

# Panorama sobre inmigrantes latinoamericanos y tecnología

## Introducción

*"[...] utilizan el doble de SMS y conversaciones por móvil que la población autóctona". Este uso de los nuevos medios de comunicación se extiende también al correo electrónico, a la televisión por satélite, a las webcams, a la telefonía Skype (hablar por teléfono desde el ordenador) y al envío de remesas. Los locutorios y los cibercafés se han convertido en los auténticos centros de contacto con la tierra de origen y con unas comunicaciones más rápidas y baratas que los medios tradicionales."*

El 9 de julio de 2007, La Vanguardia publicó un artículo titulado "El móvil auxilia al inmigrante. Los extranjeros utilizan los nuevos medios tecnológicos más que los autóctonos". En dicho artículo, se citan los resultados de una investigación realizada por el Centro de Estudios para la Integración Social y Formación de Inmigrantes (CEIM) de Murcia, en donde se habla sobre los hábitos tecnológicos de los extranjeros en España.

## Integración Tecnológica

Desde el punto de vista del uso tecnológico (telefonía fija, ADSL, telefonía móvil, banca online, etc.), **los internautas latinoamericanos en España están plenamente integrados** si tenemos en cuenta los altos porcentajes de "equipamiento tecnológico" que registra nuestro estudio:

- Un 97% de los encuestados tiene teléfono móvil.
- Un 84% declara tener telefonía fija.
- El 62% de los internautas latinoamericanos bancarizados en España accede a la banca online.
- Un 88% accede desde casa, principalmente utilizando ADSL (80%).

Esta "integración" en el mercado de las tecnologías de los internautas latinoamericanos no siempre se ve respaldada por una oferta de servicios adaptada a las necesidades de este colectivo. El estudio permite señalar que las operadoras de telefonía, los bancos y el estado, entre otros proveedores de servicios, tienen cuentas pendientes a la hora de diseñar una Sociedad de la Información y del Conocimiento que se ajuste a este segmento.

## Ficha técnica del estudio

**Panorama sobre Inmigrantes latinoamericanos y tecnología** es un estudio con internautas latinoamericanos establecidos en España. La muestra total está compuesta por 385 internautas, con edades comprendidas entre los 14 y 45 años. La técnica utilizada para recoger los datos fue una encuesta online diseñada con **dnxSuite** aplicada al Panel de SSI, previamente cualificado por la variable: "país de origen". El margen de error del estudio es de +/- 4,90.

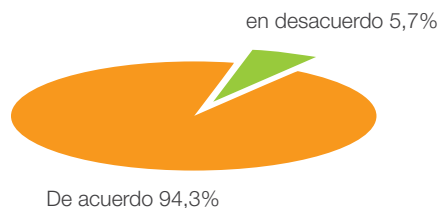
## dnxTrends

dnxTrends es un análisis de tendencias que dnx pone en marcha desde 2007 para obtener y divulgar datos sobre las principales evoluciones en el campo de las tecnologías de la información y su impacto en la sociedad.

Los análisis tienen como objetivo ofrecer algo de luz sobre fenómenos complejos y cambiantes, facilitando la comprensión y la toma de decisiones sobre los mismos.

Pese a estos datos, **el mismo artículo destaca la ausencia de estudios públicamente disponibles** que midan el impacto del uso de los nuevos medios por parte de los inmigrantes. En este escenario **dnx** ha querido aportar su grano de arena en el conocimiento de un sector de la comunidad de inmigrantes latinoamericanos en España: los internautas.

“La tecnología me ayuda a estar en contacto con los míos”



## Compañías

**dnx**

**dnx** es una consultora de investigación y diseño de experiencias de uso especializada en tecnologías de la información. Fundada en mayo de 2001, es una de las empresas más representativas del sector de España, trabajando para clientes como Movistar, Bankinter, BBVA, Real Madrid...

Nuestro objetivo es ayudar a nuestros clientes a aumentar su potencial y adaptar las aplicaciones a las necesidades reales de sus usuarios, adecuarlas al comportamiento humano y mejorar las expectativas de uso.

[www.dnxgroup.com](http://www.dnxgroup.com)

**SSI**

**Survey Sampling International (SSI)**, fundada en 1977, proveedor global líder de muestras para estudios de mercado tanto por teléfono como por Internet, proporciona soluciones de muestreo en 40 países. Con oficinas en Australia, China, Francia, Japón, Países Bajos, España, Reino Unido, este y oeste de EEUU y con una plantilla internacional que representa a más de 15 países y 25 idiomas diferentes, SSI cuenta con paneles en los mercados más importantes del mundo.

[www.surveysampling.com](http://www.surveysampling.com)

**Sólo un 11% de los encuestados utiliza los servicios online de su banco para enviar remesas a su país.**

## Banca online, sí, remesas, no

El grado de bancarización de los internautas latinoamericanos varía según los años de estancia en España: entre aquellos que tienen más de 5 años el porcentaje es del 96%, mientras que desciende al 81% entre los que tienen menos de 5 años.

Una vez bancarizados, los patrones de uso de cajeros automáticos o de tarjetas de crédito/débito no registra diferencias: el 85% de los internautas de esta comunidad utiliza los cajeros y el 93% afirma usar dinero de plástico.

El uso de la banca online aparece como una actividad más frecuente en el colectivo con más años en el país: 66% de los que tienen más de 5 años vs. el 58% de los que tienen menos de un lustro en España. Pero, nuevamente, entre los usuarios del banco por Internet los patrones de uso resultan uniformes.

Como se aprecia en la fig. 1, sólo un

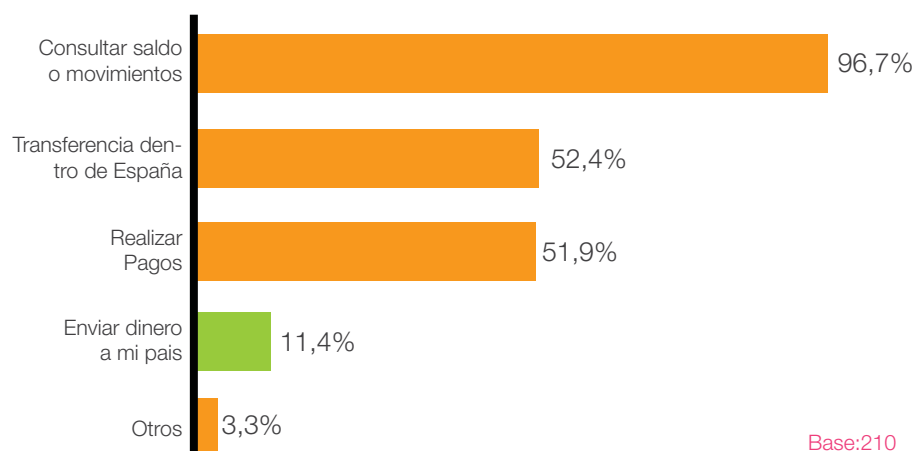
11% de los encuestados utiliza los servicios online de su banco para enviar remesas a su país. Esto es consistente con otros estudios que indican la ventaja que están sacando los locutorios y las agencias de envío de dinero con este segmento de mercado.

## Uso básico de la telefonía móvil

El 97% de los internautas encuestados tiene teléfono móvil y de estos un 35% declara tener más de una línea. De las funcionalidades del móvil, la cámara de fotos destaca con un 72% como la más utilizada por la muestra, seguida por el Bluetooth con un 41%.

Pese al amplio abanico de funcionalidades que incorporan los móviles de los encuestados (además de cámara de fotos y bluetooth, se mencionan manos libres, videocámara, tonos polifónicos, envío/recepción de emails, etc) contrasta con el carácter básico de los servicios más utilizados: el 90% utiliza SMS

**Fig. 1:** Gestiones realizadas a través de la banca online



Base:210

### Doble función de Internet: integración aquí, comunicación con los de allá

El 43% de los internautas latinoamericanos con menos de 5 años en España declara que uno de los usos más frecuentes de Internet es la visita de **páginas de organismos oficiales sobre trámites de extranjería**.

Los datos dan cuenta de la doble función de Internet para estos inmigrantes. Por una parte, **Internet contribuye a la integración legal de los que viene de fuera** facilitando “los pesados trámites de extranjería” (media de puntuación: 3,6 sobre 6). Por otra parte, el **uso de chats (73%)** y de los **servicios de mensajería instantánea** tipo Messenger (89,4%) contribuyen al mantenimiento de los lazos de comunicación con sus comunidades de origen y son, junto con el **correo electrónico**, tres de las actividades más importantes desarrolladas en Internet por este colectivo.

Este uso de aplicaciones centradas en la comunicación se explica si se observa el alto grado de acuerdo que la muestra manifiesta con la frase: “la tecnología me ayuda a estar en contacto con mi gente” (media de puntuación: 5,5 sobre 6).

Fig. 2: Usos que le da al móvil

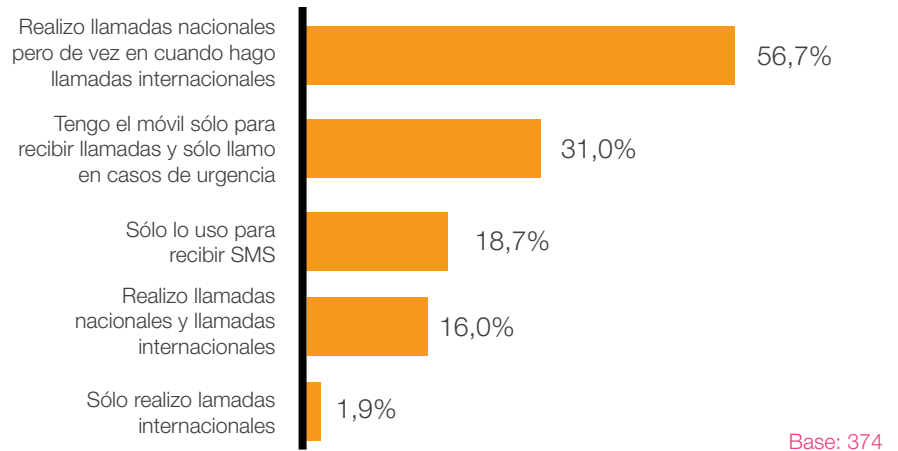


Figura 3: Actitudes frente a la tecnología

