



El uso de la tecnología entre los Hispanos en Nevada



11 de abril de 2012

A la banda ancha también se le llama el ‘gran equalizador’, permitiendo acceso a herramientas, información, y oportunidades de trabajo a los habitantes de Nevada de todas las razas, grupos étnicos y estatus económico.¹ Sin embargo, el solo hecho de ampliar el acceso a la banda ancha no significa que necesariamente todos y cada uno vaya a hacer uso de estas oportunidades – los habitantes de Nevada no tan solo necesitan servicio disponible de banda ancha, sino que además deben ser capaces de solventar los costos involucrados y de entender el valor que el servicio de banda ancha puede proporcionar para su hogar.

Estos temas son importantes para uno de los grupos poblacionales de mayor crecimiento en Nevada – los residentes hispanos. Como parte de su Investigación de Tecnología Residencial del 2011, Connect Nevada examinó tanto las tendencias de los hispanos que han adoptado esta tecnología única como las barreras que impiden su uso en todo el estado. Connect Nevada concluyó que a pesar de la disponibilidad casi ‘omnipresente’ de la banda ancha, muchos habitantes de Nevada de origen hispano o latinoamericano no se subscriben al servicio domiciliario de banda ancha, y entregan una lista de razones para no subscribirse. Los hispanos de Nevada están usando la banda ancha como un motor de crecimiento económico, pero para que el estado tenga una población completamente conectada, su uso tendría que volverse mucho más masivo entre ellos y tendría que buscarse una solución a las razones que dan para no subscribirse.

El implemento y uso de la tecnología

Los residentes de origen hispano o descendencia latinoamericana representan más de un cuarto (26%) de la población de Nevada, y se espera que este porcentaje aumente – hacia el 2030, la oficina de demografía del estado de Nevada proyecta que más de 1.1 millones de habitantes de Nevada serán de origen hispano, constituyendo uno de tres habitantes de Nevada.² Esto significa que conectar la comunidad Hispana a la banda ancha no sólo es un tema importante hoy en día, sino que también lo será para el futuro de Nevada.

A pesar de representar una gran cantidad de la población de Nevada, los adultos hispanos son significativamente menos asiduos en adoptar la banda ancha que otros habitantes no hispanos de Nevada. Sólo el 58% de los adultos de origen hispano de Nevada se subscriben a la banda ancha comparado con el 70% de adultos no hispanos (Cuadro 1). Además, solamente el 78% de los habitantes hispanos de Nevada tiene una computadora, comparado con el 85% de los adultos no hispanos. Esto equivale a más de 116.000 adultos hispanos que no tienen el servicio de banda ancha, aproximadamente 63.000 de los cuales no tienen una computadora en sus casas.

Cuadro 1.
Asimilación de la tecnología en Nevada

	Tienen un Computador	Adoptan Banda Ancha
Promedio de Nevada	83%	67%
Adultos hispanos	78%	58%
Adultos no hispanos	85%	70%

¹ http://transition.fcc.gov/Daily_Releases/Daily_Business/2011/db0120/DOC-304191A1.pdf

² <http://nvdemography.org/data-and-publications/age-sex-race-and-hispanic-origin-estimates-and-projections/>

Algunos resultados de esta encuesta:

- En todo el estado de Nevada, solo el **58% de los hispanos** del estado se subscriben al servicio de banda ancha, lo que significa que aproximadamente 116.000 adultos de origen hispano no tienen este servicio.
- Los adultos hispanos en Nevada usan el servicio de Internet **mayormente** para buscar trabajo.
- En Nevada, el **55% de los adultos Hispanos** usa un aparato móvil para acceder a Internet, casi el mismo número que se subscriben al servicio de banda ancha domiciliario. Los hispanos de Nevada tienden a usar el servicio de Internet móvil en mayor número que el promedio del estado.
- **Dos de cinco adultos hispanos** de Nevada dicen que el costo es su mayor impedimento para adoptar la banda ancha. Cabe destacar que los hispanos de Nevada no dan la razón de la falta de importancia del servicio como una barrera para adoptar la banda ancha.

A pesar de esta baja tasa de asimilación de la banda ancha, los hispanos de Nevada que usan internet lo hacen para realizar tareas importantes. (Cuadro 2). Más que cuatro de cinco usuarios de Internet hispanos en Nevada (81%) van al Internet para comunicarse vía correo electrónico u otros modos similares de envío de mensajes; y aunque esta es la forma más popular entre los habitantes hispanos o de origen latinoamericano en Nevada, esta cifra todavía está muy por debajo de la población no hispana. Los habitantes hispanos de Nevada son significativamente menos asiduos en investigar y comprar productos o servicios, como de interactuar en línea con oficinas de gobierno u oficinales nominados, que los usuarios de Internet que no son hispanos.

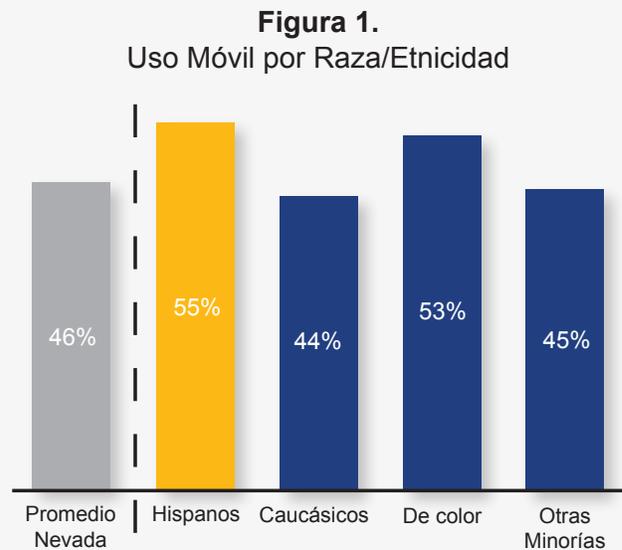
Cuadro 2.
Actividades en la red de los usuarios de Internet en Nevada

¿Cuáles de las siguientes actividades realiza usando Internet?	Promedio Nevada	Adultos Hispanos	Adultos No-Hispanos
Comunicación por e-mail u otras formas de envío de mensajes	89%	81%	92%
Investigación o compra de productos o servicios	77%	69%	80%
Exploración o participación en pasatiempos o intereses personales	74%	71%	75%
Banco en red o pago de cuentas de servicios	72%	71%	73%
Lectura de periódicos u otras fuentes de noticias	66%	64%	67%
Búsqueda de información médica o comunicación con profesionales de la salud como médicos y oficinas de seguros de salud	50%	48%	51%
Búsqueda o aplicación a trabajos	45%	57%	43%
Tomar clases en la red o realizar investigación de tareas escolares	44%	49%	44%
Interactuar con oficinas de gobierno u oficinales nominados	31%	22%	33%

En contraste, los usuarios hispanos de Internet en Nevada tienden significativamente a usar Internet para encontrar y aplicar a trabajos, comparados con los habitantes no hispanos de Nevada. En todo el estado, aproximadamente 128.000 adultos hispanos van a la red para encontrar nuevos o mejores trabajos. La Internet también apoya a los empresarios de la comunidad hispana, ya que aproximadamente 14.000 de los adultos hispanos de Nevada (aproximadamente el 9% de la población hispana con trabajo) usa el Internet para operar un negocio desde su casa. Además, casi uno de diez suscriptores hispanos de banda ancha (9%, representando aproximadamente 15.000 de los habitantes hispanos de Nevada) dice que comenzaron a suscribirse a la banda ancha para conducir un negocio en la red.

El uso de la banda ancha móvil

Un área donde los habitantes hispanos de Nevada llevan la delantera es en el uso de aparatos móviles para acceder al Internet, un resultado que concuerda con una investigación nacional del Instituto Hispano.³ En todo el estado de Nevada, el 55% de los adultos hispanos usan un aparato móvil para acceder el Internet comparado con el promedio general del estado que es de 46% (Figura 1). Esto equivale aproximadamente a 154,000 adultos hispanos que usan sus aparatos móviles para varias actividades de la red, casi el mismo número de aquellos que se subscriben al servicio de banda ancha domiciliaria. De hecho, más de uno en diez adultos hispanos en Nevada (12%) usan el internet móvil en lugar de subscribirse al servicio domiciliario de banda ancha, un número significativamente más alto que el promedio del estado. Esto sugiere que la banda ancha móvil se ve como una alternativa al servicio de banda ancha domiciliaria para los adultos hispanos de Nevada.



Barreras para la adopción de Banda Ancha

La única gran barrera para la adopción de banda ancha entre los habitantes de origen hispano en Nevada es el costo (Cuadro 3). Dos de cinco hispanos en Nevada citan el costo como una barrera para adoptar el servicio de banda ancha. Esto equivale aproximadamente a 60,000 adultos hispanos que citan el costo mensual de la banda ancha, las cuotas de activación e instalación, o el costo de compra de una computadora como la principal razón del porque ellos no se subscriben al servicio de banda ancha.

Cuadro 3.
Principales Barreras para la Adopción de la Banda Ancha

	Promedio Nevada	Adultos Hispanos	Adultos No-Hispanos
Costo	31%	40%	29%
El costo mensual del servicio es muy caro	19%	24%	17%
El costo de un computador es muy caro	8%	9%	8%
Las cuotas de activación e instalación son muy caras	4%	7%	4%
Conocimiento del Lenguaje Digital	19%	22%	18%
La Banda Ancha o el Internet son muy complicados	5%	8%	5%
Preocupación por robo de dinero o de identidad	5%	5%	5%
No sé lo que es banda ancha ni nada del tema	4%	5%	3%
No me siento cómodo usando un computador	5%	4%	5%
Relevancia	27%	17%	29%
Disponibilidad	3%	2%	4%
Otro	11%	11%	12%
No saben/Se oponen	9%	8%	8%

³ http://thehispanicinstitute.net/files/u2/Hispanics_and_Broadband_Access.pdf

El conocimiento del lenguaje digital es la segunda razón más citada como una barrera entre los adultos hispanos de Nevada. En todo el estado, aproximadamente 33,000 adultos hispanos no se sienten lo suficientemente cómodos con las computadoras o con la banda ancha como para suscribirse. Por otro lado, los habitantes de Nevada en su gran mayoría no indican que no ven la importancia de la banda ancha en sus vidas, sugiriendo que una gran fracción de adultos hispanos en Nevada reconoce que la banda ancha puede entregar un mundo de oportunidades.

Conclusión

A pesar de que muchos habitantes hispanos de Nevada reconocen el valor y la importancia del servicio de banda ancha, una gran porción de la comunidad hispana de Nevada todavía no se suscribe. Por eso, a pesar del bajo número de suscripciones a la banda ancha por la comunidad hispana de Nevada, la banda ancha está ayudando a fortalecer la economía de los residentes hispanos de Nevada entregando oportunidades para encontrar y aplicar a trabajos, como también creando la posibilidad de empezar negocios desde los hogares.

El costo de la banda ancha (o la computadora que se necesita para acceder a ésta) y la falta de conocimiento del lenguaje digital impiden que muchos hispanos de Nevada se suscriban. Según esto, los programas, tanto de inglés como de español, que se concentren en cómo usar la banda ancha, combinados con precios competitivos y un bajo costo del Internet a los grupos de menos recursos puede tener un fuerte impacto en este grupo poblacional creciente. Se espera que la población hispana aumente en los años venideros, por lo tanto, entender y adaptarse a estos desafíos únicos en la adquisición de la banda ancha puede ayudar a Nevada a cumplir su objetivo de hacer que la banda ancha esté disponible y se encuentre al alcance de todos.



Metodología y Definiciones

Entre el 29 de Junio y el 16 de Agosto del 2011, Connect Nevada condujo una encuesta telefónica digital consultando a 1,202 adultos en todo el estado. Connect Nevada también tomó las opiniones de 1,830 adultos adicionales de Nevada que fueron elegidos específicamente porque no se suscribieron al servicio domiciliario de banda ancha. Esta encuesta realizada a los no suscritos se condujo separadamente para explorar más ampliamente las barreras en la adopción de la banda ancha, como también la disposición en suscribirse al servicio de banda ancha domiciliario en el futuro.

De los 1.202 encuestados al azar que se contactaron en todo el estado, a 202 se les llamó a sus teléfonos celulares, y 1000 fueron contactados vía teléfono de línea fija. Los resultados de esta encuesta han sido comparados a encuestas similares que 'Connected Nation' condujo en diez estados en 2011 (Alaska, Florida, Iowa, Michigan, Minnesota, Nevada, Ohio, South Carolina, Tennessee y Texas). En total, para este estudio 'Connected Nation' encuestó a 27,086 residentes en estos diez estados en el 2011.

"La adopción de la tecnología" se define como:

1. Los subscriptores de la Banda Ancha se definen como los encuestados que respondieron 'sí' cuando se les preguntó: '¿Usted está suscrito a Internet en su domicilio?' y contestaron 'banda ancha o Internet de alta velocidad' cuando se les preguntó '¿Cuál de los siguientes describen el tipo de servicio de internet que usted tiene en su domicilio?'
2. Los dueños de computadoras se definen como los encuestados que respondieron 'sí' cuando se les preguntó '¿Tiene una computadora en su hogar?'
3. Los usuarios de banda ancha móvil se definen como los encuestados que cumplen con cualquiera de los siguientes criterios:
 - Respondieron que ellos usan un teléfono celular para acceder al internet mientras están en casa cuando se les preguntó: "Cuando usted está en su casa, ¿cuál de los siguientes aparatos usa para acceder a Internet?" o
 - Cuando se les preguntó: '¿En qué lugares fuera de su casa usted usa el Internet?' a lo que respondieron: 'a través de mi celular o aparato portátil' o
 - Respondieron "sí" cuando se les preguntó: "En su laptop o tableta computacional, ¿se suscribe usted a un servicio móvil inalámbrico que le permita acceder a Internet a través de una red celular?" o
 - Respondieron 'sí' cuando se les preguntó "En su teléfono celular, ¿está usted suscrito a un plan que le permita acceder a Internet?"; y dijeron que acceden a Internet a través de su teléfono celular cuando se les preguntó '¿Que tan seguido, si lo hace, se conecta a la red usando su celular?'

Cuando se les preguntó a los encuestados sobre su raza y grupo étnico, se recibieron respuestas diversas de modo que la suma total puede no ser igual al tamaño de la muestra.

Se realizaron múltiples intentos a diferentes números telefónicos durante distintos días de la semana y en varias horas durante el día para aumentar las posibilidades de contactar a un potencial encuestado. Para asegurar una muestra representativa, se enviaron preguntas basadas en la edad, género y condado de residencia (rural y urbano), y los resultados se midieron para que coincidieran con las cifras de la población del Censo de los Estados Unidos del 2010.

Con el propósito de establecer los rangos y poder medirlos, los encuestados 'rurales' se definen como aquellos que viven en un condado que no es parte del Área de Estadística Metropolitana (MSA por sus siglas en inglés), tal como se denomina por la Oficina General de Presupuesto de los Estados Unidos. La consultora Lucidity Research realizó el estudio de medición y diseño.

Las encuestas se llevaron a cabo por Thoroughbred Research Group, las cuales se realizaron tanto en inglés como en español. Como promedio, la encuesta tomó aproximadamente 12 minutos para completarse luego de que el encuestado estuviera de acuerdo en participar. Basados en una muestra de tamaño efectivo, el margen de error fue = $\pm 3.24\%$ con un nivel de confiabilidad del 95% dentro de la encuesta en todo el estado, y de $\pm 2.78\%$ con un 95% del nivel de confiabilidad de la encuesta de sobre muestreo en los no subscriptores. Tal como en cualquier encuesta, el uso de las palabras y los desafíos típicos en la recopilación de información pudiera presentar un elemento de error o parcialidad que no se refleja en este margen de error.

Estas encuestas fueron conducidas como parte la Iniciativa del programa de fondos de Banda Ancha del Estado (SBI por sus siglas en inglés), fundado por la Administración de Información y Telecomunicaciones Nacional (NTIA). El programa de fondos SBI fue creado por Broadband Data Improvement Act (BDIA), que es el plan de Acción de Mejoramiento de Información de Banda Ancha, el cual fue aprobado por el Congreso en forma unánime en el 2008, con fondos del plan de Acción de Recuperación y de Reinversión de América (ARRA por sus siglas en inglés) en 2009.

Para saber más de Connect Nevada y sus programas, sírvase visitar la página de internet www.connectnv.org o envíenos un e-mail a info@connectnv.org.

Apéndice A: Seleccione el tamaño de las muestras

	<i>n</i> Todos los Encuestados	<i>n</i> Usuarios de Internet	<i>n</i> Usuarios Móviles	<i>n</i> No-Usuarios
Total de Encuestados	1,202	984	496	1,830

**¿Se considera usted parte de una de las siguientes razas?
¿Y es usted de origen o descendencia Hispana, Latina?**

Blanco o Caucásico	870	732	342	1,184
De color o Americano-Africano	79	59	42	140
Hispano	130	101	66	261
Otra raza	90	71	38	121
<hr/>				
Todos los no-hispanos	997	828	403	1,406
No saben/se negaron a responder	75	55	27	163