

12. EL ACCESO A LA INFORMACIÓN Y EL USO DE LAS TIC ENTRE LA JUVENTUD

12.1. Equipamiento tecnológico de la juventud

No vamos a insistir sobre el hecho contrastado de la extensión generalizada del uso y consumo de las Tic por parte de la población juvenil, ya desde inicio de la revolución digital. La juventud actual es una generación “nativa digital”, para la cual, ya no es necesario formarles sobre las nuevas tecnologías, siendo su capacidad de uso cotidiano muy similar a las personas jóvenes de nuestro entorno más cercano.

En este contexto, se observa que el nivel de equipamiento es prácticamente universal. Ante la pregunta de si se dispone de ordenador en el hogar, y si es compartido o no, resulta un insignificante 4,7% de carencia de ordenador, es decir, el 95% de los jóvenes de Canarias disponen de ordenador en casa, y es más, hasta el 58,5% dispone de ordenador de uso exclusivo, para ellos solos. El 36,7% afirma que dispone de ordenador pero de uso compartido por la familia. Incluso entre el segmento más joven, entre los 14 y 17 años, son mayoría, en más de la mitad de los casos, los que tiene un ordenador para ellos solos.

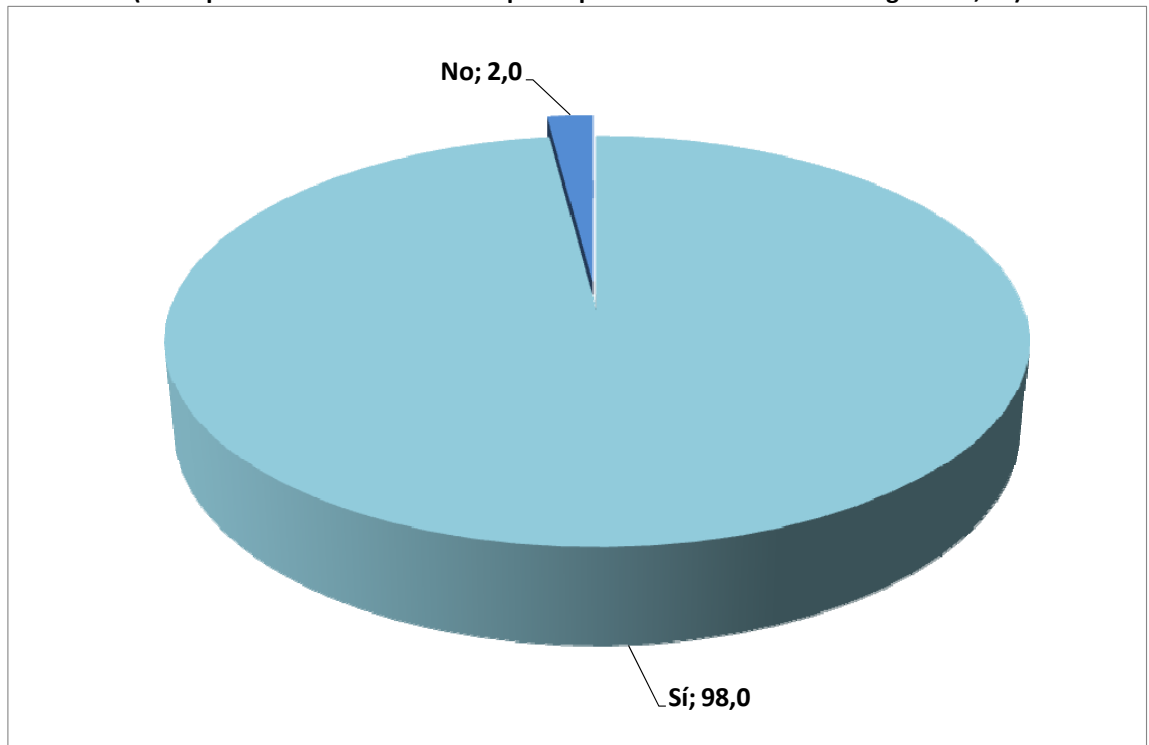
DISPONIBILIDAD DE ORDENADOR EN EL HOGAR, SEGÚN EDAD Y SEXO¹
(Base: población de 14 a 30 años)

	14 - 15	16 - 17	18 - 24	25 - 30	Hombre	Mujer	Total
Para mí solo	50,4	54,5	62,1	58,0	58,8	58,3	58,5
Lo comparto con mi familia	47,4	40,0	32,4	37,6	36,8	36,7	36,7
No tengo ordenador / nc	2,2	5,5	5,5	4,4	4,4	5,1	4,7
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fuente: EJC'2012: Pr76. ¿Tienes un ordenador para ti solo/a o lo compartes?

Asimismo, en la actualidad, también la conexión a Internet en el hogar es prácticamente global, en el 98% de los hogares con personas jóvenes y que disponen de ordenador.

DISPONIBILIDAD DE CONEXIÓN A INTERNET EN EL HOGAR²
(Base: población de 14 a 30 años que dispone de ordenador en el hogar – 95,3%)



² Fuente: EJC'2012: P77. ¿Tienes en casa conexión a Internet?

Por otro lado, también una inmensa mayoría de la población juvenil de Canarias, por no decir la totalidad (95,7%) dispone de un teléfono móvil, artilugio también extendido universalmente. No obstante, se detecta entre los más jóvenes, menores de 18 años, hasta un 10% de chicos y chicas que aun no tienen un móvil particular.

DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO MÓVIL PERSONAL, SEGÚN EDAD³
(Base: población de 14 a 30 años)

	14 - 15	16 - 17	18 - 24	25 - 30	Total
Sí	89,2	88,0	97,3	97,3	95,7
No	10,8	12,0	2,1	2,4	3,9
No contesta	0,0	0,0	0,6	0,2	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

España es el país europeo donde mayor tasa de 'smartphones' hay en relación al total de usuarios de telefonía móvil. En concreto, el 63,2% de los usuarios del mercado móvil en España utiliza 'smartphones'⁴. Además, el mercado español es el que presenta un mayor crecimiento en el porcentaje de usuarios de 'smartphones' respecto al mismo periodo de 2011.

Los 'smartphones' han conseguido convertirse en los dispositivos más populares en el sector de telefonía móvil. La proliferación de dispositivos, de distintas gamas, y los esfuerzos de las compañías y las operadoras están consiguiendo que los 'smartphones' se impongan como los terminales de referencia en el mercado.

En Canarias, y según la Encuesta de Juventud de Canarias 2012, prácticamente el 75% de los y las jóvenes que disponen de un teléfono móvil, dispone a su vez de uno de

³ Fuente: EJC'2012: Pr78. ¿Tienes móvil?

⁴ Fundación Telefónica, 2012: *Informe de la Sociedad de la Información en España*.

última generación o smartphone. Evidentemente a menor edad menor disponibilidad de estos teléfonos inteligentes, no obstante incluso entre la juventud de 14 y 15 años, más del 64% afirman tener uno de estos dispositivos.

DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO SMARTPHONE, SEGÚN EDAD⁵
(Base: población de 14 a 30 años que dispone de un teléfono móvil – 95,7%)

	14 - 15	16 - 17	18 - 24	25 - 30	Total
Sí	64,1	78,3	74,5	75,1	74,2
No	35,9	21,7	25,3	24,9	25,7
No contesta	0,0	0,0	0,3	0,0	0,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Este nivel de “conectividad permanente” entre nuestra juventud, a través de los teléfonos inteligentes, cada vez más extendidos, plantea muchas preguntas de cara al futuro, sobre las influencias que este uso continuo de Internet pueda tener sobre los diferentes aspectos de la vida cotidiana, sobre el estudio, las relaciones familiares, las relaciones con amigos, etc. Con todo, esto requeriría una investigación monográfica al respecto, una vez sea posible evaluar los efectos en el tiempo.

⁵ Fuente: EJC'2012: Pr79. *¿Este móvil tiene conexión a datos, es un teléfono inteligente, un Smartphone?*

12.2. Usos de Internet

La dinámica de los usos de las nuevas tecnologías se caracteriza por un cambio constante y trepidante. La evolución tecnológica, vinculada al desarrollo de nuevos soportes- teléfonos y tabletas táctiles-, así como de nuevas utilidades y aplicaciones provoca una continua modificación de los hábitos de uso por parte de la población y especialmente por parte de los y las jóvenes.

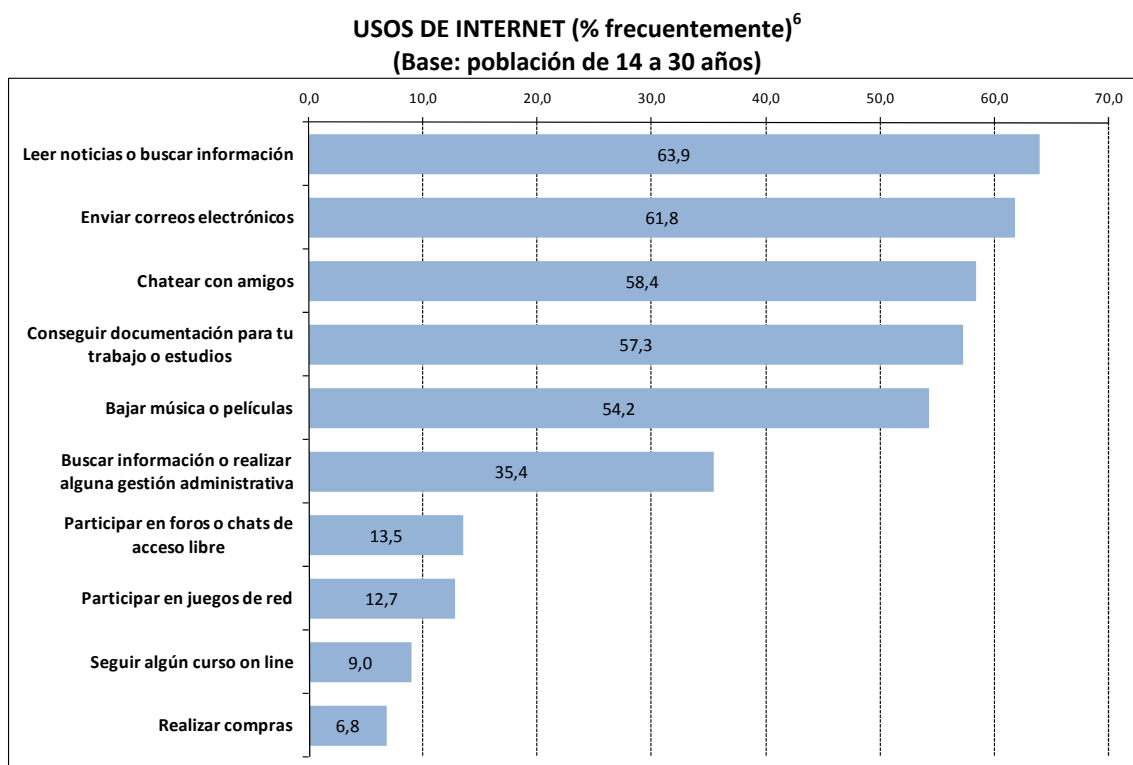
En la anterior Encuesta de Juventud de Canarias del año 2010 se les preguntó a los y las jóvenes sobre una batería de diferentes usos que se pueden hacer de Internet, que nos indicaran en qué medida, frecuentemente, alguna vez, o nunca los utilizaba. Los usos propuestos eran los siguientes:

- ✓ Chatear con amigos y amigas
- ✓ Leer noticias o buscar información
- ✓ Participar en juegos de red
- ✓ Seguir algún curso on line
- ✓ Bajar música o películas
- ✓ Enviar/recibir correos electrónicos
- ✓ Realizar compras
- ✓ Buscar información o realizar alguna gestión administrativa
- ✓ Conseguir documentación para tu trabajo o estudios
- ✓ Participar en foros o chats de acceso libre

Habría que hacer notar que desde la realización de esta encuesta, año 2010, la aparición de determinadas aplicaciones como **Whatsapp**, ha trastocado, en especial

entre los y las jóvenes, los sistemas de participación y contacto, modificando hábitos y generando una nueva dinámica que habremos de seguir estudiando.

La prioridad de usos de Internet en la juventud canaria quedaba reflejada en el siguiente gráfico:



Como se observa en el gráfico anterior la población entre 14 y 30 años de Canarias utiliza Internet principalmente para leer noticias o buscar información, y para enviar correos electrónicos (porcentajes de uso frecuente superiores al 60%).

⁶ Fuente: EJC'2010: Pr63. *Como sabes, la gente usa Internet para muchas cosas. Dime por favor para qué lo utilizas tú, por ejemplo sueles chatear con amigos, frecuentemente, alguna vez...*

El colectivo que destaca en estos dos usos es el de las personas que actualmente están trabajando, con estudios de secundaria postobligatorios y estudios superiores, de diecinueve y más años. Además los chicos recurren más que las chicas a Internet en la lectura de noticias y en la búsqueda de información.

USOS DE INTERNET SEGÚN EDAD (% uso frecuente)⁷

	14 - 16	17 - 18	19 - 24	25 - 30	Total
Leer noticias o buscar información	40,0	51,8	67,4	72,9	63,9
Enviar correos electrónicos	51,5	49,3	62,7	68,6	61,8
Chatear con amigos	74,1	72,7	65,3	43,4	58,4
Conseguir documentación para tu trabajo o estudios	53,9	53,4	58,7	58,6	57,3
Bajar música o películas	59,0	64,2	61,6	43,9	54,2
Buscar información o realizar alguna gestión administrativa	13,3	22,9	34,3	47,5	35,4
Participar en foros o chats de acceso libre	13,2	16,8	14,6	11,8	13,5
Participar en juegos de red	15,4	13,6	17,0	8,5	12,7
Seguir algún curso on line	1,7	1,9	8,2	14,3	9,0
Realizar compras	0,9	4,6	5,4	10,4	6,8

El siguiente escalón en el ranking de usos de Internet por el colectivo joven de internautas de Canarias lo ocupa el chatear, conseguir documentación para estudios o trabajo y bajar música (porcentajes entre el 58-54%).

Chatear es más frecuente entre las personas más jóvenes, hasta 18 años, estudiantes y nacidas en el extranjero.

⁷ Fuente: EJC'2010.

USOS DE INTERNET SEGÚN ACTIVIDAD (% uso frecuente) ⁸
(Base: población de 14 a 30 años)

	Activo: Trabaja	Activo: en Paro	Inactivo: Estudiante	Inactivo: Otra situación (incluidas trabajadoras domésticas sin remuneración)	Total
Leer noticias o buscar información	71,5	63,1	59,5	47,0	63,9
Enviar correos electrónicos	68,3	56,5	60,0	42,2	61,8
Chatear con amigos	44,8	52,5	70,6	54,9	58,4
Conseguir documentación para tu trabajo o estudios	55,1	48,7	63,6	29,4	57,3
Bajar música o películas	48,2	49,6	60,9	42,1	54,2
Buscar información o realizar alguna gestión administrativa	47,0	31,0	29,1	21,5	35,4
Participar en foros o chats de acceso libre	10,8	12,2	15,9	15,0	13,5
Participar en juegos de red	8,8	12,1	15,6	15,5	12,7
Seguir algún curso on line	14,0	10,3	5,4	1,0	9,0
Realizar compras	10,1	6,2	5,0	0,5	6,8

La obtención de documentación para estudios/trabajos a través de Internet es una práctica a la que más frecuentemente recurren las chicas, de más de dieciocho años, con estudios de secundaria segunda etapa y superiores, y que actualmente están estudiando.

⁸ Fuente: EJC'2010.

USOS DE INTERNET SEGÚN ESTUDIOS FINALIZADOS (% uso frecuente)⁹
(Base: población de 14 a 30 años)

	Hasta primaria	Secundaria 1ª etapa	Secundaria 2ª etapa	Educación superior	Total
Leer noticias o buscar información	43,3	54,4	71,3	79,8	63,9
Enviar correos electrónicos	43,1	49,0	69,6	80,0	61,8
Chatear con amigos	74,3	61,0	59,2	43,9	58,4
Conseguir documentación para tu trabajo o estudios	44,4	46,1	63,6	72,1	57,3
Bajar música o películas	54,6	57,8	55,1	48,5	54,2
Buscar información o realizar alguna gestión administrativa	15,4	24,7	40,6	54,8	35,4
Participar en foros o chats de acceso libre	12,2	13,2	12,7	16,1	13,5
Participar en juegos de red	17,4	11,7	14,9	8,6	12,7
Seguir algún curso on line	1,9	4,2	8,3	21,0	9,0
Realizar compras	1,5	4,1	5,6	14,9	6,8

De este segundo grupo de usos que se pueden hacer de Internet, el bajar música o películas, siendo una práctica sometida a una legislación restrictiva, es muy habitual entre la mayoría de la población, sobre todo entre el colectivo más joven, de menos de 24 años y que actualmente está estudiando. Población con menos recursos económicos y que acceden de esta forma a música y películas de forma gratuita.

Un tercer escalafón en cuanto a la frecuencia de utilización de Internet en Canarias lo conforma la búsqueda de información o la realización de alguna gestión administrativa (35,4%). Este trámite es utilizado de forma más habitual por las personas de 25 a 30 años, que actualmente trabajan, con educación superior, y nacidas en otras comunidades autónomas.

⁹ Fuente: EJC'2010.

Un último grupo de actividades de práctica minoritaria (con porcentajes inferiores al 15%) lo constituye el participar en foros o chats de acceso libre, en juegos de red, seguimiento de cursos on line y realizar compras.

Jugar en la red está más extendido entre los chicos, con estudios de hasta primaria, de entre 19 y 24 años, siendo quienes menos lo practican las personas de 25 a 30 años.

El uso educativo de Internet, esto es, realizar cursos on line, es una práctica de carácter femenino en mayor medida, y destaca entre personas de 25 a 30 años con educación superior.

Por último la compra a través de Internet tiene una incidencia residual entre la juventud canaria. En este sentido utilizan más Internet para realizar compras las personas de entre 25 y 30 años, nacidas en otras comunidades autónomas y con educación superior y entre quienes están trabajando.

A modo de resumen podemos decir que los usos varían fundamentalmente en base a la edad de los y las usuarios (la población entre 14 y 18 hacen un uso de Internet básicamente lúdico, chatear con amigos/as y bajar música o películas).

En lo que respecta al género, como vimos, se observa una frecuencia de utilización más o menos pareja para todas las ofertas de la red, salvo en lo que se refiere a la participación en juegos de red, por la que se inclinan más los chicos (15,2 frente a 10,1), mientras que el realizar cursos on-line es una práctica más frecuente en las chicas (6% de chicos frente a 12% de chicas).

Con respecto a los datos aportados por Eurostat¹⁰ en relación a la diferencia de género en el uso de Internet se contrastan los datos aquí aportados observándose también para Europa una mayor inclinación de las chicas a utilizar Internet para tareas relacionadas con estudios y formación. Es decir que mujeres y hombres jóvenes muestran un interés similar en la mayoría de las actividades, las disparidades entre géneros surgen al considerar las actividades de ocio.

En cuanto a la ocupación, los usos de Internet referidos a chatear con amigos y amigas, conseguir documentación para trabajo o estudios, bajar música o películas son más frecuentes entre quienes actualmente estudian, mientras que el colectivo de trabajadores y trabajadoras utilizan más asiduamente Internet para leer noticias o buscar información y para enviar o recibir correos electrónicos.

¹⁰ Youth in Europe 2009.

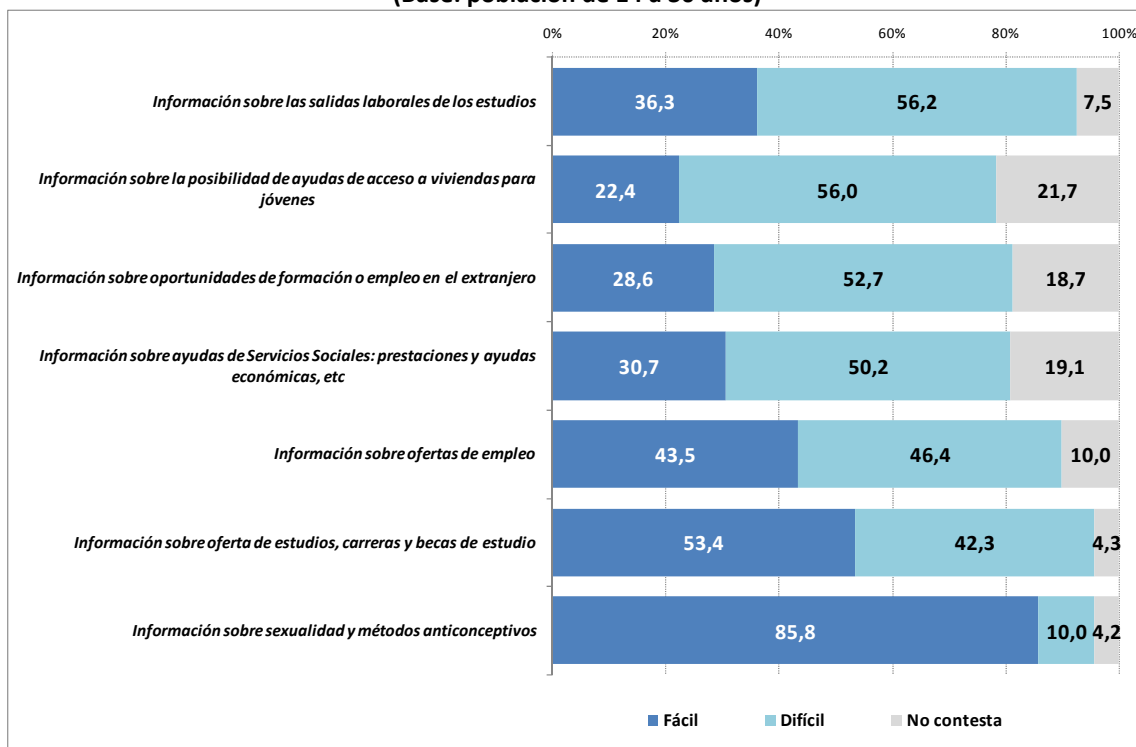
12.3. Acceso a la información dirigida a la juventud

Como observamos anteriormente, más del 60% de los y las jóvenes internautas utilizan la Red para buscar información. En este contexto nos pareció interesante abordar el tema de la información juvenil, cómo acceden los jóvenes a los diferentes ámbitos de información diseñadas y dirigidas a este colectivo.

En primer lugar les hemos preguntado si consideran fácil o difícil conseguir información de calidad sobre una serie de temas que afectan directamente a la juventud, de donde se extrae una medida de percepción del sistema de información juvenil (facilidad o dificultad de acceso) en sus diversos ámbitos, independientemente de que la hayan buscado de forma activa o hayan utilizados alguno de los diferentes servicios de información. En concreto se ha sondeado sobre los siguientes ámbitos de información:

- (1) Información sobre sexualidad y métodos anticonceptivos,
- (2) Información sobre oferta de estudios, carreras y becas de estudio,
- (3) Información sobre las salidas laborales de los estudios,
- (4) Información sobre posibilidades de ayudas de acceso a viviendas para jóvenes,
- (5) Información sobre ayudas de Servicios Sociales, prestaciones y ayudas económicas, etc.
- (6) Información sobre ofertas de empleo,
- (7) Información sobre oportunidades de formación o empleo en el extranjero

GRADO DE DIFICULTAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN JUVENIL¹¹
(Base: población de 14 a 30 años)



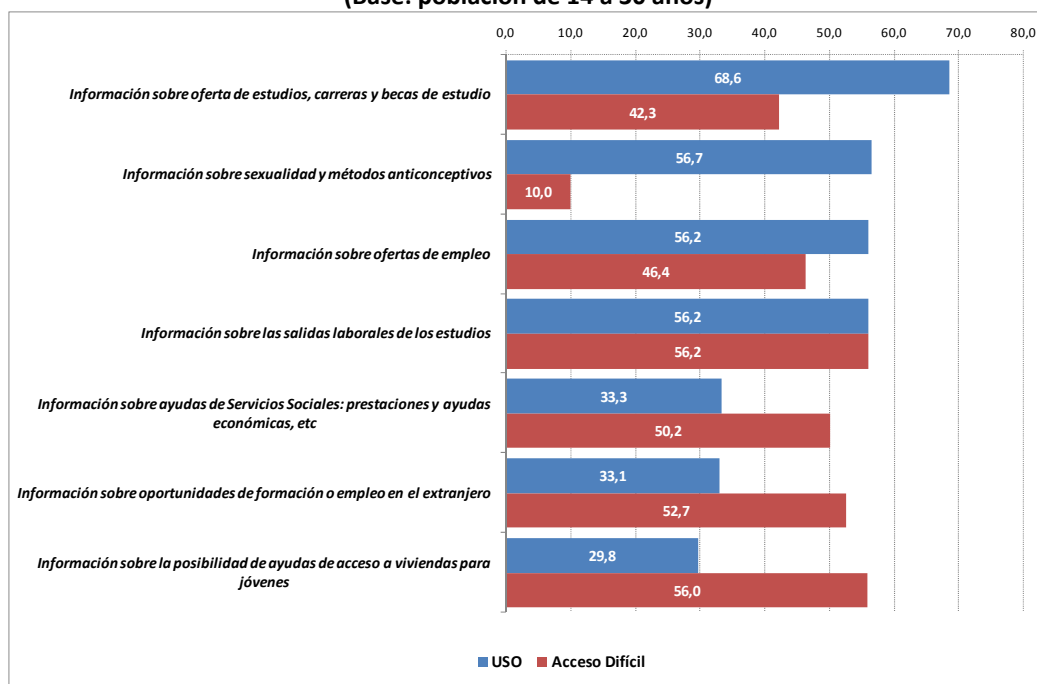
Según las respuestas obtenidas, en principio e independientemente de que hayan buscado tal información, la juventud de Canarias en su conjunto percibe mayoritariamente dificultades de acceso a la información sobre los ámbitos sondeados. Salvo la información sobre sexualidad y ofertas de estudio, con porcentajes de acceso fácil superiores al 53%, el resto de ámbitos informativos son percibidos mayoritariamente como de difícil acceso. Especial percepción negativa cuando se centran en la información sobre salidas laborales de los estudios, ayudas de acceso a viviendas para jóvenes y sobre oportunidades de formación o empleo en el extranjero, con porcentajes de dificultad de acceso en más del 52%.

¹¹ Fuente: EJC'2012: Pr74. ¿Crees que es fácil o difícil conseguir buena información sobre los siguientes aspectos en Canarias?.

Como ya se ha adelantado, la información a la que es más fácil acceder sería la relacionada con la sexualidad y métodos anticonceptivos (porcentaje del 85,8% de facilidad) y sobre oferta de estudios, carreras y becas (porcentaje de facilidad del 53,4%).

Ahora bien, esta percepción del grado de dificultad de acceso a la información se debe contrastar con el uso o demanda real de estos servicios de información. Para ello, habría que analizar el grado de utilización o búsqueda real, tal y como se adjunta en el siguiente gráfico.

UTILIZACIÓN DE INFORMACIÓN JUVENIL Y GRADO DE DIFICULTAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN ¹²
(Base: población de 14 a 30 años)



¹² Fuente: EJC'2012: Pr74. ¿Crees que es fácil o difícil conseguir buena información sobre los siguientes aspectos en Canarias? Pr75. ¿Has realizado alguna búsqueda de información sobre estos temas?

Los ámbitos o servicios de información más demandados y/o utilizados por los y las jóvenes son los relacionados con la oferta de estudios y becas, por el 68,6%, con la sexualidad y anticonceptivos, por el 56,7%, además de la información sobre ofertas de empleo y sobre las salidas laborales de los estudios, ambos con un porcentaje de búsqueda de 56,2%.

Los ámbitos de información menos utilizados, por alrededor del 30%, serían la información sobre Servicios Sociales, oportunidades educativas o laborales en el extranjero y programas de vivienda juvenil.

Salvo la información sobre salidas laborales de los estudios y sobre ofertas de empleo (coinciden elevados porcentajes de percepción negativa de acceso y elevado uso), en general la percepción de dificultad de acceso a la información se acrecienta entre los que no han demandado tal información, de ahí que las valoraciones negativas de acceso deban ser relativizadas, ya que entre los usuarios de la información mejoran sustancialmente la percepción del acceso. El caso más flagrante lo detectamos en la información sobre vivienda para jóvenes, información consultada por sólo un 29,8%, mientras que la opinión de que el acceso a esta información es difícil se eleva al 56,0%.

La demanda de información o uso de los diferentes servicios de información variarán según las necesidades, y por tanto según el momento biográfico vital. Así por ejemplo, la demanda de información sobre oferta de empleo es mayor a partir de los 18 años (búsqueda realizada por más del 60% frente al 25% o menos de los menores de 18), cuando comienza a ser significativa la demanda de empleo; o el uso de información sobre ayuda a la vivienda para jóvenes (información demandada por el 29,8% de la

totalidad) que aumenta sobre todo a partir de los 25 años (por el 45,1%), momento vital en que la emancipación residencial se convierte en relevante.

UTILIZACIÓN DE INFORMACIÓN JUVENIL, SEGÚN EDAD ¹³
(Base: población de 14 a 30 años)

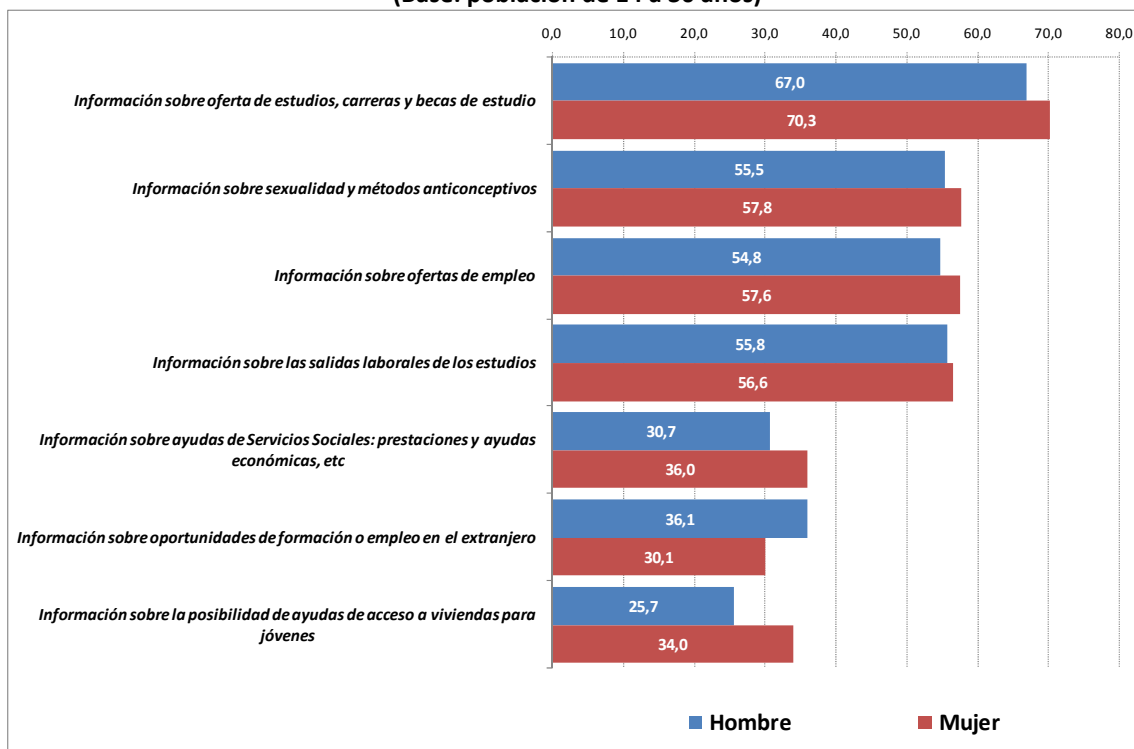
	14 - 15	16 - 17	18 - 24	25 - 30	Total
	% DEMANDA / USO				
Información sobre oferta de estudios, carreras y becas de estudio	41,9	73,4	80,8	62,6	68,6
Información sobre sexualidad y métodos anticonceptivos	53,9	56,6	60,3	54,1	56,7
Información sobre ofertas de empleo	6,1	25,2	61,7	68,3	56,2
Información sobre las salidas laborales de los estudios	17,7	52,7	64,9	57,2	56,2
Información sobre ayudas de Servicios Sociales: prestaciones y ayudas económicas, etc	1,5	15,1	31,1	45,6	33,3
Información sobre oportunidades de formación o empleo en el extranjero	6,9	28,2	34,0	38,7	33,1
Información sobre la posibilidad de ayudas de acceso a viviendas para jóvenes	0,0	12,2	23,4	45,1	29,8

Según el sexo no se aprecian grandes diferencias en cuanto a la demanda o búsqueda de información. Los únicos ámbitos en los que se detectan diferencias significativas se localizan en los ámbitos de la información de ayudas de Servicios Sociales y ayudas de acceso a la vivienda, demandado en mayor medida por las mujeres jóvenes¹⁴; y respecto a la información sobre oportunidades de estudios o empleo en el extranjero, ligeramente más demandada por los hombres.

¹³ Fuente: EJC'2012: Pr75. ¿Has realizado alguna búsqueda de información sobre estos temas?

¹⁴ Ya se observó que en general las mujeres se emancipan a una edad más temprana que los hombres.

UTILIZACIÓN DE INFORMACIÓN JUVENIL, SEGÚN SEXO ¹⁵
(Base: población de 14 a 30 años)



Asimismo hemos sondeado sobre los medios utilizados para acceder a la información dirigida a los jóvenes.

¹⁵ Fuente: EJC'2012: Pr75. ¿Has realizado alguna búsqueda de información sobre estos temas?

MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE SEXUALIDAD Y MÉTODOS CONCEPTIVOS ¹⁶
(Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
(Respuesta múltiple, suma más de 100%)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	63,7	61,7	62,7
Centros educativos: institutos, universidad	28,5	25,7	27,1
Centros sanitarios: médicos, farmacias	8,7	19,3	14,0
Familia	4,6	7,8	6,2
Charlas, folletos, campañas	4,6	7,1	5,8
Administración pública	1,1	4,6	2,8
Amistades, conocidos, boca a boca	1,8	2,5	2,2
Prensa: televisión y periódicos	1,6	0,0	0,8
A través de otros canales	3,0	1,9	2,4
No sabe/ No contesta	1,3	0,0	0,6
Total	118,8	130,5	124,7

Como hemos visto, la inmersión en las TIC y el acceso a Internet está prácticamente generalizado entre la población juvenil la cual presenta un alto grado de destreza en el uso de estas herramientas. En este contexto, se verifica que Internet es el medio de acceso a la información juvenil por excelencia, en todos los ámbitos sobre los que se ha sondeado, de ahí la pertinencia de desarrollo y mejora continua de este medio por parte de los responsables de diseñar y divulgar la información y de desarrollar la *Administración on-line*.

En el caso específico de la información sobre sexualidad y métodos anticonceptivos (tabla anterior), el uso de Internet fue del 62,7% de los jóvenes que buscaron información al respecto. En segundo lugar, se han informado gracias a las campañas

¹⁶ Fuente: EJC'2012: Pr75.1. ¿Por qué medio has realizado la búsqueda de información?

puestas en marcha en los centros educativos (27,1%). A continuación, hasta un 14% han acudido a un Centro Sanitario, sobre todo las mujeres. Llama la atención la baja influencia de la información que pueda proporcionar la propia familia, para solo el 6,2% de los y las jóvenes (también mayor influencia entre las mujeres).

La efectividad de folletos y/o campañas se reduce al 5,8% de los jóvenes. El resto de categorías o medios de información no superan el 3%.

MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE OFERTAS DE ESTUDIO, Y BECAS DE ESTUDIO¹⁷
 (Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
 (Respuesta múltiple)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	75,7	71,0	73,3
Centros educativos: institutos, universidad	26,5	28,4	27,4
Administración pública	5,2	6,5	5,8
SCE/ INEM	1,7	2,0	1,8
Amistades, conocidos, boca a boca	1,3	1,8	1,6
Familia	1,2	0,7	0,9
Charlas, folletos, campañas	0,7	0,5	0,6
Prensa: televisión y periódicos	0,8	0,3	0,5
ETTs, entidades gestoras de empleo/ formación	0,0	0,3	0,1
A través de otros canales	1,1	0,8	0,9
No sabe/ No contesta	0,5	1,5	1,0
Total	114,5	113,8	114,1

Cuando nos referimos a la información sobre oferta educativa, carreras y becas de estudio (ver tabla siguiente) vuelve a ser Internet el medio fundamental (utilizado por el 73,3%), además, claro está los propios centros educativos, con el 27,4%. No obstante

¹⁷ Fuente: EJC'2012.

gran parte de de la información en Internet la producen las propias universidades, con lo que la diferencias no son de origen de la información sino de vehículo, información on line o persona).

Apenas un minoritario 5,8% ha utilizado otras instancias de la Administración (Consejerías de Educación). El resto de categorías no alcanzan el 2%.

MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE SALIDAS LABORALES DE LOS ESTUDIOS¹⁸
(Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
(Respuesta múltiple, suma más de 100%)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	71,8	76,0	73,9
Centros educativos: institutos, universidad	23,7	23,0	23,4
SCE/ INEM	2,8	3,9	3,4
Amistades, conocidos, boca a boca	4,2	1,1	2,7
Administración pública	3,6	1,7	2,7
Charlas, folletos, campañas	0,5	1,2	0,8
Prensa: televisión y periódicos	0,9	0,7	0,8
Familia	0,5	1,0	0,8
ETTs, entidades gestoras de empleo/ formación	0,9	0,5	0,7
Centros sanitarios: médicos, farmacias	0,0	0,7	0,3
Servicios Sociales	0,5	0,0	0,3
A través de otros canales	1,0	1,5	1,2
No sabe/ No contesta	1,0	1,0	1,0
Total	111,4	112,2	111,8

En el caso de la información sobre salidas laborales de los estudios, Internet vuelve a ser el canal predilecto, utilizado por el 73,9%. En segundo lugar, toman protagonismo los propios centros educativos, fuente informativa para el 23,4%. Es escasa la influencia

¹⁸ Fuente: EJC'2012.

de las entidades públicas de empleo, útiles informativamente para sólo el 3,4%. El resto resultan porcentajes inferiores al 3%.

MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE POSIBILIDADES DE AYUDAS DE ACCESO A VIVIENDAS¹⁹
 (Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
 (Respuesta múltiple, suma más de 100%)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	58,4	54,2	56,0
Administración pública	37,1	43,1	40,5
Amistades, conocidos, boca a boca	4,2	2,9	3,4
Entidades bancarias	2,6	3,3	3,0
Prensa: televisión y periódicos	4,2	0,9	2,4
SCE/ INEM	1,9	1,0	1,4
Centros educativos: institutos, universidad	0,7	1,2	1,0
Familia	0,0	1,0	0,6
Charlas, folletos, campañas	1,3	0,0	0,5
Servicios Sociales	0,0	0,5	0,3
A través de otros canales	0,0	0,5	0,3
No sabe/ No contesta	0,7	1,4	1,1
Total	110,9	110,1	110,4

En cuanto al tema de la vivienda para jóvenes, las fuentes de información principales son los departamentos de la administración pública especializados e Internet (información que procede de estos mismos organismos). Además ha tenido una tímida influencia, para el 3,4%, la información de los conocidos, el boca a boca. Las mujeres jóvenes acuden con mayor frecuencia a las oficinas de los organismos especializados.

¹⁹ Fuente: EJC'2012.

MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS DE SERVICIOS SOCIALES.²⁰
(Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
(Respuesta múltiple, suma más de 100%)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	60,6	47,5	53,6
SCE/ INEM	22,9	28,9	26,2
Servicios Sociales	19,4	27,2	23,6
Centros educativos: institutos, universidad	2,3	2,6	2,5
ETTs, entidades gestoras de empleo/ formación	3,1	1,6	2,3
Amistades, conocidos, boca a boca	1,6	2,0	1,8
Prensa: televisión y periódicos	1,3	0,4	0,9
Familia	0,8	0,4	0,6
A través de otros canales	1,2	0,9	1,0
No sabe/ No contesta	1,1	2,6	1,9
Total	114,4	114,1	114,2

La fuente de información más importante sobre Servicios Sociales (prestaciones, ayudas económicas) además de Internet (para el 53,6%) son los propios oficinas de los departamentos de Servicios Sociales (uso del 25% aproximadamente, en los diversos niveles administrativos (central, autonómico, local).

²⁰ Fuente: EJC'2012.

MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE OFERTAS DE EMPLEO²¹
(Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
(Respuesta múltiple, suma más de 100%)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	76,9	75,7	76,3
SCE/ INEM	25,6	31,1	28,4
Prensa: televisión y periódicos	9,2	8,1	8,7
Centros educativos: institutos, universidad	3,3	3,5	3,4
Amistades, conocidos, boca a boca	3,1	1,1	2,1
ETTs, entidades gestoras de empleo/ formación	1,4	1,1	1,3
Charlas, folletos, campañas	0,4	1,2	0,8
Administración pública	1,1	0,4	0,7
Familia	1,0	0,0	0,5
Centros sanitarios: médicos, farmacias	0,0	0,4	0,2
Servicios Sociales	0,0	0,2	0,1
A través de otros canales	2,6	3,1	2,8
No sabe/ No contesta	1,8	1,2	1,5
Total	126,3	127,1	126,7

Cuando hablamos de información sobre ofertas de empleo, como sería presumible, vuelve a ser Internet, utilizado por el 76,3% de los que han buscado información al respecto. La visita físicamente a alguna oficina del SCE o INEM se limita al 28,4% de los interesados, ligeramente mayor entre las mujeres.

La utilidad de los anuncios de prensa solo ha sido efectiva para un minoritario 8,7%, y la información de los centros educativos, para el 3,4%. Llama la atención la escasa influencia de las empresas de trabajo temporal, a las que han acudido sólo el 1,3% de los respondientes, porcentaje menor a las amistades o conocidos.

²¹ Fuente: EJC'2012.

**MEDIO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE OPORTUNIDADES DE FORMACIÓN O EMPLEO EN EL
EXTRAJERO²²**

(Base: población de 14 a 30 años que han realizado alguna búsqueda de información)
(Respuesta múltiple, suma más de 100%)

	Hombre	Mujer	Total
Internet	87,5	83,5	85,7
Centros educativos: institutos, universidad	8,4	11,3	9,7
Amistades, conocidos, boca a boca	2,9	4,8	3,8
SCE/ INEM	3,0	3,7	3,3
Administración pública	1,4	3,1	2,1
Prensa: televisión y periódicos	1,4	1,2	1,3
Familia	1,2	0,7	1,0
ETTs, entidades gestoras de empleo/ formación	0,7	0,0	0,4
Charlas, folletos, campañas	0,0	0,2	0,1
A través de otros canales	1,6	0,5	1,1
No sabe/ No contesta	0,4	1,1	0,7
Total	108,5	110,0	109,2

Por último, cuando hablamos de información sobre ofertas laborales y formativas en el extranjero, Internet es la fuente prácticamente exclusiva (utilizado por el 85,7%). Del resto de medios de acceso informativo cobran cierta relevancia la información que aportan directamente los centros educativos, para un minoritario 9,7%. Aparte, con porcentajes alrededor de un 3,5% señalar las amistades y ciertos departamentos especializados del SCE / INEM (Red Eures, por ejemplo).

²² Fuente: EJC'2012.