FEBRERO
2006

NAVEGANTES EN LA RED

AMIC
ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

AIMC

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

NAVEGANTES EN LA RED

8ª encuesta AIMC a usuarios de Internet

Con la colaboración de:
- Argo Redes y Servicios Telemáticos
- Páginas Amarillas

FEBRERO 2006

© AIMC

AIMC - ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION
Capitán Haya, 61
(entrada por Pedro Moreno, s/n)
28020 Madrid
Tel. 91 570 11 74 - Fax 91 570 20 49
E-mail: aimc@aimc.es
http://www.aimc.es

Depósito Legal: M-452-2006
Imprime SERSA
C/ Hermanos Pinzón, 4
28036 Madrid
Tel. 91 563 41 48 - Fax: 91 562 59 22
E-mail: sersa@sersarep.com
http://www.sersa.info

ÍNDICE

Página

I. INTRODUCCIÓN..... 4

II. METODOLOGÍA..... 9

III. PRINCIPALES RESULTADOS..... 21

· Antigüedad en Internet..... 22
· Frecuencia de acceso a Internet..... 23
· Último acceso a Internet..... 26
· Equipo a través del que se conecta..... 30
· Red inalámbrica Wi-Fi..... 31
· Acceso a Internet desde casa..... 32
· Tiempo de conexión día de ayer..... 38
· Servicios utilizados día de ayer..... 40
· Frecuencia de uso de distintos servicios de Internet..... 41
· Promedio de tiempo de conexión por semana..... 49
· Disminución de tiempo en otras actividades..... 50
· Problemas de Internet..... 51
· Fin principal del acceso a Internet..... 52
· Días de mayor conexión..... 53
· Velocidad de Internet..... 54
· Firma electrónica..... 55
· Programas/Sistemas para evitar publicidad..... 56
· Barra de herramientas en el navegador..... 57
· Software de mensajería instantánea..... 58
· Virus informáticos..... 59
· Tipo de acceso a chat..... 61
· Tipo de llamadas telefónicas por Internet..... 62
· Disponibilidad de e-mail..... 63
· Número de direcciones de e-mail..... 64
· Tipo de las direcciones de e-mail..... 65
· Software de correo electrónico..... 66
· Correos electrónicos recibidos / enviados..... 67
· Spamming..... 69
· Phishing..... 71
· Disponibilidad de página web personal..... 72

ÍNDICE

Página

· Disponibilidad de blog/weblog/bitácora..... 73
· Configuración de las cookies..... 74
· Últimos webs visitados..... 75
· Directorios y buscadores más usados..... 78
· Actividades realizadas en Internet..... 79
· Curso a través de Internet..... 84
· Decisión de compra informado a través de la web..... 85
· Compra a través de la web..... 88
· Relaciones personales..... 100
· Banca en Internet..... 101
· Conocimiento de inglés..... 105
· Conocimiento de informática..... 106
· Contacto con otros medios..... 107
· ¿Abonado a televisión de pago? 115
· Equipamiento..... 116
· Grado de seguridad de transacciones..... 117
· Características socio-demográficas..... 118
· Acceso a la encuesta..... 128
· Idioma del cuestionario..... 129
· Navegador..... 130
· Sistema operativo..... 131
· Resolución de pantalla..... 132
· Entrevistas recibidas por día..... 133
· Entrevistas recibidas por hora..... 134

I. INTRODUCCIÓN

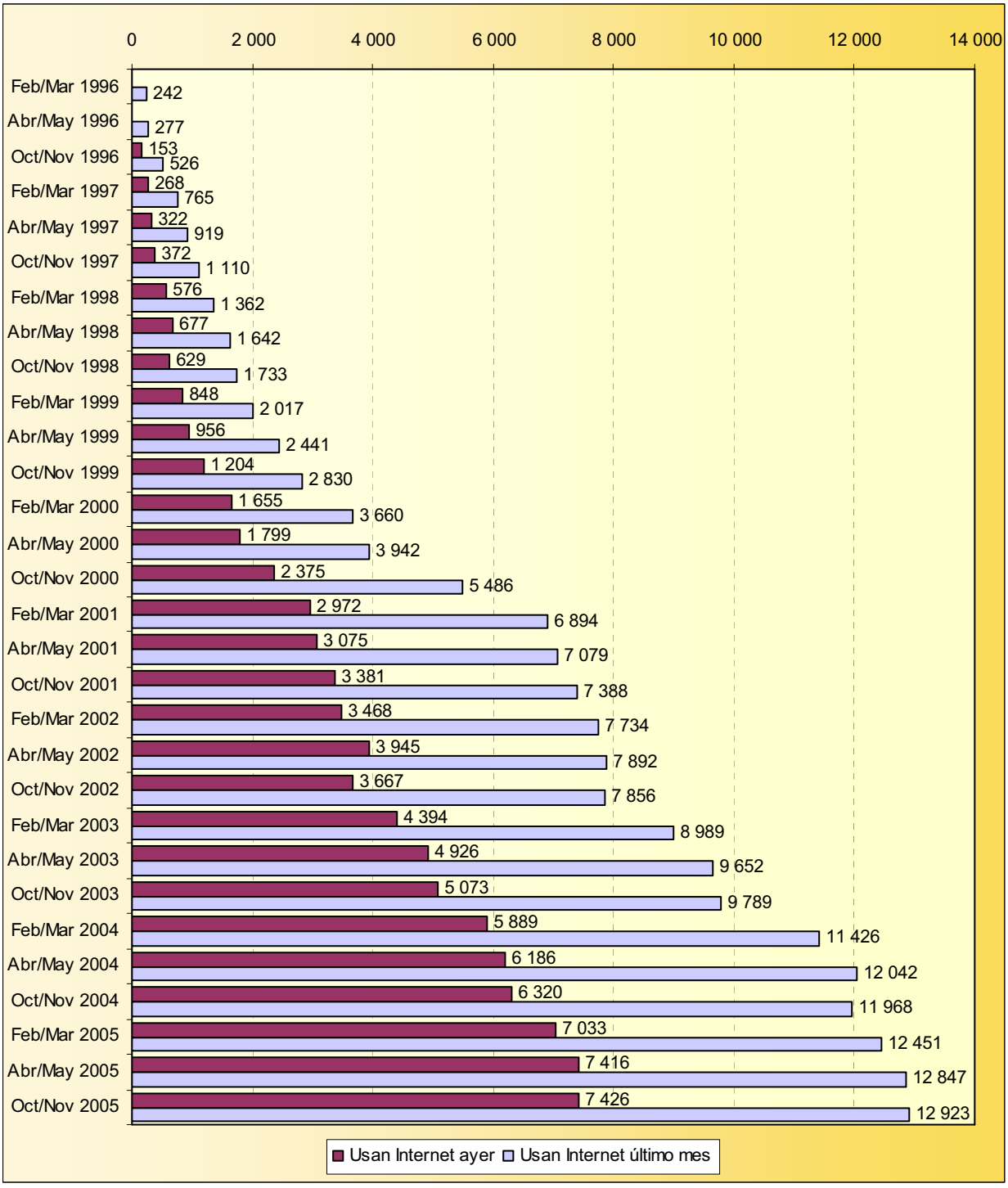
I. INTRODUCCIÓN.

Desde comienzos de 1996, AIMC ha venido midiendo regularmente a través del Estudio General de Medios (EGM) el uso de Internet en España, recogiendo tanto datos generales sobre la población a estos efectos -uso de ordenador y uso de Internet-, como información adicional asociada al uso del medio (lugar de acceso, frecuencia de uso, servicios utilizados, a través de qué equipos accede, etc.).

EVOLUCIÓN DE LOS DATOS GENERALES
Fuente EGM - Datos en miles. Individuos de 14 años ó más

	Usan ordenador		*Usan ordenador habitualmente*		*Usan Internet último mes*		*Usan Internet ayer*	
Feb/Mar 1996	6 208	(18.4%)	4 179	(12.4%)	242	(0.7%)	--	--
Abr/May 1996	6 543	(19.4%)	4 473	(13.2%)	277	(0.8%)	--	--
Oct/Nov 1996	6 946	(20.6%)	4 696	(13.9%)	526	(1.6%)	153	(0.5%)
Feb/Mar 1997	7 215	(21.2%)	4 947	(14.6%)	765	(2.3%)	268	(0.8%)
Abr/May 1997	7 429	(21.9%)	5 014	(14.8%)	919	(2.7%)	322	(0.9%)
Oct/Nov 1997	7 477	(22.0%)	5 355	(15.8%)	1 110	(3.3%)	372	(1.1%)
Feb/Mar 1998	7 992	(23.4%)	5 559	(16.3%)	1 362	(4.0%)	576	(1.7%)
Abr/May 1998	8 548	(25.0%)	5 971	(17.5%)	1 642	(4.8%)	677	(2.0%)
Oct/Nov 1998	8 758	(25.7%)	6 350	(18.6%)	1 733	(5.1%)	629	(1.8%)
Feb/Mar 1999	8 945	(25.9%)	6 451	(18.7%)	2 017	(5.8%)	848	(2.5%)
Abr/May 1999	9 444	(27.4%)	6 743	(19.5%)	2 441	(7.1%)	956	(2.8%)
Oct/Nov 1999	9 453	(27.4%)	6 677	(19.4%)	2 830	(8.2%)	1 204	(3.5%)
Feb/Mar 2000	10 159	(29.2%)	7 515	(21.6%)	3 660	(10.5%)	1 655	(4.8%)
Abr/May 2000	10 160	(29.3%)	7 306	(21.0%)	3 942	(11.3%)	1 799	(5.2%)
Oct/Nov 2000	10 731	(30.9%)	7 880	(22.7%)	5 486	(15.8%)	2 375	(6.8%)
Feb/Mar 2001	11 447	(32.9%)	8 578	(24.6%)	6 894	(19.8%)	2 972	(8.5%)
Abr/May 2001	11 490	(33.0%)	8 487	(24.4%)	7 079	(20.3%)	3 075	(8.8%)
Oct/Nov 2001	11 600	(33.3%)	8 588	(24.7%)	7 388	(21.2%)	3 381	(9.7%)
Feb/Mar 2002	11 857	(34.1%)	8 436	(24.2%)	7 734	(22.2%)	3 468	(10.0%)
Abr/May 2002	11 808	(33.9%)	8 661	(24.9%)	7 892	(22.7%)	3 945	(11.3%)
Oct/Nov 2002	11 527	(33.1%)	8 275	(23.8%)	7 856	(22.6%)	3 667	(10.5%)
Feb/Mar 2003	12 621	(35.8%)	9 265	(26.3%)	8 989	(25.5%)	4 394	(12.5%)
Abr/May 2003	13 306	(37.8%)	9 887	(28.1%)	9 652	(27.4%)	4 926	(14.0%)
Oct/Nov 2003	13 343	(37.9%)	9 973	(28.3%)	9 789	(27.8%)	5 073	(14.4%)
Feb/Mar 2004	14 224	(39.1%)	10 155	(27.9%)	11 426	(31.4%)	5 889	(16.2%)
Abr/May 2004	15 030	(41.3%)	10 717	(29.4%)	12 042	(33.1%)	6 186	(17.0%)
Oct/Nov 2004	15 162	(41.6%)	10 681	(29.3%)	11 968	(32.9%)	6 320	(17.4%)
Feb/Mar 2005	15 592	(42.0%)	11 009	(29.7%)	12 451	(33.6%)	7 033	(19.0%)
Abr/May 2005	15 648	(42.2%)	11 084	(29.9%)	12 847	(34.6%)	7 416	(20.0%)
Oct/Nov 2005	15 761	(42.5%)	11 214	(30.2%)	12 923	(34.8%)	7 426	(20.0%)

Nota: Las cifras que aparecen entre paréntesis representan el porcentaje de penetración sobre la población de 14 años ó más.



La muestra del EGM tiene la ventaja de ser probabilística y representativa de la población española de 14 ó más años. Pero a pesar del considerable tamaño de muestra del estudio – unas 14.500 entrevistas por ola, lo que supone unas 43.500 al año-, la actual penetración de Internet – un 20.0% de la población es usuaria de Internet (ayer) – proporciona una muestra de internautas relativamente reducida. Y por otra parte, al ser el EGM una investigación general sobre la audiencia de los medios con un extenso

cuestionario, el espacio/tiempo resulta necesariamente limitado, por lo que es conveniente utilizar otras herramientas para profundizar en el fenómeno Internet.

Por ello, a finales de 1996 se decidió llevar a cabo la primera Encuesta a Usuarios de Internet, a través de un cuestionario colocado en la misma red. El estudio tuvo una amplia repercusión entre todos los sectores –tanto profesionales como académicos– relacionados directa o indirectamente con el uso y análisis de Internet. En esta primera edición se obtuvieron un total de 10.826 entrevistas útiles.

Dado el éxito y el buen recibimiento obtenido con el primer estudio y debido a las peticiones llegadas desde diversas instancias, se han ido realizando sucesivas repeticiones de la encuesta que han ido alcanzando la misma o mayor aceptación:

PERIODO TEMPORAL	MUESTRA ÚTIL
Primavera 1998	32.408
Otoño 1999	35.234
Primavera 2001	43.942
Otoño 2002	47.068
Otoño 2003	40.865
Otoño 2004	53.647

Y, por todo ello, aquí nos encontramos de nuevo, fieles a nuestra cita, presentando la **8ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet**. Su principal propósito sigue siendo conocer con detalle el perfil del internauta (así como sus hábitos en la utilización de Internet) y ofrecer una visión actualizada del panorama de Internet a todo aquel que esté interesado. Dada la rápida evolución y el gran dinamismo del medio, la repetición periódica de la encuesta es especialmente necesaria.

La técnica utilizada en el estudio es similar a la empleada en anteriores ocasiones y el trabajo de campo ha tenido lugar entre Octubre y Diciembre de 2005, consiguiéndose un total de 57.310 respuestas válidas. Este alto nivel de participación, mayor a prácticamente todas las encuestas de este tipo que se conocen y que supera el número de respuestas de los siete estudios anteriores, demuestra la buena salud de la encuesta y el gran interés que genera todo lo relacionado con Internet.

AIMC agradece la inestimable colaboración prestada en el desarrollo del proyecto por parte de:

- **Páginas Amarillas**, que ha donado los premios sorteados entre los participantes de la encuesta:
  - 1 ordenador portátil.
  - 2 agendas electrónicas i-paq.
  - 3 PSP (PlayStation Portable).
  - 5 Discman MP3

- **Argo Redes y Servicios Telemáticos**, que ha proporcionado el soporte técnico-informático que conlleva el estudio.

- **Televisió de Catalunya**, **Compañía de Radio-Televisión de Galicia** y **Euskal Irrati Telebista** que han realizado las respectivas traducciones del cuestionario al catalán, gallego y euskera.

- La red **IRC-Hispano**, que ha aportado participantes a la encuesta, mediante la aparición de enlaces a la misma entre los usuarios de su sistema de comunicación.

- Los numerosos sitios web que han colocado el banner de acceso al cuestionario en sus páginas, así como todas las entidades que han apoyado la encuesta de alguna otra manera.

Por supuesto, también queremos expresar nuestro agradecimiento a los miles de amigos de Internet que dedicaron unos minutos de su tiempo a transmitirnos parte de sus experiencias y conocimientos a través de nuestro cuestionario. Muchas gracias a todos ellos.

Sin más, nos complace mostrar a continuación la metodología y los principales resultados del estudio, esperando que sean de interés para todos aquellos relacionados o no con el mundo de Internet.

II. METODOLOGÍA

II. METODOLOGÍA.

♦ *Universo objetivo*: Los usuarios de Internet que visitan sitios web españoles.

♦ *Tipo de entrevista*: Autoadministrada a través de Internet.

♦ *Fechas de recogida*: La encuesta estuvo activa en la red desde el 18 de Octubre hasta el 12 de Diciembre de 2005.

♦ *Tamaño de muestra*: Se recogieron un total de 65.817 cuestionarios (en media, aproximadamente, 1.175 encuestas por día). Sometidos a un proceso de revisión y validación, se eliminaron aquellas entrevistas que se detectaron como duplicadas y las que presentaban algún tipo de irregularidad (totalmente en blanco, con una mayoría de preguntas sin contestar, aparición de incongruencias en las respuestas. etc.). Después de todo ello, la muestra útil final a efectos de tabulación de resultados fue de 57.310.

♦ *Cuestionario*: En la elaboración del cuestionario se tomó como punto de partida el utilizado en la edición anterior, realizado en HTML. Se añadieron algunas preguntas nuevas y se eliminaron otras cuestiones de poca relevancia, obteniéndose un cuestionario amplio que cubre razonablemente todos los aspectos de presumible interés. La duración de las entrevistas (intervalo transcurrido entre la petición del cuestionario y el momento de su envío, intervalo que se ha podido controlar informáticamente excepto en 33 casos) se distribuyó como sigue:

- Menos de 10 minutos: 2.9% de los casos
- Entre 10 y 15 minutos: 20.6% de los casos
- Entre 15 y 20 minutos: 30.7% de los casos
- Entre 20 y 25 minutos: 19.4% de los casos
- Más de 25 minutos: 26.3% de los casos
- Mediana: 19 minutos 13 segundos.

Es interesante señalar que, de acuerdo con las estadísticas proporcionadas por el servidor, de cada 100 veces que una persona accedió a la encuesta, por click en el enlace de acceso a la misma:

- en 23 ocasiones la encuesta se rellenó y se envió.

Tal como ocurriera en ediciones anteriores, además del cuestionario en castellano, se confeccionaron versiones del mismo en catalán, gallego y euskera. En la presentación del cuestionario, se mencionó el carácter no comercial de la investigación y el compromiso asumido por AIMC de que los resultados se harían públicos en la red para general conocimiento. Además, AIMC se comprometía a tratar la información individual confidencialmente para garantizar el anonimato del las personas entrevistadas.

♦ *Proceso*: El internauta pudo acceder al cuestionario por varios caminos:

- A través de un banner de acceso a la encuesta situado en numerosos sitios web españoles.
- A través de un banner de acceso que alguno de los mencionado sitios web también colocó en los boletines electrónicos que transmiten por e-mail a sus usuarios.
- A través de la red IRC Hispano: IRC Hispano colaboró con la encuesta mediante su sistema de comunicación, lanzándole un mensaje en pantalla a todo individuo que estuviera conectado al IRC durante un cierto periodo de tiempo. En el mensaje aparecía un enlace, a través del cual se podía alcanzar la encuesta.
- A través de un mensaje de texto enlazado a la encuesta que recibían los usuarios de MSN Messenger.
- A todos aquellos entrevistados que lo solicitaron en la anterior edición de la encuesta, AIMC les envió un correo electrónico avisando de que una nueva repetición de la encuesta estaba en marcha. A través del citado e-mail también se podía llegar a la encuesta.
- Una vez rellenado el cuestionario, al encuestado se le daba la opción de recomendar la encuesta a un conocido por e-mail. Este e-mail representa un nuevo camino de entrada.

La distribución de las entrevistas válidas según su procedencia ha resultado ser la siguiente:

	Absolutos	**%**
Base (entrevistas válidas)	57 310	100.0
A través de banner:		
- en página web	44 423	77.5
- en boletín	781	1.4
A través del IRC Hispano	2 288	4.0
A través de MSN Messenger	490	0.9
Aviso de AIMC por e-mail	8 543	14.9
Recomendación a un conocido	777	1.4
Origen desconocido	8	0.0

♦ *Sitios web colaboradores*: 292 sitios aceptaron colaborar con AIMC colocando un "banner" (o, en algún caso, enlace) de llamada y acceso a la encuesta o , aun sin comunicar su colaboración, procedieron igualmente a colocar el "banner" (o enlace) y han contribuido con al menos 10 encuestas al estudio. La relación de sitios colaboradores es la siguiente, ordenados alfabéticamente:

SITIO	**DIRECCIÓN URL**
¡Qué me dices!	www.quemedices.es
¡Vaya tele!	www.vayatele.com
20 Minutos	www.20minutos.es
3D Juegos	www.3djuegos.com
3xl.net	www.3xl.net
80 días	www.revista80dias.es
ABC	www.abc.es
Action Team	www.actionteam.es
ADSL Ayuda	www.adslayuda.com
AEA (Asociación Española de Anunciantes)	www.anunciantes.com

AEDE (Asoc. de Editores de Diarios Españoles)	www.aede.es
AEDEMO	www.aedemo.es
AIMC	www.aimc.es
AIMME (Instituto Tecnológico Metalmecánico)	www.aimme.es
Ajuntament de Manresa	www.ajmanresa.org
Ajuntament de Sabadell	www.sabadell.net
Akasico	www.akasico.com
AM (Asociación de Agencias de Medios)	www.agenciasdemedios.com
Amics Rac1	www.amicsrac1.net
Antena 3 TV	www.antena3.com
AR	www.ar-revista.com
Arestora	www.arestora.com
ARGO	www.argo.es
Associació Empresarial Catalana de Publicitat	www.associaciopublicitat.com
Astrología para ser feliz	www.astrologiaparaserfeliz.com
Astroseti	www.astroseti.org
Aunalia	www.aunalia.es
Autocity	www.autocity.com
Automercado	www.automercado.es
Avui	www.avui.com
Ayuntamiento de Alcobendas	www.alcobendas.org
Ayuntamiento de Cartagena	www.cartagena.es
Ayuntamiento de Irún	www.irun.org
Ayuntamiento de La Coruña	www.aytolacoruna.es
Ayuntamiento de Madrid	www.munimadrid.es
Baquia	www.baquia.com
Barcelona Virtual (Target1.net)	www.target1.net
Base Financiera	www.basefinanciera.com
Bebés y más	www.bebesymas.com
Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes	www.cervantesvirtual.com
Bike a Fondo	www.bikeafondo.es
Blog de cine	www.blogdecine.com
Boreal Media	www.borealmedia.com
Cadena 100	www.cadena100.es
Cadena 40	www.los40.com
Cadena Dial	www.cadenadial.com
Campo a través	www.campoatraves.com
Canal amarillo	www.canalamarillo.com
Canal Athletic	www.canalathletic.com
Canal Meteo	www.canalmeteo.com
Canal Sur	www.canalsur.es
Canarias 7	www.canarias7.es
Capital	www.capitalrevista.es
Caprabo	www.caprabo.es
Caprabo a casa	www.capraboacasa.com
Car and Driver	www.caranddriverrevista.com
Carrefour	www.carrefour.es
Cartera	www.cartera.com
Casa Diez	www.casadiez.es

Castilla-La Mancha Televisión	www.rtvcm.es
Catalunya Informació	www.catalunyainformacio.com
Catalunya Radio	www.catradio.com
Cibercine	www.cibercine.com
CICM	www.cicm.es
Cimoemprego	www.cimo.org
Cinco Días	www.cincodias.com
Clio	www.cliorevista.com
Coches.net	www.coches.net
Com radio	www.comradio.com
Computer Idea	www.computeridea.net
Computing España	www.computing-es.com
Comunae	www.comunae.com
Comunidadvecinos.com	www.comunidadvecinos.com
Concursando.com	www.concursando.com
Concursator	www.concursator.com
Conferenzias	www.conferenzias.com
Configurarequipos.com	www.configurarequipos.com
Consultores CSA	www.consultorescsa.com
COPE	www.cope.es
Correo Farmacéutico	www.correofarmaceutico.com
Cosmopolitan	www.cosmohispano.com
Crecer Feliz	www.crecerfeliz.es
Channel Partner	www.channel-partner.net
De Viajes	www.deviajes.es
Deia	www.deia.com
Dekazeta.net	www.dekazeta.net
Diario As	www.as.com
Diario Bahía de Cádiz	www.diariobahiadecadiz.com
Diario de Ibiza	www.diariodeibiza.es
Diario de Mallorca	www.diariodemallorca.es
Diario de Navarra	www.diariodenavarra.es
Diario Médico	www.diariomedico.com
Dietas para ser feliz	www.dietasparaserfeliz.com
Diez Minutos	www.diezminutos.es
Dircom	www.dircom.org
Directo al paladar	www.directoalpaladar.com
Discomadrid	www.discomadrid.com
Diving a Fondo	www.divingafondo.com
Dptos. Economía-Finanzas y Medio Ambiente Generalitat Catalunya	www.gencat.net/economia y mediambient.gencat.net
DVD a DVDR	www.dvdadvdr.com
El Blog Salmón	www.elblogsalmon.com
El Comercio	www.elcomerciodigital.com
El Correo Español	www.elcorreodigital.com
El Correo Gallego	www.elcorreogallego.es
El Día de Tenerife	www.eldia.es
El Diario Montañés	www.eldiariomontanes.es
El Diario Vasco	www.diariovasco.com

El Norte de Castilla	www.nortecastilla.es
El Pais Digital	www.elpais.es
El Periódico de Catalunya	www.elperiodico.com
El Portal de Viladecans	www.viladecans.net
El Publicista	www.elpublicista.net
El rincón del vago	www.rincondelvago.com
Elmulticine.com	www.elmulticine.com
Elotrolado.net	www.elotrolado.net
Elsesports.net	www.elsesports.net
Elle	www.elle.es
Elle Deco	www.elledeco.es
Emprendedores	www.emprendedores.es
Entrebits	www.entrebits.com
España al desnudo	ibgwww.colorado.edu/~gayan/spain.html
Estarguapa.com / Telva	www.estarguapa.com
Estilísimo	www.estilisimo.com
Estudiante.info	www.estudiantes.info
Euroresidentes	www.euroresidentes.com
Expansión	www.expansion.com
Expansión y Empleo	www.expansionyempleo.com
Fiestras.com	www.fiestras.com
Firstgate Click & Buy	www.firstgate.es
Formazión	www.formazion.com
ForoCoches.com	www.forocoches.com
Forosuse	www.forosuse.org
Fotocasa.es	www.fotocasa.es
Fotogramas	www.fotogramas.es
Fuera de límites	www.fueradelimites.com
G+J	www.gyj.es
Gadisline	www.gadisline.com
Galicia Hoxe	www.galicia-hoxe.com
Genbeta	www.genbeta.com
GEO	www.georevista.es
Globus Comunicación	www.globuscom.es
Gumets	www.gumets.net
Heraldo de Aragón	www.heraldo.es
Hotmail	www.hotmail.com
Hoy	www.hoy.es
ICTNet: La Comunidad de los Profesionales	www.ictnet.es
Ideal	www.ideal.es
Infobolsa	www.infobolsa.es
Infodeporte	www.infodeporte.com
Infojobs	www.infojobs.net
Infometal	www.infometal.com
Información de Alicante	www.diarioinformacion.com
Instituto Nacional de Estadística	www.ine.es
InterMagazine Comunicació	www.imcsl.com
Interviú	www.interviu.es
IRC-Hispano	www.irc-hispano.org

Iserver netRadio España	www.iserver.8m.net
Joc Juegos	www.jocjuegos.com
Juegos y Regalos	www.juegosyregalos.com
Juegosde.com	www.juegosde.com
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha	www.jccm.es
Kaixo Internet!	www.kaixo.com
Kiss FM	www.kissfm.es
La Fábrica Interactiva	www.lafabricainteractiva.com
La Nueva España	www.lne.es
La Opinión de Granada	www.laopiniondegranada.es
La Opinión de Málaga	www.laopiniondemalaga.es
La Opinión de Murcia	www.laopiniondemurcia.es
La Opinión de Tenerife	www.la-opinion.com
La Opinión de Zamora	www.laopiniondezamora.es
La Provincia-Diario de las Palmas	www.la-provincia.com
La Rioja	www.larioja.com
La Vanguardia	www.lavanguardia.es
La Verdad de Murcia	www.laverdad.es
La Voz de Cádiz	www.lavozdecadiz.com
Laboris	www.laboris.net
LaNetro	www.lanetro.com
Las Provincias	www.lasprovincias.es
Levante-El Mercantil Valenciano	www.levante-emv.com
M80 Radio	www.m80radio.com
Marca	www.marca.com
Marie Claire	www.marie-claire.es
Mastermanía	www.mastermania.com
Maxim	www.maximrevista.com
Mediacom	www.mediacomiberia.es
Meristation	www.meristation.com
Mía	www.miarevista.es
Motociclismo	www.webmotociclismo.com
Motor 21	www.motor21.com
Motorpasión	www.motorpasion.com
MSN	www.msn.es
MSN Hoy (messenger)	---
MTV España	www.mtv.es
MundiJuegos.com	www.mundijuegos.com
Mundo Atleti	www.mundoatleti.com
Mundo Deportivo	www.elmundodeportivo.es
Mundo ofertas	www.mundoofertas.com
Mundopadres	www.mundopadres.com
Mundo-R	www.mundo-r.com
Muy Interesante	www.muyinteresante.es
Nosaltres.com	www.nosaltres.com
Nosotras.com	www.nosotras.com
Notas de fútbol	www.notasdefutbol.com
Nova	www.novarevista.com
ODEC	www.odec.es

Oferta PC	www.ofertapc.com
Ofizios	www.ofizios.com
Onda Cero	www.ondacero.es
Oniric	www.oniric.com
Ono Arena	www.onoarena.com
Ono Ocio	www.onoocio.com
Optimedia	www.optimedia.es
Ozú	www.ozu.es
Páginas Amarillas	www.paginasamarillas.es
País de Locos	www.paisdelocos.com
PC Actual	www.pc-actual.com
PC Pymes	www.pcpyme.es
Peña La Chamberga	www.lachamberga.com
Pequejuegos	www.pequejuegos.com
Plus.es	www.plus.es
Popular TV	www.populartv.net
Portalmix	www.portalmix.com
Psychologies	www.psychologiesrevista.com
Pvivov.net	www.pvivov.net
Qué Leer	www.que-leer.com
Quercus	www.quercus.es
Quo	www.quo.es
Radio Contadero	www.radiocontadero.com
Radio Guijuelo	www.radioguijuelo.com
Radio Televisió de les Illes Balears	www.ib3.es
Radio Televisió Valenciana	www.rtvv.es
Ragazza	www.ragazza.es
Redes & Telecom	www.redestelecom.com
Ritmes.net	www.ritmes.net
Ritmic	www.ritmic.com
Rock & Gol	www.rockandgol.net
Sabadell Press	www.sabadellpress.com
Saludalia	www.saludalia.com
Sareko Argia	www.argia.com
Scootermanía	www.webscootermania.com
Segundamano	www.segundamano.es
Segundos fuera	www.segundosfuera.com
SER	www.cadenaser.com
Ser Padres	www.serpadres.es
Servifutbol	www.servifutbol.com
Softonic	www.softonic.com
SoloStocks.com	www.solostocks.com
Sport	www.sport.es
Starmedia	es.starmedia.com
Supertele	www.supertele.es
Sur de Málaga	www.diariosur.es
Teknoconsolas	www.teknoconsolas.com
Tele Indiscreta	www.teleindiscreta.es
Tele Novela	www.tele-novela.com

Telecinco	www.telecinco.es
Telefónica	www.telefonica.es
Telenotícies	www.telenoticies.com
Telentrada	www.telentrada.com
Telepolis	www.telepolis.com
Televisió de Catalunya	www.tvcatalunya.com
Tennis a Fondo	www.tennisafondo.es
Terra	www.terra.es
Tiscali	www.tiscali.es
TM Ocasión	www.tmocasion.com
Todo Messenger	www.todomessenger.com
Todo MSN	www.todomsn.com
Top Radio	www.topradio.es
TP	www.t-p.es
Transporte Mundial	www.transportemundial.es
Trofeo Caballo	www.trofeocaballo.com
Trofeo Caza	www.trofeocaza.com
Trofeo Pesca	www.trofeopesca.com
Tu gueb	www.tugueb.com
Tus anuncios	www.tusanuncios.com
TV Canaria	www.tvcanaria.tv
Universal McCann	www.universalmccann.es
Universitat Autònoma de Barcelona	www.uab.es
Universitat de Barcelona	www.ub.edu
Universitat Jaume I	www.uji.es
Universitat Oberta de Catalunya	www.uoc.edu
Vida Extra	www.vidaextra.com
Vieiros	www.vieiros.com
Vilaweb y El Punt	www.vilaweb.com y www.vilaweb.com/elpunt
VNU	www.vnunet.es
Wanadoo	www.wanadoo.es
Wanadoo móvil	www.wanadoomovil.com
Wanadoo TV	www.wanadootv.com
Xataka	www.xataka.com
Xornal	www.xornal.com
Yonkis.com	www.yonkis.com
Zenith Media	www.zenithmedia.es
Zona P2P	www.zonap2p.com

El número de entrevistas suministradas por cada sitio web colaborador depende no sólo del tráfico que tiene, sino del posicionamiento más o menos privilegiado del "banner" dentro de las páginas electrónicas respectivas, del tiempo de permanencia del mismo, etc. Los colaboradores que proporcionaron, cada uno, 200 ó más entrevistas válidas al estudio fueron, por orden de importancia:

Colaborador	**Nº de entrevistas**
www.elotrolado.net	2.912
www.terra.es	2.558
www.kissfm.es	2.356

Colaborador	Nº de entrevistas
IRC Hispano	2.288
www.marca.com	1.918
www.elpais.es	1.473
www.msn.es	1.235
www.hotmail.com	1.014
www.cadenaser.com	1.012
www.carrefour.es	963
www.aimc.es	797
www.onoocio.com	771
www.uoc.edu	753
www.concursator.com	711
www.20minutos.es	701
www.jccm.es	643
www.elmundodeportivo.es	634
www.caprabo.es	623
www.as.com	586
www.plus.es	560
www.telentrada.com	543
www.forococoches.com	500
www.uji.es	500
www.cope.es	496
MSN Messenger (mensaje de texto)	490
www.antena3.com	412
www.sport.es	386
www.mundoofertas.com	326
www.estarguapa.com	321
MSN Hoy (messenger)	319
www.diariovasco.com	306
www.portalmix.com	284
www.gencat.net/economia y mediambient.gencat.net	282
www.cadena100.es	264
www.cosmohispano.com	255
www.telecinco.es	238
www.adslayuda.com	223
www.infobolsa.es	222
www.lavanguardia.es	215
www.softonic.com	210
www.3djuegos.com	207
www.los40.com	207
www.vilaweb.com	206
www.hoy.es	204
www.elcorreodigital.com	202

Por otro lado, también ha habido sitios web que han accedido a colocar el banner de acceso en los boletines electrónicos que transmiten por e-mail a sus usuarios. Concretamente lo han hecho:

- Avired
- Baquia
- Carrefour
- Consultores CSA
- Dircom
- Emagister.com
- Telentrada

El único boletín del que hemos recibido más de 200 entrevistas válidas ha sido de Carrefour (394 encuestas).

♦ *Incentivo a la colaboración*: A los participantes en el estudio se les ofreció participar en un sorteo con varios premios, elegidos en función de los presumibles intereses del público objetivo en cuestión. Los regalos, donados por Páginas Amarillas, consistían en:

- 1 ordenador portátil. Marca Dell. Modelo Latitude D610 con las siguientes características técnicas:
  - Procesador Intel Pentium M 1.73 GHz.
  - 512 MB de Memoria RAM.
  - Disco Duro 40 GB.
  - DVD 8X
  - Módem integrado.
  - Pantalla TFT 14.1”

El agraciado con este premio fue David Polo Rubio (Coslada, Madrid).

- 2 agendas electrónicas IPaq rx3715 de HP, que correspondieron a:
  Luis Suárez Samaniego (Ispra, Varese, Italia)
  Asier Aramburu Sánchez (Andoain, Guipuzcoa)

- 3 PSP (PlayStation Portable), que fueron a parar a manos de:
  Javier Rodríguez Díez (Burgos)
  Daniel Pallardó Lleida (L'Ametlla del Vallès , Barcelona)
  Rafael de la Rosa Moya (Madrid)

- 5 Discman MP3. Los ganadores fueron:
  Basilia Rojas Pulido (Ubrique, Cádiz)
  Jorge Jiménez Cuenca (Málaga)
  Alberto Pardo Martín (Quart de Poblet, Valencia)
  Miguel Ángel Martín-Romo Fernández (Avilés, Asturias)
  Cristina Roca Sánchez (Barcelona)

♦ *Muestreo*: El problema básico inicial para seleccionar una muestra de internautas es la inexistencia de un marco muestral de referencia sobre el que efectuar la selección. Es decir, no existe un directorio mínimamente fiable y completo de las personas que utilizan la Red, del que se pueda extraer una muestra

aleatoria que permita, con las garantías estadísticas que el muestreo probabilístico proporciona, la generalización al universo de usuarios de Internet los resultados obtenidos en la muestra.

A resultas de esta carencia, una muestra estadísticamente representativa de los usuarios de Internet generalmente se consigue a través de una investigación probabilística sobre la población total. Ello conlleva un fuerte factor de ineficiencia, dada la todavía no muy elevada penetración del uso de Internet en el conjunto de la población.

El sistema que se ha utilizado en este estudio, colocación de un "banner" de llamada a la encuesta en un número amplio de sitios web y, al mismo tiempo, divulgar la existencia del estudio a través de distintos medios de comunicación, no responde a los requisitos del muestro probabilístico, donde todos los individuos del colectivo bajo estudio tienen una probabilidad conocida de ser incluidos en la muestra. Las características implícitas en el diseño, que no permiten garantizar la equiprobabilidad de selección entre los individuos de la población bajo estudio, son las siguientes:

- La oportunidad de encontrar ocasionalmente el "banner" durante la navegación por la Web está limitada a los visitantes de los sitios web que han colaborado en el estudio.

- La probabilidad de exposición al "banner" es directamente proporcional a la frecuencia e intensidad en el uso de la red. No sólo porque con el mayor uso se incrementa la posibilidad de arribar a un sitio web colaborador, sino porque dentro de los visitantes a uno cualquiera de esos sitios, la probabilidad de encuentro con la encuesta es proporcional al número de visitas al mismo.

- La muestra final no es el resultado de una selección realizada desde la administración del estudio, sino que simplemente se incluye a aquellas personas que voluntariamente han aceptado y decidido colaborar (muestra autoseleccionada).

Sin cambiar la esencia fundamental de estas consideraciones inherentes al diseño del estudio, cabe hacer constar algunos comentarios a las mismas:

- Dada la amplitud en el número de sitios web que han colaborado, la diversidad de contenidos y usos que abarcan y el fuerte impacto en el tráfico de la red que muchos de ellos tienen, es razonable esperar que sus visitantes deben potencialmente representar a un amplio espectro de los usuarios de Internet en relación a una buena parte de las informaciones solicitadas.

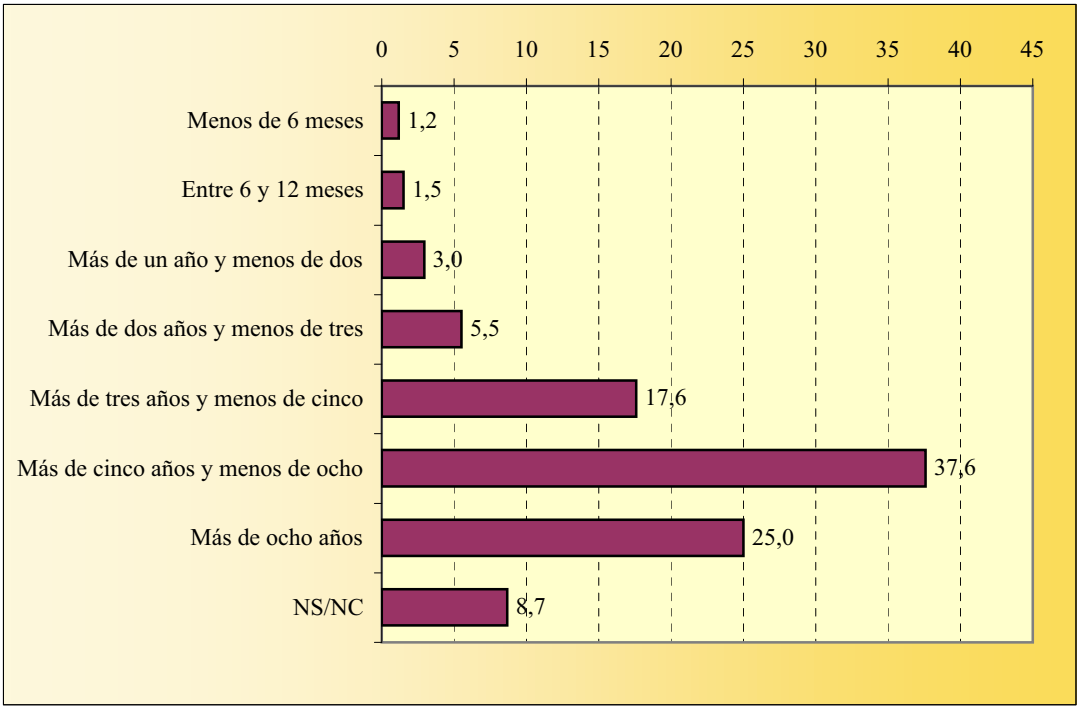
- La autoselección de la muestra está implícita, en mayor o menor grado, en todos los estudios basados en entrevistas ya que la negativa a colaborar, fenómeno siempre presente, implica de alguna manera un cierto grado de autoselección en la muestra final.

- La dirección del sesgo que se obtiene con el procedimiento utilizado es conocida y ha sido suficientemente estudiada. La muestra sobrerrepresenta a los internautas que hacen un uso más intenso de la red, los más experimentados, etc. Este hecho puede incluso percibirse como una ventaja ya que refiere los resultados a aquellos usuarios más significativos.

III. PRINCIPALES RESULTADOS

ANTIGÜEDAD EN INTERNET

P. ¿Desde cuándo es Vd. usuario de Internet? (cualquier uso: WWW, E-mail, FTP, chat, etc.)		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Menos de 6 meses	677	1,2
Entre 6 y 12 meses	867	1,5
Más de un año y menos de dos	1.691	3,0
Más de dos años y menos de tres	3.153	5,5
Más de tres años y menos de cinco	10.077	17,6
Más de cinco años y menos de ocho	21.539	37,6
Más de ocho años	14.330	25,0
NS/NC	4.976	8,7



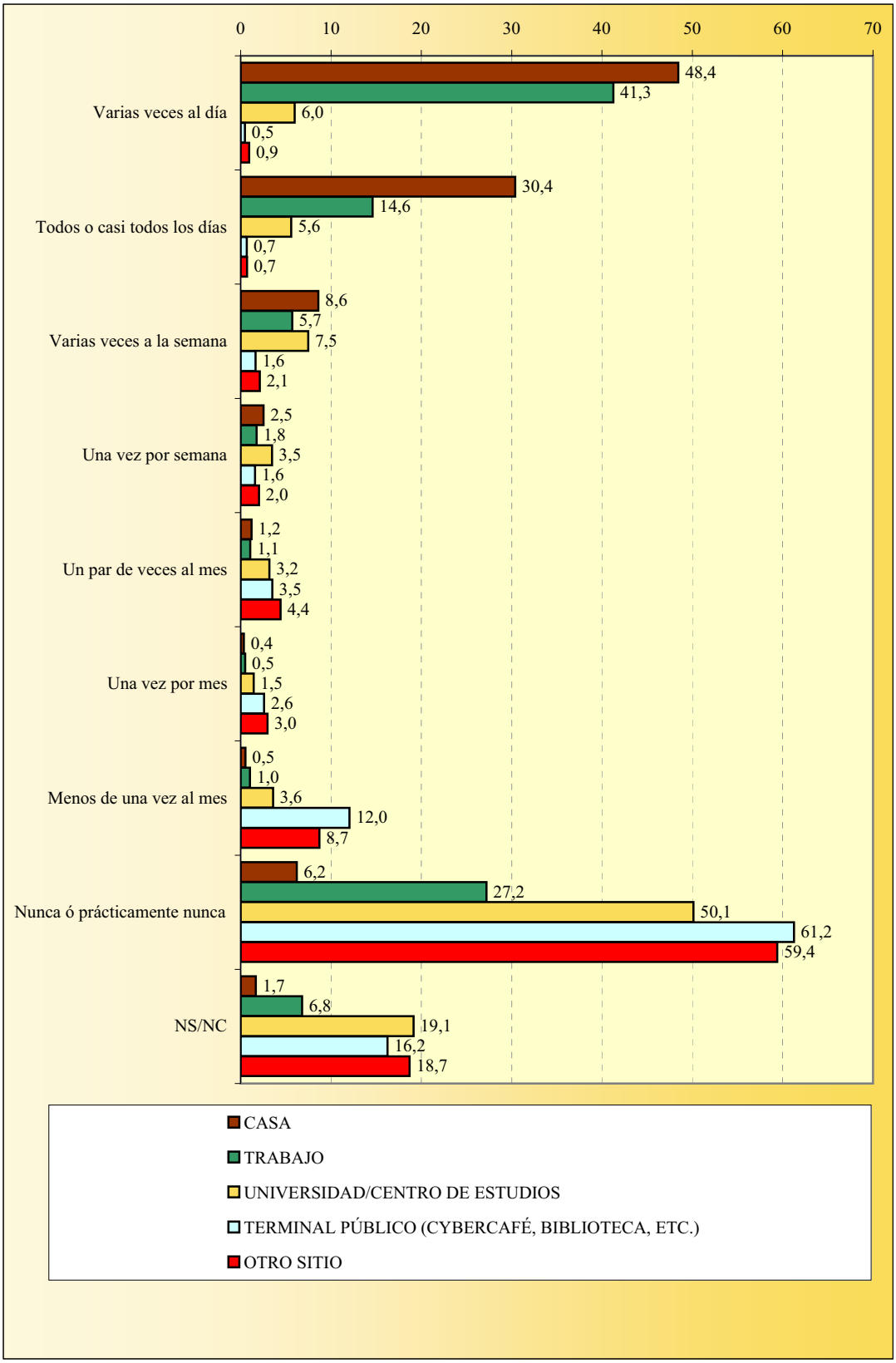
FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET

P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde…		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
…CASA?		
Varias veces al día	27.764	48,4
Todos o casi todos los días	17.423	30,4
Varias veces a la semana	4.930	8,6
Una vez por semana	1.454	2,5
Un par de veces al mes	695	1,2
Una vez por mes	205	0,4
Menos de una vez al mes	308	0,5
Nunca ó prácticamente nunca	3.563	6,2
NS/NC	968	1,7
…TRABAJO?		
Varias veces al día	23.651	41,3
Todos o casi todos los días	8.376	14,6
Varias veces a la semana	3.276	5,7
Una vez por semana	1.012	1,8
Un par de veces al mes	610	1,1
Una vez por mes	287	0,5
Menos de una vez al mes	596	1,0
Nunca ó prácticamente nunca	15.601	27,2
NS/NC	3.901	6,8
…UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?		
Varias veces al día	3.428	6,0
Todos o casi todos los días	3.205	5,6
Varias veces a la semana	4.291	7,5
Una vez por semana	1.998	3,5
Un par de veces al mes	1.815	3,2
Una vez por mes	833	1,5
Menos de una vez al mes	2.054	3,6
Nunca ó prácticamente nunca	28.720	50,1
NS/NC	10.966	19,1

FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET

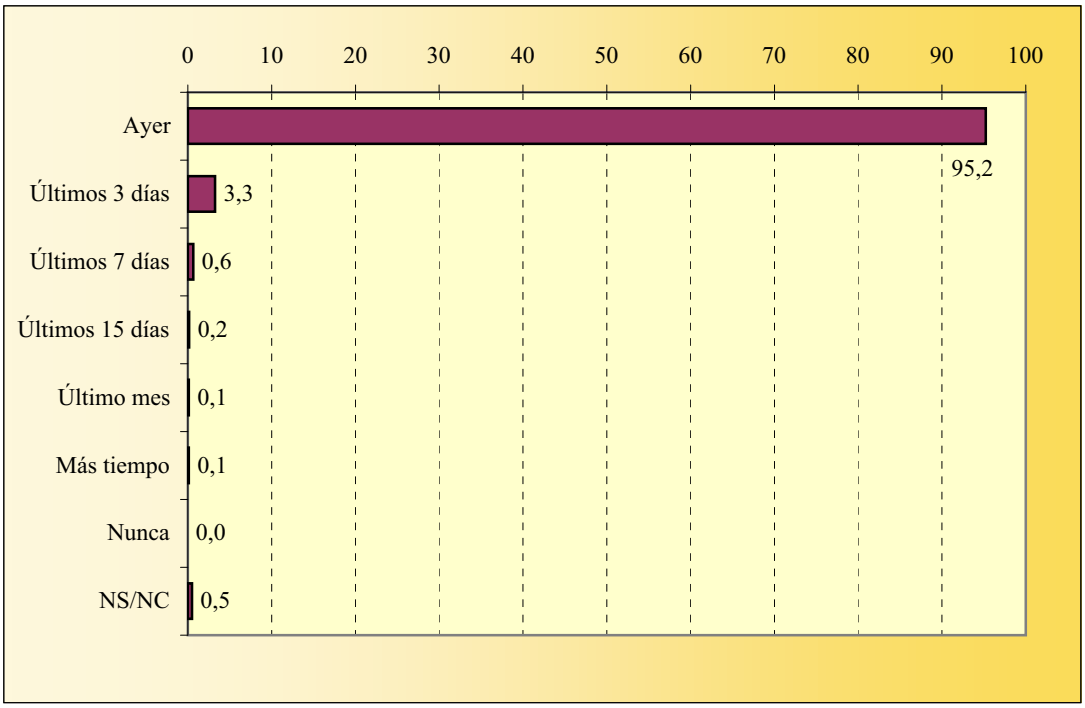
P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde…		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
…TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.)?		
Varias veces al día	267	0,5
Todos o casi todos los días	394	0,7
Varias veces a la semana	937	1,6
Una vez por semana	907	1,6
Un par de veces al mes	2.015	3,5
Una vez por mes	1.477	2,6
Menos de una vez al mes	6.904	12,0
Nunca ó prácticamente nunca	35.101	61,2
NS/NC	9.308	16,2
…OTRO SITIO?		
Varias veces al día	540	0,9
Todos o casi todos los días	403	0,7
Varias veces a la semana	1.210	2,1
Una vez por semana	1.166	2,0
Un par de veces al mes	2.534	4,4
Una vez por mes	1.702	3,0
Menos de una vez al mes	4.994	8,7
Nunca ó prácticamente nunca	34.041	59,4
NS/NC	10.720	18,7

FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET



ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Ayer	54.563	95,2
Últimos 3 días	1.870	3,3
Últimos 7 días	368	0,6
Últimos 15 días	88	0,2
Último mes	68	0,1
Más tiempo	67	0,1
Nunca	9	0,0
NS/NC	277	0,5



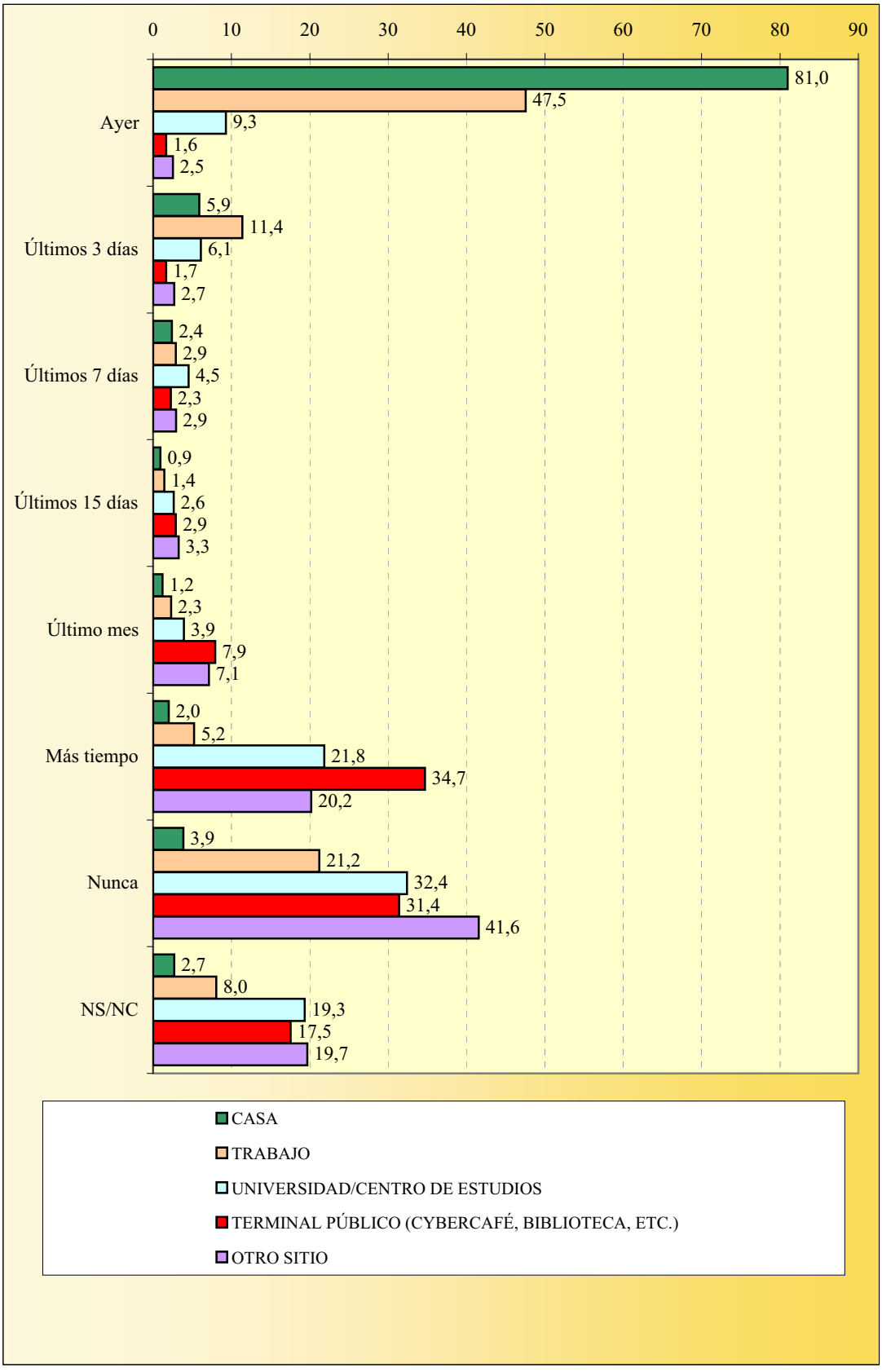
ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet desde…		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
…CASA?		
Ayer	46.416	81,0
Últimos 3 días	3.386	5,9
Últimos 7 días	1.378	2,4
Últimos 15 días	539	0,9
Último mes	681	1,2
Más tiempo	1.147	2,0
Nunca	2.210	3,9
NS/NC	1.553	2,7
…TRABAJO?		
Ayer	27.242	47,5
Últimos 3 días	6.517	11,4
Últimos 7 días	1.658	2,9
Últimos 15 días	827	1,4
Último mes	1.317	2,3
Más tiempo	2.989	5,2
Nunca	12.147	21,2
NS/NC	4.613	8,0
…UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?		
Ayer	5.322	9,3
Últimos 3 días	3.483	6,1
Últimos 7 días	2.586	4,5
Últimos 15 días	1.502	2,6
Último mes	2.251	3,9
Más tiempo	12.512	21,8
Nunca	18.567	32,4
NS/NC	11.087	19,3

ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet desde…		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
…TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.?		
Ayer	945	1,6
Últimos 3 días	955	1,7
Últimos 7 días	1.295	2,3
Últimos 15 días	1.654	2,9
Último mes	4.535	7,9
Más tiempo	19.884	34,7
Nunca	17.989	31,4
NS/NC	10.053	17,5
…OTRO SITIO?		
Ayer	1.455	2,5
Últimos 3 días	1.555	2,7
Últimos 7 días	1.683	2,9
Últimos 15 días	1.874	3,3
Último mes	4.083	7,1
Más tiempo	11.558	20,2
Nunca	23.821	41,6
NS/NC	11.281	19,7

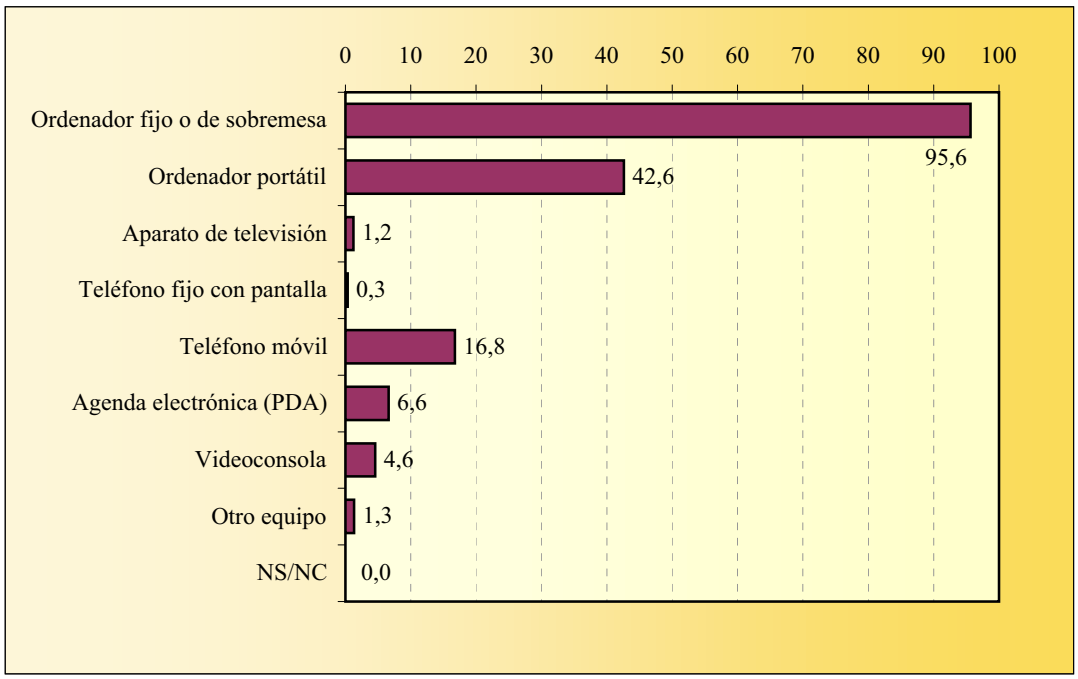
ÚLTIMO ACCESO A INTERNET



EQUIPO A TRAVÉS DEL QUE SE CONECTA

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran acceder a Internet a través de dos o más equipos.

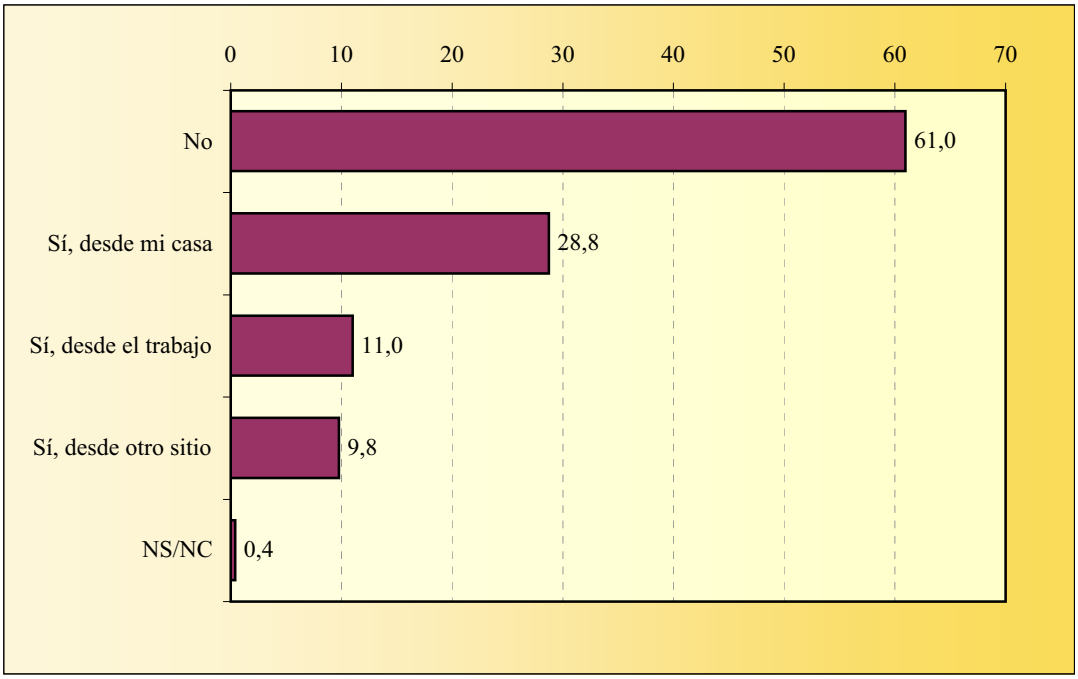
P. ¿A través de qué equipo/equipos accede Vd. a Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
Ordenador fijo o de sobremesa	54.813	95,6
Ordenador portátil	24.405	42,6
Aparato de televisión	696	1,2
Teléfono fijo con pantalla	193	0,3
Teléfono móvil	9.608	16,8
Agenda electrónica (PDA)	3.799	6,6
Videoconsola	2.611	4,6
Otro equipo	755	1,3
NS/NC	14	0,0



RED INALÁMBRICA WI-FI

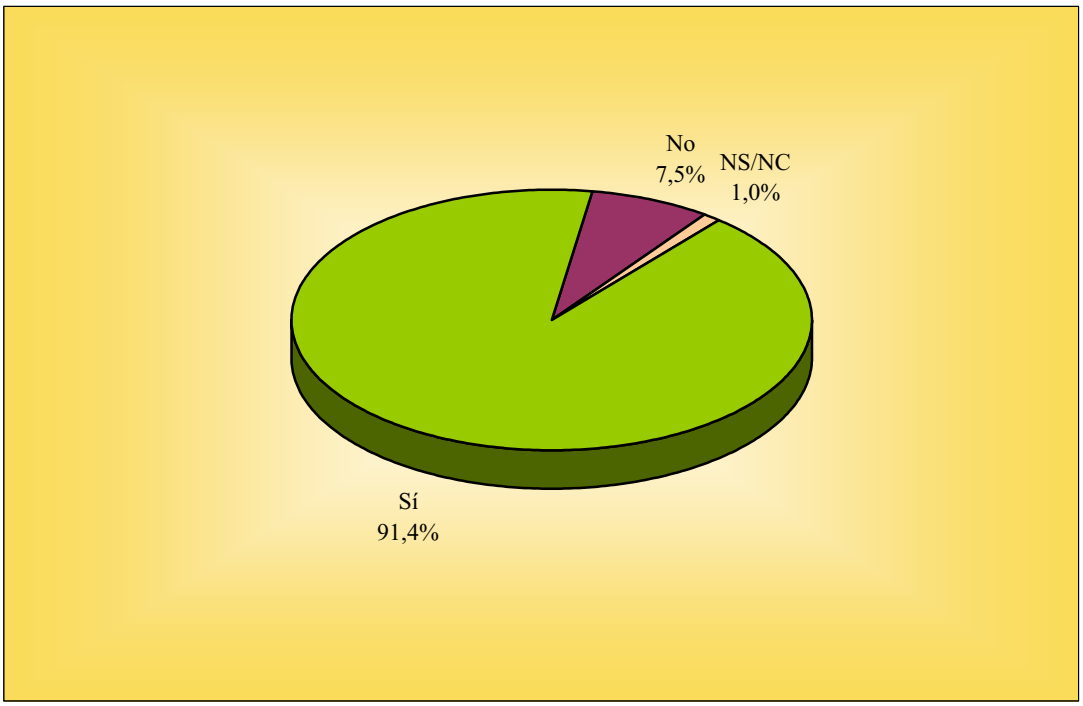
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran conectarse a Internet a través de redes Wi-Fi desde más de un sitio.

P. ¿Se conecta a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
No	34.937	61,0
Sí, desde mi casa	16.477	28,8
Sí, desde el trabajo	6.318	11,0
Sí, desde otro sitio	5.604	9,8
NS/NC	232	0,4



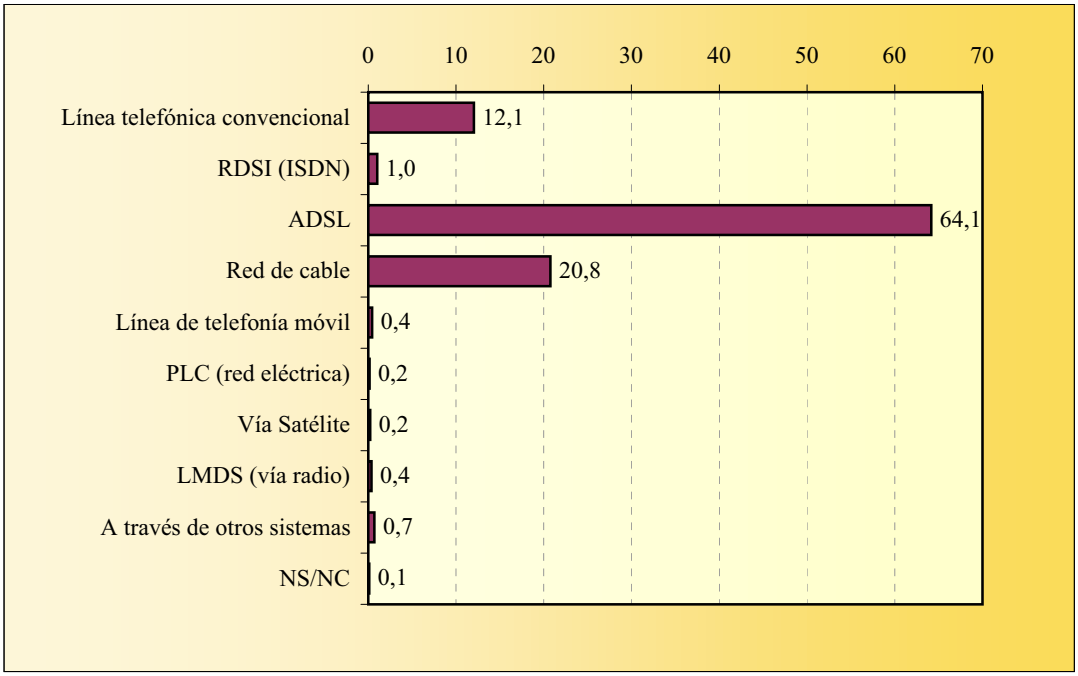
ACCESO A INTERNET DESDE CASA

P. ¿Accede a Internet desde su casa?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	52.398	91,4
No	4.324	7,5
NS/NC	588	1,0



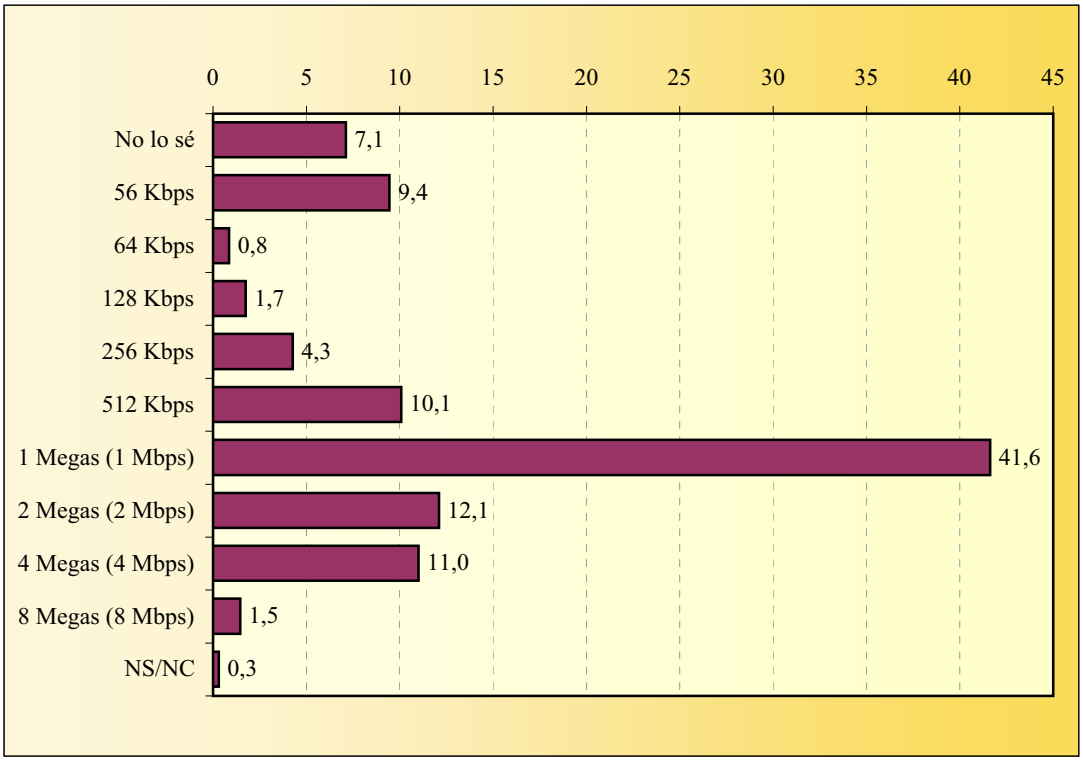
ACCESO A INTERNET DESDE CASA
Tipo de acceso

P. ¿Qué tipo de acceso a Internet utiliza en su casa? Si usa varios, seleccione cuál utiliza más frecuentemente.		
	Absolutos	**%**
BASE (accede desde casa)	52.398	100,0
Línea telefónica convencional	6.316	12,1
RDSI (ISDN)	530	1,0
ADSL	33.611	64,1
Red de cable	10.885	20,8
Línea de telefonía móvil	234	0,4
PLC (red eléctrica)	84	0,2
Vía Satélite	118	0,2
LMDS (vía radio)	189	0,4
A través de otros sistemas	372	0,7
NS/NC	59	0,1



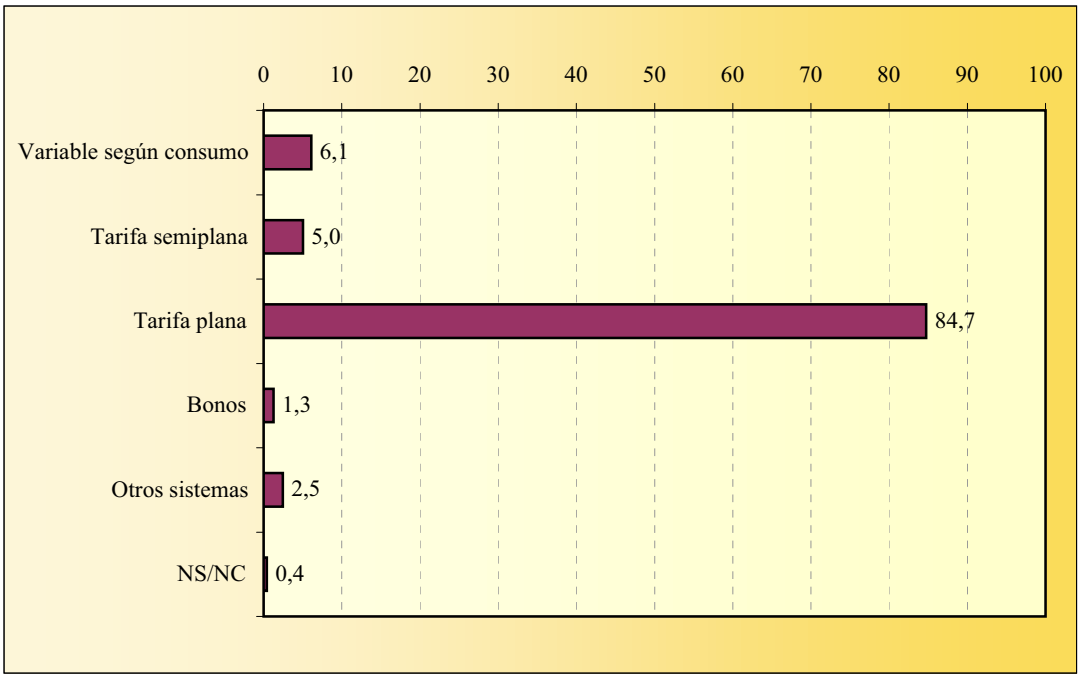
ACCESO A INTERNET DESDE CASA
Velocidad de acceso

P. ¿Qué velocidad de acceso a Internet tiene en su casa?. Señale la que más se aproxime.		
	Absolutos	**%**
BASE (accede desde casa)	52.398	100,0
No lo sé	3.725	7,1
56 Kbps	4.951	9,4
64 Kbps	445	0,8
128 Kbps	914	1,7
256 Kbps	2.235	4,3
512 Kbps	5.278	10,1
1 Megas (1 Mbps)	21.811	41,6
2 Megas (2 Mbps)	6.342	12,1
4 Megas (4 Mbps)	5.767	11,0
8 Megas (8 Mbps)	765	1,5
NS/NC	165	0,3



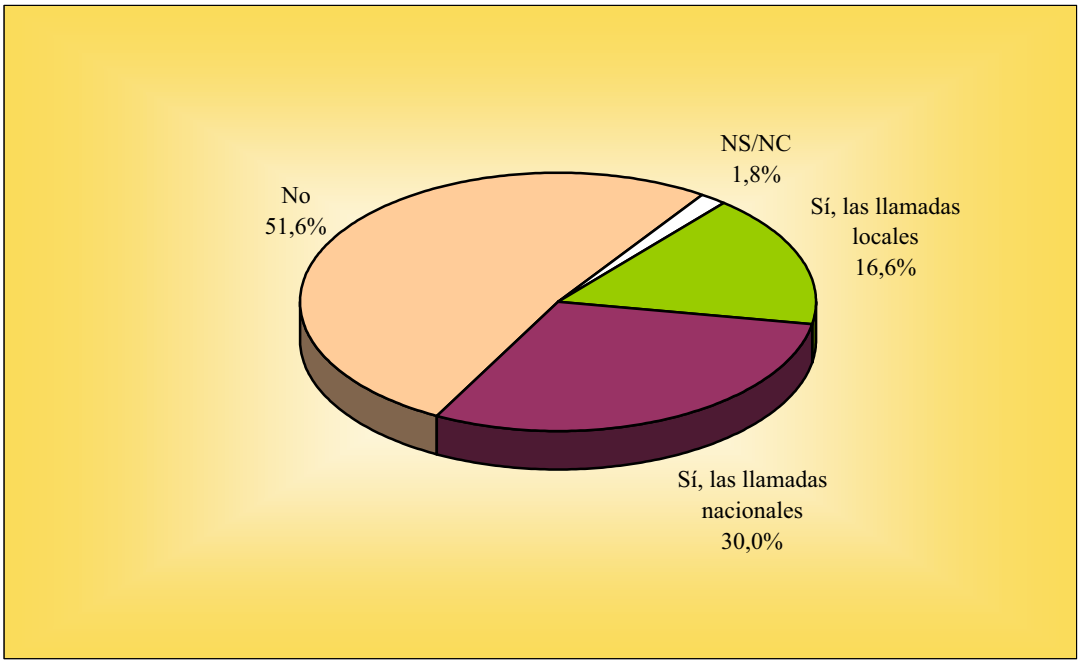
ACCESO A INTERNET DESDE CASA
Modelo de pago

P. ¿Cuál es el modelo de pago que tiene en su casa por la conexión física a Internet (línea telefónica, cable, etc.)?		
	Absolutos	**%**
BASE (accede desde casa)	52.398	100,0
Variable según consumo	3.190	6,1
Fija indep. del consumo a ciertas horas (tarifa semiplana)	2.636	5,0
Fija indep. del consumo las 24 horas (tarifa plana)	44.405	84,7
Bonos	662	1,3
Otros sistemas	1.297	2,5
NS/NC	208	0,4



ACCESO A INTERNET DESDE CASA
Gratuidad de llamadas telefónicas

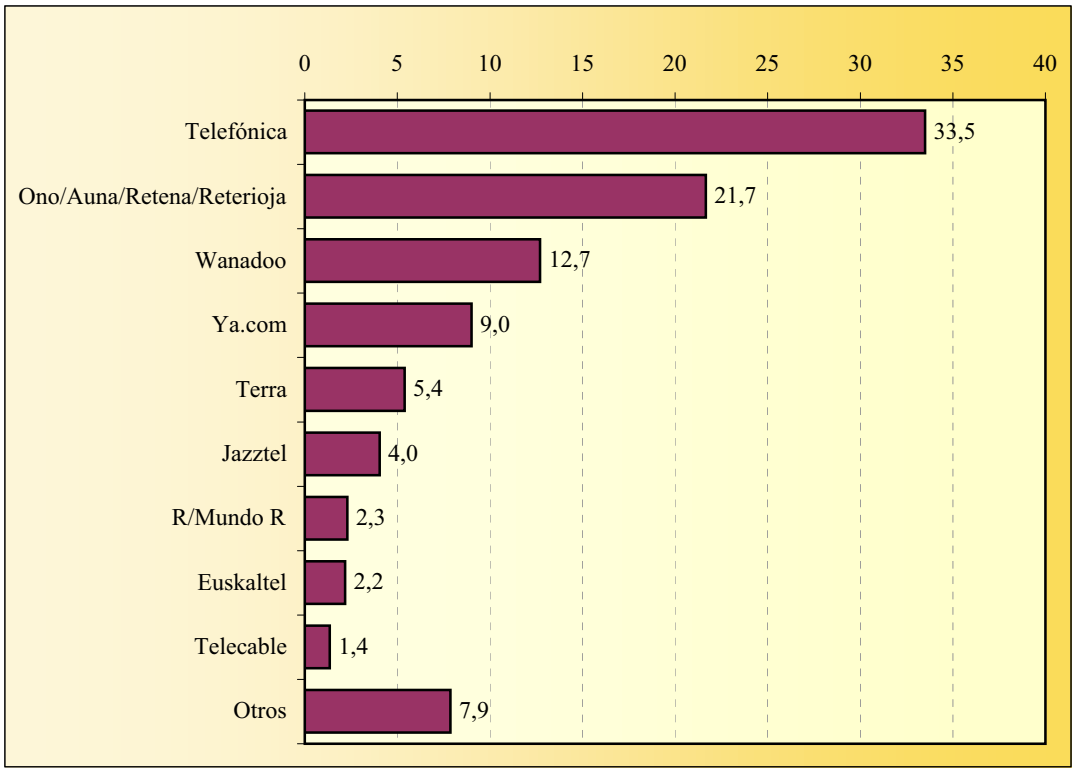
P. Si tiene algún tipo de tarifa plana, ¿ésta incluye la gratuidad de las llamadas telefónicas?		
	Absolutos	**%**
BASE (tarifa plana ó semiplana en casa)	47.041	100,0
Sí, las llamadas locales	7.807	16,6
Sí, las llamadas nacionales	14.094	30,0
No	24.293	51,6
NS/NC	847	1,8



ACCESO A INTERNET DESDE CASA
Proveedor de acceso

Entre los 52.398 entrevistados que declaran acceder a Internet desde casa, se mencionan 50.969 proveedores de acceso con la siguiente distribución:

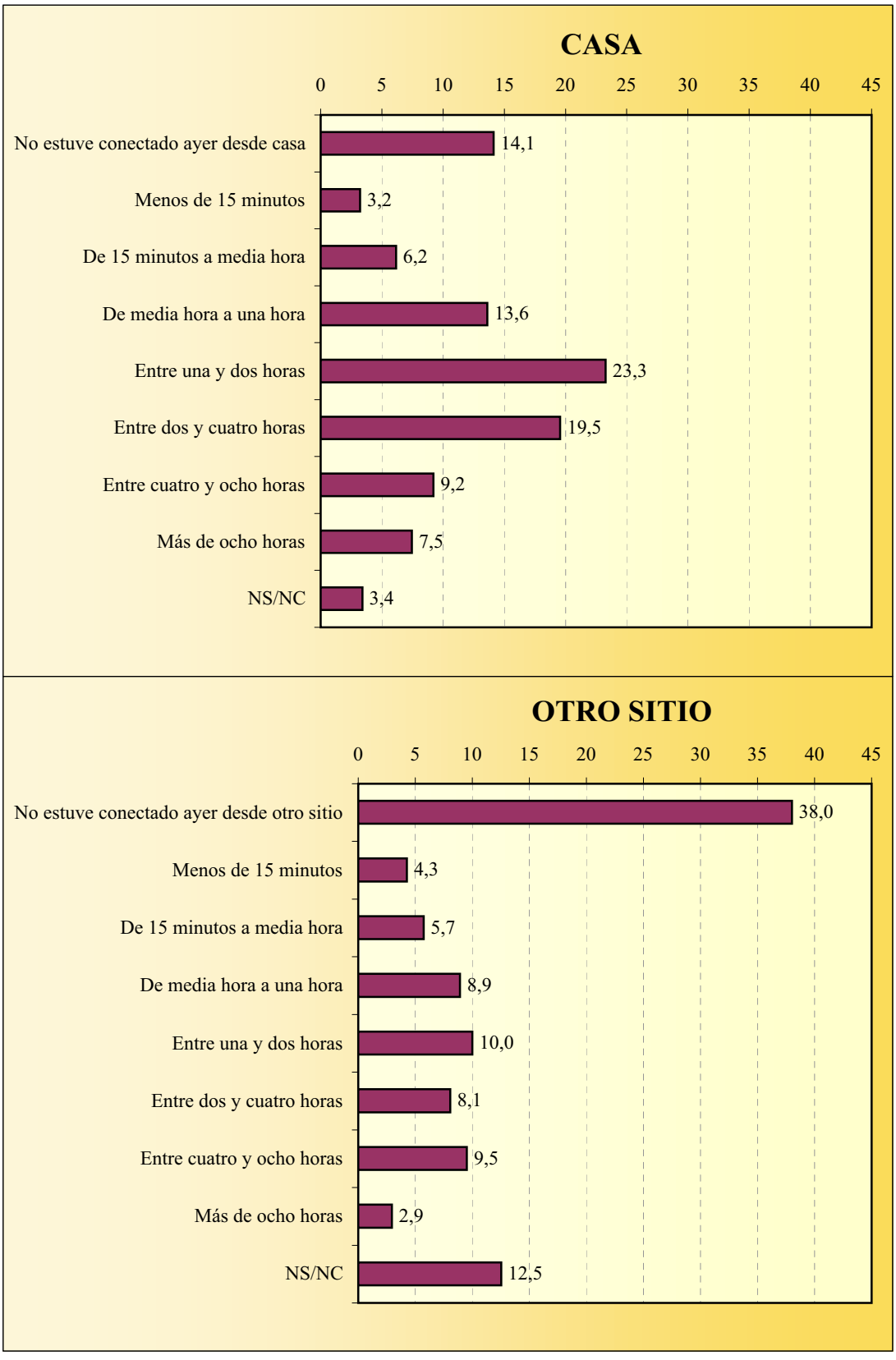
P. ¿Quién le proporciona el servicio de acceso a Internet desde su casa?		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	50.969	100,0
Telefónica	17.074	33,5
Ono/Auna/Retena/Reterioja	11.042	21,7
Wanadoo	6.472	12,7
Ya.com	4.588	9,0
Terra	2.751	5,4
Jazztel	2.061	4,0
R/Mundo R	1.168	2,3
Euskaltel	1.114	2,2
Telecable	691	1,4
Otros	4.008	7,9



TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER

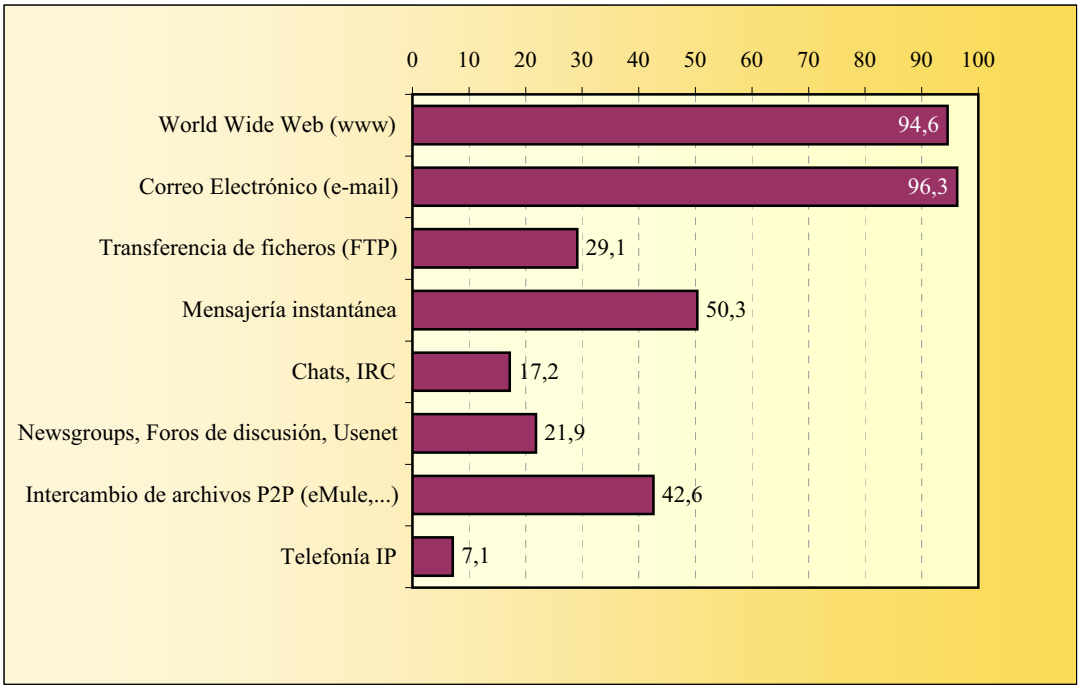
P. Durante el día de ayer, ¿cuánto tiempo estuvo utilizando Internet desde…		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
…CASA?		
No estuve conectado ayer desde casa	8.091	14,1
Menos de 15 minutos	1.851	3,2
De 15 minutos a media hora	3.531	6,2
De media hora a una hora	7.796	13,6
Entre una y dos horas	13.336	23,3
Entre dos y cuatro horas	11.203	19,5
Entre cuatro y ocho horas	5.277	9,2
Más de ocho horas	4.274	7,5
NS/NC	1.951	3,4
…OTRO SITIO?		
No estuve conectado ayer desde otro sitio	21.785	38,0
Menos de 15 minutos	2.441	4,3
De 15 minutos a media hora	3.290	5,7
De media hora a una hora	5.114	8,9
Entre una y dos horas	5.732	10,0
Entre dos y cuatro horas	4.617	8,1
Entre cuatro y ocho horas	5.457	9,5
Más de ocho horas	1.685	2,9
NS/NC	7.189	12,5

TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER



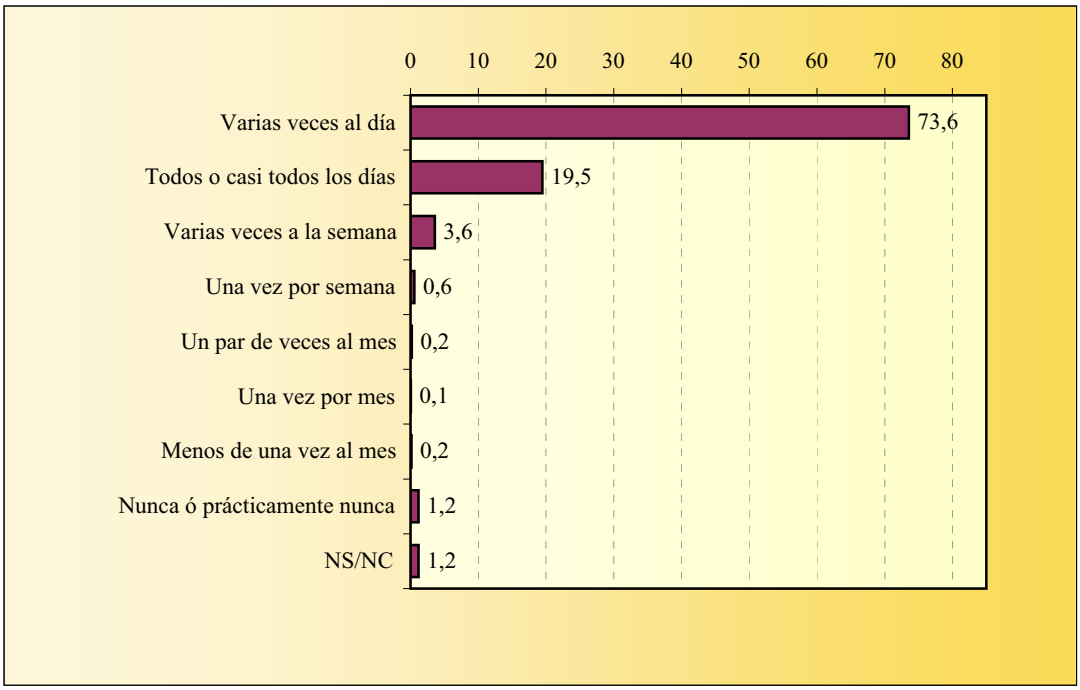
SERVICIOS UTILIZADOS DÍA DE AYER

P. Durante el día de ayer, ¿qué servicios de Internet utilizó?		
	Absolutos	**%**
BASE (ha accedido ayer)	54.563	
World Wide Web (www)	51.600	94,6
Correo Electrónico (e-mail)	52.536	96,3
Transferencia de ficheros (FTP)	15.899	29,1
Mensajería instantánea	27.465	50,3
Chats, IRC	9.373	17,2
Newsgroups, Foros de discusión, Usenet	11.925	21,9
Intercambio de archivos P2P (eMule,...)	23.229	42,6
Telefonía IP	3.875	7,1



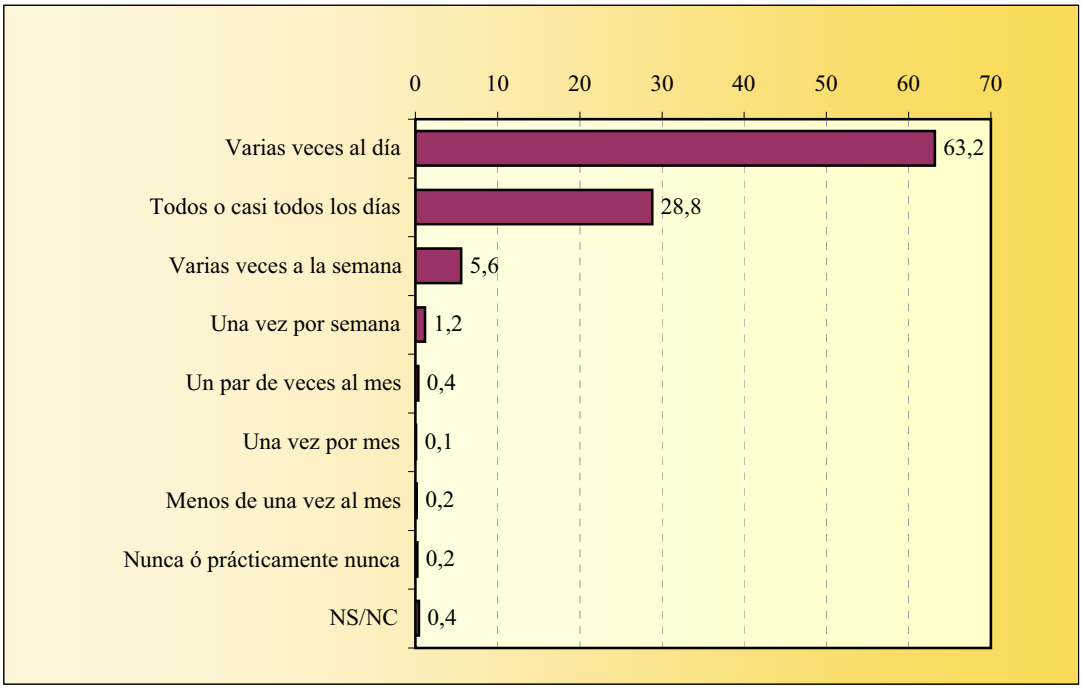
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
World Wide Web (www)

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
World Wide Web (www)		
Varias veces al día	42.154	73,6
Todos o casi todos los días	11.164	19,5
Varias veces a la semana	2.063	3,6
Una vez por semana	334	0,6
Un par de veces al mes	111	0,2
Una vez por mes	36	0,1
Menos de una vez al mes	93	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	677	1,2
NS/NC	678	1,2



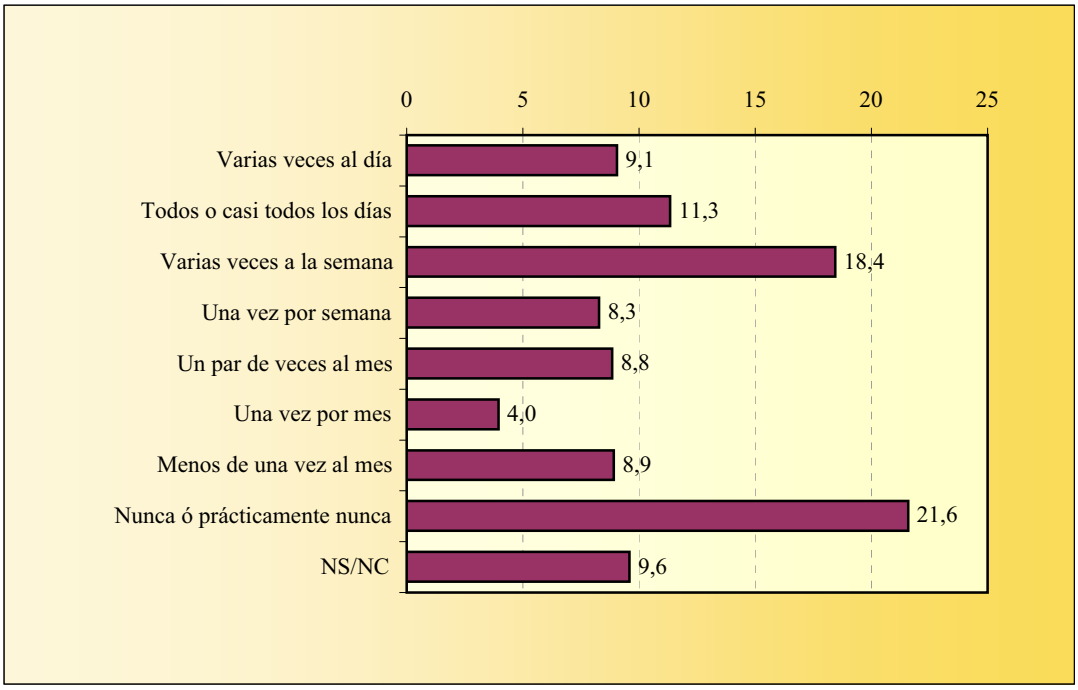
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Correo electrónico (e-mail)

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Correo electrónico (e-mail)		
Varias veces al día	36.204	63,2
Todos o casi todos los días	16.519	28,8
Varias veces a la semana	3.197	5,6
Una vez por semana	662	1,2
Un par de veces al mes	206	0,4
Una vez por mes	55	0,1
Menos de una vez al mes	86	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	137	0,2
NS/NC	244	0,4



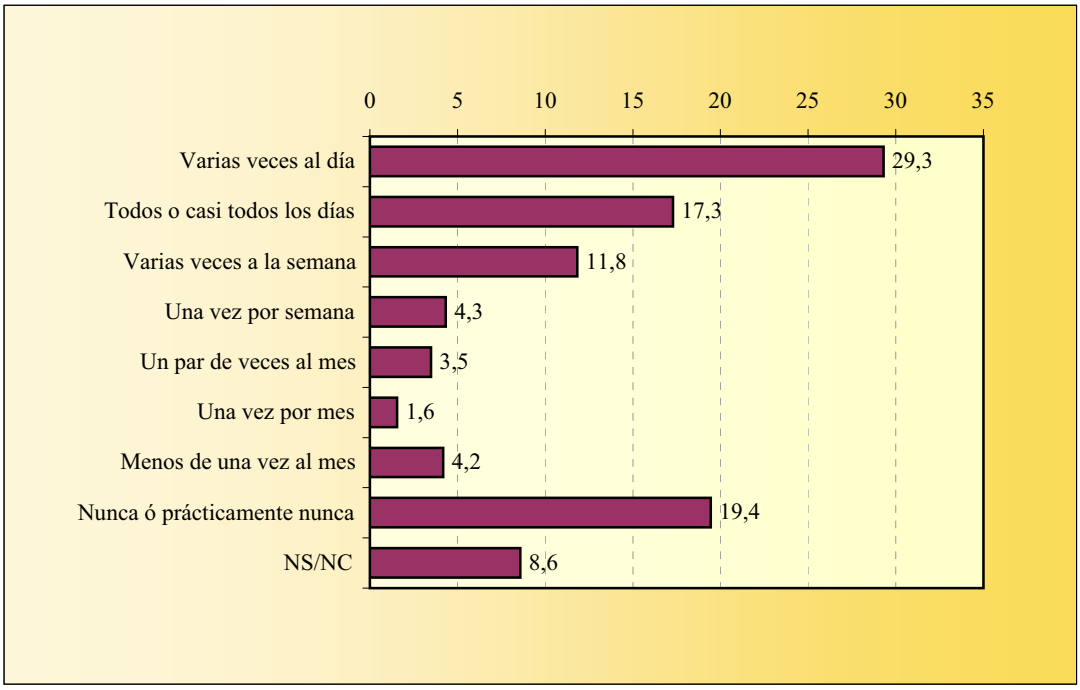
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Transferencia de ficheros (FTP)

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Transferencia de ficheros (FTP)		
Varias veces al día	5.187	9,1
Todos o casi todos los días	6.498	11,3
Varias veces a la semana	10.572	18,4
Una vez por semana	4.746	8,3
Un par de veces al mes	5.068	8,8
Una vez por mes	2.264	4,0
Menos de una vez al mes	5.109	8,9
Nunca ó prácticamente nunca	12.373	21,6
NS/NC	5.493	9,6



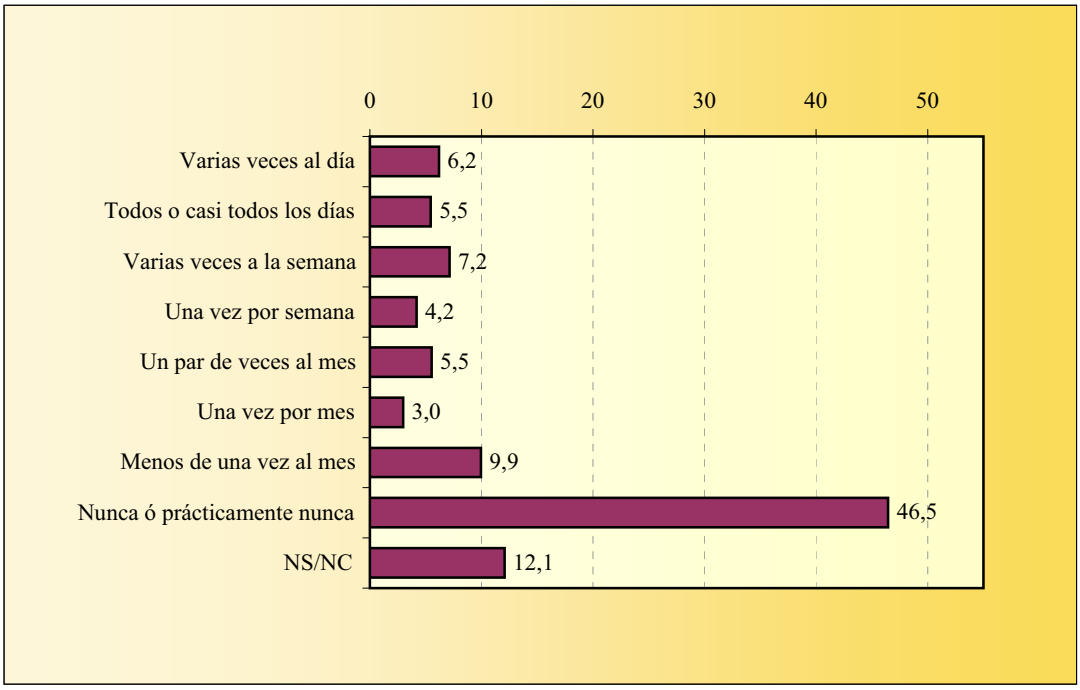
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Mensajería instantánea

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Mensajería instantánea		
Varias veces al día	16.791	29,3
Todos o casi todos los días	9.910	17,3
Varias veces a la semana	6.778	11,8
Una vez por semana	2.483	4,3
Un par de veces al mes	1.998	3,5
Una vez por mes	893	1,6
Menos de una vez al mes	2.400	4,2
Nunca ó prácticamente nunca	11.143	19,4
NS/NC	4.914	8,6



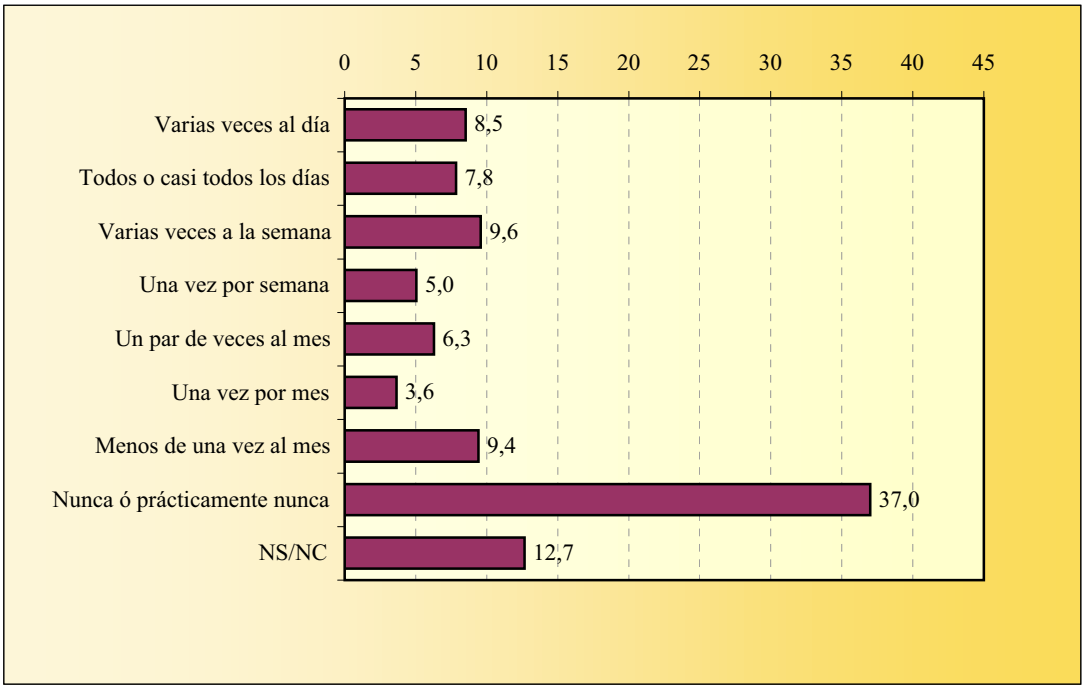
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Chats, IRC

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Chats, IRC		
Varias veces al día	3.547	6,2
Todos o casi todos los días	3.130	5,5
Varias veces a la semana	4.099	7,2
Una vez por semana	2.397	4,2
Un par de veces al mes	3.178	5,5
Una vez por mes	1.706	3,0
Menos de una vez al mes	5.701	9,9
Nunca ó prácticamente nunca	26.622	46,5
NS/NC	6.930	12,1



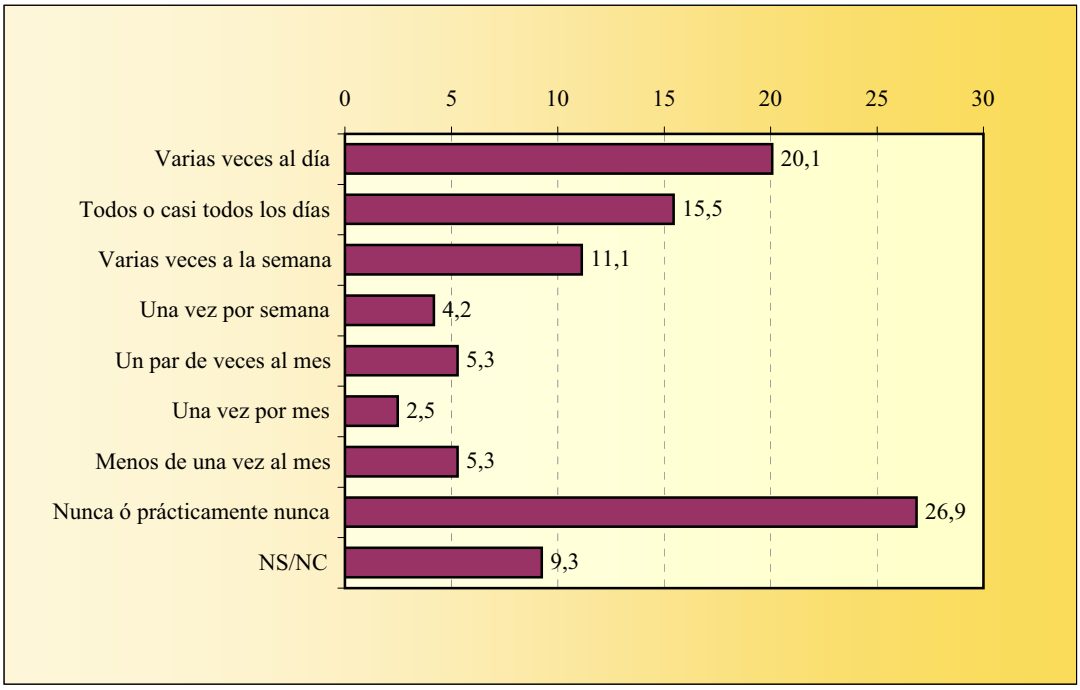
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Newsgroups

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Newsgroups, Foros de discusión, Usenet		
Varias veces al día	4.885	8,5
Todos o casi todos los días	4.489	7,8
Varias veces a la semana	5.486	9,6
Una vez por semana	2.888	5,0
Un par de veces al mes	3.598	6,3
Una vez por mes	2.090	3,6
Menos de una vez al mes	5.404	9,4
Nunca ó prácticamente nunca	21.210	37,0
NS/NC	7.260	12,7



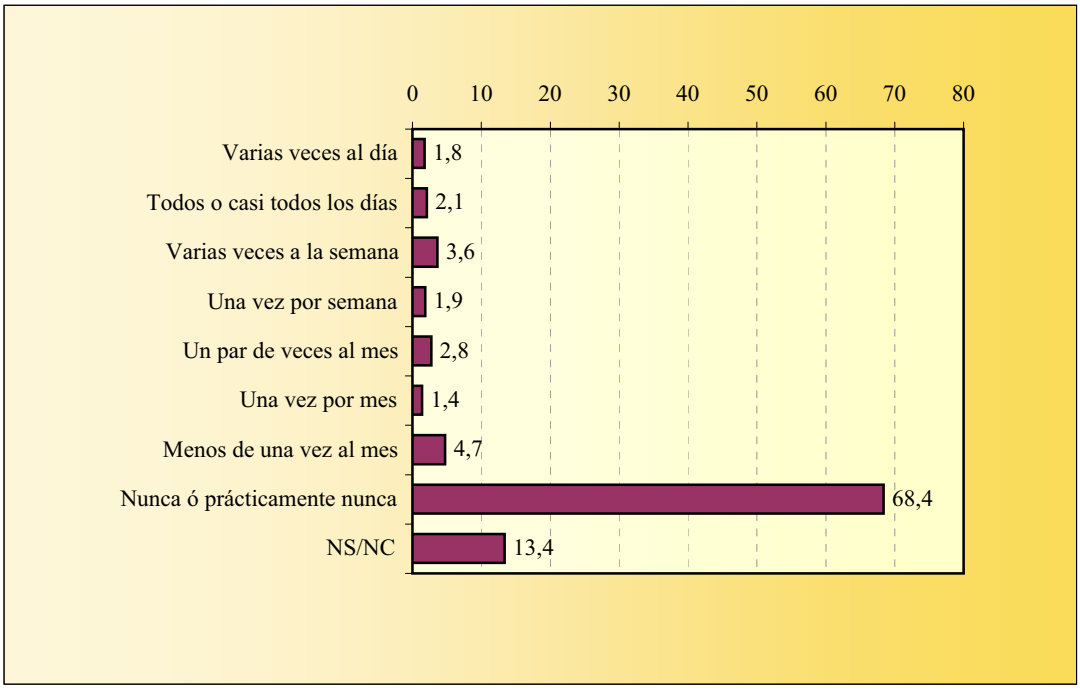
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Redes de intercambio de archivos P2P

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Redes de intercambio de archivos P2P (eMule, Kazaa,...)		
Varias veces al día	11.506	20,1
Todos o casi todos los días	8.855	15,5
Varias veces a la semana	6.377	11,1
Una vez por semana	2.395	4,2
Un par de veces al mes	3.032	5,3
Una vez por mes	1.420	2,5
Menos de una vez al mes	3.031	5,3
Nunca ó prácticamente nunca	15.391	26,9
NS/NC	5.303	9,3



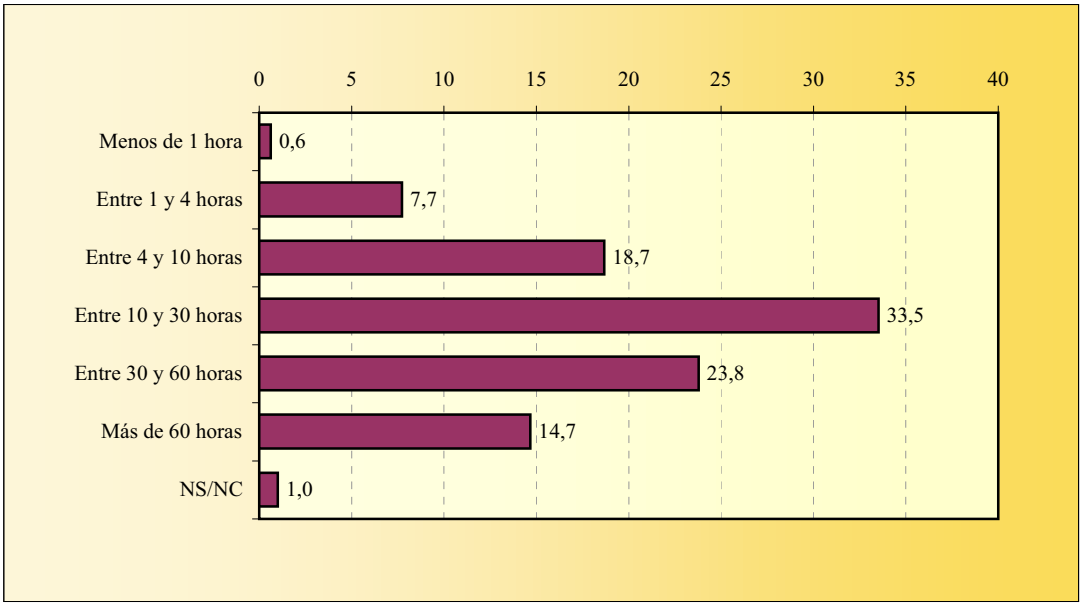
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET
Telefonía IP

P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Llamadas telefónicas por Internet, telefonía IP		
Varias veces al día	1.014	1,8
Todos o casi todos los días	1.189	2,1
Varias veces a la semana	2.074	3,6
Una vez por semana	1.062	1,9
Un par de veces al mes	1.584	2,8
Una vez por mes	810	1,4
Menos de una vez al mes	2.714	4,7
Nunca ó prácticamente nunca	39.203	68,4
NS/NC	7.660	13,4



PROMEDIO DE TIEMPO DE CONEXIÓN POR SEMANA

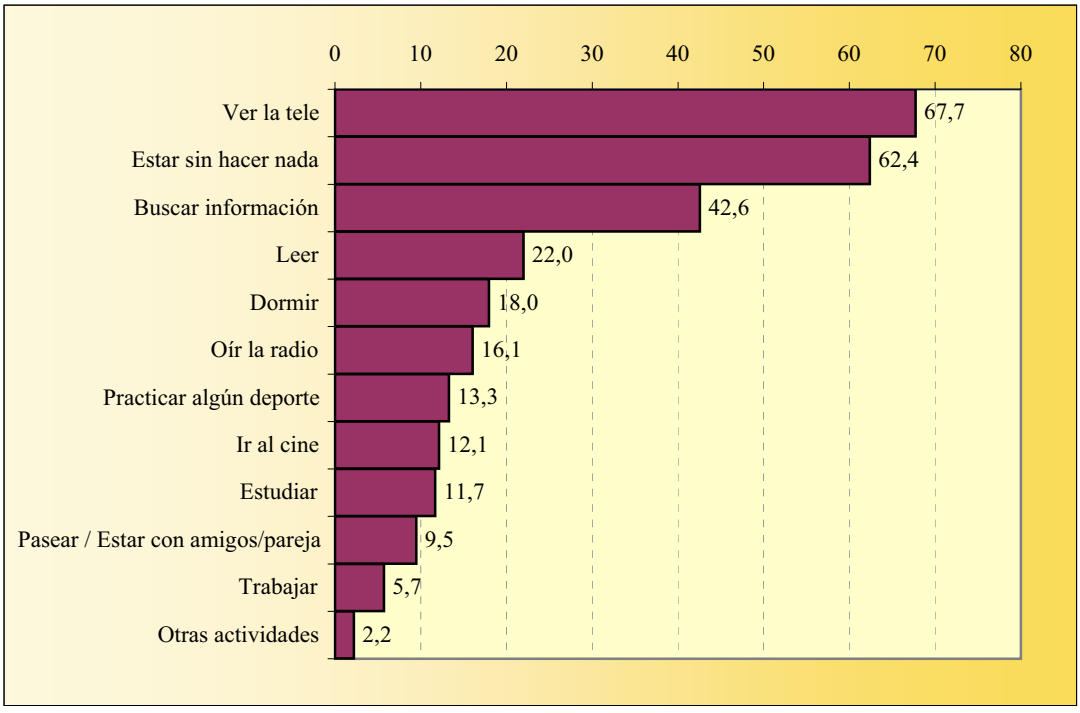
P. En una semana media, ¿cuánto tiempo diría Vd. que está utilizando Internet (cualquier servicio y suma de todas las posibles sesiones en la semana)?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Menos de 1 hora	358	0,6
Entre 1 y 4 horas	4.431	7,7
Entre 4 y 10 horas	10.704	18,7
Entre 10 y 30 horas	19.206	33,5
Entre 30 y 60 horas	13.632	23,8
Más de 60 horas	8.408	14,7
NS/NC	571	1,0



DISMINUCIÓN DE TIEMPO EN OTRAS ACTIVIDADES

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que un número significativo de informantes declara dos o más respuestas.

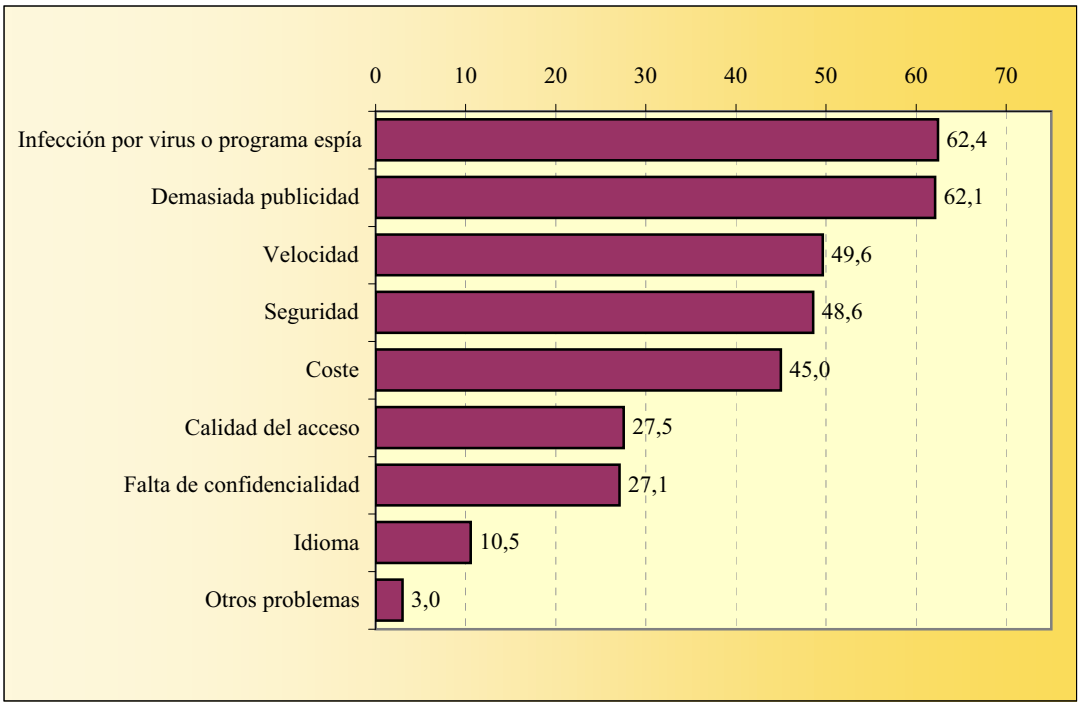
P. ¿Ha disminuido el tiempo que dedica a alguna de estas actividades por utilizar Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
Ver la tele	38.816	67,7
Estar sin hacer nada	35.759	62,4
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.	24.400	42,6
Leer	12.600	22,0
Dormir	10.297	18,0
Oír la radio	9.210	16,1
Practicar algún deporte	7.623	13,3
Ir al cine	6.947	12,1
Estudiar	6.693	11,7
Pasear / Estar con amigos/pareja	5.438	9,5
Trabajar	3.278	5,7
Otras actividades	1.268	2,2



PROBLEMAS DE INTERNET

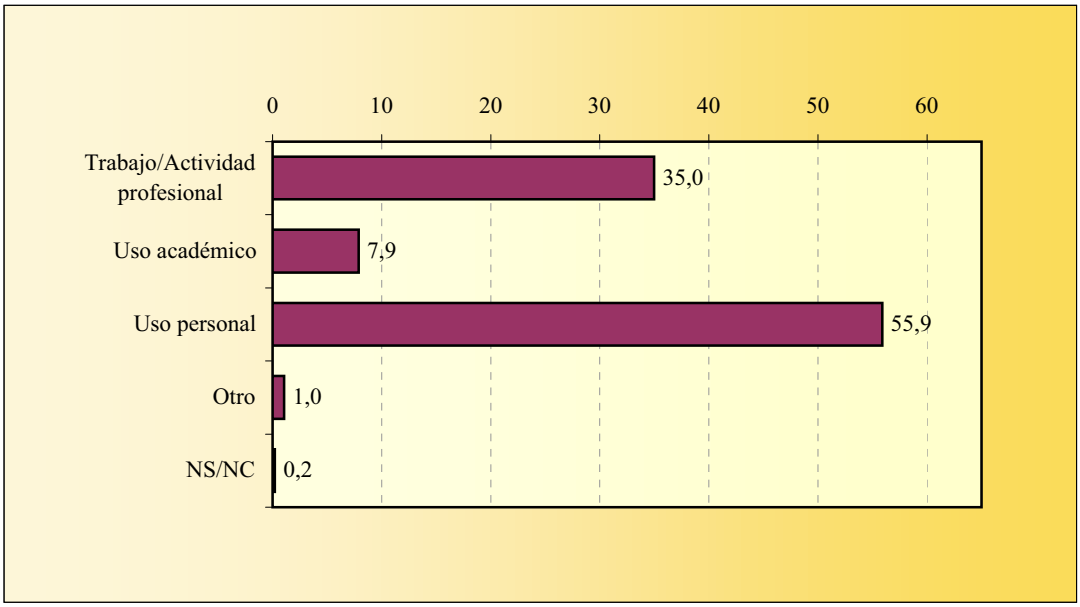
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que un elevado número de encuestados declara encontrar dos o más problemas.

P. ¿Cuáles son los mayores problemas que encuentra al utilizar Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
Infección por virus o programa espía	35.777	62,4
Demasiada publicidad	35.587	62,1
Velocidad	28.439	49,6
Seguridad	27.841	48,6
Coste	25.780	45,0
Calidad del acceso	15.774	27,5
Falta de confidencialidad	15.513	27,1
Idioma	6.042	10,5
Otros problemas	1.701	3,0



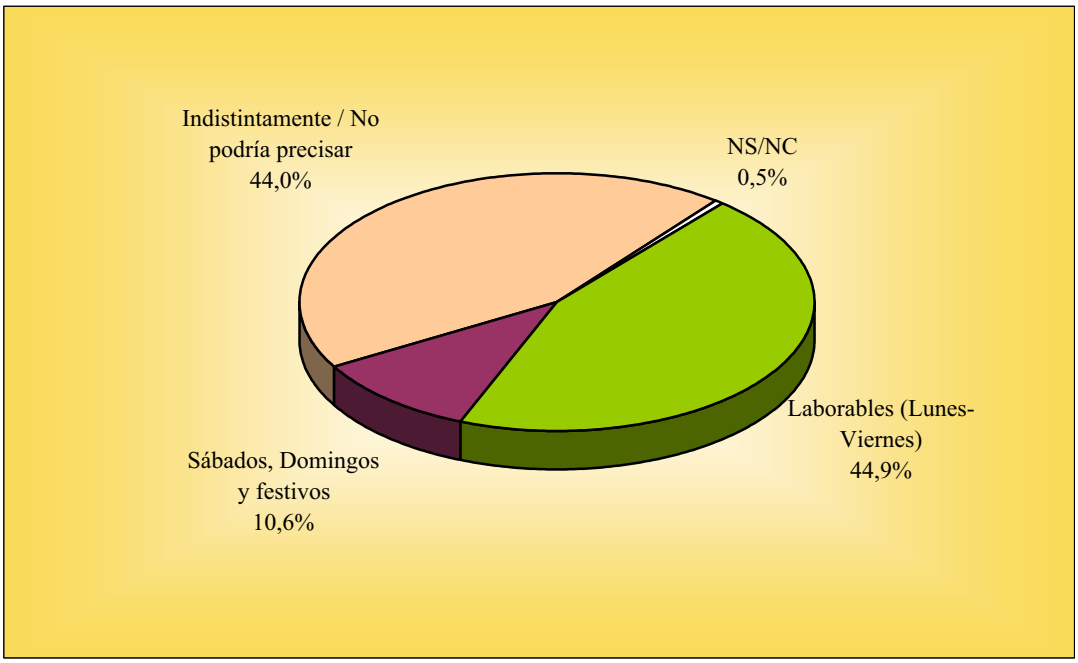
FIN PRINCIPAL DEL ACCESO A INTERNET

P. ¿Cuál diría que es el fin principal / mayoritario de su acceso a Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Trabajo/Actividad profesional	20.049	35,0
Uso académico	4.516	7,9
Uso personal	32.032	55,9
Otro	601	1,0
NS/NC	112	0,2



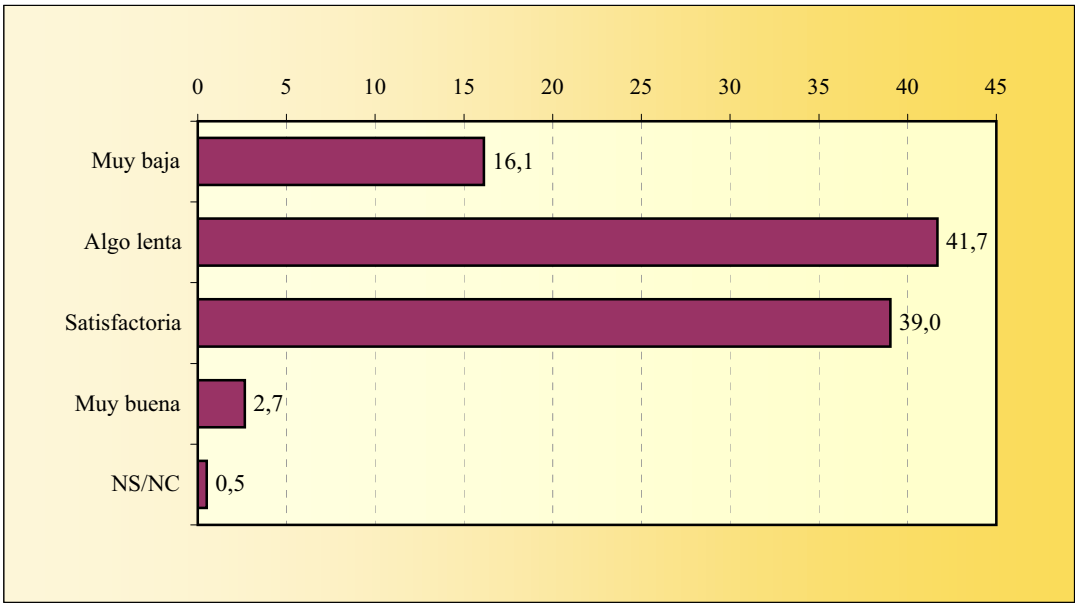
DIAS DE MAYOR CONEXIÓN

P. ¿En qué días suele con mayor frecuencia utilizar Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Laborables (Lunes-Viernes)	25.721	44,9
Sábados, Domingos y festivos	6.087	10,6
Indistintamente / No podría precisar	25.238	44,0
NS/NC	264	0,5



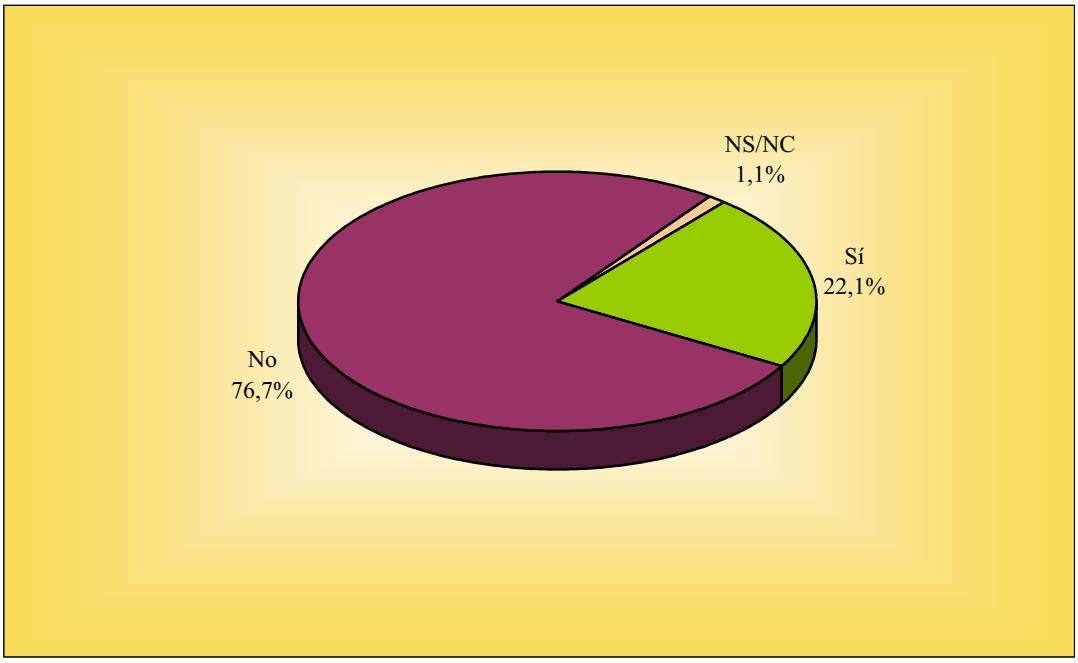
VELOCIDAD DE INTERNET

P. ¿Cómo considera la velocidad actual de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Muy baja	9.239	16,1
Algo lenta	23.885	41,7
Satisfactoria	22.370	39,0
Muy buena	1.522	2,7
NS/NC	294	0,5



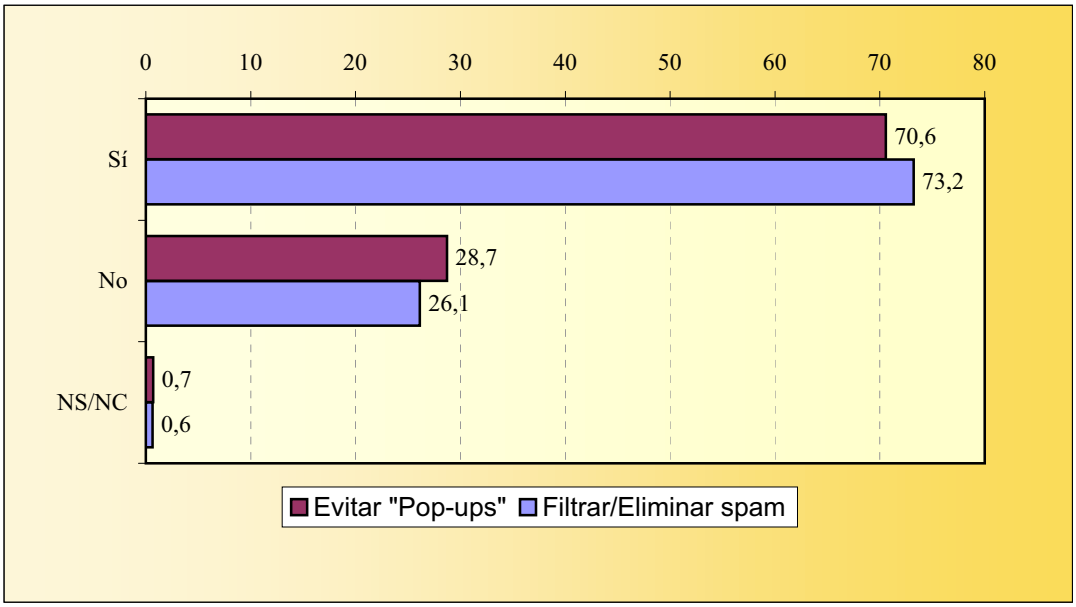
FIRMA ELECTRÓNICA

P. ¿Posee Vd. certificado digital de firma electrónica?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	12.686	22,1
No	43.976	76,7
NS/NC	648	1,1



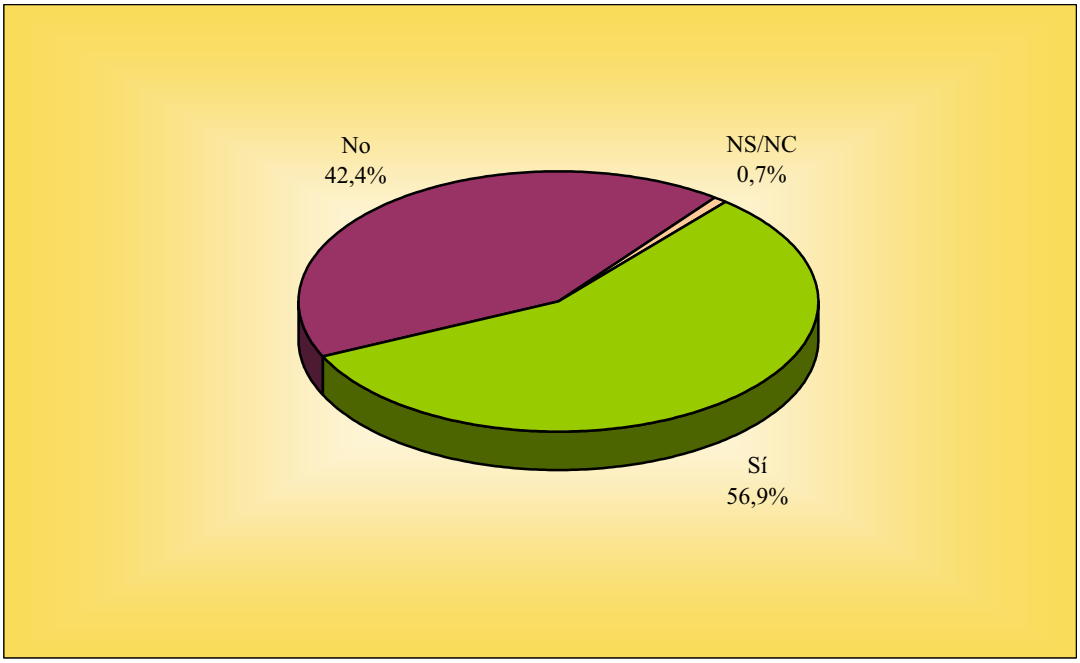
PROGRAMAS/SISTEMAS PARA EVITAR PUBLICIDAD

P. ¿Utiliza algún programa/sistema para ...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
…evitar "Pop-ups"?		
Sí	40.438	70,6
No	16.468	28,7
NS/NC	404	0,7
…filtrar/eliminar spam (correo no solicitado)?		
Sí	41.963	73,2
No	14.977	26,1
NS/NC	370	0,6



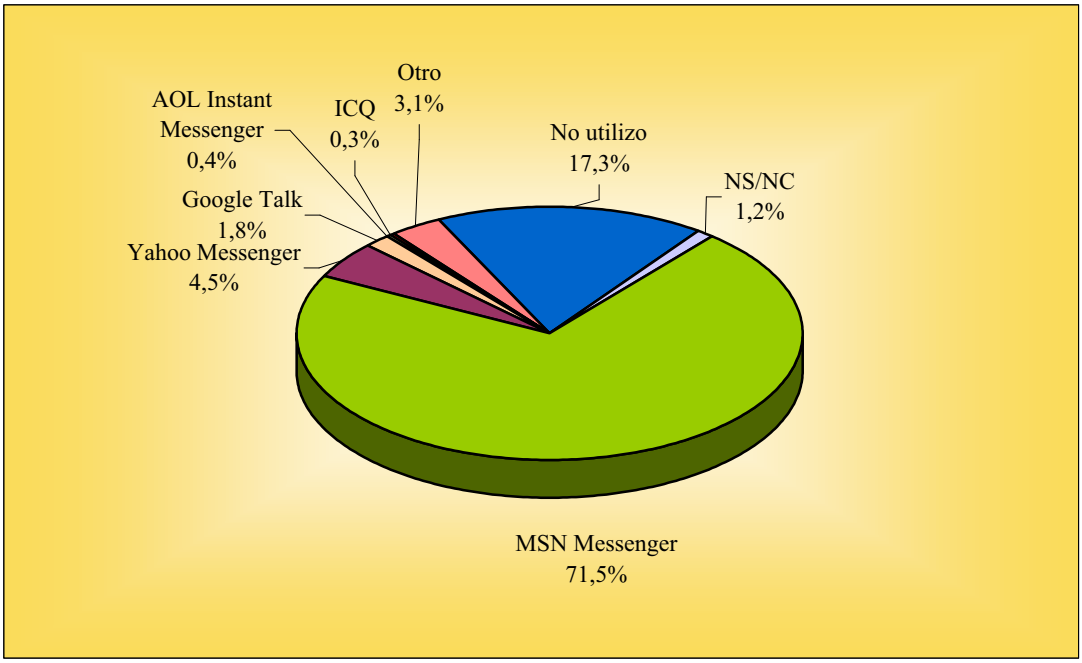
BARRA DE HERRAMIENTAS EN EL NAVEGADOR

P. ¿Tiene instalada en su navegador alguna barra de herramientas de las facilitadas por determinados buscadores o portales (Google, Yahoo, MSN, Alexa, ...)?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	32.592	56,9
No	24.318	42,4
NS/NC	400	0,7



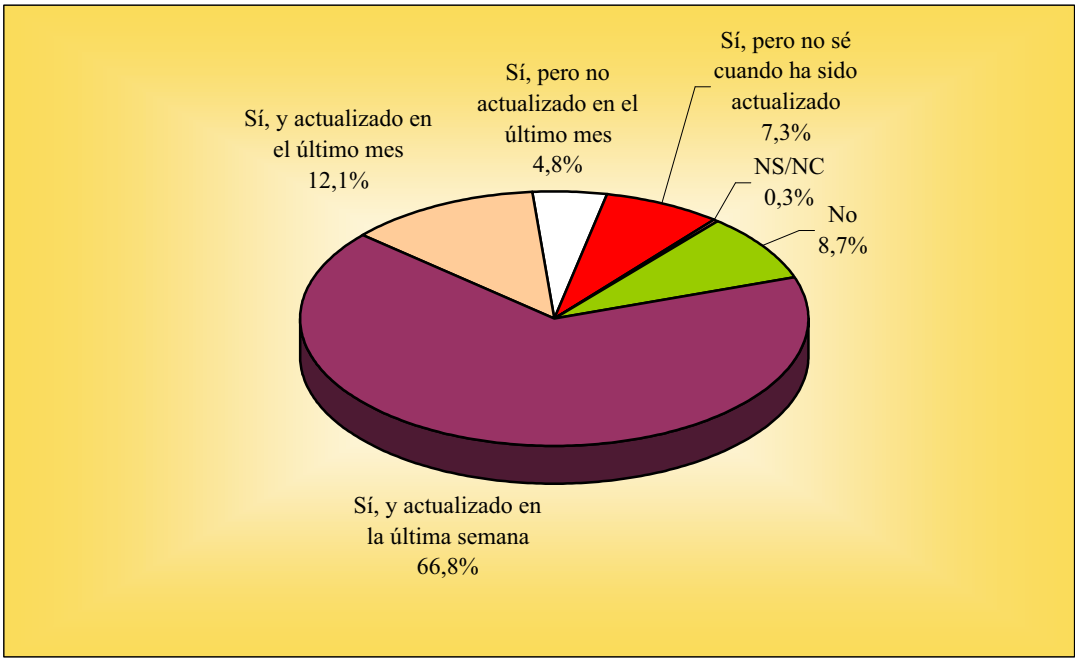
SOFTWARE DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

P. ¿Qué software de mensajería instantánea utiliza principalmente?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
MSN Messenger	40.985	71,5
Yahoo Messenger	2.561	4,5
Google Talk	1.038	1,8
AOL Instant Messenger	203	0,4
ICQ	155	0,3
Otro	1.797	3,1
No utilizo	9.900	17,3
NS/NC	671	1,2



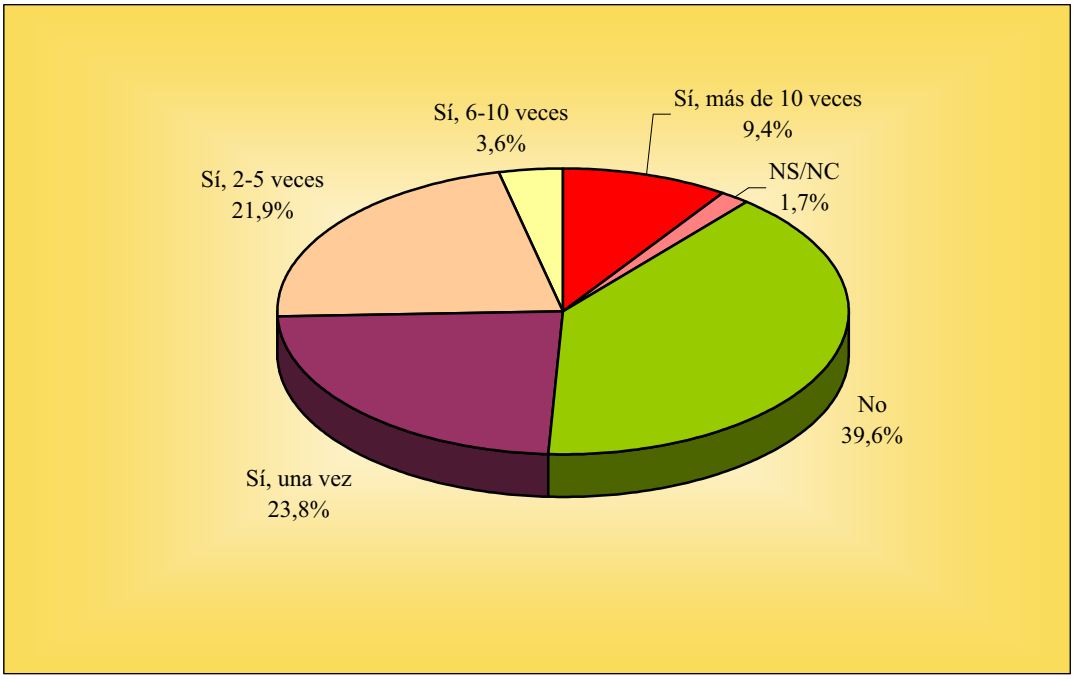
VIRUS INFORMÁTICOS
Programa antivirus

P. ¿Tiene instalado algún programa antivirus?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
No	4.960	8,7
Sí, y actualizado en la última semana	38.255	66,8
Sí, y actualizado en el último mes	6.936	12,1
Sí, pero no actualizado en el último mes	2.778	4,8
Sí, pero no sé cuando ha sido actualizado	4.197	7,3
NS/NC	184	0,3



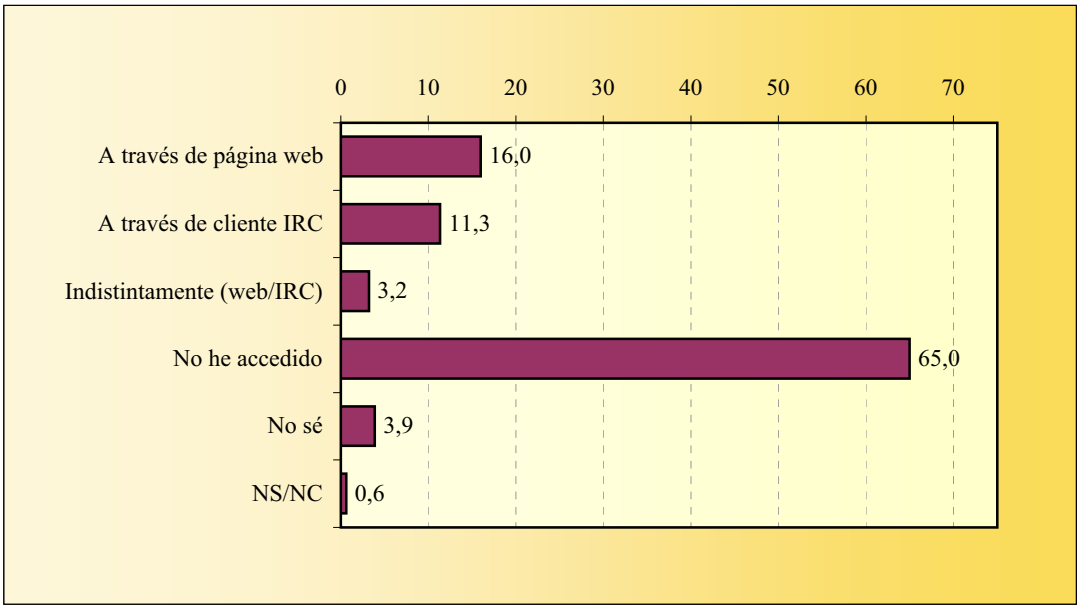
VIRUS INFORMÁTICOS
Infección

P. En el último año, ¿se ha visto infectado por algún virus informático o programa espía (spyware) procedente de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
No	22.699	39,6
Sí, una vez	13.654	23,8
Sí, 2-5 veces	12.557	21,9
Sí, 6-10 veces	2.065	3,6
Sí, más de 10 veces	5.386	9,4
NS/NC	949	1,7



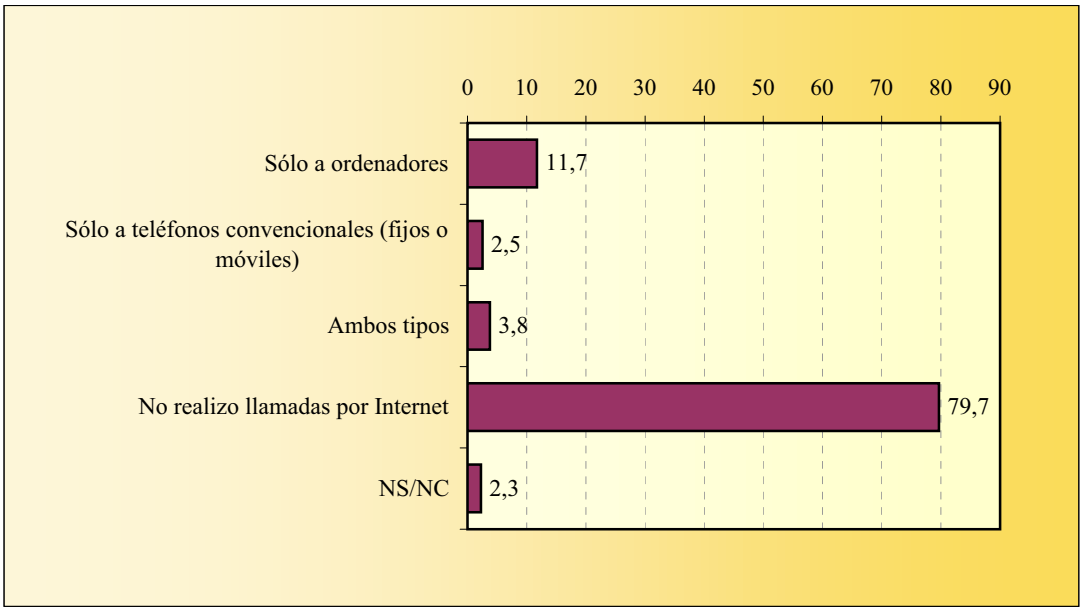
TIPO DE ACCESO A CHAT

P. Indique a través de que medio ha accedido Vd. principalmente a chats en los últimos 30 días:		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
A través de página web	9.165	16,0
A través de cliente IRC	6.492	11,3
Indistintamente (web/IRC)	1.843	3,2
No he accedido	37.232	65,0
No sé	2.229	3,9
NS/NC	349	0,6



TIPO DE LLAMADAS TELEFONICAS POR INTERNET

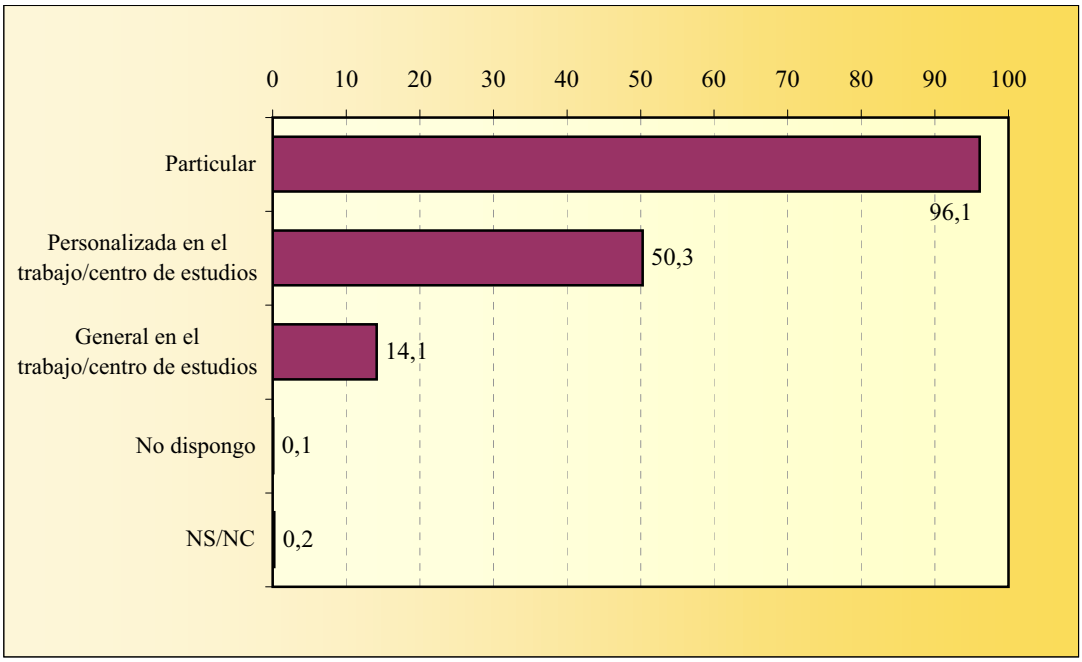
P. Si realiza llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP), ¿de qué tipo son?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sólo a ordenadores	6.731	11,7
Sólo a teléfonos convencionales (fijos o móviles)	1.445	2,5
Ambos tipos	2.157	3,8
No realizo llamadas por Internet	45.673	79,7
NS/NC	1.304	2,3



DISPONIBILIDAD DE E-MAIL

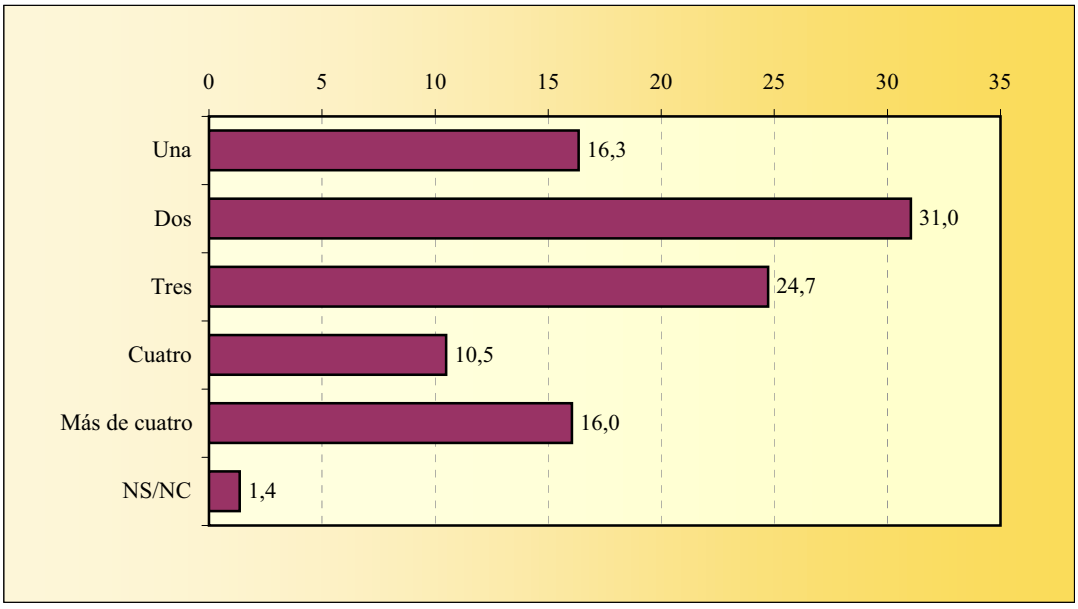
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que un número significativo de informantes declara dos o más respuestas.

P. ¿Dispone de dirección de e-mail?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
Particular	55.066	96,1
Personalizada en el trabajo/centro de estudios	28.816	50,3
General en el trabajo/centro de estudios	8.095	14,1
No dispongo	40	0,1
NS/NC	121	0,2



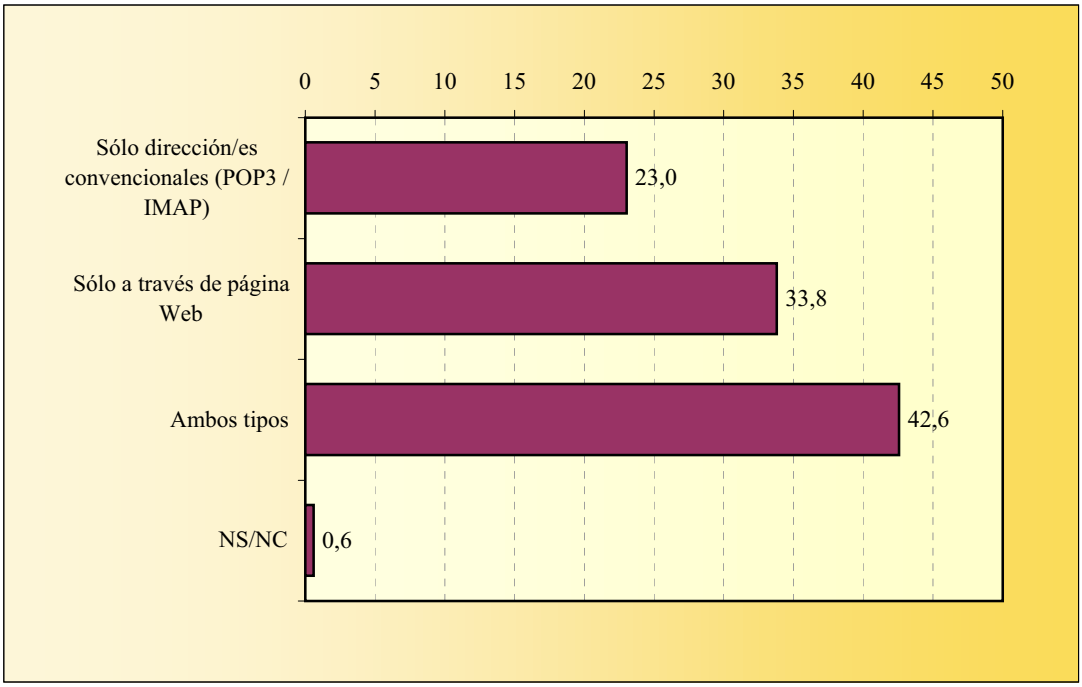
NÚMERO DE DIRECCIONES DE E-MAIL

P. Si dispone de E-mail, ¿a través de cuántas direcciones diferentes recibe su correo electrónico?		
	Absolutos	**%**
BASE (dispone de e-mail)	57.149	100,0
Una	9.340	16,3
Dos	17.738	31,0
Tres	14.132	24,7
Cuatro	5.994	10,5
Más de cuatro	9.170	16,0
NS/NC	775	1,4



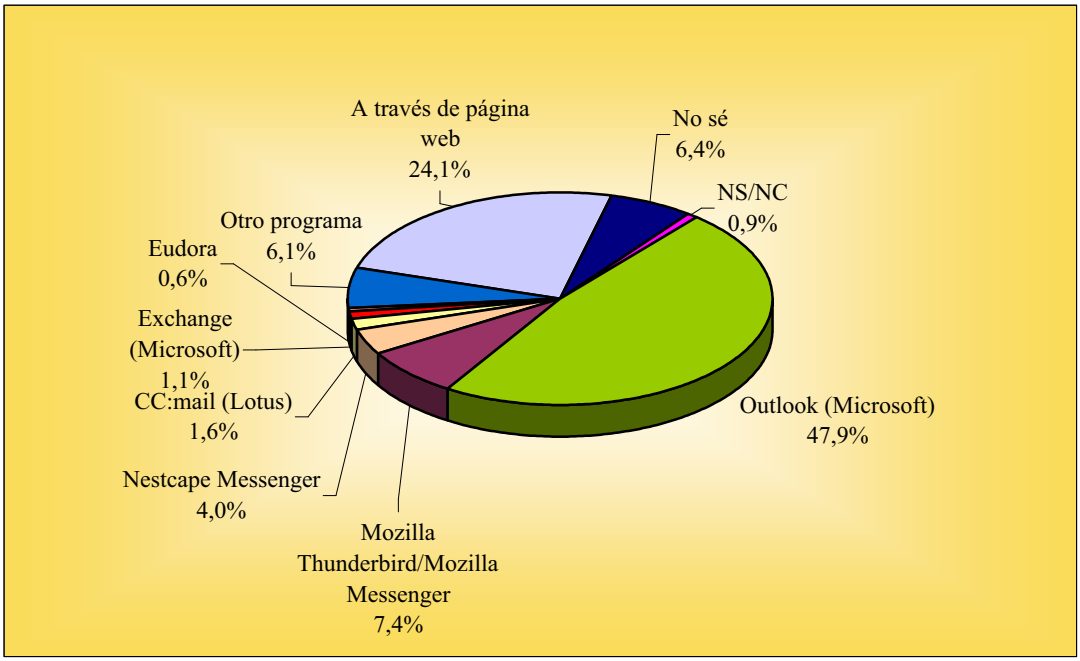
TIPO DE LAS DIRECCIONES DE E-MAIL

P. Su dirección o direcciones de correo son del tipo:		
	Absolutos	**%**
BASE (dispone de e-mail)	57.149	100,0
Sólo dispone de dirección/es convencionales (POP3 / IMAP)	13.163	23,0
Sólo dispone de dirección/es a través de una página Web	19.322	33,8
Dispone de ambos tipos de direcciones de correo	24.323	42,6
NS/NC	341	0,6



SOFTWARE DE CORREO ELECTRÓNICO

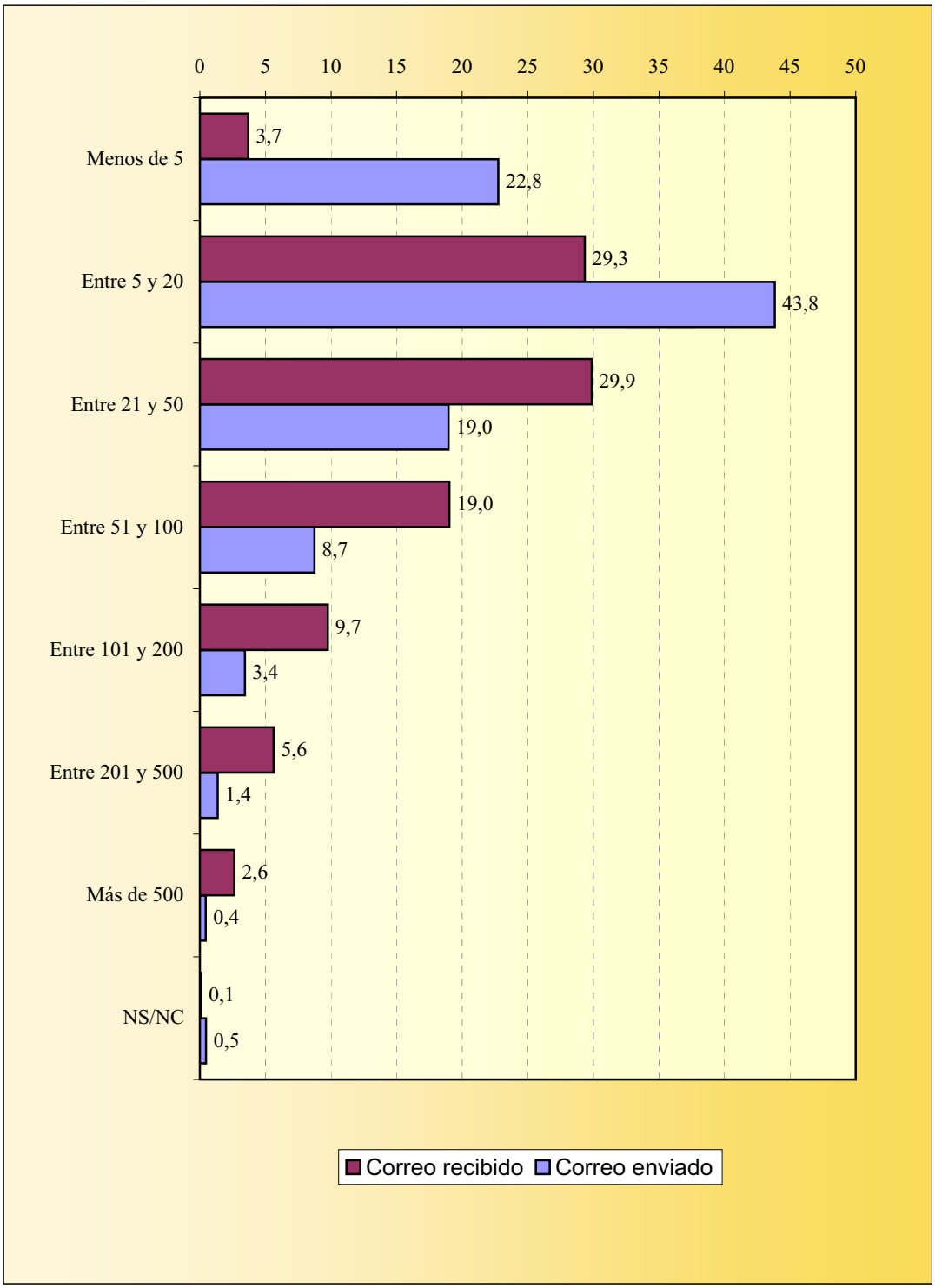
P. ¿Qué software de correo electrónico utiliza preferentemente?		
	Absolutos	**%**
BASE (dispone de e-mail)	57.149	100,0
Outlook (Microsoft)	27.364	47,9
Mozilla Thunderbird/Mozilla Messenger	4.251	7,4
Nestcape Messenger	2.276	4,0
CC:mail (Lotus)	901	1,6
Exchange (Microsoft)	626	1,1
Eudora	351	0,6
Otro programa	3.464	6,1
A través de página web	13.783	24,1
No sé	3.630	6,4
NS/NC	503	0,9



CORREOS ELECTRÓNICOS RECIBIDOS / ENVIADOS

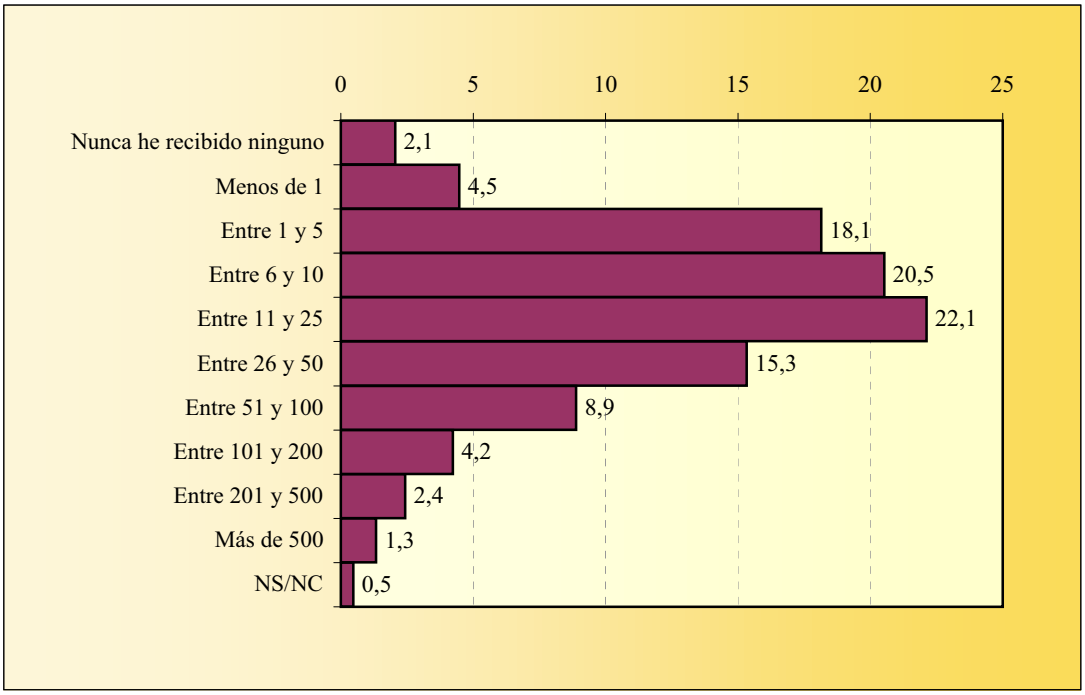
P. En una semana media, ¿cuántos correos electrónicos ...		
	Absolutos	**%**
BASE (dispone de e-mail)	57.149	100,0
…RECIBE?		
Menos de 5	2.103	3,7
Entre 5 y 20	16.767	29,3
Entre 21 y 50	17.073	29,9
Entre 51 y 100	10.872	19,0
Entre 101 y 200	5.569	9,7
Entre 201 y 500	3.206	5,6
Más de 500	1.499	2,6
NS/NC	60	0,1
…ENVÍA?		
Menos de 5	13.003	22,8
Entre 5 y 20	25.052	43,8
Entre 21 y 50	10.831	19,0
Entre 51 y 100	4.995	8,7
Entre 101 y 200	1.965	3,4
Entre 201 y 500	781	1,4
Más de 500	252	0,4
NS/NC	270	0,5

CORREOS ELECTRÓNICOS RECIBIDOS / ENVIADOS



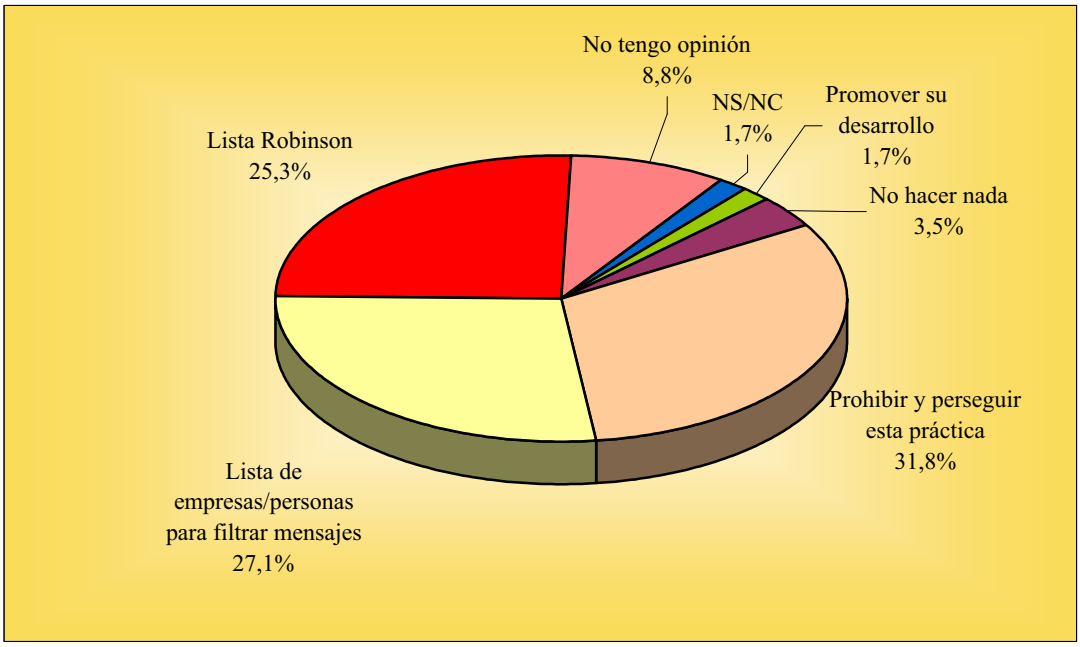
SPAMMING
Frecuencia

P. En relación al envío masivo de correos electrónicos (spamming) que, a menudo, contienen publicidad, avisos políticos, formas de hacerse rico rápidamente, etc. En una semana media, ¿cuántos mensajes no solicitados/deseados de este tipo recibe?		
	Absolutos	**%**
BASE (dispone de e-mail)	57.149	100,0
Nunca he recibido ninguno	1.173	2,1
Menos de 1	2.559	4,5
Entre 1 y 5	10.367	18,1
Entre 6 y 10	11.728	20,5
Entre 11 y 25	12.644	22,1
Entre 26 y 50	8.758	15,3
Entre 51 y 100	5.081	8,9
Entre 101 y 200	2.419	4,2
Entre 201 y 500	1.391	2,4
Más de 500	761	1,3
NS/NC	268	0,5



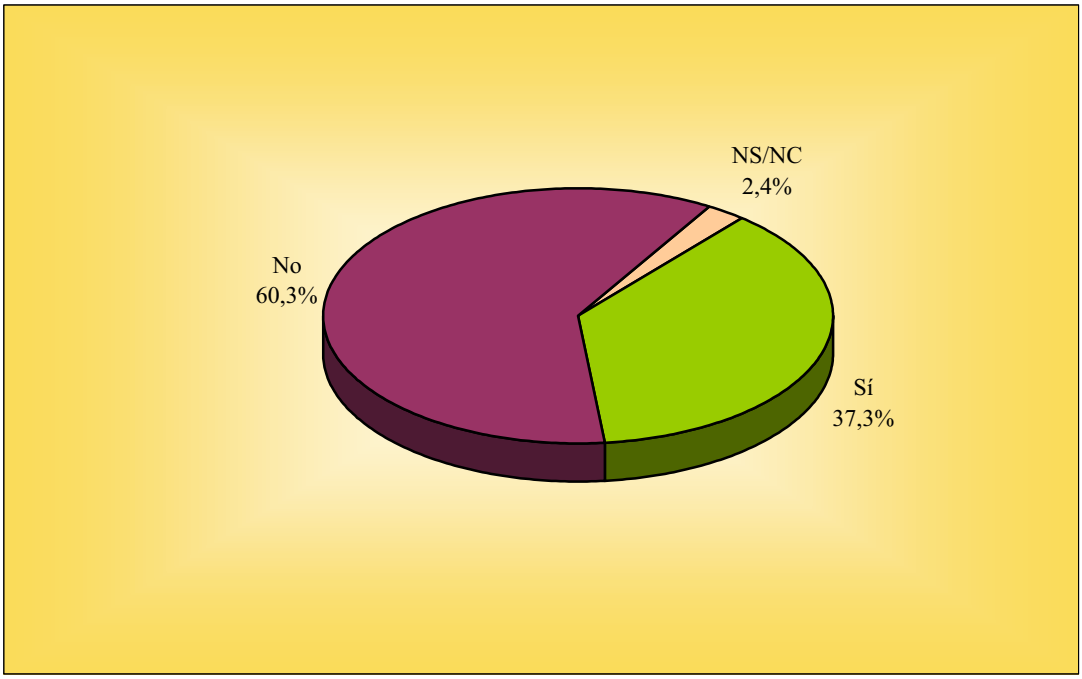
SPAMMING
Opinión

P. Concerniente a la situación creada por el correo no solicitado, ¿con cuál de las siguientes respuestas está más de acuerdo?		
	Absolutos	**%**
BASE (dispone de e-mail)	57.149	100,0
Dada su utilidad, habría que promover su desarrollo.	964	1,7
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	2.017	3,5
Prohibir y perseguir legalmente esta práctica.	18.162	31,8
Crear lista de empresas/personas que realizan estas actividades para filtrar mensajes.	15.510	27,1
Crear registro con direcciones de aquellos que no quieran recibir mensajes (lista Robinson).	14.480	25,3
No sé, no tengo opinión al respecto.	5.055	8,8
NS/NC	961	1,7



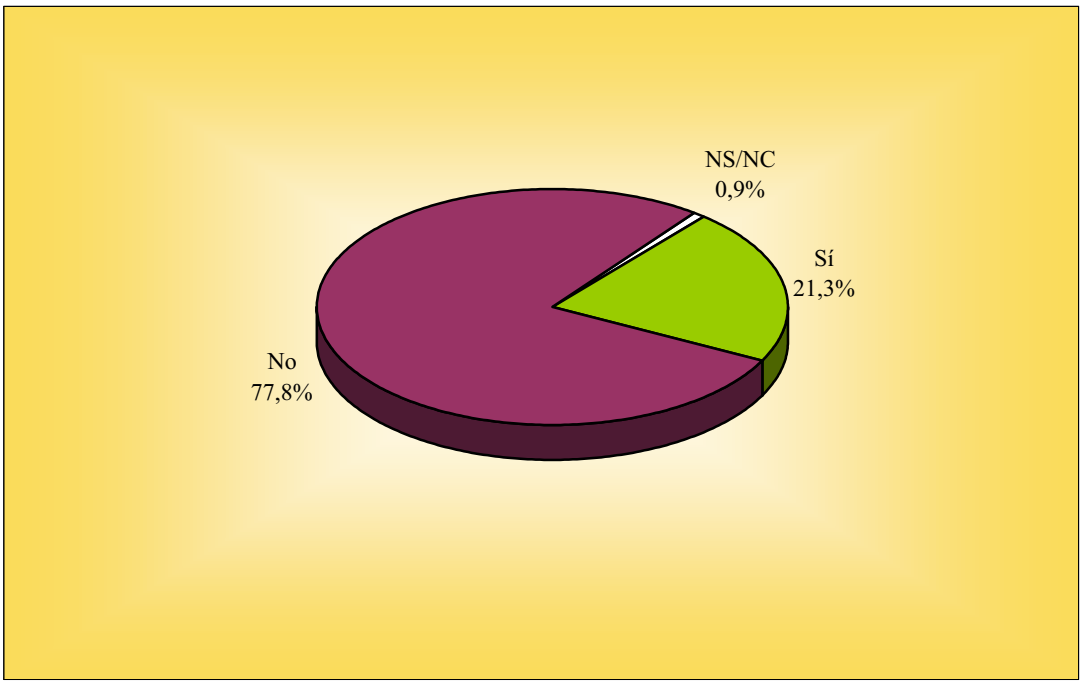
PHISHING

P. En cuanto al "phishing" (estafa consistente en el envío masivo de correos electrónicos que fingen proceder de bancos u otras entidades con el fin de obtener contraseñas y datos personales de los usuarios para hacerse pasar por ellos en operaciones on line), ¿ha recibido, en el último año, algún mensaje de este tipo?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.149	100,0
Sí	21.334	37,3
No	34.433	60,3
NS/NC	1.382	2,4



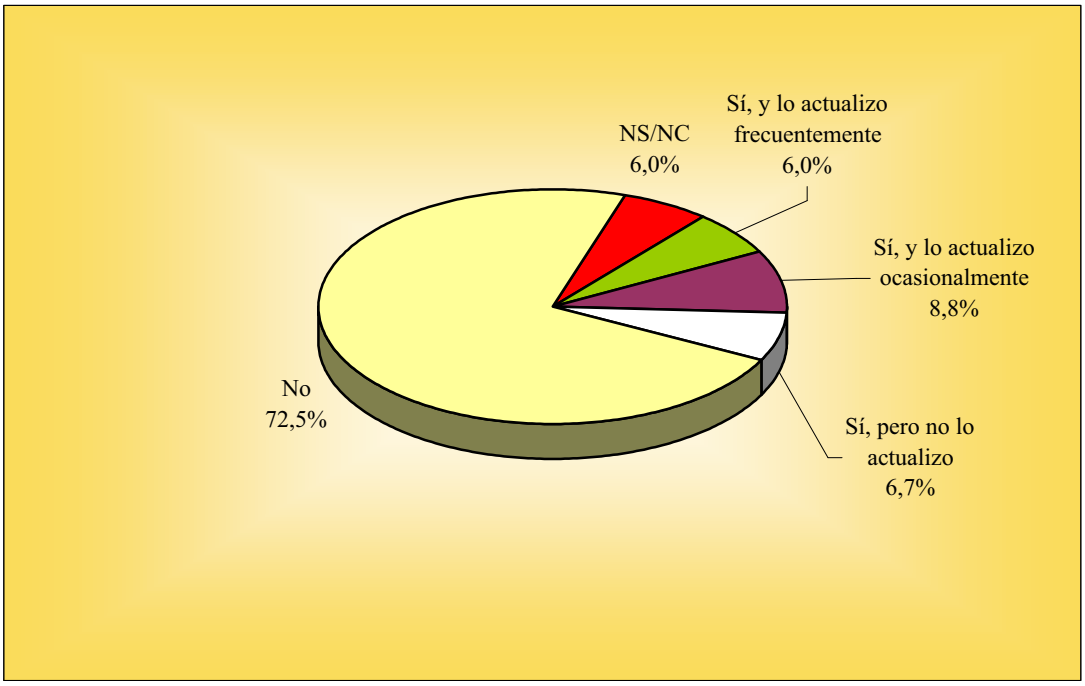
DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB PERSONAL

P. ¿Dispone Vd. de página Web personal?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	12.223	21,3
No	44.571	77,8
NS/NC	516	0,9



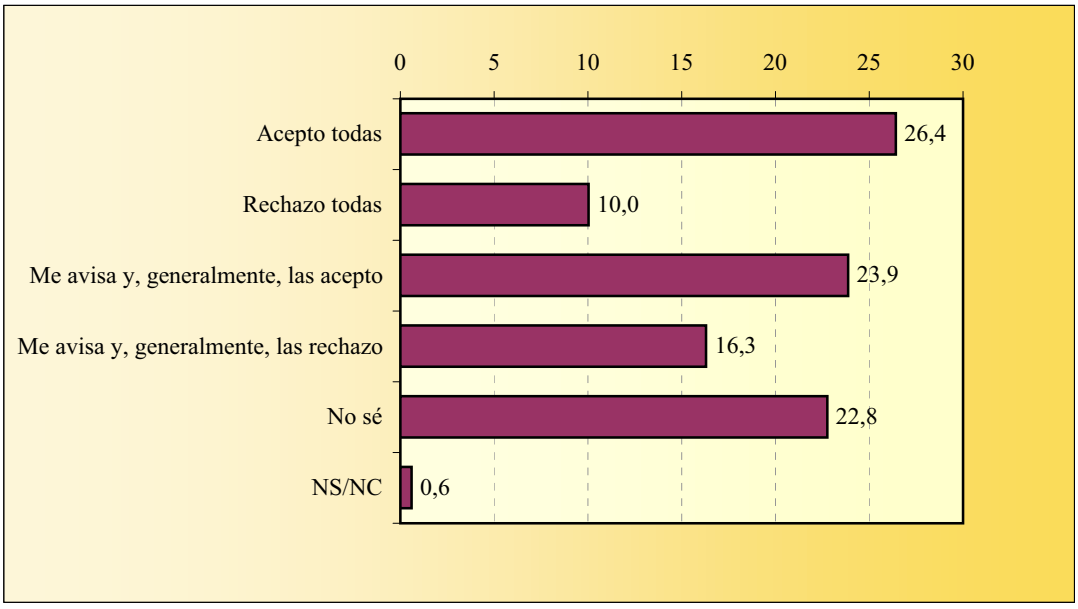
DISPONIBILIDAD DE BLOG / WEBLOG / BITÁCORA

P. ¿Dispone Vd. de blog / weblog / bitácora?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí, y lo actualizo frecuentemente	3.431	6,0
Sí, y lo actualizo ocasionalmente	5.044	8,8
Sí, pero no lo actualizo	3.855	6,7
No	41.537	72,5
NS/NC	3.443	6,0



CONFIGURACIÓN DE LAS COOKIES

P. ¿Cómo tiene configurado su navegador en relación a las "cookies"?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Acepto todas	15.139	26,4
Rechazo todas	5.746	10,0
Me avisa y, generalmente, las acepto	13.684	23,9
Me avisa y, generalmente, las rechazo	9.343	16,3
No sé	13.051	22,8
NS/NC	347	0,6



ÚLTIMOS WEBS VISITADOS

P. Trate de recordar los últimos cinco Webs visitados

A través de esta pregunta hemos obtenido 257.449 menciones, lo que corresponde a una media de 4,5 menciones por entrevista. Después de agrupar y codificar convenientemente los diferentes webs mencionados, les hemos asignado su URL o, en los casos de varias URL's que pudieran corresponder a la mención del entrevistado, la que -de entre ellas- ha parecido más importante y representativa. El ranking de los 100 primeros, con indicación del porcentaje de menciones obtenidas, es como sigue:

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	9,4	9,4
2	www.hotmail.com	4,0	13,3
3	www.marca.com	2,8	16,1
4	www.yahoo.es	2,7	18,9
5	www.terra.es	2,7	21,5
6	www.elmundo.es	2,3	23,8
7	www.elpais.es	1,7	25,5
8	www.msn.es	1,4	26,9
9	www.elotrolado.net	1,2	28,1
10	www.as.com	1,2	29,3
11	www.wanadoo.es	0,8	30,1
12	www.lacaixa.es	0,8	31,0
13	www.ebay.es	0,8	31,8
14	www.infojobs.net	0,7	32,5
15	www.cadenaser.com	0,7	33,1
16	www.yonkis.com	0,7	33,8
17	www.softonic.com	0,7	34,5
18	Telefónica (1)	0,6	35,0
19	www.meristation.com	0,6	35,6
20	www.ya.com	0,5	36,1
21	www.sport.es	0,5	36,7
22	www.elcorteingles.es	0,5	37,2
23	www.paginasamarillas.es	0,5	37,6
24	www.uoc.edu	0,5	38,1
25	www.carrefour.es	0,5	38,6
26	www.kissfm.es	0,4	39,0
27	BBVA (2)	0,4	39,4
28	www.libertaddigital.com	0,4	39,8

(1) Incluye: -telefónica.net -telefonica genérico -telefónica.es
(2) Incluye: -bbvanet.com -bbva.es

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
29	www.elmundodeportivo.es	0,4	40,2
30	www.telecinco.es	0,4	40,6
31	www.elperiodico.com	0,4	40,9
32	www.microsoft.com	0,4	41,3
33	www.gencat.net	0,4	41,6
34	www.cajamadrid.es	0,3	42,0
35	www.barrapunto.com	0,3	42,3
36	Ono (3)	0,3	42,6
37	www.cope.es	0,3	42,9
38	www.vodafone.es	0,3	43,2
39	www.ogame.com.es	0,3	43,5
40	www.lavanguardia.es	0,3	43,8
41	www.vilaweb.com	0,3	44,0
42	www.20minutos.es	0,3	44,3
43	www.los40.com	0,3	44,6
44	www.forocoches.com	0,2	44,8
45	www.aeat.es	0,2	45,1
46	www.uji.es	0,2	45,3
47	www.jccm.es	0,2	45,5
48	www.bandaancha.st	0,2	45,8
49	www.invertia.com	0,2	46,0
50	www.abc.es	0,2	46,3
51	www.iberia.com	0,2	46,5
52	www.boe.es	0,2	46,7
53	www.segundamano.es	0,2	46,9
54	www.ondacero.es	0,2	47,1
55	www.elcorreodigital.com	0,2	47,3
56	www.fnac.es	0,2	47,5
57	www.movistar.es	0,2	47,7
58	www.lavozdegalicia.es	0,2	47,9
59	www.uned.es	0,2	48,1
60	www.ingdirect.es	0,2	48,3
61	www.gruposantander.es	0,2	48,5
62	www.minijuegos.com	0,2	48,7
63	Lycos (4)	0,2	48,8

(3) Incluye: -auna.es -ono.es -ono generico - ono.com
(4) Incluye: -lycos.es (317 menciones) -lycos generico (83 menciones) -lycos.com (22 menciones)

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
64	www.juntadeandalucia.es	0,2	49,0
65	www.acb.com	0,2	49,1
66	www.telefonicaonline.com	0,2	49,3
67	www.hattrick.org	0,2	49,4
68	www.wikipedia.org	0,2	49,6
69	www.inm.es	0,1	49,8
70	www.plus.es	0,1	49,9
71	www.antena3.com	0,1	50,0
72	www.amena.com	0,1	50,2
73	www.diariovasco.com	0,1	50,3
74	www.portalmix.com	0,1	50,5
75	www.repsolypf.com	0,1	50,6
76	www.vandal.net	0,1	50,7
77	www.diariosur.es	0,1	50,9
78	www.caprabo.es	0,1	51,0
79	www.elrellano.com	0,1	51,1
80	www.ebankinter.com	0,1	51,3
81	www.laverdad.es	0,1	51,4
82	www.adslayuda.com	0,1	51,5
83	www.renfe.es	0,1	51,6
84	www.periodistadigital.com	0,1	51,8
85	www.noticias3d.com	0,1	51,9
86	www.realmadrid.com	0,1	52,0
87	www.ub.edu	0,1	52,1
88	www.banesto.es	0,1	52,2
89	www.seg-social.es	0,1	52,4
90	www.bcn.es	0,1	52,5
91	www.lne.es	0,1	52,6
92	www.apple.com	0,1	52,7
93	www.caixacatalunya.es	0,1	52,8
94	www.gva.es	0,1	52,9
95	www.uab.es	0,1	53,0
96	www.viamichelin.com	0,1	53,1
97	www.openbank.es	0,1	53,2
98	www.cam.es	0,1	53,3
99	www.coches.net	0,1	53,5
100	www.onoocio.com	0,1	53,6

DIRECTORIOS Y BUSCADORES MÁS USADOS

P. Señale sus preferencias en relación a los directorios y buscadores de la red

En esta pregunta se han obtenido 107.645 menciones. El promedio de menciones por entrevista fue 1,9. Los catorce buscadores o directorios más nombrados, que son mostrados en la siguiente tabla, suponen el 87,2% de las menciones.

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	45,3	45,3
2	www.yahoo.es	17,8	63,1
3	www.msn.es	6,7	69,7
4	www.terra.es	5,8	75,5
5	www.altavista.com	4,1	79,6
6	Lycos (1)	1,7	81,3
7	www.wanadoo.es	1,3	82,6
8	www.ya.com	1,2	83,8
9	www.hotmail.com	1,1	84,8
10	www.alltheweb.com	0,9	85,7
11	www.ozu.es	0,5	86,2
12	www.paginasamarillas.es	0,4	86,5
13	www.ask.com	0,3	86,9
14	Astalavista (2)	0,3	87,2
	Otros	12,8	100,0

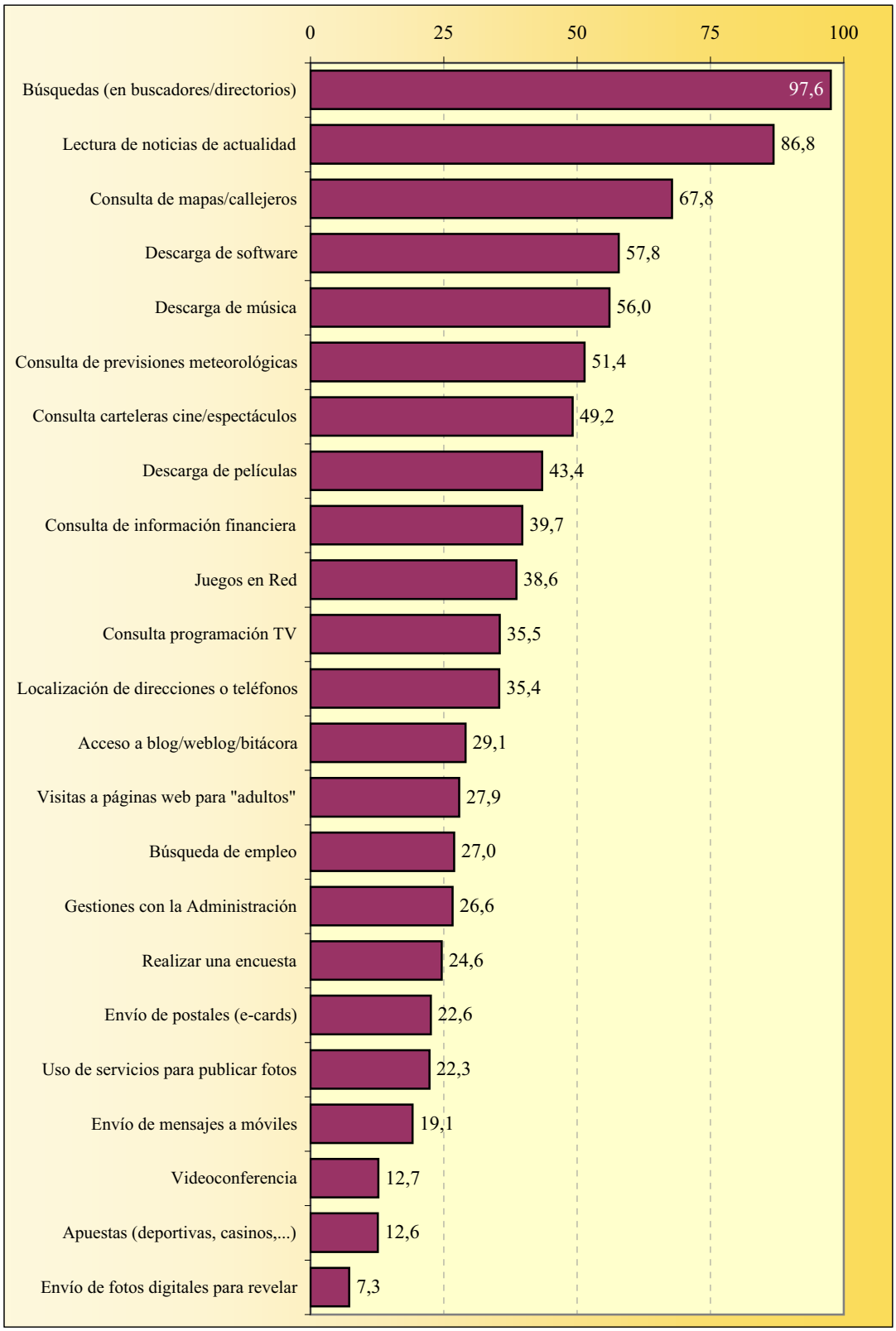
(1) Incluye: -lycos generico (1.100 menciones) -lycos.es (550 menciones) -lycos.com (196 menciones)
(2) Incluye: -astalavista.com (140 menciones) -astalavista genérico (130 menciones) -astalavista.box.sk (77 menciones)

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que gran parte de informantes declara dos o más respuestas.

P. Durante los últimos 30 días ¿cuáles de las siguientes actividades ha realizado a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
Búsquedas (en buscadores/directorios)	55.925	97,6
Lectura de noticias de actualidad	49.769	86,8
Consulta de mapas/callejeros	38.851	67,8
Descarga de software	33.128	57,8
Descarga de música	32.122	56,0
Consulta de previsiones meteorológicas	29.453	51,4
Consulta carteleras cine/espectáculos	28.174	49,2
Descarga de películas	24.894	43,4
Consulta de información financiera	22.769	39,7
Juegos en Red	22.139	38,6
Consulta programación TV	20.334	35,5
Localización de direcciones o teléfonos	20.271	35,4
Acceso a blog/weblog/bitácora	16.677	29,1
Visitas a páginas web para "adultos"	15.975	27,9
Búsqueda de empleo	15.447	27,0
Gestiones con la Administración	15.257	26,6
Realizar una encuesta	14.108	24,6
Envío de postales (e-cards)	12.927	22,6
Uso de servicios para publicar fotos	12.797	22,3
Envío de mensajes a móviles	10.974	19,1
Videoconferencia	7.281	12,7
Apuestas (deportivas, casinos,...)	7.229	12,6
Envío de fotos digitales para revelar	4.156	7,3

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET



ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET
Gratuidad o de pago

P. Para las siguientes actividades que realizó a través de Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.

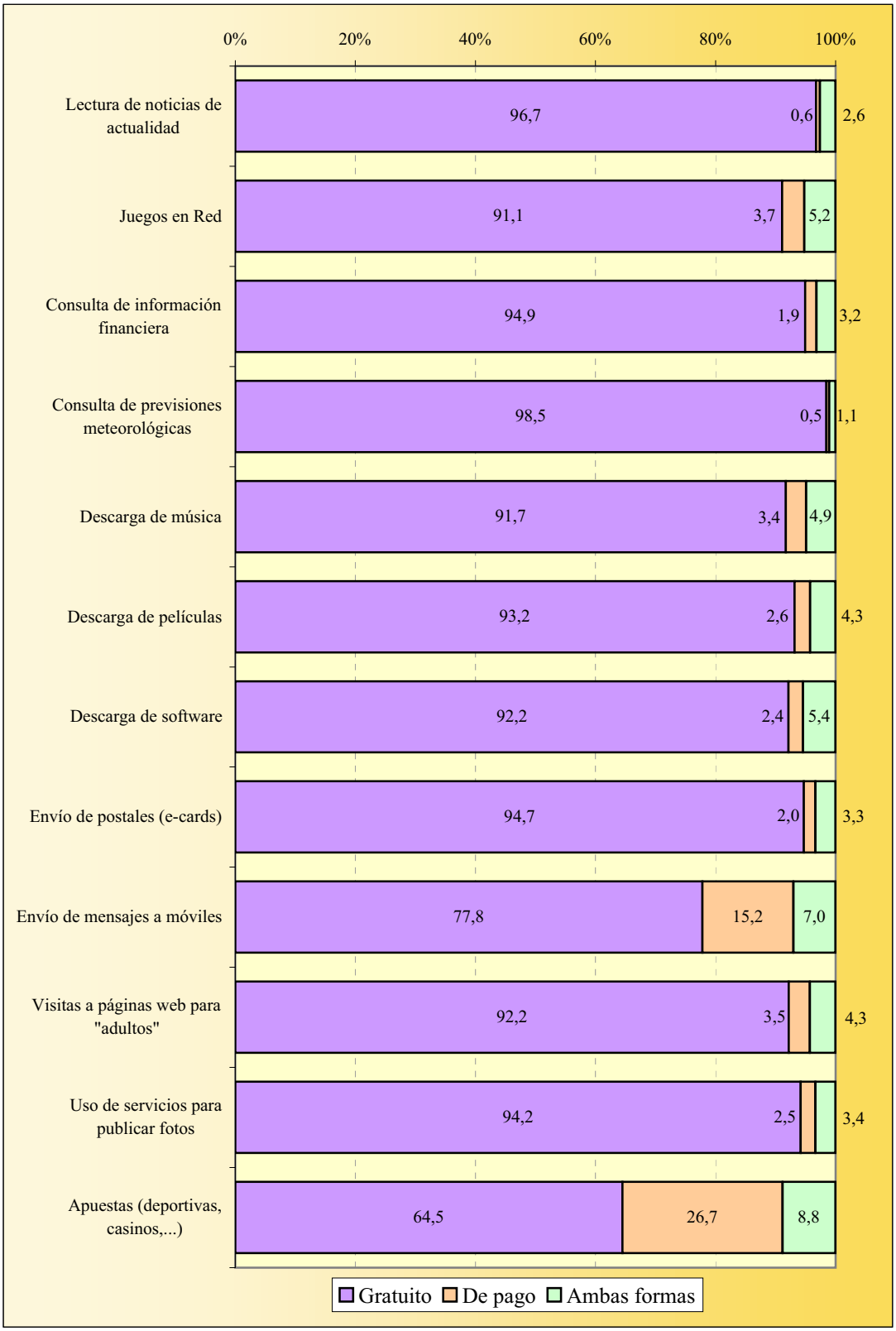
	Absolutos	%
Lectura de noticias de actualidad		
BASE (realizó últ. 30 días)	49.769	100,0
Gratuito	48.149	96,7
De pago	319	0,6
Ambas formas	1.301	2,6
Juegos en Red		
BASE (realizó últ. 30 días)	22.139	100,0
Gratuito	20.167	91,1
De pago	821	3,7
Ambas formas	1.151	5,2
Consulta de información financiera		
BASE (realizó últ. 30 días)	22.769	100,0
Gratuito	21.617	94,9
De pago	431	1,9
Ambas formas	721	3,2
Consulta de previsiones meteorológicas		
BASE (realizó últ. 30 días)	29.453	100,0
Gratuito	29.003	98,5
De pago	133	0,5
Ambas formas	317	1,1
Descarga de música		
BASE (realizó últ. 30 días)	32.122	100,0
Gratuito	29.460	91,7
De pago	1.089	3,4
Ambas formas	1.573	4,9
Descarga de películas		
BASE (realizó últ. 30 días)	24.894	100,0
Gratuito	23.189	93,2
De pago	646	2,6
Ambas formas	1.059	4,3

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET
Gratuidad o de pago

P. Para las siguientes actividades que realizó a través de Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.

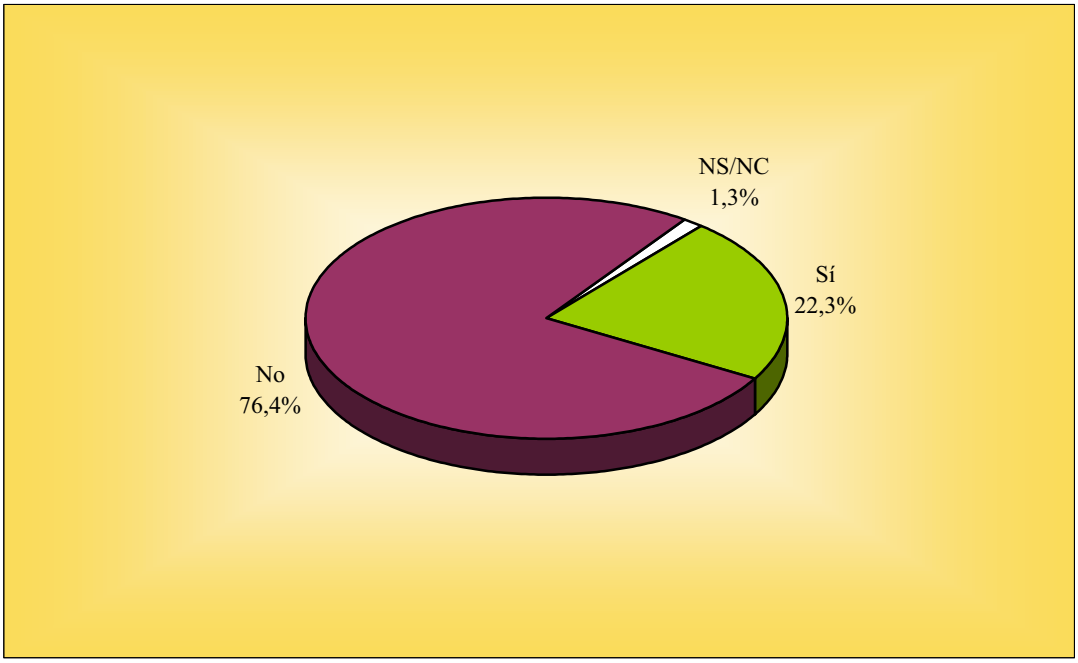
	Absolutos	%
Descarga de software		
BASE (realizó últ. 30 días)	33.128	100,0
Gratuito	30.529	92,2
De pago	804	2,4
Ambas formas	1.795	5,4
Envío de postales (e-cards)		
BASE (realizó últ. 30 días)	12.927	100,0
Gratuito	12.243	94,7
De pago	253	2,0
Ambas formas	431	3,3
Envío de mensajes a móviles		
BASE (realizó últ. 30 días)	10.974	100,0
Gratuito	8.538	77,8
De pago	1.667	15,2
Ambas formas	769	7,0
Visitas a páginas web para "adultos"		
BASE (realizó últ. 30 días)	15.975	100,0
Gratuito	14.730	92,2
De pago	560	3,5
Ambas formas	685	4,3
Uso de servicios para publicar fotos		
BASE (realizó últ. 30 días)	12.797	100,0
Gratuito	12.052	94,2
De pago	314	2,5
Ambas formas	431	3,4
Apuestas (deportivas, casinos,...)		
BASE (realizó últ. 30 días)	7.229	100,0
Gratuito	4.663	64,5
De pago	1.929	26,7
Ambas formas	637	8,8

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET
Gratuidad o de pago



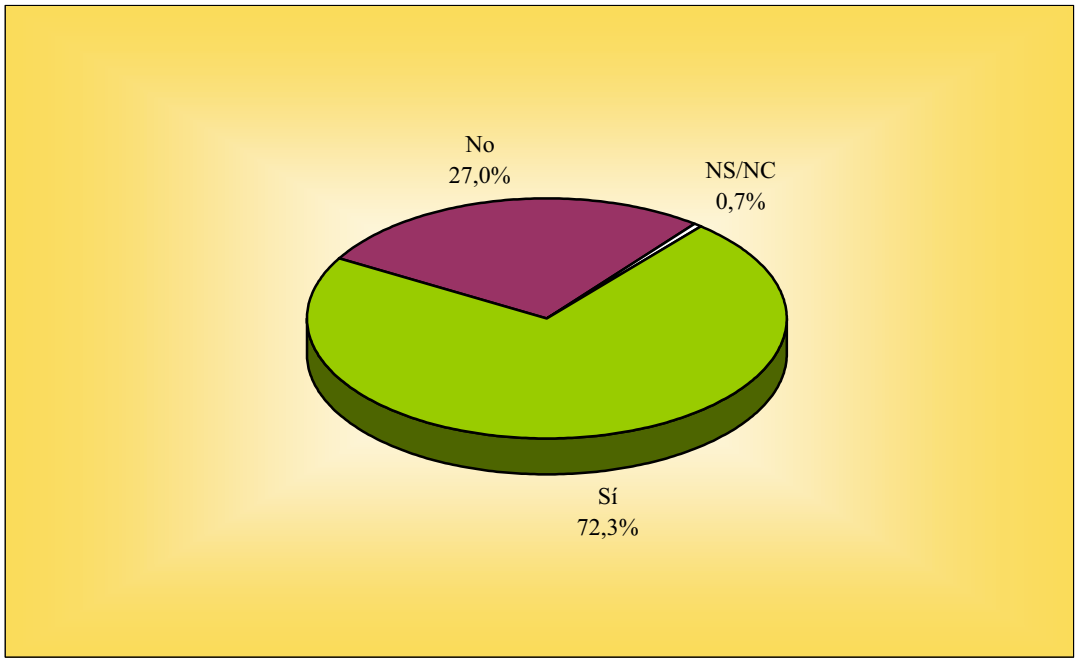
CURSO A TRAVÉS DE INTERNET

P. En el último año, ¿ha seguido algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	12.781	22,3
No	43.774	76,4
NS/NC	755	1,3



DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

P. Durante el último año ¿ha tomado una decisión de compra de productos o servicios orientado, motivado o informado por contenidos de la Web?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	41.431	72,3
No	15.498	27,0
NS/NC	381	0,7

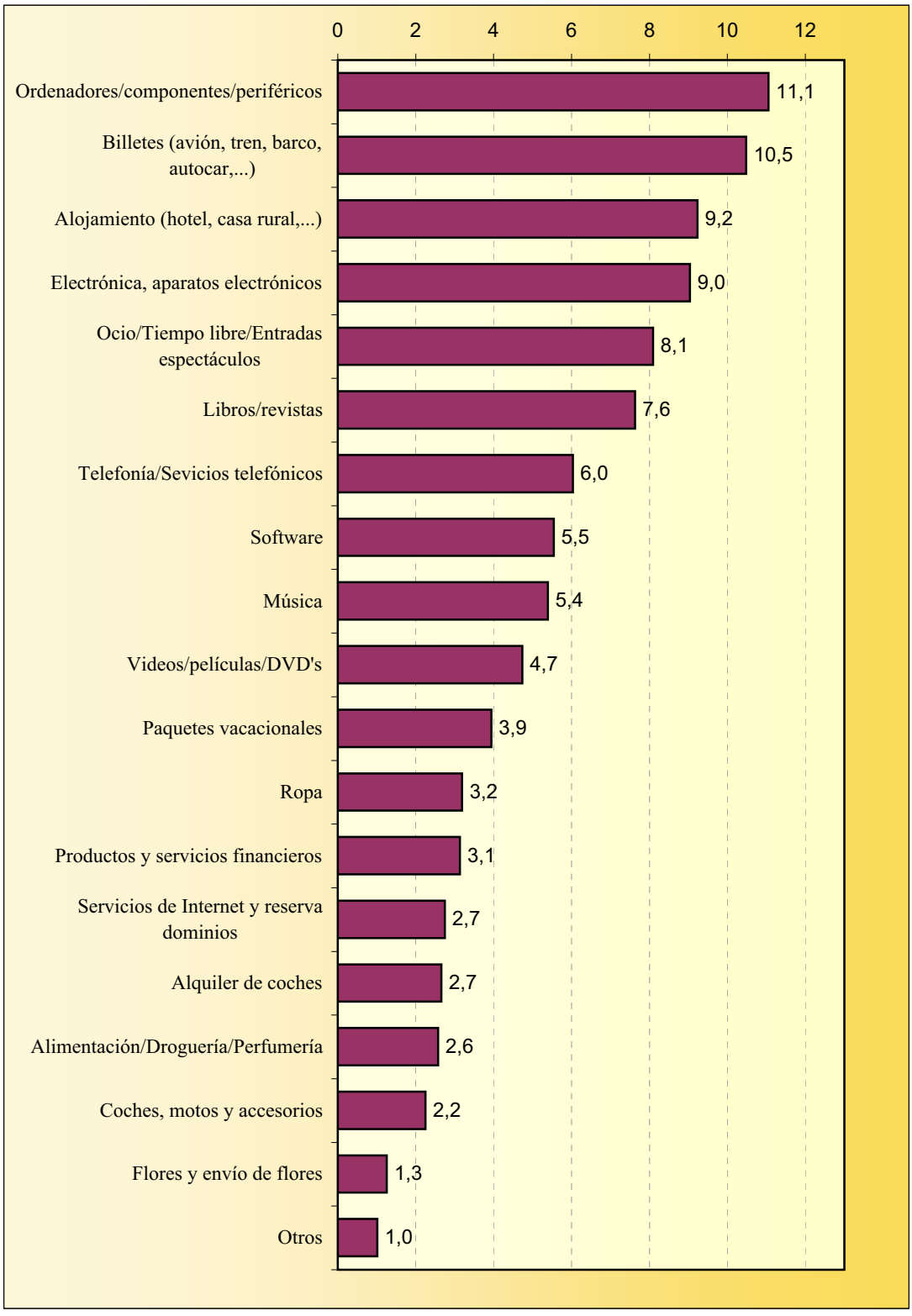


DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB
Tipo de producto o servicio

Entre los 41.431 entrevistados que declararon haber tomado alguna decisión de compra motivados por contenidos de la Web en el último año, se mencionaron 178.902 productos o servicios con la siguiente distribución:

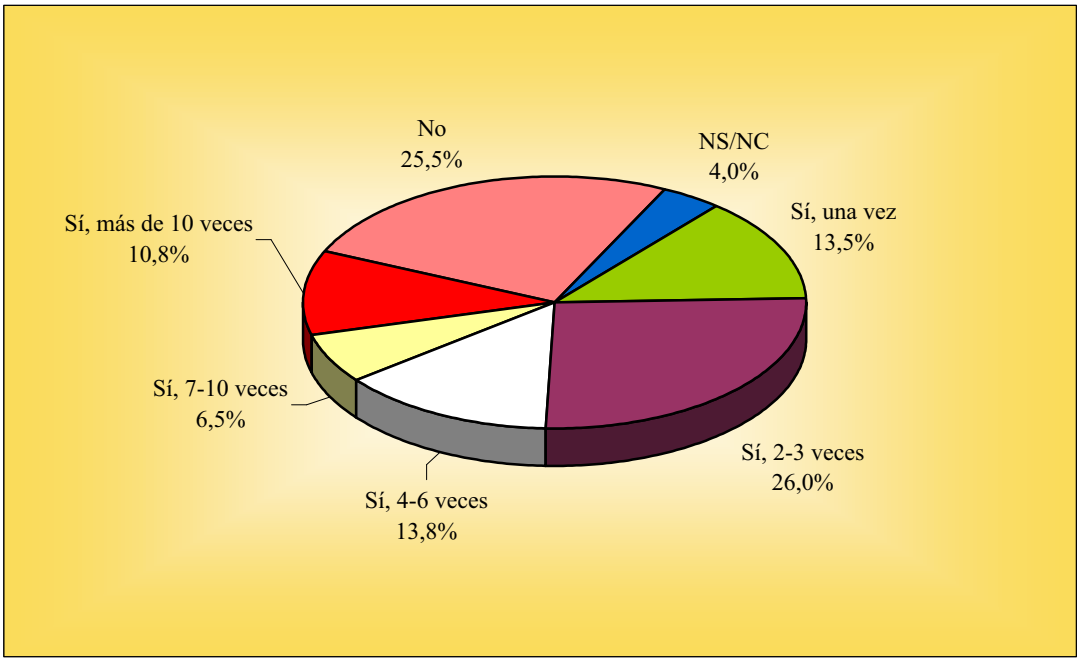
P. Producto o servicio cuya decisión de compra fue motivada por contenidos de la Web en el último año		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	178.902	100,0
Ordenadores/componentes/periféricos	19.780	11,1
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	18.743	10,5
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	16.513	9,2
Electrónica, aparatos electrónicos	16.170	9,0
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	14.474	8,1
Libros/revistas	13.643	7,6
Telefonía/Sevicios telefónicos	10.800	6,0
Software	9.914	5,5
Música	9.647	5,4
Videos/películas/DVD's	8.473	4,7
Paquetes vacacionales	7.057	3,9
Ropa	5.712	3,2
Productos y servicios financieros	5.605	3,1
Servicios de Internet y reserva dominios	4.915	2,7
Alquiler de coches	4.761	2,7
Alimentación/Droguería/Perfumería	4.602	2,6
Coches, motos y accesorios	4.025	2,2
Flores y envío de flores	2.254	1,3
Otros	1.814	1,0

DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB
Tipo de producto o servicio



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

P. Durante el último año ¿ha efectuado alguna compra de productos o servicios a través de la Web?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí, una vez	7.712	13,5
Sí, 2-3 veces	14.898	26,0
Sí, 4-6 veces	7.904	13,8
Sí, 7-10 veces	3.729	6,5
Sí, más de 10 veces	6.175	10,8
No	14.590	25,5
NS/NC	2.302	4,0

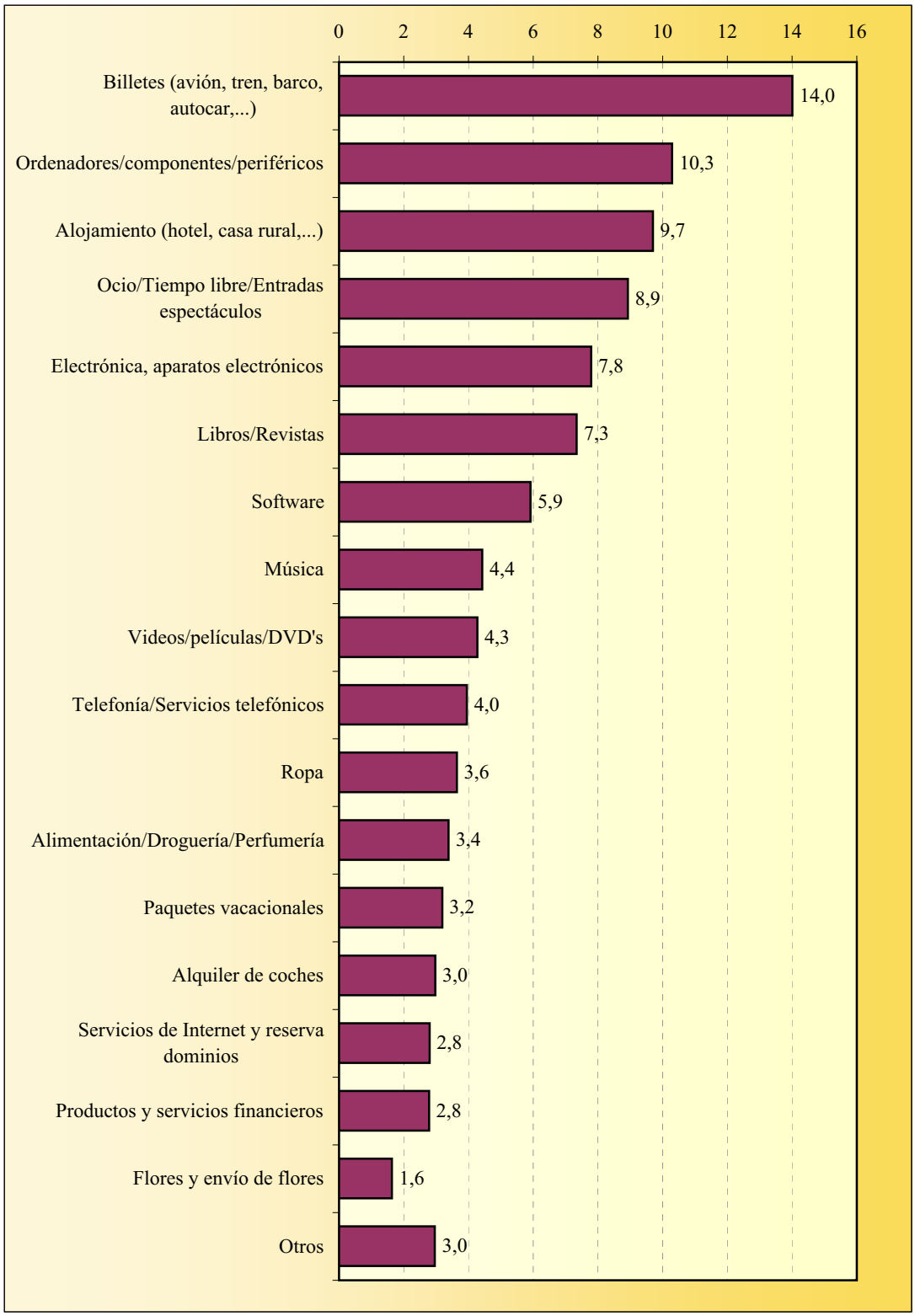


COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Producto o servicio

Entre los 40.418 entrevistados que declaran haber comprado a través de la Web en el último año, se mencionaron 125.275 productos o servicios con la siguiente distribución:

P. Producto o servicio comprado a través de la Web en el último año		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	125.275	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	17.549	14,0
Ordenadores/componentes/periféricos	12.892	10,3
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	12.148	9,7
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	11.184	8,9
Electrónica, aparatos electrónicos	9.765	7,8
Libros/Revistas	9.195	7,3
Software	7.417	5,9
Música	5.540	4,4
Videos/películas/DVD's	5.352	4,3
Telefonía/Servicios telefónicos	4.953	4,0
Ropa	4.559	3,6
Alimentación/Droguería/Perfumería	4.241	3,4
Paquetes vacacionales	4.001	3,2
Alquiler de coches	3.732	3,0
Servicios de Internet y reserva dominios	3.509	2,8
Productos y servicios financieros	3.484	2,8
Flores y envío de flores	2.048	1,6
Otros	3.706	3,0

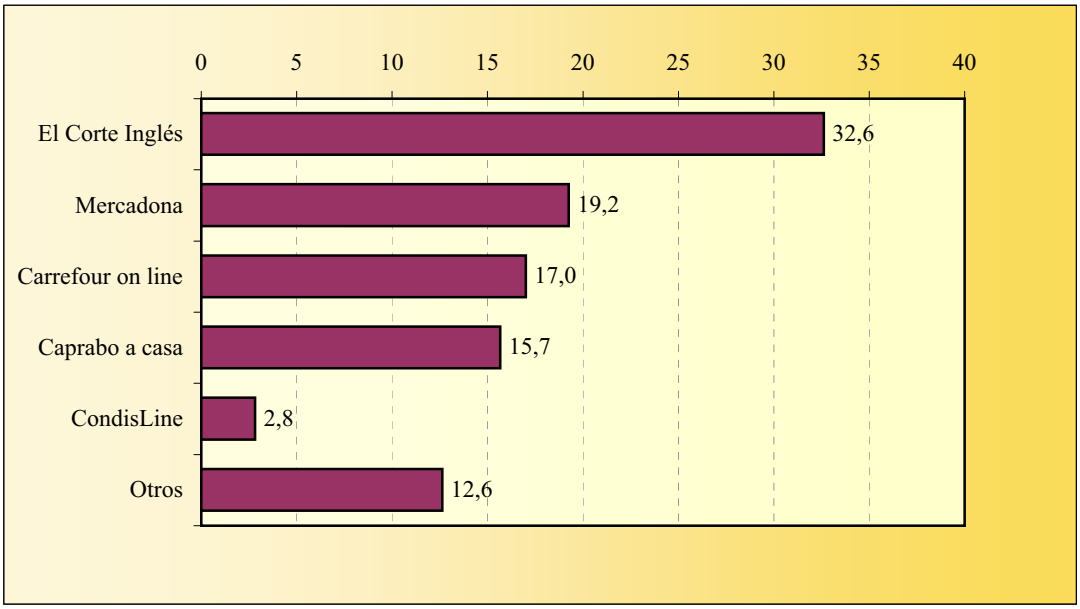
COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Producto o servicio



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Supermercados virtuales

Los entrevistados de la encuesta mencionan 10.281 supermercados virtuales, con la siguiente distribución:

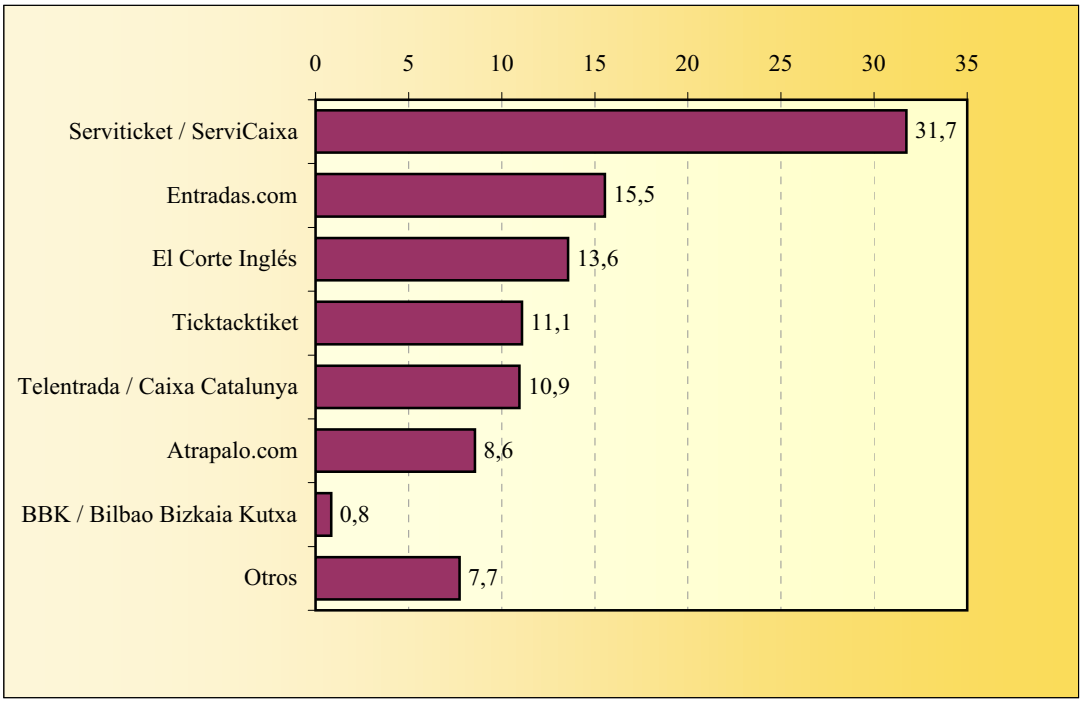
P. Indique a través de qué supermercados virtuales ha comprado productos de Alimentación/Bebidas/Droguería/Perfumería por medio de Internet durante el último año:		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	10.281	100,0
El Corte Inglés	3.354	32,6
Mercadona	1.979	19,2
Carrefour on line	1.748	17,0
Caprabo a casa	1.611	15,7
CondisLine	290	2,8
Otros	1.299	12,6



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Entradas de espectáculos

Los internautas han respondido con 29.466 menciones a esta pregunta, obteniéndose la siguiente distribución:

P. Indique a través de qué sitios web ha comprado entradas de espectáculos (cine, teatro, conciertos, eventos deportivos, etc...) en Internet durante el último año:		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	29.466	100,0
Serviticket / ServiCaixa	9.353	31,7
Entradas.com	4.577	15,5
El Corte Inglés	3.999	13,6
Ticktacktiket	3.265	11,1
Telentrada / Caixa Catalunya	3.225	10,9
Atrapalo.com	2.521	8,6
BBK / Bilbao Bizkaia Kutxa	247	0,8
Otros	2.279	7,7

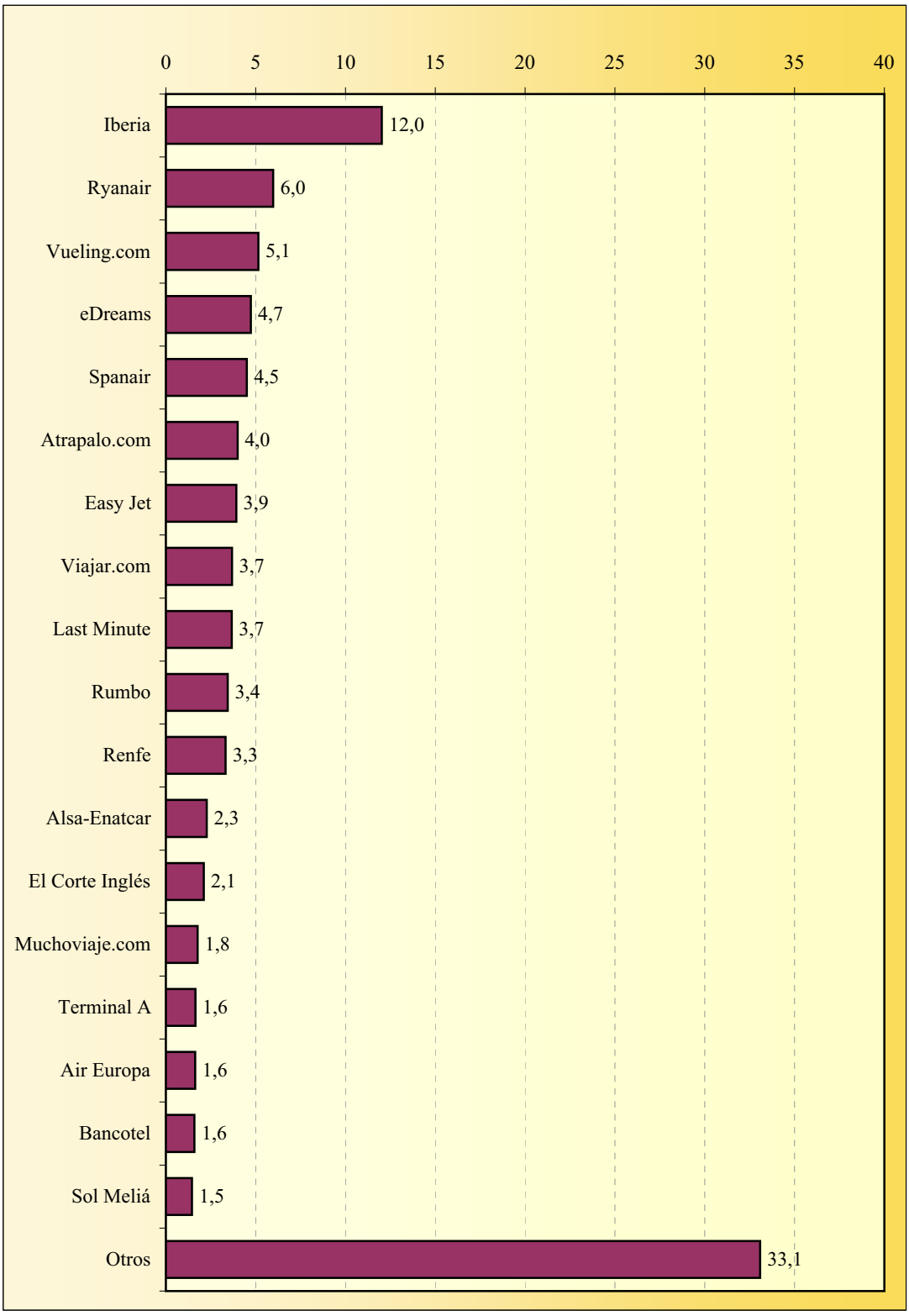


COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Viajes/Vacaciones

Las 39.920 menciones obtenidas en esta pregunta se distribuyen así:

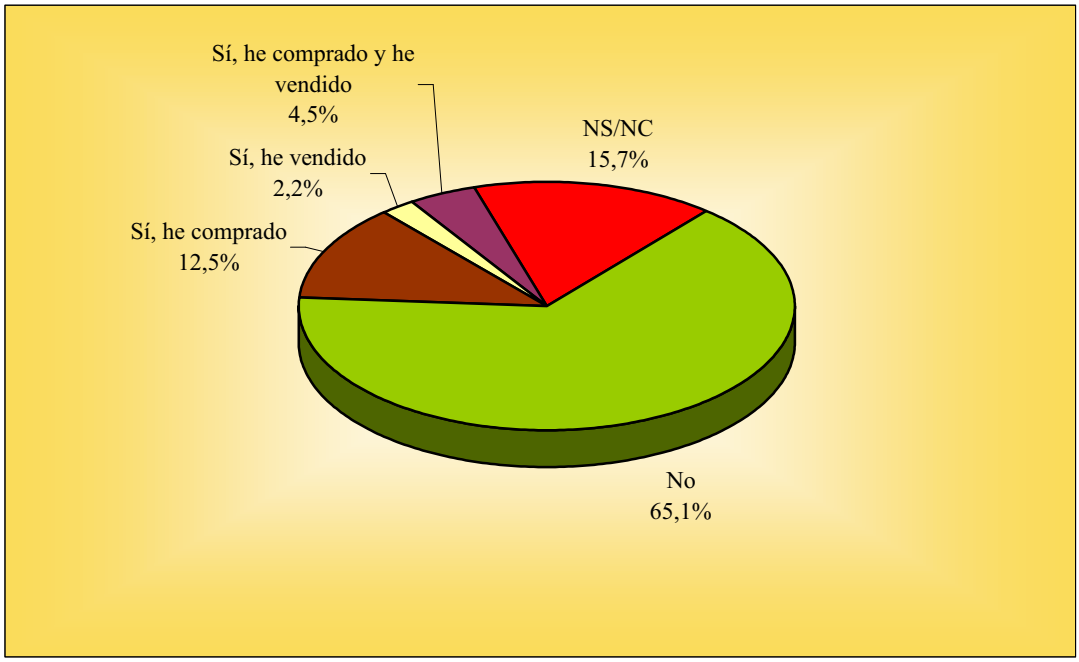
P. Indique a través de qué sitios web ha comprado/contratado paquetes vacacionales, alojamiento, billetes (avión, tren, barco, autocar,...) o ha alquilado coches a través de Internet en el último año:		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	39.220	100,0
Iberia	4.713	12,0
Ryanair	2.342	6,0
Vueling.com	2.018	5,1
eDreams	1.857	4,7
Spanair	1.767	4,5
Atrapalo.com	1.569	4,0
Easy Jet	1.541	3,9
Viajar.com	1.446	3,7
Last Minute	1.441	3,7
Rumbo	1.353	3,4
Renfe	1.304	3,3
Alsa-Enatcar	895	2,3
El Corte Inglés	828	2,1
Muchoviaje.com	695	1,8
Terminal A	647	1,6
Air Europa	639	1,6
Bancotel	620	1,6
Sol Meliá	572	1,5
Otros	12.973	33,1

COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Viajes/Vacaciones



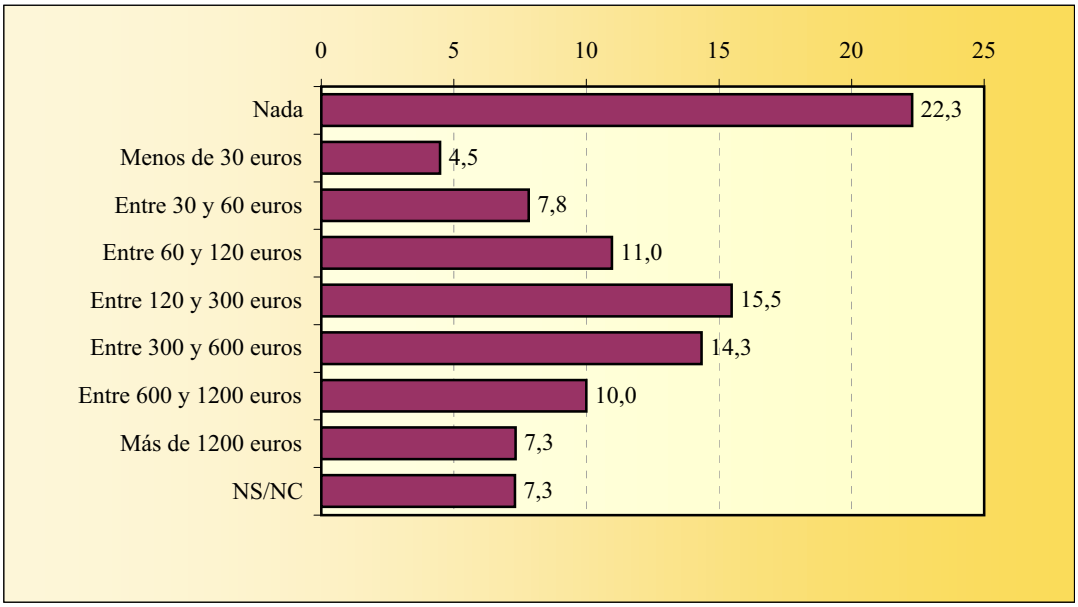
COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Subastas

P. En el último año ¿ha comprado o vendido algo por medio de una página de subastas?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
No	37.297	65,1
Sí, he comprado	7.178	12,5
Sí, he vendido	1.286	2,2
Sí, he comprado y he vendido	2.552	4,5
NS/NC	8.997	15,7



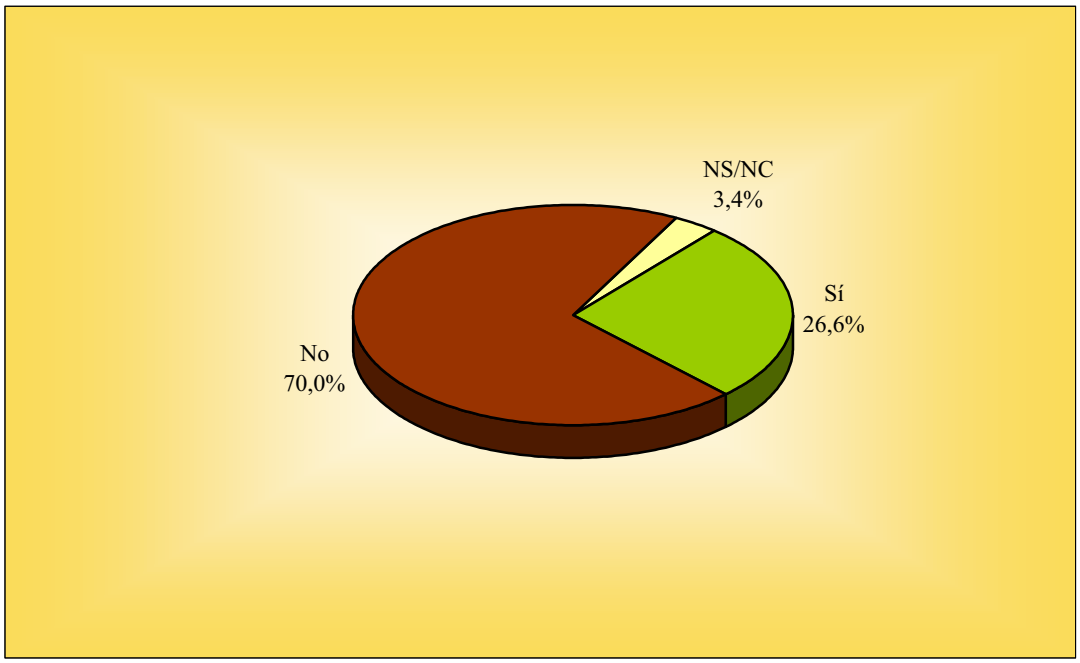
COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Dinero gastado

P. Aproximadamente ¿cuánto dinero ha gastado en el último año en compras personales a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Nada	12.772	22,3
Menos de 30 euros	2.567	4,5
Entre 30 y 60 euros	4.482	7,8
Entre 60 y 120 euros	6.284	11,0
Entre 120 y 300 euros	8.867	15,5
Entre 300 y 600 euros	8.220	14,3
Entre 600 y 1200 euros	5.730	10,0
Más de 1200 euros	4.202	7,3
NS/NC	4.186	7,3



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Micropagos

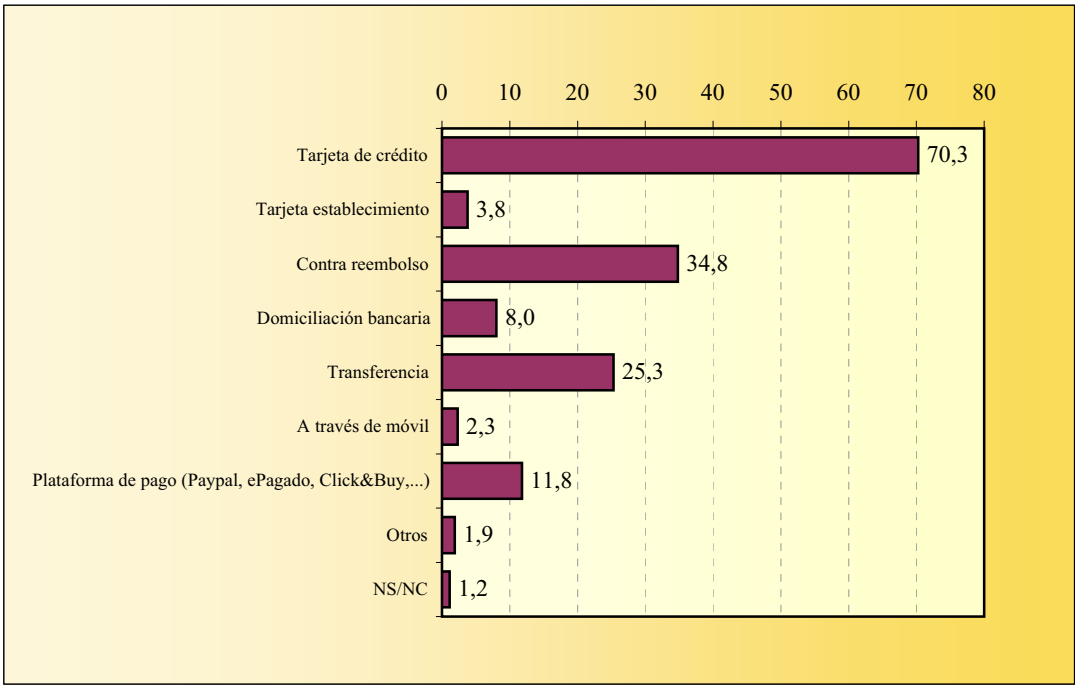
P. ¿Ha realizado alguna compra de un producto o servicio de menos de 10€ a través de Internet durante el último año?		
	Absolutos	**%**
BASE (ha comprado último año)	40.418	100,0
Sí	10.754	26,6
No	28.285	70,0
NS/NC	1.379	3,4



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Método de pago

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que muchos informantes declaran dos o más respuestas.

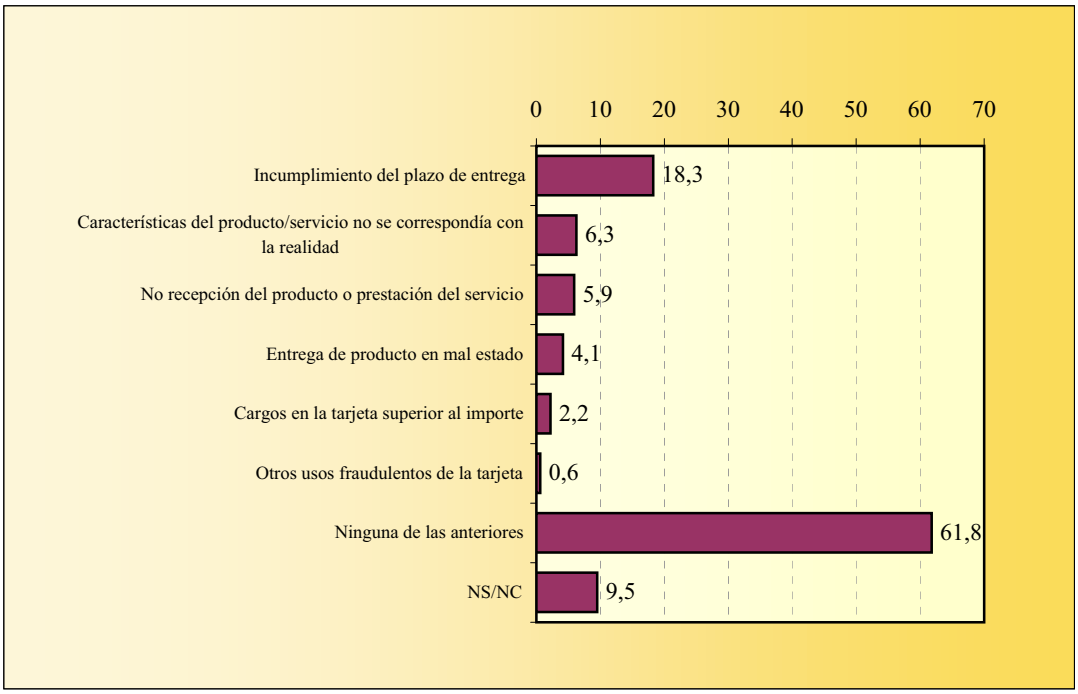
P. ¿Qué método/s de pago suele utilizar para pagar sus compras a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE (ha comprado último año)	40.418	
Tarjeta de crédito	28.406	70,3
Tarjeta establecimiento	1.527	3,8
Contra reembolso	14.060	34,8
Domiciliación bancaria	3.241	8,0
Transferencia	10.227	25,3
A través de móvil	927	2,3
Plataforma de pago (Paypal, ePagado, Click&Buy,...)	4.778	11,8
Otros	764	1,9
NS/NC	467	1,2



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB
Incidencias

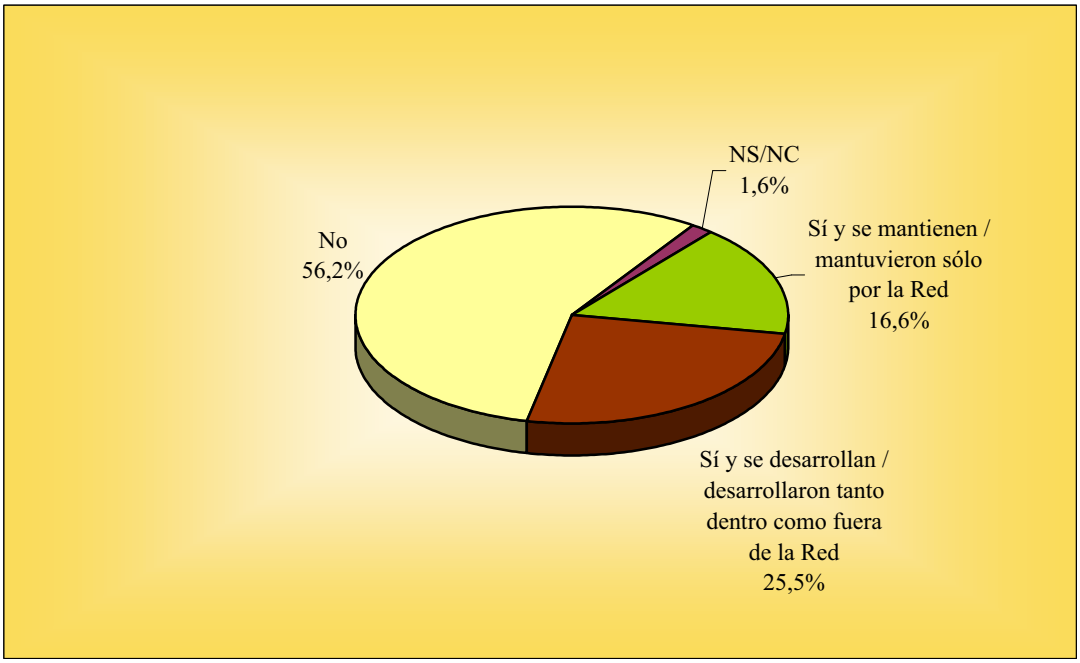
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran haber sufrido más de una incidencia.

P. Señale qué incidencias le han surgido, al menos una vez, como consecuencia de haber realizado compras a través de Internet durante el último año.		
	Absolutos	**%**
BASE (ha comprado último año)	40.418	
Incumplimiento del plazo de entrega	7.384	18,3
Características del producto/servicio no se correspondía con la realidad	2.534	6,3
No recepción del producto o prestación del servicio	2.386	5,9
Entrega de producto en mal estado	1.671	4,1
Cargos en la tarjeta superior al importe	895	2,2
Otros usos fraudulentos de la tarjeta	245	0,6
Ninguna de las anteriores	24.979	61,8
NS/NC	3.837	9,5



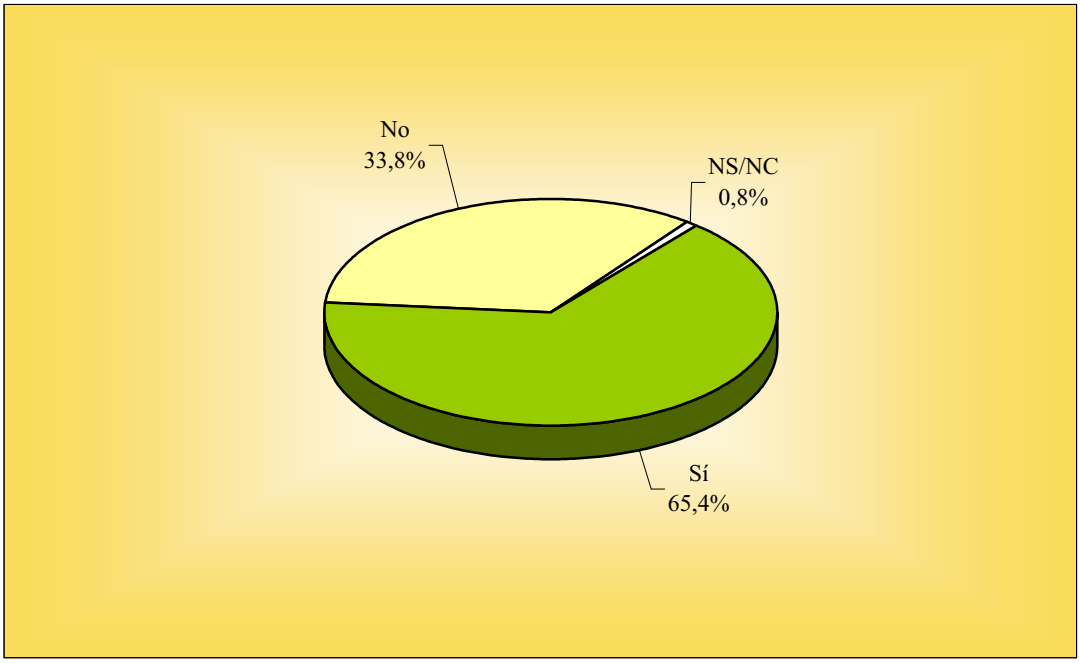
RELACIONES PERSONALES

P. ¿Ha establecido nuevas relaciones personales a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí y se mantienen / mantuvieron sólo por la Red	9.542	16,6
Sí y se desarrollan / desarrollaron tanto dentro como fuera de la Red	14.615	25,5
No	32.213	56,2
NS/NC	940	1,6



BANCA EN INTERNET

P. ¿Trabaja con algún banco a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí	37.479	65,4
No	19.389	33,8
NS/NC	442	0,8

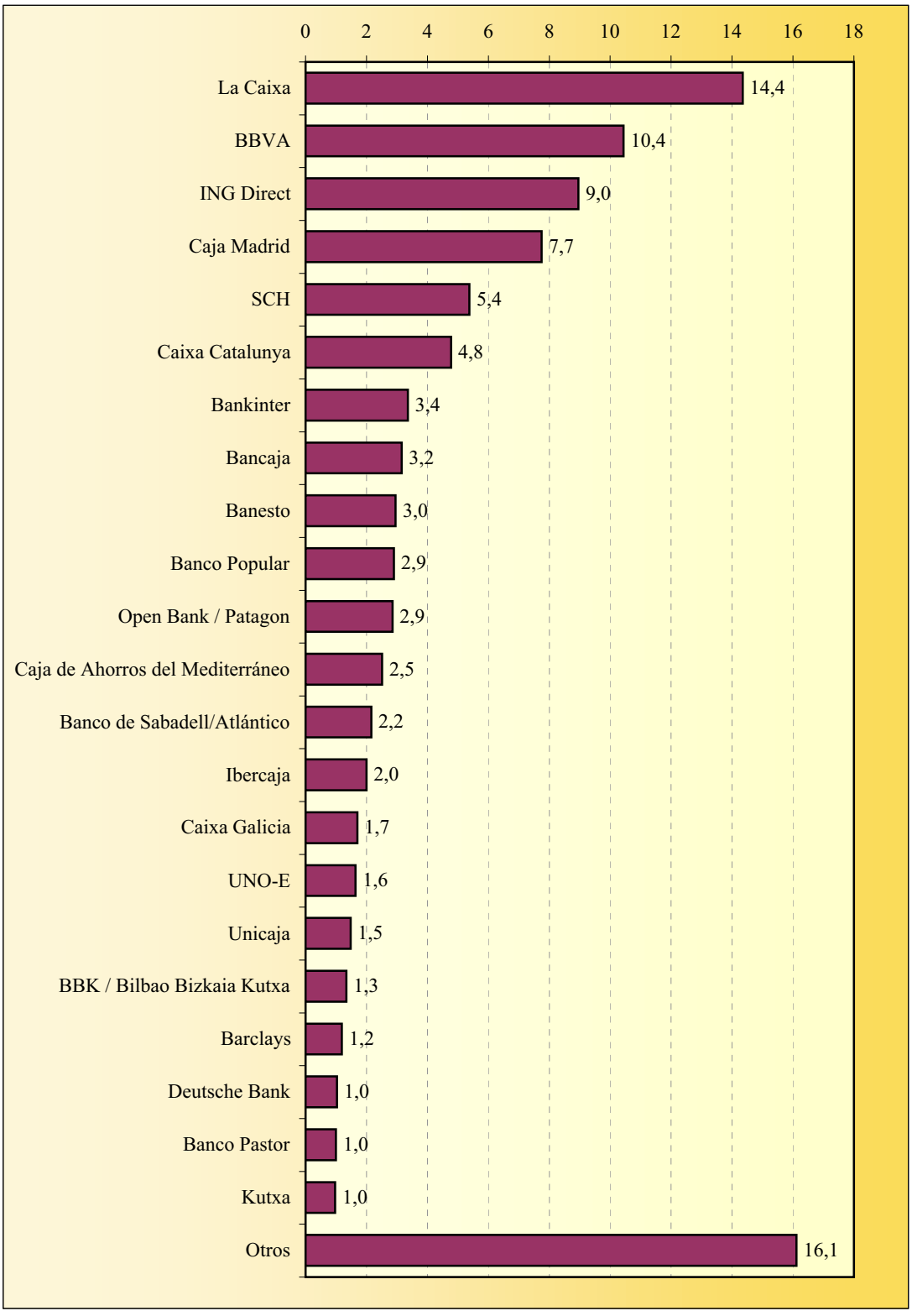


BANCA EN INTERNET
Bancos

Entre los 37.479 entrevistados que declaran trabajar con bancos a través de Internet, se obtienen 64.198 menciones (1.7 menciones por individuo), con la siguiente distribución:

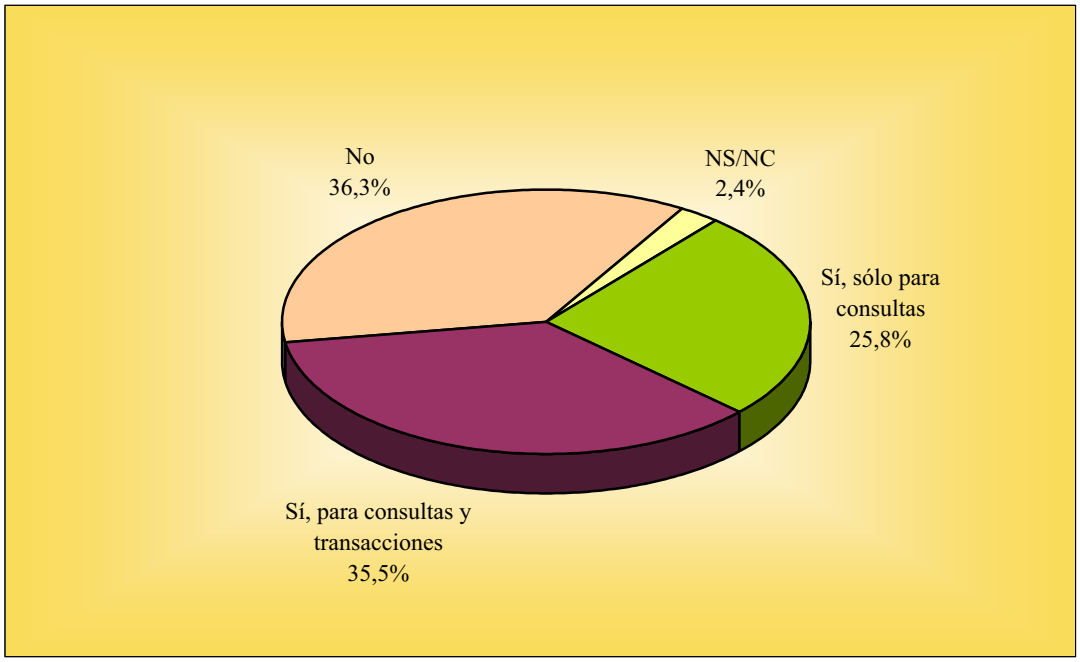
P. Banco con el que trabaja a través de Internet		
	Absolutos	**%**
BASE (menciones)	64.198	100,0
La Caixa	9.215	14,4
BBVA	6.699	10,4
ING Direct	5.749	9,0
Caja Madrid	4.973	7,7
SCH	3.451	5,4
Caixa Catalunya	3.065	4,8
Bankinter	2.156	3,4
Bancaja	2.028	3,2
Banesto	1.898	3,0
Banco Popular	1.863	2,9
Open Bank / Patagon	1.834	2,9
Caja de Ahorros del Mediterráneo	1.612	2,5
Banco de Sabadell/Atlántico	1.384	2,2
Ibercaja	1.286	2,0
Caixa Galicia	1.092	1,7
UNO-E	1.050	1,6
Unicaja	953	1,5
BBK / Bilbao Bizkaia Kutxa	860	1,3
Barclays	766	1,2
Deutsche Bank	664	1,0
Banco Pastor	637	1,0
Kutxa	620	1,0
Otros	10.343	16,1

BANCA EN INTERNET
Bancos



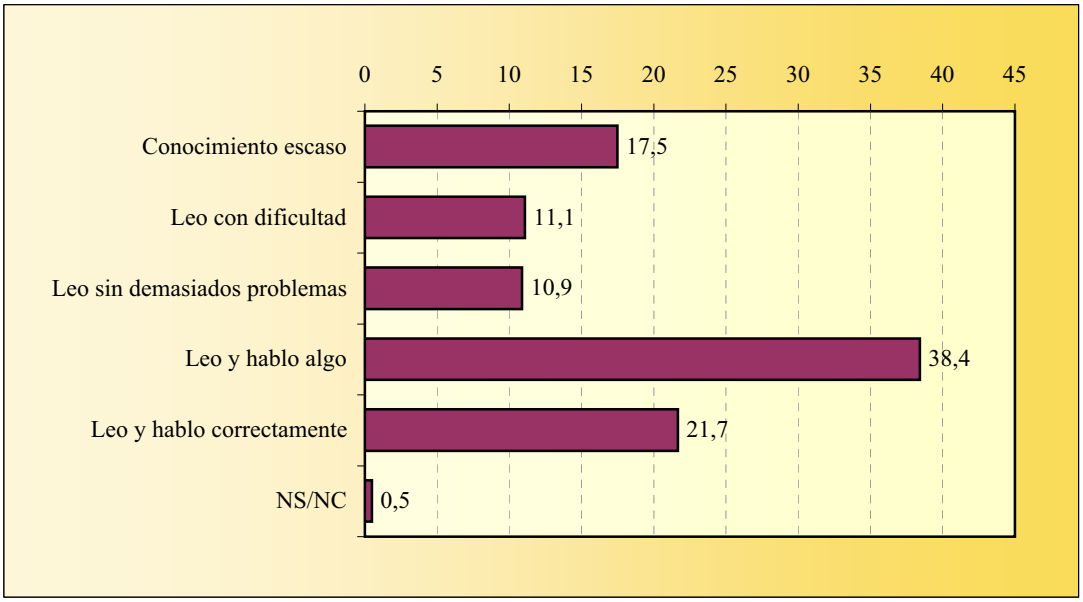
BANCA EN INTERNET
Operaciones bancarias

P. En los últimos 30 días ¿ha operado con entidades bancarias a través de Internet?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sí, sólo para consultas	14.795	25,8
Sí, para consultas y transacciones	20.336	35,5
No	20.786	36,3
NS/NC	1.393	2,4



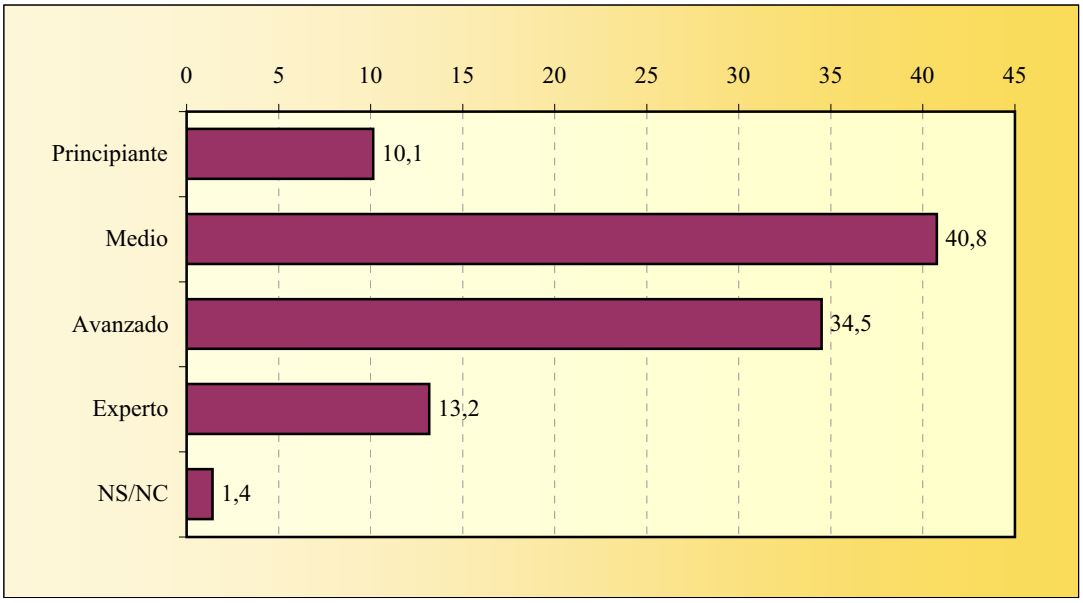
CONOCIMIENTO DE INGLÉS

P. ¿Qué afirmación describe mejor su nivel de conocimiento de inglés?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Conocimiento escaso	10.013	17,5
Leo con dificultad	6.348	11,1
Leo sin demasiados problemas	6.233	10,9
Leo y hablo algo	22.019	38,4
Leo y hablo correctamente	12.423	21,7
NS/NC	274	0,5



CONOCIMIENTO DE INFORMÁTICA

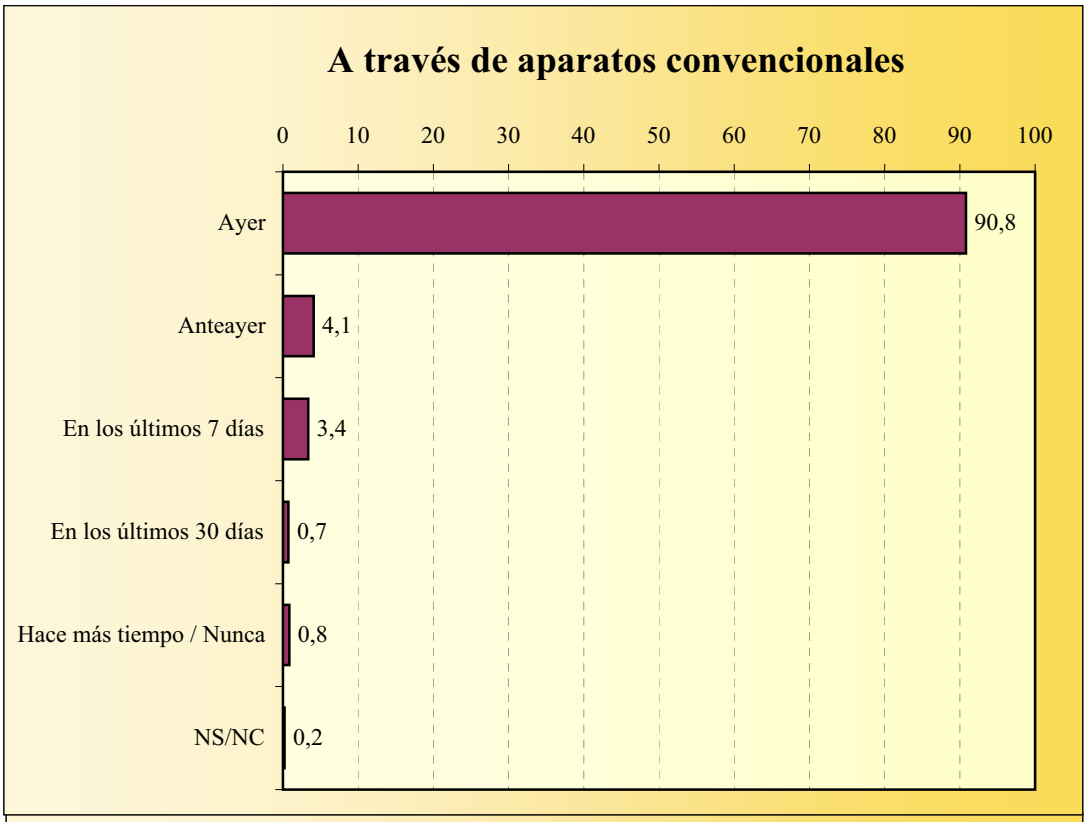
P. ¿Cuál cree que es su grado de conocimiento de la informática en general?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Principiante	5.813	10,1
Medio	23.360	40,8
Avanzado	19.774	34,5
Experto	7.557	13,2
NS/NC	806	1,4

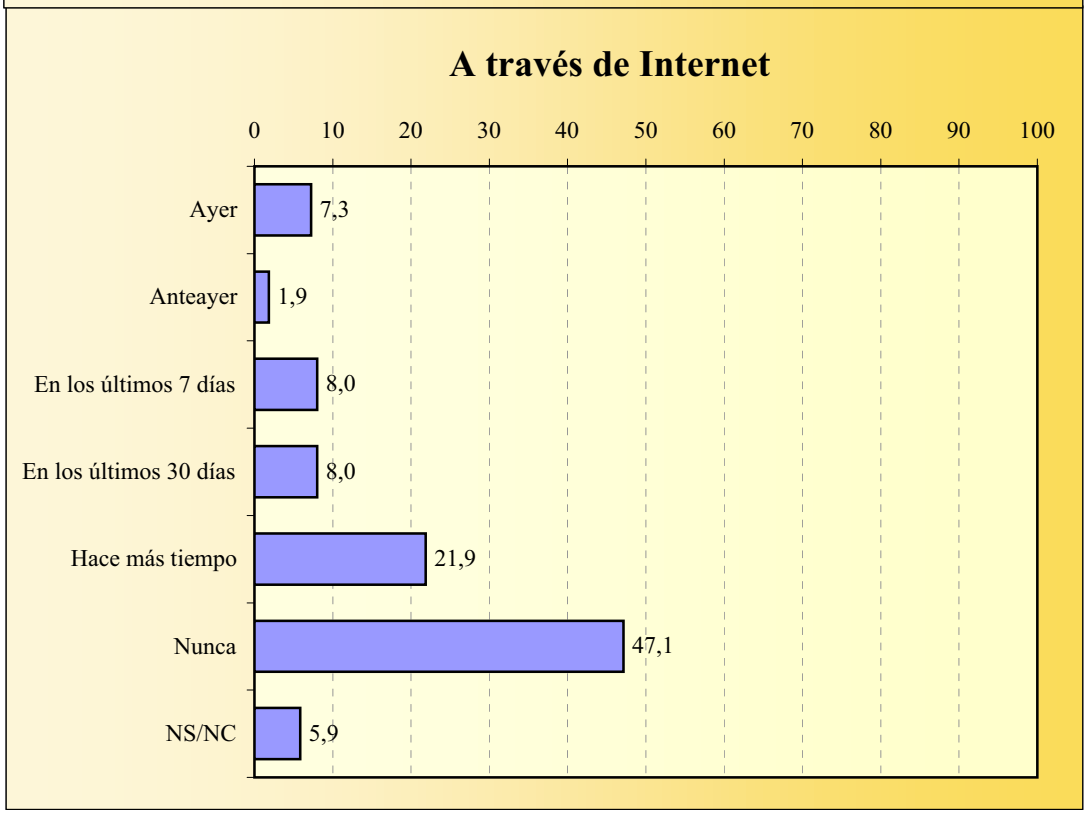


CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Televisión

P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
...ha visto la televisión?		
A través de aparatos convencionales		
Ayer	52.052	90,8
Anteayer	2.329	4,1
En los últimos 7 días	1.925	3,4
En los últimos 30 días	412	0,7
Hace más tiempo / Nunca	481	0,8
NS/NC	111	0,2
A través de Internet		
Ayer	4.157	7,3
Anteayer	1.062	1,9
En los últimos 7 días	4.598	8,0
En los últimos 30 días	4.600	8,0
Hace más tiempo	12.533	21,9
Nunca	27.007	47,1
NS/NC	3.353	5,9

CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Televisión

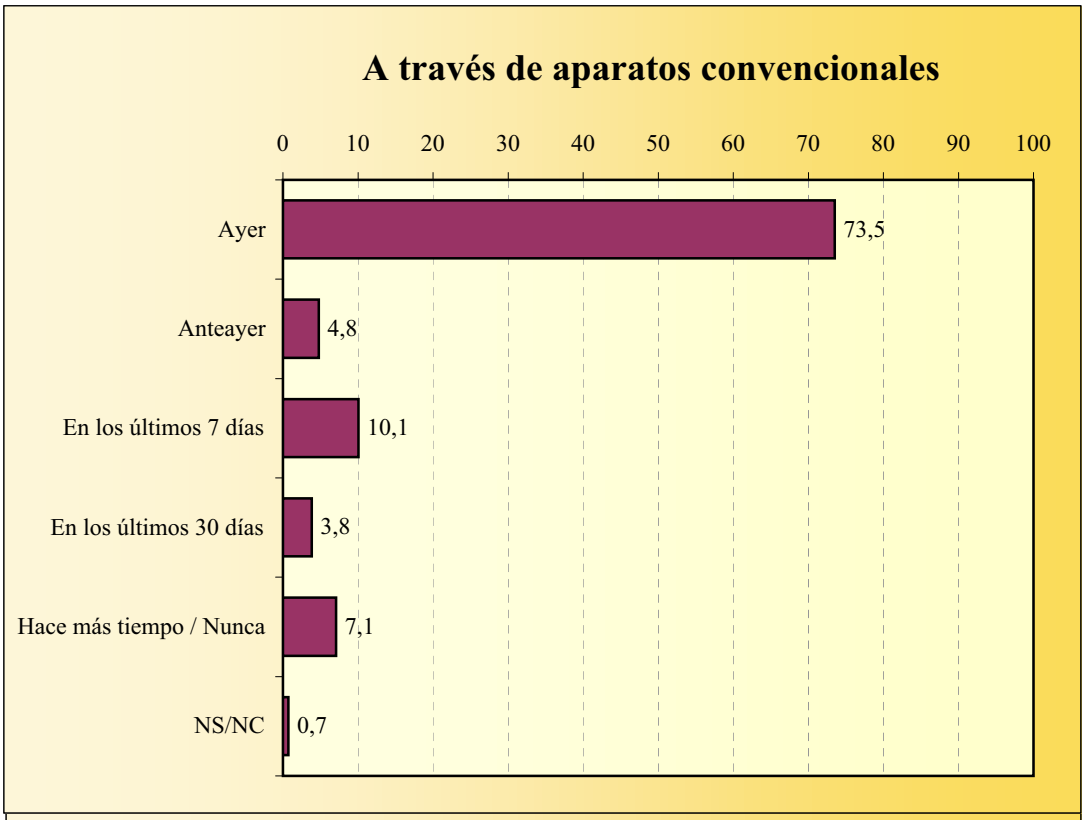


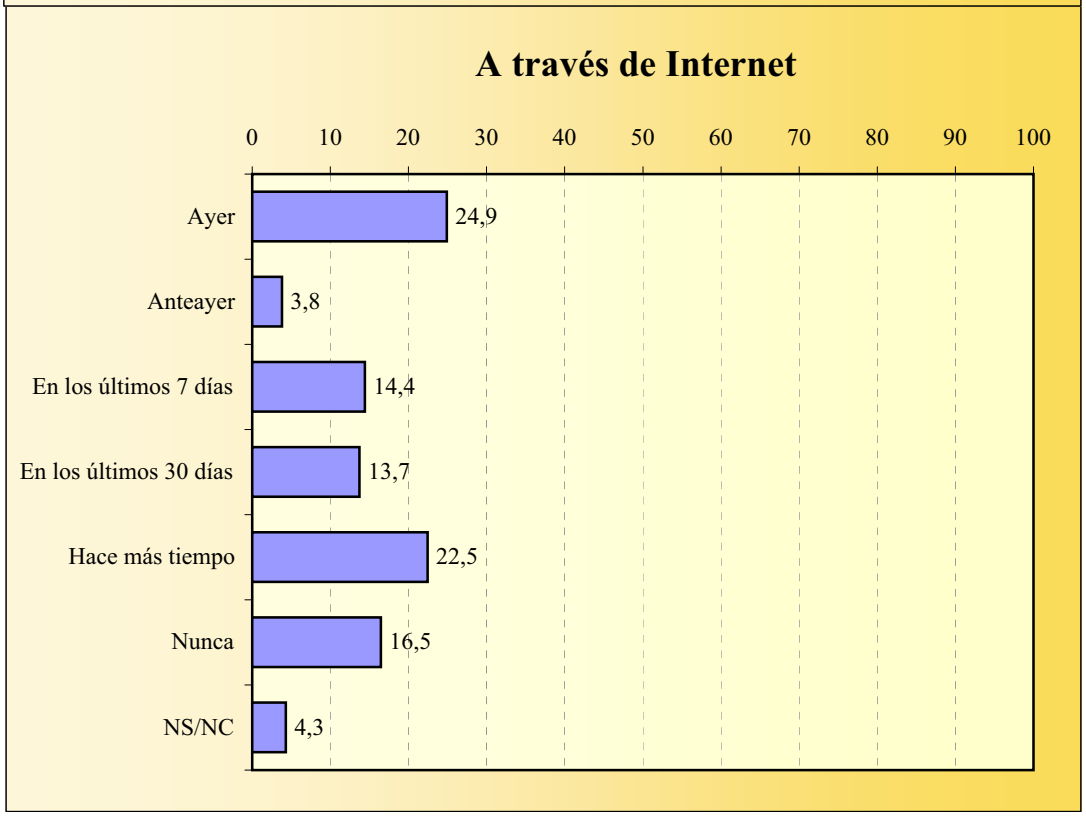


CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Radio

P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
...ha escuchado la radio?		
A través de aparatos convencionales		
Ayer	42.132	73,5
Anteayer	2.749	4,8
En los últimos 7 días	5.767	10,1
En los últimos 30 días	2.195	3,8
Hace más tiempo / Nunca	4.060	7,1
NS/NC	407	0,7
A través de Internet		
Ayer	14.263	24,9
Anteayer	2.174	3,8
En los últimos 7 días	8.261	14,4
En los últimos 30 días	7.854	13,7
Hace más tiempo	12.875	22,5
Nunca	9.428	16,5
NS/NC	2.455	4,3

CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Radio

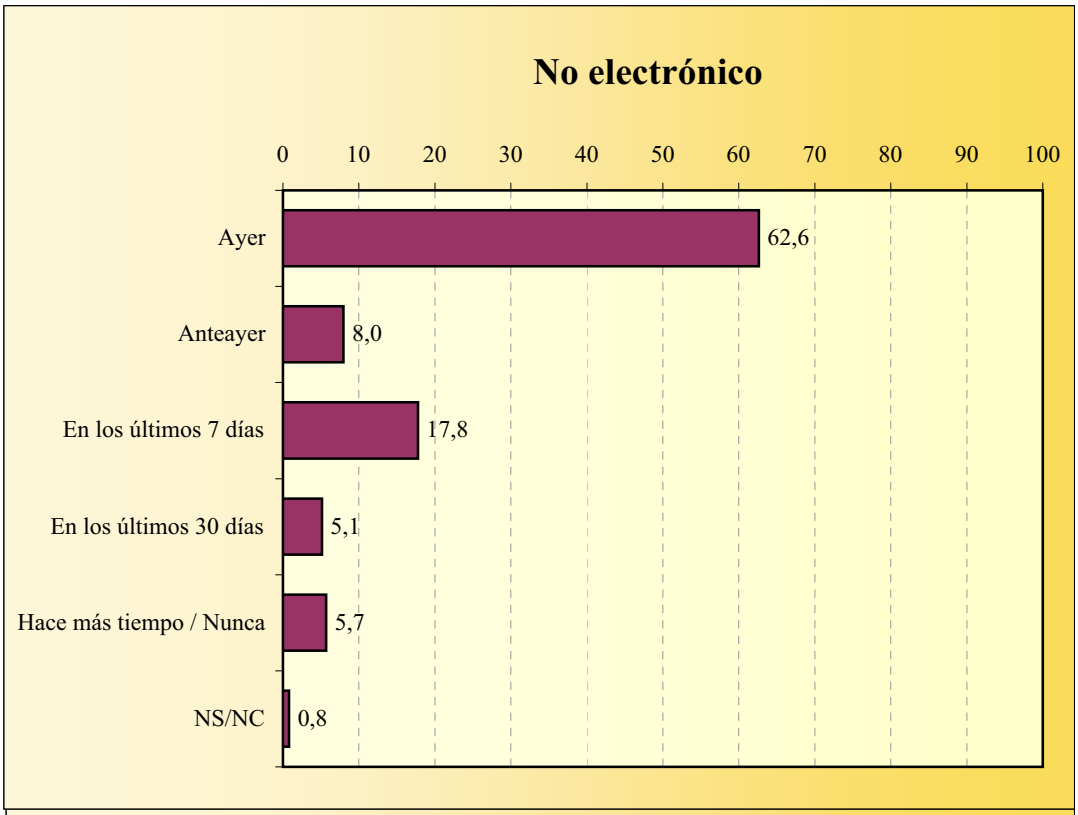


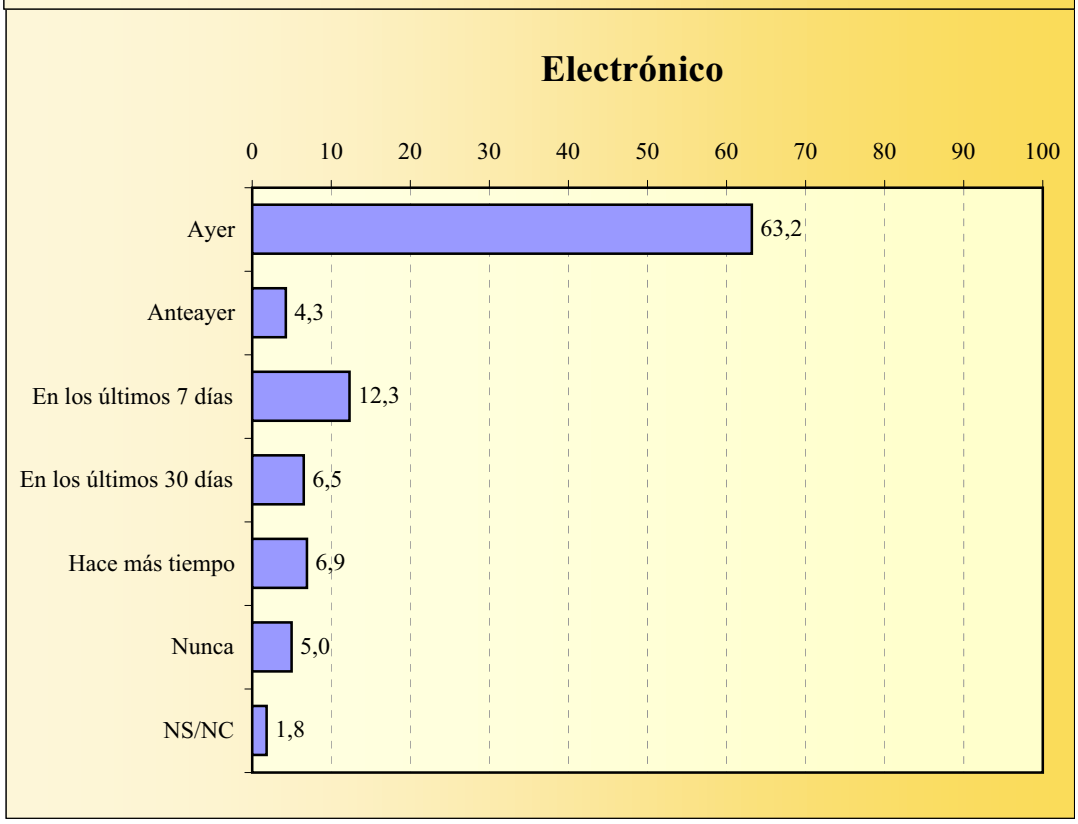


CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Periódico / Diario

P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
...ha leído un periódico/diario?		
No electrónico (papel)		
Ayer	35.900	62,6
Anteayer	4.561	8,0
En los últimos 7 días	10.198	17,8
En los últimos 30 días	2.940	5,1
Hace más tiempo / Nunca	3.247	5,7
NS/NC	464	0,8
Electrónico (Internet)		
Ayer	36.220	63,2
Anteayer	2.436	4,3
En los últimos 7 días	7.053	12,3
En los últimos 30 días	3.732	6,5
Hace más tiempo	3.958	6,9
Nunca	2.864	5,0
NS/NC	1.047	1,8

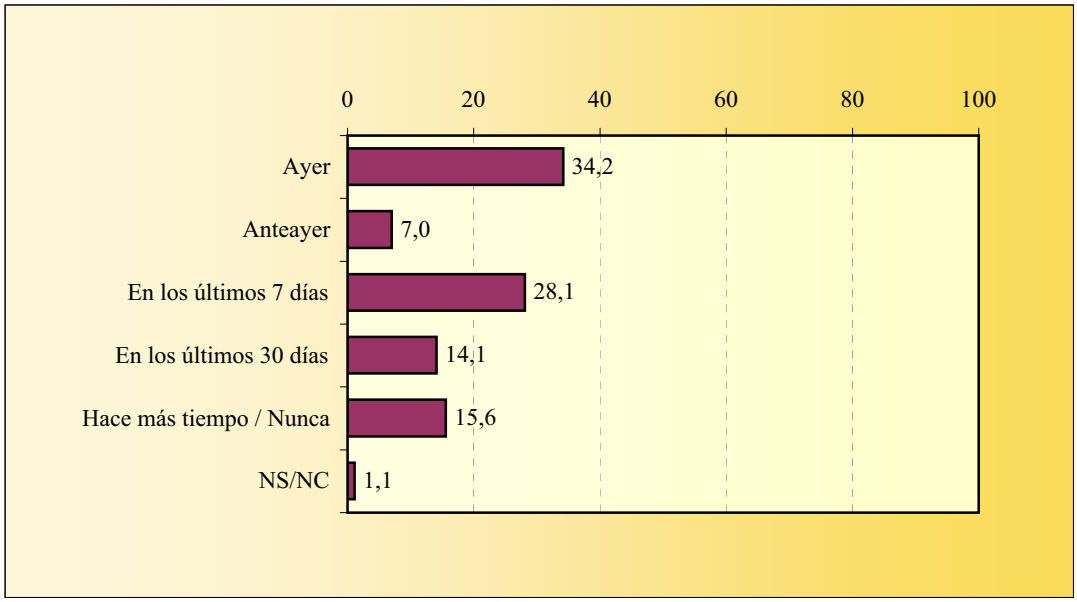
CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Periódico / Diario





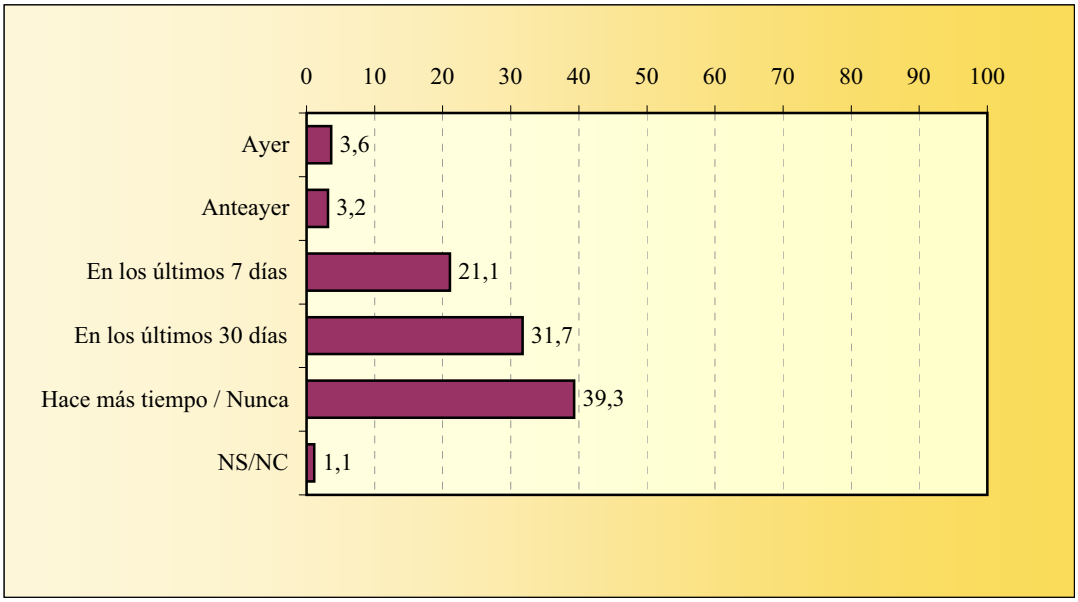
CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Revistas

P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
...ha leído una revista?		
Ayer	19.576	34,2
Anteayer	4.011	7,0
En los últimos 7 días	16.104	28,1
En los últimos 30 días	8.070	14,1
Hace más tiempo / Nunca	8.924	15,6
NS/NC	625	1,1



CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Cine

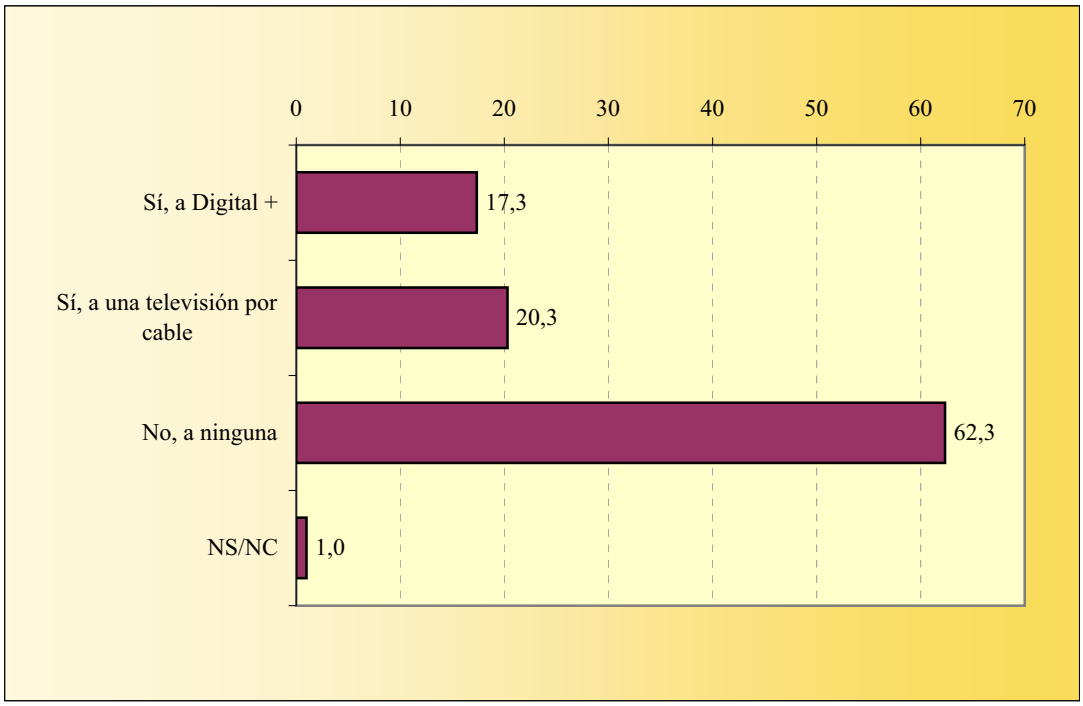
P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
...ha ido al cine?		
Ayer	2.068	3,6
Anteayer	1.809	3,2
En los últimos 7 días	12.067	21,1
En los últimos 30 días	18.180	31,7
Hace más tiempo / Nunca	22.530	39,3
NS/NC	656	1,1



¿ABONADO A TELEVISIÓN DE PAGO?

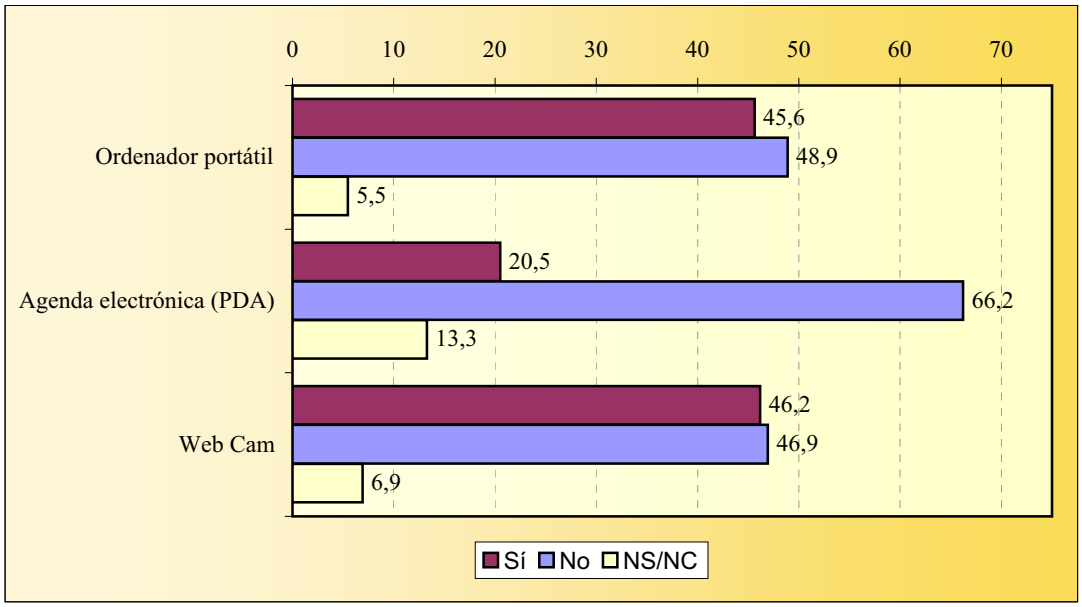
La suma de los porcentajes es superior a cien ya que algunos navegantes declaran estar abonados a más de una televisión de pago.

P. ¿Está abonado a alguna televisión de pago?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	
Sí, a Digital +	9.939	17,3
Sí, a una televisión por cable	11.630	20,3
No, a ninguna	35.732	62,3
NS/NC	566	1,0



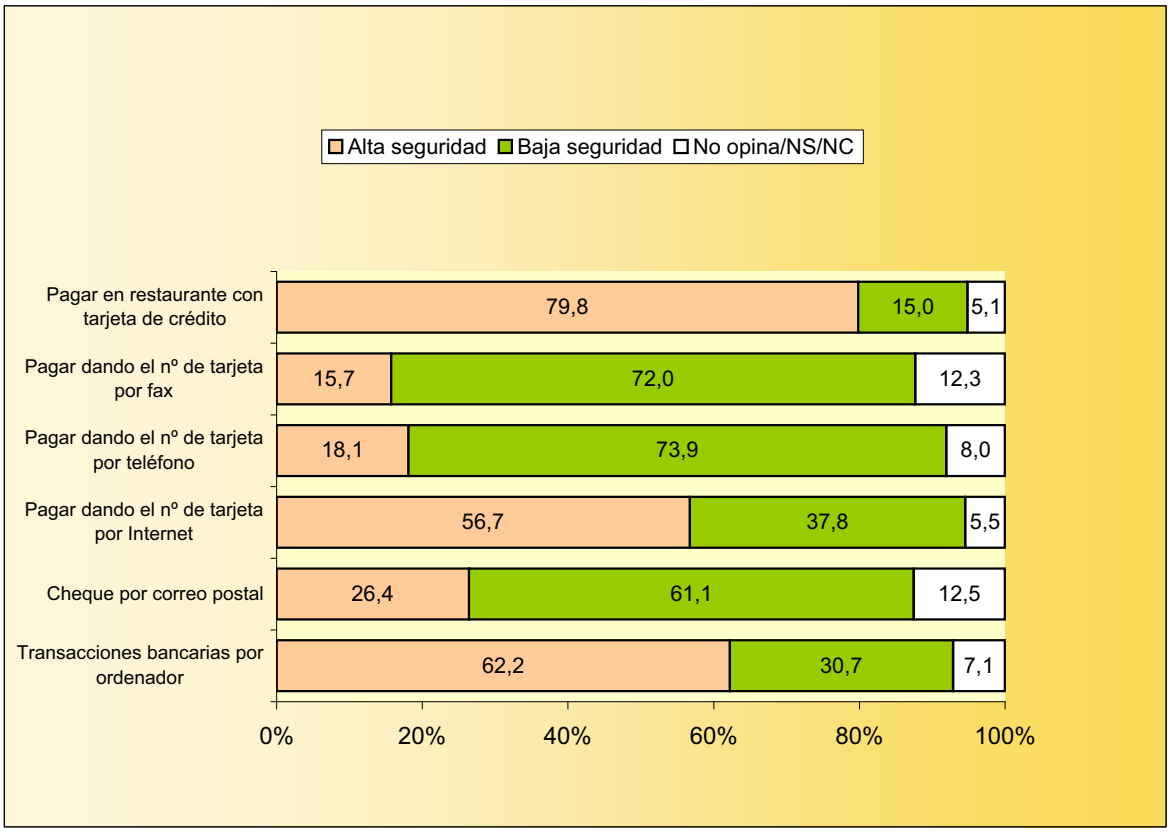
EQUIPAMIENTO

P. ¿De cuáles de los siguientes aparatos dispone Vd.?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Ordenador portátil		
Sí	26.154	45,6
No	28.017	48,9
NS/NC	3.139	5,5
Agenda electrónica (PDA)		
Sí	11.753	20,5
No	37.953	66,2
NS/NC	7.604	13,3
Web Cam		
Sí	26.457	46,2
No	26.891	46,9
NS/NC	3.962	6,9



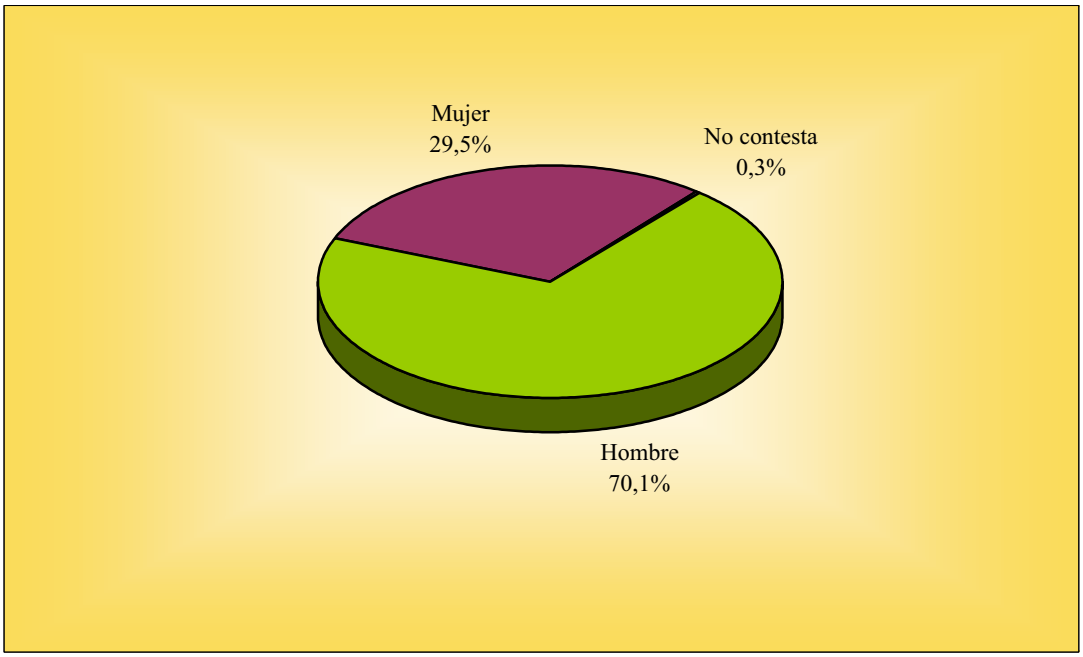
GRADO DE SEGURIDAD DE TRANSACCIONES

P. ¿Qué grado de seguridad le merece cada una de estas transacciones? *Porcentajes horizontales*						
	Mucha	Bastante	Poca	Ninguna	No tengo opinión	NS/NC
Pagar en restaurante con tarjeta de crédito	27,5	52,3	12,7	2,3	4,8	0,3
Pagar dando el nº de tarjeta por fax	4,2	11,5	38,1	33,9	11,6	0,7
Pagar dando el nº de tarjeta por teléfono	4,4	13,7	38,0	35,9	7,4	0,7
Pagar dando el nº de tarjeta por Internet (servidor seguro)	12,9	43,8	24,8	13,0	4,9	0,5
Enviar cheque por correo postal	5,6	20,8	35,7	25,4	11,9	0,6
Transacciones bancarias por ordenador	17,9	44,3	20,7	10,0	6,6	0,5



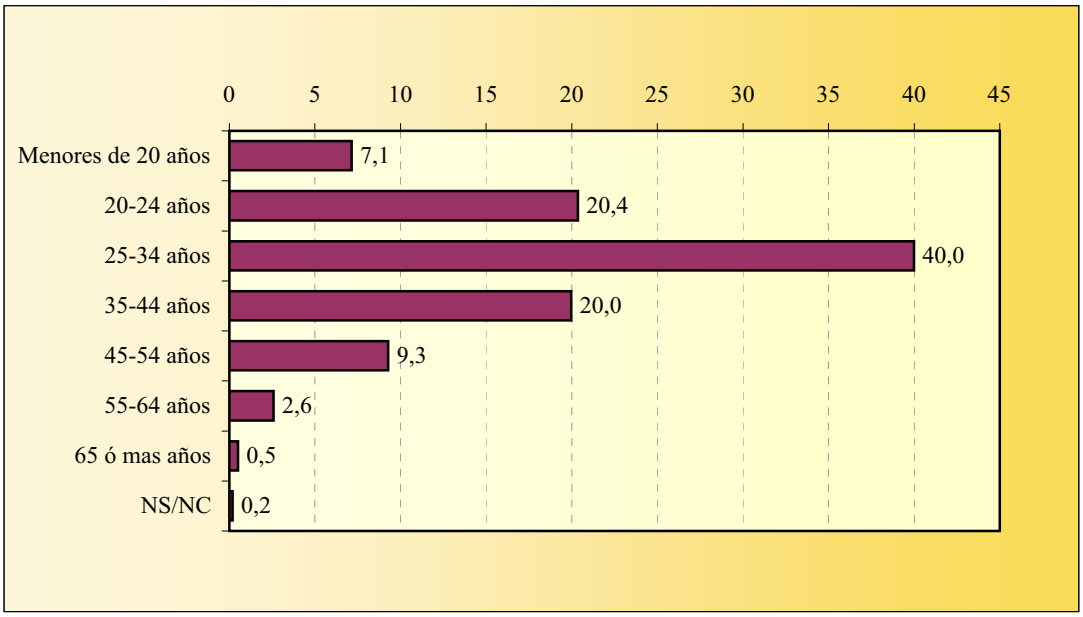
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Sexo

P. Sexo		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Hombre	40.191	70,1
Mujer	16.923	29,5
No contesta	196	0,3



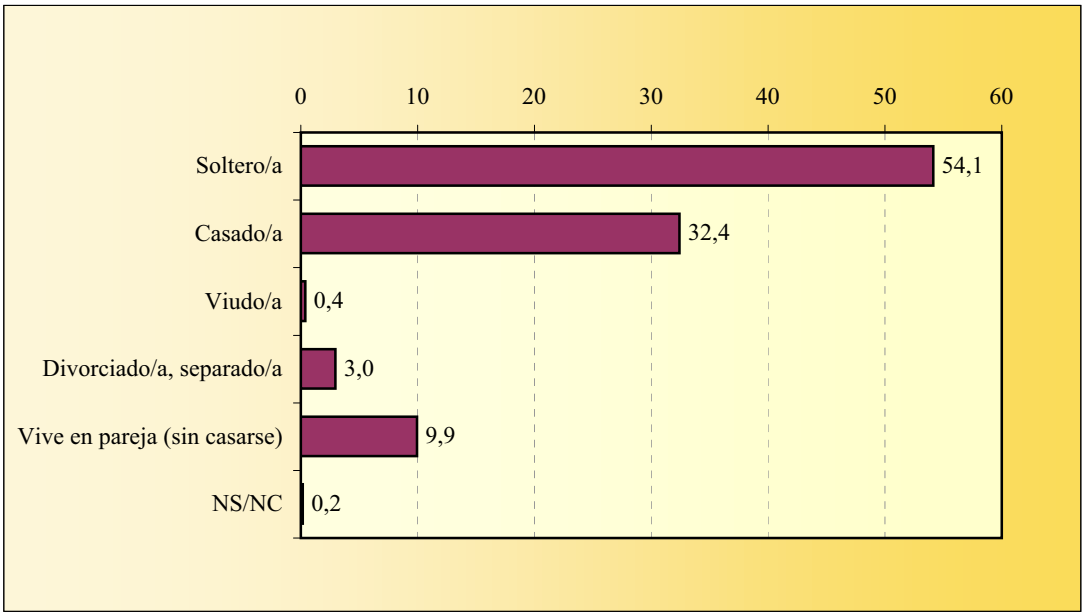
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Edad

P. Edad		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Menores de 20 años	4.092	7,1
20-24 años	11.673	20,4
25-34 años	22.916	40,0
35-44 años	11.448	20,0
45-54 años	5.310	9,3
55-64 años	1.474	2,6
65 ó mas años	289	0,5
NS/NC	108	0,2



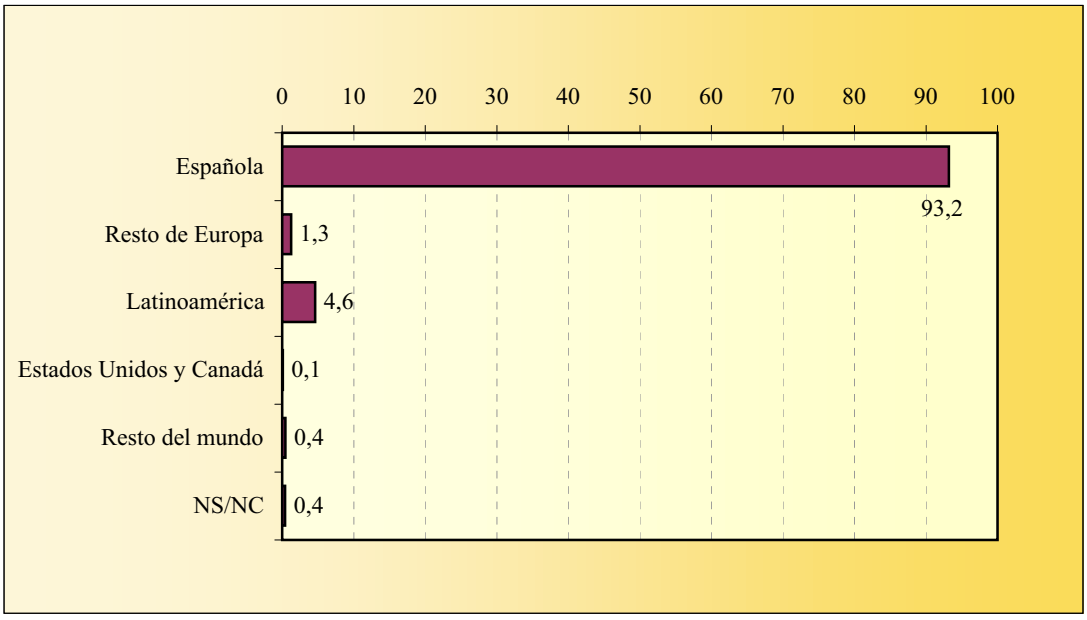
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Estado civil

P. Estado civil		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Soltero/a	31.027	54,1
Casado/a	18.569	32,4
Viudo/a	220	0,4
Divorciado/a, separado/a	1.691	3,0
Vive en pareja (sin casarse)	5.701	9,9
NS/NC	102	0,2



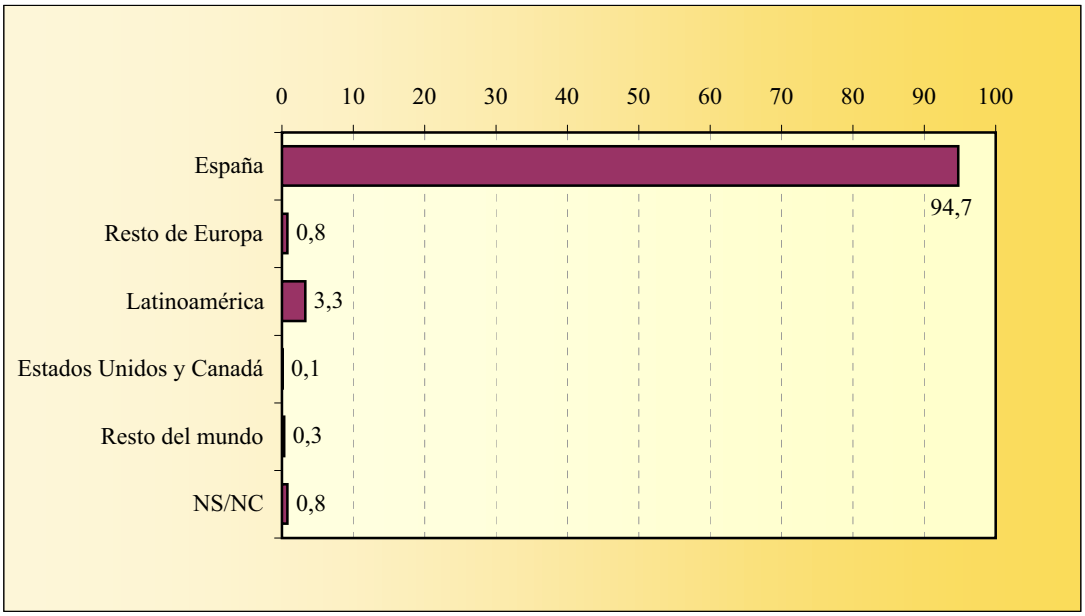
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Nacionalidad

P. Nacionalidad		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Española	53.409	93,2
Resto de Europa	725	1,3
Latinoamérica	2.652	4,6
Estados Unidos y Canadá	46	0,1
Resto del mundo	246	0,4
NS/NC	232	0,4



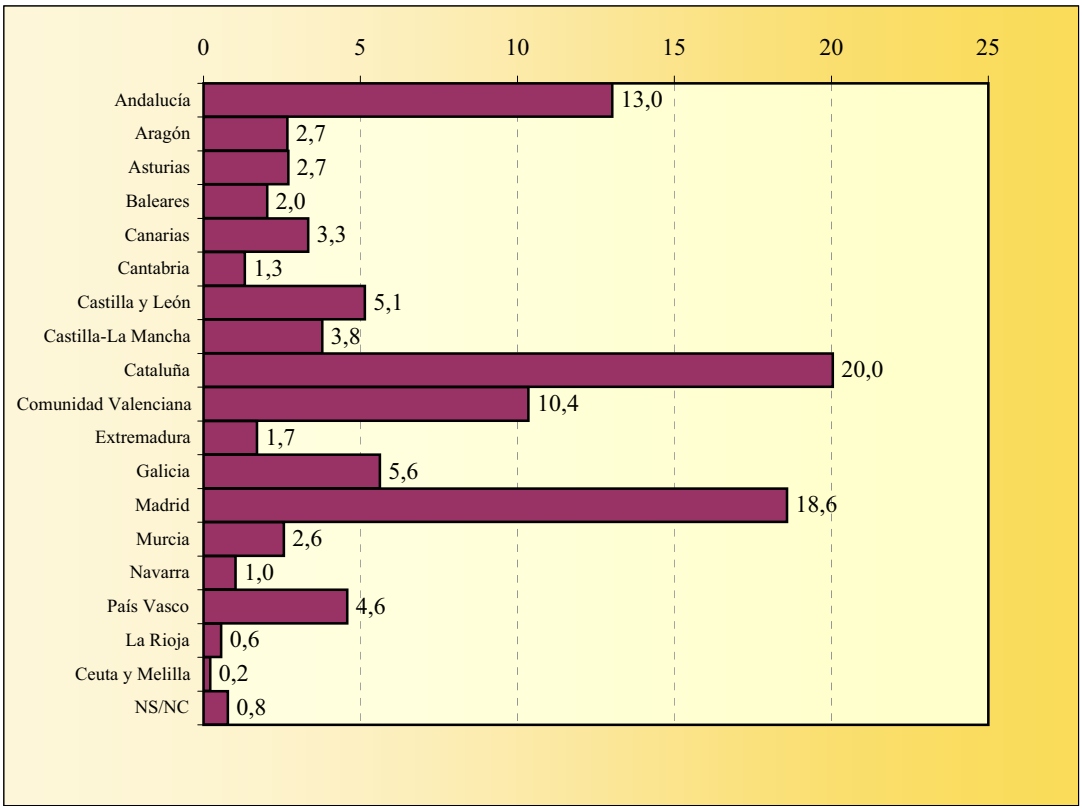
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Lugar de residencia

P. Lugar de residencia		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
España	54.296	94,7
Resto de Europa	446	0,8
Latinoamérica	1.886	3,3
Estados Unidos y Canadá	62	0,1
Resto del mundo	177	0,3
NS/NC	443	0,8



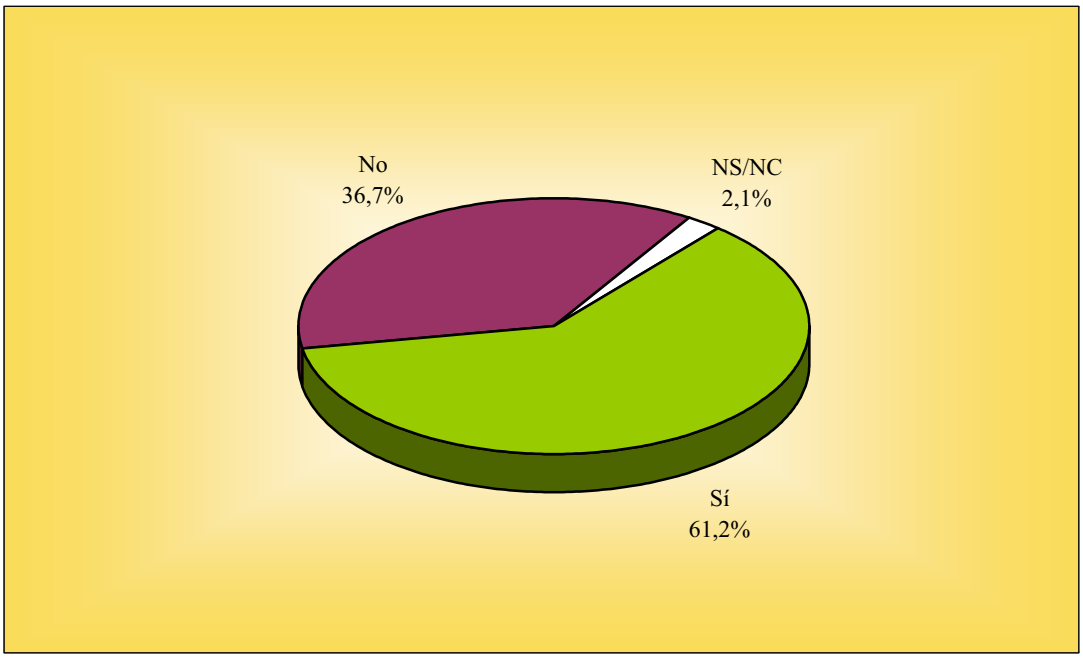
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Comunidad Autónoma

P. Si Ud. Reside en España, indique a qué Comunidad Autónoma pertenece		
	Absolutos	**%**
BASE (residentes en España)	54.296	100,0
Andalucía	7.068	13,0
Aragón	1.450	2,7
Asturias	1.468	2,7
Baleares	1.101	2,0
Canarias	1.809	3,3
Cantabria	714	1,3
Castilla y León	2.792	5,1
Castilla-La Mancha	2.056	3,8
Cataluña	10.886	20,0
Comunidad Valenciana	5.620	10,4
Extremadura	925	1,7
Galicia	3.049	5,6
Madrid	10.091	18,6
Murcia	1.389	2,6
Navarra	555	1,0
País Vasco	2.485	4,6
La Rioja	305	0,6
Ceuta y Melilla	114	0,2
NS/NC	419	0,8



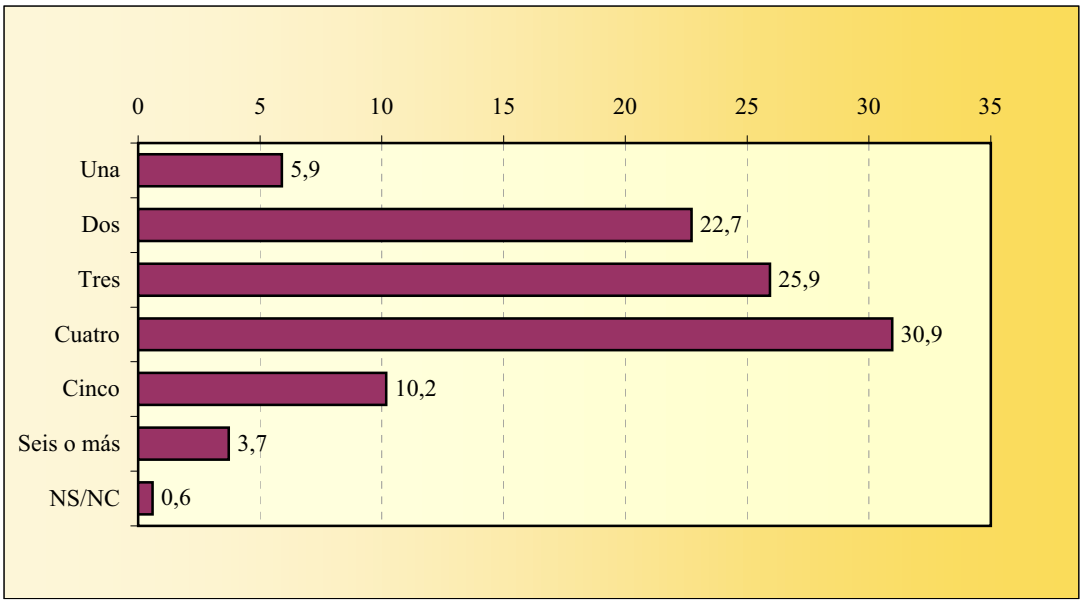
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Municipio de residencia

P. Si Ud. Reside en España ¿es su municipio de residencia capital de la provincia o tiene más de 100.000 habitantes?		
	Absolutos	**%**
BASE (residentes en España)	54.296	100,0
Sí	33.212	61,2
No	19.927	36,7
NS/NC	1.157	2,1



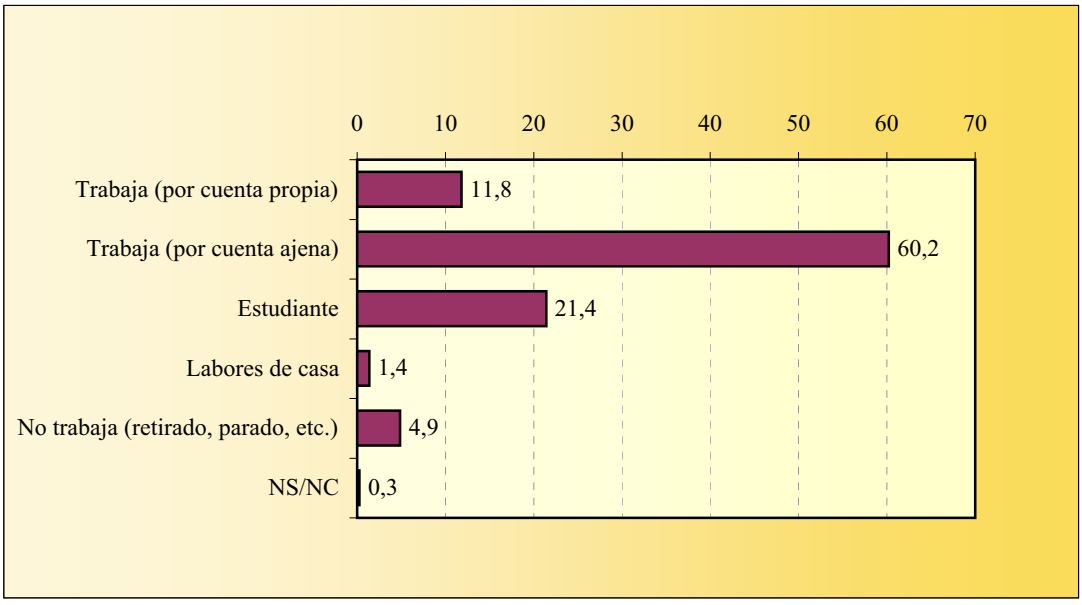
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Tamaño del hogar

P. ¿Cuántas personas viven en su hogar incluído Ud.?		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Una	3.384	5,9
Dos	13.018	22,7
Tres	14.865	25,9
Cuatro	17.736	30,9
Cinco	5.836	10,2
Seis o más	2.133	3,7
NS/NC	338	0,6



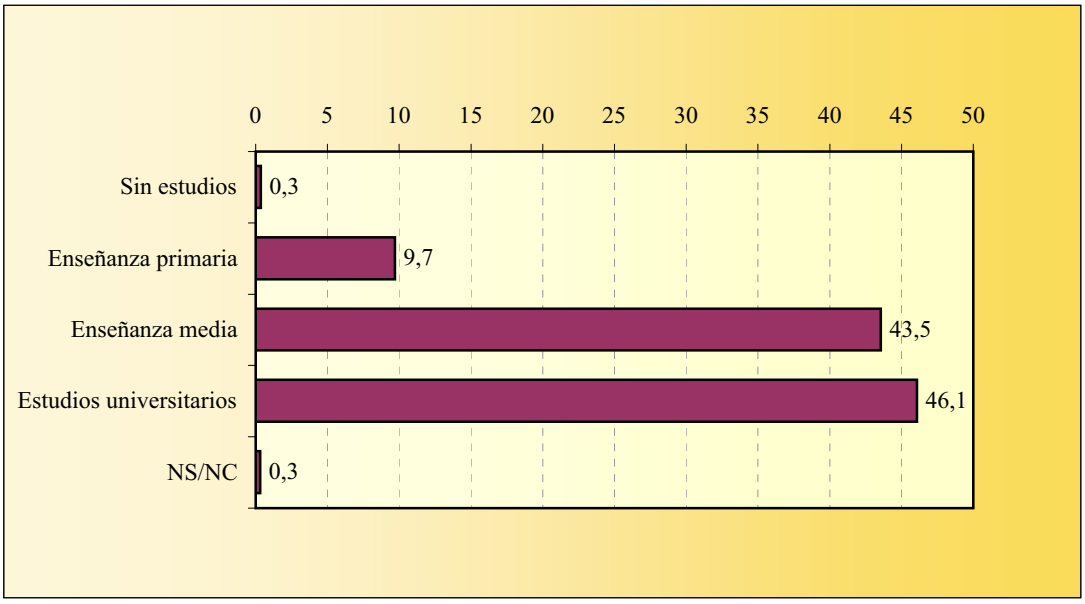
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Ocupación principal

P. Ocupación principal		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Trabaja (por cuenta propia)	6.781	11,8
Trabaja (por cuenta ajena)	34.517	60,2
Estudiante	12.284	21,4
Labores de casa	785	1,4
No trabaja (retirado, parado, etc.)	2.793	4,9
NS/NC	150	0,3



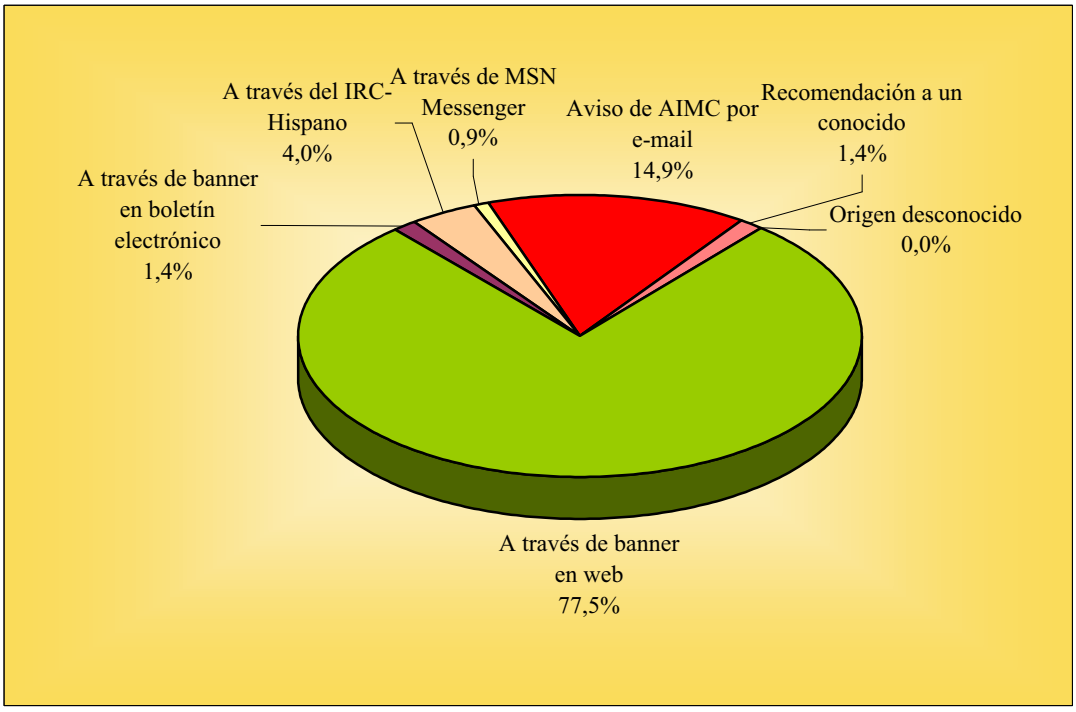
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Estudios

P. Nivel de estudios finalizados		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Sin estudios	199	0,3
Enseñanza primaria (EGB / ESO)	5.562	9,7
Enseñanza media (BUP / Bachillerato / FP)	24.958	43,5
Estudios universitarios	26.410	46,1
NS/NC	181	0,3



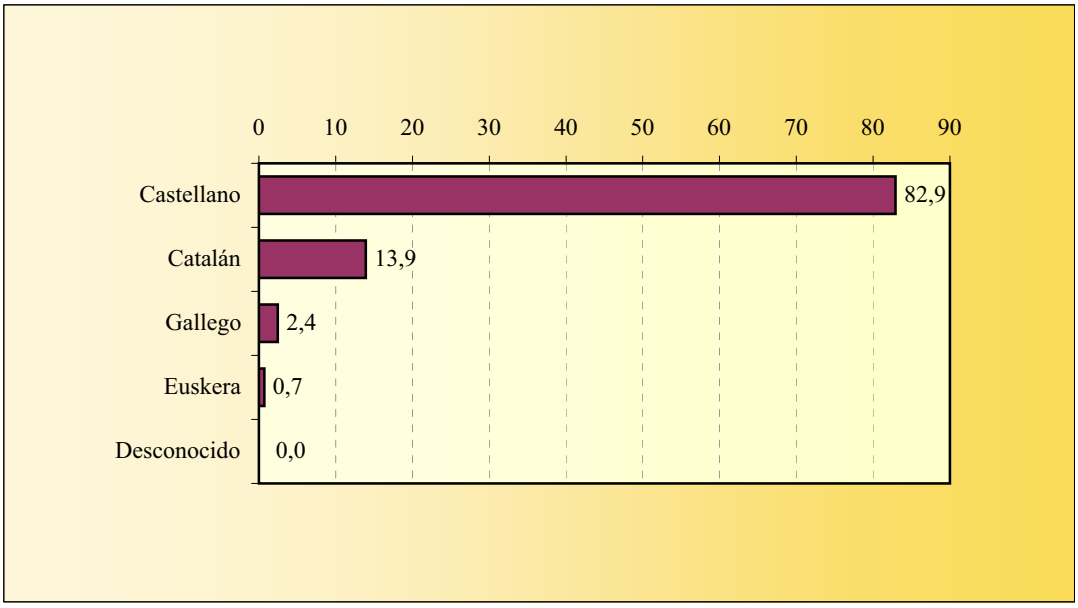
ACCESO A LA ENCUESTA

Acceso a la encuesta		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
A través de banner en web	44.423	77,5
A través de banner en boletín electrónico	781	1,4
A través del IRC-Hispano	2.288	4,0
A través de MSN Messenger	490	0,9
Aviso de AIMC por e-mail	8.543	14,9
Recomendación a un conocido	777	1,4
Origen desconocido	8	0,0



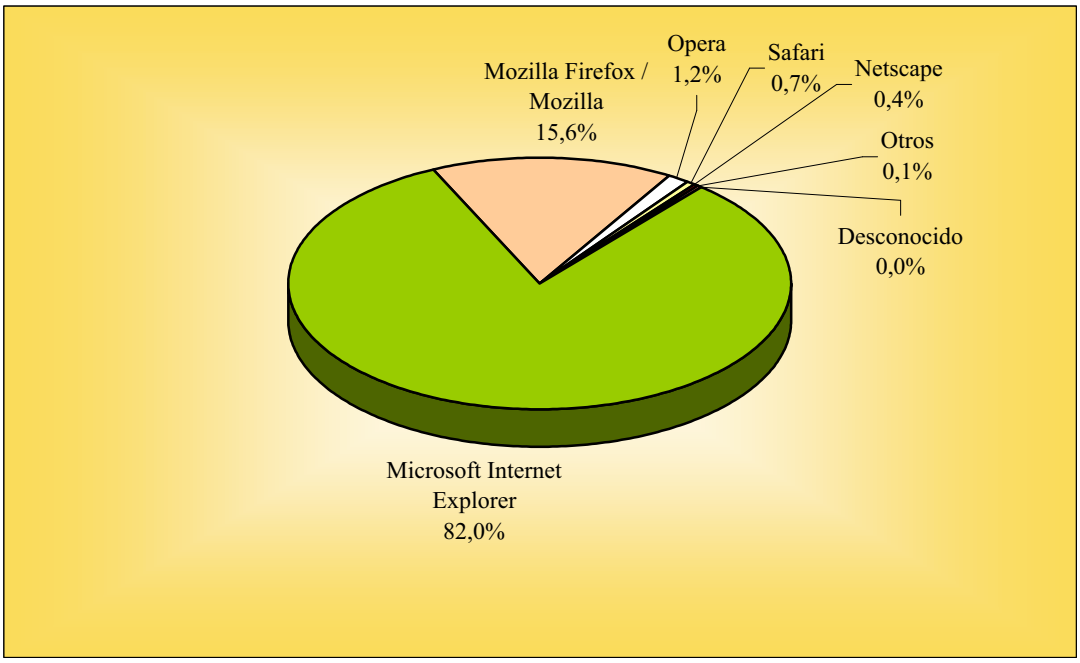
IDIOMA DEL CUESTIONARIO

Idioma		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Castellano	47.516	82,9
Catalán	7.989	13,9
Gallego	1.399	2,4
Euskera	404	0,7
Desconocido	2	0,0



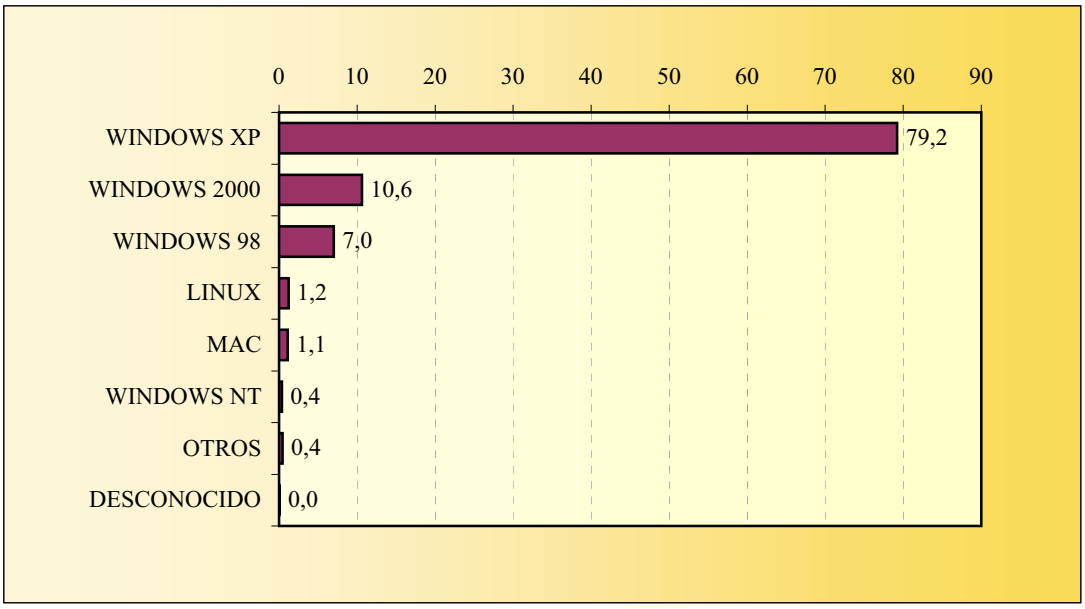
NAVEGADOR

Navegador utilizado para contestar la encuesta.		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
Microsoft Internet Explorer	46.974	82,0
- anterior a 5.5	623	1,1
- 5.5	558	1,0
- 6.0	45.766	79,9
- 7.0 (versión beta)	27	0,0
Mozilla Firefox / Mozilla	8.958	15,6
- Mozilla	452	0,8
- Firefox anterior a 1.0	138	0,2
- Firefox 1.0	7.903	13,8
- Firefox 1.4	205	0,4
- Firefox 1.5	260	0,5
Opera	670	1,2
Safari	381	0,7
Netscape	234	0,4
Otros	80	0,1
Desconocido	13	0,0



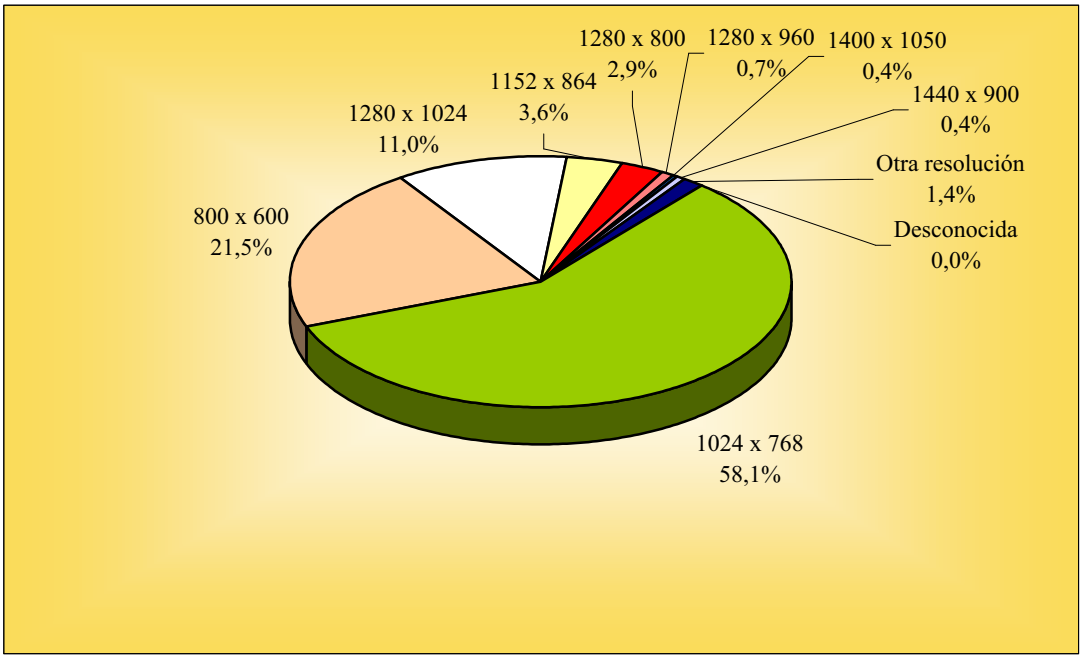
SISTEMA OPERATIVO

Sistema operativo con el que se ha realizado la encuesta.		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
WINDOWS XP	45.386	79,2
WINDOWS 2000	6.096	10,6
WINDOWS 98	4.013	7,0
LINUX	702	1,2
MAC	625	1,1
WINDOWS NT	210	0,4
OTROS	251	0,4
DESCONOCIDO	27	0,0



RESOLUCIÓN DE PANTALLA

Resolución de la pantalla en la que se ha realizado la encuesta.		
	Absolutos	**%**
BASE	57.310	100,0
1024 x 768	33.281	58,1
800 x 600	12.310	21,5
1280 x 1024	6.318	11,0
1152 x 864	2.045	3,6
1280 x 800	1.678	2,9
1280 x 960	405	0,7
1400 x 1050	237	0,4
1440 x 900	213	0,4
Otra resolución	812	1,4
Desconocida	11	0,0



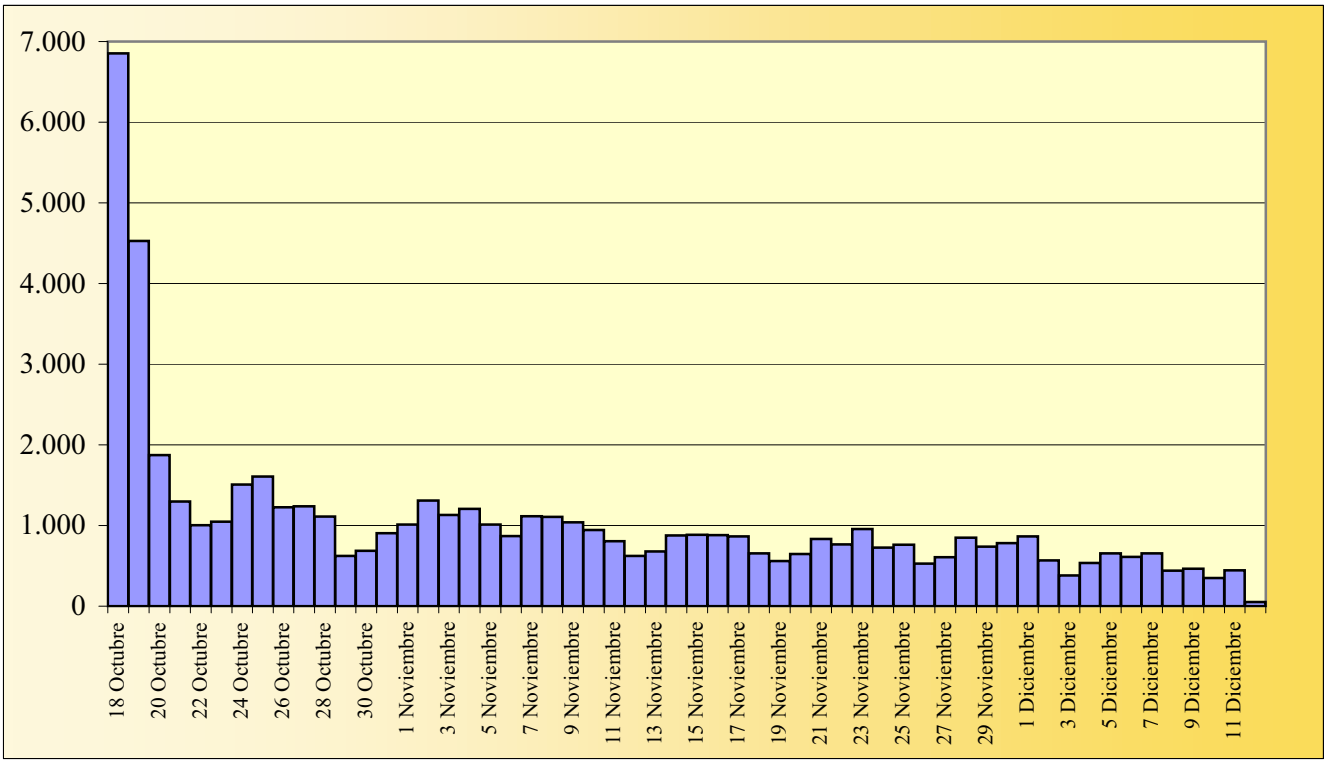
ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

57.310 entrevistas

DIA	Entrevistas	%
18 Octubre	6.853	12,0
19 Octubre	4.528	7,9
20 Octubre	1.872	3,3
21 Octubre	1.297	2,3
22 Octubre	1.005	1,8
23 Octubre	1.047	1,8
24 Octubre	1.506	2,6
25 Octubre	1.608	2,8
26 Octubre	1.228	2,1
27 Octubre	1.237	2,2
28 Octubre	1.113	1,9
29 Octubre	625	1,1
30 Octubre	687	1,2
31 Octubre	903	1,6
1 Noviembre	1.011	1,8
2 Noviembre	1.309	2,3
3 Noviembre	1.132	2,0
4 Noviembre	1.208	2,1
5 Noviembre	1.012	1,8

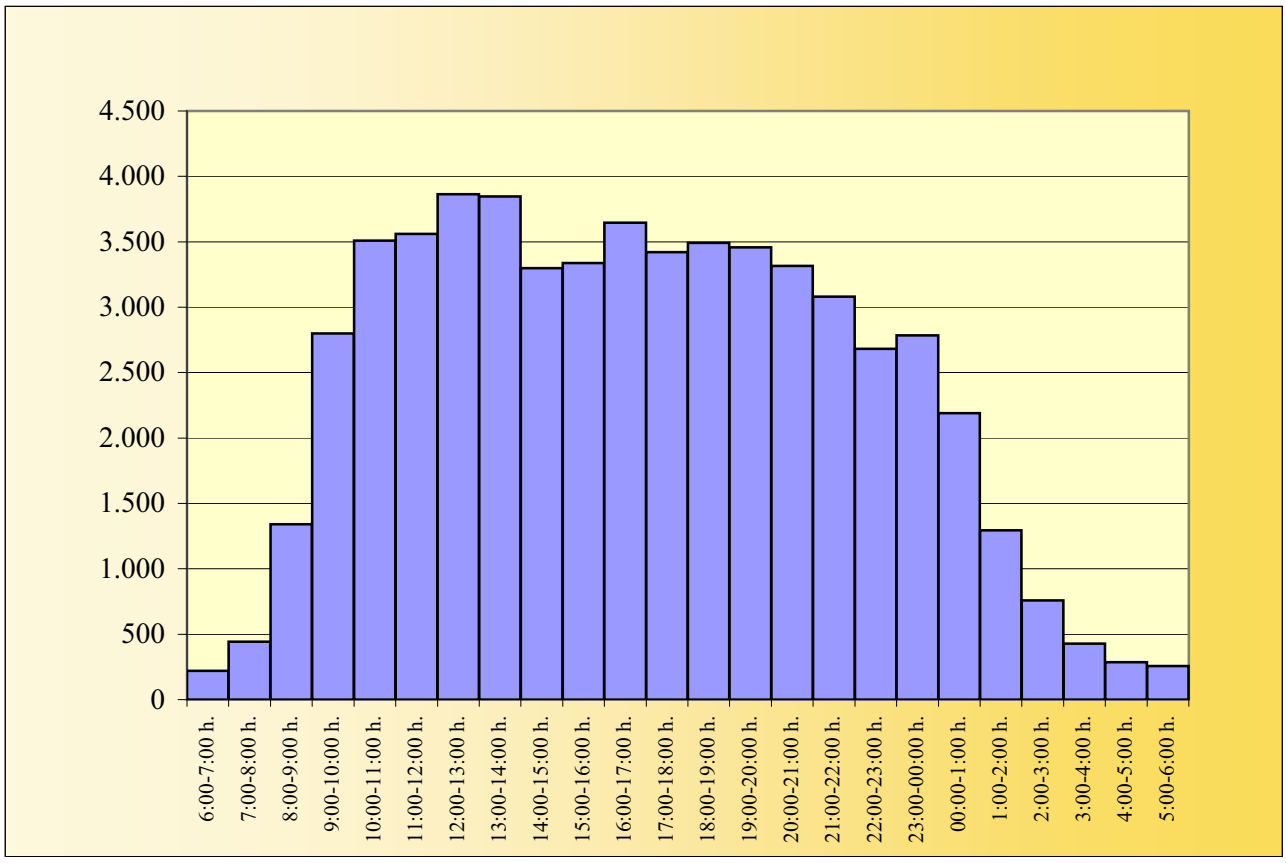
DIA	Entrevistas	%
6 Noviembre	868	1,5
7 Noviembre	1.115	1,9
8 Noviembre	1.107	1,9
9 Noviembre	1.039	1,8
10 Noviembre	946	1,7
11 Noviembre	806	1,4
12 Noviembre	625	1,1
13 Noviembre	678	1,2
14 Noviembre	878	1,5
15 Noviembre	886	1,5
16 Noviembre	879	1,5
17 Noviembre	865	1,5
18 Noviembre	656	1,1
19 Noviembre	560	1,0
20 Noviembre	648	1,1
21 Noviembre	834	1,5
22 Noviembre	765	1,3
23 Noviembre	956	1,7
24 Noviembre	728	1,3

DIA	Entrevistas	%
25 Noviembre	762	1,3
26 Noviembre	527	0,9
27 Noviembre	607	1,1
28 Noviembre	851	1,5
29 Noviembre	739	1,3
30 Noviembre	783	1,4
1 Diciembre	866	1,5
2 Diciembre	568	1,0
3 Diciembre	382	0,7
4 Diciembre	534	0,9
5 Diciembre	656	1,1
6 Diciembre	610	1,1
7 Diciembre	655	1,1
8 Diciembre	440	0,8
9 Diciembre	464	0,8
10 Diciembre	351	0,6
11 Diciembre	445	0,8
12 Diciembre	50	0,1



ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

TOTAL: 57.310 entrevistas

INTERVALO	Entrevistas	%
6:00-7:00 h.	221	0,4
7:00-8:00 h.	443	0,8
8:00-9:00 h.	1.342	2,3
9:00-10:00 h.	2.800	4,9
10:00-11:00 h.	3.509	6,1
11:00-12:00 h.	3.560	6,2
12:00-13:00 h.	3.864	6,7
13:00-14:00 h.	3.847	6,7
14:00-15:00 h.	3.298	5,8
15:00-16:00 h.	3.337	5,8
16:00-17:00 h.	3.646	6,4
17:00-18:00 h.	3.420	6,0

INTERVALO	Entrevistas	%
18:00-19:00 h.	3.491	6,1
19:00-20:00 h.	3.457	6,0
20:00-21:00 h.	3.315	5,8
21:00-22:00 h.	3.081	5,4
22:00-23:00 h.	2.681	4,7
23:00-00:00 h.	2.785	4,9
00:00-1:00 h.	2.189	3,8
1:00-2:00 h.	1.294	2,3
2:00-3:00 h.	758	1,3
3:00-4:00 h.	428	0,7
4:00-5:00 h.	286	0,5
5:00-6:00 h.	258	0,5