Estudio de Conocimientos, Actitudes y Prácticas de Ciudadanía Digital 2013

Informe Final

Torre Ejecutiva Sur
Liniers 1324, piso 4
Montevideo – Uruguay
Tel/Fax: (+598) 2901.2929*
Email: contacto@agesic.gub.uy

www.agesic.gub.uy

Estudio de Conocimientos, Actitudes y Prácticas de Ciudadanía Digital 2013

Informe Final

Observatorio de la Ciudadanía – Ciudadanía Digital

Juan M. Bertón - juan.berton@agesic.gub.uy

Patricia Totorica - patricia.totorica@agesic.gub.uy

Silvia González - silvia.gonzalez@agesic.gub.uy

Introducción

El presente estudio fue llevado adelante por el equipo de Observatorio de la Ciudadanía, que forma parte de la división Ciudadanía Digital de AGESIC.

AGESIC, por sus cometidos, impulsa servicios con foco en el ciudadano, tendientes a facilitar sus gestiones, suprimir barreras territoriales, potenciar la igualdad y el ejercicio de derechos, ahorrar costos, promover la inclusión, la apropiación y el buen uso de las TIC.

El Observatorio de la Ciudadanía es una herramienta que tiene como objetivo colaborar en el análisis y la difusión de datos relevantes sobre las necesidades, preferencias y hábitos actuales que tiene el ciudadano como ciudadano digital, como forma de colaborar con los tomadores de decisiones en su estrategia futura.

Objetivos

El estudio abarca una serie de sub-temas referidos a ciudadanía digital, desde un abordaje de Conocimientos, Actitudes y Prácticas. Se centra en evaluar conocimientos (información o saberes que un individuo posee o debe poseer), actitudes (es una predisposición a actuar) y prácticas (acciones explícitas y observables). Adicionalmente busca entender por qué los individuos actúan de

determinada manera y también evaluar la factibilidad de un cambio, así como segmentar al público objeto de la investigación según sus particularidades.

Específicamente, se generó información relativa a las temáticas siguientes:

- *Usos y habilidades TIC*: Frecuencia de uso de Internet, tipo de uso que hace de Internet (información, redes sociales, descarga documentos), tipo de uso que hace del celular (conexión a Internet vía celular).
- *Gobierno Electrónico*: Interacción con el Estado de forma electrónica, para información, consulta, uso de trámites en línea, pagos. Conocimiento y uso del portal del Estado (PEU) y trámites.
- *Comercio Electrónico*: Uso de la vía electrónica (celular, Internet) para compras, ventas.
- *Confianza en el canal web:* Confianza en el canal como vía de interacción con el Estado y privados. Actitudes hacia el canal web / telefónico. Confianza en la realización de pagos o transferencias. Uso de tarjeta de crédito internacional vía Internet.
- *Actitudes hacia el Estado y la gestión pública:* Opinión sobre el Estado como gestor de canales de interacción. Confianza en la calidad de la información que ofrece.
- *Marco normativo*: Conocimiento del marco normativo relativo a ciudadanía digital (protección de datos personales y acceso a la información pública).

Metodología

El estudio combinó técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, específicamente grupos motivacionales o *focus groups* y encuesta telefónica.

Focus Groups

Se realizaron diez focus groups, cuatro de ellos en Montevideo ciudad, dos en la zona metropolitana de Montevideo y cuatro en el interior del país (departamentos de Florida y Tacuarembó).

Los grupos fueron segmentados por edad y nivel educativo; asistieron en promedio ocho personas (con un mínimo de siete por grupo y un máximo de diez). Las sesiones tuvieron una duración aproximada de 80 minutos.

Encuesta Telefónica

Se realizó una encuesta telefónica a celulares, lo que permitió cubrir todo el territorio nacional. El universo de estudio es el conjunto de personas mayores de 18 años de edad con teléfono celular residentes en el Uruguay.

La muestra se realizó a partir de un diseño aleatorio estratificado. El marco muestral lo constituyen listados aleatorios de números de celular de tres compañías – Antel, Claro y Movistar -, manteniendo proporcionalidad según la porción de mercado de las compañías (en base a datos de URSEC). Se aplican luego cuotas de sexo, edad y departamento de residencia de los encuestados en la selección final del entrevistado.

La muestra se ponderó por nivel educativo, según los parámetros de la ECH.

El margen de error es de +/- 3,1% para un nivel de confianza del 95%, siendo p=q=0,5.

El trabajo de campo, el procesamiento de los datos y la presentación de resultados fue realizado por la empresa Opción Consultores.

Fase Cualitativa

Principales Resultados

En el uso de las TIC resultan variables de peso significativo la edad y el nivel educativo de los entrevistados, como es conocido.

Los jóvenes menores de 30 años conforman el segmento con un uso más sofisticado de las tecnologías de la información y comunicación. A mayor edad y más bajo nivel educativo este uso disminuye y se vuelve más elemental; detenta el uso más básico y rudimentario de las TIC entre todos los públicos investigados.

No obstante, en todos los demás segmentos es posible encontrar exponentes de las tres tipologías aquí construidas según el uso y la valoración que se haga de las TIC. Esta tipología se compone de usuarios altos, usuarios medios y usuarios básicos.

Esta tipología resulta de un análisis de tres componentes esenciales puestos en juego en la relación de los usuarios con las TIC que son:

- el componente afectivo (sentimientos en torno a las tecnologías digitales),
- el cognitivo (nivel de conocimiento sobre las mismas) y
- el conativo (nivel de la acción propiamente dicha: qué hacen efectivamente a través del uso de estos nuevos medios).

Usuarios altos

En los usuarios altos, lo **afectivo** – lo que se siente – está unido a un sentido ontológico: ‘se es en el mundo si se está conectado’, a través de las redes sociales preferentemente. Toda la comunidad está en la red, forma de pertenencia y definición identitaria por excelencia.

Existe un sentimiento de ‘estar permanentemente conectado’, dónde los protagonistas dicen sentirse perdidos sin las TIC. Se auto perciben como usuarios competentes.

Es el segmento más confiado y que desarrolla menos paranoia sobre los peligros de Internet y de los medios digitales en general.

En relación a lo **cognitivo** – lo que se sabe – detentan un conocimiento adecuado y facilidad de entendimiento del lenguaje digital. Carecen del temor de enfrentar nuevos desafíos digitales. El lenguaje digital es parte de su universo cognitivo, y decodifican rápidamente las nuevas innovaciones y las incorporan a su cotidianeidad.

En lo **conativo** – lo que se hace – utilizan la tecnología en cada área de su vida, y han sustituido algunos medios tradicionales por los digitales. Los más jóvenes declaran mirar mucho menos TV que los adultos y utilizar Internet como forma alternativa de diversión. Miran películas o series en la computadora, cada vez más de manera on line en páginas específicas como Cuevana o Netflix. Algo análogo sucede con la radio.

La convergencia de medios en la computadora o celular es casi total, a diferencia de los otros usuarios que mantienen estas actividades en soportes totalmente discriminados.

Todo lo que está y existe está ahí, todo el tiempo

Internet en el celular, en casa y en el trabajo. Cada 15 o 20 minutos me actualizo en la información, miro el FB, no apago jamás la compu y nunca me desconecto

Yo si pudiera haría todo por vía digital… todo!

Usuarios medios

Entre los usuarios medios, el componente afectivo sobre las TIC es algo menor: las valoran pero sienten que no las dominan. Son más aprehensivos y cautelosos en el uso. Consideran que es una obligación saber usarlas pero es un aprendizaje que les exige esfuerzo y dedicación; además detentan un mayor nivel de paranoia y prejuicios sobre el medio.

En relación a sus conocimientos, como se menciona anteriormente, muestran conocimientos básicos y utilitarios; algunos se sienten torpes con la tecnología digital y recurren permanentemente al asesoramiento de los más jóvenes en el hogar.

En los hechos (conativo) no suelen suplantar completamente los otros soportes o medios, y utilizan menos la tecnología con fines lúdicos y de entretenimiento.

Yo no estoy muy ducha y tengo miedo de hacer las cosas mal. Por ejemplo no saber usar bien el tema de la seguridad...

Yo no estoy mucho. Consultas puntuales, para trabajar y algún rato en Facebook

Yo accedo desde el celular, y… es un poco incómodo

Usuarios básicos

Desde lo afectivo, entre los usuarios básicos predominan sentimientos negativos, sentimientos de que las TICS los sobrepasan, de miedo y paranoia en relación al medio (a cometer errores, a ser víctimas de fraudes o delitos) y de vergüenza por no saber.

Esto obviamente está estrechamente vinculado al escaso conocimiento de éste segmento de las TIC y de su manejo. El uso, por ende, es muy rudimentario y cuando existe está mediado por algún joven del hogar.

Uno tendría que aprender, porque Internet es bastante peligroso, para saber en que andan mis hijos

Ya fue... a mí nadie me saca dela cabeza que Internet es para la gurisada, yo ya pasé de eso…

Estamos en una edad en la que no estamos acostumbrados a ventilar problemas… acá (por Facebook) errás en un manotazo y te puede causar un problema. Somos de otra generación.

Seguridad y privacidad

En relación al tema de la seguridad en Internet, se puede destacar que si bien es un tema reconocido por los participantes no existen prácticas concretas asociadas a la prevención de problemas.

A nivel de los entrevistados, se entremezclan las problemáticas de seguridad con la privacidad, y surge espontáneamente el espacio redes sociales como un espacio de riesgo[1], específicamente Facebook.

Las medidas de seguridad en relación a esta red social se asocian a no publicar estados comprometedores, que posibiliten una violación de la intimidad no deseada por los usuarios.

> *Por ejemplo no andar ventilando tus peleas amorosas, o poner, nos fuimos de vacaciones y que te roben la casa.*

En relación a los niños se acuerda que se debe tener alguna política de protección en el hogar pero los usuarios menos familiarizados con las TIC carecen de los conocimientos suficientes como para controlarlos o educarlos en temas digitales (ej. configuración de privacidad).

El estado en línea - Inhibidores y facilitadores al uso de gobierno electrónico.

Existe un relativo consenso entre los entrevistados sobre el hecho de que el estado uruguayo está avanzando en la materia y en el conocimiento de que existen actualmente servicios disponibles en línea.

---

[1] Dado el perfil predominante y la cantidad de asistentes a los grupos motivacionales, hay muchos usuarios de redes sociales y muy pocos usuarios de comercio electrónico o banca electrónica.

Para los mayores de 45 años, este cambio ha sido más vertiginoso que lo que pueden asimilar y para los más jóvenes los cambios se vivencian como graduales y paulatinos.

En el caso de los adultos, es reiterada la inhibición del uso del canal electrónico por la poca tangibilidad del proceso (la falta del comprobantes en formato papel). Adicionalmente, para algunas personas (sobre todo mayores de 60 años y del interior) la vivencia de ir personalmente a realizar un trámite no es necesariamente dramática. Ir a hacer un trámite implica interactuar, socializar, salir, motivaciones ausentes en el resto de los segmentos consultados.

Las demandas hacia el gobierno en materia de servicios electrónicos se canalizan en varias direcciones, pero en general se centran en la mejora de los portales para su utilización (diseño, lenguaje, etc.) y en la ampliación de la oferta de servicios.

Fase Cuantitativa

Principales Resultados

La encuesta a población general representa a toda la población uruguaya mayor a 18 años residente en el territorio uruguayo, según el detalle antes descrito[2].

La composición de la muestra es la siguiente:

Gráfico 1 – Composición de la muestra

Segmento	N	%
Hombres	472	47%
Mujeres	530	53%
18 a 29 años	239	24%
30 a 45 años	288	29%
46 a 60	235	23%
61 y más	241	24%
Nivel primario	377	38%
Secundario	489	49%
Terciario	137	14%
TOTAL	**1002**	**100%**

e-Banking

La mitad de los consultados declara tener tarjeta de crédito. No existen diferencias según el sexo de los entrevistados, ni grandes diferencias según la edad (en principio, la tenencia es algo más baja entre la población de 18 – 35 años) pero sí se encuentran esperables diferencias según el nivel educativo de los entrevistados: a mayor nivel educativo, mayor probabilidad de contar con tarjeta de crédito.

Entre las personas de nivel educativo primario (completo e incompleto) el % de respuestas afirmativas es de 34%[3], mientras que en el nivel educativo terciario el % de personas con tarjetas es de 71%.

---

[2] Página 2.
[3] P88*: ¿Tiene usted tarjeta de crédito?* N: 1002 (total de entrevistados)

Consultados sobre la realización de pagos o transferencias vía web[4], un 15% de los internautas responde afirmativamente, o lo que es equivalente, uno de cada diez uruguayos mayores de 18 años. Para éste caso, se encuentran diferencias estadísticamente significativas por sexo (los hombres han realizado pagos o transferencias web en mayor medida que las mujeres) y sobre todo por nivel educativo: a mayor nivel educativo, mayor tendencia a incurrir en este tipo de compras electrónicas.

Las diferencias entre aquellos que tienen educación primaria y terciaria son muy importante, pasando de 2% entre los que completaron primaria o menos a 33% entre los que cursaron o completaron educación terciaria.

Gobierno en línea

La satisfacción general de los consultados con la atención en oficinas públicas llega a un 35% de calificaciones netamente positivas (8, 9 y 10 en escala de 1 a 10); se incluye en esta consideración la atención presencial, web, telefónica, etc. Sin hacer distinciones. Existen notorias diferencias según el nivel educativo de los encuestados, en donde se destaca la baja satisfacción relativa de los de nivel terciario (18% de satisfechos) en comparación con el nivel secundario (30%) y primario (48%).

Seis de cada diez uruguayos prefieren dirigirse directamente a una oficina pública a informarse sobre un trámite; en un segundo escalón, aparecen las preferencias sobre informarse previamente por teléfono (21%) o por Internet (17%). Si bien para la mayoría de los consultados informarse previamente a distancia no es una práctica habitual, entre los encuestados de nivel educativo alto informarse previamente por Internet es la opción más escogida (39%).

---

[4] P30. *¿Alguna vez ha realizado pagos con tarjeta de crédito o transferencias bancarias por Internet?* (N: 684. Personas que han utilizado Internet).

Gráfico 2. Preferencias a la hora de hacer trámites

N. Educativo (inc + comp)	Primario	Secundario	Terciario	Total
Ir directamente a la oficina pública	75%	53%	29%	58%
Informarse previamente por teléfono	15%	23%	27%	21%
Informarse previamente por Internet	7%	20%	39%	17%
Informarse con familiares o conocidos	3%	4%	5%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

P35: Pensando en hacer trámites y gestiones en una oficina pública... usted prefiere...
N: 1002 (total de entrevistados)

Un 67% de los internautas encuestados ha visitado la web de algún organismo público en el último año buscando información, y el 77% de ellos encontró la información y la considera correcta. Un 11% encontró información incorrecta y un 11% no encontró información.

Un 16% de los usuarios de Internet ha realizado consultas, quejas o sugerencias vía e-mail en el último año. De ellos, el 80% obtuvo algún tipo de respuesta de parte del organismo (principalmente vía e-mail, también por teléfono) y un 20% no tuvo respuesta alguna.

Uno de cada cinco internautas conoce el Portal del Estado Uruguayo, cifra similar para tramites.gub.uy (22% y 21% respectivamente).

Si bien son cifras muy similares, la superposición entre ambos portales es baja: un 9% de los consultados conoce tramites.gub.uy y portal.gub.uy. Conocer uno de ellos no implica conocer al otro, a pesar del vínculo entre ambos portales.

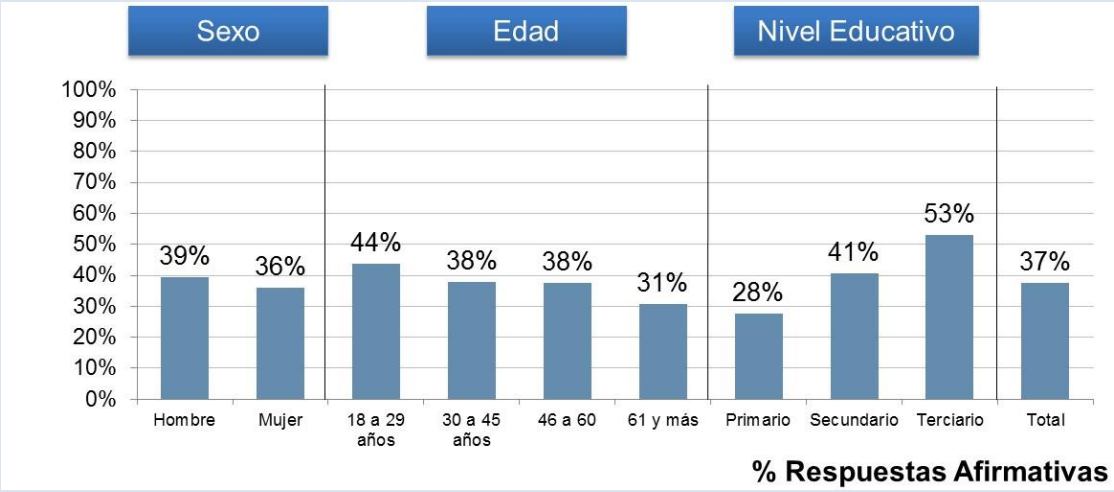
Marco regulatorio asociado a e-Gobierno

Un 26% de los uruguayos mayores de 18 años conoce la existencia del derecho a solicitar al Estado información de sus gastos, remuneraciones, contratos (Ley de Acceso). Existe un conocimiento mayor en los niveles educativos más altos

y también un conocimiento mayor a medida que aumenta la edad de los entrevistados.

Por otro lado, un 37% de los encuestados conoce la existencia de normativa que impide que otras personas o empresas usen sus datos personales sin su consentimiento (Ley de Protección de Datos Personales y Acción de Habeas Data). A diferencia de la Ley de Acceso (en donde aumentaba el conocimiento del derecho a medida que aumentaba la edad) para este caso los jóvenes tienen un conocimiento mayor que los mayores. Esto puede vincularse a que estamos frente a un tema nuevo y al que lo jóvenes, por su uso de las TIC, están claramente más expuestos. De forma esperable, el conocimiento es mayor a medida que aumenta el nivel educativo.

Gráfico 3 – Conocimiento marco regulatorio de protección de datos



P78. ¿Sabe si existe alguna ley o decreto que impida que otras personas o empresas usen sus datos personales sin su consentimiento?
N: 1002 (total de entrevistados)

Hábitos de seguridad: contraseñas

Un 76% de los entrevistados con conexión a Internet desde el hogar tienen conexión inalámbrica o wifi; de ellos, el 86% tiene clave de acceso en su red particular, lo que brinda una mayor seguridad frente a incidentes de seguridad.

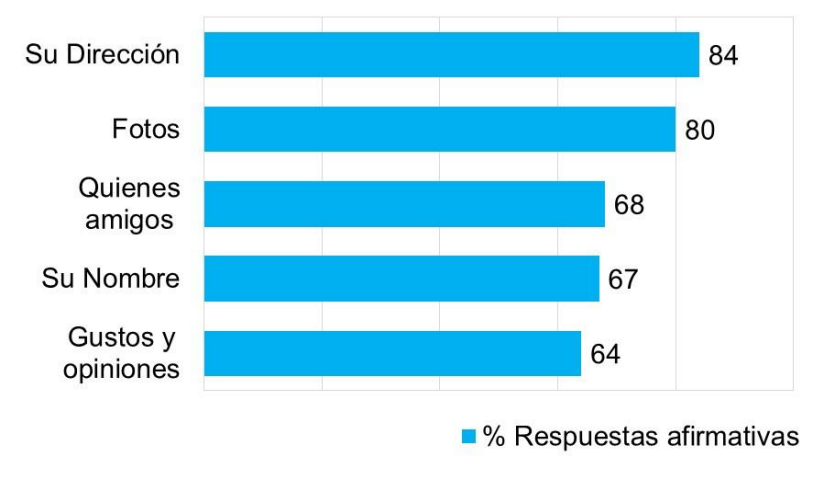
El 90% posee antivirus en su pc/laptop. Entre ellos, un 44% declaró tener el antivirus desde el momento de la compra del pc, sin pagar específicamente por él; un 32% lo descargó directamente de Internet sin pagar por él. Un 15% de los entrevistados dice haber comprado conscientemente el software.

El hábito de cambio de contraseñas muestra a la población dividida; 4 de cada 10 uruguayos usuarios de correo electrónico y redes sociales han cambiado las contraseñas de esos servicios en los últimos 12 meses. En éste caso, los más jóvenes (por ende usuarios más frecuentes y con más tiempo de uso) son los que declaran cambiar la contraseña con más frecuencia: para el caso específico de redes sociales, un 53% de los jóvenes de 18 a 35 cambió la contraseña en los últimos 12 meses, mientras que para los mayores de 61 años ese porcentaje es de 20%.

Protección de datos personales y seguridad

Entre los datos considerados como personales por los consultados aparecen en primer lugar la dirección (84%) y las fotos (80%). Las opciones ‘quienes son sus amigos’, el nombre y los ‘gustos y opiniones’ aparecen en un segundo escalón.

Gráfico 4 – Datos considerados personales y/o privados



P72. ¿Cuál de los siguientes tipos de información y datos usted considera como personales y/o privados?
N: 1002 (total de encuestados)

Siete de cada diez uruguayos ha escuchado hablar de delitos cibernéticos; no se hallan diferencias en el conocimiento relacionados a la edad de los encuestados, aunque sí existe una leve diferencia según el nivel educativo, en donde los más educados han oído de este fenómeno en mayor proporción (82%) que los de nivel secundario (76%) y primario (58%).

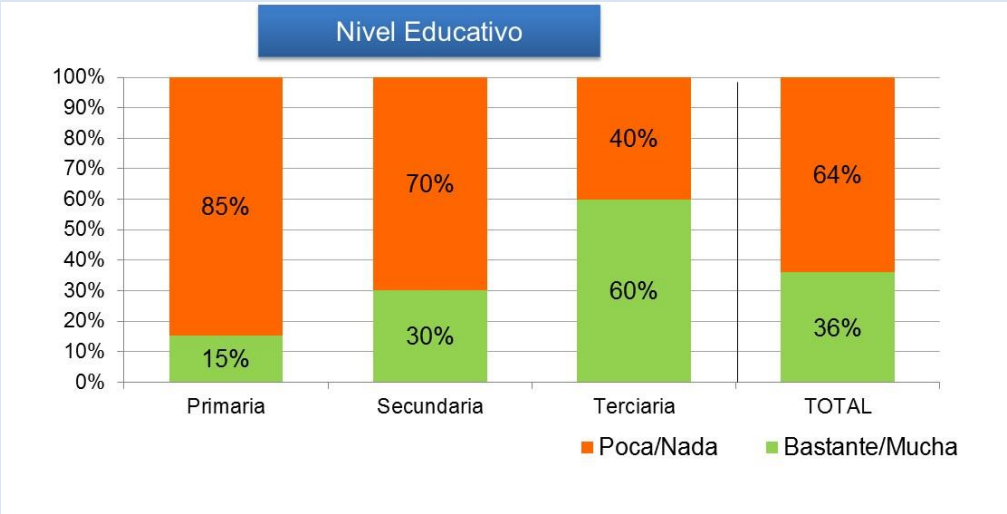
Uno de cada cuatro internautas (25%) declara haber recibido, alguna vez, un correo electrónico de extraños pidiendo dinero o datos personales. Para Europa este guarismo es de 37%, aunque esto no necesariamente responde a una mayor incidencia de delitos sino que también puede estar afectado por el tiempo en que los entrevistados han estado expuestos al riesgo.

Auto - confianza para realizar transacciones online

En relación a la auto-confianza para la realización de gestiones electrónicas, 3 de cada 4 internautas dice tener bastante o mucha confianza en su capacidad para utilizar un cajero automático; si se observa según la variable nivel educativo, se encuentran diferencias muy notorias entre los grupos.

La confianza para hacer pagos o transacciones por Internet es claramente menor a la antes vista; un 36% de los internautas se tiene mucha o bastante confianza para realizar esas transacciones. Al igual que en el ejemplo anterior, el nivel educativo de los entrevistados explica de forma fuerte la autoconfianza para realizar estas gestiones.

Gráfico 5 – Autoconfianza para realizar transacciones online



P54. ¿Cuánta confianza se tiene usted acerca de su capacidad para hacer transacciones bancarias o pagos POR INTERNET?
N = 684 (encuestados que han utilizado Internet)

Como se puede apreciar en el gráfico, las personas que sienten confianza en sí mismas para hacer compras o transferencias bancarias online en el nivel de educación terciario son el 60%, mientras que en el nivel primario son sólo el 15%.

En comparación con países europeos, se percibe que Uruguay está por debajo del promedio; la media europea de personas que se consideran con confianza es de 71%, con casos extremos como España (48% de personas con autoconfianza para realizar pagos o transferencias electrónicas) y Dinamarca (90%).[5]

Por otro lado, la auto-confianza para realizar trámites en línea alcanza valores muy similares (41% se tiene bastante o mucha confianza), y un comportamiento análogo al de transacciones en relación al nivel educativo de los entrevistados.

[5] Informe completo: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_390_en.pdf. La pregunta tomada como referencia es exactamente igual a la realizada en Eurobarómetro. La encuesta es igualmente comparable según sus aspectos metodológicos.

Tipología: Ciudadanos Digitales

Con fines analíticos, se estableció una tipología de ciudadanos para segmentarlos según su potencial para realizar pagos o transacciones por Internet.

Se parte del supuesto de que realizar transacciones por Internet implica un grado alto de confianza y manejo del medio electrónico. Dado esto, la tipología clasifica a los ciudadanos entre los que ya alcanzaron ese grado de acercamiento, los que fácilmente podrían alcanzarlo y los que por motivos de acceso o de confianza se encuentran más alejados. Específicamente, los individuos se categorizan como:

1. *Transaccionales*: Utilizan Internet con frecuencia diaria o semanal. Ya han realizado alguna vez pagos o transferencias vía web.

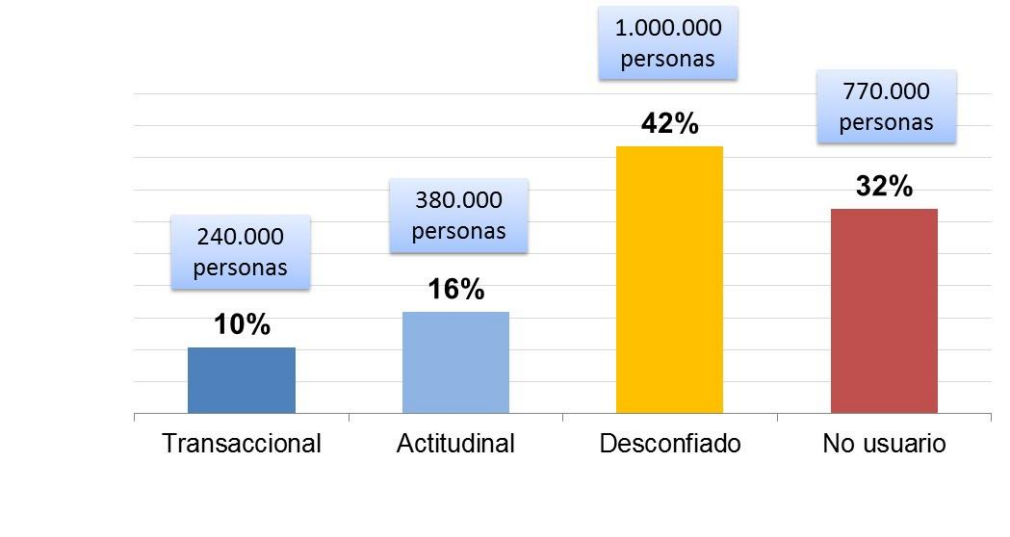
2. *Actitudinales*: Utilizan Internet con frecuencia diaria o semanal. Nunca han hecho pagos o transferencias por Internet pero se tienen bastante/mucha confianza en poder hacerlo.

3. *Desconfiados*: Utilizan Internet con frecuencia diaria o semanal. Nunca han hecho pagos o transferencias por Internet y dicen tener poca/ninguna confianza en poder hacerlo.

4. *No usuarios*: No usan Internet

En primer lugar, encontramos que los ciudadanos transaccionales son el grupo más reducido de la tipología (1 de cada 10 uruguayos está en ese grupo). Los actitudinales son el 16%, los desconfiados el 42% y los no usuarios el 32%.

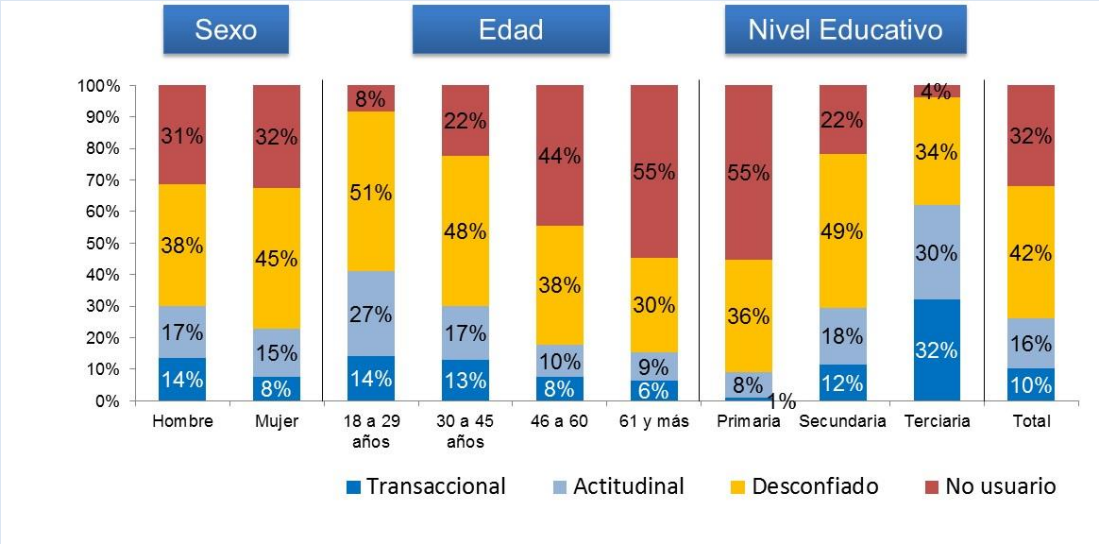
Gráfico 6 – Tipología de Ciudadanos Digitales*



N: 1002 (total de entrevistados)
* Las estimaciones son aproximadas, sobre la premisa de que la encuesta representa a 2.390.000 personas.

Asimismo, se siguen encontrando claras diferencias según la edad y el nivel educativo de los encuestados. A menor edad, mayor porcentaje de ciudadanos transaccionales y actitudinales; lo mismo sucede con el nivel educativo, que en principio es la variable que más explica el vínculo con las TIC.

Gráfico 7 – Perfil del ciudadano digital



N: 1002 (total de entrevistados)

Comentarios finales

Uruguay detenta una posición de privilegio en el concierto latinoamericano y mundial en el acceso a las TIC, según el Índice de Desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación que elabora la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT) (dependiente de las Naciones Unidas.

Uruguay mantiene por quinto año consecutivo el primer lugar entre los países latinoamericanos. El país se ubica en el lugar 48, con una mejora de tres posiciones con respecto a la medición anterior y un puntaje de 6,32 en el índice, el cual es significativamente superior a la media regional (4,86) y al promedio de los países en desarrollo (3,84)[6].

Tomando en cuenta este contexto y los resultados del presente estudio, se puede pensar que Uruguay se encuentra en proceso de recorrer una nueva etapa, vinculada a la aprehensión de los ciudadanos de su nuevo rol. En efecto, existe una proporción importante de personas que cuentan con la infraestructura necesaria para el acceso y que en el futuro cercano podrán incorporar en sus prácticas cotidianas el uso de trámites en línea, el pago de productos o servicios por internet, la comunicación con organismos públicos vía correo electrónico, etc.

La auto confianza en su capacidad para realizar pagos y transferencias electrónicas o para realizar trámites en línea aparece hoy como la principal barrera de muchas personas para alcanzar el nivel transaccional; esta falta de confianza aparece con mayor fuerza entre el público de nivel educativo bajo y medio (primaria y secundaria).

[6] Informe completo en http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf