

DIGITALITZACIÓ I MERCAT LABORAL A LA COMUNITAT VALENCIANA

CLAUS TERRITORIALS
DE CARACTERITZACIÓ
2022-2023



DIGITALITZACIÓ I MERCAT LABORAL A LA COMUNITAT VALENCIANA

CLAUS TERRITORIALS DE CARACTERITZACIÓ 2022 - 2023

Direcció Acadèmica

Jorge Hermosilla Pla
Vicente Budí Orduña
Nuria Grané Teruel

Editora

Sandra Mayordomo Maya
ESTEPA. Universitat de València

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Jorge Hermosilla Pla
Sandra Mayordomo Maya
Mónica Fernández Villarejo
Jordi Gimeno Delgado
Javier Berenguer Sala

UNIVERSITAT JAUME I DE CASTELLÓ

Luisa Alamá Sabater
Vicente Budí Orduña

UNIVERSITAT D'ALACANT

Nuria Grané Teruel
Antonio Martínez Puche
José Miguel Giner Pérez
Juan López Jiménez
Xavier Amat Montesinos

AUTORS EXTERNS

Adolfo Montalvo Santamaría
Universitat de València
Jesús Perán López
Finquetc S.A.

Cartografia

Jose Vicente Aparicio Vayà
ESTEPA. Universitat de València

Traducció de textos

Rafel Moreno i Giménez

Disseny portada

MacDiego

Il·lustració portada

Cento Yuste

Disseny i maquetació

Begoña Broseta

Impremta

Ulzama

PACTE TERRITORIAL DE L'HORTA SUD

Instituto Empresarial Horta Sud
Equip Tècnic del Pacte Territorial Horta Sud

ACORD TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT DEL CAMP DE MORVEDRE

Equip EMPACE
Ana Isabel Monfort Ferrer
Noelia García Araque
Beatriz Pérez Vélez
Rocío Quesada Caballero
Silvia Gramuntell Rivera

PACTE TERRITORIAL PER A L'OCUPACIÓ EN LA RIBERA PATER

Amparo Castelló Escrivá
Estela Sala García
Tècniques de Màrqueting i Comunicació digital del Consorci de la Ribera

PACTE TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ DE LA CIUTAT D'ALACANT

Mariano Agustín González Chouciño
Coordinador de l'Observatori d'Estratègies del Pacte Territorial per l'Ocupació de la ciutat d'Alacant en l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social

ACORD TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT LOCAL DE LA CIUTAT D'ELX

Manuel Silva Santa
Tècnic Mitjà i Agent d'Ocupació i Desenvolupament Local. Ajuntament d'Elx

ACORD TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ DELS PORTS

David Royo Bellmunt
Reactiva els Ports

PACTE TERRITORIAL PER A L'OCUPACIÓ CASTELLÓ NORD

Mar Arnanz Serrano
Tècnica de Turisme del Pacte per l'Ocupació Castelló Nord

L'equip redactor de les tres universitats, manifesta el seu agraïment a les empreses que han participat en el procés de consulta:

FINQUETEC S.A. *per a entrevistes*
ESAM TECNOLOGÍA S.L. *per a enquestes*

De la mateixa manera, mostra el seu agraïment i reconeixement a la participació de la Confederació Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV) al capítol 3 Digitalització de les empreses a la Comunitat Valenciana.

ISBN: 978-84-9133-657-0

ISBN PDF: 978-84-9133-658-7

<http://doi.org/10.7203/PUV-OA-658-7>

Dipòsit legal: V-616-2024

© d'esta edició: Universitat de València, 2024

© dels textos: els autors

© de les imatges: els autors

**DIGITALITZACIÓ
I MERCAT
LABORAL A
LA COMUNITAT
VALENCIANA
CLAUS TERRITORIALS
DE CARACTERITZACIÓ
2022-23**



VNIVERSITAT
D' VALÈNCIA



UNIVERSITAT
JAUME I



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



DIGITALITZACIÓ I MERCAT LABORAL EN LA COMUNITAT VALENCIANA

El programa AVALEM TERRITORI és un projecte innovador impulsat pel Servei Valencià d'Ocupació i Formació, Labora-GVA, que consisteix en el disseny i el desenvolupament d'un conjunt d'accions per a millorar les condicions dels mercats laborals locals, focalitzant, així, la component territorial del mercat de treball. Per a això, utilitza una metodologia d'estratègies territorials conjuntes en la qual s'aborda com treballar des de l'orientació, la formació ocupacional, la inserció i el foment de l'ocupació. Tot això amb la finalitat d'establir un model de gestió que adapte l'exercici de les polítiques actives d'ocupació al territori, que les vincule i connecte amb les necessitats reals de les persones i de les empreses i que, també, integre als agents territorials i sectorials, a més d'augmentar la seua efectivitat.

Aquestes accions no haurien sigut possibles sense la col·laboració d'agents clau del territori com són els Pactes Territorials per l'Ocupació (PTO). Agents protagonistes on adquireixen especial rellevància els Projectes Experimentals, impulsats i desenvolupats pels mateixos PTO. També sense la implicació i suport tècnic de la Universitat de València i la participació de la Universitat d'Alacant i la Universitat Jaume I de Castelló.

Avalem Territori es fonamenta en els principis i les metes de la concertació econòmica i social on adquireixen especial protagonisme tant els diagnòstics territorials com les estratègies definides per a la millora dels mercats laborals locals. Basta recordar que existeixen actualment 32 PTO, que aglutinen 450 municipis, més del 90% de la població, i aproximadament un 85% del territori de la Comunitat Valenciana.

Tots els PTO compten amb un diagnòstic territorial i un pla estratègic participat, adaptat a les seues singularitats i pretensions. A conseqüència de l'elaboració d'aquests diagnòstics, es té un coneixement pròxim i detallat dels mercats laborals locals i s'han anat configurant unes xarxes territorials fonamentades en estretes relacions econòmiques, socials i polítiques entre els actors dels PTO.

Durant el període 2016-2023 s'han desenvolupat uns 200 projectes experimentals, amb uns resultats destacats. S'ha generat coneixement entorn dels processos d'innovació territorial, en diversos sectors bàsics del mercat laboral, que permet identificar les claus de millora de la competitivitat valenciana.

El sistema formatiu implantat ha millorat els coneixements d'AVALEM TERRITORI, així com dels assoliments dels projectes experimentals, mitjançant l'intercanvi d'experiències per part dels tècnics dels PTO.

En el document que hui es presenta s'ha valorat com incideix la digitalització en el mercat laboral valencià. Per a això, s'ha analitzat la cobertura digital en la Comunitat Valenciana mitjançant l'anàlisi de la seua implantació territorial. S'han pogut conèixer els usos i el comportament de la societat valenciana amb les TIC i la seua segmentació social per sexe, edat, nacionalitat, ocupació i categoria professional.

Per a completar l'estudi, s'ha analitzat el grau de digitalització en la Comunitat Valenciana de les empreses, les seues necessitats, reptes i barreres per les dificultats que suposa incorporar i aprendre noves eines i maneres de treballar. Situació que requereix esforç, temps i cost econòmic. En les conclusions s'incideix sobre la formació com a forma d'aconseguir els objectius empresarials de digitalització, sense perdre el ritme que marquen les TIC, per a mantindre la competitivitat en un mercat laboral cada vegada més exigent i canviant.

Finalment, agraiisc en nom de LABORA i de la Generalitat Valenciana a totes les persones participants en aquest estudi el seu esforç per contribuir a conèixer millor el territori valencià en matèria de digitalització. Un treball que, sens dubte, aviat, tindrà els seus fruits.

Antonio Galvañ Díez
Secretari Autonòmic d'Ocupació
Director General de LABORA





ÍNDEX

ÍNDEX

CAPÍTOL 1. LA COBERTURA DIGITAL A LA COMUNITAT VALENCIANA. IMPLANTACIÓ TERRITORIAL-COMARCAL I TIPOLOGIES

Jorge Hermosilla Pla, Mónica Fernández Villarejo, Sandra Mayordomo Maya, Jordi Gimeno Delgado, Javier Berenguer Sala

1.1. Evolució de la bretxa digital de cobertura a més de 100 Mbps en zones rurals de la Comunitat Valenciana.....	17
1.2. Tipologies de xarxes territorials. Digitalització i territori.....	18
1.3. Anàlisi comarcal de les xarxes digitals a la Comunitat Valenciana.....	20
1.4. L'escenari prospectiu de la digitalització al territori.....	30
1.4.1. Contextualització.....	30
1.4.2. Caracterització de la cobertura de banda ampla per tecnologia.....	31
1.4.3. Prospectiva de xarxes fixes.....	32

CAPÍTOL 2. ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ AL TERRITORI VALENCIÀ

Jorge Hermosilla Pla, Sandra Mayordomo Maya

2.1. La societat valenciana i la digitalització. Usos i comportaments.....	39
2.1.1. L'ús d'internet.....	44
2.1.2. Lloc habitual de connexió a internet.....	46
2.1.3. Nivells de satisfacció en el servei d'internet.....	46
2.1.4. Les TIC i els àmbits d'ús.....	51
2.1.5. Les TIC i el domini dels mitjans digitals.....	68
2.1.6. La necessitat de formació en TIC.....	68
2.2. Ús diferenciat de la digitalització per segmentació social.....	73
2.2.1. Anàlisi segons el sexe.....	73
2.2.2. Anàlisi segons l'edat.....	75
2.2.3. Anàlisi segons la nacionalitat.....	79
2.2.4. Anàlisi segons el nivell d'estudis.....	82
2.2.5. Anàlisi segons l'ocupació actual.....	85
2.2.6. Anàlisi segons la categoria professional.....	88

CAPÍTOL 3. DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES A LA COMUNITAT VALENCIANA

*Adolfo Montalvo Santamaría, Jorge Hermosilla Pla, Vicente Budí Orduña,
Nuria Grané Teruel, Jesús Perán López*

3.1. Estudi sobre digitalització de les empreses pymes. Objectius i metodologia.....	113
3.2. El context de l'estudi.....	115
3.3. Digitalització de les empreses.....	116
3.3.1. Grau de digitalització.....	116
3.3.2. La connexió a internet.....	121
3.3.3. Repercussió de la digitalització.....	122
3.3.4. Procés de la digitalització.....	123
3.4. El futur. Necessitats, reptes i barreres.....	124
3.4.1. Necessitats segons el grau de digitalització.....	125
3.4.2. Barreres segons el grau de digitalització.....	125
3.4.3. Peticions a l'administració.....	126
3.5. Conclusions i recomanacions.....	127
3.6. Anàlisi diferencial per comarques.....	129
3.6.1. Comarques de València.....	130
3.6.2. Comarques d'Alacant.....	148
3.6.3. Comarques de Castelló.....	160
3.6.4. Diagnòstic de la digitalització. Classificació de les comarques.....	171

CAPÍTOL 4. ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES D'ALACANT

Antonio Martínez Puche, José Miguel Giner Pérez, Juan López Jiménez, Xavier Amat Montesinos

4.1. Introducció i participació de les parts interessades.....	175
4.2. Digitalització a les comarques de la província d'Alacant.	
Presentació de resultats.....	175
4.2.1. Dades sociodemogràfiques de la població enquestada.....	177
4.2.2. Ús d'internet.....	179
4.2.3. Importància que té l'ús de les noves tecnologies.....	182
4.2.4. Domini dels mitjans digitals i necessitats de formació.....	185
4.2.5. Ús de les noves tecnologies per a les activitats empresarials.....	186
4.3. El Comtat.....	187
4.4. Les Marines.....	190
4.5. L'Alacantí.....	193
4.6. L'Alcoià.....	197
4.7. La Vega Baja.....	199
4.8. El Vinalopó.....	202
4.9. Conclusions.....	205

CAPÍTOL 5. ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES DE CASTELLÓ

Luisa Alamá Sabater, Vicente Budí Orduña

5.1. L'ús d'internet.....	213
5.2. Lloc habitual de connexió a internet.....	218
5.3. Nivells de satisfacció en el servei d'internet.....	219
5.4. Les TIC i els àmbits d'ús.....	219
5.5. Les TIC i el domini dels mitjans digitals.....	227
5.6. La necessitat de formació en TIC.....	227

CAPÍTOL 6. EXPERIÈNCIES EN DIGITALITZACIÓ IMPULSADES PELS PACTES PER L'OCUPACIÓ. CASOS D'ESTUDI

- 6.1. La digitalització de les empreses de l'Horta Sud.....231
Instituto Empresarial Horta Sud
- 6.2. Projecte activa't del Camp de Morvedre: la pandèmia, la necessitat de digitalitzar la ciutadania i el negoci local.....236
Ana Isabel Monfort Ferrer, Noelia García Araque, Beatriz Pérez Vélez, Rocío Quesada Caballero, Silvia Gramuntell Rivera
- 6.3. Liderar la transformació digital: el pad, punt d'atenció digital de la Ribera de Xúquer.....244
Amparo Castelló Escrivá, Estela Sala García
- 6.4. Actuacions del pacte territorial per l'ús de la ciutat d'Alacant respecte a la bretxa digital.....248
Mariano Agustín González Chouciño
- 6.5. Programes EMPACE i l'ús de les noves tecnologies de la informació i la comunicació en l'acord territorial per l'ocupació i el desenvolupament local de la ciutat d'Elx.....254
Manuel Silva Santa
- 6.6. Informe sobre el projecte de digitalització a la comarca del Ports.....264
David Royo Bellmunt
- 6.7. Digitalització en el pacte territorial per l'ocupació Castelló Nord.....271
Mar Arnanz Serrano

CONCLUSIONS.....283 *Jorge Hermosilla Pla, Sandra Mayordomo Maya, Vicente Budí Orduña, Nuria Grané Teruel*

BIBLIOGRAFIA.....291



ÍNDIX DE MAPES

Mapa 1.1. Grau de cobertura de VDSL de 30 Mbps a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	22
Mapa 1.2. Grau de cobertura sense fil fix a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	23
Mapa 1.3. Grau de cobertura de la xarxa FTTH a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	24
Mapa 1.4. Grau de cobertura de la xarxa HFC a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	25
Mapa 1.5. Grau de cobertura de 30 MBPS a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	26
Mapa 1.6. Grau de cobertura de 100 MBPS a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	27
Mapa 1.7. Grau de cobertura del 4G a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	28
Mapa 1.8. Grau de cobertura del 5G a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.....	29
Mapa 2.1. Nombre d'enquestes. 2022-2023.....	42
Mapa 2.2. Nombre d'enquestes realitzades d'àmbit personal i professional 2022-2023.....	43
Mapa 2.3. Ús d'Internet 2022-2023.....	45
Mapa 2.4. Lloc de connexió majoritari a Internet en l'àmbit personal i professional 2022-2023.....	48
Mapa 2.5. Nivell de satisfacció en el servei d'Internet en l'àmbit personal i professional 2022-2023.....	50
Mapa 2.6. Nivell de domini dels mitjans digitals en general en l'àmbit personal i en l'àmbit professional 2022-2023.....	70
Mapa 2.7. Necessitat de formació en l'àmbit personal i en l'àmbit professional 2022-2023.....	72
Mapa 2.8. Valoració estimada de l'aplicació de la digitalització al territori valencià 2022-2023.....	91
Mapa 3. Diagnòstic de digitalització. Classificació de les comarques.....	171





01

**LA COBERTURA
DIGITAL A LA
COMUNITAT VALENCIANA.
IMPLANTACIÓ
TERRITORIAL-COMARCAL
I TIPOLOGIES**

○ **1.1. EVOLUCIÓ DE LA BRETXA DIGITAL DE COBERTURA
A MÉS DE 100 Mbps EN ZONES RURALS
DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

**1.2. TIPOLOGIES DE XARXES TERRITORIALS.
DIGITALITZACIÓ I TERRITORI**

**1.3. ANÀLISI COMARCAL DE LES XARXES DIGITALS
A LA COMUNITAT VALENCIANA**

● **1.4. L'ESCENARI PROSPECTIU DE LA DIGITALITZACIÓ AL TERRITORI**

1.4.1. CONTEXTUALITZACIÓ

1.4.2. CARACTERITZACIÓ DE LA COBERTURA DE BANDA AMPLA
PER TECNOLOGIA

1.4.3. PROSPECTIVA DE XARXES FIXES

01

LA COBERTURA DIGITAL A LA COMUNITAT VALENCIANA. IMPLANTACIÓ TERRITORIAL-COMARCAL I TIPOLOGIES

Jorge Hermosilla Pla
Mónica Fernández Villarejo
Sandra Mayordomo Maya
Jordi Gimeno Delgado
Javier Berenguer Sala
Universitat de València

La cobertura de xarxes a velocitats de 30 Mbps com a mínim per a prestació de serveis de banda ampla des d'una ubicació fixa comprèn: les tecnologies VDSL, xarxes sense fil de més de 30 Mbps, HFC i FTTH, mentre que la corresponent a xarxes de 100 Mbps com a mínim per a la prestació de serveis de banda ampla des d'una ubicació fixa comprèn: les tecnologies HFC versió DOCSIS 3.1 i FTTH. Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

1.1 EVOLUCIÓ DE LA BRETXA DIGITAL DE COBERTURA A MÉS DE 100 Mbps EN ZONES RURALS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

S'ha anat reduint la bretxa digital de cobertura de banda ampla ultraràpida des d'una ubicació fixa en les zones rurals de la Comunitat Valenciana respecte de la mitjana de la CV.

2013. Cobertura 100 Mbps: Mitjana de la Comunitat Valenciana: 66%.

2013. Cobertura 100 Mbps: Mitjana del territori rural valencià: 12%

2021. Cobertura 100 Mbps: Mitjana de la CV: 90%.

2021. Cobertura 100 Mbps: Mitjana del territori rural valencià: 75%.

2023. Previsió Cobertura 100 Mbps. Mitjana de la CV: 95%.

2023. Previsió Cobertura 100 Mbps. Mitjana del territori rural valencià: 90%

COBERTURA DE BANDA AMPLA (BA)

Cobertura geoespacial de la BA a Espanya que permet a l'usuari conèixer la disposició de connexió de dades per la tecnologia [fixa/mòbil] i per la velocitat de transmissió, en diversos àmbits territorials fins a l'àmbit municipal.

A partir de les dades recopilades dels operadors titulars de xarxes de banda ampla a escala de carrer-portal al territori d'Espanya, i amb la metodologia desenvolupada per la Secretaria d'Estat

de Telecomunicacions i Infraestructures Digitals, s'obté la cobertura conjunta proporcionada per tots els operadors en relació amb cada plataforma tecnològica, com també la cobertura conjunta per velocitat, proporcionada per tots els operadors i tecnologies, per a qualsevol àmbit territorial.

Fins al 2020, la cobertura es determinava a escala d'**entitat singular de població (ESP)**. A partir del 2021, atesa l'alta penetració de les xarxes de banda ampla ultraràpida, ha calgut implementar un nou mètode de càlcul de cobertura i d'identificació de zones elegibles. És per això que la unitat geogràfica objectiu de caracterització de la cobertura ha passat a ser **la parcel·la cadastral** i s'ha desvinculat de l'ESP. L'ús d'aquesta nova metodologia georeferenciada implica una variació, en termes percentuals, respecte de la sèrie històrica.

1.2 TIPOLOGIES DE XARXES TERRITORIALS. DIGITALITZACIÓ I TERRITORI

1. VDSL 30Mbps.

VDSL o VHDSL són les sigles de *very high bit rate digital subscriber line*, 'línia d'abonat digital de molt alta taxa de transferència', una tecnologia d'accés a Internet de banda ampla que pertany a la família de tecnologies xDSL que transmeten els impulsos sobre el cable de parell trenat de la línia telefònica convencional.

Es tracta d'una evolució de l'ADSL que pot subministrar-se de manera asimètrica (20 Mbit/s de descàrrega i 5 Mbit/s de pujada) o de manera simètrica (20 Mbit/s tant en pujada com en baixada), en condicions ideals sense resistència dels parells de coure i amb una distància nul·la a la central.

La tecnologia VDSL usa quatre canals per a la transmissió de dades, dos per a la descàrrega i dos per a la pujada, amb la qual cosa s'augmenta la potència de transmissió de manera substancial gràcies a l'aprofitament de la tecnologia FTTC (fiber to the cabinet) que és un híbrid entre coure/fibra òptica entre la central i l'usuari final.

2. FWT. Sense fil fix

L'accés sense fil fix no és més que un sistema, mètode o concepte per a aprofitar les xarxes mòbils existents i proporcionar serveis d'Internet a usuaris que estan situats en un lloc fix. Els terminals sense fils fixos (FWT) són dispositius que usen un enllaç de comunicacions sense fils com la connexió d'*últim quilòmetre* per al lliurament de POTS (servei telefònic tradicional) i servei d'Internet de banda ampla als clients. Aquests terminals s'empren sovint en situacions en què la infraestructura tradicional de telefonia fixa no està disponible.

3. FTTH

La tecnologia de telecomunicacions FTTH (acrònim de l'anglès *fiber to the home*), també coneguda com a fibra fins a casa o fibra fins a la llar, inclosa dins de les tecnologies FTTx, es basa en l'ús de línies de fibra òptica i els seus sistemes de distribució per al subministrament de serveis avançats de telecomunicació com ara el denominat Triple Play: telefonia, Internet de banda ampla, televisió i retransmissió als domicilis i als negocis dels abonats. Molts operadors redueixen la promoció de serveis ADSL en benefici de la fibra òptica amb l'objectiu de proposar serveis molt ràpids de banda ampla per a l'usuari.

4. HFC

El sistema híbrid de fibra coaxial (*hybrid fiber coaxial*) en telecomunicacions és un terme que defineix una xarxa de fibra òptica que incorpora tant fibra òptica com cable coaxial per a crear una xarxa de banda ampla.

Aquesta tecnologia permet accedir a la Internet de banda ampla aprofitant les xarxes CATV existents. La topologia es pot dividir en dues parts. La primera consisteix a connectar l'abonat per mitjà de fibra òptica a un node zonal i posteriorment interconnectar els nodes zonals amb cable coaxial.

Aquesta tecnologia comença a desplegar-se a través d'operadors de CATV, que a més d'oferir el servei de televisió per cable van afegir transportar pel mateix mitjà el senyal d'Internet de banda ampla.

La fibra òptica proporciona l'avantatge de cobrir distàncies raonablement llargues amb un mínim d'amplificació i regeneració del senyal. No obstant això, a causa de la naturalesa d'aquesta tècnica, el cost i la dimensió dels multiplexors o desmultiplexors òptics, poques vegades s'usa per a connectar els nodes directament als clients. En lloc d'això, la fibra òptica acaba en un dispositiu de la xarxa anomenat porta d'enllaç (*gateway*) que conté, almenys, un transformador òptic (normalment dos) que permet la transició del senyal a la xarxa de cable coaxial.

El cable coaxial proporciona una capacitat d'amplada de banda considerable i apta, mentre que també permet que el senyal s'extraga i s'inserta amb una mínima interferència a qualsevol client o equip. Les limitacions d'aquest sistema són que a vegades el senyal necessita amplificar-se i, a més, és susceptible d'interferències externes.

A diferència de les xarxes CATV, en què la transmissió és unidireccional (de la central als abonats), en HFC la transmissió és bidireccional.

El nom de HFC prové de l'abreviació del concepte inventat als EUA de la unió entre xarxes de fibra i cable coaxial, procés que va obrir el mercat i la modernització a les xarxes actuals anomenades xarxes híbrides de fibra coaxial (*hybrid fiber coax networks*). Aquestes xarxes d'accés s'empren actualment per a transmetre no sols televisió per cable (videocable), sinó també dades (Internet) i telefonia (veu), entre altres serveis corporatius.

5. Cobertura de 30 Mbps i 100 MBPS

Mbps vol dir megabits per segon. És una unitat de mesura per a saber quanta informació viatja per Internet en un segon. Però també hi ha els Gbps (gigabits per segon) i els kbps (quilobits per segon); la diferència està en la unitat de mesura que representen:

1 Kilobit és igual a 1.000 bits.

1 Megabit és igual a 1.000 kilobits.

1 Gigabit és igual a 1.000 megabits.

Mbps: són sigles per a mesurar els bits per segon. Aquesta unitat de mesura s'usa per a les dades transmeses en telecomunicacions.

6. Cobertura de 4G

El 4G es defineix com la quarta generació de tecnologies de telefonia mòbil. Perquè una tecnologia es considere 4G ha de tenir una velocitat màxima de transmissió de 100 Mbit/s en moviment i d'1 Gbit/s en repòs. Hui la trobem en telèfons intel·ligents, mòdems USB i altres equips mòbils.

Aquesta xarxa es basa, íntegrament, en el protocol d'Internet (IP), i és un sistema i xarxa que existeix gràcies a la convergència entre les xarxes per cable i les xarxes sense fil. Aquesta tecnologia, per tant, és capaç d'oferir tots els serveis amb una qualitat inqüestionable en qualsevol moment i lloc, i de proporcionar els mateixos beneficis en l'accés a Internet.

7. Cobertura de 5G

5G és la cinquena generació de l'evolució de les comunicacions mòbils. Està dissenyada per a augmentar la velocitat, reduir la latència i millorar la flexibilitat dels serveis sense fils. La tecnologia 5G ofereix una velocitat màxima teòrica de 20 Gbps, mentre que la velocitat màxima de la tecnologia 4G és de només 1 Gbps.

5G també ofereix més poca latència, cosa que pot millorar el rendiment de les aplicacions comercials i d'altres experiències digitals (com ara jocs en línia, videoconferències i automòbils amb pilot automàtic).

La principal millora del 5G vinculada amb la indústria és la baixada de la latència, és a dir, el temps de resposta que tarda un dispositiu a executar una ordre a partir que es rep el senyal corresponent. El 5G redueix aquest retard a tan sols un mil·lisegon. Amb el 4G la latència fluctua entre 50 i 150 mil·lisegons.

El 5G tindrà també una repercussió important en el món laboral perquè caldrà desplegar noves xarxes, nous protocols de comunicació i haurem d'actualitzar els nostres dispositius perquè tinguin accés a la tecnologia de cinquena generació.

1.3 ANÀLISI COMARCAL DE LES XARXES DIGITALS A LA COMUNITAT VALENCIANA

Una vegada identificades les dotacions digitals dels 542 municipis valencians, podem afirmar que l'equipament de xarxes digitals a la CV es caracteritza per una implantació desigual arreu del territori. S'hi aprecien diferències, a més, segons la modalitat de xarxa digital analitzada.

Quadre 1.1. Equipament de xarxes digitals a la Comunitat Valenciana.

Modalitat de xarxa digital	% de municipis de la Comunitat Valenciana
WDSL 30 Mbps	13,8
Sense fil fix	69,8
FTTH	76,6
HFC	15,3
Xarxa 30 Mbps	93,3
Xarxa 100 Mbps	77
Xarxa 4G	98,9
Xarxa 5G	18,1

Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

VDSL

Les comarques amb més municipis dotats amb aquesta xarxa digital, per damunt de la mitjana de la Comunitat Valenciana (13,8%), són: El Alto Mijares, El Alto Palancia, els Ports, la Plana Alta, la Plana Baixa i el Baix Maestrat a Castelló; La Serranía, el Camp de Túria, El Valle de Co-frentes-Ayora, la Canal de Navarrés, la Costera, La Plana de Utiel-Requena, la Ribera Alta i la Vall d'Albaida a la província de València. No n'hi ha cap de la província d'Alacant. La majoria de les comarques són de l'interior.

SENSE FIL FIX

Destaquem a continuació les comarques que no assoleixen la mitjana de la Comunitat Valenciana (69,8%): a Castelló El Alto Mijares, El Alto Palancia, els Ports i l'Alt Maestrat; a València El Rincón

de Ademuz, la Canal de Navarrés i la Vall d'Albaida; i a Alacant la Marina Alta, la Marina Baixa, el Vinalopó Mitjà, el Comtat, l'Alacantí, La Vega Baja i el Baix Vinalopó.

XARXA FTTH

Assenyallem les comarques que estan més poc dotades territorialment, per davall de la mitjana valenciana (76,6%): El Alto Mijares, els Ports, la Plana Baixa, l'Alcalatén i l'Alt Maestrat a Castelló; El Rincón de Ademuz i la Canal de Navarrés a València. Hi ha altres comarques en la mateixa situació, però amb uns valors pròxims a la mitjana.

XARXA HFC

Indiquem les comarques amb valors que superen la mitjana de la Comunitat Valenciana (15,3%): l'Horta Nord, l'Horta Sud, València, la Ribera Alta, el Vinalopó Mitjà, l'Alacantí, l'Alcoià, el Baix Vinalopó i l'Alt Vinalopó. No n'hi ha cap de la província de Castelló.

COBERTURA DE 30 Mbps

Esmentem les comarques que se situen per davall de la mitjana de la Comunitat Valenciana (93,3%): El Alto Mijares, els Ports, l'Alt Maestrat, el Baix Maestrat, l'Alcalatén, El Rincón de Ademuz i la Canal de Navarrés. A més, hi ha unes set comarques amb valors entre el 88% i el 93%.

COBERTURA DE 100 Mbps

Indiquem les comarques que se situen per davall de la mitjana de la Comunitat Valenciana (77%): El Alto Mijares, els Ports, la Plana Baixa, l'Alt Maestrat, l'Alcalatén, El Rincón de Ademuz i la Canal de Navarrés. Unes huit comarques se situen entre el 70% i el 77%.

COBERTURA DEL 4G

Pràcticament està implantat al 99% dels municipis valencians. Només se situen per davall els Ports (92%), El Rincón de Ademuz (90%) i La Serrania (98%).

COBERTURA DEL 5G

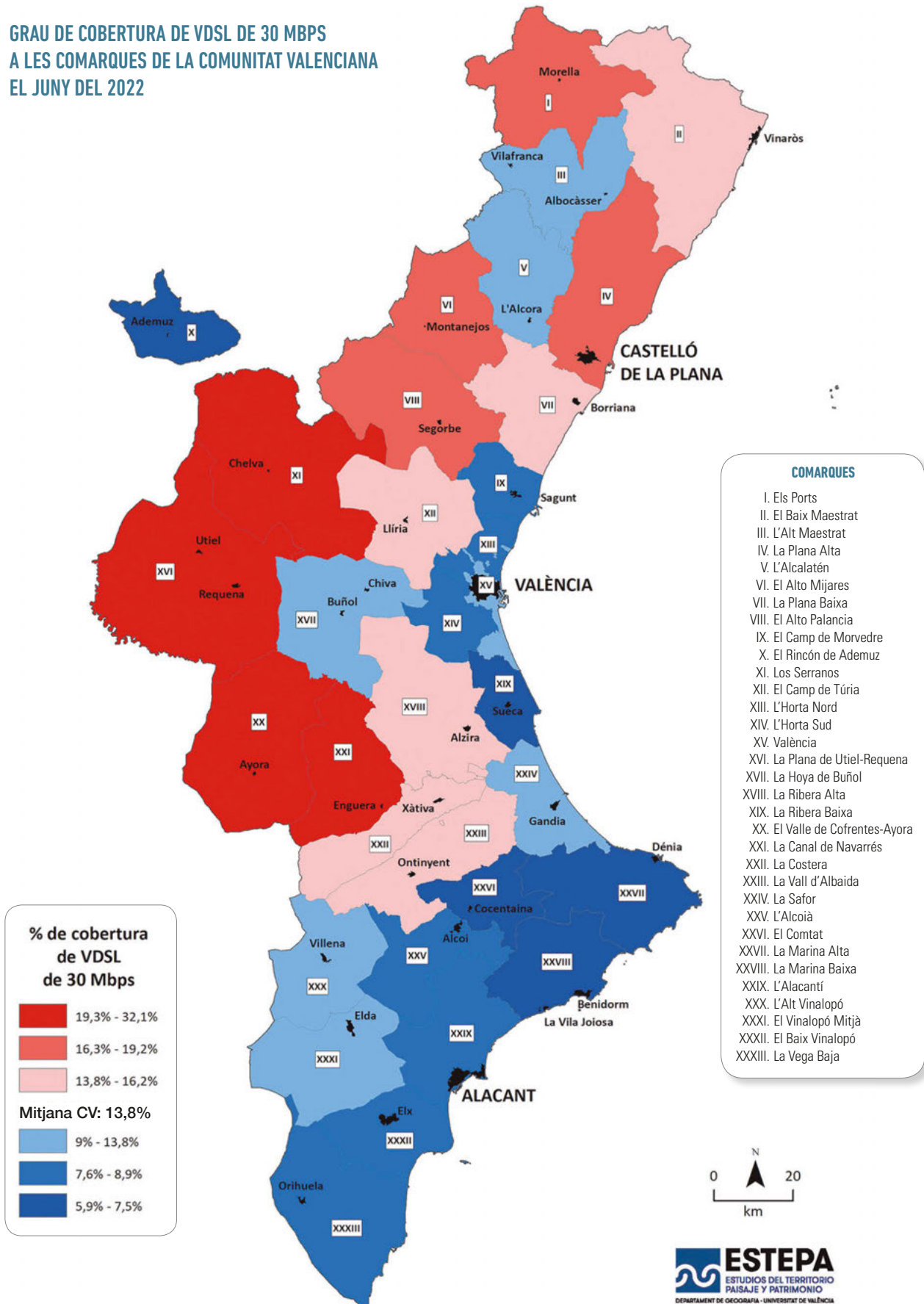
Actualment es detecten arreu del territori considerables diferències territorials, amb comarques amb una implantació mínima, que contrasten amb altres valors comarcals, les més urbanitzades. La mitjana de la Comunitat Valenciana és del 18,5%.

Quadre 1.2. Nivell de desplegament de xarxes digitals per territoris i comarques de la Comunitat Valenciana.

Nivell de desplegament	Territoris i comarques de referència
+ 95%	València
40%-50%	L'Horta Nord, l'Horta Sud i el Baix Vinalopó.
30%-40%	El Camp de Túria i la Costera.
20%-30%	La Plana Alta, la Plana Baixa, La Hoya de Buñol-Chiva i l'Alacantí.
10%-20%	El Vinalopó Mitjà, la Marina Alta, l'Alcoià i La Vega Baja.
5%-10%	Els Ports, el Baix Maestrat, el Camp de Morvedre, la Plana, l'Alcalatén i l'Alt Vinalopó.
< 5%	Les altres comarques.

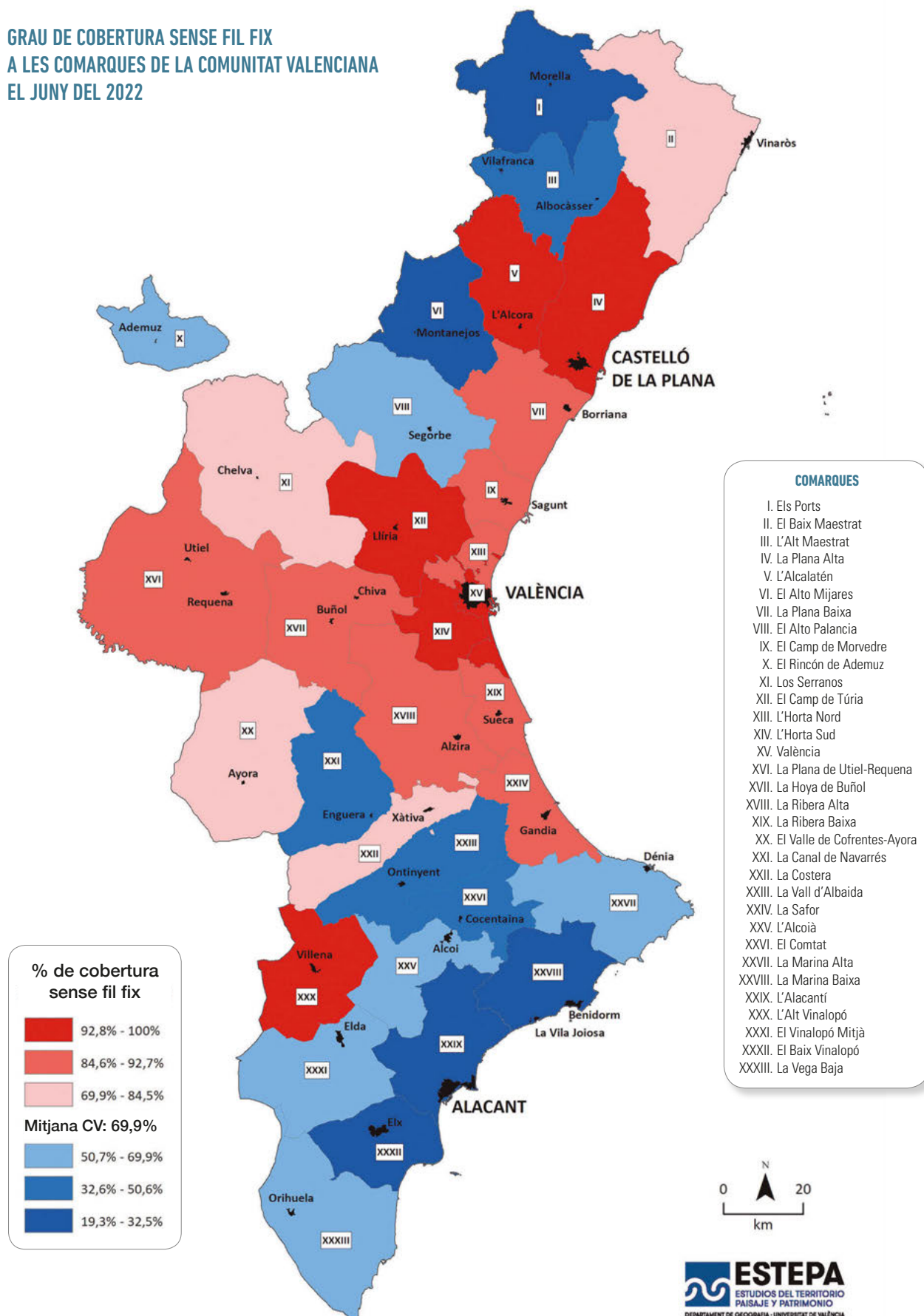
Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

**GRAU DE COBERTURA DE VDSL DE 30 MBPS
A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA
EL JUNY DEL 2022**



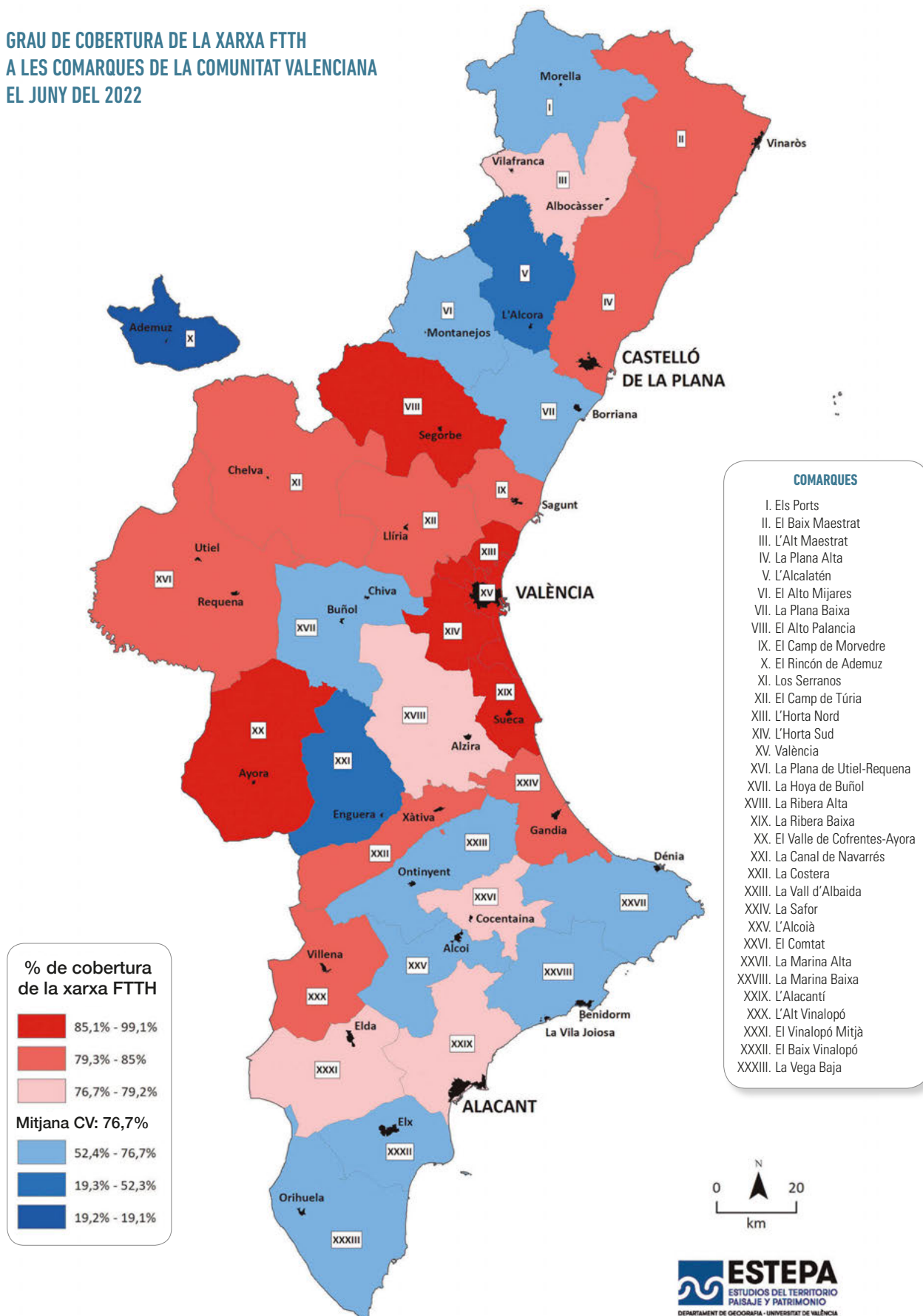
Mapa 1.1. Grau de cobertura de VDSL de 30 Mbps a les comarques de la Comunitat Valenciana el Juny del 2022.
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

**GRAU DE COBERTURA SENSE FIL FIX
A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA
EL JUNY DEL 2022**



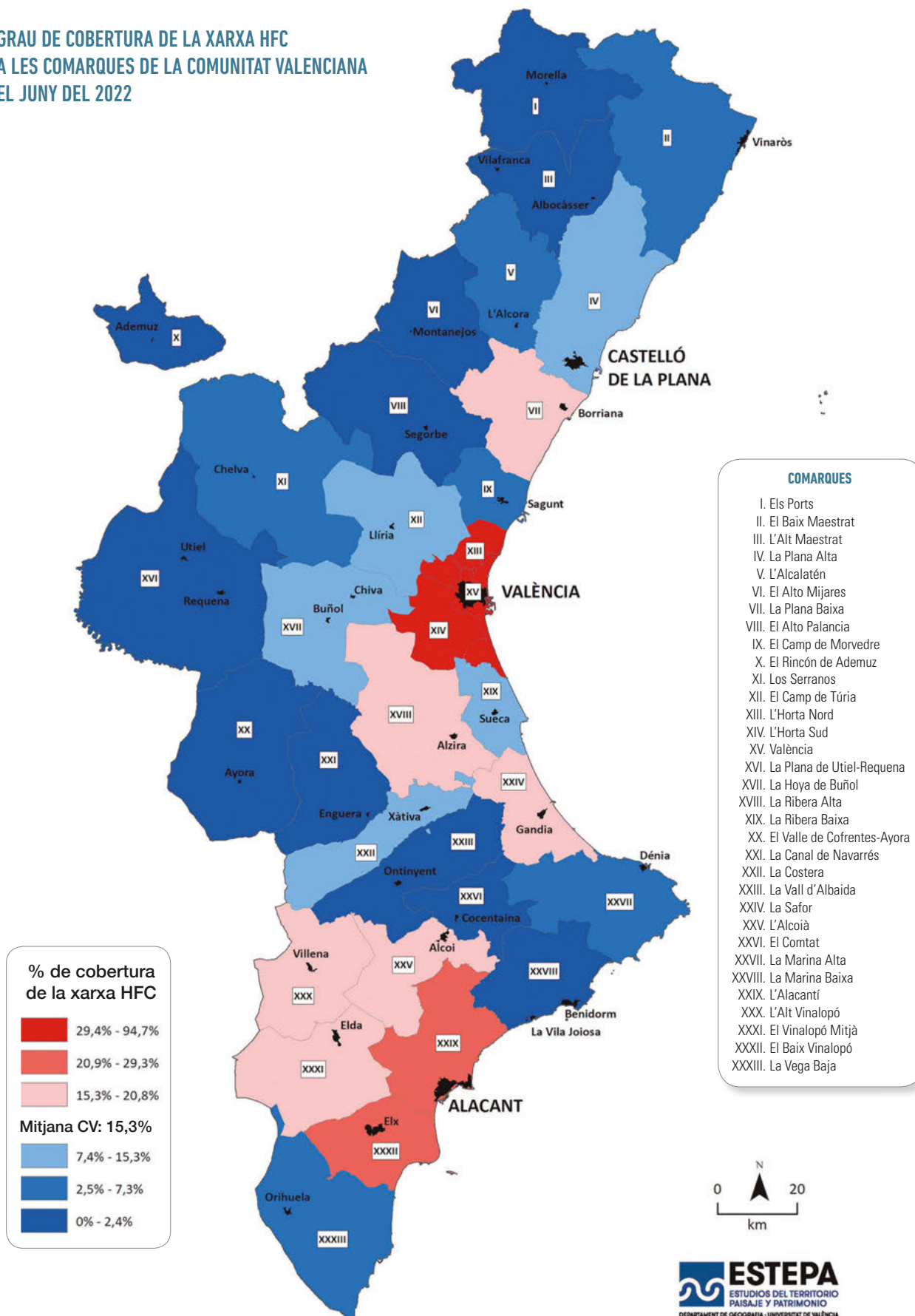
Mapa 1.2. Grau de cobertura sense fil fix a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

GRAU DE COBERTURA DE LA XARXA FTTH A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA EL JUNY DEL 2022



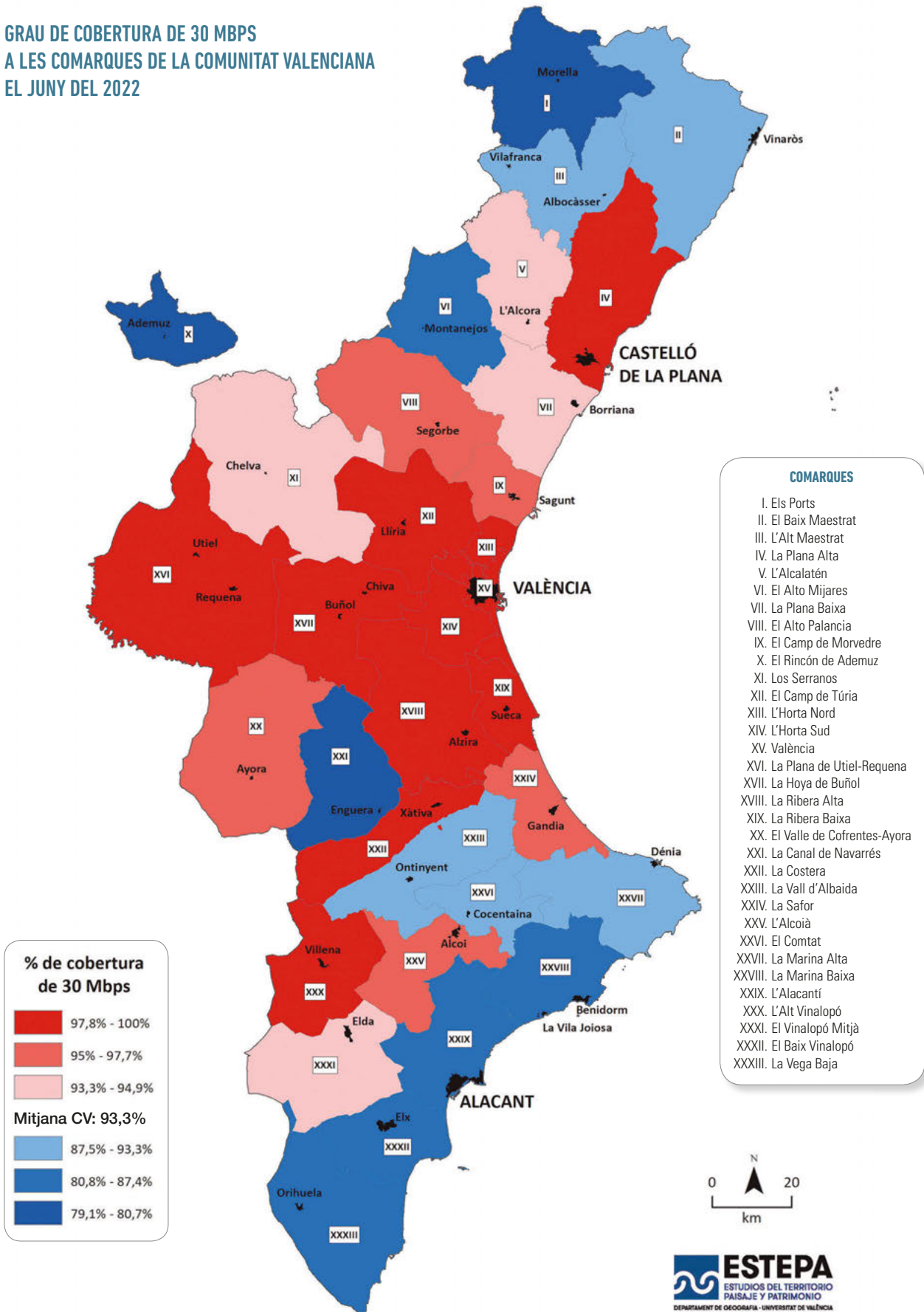
Mapa 1.3. Grau de cobertura de la xarxa FTTH a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

**GRAU DE COBERTURA DE LA XARXA HFC
 A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA
 EL JUNY DEL 2022**



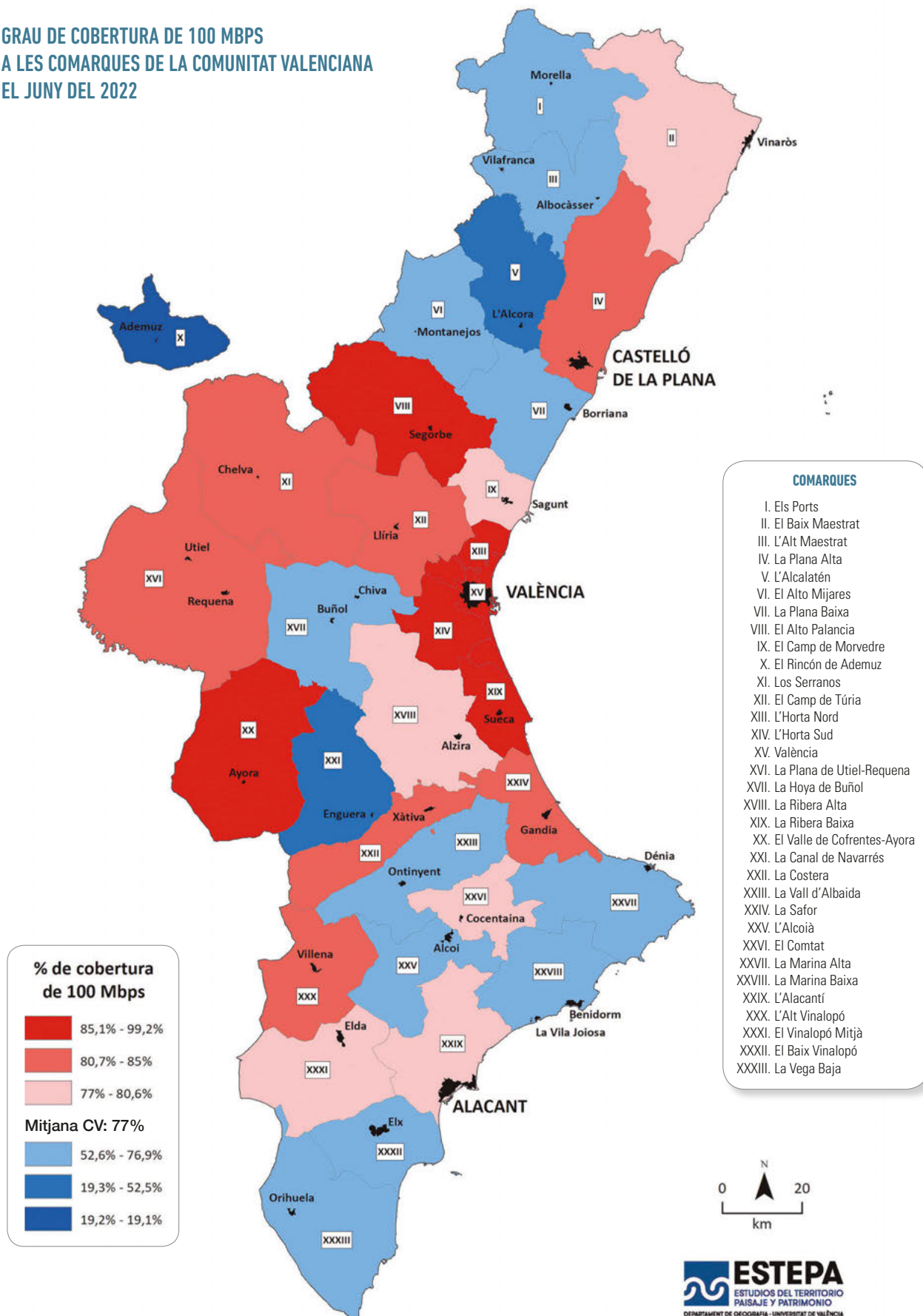
Mapa 1.4. Grau de cobertura de la xarxa HFC a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

**GRAU DE COBERTURA DE 30 MBPS
A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA
EL JUNY DEL 2022**



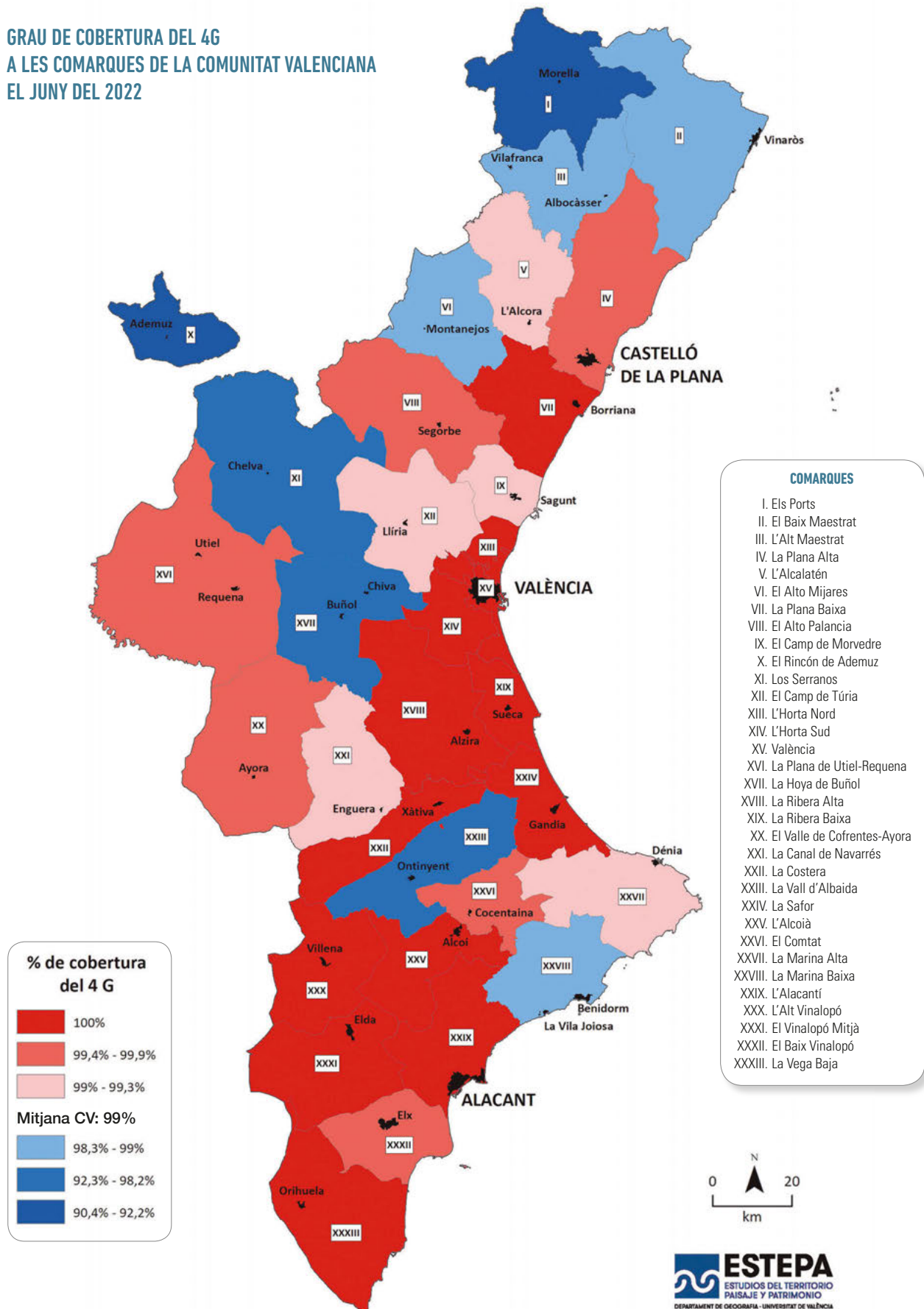
Mapa 1.5. Grau de cobertura de 30 MBPS a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

**GRAU DE COBERTURA DE 100 MBPS
A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA
EL JUNY DEL 2022**



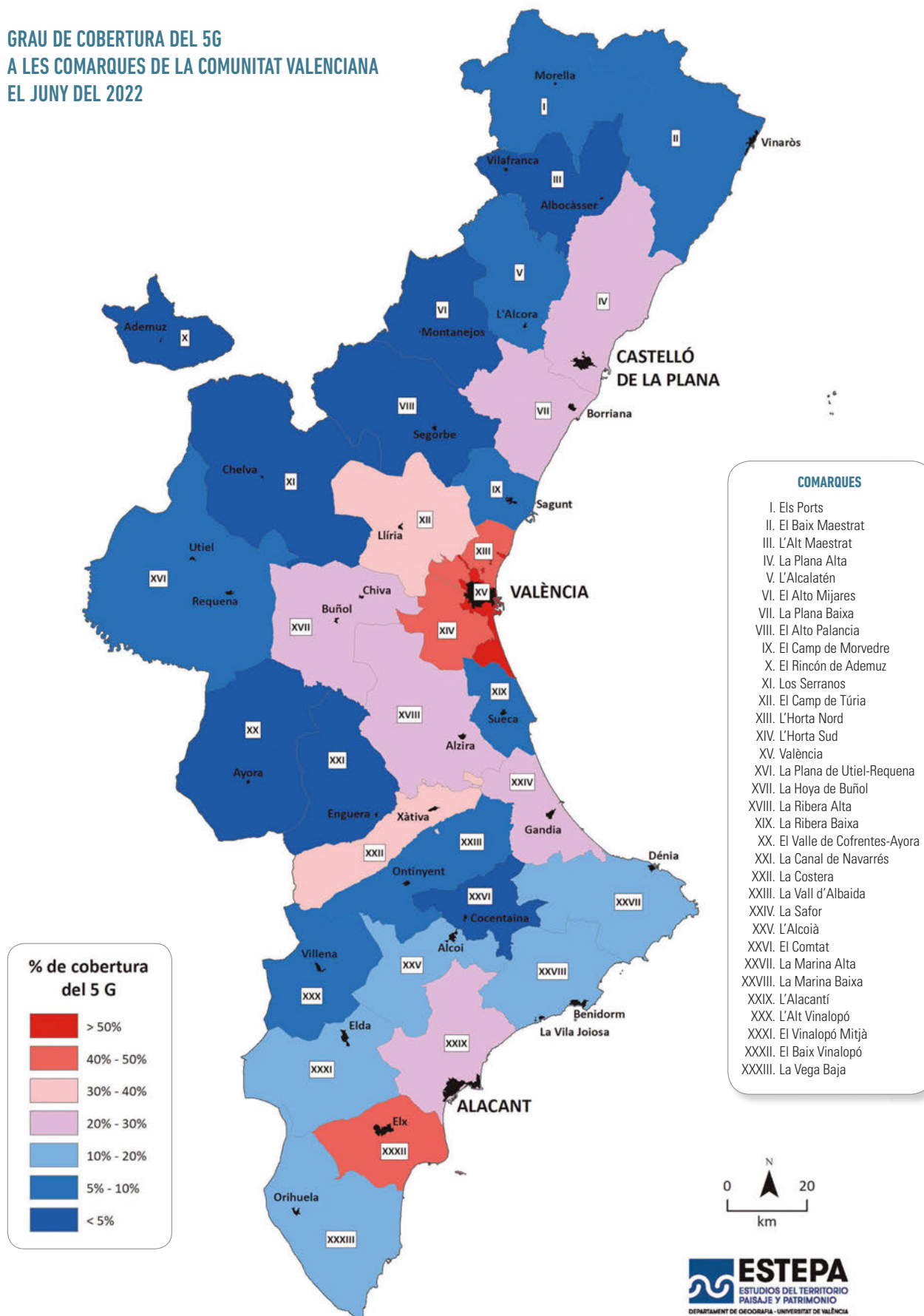
Mapa 1.6. Grau de cobertura de 100 MBPS a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

GRAU DE COBERTURA DEL 4G A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA EL JUNY DEL 2022



Mapa 1.7. Grau de cobertura del 4G a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

**GRAU DE COBERTURA DEL 5G
 A LES COMARQUES DE LA COMUNITAT VALENCIANA
 EL JUNY DEL 2022**



Mapa 1.8. Grau de cobertura del 5G a les comarques de la Comunitat Valenciana el juny del 2022.
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

1.4 L'ESCENARI PROSPECTIU DE LA DIGITALITZACIÓ AL TERRITORI

Aquest apartat analitza les metes establides pel Govern per als pròxims anys en referència a la cobertura de banda ampla, com també els programes i les tecnologies que facilitaran el compliment dels objectius referits. La informació s'estudia des del punt de vista territorial, amb un detall de les diferències existents entre les comunitats autònomes i províncies d'Espanya. La informació tractada s'ha extret de l'informe "Cobertura de banda ampla a Espanya l'any 2022", elaborat pel Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital l'any 2023.

1.4.1. CONTEXTUALITZACIÓ

El Govern d'Espanya desplega diverses accions per a fomentar i facilitar l'extensió de la banda ampla a tota la ciutadania i les empreses amb l'objectiu d'aconseguir-ne una cobertura total a més de 100 Mbps escalables a 1 Gbps per a l'any 2025. Això es fa mitjançant el Programa nacional d'extensió de la banda ampla de nova generació (PEBA-NGA) i el Programa d'universalització d'infraestructures digitals per a la cohesió - banda ampla (ÚNICO-banda ampla), que rep el relleu del programa anterior.

Les ajudes públiques per a l'extensió de la banda ampla busquen augmentar el ritme d'extensió i, alhora, l'abast de la cobertura de les d'última generació a través de la correcció d'errors de mercat o dels resultats no satisfactoris des de la perspectiva de la cohesió territorial. D'aquesta manera, es permetrà minimitzar la distorsió de la competència respectant al màxim el principi de la neutralitat tecnològica.

L'objectiu de la Unió Europea quant a connectivitat digital és garantir la cobertura de banda ampla ultraràpida (mínim de 100 Mbps) al 100% de la població en qualsevol part del territori el 2025, com també la connectivitat gigabit i 5G per a tota la població l'any 2030.

A mitjan 2020 es va presentar l'agenda Espanya Digital 2025. Per al correcte desenvolupament del primer dels eixos es va aprovar el Pla per a la connectivitat i les infraestructures digitals de la societat, l'economia i els territoris. El principal objectiu del pla era garantir la connectivitat digital per a la població. Aquest pla està alineat amb els objectius de la UE sobre les polítiques relacionades amb la transformació digital: la construcció del Mercat Únic Digital, la Societat Europea del Gigabit i la Brúixola Digital i la nova proposta sobre infraestructures de gigabit per al 2030.

L'Estratègia d'impuls de la tecnologia 5G és una altra de les prioritats. Aquesta iniciativa vol fomentar l'impuls modernitzador del desplegament de la tecnologia 5G a Espanya que proporcione al país la connectivitat necessària perquè augmente la resiliència respecte a futures crisis en tres eixos:

- A. Disponibilitat del 100% de l'espectre necessari per al desplegament de la cinquena generació (5G).
- B. Suport efectiu al desplegament de xarxes i serveis 5G amb l'objectiu d'aconseguir una cobertura poblacional 5G del 75% de la població espanyola i cobertura ininterrompuda del 100% en vies de comunicació el 2025.
- C. Un marc regulador i administratiu dinamitzador del desplegament de la tecnologia 5G.

Segons el document del Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital, el desenvolupament del 5G afavorirà la reactivació econòmica, amb capacitat d'arrossegament en creació d'ocupació i consum, i tindrà efectes favorables en el compliment dels objectius de desenvolupament sostenible (ODS) de l'Agenda 2030.

1.4.2. CARACTERITZACIÓ DE LA COBERTURA DE BANDA AMPLA PER TECNOLOGIA

L'arquitectura de les **xarxes FTTH** (*Fibre To The Home*) es basa en l'ús de fibra òptica des de la central fins al domicili de l'abonat. La fibra òptica és un mitjà de transmissió amb excel·lents característiques de propagació, idoni per a ser emprat en les xarxes de telecomunicacions, que permet prestar serveis de transmissió de dades a velocitats de 100 Mbps o superiors. En altres fòrums s'usa el terme FTTP (*fiber to the premise*).

L'arquitectura de les **xarxes HFC** (*Hybrid Fibre Coaxial*) es basa en l'ús de fibra òptica, complementada en l'últim tram de connexió amb l'usuari amb cable coaxial. A partir de l'estàndard DOCSIS 3.1 es poden prestar serveis de transmissió de dades a velocitats de 100 Mbps o superiors.

VDSL

(*Very high rate Digital Subscriber Line*) és una evolució de la tecnologia ADSL que empra quatre bandes de freqüència diferents, dues per a pujada i dues per a baixada, i permet velocitats superiors a 25 Mbps. Com a contrapartida, el VDSL té unes necessitats més altes que les de l'ADSL quant a l'adequació dels senyals, i per això necessita línies d'abonat de curta longitud, normalment de vora 500 metres.

COBERTURA SENSE FIL DE SERVEI FIX

Inclou les tecnologies que usen les ones electromagnètiques (microones) com a mitjà per a establir la connexió entre la xarxa de telecomunicacions i el domicili del client emprant sistemes WiMAX d'última generació o 4G.

WiMAX

(*Worldwide Interoperability for Microwave Access*) és una tecnologia de xarxes d'accés basada en l'estàndard 802.16 de l'IEEE que permet la comunicació sense fil a través d'ones electromagnètiques (microones).

XARXES MÒBILS 3G

Les **xarxes mòbils de tercera generació (3G)** basades en l'estàndard UMTS (*universal mobile telecommunications system*) i equipades amb HSPA (*high speed packet access*), també conegudes com a 3,5G, poden proporcionar servei de transmissió de dades amb velocitats màximes superiors a 21 Mbps.

4G, també conegut com a LTE

(*Long Term Evolution*), és l'evolució de les xarxes 3,5G de comunicacions mòbils. Les característiques d'aquestes xarxes fa que siguin idònies per als serveis mòbils del futur perquè poden proporcionar, en determinades condicions, serveis de transmissió de dades amb velocitats màximes superiors a 100 Mbps.

5G

és la denominació de la nova generació de tecnologia mòbil. Oferiran banda ampla mòbil de molt alta velocitat, capacitat i baixa latència, amb velocitats en mobilitat superiors a 100 Mbit/s i màximes d'1 Gbit/s.

La compartició dinàmica de l'espectre (DSS: *dynamic spectrum sharing*) es basa en l'aprofitament de l'espectre de 4G i 5G, per la qual cosa permet estendre el 5G de manera ràpida. No obstant això, la velocitat de 5G DSS restarà limitada a la portadora 4G, per la qual cosa les prestacions seran molt similars.

5G NR

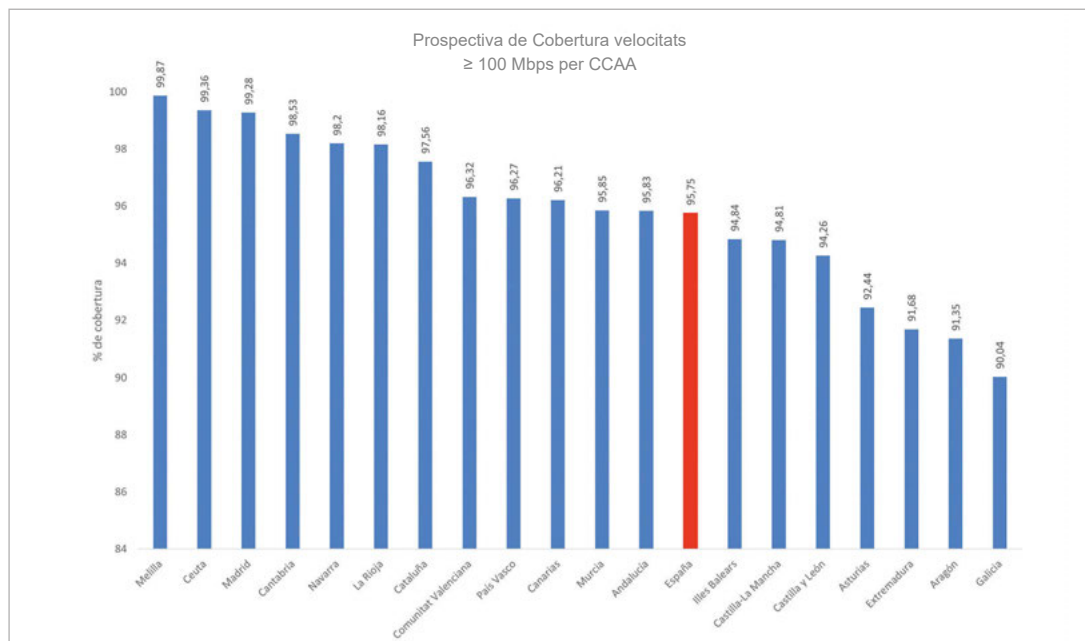
(*New Radio*), a diferència de la versió DSS, no comparteix l'espectre amb 4G i funciona usant l'espectre radioelèctric destinat específicament a 5G. Els usuaris de la xarxa 5G amb NR poden beneficiar-se de més velocitat de descàrrega i baixa latència.

1.4.3. PROSPECTIVA DE XARXES FIXES

El programa UNICO-banda ampla s'emmarca en la inversió 1 del component 15 del Pla de recuperació, transformació i resiliència (PRTR) pertanyent a l'economia espanyola i finançat per la Unió Europea, amb fons Next Generation. Aquesta acció té com a objectiu aproximar-se a la globalització de les xarxes públiques de comunicacions electròniques, que són idònies per a proporcionar un servei de banda ampla de bona velocitat, més de 300 Mbps que poden arribar a 1 Gbps.

El Programa d'extensió de la banda ampla de nova generació (PEBA-NGA) s'articula mitjançant ajudes públiques cofinançades pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER). La finalitat d'aquest programa és ampliar el sistema de banda ampla de molt alta velocitat (més de 100 Mbps) a zones amb característiques determinades i en què hi ha una mancança del mercat, com les àrees rurals i amb poca població.

Figura 1.9.
Prospectiva
de cobertura amb
velocitat superior o
igual a 100 Mbps
de descàrrega
per CA.
Font: Ministeri
d'Afers Econòmics
i Transformació
Digital.



La figura 1.9 i el quadre 1.3 reflecteixen el càlcul de la cobertura prospectiva sobre habitatges amb velocitats superiors o iguals a 100 Mbps amb referència a les comunitats autònomes. Respecte al conjunt nacional, aquest classe de cobertura prospectiva assolirà una mitjana del 95,75% de les residències espanyoles.

Segons l'anàlisi desglossada per comunitats autònomes, destaquen Melilla i Ceuta amb les xifres més elevades, 99,87 i 99,36% respectivament. Seguides de Madrid amb el 99,28% i Cantàbria amb el 98,53%. Aquestes comunitats se situen per damunt de la mitjana nacional, situada en el 95,75%.

En l'altre extrem hi ha Galícia, la comunitat autònoma amb un índex de cobertura prospectiva més baix (90,04%). A continuació hi ha l'Aragó i Extremadura, amb el 91,35% i 91,68% respectivament. Aquestes comunitats, juntament amb les Illes Balears, Castella-la Manxa, Castella i Lleó i Astúries, queden per davall de la mitjana nacional.

L'anàlisi de la Comunitat Valenciana mostra que les províncies de València i Alacant tenen valors situats per damunt de la mitjana nacional. Així, València presenta el màxim valor, 96,61%, seguida d'Alacant, 96,3%. Finalment hi ha Castelló, amb el 95,4%.

Comunitat autònoma	≥100 Mbps descàrrega
Andalucía	95,83%
Aragón	91,35%
Asturias (Principado de)	92,44%
Balears (Illes)	94,84%
Canarias	96,21%
Cantabria	98,53%
Castilla y León	94,26%
Castilla-La Mancha	94,81%
Cataluña	97,56%
Ciudad Autónoma de Ceuta	99,36%
Ciudad Autónoma de Melilla	99,87%
Comunitat Valenciana	96,32%
Extremadura	91,68%
Galicia	90,04%
Madrid (Comunidad de)	99,28%
Murcia (Región de)	95,85%
Navarra (Comunidad Foral)	98,20%
País Vasco	96,27%
Rioja (La)	98,16%
TOTAL	95,75%

Quadre 1.3. Prospectiva de cobertura amb velocitat superior o igual a 100 Mbps de descàrrega per CA. Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

Província	≥100 Mbps descàrrega
Alicante/Alacant	96,30%
Castellón/Castelló	95,40%
Valencia/València	96,61%
TOTAL	95,75%

Quadre 1.4. Cobertura amb velocitats superiors o iguals a 100 Mbps de descàrrega per a les províncies de la Comunitat Valenciana. Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

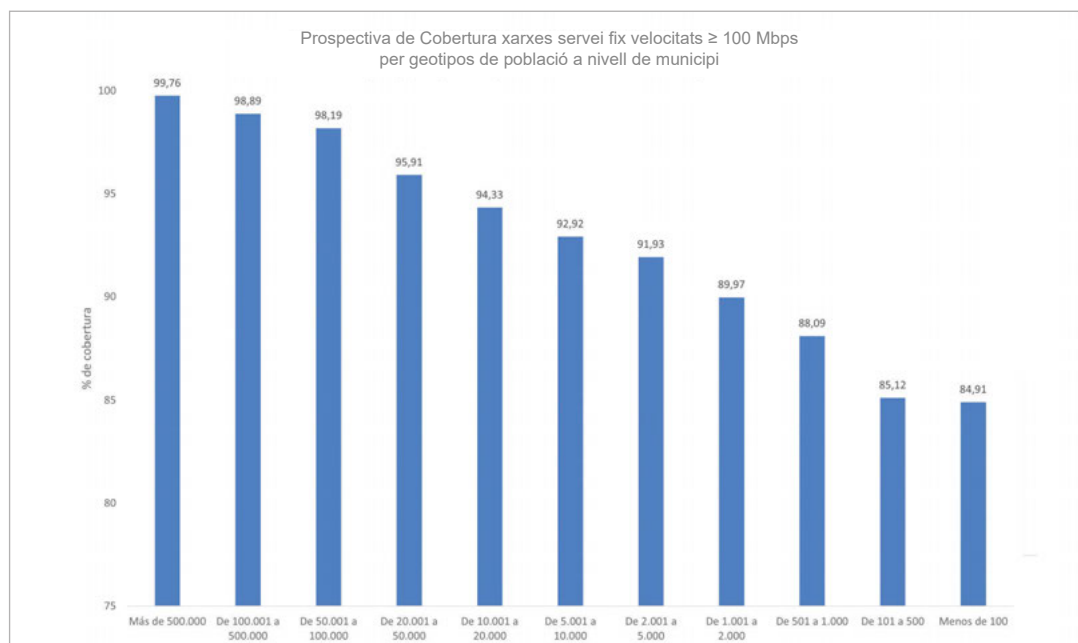


Figura 1.10. Prospectiva de la cobertura de servei fix segons el geotip de població. Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

Figura 1.11. Mapa de la cobertura prospectiva de xarxes fixes superiors o iguals a 100 Mbps a escala nacional. Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.

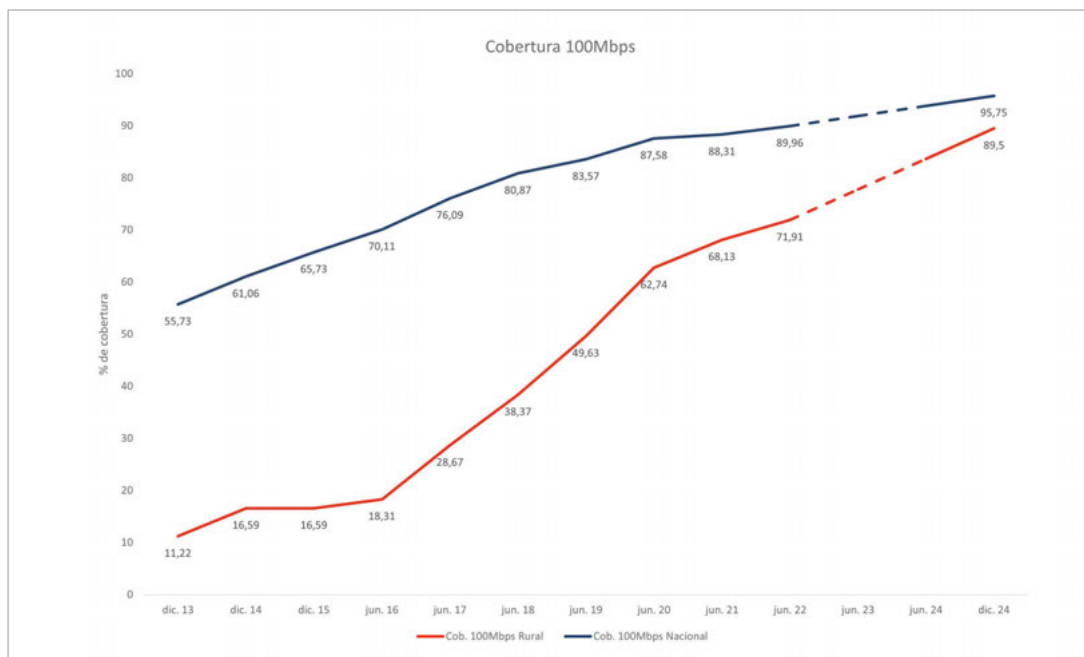
Cobertura prospectiva de xarxes fixes a velocitats de descàrrega ≥ 100 Mbps



La figura 1.10 representa la cobertura prospectiva segons el geotip de població. En termes generals s'observa millor cobertura en els nuclis poblacionals amb més habitants. Així, es preveu que els àmbits territorials amb més de 500.000 habitants presentaran una cobertura de servei fix amb almenys 100 Mbps del 99,76%. En sentit contrari, les localitats amb menys de 100 habitants tindran una cobertura fixa d'alta velocitat del 84,91%. S'aprecia una diferència notable entre les ciutats i els nuclis rurals, i és per això que s'espera millorar aquestes zones sensibles els pròxims anys.

La representació cartogràfica mostra la cobertura prospectiva de xarxes fixes a velocitats de descàrrega superiors o iguals a 100 Mbps. Com s'aprecia en la imatge, les àrees amb grans urbs i

Figura 1.12. Comparació entre la cobertura de 100 Mbps en l'entorn rural i el nivell nacional. Font: Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital.



les àrees metropolitanes són les que tenen els nivells més alts de cobertura. Per contra, les àrees rurals situades a Castella-la Manxa i l'Aragó, entre altres comunitats autònomes, mostren uns valors més baixos i no s'hi preveuen xarxes fixes de descàrrega amb velocitats superiors a 100 Mbps. La comparació entre la cobertura prospectiva total i la relativa dels municipis rurals es mostra en la figura 1.12. El mes de desembre del 2024, la cobertura de banda ampla de 100 Mbps o més arribarà al 89,5% dels habitatges en les àrees rurals. Així, si finalment s'assoleixen aquests resultats, es produiria una reducció de la bretxa digital respecte a les grans urbs de dos terços, ja que aquesta bretxa se situaria en sis punts percentuals dels 18 que n'hi havia el mes de juny del 2022.

A més, s'espera que al desembre del 2023 la cobertura de banda ampla a escala nacional de 100 Mbps o més arribi al 95,75%. Aquesta dada seria un avanç rellevant pel fet que al juny del 2022 se situava en el 89,96%. Així, augmentarà vora un 6% en dos anys i mig.







02

ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ AL TERRITORI VALENCIÀ

○ **2.1. LA SOCIETAT VALENCIANA I LA DIGITALITZACIÓ.
USOS I COMPORTEMENTS**

2.1.1. L'ÚS D'INTERNET

2.1.2. LLOC HABITUAL DE CONNEXIÓ A INTERNET

2.1.3. NIVELLS DE SATISFACCIÓ EN EL SERVEI D'INTERNET

2.1.4. LES TIC I ELS ÀMBITS D'ÚS

2.1.5. LES TIC I EL DOMINI DELS MITJANS DIGITALS

2.1.6. LA NECESSITAT DE FORMACIÓ EN TIC QUADRES

2.2. ÚS DIFERENCIAT DE LA DIGITALITZACIÓ PER SEGMENTACIÓ SOCIAL

2.2.1. ANÀLISI SEGONS EL SEXE

2.2.2. ANÀLISI SEGONS L'EDAT

2.2.3. ANÀLISI SEGONS LA NACIONALITAT

2.2.4. ANÀLISI SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS

2.2.5. ANÀLISI SEGONS L'OCUPACIÓ ACTUAL

2.2.6. ANÀLISI SEGONS LA CÀTEGORIA PROFESSIONAL QUADRES

02

ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ EN EL TERRITORI VALENCIÀ

Sandra Mayordomo Maya

Jorge Hermosilla Pla

Universitat de València

2.1 LA SOCIETAT VALENCIANA I LA DIGITALITZACIÓ. USOS I COMPORTEMENTS

Per a caracteritzar l'escenari actual de l'ús que fa la població valenciana de les noves tecnologies relacionades amb la comunicació (TIC), s'ha fet **una enquesta per territoris**, principalment comarques. En aquest sentit, s'ofereix una anàlisi global i integral de l'ús de les TIC segons les singularitats territorials. Per províncies, s'han fet 2.077 enquestes a Castelló, 4.227 a València i 1.608 a Alacant. S'han fet 7.912 enquestes en 30 comarques diferents, a raó d'unes 260 per comarca, distribuïdes de manera homogènia entre homes i dones (quadre 2.1).

S'han tingut en compte els paràmetres següents:

- a. Tipus d'ús de les TIC.
- b. Llocs de connexió.
- c. Satisfacció d'ús de la xarxa.
- d. TIC i àmbits d'ús.
- e. Nivell de domini dels usuaris.
- f. Necessitats formatives en TIC.

En el formulari de l'enquesta s'ha considerat, a més, la modalitat d'usuari de les TIC segons la finalitat, ja siga particular-personal o professional.

Les enquestes s'han agrupat en set grups d'edat, distribuïts de la mateixa manera de manera homogènia, a raó d'un 15% per agrupació, encara que aquesta proporció es redueix en els grups de més edat (quadre 2.2.).

Així mateix, les enquestes s'han passat, tenint en compte la formació de les persones enquestades, en huit nivells que cobreixen tota la formació existent (quadre 2.3).

Quadre 2.1.
Distribució del nombre
d'enquestats segons el
sexe i per comarques

PROVÍNCIES	COMARQUES	Homes	%H	Dones	% D	Total
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	121	45,49	145	54,51	266
	Camp de Túria	109	40,82	158	59,18	267
	Canal de Navarrés	108	41,22	154	58,78	262
	Horta Nord	117	43,49	152	56,51	269
	Horta Sud	118	44,36	148	55,64	266
	Hoya de Bunyol	148	56,70	113	43,30	261
	Costera	143	52,96	127	47,04	270
	Ribera Alta	118	44,03	150	55,97	268
	Ribera Baixa	114	42,86	152	57,14	266
	Safor	122	45,86	144	54,14	266
	Serranía	120	45,80	142	54,20	262
	Rincón Ademuz	129	54,66	107	45,34	236
	Plana de Utiel - Requena	124	45,59	148	54,41	272
	València	122	45,02	149	54,98	271
Vall d'Albaida	133	50,00	133	50,00	266	
Valle de Cofrentes - Ayora	135	52,12	124	47,88	259	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	83	32,55	172	67,45	255
	Alto Mijares	98	39,52	150	60,48	248
	Alto Palancia	106	40,15	158	59,85	264
	Baix Maestrat	175	65,79	91	34,21	266
	Ports	122	48,80	128	51,20	250
	Alcalatén	162	62,07	99	37,93	261
	Plana Alta	117	43,82	150	56,18	267
	Plana Baixa	123	46,24	143	53,76	266
ALACANT	Comtat	140	53,03	124	46,97	264
	Marines	134	50,19	133	49,81	267
	Alacantí	92	34,46	175	65,54	267
	Alcoià	132	48,00	143	52,00	275
	Vega Baixa	128	47,94	139	52,06	267
Vinalopó	158	58,96	110	41,04	268	
Total		3.751	47,41	4.161	52,59	7.912

Quadre 2.3.
Distribució
del nombre
d'enquestats
segons la formació
acadèmica

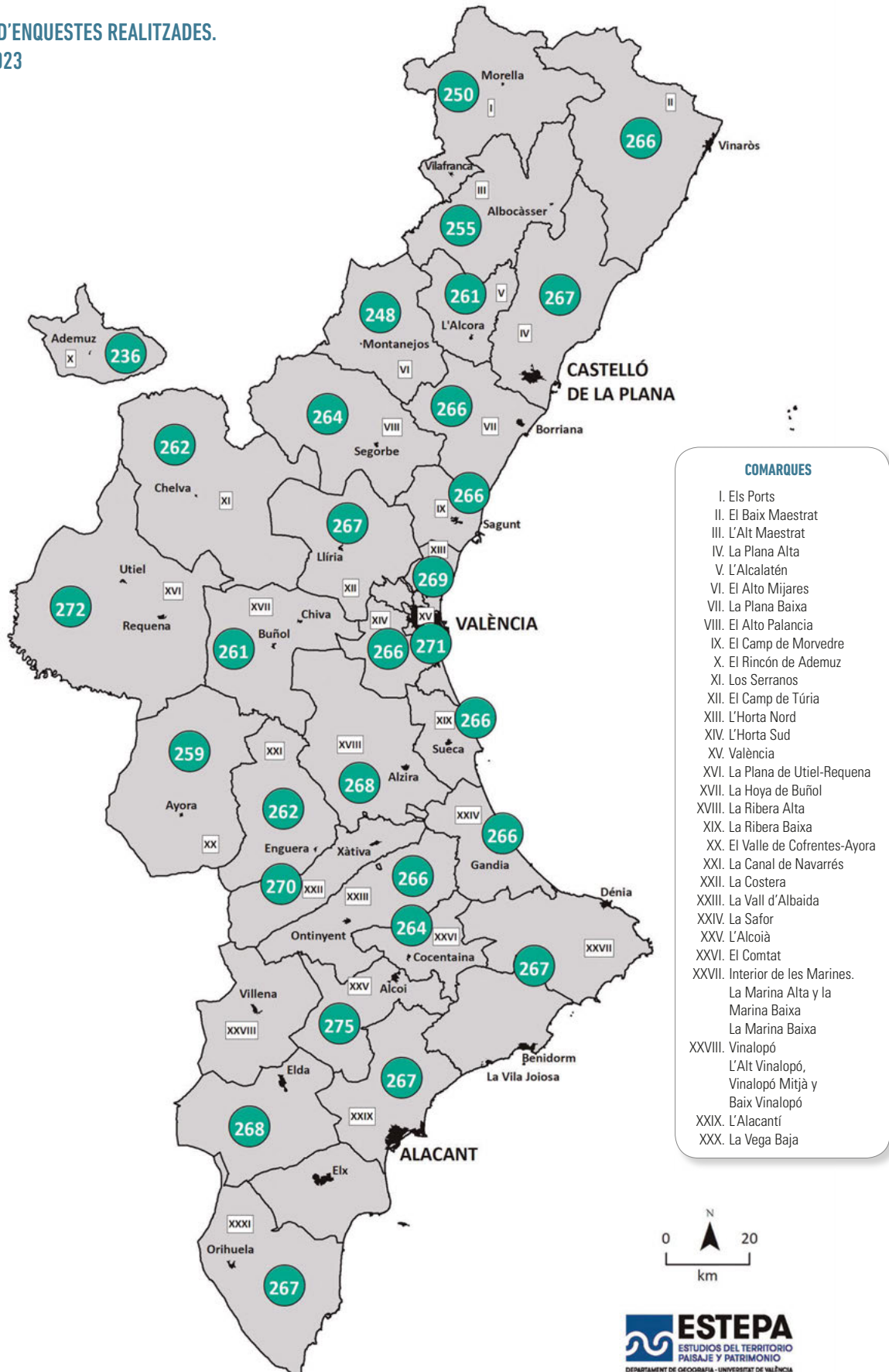
PROVÍNCIES	COMARQUES	Sense Estudis	%	Primària	%	ESO	%	Batxiller/ BUP/COU	%
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0	0,00	9	3,38	25	9,40	49	18,42
	Camp de Túria	2	0,75	14	5,24	32	11,99	35	13,11
	Canal de Navarrés	17	6,49	24	9,16	59	22,52	61	23,28
	Horta Nord	1	0,37	15	5,58	38	14,13	49	18,22
	Horta Sud	3	1,13	8	3,01	43	16,17	48	18,05
	Hoya de Bunyol	21	8,05	42	16,09	34	13,03	45	17,24
	Costera	8	2,96	19	7,04	43	15,93	48	17,78
	Ribera Alta	1	0,37	17	6,34	47	17,54	35	13,06
	Ribera Baixa	2	0,75	11	4,14	34	12,78	36	13,53
	Safor	0	0,00	11	4,14	40	15,04	50	18,80
	Serranía	4	1,53	79	30,15	30	11,45	64	24,43
	Rincón Ademuz	4	1,69	32	13,56	54	22,88	62	26,27
	Plana de Utiel - Requena	4	1,47	35	12,87	51	18,75	68	25,00
	València	2	0,74	3	1,11	24	8,86	41	15,13
Vall d'Albaida	1	0,38	5	1,88	59	22,18	44	16,54	
Valle de Cofrentes - Ayora	17	6,56	49	18,92	34	13,13	38	14,67	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	1	0,39	163	63,92	8	3,14	34	13,33
	Alto Mijares	12	4,84	25	10,08	36	14,52	44	17,74
	Alto Palancia	12	4,55	25	9,47	45	17,05	57	21,59
	Baix Maestrat	1	0,38	15	5,64	36	13,53	57	21,43
	Ports	1	0,40	30	12,00	37	14,80	134	53,60
	Alcalatén	50	19,16	52	19,92	13	4,98	20	7,66
	Plana Alta	2	0,75	8	3,00	30	11,24	42	15,73
	Plana Baixa	1	0,38	13	4,89	54	20,30	43	16,17
ALACANT	Comtat	6	2,27	21	7,95	38	14,39	48	18,18
	Marines	3	1,12	11	4,12	38	14,23	65	24,34
	Alacantí	3	1,12	8	3,00	34	12,73	43	16,10
	Alcoià	23	8,36	16	5,82	36	13,09	45	16,36
	Vega Baixa	1	0,37	40	14,98	62	23,22	101	37,83
Vinalopó	34	12,69	42	15,67	22	8,21	22	8,21	
Total		237	3,00	842	10,77	1.136	14,37	1.528	19,39

PROVÍNCIES	COMARQUES	16-25	%	26-35	%	36-45	%	46-55	%	56-65	%	66-75	%	>75	%	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	39	14,66	53	19,92	68	25,56	73	27,44	24	9,02	8	3,01	1	0,38	266	
	Camp de Túria	35	13,11	51	19,10	42	15,73	69	25,84	53	19,85	14	5,24	3	1,12	267	
	Canal de Navarrés	34	12,98	35	13,36	57	21,76	71	27,10	45	17,18	14	5,34	6	2,29	262	
	Horta Nord	53	19,70	47	17,47	46	17,10	49	18,22	45	16,73	23	8,55	6	2,23	269	
	Horta Sud	59	22,18	60	22,56	78	29,32	45	16,92	21	7,89	3	1,13	0	0,00	266	
	Hoya de Bunyol	54	20,69	34	13,03	39	14,94	35	13,41	26	9,96	39	14,94	34	13,03	261	
	Costera	41	15,19	37	13,70	55	20,37	74	27,41	35	12,96	15	5,56	13	4,81	270	
	Ribera Alta	34	12,69	65	24,25	53	19,78	52	19,40	46	17,16	17	6,34	1	0,37	268	
	Ribera Baixa	37	13,91	70	26,32	71	26,69	46	17,29	28	10,53	13	4,89	1	0,38	266	
	Safor	42	15,79	61	22,93	56	21,05	66	24,81	35	13,16	5	1,88	1	0,38	266	
	Serrania	31	11,83	31	11,83	27	10,31	24	9,16	41	15,65	64	24,43	44	16,79	262	
	Rincón de Ademuz	62	26,27	39	16,53	43	18,22	24	10,17	20	8,47	33	13,98	15	6,36	236	
	Plana de Utiel - Requena	72	26,47	37	13,60	52	19,12	34	12,50	18	6,62	35	12,87	24	8,82	272	
	València	47	17,34	81	29,89	59	21,77	41	15,13	33	12,18	10	3,69	0	0,00	271	
	CASTELLÓ	Vall d'Albaida	38	14,29	49	18,42	63	23,68	86	32,33	28	10,53	2	0,75	0	0,00	266
Valle de Cofrentes-Ayora		49	18,92	44	16,99	23	8,88	37	14,29	37	14,29	33	12,74	36	13,90	259	
Alt Maestrat		6	2,35	12	4,71	15	5,88	12	4,71	14	5,49	95	37,25	101	39,61	255	
Alto Mijares		18	7,26	20	8,06	25	10,08	34	13,71	80	32,26	46	18,55	25	10,08	248	
Alto Palancia		17	6,44	66	25,00	57	21,59	49	18,56	28	10,61	36	13,64	11	4,17	264	
Baix Maestrat		48	18,05	40	15,04	33	12,41	31	11,65	34	12,78	51	19,17	29	10,90	266	
Ports		110	44,00	47	18,80	22	8,80	20	8,00	11	4,40	26	10,40	14	5,60	250	
Alcalatén		15	5,75	35	13,41	21	8,05	35	13,41	39	14,94	30	11,49	86	32,95	261	
Plana Alta		53	19,85	62	23,22	49	18,35	53	19,85	42	15,73	7	2,62	1	0,37	267	
Plana Baixa		40	15,04	62	23,31	51	19,17	63	23,68	35	13,16	15	5,64	0	0,00	266	
ALACANT		Comtat	7	2,65	56	21,21	40	15,15	19	7,20	60	22,73	38	14,39	44	16,67	264
		Marines	18	6,74	39	14,61	35	13,11	36	13,48	67	25,09	58	21,72	14	5,24	267
		Alacantí	65	24,34	61	22,85	63	23,60	46	17,23	29	10,86	3	1,12	0	0,00	267
		Alcoià	27	9,82	61	22,18	55	20,00	55	20,00	33	12,00	21	7,64	23	8,36	275
	Vega Baixa	66	24,72	38	14,23	44	16,48	35	13,11	24	8,99	42	15,73	18	6,74	267	
	Vinalopó	32	11,94	31	11,57	37	13,81	46	17,16	39	14,55	42	15,67	41	15,30	268	
Total		1.249	15,83	1.424	17,94	1.379	17,36	1.360	17,11	1.070	13,53	838	10,68	592	7,56	7.912	

 Quadre 2.2.
 Distribució
 del nombre
 d'enquestats
 segons l'edat

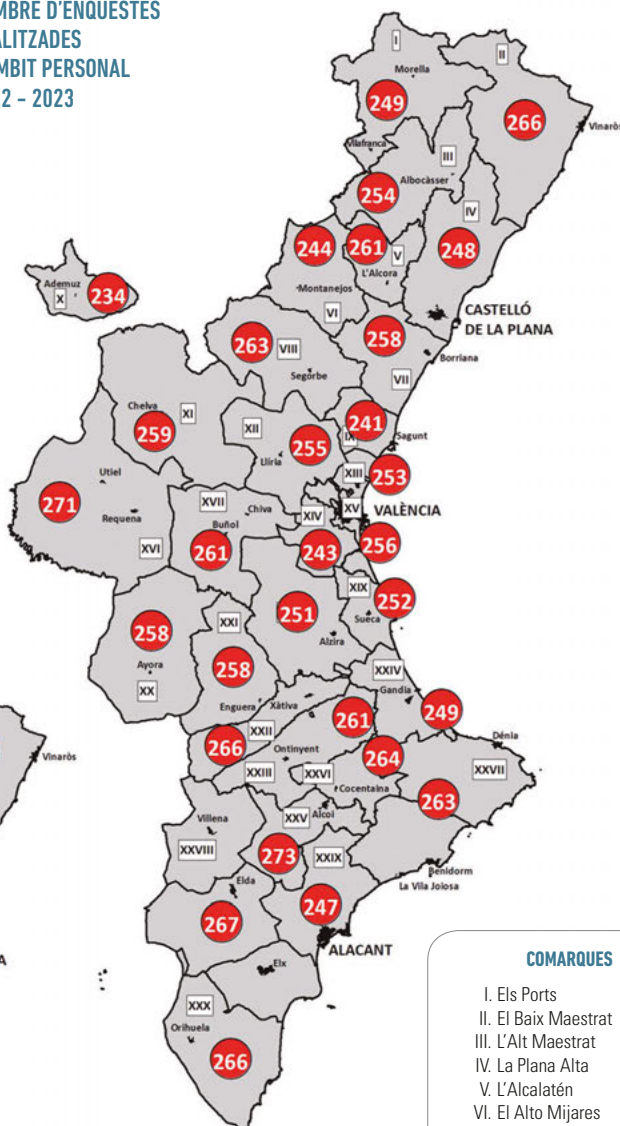
FP	%	Cicle Grau Superior	%	Llicenciatura/ Diplomatura	%	Màster/ Doctorat	%	No contesta	%	TOTAL
45	16,92	44	16,54	68	25,56	26	9,77	0	0,00	266
38	14,23	32	11,99	79	29,59	35	13,11	0	0,00	267
41	15,65	28	10,69	28	10,69	3	1,15	1	0,38	262
46	17,10	32	11,90	63	23,42	23	8,55	2	0,74	269
56	21,05	30	11,28	56	21,05	20	7,52	2	0,75	266
29	11,11	41	15,71	34	13,03	7	2,68	8	3,07	261
38	14,07	42	15,56	43	15,93	24	8,89	5	1,85	270
48	17,91	44	16,42	52	19,40	24	8,96	0	0,00	268
50	18,80	37	13,91	73	27,44	23	8,65	0	0,00	266
48	18,05	28	10,53	58	21,80	28	10,53	3	1,13	266
27	10,31	24	9,16	29	11,07	4	1,53	1	0,38	262
40	16,95	23	9,75	12	5,08	3	1,27	6	2,54	236
41	15,07	30	11,03	33	12,13	9	3,31	1	0,37	272
33	12,18	29	10,70	90	33,21	49	18,08	0	0,00	271
46	17,29	42	15,79	52	19,55	17	6,39	0	0,00	266
39	15,06	37	14,29	29	11,20	11	4,25	5	1,93	259
26	10,20	7	2,75	13	5,10	1	0,39	2	0,78	255
50	20,16	45	18,15	24	9,68	11	4,44	1	0,40	248
26	9,85	56	21,21	17	6,44	26	9,85	0	0,00	264
65	24,44	44	16,54	31	11,65	5	1,88	12	4,51	266
22	8,80	6	2,40	14	5,60	4	1,60	2	0,80	250
45	17,24	36	13,79	32	12,26	7	2,68	6	2,30	261
48	17,98	24	8,99	84	31,46	29	10,86	0	0,00	267
35	13,16	29	10,90	64	24,06	27	10,15	0	0,00	266
59	22,35	49	18,56	30	11,36	11	4,17	2	0,76	264
44	16,48	56	20,97	40	14,98	5	1,87	5	1,87	267
40	14,98	28	10,49	81	30,34	29	10,86	1	0,37	267
45	16,36	55	20,00	40	14,55	14	5,09	1	0,36	275
29	10,86	14	5,24	12	4,49	6	2,25	2	0,75	267
43	16,04	50	18,66	29	10,82	16	5,97	10	3,73	268
1.242	15,69	1.042	13,13	1.310	16,43	497	6,22	78	0,99	7.912

**NOMBRE D'ENQUESTES REALITZADES.
 2022 - 2023**

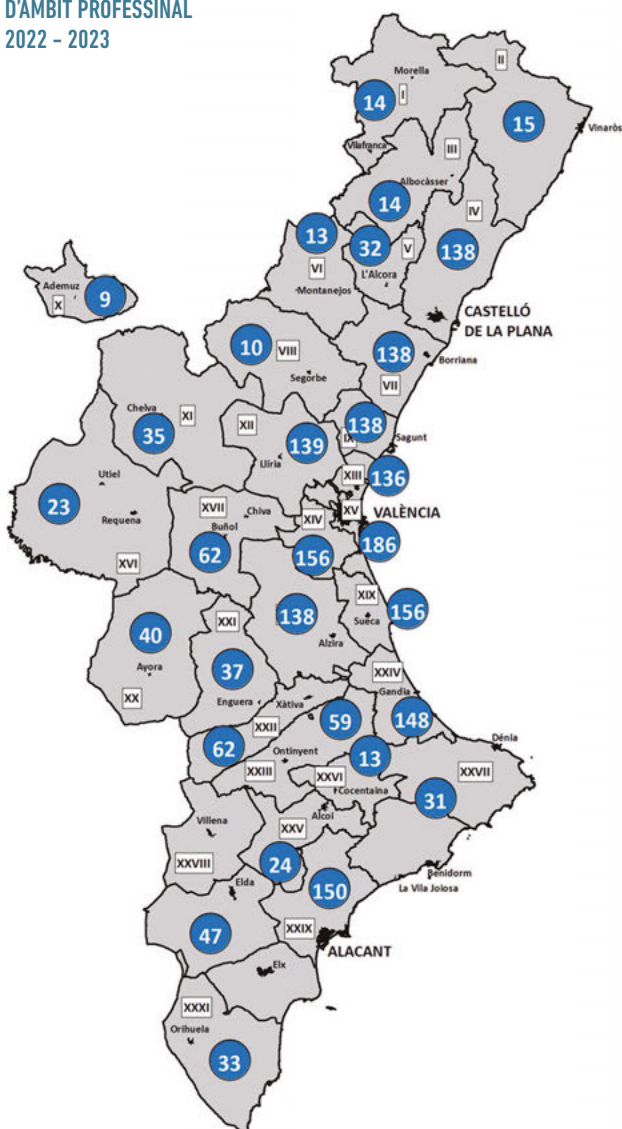


Mapa 2.1. Nombre d'enquestes. 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

NOMBRE D'ENQUESTES REALITZADES D'ÀMBIT PERSONAL 2022 - 2023



NOMBRE D'ENQUESTES REALITZADES D'ÀMBIT PROFESSIONAL 2022 - 2023



COMARQUES

- I. Els Ports
- II. El Baix Maestrat
- III. L'Alt Maestrat
- IV. La Plana Alta
- V. L'Alcalatén
- VI. El Alto Mijares
- VII. La Plana Baixa
- VIII. El Alto Palancia
- IX. El Camp de Morvedre
- X. El Rincón de Ademuz
- XI. Los Serranos
- XII. El Camp de Túria
- XIII. L'Horta Nord
- XIV. L'Horta Sud
- XV. València
- XVI. La Plana de Utiel-Requena
- XVII. La Hoya de Buñol
- XVIII. La Ribera Alta
- XIX. La Ribera Baixa
- XX. El Valle de Cofrentes-Ayora
- XXI. La Canal de Navarrés
- XXII. La Costera
- XXIII. La Vall d'Albaida
- XXIV. La Safor
- XXV. L'Alcoià
- XXVI. El Comtat
- XXVII. La Marina Alta
- XXVIII. La Marina Baixa
- XXIX. L'Alacantí
- XXX. L'Alt Vinalopó
- XXXI. El Vinalopó Mitjà
- XXXII. El Baix Vinalopó
- XXXIII. La Vega Baja

Tipologia d'enquesta

- Personal
- Professional

0 40 km

Mapa 2.2. Nombre d'enquestes realitzades d'àmbit personal i professional 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

2.1.1. L'ÚS D'INTERNET

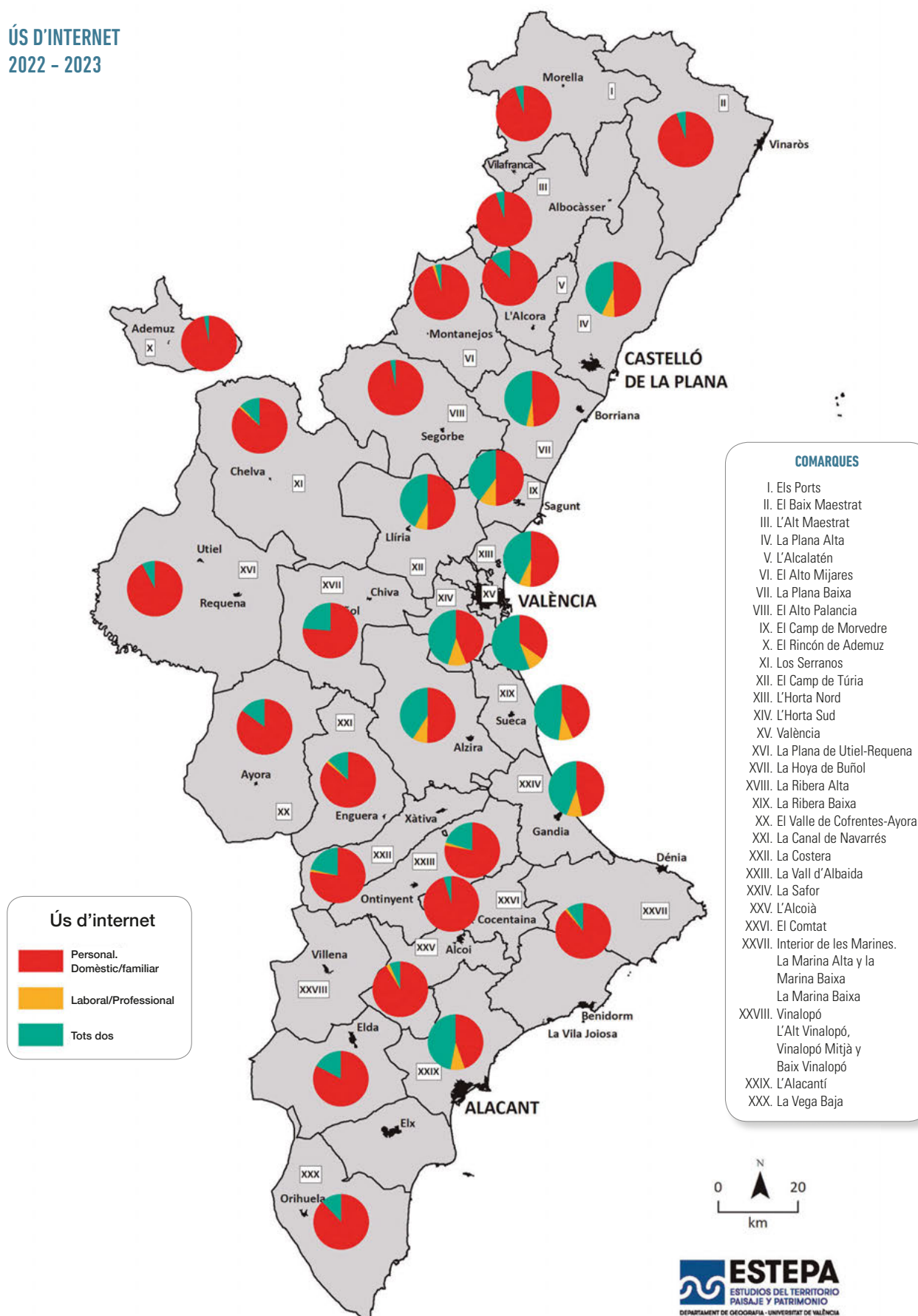
Durant les últimes dècades, l'ús d'Internet s'ha generalitzat en la societat com un instrument fonamental, insubstituïble, per a la comunicació. L'enquesta reflecteix un predomini de l'ús personal, domèstic i familiar d'Internet. Així, **més del 73% dels enquestats usen Internet per raons personals**. En nou comarques representa fins i tot més del 90%; en set comarques entre el 80%-90% i en tres comarques entre el 75% i el 80% (la Costera, la Vall d'Albaida i La Hoya de Buñol).

No obstant això, a les comarques litorals i del sistema urbà destaca l'ús combinat d'Internet, tant per a un ús particular com laboral-professional. Així, en set comarques s'aprecien uns valors destacats que superen el 45%: València (59,4%), la Ribera Baixa (50,8%), l'Alacantí (48,3%), la Plana Baixa (48,1%), l'Horta Sud (47,7%), la Safor (47,0%) i l'Horta Nord (45,0%) (quadre 2.4).

Quadre 2.4
Ús d'Internet

PROVÍNCIES	COMARQUES	Personal (domèstic/familiar)	Laboral/Professional	Tots dos	No use Internet	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	52,6%	10,5%	42,1%	0,0%	100,0% 266
	Camp de Túria	52,8%	7,9%	44,6%	0,0%	100,0% 267
	Canal de Navarrés	85,9%	1,5%	12,6%	0,0%	100,0% 262
	Horta Nord	52,8%	7,1%	45,0%	0,0%	100,0% 269
	Horta Sud	46,2%	11,7%	47,7%	0,0%	100,0% 266
	Hoya de Bunyol	76,2%	0,0%	23,8%	0,0%	100,0% 261
	Costera	77,0%	1,5%	21,5%	0,0%	100,0% 270
	Ribera Alta	53,0%	9,3%	42,9%	0,0%	100,0% 268
	Ribera Baixa	45,9%	9,0%	50,8%	0,0%	100,0% 266
	Safor	49,6%	9,8%	47,0%	0,0%	100,0% 266
	Serrania	86,6%	1,1%	12,2%	0,0%	100,0% 262
	Rincón de Ademuz	96,2%	0,8%	3,0%	0,0%	100,0% 236
	Plana de Utiel - Requena	91,9%	0,7%	7,7%	0,0%	100,0% 272
	València	36,9%	10,0%	59,4%	0,0%	100,0% 271
	Vall d'Albaida	77,8%	1,9%	20,3%	0,0%	100,0% 266
Valle de Cofrentes-Ayora	84,6%	0,4%	15,1%	0,0%	100,0% 259	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	94,5%	0,4%	5,1%	0,0%	100,0% 255
	Alto Mijares	94,8%	1,6%	3,6%	0,0%	100,0% 248
	Alto Palancia	96,2%	0,4%	3,4%	0,0%	100,0% 264
	Baix Maestrat	94,4%	0,0%	5,6%	0,0%	100,0% 266
	Ports	94,4%	0,4%	5,2%	0,0%	100,0% 250
	Alcalatén	87,7%	0,0%	12,3%	0,0%	100,0% 261
	Plana Alta	51,3%	7,9%	44,9%	0,0%	100,0% 267
	Plana Baixa	50,8%	4,5%	48,1%	0,0%	100,0% 266
ALACANT	Comtat	95,5%	0,4%	4,5%	0,0%	100,0% 264
	Marines	88,4%	1,5%	10,1%	0,0%	100,0% 267
	Alacantí	46,1%	8,6%	48,3%	0,0%	100,0% 267
	Alcoià	92,7%	2,2%	6,5%	0,0%	100,0% 275
	Vega Baixa	87,6%	0,4%	12,0%	0,0%	100,0% 267
	Vinalopó	82,5%	0,4%	17,2%	0,0%	100,0% 268

ÚS D'INTERNET
2022 - 2023



Mapa 2.3. Ús d'Internet 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

2.1.2. LLOC HABITUAL DE CONNEXIÓ A INTERNET

A les comarques del territori valencià es diferencien diversos llocs de connexió segons l'ús d'Internet, amb notables diferències entre l'ús *personal* i el *professional*.

Per a ús personal-privat destaca com a lloc de connexió majoritari el domicili particular, amb una proporció del 94%. Totes les comarques analitzades superen el 89%, llevat de l'Alt Maestrat, amb un percentatge del 76,8%. El tipus de dispositiu habitual per a la connexió d'ús personal és des del telèfon mòbil (83,2%), seguit de l'ordinador (16,5%).

Per a l'ús professional, el lloc de connexió més comú, com és lògic, és el lloc de treball, l'oficina, amb el 62,7%. De les 30 comarques estudiades, en sis se supera el 70% de les enquestes; i en 19 comarques, entre el 50% i 70%.

La segona modalitat de connexió a Internet per a ús professional és des de casa (31,4%). Es constata una certa disparitat de la distribució entre les comarques analitzades: quatre amb percentatges superiors al 50%, cinc entre 40% i 50%, set entre 30% i 40% i les altres 14 amb valors inferiors al 30% [quadre 2.5]. Cal destacar que les nou comarques amb valors superiors al 40% se situen en el sistema rural valencià.

La connexió per a ús professional es fa majoritàriament des d'un ordinador (82,0%).

2.1.3. NIVELLS DE SATISFACCIÓ EN EL SERVEI D'INTERNET

L'ús generalitzat de les TIC, en particular de la Internet, genera discrepàncies quant al grau de satisfacció del servei a les comarques valencianes.

En termes generals, en la dimensió personal-particular, els valors sobre el nivell de satisfacció del servei d'Internet definida com a "bo o excel·lent", representa el 61,2% de l'opinió dels usuaris. Els percentatges més elevats i, per tant, els nivells més alts de satisfacció apareixen, en general, a les comarques del sistema urbà i litoral de la Comunitat Valenciana. Així, a més de la Vall d'Albaida (86,2%), els valors més significatius, qualificats pels enquestats com a "bo o excel·lent", se situen a València (85,8%), la Plana Baixa (82,8%), l'Alacantí (82,3%), l'Horta Nord (80,0%) i l'Horta Sud (78,5%).

En canvi, el 14,6% dels usuaris qualifica el seu nivell de satisfacció en el servei d'Internet com a "deficient" o "escàs". Les xifres més elevades es registren a les comarques rurals valencianes, com les Marines (55,9%), el Baix Maestrat (41,7%), La Hoya de Buñol (32,2%), el Comtat (28,8%) i El Alto Mijares (28,3%).

En l'apartat professional, el nivell de satisfacció del servei d'Internet mostra una manifesta valoració positiva: el 71,8% dels usuaris assenyalen les opcions de "bo" i "excel·lent". De fet, en 18 comarques se supera el 70%, tant en territoris rurals com urbans. Sobreixen l'Alt Maestrat (92,9%), el Comtat (92,3%), la Canal de Navarres (86,5%) i La Plana de Utiel-Requena (82,6%).

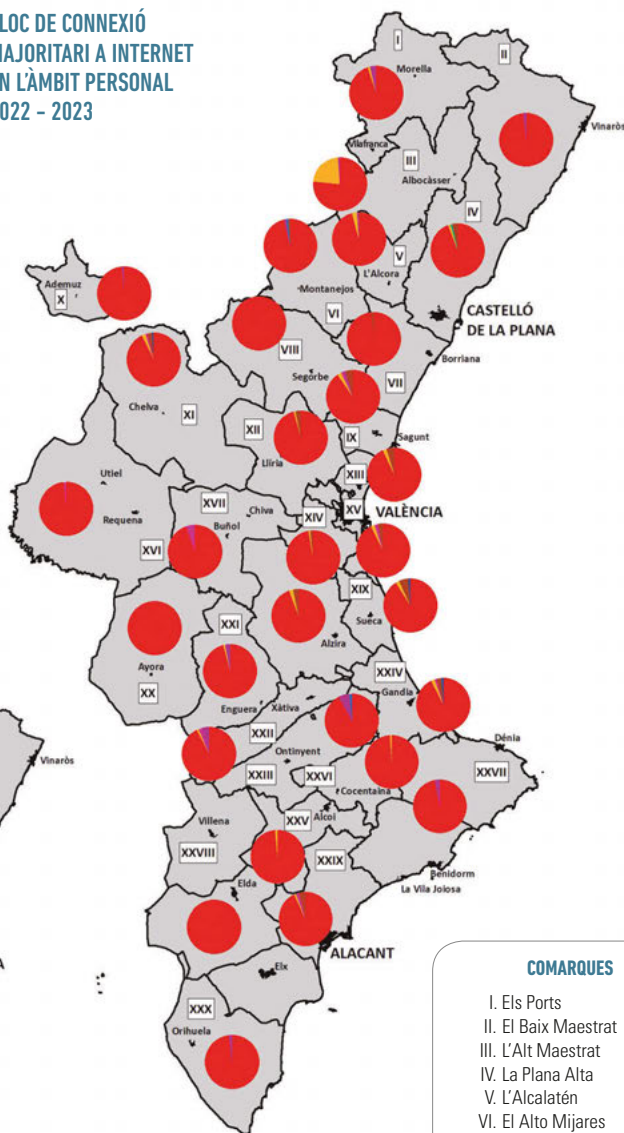
Per contra, el 19,3% dels usuaris assenyalen el servei com a adequat, i el 8,8% com a "deficient o escàs". Les comarques amb un nivell de satisfacció més baix són El Alto Mijares, El Valle de Cofrentes-Ayora i La Hoya de Buñol, on més del 35% dels enquestats qualifica el nivell de satisfacció en el servei d'Internet com a "deficient o escàs" [quadre 2.6].

Quadre 2.5
Lloc de connexió
majoritari
a Internet

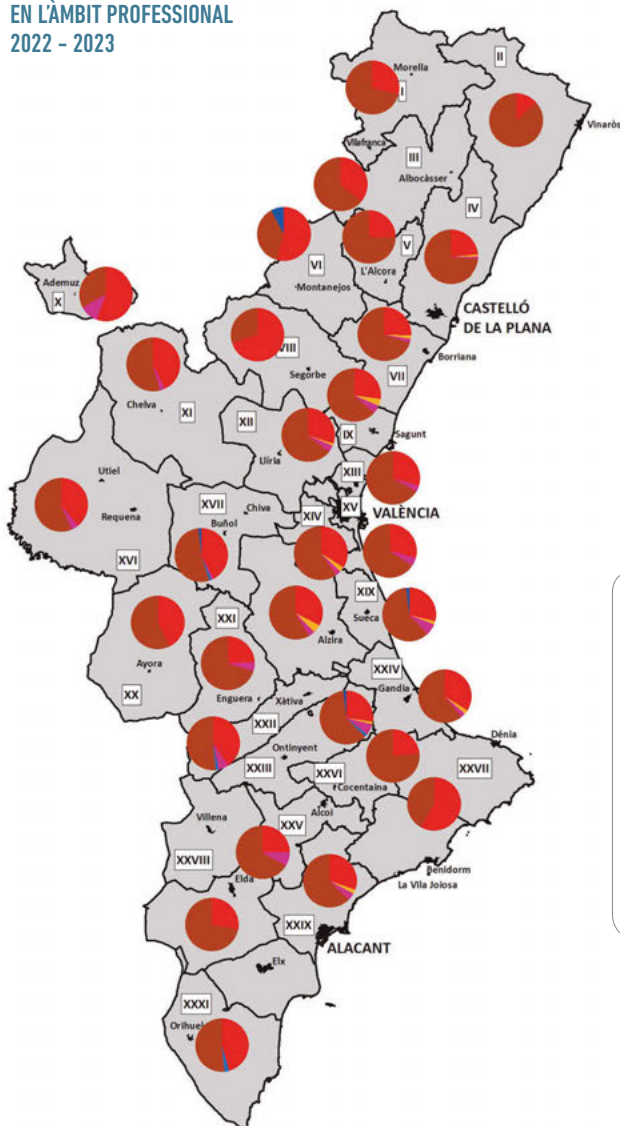
PERSONAL										
PROVÍNCIES	COMARQUES	Des de casa	Casa d'un amic, familiar, parella	Un altre lloc: biblioteca, cibercafé, cafeteria...	Al mòbil (tarifa de dades)	Xarxes sense fil al carrer	A l'escola/institut	A l'oficina amb ordinador/dispositiu mòbil	Un altre lloc	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	89,7%	2,4%	1,6%	1,2%	0,0%	0,0%	4,4%	0,8%	100,0% 252
	Camp de Túria	95,8%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	100,0% 260
	Canal de Navarrés	95,7%	1,2%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 258
	Horta Nord	91,3%	2,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,4%	4,6%	0,8%	100,0% 263
	Horta Sud	96,4%	1,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%	1,6%	0,0%	100,0% 250
	Hoya de Bunyol	93,5%	0,0%	4,2%	1,1%	0,0%	0,0%	0,8%	0,4%	100,0% 261
	Costera	92,5%	1,1%	1,9%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 266
	Ribera Alta	93,8%	2,7%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	100,0% 257
	Ribera Baixa	89,9%	2,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,8%	5,4%	1,2%	100,0% 257
	Safor	92,2%	2,3%	1,2%	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%	1,2%	100,0% 257
	Serrania	92,2%	2,3%	1,2%	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%	1,2%	100,0% 257
	Rincón de Ademuz	97,4%	0,9%	0,0%	1,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	97,0%	0,7%	1,5%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 271
	València	92,3%	2,3%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,4%	100,0% 261
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	90,0%	0,8%	0,0%	6,5%	1,1%	0,8%	0,8%	0,0%	100,0% 261
	Valle de Cofrentes-Ayora	96,9%	0,8%	0,8%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	100,0% 258
	Alt Maestrat	76,8%	22,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 254
	Alto Mijares	94,7%	0,8%	0,8%	1,2%	1,2%	0,0%	1,2%	0,0%	100,0% 244
	Alto Palancia	98,1%	0,8%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	100,0% 263
	Baix Maestrat	96,6%	0,8%	0,0%	1,9%	0,4%	0,0%	0,4%	0,0%	100,0% 266
	Ports	94,8%	1,6%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 249
	Alcalatén	95,4%	3,1%	0,0%	1,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	100,0% 261
	Plana Alta	93,4%	1,6%	0,8%	0,0%	0,0%	1,2%	3,1%	0,0%	100,0% 257
	Plana Baixa	97,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	1,5%	0,0%	100,0% 263
ALACANT	Comtat	97,7%	1,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	100,0% 264
	Marines	96,2%	0,4%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	100,0% 263
	Alacantí	92,1%	1,2%	2,0%	0,0%	0,0%	0,4%	4,0%	0,4%	100,0% 252
	Alcoià	97,8%	1,5%	0,4%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 273
	Vega Baixa	97,0%	0,4%	0,4%	1,9%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	100,0% 266
	Vinalopó	99,3%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 267

PROFESSIONAL										
PROVÍNCIES	COMARQUES	Des de casa	Casa d'un amic, familiar, parella	Un altre lloc: biblioteca, cibercafé, cafeteria...	Al mòbil (tarifa de dades)	Xarxes sense fil al carrer	A l'escola/institut	A l'oficina amb ordinador/dispositiu mòbil	Un altre lloc	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	27,1%	4,3%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	63,6%	0,0%	100,0% 140
	Camp de Túria	30,0%	1,4%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	64,3%	0,0%	100,0% 140
	Canal de Navarrés	24,3%	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	0,0%	70,3%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	29,3%	0,7%	3,6%	0,0%	0,0%	0,4%	65,7%	0,7%	100,0% 140
	Horta Sud	33,5%	3,2%	3,2%	0,0%	0,0%	0,4%	59,5%	0,6%	100,0% 158
	Hoya de Bunyol	41,9%	0,0%	1,6%	0,0%	1,6%	0,0%	53,2%	1,6%	100,0% 62
	Costera	40,3%	0,0%	6,5%	0,0%	1,6%	0,0%	51,6%	0,0%	100,0% 62
	Ribera Alta	32,9%	5,0%	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	58,6%	0,0%	100,0% 140
	Ribera Baixa	28,9%	1,9%	6,9%	0,0%	0,0%	0,8%	60,4%	1,9%	100,0% 159
	Safor	33,8%	2,6%	2,6%	0,0%	0,0%	0,4%	60,9%	0,0%	100,0% 151
	Serrania	42,9%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,4%	54,3%	0,0%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	55,6%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	39,1%	0,0%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	56,5%	0,0%	100,0% 23
	CASTELLÓ	València	29,3%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%	65,4%	0,5%
Vall d'Albaida		27,1%	1,7%	6,8%	0,0%	1,7%	0,8%	61,0%	1,7%	100,0% 59
Valle de Cofrentes-Ayora		42,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	57,5%	0,0%	100,0% 40
Alt Maestrat		35,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	64,3%	0,0%	100,0% 14
Alto Mijares		53,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	38,5%	7,7%	100,0% 13
Alto Palancia		70,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	30,0%	0,0%	100,0% 10
Baix Maestrat		13,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	86,7%	0,0%	100,0% 15
Ports		28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	71,4%	0,0%	100,0% 14
Alcalatén		25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	75,0%	0,0%	100,0% 32
Plana Alta		23,4%	1,4%	1,4%	0,0%	0,0%	1,2%	73,8%	0,0%	100,0% 141
ALACANT	Plana Baixa	25,7%	2,1%	2,1%	0,0%	0,0%	0,8%	70,0%	0,0%	100,0% 140
	Comtat	23,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	76,9%	0,0%	100,0% 13
	Marines	58,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	41,9%	0,0%	100,0% 31
	Alacantí	30,3%	2,6%	4,6%	0,0%	0,0%	0,4%	62,5%	0,0%	100,0% 152
	Alcoià	25,0%	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	0,4%	51,5%	0,0%	100,0% 33
Vinalopó	27,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	72,3%	0,0%	100,0% 47	

**LLOC DE CONNEXIÓ
 MAJORITARI A INTERNET
 EN L'ÀMBIT PERSONAL
 2022 - 2023**



**LLOC DE CONNEXIÓ
 MAJORITARI A INTERNET
 EN L'ÀMBIT PROFESSIONAL
 2022 - 2023**



- COMARQUES**
- I. Els Ports
 - II. El Baix Maestrat
 - III. L'Alt Maestrat
 - IV. La Plana Alta
 - V. L'Alcalatén
 - VI. El Alto Mijares
 - VII. La Plana Baixa
 - VIII. El Alto Palancia
 - IX. El Camp de Morvedre
 - X. El Rincón de Ademuz
 - XI. Los Serranos
 - XII. El Camp de Túria
 - XIII. L'Horta Nord
 - XIV. L'Horta Sud
 - XV. València
 - XVI. La Plana de Utiel-Requena
 - XVII. La Hoya de Buñol
 - XVIII. La Ribera Alta
 - XIX. La Ribera Baixa
 - XX. El Valle de Cofrentes-Ayora
 - XXI. La Canal de Navarrés
 - XXII. La Costera
 - XXIII. La Vall d'Albaida
 - XXIV. La Safor
 - XXV. L'Alcoià
 - XXVI. El Comtat
 - XXVII. La Marina Alta
 - XXVIII. La Marina Baixa
 - XXIX. L'Alacantí
 - XXX. L'Alt Vinalopó
 - XXXI. El Vinalopó Mitjà
 - XXXII. El Baix Vinalopó
 - XXXIII. La Vega Baja



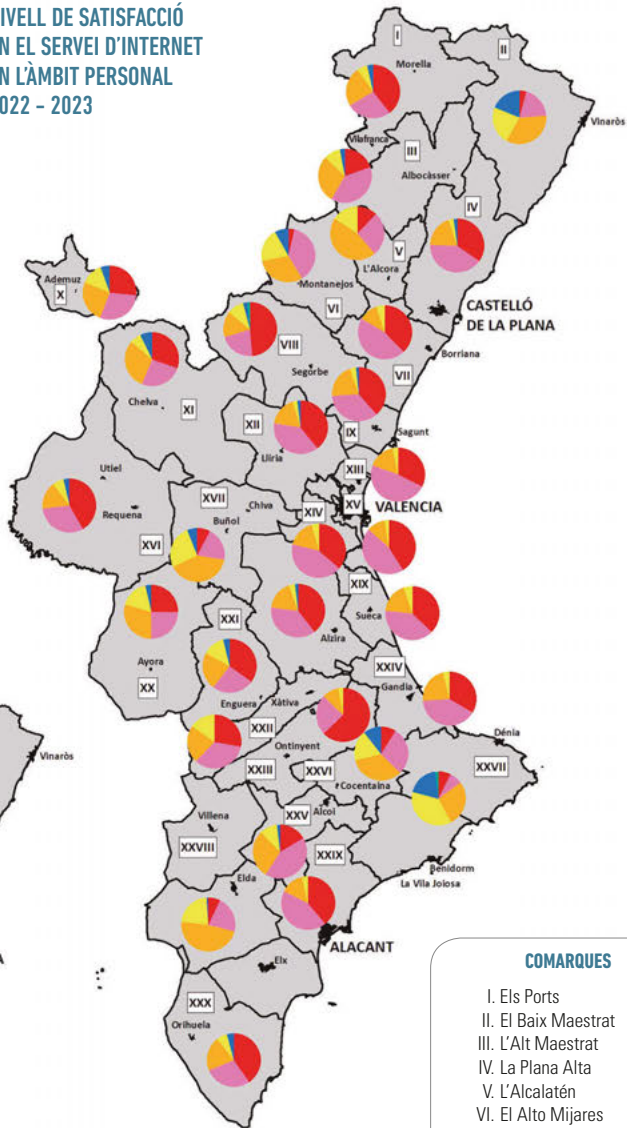
Mapa 2.4. Lloc de connexió majoritari a Internet en l'àmbit personal i professional 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Deficient	Poc	Adequat	Bé	Excel·lent	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	1,6%	3,6%	20,9%	35,3%	38,6%	0,0%	100,0% 249
	Camp de Túria	1,9%	2,7%	18,1%	38,1%	39,2%	0,0%	100,0% 260
	Canal de Navarrés	3,9%	13,2%	22,5%	25,6%	34,9%	0,0%	100,0% 258
	Horta Nord	0,8%	3,1%	16,2%	48,1%	31,9%	0,0%	100,0% 260
	Horta Sud	0,4%	4,5%	16,6%	42,5%	36,0%	0,0%	100,0% 247
	Hoya de Bunyol	6,1%	26,1%	40,2%	19,9%	7,7%	0,0%	100,0% 261
	Costera	0,8%	15,0%	22,6%	33,8%	27,4%	0,4%	100,0% 266
	Ribera Alta	2,0%	3,5%	17,7%	37,4%	39,4%	0,0%	100,0% 254
	Ribera Baixa	0,0%	5,2%	18,3%	39,4%	37,1%	0,0%	100,0% 251
	Safor	0,8%	3,9%	22,0%	40,4%	32,9%	0,0%	100,0% 255
	Serrania	7,3%	6,6%	29,7%	25,9%	30,5%	0,0%	100,0% 259
	Rincón de Ademuz	5,6%	13,2%	25,2%	29,5%	26,5%	0,0%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	3,7%	6,6%	16,6%	31,4%	41,7%	0,0%	100,0% 271
	València	0,8%	2,3%	11,1%	45,2%	40,6%	0,0%	100,0% 261
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	0,4%	2,7%	10,0%	24,1%	62,1%	0,8%	100,0% 261
	Valle de Cofrentes-Ayora	3,5%	17,1%	29,5%	24,8%	25,2%	0,0%	100,0% 258
	Alt Maestrat	3,1%	9,8%	28,7%	38,6%	19,7%	0,0%	100,0% 254
	Alto Mijares	8,2%	20,1%	30,3%	37,7%	3,7%	0,0%	100,0% 244
	Alto Palancia	2,7%	9,9%	15,6%	21,7%	48,7%	1,5%	100,0% 263
	Baix Maestrat	18,8%	22,9%	33,8%	19,5%	4,1%	0,8%	100,0% 266
	Ports	3,6%	6,0%	24,1%	26,9%	39,4%	0,0%	100,0% 249
	Alcalatén	0,0%	15,7%	45,6%	26,4%	12,3%	0,0%	100,0% 261
	Plana Alta	1,9%	3,1%	19,5%	40,9%	34,6%	0,0%	100,0% 257
	Plana Baixa	0,8%	5,0%	11,5%	45,2%	37,5%	0,0%	100,0% 261
ALACANT	Comtat	10,6%	18,2%	33,3%	28,4%	8,7%	0,8%	100,0% 264
	Marines	19,0%	36,9%	27,4%	7,6%	7,2%	1,9%	100,0% 263
	Alacantí	0,0%	3,6%	14,1%	43,4%	39,0%	0,0%	100,0% 249
	Alcoià	1,8%	10,6%	28,6%	42,5%	16,5%	0,0%	100,0% 273
	Vega Baixa	4,1%	6,4%	20,7%	28,6%	40,2%	0,0%	100,0% 266
Vinalopó	1,1%	22,1%	47,9%	21,7%	7,1%	0,0%	100,0% 267	

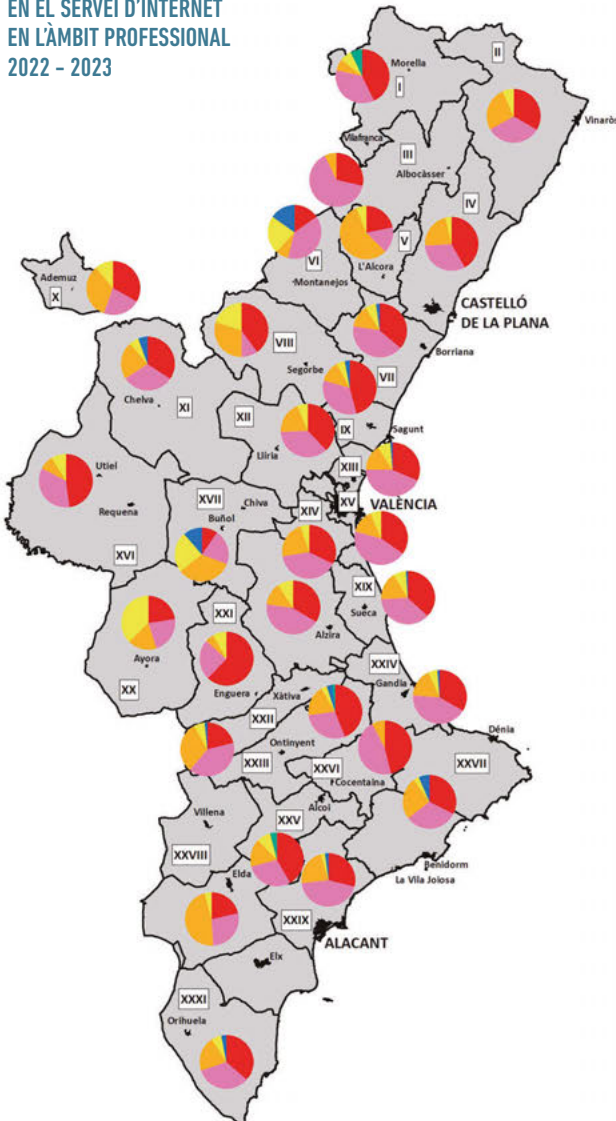
Quadre 2.6.
Nivell de satisfacció
en el servei
d'Internet

PROFSSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Deficient	Poc	Adequat	Bé	Excel·lent	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	2,9%	5,0%	12,9%	33,6%	45,7%	0,0%	100,0% 140
	Camp de Túria	0,0%	6,4%	19,3%	36,4%	37,9%	0,0%	100,0% 140
	Canal de Navarrés	0,0%	8,1%	5,4%	24,3%	62,2%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	1,4%	7,9%	15,8%	43,2%	31,7%	0,0%	100,0% 139
	Horta Sud	0,6%	5,1%	22,3%	40,1%	31,8%	0,0%	100,0% 157
	Hoya de Bunyol	11,3%	24,2%	33,9%	21,0%	9,7%	0,0%	100,0% 62
	Costera	1,6%	6,5%	30,6%	40,3%	21,0%	0,0%	100,0% 62
	Ribera Alta	0,7%	9,3%	13,6%	42,9%	33,6%	0,0%	100,0% 140
	Ribera Baixa	1,3%	7,7%	16,8%	37,4%	36,8%	0,0%	100,0% 155
	Safor	1,3%	5,3%	17,3%	42,7%	33,3%	0,0%	100,0% 150
	Serrania	5,7%	5,7%	22,9%	31,4%	34,3%	0,0%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	0,0%	11,1%	33,3%	22,2%	33,3%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	0,0%	8,7%	8,7%	34,8%	47,8%	0,0%	100,0% 23
	València	0,5%	6,4%	14,4%	44,1%	34,6%	0,0%	100,0% 188
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	3,4%	3,4%	18,6%	28,8%	44,1%	1,7%	100,0% 59
	Valle de Cofrentes-Ayora	0,0%	37,5%	17,5%	22,5%	22,5%	0,0%	100,0% 40
	Alt Maestrat	0,0%	0,0%	7,1%	64,3%	28,6%	0,0%	100,0% 14
	Alto Mijares	15,4%	23,1%	7,7%	38,5%	15,4%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	0,0%	20,0%	30,0%	10,0%	40,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	0,0%	6,7%	26,7%	33,3%	33,3%	0,0%	100,0% 15
	Ports	0,0%	7,1%	7,1%	35,7%	42,9%	7,1%	100,0% 14
	Alcalatén	0,0%	6,3%	56,3%	15,6%	21,9%	0,0%	100,0% 32
	Plana Alta	0,7%	3,6%	22,1%	32,1%	41,4%	0,0%	100,0% 140
	Plana Baixa	2,2%	6,5%	13,8%	41,3%	36,2%	0,0%	100,0% 138
ALACANT	Comtat	0,0%	0,0%	7,7%	46,2%	46,2%	0,0%	100,0% 13
	Marines	6,5%	3,2%	25,8%	32,3%	32,3%	0,0%	100,0% 31
	Alacantí	2,0%	2,7%	22,1%	44,3%	28,9%	0,0%	100,0% 149
	Alcoià	0,0%	8,3%	16,7%	29,2%	41,7%	4,2%	100,0% 24
	Vega Baixa	3,0%	6,1%	21,2%	33,3%	36,4%	0,0%	100,0% 33
Vinalopó	0,0%	4,3%	46,8%	27,7%	21,3%	0,0%	100,0% 47	

**NIVELL DE SATISFACCIÓ
EN EL SERVEI D'INTERNET
EN L'ÀMBIT PERSONAL
2022 - 2023**

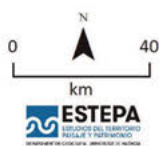


**NIVELL DE SATISFACCIÓ
EN EL SERVEI D'INTERNET
EN L'ÀMBIT PROFESSIONAL
2022 - 2023**



COMARQUES

- I. Els Ports
- II. El Baix Maestrat
- III. L'Alt Maestrat
- IV. La Plana Alta
- V. L'Alcalatén
- VI. El Alto Mijares
- VII. La Plana Baixa
- VIII. El Alto Palancia
- IX. El Camp de Morvedre
- X. El Rincón de Ademuz
- XI. Los Serranos
- XII. El Camp de Túria
- XIII. L'Horta Nord
- XIV. L'Horta Sud
- XV. València
- XVI. La Plana de Utiel-Requena
- XVII. La Hoya de Buñol
- XVIII. La Ribera Alta
- XIX. La Ribera Baixa
- XX. El Valle de Cofrentes-Ayora
- XXI. La Canal de Navarrés
- XXII. La Costera
- XXIII. La Vall d'Albaida
- XXIV. La Safor
- XXV. L'Alcoià
- XXVI. El Comtat
- XXVII. La Marina Alta
- XXVIII. La Marina Baixa
- XXIX. L'Alacantí
- XXX. L'Alt Vinalopó
- XXXI. El Vinalopó Mitjà
- XXXII. El Baix Vinalopó
- XXXIII. La Vega Baja



Mapa 2.5. Nivell de satisfacció en el servei d'Internet en l'àmbit personal i professional 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

2.1.4. LES TIC I ELS ÀMBITS D'ÚS

1. APLICACIONS PER A LA COMUNICACIÓ DIGITAL

En aquest apartat s'identifica en quins llocs del territori valencià s'usen majoritàriament les aplicacions mòbils i web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats, etc.) segons l'opinió dels mateixos usuaris. L'enquesta realitzada mostra diversos resultats d'interès.

S'analitzen diversos àmbits d'ús, tant en l'esfera d'usuari particular-personal com en l'esfera professional, i es valora la importància que la població atribueix a cada àmbit.

En aquestes aplicacions, més del 70% dels enquestats les consideren "importantes o molt importants" en l'esfera personal. Els percentatges més alts apareixen en comarques litorals o urbanes, com el Camp de Túria, la Ribera Baixa i la Plana Baixa. Únicament el 9,8% dels usuaris opina que aquestes aplicacions "no tenen importància o tenen escassa importància".

En la dimensió professional, aquestes aplicacions mòbils i els formats web representen el 75,8% de les opinions recollides amb una valoració de "importància" o "gran importància". Els valors més rellevants apareixen a l'Alcoià, la Canal de Navarrés, els Ports, València i el Camp de Morvedre [quadre 2.7].

2. ACTIVITATS GENERALS DE LA VIDA QUOTIDIANA

Les TIC en la realització d'activitats habituals adquireix protagonisme en la dimensió professional. El 78,6% dels enquestats les consideren "importantes o molt importants", mentre que únicament el 5,2% assenyala que "no són importants o tenen escassa importància". Els valors més rellevants es registren a les comarques de l'Alcoià, La Plana de Utiel-Requena, la Canal de Navarrés i la Ribera Alta.

En les activitats quotidianes de perfil personal, el 55% dels enquestats considera que són importants o molt importants. Els àmbits amb percentatges més elevats, superiors al 80% són la Plana Baixa, els Ports, l'Alacantí, València i la Plana Alta [quadre 2.8].

3. TIC I FORMACIÓ

El rol de les TIC en els processos de formació és significatiu quan es tracta d'una formació amb finalitats professionals. El 73,8% dels enquestats consideren "important o molt important" aquesta circumstància. En aquest sentit, destaquen diverses comarques, amb percentatges superiors al 80%, com el Baix Maestrat, els Ports, l'Alt Maestrat, la Plana Baixa, el Camp de Túria, les Marines, València i la Safor. Només el 2,8% dels usuaris considera que "no té gens d'importància".

En la dimensió personal-particular crida l'atenció que més d'un terç dels enquestats considera que la importància de les TIC en la seua formació és escassa o nul·la [quadre 2.9].

4. DIGITALITZACIÓ I TRÀMITS AMB ENTITATS BANCÀRIES

En referència al procés de digitalització en la realització de tràmits amb bancs en l'àmbit personal, destaca que la meitat dels usuaris la qualifica com a "important o molt important". Per a tràmits professionals, aquest percentatge puja fins al 60,5%.

Quadre 2.7
Aplicacions
mòbils/web per a la
comunicació digital
(whatsapp, SMS,
correu electrònic,
xats...)

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,0%	3,2%	11,2%	33,5%	52,2%	0,0%	251
	Camp de Túria	0,4%	1,9%	10,1%	39,9%	47,7%	0,0%	258
	Canal de Navarrés	1,9%	6,2%	12,8%	27,5%	51,6%	0,0%	258
	Horta Nord	1,2%	2,7%	13,5%	39,2%	43,5%	0,0%	260
	Horta Sud	0,0%	1,2%	18,0%	33,1%	47,8%	0,0%	245
	Hoya de Bunyol	1,1%	5,0%	32,2%	38,3%	23,4%	0,0%	261
	Costera	1,5%	13,2%	28,6%	31,6%	24,8%	0,4%	266
	Ribera Alta	0,4%	0,8%	13,3%	33,2%	52,3%	0,0%	256
	Ribera Baixa	0,4%	1,2%	10,8%	42,8%	44,8%	0,0%	250
	Safor	0,0%	1,6%	14,2%	36,4%	47,8%	0,0%	253
	Serrania	6,9%	3,5%	12,4%	27,8%	48,3%	1,2%	259
	Rincón de Ademuz	0,4%	8,5%	24,4%	29,9%	36,8%	0,0%	234
	Plana de Utiel - Requena	1,5%	4,8%	15,1%	25,5%	53,1%	0,0%	271
	València	0,0%	1,6%	12,8%	35,3%	50,4%	0,0%	258
Vall d'Albaida	0,0%	3,1%	11,9%	26,1%	58,2%	0,8%	261	
Valle de Cofrentes-Ayora	0,8%	17,1%	20,9%	32,2%	29,1%	0,0%	258	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	12,6%	12,2%	15,0%	13,4%	46,5%	0,4%	254
	Alto Mijares	3,3%	12,3%	27,5%	39,3%	17,6%	0,0%	244
	Alto Palancia	0,8%	10,3%	17,5%	27,8%	43,3%	0,4%	263
	Baix Maestrat	0,0%	11,3%	48,5%	30,8%	9,4%	0,0%	266
	Ports	0,4%	2,8%	10,4%	10,8%	75,5%	0,0%	249
	Alcalatén	0,0%	40,8%	38,8%	10,4%	10,0%	0,0%	260
	Plana Alta	0,4%	3,1%	15,0%	40,6%	40,9%	0,0%	254
	Plana Baixa	0,4%	1,2%	11,6%	41,7%	45,2%	0,0%	259
	Comtat	3,0%	17,0%	26,9%	34,1%	18,9%	0,0%	264
ALACANT	Marines	0,0%	16,0%	44,1%	25,5%	13,7%	0,8%	263
	Alacantí	0,0%	0,8%	13,4%	35,6%	50,2%	0,0%	247
	Alcoià	5,1%	8,1%	12,5%	42,9%	31,5%	0,0%	273
	Vega Baixa	4,1%	4,5%	16,2%	12,4%	62,4%	0,4%	266
	Vinalopó	0,0%	29,6%	41,9%	20,2%	8,2%	0,0%	267

PROFSSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,7%	3,6%	12,1%	27,9%	55,7%	0,0%	140
	Camp de Túria	1,4%	0,7%	15,0%	30,0%	52,9%	0,0%	140
	Canal de Navarrés	0,0%	0,0%	8,1%	29,7%	62,2%	0,0%	37
	Horta Nord	0,0%	7,1%	15,7%	31,4%	45,7%	0,0%	140
	Horta Sud	2,6%	3,2%	17,3%	36,5%	40,4%	0,0%	156
	Hoya de Bunyol	3,2%	19,4%	25,8%	32,3%	19,4%	0,0%	62
	Costera	8,1%	8,1%	19,4%	29,0%	35,5%	0,0%	62
	Ribera Alta	0,7%	3,6%	16,5%	33,8%	45,3%	0,0%	139
	Ribera Baixa	1,3%	4,5%	15,5%	34,8%	43,9%	0,0%	155
	Safor	0,0%	4,6%	16,6%	32,5%	46,4%	0,0%	151
	Serrania	2,9%	5,7%	8,6%	25,7%	57,1%	0,0%	35
	Rincón de Ademuz	0,0%	33,3%	11,1%	11,1%	44,4%	0,0%	9
	Plana de Utiel - Requena	0,0%	4,3%	26,1%	30,4%	39,1%	0,0%	23
	València	0,0%	3,7%	11,8%	37,4%	47,1%	0,0%	187
Vall d'Albaida	0,0%	11,9%	15,3%	20,3%	50,8%	1,7%	59	
Valle de Cofrentes-Ayora	10,0%	47,5%	12,5%	22,5%	7,5%	0,0%	40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	0,0%	0,0%	21,4%	35,7%	42,9%	0,0%	14
	Alto Mijares	0,0%	0,0%	38,5%	30,8%	30,8%	0,0%	13
	Alto Palancia	0,0%	0,0%	20,0%	10,0%	70,0%	0,0%	10
	Baix Maestrat	0,0%	6,7%	20,0%	26,7%	46,7%	0,0%	15
	Ports	0,0%	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%	0,0%	14
	Alcalatén	40,6%	0,0%	34,4%	6,3%	18,8%	0,0%	32
	Plana Alta	0,0%	4,3%	17,7%	34,0%	44,0%	0,0%	141
	Plana Baixa	1,4%	3,6%	15,1%	34,5%	45,3%	0,0%	139
ALACANT	Comtat	0,0%	29,6%	41,9%	20,2%	8,2%	0,0%	267
	Marines	0,0%	0,0%	22,6%	19,4%	54,8%	3,2%	31
	Alacantí	0,7%	2,7%	15,6%	35,4%	45,6%	0,0%	147
	Alcoià	0,0%	0,0%	8,3%	41,7%	50,0%	0,0%	24
	Vega Baixa	3,0%	3,0%	15,2%	36,4%	42,4%	0,0%	33
Vinalopó	21,3%	31,9%	17,0%	21,3%	8,5%	0,0%	47	

Quadre 2.8.
Activitats
de la vida
quotidiana

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,4%	5,2%	18,7%	40,1%	35,7%	0,0%	100,0% 252
	Camp de Túria	1,2%	3,1%	16,2%	40,4%	39,2%	0,0%	100,0% 260
	Canal de Navarrés	3,5%	13,6%	26,0%	25,6%	31,4%	0,0%	100,0% 258
	Horta Nord	1,2%	4,6%	22,3%	38,5%	33,5%	0,0%	100,0% 260
	Horta Sud	1,2%	2,8%	21,1%	42,1%	32,8%	0,0%	100,0% 247
	Hoya de Bunyol	29,1%	27,2%	24,9%	10,0%	5,7%	3,1%	100,0% 261
	Costera	13,9%	17,7%	20,7%	27,1%	18,4%	2,3%	100,0% 266
	Ribera Alta	0,8%	2,7%	18,8%	38,7%	39,1%	0,0%	100,0% 256
	Ribera Baixa	0,8%	2,0%	17,9%	44,6%	34,7%	0,0%	100,0% 251
	Safor	0,0%	4,3%	21,7%	41,9%	32,0%	0,0%	100,0% 253
	Serrania	12,0%	15,4%	28,2%	17,8%	25,5%	1,2%	100,0% 259
	Rincón de Ademuz	8,1%	13,7%	21,4%	29,1%	26,9%	0,9%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	4,8%	10,0%	23,6%	27,3%	33,9%	0,4%	100,0% 271
	València	0,4%	0,4%	17,0%	41,7%	40,5%	0,0%	100,0% 259
Vall d'Albaida	0,0%	6,9%	22,6%	29,5%	39,5%	1,5%	100,0% 261	
Valle de Cofrentes-Ayora	22,9%	23,6%	17,4%	18,2%	17,8%	0,0%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	12,6%	12,2%	15,0%	13,4%	46,5%	0,4%	100,0% 254
	Alto Mijares	3,3%	12,3%	27,5%	39,3%	17,6%	0,0%	100,0% 244
	Alto Palancia	0,8%	10,3%	17,5%	27,8%	43,3%	0,4%	100,0% 263
	Baix Maestrat	0,0%	11,3%	48,5%	30,8%	9,4%	0,0%	100,0% 266
	Ports	0,4%	2,8%	10,4%	10,8%	75,5%	0,0%	100,0% 249
	Alcalatén	0,0%	40,8%	38,8%	10,4%	10,0%	0,0%	100,0% 260
	Plana Alta	0,4%	3,1%	15,0%	40,6%	40,9%	0,0%	100,0% 254
	Plana Baixa	0,4%	1,2%	11,6%	41,7%	45,2%	0,0%	100,0% 259
ALACANT	Comtat	3,0%	17,0%	26,9%	34,1%	18,9%	0,0%	100,0% 264
	Marines	0,0%	16,0%	44,1%	25,5%	13,7%	0,8%	100,0% 263
	Alacantí	0,0%	0,8%	13,4%	35,6%	50,2%	0,0%	100,0% 247
	Alcoià	5,1%	8,1%	12,5%	42,9%	31,5%	0,0%	100,0% 273
	Vega Baixa	4,1%	4,5%	16,2%	12,4%	62,4%	0,4%	100,0% 266
	Vinalopó	0,0%	29,6%	41,9%	20,2%	8,2%	0,0%	100,0% 267
PROFESSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,0%	0,0%	16,4%	36,4%	47,1%	0,0%	100,0% 140
	Camp de Túria	1,4%	0,7%	12,9%	34,3%	50,7%	0,0%	100,0% 140
	Canal de Navarrés	0,0%	0,0%	10,8%	29,7%	59,5%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	0,7%	5,7%	17,1%	35,0%	41,4%	0,0%	100,0% 140
	Horta Sud	1,3%	3,8%	23,6%	37,6%	33,8%	0,0%	100,0% 157
	Hoya de Bunyol	6,5%	17,7%	30,6%	22,6%	14,5%	8,1%	100,0% 62
	Costera	3,2%	9,7%	17,7%	29,0%	38,7%	1,6%	100,0% 62
	Ribera Alta	0,0%	2,9%	9,4%	43,2%	44,6%	0,0%	100,0% 139
	Ribera Baixa	0,6%	5,1%	12,7%	43,9%	37,6%	0,0%	100,0% 157
	Safor	0,0%	3,3%	15,2%	32,5%	49,0%	0,0%	100,0% 151
	Serrania	0,0%	11,4%	17,1%	17,1%	54,3%	0,0%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	0,0%	22,2%	22,2%	33,3%	22,2%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	0,0%	0,0%	8,7%	30,4%	60,9%	0,0%	100,0% 23
	València	0,0%	3,2%	10,6%	38,3%	47,9%	0,0%	100,0% 188
Vall d'Albaida	0,0%	1,7%	10,2%	33,9%	52,5%	1,7%	100,0% 59	
Valle de Cofrentes-Ayora	2,5%	30,0%	15,0%	17,5%	35,0%	0,0%	100,0% 40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	0,0%	0,0%	21,4%	35,7%	42,9%	0,0%	100,0% 14
	Alto Mijares	0,0%	0,0%	38,5%	30,8%	30,8%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	0,0%	0,0%	20,0%	10,0%	70,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	0,0%	6,7%	20,0%	26,7%	46,7%	0,0%	100,0% 15
	Ports	0,0%	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%	0,0%	100,0% 14
	Alcalatén	40,6%	0,0%	34,4%	6,3%	18,8%	0,0%	100,0% 32
	Plana Alta	0,0%	4,3%	17,7%	34,0%	44,0%	0,0%	100,0% 141
	Plana Baixa	1,4%	3,6%	15,1%	34,5%	45,3%	0,0%	100,0% 139
ALACANT	Comtat	0,0%	0,0%	23,1%	15,4%	61,5%	0,0%	100,0% 13
	Marines	0,0%	0,0%	22,6%	19,4%	54,8%	3,2%	100,0% 31
	Alacantí	0,7%	2,7%	15,6%	35,4%	45,6%	0,0%	100,0% 147
	Alcoià	0,0%	0,0%	8,3%	41,7%	50,0%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	3,0%	3,0%	15,2%	36,4%	42,4%	0,0%	100,0% 33
	Vinalopó	21,3%	31,9%	17,0%	21,3%	8,5%	0,0%	100,0% 47

Quadre 2.9.
Formació

PERSONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	1,6%	6,0%	22,5%	31,7%	38,2%	0,0%	100,0% 249	
	Camp de Túria	3,1%	7,3%	20,0%	32,7%	36,9%	0,0%	100,0% 260	
	Canal de Navarrés	30,2%	15,5%	22,9%	16,3%	14,0%	1,2%	100,0% 258	
	Horta Nord	1,9%	7,7%	20,8%	32,0%	37,5%	0,0%	100,0% 259	
	Horta Sud	2,0%	6,5%	26,8%	32,5%	32,1%	0,0%	100,0% 246	
	Hoya de Bunyol	32,6%	26,8%	20,7%	4,6%	4,6%	10,7%	100,0% 261	
	Costera	22,6%	16,2%	25,6%	17,3%	11,3%	7,1%	100,0% 266	
	Ribera Alta	2,8%	6,3%	23,2%	29,1%	38,6%	0,0%	100,0% 254	
	Ribera Baixa	0,4%	4,8%	19,2%	36,8%	38,8%	0,0%	100,0% 250	
	Safor	0,0%	4,4%	19,4%	39,3%	36,9%	0,0%	100,0% 252	
	Serrania	38,6%	13,5%	9,7%	8,5%	13,1%	16,6%	100,0% 259	
	Rincón de Ademuz	20,5%	11,5%	20,9%	26,1%	19,7%	1,3%	100,0% 234	
	Plana de Utiel - Requena	33,9%	18,8%	9,6%	10,0%	25,8%	1,8%	100,0% 271	
	València	1,9%	5,0%	19,0%	34,1%	39,9%	0,0%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	8,0%	10,0%	16,9%	23,4%	37,5%	4,2%	100,0% 261	
	Valle de Cofrentes-Ayora	42,6%	24,8%	10,5%	8,9%	9,3%	3,9%	100,0% 258	
	Alt Maestrat	78,7%	4,3%	8,3%	3,5%	5,1%	0,0%	100,0% 254	
	Alto Mijares	37,3%	25,8%	25,0%	8,2%	3,3%	0,4%	100,0% 244	
	Alto Palancia	35,0%	23,6%	16,0%	8,0%	17,1%	0,4%	100,0% 263	
	Baix Maestrat	0,4%	20,7%	39,1%	28,6%	9,8%	1,5%	100,0% 266	
	Ports	23,3%	4,4%	10,0%	7,6%	51,4%	3,2%	100,0% 249	
	Alcalatén	66,3%	10,0%	11,5%	6,5%	5,4%	0,4%	100,0% 261	
	Plana Alta	2,4%	4,7%	21,3%	39,4%	32,3%	0,0%	100,0% 254	
	Plana Baixa	1,6%	5,0%	22,5%	36,8%	34,1%	0,0%	100,0% 258	
	ALACANT	Comtat	29,9%	34,5%	23,9%	8,7%	3,0%	0,0%	100,0% 264
		Marines	1,1%	24,7%	45,6%	17,1%	10,6%	0,8%	100,0% 263
		Alacantí	1,2%	3,6%	20,2%	36,4%	38,5%	0,0%	100,0% 247
		Alcoià	35,2%	26,0%	20,1%	12,5%	6,2%	0,0%	100,0% 273
Vega Baixa		32,0%	7,5%	18,4%	11,7%	29,7%	0,8%	100,0% 266	
Vinalopó		52,6%	15,0%	16,9%	10,2%	4,9%	0,4%	100,0% 266	

PROFSSIONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	1,4%	0,7%	18,6%	26,4%	52,9%	0,0%	100,0% 140	
	Camp de Túria	0,7%	1,4%	15,7%	32,9%	49,3%	0,0%	100,0% 140	
	Canal de Navarrés	10,8%	8,1%	27,0%	27,0%	24,3%	2,7%	100,0% 37	
	Horta Nord	1,4%	6,5%	12,9%	36,7%	42,4%	0,0%	100,0% 139	
	Horta Sud	3,2%	3,8%	15,9%	43,9%	33,1%	0,0%	100,0% 157	
	Hoya de Bunyol	19,4%	22,6%	22,6%	19,4%	9,7%	6,5%	100,0% 62	
	Costera	17,7%	6,5%	16,1%	30,6%	22,6%	6,5%	100,0% 62	
	Ribera Alta	0,0%	5,8%	15,9%	28,3%	50,0%	0,0%	100,0% 138	
	Ribera Baixa	0,6%	5,8%	14,1%	36,5%	42,9%	0,0%	100,0% 156	
	Safor	0,7%	2,6%	16,6%	33,8%	46,4%	0,0%	100,0% 151	
	Serrania	11,4%	17,1%	11,4%	8,6%	45,7%	5,7%	100,0% 35	
	Rincón de Ademuz	0,0%	33,3%	11,1%	22,2%	33,3%	0,0%	100,0% 9	
	Plana de Utiel - Requena	4,3%	13,0%	8,7%	17,4%	56,5%	0,0%	100,0% 23	
	València	0,5%	3,2%	16,0%	30,5%	49,7%	0,0%	100,0% 187	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	1,7%	3,4%	22,0%	35,6%	35,6%	1,7%	100,0% 59	
	Valle de Cofrentes-Ayora	12,5%	27,5%	10,0%	25,0%	15,0%	10,0%	100,0% 40	
	Alt Maestrat	0,0%	0,0%	14,3%	42,9%	42,9%	0,0%	100,0% 14	
	Alto Mijares	0,0%	30,8%	15,4%	38,5%	15,4%	0,0%	100,0% 13	
	Alto Palancia	10,0%	10,0%	20,0%	10,0%	50,0%	0,0%	100,0% 10	
	Baix Maestrat	6,7%	0,0%	0,0%	40,0%	53,3%	0,0%	100,0% 15	
	Ports	7,1%	0,0%	0,0%	14,3%	78,6%	0,0%	100,0% 14	
	Alcalatén	0,0%	18,8%	46,9%	21,9%	12,5%	0,0%	100,0% 32	
	Plana Alta	2,1%	2,9%	18,6%	35,7%	40,7%	0,0%	100,0% 140	
	Plana Baixa	0,0%	3,6%	12,9%	36,7%	46,8%	0,0%	100,0% 139	
	ALACANT	Comtat	0,0%	0,0%	23,1%	30,8%	46,2%	0,0%	100,0% 13
		Marines	3,2%	3,2%	9,7%	32,3%	48,4%	3,2%	100,0% 31
		Alacantí	0,0%	4,8%	17,0%	33,3%	44,9%	0,0%	100,0% 147
		Alcoià	0,0%	12,5%	25,0%	29,2%	33,3%	0,0%	100,0% 24
Vega Baixa		3,0%	0,0%	30,3%	30,3%	36,4%	0,0%	100,0% 33	
Vinalopó		6,4%	10,6%	23,4%	36,2%	21,3%	2,1%	100,0% 47	

En l'àmbit personal, les comarques que registren els valors més alts són principalment litorals i urbanes. Destaquen València, la Safor, la Ribera Baixa, la Plana Alta, el Camp de Morvedre i la Ribera Alta, on més del 75% dels usuaris qualifica les TIC en la gestió bancària com a "important o molt important". Així mateix, les comarques on una proporció rellevant dels enquestats considera que aquests tràmits no són significatius o que tenen escassa importància se situen en àmbits rurals. Destaquen les comarques d'El Alto Mijares (65,2%), el Comtat (59,8%), La Hoya de Buñol (59,0%), l'Alcalatén (58,6%), l'Alt Maestrat (56,7%) i l'Alcoià (56,4%). Així, el procés de digitalització dels serveis bancaris encara no s'ha implantat plenament en els territoris rurals de la Comunitat Valenciana.

Per a tràmits professionals, les comarques que mostren els valors més elevats en les opcions "important o molt important" són la Canal de Navarres, l'Alcalatén i els Ports. Per contra, les comarques on més d'un terç dels usuaris considera que la digitalització en les gestions bancàries és "d'escassa importància o gens" són el Baix Maestrat, La Hoya de Buñol, la Vall d'Albaida i El Rincón de Ademuz (quadre 2.10).

5. DIGITALITZACIÓ I TRÀMITS AMB L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

Les TIC per a fer gestions amb l'Administració pública han adquirit en els últims anys un cert protagonisme. No obstant això, la consulta realitzada entre els usuaris reflecteix diferències notables.

Professionalment, el 64% considera "important o molt important" l'ús de les TIC en aquesta mena de gestions. No obstant això, el 17,6% continua considerant d'escassa o nul·la importància les TIC per a la gestió amb l'Administració pública.

Els valors més alts apareixen a les comarques dels Ports, el Comtat, les Marines, la Safor, La Plana de Utiel-Requena, València i la Ribera Alta, on més del 70% de les persones enquestades indica que les TIC per a fer gestions amb l'Administració pública és "important o molt important".

En la dimensió personal, el 43% dels usuaris atorga "molta importància" o "importància" a aquesta funció, mentre que el 34% considera que no és significativa o en té poca. Així doncs, s'observa una disparitat d'opinions. Els valors més alts apareixen en comarques urbanes i litorals, com la Safor, València, el Camp de Morvedre, l'Horta Nord, la Ribera Alta, el Camp de Túria i l'Alacantí, on més del 70% dels usuaris valora aquesta funció com a important o molt important (quadre 2.11).

6. TIC I COMPRES EN LÍNIA

El mercat en línia ha anat guanyant terreny a les fórmules de distribució comercial tradicionals. La covid-19 ha accelerat aquest procés, si bé s'aprecien algunes diferències i singularitats en el territori valencià.

Les compres en línia amb perfil professional són "importants o molt importants" per al 48,2% dels enquestats. Destaquen El Alto Palancia (80%), el Comtat (61,5%) i La Vega Baja (60,6%). D'altra banda, el 30,3% dels usuaris considera que les TIC "no són importants o són d'escassa importància" per a les compres. Els percentatges més alts, superiors al 70%, apareixen a El Valle de Cofrentes-Ayora, al Vinalopó i l'Alcalatén. Per tant, el medi rural no és aliè a aquest procés de digitalització del comerç en la dimensió professional.

Quadre 2.10.
Tràmits amb bancs

PERSONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	1,2%	6,8%	15,3%	26,9%	49,8%	0,0%	249	
	Camp de Túria	1,5%	3,8%	19,6%	25,8%	49,2%	0,0%	260	
	Canal de Navarrés	12,0%	17,8%	17,4%	23,6%	29,1%	0,0%	258	
	Horta Nord	0,4%	6,2%	19,3%	26,3%	47,9%	0,0%	259	
	Horta Sud	2,0%	7,3%	18,4%	29,8%	42,4%	0,0%	245	
	Hoya de Bunyol	34,9%	24,1%	20,7%	6,5%	5,4%	8,4%	261	
	Costera	17,3%	14,3%	17,7%	19,2%	10,9%	20,7%	266	
	Ribera Alta	3,1%	5,1%	15,6%	29,3%	46,9%	0,0%	256	
	Ribera Baixa	0,4%	2,4%	19,2%	34,4%	43,6%	0,0%	250	
	Safor	0,4%	3,9%	15,4%	30,7%	49,6%	0,0%	254	
	Serrania	25,1%	11,2%	16,6%	16,2%	27,0%	3,9%	259	
	Rincón de Ademuz	9,4%	13,7%	25,6%	21,8%	26,9%	2,6%	234	
	Plana de Utiel - Requena	16,6%	15,9%	22,5%	16,2%	28,4%	0,4%	271	
	València	1,5%	3,9%	13,9%	26,6%	54,1%	0,0%	259	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	8,8%	11,5%	25,3%	29,1%	19,2%	6,1%	261	
	Valle de Cofrentes-Ayora	25,6%	23,3%	24,0%	13,2%	11,6%	2,3%	258	
	Alt Maestrat	48,0%	8,7%	10,6%	6,7%	25,6%	0,4%	254	
	Alto Mijares	37,3%	27,9%	24,6%	6,6%	3,7%	0,0%	244	
	Alto Palancia	9,1%	20,5%	27,8%	18,6%	23,6%	0,4%	263	
	Baix Maestrat	0,4%	21,8%	39,1%	26,7%	9,4%	2,6%	266	
	Ports	10,8%	8,8%	12,0%	7,6%	60,0%	0,8%	250	
	Alcalatén	38,3%	20,3%	23,8%	11,5%	5,7%	0,4%	261	
	Plana Alta	2,0%	5,5%	15,0%	35,2%	42,3%	0,0%	253	
	Plana Baixa	3,1%	3,9%	19,1%	34,2%	39,7%	0,0%	257	
	ALACANT	Comtat	26,5%	33,3%	29,2%	8,3%	2,7%	0,0%	264
		Marines	1,1%	26,2%	42,6%	15,2%	14,8%	0,0%	263
		Alacantí	1,2%	5,6%	19,0%	27,0%	47,2%	0,0%	248
		Alcoià	31,9%	24,5%	24,9%	10,6%	7,7%	0,4%	273
Vega Baixa		13,5%	7,5%	16,9%	19,2%	42,1%	0,8%	266	
Vinalopó		25,1%	22,1%	32,2%	12,0%	8,6%	0,0%	267	

PROFSSIONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	14,3%	8,6%	18,6%	25,0%	33,6%	0,0%	140	
	Camp de Túria	10,7%	11,4%	16,4%	22,1%	39,3%	0,0%	140	
	Canal de Navarrés	0,0%	10,8%	2,7%	18,9%	67,6%	0,0%	37	
	Horta Nord	10,1%	12,3%	20,3%	12,3%	44,9%	0,0%	139	
	Horta Sud	9,6%	7,7%	17,9%	34,6%	30,1%	0,0%	157	
	Hoya de Bunyol	24,2%	21,0%	19,4%	16,1%	9,7%	9,7%	62	
	Costera	16,1%	12,9%	16,1%	14,5%	21,0%	19,4%	62	
	Ribera Alta	7,2%	12,9%	20,9%	25,9%	33,1%	0,0%	138	
	Ribera Baixa	9,7%	12,9%	16,1%	28,4%	32,9%	0,0%	156	
	Safor	8,6%	7,3%	16,6%	26,5%	41,1%	0,0%	151	
	Serrania	8,6%	17,1%	28,6%	5,7%	40,0%	0,0%	35	
	Rincón de Ademuz	11,1%	22,2%	22,2%	11,1%	33,3%	0,0%	9	
	Plana de Utiel - Requena	13,0%	8,7%	8,7%	39,1%	30,4%	0,0%	23	
	València	6,9%	9,6%	17,0%	24,5%	42,0%	0,0%	187	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	25,4%	8,5%	16,9%	18,6%	28,8%	1,7%	59	
	Valle de Cofrentes-Ayora	22,5%	7,5%	32,5%	15,0%	17,5%	5,0%	40	
	Alt Maestrat	0,0%	14,3%	28,6%	14,3%	42,9%	0,0%	14	
	Alto Mijares	23,1%	0,0%	30,8%	23,1%	23,1%	0,0%	13	
	Alto Palancia	10,0%	10,0%	30,0%	10,0%	40,0%	0,0%	10	
	Baix Maestrat	26,7%	33,3%	6,7%	13,3%	13,3%	6,7%	15	
	Ports	14,3%	7,1%	0,0%	14,3%	64,3%	0,0%	14	
	Alcalatén	12,5%	3,1%	3,1%	28,1%	53,1%	0,0%	32	
	Plana Alta	12,1%	8,6%	17,9%	30,7%	30,7%	0,0%	140	
	Plana Baixa	6,5%	8,6%	21,6%	30,2%	33,1%	0,0%	139	
	ALACANT	Comtat	7,7%	0,0%	30,8%	30,8%	30,8%	0,0%	13
		Marines	3,2%	9,7%	12,9%	19,4%	51,6%	3,2%	31
		Alacantí	2,7%	8,2%	20,4%	33,3%	35,4%	0,0%	147
		Alcoià	0,0%	16,7%	16,7%	41,7%	25,0%	0,0%	24
Vega Baixa		9,1%	3,0%	21,2%	30,3%	36,4%	0,0%	33	
Vinalopó		14,9%	8,5%	8,5%	14,9%	53,2%	0,0%	47	

Quadre 2.11
Tràmits amb l'Admi-
nistració pública

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	2,8%	6,9%	14,6%	30,8%	44,9%	0,0%	100,0% 247
	Camp de Túria	3,1%	6,2%	19,0%	31,0%	40,7%	0,0%	100,0% 258
	Canal de Navarrés	15,5%	22,5%	20,5%	18,6%	22,9%	0,0%	100,0% 258
	Horta Nord	1,9%	8,1%	16,7%	27,9%	45,3%	0,0%	100,0% 243
	Horta Sud	1,6%	7,8%	28,0%	30,0%	32,5%	0,0%	100,0% 261
	Hoya de Bunyol	46,0%	24,9%	10,3%	5,7%	3,4%	9,6%	100,0% 266
	Costera	23,7%	12,4%	19,2%	18,0%	6,4%	20,3%	100,0% 256
	Ribera Alta	4,3%	5,9%	18,0%	32,4%	39,5%	0,0%	100,0% 249
	Ribera Baixa	0,8%	8,4%	21,3%	30,5%	39,0%	0,0%	100,0% 255
	Safor	0,4%	8,6%	14,9%	31,4%	44,7%	0,0%	100,0% 259
	Serrania	34,7%	19,3%	17,8%	5,4%	18,9%	3,9%	100,0% 234
	Rincón de Ademuz	13,7%	22,6%	24,4%	19,2%	17,9%	2,1%	100,0% 271
	Plana de Utiel - Requena	22,1%	15,1%	20,3%	21,0%	20,7%	0,7%	100,0% 259
	València	1,5%	4,2%	18,5%	28,2%	47,5%	0,0%	100,0% 261
Vall d'Albaida	11,1%	14,2%	28,7%	24,1%	16,5%	5,4%	100,0% 258	
Valle de Cofrentes-Ayora	39,1%	22,9%	15,1%	10,5%	10,5%	1,9%	100,0% 254	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	54,3%	11,0%	13,0%	5,9%	15,7%	0,0%	100,0% 244
	Alto Mijares	38,5%	30,7%	20,9%	6,6%	3,3%	0,0%	100,0% 263
	Alto Palancia	20,5%	17,5%	27,4%	16,3%	17,9%	0,4%	100,0% 266
	Baix Maestrat	1,1%	25,2%	38,0%	28,2%	6,8%	0,8%	100,0% 249
	Ports	14,5%	8,4%	18,5%	7,6%	49,8%	1,2%	100,0% 261
	Alcalatén	52,1%	26,1%	12,6%	5,7%	3,1%	0,4%	100,0% 252
	Plana Alta	1,6%	10,3%	19,8%	29,8%	38,5%	0,0%	100,0% 256
	Plana Baixa	4,3%	7,8%	23,4%	27,0%	37,5%	0,0%	100,0% 264
ALACANT	Comtat	26,5%	32,2%	28,4%	9,1%	3,4%	0,4%	100,0% 263
	Marines	0,4%	28,1%	43,0%	15,6%	11,0%	1,9%	100,0% 247
	Alacantí	1,2%	4,9%	23,1%	27,5%	43,3%	0,0%	100,0% 272
	Alcoià	32,4%	26,5%	25,0%	9,2%	6,6%	0,4%	100,0% 266
	Vega Baixa	15,0%	12,8%	27,8%	15,4%	28,2%	0,8%	100,0% 267
	Vinalopó	39,7%	35,2%	12,0%	7,5%	5,6%	0,0%	100,0%

PROFESSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	8,6%	7,9%	15,7%	24,3%	43,6%	0,0%	100,0% 140
	Camp de Túria	8,0%	5,8%	16,7%	27,5%	42,0%	0,0%	100,0% 138
	Canal de Navarrés	16,2%	13,5%	5,4%	16,2%	48,6%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	6,5%	9,4%	17,3%	20,9%	46,0%	0,0%	100,0% 139
	Horta Sud	6,5%	9,0%	22,6%	32,3%	29,7%	0,0%	100,0% 155
	Hoya de Bunyol	29,0%	22,6%	19,4%	9,7%	11,3%	8,1%	100,0% 62
	Costera	19,4%	4,8%	22,6%	22,6%	12,9%	17,7%	100,0% 62
	Ribera Alta	6,5%	9,4%	13,7%	24,5%	46,0%	0,0%	100,0% 139
	Ribera Baixa	9,7%	12,3%	17,5%	26,0%	34,4%	0,0%	100,0% 154
	Safor	3,3%	6,0%	15,9%	29,8%	45,0%	0,0%	100,0% 151
	Serrania	11,4%	25,7%	5,7%	17,1%	40,0%	0,0%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	0,0%	11,1%	33,3%	22,2%	33,3%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	0,0%	4,3%	21,7%	34,8%	39,1%	0,0%	100,0% 23
	València	3,7%	7,5%	15,0%	31,0%	42,8%	0,0%	100,0% 187
Vall d'Albaida	22,0%	8,5%	13,6%	22,0%	32,2%	1,7%	100,0% 59	
Valle de Cofrentes-Ayora	52,5%	2,5%	5,0%	20,0%	17,5%	2,5%	100,0% 40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	0,0%	14,3%	21,4%	21,4%	42,9%	0,0%	100,0% 14
	Alto Mijares	23,1%	23,1%	15,4%	15,4%	23,1%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	10,0%	0,0%	40,0%	20,0%	30,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	20,0%	0,0%	26,7%	13,3%	40,0%	0,0%	100,0% 15
	Ports	0,0%	7,1%	7,1%	7,1%	78,6%	0,0%	100,0% 14
	Alcalatén	25,0%	3,1%	18,8%	25,0%	28,1%	0,0%	100,0% 32
	Plana Alta	6,4%	7,1%	22,1%	27,9%	36,4%	0,0%	100,0% 140
	Plana Baixa	3,6%	7,2%	21,0%	26,1%	42,0%	0,0%	100,0% 138
ALACANT	Comtat	15,4%	0,0%	7,7%	46,2%	30,8%	0,0%	100,0% 13
	Marines	0,0%	6,7%	13,3%	23,3%	53,3%	3,3%	100,0% 30
	Alacantí	1,4%	8,2%	22,6%	28,8%	39,0%	0,0%	100,0% 146
	Alcoià	4,2%	4,2%	33,3%	33,3%	25,0%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	3,1%	12,5%	18,8%	50,0%	15,6%	0,0%	100,0% 32
	Vinalopó	21,3%	8,5%	6,4%	6,4%	57,4%	0,0%	100,0% 47

Quadre 2.12.
Compres en línia

PERSONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	3,6%	7,2%	17,6%	28,0%	43,6%	0,0%	250	
	Camp de Túria	1,9%	3,9%	18,5%	28,2%	47,5%	0,0%	259	
	Canal de Navarrés	26,0%	19,4%	12,0%	22,5%	20,2%	0,0%	258	
	Horta Nord	2,3%	8,9%	15,9%	30,2%	42,6%	0,0%	258	
	Horta Sud	2,0%	6,9%	20,0%	27,3%	43,7%	0,0%	245	
	Hoya de Bunyol	36,8%	15,3%	21,5%	11,1%	7,3%	8,0%	261	
	Costera	21,8%	13,5%	13,2%	14,7%	13,2%	23,7%	266	
	Ribera Alta	3,1%	5,5%	16,5%	29,8%	45,1%	0,0%	255	
	Ribera Baixa	0,4%	6,0%	13,9%	36,3%	43,4%	0,0%	251	
	Safor	2,8%	5,5%	18,1%	29,5%	44,1%	0,0%	254	
	Serrania	31,3%	18,1%	14,7%	13,5%	17,8%	4,6%	259	
	Rincón de Ademuz	17,1%	20,5%	25,2%	17,9%	18,8%	0,4%	234	
	Plana de Utiel - Requena	22,9%	14,8%	21,4%	18,8%	22,1%	0,0%	271	
	València	1,5%	3,1%	16,2%	29,3%	49,8%	0,0%	259	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	20,7%	14,6%	24,1%	21,1%	13,8%	5,7%	261	
	Valle de Cofrentes-Ayora	39,1%	19,4%	15,1%	16,7%	8,5%	1,2%	258	
	Alt Maestrat	62,6%	9,4%	13,8%	6,7%	7,5%	0,0%	254	
	Alto Mijares	39,3%	22,1%	22,5%	11,5%	4,5%	0,0%	244	
	Alto Palancia	32,3%	18,6%	25,5%	11,0%	12,2%	0,4%	263	
	Baix Maestrat	0,4%	32,0%	38,3%	22,9%	4,9%	1,5%	266	
	Ports	12,9%	11,2%	22,1%	15,3%	38,2%	0,4%	249	
	Alcalatén	52,5%	11,5%	17,2%	11,9%	5,4%	1,5%	261	
	Plana Alta	2,0%	7,9%	14,6%	35,4%	40,2%	0,0%	254	
	Plana Baixa	0,4%	5,4%	20,5%	34,0%	39,8%	0,0%	259	
	ALACANT	Comtat	33,3%	23,9%	31,4%	8,0%	3,4%	0,0%	264
		Marines	0,8%	27,8%	44,5%	17,1%	8,7%	1,1%	263
		Alacantí	0,4%	3,6%	19,0%	30,6%	46,4%	0,0%	248
		Alcoià	41,0%	17,6%	24,9%	11,0%	5,1%	0,4%	273
Vega Baixa		16,2%	9,0%	23,7%	19,9%	30,8%	0,4%	266	
Vinalopó	38,6%	18,4%	19,5%	11,6%	11,6%	0,4%	267		

PROFSSIONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	14,4%	14,4%	22,3%	29,5%	19,4%	0,0%	139	
	Camp de Túria	19,3%	12,9%	21,4%	18,6%	27,9%	0,0%	140	
	Canal de Navarrés	27,0%	5,4%	13,5%	16,2%	37,8%	0,0%	37	
	Horta Nord	17,1%	12,1%	19,3%	20,0%	31,4%	0,0%	140	
	Horta Sud	10,8%	15,9%	19,7%	31,8%	21,7%	0,0%	157	
	Hoya de Bunyol	41,9%	11,3%	21,0%	9,7%	3,2%	12,9%	62	
	Costera	12,9%	9,7%	17,7%	16,1%	25,8%	17,7%	62	
	Ribera Alta	11,5%	13,7%	22,3%	25,9%	26,6%	0,0%	139	
	Ribera Baixa	15,5%	14,8%	18,1%	20,0%	31,6%	0,0%	155	
	Safor	14,0%	11,3%	24,0%	24,0%	26,7%	0,0%	150	
	Serrania	28,6%	25,7%	11,4%	8,6%	25,7%	0,0%	35	
	Rincón de Ademuz	22,2%	33,3%	0,0%	22,2%	22,2%	0,0%	9	
	Plana de Utiel - Requena	21,7%	17,4%	21,7%	13,0%	26,1%	0,0%	23	
	València	10,1%	10,1%	26,6%	19,1%	34,0%	0,0%	188	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	10,2%	10,2%	22,0%	28,8%	27,1%	1,7%	59	
	Valle de Cofrentes-Ayora	67,5%	7,5%	2,5%	10,0%	10,0%	2,5%	40	
	Alt Maestrat	21,4%	14,3%	21,4%	7,1%	35,7%	0,0%	14	
	Alto Mijares	15,4%	15,4%	30,8%	38,5%	0,0%	0,0%	13	
	Alto Palancia	0,0%	10,0%	10,0%	10,0%	70,0%	0,0%	10	
	Baix Maestrat	33,3%	20,0%	6,7%	20,0%	13,3%	6,7%	15	
	Ports	35,7%	14,3%	0,0%	14,3%	35,7%	0,0%	14	
	Alcalatén	65,6%	6,3%	6,3%	3,1%	18,8%	0,0%	32	
	Plana Alta	14,2%	17,0%	23,4%	22,0%	23,4%	0,0%	141	
	Plana Baixa	15,1%	12,9%	18,7%	23,7%	29,5%	0,0%	139	
	ALACANT	Comtat	7,7%	0,0%	30,8%	15,4%	46,2%	0,0%	13
		Marines	0,0%	12,9%	19,4%	19,4%	38,7%	9,7%	31
		Alacantí	8,2%	9,5%	25,2%	27,9%	29,3%	0,0%	147
		Alcoià	8,3%	25,0%	25,0%	29,2%	12,5%	0,0%	24
Vega Baixa		6,1%	12,1%	21,2%	27,3%	33,3%	0,0%	33	
Vinalopó	68,1%	4,3%	6,4%	2,1%	19,1%	0,0%	47		

En l'àmbit personal, al voltant d'un terç dels consultats creuen que les TIC per al comerç en línia no són importants o tenen escassa rellevància; mentre que el 45,1% les considera "importantes o molt importants". En aquest sentit, són rellevants comarques litorals i urbanes, amb valors superiors al 75%, com la Ribera Baixa, València, l'Alacantí, el Camp de Túria i la Plana Alta. Així mateix, les comarques que tenen més percentatge d'usuaris que consideren les TIC "gens o escassament importants" per al comerç en línia se situen en àmbits rurals com l'Alt Maestrat (72%), l'Alcalatén (64%), El Alto Mijares (61,5%), l'Alcoià (58,6%) i El Valle de Cofrentes-Ayora (58,5%) [quadre 2.12].

7. CERCA D'INFORMACIÓ MITJANÇANT LES TIC

Les TIC són cada vegada més plataformes d'accés a informació, temes d'interès, etc. Per al 65% dels enquestats constitueixen un mitjà "important o molt important" per a accedir a informació, a títol personal-particular. Destaquen principalment comarques litorals i urbanes, com la Ribera Baixa, el Camp de Túria, el Camp de Morvedre, la Ribera Alta, València, la Safor, l'Horta Nord, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí, amb percentatges superiors al 83%. D'altra banda, els àmbits rurals registren, en general, una proporció més alta d'usuaris que indiquen les opcions de "gens o poc important". Així, són rellevants comarques com l'Alt Maestrat (61,4%), l'Alcalatén (43,7%), El Alto Mijares (33,6%) La Serranía (31,7%) i el Comtat (31,1%).

Les TIC adquireixen un protagonisme més destacat quan s'empren per a buscar informació amb finalitats professionals, ja que el 81,5% dels consultats consideren que són "importantes o molt importants". De fet, totes les comarques tenen percentatges significatius, superiors al 64%. Sobreïxen els Ports, on el conjunt d'usuaris ha marcat aquestes opcions, seguida del Vinalopó (93,6%), el Camp de Túria (90,7%) i l'Alcalatén (90,6%) [quadre 2.13].

8. CONSULTA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ I TIC

Els mitjans de comunicació digitals s'han anat configurant en plataformes de notícies, com és el cas de la premsa en línia, amb lectors creixents en nombre.

En el territori valencià, al voltant del 45% de la població enquestada considera important o molt important les TIC per a informar-se sobre notícies diàries (31%), i únicament el 13,8% no els atorga gens d'importància. Sobreïxen, en general, comarques situades en el sistema urbà valencià, com València, la Ribera Baixa i la Plana Baixa, on més del 70% dels usuaris considera que els mitjans de comunicació en línia són rellevants o molt rellevants.

En termes de comunicació professional, més de la meitat dels usuaris (52,9%) considera que les TIC són importants o molt importants, i únicament el 12,2% creu que no tenen gens d'importància. Les comarques amb percentatges més elevats en les opcions "important" i "molt important" són La Pla de Utiel-Requena, l'Alacantí (65,5%), València (65,4%), la Safor (62,9%), el Comtat (61,5%) i El Alto Palancia (60%) [quadre 2.14].

9. ENTRETENIMENT I OCI

Les TIC són motiu d'entreteniment i oci entre la població, amb uns valors significatius. Així, més de la meitat de la població enquestada considera que les TIC són "importantes o molt importants" per a aquests fins en l'àmbit personal. Les xifres més rellevants apareixen en comarques del sistema urbà, com València, la Ribera Baixa, la Plana Alta i l'Alacantí, amb percentatges superiors al 75%.

Quadre 2.13.
Cerca d'informació

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,4%	3,2%	8,8%	28,0%	59,6%	0,0%	250
	Camp de Túria	0,4%	1,9%	7,7%	30,8%	59,2%	0,0%	260
	Canal de Navarrés	8,1%	15,5%	15,1%	18,2%	43,0%	0,0%	258
	Horta Nord	0,4%	1,5%	13,1%	30,0%	55,0%	0,0%	260
	Horta Sud	0,0%	4,1%	15,5%	25,7%	54,7%	0,0%	245
	Hoya de Bunyol	3,4%	5,4%	19,2%	26,1%	39,8%	6,1%	261
	Costera	5,6%	6,8%	19,2%	23,3%	33,1%	12,0%	266
	Ribera Alta	0,8%	2,0%	10,9%	27,0%	59,4%	0,0%	256
	Ribera Baixa	0,0%	0,8%	8,8%	37,1%	53,4%	0,0%	251
	Safor	0,0%	0,8%	13,8%	29,9%	55,5%	0,0%	254
	Serrania	22,8%	8,9%	13,5%	19,7%	31,7%	3,5%	259
	Rincón de Ademuz	7,3%	11,1%	21,8%	28,2%	31,6%	0,0%	234
	Plana de Utiel - Requena	8,9%	11,8%	13,7%	25,5%	40,2%	0,0%	271
	València	0,0%	2,3%	12,0%	28,6%	57,1%	0,0%	259
Vall d'Albaida	5,4%	5,4%	26,8%	27,2%	31,8%	3,4%	261	
Valle de Cofrentes-Ayora	9,3%	12,4%	18,2%	22,5%	37,6%	0,0%	258	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	55,1%	6,3%	8,7%	8,7%	21,3%	0,0%	254
	Alto Mijares	11,9%	21,7%	31,6%	23,0%	11,9%	0,0%	244
	Alto Palancia	7,2%	12,2%	21,3%	26,2%	32,7%	0,4%	263
	Baix Maestrat	0,8%	27,4%	41,4%	22,2%	7,5%	0,8%	266
	Ports	6,4%	6,4%	8,4%	10,4%	67,9%	0,4%	249
	Alcalatén	23,0%	20,7%	10,3%	19,9%	24,5%	1,5%	261
	Plana Alta	0,4%	4,0%	10,3%	30,8%	54,5%	0,0%	253
	Plana Baixa	0,0%	3,1%	14,0%	30,2%	52,7%	0,0%	258
ALACANT	Comtat	6,4%	24,6%	30,3%	22,3%	16,3%	0,0%	264
	Marines	0,8%	27,4%	38,0%	20,9%	12,2%	0,8%	263
	Alacantí	0,0%	2,8%	13,3%	30,6%	53,2%	0,0%	248
	Alcoià	8,1%	11,7%	22,3%	28,2%	29,3%	0,4%	273
	Vega Baixa	10,9%	4,5%	16,9%	19,9%	47,0%	0,8%	266
	Vinalopó	11,6%	15,7%	13,9%	17,6%	41,2%	0,0%	267
PROFSSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,7%	0,7%	17,1%	60,0%	19,4%	0,0%	140
	Camp de Túria	1,4%	0,0%	7,9%	58,6%	27,9%	0,0%	140
	Canal de Navarrés	0,0%	13,5%	16,2%	48,6%	37,8%	0,0%	37
	Horta Nord	0,7%	2,9%	12,2%	58,3%	31,4%	0,0%	139
	Horta Sud	0,6%	7,0%	16,6%	47,8%	21,7%	0,0%	157
	Hoya de Bunyol	1,6%	3,2%	16,1%	46,8%	3,2%	9,7%	62
	Costera	3,2%	3,2%	17,7%	41,9%	25,8%	11,3%	62
	Ribera Alta	0,0%	1,4%	12,9%	53,2%	26,6%	0,0%	139
	Ribera Baixa	1,3%	3,2%	13,5%	51,3%	31,6%	0,0%	156
	Safor	2,0%	2,6%	13,2%	51,7%	26,7%	0,0%	151
	Serrania	2,9%	11,4%	11,4%	45,7%	25,7%	0,0%	35
	Rincón de Ademuz	0,0%	11,1%	11,1%	44,4%	22,2%	0,0%	9
	Plana de Utiel - Requena	0,0%	0,0%	17,4%	65,2%	26,1%	0,0%	23
	València	0,0%	2,7%	13,4%	59,4%	34,0%	0,0%	187
Vall d'Albaida	1,7%	3,4%	18,6%	45,8%	27,1%	1,7%	59	
Valle de Cofrentes-Ayora	0,0%	5,0%	7,5%	55,0%	10,0%	0,0%	40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	0,0%	0,0%	21,4%	57,1%	35,7%	0,0%	14
	Alto Mijares	0,0%	7,7%	15,4%	46,2%	0,0%	0,0%	13
	Alto Palancia	10,0%	0,0%	20,0%	50,0%	70,0%	0,0%	10
	Baix Maestrat	0,0%	6,7%	6,7%	66,7%	13,3%	0,0%	15
	Ports	0,0%	0,0%	0,0%	85,7%	35,7%	0,0%	14
	Alcalatén	0,0%	0,0%	9,4%	84,4%	18,8%	0,0%	32
	Plana Alta	2,9%	6,4%	10,0%	50,0%	23,4%	0,0%	140
	Plana Baixa	2,2%	2,2%	12,9%	59,7%	29,5%	0,0%	139
ALACANT	Comtat	0,0%	7,7%	15,4%	38,5%	46,2%	0,0%	13
	Marines	0,0%	0,0%	9,7%	54,8%	38,7%	3,2%	31
	Alacantí	0,0%	4,7%	18,2%	48,0%	29,3%	0,0%	148
	Alcoià	4,2%	0,0%	8,3%	70,8%	12,5%	0,0%	24
	Vega Baixa	0,0%	6,1%	12,1%	57,6%	33,3%	0,0%	33
	Vinalopó	0,0%	2,1%	4,3%	87,2%	19,1%	0,0%	47

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	2,4%	10,8%	24,5%	30,5%	31,7%	0,0%	100,0% 249
	Camp de Túria	3,9%	9,7%	21,6%	35,5%	29,3%	0,0%	100,0% 259
	Canal de Navarrés	12,4%	22,9%	17,8%	24,0%	22,9%	0,0%	100,0% 258
	Horta Nord	3,1%	8,5%	23,3%	34,9%	30,2%	0,0%	100,0% 258
	Horta Sud	3,3%	10,3%	24,3%	33,7%	28,4%	0,0%	100,0% 243
	Hoya de Bunyol	16,5%	36,0%	25,7%	10,3%	5,0%	6,5%	100,0% 261
	Costera	15,0%	18,4%	22,9%	21,1%	8,6%	13,9%	100,0% 266
	Ribera Alta	2,4%	7,1%	22,8%	37,4%	30,3%	0,0%	100,0% 254
	Ribera Baixa	1,2%	6,4%	21,2%	39,2%	32,0%	0,0%	100,0% 250
	Safor	2,8%	6,7%	24,8%	35,4%	30,3%	0,0%	100,0% 254
	Serrania	29,0%	13,9%	17,4%	15,1%	21,2%	3,5%	100,0% 259
	Rincón de Ademuz	10,7%	13,7%	26,5%	25,2%	23,1%	0,9%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	18,1%	18,1%	24,7%	17,3%	21,8%	0,0%	100,0% 271
	València	1,2%	2,7%	19,0%	32,6%	44,6%	0,0%	100,0% 258
Vall d'Albaida	6,1%	16,1%	29,1%	24,5%	19,9%	4,2%	100,0% 261	
Valle de Cofrentes-Ayora	31,0%	26,7%	19,0%	14,7%	8,5%	0,0%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	64,6%	6,7%	9,4%	8,3%	10,6%	0,4%	100,0% 254
	Alto Mijares	24,6%	25,0%	32,4%	13,1%	4,9%	0,0%	100,0% 244
	Alto Palancia	11,0%	14,1%	20,9%	27,8%	25,9%	0,4%	100,0% 263
	Baix Maestrat	1,1%	22,6%	42,5%	24,1%	8,3%	1,5%	100,0% 266
	Ports	10,4%	4,4%	20,9%	21,7%	42,2%	0,4%	100,0% 249
	Alcalatén	53,3%	23,8%	14,6%	5,4%	1,5%	1,5%	100,0% 261
	Plana Alta	4,8%	8,4%	19,1%	39,0%	28,7%	0,0%	100,0% 251
	Plana Baixa	1,9%	6,6%	20,9%	40,7%	29,8%	0,0%	100,0% 258
ALACANT	Comtat	14,8%	31,8%	33,7%	14,8%	4,5%	0,4%	100,0% 264
	Marines	0,8%	29,3%	40,3%	21,3%	7,2%	1,1%	100,0% 263
	Alacantí	0,8%	7,7%	24,2%	27,8%	39,5%	0,0%	100,0% 248
	Alcoià	21,6%	23,4%	30,8%	19,4%	4,4%	0,4%	100,0% 273
	Vega Baixa	12,4%	11,3%	22,9%	21,1%	31,6%	0,8%	100,0% 266
	Vinalopó	30,5%	38,7%	22,2%	5,3%	3,4%	0,0%	100,0% 266

Quadre 2.14.
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics

PROFESSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	5,0%	12,9%	22,9%	25,7%	33,6%	0,0%	100,0% 140
	Camp de Túria	10,7%	13,6%	17,9%	29,3%	28,6%	0,0%	100,0% 140
	Canal de Navarrés	16,2%	27,0%	24,3%	18,9%	13,5%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	6,4%	15,7%	18,6%	27,9%	31,4%	0,0%	100,0% 140
	Horta Sud	7,8%	11,7%	26,0%	33,1%	21,4%	0,0%	100,0% 154
	Hoya de Bunyol	38,7%	17,7%	21,0%	4,8%	4,8%	12,9%	100,0% 62
	Costera	30,6%	8,1%	14,5%	16,1%	14,5%	16,1%	100,0% 62
	Ribera Alta	7,3%	16,8%	22,6%	33,6%	19,7%	0,0%	100,0% 137
	Ribera Baixa	10,9%	13,5%	20,5%	26,3%	28,8%	0,0%	100,0% 156
	Safor	9,9%	7,3%	19,9%	35,8%	27,2%	0,0%	100,0% 151
	Serrania	11,4%	28,6%	20,0%	22,9%	17,1%	0,0%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	22,2%	11,1%	22,2%	33,3%	11,1%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	4,3%	21,7%	4,3%	21,7%	47,8%	0,0%	100,0% 23
	València	3,7%	7,4%	23,4%	30,9%	34,6%	0,0%	100,0% 188
Vall d'Albaida	15,3%	16,9%	18,6%	30,5%	15,3%	3,4%	100,0% 59	
Valle de Cofrentes-Ayora	67,5%	17,5%	7,5%	5,0%	2,5%	0,0%	100,0% 40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	14,3%	28,6%	0,0%	28,6%	28,6%	0,0%	100,0% 14
	Alto Mijares	7,7%	23,1%	23,1%	15,4%	30,8%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	10,0%	20,0%	10,0%	20,0%	40,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	13,3%	20,0%	33,3%	13,3%	13,3%	6,7%	100,0% 15
	Ports	13,3%	20,0%	33,3%	13,3%	13,3%	6,7%	100,0% 15
	Alcalatén	71,9%	6,3%	9,4%	12,5%	0,0%	0,0%	100,0% 32
	Plana Alta	7,2%	15,9%	21,7%	33,3%	21,7%	0,0%	100,0% 138
	Plana Baixa	5,8%	8,0%	27,5%	32,6%	26,1%	0,0%	100,0% 138
ALACANT	Comtat	7,7%	15,4%	15,4%	38,5%	23,1%	0,0%	100,0% 13
	Marines	3,2%	9,7%	25,8%	32,3%	25,8%	3,2%	100,0% 31
	Alacantí	2,7%	7,4%	24,3%	36,5%	29,1%	0,0%	100,0% 148
	Alcoià	0,0%	20,8%	25,0%	37,5%	16,7%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	3,0%	21,2%	24,2%	21,2%	30,3%	0,0%	100,0% 33
	Vinalopó	63,8%	10,6%	14,9%	4,3%	6,4%	0,0%	100,0% 47

Quadre 2.15.
Entretenment i oci

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	2,4%	5,6%	19,2%	33,2%	39,6%	0,0%	250
	Camp de Túria	2,3%	6,9%	21,5%	33,5%	35,8%	0,0%	260
	Canal de Navarrés	19,0%	17,8%	16,7%	24,0%	21,3%	1,2%	258
	Horta Nord	0,8%	6,6%	24,3%	32,4%	35,9%	0,0%	259
	Horta Sud	2,4%	4,9%	21,6%	29,4%	41,6%	0,0%	245
	Hoya de Bunyol	32,2%	19,5%	15,7%	13,0%	13,4%	6,1%	261
	Costera	18,8%	16,5%	16,9%	23,3%	12,0%	12,4%	266
	Ribera Alta	2,7%	7,4%	18,4%	33,2%	38,3%	0,0%	256
	Ribera Baixa	1,2%	5,5%	15,4%	36,8%	41,1%	0,0%	253
	Safor	0,4%	3,5%	24,3%	34,9%	36,9%	0,0%	255
	Serrania	7,7%	10,8%	23,6%	19,3%	37,1%	1,5%	259
	Rincón de Ademuz	5,1%	17,1%	27,4%	24,4%	26,1%	0,0%	234
	Plana de Utiel - Requena	9,6%	9,2%	15,1%	31,4%	34,7%	0,0%	271
	València	0,4%	2,7%	15,9%	35,7%	45,3%	0,0%	258
	Vall d'Albaida	13,4%	14,2%	22,6%	24,5%	19,9%	5,4%	261
CASTELLÓ	Valle de Cofrentes-Ayora	23,3%	15,9%	19,0%	23,3%	18,2%	0,4%	258
	Alt Maestrat	28,3%	5,5%	30,3%	16,9%	18,9%	0,0%	254
	Alto Mijares	9,0%	12,7%	26,6%	38,5%	13,1%	0,0%	244
	Alto Palancia	13,7%	22,4%	22,1%	17,9%	23,6%	0,4%	263
	Baix Maestrat	1,1%	19,2%	47,4%	22,6%	7,5%	2,3%	266
	Ports	8,8%	9,2%	14,9%	18,9%	46,6%	1,6%	249
	Alcalatén	49,0%	15,3%	21,5%	10,0%	2,3%	1,9%	261
	Plana Alta	2,0%	8,7%	13,9%	32,9%	42,5%	0,0%	252
	Plana Baixa	2,3%	5,0%	18,9%	36,7%	37,1%	0,0%	259
	ALACANT	Comtat	2,3%	18,6%	28,8%	33,0%	16,7%	0,8%
Marines		0,4%	24,3%	44,1%	20,2%	10,3%	0,8%	263
Alacantí		0,0%	4,4%	20,2%	32,3%	43,1%	0,0%	248
Alcoià		5,9%	6,2%	31,5%	44,7%	11,4%	0,4%	273
Vega Baixa		9,4%	7,5%	30,8%	16,5%	34,6%	1,1%	266
Vinalopó	40,8%	17,6%	17,2%	19,5%	4,9%	0,0%	267	
PROFESSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	24,3%	14,3%	22,1%	20,7%	18,6%	0,0%	140
	Camp de Túria	26,4%	20,7%	15,0%	17,1%	20,7%	0,0%	140
	Canal de Navarrés	48,6%	16,2%	10,8%	13,5%	5,4%	5,4%	37
	Horta Nord	22,1%	20,0%	17,9%	17,1%	22,9%	0,0%	140
	Horta Sud	17,9%	12,8%	25,0%	26,9%	17,3%	0,0%	156
	Hoya de Bunyol	58,1%	16,1%	9,7%	4,8%	0,0%	11,3%	62
	Costera	45,2%	11,3%	12,9%	14,5%	4,8%	11,3%	62
	Ribera Alta	20,1%	18,0%	19,4%	23,7%	18,7%	0,0%	139
	Ribera Baixa	22,4%	20,5%	17,9%	17,3%	21,8%	0,0%	156
	Safor	19,2%	13,9%	17,9%	23,2%	25,8%	0,0%	151
	Serrania	42,9%	28,6%	20,0%	0,0%	8,6%	0,0%	35
	Rincón de Ademuz	11,1%	22,2%	22,2%	11,1%	33,3%	0,0%	9
	Plana de Utiel - Requena	26,1%	30,4%	17,4%	13,0%	13,0%	0,0%	23
	València	17,6%	17,1%	25,1%	18,2%	21,9%	0,0%	187
	CASTELLÓ	Vall d'Albaida	32,2%	16,9%	16,9%	13,6%	13,6%	6,8%
Valle de Cofrentes-Ayora		72,5%	10,0%	5,0%	10,0%	0,0%	2,5%	40
Alt Maestrat		21,4%	21,4%	28,6%	7,1%	21,4%	0,0%	14
Alto Mijares		7,7%	38,5%	23,1%	23,1%	7,7%	0,0%	13
Alto Palancia		20,0%	0,0%	40,0%	10,0%	30,0%	0,0%	10
Baix Maestrat		20,0%	33,3%	20,0%	0,0%	20,0%	6,7%	15
Ports		57,1%	7,1%	0,0%	7,1%	28,6%	0,0%	14
Alcalatén		84,4%	9,4%	3,1%	3,1%	0,0%	0,0%	32
Plana Alta		17,9%	21,4%	17,1%	27,1%	16,4%	0,0%	140
Plana Baixa		18,0%	15,8%	26,6%	20,9%	18,7%	0,0%	139
ALACANT	Comtat	15,4%	23,1%	23,1%	7,7%	30,8%	0,0%	13
	Marines	16,1%	12,9%	16,1%	25,8%	22,6%	6,5%	31
	Alacantí	9,4%	14,8%	26,2%	26,8%	22,8%	0,0%	149
	Alcoià	12,5%	16,7%	33,3%	16,7%	20,8%	0,0%	24
	Vega Baixa	15,2%	30,3%	21,2%	9,1%	24,2%	0,0%	33
Vinalopó	68,1%	12,8%	4,3%	6,4%	8,5%	0,0%	47	

En l'àmbit professional, l'ús de les TIC per a entreteniment o oci en la jornada laboral mostra percentatges més baixos, ja que la proporció d'usuaris que les considera "importants o molt importants" se situa en el 36,8%, mentre que una quarta part no els atorga gens d'importància [quadre 2.15].

10. TIC I XARXES SOCIALS

La presència i la visibilitat en plataformes i mitjans digitals, com també en xarxes socials, en l'àmbit personal, mostra una distribució bastant equilibrada en les diverses opcions disponibles. Així, el 36% dels enquestats opinen que no té gens d'importància o que en té poca, el 22,4% opina que té una importància mitjana, i per al restant 39,3% té una importància destacada. Els percentatges més elevats apareixen en àmbits urbans i litorals. Així, sobreixen València, l'Alacantí, la Ribera Baixa i l'Horta Sud, on més del 60% dels enquestats considera "importants o molt importants" les TIC en plataformes i mitjans digitals.

En l'esfera professional destaquen els enquestats que consideren les TIC "importants o molt importants" en aquest àmbit. Les comarques amb percentatges més destacats són les Marines, l'Horta Nord i El Alto Palancia, superiors al 60% [quadre 2.16].

11. MOBILITAT RURAL I TIC

Les aplicacions TIC per a facilitar la mobilitat i el transport no són molt rellevants en el territori valencià en comparació amb altres variables. Des de la perspectiva personal, el 64% dels enquestats considera que aquestes aplicacions "no són importants" o "tenen escassa o mitja importància". Destaquen de nou les comarques urbanes, on els enquestats assenyalen en més grau les opcions "importants o molt importants", com València, la Ribera Baixa i l'Alacantí, amb percentatges superiors al 60%.

En l'àmbit professional, el 55% dels usuaris assenyalen que les TIC no són importants o "tenen escassa o mitja importància" per a facilitar la mobilitat i transport, mentre que els altres enquestats les considera "importants o molt importants". Les comarques que els assignen més importància se situen tant en l'àmbit rural com urbà. Així, més del 53% dels usuaris del Comtat, El Alto Palancia, l'Alacantí i l'Horta Sud indiquen les opcions "importants o molt importants" [quadre 2.17].

12. TIC I SERVEIS DE CERCA DE FAENA

Les TIC a l'hora de buscar faena mitjançant plataformes digitals, com Labora i Infojobs, no es consideren, en general i segons les enquestes, eines útils en l'àmbit personal. Així, el 47,4% dels usuaris les considera "gens o poc importants". Aquestes opcions apareixen en grau més alt en comarques del sistema rural valencià, com ara l'Alt Maestrat, l'Alcoià, El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Mijares i el Comtat, amb proporcions superiors al 75%.

En la dimensió professional, les TIC en la cerca de faena adquireixen més rellevància. Així, el 47,5% dels usuaris indiquen que són "importants o molt importants". Les comarques amb percentatges més alts són El Alto Palancia, l'Horta Nord, l'Alacantí, València, els Ports i El Rincón de Ademuz, amb xifres superiors al 55% [quadre 2.18].

Quadre 2.16.
Presència i
visibilitat en
plataformes,
mitjans digitals i
xarxes socials

		PERSONAL							
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	7,6%	13,3%	26,1%	25,3%	27,7%	0,0%	100,0% 249	
	Camp de Túria	8,9%	10,9%	23,3%	32,6%	24,4%	0,0%	100,0% 258	
	Canal de Navarrés	26,4%	20,9%	12,0%	19,4%	20,9%	0,4%	100,0% 258	
	Horta Nord	8,8%	10,8%	27,7%	26,2%	26,5%	0,0%	100,0% 260	
	Horta Sud	6,9%	6,9%	24,5%	32,7%	29,0%	0,0%	100,0% 245	
	Hoya de Bunyol	47,5%	14,6%	14,6%	10,0%	5,4%	8,0%	100,0% 261	
	Costera	28,9%	11,3%	16,5%	12,4%	8,6%	22,2%	100,0% 266	
	Ribera Alta	5,1%	13,7%	24,6%	31,6%	25,0%	0,0%	100,0% 256	
	Ribera Baixa	4,4%	9,2%	23,2%	32,4%	30,8%	0,0%	100,0% 250	
	Safor	5,1%	10,3%	24,9%	36,8%	22,9%	0,0%	100,0% 253	
	Serrania	38,6%	18,5%	13,5%	7,3%	15,1%	6,9%	100,0% 259	
	Rincón de Ademuz	17,1%	21,4%	25,6%	17,5%	16,7%	1,7%	100,0% 234	
	Plana de Utiel - Requena	22,9%	11,4%	18,1%	17,7%	29,9%	0,0%	100,0% 271	
	València	1,2%	9,7%	22,5%	31,0%	35,7%	0,0%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	19,5%	15,7%	17,2%	17,2%	13,0%	17,2%	100,0% 261	
	Valle de Cofrentes-Ayora	36,0%	16,7%	15,5%	13,6%	15,9%	2,3%	100,0% 258	
	Alt Maestrat	72,8%	8,7%	11,4%	4,7%	2,0%	0,4%	100,0% 254	
	Alto Mijares	25,0%	20,1%	29,5%	14,8%	10,7%	0,0%	100,0% 244	
	Alto Palancia	26,6%	20,5%	21,7%	12,9%	17,9%	0,4%	100,0% 263	
	Baix Maestrat	2,3%	36,5%	35,0%	18,8%	5,6%	1,9%	100,0% 266	
	Ports	18,5%	10,4%	20,9%	11,2%	38,2%	0,8%	100,0% 249	
	Alcalatén	55,2%	16,1%	16,1%	5,4%	3,1%	4,2%	100,0% 261	
	Plana Alta	5,6%	11,9%	24,6%	34,5%	23,4%	0,0%	100,0% 252	
	Plana Baixa	5,8%	8,1%	28,6%	30,1%	27,4%	0,0%	100,0% 259	
	ALACANT	Comtat	20,8%	23,9%	24,2%	18,9%	12,1%	0,0%	100,0% 264
		Marines	1,1%	35,4%	40,3%	17,5%	5,7%	0,0%	100,0% 263
		Alacantí	3,6%	7,6%	22,9%	29,7%	36,1%	0,0%	100,0% 249
		Alcoià	24,5%	18,3%	17,2%	22,7%	16,8%	0,4%	100,0% 273
Vega Baixa		21,1%	15,4%	26,3%	12,8%	23,3%	1,1%	100,0% 266	
Vinalopó		40,2%	18,4%	22,9%	13,9%	4,5%	0,0%	100,0% 266	
		PROFSSIONAL							
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	12,9%	14,3%	22,9%	22,9%	27,1%	0,0%	100,0% 140	
	Camp de Túria	18,1%	15,2%	18,8%	26,1%	21,7%	0,0%	100,0% 138	
	Canal de Navarrés	24,3%	24,3%	10,8%	18,9%	21,6%	0,0%	100,0% 37	
	Horta Nord	14,4%	11,5%	13,7%	28,8%	31,7%	0,0%	100,0% 139	
	Horta Sud	11,5%	9,6%	26,3%	29,5%	23,1%	0,0%	100,0% 156	
	Hoya de Bunyol	46,8%	8,1%	17,7%	8,1%	4,8%	14,5%	100,0% 62	
	Costera	21,0%	12,9%	17,7%	16,1%	14,5%	17,7%	100,0% 62	
	Ribera Alta	14,3%	17,1%	17,9%	25,7%	25,0%	0,0%	100,0% 140	
	Ribera Baixa	13,5%	9,7%	25,8%	25,2%	25,8%	0,0%	100,0% 155	
	Safor	10,6%	11,9%	19,2%	33,8%	24,5%	0,0%	100,0% 151	
	Serrania	14,3%	28,6%	8,6%	14,3%	31,4%	2,9%	100,0% 35	
	Rincón de Ademuz	11,1%	11,1%	44,4%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0% 9	
	Plana de Utiel - Requena	17,4%	8,7%	26,1%	17,4%	30,4%	0,0%	100,0% 23	
	València	6,9%	14,4%	21,8%	26,1%	30,9%	0,0%	100,0% 188	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	8,5%	10,2%	23,7%	16,9%	30,5%	10,2%	100,0% 59	
	Valle de Cofrentes-Ayora	40,0%	17,5%	7,5%	12,5%	15,0%	7,5%	100,0% 40	
	Alt Maestrat	14,3%	28,6%	14,3%	28,6%	14,3%	0,0%	100,0% 14	
	Alto Mijares	7,7%	15,4%	23,1%	23,1%	30,8%	0,0%	100,0% 13	
	Alto Palancia	10,0%	10,0%	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%	100,0% 10	
	Baix Maestrat	20,0%	46,7%	0,0%	6,7%	13,3%	13,3%	100,0% 15	
	Ports	35,7%	14,3%	0,0%	21,4%	28,6%	0,0%	100,0% 14	
	Alcalatén	9,4%	34,4%	6,3%	34,4%	12,5%	3,1%	100,0% 32	
	Plana Alta	14,4%	15,1%	23,7%	23,0%	23,7%	0,0%	100,0% 139	
	Plana Baixa	12,9%	12,9%	21,6%	26,6%	25,9%	0,0%	100,0% 139	
	ALACANT	Comtat	23,1%	7,7%	23,1%	23,1%	23,1%	0,0%	100,0% 13
		Marines	3,2%	12,9%	16,1%	38,7%	25,8%	3,2%	100,0% 31
		Alacantí	5,3%	12,0%	26,0%	26,7%	30,0%	0,0%	100,0% 150
		Alcoià	8,3%	8,3%	37,5%	20,8%	25,0%	0,0%	100,0% 24
Vega Baixa		9,1%	24,2%	24,2%	24,2%	18,2%	0,0%	100,0% 33	
Vinalopó		19,1%	14,9%	27,7%	25,5%	12,8%	0,0%	100,0% 47	

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	4,5%	14,3%	23,8%	28,7%	28,7%	0,0%	100,0% 244
	Camp de Túria	7,4%	11,3%	23,0%	27,0%	31,3%	0,0%	100,0% 256
	Canal de Navarrés	34,9%	28,7%	17,1%	9,3%	9,3%	0,8%	100,0% 258
	Horta Nord	7,4%	14,5%	19,9%	20,7%	37,5%	0,0%	100,0% 256
	Horta Sud	7,9%	14,9%	23,7%	27,0%	26,6%	0,0%	100,0% 241
	Hoya de Bunyol	65,1%	11,9%	9,6%	2,7%	1,1%	9,6%	100,0% 261
	Costera	25,2%	18,4%	19,5%	13,5%	3,8%	19,5%	100,0% 266
	Ribera Alta	5,9%	14,1%	27,5%	28,2%	24,3%	0,0%	100,0% 255
	Ribera Baixa	5,2%	10,4%	20,7%	32,7%	31,1%	0,0%	100,0% 251
	Safor	4,4%	15,1%	25,4%	27,8%	27,4%	0,0%	100,0% 252
	Serrania	40,9%	15,1%	10,0%	10,8%	17,8%	5,4%	100,0% 259
	Rincón de Ademuz	14,5%	17,9%	27,4%	18,4%	20,1%	1,7%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	39,9%	18,1%	12,5%	8,1%	21,0%	0,4%	100,0% 271
	València	3,1%	7,3%	22,4%	32,4%	34,7%	0,0%	100,0% 259
Vall d'Albaida	21,1%	18,8%	21,8%	14,2%	10,7%	13,4%	100,0% 261	
Valle de Cofrentes-Ayora	59,3%	20,2%	9,3%	5,0%	4,7%	1,6%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	67,3%	7,1%	13,4%	5,1%	7,1%	0,0%	100,0% 254
	Alto Mijares	48,8%	25,8%	17,6%	5,7%	1,6%	0,4%	100,0% 244
	Alto Palancia	45,6%	16,7%	17,9%	9,9%	9,5%	0,4%	100,0% 263
	Baix Maestrat	0,8%	27,8%	41,4%	22,9%	6,0%	1,1%	100,0% 266
	Ports	16,5%	8,4%	20,5%	14,9%	39,8%	0,0%	100,0% 249
	Alcalatén	58,2%	24,5%	8,0%	4,2%	1,5%	3,4%	100,0% 261
	Plana Alta	5,6%	13,1%	23,4%	34,9%	23,0%	0,0%	100,0% 252
	Plana Baixa	7,8%	14,1%	27,0%	25,0%	26,2%	0,0%	100,0% 256
ALACANT	Comtat	33,3%	38,3%	19,7%	5,3%	3,4%	0,0%	100,0% 264
	Marines	1,1%	30,0%	45,6%	16,0%	6,8%	0,4%	100,0% 263
	Alacantí	2,8%	12,9%	21,8%	30,2%	32,3%	0,0%	100,0% 248
	Alcoià	52,9%	27,6%	10,3%	5,9%	2,9%	0,4%	100,0% 272
	Vega Baixa	18,8%	11,3%	26,3%	13,9%	29,3%	0,4%	100,0% 266
Vinalopó	44,4%	25,9%	19,2%	6,0%	4,5%	0,0%	100,0% 266	

Quadre 2.17.
Mobilitat (taxi,
lloguer de vehicles,
compra en línia
de bitllets de tren,
avió, autobús...)

PROFSSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	13,8%	21,7%	20,3%	19,6%	24,6%	0,0%	100,0% 138
	Camp de Túria	16,8%	13,9%	19,7%	26,3%	23,4%	0,0%	100,0% 137
	Canal de Navarrés	37,8%	21,6%	10,8%	8,1%	16,2%	5,4%	100,0% 37
	Horta Nord	17,4%	16,7%	18,8%	18,8%	28,3%	0,0%	100,0% 138
	Horta Sud	13,5%	10,3%	22,6%	30,3%	23,2%	0,0%	100,0% 155
	Hoya de Bunyol	61,3%	6,5%	12,9%	1,6%	0,0%	17,7%	100,0% 62
	Costera	35,5%	8,1%	8,1%	12,9%	12,9%	22,6%	100,0% 62
	Ribera Alta	16,8%	13,9%	19,7%	28,5%	21,2%	0,0%	100,0% 137
	Ribera Baixa	20,0%	12,3%	19,4%	23,2%	25,2%	0,0%	100,0% 155
	Safor	13,9%	11,3%	23,8%	26,5%	24,5%	0,0%	100,0% 151
	Serrania	40,0%	28,6%	14,3%	5,7%	8,6%	2,9%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	22,2%	11,1%	22,2%	11,1%	33,3%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	26,1%	21,7%	8,7%	17,4%	26,1%	0,0%	100,0% 23
	València	8,6%	15,0%	23,5%	27,8%	25,1%	0,0%	100,0% 187
Vall d'Albaida	22,0%	16,9%	15,3%	20,3%	15,3%	10,2%	100,0% 59	
Valle de Cofrentes-Ayora	65,0%	12,5%	5,0%	5,0%	7,5%	5,0%	100,0% 40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	42,9%	35,7%	0,0%	7,1%	14,3%	0,0%	100,0% 14
	Alto Mijares	30,8%	23,1%	7,7%	30,8%	7,7%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	10,0%	10,0%	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	33,3%	20,0%	6,7%	20,0%	6,7%	13,3%	100,0% 15
	Ports	42,9%	0,0%	7,1%	28,6%	21,4%	0,0%	100,0% 14
	Alcalatén	71,9%	3,1%	3,1%	9,4%	9,4%	3,1%	100,0% 32
	Plana Alta	14,4%	16,5%	27,3%	22,3%	19,4%	0,0%	100,0% 139
	Plana Baixa	11,6%	17,4%	26,8%	24,6%	19,6%	0,0%	100,0% 138
ALACANT	Comtat	30,8%	7,7%	0,0%	30,8%	30,8%	0,0%	100,0% 13
	Marines	9,7%	19,4%	25,8%	16,1%	25,8%	3,2%	100,0% 31
	Alacantí	9,3%	11,3%	24,7%	28,7%	26,0%	0,0%	100,0% 150
	Alcoià	25,0%	20,8%	16,7%	25,0%	12,5%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	21,2%	12,1%	27,3%	18,2%	21,2%	0,0%	100,0% 33
Vinalopó	44,7%	10,6%	25,5%	6,4%	12,8%	0,0%	100,0% 47	

Quadre 2.18.
Serveis en
plataformes
de cerca de feina
(Labora, Infojobs)

		PERSONAL							
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	11,3%	13,0%	20,9%	26,8%	28,0%	0,0%	100,0% 239	
	Camp de Túria	13,9%	15,9%	18,3%	23,9%	27,9%	0,0%	100,0% 251	
	Canal de Navarrés	56,2%	14,3%	9,3%	9,7%	8,5%	1,9%	100,0% 258	
	Horta Nord	16,7%	10,9%	14,8%	24,9%	32,7%	0,0%	100,0% 257	
	Horta Sud	10,0%	10,4%	23,7%	27,8%	28,2%	0,0%	100,0% 241	
	Hoya de Bunyol	66,7%	6,1%	6,9%	5,0%	2,3%	13,0%	100,0% 261	
	Costera	26,4%	12,1%	11,3%	9,8%	6,0%	34,3%	100,0% 265	
	Ribera Alta	12,9%	12,2%	20,0%	19,6%	35,3%	0,0%	100,0% 255	
	Ribera Baixa	8,5%	12,1%	16,5%	28,2%	34,7%	0,0%	100,0% 248	
	Safor	8,7%	10,3%	23,7%	25,3%	32,0%	0,0%	100,0% 253	
	Serrania	44,0%	15,8%	10,0%	2,7%	6,9%	20,5%	100,0% 259	
	Rincón de Ademuz	20,5%	32,9%	17,9%	10,3%	11,5%	6,8%	100,0% 234	
	Plana de Utiel - Requena	50,9%	14,4%	9,6%	7,4%	10,0%	7,7%	100,0% 271	
	València	6,2%	5,4%	21,3%	30,6%	36,4%	0,0%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	28,4%	14,2%	13,0%	8,4%	8,8%	27,2%	100,0% 261	
	Valle de Cofrentes-Ayora	67,1%	15,9%	7,4%	5,8%	3,1%	0,8%	100,0% 258	
	Alt Maestrat	78,7%	5,5%	7,9%	3,5%	3,1%	1,2%	100,0% 254	
	Alto Mijares	52,5%	25,4%	17,2%	2,9%	2,0%	0,0%	100,0% 244	
	Alto Palancia	56,7%	16,3%	14,4%	6,8%	5,3%	0,4%	100,0% 263	
	Baix Maestrat	1,9%	42,1%	33,8%	15,8%	4,5%	1,9%	100,0% 266	
	Ports	29,7%	18,1%	17,3%	6,4%	22,9%	5,6%	100,0% 249	
	Alcalatén	60,2%	7,3%	16,9%	8,0%	3,4%	4,2%	100,0% 261	
	Plana Alta	9,2%	13,2%	18,4%	27,6%	31,6%	0,0%	100,0% 250	
	Plana Baixa	9,0%	12,5%	27,1%	23,1%	28,2%	0,0%	100,0% 255	
	ALACANT	Comtat	45,1%	30,7%	19,3%	1,5%	3,4%	0,0%	100,0% 264
		Marines	1,5%	32,7%	41,4%	15,6%	6,5%	2,3%	100,0% 263
		Alacantí	6,1%	9,7%	17,4%	30,8%	36,0%	0,0%	100,0% 247
		Alcoià	70,2%	14,0%	5,9%	5,1%	4,4%	0,4%	100,0% 272
Vega Baixa		27,8%	14,7%	22,2%	9,8%	22,6%	3,0%	100,0% 266	
Vinalopó		43,4%	13,9%	22,1%	14,2%	6,4%	0,0%	100,0% 267	

		PROFSSIONAL							
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	13,9%	16,8%	21,2%	22,6%	25,5%	0,0%	100,0% 137	
	Camp de Túria	20,0%	12,6%	20,0%	20,7%	26,7%	0,0%	100,0% 135	
	Canal de Navarrés	48,6%	27,0%	5,4%	5,4%	8,1%	5,4%	100,0% 37	
	Horta Nord	17,3%	9,4%	14,4%	21,6%	37,4%	0,0%	100,0% 139	
	Horta Sud	15,5%	8,4%	25,8%	29,7%	20,6%	0,0%	100,0% 155	
	Hoya de Bunyol	61,3%	6,5%	12,9%	4,8%	0,0%	14,5%	100,0% 62	
	Costera	22,6%	14,5%	6,5%	16,1%	9,7%	30,6%	100,0% 62	
	Ribera Alta	17,4%	15,2%	16,7%	24,6%	26,1%	0,0%	100,0% 138	
	Ribera Baixa	17,6%	9,2%	19,6%	24,8%	28,8%	0,0%	100,0% 153	
	Safor	15,3%	11,3%	19,3%	23,3%	30,7%	0,0%	100,0% 150	
	Serrania	28,6%	31,4%	11,4%	2,9%	22,9%	2,9%	100,0% 35	
	Rincón de Ademuz	22,2%	11,1%	11,1%	0,0%	55,6%	0,0%	100,0% 9	
	Plana de Utiel - Requena	39,1%	17,4%	4,3%	17,4%	21,7%	0,0%	100,0% 23	
	València	10,1%	9,0%	22,9%	25,5%	32,4%	0,0%	100,0% 188	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	11,9%	15,3%	18,6%	16,9%	18,6%	18,6%	100,0% 59	
	Valle de Cofrentes-Ayora	35,0%	22,5%	15,0%	15,0%	12,5%	0,0%	100,0% 40	
	Alt Maestrat	21,4%	28,6%	14,3%	14,3%	21,4%	0,0%	100,0% 14	
	Alto Mijares	23,1%	30,8%	23,1%	15,4%	7,7%	0,0%	100,0% 13	
	Alto Palancia	20,0%	10,0%	10,0%	20,0%	40,0%	0,0%	100,0% 10	
	Baix Maestrat	33,3%	13,3%	26,7%	6,7%	6,7%	13,3%	100,0% 15	
	Ports	42,9%	0,0%	0,0%	21,4%	35,7%	0,0%	100,0% 14	
	Alcalatén	21,9%	15,6%	31,3%	18,8%	12,5%	0,0%	100,0% 32	
	Plana Alta	19,6%	14,5%	16,7%	22,5%	26,8%	0,0%	100,0% 138	
	Plana Baixa	15,1%	12,2%	20,1%	25,2%	27,3%	0,0%	100,0% 139	
	ALACANT	Comtat	23,1%	7,7%	23,1%	15,4%	30,8%	0,0%	100,0% 13
		Marines	3,2%	16,1%	19,4%	22,6%	29,0%	9,7%	100,0% 31
		Alacantí	7,4%	10,1%	24,2%	30,9%	27,5%	0,0%	100,0% 149
		Alcoià	25,0%	16,7%	16,7%	25,0%	16,7%	0,0%	100,0% 24
Vega Baixa		9,1%	24,2%	15,2%	9,1%	36,4%	6,1%	100,0% 33	
Vinalopó		10,6%	4,3%	38,3%	29,8%	17,0%	0,0%	100,0% 47	

Quadre 2.19.
Serveis sanitaris
(cita mèdica)

PERSONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	2,8%	6,5%	16,9%	26,6%	47,2%	0,0%	248	
	Camp de Túria	2,7%	7,7%	21,2%	30,9%	37,5%	0,0%	259	
	Canal de Navarrés	31,8%	23,6%	19,4%	11,2%	13,6%	0,4%	258	
	Horta Nord	2,4%	8,2%	19,2%	25,1%	45,1%	0,0%	255	
	Horta Sud	3,7%	8,2%	25,7%	24,9%	37,6%	0,0%	245	
	Hoya de Bunyol	41,8%	23,0%	19,9%	6,9%	1,1%	7,3%	261	
	Costera	30,1%	18,0%	13,9%	6,8%	7,5%	23,7%	266	
	Ribera Alta	2,4%	9,1%	20,1%	25,2%	43,3%	0,0%	254	
	Ribera Baixa	2,0%	5,1%	19,4%	27,7%	45,8%	0,0%	253	
	Safor	1,6%	6,7%	17,0%	28,1%	46,6%	0,0%	253	
	Serrania	32,0%	22,0%	13,9%	10,0%	17,8%	4,2%	259	
	Rincón de Ademuz	14,1%	26,5%	26,9%	16,7%	14,5%	1,3%	234	
	Plana de Utiel - Requena	25,1%	18,1%	22,5%	9,6%	23,2%	1,5%	271	
	València	3,1%	7,4%	17,8%	27,1%	44,6%	0,0%	258	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	34,5%	15,3%	19,9%	8,8%	14,2%	7,3%	261	
	Valle de Cofrentes-Ayora	48,4%	16,3%	19,4%	5,4%	9,3%	1,2%	258	
	Alt Maestrat	57,9%	10,2%	11,0%	9,8%	11,0%	0,0%	254	
	Alto Mijares	44,3%	24,2%	23,4%	5,7%	2,5%	0,0%	244	
	Alto Palancia	56,7%	11,0%	13,7%	7,2%	10,6%	0,8%	263	
	Baix Maestrat	0,8%	30,5%	45,9%	15,8%	5,6%	1,5%	266	
	Ports	15,3%	11,6%	20,9%	15,3%	36,1%	0,8%	249	
	Alcalatén	46,5%	33,8%	11,9%	1,9%	3,8%	1,9%	260	
	Plana Alta	2,4%	6,4%	18,8%	30,0%	42,4%	0,0%	250	
	Plana Baixa	2,3%	5,1%	15,2%	37,9%	39,5%	0,0%	256	
	ALACANT	Comtat	36,7%	29,2%	25,4%	4,2%	3,0%	1,5%	264
		Marines	0,8%	26,6%	44,1%	17,5%	9,9%	1,1%	263
		Alacantí	1,2%	6,8%	19,3%	25,3%	47,4%	0,0%	249
		Alcoià	43,4%	22,4%	19,1%	8,1%	5,9%	1,1%	272
Vega Baixa		15,8%	12,8%	22,9%	18,0%	28,9%	1,5%	266	
Vinalopó		37,1%	38,2%	13,5%	7,1%	4,1%	0,0%	267	

PROFESSIONAL									
PROVÍNCIES	COMARQUES	Gens d'importància	Poca importància	No és important	Important	Molta importància	NS/NC	TOTAL	
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	20,0%	14,3%	20,0%	23,6%	22,1%	0,0%	140	
	Camp de Túria	25,0%	17,1%	19,3%	15,0%	23,6%	0,0%	140	
	Canal de Navarrés	27,0%	24,3%	16,2%	16,2%	13,5%	2,7%	37	
	Horta Nord	24,4%	13,3%	15,6%	18,5%	28,1%	0,0%	135	
	Horta Sud	11,5%	14,6%	26,8%	27,4%	19,7%	0,0%	157	
	Hoya de Bunyol	59,7%	12,9%	11,3%	1,6%	1,6%	12,9%	62	
	Costera	29,0%	19,4%	9,7%	8,1%	6,5%	27,4%	62	
	Ribera Alta	17,3%	16,5%	18,7%	20,9%	26,6%	0,0%	139	
	Ribera Baixa	19,7%	12,1%	21,7%	21,0%	25,5%	0,0%	157	
	Safor	17,2%	11,9%	19,9%	20,5%	30,5%	0,0%	151	
	Serrania	48,6%	34,3%	8,6%	0,0%	8,6%	0,0%	35	
	Rincón de Ademuz	33,3%	11,1%	22,2%	11,1%	22,2%	0,0%	9	
	Plana de Utiel - Requena	26,1%	21,7%	4,3%	13,0%	34,8%	0,0%	23	
	València	14,4%	15,0%	25,7%	18,7%	26,2%	0,0%	187	
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	23,7%	13,6%	8,5%	20,3%	25,4%	8,5%	59	
	Valle de Cofrentes-Ayora	65,0%	10,0%	10,0%	10,0%	5,0%	0,0%	40	
	Alt Maestrat	28,6%	28,6%	14,3%	14,3%	14,3%	0,0%	14	
	Alto Mijares	30,8%	23,1%	23,1%	15,4%	7,7%	0,0%	13	
	Alto Palancia	10,0%	10,0%	30,0%	20,0%	30,0%	0,0%	10	
	Baix Maestrat	40,0%	26,7%	20,0%	6,7%	6,7%	0,0%	15	
	Ports	50,0%	0,0%	21,4%	14,3%	14,3%	0,0%	14	
	Alcalatén	74,2%	3,2%	12,9%	3,2%	6,5%	0,0%	31	
	Plana Alta	18,7%	16,5%	18,7%	21,6%	24,5%	0,0%	139	
	Plana Baixa	14,4%	16,5%	25,2%	20,9%	23,0%	0,0%	139	
	ALACANT	Comtat	23,1%	0,0%	23,1%	23,1%	30,8%	0,0%	13
		Marines	9,7%	9,7%	16,1%	32,3%	22,6%	9,7%	31
		Alacantí	10,1%	10,7%	24,2%	27,5%	27,5%	0,0%	149
		Alcoià	29,2%	25,0%	25,0%	16,7%	4,2%	0,0%	24
Vega Baixa		12,1%	21,2%	30,3%	12,1%	24,2%	0,0%	33	
Vinalopó		63,8%	10,6%	4,3%	14,9%	6,4%	0,0%	47	

13. TIC I SERVEIS SANITARIS

La gestió digital de les cites mèdiques mostra disparitat d'opinions. Així, el 39,5% dels enquestats considera que les TIC en l'ús de serveis sanitaris en la dimensió personal són "importants o molt importants" mentre que el 38% considera que no tenen gens d'importància o que en tenen poca. La resta els atorga una importància mitjana. Si s'observen les dades per comarques, es constata que la gestió digital en aquest àmbit està per desplegar en el medi rural. Així, és rellevant l'Alcalatén, on el 80,4% dels enquestats indica que aquesta tecnologia en els tràmits de serveis sanitaris és "poc important" o "gens important". També són significatius els valors obtinguts en altres comarques, com el Vinalopó, El Alto Palancia, El Alto Mijares i l'Alt Maestrat, amb percentatges superiors al 68%.

En la dimensió professional també es constata una distribució dispar d'opinions. El 41,1% dels usuaris atorga a les TIC una valoració "important o molt important", mentre que el 37,8% les considera "gens o poc importants". De la mateixa forma que en la dimensió personal, els àmbits rurals obtenen les valoracions més baixes. Les comarques que tenen la proporció més alta d'usuaris que s'han decantat per les opcions "poc o gens important" són La Serrania (82,9%), l'Alcalatén (77,4%), El Valle de Cofrentes-Ayora (75%), el Vinalopó (74,5%) i La Hoya de Buñol (72,6%) [quadre 2.19].

2.1.5. LES TIC I EL DOMINI DELS MITJANS DIGITALS

A títol personal, els enquestats manifesten en una proporció pròxima al 16% que el domini dels mitjans digitals és "deficient o escàs", el 26,6% indiquen que és "adequat" i el 58,4% que és "bo o excel·lent". Els percentatges més alts en aquestes últimes dues opcions s'obtenen a València (83,4%), els Ports (76,3%), la Vall d'Albaida (76,2%) i l'Horta Sud. En l'altre extrem sobreixen l'Alt Maestrat, l'Alcalatén i el Vinalopó, on més del 45% dels usuaris consideren que el seu nivell de domini dels mitjans digitals és "deficient o escàs".

El domini dels mitjans digitals en la dimensió professional dibuixa un escenari molt aclaridor: el 73,2% dels enquestats els dominen "bé o molt bé". De fet, 18 comarques superen el 70%, tant del litoral com de l'interior [quadre 2.20].

2.1.6. LA NECESSITAT DE FORMACIÓ EN TIC

En la dimensió personal, la meitat dels enquestats (49,1%) indiquen que no necessiten gens de formació o que en necessiten poca en l'àmbit de les TIC. Pel que fa a les necessitats formatives en l'àmbit personal, el 22,1% indica que té una formació adequada i el 26,2% declara que necessita formació, fins i tot "molta informació". Les comarques on els usuaris més indiquen que necessiten formació són l'Alacantí, la Safor, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Baixa, el Camp de Morvedre, la Ribera Alta, València i la Plana Baixa, amb percentatges superiors al 42%. Cal destacar que totes les comarques esmentades pertanyen al sistema urbà o litoral de la CV.

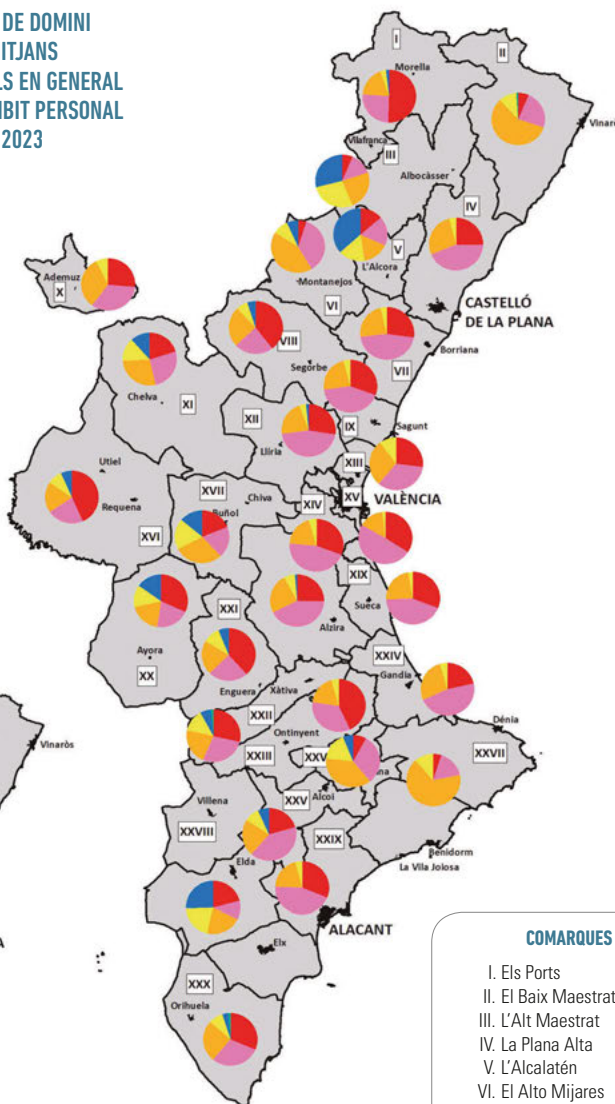
Des del punt de vista professional, vora el 29% dels usuaris indiquen que necessiten poca formació o que no en necessiten gens. En canvi, el 44,6% dels enquestats declara "necessitar formació" o "molta formació". En aquest sentit, les comarques amb els percentatges més elevats són el Camp de Morvedre (57,2%), la Safor (54,7%) i València (54,3%). De nou, són les comarques litorals i del sistema urbà valencià les que declaren que necessiten més formació en les TIC [quadre 2.21].

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Deficient	Poc	Adequat	Bé	Excel·lent	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,4%	4,0%	22,9%	42,2%	30,5%	0,0%	100,0% 249
	Camp de Túria	1,6%	3,9%	21,6%	45,5%	27,5%	0,0%	100,0% 255
	Canal de Navarrés	6,2%	10,1%	20,9%	24,0%	38,0%	0,8%	100,0% 258
	Horta Nord	0,4%	10,0%	28,6%	34,4%	26,6%	0,0%	100,0% 259
	Horta Sud	0,4%	4,5%	19,1%	45,5%	30,5%	0,0%	100,0% 246
	Hoya de Bunyol	13,8%	18,8%	29,1%	19,2%	18,8%	0,4%	100,0% 261
	Costera	6,4%	13,5%	22,2%	27,8%	28,6%	1,5%	100,0% 266
	Ribera Alta	1,2%	6,7%	24,5%	42,3%	25,3%	0,0%	100,0% 253
	Ribera Baixa	0,4%	2,8%	22,8%	43,3%	30,7%	0,0%	100,0% 254
	Safor	0,0%	4,3%	27,3%	47,0%	21,3%	0,0%	100,0% 253
	Serrania	11,6%	14,3%	27,4%	26,3%	20,1%	0,4%	100,0% 259
	Rincón de Ademuz	0,9%	7,3%	32,1%	33,8%	26,1%	0,0%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	6,6%	8,9%	18,8%	22,1%	43,2%	0,4%	100,0% 271
	València	0,0%	1,9%	14,7%	49,4%	34,0%	0,0%	100,0% 259
Vall d'Albaida	0,8%	4,2%	18,4%	33,7%	42,5%	0,4%	100,0% 261	
Valle de Cofrentes-Ayora	15,1%	13,6%	19,0%	20,5%	31,8%	0,0%	100,0% 258	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	28,7%	27,6%	24,0%	13,4%	6,3%	0,0%	100,0% 254
	Alto Mijares	6,6%	9,4%	42,6%	36,5%	4,9%	0,0%	100,0% 244
	Alto Palancia	4,9%	7,2%	24,3%	23,6%	39,2%	0,8%	100,0% 263
	Baix Maestrat	0,0%	10,9%	57,9%	23,7%	6,4%	1,1%	100,0% 266
	Ports	2,0%	3,2%	18,5%	25,7%	50,6%	0,0%	100,0% 249
	Alcalatén	36,4%	16,1%	15,7%	18,0%	13,8%	0,0%	100,0% 261
	Plana Alta	0,8%	4,0%	27,1%	43,0%	25,1%	0,0%	100,0% 251
	Plana Baixa	0,8%	3,9%	22,8%	45,6%	27,0%	0,0%	100,0% 259
ALACANT	Comtat	6,1%	17,0%	37,9%	30,7%	8,0%	0,4%	100,0% 264
	Marines	0,0%	11,4%	66,5%	16,7%	4,9%	0,4%	100,0% 263
	Alacantí	0,4%	4,0%	20,2%	44,5%	30,8%	0,0%	100,0% 247
	Alcoià	7,0%	8,8%	22,7%	40,7%	20,5%	0,4%	100,0% 273
	Vega Baixa	3,4%	8,6%	25,2%	30,1%	31,2%	1,5%	100,0% 266
	Vinalopó	25,5%	21,0%	21,3%	11,2%	21,0%	0,0%	100,0% 267

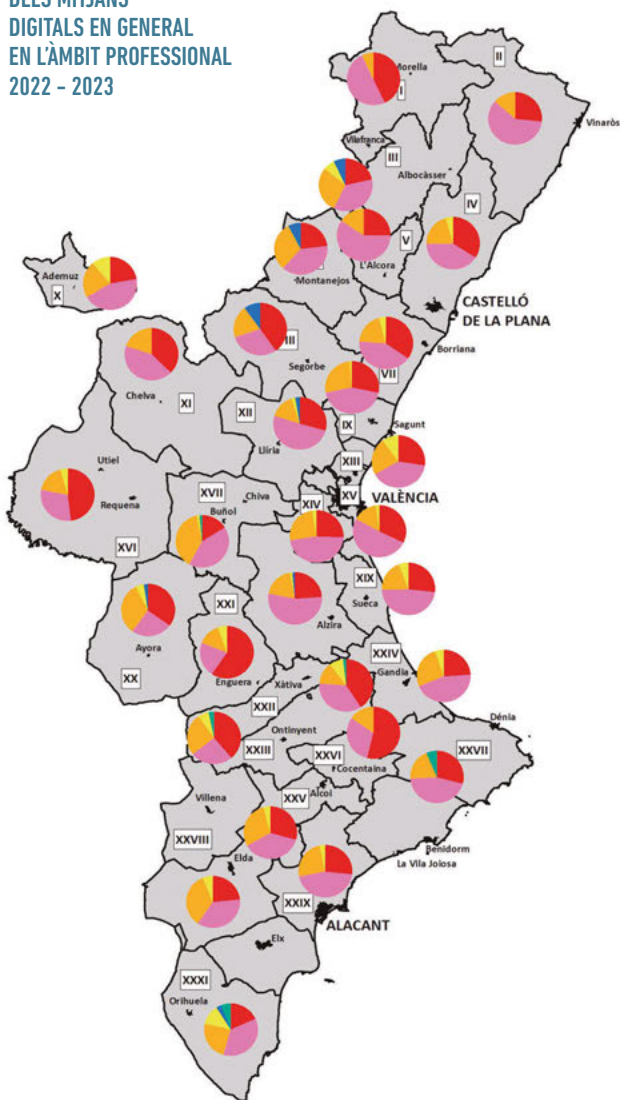
Quadre 2.20.
Nivell de domini
dels mitjans digitals
en general

PROFESSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	Deficient	Poc	Adequat	Bé	Excel·lent	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	0,7%	1,4%	26,6%	43,2%	28,1%	0,0%	100,0% 139
	Camp de Túria	2,9%	2,1%	15,0%	50,7%	29,3%	0,0%	100,0% 140
	Canal de Navarrés	0,0%	5,4%	13,5%	21,6%	59,5%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	0,0%	10,1%	23,0%	39,6%	27,3%	0,0%	100,0% 139
	Horta Sud	0,0%	2,5%	24,8%	47,1%	25,5%	0,0%	100,0% 157
	Hoya de Bunyol	0,0%	1,6%	38,7%	41,9%	16,1%	1,6%	100,0% 62
	Costera	0,0%	6,5%	25,8%	25,8%	38,7%	3,2%	100,0% 62
	Ribera Alta	1,4%	1,4%	18,8%	54,3%	23,9%	0,0%	100,0% 138
	Ribera Baixa	0,6%	5,7%	19,6%	47,5%	26,6%	0,0%	100,0% 158
	Safor	0,7%	5,3%	25,8%	44,4%	23,8%	0,0%	100,0% 151
	Serrania	0,0%	0,0%	20,0%	42,9%	37,1%	0,0%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	0,0%	11,1%	22,2%	44,4%	22,2%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	0,0%	4,3%	17,4%	30,4%	47,8%	0,0%	100,0% 23
	València	0,0%	2,1%	15,0%	50,8%	32,1%	0,0%	100,0% 187
Vall d'Albaida	0,0%	8,5%	13,6%	35,6%	40,7%	1,7%	100,0% 59	
Valle de Cofrentes-Ayora	2,5%	5,0%	32,5%	25,0%	35,0%	0,0%	100,0% 40	
CASTELLÓ	Alt Maestrat	7,1%	7,1%	28,6%	35,7%	21,4%	0,0%	100,0% 14
	Alto Mijares	7,7%	0,0%	30,8%	38,5%	23,1%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	10,0%	0,0%	20,0%	30,0%	40,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	0,0%	0,0%	13,3%	60,0%	26,7%	0,0%	100,0% 15
	Ports	0,0%	0,0%	7,1%	50,0%	42,9%	0,0%	100,0% 14
	Alcalatén	0,0%	0,0%	15,6%	59,4%	25,0%	0,0%	100,0% 32
	Plana Alta	0,7%	4,3%	20,9%	40,3%	33,8%	0,0%	100,0% 139
	Plana Baixa	0,0%	4,3%	19,6%	41,3%	34,8%	0,0%	100,0% 138
ALACANT	Comtat	0,0%	0,0%	15,4%	30,8%	53,8%	0,0%	100,0% 13
	Marines	0,0%	0,0%	19,4%	45,2%	29,0%	6,5%	100,0% 31
	Alacantí	0,0%	3,3%	24,7%	45,3%	26,7%	0,0%	100,0% 150
	Alcoià	0,0%	4,2%	29,2%	37,5%	29,2%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	3,0%	12,1%	24,2%	36,4%	18,2%	6,1%	100,0% 33
	Vinalopó	0,0%	6,4%	34,0%	36,2%	23,4%	0,0%	100,0% 47

**NIVELL DE DOMINI
DELS MITJANS
DIGITALS EN GENERAL
EN L'ÀMBIT PERSONAL
2022 - 2023**

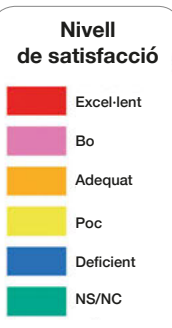


**NIVELL DE DOMINI
DELS MITJANS
DIGITALS EN GENERAL
EN L'ÀMBIT PROFESSIONAL
2022 - 2023**



COMARQUES

- I. Els Ports
- II. El Baix Maestrat
- III. L'Alt Maestrat
- IV. La Plana Alta
- V. L'Alcalatén
- VI. El Alto Mijares
- VII. La Plana Baixa
- VIII. El Alto Palancia
- IX. El Camp de Morvedre
- X. El Rincón de Ademuz
- XI. Los Serranos
- XII. El Camp de Túria
- XIII. L'Horta Nord
- XIV. L'Horta Sud
- XV. València
- XVI. La Plana de Utiel-Requena
- XVII. La Hoya de Buñol
- XVIII. La Ribera Alta
- XIX. La Ribera Baixa
- XX. El Valle de Cofrentes-Ayora
- XXI. La Canal de Navarrés
- XXII. La Costera
- XXIII. La Vall d'Albaida
- XXIV. La Safor
- XXV. L'Alcoia
- XXVI. El Comtat
- XXVII. La Marina Alta
- XXVIII. La Marina Baixa
- XXIX. L'Alacantí
- XXX. L'Alt Vinalopó
- XXXI. El Vinalopó Mitjà
- XXXII. El Baix Vinalopó
- XXXIII. La Vega Baja

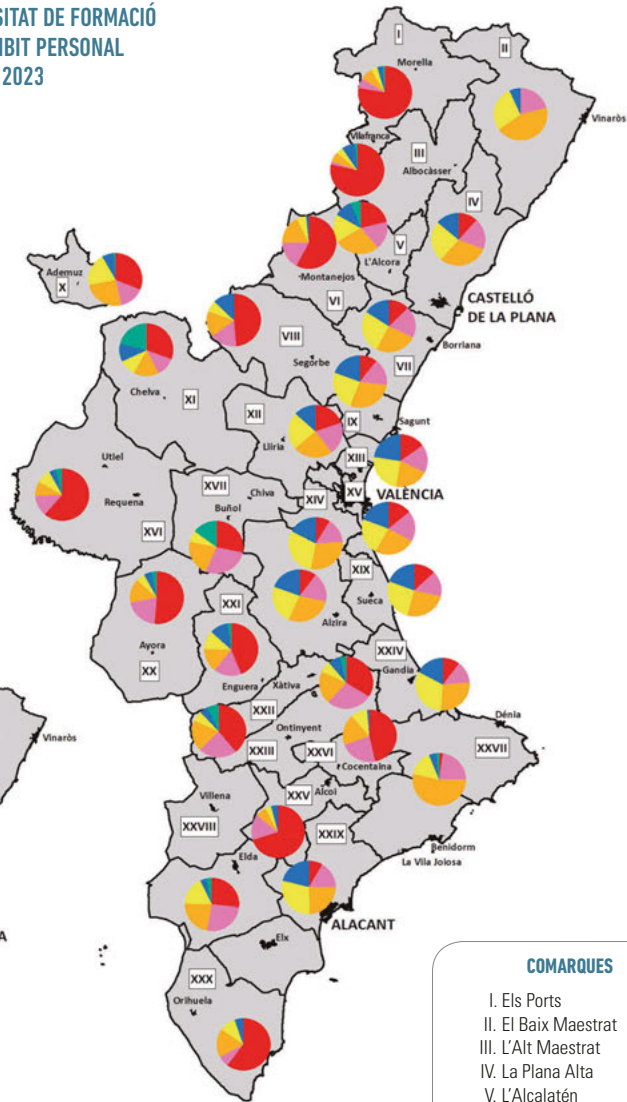


Mapa 2.6. Nivell de domini dels mitjans digitals en general en l'àmbit personal i en l'àmbit professional 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

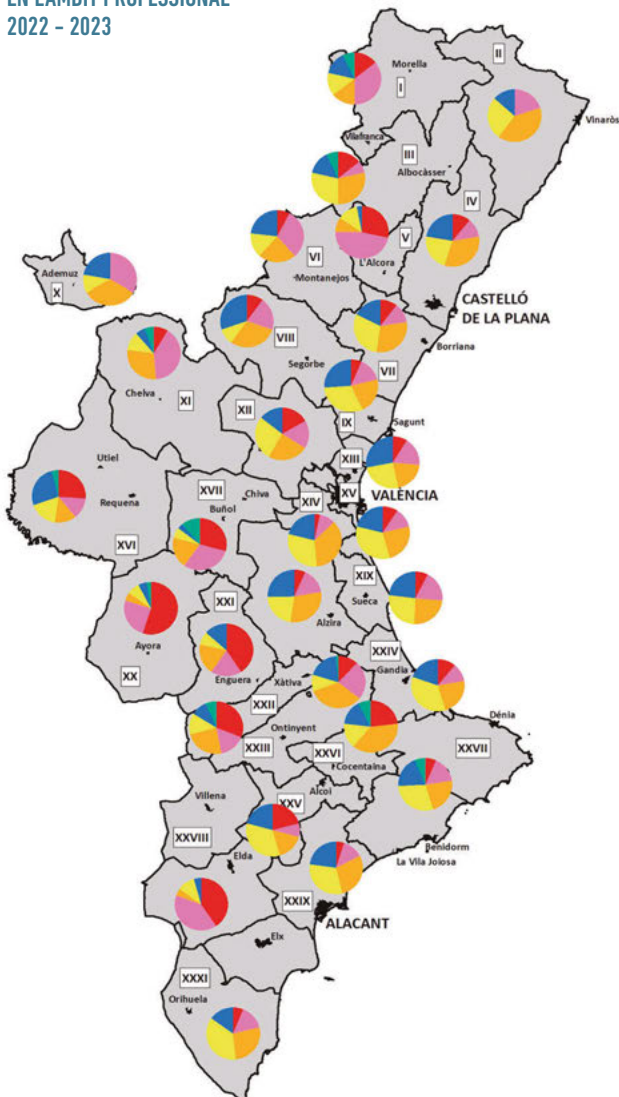
Quadre 2.21.
Necessitat
de formació

PERSONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	No necessite gens de formació	Necessite poca formació	Formació suficient	Necessite formació	Necessite molta informació	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	10,4%	16,6%	29,0%	24,5%	19,5%	0,0%	100,0% 241
	Camp de Túria	19,6%	20,0%	24,3%	22,7%	13,3%	0,0%	100,0% 255
	Canal de Navarrés	43,8%	17,1%	14,7%	11,2%	10,9%	2,3%	100,0% 258
	Horta Nord	15,0%	17,0%	20,6%	24,9%	22,5%	0,0%	100,0% 253
	Horta Sud	8,6%	15,2%	29,2%	29,6%	17,3%	0,0%	100,0% 243
	Hoya de Bunyol	28,0%	28,0%	21,8%	6,9%	0,8%	14,6%	100,0% 261
	Costera	39,1%	23,3%	19,2%	6,4%	4,9%	7,1%	100,0% 266
	Ribera Alta	10,4%	18,3%	27,9%	23,9%	19,5%	0,0%	100,0% 251
	Ribera Baixa	13,1%	15,5%	25,8%	26,2%	19,4%	0,0%	100,0% 252
	Safor	10,4%	13,3%	27,3%	31,7%	17,3%	0,0%	100,0% 249
	Serrania	30,5%	12,0%	15,4%	10,0%	10,8%	21,2%	100,0% 259
	Rincón de Ademuz	31,2%	15,4%	25,2%	20,1%	6,8%	1,3%	100,0% 234
	Plana de Utiel - Requena	61,3%	13,3%	8,9%	8,5%	4,1%	4,1%	100,0% 271
	València	14,1%	19,1%	24,6%	23,0%	19,1%	0,0%	100,0% 256
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	33,7%	28,0%	20,3%	6,9%	7,3%	3,8%	100,0% 261
	Valle de Cofrentes-Ayora	51,6%	20,5%	14,7%	5,0%	4,7%	3,5%	100,0% 258
	Alt Maestrat	78,3%	2,0%	6,3%	3,9%	7,9%	1,6%	100,0% 254
	Alto Mijares	57,4%	17,2%	17,6%	5,7%	1,6%	0,4%	100,0% 244
	Alto Palancia	48,3%	16,0%	15,6%	6,8%	12,5%	0,8%	100,0% 263
	Baix Maestrat	0,4%	20,7%	43,6%	27,8%	6,8%	0,8%	100,0% 266
	Ports	77,9%	6,0%	7,6%	4,0%	2,8%	1,6%	100,0% 249
	Alcalatén	21,1%	17,6%	27,6%	16,9%	11,1%	5,7%	100,0% 261
	Plana Alta	11,7%	19,4%	30,2%	25,0%	13,7%	0,0%	100,0% 248
	Plana Baixa	12,8%	19,4%	25,6%	26,4%	15,9%	0,0%	100,0% 258
ALACANT	Comtat	46,2%	22,7%	18,9%	9,8%	1,5%	0,8%	100,0% 264
	Marines	2,3%	22,8%	53,2%	15,6%	4,2%	1,9%	100,0% 263
	Alacantí	8,5%	16,6%	24,3%	29,6%	21,1%	0,0%	100,0% 247
	Alcoià	69,6%	16,1%	6,2%	3,7%	4,0%	0,4%	100,0% 273
	Vega Baixa	59,8%	6,8%	17,7%	9,8%	5,3%	0,8%	100,0% 266
Vinalopó	26,6%	26,6%	22,1%	17,6%	3,4%	3,7%	100,0% 267	
PROFESSIONAL								
PROVÍNCIES	COMARQUES	No necessite gens de formació	Necessite poca formació	Formació suficient	Necessite formació	Necessite molta informació	NS/NC	TOTAL
VALÈNCIA	Camp de Morvedre	6,5%	14,5%	21,7%	31,2%	26,1%	0,0%	100,0% 138
	Camp de Túria	16,5%	17,3%	24,5%	27,3%	14,4%	0,0%	100,0% 139
	Canal de Navarrés	40,5%	18,9%	18,9%	8,1%	13,5%	0,0%	100,0% 37
	Horta Nord	8,8%	17,6%	19,9%	25,7%	27,9%	0,0%	100,0% 136
	Horta Sud	3,2%	9,6%	35,9%	30,1%	21,2%	0,0%	100,0% 156
	Hoya de Bunyol	29,0%	30,6%	19,4%	6,5%	3,2%	11,3%	100,0% 62
	Costera	30,6%	16,1%	24,2%	12,9%	9,7%	6,5%	100,0% 62
	Ribera Alta	6,5%	15,9%	29,7%	22,5%	25,4%	0,0%	100,0% 138
	Ribera Baixa	7,7%	18,6%	24,4%	26,3%	23,1%	0,0%	100,0% 156
	Safor	10,8%	11,5%	23,0%	35,1%	19,6%	0,0%	100,0% 148
	Serrania	8,6%	40,0%	28,6%	11,4%	5,7%	5,7%	100,0% 35
	Rincón de Ademuz	0,0%	33,3%	33,3%	11,1%	22,2%	0,0%	100,0% 9
	Plana de Utiel - Requena	26,1%	13,0%	13,0%	17,4%	26,1%	4,3%	100,0% 23
	València	9,1%	11,8%	24,7%	33,3%	21,0%	0,0%	100,0% 186
CASTELLÓ	Vall d'Albaida	11,9%	23,7%	33,9%	10,2%	18,6%	1,7%	100,0% 59
	Valle de Cofrentes-Ayora	55,0%	25,0%	5,0%	7,5%	5,0%	2,5%	100,0% 40
	Alt Maestrat	14,3%	7,1%	28,6%	28,6%	14,3%	7,1%	100,0% 14
	Alto Mijares	7,7%	30,8%	23,1%	15,4%	23,1%	0,0%	100,0% 13
	Alto Palancia	10,0%	20,0%	30,0%	10,0%	30,0%	0,0%	100,0% 10
	Baix Maestrat	0,0%	20,0%	40,0%	26,7%	13,3%	0,0%	100,0% 15
	Ports	14,3%	35,7%	14,3%	14,3%	14,3%	7,1%	100,0% 14
	Alcalatén	28,1%	46,9%	9,4%	12,5%	3,1%	0,0%	100,0% 32
	Plana Alta	10,9%	11,6%	32,6%	22,5%	22,5%	0,0%	100,0% 138
	Plana Baixa	10,1%	12,3%	29,7%	30,4%	17,4%	0,0%	100,0% 138
ALACANT	Comtat	23,1%	0,0%	38,5%	15,4%	15,4%	7,7%	100,0% 13
	Marines	6,5%	16,1%	22,6%	29,0%	19,4%	6,5%	100,0% 31
	Alacantí	4,7%	12,7%	28,7%	31,3%	22,7%	0,0%	100,0% 150
	Alcoià	20,8%	8,3%	16,7%	33,3%	20,8%	0,0%	100,0% 24
	Vega Baixa	6,1%	15,2%	27,3%	36,4%	15,2%	0,0%	100,0% 33
Vinalopó	40,4%	40,4%	4,3%	10,6%	4,3%	0,0%	100,0% 47	

**NECESSITAT DE FORMACIÓ
 EN L'ÀMBIT PERSONAL
 2022 - 2023**



**NECESSITAT DE FORMACIÓ
 EN L'ÀMBIT PROFESSIONAL
 2022 - 2023**



COMARQUES

- I. Els Ports
- II. El Baix Maestrat
- III. L'Alt Maestrat
- IV. La Plana Alta
- V. L'Alcalatén
- VI. El Alto Mijares
- VII. La Plana Baixa
- VIII. El Alto Palancia
- IX. El Camp de Morvedre
- X. El Rincón de Ademuz
- XI. Los Serranos
- XII. El Camp de Túria
- XIII. L'Horta Nord
- XIV. L'Horta Sud
- XV. València
- XVI. La Plana de Utiel-Requena
- XVII. La Hoya de Buñol
- XVIII. La Ribera Alta
- XIX. La Ribera Baixa
- XX. El Valle de Cofrentes-Ayora
- XXI. La Canal de Navarrés
- XXII. La Costera
- XXIII. La Vall d'Albaida
- XXIV. La Safor
- XXV. L'Alcoià
- XXVI. El Comtat
- XXVII. La Marina Alta
- XXVIII. La Marina Baixa
- XXIX. L'Alacantí
- XXX. L'Alt Vinalopó
- XXXI. El Vinalopó Mitjà
- XXXII. El Baix Vinalopó
- XXXIII. La Vega Baja



Mapa 2.7. Necessitat de formació a nivell personal i professional 2022-2023. Font: Elaboració pròpia.

2.2 ÚS DIFERENCIAT DE LA DIGITALITZACIÓ PER SEGMENTACIÓ SOCIAL

En aquest apartat s'ha caracteritzat l'ús de les noves tecnologies relacionades amb la comunicació (TIC) a la Comunitat Valenciana de manera global, mitjançant una explotació general de les diverses variables de l'enquesta: sexe, edat, nacionalitat, nivell d'estudis, ocupació i categoria professional. En l'estudi de les quatre primeres variables es tracten les dades dels usuaris particulars-personals, mentre que per a les altres dues es consideren els enquestats amb ús professional.

Així, aquest capítol s'estructura al voltant de cadascuna de les sis variables esmentades, en les quals s'estudien els paràmetres que componen l'enquesta:

- a. Tipus d'ús de les TIC
- b. Llocs de connexió
- c. Satisfacció d'ús de la xarxa
- d. TIC i àmbits d'ús
- e. Nivell de domini dels usuaris
- f. Necessitats formatives en TIC

Les anàlisis fan referència als valors globals de la Comunitat Valenciana, i únicament es fa referència a territoris concrets si hi ha discrepàncies significatives respecte a les dades generals.

Al final es recull la relació de quadres elaborats, amb les dades desglossades segons els paràmetres esmentats.

2.2.1. ANÀLISI SEGONS EL SEXE

L'enquesta mostra un predomini de l'ús personal d'Internet, opció indicada pel 73,8% dels usuaris. Aquest ús és indicat pel 74,1% de les dones i pel 73,6% dels homes, de manera que no hi ha diferències significatives segons el sexe. No obstant això, en l'anàlisi territorial es constaten diferències rellevants. A la província de València, l'ús personal obté una mitjana inferior a la general, del 66,3%, amb el 64,7% dels homes i el 67,8% de les dones. A Castelló i Alacant aquestes xifres són considerablement superiors, amb mitjanes del 82,7% (82,5% homes i 83% dones) i del 82,2% respectivament (84,8% homes i 79,6% dones).

Així, les comarques de les dues províncies esmentades tenen, en general, percentatges més alts en l'ús personal d'Internet. No obstant això, les diferències existents entre sexes són reduïdes, llevat d'unes certes comarques urbanes, com succeeix al Camp de Túria (45% homes i 58,2% dones), l'Horta Nord (45,3% homes i 58,6% dones), l'Horta Sud (39,8% homes i 51,4% dones), la Ribera Baixa (39,5% i 50,7%), el Vinalopó (88% i 74,5%), el Baix Maestrat (98,9% i 85,7%), la Plana Alta (46,2% i 55,3%) i la Plana Baixa (44,7% i 55,9%).

L'àmplia majoria de la mostra es connecta a Internet des de casa (94%), amb una xifra un poquet superior en els homes (94,2%). Totes les comarques mostren percentatges similars en la distribució de dones i homes en aquestes xifres, excepte les següents, en què els percentatges d'homes i dones que s'hi connecten des de casa són dispars: la Ribera Baixa (83,6% homes i 94,6% dones), la Vall d'Albaida (85,5% homes i 94,6% dones) i l'Alt Maestrat (87,8% homes i 71,5% dones).

El nivell de satisfacció del servei d'Internet mostra diferències segons el sexe. Així, les dones indiquen més satisfacció, ja que els nivells de bo i excel·lent és assenyalat pel 34,3% i 31,4% respectivament de les dones, mentre que en els homes aquestes xifres baixen fins al 30% i 26,2%. Aquesta valoració més alta és palesa en les diverses comarques valencianes, amb excepcions com La Hoya de Buñol i el Comtat. Així mateix, el 19,2% dels homes indica que el nivell de satisfacció és deficient o escàs, opcions marcades únicament pel 10,3% de les dones.

Pel que fa a la importància atorgada a les aplicacions mòbils o web per a la comunicació digital, també hi ha dissimilituds segons el sexe. Així, més del 75% de les dones les consideren importants o molt importants, i en els homes aquesta xifra es redueix fins al 63,7%.

Si s'analitza la importància de les TIC en les activitats generals de la vida quotidiana, també s'observen unes certes diferències. El 51,8% dels homes consideren que són importants o molt importants; mentre que en les dones aquest percentatge és del 57,9%. Aquesta millor valoració de les usuàries s'observa en la majoria de comarques, encara que en alguna s'observa una rellevància més destacada entre els homes, com La Plana de Utiel-Requena, la Vall d'Albaida, La Vega Baja i l'Alt Maestrat.

En relació amb la rellevància d'Internet en la formació, és marcada com a significativa o molt significativa pel 46,1% de les dones i pel 39,9% dels homes. De la mateixa forma que ocorre en el cas anterior, les dones assignen més importància a les TIC en aquest àmbit en les diverses comarques, excepte a la Costera, La Serranía, La Plana de Utiel-Requena, la Vall d'Albaida, l'Alt Maestrat i l'Alcalatén.

En relació amb els tràmits amb bancs i amb l'Administració, tornen a ser les dones les que assignen un valor més alt a les TIC, ja que el 53% i 46,3% opina que són importants o molt importants respectivament, mentre que aquesta proporció es redueix fins al 45,4% i 39,2% en el cas dels homes. Les usuàries assignen una valoració més destacada en diferents territoris, amb percentatges més elevats en les dues opcions referides. Això es constata en totes les comarques, a excepció de La Serranía, la Vall d'Albaida, l'Alt Maestrat i La Plana Baixa.

Les compres en línia també són més ben valorades per les usuàries, ja que el 27,3% considera que tenen molta importància. Aquest percentatge és del 21,3% en el cas dels homes. Així, les dades mostren que aquesta valoració més alta entre les dones és constant en el territori, encara que en algunes comarques són els homes els qui consideren més important les TIC en aquest sector, com ocorre a l'Alt Maestrat i la Plana Alta.

Així mateix, la cerca d'informació amb TIC també la consideren de més rellevància les dones, amb un 43,5%, enfront d'un 36,9% dels homes en l'opció de més rellevància. De nou és a l'Alt Maestrat i la Plana Alta on els homes assignen més importància a Internet en aquest camp.

En l'àmbit de la consulta de mitjans de comunicació, les opinions dels dos sexes són similars, amb percentatges a l'entorn del 44% i 45% en les opcions importants i molt importants. No obstant això, la majoria de comarques registren diferències rellevants en les valoracions referides entre homes i dones.

En referència a la valoració de les TIC en l'entreteniment i oci s'observa que les dones els assignen més rellevància. Així, el 29,5% de les enquestades els atorga molta importància, mentre que en els

homes aquesta xifra se situa en el 23,8%. Aquesta rellevància més alta entre les dones es repeteix en un nombre destacat de comarques, amb unes certes excepcions com en algunes comarques de la província de València: la Ribera Alta, La Plana de Utiel-Requena, València i la Vall d'Albaida.

Si s'analitza el valor de les TIC en la presència en plataformes i mitjans digitals o xarxes socials, tornen a ser les dones les que els atorguen més consideració. Així, el 43,8% de les usuàries ha marcat les opcions "Importants" o "Molt importants", enfront del 34,5% en els homes. La valoració més alta de les dones es constata en les diverses comarques valencianes, encara que en uns certs territoris no ocorre igual, com l'Horta Sud, l'Alt Maestrat i el Baix Maestrat. En relació amb la mobilitat, sobreixen de nou lleugerament les dones, ja que el 19,9% opinen que les TIC són molt rellevants en aquest àmbit, mentre que en els homes s'obté un 14,4%.

L'ús d'Internet per a buscar feina mostra algunes diferències entre sexes. El 48,5% dels homes considera que no és important o que té poca importància. Aquest percentatge és del 46,4% en les dones. Aquesta menor rellevància és habitual en les diferents comarques, amb unes certes excepcions, com la Canal de Navarrés, El Rincón de Ademuz, el Comtat, l'Alt Maestrat i El Alto Mijares.

En el sector dels serveis sanitaris, amb la gestió de les cites mèdiques, les diferències entre sexes són notables. Així, el 27,0% de les enquestades atorga molta importància a les TIC, i únicament el 18,7% dels homes. Les dades per comarques mostren aquesta consideració més alta entre les usuàries, amb algunes excepcions, com ocorre a La Plana de Utiel-Requena.

Si s'analitza el grau de domini dels mitjans digitals, les usuàries consideren que disposen de més nivell, ja que el 59,1% opina que el seu domini és bo o excel·lent. En el cas dels homes, aquest percentatge és una mica més baix, del 55,4%. Les comarques on s'observa una valoració més alta entre els homes són l'Horta Nord, la Costera, La Serrania, La Plana de Utiel-Requena, La Vega Baja i l'Alt Maestrat.

Finalment, la meitat de les dones indica que no necessiten formació o que en necessiten poca en l'àmbit de les TIC. Els homes indiquen un valor similar, encara que més baix, amb un percentatge del 48%. En aquest sentit, en l'anàlisi territorial s'observa que les dones solen considerar en més grau que no necessiten gens de formació o que en necessiten poca, encara que en algunes comarques és en els homes on predomina aquesta opinió: l'Horta Nord, la Costera, La Serrania, El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Palancia i el Baix Maestrat.

2.2.2. ANÀLISI SEGONS L'EDAT

L'ús personal d'Internet predomina en totes les franges d'edat, encara que amb diversos valors segons l'interval considerat. Així, els usuaris amb les proporcions més destacades d'aquest ús són els de més edat, ja que el 99,8% dels enquestats de més de 75 anys i el 97,3% dels qui tenen entre 66 i 75 anys usen la Internet per a ús personal. També és significatiu el percentatge dels usuaris de 16 a 25 anys, i de 56 a 65, amb valors pròxims al 80%. Els valors més baixos de l'ús personal, com és lògic, apareixen en les edats situades entre els 26 i 55 anys, amb proporcions situades entorn del 60% i 65%. Això ocorre perquè els usuaris d'aquestes franges, en edat laboral, empenen també les TIC de manera rellevant per a ús professional, per la qual cosa destaquen els percentatges registrats en l'opció dels dos usos, amb percentatges superiors al 30%. Aquesta distribució és habitual a les comarques del territori valencià, encara que en algunes s'observa predomini de l'ús

personal en totes les franges d'edat, amb valors superiors al 80% en cadascuna, com a El Rincón de Ademuz, La Plana de Utiel-Requena, El Alto Mijares, El Alto Palancia, el Baix Maestrat, el Comtat i l'Alcoià.

El lloc de connexió majoritari a Internet és el domicili particular dels usuaris. Això es registra en totes les franges d'edat, amb percentatges superiors al 90%. Només els majors de 75 anys mostren un percentatge més baix, del 85,6%, ja que el 12% d'aquests usuaris s'hi connecten des de casa d'un amic, familiar o parella. Aquesta rellevant proporció de les connexions des dels domicilis particulars s'observa a les comarques valencianes, tot i que amb unes certes excepcions. Així, al Camp de Morvedre destaca que el 8,6% dels enquestats de 16 a 25 anys s'hi connecten des de l'oficina, mentre que el 14,3% de 66 a 75 anys ho fa des del mòbil. A l'Horta Sud, un terç dels usuaris entre 66 a 75 anys s'hi connecta des de l'oficina. A La Hoya de Buñol, el 23,54% dels majors de 75 anys sol connectar-s'hi des d'un establiment com ara una biblioteca o cafeteria. Finalment, a l'Alt Maestrat, un terç dels joves entre 16 i 25 anys emprava habitualment el mòbil per a accedir a Internet.

En referència al nivell de satisfacció del servei d'Internet, els usuaris mostren diferents opinions segons l'edat. En general, aquest nivell és més ben valorat pels enquestats més joves. Així, el 70% de la mostra amb edats entre 16 i 55 anys indica que la seua satisfacció amb el servei és bona o excel·lent. No obstant això, aquest percentatge baixa fins al 57% en els usuaris entre 56 i 65 anys, mentre que és del 41,7% en els situats entre 66 i 75 anys, i únicament del 27,6% per als majors de 75 anys. Així, el 40% dels usuaris de més edat assenyalen que el grau de satisfacció és deficient o escàs. Aquesta valoració més baixa entre els usuaris de més edat és habitual en els diversos àmbits del territori. No obstant això, en algunes comarques hi ha dades singulars. Així, a La Hoya de Buñol, al Baix Maestrat i les Marines una part rellevant dels enquestats dels diversos blocs d'edat indica que el nivell de satisfacció amb Internet és deficient o escàs. No obstant això, a la Ribera Alta i València s'observen valoracions bones en totes les franges.

La importància de les aplicacions mòbils i web per a la comunicació digital mostra una distribució similar a la variable anterior. Així, els usuaris més joves atorguen més rellevància a aquesta mena de serveis. En concret, el 87,3% dels enquestats de 16 a 25 anys consideren important o molt important aquestes aplicacions. Aquest percentatge és del 80% en les edats compreses entre 26 i 45 anys. No obstant això, es redueix fins al 49,1% en els participants amb edats situades entre 66 i 75 anys, i fins al 21,7% en els majors de 75. Algunes comarques mostren unes certes singularitats. Així, a la Costera, al Baix Maestrat i l'Alcalatén predominen els usuaris que assignen una importància mitjana a aquestes aplicacions en les diverses franges d'edat. No obstant això, a València, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí destaquen les opcions important i molt important en totes les franges d'edat.

La importància de les TIC en les activitats generals de la vida quotidiana varia segons l'edat. En aquest sentit, els usuaris més joves assignen una valoració més alta a les noves tecnologies en aquest àmbit. Així, el 70,5% dels enquestats de 16 a 25 anys i el 72,7% de 26 a 35 anys les qualifiquen com a importants o molt importants. No obstant això, aquest percentatge davalla fins al 48,1% en els usuaris de 56 a 65 anys, i es redueix al 21,3% per als participants de 66 a 75 anys, i fins al 5,2% en els majors de 75 anys. S'observen algunes singularitats en unes certes comarques. Així, a la Plana Alta i València predominen les opcions important i molt important en les diverses franges d'edat. Al Baix Maestrat, a La Hoya de Buñol i les Marines destaquen el valor mitjà, mentre que a l'Alcalatén i al Vinalopó són significatius els nivells d'escassa o importància mitjana.

Si s'analitza el valor de les noves tecnologies en l'àmbit de la formació, es constata que tenen més importància per a les persones més joves. Així, més de la meitat dels usuaris entre 16 i 45 anys consideren que són importants o molt importants. No obstant això, només un terç dels enquestats de 56 a 65 anys opinen que són rellevants o molt rellevants. Aquest percentatge es redueix al 12,1% per als enquestats de 66 a 75 anys i fins al 3% per als majors de 75. El 87,1% dels usuaris de més edat consideren que les TIC en l'àmbit formatiu no tenen importància o en tenen poca. Aquesta importància més alta assignada per la població jove és habitual a les comarques valencianes. No obstant això, hi ha alguna excepció. A El Valle de Cofrentes-Ayora una proporció rellevant dels habitants de les diverses franges d'edat assignen a les TIC en l'aspecte formatiu escassa importància, mentre que a l'Alt i Baix Maestrat destaquen els nivells de poca o mitja rellevància. En comarques com La Hoya de Buñol, El Alto Mijares, l'Alcoià i el Vinalopó, els nivells més significatius en els participants amb edats fins als 65 anys són també els d'escassa o importància mitjana. Finalment, és rellevant que als Ports, a partir dels 36 anys, l'opció "gens d'importància" predomine sobre les altres.

Pel que fa al valor de les TIC en els tràmits amb bancs, es constata més rellevància per a la població amb edats entre 16 i 55 anys. Així, més de la meitat dels habitants d'aquestes edats considera que les noves tecnologies en les gestions bancàries són importants o molt importants. Aquesta proporció disminueix en els participants de més edat. Així, el 58,2% dels enquestats entre 66 i 75 anys, i el 84,6% dels majors de 75 opina que les TIC en aquest aspecte no tenen gens d'importància o que en tenen poca. Si s'analitzen les dades per comarques, s'observa que en alguns àmbits litorals i urbans, com l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, València, la Plana Alta i la Plana Baixa, són rellevants les opcions important i molt important en les diverses franges d'edat. A El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Mijares i l'Alcalatén destaca la importància mitjana, mentre que a La Hoya de Buñol predominen les opcions de nul·la o escassa rellevància en els diversos blocs d'edat.

La importància de les TIC en les gestions amb l'Administració pública varia segons l'edat. Així, vora la meitat dels usuaris entre 16 i 55 anys considera que són importants o molt importants. No obstant això, aquest percentatge es redueix fins al 38,3% en els participants de 56 a 65 anys, i fins al 15,2% per als qui tenen entre 66 i 75 anys. Per als majors de 75 anys la proporció és únicament del 5,6%, ja que el 85,6% d'aquests enquestats opinen que les noves tecnologies en aquest sector no tenen gens d'importància o en tenen poca. En algunes comarques, com La Hoya de Buñol, la Costera, El Valle de Cofrentes-Ayora, l'Alcalatén i El Alto Mijares predominen l'escassa o nul·la importància en les diverses franges. En altres comarques com ara la Vall d'Albaida, l'Alt Maestrat, el Baix Maestrat i l'Alcoià l'opció més rellevant és la importància mitjana. Finalment, a les comarques del Camp de Morvedre, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, l'Alacantí i València els usuaris dels diversos blocs d'edat opinen que les TIC són importants o molt importants en els tràmits amb l'Administració pública.

La rellevància de les noves tecnologies en les compres en línia segons les franges d'edat dels enquestats mostra una distribució anàloga a la variable anterior. Així, els participants més joves assignen, en general, més importància a les TIC en aquest àmbit. Entre el 55% i 66% dels enquestats entre 16 i 45 anys consideren que tenen importància o molta importància. No obstant això, aquest percentatge és del 13,1% en els usuaris de 66 a 75 anys i del 1,4% en els majors de 75. Es constaten algunes excepcions a aquest comportament en unes certes comarques. Així, a l'Horta Nord i Sud, a la Ribera Baixa, la Safor, València, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí destaquen les opcions d'important o molt important en totes les franges; mentre que a La Hoya de Buñol, l'Alcoià i el Vinalopó, els nivells d'escassa rellevància i rellevància mitjana són els més destacats.

En referència a la valoració de les TIC per a buscar informació sobre qüestions d'interès, també són els enquestats més joves els qui els assignen més importància. En aquest sentit, el 87,5% de les persones entre 16 i 25 anys consideren que les noves tecnologies en aquest àmbit són importants o molt importants. Aquest percentatge és només del 15% en els usuaris de 66 a 75 anys, i del 2,9% per als majors de 75. De nou, en unes certes comarques litorals i urbanes, les opcions important i molt important predominen en totes les franges, com ara l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Baixa, la Safor, València, la Plana Alta i l'Alacantí.

Si s'analitza la rellevància de les TIC en la consulta de mitjans de comunicació, tornen a ser les franges d'edat més joves les que els atorguen més importància. Així, més de la meitat dels enquestats amb edats entre els 16 i 55 anys considera que les noves tecnologies en aquest àmbit són rellevants o molt rellevants. Aquesta proporció davalla a mesura que augmenta l'edat, de manera que únicament el 4,1% dels majors de 75 anys opinen que són importants. En diverses comarques, els nivells predominants en totes les franges d'edat són els d'escassa importància o importància mitjana, com a la Canal de Navarrés, La Hoya de Buñol, la Costera, El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Mijares, l'Alcalatén, el Comtat, les Marines, l'Alcoià i el Vinalopó. Així mateix, en altres comarques com ara l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, València, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí destaquen els participants de les diverses franges d'edat que assignen una valoració elevada o molt elevada a aquestes noves tecnologies.

La importància de les TIC en l'àmbit de l'entreteniment i l'oci torna a mostrar una distribució similar a les variables anteriors, en què els usuaris més joves les consideren de més rellevància. Així, el 81,5% dels enquestats entre 16 i 25 anys opinen que les noves tecnologies en aquest sector són importants i molt importants. Aquest percentatge es redueix progressivament a mesura que augmenta l'edat, de manera que en els participants de més de 75 anys se situa en el 9,3%. Així, dos terços dels usuaris de més edat opina que les TIC en l'àmbit de l'entreteniment no té importància o que en té poca. Igual ocorre en la importància assignada a les TIC en relació amb la presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials, ja que els usuaris més joves els atorguen més importància.

En l'àmbit de la mobilitat, la importància de les TIC és més alta per als participants més joves, com ocorre en les variables analitzades més amunt. Així, la meitat dels enquestats de 16 a 35 anys les considera importants o molt importants. No obstant això, el 75,1% dels majors de 75 anys opinen que les noves tecnologies no tenen importància en aquest sector. Aquesta major rellevància per als habitants més joves és habitual en les diverses comarques valencianes, encara que es constaten unes certes diferències en alguns territoris. A les comarques de La Hoya de Buñol, El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Mijares, l'Alcalatén, el Comtat, l'Alcoià i el Vinalopó, destaquen els nivells de gens d'importància o escassa importància en totes les edats. D'altra banda, a València i l'Alacantí predominen les opinions d'important o molt important en les diverses franges.

Si s'observa el valor de les TIC en els serveis en plataformes de cerca de feina, destaca de nou que són els usuaris més joves els qui els assignen més importància. No obstant això, aquest predomini no és tan destacat com en variables prèvies. Així, el 44,3% dels enquestats entre 16 i 25 anys els assigna una importància elevada o molt elevada. Aquest percentatge se situa en el 47,4% per als participants entre 26 i 35 anys. Per contra, el 71,9% dels majors de 75 anys considera que les noves tecnologies en aquest àmbit no tenen gens d'importància. En algunes comarques, com La Hoya de Buñol, El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Mijares, El Alto Palancia, el Comtat i l'Alcoià, s'han assignat en més grau els nivells de gens o escassa importància en totes les franges, principalment

en els grups de més edat. En altres territoris com la Costera i el Vinalopó predominen els valors d'importància mitjana.

Les noves tecnologies en l'àmbit dels serveis sanitaris, en concret relacionats amb les cites mèdiques, i de la mateixa manera que en els aspectes anteriors, són més ben valorats per la població jove. Així, la meitat dels enquestats entre 16 i 45 anys opina que són importants o molt importants. Aquesta proporció es redueix en les edats més avançades i se situa en el 5,2% per als majors de 75 anys. El 68,2% dels participants d'aquesta franja d'edat considera que les TIC en aquest sector no tenen gens d'importància. Aquesta major importància atorgada pels enquestats joves s'observa en les diverses comarques valencianes, encara que hi ha unes certes excepcions. Així, en diverses comarques litorals o urbanes, com l'Horta Nord i l'Horta Sud, la Costera, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, València, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí, destaquen les opcions important i molt important en totes les franges. No obstant això, en altres indrets, com ara La Hoya de Buñol, El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto Mijares, El Alto Palancia, l'Alcalatén, el Comtat, l'Alcoià i el Vinalopó, hi predominen els nivells de gens o escassa importància en les diverses franges d'edat.

En relació amb el nivell de domini dels mitjans digitals, els enquestats més joves consideren que manegen en més mesura les TIC. Així, el 82,9% dels usuaris opina que el seu domini és bo o excel·lent. Aquesta proporció es redueix a mesura que augmenta l'edat, de manera que se situa en el 3,6% en els majors de 75 anys. En aquest sentit, s'observa que els joves indiquen en més mesura que no necessiten formació o que en necessiten poca. Així, el 57,9% dels usuaris opinen que no requereixen formar-se en aquest àmbit o, en tot cas, de manera escassa. Aquest percentatge és del 42,7% en els majors de 75 anys. Aquesta distribució sol ser habitual a les comarques valencianes. Tanmateix, això no és igual en diversos àmbits. Així, destaca que en comarques com ara l'Alt Maestrat, El Alto Mijares i l'Alcoià, un percentatge rellevant dels usuaris dels grups d'edats més elevats indiquen que no necessiten formació. Així mateix, en altres territoris com el Camp de Morvedre, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, València, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí molts enquestats de les franges d'edat més joves opinen que requereixen formació en aquest sector.

2.2.3. ANÀLISI SEGONS NACIONALITAT

L'enquesta mostra un predomini de l'ús personal d'Internet, tant en els usuaris de nacionalitat espanyola com en els de nacionalitat estrangera. No obstant això, el percentatge d'usuaris és més alt en els primers, amb el 74,5%, enfront del 57% dels segons. També és rellevant l'opció de l'ús combinat d'Internet, tant personal com professional, principalment en els participants de nacionalitat estrangera, amb un 40,7%. En diverses comarques s'observen unes certes singularitats. Així, al Camp de Túria, a l'Horta Sud, La Hoya de Buñol i La Vega Baja els enquestats de nacionalitat estrangera assenyalen en més mesura els dos usos referits, mentre que a la Ribera Baixa i l'Alacantí aquesta opció és marcada principalment pels espanyols. A València predominen els dos usos, tant per a la nacionalitat espanyola com estrangera. Això no obstant, cal destacar que, en general, el nombre d'enquestats forans és considerablement inferior als espanyols, fins i tot en algunes comarques aquesta xifra és més baixa de deu o cinc enquestats, la qual cosa implica xifres relatives significatives.

L'àmplia majoria dels enquestats es connecten a Internet principalment des del domicili particular, tant els usuaris espanyols (94,2%) com els estrangers (89%). En referència al nivell de satisfacció en el servei d'Internet, predominen les opcions d'excel·lent i bo, també en els participants espanyols

i els estrangers, amb percentatges respectius del 60,8% i 73,2%. En l'anàlisi territorial s'observen algunes particularitats que difereixen de les dades generals. Així, a La Hoya de Buñol predomina el nivell adequat, i al Baix Maestrat, l'Alcalatén i el Comtat aquesta opció és la més destacada en els usuaris espanyols. Finalment, a les Marines, més de la meitat dels espanyols i un terç dels estrangers consideren que el servei d'Internet és deficient o escàs.

Si s'analiza la importància assignada a les TIC en relació amb les aplicacions mòbils i web per a la comunicació digital, es constata que la majoria d'enquestats, espanyols i estrangers, consideren que són rellevants o molt rellevants, amb percentatges del 69,3% i el 86,1% respectivament. Aquest predomini es registra en les diverses comarques amb algunes excepcions, com el Baix Maestrat, les Marines, el Vinalopó i l'Alcalatén, on els espanyols els assignen en més mesura el nivell mitjà d'importància.

En referència a la rellevància de les TIC en les activitats generals de la vida quotidiana, és qualificada com a important o molt important per la majoria dels participants de nacionalitat espanyola (54,3%) i estrangera (73,2%). Aquest predomini es detecta en general en el territori valencià, encara que en diverses comarques, com La Hoya de Buñol, el Comtat, les Marines, El Valle de Cofrentes-Ayora, l'Alt Maestrat, l'Alcalatén i el Vinalopó, són rellevants en els participants espanyols les opcions de gens d'importància o escassa importància.

En relació amb la importància de les noves tecnologies en l'àmbit de la formació, s'observen unes certes diferències segons la nacionalitat dels enquestats. Així, el 66,8% dels enquestats forans i el 42,2% dels espanyols considera que són importants o molt importants, encara que és significatiu que una cinquena part d'aquests últims no els assigne gens d'importància. Aquesta major importància assignada pels enquestats estrangers s'observa en l'anàlisi territorial efectuada, així com la menor importància atorgada pels espanyols. No obstant això, hi ha unes certes excepcions destacables. Així, en nombroses comarques de la província de València i en algunes de Castelló i d'Alacant, com el Camp de Morvedre, el Camp de Túria, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, Baixa, la Safor, València, la Vall d'Albaida, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí, les opcions més destacades, tant per a espanyols com estrangers, són importants i molt importants. Igualment, a La Hoya de Buñol, la Costera i l'Alcoià, les opcions predominants són gens d'importància i escassa importància en l'àmbit formatiu.

En referència al valor de les TIC en els tràmits amb bancs, destaca que el 68,8% dels estrangers consultats les consideren importants o molt importants. Aquest percentatge és inferior en els usuaris espanyols, que se situa en el 48,6%. Aquesta valoració més baixa dels participants de nacionalitat espanyola s'observa en les diverses comarques valencianes, encara que hi ha unes certes excepcions en les quals aquests usuaris mostren una valoració més alta en aquest aspecte, com a la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, València i l'Alacantí.

En els tràmits amb l'Administració pública, i com passa en la variable anterior, els usuaris de nacionalitat estrangera atribueixen més importància a les TIC, ja que el 63,6% considera que són importants o molt importants. Aquest percentatge és inferior en els participants espanyols, situat en el 42,2%. Així, una cinquena part d'aquests enquestats considera que les noves tecnologies no tenen gens de rellevància en l'àmbit de l'Administració pública. La menor importància assignada pels espanyols consultats és habitual arreu del territori. De fet, en algunes comarques, com La Hoya de Buñol i l'Alt Maestrat, la meitat dels enquestats de nacionalitat espanyola considera que les TIC no tenen gens d'importància en aquest sector, mentre que a El Valle de Cofrentes-Ayora, El Alto

Mijares i el Vinalopó, aquesta proporció és del 40%. No obstant això, en alguns àmbits la rellevància assignada és destacada entre la població espanyola, com a la Ribera Baixa, la Safor i l'Alacantí.

La importància de les TIC en l'àmbit de les compres en línia mostra una distribució similar a les variables anteriors, de manera que els enquestats estrangers els atorguen més rellevància. Així, dos terços dels participants forans consideren que són importants o molt importants, mentre que en els de nacionalitat espanyola aquesta xifra és del 44,3%. En aquest sentit, únicament el 5,1% dels estrangers considera que les noves tecnologies no tenen importància en aquest sector, mentre que en els espanyols aquest percentatge puja fins al 19,6%.

De la mateixa manera succeeix en la qüestió vinculada amb la cerca d'informació sobre temes d'interès, en què els enquestats estrangers valoren millor l'ús de les TIC. Així, el 81,5% d'aquests participants considera que són rellevants o molt rellevants, enfront del 64,3% en el cas dels espanyols. Aquesta major importància assignada pels usuaris forans és habitual a les comarques valencianes, encara que en algunes apareixen valoracions superiors entre els participants de nacionalitat espanyola, com és el cas de la Safor, el Comtat i l'Alcoià.

Així mateix, en l'àmbit de la consulta de mitjans de comunicació, com ara premsa en línia o portals electrònics, tornen a ser els usuaris forans el qui valoren de forma més positiva les noves tecnologies. En aquest sentit, el 64,1% d'aquests usuaris opina que les TIC són importants o molt importants. Aquest percentatge és del 44% en el cas dels espanyols consultats. Aquesta valoració més baixa és habitual arreu del territori, però hi ha unes certes excepcions a la Ribera Alta i València.

En el sector de l'entreteniment i oci, de nou sobreixen les valoracions dels enquestats de nacionalitat estrangera, on més de dos terços dels consultats consideren que les noves tecnologies són rellevants o molt rellevants. En el cas dels consultats espanyols, aquesta xifra també és significativa, però inferior, del 53,3%. No obstant això, en diverses comarques valencianes, els consultats espanyols mostren valoracions superiors, com ocorre al Camp de Morvedre, al Camp de Túria, a l'Horta Sud, a la Costera, a la Ribera Alta, a la Safor, a la Plana Alta i a La Vega Baja.

Si s'analitza l'ús de les TIC en plataformes i mitjans digitals i xarxes socials, sobreixen de nou els participants forans. De fet, el 61,7% opina que les noves tecnologies són rellevants. No obstant això, els usuaris espanyols mostren una valoració més baixa i una cinquena part consideren que les TIC no són importants en aquest àmbit. Val a destacar en aquesta resposta unes certes excepcions, com la Ribera Alta i València. El mateix ocorre en l'àmbit de la mobilitat, on de nou despenquen les valoracions dels enquestats estrangers, encara que amb unes quantes diferències, com a l'Horta Sud, la Ribera Alta i els Ports. Cal destacar que a les comarques de La Hoya de Buñol i El Alto Mijares la majoria dels participants espanyols i estrangers consideren que les TIC en aquest àmbit no tenen gens d'importància.

La valoració de les noves tecnologies en el sector dels serveis en plataformes de cerca d'ocupació, i com ocorre en les variables anteriors, és més ben valorada pels participants estrangers. De fet, un terç dels espanyols opinen que les TIC en aquest àmbit no tenen rellevància. En algunes comarques, com l'Alt Maestrat i l'Alcalatén, es registra un alt percentatge d'enquestats que considera que les TIC en aquest aspecte no són significatives.

En el sector dels serveis sanitaris, i en particular en les gestions de cites mèdiques, tornen a ser els enquestats de nacionalitat estrangera els qui assignen millors valoracions. Així, el 60,4% dels

participants forans consideren que les TIC en aquest àmbit són de rellevància, mentre que més d'una cinquena part dels espanyols indica que no tenen gens d'importància. No obstant això, en diversos territoris, el Camp de Túria, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, la Plana Alta, l'Horta Sud i l'Alacantí, es constaten valoracions més altes entre la població enquestada espanyola.

En referència al domini dels mitjans digitals, el 71,4% dels forans opina que el seu nivell és bo o excel·lent. En el cas dels espanyols aquest percentatge també és elevat, tot i que inferior, situat en el 56,8%. En l'anàlisi territorial hi ha unes certes excepcions: la Plana Alta, la Plana Baixa, l'Alcoià i La Vega Baja.

Finalment, s'analitzen les necessitats formatives dels enquestats segons la nacionalitat. La meitat dels consultats espanyols opinen que no necessiten gens de formació o que en necessiten poca en l'àmbit de les TIC. Aquest valor és inferior en els participants forans, situat en el 31,6%. De fet, una quarta part dels estrangers considera que requereixen molta informació en aquest àmbit. No obstant això, en diverses comarques la proporció d'enquestats amb nacionalitat espanyola que opinen que necessiten formació en aquest àmbit és superior als de nacionalitat estrangera, com passa al Camp de Morvedre, a la Ribera Alta, la Ribera Baixa i la Plana Baixa.

2.2.4. ANÀLISI SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS

L'ús principal que es fa d'Internet segons els enquestats varia segons el nivell formatiu. S'observa que en la majoria de nivells destaca l'ús personal, amb valors més elevats en els usuaris que no disposen d'estudis o que tenen només educació primària. L'enquesta mostra que aquest predomini de l'ús domèstic disminueix a mesura que augmenta el nivell acadèmic dels usuaris. Així, en els participants amb llicenciatura, màster i doctorat, hi predomina l'opció tots dos, on es combina l'ús personal amb el professional. En l'anàlisi territorial s'observen unes certes excepcions a aquesta distribució. Així, a les comarques d'El Alto Mijares, El Alto Palancia, el Baix Maestrat, el Comtat i l'Alcoià, l'ús predominant en tots els nivells formatius és el personal. El lloc de connexió principal d'Internet és el domicili particular, amb valors molt destacats sobre les altres opcions i per als diversos nivells d'estudis.

En referència al nivell de satisfacció en el servei d'Internet, els enquestats amb estudis universitaris mostren un grau més alt de valoració, ja que més del 75% el considera bo o excel·lent. Els participants amb estudis primaris o sense formació acadèmica li assignen pitjors valoracions. De fet, el 41% dels participants sense estudis afirma que el servei d'Internet és escàs o deficient. En els altres usuaris predomina un grau de satisfacció mitjà o elevat. Es registren algunes singularitats en diverses comarques. Així, en alguns territoris s'assenyala que el servei d'Internet és bo o excel·lent en els diversos nivells acadèmics, com al Camp de Morvedre, el Camp de Túria, la Plana Baixa, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Safor, La Plana de Utiel-Requena, València i l'Alacantí. En altres àmbits, com La Hoya de Buñol, les Marines i el Vinalopó, hi predomina una satisfacció mitjana o escassa, mentre que a El Rincón de Ademuz i al Baix Maestrat s'observen valors mitjans o elevats en tots els nivells acadèmics.

Si s'analitza la importància de les TIC en les aplicacions per a la comunicació digital, destaca que la majoria d'usuaris, en els diversos nivells acadèmics, principalment els universitaris, les considera importants. Així, més del 80% de persones amb llicenciatura, màster o doctorat opinen que són significatives o molt significatives. Aquest percentatge és inferior en els altres nivells formatius,

encara que també destacat. Aquestes elevades valoracions s'observen en les diverses comarques valencianes, encara que en alguns àmbits despunten els nivells mitjans o importants en tots els nivells acadèmics, com a la Costera, El Rincón de Ademuz, el Baix Maestrat, el Comtat, les Marines i el Vinalopó.

La importància assignada a les noves tecnologies en les activitats generals de la vida quotidiana varia segons els nivells formatius dels enquestats. Així, el 82,3% dels participants sense estudis i el 66,9% amb educació primària considera que no tenen importància o que és escassa. Els usuaris amb més nivell formatiu els atorga més rellevància. En aquest sentit, més del 73% dels enquestats amb estudis universitaris opina que les TIC en aquest àmbit són significatives o molt significatives. Aquesta distribució és habitual a les comarques valencianes. No obstant això, en algunes predominen les valoracions significatives en tots els graus formatius, com ocorre al Camp de Morvedre, al Camp de Túria, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, València i la Plana Baixa.

La rellevància atorgada a les TIC en la formació dels usuaris mostra diferències significatives segons el nivell formatiu. Així, el 84,1% de les persones enquestades sense formació acadèmica i el 68% dels qui tenen estudis primaris considera que les noves tecnologies no tenen gens d'importància en aquest aspecte. Aquesta escassa valoració augmenta a mesura que s'incrementa el nivell formatiu dels enquestats, de manera que més de dos terços dels participants amb estudis universitaris opinen que les TIC són importants o molt importants en la seua formació. Aquesta major rellevància per part dels usuaris amb un nivell formatiu més elevat és comuna al territori. No obstant això, a l'Horta Nord, a València, a la Plana Baixa i a l'Alacantí s'observen valoracions significatives en tots els nivells; mentre que en unes altres, com La Hoya de Buñol, El Alto Mijares, les Marines i l'Alcoià, hi predomina la importància escassa o mitjana en els diversos graus formatius.

La importància assignada a les TIC en els tràmits amb bancs mostra una distribució similar a la variable anterior. Així, el 89,2% dels enquestats sense estudis i el 71,4% amb estudis primaris considera que les noves tecnologies en aquestes gestions no són importants o que tenen una rellevància escassa. La importància assignada augmenta en els usuaris amb formació superior. De fet, aproximadament el 70% dels enquestats amb formació universitària opina que les TIC en aquest sector són significatives o molt significatives. En algunes comarques, principalment urbanes i litorals, com el Camp de Morvedre, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Safor, València, la Plana Baixa i l'Alacantí, les valoracions assignades són destacades en els diversos nivells acadèmics. No obstant això, en unes altres, com per exemple El Alto Mijares, hi predominen les valoracions escasses.

En referència a la importància que tenen les TIC en els tràmits amb l'Administració pública, són de nou els enquestats amb nivells d'estudis més elevats els qui els assignen valoracions més rellevants. Així, el 69,7% dels participants amb màster o doctorat i el 62,2% dels qui posseeixen una llicenciatura o diplomatura opinen que les noves tecnologies en aquest àmbit són significatives o molt significatives. En l'extrem oposat se situen els usuaris sense estudis, ja que el 90% considera que no tenen gens d'importància o que en tenen poca. En l'anàlisi territorial s'observen algunes excepcions. Així, a la Ribera Alta, València, la Plana Baixa i La Vega Baixa destaquen les valoracions elevades en tots els nivells formatius, mentre que a El Alto Mijares sobreixen les opcions de menys rellevància.

Les noves tecnologies en l'àmbit de les compres en línia mostren un comportament anàleg a les variables anteriors. El 85,8% dels usuaris sense estudis opinen que no tenen importància. La valoració assignada s'incrementa en els usuaris amb nivells acadèmics més alts. El 65% dels enquestats

amb formació universitària considera que són rellevants o molt rellevants. Igualment, hi ha algunes excepcions a aquesta distribució, de manera que en diverses comarques litorals o urbanes, com el Camp de Morvedre, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, València, la Plana Alta i la Plana Baixa, apareixen opinions favorables en tots els nivells formatius. A El Alto Mijares es constata de nou un predomini de les valoracions escasses.

Si s'analitza la importància de les TIC en la cerca d'informació sobre qüestions d'interès d'àmbit personal, torna a observar-se que els enquestats amb un nivell formatiu més elevat les valoren en grau més alt. Així, més del 80% dels participants amb estudis universitaris consideren que són rellevants o molt rellevants. Aquest percentatge també és significatiu en els enquestats amb l'ESO, batxillerat i formació professional. No obstant això, el 80,2% dels consultats sense estudis consideren que no tenen importància. Així mateix, en algunes comarques es registren valoracions rellevants en els diversos nivells acadèmics, com a l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, València, la Plana Baixa i l'Alacantí. A El Alto Mijares es constaten valoracions escasses en general.

La importància assignada a les noves tecnologies en la consulta de mitjans de comunicació també varia segons els nivells formatius dels participants. Un elevat percentatge dels enquestats sense estudis o amb educació primària consideren que les TIC en aquest sector no tenen importància. En els altres nivells formatius es constata una valoració més alta entre els usuaris, ja que una proporció rellevant dels usuaris consideren que són importants o molt importants. De la mateixa manera ocorre en l'àmbit de l'entreteniment i oci, on el 81% dels enquestats sense estudis considera que les TIC en aquest sector no tenen importància, mentre que dos terços dels usuaris amb formació universitària opina que són importants o molt importants. Aquesta valoració més baixa és habitual en les diverses comarques valencianes.

En referència a l'ús de les noves tecnologies en la presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals o xarxes socials, tornen a ser els enquestats amb un nivell formatiu més baix els que assignen les valoracions més reduïdes. Així, el 90,9% dels participants sense estudis i el 80,5% dels usuaris amb educació primària considera que les TIC en aquest aspecte no tenen importància o en tenen poca. A l'extrem oposat se situen els usuaris amb formació universitària, ja que la meitat opina que són significatives. Els altres nivells formatius ofereixen valoracions mitjanes. En l'anàlisi segons comarques s'observen unes quantes excepcions. Així, al Camp de Morvedre, al Camp de Túria, a l'Horta Sud, a la Ribera Baixa, a la Safor, a València, a la Plana Baixa i a l'Alacantí apareixen valoracions elevades en tots els nivells formatius.

La rellevància de les TIC en l'àmbit de la mobilitat també mostra una distribució similar a les variables anteriors. De nou, els usuaris sense estudis o amb educació primària els assignen les pitjors valoracions. Així, el 85,7% dels enquestats sense estudis i el 75,2% amb estudis primaris considera que les noves tecnologies en aquest sector no tenen importància. Aquesta valoració augmenta a mesura que s'incrementa el nivell formatiu dels participants. S'observen algunes excepcions en l'anàlisi per comarques. Així, en diversos territoris com La Hoya de Buñol, El Alto Mijares, el Comtat, les Marines i l'Alcoià s'assignen valoracions escasses en els diversos nivells acadèmics. En altres comarques, com la Safor i València, es constaten valoracions significatives en tots els graus formatius.

Si s'observa la importància de les noves tecnologies en els serveis de cerca de feina, resulta que tornen a ser els enquestats sense estudis o amb estudis primaris els qui mostren una valoració més baixa de les TIC. Així, el 87,5% dels participants sense estudis considera que no tenen gens d'importància. En aquest àmbit, els usuaris amb formació universitària tornen a ser els que ator-

guen més importància a les TIC, ja que aproximadament la meitat considera que són significatives o molt significatives. No obstant això, és rellevant que una cinquena part d'aquests enquestats considere que no tenen gens de rellevància. En l'anàlisi territorial destaca que en moltes comarques, una proporció rellevant d'usuaris dels diversos nivells formatius assignen una importància escassa a les TIC en aquest àmbit, com ocorre a la Canal de Navarrés, La Hoya de Buñol, La Plana de Utiel-Requena, El Valle de Cofrentes-Ayora, l'Alt Maestrat, El Alto Mijares, El Alto Palancia, el Baix Maestrat, el Comtat i l'Alcoià. En altres comarques, el Camp de Túria, l'Horta Nord i València, tots els nivells els atorguen una rellevància significativa. Finalment, en altres territoris com la Costera i la Vall d'Albaida, una proporció rellevant de la mostra assenyala l'opció NS/NC (no ho sap o no contesta).

La importància atorgada a les TIC en l'àmbit dels serveis sanitaris, en concret en la gestió de les cites mèdiques, varia segons els nivells formatius dels enquestats. S'observa que els participants amb més poc nivell formatiu els assignen una rellevància més baixa. Així, el 78,9% dels usuaris sense estudis consideren que les noves tecnologies en aquestes gestions no tenen importància. Aquest percentatge es redueix de manera considerable a mesura que augmenta el nivell acadèmic. De fet, més de la meitat dels enquestats amb formació universitària considera que són importants o molt importants. De nou, en diverses comarques, es registren valoracions rellevants en tots els nivells, com al Camp de Morvedre, el Camp de Túria, l'Horta Nord, l'Horta Sud, la Ribera Alta, la Ribera Baixa, la Safor, la Plana Alta, la Plana Baixa i l'Alacantí. En unes altres predominen les valoracions baixes, com a El Alto Mijares, El Alto Palancia, el Comtat i l'Alcoià.

Si s'analitza el domini dels mitjans digitals de la població enquestada, destaca que el 87,6% dels usuaris sense formació acadèmica opina que el seu nivell és deficient o escàs. Aquest percentatge és del 62,5% en els participants amb estudis primaris. Aquests percentatges davallen de manera rellevant en els enquestats de nivell formatiu més elevat. Així, més del 60% dels habitants amb educació secundària i batxillerat opina que el seu domini de les TIC és bo o excel·lent. Aquesta proporció és del 83,1% per a aquells que disposen de màster o doctorat.

Finalment, en relació amb les necessitats formatives en l'àmbit de les TIC, destaca que una quarta part dels enquestats sense estudis considera que no necessita formació o que és escassa. Aquesta proporció augmenta en els participants amb estudis, de manera que la meitat dels consultats que tenen algun tipus de formació acadèmica, des d'educació primària fins a universitària, indica que no requereixen formar-se en aquest sector. Aquesta estructura s'observa en l'anàlisi territorial efectuada, de manera que en la majoria de comarques els usuaris amb alguna mena de formació acadèmica indiquen en major grau que no necessiten formació en l'àmbit de les noves tecnologies.

2.2.5. ANÀLISI SEGONS L'OCCUPACIÓ ACTUAL

L'ús principal que es fa d'Internet varia segons l'ocupació actual dels enquestats. Així, l'ús personal predomina en els usuaris que són estudiants, desocupats, mestres de casa, jubilats i empleats. En el cas dels empresaris, aquest ús és indicat únicament pel 39,9%, ja que més de la meitat ha assenyalat l'opció tots dos, en què es combina l'ús personal amb el professional. Aquesta opció combinada l'ha marcada el 46,1% dels autònoms i el 34,4% dels empleats. Aquest predomini de l'ús professional i personal en empresaris, autònoms i empleats és habitual en les diverses comarques, encara que hi ha algunes excepcions. Així, en comarques com El Rincón de Ademuz, La Plana de Utiel-Requena, El Alto Mijares, El Alto Palancia, el Baix Maestrat, el Comtat i l'Alcoià, hi destaca l'ús personal en les diverses tipologies.

En l'àmbit professional, el lloc de connexió principal és el domicili per als estudiants, desocupats, mestres de casa i jubilats. En els empresaris i empleats destaquen les connexions des de l'espai de treball a través d'un ordinador o dispositiu mòbil. Finalment, la meitat dels autònoms indiquen com a lloc principal de connexió el domicili i l'altra meitat el lloc de treball. Aquesta distribució predomina en la majoria de comarques. No obstant això, n'hi ha unes quantes on s'observa que una proporció destacable d'estudiants indiquen com a lloc de connexió principal el centre d'estudis o un altre establiment com ara les biblioteques, per exemple, el Camp de Morvedre, la Ribera Baixa, la Vall d'Albaida, el Baix Maestrat, les Marines, l'Alacantí i l'Alcoià.

En referència al nivell de satisfacció en el servei d'Internet en l'àmbit professional, es constata que més del 70% dels enquestats, en les diverses ocupacions, indica que el servei és bo o excel·lent. Fins i tot aquest percentatge assoleix el 80% en el cas dels empresaris. No obstant això, és una miqueta inferior en el cas dels jubilats, ja que se situa en el 57,1%. Aquestes altes valoracions són comunes a les comarques valencianes. No obstant això, en algunes, com l'Horta Sud i el Camp de Túria, la valoració dels desocupats és més baixa i la majoria indica un nivell de satisfacció mitjà.

Si s'analitza la importància d'Internet en les aplicacions mòbils i web per a la comunicació digital en l'àmbit professional, es constata que una proporció rellevant dels enquestats considera que és significatiu o molt significatiu, ja que supera el 73% en els diversos tipus d'ocupació. En referència a la rellevància de les TIC en l'acompliment general en la faena, també la consideren elevada o molt elevada la majoria d'usuaris en els diversos tipus, principalment empresaris, autònoms i empleats.

La rellevància de les TIC en la formació en l'àmbit professional també és considerada significativa i molt significativa pels diversos tipus d'enquestats segons l'ocupació actual. També destaquen les valoracions elevades en els tràmits amb bancs en l'àmbit professional dels diversos enquestats, principalment mestres de casa, empresaris i autònoms. En l'anàlisi territorial s'observen algunes singularitats. Per exemple, en la majoria de comarques alacantines els jubilats marquen en major grau valoracions mitjanes en aquest àmbit.

Així mateix, la valoració de les TIC en els tràmits amb l'Administració pública en l'àmbit professional, la consideren important i molt important una àmplia proporció dels enquestats, principalment jubilats. Així, el 80% d'aquest grup considera que les noves tecnologies en aquest sector són significatives.

La importància de les TIC en les compres en línia varia segons l'ocupació actual dels enquestats. La majoria d'estudiants, mestres de casa, empresaris i autònoms han indicat les opcions importants i molt importants. No obstant això, en els desocupats i jubilats predomina l'opció d'importància mitjana. Finalment hi ha els empleats, en què una cinquena part dels participants indica que les TIC en aquest sector no tenen importància. Aquesta distribució sol ser habitual, encara que s'observen singularitats en unes certes comarques valencianes. Així, a La Hoya de Buñol predominen els nivells de valoració baixos i mitjans en els diversos tipus d'ocupació. A la Costera destaca el nivell baix en els empresaris, mentre que a La Serranía, dos terços dels desocupats considera que les TIC no tenen rellevància en les compres en línia. A València cal destacar que la meitat dels desocupats i jubilats atorguen una importància destacada a les noves tecnologies. A El Alto Palancia, el 75% dels desocupats els assigna valoracions importants i molt importants. Aquesta xifra és del 58,3% en els enquestats que busquen faena de la Plana Alta, i el 75% a les Marines. A la comarca esmentada, el 57,9% dels empleats indica valoracions altes i molt altes.

La importància de les TIC referida a la cerca d'informació a nivell professional és considerada rellevant i molt rellevant per l'àmplia proporció dels enquestats, per als diversos tipus d'ocupació. De fet, en alguns col·lectius, com el de desocupats, mestres de casa i empleats, més del 82% consideren significatives les noves tecnologies. També predominen les opinions favorables sobre la rellevància de les noves tecnologies en la consulta de mitjans de comunicació a nivell professional, ja que més de la meitat dels enquestats en les diverses tipologies incloses consideren que són importants o molt importants. No obstant això, també destaquen les valoracions mitjanes, que solen representar una cinquena o quarta part de les opinions. En l'anàlisi territorial hi ha algunes singularitats. En aquest sentit, a les comarques de la Canal de Navarrés, La Hoya de Buñol, la Costera, la Ribera Alta, el Comtat i el Vinalopó, entre els autònoms i empleats destaquen les opcions d'importància mitjana i baixa. Al Baix Maestrat, l'Alcalatén i El Valle de Cofrentes són rellevants les valoracions escasses entre els empleats, mentre que a l'Alacantí, una proporció destacada de desocupats marquen l'opció d'importància mitjana.

En l'àmbit de l'oci i l'entreteniment s'observen unes certes diferències en la importància assignada a les TIC segons l'ocupació actual dels enquestats. Així, els estudiants i desocupats tenen en general opinions favorables, encara que destaca l'opció d'importància mitjana. En el cas dels jubilats, autònoms i empleats, una proporció significativa considera que són importants i molt importants. No obstant això, més d'una quarta part ha marcat l'opció gens d'importància. Finalment, hi ha els mestres de casa i els empresaris, en què predominen les opcions significatiu i molt significatiu. Aquesta distribució té algunes excepcions en diverses comarques. Així, al Camp de Morvedre, l'Horta Nord i la Ribera Alta la majoria d'estudiants i desocupats tenen opinions favorables sobre les TIC. A la Safor i la Plana Alta destaquen les opcions rellevants entre els autònoms. A les Marines i l'Alacantí despenen els empleats que assenyalen la importància de les TIC. Finalment, a la Vall d'Albaida predominen les opinions favorables a les TIC entre els desocupats; i a la Plana Baixa entre els estudiants.

Si s'analitza la valoració de les noves tecnologies en la presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials, la majoria d'usuaris indiquen que són importants i molt importants, principalment els mestres de casa i els empresaris. Hi ha algunes excepcions a aquest comportament general. Al Camp de Túria predomina la importància mitjana a excepció dels autònoms i empleats. A La Hoya de Buñol, la Canal de Navarrés i la Costera destaquen les opinions desfavorables entre els autònoms i els empleats. Finalment, al Baix Maestrat, els Ports, l'Alcalatén i el Vinalopó són rellevants les opcions d'importància escassa entre els empleats.

En relació amb la mobilitat en l'àmbit professional, les TIC són valorades positivament per una proporció rellevant dels enquestats. No obstant això, destaca l'opció d'importància mitjana entre les diverses tipologies dels participants. A les comarques del Camp de Morvedre i la Safor els desocupats, estudiants i mestres de casa assenyalen en grau més alt la importància de les noves tecnologies en aquest àmbit. A l'Horta Nord i l'Horta Sud predominen les opinions favorables, mentre que a la Costera s'assenyalen, en general, les opcions que indiquen escassa o nul·la importància de les TIC.

En referència als serveis en plataformes de cerca, s'observen diferències entre les diverses classes d'usuaris. Així, la majoria d'estudiants, desocupats i mestres de casa indiquen que les TIC són importants i molt importants. En els jubilats destaquen la rellevància mitjana. No obstant això, més d'una cinquena part dels autònoms i empleats assenyalen que la importància de les noves tecnolo-

gies en aquest sector és nul·la. En l'anàlisi per comarques es constaten diverses excepcions. Així, al Camp de Morvedre predominen les valoracions mitjanes, amb excepció dels desocupats i mestres de casa, entre els quals destaquen els que opinen que tenen una importància rellevant. Al Camp de Túria, l'Horta Sud, València, l'Alacantí i el Vinalopó, la majoria d'autònoms i empleats assenyalen que les TIC són importants i molt importants.

La importància de les TIC en l'àmbit sanitari professional, concretament en les gestions de les cites mèdiques, varia segons el tipus d'usuari i segons l'ocupació actual. La majoria dels mestres de casa i empresaris assenyalen que són rellevants i molt rellevants. No obstant això, entre els estudiants i desocupats destaquen les opinions d'importància mitjana. Finalment, una proporció rellevant de jubilats, autònoms i empleats indiquen que les noves tecnologies en aquest àmbit no tenen importància o és escassa. Algunes comarques reflecteixen unes certes singularitats. A la Safor i l'Alacantí predominen les opcions important i molt important entre autònoms i empleats; a El Alto Palancia entre els empleats i a La Serranía i l'interior de les Marines entre els desocupats.

Si s'analitza el domini dels mitjans digitals en l'àmbit professional, destaca que una proporció significativa dels enquestats, per als diversos tipus d'usuaris, indiquen que tenen un nivell bo o excel·lent. No obstant això, és rellevant que molts participants, amb percentatges que superen el 40% i 50% en els diversos tipus, indiquen que necessiten bastant o molta formació en l'àmbit de les TIC en l'àmbit professional. En aquest sentit, destaquen els estudiants i mestres de casa.

2.2.6. ANÀLISI SEGONS LA CATEGORIA PROFESSIONAL

En aquest apartat es fa una anàlisi de l'enquesta per a les variables considerades segons les diverses categories professionals dels usuaris. A causa de les nombroses tipologies existents, més de quinze, no es fa referència a les singularitats observades en comarques concretes en relació amb les dades generals, ja que en nombrosos territoris el nombre d'enquestats és molt reduït. Per tant, s'analitzaran els valors globals de la Comunitat Valenciana.

L'enquesta mostra el predomini de l'ús personal que es fa d'Internet en la majoria de categories professionals dels enquestats. L'única excepció apareix en els directors i gerents, en què destaca l'opció de tots dos, amb el 58,5%, en la qual es combinen els usos laborals i personals.

En referència al lloc predominant de connexió a Internet en l'àmbit professional, una proporció rellevant de les diverses tipologies indica l'opció del lloc de treball mitjançant un ordinador o dispositiu mòbil. Només els agricultors, operadors de maquinària, jornalers i treballadors d'ocupacions elementals assenyalen com a lloc de connexió principal el domicili particular. Si s'analitza la satisfacció en el servei d'Internet, les diverses classes d'usuari segons la categoria professional destaquen un nivell bo i excel·lent, amb proporcions rellevants.

La importància assignada a les TIC en les aplicacions per a la comunicació digital en l'àmbit professional mostra que la majoria d'usuaris marquen les opcions de rellevant i molt rellevant per a tots els tipus de participants. Igualment, en relació amb la importància de les noves tecnologies en l'exercici general en la feina, les diverses categories professionals les qualifiquen com a importants i molt importants, a excepció dels operadors de maquinària, en què és rellevant la valoració mitjana.

En relació amb la formació en l'àmbit professional, la majoria dels enquestats de les diverses tipologies consideren que les TIC són significatives i molt significatives, principalment directors, gerents i professionals científics i intel·lectuals. Només els operadors de maquinària i els treballadors d'ocupacions elementals mostren valoracions inferiors, amb un predomini de les opcions de rellevància baixa i mitjana. Igual ocorre en la importància que tenen les noves tecnologies en les gestions amb els bancs, en què destaquen les opinions favorables en totes les categories, amb excepció, de nou, dels operadors de maquinària i els treballadors en ocupacions elementals i militars, que consideren en una proporció més alta que tenen una importància mitjana.

En el sector de l'Administració pública, les TIC també es consideren significatives en les diverses categories professionals. Així, la majoria de cada tipologia marca les valoracions més elevades, amb excepció dels operadors de maquinària, en què la meitat d'aquests usuaris consideren que les noves tecnologies no tenen importància en aquest àmbit.

Si es considera la rellevància de les TIC en les compres en línia en l'àmbit professional, nombroses categories indiquen com a opcions més marcades les més favorables. No obstant això, en algunes predominen valoracions inferiors. Així, la meitat dels operadors de maquinària i el 35% dels militars considera que les noves tecnologies no tenen rellevància en aquest sector. Aquest percentatge se situa entre el 20% i 25% en els tècnics de nivell mitjà, personal administratiu i representants. Així mateix, més d'un terç dels jornalers marca l'opció d'importància mitjana.

En referència a la valoració de les TIC a l'hora de buscar informació relacionada amb la faena, la majoria d'usuaris per a totes les categories les consideren importants i molt importants. Fins i tot en diverses tipologies, més del 80% dels enquestats marquen aquestes opcions, com els directors, capatassos, científics, tècnics, administradors, representants i operadors de maquinària.

En la consulta de mitjans de comunicació, en l'àmbit professional, tornen a destacar les opcions de rellevants i molt rellevants. No obstant això, en les categories de personal administratiu, operaris, jornalers i militars destaca la rellevància mitjana. Igualment, el 46,2% dels operadors de maquinària opina que les noves tecnologies no tenen gens de rellevància.

Si s'analitza la rellevància de les TIC en el sector de l'entreteniment i l'oci, és significatiu que la majoria d'usuaris de nombroses categories marquen en grau més alt valoracions baixes. Així, l'opció més marcada per capatassos, científics, tècnics, personal d'administració, representants, operaris, operaris de maquinària, ocupacions elementals i ocupacions militars és la de gens d'importància.

La importància de les noves tecnologies en la presència en mitjans digitals i xarxes socials és considerada de manera positiva per les diverses categories professionals, ja que la majoria d'usuaris les consideren importants i molt importants. No obstant això, en els col·lectius d'operaris de maquinària i militars destaca l'opció gens d'importància.

La valoració de les TIC mostra diferències significatives segons la categoria professional dels consultats. Així, una proporció rellevant de directors, capatassos, venedors, agricultors, ocupacions elementals i jornalers les considera importants i molt importants. No obstant això, la resposta més marcada per tècnics, administratius, operaris de maquinària i militars és de la gens de rellevància. Finalment, els científics, representants i oficials assenyalen la importància mitjana com a opció més destacada.

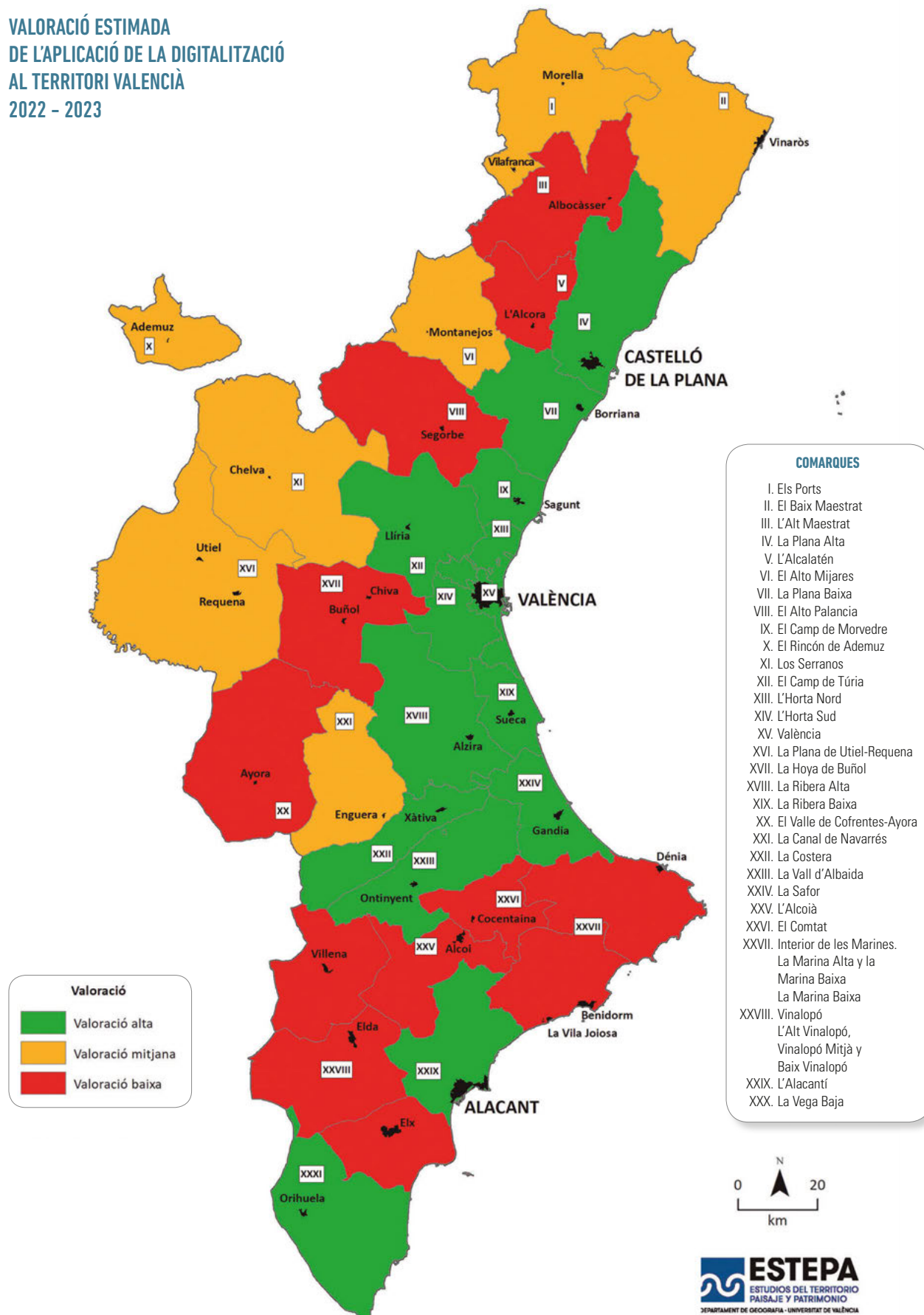
En relació amb la rellevància de les noves tecnologies en els serveis de cerca d'ocupació, les diverses tipologies de participants indiquen valoracions favorables. Hi ha algunes excepcions. Així, una quarta part d'operaris, operaris de maquinària i militars consideren que no són importants en aquest sector. Igualment, els agricultors marquen en grau més alt la resposta d'importància mitjana.

De la mateixa forma, la importància de les TIC en l'àmbit sanitari difereix segons les categories professionals. En general, reben valoracions positives. No obstant això, en les tipologies de tècnics, administratius, representants, militars i operaris de maquinària, la resposta més marcada és la de gens d'importància. En d'altres com ara jornalers i científics és rellevant l'opció de valoració mitjana. A més, una quarta part dels agricultors indica la resposta d'importància escassa.

En referència al domini dels mitjans digitals a nivell professional, en totes les categories la majoria d'enquestats ha indicat que el seu nivell és bo i excel·lent. L'única excepció la constitueixen els operaris de maquinària, en què el 57,4% indica que el nivell és adequat.

Finalment, s'ha considerat la necessitat de formació dels participants segons la categoria professional. Destaca que nombroses tipologies tenen com a resposta predominant la que indica que es necessita formació, com ocorre amb els capatassos, científics, tècnics de nivell mitjà, administratius, agricultors, operaris i jornalers. Fins i tot, en els directors i venedors, l'opció més quantiosa és la que indica la necessitat de molta informació. En altres categories, com els tècnics d'alt nivell i els treballadors d'ocupacions elementals, la resposta més marcada és la que indica que la formació que es requereix en aquest àmbit és escassa. Finalment, una quarta part dels representants consideren que no necessiten gens de formació.

VALORACIÓ ESTIMADA DE L'APLICACIÓ DE LA DIGITALITZACIÓ AL TERRITORI VALENCIÀ 2022 - 2023



Mapa 2.8. Valoració estimada de l'aplicació de la digitalització al territori valencià 2022-2023. Font: 8.000 enquestes. Elaboració pròpia.

Quadre 2.22.
Ús d'Internet

	PERSONAL	Personal (domèstic/familiar)	Laboral/ Professional	Tots dos	No use Internet	TOTAL
	TOTAL	73,8%	3,8%	24,3%	0,0%	100,0% 7.912
SEXE	Home	73,6%	3,4%	24,6%	0,0%	100,0% 3.751
	Dona	74,1%	4,1%	24,1%	0,0%	100,0% 4.161
	16-25	79,5%	4,0%	18,7%	0,0%	100,0% 1.249
EDAT	26-35	60,7%	6,4%	36,2%	0,0%	100,0% 1.424
	36-45	61,0%	5,7%	35,8%	0,0%	100,0% 1.379
	46-55	64,8%	4,5%	33,1%	0,0%	100,0% 1.360
	56-65	80,2%	1,2%	19,4%	0,0%	100,0% 1.070
	66-75	97,3%	0,5%	2,6%	0,0%	100,0% 838
	Més de 75	99,8%	0,2%	0,0%	0,0%	100,0% 592
NACIONALITAT	Espanyola	74,5%	3,8%	23,7%	0,0%	100,0% 7.605
	Una altra	57,0%	3,9%	40,7%	0,0%	100,0% 307
NIVELL ACADÈMIC	Sense estudis	97,0%	1,3%	1,7%	0,0%	100,0% 237
	Educació primària	96,8%	1,3%	2,3%	0,0%	100,0% 842
	Educació Secundària Obligatòria (ESO)	87,3%	1,7%	11,9%	0,0%	100,0% 1.136
	Batxillerat/BUP/COU	83,3%	2,7%	15,2%	0,0%	100,0% 1.528
	Formació Professional	77,8%	4,0%	19,8%	0,0%	100,0% 1.242
	Cicle formatiu de grau superior	69,1%	4,1%	28,9%	0,0%	100,0% 1.042
	Llicenciatura/Diplomatura	46,0%	6,4%	51,8%	0,0%	100,0% 1.310
	Màster/Doctorat	34,4%	9,3%	61,2%	0,0%	100,0% 497
	No contesta	94,9%	0,0%	5,1%	0,0%	100,0% 78

	PROFESSIONAL	Personal (domèstic/familiar)	Laboral/ Professional	Tots dos	No use Internet	TOTAL
OCUPACIÓ ACTUAL	Estudiant	86,7%	2,2%	12,5%	0,0%	100,0% 776
	Actualment desocupat	80,7%	2,6%	17,8%	0,0%	100,0% 653
	Mestre de casa	90,8%	1,3%	8,9%	0,0%	100,0% 447
	Jubilat/retirat	98,2%	0,6%	1,5%	0,0%	100,0% 1.433
	Empresari	39,9%	11,0%	54,3%	0,0%	100,0% 173
	Autònom	49,4%	7,3%	46,1%	0,0%	100,0% 423
	Empleat	63,2%	5,1%	34,4%	0,0%	100,0% 3.890
FAENA O OCUPACIÓ PRINCIPAL. SI ACTUALMENT NO TREBALLA, ÚLTIM FAENA	Preferisc no contestar	81,2%	0,9%	17,9%	0,0%	100,0% 117
	Director, gerent	37,0%	7,6%	58,5%	0,0%	100,0% 330
	Capatàs, encarregat	69,3%	7,6%	26,1%	0,0%	100,0% 264
	Professional científic i intel·lectual	51,0%	3,4%	46,9%	0,0%	100,0% 290
	Tècnic, professional d'alt nivell	51,3%	8,2%	44,1%	0,0%	100,0% 515
	Tècnic, professional de nivell mitjà	57,6%	5,5%	40,6%	0,0%	100,0% 894
	Personal de suport administratiu	53,8%	7,3%	42,7%	0,0%	100,0% 688
	Representant, agent comercial	65,2%	2,9%	34,1%	0,0%	100,0% 270
	Treballadors dels serveis i venedors de comerços i mercats	86,2%	2,3%	12,6%	0,0%	100,0% 1.416
	Agricultor, treballador qualificat agropecuari, forestal i pesquer	92,2%	1,6%	6,9%	0,0%	100,0% 321
	Oficial, operari i artesà	76,1%	1,8%	23,2%	0,0%	100,0% 456
	Operari d'instal·lacions i de màquines eina	80,0%	1,2%	19,6%	0,0%	100,0% 260
	Ocupació elemental, subaltern	88,5%	3,0%	9,3%	0,0%	100,0% 270
	Jornaler	87,7%	4,4%	9,4%	0,0%	100,0% 318
	Ocupació militar	80,2%	3,3%	18,7%	0,0%	100,0% 91
	Altres oficis no qualificats	84,9%	2,6%	14,5%	0,0%	100,0% 822
	Cap; no he treball mai	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0% 701





03

DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES A LA COMUNITAT VALENCIANA

○ 3.1. ESTUDI SOBRE DIGITALITZACIÓ DE PIMES. OBJECTIUS I METODOLOGIA

3.2. EL CONTEXT DE L'ESTUDI

3.3. DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES

- 3.3.1. GRAU DE DIGITALITZACIÓ
- 3.3.2. LA CONNEXIÓ A INTERNET
- 3.3.3. REPERCUSSIÓ DE LA DIGITALITZACIÓ
- 3.3.4. PROCÉS DE LA DIGITALITZACIÓ

3.4. EL FUTUR. NECESSITATS, REPTES I BARRERES

- 3.4.1. NECESSITATS SEGONS EL GRAU DE DIGITALITZACIÓ
- 3.4.2. BARRERES SEGONS EL GRAU DE DIGITALITZACIÓ
- 3.4.3. PETICIONS A L'ADMINISTRACIÓ

3.5. CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

3.6. ANÀLISI DIFERENCIAL PER COMARQUES

- 3.6.1. COMARQUES DE VALÈNCIA
- 3.6.2. COMARQUES D'ALACANT
- 3.6.3. COMARQUES DE CASTELLÓ
- 3.6.4. DIAGNÒSTIC DE DIGITALITZACIÓ.
CLASSIFICACIÓ DE LES COMARQUES

DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES A LA COMUNITAT VALENCIANA

Adolfo Montalvo Santamaría

Jorge Hermosilla Pla

Universitat de València

Vicente Budí Orduña

Universitat Jaume I

Nuria Grané Teruel

Universidad de Alicante

Jesús Perán López

Finqotec S.A.

3.1 ESTUDI SOBRE DIGITALITZACIÓ DE PIMES. OBJECTIUS I METODOLOGIA

Aquest capítol analitza el nivell d'incorporació de la digitalització a les empreses del territori valencià en l'àmbit comarcal i, també, tracta qüestions relatives a les accions de l'Administració i la localització d'aquestes accions. I és amb aquesta finalitat que s'han fet entrevistes en profunditat a directius responsables de pimes representatives de les comarques valencianes, com també a responsables de les principals associacions sectorials. La mostra objectiu ha sigut de 2-4 entrevistes en cada comarca, amb l'objectiu de disposar d'un centenar d'entrevistes representatives. Els resultats s'obtenen per a la totalitat del territori de la Comunitat Valenciana i per a cada àmbit considerat. S'observen diferents tipologies comunes en diferents comarques.

Els **objectius detallats** de la recerca, quant a la digitalització de les empreses, són els següents:

1. Investigar el grau d'informatització de les empreses de la comarca-sector, l'accés a Internet i els sistemes de seguretat informàtica.
2. Conèixer el grau/nivell de digitalització en les fases de treball per al treballador.
3. Identificar el nivell de digitalització de les empreses en les fases del procés productiu, com també l'ús de programes ERP (programes de gestió integrada) de gestió empresarial, sistemes de control de qualitat, gestió de magatzem i control d'estocs.
4. Identificar el nivell de digitalització de les empreses en les fases del procés comercial i l'ús de programes CRM (programes de gestió de la relació amb els clients) per a la relació amb els clients, màrqueting digital, campanyes de publicitat i campanyes de màrqueting per correu electrònic.
5. Investigar les perspectives de la digitalització a la comarca i els efectes sobre el mercat laboral, sobre les condicions de treball, sobre la satisfacció dels treballadors i sobre la temporalitat laboral.
6. Identificar les accions i mesures que haurien d'escometre les administracions a fi de millorar l'estat de la digitalització a la seua comarca-sector econòmic, com també les

necessitats que cal satisfer per a millorar el procés de digitalització des del punt de vista territorial.

7. Analitzar els serveis de digitalització a les empreses.

8. Identificar reptes i barreres de la digitalització en l'empresa.

Aquests objectius ens indiquen el grau de complexitat i maduresa de la digitalització en les diverses empreses. Es corresponen amb el guió-qüestionari que han emprat els entrevistadors amb l'objectiu d'esbrinar la màxima granularitat i detall dels tipus de digitalització i la profunditat de l'adopció en les empreses.

Els principals aspectes del mètode de treball aplicat figuren en la fitxa tècnica següent.

Quadre 3.1.
Principals aspectes
del mètode de
treball aplicat

ENTREVISTA	Entrevista qualitativa en profunditat per videoconferència feta i enregistrada amb l'aplicació TEAMS.
UNIVERS	Directius responsables de pimes (10-50 treballadors), representatives de les diverses comarques valencianes, i també responsables de les principals associacions sectorials.
MOSTRA	La mostra objectiu ha sigut de 2-4 entrevistes per comarca, amb l'objectiu d'unes 100 entrevistes representatives.
QÜESTIONARI	Com que es tracta d'una recerca qualitativa, s'ha emprat una guia d'entrevista en profunditat que desenvolupa detalladament els objectius de la recerca. La duració de l'entrevista ha sigut d'uns 45 minuts.
DATA DE CAMP	Les entrevistes s'han efectuat durant els mesos de juny (segona quinzena), juliol, agost i setembre (primera quinzena).

El punt de partida per a l'agrupament territorial són les **33 comarques** de la Comunitat Valenciana, que moltes vegades corresponen als pactes o acords per l'ocupació. Per raons de proximitat geogràfica i de tipus d'empresa, hi ha quatre comarques que s'agrupen de dos en dos, per la qual cosa en aquest estudi s'analitzen **31 territoris**.

La província de **València té 16 comarques**. A l'efecte d'aquest estudi s'ha donat un tractament conjunt a la Ribera Alta i la Ribera Baixa. Els 15 territoris de l'informe són: la Costera-Canals, el Camp de Túria, la Ribera (que enclou les comarques de la Ribera Alta i la Ribera Baixa), La Tierra del Vino (Requena-Utiel), La Hoya de Buñol-Chiva, El Rincón de Ademuz, l'Horta Sud, l'Horta Nord, la Safor, La Serranía, El Valle de Cofrentes-Ayora, el Camp de Morvedre, la Vall d'Albaida, València ciutat i la Canal de Navarrés.

La província d'**Alacant té 9 comarques** que figuren en aquest informe: l'Alacantí, la Marina Alta, la Marina Baixa, el Baix Vinalopó, el Vinalopó Mitjà, l'Alt Vinalopó, La Vega Baja, l'Alcoià i el Comtat.

La província de **Castelló té 8 comarques**, dues de les quals s'han agrupat: la Plana Baixa i la Plana Alta. Les altres comarques són: el Baix Maestrat, l'Alt Maestrat, l'Alt Palància, l'Alcalatén, els Ports i El Alto Mijares.

3.2 EL CONTEXT DE L'ESTUDI

Es detecten **cinc variables o aspectes que generen diferències** quant al grau i l'aprofundiment de la introducció de la digitalització en les empreses. Cadascun d'aquests aspectes contribueix a potenciar o frenar el procés de digitalització de les empreses.

1. CONNEXIÓ A INTERNET

En l'accés **per a la connexió a Internet** es constata una desigualtat significativa en els territoris, de manera que hi ha àrees rurals sense fibra òptica ni ADSL juntament amb empreses en zones amb cobertura de banda ampla de nova generació amb velocitat igual o superior a 100 Mbps. Es poden definir **tres escenaris de cobertura**:

- **Cobertura alta:** Àrees amb fibra òptica i connexió segura i estable. Corresponen principalment a zones urbanes o rurals de poblacions de grandària significativa o mitjana.
- **Cobertura mitjana:** Àrees amb connexió sense fibra, que sí que tenen servei d'Internet però no a la velocitat desitjada i que, segons les necessitats, pot ser insuficient.
- **Cobertura baixa:** àrees sense fibra òptica, amb dificultats per a poder usar aquest servei, no satisfactori per la lentitud. Corresponen a zones rurals de petita dimensió o polígons industrials apartats d'àrees urbanitzades.

2. ACTITUD I MENTALITAT

L'**actitud i la mentalitat** poden **ser proactives i obertes o reactives** respecte al món digital i desconegut, per la qual cosa la digitalització es pot considerar innecessària. En aquest aspecte, hi ha tres perfils d'empresa:

- **Perfil analògic.** Sin pretensiones de abrir las pretensiones, sin relevo generacional y sin ser receptivos. Suelen tratarse de pequeños comercios, pero también puestos de operarios en obras, fábricas, talleres y en la actividad de la agricultura.
- **Perfil madur.** Venen del món analògic, entenen les necessitats i s'adapten al canvi. Se situen principalment en llocs en comerços, turisme rural, serveis, oficines i tècnics.
- **Perfil jove.** Han nascut en el món digital i no es qüestionen ni es plantegen treballar d'una altra manera. Se situen en qualsevol sector i àrea funcional en què despleguen la seua professió.

3. DIMENSIÓ DE L'EMPRESA

Es distingeixen **dues dimensions d'empresa** quant a recursos personals i econòmics.

- **Pimes amb estructura.** tenen més dotació de personal i departaments, i generalment més recursos econòmics per a emprendre nous projectes.
- **Pimes sense estructura.** la majoria corresponen a negocis familiars, d'estructura senzilla (poden ser una o dues persones), on una mateixa persona cobreix diverses funcions o totes. Per a compartir els problemes del sector i ajudar-se entre ells, és habitual la figura de l'associació, en la qual es comparteixen els mateixos interessos.

4. SECTOR D'ACTIVITAT

Quant a sectors d'activitat, es diferencien els tradicionals i analògics respecte de negocis nous creats amb ADN digital.

- **Tradicionals.** Solen correspondre als àmbits següents: agricultura, petit comerç, turisme rural, petita indústria...
- **Nous.** Es tracta de sectors com la comunicació, el reciclatge, l'arquitectura digital... que ja naixen amb paràmetres digitals i de sostenibilitat

5. DIMENSIÓ DE LA POBLACIÓ

La dimensió o grandària de la població influeix en el tipus de relació comercial que es crea amb el client.

- **Poblacions rurals menudes.** Las empresas de estas cubren necesidades de su entorno más próximo, y funcionan con el “boca a boca”. Habitualmente conocen a sus clientes.
- **Poblacions més grans, urbanes o semiurbanes.** Les empreses d'aquestes zones donen servei a una població més gran, no solen conèixer els clients i per a arribar-hi usen diversos mitjans de comunicació.

La identificació d'aquestes cinc característiques permet percebre i entendre de millor manera la digitalització de les petites i mitjanes empreses de la Comunitat Valenciana.

3.3 DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES

3.3.1. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Pel que fa al grau de digitalització de les petites i mitjanes empreses valencianes s'observa una **heterogeneïtat rellevant**. Així, el grau de les empreses se situa en un escenari de **baixa o mitja digitalització**, de manera que el nombre d'empreses minva a mesura que s'avança en la dotació d'eines digitals.

El mercat fa de palanca i va esponentant a la digitalització. Les empreses parteixen de la necessitat d'adaptar-se al mercat i no quedar-se arrere, de ser més competitives. Els **negocis de sectors nous** incorporen la digitalització de manera orgànica i l'empresa es crea sota aquest prisma digital, mentre que en els **sectors tradicionals** la digitalització es fa impulsada per diverses situacions. Així, es diferencien diverses classes d'incentius per a la digitalització de les empreses:

- Empreses que creixen de manera significativa, els seus processos esdevenen inabordable i necessiten digitalitzar-los.
- Empreses que es mouen en un entorn digital (per exemple, la maquinària que es ven és digital en sectors industrials, o els clients compren a través de plataformes en turisme rural).
- Empreses que treballen amb altres empreses més grans que estan digitalitzades, per la qual cosa és necessari avançar en la digitalització per a treballar-hi conjuntament.
- Empreses que necessiten captar més clients que els del seu entorn o proximitat perquè no tenen prou negoci (per exemple, comerços en zones rurals).

En paraules de les persones enquestades, destaquen aquests testimoniatges:

“A les empreses de turisme rural no ens ha quedat més remei que digitalitzar-nos si no volem quedar-nos fora del mercat, perquè les reserves es fan a través de plataformes”

Associació de turisme rural

“Vam començar a digitalitzar-nos perquè vam créixer molt i teníem reclamacions per errors i ruptures d'estoc. I això s'ha solucionat”

Empresa vinícola

“La digitalització va començar per necessitat, perquè treballem amb empreses grans i cal adaptar-nos als seus processos”

Empresa constructora

Segons el nivell **de digitalització** implementat en l'empresa es poden definir els **quatre perfils** d'empresa següents.

1. Negocis familiars

Els negocis familiars els dirigeixen generalment persones d'edat avançada sense coneixements sobre la importància de la digitalització. Tenen les **característiques** següents:

- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Els negocis familiars solen tenir un **procés productiu** que no inclou programes per a les factures o el control de l'estoc, de manera que les diverses accions es fan de manera manual (per exemple, factures en Excel) i, en la majoria de casos, en paper. En el **procés comercial** estan allunyats d'una web, no tenen CRM ni xarxes socials i la manera de relacionar-se amb els clients és cara a cara, ja que habitualment són persones que viuen a la mateixa localitat o en la rodalia. Quant al grau **d'informatització**, són empreses amb un equipament que es defineix com a bàsic, és a dir, tenen un ordinador que generalment no disposa de seguretat, ni antivirus ni còpia de seguretat. Com que són negocis menuts, no disposen d'una estructura de personal i sovint estan constituïts per una persona o dues.

A continuació es mostren diversos testimonis de negocis familiars:

“Nosaltres som una excepció, però en general no tenen dispositius (telèfon mòbil o tauleta) i al camp usen una llibreta i a mà”

Empresa agrícola

“És una població de 400 habitants i les empreses són una fusteria, una carnisseria, bars, agricultura ecològica, un poc de tot”

Associació de comerç

“Tenen només un ordinador, ni còpia de seguretat, ni tan sols un llaipis de memòria per a fer còpies de seguretat ni programa de comptabilitat”

Associació de comerç

“Els problemes són la falta de connexió i la conscienciació. No saben com d'important és la digitalització”

Empresa de comunicació

“Són empreses de menys de deu treballadors i una població envellida”

Empresa de serveis informàtics

“Hi ha molt de comerç envellit que d’ací a poc els amos es jubilaran, vora un 30% prop de jubilar-se”

Associació de comerç

“Nosaltres som una miqueta més grans perquè tenim huit establiments rurals. Però la majoria són establiments menuts que ho anoten tot a mà”

Empresa de turisme rural

2. Sectors tradicionals

Les empreses qualificades com a sectors tradicionals comencen a digitalitzar el control de vendes i existències i a usar alguna xarxa social. Les **característiques** d’aquestes empreses són:

- Activitat tradicional (comerç, agricultura, turisme rural...).
- Negocis familiars que passen de pares a fills.
- Perfil madur analògic que entén la necessitat de la digitalització.
- Comencen a usar alguna xarxa social per a ampliar clients: Facebook, Instagram, Whatsapp, etc.
- Tenen poc de coneixement digital i sovint són autodidactes.

En el **procés productiu**, aquestes empreses usen un programa per a la comptabilitat i factures o per a gestionar l’estoc de magatzem. El **procés comercial** queda lluny de tenir un CRM o de muntar campanyes publicitàries, però participen en les xarxes socials com a mitjà per a captar clients i connectar-hi. L’ús de les xarxes socials el consideren una necessitat. Pel que fa al **grau d’informatització**, tenen un equipament bàsic, un ordinador que no sempre disposa de prou elements de seguretat (antivirus o còpia de seguretat automàtica). Les còpies de seguretat, solen fer-se de manera senzilla, amb un llapis de memòria. No tenen una estructura de personal significativa. A l’oficina estan dotats amb un ordinador per a cada persona, mentre que al magatzem o a l’obra es comparteix l’ordinador.

Uns quants testimoniatges d’empreses de sectors tradicionals:

“Ordinador sí. WhatsApp amb els clients. Es van usant xarxes socials”

Associació de comerç

“Xarxes socials → un 40% del petit comerç treballa amb xarxes. Jo tinc Facebook i Instagram i així em relacione amb els clients”

Associació de comerç

“Tinc la comptabilitat i l’inventari en un programa”

Empresa de comerç

“La part tècnica, els operaris i el magatzem poden compartir PC entre més d’una persona, però crec que cadascú hauria de tenir el seu ordinador per a tenir més seguretat. L’ordinador l’usen uns quants. Les contrasenyes són senzilles, més perill...”

Empresa de serveis informàtics

“Haurien d’acostumar-se a usar més les xarxes socials, publicar coses i veure les respostes, més proactivitat”

Empresa de serveis digitalització

*“En els comerços tenen ordinador; TPV per a cobrar...
no molt, però prou per a portar una comptabilitat”*

Associació de comerç

3. Empreses digitalitzades parcialment

Dins d'aquest perfil hi ha les empreses que han **digitalitzat part dels seus processos** i han passat a la venda en línia. Tenen les **característiques** següents:

- Sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Empreses amb estructura.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament, encara que no sempre amb coneixement i formació.
- Venen productes en línia.

En referència al **procés productiu**, aquestes empreses solen usar algun programa ERP per a la gestió, el control de la qualitat, el control d'estocs i la traçabilitat dels productes. En relació amb el **procés comercial**, venen en línia com una manera de créixer. Tenen web, però no sempre actualitzada. No solen tenir CRM, excepte sectors on la informació del client esdevé el centre, com el sector immobiliari. Usen xarxes socials i fan campanyes de comunicació. Pel que fa al **grau d'informatització**, aquestes empreses, en la part de l'oficina disposen de tots els llocs informatitzats, i generalment amb seguretat en els equips, amb part de la informació emmagatzemada en el núvol. En l'àrea de magatzem, fabricació i obra, no tots els llocs tenen suport digital, generalment estan digitalitzats únicament el cap d'obra o l'encarregat principal.

En paraules d'aquestes empreses parcialment digitalitzades:

“Tenim ERP per a comptabilitat, usem un programa per a certificació i control d'obra i qualitat, CRM no, xarxes socials. Tot això ho porta una persona interna que té altres funcions, com ara promocionar l'es obres acabades. També tenim web”

Empresa constructora

“Hi ha pimes que s'han hagut de digitalitzar, com el turisme rural, perquè les reserves es fan per Internet i similars”

Empresa de publicitat

“El sector immobiliari porta la gestió comercial amb CRM. Duen el control de les visites. Pot ser que siga una empresa menuda de dues o tres persones, però necessiten tenir informació sobre el seu negoci”

Empresa de serveis informàtics

“Les pimes d'alimentació han començat a vendre en línia perquè era una oportunitat d'augmentar vendes”

Empresa de publicitat

“Les cooperatives i els centres de logística de l’agricultura tenen bona digitalització, botigues en línia, xarxes socials, ERP...”

Empresa d’agricultura

“Venem en línia perquè el meu fill em va dir que ho férem, i ha sigut una cosa important. Rebem encàrrecs per Internet d’arreu d’Espanya. Les altres empreses no venen en línia; només jo”

Empresa d’alimentació

“En la part administrativa i de gerència cadascú té el seu ordinador i portàtil i la majoria treballa amb ERP; estan més digitalitzats”

Empresa de serveis informàtics

“Web, Internet, tenim una web de l’associació i cadascú a través d’un enllaç de cada establiment, molts estem en portals, reserves en línia”

Associació de turisme rural

4. Empreses amb estructura i digitalitzades

Es tracta d’empreses amb **estructura, digitalitzades 360°** i amb una estratègia zero paper. Les **característiques** són:

- Empreses amb estructura.
- ERP adaptat al seu sector.
- CRM integrat amb l’ERP.
- Subcontracten el procés de digitalització a una consultora i algunes funcions les duen internament amb personal qualificat.
- Opten per la formació digital dels treballadors.

Aquestes empreses disposen per al **procés productiu i comercial** d’un ERP adaptat al seu sector, sovint amb un procés d’elecció i posterior aplicació (el canvi els pot durar un any). Sovint el CRM està integrat amb l’ERP. Tenen un departament de màrqueting que gestiona la comercialització, la presència activa en les xarxes socials i també les campanyes de publicitat i comunicació. Disposen d’un cert **grau d’informatització**. En la part de l’oficina tots els llocs estan informatitzats, alguns amb dues pantalles en cada lloc, i ordinador portàtil per a poder fer faena fora de l’oficina, amb seguretat i la informació en el núvol. A fi de millorar la seguretat tenen doble accés a Internet (dues fibres) i identificació amb doble factor de seguretat.

Els testimoniatges d’empreses amb estructura i digitalitzades són:

“Optem per la digitalització, hem dit 0 paper”

Empresa farmacèutica

“La llei del 2020 ens va obligar a digitalitzar-nos. Tots els llocs digitalitzats i integrats entre si. Treballem amb ERP al núvol i la seguretat és important perquè treballem amb informació d’empreses”

Empresa reciclaje

“La covid va ser una espenta que accelerà alguns processos. Abans no tots tenien ordinador portàtil per a teletreballar i ara sí, i usem el TEAMS per a fer reunions de manera habitual”

Empresa de serveis de màrqueting

“ERP, Navision. Tenim el procés productiu descentralitzat en altres fàbriques i necessitem traçabilitat. El CRM l'integrem a mb l'ERP i aconseguim 360° [intel·ligència de negoci]”

Empresa farmacèutica

“A la fàbrica tenim alta digitalització perquè tenim un volum molt gran de botelles a l'any i molts productes. Fem servir ERP. A tot el personal s'ha exigit la capacitat necessària”

Empresa vinícola

“Optem per la formació, a l'equip i a mi. Faré un curs de l'EOI impulsat per la UE sobre transformació digital per a pimes”

Empresa de serveis de màrqueting

“Magatzem digitalitzat, oficines digitalitzades, quasi tot el personal digitalitzat, ordinadors, programa, tenim projecte de 0 paper i en tots els llocs hi ha dues pantalles”

Empresa vinícola

3.3.2. LA CONNEXIÓ A INTERNET

El fet de disposar d'una bona connexió a Internet arreu del territori és un **requisit bàsic per a la digitalització** de les empreses. La connexió deficient a Internet genera falta de competitivitat a les empreses que la pateixen.

- La localització d'empreses en àrees que manquen de connexió segura i estable a Internet (sense fibra òptica) és una barrera per al desenvolupament del negoci.
- Per a alguns sectors representa un gran problema i una limitació, com és el cas del sector del turisme rural, en què la principal via de comunicació amb els clients és a través d'una reserva en línia. També per a empreses amb poques vendes presencials que necessiten una estratègia digital per a poder continuar el negoci.

Les empreses comenten aquest problema de la manera següent:

“Visc en una zona on són localitats xicotetes i treballo en un polígon gran on el problema principal és la falta de cobertura d'Internet. Fins i tot hi ha una associació per a tractar aquest problema”

Empresa de serveis de treball temporal

“Jo vendria en línia, però després em quede sense connexió, l es comandes es perden i això dona mala imatge”

Empresa de comerç

“Internet és la via per la qual ens han de conèixer → No tenim fibra òptica. És un problema greu. Ens connectem a Internet a través de l’antena d’una empresa d’Aragó. I quan hi ha tempesta no ens funciona”

Associació de turisme rural

3.3.3. REPERCUSSIÓ DE LA DIGITALITZACIÓ

La digitalització influeix molt més en les **necessitats de formació** que no en la reducció de llocs de treball. Les empreses digitalitzades executen en grau més alt i de manera més eficient tots els processos productius, comercials i administratius.

Així mateix, la digitalització comporta un canvi en el mercat laboral, ja que els treballadors, i de manera transversal, necessiten formació. A les empreses no sempre els és fàcil trobar persones amb formació digital, especialment a les localitats amb menys població i en llocs poc qualificats. Una empresa que passa els seus processos d’anàlegic a digital ha de formar els treballadors, perquè es tracta de programes o maquinària nova que desconeixen. Molts empresaris no perceben que la digitalització influísca de manera rellevant en la reducció de llocs de treball, sinó més aviat en un canvi en la manera de treballar i en la creació o adaptació de nous llocs de treball.

Vegem uns quants comentaris dels enquestats en aquest sentit:

“Hi ha hagut canvis en els llocs de treball. Abans eren deu operaris i ara hi ha set operaris i tres tècnics experts”

Empresa agrícola

“No fa que es reduïsquen els llocs de treball, però sí que es creen noves necessitats i llocs; i en els actuals, la necessitat de reciclar-se i adaptar-se”

Associació empresarial

“Passar d’anàlegic a digital necessita una formació. Per exemple, en llocs on usen etiquetadores hem donat formació complementària”

Empresa vinícola

“És un problema trobar persones amb coneixements digitals, per exemple, en els llocs administratius”

Empresa de serveis

“Encara que l’empresa de consultoria va dir que ens sobraria gent, la veritat és ací no ha sobrat ningú”

Empresa vinícola

“Hem fet una formació en competències digitals per a mentalitzar-nos sobre el concepte i estar sempre aprenent”

Empresa de producció de productes tecnològics

“Ens costa trobar gent formada i els formem, perquè cada màquina té un programari i una manera de funcionar”

Empresa de fabricació de béns

El **procés de digitalització** és un repte per a l'empresa, on el treballador no sempre es mostra satisfet amb el procés. Així, encara que la digitalització es tradueix en una millora en la manera de fer la feina, no tots els treballadors actuen de la mateixa manera. En aquest sentit, el perfil més analògic d'edat madura, i també les persones que exerceixen llocs menys qualificats de sectors tradicionals, hi mostren més rebuig. Fet i fet, la satisfacció no es percep elevada durant el procés de digitalització, perquè sol comportar més càrrega de treball, sinó que s'adverteix en grau més alt després de la implementació. En referència a la temporalitat laboral i la jornada laboral, cap d'aquests aspectes no ha experimentat un canvi significatiu. Quant al teletreball, l'opció presencial continua sent majoritària, encara que les empreses amb més digitalització estan preparades per a teletreballar.

Els testimoniatges sobre les repercussions de la digitalització són:

“La jornada laboral no es redueix perquè s'acurten uns temps; però les aplicacions generen molta informació com les xarxes socials o els missatges que t'arriben adjunts. I, a més, continua una vegada que te'n vas de l'oficina”

Empresa de serveis informàtics

“No teletreballem perquè són zones xicotetes i així no es perd la part social”

Empresa de fabricació de vehicles

“Els treballadors rebutgen la digitalització en uns certs llocs més que en d'altres, sobretot els de menys qualificació. Però després, quan han après el procés, no el volen canviar”

Empresa de serveis de digitalització

“Ja no fem teletreball. S'ha tornat a la normalitat i en les pimes es treballa presencialment, encara que tenim els mitjans per a resoldre problemes a distància”

Empresa de serveis informàtics

“La gent té poca tirada al canvi. La digitalització ajuda a millorar la feina i a escala interna l'adaptació és complicada”

Empresa de serveis de reciclatge

“La digitalització millora les condicions de treball perquè fa 25 anys queestic darrere del taulell i vaig començar escrivint en una llibreta i ara, quina diferència! És un gran avanç”

Associació de comerç

3.3.4. PROCÉS DE DIGITALITZACIÓ

La digitalització es du a terme habitualment mitjançant una **mescla de recursos interns i externs**.

- **Recursos externs.** Les empreses recorren a la contractació de serveis de digitalització externs per a, d'una banda, implementar eines, per exemple, la creació d'una web comercial. D'altra banda, per a portar o gestionar la nova eina, per exemple, el manteni-

ment i la dotació de contingut de la web. Aquests recursos els intenten contractar en l'àrea pròxima a la seua localització, encara que per als processos de programes complexos o especialitzats recorren a empreses situades fora de la comarca, ja que no solen trobar aqueix servei en empreses pròximes.

- **Recursos interns.** Algunes funcions, sobretot de gestió, es fan de manera interna. Les empreses més grans tenen personal especialitzat, per exemple, un departament de màrqueting que s'encarrega de les xarxes socials. Altres empreses més menudes manquen de personal amb formació per a fer funcions tècniques de complexitat mitjana o alta. Així, per exemple, en xarxes socials es té experiència a escala personal, però no empresarial.

La majoria de les empreses coneix el programa del **Kit Digital** i n'hi ha moltes que l'han sol·licitat. En aquest sentit, i pel que fa al procés de sol·licitud, moltes empreses es queixen de la complexitat d'emplenar la documentació corresponent. Per això, algunes entitats amb més recursos subcontracten un gestor que els presente la sol·licitud i faça el seguiment de l'ajuda. Una vegada aconseguida l'ajuda, manifesten com a principal inconvenient que l'empresa que efectua la digitalització ha d'avançar el treball i l'administració paga *a posteriori*. Expressen també que es tracta d'una ajuda ocasional i que l'empresa necessita un seguiment i formació per a aprofitar l'eina que ha implementat.

3.4 EL FUTUR. NECESSITATS REPTES I BARRERES

Les empreses són conscients que la **digitalització és el camí** per on han d'avançar en el futur. Així, el repte és continuar avançant en la digitalització perquè sempre hi ha necessitats sense cobrir i barreres per superar. En aquest sentit, es mostren a continuació alguns comentaris sobre aquesta qüestió:

"En el futur cada vegada usarem més les eines que tenim i apareixeran noves necessitats que anirem cobrint amb noves eines"

Empresa de tecnologia

"La digitalització està integrada en la manera de treballar. A més, facilita i estalvia temps. La digitalització no es pot qüestionar"

Empresa constructora

"L'objectiu per al futur és centralitzar i integrar. Ens encantaria integrar Google, integrar per a optimitzar, automatitzar més els processos"

Empresa de serveis d'emprenedoria

"És una necessitat perquè el mercat et porta ací, les màquines que compres ja són digitals. No hi ha altre remei; no és qüestió de voler o no voler"

Empresa fustera

"La digitalització permet capacitat de control de temps, de productivitat, per a saber on es guanya més o menys agilitat, permet fer les coses més ràpid, aporta seguretat a la informació i, en general, més creixement"

Empresa de serveis de formació

3.4.1. NECESSITATS SEGONS EL GRAU DE DIGITALITZACIÓ

La conscienciació i la formació són pilars bàsics per a avançar en la digitalització de les empreses.

- **Informació i conscienciació:** es tracta d'accions essencials en les empreses més poc digitalitzades i per als perfils més resistents al canvi. Per això és fonamental facilitar informació sobre els beneficis que la digitalització aporta a l'empresa.
- **Difusió i conscienciació:** les empreses més digitalitzades demanen que les altres també es digitalitzen que incorporen processos digitals, ja que el contrari dificulta el treball.
- **Formació d'empresaris i treballadors:** és un pilar fonamental en les empreses de tots els graus de digitalització, i cadascuna segons les seues necessitats. Com que la tecnologia avança ràpidament i van apareixent noves eines i maneres de digitalitzar, cal optar per una formació pràcticament contínua.

A continuació es mostren testimonis i comentaris sobre aquest aspecte:

“Les necessitats són formació, informació i mentalitzar sobre la importància de la digitalització”
Empresa de construcció i arquitectura

“Formació, queden molts passos per fer. Per exemple, es continua arxivant molt en paper, la gestió documental està verda, les webs no s'actualitzen i les xarxes socials funcionen malament perquè no és el mateix que a nivell d'usuari”
Empresa constructora

“Conscienciació perquè fins que no perden la informació per manca de còpies de seguretat no faran el canvi”
Empresa de serveis informàtics

“Tenen bons productes, però no poden créixer perquè no tenen una plataforma per a vendre fora”
Empresa de serveis de màrqueting

“Treballem amb empreses poc digitalitzades i han d'integrar el seu procés informàtic amb el nostre, però són poc inclinats a fer-ho i no tenen el nivell de digitalització necessària”
Empresa de serveis de reciclatge

“Nosaltres som una excepció, però en general en el camp usen una llibreta on fan anotacions a mà perquè no n'estan conscienciats, i a més es necessita maquinària i programari de gestió”
Empresa de producció agrícola

3.4.2. BARRERES SEGONS EL GRAU DE DIGITALITZACIÓ

La **connexió, la mentalitat i el cost** són les principals barreres per a la digitalització.

- **Connexió a Internet segura:** principalment en àrees rurals i apartades que no es poden plantejar començar o avançar en la digitalització per falta de la instal·lació de fibra òptica en la seua zona.

- **Mentalitat:** les empreses més poc digitalitzades mostren una mentalitat analògica i una actitud no proactiva.
- **Cost de la digitalització (econòmic, d'esforç i temps):** qualsevol implementació o millora digital és un repte econòmic per a totes les empreses. No obstant això, a les empreses més menudes i amb menys recursos, els costa més fer el pas i requereixen més ajuda. Una altra barrera és l'esforç i el temps que l'empresa i els treballadors han d'invertir per a digitalitzar-se.

A continuació es mostren uns quants testimonis d'aquest problema:

"De set pobles, quatre no tenen fibra òptica"

Empresa de serveis informàtics

"A les pimes els costa invertir en digitalització perquè sempre tenen altres prioritats, tenen poca obertura mental i baixa cultura de digitalització"

Empresa de serveis de digitalització

"Pendent de la fibra òptica perquè es puga desenvolupar més, les empreses estan en espera per a poder fer més coses...perquè si hi ha una tempesta la farmàcia ja no pot expendre les receptes"

Empresa de serveis de comunicació

"Ha sigut un treball i un esforç perquè hem estat un any integrant l'eina ERP, fent el canvi i aprenent a treballar d'una altra manera, i això demana temps en hores"

Empresa de productes químics

"Costum i temps. Canviar és complicat en pimes. La part econòmica, quan veus els avantatges del procés ja no veus la part econòmica"

Empresa de serveis de formació

3.4.3. PETICIONS A L'ADMINISTRACIÓ

Les empreses sol·liciten a l'Administració **un suport integral**: consultoria, formació i ajudes econòmiques. En aquest sentit, s'apunta cap a la creació d'un **departament d'assistència a la digitalització**: una oficina tècnica que faça un diagnòstic sobre les necessitats de digitalització de l'empresa, per a personalitzar les ajudes i obtenir el màxim profit possible. A més, perquè efectue un posterior seguiment del procés a fi d'assegurar-ne la utilitat i el compliment. En referència a les ajudes econòmiques, se sol·liciten per a facilitar a les empreses la incorporació d'eines segons les necessitats detectades, tipus d'empresa i sector.

Així mateix, també s'assenyala la necessitat de millorar alguns aspectes de l'actual Kit Digital: a) més difusió perquè la informació arribe a tota mena d'empreses i comarques; b) més dotació econòmica segons el projecte per desenvolupar; c) més facilitat per a emplenar la documentació.

Pel que fa a **formació**, se sol·liciten seminaris i cursos adaptats a les necessitats de cada treballador, empresa i sector, i també xarrades i col·loquis per a difondre els beneficis de la digitalització.

A continuació es mostren diversos testimonis sobre les peticions a l'Administració:

“Exemples pràctics d'altres empreses perquè vegem la utilitat que pot tenir la digitalització”

Empresa de serveis d'emprenedoria

“Podrien fer un autodiagnòstic de les competències digitals per persona per a detectar necessitats i, depenent d'això, una formació determinada, perquè cadascú deu tenir un cert nivell digital”

Associació empresarial

“A més dels diners, fer un seguiment del que s'ha fet. Que empreses digitalitzadores els ajuden més amb un seguiment”

Empresa de productes tecnològics

“El Kit Digital no cobreix res, només per a alguna millora concreta, i cal veure la necessitat de digitalització de cada empresa. I, a més, xarrades perquè el sector sàpia que la digitalització millora”

Empresa de producció vinícola

“Kit Digital. La idea és bona, però el funcionament ha de millorar. Documentació complexa, molta burocràcia, traves per a tot. Cal que els ajuntaments tinguen persones encarregades d'assessorar sobre el món digital i que oferisquen informació relacionada”

Empresa de serveis de digitalització

3.5 CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

La digitalització és un repte per a totes les empreses, tant per a empresaris com per a treballadors, perquè han d'incorporar i aprendre noves eines i maneres de treballar, cosa que requereix esforç, temps i té un cost econòmic.

- Les pimes de la Comunitat Valenciana es troben en general en una situació de digitalització entre baixa i mitjana, i això es veu influït per la grandària i pel tipus d'empresa, pel sector d'activitat i per l'actitud respecte a la digitalització.
- Les empreses tradicionals fan un esforç considerable per a digitalitzar-se, ja que aprenen a funcionar i construeixen els seus processos en el model analògic. No obstant això, reconeixen que és un procés necessari. Les noves empreses i les de sectors ja associats al món digital inclouen la digitalització de manera orgànica.
- La digitalització és un canvi que permet continuar creixent, ser més competitiu i millorar la imatge professional. Aquest procés permet més control del temps, millor productivitat, més agilitat, més seguretat de la informació i més i millor contacte amb els clients. Aquests processos són els principals beneficis detectats.
- En la majoria de les empreses no es qüestiona la importància de la digitalització, però varia l'actitud i la manera d'entendre-la. Per a unes empreses aquest procés s'incorpora de manera lenta segons van apareixent les necessitats de fer-ho; per a unes altres, les més digitalitzades, es pren com una estratègia integral.

Les empreses són conscients que la digitalització és necessària, que ha de continuar avançant i sense aturar-se, ja que les novetats són constants. No obstant això, cada entitat és diferent i no totes es troben en el mateix punt ni tenen els mateixos recursos.

Per a poder avançar en la digitalització, cal **analitzar-ne les principals barreres**:

- La mentalitat analògica d'alguns empresaris i treballadors.
- El problema de connexió a Internet en algunes àrees.
- La inversió necessària, una dificultat rellevant principalment per a les empreses més menudes i amb menys recursos.

L'**Administració** pot tenir un paper d'ajuda i acompanyament en aquestes tres dificultats, mitjançant la creació d'una oficina tècnica de digitalització per al diagnòstic de les necessitats i el lliurament d'una ajuda econòmica per a emprar eines digitals.

Un aspecte fonamental de l'èxit de la digitalització gira a l'entorn de la **formació**, a fi que totes les empreses entenguen el concepte de digitalització i es formen en les eines i maneres de treballar que consideren. En aquest esforç han d'alinejar-se empreses, treballadors i Administració.

És fonamental **tenir en compte el perfil de digitalització** i el punt en què es troba cada empresa per a ajudar-la en el procés de la manera més adequada:

- **Baixa digitalització:** parteixen d'una minsa digitalització i sovint hi ha rebuig. Aquestes empreses necessiten començar per la conscienciació sobre la importància de la digitalització.
- **Mitjana i alta digitalització:** els dos perfils són conscients de la importància de la digitalització, han incorporat en més o menys grau eines als seus processos productius o comercials, però necessiten un diagnòstic que ajude aquestes empreses a continuar creixent pel camí adequat segons la seua situació concreta i sector d'activitat.
- **Molt alta digitalització:** són empreses amb una estructura i uns plans estratègics definits quant a digitalització, però els poden oferir ajudes econòmiques per a facilitar-los emprendre nous reptes digitals.

La formació és un aspecte fonamental de manera transversal a tots els perfils.

A fi d'avançar en el procés de digitalització es proposa un **full de ruta** amb els possibles passos següents:

1. La necessitat de fer un primer pas de **conscienciació** en què es compartisca *l'experiència del procés de canvi*, exposat per altres empresaris que l'hagen experimentada. És essencial una veritable campanya de comunicació compartida des de la humilitat del repte de la digitalització i la joia de tastar-ne els fruits.
2. La conveniència de fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats.
3. La importància d'oferir ajuda econòmica per a facilitar la implementació d'eines que servisquen d'esperó al procés, amb un seguiment posterior per a anar avaluant el procés.

De esta manera, las pymes de la Comunitat Valenciana mejorarán su digitalización, para generar más negocio, y ser más competitivos tanto en su comarca como en fuera de ella.

3.6 ANÀLISI DIFERENCIAL PER COMARQUES

Com s'ha indicat més amunt, aquest diagnòstic es basa en una investigació de camp mitjançant la realització d'**entrevistes qualitatives**, fetes per personal especialitzat en aquest mena de treballs. S'han fet 80 entrevistes amb una duració total de més de 60 hores, que s'han gravat per a l'anàlisi posterior, no sols per l'entrevistador, sinó també per l'equip de les universitats autores d'aquest treball.

Atesa la grandària de la mostra, no hi ha una precisió estadísticament representativa a escala comarcal. No obstant això, la selecció d'entrevistats, orientada en la majoria d'ocasions a persones amb implicació en associacions empresarials i empresaris de serveis digitals a la comarca, permet afirmar que el diagnòstic és molt rellevant.

Cal tenir present que moltes comarques mostren característiques semblants a altres àrees limítrofes amb les quals comparteixen vies de comunicació, empreses i entitats de serveis.

El diagnòstic comarcal es presenta d'acord amb el següent **protocol i variables de caracterització**, essencials per al procés de digitalització per a cada comarca:

- **Variables de caracterització:** es considera la grandària de població, la grandària de les empreses i el sector d'activitat.
 - a. Dimensió o grandària de la població. Influeix en el tipus de relació comercial. Poblacions rurals més menudes i poblacions més grans, urbanes o semiurbanes.
 - b. Sector d'activitat. Sectors tradicionals i analògics respecte a negocis nous creats amb ADN digital.
 - c. Dimensió o grandària de l'empresa. Se'n consideren dos tipus bàsics: pimes amb estructura i pimes sense estructura.

- **Grau de digitalització:** es fa una valoració del grau de digitalització de les empreses de la comarca. Es poden definir quatre perfils d'empresa segons el nivell de digitalització assolit:
 - a. Negocis familiars dirigits per població envellida sense coneixement sobre la importància de la digitalització.
 - b. Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes o d'existències i a usar alguna xarxa social.
 - c. Empreses que han digitalitzat part dels seus processos i han passat a vendre en línia.
 - d. Empreses amb estructura, digitalitzades 360° amb estratègia *zero paper*.

- **Reptes i barreres:** els reptes i les barreres es plantegen d'acord amb els factors següents:
 - a. Cobertura d'Internet: cobertura alta (àrees amb fibra òptica i connexió segura i estable); cobertura mitjana (àrees amb connexió sense fibra; tenen servei d'Internet però no a la velocitat desitjada); cobertura baixa (àrees sense fibra òptica; amb dificultats per a poder usar el servei; no satisfactori per lent).
 - b. Actitud i mentalitat dels directius i propietaris dels negocis: perfil analògic (sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional); perfil madur (provenen del món analògic però entenen les necessitats i s'adapten al canvi); perfil jove (han nascut en el món digital i no pensen treballar d'una altra manera).

- c. Formació/Oferta professionals. Necessitat de formació dels treballadors i existència d'oferta professional de professionals qualificats.
- d. Paper de l'Administració. Recomanació per al pla o full de ruta. Passos per a avançar en el procés segons el grau de digitalització.

3.6.1. COMARQUES DE VALÈNCIA

1. LA COSTERA-CANALS

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Consultoria AF (especialitzada en el sector alimentari i industrial).
2. XACEX (associació de comerços tradicionals i petites empreses de serveis).
3. Innovant Formació, Reparació i Venda, SL (serveis informàtics).

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions de grandària significativa, urbanes o semiurbanes (com Xàtiva), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura informàtica deficient. En alguns casos no tenen ordinador.
- Activitat principalment de comerç tradicional sense cap iniciativa cap a la digitalització.
- Població envellida sense relleu generacional en què la qüestió es considera llunyana i insoluble.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes o d'existències i a usar alguna xarxa social.
- El Kit digital els ha ajudat a arrancar.
- Sector d'assessories i gestories molt proactiu i conscienciat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt en empreses més grans, especialment en el sector de serveis.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).
- Les noves empreses o negocis naixen amb un plantejament clarament digital.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos en el sector del comerç. Molt associat a l'edat.
- Consideren la digitalització una amenaça i molt lluny de les seues possibilitats.

Perfil madur:

- Especialment en indústries petites.
- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ / OFERTA PROFESSIONAL

- Com que hi ha predomini del perfil analògic, demanen formació des de l'Administració.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer alguna campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés, especialment per al comerç tradicional.
- Millorar la comunicació i informació sobre el Kit Digital diferenciant entre necessitats dels petits negocis sense estructura i necessitats de les empreses més grans.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

2. CAMP DE TÚRIA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Associació de Comerciants de Vilamarxant
2. Associació Polígon Pla de Rascanya i Llíria
3. Fundació Laboral Construcció
4. ASOCREVA (Associació d'Empresaris de la Reva) i FEPEVAL (Federació de Polígons Empresarials de la Comunitat Valenciana)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: hi ha especialment pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars..
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.

- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes i existències i a usar alguna xarxa social.
- Poca motivació dels treballadors. Els costa eixir de la zona de confort.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.
- Té equilibradors amb 4G per si falla la fibra.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ / OFERTA PROFESSIONAL

- Com que hi ha predomini del perfil analògic, demanen formació des de l'Administració.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer alguna campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

3. LA RIBERA BAIXA/ALTA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Associació de comerç Arrima't
2. Associació Empresarial d'Alzira
3. Associació d'Empresaris i Comerciants d'Almussafes (AECAL)
4. Hidrau Model, SL (moble auxiliar per a pianos)
5. Polytec Química, SL
6. Associació Valenciana d'Agricultors (AVA)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Alzira, Algemesí i Cullera), la majoria són poblacions rurals menudes. Majoritàriament, les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.

- Dimensió de les empreses: en el territori conviuen pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes i existències i, també, a usar alguna xarxa social com a manera d'atraure clients potencials a l'establiment.
- Les xarxes socials s'usen per a donar a conèixer productes i serveis i la venda es fa al mateix comerç.
- Activitat tradicional (comerç, agricultura, turisme rural...).
- Negocis dels pares que continuen els fills.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic (aproximadament un terç dels negocis):

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en nombrosos casos. Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

Perfil jove (tendència en l'obertura de nous negocis):

- Han nascut en el món digital i no s'ho qüestionen ni es plantegen treballar d'una altra manera.
- En qualsevol sector i àrea funcional en què exercisquen la seua professió.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Les associacions demanen formació centrada en aplicacions de programes i xarxes socials en forma de tallers molt específics i pràctics.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats per la proximitat a València.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

4. TERRA DEL VI

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Asociación de Comercio y Artesanos de Requena
2. Asociación de Industria y Comercio de Utiel
3. Elaborador de Embutido Artesano
4. Grupo Coviñas

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: en la zona predominen les pimes sense estructura, encara que hi ha alguna pime molt estructurada, com el Grupo Coviñas.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Les xarxes socials s'usen per a donar a conèixer productes i serveis i la venda es fa al mateix comerç.
- Activitat tradicional (comerç, agricultura, turisme rural...)
- Negocis dels pares que continuen els fills.
- Empreses amb estructura.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- En la part de l'oficina tots els llocs estan informatitzats.
- Venen en línia com a manera de créixer.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Fibra òptica.
- Connexió segura i estable.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.

- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

5. HOYA DE BUÑOL-CHIVA

EMPRESES ENTREVISTADES

1. Albecancel Constructora
2. Albergue Rural Actio. Turisme Rural
3. Ecovisa Gestiona. Gestió de residus

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: en el territori conviuen pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural o les petites indústries.
- En les oficines, tots els llocs estan informatitzats.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- No s'han identificat problemes en aquest àmbit.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- No s'han identificat problemes quant a necessitats de formació dels treballadors.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés en el cas de les empreses amb un grau més alt de digitalització, com en el cas d'ECOVisa.

6. EL RINCÓN DE ADEMUZ

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Asociación de Turismo Rural de Ademuz
2. Professional autònom dedicat al disseny de web i xarxes socials
3. Professional autònom de serveis informàtics

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: predomini de pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes empreses no relacionades amb el comerç tradicional són molt proactives a continuar el procés de digitalització.
- Els problemes de cobertura d'Internet frenen la decisió d'avançar en el procés de digitalització, especialment quant al comerç en línia.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura baixa:

- Zones sense fibra òptica, amb dificultats per a poder usar aquest servei, que no és satisfactori perquè és lent.
- Problemes freqüents de pèrdua de connexió.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Bona predisposició cap al procés de digitalització en persones a l'inici o enmig de la seua activitat professional.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Com que en la zona predomina el perfil analògic, és important fer accions de formació i conscienciació sobre els avantatges de la digitalització
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- És molt important millorar la infraestructura d'Internet.
- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

7. L'HORTA SUD

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Rosales Ferrer S.L.
2. Electro Fernandez S.L.
3. Maderas Brico Markt S.A.

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions més grans, urbanes o semiurbanes. Les empreses venen a una població major, no coneixen els clients i per a arribar a tots usen diversos mitjans de comunicació.
- Dimensió de les empreses: en la zona conviuen pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada..
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes empreses no relacionades amb el comerç tradicional són molt proactives a continuar amb el procés de digitalització.
- Els problemes de cobertura d'Internet frenen la decisió d'avançar en el procés de digitalització, especialment quant al comerç en línia.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: empreses dedicades al turisme rural o petites indústries que s'han vist obligades a digitalitzar-se.
- En la part de l'oficina tots els llocs estan informatitzats.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura mitjana

- Velocitat inferior a la desitjada i que, depenent de les necessitats, pot ser insuficient.
- Problemes de microtalls perquè es tracta de línies antigues.

ACTITUD I MENTALITAT**Perfil madur:**

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- No s'han identificat problemes quant a necessitats de formació dels empleats.
- S'han identificat problemes quant a l'oferta de treballadors (especialment formació professional) i d'empreses qualificades en la prestació de serveis de digitalització.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.

8. L'HORTA NORD**EMPRESSES ENTREVISTADES**

1. Associació d'Usuaris del Polígon Industrial Mediterrani
2. Consorci Pactem Nord. Pacte territorial per l'ocupació de l'Horta Nord

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com ara Paterna i Alboraya), la majoria són poblacions rurals més menudes que superen els 5.000 habitants.
- Dimensió de les empreses: en el territori conviuen pimes amb estructura i sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Predomina en poblacions més menudes.

- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Les xarxes socials s'usen per a donar a conèixer productes i serveis i la venda es fa al mateix comerç.
- Activitat tradicional (comerç, agricultura, turisme rural...).
- Negocis de pares que continuen els fills.

Predomina en poblacions més grans i en polígons industrials.

- Empreses amb estructura.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- A les oficines, tots els llocs estan informatitzats.
- Venen en línia com a manera de créixer.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable
- No s'han identificat problemes.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i en molts casos sense relleu generacional.
Molt associat a l'edat.
- Especialment sector de comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Predomini del perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació i conscienciació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer alguna campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés, especialment per al comerç tradicional.
- Millorar la comunicació i informació sobre el Kit Digital en què es diferencien les necessitats dels petits negocis sense estructura de les necessitats de les empreses més grans.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

9. LA SAFOR

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Centre Històric Comercial Gandia
2. Encode Soluciones Informáticas
3. Informática Ducal

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Gandia i Oliva), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: hi ha pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Negocis familiars.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Associació de comerços molt activa a Gandia, amb actuacions dirigides a estimular el comerç tradicional.
- Perfil analògic
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes empreses no relacionades amb el comerç tradicional són molt proactives a continuar el procés de digitalització.
- Els problemes de cobertura d'Internet frenen la decisió d'avançar en el procés de digitalització, especialment quant al comerç en línia.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Problemes en algunes zones on no arriba la fibra i cal emprar enllaços sense fils Wimax o altres alternatives.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

10. LA SERRANÍA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Serranet Servicios Informáticos
2. Alto Turia, SL (indústria de la fusta)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Negocis familiars.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Negocis familiars.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- No s'han identificat problemes.

ACTITUD I MENTALITAT

Predominia del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i en molts casos sense relleu generacional.
Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació i conscienciació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Les indústries més proactives amb el procés de digitalització tenen problemes per a contractar professionals especialitzats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.

- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

11. EL VALLE DE COFRENTES-AYORA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Informática Melvic S.L.
2. Creaciones Cámara S.L. [sector tèxtil]

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes.
La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim. Llevat d'Aiora, que té vora 5.000 habitants, els altres municipis queden per davall de 1.000 habitants o pròxims a aquesta xifra.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Negocis familiars.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Poca motivació entre els treballadors. Els costa eixir de la zona de confort.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- No s'han identificat problemes.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- Formació i conscienciació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Atés el grau de digitalització incipient, el desenvolupament es du a terme amb personal propi i agents digitalitzadors.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés. L'ajuntament d'Aiora té una línia d'ajuda.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

12. CAMP DE MORVEDRE

EMPRESES ENTREVISTADES

1. Digital Inter-Fax, SL (serveis informàtics)
2. Ruralgímia, coop. v.

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Sagunt), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Perfil analògic.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- No s'han identificat problemes.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment dedicats al sector del comerç i a petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació i conscienciació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- El problema de l'oferta de professionals se centra més en el perfil d'auxiliar administratiu amb bons coneixements digitals.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

13. VALL D'ALBAIDA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Innovall. Clúster territorial d'innovació i sostenibilitat (associació d'innovació i sostenibilitat multisectorial)
2. COEVAL (Confederació Empresarial de la Vall d'Albaida). Engloba vora 400 empreses

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Ontinyent i Albaida), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.

- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: empreses de turisme rural o petites indústries que s'han vist obligades a digitalitzar-se..
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones sense fibra.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment del sector comercial i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació i conscienciació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Plantilles envellides amb necessitat de renovació.
- Problema d'atraure població jove amb formació digital.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

14. VALÈNCIA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Fundació València Activa

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions grans, urbanes o semiurbanes.
- Dimensió de les empreses: pimes amb estructura i sense.
- Sector d'activitat: negocis nous i negocis tradicionals.
- Majoritàriament negocis del sector de serveis que representen vora el 85% de l'activitat.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: tots els llocs estan informatitzats, usen ERP i CRM (solen usar el gratuït).
- En el futur tenen pendent digitalitzar tots els procediments i processos, com també l'ús de programes integrals i l'explotació de les dades dels clients que els proporcionen les eines.
- Empreses amb estructura.
- ERP adaptat al seu sector.
- CRM integrat amb l'ERP.
- Subcontracten a una consultora el procés de digitalització i algunes funcions les duen internament amb personal qualificat.
- Opten per la formació digital dels treballadors.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomi analògic (Aproximadament un terç dels negocis):

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

Perfil jove (tendència en l'obertura de nous negocis):

- Han nascut en el món digital i no es qüestionen ni es plantegen treballar d'una altra manera.
- En qualsevol sector i àrea funcional en què exercisquen la seua professió.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i assistència en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- No hi ha problemes quant a contractació de professionals/empreses externes de serveis digitals.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Unificació i homogeneïtat de processos de les empreses amb les diverses administracions públiques quant als programes de digitalització.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.

15. LA CANAL DE NAVARRÉS**EMPRESSES ENTREVISTADES**

1. AMH Servicios informáticos

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de població: poblacions rurals menudes que no superen els 5.000 habitants. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

Es tracta d'una comarca amb notable desocupació i cada vegada es tanquen més empreses, sobretot petites empreses.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ**Perfil predominant**

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Altres empreses

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen productes arreu de l'Estat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt en el sector agroalimentari.
- ERP en les pimes del sector alimentació perquè el necessiten per a comandes i compravenda amb les grans superfícies.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES**INTERNET****Cobertura mitjana:**

- Zones sense fibra òptica, amb dificultats per a poder usar aquest servei que, per la lentitud, no és satisfactori.

ACTITUD I MENTALITAT**Predomini del perfil analògic:**

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector de comerç i petits negocis.
- No tenen actitud digitalitzadora. Consideren que la digitalització és una despesa, no una inversió.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Bona predisposició cap al procés de digitalització en persones al principi o enmig de la seua activitat professional.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Com que predomina el perfil analògic, és important emprendre accions de formació i conscienciació sobre els avantatges de la digitalització.
- Problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

3.6.2. COMARQUES D'ALACANT**1. L'ALACANTÍ****EMPRESSES ENTREVISTADES**

1. Fundeum - Maisa Promociones, SL
2. Jijona, SA
3. PADIMA [consultoria sobre propietat intel·lectual i industrial]
4. Laboratorios Qpharma, SL

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions grans, urbanes o semiurbanes, encara que també hi ha poblacions rurals més menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: pimes amb estructura i sense estructura.
- Sector d'activitat: negocis nous i negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.

- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural o les petites indústries.
- En les oficines, tots els llocs estan informatitzats.

Altres empreses

- Empreses amb estructura.
- ERP adaptat al seu sector.
- CRM integrat amb l'ERP.
- Subcontracten a una consultora el procés de digitalització i algunes funcions les porten internament amb personal qualificat.
- Opten per la formació digital dels treballadors.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic (vora un terç dels negocis):

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

Perfil jove (tendència en l'obertura de nous negocis):

- Han nascut en el món digital i no es qüestionen ni es plantegen treballar d'una altra manera.
- En qualsevol sector i àrea funcional en què exercisquen la seua professió.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- No hi ha problemes quant a contractació de professionals/empreses externes de serveis digitals.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Unificació i homogeneïtat de processos de les empreses amb les diverses administracions públiques quant als programes de digitalització.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.

2. MARINA ALTA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Juguetes Cayro S.L.
2. CEDMA (Circulo Empresarial de la Marina Alta)
3. Mercalicante

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Dénia, Xàbia i Calp), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient (aprox. 20%).
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen productes arreu de l'Estat.

Altres empreses

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura mitjana:

- Zones amb fibra i zones sense fibra que tenen servei, encara que no a la velocitat desitjada.
- Segons les necessitats, pot ser insuficient.
- Problema de sobrecàrrega a l'estiu i caiguda de la qualitat del servei.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos.
Molt associat a l'edat.
- Especialment sector de comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

3. MARINA BAIXA**EMPRESES ENTREVISTADES**

1. Energy System
2. 1Millionbot
3. Institut Valencià de Tecnologies Turístiques INVATTUR

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Benidorm, Altea i la Vila Joiosa), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).
- Molt desenvolupat en el sector hotelier.

Altres empreses

- Empreses amb estructura.
- ERP adaptat al seu sector.
- CRM integrat amb l'ERP.
- Subcontracten a una consultora el procés de digitalització i algunes funcions les porten internament amb personal qualificat.
- Opten per la formació digital dels seus treballadors.

C. REPTES I BARRERES**INTERNET****Cobertura alta:**

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.

ACTITUD I MENTALITAT**Perfil analògic (vora un terç dels negocis):**

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Predomini del perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Llocs en comerços, turisme rural, serveis, llocs d'oficina i tècnics.

Perfil jove (tendència en l'obertura de nous negocis):

- Han nascut en el món digital i no es qüestionen ni es plantegen treballar d'una altra manera.
- En qualsevol sector i àrea funcional en què exercisquen la seua professió.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials més específica sobre les necessitats sectorials (predomini del sector hotelier).
- No hi ha problema pel que fa a l'oferta d'empreses de serveis de digitalització.
- Problemes pel que fa a contractació de professionals qualificats amb coneixement de les característiques sectorials.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- El sector hotelier demana ajudes més específiques a les seues necessitats. El Kit Digital no els serveix; estan en un altre nivell superior de digitalització.

4. EL BAIX VINALOPÓ**EMPRESSES ENTREVISTADES**

1. Synthelast S.A.
2. Atmoss Electric Equipment, S.L.
3. Inda Levante S.L.

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: hi ha poblacions grans, urbanes o semiurbanes (Elx, Santa Pola i Crevillent).
- Dimensió de les empreses: hi ha pimes amb estructura i sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. Els sectors d'activitat principals són el turisme, el calcer, el tèxtil i l'agricultura (pesca i cultius).

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant en empreses internacionals o amb vendes B2B

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura mitjana:

- Zones amb fibra i zones sense fibra que tenen servei, encara que no a la velocitat desitjada.
- Segons les necessitats, pot ser insuficient.
- Ús d'encaminadors 4G quan falla l'ADSL.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials..

- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

5. EL VINALOPÓ MITJÀ

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Millenials Consulting, SL
2. Genion Lab Coworking
3. Associació Valenciana d'Empresaris del Calcer (AVECAL)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Elda i Petrer), la majoria són poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. Els sectors d'activitat principals són el calcer, el marbre i l'agricultura (vinya).

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant en empreses internacionals o amb vendes B2B

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.

C. REPTES I BARRERES INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur especialment en empreses industrials:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

6. ALT VINALOPÓ

EMPRESAS ENTREVISTADAS

1. Metálicas Octavio Serrano, S.L.

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: només hi ha una població gran, urbana o semiurbana (Villena). Les altres són poblacions rurals més menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. Els sectors d'activitat principals són el calcer (no ha sabut evolucionar i està en declivi), la indústria tèxtil, l'agricultura i els serveis.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- Iniciació en l'ús de programes ERP.

L'ús de CRM és baix, per bé que sí que usen xarxes socials i tenen web, que externalitzen a alguna empresa perquè no tenen prou recursos interns.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Poc inclinats al canvi, per mentalitat i falta de formació digital.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- A causa del predomini del perfil analògic és important fer accions de formació i conscienciació sobre els avantatges de la digitalització.
- No troben personal qualificat i tampoc sense qualificar per a poder formar-se: falta d'interès en sectors tradicionals i manuals.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.
- Consultoria: persona experta en digitalització que analitze necessitats i mancances de cada empresa i com es poden solucionar.

7. VEGA BAJA

EMPRESES ENTREVISTADES

1. Hacienda Valero
2. CONVEGA-Consorcio de la Vega Baja

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: hi ha poques poblacions grans, urbanes o semiurbanes (Torrevella, Oriola i Almoradí). Les altres són poblacions rurals més menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. Els sectors d'activitat principals són el turisme, la indústria alimentària i l'agricultura.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- Iniciació en l'ús de programes ERP.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Com que en aquesta comarca predomina el perfil analògic, és important fer accions de formació i conscienciació sobre els avantatges de la digitalització.
- Problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

8. L'ALCOIÀ

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Activa Link, SL
2. Associació d'Empresaris de la Foia de Castalla (IBIAE)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions grans, urbanes o semiurbanes (com Alcoi i Ibi), la majoria són poblacions rurals més menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. Els sectors d'activitat principals són la indústria (sector joguets, tèxtil, paper) i l'agricultura.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant en empreses més grans

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de la qualitat, d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur, especialment en empreses industrials:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals..
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

9. EL COMTAT

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim. Excepte Cocentaina i Muro d'Alcoi, que tenen vora 10.000 habitants, els altres municipis no passen de 500.
- Dimensió de les empreses: fonamentalment pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. Fonamentalment agricultura i sector tèxtil en els dos municipis més grans.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.

- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

C. REPTES I BARRERES

ACTITUD I MENTALITAT

Predomini del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt relacionat amb l'edat del propietari/gerent.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Molt relacionat amb perfils de gerents/propietaris amb un perfil d'edat jove.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés..
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

3.6.3. COMARQUES DE CASTELLÓ

1. LA PLANA BAIXA I LA PLANA ALTA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. UCOVI (Unió de Comerç de Vila-real)
2. Aliven Obras S.L.
3. Nitroparis S.L. (sector químic)
4. Real Export Coop. Val
5. Activa Publicidad. (agent digitalitzador)
6. Civicons Construcciones Públicas (sector immobiliari)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com ara Castelló de la Plana i Vila-real), la majoria són poblacions rurals més menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.

- Dimensió de les empreses: en la comarca conviuen pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial; també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social. La segona generació del negoci familiar sol ser la que pren la iniciativa.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries (com el sector d'alimentació amb la creació de plataformes de venda en línia).
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.
- Correspon principalment a zones urbanes o rurals de poblacions grans o mitjanes.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci..

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi. La segona generació del negoci familiar sol prendre la iniciativa.
- Els comerços que pertanyen a l'Associació de Vila-real són molt proactius i han rebut un premi a la innovació en digitalització.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització del negoci.

- Una vegada fet el projecte de digitalització dins de l'ajuda del Kit Digital, el problema és la gestió i el manteniment.
- No s'han identificat problemes quant a contractació de professionals qualificats.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

2. EL BAIX MAESTRAT

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Benimar Ocarsa, S.A. (fabricació d'autocaravanes)
2. Temporal transfer ETT

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: encara que hi ha poblacions més grans, urbanes o semiurbanes (com Vinaròs i Benicarló), la majoria són poblacions rurals més menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: en aquesta comarca conviuen pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural o les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura mitjana:

- Zones amb fibra i zones sense fibra que tenen servei, encara que no a la velocitat desitjada (és el cas del polígon industrial Collet de Benicarló).
- Segons les necessitats, pot ser insuficient.
- Ús d'encaminador 4G quan falla ADSL.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes tenen xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- Problemes quant a contractació de professionals amb edat per damunt de 40 anys amb formació digital.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes..

3. L'ALT MAESTRAT

EMPRESES ENTREVISTADES

1. Lácteos Els Masets Cooperativa

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes amb municipis per davall de 1.000 habitants. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: predomini de pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. L'activitat principal se centra en l'agricultura de secà (cereals, raïm i olivera) i la ramaderia ovina i bovina. La comarca té poca indústria.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i per a dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació)

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Quasi el 80% de les pimes participen en xarxes socials.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- Com que predomina el perfil analògic, és important fer accions de formació i conscienciació sobre els avantatges de la digitalització.
- Dificultats per a trobar personal perquè es tracta d'una zona menuda d'interior.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.

- Necessitat de línies d'informació i formació més accessibles. Per exemple, com el Castelló Global Program per a emprenedors.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

4. EL ALTO PALANCIA

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. FECAP – Federació Empresarial Comarcal
2. Soma Informàtica, SL

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes (excepte Sogorb, que té vora 9.000 habitants, els altres municipis són menuts). La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: predomini de pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals. L'activitat principal se centra en l'agricultura.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural. Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Població envellida sense relleu generacional i sense coneixements sobre digitalització.

Perfil predominant

- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social a través dels programes d'ajudes Next Generation de la Unió Europea i del Kit Digital.
- La proactivitat de l'associació comarcal (FECAP) i els agents digitalitzadors són els motors del procés de digitalització.
- Dins del Kit Digital s'insisteix principalment en els processos de recepció, eixida i control d'inventaris de mercaderies i la part de comunicació i xarxes socials.

Incipient en les empreses més grans

- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixement i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Connexió segura i estable.
- Zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT**Perfil analògic:**

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt associat a l'edat.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- La situació pandèmica amb la covid va ajudar a canviar la mentalitat.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

- El predomini del perfil analògic fa que siga important fer accions de formació i conscienciació sobre els avantatges de la digitalització.
- Dificultats per a trobar personal perquè és una zona d'interior.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.
- L'acció de FECAP i dels agents digitalitzadors ha facilitat el procés de tramitació de les ajudes.

5. L'ALCALATÉN**EMPRESSES ENTREVISTADES**

1. Aditivos Cerámicos, SL (sector químic)
2. Arena Aplicaciones Energéticas, SL (serveis elèctrics industrials)
3. Lavadero Alcalatén, SL (reparació i manteniment de camions i vehicles industrials)

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes (el municipi més gran és l'Alcora). La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: en aquesta comarca conviuen pimes sense estructura i pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola i turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.

- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

Perfil predominant en el sector tauleller

- Empreses amb estructura.
- ERP adaptat al seu sector. Les característiques del sector (tauleller) predominant fan que les empreses hagen d'estar fortament digitalitzades i interconnectades.
- CRM integrat amb l'ERP.
- Subcontracten a una consultora el procés de digitalització i algunes funcions les porten internament amb personal qualificat.
- Opten per la formació digital dels seus treballadors.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.
- Correspon principalment a zones urbanes o rurals de poblacions grans o mitjanes.

ACTITUD Y MENTALIDAD

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt relacionat amb l'edat del propietari/gerent.
- Especialment del sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Actitud mental bastant positiva, els directius saben que és necessari i que aporta molts beneficis a mitjà i llarg termini, però xoca amb problemes d'edat de dirigents de generacions anteriors.

FORMACIÓ/OFFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- Problemes en la contractació de professionals/empreses externes en comunicació en xarxes socials per falta de coneixement del sector.
- Alguns agents digitalitzadors han arribat a la comarca com a venedors de telefonia i amb una actitud de venda molt agressiva, sense tenir consciència del que les empreses necessiten.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Són habituals les subvencions de les línies de KIT Digital i d'INNOVATEIC.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés.

6. ELS PORTS

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Agència Comboi, SL (agent digitalitzador)
2. Querol Assessors, SL (assessoria/gestoria dirigida a pimes i autònoms).

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de la població: poblacions rurals menudes. La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: en aquesta comarca predominen les pimes sense estructura, encara que també hi ha pimes amb estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals.

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existència i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.
- El grau de digitalització es pot considerar mitjà-alt: sectors que s'han vist obligats a digitalitzar-se, com el turisme rural i les petites indústries.
- Ús habitual d'un programa ERP per a gestió, control de qualitat, control d'estocs i per a dur la traçabilitat dels productes.
- Contracten parts de l'empresa perquè es digitalitzen i les altres les porten internament (no sempre amb coneixements i formació).

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.
- Hi ha zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD Y MENTALIDAD

Perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt relacionat amb l'edat del propietari/gerent.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Molt relacionat amb perfils de gerents/propietaris amb un perfil d'edat jove.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ / OFERTA PROFESSIONAL

- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- Poca oferta d'agents digitalitzadors a la comarca.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés. Els centres CEDES (Centres de Dinamització Econòmica i Social), promoguts per la Diputació de Castelló, fan bona tasca en aquest aspecte, han sigut molt productius i han ajudat bastants empreses.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.

7. EL ALTO MIJARES

EMPRESSES ENTREVISTADES

1. Naturnua

A. CARACTERITZACIÓ

- Dimensió de població: poblacions rurals menudes (poques voltes superen els 500 habitants). La majoria de les empreses cobreixen necessitats de l'entorn pròxim.
- Dimensió de les empreses: predomini de les pimes sense estructura.
- Sector d'activitat: predomini dels negocis tradicionals amb baixa activitat i desenvolupament industrial (excepte el sector ceràmic).

B. GRAU DE DIGITALITZACIÓ

Perfil predominant

- Negocis familiars amb infraestructura de seguretat informàtica deficient.
- Activitat principalment comercial, també agrícola o turisme rural.
- Població envellida sense relleu generacional.
- Sense coneixements sobre digitalització.
- Venda de proximitat i a través del boca-orella.
- Solen tenir pàgina web que queda desactualitzada.
- Sectors tradicionals que comencen a digitalitzar el control de vendes, d'existències i a usar alguna xarxa social.
- Algunes indústries són molt proactives en el procés de digitalització i comercialitzen els seus productes arreu de l'Estat.

C. REPTES I BARRERES

INTERNET

Cobertura alta:

- Zones amb fibra òptica i connexió segura i estable.
- Hi ha zones amb cobertura mitjana.

ACTITUD I MENTALITAT

Predomi del perfil analògic:

- Sense intenció d'obrir la ment i sense relleu generacional en molts casos. Molt relacionat amb l'edat del propietari/gerent.
- Especialment sector del comerç i petits negocis.
- Pensen que és una cosa pràctica, però que no millora el negoci.

Perfil madur:

- Venen del món analògic, però entenen les necessitats i s'adapten al canvi.
- Molt relacionat amb perfils de gerents/propietaris amb un perfil d'edat jove.
- Petites indústries, turisme rural i serveis. Llocs d'oficina i tècnics.

FORMACIÓ/OFERTA PROFESSIONAL

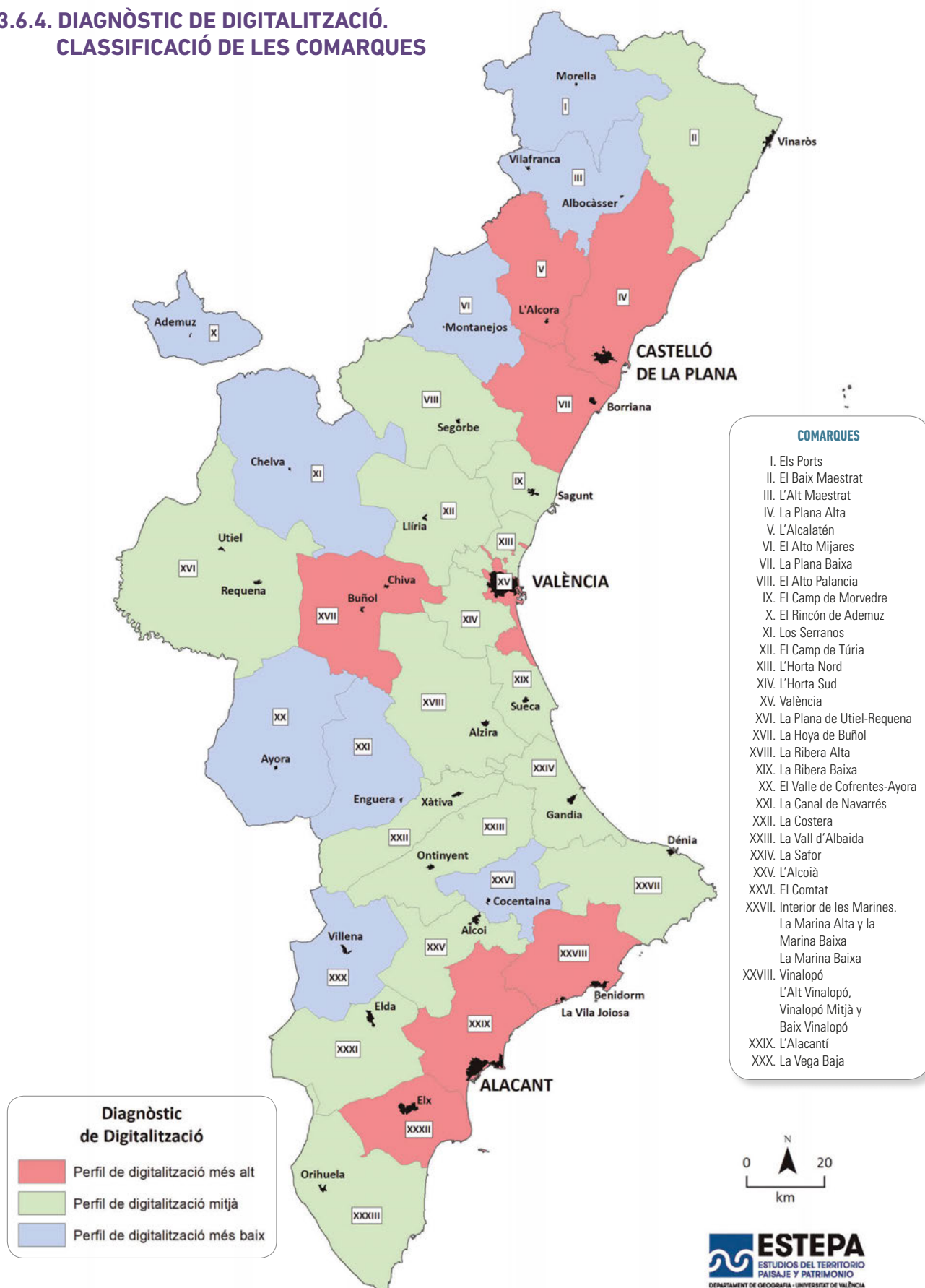
- Formació des de l'Administració centrada en aplicacions de programes i xarxes socials.
- Formació i ajuda en el disseny de l'estratègia de digitalització de l'empresa.
- Poca oferta d'agents digitalitzadors a la comarca.
- Dificultats per a trobar personal perquè és una zona petita i d'interior.

PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ. RECOMANACIÓ PER AL FULL DE RUTA

- Fer una campanya de conscienciació sobre l'experiència del procés de canvi en què intervinguen altres empresaris que hagen passat pel procés.
- Fer un diagnòstic de l'empresa per a definir-ne la situació actual i les necessitats per a negocis més locals.
- Oferir ajuda econòmica per a facilitar la incorporació d'eines i un seguiment posterior per a l'avaluació del procés. Els centres CEDES (Centres de Dinamització Econòmica i Social), promoguts per la Diputació de Castelló, fan bona tasca en aquest aspecte, han sigut molt productius i han ajudat bastants empreses.
- Simplificar el procés de petició d'ajudes.



3.6.4. DIAGNÒSTIC DE DIGITALITZACIÓ. CLASSIFICACIÓ DE LES COMARQUES



Mapa 3. Diagnòstic de digitalització. Classificació de les comarques. Font: Elaboració pròpia.





04

ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES D'ALACANT

○ **4.1. INTRODUCCIÓ I PARTICIPACIÓ DE LES PARTS INTERESSADES**

4.2. DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES DE LA PROVÍNCIA D'ALACANT. PRESENTACIÓ DE RESULTATS

4.2.1. DADES SOCIODEMOGRÀFIQUES DE LA POBLACIÓ ENQUESTADA

4.2.2. ÚS QUE ES FA D'INTERNET

4.2.3. IMPORTÀNCIA QUE TÉ L'ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES

4.2.4. DOMINI DELS MITJANS DIGITALS I NECESSITATS DE FORMACIÓ

4.2.5. ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES PER A LES ACTIVITATS EMPRESARIALS

4.3. EL COMTAT

4.4. LES MARINES

4.5. L'ALACANTÍ

4.6. L'ALCOIÀ

4.7. LA VEGA BAJA

4.8. EL VINALOPÓ

4.9. CONCLUSIONS

04

ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES D'ALACANT

Antonio Martínez Puche
José Miguel Giner Pérez
Juan López Jiménez
Xavier Amat Montesinos
Universitat de Alicante

4.1. INTRODUCCIÓ I PARTICIPACIÓ DE LES PARTS INTERESSADES

Per a elaborar aquest capítol hem tingut la col·laboració dels agents socials i econòmics del territori provincial alacantí. El contacte amb sindicats com UGT i CCOO, i també amb la patronal de la CEV, ha permès integrar en el mètode d'elaboració d'aquest estudi els aspectes qualitius destacats en la digitalització de l'economia. La recopilació de les aportacions d'aquests agents territorials des del punt de vista de la perspectiva del mercat laboral i de l'activitat empresarial ha versat sobre variables diferenciades de l'economia digital. Aquestes variables han sigut els reptes de les noves necessitats formatives, les oportunitats laborals i empresarials, la incertesa laboral, la bretxa digital en la societat i en els treballadors i treballadores, i els aspectes d'aplicació i millora d'aquest procés en l'activitat empresarial, entre d'altres. La consideració d'aquests factors bàsics en el procés de desplegament i funcionament de l'economia digital en empreses i organitzacions ha enriquit el procés de redacció d'aquest estudi, que té en compte les necessitats dels diversos territoris de la Comunitat Valenciana i, en concret, de la província d'Alacant.

4.2. DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES DE LA PROVÍNCIA D'ALACANT. PRESENTACIÓ DE RESULTATS

L'enquesta s'ha passat a un total de 61 municipis de les sis comarques indicades, ja que les poblacions del Vinalopó i les Marines s'han unificat en sengles comarques.

La connectivitat s'ha d'entendre com l'accés a Internet que facilita diversos aspectes quotidians, com el desenvolupament del teletreball. Però també és cada vegada més necessària per a altres serveis fonamentals (sanitaris, educatius i bancaris), que no sols són vitals per a atraure nous pobladors, sinó també per a generar oportunitats renovades en els municipis rurals de la província d'Alacant. Una connectivitat adequada és, sens dubte, un factor determinant en la millora de les condicions de vida de la població local.

L'enquesta sobre la bretxa digital inclou aspectes diversos relacionats amb els perfils de la població enquestada (edat, sexe, nacionalitat, nivell d'estudis, ocupació i activitat professional) i

Quadre 4.1.
Municipis on s'ha
passat l'enquesta.
Província
d'Alacant. 2022

COMARQUES	MUNICIPIIS	HABITANTS 2022
Comtat	Cocentaina	11.451
	Muro d'Alcoi	9.326
	TOTAL	20.777
Les Marines	Dénia	42.953
	Xàbia	27.983
	Calp	23.530
	Teulada	11.466
	Benissa	11.462
	Pego	10.240
	Pedreguer	8.006
	Ondara	7.080
	Gata de Gorgos	6.223
	Benidorm	69.118
	La Vila Joiosa	34.684
	Altea	22.657
	L'Alfàs del Pi	20.495
	La Nucia	18.108
	Callosa d'En Sarrià	7.589
Finestrat	7.402	
TOTAL	328.996	
Alacantí	Alacant	337.304
	Sant Vicent del Raspeig	58.912
	El Campello	29.013
	Mutxamel	25.679
	Sant Joan d'Alacant	24.363
	Xixona	6.861
	Agost	4.906
	Busot	3.027
	Aigües	1.049
	La Torre de les Maçanes	681
TOTAL	491.795	
Alcoià	Alcoi	59.128
	Banyeres de Mariola	7.113
	Castalla	10.752
	Ibi	23.652
	Onil	7.569
TOTAL	108.214	
Vega Baja	Torrevel·la	82.842
	Oriola	78.940
	El Pilar de la Foradada	22.597
	Almoradí	21.404
	Callosa de Segura	19.273
	Rojals	15.978
	Guardamar del Segura	15.983
	Albatera	12.714
	Catral	8.880
	Redovà	8.058
	Sant Fulgenci	8.447
	Dolores	7.620
	Coix	7.427
	Bigastre	6.994
Sant Miquel de les Salines	6.553	
Benejússer	5.453	
TOTAL	329.163	
Vinalopó	Villena	34.025
	Saix	9.935
	Elda	52.551
	Petrer	34.009
	Novelda	25.611
	Asp	21.088
	Monòver	12.188
	Monfort	8.500
	El Pinós	8.142
	Elx	234.205
	Santa Pola	34.148
Crevillent	29.717	
TOTAL	504.119	

l'ús que es fa d'Internet (satisfacció, utilitat, mancances formatives, etc.). Aquesta enquesta ha anat dirigida a la població en general resident als municipis de la província d'Alacant, repartits en comarques o agrupacions de comarques, de la manera següent:

- Les comarques de la Marina Alta i de la Marina Baixa s'han agrupat en una única entitat de municipis denominada les Marines. Aquesta entitat aglutina 16 municipis, tres dels quals tenen més de 34.000 habitants: Benidorm (69.118), Dénia (42.953) i la Vila Joiosa (34.684).
- Amb les comarques de l'Alt Vinalopó, Vinalopó Mitjà i Baix Vinalopó s'ha actuat de la mateixa forma, s'han unit amb la denominació del Vinalopó. Aquesta unitat d'anàlisi territorial ha considerat un total de 12 municipis on destaquen els municipis d'Elx (234.205 h), Elda (52.551 h), Santa Pola (34.148 h), Villena (34.025 h) i Petrer (34.009 h).
- A la comarca del Comtat només s'han enquestat dues poblacions per la representativitat poblacional i industrial, ja que és una de les comarques amb més municipis en perill de despoblació. Les dues poblacions actuen com a nodes de serveis i generadors d'ocupació.
- A la comarca de l'Alcoià, que també aglutina municipis de la Foia de Castalla, s'han enquestat cinc municipis que també tenen un notable protagonisme industrial en senyals productius locals (tèxtil i joquet), que han derivat cap a una diversificació industrial a les valls de l'interior de la província d'Alacant.
- A La Vega Baja, del total de municipis, se n'han enquestats 16. Es tracta de municipis que tenen una especialització productiva vinculada a la producció agroalimentària i al turisme residencial. De fet, hi ha dues poblacions que destaquen perquè exerceixen de motor econòmic de serveis de la comarca: Torrevel·la (82.842 h) i Oriola (78.940 h).

El nombre d'enquestes ha sigut de 1.608, xifra que presenta un nivell de confiança estadístic del 98% i un 2,98% de marge error. La mitjana d'edat de totes les persones enquestades és de 45,59 anys. Les més nombroses corresponen a les franges d'edat 26-35 anys (17,79%) i 36-45 anys (17,04%). Les menys quantioses corresponen a la franja d'edat de més de 75 anys (8,71%).

El repartiment d'enquestes per comarques ha sigut de 264 per al Comtat (amb una edat mitjana de 45,12 anys); 267 per a les Marines (amb una edat mitjana de 58,47 anys); 267 per a l'Alacantí (amb una mitjana de 35,56), 267 per a l'Alcoià (amb una edat mitjana de 40,28 anys); 267 per a La Vega Baja (amb una edat mitjana de 36,74 anys) i 268 per al Vinalopó (amb una edat mitjana de 52,92 anys). S'observa que en les comarques que tenen més habitants, l'edat mitjana de resposta a les noves tecnologies és més jove, per exemple, a l'Alacantí.

	TOTAL		El Comtat		Marines		Alacantí		Alcoià		Vega Baja		Vinalopó	
	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%	Nre.	%
Home	784	48,76	140	53,03	134	50,19	92	34,46	132	48,00	128	47,94	158	58,96
Dona	824	51,24	124	46,97	133	49,81	175	65,54	143	52,00	139	52,06	110	41,04
Franja d'edat														
16-25	215	13,37	7	2,65	18	6,74	65	24,34	27	9,82	66	24,72	32	11,94
26-35	286	17,79	56	21,21	39	14,61	61	22,85	61	22,18	38	14,23	31	11,57
36-45	274	17,04	40	15,15	35	13,11	63	23,60	55	20,00	44	16,48	37	13,81
46-55	237	14,74	19	7,20	36	13,48	46	17,23	55	20,00	35	13,11	46	17,16
56-65	252	15,67	60	22,73	67	25,09	29	10,86	33	12,00	24	8,99	39	14,55
66-75	204	12,69	38	14,39	58	21,72	3	1,12	21	7,64	42	15,73	42	15,67
Més de 75	140	8,71	44	16,67	14	5,24	0	0,00	23	8,36	18	6,74	41	15,30
Total	1.608	100	264	100	267	100	267	100	275	100	267	100	268	100

Quadre 4.2.
Distribució
de les enquestes
per àrea comarcal,
sexe i franja d'edat.

Així, en l'anàlisi per comarques s'observa que al Comtat destaca la cohort d'edat de 56-65 (22,73%), mentre que la cohort d'edat més baixa és la de 16-25 (2,65%). A les Marines, la franja d'edat més nombrosa és la de 56-65 (25,05%) i la que menys respostes ha obtingut ha sigut la de més de 75 anys (5,24%). En el cas de la comarca de l'Alacantí destaca la cohort d'edat de 16-25 (24,34%), i la que menys la de 66-75 anys (1,12%). A la comarca de l'Alcoià despunta la franja d'edat 26-35 (22,18%) i la que menys la de 66-75 (7,64%). En el cas de La Vega Baja sobreix la franja d'edat 16-25 (24,77%) enfront de la de més de 75 anys (6,74%). Finalment, en el cas del Vinalopó destaca la cohort d'edat entre 46-55 anys (17,16%), enfront de la de 26-35 anys (11,57%). Sens dubte, la dicotomia àrees interiors i industrials enfront de les àrees litorals i turístiques es fa evident en aquesta primera anàlisi dels resultats de l'enquesta. En el cas de les primeres poblacions s'observa que els valors mitjans i més elevats responen a persones d'edat més avançada, enfront dels valors que s'obtenen en poblacions litorals. Cal fer esment de les comarques del Vinalopó i el Comtat, on s'han obtingut els valors més pobres en relació amb les contestacions derivades de les persones més joves (16-25 anys).

4.2.1. DADES SOCIODEMOGRÀFIQUES DE LA POBLACIÓ ENQUESTADA

El 96,2% de la població enquestada és de nacionalitat espanyola, i el percentatge restant (3,79%) correspon a altres nacionalitats. En general han contestat més dones (51,24%) que homes (48,76%).

En relació amb el nivell d'estudis, el 20,15% ha cursat el batxillerat (BUP) i el curs d'orientació professional (COU). A continuació destaquen els enquestats que han cursat algun cicle formatiu de

grau superior, el 15,67%, i els de formació professional, el 16,17%. El 4,35% de les persones enquestades afirma que no té estudis i el 5,04% assenyala que té un màster o doctorat. En l'àmbit comarcal despunten perfils diferenciats en relació amb les variables de nivell d'estudis i ús d'Internet. Així, en el cas del Comtat és majoritària la formació professional (22,3%) per damunt de la resta. D'altra banda, a **les Marines** destaca el batxillerat, BUP i COU (24,3%). També a **l'Alacantí** sobreix el BUP i el COU (16,1%), com també la formació professional (14,98%). En el cas de **l'Alcoià** destaquen el cicle formatiu de grau superior (20%), la formació professional (16,4%) i el BUP i el COU (16,4%). A **La Vega Baja** destaquen el batxiller, el BUP i el COU (37,8%), l'educació secundària (23,2%) i l'educació primària (14,9%). Finalment, a les comarques del Vinalopó predominen el cicle formatiu (18,65%), la formació professional (16%) i l'educació primària (15,7%).

Quadre 4.3.
Nivell d'estudis
de la població
enquestada.

NIVELL D'ESTUDIS	TOTAL	
	Nombre	%
Sense estudis	70	4,35
Educació primària	138	8,58
Educació secundària	230	14,30
Batxillerat (BUP) / Curs d'orientació professional (COU)	324	20,15
Formació professional	260	16,17
Cicle formatiu de grau superior	252	15,67
Llicenciatura / Diplomatura	232	14,43
Màster / Doctorat	81	5,04
No contesta	21	1,31
TOTAL	1.608	100

Pel que fa a l'ocupació, el 48,36% dels enquestats són empleats, el 20,90% són jubilats, el 5,41% són autònoms i el 2,80% són empresaris. A escala comarcal s'aprecia un predomini majoritari d'empleats en tots els àmbits, i destaquen principalment els que superen el 80% com ocorre a l'Alacantí (92%), al Comtat (86,2%) i a l'Alcoià (84%). Aquestes elevades xifres no són estranyes perquè l'Alacantí és una comarca vinculada al turisme i fonamentalment als serveis, mentre que les altres comarques estan molt relacionades amb l'activitat industrial. No obstant això, a escala comarcal es pot establir una anàlisi diferenciada territorial segons l'ocupació més destacada. En el cas del Comtat i les Marines destaca l'opció jubilat/retirat, amb percentatges del 30,3% i 22,8%, respectivament. En el cas de l'Alacantí predominen els desocupats (14,6%), els estudiants (13,85%) i els autònoms (7,86%). En el cas de La Vega Baja i el Vinalopó, les ocupacions majoritàries són les de jubilat/retirat (20,9% i 32,8% respectivament) i estudiants (16,1% i 12,3% respectivament).

Quadre 4.4.
Ocupació de la
població
enquestada.

NIVELL D'ESTUDIS	TOTAL	
	Nombre	%
Estudiant	149	9,27
Actualment desocupat	112	6,97
Mestressa/mestre de casa	68	4,23
Jubilat/retirat	336	20,90
Empresari	45	2,80
Autònom	87	5,41
Empleat	776	48,26
Prefereix no contestar	35	2,18
TOTAL	1.608	100

L'activitat professional predominant és la de "treballador de serveis i venedors de comerços i mercats" (19,40%), tant a escala general com comarcal, especialment a La Vega Baja (39,3%), però també a l'Alcoià (16,4%), al Comtat (21,6%) i al Vinalopó (19,8%). A les Marines destaquen "pro-

ACTIVITAT PROFESSIONAL	TOTAL	
	Nombre	%
Directors i gerents	67	4,17
Capatàs, encarregat	58	3,61
Professionals científics i intel·lectuals	69	4,29
Tècnics i professionals d'alt nivell	120	7,46
Tècnics i professionals de nivell mitjà	141	8,77
Personal de suport administratiu	150	9,33
Representant, agent comercial	81	5,04
Treballadors de serveis i venedors de comerços i mercats	312	19,40
Agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers	63	3,92
Oficials, operaris i artesans	79	4,91
Operadors d'instal·lacions i de màquines eina	66	4,10
Ocupacions elementals, subalterns	33	2,05
Jornalers	101	6,28
Ocupacions militars	23	1,43
Altres oficis no qualificats	122	7,59
Cap, no he treballat mai	123	7,65
TOTAL	1.608	100

Quadre 4.5.
Activitat
professional
de la població
enquestada

professionals científics i professionals" (12,4%) i "personal de suport administratiu" (12,4%). En el cas de l'Alacantí despunten "els tècnics i professionals de nivell mitjà" (14,6%) juntament amb "personal de suport administratiu" (12,7%). També aquesta ocupació té valors percentuals rellevants a les comarques del Comtat (10,9%), l'Alcoià (12,4%) i La Vega Baja (16,8%). Cal destacar altres valors detectats a les comarques del Vinalopó vinculades a "agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers" (13,4%) i "jornalers" (12,7%). Aquest darrer cas és remarcable a causa de la importància d'una diversitat econòmica, més enllà de la indústria, amb l'agricultura a les comarques de l'Alt Vinalopó, el raïm al Vinalopó Mitjà i les produccions del Camp d'Elx.

4.2.2. ÚS QUE ES FA D'INTERNET

El mode de connexió varia segons que l'ús siga personal o professional:

- **En l'àmbit personal**, la població es connecta majoritàriament des de casa (96,72% de respostes).
- **En l'àmbit professional**, on les connexions són menys quantioses, l'ús està més repartit, ja que la connexió predominant es fa des d'un ordinador i un dispositiu mòbil (61,67%). Des de casa, les connexions professionals són el 33,67%, xifra que representa un resultat elevat.

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFESSIONAL %
Des de casa	96,72	33,67
Des de casa d'un amic, familiar o parella	0,76	1,33
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	0,44	3,00
Des del mòbil (tarifa de dades)	0,95	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,13	0,33
Des de l'escola/institut	0,13	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	0,82	61,67
A través d'un altre mitjà	0,06	0,00
TOTAL	100	100

Quadre 4.6.
Lugar o modo
de conexión.

Quant al grau de satisfacció personal, segons l'escala Likert (en què el valor 1 és deficient i el valor 5 és excel·lent), les dones s'hi mostren més satisfetes que no els homes. Així, en el cas de les dones, el valor més alt és l'interval 4 (31,9%) seguit del 5 (24,4%), mentre que en els homes, el més alt és l'interval 3 (27,8%) seguit del 4 (25,2%). Pel que fa a les franges d'edat, s'observa més satisfacció entre els joves de 16 a 25 anys, en què predominen valors de 4 (38,9%) i 5 (32,2%). Per contra, s'observa un grau més alt d'insatisfacció en la cohort d'edat de 66 a 75 anys, on destaquen els valors 2 (27,5%) i 1 (14,2%). Aquesta insatisfacció també apareix en el col·lectiu de més de 75 anys, que aglutina els valors més alts en aquest sentit, amb registres de 2 (28,1%) i 1 (20,9%).

En l'àmbit professional també apareixen valors més alts de satisfacció en el cas de les dones, amb un percentatge del 39,7% per al valor 4 i del 31% per al valor 5. En els homes, aquests valors se situen en el 35,8% i 30,1% respectivament. En relació amb el grau de satisfacció per cohorts d'edat, també destaca un nivell elevat, i la tendència és de 4. Així es constata en els intervals d'edat de 16 a 25 anys (48,6%), 26 a 35 anys (42,4%), de 46 a 55 anys (37,0%) i de 56 a 65 anys (56,7%). De fet, el valor més alt és el 5 (excel·lent) en les franges d'edat de 36-45 anys (40,2%) i 66-75 anys (33,3%).

Per **comarques**, la valoració de l'ús d'Internet en l'àmbit personal és variable ateses les cohorts d'edat, de les quals hem recollit els valors més significatius. Al Comtat, el grau de satisfacció és excel·lent, 5 (42,9%) de 16 a 25 i deficient 1 (38,6%) en els majors de 75 anys. Les Marines registren valors d'excel·lent, 5, en la franja d'edat de 26 a 35 anys, i deficient, 1 (42%), en més de 75 anys. A la comarca de l'Alacantí, l'opció d'excel·lent, 5, (66,7%) es detecta en la franja d'edat de 66 a 75 anys i 2 en la franja de 16 a 25 anys, la qual cosa suposa un alt grau de satisfacció en el conjunt, enfront de les dues comarques anteriors, on els vells amb franges d'edat més elevades n'estan menys satisfets. En el cas de l'Alcoià destaca el valor 5 entre la cohort de 26 a 35 anys amb un 30%, i és deficient, 1, amb un percentatge del 17,4% en l'interval de més de 75 anys. També a La Vega Baja els enquestats més joves mostren més satisfacció, amb percentatges d'un 51,5% per a l'excel·lent, 5. Finalment, al Vinalopó, l'excel·lència s'aplica majoritàriament en la franja d'edat de 56 a 65 anys (12,8%), i és deficient per a la franja d'edat de 26 a 35 anys (33%).

Al Vinalopó i l'Alcoià el grau de satisfacció majoritari se situa en l'interval 3. No obstant això, a La Vega Baja aquest valor se situa en el 5, mentre que a l'interior de les Marines se situa en el 2. Des del punt de vista professional varia, ja que el grau de satisfacció s'estableix entre els valors 4 i 5 en la majoria de les comarques, excepte a les del Vinalopó, on la mitjana se situa en 3.

Des del punt de vista de l'ús de les noves tecnologies en l'àmbit personal, i atesa l'ocupació de la població enquestada per comarques, s'observen els fets següents: al Comtat, el grau de satisfacció en els *estudiants* és de 4 en el 50%; en *mestressa/mestre de casa* predomina el 3 amb un 50%; en *els empresaris* destaca el valor 4 amb el 66,7%; mentre que en els *autònoms* també predomina el valor 4 en el 46,7%. Quant a l'activitat professional de la mostra enquestada, el 62,5% dels *directors gerents* n'estan satisfets amb un valor 4; el 41,4% de les *persones de suport administratiu* marquen el valor 3; el 43,8% dels *representants d'agents comercials* indiquen el valor 4; el 66,7% dels *oficials, operaris i artesans* indiquen el valor 3; mentre que el 45,5% dels *treballadors en instal·lacions i màquines* eina valoren la satisfacció amb un 4.

A les **Marines**, el grau de satisfacció entre els *estudiants* és de 3 en el 50%, mentre que en *mestressa/mestre de casa* predomina el valor 1, deficient, també amb el 50%. En els *empresaris* destaca el valor 3, marcat pel 66,7% dels participants, i en els empleats el valor 2 (42,2%). Quant

a l'activitat professional de la mostra enquestada, destaquen els *professionals científics i intel·lectuals*, amb un valor de satisfacció de 2 en el 48,5%, els *tècnics professionals de nivell mitjà* amb un 2 en el 44,4%, *persones de suport administratiu* amb el valor 2 que representa el 58,6%, i els *treballadors en instal·lacions i màquines eina*, en què el 46,2% valoren aquest factor amb un 3. A més, en aquesta comarca destaquen els *jornalers*, ja que el 53,8% atorga un valor de 2 a la satisfacció, mentre que el 75% de les *ocupacions militars* també assenyalen aquest mateix valor.

A l'**Alacantí**, el grau de satisfacció entre els *estudiants* és de 4 per al 48,8%, i en els *desocupats* també predomina aquest valor per al 44,7%. En *mestressa/mestre de casa i empresaris* destaca el valor 5 amb el 41,7% i 71,4% respectivament, mentre que en els *autònoms i empleats* preval el 4 amb valors del 52,4% i del 42,6%, respectivament. Quant a l'activitat professional de la mostra enquestada, destaquen els *directors gerents* amb el valor 4, marcat pel 52,4%, els *capatassos i encarregats* amb un valor de 5 marcat pel 66,7%, els *professionals científics i intel·lectuals* amb un valor de satisfacció de 5 per al 50%, els *tècnics professionals de nivell alt* amb un 4 marcat pel 52,9%, i nivell mitjà amb 5 indicat pel 45,9%, i *persones de suport administratiu*, en què el valor 5 representa el 40,6% de les respostes. En aquesta comarca es percep la dinàmica de les persones enquestades, com també les valoracions positives en relació amb el grau de satisfacció en l'ús de les noves tecnologies. Destaquen valors elevats en els *representants i agents comercials* amb un valor de 5 en el 50%, els *treballadors i venedors de comerços i mercats* amb un 5 per part del 48,3%, els *agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers* amb un 5 per al 66,7% de les respostes, i finalment els *oficials, operaris i artesans*, valorada amb un 4 pel 64,3% dels participants.

A l'**Alcoià**, el grau de satisfacció entre els *estudiants* és de 4 en el 42,9% i en *mestressa/mestre de casa* és de 3 amb el 50%. En relació amb la valoració establida pels graus d'ocupació, destaquen els *jubilats*, que, amb un valor majoritari de 2, és secundat pel 47,5%. Els *empleats* indiquen un 3, marcat pel 55,1%. Quant a l'activitat professional de la mostra enquestada, destaquen els *capatassos i encarregats*, amb una valoració de 3 per part del 44,4%, on també despunten els *professionals científics i intel·lectuals* amb un valor de satisfacció de 3, secundat pel 50%. A més, els *tècnics professionals de nivell alt* valoren la satisfacció amb un 4 en el 54,2%, i el 60,9% dels *professionals de nivell mitjà* també li atorguen un 4. Les *persones de suport administratiu* assenyalen en grau més alt el valor 4, que representa el 48,4%, i els *representants d'agent comercial* també un 4, secundat pel 64,3% de les persones enquestades. En relació amb altres ocupacions que també han demostrat un elevat grau de satisfacció en l'àmbit personal destaquen els *agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers*, amb un 3 per al 42,9% de les respostes, els *treballadors en instal·lacions i màquines eina* valoren el grau de satisfacció amb un 4 per al 50%, els *jornalers* el valoren amb un valor de 2 en el 50% i les *ocupacions militars* amb un valor de 5 també per al 50% de les respostes.

A **La Vega Baja**, el grau de satisfacció en els *estudiants*, en *desocupats* i en *mestressa/mestre de casa* és de 5, amb percentatges respectius del 48,8%, 57,1% i 42,9%. En relació amb la valoració establida pels graus d'ocupació, destaquen els *jubilats*, que amb un valor majoritari de 5, és secundat pel 43,6%. La meitat dels *empresaris* valoren la seua satisfacció amb un 4, mentre que el 37,6% dels *empleats* la valoren amb un 5. Quant a l'activitat professional de la mostra enquestada, destaca que la meitat dels *directors i gerents* marquen el valor 2. Així mateix, la meitat dels *professionals científics i intel·lectuals* indica un valor de satisfacció de 3. Les *persones de suport administratiu* assenyalen el valor 3, que representa el 42,9% de les respostes. El 75% dels *representants d'agent comercial* assenyalen el valor 4. Els *treballadors i venedors de comerços i*

mercats assenyalen l'opció 5 per part del 50,5%, els *agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers* indiquen el 3 per al 50%, i finalment els *oficials, operaris i artesans*, el 53,8% dels quals valoren el seu grau de satisfacció amb un 5. Finalment, la meitat dels *jornalers* li atorguen un valor de 4.

Al Vinalopó, el grau de satisfacció per al 42,4% dels *estudiants* és de 3, mentre que la meitat dels *mestresses/mestres de casa* assenyalen el valor 5. En relació amb la valoració establida pels graus d'ocupació, en aquesta comarca els *jubilats* no n'estan molt satisfets, ja que el 53,4% assenyalen el valor de 3. Tots els empresaris marquen l'opció 5, mentre que el 53,6% dels *empleats* marquen la 3.

En relació amb altres ocupacions que també han demostrat un alt grau de satisfacció en l'àmbit personal, destaquen els *directors i gerents*, en què el 85,7% marca l'opció 5; i *capatàs i encarregat* amb un 5 indicat pel 50%. A més, sobreixen els *tècnics professionals de nivell alt* amb un 3 en el 63,6%, i *nivell mitjà* amb un 3 i un percentatge del 50%. A més, el 44,4% de les *persones de suport administratiu* marca el valor 3. En relació amb altres ocupacions, el 58,5% dels *treballadors i venedors de comerços i mercats* assenyalen el valor 3. També despunten els *agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers*, amb un 3 per al 50% de les respostes; el 44,4% dels *oficials operaris i pesquers* indiquen un 3; el 62,5% dels *treballadors en instal·lacions i màquines eina* indiquen 3; el 52,9% dels *jornalers* li atorguen un valor de 3, i el 57% d'*ocupacions militars* li atorguen un valor de 2.

4.2.3. IMPORTÀNCIA DE L'ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES

En relació amb la importància dels mitjans digitals i l'ús de les noves tecnologies i Internet és rellevant que en l'àmbit personal destaquen les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital, amb un valor mitjà de 3,73, seguit per la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment) amb un valor mitjà de 3,62. En l'àmbit professional sobreix la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment), i les activitats generals de la vida quotidiana, totes dues opcions amb un 4,13. En aquest àmbit també destaca la formació, amb un valor de 4,04.

L'entreteniment i l'oci representa un valor mitjà de 3,35 en l'àmbit personal, mentre que en l'àmbit professional se situa en el 3,04. Els valors més baixos a nivell general es localitzen en els serveis en plataformes de cerca de feina com Labora o Infojobs, amb 2,53 punts. Això reflecteix la naturalesa

Quadre 4.7.
Importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada.

ACTIVITAT PROFESSIONAL	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	3,73	3,99
Activitats generals de la vida quotidiana	3,26	4,13
Formació	2,76	4,04
Tràmits amb bancs	3,02	3,88
Tràmits amb l'Administració pública	2,83	3,88
Compres en línia	2,9	3,36
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	3,62	4,36
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	2,97	3,41
Entreteniment i oci personal	3,35	3,04
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,94	3,46
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,62	3,18
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	2,53	3,48
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,77	3,12

dels perfils sociodemogràfics que han contestat l'enquesta (població adulta, amb faena i sense problemes de mobilitat). El segon valor més reduït està vinculat a la mobilitat (taxis, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobusos, etc.), que representa un 2,62.

A escala comarcal, la tendència és similar en relació amb els valors més marcats en l'àmbit de les noves tecnologies, excepte al Vinalopó, on la tendència majoritària és la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment).

En referència a la importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada, cal fer una síntesi en l'àmbit personal i professional que derive també en el context comarcal. Així, en l'àmbit **personal**, les dones li atorguen més importància que els homes, amb el 37,5% enfront del 23,5% per al valor de 5. Aquesta tendència es reproduïx a nivell comarcal a La Vega Baja, amb percentatges del 83,3% per a les dones i del 70,5% per als homes en el valor 5. També observem el mateix comportament a l'Alacantí, amb valors del 52,8% per a dones i 45,2% per a homes. *Les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)* són les predominants, tal com s'ha indicat més amunt.

L'ús i la importància assignada a l'ús de les noves tecnologies en l'àmbit personal a les altres comarques també és notable, encara que amb matisos. Així, al Comtat, el 44,4% de dones indica el valor 4, mentre que el 33,6% dels homes marca el valor 3. Al Vinalopó, el 52,71% de les dones indica el valor 3 i el 43,3% dels homes el valor 2. A l'Alcoià predomina el valor 4, tant per a dones (44,4%) com per a homes (41,2%). A les Marines es trenca aquesta tendència, ja que la importància és més excel·lent en els homes, el 46,2% dels quals indica el registre 3, mentre que en les dones aquest percentatge és del 42%. En aquest sentit, cal destacar la major importància que rep en les cohorts d'edat que van de 16 a 25 anys. Finalment, a la comarca del Vinalopó, l'opció més important és *l'ús en la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)* amb una mitjana de 3,61.

Des del punt de vista **professional** també són les dones les que li atorguen un grau més alt d'importància, ja que el 46% indica el valor 5, enfront del 34,7% dels homes. No obstant això, la valoració i els percentatges varien segons el context comarcal. Al Comtat, el 71,4% dels homes assenyalen el valor 5, mentre que per a les dones aquest percentatge es redueix fins al 50%. De la mateixa manera ocorre a l'Alcoià, que per al valor 5 tenim el 57% dels homes i el 40% de les dones. A les **Marines**, la màxima valoració és assenyalada pel 61,9% de les dones i pel 40% dels homes. A l'**Alacantí** el valor 5 és marcat pel 49,5% de dones i pel 38,9% d'homes. El mateix valor s'aplica a **La Vega Baja**, amb el 62,5% de les dones i el 23,5% dels homes.

Cal fer esment del **Vinalopó**, on el grau d'importància es relativitza en comparació amb el comportament de les altres comarques. Així, tenim que el valor 2 és el més triat per homes, 31,9%, i per dones, 32,1%. En aquest sentit, el valor 5 només l'ha escollit el 14,3% de les dones i per cap home.

També en l'àmbit **professional**, i en relació amb la importància i el grau de satisfacció, és necessari establir una sèrie de matisos i diferències segons el sexe, l'edat, la formació i l'exercici professional. Així, segons el valor més votat, i a fi de tenir una idea general del grau de satisfacció, els resultats reflecteixen les dades següents. En general, les dones mostren més satisfacció, ja que el 39,7% marca el valor 4 i el 31% el valor 5, enfront dels valors dels homes, que se situen en el 35,8% i el 30,1% respectivament. En relació amb l'edat, a nivell general s'observen els resultats següents, on s'assenyala el valor més elevat per a cada grup d'edat:

- De 16 a 25 anys: 48,6%; valor 4
- De 26-35 anys: 42,4%; valor 4
- De 36-45 anys: 40,2%; valor 5
- De 46 a 55 anys: 37%; valor 4
- De 56 a 65 anys: 56,7%; valor 4

Al **Comtat**, les dones mostren un grau més baix de satisfacció, ja que el 66,7% marca el valor 4 i el 16,7% el valor 5, enfront dels homes, el 28,6% dels quals indica el valor 4 i el 71,4% el valor 5. Per franges d'edat, la correspondència entre respostes i valor són les següents. De 16 a 25 anys, la meitat d'enquestats marca el valor 4 i l'altra meitat el valor 5, d'on es desprèn un significatiu grau de satisfacció en aquest grup d'edat. De 26 a 35 anys el valor 4 és indicat pel 66,7%, i el valor 5 pel 33,3%. De 36 a 45 anys, el valor 4 es recull en el 40% de les respostes, i el valor 5 en el restant 60%. De 46 a 55 anys, tots els participants marquen el valor 4, mentre que els enquestats de 56 a 65 anys marquen el valor 3. En relació amb l'ocupació dels participants, el grau de satisfacció també és dispar. Els autònoms (50%), empleats (50%) i directors gerents (100%) assenyalen el valor 5. Finalment, tots els treballadors de serveis i venedors de comerços i mercats indiquen el valor 4.

A **les Marines**, les dones mostren més satisfacció per aquest aspecte, ja que un terç de les enquestades marca el valor 5, enfront del 30% dels homes. Aquesta tendència també es reflecteix en els valors inferiors. En relació amb els grups d'edat i el grau de satisfacció, el valor més elevat triat per a cadascun dels grups d'edat és: 16-25 anys (100% per al valor 3), 26-35 anys (66,7% per al valor 5), 36-45 anys (60% per al valor 3), 46 a 55 anys (80% per al valor 4), 56 a 65 anys (66,7% per al valor 4). En relació amb les ocupacions: els autònoms (66,7% per al valor 5), empleats (42,1% per al valor 4), directors gerents (25% per al valor 5), capatàs encarregat (100% per al valor 5), tècniques professionals d'alt nivell (50% per al valor 5) i treballadors de serveis i venedors de comerços i mercats (66,7% per al valor 5).

A la comarca de **l'Alacantí**, de nou les dones mostren un grau de satisfacció més alt en l'ús de les noves tecnologies, amb el 33,5% per al valor 5 i el 43% per al valor 4, enfront dels homes, amb el 21,4% per al valor 5 i el 46,4% per al valor 4. En relació amb els grups d'edat, els resultats són: de 16 a 25 anys (48% per al valor 4), de 26 a 35 anys (56,1% per al valor 4), de 36 a 45 anys (40,9% per al valor 5), de 46 a 55 anys (37,5% per al valor 5) i de 56 a 65 anys (60% per al valor 4). En relació amb l'ocupació, els empresaris registren percentatges del 37,5% per al valor 5 i del 50% per al valor 4; els autònoms 44,4% per al valor 4 i el 33,3% per al valor 5; els empleats 42,6% per al valor 4 i 29,7% per al 5; directors gerents 33,3% per al valor 4 i 38,1% per al valor 5; capatàs encarregat 75% per al valor 4; professionals científics i intel·lectuals (...) 50% per al valor 5; tècniques professionals d'alt nivell, 41,2% per al valor 5; i tècnics i professionals de nivell mitjà, 44% per al nivell 4 i 36% per al nivell 5. Finalment, és necessari destacar que el 45,8% del personal de suport indica el nivell 4 i el 29,2% el nivell 5; un terç dels representants d'agents comercial indica el valor 5, i el 55,6% dels treballadors de serveis venedors de comerços i mercats escull el nivell 4, i el 16,7% el nivell 5.

A la comarca de **La Vega Baja**, les dones mostren un nivell de satisfacció més elevat, ja que el 37,5% marca el valor 5, enfront del 31,3% dels homes. En relació amb els grups d'edat, els resultats van ser: de 16 a 25 anys (40% per al valor 4), de 26 a 35 anys (36,4% per al valor 5), de 36 a 45 anys (75% per al valor 5), de 46 a 55 anys (50% per al valor 5) i de 56 a 65 anys (100% per al valor 5). En referència a l'ocupació, el 40,9% dels empleats assenyalen el valor 5; la meitat dels professionals científics i intel·lectuals el valor 4; el 75% dels tècnics professionals d'alts anivelles el

valor 4; tots els tècnics i professionals de nivell mitjà el registre 5; un terç del personal de suport administratiu també respon el nivell 5; i la meitat dels ocupats en oficis i artesans també mostra el màxim valor.

A la comarca del Vinalopó, els homes tenen puntuacions més elevades, ja que el 31,6% trien el valor 5 i el 52,2% el valor 3, enfront de les dones, que representen el 14,3% per al registre 5 i el 42,9% per al 3. En relació amb els grups d'edat, destaquen les dades següents: de 16 a 25 anys, valor 4 (48,6%); de 26-35 anys, valor 4 (25%) i valor 5 (25%); de 36-45 anys, valor 5 (23%); de 46 a 55 anys, valor 3 (40%) i valor 4 (40%); de 56 a 65 anys, valor 4 (40%) i valor 5 (40%).

Si s'efectua una valoració general dels resultats, s'observen diferències en el grau de satisfacció dels usuaris segons l'ocupació. Així, i en relació amb els valors més elevats, s'observa que tots els empresaris assenyalen el registre 5. Un terç dels autònoms indica el registre 4 i el 66,7% restant el 5. Els empleats indiquen valors de satisfacció mitjans, establits entre el 58,3% amb un 3 i el 27,8% amb un 4. Al seu torn, la meitat dels capatassos-encarregats marquen el valor 4 i l'altra meitat el valor de 5. De la mateixa forma ocorre per als professionals científics i intel·lectuals (...). Tots els tècnics professionals d'alt nivell indiquen el nivell 4; mentre que per al personal de suport administratiu, la satisfacció per al nivell 3 és assenyalat pel 46,23% i per al nivell 4 pel 38,5%. Entre les activitats professionals que també obtenen valors mitjans destaquen els representants i agents comercials, en què el 80% assenyalen el valor 4. Un terç dels empleats en oficis i artesans indica els valors 3 i 4, mentre que tots els operadors d'instal·lacions i màquines eina atorguen valors de 3.

4.2.4. DOMINI DELS MITJANS DIGITALS I NECESSITATS DE FORMACIÓ

El domini dels mitjans digitals en l'escala Likert (en què 1 és deficient i 5 excel·lent) a la província d'Alacant registra un valor mitjà de 2,38 per a l'àmbit personal i de 2,9 per a l'àmbit professional. Així, els principals valors quant a les necessitats de formació en el context personal resideix en la presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials (2,78), seguit de la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment) i de l'entreteniment i oci personal (2,46). En l'àmbit professional, destaquen les activitats generals de la vida quotidiana (3,22) i les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...) amb un valor mitjà de 3,10. A aquests usos professionals s'uneixen altres activitats que han obtingut valors per damunt de 3, com l'entreteniment i l'oci personal (3,09), la presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals, xarxes socials (3,07) i els tràmits amb l'Administració pública (3).

NECESSITATS DE FORMACIÓ	PERSONAL PROFESSIONAL	
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	2,33	3,10
Entreteniment, oci a nivell personal	2,46	3,09
Activitats generals de la vida quotidiana	2,35	3,22
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	2,62	2,93
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,78	3,07
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	2,37	2,70
Tràmits amb l'Administració pública	2,28	3,00
Tràmits amb bancs	2,22	2,86
Compres en línia	2,31	2,68
Formació	2,44	3,06
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,3	2,72
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,14	2,82

Quadre 4.8.
Necessitats de formació en matèria de tecnologia digital.

A escala comarcal i en l'àmbit personal, l'opció "tràmits amb l'Administració pública" és l'opció que ha obtingut la màxima puntuació en totes les comarques, valorada per damunt de 3. En segon lloc s'observen variacions, ja que al Comtat destaca les "activitats generals de la vida quotidiana", a les Marines i a l'Alacantí destaca la formació, mentre que en les altres tres comarques hi ha les necessitats de formació en matèria de tecnologia digital, establida en els "tràmits amb els bancs".

4.2.5. ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES PER A LES ACTIVITATS EMPRESARIALS

El valor mitjà per a la internacionalització és 3,33, amb un resultat del 35% per al valor 4 i un 7% per al valor 1. En relació amb les xarxes amb proveïdors, el valor de referència és un 4, que representa el 31,15%, mentre que el menys seleccionat és el 2, que representa el 4,92%. La variable que es refereix a les xarxes amb altres empreses ha obtingut un valor mitjà de 3,38, en què el 32,7% dels enquestats assenyala el valor 4 i el 4% l'1. La cerca activa de treballadors té una puntuació de 2,91, amb valors extrems per al valor 1, assenyalat pel 8,3% dels enquestats, i el 4, respost pel 29,7%. Les plataformes en línia de comercialització de productes i serveis tenen un valor mitjà de 3,15 i és majoritari el valor de 4 (30,7%) i inferior l'1 (5,7%). Finalment, cal destacar que la comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal), té un valor mitjà de 3,36, en què el valor 4 és majoritari (37,3%) i el valor menys triat és l'1, amb el 8%.

Si es fa una comparació entre les comarques d'Alacant, i en relació amb la *internacionalització*, destaca el Vinalopó amb el suport més alt a aquesta variable, amb valors de 5 en el 53,3% i de 4 en el 19,1%. Després hi ha el Comtat, on el 30% tria l'opció 5, seguit per l'Alacantí (el 28,3% tria el valor 5 i el 36,2% el 4) i l'Alcoià (el 37,5% tria el valor 4 i el 20,8% el 5). A continuació hi ha les Marines, on un 22,6% dels enquestats indica el valor 5 i el 25,8% el 4. A La Vega Baja aquesta variable té menys importància relativa, ja que el 24,2% la valora amb un 5 i un altre 24,2 la valora amb un 3.

Quadre 4.9. Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,71
Xarxes amb proveïdors	3,75
Xarxes amb altres empreses	3,74
Cerca activa de treballadors	3,53
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,77
Comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,45

Pel que fa a *Xarxes amb proveïdors*, els nivells més elevats es registren al Comtat, amb el 38,50% per al valor 5 i el 7,7% per al valor 1. A les Marines, el 32,3% dels participants assenyala el valor 3, i únicament el 3,2% el valor 1. A l'Alacantí destaca el valor 4 amb el 38,8%, mentre que l'opció 1 és assenyalada pel 3,3%. A l'Alcoià despunta el registre 4, escollida per un terç dels usuaris, mentre que només el 4,2% es decanta pel valor 2. A La Vega Baja, el 27,3% dels participants marca el valor 4, i el 9,1% el valor 1. Finalment, al Vinalopó el 38,3% dels enquestats marca el valor 3 i el 2,1% el valor 1.

En referència a les *Xarxes amb altres empreses*, el 29% dels participants de les Marines marquen el registre 5, mentre que únicament el 9,7% l'opció 2. A continuació ve l'Alacantí, amb un percentatge del 36,2% per al valor de 4 i del 2,6% per a l'1. A l'Alcoià, el 37,5% dels participants assenyala el valor 4, i el 12,5% el valor 1. També La Vega Baja presenta resultats elevats en el valor 4, amb el 27,3%, així com en l'1, amb el 9,1%. En els valors inferiors en aquesta variable hi ha el

Vinalopó, en què el 38,3% dels participants es decanta pel 3 i el 4,3% pel 2, seguit pel Comtat, en què el 38,5% es decanta pel valor 3 i el 15,4% per l'1.

En la *variable cerca activa de treballadors* destaca l'Alcoià, on el 25% marca el valor 1, el 29,2% el valor 3 i un altre 29,2% el valor 5. Al Vinalopó, el 4,3% marca el valor 1, el 36,2% el 4 i el 25,5% el 5. A continuació se situa la comarca del Comtat, amb el 15,4% per al valor 1, el 38,5% per al valor 3 i el 7,7% per al valor 5. D'altra banda, i amb valors mitjans, ressaltem la comarca de l'Alacantí, on el 7,2% assenyala el valor 1 i el 34,2% el valor 4, com també La Vega Baja, on el 6,1% es decanta pel valor 1 i el 24,2% pel valor 4. Finalment, a Les Marines, el 6,5% dels enquestats assenyala el valor 1 i el 32,3% el valor 3.

En referència a les *Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis*, en primer lloc destaquen els resultats de la comarca de l'Alacantí, on el 33,6% dels enquestats assenyala el valor 4 i el 34,2% el valor 5. En segon lloc se situa el Vinalopó, on el valor 1 l'han escollit només el 2,1% dels participants i el 4 el 34%. En tercer lloc hi ha les Marines, on el valor mínim 1 l'han triat el 3,2% dels participants, el 4 el 25,8% i el 5 el 29%. En quart lloc tenim l'Alcoià, on el 12,5% dels enquestats marca el valor 1, el 33,3% el valor 4 i el 20,8% el valor 5. A continuació tenim La Vega Baja, on el 15,2% ha optat pel valor 1, el 24,2% pel valor 4 i el 18,2% pel 5. Finalment se situa el Comtat, on tot i que el 30,8% dels participants han triat el valor 5, té valors intermedis alts, com el 30,8% per al valor 3. En aquest sentit crida l'atenció l'elevat percentatge per al valor 1 (23,1%).

Finalment, la *comunicació amb la confederació empresarial* mostra valors d'interès. En primer lloc tenim el Comtat i l'Alcoià, que representen una àrea molt industrialitzada amb un pes significatiu de la petita i mitjana empresa, vinculada al sistema productiu local del tèxtil, plàstic i joguet. Al Comtat, el valor 1 és marcat pel 15,4% dels participants, encara que el valor 4 i 5 registren percentatges elevats, del 15,4% i del 30,8%, respectivament. En el cas de l'Alcoià, el valor 1 és marcat pel 8,3% dels usuaris, mentre que el registre 4 el marquen el 29,2% i el 5 el 16,7%. En tercer lloc destaca l'Alacantí, on el valor 1 és escollit pel 4,6% dels participants, el valor 3 pel 24,3% i el valor 4 pel 38,2%. Les Marines ocupen el quart lloc, amb registres del 9,71% per al valor 1, el 25,8% per al valor 3 i el 19,4% per al 5. A La Vega Baja, el valor 1 l'ha marcat el 21,2% dels participants, el valor 3 el 24,2% i el valor 5 el 15,2%. És cridaner que al Vinalopó l'opció majoritària (72,3%) correspon a la resposta "No ho sap/No contesta", fet que no deixa de trencar la tendència general dels altres territoris que han participat en l'enquesta. Així, destaquen registres del 2,1% per al valor 2 i del 8,5% per al valor 4, xifres que també ens mostren una tendència en aquest sentit i la necessitat de millorar el teixit empresarial i el nivell d'interlocució amb les empreses.

4.3. EL COMTAT

Al Comtat s'han fet 264 enquestes entre les dues poblacions més poblades i industrialitzades de la comarca (Muro i Cocentaina) que sumen un total de 20.777 habitants. Les respostes s'han centrat entre els grups d'edat entre 26 i 35 anys (56) i 56 i 65 anys (60), amb un percentatge sobre la mostra final del 21% i del 22,7% respectivament.

En l'àmbit **empresarial**, l'ús de les noves tecnologies presenta l'establiment de xarxes amb proveïdors (4,00) com el millor valorat, enfront de la cerca de treballadors (2,91), que se situa com el menys valorat.

El **perfil formatiu** dels enquestats presenta alguna variació significativa respecte al conjunt provincial. En aquest cas destaquen majoritàriament els que tenen formació professional (59 enquestats) i els de cicles formatius (49 enquestats).

Les dades d'ocupació confirmen un predomini d'empleats (118 enquestats), que són el 45,75% dels enquestats, i els jubilats/retirats (80 enquestats), que representen el 31%.

Les dades més significatives per a aquesta comarca d'eminent caràcter rural en els municipis més menuts, però industrial en els més grans, són les següents:

- La importància de l'ús de les noves tecnologies té un caràcter imminentment domèstic i familiar i destaca en l'àmbit personal en el 97,73% i professional en el 23,08%. La importància entre ús professional (fonamentalment industrial) i la connexió des de l'oficina també és molt alta, amb una xifra del 76,92%.
- En referència a la importància que tenen les noves tecnologies per a la població enquestada en l'àmbit **personal**, destaquen les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, etc.) amb un valor de 3,49 sobre 5. Des del punt de vista professional, aquest ítem ocupa el segon lloc, amb un 4,38 sobre 5. En el pla professional destaquem l'entreteniment, l'oci personal (3,33), les activitats generals de la vida quotidiana (3,27) i la cerca d'informació de temes d'interès, aficions i entreteniment (3,17).
- En l'àmbit **professional**, a més del que s'ha comentat més amunt, destaca les activitats generals de la vida quotidiana (4,86), seguit de la formació (4,23) i la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment) (4,08). Els valors més baixos en l'àmbit personal se situen en el servei de plataforma de cerca de feina (Labora, Infojobs) (1,88), mentre que en l'àmbit professional se situen en l'entreteniment i l'oci personal i la presència en mitjans digitals i xarxes socials, amb un nivell de 3,15 en els dos casos.
- En l'àmbit **personal** i segons les franges d'edat considerades, al Comtat, el grau de satisfacció és excel·lent (5) per al 42,9% dels enquestats amb edats entre 16 a 25 anys, i és deficient (1) per al 38,6% dels majors de 75 anys. Des del punt de vista de l'ús de les noves tecnologies i el grau de satisfacció personal, al Comtat el 50% dels *estudiants* indiquen el valor 4; el 50% de les *mestresses i mestres de casa* el 3; el 66,7% dels *empresaris* opta pel 4 i el 46,7% dels *autònoms* pel 4. Quant a l'activitat professional de la mostra enquestada, el 62,5% dels *directors gerents* n'estan satisfets amb un valor de 4; el 41,4% de les *persones de suport administratiu* indica el valor 3; el 43,8% dels *representants d'agents comercials* escull el registre 4; el 66,7% dels *oficials, operaris i artesans* opta pel valor 3, mentre que el 45,5% dels treballadors en instal·lacions i màquines eina indiquen el valor 4.
- En l'àmbit **professional**, les dones mostren un grau de satisfacció més baix que els homes, ja que el 66,7% de les enquestades indica el valor 4 i el 16,7% el 5, mentre que el 28,6% dels homes trien el valor 4 i el 71,4% el valor 5. Per franges d'edat, la correspondència entre contestacions i valor són les següents: de 16 a 25 anys, el valor 4 (50%) i el 5 (50%) són els predominants, d'on es desprèn un grau de satisfacció notable en aquest grup d'edat. De 26 a 35 anys també són rellevants el valor 4 (66,7%) i el 5 (33,3%). De 36 a 45 anys el valor 4 se situa en el 40% i el valor 5 en el 60%. De 46 a 55 anys el valor 4 el marquen tots els enquestats, mentre que en els participants de 56 a 65 anys predomina el valor 3 (100%). En relació amb l'ocupació, el grau de satisfacció també és dispar. En el màxim valor, 5, que implica un elevat grau de satisfacció, destaquen els autònoms (50%), empleats (50%) i directors gerents (100%).

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFESSIONAL %
Des de casa	97,73	23,08
Des de casa d'un amic, familiar o parella	1,14	0,00
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	0,00	0,00
Des del mòbil (tarifa de dades)	0,38	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,00	0,00
Des de l'escola/institut	0,00	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	0,76	76,92
A través d'un altre mitjà	0,00	0,00
TOTAL	100	100

Quadre 4.10.
Lloc o mode de connexió.

IMPORTÀNCIA ÚS NOVES TECNOLOGIES	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	3,49	4,38
Activitats generals de la vida quotidiana	3,27	4,46
Formació	2,20	4,23
Tràmits amb bancs	2,27	3,77
Tràmits amb l'Administració pública	2,30	3,77
Compres en línia	2,24	3,92
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	3,17	4,08
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	2,62	3,54
Entreteniment i oci personal	3,44	3,15
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,78	3,15
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,07	3,23
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	1,88	3,23
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,06	3,38

Quadre 4.11.
Importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada.

D'altra banda, la població enquestada atorga una relativa importància a **les necessitats formatives** en el marc de l'àmbit **professional**. En aquest sentit, cal destacar que les dones enquestades han respost en un 33,3% que "no necessiten gens de formació" enfront del 16,7% que manifesten que "sí que necessiten molta formació". En el cas dels homes, en els dos extrems es registren els mateixos valors (14,3%). Si s'observen els resultats més representatius dels grups d'edat, destaquen els de 26 a 35 anys, el 33,3% dels quals manifesten que sí que necessiten molta formació. Per contra, el 60% del grup d'edat que va dels 36 als 45 anys manifesta que no tenen necessitat de formació. En els ítems més específics ens trobem que, en l'àmbit personal, són els tràmits amb l'Administració pública i les activitats generals de la vida quotidiana els registres mitjans que s'han traduït en un valor més alt. Continuen, i per ordre de prelación, els tràmits bancaris, les aplicacions mòbils/web [...], els serveis sanitaris (cita mèdica) i la presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals, xarxes socials, etc. En els professionals, la necessitat de formació destaca en matèria de tecnologia digital en les activitats generals de la vida quotidiana, les aplicacions mòbils/web [...], els tràmits amb bancs i els tràmits amb l'Administració pública. Finalment, en relació amb el grau d'ocupació i tenint en compte les respostes extremes vinculades a les necessitats de formació, destaca que la meitat dels autònoms responen "no necessite gens de formació", enfront dels que responen "necessite molta formació", que són el 25%. Per als empleats tenim un resultat igual per a les dues respostes (16,7%). Ocorre el mateix en directors i gerents, ja que per a les dues preguntes tenim també el mateix resultat (50%). En relació amb la principal activitat professional, només tenim registrada la dels representants i agents comercials, el 100% dels quals afirmen que "no necessite gens de formació".

Quadre 4.12.
Necessitats de formació en matèria de tecnologia digital.

NECESSITATS DE FORMACIÓ	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	2,25	3,42
Activitats generals de la vida quotidiana	2,41	3,50
Formació	1,97	3,00
Tràmits amb bancs	2,27	3,33
Tràmits amb l'Administració pública	2,45	3,25
Compres en línia	1,95	3,00
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	2,05	3,00
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	1,93	2,67
Entreteniment i oci	2,18	2,83
Presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals i xarxes socials	2,19	3,08
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	1,89	3,00
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	1,87	3,00
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,20	3,00

En l'àmbit **empresarial** destaquen les *xarxes amb proveïdors*, amb una mitjana de 4 sobre 5. Així, el Comtat mostra les xifres més elevades segons les quals el 38,50% dels enquestats indica el valor 5 i el 7,7% el valor 1. En segon lloc tenim les *xarxes amb altres empreses*, que té una mitjana de 3,38, i en què el 38,5% dels participants han contestat amb un valor de tres punts i el 15,4% han optat per un 1. En tercer lloc tenim *comunicació amb la confederació empresarial*, amb un valor mitjà de 3,36, i que van des del valor 1, amb el 15,4%, fins al valor 4 (15,4%) i el 5 (30,8%). La Internacionalització se situa en el quart lloc d'importància, amb una mitjana de 3,33 i en què el 30% opta pel valor 5. Seguint aquest ordre de prelación, en últim lloc d'importància apareix la variable *cerca activa de treballadors*, en la qual el Comtat registra un 15,4% amb el valor 1, el 38,5% per al valor 3 i el 7,7% amb el valor 5.

Quadre 4.13.
Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,33
Xarxes amb proveïdors	4,00
Xarxes amb altres empreses	3,38
Cerca activa de treballadors	2,91
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,15
Comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,36

4.4. LES MARINES

Al territori que hem convingut denominar les Marines (la Marina Alta i la Marina Baixa) s'han fet 267 enquestes entre les poblacions amb més habitants i vinculades a la pesca, al turisme, a l'agricultura i a activitats comercials i de serveis (Dénia, Xàbia, Calp, Teulada, Benissa, Pego, Pedreguer, Ondara, Gata de Gorgos, Benidorm, la Vila Joiosa, Altea, l'Alfàs del Pi, la Nucia, Callosa d'en Sarrià i Finestrat) amb 328.996 efectius poblacionals. Les respostes s'han centrat en els grups d'edat que van dels 56 als 75 anys, que representen el 46,8% de la població enquestada i que indica un grau notable d'envelliment.

En l'àmbit **empresarial**, en l'ús de les noves tecnologies, les variables més ben valorades se situen en l'establiment de xarxes amb altres empreses (3,81) i plataformes en línia de comercialització de productes i serveis (3,81). El menys valorat és la comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal) (3,24).

El perfil formatiu dels enquestats presenta alguna variació significativa respecte al conjunt provincial. En aquest cas destaquen majoritàriament els que tenen batxillerat BUP i COU (65 enquestats) i els de cicles formatius de grau superior (56 enquestats).

Les dades d'ocupació confirmen un predomini d'empleats (138 enquestats), que representen el 51,6% de la mostra, i de jubilats/retirats (61 enquestats), el 22,8% de la mostra.

Les dades més significatives per a aquesta comarca, d'eminent caràcter rural en els municipis més menuts però industrial en els més grans, són les següents:

- La importància de l'ús de les noves tecnologies té un caràcter clarament domèstic i familiar en què destaca el 96,20% en l'àmbit personal i el 58,06% a nivell professional. La importància entre ús professional (fonamentalment turístic residencial) i la connexió des de l'oficina també és mitjana respecte a altres comarques industrials, amb un registre del 41,94%.
- En referència a la importància que tenen les noves tecnologies per a la població enquestada en l'**àmbit personal**, destaquen les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, etc.), amb un valor de 3,67 sobre 5. Des del punt de vista professional, aquest ítem ocupa el segon lloc, amb un 4,33 sobre 5, i la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment), amb un 4,47, ocupa el primer lloc. Seguint en l'àmbit personal destaquem amb 3,16 punts els ítems d'entreteniment i oci personal, les activitats generals de la vida quotidiana i els tràmits amb bancs. En un tercer nivell destaquem la formació (3,11) i els serveis sanitaris (cita mèdica), que no és estrany pel perfil sociodemogràfic d'aquestes comarques.
- En l'**àmbit professional**, a més del que s'ha comentat més amunt, sobreixen la cerca d'informació (4,47), les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (4,33), els tràmits amb l'Administració pública (4,28), la formació (4,23) i les activitats generals de la vida quotidiana (4,17). El valor més reduït en l'**àmbit personal** en relació amb el nivell d'importància és la presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials (2,93). En relació amb l'àmbit professional ressalta el servei de plataforma de cerca de feina (Labora i Infojobs) (3,64).
- En l'**àmbit personal**, el grau de satisfacció és excel·lent en les edats entre 16-25 anys (100% per al valor 3), 26-35 anys (66,7% per al valor 5), 36-45 anys (60% per al valor 3), 46 a 55 anys (80% per al valor 4) i 56 a 65 anys (66,7% per al valor 4). En relació amb les ocupacions destaquem els autònoms (66,7% per al valor 5), empleats (42,1% per al valor 4), directors gerents (25% per al valor 5), capatàs encarregat (100% per al valor 5), tècnics professionals d'alt nivell (50% per al valor 5), treballadors de serveis i venedors de comerços i mercats (66,7% per al valor 5). Les dones mostren un grau més alt de satisfacció, amb un 33% per al valor 5, enfront dels homes amb el 30%. Aquest augment de valoració de les dones també es reflecteix en els valors inferiors.
- En l'**àmbit professional** les dones mostren també un nivell de satisfacció més alt, ja que un terç assigna el valor 5 a aquest ítem, enfront d'un 30% dels homes. Per franges d'edat, la correspondència entre contestacions i valor són les següents: de 25 a 35 anys, valor 5 (66,7%), d'on es desprèn un grau de satisfacció notable en aquest grup d'edat; de 36 a 45 anys, valor 3 (60%); de 46 a 55 anys, valor 4 (80%) i de 56 a 65 anys, valor 3 (100%). En relació amb l'ocupació, el grau de satisfacció també és dispar. Quant al màxim valor, 5, per a aquesta comarca destaquem els autònoms (66,7%), empleats (31,6%) i tècnics professionals de nivell alt (50%) i nivell mitjà (40%), com també treballadors de serveis i venedors de comerços i mercats (66,7%).

Quadre 4.14.
Lloc o mode de connexió.

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFESSIONAL %
Des de casa	96,20	58,06
Des de casa d'un amic, familiar o parella	0,38	0,00
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	0,00	0,00
Des del mòbil (tarifa de dades)	3,04	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,00	0,00
Des de l'escola/institut	0,00	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	0,38	41,94
A través d'un altre mitjà	0,00	0,00
TOTAL	100	100

D'altra banda, la població enquestada atorga una relativa importància a les **necessitats formatives** per a l'àmbit **professional**. En aquest sentit, cal destacar que el 49,6% de les dones enquestades han respost que "no necessiten gens de formació" (valor 1), enfront del 56,8% que manifesten que "sí que necessitaven molta formació". Si s'analitzen els resultats més representatius dels grups d'edat, destaca que el 44,4% dels enquestats de 16 a 25 anys marquen el valor 2; el 44,7% de 26 a 35 anys indiquen un valor mitjà de 3; la meitat de 36 a 45 anys assenyalen el valor 3, mentre que el 61,1% de 46 a 55 anys també assenyalen aquesta opció. En les franges d'edat de 56 a 65 i de 66 a 75 anys, l'opció més abundant és el valor 3. Pel que fa als majors de 75 anys, el 64,3% dels enquestats ha indicat el valor 2. En els ítems més específics, en l'àmbit personal, les aplicacions mòbils/web (...) obtenen una puntuació de 3,67, seguit de les activitats generals de la vida quotidiana, tràmits amb els bancs, cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment) i entreteniment i oci personal, que registren el mateix valor mitjà de 3,16. En un tercer nivell apareixen els tràmits amb l'Administració pública i els serveis sanitaris (cita mèdica), amb un valor per a tots dos de 3,09.

En els **professionals**, les necessitats de formació en matèria de tecnologia digital, per ordre de prelación, són les següents: formació (3,41), els tràmits amb l'Administració pública (3,24), presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals, xarxes socials (3,21), les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (...) (3,17) i les activitats generals de la vida quotidiana (3,03). Amb els valors més baixos (2,61) tenim la mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...).

En relació amb l'ocupació actual, els valors preponderants són relatius als nivells mitjans 3. Així, destaquen jubilats (53,3%), autònoms (40%) i empleats (60%). En referència a l'ocupació princi-

Quadre 4.15.
Importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada.

IMPORTÀNCIA ÚS NOVES TECNOLOGIES	PERSONAL Mitjana	PROFESSIONAL Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	3,67	4,33
Activitats generals de la vida quotidiana	3,16	4,17
Formació	3,11	4,23
Tràmits amb bancs	3,16	4,10
Tràmits amb l'Administració pública	3,09	4,28
Compres en línia	3,05	3,93
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	3,16	4,47
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	3,05	3,70
Entreteniment i oci personal	3,16	3,28
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,91	3,73
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,97	3,30
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	2,93	3,64
Serveis sanitaris (cita mèdica)	3,09	3,54

NECESSITATS DE FORMACIÓ EN MATÈRIA DE TECNOLOGIA DIGITAL	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	2,78	3,17
Activitats generals de la vida quotidiana	2,88	3,03
Formació	2,97	3,41
Tràmits amb bancs	2,97	2,97
Tràmits amb l'Administració pública	3,03	3,24
Compres en línia	2,81	2,72
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	2,83	2,96
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	2,82	2,93
Entreteniment i oci personal	2,87	2,69
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,81	3,21
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,88	2,61
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	2,97	2,97
Serveis sanitaris (cita mèdica)	3,01	2,75

Quadre 4.16.
Necessitats de formació en matèria de tecnologia digital.

pal, també amb un nivell mitjà de 3 en tots els casos, hi ha els referits a la necessitat de formació en les xarxes socials, on destaquen els directors gerents (50%), capatàs encarregat (41,2%), professionals científics i intel·lectuals (63,6%), tècnics i professionals d'alt nivell (58,6%) i de nivell mitjà (55,6%); personal de suport administratiu (72,4%), representant, agent comercial (41,7%); oficials, operaris i artesans (28%), operadors d'instal·lacions i maquinària (53,8%); ocupacions elementals subalternes (66,7%) i jornalers (61,5%).

En l'àmbit empresarial destaquen, amb una mitjana de 3,81 sobre 5, les *xarxes amb altres empreses* (amb un valor de 5 escollit pel 29% i amb un valor de 2 segons el 9,7%) i *plataformes en línia de comercialització de productes i serveis* (amb valors extrems que van del valor 5 per al 29% al valor 1 per al 3,2%). A continuació se situa la *internacionalització*, amb una mitjana de 3,67 i en què el 25,8% opta pel 5 i el 6,5% per l'1. A continuació hi ha *xarxes de proveïdors*, amb la mitjana de 3,58, amb un percentatge del 32,3% per al valor 5 i del 7,7% per al valor 1. A continuació tenim *cerca activa de treballadors*, en la qual les Marines registren el 32,3% amb el valor 5 i el 6,5% per al valor 1, la qual cosa representa una mitjana de 3,39. Finalment, cal referir-se a la *comunicació amb la confederació empresarial*, amb un valor mitjà de 3,24 i que recull l'1 amb el 9,7%, però en què destaca també el valor 3 (25,8%) i el valor 5 (19,4%).

ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,67
Xarxes amb proveïdors	3,58
Xarxes amb altres empreses	3,81
Cerca activa de treballadors	3,39
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,81
Comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,24

Quadre 4.17.
Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

4.5. L'ALACANTÍ

A la comarca de l'Alacantí s'han passat 167 enquestes a les poblacions amb més nombre d'habitants (Alacant, Sant Vicent del Raspeig, el Campello, Mutxamel, Sant Joan d'Alacant i Xixona) i també a les àrees rurals de menys de 5.000 habitants (Agost, Busot, Aigües i la Torre de les Maçanes). A les poblacions eminentment urbanes i en l'àmbit de l'àrea metropolitana Alacant-Elx

s'han passat unes enquestes on destaca la cohort d'edat de 16 a 25 anys (amb el 24,34% del total d'enquestats), mentre que el grup de població més poc representat és el de 66 a 75 anys (1,12%).

En l'àmbit empresarial, l'activitat professional que destaca en aquesta comarca és la de "tècnics i professionals de nivell mitjà" (amb el 14,6% dels enquestats), juntament amb el "personal de suport administratiu" (amb el 12,7%). La pregunta sobre l'ús de les noves tecnologies entre els enquestats ha donat uns resultats que mostren unes mitjanes en què destaca l'establiment de "plataformes en línia de comercialització de productes i serveis", amb 3,99, enfront de la "comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)", amb 3,63.

El perfil formatiu dels enquestats està influenciat per la joventut de la mostra que es tradueix en un nivell d'estudis mitjans principalment. Així, els enquestats tenen una formació majoritària d'estudis mitjans com ara BUP i COU (el 16,1% del total) i també de formació professional (14,98%).

Les **dades d'ocupació** confirmen un predomini d'empleats (138 participants) que representen el 92% dels enquestats, un dels valors comarcals més alts de la província, on l'activitat econòmica de serveis influeix notablement. També destaquen els desocupats, els estudiants i els autònoms.

Les dades més significatives per a aquesta comarca litoral molt poblada i amb molts nuclis urbans que s'integren en una àrea metropolitana extensa són les següents:

- La connectivitat a Internet té un component eminentment domèstic i destaca en aquest aspecte la connexió personal des de casa en el 96,20% i professional en el 30,26%. Dins de l'àmbit professional destaca l'ús que es fa de la connexió des d'altres espais que, a banda de casa i de l'oficina o centre de treball (aquest últim amb el 62,5%), es fa des d'altres llocs per motius laborals. En aquest sentit, es fan també connexions a Internet des de casa d'un amic o parella (2,63%) o des d'un altre establiment com per exemple una biblioteca, un cibercafé, una cafeteria, etc. (4,61%).

Quadre 4.18.
Lloc o mode de
connexió.

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFSSIONAL %
Des de casa	92,06	30,26
Des de casa d'un amic, familiar o parella	1,19	2,63
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	1,98	4,61
Des del mòbil (tarifa de dades)	0,00	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,00	0,00
Des de l'escola/institut	0,40	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	3,97	62,50
A través d'un altre mitjà	0,40	0,00
TOTAL	100	100

- En relació amb la importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestaada en l'àmbit **personal**, destaquen les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, etc.), amb un valor de 4,35 sobre 5. Des del punt de vista professional, aquest ítem també ocupa el primer lloc amb un 4,22 sobre 5. Continuant en l'àmbit personal destaquem amb 3,16 els ítems següents: cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment), compres en línia i entreteniment i oci personal.
- En l'àmbit **professional** també destaca la importància atorgada a les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, etc.) amb un valor de 4,22, seguida de la cerca d'informació (4,2) i la formació (4,18). Com a ítems amb menys importància valorada en l'àm-

bit professional destaquen la mobilitat (3,51), els serveis sanitaris (3,52), les compres en línia (3,61) i els serveis en plataformes de cerca de faena (3,61).

IMPORTÀNCIA ÚS NOVES TECNOLOGIES	PERSONAL PROFESSIONAL	
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	4,35	4,22
Activitats generals de la vida quotidiana	4,13	4,16
Formació	4,07	4,18
Tràmits amb bancs	4,13	3,90
Tràmits amb l'Administració pública	4,07	3,96
Compres en línia	4,19	3,61
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	4,34	4,20
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	3,98	3,82
Entreteniment i oci personal	4,14	3,39
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	3,87	3,64
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	3,76	3,51
Serveis en plataformes de cerca de faena (Labora, Infojobs)	3,81	3,61
Serveis sanitaris (cita mèdica)	4,11	3,52

Quadre 4.19.
Importància que l'ús de les noves tecnologies té per a la població enquestada.

- El grau de satisfacció en l'ús d'Internet en l'àmbit **personal** a la comarca de l'Alacantí queda per damunt de la mitjana provincial. Destaca el grau de satisfacció excel·lent conferida pel grup d'edat comprès entre 66 i 75 anys (amb un 66,7% d'aquesta població que indica un valor 5 o satisfacció màxima) i, en general, tots els grups d'edat mitjana o majors, tant en el valor 4 com en el 5. Per ocupació, en aquesta comarca el grau de satisfacció dels estudiants és de 4 per al 48,8% d'enquestats, seguit dels desocupats amb un valor de 4 per al 44,7%. El 41,7% de les mestresses o mestres de casa adjudiquen un 5 a aquest ítem, el 71,4% dels empresaris un 5, el 52,4% dels autònoms un 4 i el 42,6% dels empleats un 4.
- En l'àmbit **professional**, les dones i els homes presenten un grau equilibrat de satisfacció en l'ús d'Internet. Per franges d'edat, les contestacions que més valor atorguen a aquest ítem apareixen en els grups de 36 a 45 anys i de 46 a 55 anys, amb un percentatge d'usuaris amb un nivell 5 de satisfacció del 40,9%, i 37,5% respectivament. Segons el grau de satisfacció, segueixen els grups d'edat de 16 a 25 anys i de 26 a 35 anys, que mostren percentatges del 48% i 56,1% per al valor 4. D'altra banda, en el grup d'edat de 36 a 45 anys, el valor 3 ha sigut assignat per un 60%. En la franja de 46 a 55 anys, el valor 4 és el majoritari (80%), mentre que en el de 56 a 65 anys despunta el valor 3 (100%). En relació amb l'ocupació, el grau de satisfacció també és dispar. Els directors i gerents assenyalen en grau més alt el valor 4, amb el 52,4%; el 66,7% dels capatassos i encarregats indiquen el valor 5; el 50% dels professionals científics i intel·lectuals marquen el valor 5; el 52,9% dels tècnics professionals de nivell alt indiquen el valor 4; el 45,9% dels tècnics de nivell mitjà el 5; mentre que el 40,6% de les persones de suport administratiu assignen 5 punts a aquest ítem.
- En aquesta comarca es constata la dinàmica de les persones entrevistadores, com també les valoracions positives en relació amb el grau de satisfacció en l'ús de les noves tecnologies. Destaquen valors elevats en els representants i agents comercials, ja que la meitat indica un valor de 5. Així mateix, el 48,3% dels treballadors i venedors de comerços i mercats atorga un 5 a aquest ítem, dos terços dels agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers també marca la màxima satisfacció; mentre que el 64,3% dels oficials, operaris i artesans marca el valor 4.

L'enquesta dona una relativa importància a les **necessitats formatives** en el marc de l'àmbit **professional**, si bé, amb menys valoració que en altres comarques. En aquest sentit, cal destacar que

el 5,3% de les dones enquestades han respost que “no necessiten gens de formació”, enfront del 26,3% que manifesten que “sí que necessiten molta formació”. En el cas dels homes, el 3,6% indica que no requereixen gens de formació i el 16,4% en requereixen molta. En referència als grups d’edat, destaquen els de mitjana edat, entre els 36 i 45 anys, que amb un percentatge del total del 32,6% indiquen que requereixen molta formació. El 43,3% de participants del grup d’edat entre 26 i 35 anys indica que requereix bastant formació. La gran majoria té un grau de formació mitjà [batxillerat i formació professional].

En els ítems més específics, els professionals assenyalen la necessitat de formació en matèria de tecnologia digital quant a les activitats generals de la vida quotidiana, les aplicacions mòbils/web i la formació. En l’àmbit personal, són els tràmits amb l’Administració pública, la formació i les activitats generals de la vida quotidiana els registres mitjans que s’han traduït en valors més alts. Continuen, per ordre de prelación, els tràmits bancaris, les aplicacions mòbils/ web [...], els serveis sanitaris (cita mèdica) i la presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals, xarxes socials, etc.

Finalment, i en relació amb el grau d’ocupació, tenint en compte les respostes extremes contestades segons les necessitats de formació, destaquem tant els empresaris, com els directors/gerents i autònoms que responen “no necessite gens de formació”. Cap director ni gerent assenyalen la necessitat màxima de formació, mentre que només el 4,8% indica una necessitat mínima de formació. Els tècnics mitjans i tècnics alts requereixen menys formació que els grups anteriors, tot i que també presenten valors alts en aquest ítem.

Quadre 4.20.
Necessitats de formació en matèria de tecnologia digital.

NECESSITATS DE FORMACIÓ	PERSONAL	PROFESIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	3,35	3,51
Activitats generals de la vida quotidiana	3,36	3,49
Formació	3,38	3,55
Tràmits amb bancs	3,35	3,24
Tràmits amb l’Administració pública	3,49	3,38
Compres en línia	3,23	2,95
Cerca d’informació (temes d’interès, aficions i entreteniment)	3,31	3,38
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	3,17	3,20
Entreteniment i oci personal	3,23	2,96
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	3,21	3,29
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	3,10	3,09
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	3,13	3,15
Serveis sanitaris (cita mèdica)	3,25	3,05

En la comarca de L’Alacantí, en el **àmbit empresarial**, destaca el empleo de las nuevas tecnologías en las plataformas online de comercialización de productos y servicios, con una media de 3,99. Esta nueva tecnología es valorada de manera alta y muy alta (valores “4” y “5”) por parte de más del 30% de los encuestados en cada una de ellas. En segundo lugar, las redes con proveedoras con

Quadre 4.21.
Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,82
Xarxes amb proveïdors	3,91
Xarxes amb altres empreses	3,85
Cerca activa de treballadors	3,61
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,99
Comunicació amb la confederació d’empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,63

una mitjana de 3,91 se erigen com a segona tecnologia utilitzada per les empreses, amb també una valoració alta i molt alta (valors de 38,8% i 28,8% respectivament). En tercer lloc, se situen les xarxes amb altres empreses, amb una mitjana de 3,85 i, en quart lloc, la internacionalització amb una mitjana de 3,82.

4.6. L'ALCOIÀ

A la comarca de l'Alcoià s'han fet 267 enquestes entre les poblacions més poblades i que superen els 5.000 habitants (Alcoi, Banyeres de Mariola, Castalla, Ibi i Onil) que sumen un total de 108.214 habitants. Les respostes s'han centrat principalment en tres grups d'edat, que són els compresos entre els 26 i 35 anys (el 22,18% dels enquestats), els de 36 i 45 anys (el 20% dels enquestats) i els de la franja d'edat compresa entre els 46 i 55 anys (el 20% dels enquestats). Per tant, l'edat mitjana de la mostra és de 40,28 anys.

En l'àmbit **empresarial**, l'ús de les noves tecnologies indica l'establiment de xarxes amb altres empreses (3,59) com l'ítem millor valorat, enfront de la cerca de treballadors (3,08), que és el més poc valorat.

En el perfil **formatiu** dels enquestats d'aquesta comarca destaquen aquells que han cursat cicles d'estudis mitjans i alts, amb alguna variació significativa respecte al conjunt provincial. En aquesta comarca destaquen els enquestats que han cursat cicles formatius de grau superior (20%), formació professional (16,4%) i BUP i COU (16,4%).

Les **dades d'ocupació** confirmen el predomini d'empleats (118 enquestats), que són el 45,75% dels enquestats, i els jubilats/retirats (80 enquestats), que són el 31%.

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFESSIONAL %
Des de casa	97,80	25,00
Des de casa d'un amic, familiar o parella	1,47	0,00
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	0,37	8,33
Des del mòbil (tarifa de dades)	0,00	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,37	0,00
Des de l'escola/institut	0,00	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	0,00	66,67
A través d'un altre mitjà	0,00	0,00
TOTAL	100	100

Quadre 4.22.
Lloc o mode
de connexió.

Les dades més significatives per a aquesta comarca industrial són les següents:

- Hi ha un ús majoritàriament personal en l'àmbit de les noves tecnologies (97,8%). En l'àmbit professional, el 25% s'hi connecta des de casa, mentre que el 66,67% s'hi connecta des de l'oficina, i és un dels valors comarcals més elevats de la província d'Alacant.
- El màxim valor en l'àmbit **personal** s'assigna a l'ús de les noves tecnologies en els àmbits següents: aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (amb valor mitjà de 3,45), activitats generals de la vida quotidiana (amb valor mitjà de 3,88), cerca d'informació de temes d'interès, aficions i entreteniment (3,59) i entreteniment i oci personal (3,5).
- En l'àmbit **professional**, a més del que s'ha comentat, destaca en la cerca d'informació (4,50).

En els últims llocs se situen els serveis en plataformes de cerca de feina com Labora o Infojobs (2,92), en la mobilitat (2,79) i en els serveis sanitaris (2,42).

Quadre 4.23.
Importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada.

IMPORTÀNCIA ÚS NOVES TECNOLOGIES	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	3,88	4,42
Activitats generals de la vida quotidiana	3,45	3,96
Formació	2,29	3,83
Tràmits amb bancs	2,38	3,75
Tràmits amb l'Administració pública	2,31	3,71
Compres en línia	2,21	3,13
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	3,59	4,50
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	2,61	3,50
Entreteniment i oci personal	3,50	3,17
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,89	3,46
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	1,78	2,79
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	1,59	2,92
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,10	2,42

- En el grau de satisfacció en l'ús d'Internet en l'àmbit **personal** s'observen diferències segons les franges d'edat. En la cohort de 26 a 35 anys destaca el valor 5 amb un 30%. En l'interval de més de 75 anys es valora com a deficient, amb un 1, amb un percentatge del 17,4%. Quant a l'ocupació, el grau de satisfacció en els estudiants és de 4 en un 42,9%, en els mestres i mestresses de casa és de 3 amb un 50%, mentre que en els jubilats el valor majoritari és de 2, secundat per un 47,5%. El 55,1% dels empleats li assignen un 3.
- En l'àmbit **professional**, el 44,4% dels capatassos i encarregats li assignen un 3, i cal destacar que també el 50% dels professionals científics i intel·lectuals. A més, fem esment que el 54,2% dels tècnics professionals de nivell alt li assignen un 4, com també el 60,9% dels tècnics professionals de nivell mitjà. El 48,4% de les persones de suport administratiu li assignen el valor 4, com també els representants d'agents comercial, que contesten amb un 4, secundat pel 64,3% de les persones enquestades. En relació amb altres ocupacions que també han demostrat un elevat grau de satisfacció, destaquem els agricultors i treballadors qualificats agropecuaris i forestals, amb un 3 per al 42,9% de les respostes; el 50% dels treballadors d'instal·lacions i màquines eina valoren aquest ítem amb un 4; el 50% dels jornalers li atorguen un valor de 2 i les ocupacions militars un valor de 5 amb un 50% de les respostes.

Les **necessitats formatives** es valoren amb diverses puntuacions per a l'àmbit **professional**. Destaca la màxima importància atorgada per igual entre homes i dones (35,7% i 30% respectivament), com també l'elevat percentatge d'homes que indiquen que no requereixen formació (35,7%). Els grups d'edat que més formació requereixen són els que tenen entre 46 anys i 65 anys, amb un nivell formatiu mitjà (batxillerat i FP) i amb un càrrec ocupacional dins del règim d'autònoms de la Seguretat Social.

Quant als ítems més específics, trobem que en l'àmbit **personal** els tràmits amb l'Administració pública i els tràmits bancaris són els més demanats per a la formació. Els segueixen a gran distància les activitats generals de la vida quotidiana i els serveis sanitaris (cita mèdica). En els professionals, la formació, els tràmits amb l'Administració pública, l'ús d'aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital i els tràmits amb els bancs són els més destacats i valorats per a la formació.

Finalment, en relació amb el grau d'ocupació i tenint en compte les respostes extremes contestades en relació amb les necessitats de formació, destaquem els empresaris i directors i gerents, que assenyalen que no necessiten formació en el 100% i 50% respectivament, enfront dels autònoms, que responen que requereixen molta formació, amb un 33,3%. Amb valors no extrems, però també requerint una alta necessitat de formació, hi ha els autònoms (33%) i els empleats (35,7%).

NECESSITATS DE FORMACIÓ	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	1,71	2,96
Activitats generals de la vida quotidiana	1,85	2,88
Formació	1,56	3,25
Tràmits amb bancs	2,00	2,96
Tràmits amb l'Administració pública	2,18	3,04
Compres en línia	1,65	2,83
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	1,61	2,88
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	1,54	3,13
Entreteniment i oci personal	1,64	2,65
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	1,69	2,91
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	1,48	2,52
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	1,47	2,33
Serveis sanitaris (cita mèdica)	1,81	2,29

Quadre 4.24.
Necessitats de formació en matèria de tecnologia digital.

En l'àmbit **empresarial**, en l'ús de noves tecnologies en les activitats empresarials, destaca l'ús per a establir xarxes amb altres empreses, amb una mitjana de 3,59 sobre 5. En segon lloc, amb una mitjana de 3,38, hi ha les xarxes amb proveïdors i les plataformes en línia de comercialització de productes i serveis. La valoració d'aquestes tres tecnologies assoleix un valor alt (4 sobre 5) en més del 30% dels enquestats. Les altres tecnologies, amb valors inferiors, són les de l'aprofitament de plataformes en línia de comercialització de productes i serveis, la comunicació amb la confederació d'empresaris, la internacionalització i la cerca activa de treballadors.

ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,26
Xarxes amb proveïdors	3,38
Xarxes amb altres empreses	3,59
Cerca activa de treballadors	3,08
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,38
Comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,35

Quadre 4.25.
Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

4.7. VEGA BAJA

La comarca de La Vega Baja té moltes poblacions de més de 5.000 habitants. Aquests nuclis urbans són Torrevella, Oriola, el Pilar de la Foradada, Almoradí, Callosa de Segura, Rojals, Guardamar del Segura, Albaterra, Catral, Redovà, Sant Fulgenci, Dolores, Coix, Bigastre, Sant Miquel de les Salines i Benejússer, que sumen un total de 329.163 habitants. En aquesta comarca s'han fet 267 enquestes. La franja d'edat més enquestada és la que comprèn una cohort de 16 a 25 anys (el 24,77% del total d'enquestes), enfront de la de més de 75 anys (amb només un 6,74%). L'edat mitjana de la mostra és de 36,74 anys.

En l'àmbit **empresarial**, i en l'ús de les noves tecnologies, destaca l'establiment de xarxes amb altres empreses (3,55 de puntuació) com l'opció millor valorada, enfront de la comunicació amb la confederació d'empresaris (amb una puntuació de 3) que registra la puntuació més baixa.

El **perfil formatiu** dels enquestats inclou una representació més alta de cicles mitjans respecte del conjunt provincial. En aquest cas, destaquen els formats en batxiller, BUP i COU (el 37,8% del total) i en educació secundària (23,2%). Els enquestats amb educació primària també estan àmpliament representats (14,9%).

Les **dades d'ocupació** confirmen un predomini d'empleats (118 enquestats), que representen el 45,75% de la mostra, i els jubilats/retirats (80 enquestats), el 31% de la mostra.

Les dades més significatives per a aquesta comarca són les següents:

- La importància de l'ús de les noves tecnologies té un caràcter imminentment domèstic i familiar i destaca la connexió a nivell personal des de casa per al 96,99% dels enquestats. En l'àmbit professional, la connexió des de casa també és elevada, encara que inferior, amb un 45,45%. En aquest sentit, també sobreix la connexió des de l'oficina, amb un registre del 51,52%.

Quadre 4.26.
Lloc o mode de connexió.

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFESSIONAL %
Des de casa	96,99	45,45
Des de casa d'un amic, familiar o parella	0,38	0,00
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	0,38	0,00
Des del mòbil (tarifa de dades)	1,88	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,00	3,03
Des de l'escola/institut	0,38	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	0,00	51,52
A través d'un altre mitjà	0,00	0,00
TOTAL	100	100

- En referència a la importància de l'ús de les noves tecnologies en l'àmbit **personal**, les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, etc.) són les millor puntuades, amb un valor de 4,25 sobre 5, molt per davant de la següent, la cerca d'informació, amb 3,88. A continuació hi ha les activitats generals de la vida quotidiana, els tràmits amb els bancs i la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment).

Quadre 4.27.
Importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada.

IMPORTÀNCIA ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	PERSONAL Mitjana	PROFESSIONAL Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	4,25	4,12
Activitats generals de la vida quotidiana	3,54	3,85
Formació	3,00	3,97
Tràmits amb bancs	3,69	3,82
Tràmits amb l'Administració pública	3,29	3,63
Compres en línia	3,40	3,70
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	3,88	4,33
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	3,48	3,55
Entreteniment i oci personal	3,60	2,97
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	3,02	3,18
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	3,24	3,06
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	2,24	3,42
Serveis sanitaris (cita mèdica)	3,32	3,15

- Des del punt de vista de l'**àmbit professional**, els dos primers ítems són l'ús de les noves tecnologies en la cerca d'informació en primer lloc, amb una mitjana de 4,33, i l'ús d'aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital, en segon lloc, amb un 4,12 sobre 5. A continuació, igual que en l'àmbit personal, les activitats generals de la vida quotidiana, els tràmits amb els bancs i la cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment).
- En l'**àmbit personal**, els enquestats més satisfets amb el funcionament d'Internet són els més joves, amb percentatges del 51,5% per al valor excel·lent (5). El valor deficient (1) destaca en la franja d'edat que va de 56 a 65 anys (12,5%). Segons l'ocupació dels participants, el grau de satisfacció en els estudiants és de 5 en el 48,8%; en els aturats aquest valor l'assignen el 57,1% i també el 42,9% dels mestres i mestresses de casa li atorguen un 5. A més, el 43,6% dels jubilats també es decanta pel 5. El 50% dels empresaris valoren la seua satisfacció amb un 4. El 37,6% dels empleats valoren amb un 5 la seua satisfacció.
- En l'àmbit professional, les dones mostren un grau de satisfacció més alt, ja que el 37,5% marca el valor 5, enfront dels homes, amb el 35,3%. Per grups d'edat, els resultats són: de 16 a 25 anys (31,3% per al valor 4), de 26 a 35 anys (36,4% per al valor 5), de 36 a 45 anys (75% per al valor 5), de 46 a 55 anys (50% per al valor 5) i de 56 a 65 anys (100% per al valor 5). Segons l'ocupació i atès el grau de satisfacció, el 40,9% dels empleats opta pel valor 5; el 50% dels professionals científics i intel·lectuals marquen el valor 4 i també el 75% dels tècnics professionals d'alt nivell; el 100% dels tècnics i professionals de nivell mitjà marquen el valor 5; el 33,3% del personal de suport administratiu marca el valor 4, finalment el 50% dels treballadors d'oficis i artesans marquen el valor 5.

Pel que fa a les **necessitats formatives** de la comarca de La Vega Baja segons els grups d'edat de la població enquestada, els percentatges més alts els rep la valoració de 4 en la franja de 16 a 45 anys en l'àmbit **professional**. Així, la meitat dels enquestats de 16 a 25 anys han marcat aquesta opció. Aquest percentatge se situa en el 45,5% per a la població de 26 a 35 anys i en el 37,5% per als de 36 a 45 anys. El grup d'edat més jove (de 16 a 25 anys) és el que més formació requereix en el context provincial, segons la seua pròpia percepció. El grup de població amb més demanda de formació és el de nivell formatiu mitjà i alt (formació professional de grau superior i llicenciatura/diplomatura) i amb un càrrec ocupacional principalment d'empleats.

En l'**àmbit personal**, els ítems més específics quant a la demanda de formació són els tràmits amb l'Administració pública, els tràmits als bancs i la formació per a les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital. En els professionals, els ítems són la formació, les activitats generals de la vida quotidiana, la cerca d'informació, els tràmits amb l'Administració pública i les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital.

Finalment, en relació amb el grau d'ocupació i tenint en compte les respostes extremes contestades segons les necessitats de formació, destaquen els empresaris (amb un 50%). A continuació van els empleats amb perfils tècnics d'alt nivell, amb valoracions de màxima necessitat formativa.

L'ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials en l'**àmbit empresarial** destaca a La Vega Baja per les reduïdes dades mitjanes respecte a altres comarques alacantines. En primer lloc, la internacionalització té una mitjana de 3,56, i en segon lloc, l'ús de noves tecnologies per a facilitar les xarxes amb altres empreses obté un 3,55, on se situen els nivells més elevats d'ús. Els dos factors tenen un nivell elevat d'acceptació (24,2% i 27,3%) i és molt elevat el de xarxes d'empreses (5 sobre 5) amb un percentatge considerable del 24,2%. A continuació se situen les xarxes amb proveïdors i la cerca activa treballadors amb una mitjana idèntica de 3,41, però amb

un nivell de valoració més alt en aquesta darrera. En cinquè lloc, l'ús de les plataformes en línia de comercialització de productes i serveis té una mitjana de 3,20; i en sisè lloc, la comunicació amb la confederació d'empresaris amb una mitjana de 3.

Quadre 4.28.
Necessitats de formació de formació en matèria de tecnologia digital.

NECESSITATS DE FORMACIÓ	PERSONAL	PROFESIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	2,05	3,33
Activitats generals de la vida quotidiana	2,00	3,39
Formació	1,93	3,39
Tràmits amb bancs	2,13	3,06
Tràmits amb l'Administració pública	2,27	3,22
Compres en línia	2,05	3,13
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	2,02	3,36
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	1,96	3,00
Entreteniment i oci personal	2,03	3,13
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,00	3,21
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,03	2,97
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	1,81	2,97
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,06	3,15

Quadre 4.29.
Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,56
Xarxes amb proveïdors	3,41
Xarxes amb altres empreses	3,55
Cerca activa de treballadors	3,41
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,20
Comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,00

4.8. EL VINALOPÓ

A les comarques del Vinalopó (Alt Vinalopó, Vinalopó Mitjà i Baix Vinalopó) s'han fet 268 enquestes entre les localitats més poblades de la comarca (Villena, Saix, Elda, Petrer, Novelda, Asp, Monòver, Monfort, el Pinós, Elx, Santa Pola i Crevillent) que sumen un total de 504.119 habitants. Les respostes s'han centrat en diversos grups de població on destaca la cohort d'edat entre 46 i 55 anys (el 17,16% del total) enfront de la dels 26 a 35 anys (11,57%). L'edat mitjana de la població de la mostra és de 52,92 anys.

En l'àmbit empresarial, l'ús de les noves tecnologies es realitza principalment per a la internacionalització, a més de l'ús per a les plataformes en línia de comercialització de productes i serveis, totes dues amb 3,81 de puntuació mitjana, enfront de comunicació amb confederació d'empresaris, amb 3,08.

El perfil formatiu dels enquestats té més representació de persones formades en cicles mitjans respecte al conjunt provincial. En aquest cas destaquen les persones formades en cicles formatius (18,65%) i la formació professional (16%). Els enquestats amb educació primària també estan àmpliament representats en aquestes enquestes (15,7%).

Les dades d'ocupació confirmen un predomini d'empleats (118 enquestats), que representen el 45,75% de la mostra, i els jubilats/retirats (80 enquestats) que representen el 31%.

Les dades més significatives per al territori que integra les tres comarques del Vinalopó són les següents:

- El lloc o mode de connexió principal es realitza des de casa quan es tracta d'un ús eminentment personal (99,25% dels enquestats). En l'àmbit professional també s'efectua des de casa (27,66%) i, sobretot, des de l'oficina a través d'ordinador o dispositiu mòbil (72,34%).

LLOC O MODE DE CONNEXIÓ	PERSONAL %	PROFESSIONAL %
Des de casa	99,25	27,66
Des de casa d'un amic, familiar o parella	0,00	0,00
Des d'un altre establiment: biblioteca, cibercafé, cafeteria, etc.	0,00	0,00
Des del mòbil (tarifa de dades)	0,37	0,00
Xarxes sense fils al carrer	0,37	0,00
Des de l'escola/institut	0,00	-
Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil	0,00	72,34
A través d'un altre mitjà	0,00	0,00
TOTAL	100	100

Quadre 4.30.
Lloc o mode de connexió.

- La importància en l'ús de les noves tecnologies en aquesta comarca és inferior a d'altres. Així, en l'àmbit **personal** destaca la cerca d'informació amb 3,66. A una certa distància hi ha les aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, etc.) amb un valor de 3,07 i els tràmits amb els bancs amb un valor de 2,57. Les altres opcions, com ara compres en línia, entreteniment, oci personal, activitats generals de la vida quotidiana, entre d'altres, presenten una valoració més baixa.
- En l'àmbit **professional** destaca la cerca d'informació (4,79) en primer lloc, i les activitats generals de la vida quotidiana (4,21) en segon lloc. La resta en ordre de prelación serien la formació i el servei de plataforma de cerca de feina (Labora i Infojobs).

IMPORTÀNCIA ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	3,07	2,64
Activitats generals de la vida quotidiana	2,09	4,21
Formació	1,99	3,57
Tràmits amb bancs	2,57	3,83
Tràmits amb l'Administració pública	2,04	3,70
Compres en línia	2,29	2,00
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	3,61	4,79
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	2,12	1,79
Entreteniment i oci personal	2,30	1,74
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,24	2,98
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,00	2,32
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	2,26	3,38
Serveis sanitaris (cita mèdica)	2,03	1,89

Quadre 4.31.
Importància que té l'ús de les noves tecnologies per a la població enquestada.

- El grau de satisfacció d'ús d'Internet en l'àmbit **personal** al Vinalopó és elevat tant per a homes com per a dones, sense arribar a ser excel·lent amb el valor 5, ja que només el 7,1% dels enquestats el valoren així, ni deficient o 1, que és valorat per l'1,1% de la mostra. Per grups d'edat, el resultat no varia substancialment segons cohort, si bé s'observa que, com més edat, més satisfacció amb valoració d'excel·lent. Destaca el nivell de satisfacció excel·lent o 5 dels enquestats amb segon cicle en educació superior o màster i doctorat, ja que el 40% consideren la màxima valoració i satisfacció en la connectivitat a Internet. Pel que fa a l'ocupació, la màxima valoració es rep de les mestresses i mestres de casa, de l'empresariat i dels directors/gerents.

- D'altra banda, en l'àmbit **professional** la satisfacció canvia respecte de la de l'àmbit personal. En aquest cas, la satisfacció és més alta, ja que el valor 5 és assenyalat pel 21,3% dels consultats, mentre que les opcions de 4 i 3 obtenen percentatges del 27,7% i 46,8% respectivament. Les diferències per sexe són més grans que en l'àmbit personal. Les dones mostren més poca satisfacció en la màxima valoració (o 5) amb un 14,3%, enfront dels homes amb un 31,5%. Pel que fa al nivell d'estudis no hi ha canvis substancials. I respecte a l'ocupació, el grau de satisfacció és dispar: satisfacció excel·lent per a empresariat i autònoms, i mitjà per a empleats (valors de 58,3% en aquest darrer). La valoració dels tècnics professionals, professionals científics i intel·lectuals, treballadors de serveis i venedors de comerços i mercats és dispar, però sempre tendeix al valor mitjà-alt.

A les comarques del Vinalopó, les **necessitats formatives** es valoren en menys grau que en l'àmbit **professional** respecte a altres comarques alacantines. El 40,4% dels enquestats assenyalen que no necessita gens de formació. La distribució per sexe és equitativa en aquesta valoració. Segons els grups d'edat, el 80% dels enquestats de més de 56 anys es descriuen com a no demandants de formació. Per als situats entre els 26 a 35 anys i de 36 a 45 anys s'obtenen percentatges molt elevats en els grups d'edat entre 26 a 35 anys i 36 a 45 anys, amb valors del 50% i 38,5% respectivament. El grup de població amb més poca demanda de formació és el que té un nivell formatiu mitjà i alt (FP de grau superior i llicenciatura o diplomatura) i amb un càrrec ocupacional principalment d'empleats, mentre que el que més demanda de formació requereix és qui té un nivell d'estudis mitjans amb formació en educació secundària obligatòria (ESO).

En l'àmbit **personal**, els ítems més específics quant a la demanda formativa són la formació per al funcionament en l'espai digital dels tràmits amb l'Administració pública, tràmits amb els bancs, la formació, serveis sanitaris i les activitats generals de la vida quotidiana. En els *professionals* destaca la formació per a millorar la presència i visibilitat en plataformes i mitjans digitals i xarxes socials, la formació general, els tràmits amb l'Administració pública i els tràmits amb sanitat.

Finalment, en relació amb el grau d'ocupació i tenint en compte les respostes extremes contestades segons les necessitats de formació, en l'àmbit del Vinalopó destaquen els empleats, amb perfils tècnics mitjans. Aquesta ocupació presenta valoracions que no requereixen una necessitat màxima, però que sent relatius assoleixen percentatges del 25% per a professionals científics i intel·lectuals, 33,3% per a tècnics professionals d'alt nivell i 33,3% per a altres oficis no qualificats. En l'altre extrem, amb una mínima o nul·la necessitat, hi ha els empresaris, autònoms i directors i gerents, que no requereixen formació en el 33%, 44,4% i 66,7% respectivament.

Quadre 4.32.
Necessitats de formació en matèria de tecnologia digital.

NECESSITATS DE FORMACIÓ	PERSONAL	PROFESSIONAL
	Mitjana	Mitjana
Aplicacions mòbils/web per a la comunicació digital (whatsapp, SMS, correu electrònic, xats...)	1,93	1,57
Activitats generals de la vida quotidiana	2,36	1,62
Formació	2,42	1,98
Tràmits amb bancs	3,09	1,74
Tràmits amb l'Administració pública	3,32	1,85
Compres en línia	2,64	1,47
Cerca d'informació (temes d'interès, aficions i entreteniment)	1,96	1,64
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics	1,97	1,55
Entreteniment i oci personal	2,02	1,43
Presència i visibilitat en plataformes, mitjans digitals i xarxes socials	2,81	2,20
Mobilitat (taxi, lloguer de vehicles, compra en línia de bitllets de tren, avió, autobús...)	2,51	1,48
Serveis en plataformes de cerca de feina (Labora, Infojobs)	1,70	1,78
Serveis sanitaris (cita mèdica)	3,05	1,85

En l'àmbit empresarial, la cerca activa de treballadors i plataformes en línia de comercialització de productes i serveis obté una mitjana de 3,86 sobre 5 i registra els nivells més elevats de valoració amb un 25,5% per al valor 5. Així mateix, mostra una de les valoracions més reduïdes en el nivell 1, amb un 4,3%. A continuació se situen tant internacionalització com xarxes amb proveïdors, amb una mitjana de 3,81, en què el Vinalopó presenta també valors elevats per a les opcions 4 i 5. Finalment, se situen les noves tecnologies en les activitats empresarials quan es tracta de crear xarxes amb proveïdors, xarxes amb altres empreses i comunicació amb confederació d'empresaris.

ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES	Mitjana
Internacionalització	3,81
Xarxes amb proveïdors	3,70
Xarxes amb altres empreses	3,64
Cerca activa de treballadors	3,86
Plataformes en línia de comercialització de productes i serveis	3,81
Comunicació amb la confederació d'empresaris (comarcal/autonòmica/estatal)	3,08

Quadre 4.33.
Ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials.

4.9. CONCLUSIONS

- Les comarques litorals (l'Alacantí, les Marines i La Vega Baja) valoren en grau més alt les necessitats formatives, sobretot les **dones**.
- Les necessitats formatives es valoren i són requerides principalment per **treballadors autònoms**.
- En general, les **dones** demanen més formació que els homes, tant per valors màxims de necessitat com per menys percentatge de valors nuls de necessitat.
- L'ús de les **noves tecnologies en les activitats empresarials** és més alt que la mitjana provincial a les comarques litorals d'economies terciàries com les Marines i l'Alacantí, amb l'excepció de La Vega Baja.
- En general, és més comú l'ús de les noves tecnologies en les activitats empresarials entre les **dones** que entre els homes.

EL COMTAT

- La comarca més rural i on únicament destaca la valoració de necessitat formativa dels homes molt per damunt de les dones, i molt lluny de la mitjana provincial.
- Aquesta comarca és la que usa més poc les noves tecnologies en les activitats empresarials.
- Es tracta de l'únic àmbit provincial (l'excepció) on és més alt l'ús de noves tecnologies per a ús empresarial entre els homes que entre les dones.
- Els grups d'edat de mitjana edat (cohorte de 46 a 55 anys) són els que més usen les noves tecnologies en les activitats empresarials del territori provincial alacantí.
- El grup d'ocupació dels tècnics professionals de nivell mitjà és el que més poc usa les noves tecnologies en les activitats empresarials de tota la província juntament amb els de La Vega Baja.

LES MARINES

- Pel que fa als grups d'edat, els joves (entre 16 i 25 anys) que més poc usen les noves tecnologies en les activitats empresarials es registren a les Marines i al Vinalopó.

L' ALACANTÍ

- Les demandes formatives més altes es constaten en aquesta comarca.

LA VEGA BAJA

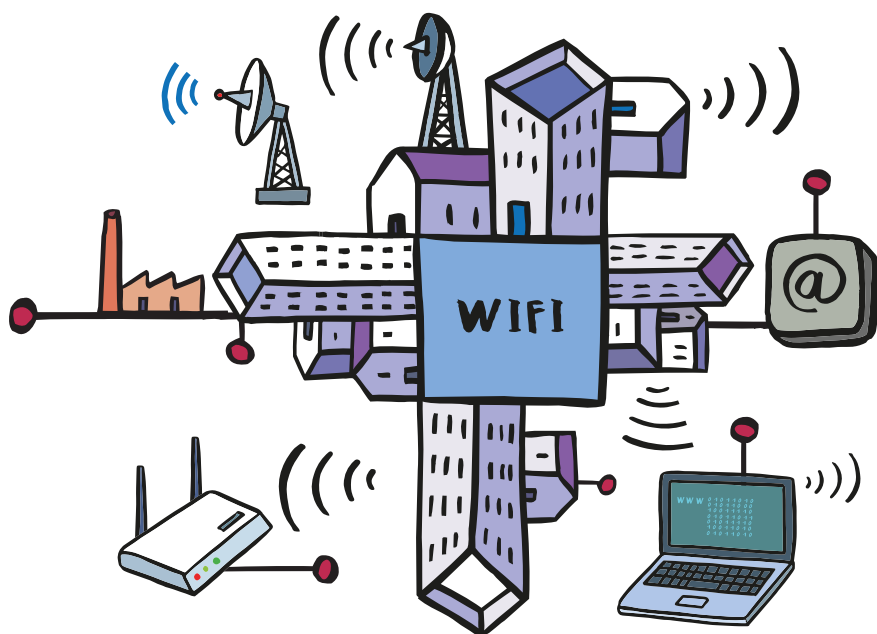
- La demanda de formació més gran es produeix en els **grups d'edat més joves** i de sexe principalment **femení**.
- Els empleats amb perfil **femení** amb estudis superiors són els que més demanen formació.
- El grup d'ocupació **dels tècnics professionals de nivell mitjà** és el que més poc usa les noves tecnologies en les activitats empresarials de la província, juntament amb el Comtat.
- Es tracta de la comarca on més es connecten a Internet des de casa per a exercir l'activitat professional.

L' ALCOIÀ

- La comarca amb més diferència entre les necessitats de formació personals de les professionals. Les primeres són molt poc demanades en relació amb les segones.
- La comarca amb més edat de requeriment de formació (**grups d'edat entre 46 i 65 anys**), ja siguen homes o dones.
- El grup d'ocupació dels empresaris i de directors/gerents és el que més poc usa les noves tecnologies en les activitats empresarials de la província.

EL VINALOPÓ

- La comarca amb menys demanda de necessitats formatives professionals.
- Els **grups de població activa (16 a 65 anys)** amb més formació educativa són els que més poca formació demanen.
- Segons els grups d'edat, els **joves (entre 16 i 25 anys)** que més poc usen les noves tecnologies en les activitats empresarials són els de les Marines i el Vinalopó.
- El grup de població activa d'edat més avançada edat (entre **55 i 65 anys**) és el que més usa les noves tecnologies en les activitats empresarials de la província.
- El grup d'ocupació dels **empresaris** és el que més usa les noves tecnologies en les activitats empresarials de la província.








05

ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES DE CASTELLÓ



○ 5.1. L'ÚS D'INTERNET

5.2. LLOC HABITUAL DE CONNEXIÓ A INTERNET

5.3. NIVELLS DE SATISFACCIÓ EN EL SERVEI D'INTERNET

5.4. LES TIC I ELS ÀMBITS D'ÚS

5.5. LES TIC I EL DOMINI DELS MITJANS DIGITALS

● 5.6. LA NECESSITAT DE FORMACIÓ EN TIC

ANÀLISI DE LA DIGITALITZACIÓ A LES COMARQUES DE CASTELLÓ

Luisa Alamá Sabater

Vicente Budí Orduña

Universitat Jaume I

L'anàlisi sobre l'ús que la població de la Comunitat Valenciana fa de les noves tecnologies relacionades amb la comunicació (TIC), es completa amb l'estudi de les singularitats territorials i, en concret en aquest capítol, les referides a l'estat de digitalització a les comarques de la província de Castelló.

Les diferències observades a la província de Castelló responen principalment a dos elements diferencials de tipus socioeconòmic que hi ha entre les comarques interiors i les litorals. D'una banda, la major densitat de població i activitat econòmica en la zona litoral, que s'estén també a tot el districte industrial de la ceràmica, cosa que afecta les comarques de la Plana Baixa, la Plana Alta, una part de la comarca de l'Alcalatén i, amb diferent especialització productiva, el Baix Maestrat. Per contra, a l'interior de la província, les comarques dels Ports, l'Alt Maestrat, El Alto Mijares i El Alto Palancia es troben en una situació de menys activitat econòmica i, sobretot, destaca com a element diferencial l'efecte de la despoblació i l'envelliment, al qual s'uneixen altres qüestions com ara nivells de cobertura digital inferiors als disponibles en la zona litoral.

Per això s'han analitzat les dades de l'enquesta provincial passada a 2.077 persones. Les variables que s'han tingut en compte en l'anàlisi són:

- a. Tipus d'ús de les TIC.
- b. Llocs de connexió.
- c. Satisfacció d'ús de la xarxa.
- d. TIC i àmbits d'ús.
- e. Nivell de domini dels usuaris.
- f. Necessitats formatives en TIC.

En el formulari de l'enquesta s'han considerat, a més, dos motius o raons principals d'ús de les TIC, segons la finalitat, ja siga particular-personal o professional.

Finalment, els resultats es presenten tenint en compte determinades característiques dels enquestats que es detallen a continuació:

- Sexe
- Grups d'edat (set grups)
- Nacionalitat
- Nivell acadèmic (estudis acabats)
- Ocupació
- Treball principal (l'últim treball)

En els quadres 5.1, 5.2 i 5.3 es presenta el total de persones entrevistades, en cada comarca i segons el sexe, l'edat i el nivell d'estudis. Les dades que apareixen en aquests quadres són resultat del procés de realització de l'enquesta i no reflecteixen en cap cas l'estructura demogràfica per sexe, grups d'edat o nivell d'estudis.

El nombre total d'enquestes respon als requisits tècnics de qualitat exigits de confiança i capillaritat comarcal. Les diferències observades quant a nombre de respostes d'homes o dones, edat i formació són reflex del procés d'obtenció de dades. L'enquesta es va passar a la població de més de 16 anys que feia ús d'eines digitals, amb independència del tipus d'ús i de la intensitat. El procés d'obtenció de dades va marcar com a requisits tècnics un mínim de representació per sexes per a totes les comarques, com també de trams d'edat. No obstant això, no es van aplicar requisits mínims o de representativitat pel que fa a nivells formatius, ocupació o nacionalitat.

Els apartats següents de l'enquesta indicaran les diferències observades en algunes comarques, grups d'edat, sexe i formació, a més de diferències segons que l'ús siga amb finalitats privades o professionals (l'enquesta inclou també com a resposta un ús mixt entre privat i professional-laboral). Els resultats per comarques per a la província de Castelló s'han analitzat també en relació amb el conjunt de la Comunitat Valenciana. En aquest capítol es mostren alguns dels resultats específics per a les comarques de Castelló i el comportament diferencial detectat.

Quadre 5.1.
Total de respostes.
Comarques de
Castelló. Sexe.

COMARQUES	HOMES	% H	DONES	% D	TOTAL
ALT MAESTRAT	83	32,55	172	67,45	255
ALTO MIJARES	98	39,52	150	60,48	248
ALTO PALANCIA	106	40,15	158	59,85	264
BAIX MAESTRAT	175	65,79	91	34,21	266
PORTS	122	48,80	128	51,20	250
ALCALATÉN	162	62,07	99	37,93	261
PLANA ALTA	117	43,82	150	56,18	267
PLANA BAIXA	123	46,24	143	53,76	266
TOTAL	986	47,47	1.091	52,53	2.077

Quadre 5.2.
Total de respostes.
Comarques
de Castelló.
Grups d'edat.

COMARQUES	16-25	%	26-35	%	36-45	%	46-55	%	56-65	%	66-75	%	>75	%	TOTAL
ALT MAESTRAT	6	2,4	12	4,7	15	5,9	12	4,7	14	5,5	95	37,3	101	39,6	255
ALTO MIJARES	18	7,3	20	8,1	25	10,1	34	13,7	80	32,3	46	18,6	25	10,1	248
ALTO PALANCIA	17	6,4	66	25,0	57	21,6	49	18,6	28	10,6	36	13,6	11	4,2	264
BAIX MAESTRAT	48	18,1	40	15,0	33	12,4	31	11,7	34	12,8	51	19,2	29	10,9	266
PORTS	110	44,0	47	18,8	22	8,8	20	8,0	11	4,4	26	10,4	14	5,6	250
ALCALATÉN	15	5,8	35	13,4	21	8,1	35	13,4	39	14,9	30	11,5	86	33,0	261
PLANA ALTA	53	19,9	62	23,2	49	18,3	53	19,9	42	15,7	7	2,6	1	0,4	267
PLANA BAIXA	40	15,0	62	23,3	51	19,1	63	23,7	35	13,2	15	5,6	0	0,0	266
TOTAL	307	14,8	344	16,6	273	13,1	297	14,3	283	13,6	306	14,7	267	12,9	2.077

COMARQUES	Sense estudis		Primària		ESO		Batxiller/BUP COU		FP		Cicle de grau superior		Llicenciatura/ Diplomatura		Màster / Doctorat		No contesta	TOTAL	
	%		%		%		%		%		%		%		%				
ALT MAESTRAT	1	0,3	163	63,9	8	3,1	34	13,3	26	10,2	7	2,8	13	5,1	1	0,4	2	0,8	255
ALTO MIJARES	12	4,8	25	10,1	36	14,5	44	17,7	50	20,2	45	18,2	24	9,7	11	4,4	1	0,4	248
ALTO PALANCIA	12	4,6	25	9,5	45	17,1	57	21,6	26	9,9	56	21,2	17	6,4	26	9,9	0	0,0	264
BAIX MAESTRAT	1	0,4	15	5,6	36	13,5	57	21,4	65	24,4	44	16,5	31	11,7	5	1,9	12	4,5	266
PORTS	1	0,4	30	12,0	37	14,8	134	53,6	22	8,8	6	2,4	14	5,6	4	1,6	2	0,8	250
ALCALATÉN	50	19,2	52	19,9	13	5,0	20	7,7	45	17,2	36	13,8	32	12,3	7	2,7	6	2,3	261
PLANA ALTA	2	0,8	8	3,0	30	11,2	42	15,7	48	18,0	24	9,0	84	31,5	29	10,9	0	0,0	267
PLANA BAIXA	1	0,4	13	4,9	54	20,3	43	16,2	35	13,2	29	10,9	64	24,1	27	10,2	0	0,0	266
TOTAL	80	3,9	331	15,9	259	12,5	431	20,8	317	15,3	247	12,0	279	13,4	110	5,3	23	1,1	2.077

Quadre 5.3.
Total de respostes.
Comarques
de Castelló.
Nivell de formació.

5.1. L'ÚS D'INTERNET

En les últimes dècades, l'ús d'Internet s'ha generalitzat en la societat com un instrument fonamental, insubstituïble, per a la comunicació. Tinguem en compte que l'enquesta es passa únicament a persones que declaren que usen Internet.

COMARQUES	Personal (domèstic/familiar)	Laboral/Professional	Tots dos	TOTAL
ALT MAESTRAT	94,5%	0,4%	5,1%	255
ALTO MIJARES	94,8%	1,6%	3,6%	248
ALTO PALANCIA	96,2%	0,4%	3,4%	264
BAIX MAESTRAT	94,4%	0,0%	5,6%	266
PORTS	94,4%	0,4%	5,2%	250
ALCALATÉN	87,7%	0,0%	12,3%	261
PLANA ALTA	51,3%	7,9%	44,9%	267
PLANA BAIXA	50,8%	4,5%	48,1%	266
TOTAL	82,7%	1,9%	16,3%	2.077

Quadre 5.4.
Tipus d'ús
de noves
tecnologies.
Comarques
de Castelló.
Total.

En el grup d'usuaris d'Internet s'observa un predomini de l'ús personal o domèstic (82,7%) enfront d'usos que inclouen elements professionals. Les comarques de la Plana Alta i la Plana Baixa són les que més usen Internet tant per a ús personal com per a ús professional i laboral. Aquesta dada corrobora la major intensitat laboral d'aquestes comarques, seguides de l'Alcalatén, la qual cosa indirectament augmenta les probabilitats de trobar persones que fan un ús professional d'Internet i que es reflecteixen en la columna d'ús mixt (tots dos). Com és lògic, l'ús exclusivament professional és poc representatiu, a pesar que s'observa en més grau en la població d'aquestes comarques més actives econòmicament i laboralment.

COMARQUES	Personal (domèstic/familiar)		Laboral/Professional		Tots dos		TOTAL	
	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona
ALT MAESTRAT	90,4%	96,5%	1,2%	0,0%	8,4%	3,5%	83	172
ALTO MIJARES	95,9%	94,0%	1,0%	2,0%	3,1%	4,0%	98	150
ALTO PALANCIA	95,3%	96,8%	0,9%	0,0%	3,8%	3,2%	106	158
BAIX MAESTRAT	98,9%	85,7%	0,0%	0,0%	1,1%	14,3%	175	91
ELS PORTS	95,1%	93,8%	0,8%	0,0%	4,1%	6,3%	122	128
L'ALCALATEN	89,5%	84,8%	0,0%	0,0%	10,5%	15,2%	162	99
LA PLANA ALTA	46,2%	55,3%	8,5%	7,3%	49,6%	41,3%	117	150
LA PLANA BAIXA	44,7%	55,9%	3,3%	5,6%	54,5%	42,7%	123	143
TOTAL	82,5%	83,0%	1,8%	2,0%	16,5%	16,1%	986	1.091

Quadre 5.5.
Ús d'Internet.
Per sexes.

Pel que fa a diferències per sexe i tipus d'ús, les úniques diferències s'observen a les comarques de la Plana Alta i la Plana Baixa, on els homes mostren un percentatge més alt en l'ús mixt d'Internet. Per contra, encara que amb percentatges inferiors, les comarques de l'Alcalatén i el Baix Maestrat indiquen un ús més professional en les dones. L'explicació d'aquestes diferències per comarques cal buscar-la en consideracions sobre diferent participació per sexes en el mercat laboral, segons sectors i característiques del lloc de treball.

Quadre 5.6.
Ús d'Internet.
Personal
(domèstic/familiar).
Grup d'edat.

COMARQUES	16-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75	Més de 75
TOTAL	86,0%	70,3%	73,6%	66,7%	85,2%	99,7%	100,0%
ALT MAESTRAT	33,3%	66,7%	86,7%	66,7%	100,0%	100,0%	100,0%
ALTO MIJARES	94,4%	80,0%	88,0%	88,2%	98,8%	100,0%	100,0%
ALTO PALANCIA	94,1%	95,5%	93,0%	95,9%	100,0%	100,0%	100,0%
BAIX MAESTRAT	93,8%	92,5%	87,9%	87,1%	97,1%	100,0%	100,0%
PORTS	99,1%	93,6%	81,8%	75,0%	90,9%	100,0%	100,0%
ALCALATÉN	100,0%	65,7%	76,2%	82,9%	79,5%	96,7%	100,0%
PLANA ALTA	62,3%	43,5%	49,0%	39,6%	57,1%	100,0%	100,0%
PLANA BAIXA	67,5%	38,7%	51,0%	33,3%	62,9%	100,0%	0,0%

El detall de dades per grups d'edat manté les diferències per a les comarques de la Plana Alta i la Plana Baixa observat per tipus d'ús. És evident que els grups en edat laboral són també els que mostren un grau més alt d'ús amb presència d'aspectes professionals. En els grups de més edat, l'ús d'Internet se centra exclusivament en l'àmbit personal.

Quadre 5.7.
Ús d'Internet. Tots
dos. Grup d'edat.

COMARQUES	16-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75	Més de 75
TOTAL	11,7%	27,9%	25,6%	31,6%	14,8%	0,3%	0,0%
ALT MAESTRAT	66,7%	33,3%	13,3%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ALTO MIJARES	5,6%	10,0%	12,0%	5,9%	1,3%	0,0%	0,0%
ALTO PALANCIA	0,0%	4,5%	7,0%	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%
BAIX MAESTRAT	6,3%	7,5%	12,1%	12,9%	2,9%	0,0%	0,0%
PORTS	0,9%	4,3%	18,2%	25,0%	9,1%	0,0%	0,0%
ALCALATÉN	0,0%	34,3%	23,8%	17,1%	20,5%	3,3%	0,0%
PLANA ALTA	30,2%	53,2%	46,9%	56,6%	42,9%	0,0%	0,0%
PLANA BAIXA	27,5%	59,7%	49,0%	66,7%	37,1%	0,0%	0,0%

L'ús mixt de les TIC ocorre quasi exclusivament en els trams d'edat central, on es detecta també l'ús professional de les TIC. En queda fora l'extrem superior (població en edat no laboral) i menys rellevant en el tram de més joves.

Quadre 5.8.
Ús d'Internet.
Nacionalitat.

COMARQUES	Personal (domèstic/familiar)		Laboral/Professional		Tots dos		TOTAL	
	Espanyola	Una altra	Espanyola	Una altra	Espanyola	Una altra	Espanyola	Una altra
ALT MAESTRAT	94,5%	100,0%	0,4%	0,0%	5,1%	0,0%	254	1
ALTO MIJARES	94,7%	100,0%	1,6%	0,0%	3,7%	0,0%	245	3
ALTO PALANCIA	96,6%	0,0%	0,4%	0,0%	3,0%	100,0%	263	1
BAIX MAESTRAT	94,7%	75,0%	0,0%	0,0%	5,3%	25,0%	262	4
PORTS	95,5%	40,0%	0,4%	0,0%	4,1%	60,0%	245	5
ALCALATÉN	87,6%	100,0%	0,0%	0,0%	12,4%	0,0%	258	3
PLANA ALTA	51,0%	53,8%	8,3%	3,8%	45,2%	42,3%	241	26
PLANA BAIXA	50,2%	60,0%	4,8%	0,0%	48,6%	40,0%	251	15
TOTAL	83,4%	60,3%	1,9%	1,7%	15,7%	37,9%	2.019	58

Les dades d'ús per nacionalitat són poc rellevants pel poc nombre de respostes en algunes comarques, encara que indiquen la importància que té en l'àmbit personal.

COMARQUES	Sense estudis	Educació primària	Educació secundària obligatòria (ESO)	Batxillerat (BUP)/ Curs d'orientació professional (COU)	Formació professional	Cicle formatiu de grau superior	Llicenciatura/ Diplomatura	Màster/ Doctorat
Total	96,3%	99,4%	88,8%	89,1%	85,8%	84,2%	50,5%	50,0%
ALT MAESTRAT	100,0%	100,0%	75,0%	88,2%	96,2%	85,7%	69,2%	0,0%
ALTO MIJARES	91,7%	96,0%	100,0%	95,5%	94,0%	95,6%	91,7%	81,8%
ALTO PALANCIA	91,7%	100,0%	97,8%	96,5%	96,2%	98,2%	88,2%	92,3%
BAIX MAESTRAT	100,0%	100,0%	94,4%	94,7%	95,4%	100,0%	83,9%	60,0%
PORTS	100,0%	100,0%	97,3%	98,5%	95,5%	100,0%	42,9%	50,0%
ALCALATÉN	100,0%	100,0%	100,0%	95,0%	97,8%	75,0%	46,9%	42,9%
PLANA ALTA	100,0%	100,0%	86,7%	59,5%	64,6%	50,0%	33,3%	17,2%
PLANA BAIXA	0,0%	92,3%	64,8%	62,8%	48,6%	51,7%	31,3%	33,3%

Quadre 5.9.
Ús d'Internet.
Personal
(domèstic/familiar).
Nivell acadèmic.

És interessant comprovar la relació entre l'ús exclusivament personal d'Internet i el nivell d'estudis. Els grups amb més formació són els que fan un ús combinat d'Internet més alt. Indirectament podem afirmar que més nivell formatiu sol correspondre a un ús més professional d'Internet. Així mateix, s'observa que com més baix és el nivell formatiu, més baixa també l'ús d'Internet en l'activitat professional. Aquest resultat ocorre en totes les comarques, i especialment a la Plana Alta i la Plana Baixa, on apareixen diferències rellevants tant en persones amb formació universitària com en persones que tenen formació tècnica de tipus professional.

La graella de dades segons el nivell d'estudis corrobora la relació existent entre formació, ocupació i ús d'eines tecnològiques. Les ocupacions que requereixen poca formació són també aquelles en què es fa menys ús de les TIC; mentre que en ocupacions que requereixen nivells formatius més elevats es fa un ús més alt d'aquestes tecnologies.

COMARQUES	Estudiant	Actualment desocupat	Mestressa/mestre de casa	Jubilat/retirat	Empresari	Autònom	Empleat
Total	90,4%	79,2%	96,0%	99,8%	58,3%	57,0%	74,1%
ALT MAESTRAT	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	81,8%
ALTO MIJARES	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	89,7%
ALTO PALANCIA	100,0%	89,5%	100,0%	100,0%	100,0%	75,0%	96,7%
BAIX MAESTRAT	72,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	93,1%
PORTS	100,0%	60,0%	0,0%	100,0%	0,0%	75,0%	91,9%
ALCALATÉN	91,7%	100,0%	100,0%	100,0%	33,3%	92,9%	71,1%
PLANA ALTA	79,3%	63,6%	75,0%	95,0%	0,0%	36,8%	39,9%
PLANA BAIXA	76,0%	72,0%	85,0%	100,0%	20,0%	11,8%	33,8%

Quadre 5.10.
Ús d'Internet.
Personal
(domèstic/familiar).
Ocupació.

Pel que fa a tipus d'ocupació, l'ús exclusivament domèstic d'Internet és menys freqüent en el cas d'empresaris i treballadors autònoms a totes les comarques. De nou, aquest resultat ocorre amb més intensitat a la Plana Alta i a la Plana Baixa. En aquestes dues comarques s'observa també un ús més baix d'Internet per a qüestions domèstiques en el cas de persones desocupades. Aquests resultats són coherents amb els obtinguts sobre l'activitat laboral d'aquestes dues comarques i, també, amb algunes pautes de treball que associen ús mixt d'Internet en persones que mostren més responsabilitat laboral (autònoms i empresaris).

El resultat d'ús mixt ocorre principalment en els grups professionalment actius, amb lleugera diferència favorable a empresaris i autònoms respecte a empleats. Destaquem en aquest punt la valoració de persones desocupades.

Quadre 5.11.
Ús d'Internet.
Tots dos. Ocupació.

COMARQUES	Estudiant	Actualment desocupat	Mestressa/mestre de casa	Jubilat/retirat	Empresari	Autònom	Empleat
Total	9,0%	20,0%	4,0%	0,2%	36,1%	36,7%	25,0%
ALT MAESTRAT	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%	18,2%
ALTO MIJARES	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	7,5%
ALTO PALANCIA	0,0%	10,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
BAIX MAESTRAT	27,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,9%
PORTS	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	7,4%
ALCALATÉN	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	7,1%	28,9%
PLANA ALTA	20,7%	33,3%	25,0%	5,0%	85,7%	47,4%	56,8%
PLANA BAIXA	20,0%	28,0%	15,0%	0,0%	80,0%	82,4%	65,5%

Quadre 5.12.
Ús d'Internet.
Laboral/Professional.
Ocupació.

COMARQUES	Estudiant	Actualment desocupat	Mestressa/mestre de casa	Jubilat/retirat	Empresari	Autònom	Empleat
Total	1,2%	1,6%	0,8%	0,0%	5,6%	8,9%	2,5%
ALT MAESTRAT	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%
ALTO MIJARES	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
ALTO PALANCIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%
BAIX MAESTRAT	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PORTS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
ALCALATÉN	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PLANA ALTA	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	14,3%	26,3%	9,5%
PLANA BAIXA	8,0%	4,0%	5,0%	0,0%	0,0%	5,9%	4,8%

El quadre d'ús estrictament laboral confirma alguns resultats anteriors que indiquen una importància més baixa de l'ús exclusiu de les TIC. En general, i així s'observa en els altres resultats de l'enquesta, l'ús combinat d'Internet és el més habitual a totes les comarques de Castelló.

Les dades totals segons l'ocupació principal de l'entrevistat són rellevants, de manera que les ocupacions que s'associen a més nivell de responsabilitat són les que indiquen menys ús domèstic/familiar. Això s'ha d'interpretar indirectament com a més ús professional d'Internet (en general en categoria d'ús mixt) i que podem considerar en línia amb els resultats obtinguts per a empresaris i autònoms. De nou la dada per comarques mostra que la Plana Alta, la Plana Baixa i, en aquest cas, l'Alcalatén tenen un comportament diferenciat que té explicació en la major densitat econòmica i laboral d'aquestes comarques.

Els resultats per a aquestes tres comarques, on s'alça el districte industrial de la ceràmica de Castelló, confirmen comportaments identificats en nombrosos treballs de recerca sobre el sector relacionats amb la competitivitat del sector i la transmissió de coneixement tècnic. Es tracta de conductes derivades de formar part d'un districte industrial, on es produeix una elevada interacció entre els agents integrants del sector que comparteixen un conjunt de coneixements en un context conegut com a atmosfera industrial. Aquestes relacions professionals recolzen en l'existència de xarxes de capital social fortes entre treballadors i empreses, en què, a més, disposen d'elements personals (relacions socials dins del districte industrial) que faciliten més transmissió del coneixement a partir de la interconnexió entre agents econòmics i laborals. Així, Internet i altres elements digitals són una eina vàlida per a aquest fenomen, la qual cosa repercuteix en l'increment del trànsit d'informació entre treballadors i integrants del districte industrial i podria ser la causa d'alguns comportaments positius que afavoreixen la competitivitat del sector i que són clau en aquestes comarques especialitzades en la producció ceràmica.

L'ús mixt d'Internet, segons el lloc de treball i la comarca, corrobora els resultats que suggereixen més presència del camp professional en ús de més responsabilitat i, al mateix temps, en les comarques amb més densitat econòmica i laboral.

Quadre 5.13.
Ús d'Internet.
Laboral/Professional.
Ocupació.

COMARQUES	TOTAL	ALT MAESTRAT	ALTO MIJARES	ALTO PALANCIA	BAIX MAESTRAT	PORTS	ALCALATEN	PLANA ALTA	PLANA BAIXA
Directors i gerents	54,10%	66,70%	77,80%	90,00%	100,00%	25,00%	25,00%	23,10%	17,60%
Capatàs, encarregat	79,20%	100,00%	85,70%	100,00%	91,70%	100,00%	100,00%	50,00%	37,50%
Professionals científics i intel·lectuals	66,70%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	66,70%	100,00%	14,30%	25,00%
Tècnics i professionals d'alt nivell	68,80%	85,70%	100,00%	92,90%	100,00%	57,10%	33,30%	20,00%	15,40%
Tècnics i professionals de nivell mitjà	65,40%	94,70%	90,30%	96,40%	86,80%	100,00%	40,00%	41,50%	21,70%
Personal de suport administratiu	58,30%	37,50%	88,50%	88,20%	85,70%	54,50%	17,60%	41,70%	46,90%
Representant, agent comercial	73,80%	100,00%	100,00%	91,70%	90,90%	100,00%	81,80%	31,30%	33,30%
Treballadors dels serveis i venedors de comerços i mercats	94,10%	97,30%	97,40%	100,00%	95,80%	99,10%	100,00%	53,60%	64,00%
Agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers	94,00%	71,40%	100,00%	80,00%	100,00%	87,50%	100,00%	100,00%	75,00%
Oficials, operaris i artesans	83,30%	96,00%	100,00%	93,30%	88,90%	100,00%	100,00%	75,00%	45,50%
Operadors d'instal·lacions i de màquines eina	92,60%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	63,60%	66,70%	100,00%
Ocupacions elementals, subalterns	96,70%	100,00%	93,80%	92,30%	100,00%	100,00%	96,40%	100,00%	100,00%
Jornalers	89,90%	0,00%	84,60%	100,00%	84,60%	100,00%	100,00%	50,00%	70,00%
Ocupacions militars	85,00%	100,00%	100,00%	100,00%	85,70%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%
Altres oficis no qualificats	94,40%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	76,20%	76,00%
Cap, no he treballat mai	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

COMARQUES	TOTAL	ALT MAESTRAT	ALTO MIJARES	ALTO PALANCIA	BAIX MAESTRAT	PORTS	ALCALATEN	PLANA ALTA	PLANA BAIXA
Directors i gerents	41,90%	0,00%	22,20%	10,00%	0,00%	75,00%	75,00%	61,50%	82,40%
Capatàs, encarregat	18,90%	0,00%	14,30%	0,00%	8,30%	0,00%	0,00%	37,50%	62,50%
Professionals científics i intel·lectuals	33,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,30%	0,00%	85,70%	75,00%
Tècnics i professionals d'alt nivell	28,40%	14,30%	0,00%	7,10%	0,00%	28,60%	66,70%	75,00%	76,90%
Tècnics i professionals de nivell mitjà	32,50%	5,30%	3,20%	3,60%	13,20%	0,00%	60,00%	52,80%	78,30%
Personal de suport administratiu	40,50%	62,50%	11,50%	11,80%	14,30%	45,50%	82,40%	55,60%	50,00%
Representant, agent comercial	26,30%	0,00%	0,00%	8,30%	9,10%	0,00%	18,20%	68,80%	66,70%
Treballadors dels serveis i venedors de comerços i mercats	5,50%	2,70%	2,60%	0,00%	4,20%	0,90%	0,00%	39,30%	36,00%
Agricultors i treballadors qualificats agropecuaris, forestals i pesquers	5,00%	28,60%	0,00%	20,00%	0,00%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%
Oficials, operaris i artesans	16,70%	4,00%	0,00%	6,70%	11,10%	0,00%	0,00%	25,00%	54,50%
Operadors d'instal·lacions i de màquines eina	7,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	36,40%	33,30%	0,00%
Ocupacions elementals, subalterns	1,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,60%	0,00%	0,00%
Jornalers	8,90%	0,00%	7,70%	0,00%	15,40%	0,00%	0,00%	50,00%	30,00%
Ocupacions militars	15,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,30%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Altres oficis no qualificats	5,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	23,80%	24,00%
Cap, no he treballat mai	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Quadre 5.14.
Ús d'Internet.
Tots dos. Profesió o tipus de treball (actual o últim treball exercit).

5.2. LLOC HABITUAL DE CONNEXIÓ A INTERNET

Amb la finalitat d'analitzar amb més detall el lloc habitual de connexió a Internet s'han seleccionat les opcions majoritàries i que es consideren d'interès. En el cas de l'activitat professional: "des de casa" i "des de l'oficina". I en l'àmbit personal són rellevants les opcions "des de casa" i "des del mòbil".

Quadre 5.15.
Punt de connexió
(professional i
personal).

COMARQUES	PERSONAL		PROFESSIONAL	
	Casa	Mòbil	Casa	Des de l'oficina a través d'un ordinador/dispositiu mòbil
Total	93,4%	1,2%	26,9%	70,2%
ALT MAESTRAT	76,8%	1,2%	35,7%	64,3%
ALTO MIJARES	94,7%	1,2%	53,8%	38,5%
ALTO PALANCIA	98,1%	0,8%	70,0%	30,0%
BAIX MAESTRAT	96,6%	1,9%	13,3%	86,7%
PORTS	94,8%	3,6%	28,6%	71,4%
ALCALATÉN	95,4%	1,1%	25,0%	75,0%
PLANA ALTA	93,4%	0,0%	23,4%	73,8%
PLANA BAIXA	97,3%	0,0%	25,7%	70,0%

Com es pot observar en la graella anterior, les dues primeres columnes representen pràcticament el 100% de les respostes. En aquest sentit, en l'àmbit professional l'opció majoritària de connexió a Internet és "des de l'oficina". Per comarques, El Alto Palancia i El Alto Mijares són les que tenen aquestes dues opcions invertides, probablement perquè les ocupacions majoritàries tenen més relació amb activitats on no és fonamental la connexió a Internet. En l'àmbit personal, l'opció "casa" és la preferida en totes les comarques.

En el quadre 5.16 s'analitza amb més detall el dispositiu mitjançant el qual s'efectua la connexió a Internet, tant en l'àmbit personal com professional. Tal com s'observa en el quadre, en l'àmbit personal l'opció majoritària és el mòbil, mentre que en l'àmbit professional l'opció majoritària és l'ordinador. Si observem les diferències entre comarques, en l'àmbit personal, tant la Plana Alta com la Plana Baixa, són les comarques que més ús personal donen a l'ordinador, mentre que en l'àmbit professional, el mòbil és més emprat a les comarques d'El Alto Mijares, El Alto Palancia i l'Alcalatén.

Quadre 5.16.
Tipus de dispositiu
emprat per a
connectar-s'hi
(professional i
personal).

COMARQUES	PERSONAL			PROFESSIONAL		
	Amb dispositiu mòbil	Amb ordinador	Un altre mitjà [especifiqueu-lo]	Amb dispositiu mòbil	Amb ordinador	Un altre mitjà [especifiqueu-lo]
Total	86,8%	13,0%	0,2%	14,0%	85,5%	0,5%
ALT MAESTRAT	83,9%	16,1%	0,0%	7,9%	92,9%	0,0%
ALTO MIJARES	87,4%	12,6%	0,0%	38,5%	61,5%	0,0%
ALTO PALANCIA	96,2%	3,8%	0,0%	20,0%	80,0%	0,0%
BAIX MAESTRAT	97,3%	2,7%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
PORTS	98,8%	1,2%	0,0%	7,1%	92,9%	0,0%
ALCALATÉN	90,0%	10,0%	0,0%	21,9%	78,1%	0,0%
PLANA ALTA	67,7%	31,9%	0,4%	12,1%	87,9%	0,0%
PLANA BAIXA	73,0%	25,9%	1,1%	14,3%	84,3%	1,4%

5.3. NIVELLS DE SATISFACCIÓ EN EL SERVEI D'INTERNET

Els nivells de satisfacció en el servei d'Internet s'han mesurat en una escala de l'1 al 5, en què l'1 és el nivell de "satisfacció deficient" i 5 el de "satisfacció excel·lent". El quadre 5.17 mostra les respostes a la pregunta tant en l'àmbit personal com professional. En l'àmbit personal el pes dels qui consideren que el servei és deficient és superior a l'àmbit professional. Per comarques, en l'àmbit personal destaca El Alto Mijares i el Baix Maestrat, amb el 28,3% i 41,7%, respectivament, d'opcions en l'apartat 1 i 2. Cal destacar també el resultat d'El Alto Mijares i els Ports, comarques on únicament el 3,7% i el 4,1% declaren que el nivell de satisfacció en el servei d'Internet és excel·lent. Es tracta de les dues comarques amb més dificultats d'accés a Internet derivades de problemes de cobertura mòbil i deficiències en la xarxa de fibra, circumstància que té reflex en nivells de satisfacció inferiors.

En l'àmbit professional, pràcticament totes les comarques presenten un percentatge alt de satisfacció. L'única excepció és la comarca de l'Alcalatén, on aquest percentatge se situa per davall del 50%, i El Alto Palancia, amb un 50%.

COMARQUES	PERSONAL					PROFESSIONAL				
	1 [Deficient]	2	3	4	5 [Excel·lent]	1 [Deficient]	2	3	4	5 [Excel·lent]
Total	4,9%	11,6%	26,1%	32,0%	25,1%	1,6%	6,1%	20,7%	35,1%	36,2%
ALT MAESTRAT	3,1%	9,8%	28,7%	38,6%	19,7%	0,0%	0,0%	7,1%	64,3%	28,6%
ALTO MIJARES	8,2%	20,1%	30,3%	37,7%	3,7%	15,4%	23,1%	7,7%	38,5%	15,4%
ALTO PALANCIA	2,7%	9,9%	15,6%	21,7%	48,7%	0,0%	20,0%	30,0%	10,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	18,8%	22,9%	33,8%	19,5%	4,1%	0,0%	6,7%	26,7%	33,3%	33,3%
PORTS	3,6%	6,0%	24,1%	26,9%	39,4%	0,0%	7,1%	7,1%	35,7%	42,9%
ALCALATÉN	0,0%	15,7%	45,6%	26,4%	12,3%	0,0%	6,3%	56,3%	15,6%	21,9%
PLANA ALTA	1,9%	3,1%	19,5%	40,9%	34,6%	0,7%	3,6%	22,1%	32,1%	41,4%
PLANA BAIXA	0,8%	5,0%	11,5%	45,2%	37,5%	2,2%	6,5%	13,8%	41,3%	36,2%

Quadre 5.17.
Nivell de satisfacció en el servei d'Internet. Personal i professional.

El resultat del grau de satisfacció queda condicionat per alguns aspectes ja esmentats, especialment amb el grau d'ús d'Internet per a qüestions professionals o personals. Les dades indiquen menys satisfacció en l'ús domèstic/personal, mentre que augmenta en deu punts percentuals en l'àmbit professional. Aquesta millor valoració ocorre, llevat de petites diferències, en pràcticament totes les comarques (comportament que també ocorre en grau de satisfacció alt). Els motius que expliquen aquest fet es relacionen amb el punt de connexió i els mitjans emprats (des de l'oficina i amb ordinadors per a l'activitat professional) que permeten més bona qualitat de connexió.

5.4. LES TIC I ELS ÀMBITS D'ÚS

1. APLICACIONS PER A LA COMUNICACIÓ DIGITAL

En aquest apartat s'identifica la importància que els usuaris atribueixen a les aplicacions mòbils i web per a la comunicació digital (WhatsApp, SMS, correu electrònic, xats, etc.) segons l'opinió dels mateixos usuaris. Els resultats de l'enquesta mostren diverses dades d'interès.

S'analitzen diversos àmbits d'ús, tant en l'àmbit d'usuari particular-personal, com en l'àmbit professional, i es valora la importància que la població li proporciona. La valoració s'efectua seguint l'escala d'1 [gens d'importància] a 5 [molta importància].

En l'àmbit personal, més del 70% dels enquestats les consideren "importantes o molt importants" especialment al Ports (75%) seguit de les comarques de l'Alt Maestrat, El Alto Palancia, la Plana Alta i la Plana Baixa. En dades conjuntes, únicament el 2,2% dels usuaris opina que aquestes aplicacions "no tenen importància".

En l'esfera professional, aquestes aplicacions mòbils i els formats web representen el 74% de les opinions recollides amb una valoració d'"importància" o "gran importància". Els valors més rellevants apareixen a El Alto Palancia i als Ports.

Pel que fa a les aplicacions TIC per a la comunicació digital, la diferència en resultats és similar a l'obtinguda en relació amb la satisfacció. De nou el pla professional mostra una valoració superior de les eines informàtiques, i és raonable assimilar més qualitat (satisfacció) de connexió amb un ús més considerable d'aquestes eines de comunicació.

Quadre 5.18.
Aplicacions per a la comunicació digital. Aplicacions mòbils/web.

COMARQUES	PERSONAL					PROFESSIONAL				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	2,2%	11,8%	23,2%	26,8%	35,9%	4,0%	3,2%	19,0%	30,2%	43,7%
ALT MAESTRAT	12,6%	12,2%	15,0%	13,4%	46,5%	0,0%	0,0%	21,4%	35,7%	42,9%
ALTO MIJARES	3,3%	12,3%	27,5%	39,3%	17,6%	0,0%	0,0%	38,5%	30,8%	30,8%
ALTO PALANCIA	0,8%	10,3%	17,5%	27,8%	43,3%	0,0%	0,0%	20,0%	10,0%	70,0%
BAIX MAESTRAT	0,0%	11,3%	48,5%	30,8%	9,4%	0,0%	6,7%	20,0%	26,7%	46,7%
PORTS	0,4%	2,8%	10,4%	10,8%	75,5%	0,0%	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%
ALCALATÉN	0,0%	40,8%	38,8%	10,4%	10,0%	40,6%	0,0%	34,4%	6,3%	18,8%
PLANA ALTA	0,4%	3,1%	15,0%	40,6%	40,9%	0,0%	4,3%	17,7%	34,0%	44,0%
PLANA BAIXA	0,4%	1,2%	11,6%	41,7%	45,2%	1,4%	3,6%	15,1%	34,5%	45,3%

2. ACTIVITATS GENERALS DE LA VIDA QUOTIDIANA

Les TIC en l'exercici d'activitats habituals adquireix protagonisme en la dimensió professional. El 79,4% dels enquestats les consideren "importantes o molt importants", mentre que únicament el 3,7% assenyalen que "no són importants o tenen poca importància". Els valors més rellevants s'arreglen a les comarques de l'Alt Maestrat, el Baix Maestrat, els Ports i la Plana Baixa.

Quadre 5.19.
Aplicacions para la comunicació digital. Desempeño general.

COMARQUES	En la vida quotidiana					En la faena				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	16,0%	11,1%	24,1%	26,2%	22,2%	0,0%	3,7%	16,9%	33,9%	45,5%
ALT MAESTRAT	54,7%	14,2%	15,4%	7,9%	7,5%	0,0%	0,0%	7,1%	50,0%	42,9%
ALTO MIJARES	3,3%	15,6%	39,8%	31,6%	9,8%	0,0%	15,4%	15,4%	30,8%	38,5%
ALTO PALANCIA	5,7%	10,6%	27,0%	24,7%	31,6%	0,0%	10,0%	20,0%	20,0%	50,0%
BAIX MAESTRAT	1,5%	15,4%	39,1%	33,5%	8,6%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%	60,0%
PORTS	7,6%	5,2%	16,9%	14,5%	55,4%	0,0%	0,0%	7,1%	28,6%	64,3%
ALCALATÉN	54,4%	19,9%	12,6%	6,5%	6,5%	0,0%	3,1%	12,5%	9,4%	75,0%
PLANA ALTA	0,0%	3,5%	20,9%	46,9%	28,7%	0,0%	5,0%	19,9%	35,5%	39,7%
PLANA BAIXA	0,4%	4,2%	21,2%	44,0%	30,1%	0,0%	2,2%	16,5%	39,6%	41,7%

En les activitats quotidianes de perfil personal, el 48,4% dels enquestats considera que són importants o molt importants. Els àmbits amb percentatges més elevats, superiors al 80%, són El Alto Palancia, els Ports, la Plana Alta i la Plana Baixa. Els resultats són superiors en totes les comarques per a l'exercici professional i, així, es confirmen els resultats de fiabilitat, qualitat i satisfacció indicats més amunt.

3. TIC I FORMACIÓ

El paper de les TIC en els processos de formació és rellevant, sobretot quan es tracta d'una formació amb finalitats professionals. El 75,9% dels enquestats valoren com a "important o molt important" aquesta circumstància. En aquest sentit, destaquen algunes comarques amb percentatges superiors al 80%, com el Baix Maestrat, els Ports, l'Alt Maestrat i la Plana Baixa. Només el 6,9% dels usuaris considera que "no té gens d'importància".

En la dimensió personal-particular crida l'atenció que el 42,8% dels enquestats considera que la importància de les TIC en la seua formació és escassa o nul·la. Aquesta dada és particularment sorprenent perquè en el pla personal és habitual associar les TIC amb eines que intervenen en la formació en tots els nivells educatius.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)
Total	30,5%	12,3%	19,3%	17,4%	19,7%	1,6%	5,3%	17,2%	34,0%	41,9%
ALT MAESTRAT	78,7%	4,3%	8,3%	3,5%	5,1%	0,0%	0,0%	14,3%	42,9%	42,9%
ALTO MIJARES	37,3%	25,8%	25,0%	8,2%	3,3%	0,0%	30,8%	15,4%	38,5%	15,4%
ALTO PALANCIA	35,0%	23,6%	16,0%	8,0%	17,1%	10,0%	10,0%	20,0%	10,0%	50,0%
BAIX MAESTRAT	0,4%	20,7%	39,1%	28,6%	9,8%	6,7%	0,0%	0,0%	40,0%	53,3%
PORTS	23,3%	4,4%	10,0%	7,6%	51,4%	7,1%	0,0%	0,0%	14,3%	78,6%
ALCALATÉN	66,3%	10,0%	11,5%	6,5%	5,4%	0,0%	18,8%	46,9%	21,9%	12,5%
PLANA ALTA	2,4%	4,7%	21,3%	39,4%	32,3%	2,1%	2,9%	18,6%	35,7%	40,7%
PLANA BAIXA	1,6%	5,0%	22,5%	36,8%	34,1%	0,0%	3,6%	12,9%	36,7%	46,8%

Quadre 5.20.
Aplicacions per
a la comunicació
digital. Formació.

4. DIGITALITZACIÓ I TRÀMITS AMB ENTITATS BANCÀRIES

En referència al procés de digitalització en la realització de tràmits amb bancs en l'àmbit personal destaca que un 44,6%, menys de la meitat, dels usuaris la qualifica com a "important o molt important". Per a tràmits professionals, aquest percentatge puja fins al 62,1%.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)
Total	18,5%	14,7%	21,6%	18,5%	26,1%	10,6%	9,0%	18,0%	27,6%	34,5%
ALT MAESTRAT	48,0%	8,7%	10,6%	6,7%	25,6%	0,0%	14,3%	28,6%	14,3%	42,9%
ALTO MIJARES	37,3%	27,9%	24,6%	6,6%	3,7%	23,1%	0,0%	30,8%	23,1%	23,1%
ALTO PALANCIA	9,1%	20,5%	27,8%	18,6%	23,6%	10,0%	10,0%	30,0%	10,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	0,4%	21,8%	39,1%	26,7%	9,4%	26,7%	33,3%	6,7%	13,3%	13,3%
PORTS	10,8%	8,8%	12,0%	7,6%	60,0%	14,3%	7,1%	0,0%	14,3%	64,3%
ALCALATÉN	38,3%	20,3%	23,8%	11,5%	5,7%	12,5%	3,1%	3,1%	28,1%	53,1%
PLANA ALTA	2,0%	5,5%	15,0%	35,2%	42,3%	12,1%	8,6%	17,9%	30,7%	30,7%
PLANA BAIXA	3,1%	3,9%	19,1%	34,2%	39,7%	6,5%	8,6%	21,6%	30,2%	33,1%

Quadre 5.21. .
Aplicacions per
a la comunicació
digital. Tràmits
amb bancs.

En l'àmbit personal cal destacar les comarques dels Ports, la Plana Alta i la Plana Baixa, ja que consideren que les TIC en la gestió bancària és "important o molt important". Per contra, a El Alto Mijares i l'Alcalatén es considera que aquests serveis no són importants.

Pel que fa a l'àmbit professional, l'Alcalatén i els Ports són les comarques que consideren les aplicacions digitals molt importants per als tràmits bancaris. A la comarca del Baix Maestrat, el 60% dels entrevistats considera que no són importants o poc importants.

El resultat confirma la diferència a favor del perfil professional, circumstància que s'adiu amb els resultats esperats per la importància d'aquestes eines en la gestió d'empreses i l'exercici professional. De fet, els resultats mostren una valoració positiva en tots els perfils, i això, a més de qüestions de confiança, respon també a la resposta sobre la reducció generalitzada d'oficines bancàries.

5. DIGITALITZACIÓ I TRÀMITS AMB L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

En referència a l'aplicació digital en la realització de tràmits amb l'Administració pública s'observen diferències en les respostes en l'àmbit comarcal. En l'àmbit personal, el 37,4% dels entrevistats atribueix a aquest servei una importància elevada. Per comarques, veiem que les que mostren uns percentatges més alts són la Plana Alta i la Plana Baixa, mentre que a l'Alt Millars i l'Alcalatén únicament el 9,9% i el 8,8% li donen una importància elevada.

En l'àmbit professional, els percentatges són més elevats. Per comarques, els Ports és la que té un percentatge més alt d'entrevistats que consideren "molt important" la digitalització de l'Administració pública.

És interessant observar les diferències entre la relació amb la banca i amb l'Administració, en què la primera ix afavorida. Així doncs, reprenent l'argument anterior, la importància més alta dels tràmits bancaris es vincula amb la necessitat que imposa la desaparició de moltes oficines, situació que no ocorre amb tanta intensitat en l'Administració i que, a més, disposa de canals alternatius per a relacionar-se amb els ciutadans com ara les oficines presencials i els gestors professionals.

Quadre 5.22.
Aplicacions per
a la comunicació
digital.
Tràmits amb
l'Administració
pública.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)
Total	23,3%	17,2%	21,8%	16,0%	21,4%	7,7%	7,2%	21,3%	24,7%	39,1%
ALT MAESTRAT	54,3%	11,0%	13,0%	5,9%	15,7%	0,0%	14,3%	21,4%	21,4%	42,9%
ALTO MIJARES	38,5%	30,7%	20,9%	6,6%	3,3%	23,1%	23,1%	15,4%	15,4%	23,1%
ALTO PALANCIA	20,5%	17,5%	27,4%	16,3%	17,9%	10,0%	0,0%	40,0%	20,0%	30,0%
BAIX MAESTRAT	1,1%	25,2%	38,0%	28,2%	6,8%	20,0%	0,0%	26,7%	13,3%	40,0%
PORTS	14,5%	8,4%	18,5%	7,6%	49,8%	0,0%	7,1%	7,1%	7,1%	78,6%
ALCALATÉN	52,1%	26,1%	12,6%	5,7%	3,1%	25,0%	3,1%	18,8%	25,0%	28,1%
PLANA ALTA	1,6%	10,3%	19,8%	29,8%	38,5%	6,4%	7,1%	22,1%	27,9%	36,4%
PLANA BAIXA	4,3%	7,8%	23,4%	27,0%	37,5%	3,6%	7,2%	21,0%	26,1%	42,0%

6. TIC I COMPRES EN LÍNIA

Les compres en línia han anat augmentat com una forma de distribució comercial. Així mateix, als territoris rurals s'ha vist com una manera de potenciar el comerç tradicional i aconseguir que els nivells de competitivitat del comerç local milloren, a més de dur productes a tots els territoris

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)
Total	25,2%	14,8%	21,9%	18,6%	19,0%	20,4%	14,3%	18,5%	20,4%	26,2%
ALT MAESTRAT	62,6%	9,4%	13,8%	6,7%	7,5%	21,4%	14,3%	21,4%	7,1%	35,7%
ALTO MIJARES	39,3%	22,1%	22,5%	11,5%	4,5%	15,4%	15,4%	30,8%	38,5%	0,0%
ALTO PALANCIA	32,3%	18,6%	25,5%	11,0%	12,2%	0,0%	10,0%	10,0%	10,0%	70,0%
BAIX MAESTRAT	0,4%	32,0%	38,3%	22,9%	4,9%	33,3%	20,0%	6,7%	20,0%	13,3%
PORTS	12,9%	11,2%	22,1%	15,3%	38,2%	35,7%	14,3%	0,0%	14,3%	35,7%
ALCALATÉN	52,5%	11,5%	17,2%	11,9%	5,4%	65,6%	6,3%	6,3%	3,1%	18,8%
PLANA ALTA	2,0%	7,9%	14,6%	35,4%	40,2%	14,2%	17,0%	23,4%	22,0%	23,4%
PLANA BAIXA	0,4%	5,4%	20,5%	34,0%	39,8%	15,1%	12,9%	18,7%	23,7%	29,5%

Quadre 5.23.
Aplicacions per a la comunicació digital. Compres en línia.

que, si no, no estarien disponibles. No obstant això, continua havent-hi gran disparitat pel que fa a la importància que li atribueixen. En l'àmbit personal, el 40% dels entrevistats li atribueix poca importància o no li n'atribueix gens; encara que aquest percentatge es redueix al 24% a la comarca dels Ports i fins al 9,9% i el 8% a la Plana Alta i la Plana Baixa. D'altra banda, aquest percentatge arriba al 72% a l'Alt Maestrat. Així doncs, cal destacar que són les comarques amb més mitjans comercials i amb més densitat econòmica les que més importància assignen a la possibilitat de fer compres en línia.

En l'àmbit professional, els nivells d'importància assignats a aquesta forma de distribució comercial són més alts. Així, a El Alto Palancia, el 80% dels entrevistats li concedeix una gran importància. En total, el 46,6% dels enquestats pensa que té molta importància, mentre que el 34,7% diu que no en té gaire.

7. CERCA D'INFORMACIÓ MITJANÇANT LES TIC

Quadre 5.24. Aplicacions per a la comunicació digital. Cerca d'informació sobre temes d'interès, aficions, entreteniment, etc., en l'àmbit personal, i cerca d'informació relacionada amb la feina, informació tècnica, resolució de problemes, etc. en l'àmbit professional.

Les TIC representen, com més va més, plataformes d'accés a informació. Si es comparen els àmbits personal i professional queda clar que hi ha diferències rellevants, però en certa manera és justificable perquè són usos diferents. En l'àmbit professional i en algunes faenes, l'ús de les TIC per a aquesta finalitat és pràcticament imprescindible. Per tant, en l'àmbit personal, el 55,5% dels enquestats contesten que és molt important, enfront del 82,7% en l'àmbit professional.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)	1 (gens d'importància)	2	3	4	5 (molta importància)
Total	13,0%	12,8%	18,3%	21,5%	34,0%	2,1%	3,7%	11,4%	24,1%	58,6%
ALT MAESTRAT	55,1%	6,3%	8,7%	8,7%	21,3%	0,0%	0,0%	21,4%	21,4%	57,1%
ALTO MIJARES	11,9%	21,7%	31,6%	23,0%	11,9%	0,0%	7,7%	15,4%	30,8%	46,2%
ALTO PALANCIA	7,2%	7,2%	7,2%	7,2%	7,2%	10,0%	0,0%	20,0%	20,0%	50,0%
BAIX MAESTRAT	0,8%	27,4%	41,4%	22,2%	7,5%	0,0%	6,7%	6,7%	20,0%	66,7%
PORTS	23,0%	20,7%	10,3%	19,9%	24,5%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	85,7%
ALCALATÉN	23,0%	20,7%	10,3%	19,9%	24,5%	0,0%	0,0%	9,4%	6,3%	84,4%
PLANA ALTA	0,4%	4,0%	10,3%	30,8%	54,5%	2,9%	6,4%	10,0%	30,7%	50,0%
PLANA BAIXA	0,0%	3,1%	14,0%	30,2%	52,7%	2,2%	2,2%	12,9%	23,0%	59,7%

Quadre 5.24.
Aplicacions per a la comunicació digital. Cerca d'informació sobre temes d'interès, aficions, entreteniment, etc., en l'àmbit personal, i cerca d'informació relacionada amb la feina, informació tècnica, resolució de problemes, etc. en l'àmbit professional.

Des del punt de vista territorial també hi ha diferències significatives. D'una banda, el 85,3% i el 82,9% dels enquestats a la Plana Alta i la Plana Baixa consideren que té molta importància, mentre que a El Alto Palancia aquest percentatge davalla fins al 14%. En l'àmbit professional destaca la comarca dels Ports, on tots els enquestats contesten que és "molt important". No obstant això, en aquest cas les diferències territorials no difereixen gaire perquè en un extrem hi ha la comarca dels Ports, amb un 100% de participants que afirmen que les TIC són molt importants en la cerca d'informació, i a l'altre se situa El Alto Palancia, amb un percentatge del 70%.

8. CONSULTA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ I TIC

Quant a l'ús de TIC per a consultar mitjans de comunicació, els entrevistats consideren que és important o molt rellevant en un percentatge una mica superior al 40%, tant en l'ús personal com professional. En aquest ítem destaca la comarca dels Ports. A l'extrem contrari se situen les comarques de l'Alcalatén i l'Alt Maestrat. En conjunt, els resultats en l'àmbit personal són una mica superiors al professional, i la comarca dels Ports destaca en l'àmbit professional.

Quadre 5.25.
Consulta de mitjans de comunicació, premsa en línia, informació en portals electrònics en l'àmbit personal i professional.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	21,4%	14,0%	22,6%	22,5%	18,9%	12,6%	12,6%	21,7%	28,9%	24,1%
ALT MAESTRAT	64,6%	6,7%	9,4%	8,3%	10,6%	14,3%	28,6%	0,0%	28,6%	28,6%
ALTO MIJARES	24,6%	25,0%	32,4%	13,1%	4,9%	7,7%	23,1%	23,1%	15,4%	30,8%
ALTO PALANCIA	11,0%	14,1%	20,9%	27,8%	25,9%	10,0%	20,0%	10,0%	20,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	1,1%	22,6%	42,5%	24,1%	8,3%	13,3%	20,0%	33,3%	13,3%	13,3%
PORTS	10,4%	4,4%	20,9%	21,7%	42,2%	0,0%	0,0%	7,1%	21,4%	71,4%
ALCALATÉN	53,3%	23,8%	14,6%	5,4%	1,5%	71,9%	6,3%	9,4%	12,5%	0,0%
PLANA ALTA	4,8%	8,4%	19,1%	39,0%	28,7%	7,2%	15,9%	21,7%	33,3%	21,7%
PLANA BAIXA	1,9%	6,6%	20,9%	40,7%	29,8%	5,8%	8,0%	27,5%	32,6%	26,1%

9. ENTRETENIMENT I OCI

Els resultats sobre la importància per a l'entreteniment d'Internet indica un efecte superior en l'àmbit personal. És evident que introduir aquesta qüestió en l'ús professional fa més difícil interpretar-ne el resultat que, en tot cas, no és negligible (de nou a les comarques amb més densitat econòmica i poblacional).

Quadre 5.26.
Entreteniment, oci personal i entreteniment, oci en la jornada laboral.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	14,4%	12,4%	24,6%	24,2%	23,8%	24,9%	18,3%	20,2%	19,6%	16,7%
ALT MAESTRAT	28,3%	5,5%	30,3%	16,9%	18,9%	21,4%	21,4%	28,6%	7,1%	21,4%
ALTO MIJARES	9,0%	12,7%	26,6%	38,5%	13,1%	7,7%	38,5%	23,1%	23,1%	7,7%
ALTO PALANCIA	13,7%	22,4%	22,1%	17,9%	23,6%	20,0%	0,0%	40,0%	10,0%	30,0%
BAIX MAESTRAT	1,1%	19,2%	47,4%	22,6%	7,5%	20,0%	33,3%	20,0%	0,0%	20,0%
PORTS	8,8%	9,2%	14,9%	18,9%	46,6%	57,1%	7,1%	0,0%	7,1%	28,6%
ALCALATÉN	49,0%	15,3%	21,5%	10,0%	2,3%	84,4%	9,4%	3,1%	3,1%	0,0%
PLANA ALTA	2,0%	8,7%	13,9%	32,9%	42,5%	17,9%	21,4%	17,1%	27,1%	16,4%
PLANA BAIXA	2,3%	5,0%	18,9%	36,7%	37,1%	18,0%	15,8%	26,6%	20,9%	18,7%

10. TIC I XARXES SOCIALS

La rellevància de les xarxes socials i la presència en Internet mostra resultats que indiquen menys importància d'altres ítems en l'àmbit personal en la mitjana de les comarques de Castelló. Únicament les comarques de la Plana Alta i la Plana Baixa donen resultats per damunt del 50% a la suma de valoracions d'important i molt important. En l'ús professional, els valors són superiors en totes les comarques, sense que s'observen diferències tan marcades entre territoris. Pot ser que qüestions com la valoració de marques o vendes en línia estiguen darrere de la major rellevància d'aquesta aplicació en l'àmbit professional.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	26,4%	16,7%	23,5%	16,6%	15,9%	14,1%	17,6%	19,1%	24,7%	23,7%
ALT MAESTRAT	72,8%	8,7%	11,4%	4,7%	2,0%	14,3%	28,6%	14,3%	28,6%	14,3%
ALTO MIJARES	25,0%	20,1%	29,5%	14,8%	10,7%	7,7%	15,4%	23,1%	23,1%	30,8%
ALTO PALANCIA	26,6%	20,5%	21,7%	12,9%	17,9%	10,0%	10,0%	20,0%	20,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	2,3%	36,5%	35,0%	18,8%	5,6%	20,0%	46,7%	0,0%	6,7%	13,3%
PORTS	18,5%	10,4%	20,9%	11,2%	38,2%	35,7%	14,3%	0,0%	21,4%	28,6%
ALCALATÉN	55,2%	16,1%	16,1%	5,4%	3,1%	9,4%	34,4%	6,3%	34,4%	12,5%
PLANA ALTA	5,6%	11,9%	24,6%	34,5%	23,4%	14,4%	15,1%	23,7%	23,0%	23,7%
PLANA BAIXA	5,8%	8,1%	28,6%	30,1%	27,4%	12,9%	12,9%	21,6%	26,6%	25,9%

Quadre 5.27.
Presència
i visibilitat
en plataformes,
mitjans digitals
i xarxes socials.

11. MOBILITAT RURAL I TIC

Si s'analitza la mobilitat, els resultats des del punt de vista personal donen valors moderats en comparació amb altres usos, en què destaquen les comarques dels Ports, la Plana Alta i la Plana Baixa com els territoris on es considera que aquestes aplicacions tenen més rellevància. Pel que fa a l'ús professional, els resultats són lleugerament més alts, sobretot per la importància que s'atorga a la comarca d'El Alto Palancia.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	31,2%	17,3%	21,2%	15,4%	14,2%	21,6%	16,0%	21,6%	21,9%	18,1%
ALT MAESTRAT	67,3%	7,1%	13,4%	5,1%	7,1%	42,9%	35,7%	0,0%	7,1%	14,3%
ALTO MIJARES	48,8%	25,8%	17,6%	5,7%	1,6%	30,8%	23,1%	7,7%	30,8%	7,7%
ALTO PALANCIA	45,6%	16,7%	17,9%	9,9%	9,5%	10,0%	10,0%	20,0%	20,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	0,8%	27,8%	41,4%	22,9%	6,0%	33,3%	20,0%	6,7%	20,0%	6,7%
PORTS	16,5%	8,4%	20,5%	14,9%	39,8%	42,9%	0,0%	7,1%	28,6%	21,4%
ALCALATÉN	58,2%	24,5%	8,0%	4,2%	1,5%	71,9%	3,1%	3,1%	9,4%	9,4%
PLANA ALTA	5,6%	13,1%	23,4%	34,9%	23,0%	14,4%	16,5%	27,3%	22,3%	19,4%
PLANA BAIXA	7,8%	14,1%	27,0%	25,0%	26,2%	11,6%	17,4%	26,8%	24,6%	19,6%

Quadre 5.28.
Mobilitat (taxi,
lloguer de vehicles,
compra en línia
de bitllets de tren,
avió, autobús, etc.).

12. TIC I SERVEIS DE CERCA DE FAENA

És rellevant analitzar la importància de les eines TIC per a buscar faena en vista de l'objectiu final d'aquesta recerca relacionat amb el mercat laboral. La utilitat de plataformes digitals de cerca de faena, tant públiques com privades, és condicionada per les possibilitats d'èxit contrastades o per la necessitat d'atendre ofertes de faena o altres requisits administratius relacionats amb prestacions laborals.

Els resultats generals indiquen baixa rellevància en el pla personal i una miqueta superior en el professional. En l'àmbit personal destaca la comarca de la Plana Baixa, i en el professional destaca El Alto Palancia.

Els quadres següents mostren els resultats dels enquestats que estan desocupats. Aquestes dades, amb menys fiabilitat estadística per la reducció de la població de referència, confirmen que el nivell d'importància d'una eina estadística s'incrementa en la mesura que aquest instrument tinga interès directe i personal per a l'usuari.

Els percentatges indiquen que els usuaris desocupats valoren en més grau les aplicacions i les eines per a buscar faena. Aquests resultats apareixen tant si es computen des de l'àmbit personal com des del professional.

Quadre 5.29. Serveis en plataformes de cerca de faena (Labora, Infojobs) en els àmbits personal i professional. Totes les enquestes.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	37,2%	17,6%	19,2%	11,8%	12,5%	19,7%	14,1%	18,9%	21,9%	24,8%
ALT MAESTRAT	78,7%	5,5%	7,9%	3,5%	3,1%	21,4%	28,6%	14,3%	14,3%	21,4%
ALTO MIJARES	52,5%	25,4%	17,2%	2,9%	2,0%	23,1%	30,8%	23,1%	15,4%	7,7%
ALTO PALANCIA	56,7%	16,3%	14,4%	6,8%	5,3%	20,0%	10,0%	10,0%	20,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	1,9%	42,1%	33,8%	15,8%	4,5%	33,3%	13,3%	26,7%	6,7%	6,7%
PORTS	29,7%	18,1%	17,3%	6,4%	22,9%	42,9%	0,0%	0,0%	21,4%	35,7%
ALCALATÉN	60,2%	7,3%	16,9%	8,0%	3,4%	21,9%	15,6%	31,3%	18,8%	12,5%
PLANA ALTA	9,2%	13,2%	18,4%	27,6%	31,6%	19,6%	14,5%	16,7%	22,5%	26,8%
PLANA BAIXA	9,0%	12,5%	27,1%	23,1%	28,2%	15,1%	12,2%	20,1%	25,2%	27,3%

Cuadro 5.30. Servicios en plataformas de busca de faena (Labora, Infojobs) en els àmbits personal i professional. Respostes de persones en situació de desocupació.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	17,7%	11,3%	12,9%	28,2%	29,8%	3,7%	7,4%	18,5%	29,6%	40,7%
ALT MAESTRAT	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
ALTO MIJARES	46,2%	23,1%	23,1%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ALTO PALANCIA	39,5%	10,5%	18,4%	13,2%	18,4%	25,0%	25,0%	25,0%	0,0%	25,0%
BAIX MAESTRAT	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PORTS	0,0%	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%
ALCALATÉN	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PLANA ALTA	3,1%	12,5%	6,3%	31,3%	46,9%	0,0%	0,0%	25,0%	33,3%	41,7%
PLANA BAIXA	0,0%	8,0%	8,0%	48,0%	36,0%	0,0%	12,5%	12,5%	37,5%	37,5%

13. TIC I SERVEIS SANITARIS

Quadre 5.31. Serveis sanitaris (cita mèdica).

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]	1 [gens d'importància]	2	3	4	5 [molta importància]
Total	28,3%	16,7%	20,2%	15,4%	18,8%	24,3%	15,7%	21,1%	18,4%	20,5%
ALT MAESTRAT	57,9%	10,2%	11,0%	9,8%	11,0%	28,6%	28,6%	14,3%	14,3%	14,3%
ALTO MIJARES	44,3%	24,2%	23,4%	5,7%	2,5%	30,8%	23,1%	23,1%	15,4%	7,7%
ALTO PALANCIA	56,7%	11,0%	13,7%	7,2%	10,6%	10,0%	10,0%	30,0%	20,0%	30,0%
BAIX MAESTRAT	0,8%	30,5%	45,9%	15,8%	5,6%	40,0%	26,7%	20,0%	6,7%	6,7%
PORTS	15,3%	11,6%	20,9%	15,3%	36,1%	50,0%	0,0%	21,4%	14,3%	14,3%
ALCALATÉN	46,5%	33,8%	11,9%	1,9%	3,8%	74,2%	3,2%	12,9%	3,2%	6,5%
PLANA ALTA	2,4%	6,4%	18,8%	30,0%	42,4%	18,7%	16,5%	18,7%	21,6%	24,5%
PLANA BAIXA	2,3%	5,1%	15,2%	37,9%	39,5%	14,4%	16,5%	25,2%	20,9%	23,0%

Pel que fa a l'ús en serveis sanitaris, és necessari distingir els resultats de l'enquesta per comarques. En el pla personal són els Ports, la Plana Alta i la Plana Baixa les que mostren valoracions de més importància d'aquestes aplicacions. No obstant això, en l'àmbit professional els resultats més alts apareixen a El Alto Palancia, i les comarques anteriors se situen en nivells una mica inferiors.

5.5. LES TIC I EL DOMINI DELS MITJANS DIGITALS

Una pregunta rellevant en aquest estudi és la valoració que els usuaris fan de les seues habilitats. Així, en l'àmbit personal, el 50,2% dels enquestats consideren que el seu domini és bo o excel·lent, amb un augment de consideració a les comarques dels Ports, la Plana Alta, la Plana Baixa i El Alto Palancia.

En l'àmbit professional destaca la confiança en el maneig d'aquestes eines dels enquestats de totes les comarques. El resultat sembla coherent amb la importància que en l'àmbit professional es dona a molts dels ítems de les enquestes, i també està en sintonia amb el lloc i el mitjà de connexió més habitual.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	1 (Deficient)	2	3	4	5 (Excel·lent)	1 (Deficient)	2	3	4	5 (Excel·lent)
Total	10,1%	10,3%	29,2%	28,6%	21,6%	1,1%	3,5%	19,7%	42,9%	32,8%
ALT MAESTRAT	28,7%	27,6%	24,0%	13,4%	6,3%	7,1%	7,1%	28,6%	35,7%	21,4%
ALTO MIJARES	6,6%	9,4%	42,6%	36,5%	4,9%	7,7%	0,0%	30,8%	38,5%	23,1%
ALTO PALANCIA	4,9%	7,2%	24,3%	23,6%	39,2%	10,0%	0,0%	20,0%	30,0%	40,0%
BAIX MAESTRAT	0,0%	10,9%	57,9%	23,7%	6,4%	0,0%	0,0%	13,3%	60,0%	26,7%
PORTS	2,0%	3,2%	18,5%	25,7%	50,6%	0,0%	0,0%	7,1%	50,0%	42,9%
ALCALATÉN	36,4%	16,1%	15,7%	18,0%	13,8%	0,0%	0,0%	15,6%	59,4%	25,0%
PLANA ALTA	0,8%	4,0%	27,1%	43,0%	25,1%	0,7%	4,3%	20,9%	40,3%	33,8%
PLANA BAIXA	0,8%	3,9%	22,8%	45,6%	27,0%	0,0%	4,3%	19,6%	41,3%	34,8%

Quadre 5.32.
Nivell de domini
dels mitjans
digitals en general.

5.6. LA NECESSITAT DE FORMACIÓ EN TIC

El resultat sobre la necessitat de formació en TIC és bastant coherent amb la percepció de domini que hem vist en el quadre anterior. Així s'entén que els enquestats indiquen poca necessitat de formació en el pla personal. Quant a la qüestió professional, i malgrat la valoració molt positiva de les habilitats pròpies dels enquestats, les xifres indiquen una certa necessitat de formació, necessitat que s'entén també perquè es tracta d'una qüestió professional i la necessitat d'actualització de coneixements com a part del seu treball i responsabilitat laboral.

COMARQUES	En l'àmbit personal					En l'àmbit professional				
	No necessite gens de formació	2	3	4	Necessite molta formació	No necessite gens de formació	2	3	4	Necessite molta formació
Total	39,4%	18,3%	19,2%	15,0%	8,0%	20,3%	14,1%	23,2%	27,2%	14,9%
ALT MAESTRAT	63,4%	11,0%	10,2%	3,9%	11,4%	21,4%	21,4%	28,6%	14,3%	14,3%
ALTO MIJARES	36,5%	24,2%	21,7%	13,9%	3,7%	15,4%	0,0%	23,1%	38,5%	23,1%
ALTO PALANCIA	58,6%	15,6%	14,4%	6,8%	4,2%	20,0%	30,0%	10,0%	10,0%	20,0%
BAIX MAESTRAT	1,1%	38,0%	41,0%	16,5%	3,0%	6,7%	40,0%	20,0%	33,3%	0,0%
PORTS	75,1%	7,6%	9,2%	4,8%	3,2%	50,0%	7,1%	14,3%	21,4%	7,1%
ALCALATÉN	48,7%	11,5%	12,6%	25,3%	1,9%	68,8%	0,0%	6,3%	15,6%	9,4%
PLANA ALTA	14,5%	24,9%	22,9%	22,9%	14,9%	13,8%	21,0%	25,4%	26,8%	13,0%
PLANA BAIXA	18,8%	13,4%	20,7%	25,3%	21,8%	14,4%	7,9%	26,6%	31,7%	19,4%

Quadre 5.33.
Aplicacions
mòbils/web
per a la
comunicació
digital (whatsapp,
SMS, correu
electrònic, xats...).



06

**EXPERIÈNCIES
EN DIGITALITZACIÓ
IMPULSADES
PELS PACTES
PER L'OCUPACIÓ.
CASOS D'ESTUDI**

○ **6.1. LA DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES DE LA COMARCA DE L'HORTA SUD**

**6.2. PROJECTE ACTIVA'T DEL CAMP DE MORVEDRE: LA PANDÈMIA,
LA NECESSITAT DE DIGITALITZAR LA CIUTADANIA I EL NEGOCI LOCAL**

**6.3. LIDERAR LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL: EL PAD, PUNT D'ATENCIÓ DIGITAL
DE LA RIBERA DE XÚQUER**

**6.4. ACTUACIONS DEL PACTE TERRITORIAL PER L'ÚS
DE LA CIUTAT D'ALACANT RESPECTE A LA BRETXA DIGITAL**

**6.5. PROGRAMES EMPACE I L'ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES
DE LA INFORMACIÓ I LA COMUNICACIÓ EN L'ACORD TERRITORIAL
PER L'OCUPACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT LOCAL DE LA CIUTAT D'ELX**

**6.6. INFORME SOBRE EL PROJECTE DE DIGITALITZACIÓ
A LA COMARCA DELS PORTS**

**6.7. DIGITALITZACIÓ EN EL PACTE TERRITORIAL
PER L'OCUPACIÓ CASTELLÓ NORD**

06

EXPERIÈNCIES EN DIGITALITZACIÓ IMPULSADES PELS PACTES PER L'OCUPACIÓ. CASOS D'ESTUDI

6.1. LA DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES DE LA COMARCA DE L'HORTA SUD

Instituto Empresarial Horta Sud Equip Tècnic del Pacte Territorial Horta Sud

TRANSFORMAR LES EMPRESES PER A CONSOLIDAR-LES

El Pacte territorial de l'Horta Sud, a través del programa ACSE II, vol consolidar les empreses locals i que la competitivitat millore, com també donar suport als processos de transformació digital i sostenible i l'alineació dels seus objectius empresarials amb els de l'Agenda 2030, especialment els que es vinculen a la igualtat d'oportunitats i la faena digna. També vol conèixer les necessitats de formació i d'acreditació de competències en el sector d'activitat (ODS 5.8).

Aquesta mesura s'inclou en la línia estratègica A.1.2 del Pacte territorial de l'Horta Sud, denominada Programa de consolidació empresarial, i la mesura "Servei d'assessorament en la gestió de les empreses i comerços tradicionals en la transició a l'economia digital, baixa en carboni i que ofereisca serveis de valor afegit a la població local".

És per això que assessora empreses i promotors sobre la viabilitat del negoci i informa sobre mesures que es poden adoptar per a la transició digital i ecològica. També recull les necessitats de les empreses de formació i qualificació de llocs de treball.

Fruit d'aquestes accions, ha creat una eina: **test de nivell de digitalització de l'empresa/negoci**. Aquesta eina permet fer una primera avaluació de l'estat de l'empresa/negoci pel que fa al grau de digitalització i, així, es pot establir un pla de millora destinat a millorar els processos i les tasques essencials per a la seua activitat i susceptibles de tractar mitjançant solucions tecnològiques. El sistema genera un informe automàtic en què s'indiquen els processos que caldria analitzar per a millorar la digitalització del seu negoci.

ESCALÓ DIGITAL EN MICROPIMES DE L'HORTA SUD

PROPOSTA D'ACCIÓ

L'Institut Empresarial de l'Horta Sud va mostrar interès per provar l'eina entre els seus associats i amb aquesta finalitat va fer una proposta denominada: "Escalaó digital en micropimes de l'Horta Sud" i que contenia els punts següents:

- La creació d'un grup de treball format per un conjunt de no més de sis empreses en la situació ja descrita i que emprenguen juntes l'elaboració d'un pla d'acció personalitzat que permetta continuar avançant en el procés de digitalització.
- L'ús d'un mètode d'autodiagnòstic proposat per l'equip tècnic de la nostra mancomunitat (sessions dirigides per tècnics de la Mancomunitat).
- L'elaboració d'un pla d'acció individual de les empreses participants que marque les fites per a la transformació digital dels dos pròxims anys.
- Es preveu la prioritització dels àmbits d'activitat següents: producció, logística, màrqueting i vendes, finances, administració i recursos humans.
- Efecte multiplicador. La presentació dels diversos plans d'acció treballats a través d'un pla de comunicació coordinat per l'IEHS en què els associats es puguen beneficiar de les conclusions i estratègies triades.

SESSIONS INICIALS PER A PROVAR L'EINA

Per a donar resposta a aquesta proposta, el dia 28/04/2023 es va fer la primera reunió en què es va fer una demostració de l'eina en una primera versió i, a més, s'explicaren els usos que se li pot donar tenint en compte els diversos models de negoci de les empreses de la comarca.

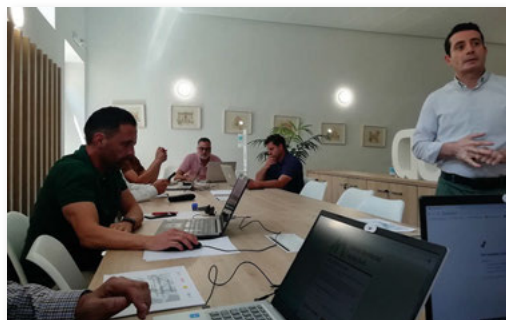
Figura 6.1.1.
Presentació sobre
quins processos de
transformació
digital són
importants per
a l'empresa.
28/04/2023.



En aquesta reunió es va acordar que l'acció "Escalaó digital" es duiguera a terme seguint les fases següents:

- Creació de l'equip pilot (no més de sis empreses).
- Sessió preliminar. Presentació de l'eina d'autodiagnòstic.
- Primera reacció individual de la situació actual. Aclariment de percepcions i expectatives.
- Sessió plenària. Presentació de propostes i delimitació de plans d'acció.
- Elaboració del Pla de comunicació de resultats (IEHS).
- Realització d'accions de difusió de resultats
 - Taula d'experiències
 - Dinar amb l'Institut

Figura 6.1.2. Sessió
de presentació de
l'eina per tècnics
del Pacte
territorial.
15/05/2023.



El 15/05/2023, a proposta de l'Institut, es va crear l'equip pilot integrat per cinc empreses de diversos sectors (agricultura, indústria, comerç i serveis) i van fer el test. Un tècnic del Pacte territorial va presentar l'eina renovada que consisteix en un formulari tipus test que, una vegada completat, proporciona un informe personalitzat de manera automàtica, segons l'activitat de l'empresa.

¿EN QUÈ CONSISTEIX EL TEST DE DIGITALITZACIÓ?

El test de digitalització és a la web de l'Observatori Industrial de l'Horta Sud observem.es, en el menú principal dins d'[Eines/Empresa](#).

En entrar en aquest enllaç, una vegada aportades les dades bàsiques per a la identificació del negoci, el test fa una sèrie de preguntes per a classificar l'empresa segons el sector (industrial, serveis o comerç), si les vendes van dirigides al consumidor final o a altres empreses, si té molts clients o no i segons el nombre de persones que treballen en l'organització. L'informe s'adapta a aquests criteris de classificació per a concretar millor els processos corresponents.

Una vegada emplenat el qüestionari, **aquesta eina envia de manera automàtica i en un informe individualitzat i detallat els resultats obtinguts**. En aquest informe apa-

reixen els processos classificats per les àrees de producció, vendes, gestió i recursos i, dins de cadascuna d'aquestes àrees, apareixen distribuïts en "procés implantat", "procés implantat per revisar", "procés prioritari sense implantar" i "procés per revisar perquè no és rellevant". Aquesta classificació dels processos es fa tenint en compte si el procés és prioritari o no i si està implantat o no en l'organització, segons les respostes de la persona responsable del negoci que contesta el qüestionari. Segons les respostes, la classificació dels processos correspon a un dels següents:

- Procés implantat: és un procés considerat prioritari per al negoci i que està implantat en l'organització.
- Procés implantat per revisar: és un procés considerat no prioritari i malgrat això està implantat en l'organització.
- Procés prioritari sense implantar: és un procés considerat prioritari però que encara no està implantat en l'organització.
- Procés per revisar perquè no és rellevant: és un procés considerat no rellevant i, per tant, no està implantat en l'organització.

A més de proporcionar aquesta classificació dels processos generals que es fan a les empreses, l'informe també presenta una llista dels avantatges que té digitalitzar cadascun dels processos rellevants per a aqueixa empresa.

I, finalment, l'informe mostra els recursos i les eines més rellevants que estan actives en aqueix moment en el mercat relacionats amb la digitalització de les empreses i les organitzacions.

L'informe presenta les conclusions següents:

- S'enumeren els processos que falten per digitalitzar en l'empresa, distribuïts en taules sobre les àrees de producció, vendes, gestió i recursos.
- Es recomana a manera de síntesi la implementació de processos.
- S'estableix una prelación de processos, dels més importants als menys importants segons el tipus d'activitat de l'empresa.
- Es fa un esment especial dels processos per digitalitzar que la persona que ha emplenat el qüestionari considera que no són importants, però sobre els quals caldria recapacitar per si realment són necessaris per a la seua empresa.



Figura 6.1.3.
Formulari del test
de digitalització.

- Es documenta cada procés que falta per digitalitzar amb els avantatges i inconvenients de dur-lo a terme.
- S'hi adjunta informació sobre entitats que tenen línies de subvenció per a processos de transformació digital, sobre eines d'altres organismes útils per a les empreses i, també, sobre mitjans de contacte amb el Pacte territorial de l'Horta Sud gestionat per la Mancomunitat.

La extensió del informe varia según las contestaciones, pero por término medio tiene alrededor de 20 páginas. Se envía automáticamente al correo electrónico facilitado, en forma de archivo pdf.

El dia 29/05/2023 es va procedir a prendre nota de les respostes de les empreses sobre l'ús de l'eina. Un tècnic del Pacte territorial va anar a una de les empreses de l'equip pilot a fi de conèixer in situ com anava el procés de transformació de l'empresa, i quins eren els colls de botella o els problemes que hi havia per a dur-lo avant.

A pesar que l'empresa tenia digitalitzats molts dels processos i disposava d'un protocol molt estructurat per als 20 treballadors, no s'havien integrat completament els sistemes ERP i CRM, ja que en alguns processos calia trascolar informació a fulls d'Excel. Tenien separats els processos en dues parts molt diferents.

A més, li costava molta feina encreuar informació per a obtenir una dada concreta que li permetera prendre decisions sobre la base d'aqueixa informació.

LLIÇONS EN LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL EN LES EMPRESES

- Cada sector d'activitat té unes **necessitats diferents** quant a processos digitalitzats o automatitzats. Per exemple, en el sector de la ferreteria industrial és impossible funcionar sense un sistema 100% digital que permeta conèixer la gestió integral de l'empresa (marges, control d'estocs, automatització de la tramitació administrativa, etc.).
- En el cas d'una empresa de serveis elèctrics, una de les eines clau és la **gestió documental**, perquè l'administració requereix nombrosos tràmits i les empreses tenen plataformes de gestió diferents. Es necessita una persona que s'encarregue de les quatre plataformes que usem.
- L'**elecció de proveïdors** de programes de gestió ERP és una decisió estratègica de màxim risc perquè l'empresa ha de conviure durant un cert temps amb el procediment habitual i anar alimentant el nou sistema de gestió.
- El finançament a través del **Kit Digital no és útil** per a les necessitats d'una empresa que té un grau de digitalització elevat, ja que està orientat a empreses i negocis amb necessitats molt bàsiques.
- En el cas d'una empresa de flor tallada, un ERP **no es pot acoblar a un inventari de productes vius**. Es requereixen eines especialitzades en tramitació de permisos de la UE, certificats i normes ISO i una gestió de clients molt acurada.
- En el cas d'una empresa industrial, com que el sistema **ERP no és receptiu a les minves** que es produeixen en el tractament, cal fer càlculs per a quadrar el cost dels materials emprats.
- L'aprofitament del **Kit Digital sí que li ha servit per a dotar-se de mesures de seguretat** mitjançant la instal·lació de programes antivirus.
- L'eina és una bona *excusa* per a **prendre consciència de la necessitat de digitalització**, però cal dotar-nos d'utilitats més específiques i de formació per a les plantilles de treballadors.
- Hi ha àrees de treball que no estan digitalitzades com, per exemple, la **gestió de flotes, rutes més eficients, càrrega i descàrrega**.
- Els **programes informàtics** que s'han emprat per a la producció van quedant **obsolets** i per

això cal preveure canviar-los a d'altres de nous que siguin complets i més usables.

- En l'empresa, un dels valors que beneficïen extraordinàriament el procés de transformació digital és el **grau de confiança amb les empreses proveïdores** de solucions informàtiques, ja que permeten afrontar desafiaments com ara la indústria o la irrupció de la intel·ligència artificial. No obstant això, nombrosos proveïdors només aspiren a vendre les seues solucions i assegurar el manteniment dels clients.
- A partir de l'eina cal emprendre altres accions com, per exemple, generar **projectes demostratius de la implantació de solucions digitals**, suport col·laboratiu entre empreses i creació de grups amb necessitats similars per grup d'activitat.
- Disposar de **serveis avançats de confiança**.
- Integrar **talent professional** en les empreses com a mesura estratègica.

PLA D'ACCIÓ DE L'ESCALÓ DIGITAL EN DIGITALITZACIÓ D'EMPRESSES

EINA

Perfeccionament de l'eina digital perquè permeta l'agregació per grups d'empreses similars en grandària, activitat i grau de digitalització.

INDICADORS

Establiment d'indicadors que permeten mesurar el procés de digitalització d'empreses i, també, l'avaluació de les accions programades.

BONES PRÀCTIQUES

Disposar de bones pràctiques que servisquen d'exemple a empreses que emprenen el camí de la transformació digital. Si pot ser, empreses pròximes o de la mateixa comarca.

ACTIVITATS

Activitats que servisquen per a reunir socis digitals i empreses/negocis (taules de treball, fires i exposicions, conferències monogràfiques, línies d'ajuda, etc.).

AUTOAJUDA

Gestionar grups d'autoajuda entre l'empresariat, segons els graus d'afinitat.

FORMACIÓ Y QUALIFICACIÓ

Projecte comarcal amb mesures per a la incorporació massiva de perfils de formació professional a les microempreses.

ANÀLISI DEL PLA DE ACCIÓ

En el següent pas del projecte, que comprèn l'inici del procés d'aplicació del pla d'acció, l'equip de treball identifica dos tipus d'empresa sobre la base del grau de digitalització aplicat en els seus processos. D'una banda, hi ha **negocis que no han començat el procés o que estan en una fase inicial de digitalització** amb la problemàtica corresponent. D'altra banda, hi ha **pimes que ja estan en una fase més avançada de digitalització** però que, així i tot, tenen problemes tècnics molt concrets que frenen aquest procés, impedeixen que la transformació digital arribe a bon port i les deixa en una situació, a més, de gran incertesa.

Per a les empreses en la fase inicial es valida l'eina **d'autodiagnòstic** digital del Pacte territorial, eina que és molt útil perquè avalua el grau de digitalització de l'empresa i estableix, a més, un pla de millora de processos i tasques essencials per al desenvolupament de l'activitat i susceptibles d'aplicar-se mitjançant solucions tecnològiques. L'eina prioritza aquestes solucions i les concreta en un informe complet.

Per al segon segment de mercat, les empreses amb un procés de digitalització més avançat però amb problemes complexos, es decideix **crear grups menuts de treball** (cinc o sis) formats per pimes amb problemes homogenis a fi de tractar-los amb persones expertes en la matèria. D'aquesta manera, les necessitats de les empreses es cobreixen, els problemes es resolen, l'avanç i el desenvolupament tecnològic s'afavoreix i la competitivitat empresarial millora. Per a dur-ho a terme, l'equip tècnic del Pacte territorial va fer una cerca i avaluació de possibles persones expertes i al final va seleccionar l'empresa **Odoo** pel desenvolupament de programari lliure que ha fet, pel coneixement que té de tots els processos que intervenen en les empreses i, també, per la predisposició a col·laborar en aquest interessant projecte.

A més, l'Institut emprendre un treball de camp per a identificar les empreses potencials que es troben en aquesta situació i que vulguen participar activament en els referits grups reduïts de treball. Aquestes empreses es classificaran seguint criteris objectius afins com ara: problemàtica, sector i grandària. Una vegada formats els grups de treball, s'establirà un calendari de reunions de treball amb el personal expert per a conèixer els problemes en concret, resoldre'ls i fer un seguiment del procés fins a la transformació digital completa.

A més, en conclusió, es busca:

- Detectar i **identificar nexes d'unió entre les empreses** fent un estudi diagnòstic que permeta catalogar aspectes com ara tipologia (sector, grandària, processos, personal, formació, etc.), incidències més recurrents i solucions en el mercat. Per tant, és un document útil i de suport per a les empreses en fase inicial, a fi de prevenir errors clau i agilitzar el procés.
- Identificació i difusió d'**ajudes i subvencions** a la digitalització de pimes.
- Plantejament dels nous reptes després de la digitalització: **incorporació, formació i capacita-
ció de personal a les pimes.**

6.2. PROJECTE ACTIVA'T DEL CAMP DE MORVEDRE: LA PANDÈMIA, LA NECESSITAT DE DIGITALITZAR LA CIUTADANIA I EL NEGOCI LOCAL

*Ana Isabel Monfort Ferrer, Noelia García Araque, Beatriz Pérez Vélez,
Rocío Quesada Caballero, Silvia Gramuntell Rivera, Equip EMPACE*

ANTECEDENTS I CONTEXT D'INICI DEL PROJECTE. CRISI DE LA COVID-19

El Pacte territorial per l'ocupació del Camp de Morvedre està constituït per Sagunt, Canet d'en Berenguer, la Mancomunitat de les Valls (Faura, Benifairó, Quart, Quartell i Benavites) i la Mancomunitat de la Baronia (Albalat dels Tarongers, Alfara de la Baronia, Algar de Palància, Algímia d'Alfara, Estivella, Gilet, Petrés, Segart i Torres Torres). Aquest Pacte es compon d'un eix urbà format per Sagunt i Canet d'en Berenguer, on es desplega una àmplia varietat de serveis, zona litoral, indústria avançada en diversos sectors com ara agroalimentació, metal·lúrgia i logística, a més de serveis

comercials i sanitaris. D'altra banda, les dues mancomunitats esmentades formen agrupacions de petites poblacions d'interior que viuen del turisme emergent, de l'agricultura i de la conservació del medi natural, amb la serra Calderona com a gran emblema. La comarca del Camp de Morvedre va experimentant una gran explotació dels seus polígons industrials, i l'arribada de noves empreses a la zona va revitalitzant la ciutat de Sagunt i, en general, tota la comarca.

No obstant això, s'hi detecten uns quants problemes: una xarxa de transport deficitària amb connexió deficient entre les poblacions, envelliment de la població i una oferta formativa que, sovint, no s'ajusta a les necessitats de les empreses. També hi ha una bretxa en les capacitats digitals en un segment rellevant de la població.

A mitjan març del 2020, a Espanya es va viure una alerta sanitària sense precedents fruit de la pandèmia mundial que va desfermar el virus SARS-CoV-2 i, per tant, hi hagué un canvi significatiu en la vida de la ciutadania. Això va comportar un confinament estricte i, posteriorment, una nova normalitat amb mesures restrictives que afectaven totes les facetes de la vida de les persones. Noves paraules i conceptes s'incorporaren a la vida diària de la població, com ara teletreball, videotrucada, confinament, quarantena, etc. Gran part de la població hagué d'adaptar-se a aquesta realitat mitjançant la incorporació de processos vinculats a la digitalització, amb canvis en la manera de fer feina, en la manera de comunicar-se amb l'Administració, en l'educació dels fills, en les compres electròniques i en canvis a fi d'adaptar el seu negoci a Internet.

El canvi va ser radical i moltes persones s'hi van adaptar. No obstant això, una quantitat significativa de ciutadans, ja siga per situació socioeconòmica, per exclusió social, per falta de recursos, etc. no s'hi van adaptar de manera ràpida i això provocà un augment de la bretxa digital ja detectada a la comarca. La formació en digitalització es va convertir en una necessitat i, també, el fet de disposar d'un equip enfocat en aquesta matèria dins del Pacte territorial del Camp de Morvedre.

Amb la reactivació de la subvenció EMPACE a final del 2020, el Pacte territorial va presentar el projecte Activa't. El principal objectiu era elaborar píndoles formatives de digitalització i per a buscar feina en línia que es pogueren dur a terme malgrat les restriccions lligades al confinament i la pandèmia, amb la possibilitat, si la situació sanitària ho permetia, de fer sessions formatives presencials. Aquestes activitats o sessions de formació es denominen píndoles perquè són curtes, no solen arribar a una hora i tenen un enfocament pràctic. La finalitat és la millora de l'ocupabilitat i de les habilitats de digitalització, tant de la població en general com de titulars de petits negocis comarcals.

Per a dur a terme aquest quefer es va formar un equip de tres tècnics amb perfils d'estudis universitaris

Aquestes sessions començaren el desembre del 2020. En primera instància es va optar per la teleformació i per videoconferència que incloïa la resolució de dubtes, i la mentorització dels usuaris i usuàries mitjançant via telefònica o correu electrònic. A partir de finals del 2021 les píndoles, que ja eren un element clau de Som Comarca, van començar a treballar-se també de manera presencial en grups menuts i amb tutories presencials per a les persones que ho necessitaven.

El procés d'inscripció a les sessions consistia a emplenar un formulari on s'anotaven dades bàsiques de l'usuari, correu electrònic i telèfon. També es podia fer per telèfon o a través de les xarxes socials. L'únic requisit era disposar d'una adreça de correu electrònic, a la qual s'enviava una invitació per a connectar-se a la videoconferència, i un parell d'indicacions detallades per a poder unir-se sense incidències a les sessions de formació.

El programa Activa't funciona des de finals del 2020 i a hores d'ara continua ben viu. Ha tingut tres etapes, corresponents als anys 2020, 2021 i 2022, depenent del programa EMPACE subvencionat per Labora. En conseqüència, el programa ha evolucionat i s'ha adaptat, en primer lloc, a les restriccions sanitàries, amb el focus posat en negocis de comerç local, restauració i hostaleria; més tard s'ha acostat a la ciutadania i als col·lectius més necessitats d'aquesta mena de formació. Durant el desplegament d'aquest programa, les píndoles s'han fet també en format presencial i en les diverses poblacions que formen el Pacte territorial, a manera de jornada o itinerari formatiu.

PÚBLIC OBJECTIU

Les píndoles formatives relacionades amb la digitalització tenien com a principal públic objectiu els grups següents:

1. Persones sense faena de llarga duració en cerca activa de faena amb pocs recursos tecnològics a l'abast, amb una edat entre 40 i 50 anys i, especialment, dones. Un nombre rellevant d'aquestes persones, a més a més, tenen un gran risc d'exclusió social i barrera digital.
2. Persones en risc d'exclusió social amb pocs recursos econòmics, sovint immigrants i amb barrera digital a causa de l'edat i falta de coneixements tecnològics. Majoritàriament solen ser persones de més de 45 anys i dones.
3. Negocis locals i hostaleria. Aquestes activitats van ser les grans perjudicades pel confinament i les restriccions sanitàries posteriors. Es va treballar especialment amb el comerç local, restauració, negocis turístics i hostaleria. Les persones d'aquest sector que participaven en el programa generalment tenien estudis mitjans (formació professional mitjana o superior) i tenien més de 40 anys. Buscaven idees per a millorar el seu negoci i poder adaptar-se ràpidament a la digitalització exigida.

Una vegada detectades les principals mancances de la població i dels negocis locals, es van establir uns possibles temes formatius útils per a ells. Aquestes sessions de formació permetien treballar amb els grups més perjudicats per la pandèmia, com ara petits negocis relacionats amb el turisme, el comerç, l'hostaleria i la restauració, persones sense faena i grups de ciutadans i ciutadanes en situació de risc d'exclusió social i amb barrera digital.

SESSIONS DE FORMACIÓ DE DIGITALITZACIÓ REALITZADES

A partir de les principals mancances que es van detectar en aquests tres segments de població es van establir diverses píndoles formatives. Les primeres tenien una relació més directa amb la realitat que es va viure en la pandèmia, com la necessitat de fer gestions telemàticament amb l'Administració i les noves normes imposades que afectaven l'hostaleria i restauració. Així, les píndoles que s'han ofert durant els tres anys del programa Activa't de digitalització han sigut les següents:

- Signatura digital: en aquesta píndola es mostra com s'aconsegueix la signatura electrònica i en quines gestions es pot usar.
- Aprendre a usar Bizum: aquesta és una eina per a fer pagaments telemàticament a través del número de telèfon dels contactes coneguts.
- Aprendre a usar QR: en aquesta píndola s'ensenya a fer codis QR a través de diverses aplicacions per a fer-ne ús en els negocis. Aquesta mena de codi és útil per a accedir a pàgines web directament com, per exemple, per a consultar la carta d'un restaurant a través del telèfon mòbil, un catàleg, fer reserves en hotels...

- Introducció al màrqueting digital: les persones participants aprenen les bases del màrqueting digital i, també, s'ensenyen a establir una estratègia de màrqueting per al seu negoci.
- Instagram professional: en aquesta píndola es mostren les claus de l'Instagram perquè els professionals puguin publicar el seu negoci en aquesta plataforma.
- WhatsApp Business: aquesta eina de missatgeria instantània és molt útil per a mantenir-te en contacte amb els clients.
- Google My Business: en aquesta píndola aprenen a usar el Google per a situar els seus negocis en Internet.
- Publicitat en xarxes socials: s'explica com es publicita el seu negoci a través del Facebook i Instagram.
- Google Forms: les persones usuàries aprenen a usar el Google Forms, una eina del Google per a crear formularis.
- Introducció a Wordpress: en aquesta píndola s'ensenya a fer una pàgina web gratuïta a través de la plataforma esmentada.
- Videotelefonada: ensenya a fer videotrucades a través de diverses plataformes en línia.
- Canva: aquesta eina de disseny s'aplica per a crear diversos projectes com ara publicacions per a xarxes socials, currículums, cartes de presentació, cartells...
- Protecció de dades: en aquesta sèrie de píndoles s'indica com es compleix la Llei de protecció de dades en relació amb els negocis.
- Seguretat en Internet: aquesta píndola és una guia per a fer un bon ús d'Internet i evitar ser víctima d'estafes.
- Telegram: aquesta píndola de formació mostra com s'usa aquesta aplicació de missatgeria instantània.
- Google Drive: píndola que ensenya a treballar en el núvol i també les eines que té el Google per a fer diversos tipus de documents.
- LinkedIn: píndola que presenta aquesta xarxa social orientada a buscar feina i ensenya com podem destacar entre els altres usuaris.
- Contractes majors: píndola orientativa perquè els titulars de negocis coneguen la manera de participar en un contracte major per a treballar amb un ajuntament.

ESTADÍSTIQUES DE PARTICIPANTS

CIUTADANIA

EDAT:

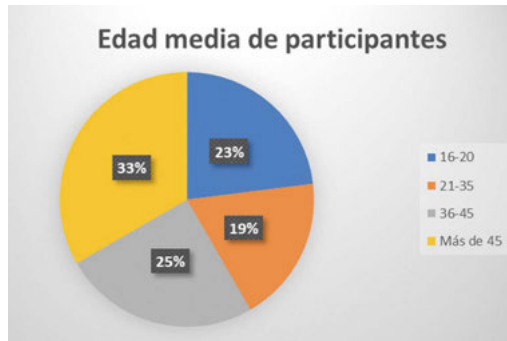
Les persones que han participat en grau més alt en les píndoles entre els anys 2020-2022, corresponents als tres programes EMPACE, tenen més de 45 anys, que coincideix amb el període en què més dificultats es té per a trobar feina i on la bretxa digital és més ampla.

Crida l'atenció el nombre de participants amb edats entre 16 i 20 anys perquè, segons la mitjana global del període, no és la franja minoritària; no obstant això, s'observa que la quantitat d'usuaris i usuàries d'aquestes edats ha disminuït durant aquests anys, de manera que l'any 2022 representaven només l'1% dels assistents a les píndoles. En contrapartida, ha anat augmentant el percentatge de participants de més de 45 anys, que ha passat del 23% l'any 2020 al 42% el 2022.

FRANJA D'EDAT	2020	2021	2022	MEDIA
16 - 20	45%	23%	1%	23
21 - 35	15%	14%	27%	18,66666667
36 - 45	17%	28%	30%	25
Més de 45	23%	35%	42%	33,33333333

Figura 6.2.1.
Distribució del nombre de participants en les píndoles entre els anys 2020-2022 segons l'edat.

Figura 6.2.2.
Edat mitjana dels
participants de
les píndoles en el
període 2020-2022

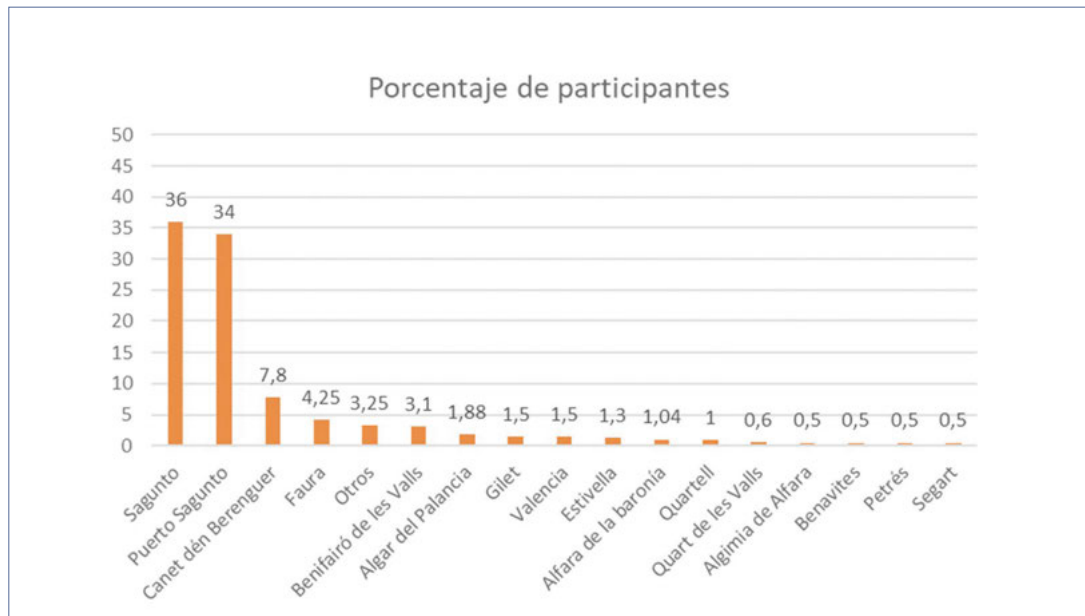


POBLACIONS:

Pel que fa a la procedència dels participants de les píndoles, s'observa que les localitats més grans, com Sagunt, amb els dos nuclis urbans, i Canet d'en Berenguer, són les que més participants aporten a les sessions amb gran diferència. No obstant això, a mesura que les xarxes socials creixen i l'equip augmenta les visites a les altres localitats, s'aprecia més representació d'altres nuclis urbans de les dues mancomunitats.

Les poblacions amb el percentatge més baix d'assistents a les píndoles pertanyen, la majoria, a la Mancomunitat de la Baronia. Alguns dels municipis amb menys participació són Segart, Petrés i Algímia d'Alfara.

Figura 6.2.3.
Distribució de la
procedència dels
participants de les
píndoles en el
període 2020-2022



INTERESSOS:

Figura 6.2.4.
Distribució
del nombre de
participants en les
píndoles oferides
en el període
2020-2022

Nom de la píndola	Participants 2020 - 2022
Introducció a la firma digital	166
Canva	103
Introducció al màrqueting digital	89
Introducció Wordpress	87
Instagram professional	59
Códi QR	55
Publicitat en xarxes socials	50
Google Forms	49
Protecció de dades	40

Nom de la píndola	Participants 2020 - 2022
Whatsapp Business	38
Google My Business	30
Linkedin	20
Videotrucades	18
Google Drive	18
Aprèn a usar el Bizum	13
Telegram	5
Contractes majors	5
Seguritat a Internet	4

Les píndoles que han tingut més interès i han congregat més participants han sigut "Introducció a la firma digital", "Canva", "Introducció al màrqueting digital" i "Introducció al Wordpress".

NIVELL FORMATIU:

Pel que fa al nivell formatiu de les persones assistents a les píndoles del projecte Activa't, s'observa que ha sigut molt variable al llarg dels últims tres anys. No obstant això, s'observa una tendència d'augment de participants amb formació professional i estudis universitaris l'últim any. A més, si s'observa la mitjana dels tres anys, es constata que és majoritari el percentatge de persones amb estudis bàsics i formació professional. La figura següent mostra la distribució del nivell d'estudis.

NIVELL D'ESTUDIS	2020	2021	2022	MITJANA
Sense estudis		1%	2%	1,5%
Estudis bàsics	55%	75%	27%	52,3%
Formació professional	24%	9%	36%	23%
Batxiller		10%	1%	5,5%
Grau/licenciat/diplomat universitari	15%	4%	22%	13,6%
Màster	6%	1%	12%	6,3%

Figura 6.2.5. Distribució de participants en les píndoles en el període 2020-2022 segons el nivell d'estudis.

PARTICIPACIÓ EN GENERAL A LES PÍNDOLES:

Les figures següents mostren l'evolució de l'assistència a les píndoles. Les més bàsiques i necessàries per a la ciutadania, com la de la firma digital, encara continuen sent una formació recurrent en el programa Activa't. D'altres, però, com la creació de codis QR i la de videotrucades, que van respondre a una necessitat ocasional de la població per la situació de pandèmia, mostren una certa pèrdua d'interès, de manera que el nombre de participants disminueix.

El catàleg de píndoles sobre digitalització comprèn des de sessions molt bàsiques fins a d'altres de més concretes per a aprendre programes més complexos, com ara Canva o Google Drive. En aquest sentit, sovint es disposa de la col·laboració d'experts en matèries concretes perquè impartisquen una píndola sobre temes interessants com, per exemple, "Protecció de dades per als negocis" o "Aprendre a manejar la seu electrònica per a optar a contractes majors".

Reumen 2020-2022 píndoles formatives de digitalización online							
Nombre de la píndola	2020*		2021		2022		Total participants
	Sesiones	Participantes	Sesiones	Participantes	Sesiones	Participantes	
Código QR	3	26	3	23	2	6	55
Introducción Firma Digital	9	101	7	50	3	15	166
Instagram profesional	3	26	3	12	4	21	59
Aprende a utilizar Bizum	2	3	2	8	1	2	13
Introducción Marketing Digital	3	23	7	42	3	24	89
Whatsapp Business	3	27	2	7	2	4	38
Google My Business			5	25	2	5	30
Publicidad Redes Sociales			7	45	2	5	50
Google Forms			5	39	3	10	49
Introducción Wordpress			8	78	2	9	87
Videollamadas			4	16	1	2	18
Canva			6	55	7	48	103
Protección de Datos			4	40			40
Seguridad en Internet					1	4	4
Telegram					2	5	5
Google Drive					4	18	18
LinkedIn					4	20	20
Contratos Mayores					1	5	5
TOTAL	23	206	63	440	44	203	849

Figura 6.2.6. Evolució del nombre de sessions i participants en les píndoles formatives en el període 2020-2022

Les taules següents mostren com s'ha ampliat el nombre de les accions de formació durant aquests anys. També mostren un augment de la presencialitat i el quefer in situ amb els grups d'interès. Això facilita l'accés d'aquestes píndoles a població amb exclusió digital real, ja que s'ofereixen píndoles de creació i ús de correu electrònic en format presencial. Com que les píndoles s'adapten a qualsevol circumstància, es fan sessions de formació itinerants per diverses localitats per a empreses que ho sol·liciten o per a associacions que necessiten aquesta mena de recursos.

Figura 6.2.7.
Resum del nombre de sessions i participants de les píndoles formatives de digitalització presencials en el període 2020-2022.

Reumen 2020-2022 píndoles formatives de digitalització presencials		
Nombre de la píndola	2022	
	Sesiones	Participantes
Canva	8	116
Introducción Firma Digital	3	30
Creación Correo Electrónico	4	17
Google Drive	1	26
Aprende a utilizar Sagunt Emplea	5	18
Linkedin	1	10
Introducción Marketing Digital	1	7
Instagram profesional	1	28
Publicidad Redes Sociales	1	7
Seguridad en internet	3	38
TOTAL	28	297

Figura 6.2.8. Distribució del nombre d'accions de formació, sessions de digitalització i població atesa.

Reumen 2020-2022 píndoles formatives de digitalització presencials	
Número de formaciones del área de digitalización	20
Número de sesiones realizadas de píndolas digitalización ciudadanía y negocios en tres años	158
TOTAL población atendida	1.146

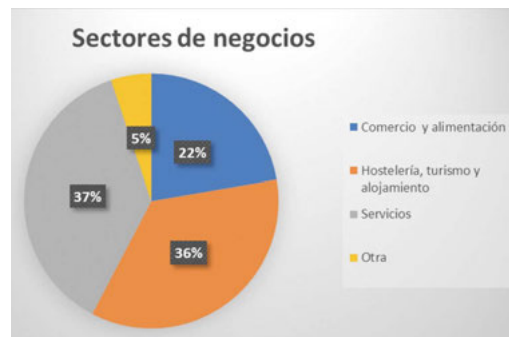
*El proyecto duró 4 meses.

PARTICIPANTS AMB EMPRESES

Les píndoles formatives anaven dirigides tant a la ciutadania en general com a propietaris/àries de negocis. S'observa un augment de l'interès per aquestes accions formatives entre les persones emprenedores i empresàries, ja que cada vegada són més necessàries les eines digitals per a crear i dur una empresa, com també per a moure's en el món laboral en general. Per aquesta raó, en el futur es continuarà tenint en compte aquesta part de la població per a ajudar-la a cultivar habilitats digitals actualitzades.

El 31% de les persones participants en les píndoles de digitalització del projecte Activa't entre els

Figura 6.2.9.
Distribució del tipus d'empreses que tenen les persones participants en les píndoles de digitalització 2020-2022.



anys 2020-2022 manifesten que tenen una empresa. Aquestes empreses s'han catalogat en quatre sectors: comerç i alimentació; hostaleria, turisme i allotjament; serveis i d'altres. Els sectors de negocis predominants entre els assistents a les píndoles del projecte Activa't a la comarca del Camp de Morvedre són els que es dediquen a serveis i hostaleria. En la figura següent reflectim la distribució d'empreses per sectors.

CONCLUSIONS

INTERPRETACIÓ DE LES DADES:

En referència a les dades demogràfiques dels assistents, s'observa que en aquestes sessions de formació han participat majoritàriament persones de més de 45 anys, mentre que la presència

dels més joves, de 16 a 20 anys, ha disminuït progressivament. Les persones participants procedeixen principalment de Sagunt, amb els dos nuclis urbans, i de Canet d'en Berenguer, que són els municipis més poblats. A conseqüència d'aquestes dades, en el Pacte tenim el compromís de fomentar el projecte Activa't entre tots els municipis de la comarca i intentar acostar-nos al jovent.

L'anàlisi de les dades mostra que més de la meitat de les persones assistents declaren tenir estudis bàsics, per la qual cosa es pressuposa que és el nínxol de població que més problemes té per a trobar faena, però que alhora té un nivell suficient per a acudir a aquestes sessions formatives.

A més, quasi un terç de les persones participants són emprenedores o propietàries d'empreses, per la qual cosa es continuarà enfocant gran part de les píndoles a aquest sector.

Les sessions de formació que han tingut més interès han sigut "Introducció a la firma digital", "Canva", "Introducció al màrqueting digital" i "Introducció al Wordpress". Es tracta de temes molt variats i van dirigits tant a la ciutadania en general com a propietaris de negocis. Això demostra que la població busca formació específica, curta i pràctica.

Les píndoles que han sigut més ben valorades a través de les enquestes d'avaluació són "Aprèn a usar el Bizum" i "Codi QR". Són aplicacions que van adquirir una importància rellevant a partir de la pandèmia perquè permeten fer tràmits sense contacte personal i que després van restar incorporades a la rutina diària.

VALORACIÓ DE LES PÍNDOLES:

En acabar cada sessió de formació s'envia a les persones assistents un formulari de satisfacció a través del Google Forms, en què s'inclouen qüestions com, per exemple: "El contingut ha sigut adequat", "El personal tècnic coneix i domina la matèria", "Les característiques de la plataforma en línia han sigut adequades [accessibilitat i interactivitat]". Aquestes preguntes es contesten segons una escala numèrica de l'1 al 5, en què l'1 significa "no gens" i 5 "totalment".

La mitjana de les píndoles de digitalització dels tres anys ha superat la puntuació de 4,5, i això permet afirmar que han complert les expectatives i han sigut del grat de la població que les ha rebudes. En concret, la mitjana de l'any 2020 va ser de 4,66 punts; la del 2021 de 4,6 i la del 2022 de 4,52.

La valoració de les píndoles ha evolucionat al llarg dels anys. Així, el 2020, les més ben valorades van ser "Aprèn a usar el Bizum", "Introducció al màrqueting digital" i "Codi QR". El 2021 es repeteix "Aprèn a usar el Bizum" i n'apareixen d'altres: "Aplicacions de videotrucades", "Introducció al Wordpress" i "Introducció a la firma digital". El 2022, les millors puntuacions són per a "Seguretat en Internet", "Codi QR" i "Publicitat a les xarxes socials".

En definitiva, i després de l'anàlisi efectuada, es considera interessant i oportú continuar el projecte Activa't i continuar impartint aquesta formació en el futur. És per això que es tindran en compte aquestes dades i, a més, es continuarà consultant la població sobre els seus interessos i la valoració que fan de les píndoles a fi d'adaptar-nos a les seues necessitats.

Aquest projecte continuarà fent accions de formació que cobrisquen una necessitat de digitalització o de cerca de faena entre la població, i es decantarà per augmentar el seguiment del procés entre els participants a fi d'assolir els objectius del programa.

6.3. LIDERAR LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL: EL PAD, PUNT D'ATENCIÓ DIGITAL DE LA RIBERA DE XÚQUER

Amparo Castelló Escrivá, Estela Sala García

Tècniques de Màrqueting i Comunicació digital del Consorci de la Ribera

INTRODUCCIÓ

El Punt d'atenció digital (PAD) de la Ribera de Xúquer s'ha erigit com una proposta d'innovació i desenvolupament a la comarca. Aquest projecte, concebut com un experiment pilot, ha tingut una repercussió significativa en les empreses i els comerços locals i, alhora, ha fomentat millores substancials en la qualitat de vida de la comunitat i en el teixit empresarial.

ORÍGENS I PROPÒSIT

El PAD, un punt d'atenció dins del PATOR (Pacte territorial per a l'ocupació a la Ribera), s'enquadra en el programa La Ribera impulsa, coordinat pel Departament de Promoció Econòmica del Consorci de la Ribera, nascut amb el propòsit d'accelerar la millora de l'ocupació i les bones pràctiques digitals en el teixit empresarial de la Ribera de Xúquer. La comarca s'enfrontava a reptes econòmics i competitius i es reconeixia la necessitat d'introduir la digitalització en les persones, empreses i comerços locals a fi de mantenir la vitalitat econòmica i la qualitat de vida arreu del territori.

GRAN REPERCUSSIÓ PER A LA COMARCA

Es tracta d'un servei pioner a la Ribera de Xúquer que aspira a cobrir la zona de cap a cap, tenint en compte l'extensió i la idiosincràsia comarcals: zones de costa i d'interior, àrees agrícoles i industrials, comerç tradicional i innovació. Tot això comporta, per als tècnics d'empresa i orientació, haver d'adaptar-se a les necessitats molt particulars d'aquest territori unit pel riu Xúquer.

En definitiva, es tracta d'un servei gratuït per a desocupats i empreses que busquen un canvi, una millora, una optimització que normalment va lligat a la digitalització dels processos, en el cas de les empreses, i a la millora de competències digitals en el cas de persones en cerca activa de feina.

El programa La Ribera Impulsa ha tingut una repercussió significativa i un increment constant en els seus serveis al llarg dels anys, amb un enfocament en la millora de la inserció laboral i la digitalització a la Ribera de Xúquer. A continuació es resumeixen les principals etapes i fites d'aquest programa des que va nàixer, el 2017, fins ara, 2023:

2017. Naix el programa La Ribera Impulsa: comença com un programa d'innovació social amb l'objectiu de millorar la inserció laboral mitjançant l'ús de noves tecnologies i la digitalització.

2018. La Ribera Impulsa 4.0: els serveis del programa s'expandeixen amb accés a noves formes de cerca de feina, incloent-hi l'ús d'eines com ara el Model Canva i entrevistes en directe. Comença a emprar un mètode individual i grupal per a buscar feina en què s'ofereix un enfocament més complet i personalitzat del procés.

2019. Servei per a empreses: el programa s'amplia i inclou serveis d'assistència a les empreses en el procés de digitalització. S'ofereix formació i assessorament específic a les pimes i autònoms de la

Ribera de Xúquer a fi de contribuir al desenvolupament empresarial del territori.

2020. Creació del *marketplace* de la Ribera de Xúquer. S'inaugura un mercat web que reuneix comerços de tota la comarca, promou la compra local i el consum de productes pròxims (proximitat i km 0). Com que el servei és gratuït per a les empreses, es fomenta la participació i la promoció del comerç local.

2021. Creació de la web. La plataforma en línia del programa es consolida com un recurs central per a buscar feina, accedir a subvencions, trobar oportunitats formatives i aconseguir material didàctic. Es crea un espai digital integral per a la comunitat.

2022. Creació del Punt PAD. S'estableix el Punt PAD, un servei gratuït d'assessorament digital dirigit a comerços, autònoms i persones sense feina. L'objectiu és millorar les competències digitals i promoure l'adopció de tecnologies digitals.

2023. Establiment del Punt PAD i creació del Punt PAS. S'estableix el Punt PAD i es crea un punt d'atenció integral sostenible que impulsa la transformació sostenible de la comarca. Es busca, proporcionant serveis integrals d'informació, formació i assessorament, afavorir el creixement socioeconòmic sostenible de la Ribera.

En definitiva, al llarg d'aquests anys, La Ribera Impulsa ha evolucionat des d'un programa d'inserció laboral fins a una plataforma integral que promou el desenvolupament econòmic, la digitalització i la sostenibilitat a la Ribera de Xúquer i, a més, ofereix serveis valuosos tant a les empreses com a les persones que busquen feina i formació.

El Punt PAD ja és una realitat en diversos municipis, un recurs per als ajuntaments, que poden adreçar els ciutadans i les empreses a aquest Punt PAD.

Pel que fa a les dades d'orientació, la figura mostra l'evolució de diverses activitats des del començament del programa La Ribera Impulsa en relació amb els serveis d'ocupació i d'assistència laboral al llarg dels anys 2020, 2021 i 2022.

- **Empreses en contacte:** s'observa un augment significatiu en el nombre d'empreses en contacte, cosa que indica un esforç en les empreses per fomentar l'ocupació més local.

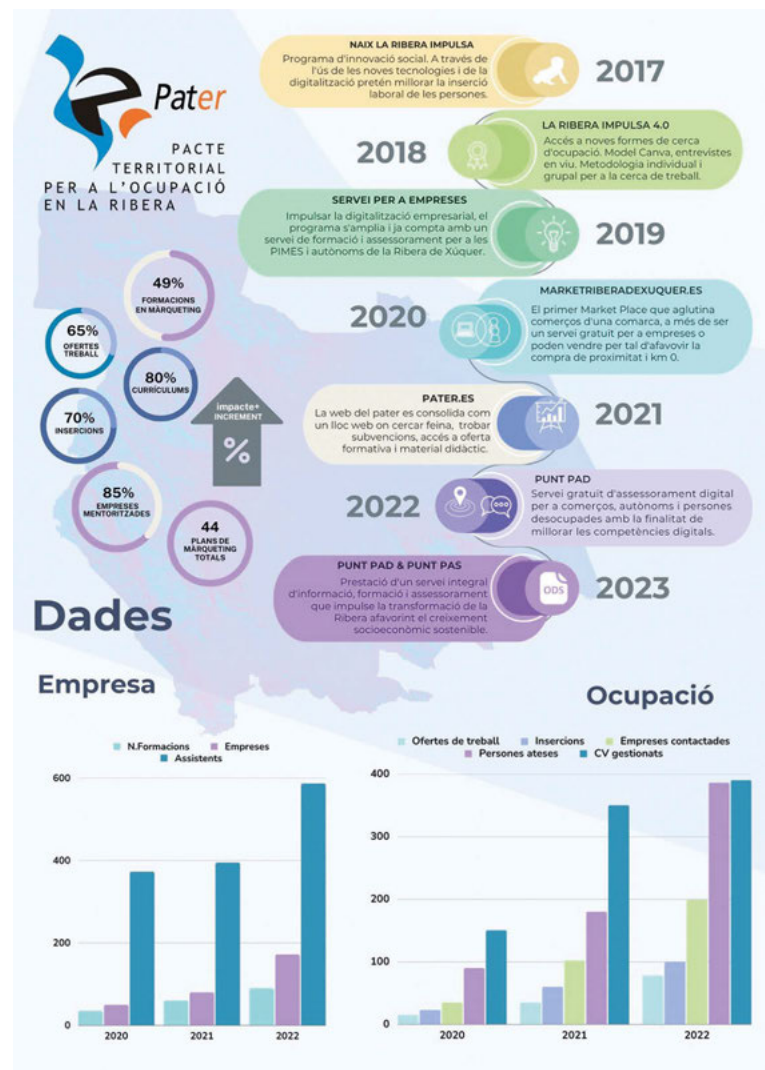


Figura 6.3.1. Evolució de les principals etapes i fites del programa La Ribera Impulsa

- **Persones ateses:** indica la quantitat de persones que han usat els serveis del punt PAD cada any. El gràfic mostra un augment constant en la quantitat de persones ateses, o siga, que hi ha creixement en la demanda dels serveis oferits.
- **Ofertes de faena:** indica la quantitat d'ofertes de faena que s'han gestionat cada any. L'augment d'aquesta xifra mostra que més quantitat d'empreses fan ús dels serveis del PAD per a trobar candidats.
- **CV gestionats:** reflecteix la quantitat de currículums gestionats. L'augment en el nombre de currículums indica que més persones busquen faena i fan ús dels serveis del Consorci per a ajudar en la cerca laboral.
- **Insercions laborals:** indica la quantitat de persones que han trobat faena a través dels serveis del punt PAD. L'augment d'aquesta xifra és un indicador positiu de l'èxit del projecte en la missió d'ajudar les persones a trobar faena.

En general, aquestes dades mostren un creixement i un augment en l'activitat del programa La Ribera impulsa al llarg d'aquests tres anys, cosa que suggereix que exerceix un paper rellevant en la intermediació laboral i en l'assistència a persones que busquen faena a la comarca.

En l'àmbit empresarial, durant el període que va de l'any 2020 a l'abril del 2022, es van dur a terme tant accions de formació presencials com en línia, amb un augment significatiu en totes les activitats digitals. Els tallers de formació es van fer de manera presencial i virtual. Aquestes capacitacions es van dirigir principalment a empreses menudes (entre un i cinc treballadors). En termes generals, es va aconseguir involucrar més de 260 empreses o comerços en els tallers.

És fonamental destacar que es va proporcionar atenció individualitzada a més de 200 autònoms o empreses i es tractaren diversitat de consultes i qüestions relacionades amb estratègies de màrqueting digital, presència en Internet i altres aspectes tecnològics. Entre les consultes més freqüents s'hi van incloure qüestions com la publicitat en línia, l'ús de xarxes socials, auditories SEO, el muntatge de botigues en línia, estratègies de màrqueting electrònic, adquisició de dominis i el Kit Digital, entre d'altres.

Per a avaluar la satisfacció i la repercussió del servei proporcionat pel punt PAD empresa es van passar qüestionaris de retroalimentació. Els resultats van ser molt positius, ja que més del 90% dels enquestats es van manifestar satisfets amb el punt PAD de la seua localitat. Van destacar que aquest servei els va permetre millorar les estratègies de màrqueting, aconseguir més clients i, en última instància, impulsar les vendes. Aquests resultats reflecteixen l'impacte positiu i l'efectivitat del punt PAD en l'enfortiment de les empreses locals.

PAD EMPRESA

Assessorament sobre màrqueting i comunicació digital a les empreses: una de les fites més significatives ha sigut la digitalització d'empreses i comerços locals. El PAD proporciona assessorament, formació i recursos per a la implementació del màrqueting digital, des de la millora de la comunicació amb els clients, la posada en marxa de pàgines web, el llançament de nous productes, etc. Això ha millorat la competitivitat d'empreses i comerços.

Promoció de la digitalització empresarial: el PAD busca impulsar l'adopció de tecnologies digitals en empreses locals, cosa que és una oportunitat perquè aquestes empreses milloren en eficiència, en

abast de mercat i competitivitat. La digitalització és fonamental en l'era moderna per a mantenir-se rellevants i competitius en el mercat global.

Desenvolupament de competències digitals: proporciona assessorament i formació per a millorar les competències digitals de comerços, autònoms i persones desocupades. Això és essencial, perquè la falta d'habilitats digitals pot ser una barrera per a aprofitar les oportunitats en l'economia digital.

Suport a la comunitat: el projecte contribueix al desenvolupament econòmic i social de la Ribera de Xúquer perquè ajuda les empreses locals a adoptar tecnologia digital i mantenir la seua presència en línia. Això pot traduir-se en la creació de faena, en el creixement dels negocis i en més qualitat de vida per a la comunitat.

Foment de la sostenibilitat: la digitalització pot conduir a pràctiques comercials més sostenibles perquè redueix la necessitat de recursos físics i permet models de negoci més eficients i respectuosos amb el medi ambient. Això pot contribuir al desenvolupament sostenible de la comarca.

Accés a recursos digitals: el PAD pot proporcionar accés a recursos digitals i eines que poden ser costosos o difícils d'adquirir per a petites empreses i persones. Això anivellaria el camp de joc i permetria a més agents locals beneficiar-se de la tecnologia.

En resum, el Punt d'atenció digital de la Ribera de Xúquer és un projecte de digitalització que té una repercussió significativa en la promoció de la tecnologia digital en la comunitat local. Té l'objectiu de millorar la qualitat de vida i el desenvolupament econòmic a través d'accions de serveis d'assessorament, formació i recursos digitals a empreses i persones, cosa que fomenta l'adopció de la digitalització i la preparació per a l'economia digital del segle XXI.

Així, com s'ha analitzat més amunt, el punt PAD comporta:

- **Promoció de la digitalització empresarial.** El PAD busca impulsar l'adopció de tecnologies digitals en empreses locals, cosa que comporta una oportunitat perquè aquestes empreses milloren en eficiència, en abast de mercat i competitivitat. La digitalització és fonamental en l'era moderna per a mantenir-se rellevants i competitius en el mercat global.
- **Desenvolupament de competències digitals:** proporciona assessorament i formació per a millorar les competències digitals de comerços, autònoms i persones desocupades. Això és essencial, perquè la falta d'habilitats digitals pot ser una barrera per a aprofitar les oportunitats en l'economia digital.
- **Suport a la comunitat:** el projecte contribueix al desenvolupament econòmic i social de la Ribera de Xúquer perquè ajuda les empreses locals a adoptar tecnologia digital i mantenir la seua presència en línia. Això pot traduir-se en la creació de faena, en el creixement dels negocis i en més qualitat de vida per a la comunitat
- **Millora de l'experiència del client:** els comerços locals han millorat els seus serveis i l'experiència del client mitjançant l'adopció d'eines digitals com ara sistemes de comandes en línia i programes de fidelització digital. Això ha augmentat la satisfacció del client i, en conseqüència, les vendes.

PAD OCCUPACIÓ

Generació d'ocupació: la digitalització ha generat demanda d'habilitats digitals, i això al seu torn ha impulsat la creació de faena a la comarca. Joves i professionals locals troben noves oportunitats laborals en les empreses que busquen adaptar-se a l'entorn digital.

El PAD també ha promogut pràctiques sostenibles en les empreses locals proporcionant més consciència ambiental. La digitalització ha reduït la necessitat d'impressió i documents físics, cosa que ha contribuït a la conservació del medi ambient. També s'ha creat el punt PAS (punt d'atenció sostenible), que permet conscienciar i divulgar l'economia sostenible per a la consolidació d'un model d'economia de proximitat, social i solidària, creadora de riquesa i benestar social, que impulse l'equilibri territorial de la comarca de la Ribera de Xúquer.

CONCLUSIÓ

El PAD, Punt d'atenció digital de la Ribera de Xúquer, ha demostrat ser un projecte de gran repercussió que impulsa la millora digital d'empreses i comerços locals, la millora en la cerca de faena i envigoreix la consciència ambiental, aspectes que alimenten la continuïtat del PAD i l'expansió arreu del territori. Aquest experiment pilot s'ha convertit en un acostament de les entitats públiques al ciutadà i empreses gràcies als punts d'atenció creats en diverses poblacions arreu de la comarca, amb l'objectiu de millorar la prosperitat econòmica d'aquesta zona.

6.4. ACTUACIONS DEL PACTE TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ DE LA CIUTAT D'ALACANT RESPECTE A LA BRETXA DIGITAL

Mariano Agustín González Chouciño, Coordinador de l'Observatori d'Estratègies del Pacte Territorial per l'Ocupació de la ciutat d'Alacant en l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social

A hores d'ara, la bretxa o fractura digital és aqueixa vella coneguda que, malgrat reduir-se en termes quantitius, s'ha ampliat en termes qualitius a causa de l'increment de la dependència i la imbricació entre les TIC i les diverses esferes de la societat. Dit d'una altra manera: les creixents exigències laborals, administratives, socials, econòmiques i de seguretat en aquesta matèria ens espanten cap a l'increment de les bretxes digitals. Si bé l'edat continua mantenint-se com una variable molt significativa en aquest problema, el conjunt de desigualtats socials, d'experiències personals i la variabilitat de l'eficiència del sistema educatiu per reduir-la, ens porten a la creació de noves bretxes que no tenen relació directa amb l'any de naixement dels individus. Les TIC estan totalment implementades en la nostra societat, però tot i així, l'educació, la formació i les exigències d'aprenentatge durant la vida tenen una gran influència en les competències digitals i en l'adopció d'aquestes eines de manera útil i productiva.

Les dades estadístiques disponibles a través de l'Enquesta d'equipament i ús de les TIC a les llars (Institut Nacional d'Estadística) indiquen que l'any 2022, a la Comunitat Valenciana el 100% de les llars disposaven de connexió de banda ampla (el 85,6% amb connexió fixa i el 80,8% amb connexió mòbil), el 82,8% disposava d'un ordinador d'alguna tipus i el 99,4% de telèfon mòbil. De fet, el 88,7% de les persones manifesten haver usat Internet de manera diària. No obstant això, a través dels estudis de caràcter tècnic i acadèmic, com també a partir de la mateixa experiència dels serveis públics, sabem que aquesta quasi inexistent bretxa en termes quantitius amaga una gran bretxa en termes d'usos, competències i capacitat a l'hora d'aprofitar els coneixements i les habilitats per a extraure'n un benefici personal (i fins i tot per a evitar perjudicis per mal ús o ús excessiu) o estar a l'altura de les creixents exigències sistemàtiques. Així doncs, enfront de la denominada bretxa d'accés (primer nivell de la bretxa digital), tenim la bretxa d'usos (segon nivell de la bretxa digital) i la bretxa d'aprofitament o participació (tercer nivell). Ens trobem, doncs, davant

de la reducció d'una bretxa d'accés, causada majoritàriament per la generalització i l'abaratiment dels giny i l'accés a Internet, però alhora hi ha un increment de les conseqüències de les bretxes d'ús i aprofitament a causa de la generalització de l'ús de les TIC en les diverses esferes de la vida.

Des de les administracions públiques i més concretament des dels serveis que tracten problemes relatius a les vulnerabilitats socioeconòmiques, com ara els serveis d'orientació i cerca d'ocupació, és fonamental tenir en compte aquestes qüestions per al disseny de les accions i programes, ja que una part significativa dels usuaris potencials i més necessitats d'aquests serveis són els qui més pateixen aquesta bretxa. No obstant això, en línia amb el que s'ha exposat, la resposta als reptes de la bretxa digital no pot restar en els nivells més bàsics. L'amplitud del problema comporta l'existència de realitats i necessitats diverses a les quals s'ha de donar resposta en línia amb els objectius de desenvolupament econòmic i social. Així doncs, no sols han de proposar-se mesures per a pal·liar els problemes relatius a la bretxa d'accés i la bretxa d'ús en els termes més bàsics, sinó que, a més, cal emprendre accions que servisquen per a pal·liar els problemes relatius al conjunt de nivells i dimensions de la bretxa digital.

Així, en el primer cas, esdevé fonamental un enfocament que afavorisca la participació, atès que el benefici identificat comporta l'accés als serveis públics i l'acompliment en els processos de cerca d'ocupació i formació, fonamentals per a garantir les necessitats mínimes en termes de participació en la societat. En el segon cas és fonamental promoure una formació més àmplia i d'un nivell més avançat de competències digitals que, al seu torn busque influir en les disposicions dels individus envers les TIC, de manera que no sols es tracte de formar en determinats usos, sinó també de promoure la inclinació dels individus envers l'adopció i la incorporació de noves eines digitals als seus llocs de treball, empreses o negocis, i s'avance en la digitalització, productivitat i competitivitat de la nostra economia.

En línia amb aquesta realitat, en aquesta contribució exposarem i analitzarem les accions i els programes de l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social (ALDES), en el marc del Pacte territorial per l'ocupació de la ciutat d'Alacant, que es relacionen amb la cerca de solucions per a aquests problemes. Així, d'una banda, tenim serveis que podríem considerar més bàsics, relatius a l'accés i la formació en determinats usos o competències digitals, però no per això menys necessaris; i, d'altra banda, trobem formes d'adaptació a aquesta realitat com a via per a aconseguir més accés a la població objectiu de les polítiques i accions desplegades. Finalment, s'han creat un conjunt de cursos, píndoles formatives i tallers vinculats a la disminució de les bretxes d'ús i aprofitament a fi de disminuir, d'un costat, la bretxa digital en l'àmbit de l'emprenedoria i, de l'altre, la bretxa digital territorial mitjançant la formació avançada de recursos humans per a dotar les empreses del personal necessari per a l'estratègia Alacant Futura.

AULES D'INFORMÀTICA

L'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social d'Alacant disposa de tres aules d'informàtica en diverses instal·lacions. Cadascuna d'aquestes aules tenen objectius diferents.

La primera està situada al Centre de Formació Natzaret [avinguda del Dr. Jiménez Díaz]. Aquesta aula compleix una funció simple però necessària, relativa a l'ús prioritari per als tallers d'ocupació en què s'empren els equips informàtics com a suport. D'altra banda, durant la resta del temps disponible, la sala s'usa per a fer-hi cursos de competències digitals bàsiques i avançades. Al llarg

de l'any 2022, el conjunt d'aquestes dues activitats va beneficiar 45 persones. Així, es feren 1.920 hores formatives als Tallers d'Ocupació i 120 en els cursos de competències digitals bàsiques i avançades.

La segona aula, localitzada al Centre de Formació el Tossalet (carrer d'Abad Fernández Helguera), a l'àrea d'especial vulnerabilitat coneguda com a Zona Nord, té com a objectiu principal la reducció de les conseqüències en el camp laboral de la bretxa digital entre la població d'aquesta àrea vulnerable. Una integradora social tutoritza l'ús d'aquest sala, l'aula d'Informàtica Tutoritzada, a què els usuaris poden accedir de 12 a 14 hores (cal demanar hora) per a fer diverses accions relacionades amb el procés d'accés al mercat laboral. La gestió de certificats digitals, realització de tràmits i gestions relacionades amb la seua situació de desocupació formen part d'aquestes activitats. Al seu torn, el procés de tutorització també aborda l'ajuda als usuaris per a accedir a les últimes ofertes de feina i formació mitjançant l'accés als portals d'ocupació, seguiment de les ofertes i les gestions necessàries en el conjunt del procés de candidatura laboral.

La tercera d'aquestes sales correspon al servei d'orientació a desocupats i assessorament a emprenedors de la zona EDUSI de la ciutat d'Alacant (popularment conegut com Les Cigarreres, al carrer de Sevilla). També es tracta d'una aula d'Informàtica Tutoritzada com la del Centre de Formació el Tossalet. En aquest cas, les instal·lacions donen servei als barris que entren dins de l'EDUSI (Altossano, Campoamor, les Carolines Baixes, el Pla del Bon Repòs, Sant Antoni i l'àrea al voltant del Mercat Central). Els serveis d'aquesta aula són els mateixos. No obstant això, durant el període 2021-2022, tant l'aula com els seus serveis han passat a ser gestionats per una altra regidoria i una empresa externa, encara que ocasionalment l'Agència Local ha continuat fent-ne ús. Al seu torn, en aquestes instal·lacions, també s'han fet sis cursos sobre eines, competències i serveis basats en les TIC per a la cerca activa de feina entre els anys 2020 i 2022, amb un total de 82 alumnes i 200 hores de classe. Aquestes sessions responen, igual que en el cas del Centre de Formació el Tossalet, a solucionar les bretxes d'ús i aprofitament en un nivell bàsic quant a la cerca feina.

No obstant això, les necessitats i casuístiques dels usuaris varien considerablement. En els casos en què s'identifica la necessitat de més ajuda, les aules d'informàtica tutoritzades han elaborat plans d'actuació personalitzats de manera conjunta amb el servei d'orientació. L'objectiu d'aquests plans és aconseguir que els usuaris siguin completament autònoms a l'hora d'inscriure's en portals i ofertes d'ocupació i, també en l'enviament del curriculum vitae per diverses vies.

Durant l'any 2022, l'aula va rebre 822 visites. El període de més afluència és entre els mesos de setembre i novembre, fet que probablement es relaciona amb el final de la temporada d'estiu. L'afluència disminueix entre els mesos de desembre i gener i s'incrementa progressivament fins al mes de juliol, que és quan arriba al mínim anual. Aquestes dades reforcen la hipòtesi que una part significativa de l'afluència deriva de l'estacionalitat de l'ocupació, la qual afecta amb més intensitat les àrees més vulnerables (com els residents de l'àrea de la Zona Nord). Quant al sexe de les persones usuàries, hi ha un percentatge lleugerament superior de dones (53,9%) respecte dels homes (46,1%), diferència que es pot considerar poc significativa. Quant a l'evolució en el nombre de persones usuàries durant els últims anys, pot apreciar-se una tendència lleugerament creixent, amb oscil·lacions derivades de la pandèmia de la covid-19. Així, si l'any 2019 el nombre de persones usuàries va ser de 812, aquesta xifra davallà a 648 l'any 2020 a causa de les notables restriccions a la mobilitat com a resposta a la pandèmia. Durant l'any 2021 hi ha un efecte rebot que incrementa el nombre de persones usuàries a 868, i l'últim any es redueixen a 822, xifra lleugera-

ment superior a de l'any anterior a la pandèmia. En el cas de Les Cigarreres, els resultats són més modestos, amb 103 usuaris al llarg del període 2020-2021. Aquesta diferència podria explicar-se per l'existència de diferències significatives quant al nivell de vulnerabilitat socioeconòmica entre les dues zones. Al seu torn, tant les instal·lacions com els serveis de Les Cigarreres són més recents i pot indicar un nivell més baix d'integració sobre el territori.

VIES DE COMUNICACIÓ

Si bé la formació i la tutorització per a assolir més nivells d'autosuficiència i capacitat en els individus són fonamentals, no sols ha de considerar-se la falta de recursos i competències suficients per a poder resoldre aquest problema, sinó també la dificultat amb què ens trobem quant a la comunicació des de les institucions. La capacitat de comunicació que ens ofereixen les TIC, tant a les administracions públiques com a empreses i particulars, ha sigut un canvi tan significatiu que podríem parlar d'un nou paradigma comunicatiu. Aquesta nova realitat, però, es basa en una crua competició per l'atenció dels individus. La creació de continguts a les xarxes socials és tan gran que comunament fem ús del concepte infoxicació per a parlar de com les persones es veuen aclaparades per l'excés d'informació i no són capaces de distingir la part útil i necessària de la informació inútil i que no aporta res. Així, es posa de manifest una altra aresta de la bretxa digital, atès que podríem identificar tot un seguit de variables que influeixen en la capacitat dels individus per a moure's en aquesta jungla, i trobar, identificar i valorar allò que pot ser-los positiu. Aquesta idea es pot aplicar no sols a les xarxes socials, sinó al conjunt d'usos tecnològics. I així, per molt que ens obstinem, pot ser molt difícil accedir a uns certs sectors a través de les principals xarxes socials, pàgines web o correu electrònic.

Per tant, des d'àmbits com l'orientació i formació per a l'ocupació, sobretot entre els sectors més vulnerables, és fonamental adaptar-se als seus usos tecnològics i aconseguir accedir-hi. Si bé és veritat que no es pot renegar de la necessària pedagogia per a un ús funcional de les TIC, és impossible impartir aquesta pedagogia si els individus no són capaços d'identificar els serveis i accedir-hi, o si no tenim la capacitat de mantenir una comunicació fluida amb aquestes persones.

Sobre la base d'aquesta lògica, tant en els serveis d'orientació i formació per a l'ocupació com en el marc del projecte experimental "Barris i pedanies", s'ha fet un esforç d'adaptació a aquesta realitat en l'atenció telemàtica i s'han usat eines com el WhatsApp com a via de comunicació amb les persones en procés d'orientació.

Aquesta adaptació és especialment significativa en el cas del projecte experimental (EMPACE) "Barris i pedanies IV". Aquest projecte va consistir a portar els serveis de l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social als barris i les pedanies de la ciutat d'Alacant, acció que es dugué a terme mitjançant tècnics itinerants. Per tant, es tracta d'un projecte totalment dedicat a afavorir que les àrees més vulnerables del municipi tinguin accés als serveis públics.

En aquesta línia, l'atenció telemàtica s'ha adaptat mitjançant l'obertura de les possibles vies de comunicació i consulta, amb opcions per a l'atenció per correu electrònic, telèfon i mitjançant l'aplicació de missatgeria instantània WhatsApp. És així com s'ha afavorit l'accés als serveis i, a més, complementat amb un procés de coordinació amb altres serveis municipals i autonòmics que treballen en àmbits relatius a la reducció de les vulnerabilitats socioeconòmiques, com ara l'entitat Càritas, la Fundació ADIEM (Associació per a la Defensa i Integració del Malalt Mental), les Filles

de la Caritat de Sant Vicent de Paül, el centre de menors Els Reiets, els equips dels centres socials i treballadores socials dels barris, la medidora Filies, la Fundació Secretariat Gitano, la Fundació Nova Feina, l'associació Arquitectura sense Fronteres, el Servei Atlas (servei públic d'informació bàsica i atenció especialitzada en matèria de migració i refugi de la Generalitat Valenciana) i el SASEM (Servei d'Atenció i Seguiment per a la Malaltia Mental per a les persones amb problemes de salut mental greu de Serveis Socials).

Així, l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social, a través del projecte "Barris i pedanies", ha funcionat com una porta d'entrada a diversos serveis, ajudes i punts d'atenció rellevants per a la reducció de les vulnerabilitats socioeconòmiques, més enllà del aspectes relatius exclusivament a l'ocupació, l'emprenedoria i la formació. Els resultats obtinguts han superat amb escreix les expectatives quant al nombre de persones que s'hi posen en contacte i accedeixen als serveis: les sessions individuals d'orientació laboral o emprenedoria quasi s'han duplicat respecte a les expectatives (746 casos, vora 400 casos més respecte de la xifra que es preveia), i també ha augmentat el nombre de persones que emprenen itineraris personalitzats d'inserció (108 casos enfront d'una expectativa de 50). Val a dir, també, que les dades respecte a inserció laboral directa i indirecta, com també les derivacions a ofertes de treball i el nombre de persones que comencen a formar-se per a millorar la seua ocupabilitat, no van més enllà del que es preveia i fins i tot resten un poc per davall. Aquests resultats poden fer pensar que les estratègies d'acostament, comunicació i facilitació de l'accés han sigut efectives, però sense un increment paral·lel del compromís dels individus amb el procés. Al seu torn, els recursos o les possibilitats en matèria d'inserció laboral directa i indirecta i les ofertes de treball no s'han incrementat en el mateix grau. Cal destacar que tant l'accés com el grau de compromís és més alt en el cas de les dones que entre els homes, amb xifres que en alguns indicadors arriben fins i tot a duplicar-se.

Trobem que aquests resultats són molt positius, i més encara si considerem les derivacions a les esmentades entitats i serveis. Així, si bé pot considerar-se que l'increment en l'accessibilitat no va paral·lel amb les possibilitats del projecte, aquesta accessibilitat, com que esdevé una porta d'entrada a altres serveis, afavoreix l'atenció holística de les necessitats dels individus quant a la reducció de la vulnerabilitat socioeconòmica i psicosocial. Al seu torn, l'ús d'aquests canals sembla afavorir l'accés a la població femenina, entre la qual trobem, en termes generals, un nivell més alt de vulnerabilitat.

CURSOS I PÍNDOLAS FORMATIVES DE NIVELL AVANÇAT

Finalment, tenim les qüestions relatives als recursos formatius que responen a la reducció de la bretxa digital més enllà dels problemes d'accés i falta de coneixements bàsics.

En el cas de les accions formatives realitzades directament per les entitats del Pacte territorial per l'ocupació de la ciutat d'Alacant, entre els anys 2020 i 2022 s'han fet 44 píndoles formatives. El contingut d'aquestes píndoles ha sigut divers: creació de webs corporatives, elaboració de currículums, ús de portals d'ocupació, instal·lació i ús de certificats digitals en ordinadors i telèfons mòbils, ús de Punt Labora en línia, ús d'aplicacions informàtiques per a buscar faena, creació de videoentrevistes, formació professional per a l'ocupació en línia, aplicacions per a buscar faena, formació acadèmica en línia, ús del programa de disseny Canva i entrevistes de treball en línia. En total, s'han comptabilitzat 218 assistents presencials. Es tracta de píndoles orientades a persones que ja tenen unes competències mínimes en el maneig de les TIC, i per això poden accedir-hi sense grans problemes, alhora que es tracta d'activitats que poden comportar-los una dificultat. Al seu

torn, diverses de les píndoles poden ser útils per als qui busquen saber més sobre algunes qüestions concretes, encara que ja disposen de coneixements per a fer-ho ells mateixos.

D'altra banda, i en plans competencials més avançats, des de les entitats col·laboradores del Pacte territorial per l'ocupació, l'Escola d'Organització Industrial (EOI) imparteix un conjunt de cursos a través de la plataforma Blackboard, cofinançats per l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social, pel Fons Social Europeu i pel Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme. Una part significativa d'aquests cursos s'orienten a oferir coneixements professionals específics en l'àmbit de les TIC a joves sense faena, amb diversos graus de complexitat i profunditat, amb un caràcter intensiu i d'elevada duració mitjana en terme d'hores. Es tracta, doncs, de cursos orientats a joves amb formació superior o amb coneixements TIC avançats, ja siga per a reorientar-se laboralment, complementar el perfil professional o incrementar habilitats dins dels seus àmbits de treball. Al llarg del 2022 s'han fet 14 cursos, amb un total de 3.400,5 hores de formació i 221 participants. D'altra banda, l'any 2023 s'han impartit, fins ara, nou cursos, amb un total de 3.042 hores de formació, 159 alumnes matriculats i 134 alumnes aptes.

En aquesta oferta formativa es poden trobar cursos de nivell professional bàsic, com ara Creació de webs en Wordpress i Iniciació a la programació, i també cursos de nivell professional avançat, com ara programació en Python, Java, NET, COBOL, Fullstack, UX, Robotic Process Automation, ciberseguretat i videojocs. Finalment, també s'ofereixen cursos relacionats secundàriament amb les TIC i que poden emmarcar-se dins dels perfils complementaris, com ara Creació de publicitat programàtica, Direcció de projectes, Tècnic de qualitat i medi ambient en la indústria agroalimentària i Tècnic en biotecnologia.

D'altra banda, el Centre d'Emprenedors de l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social fa cursos orientats a l'activitat emprenedora, molts dels quals busquen pal·liar les bretxes d'habilitats digitals en l'àmbit de l'emprenedoria. Així, al llarg del 2022 s'han dut a terme un total de 49 activitats formatives, 16 de les quals estan directament relacionades amb les tecnologies digitals, ja siga respecte a l'ús de la comunicació i publicitat en xarxes socials i Internet com respecte a l'ús d'eines de gestió, posicionament web o venda en línia. Val a dir que molts dels altres cursos inclouen coneixements vinculats a les TIC. De les 280 hores de formació amb 938 assistents impartides durant l'any 2022 pel Centre d'Emprenedors, 60 hores de formació i 405 assistents corresponen a cursos vinculats a les tecnologies digitals. És destacable que, si bé aquests cursos representen el 21,43% de les hores totals impartides, agrupen el 43,18% dels assistents, i és indicatiu de l'interès que desperta aquesta mena de formació.

CONCLUSIONS

En el cas del Pacte territorial per l'ocupació de la ciutat d'Alacant, es busca aturar la bretxa digital a través de tres vies. En primer lloc, a partir de la reducció de la bretxa a un nivell d'accés i usos bàsics mitjançant formació específica, formació informatitzada i processos de tutorització en els aspectes relatius a la cerca de faena. En segon lloc, s'intenta superar aquesta bretxa sense necessitat d'incidir en la reducció, adaptant-se els tècnics i els programes als usos donats per les potencials persones usuàries. En aquest cas s'usa el programa WhatsApp com a principal via de comunicació telemàtica entre la majoria de la població perquè és una aplicació de missatgeria instantània gratuïta, potencialment usable fins i tot entre persones que no saben escriure, no requereix grans coneixements ni disposar d'un telèfon molt avançat, al mateix temps que permet un ús professional

ràpid, còmode i segur també a través de l'ordinador personal per part dels tècnics. La seua qualitat de sistema de missatgeria instantània, així mateix, permet trencar les barreres generades per la necessària sincronia dels tècnics i els usuaris, de manera que permet establir relacions de manera asíncrona i també permet el correu electrònic, però de forma més accessible per al conjunt de la població. Així, els efectes de la bretxa digital són mitigats en l'àmbit que ens ocupa. Finalment, s'ofereix una formació més avançada, tant a persones treballadores com a persones emprenedores, buscant, d'una banda, avançar en el procés de digitalització a través de la capacitat dels recursos humans i, d'altra banda, incrementar la competitivitat de les emprenedores a través de la introducció de les tecnologies digitals en els seus projectes i empreses. En conjunt, d'aquesta manera es dona suport a la reducció de la bretxa digital territorial en favor del desenvolupament econòmic futur de la ciutat d'Alacant.

En termes generals, pot afirmar-se que el quefer desplegat referent a la bretxa digital no es tracta d'una política o una sèrie de polítiques concretes i específiques amb vista a reduir-la o mitigar-la, sinó que es tracta d'una aplicació transversal en els diversos eixos estratègics o línies de treball. Així doncs, si bé no hi ha innovacions específiques notables, sí que identifiquem un compendi de recursos i procediments en diverses àrees i programes que es mostren efectius en termes generals. No obstant això, cal continuar el procés de reducció i mitigació dels efectes de les bretxes digitals de manera transversal en les actuacions de les polítiques d'ocupació i promoció econòmica, en línia amb l'Agenda 2030 i responent a les metes 4.4 d'expansió de les competències tècniques necessàries per a garantir la inclusió, l'objectiu de faena digna que figura en l'ODS 8 i la reducció de les desigualtats present en l'ODS 10. Aquest procés s'ha mostrat molt més rellevant amb motiu de l'experiència i les conseqüències de la pandèmia per la covid-19, i ha motivat i requerit més esforç institucional.

En termes generals, es considera que l'enfocament amb el qual el Pacte territorial per l'ocupació de la ciutat d'Alacant tracta aquesta problemàtica és correcte. Les accions del Pacte se centren a disminuir les barreres digitals entre les persones desocupades, amb especial atenció al col·lectiu femení i les persones residents als barris més vulnerables. Al seu torn, es busca complementar les competències digitals entre les persones desocupades i les persones emprenedores mitjançant la formació. Finalment, s'ofereix una formació en competències i habilitats avançades destinada principalment a joves professionals que busquen complementar o reorientar els seus perfils professionals, i es tracta d'un pilar fonamental per a afavorir la transformació de l'estructura productiva de la ciutat dins del marc dels plans Alacant Futura i Districte Digital. En tot cas, dins del marc competencial de l'Agència Local de Desenvolupament Econòmic i Social (ALDES) com a entitat gestora del Pacte local per l'ocupació, s'espera poder continuar incorporant a les diverses activitats i programes elements vinculats a la reducció i mitigació de la bretxa digital.

6.5. PROGRAMES EMPACE I L'ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES DE LA INFORMACIÓ I LA COMUNICACIÓ EN L'ACORD TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT LOCAL DE LA CIUTAT D'ELX

Manuel Silva Santa, Tècnic Mitjà i Agent d'Ocupació i Desenvolupament Local. Ajuntament d'Elx

En el marc del Pla Avalem Territori, la Regidoria de Promoció Econòmica, Formació i Ocupació ha desplegat els següents programes EMPACE en relació amb l'ús de les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

- Període 2021-2022: Espai virtual per a la promoció d'ocupació, formació i emprenedoria.
- Període 2022-2023: Sistemes d'intel·ligència artificial aplicats a l'aprenentatge en matèria d'ocupació, formació i emprenedoria.
- Període 2023-2024: Disseny d'eines per a l'aprenentatge en xarxa en matèria d'ocupació, formació i emprenedoria.

Aquests programes han permès la creació i el posterior desenvolupament de les webs: www.elxorienta.es i www.elcheorienta.es.

L'objectiu prioritari d'aquests tres programes és donar resposta a les necessitats del territori en matèria d'ocupació i foment de l'emprenedoria, mitjançant l'aprofitament de les possibilitats que ofereix Internet.

Els objectius particulars són:

- Creació d'una pàgina web vinculada al vigent Acord territorial per l'ocupació i el desenvolupament local de la ciutat d'Elx: www.acuerdoterritorialelche.es.
- Connexió entre les necessitats expressades per empresaris, treballadors i agents socials i econòmics signants de l'Acord territorial, tant formatives com laborals, i fomentar la cultura emprenedora i la intermediació laboral mitjançant eines i simuladors en línia.
- Seguiment del progrés de cada usuari/ària, adaptat al seu nivell formatiu i corba d'aprenentatge.
- Atenció especial a les necessitats formatives i laborals de la joventut de la ciutat d'Elx

1. RESULTAT DEL PROGRAMA ESPAI VIRTUAL PER A LA PROMOCIÓ D'OcupACIÓ, FORMACIÓ I EMPRENEDORIA

A. INDICADORS QUANTITATIUS

L'anàlisi de resultats des del punt de vista quantitatiu es basa en dos tipus de fonts.

- Dades de trànsit de la web mitjançant l'eina estadística de Wordpress.com.
- Enquestes realitzades als alumnes dels programes mixtos d'ocupació i formació del Centre Municipal de Formació.

TRÀNSIT DE LA WEB

L'arreglada de dades a través de l'eina estadística de Wordpress va començar el 8 de febrer del 2022, moment en què la web va passar a estar operativa en el seu conjunt. Cal tenir en compte que l'objectiu del projecte experimental és, precisament, la creació d'un espai virtual per al foment de l'ocupació, la formació i l'emprenedoria. Va ser aquell dia quan ja estaven en funcionament simultani les eines virtuals de les tres àrees de contingut de la web.

L'eina estadística de Wordpress distingeix entre:

- Visitants: nombre d'usuaris/àries que han accedit a la web.
- Visites: nombre d'accessos als apartats de la web.

A més, permet analitzar aquesta informació en intervals predeterminats i personalitzats. També proporciona informació sobre les pàgines del web que més s'han visitat.

En conclusió, del 8 de febrer al 30 d'abril, la web ha tingut 431 visitants i un total d'interaccions que ascendeix a 2.009.

Figura 6.5.1.
Trànsit de la web
els mesos de febrer,
març i abril del
2022.

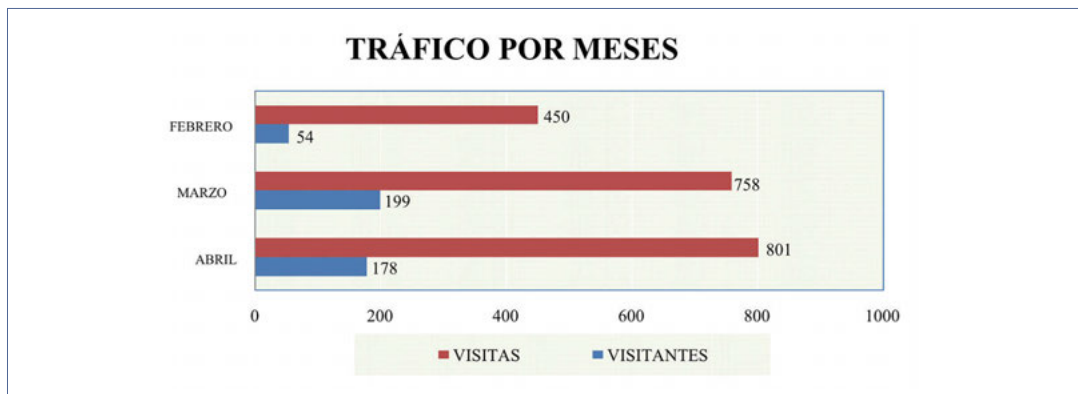
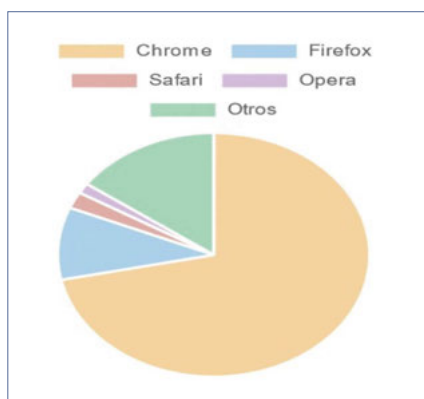


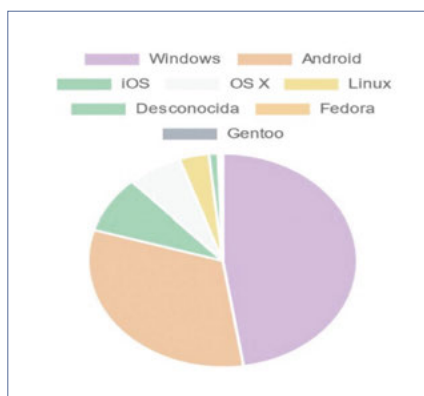
Figura 6.5.2.
Motors de cerca
emprats per a
accedir a la web
del 08/02/2022 al
09/05/2022.



MOTORS DE CERCA I SISTEMES OPERATIUS

El motor de cerca més emprat pels usuaris i usuàries de la web és Google Chrome, seguit de Mozilla Firefox. En l'apartat "Altres" s'inclouen principalment navegadors de telèfons mòbils, com ara les aplicacions pròpies de Samsung, Xiaomi, Huawei, etc. Així mateix, el sistema operatiu més emprat per a accedir a la web és Windows, seguit d'Android, la qual cosa demostra l'acceptació que va assolint la versió mòbil.

Figura 6.5.3.
Sistemes operatius
emprats per a
accedir a la web
del 08/02/2022 al
09/05/2022.



PÀGINES DE LA WEB MÉS VISITADES

La pàgina d'inici ha rebut 663 visites. Quant a les pàgines de la web més visitades, destaquen les pestanyes d'ocupació (107 visites) i emprenedoria (100 visites).

En l'apartat d'ocupació ha generat especial interès l'entrevista de treball (56 visites) i la informació sobre la preparació prèvia de l'entrevista de treball (46 visites). En l'apartat de formació destaca la llista d'entitats formadores en l'àmbit laboral (55 visites) i, també, els recursos formatius en general (47 visites).

Quadre 6.5.1.
Nombre de visites
a les pàgines de la
web més visitades
del 08/02/2022 al
09/05/2022.

Ordre	Títol	Enllaç	Visites
1	Pàgina d'inici	/	663
2	Ocupació	/ocupació/	107
3	Emprenedoria	/emprenedoria-2/	100
4	Entrevista de treball	/ocupació/entrevista-de-treball/	56
5	Entitats formadores en l'àmbit de l'ocupació	/entitats-formadores-ambito-ocupació/	55
6	Formació	/formacion/	52
7	Fase preentrevista de treball	/ocupació/entrevista-de-treball/fase-preentrevista-de-treball/	49
8	Recursos formatius	/recursos-formatius/	47
9	Acords territorials	/acords-territorials/	42
10	Biblioteca de recursos - Ocupació	/biblioteca-de-recursos-empre/	42

Respecte a la biblioteca de recursos, l'apartat que ha generat més expectació ha sigut el d'ocupació (42 visites), on s'inclouen enllaços a informació rellevant sobre el compte de correu electrònic professional, currículum, entrevista de treball, agenda de cerca i redacció de correus.



Figura 6.5.4. Nombre de visites a les pàgines de la web més visitades del 08/02/2022 al 09/05/2022.

B. INDICADORS QUALITATIUS

L'anàlisi qualitativa s'ha efectuat a partir de les opinions manifestades pels alumnes dels programes mixtos d'ocupació i formació del Centre Municipal de Formació.

NOMBRE D'INTERACCIONS

S'han produït un total de 32 interaccions de tipus qualitatiu que es poden agrupar de la manera següent:

- Valoració general de la web
- Textos explicatius
- Vídeos explicatius
- Música
- Colors
- Animacions

Dins de cada tipus de qüestió, els comentaris s'han agrupat en tres categories segons el caràcter:

- Negatiu
- Positiu
- Positiu amb proposta de millora

S'hi ha inclòs la categoria "Positiu amb proposta de millora" perquè en l'apartat dels comentaris positius n'hi ha uns quants que contenen propostes i suggeriments.

Les opinions referents a la informació explicativa sobre ocupació, formació i empenedoria arriben al 47,22%: el 30,56% es refereixen al material en forma de text i el 16,67% es refereixen a les píndoles de coneixement en forma de vídeo.

QÜESTIONS VALORADES	Negatiu	Positiu	Positiu amb millores	Total
VALORACIÓN GENERAL DE LA WEB		12		12
TEXTOS EXPLICATIVOS	3	6	2	11
VIDEOS EXPLICATIVOS	1	3	2	6
MÚSICA	5			5
COLORES	1			1
ANIMACIONES	1			1
TOTALES	11	21	4	36

Quadre 6.1.2. Nombre d'interaccions qualitatives segons tipus i categoria dels comentaris del 08/02/2022 al 09/05/2022.

El 33,33% dels comentaris se centren en valoracions generals de la web de l'espai virtual, mentre que l'ambientació de la web ha merescut l'atenció del 19,44% de les persones que han interactuat amb la web. Destaquen les opinions manifestades quant a la música del material explicatiu en format de vídeo.

Les opinions referents a la informació explicativa sobre ocupació, formació i emprenedoria arriben al 47,22%: el 30,56% es refereixen al material en forma de text i el 16,67% es refereixen a les píndoles de coneixement en forma de vídeo.

El 33,33% dels comentaris se centren en valoracions generals de la web de l'espai virtual, mentre que l'ambientació de la web ha merescut l'atenció del 19,44% de les persones que han interactuat amb la web. Destaquen les opinions manifestades quant a la música del material explicatiu en format de vídeo.

Figura 6.5.5.
Nombre d'interaccions qualitatives segons tipus del 08/02/2022 al 09/05/2022.

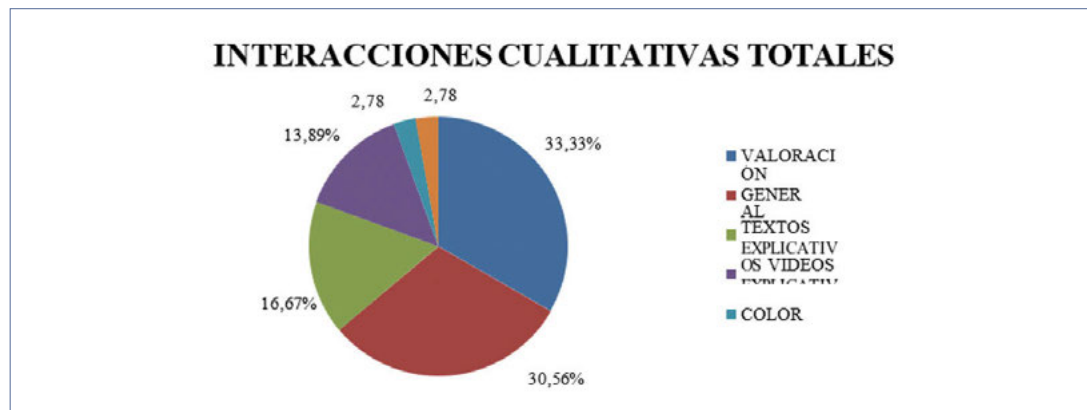


Figura 6.5.6. Nombre d'interaccions qualitatives segons tipus i categoria dels comentaris del 08/02/2022 al 09/05/2022.

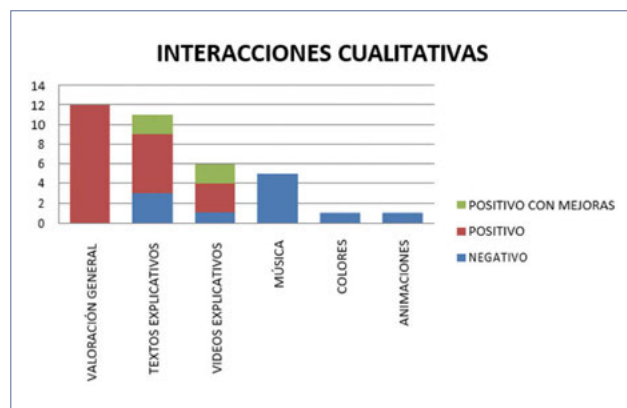
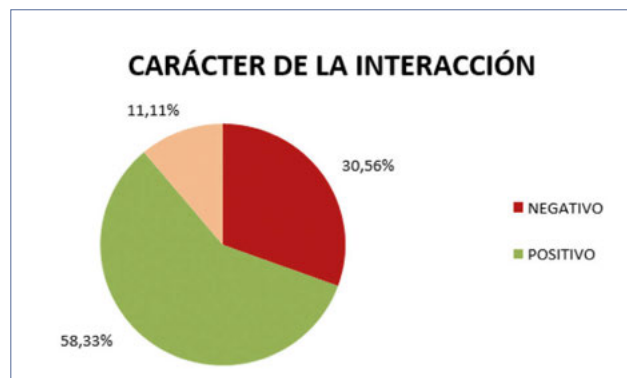


Figura 6.5.7. Distribució del caràcter de les interaccions del 08/02/2022 al 09/05/2022.



CARÀCTER DE LES INTERACCIONS

Les valoracions generals han sigut positives íntegrament. No obstant això, les referides a la música, als colors i les animacions han sigut negatives.

Cal destacar que els cinc comentaris negatius sobre la música argumenten que distrau l'atenció de l'usuari/ària. Quant als colors, només hi ha hagut una aportació d'una persona que manifesta que té problemes de visió. Respecte a les animacions, l'opinió negativa manifestada se centra en la falta d'expressivitat.

El 58,33% de les interaccions ha tingut un to positiu. A més, el 69,44% ha sigut positiu o positiu amb propostes de millora. Només l'11,11% de les valoracions qualitatives rebudes tenen un sentit de crítica negativa.

C. CONCLUSIONS

En conjunt, la valoració de tipus qualitatiu és positiva, tant en referència al disseny de la web com al contingut i la divisió en tres aspectes fonamentals: ocupació, formació i emprenedoria.

El nombre d'interaccions qualitatives rebudes encara no és prou ampli per a arribar a conclusions extrapolables des d'un punt de vista estadístic al nombre total d'usuaris/àries que han visitat la web.

Respecte a la música que amenitza els vídeos, caldria estudiar alternatives o incidir sobre el volum. Quant a la llargària dels textos i la duració dels vídeos, cal dir que tenen aquesta extensió perquè van dirigits a persones amb un nivell bàsic o intermedi de coneixements. En ampliacions futures de la web s'hi inclouran materials explicatius amb nivells més avançats.

Pel que fa a l'accessibilitat de la web, tant en format d'escriptori com de telèfon mòbil, sembla que és adequada perquè només hi ha hagut una opinió negativa sobre aquesta qüestió. Fet i fet, és important que el contingut siga accessible a la màxima quantitat possible d'usuaris/àries, per la qual cosa també podria ser objecte d'estudi futur una millora en aquest sentit.

2. RESULTAT DEL PROGRAMA SISTEMES D'INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL APLICATS A L'APRENENTATGE EN MATÈRIA D'OCUPACIÓ, FORMACIÓ I EMPRENEDORIA

A. INDICADORS QUANTITATIUS

L'anàlisi quantitativa de resultats es basa en les dades de trànsit de les webs www.elxorienta.es i www.elcheorienta.es, mitjançant l'eina estadística de Wordpress.com.

TRÀNSIT DE LA WEB

Com s'ha indicat per a l'annualitat anterior, l'eina estadística de Wordpress distingeix entre:

- Visitants: nombre d'usuaris/àries que han accedit a la web.
- Visites: nombre d'accessos als apartats de la web.

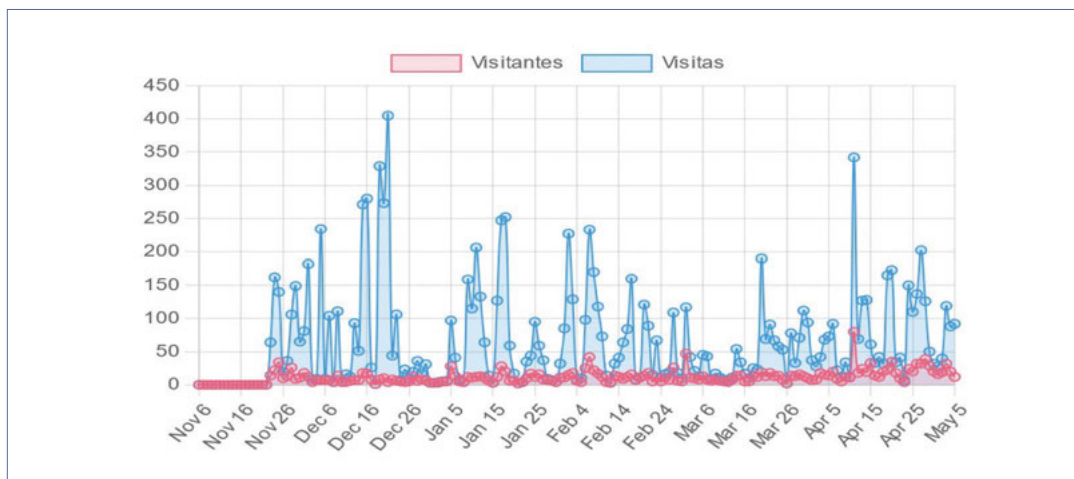


Figura 6.5.8.
Evolució del
número de
visitants y visitas
a la web desde
el 23/11/2022 a
05/05/2023

Figura 6.5.9.
Distribució del nombre de visitants i visites a la web per a diversos períodes compresos del 23/11/2022 al 05/05/2023.

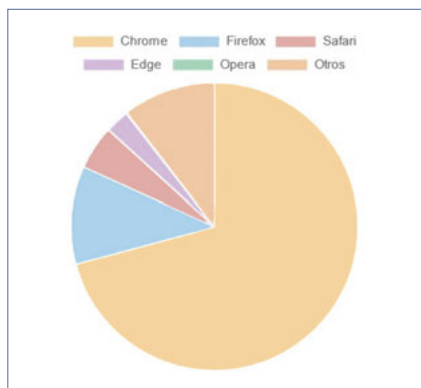
Hora	Visitantes	Visitas
Hoy	12	92
Ayer	20	88
Last week	179	807
Últimos 7 días	187	575
Last 30 days	676	2.673
Last 60 days	999	4.078
Last 90 days	1.400	5.872
Last 12 months	2.125	11.746
This year (Jan-Today)	1.747	8.205

L'arreglada de dades va començar el dia 23/11/2022 perquè fou a partir d'aqueixa data quan les noves eines i simuladors van ser accessibles al públic en general. La data de finalització de l'anàlisi és el 05/05/2023.

Els intervals de dades estan prefixats per l'eina estadística de Wordpress. La dada de "Last 12 months" cal interpretar-la com la xifra des del 23/11/2022, ja que abans d'aquest dia el valor és zero.

MOTORS DE CERCA I SISTEMES OPERATIUS

Figura 6.5.10.
Motors de búsqueda utilizados para acceder a la web desde el 23/11/2022 a 05/05/2023



El motor de cerca més emprat pels usuaris i usuàries de la web és Google Chrome, seguit de Mozilla Firefox. En l'apartat "Altres motors de cerca" s'inclouen principalment navegadors de telèfons mòbils, com ara les aplicacions pròpies de Samsung, Xiaomi, Huawei, etc.

CONCLUSIONS DELS INDICADORS QUANTITATIUS

- El nombre d'usuaris/àries totals és de 2.125 des del dia 23/11/2022.
- La mitjana diària és de 13 usuaris/àries.
- El nombre de visites a la web és d'11.746.
- La mitjana diària de visites és de 71.
- El dia amb més nombre d'usuaris/àries que van visitar la web va ser l'11 d'abril, amb un total de 80.
- Durant el període analitzat hi ha hagut 28 dies amb un nombre d'usuaris/àries igual o superior a 20. A més, no hi ha hagut cap dia sense algun visitant.

B. INDICADORS QUALITATIUS

L'anàlisi qualitativa s'ha realitzat a partir de les opinions manifestades pels alumnes dels programes mixtos d'ocupació i formació del Centre Municipal de Formació. S'ha considerat un públic objectiu adequat, ja que la finalitat d'aquests programes és millorar la formació i l'ocupabilitat dels participants.

Figura 6.5.11.
Distribució del número de cuestionarios realizados según la especialidad formativa del alumnado.

ESPECIALIDADES FORMATIVAS	NÚMERO DE CUESTIONARIOS REALIZADOS
EFIFICACIÓN Y OBRA CIVIL - ALBAÑILERÍA	8
AGRICULTURA - JARDINERÍA	9
ELECTRICIDAD - TELECOMUNICACIONES	10
TOTALES	27

La pàgina web i les modalitats d'aprenentatge interactiu es van presentar als alumnes en diverses sessions presencials que es van fer a l'aula d'informàtica del Centre Municipal de Formació. S'han produït un total de 27 interaccions de tipus qualitatiu, mitjançant l'emplenament d'un formulari de preguntes i l'arreglada d'impressions. En cada qüestionari s'han inclòs preguntes generals i, també, preguntes relatives a cadascuna de les cinc modalitats d'aprenentatge mitjançant mecànica de jocs.

PREGUNTES GENÈRIQUES SOBRE L'APRENENTATGE MITJANÇANT MECÀNICA DE JOCS

27 alumnes, amb edats compreses entre 28 i 64 anys, han respost a les preguntes. L'edat mitjana és de 49 anys. En total hi ha 16 homes i 11 dones.

El 88,89% ha respost afirmativament a la pregunta de si consideren que es pot aprendre jugant amb

% DE RESPOSTES	DONES		HOMES	
	SI	NO	SI	NO
APRENDRE JUGANT AMB L'ORDINADOR	81,82	18,18	93,75	6,25

l'ordinador. Hi ha hagut dues persones (8,70%) que, tot i que consideren que és una forma útil d'aprenentatge, no l'han trobada divertida. El percentatge de respostes afirmatives és superior en el cas dels homes (93,75%), mentre que en les dones se situa en el 81,82%.

Figura 6.5.12. Distribució per sexe de les respostes positives i negatives a la pregunta "Aprendre jugant amb l'ordinador"

És essencial destacar que, una vegada provats els diversos jocs, totes les persones han respost favorablement a la pregunta de si consideren útil aquesta manera d'aprendre, també les que consideren que no es pot aprendre jugant amb l'ordinador.

% DE RESPOSTES			
	SI	NO	
COLORES	100,00	0,00	100
DISSENY DE FIGURES	90,91	9,09	100
MÚSICA	53,85	46,15	100
QUANTITAT ADEQUADA DE TEXT	66,67	33,33	100

Figura 6.5.13. Distribució de les respostes positives i negatives dels alumnes a les preguntes referides a l'opinió sobre els colors, dissenys de figures, música i quantitat de text emprats en els jocs

Els colors emprats han rebut una valoració favorable del 100% de les persones, que han dit que són agradables, divertits i vistosos. El disseny de les figures ha agradat al 90,91% de l'alumnat. Així, ha sigut un disseny agradable i simpàtic. Hi ha hagut dues persones que han proposat com a millora augmentar el nivell d'expressivitat i la complexitat del dibuix.

Pel que fa a la música hi ha més diversitat d'opinions. Així, el 53,85% dels usuaris manifesta que els ha agradat, però el 46,15% restant s'hi mostra disconforme, amb l'argument principal que distrau a l'hora de respondre a les preguntes dels jocs. Respecte a la quantitat de text, el 66,67% la considera adequada. Al principi de cada joc s'inclou una explicació sobre com funciona.

Hi ha hagut alguns usuaris/àries que han incidit que els jocs són una miqueta simples en comparació amb els jocs dissenyats per a consoles. Sobre això, cal dir que l'objectiu d'aquestes eines d'aprenentatge és proporcionar una manera lúdica d'ampliar i consolidar coneixements, especialment després de la visita als apartats d'ocupació i empenedoria de la web www.elxorienta.es i www.elcheorienta.es.

PREGUNTES ESPECÍFIQUES SOBRE LES EINES D'APRENENTATGE MITJANÇANT MECÀNICA DE JOCS

En cadascun dels cinc jocs s'han valorat diversos aspectes:

- Senzillesa de les instruccions.
- Moviment per l'escenari de cada joc.
- Temps per a llegir les preguntes i contestar-les.
- Visualització d'encerts i errors.
- Preferència per l'ús del teclat o del ratolí.

Així mateix, en cada joc s'han inclòs preguntes amb resposta oberta. D'aquesta manera s'han pogut individualitzar les respostes i millorar l'anàlisi qualitativa de les dades.

El joc que es considera que té les instruccions més senzilles és el de l'arquer, amb el 96,15% de respostes afirmatives. El pitjor valorat ha sigut el joc de paraules, amb un percentatge positiu del

82,61%. El joc que ha tingut la pitjor valoració supera el 80% de respostes positives. Per tant la valoració de tots els jocs és bona.

Figura 6.5.14.
Distribución de las respuestas de los alumnos/as a las preguntas específicas efectuadas para cada uno de los juegos.

% DE RESPUESTES	Instruccions són senzilles?		És fàcil el moviment?		Prou temps llegir i contestar?		Bona visibilitat dels encerts i errors?		Teclat o ratolí?	
	SI%	NO%	SI%	NO%	SI%	NO%	SI%	NO%	Teclado	Ratón
JOC 1 AEROPORT	88,89	11,11	96,30	3,70	88,46	11,54	96,15	3,85	46,15	53,85
JOC 2 ARQUER	96,15	3,85	96,00	4,00	100,00	0,00	100,00	0,00	23,81	76,19
JOC 3 RECURSOS EMPRENEDORIA	88,46	11,54	100,00	0,00	92,31	7,69	92,31	7,69	36,84	63,16
JOC 4 RULETA EMPRENEDOR	87,50	12,50	96,00	4,00	100,00	0,00	100,00	0,00	16,67	83,33
JOC 5 PARAULES	82,61	17,39	100,00	0,00	96,65	3,35	96,65	3,35	20,00	80,00

Quant a la facilitat de moviment en la interfície de cada joc, els millor valorats són el de recursos d'emprenedoria i el de paraules, tots dos amb un 100% de respostes afirmatives. Els pitjor valorats han sigut el joc de l'arquer i la ruleta de l'emprenedor, amb un nivell positiu del 96%. En conclusió, aquest aspecte ha tingut un nivell d'acceptació significatiu.

En referència al temps que s'ha establert en cada joc per a respondre, els millor valorats són el joc de l'arquer i la ruleta de l'emprenedor, tots dos amb un 100%. El joc amb el nombre més baix de respostes favorables ha sigut l'aeroport (88,46% de respostes positives). Per tant, i com en els aspectes anteriors, es pot afirmar que els alumnes han considerat adequada aquesta característica.

La visibilitat dels encerts i errors ha obtingut un 100% de respostes positives en els jocs de l'arquer i de la ruleta de l'emprenedor. El menys valorat ha sigut el joc de recursos d'emprenedoria (92,31% de respostes favorables). Considerem, doncs, que aquest aspecte també ha tingut una apreciació clarament positiva.

Figura 6.5.15.
Distribución de las respuestas positivas i negatives dels alumnes per a cada joc

% DE RESPUESTES	TOTALS	
	SI %	NO %
JOC 1 AEROPORT	92,45	7,55
JOC 2 ARQUER	98,06	1,94
JOC 3 RECURSOS EMPRENEDORIA	93,27	6,73
JOC 4 RULETA EMPRENEDOR	95,88	4,12
JOC 5 PARAULES	93,48	6,52

Quant a l'ús del teclat o del ratolí, en tots els jocs els usuaris/àries han preferit el ratolí. En el joc de l'aeroport l'ús dels dos dispositius està més equilibrat, encara que el 53,85% dels alumnes van triar el ratolí. En general, els usuaris/àries trien un dispositiu o altre segons com estiguen d'acostumats a usar-los.

Figura 6.5.16.
Distribución de las respuestas positivas i negatives dels alumnes a les preguntes específiques efectuades per al conjunt dels jocs

% DE RESPUESTES	Instruccions són senzilles?		És fàcil el moviment?		Prou temps llegir i contestar?		Bona visibilitat dels encerts i errors?	
	SI%	NO%	SI%	NO%	SI%	NO%	SI%	NO%
JOCES AGRUPATS	88,89	11,11	97,62	2,38	95,20	4,80	96,80	3,20

Si es considera de manera conjunta el nombre total de respostes amb valoració positiva, el joc amb més acceptació és el de l'arquer (98,06% de respostes favorables). El joc amb pitjor acceptació és el de l'aeroport, amb un nivell de respostes afirmatives del 92,45%. Per tant, els cinc jocs han tingut molt bona valoració.

Si s'analitzen les respostes a les preguntes específiques efectuades per al conjunt dels jocs, l'ítem més ben valorat ha sigut la facilitat de moviment pels escenaris, que assolix un nivell de satisfacció del 97,62%. El pitjor valorat ha sigut la senzillesa de les instruccions, amb un percentatge positiu del 88,89%. Per tant, tots els ítems han obtingut valoracions positives elevades.

C. CONCLUSIONS

La valoració qualitativa en conjunt és positiva, tant en relació amb el disseny de les eines d'aprenentatge basades en mecànica de jocs, com en relació amb el contingut. Aquestes eines estan dissenyades per a ser utilitzades després d'haver visitat els apartats corresponents de la web www.elxorienta.es i www.elcheorienta.es, referits a ocupació i emprenedoria.

Com que el nombre d'interaccions qualitatives rebudes encara no és prou ampli, les conclusions no són extrapolables des d'un punt estadístic al total de la població.

En referència a la música que amenitza els jocs, s'hi han emprat melodies agradables per les quals no ha calgut abonar llicències d'ús. Quant al disseny, la figura protagonista dels jocs té intencionadament un disseny senzill i neutre.

La dificultat dels jocs va d'acord amb el contingut de la web www.elxorienta.es i www.elcheorienta.es, dirigit a persones amb un nivell bàsic o intermedi de coneixements. En futures ampliacions de la web s'hi podran incloure materials explicatius amb nivells més avançats.

3. RESULTAT DEL PROGRAMA DISSENY D'EINES PER A L'APRENETATGE EN XARXA EN MATÈRIA D'OCCUPACIÓ, FORMACIÓ I EMPRENEDORIA

Aquest projecte es justifica per la necessitat de complir els objectius establits en els plans estratègics de la Unió Europea, de la Generalitat Valenciana i de l'Ajuntament d'Elx respecte a l'ocupació, la formació i l'emprenedoria.

El Programa Europa Digital 2021-2027 de la Comissió Europea persegueix, com a objectiu general, donar suport a la transformació digital de l'economia i la societat europees i, així, traslladar els beneficis d'aquesta transformació als ciutadans i a les empreses europees.

El Projecte Europa 2030 s'articula sobre la base dels objectius de desenvolupament sostenible (ODS) establits per l'ONU. L'ODS 9 es refereix a la indústria, la innovació i les infraestructures.

El Pla d'acció per a la transformació del model econòmic valencià 2027 té com a objectiu genèric avançar cap a una economia basada en el coneixement, la innovació, l'obertura i la connexió amb l'exterior, i s'articula sobre el principi de sostenibilitat ambiental, productiva i social.

Els mètodes pedagògics per a l'aprenentatge en línia es basen en simuladors i sistemes d'aprenentatge mitjançant jocs interactius que personalitzen l'experiència segons les necessitats de cada usuari/ària. Els simuladors permetran als usuaris/àries analitzar les conseqüències que tindrien en la vida real les seues decisions d'emprenedoria.

S'oferiran diverses modalitats pedagògiques que l'usuari/ària pot triar segons la capacitat i professió: enllaços hipertextuals, numèrica (elaboració assistida de plans d'empresa i financers), diàleg interactiu i ludificació de la formació. Internament, aquests canals didàctics es basaran en sistemes de tipus de lògica difusa i probabilístic bayesià. Els usuaris/àries poden descarregar en format PDF els documents creats i fer-ne ús en la seua pràctica professional.

En la pàgina web de la Comissió Europea es defineix el concepte de ludificació com “una forma de motivació que inclou elements de joc i subjocs amb la finalitat d’augmentar l’interès per la situació en si”. S’usa per a motivar els participants, fer que tinguen més interès per una qüestió concreta i estimular-los a participar en les activitats.

Aquest programa va començar el 24 de maig del 2023 i s’ha previst que s’acabe el mes d’abril del 2024. Els resultats esperats consisteixen a crear noves eines i simuladors en línia i, també, ampliar la informació que s’ofereix en material d’ocupació, formació i empenedoria. Així mateix, s’espera que contribuïska a disminuir la bretxa digital i que cree sinergies amb el conjunt de serveis que presta la Regidoria de Promoció Econòmica, Formació i Ocupació.

6.6. INFORME SOBRE EL PROJECTE DE DIGITALITZACIÓ A LA COMARCA DELS PORTS

David Royo Bellmunt, Reactiva els Ports

El projecte *Reactiva els Ports 2023*, per al qual s’ha sol·licitat la subvenció EMPACE 2023-2024, té com a objectiu el desenvolupament de la comarca i revertir el despoblament a partir de les següents línies d’actuació: autoocupació, promoció socioeconòmica, habitatge i formació. I concretament, els objectius de la línia d’actuació de promoció socioeconòmica són continuar fomentant la xarxa empresarial de la comarca i detectar les seues necessitats per establir sinergies, fer promoció econòmica de la comarca dels Ports per tal de fixar i captar població, i assessorar el teixit productiu comarcal en matèria de transformació digital i transició cap a una economia verda.

Per tant, dins dels recursos tècnics necessaris per a l’execució del projecte, es va vore fonamental comptar amb un tècnic amb la titulació d’enginyeria, que a banda d’oferir assessorament tècnic en projectes i informació d’ajudes i subvencions a les empreses de la comarca, també poguera promoció la transformació digital dels sectors productius (Indústria 4.0) i l’aplicació de noves tecnologies.

1. DISSENY DEL PROJECTE

En l’última comissió tècnica de l’Acord Territorial per l’Ocupació dels Ports, on es van tractar les noves propostes de línies d’actuació i objectius específics del nou projecte per el qual s’anava a sol·licitar la subvenció EMPACE 2023-2024, l’equip tècnic del projecte *Reactiva els Ports* va proposar a tot el personal tècnic de l’Acord el foment de la transformació digital i de l’aplicació de tecnologies d’indústria 4.0 als sectors productius de la comarca, tant a la indústria com a l’agricultura i ramaderia. La idea va tindre una gran acollida per part del personal tècnic i després va ser aprovada també per l’òrgan rector de l’Acord Territorial per l’Ocupació dels Ports. A continuació, l’equip tècnic de *Reactiva els Ports* es va posar a treballar en el disseny del nou projecte i concretament en la línia de digitalització.

Dins de la mateixa, per a l’execució del projecte es va marcar el següent full de ruta:

- Recerca d’altres entitats amb qui col·laborar per al foment de la digitalització de les empreses de la comarca.
- Organització d’una jornada informativa per al personal tècnic de l’Acord, per fer una presentació sobre la indústria 4.0 de la línia de actuació de promoció socioeconòmica, serían:

- Evaluación inicial de la situación en la comarca en cuanto a digitalización de los sectores productivos.
- Organización de jornadas.
- Asesoramiento técnico a empresas, ganaderos y agricultores.
- Elaboración de una guía para la transformación digital.
- Informar sobre los programas de ayudas disponibles.
- Reunions amb els AODLs i/o alcaldes dels diferents municipis.
- Contacte amb les diferents associacions empresarials i de ramaders de la comarca.
- Prospeccions per les principals empreses industrials de la comarca.

Les funcions a assumir per l'equip tècnic de *Reactiva els Ports* quant a digitalització, dins de la línia d'actuació de promoció socioeconòmica, serien:

- Avaluació inicial de la situació a la comarca quant a digitalització dels sectors productius.
- Organització de jornades.
- Assessorament tècnic a empreses, ramaders/es i agricultors/es.
- Elaboració d'una guia per a la transformació digital.
- Informar sobre els programes d'ajudes disponibles.

2. OBJECTIUS DEL PROJECTE

El principal objectiu del projecte *Reactiva els Ports 2023* és el desenvolupament de la comarca i revertir el despoblament. La digitalització pot contribuir a aquest objectiu fixant i captant població a l'aconseguir un teixit productiu més competitiu i sostenible mitjançant l'aplicació de tecnologies de la indústria 4.0 als sectors productius de la comarca.

La indústria 4.0 és l'organització de processos productius basats en tecnologies i dispositius que es comuniquen de manera autònoma entre sí al llarg de la cadena de valor, sobre un model de fàbrica intel·ligent. En aquest model, els actius i processos físics són monitorats per sistemes digitals, que creen una còpia virtual del món físic i prenen decisions en temps real basades en ordres programades. En altres paraules, la indústria 4.0 no és res més enllà que un increment de la digitalització, que a l'igual que s'està produint de forma exponencial en altres sectors com el comerç i la banca, també s'està produint en la indústria. I que, gràcies a una sèrie de tecnologies habilitadores, que es poden aplicar tant a la indústria, com a altres sectors, s'està produint el que es coneix ja com la quarta revolució industrial.

Si mirem cap al passat, quan a finals del segle XVIII i principis del XIX, es va produir la primera revolució industrial, va ser quan es va produir el punt més àlgid de la nostra indústria tèxtil en la comarca dels Ports. Amb l'aparició de la màquina de vapor es va produir la mecanització dels telers i amb l'aprofitament de la energia hidràulica van sorgir les fàbriques a la vora dels rius, per exemple la fàbrica de Giner de Morella. Però durant el segle XX, la indústria de la comarca va anar veient un retrocés. Amb el canvi del model productiu a la producció en massa, promogut per la energia elèctrica i després amb la globalització dels mercats i l'automatització, són molt poques les indústries que han sobreviscut en la comarca, com hem vist recentment en el tancament de la Marie Claire a Vilafranca. Però ara, amb la quarta revolució industrial, podem tindre una oportunitat per reactivar el nostre teixit empresarial. Esta revolució ve marcada per la digitalització: per l'ús de sensors, que són capaços de medir paràmetres (dades), la interconnectivitat que permet extreure-les, i les tecnologies de la informació, que són capaces de processar-les i analitzar-les per conver-

tir-les en informació útil. Informació que pot fer els processos productius més eficients i, per tant, competitius, ajudant a suplir les mancances que tenen les empreses del nostre territori, com pot ser el sobrecoast del transport per la falta d'infraestructures i la distància fins els principals punts d'abastament i distribució. O major informació sobre el consumidor dels productes del territori que permet ampliar mercats i augmentar les vendes.

Aquesta transformació digital de la indústria s'ha produït gràcies a l'aparició d'una sèrie de **tecnologies habilitadores**, però que també es poden aplicar a altres sectors productius com la agricultura i ramaderia:

- En primer lloc tenim les tecnologies que permeten una hibridació entre el món físic i el digital. Per exemple, la sensòrica avançada, amb sensors, actuadors, nanosensors i biosensors cada volta més diminuts, la microelectrònica, tecnologies com el GPS, i ferramentes de visualització avançada (realitat virtual o augmentada) o de modelatge i simulació de processos.
- Després tenim les tecnologies que permeten una millor comunicació i tractament de les dades obtingudes. Gràcies a les xarxes de comunicacions i de banda ampla, apareixen els nous dispositius d'internet de les coses (IoT), *cloud computing*, *big data* i intel·ligència artificial, i on es in-dispensable la ciberseguretat.
- També apareixen nous sistemes de fabricació, com la fabricació additiva (impressió 3D), fabricació basada en làser, robòtica avançada i sistemes automatitzats o l'aplicació de drons. A més de nous sistema d'informació per a la gestió empresarial, logística i de negoci, com ara, Gestió de recursos empresarials (ERP), Gestió de la producció (MES) i operacions (MOM), Gestió de la cadena de subministrament (SCM), magatzems (SGA), logística...
- I per últim, les tecnologies que permeten una major connexió entre l'empresa i el consumidor, per exemple els sistemes per a gestió multicanal (CRM), hiperconnectivitat (aplicacions o plataformes digitals) o plataformes i entorns col·laboratius.

En conclusió, les tecnologies habilitadores per a la transformació digital permeten capturar dades de forma segura, processades en una estructura externa, per a aportar informació útil (valor) i poder prendre decisions en temps real. Per tant, les empreses que apliquen estes tecnologies habilitadores per a la indústria 4.0 tenen **avantatges competitius** com:

- Processos més eficients, sostenibles i amb menys costos, ja que permeten fer una millor gestió dels recursos. En el moment actual que ens trobem, s'ha vist un increment del preu de les matèries primes i encariment del transport i l'energia, degut a la crisi mundial originada per la COVID i posteriorment per la guerra d'Ucraïna. Preus que no pot controlar l'empresari, ja que venen marcats per el mercat global en el que ens trobem, així com el preu de venda dels seus productes. En canvi, els costos sí que els pot controlar l'empresari i fer una bona gestió dels recursos és el que li farà obtenir més marge.
- Productes de major qualitat, per el major control dels paràmetres i millor traçabilitat de tot el procés de fabricació.
- Increment de la flexibilitat i agilitat, ja que permet una major personalització dels productes i coneixement del consumidor per adaptar-se amb major velocitat a les seues necessitats.
- I el desenvolupament de serveis associats als productes, dotant-los d'un major valor afegit.

I tots estos avantatges es poden vore traduïts en una sèrie d'**oportunitats** per a la comarca dels Ports:

- La primera d'elles és millorar la competitivitat de la indústria. En la comarca dels Ports encara queden xicotetes empreses dedicades a la fabricació de tèxtil, per la tradició que ha tingut aquest sector industrial en la zona, així com altres xicotetes indústries del sector agroali-

mentari, que transformen la matèria prima de proximitat de gran qualitat del territori i la transforma dotant-la de major valor afegit. Com s'ha vist en els avantatges competitiu, que ofereix la digitalització empresarial, està la reducció de costos de producció, que pot ajudar a suplir el sobrecost que tenen les indústries de la comarca i fer-les igual de competitiva que les altres. Així com aprofitar la transformació digital del comerç, que els ajuda a acurtar distàncies i poder arribar a més gent. Com el principal objectiu del projecte *Reactiva els Ports 2023* és generar ocupació en el territori per a fixar població i lluitar contra el despoblament en la comarca, una oportunitat de la digitalització pot ser la reactivació del teixit industrial, fent-lo més competitiu per a que continue creixent i genere més ocupació en la comarca.

- A banda de la indústria, també hi ha aplicacions d'aquestes tecnologies per a la ramaderia i agricultura, principal sector productiu de la comarca. Malgrat això, s'està observant un problema de relleu generacional. Moltes de les explotacions estan en mans de persones amb edat pròxima a la jubilació i que els seus descendents no explotaran, degut sobretot a la duresa i sacrifici que implica el treball en el camp. També degut a l'edat dels propietaris de les explotacions, amb falta de relleu, no realitzaran grans inversions ni en millores ni en transformació digital. En canvi, sí que hi ha una tercera part de les explotacions que estan en mans de gent molt jove i als que sí els podria interessar invertir en la digitalització de les seues explotacions, per tal de que esta feina no els implique el sacrifici que els va suposar als seus pares. Conèixer casos d'èxit serà una oportunitat per a que s'animen els joves propietaris d'explotacions agrícoles i ramaderes a la transformació digital de les mateixes i siga més la gent jove disposada a continuar amb el relleu de les explotacions, quedant-se a treballar i vivint a la comarca i, per tant, fixant població.
- A més, la transformació digital ha provocat l'aparició de noves professions com la de programadors o desenvolupadors de software, analistes de dades... Professions que es poden realitzar perfectament amb la modalitat de teletreball. I açò suposa una molt bona oportunitat per a la gent d'ací que ha marxat a formar-se fora, per a aconseguir un treball qualificat, però que vol tornar a viure ací i realitzar la seua activitat professional mitjançant aquesta modalitat de treball. També, arran de les ajudes per a la transformació digital com és el *KitDigital*, s'ha observat una mancança d'agents digitalitzadors en la zona, el que pot suposar un atractiu per a nousvinguts. Després de les restriccions per la pandèmia és molta la gent que ha volgut fugir de les ciutats i aquesta comarca els pot resultar atractiva per a treballar i viure en un entorn agradable i en el que poden desconnectar en mig de la naturalesa.
- I per últim, també és una oportunitat per al empenedorisme. La digitalització no és sols una oportunitat per a les empreses i professionals, sinó per a tot l'ecosistema que genera, fomentant la creativitat i el desenvolupament de nous dispositius. Ja des de ben xicotets en les escoles i organitzant concursos des dels ajuntaments s'està fomentant la robòtica i les noves tecnologies, cosa que afavoreix que es cree la cultura "maker". Això significa que alguna persona o grup de persones creatives puguen inventar algun tipus de dispositiu connectat amb funcions de gran utilitat. Són molts els casos de Startups que han triomfat amb aquest tipus de dispositius.

Amb tot això, el principal objectiu del projecte de digitalització de la comarca dels Ports és la reactivació del teixit empresarial comarcal, tant per la millora que pot suposar per a les empreses productives de la zona (sector primari i secundari), com per la creació de noves empreses i professionals dedicats a la digitalització, generant una major ocupació i, per tant, fixant població en el territori.

3. DESENVOLUPAMENT DEL PROJECTE

Per a dur endavant el projecte de digitalització de la comarca dels Ports, el primer pas va ser convocar a tot el personal tècnic de l'Acord Territorial per l'Ocupació dels Ports (AODLs dels diferents municipis, associacions d'empresaris i agents socials, com els membres de sindicats) a una jornada informativa sobre indústria 4.0 en el centre CEDES de Morella.

Figura 6.6.1.
 Jornada
 informativa sobre
 indústria 4.0 al
 centre CEDES de
 Morella



Figuras 6.6.2.
 Jornada *Cómo liderar
 la transformación
 digital en la empresa*,
 organizada por la red
 de Oficinas Acelera
 Pyme Rural de la
 Diputación de Castelló



En la jornada, després de la presentació realitzada pel personal tècnic de *Reactiva Els Ports*, es va crear una taula de debat entre els assistents a la jornada, principalment AODLs i agents dels sindicats dels municipis que conformen l'Acord Territorial per l'Ocupació dels Ports. Tots van estar d'acord en la importància de la digitalització del teixit empresarial comarcal, però també van coincidir en la dificultat d'arribar a les empreses i que aquestes vulguen arribar a la digitalització o transformació del seu negoci, sobretot si això suposa realitzar una inversió inicial. Per tant, van encomanar a l'equip de *Reactiva Els Ports*, l'elaboració d'una avaluació inicial, per conèixer la situació real i actual del teixit empresarial de la comarca, i, posteriorment, elaborar un pla estratègic per a aconseguir la digitalització dels sectors productius.

Figuras 6.6.3.
 Jornada
 *Networking
 automatización:
 IoT*, organizada
 por la red de Oficinas
 Acelera Pyme Rural
 de la Diputación
 de Castelló.



Paral·lelament, es van començar a buscar contactes amb altres oficines i agents del territori que treballen per impulsar la transformació digital de les empreses. Un



Figura 6.6.4. Desayuno networking de innovació con Agents del Ecosistema de Emprendimiento de Castellón, organizado por CEEI Castelló.

exemple és l'*Oficina Acelera Pyme Rural* de la Diputació de Castelló, amb seu al centre CEDES de Morella. Aquesta oficina té com a objectiu donar a conèixer les possibilitats pràctiques de les TIC des d'una perspectiva pràctica, aplicada i propera al context de las pimes (i especialment microempreses i autònoms) a las que es dirigeix, posant a la seua disposició un servei d'acompanyament individual i personalitzat i un ample programa d'activitats divulgatives. Per tant, es va vore essencial crear sinergies amb aquesta oficina, per tal de buscar punts de col·laboració i treball en comú, però evitant solapaments i duplicitat de funcions. Altra entitat amb la que es col·labora és el CEEI (Centre Europeu d'Empreses i Innovació) de Castelló, interactuant amb la resta d'agents del territori que treballen per al foment del empenedorisme i la digitalització empresarial de la zona nord de Castelló. L'equip tècnic de *Reactiva Els Ports* està assistint a totes les sessions formatives, jornades i networkings que s'estan organitzant des d'aquestes dos entitats, per tal d'aprendre més sobre el tema de la digitalització, així com anar coneixent i establint relacions amb totes les persones del territori amb interès per a digitalització empresarial.

Una altra labor important que s'està realitzant des de *Reactiva els Ports* és la difusió, aprofitant la repercussió que tenen tant les seues xarxes socials com altres mitjans de comunicació, per exemple l'espai a la ràdio comarcal *Els Ports Ràdio*. Per tant, es tracta de fer major ressò de tota la formació, cursos, jornades o altres esdeveniments relacionats amb la digitalització que es realitzen en el territori.

Figura 6.6.5. Cartell de difusió de les Jornades networking sobre automatització: Internet of Things.

Networking Automatitzación: IoT
JORNADA Networking sobre automatitzación: Internet of Things

Organitzada per l'Oficina ACCLERA PYME Rural de Morella i la Diputació de Castelló

OBJECTIU: Apropar les prepostes de les empreses prestadores de solucions IoT a les pimes, persones emprenedores i autònoms/es de les zones CEDES de Morella, Albuocàsser, Lluçena del Cid, Sagorb i Vall d'Alba, així com de la resta del territori de l'interior de la província, impulsant el seu desenvolupament empresarial i transformació digital

COM, QUAN I ON?

- Presencial, al CEDES de Morella
- El 22 de juny
- De 9.30 a 13.00 hores
- WEBINAR online previ sobre IoT: 20 de juny, de 9.30 a 11.30 hores

AGENDA DE LA JORNADA

- Presentació (9.30-9.40 h)
- Q&A: Ximor Catalán, tècnic en ajudes i transformació digital
- Aplicacions IoT en empreses industrials i comercials (9.40-10.25 h)
- IoT sense: Román Almela, *Business Manager*
- Tecnologia IoT per a destinacions turístiques sostenibles (10.25-10.55 h)
- Libellium: Andrea Gómez, responsable comercial *Smart Cities*
- Automatització de zones de regadiu agrícoles (10.55-11.15 h)
- IoT sense: Román Almela, *Business Manager*
- Projectes de digitalització agrària per a la fertilització i gestió de les estacions de regeneració d'aigües (11.15-12.00 h)
- FACSA-Hydrens: Javier Climent, CEO de Hydrens
- FACSA: Elena Zurriaga, responsable del Dpt. Projectes i+D+i
- Solucions IoT per a agricultura de precisió i granges (12.00-12.30 h)
- Libellium: Sergio Julian Correas, *AgriFood Business developer manager*
- Networking (12.30h-13.00 h)
- Empreses assistents i ponents. Aperitiu

INSCRIPCIONS OBERTES

LABORA
 Servei Valencià d'Ocupació i Formació

Figura 6.6.6. Cartell de difusió de la Jornada Es pot digitalitzar un autònom?

¿Se puede digitalizar un autónomo?
JORNADA: Es pot digitalitzar un autònom?

Centros CEDES
 25, 26, 27, 28, 29 de septiembre
 09:30h - 13:30h

L'Oficina Acelera Pyme Rural de la Diputació de Castelló organitza la jornada Es pot digitalitzar un autònom?

- Al centre CEDES de Morella
- Presencial
- El dia 29 de setembre
- De 9.30 a 13.30 hores

PROGRAMA:

- 9:30 h - Presentació de la Xarxa d'Oficines Acelera Pyme per a entorns rurals
- 9:45 h - Ponència *Es pot digitalitzar un autònom?*
 - Passos per a digitalitzar un micronegoci:
 - Web, CMS, màrqueting digital, e-commerce, ERP o facturació digital, ferramentes gratuïtes, presència en internet, empremta digital, xarxes socials i publicitat, mètodes de pagament en línia, ciberseguretat, subvencions i ajudes

INSCRIPCIONS OBERTES

LABORA
 Servei Valencià d'Ocupació i Formació

També es preparen diferents cartells per a fer difusió dels diferents programes d'ajudes en matèria de digitalització, tant a nivell autonòmic, mitjançant el IVACE, com a nivell estatal, mitjançant el programa de Indústria connectada 4.0 del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme. La finalitat és que aquests programes d'ajudes arriben a totes aquelles empreses del territori per a que puguem arribar a desenvolupar els projectes de transformació digital del seu negoci.

Figures 6.6.7.
Cartells de difusió
de programes
d'ajudes en matèria
de digitalització.

Ajudes a pimes per a la contractació de professionals de la transformació digital

OBJECTIU

- Ajudar a les *pimes* i impulsar el seu procés de transformació digital, subvencionant parcialment la contractació d'agents del canvi

BENEFICIARIS

- Pimes* que tinguen interès a millorar els seus processos de negoci a través de la transformació digital dissenyant un full de ruta de digitalització, així com la seua implementació

QUANTIA

- 20.000 € durant un màxim de 20 mesos consecutius a comptar des de la formalització del contracte (import màxim mensual: 1.000 €)

TERMINI

- Fins al 25 de juliol

Activa Financiación

Ajudes ACTIVA Financiación a projectes d'I+D+i en la Indústria 4.0

L'objecte de les subvencions és el desenvolupament de projectes d'investigació industrial, de desenvolupament experimental i/o d'innovació en matèria d'organització i processos en l'àmbit de la Indústria Connectada 4.0 destinats a aplicar-se en la indústria manufacturera.

Adicionalment, també projectes de validació preliminar en la línia ACTIVA PIME.

- En règim de concurrència competitiva.

DIRIGIDES A

- Empreses industrials manufactureres, complementàries a la producció i de serveis a la indústria.
 - Societats amb personalitat jurídica pròpia, amb independència del seu tamany, que desenvolupen una activitat industrial i que no formen part del sector públic.

PRESSUPOST MÍNIM I MÀXIM

- Línia ACTIVA Grans Implementacions: mínim 100.000 euros.
- Línia ACTIVA PIME:
 - Màxim 400.000 euros en microempreses i empreses menudes.
 - Màxim 1.000.000 euros en mitjanes empreses.
- Subvencionable fins al 50% en funció del tamany de la empresa
- Financiable fins al 80% al 0% d'interès

TERMINI

- Sol·licituds: des del 29 de maig fins al 27 de juny de 2023

Ajudes del programa Activa Creixement 2023

El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme en col·laboració amb l'Escola d'Organització Industrial (EOI), ofereix estes ajudes en matèria de transformació digital, regulades en la seua Estratègia Nacional d'Indústria Connectada 4.0.

- Per concurrència competitiva

OBJECTIU

- Impulsar la transformació digital de les *pimes* espanyoles augmentant el seu potencial de creixement i desenvolupant l'oferta local de solucions digitals

BENEFICIARIS

- Pimes* de menys de 249 treballadors/es i 50 milions d'euros de facturació

FASES

- FASE 1: Diagnòstic de situació
 - 50 hores d'assessorament especialitzat i personalitzat per empreses consultores acreditades i amb experiència
- FASE 2: Pla de creixement
 - Enfocat en 6 àrees de potencial creixement:
 - Innovació; Recursos Humans; Operacions; Digitalització; Màrqueting i comercialització; Finances
 - Aplicació dels canvis i millores proposades

QUANTIA

- Ajudes en espècie: diagnòstic i elaboració del Pla de Creixement
 - Totalment **gratuit** per a la *pime*
 - Valorat en 6.150 euros

TERMINI: fins a esgotar-se el pressupost

Ajudes del programa Activa Indústria 4.0 2023

El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme en col·laboració amb l'Escola d'Organització Industrial (EOI), ofereix estas ajudes en matèria de transformació digital, regulades en la seua Estratègia Nacional d'Indústria Connectada 4.0.

- Per concurrència competitiva

OBJECTIU

- Impulsar la transformació digital de les *pimes* espanyoles augmentant el seu potencial de creixement i desenvolupant l'oferta local de solucions digitals

BENEFICIARIS

- Pimes* de menys de 249 treballadors/es i 50 milions d'euros de facturació

FASES

- FASE 1: Diagnòstic de l'anàlisi de necessitats
 - Anàlisi exhaustiva del nivell de maduresa digital de la *pime* realitzada a través de l'Eina d'Auto-diagnòstic Digital Avançada (FADA)
- FASE 2: Pla de Transformació Digital
 - Inclou la definició, quantificació i prioritització d'oportunitats de digitalització personalitzades per a ser desenvolupades i implantades
- FASE 3: Taller grupal i tancament de la prestació del servei
 - S'identificaran i recomanaran les diferents formes disponibles per a escometre el procés, possibles acompanyaments o fonts de finançament

QUANTIA

- Ajudes en espècie: diagnòstic i elaboració del Pla de Transformació Digital
 - Totalment **gratuit** per a la *pime*
 - Valorat en 7.400 euros

TERMINI: fins a esgotar-se el pressupost

4. RESULTATS DEL PROJECTE

Encara es prompte per poder exposar resultats sobre el projecte de digitalització del teixit empresarial de la comarca dels Ports.

Actualment s'estan fent prospeccions per les principals empreses del territori i contactant amb diferents associacions d'agricultors i ramaders, per conèixer de primera mà quina és la situació actual quant a digitalització dels sectors productius de la comarca, i saber quines són les seues necessitats i l'interès que mostren per transformar el seu negoci, així com mostrar el servei d'assessorament que se'ls pot oferir per part de l'equip tècnic de *Reactiva els Ports*. Els resultats del projecte es voran quan estes empreses o agricultors i ramaders comencen a donar feedback

sobre la informació que se'ls facilita. De moment, és essencial treballar sobre el terreny, colze amb colze amb els productors, per saber quins són els seus projectes i fins on volen arribar, per oferir-los l'ajuda necessària en aquest procés de transformació digital.

De totes formes, els resultats esperats del projecte, són que almenys una empresa del sector industrial i una explotació agrícola o ramadera, aplique alguna de les tecnologies habilitadores, aprofitant les diferents línies d'ajudes vigents i que servisca com a referent o cas d'èxit per a animar a la resta del sector productiu de la comarca, així com per a donar a conèixer el servei d'assessorament en temes de transformació digital que es pot oferir des de l'equip tècnic de *Reactiva els Ports*. Resultats que contribueixen a aconseguir el principal objectiu del projecte Reactiva els Ports 2023, el desenvolupament de la comarca i revertir el despoblament.

6.7. DIGITALITZACIÓ EN EL PACTE TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ CASTELLÓ NORD

Mar Arnanz Serrano, Tècnica de Turisme del Pacte per l'Ocupació Castelló Nord

El Pacte territorial per l'ocupació Castelló Nord (el Pacte), inclòs dins de l'àrea funcional els Ports-Baix Maestrat, es va constituir a partir del projecte AVALEM Territori, impulsat per Labora, i actualment inclou els municipis següents: Càlig, Canet lo Roig, Cervera del Maestrat, Rossell, Sant Jordi, Sant Mateu, Sant Rafel del Riu, Tírig, Traiguera i Xert.

Els signants del Pacte són, a més dels municipis esmentats, les organitzacions sindicals CCOO i UGT i la Confederació d'Empresaris de Castelló (CEC), i com a entitat col·laboradora l'Institut Interuniversitari de Desenvolupament Local de la Universitat Jaume I (IIDL).

Les últimes dades ens indiquen que tenim un escenari en què l'envelliment de la població i la des població continuen sent els dos indicadors demogràfics que caracteritzen el nostre territori. L'increment de l'esperança de vida, la baixa natalitat i l'emigració dels més joves són els factors que han afavorit aquesta línia sostinguda d'envelliment.

En vista d'aquesta situació, les estratègies que el Pacte ha de desplegar han d'anar dirigides a donar solucions a aquesta problemàtica mitjançant actuacions supramunicipals. Cal destacar que es tracta d'una problemàtica que s'estén per l'interior de la província de Castelló.

OBJECTIUS DEL PACTE PER L'OCUPACIÓ CASTELLÓ NORD

L'objectiu principal d'aquest Pacte és fomentar l'ocupació al territori, una ocupació digna, igualitària i adaptada a les seues singularitats, com una important eina de lluita contra el fort despoblament que pateixen els municipis.

L'eix que condueix a la consecució d'aquest objectiu és el turisme, caracteritzat per la transversalitat (social, territorial i ambiental) i per l'efecte multiplicador sobre les altres activitats, com l'agricultura, la ramaderia i la indústria agroalimentària principalment. El turisme es considera un sector estratègic i prioritari en aquest territori, com a element impulsor de la cohesió i l'equilibri territorial, amb capacitat de revitalitzar l'economia i la societat dels municipis, i de crear faena, tant de manera directa com indirecta. El turisme es dibuixa com el motor del mercat laboral, a més de protegir i valorar el patrimoni (cultural, natural i immaterial) que s'estén pel territori.

El camí per a convertir el territori en destinació turística de referència és llarg; Maestrat, ànima interior, és una destinació turística incipient en què la proposta de valor està alineada amb una demanda caracteritzada per ser turista nacional, de proximitat, que fa escapades curtes i durant tot l'any i que busca l'autenticitat, paratges naturals i ruralitat.

Per a aconseguir ser una destinació turística de referència, innovadora, sostenible i inclusiva, un dels principals reptes és l'adaptació del territori (persones, empreses, espais, etc.) a les noves tecnologies, i això implica una transformació digital global.

CAP A LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL

El Pacte ha planificat una estratègia turística basada en els recursos endògens en què les parts implicades, públiques i privades, i les accions han d'anar dirigides a adaptar-la a la innovació digital a través de la governança col·laborativa i l'economia del bé comú que afigen valor als nostres recursos, tot garantint la sostenibilitat econòmica, social i mediambiental.

Entre les accions empreses en Maestrat, ànima interior, amb un objectiu clar de transformació digital, destaquem les següents.

ELABORACIÓ D'UN PLA ESTRATÈGIC DE TURISME

Maestrat, ànima interior disposa d'un Pla estratègic de turisme que és el pla que marca les línies estratègiques que cal seguir per a aconseguir els nostres objectius, un instrument de planificació turística. És un pla obert, flexible a possibles revisions necessàries per a adaptar-nos a canvis imprevistibles, com va ocórrer en la pandèmia del coronavirus, o a innovacions com el xat GPT.

El disseny del Pla va ser una acció conjunta de tots els agents turístics de la destinació, amb la participació activa dels principals líders d'opinió públics i privats, a través d'entrevistes, tallers, enquestes i debats, amb la finalitat d'alinejar mirades i aconseguir compromisos entre els components de l'ecosistema turístic del territori. El punt 2.6 del Pla està dedicat a la digitalització i la innovació, d'on extraïem el diagnòstic DAFO següent:

DIAGNÒSTIC de l'adaptació de Maestrat, ànima interior a la digitalització i innovació

PUNTS FORTS

- Incorporación del destino a la Red DTI-CV.
- Existencia de una web destino con información turística y opciones para la reserva de visitas guiadas, www.maestrat.travel.
- Existencia de una app que permite recorrer e interpretar los recursos del destino: "Maestrat&go".
- Existencia de pantallas táctiles en los municipios que replican la web de *Maestrat, Ànima Interior*.
- Conciencia en los ayuntamientos de la necesidad de facilitar servicios digitales a la población residente y a los turistas.

PUNTS FEBLES

- Escaso nivel de digitalización en las empresas turísticas.
- Escasas opciones experienciales ofrecidas en la web turística del destino.
- Insuficiencia de datos de demanda.
- Baja disponibilidad de información turística para personas con discapacidad visual y/o auditiva.
- Zonas sin cobertura móvil o cobertura limitada (dependiendo de la compañía).
- Escasos recursos humanos y económicos dedicados a la transformación digital.

OPORTUNITATS

- Herramientas digitales del destino preparadas para implementar mejoras que no supongan un elevado coste.
- Existencia de recursos para la digitalización de empresas en distintos programas de la Administración General del Estado.
- Conversión del turismo en una herramienta de innovación social que diversifique el sistema productivo e incorpore nuevos grupos de población al mercado de trabajo.

AMENACES

- Profundización de la brecha digital de las empresas.
- Destinos turísticos cercanos (competidores) con opciones de reservas online más amplias.
- Obsolescencia de las herramientas de promoción y venta existentes.
- Inadaptación de la propuesta de valor a los cambios en los hábitos y preferencias de la demanda turística.

A partir d'aquesta anàlisi DAFO i amb les tendències que marquen el nou mercat turístic, la digitalització s'ha convertit en una constant en les accions turístiques en la destinació Maestrat, ànima interior. El viatger de hui demana estar connectat a la Internet permanentment i descobreix, gaudeix i comparteix les seues experiències turístiques a través de la xarxa. Per aquesta raó, considerem que la digitalització de la destinació és una condició imprescindible, sempre acompanyada de sostenibilitat, per a competir amb èxit en el mercat turístic actual. Innovació i digitalització com a eines de gestió, com ja s'ha dit més amunt.

ADHESIÓ AL CODI ÈTIC DE TURISME VALENCIÀ

El territori Maestrat, ànima interior està adherit al **Codi ètic del turisme valencià**, i això implica que segueix les seues directrius en la cerca de la consecució d'un turisme sostenible i responsable, basat en els valors que formen part de la nostra identitat com a territori, sempre des de la responsabilitat compartida i la governança col·laborativa. Amb la implicació econòmica i tècnica en el projecte de les administracions i del sector privat com a parts de l'ecosistema turístic que donen forma a **Maestrat, ànima interior**, i són part implicada i afectada per l'activitat. Amb l'hospitalitat com a principi bàsic i referència del projecte, compartint la nostra forma de vida, la nostra cultura i identitat, des de la protecció, cura i millora dels recursos naturals, arqueològics, etnològics, culturals..., contribuint a la cohesió i vertebració del territori, des del respecte de la identitat, i amb la finalitat de millorar la qualitat de vida dels ciutadans.

Per tant, l'estratègia del nostre projecte respon a un model de desenvolupament turístic basat en:

- Un creixement socioeconòmic competitiu i rendible, integrat en els processos de transformació digital..
- La conservació i difusió del nostre patrimoni natural i cultural.
- La cerca del benefici social en una acció contra la despoblació.
- La governança participativa de les administracions i del sector privat.
- Opció pel lideratge com a element de posicionament i consolidació del projecte.

ADHESIÓ A LA XARXA DE DESTINACIONS TURÍSTIQUES INTEL·LIGENTS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La Societat Estatal per a la Gestió de la Innovació i Tecnologies Turístiques (SEGITTUR) defineix la destinació turística intel·ligent (DTI) com "una destinació turística innovadora, consolidada sobre una infraestructura tecnològica d'avantguarda, que garanteix el desenvolupament sostenible del territori



turístic, accessible a tothom, que facilita la interacció i integració del visitant amb l'entorn i incrementa la qualitat de la seua experiència en la destinació, alhora que millora la qualitat de vida del resident”..

Com un altre pas cap a la innovació i digitalització, i seguint la línia marcada per SEGITTUR, el Pacte per l'ocupació Castelló Nord, a través de la seua marca turística Maestrat, ànima interior, s'ha adherit a la Xarxa DTI-CV com a destinació turística, amb la finalitat de guanyar competitivitat, eficiència i sostenibilitat seguint els models i programes promoguts per les institucions públiques, en aquest cas INVATTUR (Institut Valencià de Tecnologies Turístiques), organisme encarregat de coordinar les accions de la Xarxa DTI-CV.

Per a formar part de la Xarxa DTI-CV cal complir uns certs requisits, com ara la creació d'una taula tècnica interdepartamental, adherir-se abans al Codi ètic turístic valencià, disposar d'una eina de planificació, emprendre accions relacionades directament amb el desig de la destinació de transformar-se digitalment i, finalment, el compromís de participació dels agents implicats en el desenvolupament del territori a través del coneixement i la innovació. És a dir, es requereix una adaptació a la metodologia i els indicadors del model DTI-CV

Una vegada fets els tràmits, amb la justificació corresponent dels requisits exigits i sobre la base del compliment de diversos indicadors, la destinació Maestrat, ànima interior va començar l'any 2022 a formar part de la Xarxa DTI-CV en el nivell 2 de destinacions turístiques supramunicipals. Formar part de la Xarxa implica un compromís continu de millora cap a la digitalització amb l'objectiu de bastir un territori innovador, tecnològic, accessible, divers i respectuós.

INSTAL·LACIÓ DE SENSORS EN LLOCS ESTRATÈGICS

La IdC (la Internet de les coses) es refereix a objectes físics amb connectivitat a Internet que poden oferir informació de tota mena. Aquests dispositius inclouen objectes físics, com ara termòstats o electrodomèstics, i eines més sofisticades com els sensors de moviment.

Seguint aquest sistema digital, Maestrat, ànima interior ha instal·lat 19 sensors de moviment en llocs estratègics del territori. Seguint la ruta Maestrat MTB Gran Tour que uneix tots els municipis, s'han instal·lat sensors en punts estratègics com ara ermites, entrades a municipis o recursos turístics d'interès especial.

Aquests sensors instal·lats disposen d'una càmera que comptabilitza i diferencia, en temps real, el pas de caminants i ciclistes.

Des de qualsevol dispositiu es pot accedir a aquestes dades a través de la plataforma SARA, una plataforma idC de visualització i anàlisi de dades adaptada a les necessitats de les ciutats intel·ligents. Basada en intel·ligència de negoci, analitza les dades obtingudes i va més enllà de la visualització: fa prediccions, correlaciona dades, etc.

Com que la plataforma disposa d'un sistema d'emmagatzematge de dades basat en dades obertes, es poden consultar tant en temps real com en forma de sèries històriques i, així mateix, la informació es pot personalitzar de forma eficaç i segura.

Per tant, disposem d'una eina d'anàlisi predictiva avançada que ens ajuda a l'hora de prendre decisions sobre actuacions noves o per a millorar actuacions ja fetes amb la finalitat de millorar l'experiència turística, en aquest cas el senderisme i el cicloturisme, i compaginar de manera òptima els fluxos turístics amb el dia a dia de la població local.

POSADA EN MARXA D'UNA APLICACIÓ MÒBIL EXCLUSIVA DEL TERRITORI: MAESTRAT&GO

En la línia de l'adaptació a la transformació digital, l'any 2020 es va inaugurar l'aplicació mòbil gratuïta Maestrat&Go. L'aplicació es concep com una eina amb la qual el turista i el visitant interactuen amb la destinació intel·ligent mitjançant tècniques de geolocalització, realitat augmentada i ludificació que milloren l'experiència i el coneixement de l'entorn.

Aquesta aplicació ofereix als gestors de la destinació diversos beneficis:

- Promoció turística de la destinació intel·ligent i dels negocis locals.
- Obtenció de dades i comportament de turistes per a optimització de recursos i campanyes.
- Millora de l'experiència del turista.

ÚS DE TECNOLOGIA QR

Maestrat, ànima interior ha optat per introduir la tecnologia QR en la gestió turística pels diversos beneficis que aporta i per la gran acceptació que té entre els usuaris.

Els fullets, catàlegs i fulls de mà físics (en paper) de la destinació disposen d'un codi QR que redirigeix a la nostra web turística i facilita la mateixa informació que es disposa en suport físic, fins i tot més ampliada. Els codis QR fomenten una experiència de viatge eficient i fluida. Per tant, intentem







fomentar les descàrregues d'aquests fitxers i, així, es redueix l'ús de paper i, en última instància, també la petjada de carboni.

Cada vegada hi ha més potencials turistes i visitants que acudeixen a les fires de turisme i que agraeixen descarregar informació a través del codi QR sense necessitat d'acumular fullets, cartàlegs i fulls de mà.

La tecnologia QR s'usa en la destinació amb altres funcions, com ara la venda d'entrades per a activitats o l'obertura d'estacions de manteniment de bicicletes.

INSTAL·LACIÓ DE PANTALLES TÀCTILS INTEL·LIGENTS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

L'any 2020 es va instal·lar en tots els municipis del Pacte una pantalla tàctil interactiva amb informació de tot el territori: recursos, agenda, empreses, etc. Aquests dispositius d'última generació s'han convertit en una eina d'informació actualitzada i dinàmica a la disposició de l'usuari les 24 hores del dia.

Les pantalles són molt visuals i intuïtives, faciliten l'accés ràpid a la informació segons les necessitats de l'usuari perquè, com que són tàctils, permeten a l'usuari participar en la cerca de la informació i controlar la informació que mostren.

A més, les pantalles, quan no s'usen, estan en espera, és a dir, quan estan en mode d'espera o en repòs es visualitzen imatges que hem seleccionat com a més destacables, i això les converteix en un espai publicitari continu.

INSTAL·LACIÓ D'ESTACIONS DE REPARACIÓ I MANTENIMENT DE BICICLETES EN TOTS ELS MUNICIPIS AMB OBERTURA INTEL·LIGENT

Una altra de les actuacions implementades en el territori aplicant la transformació tecnològica ha consistit en la instal·lació d'estacions per al manteniment i autoreparació de bicicletes, gratuïtes, en tots els municipis del Maestrat, ànima interior i, per tant, del Pacte, amb obertura que es basa en tecnologia intel·ligent.



Les estacions de manteniment estan dissenyades amb una estructura que permet penjar la bicicleta per a facilitar manipular-la. Disposen de nou eines (tornavisos, claus fixes, claus Allen...) i d'una manxa de peu. Aquestes estacions són gratuïtes i estan obertes permanentment perquè disposen d'obertura intel·ligent mitjançant una aplicació mòbil. L'usuari les obri a través d'un codi QR inserit en la mateixa estació.

Les estacions estan geolocalitzades i se'n pot comprovar la ubicació a la web <https://maestrat.travel>.

A més de millorar l'experiència del cicloturista, aquestes estacions també les usa la població local, i gràcies a l'aplicació informàtica podem saber-ne el nombre d'usuaris per dia i municipi.

Per acabar, és essencial incidir en el fet que Maestrat, ànima interior i el Pacte continuen aquest camí començat cap al desplegament de la capa digital i de la transformació digital integrant empreses, recursos, espais i experiències, innovant en el model turístic actual, oferint un model de qualitat i singular i, en definitiva, contribuint al progrés del nostre territori.





07

CONCLUSIONS

Jorge Hermosilla Pla
Sandra Mayordomo Maya
Universitat de València

Vicente Budí Orduña
Universitat Jaume I

Nuria Grané Teruel
Universidad de Alicante

1. COBERTURA DIGITAL AL TERRITORI VALENCIÀ

Aquesta investigació inclou la dotació d'infraestructures de connectivitat, per a la qual cosa s'ha analitzat la cobertura de diverses classes de xarxes de dades i la cobertura de telefonia mòbil.

En termes generals, una vegada identificada la dotació digital dels 542 municipis que configuren la Comunitat Valenciana, podem afirmar que l'equipament de xarxes digitals es caracteritza per una implantació desigual al territori. A més, hi ha diferències segons la modalitat de xarxa digital analitzada.

Les cobertures de xarxes sense fil fix, FTTH, xarxes de 30 Mbps, xarxes de 100 Mbps i xarxes 4G mantenen una certa distribució territorial homogènia, amb algunes lleugeres diferències. No obstant això, la cobertura de la xarxa 5G es caracteritza per unes desigualtats territorials considerables. Així, hi ha comarques amb una implantació mínima que contrasten amb altres valors més elevats, localitzats principalment a les comarques més urbanitzades.

La mitjana de la Comunitat Valenciana en el cas de la xarxa 5G és del 18,5%. Les diferències són notables. Així, a València té una cobertura de més del 95%; a l'Horta Nord, l'Horta Sud i el Baix Vinalopó entre el 40% i 50%. Per davall d'aquests valors hi ha el Camp de Túria i la Costera (30%-40%), la Plana Alta, la Plana Baixa, La Hoya de Buñol-Chiva i l'Alacantí (20%-30%). Amb valors situats entre el 10%-20% hi ha el Vinalopó Mitjà, la Marina Alta, l'Alcoià i el Baix Segura, mentre que entre el 5%-10% tenim els Ports, el Baix Maestrat, el Camp de Morvedre, la Plana, l'Alcalatén i l'Alt Vinalopó. Les altres comarques se situen per davall del 5% de cobertura.

2. ÚS SOCIAL DE LA DIGITALITZACIÓ AL TERRITORI VALENCIÀ

L'estudi s'ha centrat en la identificació de l'ús i dels nivells d'ús de les xarxes digitals a les comarques valencianes. Aquesta informació s'ha obtingut d'una enquesta contestada per 8.000 veïns i estructurada segons la població de cada comarca.

Els resultats territorialitzats, i també els que corresponen a l'ús personal, professional i empresarial, estan condicionats pels paràmetres que defineixen la nostra realitat territorial quant a densitat de població, ubicació del teixit productiu i estructura d'edat. En conseqüència, s'observen diferències segons la ubicació entre zones costaneres i d'interior, entre àrees amb més concentració del sector industrial i de serveis enfront d'espais litorals on el turisme representa un percentatge més alt d'ocupació. Les dimensions de les àrees urbanes també condicionen de la mateixa manera aqueixes diferències.

Així mateix, alguns comportaments digitals identificats es relacionen amb el tipus d'ús d'Internet i de les tecnologies de la informació i la comunicació, com també de les característiques personals com ara el nivell de formació, el grau de qualificació i el sexe dels enquestats.

La **cobertura de xarxes de dades i de telefonia mòbil** és desigual entre comarques, especialment per a comarques d'interior, i entre els municipis més poblats i els altres. La cartografia de l'estudi mostra les mancances en algunes comarques d'interior, que es fa més evident en tecnologia mòbil de tipus 4G o 5G. L'estudi detallat d'aquestes xarxes ens permet afirmar que el resultat és elevat si tenim en compte el nombre de domicilis que poden tenir-hi accés, que queden circumscrits a municipis menuts. No obstant això, sobre aquesta qüestió, hem de posar l'èmfasi en la deficiència en infraestructures de comunicació en alguns territoris. Això és un fet que repercuteix en la qualitat del servei i en la intensitat d'ús, a més de la limitació d'algunes opcions empresarials en tots els sectors d'activitat, la facilitat per al teletreball o la captació de nous residents en territoris d'interior.

Pel que fa al tipus **d'ús preferent d'Internet i de les aplicacions informàtiques**, l'enquesta mostra un resultat a favor de l'ús per raons personals. Crida l'atenció que la importància de l'ús professional d'Internet puja a mesura que augmenta la densitat econòmica en els sectors de serveis i industrial; és el cas de les comarques litorals, encara que es detecta una incidència més baixa quan el turisme és el sector principal.

És interessant constatar **les diferències entre forma i lloc de connexió** segons l'ús d'aquestes eines. Així, per a l'ús personal, que és el majoritari, el punt de connexió preferit és el domicili particular i mitjançant telèfon mòbil; mentre que per a l'ús professional, dos terços dels enquestats prefereixen connectar-s'hi des de l'oficina i amb ordinador.

El tipus d'ús i la forma de connexió té també reflex en la qualitat percebuda pels usuaris. El **grau de satisfacció del servei d'Internet**, tant per cobertura com per aplicacions i mitjans emprats, és alt; i més alt del 60% per a l'ús personal. En canvi, els resultats de satisfacció per a l'ús professional se situen deu punts per damunt. Així mateix, destaquem que la consideració d'una qualitat deficient d'Internet se situa entre el 15% i el 20% en territoris que, en general, tenen pitjor qualitat de la xarxa de fibra.

En referència a **les utilitats concretes d'Internet**, una part considerable d'usuaris, vora el 70%, indica com a aspectes destacats l'existència i l'ús d'aplicacions de comunicació digital (missatgeria instantània i correu), l'accés a informació (premsa i altres fonts d'informació), aspectes com l'entreteniment i l'oci (encara que aquestes dades es redueixen al 50% en comarques amb absència de ciutats de més de 50.000 habitants) i en general per a les seues activitats habituals. D'acord amb aquestes variables, crida l'atenció la dada relativa a les xarxes socials, que mostren resultats no tan contundents amb minses diferències entre la nul·la o la molta importància, totes dues entorn del 35%.

En qüestions concretes, com ara l'**accés a la banca electrònica**, la importància es redueix al 50% per a l'àmbit personal, mentre que per a l'ús professional se situa uns deu punts per damunt. En relació amb els tràmits amb l'**Administració pública**, o en els aspectes formatius, la diferència és també favorable en l'àmbit professional.

Pel que fa a altres usos, com l'**accés a serveis sanitaris**, la mitjana per a la Comunitat Valenciana indica una rellevància de fins al 40%, xifra que també apareix en compres **en línia**, mentre que encara és inferior en qüestions de mobilitat. En aquestes aplicacions d'ús d'Internet s'han detectat diferències destacades segons es tracte de les comarques més urbanes de València, l'Alacantí, la Plana Alta i la Ribera Baixa, on els percentatges d'ús d'Internet s'eleven fins al 60% en mobilitat i compres en línia, o fins al 75% en activitats d'entreteniment i oci.

Crida l'atenció la importància de **les aplicacions per a buscar faena**, tant si són d'institucions públiques com d'empreses privades d'intermediació laboral. Els resultats per al conjunt de la població proporcionen valors situats lleugerament per davall del 50%, tant en el perfil personal d'usuari com en el professional. No obstant això, si ens fixem únicament en el col·lectiu de persones desocupades, la valoració d'aquests instruments digitals augmenta fins al 60% en l'ús personal i fins al 70% per a l'àmbit professional. El resultat per a responsables d'empreses, gerents i càrrecs de direcció facilita també valoracions superiors al 50% per a aquestes eines informàtiques.

L'enquesta també aporta informació sobre qüestions relacionades amb el **domini de mitjans digitals**, amb valors entorn del 75% assenyalats com a adequat o excel·lent. En relació amb aquesta qüestió hi ha la necessitat de formació digital, que se situa en el 50% per a usuaris professionals i en el 25% per a ús personal.

L'anàlisi **segons sexe** mostra un comportament lleugerament diferent, de manera que, en general, els resultats indiquen més satisfacció en l'ús d'Internet en dones, ja que tenen entre 5 i 10 punts de diferència a favor seu. Així mateix, les dones indiquen un ús més alt en banca, Administració, oci, vida quotidiana, comunicació, compres en línia i sanitat. També mostren més domini d'Internet i necessiten menys formació. És a dir, segons les enquestes, les dones tenen un comportament digital més intens i amb un ventall més gran d'usos i habilitats que els homes.

Si es tenen en compte els criteris d'edat, la diferència apareix per als **grups de més edat**, els quals s'hi connecten en proporció més alta des de casa i des d'un ordinador (el telèfon mòbil no l'usen tant) i no atorguen tanta importància a les aplicacions i als usos. Aquests valors són baixos en compres en línia, oci i sanitat. Ocorre el contrari en mobilitat rural. Finalment, aquest grup manifesta una necessitat més alta de formació.

El **nivell d'estudis i la formació** actuen en sentit favorable a la satisfacció per l'ús d'eines digitals. Així, més formació equival a més importància assignada a les aplicacions i els usos d'Internet en tots els nivells. Succeeix igualment en relació amb la importància per a la formació, els tràmits amb l'Administració, la banca i la sanitat. No obstant això, les persones amb més nivell formatiu indiquen que requereixen menys formació en noves tecnologies.

Pel que fa a l'**ocupació**, un exercici professional que exigeix menys formació va acompanyat de menys satisfacció respecte de la digitalització. El contrari succeeix amb els grups professionals de més responsabilitat.

3. LA DIGITALITZACIÓ A L'EMPRESA VALENCIANA. CARACTERITZACIÓ TERRITORIAL

L'estudi sobre el nivell de digitalització de les empreses al territori valencià en l'àmbit comarcal s'ha fet a partir de la realització d'**entrevistes en profunditat**, tant a directius responsables de pimes representatives de cada comarca com a responsables de les principals associacions sectorials. La mostra objectiu ha sigut de 2-4 entrevistes en cada comarca, amb l'obtenció d'un total de 80 entrevistes. En les entrevistes s'ha parat atenció especial a les diferències entre comarques i entre sectors productius.

En aquesta recerca, a més d'exposar la situació de digitalització del col·lectiu empresarial referit, hi han participat petites entitats de suport als processos digitals, les quals exerceixen la tasca d'assessorar i introduir nombroses entitats en la senda de la digitalització de processos productius, comercials i de gestió.

Les qüestions tractades en les entrevistes han permès conèixer el **grau de digitalització de les empreses** en aspectes com ara qualitat d'accés a Internet, seguretat informàtica, fases de producció, gestió de magatzem, procés comercial i màrqueting, mercat laboral i serveis a empreses.

S'han detectat cinc variables o aspectes que generen diferències quant a la digitalització en les empreses i que contribueixen a potenciar-la o frenar-la: l'accés i la cobertura per a la connexió a Internet, l'actitud i la mentalitat respecte al món digital, la dimensió de l'empresa quant a disponibilitat de recursos personals i econòmics, el sector d'activitat al qual es vincula i, finalment, la dimensió de la població on se situa l'entitat.

La implementació de les entrevistes ha permès constatar una heterogeneïtat significativa en relació amb el grau de digitalització de les pimes de la Comunitat Valenciana. Segons l'anàlisi efectuada, el gruix de les empreses entrevistades —i el col·lectiu que representen— se situa en un escenari **de baixa o mitjana de digitalització**.

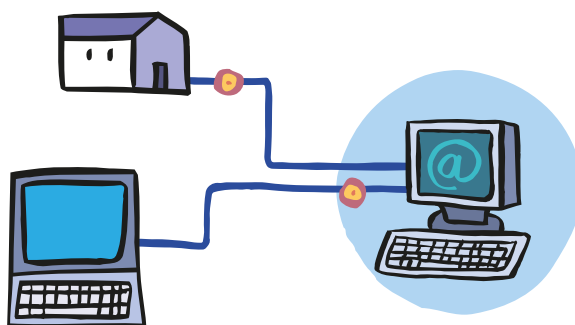
Segons el nivell de digitalització de les pimes valencianes analitzades i la manera d'incorporar-se **als processos digitals**, s'han establert els perfils o les categories següents. a) Primer nivell, en el qual se situa l'empresa o el negoci familiar que considera la digitalització com un element forçós per a la supervivència i la relació amb clients i proveïdors. b) El segon nivell correspon a les empreses qualificades com a sectors tradicionals i s'estén fins a l'empresa tradicional que comprèn la necessitat digital, té relleu generacional i coneix les xarxes socials com a canal. c) El tercer nivell el formen empreses digitalitzades parcialment i que disposen, en general, d'estructura de gestió (usen programes de gestió i traçabilitat, venda en línia, feble actualització de pàgina web i de resposta a comandes, disposen de funcions en el núvol i de mecanismes de seguretat). d) Finalment, hi ha el quart nivell, en què s'integren empreses digitalitzades amb estructura de gestió i control i que han assumit aquest aspecte com un element de la seua estratègia de competitivitat.

Els principals resultats obtinguts a partir de l'anàlisi de les entrevistes assenyalen que les pimes de la Comunitat Valenciana es troben, en general, en una **situació de digitalització entre baixa i mitjana**. Aquest escenari és representatiu d'una part significativa de la realitat empresarial valenciana, encara que està condicionat i influït per la grandària i pel tipus de l'empresa, pel sector d'activitat i per l'actitud respecte a la digitalització.

La digitalització permet a les empreses continuar creixent i ser més competitives, com també millorar la seua imatge professional, la productivitat, la seguretat i l'agilitat, entre altres processos i beneficis. La majoria de les empreses no qüestionen la rellevància de la digitalització, però l'actitud i la manera d'entendre-la varia segons el tipus de les entitats. Així, mentre que per a unes empreses aquest procés s'incorpora d'una forma lenta i segons les necessitats, per a unes altres representa una estratègia integral. En conseqüència, la digitalització per a les empreses tradicionals és un esforç considerable perquè van desenvolupar els seus processos en el model analògic. No obstant això, per a les empreses més modernes i associades a sectors vinculats al món digital, la incorporació d'aquest procés es fa de manera orgànica.

La **digitalització és un repte** per a totes les empreses, tant per als empresaris com per als treballadors, que han d'emprar i aprendre noves tècniques, instruments i maneres de treballar, la qual cosa demana un esforç temporal i econòmic rellevant. Així, és fonamental aconseguir que aquestes pimes no es queden arrere en l'adaptació tecnològica. Les principals barreres per a poder avançar en la digitalització en les pimes valencianes es vinculen amb els factors següents: a) la mentalitat analògica d'alguns empresaris i treballadors; b) la deficient connexió i cobertura en algunes àrees; c) la significativa inversió requerida, que representa una notable dificultat per a les entitats amb menys recursos.

A fi d'avançar en el procés de digitalització, i a partir de l'anàlisi de les entrevistes, es proposen algunes **mesures destinades a millorar la situació i l'escenari actual**. En aquest sentit, el paper de l'Administració és rellevant en aspectes vinculats amb ajudes econòmiques, acompanyament i diagnòstic de necessitats. Així mateix, la formació i la conscienciació són aspectes fonamentals per als diversos perfils d'empresa, a fi que empresaris i treballadors entenguin el significat de la digitalització i, alhora, la importància de formar-se en les eines i tècniques oportunes vinculades a aquest procés. Per tant, és essencial tenir en compte el perfil i el punt on es troba cada empresa en el desenvolupament digital, amb el propòsit d'ajudar-la de la manera més adequada. Per això es proposa un pla o full de ruta per a avançar en el procés de digitalització basat en els punts següents: 1. Conscienciació i comunicació; 2. Diagnòstic per a definir la situació actual i les necessitats; 3. Ajuda econòmica per a facilitar la implementació d'eines.





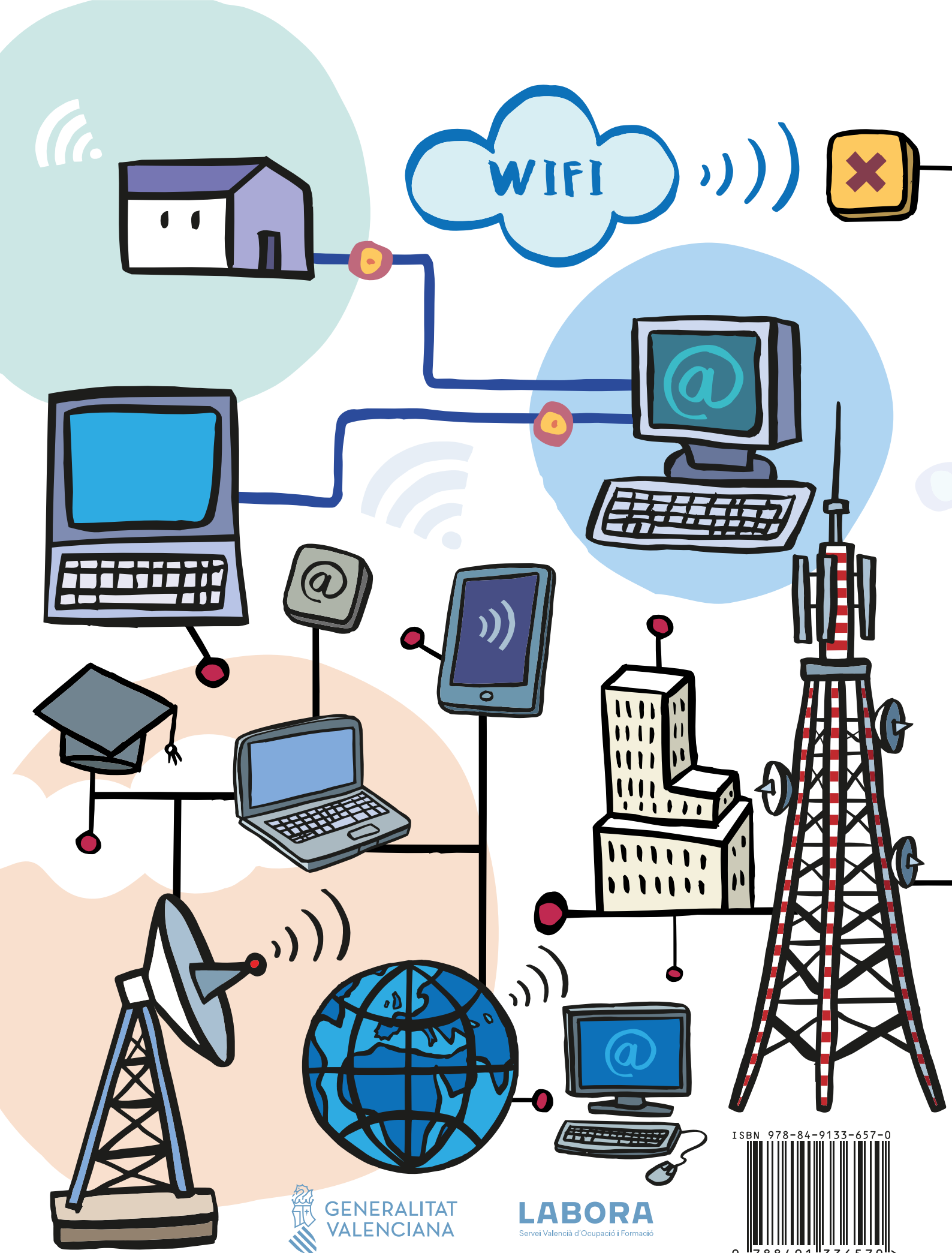
B

BIBLIOGRAFIA

B

BIBLIOGRAFIA

- FORO HISTÓRICO DE LAS TELECOMUNICACIONES. (2019). Telefonía Rural. Historia de la Telecomunicación española. En C. / AEIT, *Foro Historico de las Telecomunicaciones*. <https://forohistorico.coit.es/index.php/biblioteca/libros-electronicos/item/telefonía-rural#fht-ifrm>.
- HERMOSILLA PLA, J. (coord.) (2021). *La innovación territorial y el empleo en la Comunitat Valenciana 2021*. Universitat de València.
- HERMOSILLA PLA, J. (coord.) (2022). *La innovación territorial en el sector logístico valenciano*. Universitat de València.
- M.I. Ayuntamiento de Requena. (marzo de 2018). *Documento del mes de marzo 2018*. Obtenido de Los teleclubs en la Meseta de Requena-Utiel: <https://www.requena.es/página/documento-del-mes-marzo-2018-teleclubs-meseta-requena-utiel>
- PEREZ MARTÍNEZ, J., FRÍAS BARROSO, Z., & ALBERTO, U. (2018). *La evolución de Internet en España: del Tesys a la economía digital*. Red.es.
- ROMEO, J. M. (2006). El desarrollo de la televisión en España a través del BOE. En Foro Historico Telecomunicaciones, *Recordando la Historia de las Telecomunicaciones*. COIT.
- SETSI. (2006). *Plan 2006-2010 para el desarrollo de la Sociedad de la Información y de Convergencia con Europa y entre Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas*. Obtenido de PLAN AVANZA: https://avancedigital.mineco.gob.es/programas-avance-digital/DescargasPlanesAvanza/Plan%20Avanza/plan_avanza-Docmento_completo.pdf
- SETSI. (2011). *PLAN AVANZA 2 2011-2015*. Obtenido de <https://plantl.mineco.gob.es/agenda-digital/planes-anteriores/Paginas/plan-avanza2-estrategia.aspx>.
- SETSI. (2013). *Programa de Extensión de la Banda Ancha de Nueva Generación 2013-2021*. Obtenido de <https://avancedigital.mineco.gob.es/banda-ancha/ayudas/Banda-Ancha-Generacion-2013-2021/Paginas/ayudas-publicas-PE-BANG.aspx>
- SETSI. (2020). *Programa UNICO-Banda Ancha*. Obtenido de https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/06_Programa_UNICO_Banda_Ancha.aspx
- SETSI. (2021). *Programa UNICO-Banda Ancha*. Obtenido de https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/06_Programa_UNICO_Banda_Ancha.aspx: https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/06_Programa_UNICO_Banda_Ancha.aspx
- SETSI. (marzo de 2023). *Cobertura de Banda Ancha en España en el año 2022*. Obtenido de <https://avancedigital.mineco.gob.es>
- SETSI. (octubre de 2023). *La España Digital 2026*. Obtenido de <https://espanadigital.gob.es/>
- Tomé Muguruza, B. (2001). El plan de acción INFO XXI la sociedad de información para todos. En *Economía Industrial* (ISSN 0422-2784 ed.).



 GENERALITAT
VALENCIANA

LABORA
Servei Valencià d'Occupació i Formació

ISBN 978-84-9133-657-0



9 788491 336570 >

UJI UNIVERSITAT
JAUME I

 UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

 Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante