



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

2º ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES ESPAÑOLAS EN INTERNET

Encuesta a dominios ".es"

25 de mayo de 2001

ÍNDICE

- I. Informe Ejecutivo**
- II. Presentación**
- III. Notas metodológicas**
- IV. Principales resultados**

I. INFORME EJECUTIVO

1 Introducción.

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en el ejercicio de las funciones que tiene encomendadas ha desarrollado diversas iniciativas tendentes a conocer el mercado de los Servicios Telemáticos e Interactivos, y en especial Internet, desde distintos puntos de vista y analizando diversos submercados relacionados con el principal.

El presente análisis, que forma parte de los que se realizan con carácter periódico a las entidades con presencia propia en el Sistema de Nombres de Dominio de Internet bajo el código territorial de país correspondiente a España ".es", pretende determinar las características más importantes de las entidades españolas que mantienen presencia en Internet, 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.

Como ya decíamos en la presentación del primer estudio 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. A diferencia del primer estudio en el que se tomaba como universo objetivo del estudio aquellas entidades que son titulares de un dominio de segundo nivel bajo ".es", en esta ocasión se ha tomado como universo el de las entidades que se han dado de alta en el ES-NIC en los cinco últimos meses de 2000 (agosto - diciembre de 2.000).

El periodo del estudio, viene a coincidir con las modificaciones introducidas en las normas del ES-NIC, que vinieron a abrir la posibilidad de las entidades españolas de poder solicitar más de una delegación de nombre de dominio de Internet bajo ".es", de acuerdo con lo establecido en la disposición transitoria segunda de la Orden de 21 de marzo de 2000, por la que se regula el sistema de asignación de nombres de dominio de Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es)¹.

El colectivo que constituye el universo del presente estudio, está claramente identificado por el Registro Delegado de Internet en España, gestionado entonces por el Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión, hoy por la Entidad Pública Empresarial Red.es², dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología. La CMT ha solicitado a dicha entidad la base de datos

¹ Boletín Oficial del Estado núm. 77, de 30 de marzo de 2000.

² Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas Fiscales, administrativas y del orden social. Artículo 55 por el que se modifica la disposición adicional sexta de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.

con todos los titulares de dominios bajo ".es". Las entidades españolas que poseen un dominio de segundo nivel bajo un genérico (".com", ".net" u ".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 Verysign (antes Network Solutions Inc.), y la otra parte está diseminada entre distintos registradores de todo el mundo reconocidos por la entidad ICANN.

Para la realización de este estudio se enviaron en el mes de febrero de 2000 4.082 encuestas mediante correo electrónico a cada uno de los titulares de nombres de dominio bajo ".es", que aparecían como nuevas altas en el periodo que comprende este segundo estudio. 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.

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.

A la vista de los resultados obtenidos podemos obtener las siguientes conclusiones.

2 Entidades españolas con presencia en Internet

El 80,4% de las entidades españolas que se han dado de alta en el periodo referido (últimos cinco meses de 2000) disponen de Internet son Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil. A continuación, muy alejadas aparecen Asociaciones con un 3,3% y tras éstas, parecen con un 2,2% las altas de Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes.

El 28,9% de las entidades desarrollan su actividad económica en el sector de Servicios empresariales, actividades inmobiliarias y de alquiler. Le sigue con un 23,1% las entidades cuya actividad principal es la de Industria Manufacturera.

El 49,9% de las entidades son microempresas con menos de 10 empleados, un 29,2% tienen entre 11 y 50 empleados y el 13,7% son empresas medianas con más de 51 empleados hasta 100. El 8,2% son grandes empresas.

Por volumen de facturación destacan las altas en este periodo de empresas con facturaciones entre los 11 a 50 millones de pesetas anuales con un 18,7% siguiendo las que obtienen facturaciones de entre 201 a 500 millones con un 13,8%, las de 51 a 100 millones de pesetas el 11,6%, las de 501 a 1000 millones con el 9,6% y las de más de 5.000 millones con el 4,4% del total. Son por tanto empresas españolas con facturaciones media altas las que han

dado el paso de dar de altas dominio bajo “.es” en el periodo de referencia, en mayor medida que las que obtiene menores facturaciones. Así con facturaciones anuales superiores a los 201 millones supone el 38,5% del total que supone una minoración del 50,2% que se observaba en anterior estudio.

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” el 8,5% desarrolla su actividad principal en Internet, lo que supone un incremento de un punto respecto del primer estudio de presencia de entidades españolas en Internet bajo “.es”.

El objetivo primordial que lleva a las entidades españolas a tener presencia en Internet es por este orden ofrecer información sobre los productos y/o servicios de la entidad el 70,5%; reforzar su imagen corporativa , con el 69,7%; ánimo publicitario el 53,4%, la asistencia a los consumidores y usuarios el 28,1%; las ventas y comercio electrónico el 25,3%, la comunicación interna de la propia entidad el 11,3%; y la información financiera de la entidad el 4,7%.

En el capítulo de los costes que supone para las entidades españolas su presencia en Internet, la mayoría oscila en la horquilla de entre 200.000 a 1.599.999 pesetas con el 40,1% del total, seguido de la horquilla de entre 0 a 99.999 pesetas con el 26,1%.

De los costes totales anteriores se destina a Recursos Humanos el 47,9% reserva de 0 a 99.999 pesetas; de 200.000 a 1.599.999 de pesetas el 21,4%; y de 100.000 a 199.999 el 12,8% del total.

Las empresas que han dado de alta dominios bajo “.es” en este periodo mayoritariamente se decantan por un previsión de mantenimiento de sus costes para disponer de presencia en Internet, alcanzando el 49,0% del total. El 29,2% se plantea un ligero crecimiento frente al 7,2 que piensa en una ligera disminución de estos costes.

Respecto del capítulo de ingresos y sus previsiones, teniendo en cuenta que la encuesta se ha circunscrito al universo de altas en el periodo de referencia, el dato obtenido en la encuesta, por si sólo no ofrece un valor destacable.

Respecto a las características técnicas de los sitios web de las entidades analizadas, el 77,7% utiliza servidores externos para el mantenimiento de su web corporativa, frente al 19,6% 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 27,3% de los webs analizados son pequeños (hasta 12 Mbytes), el 23,1% medianos (de 12 a 80 Mbytes) y el 8,5% grandes (más de 80). Es de destacar que un 41% de los encuestados desconoce el tamaño de su site

El 80,4% de las entidades disponen de webs gratuitas abiertas al público, de las cuales el 9,9% requieren de un registro previo por parte del usuario. Sólo el 2,8% son de acceso restringido mediante pago.

De las contestaciones al cuestionario remitido por las empresas se obtiene que un sitio web español³ ha tenido 1.676 páginas visitadas mensuales y quinientas cincuenta visitas mensuales.

Las entidades españolas con presencia en Internet utilizan poco personal propio para el mantenimiento de su web, empleando de 1 a 2 trabajadores (incluyendo las empresas que dedican a un empleado a estas tareas de forma parcial) el 52,6% de ellas y el 36% ninguno. Las previsiones de creación de empleo en el próximo año muestran que el 67,8% de las entidades que han dado de alta su dominio bajo ".es" en este último periodo no tienen previsto que exista un incremento, mientras que el 22,6% incrementarán su plantilla ligeramente entre 1 y 2 trabajadores para mantenimiento del web.

Las entidades españolas con presencia en Internet lo hacen de forma mayoritaria con un único dominio. El 70,8% de las entidades no tienen ningún dominio adicional, el 19,6% disponen de otro dominio y el 9,7% restante disponen de más de 2 dominios en Internet.

Entre las entidades que disponen de más de un dominio, el 83 % usan un dominio de segundo nivel bajo un dominio genérico, el 67% bajo ".com", el 8% bajo ".net" y el 8% bajo ".org". El 13,1% 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 73,3%, utilizan los dominios para mostrar los mismos contenidos, mientras que el 25,6% muestran distintos contenidos.

Respecto a la accesibilidad de los empleados de la entidad a Internet, el 57,9% declaran que todos o casi todos los empleados de la organización disponen de acceso a Internet, el 30,6% declaran que entre el 10 y el 90% de los trabajadores disponen de acceso y solo el 8,5% permiten el acceso solo al 10% de los trabajadores.

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 7,2% de las entidades analizadas, el grupo UNI2 (incluye CTV/Jet y Wanadoo) y BT con un 1,7% (incluye Arrakis). Con otras menciones aparece un 25,9%.

³ Valor de las medianas de páginas visitadas y visitas mensuales.

El 48,8% de las entidades analizadas mantienen líneas RDSI para acceso a Internet, mientras que el 16,5% usan la Red Telefónica Conmutada y un 4,4% líneas Frame Relay. Destaca el fuerte incremento experimentado, entre estas nuevas altas, de entidades que usan tecnología ADSL para acceder a Internet con un 21,8%.

2ª ENCUESTA A DOMINIOS ".es"

(Estudio para evaluar las entidades españolas con presencia en Internet)

II. PRESENTACIÓN

El Convenio de colaboración firmado por la **Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)** con la **Asociación para la Investigación de medios de comunicación (AIMC)** ha dado como fruto esta *Encuesta a dominio “.es”*, un estudio de la **CMT** "para evaluar las entidades españolas con presencia en Internet" realizado con la participación de **AIMC**. El estudio intenta profundizar en el conocimiento de la estructura del medio Internet en España.

Internet, este medio que suscita un gran interés o, por lo menos, algo de curiosidad entre tantas personas (estén o no relacionadas con el mundo de la investigación de medios), aún es un gran desconocido del que vamos aprendiendo algo nuevo todos los días y que, debido a su gran dinamismo y su continua evolución, en muchas ocasiones, lo aprendido hoy no sirve para mañana. Para arrojar un poco de luz sobre uno de los múltiples aspectos que Internet reúne, presentamos la segunda de las cuatro fases de este estudio, que tiene como base los dominios ".es" dados de alta desde Agosto hasta Diciembre de 2000 y que esperamos sea de agrado para todo aquel que lo consulte.

CMT y **AIMC** 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.

II. NOTAS METODOLÓGICAS

- ❖ **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" dados de alta entre Agosto y el 8 de Diciembre 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.

Más adelante, a aquellos dominios para los que no recibimos encuesta se les enviaron dos recordatorios en los que, nuevamente, se rogaba la participación en la encuesta.

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

E-mail explicativo: 15-16 Febrero 2001
1^{er} Recordatorio: 27 Febrero 2001
2^o Recordatorio: 12-13 Marzo 2001

El fichero facilitado por la CMT contenía un total de 4.142 dominios. En 60 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.

4.142 dominios

	<u>Absolutos</u>	<u>%</u>
<i>BASE (dominios con E-mail)</i>	4.082	100.0
<i>Llegaron los 3 correos electrónicos enviados</i>	3.325	81.5
<i>Llegaron 2</i>	105	2.6
<i>Llegó 1</i>	31	0.8
<i>No llegó ninguno</i>	621	15.2

❖ **TAMAÑO MUESTRAL**: Se recogieron un total de 529 cuestionarios. De ellos, 2 nos llegaron sin datos, probablemente debido a dificultades en las comunicaciones en el momento de transmitirnos el cuestionario.

Las 527 (529 - 2) encuestas restantes se correspondían con 519 dominios distintos ya que hubo casos en los que un mismo dominio nos envió varios cuestionarios.

NÚMERO DE ENCUESTAS RECIBIDAS POR DOMINIO

511	dominios	enviaron	una sola encuesta
8	dominios	enviaron	2 encuestas

En aquellos dominios que nos enviaron más de un cuestionario nos encontramos con dos situaciones:

- El entrevistado, tras enviarnos una primera encuesta, hacía pequeñas modificaciones relativas a una pregunta o a un número reducido de ellas y reenviaba nuevamente el cuestionario.
- Igualmente, se recibieron algunas entrevistas exactamente iguales por parte de un mismo dominio.

En las situaciones en las que recibíamos más de una encuesta por dominio, se tomó como encuesta válida la última recibida.

De los 519 cuestionarios correspondientes a dominios distintos no se han tomado en cuenta aquellos que:

1. No tenían página web activa ni en proceso de construcción: 97 casos.
2. Eran proveedores de acceso a Internet: 26 casos.

Había 6 dominios que verificaban ambas condiciones, por lo tanto, nos quedamos con 402 entrevistas que fueron sometidas a un proceso de revisión y validación, eliminándose aquellas que presentaban irregularidades. El proceso de depuración comprendió dos fases:

1. Incongruencia o falta de rigor.

Se consideraron las siguientes incongruencias:

- Número de empleados propios necesario para la presencia de la entidad en Internet mayor que el número total de empleados de la entidad.
- Aumento de personal dedicado a la presencia de la entidad en Internet previsto para los próximos 12 meses mayor que el número de empleados total de la entidad multiplicado por 2.5.
- Número de visitas mensuales del sitio web mayor que el número de páginas mensuales.
- Contestar a la pregunta "¿Desde cuándo está el dominio activo en la red?" a pesar de haber contestado que el dominio no estaba activo.

No se consideraron aquellas encuestas que cometieran dos o más de estas faltas de consistencia. Esto sucedió sólo en un caso.

2. Blancos o no respuestas a las preguntas.

Para que la encuesta formara parte de la muestra final, debía cumplir los tres requisitos siguientes:

- De las 29 preguntas de obligatorio cumplimiento, hubieran contestado más de la mitad, es decir, al menos 15.
- De 16 cuestiones seleccionadas entre las 29 anteriores (se excluyeron aquellas que por algún motivo sea comprensible no contestar: volumen de facturación, costes, ingresos, número de páginas/visitas del site,...), debían contestar 9 preguntas o más.
- De las variables:
 - a) Tipo de empresa.
 - b) Número de empleados.

- c) Actividad de la empresa se desarrolla fundamentalmente a través de Internet.
tenían que indicarse, por lo menos, dos de ellas.

El tratamiento de blancos supuso eliminar 38 cuestionarios.

Por lo tanto, tras finalizar todo este proceso, la **muestra útil** a efectos de tabulación de resultados fue de **363 entrevistas**.

❖ **FECHAS DE RECOGIDA**: La encuesta estuvo activa en la Red desde el 15 de Febrero hasta el 26 de Marzo de 2001.

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

❖ **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**: El presente informe distribuye la presentación de resultados en tres apartados:

III. Principales resultados

Se presentan las distribuciones marginales de cada pregunta incluida en el cuestionario. Cada pregunta va acompañada de un gráfico ilustrativo.

Al final del apartado, también aparecen el número de encuestas según el día y la hora de recepción.

IV. PRINCIPALES RESULTADOS

DATOS FICHA "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

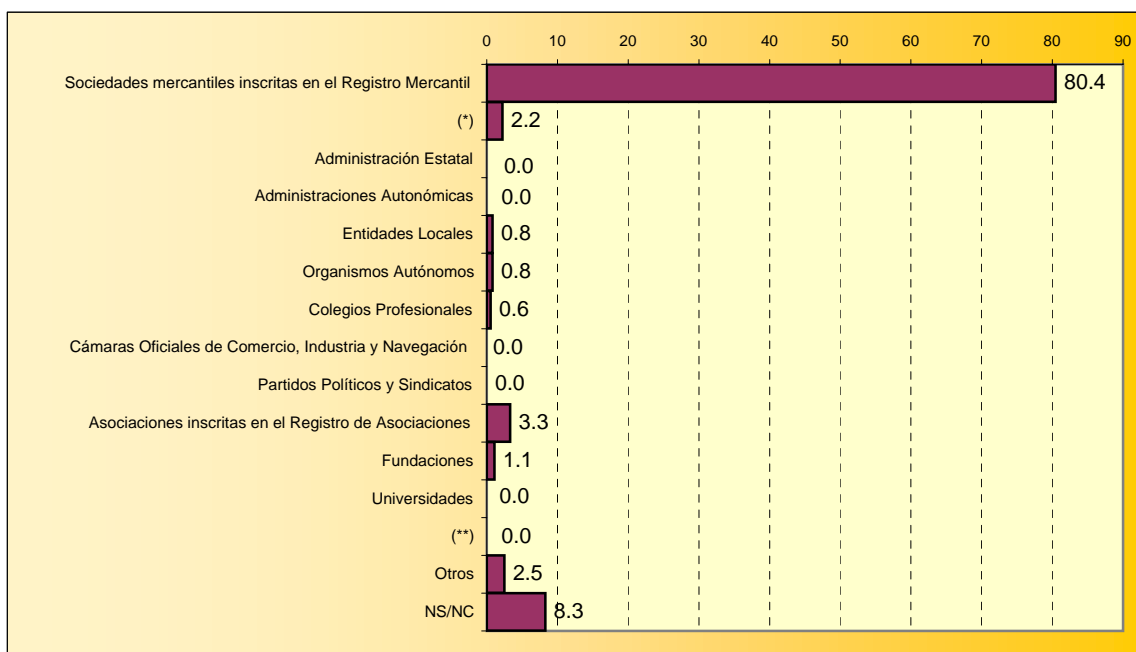
Además, al entrevistado se le permitía la posibilidad de informarnos de si la persona de contacto administrativo o su e-mail habían cambiado.

De las 519 encuestas recibidas de dominios distintos (una entrevista por dominio):

- 95 (el 18.3%) escribieron algo en la casilla destinada a corregir la persona para contacto administrativo:
 - 2 escribieron una dirección postal.
 - 2 mencionaron un e-mail.
 - 1 escribió una razón social.
 - 1 escribió "Este dominio no existe-Retevisión se equivocó en el nombre".
 - el resto (89 casos, el 17.1%) indicó un nombre.
- 136 (el 26.2%) escribieron algo en la casilla destinada a corregir la el e-mail del contacto administrativo:
 - 1 escribió un nombre.
 - 1 escribió "Este dominio no existe".
 - el resto (134 casos, el 25.8%) indicaron direcciones de e-mail.

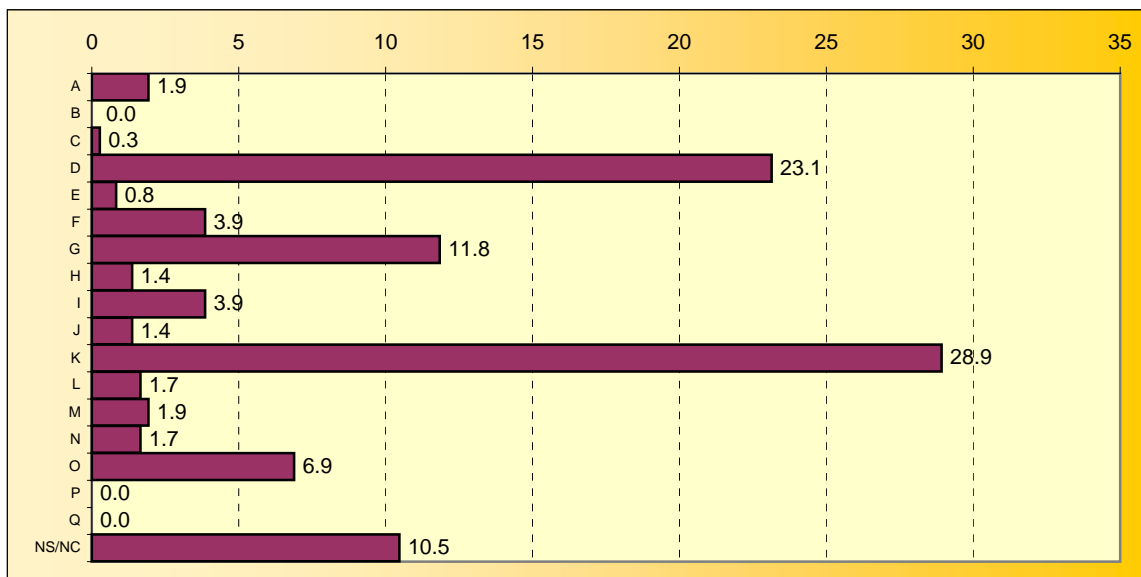
DATOS GENERALES

<i>P. Tipo de entidad</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil	292	80.4
(*) 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	8	2.2
Administración Estatal	0	0.0
Administraciones Autonómicas	0	0.0
Entidades Locales	3	0.8
Organismos Autónomos	3	0.8
Colegios Profesionales	2	0.6
Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación	0	0.0
Partidos Políticos y Sindicatos	0	0.0
Asociaciones inscritas en el Registro de Asociaciones	12	3.3
Fundaciones	4	1.1
Universidades	0	0.0
(**) Iglesias, Confesiones y Comunidades Religiosas inscritas en el Registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia	0	0.0
Otros	9	2.5
NS/NC	30	8.3



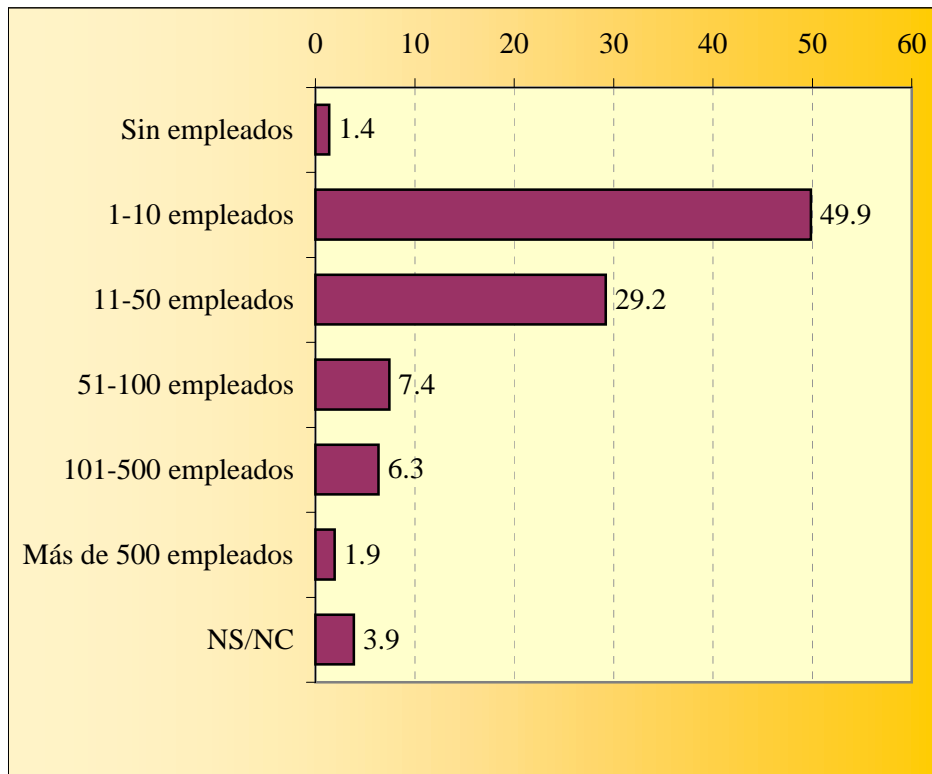
DATOS GENERALES

<i>P. Actividad principal (código CNAE-93)</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
A. Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	7	1.9
B. Pesca	0	0.0
C. Industrias extractivas	1	0.3
D. Industria manufacturera	84	23.1
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas, agua y construcción	3	0.8
F. Construcción	14	3.9
G. Comercio, reparación de vehículos de motor y artículos personales y de uso doméstico	43	11.8
H. Hostelería	5	1.4
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	14	3.9
J. Intermediación financiera	5	1.4
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler;servicios empresariales	105	28.9
L. Admon. Pública, defensa y seguridad social obligatoria	6	1.7
M. Educación	7	1.9
N. Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	6	1.7
O. Otras actividades sociales y de servicios prestados a la comunidad; servicios personales	25	6.9
P. Hogares que emplean personal doméstico	0	0.0
Q. Organismos extraterritoriales	0	0.0
NS/NC	38	10.5



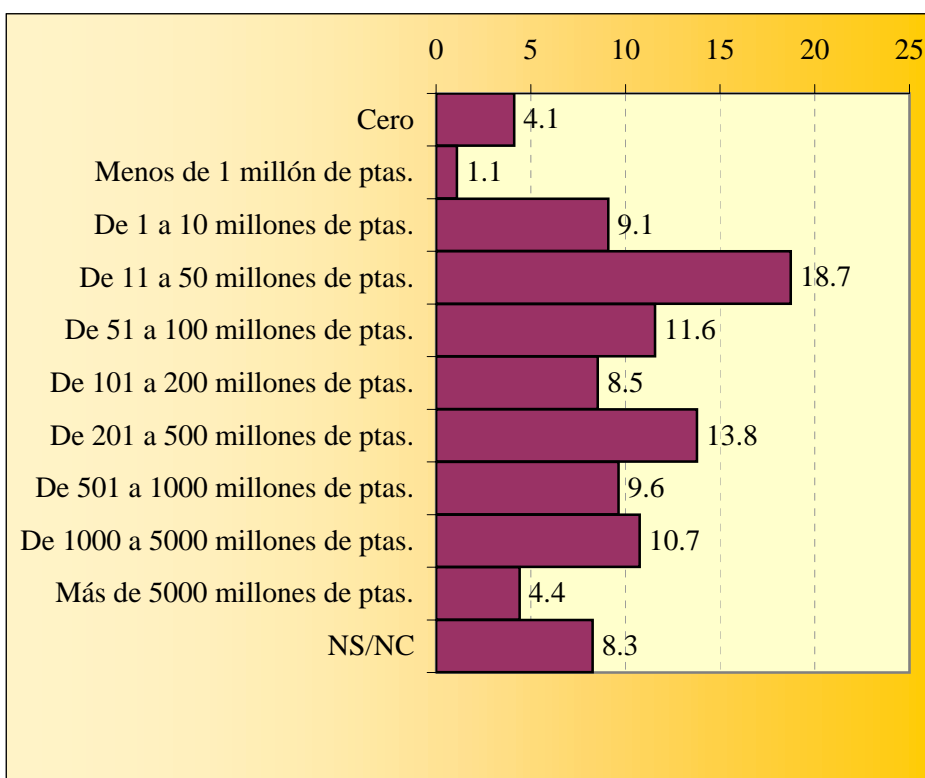
DATOS GENERALES

<i>P. Número de empleados</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Sin empleados	5	1.4
1-10 empleados	181	49.9
11-50 empleados	106	29.2
51-100 empleados	27	7.4
101-500 empleados	23	6.3
Más de 500 empleados	7	1.9
NS/NC	14	3.9



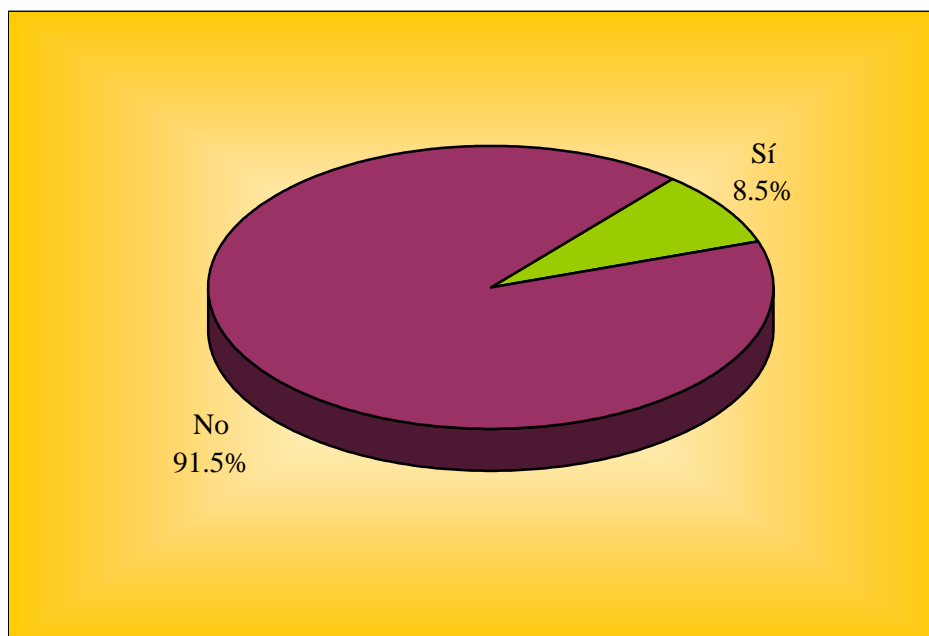
DATOS GENERALES

<i>P. Volumen de facturación</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Cero	15	4.1
Menos de 1 millón de ptas.	4	1.1
De 1 a 10 millones de ptas.	33	9.1
De 11 a 50 millones de ptas.	68	18.7
De 51 a 100 millones de ptas.	42	11.6
De 101 a 200 millones de ptas.	31	8.5
De 201 a 500 millones de ptas.	50	13.8
De 501 a 1000 millones de ptas.	35	9.6
De 1000 a 5000 millones de ptas.	39	10.7
Más de 5000 millones de ptas.	16	4.4
NS/NC	30	8.3



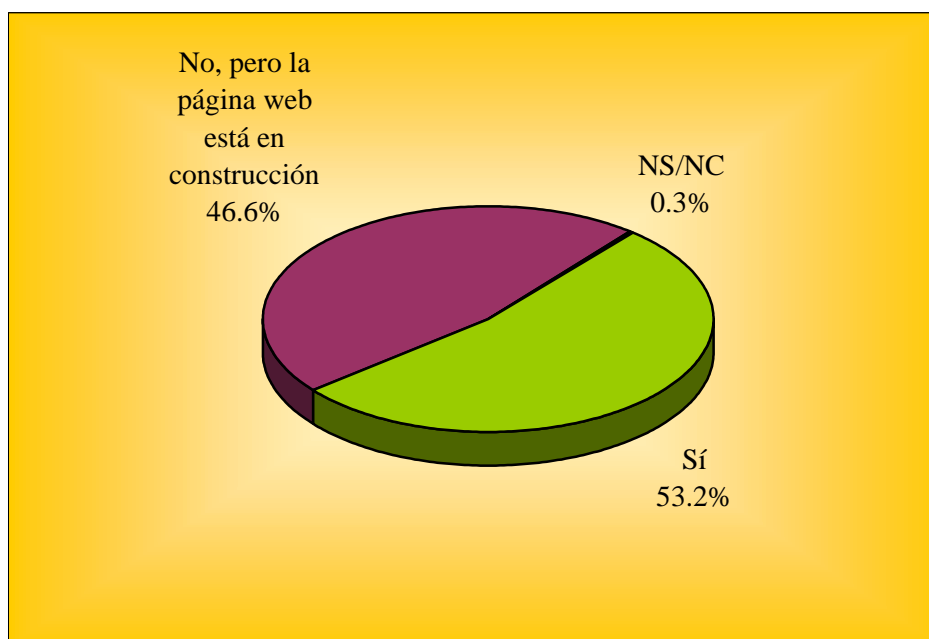
DATOS GENERALES

<i>P. ¿La actividad de la entidad se desarrolla fundamentalmente a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Sí	31	8.5
No	332	91.5



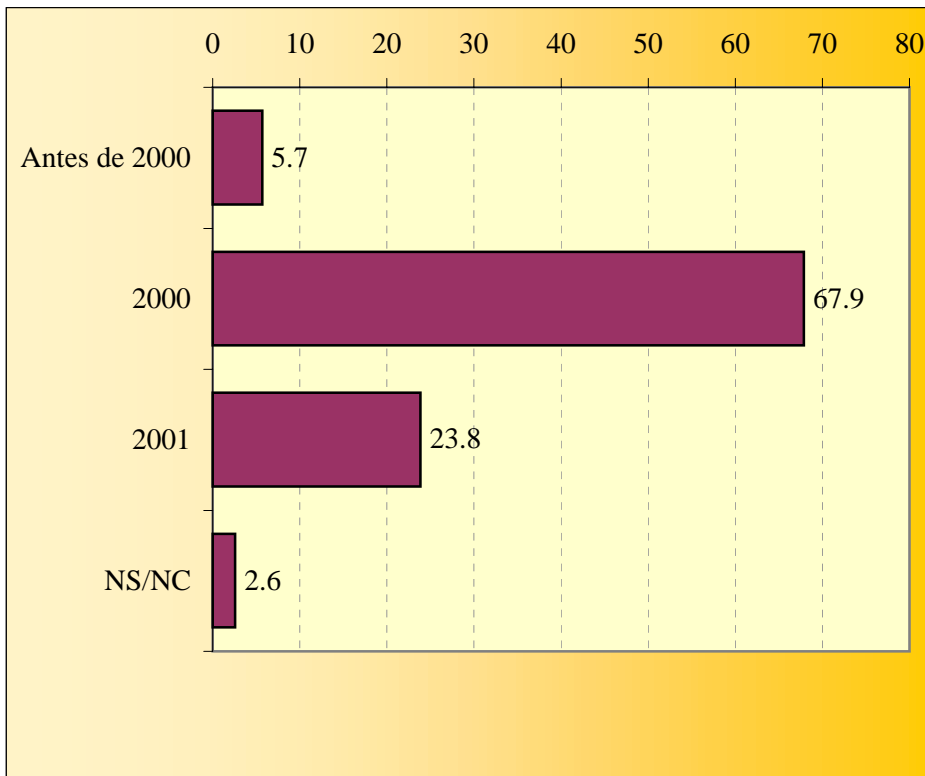
DATOS GENERALES

<i>P. El dominio ¿es activo en la red?</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Sí	193	53.2
No, pero la página web está en construcción	169	46.6
NS/NC	1	0.3



DATOS GENERALES

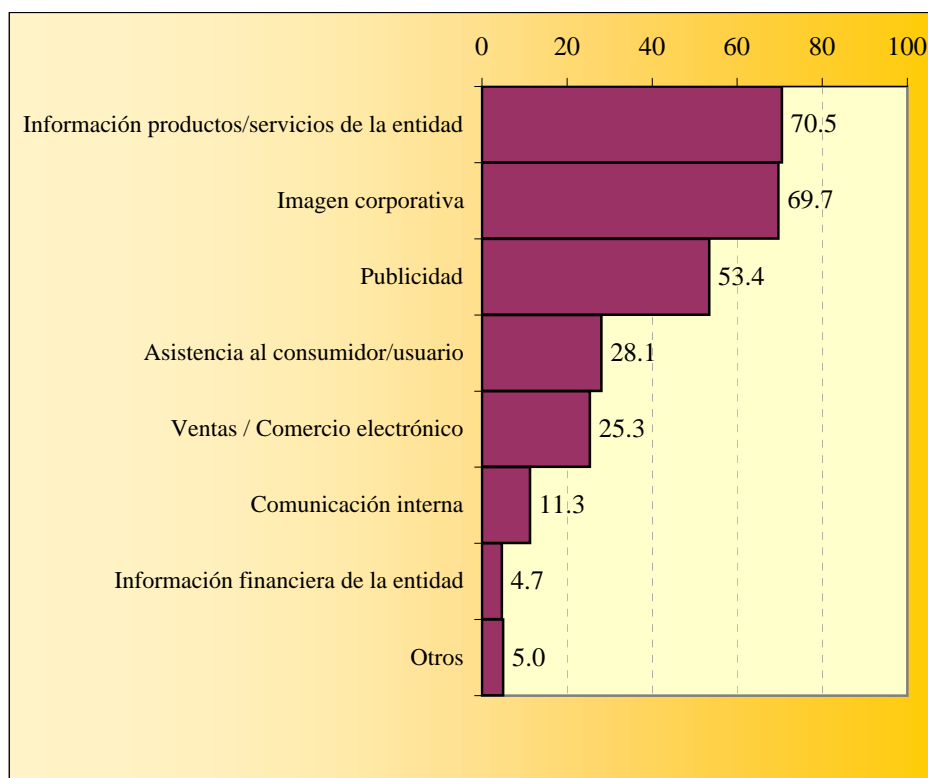
<i>P. El dominio es activo en la red desde:</i>		
	Absolutos	%
BASE (dominio activo en la red)	193	100.0
Antes de 2000	11	5.7
2000	131	67.9
2001	46	23.8
NS/NC	5	2.6



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	363	
Información sobre productos/servicios de la entidad	256	70.5
Imagen corporativa	253	69.7
Publicidad	194	53.4
Asistencia al consumidor/usuario	102	28.1
Ventas / Comercio electrónico	92	25.3
Comunicación interna	41	11.3
Información económico/financiera de la entidad	17	4.7
Otros	18	5.0

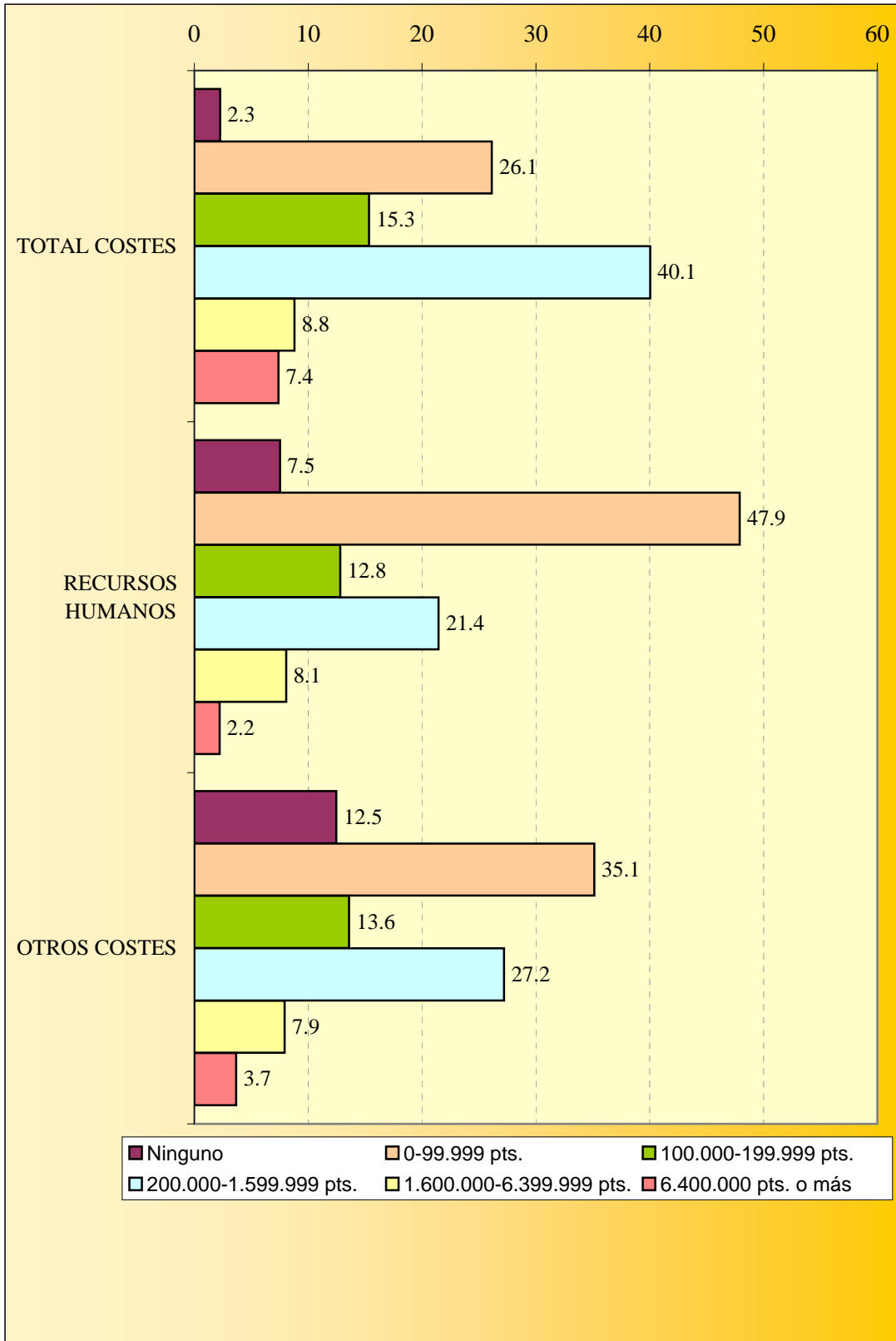


COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Estime el coste anual que supone mantener el website en la Red:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
TOTAL COSTES		
NS/NC	11	3.0
Ninguno	8	2.2
0-99.999 pts.	92	25.3
100.000-199.999 pts.	54	14.9
200.000-1.599.999 pts.	141	38.8
1.600.000-6.399.999 pts.	31	8.5
6.400.000 pts. o más	26	7.2
RECURSOS HUMANOS		
NS/NC	4	1.1
Ninguno	27	7.4
0-99.999 pts.	172	47.4
100.000-199.999 pts.	46	12.7
200.000-1.599.999 pts.	77	21.2
1.600.000-6.399.999 pts.	29	8.0
6.400.000 pts. o más	8	2.2
OTROS COSTES		
NS/NC	10	2.8
Ninguno	44	12.1
0-99.999 pts.	124	34.2
100.000-199.999 pts.	48	13.2
200.000-1.599.999 pts.	96	26.4
1.600.000-6.399.999 pts.	28	7.7
6.400.000 pts. o más	13	3.6

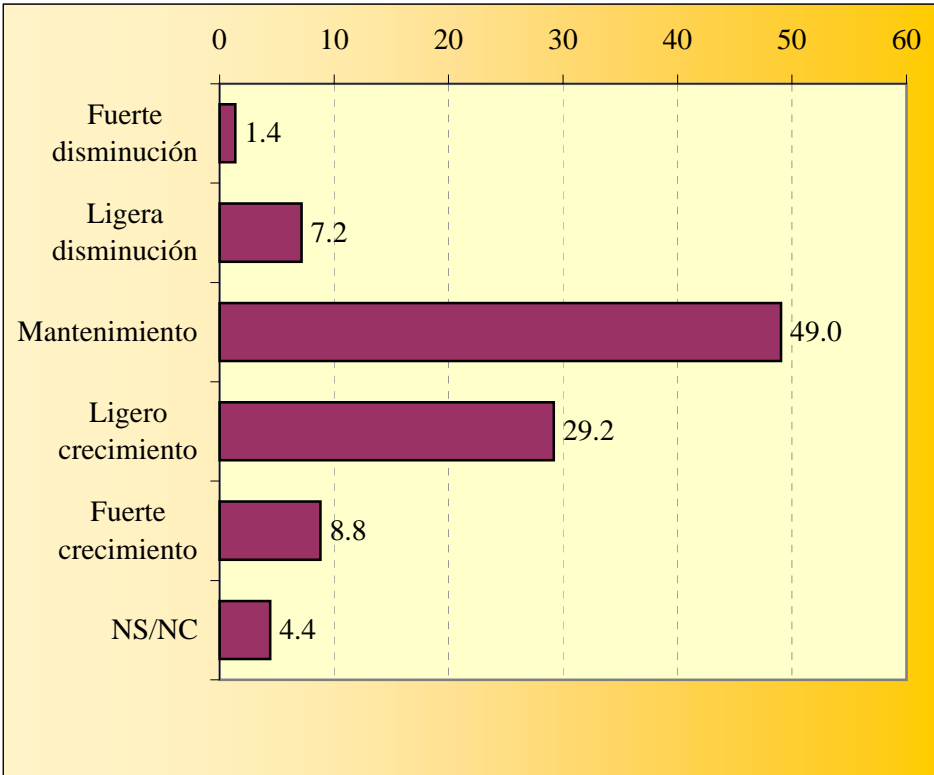
COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

Los porcentajes del gráfico están calculados sin tener en cuenta 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	363	100.0
Fuerte disminución	5	1.4
Ligera disminución	26	7.2
Mantenimiento	178	49.0
Ligero crecimiento	106	29.2
Fuerte crecimiento	32	8.8
NS/NC	16	4.4



INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

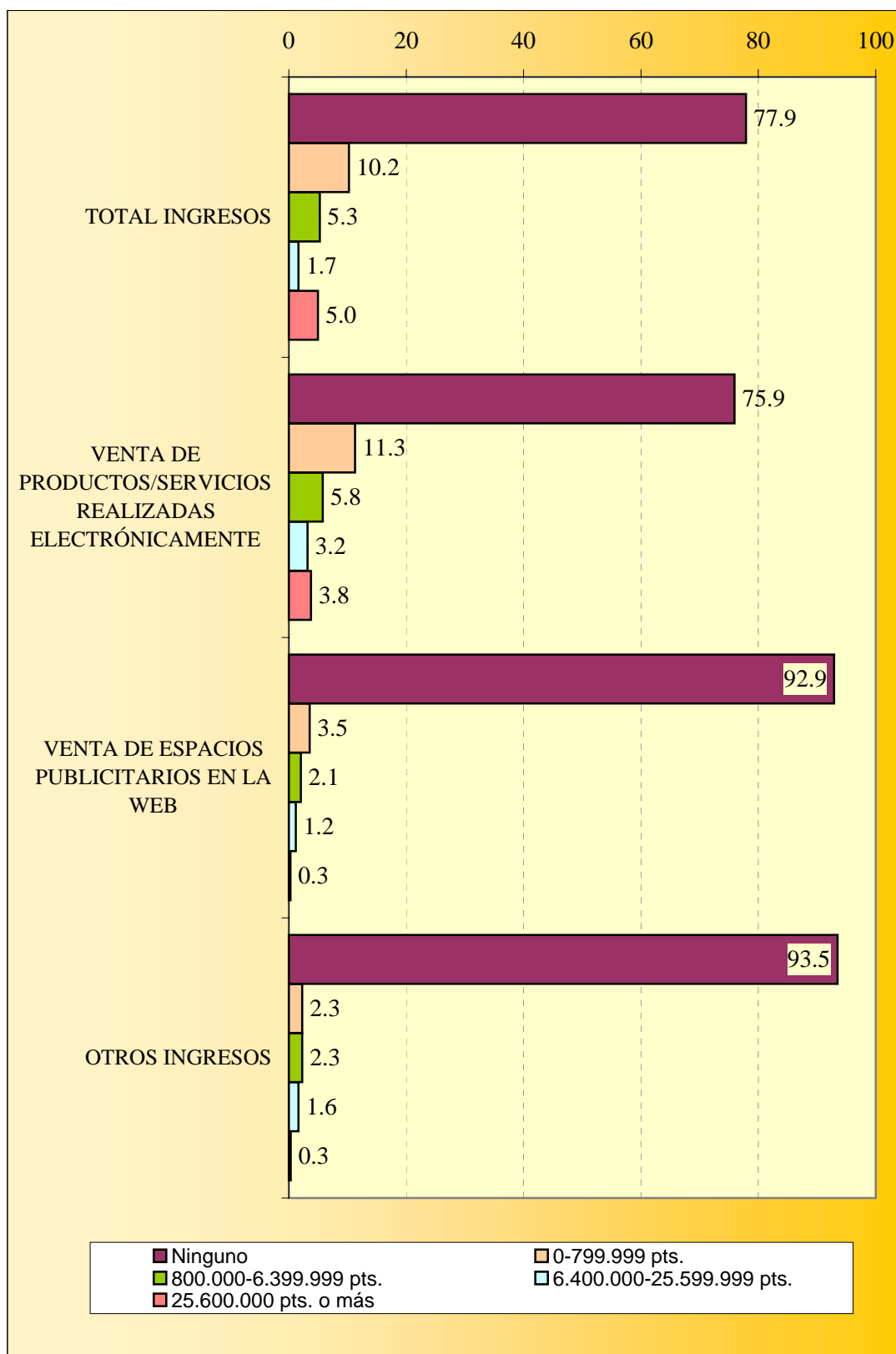
<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
TOTAL INGRESOS		
NS/NC	60	16.5
Ninguno	236	65.0
0-799.999 pts.	31	8.5
800.000-6.399.999 pts.	16	4.4
6.400.000-25.599.999 pts.	5	1.4
25.600.000 pts. o más	15	4.1
VENTA DE PRODUCTOS/SERVICIOS REALIZADAS ELECTRÓNICAMENTE		
NS/NC	18	5.0
Ninguno	262	72.2
0-799.999 pts.	39	10.7
800.000-6.399.999 pts.	20	5.5
6.400.000-25.599.999 pts.	11	3.0
25.600.000 pts. o más	13	3.6

INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA WEB		
NS/NC	24	6.6
Ninguno	315	86.8
0-799.999 pts.	12	3.3
800.000-6.399.999 pts.	7	1.9
6.400.000-25.599.999 pts.	4	1.1
25.600.000 pts. o más	1	0.3
OTROS INGRESOS		
NS/NC	55	15.2
Ninguno	288	79.3
0-799.999 pts.	7	1.9
800.000-6.399.999 pts.	7	1.9
6.400.000-25.599.999 pts.	5	1.4
25.600.000 pts. o más	1	0.3

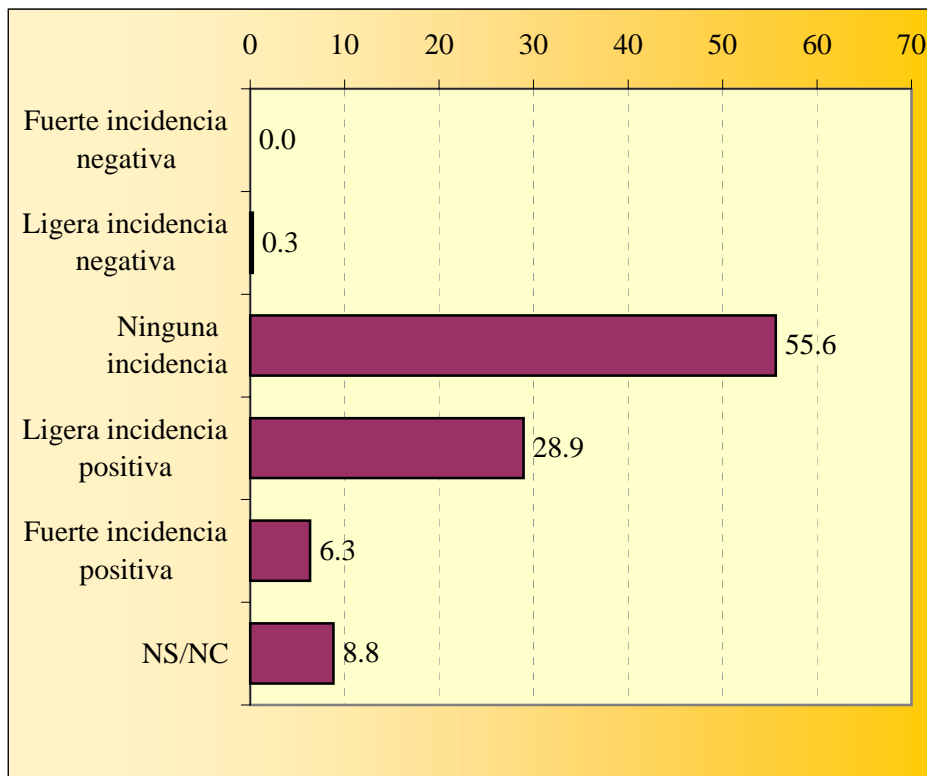
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

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



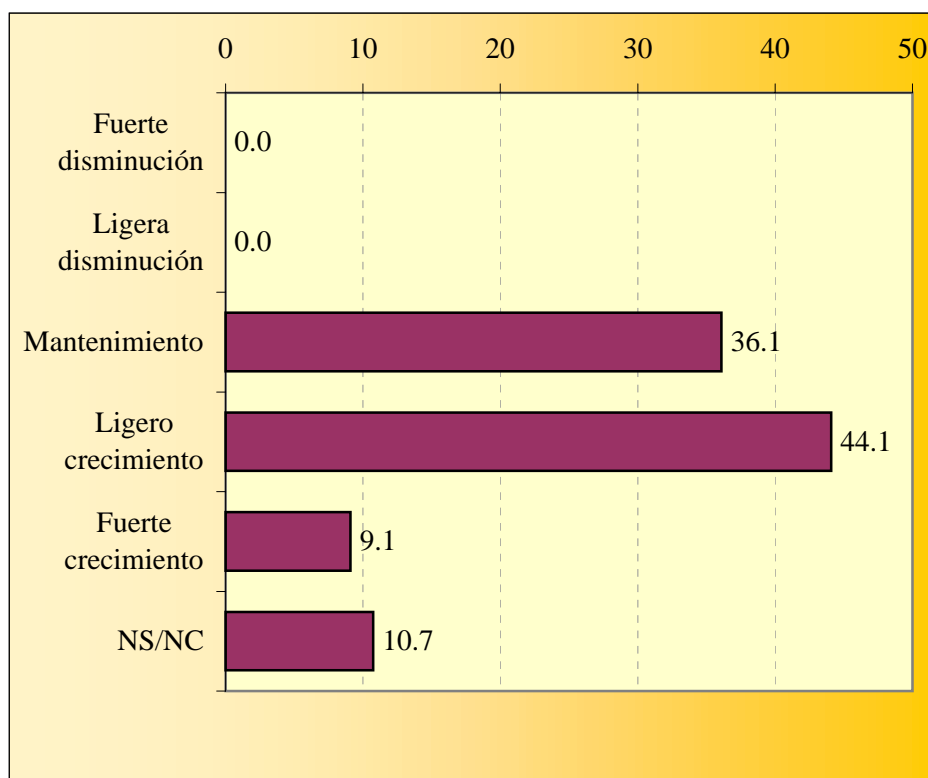
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<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	363	100.0
Fuerte incidencia negativa	0	0.0
Ligera incidencia negativa	1	0.3
Ninguna incidencia	202	55.6
Ligera incidencia positiva	105	28.9
Fuerte incidencia positiva	23	6.3
NS/NC	32	8.8



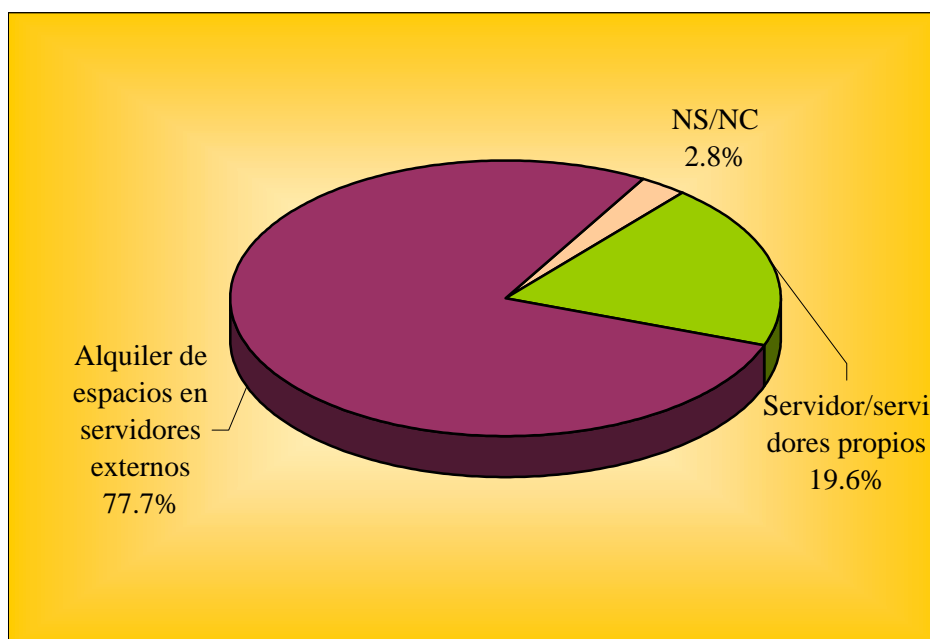
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Tendencia previsible de los ingresos directos a corto plazo debido a la presencia de la entidad en internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Fuerte disminución	0	0.0
Ligera disminución	0	0.0
Mantenimiento	131	36.1
Ligero crecimiento	160	44.1
Fuerte crecimiento	33	9.1
NS/NC	39	10.7



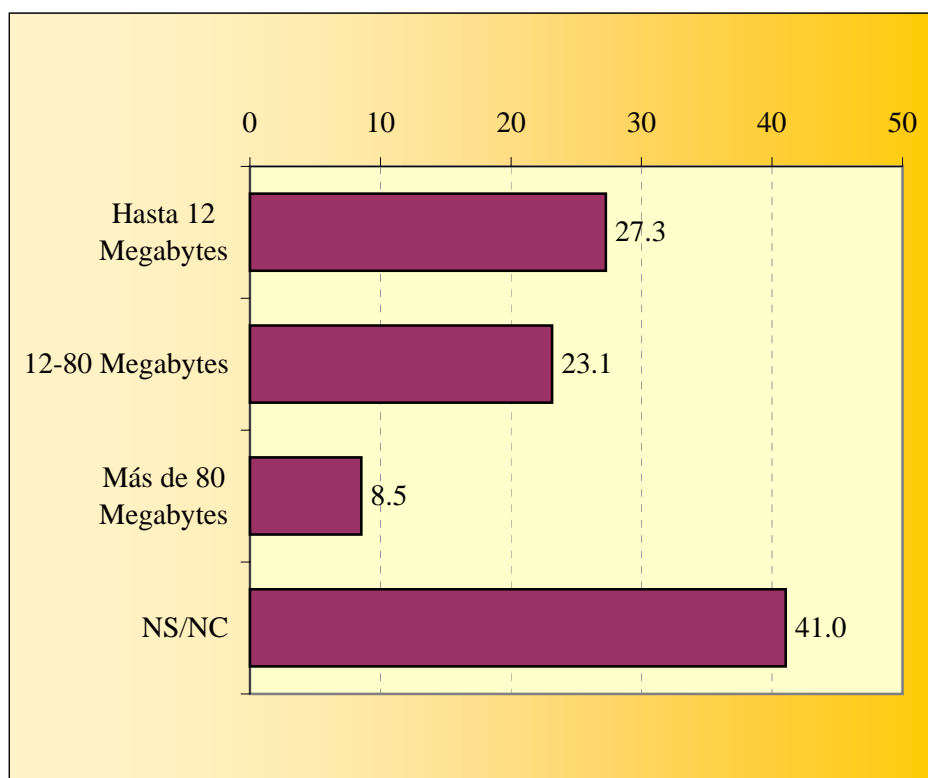
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Alojamiento del sitio Web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Servidor/servidores propios	71	19.6
Alquiler de espacios en servidores externos	282	77.7
NS/NC	10	2.8



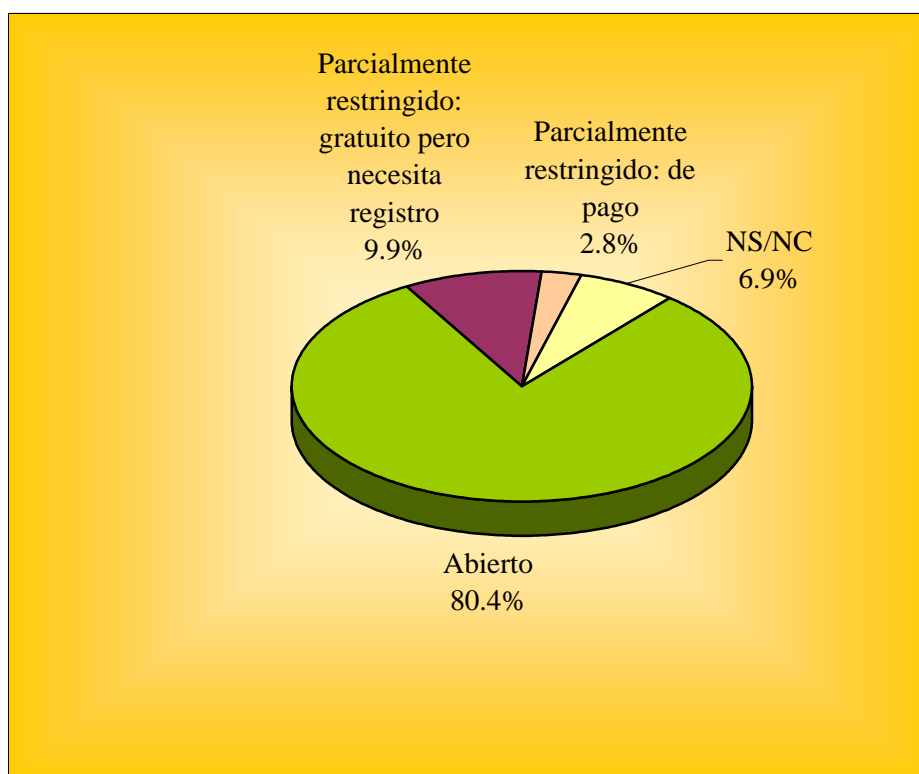
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tamaño del site, en Megabytes:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Hasta 12 Megabytes	99	27.3
12-80 Megabytes	84	23.1
Más de 80 Megabytes	31	8.5
NS/NC	149	41.0
Media (Mbytes)	128	
Mediana (Mbytes)	15	



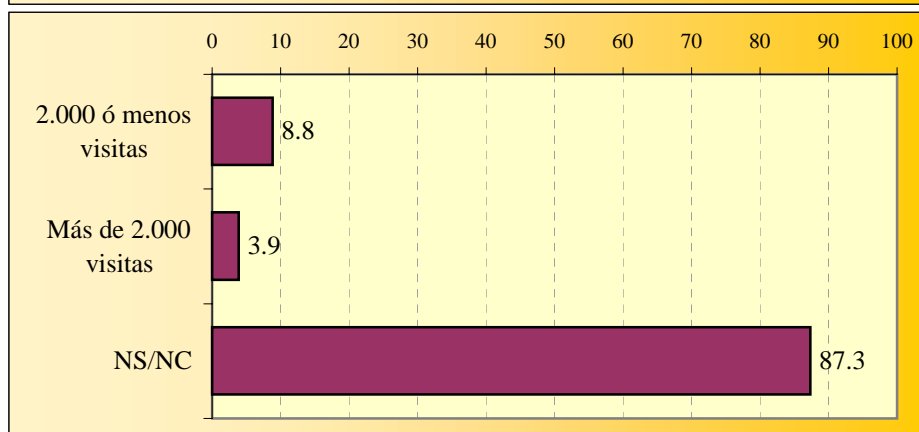
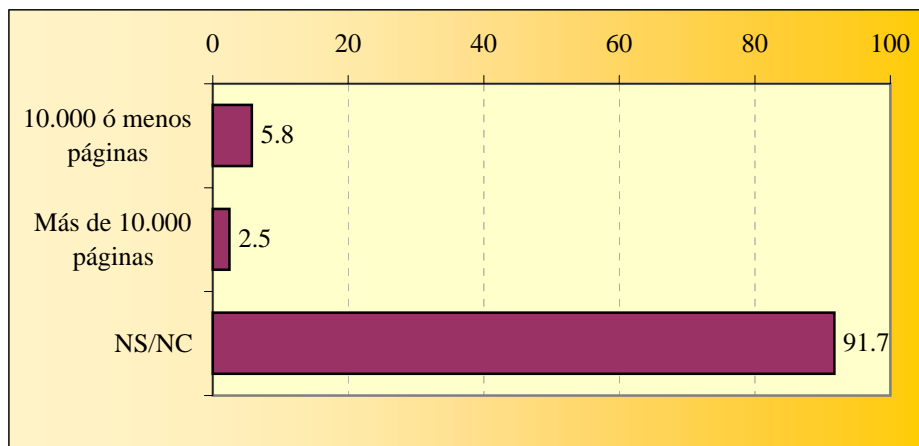
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Acceso al website:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Abierto	292	80.4
Parcialmente restringido: gratuito pero necesita registro	36	9.9
Parcialmente restringido: de pago	10	2.8
NS/NC	25	6.9



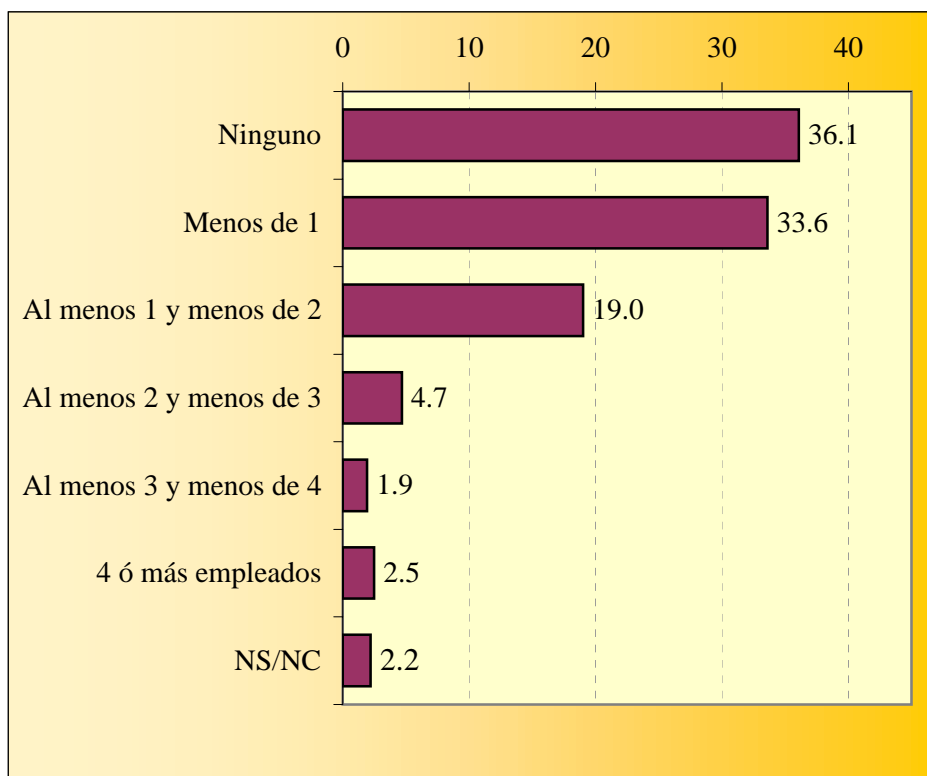
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tráfico mensual recibido en el sitio web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
PÁGINAS VISITADAS		
10.000 ó menos páginas	21	5.8
Más de 10.000 páginas	9	2.5
NS/NC	333	91.7
Páginas visitadas mensuales promedio	Media	18 029
	Mediana	1 676
VISITAS		
2.000 ó menos visitas	32	8.8
Más de 2.000 visitas	14	3.9
NS/NC	317	87.3
Visitas mensuales promedio	Media	4 165
	Mediana	550



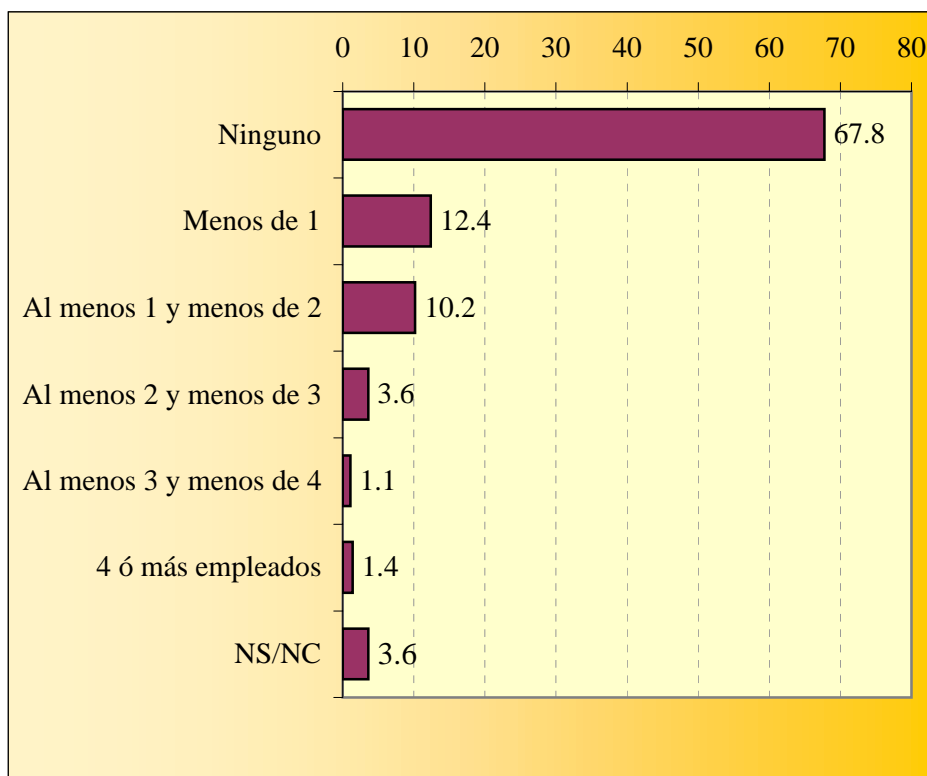
EMPLEO

<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	363	100.0
Ninguno	131	36.1
Menos de 1 empleado	122	33.6
Al menos 1 empleado y menos de 2	69	19.0
Al menos 2 empleados y menos de 3	17	4.7
Al menos 3 empleados y menos de 4	7	1.9
4 ó más empleados	9	2.5
NS/NC	8	2.2



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	363	100
Ninguno	246	67.8
Menos de 1 empleado	45	12.4
Al menos 1 empleado y menos de 2	37	10.2
Al menos 2 empleados y menos de 3	13	3.6
Al menos 3 empleados y menos de 4	4	1.1
4 ó más empleados	5	1.4
NS/NC	13	3.6



OTROS DOMINIOS

En las casillas destinadas a escribir los nombres de otros dominios poseídos

por la misma entidad se recogieron un total de 179 menciones, de las cuales:

- 176 son dominios.
- 3 son subdominios.

La tabla y los datos que aparecen a continuación sólo tienen en cuenta las 176 menciones que se corresponden con dominios:

<i>P. Si su entidad dispone de dominios adicionales, rogamos los relacione a continuación:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	
No mencionan ningún dominio adicional	257	70.8
Menciona 1 dominio	71	19.6
Menciona 2 dominios	20	5.5
Menciona 3 dominios	5	1.4
Menciona 4 dominios	4	1.1
Menciona 5 dominios	3	0.8
Menciona 6 dominios	2	0.6
Menciona 7 dominios	1	0.3

- Número de dominios mencionados: 176

- Tipo de dominio

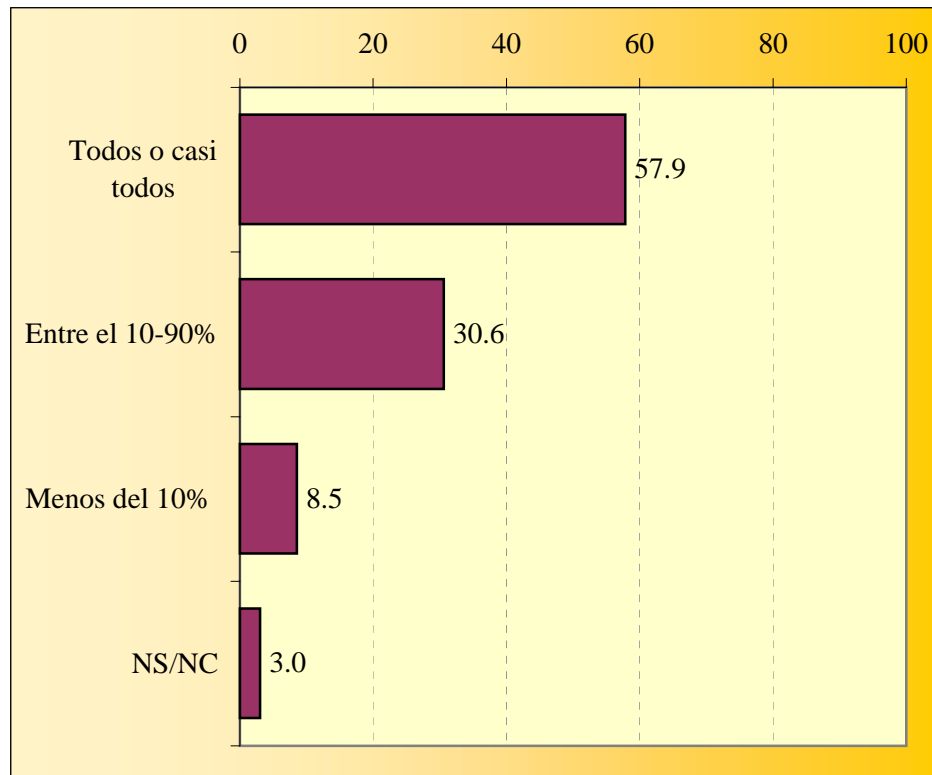
- ".com": 118 (67.0%)
- ".es": 23 (13.1%)
- ".net": 14 (8.0%)
- ".org": 14 (8.0%)
- otros: 7 (4.0%)

- ¿Con igual contenido?

- Sí: 129 (73.3%)
- No: 45 (25.6%)
- NS/NC: 2 (1.1%)

ACCESO A INTERNET

<i>P. Empleados de la entidad con acceso a Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	100.0
Todos o casi todos	210	57.9
Entre el 10-90%	111	30.6
Menos del 10%	31	8.5
NS/NC	11	3.0



ACCESO A INTERNET

P. Proveedor de acceso (ISP) utilizado

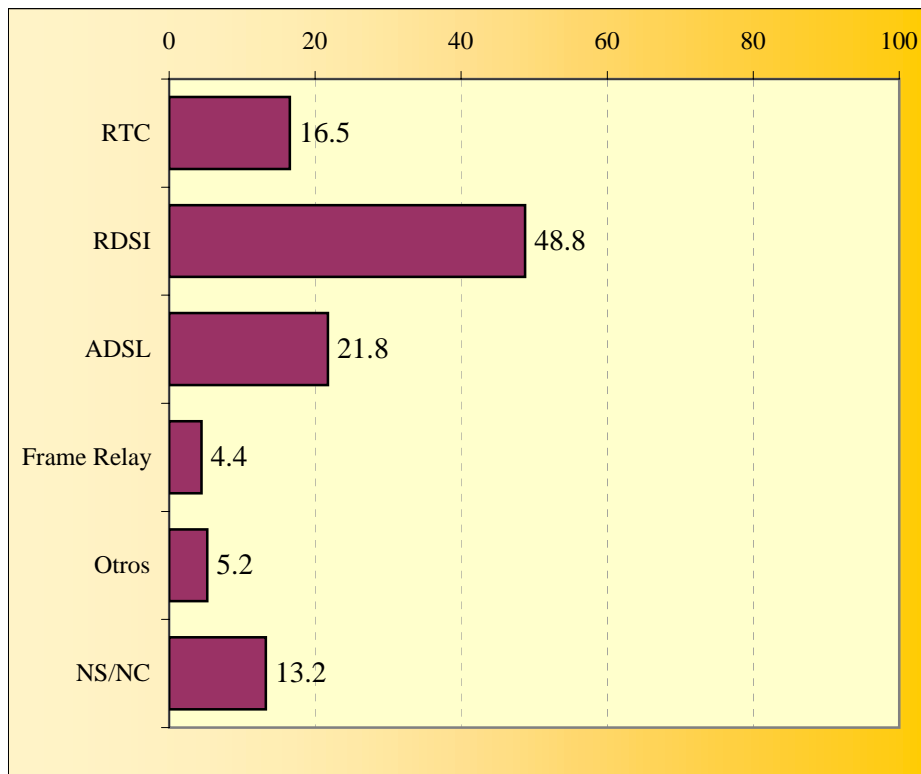
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algunos entrevistados declaran más de un proveedor de acceso (máximo 3 respuestas).

Nº	PROVEEDOR DE ACCESO (ISP)	Menciones	%
1	Telefónica / Telefónica Data / Infonegocio / Teleline / Terra	26	7.2
2	Uni2 / Wanadoo / CTV / Jet	16	4.4
3	BT / Arrakis	6	1.7
	Otras menciones	94	25.9
	NS/NC	241	66.4
	BASE	363	

ACCESO A INTERNET

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

<i>P. Tipo de acceso</i>		
	Absolutos	%
BASE	363	
RTC	60	16.5
RDSI	177	48.8
ADSL	79	21.8
Frame Relay	16	4.4
Otros	19	5.2
NS/NC	48	13.2



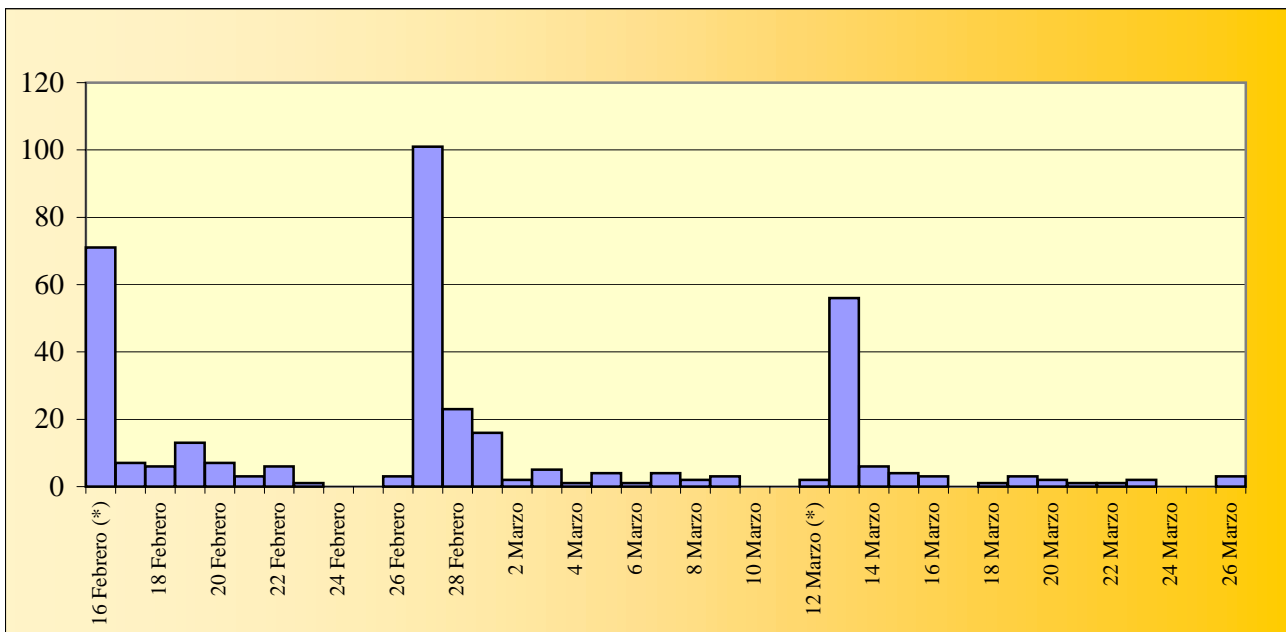
ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

TOTAL: 363 entrevistas

DIA	FREQ	%
16 Febrero (*)	71	19.6
17 Febrero	7	1.9
18 Febrero	6	1.7
19 Febrero	13	3.6
20 Febrero	7	1.9
21 Febrero	3	0.8
22 Febrero	6	1.7
23 Febrero	1	0.3
24 Febrero	0	0.0
25 Febrero	0	0.0
26 Febrero	3	0.8
27 Febrero (*)	101	27.8
28 Febrero	23	6.3
1 Marzo	16	4.4
2 Marzo	2	0.6
3 Marzo	5	1.4
4 Marzo	1	0.3
5 Marzo	4	1.1
6 Marzo	1	0.3
7 Marzo	4	1.1

DIA	FREQ	%
8 Marzo	2	0.6
9 Marzo	3	0.8
10 Marzo	0	0.0
11 Marzo	0	0.0
12 Marzo (*)	2	0.6
13 Marzo (*)	56	15.4
14 Marzo	6	1.7
15 Marzo	4	1.1
16 Marzo	3	0.8
17 Marzo	0	0.0
18 Marzo	1	0.3
19 Marzo	3	0.8
20 Marzo	2	0.6
21 Marzo	1	0.3
22 Marzo	1	0.3
23 Marzo	2	0.6
24 Marzo	0	0.0
25 Marzo	0	0.0
26 Marzo	3	0.8

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



ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

TOTAL: 363 entrevistas

INTERVALO	FREQ	%
00:00-1:00 h.	3	0.8
1:00-2:00 h.	0	0.0
2:00-3:00 h.	1	0.3
3:00-4:00 h.	0	0.0
4:00-5:00 h.	0	0.0
5:00-6:00 h.	0	0.0
6:00-7:00 h.	0	0.0
7:00-8:00 h.	7	1.9
8:00-9:00 h.	27	7.4
9:00-10:00 h.	76	20.9
10:00-11:00 h.	53	14.6
11:00-12:00 h.	31	8.5

INTERVALO	FREQ	%
12:00-13:00 h.	24	6.6
13:00-14:00 h.	24	6.6
14:00-15:00 h.	10	2.8
15:00-16:00 h.	9	2.5
16:00-17:00 h.	24	6.6
17:00-18:00 h.	22	6.1
18:00-19:00 h.	20	5.5
19:00-20:00 h.	10	2.8
20:00-21:00 h.	6	1.7
21:00-22:00 h.	7	1.9
22:00-23:00 h.	2	0.6
23:00-00:00 h.	7	1.9

