztasun, programa, eta abarri dagokionez, eta azkenik, Interneten erabilera. 30 aldagai aktibo inguru dira (70 inguru modalitatekin), eta horrez gain 8 aldagai osagarriak: sexua, adina, jarduerarekin duen lotura, ikasketa maila eta familia mota, Interneti dagozkioneekin batera: erabilitako azken bilatzailea, bisitatutako Web gunea eta dagokion Web mota (140 modalitate inguru).

Lehenengo blokean –ekipamendu informatikoak etxean, ikastetxean eta lan tokian eskuratzeko aukera–, hurrengo aldagai hauek gauzatu dira:

- Ordenagailua etxean
- Internet konexioa etxean (Banda zabala)
- Ordenagailua ikastetxean
- Internet konexioa ikastetxean
- Ordenagailua lan tokian eta
- Internet konexioa lan tokian.

Bigarren blokean –ordenagailuaren erabilera–, hurrengo hauek mantendu dira:

- Ordenagailuaren erabileraren maiztasuna (egunero, astero, noizean behin, inoiz ez)
- Ordenagailua erabiltzen den lekuari buruzkoak (etxea, ikastetxea edo lan tokia)

- las de uso del ordenador (profesional, académico, ocio) así como
- el fin principal de uso.

En el último bloque, uso de Internet, se incluyen:

- El lugar de acceso (hogar, centro de trabajo, centro de estudios)
- Frecuencia (diaria, semanal, mensual, menor) de acceso
- Días de mayor acceso (festivos, laborales, indistintamente)
- Tiempo de conexión semanal
- El fin principal de la conexión (académica, trabajo, ocio u otros)
- Los idiomas de navegación, euskera, por un lado, y por otro, inglés, francés u otro
- La búsqueda de información para compras
- La realización de compras por Internet

La selección de variables activas inicial fue mucho más amplia, pero los resultados para el análisis factorial eran mucho más limitados, de modo que no facilitaba la formación de factores.

Las variables ilustrativas son las referidas a las características de la población:

- Sexo: varón y mujer
- Edad en 7 modalidades: 6-14 años, 15-24 años, 25-34 años, 35-44 años, 45-54 años, 55-64 años y 65 y más años.
- Nivel de instrucción: Primarios, Secundarios y Superiores.
- Relación con la actividad con tres modalidades: Estudiante, Ocupado e "Inactivo y Parado".
- Tipo de familia en tres modalidades: Con hijos, con pareja o aislados (viven solos o en familias sin núcleo familiar).
- Territorio Histórico, en tres modalidades, Álava, Gipuzkoa y Bizkaia.

También se incluyen dentro de las variables ilustrativas las respuestas relativas, en primera opción, a los buscadores, las páginas Web y los tipos en los que éstos se clasifican.

## 6.2 Resultados del análisis factorial de correspondencias

Se ha realizado un análisis factorial de correspondencias con estas variables activas e ilustrativas seleccionando los individuos encuestados que han navegado por Internet en los últimos 3 meses. En cuanto a los factores, los 5 primeros explican un 52% de la inercia total. Los factores 3 al 5 explican poca inercia. Por ello, lo único que aportan son algunos matices, como se verá a continuación.

Aunque se ha tratado de reducir al máximo con recodificaciones, hay que tener en cuenta que hay modalidades con frecuencias bajas que han contribuido en mayor medida al análisis. Las más importantes son las siguientes:

- No dispone de ordenador en el centro de estudios
- Tiempo de conexión a Internet entre 10 y 20 horas semanales

- Ordenagailuaren erabilerari buruzkoak (profesionala, akademikoa, aisialdirako, bai eta
- erabilerari nagusiari buruzkoak.

Azken blokean –Interneten erabilerari–, hauek sartzen dira:

- Erabiltzeko lekua (etxea, lan tokia, ikastetxea)
- Erabiltzeko maiztasuna (egunero, astero, hilero, gutxiago)
- Gehien erabiltzen diren egunak (jaiegunetan, astegunetan, batean zein bestean)
- Astean zenbat denbora konektatzen den
- Konexioaren helburu nagusia (akademikoa, lana, aisialdia edo beste batzuk)
- Nabigazio hizkuntzak, batetik, euskara, eta bestetik ingeleza, frantsesa edo beste bat
- Informazioa erosketetarako bilatzea
- Erosketak Internet bidez egiteko

Hasieran, aldagai aktiboen aukeraketa askoz zabalagoa izan zen, baina azterketa faktorialerako emaitzak askoz mugatuak ziren, eta horrek ez zuen errazten faktoreen formazioa.

Aldagai argigarriak biztanleriaren ezaugarriei buruzkoak dira.

- Sexua: gizonezkoa eta emakumezkoa
- Adina 7 modalitatetan: 6-14 urte, 15-24 urte, 25-34 urte, 35-44 urte, 45-54 urte, 55-64 urte eta 65 eta hortik gora.
- Ikasketa maila: Lehen, Bigarren eta Goi Mailakoak.
- Jarduerarekin duen lotura, hiru modalitate: Ikaslea, Landuna eta "Ez-aktiboa eta Langabea".
- Familia mota, hiru modalitate: seme-alabekin, bikotekidearekin edo isolatuak (bakarrik bizi dira edo familia nukleorik gabeko familietan).
- Lurralde Historikoa, hiru modalitate: Araba, Gipuzkoa eta Bizkaia.

Aldagai argigarrietan, bilatzaile, web orri eta horien sailkapen motei buruzko erantzunak ere sartzen dira, lehenengo aukera batean.

## 6.2 Korrespondentzien azterketa faktorialaren emaitzak

Aldagai aktibo eta argigarri hauekiko korrespondentzien azterketa faktoriala egin da, eta azken hiru hilabeteetan Interneten nabigatu duten inkestatuak aukeratu dira. Faktoreei dagokienez, lehenengo bostak inertzia osoaren %52 azaltzen dute. 3tik 5erako faktoreak inertzia gutxi azaltzen dute. Horregatik, ñabardura batzuk baino ez dituzten eskaintzen, orain ikusiko den bezala.

Berkodifikazioekin ahalik eta gehien murrizteko ahalegina egin den arren, kontuan izan behar da maiztasun txikiak dituzten modalitateak daudela, eta horiek neurri handiago batean lagundu dute azterketan. Hauek dira garrantzitsuenak:

- Ez dauka ordenagailurik ikastetxean
- Internetera konektatuta ematen duen denbora: 10 eta 20 ordu bitartean astean

- Tiempo de conexión a Internet más de 20 horas semanales
- No dispone de conexión a Internet en el centro de estudios
- Días de mayor acceso: los festivos
- Conexión 1 vez al día
- No dispone de ordenador en el hogar
- No se conecta a Internet semanalmente

- Internetera konektatuta ematen duen denbora: 20 ordu baino gehiago astean
- Ez dauka Internet konexiorik ikastetxean
- Noiz erabiltzen duen gehien: astegunetan
- Egunean behin konektatzen da
- Ez dauka ordenagailurik etxean
- Ez da Internetera astero konektatzen

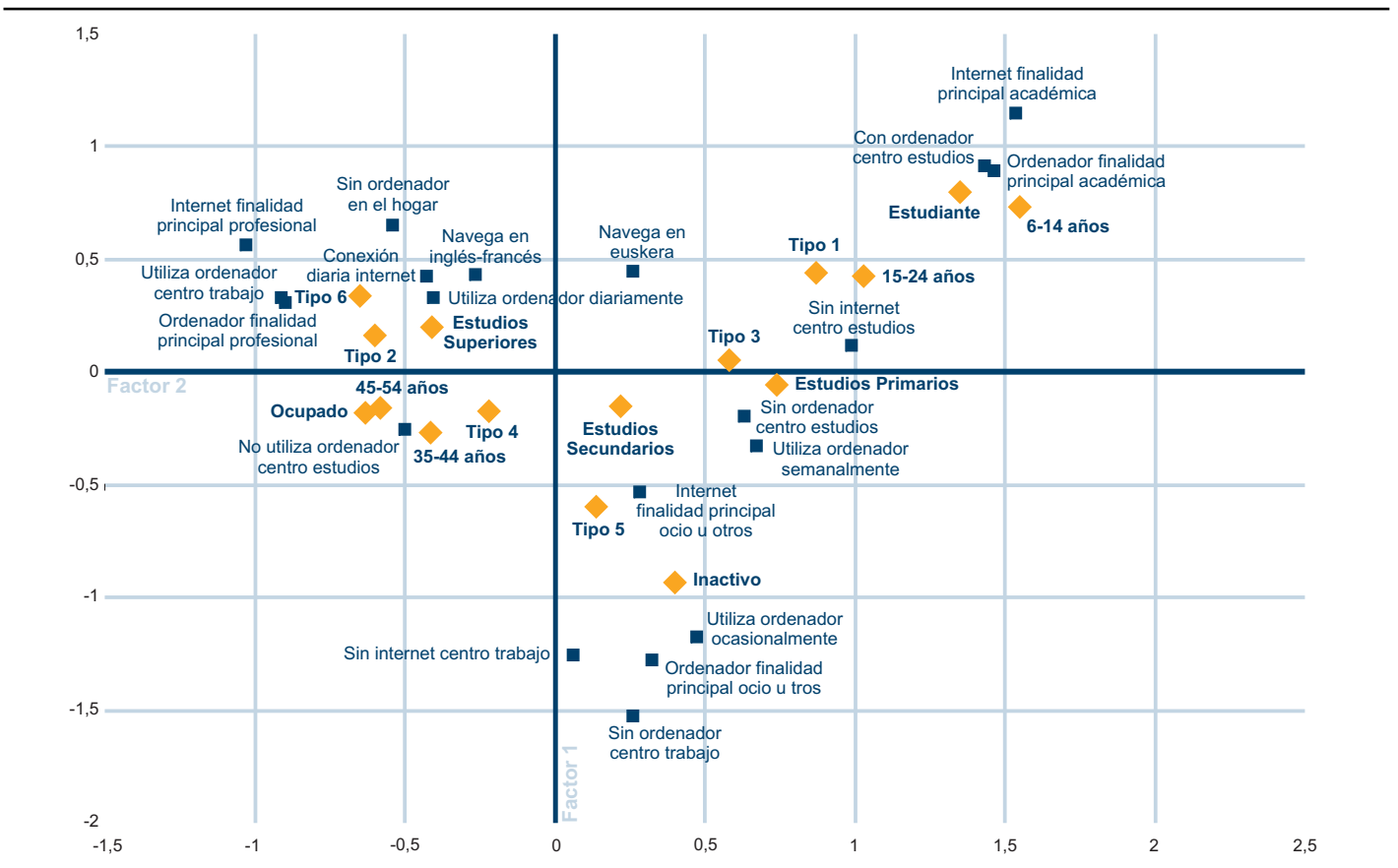
En cuanto a las variables ilustrativas, hay que tener en cuenta que respecto a los buscadores, más del 90% de los internautas han respondido lo mismo, el Google en esta primera opción, con lo cual el resto de las opciones prácticamente desaparecen. En cuanto a las páginas Web, las respuestas son muy dispersas, en el sentido de que en la primera opción se contestan 91 posibilidades distintas de páginas, y por ello las frecuencias no son muy elevadas.

Aldagai argigarriei dagokienez, kontuan izan behar da bilatzailerei buruz internauten %90 baino gehiagok gauza bera erantzun dutela: Google, lehenengo aukera gisa; horrela, gainerako aukerak ia desagertu egin dira. Web orriei dagokienez, erantzunak oso ugariak dira; izan ere, lehenengo aukera gisa 91 orri desberdin eman dira, eta horregatik maiztasunak ez dira oso altuak

Los factores que obtenemos se podrían tomar como las variables que resumen el conjunto de los datos y los podemos describir del siguiente modo:

Lortutako faktoreak datu guztiak laburbiltzen dituzten aldagai gisa har daitezke, eta era honetara deskriba ditzakegu:

## 24.



### 6.2.1 Primer factor. Uso académico y uso profesional del ordenador y de Internet

El primer factor explica un 22%. En este factor, se opone el uso académico del ordenador e Internet (lado positivo) y el profesional (lado negativo). Alrededor del uso académico se agrupan las siguientes modalidades: el académico como principal fin del uso del ordenador, disposición de ordenador y conexión a Internet en el centro de estudios, así como el acceder a Internet en el centro de estudios.

Alrededor del uso profesional del ordenador e Internet (lado negativo) se concentran, lógicamente, la disponibilidad de ordenador e Internet en el centro de trabajo, y el uso de ambos recursos en el trabajo, y con finalidad profesional en los dos casos.

Las características sociodemográficas mejor representadas son los estudiantes y los grupos más jóvenes (6-14 años y 15-24 años) en el lado positivo y los ocupados y la población hasta los 54 años, en el lado negativo, junto con la población con estudios universitarios.

Respecto a las páginas Web, en el lado positivo se situarían los siguientes sitios: "minijuegos.com", "messenger.msn.es", "ehu.es" y "hotmail.com"; y de modo agrupado serían las pertenecientes a Espectáculos y diversión, Deportes y ocio e Internet y ordenadores,

En el lado negativo destacaría "elcorreodigital.com", como página; y en el caso agregado, los temas de Economía y negocios, Política, gobierno y administración y Medios de Comunicación.

### 6.2.2 Segundo factor. Finalidad profesional y académica y finalidad de ocio del ordenador e Internet

El segundo factor explica una proporción de inercia más reducida, un 11%. De la información que todavía no se ha explicado por los factores anteriores, este factor opone el uso profesional o el académico (lado positivo) al de ocio (lado negativo). El uso profesional y académico en este factor se asocia a la disponibilidad de ordenador y acceso a Internet en el trabajo y en el centro de estudios, con estas mismas finalidades.

En este factor, el uso por diversión se caracteriza por no tener los equipamientos de ordenador e Internet en el centro de trabajo, por un lado; y por otro, por un uso del ordenador con frecuencia mensual u ocasional.

En cuanto a las características personales, se sitúan en el lado positivo los menores y los jóvenes (hasta 24 años), los estudiantes y los usuarios con estudios superiores. En el lado opuesto se sitúan las personas inactivas y paradas, los usuarios con estudios secundarios y el grupo de 35 a 44 años

En el lado positivo, finalidad profesional y académica, se situarían las páginas "deusto.es", "gipuzkoa.net" y "ehu.es" y las clasificadas en Educación y formación. En el lado negativo, finalidad de ocio, las páginas son: "muchoviaje.com", "viajes.com", "lanbide.net", "hoteles.com" y "eroski.es". Como tipos de páginas, aparecerían Medios de comunicación y Arte y cultura.

### 6.2.1 Lehenengo faktorea. Ordenagailuaren eta Interneten erabilera akademikoa eta profesionala

Lehenengo faktoreak %22 azaltzen du. Faktore honetan, aurrez aurre jartzen dira ordenagailuaren eta Interneten erabilera akademikoa (alde positiboa) eta profesionala (alde negatiboa). Erabilera akademikoan hurrengo modalitateak biltzen dira: helburu nagusia akademikoa da, eta horregatik erabiltzen da ordenagailua eta horregatik dago Internet konexioa ikastetxean, eta horregatik erabiltzen da ere Internet ikastetxean.

Ordenagailuaren eta Interneten erabilera profesionalari dagokionez (alde negatiboa), lan tokian ordenagailua eta internet dago, biak erabiltzen dira lanean, eta helburua profesionala da bi kasuetan.

Ezaugarri sozio-demografikoei dagokionez, ikasleak eta gazteenen taldeak dira (6-14 urte eta 15-24 urte), alde positiboan, eta landunak eta 54 urte arteko biztanleak alde negatiboan, unibertsitateko ikasketak dituzten biztanleekin batera.

Web orriei dagokionez, alde positiboan hurrengo guneak egongo liriateke: "minijuegos.com", "messenger.msn.es", "ehu.es" eta "hotmail.com"; eta multzoka hartuta, hauei dagozkienak izango liriateke: Espektakuluak eta dibertsioa, Kirolak eta aisialdia, eta Internet eta ordenagailuak.

Alde negatiboan, "elcorreodigital.com" nabarmenduko litzateke, orri bezala; eta kasu agregatuan, hauek egongo liriateke: Ekonomia eta negozioak, Politika, gobernu eta administrazioa eta Komunikabideak.

### 6.2.2 Bigarren faktorea. Ordenagailuaren eta Interneten helburu profesional eta akademikoa eta aisialdirako helburua

Bigarren faktoreak inertzia proportzio txikiagoa azaltzen du, %11. Aurreko faktoreen bitartez oraindik azaldu ez den informazioetik, faktore honek aurrez aurre hartzen ditu erabilera profesionala edo akademikoa (alde positiboa) eta aisialdirako erabilera (alde negatiboa). Erabilera profesionala eta akademikoa, faktore honetan, lanean eta ikastetxean helburu horietarako ordenagailua eta internet izatearekin lotzen da.

Faktore honetan, hauek dira dibertsiora zuzendutako erabilera-erantzukizunak: batetik, ordenagailu eta Internet ekipamendurik ez izatea lan tokian, eta, bestetik, ordenagailua hilean behin edo noizean behin erabiltzea.

Ezaugarri pertsonalei dagokionez, adin txikiak eta gazteak (24 urte arte), ikasleak eta goi mailako ikasketak dituzten erabiltzaileak daude alde positiboan. Beste aldean, pertsona ez-aktiboak eta langabeak, bigarren mailako ikasketak dituzten erabiltzaileak eta 35-44 urte bitartekoak daude.

Alde positiboan –helburu profesionala eta akademikoa–, "deusto.es", "gipuzkoa.net" eta "ehu.es" orriak daude, bai eta Hezkuntza eta prestakuntzan sailkatutakoak. Alde negatiboan –aisialdirako helburua–, hauek dira orriak: "muchoviaje.com", "viajes.com", "lanbide.net", "hoteles.com" eta "eroski.es". Orri mota gisa, Komunikabideak, eta Arte eta kultura agertuko liriateke.



### 6.2.3 Tercer factor. Carecer o disponer de ordenador y acceso a Internet en la vivienda

El tercer factor explica una inercia similar a la anterior (9%). Este factor opone carecer de ordenador e Internet (lado positivo) y disponer de estos equipamientos en la vivienda (lado negativo).

En este factor, la falta de ordenador e Internet en la vivienda están, lógicamente, en el mismo lado que no uso ni acceso desde la vivienda y carecer de banda ancha. También están en este lado el no conectar diariamente, el mayor acceso en días laborables, la frecuencia de conexión a Internet mensual o menor, acceder desde otros lugares (distintos al centro de estudios o de trabajo) y no uso para ocio del ordenador.

En el lado opuesto (positivo), la modalidad de disponer de Internet en el hogar está junto a la frecuencia diaria de conexión a Internet, independientemente de que se trate de días laborales o festivos, el acceder desde la vivienda y disponer de banda ancha.

Las características personales asociadas a cada lado del factor, son las siguientes: en el lado positivo (carencia) se sitúan los usuarios con Estudios Secundarios y las familias que no forman parejas ni núcleos con hijos. En el lado negativo (acceso en la vivienda): los jóvenes de 15-24 años, con estudios superiores, estudiantes y varones.

En el lado positivo aparecen las páginas sobre temática de Política, gobierno y administración; concretamente las páginas más mencionadas son: “viajes.com”, “inem.es”, “seg-social.es”, “diputacion.com”, “osakidetza-svs.org” y “donostia.org”.

En el lado negativo aparecerían los sitios de Espectáculos y diversión, Turismo y viajes, Medios de comunicación e Internet y ordenadores; de las páginas más en concreto se podrían citar: “amazon.com”, “paginasamarillas.es”, “los40.com”, “caixa.es”, “softonic.com”, “elmundo.es”, “marca.es” y “messenger.msn.es”.

### 6.2.4 Cuarto factor. Frecuencia de uso del ordenador e Internet

El cuarto factor que se va a describir, explica una cantidad inferior de inercia (un 5%). En un extremo se sitúa el uso del ordenador diario y el acceso a Internet de modo permanente (lado positivo) y en el otro la frecuencia de uso de ordenador e Internet semanal, con conexión no diaria (lado negativo).

En el lado positivo, con uso del ordenador más frecuente, se sitúan las modalidades siguientes: varones, población de 15 a 34 años e inactivos y parados. En el lado negativo, con frecuencia inferior, se sitúan los menores (6-14 años) y población mayor (de 45 a 64 años), la población con estudios primarios, las mujeres y los ocupados.

En relación a las páginas visitadas, en el lado positivo (mayor frecuencia) hay páginas de todo tipo, como “easyjet.com”, “inem.es”, “los40.com”, “yahoo.com”, “elcorteingles.es”, “vueling.com”, “ebay.com”, “cajalaboral.es” o “marca.es”. Agrupados en tipos, destaca el de Economía y negocios. En el lado nega-

### 6.2.3 Hirugarren faktorea. Etxean ordenagailua izatea edo ez izatea

Hirugarren faktoreak aurreko inertiaren antzekoa azalduko luke (%9). Faktore horrek aurrez aurre jartzen ditu etxean ordenagailurik eta Internetik ez izatea (alde positiboa) eta ekipamendu horiek bai izatea (alde negatiboa).

Faktore honetan, etxean ordenagailurik eta Internetik ez izatea lotuta dago, logikoki, etxean ez erabiltzearekin eta banda zabala ez izatearekin. Alde horretan daude ere, egunero ez konektatzea, astegunetan gehiago erabiltzea, hilean behin edo gu-txiagotan konektatzea Internetera, beste toki batzuetatik eskuratzea (ikas-tetxea edo lan tokia ez den beste toki batzuetatik) eta ordenagailua aisialdirako ez erabiltzea.

Beste aldean (positiboa), etxean Internet edukitzea eta Internetera egunero konektatzea lotuta doaz, berdin izanik aste-gun edo jaiegun izan, etxetik erabili eta banda zabal izan.

Hauek dira faktorearen alde bakoitzari lotutako ezaugarri pertsonalak: alde positiboan (ez izatea) bigarren mailako ikasketak dituztenak eta bikotean ez dauden edo seme-alabarik ez duten bikoteak daude. Alde negatiboan (etxean izatea): 15-24 urte arteko gazteak, goi mailako ikasketekin, ikasleak eta gizonezkoak daude.

Alde positiboan, Politika, gobernu eta administrazioaren gaineko gaiak jasotzen dituzten orriak daude; zehazki hauek dira gehien aipatzen diren orriak: “viajes.com”, “inem.es”, “seg-social.es”, “diputacion.com”, “osakidetza-svs.org” eta “donostia.org”.

Alde negatiboan, Espektakuluak eta dibertsioa, Turismoa eta bidaiak, Komunikabideak eta Internet eta ordenagailuak agertzen dira; zehazki hauek dira gehien aipatzen diren orriak: “amazon.com”, “paginasamarillas.es”, “los40.com”, “caixa.es”, “softonic.com”, “elmundo.es”, “marca.es” eta “messenger.msn.es”.

### 6.2.4 Laugarren faktorea. Ordenagailuaren eta Interneten erabileraren maiztasuna

Deskribatuko den laugarren faktoreak inertzia kopuru txikiagoa azaltzen du (%5). Mutur batean, ordenagailua egunero erabiltzea eta Internet etengabe erabiltzea dago (alde positiboa) eta bestean ordenagailua eta Internet astean behin erabiltzea, egunero konektatu barik (alde negatiboa).

Alde positiboan (ordenagailua sarriago erabiltzen da), hurrengo modalitateak daude: gizonezkoa, 15 eta 34 urte bitarteko biztanleria, ez-aktiboak eta langabeak. Alde negatiboan, maiztasun txikiagoarekin, adin txikikoak (6-14 urte) eta nagusiagoak (45-64 urte), lehen mailako ikasketak dituztenak, emakumeak eta landunak daude.

Bisitaturako orriei dagokienez, alde positiboan (maiztasun handiagoa) mota askotako orriak daude, esate baterako, “easyjet.com”, “inem.es”, “los40.com”, “yahoo.com”, “elcorteingles.es”, “vueling.com”, “ebay.com”, “cajalaboral.es” edo “marca.es”. Motaren arabera batuta, Ekonomia eta negozioak



tivo (menor frecuencia) se destacan páginas como "google.com", "eitb.com", "minijuegos.com", "gara.net" o "travel-club.com".

### 6.2.5 Quinto factor. Disponibilidad de ordenador e Internet en el centro de estudios

El quinto y último factor que se va a describir, explica una cantidad similar al anterior de inercia (un 4%). Este factor está definido de forma clara en el lado positivo, donde se sitúa la falta de ordenador e Internet en el centro de estudios. En el lado opuesto (negativo), se sitúa la disponibilidad de Internet y el acceso al mismo desde el centro de estudios.

En cuanto a los sitios Web, en el lado positivo (no disponibilidad) se situarían: "athletic-club.es", "begira.com", "juegon.com", "juegos.com", "messenger.msn.es", "minijuegos.com", "marca.es", "google.com"; en las categorías agrupadas, se situarían Espectáculos y diversión y Deportes y ocio. En el lado negativo (disponibilidad) destacan "elcorreodigital.com", "kutxa.net", "muchoviaje.com", "yahoo.com", "viajes.com", "iberia.com", "deusto.es" o "softonic.com", en categorías agrupadas, destacaría la de Economía y negocios.

### 6.3 Descripción de las clases de usuarios de Internet

A través del análisis anterior, se obtienen las puntuaciones factoriales para cada individuo, es decir, los valores de cada individuo en estas nuevas variables o factores que acabamos de describir. Y después se ha realizado un análisis de tipos basado precisamente en las puntuaciones factoriales de estos 5 factores descritos. El método utilizado es la Clasificación Ascendente Jerárquica.

Antes de determinar el número de tipos para la clasificación, se han realizado varios intentos. Finalmente se ha optado por una clasificación en 6 grupos, teniendo en cuenta la inercia entre las clases y la posibilidad de describirlas de modo conveniente.

nabarmetzen dira. Alde negatiboan (maiztasun txikiagoa), orri hauek daude: "google.com", "eitb.com", "minijuegos.com", "gara.net" edo "travel-club.com".

### 6.2.5 Bosgarren faktorea. Ikastetxean ordenagailua eta Internet izatea

Deskribatuko den bosgarren, eta azken, faktoreak aurreko inertzia kopuruaren antzekoa azaltzen du (%4). Faktore hau argi azalduta dago alde positiboan, ikastetxean ordenagailua eta internet ez edukitzea dagoen tokian. Beste aldean (negatiboan) ikastetxean internet edukitzea eta erabili ahal izatea dago.

Web guneei dagokienez, alde positiboan (ez edukitzea) hauek egongo lirake: "athletic-club.es", "begira.com", "juegon.com", "juegos.com", "messenger.msn.es", "minijuegos.com", "marca.es", "google.com"; batutako kategoriatan, hauek egongo lirake: Espektakuluak eta dibertsioa eta Kirolak eta aisialdia. Alde negatiboan (edukitzea), hauek nabarmetzen dira: "elcorreodigital.com", "kutxa.net", "muchoviaje.com", "yahoo.com", "viajes.com", "iberia.com", "deusto.es" edo "softonic.com"; batutako kategoriatan, Ekonomia eta negozioak nabarmetzen dira.

### 6.3 Interneteko erabiltzaile moten azalpena

Aurreko azterketaren bitartez, puntuazio faktorialak lortzen dira norbanako bakoitzaren kasuan, hau da, norbanako bakoitzaren balioak deskribatu berri ditugun aldagai edo faktore berri hauek. Eta gero moten azterketa egin da, hain zuzen ere, deskribatutako 5 faktore horien puntuazio faktorialetan oinarrituta. Erabilitako metodoa Behetik Gorako Saillapen Hierarkikoa izan da.

Saillapena egin ahal izateko, zenbat mota dagoen zehaztu baino lehen, hainbat ahalegin egin da. Azkenean, 6 taldetan saillatzea erabaki da, kontuan izanik moten arteko inertzia eta horiek era egoki batean deskribatzeko aukera.

**Lortutako internauta moten, inertiaren eta mota bakoitzean dauden efektiboen taula**  
Tabla: Clases de internautas obtenidas, inercia y efectivos en cada clase

Mota / Clase	Epektiboak / Efectivos		Inertzia / Inercia		Inertzia guztira Inercia total
	Abs	%	Interclase	Intraclase	
1	145.789	19,6	0,7278	0,4659	
2	124.207	16,7	0,3679	0,0698	
3	47.188	6,4	0,7284	0,2803	
4	166.063	22,4	0,2719	0,2656	
5	156.524	21,1	0,5822	0,5314	
6	102.350	13,8	0,4863	0,2224	
<b>Guztira / Total</b>	<b>742.121</b>	<b>13,8</b>	<b>3,1645</b>	<b>1,8355</b>	<b>5</b>

En 6 tipos, se distinguen dos clases de estudiantes (la clase 1 y la 3), que se distinguen principalmente por los equipamientos del centro. En el resto de las clases predomina la población ocupada. Se distinguen entre sí por los accesos a los ordenadores e Internet en los diferentes ámbitos, y también por el uso que hacen de ellos. Las clases 2 y 6 contienen exclusivamente población ocupada, en el segundo caso, sin Internet en el hogar. En las clases 4 y 5 predomina la población ocupada, pero reúne también inactivos y parados. En la clase 5, en el hogar está Internet disponible.

En cada uno de los tipos, se va a tratar el tamaño, sus características principales respecto a la disponibilidad de los equipamientos y el uso que se hace de ellos, algunas características sociodemográficas de los componentes y, por último, si se pueden destacar páginas o sitios Web que han visitado.

### 6.3.1 Tipo 1. Estudiantes con ordenador e Internet en el centro de estudios

En el primer tipo tenemos una clase formada por estudiantes, un 20% de los internautas (aproximadamente unas 146.000 personas). Es una clase relativamente distinta al total de los internautas y la segunda clase más heterogénea, es decir, con más diferencias entre sus componentes.

Esta clase se sitúa en el lado positivo de los factores 1, uso académico del ordenador; 2, Fin profesional y académico; en el lado negativo del 5, disponibilidad de Internet en el centro de estudios.

Lo común en estos estudiantes es que tienen ordenador y acceso a Internet en el centro de estudios (un 100% de la clase). Utilizan el ordenador con una finalidad principalmente académica y la finalidad principal de la conexión es del mismo tipo, aunque también utilizan el ordenador para divertirse (94%). Conforman el grupo los jóvenes de 15 a 24 años (en particular) y los menores de 6 a 14 años.

Otras características, menos compartidas en la clase pero que les diferencian del total de los internautas, son las siguientes: no compran por Internet nunca (80%), ni siquiera se informan sobre este tema (65%); navegan en euskera en mayor medida que el total de los internautas (38% en la clase, 22% en el total); y utilizan el ordenador e Internet con frecuencia semanal. Como el resto de los internautas, la mayoría utiliza el ordenador e Internet en la vivienda (77%).

En cuanto a los tipos de páginas y buscadores, en mayor medida que el resto de los internautas consultan páginas sobre educación y formación (9% en la clase, 4% en el total), y sobre Internet y ordenadores (25% y 18%, respectivamente), así como de espectáculos y diversión (6,5% y 3%, respectivamente) y deportes y ocio (10% y 7%). Sobre los buscadores, tal y como ocurre con la totalidad de los internautas, la mayoría utiliza el Google (97% en la clase, 95% en el total).

En las páginas en concreto, en esta clase se han visitado relativamente más las siguientes: "messenger.msn.es" (18% en la clase, 7% en el total), "ehu.es" (9% y 3%), "minijuegos.com" (7% y 2%) y "hotmail.com" (13% y 7%).

6 motetan, bi ikasle mota bereizi dira (1 mota eta 3 mota); horiek, batez ere, ikastetxeko ekipamenduen arabera bereizi dira. Gainerako motei dagokionez, landun biztanleria nagusitzen da. Horiek, era berean, eremu desberdinetan ordenagailuak eta Internet erabiltzeko aukeraren arabera bereizten dira, bai eta horiei ematen dieten erabileraren arabera. 2 eta 6 motetan batez ere biztanleria landuna dago, bigarren kasuan Internet barik etxean. 4 eta 5 motetan, biztanleria landuna nagusitzen da, baina ez-aktiboak eta langabeak ere badaude. 5. motan, Internet dute etxean.

Mota bakoitzean, hauek aztertuko dira: tamaina, horien ezaugarri nagusiak ekipamenduak edukitzeari dagokionez eta horiei ematen zaien erabilera, ezaugarri soziodemografiko batzuk, eta azkenik, bisitatu dituzten Web orri edo Web gune batzuk azpimarra daitezke.

### 6.3.1 Lehenengo mota. Ikastetxean ordenagailua eta Internet duten ikasleak

Lehenengo motan ikaslez osatutako klasea dugu, internauten %20 (146.000 pertsona gutxi gorabehera). Klase desberdin samarra da internauta guztiak denetara hartuta eta bigarren klaserik heterogeneoena, hau da, kideen artean desberdintasun gehien duena.

Klase hau hurrengo faktore hauen alde positiboan dago: 1, ordenagailuaren erabilera ekonomikoa; 2, helburu profesionala eta akademikoa; alde negatiboari dagokionez, 5, ikastetxean Internet edukitzea.

Ikasle horiek guztiak ordenagailua eta Internet dute ikastetxean (%100). Ordenagailua batez ere helburu akademikoarekin erabiltzen dute, eta konexioaren helburu nagusia ere horixe da, nahiz eta ordenagailua ondo pasatzeko ere erabiltzen duten (%94). Hauek osatzen dute taldea: 15 eta 24 urte bitarteko gazteek (bereziki) eta txikiagoek, 6 eta 14 urte bitartekoek.

Hauek dira beste ezaugarri batzuk (ez dira den-denen ezaugarriak, baina bai beste internauta guztiengandik bereizgarriak): ez dute sekula Internet bidez erosten (%80), eta gai horri buruzko informazioari ere ez dute bilatzen (%65); gehiago nabigatzen dute euskaraz beste internauta guztien aldean (%38 mota honetan, %22 guztira); eta astero erabiltzen dute ordenagailua eta Internet. Gainerako internautek bezala, gehienek etxean erabiltzen dute ordenagailua eta Internet (%77).

Orri eta bilatzaile motei dagokionez, orri hauek kontsultatzen dituzte gainerako internautek baino neurri handiagoa batean: hezkuntza eta prestakuntza (%9 klasekoen artean, %4 guztira), Internet eta ordenagailuak (%25 eta %18, hurrenez hurren), espektakuluak eta dibertsioa (%6,5 eta %3, hurrenez hurren) eta kirolak eta aisialdia (%10 eta %7). Bilatzaileei dagokionez, internauta guztiakin gertatzen den bezala, gehienek Google erabiltzen dute (%97 mota honetako artean, eta %95 guztira).

Orriei dagokionez, klase honetako artean hauek dira gehien bisitatu direnak: "messenger.msn.es" (%18 mota honetako artean, %7 orokorrean), "ehu.es" (%9 eta %3), "minijuegos.com" (%7 eta %2) eta "hotmail.com" (%13 eta %7).

### 6.3.2 Tipo 2. Personas ocupadas con equipamiento en el centro de trabajo y en el hogar, y uso diario (uso intensivo de Internet)

Este segundo tipo, reúne el 17% de los internautas (unas 124.000 personas). Esta clase destaca por ser la más homogénea, es decir, con menos diferencias entre sus componentes respecto de las variables estudiadas. También es la segunda clase más parecida al total de los internautas.

Esta clase se sitúa en el lado negativo de los factores 1, uso profesional y 3, disponer de ordenador y acceso a Internet en la vivienda.

Se trata de personal ocupado exclusivamente (un 100% de la clase), con ordenador en el centro de trabajo, que lo utiliza para fines profesionales como uso principal y exclusivo. Tienen acceso a Internet en el trabajo (93%) y en el hogar (99%). Las edades más frecuentes son de 25 a 44 años (73% en la clase), es decir, la población laboral más joven.

Características con más frecuencia en esta clase que en el total de los internautas son: el uso del ordenador de forma diaria (99% en la clase, 61% entre los internautas), el uso principal de Internet es profesional (67% respecto a 32% para el total). Casi la mitad de ellos dice estar conectado permanentemente o que se conectan varias veces al día. A través de Internet, se informan sobre compras (96%) y de hecho han comprado en los 3 últimos meses (54%). Casi la mitad de ellos navegan en inglés o francés. Una proporción importante de ellos posee estudios superiores (71%), cuando esta proporción es inferior en el total de los usuarios de Internet (41%).

En mayor medida que el resto de los internautas consultan páginas de economía y negocios, de medios de comunicación, política, gobierno y administración y turismo y viajes. Sobre los buscadores, no aparece ninguno como más importante.

En los sitios Web en concreto, destacan en esta clase los siguientes: "elmundo.es" (4% en la clase, 1% en el total), "cajalaboral.es" (en las mismas proporciones) o "elcorreodigital.es" (19%, 13%).

### 6.3.3 Tipo 3. Estudiantes sin equipamiento en el centro de estudios

Se trata de una clase muy reducida, del 6% de los internautas (unos 47.000 individuos), de hecho, la más reducida de todas. Además, es la más distinta respecto del total y, en su interior, medianamente homogénea.

Lo definitorio es el factor 5, en su aspecto positivo, no disponibilidad de Internet en el centro de estudios, junto con el uso académico del ordenador, factor 1, lado positivo,

Se trata de estudiantes, es decir, población entre 15 y 24 años, principalmente, aunque también hay menores de esta edad. De esta clase, hay un 56% que dispone de ordenador en el centro de estudios y prácticamente ninguno posee Internet en este mismo lugar. Para la mayoría de ellos la principal finalidad del

### 6.3.2 Bigarren mota. Ekipamendua lan tokian eta etxean duten landun pertsonak, egunero erabiltzen dutenak (Interneten erabilera intentsiboa)

Bigarren mota honetan internauten %17 dago (124.000 pertsona gutxi gorabehera). Mota hau homogeenoa da, hau da, mota hau osatzen dutenen artean desberdintasun gutxi dago, aztertutako aldagaiei dagokienez. Internauta guztien antz gehien duen bigarren klasea da.

Klase hau hurrengo faktoreen alde negatiboan dago: 1, erabilera profesionala, eta 3, etxean ordenagailua eta Internet izatea.

Denak dira landunak (klase honetakoen %100), ordenagailua dute lan tokian, eta nagusiki eta soilik helburu profesionaletarako erabiltzen da. Internet erabiltzeko aukera dute lan tokian (%93) eta etxean (%99). Hauek dira adinak: 25 eta 44 urte bitartekoak (%73 klase honetan), hau da, lanean dagoen biztanleriari gazteena.

Klase honetan sarriago agertzen diren ezaugarriak, beste internauta batzuen aldean: ordenagailua egunero erabiltzen dute (%99 klase honetan, %61 internauten artean), Interneten erabilera nagusia profesionala da (%67, eta guztiari dagokionez %32). la erdiak dio etengabe konektatuta egoten dela edo egunean hainbat aldiz konektatzen dela. Internet bidez, erosketei (%96) buruzko informazioa hartzen dute, eta, izan ere, azken 3 hilabeteetan erosi egin dute (%54). la erdiak ingelesez edo frantsesez nabigatzen dute. Horieta askok goi mailako ikasketak ditu (%71), eta proportzio hori txikiagoa da Internet erabiltzaileak denetara hartuta (%41).

Gainerako internauten aldean, gehiago kontsultatzen dituzte orri hauek: ekonomia eta negozioak, komunikabideak, politika, gobernu eta administrazioa, eta turismoa eta bidaiak. Bilatzaileei dagokienez, ez da bat edo beste nabarmentzen.

Web gune zehatzei dagokienez, hauek nabarmentzen dira klase honetan: "elmundo.es" (%4 klase honetan, %1 orokorrean), "cajalaboral.es" (proportzio berberetan) edo "elcorreodigital.es" (%19, %13).

### 6.3.3 Hirugarren mota. Ikastetxean ekipamendurik ez duten ikasleak

Oso klase txikia da, internauten %6 (47.000 pertsona inguru), izan ere, txikiena da denetan. Gainera, desberdina da beste guztien aurrean, eta taldeari dagokionez erdi-homogeenoa.

Bosgarren faktorearen alde positiboan dago, Internetik ez ikastetxean, eta horrekin batera ordenagailuaren erabilera akademikoa, 1. faktorea, alde positiboa.

Ikasleak dira, hau da, batez ere 15 eta 24 urte bitarteko biztanleria, baina 15 urtetik beherakoak ere badaude. Klase honetan, %56k ordenagailua du ikastetxean eta ia inork ez du Internetik ikastetxean. Gehientzat ordenagailuaren helburu nagusia akademikoa da (%73 klase honetakoen artean, %23 internauta

ordenador es la académica (73% en la clase, 23% en el total de los internautas). Aunque la finalidad de la conexión es principalmente el ocio (78% en la clase, 58% en el total).

Casi el 100% utiliza el ordenador y accede a Internet en la vivienda (87% y 76% respectivamente en el total de los internautas). Otra característica más frecuente en esta clase que en el total de los internautas es que utilizan el ordenador e Internet con frecuencia semanal y con preferencia en los días festivos. No compran ni se informan sobre esta materia. En una medida algo mayor que el resto, navegan en euskera y en inglés o francés.

En mayor medida que otros internautas consultan las páginas sobre Internet y ordenadores, deportes y ocio y espectáculos y diversión. Como buscador, aparece el Google, en la misma medida, prácticamente, que en el resto de los internautas.

En cuanto a páginas y buscadores, destacan "messenger-msn.es" (27% en la clase, 7% en el total), "minijuegos.com" (7% y 2%), "google.com" (14% y 7%), "juegon.com" (3%, 0,5%), "begira.com" (2%, 0,3%), "hotmail.com" (11% y 6%) y "marca.es" (7% y 4%).

#### **6.3.4 Tipo 4. Usuarios de Internet con acceso en el hogar y en el trabajo y uso semanal**

Esta clase agrupa un 22% de los internautas (unas 167.000 personas) preferentemente ocupados. Aunque con pocas diferencias en tamaño con la clase 5, esta clase 4 es la más amplia de todas. Además, es la más parecida al total que forman los internautas.

Esta clase se sitúa en el lado negativo de todos los factores, siendo los principales el factor 4, poca frecuencia en el uso de Internet, el 1, uso profesional y el 2, fin de ocio.

La clase la componen población ocupada (77%) e inactiva o parada (21%). Los componentes de esta clase tienen en común la disponibilidad de Internet en el hogar (100%) y en el centro de trabajo (75%). La finalidad principal del ordenador es, sin embargo, la profesional (76% en la clase, 48% en el total de los internautas) y utilizan el ordenador en el centro de trabajo (73% en la clase, 48% en el total). La finalidad de la conexión a Internet, sin embargo, es la de ocio u otros distintos del profesional o académico (65%).

Otras características que comparten es que no se conectan a Internet diariamente (80%), más bien con una frecuencia semanal (69%). El primer lugar de acceso a Internet para ellos es el hogar (98%) y el segundo el centro de trabajo (45%). Generalmente, no compran por Internet (74%).

En esta clase hay una mayor proporción de los grupos de edad más mayores, a partir de los 35 años.

Los tipos de Web más visitadas en este tipo que en el global de los internautas son: Turismo y viajes y medios y comunicación. Las páginas que destacan en esta clase son: "elcorreodigital.es" (19% en la clase y 13% en el total), "turismo.com" (2%, 0,5%), "kutxa.net" (6%, 3%) y "terra.es" (5%, 3%).

guztiak denetara hartuta). Hala ere, konexioaren helburu nagusia aisia da (%78 klase honetakoen artean, %58 denetara).

La %100ek etxean erabiltzen du ordenagailua eta Internet (%87 eta %76 hurrenez hurren, internauta guztiak denetara hartuta). Klase honetan internauta guztiak denetara hartuta baino sarriago agertzen den beste ezaugarri bat zera da, astean behin eta batez ere jaiegunetan erabiltzen dutela ordenagailua eta Internet. Ez dute erosten eta ez dute gai horri buruzko informazioz bilatzen. Gainerakoan aldean, neurri handiago batean nabigatzen dute euskaraz eta ingelesez edo frantsesez.

Beste internauta batzuen aldean, neurri handiago batean kontsultatzen dituzte orri hauek: Internet eta ordenagailuak, kirolak eta aisialdia, eta espektakuluak eta dibertsioa. Bilatzaileen artean, Google agertzen da, gainerako internauten neurri ia berean.

Orri eta bilatzaileei dagokionez, hauek nabarmentzen dira: "messenger-msn.es" (%27 klase honetan, %7 orokorrean), "minijuegos.com" (%7 eta %2), "google.com" (%14 eta %7), "juegon.com" (%3, %0,5), "begira.com" (%2, %0,3), "hotmail.com" (%11 eta %6) eta "marca.es" (%7 eta %4).

#### **6.3.4 Laugarren mota. Etxean eta lan tokian Internet duten erabiltzaileak, astero erabiltzen dutenak**

Klase honetan internauten %22 dago (167.000 pertsona gutxi gorabehera), batez ere, landunak. Tamainari dagokionez, desberdintasun gutxi dago 5. klasekoekin, eta 4. klase hau zabalena da. Gainera, internauta guztiak denetara hartuta, hau antzekoena da.

Klase hau faktore guztien alde negatiboan dago; hauek dira nagusiak: 4. faktorea, maiztasun gutxi Internet erabiltzerakoan. 1. faktorea erabilera profesionala eta 2.a, helburua aisia.

Klase hau biztanleria landunak (%77) eta ez-aktiboak edo langabeak (%21) osatzen du. Klase hau osatzen duten guztiek dute Internet etxean (%100) eta askok lan tokian (%75). Hala ere, ordenagailuaren helburu nagusia profesionala da (%76 klase honetakoen artean, %48 internautak denetara hartuta) eta ordenagailua lan tokian erabiltzen dute (%73 klase honetakoen artean, %48 orokorrean). Hala ere, Internetera konektatzearen helburua aisia eta profesionala edo akademikoa ez den beste helburu batzuetarako da (%65).

Denek duten beste ezaugarri bat zera da, ez direla egunero konektatzen (%80), baizik eta astero (%69). Hauentzat, Internet erabiltzeko lehenengo lekua etxea da (%98) eta bigarrena lan tokia (%45). Orokorrean, ez dute Internet bidez erosten (%74).

Klase honetan adinez nagusiagoak direnak proportzio handiago batean agertzen dira, hain zuzen ere 35 urtetik gorakoak.

Internautak denetara hartuta baino mota honetakoek gehien bisitatu dituzten Web guneak hauek dira: Turismoa eta bidaiak, eta komunikabideak. Klase honetan orri hauek nabarmentzen dira: "elcorreodigital.es" (%19 klase honetan eta %13 orokorrean), "turismo.com" (%2, %0,5), "kutxa.net" (%6, %3) eta "terra.es" (%5, %3).

### 6.3.5 Tipo 5. Usuarios de Internet con la finalidad de ocio, sin equipamiento en el centro de trabajo

Esta clase agrupa una quinta parte de los internautas (21%, unas 156.500 personas), siendo la segunda más grande. Por otro lado, es la más heterogénea, reuniendo componentes relativamente diferentes.

Esta clase está particularmente relacionada con el factor 2 lado negativo, finalidad de ocio, y el 4, en el lado positivo, mayor frecuencia de uso del ordenador e Internet.

Lo común en esta clase es el uso del ordenador con fines de ocio, cuando entre los internautas solo se produce esto un 28% de los casos. En su mayoría se trata de personas ocupadas (72% en la clase) que no disponen de ordenador ni de Internet en sus centros de trabajo. Por lo tanto, el uso profesional es inexistente. En general, son personas que utilizan el ordenador y acceden a Internet desde la vivienda.

Otros grupos con mayor presencia en esta clase es la población inactiva o parada (27% en la clase, 10% entre los internautas) y aquellas personas relacionadas con una menor frecuencia (mensual u ocasional) de uso del ordenador e Internet y navegar solo en castellano.

En esta clase, aparecen en cierta medida destacadas las páginas sobre Arte y Cultura, Ciencias Sociales, Turismo y Viajes, Deportes y Ocio. No se destacan buscadores. En cuanto a páginas, destacan: "viajes.com" (4% en la clase y 1% en el total), "elcorteingles.es" (2% y 1%), "yahoo.com" (4% y 2%) y "hoteles.com" (2% y 1%).

### 6.3.6 Tipo 6. Usuarios de Internet en el trabajo, sin acceso en el hogar

Esta clase agrupa a un 14% de los internautas (unas 102.000 personas). Es la segunda clase más pequeña y una de las más homogéneas.

Esta clase está particularmente relacionada con el lado positivo del factor 3, carecer de ordenador e Internet en la vivienda, el lado negativo del factor 1, uso profesional, y el 2 en el lado positivo, fin profesional o académico.

Esta clase reúne personas ocupadas que no poseen Internet en el hogar, pero prácticamente el 100% posee los equipamientos de ordenador e Internet en el centro de trabajo y los utilizan de hecho con fines profesionales, en algunos casos exclusivamente (un 59% en la clase dice no utilizarlo con fines de ocio, cuando esta proporción es del 15% entre los internautas).

En esta clase hay una mayor proporción de individuos que no utilizan el ordenador en el hogar (37% en la clase, 8% entre los internautas) y que no tienen Internet en el hogar (78% en la clase, 19% entre los internautas); utilizan el ordenador a diario (85%, 61%), acceden a Internet los días laborales (86%, 35%) y están permanentemente conectados (28%, 16%). No compran por Internet ni se informan sobre ello.

### 6.3.5 Bosgarren mota. Internet aisiarako erabiltzen duten erabiltzaileak, lan tokian ekipamendurik gabe

Klase honetan internauten bosten bat daude (%21, 156.500 pertsona gutxi gorabehera); bigarren handiena da. Bestalde, heterogeneoa da, eta alde desberdinak biltzen ditu.

Klase hau, alde negatiboan, 2. faktorearekin –helburua aisia–, erlazionatuta dago, eta 4. faktorearekin, alde positiboan, ordenagailua eta Internet sarriago erabiltzea.

Denek erabiltzen dute ordenagailua aisiarako helburuarekin, eta internautak denetara hartuta hori soilik kasuen %28an gertatzen da. Batez ere landun pertsonak dira (%72 klase honetan), eta ez dute ordenagailurik ezta Internetik euren lan tokietan. Beraz, ez dago erabilera profesionalik. Orokorrean, pertsona hauek etxean erabiltzen dute ordenagailua eta Internet.

Hauek dira klase honetan presentzia handia duten beste talde batzuk: biztanleria ez-aktiboa edo langabea (%27 klase honetan, %10 internauten artean), eta ordenagailua eta Internet maiztasun txikiagoz erabiltzen duten pertsonak (hilero edo noiz-behinean), eta soilik gaztelaniaz nabigatzen dutenak.

Klase honetan, gai hauei buruzko orriak nabarmentzen dira: Arte eta Kultura, Gizarte Zientziak, Turismoa eta Bidaiak, Kirolak eta Aisia. Ez da bilatzailerik nabarmentzen. Orriei dago-kienez, hauek nabarmentzen dira: "viajes.com" (%4 klase honetan eta %1 orokorrean), "elcorteingles.es" (%2 eta %1), "yahoo.com" (%4 eta %2) eta "hoteles.com" (%2 eta %1).

### 6.3.6 Seigarren mota. Internet erabiltzaileak lanean, etxean ez dutenak

Klase honetan internauten %14 dago (102.000 pertsona gutxi gorabehera). Bigarren klaserik txikiena da, eta homogeneoa eta bat.

Klase hau oso lotuta dago 3. faktorearen alde positiboarekin, etxean ordenagailurik eta Internetik eza, eta 1. faktorearen alde negatiboarekin, erabilera profesionala, eta 2.a alde positiboan, erabilera profesionala edo akademikoa.

Klase honetan landun pertsonak daude, etxean Internetik ez dutenak; baina ia %100ek ordenagailu eta Internet ekipamendurik dituzte lan tokian eta helburu profesionalarekin erabiltzen dituzte, eta kasu batzuetan erabilera hori baino ez diote ematen (klase honetan %59k dio ez dutela aisiarako erabiltzen, eta proportzio hori %15ekoa da internauten artean).

Klase honetan, proportzio handiagoa dago etxean ordenagailurik erabiltzen ez duten pertsonena (%37 klase honetan, %8 internauten artean) eta etxean Internetik ez dutenena (%78 klase honetan, %19 internauten artean); egunero erabiltzen dute ordenagailua (%85, %61), astegunetan erabiltzen dute Internet (%86, %35) eta etengabe konektatuta daude (%28, %16). Ez dute Internet bidez erosten eta ez dute horren gaineko informaziorik bilatzen.



En este tipo hay una mayor proporción de internautas con estudios superiores (51% y 41% en el total).

Los tipos de páginas Web que visitan son sobre política y administración, economía y negocios y ciencia y tecnología. No se reflejan especialmente buscadores en esta clase. Destacan aquí las páginas de “bbvanet.net” (3% en la clase, 1% en el total), “gipuzkoa.net” (5% y 1%, respectivamente), “boe.es” (3% y 1%, respectivamente), “diariovasco” (8% y 4%) o “kutxa.net” (6%, 3%).

## 7. Notas metodológicas. Cuestionario

### 7.1 Ficha metodológica

La Encuesta sobre la Sociedad de la Información – Familias (ESIF) es una operación estadística de periodicidad semestral que se realiza mediante recogida directa de datos primarios por muestreo.

#### Objetivos

El objetivo genérico de la Encuesta sobre la Sociedad de la Información a Familias (ESIF) es proporcionar a los responsables políticos, agentes económicos y sociales, Universidad, investigadores privados y ciudadanía en general, información periódica sobre la penetración de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación -TIC- en la población de la C.A. de Euskadi. Este objetivo general se puede concretar en tres objetivos específicos:

- 1) Conocer los equipamientos TIC de la población en el hogar, en el centro de estudio, en el centro de trabajo, y el uso que de ellos se hace, especialmente los referidos a Internet.
- 2) Detectar los puntos de interés de la población dentro de la red en relación a varias áreas: las transacciones comerciales, los servicios más utilizados y los sitios más visitados.
- 3) Analizar el grado de penetración de estas tecnologías TIC en la sociedad vasca en relación a otras sociedades de su entorno y establecer las líneas de comportamiento futuro de la población estudiada.

#### Ámbito

Poblacional: conjunto de personas de 6 y más años que residen en viviendas familiares.

Geográfico: Comunidad Autónoma de Euskadi y sus Territorios Históricos.

Temporal: segundo y cuarto trimestre de 2005.

#### Diseño muestral

La Encuesta sobre la Sociedad de la Información a Familias (ESI-Familias) es una encuesta por muestreo sobre la población de la C.A. de Euskadi de 6 y más años. Esta encuesta toma como base del muestreo el panel de viviendas familiares

Mota honetako arteen goi mailako ikasketak dituzten internauten proportzio handiagoa dago (%51 eta %41 guztira)

Gai hauek jorratzen dituzten Web orriak bisitatzeko dituzte: politika eta administrazioa, ekonomia eta negozioak, eta zientzia eta teknologia. Klase honetan ez da bilatzailerik nabarmentzen. Orri hauek nabarmentzen dira: “bbvanet.net” (%3 klase honetan, %1 denetara), “gipuzkoa.net” (%5 eta %1, hurrenez hurren), “boe.es” (%3 eta %1, hurrenez hurren), “diariovasco” (%8 eta %4) edo “kutxa.net” (%6, %3).

## 7. Metodologia-oharrak. Galdesortak

### 7.1. Metodologia-fitxa

Informazioaren Gizarteari buruzko Inkesta (IGIF) sei hilabetean behin egiten den estatistika-eragiketa da, eta oinarriko datuak laginketa bidez zuzenean bilduz egiten da.

#### Helburuak

IGIFen helburu orokorra da informazioaren eta komunikazioaren teknologia berriek (IKT) Euskal Autonomia Erkidegoko biztanleen artean izan duten sartzeko-mailari buruzko aldi behingo informazioa ematea arduradun politikoei, eragile ekonomiko eta sozialei, hedabideei, unibertsitateari, ikertzaile pribatuei eta herritarrei oro har. Helburu orokor hori gauzatzeko bidea hiru helburu espezifiko hauek ditugu:

- 1) Biztanleek etxean, ikastetxean eta lantokian zer IKT hornikuntzak dituzten jakitea, bai eta nola erabiltzen dituzten ere, bereziki Interneti dagokionez.
- 2) Sareak biztanleentzat zein interesgune dituen aurkitzea, hainbat arlo kontuan izanik: salerosketa komertzialak, zerbitzuri erabilienak eta webgunerik bisitatuenak.
- 3) Aztertzea informazioaren eta komunikazioaren teknologiak (IKT) zer sartzeko-maila izan duten Euskal AEko gizartean inguruko beste gizarte batzuen aldean, eta informazioa ematea aztertutako biztanleriak etorkizunean izango dituen jokaera-ildoak ezartzeko.

#### Eremua

Biztanleria-eremua: etxebizitza familiarretan bizi diren 6 urteko eta gehiagoko pertsonak.

Geografia-eremua: Euskal AE eta haren lurralde historikoak.

Denbora-eremua: 2005eko bigarren eta laugarren hiruhilekoa.

#### Laginaren diseinua

Familiei egindako Informazioaren Gizarteari buruzko Inkesta EAEko 6 urtetik gorako biztanleriaren gaineko laginketa bidezko inkesta da. Inkesta horren laginketaren oinarria Biztanleria Jardueraren Arabera Sailkatzeko Inkestarako aukeratutako

seleccionadas para la Encuesta de la Población en Relación con la Actividad (PRA) en el mismo periodo de referencia. A partir de 2005, esta muestra consta de 5.088 viviendas y se extrae aleatoriamente del Directorio de Viviendas de modo estratificado a nivel de Territorio Histórico. Concretamente se distinguen dos etapas de muestreo:

- En la primera etapa se seleccionan las viviendas mediante un muestreo sistemático (con la misma probabilidad) dentro de cada Territorio Histórico.
- En una segunda etapa se selecciona a una persona dentro de cada vivienda de forma aleatoria mediante una tabla de Kish, y además, cuando hay ocupados o estudiantes, uno de cada es seleccionado por el mismo procedimiento. Desde el año 2003 se completa la muestra con todos los menores de 6 a 14 años hasta llegar a una muestra cercana a los 7.500 individuos.

La encuesta que se explota semestralmente (2º y 4º trimestre del año de referencia) y los resultados hacen referencia tanto a individuos como a familias, mereciendo un tratamiento especial los usuarios de Internet.

#### Primera etapa de muestreo:

- Unidades de muestreo: Viviendas familiares ocupadas por residentes.
- Tamaño: 5.088 viviendas repartidas como sigue: 1.152 viviendas en Álava, 2.208 en Bizkaia y 1.728 en Guipuzkoa.
- Tipo de muestreo: Sistemático.
- Afijación: Proporcional a la raíz cuadrada del número de viviendas en cada Territorio Histórico.
- Sorteo: Probabilidades iguales.

#### Segunda etapa de muestreo

- Unidades de muestreo: Individuos de 6 y más años.
- Tamaño: 7.500 personas.
- Tipo de muestreo: Se basa en una tabla de Kish elaborada con el número de individuo y el número de semana como coordenadas fundamentales.
- Afijación: Una persona por vivienda, más las cuotas de estudiantes y ocupados y todos los menores de 6 a 14 años.

El conjunto de personas seleccionadas constituye la muestra para la ESIF, cuya entrevista se realiza mediante el cuestionario específico que se adjunta. El cuestionario no contiene las características sociodemográficas de las personas encuestadas, dado que esta información se encuentra recogida ya en la base de datos de la Encuesta sobre la Población en Relación con la Actividad –PRA– referida al mismo período y se integra previamente a la explotación de los datos.

familia-etxebizitzen panela da. 2005. urtetik aurrera, lagin horretan 5.088 etxebizitza daude, eta era aleatorio batean ateratzen dira Etxebizitzen Direktoriotik, Lurralde Historiko mailan estratifikatuta. Zehazki, bi laginketa etapa bereizten dira:

- Lehenengo etapan, etxebizitzak laginketa sistematiko baten bidez aukeratzen dira (probabilitate berarekin) Lurralde Historiko bakoitzean.
- Bigarren etapan, pertsona bat aukeratzen da etxebizitza bakoitzean, era aleatorio batean, Kishen taula baten bidez, eta gainera, landunak edo ikasleak daudenean, bakoitzetik bat aukeratzen da prozedura bera erabiliz. 2003. urtetik, lagina 6 eta 14 urte bitarteko guztiekin osatzen da, 7.500 pertsona inguruko lagin batera heldu arte.

Inkesta sei hilerik behin ustiatzen da (urteko 2. eta 4. hiru hilekoan), eta emaitzak norbanako zein familien gainekoak dira; inkestan tratamendu berezia ematen zaie Internet erabiltzaileei.

#### Laginketaren lehenengo etapa

- Laginketa-unitateak: Egoiliarren familia-etxebizitzak.
- Tamaina: 5.088 etxebizitza, honela banatuta: 1.152 etxebizitza Araban, 2.208 Bizkaian eta 1.728 Gipuzkoan.
- Laginketa-mota: Sistematikoa
- Esleipena: Lurralde Historiko bakoitzeko etxebizitza kopuruaren erro karratuaren proportzionala.
- Zozketa: Probabilitate berdinak.

#### Laginketaren bigarren etapa

- Laginketa-unitateak: 6 urteko edo gehiagoko banakoak.
- Tamaina: 7.500 pertsona.
- Laginketa-mota: Kish-en taulan oinarriturik dago, eta oinarritzko koordinatutzat banakoaren zenbakia eta astearen zenbakia ditu.
- Esleipena: Etxebizitza bakoitzeko pertsona bat, eta ikasle-en, landunen eta 6 eta 14 urte bitarteko adingabeko guztien kopuru jakin bat.

Hautatutako banakoen multzoak IGIFrako lagina osatzen du. Horiei elkarrizketa egiteko, ohar hauekin batera doan galdesortea egiten da. Galdesortea ez dira inkestatuen ezaugarri soziologikoak eta demografikoak jaso. Izan ere, ezaugarri horiek aldi bereko Biztanleria Jardueraren Arabera sailkatzeko Inkestan jasotzen dira, eta alde zuzenetik datuen ustiapenean sarturik daude.

## Errores de muestreo

Como es habitual en Eustat, se han calculado los errores de muestreo que provienen del hecho de haber tenido que tomar una muestra y hacer inferencia sobre la población.

Un buen indicador del error de muestreo de un estimador es su desviación típica. Las formas más habituales en las que se expresa el error de muestreo son las siguientes:

- Error absoluto de muestreo: Semiamplitud del intervalo de confianza.

$$\bar{d} = 1,96\sqrt{\text{Var}\hat{\theta}}$$

- Error relativo de muestreo al 95% de confianza: Cociente entre el error absoluto de muestreo y la estimación del parámetro.

$$r = \frac{1,96\sqrt{\text{Var}\hat{\theta}}}{\hat{\theta}}$$

- Coeficiente de variación: Cociente entre la desviación típica del parámetro a estimar y el propio parámetro.

$$CV = \frac{\sqrt{\text{Var}\hat{\theta}}}{\hat{\theta}}$$

Toda estimación con un error de muestreo elevado debe ser tomada con reservas.

A continuación se presentan tablas de coeficientes de variación e intervalos de confianza al 95% para algunos de los cruces más comunes:

## Laginketako erroreak

Eustaten egin ohi denez, lagina hartu, eta biztanleei buruzko inferentzia egin behar izanak sortutako laginketako akatsak kalkulatu dira.

Zenbateslearen laginketako akatsaren adierazle ona da haren desbiderapen tipikoa. Laginketako akatsak adierazten dituztenak, batez ere, ondoko hauek dira:

- Laginketako errore absolutua: Konfiantza-tartearen anplitude-erdia

$$\bar{d} = 1,96\sqrt{\text{Var}\hat{\theta}}$$

- Laginketako errore erlatiboa, % 95eko konfiantzarekin: Laginketako errore absolutuaren eta parametroaren estimazioaren arteko zatidura

$$r = \frac{1,96\sqrt{\text{Var}\hat{\theta}}}{\hat{\theta}}$$

- Aldakuntza-koefizientea: Estimatu beharreko parametroaren desbideraketa tipikoaren eta parametroaren beraren arteko zatidura

$$CV = \frac{\sqrt{\text{Var}\hat{\theta}}}{\hat{\theta}}$$

Laginketako errore handia duten estimazio guztiak arretaz hartu behar dira kontuan.

Orain aldakuntza-koefizienteen eta %95erako konfiantza-tarteen taulak jaso dira, gurutzaketa ohikoenetarako.

7.TAULA  
TABLA 7

INFORMAZIOAREN GIZARTEARI BURUZKO INKESTA-FAMILIAK  
ENCUESTA SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION-FAMILIAS

### ALDAKUNTZA KOEFIZIENTEAK ETA TARTEAK, %95EAN, 15 URTE ETA GEHIAGOKO BIZTANLERIAREN URTEKO BATEZ BESTEKO PORTZENTAJERAKO, LURRALDE HISTORIKO ETA ETXKO IKT EKIPAMENDUEN ARABERA. 2005

COEFICIENTES DE VARIACIÓN(%) E INTERVALOS AL 95% PARA EL PORCENTAJE MEDIO ANUAL DE POBLACIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS POR TERRITORIO HISTÓRICO Y EQUIPAMIENTOS TIC DEL HOGAR. 2005

	GUZTIRA (Milakoak) TOTAL (Miles)	Ordenagailua Ordenador	Internet	Sakelako telefonoa Teléfono móvil
<b>EUSKAL AE / C.A. de EUSKADI</b>	1.839,2	59,8	44,4	87,8
%95 Beheko L. / L. Inferior	1.807,3	58,5	42,9	87,0
%95 Goiko L. / L. Superior	1.871,2	61,3	45,9	88,5
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>0,9</b>	<b>1,2</b>	<b>1,7</b>	<b>0,5</b>
<b>Araba / Alava</b>	257,8	62,1	45,3	90,3
%95 Beheko L. / L. Inferior	248,5	59,3	42,3	89,0
%95 Goiko L. / L. Superior	267,2	64,9	48,4	91,6
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,9</b>	<b>2,3</b>	<b>3,4</b>	<b>0,7</b>
<b>Bizkaia</b>	994,4	58,8	43,7	87,7
%95 Beheko L. / L. Inferior	968,7	56,8	41,5	86,5
%95 Goiko L. / L. Superior	1.020,1	60,9	46,0	88,8
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,3</b>	<b>1,8</b>	<b>2,6</b>	<b>0,7</b>
<b>Gipuzkoa</b>	587,0	60,6	45,1	86,8
%95 Beheko L. / L. Inferior	570,5	58,3	42,6	85,5
%95 Goiko L. / L. Superior	603,5	62,9	47,5	88,2
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,4</b>	<b>2,0</b>	<b>2,8</b>	<b>0,8</b>



**ALDAKUNTZA KOEFIZIENTEAK ETA TARTEAK , %95EAN,  
15 URTE ETA GEHIAGOKO BIZTANLERIAREN URTEKO  
BATEZ BESTEKO PORTZENTAJERAKO, SEXU, ADIN ETA  
ETXEKO IKT EKIPAMENDUEN ARABERA 2005**COEFICIENTES DE VARIACIÓN(%) E INTERVALOS AL  
95% PARA EL PORCENTAJE MEDIO ANUAL DE POBLA-  
CIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS POR SEXO, EDAD Y EQUIPA-  
MIENTOS TIC DEL HOGAR. 2005

	<b>GUZTIRA (Milakoak)</b> TOTAL (Miles)	<b>Ordenagailua</b> Ordenador	<b>Internet</b>	<b>Sakelako telefonoa</b> Teléfono móvil
<b>SEXUA / SEXO</b>				
<b>Gizonezkoak / Varón</b>	894,7	61,9	46,1	89,0
%95 Beheko L. / L. Inferior	868,3	60,1	44,2	88,0
%95 Goiko L. / L. Superior	921,1	63,7	48,0	90,1
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>2,1</b>	<b>0,6</b>
<b>Emakumezkoak / Mujer</b>	944,5	57,9	42,7	86,6
%95 Beheko L. / L. Inferior	916,4	56,1	40,8	85,5
%95 Goiko L. / L. Superior	972,6	59,7	44,7	87,6
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>2,3</b>	<b>0,6</b>
<b>ADINA / EDAD</b>				
<b>15 - 24</b>	213,6	86,4	67,9	98,8
%95 Beheko L. / L. Inferior	199,9	84,1	64,8	98,1
%95 Goiko L. / L. Superior	227,4	88,7	71,0	99,5
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>3,3</b>	<b>1,4</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>
<b>25 - 34</b>	337,7	72,1	52,5	98,5
%95 Beheko L. / L. Inferior	316,5	69,2	49,2	97,7
%95 Goiko L. / L. Superior	358,8	74,9	55,8	99,4
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>3,2</b>	<b>2,0</b>	<b>3,2</b>	<b>0,5</b>
<b>35 - 44</b>	345,9	68,1	48,5	95,3
%95 Beheko L. / L. Inferior	326,4	65,3	45,5	94,1
%95 Goiko L. / L. Superior	365,3	70,8	51,4	96,5
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>2,9</b>	<b>2,0</b>	<b>3,1</b>	<b>0,6</b>
<b>45 - 54</b>	303,7	76,5	59,6	96,6
%95 Beheko L. / L. Inferior	285,7	74,0	56,6	95,7
%95 Goiko L. / L. Superior	321,8	79,0	62,6	97,6
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>3,0</b>	<b>1,7</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>
<b>55 - 64</b>	249,0	52,4	37,8	88,8
%95 Beheko L. / L. Inferior	232,1	49,0	34,3	86,9
%95 Goiko L. / L. Superior	265,8	55,9	41,3	90,7
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>	<b>4,7</b>	<b>1,1</b>
<b>≥ 65</b>	389,4	19,2	13,1	58,1
%95 Beheko L. / L. Inferior	371,4	16,9	11,1	55,7
%95 Goiko L. / L. Superior	407,3	21,5	15,1	60,5
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>2,4</b>	<b>6,1</b>	<b>7,8</b>	<b>2,1</b>

**ALDAKUNTZA KOEFIZIENTEAK ETA TARTEAK , %95EAN,  
15 URTE ETA GEHIAGOKO BIZTANLERIAREN URTEKO  
BATEZ BESTEKO PORTZENTAJERAKO, IKASKETA MAILA-  
REN, JARDUERAREKIKO HARREMANAREN ETA ETXEKO  
IKT EKIPAMENDUEN ARABERA. 2005**

COEFICIENTES DE VARIACIÓN(%) E INTERVALOS AL  
95% PARA EL PORCENTAJE MEDIO ANUAL DE POBLA-  
CIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN,  
RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD Y EQUIPAMIENTOS TIC  
DEL HOGAR. 2005

	GUZTIRA (Milakoak) TOTAL (Miles)	Ordenagailua Ordenador	Internet	Sakelako telefonoa Teléfono móvil
<b>ESKOLATZE-MAILA / NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>				
<b>Lehen mailakoak / Primario</b>	633,3	33,1	22,3	71,7
%95 Beheko L. / L. Inferior	609,7	31,0	20,3	69,9
%95 Goiko L. / L. Superior	656,9	35,3	24,3	73,5
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,9</b>	<b>3,3</b>	<b>4,5</b>	<b>1,3</b>
<b>Bigarren mailakoak / Secundario</b>	806,5	69,0	49,7	95,9
%95 Beheko L. / L. Inferior	778,7	67,1	47,6	95,2
%95 Goiko L. / L. Superior	834,3	70,8	51,7	96,6
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,8</b>	<b>1,4</b>	<b>2,1</b>	<b>0,4</b>
<b>Goi-mailakoak / Superior</b>	399,4	83,8	68,7	96,8
%95 Beheko L. / L. Inferior	378,5	81,9	66,1	96,1
%95 Goiko L. / L. Superior	420,4	85,7	71,2	97,6
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>2,7</b>	<b>1,2</b>	<b>1,9</b>	<b>0,4</b>
<b>JARDUERAREKIKO ERLAZIOA</b>				
<b>RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD</b>				
<b>Ikasleak / Estudiantes</b>	159,7	91,8	74,8	98,7
%95 Beheko L. / L. Inferior	149,6	90,1	72,0	97,9
%95 Goiko L. / L. Superior	169,8	93,4	77,5	99,4
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>3,2</b>	<b>0,9</b>	<b>1,9</b>	<b>0,4</b>
<b>Landunak / Ocupados</b>	934,3	71,8	53,7	97,0
%95 Beheko L. / L. Inferior	910,8	70,4	52,0	96,5
%95 Goiko L. / L. Superior	957,7	73,3	55,4	97,4
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,3</b>	<b>1,0</b>	<b>1,6</b>	<b>0,2</b>
<b>Ez-aktiboak-Langabeak / Inactivos-Parados</b>	745,2	38,0	26,2	73,9
%95 Beheko L. / L. Inferior	720,4	35,9	24,2	72,3
%95 Goiko L. / L. Superior	770,0	40,0	28,2	75,5
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,7</b>	<b>2,8</b>	<b>3,8</b>	<b>1,1</b>

**ALDAKUNTZA KOEFIZIENTEAK ETA TARTEAK, %95EAN, 15 URTE ETA GEHIAGOKO BIZTANLERIAREN URTEKO BATEZ BESTEKO PORTZENTAJERAKO, SEXU, ADIN ETA ETXEKO IKT EKIPAMENDUEN ARABERA 2005**

COEFICIENTES DE VARIACIÓN(%) E INTERVALOS AL 95% PARA EL PORCENTAJE MEDIO ANUAL DE POBLACIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS POR SEXO, EDAD Y EQUIPAMIENTOS TIC DEL HOGAR. 2005

**LURRALDE HISTORIKOAK**
**TERRITORIO HISTÓRICO**

	GUZTIRA (Miliakoak) TOTAL (Miles)	Ordenagailua Ordenador	Internet	E-mail	Bideoa / Video	Telebista teletestuduna TV con teletexto	Antena parabolikoa Antena parabólica	Ordainpeko telebista TV de pago	Kable bidezko telebista TV por cable	Sakelako telefonoa Teléfono móvil	Faxa / Fax
<b>EUSKAL AE / C.A. de EUSKADI</b>	768,8	49,9	36,3	32,8	69,3	77,1	10,4	8,6	23,3	80,6	2,6
%95 Beheko L. / L. Inferior	762,5	48,6	35,1	31,6	68,2	76,1	9,7	8,0	22,3	79,6	2,3
%95 Goiko L. / L. Superior	775,2	51,2	37,5	34,0	70,4	78,1	11,1	9,2	24,4	81,6	3,0
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>0,4</b>	<b>1,3</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>	<b>2,3</b>	<b>0,6</b>	<b>7,2</b>
<b>Araba / Alava</b>	107,9	52,6	37,4	33,1	71,5	82,4	8,1	13,8	12,0	83,6	0,9
%95 Beheko L. / L. Inferior	106,1	50,0	34,9	30,7	69,2	80,7	6,9	12,3	10,4	81,7	0,5
%95 Goiko L. / L. Superior	109,8	55,2	39,9	35,6	73,7	84,2	9,3	15,4	13,5	85,5	1,3
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>0,9</b>	<b>2,5</b>	<b>3,5</b>	<b>3,8</b>	<b>1,6</b>	<b>1,1</b>	<b>7,8</b>	<b>5,7</b>	<b>6,6</b>	<b>1,2</b>	<b>23,0</b>
<b>Bizkaia</b>	414,1	48,5	35,5	32,6	67,3	77,3	7,8	6,2	28,7	80,4	2,6
%95 Beheko L. / L. Inferior	409,1	46,6	33,7	30,8	65,6	75,9	6,9	5,4	27,1	78,9	2,1
%95 Goiko L. / L. Superior	419,1	50,4	37,4	34,4	69,0	78,8	8,8	7,0	30,3	81,9	3,2
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>0,6</b>	<b>2,0</b>	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>	<b>1,3</b>	<b>0,9</b>	<b>6,0</b>	<b>6,4</b>	<b>2,9</b>	<b>1,0</b>	<b>10,3</b>
<b>Gipuzkoa</b>	246,8	51,0	37,1	32,9	71,7	74,4	15,7	10,5	19,3	79,7	3,4
%95 Beheko L. / L. Inferior	243,3	48,8	35,0	30,9	69,9	72,7	14,2	9,3	17,7	78,0	2,7
%95 Goiko L. / L. Superior	250,2	53,1	39,2	34,8	73,5	76,2	17,1	11,7	20,9	81,4	4,1
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>0,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,8</b>	<b>3,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,2</b>	<b>4,6</b>	<b>5,9</b>	<b>4,2</b>	<b>1,1</b>	<b>10,6</b>
<b>FAMILIA MOTA / TIPO DE FAMILIA</b>											
<b>Seme-alabekin / Con hijos</b>	430,7	70,7	52,1	47,1	82,7	86,2	12,6	11,2	28,9	95,6	3,6
%95 Beheko L. / L. Inferior	419,9	69,1	50,4	45,4	81,5	85,2	11,6	10,3	27,4	95,0	3,0
%95 Goiko L. / L. Superior	441,4	72,2	53,8	48,8	83,9	87,3	13,7	12,1	30,4	96,3	4,1
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,6</b>	<b>0,4</b>	<b>8,3</b>
<b>Bikotearekin / Con pareja</b>	170,2	25,5	17,8	15,5	58,9	72,0	8,5	6,7	19,3	71,0	1,8
%95 Beheko L. / L. Inferior	162,0	23,2	15,8	13,6	56,5	69,9	7,2	5,5	17,3	68,7	1,2
%95 Goiko L. / L. Superior	178,3	27,8	19,8	17,3	61,4	74,1	9,8	7,8	21,3	73,4	2,4
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>2,4</b>	<b>4,5</b>	<b>5,7</b>	<b>6,1</b>	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>	<b>7,6</b>	<b>8,6</b>	<b>5,3</b>	<b>1,7</b>	<b>17,1</b>
<b>Bakarrik / Aislados</b>	168,0	21,2	14,7	13,5	45,6	58,9	6,5	4,1	13,3	51,8	1,1
%95 Beheko L. / L. Inferior	159,4	19,0	12,7	11,7	43,0	56,5	5,3	3,2	11,5	49,1	0,6
%95 Goiko L. / L. Superior	176,7	23,5	16,6	15,4	48,2	61,4	7,8	5,0	15,0	54,6	1,6
<b>A-K / CV (%)</b>	<b>2,6</b>	<b>5,4</b>	<b>6,8</b>	<b>7,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,2</b>	<b>9,5</b>	<b>11,7</b>	<b>6,8</b>	<b>2,7</b>	<b>22,4</b>

■ Aldakuntza-koefizientea / Coeficiente de variación 10 - 15%

■ Aldakuntza-koefizientea / Coeficiente de variación > 15%

**7.2. Definizioes**
**Comercio electrónico**

Conjunto de transacciones comerciales realizadas mediante Internet con el fin de comprar o vender diversos productos o servicios. Los pedidos se efectúan por Internet, en tanto que el pago y la entrega pueden hacerse on line o por otra vía.

De 2000 a 2002, se incluyen todos los usuarios de Internet que han comprado alguna vez. A partir de 2003, se incluyen los que han comprado en los últimos tres meses.

**7.2. Definizioak**
**Merkataritza elektronikoa**

Internet bidez egiten diren salerosketa komertzialen multzoa da, produktu edo zerbitzu batzuk erosteko edo saltzeko. Eskaerak Interneten bidez egiten dira, eta ordainketa eta entrega, ordea, on-line edo beste bide batetik egin daitezke.

2000tik 2002ra bitartean, behin edo behin erosi duten Internet-erabiltzaile guztiak daude sarturik. 2003. urteaz gero, azken hiru hilabeteetan erosi dutenak sartu dira.

## Días de mayor acceso

Días de la semana en que los usuarios se conectan a Internet con mayor frecuencia, distinguiendo entre los días laborables, por un lado, y los sábados, domingos y festivos, por el otro.

## Edad cumplida

También llamada edad en años cumplidos. Este concepto de edad es el utilizado de forma más corriente y se refiere al número de años completos que tiene una persona en una fecha concreta; dicho de otra forma, es el número de años que una persona "cumplió" en su último aniversario.

## Equipamiento audiovisual

Conjunto de aparatos electrónicos y complementos tecnológicos que permiten recibir y almacenar imagen y sonido. Se han analizado los siguientes aparatos u opciones:

- Televisión por cable
- TDT
- Antena parabólica
- Televisión de pago
- Teletexto
- Aparato de vídeo
- DVD
- Cadena de música
- Radio
- Cámara de fotos digital

## Equipamiento informático

Conjunto de aparatos electrónicos y servicios anexos que pueden girar en torno al ordenador personal, incluyendo el propio ordenador personal (ya sea de sobremesa o portátil), y a la comunicación entre ordenadores y los servicios que dichas redes de intercomunicación precisan. Se han incluido como fundamentales:

- Ordenador personal (PC de sobremesa, Portátil y PDA)
- Correo electrónico. Puede estar ligado al PC pero no necesariamente; la telefonía móvil y la TV también permiten estos servicios.
- Conexión a Internet. Igual que el correo electrónico, puede estar ligado al PC, pero no necesariamente, ya que la telefonía móvil y la TV también permiten estos servicios.

## Estado civil legal

Se entiende por estado civil legal la situación de convivencia administrativamente reconocida de las personas. Consta de las siguientes modalidades: soltero, casado, viudo, divorciado y separado.

## Lugar de acceso

Lugar desde donde se conectan a Internet los usuarios, siendo la vivienda, el centro de trabajo y el centro de estudio los lugares

## Erabiltzaileak Interneten gehien sartzen diren egunak

Erabiltzaileak Internetera gehien konektatzen diren asteko egunak. Bereizi egiten da lanegunen, eta larunbat, igande eta jai-egunen artean.

## Adin betea

Betetako urteak ere esaten zaio. Adinaren kontzeptu hori gehien erabili ohi den kontzeptu arruntari dagokio. Beraz, azalpena honakoa da: data jakin batean pertsona batek zenbat urte dituen edo azken urtebetetzean zenbat urte bete zituen.

## Ikus-entzunezko ekipamenduak

Telebistaren inguruko gailu elektronikoak eta osagarri teknologikoak dira, irudia eta soinua jasotzen eta biltegitratzen dutenak. Honako gailuak aztertu ditugu:

- Kable bidezko telebista
- TDT
- Antena parabolikoa
- Ordaindutako telebista
- Teletestua
- Bideo-aparatua
- DVDA
- Musika katea
- Irratia
- Argazki makina digitala

## Hornikuntza informatikoa

Nagusiki ordenagailu pertsonalaren inguruan mugitzen diren aparatu elektronikoen eta zerbitzu erantsien multzoa da, ordenagailu pertsonala bera (mahai gainekoa nahiz eramangarria) eta ordenagailuen arteko komunikazioa eta interkomunikazio-sare horiek behar dituzten zerbitzuak barne direla. Honako hauek hartu dira funtsezkotzat:

- Ordenagailu pertsonala (mahai gaineko PC, Eramangarria eta PDA)
- Posta elektronikoa. Ordenagailuko izan daiteke, baina ez halabarrez; telefono mugikorraren eta telebistaren bidez ere erabil daitezke zerbitzu horiek.
- Interneteko konexioa. Posta elektronikoa bezala, ordenagailu pertsonalekoa izan daiteke, baina ez nahitaez. Izan ere, sakelako telefonia eta telebista ere erabil daitezke Internetera konektatzeko.

## Legezko egoera zibila

Administrazioari dagokionez banakoak elkarbizitzan bizi diren egoerari esaten zaio legezko egoera zibila. Aukera hauek daude: ezkongabea, ezkondua, alarguna, dibortziatua eta banandua.

## Sarbide-tokia

Erabiltzaileak Internetera konektatzeko erabiltzen duen tokia. Oro har, etxebizitza, lantokia eta ikastetxea dira sarbide-tokiak.

res fundamentales. También se tienen en cuenta otros como: bibliotecas, centros oficiales, cibercafés, etc.

### Nivel de instrucción

El nivel de instrucción de una persona es el grado más elevado de estudios realizados o en curso, sin tener en cuenta si se han terminado o están provisional o definitivamente incompletos.

### Núcleo familiar

La idea de núcleo familiar responde a una concepción moderna de la familia limitada a los vínculos de parentesco más estrechos (relaciones entre cónyuges/parejas y de padres e hijos).

Las familias pueden ser de uno o varios núcleos, según el número de estos vínculos. Las personas no pertenecientes al núcleo se clasifican como "individuos aislados". Se han considerado tres modalidades:

- Núcleo familiar con hijos
- Núcleo de pareja sola
- Individuos aislados

### Otros equipamientos tecnológicos

Aparatos electrónicos que ponen en contacto a personas, bien por cable, satélite, hondas hercianas u otro sistema tecnológico. Se han seleccionado, en interés del proyecto, los siguientes:

- Teléfono fijo
- Fax
- Teléfono móvil
- Navegador para coche

### Posibilidad de acceso a Internet

Es la capacidad, ejercida o no, de una persona para poder conectar con Internet, es decir, tener los medios necesarios para ello. Se contempla la posibilidad de acceder desde la propia vivienda, desde el centro de estudio, desde el lugar de trabajo o desde otros centros –públicos o privados–. La capacidad ejercida convierte a la persona en usuario de Internet.

### Rama de actividad económica

Clase de actividad del establecimiento, empresa u otra unidad económica en el que una persona ocupada ejerce su ocupación principal. Las personas paradas que habían trabajado anteriormente y las jubiladas, proporcionaron los datos de la empresa o establecimiento donde ejercieron su último empleo.

Los datos así obtenidos se han clasificado de acuerdo con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

Beste toki batzuk ere hartzen dira kontuan: liburutegiak, zentro ofizialak, ziberkafetegiak, eta abar.

### Ikasketa-maila

Ikasketa-maila banakoak egindako edo egiten ari den ikasketen mailarik gorenari esaten zaio, ikasketa horiek amaitu dituen, edo betiko edo aldi baterako amaitu gabe utzi dituen kontuan hartu gabe.

### Familiagunea

Familiagunearen kontzeptua familiari buruzko ideia modernoari dagokio. Hau da, ahaidetasun-lotura estuenak dituztenak (ezkontideen eta bikotekideen arteko harremanak, eta gurasoen eta seme-alaben arteko harremanak) sartzen dira.

Familiak gune bakarrekoak edo gehiagokoak izan daitezke, lotura horien kopuruaren arabera. Familiagune batekoak ez diren pertsonak bakarrik bizi diren banakotzat hartzen dira. Hiru mota hartu dira kontuan:

- seme-alabadun familiagunea
- bikoteak bakarrik osatutako gunea
- bakarrik bizi diren banakoak

### Bestelako hornikuntza teknologikoak

Telefono finkoa izan ezik, kable, satellite, uhin hertziaz edo beste sistema teknologiko baten bidez pertsonak beren artean harremanetan jartzen dituzten gailu elektronikoak dira. Proiekturako, interesgarrienak izateagatik, honako hauek aukeratu ditugu:

- Telefono finkoa
- Faxe
- Sakelako telefonoa
- Kotxerako nabigatzailea

### Interneten sartzeko aukerak

Pertsonak Internetera konektatzeko duen aukera da, aukera hori erabiltzen duen edo ez kontuan izan gabe. Beste hitz batzuetan, pertsonak Internetera konektatzeko behar dituen baliabideak dituen ala ez. Internetera etxetik, ikastetxetik, lantokitik edo beste zentro batzuetatik (publikoak nahiz pribatuak) konektatzeko aukera dago. Internetera konektatzeko aukera erabiliz gero, pertsona Interneten erabiltzaile bihurtzen da.

### Jarduera ekonomikoaren adarra

Pertsonak bere jarduera nagusia egiten duen establezimendua, enpresaren edo beste unitate ekonomiko baten jardueramota. Lehen lanean aritu ziren langabeek eta erretiratuek azkeneko laneko enpresaren edo establezimenduaren datuak ematen dituzte.

Horrela lortutako datuak Jarduera Ekonomikoen Sailkapen Nazionalaren arabera sailkatu dira.

## Relación con la actividad

Se han hecho dos clasificaciones: una que corresponde a las denominaciones de la Organización Internacional del Trabajo –OIT– y otra que corresponde a la denominación específica de la ESIF.

### 1) Clasificación según las categorías de la OIT.

Se clasifica, en primer lugar, a la población según las definiciones de la OIT, orientadas a un concepto de actividad restrictivo, ligado a la producción de bienes y servicios de índole económica. La definición internacional sobre población activa, empleo y paro, actualmente en vigor, se adoptó en 1982 durante la XIII Conferencia Internacional de Especialistas en Estadística del Trabajo por la OIT.

#### - Activos OIT

Son todas las personas que aportan un trabajo para producir bienes y servicios, y las que carecen de empleo en ese momento, lo buscan y están disponibles para incorporarse a él. Se compone de Ocupados OIT y Parados OIT.

#### - Ocupados OIT

Son todas aquellas personas de 16 y más años que tienen un empleo remunerado o ejercen una actividad independiente y se encuentran trabajando, o bien, mantienen un vínculo formal con su empleo, estuvieron ausentes del trabajo por vacaciones, enfermedad, conflicto laboral, incidentes técnicos, etc.

#### - Parados OIT

Son todas aquellas personas de 16 y más años que no tienen empleo asalariado o empleo independiente y están actualmente buscando empleo y disponibles para trabajar.

#### - Inactivos OIT

Son todas las personas no activas. Se clasifican en los siguientes colectivos: las personas que realizan tareas del hogar, las que cursan estudios, los jubilados, los pensionistas, los rentistas y los incapacitados.

### 2) Clasificación según las categorías específicas de la ESIF

Dada la especificidad de los grupos investigados en la ESIF, se ha considerado pertinente clasificar la población en tres modalidades: Estudiantes, ocupados e inactivos y parados.

#### - Estudiantes

Son aquellas personas que realizan estudios, reglados o no, cualquiera que sea la clase o nivel de estudios y el método o modalidad de la enseñanza (libre, a distancia, etc.).

## Jarduerarekiko erlazioa

Bi sailkapen egin dira: bat Lanaren Nazioarteko Erakundeko (OIT) izendapenaren arabera, eta bestea IGIFen (Informazioaren Gizarteari buruzko inkesta: Familiak) izendapen espezifikoa arabera.

### 1) OITren kategorien arabera sailkapena

Lehenengo, OITren definizioaren arabera biztanleak sailkatzen dira. Sailkapen horretan jardueraren kontzeptua murriztailea da, eta ondasun eta zerbitzu ekonomikoen ekoizpenari lotzen zaio. Biztanle aktiboak, lanari eta langabeziari buruz gaur egun indarrean dagoen nazioarteko definizioa 1982an hautatu zen, OITk antolatutako Lanaren Estatistikako Adituen Nazioarteko XIII. Konferentzian.

#### - OIT aktiboak

Ondasunak eta zerbitzuak ekoizteko lan egiten duten pertsona guztiak dira. Era berean, une jakin horretan lanik gabe egonik, lana bilatzen dihardutenak eta lanean sartzeko prest daudenak ere barruan sartzen dira. Bi taldetan banatzen dira: OIT landunak eta OIT langabeak.

#### - OIT landunak

Lan ordaindua duten edo jarduera lokabean diharduten 16 urteko eta gehiagoko banakoak dira, bai lanean ari direnak, bai beren lanarekiko lotura estua dutenak –oporretan daudenak, gaixo daudenak, laneko gatazkaren bat dutenak, arazo teknikoak izan dituztenak, eta abar–.

#### - OIT langabeak

Lan ordaindurik edo jarduera lokaberik ez duten, eta egun lan bila diharduten eta lanerako prest dauden 16 urteko eta gehiagoko banakoak dira.

#### - OIT ez-aktiboak

Aktiboak ez diren pertsona guztiak dira. Honako talde hauetan sailkatuta daude: etxeko lanak egiten dituztenak, ikasten dihardutenak, erretiratuak, pentsionistak, errentadunak eta ezinduak.

### 2) IGIFen kategorien arabera sailkapena

IGIFen aztertutako taldeen ezaugarriak kontuan hartuta, beharrezkotzat jo dugu biztanleak hiru zatitan banatzea: Ikasleak, landunak, eta ez-aktibo eta langabeak.

#### - Ikasleak

Ikasten ari direnei esaten zaie, ikasketak arautuak izan zein ez, eta ikasketa-mota, ikasketa-maila, eta ikasketa-metodo edo -modalitatea edozein dela ere (matrikula libre, urrutikoa, eta abar).

#### - Ocupados

Los ocupados son las personas que, teniendo 16 o más años, forman parte de la mano de obra dedicada a la producción de bienes o servicios.

#### - Población inactiva y parada

Está integrada por las personas que se incluyen en alguna de las situaciones siguientes:

- Parados: personas que, no teniendo empleo, buscan un trabajo remunerado.
- Retirados, jubilados, pensionistas, etc.
- Rentistas.
- Personas dedicadas a las labores de su hogar.
- Incapacitados permanentemente para el trabajo.
- Otros inactivos (opositores, etc.).

### Servicios tecnológicos

Conjunto de servicios que Internet pone a disposición de los usuarios, siendo los más conocidos las consultas a páginas Web, el correo electrónico, la transferencia de ficheros (FTP), los chats y conversaciones.

#### Usuarios de Internet

Conjunto de personas de 15 y más años que, ya sea en el hogar, en el lugar de trabajo o centro de estudio o en otro lugar, se han conectado con alguna frecuencia a Internet.

De 2000 a 2002 se consideraba usuario a la población de 15 y más años que se había conectado alguna vez a Internet. A partir de 2003, se cuenta a los que se han conectado en los últimos tres meses, y se dispone para la población de 6 y más años.

### 7.3. Cuestionario

Se adjunta el cuestionario.

#### - Landunak

Ondasunak edo zerbitzuak ekoizten ari diren 16 urte edo gehiagoko langileei esaten zaie landunak.

#### - Biztanle ez-aktiboak eta langabeak

Honako egoera hauetakoren batean dauden banakoak ditugu:

- Langabeak: lanik ez dutelako lan ordainduaren bila ari direnak.
- Erretiratuak, pentsionistak, eta abar.
- Errentadunak.
- Etxeko lanak egiten dituztenak.
- Lanerako behin betiko ezinduak.
- Bestelako ez-aktiboak (oposiziotarako ikasten ari direnak, eta abar).

### Zerbitzu teknologikoak

Internetek erabiltzaileei eskaintzen dizkien zerbitzuak dira. Ezagunenak webguneak, posta elektronikoa, fitxategiak trukatze aukera (FTP), chat-ak eta elkarrizketak ditugu.

#### Internet-erabiltzaileak

15 urteko eta gehiagoko pertsonak, Internetera etxetik, lantokitik, ikastetxetik edo beste tokiren batetik konektatu izan direnak.

2000tik 2002ra bitartean, Internet-erabiltzailetzat jotzen ziren noizbait Internetera konektatu ziren 15 urteko eta gehiagoko biztanleak. 2003. urteaz gero, alabaina, azken hiru hilabeteetan konektatu direnak hartzen dira kontuan, eta 6 urte eta gehiago dituzten biztanleen artean betiere.

### 7.3. Galdesorta

Galdesorta honekin batera doa.