



GUÍA PRÁCTICA

Cómo desarrollar encuestas sobre inclusión digital en el ámbito municipal



Un programa de:



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO DE INNOVACIÓN E INTERVENCIÓN MUNICIPAL

red.es



Mobile
WorldCapital
Barcelona

Sobre Digital Future Society

Digital Future Society es una iniciativa transnacional sin ánimo de lucro que conecta a responsables políticos, organizaciones cívicas, expertos académicos y empresarios para explorar, experimentar y explicar cómo se pueden diseñar, usar y gobernar las tecnologías a fin de crear las condiciones adecuadas para una sociedad más inclusiva y equitativa.

Nuestro objetivo es ayudar a los responsables políticos a identificar, comprender y priorizar los desafíos y las oportunidades fundamentales, ahora y en los próximos diez años, en relación con temas clave que incluyen la innovación pública, la confianza digital y el crecimiento equitativo.

Un programa de



red.es



Permiso para compartir

Esta publicación está protegida por la licencia internacional Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0).

Publicado

Mayo del 2024

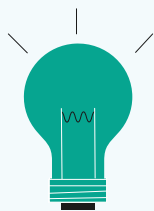
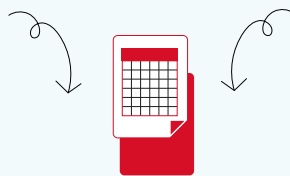
Aviso legal

La información y las opiniones expuestas en este informe no reflejan necesariamente la opinión oficial de Mobile World Capital Foundation. La Fundación no garantiza la exactitud de los datos incluidos en este informe. Ni la Fundación ni ninguna persona que actúe en nombre de la Fundación será considerada responsable del uso que pueda darse a la información que contiene.

CONTENIDOS



ANTES





INTRODUCCIÓN

0

- ¿Qué está en juego?
- ¿A quién se dirige esta guía?
- ¿Quién puede desarrollar la encuesta?
- ¿Cómo se puede utilizar esta guía?
- ¿Cómo se ha elaborado esta guía?
- ¿Cómo es una encuesta representativa?
- Estructura de esta guía y de la encuesta



El acceso a las tecnologías digitales, las competencias para utilizarlas y la eficacia en su uso se han convertido en factores esenciales de la vida cotidiana. Sin embargo, el acceso y el aprovechamiento eficaz de las tecnologías digitales no es uniforme, lo que produce desigualdades.

Las dos caras de la digitalización —la inclusión y la exclusión digitales— dan lugar al concepto de *brecha digital*. Es un fenómeno con muchas facetas y que evoluciona con rapidez.

Por brecha digital entendemos la disparidad o el desequilibrio en relación con el acceso, el uso y el aprovechamiento que las personas hacen de la tecnología digital.

Surgido en la década de los años noventa, el término *brecha digital* se refiere a la fractura que existe entre las personas que están digitalizadas y las que no lo están. En concreto, hace referencia a la desigualdad que existe entre las personas que pueden acceder a Internet y beneficiarse de la digitalización, y las que no se pueden conectar o tienen limitaciones por motivos técnicos, económicos o de falta de competencias.

La brecha digital puede afectar negativamente a la participación ciudadana, la educación y las oportunidades económicas, entre otras desventajas.

La exclusión digital y la exclusión social suelen ir de la mano, de modo que la falta de digitalización puede ocasionar la pérdida de oportunidades para mejorar las condiciones de vida, y la falta de recursos socioeconómicos puede ser una de las causas de la brecha digital.

Este documento es una guía práctica para desarrollar encuestas sobre inclusión (y exclusión) digital en el ámbito municipal. Está dirigida al personal de la Administración pública y de las entidades locales, así como a las personas que estudian este tema o están interesadas en él. Tiene como objetivo proporcionar recursos para proyectar una encuesta que sea estadísticamente representativa.

La encuesta debe proponer una evaluación de la brecha digital teniendo en cuenta no solo el acceso a Internet (lo que se denomina *brecha de primer nivel*) o las formas de uso y las competencias digitales (*brecha de segundo nivel*), sino también el aprovechamiento del uso de Internet (*brecha de tercer nivel*). Además, debe permitir ir más allá del concepto tradicional de *brecha digital* y proporcionar información para analizar la *brecha sociodigital*¹. Esta perspectiva es relevante, ya que se ha observado que la combinación de desigualdades digitales, sociales y económicas agrava las exclusiones existentes, por lo que la desigualdad digital es una forma más de desigualdad socioeconómica.

Una *encuesta representativa* permite recopilar datos estadísticamente significativos para comprender el alcance de la brecha digital en la esfera municipal, ya que tiene como objetivo proporcionar a las Administraciones públicas locales las herramientas necesarias para comprender, medir y abordar la brecha digital dentro de sus municipios. Además, ayuda a identificar cuáles son los colectivos de población con mayor vulnerabilidad digital. Así, la información recopilada debe permitir que los esfuerzos de inclusión digital se enfoquen de una manera más efectiva.

Este diagnóstico es fundamental para orientar las políticas públicas y diseñar proyectos e iniciativas que aborden las necesidades específicas de la comunidad a partir de datos contrastados. De esta forma, las entidades locales se convierten en agentes de cambio con capacidad para reducir la brecha digital y fomentar la inclusión digital municipal.

¹ El término *brecha sociodigital* amplía el concepto de *brecha digital* para poner de manifiesto que la desigualdad digital es una forma más de desigualdad socioeconómica.



¿Qué está en juego?

Aunque las zonas urbanas tengan una mayor área de cobertura y esta sea de mejor calidad que en las zonas rurales, las brechas digitales siguen siendo un reto para las ciudades de todo el mundo.

El razonamiento en torno a la inclusión digital ha cambiado de forma drástica desde la pandemia de la COVID-19. La rápida digitalización de la sociedad requiere que las ciudades mantengan el ritmo y velen por que las necesidades de la población residente en la ciudad estén satisfechas.

Sin una comprensión clara de cómo las poblaciones locales experimentan y utilizan las tecnologías digitales, las Administraciones municipales se encuentran a ciegas a la hora de planificar estrategias digitales.

Además, la población sin un acceso significativo a estas tecnologías suele pertenecer a comunidades históricamente desfavorecidas.

A medida que avanza la digitalización, las ciudades corren el riesgo de amplificar las desigualdades sociales, económicas y culturales existentes.

Hasta ahora, las políticas de inclusión digital se han centrado sobre todo en garantizar el acceso y la formación en competencias digitales. Sin embargo, han surgido voces expertas que critican los marcos e indicadores existentes, ya que no reflejan adecuadamente un problema más amplio: el de la falta de conocimientos que garanticen un uso autónomo de Internet y el aprovechamiento efectivo de los recursos digitales. Algunas de las nuevas propuestas para medir

la inclusión digital van más allá del acceso y las competencias, e incluyen el aprovechamiento o los beneficios que se obtienen del uso de Internet.

Las tecnologías digitales no son un motor garantizado del desarrollo sostenible. Los y las responsables políticos deben adoptar un enfoque global y basado en derechos para garantizar que las estrategias de transformación digital urbana hagan progresar de forma significativa el acceso digital urbano.

Esta guía práctica se basa en la investigación que ha llevado a cabo Mobile World Capital Barcelona con el fin de ofrecer a las Administraciones municipales y a los y las responsables políticos un enfoque práctico para entender y medir la brecha digital.

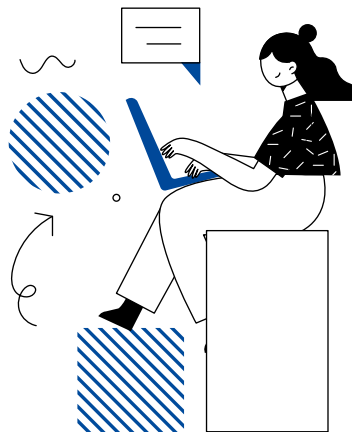
¿A quién se dirige esta guía?

Esta guía práctica es una herramienta de acompañamiento dirigida al personal técnico de la Administración pública y las entidades locales, el personal investigador y otras personas interesadas que deseen desarrollar una encuesta representativa.

La implementación de la encuesta no requiere conocimientos especializados ni profundos sobre estadística. No obstante, se debe tener en cuenta que a la hora de llevarla a cabo puede ser conveniente, en algunos casos, disponer de apoyo profesional especializado.

¿Quién puede desarrollar la encuesta?

La persona encargada del desarrollo de la encuesta debe reunir una serie de requisitos:



Debe ser una persona con la voluntad de desarrollar una encuesta estadísticamente representativa sobre la situación de inclusión o exclusión digital de la población en el ámbito local.

No hace falta que posea un conocimiento especializado en la materia, ni tampoco una gran experiencia previa.

Debe tener interés por conocer la situación de la brecha digital de su municipio y la necesidad (o el encargo) de desarrollar proyectos de alfabetización y capacitación digital y de la ciudadanía.

¿Cómo se puede utilizar esta guía?

Esta guía práctica puede tener diferentes usos: desde un uso totalmente autónomo hasta su utilización con ayuda especializada, en función del nivel de conocimientos de estadística que posea la persona encargada.

A menos que se tengan conocimientos profundos de estadística o que la entidad local disponga de un departamento de estadística, es recomendable documentarse sobre otras experiencias del entorno y buscar el apoyo de la entidad experta que llevará a cabo el trabajo de campo.

Se pueden establecer alianzas con otros agentes del sistema local que tengan experiencia, a fin de compartir las vivencias relacionadas con las fases del proceso de ejecución del proyecto, así como posibles recomendaciones de apoyo.



¿Cómo se ha elaborado esta guía?

Este documento se ha elaborado a partir de las voces, las perspectivas y los conocimientos de diferentes agentes con experiencia en encuestas sobre digitalización en Cataluña, reunidos en un grupo de trabajo.

El grupo de trabajo, organizado desde la Fundación Mobile World Capital Barcelona (en adelante, MWCcapital) en torno a un proceso de cocreación, se ha reunido en tres ocasiones a lo largo del año 2023, en respuesta a las carencias detectadas en el ámbito municipal en cuanto a la disponibilidad de datos útiles locales y a la relevancia que tiene aprovechar diferentes experiencias previas sobre esta cuestión.

Además de MWCcapital, las entidades que han participado en el grupo de trabajo son, por orden alfabético: Ayuntamiento de Barcelona (incluida Barcelona Activa), Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat, Ayuntamiento de Mataró, Dirección General de Sociedad Digital de la Generalitat de Catalunya, Fundación Ferrer i Guàrdia, Opinòmetre (instituto de estudios de mercado y opinión) y Universitat Oberta de Catalunya.



¿Cómo es una encuesta representativa?

Cualquier instrumento de recogida de datos tiene puntos fuertes y puntos débiles, y las encuestas representativas no son una excepción (véase la tabla 1).

Si bien es cierto que las encuestas ayudan a entender las características generales de una población, no pueden abarcar todos los aspectos de la realidad social. En este sentido, si se desea profundizar en el estudio de la brecha digital, se recomienda complementar las encuestas con estudios y datos adicionales:



Estudios cualitativos

Capaces de alcanzar una mayor profundidad analítica en aspectos concretos y plasmar las realidades de determinadas minorías que no es factible estudiar mediante una encuesta.

Datos secundarios

Como registros administrativos o informes procedentes de servicios y programas de la propia entidad municipal, que pueden servir para triangular los datos procedentes de la encuesta o de posibles estudios cualitativos.

Tabla 1.

Selección de los puntos fuertes y débiles de las encuestas representativas.

Puntos fuertes

Representatividad estadística. Las muestras se construyen para analizar con precisión a una población determinada.

Fiabilidad de los resultados e identificación de tendencias o patrones.

Las encuestas bien diseñadas y bien implementadas proporcionan resultados fiables que permiten identificar tendencias y patrones significativos en la población estudiada.

Validez externa. Permite inferir los resultados en la población estudiada, más allá de la muestra de participantes.

Comparabilidad. Facilita la comparación entre diversos grupos o segmentos de la población estudiada, y también puede permitir la comparación a lo largo del tiempo y con otros entornos geográficos.

Información estructurada. Permite recopilar información relevante analíticamente de forma estructurada y estandarizada.

Eficiencia. Permite recoger datos a gran escala con recursos limitados. También, la cuantificación de los fenómenos y el análisis de la asociación entre variables. En concreto:

- Permite identificar (cuantificar) el volumen de personas que tienen un determinado comportamiento, actitud u opinión.
- Permite analizar la asociación de determinadas características (socioeconómicas y de otros tipos) con el fenómeno objeto del estudio.

Tabla 1.

Selección de los puntos fuertes y débiles de las encuestas representativas.

Puntos débiles

Problemas de respuesta. Algunas personas o colectivos concretos pueden ser reticentes a responder encuestas o tipos determinados de preguntas, lo que puede provocar sesgos.

Exclusión de grupos de población específicos. Algunos grupos pueden quedar excluidos, lo que afecta a la representatividad de la muestra. El motivo principal suele ser la dificultad de acceder a esos segmentos poblacionales, ya sea porque cuantitativamente son pocos individuos o porque el procedimiento de muestreo no facilita su localización.

Errores de muestreo. La validez de los resultados puede quedar comprometida si hay grandes errores de muestreo, en especial cuando se analizan resultados correspondientes a submuestras pequeñas (por ejemplo, colectivos específicos o ámbitos territoriales inframunicipales).

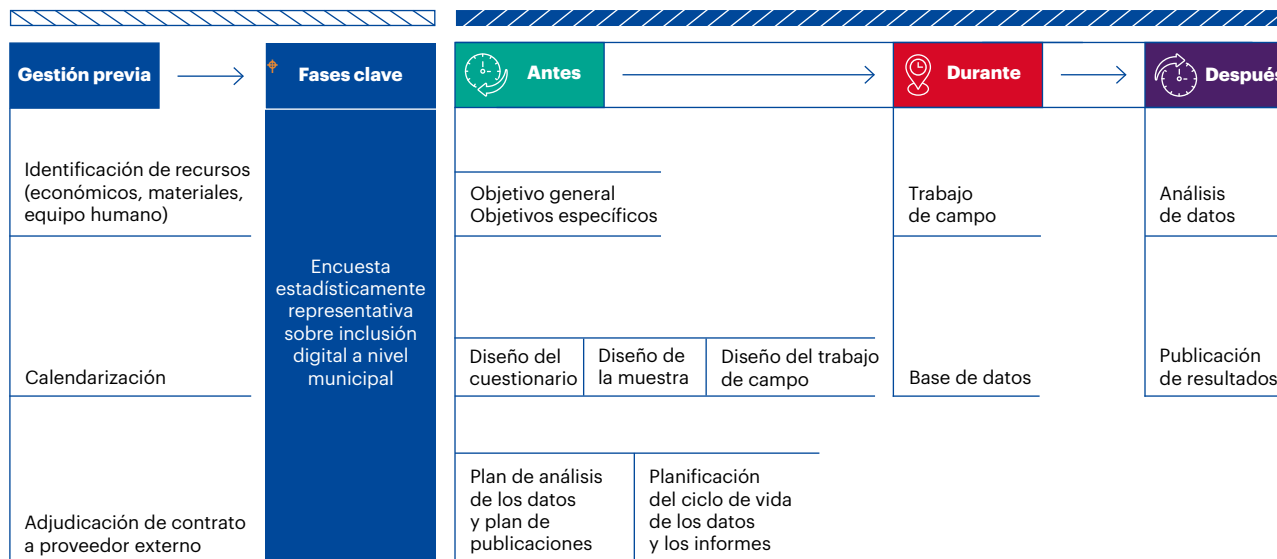
Enfoque preestablecido. Los cuestionarios son instrumentos rígidos que se centran en aspectos específicos y pueden pasar por alto matices o detalles relevantes.

Formulación de las preguntas y de las opciones de respuesta:

- La forma en que se plantean las preguntas y las posibles respuestas que incluye el cuestionario pueden condicionar las respuestas, lo cual constituye una fuente de sesgos.
- Pequeños cambios en la redacción de las preguntas o de las opciones de respuesta pueden condicionar la comparabilidad con datos de otras fuentes o con encuestas previas del mismo municipio (si las hay).

Estructura de esta guía y de la encuesta

Esta guía práctica se estructura en tres grandes bloques, que agrupan las tareas que sería óptimo realizar antes, durante y después de llevar a cabo la encuesta, y que se resumen en la figura de debajo. Los anexos recogen materiales relevantes que permiten ampliar información.





ANTES

1

DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ENCUESTA

- 1.1 Objetivo de la encuesta y otros elementos relevantes
- 1.2 Plan de análisis de datos
- 1.3 Diseño del cuestionario
- 1.4 Diseño de la muestra
- 1.5 Diseño del trabajo de campo
- 1.6 Comparabilidad
- 1.7 Productos derivados de la encuesta y su ciclo de vida



1.1 Objetivo de la encuesta y otros elementos relevantes

Una encuesta eficaz, que proporcione información valiosa para la toma de decisiones, debe guiarse por un objetivo claro, debe recopilar datos relevantes para responder a dicho objetivo y debe tener en cuenta los recursos disponibles.

En este caso, el objetivo general de la encuesta será diagnosticar el grado de inclusión o exclusión digital de la población de un municipio. La entidad local que desee desarrollar la encuesta también debe definir los objetivos específicos que, a su vez, condicionarán la estructura final del cuestionario.

Para determinar los elementos más relevantes de la encuesta, proponemos responder a las siguientes preguntas:

¿Qué tipo de información necesita el ayuntamiento o la entidad local en relación con la inclusión digital?

Por ejemplo, pero no solo:

Primer diagnóstico de la situación de la brecha digital en el municipio.

Diagnóstico general acompañado de un diagnóstico específico que, por estudios anteriores, se sepa que son de especial interés.



¿Para qué deben servir los datos?

Es fundamental determinar con claridad qué uso tendrá la encuesta, a fin de diseñarla de forma adecuada y obtener la información más relevante para las necesidades existentes. Por ejemplo, pero no solo:

Definición de políticas públicas para luchar contra la brecha digital entre colectivos específicos.

Diseño o rediseño de servicios públicos (canal digital, presencial o telefónico) y de infraestructuras públicas digitales.

¿Qué nivel de profundidad o detalle se necesita?

Se recomienda realizar análisis que tengan en cuenta, por lo menos, las dimensiones de sexo, edad, nivel educativo, situación laboral y nivel de renta, con el fin de obtener un buen diagnóstico de la brecha sociodigital. El ayuntamiento o la entidad local también debe determinar si necesita información inframunicipal, es decir, por distritos, barrios o alguna otra agrupación territorial relevante.

¿Quién desarrollará el diseño del cuestionario, el trabajo de campo y el análisis?

Hay que definir adecuadamente en quién recae la responsabilidad del proceso de diseño, la recogida de datos y el análisis. Es necesario determinar a qué entidad externa se encargará la recogida de datos, a fin de asegurar una muestra estadísticamente representativa.

Se debe definir el encargo de forma apropiada en función de las competencias del equipo interno, a fin de incluir, si es necesario, todas las fases del diseño del cuestionario y el análisis de datos. Además, hay que seguir los procedimientos estándar para adjudicar el contrato al proveedor externo seleccionado.

¿Hay alguna cuestión concreta sobre inclusión digital que sea de especial interés?

Aparte de lo que proponemos en esta guía práctica, es necesario tener en cuenta otros objetivos específicos para determinar si es conveniente analizarlos a través de la encuesta o si, por el contrario, serían más adecuadas otras metodologías.

¿Cuál es la temporalidad deseada de los datos?

A menudo, las encuestas se diseñan como una recogida de datos puntual. No obstante, y al margen de si se pueden comprometer recursos futuros, sería recomendable identificar el conjunto mínimo de información que resultaría útil poder comparar a lo largo del tiempo y la frecuencia con la que deberían recogerse los datos.

¿De qué recursos se dispone?

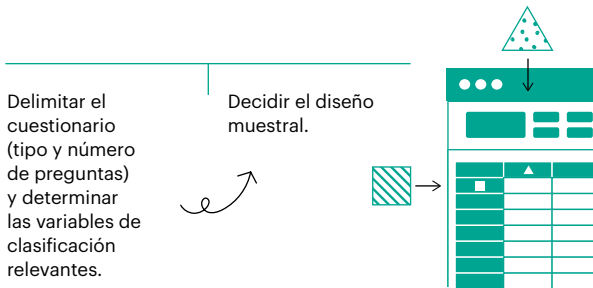
Los recursos disponibles (económicos, materiales y de personal) condicionarán tanto el nivel de profundidad como el análisis de los datos y el ciclo de vida del proyecto (calendario). Se recomienda realizar un diagnóstico realista para optimizar los recursos.

1.2 Plan de análisis de datos

El plan de análisis de una encuesta es esencial para la interpretación de los datos. Dicho plan establece las estrategias, las técnicas y los procedimientos que se seguirán para analizar las respuestas obtenidas durante el desarrollo de la encuesta.

Un plan de análisis bien estructurado es fundamental para conseguir conclusiones válidas y relevantes. También proporciona una base robusta para el diseño de acciones y políticas públicas.

Determinar el plan de análisis antes de recoger los datos permite alcanzar un mayor grado de precisión a la hora de:



El plan de análisis dialoga con el diseño del cuestionario y el diseño muestral, de modo que se condicionan mutuamente.

El plan de análisis debe garantizar que se alcancen los objetivos específicos de la encuesta. Además, es fundamental definir los análisis que se desea realizar para determinar las preguntas concretas del cuestionario, de forma que no falte ni sobre ninguna. Una vez que se dispone del cuestionario, es recomendable establecer:

Las variables que se desea cruzar y cómo se hará.

Los constructos que se desea generar (indicadores concretos de brecha digital o de inclusión digital).

Las variables de clasificación más relevantes para el análisis.

En la medida de lo posible, es recomendable determinar de antemano cómo se quiere canalizar los datos y qué tipos de indicadores se desea construir.

La **selección de los métodos de análisis** es otro elemento relevante del plan de análisis. Consiste en determinar qué métodos estadísticos u otras técnicas analíticas se utilizarán para procesar los datos. La selección de los métodos dependerá de lo que se pacte con la entidad encargada de realizar la encuesta o de las competencias y el tiempo de dedicación del propio equipo.

El **análisis básico** debe incluir una descripción general de los datos en forma de tablas o gráficos que resuma todo el cuestionario. En estas tablas, por ejemplo, se incluye el porcentaje de población que utiliza Internet a menudo o los principales motivos para no usar nunca Internet.

Además, es necesario proporcionar *resultados desagregados* por características sociodemográficas (sexo, edad, nivel educativo, nivel de renta, etc.) o, si es pertinente, a nivel de barrio o distrito. Cuando se desagregan los datos, suele ser necesario utilizar *contrastos de hipótesis*² para averiguar si los resultados se pueden generalizar al conjunto del municipio.

De forma complementaria, y en etapas posteriores al análisis básico, los métodos estadísticos que analizan en conjunto múltiples variables aportan un conocimiento más profundo de los factores que afectan a la brecha digital.

Por ejemplo, permiten medir cómo diferentes características sociodemográficas afectan, de forma conjunta, a las desigualdades digitales.

A su vez, el plan de análisis ayuda a determinar cuáles son los informes que se pueden elaborar (véase la sección 1.7). Cabe recordar que todos estos aspectos están condicionados por la dotación presupuestaria disponible.

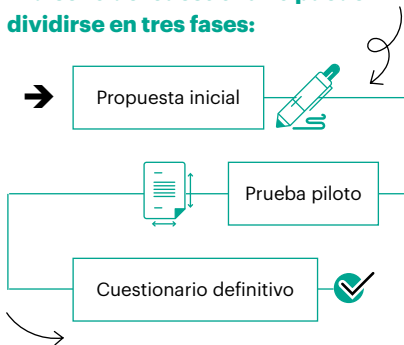
El plan de análisis, definido al inicio del proyecto, se puede ampliar o modificar si algún resultado intermedio lo hace necesario, y si lo permiten los recursos disponibles.

² Un *contraste de hipótesis* es un procedimiento para determinar si una propiedad que se supone en una población es compatible con lo que se observa en la muestra disponible. Por ejemplo, puede servir para determinar si el uso de Internet es distinto en función de la edad o no.

1.3 Diseño del cuestionario

La elaboración de un cuestionario eficaz es fundamental para el éxito de una encuesta. Un buen diseño tiene en cuenta, entre otros aspectos, tanto la extensión, que debe ser limitada, como el orden y la lógica de las preguntas, que deben fluir de forma adecuada. La entidad encargada debe orientar el diseño del cuestionario para garantizar su máxima eficacia.

El diseño del cuestionario puede dividirse en tres fases:



La **propuesta inicial** puede construirse a partir del cuestionario que se incluye en esta guía práctica (véase el anexo A). El cuestionario tiene la siguiente estructura, cuyos detalles deben adaptarse en función de los objetivos de la encuesta (véase la sección 1.1) y del plan de análisis (véase la sección 1.2):

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 0. Filtros, cuotas y variables de clasificación (las preguntas para recoger variables de clasificación que no sean imprescindibles es mejor formularlas al final del cuestionario) 1. Hogar: dispositivos, conexión a Internet y barreras 2. Individuo: dispositivo móvil personal, conectividad y barreras | <ul style="list-style-type: none"> 3. Uso, frecuencia de uso y barreras 4. Habilidades, competencias digitales, y autonomía y confianza 5. Aprovechamiento de Internet y exclusión: percepciones subjetivas 6. Servicios e infraestructuras municipales (opcional) 7. Variables de clasificación (las no incluidas en el punto 0) |
|---|--|

Para ilustrar otras opciones, la tabla 3 del anexo B incluye enlaces a los cuestionarios de las encuestas sobre digitalización y desigualdades sociodigitales elaboradas por los ayuntamientos de Barcelona (2020), Hospitalet de Llobregat (2022) y Mataró (2022), y por la Fundación Ferrer i Guàrdia (2022).

Una vez definido el cuestionario inicial, la entidad encargada realiza la **prueba piloto** en todos los idiomas en los que esté previsto desarrollar la encuesta, pero con un número limitado de participantes. Este paso es imprescindible y sirve para validar el cuestionario y realizar pequeños ajustes.

El resultado de este proceso es el **cuestionario definitivo**, que guiará el trabajo de campo y se compartirá cuando se publiquen los resultados y la base de datos.

1.4 Diseño de la muestra

La Administración local debe determinar la población objeto de estudio, también llamada *universo objeto de estudio*.

El universo objeto de estudio se concreta a partir de los objetivos de la encuesta y el plan de análisis. El diseño de la muestra propiamente dicho queda en manos de la entidad encargada.

Una *muestra probabilística* es un subconjunto de la población que se selecciona de modo que cada individuo de esa población tiene una probabilidad conocida y no nula de ser incluido en la muestra.

La selección de participantes mediante técnicas de muestreo aleatorio permite realizar inferencias estadísticas sobre la población a partir de las características observadas en la muestra. Es decir, permite generalizar los resultados de la muestra al conjunto de la población del municipio.

Puesto que se desea obtener resultados estadísticamente representativos, el diseño debe tener en cuenta diferentes elementos técnicos (*margen de error*³ que se desea asumir, cuotas que se aplicarán, unidades de muestreo...).

³ El *margen de error*, en estadística, es una estimación de la medida en que pueden variar los resultados de una encuesta si se repite la encuesta. Cuanto mayor sea el margen de error, menos fiables serán los resultados y mayor será la probabilidad de que se desvíen de la realidad.

En concreto, recomendamos establecer *cuotas de muestreo*⁴ en, al menos, dos dimensiones demográficas: el sexo y la edad. Así, se asegura una representación más precisa de la población. Las cuotas se establecerán de tal modo que reproduzcan la distribución demográfica de la población del municipio. Por tanto, esta información debe estar lo más actualizada posible. El padrón u otros registros municipales son una fuente de información útil para establecer las cuotas.

A fin de garantizar la precisión de los resultados, se recomienda que el análisis incorpore de forma explícita las características de la muestra utilizada finalmente, incluidas las cuotas. Así, las conclusiones sobre la población objeto de estudio serán precisas, lo que influirá directamente en un diseño de políticas públicas más eficaz.

A modo de ejemplo, indicamos dos aspectos que conviene tener en cuenta a la hora de interpretar los datos. En primer lugar, la edad. La encuesta analiza a la población de 16 años o más, sin un límite de edad superior. Por un lado, y siguiendo una aproximación habitual bastante común, el diseño de la encuesta excluye a niños y adolescentes. Si existiera interés en estudiarlos, habría que utilizar otros instrumentos adaptados a la realidad de estos colectivos.

En el otro extremo de la edad cronológica, recomendamos emplear al menos dos categorías para las personas mayores (65-74 años y 75 años y más). Idealmente, al establecer rangos de edad debería seguirse la misma estructura que con el resto de la población, siempre que las características técnicas de la encuesta lo permitan.

En segundo lugar, en la interpretación se debe tener en cuenta si se entrevista a personas empadronadas o residentes habituales (con independencia de si están empadronadas o no), para valorar qué colectivos quedan incluidos o excluidos en el análisis.

⁴ Las *cuotas de muestreo* reproducen la distribución de la población del municipio en dimensiones clave conocidas (sexo, edad, origen, etc.) y que son relevantes para el análisis previsto de los datos.

1.5 Diseño del trabajo de campo

El aspecto fundamental que se debe determinar en relación con el diseño del trabajo de campo es la forma de recoger los datos. Los demás elementos quedan en manos de la entidad encargada.

Actualmente, las encuestas online son las más habituales y económicas, aunque hay situaciones en las que se desaconsejan. En nuestro caso, dado que el objetivo es analizar la inclusión y la exclusión digitales, es necesario realizar la encuesta **por teléfono** o **presencialmente**, de modo que las personas con competencias digitales limitadas o nulas no queden excluidas (lo que se denomina sesgo de selección).

El cuestionario se ha diseñado para ser utilizado por teléfono o de forma presencial. Los datos se pueden recoger solo por vía telefónica, solo mediante entrevistas presenciales o combinando ambos canales.

La **encuesta digital** se puede utilizar para complementar los otros dos métodos, pero se debe controlar atentamente que no haya ningún sesgo de selección. El canal digital nunca debe ser la opción principal, sino que debe servir para garantizar el acceso a cuotas específicas de población cuando se prevea la imposibilidad de contactar con ellas por teléfono o presencialmente.

La decisión sobre el canal o los canales que se emplearán depende de los objetivos de la encuesta y del presupuesto disponible. En cualquier caso, puede que sea necesario adaptar la apariencia o la disposición de las preguntas del cuestionario y, si es preciso, establecer cuotas por canal.



1.6 Comparabilidad

Aunque no es obligatorio, garantizar un cierto grado de comparabilidad con otras fuentes de información ayuda a contextualizar los resultados de la encuesta.

También puede resultar relevante la comparabilidad con **indicadores clave de desigualdad digital** catalanes, españoles o europeos que informen de las políticas públicas relevantes en el momento de desplegar el proyecto de la encuesta.

En esta guía práctica, proponemos priorizar la comparabilidad con datos del mismo municipio, tanto si son anteriores al desarrollo de la encuesta como si se espera repetir el estudio en el futuro.

Si se trata de datos recogidos con anterioridad, hay que valorar si es necesario adaptar las preguntas clave. También se podrán comparar los resultados con los de otros municipios que apliquen el cuestionario que proponemos en esta guía práctica.

Dado que el cuestionario se ha pensado para que cada entidad local lo adapte a sus necesidades y objetivos, la tabla 2 identifica el conjunto de variables para las que sería ideal garantizar la comparabilidad. En la elección se han tenido en cuenta indicadores de brecha digital de primer, segundo y tercer nivel.

Recomendamos, en todo caso, mantener una perspectiva crítica para que los esfuerzos por garantizar la comparabilidad estén justificados y aporten valor a la toma de decisiones desde el punto de vista local. En ese sentido, es necesario plantearse qué se desea comparar, con qué y por qué motivo.

Tabla 2.

Conceptos clave para la comparabilidad y preguntas asociadas.

Concepto	Pregunta del cuestionario ⁵
Acceso y frecuencia de uso de Internet	
Uso / No uso de Internet	P12
Frecuencia de uso de Internet	P12
Exclusión digital	
Motivos para no utilizar Internet o no utilizarlo con más frecuencia	P13
Motivos para no tener conexión a Internet en casa	P8
Motivos para no utilizar con más frecuencia servicios digitales clave: banca online, Administración electrónica, sanidad electrónica...	P17
Percepción de exclusión digital en el último año	P23
Factores que provocan percepción de exclusión digital	P24
Autopercepción de las competencias digitales	
Valoración de las propias competencias digitales	P18
Confianza para afrontar cualquier reto digital	P21

⁵Véase el anexo A.

1.7 Productos derivados de la encuesta y su ciclo de vida

Los productos que se pueden generar a partir del proyecto de encuesta son múltiples y recomendamos definirlos en el momento en que se diseña la encuesta. Además de los resultados propiamente dichos, que se publican como informes de resultados, tablas con resultados e infografías (visualizaciones de datos), recomendamos compartir la base de datos, a fin de contribuir al conocimiento abierto (véase la sección 3.2).

El objetivo es planificar el ciclo de vida de la encuesta más allá de los estadios iniciales y hasta su publicación.

En concreto, es necesario indicar qué materiales se publicarán, cómo, en qué fechas y durante cuánto tiempo, para maximizar su difusión y, a la vez, aplicar criterios realistas de sostenibilidad, adaptados a los recursos materiales y económicos disponibles.

Entre los documentos que puede incluir el plan de publicaciones, se encuentran:



El informe inicial y, si los hay, el informe o **los informes secundarios** con análisis más profundos o centrados en cuestiones particulares. Estos informes deben estar alineados con el plan de análisis (véase la sección 1.2). El informe inicial debe incluir la ficha técnica. El uso de infografías puede ser útil para llegar a públicos amplios no especializados. También se puede crear una web donde los usuarios especializados, internos o ajenos al ayuntamiento, puedan realizar explotaciones de resultados.



El cuestionario, que se puede publicar por separado o conjuntamente con el informe inicial o con la base de datos.



La base de datos de la encuesta en abierto. Se recomienda compartir el archivo de datos anonimizado (lo que se suele denominar *fichero de microdatos*) en un formato compatible y asociado preferentemente a software libre, para que los puedan analizar otras personas. Debe ir acompañada de los llamados metadatos: el diccionario de variables (o lista de variables, con los detalles técnicos) y la ficha técnica. También es recomendable incluir el cuestionario y la sintaxis que ha servido de base para construir las variables y los indicadores del informe inicial.



La evaluación del encargo, que es un documento sobre las propuestas de políticas públicas que han tenido en cuenta los resultados de la encuesta, y el análisis sobre la visibilidad

y el uso de los informes y la base de datos. Contribuye a la transparencia de la actividad pública y sirve tanto para evaluar la acción en sí misma (eficiencia y eficacia del proyecto, costes, etc.) como para orientar líneas de acción y proyectos concretos, así como estudios futuros (cuantitativos y cualitativos) de la misma temática.

Por último, las siguientes preguntas pueden resultar útiles para determinar el ciclo de vida de los informes y de los datos:

- **¿Quién se ocupa de elaborar** cada material? ¿Los diferentes productos se pueden generar internamente o es necesario encargarlos, ya sea a la entidad designada o a otros proveedores?
- **¿Cómo y dónde se publicará** cada material? ¿La publicación de contenidos es responsabilidad de la misma entidad que encarga la encuesta? ¿Cuál es la política institucional al respecto y qué aspectos hay que tener en cuenta?

- ¿Es necesario **compartir el informe y los datos** fuera de la entidad que la encarga?⁶
- **¿Qué mantenimiento específico** será necesario para cada producto que se publique? ¿Existe algún repositorio institucional, propio o de otros niveles de la Administración pública, donde compartir los informes y la base de datos de forma sostenible?
- ¿De quién dependen **los recursos de publicación** y mantenimiento, y con **qué calendario** se pueden comprometer?

⁶ Información sujeta al régimen de transparencia (Art. 8 de la Ley 19/2014).



DURANTE

2

TRABAJO DE CAMPO DE LA ENCUESTA

- 2.1 Recogida de datos y control de calidad
- 2.2 Base de datos



2.1 Recogida de datos y control de calidad

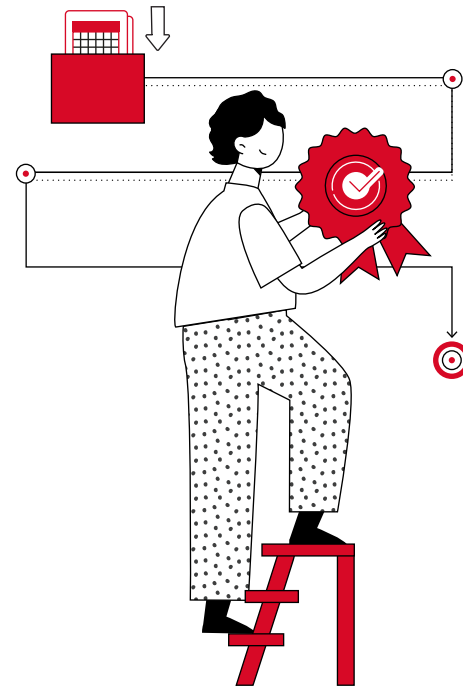
Las tareas que se desarrollan durante la recogida de datos son responsabilidad de la entidad encargada (véase el anexo C). Cabe esperar haya una comunicación fluida con dicha entidad, con el fin de realizar un seguimiento adecuado del proceso.

La operativa se adapta al canal o los canales de recogida de datos, así como al resto de los elementos técnicos definidos en el diseño del trabajo de campo (véase la sección 1.5).

Durante la recogida de datos, se controlan diferentes aspectos del proceso para garantizar la calidad de la información que se obtiene y, por tanto, la precisión de los resultados que se derivarán de la encuesta.

Los procedimientos de control de calidad varían en función de las características técnicas del proyecto.

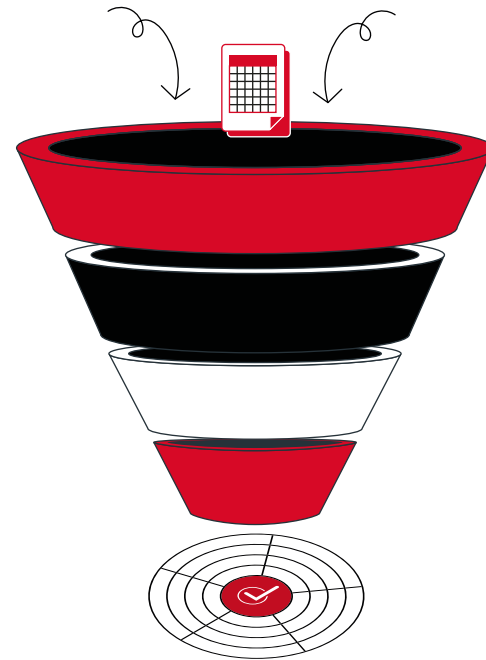
Una vez establecido el calendario, la entidad encargada desarrolla el trabajo de campo y el control de calidad, e informa del progreso de las tareas, de las posibles desviaciones y de cualquier cambio sustantivo respecto a lo planificado inicialmente.



2.2 Base de datos

La base de datos se depura y se recodifican las variables necesarias para poder llevar a cabo los análisis iniciales.

La entidad designada entrega la base de datos en el formato pactado, junto con la ficha técnica y el informe o los informes que se hayan acordado. Al recibir la base de datos, es recomendable realizar una comprobación de su consistencia.





DESPUÉS

3

ANÁLISIS Y PUBLICACIÓN DE LOS RESULTADOS

- 3.1 Análisis de datos
- 3.2 Publicación de resultados, datos en abierto

3.1 Análisis de datos

Se recomienda seguir el plan de análisis (véase la sección 1.2), a fin de agilizar al máximo la obtención de resultados útiles para la toma de decisiones. El análisis de los datos puede tener varios niveles de complejidad que se verán reflejados en los informes que se publicarán (véase la sección 1.7).

Se pueden identificar diferentes niveles de análisis:

Una **explotación básica o inicial** de los datos suele tener poca profundidad. Si bien sirve para disponer de una primera perspectiva de la situación local, que permita contextualizar los resultados en relación con el contexto más cercano, es necesario buscar un nivel superior de riqueza analítica.

El encargo puede incluir un **análisis descriptivo detallado** en función de variables de clasificación (sexo, grupo de edad, nivel de estudios, etc.) y, en su caso, del ámbito inframunicipal (de barrio, distrito o alguna otra agrupación territorial).

Este *análisis bivalente*⁷ constituye habitualmente el **informe de resultados de la encuesta**, que es la publicación clave del proyecto. Sirve para informar de las propuestas de políticas públicas y se comparte con la ciudadanía a través de los canales habituales de comunicación de la entidad local. Los resultados deben ir acompañados de la ficha técnica del trabajo de campo.

También puede haber **análisis más complejos** o profundos para dar respuesta a alguna necesidad identificada previamente.

⁷ Un *análisis bivalente* cruza los diversos indicadores y preguntas de la encuesta con cada una de las variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel educativo, etc.) y aplica contrastes de hipótesis para inferir resultados sobre el conjunto de la población del municipio. Permite explorar cómo se relacionan entre sí las diferentes variables de una encuesta y cómo varían en función de las características sociodemográficas de las personas participantes. Ayuda a identificar tendencias, correlaciones y factores que pueden influir en el fenómeno que se estudia, en este caso, la brecha digital.

Estos análisis los puede llevar a cabo la propia entidad local si cuenta con personal interno especializado, o bien puede subcontratar el estudio.

Además, si los datos se publican en abierto (véase la sección 3.2), otras personas o entidades pueden desarrollar estudios no previstos inicialmente en el plan de análisis. Sería recomendable que estos agentes externos:

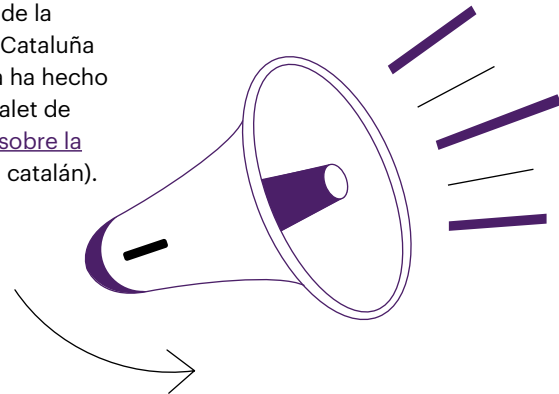
- Analicen los datos con sus propias preguntas de investigación.
- Compartan los resultados y las conclusiones con la entidad local.

3.2 Publicación de resultados, datos en abierto

La publicación de resultados debe seguir la planificación elaborada al inicio del proyecto (véase la sección 1.7).

Una opción para compartir las bases de datos es utilizar el repositorio de datos abiertos de la entidad local (si se dispone de uno) o el de la Generalitat de Catalunya que gestiona el Consorcio de la Administración Abierta de Cataluña ([portal AOC](#)), tal y como ya ha hecho el Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat con la [Encuesta sobre la brecha digital del 2022](#) (en catalán).

En cuanto los datos estén disponibles en abierto, es recomendable hacer llegar a un público amplio tanto el informe como la base de datos, para fomentar otros análisis no previstos, así como la reutilización de los datos. Se debe solicitar a quienes reutilicen los datos que hagan llegar los resultados obtenidos a la entidad de origen.





OTROS

4

- Algunos ejemplos de encuestas
- Consideraciones finales y acciones futuras
- Bibliografía y recursos de interés
- Autoría y equipo de codiseño



Algunos ejemplos de encuestas

El desarrollo de encuestas sobre la brecha digital ha sido fundamental para inspirar a las Administraciones públicas a impulsar diversas políticas y proyectos a diferentes niveles. Los datos obtenidos se han utilizado para identificar necesidades específicas y llevar a cabo acciones que abordan las desigualdades sociodigitales. Algunas iniciativas que se han puesto en marcha gracias a este ejercicio son las siguientes:

Hospitalet de Llobregat

A partir de la encuesta elaborada en el 2022, el **Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat** ha desarrollado una serie de iniciativas que acercan la conectividad a los colectivos excluidos digitalmente, de forma flexible y teniendo en cuenta la relevancia de la intermediación digital:

- [Abre el TIC Truck, un punto itinerante de soporte digital](#)
- [L'Hospitalet abrirá tres nuevos puntos para ayudar a las personas a realizar trámites, gestiones, concertar una cita previa...](#)
- ['Te ayudo': L'Hospitalet pone en marcha un modelo de atención al ciudadano para acompañarlo en la gestión de los trámites](#)

Mataró

En el caso del **Ayuntamiento de Mataró**, la encuesta sobre usos y conocimientos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la población forma parte de la iniciativa [Mataró Sense Fils](#) (Mataró Sin Hilos), que aspira a establecer una red de telecomunicaciones abierta, libre y neutral con las mismas condiciones para toda la ciudadanía.

La encuesta se llevó a cabo en el año 2022, con el objetivo de aportar información detallada sobre las brechas de acceso, competencia y usos en la población de Mataró para combatir la brecha digital. Unas brechas que se detectan en particular en zonas determinadas de la ciudad, y entre perfiles personales y familiares concretos.

Asimismo, los resultados obtenidos han servido para completar la oferta formativa de TIC dirigida a la población desde el Servicio de Educación del Ayuntamiento. Los recursos siguientes ayudan a entender el proyecto y la relación que tiene con la encuesta:

- [El Ayuntamiento, TecnoCampus y la Fundación Guifi.net desarrollan el proyecto “Mataró sense fils”](#)
- [Mataró promueve una red de telecomunicaciones abierta con “las mismas condiciones para toda la ciudadanía”](#)

Barcelona

En la ciudad de Barcelona, y en respuesta a la necesidad de evaluar las competencias digitales mínimas para acceder al mercado laboral o mantenerse en él, **Barcelona Activa**, la agencia de desarrollo local del **Ayuntamiento de Barcelona**, pone a disposición de la ciudadanía un test de competencias digitales que permite identificar posibles cursos y programas de formación recomendados:

- [¿Cuáles son tus competencias digitales?](#)

Cataluña

Por último, el [Plan de choque contra la brecha digital](#) del **Departamento de Empresa y Trabajo** de la **Generalitat de Catalunya** pone un énfasis especial en la dotación de infraestructuras, con la ampliación del acceso a banda ancha en las zonas donde aún no hay cobertura, y en la formación.

En concreto, tiene como objetivo formar en competencias básicas a más de 90.000 personas en situación de riesgo de exclusión digital. Para detectar estos colectivos, se ha basado en un estudio que emplea datos estadísticos ya disponibles en los ámbitos catalán y local:

- [Estudio sobre la brecha digital de KPMG](#) (en catalán)

Consideraciones finales y acciones futuras



Esta guía práctica pretende ayudar en el desarrollo de encuestas que sirvan a las Administraciones públicas y otras entidades locales para establecer el diagnóstico y el diseño de acciones e iniciativas en materia de políticas digitales en el ámbito municipal. Esta iniciativa se enmarca dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el 2030 de las Naciones Unidas, y en particular en el ODS 10, de Reducción de las desigualdades.



El hecho de poder diseñar políticas públicas basadas en pruebas empíricas es fundamental para abordar de forma efectiva las desigualdades en el acceso y uso de las tecnologías digitales. Este enfoque basado en datos permite una toma de decisiones más informada, y asegura que las políticas que se llevan a cabo se adecuen con precisión a las necesidades reales de la comunidad.



Además, cabe destacar la importancia del codiseño con agentes conocedores de la materia. La implicación de instituciones públicas, el tercer sector y empresas con experiencia reciente en el tema garantiza que esta guía se adapte con precisión a la actualidad y a la complejidad de los retos específicos del ámbito municipal. Esta colaboración ha permitido identificar cuestiones relevantes y definir indicadores significativos para medir la inclusión/exclusión digital de forma global.



Por último, la flexibilidad y la adaptabilidad de la guía a cada caso concreto son factores clave. Si bien se facilita un ejemplo de cuestionario, el objetivo no es, de ninguna manera, imponer una forma específica de desarrollar la encuesta, ya que solo se pretende proporcionar una guía de actuación. Las realidades locales son diversas, y es importante adaptar el cuestionario a las particularidades de cada entorno, a fin de asegurar su utilidad y eficacia en la identificación de las barreras y las oportunidades relativas a la inclusión/exclusión digital.

En conjunto, esta guía pretende ser un recurso útil para las Administraciones públicas locales, a las que aporta un marco sistemático para abordar la brecha digital de forma informada, participativa y adaptada a la diversidad de contextos municipales, y que, con el tiempo y si se tiene la oportunidad, recomendamos complementar con otros datos y estudios.

Esta guía práctica nace con la voluntad de ser una herramienta viva y útil para las Administraciones públicas locales que tengan interés en desarrollar estudios en torno al fenómeno de la brecha digital, para comprender mejor la situación en su municipio e implantar estrategias y acciones para paliarla.

Se pretende contribuir así a la sensibilización sobre la necesidad de disponer de herramientas y estrategias que permitan diagnosticar el fenómeno y establecer consensos sobre los indicadores de medida de la brecha digital, a fin de unificar criterios, fomentar la comparabilidad y el uso de datos abiertos, e impulsar la comunicación y la generación de alianzas entre agentes locales en el estudio de la brecha digital dentro de los marcos catalán y estatal.

Bibliografía y recursos de interés

Ayuntamiento de Barcelona y BIT Habitat. (2021). La brecha digital en la ciudad de Barcelona: 2020. Ayuntamiento de Barcelona. [PDF] Disponible en: <https://bithabitat.barcelona/bretxadigitalbarcelona/es> (Consultado: 16-4-2024)

Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat. (2022). Enquesta de Bretxa Digital a L'Hospitalet: Informe de resultats 2022. Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat. (en catalán) [PDF] Disponible en: <https://www.l-h.cat/gdocs/d9147724.pdf> (Consultado: 16-4-2024)

Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat y Fundación Mobile World Capital Barcelona. (2022). Encuesta de brecha digital 2022. Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat. [online] Disponible en: https://www.l-h.cat/laciutat/264540_2.aspx?id=1 (Consultado: 16-4-2024)

Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat y Fundación Mobile World Capital Barcelona. (2023). Com es la bretxa digital a l'Hospitalet? Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat. (en castellano y catalán) [online] Disponible en: <https://lh60.cat/interactiu/index.html> (Consultado: 16-4-2024)

Alcañiz Zanón, M. y Planas Paz, D. (2011). Disseny d'enquestes per a la investigació social. Universitat de Barcelona. (en catalán) [PDF] Disponible en: https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/18302/7/Disseny_Enquestes_investigacio_Social_Alcaniz_Planas.pdf (Consultado: 16-4-2024)

Fernández-Ardèvol, M., Rodríguez, E., Rosales, A. y Suárez-Gonzalo, S. (2023). Les desigualtats digitals a l'Hospitalet de Llobregat. Fundación Mobile World Capital Barcelona y Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat. (en catalán) [online] Disponible en: <https://lh60.cat/interactiu2/ca/article> (Consultado: 16-4-2024)

Font Fàbregas, J. y Pasadas del Amo, S. (2016). Las encuestas de opinión. Madrid, España: Editorial CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas).

Fundación Ferrer i Guàrdia. (2020). La Bretxa Digital en les persones ateses per entitats socials. Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya (m4social) y Fundación Ferrer i Guàrdia. (en catalán) [PDF] Disponible en: https://www.slideshare.net/m_4Social/la-bretxadigital-en-les-persones-ateses-per-entiatssocials-235642680 (Consultado: 16-4-2024)

Fundación Ferrer i Guàrdia. (2022). La brecha digital en España: conocimiento clave para la inclusión digital. Fundación Ferrer i Guàrdia. [PDF] Disponible en: <https://www.ferreriguardia.org/blog/publicaciones-3/encuesta-brecha-digital-en-espana-2022-73> (Consultado: 16-4-2024)

Fundación Ferrer i Guàrdia. (2023). La brecha digital y la Administración digital en España: Conocimiento clave sobre las competencias digitales de la población para la promoción de la inclusión digital en relación a la administración digital. [PDF] Disponible en: https://www.ferrerguardia.org/web/content/22588?access_token=3db14e1b-3b9f-4076-a0fe-b29ae3ddf07e&unique=fd632c2b526838e0ca10224177fd268090ef3dd6 (Consultado: 16-4-2024)

Fundación Mobile World Capital Barcelona y Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat. (2023). Enquesta de Bretxa Digital a L'Hospitalet: Resultats principals. Infogram. (en catalán) [online] Disponible en: <https://infogram.com/1pd-z6ryexl0pewtmzgre0vyOd3sk2dzm575?li-ve> (Consultado: 16-4-2024)

Generalitat de Catalunya. (2017). Resum executiu del Pacte Nacional per a la Societat Digital: Pla d'acció. Generalitat de Catalunya. (en catalán) [PDF] Disponible en: <https://aoc.demo.intelligencia.com/wp-content/uploads/2021/12/PNSD-Resum-Executiu.pdf> (Consultado: 16-4-2024)

Generalitat de Catalunya. (2019). Carta catalana per als drets i les responsabilitats digitals v2.0. Generalitat de Catalunya. (en catalán) [PDF] Disponible en: https://punttic.gencat.cat/sites/default/files/carta-catalanaperalsdretsilesresponsabilitatsdigitals_v1.pdf (Consultado: 16-4-2024)

Generalitat de Catalunya. (2020). Pacte Nacional per a una Societat Digital. Pla d'acció. Generalitat de Catalunya. (en catalán) [PDF] Disponible en: https://www.aoc.cat/wpcontent/uploads/2020/07/pnsd_plaaccio.pdf (Consultado: 16-4-2024)

Generalitat de Catalunya. (s.d. a). Más digitales. Generalitat de Catalunya. [online] Disponible en: [https://politiquesdigitals.gencat.cat/ca/ciutadania/pla-de-xoc-contr-la-bretxa-digital/index.html#googtrans\(caes\)](https://politiquesdigitals.gencat.cat/ca/ciutadania/pla-de-xoc-contr-la-bretxa-digital/index.html#googtrans(caes)) (Consultado: 16-4-2024)

Generalitat de Catalunya. (s.d. b). Políticas Digitales. Generalitat de Catalunya. [online] Disponible en: [https://politiquesdigitals.gencat.cat/ca/inici/index.html#googtrans\(caes\)](https://politiquesdigitals.gencat.cat/ca/inici/index.html#googtrans(caes)) (Consultado: 16-4-2024)

Idescat. (2022). Encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares. Idescat. [online] Disponible en: <https://www.idescat.cat/pub/?id=ticl22&lang=es> (Consultado: 16-4-2024)

INE. (2022). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares: Año 2022. INE. [PDF] Disponible en: https://ine.es/prensa/tich_2022.pdf (Consultado: 16-4-2024)

Instituto Opinòmetre y Ayuntamiento de Mataró (2022). Enquesta sobre usos i coneixements de les TIC a la població de Mataró. Ayuntamiento de Mataró. (en catalán) [online] Disponible en: https://www.mataro.cat/ca/la-ciutat/observatoride-ciutat/estudis/us_tic_poblacio (Consultado: 16-4-2024)

KPMG. (2022). Estudi sobre la bretxa digital. Generalitat de Catalunya, Direcció General de Societat Digital. (en catalán) [PDF] Disponible en: https://politiquesdigitals.gencat.cat/web/.content/00-arbre/ciudadania/Pla-dexoc-contra-la-bretxa-digital/Estudisobre-la-bretxa-digital-a-Catalunya_DEF.pdf (Consultado: 16-4-2024)

López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2016). Metodología de la investigación social cuantitativa. Universidad Autónoma de Barcelona. [online] Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/129382> (Consultado: 16-4-2024)

Autoría

Una iniciativa de la Fundación

Mobile World Capital Barcelona

Autora del documento:

Mireia Fernández-Ardèvol
(Universitat Oberta de Catalunya)

Coordinación del documento

Tanya Álvarez, investigadora

Traducción, edición y diseño

Natalia Montoro, traductora
Marta Campo, editora y correctora
Manuela Moulian, diseñadora y maquetadora

Equipo de codiseño

Tanya Álvarez (Mobile World Capital Barcelona), Paula Boet (Ayuntamiento de Barcelona), Angie Carrasco (Mobile World Capital Barcelona), Xavier Castellà Parull (Ayuntamiento de Mataró), Ricard Faura Homedes (Sociedad Digital, Generalitat de Catalunya), M. Carmen García-Calvillo Moreno (Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat), Sandra Gómez (Fundación Ferrer i Guàrdia), Raúl Izquierdo (Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat), Hungria Panadero (Fundación Ferrer i Guàrdia), Marc Payola (Mobile World Capital Barcelona), Meritxell Perramon (Opinòmetre), Xavier Posada Arribas (Ayuntamiento de Mataró), Josep Ribó (Opinòmetre), Pilar Roura (Barcelona Activa), Maria Esther Subias Vallecillo (Sociedad Digital, Generalitat de Catalunya)





ANEXOS

5

- Anexo A
- Anexo B
- Anexo C



Anexo A

Cuestionario sobre inclusión digital a nivel local: propuesta genérica

0. Filtros, cuotas y variables de clasificación

P 1. ¿Reside habitualmente en _____? / ¿Reside en _____ desde hace 1 año o más? / ¿Está empadronado/a desde hace 1 año o más en _____ (nombre del municipio o área geográfica de interés)?

1. Sí
2. No [ir a: final de la entrevista]
99. (No leer) NC [ir a: final de la entrevista]⁸

Nota: Si se desea incluir en el cuestionario el bloque 7, Servicios e infraestructuras municipales, recomendamos cambiar el requisito “Reside habitualmente en _____” por “Reside en _____ desde hace 1 año o más” o “Está empadronado/a en _____ desde hace 1 año o más”.

P 2. ¿En qué barrio/distrito reside?

(Respuesta única)

1. 1., 2., 3., etc. (Lista de barrios)
99. (No leer) NC

Nota: Se pueden establecer cuotas por barrio/distrito si se desea sistematizar un análisis inframunicipal, lo que también puede ayudar a realizar comparaciones entre municipios. El tamaño y el diseño de la muestra tendrán que responder a estos requisitos.

P 3. ¿Cuál es su género?

(Hacer la pregunta explícitamente)

1. Hombre
2. Mujer
3. Otros (género no binario, etc.)
99. (No leer) NC

[No incluir la opción 99 si la pregunta sirve para establecer cuotas]

Nota: Es habitual establecer cuotas por sexo. En este caso, a menudo se emplean 2 categorías (“Hombre” y “Mujer”). Si se opta por utilizar 3 categorías, en el análisis puede ser recomendable agregar la 2 (“Mujer”) y la 3 (“Otros”), ya que el número de casos de esta última suele ser demasiado pequeño para utilizar herramientas estadísticas estándar.

P 4. ¿Cuál es su edad?

(Anotar la edad exacta y codificar)

1. 16-24 años
2. 25-34 años
3. 35-44 años
4. 45-54 años
5. 55-64 años
6. 65-74 años
7. 75-84 años
8. 85 años o más
99. (No leer) NC

[No incluir la opción 99 si la pregunta sirve para establecer cuotas]

⁸ La codificación de las respuestas del cuestionario es arbitraria y, por tanto, modificable.

Nota: La edad es una variable clave, y para establecer las cuotas que determinan la construcción de la muestra puede ser recomendable crear 3 o 4 categorías, en lugar de 8. Si es posible, se recomienda que el análisis tenga en cuenta la edad en cohortes de 10 años. Se recomienda no poner límite máximo de edad y permitir edades de 100 años o más (actualmente, el límite se puede poner en 120 años). Las categorías 7 y 8 se pueden agregar si el número de observaciones de la muestra resulta técnicamente limitado.

P 5. ¿Cuál es su nacionalidad?

1. Española
2. Otra
3. Española y otra a la vez
99. (No leer) NC
[No incluir la opción 99 si la pregunta sirve para establecer cuotas]

Nota: Complementar la P5 (sobre la nacionalidad) con la P32 (sobre el lugar de nacimiento) ayuda a identificar situaciones de migración con mayor precisión. Lo habitual es construir cuotas a partir de la variable administrativa de la nacionalidad, aunque también pueden establecerse según el lugar de nacimiento.

1. Hogar: dispositivos, conexión a Internet y barreras

P 6. ¿Cuáles de los siguientes equipamientos tiene en su casa?

(Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99)

1. Conexión a Internet en su casa: fibra óptica, ADSL u otro tipo de conexión (módem USB, datos móviles, satélite, etc.)
2. Conexión a Internet a través de tarifa de datos de línea móvil
3. Teléfono fijo o móvil sin Internet o solo para llamadas
4. Teléfono móvil inteligente (*smartphone*)
5. Tableta
6. Ordenador portátil
7. Ordenador de sobremesa
8. Smart TV
9. Videoconsola con conexión a Internet
10. Asistente virtual (Alexa, Google Home, etc.)
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

P (Base: Tiene conexión a Internet en su casa [P6 = 1].) **7. Valore la calidad de la conexión de su casa en una escala del 0 al 10, en la que 0 significa “muy mala” y 10, “muy buena”.**

Muy mala									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Muy buena	NS	NC
10	98	99

P (Base: No tiene conexión a Internet en su casa [P6.1 = No].) **8. ¿Cuáles son los motivos por los que no tiene conexión a Internet en su casa?**

(Respuesta espontánea. Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99.) (Especificar y codificar según categorías:)

1. Motivos económicos (No puedo permitirme la conexión / los dispositivos)
2. Motivos técnicos (falta de conexión, mala calidad de la fibra, dispositivos no apropiados)

3. Falta de habilidades (No sé usar Internet)
4. Falta de motivación/interés (No me interesa / No necesito Internet)
5. Diversidad funcional
6. Motivos éticos, de privacidad, de seguridad o ideológicos (No quiero ceder mis datos / Es por higiene digital / He decidido limitar los usos digitales)
7. Alternativas (No necesito tener conexión en casa, me conecto de otras formas)
95. Otros
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

2. Individuo: dispositivo móvil personal, conectividad y barreras

P 9. ¿Usted, personalmente, dispone de *smartphone* / teléfono inteligente / teléfono con conexión a Internet?

1. Sí
2. No
99. (No leer) NC

P (Base: Dispone de *smartphone* con conexión a Internet [P9 = 1].) 10. ¿Hace un uso restrictivo de los datos móviles o tiene que ahorrar en el uso de datos móviles?

1. Sí
2. No
99. (No leer) NC

P (Base: Hace un uso restrictivo de los datos móviles [P9 = 1 y P10 = 1].) 11. ¿Por qué tiene que ahorrar en el uso de datos móviles?

(Respuesta espontánea. Respuesta múltiple, excepto si se indica 98 o 99.)
(Especificar y codificar según categorías:)

1. Motivos económicos (La conexión o los dispositivos, no me los puedo permitir)
2. Motivos técnicos (Mi teléfono no permite la conexión o, si la permite, es de mala calidad)
3. Falta de habilidades (No sé usar Internet)
4. Falta de motivación/interés (No me interesa / No necesito datos en el móvil)
5. Diversidad funcional
6. Motivos éticos, de privacidad, de seguridad o ideológicos (No quiero dar mis datos / Es por higiene digital / He decidido limitar los usos digitales)
7. Alternativas (Me conecto de otros modos)
95. Otros
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

3. Uso, frecuencia de uso y barreras

P 12. ¿Con qué frecuencia suele usar Internet?

1. Cada día
2. Alguna vez a la semana
3. Alguna vez al mes
4. Alguna vez al año (esporádicamente)
5. Nunca (sugerirle a la persona que tal vez use WhatsApp, Facebook, Google, Movistar TV, Netflix o similares)
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

P (Base: Se conecta a Internet, como mucho, alguna vez al año [P12 = 4 o 5].)

13. ¿Por qué no utiliza Internet con más frecuencia?

(Respuesta espontánea. Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99.)
(Especificar y codificar según categorías:)

1. Motivos económicos
2. Motivos técnicos (falta de conexión, mala calidad de la fibra, dispositivos no apropiados)
3. Falta de habilidades (No sé usar Internet)
4. Motivación/interés (No me interesa / No necesito Internet)
5. Diversidad funcional
6. Motivos éticos, de privacidad, de seguridad o ideológicos (No quiero dar mis datos / Es por higiene digital / He decidido limitar los usos digitales)
7. Alternativas (Alguna persona lo hace por mí, no me encargo yo)
95. Otros
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

P (Base: Se conecta a Internet, al menos, alguna vez al mes [P12 = 1, 2 o 3].) **14. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se identifica más?**
(Respuesta única)

1. Me conecto a Internet siempre que lo necesito y en cualquier lugar donde lo necesito
2. Me gustaría conectarme más a menudo a Internet, pero existen limitaciones que me lo impiden
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

P (Base: Se conecta a Internet, al menos, alguna vez al mes [P12 = 1, 2 o 3].) **15. ¿Cuál de las siguientes situaciones se identifica más?**
(Respuesta única)

1. Por lo general, necesito ayuda para usar Internet
2. Por lo general, no necesito ayuda, pero no podría ayudar a otra persona a usar Internet
3. Por lo general, puedo ayudar a otras personas a usar Internet
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

P (Base: Se conecta a Internet, al menos, alguna vez al mes [P12 = 1, 2 o 3].)

16. ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades a través de Internet?

(Rotar los elementos) (Especificar y codificar según categorías:)

1. Cada día
2. Alguna vez a la semana
3. Alguna vez al mes
4. Alguna vez al año (esporádicamente)
5. Nunca
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

	1 2 3 4 5 98 99
P16.1. Usar el correo electrónico	
P16.2. Enviar mensajes tipo WhatsApp, Telegram, etc.	
P16.3. Hacer videollamadas de teléfono por Internet (por Zoom, Skype, WhatsApp, etc.)	
P16.4. Utilizar las redes sociales	
P16.5. Jugar a videojuegos online o a juegos de azar, o participar en apuestas online	
P16.6. Consultar noticias en webs específicas o buscar información práctica (periódicos, enciclopedias, billetes, entradas, etc.)	
P16.7. Comprar cualquier tipo de producto o servicio por Internet	
P16.8. Vender productos a través de Internet (p. ej., en Wallapop)	
P16.9. Consumir contenidos audiovisuales online de pago, culturales, deportivos o de ocio (de tipo Netflix)	
P16.10. Consumir contenidos audiovisuales online gratuitos, culturales, deportivos o de ocio (de tipo YouTube)	
P16.11. Realizar trámites bancarios por Internet (incluye Bizum)	
P16.12. Realizar trámites con la Administración pública por Internet	
P16.13. Pedir citas médicas o realizar consultas médicas por Internet	
P16.14. Redactar y presentar trabajos de clase, o trabajar con otros alumnos por Internet (p. ej., en Google Class)	
P16.15. Usar plataformas de trabajo colaborativo y/o una intranet	



- P** (Base: Realiza gestiones por Internet, al menos, alguna vez al año (esporádicamente) [P16.11 o P16.12 o P16.13 = 4 o 5].) **17. ¿Por qué no realiza la siguiente actividad con más frecuencia?** (Respuesta espontánea. Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99.)
1. Motivos de capacitación (No sé hacerlo)
 2. Motivos motivacionales (No me interesa / No me gusta)
 3. Motivos económicos
 4. Motivos técnicos (falta de conexión o de dispositivos)
 5. Diversidad funcional
 6. Tengo alternativas (Alguna persona lo hace por mí, no me encargo yo)
 7. Va en contra de mis valores
 8. Por el tratamiento de los datos personales y la seguridad
 9. Realizo gestiones por Internet con la frecuencia con la que lo necesito
 95. Otros
 98. (No leer) NS
 99. (No leer) NC

	1 2 3 4 5 6 7 8 9 98 99
P17.11. Realizar trámites bancarios por Internet (incluye Bizum)	
P17.12. Realizar trámites con la Administración pública por Internet	
P17.13. Pedir citas médicas o realizar consultas médicas por Internet	

4. Habilidades, competencias digitales, y autonomía y confianza

Las competencias digitales son el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes que permiten un uso adecuado de las herramientas digitales.

- P** **18. Valore, en una escala del 0 al 10, el nivel de sus competencias digitales, en la que 0 significa “muy bajo” y 10, “muy alto”.** (Ayuda: por ejemplo, utilizar un ordenador o un teléfono móvil)

Muy bajo									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Muy alto	NS	NC
10	98	99

P 19. Cuando tiene alguna dificultad relacionada con la informática/Internet, ¿qué suele hacer?

(Respuesta única)

1. Intento resolverla por mí mismo/a, aunque sea buscando cómo hacerlo (en foros, tutoriales en vídeo, etc.)
2. Acudo a amistades, familiares o compañeros/as de trabajo
3. Acudo a profesionales del sector público o del tercer sector (punto TIC, Òmnia, asociaciones, etc.)
4. Acudo a profesionales del sector privado (gestoría, tienda de móviles, etc.)
95. Otros
96. (No leer) NS
97. (No leer) NC

P 20. En cuanto a las siguientes tareas digitales, ¿en qué casos considera que tiene conocimientos suficientes para completarlas?

(Rotar los elementos) (Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99)

Comunicarse con familiares, amistades, compañeros/as, etc., a través de Internet

1. Realizar trámites digitales con la Administración pública, el banco o el sistema médico
2. Proteger el ordenador de virus u otras infecciones informáticas
3. Obtener un mejor rendimiento de los dispositivos electrónicos
4. Cambiar algunos parámetros de la configuración de los dispositivos electrónicos, como el tamaño del texto, el contraste de la luz o el idioma
5. Instalar programas o aplicaciones en los dispositivos electrónicos
6. Publicar contenidos en Internet (en redes sociales, webs, blogs, etc.)
7. Gestionar la privacidad de los datos en Internet (p. ej., navegar en privado o gestionar las cookies)
8. Firmar con un certificado electrónico, DNI electrónico o equivalente
99. (No leer) NC

P 21. Valore, en una escala del 0 al 10, en la que 0 significa “nada de acuerdo” y 10, “totalmente de acuerdo”, en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase: “Siento confianza para poder afrontar cualquier reto digital que pueda surgir”.

Nada de acuerdo									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Totalmente de acuerdo	NS	NC
10	98	99

5. Aprovechamiento de Internet y exclusión, percepciones subjetivas

P 22. En el último año, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos ha sacado provecho o ha conseguido ser más eficaz, productivo/a o eficiente gracias a las herramientas digitales?

1. (Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99)
2. Relaciones sociales personales
3. Entretenimiento o intereses personales
4. Trabajo
5. Estudios
6. Trámites administrativos, bancarios, sanitarios, con hacienda, etc.
7. Información o recursos disponibles
8. Creación de contenidos (texto, imagen, vídeo) para compartir experiencias u opiniones
9. Compra, venta o alquiler de productos o servicios
10. (No leer) Ninguno de los ámbitos
11. (No leer) NS
12. (No leer) NC

P 23. Pensando en el último año, ¿con qué frecuencia se ha sentido excluido/a en algún momento por no utilizar alguna tecnología o elemento digital, ya sea por no poder o por no querer usarlo?

1. Constantemente
2. Con mucha frecuencia
3. De vez en cuando
4. Con poca frecuencia
5. Nunca
6. (No leer) NS
7. (No leer) NC

(Formulación alternativa de la pregunta: Pensando en el último año, ¿ha sentido que no ha podido participar en alguna actividad porque no ha utilizado herramientas digitales o Internet, ya sea por no poder o por no querer usarlas?)

P (Base: Se ha sentido excluido/a en este sentido, al menos, con alguna frecuencia [P23 = 1, 2, 3 o 4].) **24. ¿Qué factores le han provocado esa exclusión?** (Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99)

1. Falta de dispositivos o equipamiento
2. Falta de conexión/cobertura

3. Falta de dispositivos o servicios con diseño universal (que no se adaptan a mi discapacidad o diversidad funcional)
4. Falta de conocimientos
5. Falta de confianza en mis competencias
6. Falta de alguien que pudiera ayudarme
7. Falta de interés o motivación por utilizar las tecnologías digitales
8. Motivos de privacidad o ideológicos que me han hecho negarme a utilizar una tecnología
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

P (Base: No se ha sentido nunca excluido/a a este respecto [P23 = 5].) **25. ¿Cuáles son los factores clave que han propiciado que no se haya sentido excluido/a digitalmente?** (Respuesta múltiple, excepto si se contesta 98 o 99)

1. Tener dispositivos o equipamiento adecuados
2. Tener conexión/cobertura
3. Tener dispositivos o servicios con diseño universal (que se adaptan a mi discapacidad o diversidad funcional)

4. Tener conocimientos
5. Tener confianza en mis competencias
6. Tener a alguien que me ayudara
7. Tener interés o motivación por utilizar las tecnologías digitales
8. Otros
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

Formulación alternativa de la pregunta:

¿En algún momento se ha sentido obligado/a a usar herramientas digitales para participar, realizar o desarrollar alguna actividad, cuando le habría gustado hacerlo presencialmente o por teléfono?

6. Variables de clasificación

Por último, nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre su situación personal y familiar.

P 26. ¿Cuál es su actividad principal? (Respuesta única)

1. Trabajar (ya sea por cuenta propia o por cuenta ajena)
2. En paro
3. Jubilado/a o pensionista
4. Tareas no remuneradas (incluye las tareas del hogar)
5. Estudiar
6. Otras situaciones
99. (No leer) NC

P 27. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios terminados? (Respuesta única) (Especificar y codificar según categorías. Pedir aclaraciones, si es necesario.)

1. Sin estudios
2. Estudios primarios (educación primaria, EGB, etc.)
3. Estudios secundarios obligatorios (ESO, FPI y/o ciclos básicos, bachillerato elemental, etc.)
4. Estudios secundarios (bachillerato, BUP, bachillerato superior, FP II y/o

ciclos de grado medio o superior, cursos de especialización, COU, PREU, etc.)

5. Estudios universitarios (diplomatura, licenciatura, ingeniería, grado, máster, etc.)
99. (No leer) NC

Nota: Para análisis generales, se recomienda emplear tres categorías: nivel de estudios bajo (1, 2 o 3), medio (4) y alto (5).

P 28. ¿Tiene alguna diversidad funcional (auditiva, visual o de otro tipo) que le dificulte el acceso a Internet?

1. Sí
2. No
99. (No leer) NC

P 29. De las siguientes estructuras, ¿cuál describe mejor su hogar? (Respuesta única)

1. Persona sola
2. Pareja
3. Pareja con hijos/as
4. Familia monoparental con hijos/as
5. Pareja o familia monoparental con hijos/as y otros familiares
6. Otras situaciones
99. (No leer) NC



P 30. Los ingresos medios de los hogares catalanes son de 3.000 € al mes después de aplicar los impuestos (ingresos netos)⁹. ¿Dónde diría que se encuentra su hogar?

1. Muy por encima de la media
2. Un poco por encima de la media
3. Alrededor de la media
4. Ligeramente por debajo de la media
5. Muy por debajo de la media
98. (No leer) NS
99. (No leer) NC

Nota: Habrá que actualizar el valor del salario medio mensual neto de referencia. También se puede optar por usar la renta neta municipal, si se dispone de los datos.

P 31. En su hogar, ¿cómo se suele llegar a fin de mes?

1. Con mucha dificultad
2. Con dificultad
3. Con cierta dificultad
4. Con cierta facilidad
5. Con facilidad
6. Con mucha facilidad

7. (No leer) NS
8. (No leer) NC

P 32. ¿Dónde nació?

(Especificar y codificar. Volver a confirmar la zona, si no queda clara la respuesta.)

1. En Cataluña o en España
2. En otro país de la Unión Europea
3. En otro país de Europa (pero no en la Unión Europea)
4. En América Latina
5. En otro país americano (pero no de América Latina)
6. En África
7. En Asia
8. En Oceanía
99. (No leer) NC

Nota: Ver el comentario en la P5. Además, esta pregunta podría complementarse con la del lugar de nacimiento de los padres, para poder registrar las dinámicas migratorias de primera y segunda generación.

¡Muchas gracias por su colaboración!

⁹ Los ingresos medios netos anuales se han mensualizado para facilitar su interpretación. Los últimos datos disponibles son los correspondientes al 2022. Fuente: Idescat.

7. [Opcional] Servicios e infraestructuras municipales

Si se considera relevante, se puede incluir un módulo específico con el objetivo de analizar la valoración o el grado de conocimiento de determinadas actuaciones, servicios o infraestructuras municipales. En ese caso, la información que se recoja debe formar parte de los objetivos y del plan de análisis.

Dada la diversidad de intereses y casuísticas de las entidades locales, en esta guía práctica no proponemos ningún itinerario concreto de preguntas para valorar los servicios y las infraestructuras digitales de ámbito local. A modo de ejemplo, destacamos las principales temáticas que abordan las encuestas municipales analizadas para crear esta guía:

- Espacios donde está disponible, uso, frecuencia de uso y valoración de la Wi-Fi municipal.
- Conocimiento, uso, frecuencia de uso y valoración de los servicios digitales municipales. Motivos para no usarlos.
- Conocimiento, uso, frecuencia de uso y valoración de los trámites digitales con el Ayuntamiento. Facilidad de uso. Motivos para no usarlos.

La formulación concreta de las preguntas y la estructura de los bloques correspondientes pueden consultarse en las encuestas que se incluyen en la tabla 3 del anexo B.

Por último, se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos prácticos, si se incluye este módulo:

- Es aconsejable que la población objeto de estudio haya residido en el municipio durante un periodo mínimo de 12 meses. También se puede emplear el criterio del empadronamiento en lugar del de la residencia habitual. La pregunta P1 deberá formularse de acuerdo con estos requisitos.
- Es recomendable que el cuestionario termine siempre con las preguntas de clasificación.
- Para no alargar excesivamente la encuesta, habría que valorar si se debe eliminar alguna pregunta de otro bloque.



Anexo B

Otros cuestionarios

La tabla de debajo recoge los enlaces a los cuestionarios que han servido de base para diseñar la propuesta genérica del anexo A.

Tabla 3. Ejemplos de cuestionarios sobre inclusión/exclusión digital, por orden cronológico de realización del estudio.

Estudio	Año
Encuesta sobre brecha digital en la ciudad de Barcelona (en catalán)	2020
Encuesta sobre brecha digital en Hospitalet de Llobregat (en catalán)	2022
Encuesta sobre brecha digital en Mataró (en catalán)	2022
Encuesta sobre brecha digital en España (Fundación Ferrer i Guàrdia) Disponible por petición a: fundacio@ferrerguardia.org	2022

(Consultados: 28-3-2024)

Ejemplos de indicadores

Tabla 4. Ejemplos de indicadores y preguntas asociadas.

Concepto	Pregunta del cuestionario ¹⁰
<p>Uso de Internet Persona usuaría habitual de Internet: se conecta al menos una vez al mes Persona no usuaria: no se conecta nunca o, si lo hace, es esporádicamente (alguna vez al año)</p>	P12
<p>Inclusión/exclusión digital Exclusión digital: Percepción de exclusión digital constantemente, con mucha frecuencia o de vez en cuando Inclusión digital: percepción de exclusión digital con poca frecuencia o nunca</p>	P23

¹⁰ Véase el anexo A

Subcontratación de la encuesta

Para la contratación de la realización de la encuesta, puede llevarse a cabo un contrato menor o bien una licitación. Si bien el objetivo de esta guía práctica no es proporcionar herramientas de contratación, en la tabla de debajo se ofrecen modelos de tres documentos relacionados.

Tabla 5. Modelos de documentos relacionados con la contratación de una encuesta.

Pliego de prescripciones técnicas
Pliego de cláusulas particulares
Informe justificativo de la necesidad

(Consultados: 28-3-2024)

Anexo C

Empresas de estudios de mercado y de opinión pública

Para la realización de la encuesta, se recomienda subcontratar a una empresa de estudios de mercado y opinión pública. En España hay más de 250 y, a la hora de elegir una, se aconseja tener en cuenta dos aspectos:

→ En primer lugar, que disponga del certificado correspondiente a la norma ISO 20252 (Investigación de mercado, social y de opinión, incluidos *insights* y analítica de datos). Esta certificación garantiza el uso de estándares de alta calidad consensuados a nivel internacional en todas las fases del proceso de investigación.

→ En segundo lugar, que sea una entidad o empresa incluida en la categoría *L 03 Servicios para la realización de encuestas, tomas de datos y otros servicios análogos* de la Clasificación Empresarial del Ministerio de Hacienda y Función Pública. Dicha clasificación avala la solvencia económica y técnica de las empresas licitadoras en los contratos de obras o servicios.

Por último, también puede resultar útil revisar con qué proveedores han trabajado las entidades que ya han llevado a cabo estudios sobre brecha digital, como los que se mencionan en la tabla 3 del anexo B.

Un programa de:



red.es



Mobile
WorldCapital
Barcelona