



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

**4º ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES
ESPAÑOLAS EN INTERNET**

Encuesta a dominios ".es"

26 de febrero de 2002



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ÍNDICE

INFORME EJECUTIVO

1. Introducción
2. Entidades españolas con presencia en Internet

ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES ESPAÑOLAS EN INTERNET

- I. Presentación
- II. Notas Metodológicas
- III. Principales resultados



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

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 de los anteriores estudios 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 el período comprendido entre el 1 de junio hasta el 31 de octubre de 2001 (cinco meses).

El periodo del estudio, discurre en un período de “crisis”, que de alguna manera ha afectado especialmente a las empresa de la “nueva economía” y a los servicios asociados a este ámbito de la actividad económica. Junto a lo anterior este periodo ya bebe de la plena aplicación de 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.

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



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El colectivo que constituye el universo del presente estudio, está claramente identificado por el Registro Delegado de Internet en España, gestionado 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 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 Verisign (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 los meses de diciembre de 2001 y enero de 2002, 2.698 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 cuarto 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 76,4% de las entidades españolas que se han dado de alta en el periodo referido (1 de junio a 31 de octubre de 2001) disponen de Internet son Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil. A continuación, muy alejadas aparecen Asociaciones con un 4,1% y tras éstas, parecen con un 3% las altas de Fundaciones, seguidas de las Entidades locales con un 2,6%.

El 21% de las entidades desarrollan su actividad económica en el sector de Servicios empresariales, actividades inmobiliarias y de alquiler. Le sigue con

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.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

un 18,4% las entidades cuya actividad principal es la de Industria Manufacturera. Estos datos resultan similares a los de anteriores estudios, observándose una mayor atomización en el reparto de dominios entre los distintos sectores de actividad económica.

El 55,8% de la entidades son microempresas con menos de 10 empleados, un 25,1% tienen entre 11 y 50 empleados y el 4,5% son empresas medianas con más de 51 empleados hasta 100. El 8,6% son grandes empresas.

Por volumen de facturación destacan las altas en este periodo de empresas con facturaciones entre los más de 10 a 50 millones de pesetas anuales con un 18,4% siguiendo las que obtienen facturaciones de entre 50 a 100 millones con un 12,7%, las de 200 a 500 millones de pesetas el 11,6%, las de 100 a 200 millones con el 10,9% y las de más de 1 a 10 millones con el 10,5% del total. Se reiteran las tendencias observadas en los anteriores estudios, siendo 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.

De las entidades que han contestado a la encuesta el 77,5% del total tienen activado el dominio “.es” desde el 2001, el 8,8% desde antes de 2001 y el 9,4% desde 2002.

De las entidades españolas con dominios bajo “.es” el 7,5% desarrolla su actividad principal en Internet, lo que supone una estabilización respecto del primer estudio de presencia de entidades españolas en Internet bajo “.es”, el cual ofrecía igual dato.

El objetivo primordial que lleva a las entidades españolas a tener presencia en Internet es por este orden reforzar su imagen corporativa, con el 70,8%; ofrecer información sobre los productos y/o servicios de la entidad el 70,4%; ánimo publicitario el 47,6%, la asistencia a los consumidores y usuarios el 25,8%; las ventas y comercio electrónico el 21,7%, la comunicación interna de la propia entidad el 10,9%; y la información financiera de la entidad el 4,9%.

En el capítulo de los costes que supone para las entidades españolas su presencia en Internet, la mayoría oscila en la horquilla de entre 200.000 a 1.599.999 pesetas con el 35,2% del total, seguido de la horquilla de entre 0 a 99.999 pesetas con el 31,8%. A pesar de que la distribución resulta similar a la de anteriores estudios, se puede percibir una reducción global de los costes para disponer de presencia en Internet, por parte de estas entidades.

De los costes totales anteriores se destina a Recursos Humanos el 48,3% destina de 0 a 99.999 pesetas; de 200.000 a 1.599.999 de pesetas el 17,2%; y de 100.000 a 199.999 el 15,7% del total, dándose por tanto igual tendencia a la



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

reducción de los costes laborales destinados a garantizar la presencia en Internet.

Más de la mitad de las empresas que han dado de alta dominios bajo “.es” en este periodo se decantan por un previsión de mantenimiento de sus costes para disponer de presencia en Internet, alcanzando el 52,4% del total. El 25,8% se plantea un ligero crecimiento frente al 6,7 que piensa en una ligera disminución de estos costes.

Respecto a las características técnicas de los sitios web de las entidades analizadas, el 77,9% utiliza servidores externos para el mantenimiento de su web corporativa, frente al 17,6% 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 36,3% de los webs analizados son pequeños (hasta 12 Mbytes), el 20,2% medianos (de 12 a 80 Mbytes) y el 8,6% grandes (más de 80). Es de destacar que un 34,8% de los encuestados desconoce el tamaño de su site

El 83,5% de las entidades disponen de webs gratuitas abiertas al público, a las que se debe sumar el 7,1% que requieren de un registro previo por parte del usuario. Sólo el 4,5% son de acceso restringido mediante pago.

De las contestaciones al cuestionario remitido por las empresas se obtiene que un sitio web español³ ha tenido 1.420 páginas visitadas mensuales y 400 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 33,7% de ellas y el 41,6% ninguno. Este dato refleja como las políticas de contención de los gastos en lo referido a mantenimiento de la presencia en Internet por parte de las entidades bajo “.es” han repercutido de forma directa en el recorte de los gastos laborales de estas empresas. Las previsiones de creación de empleo en el próximo año muestran que el 73% 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 12,1% incrementarán su plantilla ligeramente con 1 trabajador para mantenimiento del web, datos que inciden en la línea de no incremento del gasto en estos cometidos

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



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Las entidades españolas con presencia en Internet lo hacen de forma mayoritaria con un único dominio. El 67,4% de las entidades no tienen ningún dominio adicional, el 20,2% disponen de otro dominio y el 12,5% restante disponen de más de 2 dominios en Internet.

Entre las entidades que disponen de más de un dominio, el 70 % usan un dominio de segundo nivel bajo un dominio genérico, el 48,2% bajo ".com", el 14,7% bajo ".net" y el 7,1% bajo ".org". El 14,1% 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 69,4%, utilizan los dominios para mostrar los mismos contenidos, mientras que el 30,6% muestran distintos contenidos.

Respecto a la accesibilidad de los empleados de la entidad a Internet, el 64% declaran que todos o casi todos los empleados de la organización disponen de acceso a Internet, el 27,3% declaran que entre el 10 y el 90% de los trabajadores disponen de acceso y solo el 4,9% permiten el acceso a menos del 10% de los trabajadores.

El 19,9% de las entidades analizadas mantienen líneas RDSI para acceso a Internet, mientras que el 8,6% usan la Red Telefónica Conmutada y un 6% líneas Frame Relay. Vuelve a destacar el fuerte incremento experimentado, entre estas nuevas altas, de entidades que usan tecnología ADSL para acceder a Internet con un 53,6%.

4^a ENCUESTA A DOMINIOS ".es"

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

Febrero de 2002

I. 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 dominios ".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 cuarta y última fase de este estudio, que tiene como base los dominios ".es" dados de alta desde junio hasta octubre de 2002 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 de esta fase 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 desde el 1 de junio hasta el 31 de octubre de 2001. 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: 9 diciembre 2001
1^{er} Recordatorio: 8 enero 2002
2^o Recordatorio: 20 enero 2002

El fichero facilitado por la CMT contenía un total de 2.718 dominios. En 20 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.

2.718 dominios

	<u>Absolutos</u>	<u>%</u>
<i>BASE (dominios con E-mail)</i>	2.698	100.0
<i>Llegaron los 3 correos electrónicos enviados</i>	2.311	85.7
<i>Llegaron 2</i>	31	1.1
<i>Llegó 1</i>	38	1.4
<i>No llegó ninguno</i>	318	11.8

□ **TAMAÑO MUESTRAL**: Se recogieron un total de 388 cuestionarios. De ellos, 1 nos llegó sin datos, probablemente debido a dificultades en las comunicaciones en el momento de transmitirnos el cuestionario.

Las 387 (388 - 1) encuestas restantes se correspondían con 383 dominios distintos ya que hubo casos en los que un mismo dominio nos envió varios cuestionarios.

NÚMERO DE ENCUESTAS RECIBIDAS POR DOMINIO

379	dominios	enviaron	una sola encuesta
4	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 383 cuestionarios correspondientes a dominios distintos no se han tomado en cuenta aquellos que:

1. No tenían página web activa ni en proceso de construcción: 79 casos.
2. Eran proveedores de acceso a Internet: 13 casos.

No había ningún dominio que verificara ambas condiciones, por lo tanto, nos quedamos con 291 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.

Se decidió no considerar aquellas encuestas que cometieran dos o más de estas faltas de consistencia. Esto sucedió en un total de 3 casos.

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 21 cuestionarios.

Por lo tanto, tras finalizar todo este proceso, la **muestra útil** a efectos de tabulación de resultados fue de **267 entrevistas**.

□ **FECHAS DE RECOGIDA**: La encuesta estuvo activa en la Red desde el 9 de diciembre de 2001 hasta el 4 de febrero de 2002.

□ **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.

III. 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

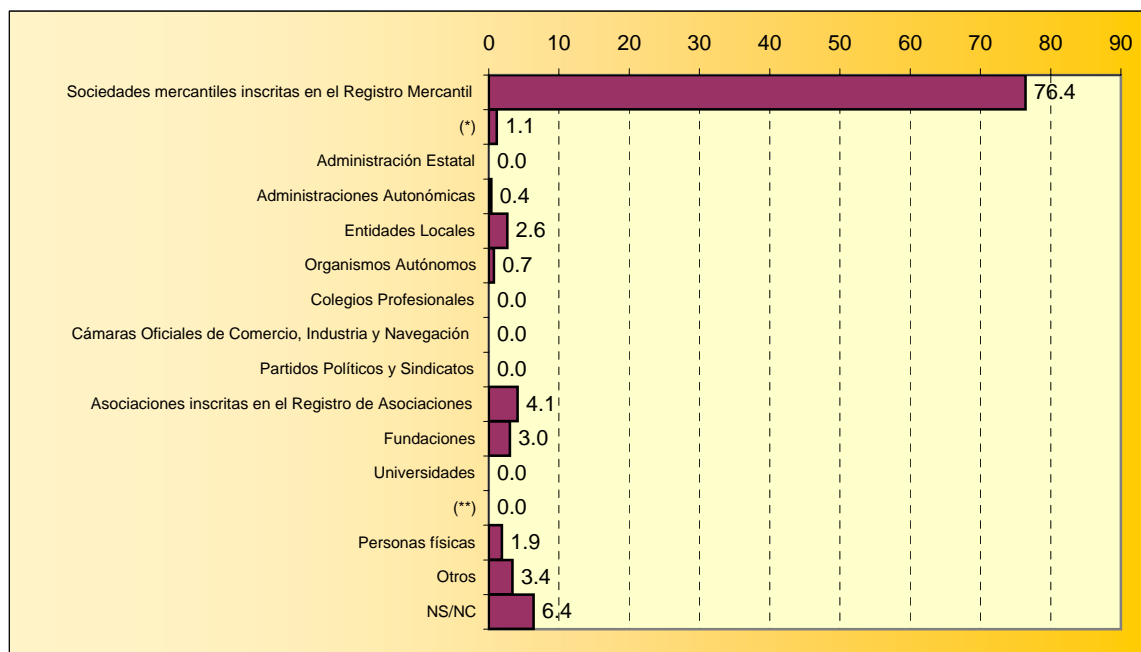
Además, al entrevistado se le permitía la posibilidad de informarnos de si la persona de contacto administrativo o su e-mail habían cambiado.

De las 383 encuestas recibidas de dominios distintos (una entrevista por dominio):

- 67 (el 17.5%) escribieron algo en la casilla destinada a corregir la persona para contacto administrativo:
 - Uno escribió un nombre y una dirección postal.
 - Uno escribió dos nombres.
 - Uno escribió: "Esta empresa está inactiva".
 - el resto (64 casos, el 16.7%) indicó un nombre.
- 103 (el 26.9%) escribieron una dirección de e-mail en la casilla destinada a corregir el correo electrónico del contacto administrativo.

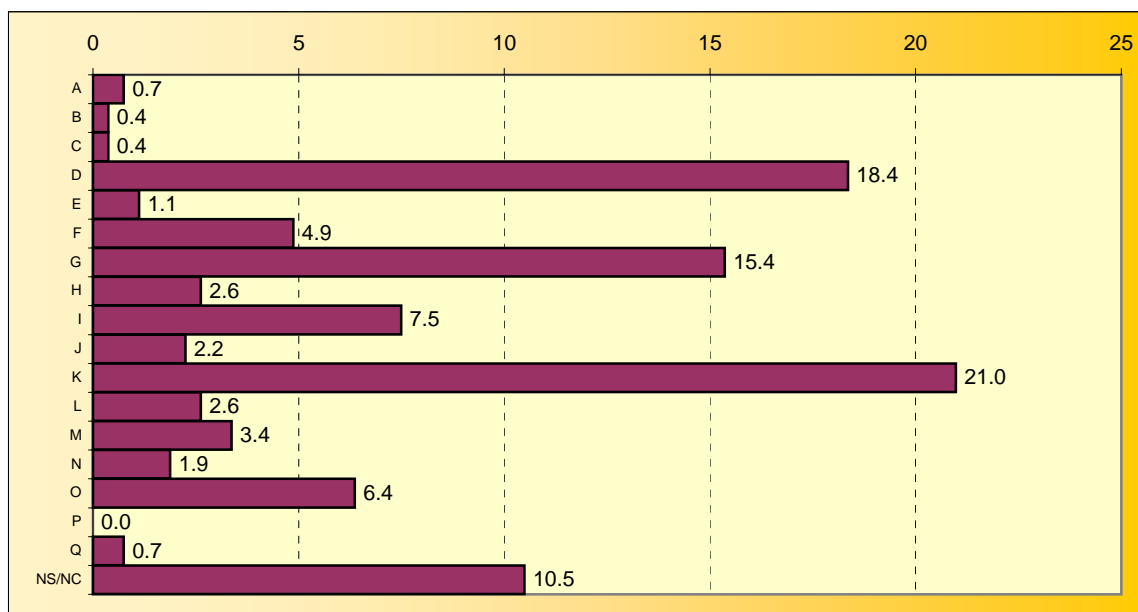
DATOS GENERALES

<i>P. Tipo de entidad</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil	204	76.4
(*) 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	3	1.1
Administración Estatal	0	0.0
Administraciones Autonómicas	1	0.4
Entidades Locales	7	2.6
Organismos Autónomos	2	0.7
Colegios Profesionales	0	0.0
Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación	0	0.0
Partidos Políticos y Sindicatos	0	0.0
Asociaciones inscritas en el Registro de Asociaciones	11	4.1
Fundaciones	8	3.0
Universidades	0	0.0
(**) Iglesias, Confesiones y Comunidades Religiosas inscritas en el Registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia	0	0.0
Personas físicas	5	1.9
Otros	9	3.4
NS/NC	17	6.4



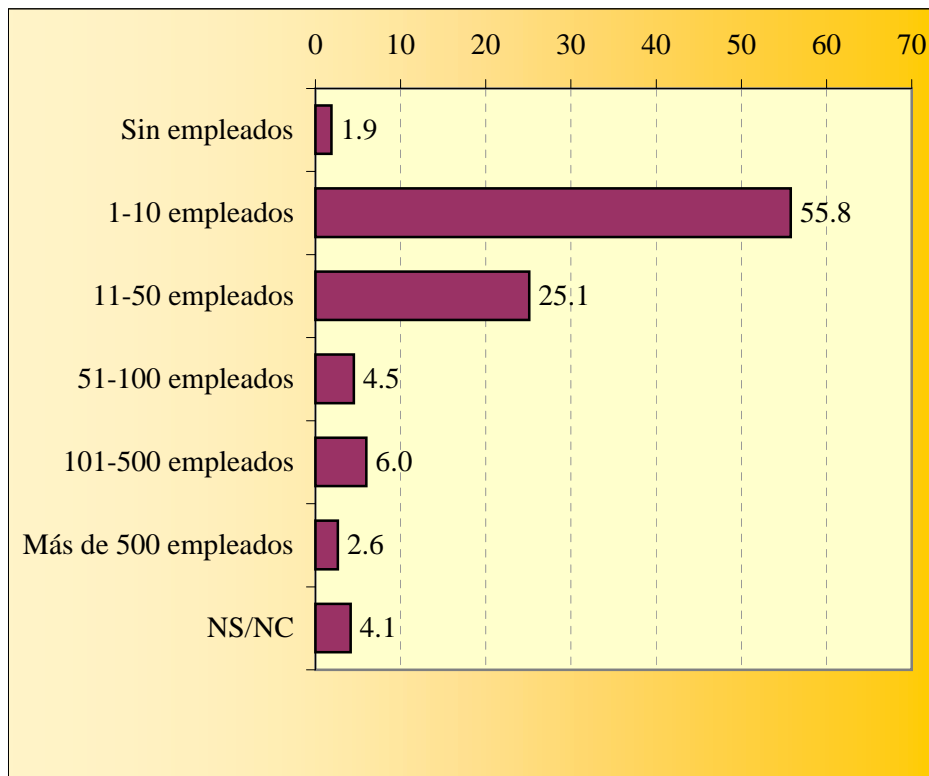
DATOS GENERALES

<i>P. Actividad principal (código CNAE-93)</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
A. Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	2	0.7
B. Pesca	1	0.4
C. Industrias extractivas	1	0.4
D. Industria manufacturera	49	18.4
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	3	1.1
F. Construcción	13	4.9
G. Comercio, reparación de vehículos de motor y artículos personales y de uso doméstico	41	15.4
H. Hostelería	7	2.6
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	20	7.5
J. Intermediación financiera	6	2.2
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler;servicios empresariales	56	21.0
L. Admon. Pública, defensa y seguridad social obligatoria	7	2.6
M. Educación	9	3.4
N. Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	5	1.9
O. Otras actividades sociales y de servicios prestados a la comunidad; servicios personales	17	6.4
P. Hogares que emplean personal doméstico	0	0.0
Q. Organismos extraterritoriales	2	0.7
NS/NC	28	10.5



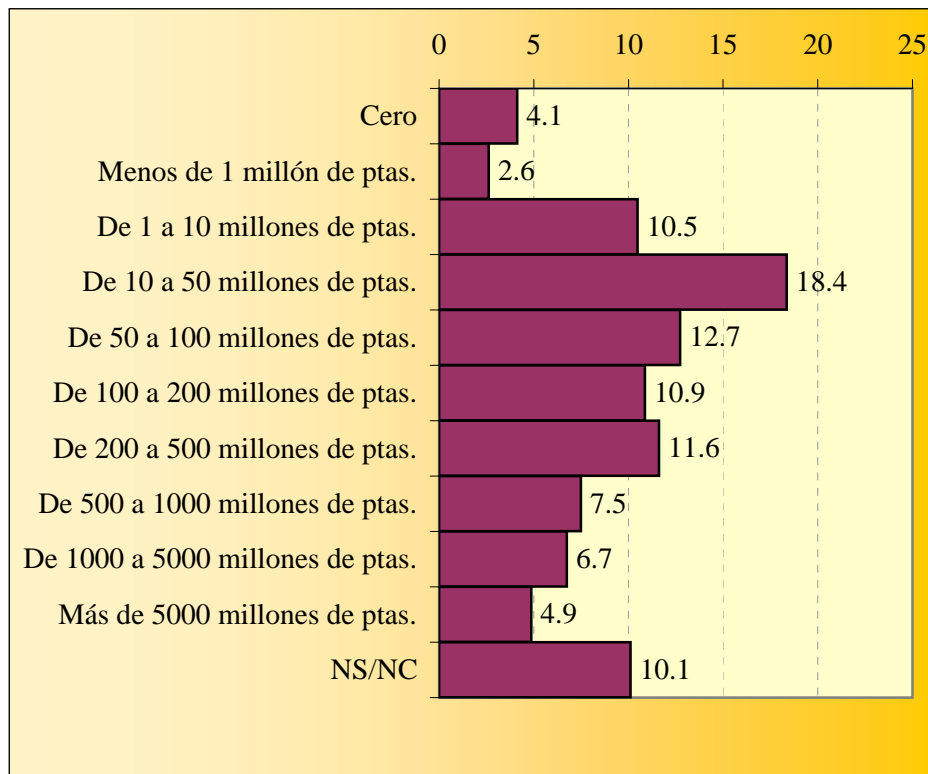
DATOS GENERALES

<i>P. Número de empleados</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Sin empleados	5	1.9
1-10 empleados	149	55.8
11-50 empleados	67	25.1
51-100 empleados	12	4.5
101-500 empleados	16	6.0
Más de 500 empleados	7	2.6
NS/NC	11	4.1



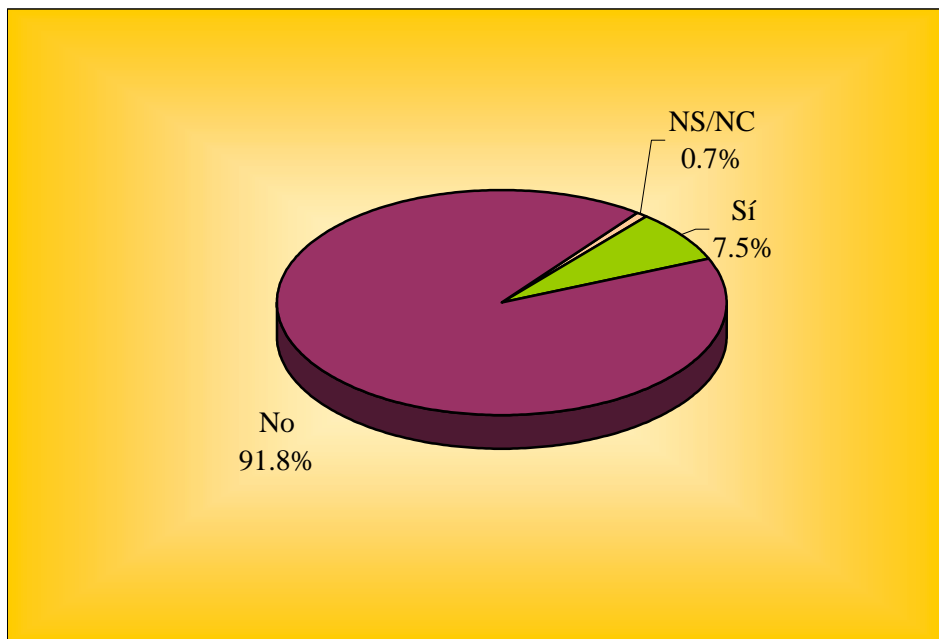
DATOS GENERALES

<i>P. Volumen de facturación anual</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Cero	11	4.1
Menos de 1 millón de ptas.	7	2.6
De 1 a 10 millones de ptas.	28	10.5
De 10 a 50 millones de ptas.	49	18.4
De 50 a 100 millones de ptas.	34	12.7
De 100 a 200 millones de ptas.	29	10.9
De 200 a 500 millones de ptas.	31	11.6
De 500 a 1000 millones de ptas.	20	7.5
De 1000 a 5000 millones de ptas.	18	6.7
Más de 5000 millones de ptas.	13	4.9
NS/NC	27	10.1



DATOS GENERALES

<i>P. ¿La actividad de la entidad se desarrolla fundamentalmente a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Sí	20	7.5
No	245	91.8
NS/NC	2	0.7



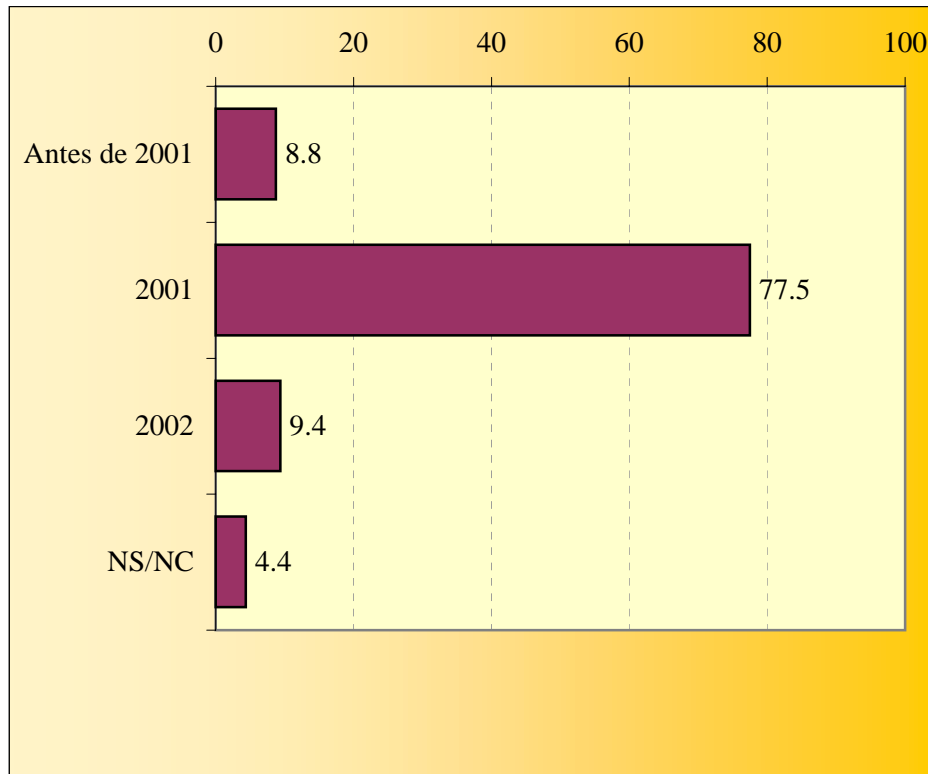
DATOS GENERALES

<i>P. El dominio ¿es activo en la red?</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Sí	160	59.9
No, pero la página web está en construcción	107	40.1
NS/NC	0	0.0



DATOS GENERALES

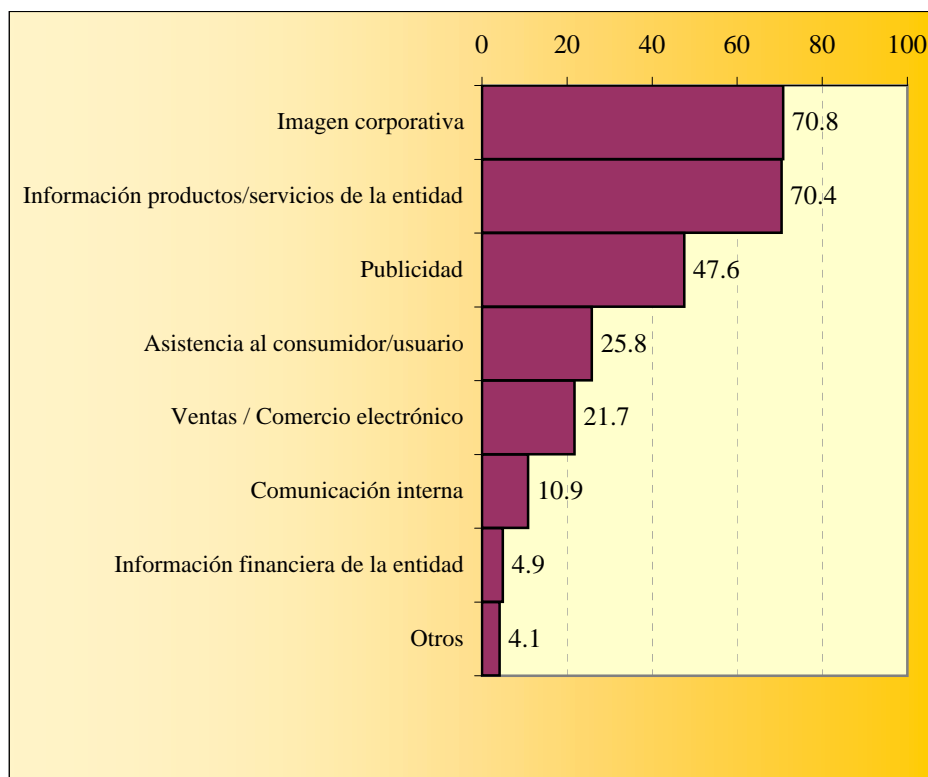
<i>P. El dominio es activo en la red desde:</i>		
	Absolutos	%
BASE (dominio activo en la red)	160	100.0
Antes de 2001	14	8.8
2001	124	77.5
2002	15	9.4
NS/NC	7	4.4



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. ¿Cuáles diría que son los objetivos primordiales de su entidad en relación al Web?</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	
Imagen corporativa	189	70.8
Información sobre productos/servicios de la entidad	188	70.4
Publicidad	127	47.6
Asistencia al consumidor/usuario	69	25.8
Ventas / Comercio electrónico	58	21.7
Comunicación interna	29	10.9
Información económico/financiera de la entidad	13	4.9
Otros	11	4.1

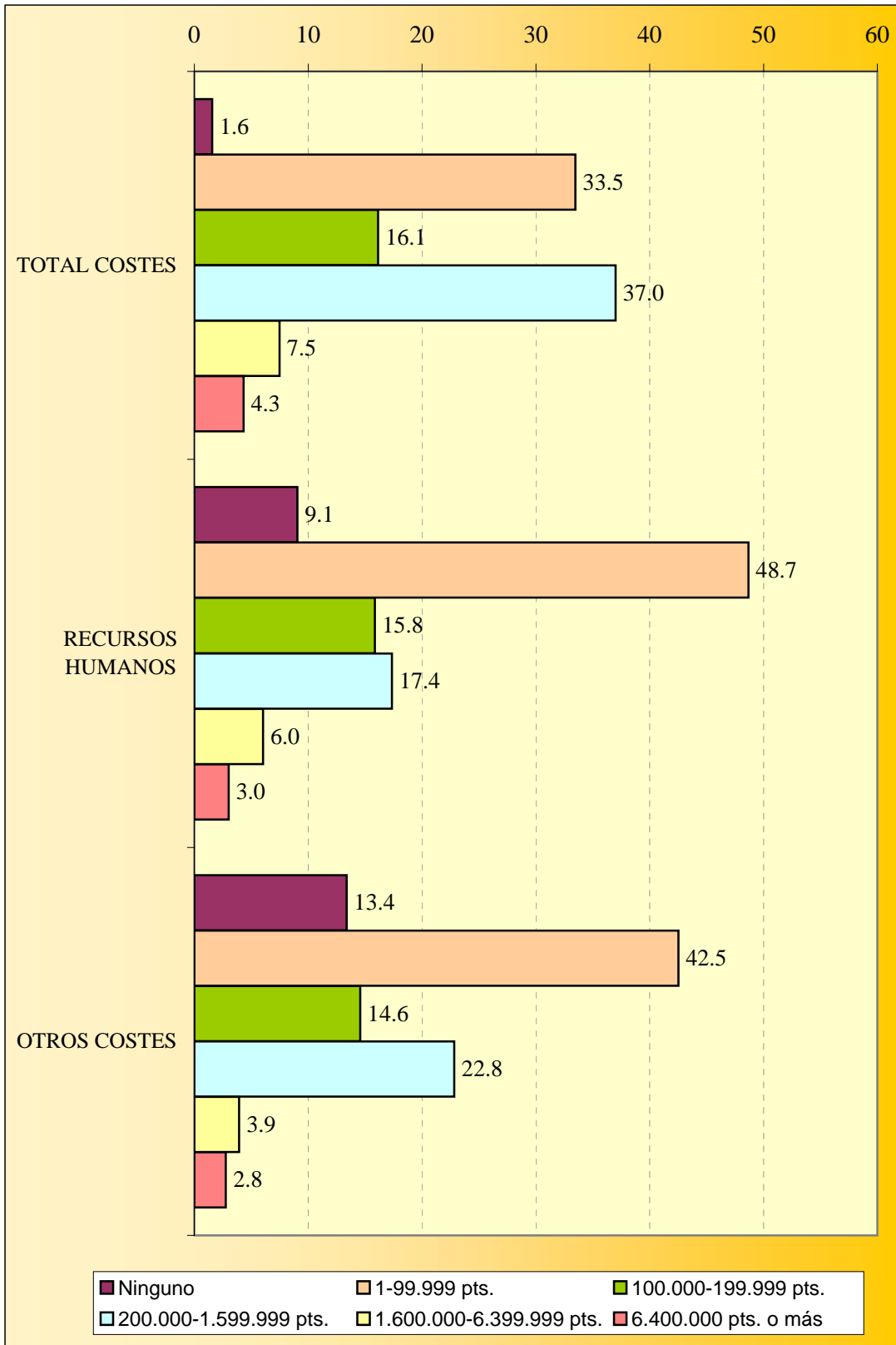


COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Estime el coste anual que supone mantener el website en la Red:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
TOTAL COSTES		
NS/NC	13	4.9
Ninguno	4	1.5
1-99.999 pts.	85	31.8
100.000-199.999 pts.	41	15.4
200.000-1.599.999 pts.	94	35.2
1.600.000-6.399.999 pts.	19	7.1
6.400.000 pts. o más	11	4.1
RECURSOS HUMANOS		
NS/NC	2	0.7
Ninguno	24	9.0
1-99.999 pts.	129	48.3
100.000-199.999 pts.	42	15.7
200.000-1.599.999 pts.	46	17.2
1.600.000-6.399.999 pts.	16	6.0
6.400.000 pts. o más	8	3.0
OTROS COSTES		
NS/NC	13	4.9
Ninguno	34	12.7
1-99.999 pts.	108	40.4
100.000-199.999 pts.	37	13.9
200.000-1.599.999 pts.	58	21.7
1.600.000-6.399.999 pts.	10	3.7
6.400.000 pts. o más	7	2.6

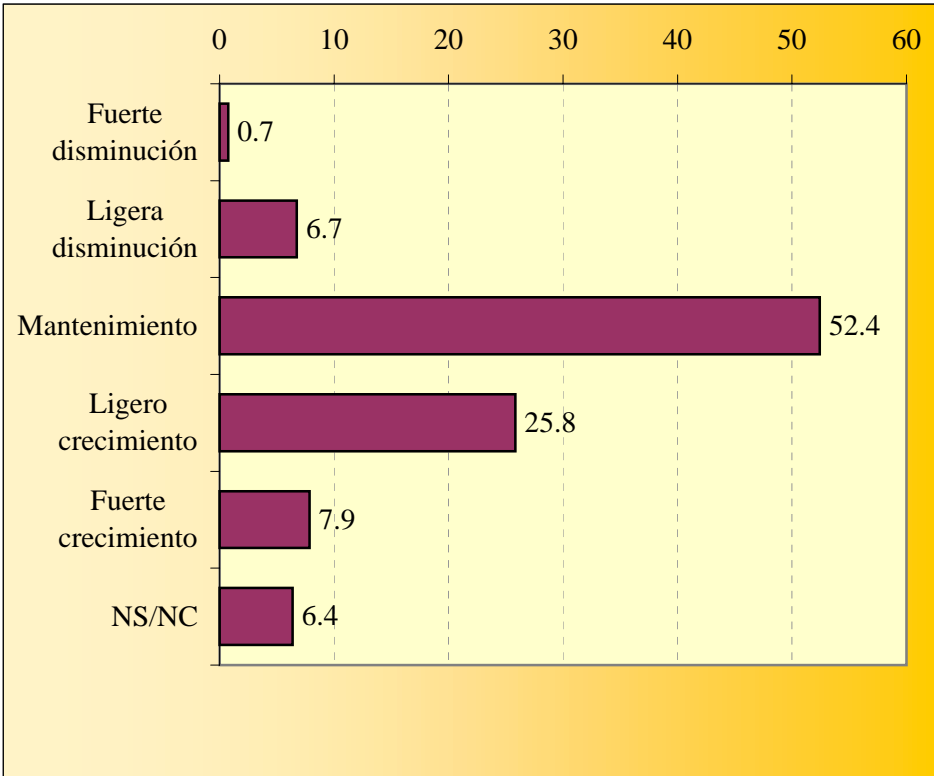
COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

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	267	100.0
Fuerte disminución	2	0.7
Ligera disminución	18	6.7
Mantenimiento	140	52.4
Ligero crecimiento	69	25.8
Fuerte crecimiento	21	7.9
NS/NC	17	6.4



INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

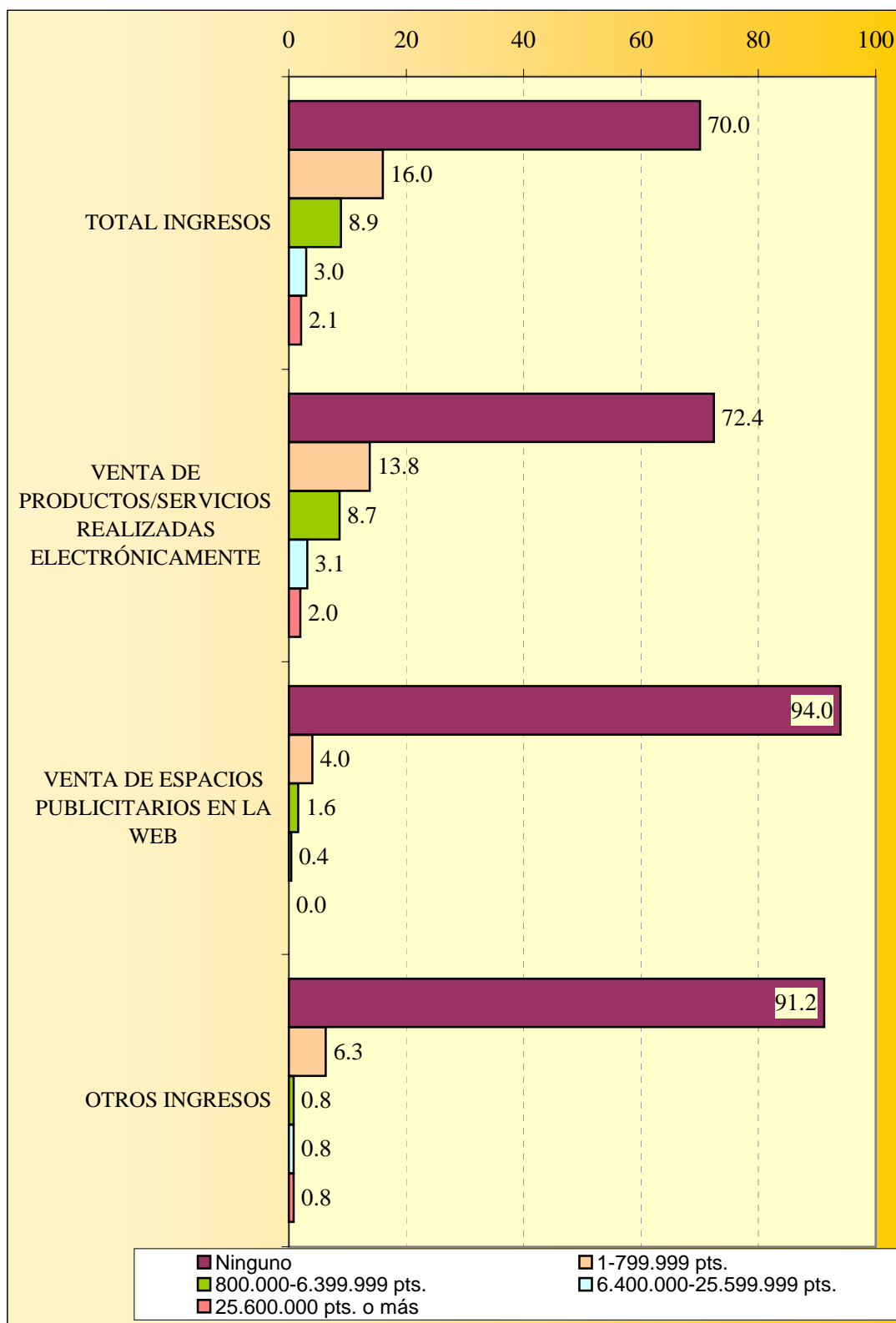
<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
TOTAL INGRESOS		
NS/NC	30	11.2
Ninguno	166	62.2
1-799.999 pts.	38	14.2
800.000-6.399.999 pts.	21	7.9
6.400.000-25.599.999 pts.	7	2.6
25.600.000 pts. o más	5	1.9
VENTA DE PRODUCTOS/SERVICIOS REALIZADAS ELECTRÓNICAMENTE		
NS/NC	13	4.9
Ninguno	184	68.9
1-799.999 pts.	35	13.1
800.000-6.399.999 pts.	22	8.2
6.400.000-25.599.999 pts.	8	3.0
25.600.000 pts. o más	5	1.9

INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA WEB		
NS/NC	17	6.4
Ninguno	235	88.0
1-799.999 pts.	10	3.7
800.000-6.399.999 pts.	4	1.5
6.400.000-25.599.999 pts.	1	0.4
25.600.000 pts. o más	0	0.0
OTROS INGRESOS		
NS/NC	28	10.5
Ninguno	218	81.6
1-799.999 pts.	15	5.6
800.000-6.399.999 pts.	2	0.7
6.400.000-25.599.999 pts.	2	0.7
25.600.000 pts. o más	2	0.7

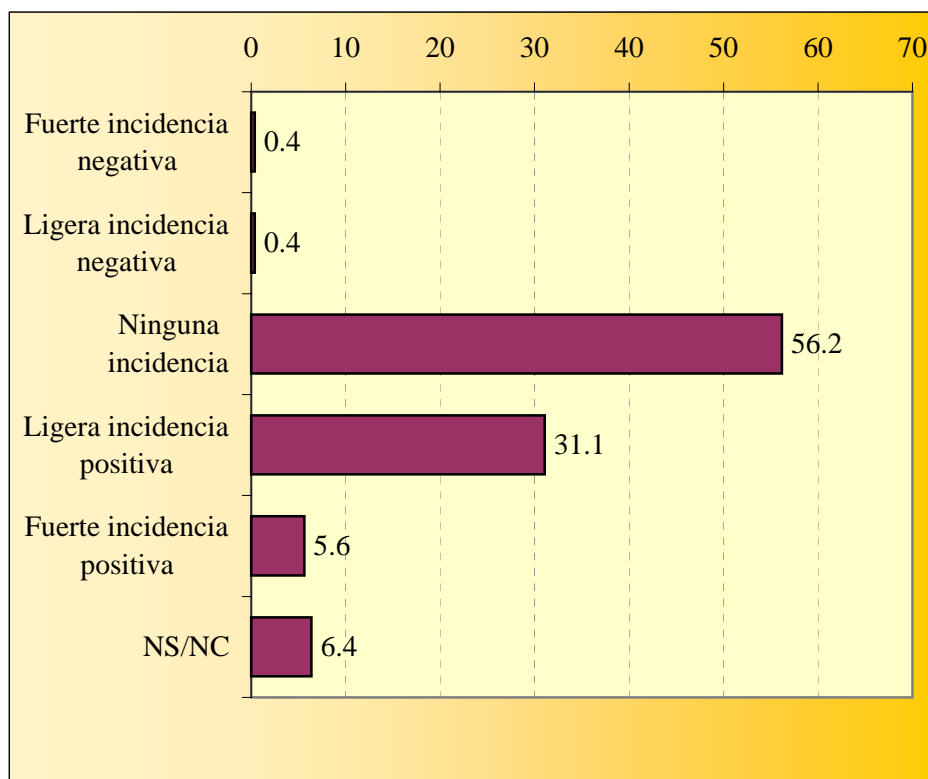
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

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



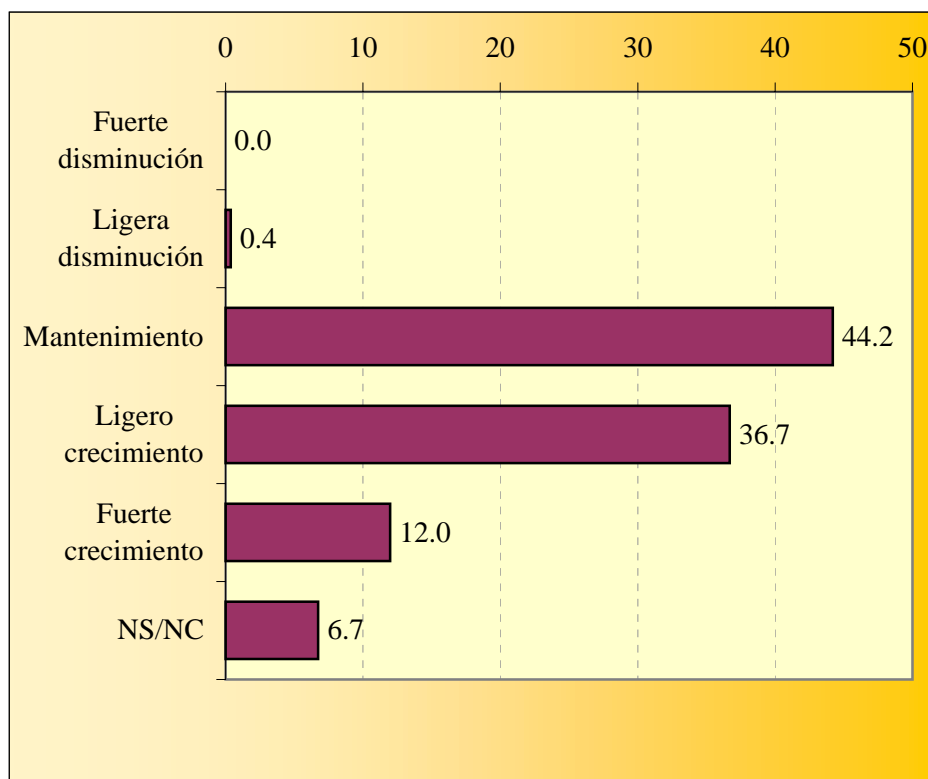
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<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	267	100.0
Fuerte incidencia negativa	1	0.4
Ligera incidencia negativa	1	0.4
Ninguna incidencia	150	56.2
Ligera incidencia positiva	83	31.1
Fuerte incidencia positiva	15	5.6
NS/NC	17	6.4



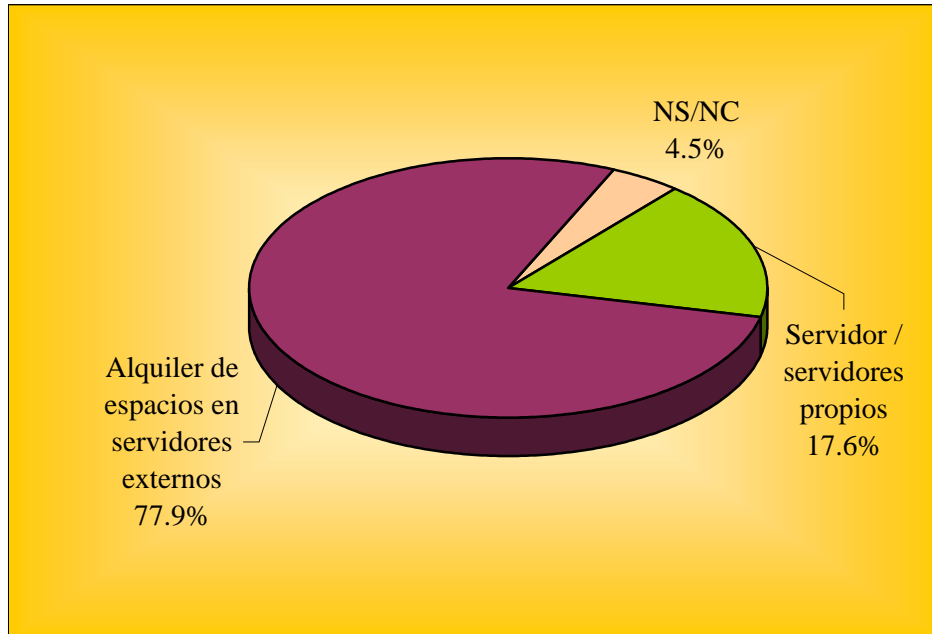
INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Tendencia previsible de los ingresos directos a corto plazo debido a la presencia de la entidad en internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Fuerte disminución	0	0.0
Ligera disminución	1	0.4
Mantenimiento	118	44.2
Ligero crecimiento	98	36.7
Fuerte crecimiento	32	12.0
NS/NC	18	6.7



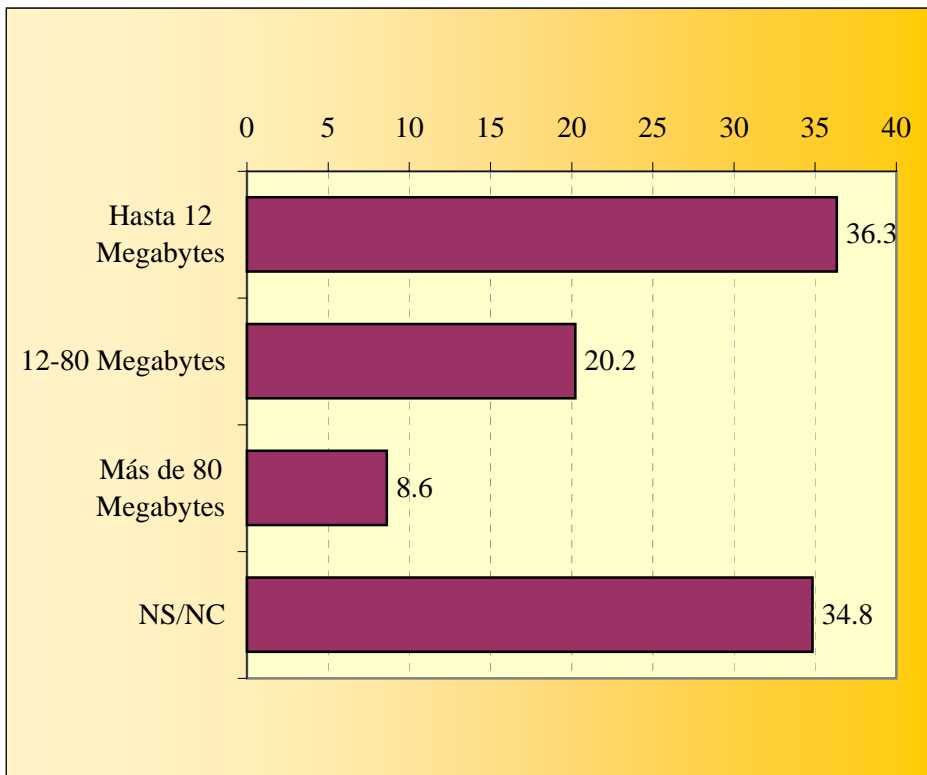
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Alojamiento del sitio Web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Servidor / servidores propios	47	17.6
Alquiler de espacios en servidores externos	208	77.9
NS/NC	12	4.5



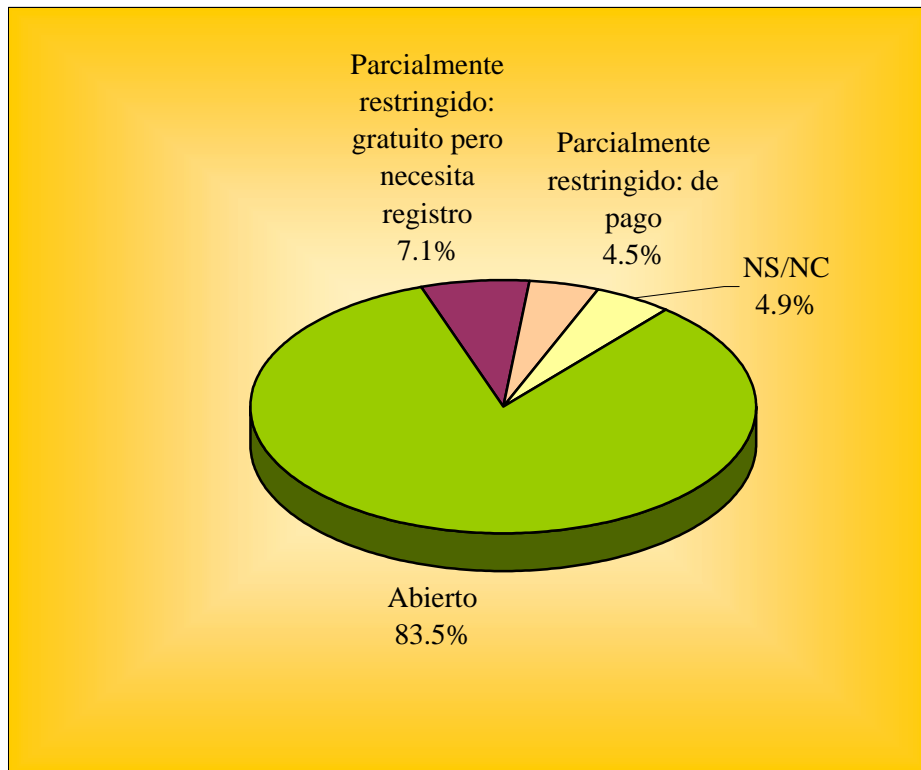
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tamaño del site, en Megabytes:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Hasta 12 Megabytes	97	36.3
12-80 Megabytes	54	20.2
Más de 80 Megabytes	23	8.6
NS/NC	93	34.8
Media (Mbytes)	1 017	
Mediana (Mbytes)	10	



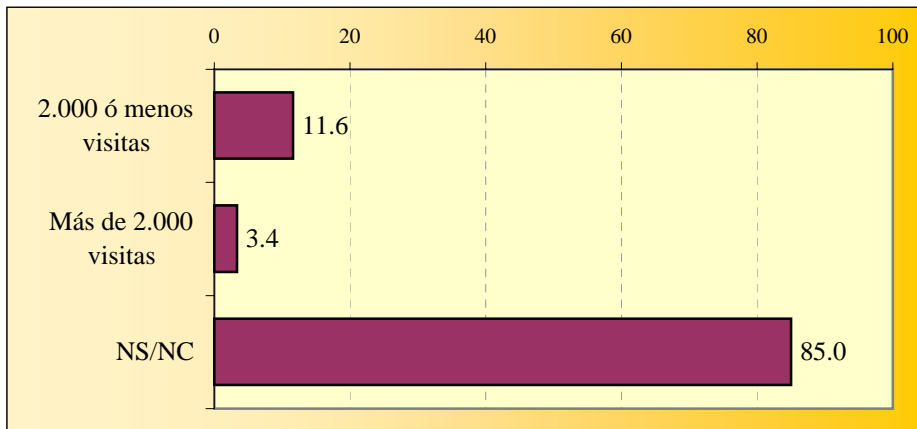
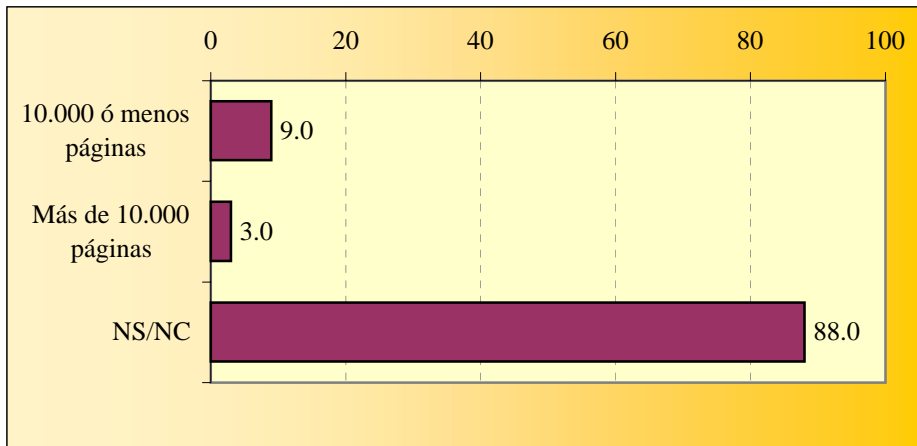
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Acceso al website:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Abierto	223	83.5
Parcialmente restringido: gratuito pero necesita registro	19	7.1
Parcialmente restringido: de pago	12	4.5
NS/NC	13	4.9



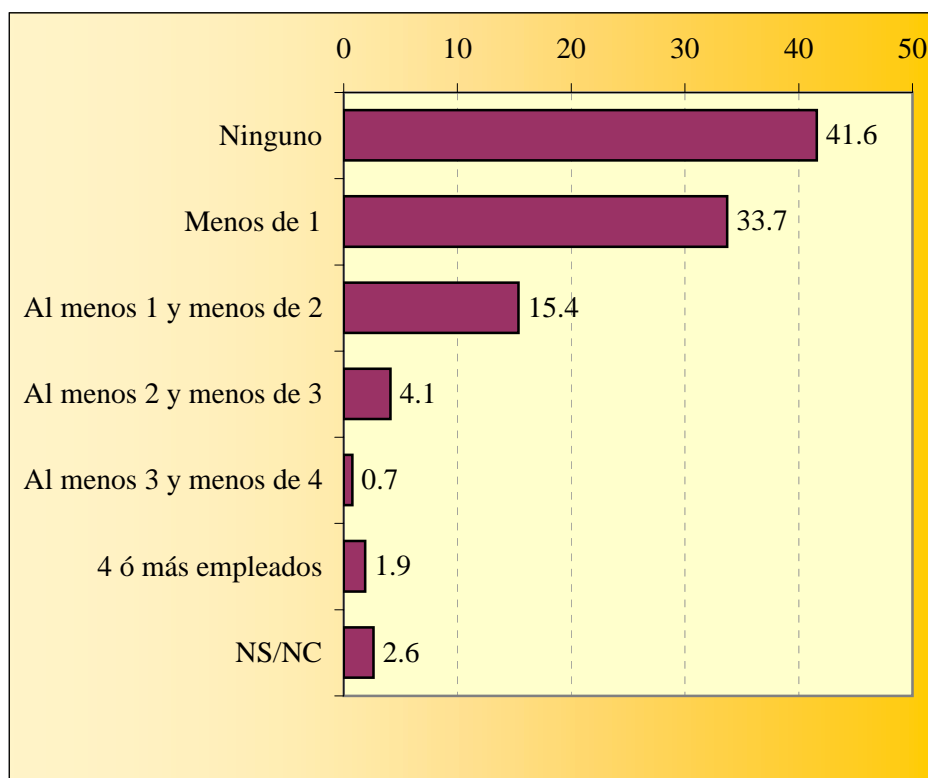
CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tráfico mensual recibido en el sitio web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
PÁGINAS VISITADAS		
10.000 ó menos páginas	24	9.0
Más de 10.000 páginas	8	3.0
NS/NC	235	88.0
Páginas visitadas mensuales promedio	Media	1 032 136
	Mediana	1 420
VISITAS		
2.000 ó menos visitas	31	11.6
Más de 2.000 visitas	9	3.4
NS/NC	227	85.0
Visitas mensuales promedio	Media	83 647
	Mediana	400



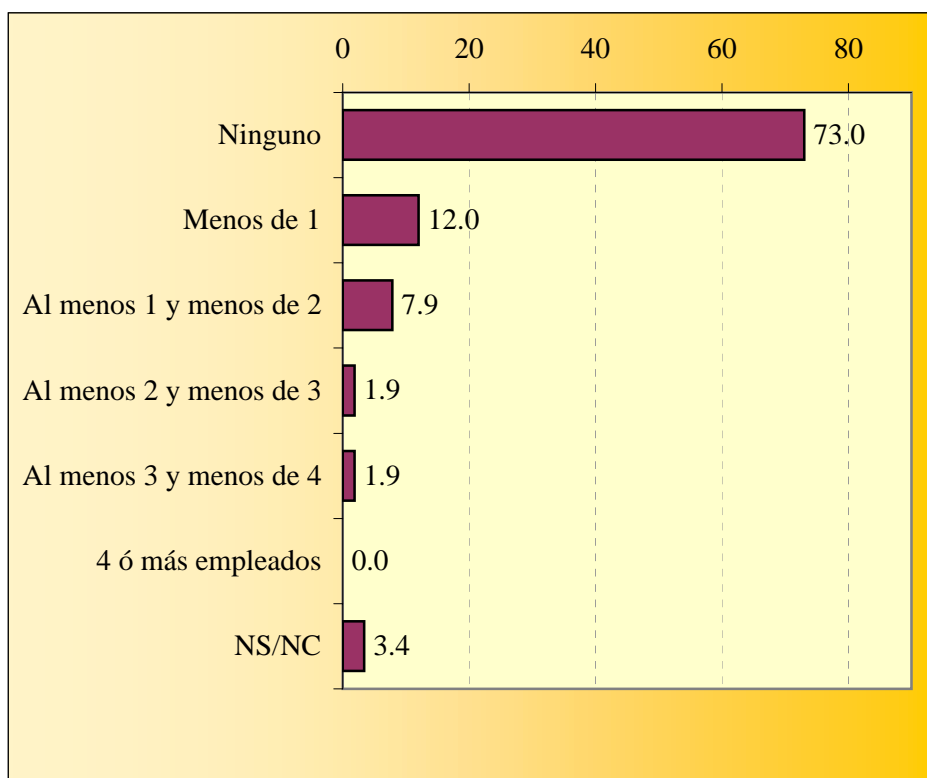
EMPLEO

<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	267	100.0
Ninguno	111	41.6
Menos de 1 empleado	90	33.7
Al menos 1 empleado y menos de 2	41	15.4
Al menos 2 empleados y menos de 3	11	4.1
Al menos 3 empleados y menos de 4	2	0.7
4 ó más empleados	5	1.9
NS/NC	7	2.6



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	267	100.0
Ninguno	195	73.0
Menos de 1 empleado	32	12.0
Al menos 1 empleado y menos de 2	21	7.9
Al menos 2 empleados y menos de 3	5	1.9
Al menos 3 empleados y menos de 4	5	1.9
4 ó más empleados	0	0.0
NS/NC	9	3.4



OTROS DOMINIOS

En las casillas destinadas a escribir los nombres de otros dominios poseidos por la misma entidad se recogieron un total de 176 menciones, de las cuales:

- 170 son dominios.
- 3 son subdominios.
- 3 son otro tipo de textos.

La tabla y los datos que aparecen a continuación sólo tienen en cuenta las 170 menciones que se corresponden con dominios:

<i>P. Si su entidad dispone de dominios adicionales, rogamos los relacione a continuación:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
No mencionan ningún dominio adicional	180	67.4
Menciona 1 dominio	54	20.2
Menciona 2 dominios	16	6.0
Menciona 3 dominios	6	2.2
Menciona 4 dominios	7	2.6
Menciona 5 dominios	0	0.0
Menciona 6 dominios	1	0.4
Menciona 7 dominios	0	0.0
Menciona 8 dominios	0	0.0
Menciona 9 dominios	0	0.0
Menciona 10 dominios	1	0.4
Menciona 11 dominios	2	0.7
Menciona 12 dominios	0	0.0
Menciona 13 dominios	0	0.0
Menciona 14 dominios	0	0.0
Menciona 15 dominios	0	0.0

OTROS DOMINIOS

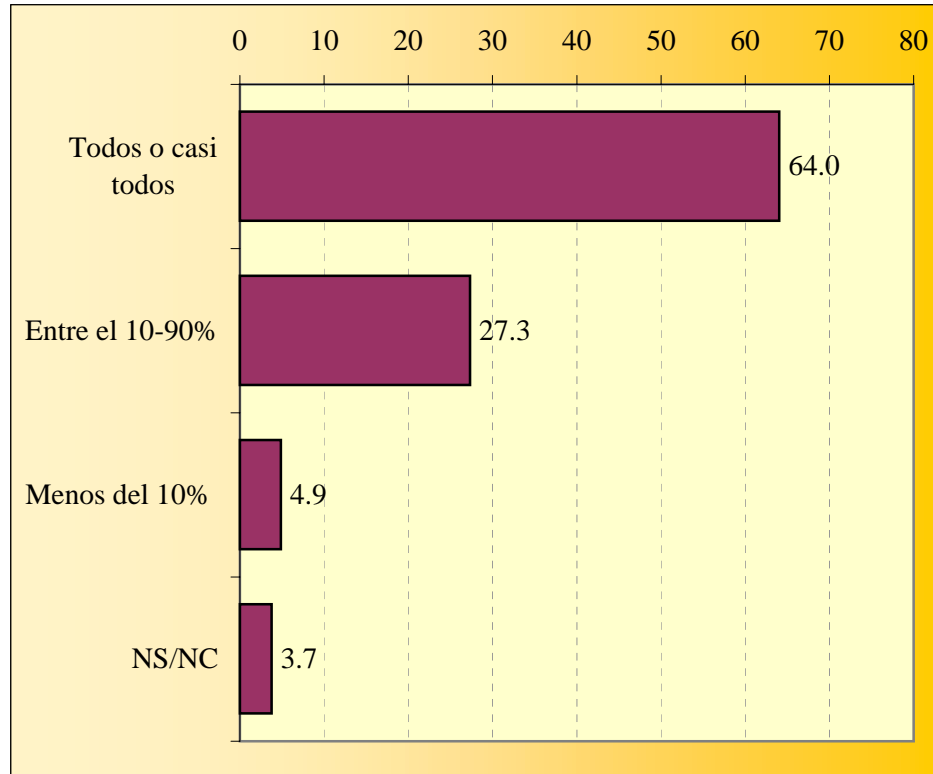
- Número de dominios mencionados: 170
 - Tipo de dominio
 - ".com": 82 (48.2%)
 - ".net": 25 (14.7%)
 - ".es": 24 (14.1%)
 - ".org": 12 (7.1%)
 - otros: 27 (15.9%)

 - ¿Con igual contenido?
 - Sí: 118 (69.4%)
 - No: 52 (30.6%)

- Número de dominios únicos como máximo (eliminando duplicación): 166
 - De ellos en la encuesta hay, al menos: 2

ACCESO A INTERNET

<i>P. Empleados de la entidad con acceso a Internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	100.0
Todos o casi todos	171	64.0
Entre el 10-90%	73	27.3
Menos del 10%	13	4.9
NS/NC	10	3.7



ACCESO A INTERNET

P. Proveedor de acceso (ISP) utilizado

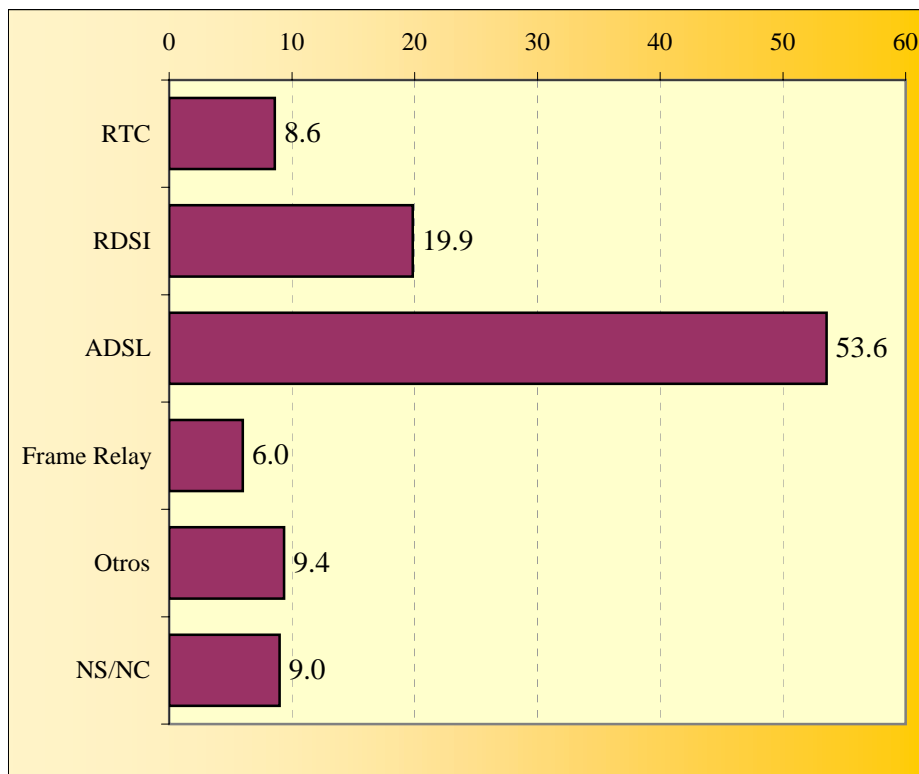
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algunos entrevistados declaran más de un proveedor de acceso (máximo 3 respuestas).

Nº PROVEEDOR DE ACCESO (ISP)	Absolutos	%
1 Telefónica / Telefónica Data / Infonegocio / Teleline / Terra	26	9.7
2 Arsys	9	3.4
Otros	52	19.5
NS/NC	185	69.3
BASE	267	

ACCESO A INTERNET

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que los entrevistados pueden declarar más de un tipo de acceso.

<i>P. Tipo de acceso</i>		
	Absolutos	%
BASE	267	
RTC	23	8.6
RDSI	53	19.9
ADSL	143	53.6
Frame Relay	16	6.0
Otros	25	9.4
NS/NC	24	9.0



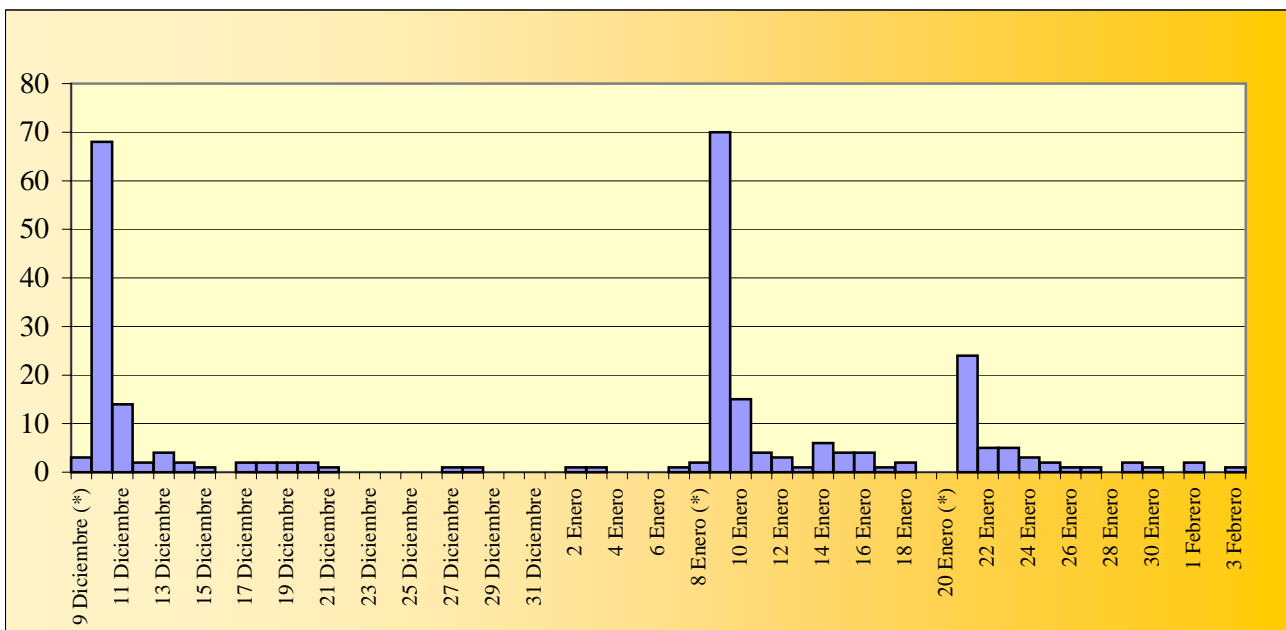
ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

TOTAL: 267 entrevistas

DIA	FREQ	%
9 Diciembre (*)	3	1.1
10 Diciembre	68	25.5
11 Diciembre	14	5.2
12 Diciembre	2	0.7
13 Diciembre	4	1.5
14 Diciembre	2	0.7
15 Diciembre	1	0.4
16 Diciembre	0	0.0
17 Diciembre	2	0.7
18 Diciembre	2	0.7
19 Diciembre	2	0.7
20 Diciembre	2	0.7
21 Diciembre	1	0.4
22 Diciembre	0	0.0
23 Diciembre	0	0.0
24 Diciembre	0	0.0
25 Diciembre	0	0.0
26 Diciembre	0	0.0
27 Diciembre	1	0.4
28 Diciembre	1	0.4
29 Diciembre	0	0.0
30 Diciembre	0	0.0
31 Diciembre	0	0.0
1 Enero	0	0.0
2 Enero	1	0.4
3 Enero	1	0.4
4 Enero	0	0.0
5 Enero	0	0.0
6 Enero	0	0.0

DIA	FREQ	%
7 Enero	1	0.4
8 Enero (*)	2	0.7
9 Enero	70	26.2
10 Enero	15	5.6
11 Enero	4	1.5
12 Enero	3	1.1
13 Enero	1	0.4
14 Enero	6	2.2
15 Enero	4	1.5
16 Enero	4	1.5
17 Enero	1	0.4
18 Enero	2	0.7
19 Enero	0	0.0
20 Enero (*)	0	0.0
21 Enero	24	9.0
22 Enero	5	1.9
23 Enero	5	1.9
24 Enero	3	1.1
25 Enero	2	0.7
26 Enero	1	0.4
27 Enero	1	0.4
28 Enero	0	0.0
29 Enero	2	0.7
30 Enero	1	0.4
31 Enero	0	0.0
1 Febrero	2	0.7
2 Febrero	0	0.0
3 Febrero	1	0.4
4 Febrero	0	0.0

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



ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

TOTAL: 267 entrevistas

INTERVALO	FREQ	%
00:00-1:00 h.	3	1.1
1:00-2:00 h.	1	0.4
2:00-3:00 h.	0	0.0
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.	3	1.1
8:00-9:00 h.	22	8.2
9:00-10:00 h.	54	20.2
10:00-11:00 h.	35	13.1
11:00-12:00 h.	29	10.9

INTERVALO	FREQ	%
12:00-13:00 h.	18	6.7
13:00-14:00 h.	29	10.9
14:00-15:00 h.	10	3.7
15:00-16:00 h.	7	2.6
16:00-17:00 h.	8	3.0
17:00-18:00 h.	3	1.1
18:00-19:00 h.	15	5.6
19:00-20:00 h.	11	4.1
20:00-21:00 h.	2	0.7
21:00-22:00 h.	3	1.1
22:00-23:00 h.	7	2.6
23:00-00:00 h.	7	2.6

