



RESULTADOS FINALES

ENCUESTA NACIONAL DE OPINIÓN SOBRE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)



Resultados Finales
Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de
Información y Comunicación



ÍNDICE

FICHA TÉCNICA	7
RESULTADOS A NIVEL GENERAL.....	13
Equipamiento y servicios TIC	14
Gasto en equipamiento y servicios TIC.....	18
Uso y actividades de uso del equipamiento y servicios TIC	36
Medios de comunicación.....	42
RESULTADOS PARA INTERNAUTAS	55
Información general	56
Internet móvil.....	65
Uso y frecuencia de uso de Internet.....	71
Redes sociales	78
Relaciones en Internet	92
Comunidades digitales.....	96
Calificación a servicios por Internet	101
Habilidades TIC de la población internauta.....	107
Seguridad de la información.....	116
Software libre	119
Uso de Internet para estudios.....	121
Uso de Internet para actividad económica laboral.....	126
Banca por Internet	130
Comercio electrónico	134
Gobierno electrónico.....	152
RESULTADOS PARA NO INTERNAUTAS.....	169

Resultados Finales de la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación

Este documento ha sido elaborado por la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación.

Se autoriza la reproducción total o parcial de este documento citando la fuente, así como el uso del mismo para obras derivadas que se distribuyan en las mismas condiciones.

La Paz, Bolivia

2017

FICHA TÉCNICA

a) Marco muestral. La encuesta estuvo dirigida a los internautas de 14 y más años de las áreas urbana y rural de Bolivia.

Internauta: Aquella persona que tuvo acceso a Internet al menos una vez en los últimos 30 días previos a la encuesta.

No Internauta: Aquella persona que no navega por Internet o que lo hizo hace más de 30 días al momento de la realización de la encuesta.

b) Nivel de confianza. Se tiene un nivel de confianza del 95%.

c) Error muestral. Se tiene un error muestral de $\pm 1.3\%$ para el conjunto de la muestra a nivel nacional y de $\pm 4\%$ a nivel departamental, usando fórmulas estándar para el cálculo de error de muestreo.

d) Tamaño de la muestra. 5.536 encuestas (base agregada conformada por 5.033 encuestas a Internautas y 503 a No Internautas).

e) Cuestionarios. Los cuestionarios se aplicaron mediante entrevista personal en los hogares.

- El Cuestionario A (para Internautas) está conformado por 170 preguntas, divididas en 13 bloques.
- El Cuestionario B (para No Internautas) tiene 71 preguntas, divididas en 5 bloques.

Los cuestionarios tienen preguntas dicotómicas, de selección múltiple, de escala de calificación y abiertas.

Cuestionario A (Internautas) Bloques de preguntas	Cantidad de preguntas
Bloque 1. Preguntas filtro	3
Bloque 2. Acceso y uso de equipamiento y servicios TIC	39
Bloque 3. Hábitos en el acceso a Internet	7
Bloque 4. Gobierno electrónico	18
Bloque 5. Uso de Internet para estudios	5
Bloque 6. Uso de Internet para la actividad económica o laboral	4
Bloque 7. Comercio electrónico	18
Bloque 8. Banca por Internet	4
Bloque 9. Redes sociales	23
Bloque 10. Uso de otros servicios en Internet	7
Bloque 11. Información y TIC	12
Bloque 12. Habilidades informáticas	11
Bloque 13. Sociodemográficas	19

Cuestionario B (No Internautas) Bloques de preguntas	Cantidad de preguntas
Bloque 1. Preguntas filtro	3
Bloque 2. Razones para no usar Internet	4
Bloque 3. Acceso y uso de equipamiento y servicios TIC	33
Bloque 4. Información y TIC	12
Bloque 5. Sociodemográficas	19

f) Estratos de la muestra y selección de Puntos Muestrales (PM).

En coordinación con la empresa encuestadora, se definieron los siguientes estratos y número de localidades (PM) que debían conformar cada estrato para la muestra:

Estratos	Puntos muestrales (PM)
Ciudades capitales y El Alto	10
Ciudades intermedias (Más de 10.000 habitantes)	20
Centros poblados (de 2.000 a 10.000 habitantes)	21
Localidades rurales (Menos de 2.000 habitantes)	44

Se realizó una selección aleatoria de las localidades que conforman cada estrato (en base a su peso poblacional por departamento, de acuerdo a datos del Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2012), con excepción del estrato 1: ciudades capitales y El Alto, en donde se tomaron en cuenta las 10 ciudades capitales.

A continuación, la cantidad final de muestra asignada por departamento.

Departamento	Universo	Muestra		
	Población mayor de 14 años	Internauta	No Internauta	Total
Beni	280589	499	46	545
Chuquisaca	400067	572	43	615
Cochabamba	1250501	526	72	598
La Paz	1988239	548	115	663
Oruro	352301	482	39	521
Pando	72474	593	54	647
Potosí	560875	597	64	661
Santa Cruz	1856565	695	46	741
Tarija	351020	521	24	545
Bolivia	7112631	5033	503	5536

g) Tipo de muestreo. Multietápico por conglomerados.

En las ciudades capitales, la Unidad Primaria de Muestreo (UPM) estuvo conformada por las zonas censales establecidas por el INE para el Censo Nacional de Población y Vivienda del 2012. La selección de las zonas censales que fueron incluidas en la muestra fue aleatoria. En un segundo momento se realizó una selección aleatoria de manzanos y, como tercer paso, se identificaron, nuevamente de forma aleatoria, los hogares. Finalmente, en los hogares se realizó una selección sistemática de las personas de 14 años y más, siendo estas personas las Unidades Finales de Muestreo (UFM).

En las ciudades intermedias y en los centros poblados se enumeraron los manzanos. Se dividió el total de la muestra entre cinco (cinco entrevistas por manzano), obteniéndose el número de manzanos a ser seleccionados. Los manzanos fueron seleccionados de manera aleatoria; en cada uno de ellos se contó las viviendas y, de manera aleatoria, se seleccionó las cinco viviendas donde se realizaron las encuestas.

A las localidades rurales, menores a 2.000 habitantes y con configuración dispersa, se las dividió en cuatro cuadrantes a partir del centro de la localidad. A cada cuadrante le correspondió un cuarto de la muestra asignada a la localidad. A partir de un conteo de las viviendas en el cuadrante, se hizo un salto sistemático para seleccionar aquellas en donde se realizarían las encuestas.

h) Trabajo de campo. En una primera etapa se relevaron 1.546 encuestas, tanto a Internautas como a No Internautas. Esta primera etapa se extendió del 3 al 12 de diciembre de 2016.

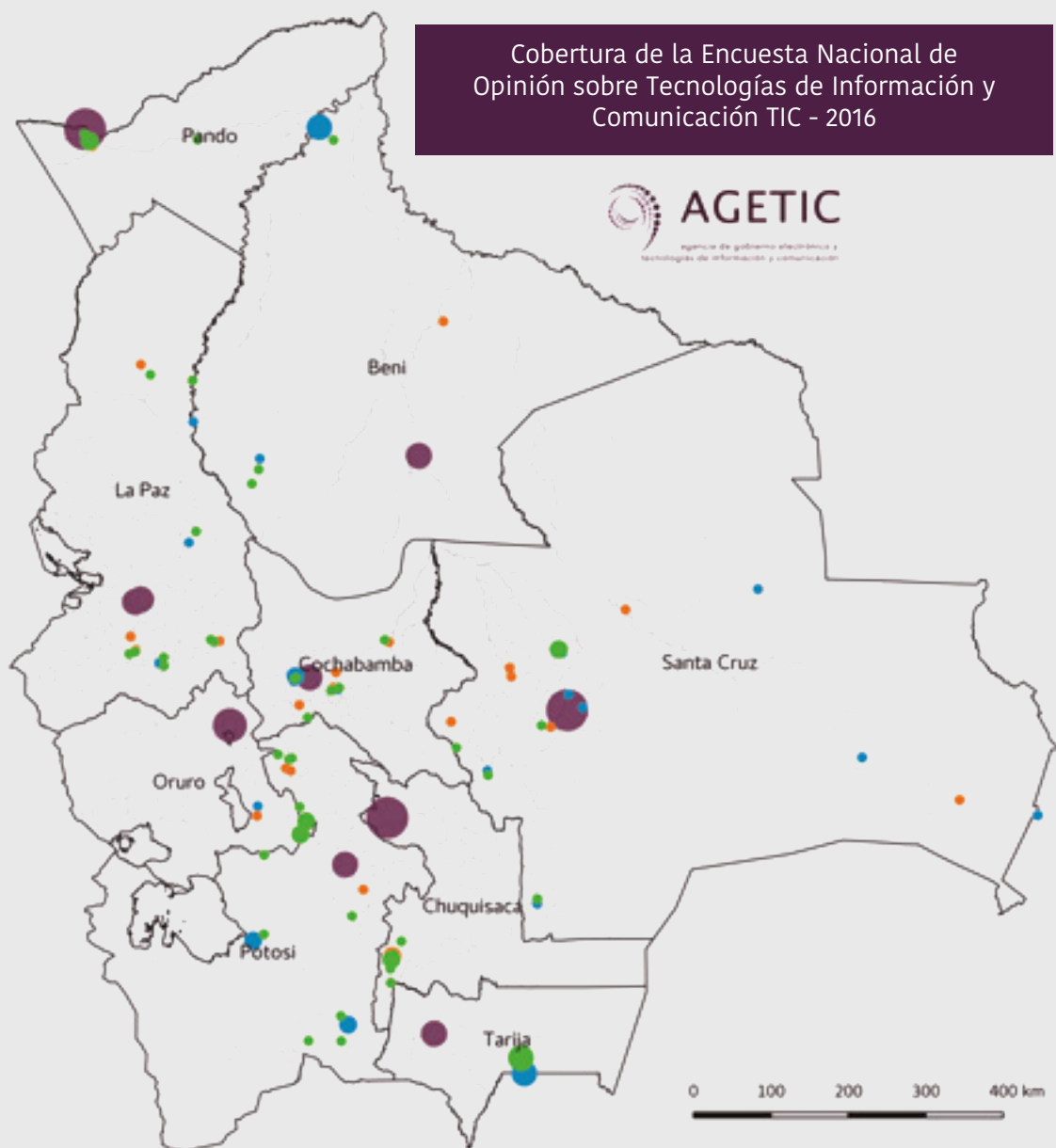
La muestra fue completada en una segunda etapa de trabajo de campo, que se realizó entre el 14 al 18 de diciembre de 2016. En esta segunda etapa ya no se aplicó la encuesta a personas que ingresaban en la categoría de “No Internautas” (por no ser la población objetivo de la encuesta) y solo se hizo un conteo de las mismas.

i) Fecha de realización. 3 al 18 de diciembre de 2016.

j) Ponderadores de la base de datos. La base de datos contiene dos tipos de ponderaciones:

- **Ponderador para la muestra de 5536.** Es resultado de la ponderación ajustada por departamento, por localidad (urbana/rural) y tipo de entrevistado (Internauta y No Internauta). Su aplicación permitirá obtener estadísticas y frecuencias con representatividad a nivel nacional, por estrato geográfico y tipo de entrevistado para la población mayor de 14 años.
- **Ponderador para la muestra de 5033.** Corresponde a la población objetivo: Internautas mayores de 14 años. Es resultado de la ponderación ajustada por departamento y localidad (urbana/rural). Su aplicación permitirá obtener estadísticas y frecuencias con representatividad a nivel nacional, departamental y estrato geográfico para la población mayor de 14 años.

Cobertura de la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación TIC - 2016



Número de encuestas

0 - 50

50 - 100

100 - 200

200 - 300

300 - 420

□ Límite departamental (referencial)

□ Límite municipal (referencial)

Área geográfica

■ Capitales de departamento y El Alto

■ Ciudades intermedias (Más de 10.000 habitantes)

■ Centros poblados (De 2.000 a 10.000 habitantes)

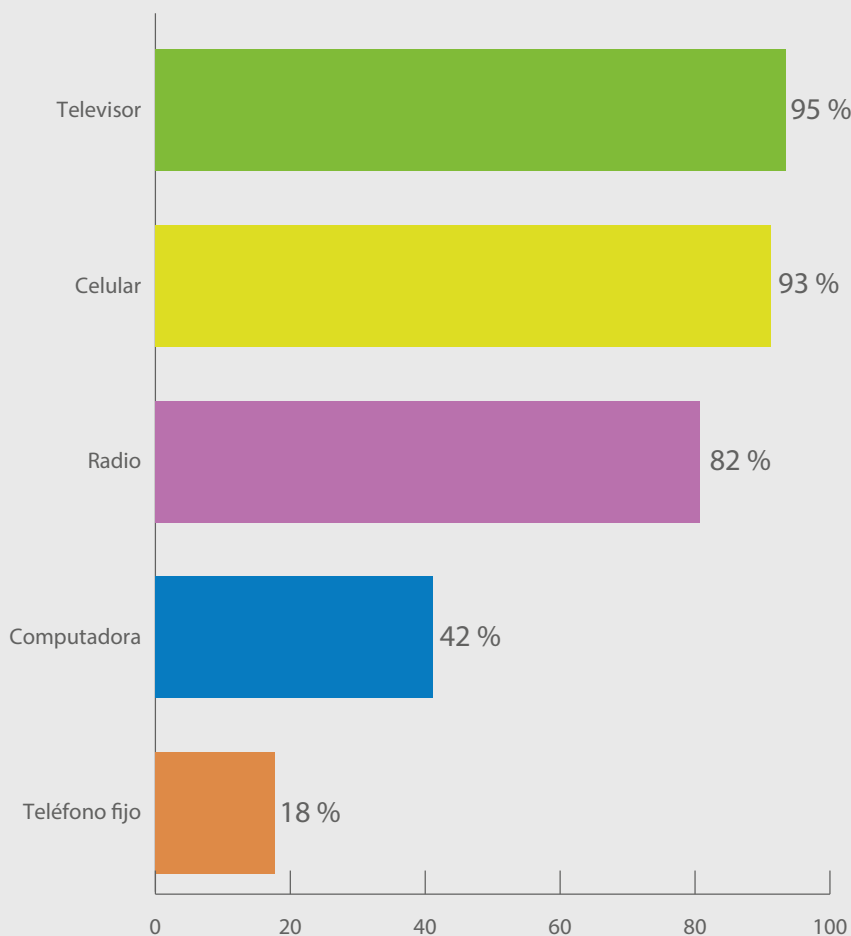
■ Localidades rurales (Menos de 2.000 habitantes)

RESULTADOS A NIVEL GENERAL

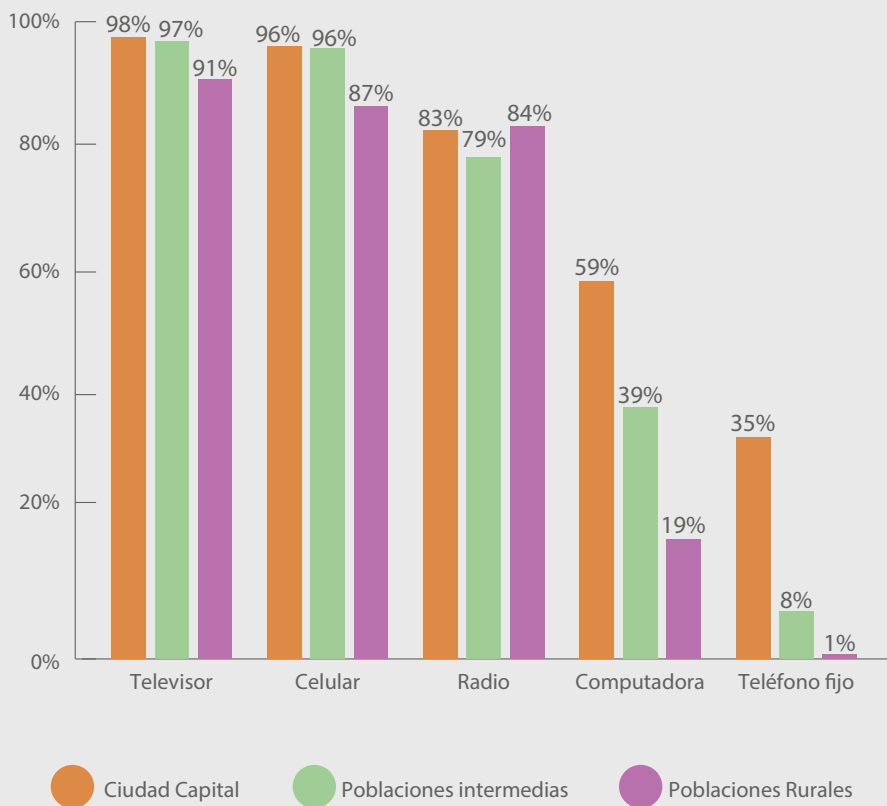
Para la población mayor a 14 años
(Internautas y No internautas)

Equipamiento y servicios TIC

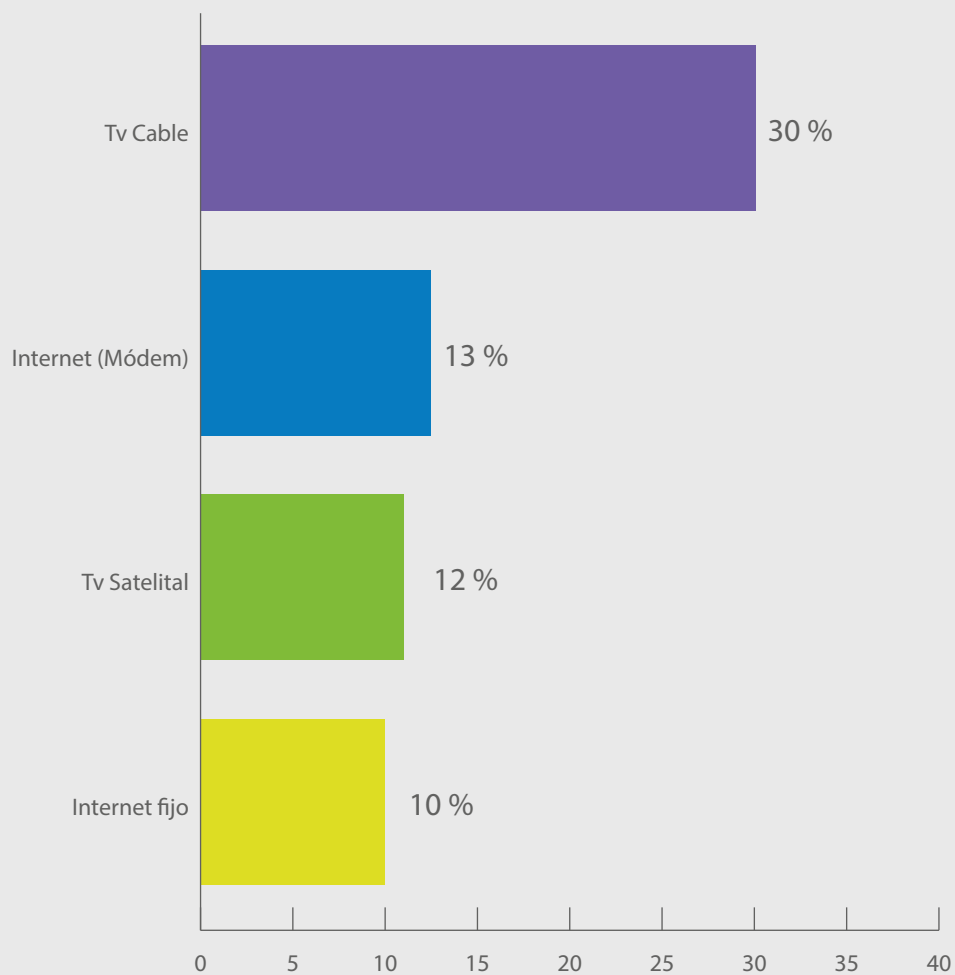
Equipamiento TIC: dispositivos tecnológicos con los que cuenta la población mayor de 14 años



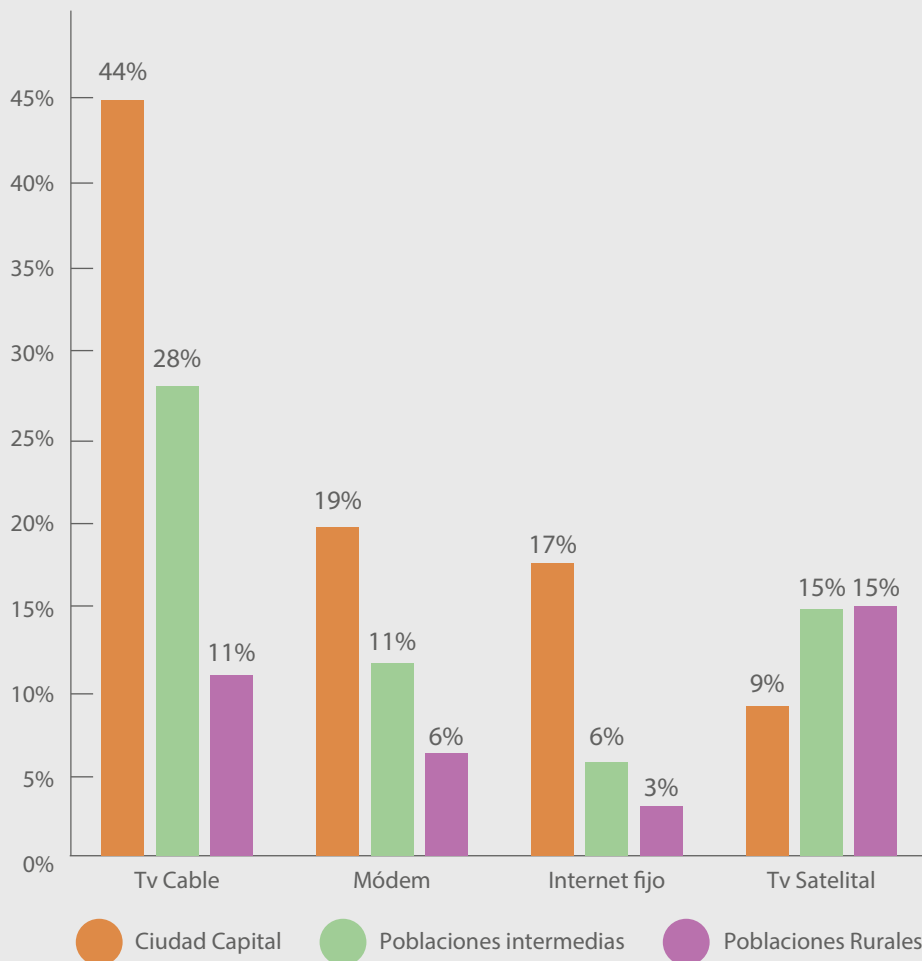
Equipamiento TIC por zona geográfica



Servicios TIC con los que cuenta la población mayor de 14 años



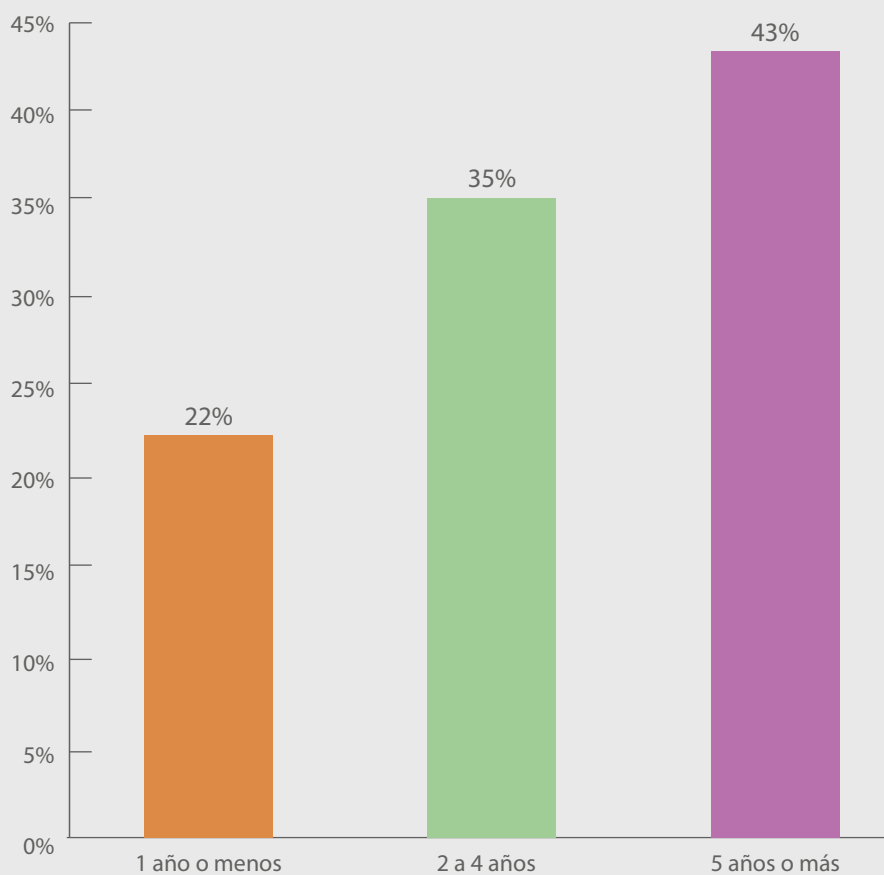
Servicios TIC por zona geográfica

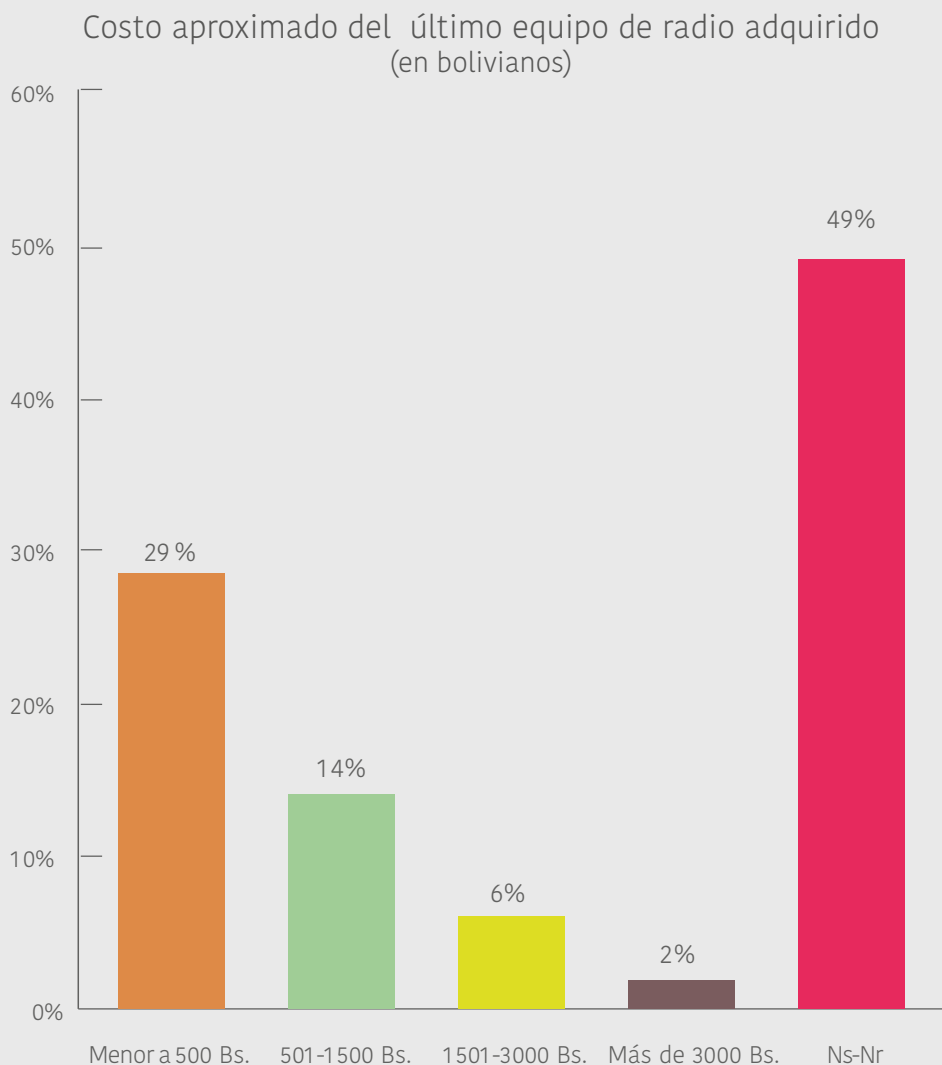


Gasto en equipamiento y servicios TIC

Radio

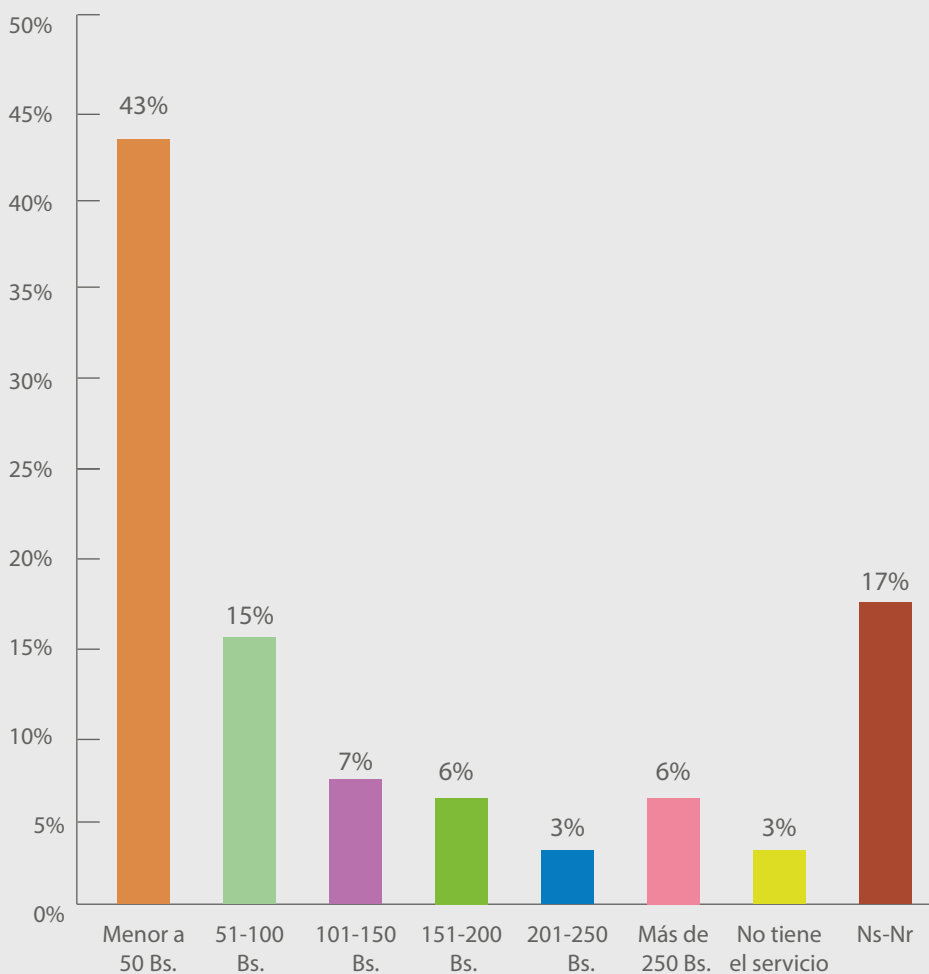
Tiempo (años) desde la última compra de un equipo de radio





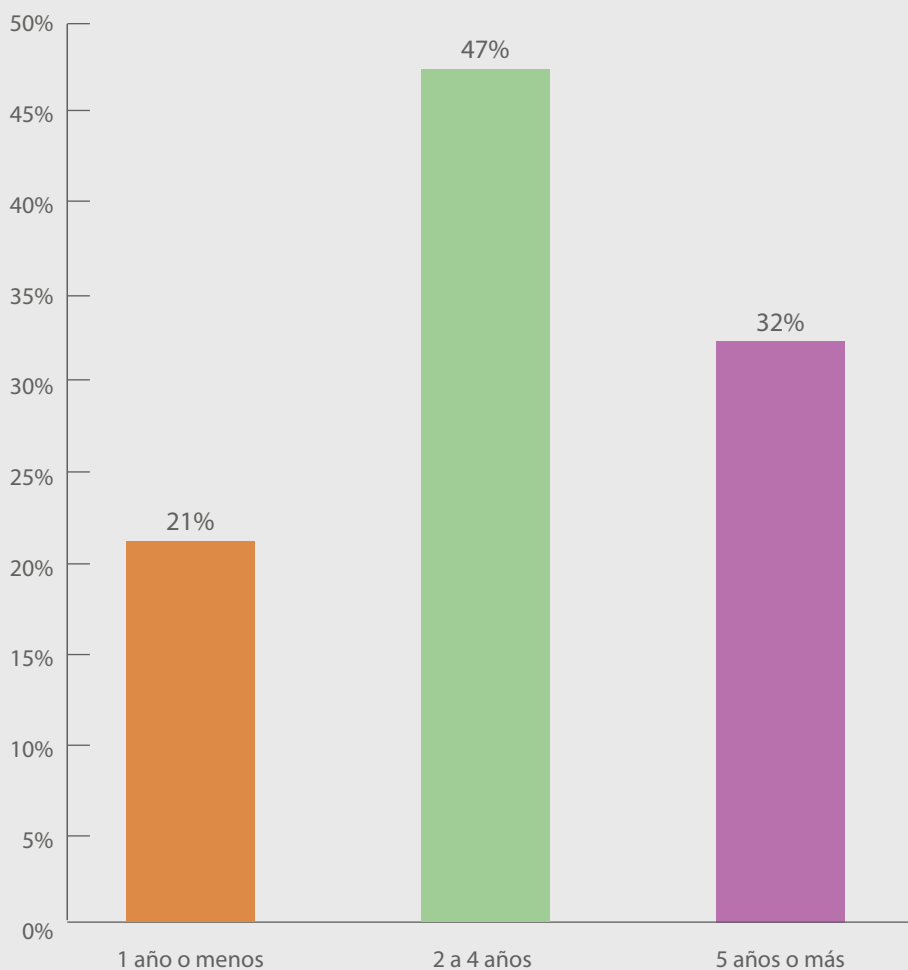
Teléfono fijo

Gasto mensual por el servicio de telefonía fija
(en bolivianos)

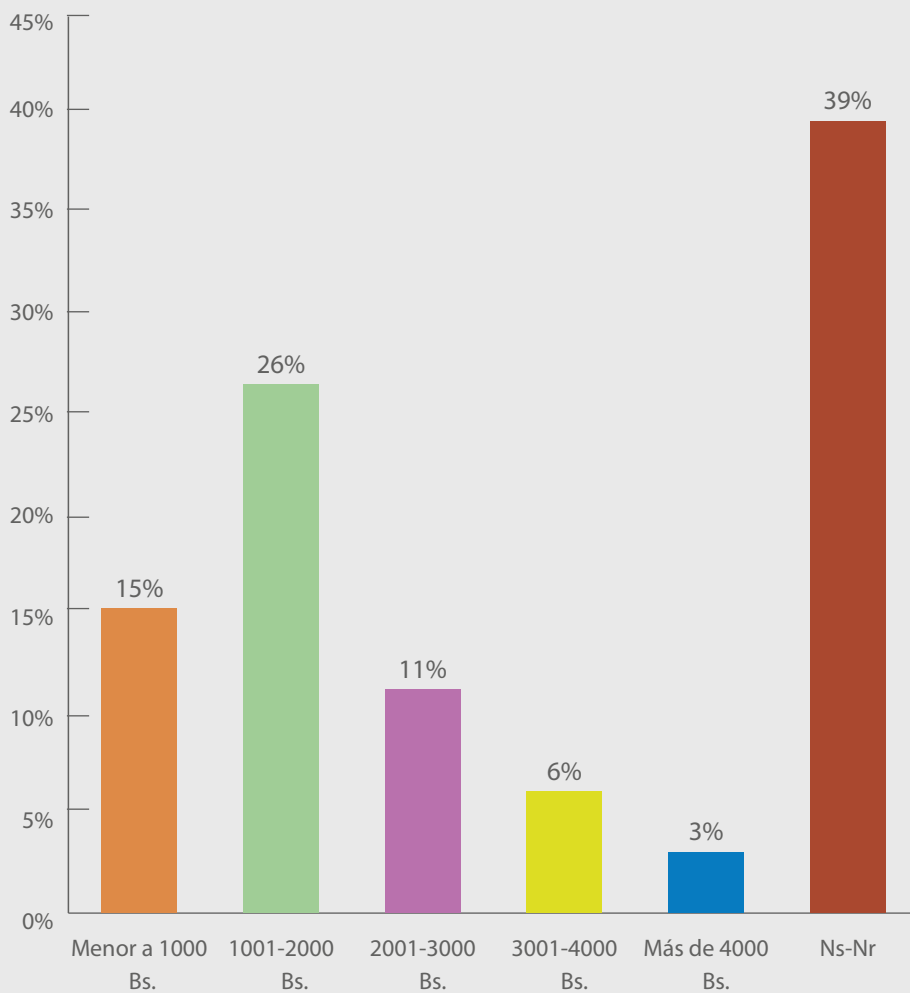


Televisor

Tiempo (años) desde la última compra de un
equipo de televisión

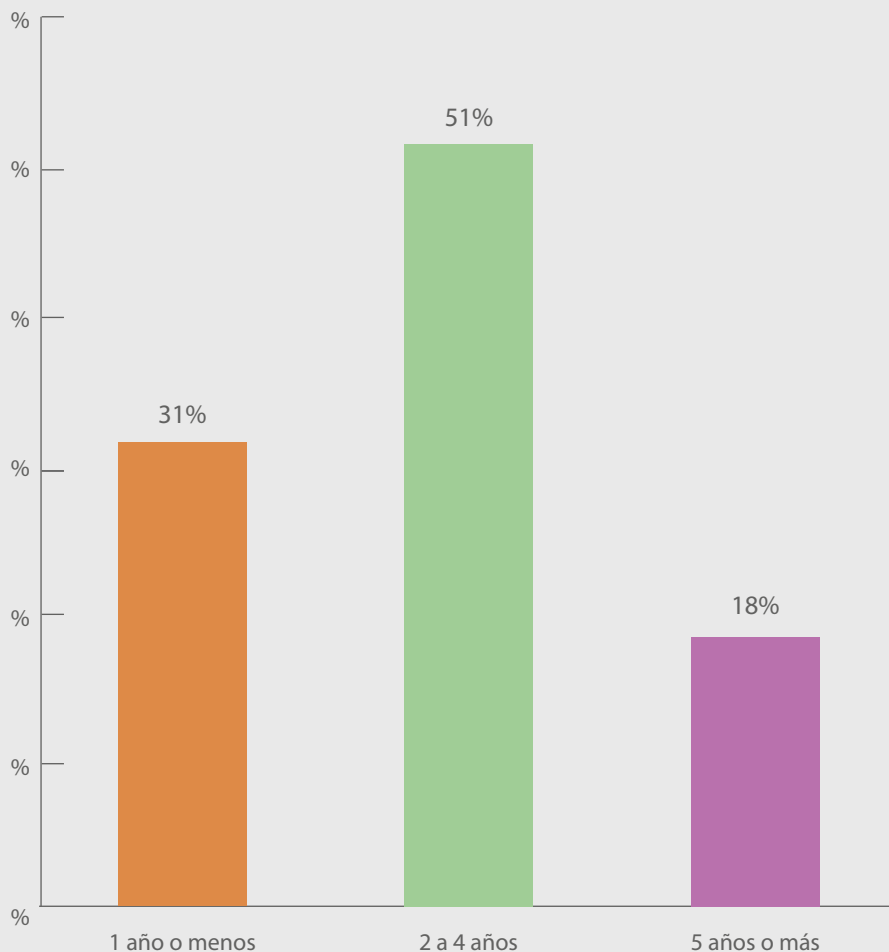


Costo aproximado del último equipo de televisión adquirido (en bolivianos)

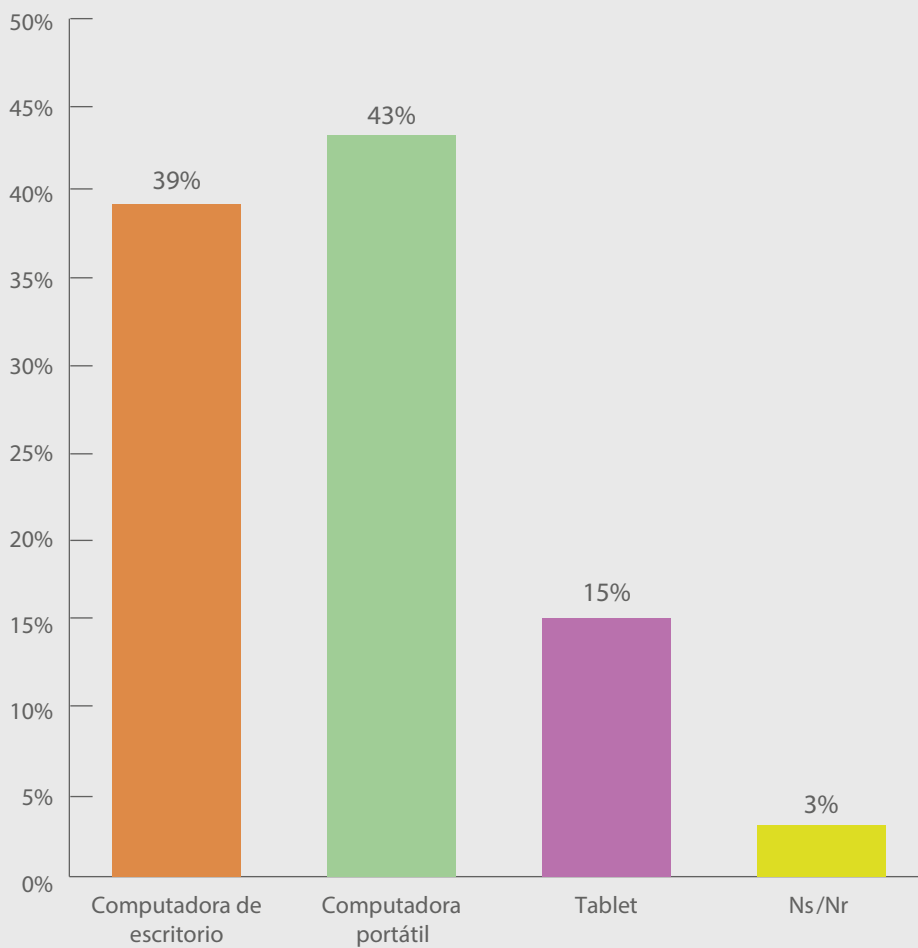


Computadora

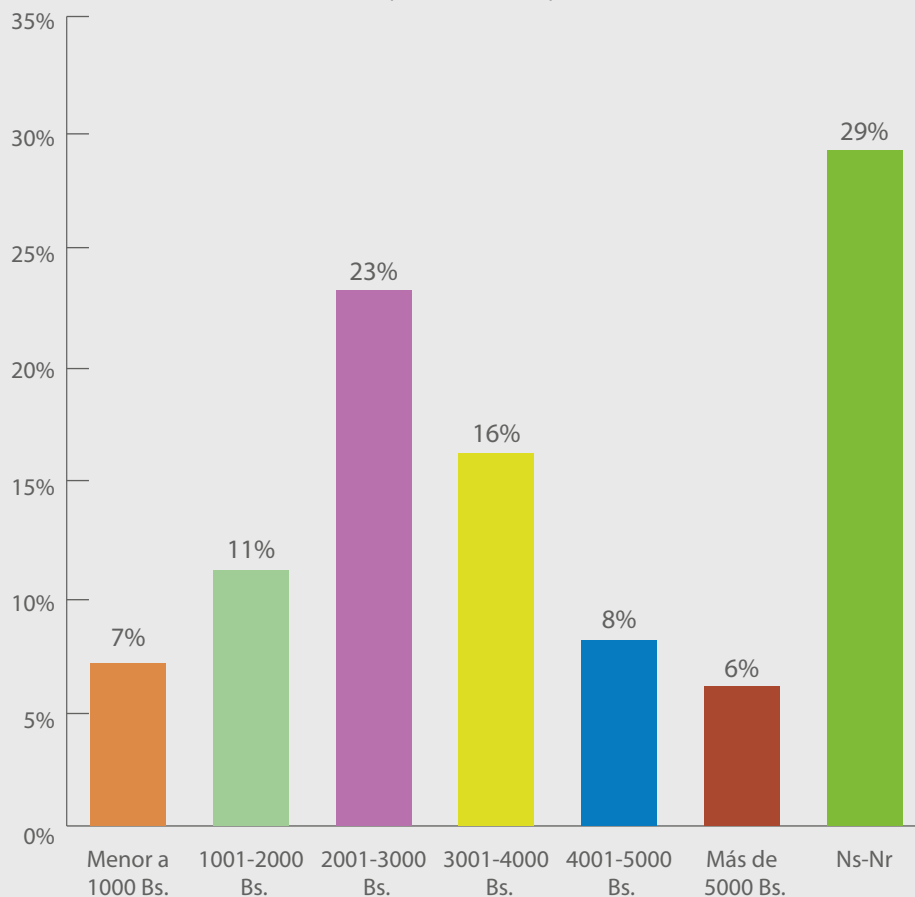
Tiempo (años) desde la última compra de una
computadora de escritorio, portátil o tablet



Tipo de equipo de computación adquirido

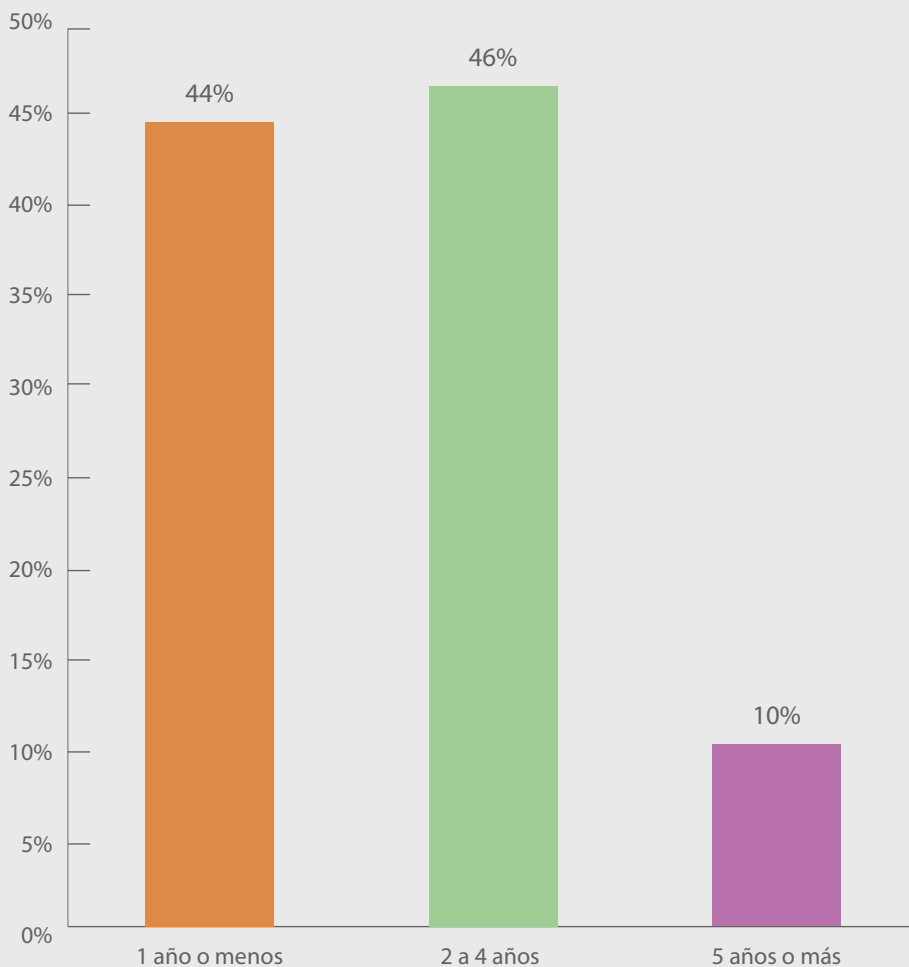


Costo aproximado de la última compra de
computadora de escritorio, portátil o tablet
(en bolivianos)

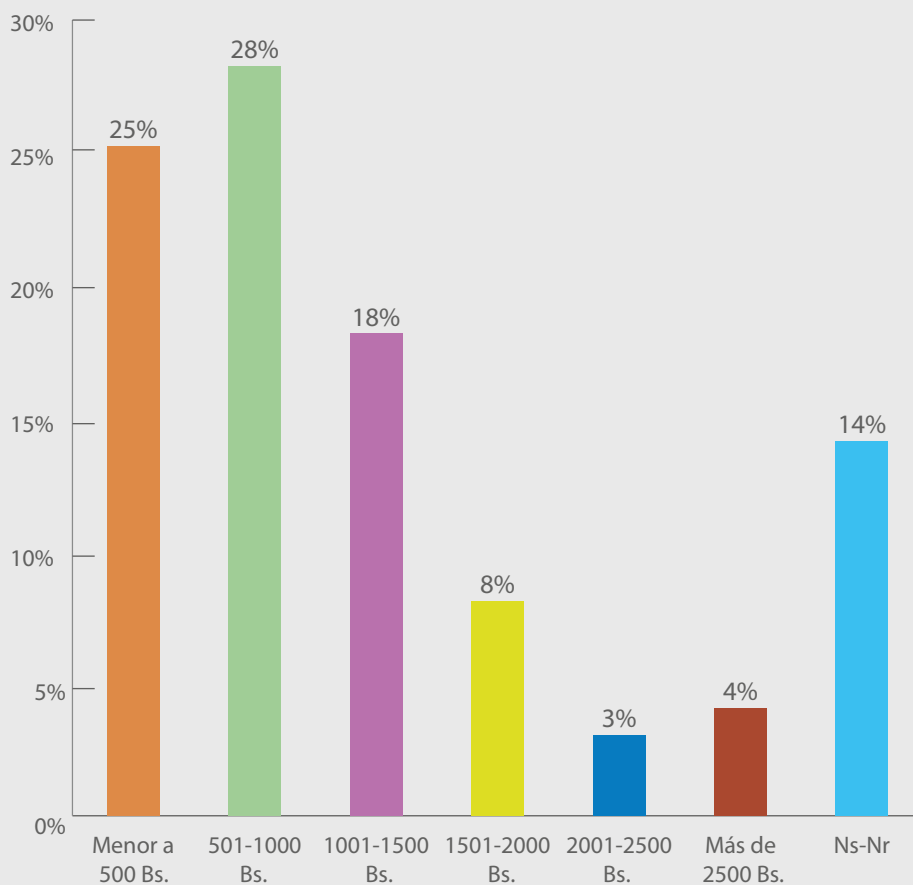


Celular

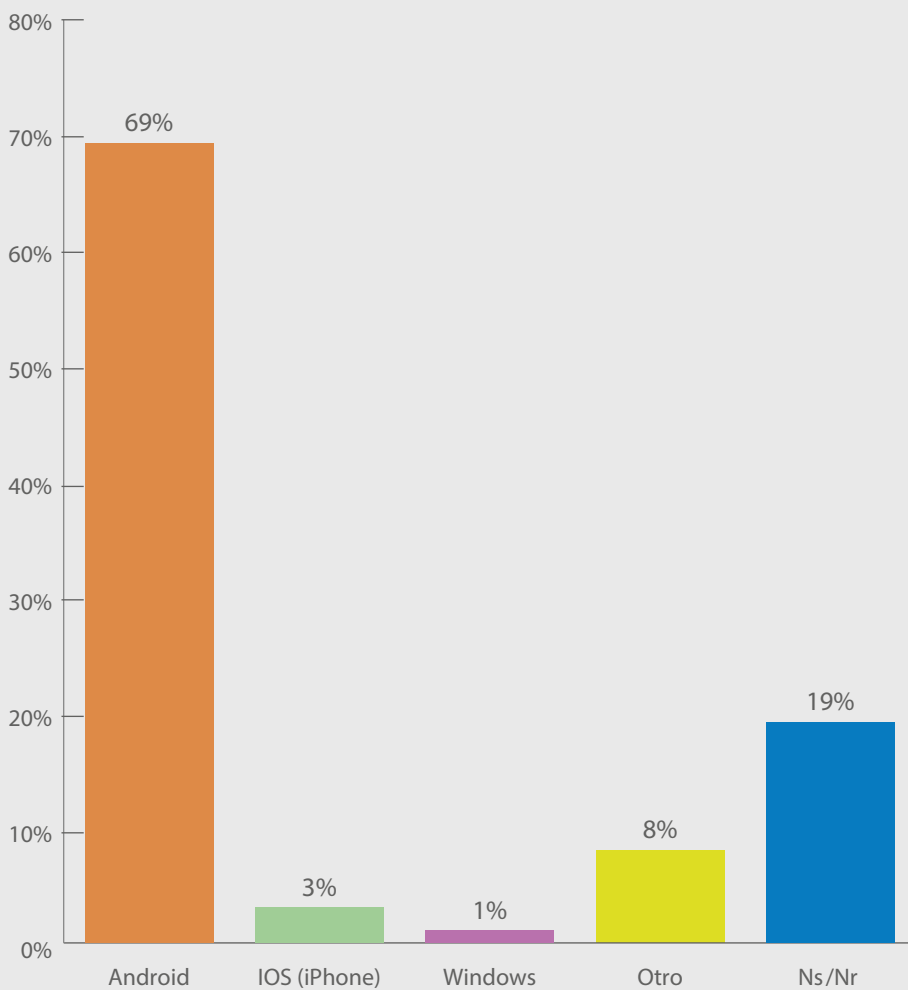
Tiempo (en años) desde la última compra de un celular



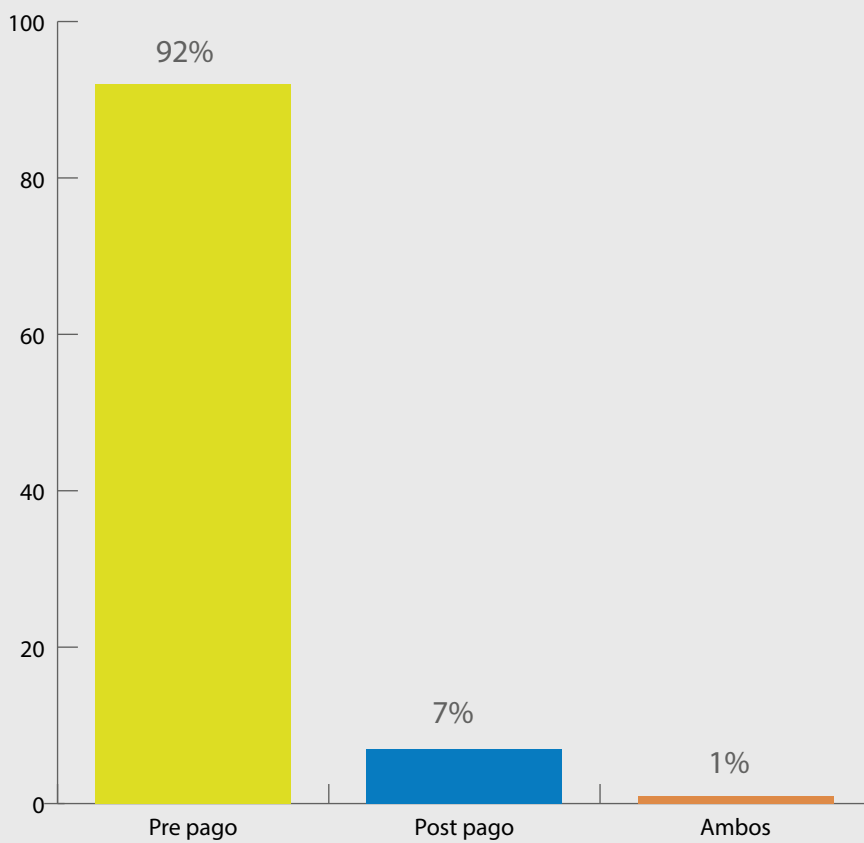
Costo aproximado del último celular adquirido (en bolivianos)



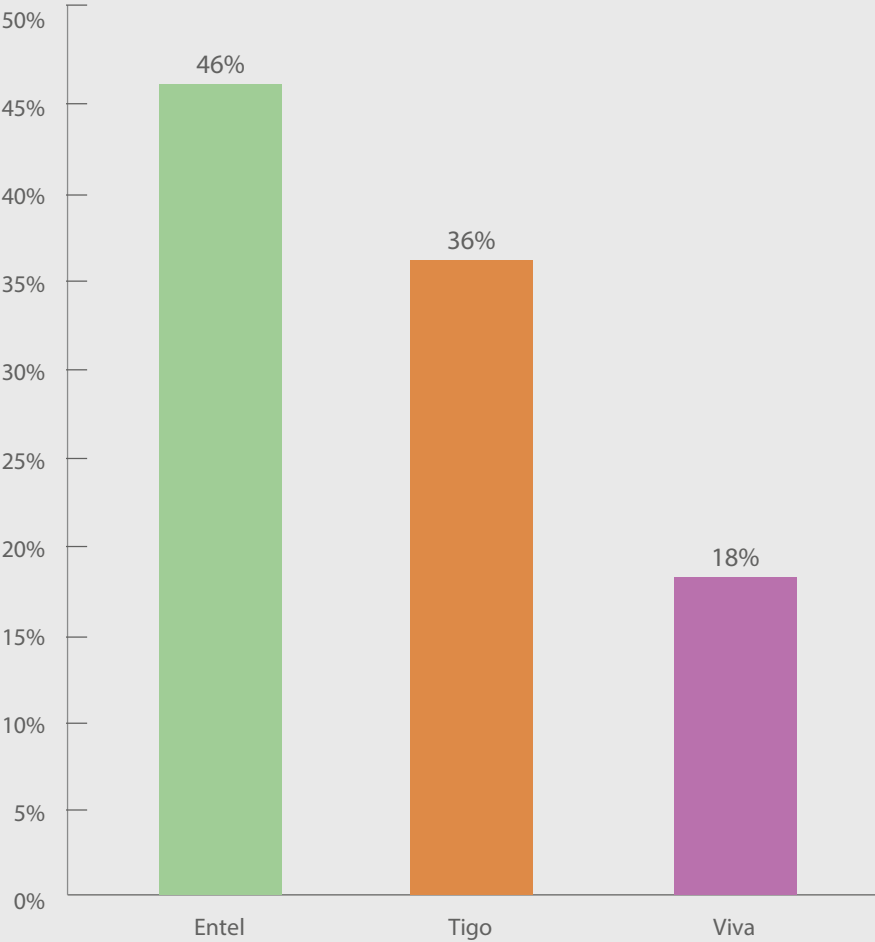
Tipo de sistema operativo del celular



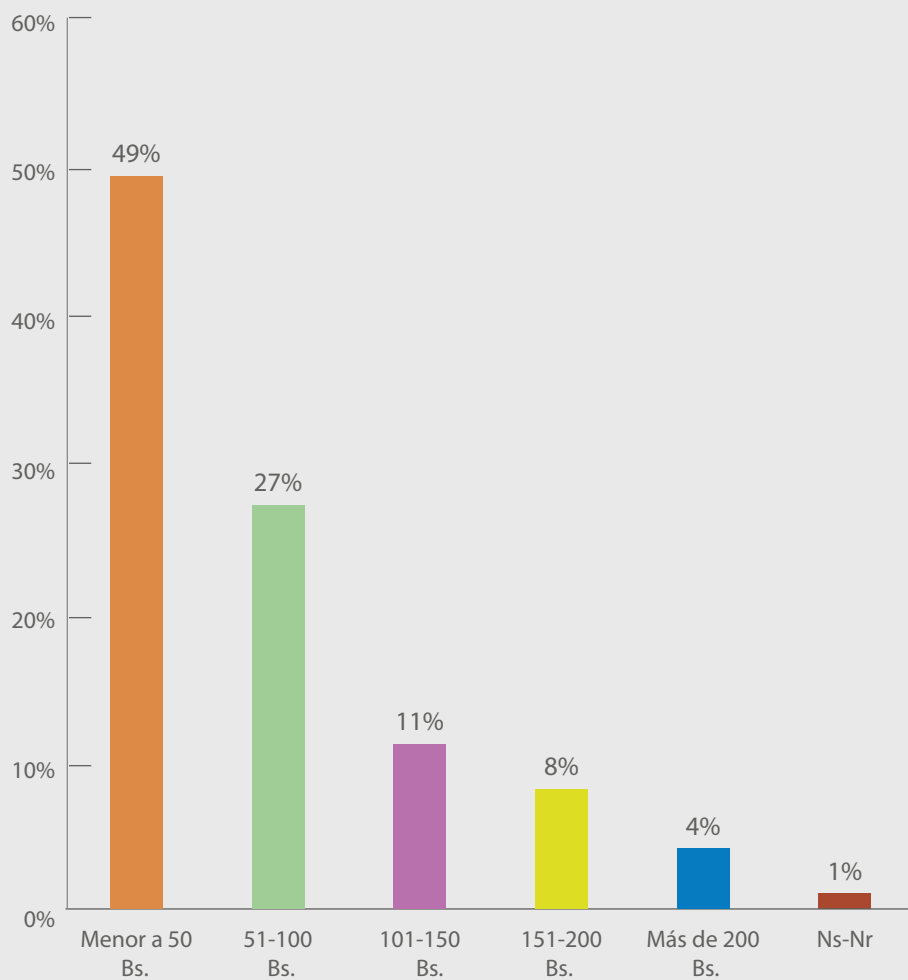
Tipo de plan de pago del servicio de telefonía móvil



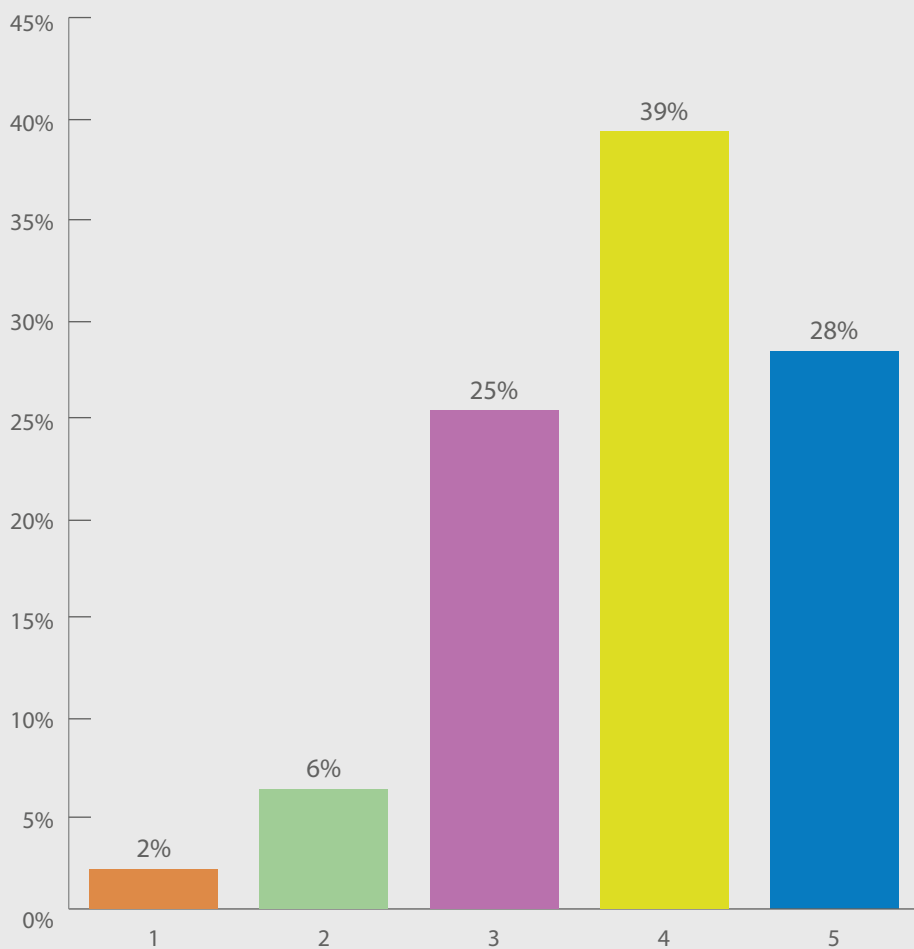
Empresa que provee el servicio de telefonía móvil



Gasto mensual promedio por el servicio de llamadas telefónicas y mensajes de texto (en bolivianos)

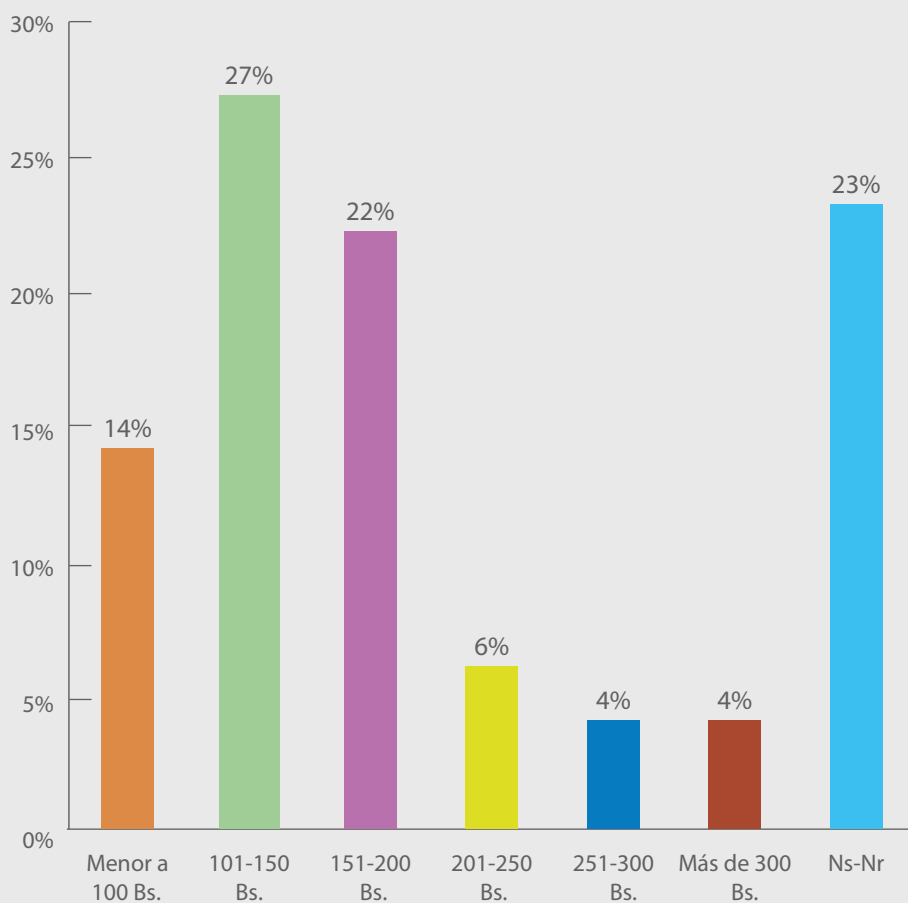


Calificación al servicio de llamadas telefónicas y mensajes de texto (1 pésimo, 5 excelente)



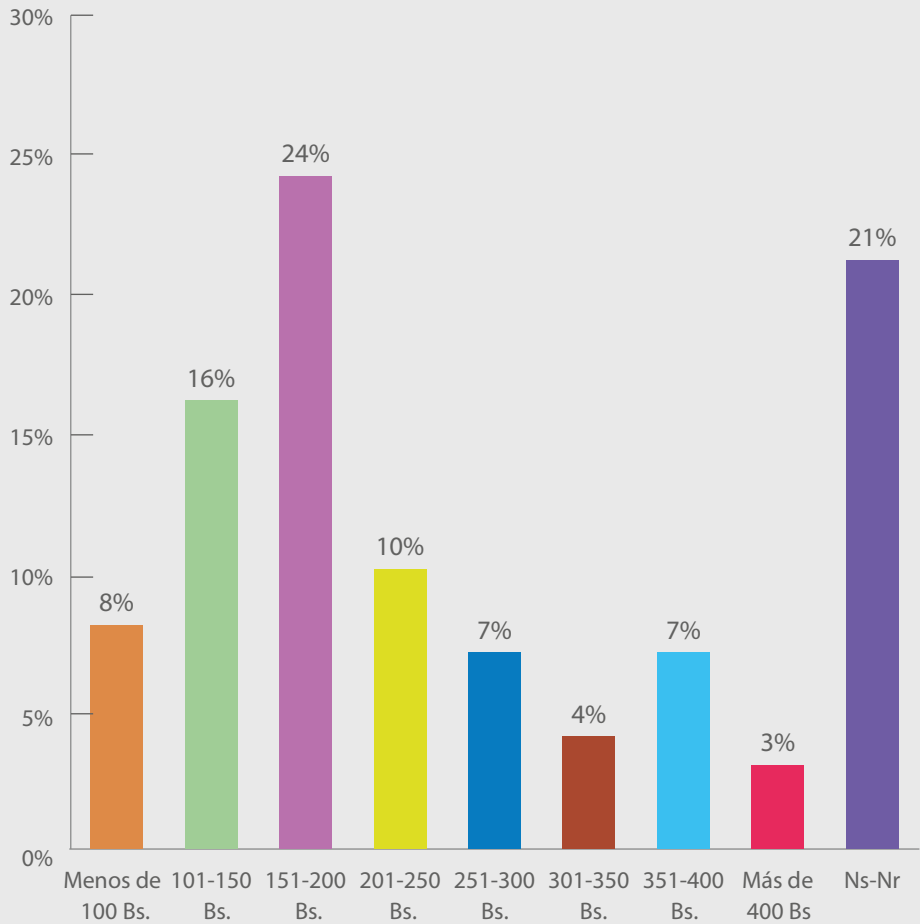
Tv cable/ tv satelital

Gasto mensual del servicio de tv cable/tv satelital (en bolivianos)

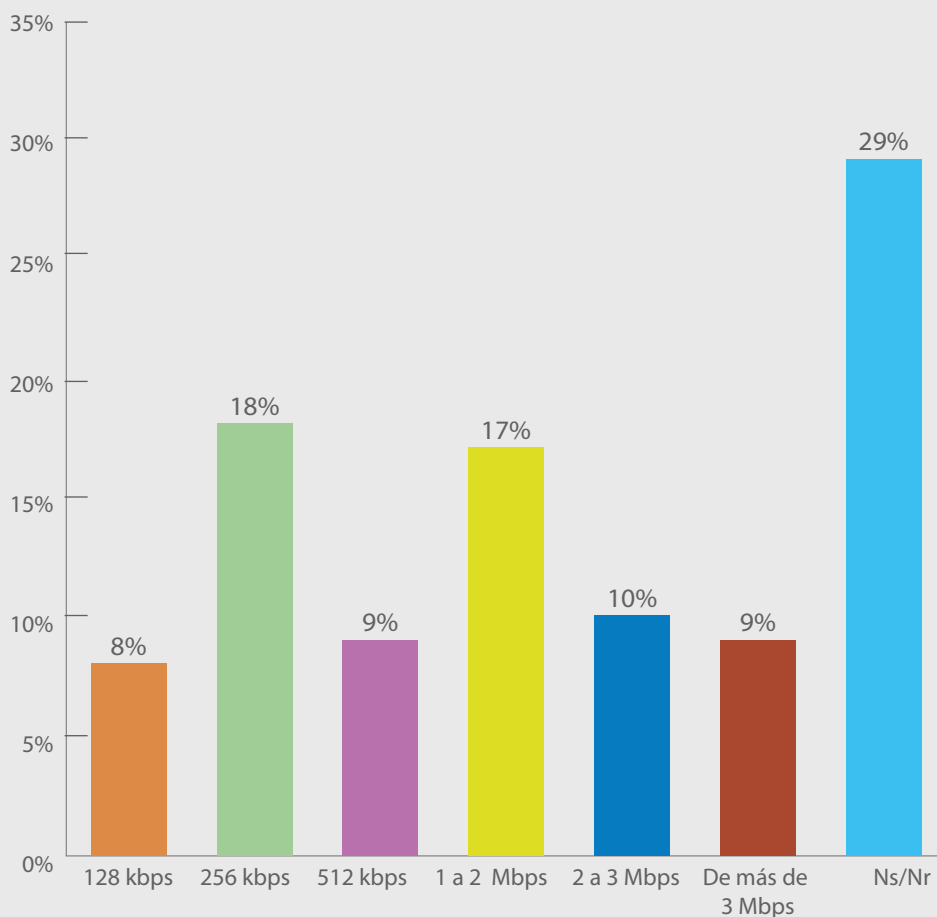


Internet fijo

Gasto mensual del servicio de Internet fijo (en bolivianos)

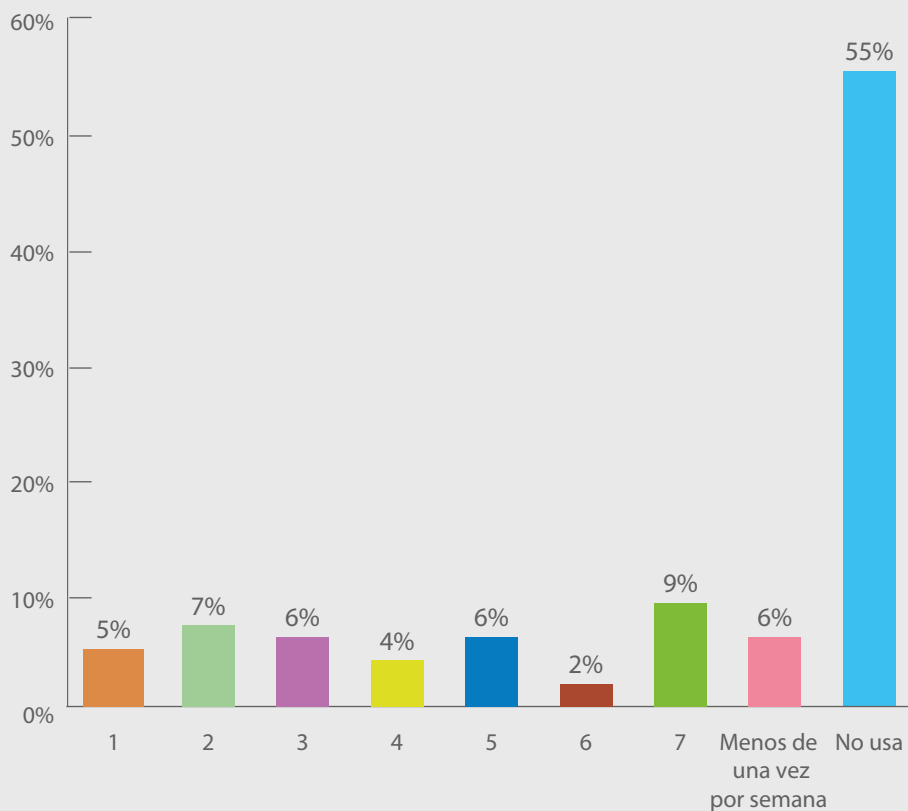


Velocidad del servicio de Internet fijo contratado

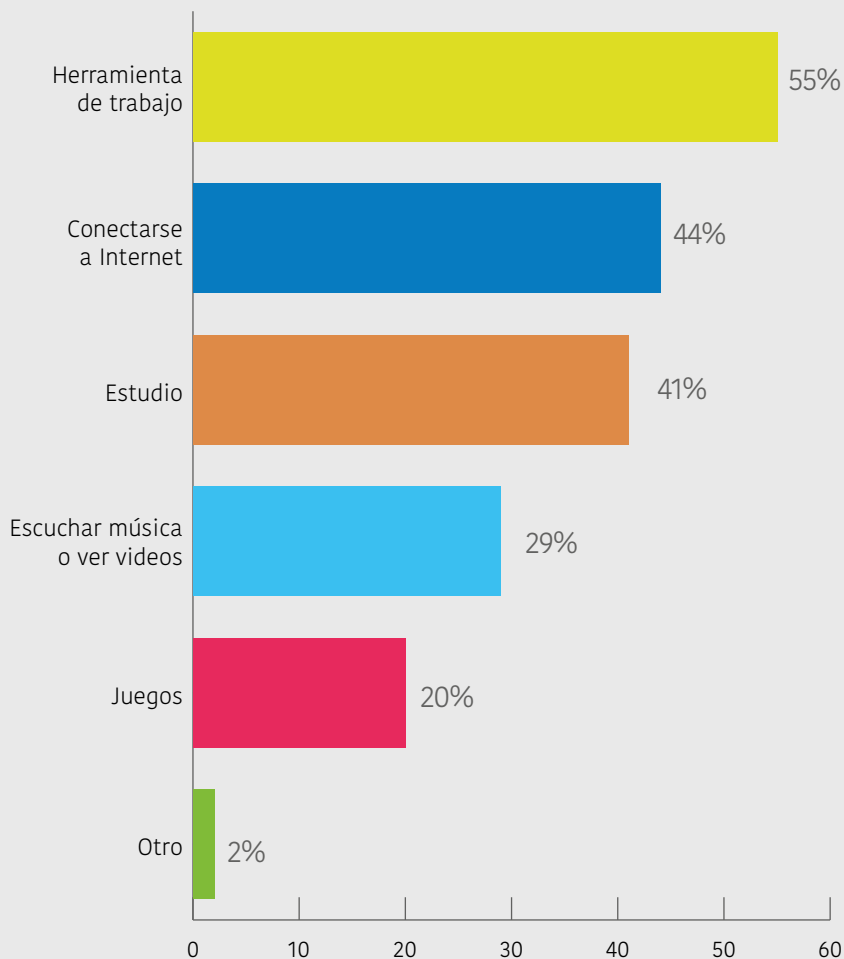


Uso y actividades de uso del equipamiento y servicios TIC

Número de días a la semana de uso de la computadora de escritorio, portátil o tablet

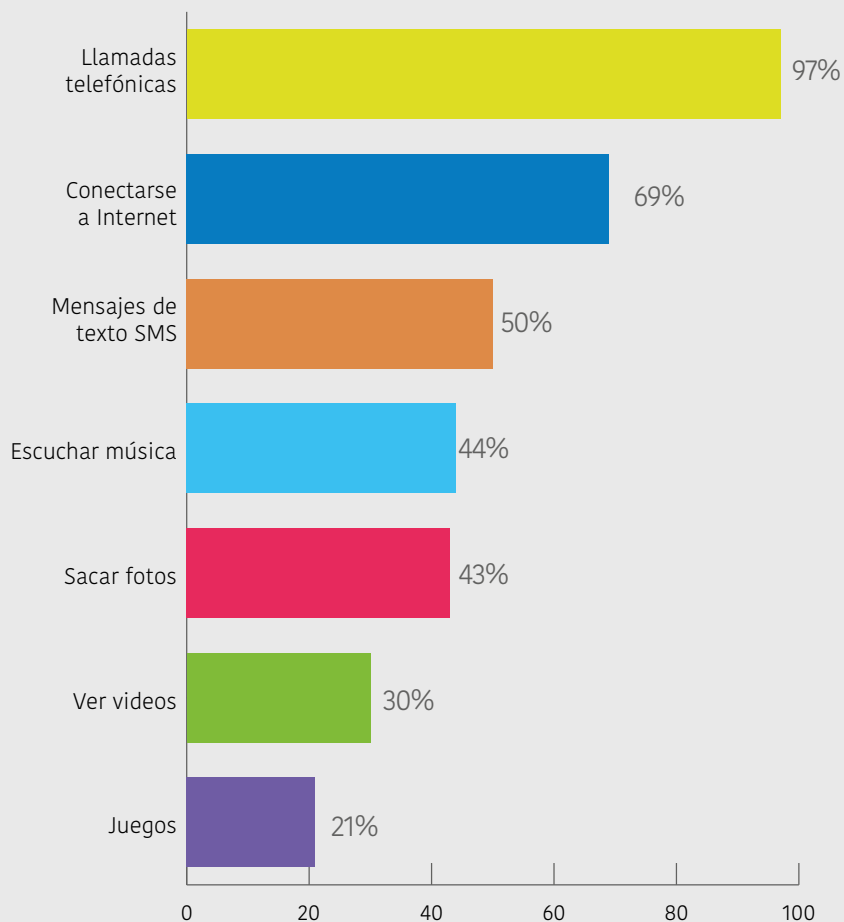


Actividades en las que se utiliza la computadora de escritorio, portátil o tablet*



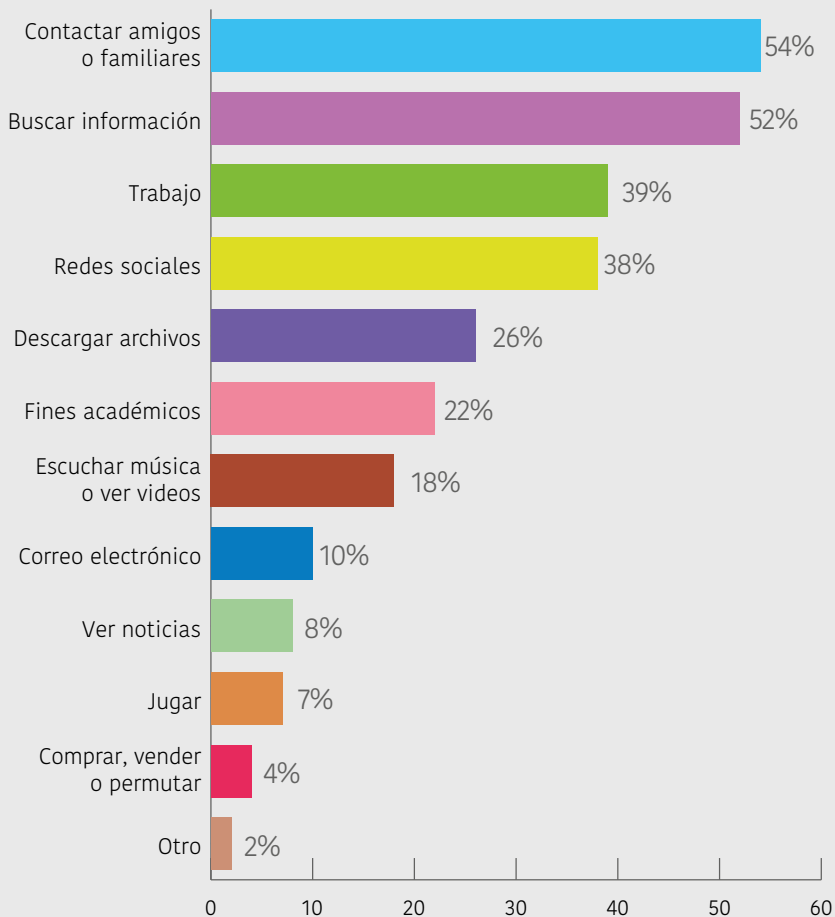
*Pregunta de selección múltiple

Actividades en las que se utiliza el celular*



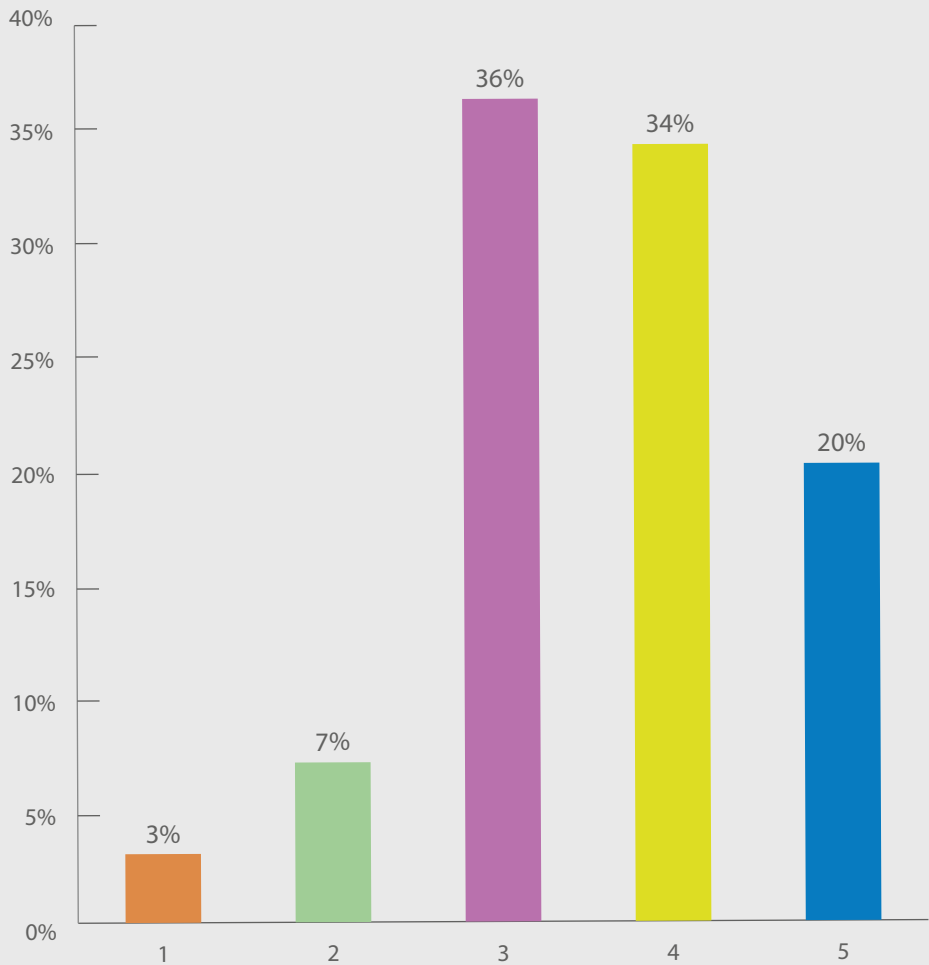
*Pregunta de selección múltiple

Actividades en las que se utiliza mayormente la conexión de Internet fijo*

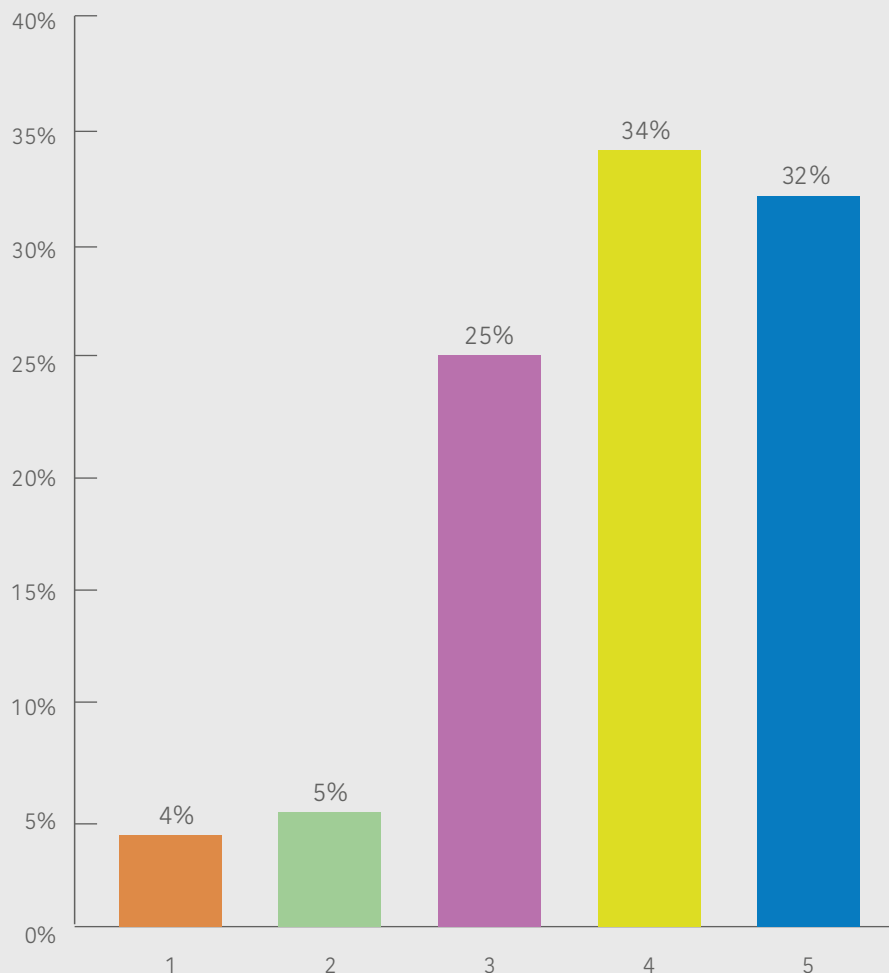


*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

Calificación al servicio de Internet fijo (1 pésimo, 5 excelente)

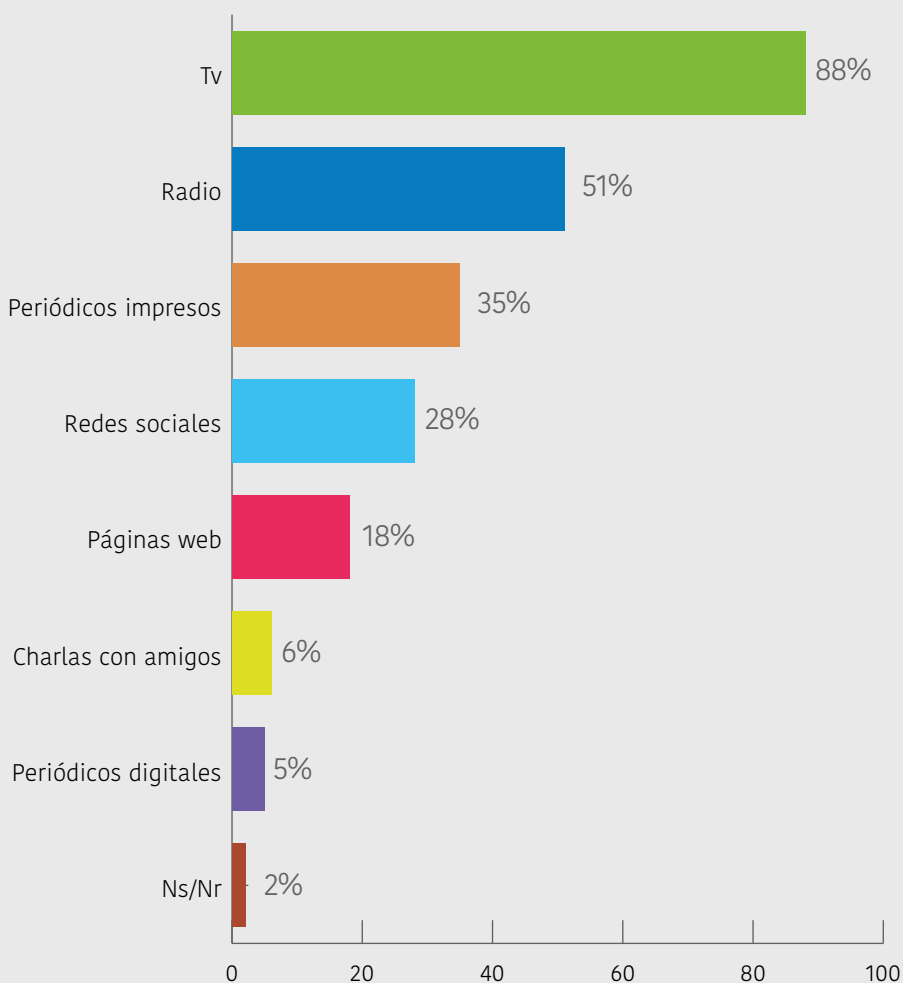


Calificación al servicio de tv cable/tv satelital (1 pésimo, 5 excelente)



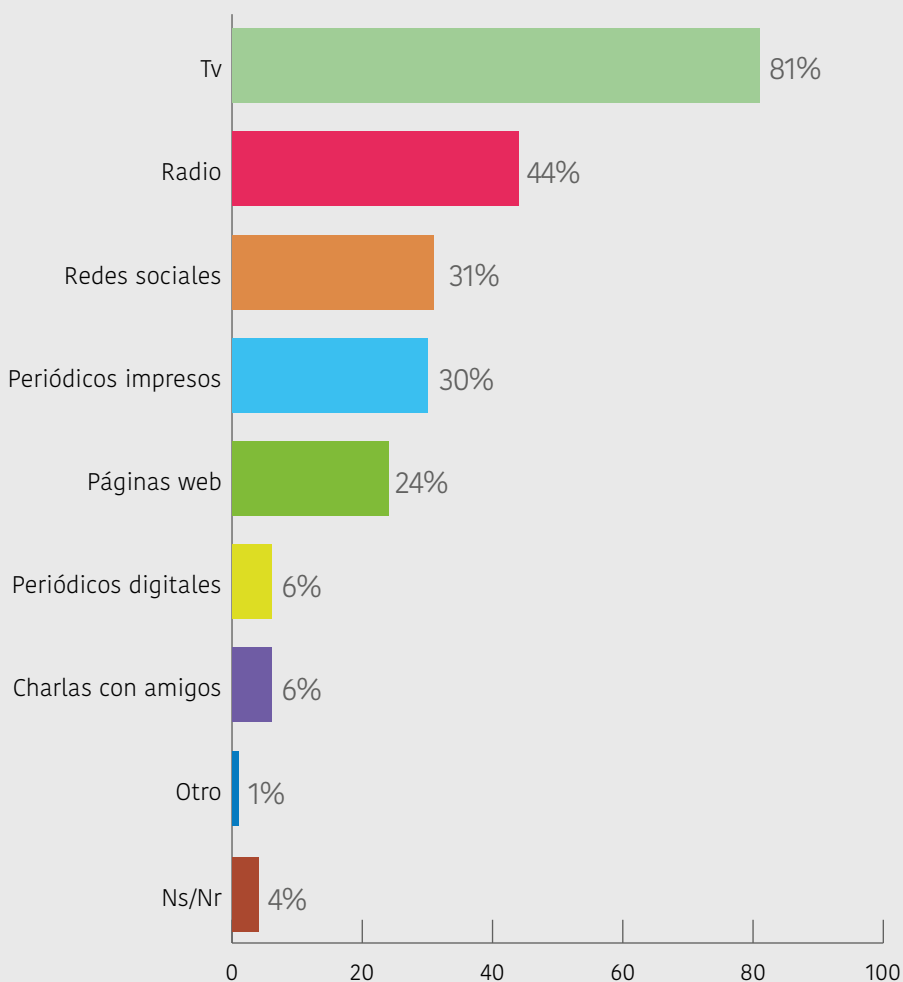
Medios de comunicación

Medio de comunicación que la población prefiere para informarse sobre noticias nacionales*



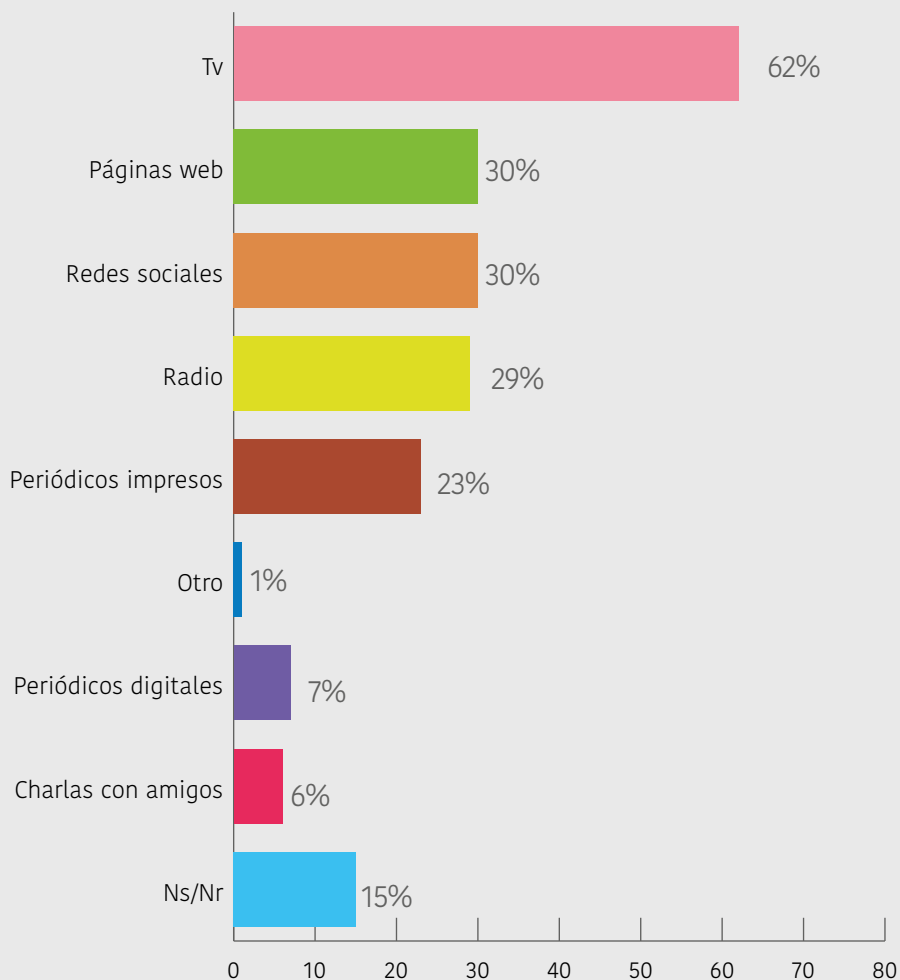
*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

Medio de comunicación que la población prefiere para informarse sobre noticias internacionales*



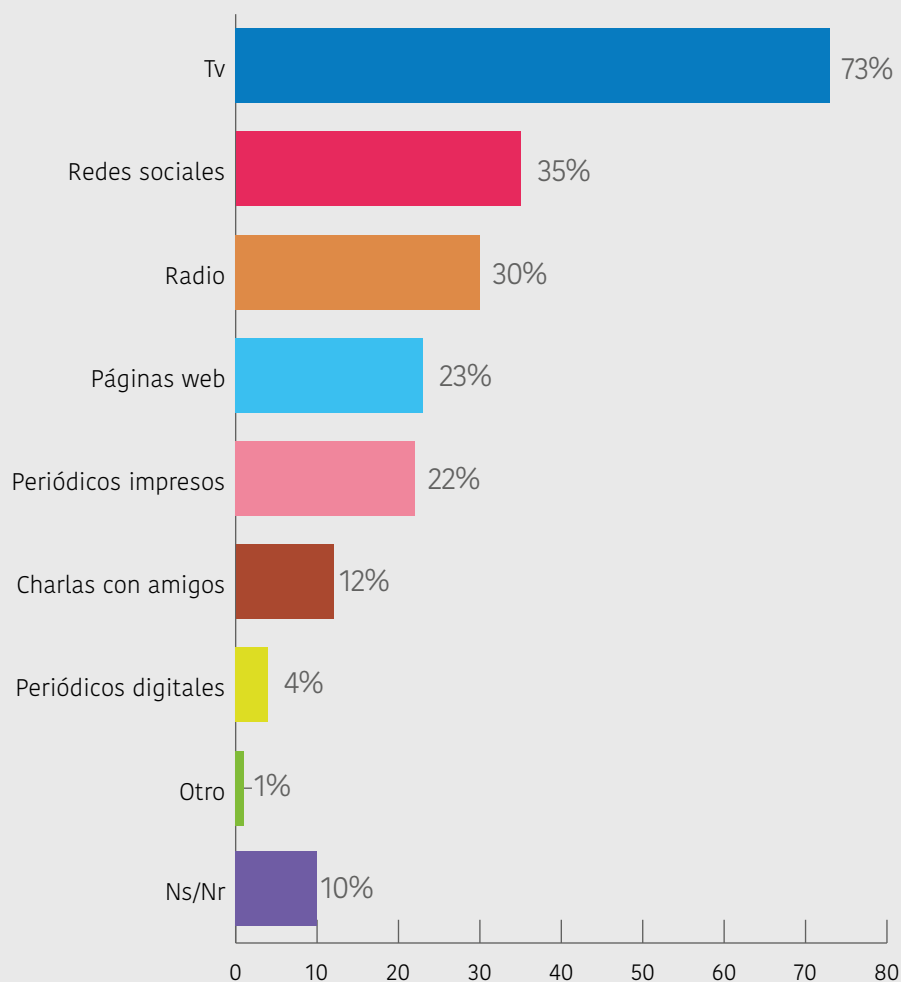
*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

Medio de comunicación que la población prefiere para informarse sobre ciencia y tecnología*



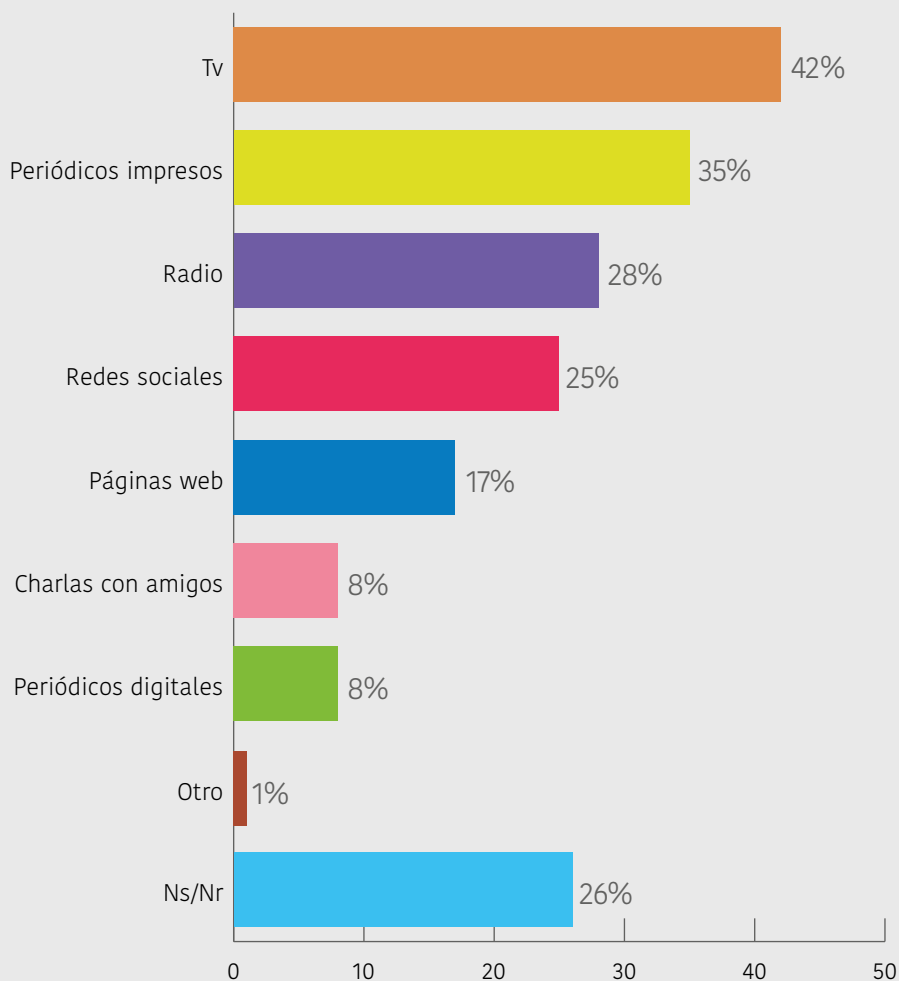
*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

Medio de comunicación que la población prefiere para informarse sobre entretenimiento*



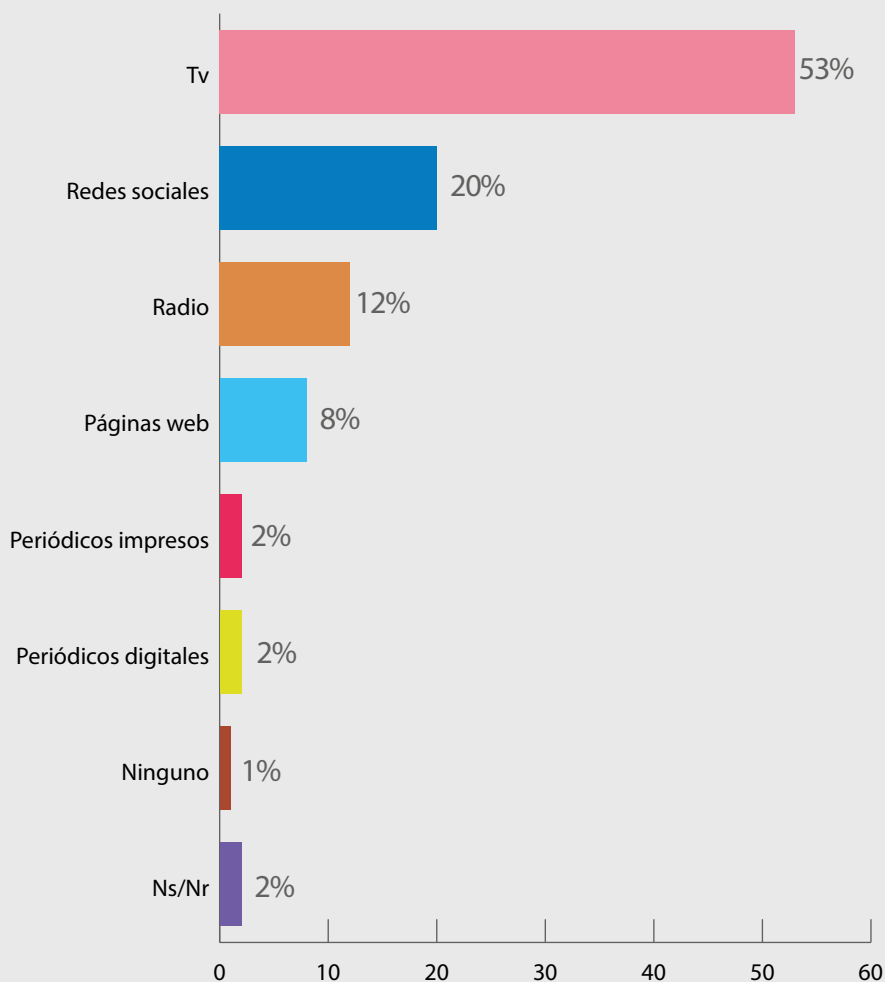
*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

Medio de comunicación que la población prefiere para informarse sobre negocios/ oportunidades laborales / bienes o servicios*

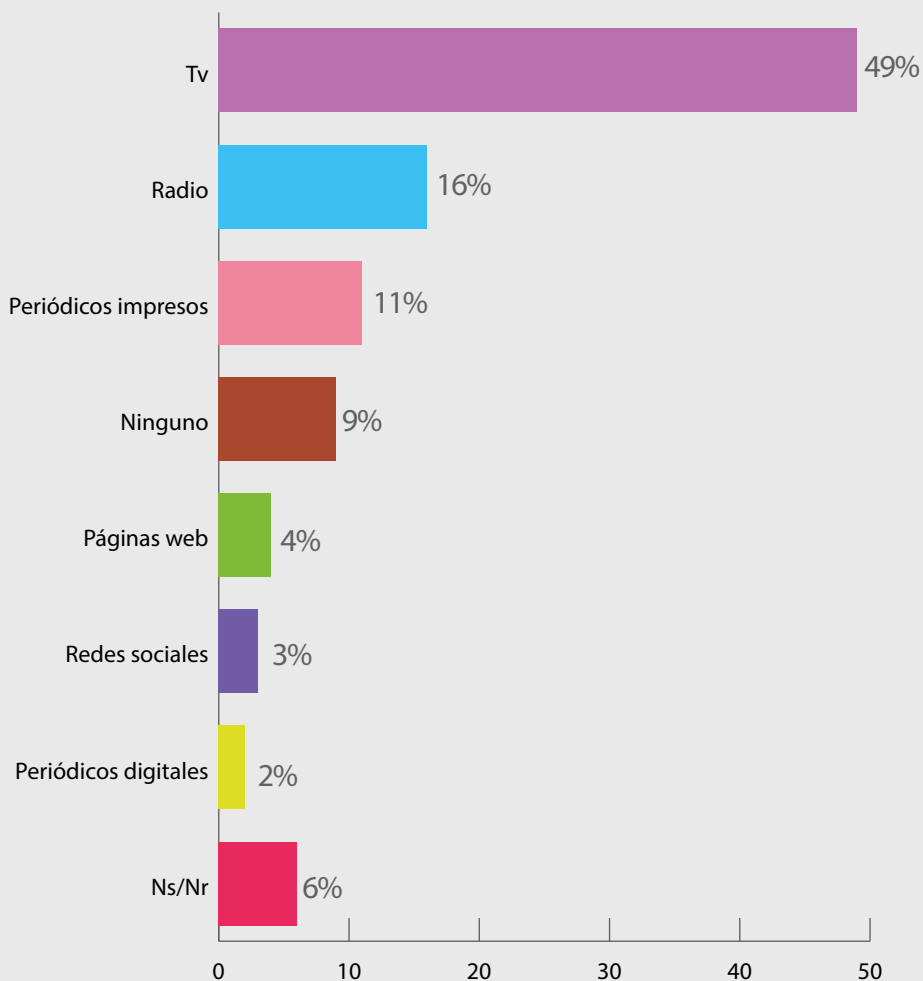


*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

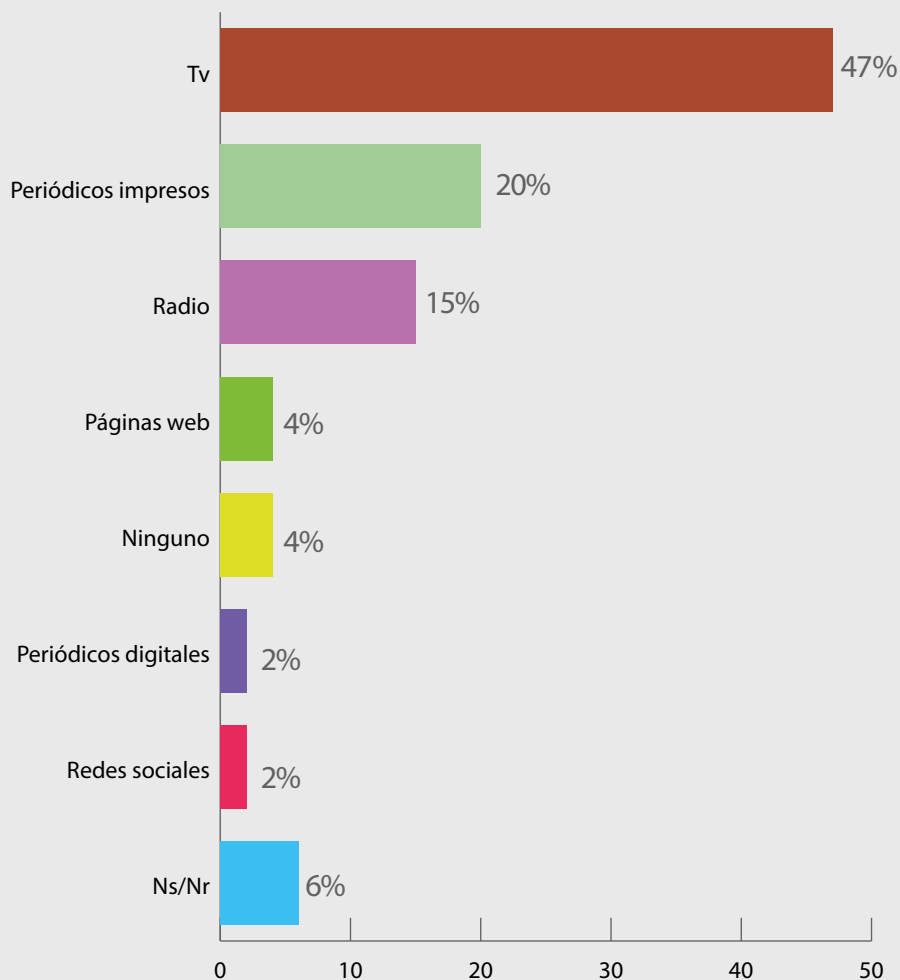
Medio de comunicación que la población considera el más rápido



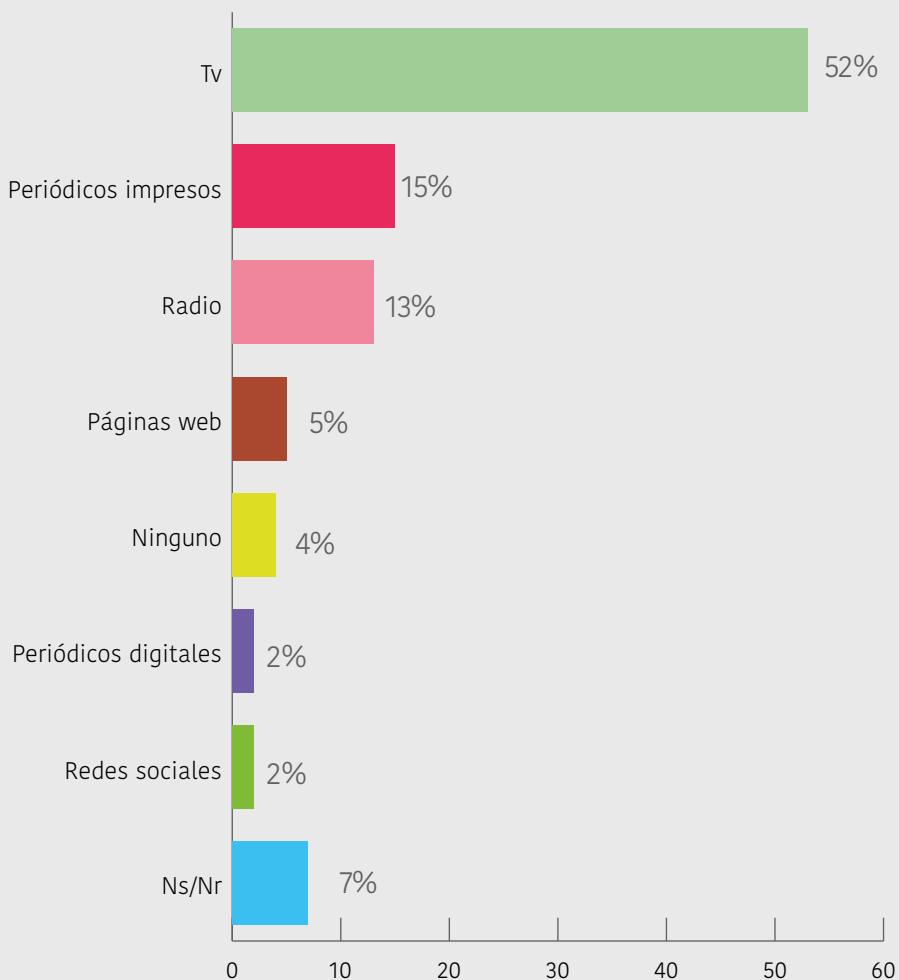
Medio de comunicación que la población considera el más verídico



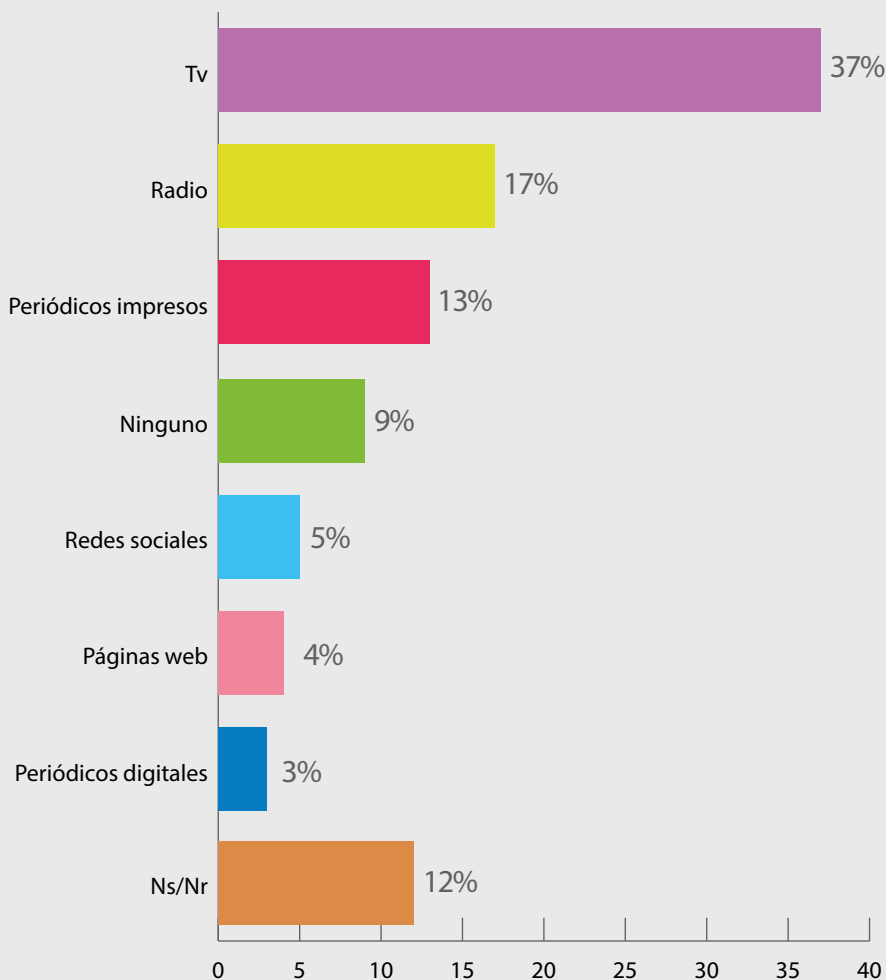
Medio de comunicación que la población considera el más serio



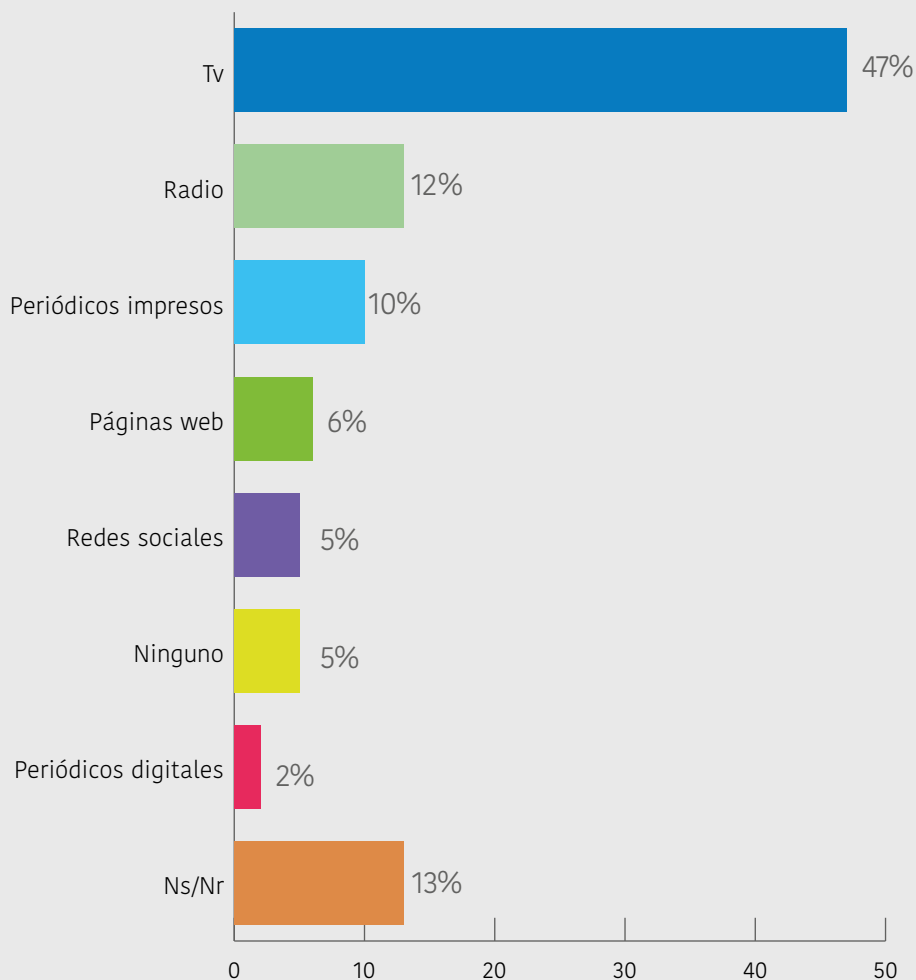
Medio de comunicación que la población considera el más claro



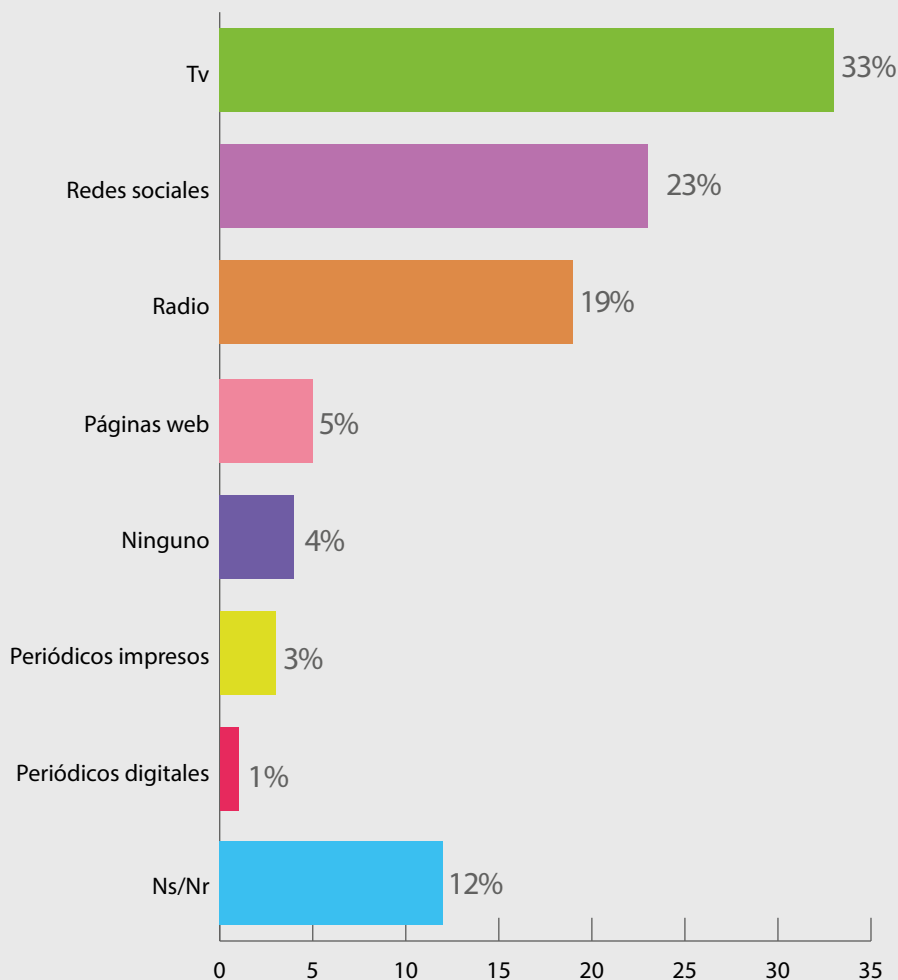
Medio de comunicación que la población considera el más imparcial



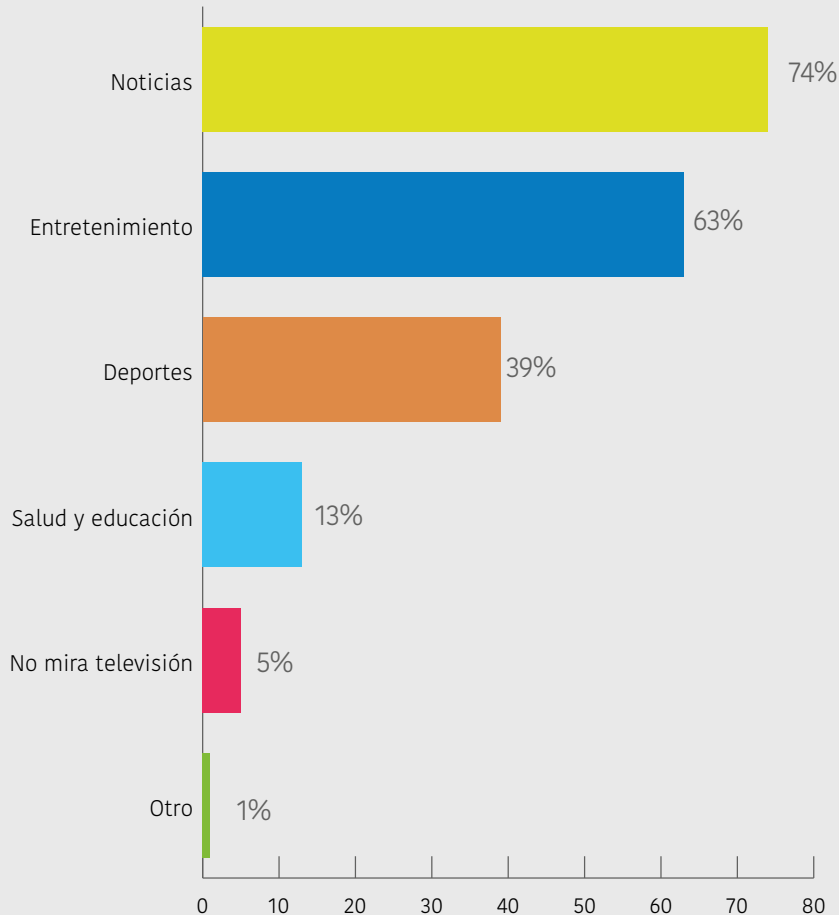
Medio de comunicación que la población considera el más profundo



Medio de comunicación que la población considera el más abierto a su participación



Tipos de programas más vistos en la televisión*



*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

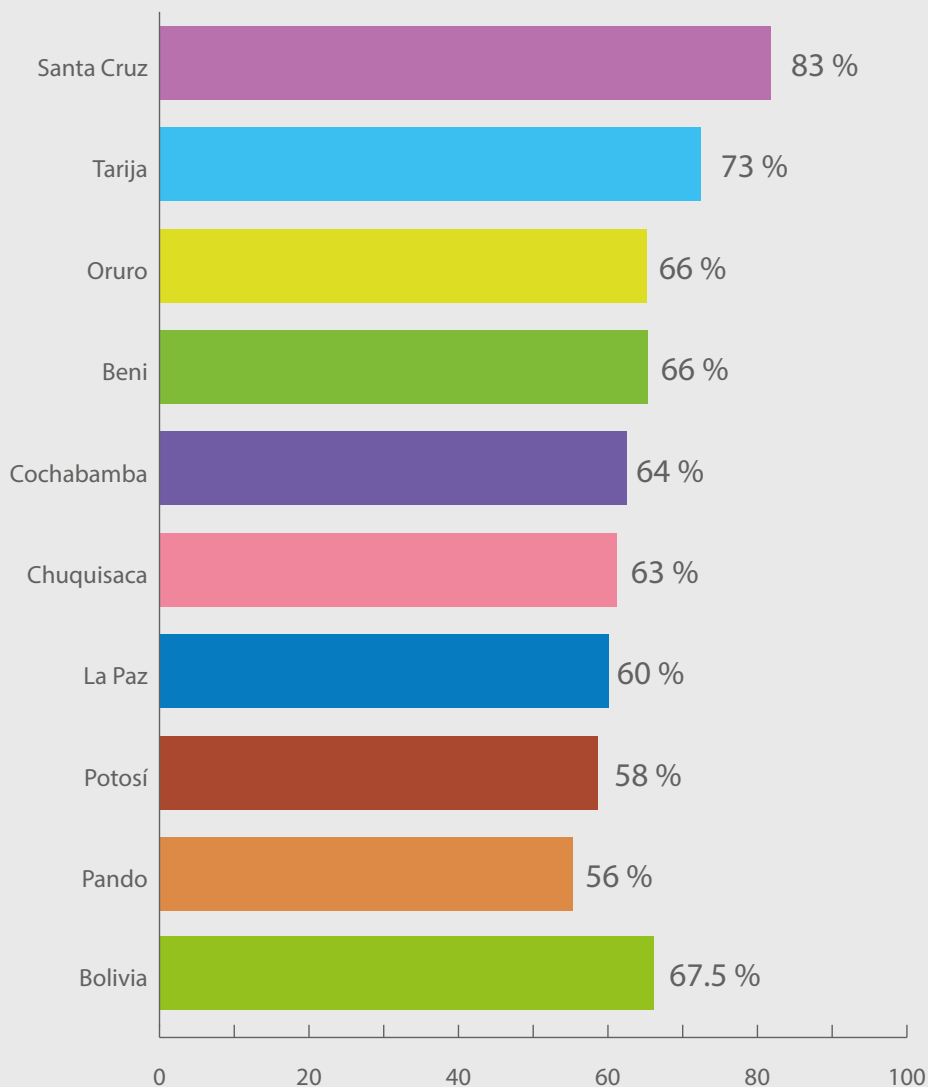
RESULTADOS PARA INTERNAUTAS

Para la población mayor a 14 años

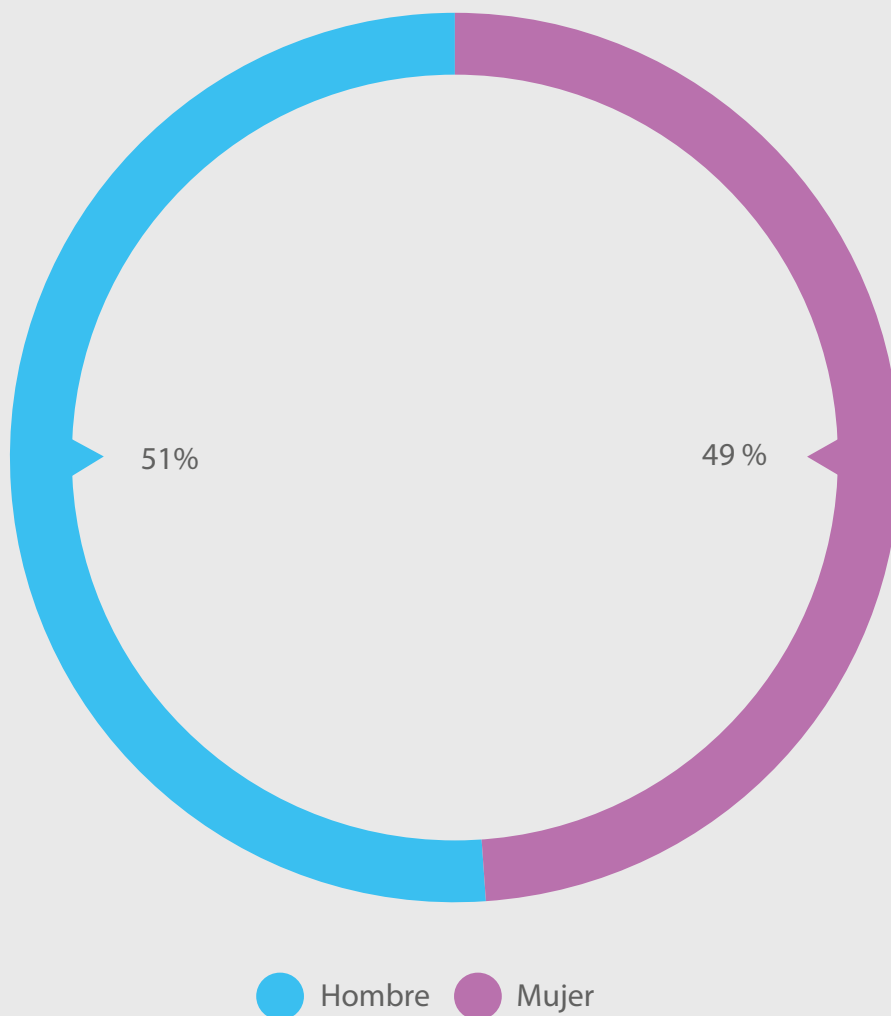
***Internauta:** aquella persona que ha tenido acceso a Internet al menos una vez en los últimos 30 días previos a la encuesta.

Información general

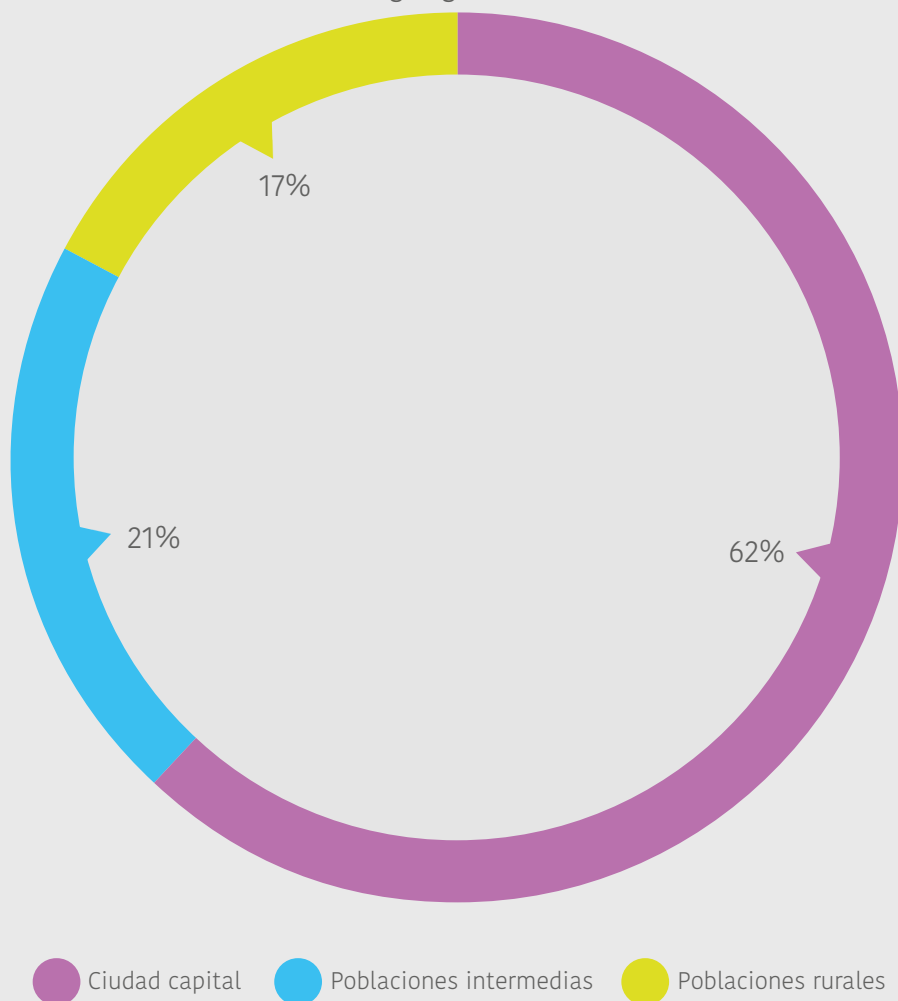
Porcentaje de la población internauta
por departamento



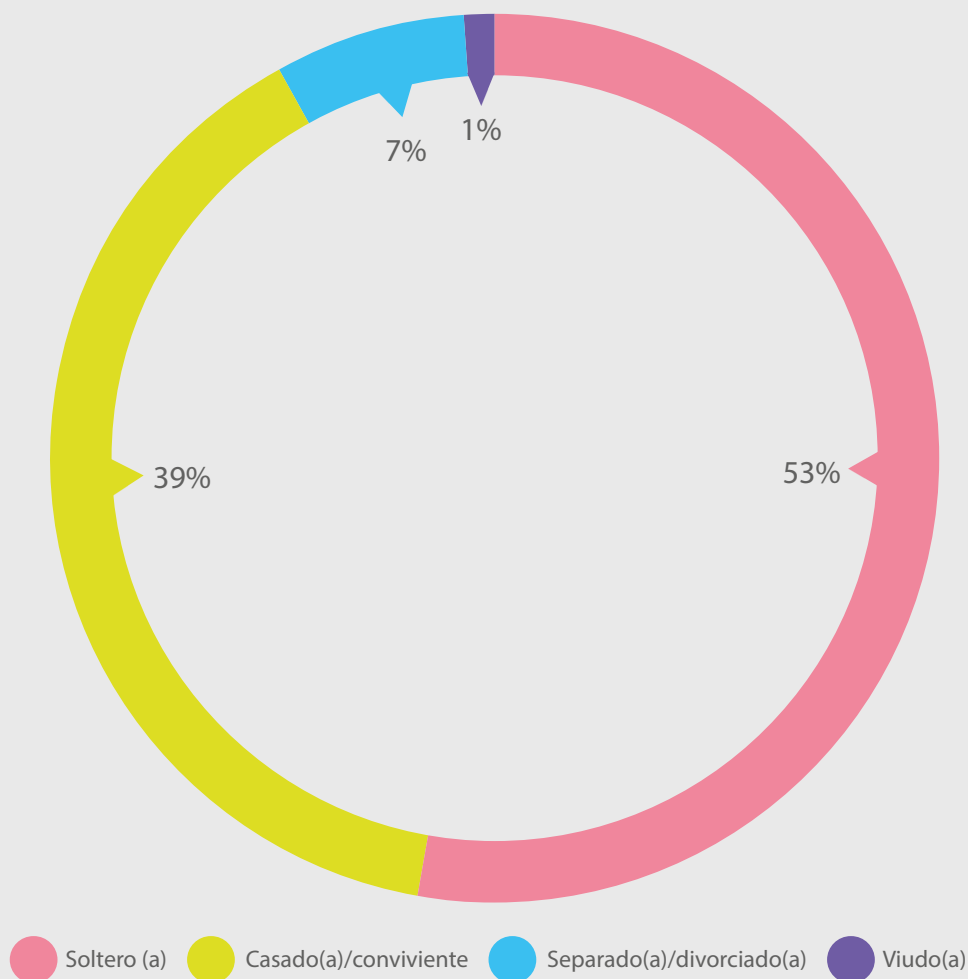
Porcentaje de la población internauta por sexo



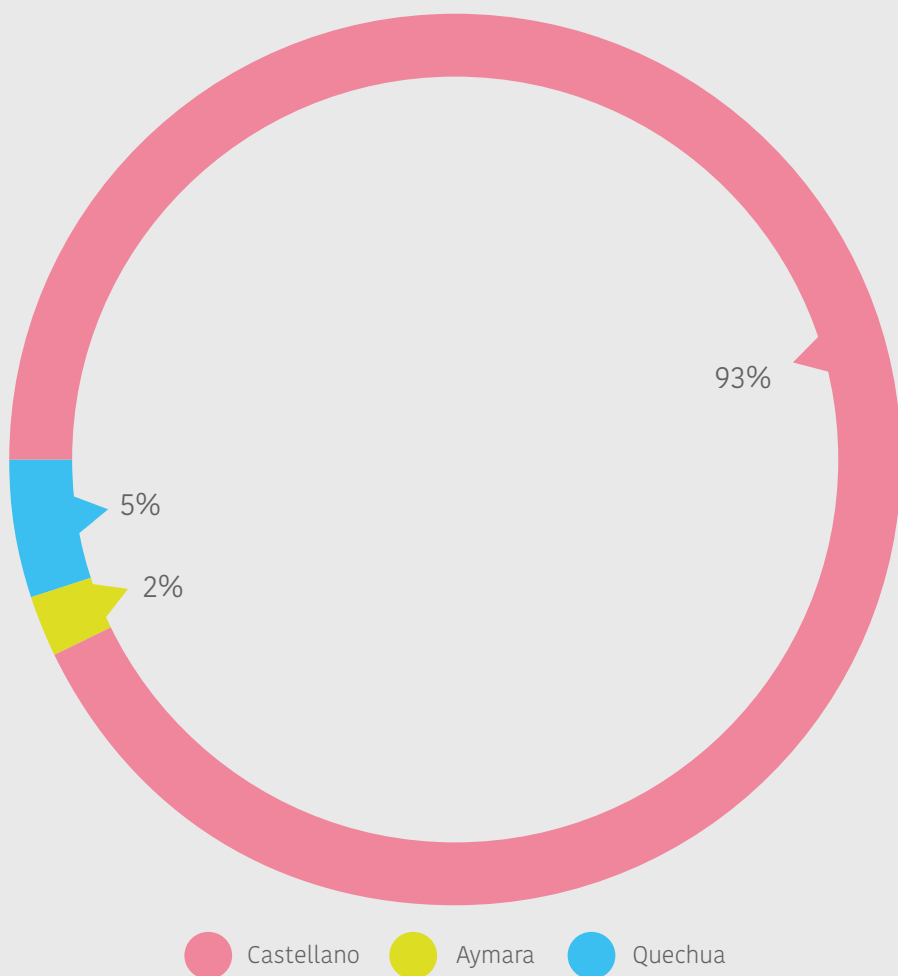
Porcentaje de la población internauta según área geográfica



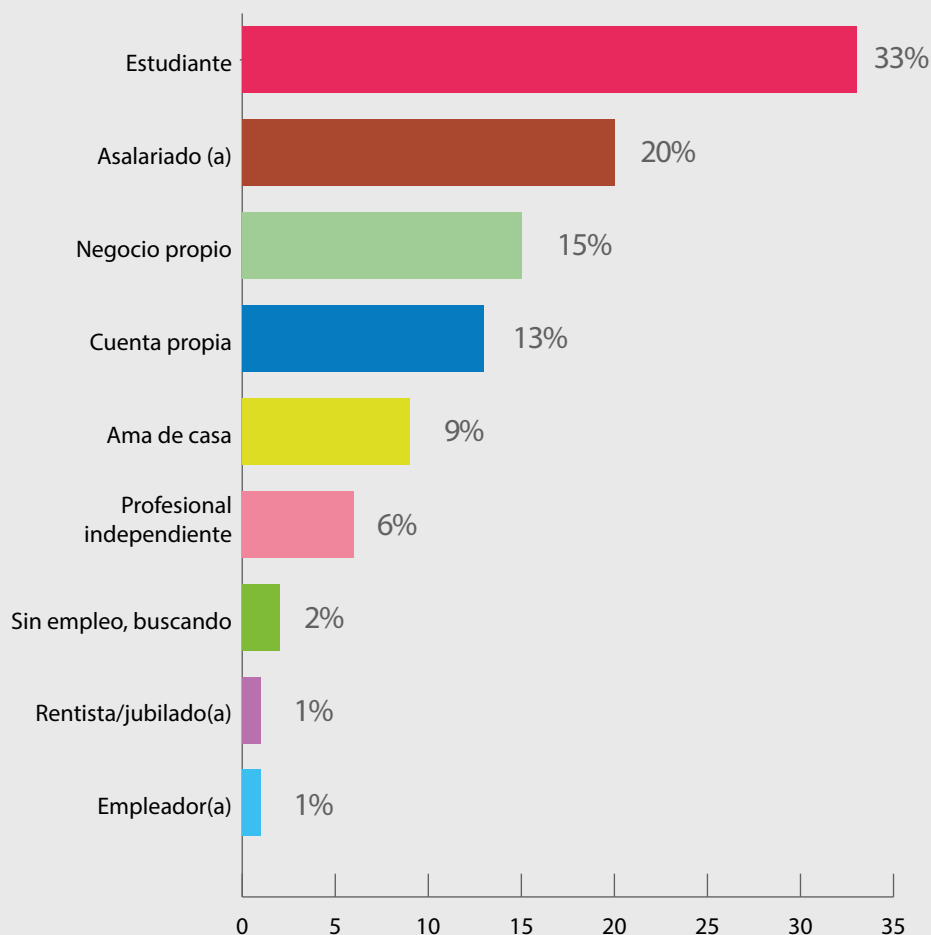
Porcentaje de la población internauta según estado civil



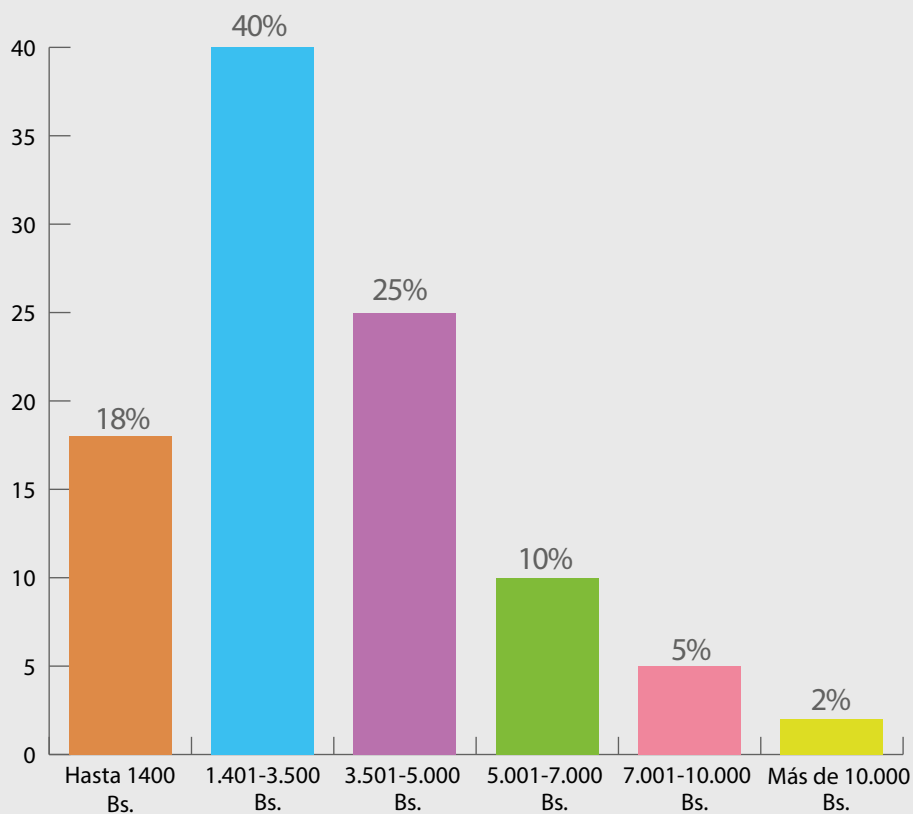
Porcentaje de la población internauta según el idioma en el que aprendió a hablar



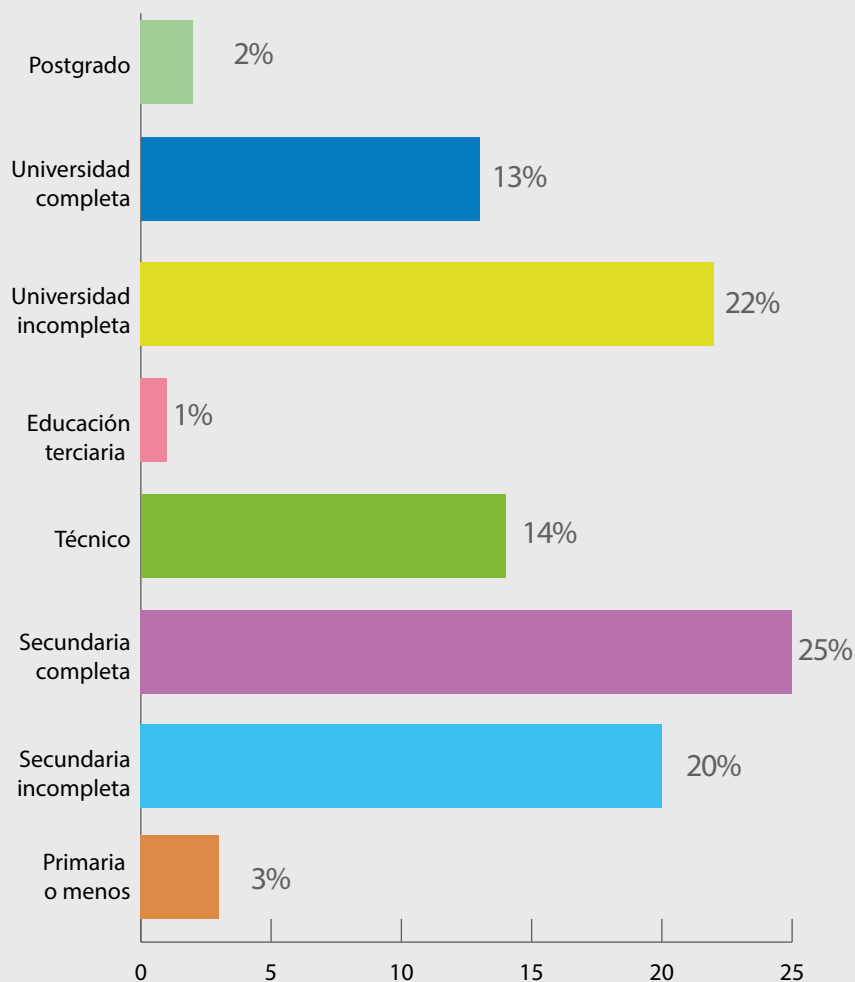
Porcentaje de la población internauta según categoría ocupacional



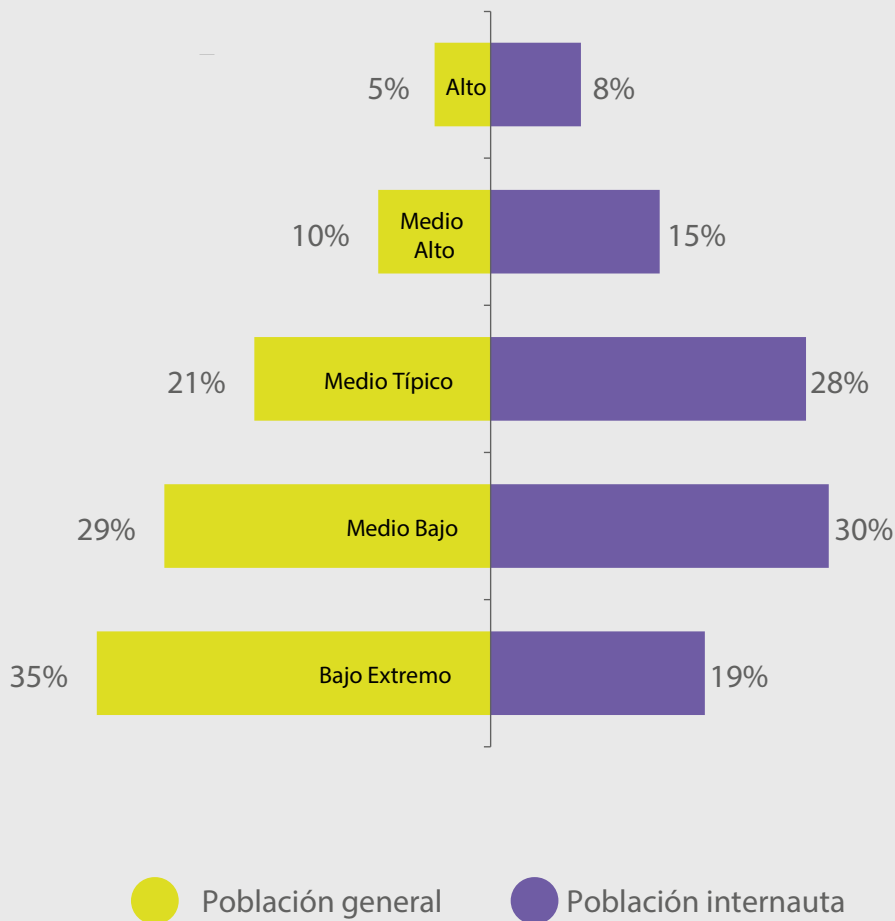
Porcentaje de la población internauta según
nivel de ingreso promedio mensual en el hogar
(en bolivianos)



Porcentaje de población internauta según nivel de instrucción

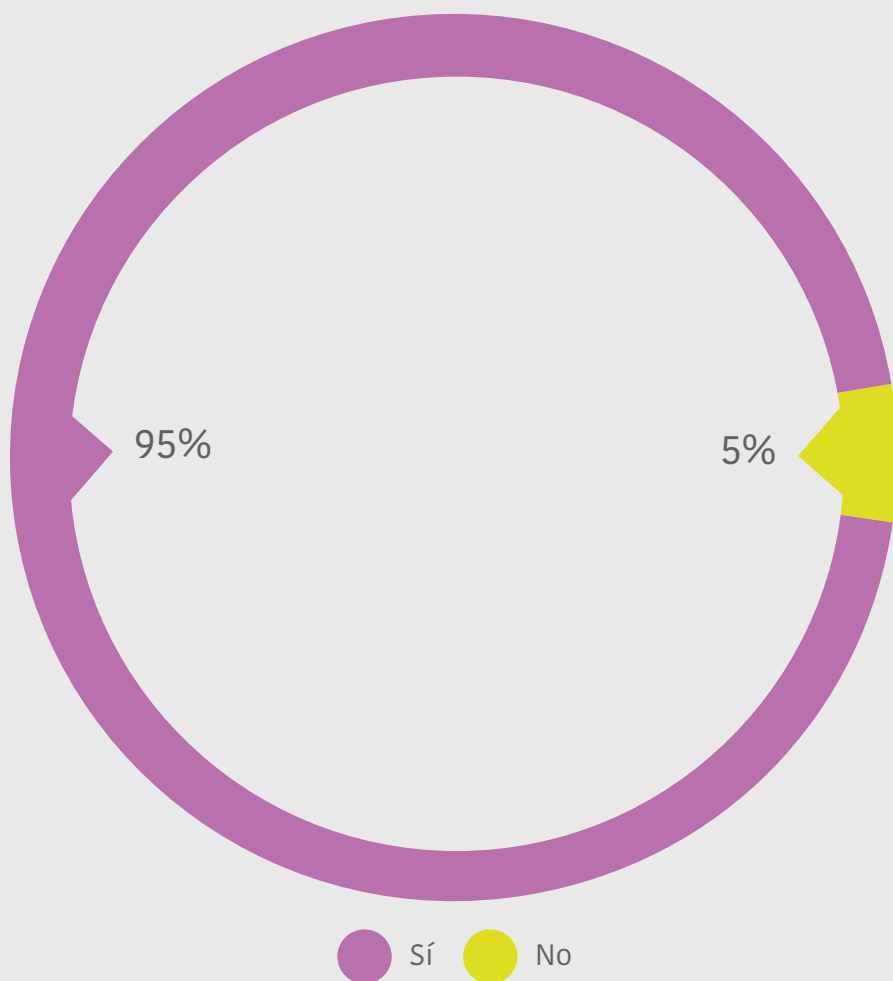


Porcentaje de la población internauta según nivel socioeconómico en comparación a la población general

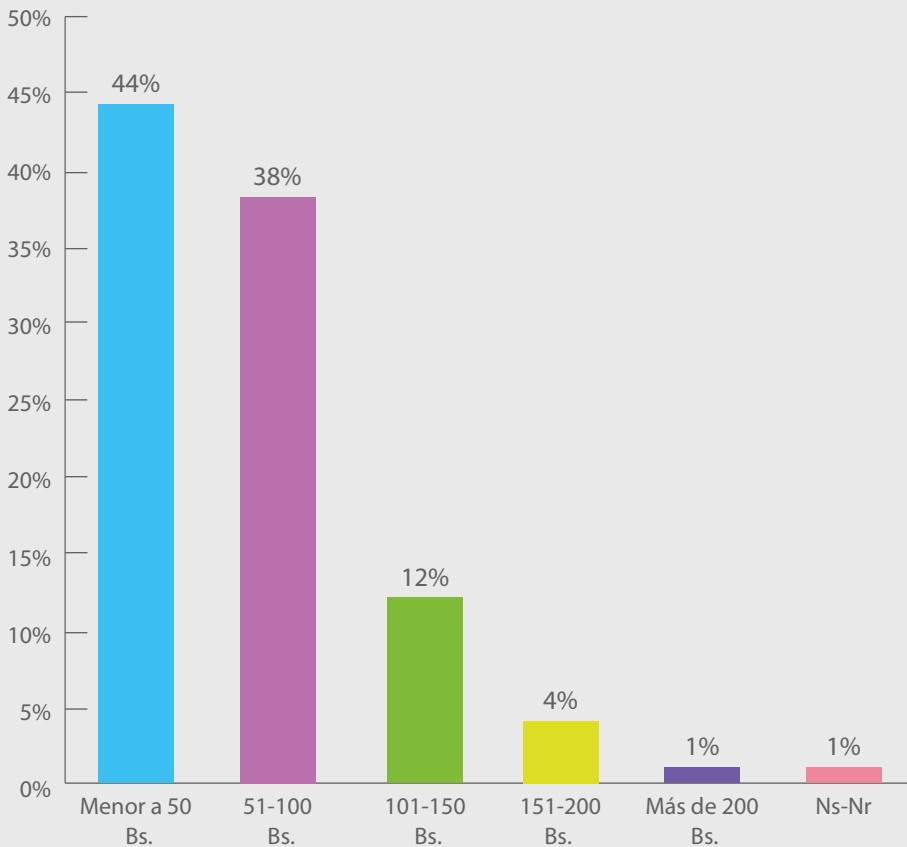


Internet móvil

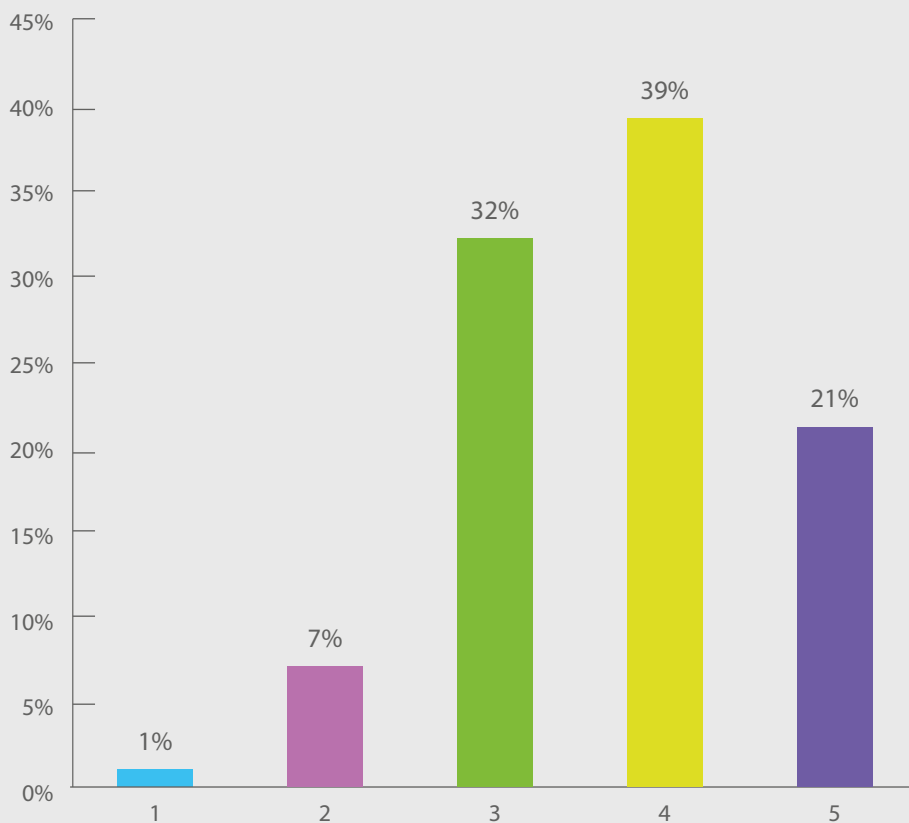
Porcentaje de la población internauta que tiene
Internet móvil



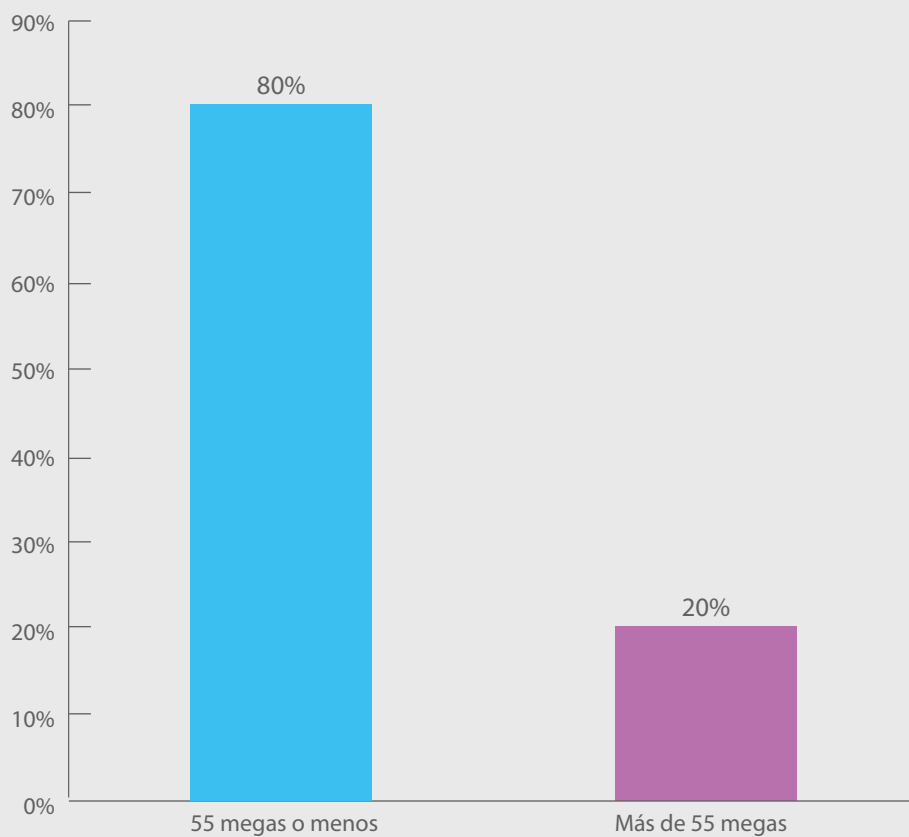
Gasto mensual promedio por el servicio de Internet móvil (en bolivianos)



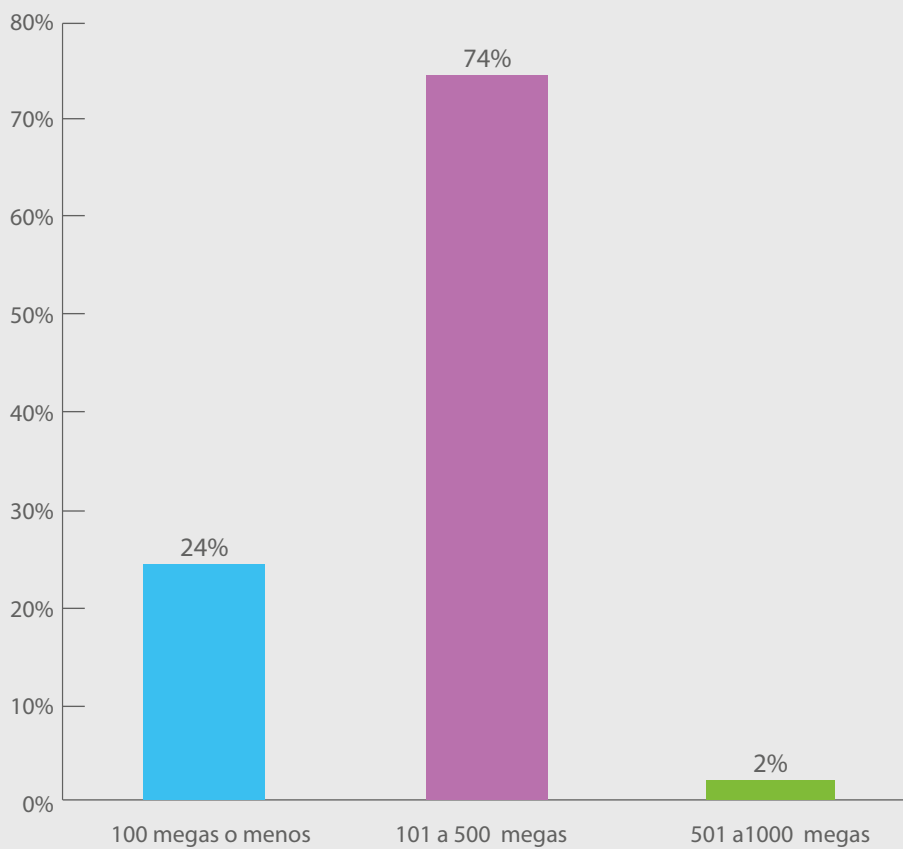
Calificación del servicio de Internet móvil (1 pésimo, 5 excelente)



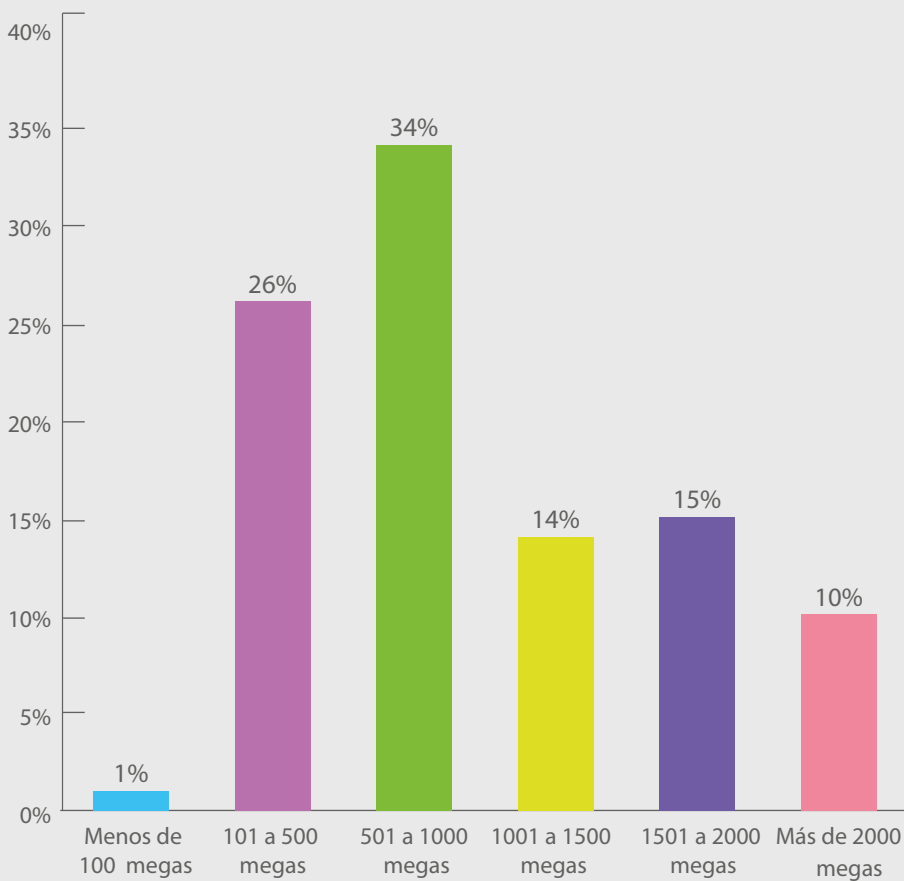
Consumo promedio de megas por día



Consumo promedio de megas por semana

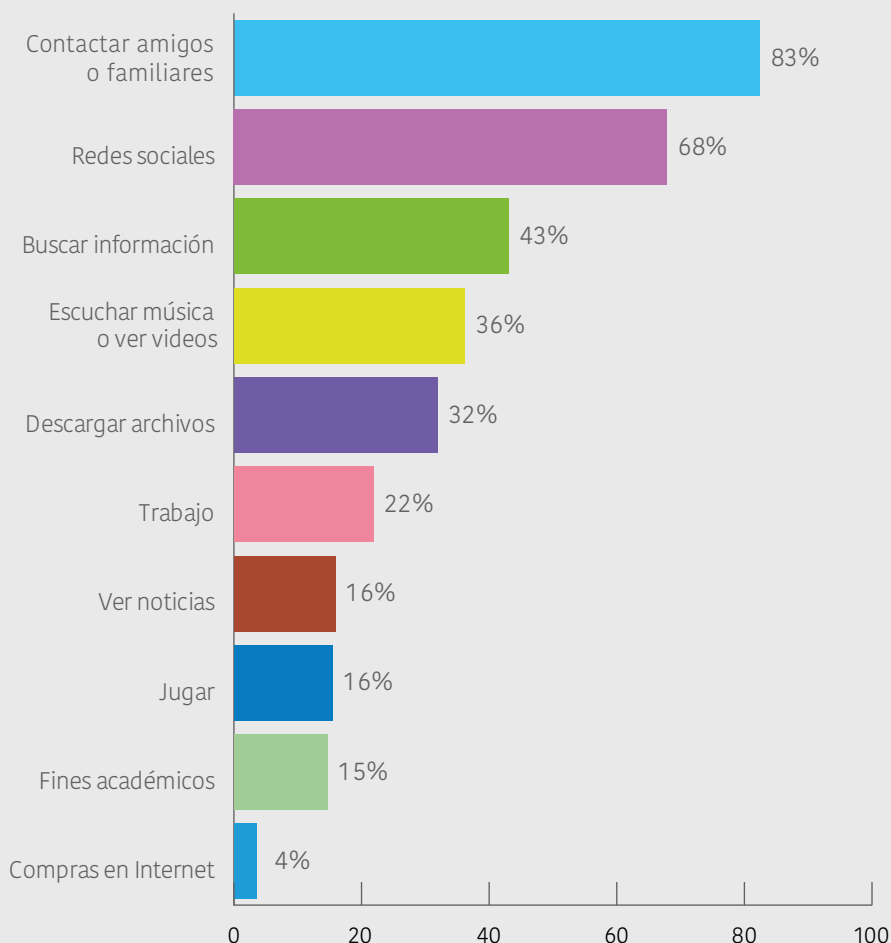


Consumo promedio de megas por mes



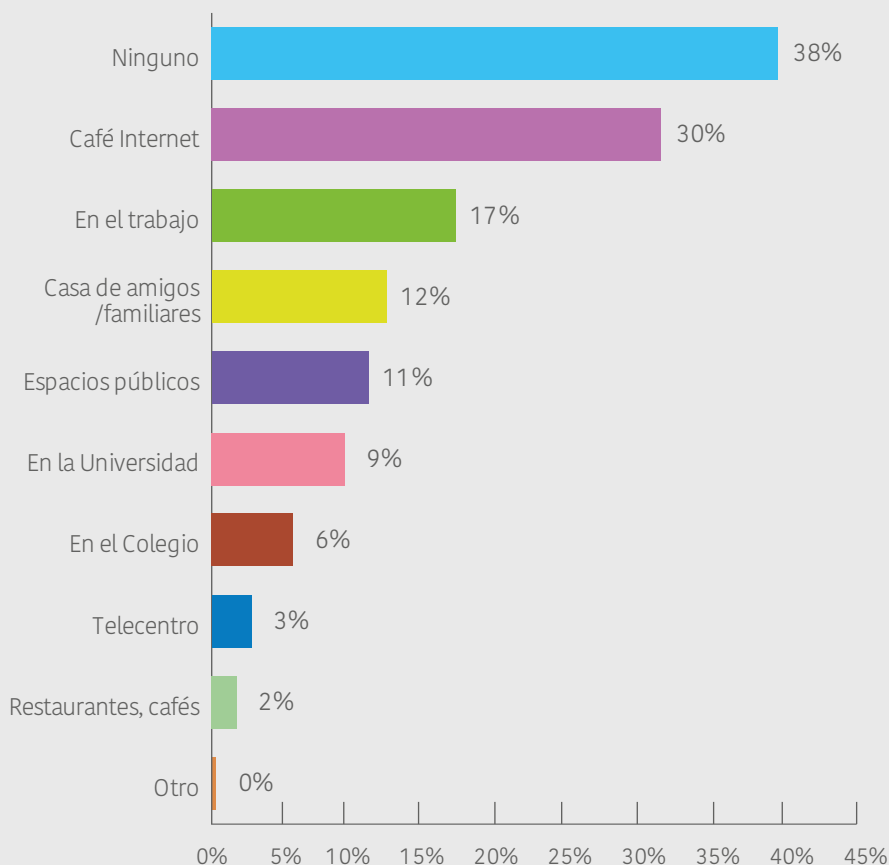
Uso y frecuencia de uso de Internet

Actividades que la población internauta realiza
con más frecuencia al conectarse a Internet móvil*



*Pregunta de selección múltiple

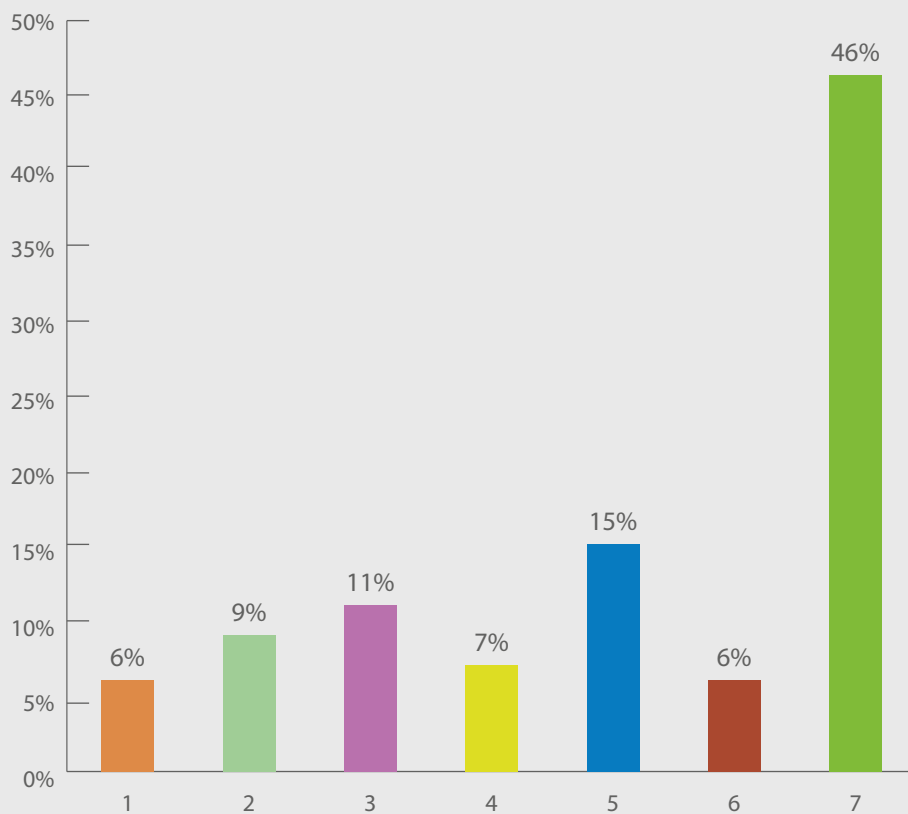
Lugares desde donde la población internauta se conectó a Internet* aparte del Internet fijo y móvil**



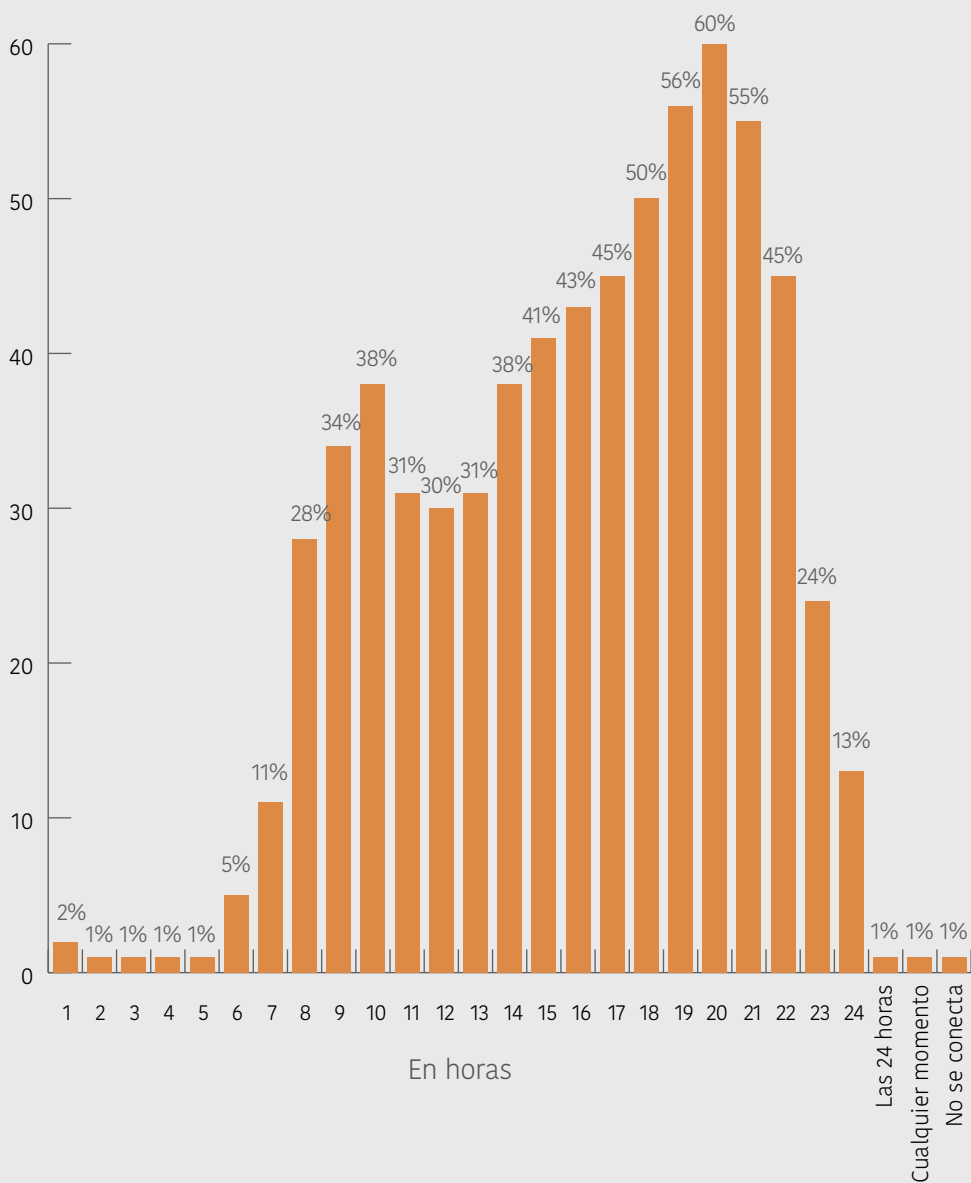
*En el último mes previo a la encuesta

**Pregunta de selección múltiple

Número de días a la semana que se utiliza Internet fijo o móvil

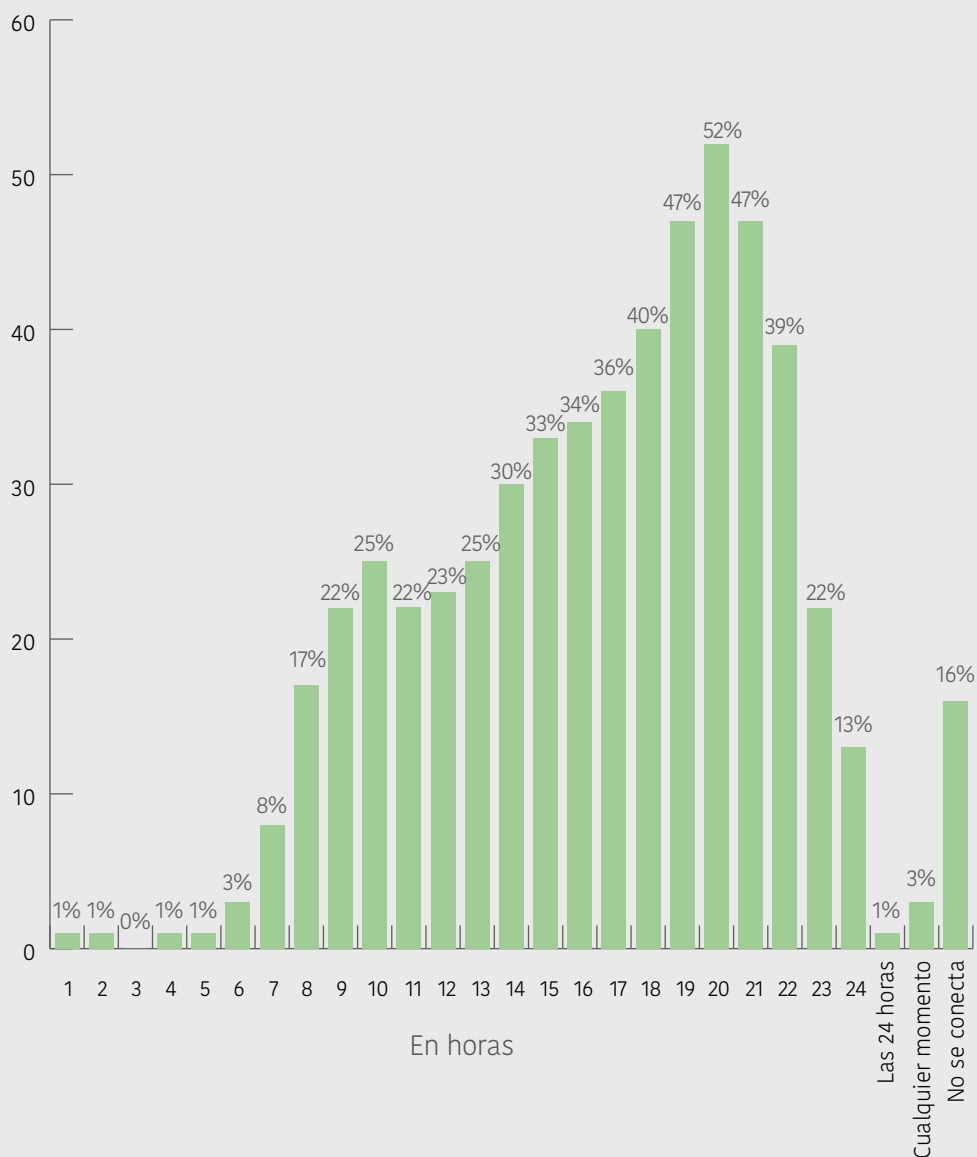


Horarios en los que la población se conecta a Internet (lunes a viernes)*



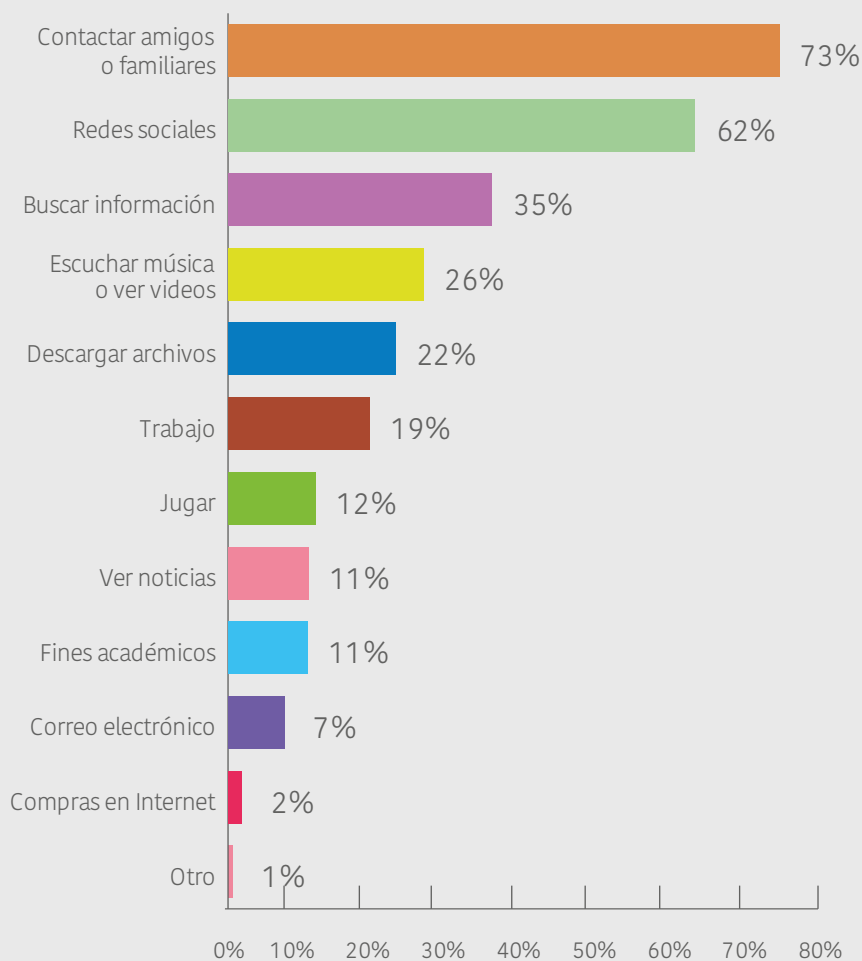
*Pregunta de selección múltiple

Horarios en los que la población se conecta a Internet (fines de semana)*



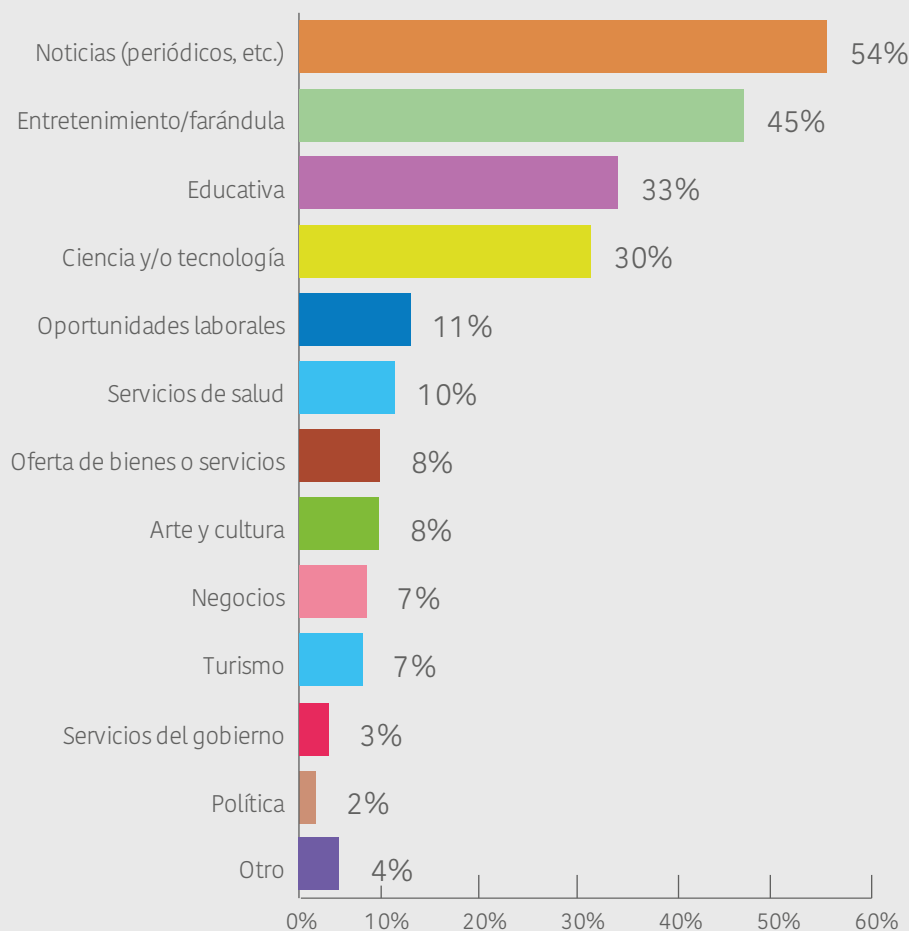
*Pregunta de selección múltiple

Actividades que la población internauta realiza
con más frecuencia al conectarse a Internet
fijo o móvil*



*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

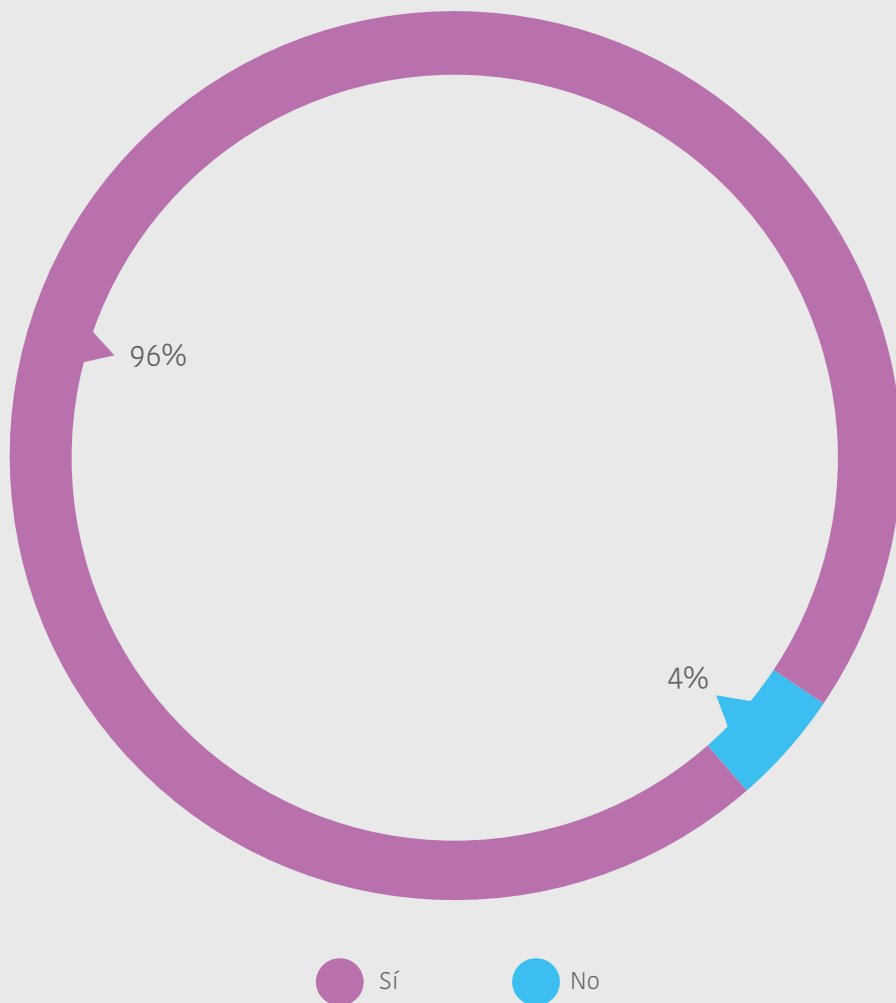
Tipo de información que se busca en Internet*



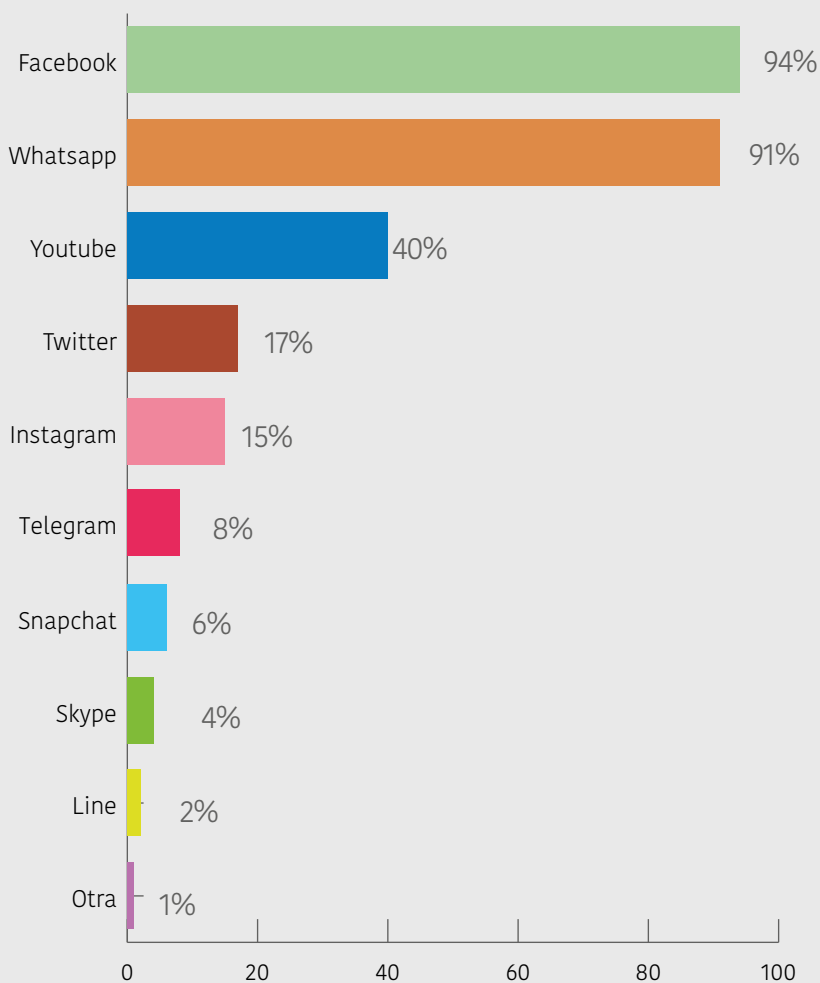
*Pregunta de selección múltiple

Redes sociales

Porcentaje de la población internauta que utiliza redes sociales

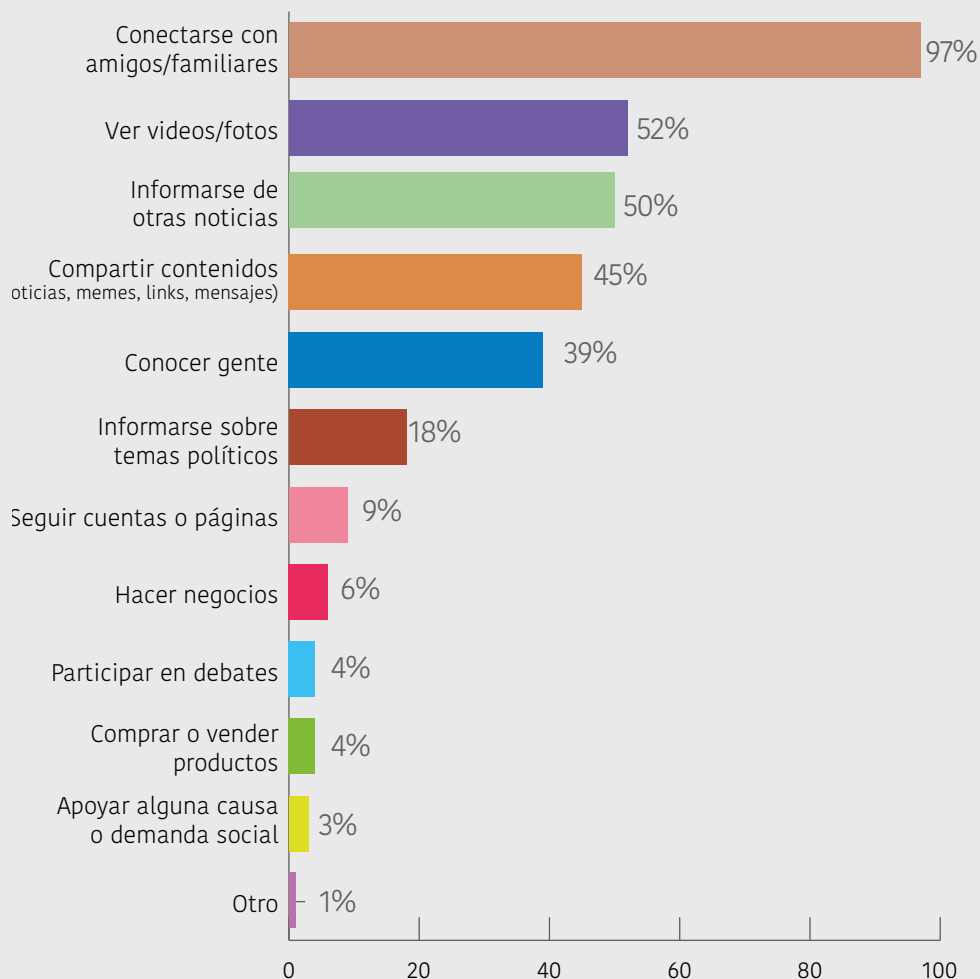


Redes sociales que utiliza la población internauta*



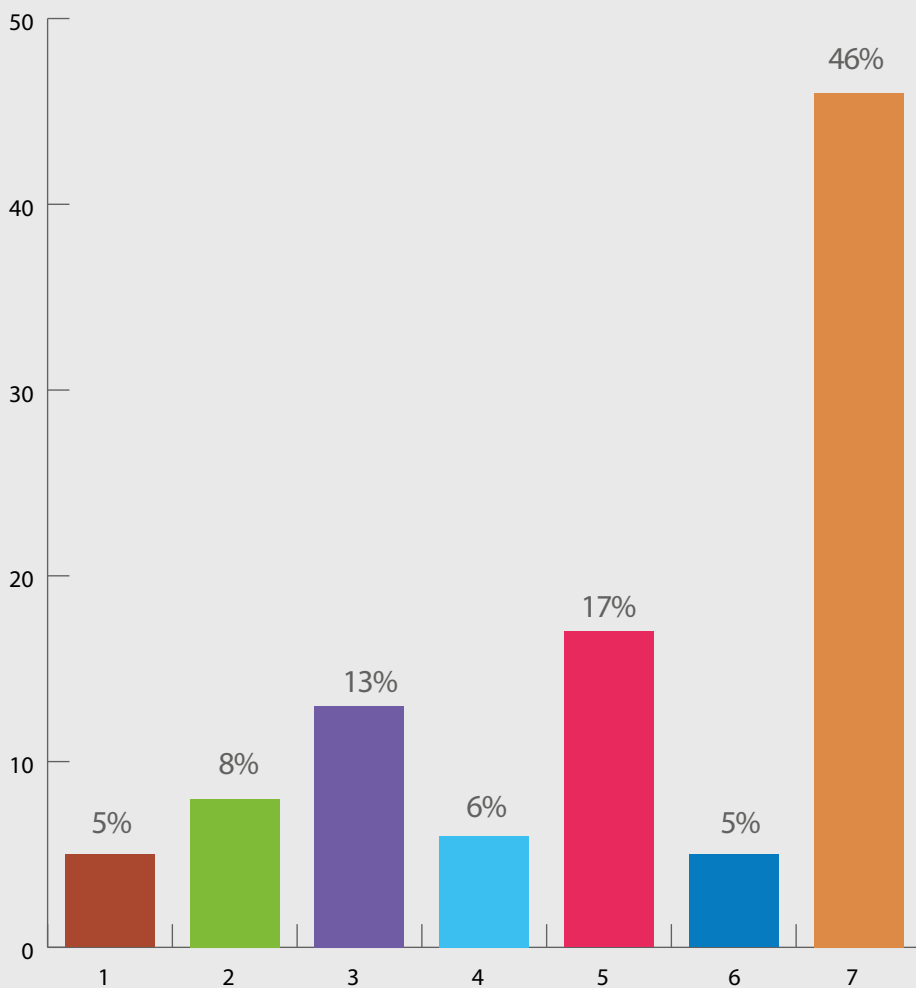
*Pregunta de selección múltiple

Actividades en las que se utilizan con mayor frecuencia las redes sociales*

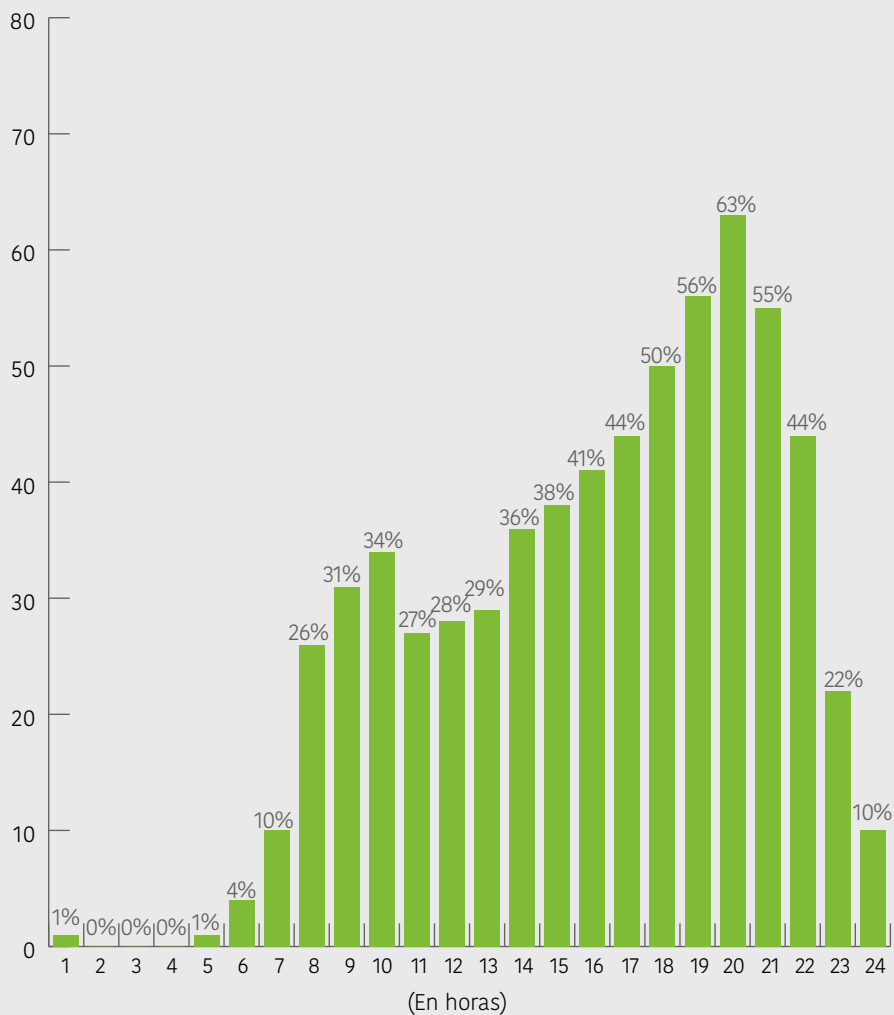


*Pregunta de selección múltiple (máximo 4 opciones)

Número de días a la semana en los que se utiliza redes sociales

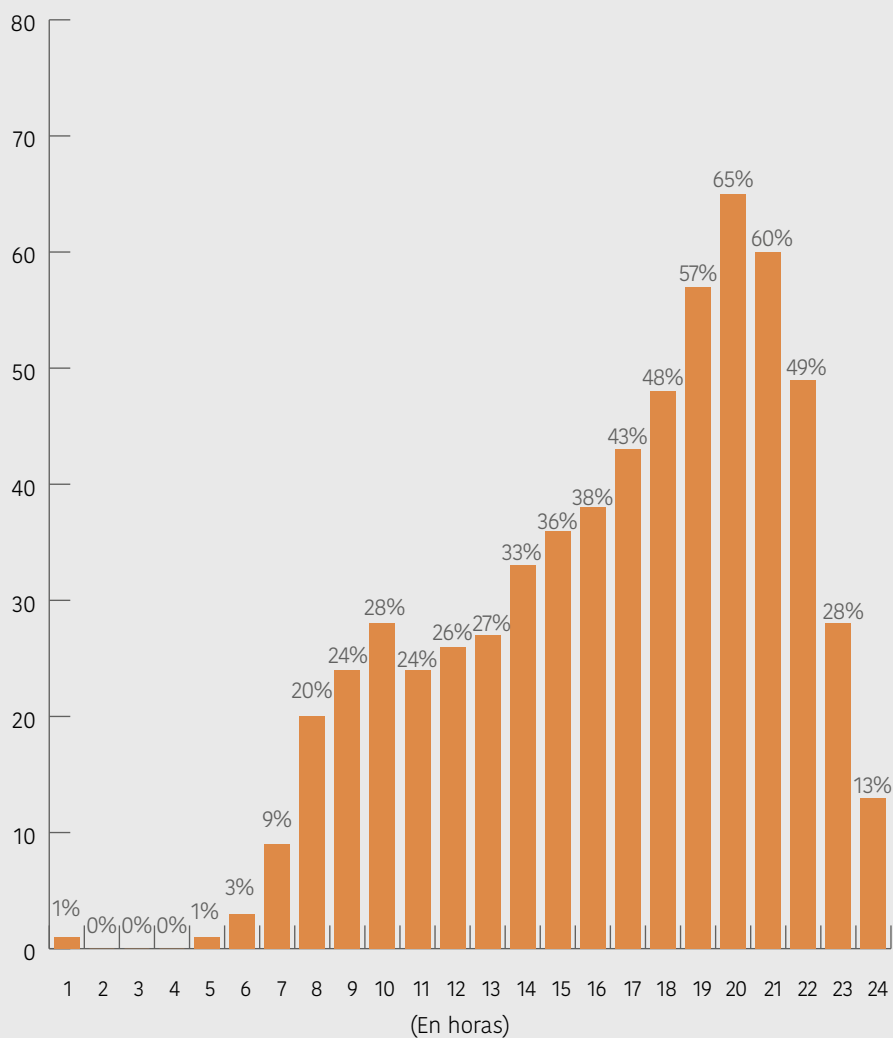


Horarios de mayor frecuencia de uso de redes sociales (lunes a viernes)*



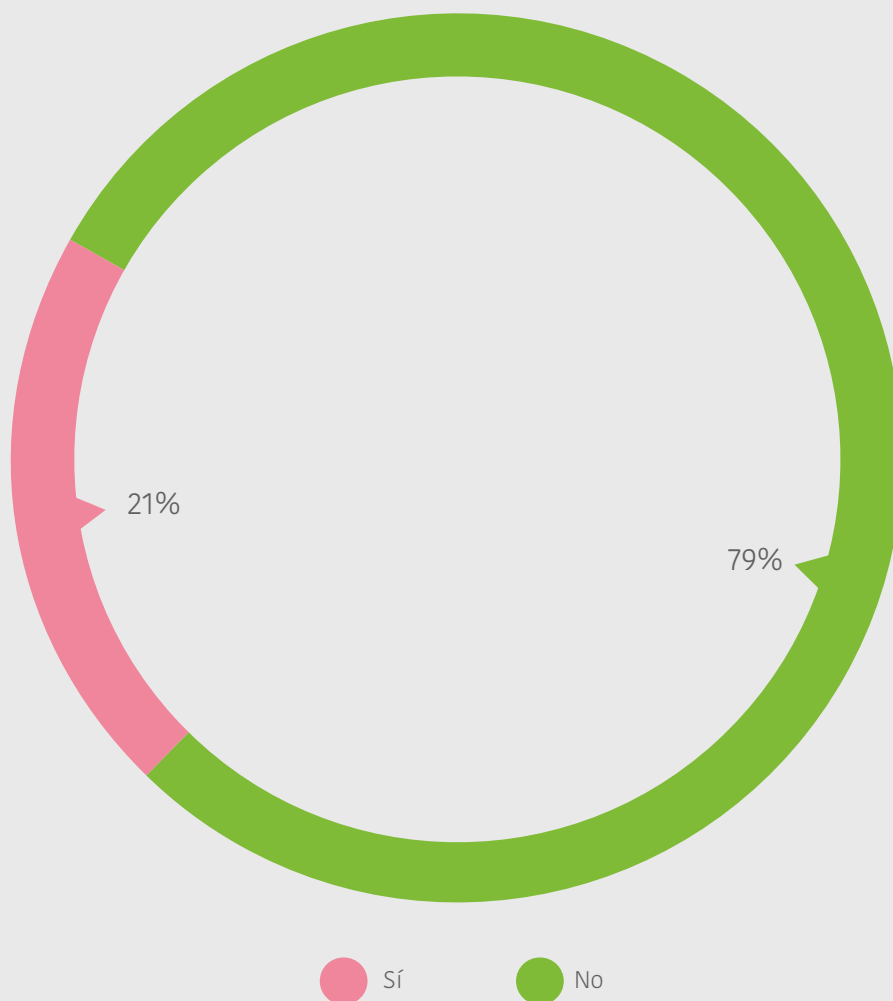
*Pregunta de selección múltiple

Horarios de mayor frecuencia de uso de redes sociales (fines de semana)*



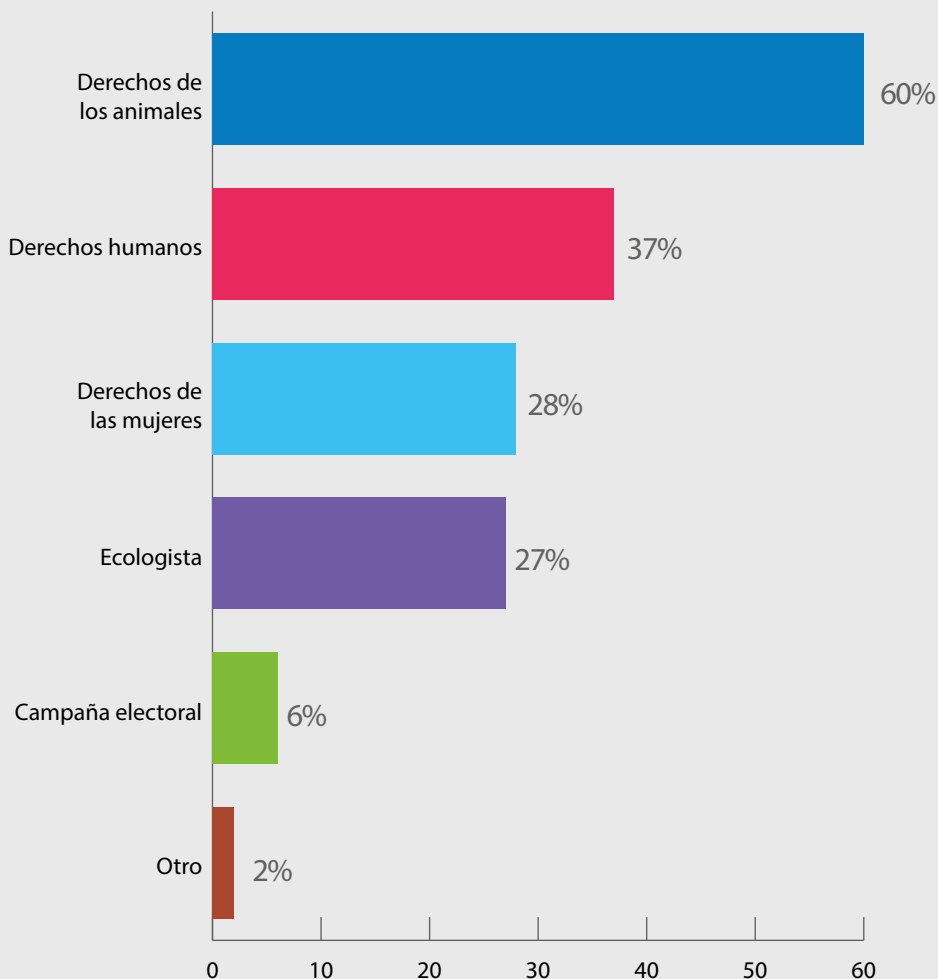
*Pregunta de selección múltiple

Porcentaje de apoyo a alguna causa social o política
a través de redes sociales*



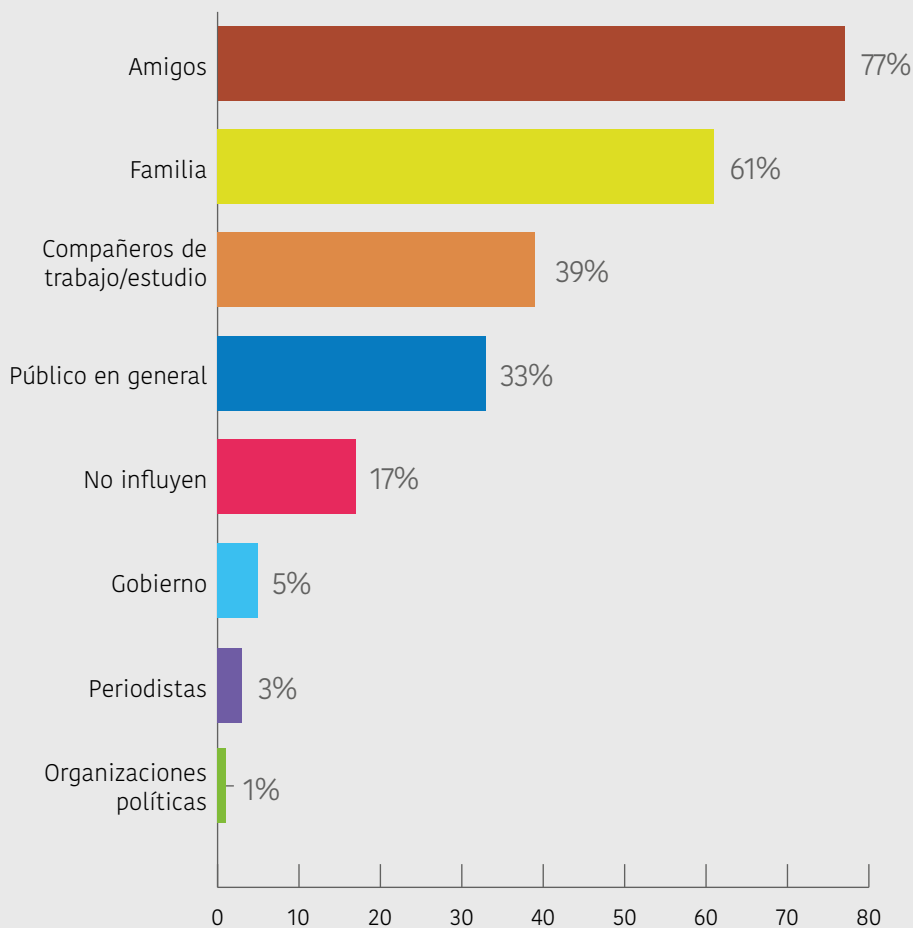
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

Tipo de causa que se apoyó en redes sociales*



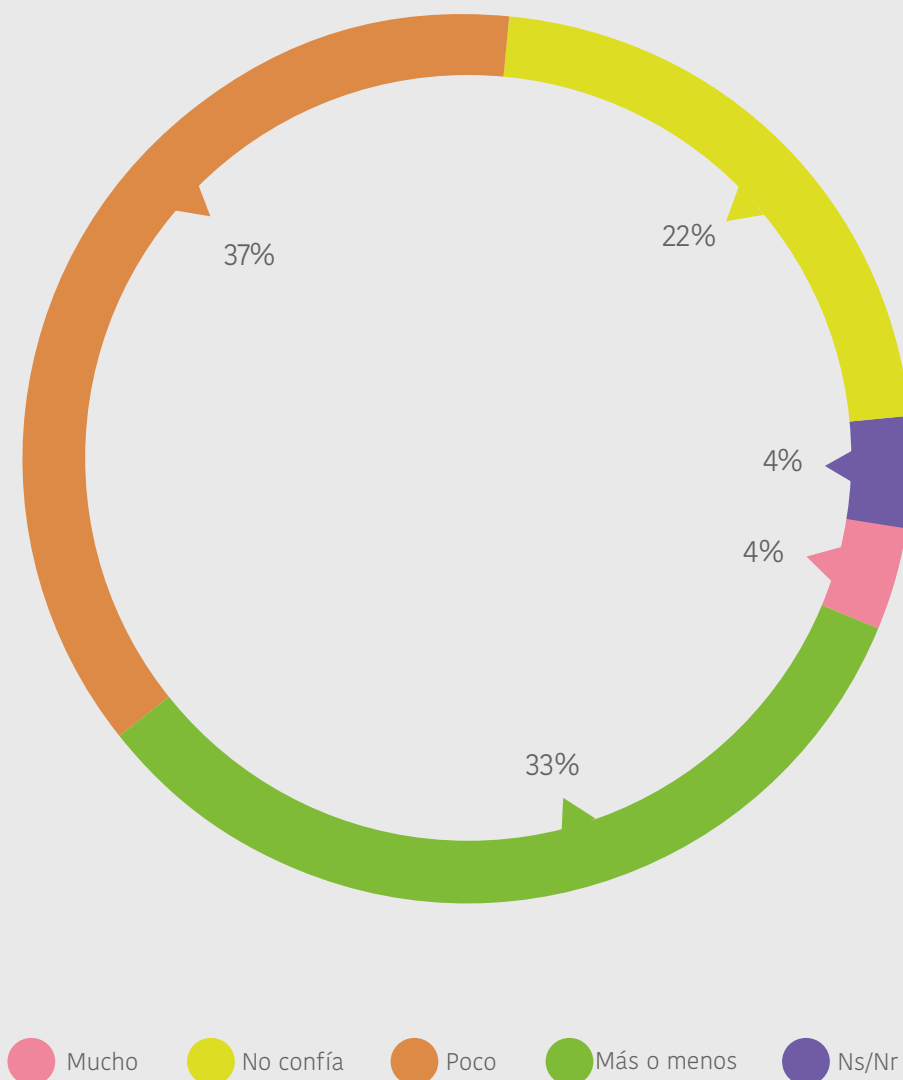
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta
Pregunta de selección múltiple

Ámbitos de influencia de las opiniones emitidas por la población internauta en redes sociales*

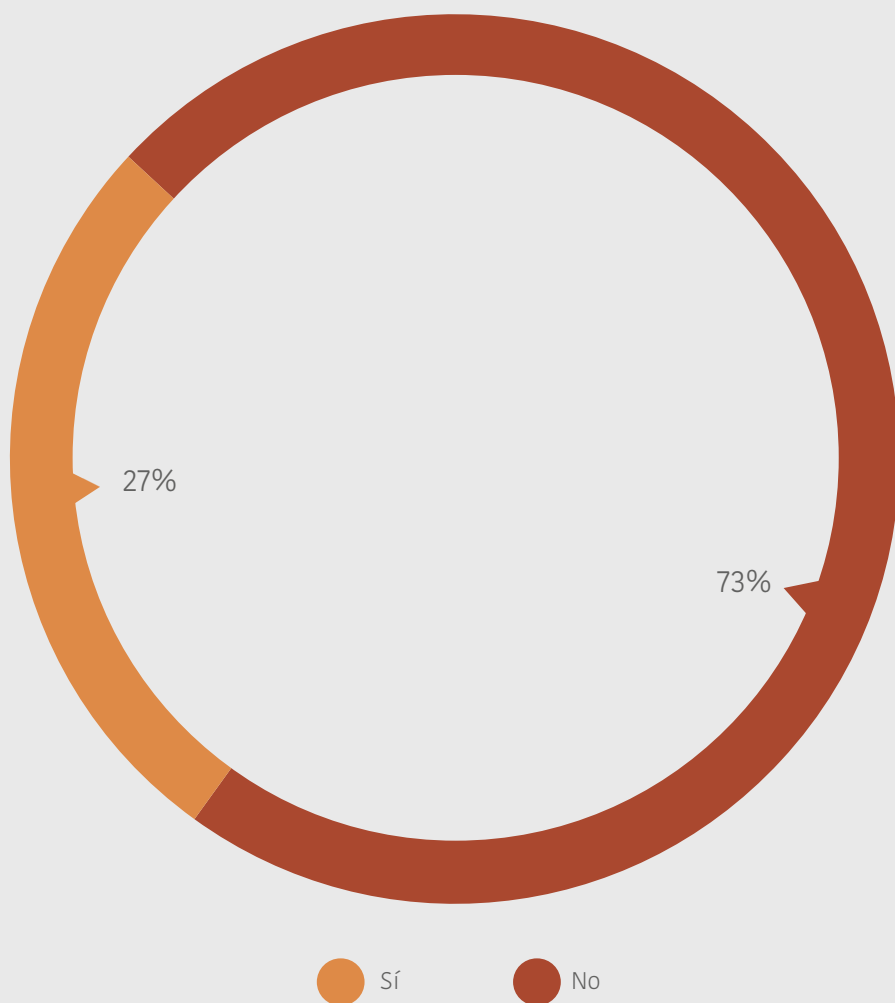


*Pregunta de selección múltiple (máximo 3 opciones)

Nivel de confianza de la población internauta en la información que circula a través de redes sociales

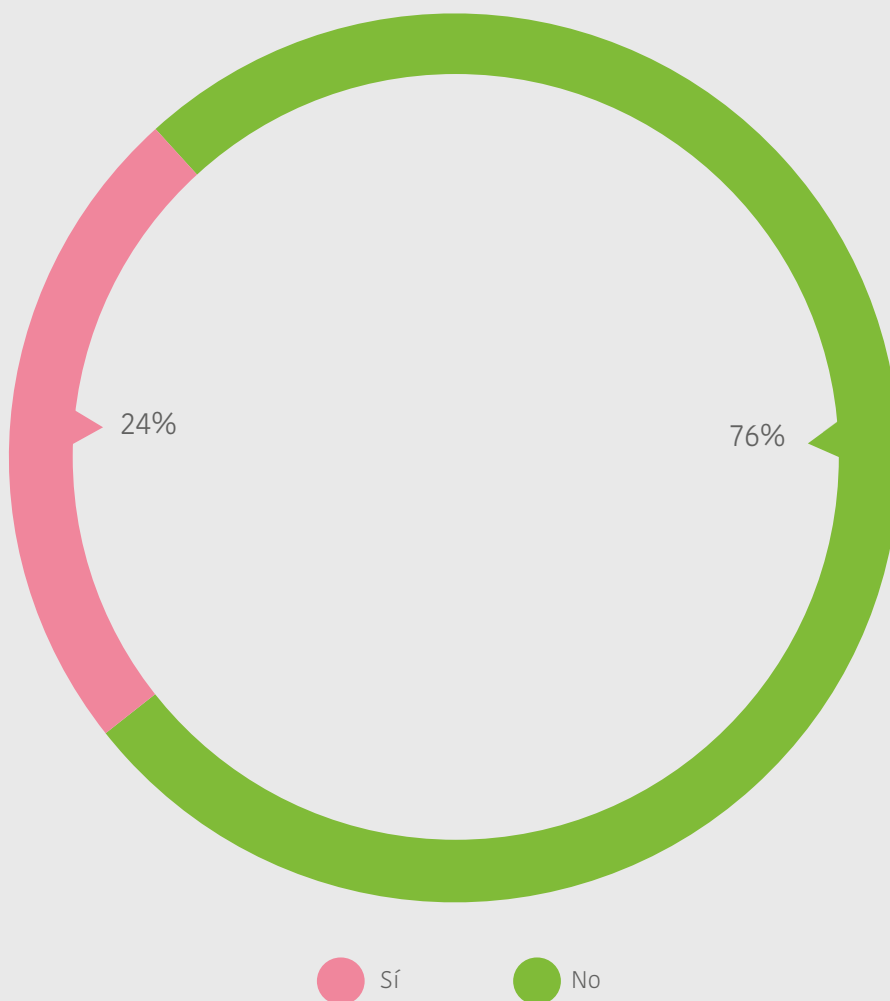


Porcentaje de influencia de las redes sociales en algún cambio de opinión en temas de interés nacional*



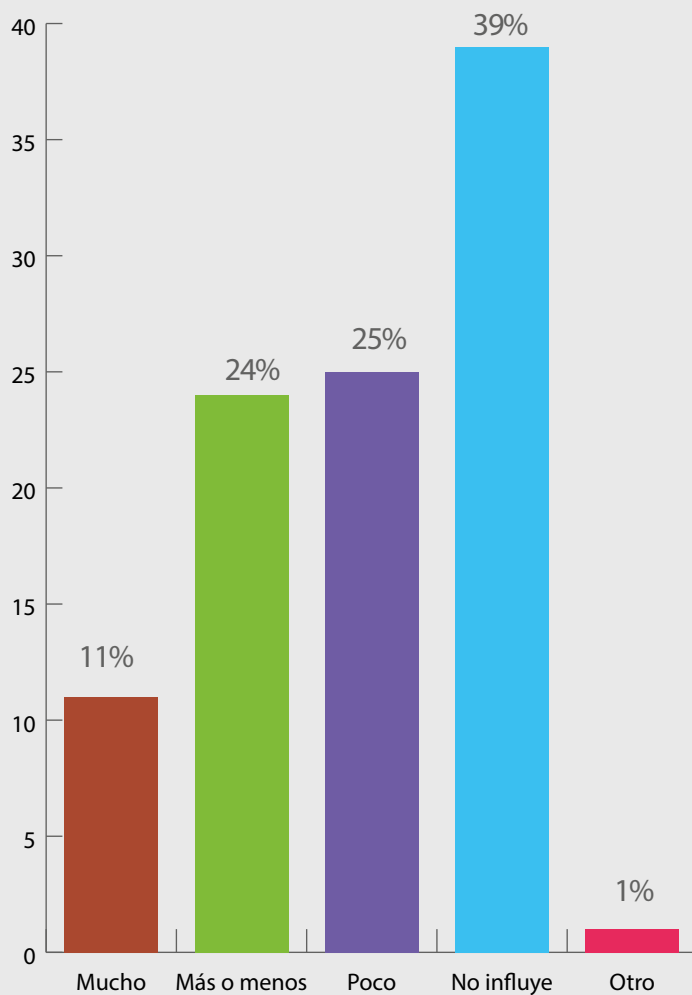
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

Porcentaje de influencia de las redes sociales en algún
cambio de opinión sobre temas personales y/o
familiares*



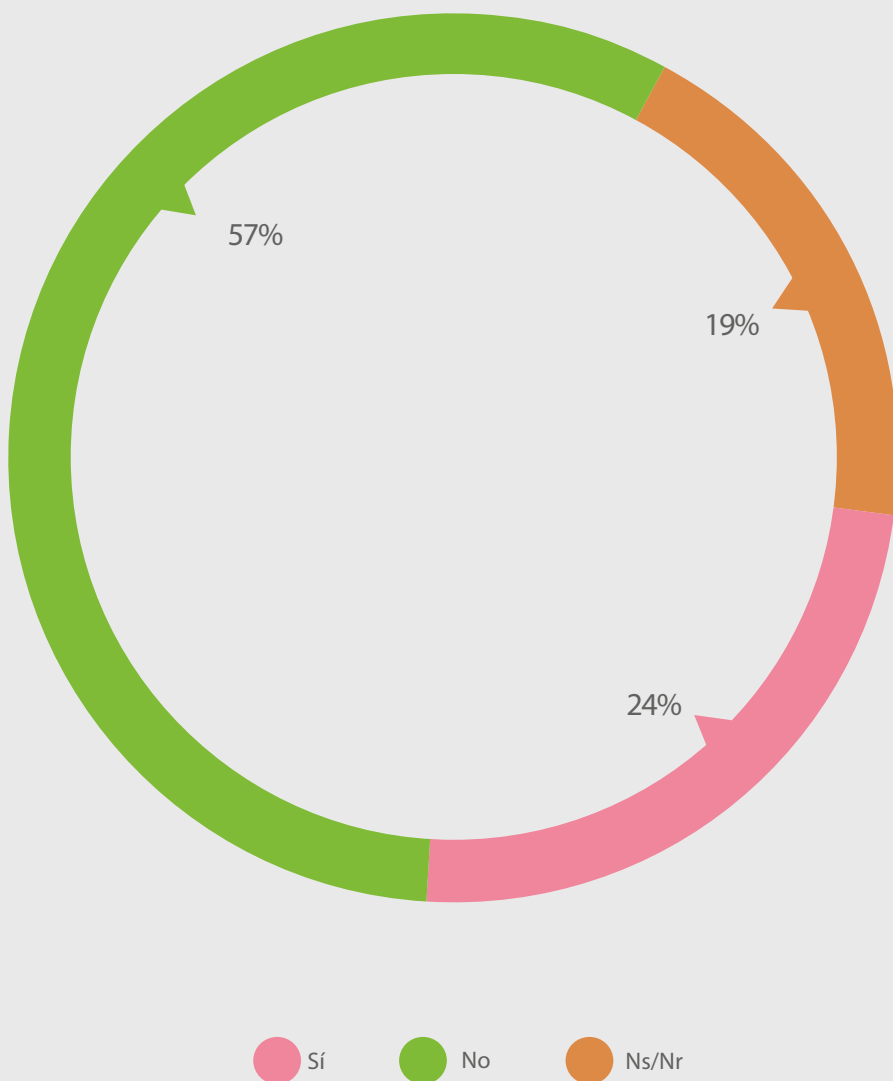
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

Porcentaje de influencia de la información y opiniones de las redes sociales en los últimos procesos electorales*



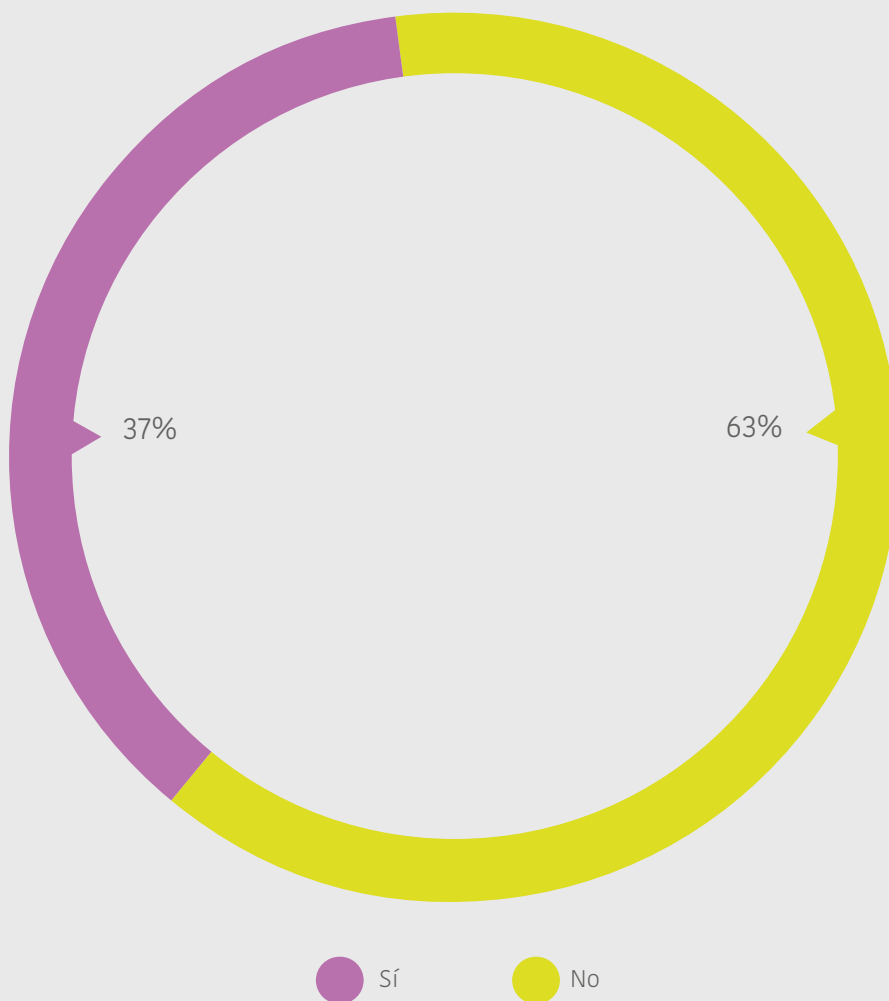
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

Porcentaje de uso de una identidad diferente a la propia en redes sociales

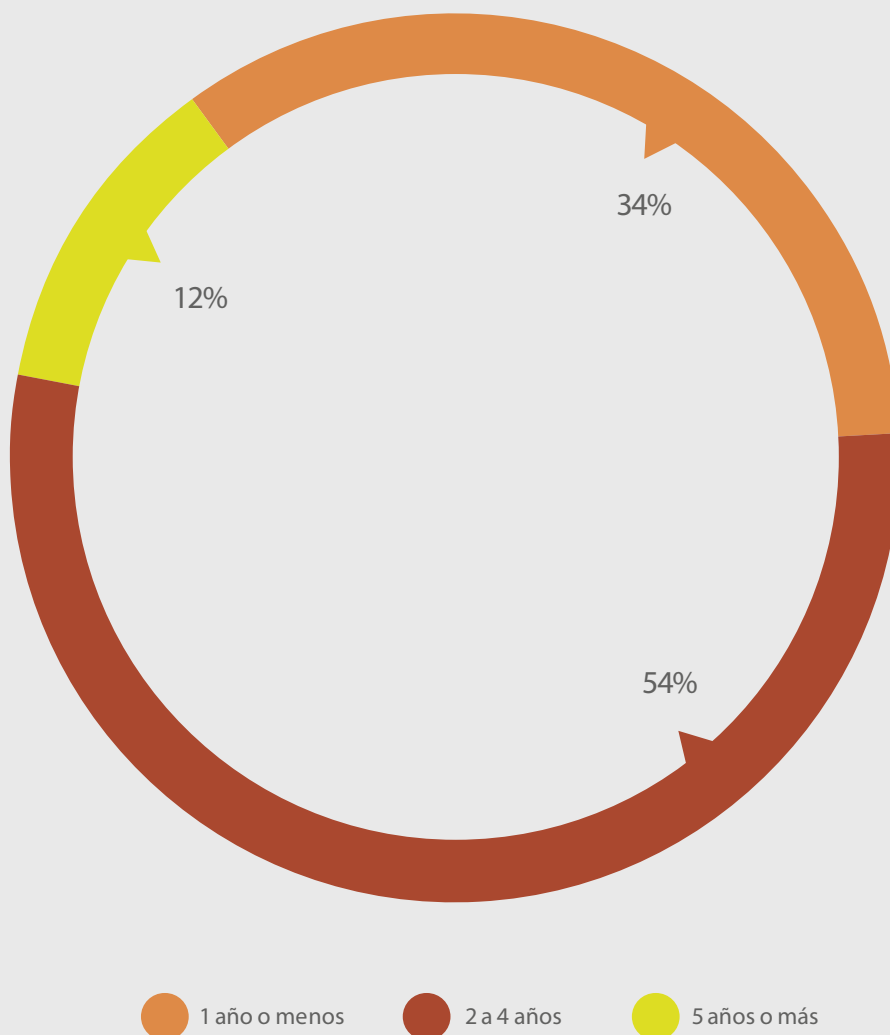


Relaciones en Internet

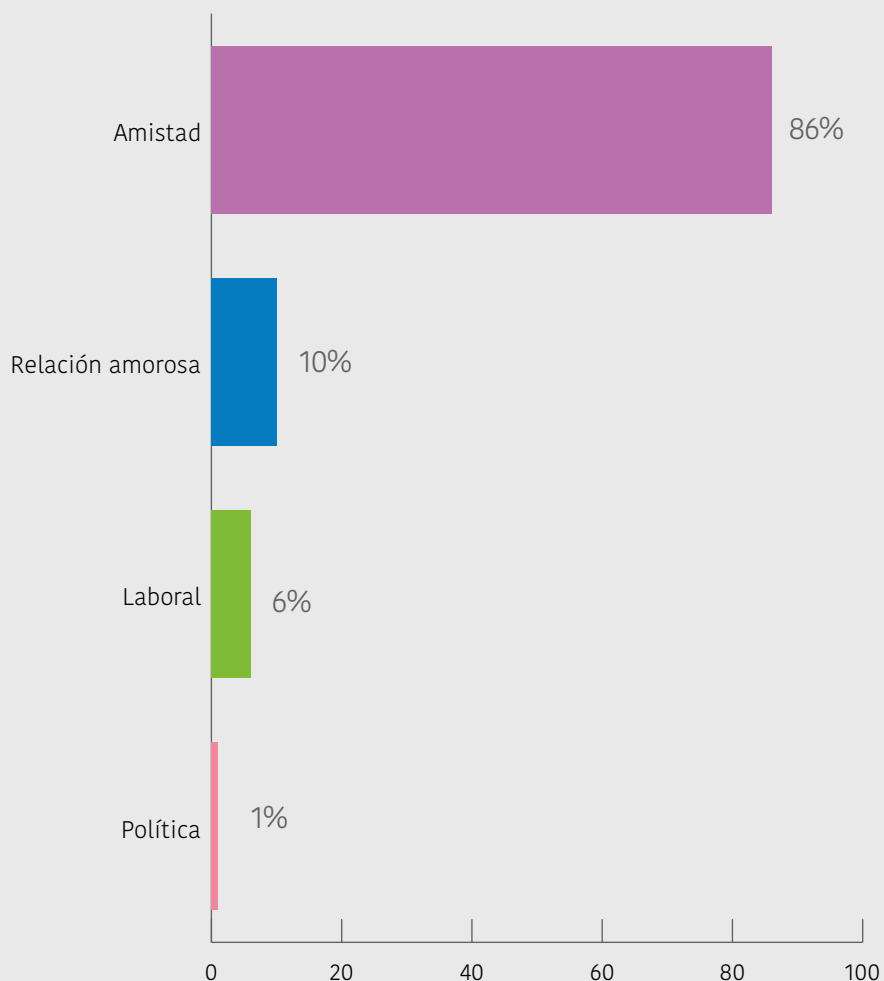
Porcentaje de población internauta que conoció alguna vez a personas a través de Internet



Tiempo de duración de la relación más larga con la persona que conoció en Internet

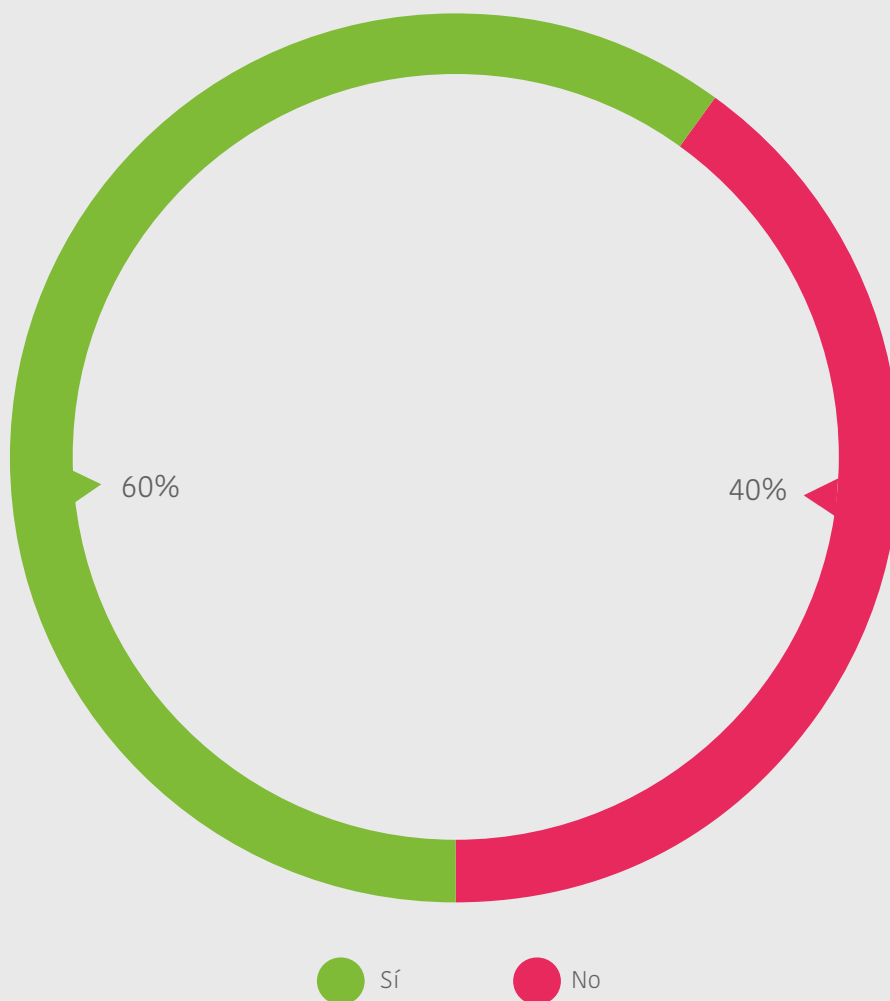


Tipo de relación que se estableció con la persona que conoció a través de Internet*



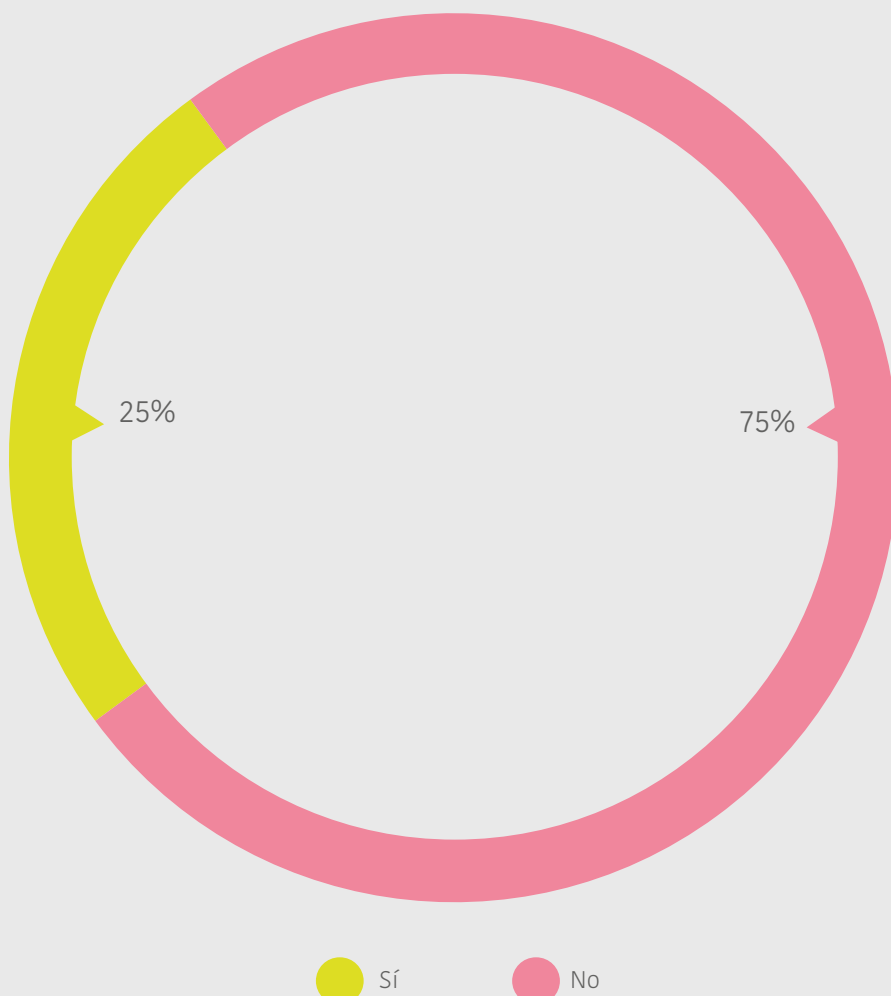
*Pregunta de selección múltiple

Porcentaje de la población internauta que llegó a
conocer físicamente a la persona que contactó por
Internet

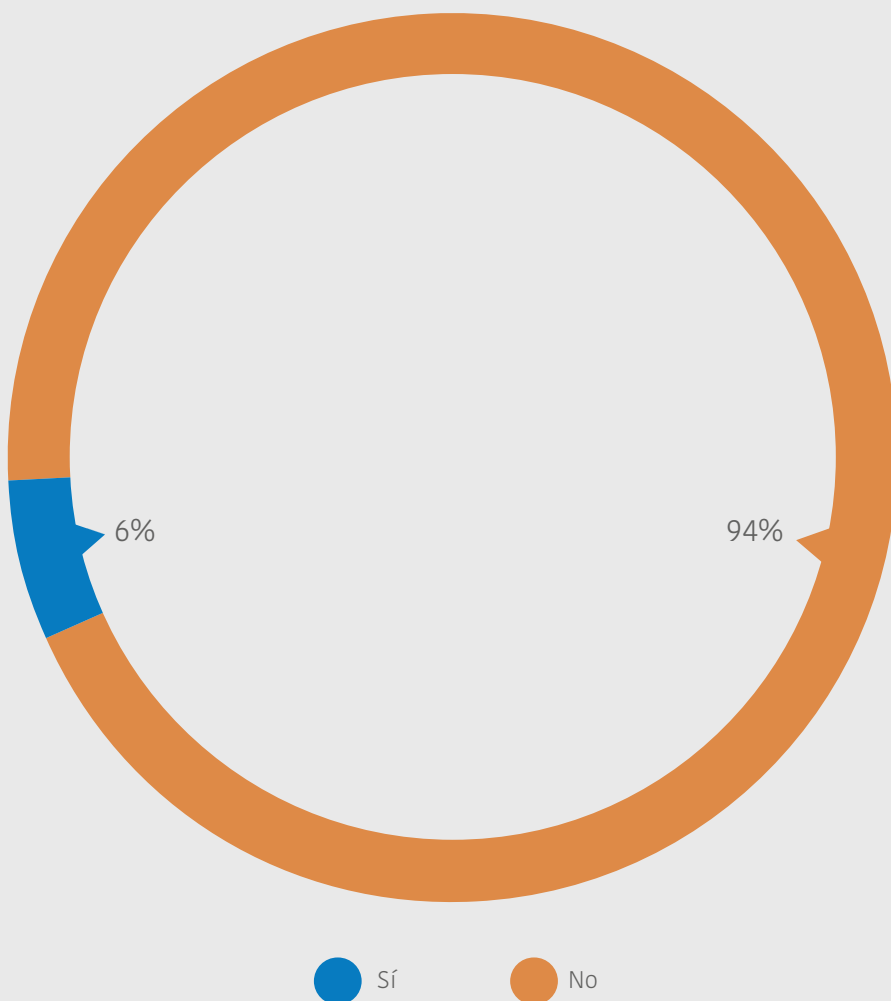


Comunidades digitales

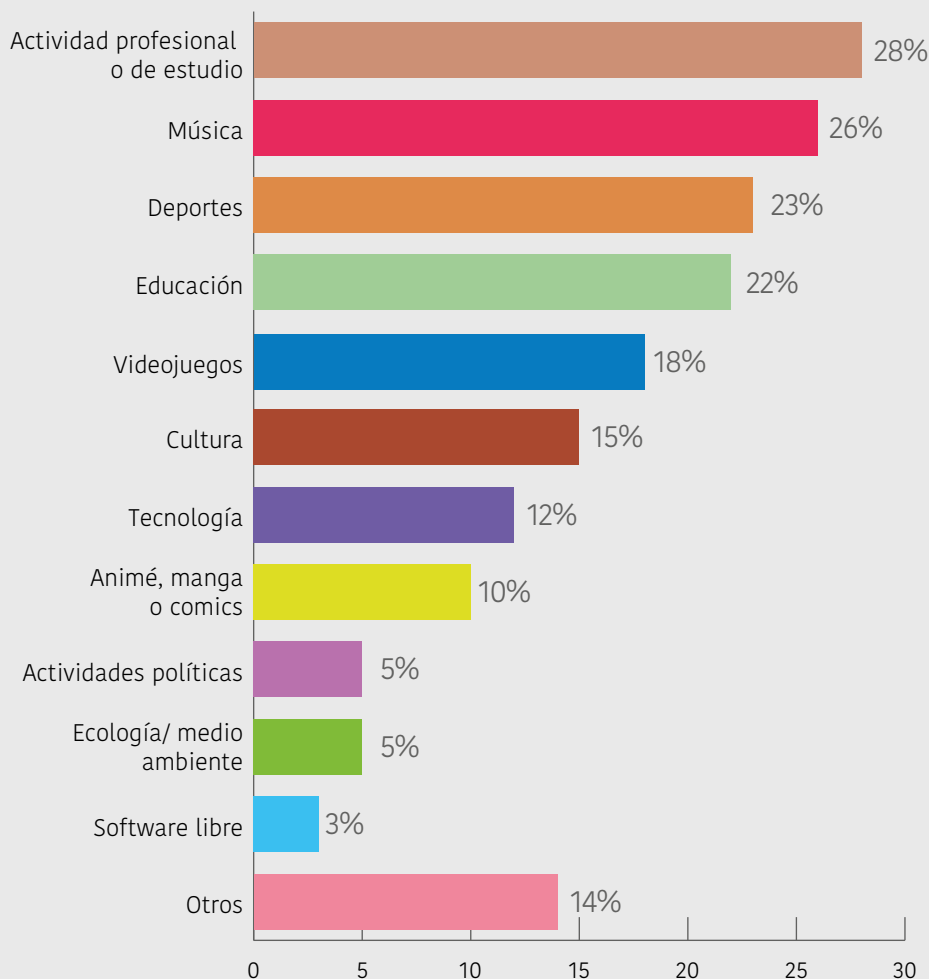
Porcentaje de la población internauta que pertenece a algún grupo o comunidad en Internet o redes sociales, con algún interés común



Porcentaje de la población internauta que utiliza Internet
para organizar/participar en actividades políticas, de
activistas o acciones de defensa de derechos

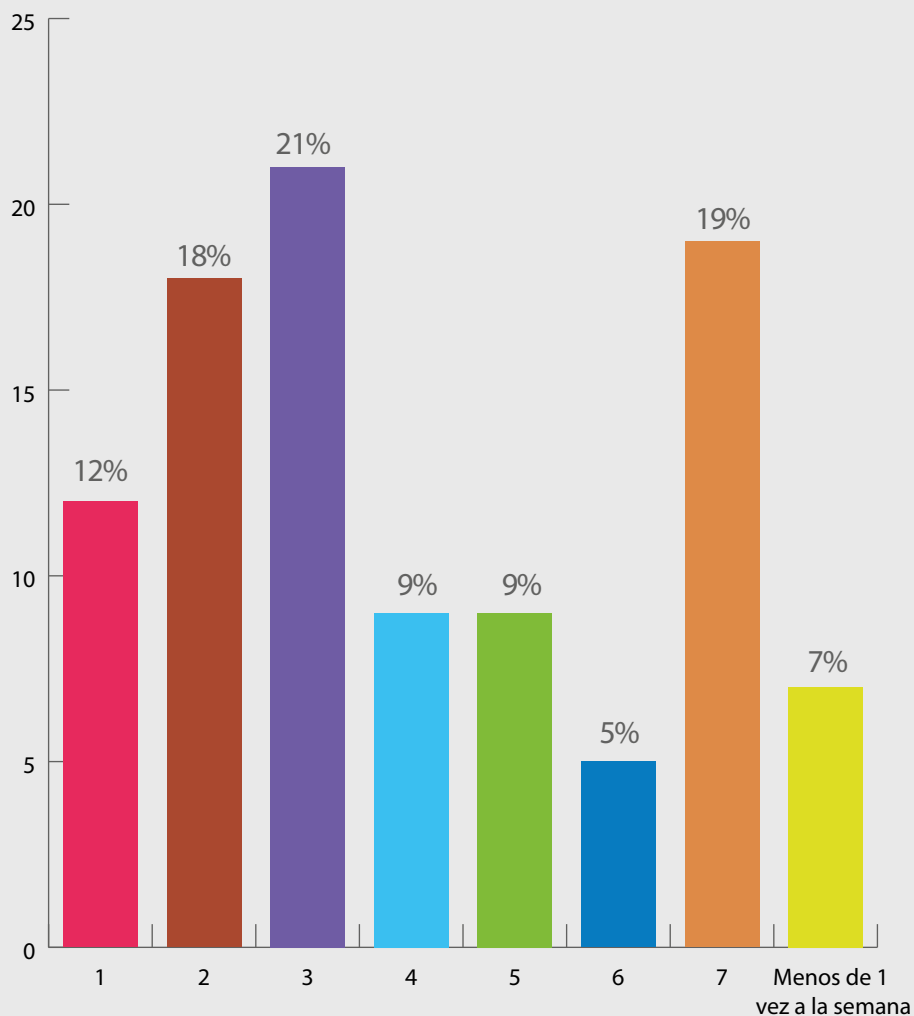


Intereses compartidos con los grupos o comunidades a las que la población internauta pertenece*

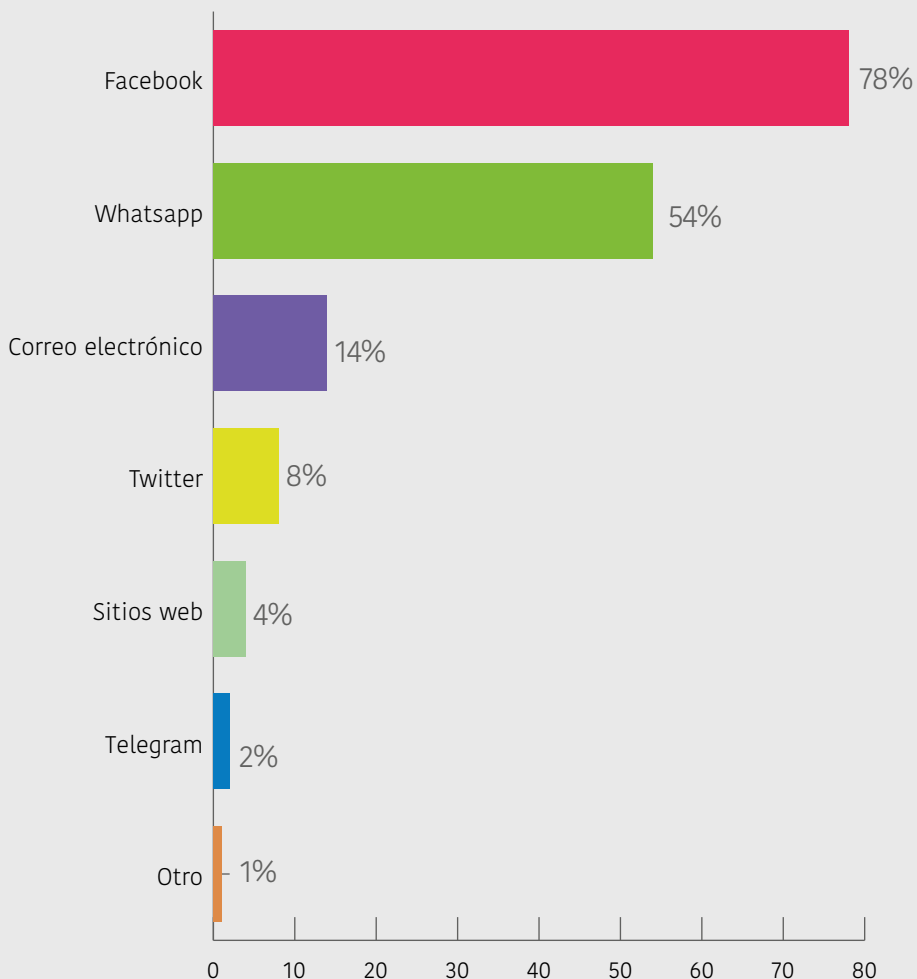


*Pregunta de selección múltiple

Número de días de contacto con los grupos o comunidades a las que la población internauta pertenece



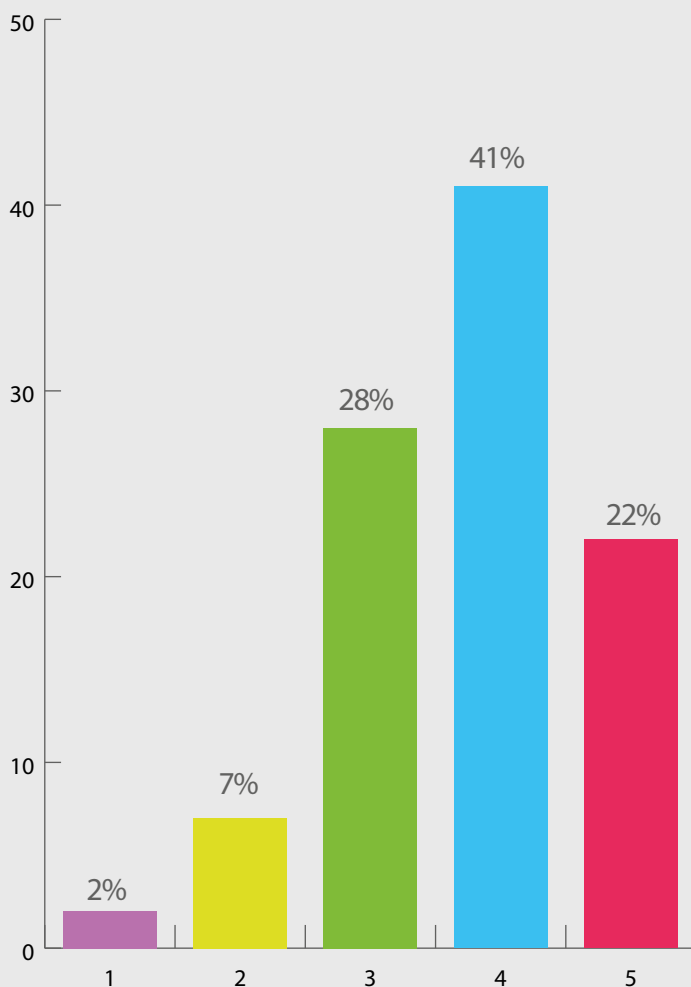
Plataformas o redes sociales a través de las cuales la población internauta participa en actividades políticas, de activistas o acciones de defensa de derechos*



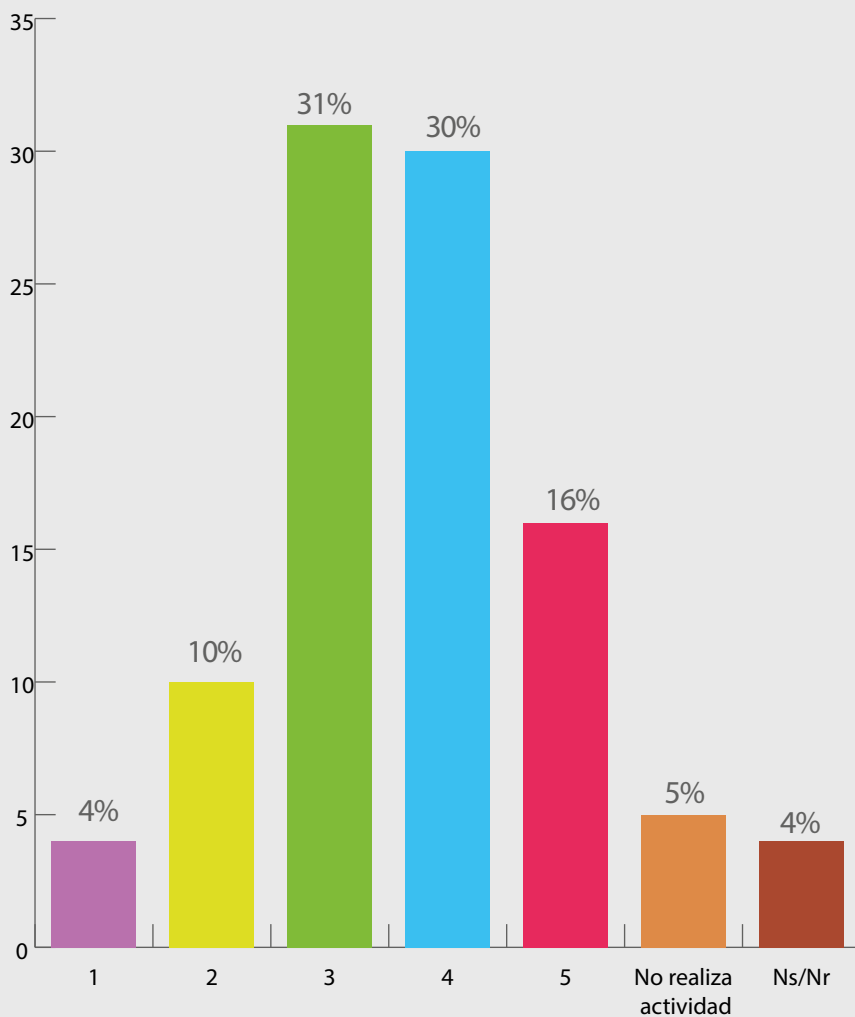
*Pregunta de selección múltiple

Calificación a servicios por Internet

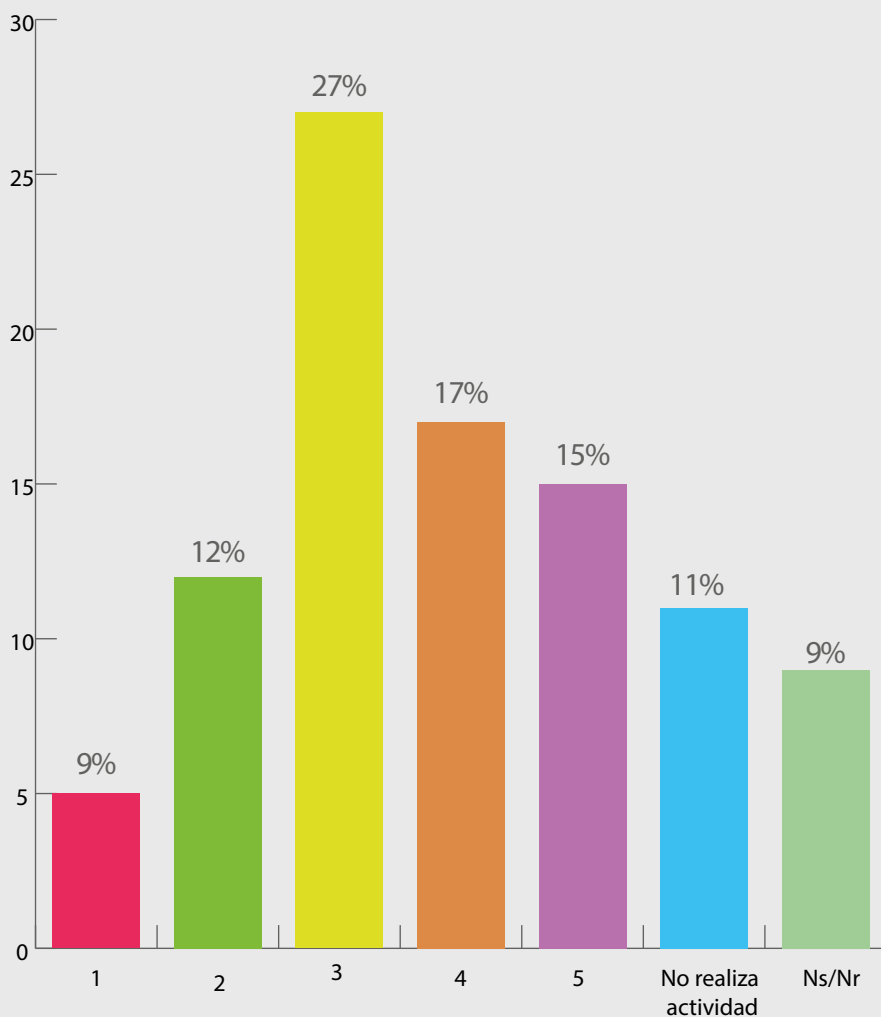
Calificación que la población internauta le da al servicio
de llamadas de voz por Internet
(1 pésimo, 5 excelente)



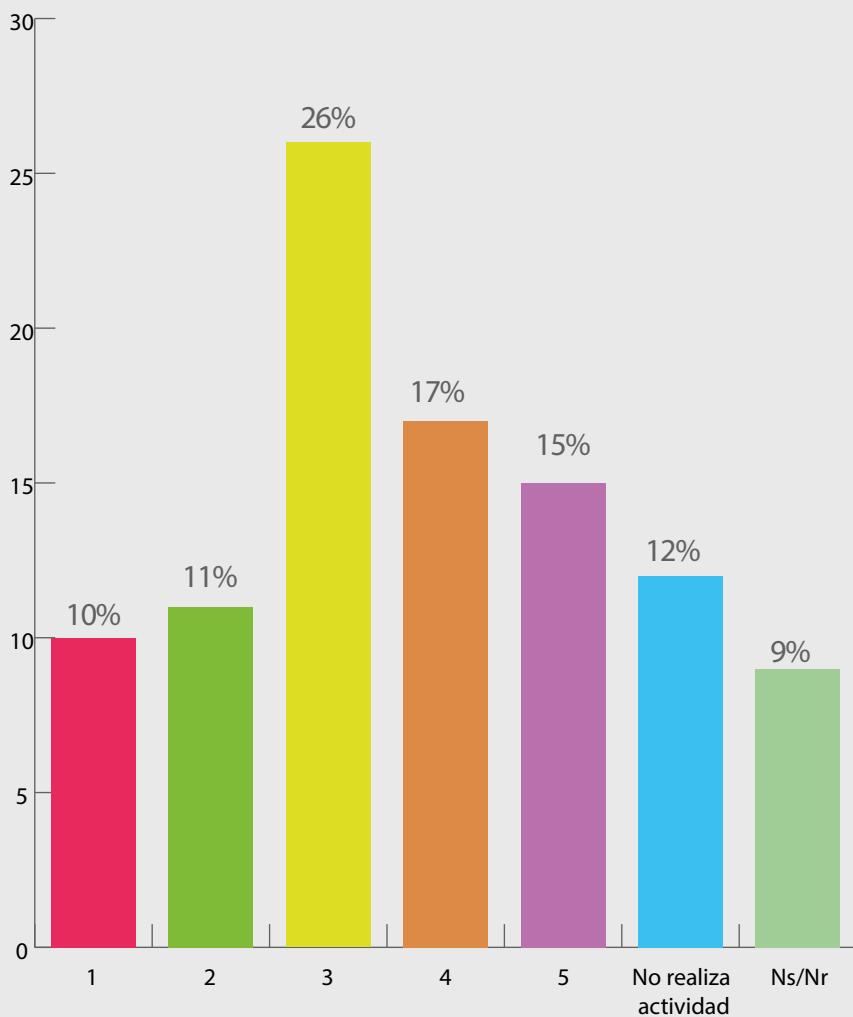
Calificación que la población internauta le da al servicio de
Internet para visitar páginas web
(1 pésimo, 5 excelente)



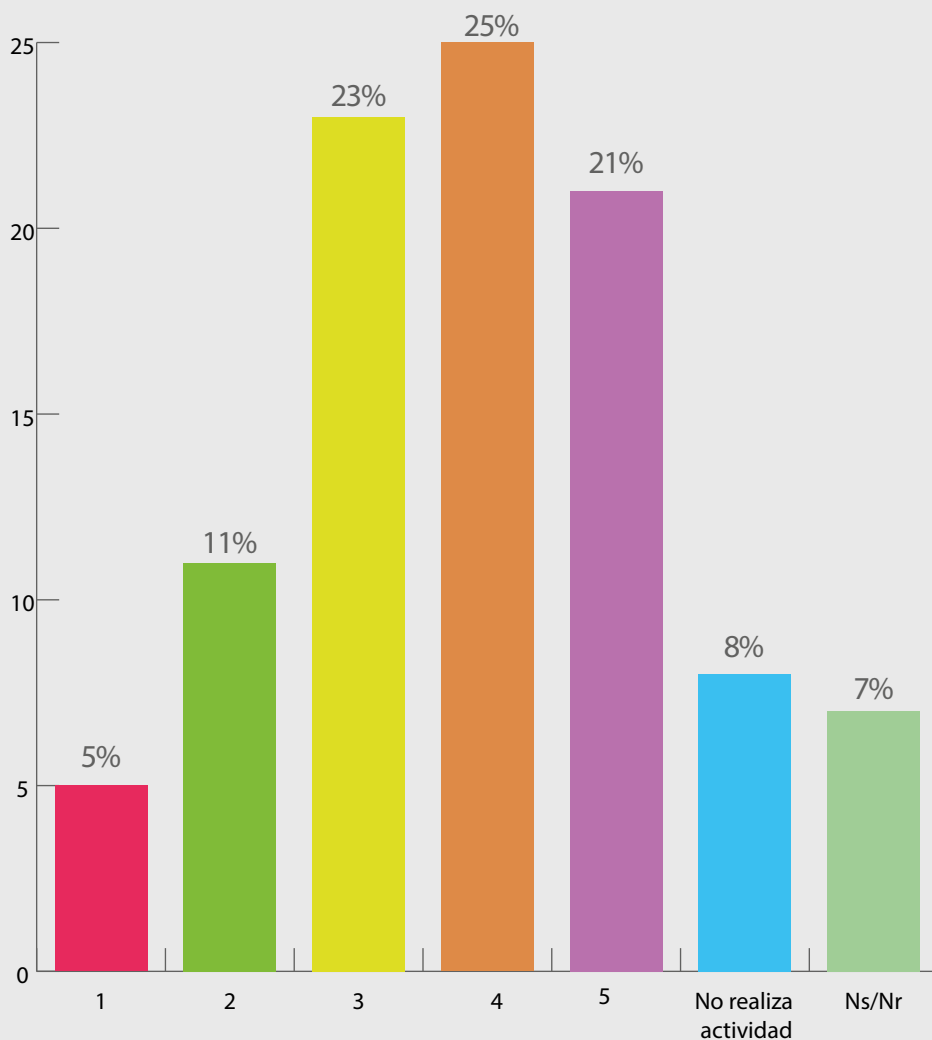
Calificación que la población internauta le da al servicio de
Internet para realizar videollamadas
(1 pésimo, 5 excelente)



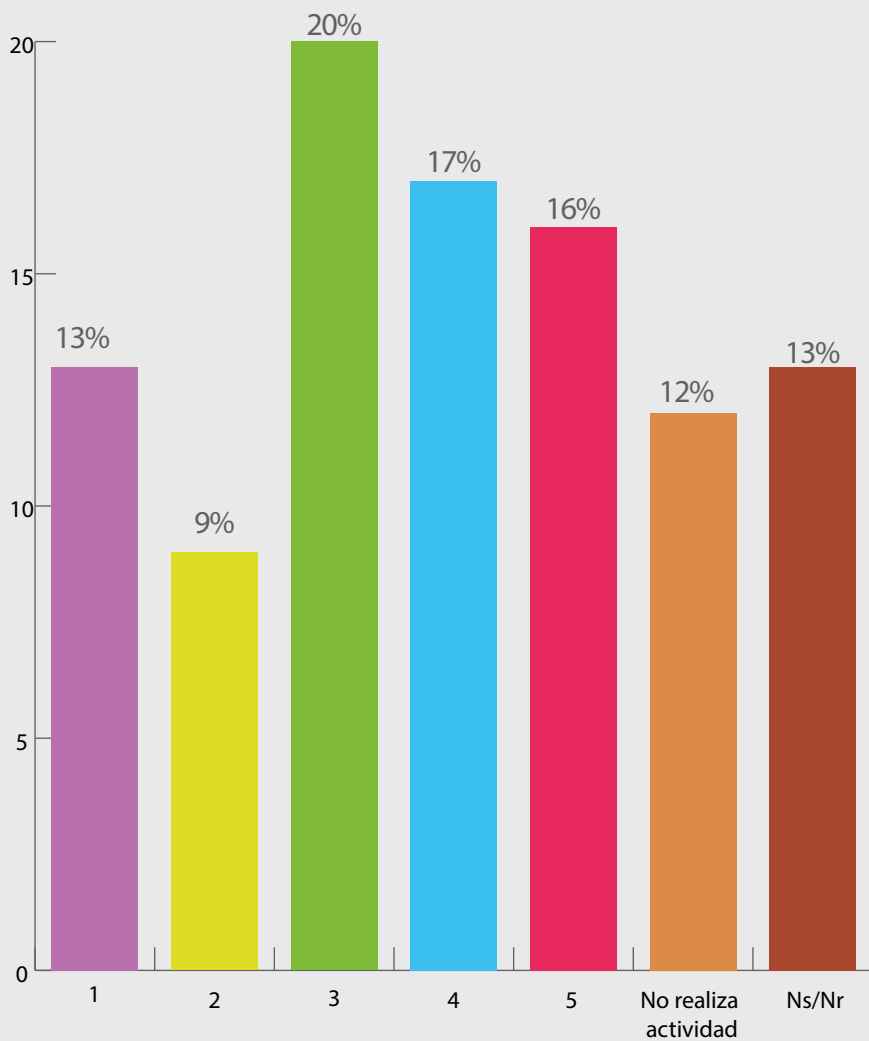
Calificación que la población internauta le da al servicio de
Internet para ver películas
(1 pésimo, 5 excelente)



Calificación que la población internauta le da al servicio de
Internet para descargar música y videos
(1 pésimo, 5 excelente)

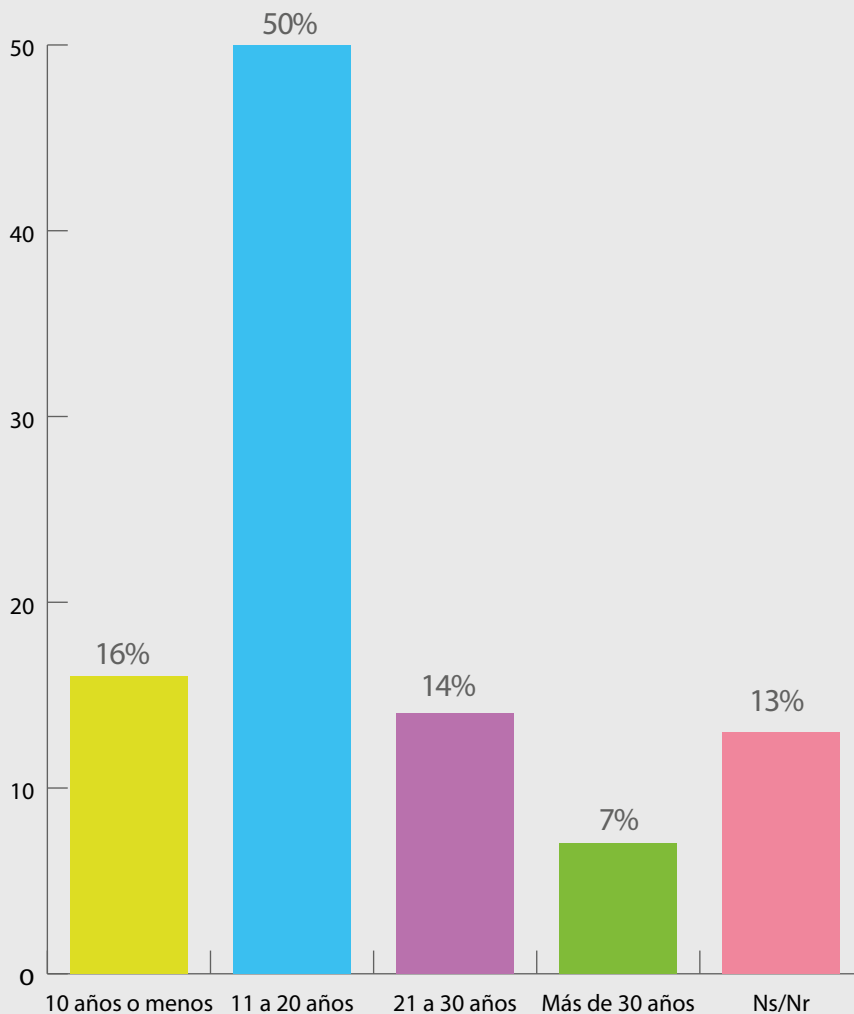


Calificación que la población internauta le da al servicio de
Internet para jugar videojuegos
(1 pésimo, 5 excelente)

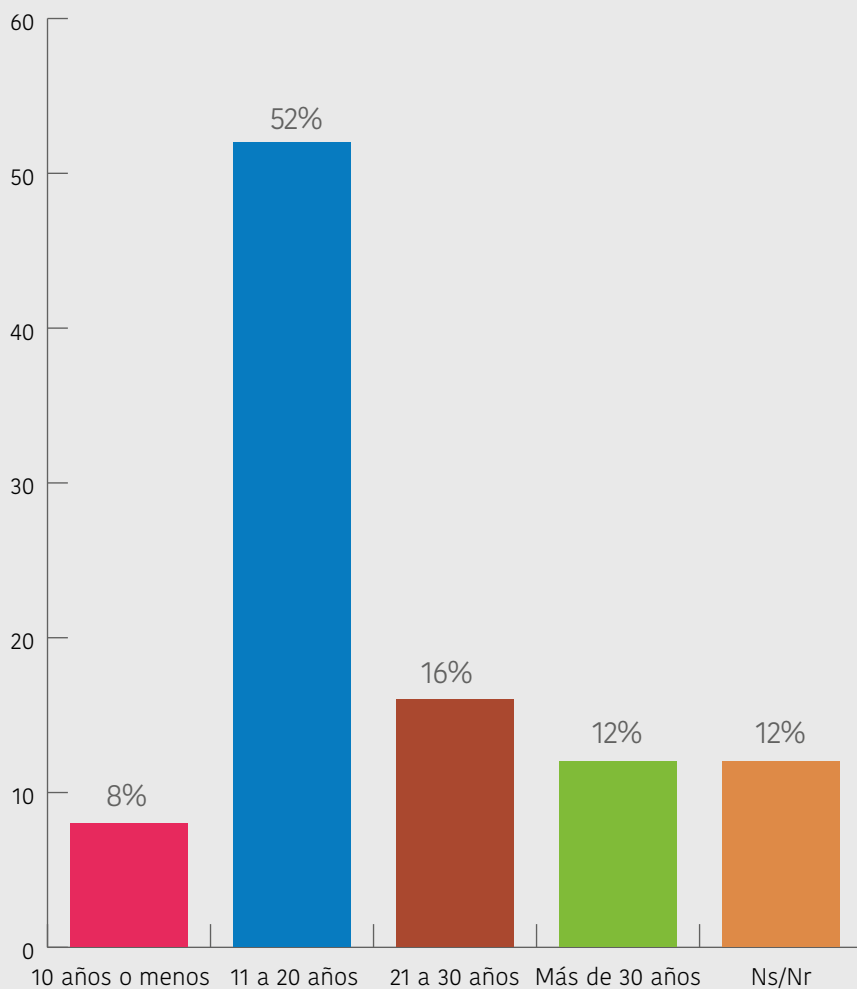


Habilidades TIC de la población internauta

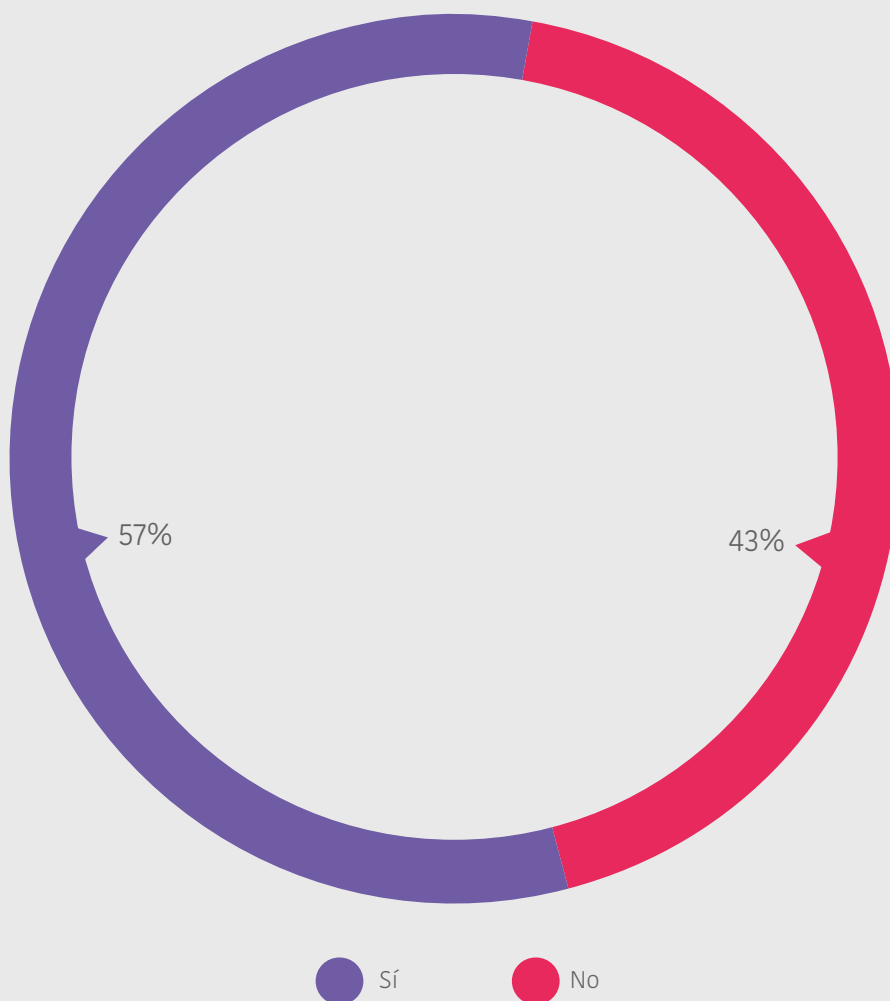
Edad aproximada en la que población internauta utilizó
una computadora por primera vez



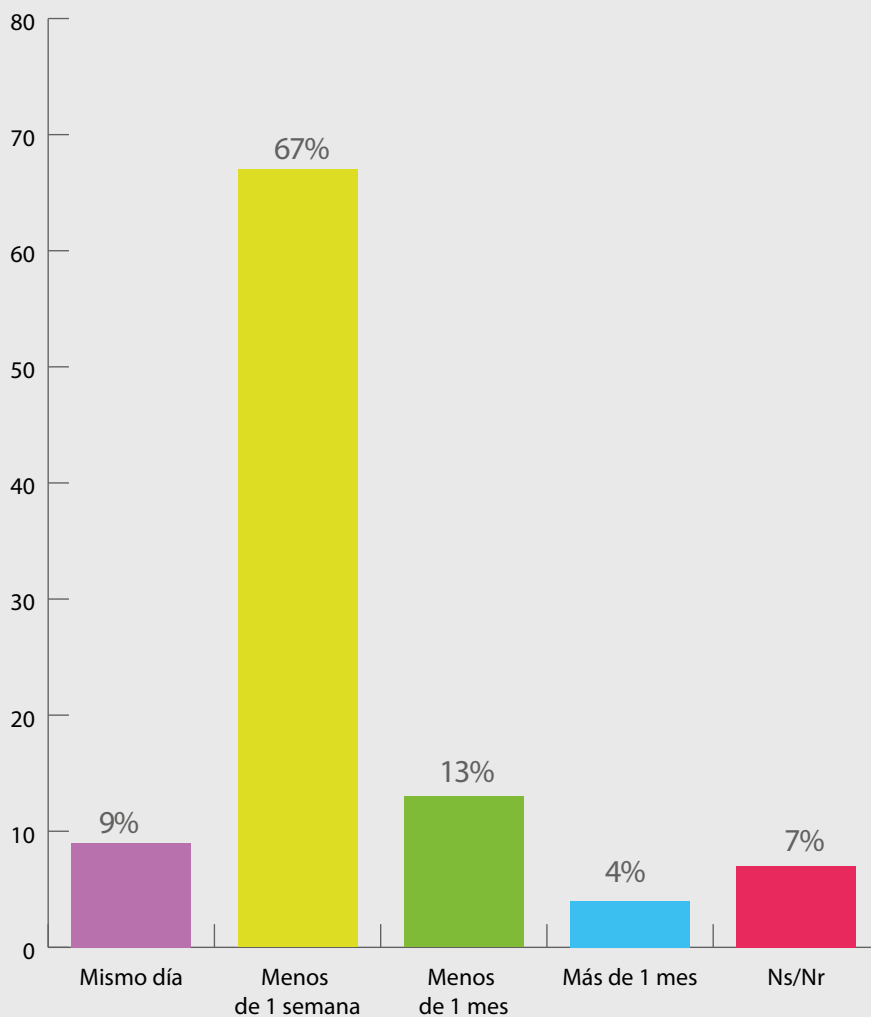
Edad aproximada en la que población internauta utilizó Internet por primera vez



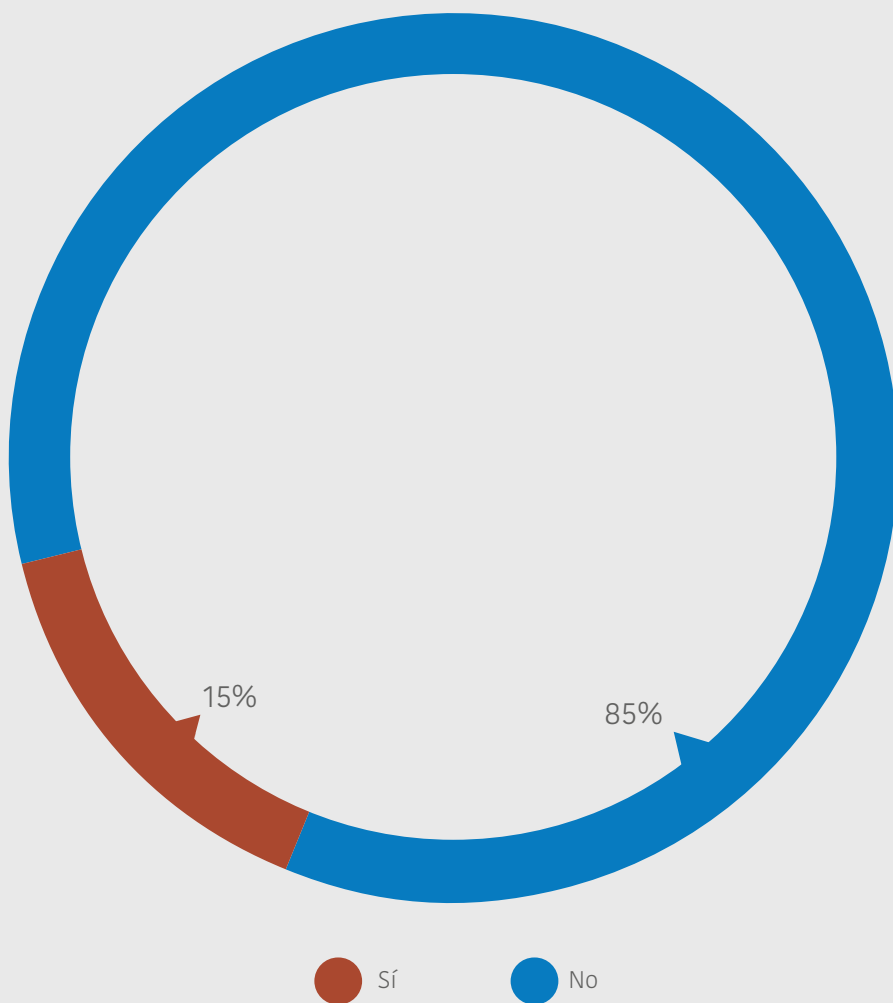
Porcentaje de la población internauta que usa correo electrónico



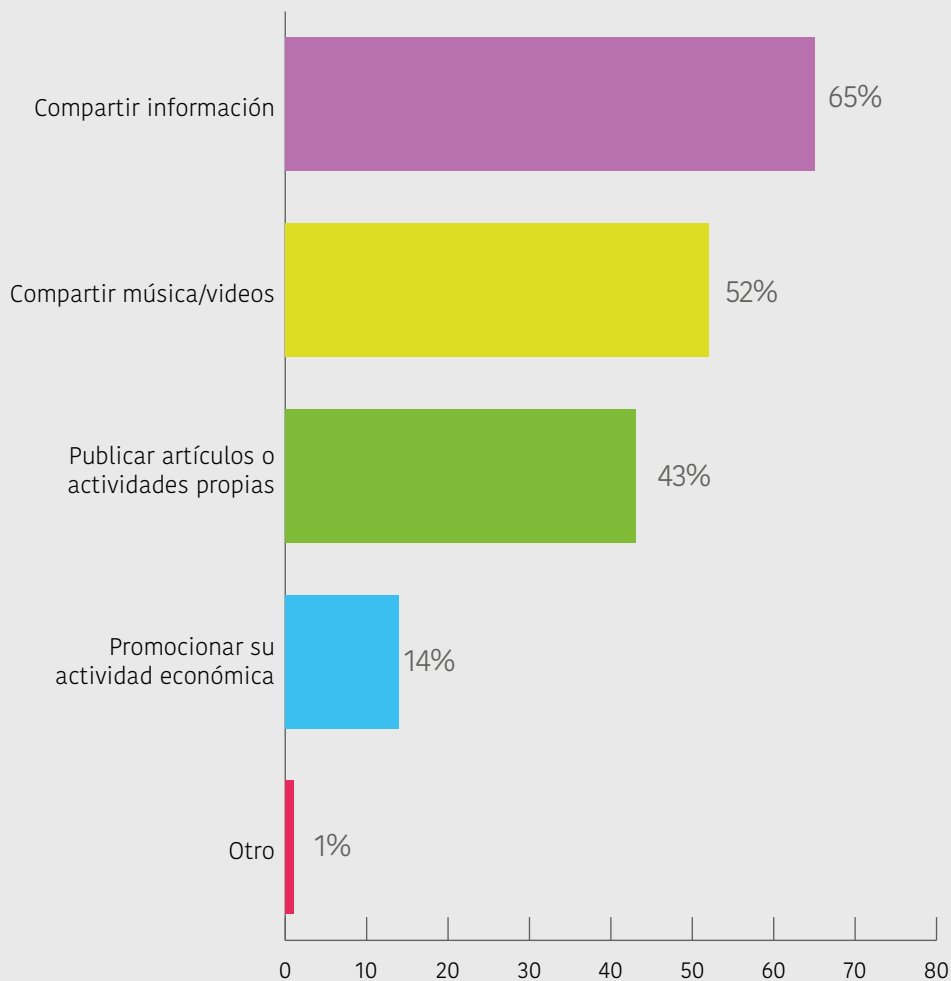
Tiempo transcurrido desde el último acceso al correo electrónico



Porcentaje de la población internauta que tiene alguna página / blog en Internet

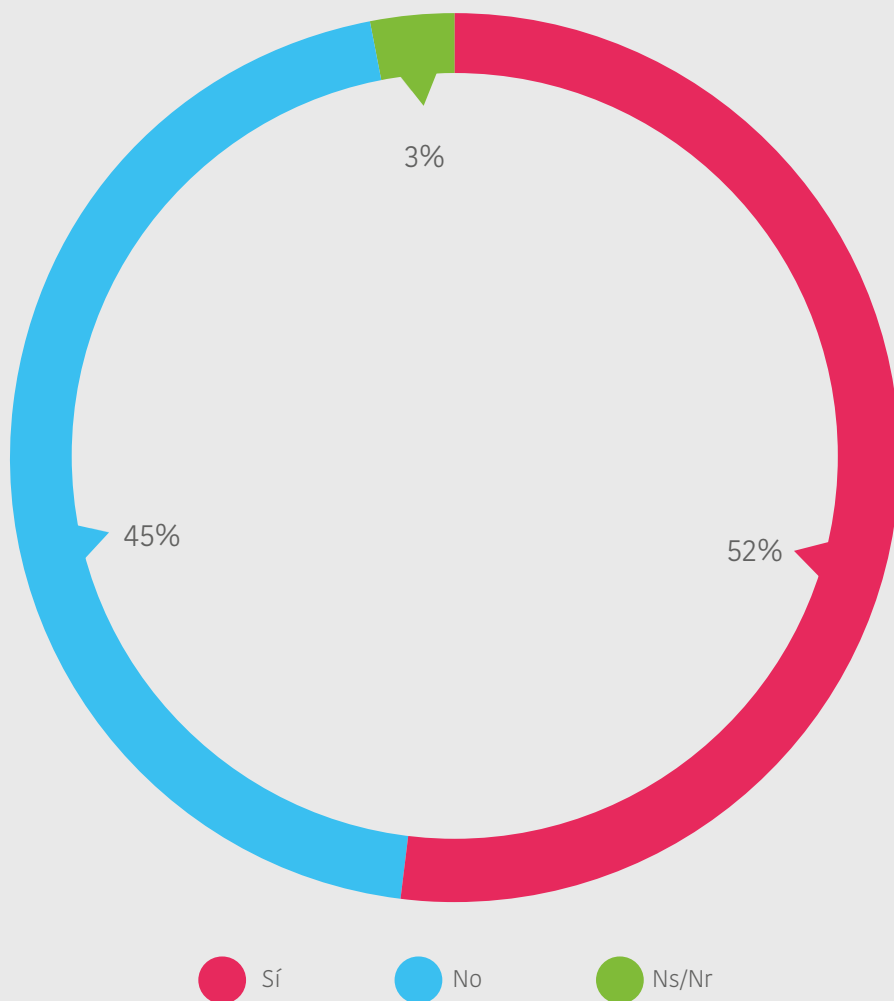


Actividades en las que la población internauta utiliza páginas o blogs en Internet*



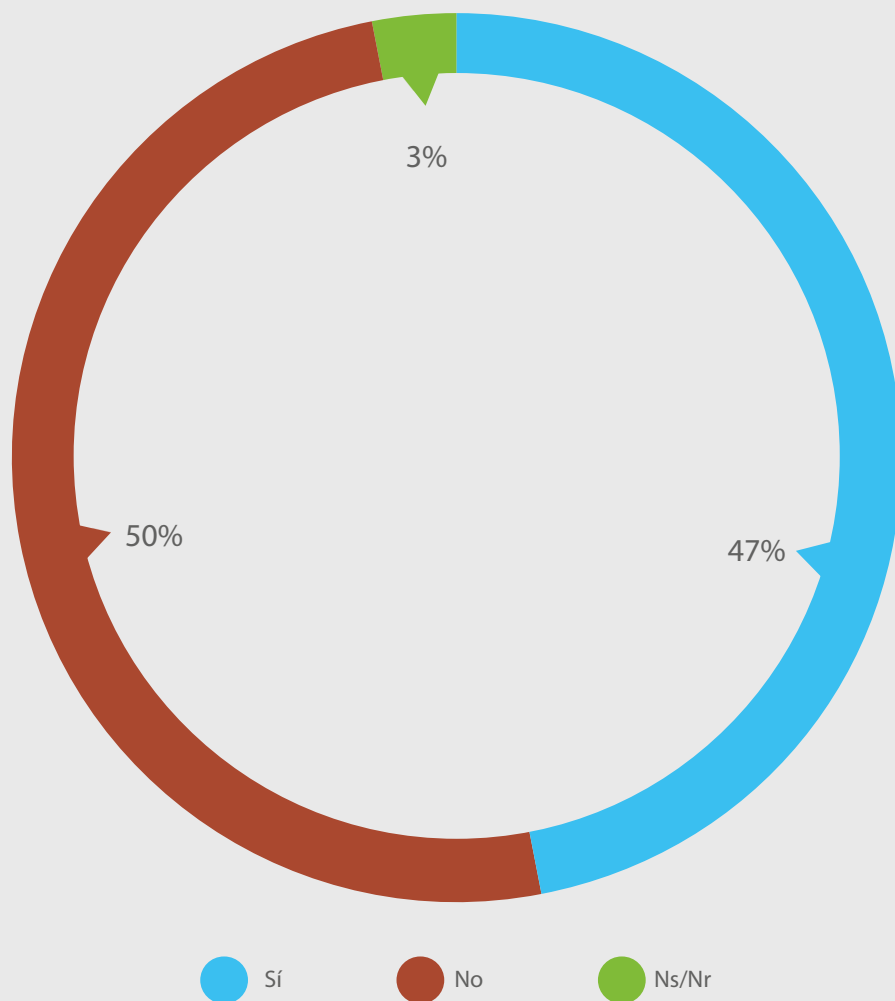
*Pregunta de selección múltiple

Porcentaje de la población internauta que envió y recibió
correos electrónicos con archivos adjuntos en su
computadora, celular, tablet u otros equipos digitales*



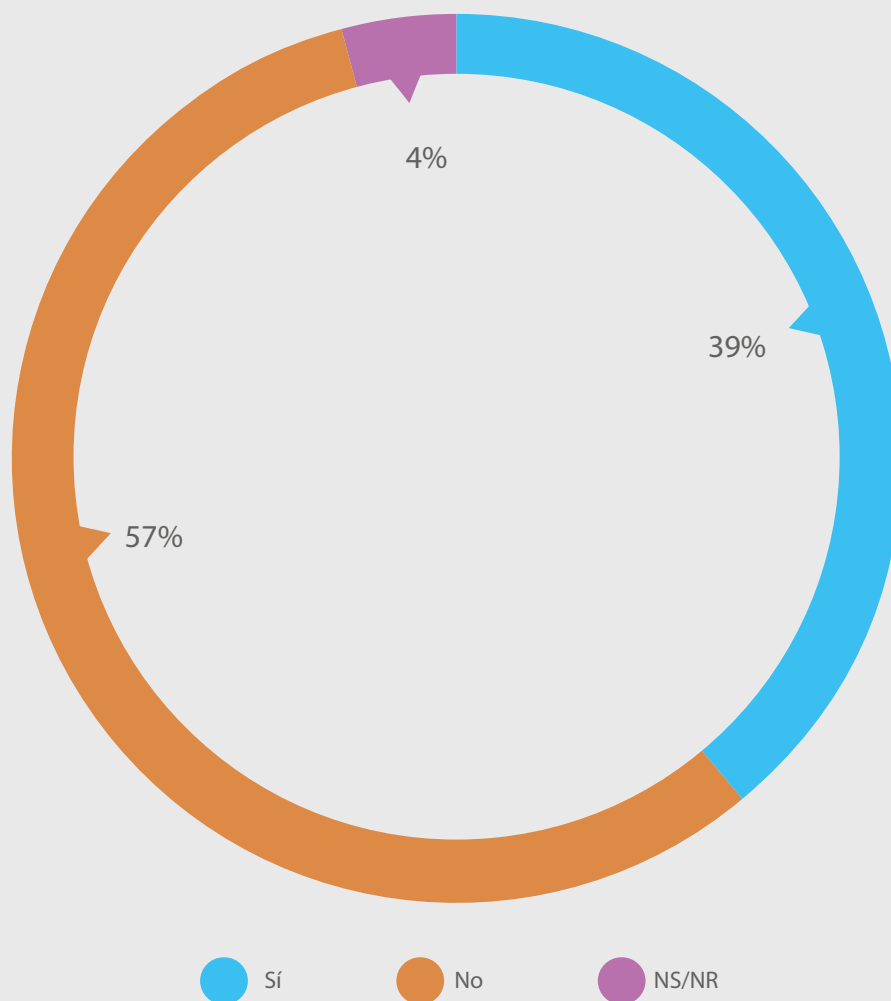
*En los últimos 3 meses previos a la encuesta

Porcentaje de la población internauta que conectó o instaló nuevos dispositivos y/o transfirió archivos en su computadora, celular, tablet u otros equipos digitales*



*En los últimos 3 meses previos a la encuesta

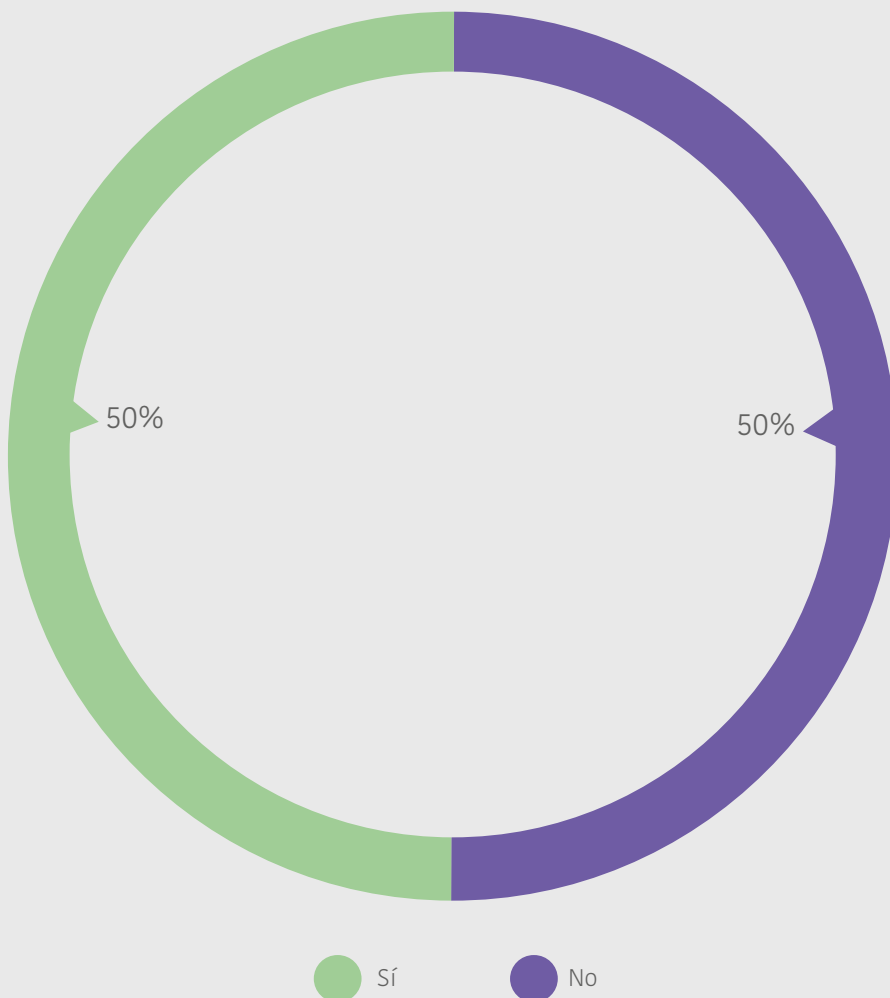
Porcentaje de la población internauta que buscó, instaló y configuró programas aplicaciones y/o acciones más avanzadas en su computadora, celular, tablet u otros equipos digitales*



*En los últimos 3 meses previos a la encuesta

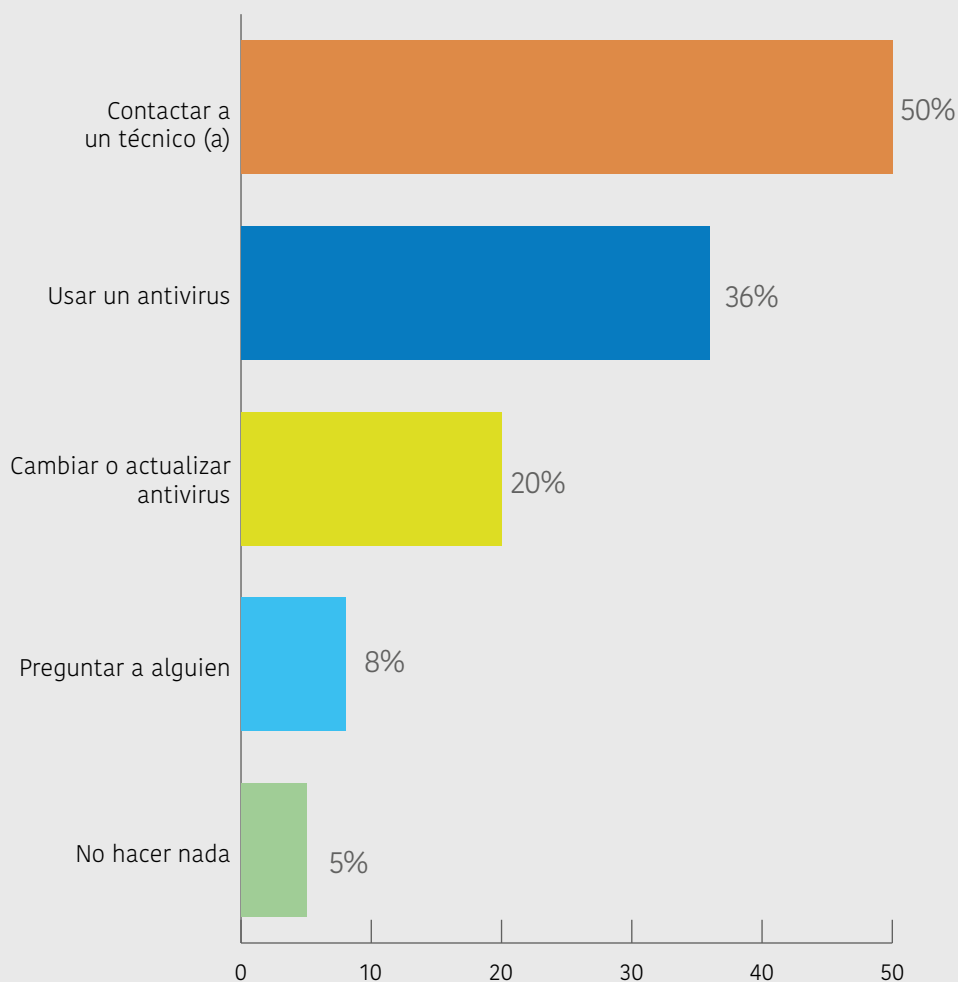
Seguridad de la información

Porcentaje de la población internauta que tuvo un problema de virus en su computadora, teléfono o tablet*



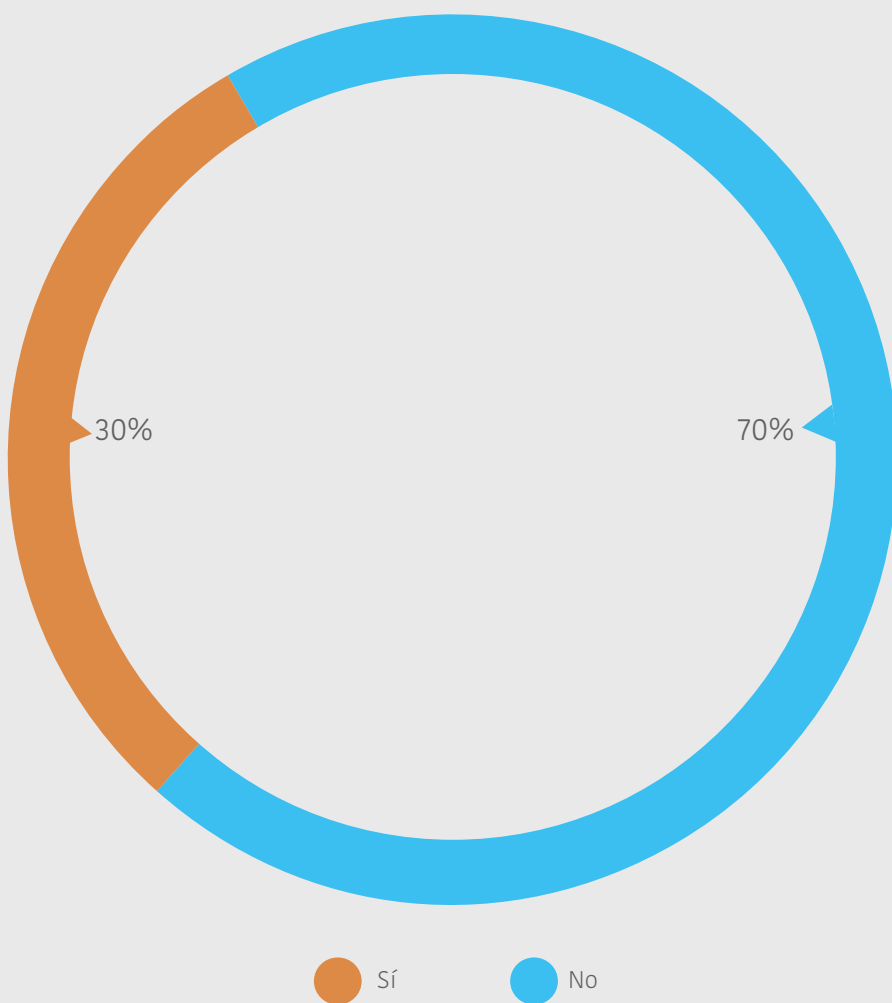
*En los últimos 12 meses previos a la encuesta

Acciones para solucionar los problemas de virus en la computadora, teléfono o tablet*



*Pregunta de selección múltiple

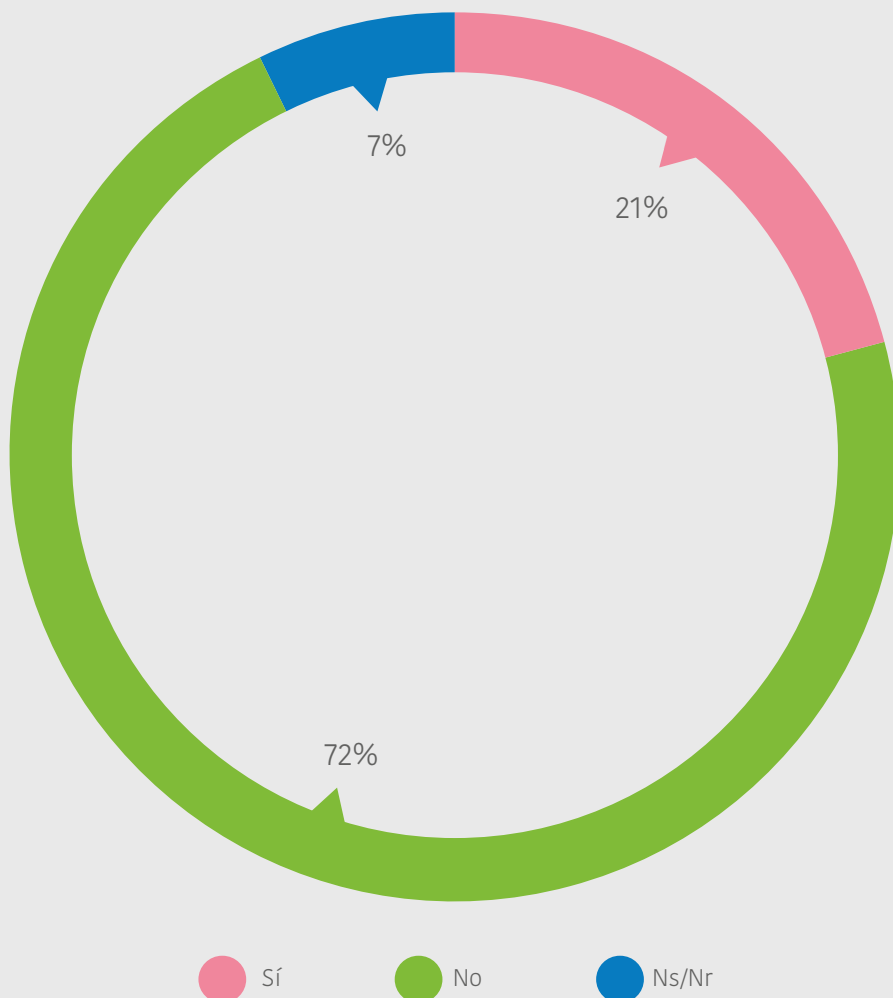
Porcentaje de la población internauta que fue víctima de un "hackeo" de cuenta*



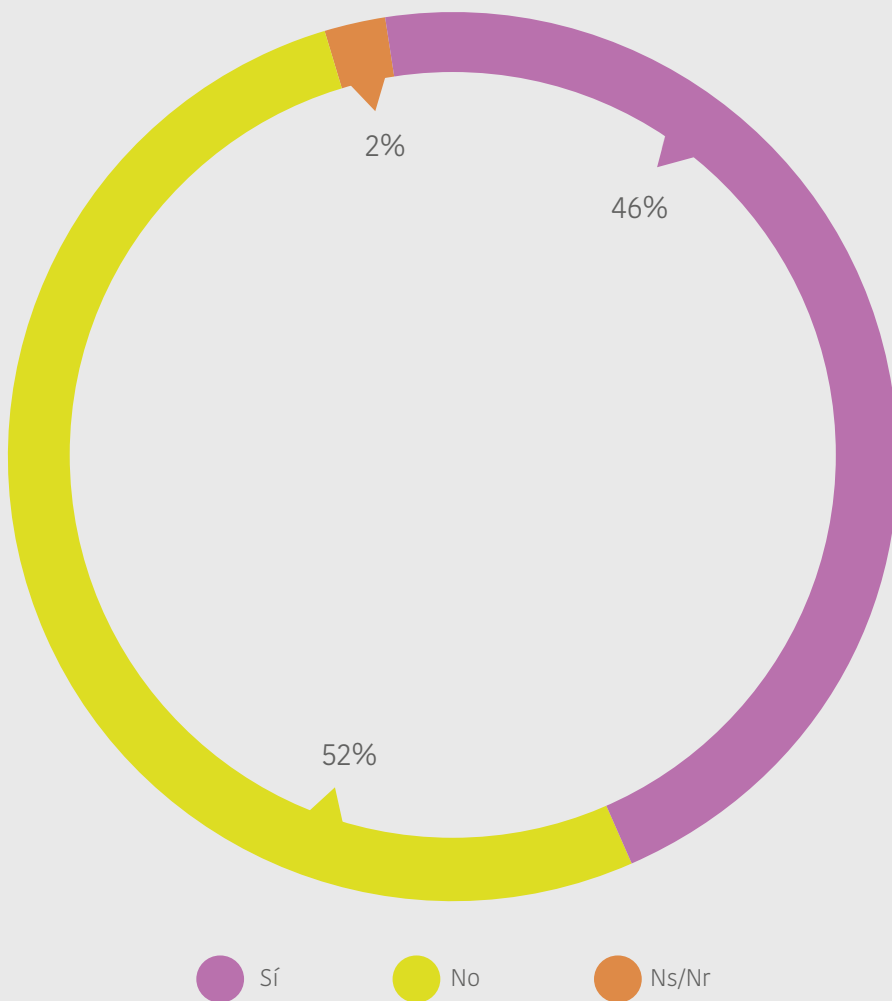
*En los últimos 12 meses previos a la encuesta

Software libre

Porcentaje de la población internauta que conoce o ha escuchado de Software libre

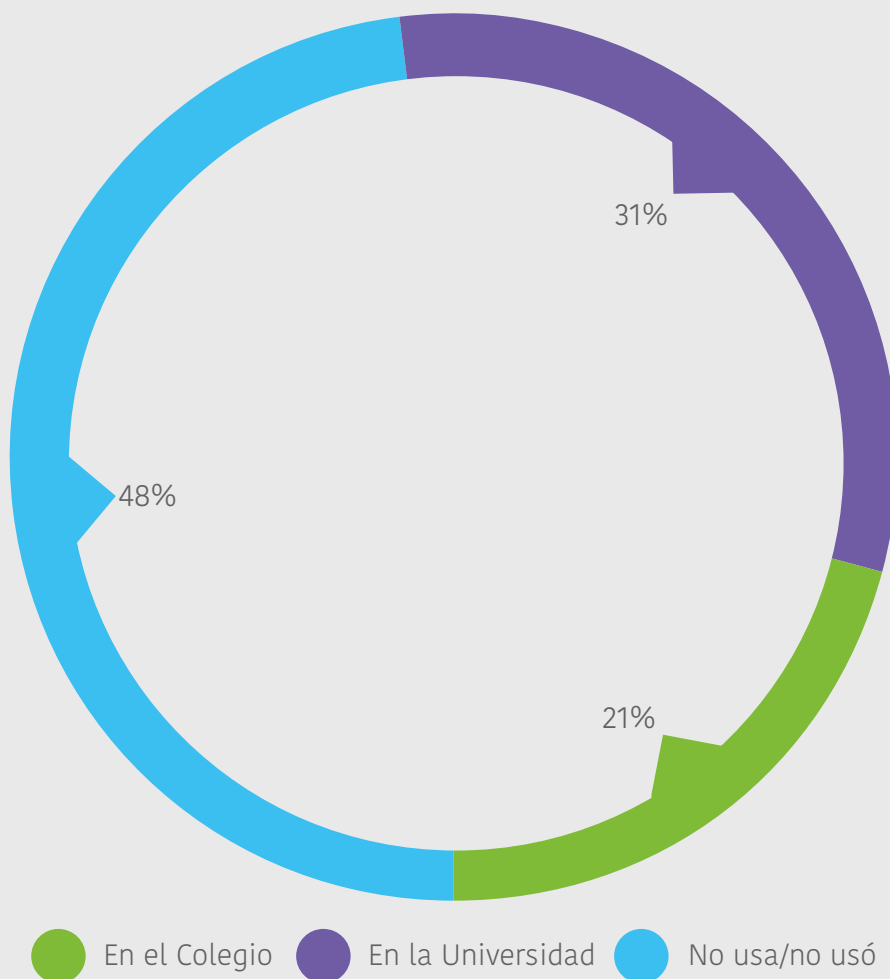


Porcentaje de la población internauta, que habiendo conocido o escuchado de Software libre, lo utilizó alguna vez

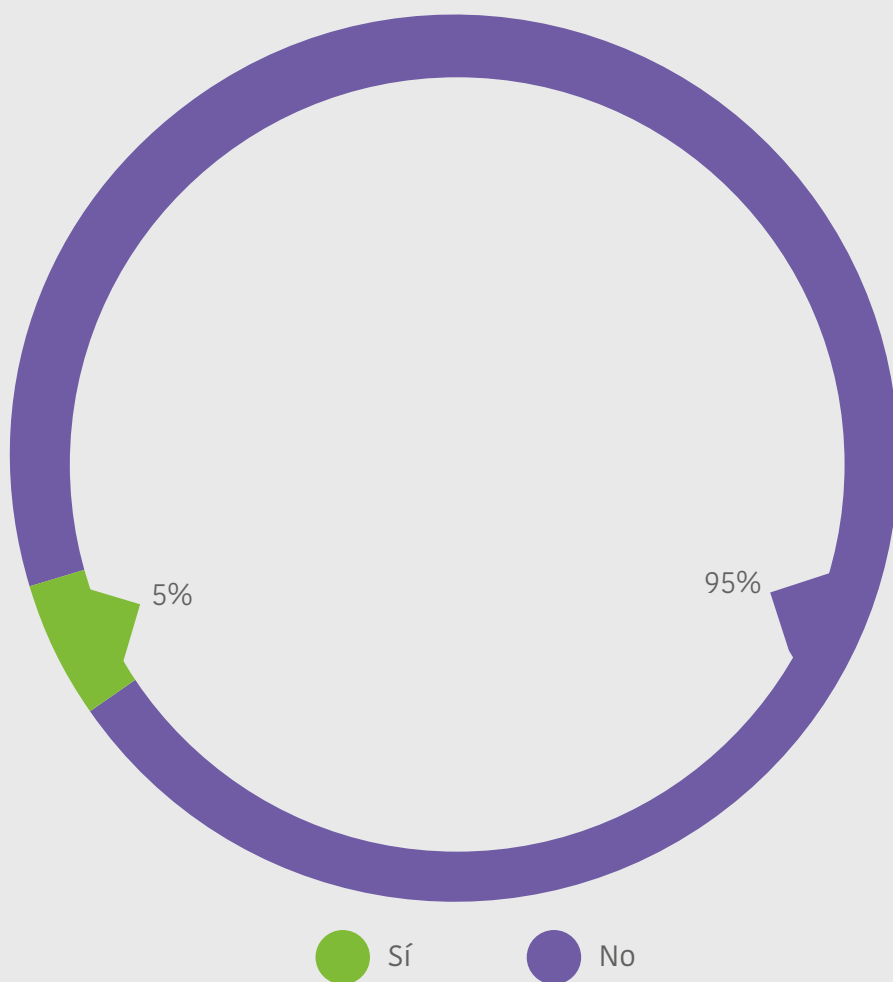


Uso de Internet para estudios

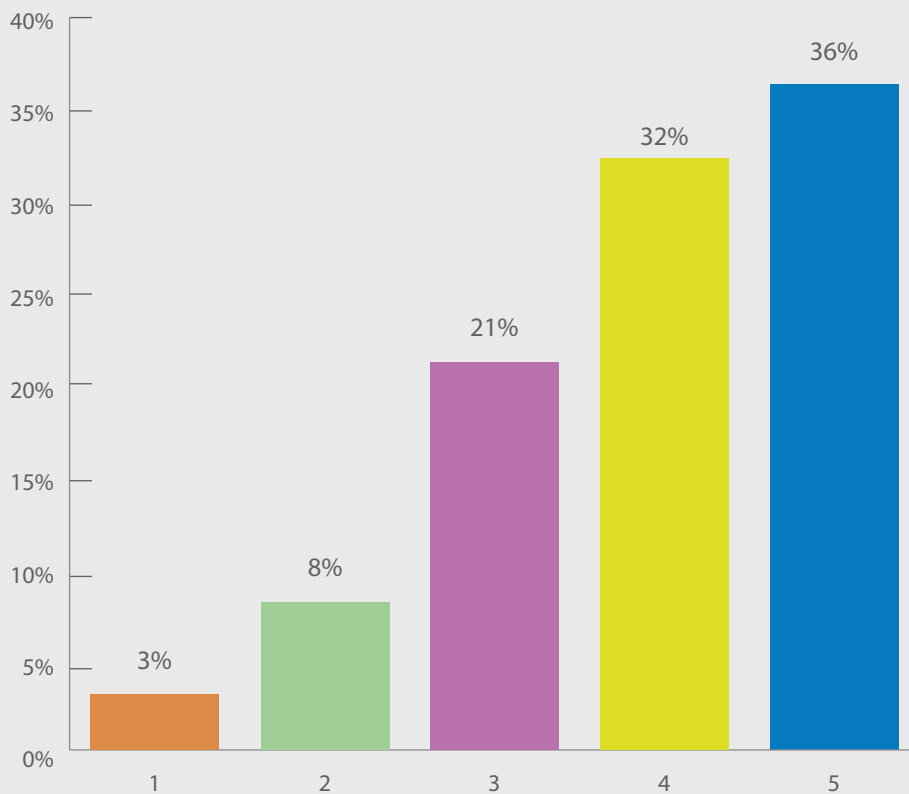
Porcentaje de la población internauta que
utiliza (utilizó) Internet en instituciones académicas



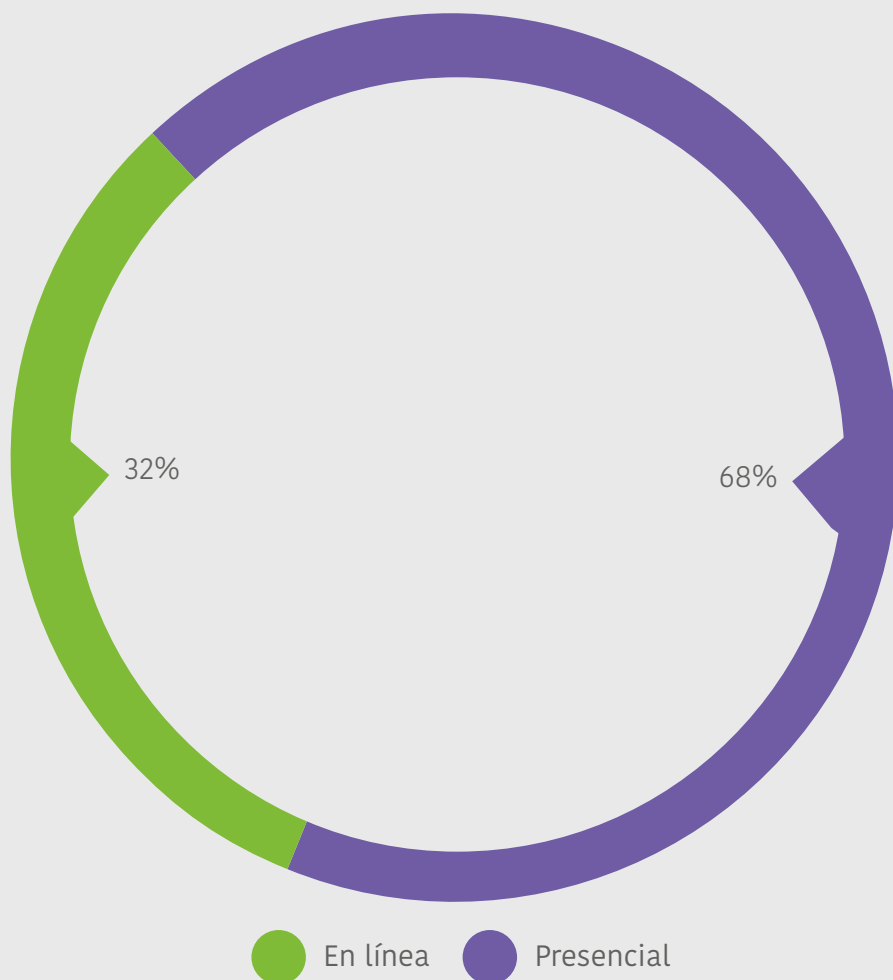
Porcentaje de la población internauta que realizó algún curso, diplomado o maestría por Internet



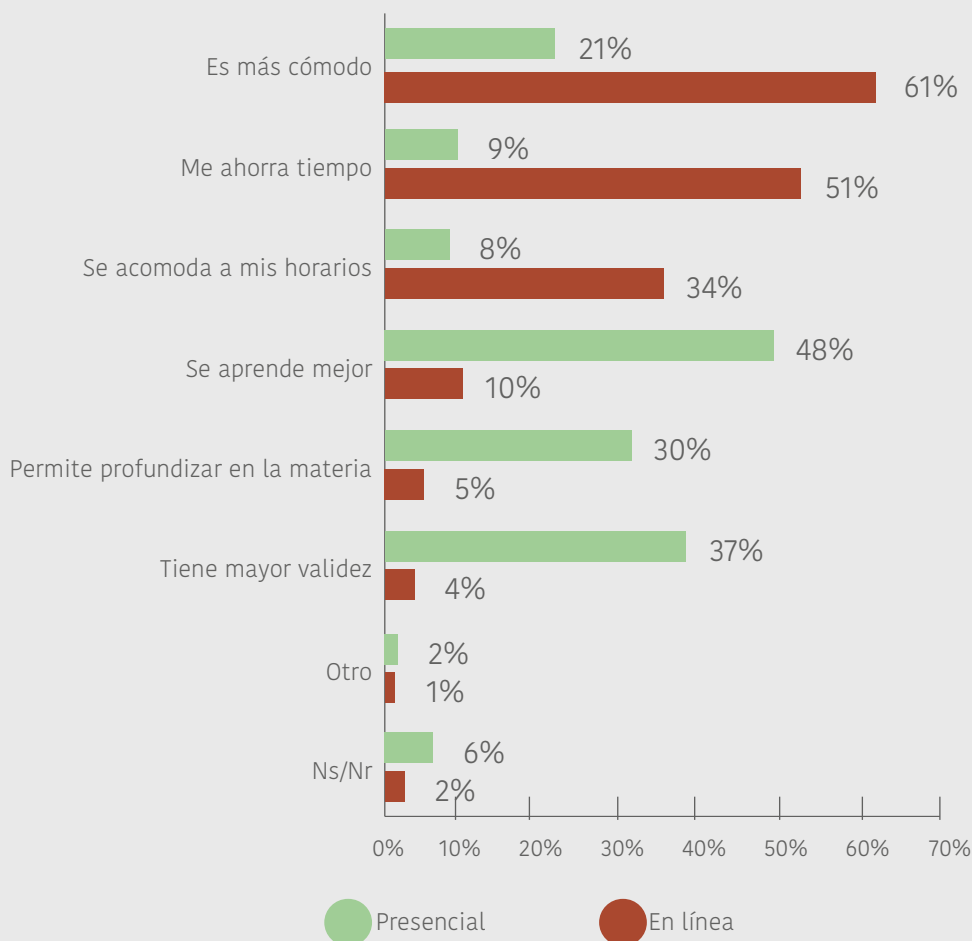
Calificación de la experiencia de aprendizaje del curso, diplomado o maestría por Internet (1 pésimo, 5 excelente)



Tipo de curso, diplomado o maestría preferido
por la población internauta



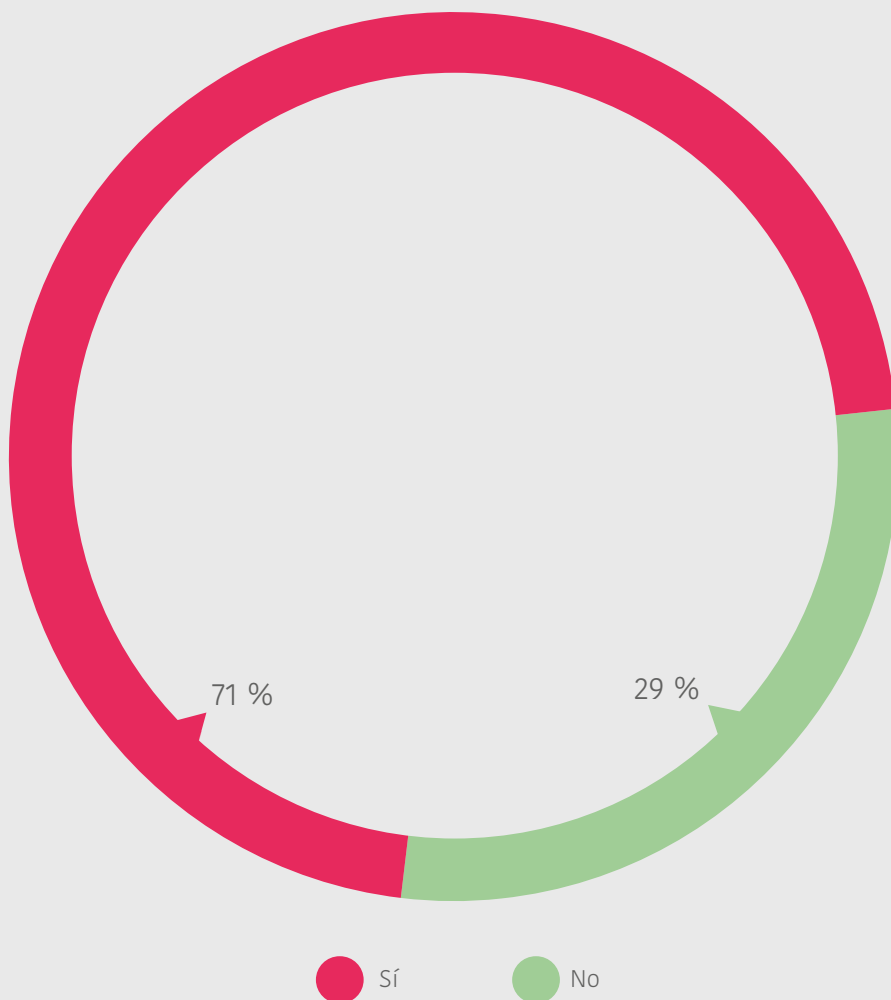
Motivos de la preferencia de la población internauta por cursos, diplomados o maestrías en línea o presenciales*



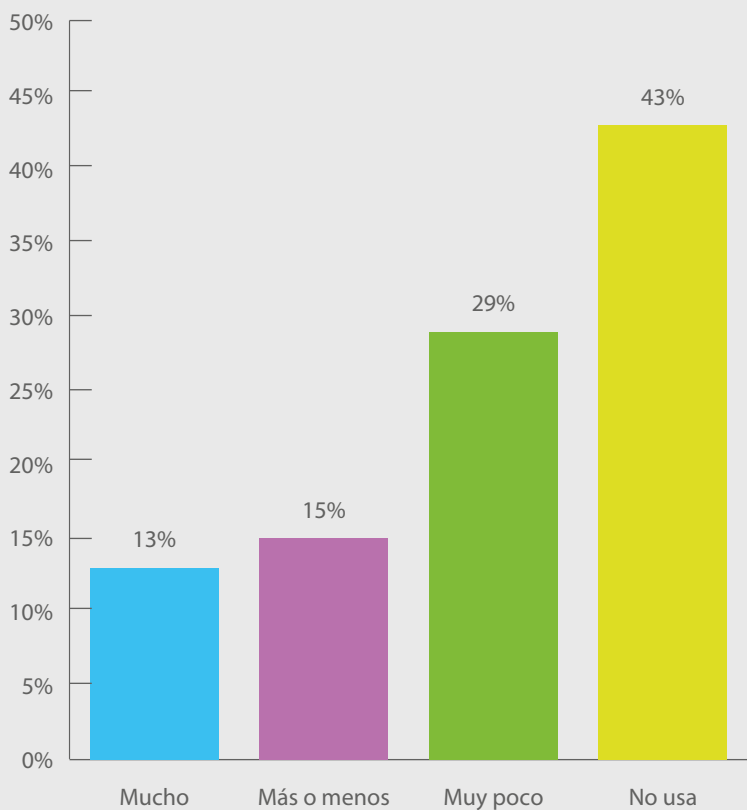
*Pregunta de selección múltiple

Uso de Internet para actividad económica laboral

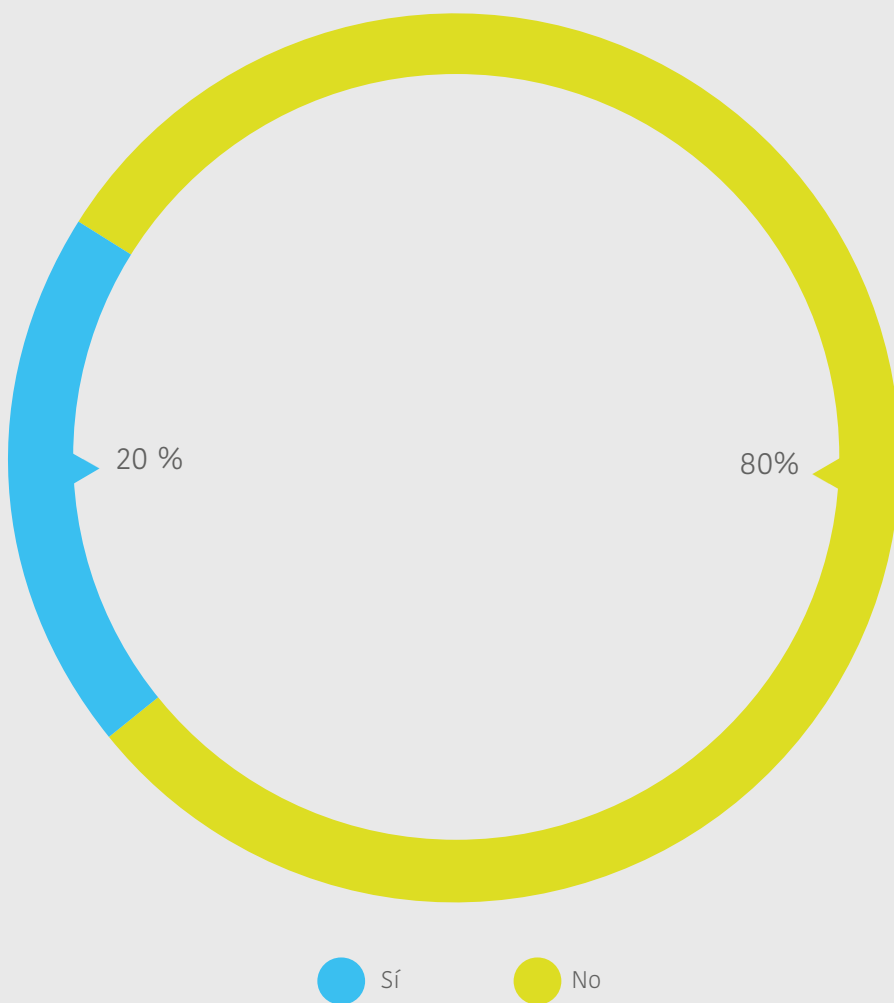
Porcentaje de la población internauta que trabaja o ha trabajado alguna vez



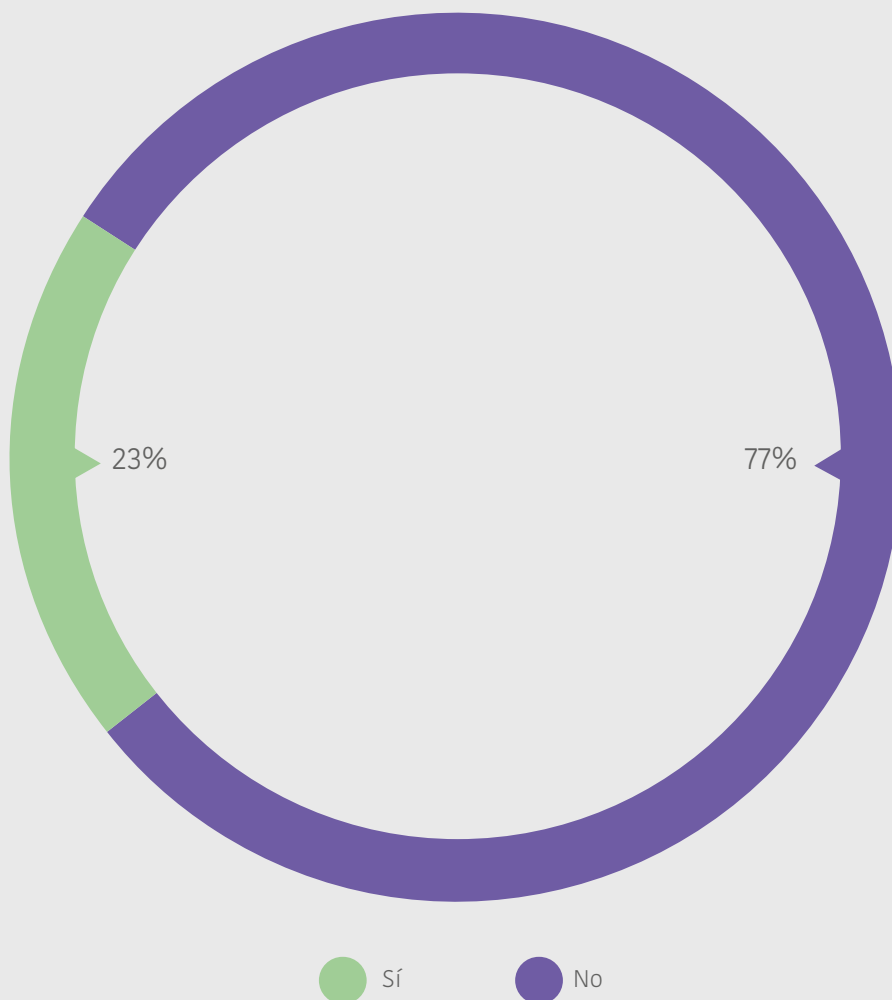
Grado de uso de Internet en la actividad económica o laboral



Porcentaje de la población que realiza (realizó) algún trabajo o negocio gracias a contactos obtenidos en Internet

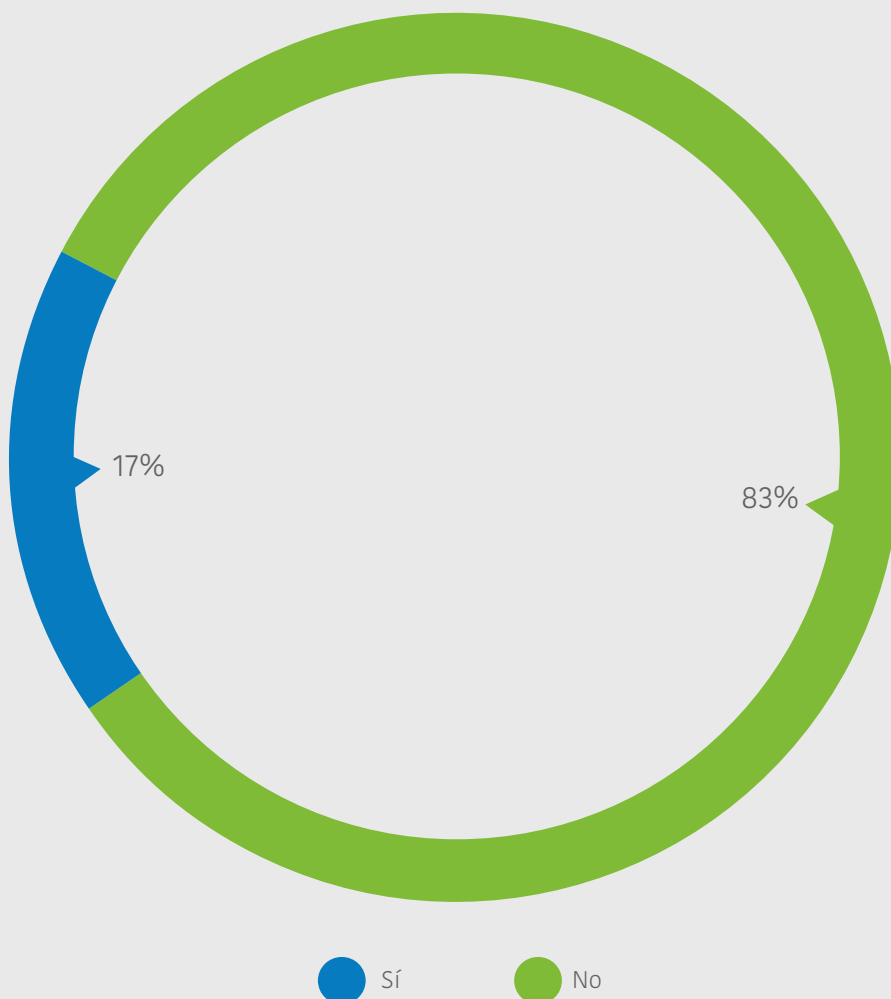


Porcentaje de la población internauta que tiene una
actividad laboral vinculada a las Tecnologías de
Información y Comunicación



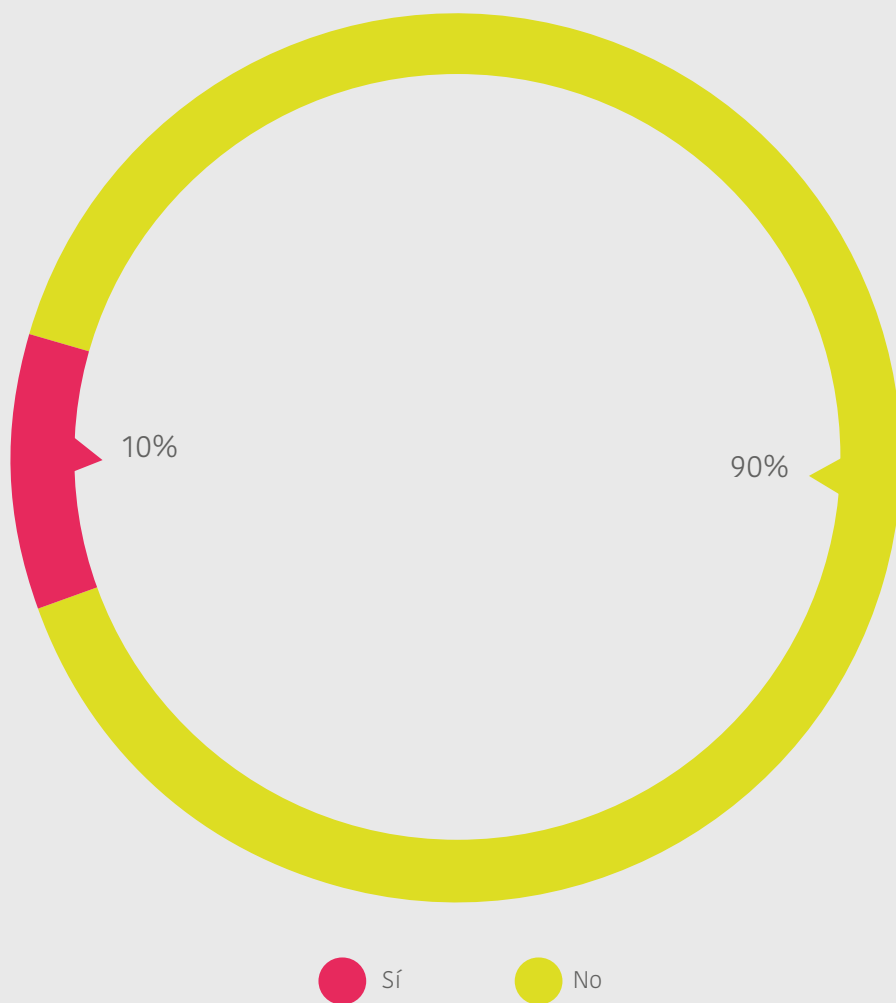
Banca por Internet

Porcentaje de la población que realizó alguna consulta de movimientos y saldos de su cuenta en el banco, por Internet*



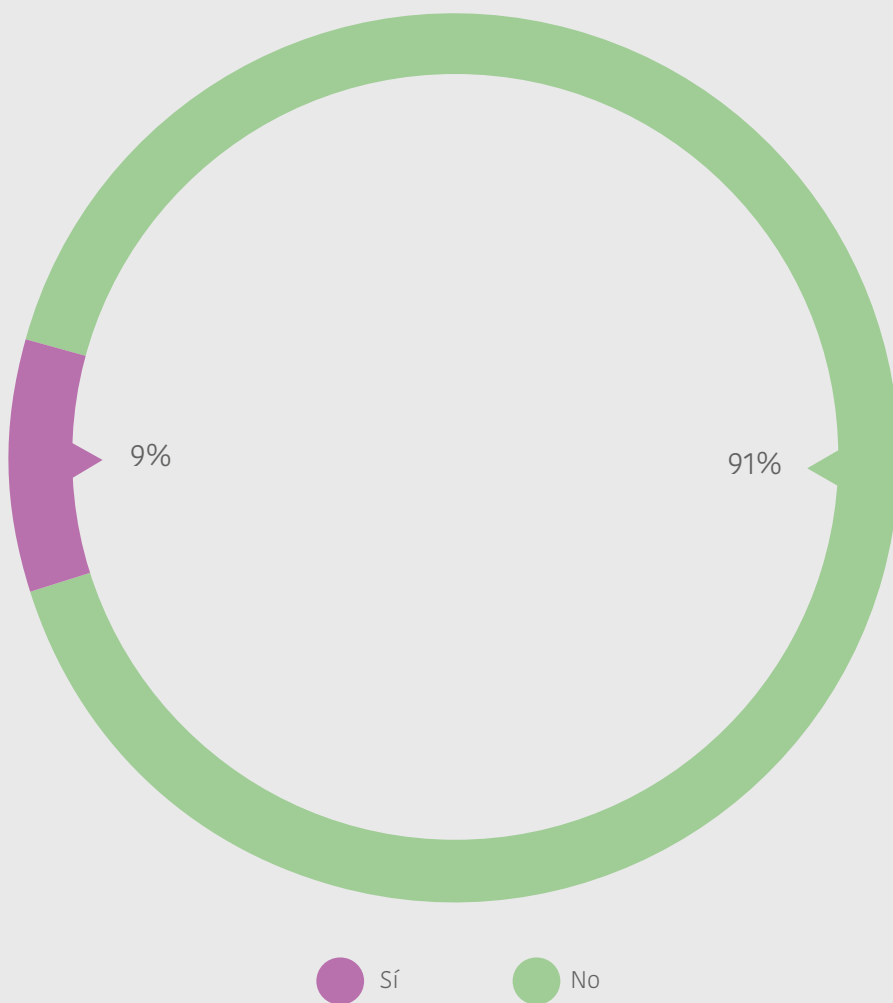
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

Porcentaje de la población que realizó transferencia entre cuentas bancarias por Internet*



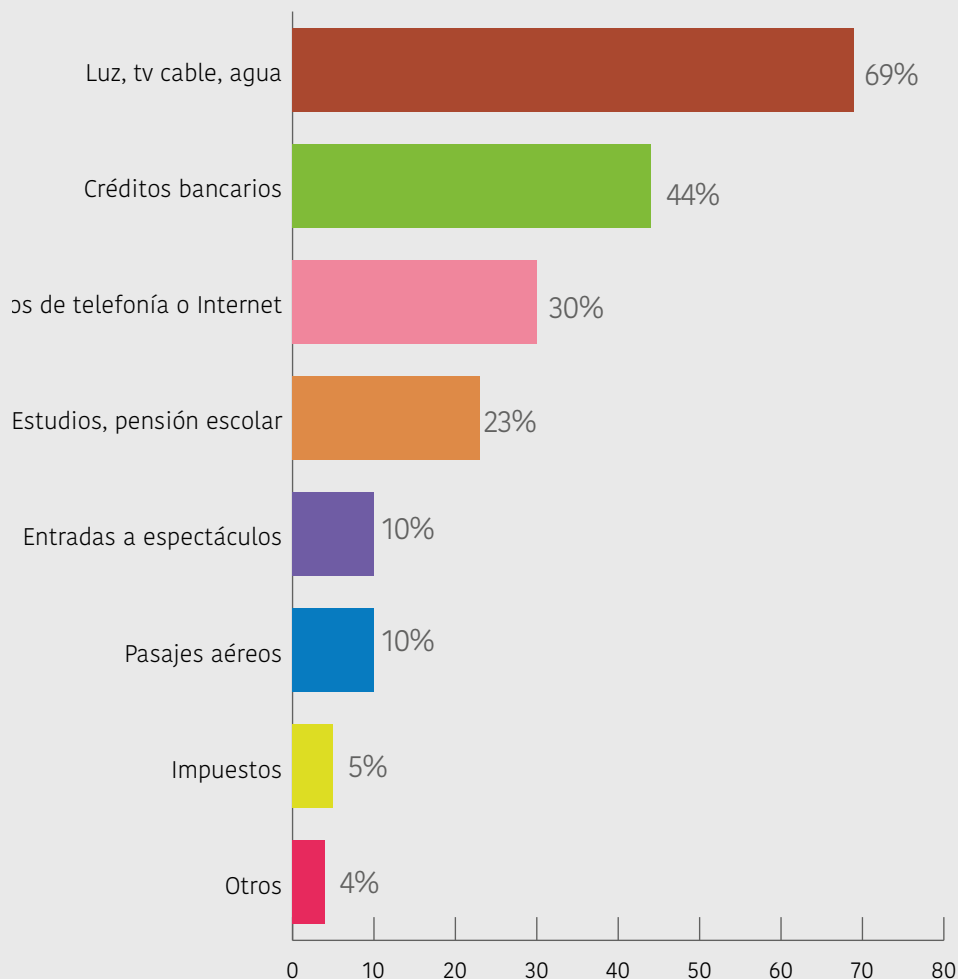
*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

Porcentaje de la población que realizó pagos de servicios o productos a través de su cuenta bancaria, por Internet*



*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

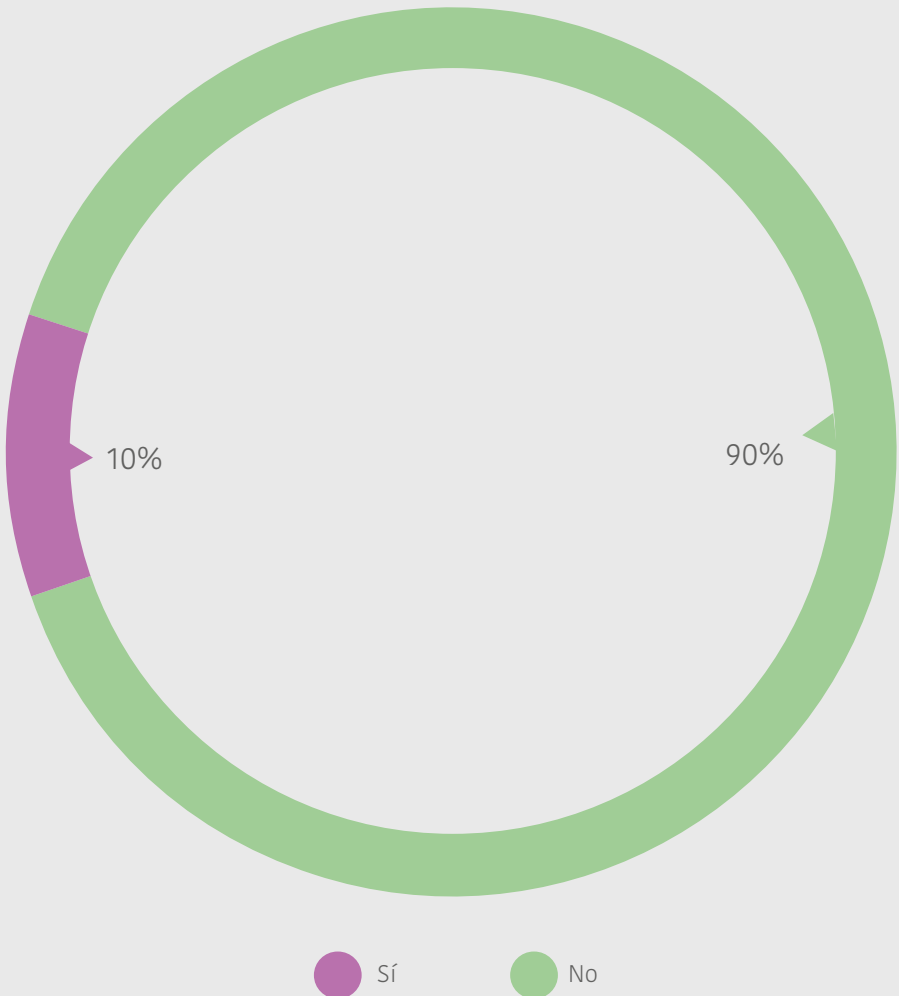
Tipo de pagos realizados a través de Internet*



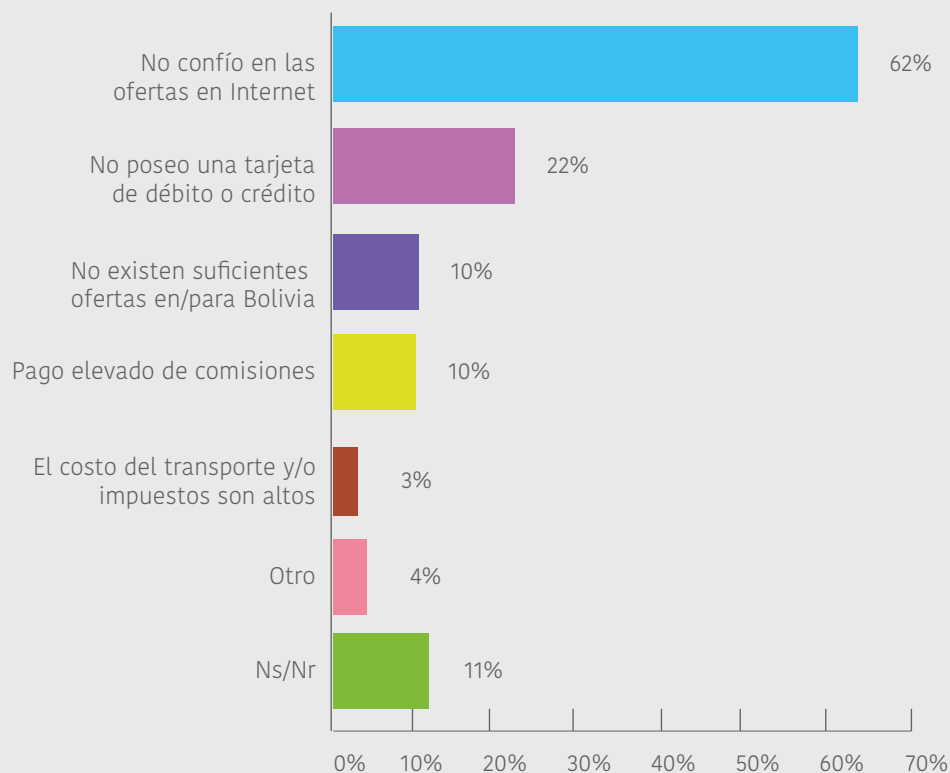
*Pregunta de selección múltiple

Comercio electrónico

Porcentaje de la población que realizó alguna compra a través de Internet

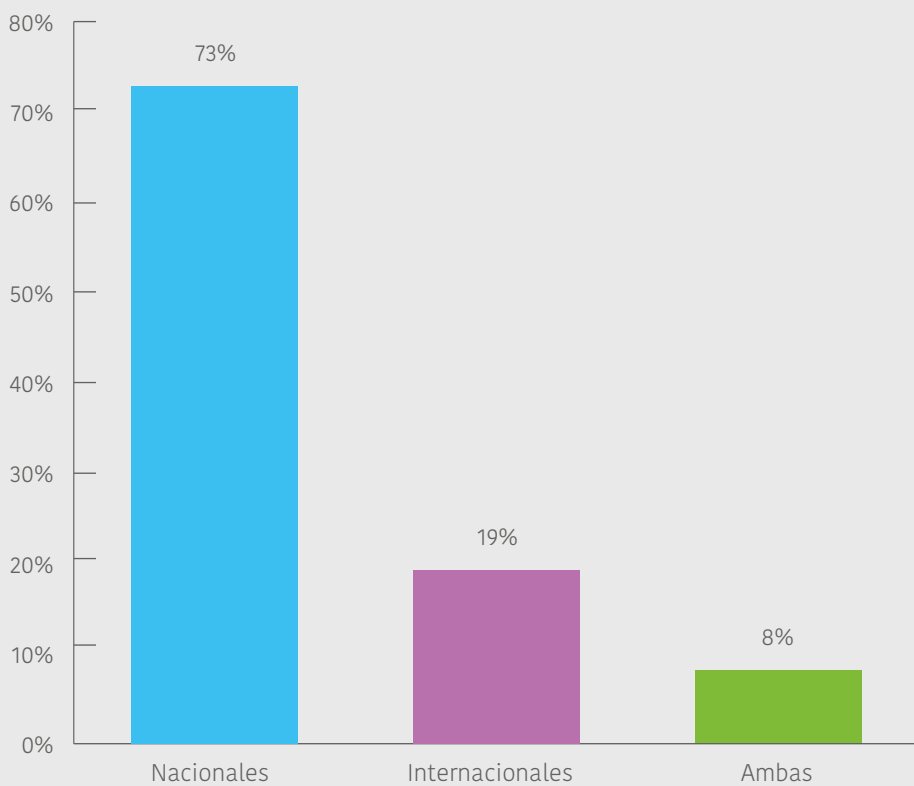


Motivos por los que la población no compra por Internet*

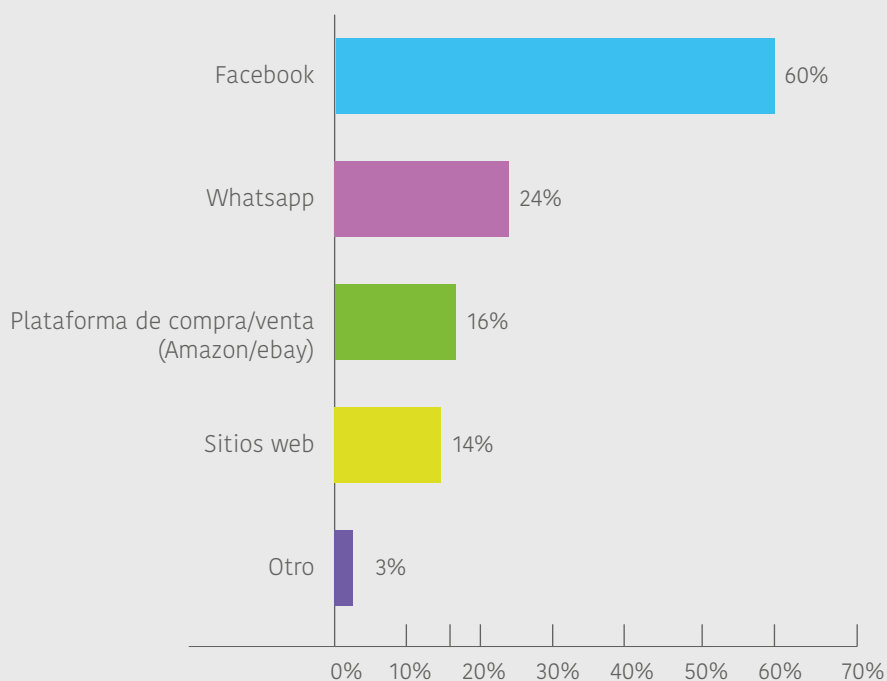


*Pregunta de selección múltiple

Tipo de empresas a través de las cuales la población compra por Internet

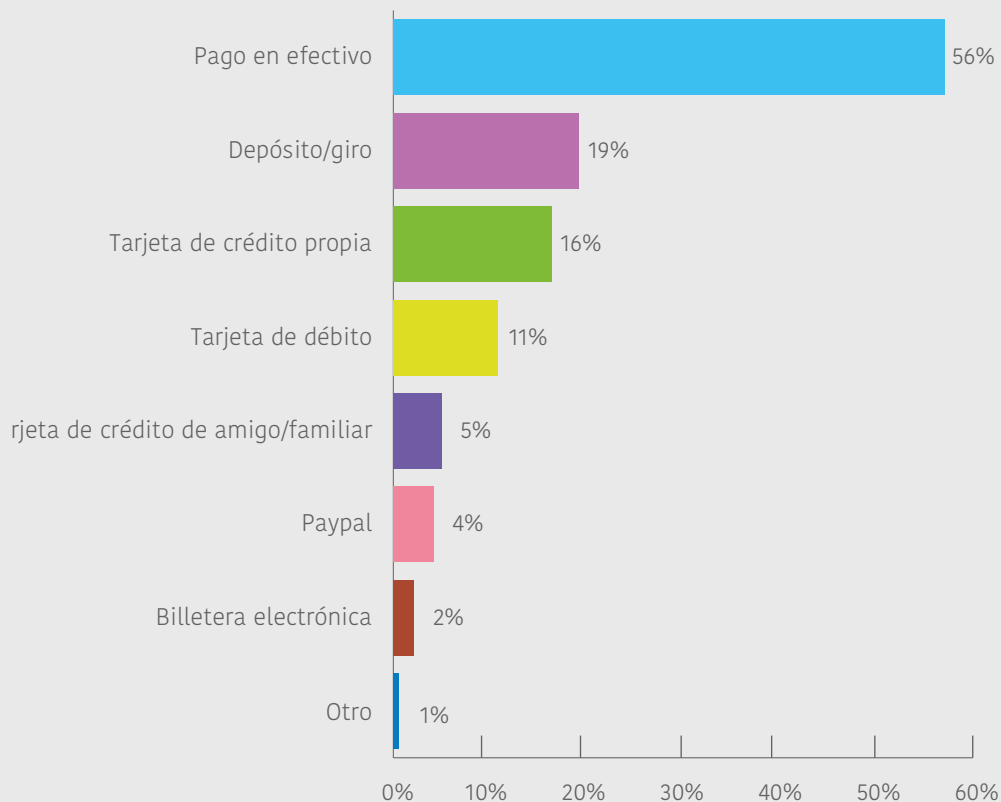


Sitios web o plataformas en que se realizan compras por Internet*



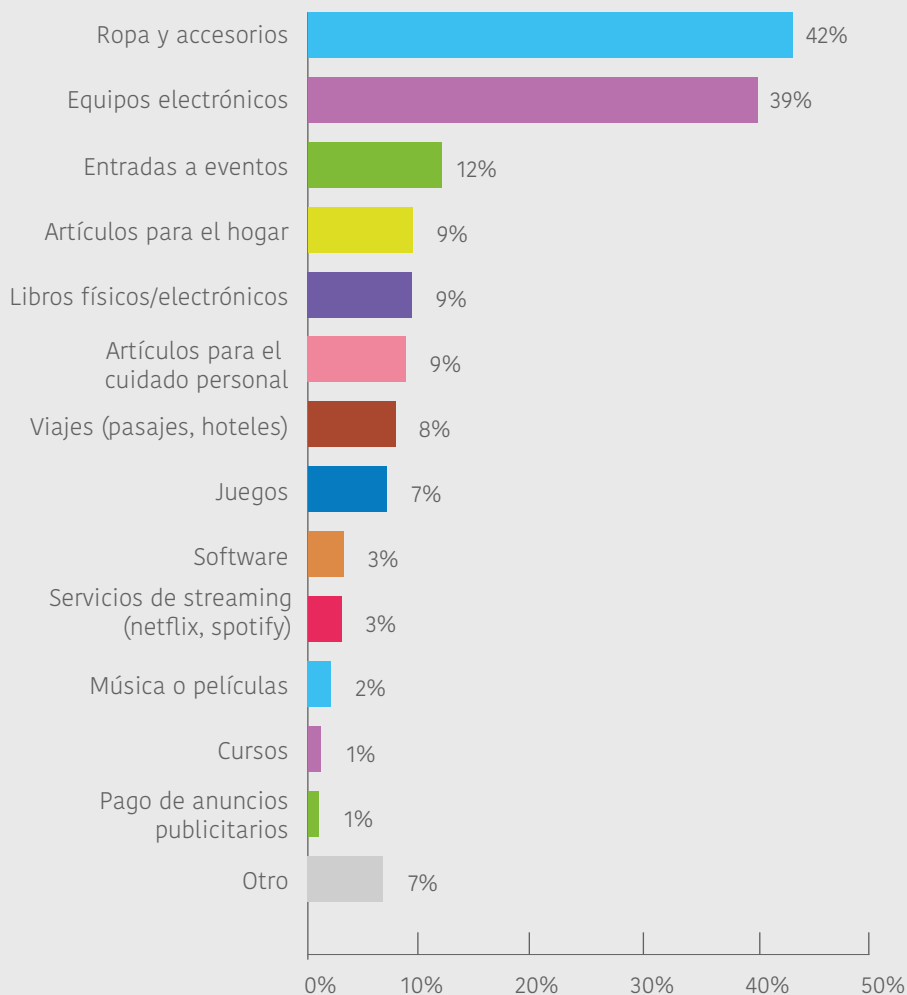
*Pregunta de selección múltiple

Forma de pago utilizada para comprar por Internet*



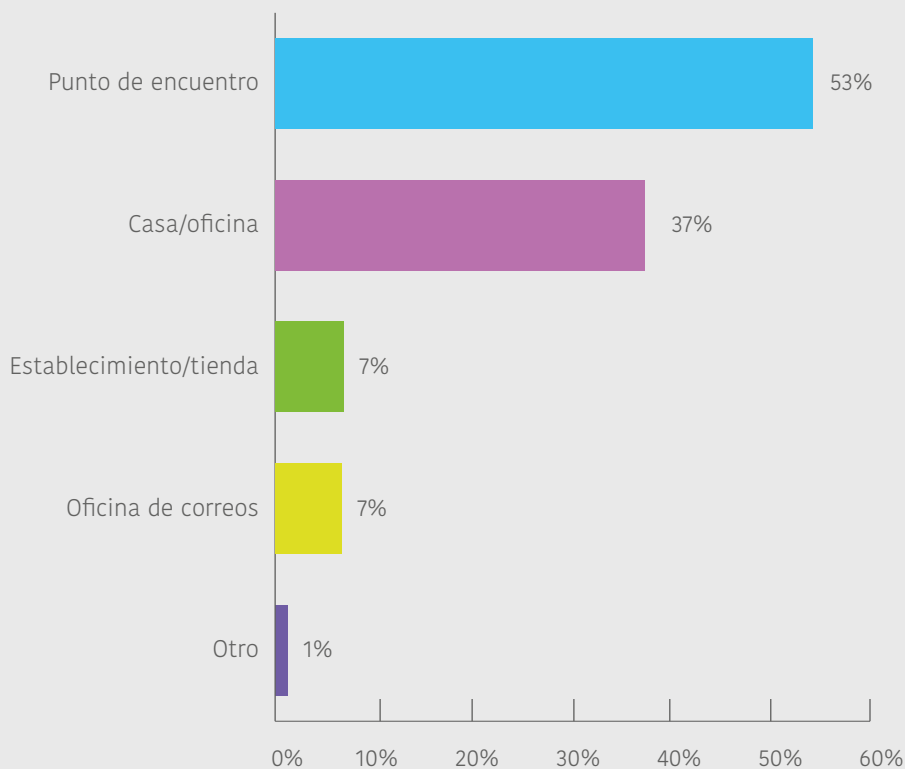
*Pregunta de selección múltiple

Productos o servicios que se compran por Internet*



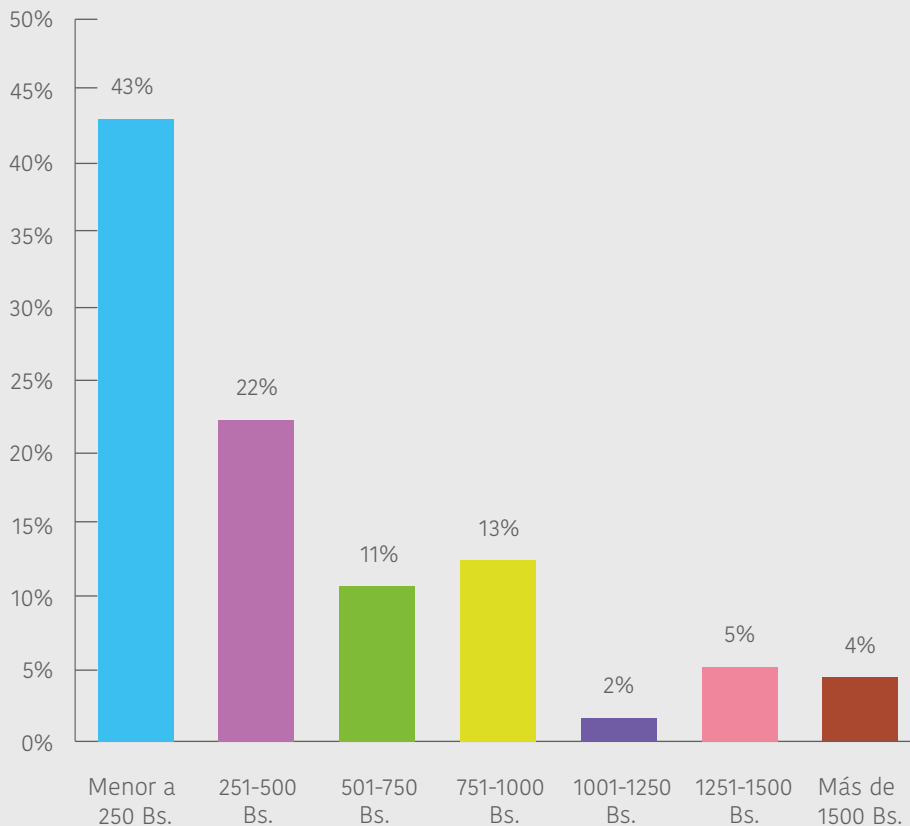
*Pregunta de selección múltiple

Lugares de recepción de los productos comprados por Internet*



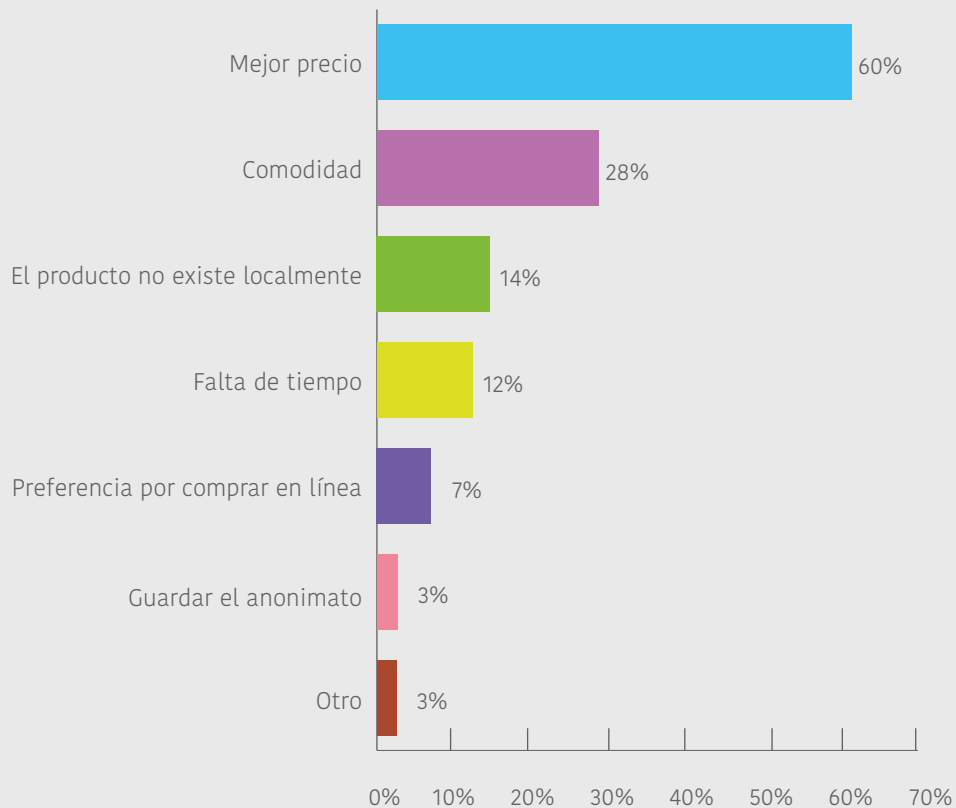
*Pregunta de selección múltiple

Gasto promedio en compras por Internet de la población internauta* (en bolivianos)



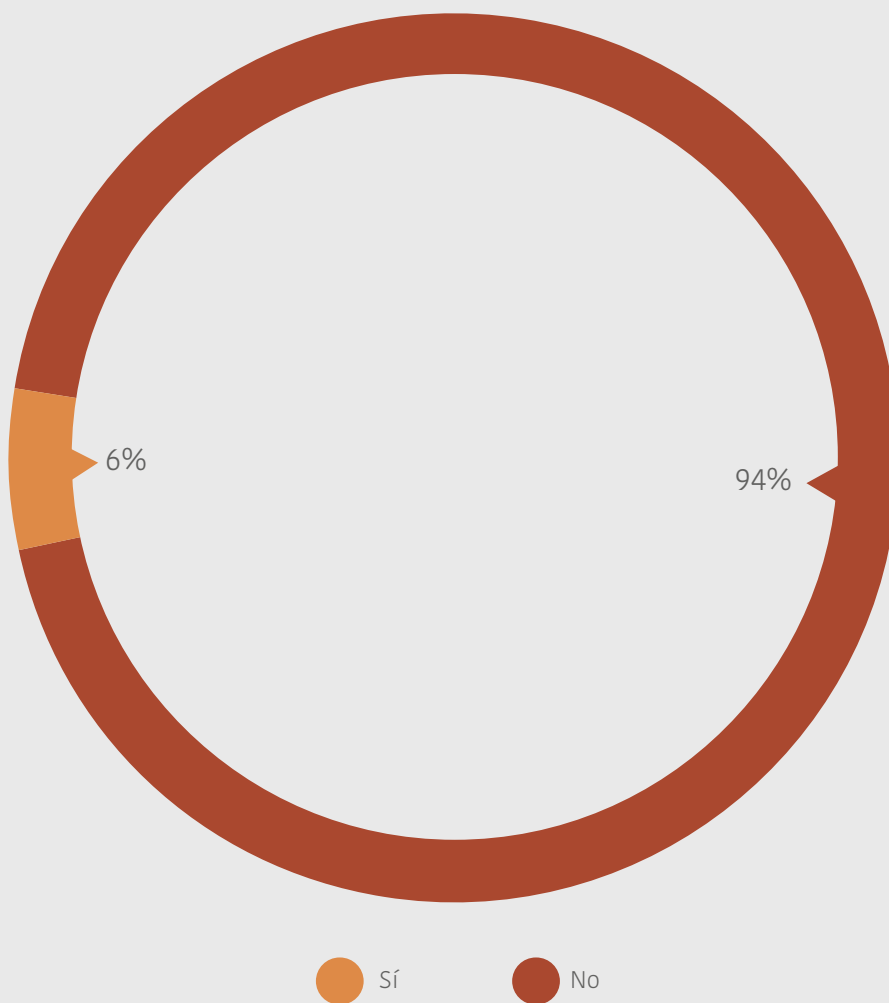
*En los últimos 3 meses previos a la encuesta

Principales motivaciones para comprar por Internet*

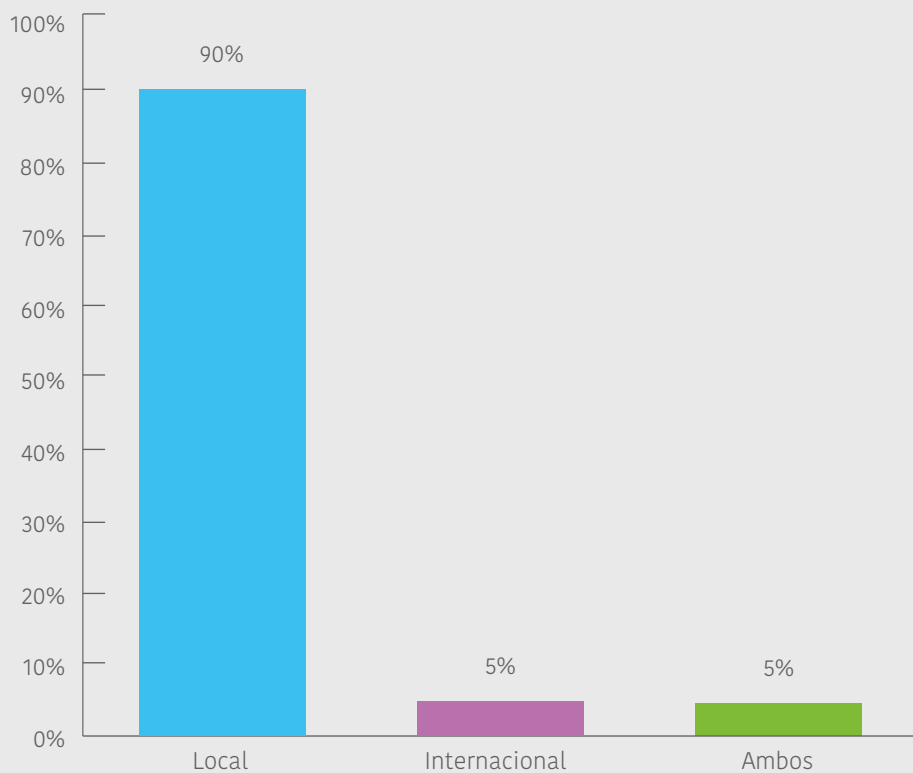


*Pregunta de selección múltiple

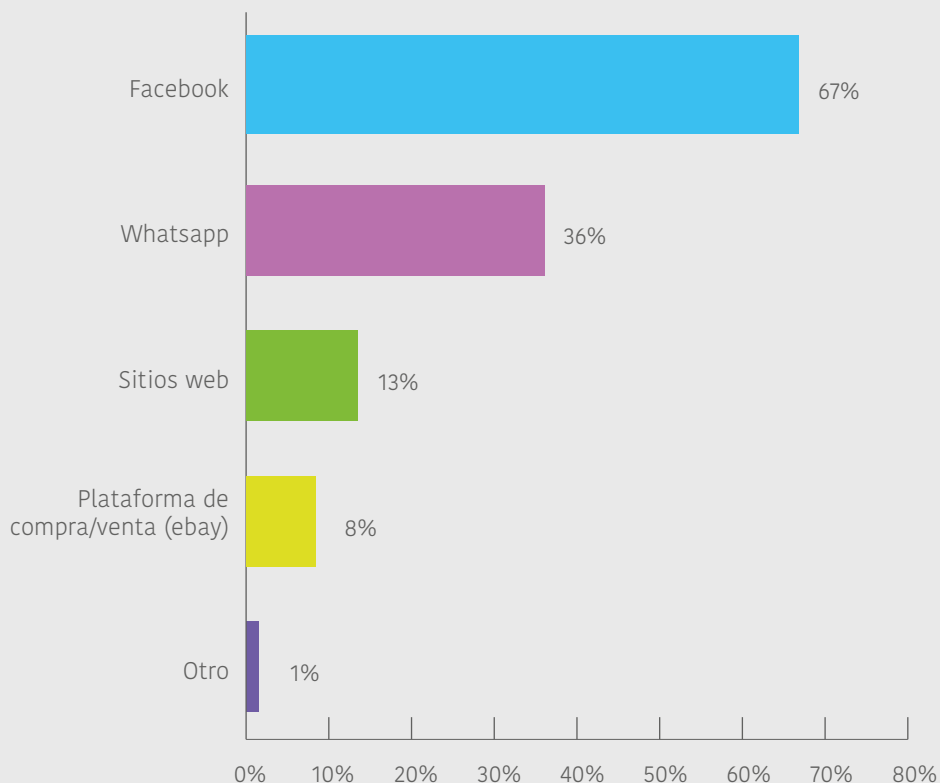
Porcentaje de la población que vendió algo ofertándolo por Internet



Tipo de mercados en los que se realizan las ventas por Internet

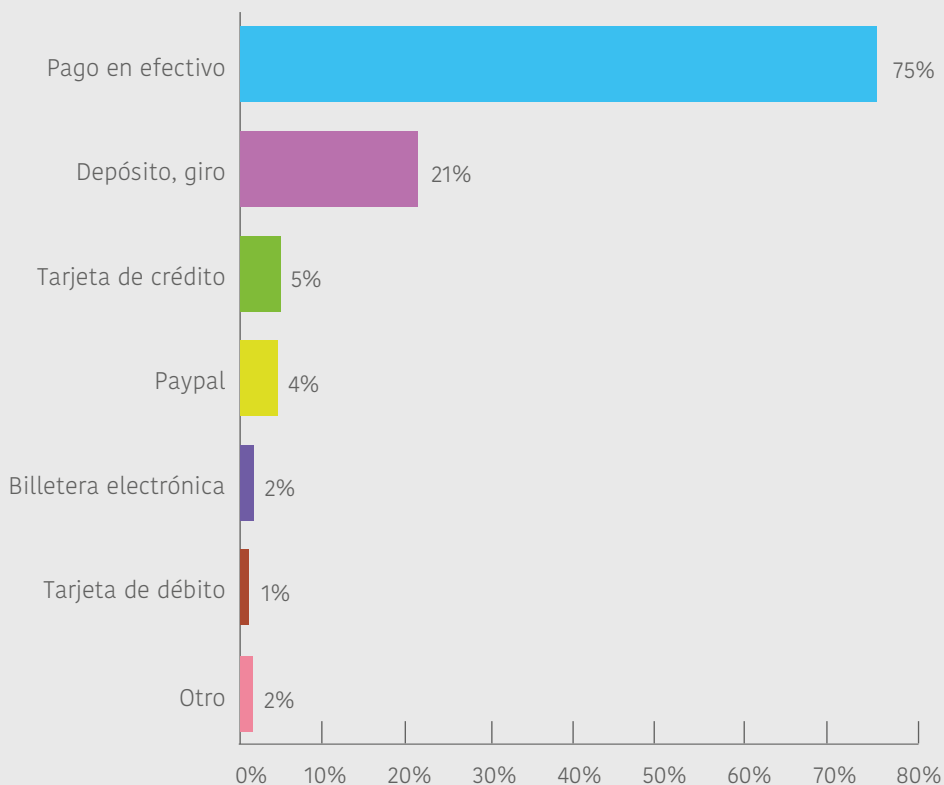


Plataformas o aplicaciones utilizadas para ofertar productos o servicios por Internet*



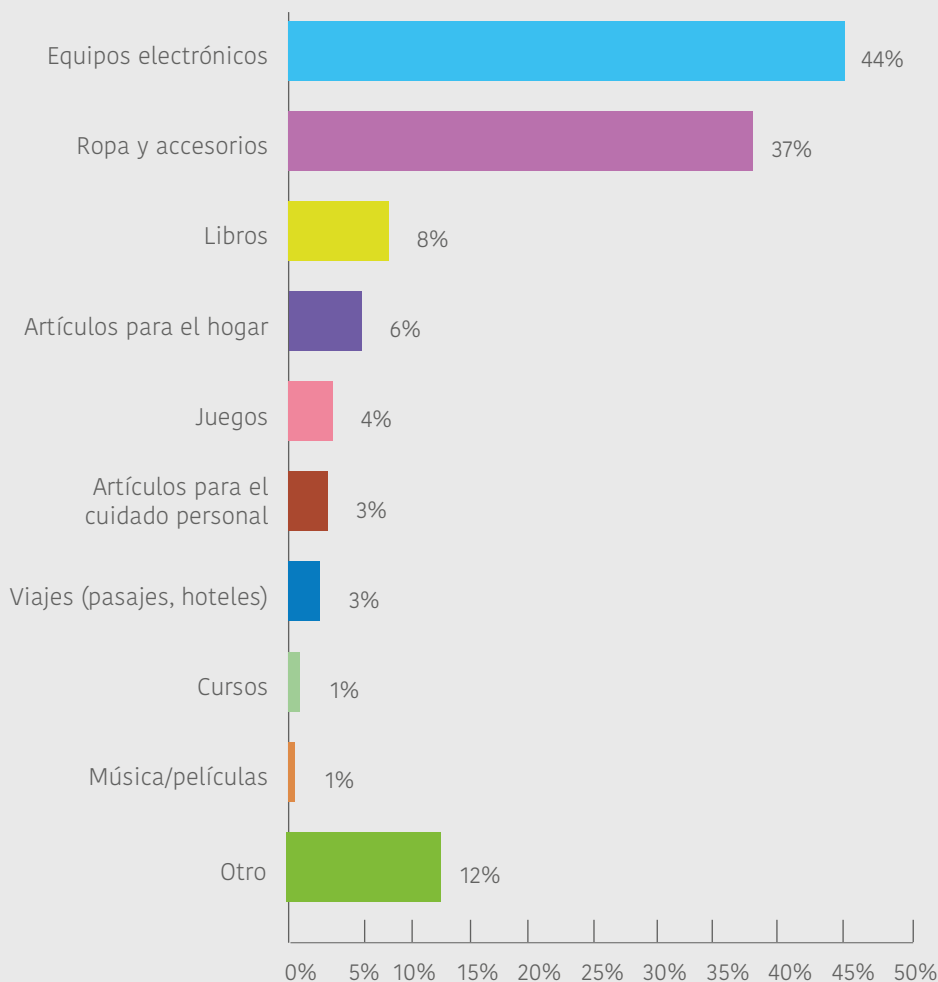
*Pregunta de selección múltiple

Formas de cobro de las ventas por Internet*



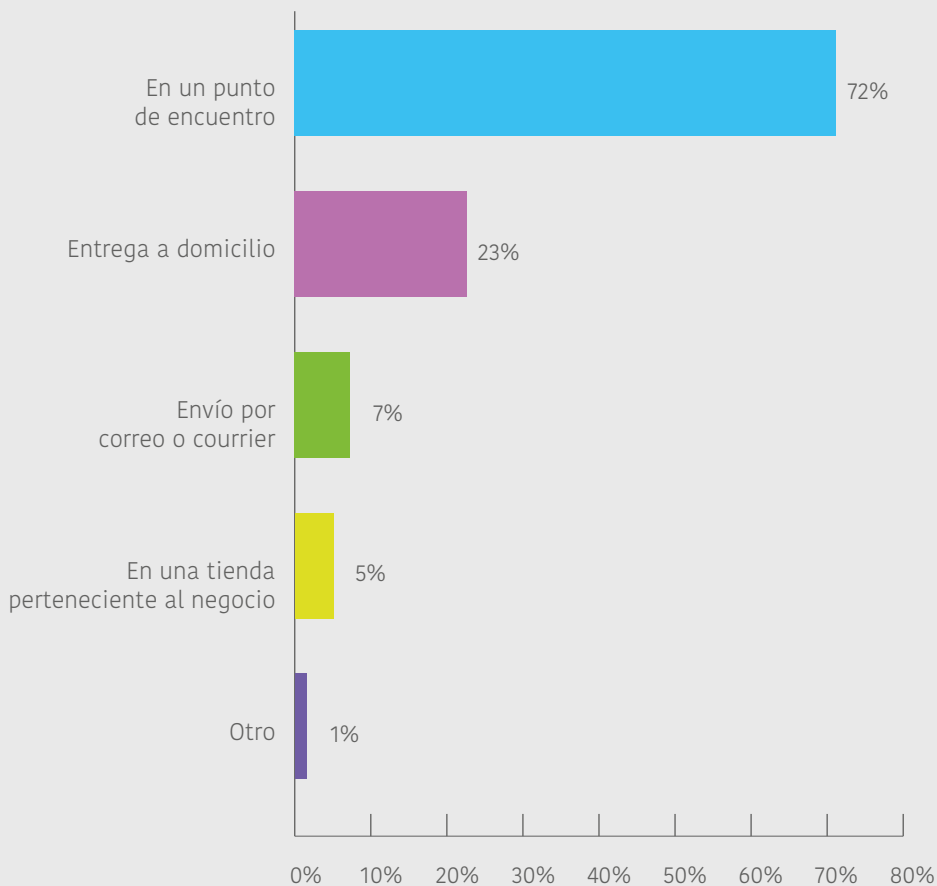
*Pregunta de selección múltiple

Productos o servicios ofertados por Internet*



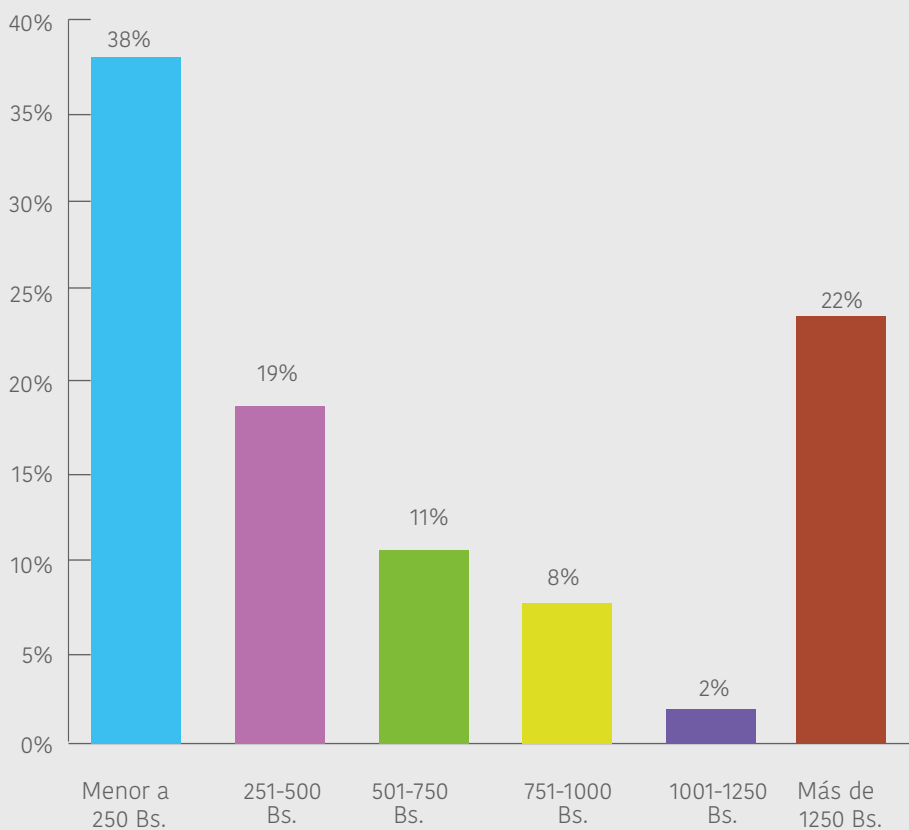
*Pregunta de selección múltiple

Lugares de entrega de los productos vendidos por Internet*

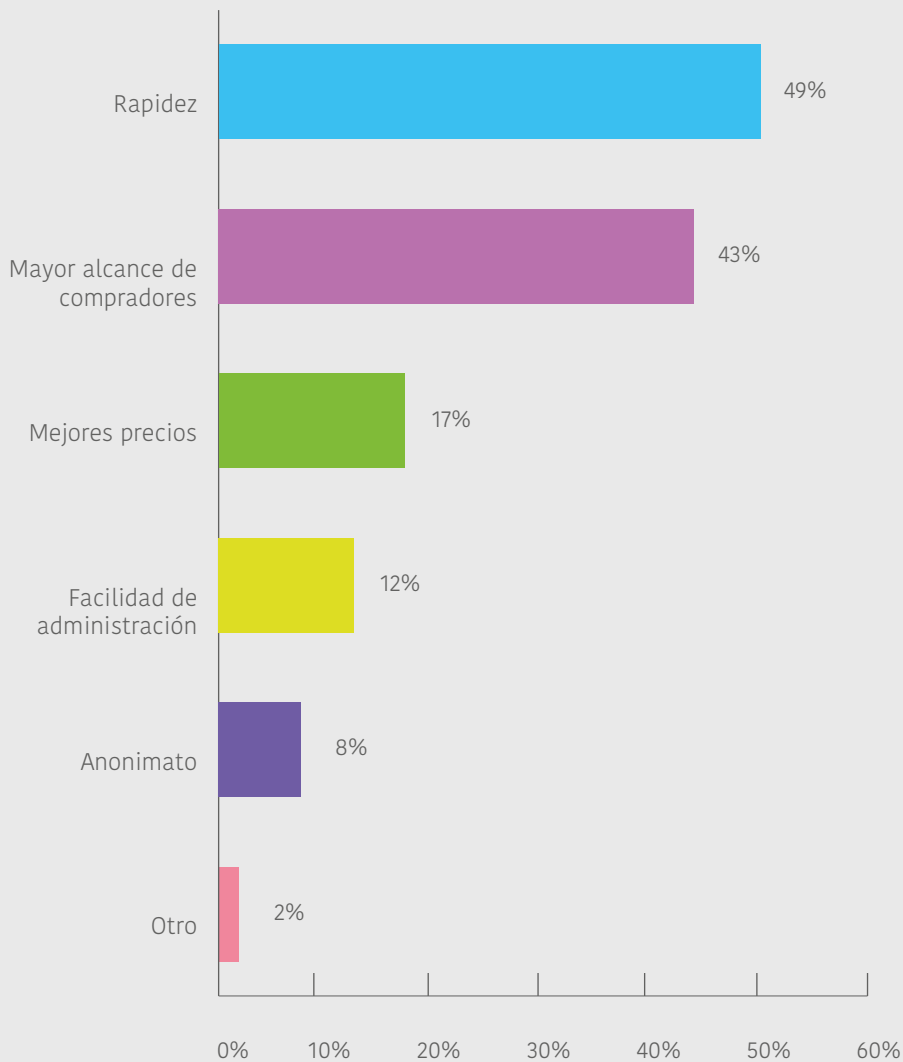


*Pregunta de selección múltiple

Valor promedio mensual de ventas por Internet (en bolivianos)

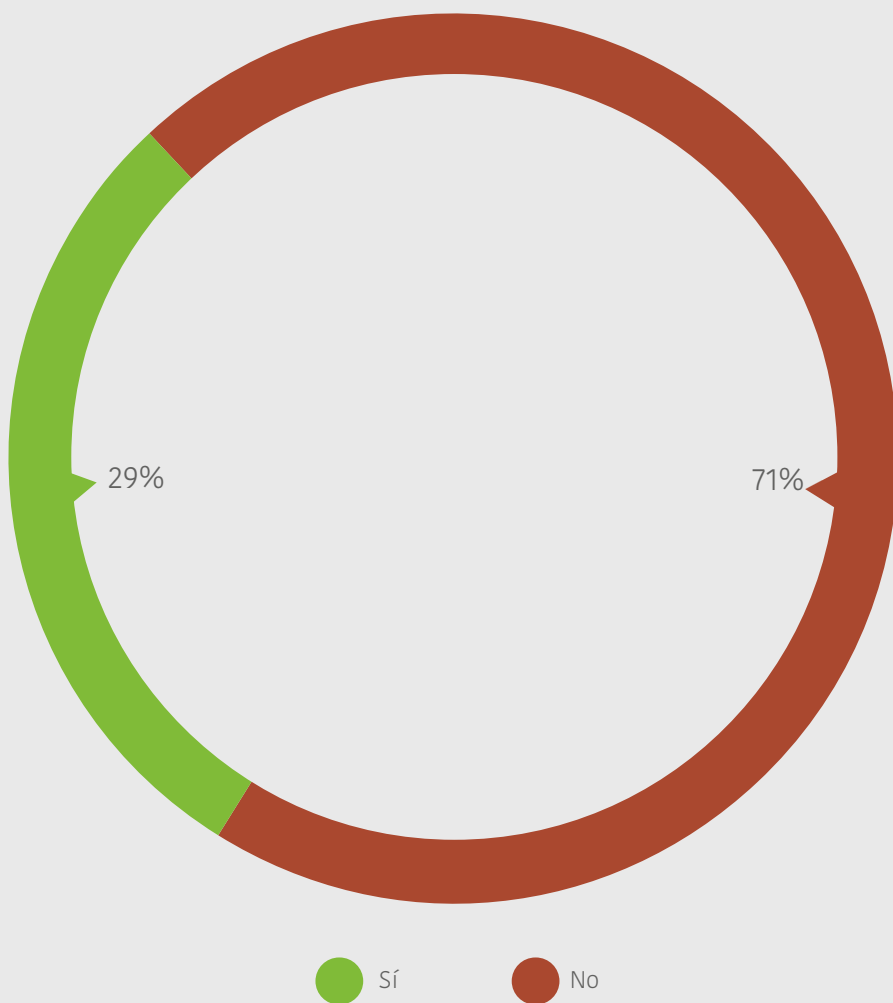


Principales motivaciones para vender por Internet*



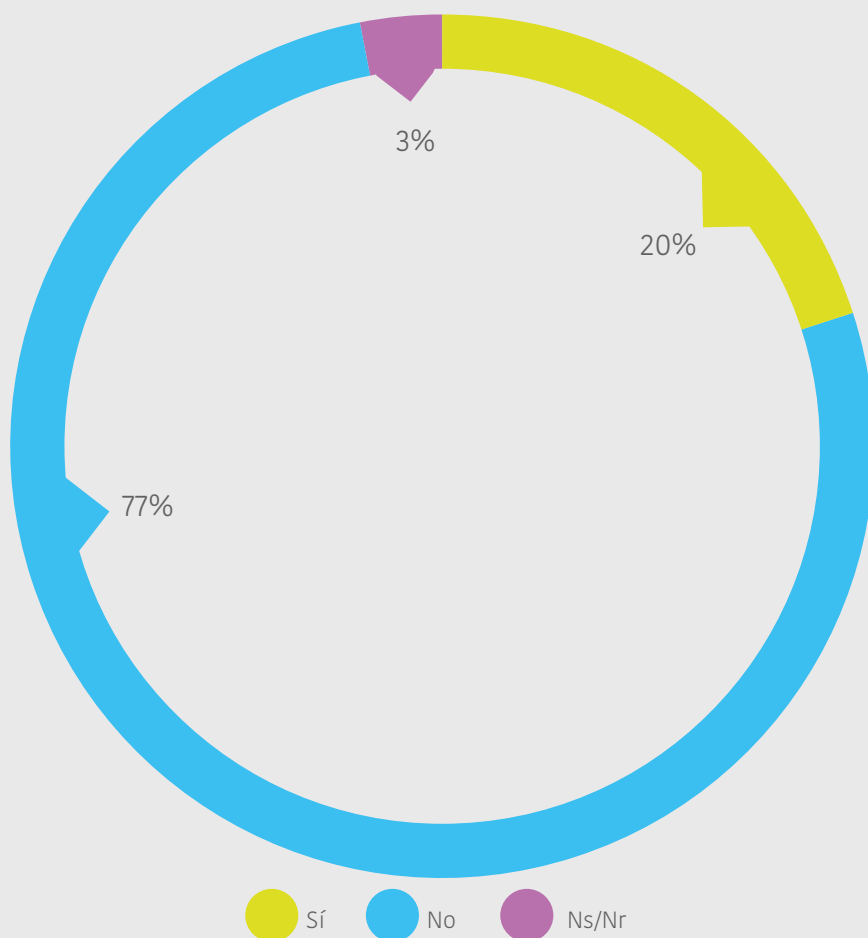
*Pregunta de selección múltiple

Porcentaje de población cuya actividad laboral principal
está relacionada con la venta de productos en Internet

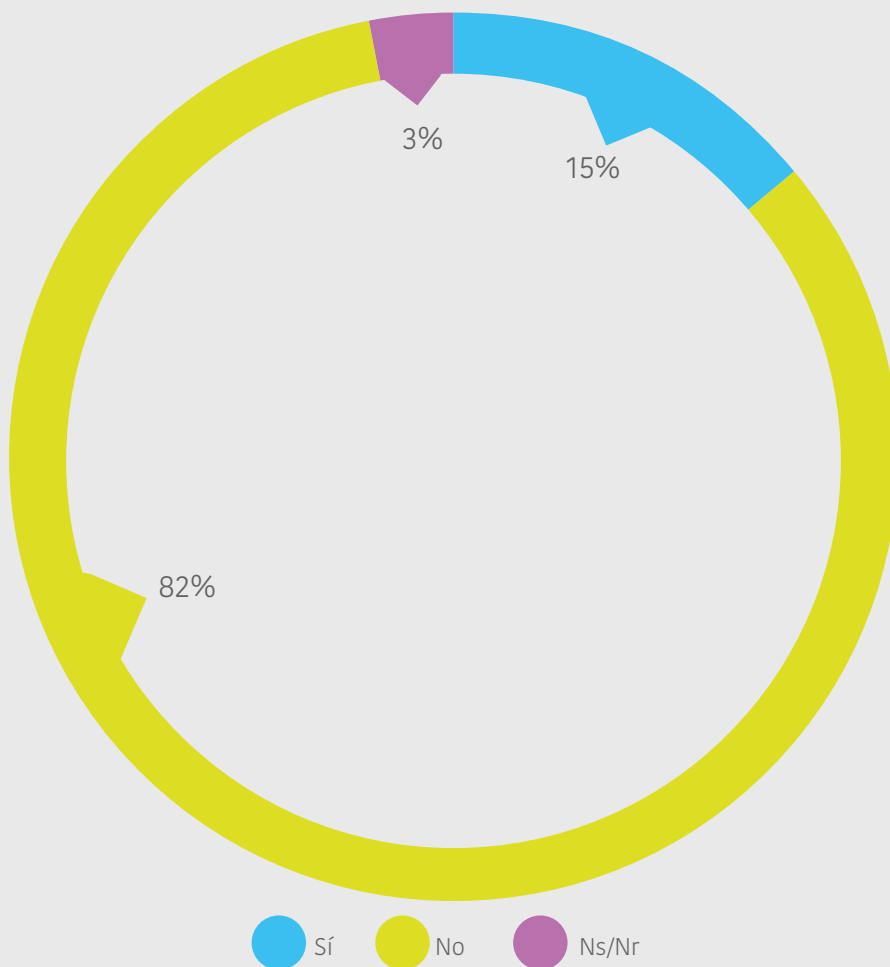


Gobierno electrónico

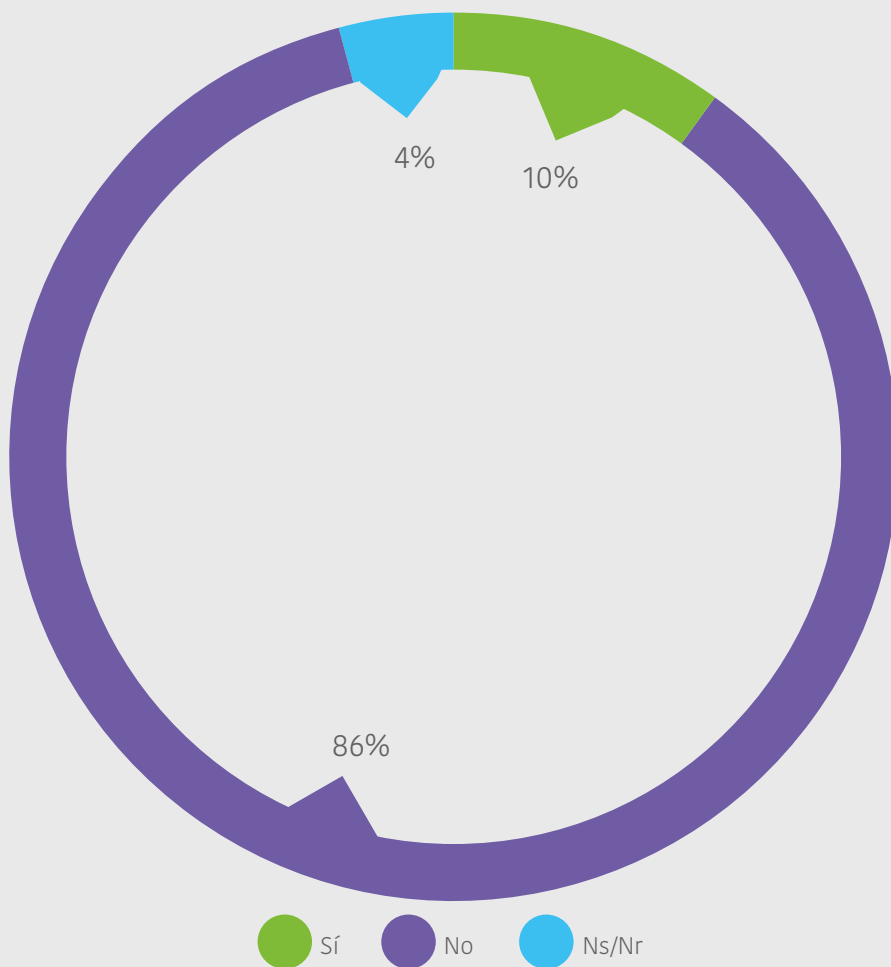
Porcentaje de la población que usa Internet para recabar información o requisitos/formularios sobre trámites del sector público



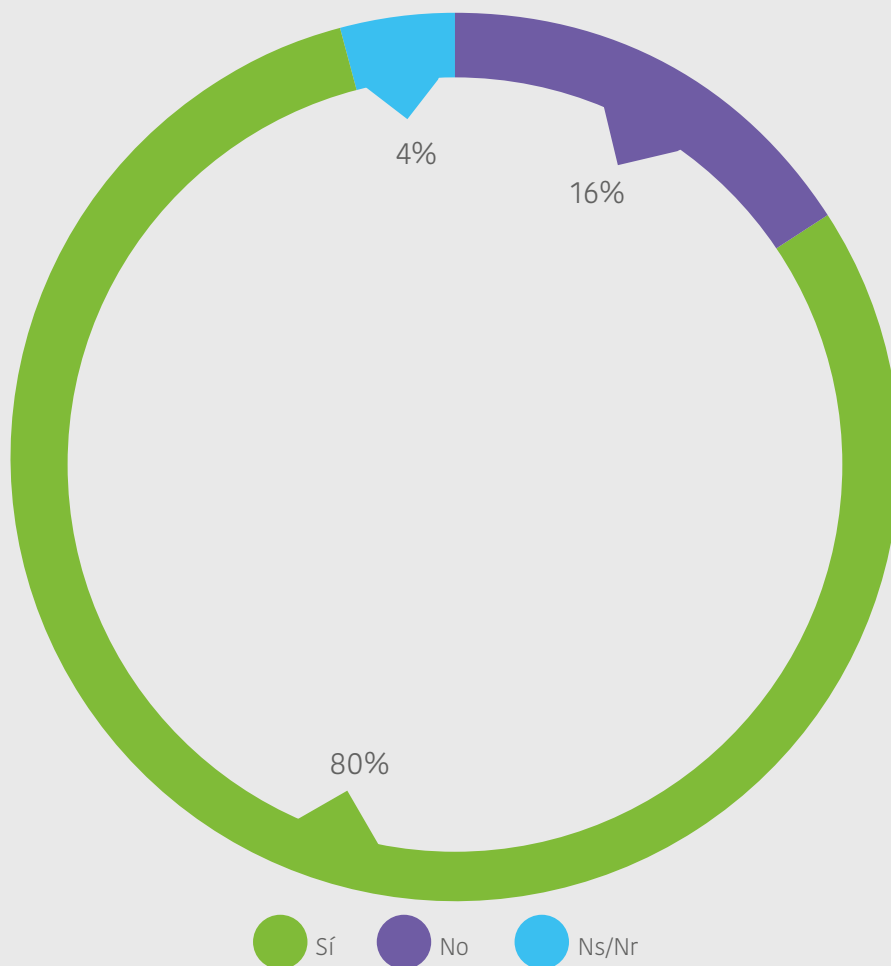
Porcentaje de la población que usa Internet para completar y enviar formularios de trámites en el sector público



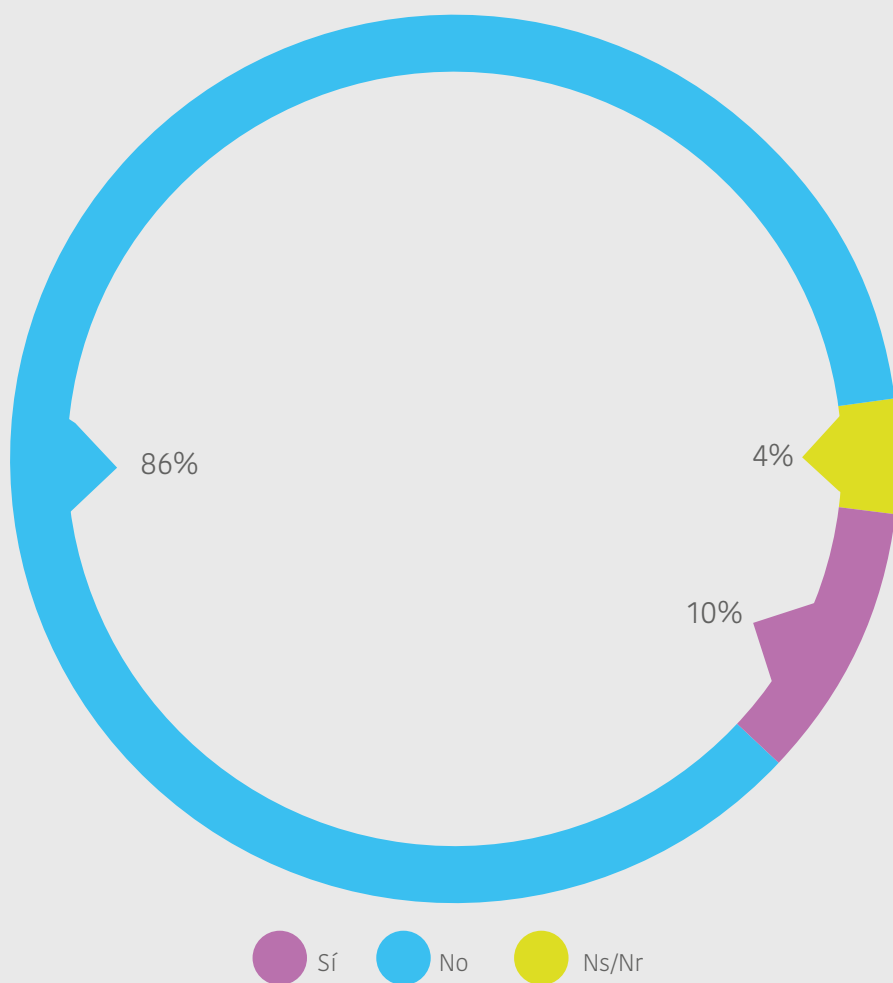
Porcentaje de la población que usa Internet para realizar sugerencias, consultas, solicitudes o reclamos a organismos del Estado



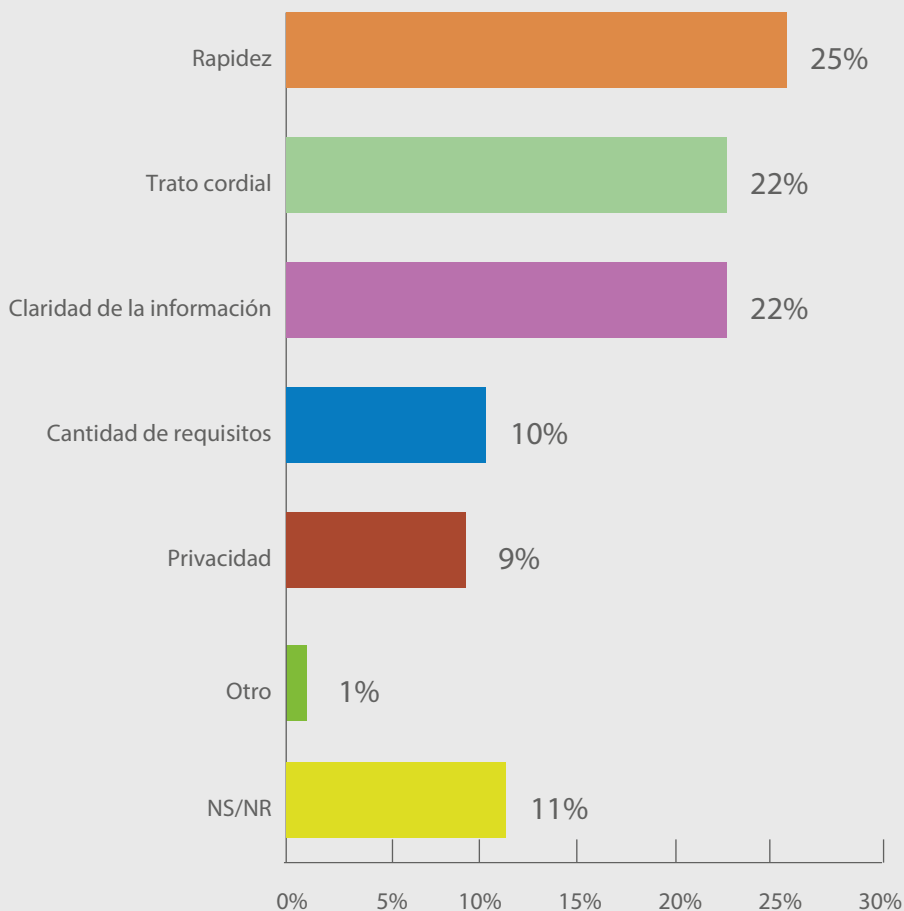
Porcentaje de la población que usa Internet para buscar información sobre las entidades del Estado



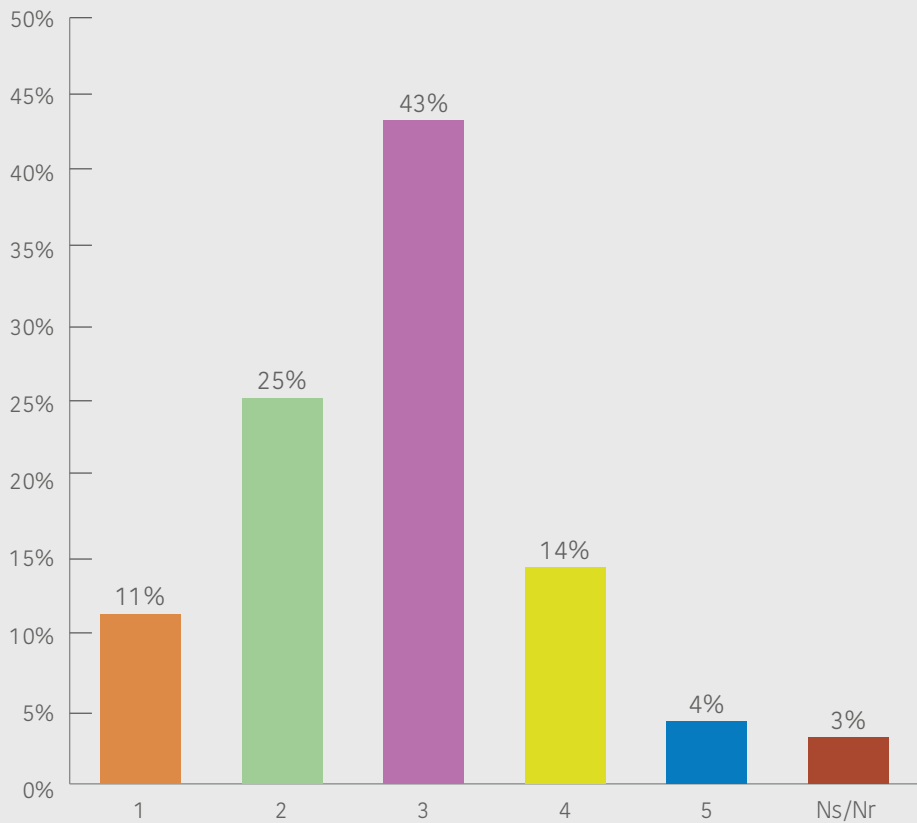
Porcentaje de la población que usa Internet para realizar trámites en línea



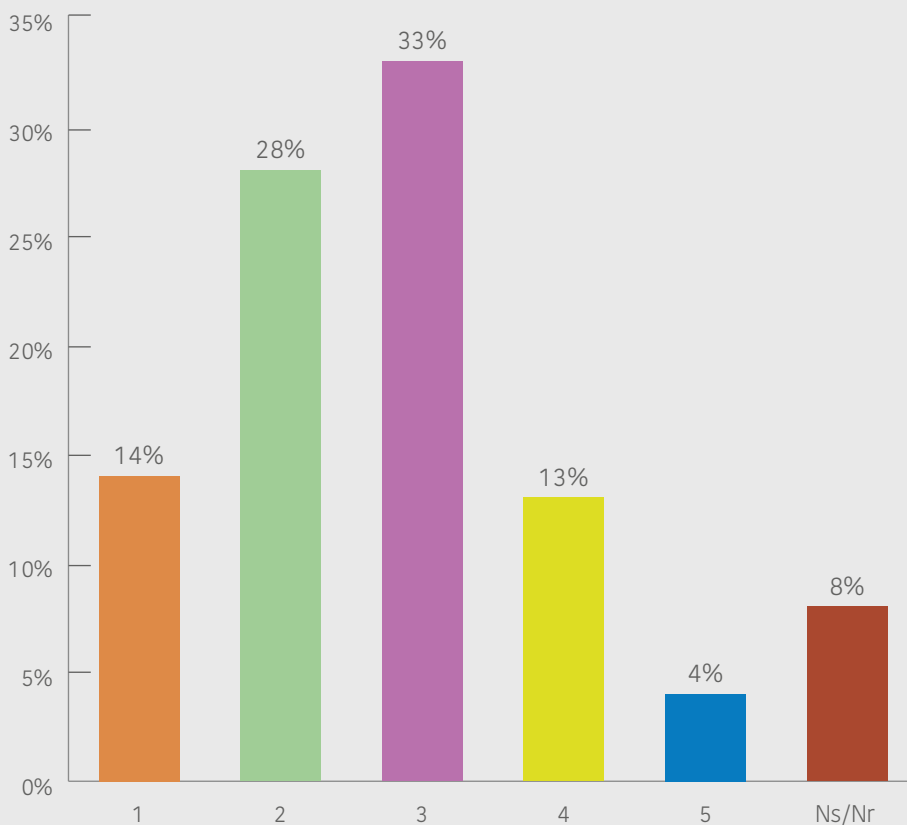
Característica más valoradas por la población para la realización de trámites en instituciones públicas



Calificación de la realización de trámites en las
instituciones públicas
(1 pésimo, 5 excelente)

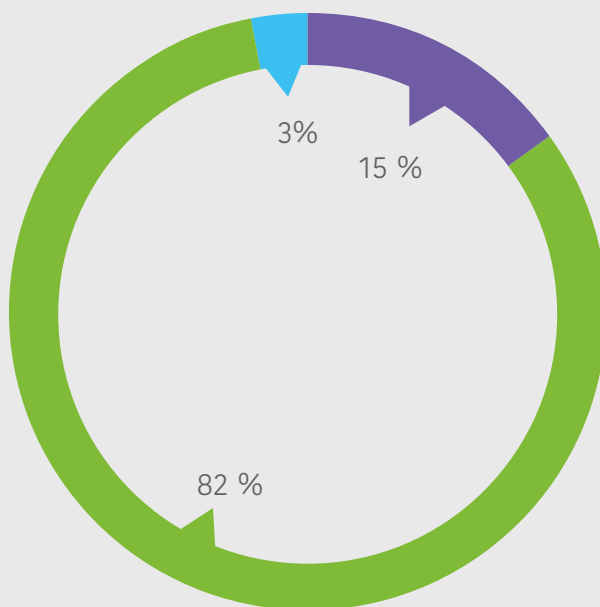


Calificación a los servicios que presta el Estado a través de Internet (1 pésimo, 5 excelente)



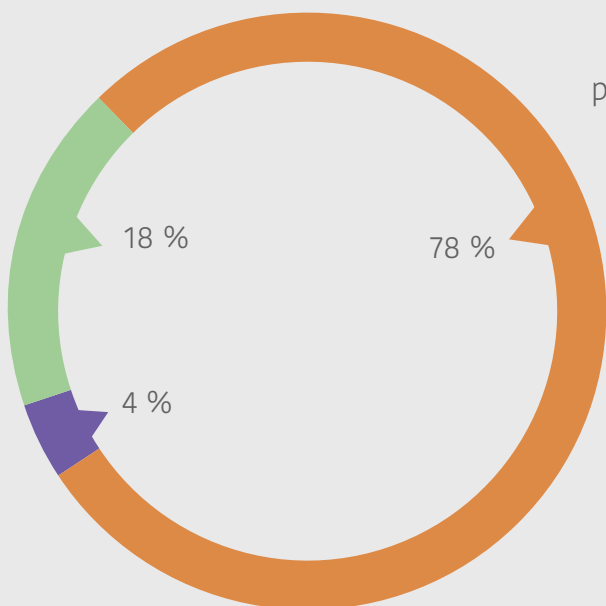
Porcentaje de la población que visita páginas web del Gobierno nacional

- Sí
- No
- Ns/Nr

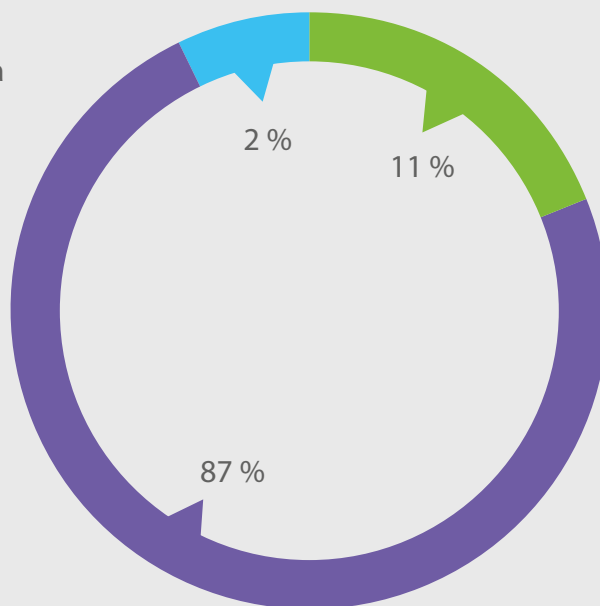


Porcentaje de la población que realiza trámites en las páginas web del Gobierno nacional

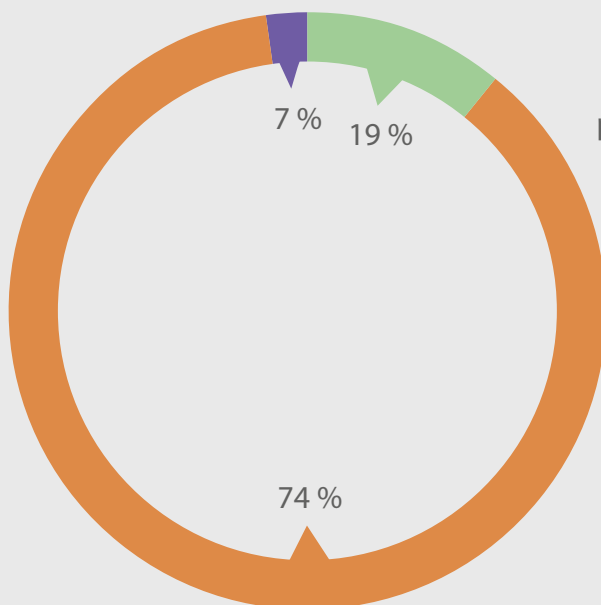
- Sí
- No
- Ns/Nr



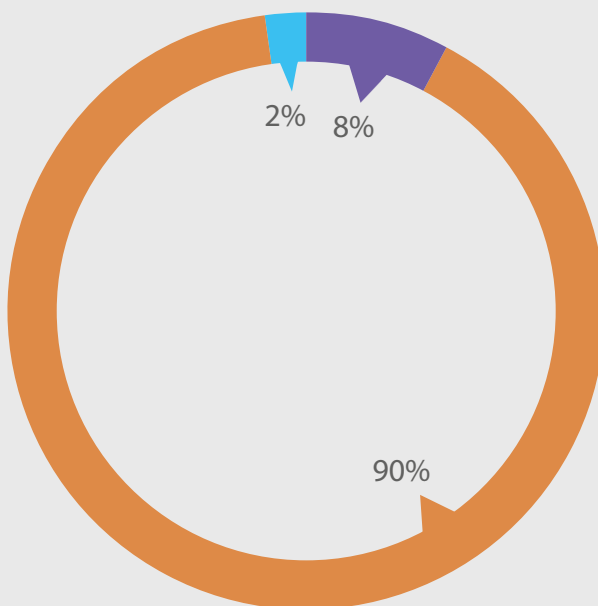
Porcentaje de la
poblacion que visita
páginas web del
Gobierno Municipal



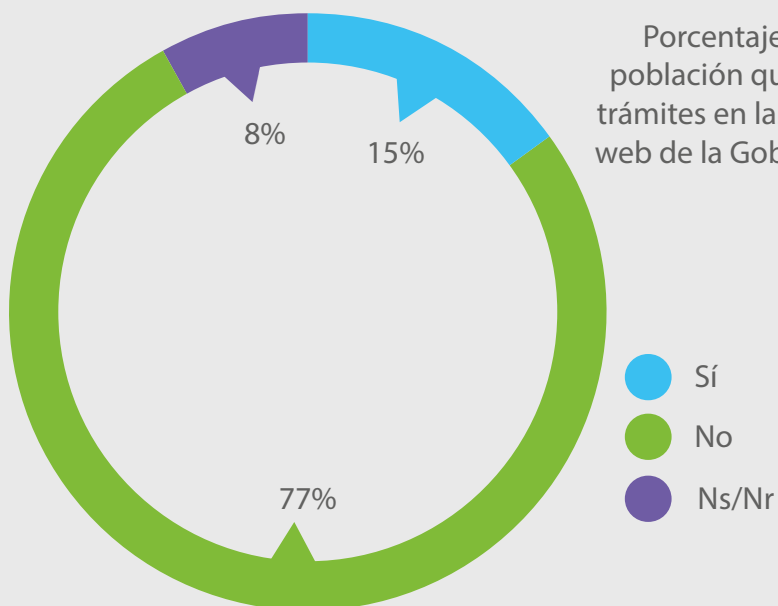
Porcentaje de la
población que realiza
trámites en las páginas
web del Gobierno
Municipal



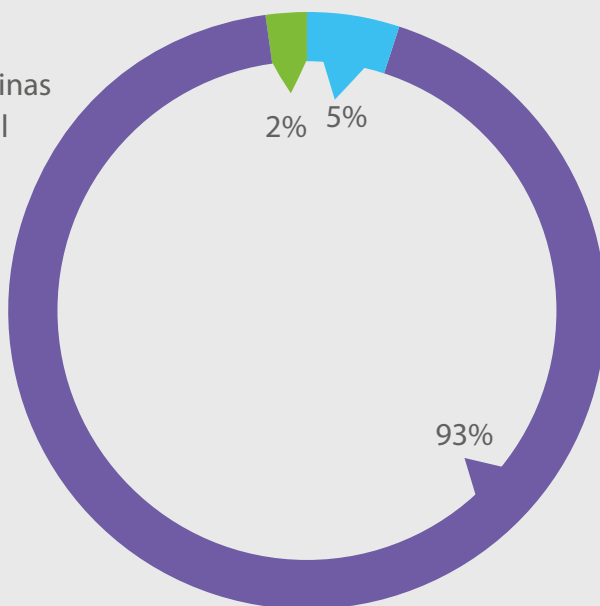
Porcentaje de la población que visita páginas web de la Gobernación



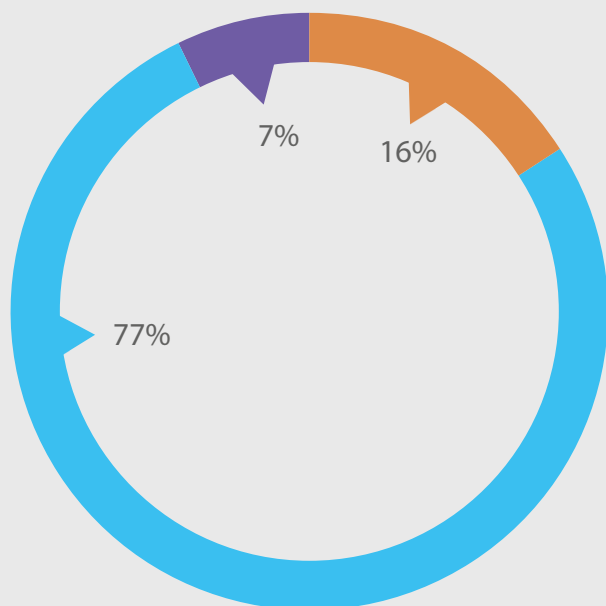
Porcentaje de la población que realiza trámites en las páginas web de la Gobernación



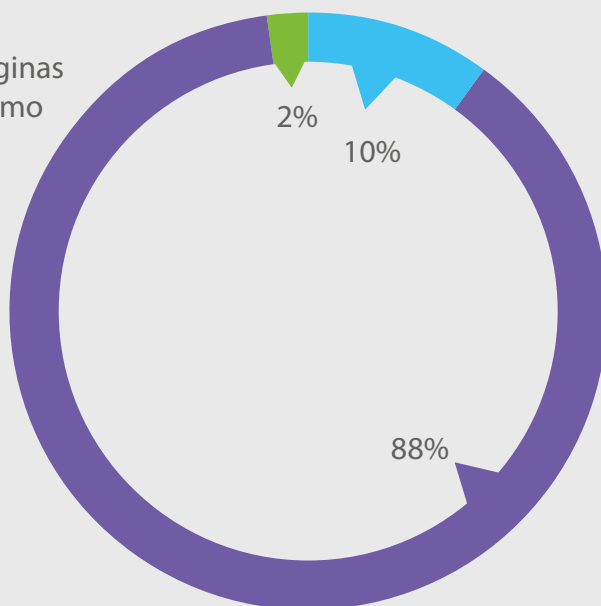
Porcentaje de la
población que visita páginas
web del Poder Judicial



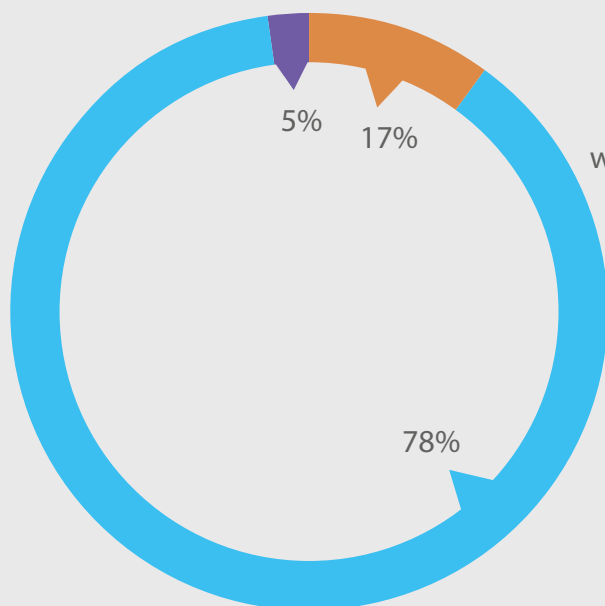
Porcentaje de la
población que realiza
trámites en las páginas
web del Poder Judicial



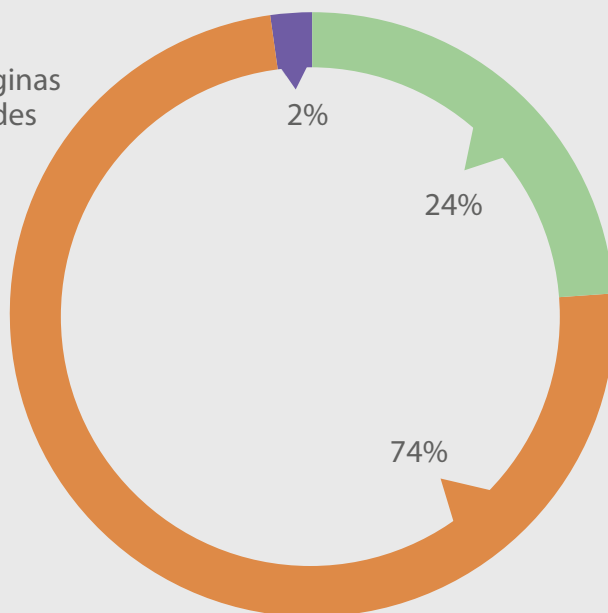
Porcentaje de la población que visita páginas web del Tribunal Supremo Electoral



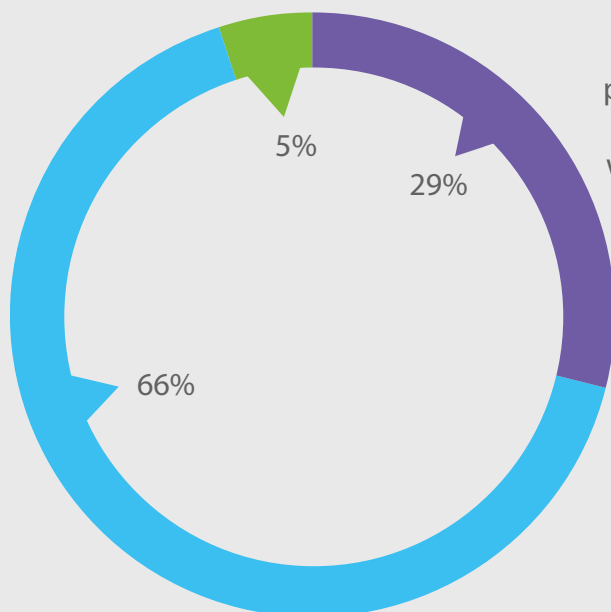
Porcentaje de la población que realiza trámites en las páginas web del Tribunal Supremo Electoral



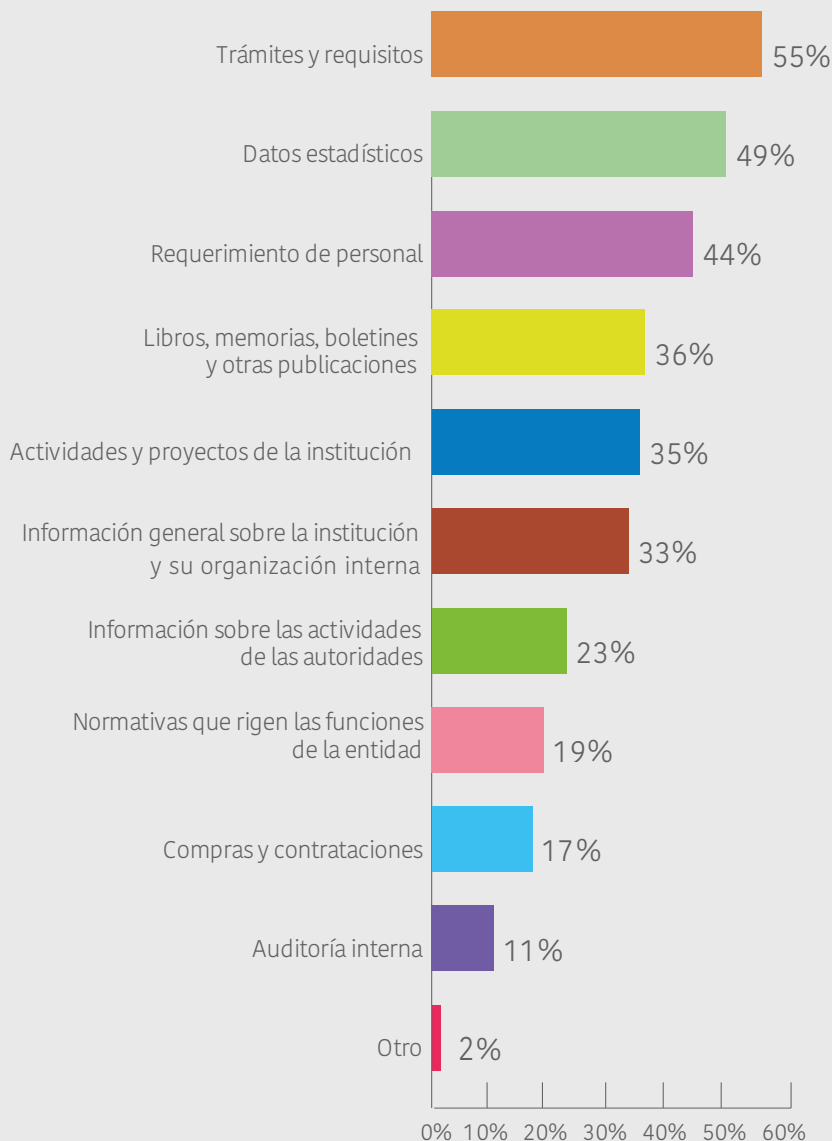
Porcentaje de la
población que visita páginas
web de las universidades



Porcentaje de la
población que realiza
trámites en las páginas
web de las universidades

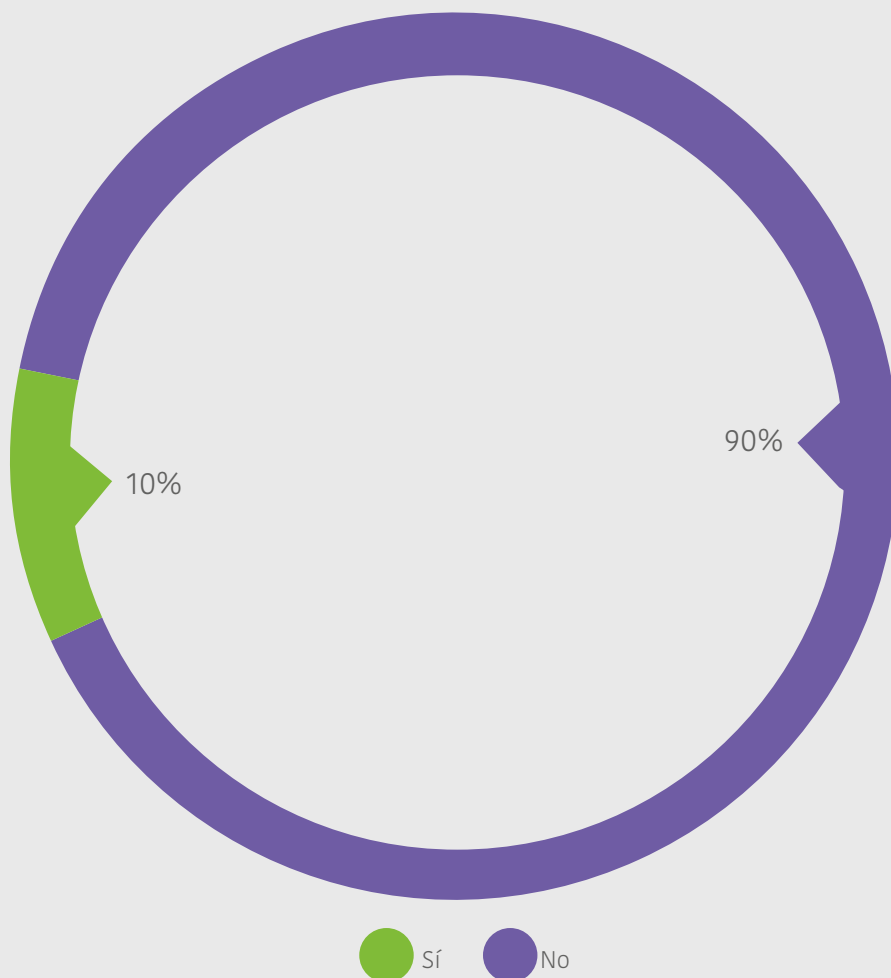


Tipo de información que la población demanda en las páginas web de las instituciones públicas*



*Pregunta de selección múltiple (máximo 4 opciones)

Porcentaje de la población internauta que sigue
a alguna institución pública a través de sus
cuentas de Facebook o Twitter



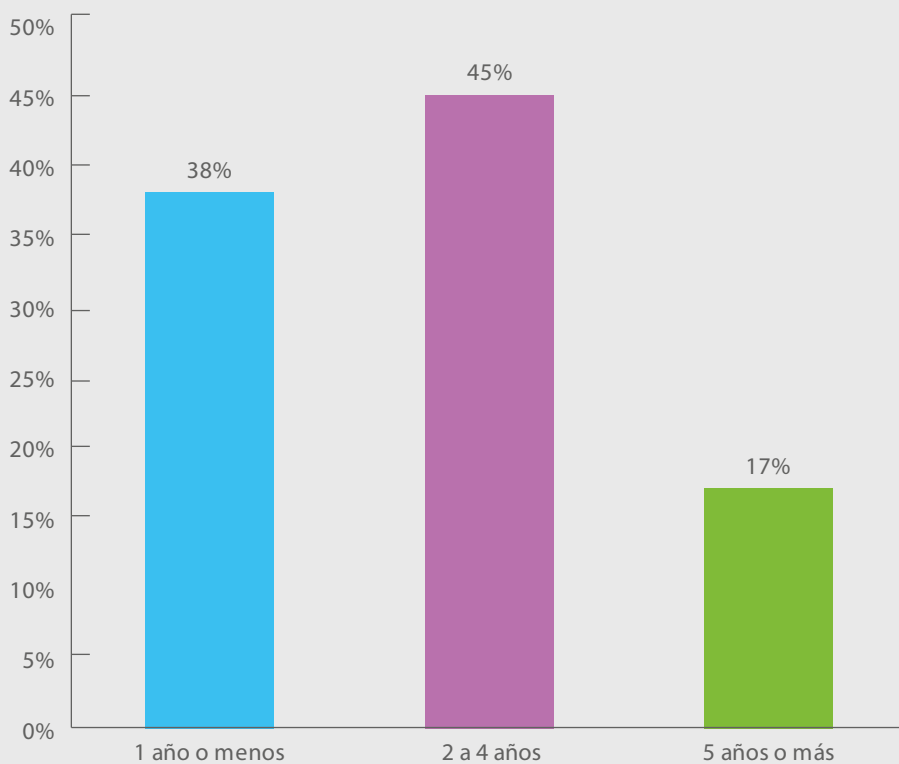


RESULTADOS PARA NO INTERNAUTAS

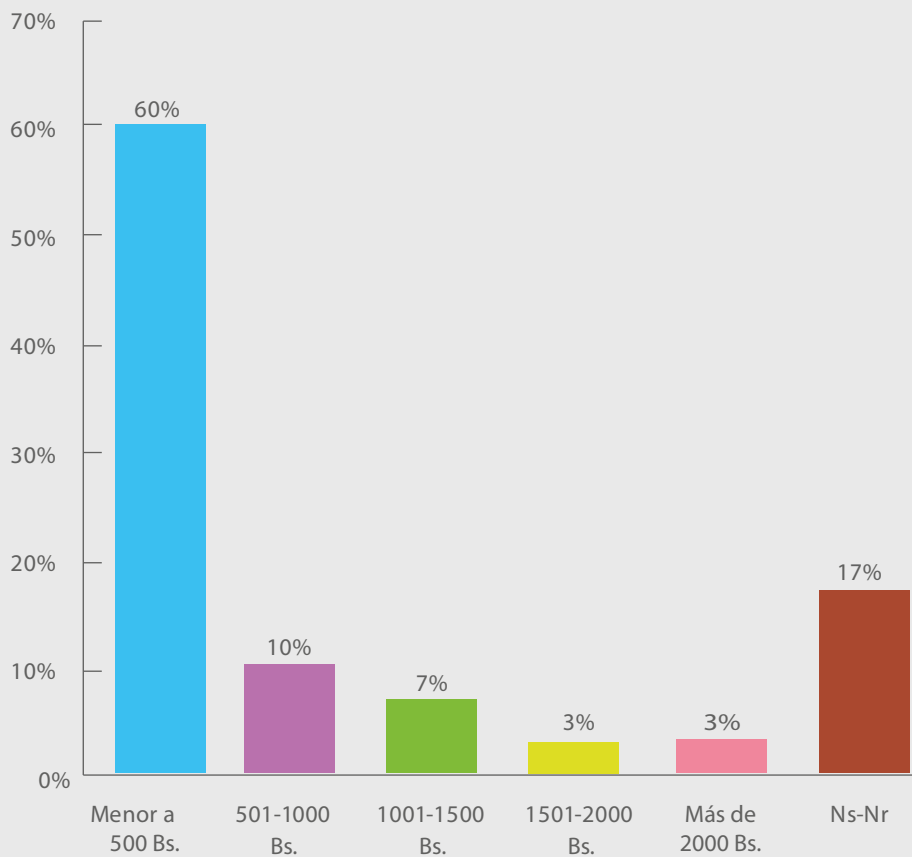
Para la población mayor a 14 años

***No internauta:** aquella persona que no ha tenido acceso a Internet al menos una vez en los últimos 30 días previos a la encuesta.

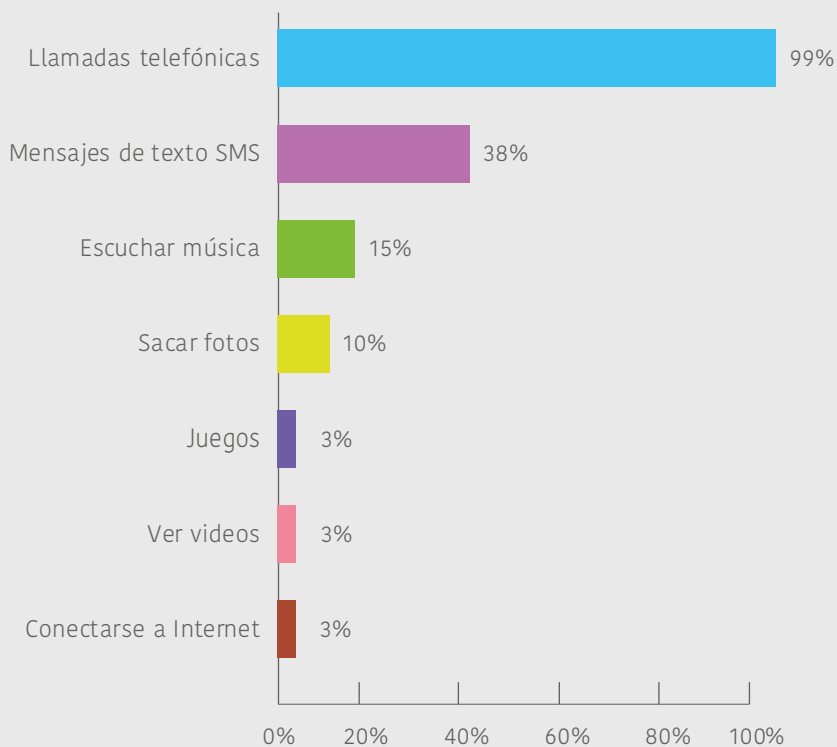
Tiempo transcurrido (años) desde la última compra de un celular de la población No internauta



Costo aproximado del último celular adquirido por la población No internauta (en bolivianos)

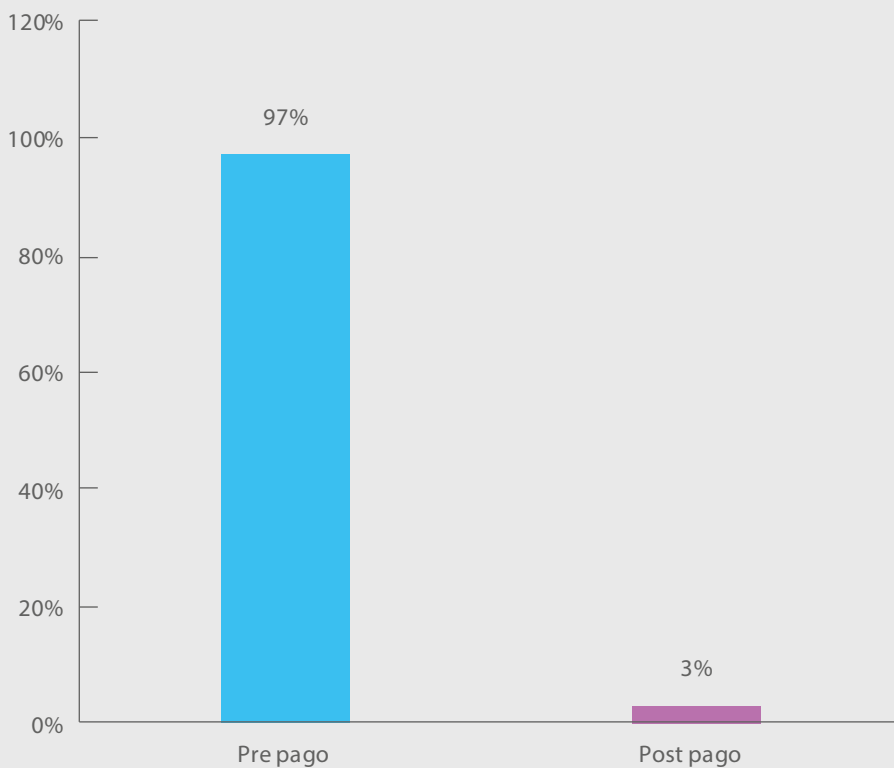


Actividades en las que la población No internauta utiliza el celular*

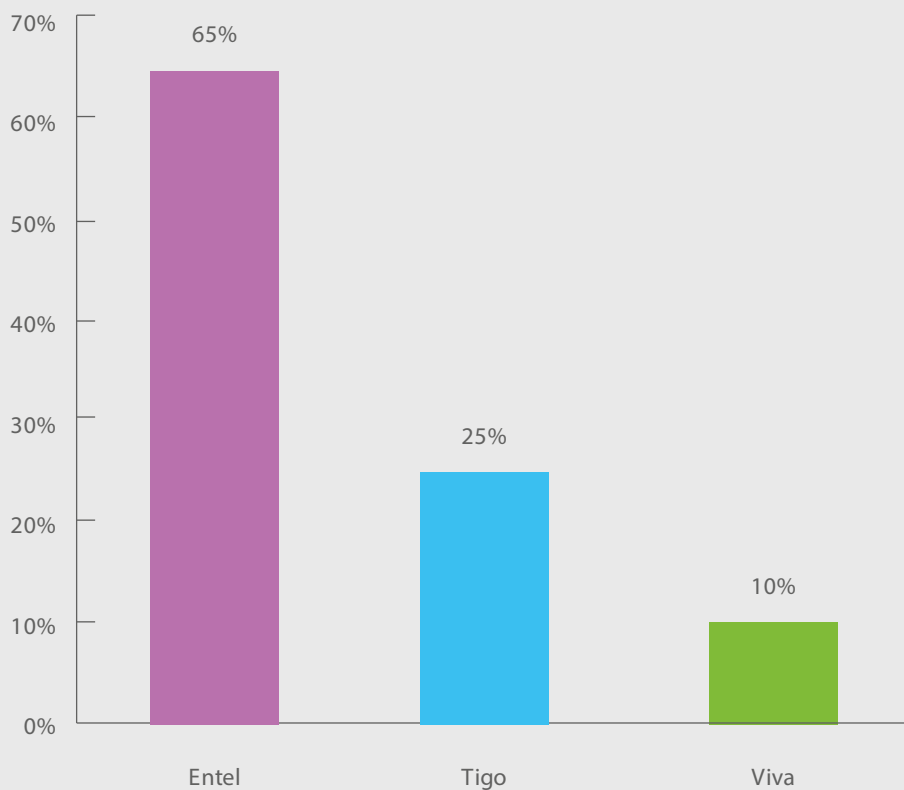


*Pregunta de selección múltiple

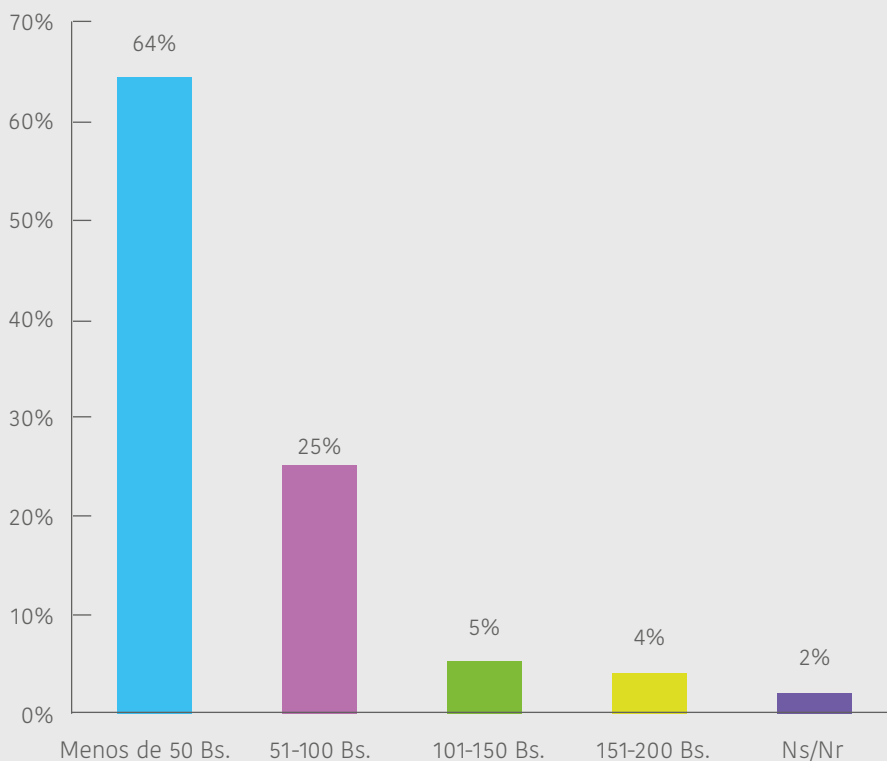
Tipo de pago del servicio de telefonía móvil de la población No internauta



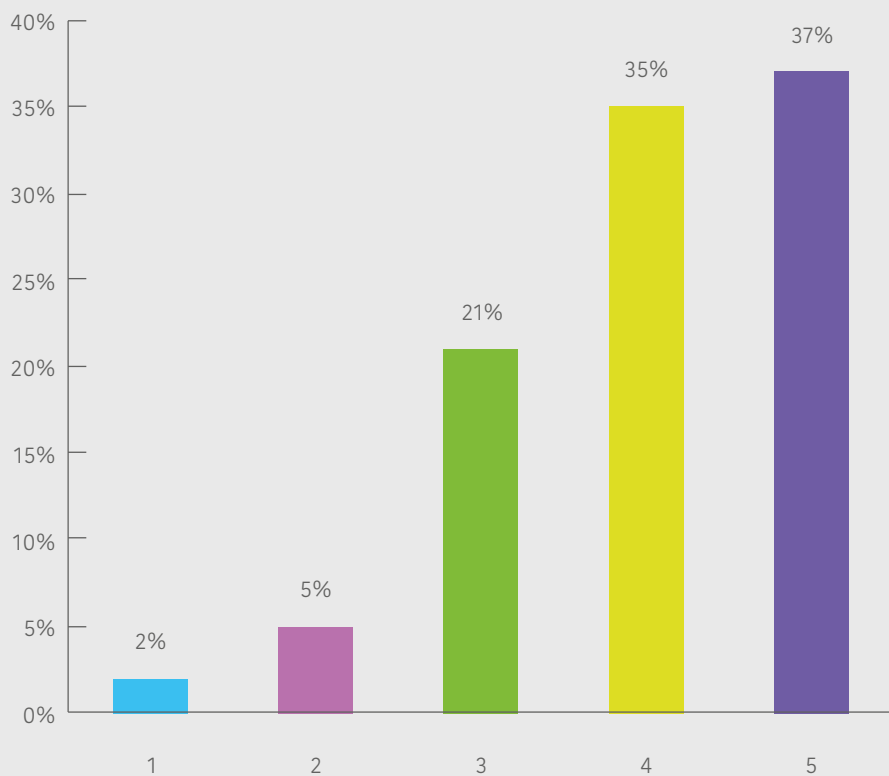
Empresa que provee el servicio de telefonía móvil a la población No internauta



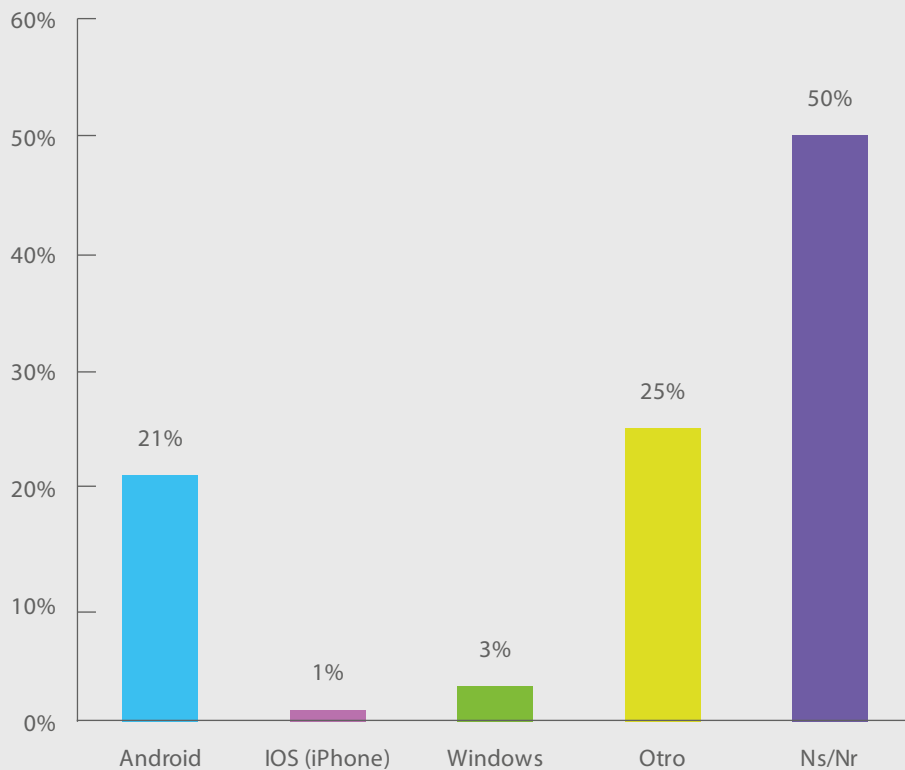
Gasto mensual promedio por el servicio de llamadas
telefónicas y mensajes de texto de la población No
internauta
(en bolivianos)



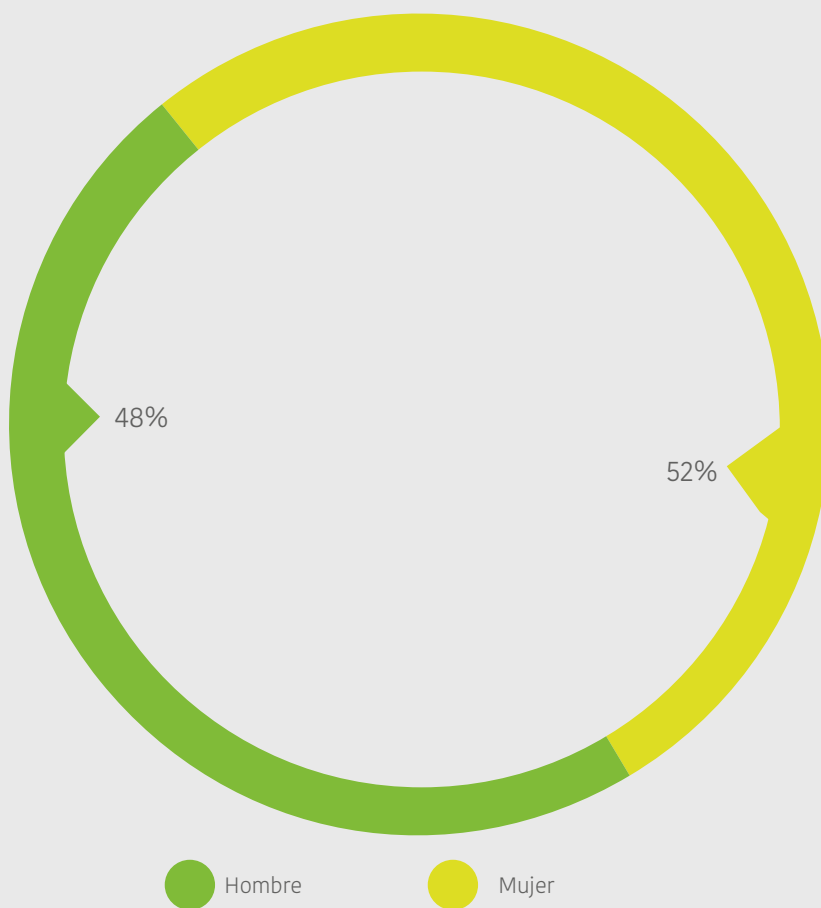
Calificación de la población No internauta al
servicio de llamadas telefónicas y mensajes de
texto
(1 pésimo, 5 excelente)



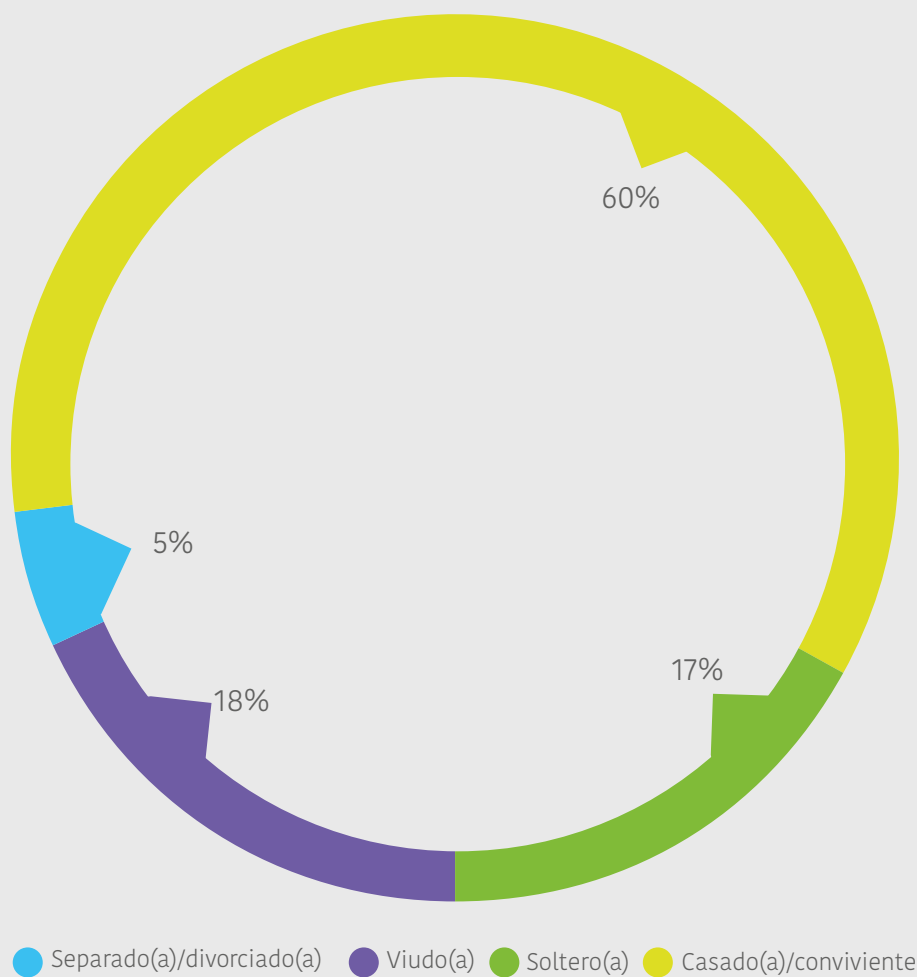
Tipo de sistema operativo del teléfono móvil de la población No internauta



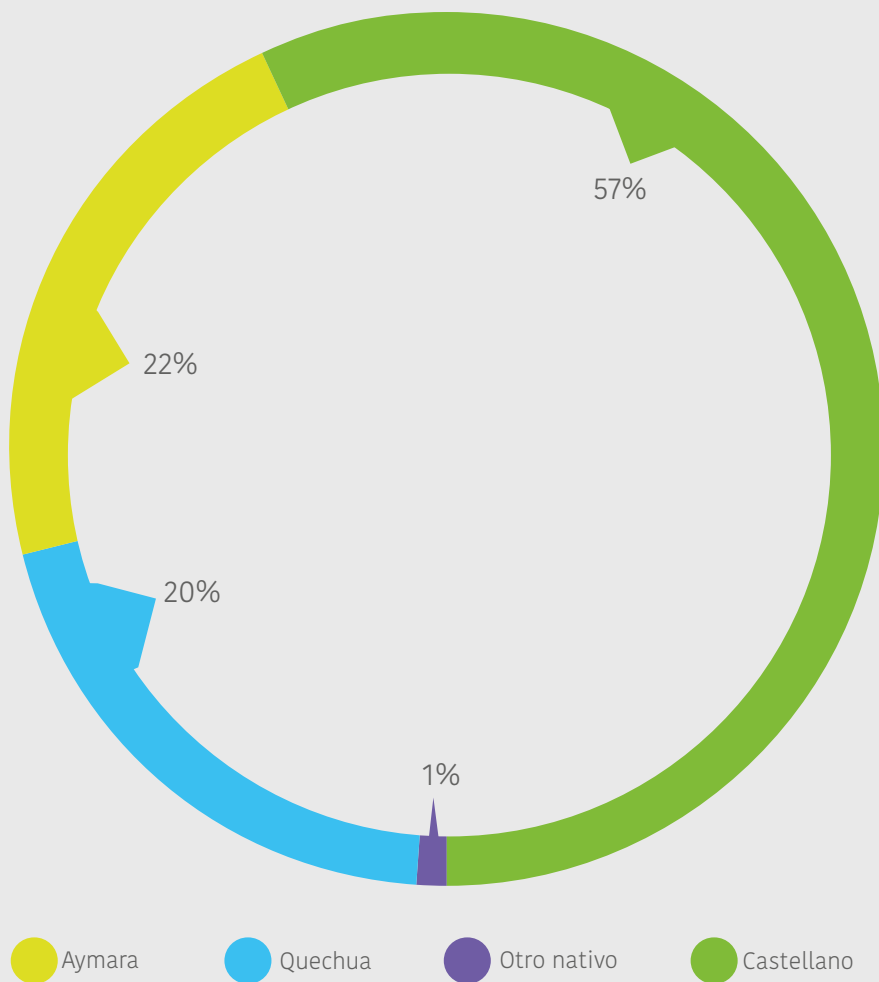
Porcentaje de la población No internauta según sexo



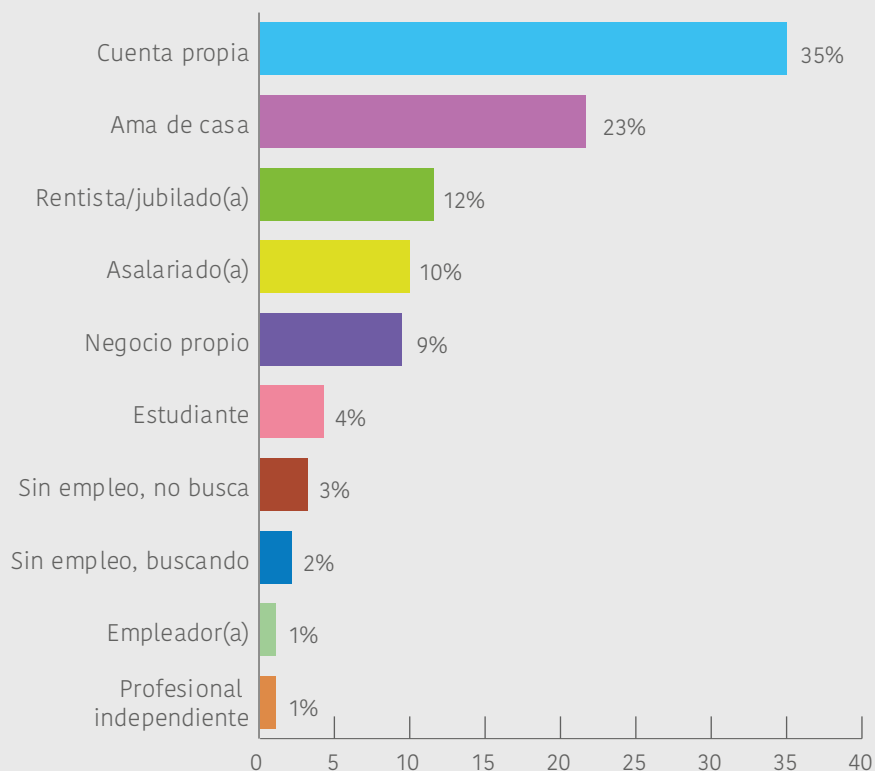
Porcentaje de la población No internauta según estado civil



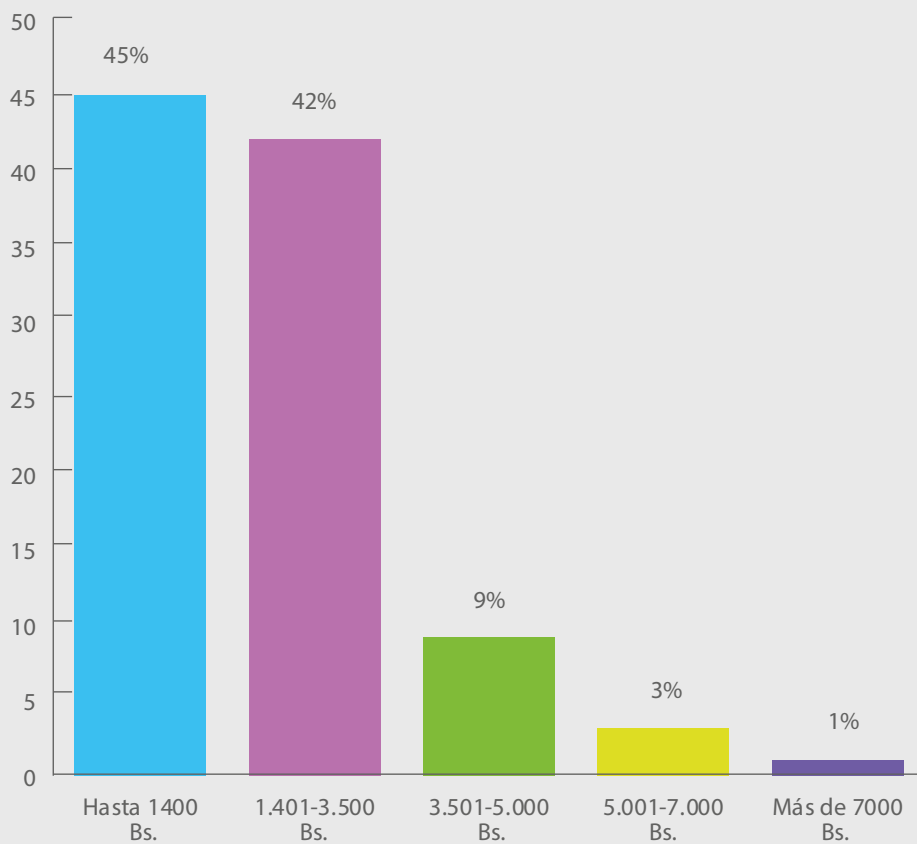
Porcentaje de la población No internauta según el idioma en el que aprendió a hablar



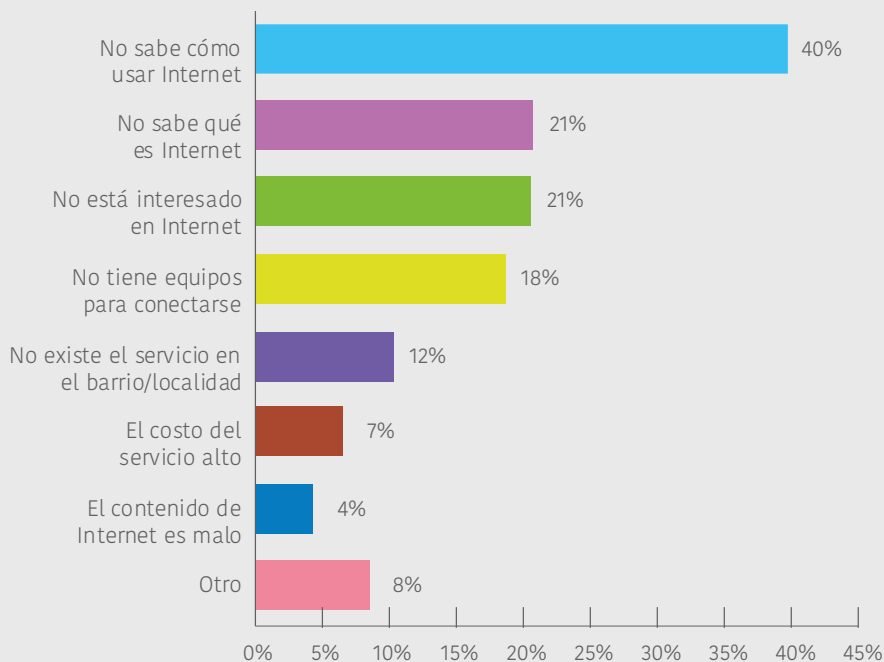
Porcentaje de la población No internauta según categoría ocupacional



Porcentaje de la población No internauta
según el ingreso mensual promedio en el hogar
(en bolivianos)

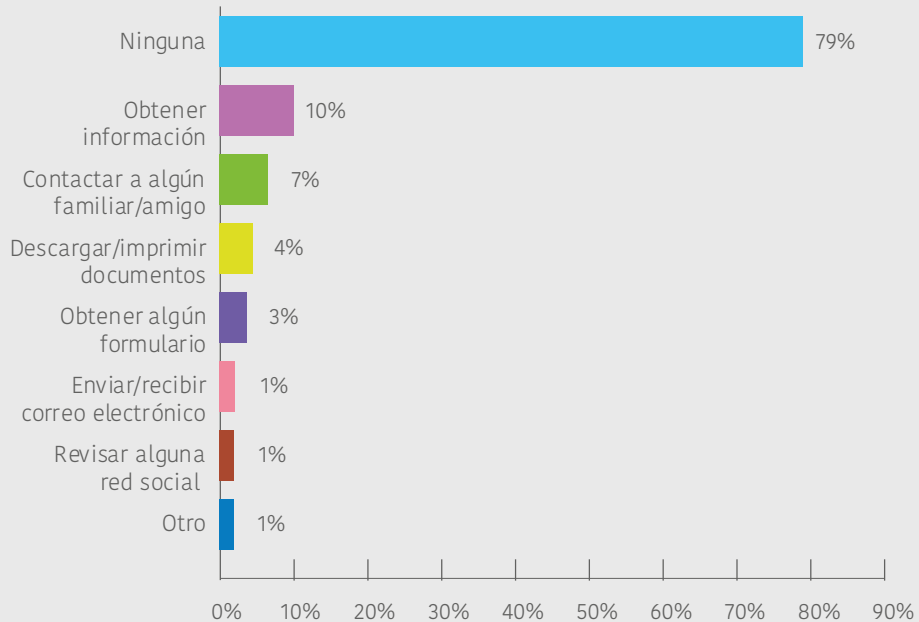


Razones por las que la población No internauta no se conecta a Internet regularmente*



*Pregunta de selección múltiple

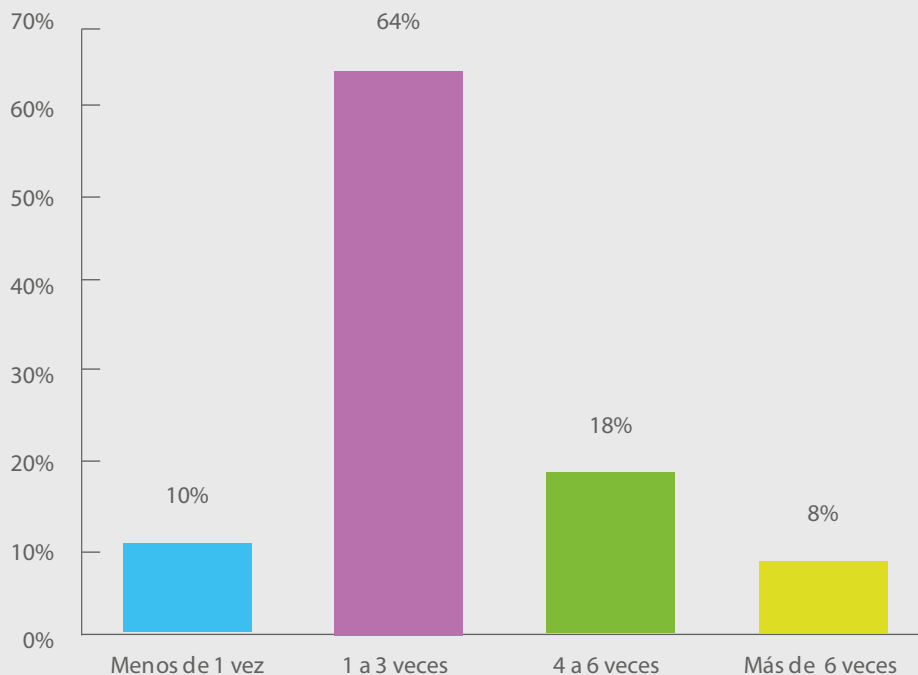
Actividades en Internet que la población No internauta solicitó realizar a otras personas*



*En los últimos 6 meses previos a la encuesta

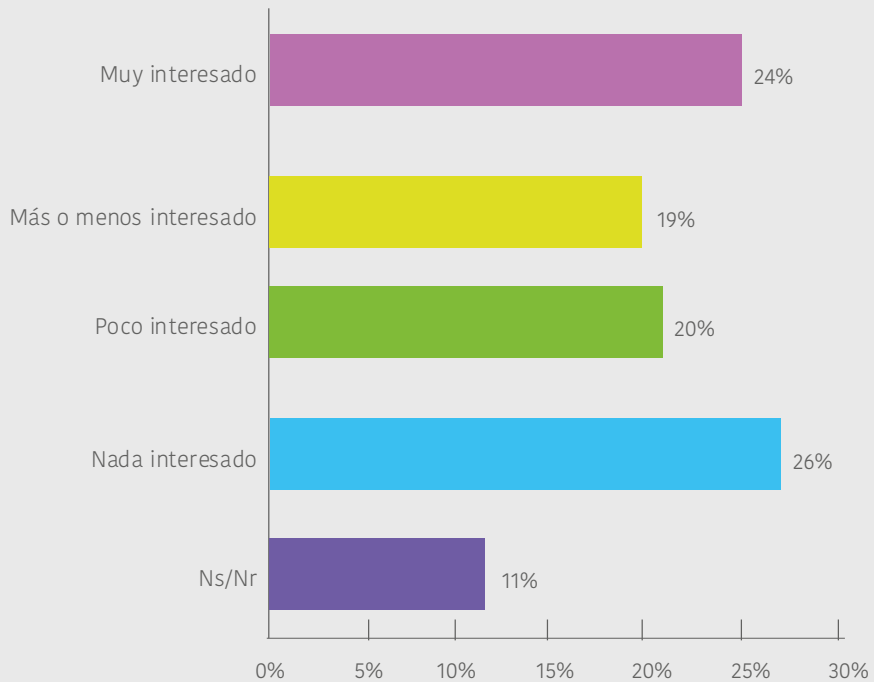
Pregunta de selección múltiple

Número de veces que la población No internauta solicitó ayuda para realizar actividades en Internet



*En el último mes previo a la encuesta

Grado de interés que tiene la población No internauta en usar Internet







AGETIC

agencia de gobierno electrónico y
tecnologías de información y comunicación

www.agic.gob.bo



ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA
**MINISTERIO DE LA
PRESIDENCIA**

