



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES ESPAÑOLAS EN INTERNET

Encuesta a dominios ".es"

INDICE

- 1.-Presentación.Objetivos
- 2.-Evaluación de resultados
- 3.-Perfil de empresas españolas con presencia en Internet
- 4.-Ficha técnica de la encuesta
- 5.-Resultados

1 de febrero de 2001

1.- PRESENTACIÓN. OBJETIVOS

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) tiene competencias legales no sólo en el mercado de las telecomunicaciones sino también en el de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos. Por ello viene desarrollando diversas iniciativas tendentes a conocer el mercado de los servicios telemáticos e interactivos, y en especial Internet, desde distintos puntos de vista y analiza diversos submercados relacionados con el principal.

Un reciente Convenio de colaboración firmado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones con la Asociación para la Investigación de medios de comunicación (AIMC-EGM)) ha dado como fruto esta *Encuesta a dominios ".es"*, un estudio de la CMT "para evaluar las entidades españolas con presencia en Internet" realizado con la participación de AIMC. Ambas entidades agradecen su colaboración a todas aquellas personas que, en representación de los dominios, se tomaron la molestia de cumplimentar el cuestionario y que han permitido llevar a cabo esta iniciativa

Internet, este medio que suscita un gran interés o, por lo menos, curiosidad entre tantas personas y que, al menos aparentemente se presenta como el centro de muchos nuevos negocios, aún es un gran desconocido. Además, debido a su gran dinamismo y su continua evolución, en muchas ocasiones, lo registrado hoy apenas sirve para mañana.

De acuerdo con esta constatación el presente análisis persigue profundizar en el conocimiento de la estructura del medio Internet en España. Pretende ser el primer estudio destinado a determinar las características más importantes de las entidades españolas que mantienen presencia en Internet (en el dominio ".es"), sus objetivos, los costes y beneficios atribuibles a la presencia en Internet, el empleo que esta actividad genera, así como algunas características técnicas de los sitios web que estas entidades mantienen.

Las entidades españolas que disponen de presencia en Internet tienen, normalmente, un dominio propio de segundo nivel, ya sea bajo un dominio genérico de primer nivel (.com, .org y .net) o bajo el dominio genérico de primer nivel territorial ".es": Si bien es cierto que esto no es imprescindible, esta opción es la más utilizada ya que es la manera más sencilla de identificar a la entidad en Internet, por lo que se ha tomado como universo objetivo del estudio aquellas entidades que son titulares de un dominio de segundo nivel bajo ".es".

Este colectivo está claramente identificado por el Registro Delegado de Internet en España, gestionado por el Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión del Ministerio de Ciencia y Tecnología. La CMT ha solicitado a dicha entidad la base de datos con todos los titulares de dominios bajo ".es". Las entidades españolas que poseen un dominio de segundo nivel bajo un genérico (".com", ".net" o ".org") no pueden ser identificadas tan fácilmente ya que el registro que mantiene la mayor parte de la información de este tipo de dominios está gestionado por la compañía norteamericana Network Solutions Inc., y la otra parte está diseminada entre distintos registradores de todo el mundo.

Para la realización de este estudio se envió en octubre de 2000 un correo electrónico a cada uno de los 25.661 titulares de dominios bajo ".es", invitándoles a cumplimentar un cuestionario en un sitio web. Para ello se contó con los servicios de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), entidad que se ha encargado de la gestión de los cuestionarios, la explotación de los datos obtenidos y la realización del informe.

Hay que tener en cuenta que la combinación del sistema utilizado (enviando la petición de colaboración a todo el colectivo bajo estudio), el carácter autoseleccionado de la muestra y la respuesta obtenida, no permite tener una garantía significativa de representatividad, o lo que es lo mismo, un nivel razonable de seguridad en la validez del proceso de inferencia para adjudicar los resultados muestrales obtenidos al total del colectivo.

Por otra parte, no se dispone de suficiente información para apuntar cual puede ser la dirección de los potenciales sesgos. No obstante los datos obtenidos suponen en sí mismos un potencial de conocimiento del sector y pueden ser tenidos en cuenta para describir de qué manera comienza a configurarse este incipiente y en gran medida anárquico mercado.

2.- EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS

Como consecuencia de la explotación de los datos de la encuesta se puede hacer referencia, entre otros, a los siguientes resultados:

Casi el 80% de las entidades españolas que disponen de Internet son Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil. Muy lejos le siguen entidades de la Administración Estatal, Autonómica, Local y Organismos Autónomos que totalizan entre todos un 4,2%. Las Asociaciones inscritas en el registro de Asociaciones suponen un 4,1% del total.

El 31% de las entidades desarrollan su actividad económica en el sector de Servicios empresariales, actividades inmobiliarias y de alquiler. Le sigue con un 23% las entidades cuya actividad principal es la de Industria Manufacturera.

El 82% de las entidades son medianas o pequeñas empresas. Un tercio de las entidades son microempresas con menos de 10 empleados, otro tercio son pequeñas empresas con menos de 50 empleados y el 23% son medianas empresas. El 14% son grandes empresas.

Por volumen de facturación destacan las empresas con facturaciones entre los mil y los cinco mil millones anuales con un 15% del total siguiendo las que obtienen facturaciones de entre 201 a 500 millones con un 13,6%, las de 11 a 50 millones con el 12,4% y las de más de 5.000 millones con el 10,8% del total. Son por tanto empresas españolas con facturaciones media altas las que se encuentran con presencia en Internet, en mayor medida que las que obtiene menores facturaciones. Así con facturaciones anuales superiores a los 201 millones supone el 50,2% del total.

Se observa una progresión al alza en la obtención de los dominios, que se corresponde con el incremento de la presencia de las entidades españolas en Internet observada en estos últimos años. De las entidades que han contestado a la encuesta el 71,1% del total tienen activado el dominio “.es” en los últimos 3 años (1998 el 20,4%; 1999 el 21,4% y en el primer semestre de 2000 el 29,3%).

De las entidades españolas con dominios bajo “.es” sólo el 7,5% desarrolla su actividad principal en Internet.

Razones de la presencia en Internet de las empresas

El objetivo primordial que lleva a las entidades españolas a tener presencia en Internet es por este orden

- 1º) reforzar su imagen corporativa , con el 76,2%;
- 2º) ofrecer información sobre los productos y/o servicios de la entidad el 68,4%;
- 3º) ánimo publicitario el 43,6%,
- 4º) la asistencia a los consumidores y usuarios el 32,8%;
- 5º) las ventas y comercio electrónico el 23,2%,
- 6º) la comunicación interna de la propia entidad el 16,9%;
- 7º) la información financiera de la entidad el 6,9%.

En el capítulo de los costes que supone para las entidades españolas su presencia en Internet, la mayoría oscila en la horquilla de entre 250.000 a 999.999 pesetas con el 20,6% del total, seguido de la horquilla de entre 1.000.000 a 4.999.999 pesetas con el 19,3%.

De los costes totales anteriores se destina a Recursos Humanos el 11,7% reserva de 100.000 a 250.000 pesetas; de 250.000 a 1.000.000 de pesetas el 12,4%; y de 1.000.000 a 5.000.000 el 15% del total.

Para la amortización del Hardware se sitúa a la cabeza la horquilla de gasto de 250.000 a 1.000.000 de pesetas con el 13,8% del total y a continuación, el 12,8% destina de entre 100.000 a 250.000 pesetas.

El 34,4% de las entidades estiman que las previsiones de costes destinadas a a mantener presencia en Internet crecerán ligeramente, mientras que el 33,8% espera mantener los actuales costes.

Ingresos atribuibles a la presencia en Internet

En el capítulo de los ingresos el 38,8% estiman que no han obtenido ningún ingreso atribuible directamente a la presencia de la entidad en Internet, mientras que el 17% afirma lo contrario. El 7,6% han ingresado más de 20 millones de pesetas. Analizando el tipo de actividades susceptibles de proporcionar ingresos destaca que el 40% no ha realizado venta de productos y servicios electrónicamente, frente al 13% que sí. Solo el 4% vende espacios

publicitarios en la web y el 3% obtiene otro tipo de ingresos por el mantenimiento de su presencia en Internet.

El 45% de las entidades considera que la presencia en Internet no ha tenido ninguna relación en los ingresos totales de la entidad, el 40% una ligera incidencia positiva y el 8% una fuerte incidencia positiva. Se puede considerar nulo los que opinan que la presencia en Internet de su entidad ha tenido una incidencia negativa.

Las entidades españolas con presencia en Internet son optimistas sobre las previsiones de ingresos directos a corto plazo atribuibles a dicha presencia, considerando el 53% de estas que experimentarán un crecimiento entre ligero y fuerte. El 37% consideran que todo seguirá igual.

Características técnicas de los sitios web

Respecto a las características técnicas de los sitios web de las entidades analizadas, el 73% utiliza servidores externos para el mantenimiento de su web corporativa, frente al 25% que utiliza medios propios. Esto en gran medida es debido al déficit de las entidades españolas en personal técnico en tecnologías de la información que puedan ofrecer este tipo de servicios, y pone de manifiesto la gran oportunidad que disponen las empresas de servicios de Internet para ocupar este lugar en el mercado.

El 36% de los webs analizados son pequeños (hasta 12 Mbytes), el 23% medianos (de 12 a 80 Mbytes) y el 15% grandes (más de 80).

El 93% de las entidades disponen de webs gratuitas abiertas al público, de las cuales el 9% requieren de un registro previo por parte del usuario. Sólo el 3,5% son de acceso restringido mediante pago.

Un sitio web español tiene de media 790.043 páginas visitadas al mes y 59,159 visitas mensuales de promedio.

Las entidades españolas con presencia en Internet utilizan poco personal propio para el mantenimiento de su web, empleando de 1 a 2 trabajadores el 37% de ellas y el 25% ninguno. Las previsiones de creación de empleo en el próximo año muestran que el 47% de las entidades no tienen previsto que exista un incremento, mientras que el 18% incrementarán su plantilla ligeramente entre 1 y 2 trabajadores para mantenimiento del web.

Tipos de dominios

Las entidades españolas con presencia en Internet lo hacen de forma mayoritaria con un único dominio. El 69% de las entidades no tienen ningún dominio adicional, el 17% disponen de otro dominio y el 13% restante disponen de más de 2 dominios en Internet. Entre las entidades que disponen de más de un dominio, el 82 % usan un dominio de segundo nivel bajo un dominio genérico, el 59% bajo ".com", el 14,3% bajo ".net" y el 8,6% bajo ".org". El

14,5% disponen de otro dominio bajo ".es", a pesar de que hasta agosto de 2000 la normativa de inscripción de dominios de la entidad delegada de Internet en España impedía que una entidad pudiese disponer de más un dominio bajo ".es". La mayor parte de las entidades que utilizan más de un dominio, el 54%, utilizan los dominios para mostrar los mismos contenidos, mientras que el 43% muestran distintos contenidos.

Respecto a la accesibilidad de los empleados de la entidad a Internet, el 53% declaran que todos o casi todos los empleados de la organización disponen de acceso a Internet, el 38% declaran que entre el 10 y el 90% de los trabajadores disponen de acceso y solo el 7% permiten el acceso solo al 10% de los trabajadores.

Proveedores de acceso a Internet

El mercado de proveedores de servicios de Internet que prestan servicios a las entidades que mantienen presencia en Internet está muy distribuido. Destaca el grupo Telefónica (incluye a Telefónica Data y Terra/Teleline) que presta servicio al 8% de las entidades analizadas, el grupo UNI2 (incluye CTV/Jet y Wanadoo) con un 4,2%, Retevisión con un 2,6% (incluye Iddeo, Alehop, Servicom, Cinet y Eresmas), Sarnet con un 2,5% y BT con un 1,5% (incluye Arrakis).

El 47% de las entidades analizadas mantienen líneas RDSI para acceso a Internet, mientras que el 11,7% usan la Red Telefónica Conmutada y en idéntico porcentaje líneas Frame Relay. Ya hay un número considerable de entidades, un 7%, que usan tecnología ADSL para acceder a Internet.

3.- PERFIL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA CON PRESENCIA EN INTERNET.

El primer informe sobre la situación de las entidades españolas con presencia en Internet muestra que la entidad tipo es una pequeña o mediana empresa, que factura menos de 5.000 millones de pesetas, tiene menos de 50 empleados y desarrolla su actividad en el sector servicios.

La antigüedad de la empresa en Internet es inferior a 3 años y su actividad principal no se desarrolla en Internet.

Destina a garantizar la presencia en Internet menos de 5 millones de pesetas al año y prevé un mantenimiento o ligero crecimiento de esta partida en su presupuesto para el año que viene.

No obtiene ingresos directos por el mantenimiento de su presencia en Internet y prevé que esta tendencia se mantenga o se produzca un ligero crecimiento en el 2.001. Considera que la presencia en Internet no ha tenido un efecto indirecto en los ingresos totales de la empresa o si la ha tenido ha sido ligera.

Para mantener la presencia en Internet utiliza recursos ajenos con cualquiera los muchos proveedores de servicios de Internet que existen en España a través de un único dominio.

Dedica menos de 2 trabajadores para garantizar la presencia de la empresa en Internet y la tendencia para el año 2.001 será la misma.

Por último proporciona acceso a Internet a través de una línea RDSI a todos sus trabajadores.

4.- FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

◆ **UNIVERSO OBJETIVO:** Dominios ".es" que verifiquen:

1. Página web activa o en proceso de construcción.
2. La entidad propietaria del dominio no es un proveedor de acceso a Internet (ISP).

◆ **TIPO DE ENTREVISTA:** Autoadministrada a través de Internet.

◆ **CUESTIONARIO:** Se ha diseñado un cuestionario en HTML que cubre razonablemente los objetivos del estudio. Es un cuestionario personalizado ya que, al entrevistado se le muestra los datos relacionados con el propio dominio que aparecen en la base de datos del "Es-nic". Está estructurado en 9 secciones:

1. DATOS FICHA "ES-NIC".
2. DATOS GENERALES.
3. MOTIVO DE LA PRESENCIA EN INTERNET.
4. COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET.
5. INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET.
6. CARACTERÍSTICAS DEL SITE.
7. EMPLEO.
8. OTROS DOMINIOS.
9. ACCESO A INTERNET.

◆ **PROCESO:** Para llevar a cabo la realización del estudio, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) proporcionó a AIMC la base de datos que posee el "Es-nic" relativa a los dominios ".es" referida a Agosto de 2000. En ella aparecía, para cada dominio (además de datos relativos a la entidad propietaria) el nombre y el E-mail del contacto administrativo.

Tras colocar el formulario en Internet, se envió un correo electrónico a la persona de contacto de cada dominio, informándole de la puesta en marcha del estudio y solicitándole su colaboración rellenando el cuestionario. En el E-mail también se comunicaba una clave exclusiva que cada dominio tenía. Antes de acceder a la encuesta había que introducirla, de manera que, al comienzo del cuestionario se mostraban los datos que el "Es-nic" poseía referidos al dominio en cuestión.

Las fechas de los envíos de los distintos mensajes fueron las siguientes:

E-mail explicativo: 14-15 Octubre 2000

1^{er} Recordatorio: 26-27 Octubre 2000

2^o Recordatorio: 10-11 Noviembre 2000

El fichero facilitado por la CMT contenía un total de 25.983 dominios. En 322 casos no se disponía del E-mail del contacto administrativo, por lo que no se entró en contacto con ellos. Por otro lado, como puede apreciarse en el cuadro siguiente, hubo direcciones de correo electrónico que fueron devueltas y que, por tanto, no llegaron a su destinatario.

♦ **TAMAÑO MUESTRAL**: Se recogieron un total de 3.502 cuestionarios. De ellos, 47 llegaron sin datos, probablemente debido a dificultades en las comunicaciones en el momento de transmitirnos el cuestionario.

Las 3.455 (3.502 - 47) encuestas restantes se correspondían con 3.162 dominios distintos ya que hubo casos en los que un mismo dominio nos envió varios cuestionarios.

NÚMERO DE ENCUESTAS RECIBIDAS POR DOMINIO

2.903	dominios	enviaron	una sola encuesta
233	dominios	enviaron	2 encuestas
20	dominios	enviaron	3 encuestas
5	dominios	enviaron	4 encuestas
1	dominio	envió	6 encuestas

♦ **FECHAS DE RECOGIDA**: La encuesta estuvo activa en la Red desde el 14 de Octubre hasta el 27 de Noviembre de 2000.

♦ **SOPORTE TÉCNICO**: Proporcionado por ARGO Redes y Servicios Telemáticos.

5.- RESULTADOS. DATOS FICHAS "ES-NIC"

Al comienzo del cuestionario se le presentaba a cada dominio la información que aparecía en la base de datos del "es-nic":

- ❖ Dominio
- ❖ Razón social
- ❖ Forma jurídica
- ❖ NIF
- ❖ Dirección (Calle, Nº,...)
- ❖ Municipio
- ❖ Código postal
- ❖ Provincia
- ❖ Nombre del contacto administrativo
- ❖ E-mail del contacto administrativo

Además, al entrevistado se le permitía la posibilidad de informarnos de si la persona de contacto administrativo o su e-mail habían cambiado.

De las 3.162 encuestas recibidas de dominios distintos (una entrevista por dominio):

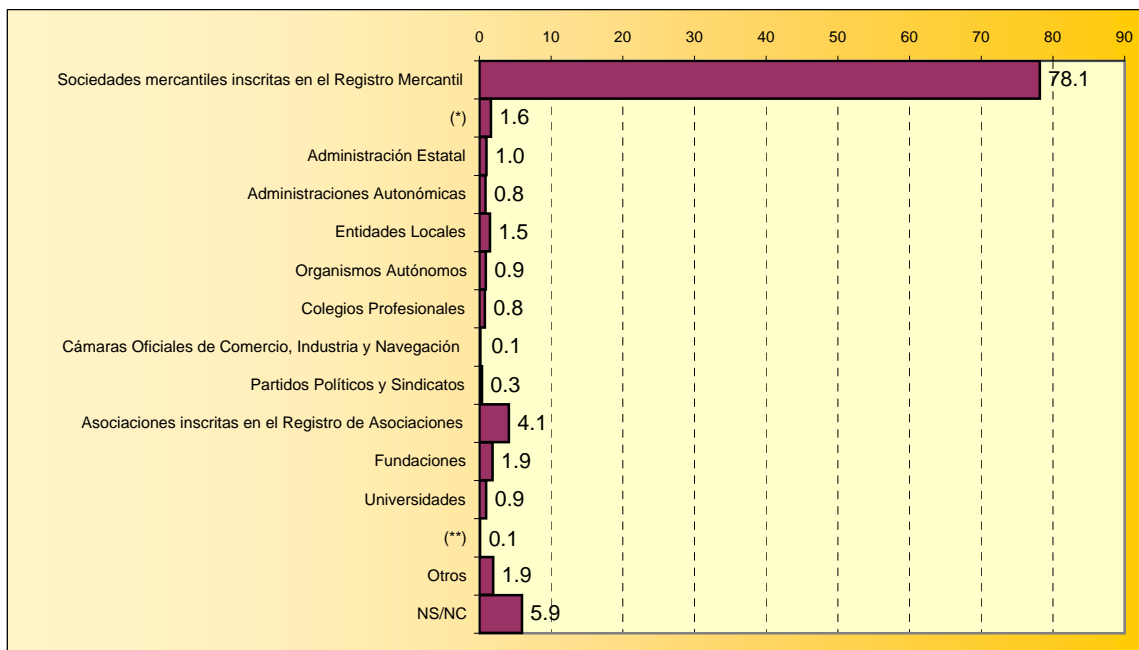
- 634 (el 20.1%) escribieron algo en la casilla destinada a corregir la persona para contacto administrativo:
 - 3 indicaron que era la misma persona y, por lo tanto, no había cambio.
 - 10 escribieron una dirección postal.
 - 5 mencionaron un e-mail.
 - 1 escribió "En proceso de cambio".
 - 1 escribió "Web site en preparación".
 - 1 escribió un nombre y un e-mail.
 - 1 escribió un nombre y una dirección postal.
 - el resto (612 casos, el 19.4%) indicó un nombre.
- 911 (el 28.8%) escribieron algo en la casilla destinada a corregir la el e-mail del contacto administrativo:
 - 3 dijeron que era el mismo.
 - 1 escribió un nombre.
 - el resto (907 casos, el 28.7%) indicó una dirección de e-mail.

Por otra parte, en el apartado de las observaciones, donde el entrevistado podía escribirnos cualquier comentario si así lo consideraba oportuno, aparecen:

- 28 comentarios haciendo referencia a que la dirección de la empresa es incorrecta.
- 4 textos donde se nos indicaba una equivocación en el NIF.
- 3 nombres de empresa incorrectos.
- 2 códigos postales equivocados.
- 1 con el nombre de empresa y el NIF incorrecto.
- 1 con la forma jurídica y el NIF erróneos.

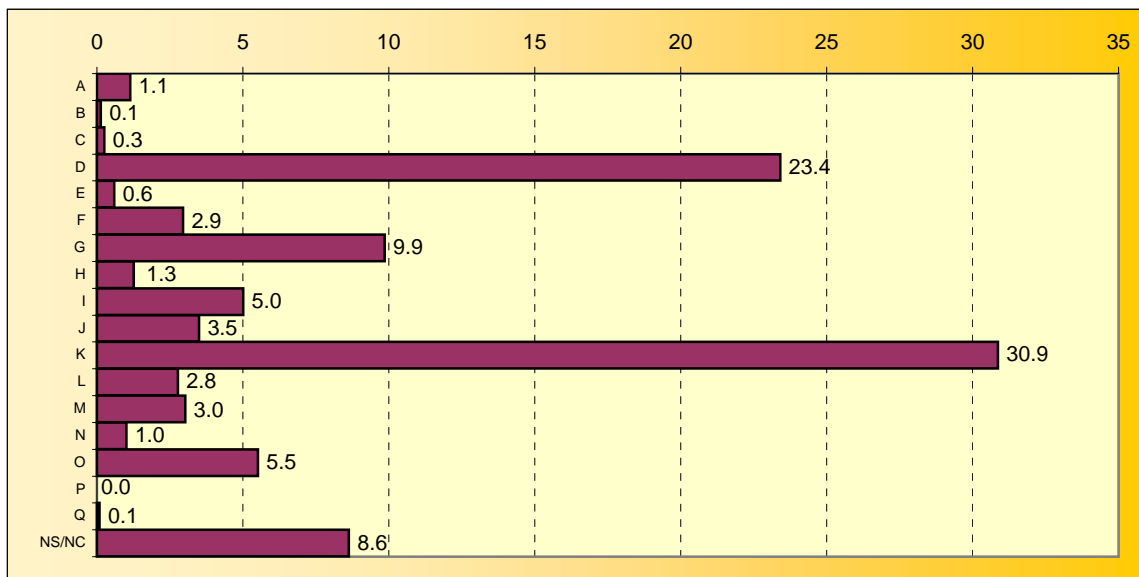
DATOS GENERALES

<i>P. Tipo de entidad</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil	1 856	78.1
(*) Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes que operen de forma habitual como entidades económicas y que puedan acreditar su existencia mediante escritura pública de constitución	38	1.6
Administración Estatal	23	1.0
Administraciones Autonómicas	20	0.8
Entidades Locales	35	1.5
Organismos Autónomos	21	0.9
Colegios Profesionales	18	0.8
Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación	3	0.1
Partidos Políticos y Sindicatos	8	0.3
Asociaciones inscritas en el Registro de Asociaciones	98	4.1
Fundaciones	44	1.9
Universidades	22	0.9
(**) Iglesias, Confesiones y Comunidades Religiosas inscritas en el Registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia	2	0.1
Otros	46	1.9
NS/NC	141	5.9



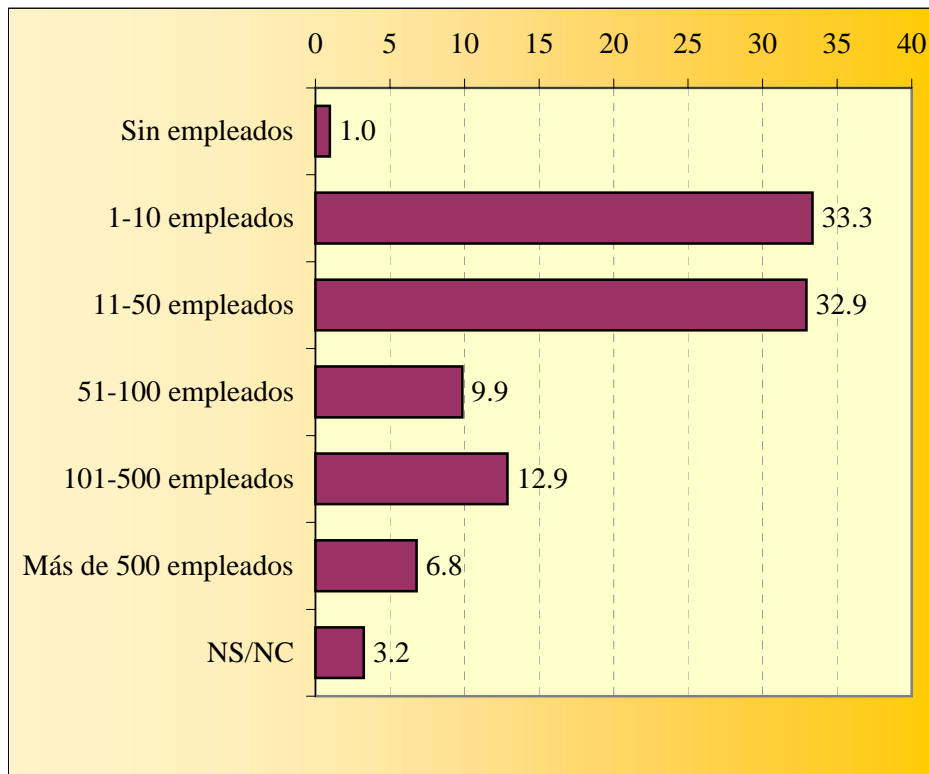
DATOS GENERALES

<i>P. Actividad principal (código CNAE-93)</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
A. Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	27	1.1
B. Pesca	3	0.1
C. Industrias extractivas	6	0.3
D. Industria manufacturera	556	23.4
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas, agua y construcción	14	0.6
F. Construcción	70	2.9
G. Comercio, reparación de vehículos de motor y artículos personales y de uso doméstico	234	9.9
H. Hostelería	30	1.3
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	119	5.0
J. Intermediación financiera	83	3.5
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler;servicios empresariales	733	30.9
L. Admon. Pública, defensa y seguridad social obligatoria	66	2.8
M. Educación	72	3.0
N. Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	24	1.0
O. Otras actividades sociales y de servicios prestados a la comunidad; servicios personales	131	5.5
P. Hogares que emplean personal doméstico	0	0.0
Q. Organismos extraterritoriales	2	0.1
NS/NC	205	8.6



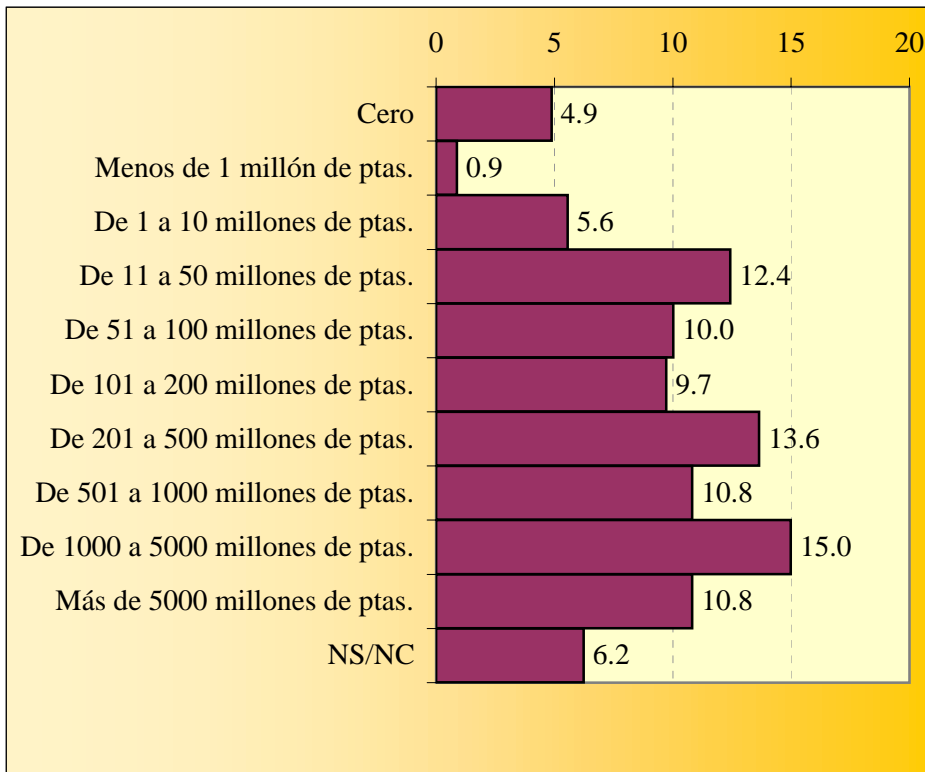
DATOS GENERALES

<i>P. Número de empleados</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Sin empleados	23	1.0
1-10 empleados	792	33.3
11-50 empleados	782	32.9
51-100 empleados	234	9.9
101-500 empleados	306	12.9
Más de 500 empleados	161	6.8
NS/NC	77	3.2



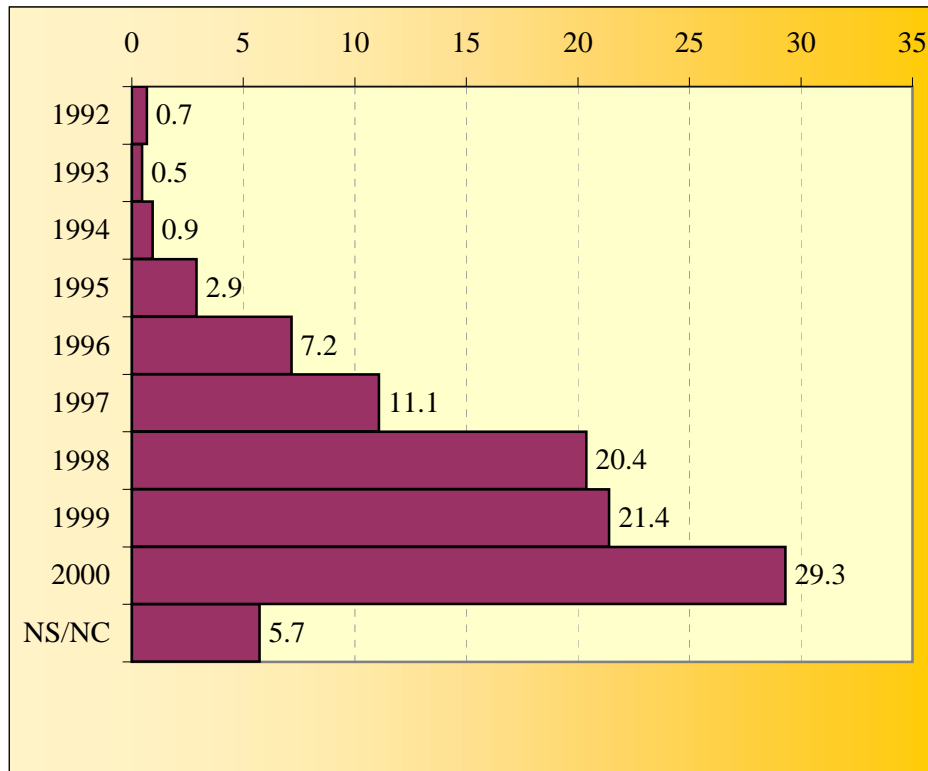
DATOS GENERALES

<i>P. Volumen de facturación</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Cero	116	4.9
Menos de 1 millón de ptas.	21	0.9
De 1 a 10 millones de ptas.	132	5.6
De 11 a 50 millones de ptas.	295	12.4
De 51 a 100 millones de ptas.	238	10.0
De 101 a 200 millones de ptas.	231	9.7
De 201 a 500 millones de ptas.	324	13.6
De 501 a 1000 millones de ptas.	257	10.8
De 1000 a 5000 millones de ptas.	356	15.0
Más de 5000 millones de ptas.	257	10.8
NS/NC	148	6.2



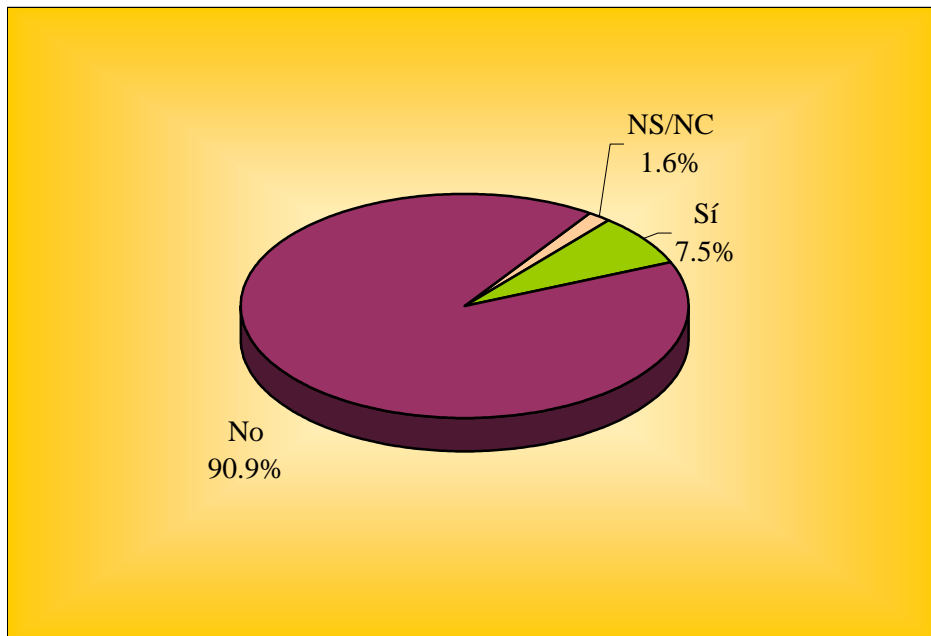
DATOS GENERALES

<i>P. El dominio es activo en la red desde:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
1992	16	0.7
1993	11	0.5
1994	22	0.9
1995	69	2.9
1996	170	7.2
1997	263	11.1
1998	484	20.4
1999	508	21.4
2000	696	29.3
NS/NC	136	5.7
Media	Noviembre 1998	
Mediana	Marzo 1999	



DATOS GENERALES

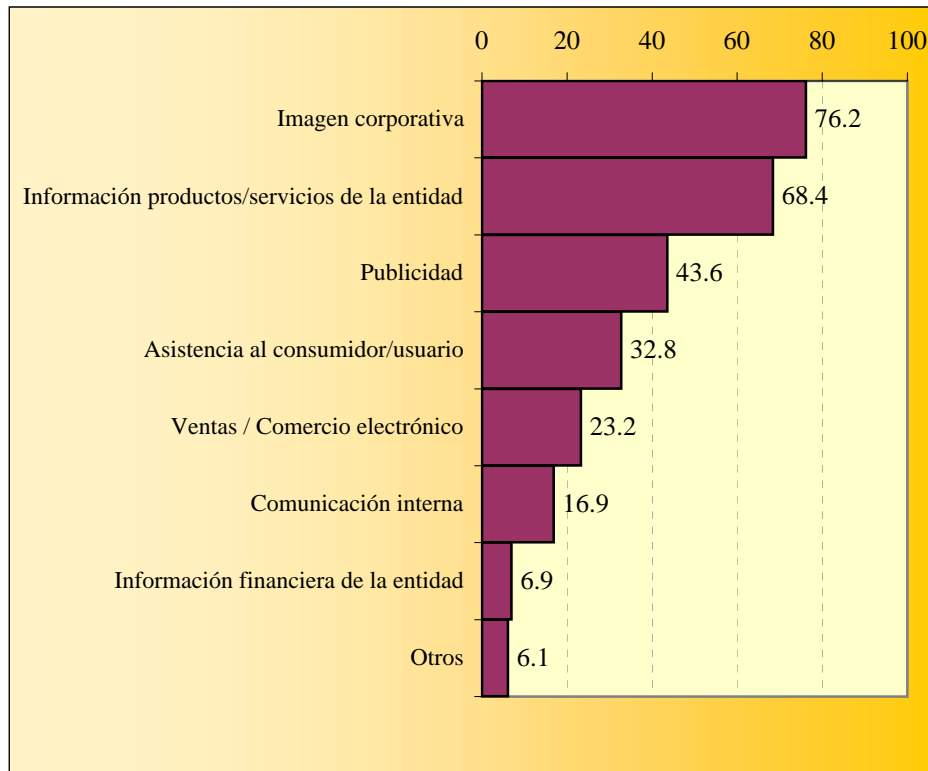
<i>P. ¿La actividad de la entidad se desarrolla fundamentalmente a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Sí	178	7.5
No	2 160	90.9
NS/NC	37	1.6



MOTIVO DE LA PRESENCIA EN INTERNET

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algunos entrevistados declaran más de un objetivo.

<i>P. ¿Cuales diría que son los objetivos primordiales de su entidad en relación al Web?</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Imagen corporativa	1 809	76.2
Información sobre productos/servicios de la entidad	1 624	68.4
Publicidad	1 035	43.6
Asistencia al consumidor/usuario	778	32.8
Ventas / Comercio electrónico	552	23.2
Comunicación interna	401	16.9
Información económico/financiera de la entidad	165	6.9
Otros	144	6.1



COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

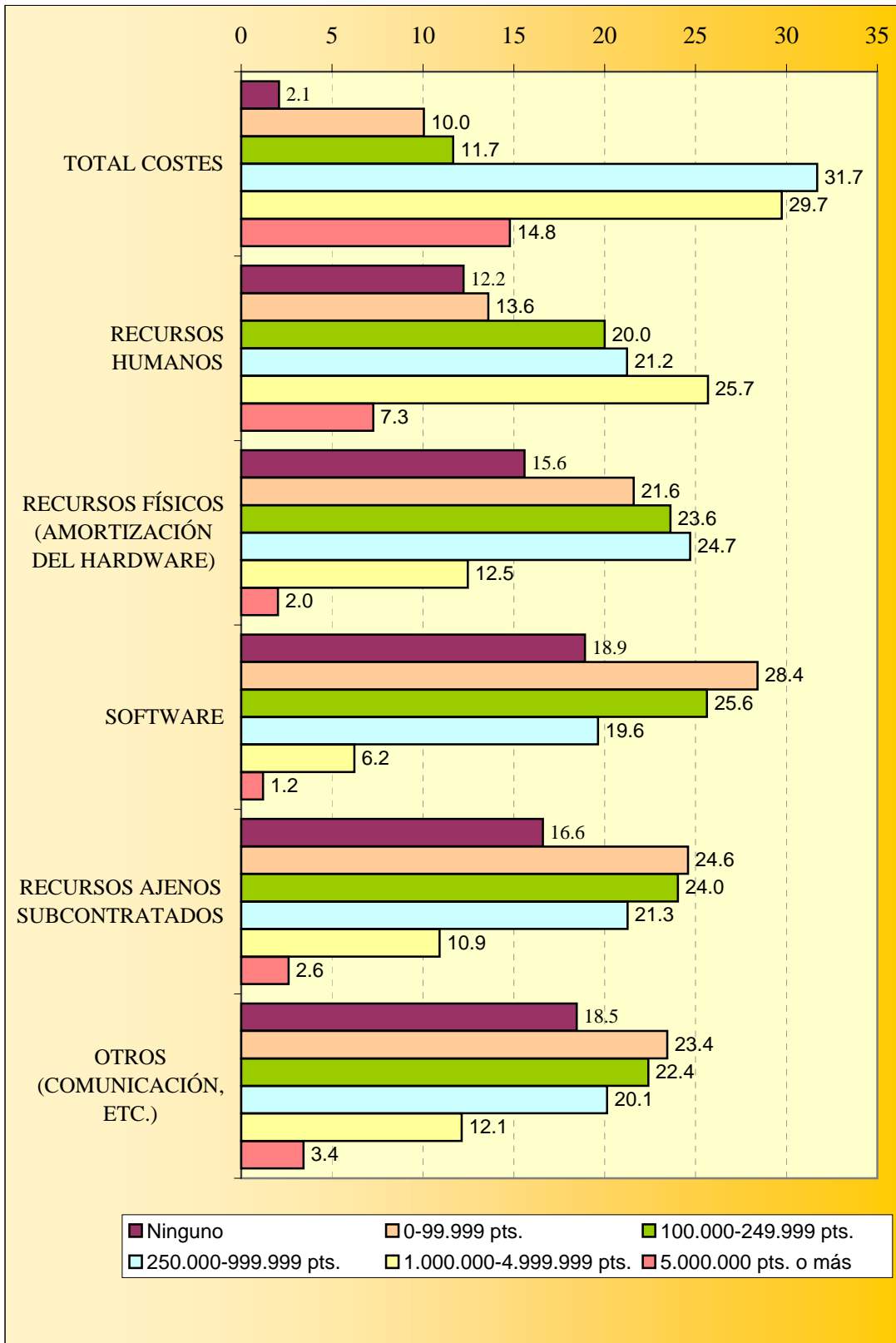
<i>P. Estime el coste anual que supone mantener el website en la Red:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
TOTAL COSTES		
Dudosos	517	21.8
NS/NC	315	13.3
Ninguno	32	1.3
0-99.999 pts.	155	6.5
100.000-249.999 pts.	180	7.6
250.000-999.999 pts.	489	20.6
1.000.000-4.999.999 pts.	459	19.3
5.000.000 pts. o más	228	9.6
RECURSOS HUMANOS		
Dudosos	295	12.4
NS/NC	690	29.1
Ninguno	170	7.2
0-99.999 pts.	189	8.0
100.000-249.999 pts.	278	11.7
250.000-999.999 pts.	295	12.4
1.000.000-4.999.999 pts.	357	15.0
5.000.000 pts. o más	101	4.3
RECURSOS FÍSICOS (AMORTIZACIÓN DEL HARDWARE)		
Dudosos	274	11.5
NS/NC	818	34.4
Ninguno	200	8.4
0-99.999 pts.	277	11.7
100.000-249.999 pts.	303	12.8
250.000-999.999 pts.	317	13.3
1.000.000-4.999.999 pts.	160	6.7
5.000.000 pts. o más	26	1.1

COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Estime el coste anual que supone mantener el website en la Red:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
SOFTWARE		
Dudosos	256	10.8
NS/NC	866	36.5
Ninguno	237	10.0
0-99.999 pts.	356	15.0
100.000-249.999 pts.	321	13.5
250.000-999.999 pts.	246	10.4
1.000.000-4.999.999 pts.	78	3.3
5.000.000 pts. o más	15	0.6
RECURSOS AJENOS SUBCONTRATADOS		
Dudosos	372	15.7
NS/NC	738	31.1
Ninguno	210	8.8
0-99.999 pts.	311	13.1
100.000-249.999 pts.	304	12.8
250.000-999.999 pts.	269	11.3
1.000.000-4.999.999 pts.	138	5.8
5.000.000 pts. o más	33	1.4
OTROS (COMUNICACIÓN, ETC.)		
Dudosos	220	9.3
NS/NC	1191	50.1
Ninguno	178	7.5
0-99.999 pts.	226	9.5
100.000-249.999 pts.	216	9.1
250.000-999.999 pts.	194	8.2
1.000.000-4.999.999 pts.	117	4.9
5.000.000 pts. o más	33	1.4

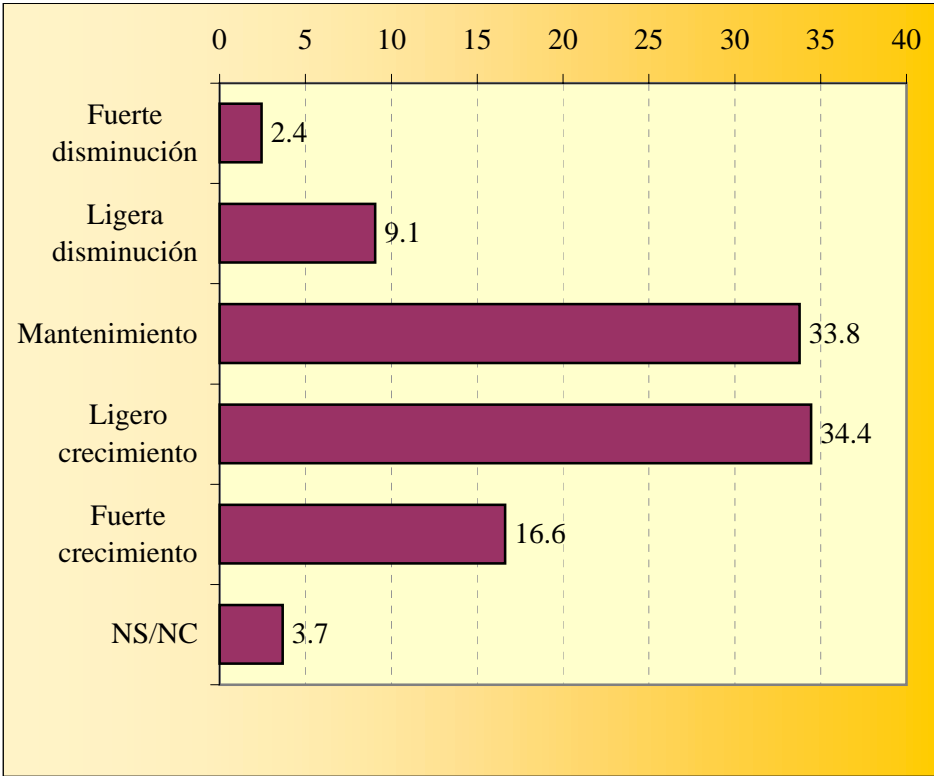
COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

Los porcentajes del gráfico están calculados sin tener en cuenta los dudosos ni NS/NC



COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Tendencia previsible de los costes a corto plazo para disponer de presencia en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Fuerte disminución	58	2.4
Ligera disminución	215	9.1
Mantenimiento	802	33.8
Ligero crecimiento	818	34.4
Fuerte crecimiento	395	16.6
NS/NC	87	3.7



INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

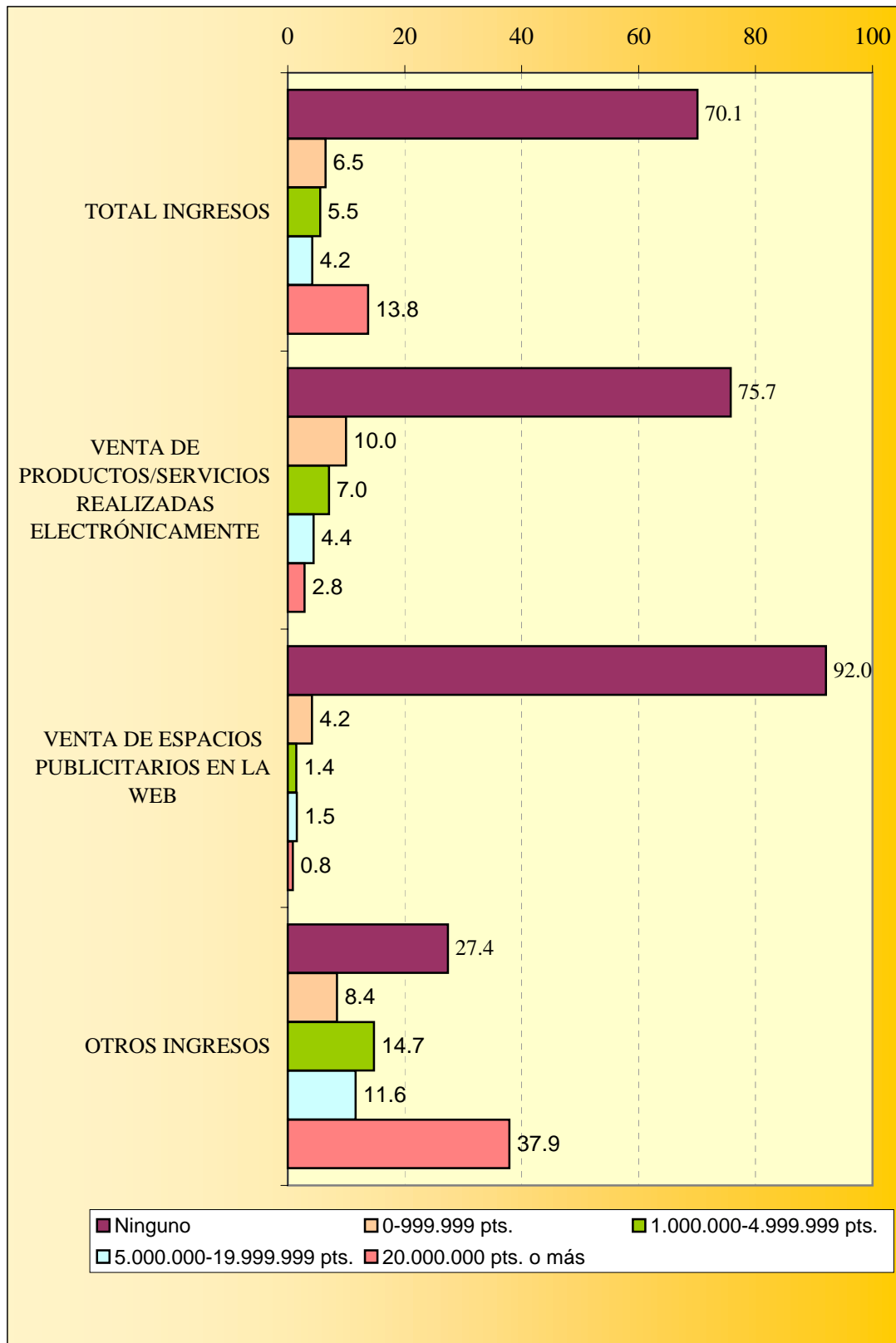
<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
TOTAL INGRESOS		
Dudosos	58	2.4
NS/NC	1 001	42.1
Ninguno	922	38.8
0-999.999 pts.	85	3.6
1.000.000-4.999.999 pts.	73	3.1
5.000.000-19.999.999 pts.	55	2.3
20.000.000 pts. o más	181	7.6
VENTA DE PRODUCTOS/SERVICIOS REALIZADAS ELECTRÓNICAMENTE		
Dudosos	44	1.9
NS/NC	1066	44.9
Ninguno	958	40.3
0-999.999 pts.	126	5.3
1.000.000-4.999.999 pts.	89	3.7
5.000.000-19.999.999 pts.	56	2.4
20.000.000 pts. o más	36	1.5

INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA WEB		
Dudosos	16	0.7
NS/NC	1180	49.7
Ninguno	1085	45.7
0-999.999 pts.	49	2.1
1.000.000-4.999.999 pts.	17	0.7
5.000.000-19.999.999 pts.	18	0.8
20.000.000 pts. o más	10	0.4
OTROS INGRESOS		
Dudosos	17	0.7
NS/NC	2 265	95.4
Ninguno	26	1.1
0-999.999 pts.	8	0.3
1.000.000-4.999.999 pts.	14	0.6
5.000.000-19.999.999 pts.	11	0.5
20.000.000 pts. o más	36	1.5

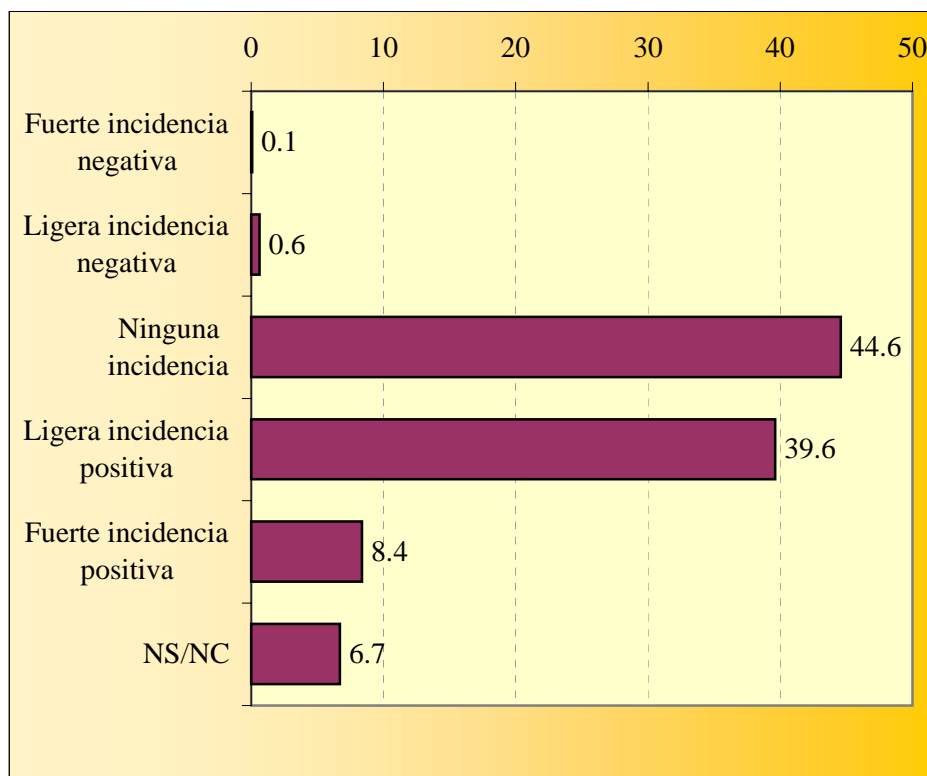
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

Los porcentajes del gráfico están calculados sin tener en cuenta los dudosos ni NS/NC



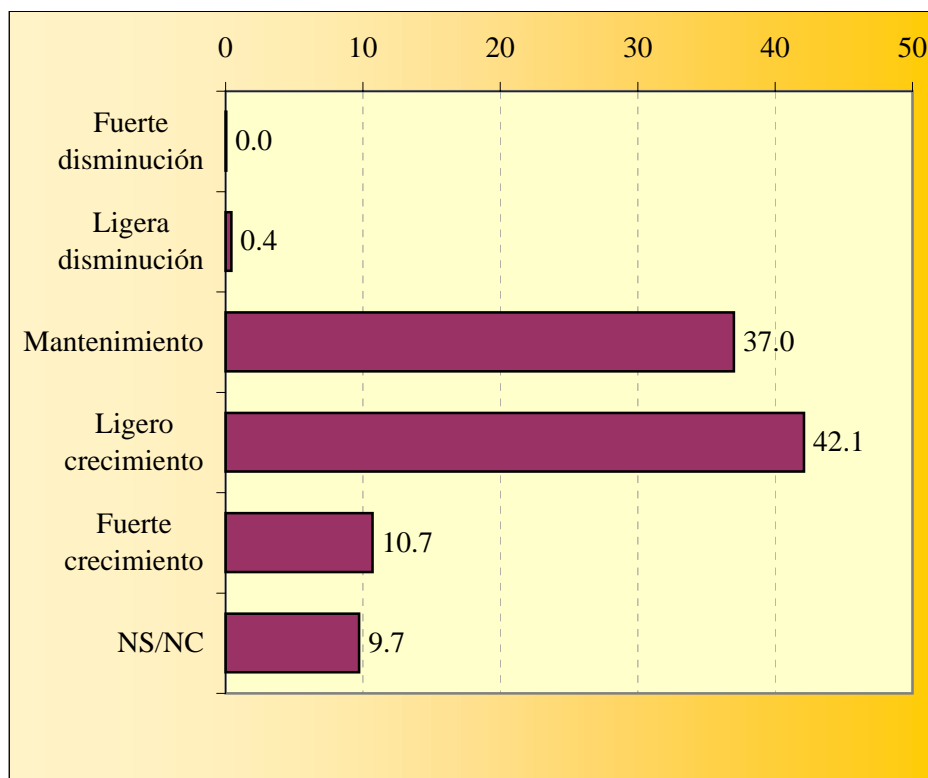
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Valoración del efecto indirecto que la presencia en Internet ha tenido en relación a los ingresos totales de la entidad:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Fuerte incidencia negativa	2	0.1
Ligera incidencia negativa	15	0.6
Ninguna incidencia	1 059	44.6
Ligera incidencia positiva	941	39.6
Fuerte incidencia positiva	199	8.4
NS/NC	159	6.7



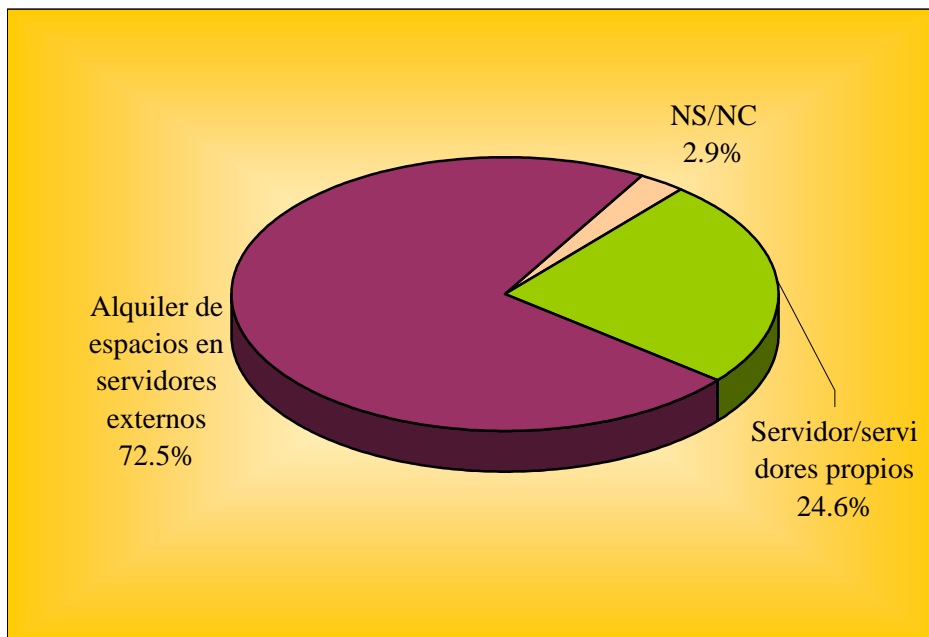
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Tendencia previsible de los ingresos directos a corto plazo debido a la presencia de la entidad en internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Fuerte disminución	1	0.0
Ligera disminución	10	0.4
Mantenimiento	879	37.0
Ligero crecimiento	1 000	42.1
Fuerte crecimiento	254	10.7
NS/NC	231	9.7



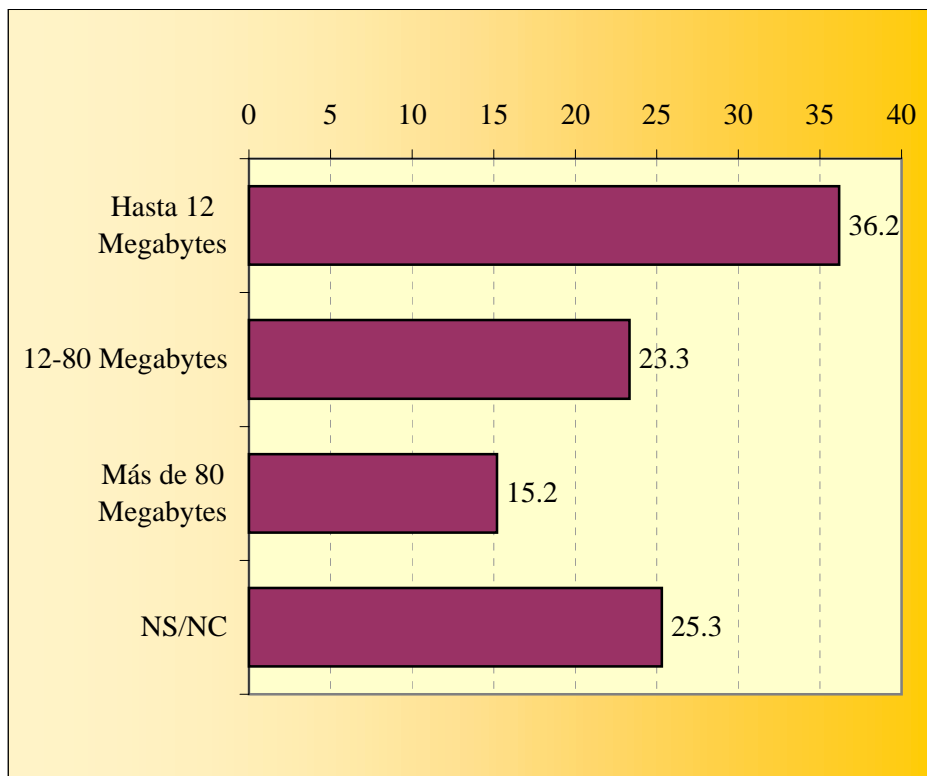
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Alojamiento del sitio Web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Servidor/servidores propios	584	24.6
Alquiler de espacios en servidores externos	1 722	72.5
NS/NC	69	2.9



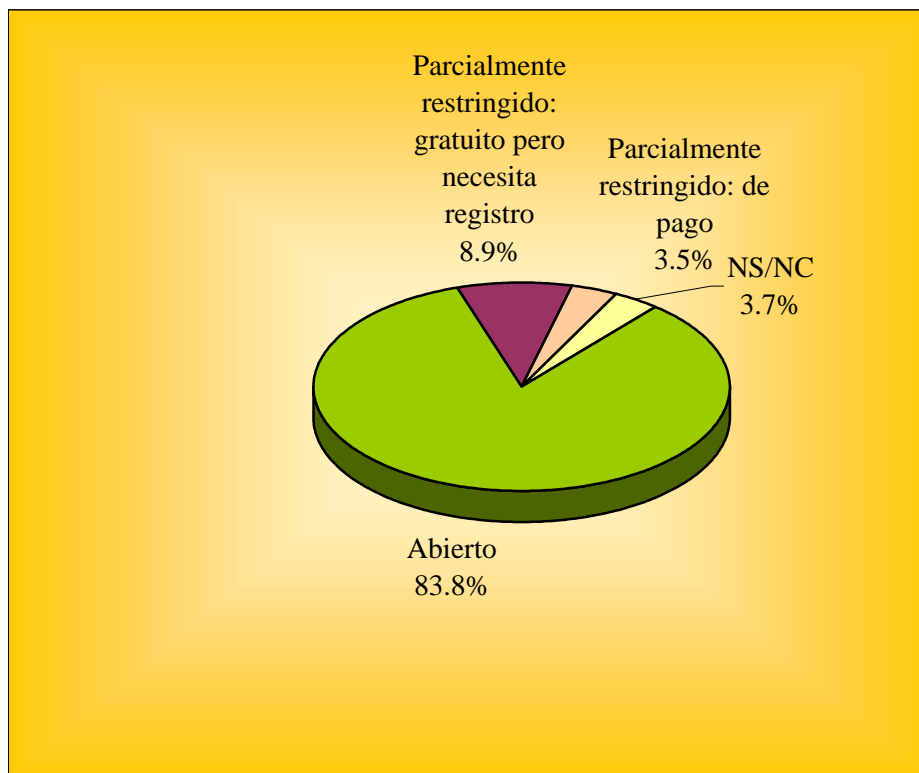
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tamaño del site, en Megabytes:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Hasta 12 Megabytes	859	36.2
12-80 Megabytes	554	23.3
Más de 80 Megabytes	361	15.2
NS/NC	601	25.3
Media (Mbytes)	1 094	
Mediana (Mbytes)	15	



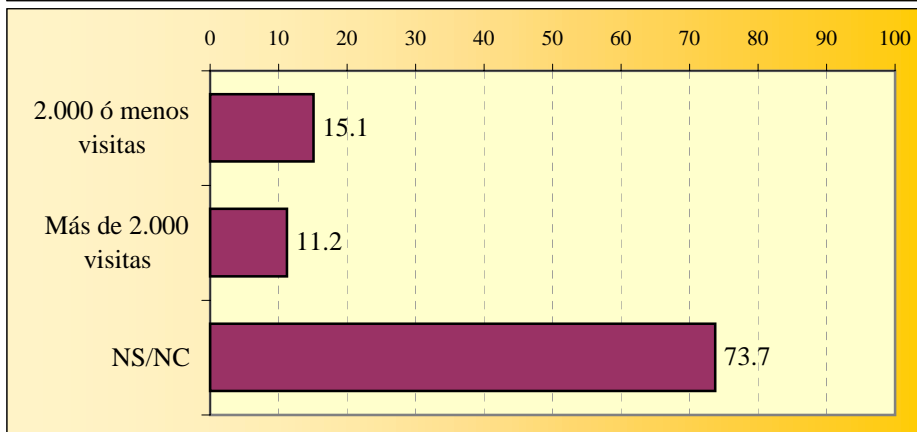
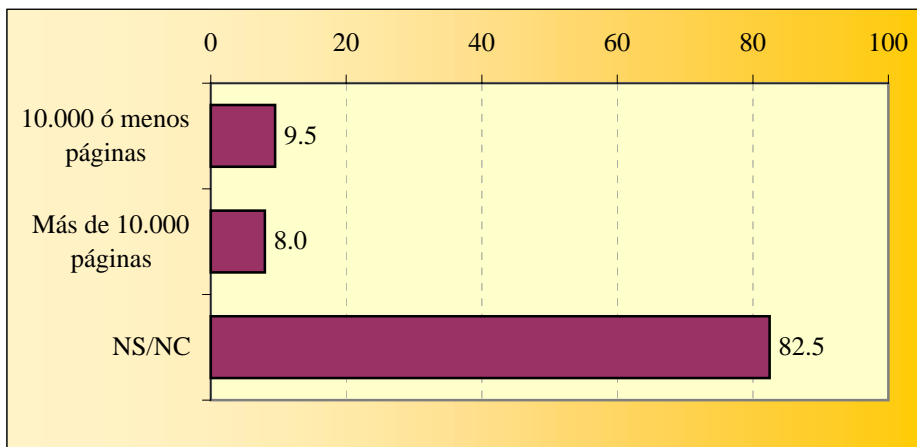
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Acceso al website:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Abierto	1 991	83.8
Parcialmente restringido: gratuito pero necesita registro	212	8.9
Parcialmente restringido: de pago	84	3.5
NS/NC	88	3.7



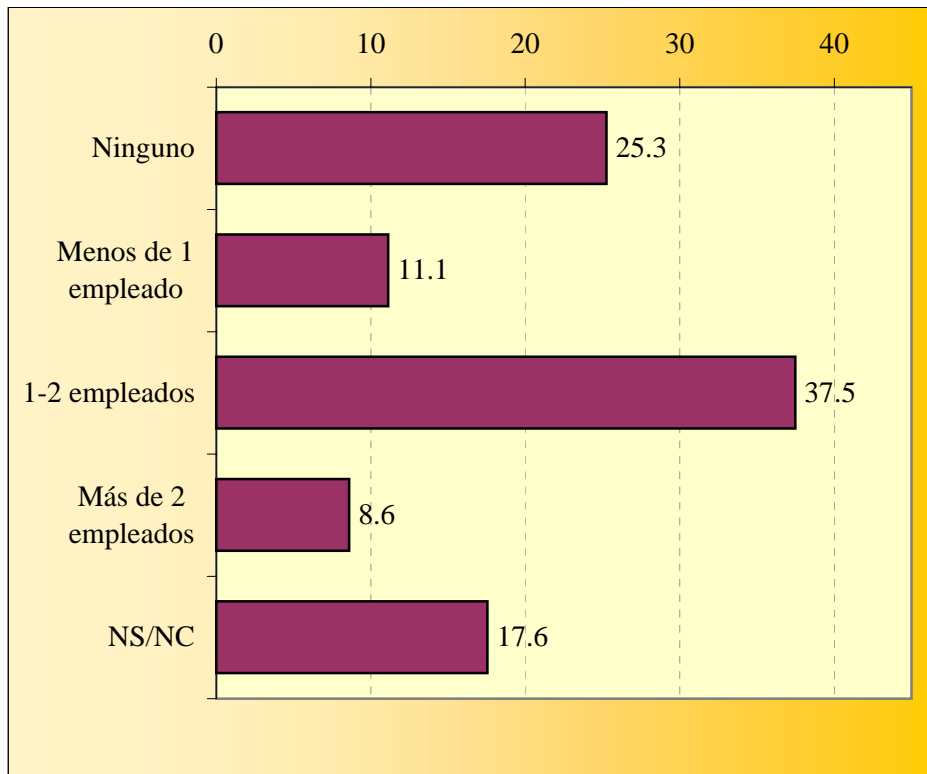
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tráfico mensual recibido en el sitio web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
PÁGINAS VISITADAS		
10.000 ó menos páginas	226	9.5
Más de 10.000 páginas	190	8.0
NS/NC	1 959	82.5
Páginas visitadas mensuales promedio	Media	790 043
	Mediana	6 000
VISITAS		
2.000 ó menos visitas	359	15.1
Más de 2.000 visitas	265	11.2
NS/NC	1 751	73.7
Visitas mensuales promedio	Media	59 159
	Mediana	1 413



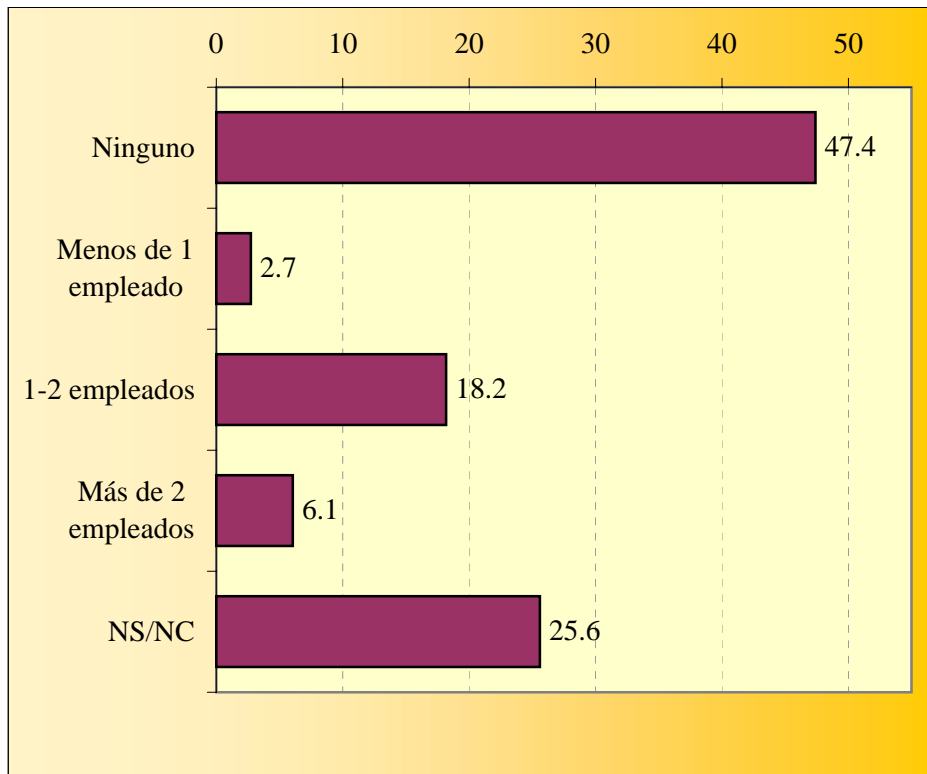
EMPLEO

<i>P. N° de empleados propios necesarios para la presencia de la entidad en Internet (número de personas equivalente a tiempo completo):</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Ninguno	600	25.3
Menos de 1 empleado	264	11.1
1-2 empleados	890	37.5
Más de 2 empleados	204	8.6
NS/NC	417	17.6



EMPLEO

<i>P. Aumento de personal previsto para los próximos 12 meses para estos fines (número de personas equivalentes a tiempo completo):</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Ninguno	1 126	47.4
Menos de 1 empleado	65	2.7
1-2 empleados	432	18.2
Más de 2 empleados	144	6.1
NS/NC	608	25.6



OTROS DOMINIOS

En las casillas destinadas a escribir los nombres de otros dominios poseidos por la misma entidad se recogieron un total de 1.664 menciones, de las cuales:

- 1.590 son dominios.
- 31 son direcciones de e-mail.
- 10 son subdominios.
- 33 son otro tipo de textos.

La tabla y los datos que aparecen a continuación sólo tienen en cuenta las 1.590 menciones que se corresponden con dominios:

<i>P. Si su entidad dispone de dominios adicionales, rogamos los relacione a continuación:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	
No mencionan ningún dominio adicional	1646	69.3
Menciona 1 dominio	415	17.5
Menciona 2 dominios	126	5.3
Menciona 3 dominios	83	3.5
Menciona 4 dominios	37	1.6
Menciona 5 dominios	21	0.9
Menciona 6 dominios	10	0.4
Menciona 7 dominios	10	0.4
Menciona 8 dominios	3	0.1
Menciona 9 dominios	5	0.2
Menciona 10 dominios	11	0.5
Menciona 11 dominios	1	0.0
Menciona 12 dominios	1	0.0
Menciona 13 dominios	0	0.0
Menciona 14 dominios	1	0.0
Menciona 15 dominios	5	0.2

OTROS DOMINIOS

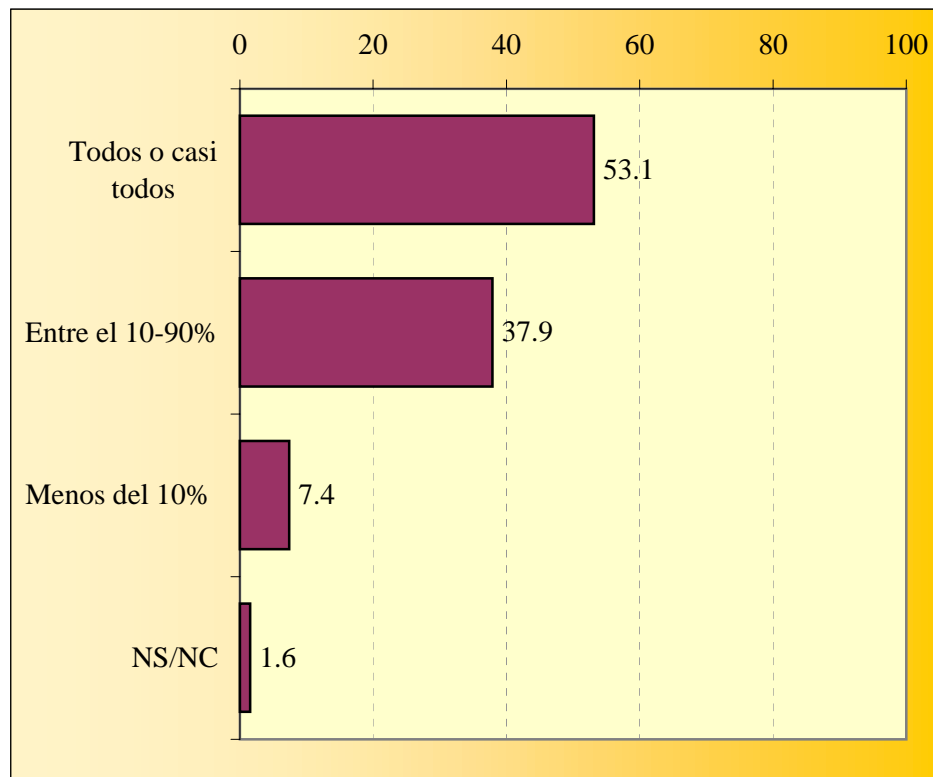
- Número de dominios mencionados: 1 590
 - Tipo de dominio
 - ".com": 939 (59.1%)
 - ".es": 230 (14.5%)
 - ".net": 228 (14.3%)
 - ".org": 137 (8.6%)
 - otros: 48 (3.0%)
 - NS/NC: 8 (0.5%)

 - ¿Con igual contenido?
 - Sí: 866 (54.5%)
 - No: 681 (42.8%)
 - NS/NC: 43 (2.7%)

- N° dominios únicos como máximo (eliminando duplicación): 1 562
 - De ellos en la encuesta hay, al menos: 28

ACCESO A INTERNET

<i>P. Empleados de la entidad con acceso a Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
Todos o casi todos	1 262	53.1
Entre el 10-90%	901	37.9
Menos del 10%	175	7.4
NS/NC	37	1.6



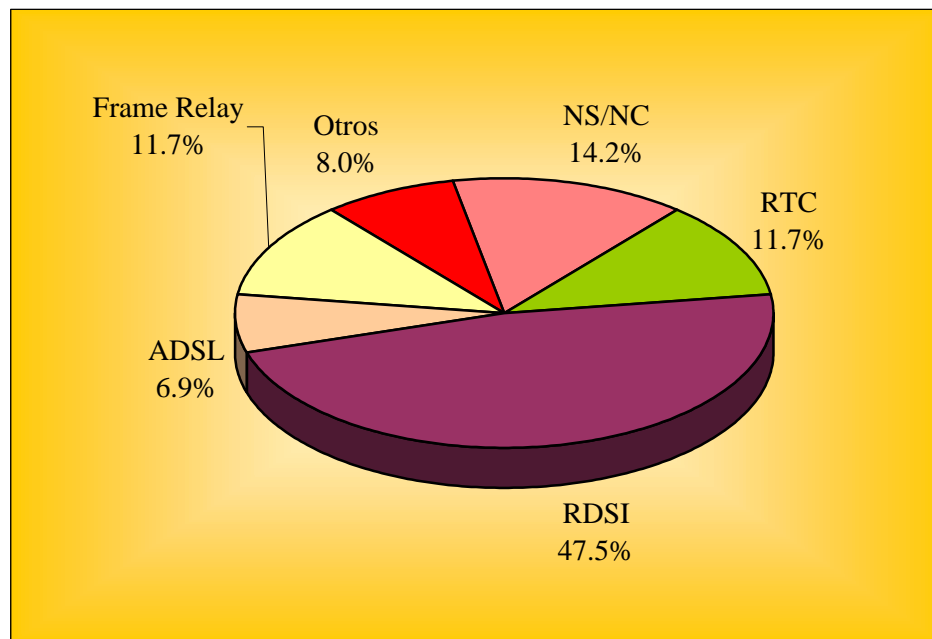
ACCESO A INTERNET

P. Proveedor de acceso (ISP) utilizado

Nº PROVEEDOR DE ACCESO (ISP)	Absolutos	%
1 Telefónica / Telefónica Data / Infonegocio / Teleline / Terra	190	8.0
2 Uni2 / Wanadoo / CTV / Jet	100	4.2
3 Retevisión / Eresmas/ Iddeo / Alehop / Servicom / Cinet	61	2.6
4 Sarnet	59	2.5
5 BT / Arrakis	54	2.3
6 Arsys	36	1.5
7 Inter.net / Encomix / Abaforum / Ciberia	27	1.1
8 Intercom	25	1.1
Otros	858	36.1
Varios proveedores	20	0.8
NS/NC	945	39.8
BASE	2 375	100

ACCESO A INTERNET

<i>P. Tipo de acceso</i>		
	Absolutos	%
BASE	2 375	100.0
RTC	278	11.7
RDSI	1 129	47.5
ADSL	163	6.9
Frame Relay	277	11.7
Otros	191	8.0
NS/NC	337	14.2



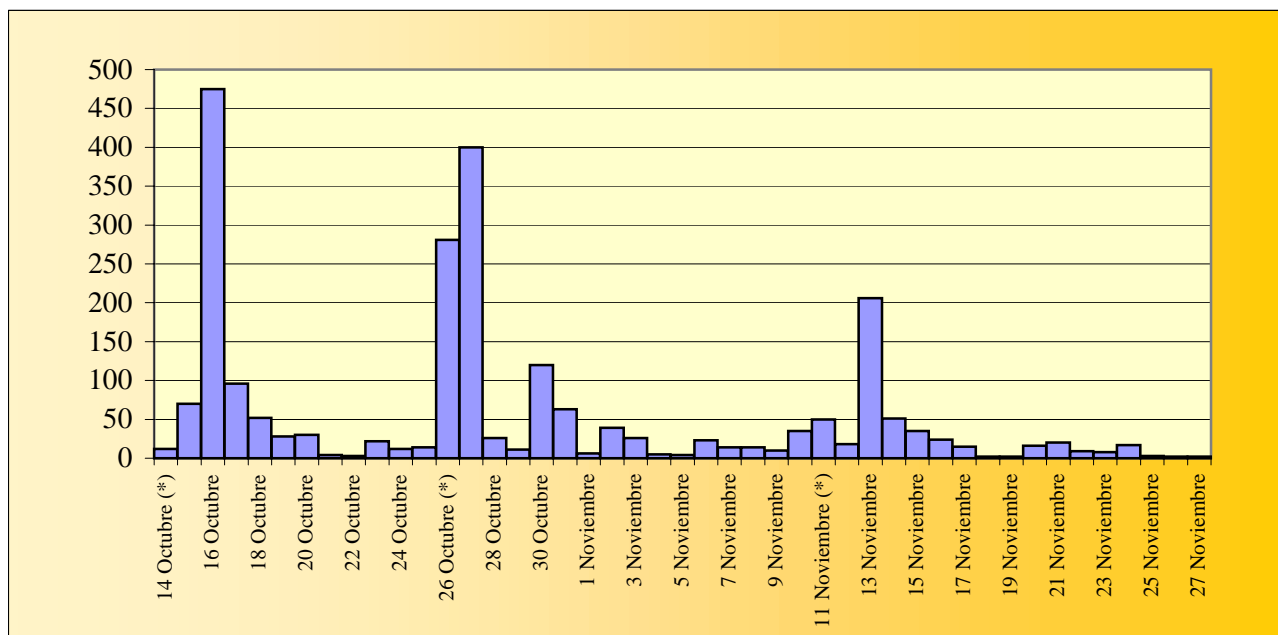
ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

TOTAL: 2375 entrevistas

DIA	FREQ	%
14 Octubre (*)	12	0.5
15 Octubre (*)	70	2.9
16 Octubre	475	20.0
17 Octubre	96	4.0
18 Octubre	52	2.2
19 Octubre	28	1.2
20 Octubre	30	1.3
21 Octubre	4	0.2
22 Octubre	3	0.1
23 Octubre	22	0.9
24 Octubre	12	0.5
25 Octubre	14	0.6
26 Octubre (*)	281	11.8
27 Octubre (*)	400	16.8
28 Octubre	26	1.1
29 Octubre	11	0.5
30 Octubre	120	5.1
31 Octubre	63	2.7
1 Noviembre	6	0.3
2 Noviembre	39	1.6
3 Noviembre	26	1.1
4 Noviembre	5	0.2
5 Noviembre	4	0.2

DIA	FREQ	%
6 Noviembre	23	1.0
7 Noviembre	14	0.6
8 Noviembre	14	0.6
9 Noviembre	10	0.4
10 Noviembre (*)	35	1.5
11 Noviembre (*)	50	2.1
12 Noviembre	18	0.8
13 Noviembre	206	8.7
14 Noviembre	51	2.1
15 Noviembre	35	1.5
16 Noviembre	24	1.0
17 Noviembre	15	0.6
18 Noviembre	2	0.1
19 Noviembre	2	0.1
20 Noviembre	16	0.7
21 Noviembre	20	0.8
22 Noviembre	9	0.4
23 Noviembre	8	0.3
24 Noviembre	17	0.7
25 Noviembre	3	0.1
26 Noviembre	2	0.1
27 Noviembre	2	0.1

(*) Días en los que hubo envío de correos electrónicos.



ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

TOTAL: 2375 entrevistas

INTERVALO	FREQ	%
00:00-1:00 h.	13	0.5
1:00-2:00 h.	8	0.3
2:00-3:00 h.	7	0.3
3:00-4:00 h.	2	0.1
4:00-5:00 h.	0	0.0
5:00-6:00 h.	0	0.0
6:00-7:00 h.	6	0.3
7:00-8:00 h.	28	1.2
8:00-9:00 h.	172	7.2
9:00-10:00 h.	392	16.5
10:00-11:00 h.	337	14.2
11:00-12:00 h.	231	9.7

INTERVALO	FREQ	%
12:00-13:00 h.	186	7.8
13:00-14:00 h.	176	7.4
14:00-15:00 h.	104	4.4
15:00-16:00 h.	96	4.0
16:00-17:00 h.	143	6.0
17:00-18:00 h.	132	5.6
18:00-19:00 h.	108	4.5
19:00-20:00 h.	84	3.5
20:00-21:00 h.	70	2.9
21:00-22:00 h.	37	1.6
22:00-23:00 h.	26	1.1
23:00-00:00 h.	17	0.7

