

Encuesta de satisfacción de los usuarios de estadísticas del INE

Año 2025

Mayo 2026

Índice

I	Resumen ejecutivo	4
II	Introducción: planteamiento y objetivos	6
III	Metodología general	7
1	Ámbito de la encuesta	7
2	Cuestionario: Variables y Definiciones	7
3	Recogida de la información y periodo de referencia	10
4	Tasa de respuesta	10
IV	Análisis de resultados	12
1	Evolución de la percepción de la Calidad (2016-2025)	12
2	Resultados de la encuesta	15
V	Módulo para medios de comunicación	36
1	Objetivos y características generales	36
2	Tasa de respuesta del módulo de medios de comunicación	36
3	Evolución de la percepción de los medios de comunicación (2016-2025)	37
4	Resultados del módulo de medios de comunicación	38
5	Calidad percibida de las estadísticas	42
6	Sugerencias y necesidades no cubiertas módulo medios	44
	ANEXO I. Grupos de estadísticas del INE que se han diferenciado en el cuestionario	46
	ANEXO II. Estructura del cuestionario general de la ESU2025 por bloques de preguntas	47

ANEXO III. Estructura del cuestionario web de la ESU2025 por bloques de preguntas		48
ANEXO IV. Estructura del cuestionario dirigido a medios de comunicación, organizada por bloques temáticos		49
ANEXO V. Aproximación a un Índice global de satisfacción		50
1	Ponderaciones de las dimensiones de calidad	50
2	Aproximación a un índice de satisfacción	51

I Resumen ejecutivo

Encuesta de Satisfacción de Usuarios del INE - Edición 2025

La Encuesta de Satisfacción de Usuarios del INE correspondiente a 2025 (ESU 2025) constituye una herramienta clave para conocer la percepción que los distintos colectivos de usuarios tienen sobre los productos y servicios estadísticos ofrecidos por la institución.

La incorporación, por primera vez, de la posibilidad de que cualquier usuario de la web del INE pueda cumplimentar directamente el cuestionario de la encuesta ESU constituye un avance significativo en términos de accesibilidad, modernización y participación ciudadana.

Los resultados de la ESU 2025 muestran una valoración global elevada y estable de las estadísticas del INE. La mayoría de los usuarios se declaran satisfechos con los productos estadísticos, destacando especialmente su credibilidad, relevancia y accesibilidad, dimensiones que continúan obteniendo las puntuaciones más altas.

En comparación con ediciones anteriores, se observa una ligera moderación en la proporción de valoraciones más altas. Este comportamiento no implica un deterioro significativo de la percepción general, sino un ajuste en las puntuaciones máximas que afecta a varias dimensiones de la calidad, manteniéndose niveles globales de satisfacción elevados.

De la evolución y resultados de la encuesta se refleja la necesidad de prestar una atención específica a aspectos como la confianza, la coherencia, la oportunidad y la comparabilidad de los productos estadísticos. En definitiva, es indispensable consolidar los principios del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas, en la producción y difusión de la información estadística.

La edición 2025 incorpora, además, resultados sobre el uso y valoración de las estadísticas experimentales, así como preguntas relativas a la integración de la perspectiva de igualdad y no discriminación, que reciben una valoración mayoritariamente positiva por parte de los usuarios que las conocen o utilizan.

En conjunto, la ESU 2025 confirma una percepción sólida de la calidad de las estadísticas del INE, al tiempo que proporciona información relevante para orientar futuras mejoras en aquellos ámbitos donde los usuarios muestran mayor demanda.

En relación con la difusión de la información, los resultados son variados. La valoración de la página web mejora respecto a la edición anterior, aunque todavía no alcanza los niveles de 2016. Por su parte, los metadatos (información que acompaña a los datos) presentan una mejora clara, especialmente en su accesibilidad, aunque todavía no son utilizados por todos los usuarios.

En el caso de los medios de comunicación, los resultados también son muy positivos, tanto en calidad como en confianza. No obstante, al igual que en el resto de los usuarios, se observa una ligera reducción en las valoraciones más altas. Estos resultados deben interpretarse con cautela debido al reducido número de respuestas.

Como síntesis, el índice global de satisfacción alcanza un valor de **4,04 sobre 5**, lo que confirma la percepción general positiva de las estadísticas del INE.

Por otra parte, las respuestas abiertas de los usuarios ponen de relieve diversas áreas de mejora. Entre ellas destacan la necesidad de un mayor nivel de detalle y

desagregación de los datos, una mejor accesibilidad a la información y una mayor frecuencia de actualización. Asimismo, se identifican demandas relacionadas con la incorporación de nuevas variables y estadísticas, así como con el acceso a microdatos en el caso de los usuarios más especializados, lo que refleja la necesidad de adaptar la oferta estadística a los nuevos intereses de los usuarios.

Por último, la conformación del ámbito poblacional ha puesto de manifiesto los inconvenientes de trabajar con listados de contactos creados de forma específica (*ad hoc*) para cada edición. Al no existir un seguimiento continuo, estas bases de datos quedan desactualizadas rápidamente debido a la rotación de las cuentas de correo electrónico, lo que obliga en la práctica a reconstruir y depurar el listado casi desde cero en cada edición. A este factor se suman las restricciones de la normativa vigente en materia de protección de datos, que limita las vías de comunicación directa si no se dispone de una base legal previa y explícita.

Para resolver estas limitaciones técnicas y normativas, la experiencia acumulada demuestra la importancia de contar con un directorio central de usuarios del INE que esté unificado y permanentemente actualizado. Este sistema permitiría, además, recabar y gestionar de forma centralizada el consentimiento de los usuarios para participar en este tipo de encuestas. Disponer de un directorio estructurado facilitaría no solo la realización periódica de encuestas de satisfacción con mayor alcance y representatividad, sino también el desarrollo de otros estudios, consultas o mecanismos de escucha activa orientados a los usuarios. Este elemento se considera clave para fortalecer la relación con los usuarios y avanzar hacia un modelo más sistemático y eficaz de evaluación y mejora continua.

En definitiva, la ESU 2025 muestra que la calidad de las estadísticas del INE es sólida y bien valorada. Sin embargo, también señala la importancia de seguir mejorando aspectos como la accesibilidad, la rapidez en la publicación y el nivel de detalle de la información, para mantener y reforzar la satisfacción de los usuarios en el futuro.

II Introducción: planteamiento y objetivos

La Encuesta de Satisfacción de Usuarios 2025 recoge las opiniones de **distintos perfiles de usuarios** mediante tres cuestionarios diferenciados: **usuarios cualificados, usuarios de medios de comunicación y usuarios del público general (en adelante, usuarios web)**. Los participantes han colaborado de forma voluntaria, valorando la calidad de las estadísticas del INE, así como formulando sugerencias para la mejora de sus productos y servicios.

La encuesta da continuidad a estudios similares realizados por el INE desde 2007, llevados a cabo normalmente con periodicidad trienal, en el marco de las Directrices de Calidad de la institución.

Aunque se mantienen los objetivos de ediciones anteriores y su alineación con el Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas, en esta edición se han introducido diversas mejoras orientadas a reforzar la coherencia del cuestionario y su adecuación al contexto actual, sin comprometer la comparabilidad temporal.

Estas modificaciones han sido definidas en el seno del Comité de Calidad del INE, órgano responsable de la validación de la política de calidad y en el que están representadas las distintas unidades del Instituto.

En cuanto al ámbito, **la principal novedad es la incorporación de la opinión de los usuarios web para lo cual se habilitó en la web del INE una versión adaptada del cuestionario.**

En relación con el contenido, se han incorporado nuevas preguntas sobre el uso y valoración de las estadísticas experimentales, así como sobre la cobertura en materia de igualdad y discriminación. Asimismo, se ha revisado el bloque de metadatos con el objetivo de obtener una visión más completa de su utilización y valoración.

Adicionalmente, se ha introducido una pregunta de autoclasificación para que los encuestados indiquen su grupo de pertenencia. Se mantiene, además, el planteamiento adoptado desde 2016 de analizar de forma independiente el módulo dirigido a medios de comunicación.

El presente informe recoge, de forma sintética, los principales resultados de la encuesta mediante análisis gráficos y tabulares, incluyendo una comparación de los aspectos comunes entre los distintos usuarios.

III Metodología general

1 Ámbito de la encuesta

La incorporación de un nuevo cuestionario dirigido a usuarios web hace necesario revisar la definición de la población objetivo utilizada en ediciones anteriores. En este contexto, la población objetivo se define como el conjunto de usuarios o potenciales usuarios que utilizan o pueden utilizar las estadísticas del INE en el desarrollo de su actividad profesional, investigadora o personal.

En consecuencia, se consideran incluidos, entre otros, los siguientes colectivos: Universidades e investigadores, Administración pública, en sus distintos niveles, Organizaciones internacionales, Empresas privadas, Medios de comunicación y prensa, Ciudadanía (público general), Otros usuarios (fundaciones, colectivos, estudiantes, etc.).

Dado que no se dispone de un marco muestral completo de la población objetivo, la encuesta se basa en procedimientos de selección no probabilísticos, combinando un directorio de usuarios cualificados con la participación voluntaria de usuarios a través de la página web del INE.

El directorio de usuarios cualificados se elaboró con la colaboración de todas las unidades del INE. Para su confección se partió de usuarios ya identificados en encuestas de ediciones anteriores de características similares. La colaboración del Gabinete de Prensa ha resultado fundamental para la elaboración del directorio de representantes de los medios de comunicación, colectivo esencial para este tipo de investigaciones.

Finalmente, una vez elaborado el directorio inicial, se procedió a su depuración y validación por parte de la Unidad de Calidad.

Las unidades consideradas en la encuesta pueden agruparse en tres colectivos:

- Medios de comunicación y prensa: constituido por 131 unidades en el directorio.
- Usuarios cualificados con alguna vinculación con el INE (por ejemplo, participación en reuniones, grupos de trabajo o foros): 1.199 unidades incluidas en el directorio.
- Usuarios web: usuarios que acceden de forma voluntaria al cuestionario disponible en la web del INE.

2 Cuestionario: Variables y Definiciones

2.1 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

En el diseño del cuestionario se han tenido en cuenta, además de los objetivos conceptuales de la encuesta, diversos aspectos prácticos comunes a este tipo de investigaciones, como la necesidad de favorecer la participación y de obtener respuestas lo más completas posible.

En la ESU 2025 concurren, además, varias circunstancias que condicionan especialmente su diseño. En primer lugar, la encuesta se dirige a perfiles de usuarios muy diversos: usuarios cualificados, medios de comunicación y usuarios web, lo que

ha hecho necesario adaptar la extensión y el contenido de los cuestionarios a las características de cada colectivo.

En segundo lugar, la recogida de la información se realiza exclusivamente por vía electrónica, mediante cuestionarios autoadministrados. Ello implica que es el propio encuestado quien decide el momento y el ritmo de cumplimentación, sin intervención directa del INE durante el proceso de respuesta. Este rasgo obliga a extremar la claridad en la formulación de las preguntas y a reducir, en la medida de lo posible, la carga al informante, especialmente en términos de tiempo de respuesta.

Otro rasgo característico de este tipo de encuestas es el uso de escalas de valoración para medir el grado de satisfacción o acuerdo de los encuestados respecto a distintos aspectos. En la ESU 2025 se emplean fundamentalmente escalas ordinales de tipo Likert, que permiten recoger de forma sencilla la intensidad de la valoración expresada por los usuarios.

Este tipo de escalas presenta, no obstante, algunas limitaciones conocidas, entre ellas la tendencia de algunos encuestados a concentrar sus respuestas en las categorías centrales. Por ello, en el análisis de resultados se recurre a distintos indicadores sintéticos, como porcentajes de valoraciones positivas o puntuaciones medias, con el fin de resumir e interpretar adecuadamente la información recogida.

Por último, un aspecto relevante en el diseño del cuestionario ha sido la clasificación en distintos grupos de estadísticas. Al igual que en ediciones anteriores, se ha optado por una agrupación suficientemente concisa para facilitar la respuesta, pero al mismo tiempo lo bastante desagregada como para permitir un análisis útil de los resultados. La clasificación finalmente adoptada, similar a la utilizada en ediciones anteriores de la encuesta, se recoge en el **Anexo 1**.

2.2 TIPOS DE CUESTIONARIO

Se han diseñado tres tipos de cuestionarios: uno específico para medios de comunicación, uno general dirigido a usuarios cualificados y otro, de menor extensión, orientado a los usuarios web.

Cuestionario general

El contenido del cuestionario general, cuya estructura se recoge en el **Anexo 2**, se organiza en varios bloques temáticos.

En primer lugar, se incluyen preguntas destinadas a caracterizar a los usuarios, tales como el tipo de estadísticas utilizadas, la finalidad del uso de la información o la frecuencia de consulta.

A continuación, se incorpora un bloque centrado en la valoración de las distintas dimensiones de la calidad del producto estadístico, de acuerdo con los criterios del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas. A cada una de estas dimensiones se asocian preguntas específicas:

- **Relevancia**, entendida como el grado en que las estadísticas del INE satisfacen las necesidades de los usuarios. Para complementar esta información, se incluye una pregunta abierta en la que se solicita identificar necesidades no cubiertas.

- **Precisión y fiabilidad**, abordada mediante la valoración de en qué medida las estadísticas reflejan la realidad.
- **Oportunidad**, referida al tiempo transcurrido entre el periodo de referencia y la publicación de los datos.
- **Coherencia y comparabilidad**, que evalúan la consistencia de los resultados y la posibilidad de realizar comparaciones tanto entre fuentes, como a lo largo del tiempo y entre ámbitos territoriales.
- **Cobertura**, incorporada por primera vez en la ESU 2025, y definida como el grado en que las estadísticas representan adecuadamente el universo de referencia.

Asimismo, se incluye una pregunta en la que se solicita a los usuarios que ordenen las distintas dimensiones de calidad según su importancia relativa, lo que permite construir indicadores sintéticos de satisfacción.

Posteriormente, se incorpora un bloque relativo a la **accesibilidad y claridad de la información estadística**, que incluye:

- El análisis de los medios utilizados para acceder a la información (notas de prensa, tablas, microdatos, publicaciones, etc.).
- La valoración de la página web del INE como principal canal de difusión, incluyendo aspectos como la variedad de contenidos, la facilidad de acceso, la presentación de la información, la claridad del texto, las herramientas de extracción de datos, las notificaciones y el funcionamiento general.
- La evaluación de los metadatos, analizando su uso y su valoración en términos de facilidad de acceso, claridad y nivel de detalle.

El cuestionario se completa con preguntas de carácter general orientadas a captar la percepción global de los usuarios.

Adicionalmente, en esta edición se han incorporado dos bloques específicos:

- uno relativo a las **estadísticas experimentales**, en el que se analiza su uso y utilidad;
- y otro centrado en la **cobertura en materia de igualdad y discriminación**, que incluye tanto valoración como justificación abierta.

Cuestionario web

El contenido del cuestionario web, cuya estructura se recoge en el Anexo 3, presenta una estructura más reducida respecto al cuestionario general.

El cuestionario web elimina los bloques más técnicos presentes en el cuestionario de usuarios cualificados, como la evaluación detallada de las dimensiones de calidad, la priorización de estas, el análisis de estadísticas experimentales, el uso y valoración de metadatos y la medición de la confianza, configurándose como una versión simplificada orientada a un público más general.

Cuestionario medios de comunicación

De menor extensión, está destinado a los usuarios pertenecientes a medios de comunicación y prensa, y recoge aspectos especialmente relacionados con el uso de

la información estadística en la actividad informativa. Su estructura se recoge en el Anexo 4.

3 Recogida de la información y periodo de referencia

La recogida de la información se ha llevado a cabo mediante dos vías principales:

- **Plataforma online del INE**, accesible a través de un enlace habilitado en la página web, dirigida a los usuarios web.
- **Envío de correos electrónicos** a los usuarios de medios de comunicación y a los usuarios cualificados incluidos en el directorio, incorporando el enlace a la encuesta y recordatorios periódicos para fomentar la participación.

El cuestionario general y el específico para medios de comunicación estuvieron disponibles desde el **28 de octubre de 2025 hasta el 31 de enero de 2026**, mientras que el cuestionario web estuvo accesible entre el **27 de noviembre de 2025 y el 31 de enero de 2026**.

El **periodo de referencia** de la encuesta abarca desde principios de **2025 hasta la fecha de cumplimentación del cuestionario**, por lo que las valoraciones reflejan la percepción reciente de los usuarios sobre la actividad estadística del INE.

4 Tasa de respuesta

La tasa de respuesta se calcula como la proporción de respuestas obtenidas respecto al total de unidades incluidas en el directorio de usuarios. Por tipo de cuestionario, el **cuestionario general** presenta la mayor tasa de respuesta, con un **24,4 %**, mientras que el cuestionario específico dirigido a **medios de comunicación** alcanza un **12,2 %**. En el caso del **cuestionario web**, se han registrado **495 respuestas**, en este caso no se puede calcular tasa por no disponer de marco muestral.

Los resultados se presentan en el **Cuadro 1**.

A partir de estos resultados, se analiza a continuación la evolución de la participación en el cuestionario general.

Tipo de cuestionario	Muestra	Cuestionarios Respondidos	Tasa de respuesta
Cuestionario Generales	1199	292	24.4%
Cuestionario específico para medios	131	16	12.2%
Cuestionario web		495	

Cuadro 1. Tasas de respuesta por tipo de cuestionario (ESU 2025)

4.1 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE INFORMANTES DEL CUESTIONARIO GENERAL

El número de informantes del cuestionario general muestra una evolución desigual a lo largo de las distintas ediciones de la encuesta. Tras un descenso entre **2016 (272)** y **2019 (246)**, en la edición de **2025** se observa un incremento hasta alcanzar los **292 informantes**, lo que supone el valor más elevado de la serie.

4.2 EVOLUCIÓN DE LA TASA DE RESPUESTA DEL CUESTIONARIO GENERAL

La tasa de respuesta del cuestionario general presenta una tendencia descendente, situándose en el **24,4 % en 2025**, frente a valores significativamente superiores en ediciones anteriores (**60 % en 2016** y **55 % en 2019**), tal como se muestra en el **Gráfico 1**.

Este descenso no implica necesariamente una menor participación en términos absolutos, sino que se explica principalmente por la **ampliación del directorio de usuarios incluyendo correos corporativos, en lugar de correos personales, debido al cumplimiento de la Ley de Protección de Datos**.

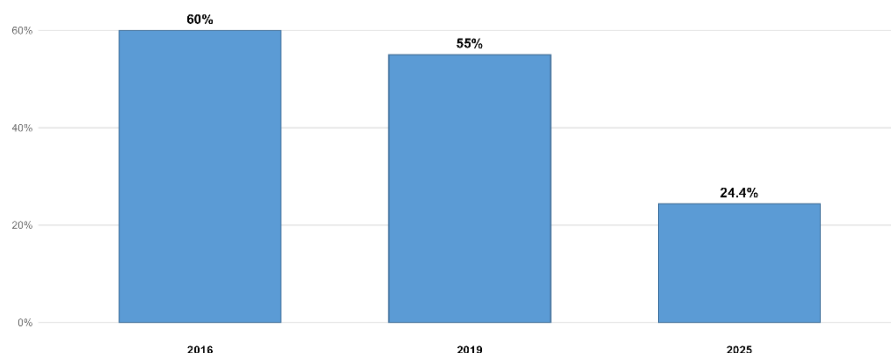


Gráfico 1. Tasa de respuesta del cuestionario general (ESU 2016–2025)

IV Análisis de resultados

En el análisis de resultados se van a diferenciar dos tipos de análisis:

- Análisis de la comparabilidad con ediciones anteriores: únicamente se tendrán en cuenta las respuestas de los denominados usuarios cualificados.
- Análisis de la edición del 2025: se comparan las respuestas a esta edición ESU 2025 por parte de los diferentes tipos de usuarios, y se analizan aquellos aspectos únicamente preguntados a los usuarios cualificados.

1 Evolución de la percepción de la Calidad (2016-2025)

1.1 FRECUENCIA DE USO DE LAS ESTADÍSTICAS

En el **Gráfico 2** se presenta la evolución de la frecuencia de uso de las estadísticas en las tres últimas ediciones de la encuesta.

Como se observa, se produce un **incremento del uso más intensivo de las estadísticas**, especialmente en la categoría de uso semanal, que pasa del 29,6 % en 2016 al 37,7 % en 2025.



Gráfico 2. Evolución de la frecuencia de uso de las estadísticas

1.2 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD.

El **Gráfico 3** refleja la evolución de las valoraciones positivas (respuestas satisfactorias y muy satisfactorias) de las distintas dimensiones de la calidad en las tres últimas ediciones de la encuesta.

En términos generales, los niveles de satisfacción se mantienen elevados en todas las dimensiones; no obstante, en 2025 se observa un descenso generalizado respecto a la edición de 2019. Esta caída es más acusada en varias dimensiones, destacando la coherencia, seguida de la precisión y la oportunidad, mientras que en otras el descenso es más moderado.

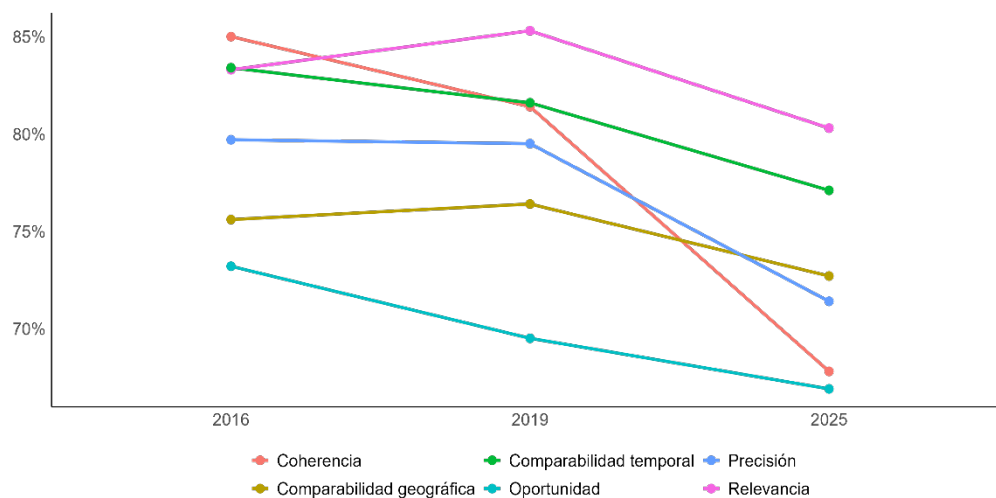


Gráfico 3. Grado de satisfacción respecto a las dimensiones de la calidad. Evolución 2016-2025

1.3 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A DISTINTOS ASPECTOS DE LA PÁGINA WEB.

Se analiza la evolución temporal únicamente para aquellos aspectos de la página web incluidos también en ediciones anteriores, y exclusivamente para el cuestionario general, que es el único que permite la comparación histórica.

Como se observa en el **Gráfico 4**, todos los aspectos analizados presentan una mejora en 2025 respecto a la edición de 2019; no obstante, sus niveles de satisfacción continúan situándose por debajo de los registrados en 2016.

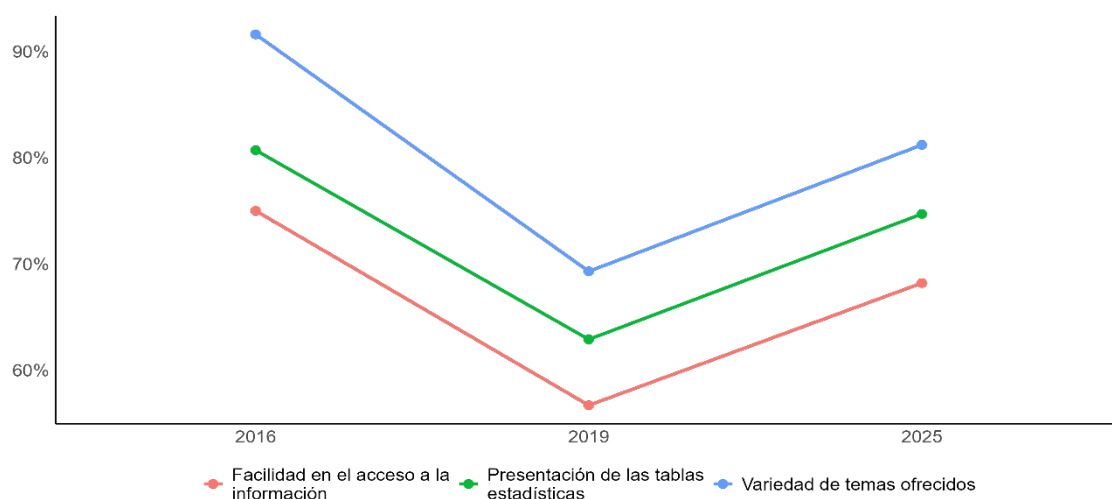


Gráfico 4. Grado de satisfacción respecto a distintos aspectos de la página web. Evolución 2016-2025

1.4 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A DISTINTOS ASPECTOS DE LOS METADATOS.

El **Gráfico 5** muestra la evolución temporal de la valoración de los metadatos. En 2025 se observa una mejora generalizada respecto a 2019; sin embargo, los niveles de satisfacción se mantienen por debajo de los registrados en 2016, especialmente en lo que se refiere a la claridad en la exposición.

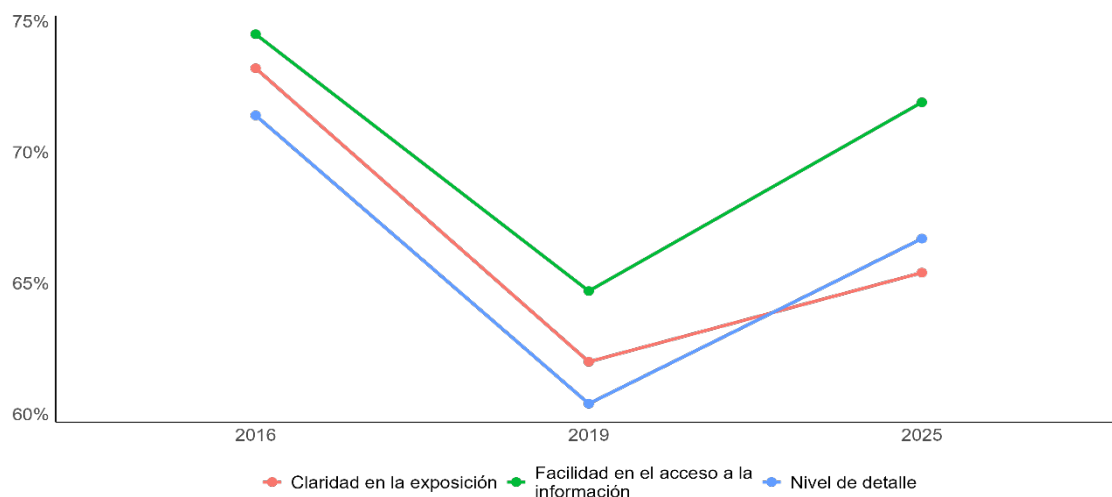


Gráfico 5. Grado de satisfacción respecto a distintos aspectos de los metadatos. Evolución 2016-2025

1.5 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA CALIDAD GLOBAL DE LAS ESTADÍSTICAS DEL INE.

Como se observa en el **Gráfico 6**, la valoración positiva de la calidad global, definida como la suma de las categorías “muy buena” y “buena”, se sitúa en el 85,6 % en 2025, frente al 90 % en 2019 y el 88,8 % en 2016, lo que refleja una valoración muy alta, aunque se observa una **ligera moderación, a lo largo del tiempo, en la proporción de valoraciones más altas.**

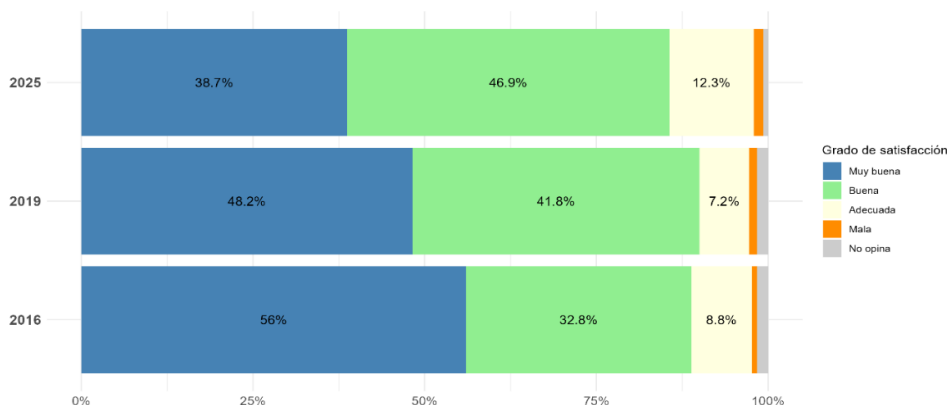


Gráfico 6. Grado de satisfacción respecto a la calidad global de las estadísticas del INE. Evolución 2016-2025

1.6 GRADO DE CONFIANZA EN LAS ESTADÍSTICAS DEL INE.

La confianza en las estadísticas del INE se mantiene en niveles muy elevados, alcanzando el 96,9 % en 2025 (suma de “confío totalmente” y “tiendo a confiar”), en línea con los valores registrados en 2019 (98,0 %) y 2016 (97,1 %) como se observa en el **Gráfico 7**.

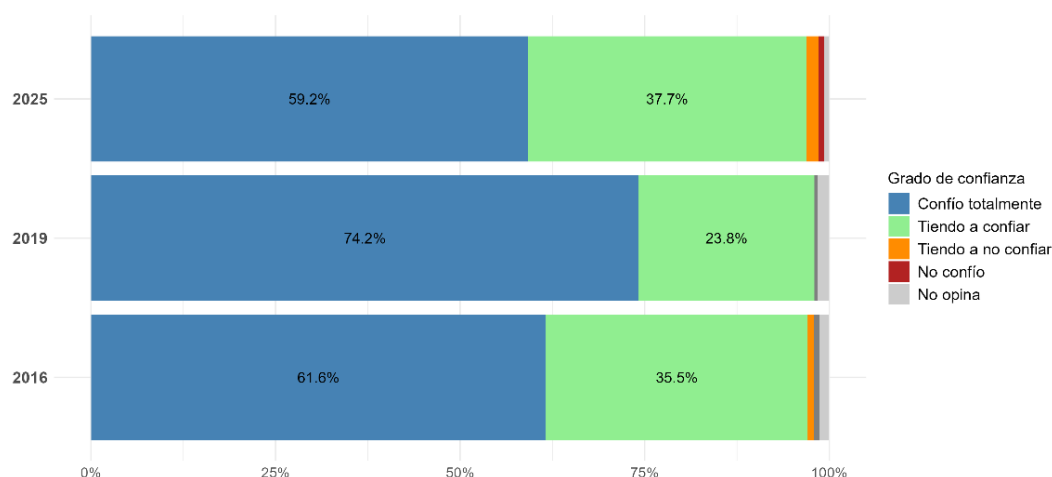


Gráfico 7. Grado de confianza en las estadísticas del INE. Evolución 2016-2025

2 Resultados de la encuesta

2.1 COMPARACIÓN POR TIPO DE USUARIO: USUARIOS CUALIFICADOS Y USUARIOS WEB

Como novedad en esta edición, **la ESU 2025 incorpora una pregunta de autclasificación del usuario, que permite identificar distintos perfiles dentro de los cuestionarios general y web**. A diferencia de ediciones anteriores, en las que la clasificación era cerrada, **en esta edición los encuestados han podido seleccionar una o varias respuestas**, lo que refleja mejor la diversidad de perfiles usuarios de la información estadística del INE.

2.1.1 Finalidad de uso de las estadísticas

En los **Gráficos 8 y 9** se presenta la distribución de las principales finalidades de uso de las estadísticas del INE para los usuarios cualificados y web, respectivamente. Cabe mencionar que en ambos cuestionarios se ha permitido seleccionar varias opciones en la pregunta sobre las distintas finalidades de uso.

En el caso de los usuarios cualificados (**Gráfico 8**), la principal finalidad es la investigación (50 %), seguida del análisis de coyuntura (49,7 %) y la reelaboración de

información (42,8 %), lo que refleja un uso fundamentalmente profesional y analítico de la información estadística.

Por su parte, los usuarios del cuestionario web (**Gráfico 9**) presentan un patrón de uso más diverso, con un mayor peso de la categoría de otras finalidades (34,9 %), así como de los proyectos de investigación (28,9 %) y el análisis de coyuntura (25,1 %).

En conjunto, estos resultados ponen de manifiesto la existencia de dos perfiles diferenciados: un usuario cualificado, con un uso predominantemente profesional de las estadísticas, y un usuario web, con un uso más heterogéneo y menos especializado.

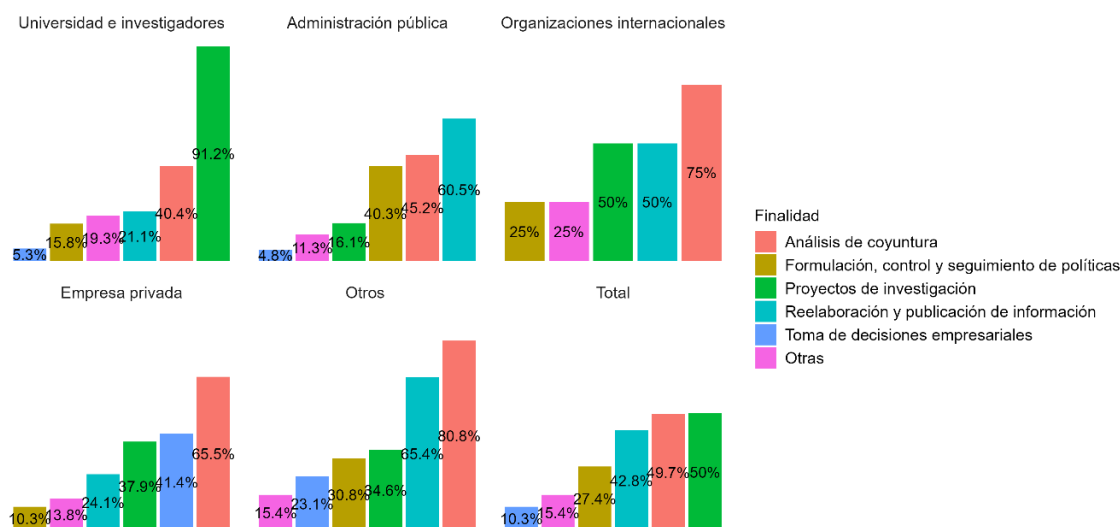


Gráfico 8. Finalidad de uso de las estadísticas (usuario cualificado)

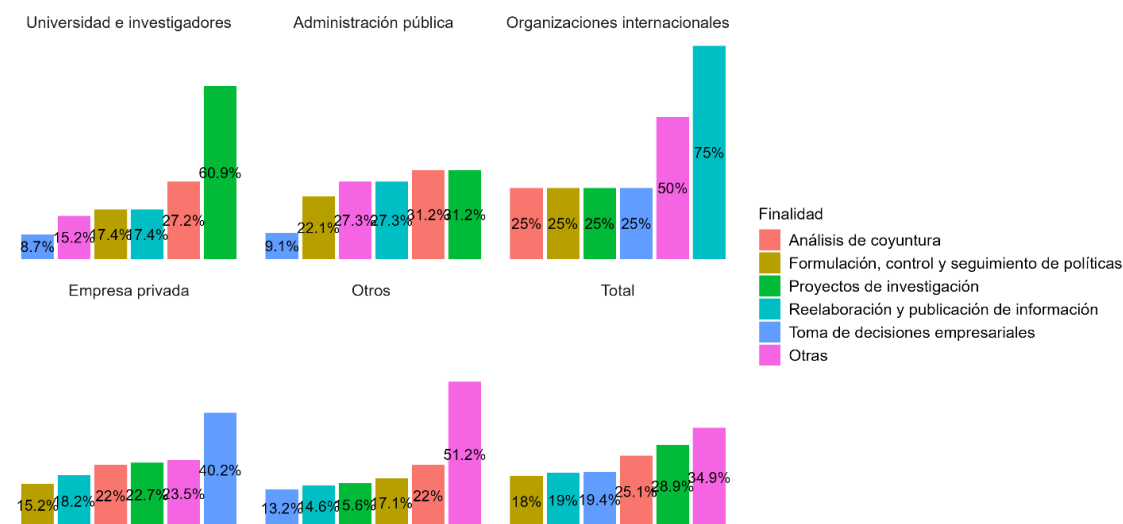


Gráfico 9. Finalidad de uso de las estadísticas (cuestionario web)

2.1.2 Frecuencia de uso de las estadísticas

En el **Gráfico 10** se presenta una comparativa de la frecuencia de uso de las estadísticas entre los usuarios cualificados y web.

Como se observa, los usuarios cualificados presentan un uso más intensivo de la información estadística: el 37,7 % consulta las estadísticas al menos una vez a la semana, frente al 17,8 % en el caso de los usuarios web.

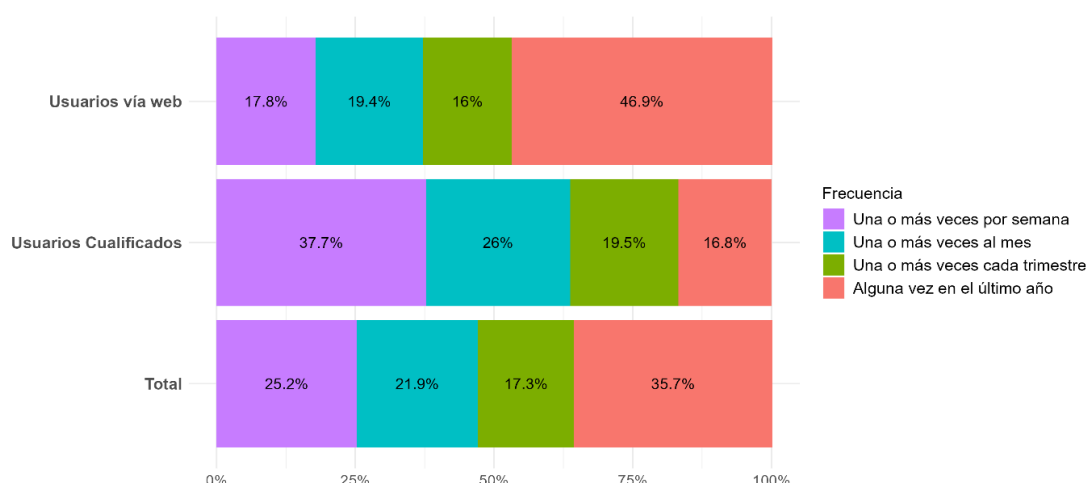


Gráfico 10. Frecuencia de uso de las estadísticas por tipo de usuario

2.1.3 Accesibilidad, claridad y difusión de la producción del INE

Medios de acceso a la información del INE

En los **Gráficos 11 y 12** se presenta el uso de los distintos medios de acceso a la información del INE para ambos tipos de usuarios. Cabe mencionar que en ambos cuestionarios se ha permitido seleccionar varias opciones para la pregunta sobre medios de acceso a la información. Al analizar los datos, se observa una elevada coincidencia en las preferencias de consumo, independientemente del perfil del usuario.

En ambos grupos, la página web es el canal predominante, y las tres formas de acceso más utilizadas son idénticas: tablas y gráficos de la base de datos, ficheros de microdatos y notas de prensa. Resulta significativo que los usuarios web presentan porcentajes de uso incluso superiores a los de los usuarios cualificados en estas categorías principales (superando el 80 % en el caso de tablas y gráficos).

Esta homogeneidad en los resultados sugiere que las herramientas de difusión del INE poseen un carácter transversal, siendo utilizadas de forma masiva tanto por el público general como por el especializado.

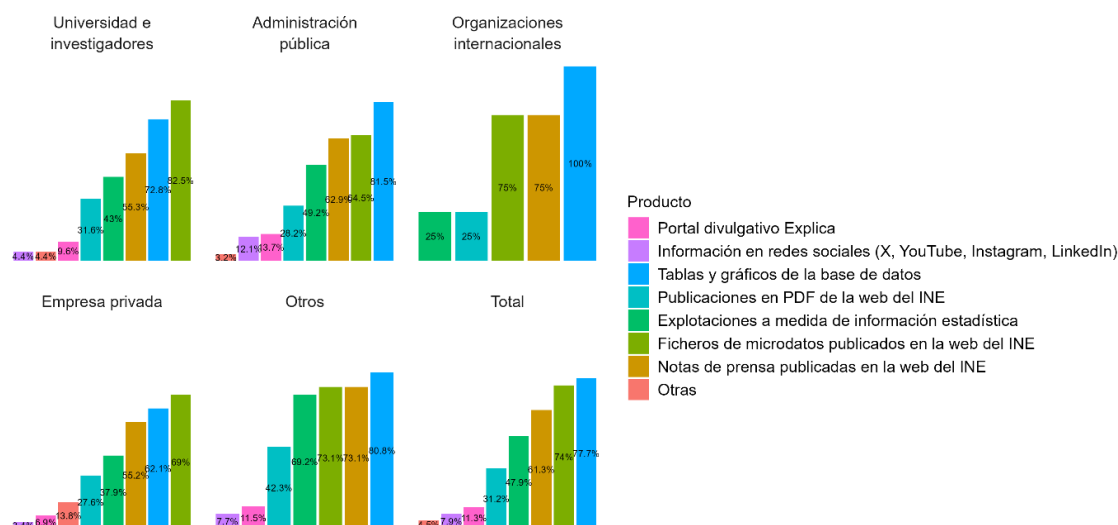


Gráfico 11. Medios de acceso a la información (usuario cualificado)

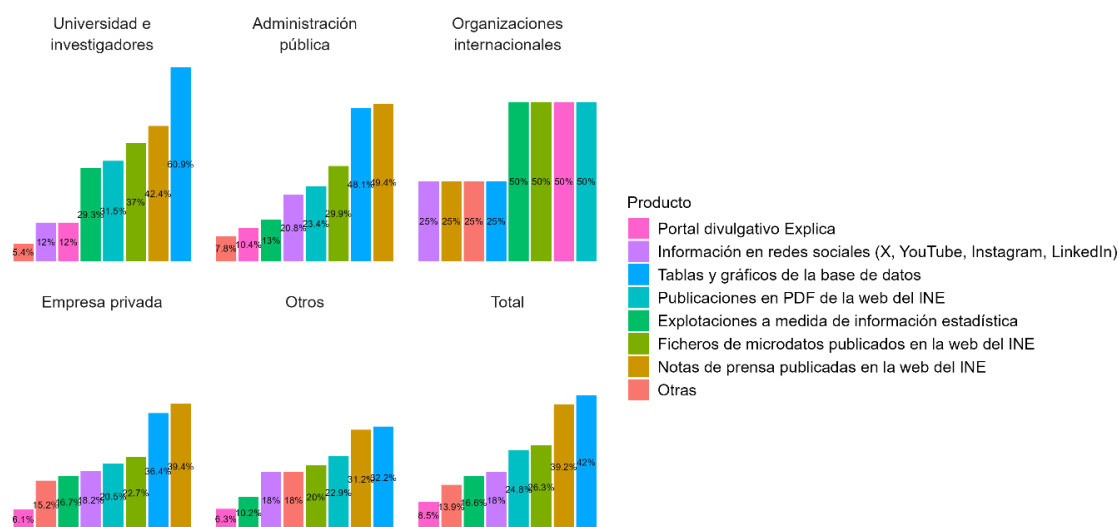


Gráfico 12. Medios de acceso a la información (cuestionario web)

Grado de satisfacción general con la página web

A partir de la pregunta “¿Cómo valoraría el contenido de la página web del INE con relación a sus necesidades?” presente únicamente en el cuestionario general, puede apreciarse que la satisfacción general con la página web del INE es elevada entre los usuarios cualificados. El 76 % de los encuestados manifiesta una valoración positiva o muy positiva. Como se observa en el **Gráfico 13**, los niveles de satisfacción son relativamente homogéneos entre los distintos tipos de colectivos dentro de los usuarios cualificados.

En ambos cuestionarios se requiere la valoración de diversos aspectos específicos de la página web, cuyos resultados se analizan pormenorizadamente a continuación.

En términos generales, la valoración de la página web es más favorable entre los usuarios cualificados que entre los usuarios web, como se aprecia en los **Gráficos 14 y 15**.

En particular:

- La variedad de temas ofrecidos presenta una valoración positiva del 81,2 % entre los usuarios cualificados, frente al 60,2 % entre los usuarios web.
- La facilidad de acceso a la información alcanza el 68,1 % de valoraciones positivas en usuarios cualificados, frente al 52 % en usuarios web, donde además se observa una mayor proporción de valoraciones negativas.

Este patrón se mantiene también en otros aspectos específicos de la página web, como la presentación de las tablas y la claridad y organización del contenido, en los que los usuarios cualificados muestran sistemáticamente niveles de satisfacción superiores a los de los usuarios web.

Por otro lado, dentro del cuestionario general, la valoración de otros aspectos funcionales de la página web también es positiva:

- Las herramientas de extracción de datos alcanzan un 69,6 % de valoraciones positivas.
- El funcionamiento y la velocidad de la página presentan un 72,3 % de satisfacción.
- En contraste, las notificaciones y alertas muestran niveles de satisfacción más moderados (37,3 %) y un elevado porcentaje de usuarios que no emiten opinión, lo que sugiere un menor grado de uso o conocimiento de estas funcionalidades.

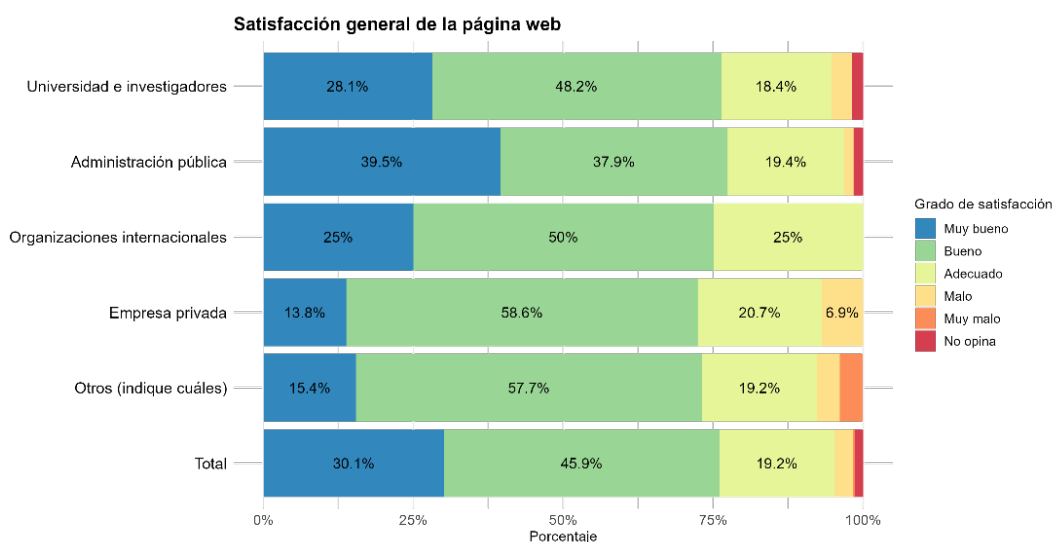


Gráfico 13. Grado de satisfacción general con la página web de usuarios cualificados

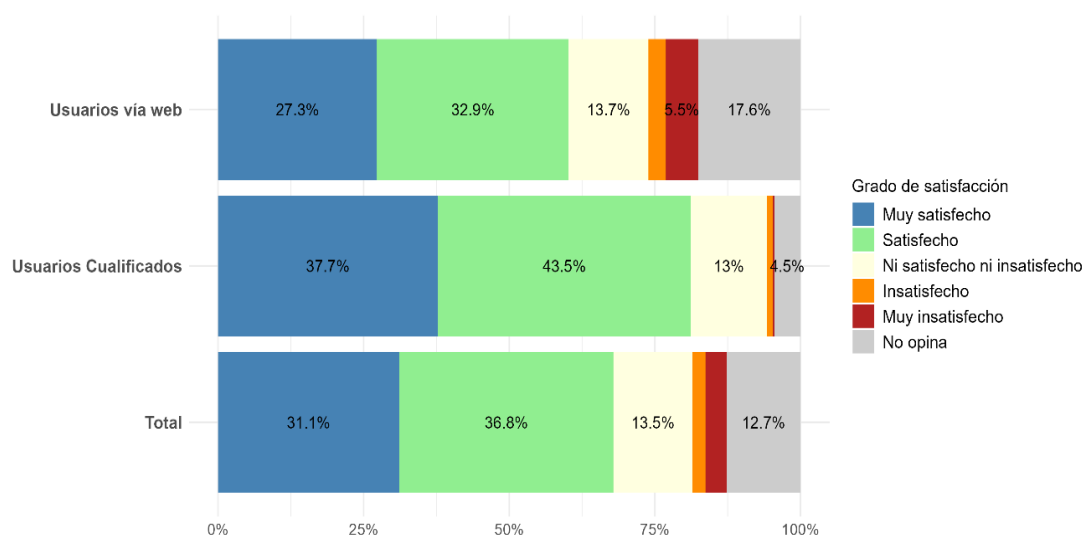


Gráfico 14. Comparación del grado de satisfacción con la página web: Variedad de temas ofrecidos entre usuarios cualificados y usuarios web

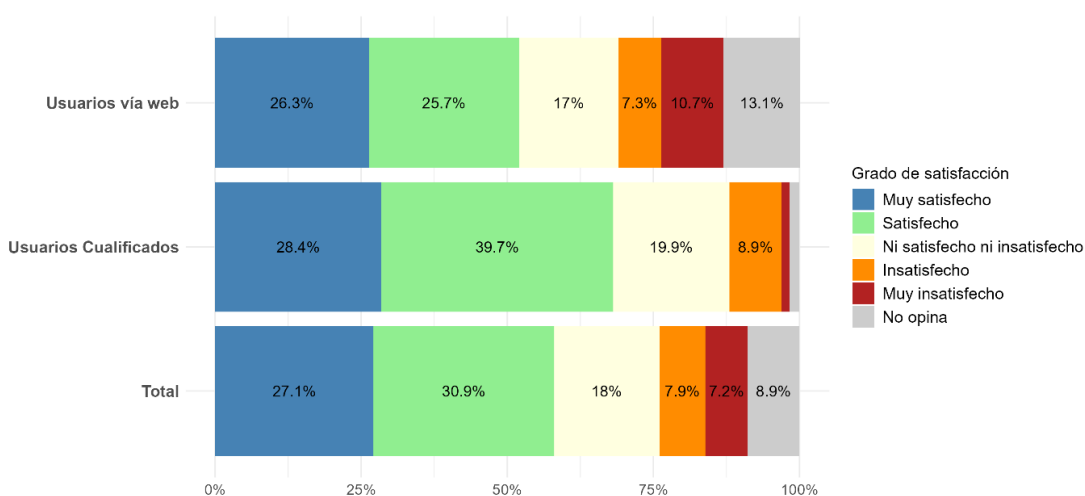


Gráfico 15. Comparación del grado de satisfacción con la página web: Facilidad de acceso a la información entre usuarios web y usuarios cualificados

2.1.4 Grado de satisfacción de la cobertura en materia de igualdad y discriminación

En la presente edición se ha incorporado una pregunta específica sobre la satisfacción con la cobertura de las estadísticas del INE en materia de igualdad y discriminación.

El **Gráfico 16** permite comparar la valoración entre usuarios web y usuarios cualificados.

Como se observa, los usuarios web muestran un mayor grado de valoración positiva, con un 39,4 % de opiniones muy buenas o buenas, frente al 33,9 % registrado entre los usuarios cualificados. Asimismo, el porcentaje de “no opina” es significativamente mayor entre los usuarios cualificados (36,6 %) que entre los usuarios web (26,9 %).

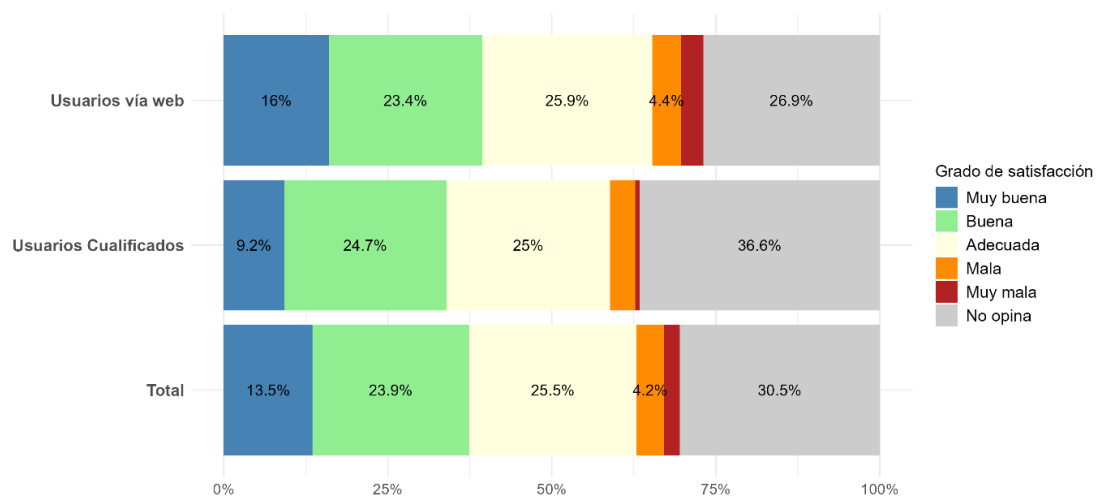


Gráfico 16. Grado de satisfacción de la cobertura en materia de igualdad y discriminación entre usuarios web y usuarios cualificados

2.1.5 Grado de satisfacción de la calidad global

Esta pregunta permite sintetizar el grado de satisfacción global de los usuarios con la calidad de las estadísticas del INE.

Como se observa en el **Gráfico 17**, existen diferencias significativas entre los usuarios cualificados y los usuarios web.

Los usuarios cualificados presentan una valoración claramente más favorable, con un 85,6 % de opiniones positivas (muy buena o buena), frente al 55,6 % registrado entre los usuarios web.

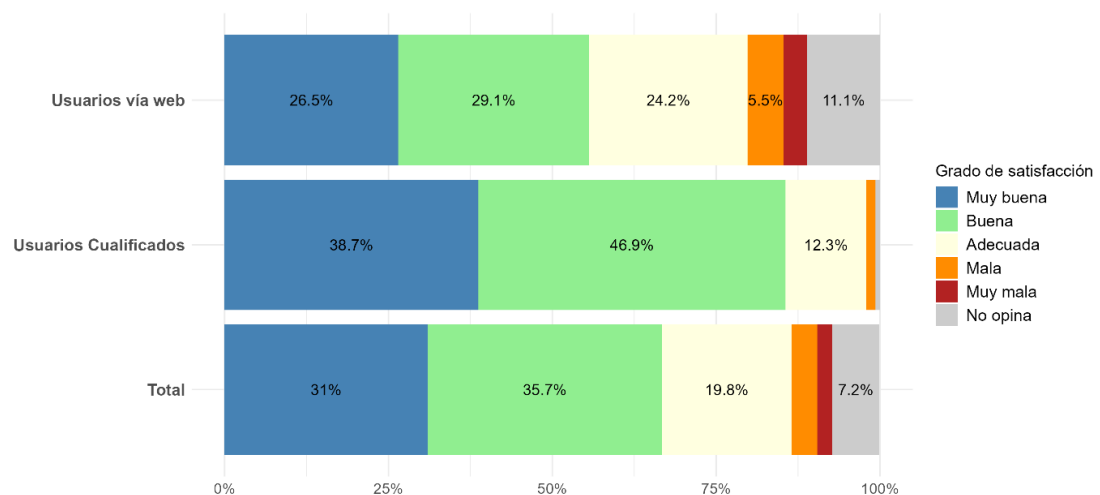


Gráfico 17. Grado de satisfacción de la calidad global de las estadísticas del INE por tipo de usuario

2.1.6 Sugerencias y necesidades no cubiertas: usuarios cualificados y usuarios web

En este apartado se analizan las respuestas a la pregunta abierta sobre necesidades de información no cubiertas, así como otras aportaciones cualitativas recogidas en el cuestionario.

El volumen de respuestas es elevado, con 469 en el cuestionario general y 196 en el cuestionario web, lo que pone de manifiesto el interés y grado de implicación de los usuarios.

En el caso de los usuarios cualificados (**Cuadro 2**), la principal demanda se centra en disponer de un mayor nivel de desagregación de la información (25,8 %), especialmente en el ámbito geográfico (15,1 %).

Asimismo, destacan las peticiones relacionadas con la incorporación de nuevas operaciones y variables (alrededor del 18 % en conjunto), el conocimiento metodológico (10,9 %) y una mayor accesibilidad a los microdatos. En conjunto, este perfil refleja un uso intensivo y especializado de la información, orientado al análisis en profundidad y a la reutilización de los datos.

Tipo de sugerencia	nº	%
Mayor desglose	121	25.8
<i>Desglose geográfico</i>	71	15.1
<i>Desglose sectorial</i>	17	3.6
<i>Desglose variables</i>	33	7
Mayor periodicidad/actualidad	40	8.5
Nuevas variables	39	8.3
Nuevas operaciones	44	9.4
Mejoras acceso información	13	2.8
Más microdatos accesibles	32	6.8
Integración fuentes	24	5.1
Detalles metodológicos	51	10.9
Cobertura igualdad y discriminación	23	4.9
<i>Mayor desglose variables demográficas</i>	10	2.1
<i>Variables nuevas ligadas a desigualdad</i>	13	2.8
Página web	12	2.6
<i>Navegación / buscador / encontrar datos</i>	9	1.9
<i>Funcionalidades web (alertas, mapas...)</i>	2	0.4
<i>Fricciones de proceso / formularios / petición datos</i>	1	0.2
Otras	71	15.1
Total	469	100

Cuadro 2. Sugerencias y necesidades no cubiertas por parte de los usuarios cualificados

Por su parte, los usuarios web (**Cuadro 3**) presentan un patrón parcialmente distinto. Aunque también destacan las demandas de mayor desagregación (34,7 %), especialmente geográfica (19,4 %).

Este colectivo otorga una mayor importancia a la mejora del acceso a la información (21,4 %) y a la actualización y periodicidad de los datos (11,7 %).

Las solicitudes de nuevas variables y operaciones también son relevantes (en torno al 20 %), lo que pone de manifiesto la necesidad de adaptar la oferta estadística a nuevos intereses.

En conjunto, este perfil muestra una orientación más práctica, centrada en la accesibilidad y en la facilidad de uso de la información.

Tipo de sugerencia	nº	%
Mayor desglose	68	34.7
<i>Desglose geográfico</i>	38	19.4
<i>Desglose sectorial</i>	16	8.2
<i>Desglose variables</i>	14	7.1
Mayor periodicidad/actualidad	23	11.7
Nuevas variables	19	9.7
Nuevas operaciones	20	10.2
Mejoras acceso información	42	21.4
Más microdatos accesibles	5	2.6
Integración fuentes	6	3.1
Detalles metodológicos	8	4.1
Cobertura igualdad y discriminación	5	2.6
<i>Mayor desglose variables demográficas</i>	2	1
<i>Variables nuevas ligadas a desigualdad</i>	3	1.5
Total	196	100

Cuadro 3. *Sugerencias y necesidades no cubiertas por parte de los usuarios web*

2.2 RESULTADOS USUARIOS CUALIFICADOS

2.2.1 Grado de satisfacción de las dimensiones de la calidad en función del tipo de estadísticas

Dado que el número de respuestas varía entre las distintas dimensiones (y también entre las diferentes estadísticas), en el análisis que sigue, y con el fin de disponer de una medida más precisa del grado de representatividad, se indicará en el gráfico correspondiente el número de respuestas válidas.

Asimismo, en los casos en los que el número de respuestas sea reducido, los resultados deben interpretarse con las debidas cautelas.

Grado de satisfacción de la relevancia

La relevancia se analiza a partir de la siguiente respuesta del cuestionario general de la ESU 2025: “El contenido o las variables de las estadísticas satisfacen sus necesidades”.

Como se observa en el **Gráfico 18**, la percepción de los usuarios es mayoritariamente positiva: el 80,3 % otorga una valoración positiva o muy positiva a esta dimensión.

Esta valoración es generalizada entre los distintos grupos de estadísticas, todos ellos con niveles superiores al 65 % de respuestas positivas. Destaca especialmente el caso de las estadísticas de **Demografía y Población**, Economía y Nivel y condiciones de vida con porcentajes 86,3 %, 84,5 y 83,8 respectivamente.

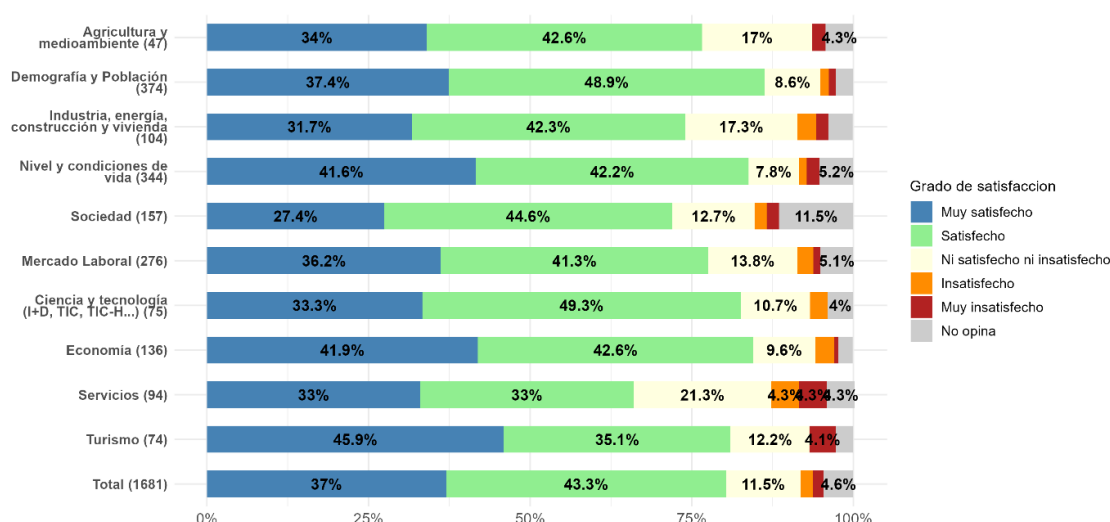


Gráfico 18. Grado de satisfacción de la relevancia de las estadísticas del INE

Grado de satisfacción de la precisión

La precisión se analiza a partir de la siguiente respuesta del cuestionario general de la ESU 2025: “Las estadísticas del INE reflejan la realidad”.

Como se observa en el **Gráfico 19**, la valoración de esta dimensión es mayoritariamente positiva, alcanzando el 71,4 % de respuestas positivas o muy positivas.

Por grupos de estadísticas, destacan por encima de la media las de **demografía y población** (79,6 %), seguidas de **turismo** (74,3 %), **economía** (73,6 %) y **nivel y condiciones de vida** (71,8 %).

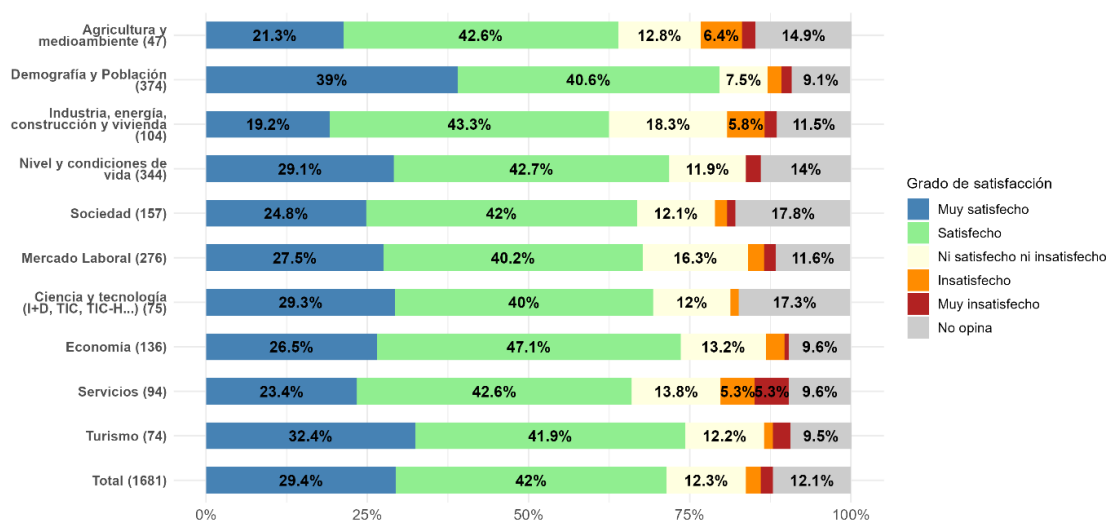


Gráfico 19. Grado de satisfacción de la precisión de las estadísticas del INE

Grado de satisfacción de la oportunidad

La oportunidad se analiza a partir de la siguiente respuesta del cuestionario general de la ESU 2025: “El tiempo transcurrido entre el periodo de referencia y la publicación de las estadísticas”.

Como se observa en el **Gráfico 20**, el porcentaje de valoraciones positivas o muy positivas alcanza el 66,9 % del total.

Por grupos de estadísticas, se sitúan por encima de la media las de **turismo** (81,1 %), seguidas de **servicios** (70 %), **nivel y condiciones de vida** (69,4 %), **demografía y población** (68,4 %) y **mercado laboral** (67,8 %).

En conjunto, estos resultados reflejan una valoración moderadamente positiva de la oportunidad de las estadísticas del INE, si bien inferior a la observada en otras dimensiones de la calidad, lo que sugiere un margen de mejora en los tiempos de disponibilidad de la información.

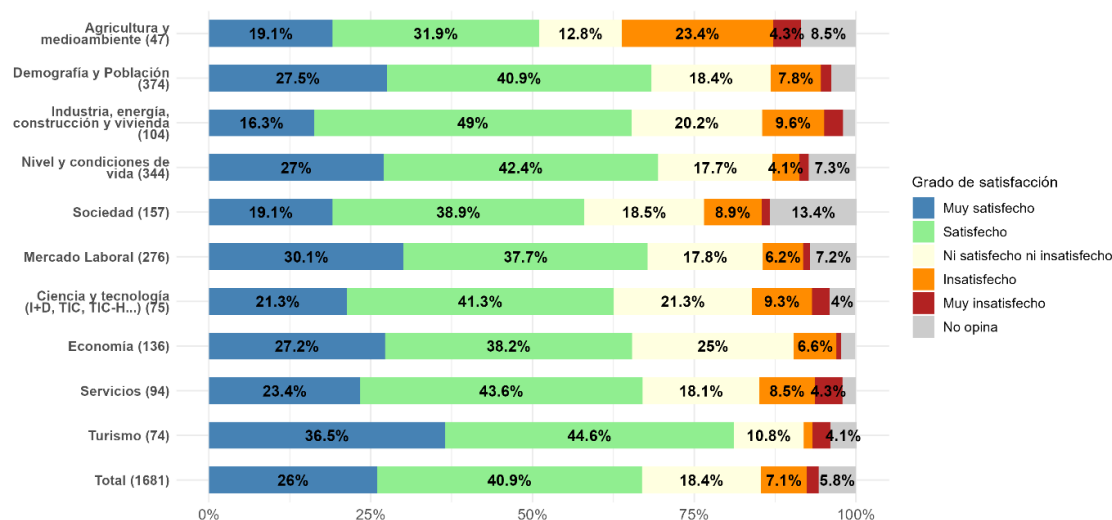


Gráfico 20. Grado de satisfacción de la oportunidad con la que se publican las estadísticas del INE

Grado de satisfacción de la coherencia

La coherencia se analiza a partir del siguiente ítem del cuestionario general de la ESU 2025: “La coherencia entre los datos provisionales y definitivos, así como entre distintas fuentes estadísticas”.

Como se observa en el **Gráfico 21**, la coherencia es valorada positiva o muy positivamente por el 67,9 % de los usuarios, percepción que se encuentra generalizada en la mayoría de los dominios estadísticos.

Destacan especialmente las estadísticas de **demografía y población** (75,2 %), **turismo** (74,3 %), **servicios** (73,4 %) y **ciencia y tecnología** (69,3 %), situándose por encima de la media.

Cabe señalar el elevado porcentaje de respuestas en la categoría “no opina”, que alcanza el 16,7 % del total. Este valor es especialmente significativo en algunos dominios, como **agricultura y medioambiente** (25,5 %), **sociedad** (24,2 %) y **ciencia y tecnología** (24 %).

En conjunto, estos resultados reflejan una percepción positiva de la coherencia de las estadísticas del INE, si bien el elevado peso de la opción “no opina” sugiere que esta dimensión resulta más compleja de evaluar para una parte relevante de los usuarios.

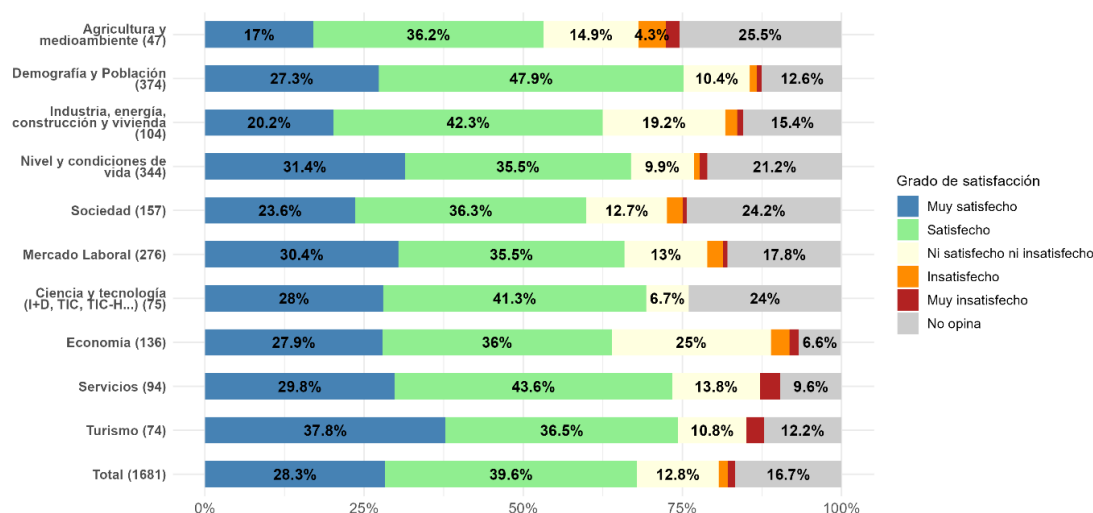


Gráfico 21. Grado de satisfacción de la coherencia de las estadísticas del INE

Grado de satisfacción de la cobertura

La cobertura constituye uno de los nuevos aspectos evaluados en la ESU 2025 y complementa la dimensión de relevancia. Se define como el grado en que una estadística cubre adecuadamente los fenómenos que pretende medir, considerando la población o las unidades estadísticas incluidas, el ámbito geográfico y temporal de referencia, así como el contenido temático representado mediante variables y conceptos.

La cobertura se analiza a partir del siguiente ítem del cuestionario general de la ESU 2025: "La cobertura de las estadísticas del INE es adecuada".

Como se observa en el **Gráfico 22**, la dimensión de cobertura es valorada positiva o muy positivamente por el 70,7 % de las respuestas, percepción que se encuentra generalizada en la mayoría de los dominios estadísticos.

Destacan especialmente las estadísticas de **turismo** (79,7 %), **demografía y población** (77,8 %), **nivel y condiciones de vida** (73,9 %) y **economía** (73,6 %), situándose por encima de la media.

En conjunto, estos resultados reflejan una valoración positiva de la cobertura de las estadísticas del INE, en línea con la elevada percepción de relevancia, lo que indica que los usuarios consideran que las estadísticas disponibles representan adecuadamente los ámbitos de interés.

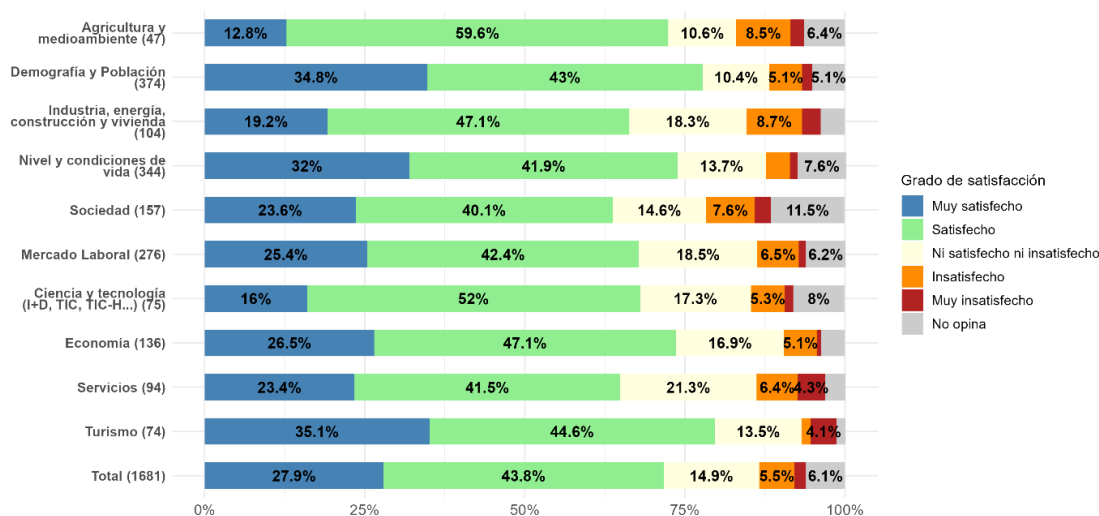


Gráfico 22. Grado de satisfacción de la cobertura de las estadísticas del INE

Grado de satisfacción de la comparabilidad geográfica

La comparabilidad geográfica se refiere al grado en que las estadísticas permiten establecer comparaciones consistentes entre distintos ámbitos territoriales.

La comparabilidad geográfica se analiza a partir de la siguiente respuesta del cuestionario general de la ESU 2025: “La comparabilidad de las estadísticas entre distintos ámbitos territoriales es adecuada”.

Como se observa en el **Gráfico 23**, esta dimensión es valorada positiva o muy positivamente por el 72,7 % de las respuestas, percepción que se encuentra generalizada en la mayoría de los dominios estadísticos.

Destacan especialmente las estadísticas de **demografía y población** (78 %), **turismo** (77 %), **economía** (76,5 %) y **nivel y condiciones de vida** (73,8 %).

En conjunto, estos resultados reflejan una valoración positiva de la comparabilidad geográfica, situándose entre las dimensiones mejor valoradas.

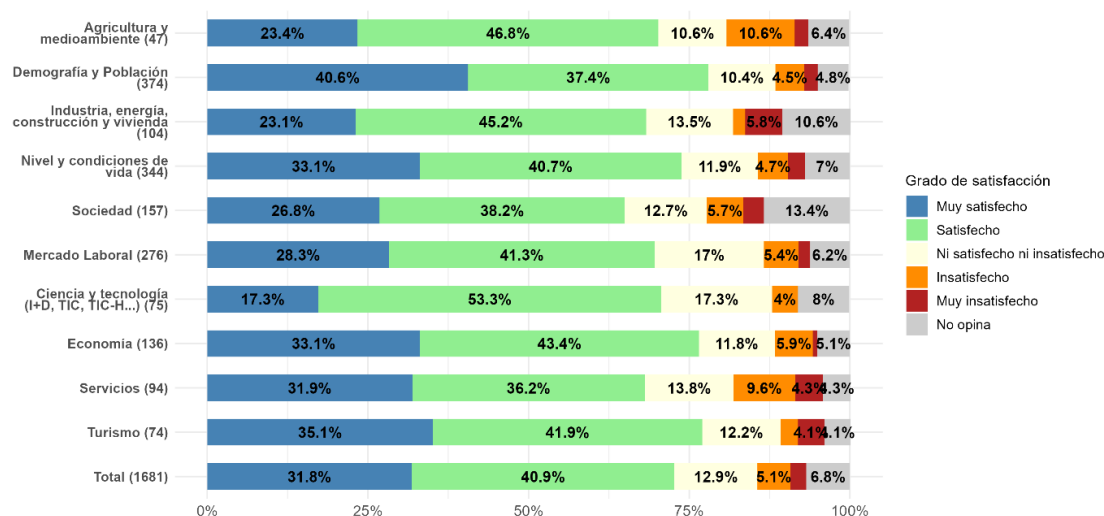


Gráfico 23. Grado de satisfacción de la comparabilidad geográfica de las estadísticas del INE

Grado de satisfacción de la comparabilidad temporal

La comparabilidad temporal se refiere al grado en que las estadísticas permiten establecer comparaciones consistentes a lo largo del tiempo.

La comparabilidad temporal se analiza a partir del siguiente ítem del cuestionario general de la ESU 2025:

“La comparabilidad de las estadísticas a lo largo del tiempo es adecuada”.

Como se observa en el **Gráfico 24**, esta dimensión es valorada positiva o muy positivamente por el 77,1 % de las respuestas, lo que indica una percepción muy favorable por parte de los usuarios.

Por grupos de estadísticas, destacan especialmente las de **economía** (82,3 %), **turismo** y **demografía y población** (ambas con 81,1 %), así como **nivel y condiciones de vida** (78,2 %) e **industria, energía, construcción y vivienda** (77,9 %), situándose claramente por encima de la media.

En conjunto, estos resultados reflejan que la comparabilidad temporal es una de las dimensiones mejor valoradas, lo que sugiere que los usuarios perciben una alta consistencia de las estadísticas del INE a lo largo del tiempo.

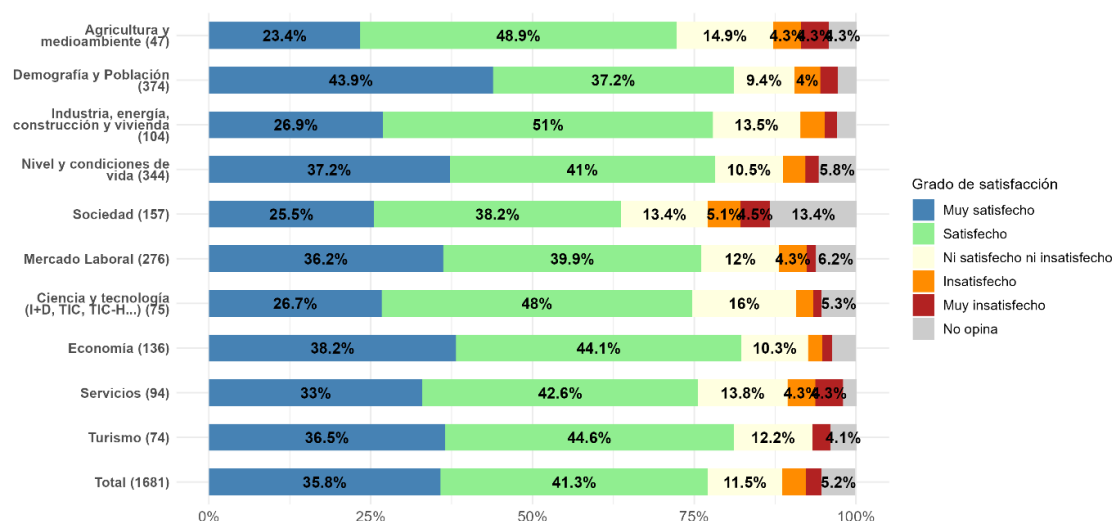


Gráfico 24. Grado de satisfacción de la comparabilidad temporal de las estadísticas del INE

2.2.2 Grado de satisfacción y utilización de las estadísticas experimentales

En la ESU 2025 se incorpora por primera vez la evaluación de las estadísticas experimentales, tanto en términos de uso como de valoración.

Como se observa en el **Gráfico 25**, el nivel de utilización es desigual entre las distintas operaciones. Destacan especialmente los **estudios de movilidad a partir de la telefonía móvil** (22,95 %), el **Índice de Precios de la Vivienda en Alquiler (IPVA)** (16,44 %) y el **Indicador Multidimensional de Calidad de Vida (IMCV)** (14,73 %).

No obstante, más de la mitad de los usuarios (54,11 %) declara no utilizar ninguna de estas estadísticas, lo que pone de manifiesto un margen de mejora en su difusión y conocimiento.

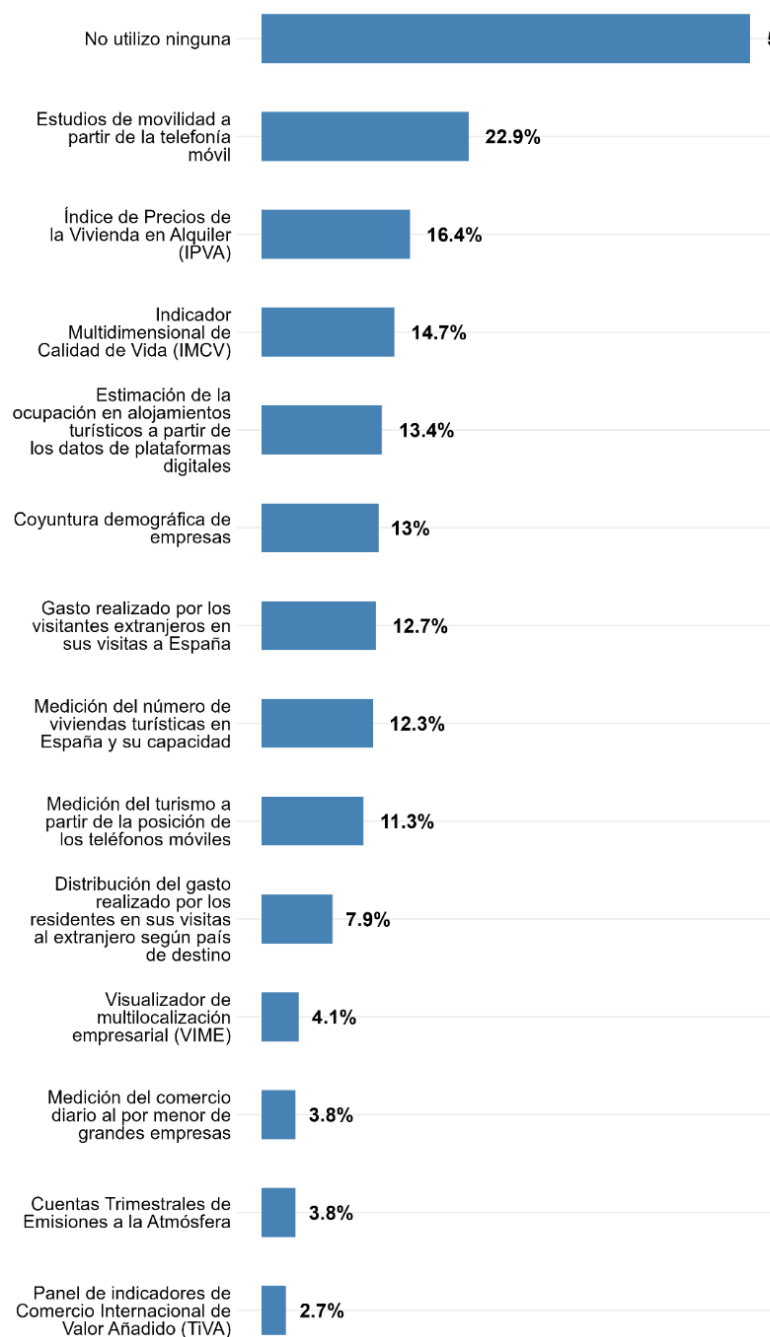


Gráfico 25. Utilización de las estadísticas experimentales

Por su parte, el **Gráfico 26** recoge la valoración de estas operaciones por parte de los usuarios.

En términos generales, la valoración es positiva, con una elevada concentración de respuestas en las categorías “muy útil” y “útil”. Destacan especialmente la **Medición**

del turismo a partir de la telefonía móvil y las Cuentas Trimestrales de Emisiones a la Atmósfera, ambas con un 54,5 % de valoraciones como “muy útil”.

En términos de utilidad agregada, la **Medición del comercio diario al por menor de grandes empresas** alcanza un 90,9 %, situándose entre las mejor valoradas.

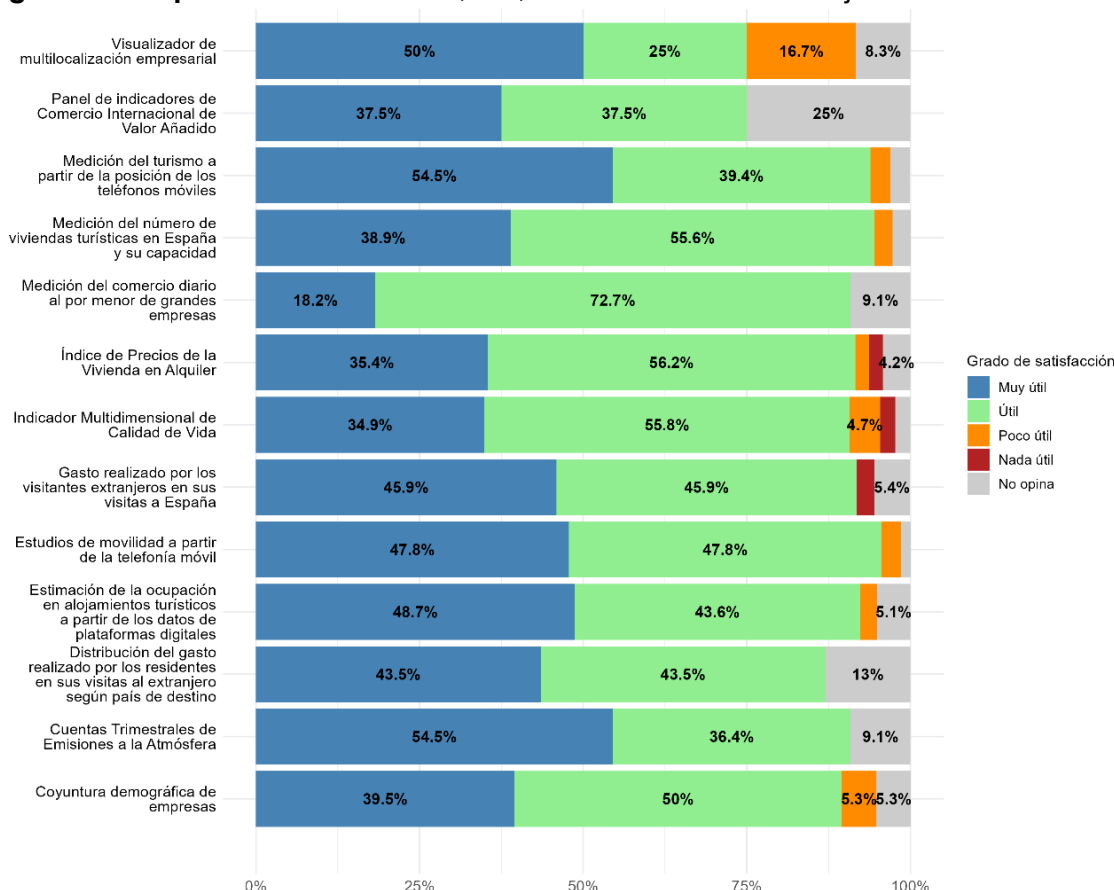


Gráfico 26. Grado de satisfacción de las estadísticas experimentales

2.2.3 Grado de satisfacción y utilización de los metadatos

En la ESU 2025 se incorpora por primera vez una pregunta específica sobre el uso de los metadatos del INE, sustituyendo la anterior referencia a la “información complementaria”. La nueva formulación permite analizar de forma más directa su utilización en la interpretación de las estadísticas. Esta pregunta se incluye únicamente en el cuestionario general.

El uso de metadatos presenta un reparto equilibrado como se observa en el **Gráfico 27**, con un 52,4 % de usuarios que declara utilizarlos frente a un 47,6 % que no lo hace. Por tipo de usuario, destacan las organizaciones internacionales, con un uso del 100 %, seguidas de universidades e investigadores y administración pública, ambos por encima del 52 %. En contraste, la empresa privada y el grupo de otros usuarios presentan menores niveles de utilización, con porcentajes de no uso superiores al 57 %. En conjunto, estos resultados indican que el uso de metadatos está más consolidado en perfiles institucionales y de investigación que en el ámbito empresarial.

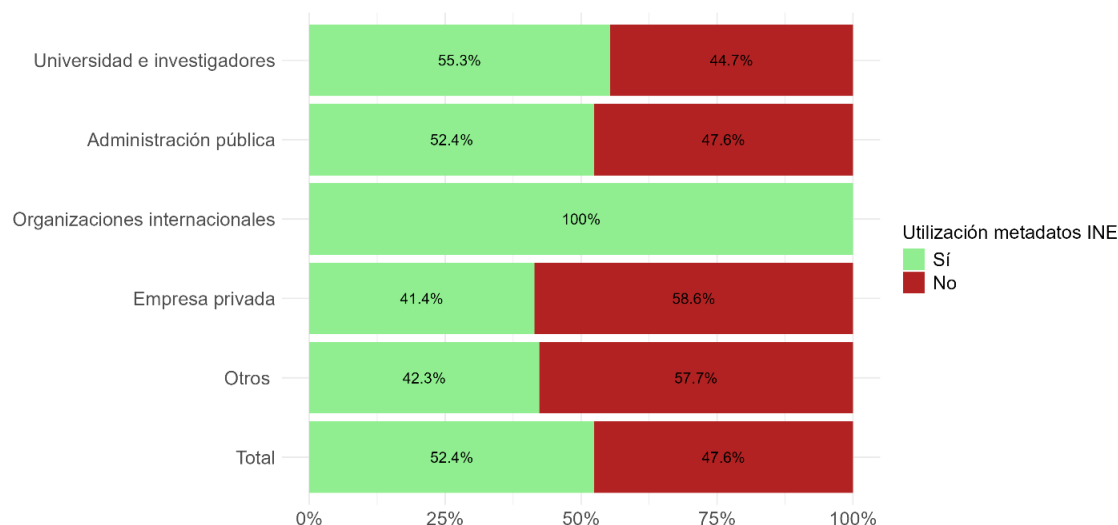


Gráfico 27. Utilización de los metadatos del INE

Pese a este menor nivel de utilización en ciertos sectores, la valoración de la facilidad de acceso a los metadatos es elevada, con un 72 % de opiniones positivas (**Gráfico 28**). La empresa privada presenta el mayor nivel de satisfacción (75 %), seguida de universidades e investigadores (74,5 %), mientras que en la administración pública se observa una mayor presencia relativa de valoraciones neutras.

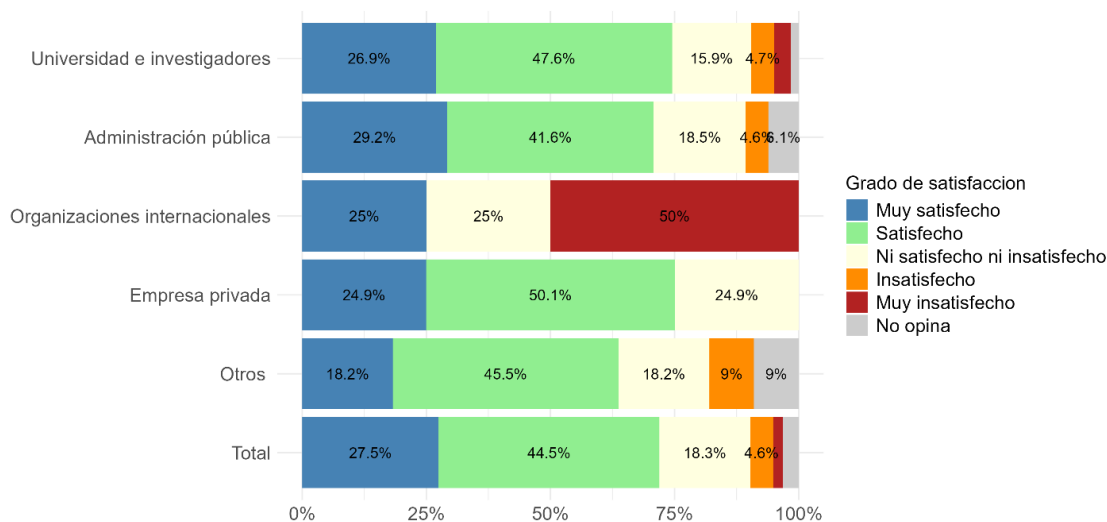


Gráfico 28. Grado de satisfacción de la facilidad de acceso a los metadatos

En cuanto a la claridad en la exposición, el 65,4 % de los usuarios muestra una valoración positiva (**Gráfico 29**). Destaca la empresa privada (75,1 %) y las organizaciones internacionales (75 %), mientras que en los ámbitos académico y público la satisfacción se sitúa en torno al 63 %-66 %.

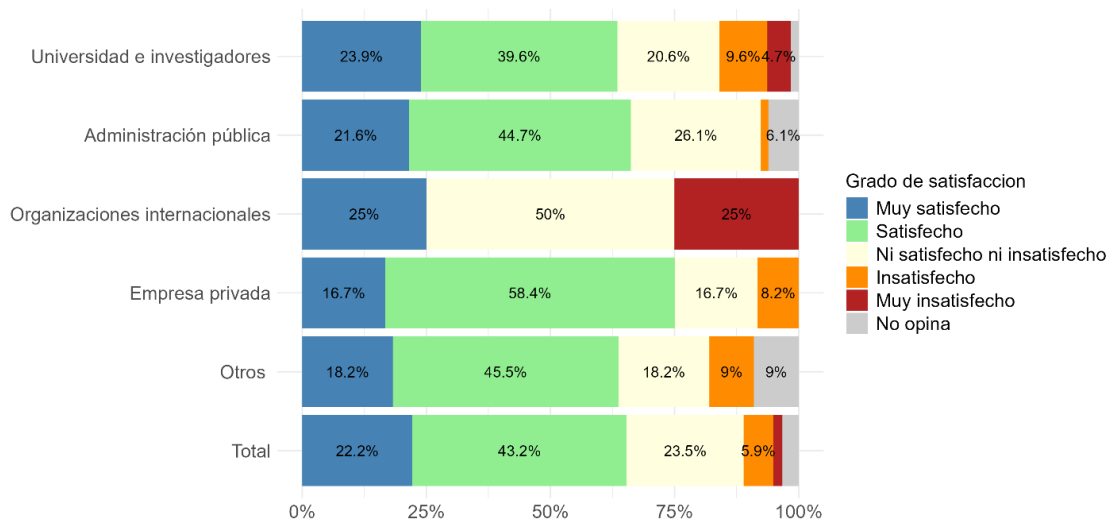


Gráfico 29. Grado de satisfacción de la claridad en la exposición de los metadatos

Asimismo, la valoración del nivel de detalle es también positiva, en línea con los resultados observados en los otros aspectos analizados.

2.2.4 Grado de confianza

Este aspecto se evalúa únicamente en el cuestionario general y en el de medios de comunicación (analizado en un apartado específico posterior).

El grado de confianza en las estadísticas del INE por parte de los usuarios cualificados alcanza niveles muy elevados, como se observa en el **Gráfico 30**. En concreto, el 96,9 % de los encuestados declara confiar en ellas, sumando las categorías “confío totalmente” y “tiendo a confiar”.

Por grupos de usuarios, destacan las **organizaciones internacionales**, donde el 75,0 % manifiesta una confianza total. Les siguen la **Administración pública** (62,9 %) y el colectivo de **universidades e investigadores** (61,4 %).

Incluso en los grupos con valoraciones más moderadas, como la **empresa privada**, la confianza agregada se mantiene en niveles muy elevados, repartiéndose entre quienes confían totalmente (48,3 %) y quienes tienden a confiar (51,7 %).

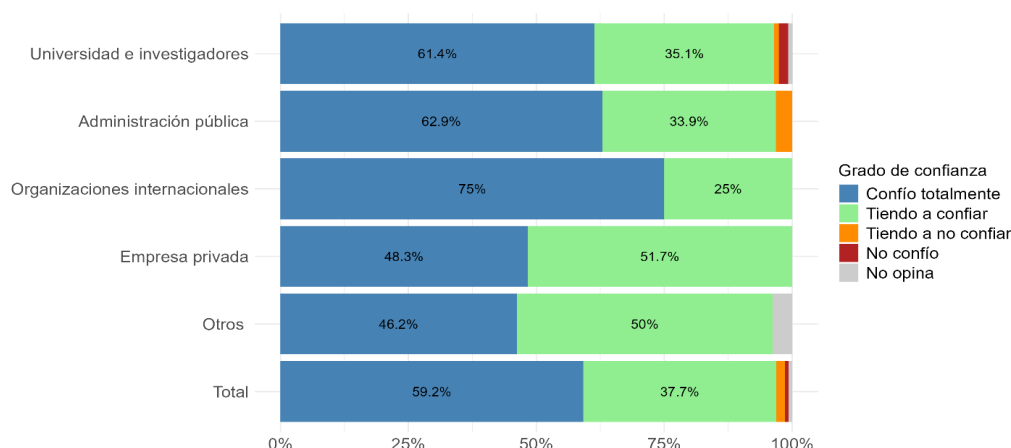


Gráfico 30. Grado de confianza en las estadísticas del INE

2.2.5 Índice Global de Satisfacción

Como síntesis de los resultados de la Encuesta de Satisfacción de los Usuarios 2025 (ESU 2025), se ha construido un índice global de satisfacción a partir de la ponderación de las distintas dimensiones de calidad analizadas: relevancia, precisión, oportunidad, coherencia, cobertura, comparabilidad geográfica y comparabilidad temporal.

Este índice global alcanza un valor de **4,04 sobre 5**, lo que refleja una valoración notable y una percepción positiva de las estadísticas elaboradas por el INE.

El análisis por dimensiones de calidad muestra que la **relevancia (4,16)** es el aspecto mejor valorado por los usuarios, seguida de la **comparabilidad temporal (4,09)**, la **coherencia (4,08)** y la **precisión (4,07)**. Por su parte, la **comparabilidad geográfica (4,00)** y la **cobertura (3,95)** presentan valores próximos a la media, mientras que la **oportunidad (3,85)** registra la valoración más moderada.

La metodología empleada para la construcción del índice, así como el detalle de las ponderaciones y resultados desagregados, se presentan en el **Anexo 5. Aproximación a un Índice Global de Satisfacción**.

V Módulo para medios de comunicación

1 Objetivos y características generales

Los medios de comunicación constituyen un colectivo específico dentro de los usuarios cualificados de la estadística oficial, con una relevancia particular debido a su papel en la difusión e interpretación de la información estadística hacia el público general. Este grupo presenta, además, características diferenciadas en cuanto a sus necesidades y usos de la información, vinculadas principalmente a la inmediatez, la claridad y la capacidad de síntesis de los datos.

No obstante, a pesar de su importancia, se trata de un colectivo en el que tradicionalmente se observa una mayor propensión a la no respuesta en este tipo de encuestas. Con el objetivo de minimizar este problema, en la ESU 2025 se ha optado por diseñar un cuestionario específico, más reducido y simplificado, eliminando parte de las preguntas incluidas en el cuestionario general y centrándose en aquellos aspectos más relevantes para este perfil de usuario.

Asimismo, respecto a ediciones anteriores, se ha incorporado una nueva pregunta relativa a la valoración global de la calidad y al grado de confianza en las estadísticas del INE, con el fin de completar la información sobre la percepción general de este colectivo.

La estructura del cuestionario dirigido a medios de comunicación, organizada por bloques temáticos, se recoge en el **Anexo 4**.

2 Tasa de respuesta del módulo de medios de comunicación

El módulo de medios parte de un directorio de 131 unidades, tal como se recoge en el Cuadro 4. El número final de cuestionarios cumplimentados asciende a 16, lo que supone una tasa de respuesta del 12,2 %.

Este resultado refleja las dificultades habituales asociadas a la participación de este colectivo, caracterizado por una elevada rotación y limitaciones de disponibilidad.

Muestra Teórica	Cuestionarios Respondidos	Tasa de respuesta
131	16	12.2%

Cuadro 4. Tasa de respuesta del módulo de medios de comunicación

En términos comparativos, la participación registrada en 2025 supone una mejora respecto a la edición de 2019, aunque se mantiene por debajo del nivel alcanzado en 2016, lo que pone de manifiesto la persistencia de dificultades en la captación de información procedente de este colectivo.

3 Evolución de la percepción de los medios de comunicación (2016-2025)

3.1 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LAS NOTAS DE PRENSA.

El **Gráfico 31** muestra la evolución del porcentaje de valoraciones positivas (respuestas “satisfecho” y “muy satisfecho”) en los distintos aspectos de las notas de prensa a lo largo de las tres últimas ediciones de la ESU.

En términos generales, se observa una **evolución desigual entre los distintos aspectos analizados**. Destaca especialmente el **incremento en la satisfacción relativa a la presentación de las tablas y gráficos estadísticos en 2025**, tras el descenso registrado en 2019.

Por el contrario, el aspecto relativo a la **cantidad y detalle de los datos suministrados presenta una tendencia descendente**, situándose en 2025 por debajo de los niveles observados en ediciones anteriores.

En conjunto, los resultados reflejan que, si bien se mantiene una valoración positiva de las notas de prensa, **se observa un desplazamiento en la percepción de los usuarios**, con mejoras en los aspectos formales de presentación y cierta pérdida de valoración en el contenido informativo.

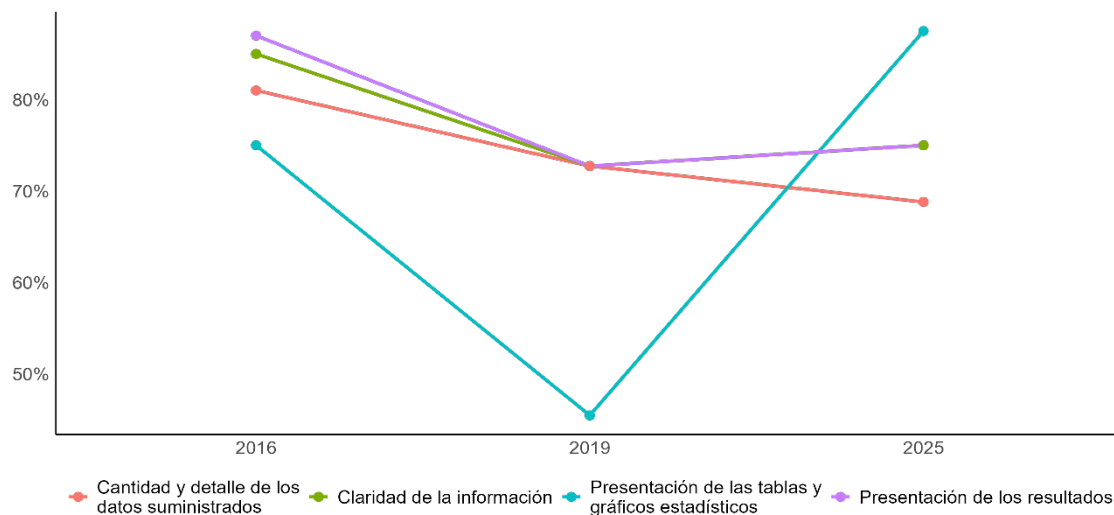


Gráfico 31. Grado de satisfacción respecto a distintos aspectos de las notas de prensa. Evolución 2016–2025

Dado el reducido tamaño muestral del módulo de medios, los resultados deben interpretarse con cautela.

3.2 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA PÁGINA WEB.

El **Gráfico 32** muestra la evolución del porcentaje de valoraciones positivas (respuestas “satisfecho” y “muy satisfecho”) en los distintos aspectos de la página web del INE para el módulo de medios de comunicación a lo largo de las tres últimas ediciones de la ESU.

En términos generales, se observa una **evolución heterogénea entre los distintos aspectos analizados**. Por un lado, la **variedad de temas ofrecidos y el buscador presentan una mejora progresiva en 2025 respecto a ediciones anteriores**, alcanzando sus niveles más elevados de satisfacción.

Por otro lado, aspectos como la **presentación de las tablas estadísticas y la facilidad de acceso a la información muestran un descenso en la valoración respecto a 2019**, situándose en niveles inferiores a los observados en dicha edición.

En conjunto, los resultados reflejan una **mejora en algunos elementos relacionados con la estructura y funcionalidad de la web**, mientras que persisten **márgenes de mejora en aspectos vinculados a la accesibilidad y presentación de la información**.

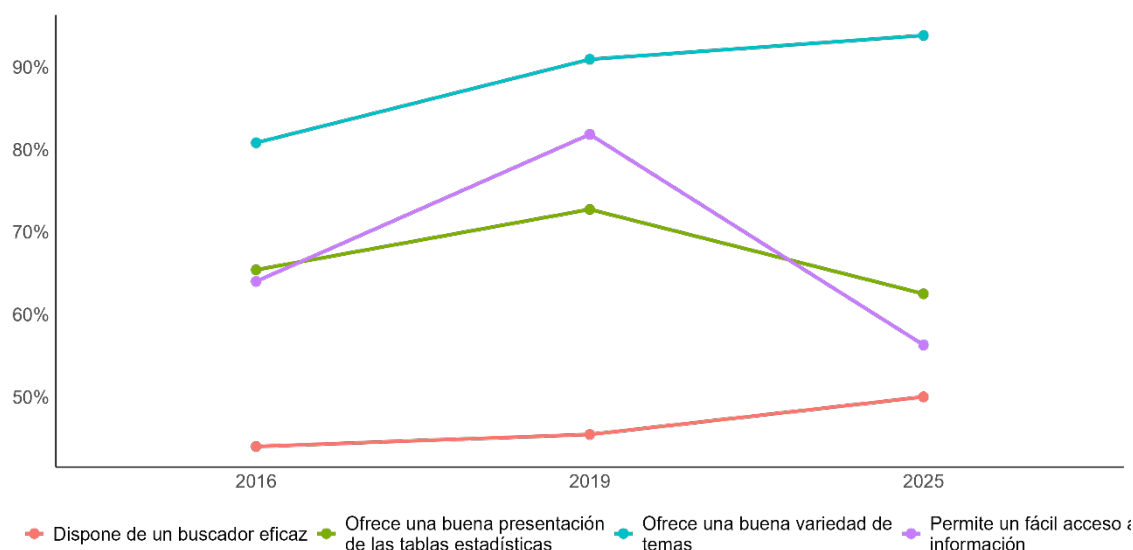


Gráfico 32. Grado de satisfacción respecto a distintos aspectos de la página web. Evolución 2016-2025

4 Resultados del módulo de medios de comunicación

4.1 GRUPOS DE ESTADÍSTICAS UTILIZADAS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El **Gráfico 33** muestra la distribución de los grupos de estadísticas más utilizados por los informantes del módulo de medios.

Como se observa, los grupos más consultados corresponden a **economía y nivel y condiciones de vida**, seguidos por las estadísticas de **mercado laboral y de industria, energía, construcción y vivienda**.

En conjunto, estos resultados reflejan una clara orientación de los medios de comunicación hacia aquellas estadísticas con mayor relevancia coyuntural y capacidad de generar contenido informativo de interés general.

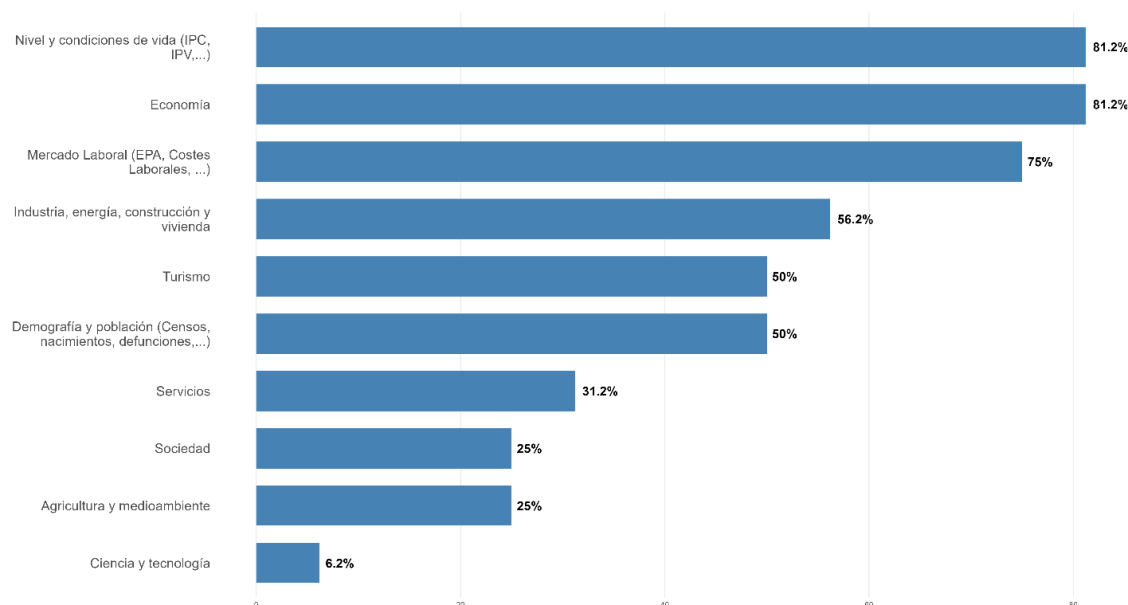


Gráfico 33. Grupos de estadísticas utilizadas por los informantes

4.2 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LAS NOTAS DE PRENSA

Se analiza a continuación la valoración actual de los distintos aspectos de las notas de prensa del INE por parte de los medios de comunicación.

El **Gráfico 34** muestra la valoración de distintos aspectos de las notas de prensa del INE por parte de los medios de comunicación.

En términos generales, la valoración es positiva en todos los aspectos analizados, con predominio de las categorías **“satisfecho”** y **“muy satisfecho”**.

Destaca especialmente la **presentación de las tablas y gráficos estadísticos**, que alcanza el mayor nivel de satisfacción. Por el contrario, el aspecto relativo a la **cantidad y detalle de los datos suministrados** presenta una valoración más moderada, con mayor presencia de respuestas neutras y algunas valoraciones negativas.

En conjunto, los resultados reflejan una percepción favorable de las notas de prensa, especialmente en los aspectos relacionados con la presentación de la información, si bien se identifican **márgenes de mejora en el nivel de detalle de los datos ofrecidos**.

Dado el reducido tamaño muestral, estos resultados deben interpretarse con cautela.

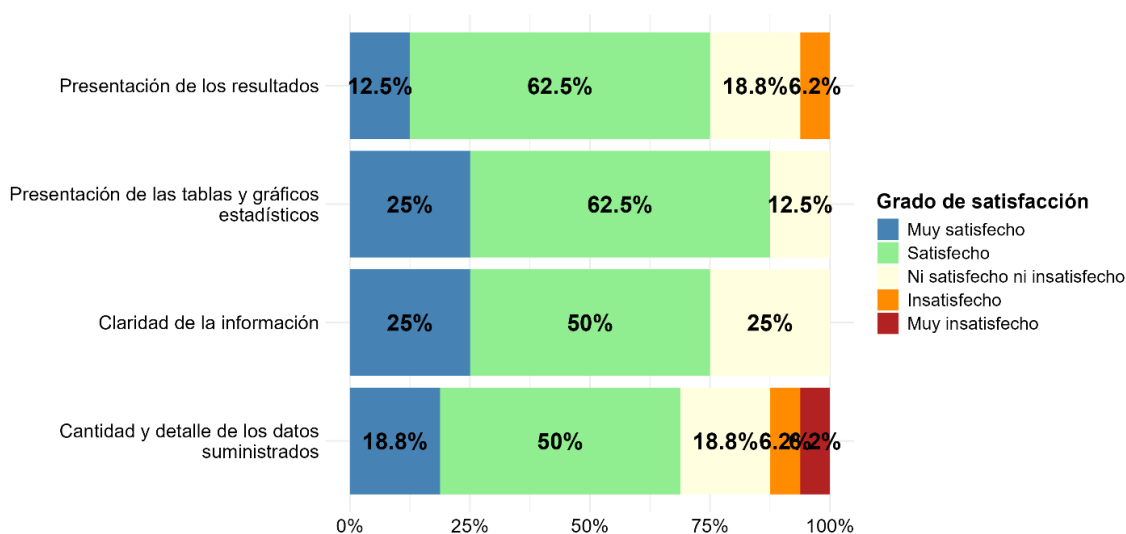


Gráfico 34. Grado de satisfacción respecto a las notas de prensa del INE.

4.3 FRECUENCIA DE USO DE LA INFORMACIÓN

El **Gráfico 35** muestra la frecuencia de uso de la información estadística del INE por parte de los medios de comunicación.

En términos generales, se observa un **uso muy intensivo de la información**, ya que el **43,8 % de los encuestados consulta las estadísticas a diario** y un **37,5 % lo hace al menos semanalmente**, lo que refleja un patrón de utilización continuada. En menor medida, un **12,5 % realiza consultas mensuales** y un **6,2 % trimestrales**, lo que indica la existencia de un grupo minoritario con un uso más esporádico. En conjunto, los resultados evidencian que los medios de comunicación realizan un uso muy frecuente de la información estadística del INE.

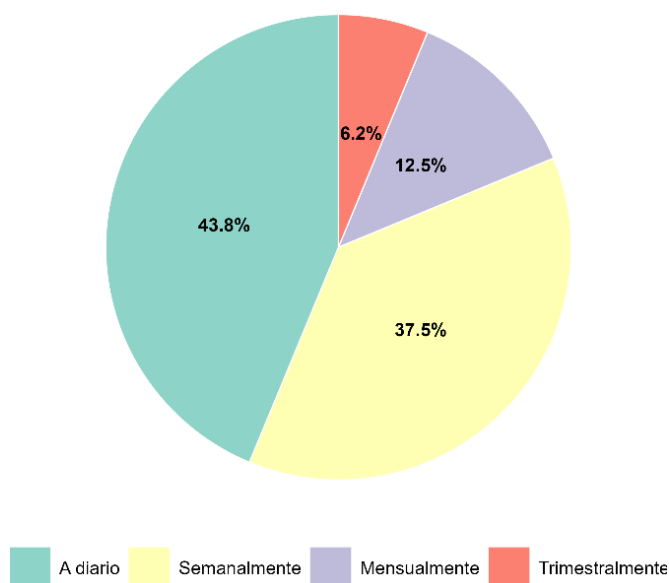


Gráfico 35. Frecuencia de uso de la información

4.4 DIFUSIÓN: ACCESIBILIDAD Y CLARIDAD

4.4.1 Formas de acceso a la información

El **Gráfico 36** muestra las principales modalidades de acceso a la información estadística del INE utilizadas por los medios de comunicación.

Como se observa, las **notas de prensa**, la **sección de prensa de la web del INE** y las **tablas y gráficos de la base de datos (INEbase)** constituyen los principales canales de acceso a la información. En un segundo nivel se sitúa la **información proporcionada directamente por el Gabinete de Prensa del INE**.

En términos generales, los resultados reflejan un uso predominante de canales orientados a la **difusión rápida y estructurada de la información**, coherente con las necesidades del sector de los medios de comunicación.

Asimismo, la ordenación de las fuentes según su nivel de uso confirma este patrón, situando en primer lugar las **notas de prensa**, seguidas de los **resultados detallados en INEbase**, la **sección de prensa de la web** y la **información del Gabinete de Prensa**.

Dado el reducido tamaño muestral, estos resultados deben interpretarse con cautela.

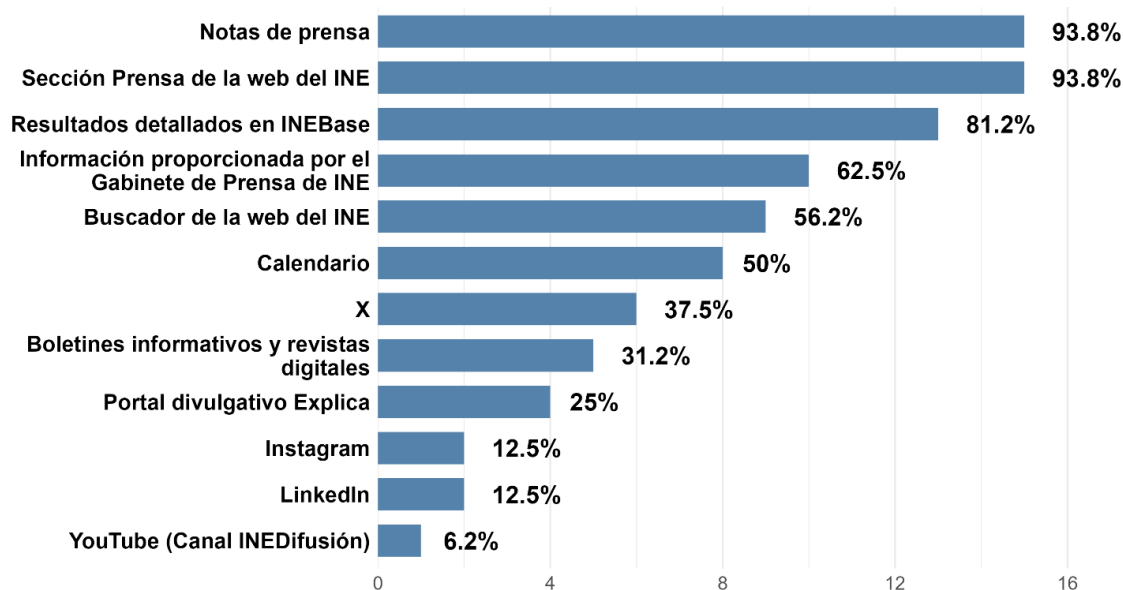


Gráfico 36. Formas de acceso a la información.

4.4.2 Grado de satisfacción respecto a la página web

El **Gráfico 37** muestra la valoración de distintos aspectos de la página web del INE por parte de los medios de comunicación.

En términos generales, la valoración es **positiva en la mayoría de los aspectos analizados**, con predominio de las categorías **“satisfecho”** y **“muy satisfecho”**.

El aspecto mejor valorado es la **variedad de temas ofrecidos**, que presenta el mayor nivel de satisfacción. A continuación, se sitúan la **facilidad de acceso a la información** y la **presentación de las tablas estadísticas**, con valoraciones también mayoritariamente favorables.

Por el contrario, el **buscador de la página web** es el aspecto que presenta una valoración más moderada, con una mayor presencia de respuestas neutras y negativas.

En conjunto, los resultados reflejan una percepción favorable de la página web del INE, si bien se identifican **márgenes de mejora en aspectos funcionales concretos**, como el buscador.

Dado el reducido tamaño muestral, estos resultados deben interpretarse con cautela.

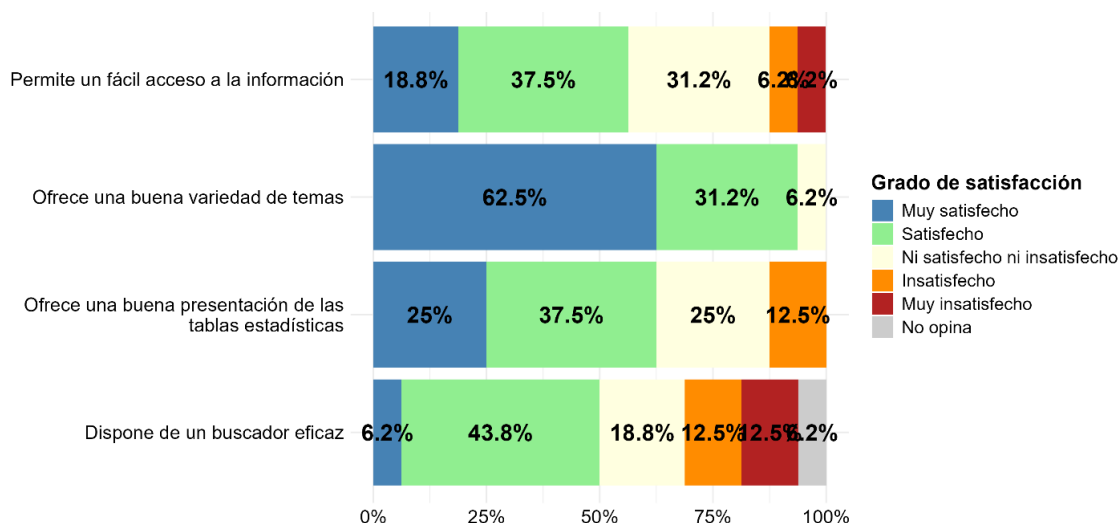


Gráfico 37. Grado de satisfacción respecto a los distintos aspectos de la página web

5 Calidad percibida de las estadísticas

5.1 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LAS DIMENSIONES DE CALIDAD

El **Gráfico 38** muestra la valoración de las principales dimensiones de la calidad de las estadísticas del INE por parte de los medios de comunicación.

En términos generales, la valoración es **claramente positiva en todas las dimensiones analizadas**, con un predominio de las categorías “**muy satisfecho**” y “**satisfecho**”.

La **relevancia** presenta los niveles más elevados de satisfacción, seguida de la **comparabilidad geográfica**, ambas con una alta concentración de valoraciones positivas.

Por su parte, la **comparabilidad temporal** muestra una valoración algo más moderada, con mayor presencia de respuestas neutras y algunas valoraciones menos favorables.

En conjunto, los resultados reflejan una **percepción muy favorable de la calidad de las estadísticas del INE** por parte de los medios de comunicación, si bien se identifican ligeros márgenes de mejora en determinadas dimensiones.

Dado el reducido tamaño muestral, estos resultados deben interpretarse con cautela.

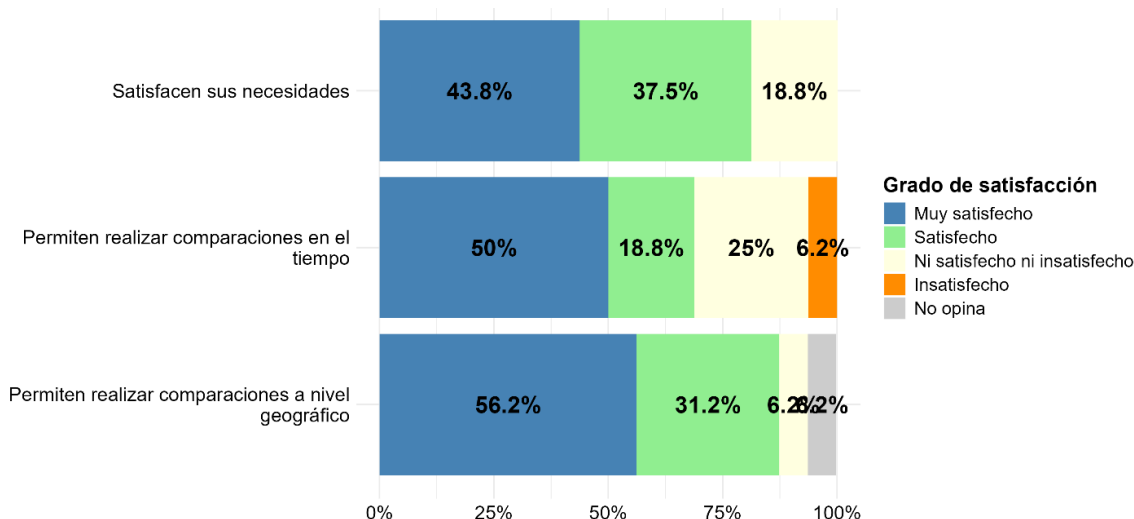


Gráfico 38. Grado de satisfacción respecto a las dimensiones de Calidad

5.2 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA CALIDAD Y GRADO DE CONFIANZA DE LAS ESTADÍSTICAS

5.2.1 Grado de satisfacción respecto a la calidad de las estadísticas

Respecto a la evaluación global de la calidad, la valoración de los medios de comunicación es **plenamente positiva**. El **56,3 %** de los informantes califica las estadísticas como *muy útiles*, mientras que el **43,7 %** restante las considera *útiles*, sin registrarse valoraciones desfavorables.

En conjunto, estos resultados reflejan una **percepción muy favorable y homogénea** de la calidad de las estadísticas del INE entre los medios de comunicación.

5.2.2 Evolución del grado de satisfacción respecto a las estadísticas del INE

El **Gráfico 39** muestra la evolución de la valoración de la calidad de las estadísticas del INE por parte de los medios de comunicación en las tres últimas ediciones de la encuesta.

En todas ellas, las valoraciones son **plenamente positivas**, sin presencia de opiniones desfavorables. No obstante, se observa una **reducción del porcentaje de valoraciones “muy útiles” en 2025 (56 %) en comparación con 2019 (82 %) y 2016 (69 %)**, acompañada de un incremento en la categoría “útil”.

Este resultado indica un **desplazamiento desde valoraciones muy positivas hacia posiciones más moderadas**, sin que ello implique una pérdida de la valoración global, que continúa siendo muy favorable.

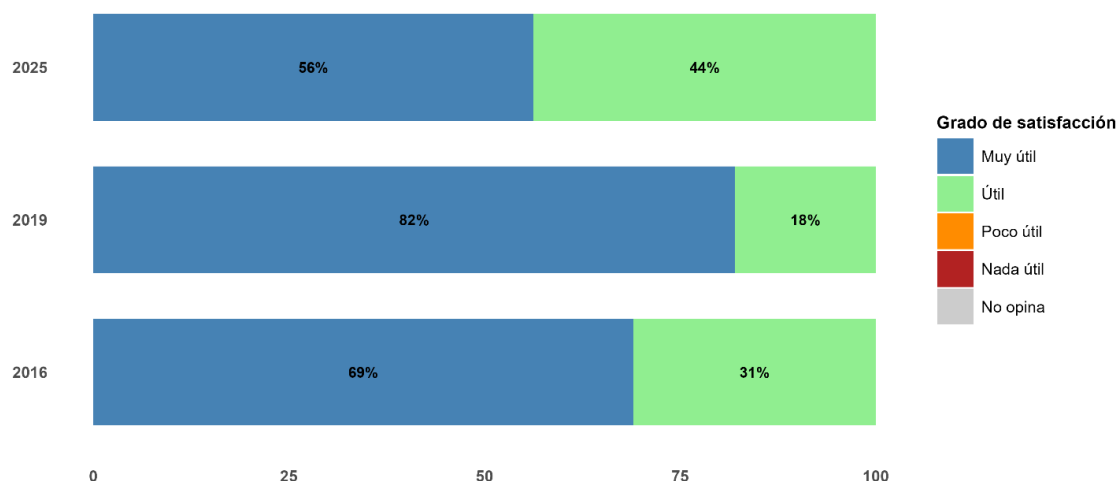


Gráfico 39. Evolución del grado de satisfacción respecto a la calidad de las estadísticas del INE. Evolución 2016–2025

5.2.3 Grado de confianza de las estadísticas

En cuanto al grado de confianza, los resultados muestran que la totalidad de las respuestas son positivas.

Las valoraciones se distribuyen de forma equilibrada entre las categorías “*muy buena*” y “*buena*”, con un **50 % en cada una de ellas**.

En conjunto, estos resultados reflejan un **nivel de confianza muy elevado y homogéneo** en las estadísticas del INE por parte de los medios de comunicación.

6 Sugerencias y necesidades no cubiertas módulo medios

Se han recogido diversas aportaciones cualitativas relativas a posibles áreas de mejora y nuevas necesidades de información.

Entre las principales sugerencias destaca la demanda de un mayor nivel de detalle en determinadas estadísticas, especialmente en el ámbito de la vivienda (por ejemplo, precios del alquiler), así como el interés por incorporar nuevas áreas de análisis. En este sentido, se mencionan aspectos como la disponibilidad de datos en tiempo real o de alta frecuencia, la integración de nuevas fuentes de información (incluyendo datos administrativos y macrodatos), y el desarrollo de estadísticas vinculadas a ámbitos emergentes, como el uso de la inteligencia artificial en el entorno empresarial o el análisis del gasto y consumo a partir de plataformas digitales.

Asimismo, se identifican otras sugerencias relacionadas con la ampliación de las comparativas internacionales y la mejora del desglose de la información, en particular

por sexo y a nivel territorial (por ejemplo, mediante datos desagregados por provincias en áreas como sanidad y salud).

En conjunto, estas aportaciones, si bien reducidas en número, permiten identificar líneas de mejora orientadas a reforzar la desagregación, la actualización y la ampliación temática de la producción estadística del INE, así como a avanzar en la incorporación de nuevas fuentes de datos y en la adaptación de la oferta estadística a las necesidades emergentes de los usuarios.

ANEXO I. Grupos de estadísticas del INE que se han diferenciado en el cuestionario

Agricultura y medioambiente
Ciencia y tecnología
<i>I+D, TIC, TIC-H...</i>
Demografía y población
<i>Padrón</i>
<i>Cifras de población y censos demográficos</i>
<i>Fenómenos demográficos (Migraciones, Movimiento Natural de la Población...)</i>
Economía
<i>Contabilidad Nacional (trimestral, anual), Regional</i>
<i>Estadísticas financieras y monetarias</i>
<i>Otras (indique cuáles)</i>
Industria, energía, construcción y vivienda
Mercado laboral
<i>Actividad, ocupación y paro (EPA, discapacidad en el mercado laboral...)</i>
<i>Salarios y costes laborales</i>
<i>Otras operaciones de mercado laboral</i>
Servicios
<i>Encuestas globales del sector servicios</i>
<i>Comercio</i>
<i>Transporte</i>
Turismo
Nivel y condiciones de vida
<i>Índices de precios de consumo (IPC)</i>
<i>Índices de precios de vivienda (IPV)</i>
<i>Encuesta de Presupuestos Familiares</i>
<i>Encuesta de Condiciones de Vida</i>
<i>Otras (Empleo del Tiempo, Personas sin Hogar...)</i>
Sociedad
<i>Educación y cultura</i>
<i>Salud</i>
<i>Seguridad y justicia</i>
<i>Análisis sociales</i>

ANEXO II. Estructura del cuestionario general de la ESU2025 por bloques de preguntas

Bloque	Código buenas prácticas	Cuestionario (nº de pregunta)
1. Rasgos de los usuarios	Relevancia, compromiso de calidad	- Tipo de usuario (P1). - Grupo de estadísticas utilizadas (P2). - Finalidad (P2). - Frecuencia (P2).
2. Calidad de los productos	Relevancia. Precisión. Oportunidad. Coherencia. Cobertura. Comparabilidad geográfica. Comparabilidad temporal.	- Preguntas específicas para cada principio por estadísticas (P3). - Justificación de respuestas a las preguntas específicas (P3).
	Importancia concedida por los usuarios a cada principio	Se ha introducido para calcular la satisfacción (P4).
3. Difusión	Accesibilidad y claridad	- Pregunta sobre productos que el usuario utiliza para consultar la información estadística (P5). - Pregunta sobre satisfacción general con la página web y justificación (P6). - Satisfacción con aspectos relevantes de la página web (P7). • Variedad de temas ofrecidos • Facilidad en el acceso a la información • Presentación de las tablas estadísticas • Claridad y organización del texto y opciones de idioma • Herramientas para la extracción de datos • Notificaciones y alertas • Funcionamiento y velocidad
4. Estadísticas experimentales		- Pregunta sobre uso (P8). - Preguntas de valoración (P9). - Justificación (P9).
5. Metadatos	Accesibilidad y claridad	- Uso de metadatos para la interpretación (P10). - Satisfacción con aspectos relevantes (P11): • Facilidad de acceso • Claridad • Nivel de detalle
6. Cobertura en materia de igualdad y discriminación		- Valoración de la cobertura en materia de igualdad y discriminación (P12). - Justificación (P12).
7. Calidad y confianza: percepción general	Valoración general de la calidad Confianza	- Calidad general (P13). - Justificación (P13). - Grado de confianza (P14).
8. Pregunta abierta		- Necesidades estadísticas no cubiertas (P15).

ANEXO III. Estructura del cuestionario web de la ESU2025 por bloques de preguntas

Bloque	Código buenas prácticas	Cuestionario (nº de pregunta)
1. Rasgos de los usuarios	Relevancia, compromiso de calidad	- Tipo de usuario (P1). - Grupo de estadísticas (P2). - Finalidad (P2). - Frecuencia (P2).
2. Difusión	Accesibilidad y claridad	- Productos utilizados (P3). - Satisfacción con la web (P4). • Variedad de temas • Acceso • Tablas estadísticas • Claridad y organización
3. Cobertura en igualdad y discriminación		- Valoración de la cobertura (P5). - Justificación (P5).
4. Calidad: percepción general	Valoración general de la calidad, Confianza	- Calidad general (P6). - Justificación (P6).
5. Pregunta abierta		- Necesidades no cubiertas (P7).

ANEXO IV. Estructura del cuestionario dirigido a medios de comunicación, organizada por bloques temáticos

Bloque	Código buenas prácticas	Cuestionario (nº de pregunta)
1. Rasgos de los usuarios	Relevancia, compromiso de calidad	- Tipo de medio (P1). - Frecuencia (P2). - Grupo de estadísticas utilizadas (P3).
2. Difusión	Accesibilidad y claridad	- Productos utilizados (P4). - Satisfacción con notas de prensa (P5): • Presentación de resultados • Claridad • Cantidad y detalle • Tablas y gráficos - Satisfacción con la página web (P7): • Variedad de temas • Acceso a la información • Tablas estadísticas • Buscador
3. Calidad de los productos	Relevancia. Comparabilidad geográfica. Comparabilidad temporal.	- Valoración por principio (P6).
4. Calidad y confianza: percepción general	Valoración general de la calidad Confianza	- Calidad general (P8). - Grado de confianza (P9).
5. Pregunta abierta		- Necesidades no cubiertas (P10)

ANEXO V. Aproximación a un Índice global de satisfacción

El presente anexo desarrolla la metodología utilizada para la construcción del Índice Global de Satisfacción presentado en el apartado 4.1 del informe. En particular, se detallan las ponderaciones asignadas a las distintas dimensiones de calidad, el procedimiento de agregación empleado y los resultados obtenidos por dominios estadísticos, grupos de usuarios y dimensiones de calidad.

1 Ponderaciones de las dimensiones de calidad

En el cuestionario de la ESU 2025 se incorporó una pregunta específica destinada a evaluar la importancia relativa que los usuarios atribuyen a cada una de las siete dimensiones de calidad analizadas.

Los resultados agregados para el conjunto de los encuestados se muestran en el **Gráfico 1**, donde se observa que la dimensión considerada más relevante por los usuarios es la precisión, con un peso del 23,16 %, seguida de la relevancia (16,61 %). En el extremo opuesto se sitúa la comparabilidad geográfica (11,09 %), que constituye la dimensión menos prioritaria para los usuarios.

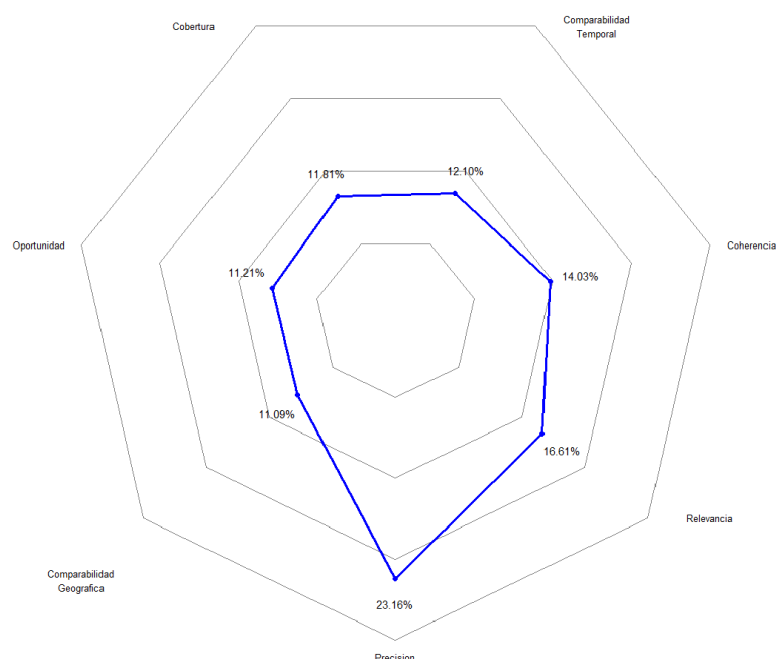


Gráfico 1. Ponderaciones otorgadas a cada dimensión de la Calidad

En el **Gráfico 2** se recogen, para cada grupo de usuarios, las diferencias porcentuales entre la estructura de ponderaciones de cada grupo y la estructura para el conjunto global. En los casos en que el grupo de usuarios en cuestión concede más importancia que la media, la barra correspondiente a la dimensión aparece en la parte derecha del gráfico; en el caso contrario, aparece en la parte izquierda.

En el grupo de **Universidad e investigadores**, al compararlo con el conjunto de los encuestados, se valora más especialmente la **cobertura** con un 1,9 % por encima de la media, así como en menor medida, la **coherencia** y la **oportunidad** (con un 1,8 % y un 2,0 % por debajo de la media, respectivamente).

En el grupo de **Administración Pública** destacan como dimensiones más valoradas comparativamente la **coherencia** y la **oportunidad** (2,4 % y 0,9 % por encima de la media respectivamente), factor este último cuya importancia puede venir explicada por el uso que este grupo hace de las estadísticas con fines de reelaboración de información y seguimiento de políticas, que exigen la disponibilidad de datos actualizados.

En los usuarios **Internacionales**, el elemento distintivo es la gran importancia que conceden a la **comparabilidad temporal** y a la **coherencia** (8,5 % y 5,0 % por encima de la media). No obstante, es reseñable que este grupo es el que asigna una menor prioridad relativa a la **relevancia**, situándose 13,4 puntos porcentuales por debajo de la media global.

En el grupo de **Empresas** destaca en particular el mayor peso concedido a la **precisión** y la **oportunidad** (2,2 % y 1,9 % por encima de la media respectivamente), dimensiones que parecen prioritarias para análisis rápidos coyunturales. En cambio, es el grupo que otorga una menor importancia relativa a la **comparabilidad geográfica**, con un 2,1 % por debajo de la media global.

Por último, el grupo **Otros usuarios** concede más atención relativa a la **oportunidad**, con un 2,7 % por encima de la media.

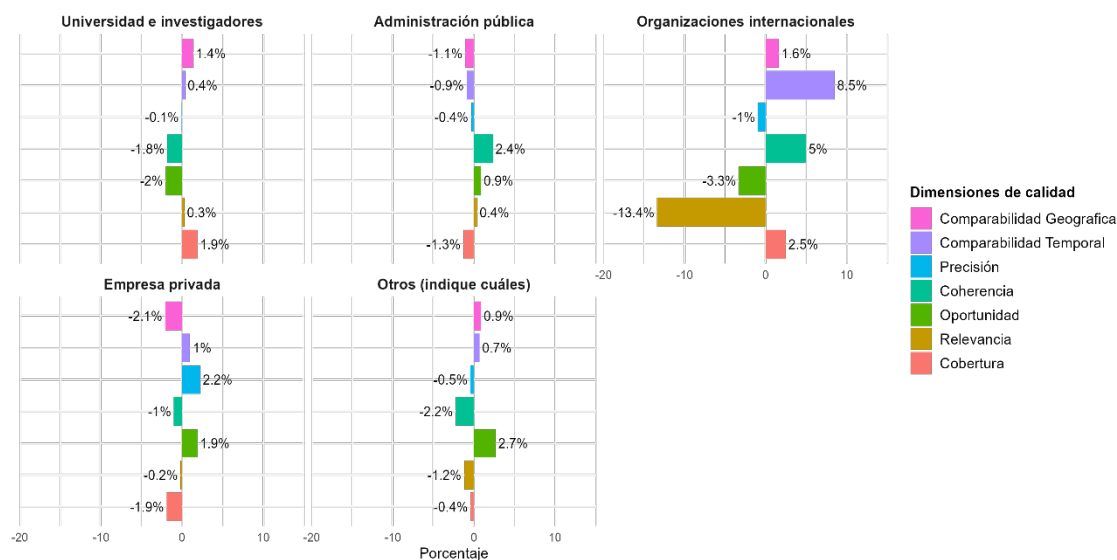


Gráfico 2. Importancia relativa de cada dimensión de la calidad por grupo de usuarios: diferencias respecto a la media global

2 Aproximación a un índice de satisfacción

Las ponderaciones anteriores, además de informar de la importancia relativa otorgada a cada dimensión de calidad, permiten realizar una aproximación a un “índice global de satisfacción”.

Para ello se combinan:

- Las ponderaciones analizadas anteriormente.

- Los indicadores parciales de satisfacción con cada dimensión de calidad comentada (relevancia, precisión, oportunidad, coherencia, cobertura comparabilidad temporal y comparabilidad geográfica), por tipo de usuario, y por dominio estadístico.

$$I_{ik} = \frac{\sum_{j=1}^N \sum_{l=1}^{N_{ijk}} V_{ijkl}}{\sum_{j=1}^N N_{ijk}}$$

$$I_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^M \sum_{l=1}^{N_{ijk}} V_{ijkl}}{\sum_{i=1}^M N_{ijk}}$$

$$I_k = \frac{\sum_{i=1}^M \sum_{j=1}^N \sum_{l=1}^{N_{ijk}} V_{ijkl}}{\sum_{i=1}^M \sum_{j=1}^N N_{ijk}}$$

$$I_i = \sum_{k=1}^d \alpha_k \cdot I_{ik}$$

$$I_j = \sum_{k=1}^d \alpha_k \cdot I_{jk}$$

$$I = \sum_{k=1}^d \alpha_k \cdot I_k$$

- V_{ijkl} : Puntuación de la respuesta l sobre la satisfacción con la dimensión de calidad k referente al dominio estadístico i dentro del grupo de usuarios j , medida en una escala de 1 a 5.
- N_{ijk} : Número de respuestas distintas de “No opina” sobre la dimensión de calidad k referente al dominio estadístico i dentro del grupo de usuarios j .
- α_k : Pesos otorgados a cada dimensión de calidad k .
- N : Número de grupos de usuarios.
- M : Número de dominios estadísticos.
- d : Número de dimensiones de calidad.
- I_i : Índice de satisfacción para el dominio i .
- I_j : Índice de satisfacción para el grupo de usuarios j .
- I_k : Índice de satisfacción para la dimensión de la calidad k .
- I : Índice de satisfacción global.

A la hora de analizar los resultados, se debe insistir en el carácter siempre aproximativo de estos índices, puesto que finalmente dependen de las decisiones que para su construcción tomen los elaboradores. Por otra parte, los valores obtenidos en el índice

agregado reflejarán como es obvio, los obtenidos en los indicadores parciales de cada dimensión de calidad, aunque matizados aquí por la diferente ponderación de cada dimensión.

Los resultados obtenidos para cada dominio y subdominio estadístico se plasman en el **Cuadro 1**.

El Índice Global de Satisfacción alcanza los 4,04 puntos en una escala de 1 a 5, lo que refleja una valoración notable y una percepción positiva generalizada al situarse por encima del umbral de los 4 puntos en la mayoría de los dominios analizados. Al desglosar los resultados, se observa que el dominio de Demografía y Población (4.15) destaca como uno de los mejor valorados gracias a la confianza depositada en subdominios como el Padrón y los Censos demográficos, aunque el dato individual más alto de todo el estudio lo registra el subdominio de los Índices de precios de consumo (IPC) con un 4.39, lo que indica una valoración muy positiva percibida por los usuarios en estos indicadores. Por el contrario, el dominio de Servicios (3.76) presenta la puntuación más discreta, lastrado principalmente por el subdominio de Transporte, que con un 3.35 marca el valor mínimo de la tabla, mientras que otros dominios como Industria, energía, construcción y vivienda (3.82) también se sitúan algo por debajo de la media general.

	Índice
Agricultura y medio ambiente	3.85
Ciencia y tecnología (I+D, TIC, TIC-H...)	4.05
Demografía y Población	4.15
Cifras de población y Censo demográficos	4.16
Fenómenos demográficos (Migraciones, Movimiento Natural de la Población, ...)	4.1
Padrón	4.16
Economía	4.06
Contabilidad Nacional (trimestral, anual), Regional	4.07
Estadísticas financieras y monetarias	4.03
Otras	3.97
Industria, energía, construcción y vivienda	3.82
Mercado Laboral	4.04
Actividad, ocupación y paro (EPA, discapacidad en el Mercado Laboral,...)	4.17
Otras operaciones de mercado laboral	3.89
Salarios y costes laborales	3.9
Nivel y condiciones de vida	4.13
Encuesta de Condiciones de Vida	4.15
Encuesta de Presupuestos Familiares	4.13
Otras (Empleo del Tiempo, Personas sin Hogar, ...)	3.7
Índices de precios de consumo (IPC)	4.39
Índices de precios de vivienda (IPV)	4.03
Servicios	3.76
Comercio	3.95
Encuestas globales del Sector Servicios	3.81
Transporte	3.35
Sociedad	3.95
Análisis Sociales	3.88
Educación y cultura	3.96
Salud	3.87
Seguridad y justicia	4.2
Turismo	4.1
Total	4.04

Cuadro 1. Resultado del índice de satisfacción por grupo de estadísticas

En el **Cuadro 2** se reflejan los resultados obtenidos por grupo de usuarios.

El grupo de la Administración pública (4.17) es el que manifiesta un mayor grado de satisfacción, seguido de cerca por la Empresa privada (4.01), lo que indica que el sistema estadístico presenta valoraciones favorables a las necesidades de los usuarios institucionales y corporativos. En un nivel intermedio se sitúan el ámbito de Universidad e investigadores (3.98) y el resto de usuarios agrupados en Otros (3.87), ambos con valoraciones muy próximas al notable. Sin embargo, el valor más bajo se registra en el grupo de Organizaciones internacionales, cuya puntuación (2,71) se sitúa claramente por debajo de la observada en el resto de categorías, reflejando un menor nivel de satisfacción en este segmento específico, si bien su impacto sobre el índice global es limitado debido al reducido volumen de respuestas de este colectivo.

	Índice
Universidad e investigadores	3.98
Administración pública	4.17
Organizaciones internacionales	2.71
Empresa privada	4.01
Otros	3.87
Total	4.04

Cuadro 2. Resultado del índice de satisfacción por grupo de usuarios

En el **Cuadro 3** se analiza el índice de satisfacción por dimensiones de calidad.

La Relevancia (4.16) es la dimensión con la puntuación más alta, seguida por la Comparabilidad temporal (4.09), la Coherencia (4.08) y la Precisión (4.07). Las dimensiones de Comparabilidad geográfica (4.00) y Cobertura (3.95) presentan valores estables en torno a la media, mientras que la Oportunidad (3.85) cierra el análisis con el registro más contenido de este bloque.

	Índice
Relevancia	4.16
Precisión	4.07
Oportunidad	3.85
Coherencia	4.08
Cobertura	3.95
Comparabilidad geográfica	4.00
Comparabilidad temporal	4.09
Total	4.04

Cuadro 3. Resultados del índice de satisfacción por dimensión de Calidad