

INNOVACIÓN

SABER MÁS

¿Qué uso hacen de la red los más jóvenes?



El 92% de la población andaluza de entre 10 y 15 años usa internet y el 59% tiene teléfono móvil. Por sexo, la disponibilidad de teléfono móvil entre las niñas supera en más de cinco puntos a la de los niños. La navegación por la red es una práctica habi-

tual en edades anteriores a los 10 años. Pero en el caso de la posesión de un teléfono móvil, el porcentaje aumenta de manera significativa a partir de los 10 años, hasta llegar a los 14 y 15 cuando el 84% en la población ya dispone de uno. Los luga-

res donde los niños andaluces de 10 a 15 años utilizan internet con mayor frecuencia son su vivienda (90,5%) y el centro de estudios (68%), aunque también lo hacen en viviendas de familiares o amigos (41%), centros públicos (19%) y cibercafés (15%).

Andalucía, tercera región donde más gente compra por internet



Imagen de un usuario de internet realizando una compra 'on line'.

ARCHIVO

● Más de 1,6 millones de andaluces realizaron operaciones en 2013 ● Sólo Madrid y Cataluña superaron la cifra

R. E. SEVILLA

Más de 1,6 millones de andaluces, el 25,9% de la población de entre 16 y 74 años, han utilizado internet como canal de compra en los últimos 12 meses, lo que convierte a la región en la tercera comunidad autónoma, tras Madrid y Cataluña, con más habitantes que han realizado compras *on line*, según datos de la *Encuesta sobre equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares* de 2013 de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, que analiza los datos del INE y los amplía en colaboración con el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).

En concreto, son los servicios de vacaciones y viajes (58,7%) lo que más compran los andaluces en la red. Un 43,8% adquirió

ropa y material deportivo, un 27,6% bienes relacionados con el hogar, un 25,1% software de ordenador y equipo informático, un 23,6% equipamiento electrónico y un 21,6% libros y revistas.

Las tres razones principales que motivaron a los andaluces a realizar sus compras por internet fueron la comodidad (88,5%), los precios y ofertas (75,3%) y el ahorro de tiempo (71,4%).

Respecto al equipamiento tec-

El 66% de las viviendas tenían conexión a la red en 2013, un 3,2% más que un año antes

nológico, el 71,2% de los hogares andaluces con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de ordenador y el 66,5% de las viviendas de Andalucía tiene internet. Este último dato supone un avance de 3,2 puntos porcentuales con respecto a 2012 y un incremento igual al observado en el conjunto nacional.

La presencia de hijos se presenta como un acicate importante para disponer de un ordenador e internet en casa. El PC

está presente en el 89,4% de los hogares andaluces donde conviven una pareja con hijo e internet en el 85,9%. Sin embargo, en aquellos donde la pareja convive sin hijos estos porcentajes sólo llegan al 59,3% y al 54,2%, respectivamente. En ambos casos, la diferencia supera los 30 puntos porcentuales.

Por otra parte, el 67% de la población andaluza de entre 16 a 74 años declara haber utilizado el ordenador e internet en los últimos tres meses y prácticamente tres de cada cuatro personas afirman haber usado ambas tecnologías alguna vez. Prácticamente no se ha experimentado avance en ninguno de estos dos indicadores con respecto al año anterior. Las personas más jóvenes, aquellas otras con niveles superiores a la segunda etapa de la educación secundaria, seguidos de los trabajadores, son las que mayor uso hacen de estos medios.

Entre la población que ha utilizado internet en los últimos tres meses, el 90,7% se conecta en su propio hogar, el 45,1% también lo utiliza en la vivienda de algún familiar o conocido y el 36,2% en el trabajo.

Enviar y recibir correos electrónicos (82%), participar en las redes sociales (68,5%) y le-

er o descargar noticias o periódicos (67,5%) son los usos de internet más comunes entre la población andaluza.

La conectividad a través del móvil está experimentando un notable incremento. Así, el 75,1% de los internautas andaluces ha usado alguna vez un dispositivo móvil para conectarse a internet fuera de casa o del trabajo. El 69,6% se conecta con el teléfono móvil, mientras que el 34,5% lo hace a través de una

La contratación de viajes y servicios se lleva la palma, seguida de la compra de ropa

tableta o un ordenador portátil y sólo el 8,1% se conecta desde una videoconsola o una PDA.

El tipo de conexión más utilizado para el acceso de los teléfonos móviles a internet es la propia red de telefonía móvil (61,7%), mientras que las conexiones inalámbricas (wifi, básicamente) son mencionadas por el 45,1% de los internautas. En el caso de los portátiles, la mayoría se conecta mediante conexiones inalámbricas.

Soltel se centrará en Smart Cities, M-Health y medio ambiente

R. E. SEVILLA

El grupo empresarial sevillano Soltel IT Solutions prevé centrar sus proyectos, de cara al horizonte de 2020, en las Smart Cities, M-Health y Medio Ambiente. La compañía Soltel considera que para este periodo "es fundamental invertir en herramientas innovadoras que agilicen los servicios a los ciudadanos".

En el área de las Smart Cities, la empresa cuenta con herramientas como Demokrati o Solkar, a las que añadirá nuevos productos del ámbito de M-Health. Algunos de ellos irán enfocados a la teleasistencia domiciliaria, algo que tendrá un importante impacto social, permitiendo a

La firma sevillana invertirá en soluciones que agilicen los servicios a las personas

los ciudadanos estar más y mejor atendidos y contribuyendo definitivamente a la sostenibilidad de los sistemas sanitarios públicos.

Otra línea de trabajo que Soltel quiere explorar es la de las soluciones a la movilidad urbana, con aplicaciones de técnicas Bigdata que dan respuesta a los problemas de aparcamiento. Se ofrecerá el desarrollo de soluciones para dispositivos móviles dirigidos al ciudadano y a los gestores para que aprovechen el potencial de conocimiento que se genera en torno a las Smart Cities.

Otro de los retos que tiene Grupo Soltel para el horizonte 2020 es liderar proyectos con alcance europeo. Hasta la fecha había participado en estas iniciativas como socio o miembro de grupos de trabajo, pero dará un paso más asumiendo la dirección y la planificación de nuevas iniciativas internacionales que ya están en marcha y pronto serán una realidad.