

NAVEGANTES EN LA RED

Sexta encuesta AIMC
a usuarios de Internet

Con la colaboración de:

- Argo Redes y Servicios Telemáticos
- Páginas Amarillas

FEBRERO 2004

©AIMC

AIMC - ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

Capitán Haya, 61

(entrada por Pedro Moreno, s/n)

28020 Madrid

Tel. 91 570 11 74 - Fax 91 570 20 49

E-mail: aimc@aimc.es

<http://www.aimc.es>

Depósito Legal: M-8075-2004

Imprime SERSA

C/ Hermanos Pinzón, 4

28036 Madrid

Tel. 91 563 41 48 - Fax: 91 562 59 22

E-mail: sersa@sersarep.com

<http://www.sersa.info>

ÍNDICE	Página
I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. METODOLOGÍA.....	8
III. PRINCIPALES RESULTADOS.....	18
· Antigüedad en Internet.....	19
· Frecuencia de acceso a Internet.....	20
· Último acceso a Internet.....	23
· Equipo a través del que se conecta.....	27
· Red inalámbrica Wi-Fi.....	28
· Acceso a Internet desde casa.....	29
· Tiempo de conexión día de ayer.....	33
· Servicios utilizados día de ayer.....	35
· Frecuencia de uso de distintos servicios de Internet.....	36
· Promedio de tiempo de conexión por semana.....	45
· Disminución de tiempo en otras actividades.....	46
· Problemas de Internet.....	47
· Fin principal del acceso a Internet.....	48
· Días de mayor conexión.....	49
· Velocidad de Internet.....	50
· Firma electrónica.....	51
· Programas para evitar publicidad.....	52
· Software de mensajería instantánea.....	53
· Virus informáticos.....	54
· Disponibilidad de e-mail.....	57
· Número de direcciones de e-mail.....	58
· Tipo de las direcciones de e-mail.....	59
· Software de correo electrónico.....	60
· Correos electrónicos recibidos / enviados.....	61
· Spamming.....	62
· Uso de emoticones.....	64
· Disponibilidad de página web personal.....	65
· Configuración de las cookies.....	66
· Últimos webs visitados.....	67
· Directorios y buscadores más usados.....	70
· Actividades realizadas en Internet.....	71
· Decisión de compra informado a través de la web.....	73

ÍNDICE**Página**

· Compra a través de la web.....	76
· Banca en Internet.....	88
· Conocimiento de inglés.....	92
· Conocimiento de informática.....	93
· Contacto con otros medios.....	94
· ¿Abonado a televisión de pago?	102
· Equipamiento.....	103
· Grado de seguridad de transacciones.....	104
· Características socio-demográficas.....	105
· Acceso a la encuesta.....	114
· Idioma del cuestionario.....	115
· Navegador.....	116
· Sistema operativo.....	117
· Entrevistas recibidas por día.....	118
· Entrevistas recibidas por hora.....	119

I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN.

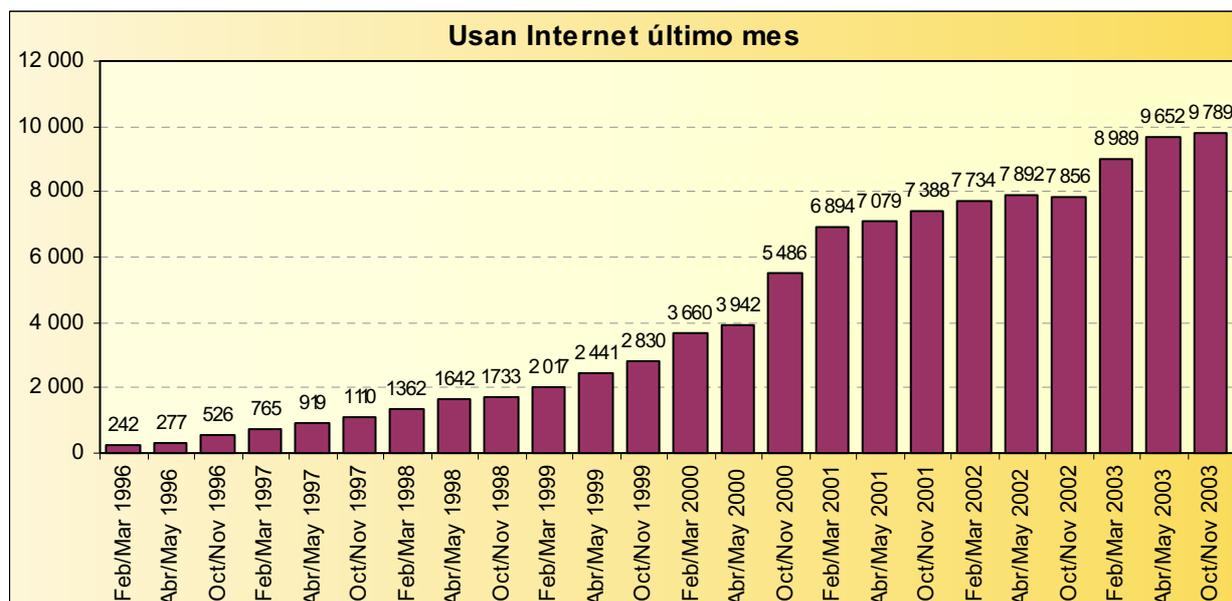
Desde comienzos de 1996, AIMC ha venido midiendo regularmente a través del Estudio General de Medios (EGM) la evolución del uso de Internet en España, recogiendo tanto datos generales sobre la población a estos efectos -uso de ordenador y uso de Internet-, como información adicional asociada al uso del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

La muestra del EGM tiene la ventaja de ser probabilística y representativa de la población española de 14 ó más años. Pero a pesar del considerable tamaño de muestra del estudio – unas 14.500 entrevistas por ola, lo que supone unas 43.500 al año-, la actual penetración de Internet – un 27.8% de la población es usuaria de Internet (último mes) -- proporciona una muestra de internautas relativamente reducida. Y por otra parte, al ser el EGM una investigación general sobre la audiencia de los medios con un extenso cuestionario, el espacio/tiempo resulta necesariamente limitado, por lo que es conveniente utilizar otras herramientas para profundizar en el fenómeno Internet.

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

	<i>Usan ordenador</i>		<i>Usan ordenador habitualmente</i>		<i>Usan Internet último mes</i>	
<i>Febrero/Marzo 1996</i>	6 208	(18.4%)	4 179	(12.4%)	242	(0.7%)
<i>Abril/Mayo 1996</i>	6 543	(19.4%)	4 473	(13.2%)	277	(0.8%)
<i>Octubre/Noviembre 1996</i>	6 946	(20.6%)	4 696	(13.9%)	526	(1.6%)
<i>Febrero/Marzo 1997</i>	7 215	(21.2%)	4 947	(14.6%)	765	(2.3%)
<i>Abril/Mayo 1997</i>	7 429	(21.9%)	5 014	(14.8%)	919	(2.7%)
<i>Octubre/Noviembre 1997</i>	7 477	(22.0%)	5 355	(15.8%)	1 110	(3.3%)
<i>Febrero/Marzo 1998</i>	7 992	(23.4%)	5 559	(16.3%)	1 362	(4.0%)
<i>Abril/Mayo 1998</i>	8 548	(25.0%)	5 971	(17.5%)	1 642	(4.8%)
<i>Octubre/Noviembre 1998</i>	8 758	(25.7%)	6 350	(18.6%)	1 733	(5.1%)
<i>Febrero/Marzo 1999</i>	8 945	(25.9%)	6 451	(18.7%)	2 017	(5.8%)
<i>Abril/Mayo 1999</i>	9 444	(27.4%)	6 743	(19.5%)	2 441	(7.1%)
<i>Octubre/Noviembre 1999</i>	9 453	(27.4%)	6 677	(19.4%)	2 830	(8.2%)
<i>Febrero/Marzo 2000</i>	10 159	(29.2%)	7 515	(21.6%)	3 660	(10.5%)
<i>Abril/Mayo 2000</i>	10 160	(29.3%)	7 306	(21.0%)	3 942	(11.3%)
<i>Octubre/Noviembre 2000</i>	10 731	(30.9%)	7 880	(22.7%)	5 486	(15.8%)
<i>Febrero/Marzo 2001</i>	11 447	(32.9%)	8 578	(24.6%)	6 894	(19.8%)
<i>Abril/Mayo 2001</i>	11 490	(33.0%)	8 487	(24.4%)	7 079	(20.3%)
<i>Octubre/Noviembre 2001</i>	11 600	(33.3%)	8 588	(24.7%)	7 388	(21.2%)
<i>Febrero/Marzo 2002</i>	11 857	(34.1%)	8 436	(24.2%)	7 734	(22.2%)
<i>Abril/Mayo 2002</i>	11 808	(33.9%)	8 661	(24.9%)	7 892	(22.7%)
<i>Octubre/Noviembre 2002</i>	11 527	(33.1%)	8 275	(23.8%)	7 856	(22.6%)
<i>Febrero/Marzo 2003</i>	12 621	(35.8%)	9 265	(26.3%)	8 989	(25.5%)
<i>Abril/Mayo 2003</i>	13 306	(37.8%)	9 887	(28.1%)	9 652	(27.4%)
<i>Octubre/Noviembre 2003</i>	13 343	(37.9%)	9 973	(28.3%)	9 789	(27.8%)

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



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

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

PERIODO TEMPORAL	MUESTRA ÚTIL
Primavera 1998	32.408
Otoño 1999	35.234
Primavera 2001	43.942
Otoño 2002	47.068

Y, por todo ello, aquí nos encontramos de nuevo, fieles a nuestra cita, presentando la **6ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet**. Su principal propósito sigue siendo conocer con detalle el perfil del internauta (así como sus hábitos en la utilización de Internet) y ofrecer una visión actualizada del panorama de Internet a todo aquel que esté interesado. Dada la rápida evolución y el gran dinamismo del medio, la repetición periódica de la encuesta es especialmente necesaria.

La técnica utilizada en el estudio es similar a la empleada en anteriores ocasiones y el trabajo de campo ha tenido lugar entre Octubre y Diciembre de 2003, consiguiéndose un total de 40.865 respuestas válidas. Este alto nivel de participación demuestra la buena salud de la encuesta y el gran interés que genera todo lo relacionado con Internet.

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

- **TPI Páginas Amarillas**, que ha donado los premios sorteados entre los participantes de la encuesta:

- 1 ordenador portátil.
- 1 agenda electrónica i-paq.
- 1 teléfono móvil
- 3 PlayStation 2.

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

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

- **IRC-Hispano**, que ha aportado participantes a la encuesta, mediante la aparición de enlaces a la misma entre sus usuarios.

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

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

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

II. METODOLOGÍA

II. METODOLOGÍA.

- ◆ Universo objetivo: Los usuarios de Internet que visitan sitios web españoles.

- ◆ Tipo de entrevista: Autoadministrada a través de Internet.

- ◆ Fechas de recogida: La encuesta estuvo activa en la red desde el 14 de Octubre hasta el 11 de Diciembre de 2003.

- ◆ Tamaño de muestra: Se recogieron un total de 48.778 cuestionarios (aproximadamente 825 encuestas por día). Sometidos a un proceso de revisión y validación, se eliminaron aquellas entrevistas que se detectaron como duplicadas y las que presentaban algún tipo de irregularidad (totalmente en blanco, con una mayoría de preguntas sin contestar, aparición de incongruencias en las respuestas. etc.). Después de todo ello, la muestra útil final a efectos de tabulación de resultados fue de 40.865.

- ◆ Cuestionario: En la elaboración del cuestionario se tomó como punto de partida el utilizado en la edición anterior, realizado en HTML. Se añadieron algunas preguntas nuevas y se eliminaron otras cuestiones de poca relevancia, obteniéndose un cuestionario amplio que cubre razonablemente todos los aspectos de presumible interés. La duración de las entrevistas (intervalo transcurrido entre la petición del cuestionario y el momento de su envío, intervalo que se ha podido controlar informáticamente excepto en 36 casos) se distribuyó como sigue:
 - Menos de 10 minutos: 3.1% de los casos
 - Entre 10 y 15 minutos: 25.3% de los casos
 - Entre 15 y 20 minutos: 31.7% de los casos
 - Entre 20 y 25 minutos: 17.8% de los casos
 - Más de 25 minutos: 22.1% de los casos
 - Mediana: 18 minutos 7 segundos.

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

- en 11 ocasiones la encuesta se rellenó y se envió.

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

◆ Proceso: El internauta pudo acceder al cuestionario por varios caminos:

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

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

	<u>Absolutos</u>	<u>%</u>
<i>Base (entrevistas válidas)</i>	40 865	100.0
<i>A través de banner</i>	22 434	54.9
<i>A través del IRC Hispano</i>	9 652	23.6
<i>Aviso de AIMC por e-mail</i>	8 152	19.9
<i>Recomendación a un conocido</i>	603	1.5
<i>Origen desconocido</i>	24	0.1

◆ Sitios web colaboradores: 214 sitios aceptaron colaborar con AIMC colocando un "banner" (o, en algún caso, enlace) de llamada y acceso a la encuesta o, aun sin comunicar su colaboración, procedieron igualmente a colocar el "banner" (o enlace) y han contribuido con al menos 10 encuestas al estudio. La relación colaboradores es la siguiente, ordenados alfabéticamente:

SITIO

DIRECCIÓN URL

¡Qué me dices!	www.quemedices.es
20 Minutos	www.20minutos.es
3x1.net	www.3x1.net
A Pescar Tocan	www.cotosdepesca.com
ABC	www.abc.es
Absline.com	www.absline.com
ACNielsen	www.acnielsen.es
Actualidad Económica	www.actualidadeconomica.es
AEDE (Asoc. de Editores de Diarios Españoles)	www.aede.es
AEDEMO	www.aedemo.es
AIMC	www.aimc.es
AIMME (Instituto Tecnológico Metalmecánico)	www.aimme.es
Ajuntament de Barcelona	www.bcn.es
Ajuntament de Sabadell	www.sabadell.net
Akasico	www.akasico.com
Alava Total	www.alavatotal.com

AM (Asociación de Agencias de Medios)	www.agenciasdemedios.com
Antena 3 Noticias	www.a3n.tv
Antena 3 TV	www.antena3tv.com
Anuncios	www.anuncios.com
Anuntis	www.anuntis.com
ARGO	www.argo.es
ARI (Asoc. de Revistas de Información)	www.revistas-ari.com
AUI (Asociación de Usuarios de Internet)	www.aui.es
Ayuntamiento de Madrid	www.munimadrid.es
Benece.com	www.benece.com
Boreal Media	www.borealmedia.com
Busco	www.busco.com
Cadena 100	www.cadena100.es
Cadena 40	www.los40.com
Canal Sur	www.canalsur.es
Canarias 7	www.canarias7.es
Capital	www.capitalrevista.es
Car and Driver	www.caranddriverrevista.com
Carat	www.carat-es.com
Casa Diez	www.casadiez.es
Castilla-La Mancha Televisión	www.rtvcm.es
Catalunya Informació	www.catalunyainformacio.com
Catalunya Radio	www.catradio.com
Ciberastrologo.com	www.ciberastrologo.com
CICM	www.cicm.es
Cinco Días	www.cincodias.com
Com radio	www.comradio.com
Computer Idea	www.computeridea.net
Computing España	www.computing-es.com
Concursator	www.concursator.com
COPE	www.cope.es
Córdoba	www.diariocordoba.com
Correo Farmacéutico	www.correofarmaceutico.com
Cosmopolitan	www.cosmohispano.com
Cosmopolitan TV	www.cosmopolitan.es
Channel Partner	www.channel-partner.net
Chueca.com	www.chueca.com
Deia	www.deia.com
Diari de Girona	www.diaridegirona.es
Diario As	www.as.com
Diario de Cádiz	www.diariodecadiz.com
Diario de Ibiza	www.diariodeibiza.es
Diario de Jerez	www.diariodejerez.com
Diario de Mallorca	www.diariodemallorca.es
Diario de Navarra	www.diariodenavarra.es

Diario de Sevilla	www.diariodesevilla.com
Diario Médico	www.diariomedico.com
Diez Minutos	www.diezminutos.es
Disco Web	www.discoweb.com
Dpto. Medio Ambiente Generalitat Catalunya	mediambient.gencat.es
Ediciones B	www.edicionesb.com
El Adelanto de Salamanca	www.eladelanto.com
El Comercio	www.elcomerciodigital.com
El Correo Español	www.elcorreodigital.com
El Día de Cordoba	www.eldiadecordoba.com
El Diario Montañés	www.eldiariomontanes.es
El Diario Vasco	www.diariovasco.com
El Medi Ambient	www.elmediambient.net
El Norte de Castilla	www.nortecastilla.es
El Pais Digital	www.elpais.es
El Periódico de Aragón	www.elperiodicodearagon.com
El Periódico de Catalunya	www.elperiodico.com
El Periódico de Extremadura	www.elperiodicoextremadura.com
El Publicista	www.elpublicista.net
El rincón del vago	www.rincondelvago.com
El Semanal TV	www.tvinteligente.com
El Talp	www.eltalp.net
Elsesports.net	www.elsesports.net
Elle	www.elle.es
Emprendedores	www.emprendedores.es
España al desnudo	ibgwww.colorado.edu/~gayan/spain.html
Estarguapa.com / Telva	www.estarguapa.com
Europa Sur	www.europasur.com
Expansión	www.expansion.com
Faro de Vigo	www.farodevigo.es
Finanzas.com	www.finanzas.com
Flaix FM	www.flaixfm.net
Flaixbac	www.radioflaixbac.net
Formazón	www.formazion.com
Fotogramas	www.fotogramas.es
Fraternidad Muprespa	www.fraternidad.com
G+J	www.gyj.es
GEO	www.georevista.es
Globus Comunicación	www.globuscom.es
Gremi de Publicitat	www.gremipublicitat.com
Guplayer	www.guplayer.com
Heraldo de Aragón	www.heraldo.es
Hola	www.hola.com
Hoy	www.hoy.es
Hymosa	www.hymosa.com

IBL News	www.iblnews.com
Iceberg Media	www.icebergmedia.es
ICTNet: La Comunidad de los Profesionales	www.ictnet.es
Ideal	www.ideal.es
Idealista.com	www.idealista.com
Infobolsa	www.infobolsa.es
Infometal	www.infometal.com
Información de Alicante	www.diarioinformacion.com
Instituto Nacional de Estadística	www.ine.es
Intereconomía	www.intereconomia.com
Interviú	www.zetainterviu.com
Invertia	www.invertia.com
Juegos y Regalos	www.juegosyregalos.com
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha	www.jccm.es
K3 TV	www.k3tv.net
Kaixo Internet!	www.kaixo.com
Kiss FM	www.kissfm.es
La Casa Marie Claire	www.lacasademarieclaire.es
La Fábrica Interactiva	www.lafabricainteractiva.com
La Nueva España	www.lanuevaespana.es
La Opinión de Málaga	www.laopiniondemalaga.es
La Opinión de Murcia	www.laopiniondemurcia.es
La Opinión de Tenerife	www.la-opinion.com
La Opinión de Zamora	www.laopiniondezamora.es
La Provincia-Diario de las Palmas	www.editorialprensacanaria.es
La Razón	www.larazon.es
La Rioja	www.larioja.com
La Vanguardia	www.lavanguardia.es
La Verdad de Murcia	www.laverdad.es
La Voz de Asturias	www.lavozdeasturias.com
LaNetro	www.lanetro.com
Las Provincias	www.lasprovincias.es
Levante-El Mercantil Valenciano	www.levante-emv.com
M80 Radio	www.m80radio.com
Marca	www.marca.com
Marie Claire	www.marie-claire.es
Mastermanía	www.mastermania.com
Maxi Tuning	www.maxituning.es
Mediterráneo	www.elperiodicomediterraneo.com
Meteored.com	www.meteored.com
MH Mujer	www.mhmujer.com
Mía	www.miarevista.es
Mis logos	www.mislogos.com
Mortadelo y Filemón	www.mortadeloyfilemon.com
Motociclismo	www.webmotociclismo.com

Movendus-RACC	www.movendus.com
Movierecord	www.movierecord.com
Movistar	www.movistar.com
MTV España	www.mtv.es
Muchagente.com	www.muchagente.com
Mundo Deportivo	www.elmundodeportivo.es
Musica7.com	www.musica7.com
Muy Interesante	www.muyinteresante.es
Natuweb	www.natuweb.com
NCCExtremadura/Integra-red	www.nccextremadura.org
ODEC	www.odec.es
OfertaDVD.com	www.ofertadvd.com
Okatour	www.okatour.com
Onda Cero	www.ondacero.es
Onda Salud	www.ondasalud.com
Optimedia	www.optimedia.es
Páginas Amarillas	www.paginasamarillas.es
PC Actual	www.pc-actual.com
Plus.es	www.plus.es
Punt Omega	www.puntomega.net
Quo	www.quo.es
Radio Guijuelo	www.radioguijuelo.com
Radio Televisió Valenciana	www.rtvv.es
Ragazza	www.ragazza.es
Redes & Telecom	www.redestelecom.com
Ritmes.net	www.ritmes.net
Saludalia	www.saludalia.com
Sareko Argia	www.argia.com
Semana	www.semana.es
SER	www.cadenaser.com
Ser Padres	www.serpadres.es
Softonic	www.softonic.com
Sport	www.diariosport.com
Sputnik TV	www.sputniktv.com
Starcom Media Estrategia	www.starcomworldwide.es
Supermotor.com	www.supermotor.com
Sur de Málaga	www.diariosur.es
Tele Novela	www.tele-novela.com
Telecinco	www.telecinco.es
Telenotícies	www.telenoticies.com
Televisió de Catalunya	www.tvcatalunya.com
Temps d'aventura	www.tempsdaventura.com
Terra	www.terra.es
Tienda Pc	www.tiendapc.com
Top Radio	www.topradio.es

Trofeo Caza	www.trofeocaza.com
Tu gueb	www.tugueb.com
Tu sexologo.com	www.tusexologo.com
Tus anuncios	www.tusanuncios.com
Universal McCann	www.universalmccann.es
Universitat Jaume I	www.uji.es
Universitat Oberta de Catalunya	www.uoc.edu
Veterinaris	www.veterinaris.net
Viajar.com	www.viajar.com
Vieiros	www.vieiros.com
Vilaweb y El Punt	www.vilaweb.com y www.vilaweb.com/elpunt
VNU	www.vnunet.es
Wanadoo	www.wanadoo.es
Ya TV	www.yatv.com
Ya.com	www.ya.com
Yahoo	www.yahoo.es
Zenith Media	www.zenithmedia.es
Zona Tuning	www.zonatuning.com

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

<u>Sitio web / Dirección URL</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
Kiss FM	1.446
SER	914
Softonic	914
Plus.es	758
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha	738
Diario As	711
Universitat Oberta de Catalunya	711
Terra	599
AIMC	582
Red de sitios de Ya.com (*)	517
Páginas Amarillas	492
Yahoo	462
Marca	448
Vilaweb y El Punt	442
Televisió de Catalunya	415
Concursator	400
El Correo Español	395
Cadena 40	346
Catalunya Radio	316
Cadena 100	313
Wanadoo	239

<u>Sitio web</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
Mundo Deportivo	227
Universitat Jaume I	203

(*) No ha sido posible diferenciar la procedencia de la entrevista entre los sitios web pertenecientes a la red de Ya.com.

Por otro lado, ha brindado su colaboración introduciendo diferente número de impresiones del "banner" en rotación general por su respectiva red de "sites" el siguiente "ad server":

· Euskalbanner

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

- 1 ordenador portátil. Marca Dell. Modelo Latitude C640 con las siguientes características técnicas:
 - Procesador Intel Pentium IV 1.8 GHz.
 - 512 MB de Memoria RAM.
 - Disco Duro 40 GB.
 - DVD
 - Módem integrado.

El agraciado con este premio fue Raúl Alcazar Rus (Móstoles, Madrid).

- 1 agenda electrónica IPaq H2210 de HP, que correspondió a:
Diego Núñez Do Santos (Asunción, Paraguay)
- 1 teléfono móvil Nokia 6100, que fue a parar a manos de:
María Albero Bagués (Zaragoza)
- 3 PlayStation 2. Los ganadores fueron:
Gonzalo Fernández Martínez (Almería)
Javier García Álvarez (Alcobendas, Madrid)
Mònica Llívína Segarra (Cornellá, Barcelona)

◆ *Muestreo*: El problema básico inicial para seleccionar una muestra de internautas es la inexistencia de un marco muestral de referencia sobre el que efectuar la selección. Es decir, no existe un directorio mínimamente fiable y completo de las personas que utilizan la Red, del que se pueda extraer una muestra aleatoria que permita, con las garantías estadísticas que el muestreo probabilístico proporciona, la generalización al universo de usuarios de Internet los resultados obtenidos en la muestra.

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

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

- La oportunidad de encontrar ocasionalmente el “banner” durante la navegación por la Web está limitada a los visitantes de los sitios web que han colaborado en el estudio.
- La probabilidad de exposición al “banner” es directamente proporcional a la frecuencia e intensidad en el uso de la red. No sólo porque con el mayor uso se incrementa la posibilidad de arribar a un sitio web colaborador, sino porque dentro de los visitantes a uno cualquiera de esos sitios, la probabilidad de encuentro con la encuesta es proporcional al número de visitas al mismo.
- La muestra final no es el resultado de una selección realizada desde la administración del estudio, sino que simplemente se incluye a aquellas personas que voluntariamente han aceptado y decidido colaborar (muestra autoseleccionada).

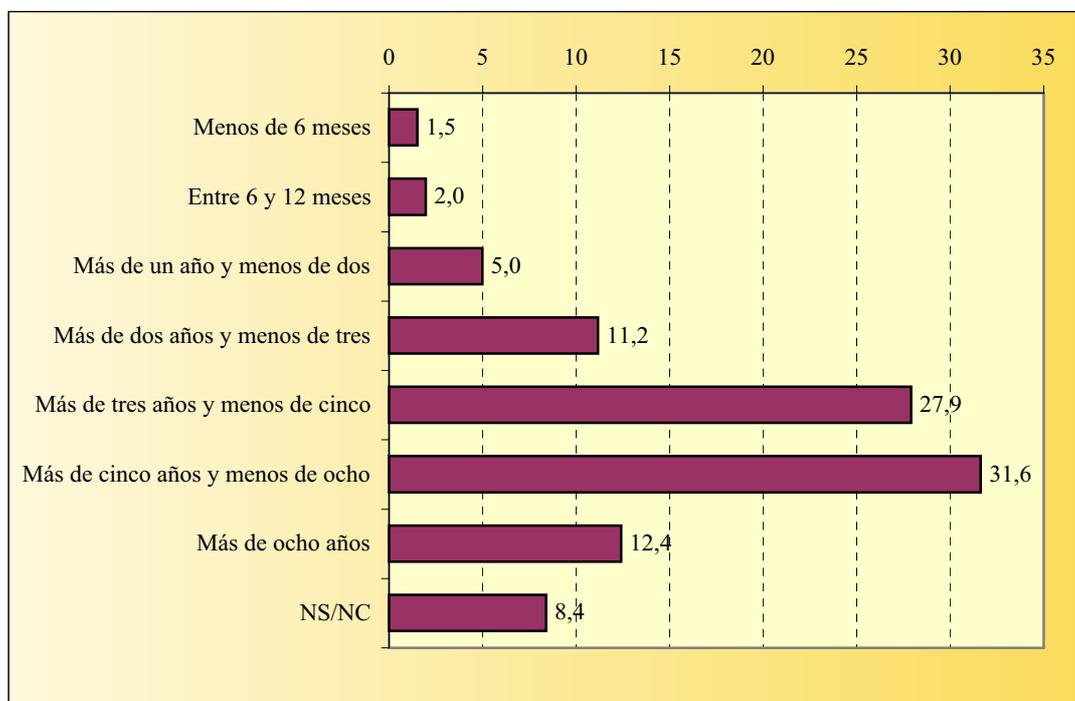
Sin cambiar la esencia fundamental de estas consideraciones inherentes al diseño del estudio, cabe hacer constar algunos comentarios a las mismas:

- Dada la amplitud en el número de sitios web que han colaborado, la diversidad de contenidos y usos que abarcan y el fuerte impacto en el tráfico de la red que muchos de ellos tienen, es razonable esperar que sus visitantes deben potencialmente representar a un amplio espectro de los usuarios de Internet en relación a una buena parte de las informaciones solicitadas.
- La autoselección de la muestra está implícita, en mayor o menor grado, en todos los estudios basados en entrevistas ya que la negativa a colaborar, fenómeno siempre presente, implica de alguna manera un cierto grado de autoselección en la muestra final.
- La dirección del sesgo que se obtiene con el procedimiento utilizado es conocida y ha sido suficientemente estudiada. La muestra sobrerrepresenta a los internautas que hacen un uso más intenso de la red, los más experimentados, etc. Este hecho puede incluso percibirse como una ventaja ya que refiere los resultados a aquellos usuarios más significativos.

III. PRINCIPALES RESULTADOS

ANTIGÜEDAD EN INTERNET

<i>P. ¿Desde cuándo es Vd. usuario de Internet? (cualquier uso: WWW, E-mail, FTP, chat, etc.)</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Menos de 6 meses	619	1,5
Entre 6 y 12 meses	803	2,0
Más de un año y menos de dos	2.040	5,0
Más de dos años y menos de tres	4.563	11,2
Más de tres años y menos de cinco	11.409	27,9
Más de cinco años y menos de ocho	12.926	31,6
Más de ocho años	5.072	12,4
NS/NC	3.433	8,4



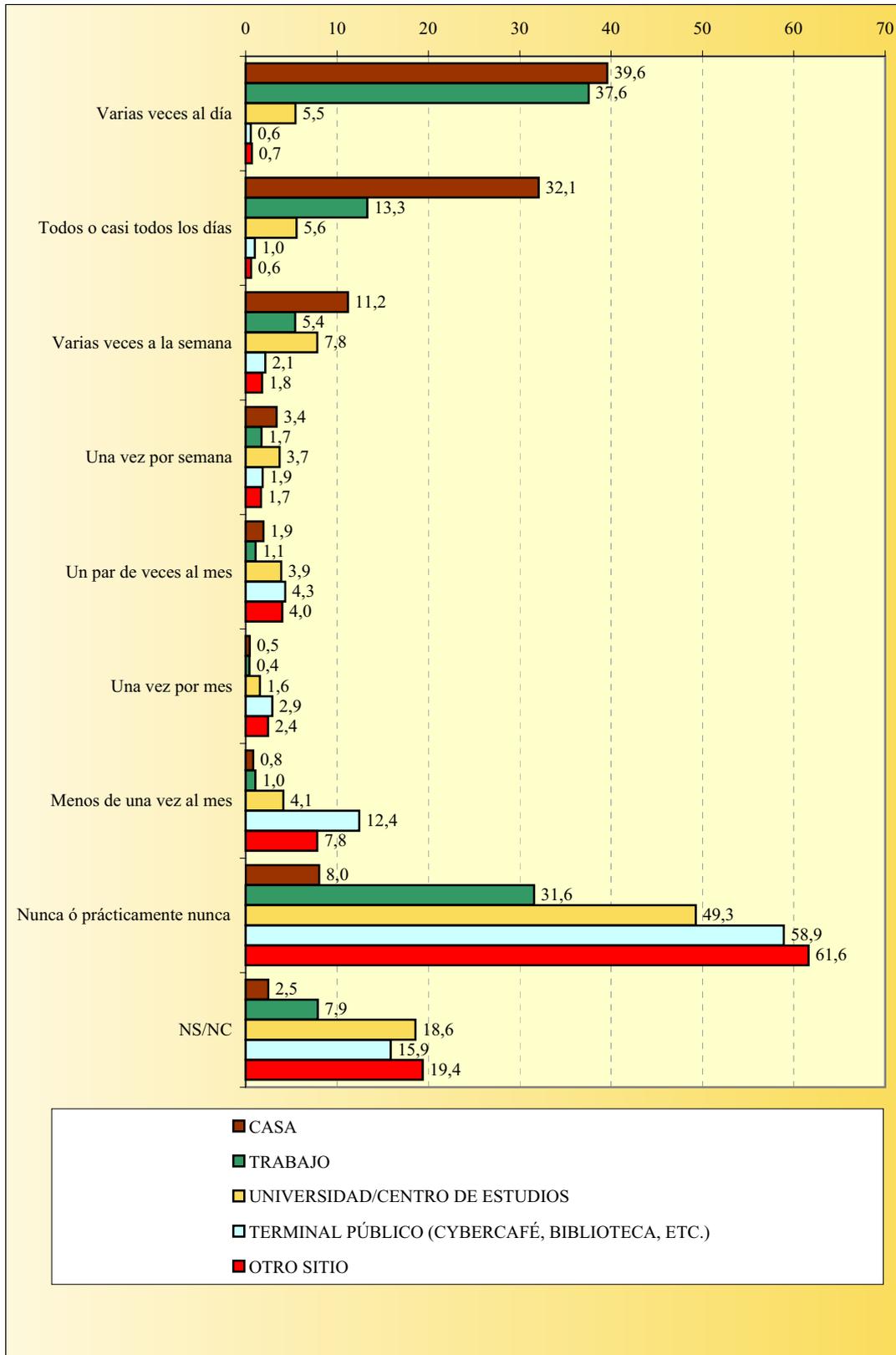
FRECUCENCIA DE ACCESO A INTERNET

<i>P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...CASA?		
Varias veces al día	16.179	39,6
Todos o casi todos los días	13.110	32,1
Varias veces a la semana	4.576	11,2
Una vez por semana	1.388	3,4
Un par de veces al mes	794	1,9
Una vez por mes	186	0,5
Menos de una vez al mes	336	0,8
Nunca ó prácticamente nunca	3.280	8,0
NS/NC	1.016	2,5
...TRABAJO?		
Varias veces al día	15.345	37,6
Todos o casi todos los días	5.440	13,3
Varias veces a la semana	2.213	5,4
Una vez por semana	707	1,7
Un par de veces al mes	444	1,1
Una vez por mes	164	0,4
Menos de una vez al mes	429	1,0
Nunca ó prácticamente nunca	12.896	31,6
NS/NC	3.227	7,9
...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?		
Varias veces al día	2.232	5,5
Todos o casi todos los días	2.274	5,6
Varias veces a la semana	3.201	7,8
Una vez por semana	1.518	3,7
Un par de veces al mes	1.589	3,9
Una vez por mes	635	1,6
Menos de una vez al mes	1.680	4,1
Nunca ó prácticamente nunca	20.139	49,3
NS/NC	7.597	18,6

FRECUCENCIA DE ACCESO A INTERNET

P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde...		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.)?		
Varias veces al día	227	0,6
Todos o casi todos los días	405	1,0
Varias veces a la semana	878	2,1
Una vez por semana	763	1,9
Un par de veces al mes	1.774	4,3
Una vez por mes	1.186	2,9
Menos de una vez al mes	5.082	12,4
Nunca ó prácticamente nunca	24.067	58,9
NS/NC	6.483	15,9
...OTRO SITIO?		
Varias veces al día	276	0,7
Todos o casi todos los días	242	0,6
Varias veces a la semana	732	1,8
Una vez por semana	688	1,7
Un par de veces al mes	1.640	4,0
Una vez por mes	996	2,4
Menos de una vez al mes	3.200	7,8
Nunca ó prácticamente nunca	25.170	61,6
NS/NC	7.921	19,4

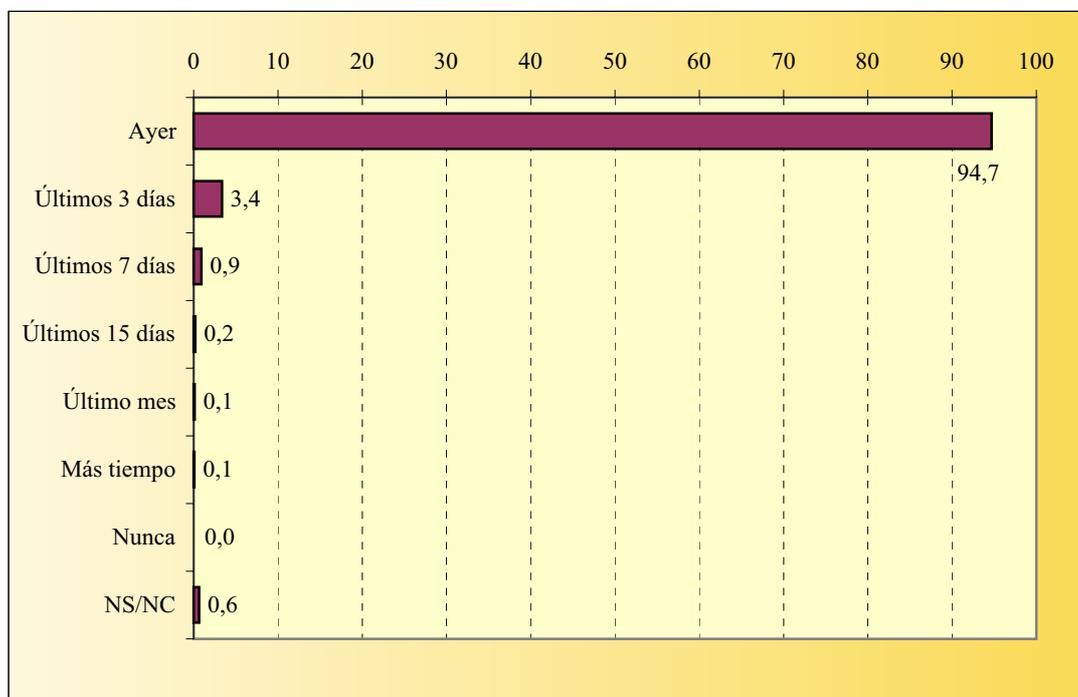
FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET



ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet?

	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Ayer	38.692	94,7
Últimos 3 días	1.374	3,4
Últimos 7 días	369	0,9
Últimos 15 días	76	0,2
Último mes	52	0,1
Más tiempo	32	0,1
Nunca	6	0,0
NS/NC	264	0,6



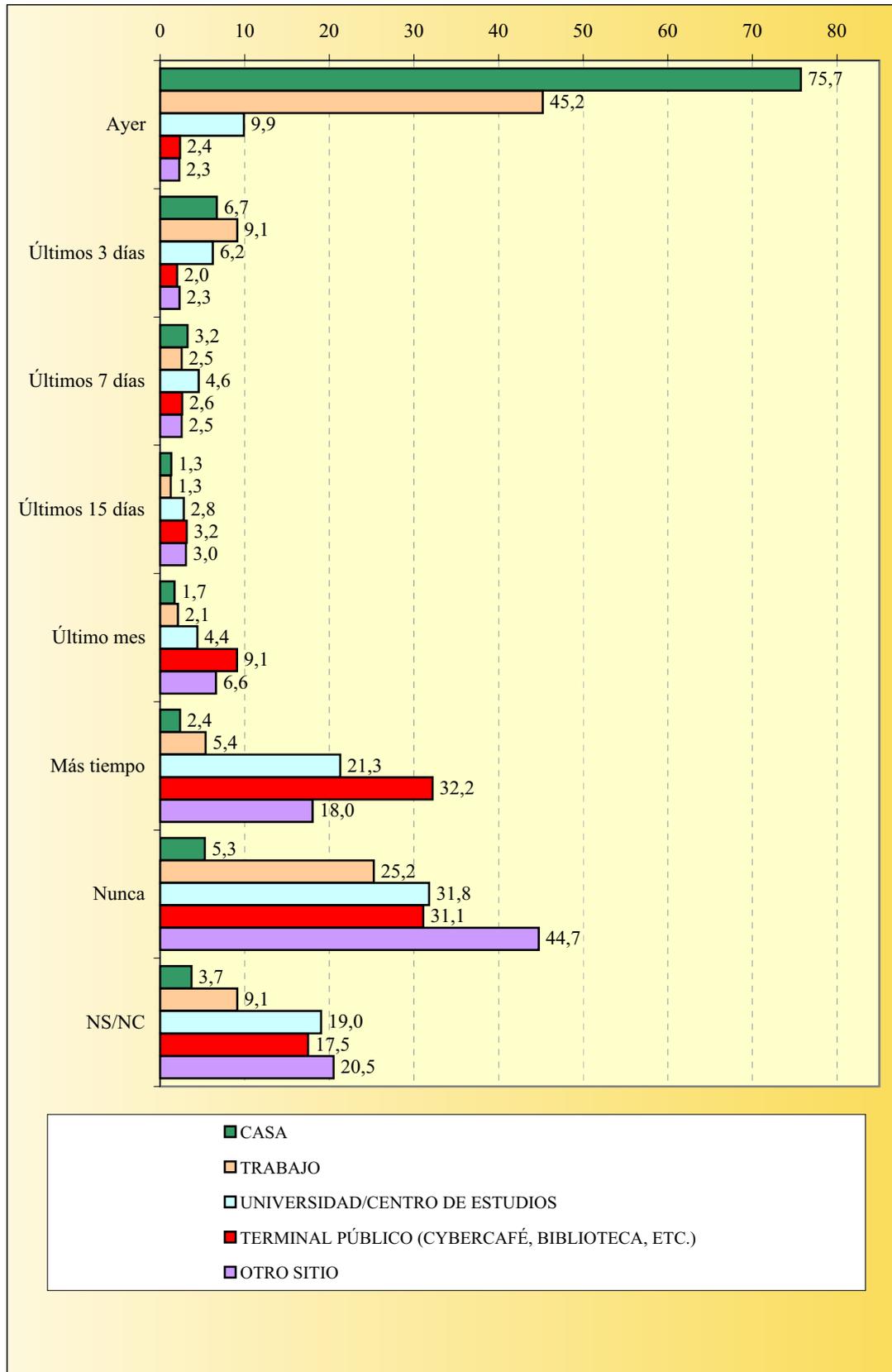
ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

<i>P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet desde...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...CASA?		
Ayer	30.939	75,7
Últimos 3 días	2.736	6,7
Últimos 7 días	1.320	3,2
Últimos 15 días	545	1,3
Último mes	694	1,7
Más tiempo	963	2,4
Nunca	2.155	5,3
NS/NC	1.513	3,7
...TRABAJO?		
Ayer	18.473	45,2
Últimos 3 días	3.729	9,1
Últimos 7 días	1.040	2,5
Últimos 15 días	517	1,3
Último mes	867	2,1
Más tiempo	2.197	5,4
Nunca	10.314	25,2
NS/NC	3.728	9,1
...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?		
Ayer	4.051	9,9
Últimos 3 días	2.546	6,2
Últimos 7 días	1.862	4,6
Últimos 15 días	1.149	2,8
Último mes	1.805	4,4
Más tiempo	8.697	21,3
Nunca	12.986	31,8
NS/NC	7.769	19,0

ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

<i>P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet desde...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.?)		
Ayer	966	2,4
Últimos 3 días	818	2,0
Últimos 7 días	1.066	2,6
Últimos 15 días	1.291	3,2
Último mes	3.713	9,1
Más tiempo	13.159	32,2
Nunca	12.706	31,1
NS/NC	7.146	17,5
...OTRO SITIO?		
Ayer	922	2,3
Últimos 3 días	938	2,3
Últimos 7 días	1.039	2,5
Últimos 15 días	1.246	3,0
Último mes	2.697	6,6
Más tiempo	7.359	18,0
Nunca	18.287	44,7
NS/NC	8.377	20,5

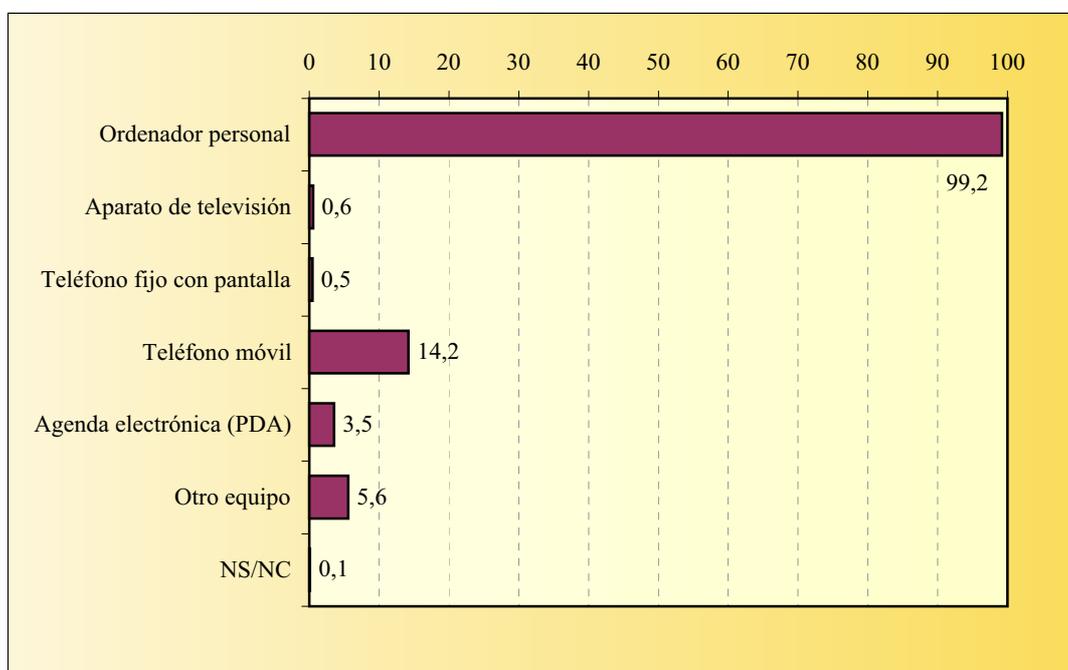
ÚLTIMO ACCESO A INTERNET



EQUIPO A TRAVÉS DEL QUE SE CONECTA

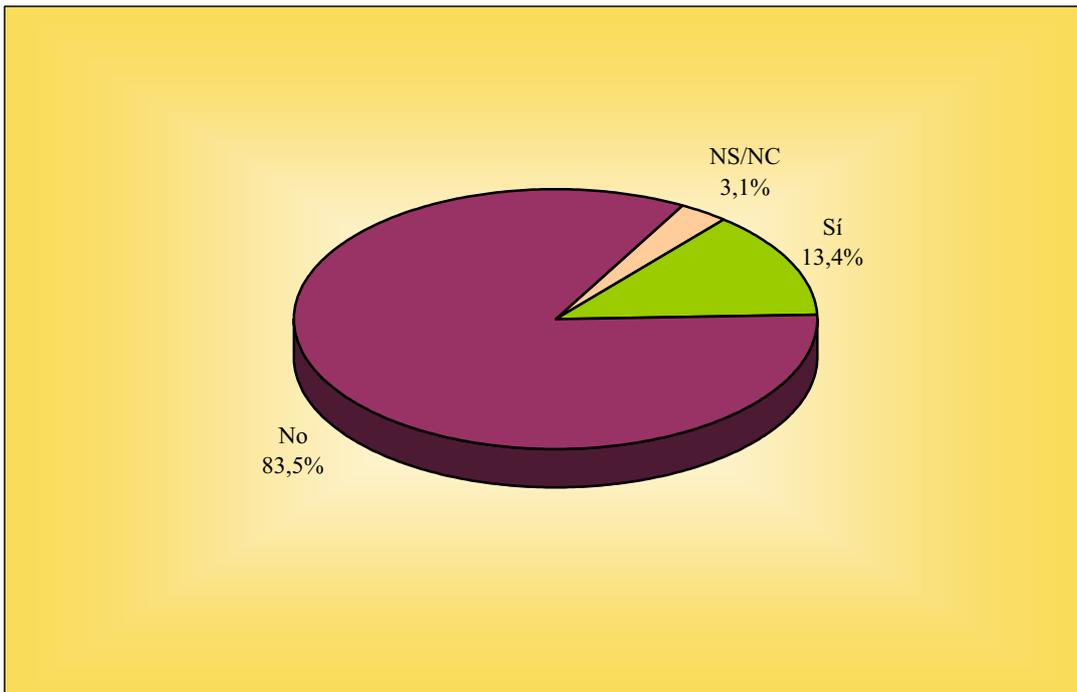
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran acceder a Internet a través de dos o más equipos.

<i>P. ¿A través de qué equipo/equipos accede Vd. a Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	
Ordenador personal	40.540	99,2
Aparato de televisión	228	0,6
Teléfono fijo con pantalla	196	0,5
Teléfono móvil	5.804	14,2
Agenda electrónica (PDA)	1.446	3,5
Otro equipo	2.280	5,6
NS/NC	32	0,1



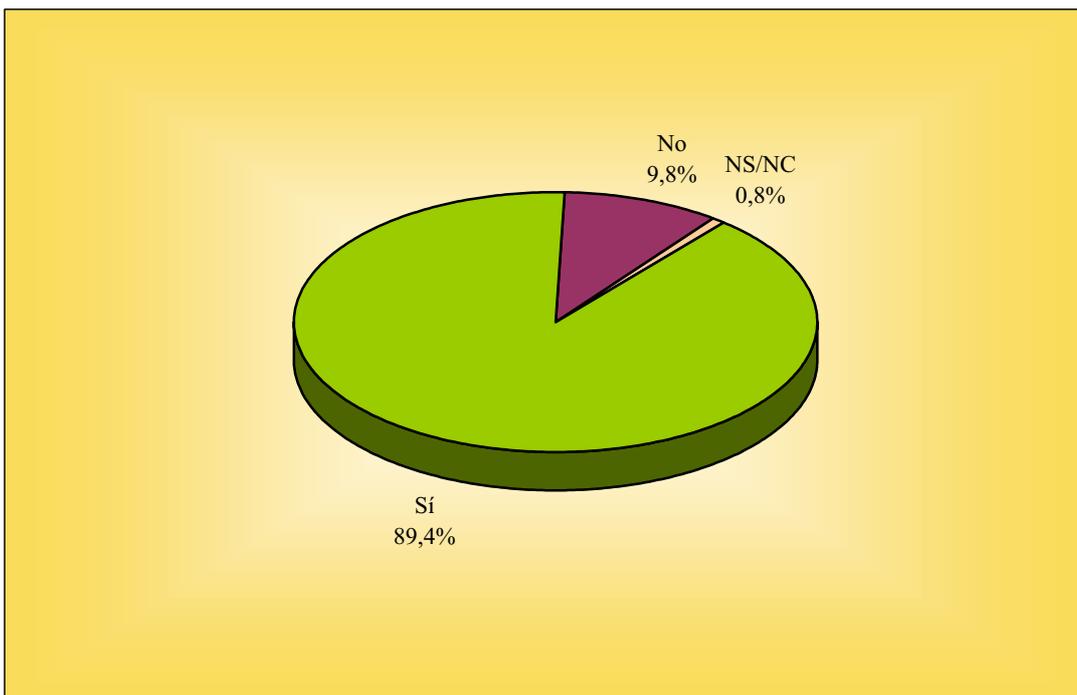
RED INALÁMBRICA WI-FI

<i>P. ¿Se ha conectado alguna vez a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	5.478	13,4
No	34.125	83,5
NS/NC	1.262	3,1



ACCESO A INTERNET DESDE CASA

<i>P. ¿Accede a Internet desde su casa?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	36.549	89,4
No	4.005	9,8
NS/NC	311	0,8

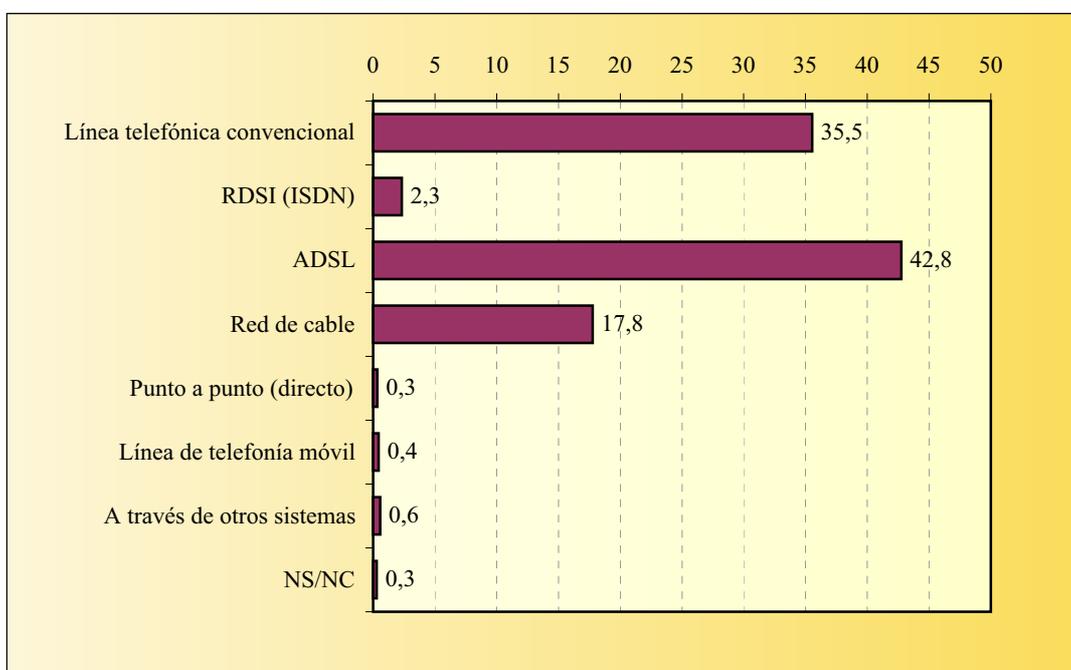


ACCESO A INTERNET DESDE CASA

Tipo de acceso

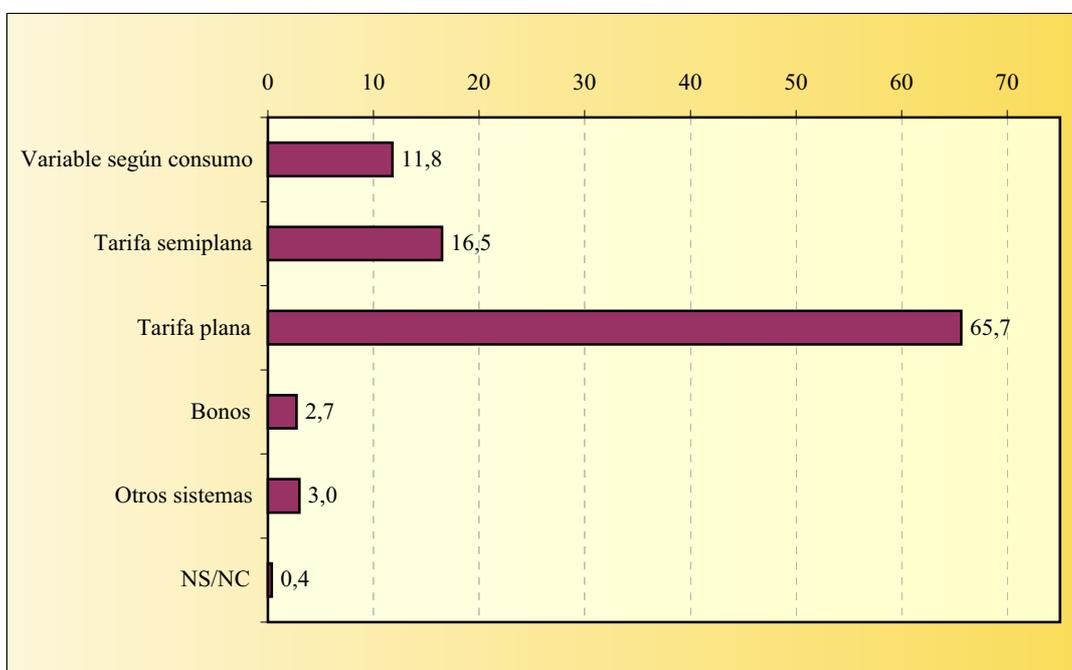
P. ¿Qué tipo de acceso a Internet utiliza en su casa? Si usa varios, seleccione cuál utiliza más frecuentemente.

	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	36.549	100,0
Línea telefónica convencional	12.988	35,5
RDSI (ISDN)	843	2,3
ADSL	15.629	42,8
Red de cable	6.498	17,8
Punto a punto (directo)	121	0,3
Línea de telefonía móvil	163	0,4
A través de otros sistemas	206	0,6
NS/NC	101	0,3



ACCESO A INTERNET DESDE CASA Modelo de pago

<i>P. ¿Cuál es el modelo de pago que tiene en su casa por la conexión física a Internet (línea telefónica, cable, etc.)?</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	36.549	100,0
Variable según consumo	4.315	11,8
Fija indep. del consumo a ciertas horas (tarifa semiplana)	6.021	16,5
Fija indep. del consumo las 24 horas (tarifa plana)	23.997	65,7
Bonos	994	2,7
Otros sistemas	1.092	3,0
NS/NC	130	0,4

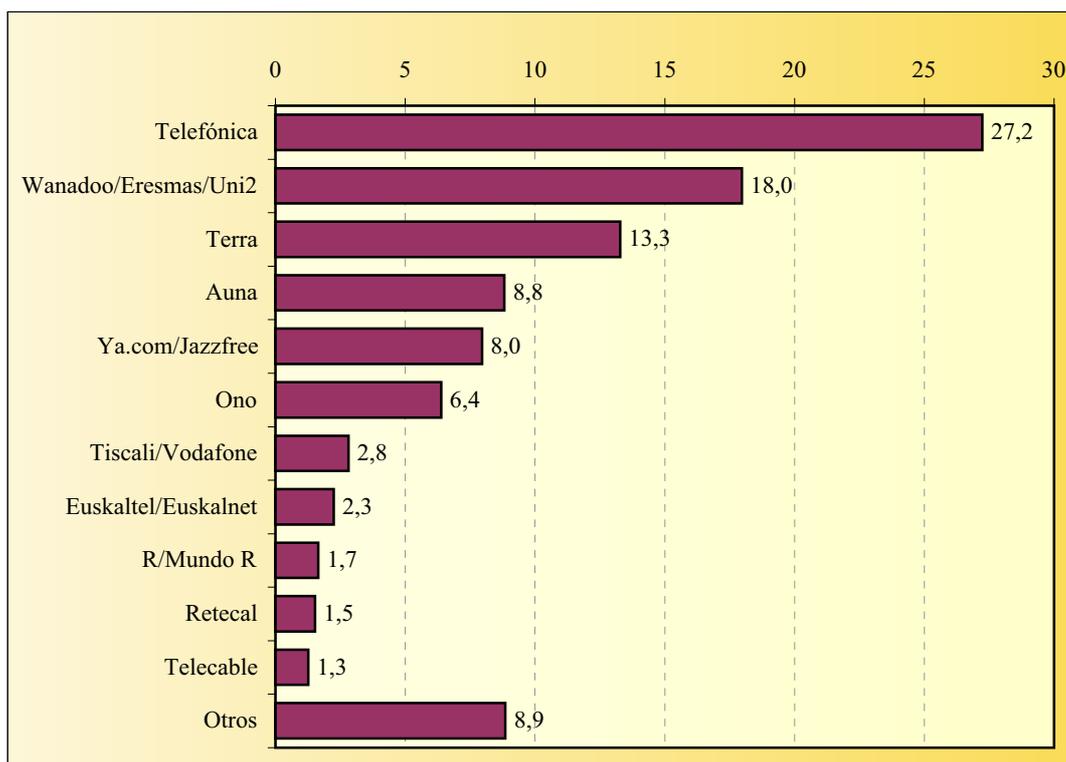


ACCESO A INTERNET DESDE CASA

Proveedor de acceso

Entre los 36.549 entrevistados que declaran acceder a Internet desde casa, se mencionan 36.042 proveedores de acceso con la siguiente distribución:

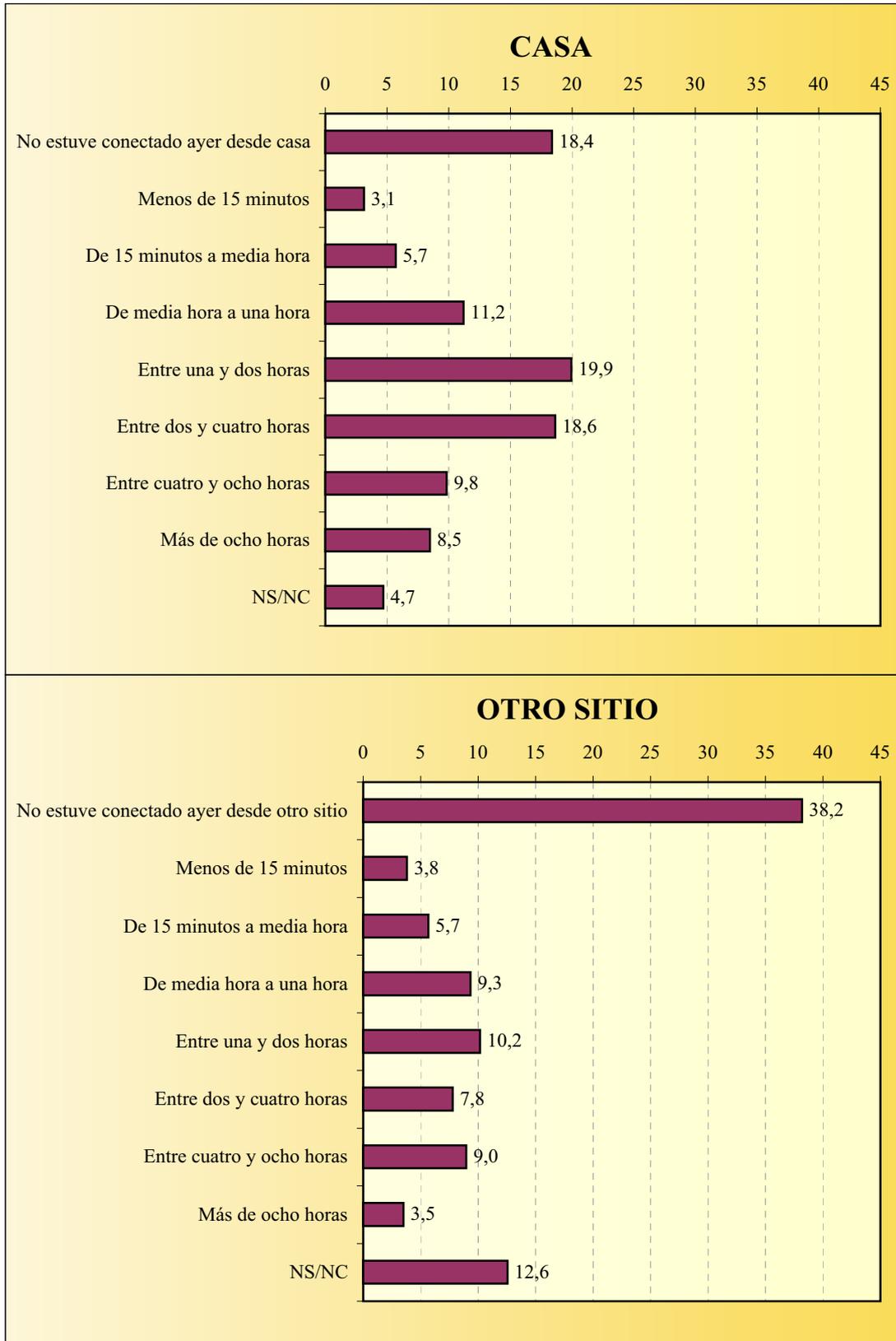
<i>¿Quién le proporciona el servicio de acceso a Internet desde su casa?</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	36.042	100,0
Telefónica	9.815	27,2
Wanadoo/Eresmas/Uni2	6.475	18,0
Terra	4.788	13,3
Auna	3.176	8,8
Ya.com/Jazzfree	2.870	8,0
Ono	2.303	6,4
Tiscali/Vodafone	1.016	2,8
Euskaltel/Euskalnet	811	2,3
R/Mundo R	595	1,7
Retecal	548	1,5
Telecable	454	1,3
Otros	3.191	8,9



TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER

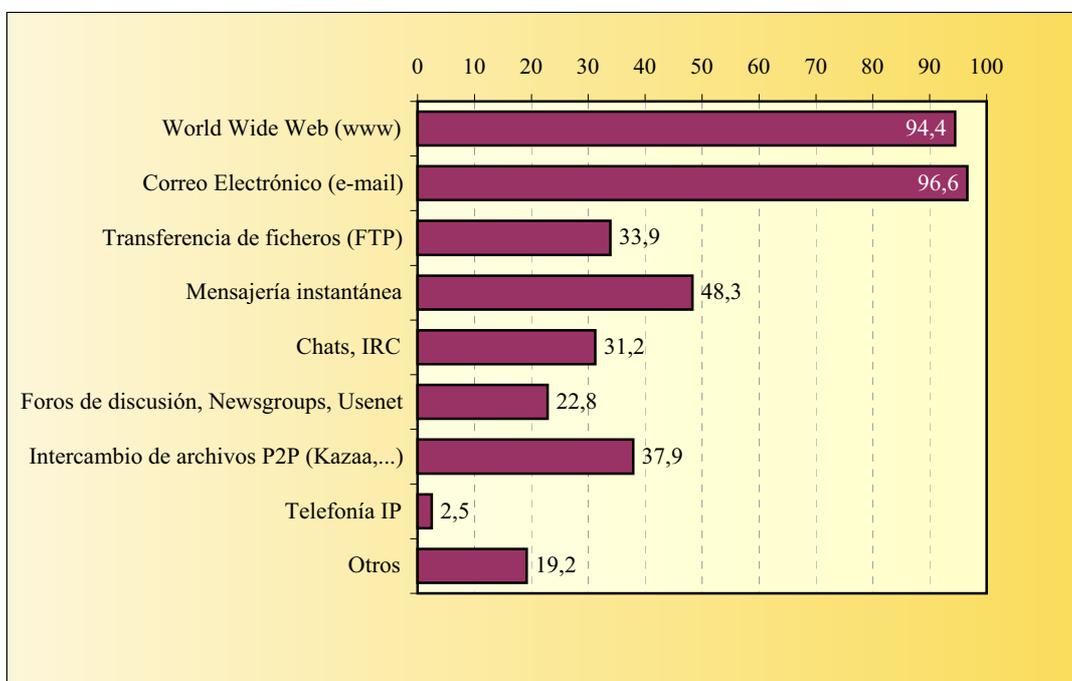
<i>P. Durante el día de ayer, ¿cuánto tiempo estuvo utilizando Internet desde...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...CASA?		
No estuve conectado ayer desde casa	7.507	18,4
Menos de 15 minutos	1.279	3,1
De 15 minutos a media hora	2.332	5,7
De media hora a una hora	4.581	11,2
Entre una y dos horas	8.149	19,9
Entre dos y cuatro horas	7.613	18,6
Entre cuatro y ocho horas	4.016	9,8
Más de ocho horas	3.463	8,5
NS/NC	1.925	4,7
...OTRO SITIO?		
No estuve conectado ayer desde otro sitio	15.601	38,2
Menos de 15 minutos	1.555	3,8
De 15 minutos a media hora	2.321	5,7
De media hora a una hora	3.816	9,3
Entre una y dos horas	4.154	10,2
Entre dos y cuatro horas	3.187	7,8
Entre cuatro y ocho horas	3.661	9,0
Más de ocho horas	1.434	3,5
NS/NC	5.136	12,6

TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER



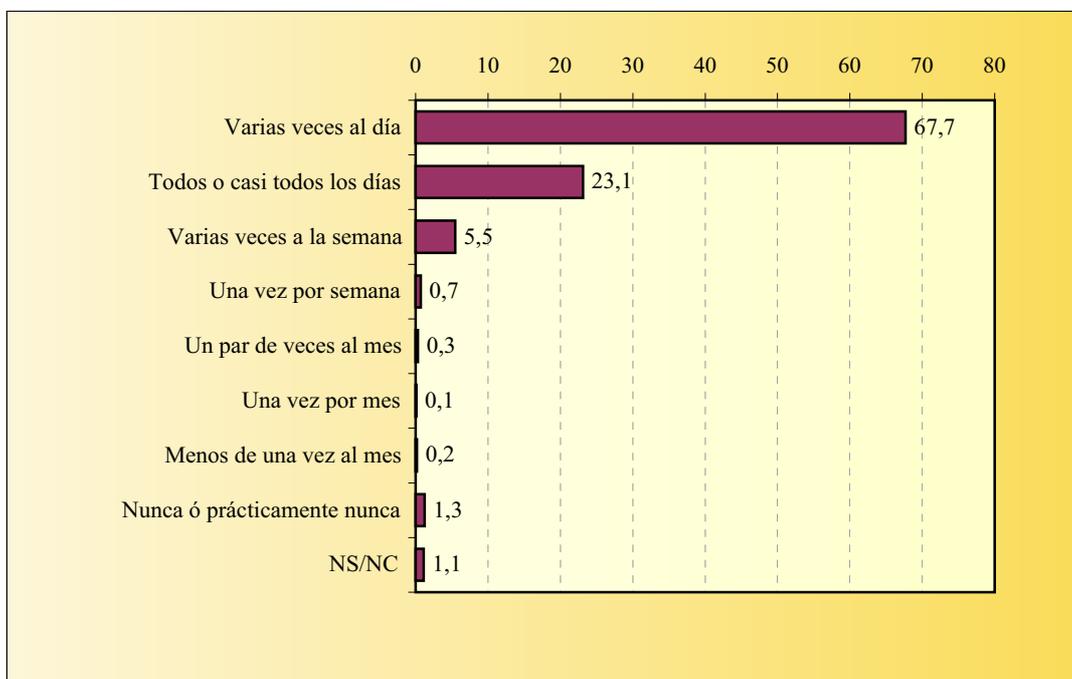
SERVICIOS UTILIZADOS DÍA DE AYER

<i>Durante el día de ayer, ¿qué servicios de Internet utilizó?</i>		
	Absolutos	%
BASE (ha accedido ayer)	38.692	
World Wide Web (www)	36.542	94,4
Correo Electrónico (e-mail)	37.382	96,6
Transferencia de ficheros (FTP)	13.103	33,9
Mensajería instantánea	18.689	48,3
Chats, IRC	12.088	31,2
Foros de discusión, Newsgroups, Usenet	8.841	22,8
Intercambio de archivos P2P (Kazaa,...)	14.658	37,9
Telefonía IP	964	2,5
Otros	7.426	19,2



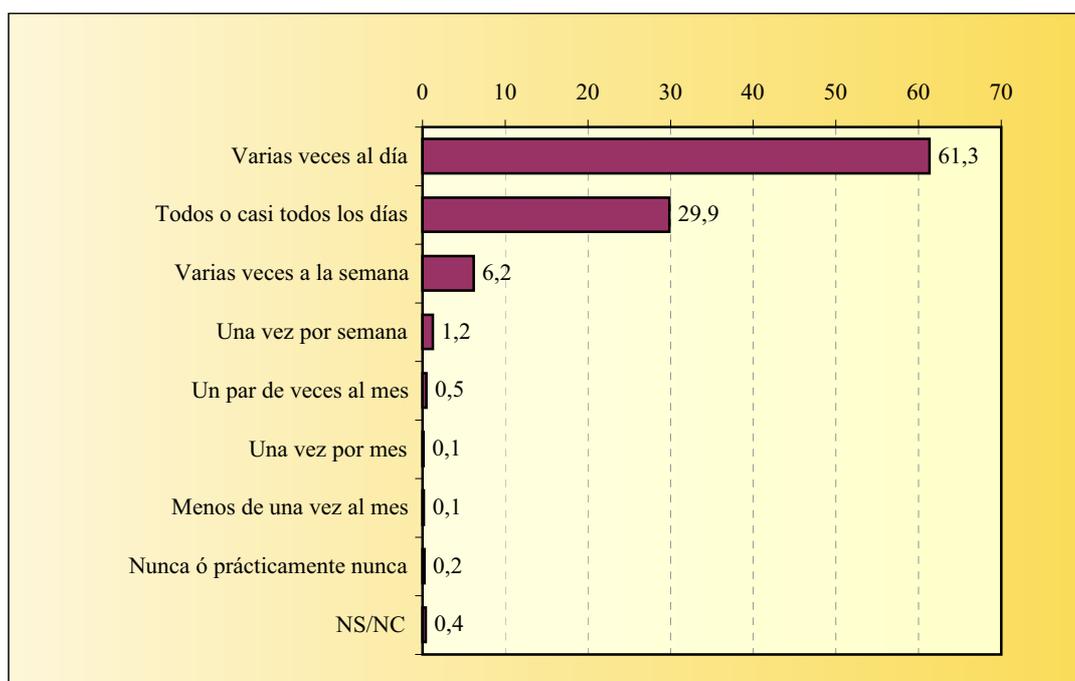
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET World Wide Web (www)

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
World Wide Web (www)		
Varias veces al día	27.650	67,7
Todos o casi todos los días	9.454	23,1
Varias veces a la semana	2.242	5,5
Una vez por semana	297	0,7
Un par de veces al mes	127	0,3
Una vez por mes	44	0,1
Menos de una vez al mes	79	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	512	1,3
NS/NC	460	1,1



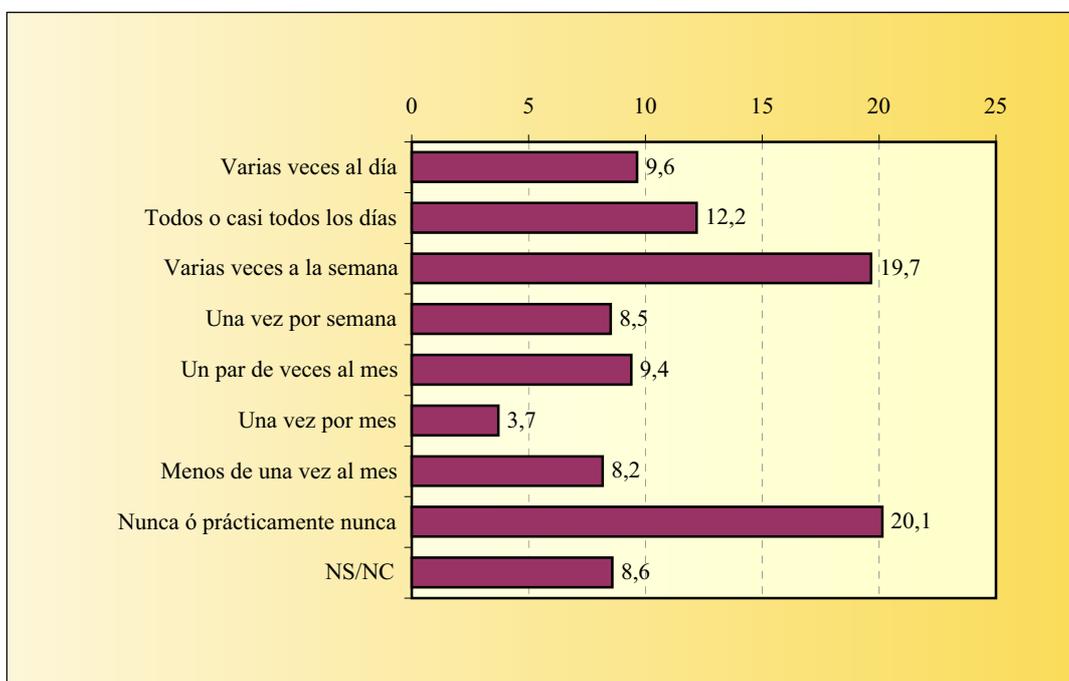
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Correo electrónico (e-mail)

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Correo electrónico (e-mail)		
Varias veces al día	25.054	61,3
Todos o casi todos los días	12.206	29,9
Varias veces a la semana	2.537	6,2
Una vez por semana	506	1,2
Un par de veces al mes	197	0,5
Una vez por mes	45	0,1
Menos de una vez al mes	60	0,1
Nunca ó prácticamente nunca	98	0,2
NS/NC	162	0,4



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

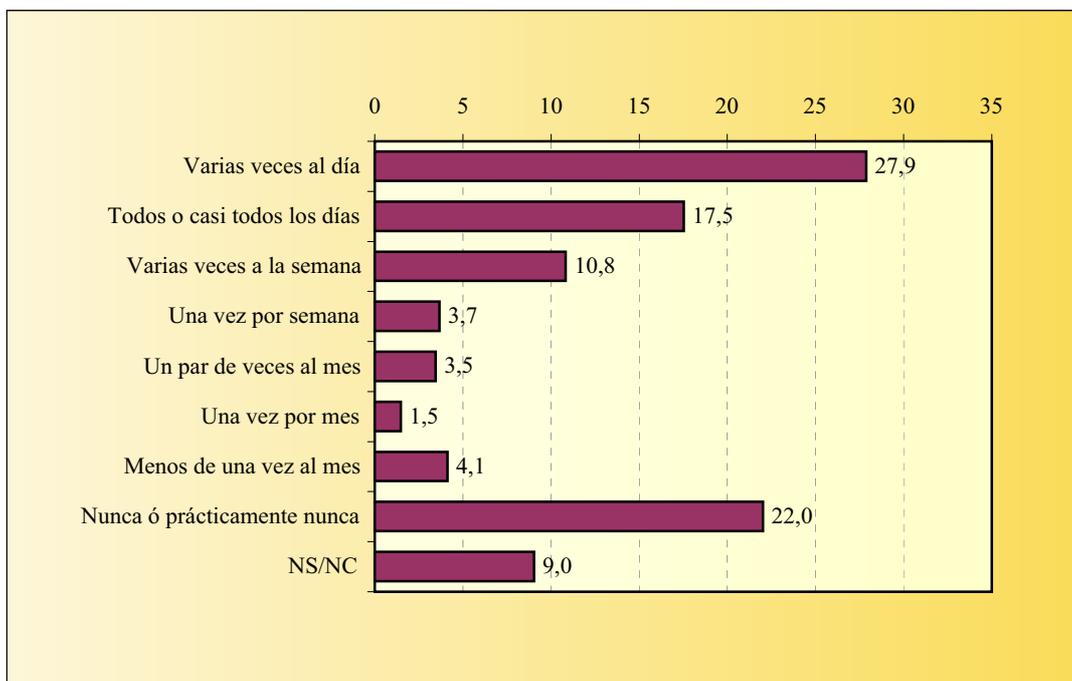
<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Transferencia de ficheros (FTP)		
Varias veces al día	3.942	9,6
Todos o casi todos los días	4.982	12,2
Varias veces a la semana	8.034	19,7
Una vez por semana	3.477	8,5
Un par de veces al mes	3.841	9,4
Una vez por mes	1.513	3,7
Menos de una vez al mes	3.337	8,2
Nunca ó prácticamente nunca	8.232	20,1
NS/NC	3.507	8,6



FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET

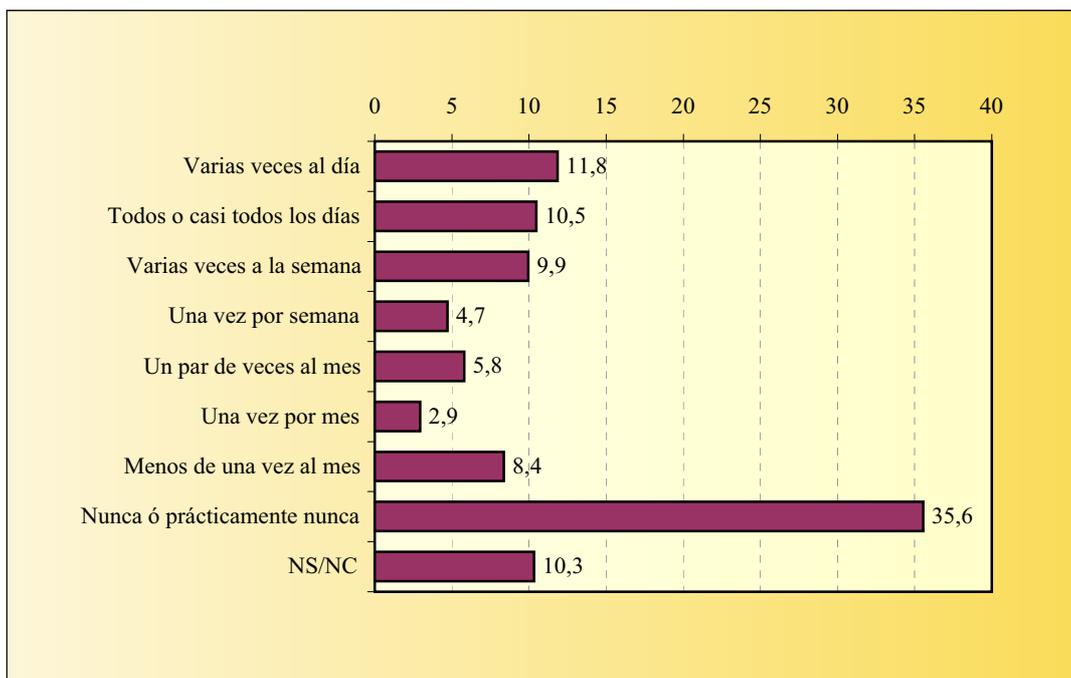
Mensajería instantánea

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Mensajería instantánea		
Varias veces al día	11.392	27,9
Todos o casi todos los días	7.161	17,5
Varias veces a la semana	4.424	10,8
Una vez por semana	1.498	3,7
Un par de veces al mes	1.410	3,5
Una vez por mes	605	1,5
Menos de una vez al mes	1.683	4,1
Nunca ó prácticamente nunca	8.997	22,0
NS/NC	3.695	9,0



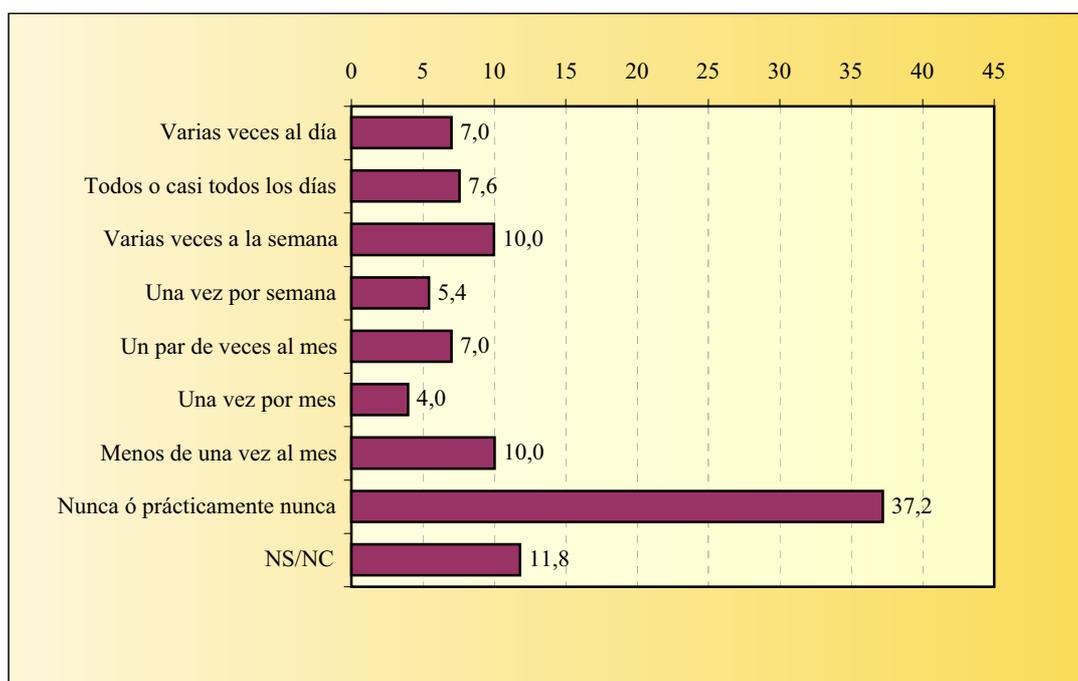
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Chats, IRC

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Chats, IRC		
Varias veces al día	4.840	11,8
Todos o casi todos los días	4.284	10,5
Varias veces a la semana	4.066	9,9
Una vez por semana	1.929	4,7
Un par de veces al mes	2.372	5,8
Una vez por mes	1.203	2,9
Menos de una vez al mes	3.423	8,4
Nunca ó prácticamente nunca	14.529	35,6
NS/NC	4.219	10,3



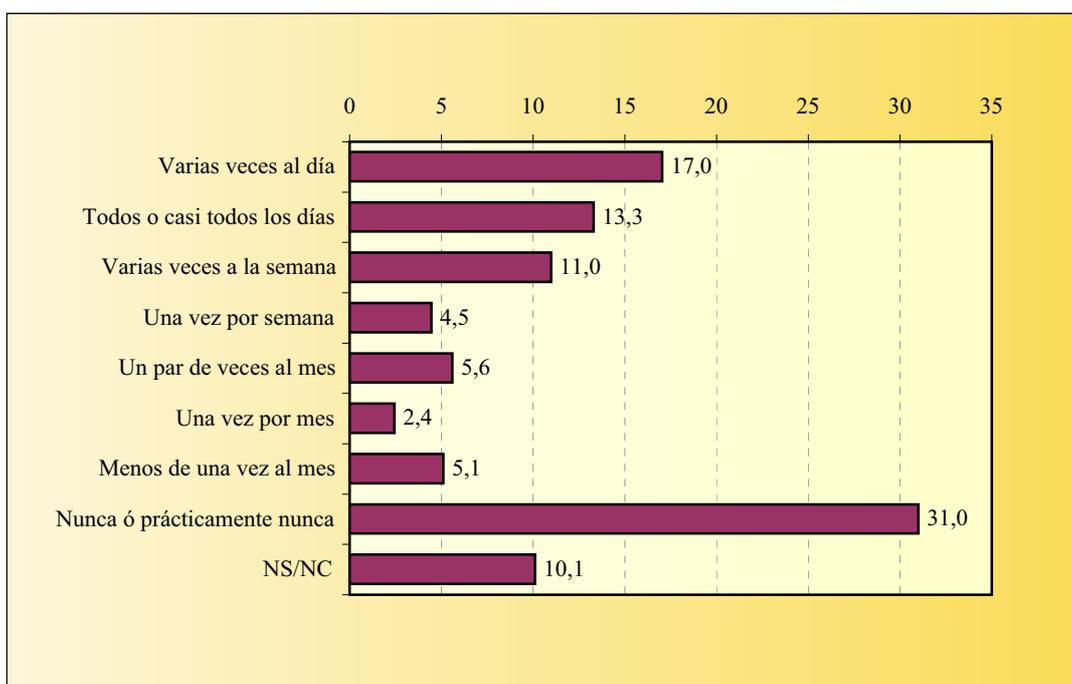
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Foros de discusión

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Foros de discusión, Newsgroups, Usenet		
Varias veces al día	2.861	7,0
Todos o casi todos los días	3.090	7,6
Varias veces a la semana	4.080	10,0
Una vez por semana	2.219	5,4
Un par de veces al mes	2.868	7,0
Una vez por mes	1.620	4,0
Menos de una vez al mes	4.102	10,0
Nunca ó prácticamente nunca	15.204	37,2
NS/NC	4.821	11,8



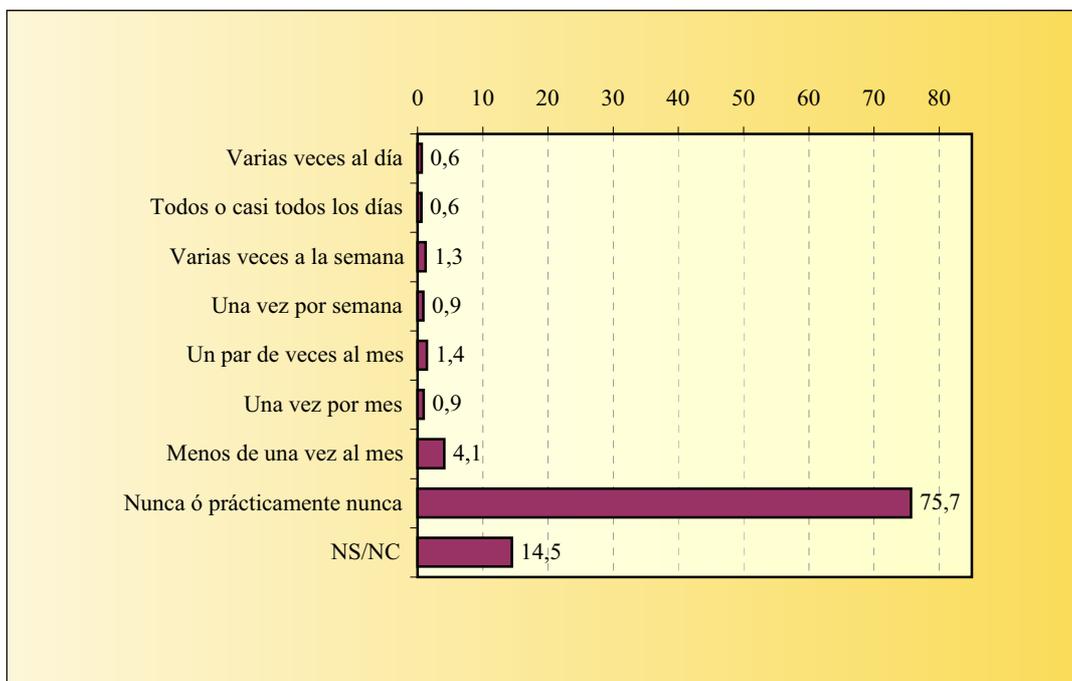
FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Redes de intercambio de archivos P2P

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Redes de intercambio de archivos P2P (Kazaa, eDonkey,...)		
Varias veces al día	6.962	17,0
Todos o casi todos los días	5.432	13,3
Varias veces a la semana	4.489	11,0
Una vez por semana	1.820	4,5
Un par de veces al mes	2.285	5,6
Una vez por mes	994	2,4
Menos de una vez al mes	2.085	5,1
Nunca ó prácticamente nunca	12.666	31,0
NS/NC	4.132	10,1



FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Telefonía IP

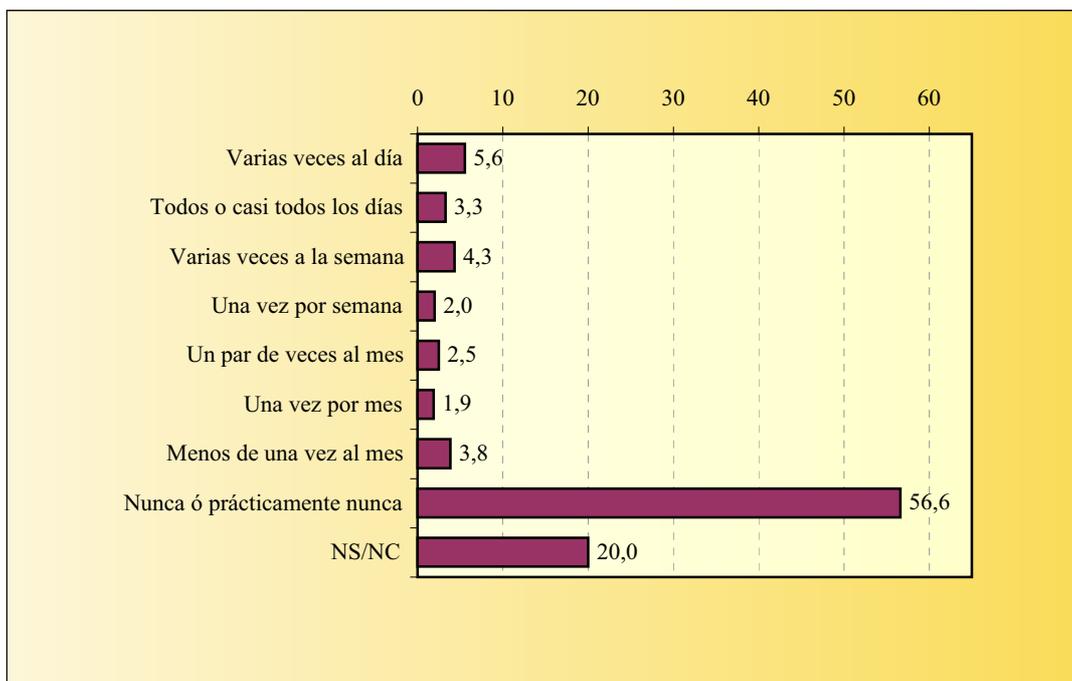
<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Llamadas telefónicas por Internet, telefonía IP		
Varias veces al día	262	0,6
Todos o casi todos los días	246	0,6
Varias veces a la semana	514	1,3
Una vez por semana	367	0,9
Un par de veces al mes	592	1,4
Una vez por mes	385	0,9
Menos de una vez al mes	1.674	4,1
Nunca ó prácticamente nunca	30.920	75,7
NS/NC	5.905	14,5



FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET

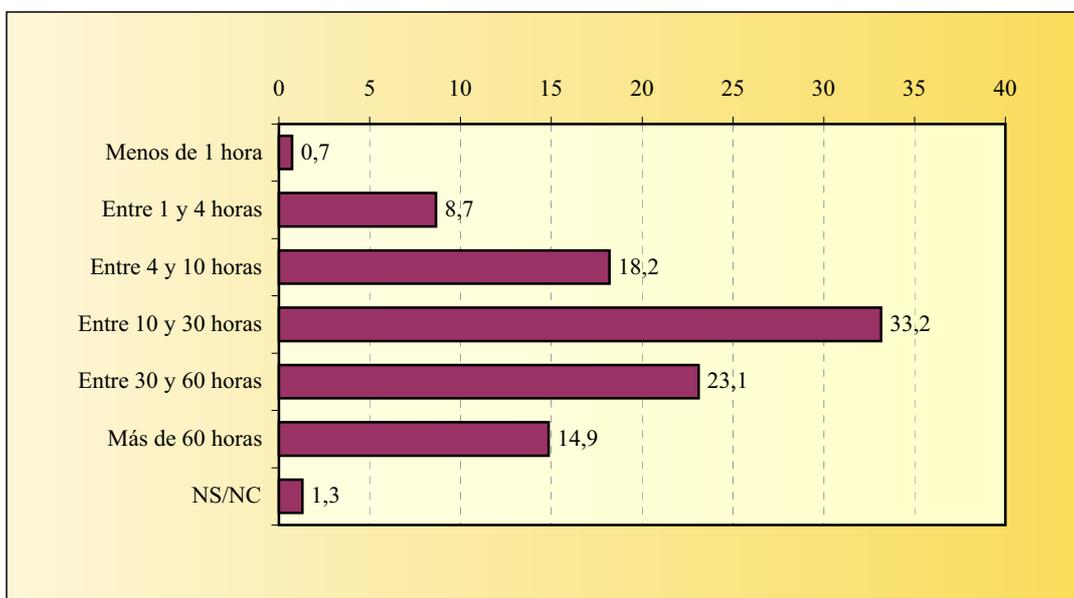
Otros servicios de Internet

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Otros servicios de Internet		
Varias veces al día	2.273	5,6
Todos o casi todos los días	1.345	3,3
Varias veces a la semana	1.773	4,3
Una vez por semana	823	2,0
Un par de veces al mes	1.014	2,5
Una vez por mes	767	1,9
Menos de una vez al mes	1.567	3,8
Nunca ó prácticamente nunca	23.132	56,6
NS/NC	8.171	20,0



PROMEDIO DE TIEMPO DE CONEXIÓN POR SEMANA

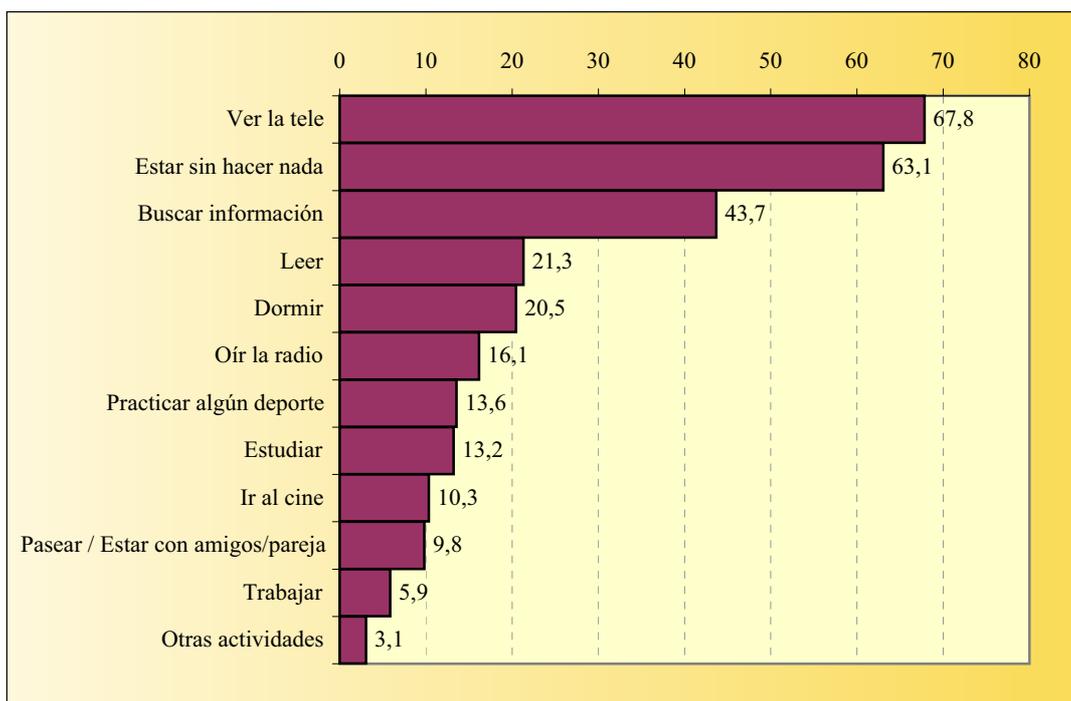
<i>P. En una semana media, ¿cuánto tiempo diría Vd. que está utilizando Internet (cualquier servicio y suma de todas las posibles sesiones en la semana)?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Menos de 1 hora	298	0,7
Entre 1 y 4 horas	3.536	8,7
Entre 4 y 10 horas	7.441	18,2
Entre 10 y 30 horas	13.547	33,2
Entre 30 y 60 horas	9.445	23,1
Más de 60 horas	6.072	14,9
NS/NC	526	1,3



DISMINUCIÓN DE TIEMPO EN OTRAS ACTIVIDADES

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

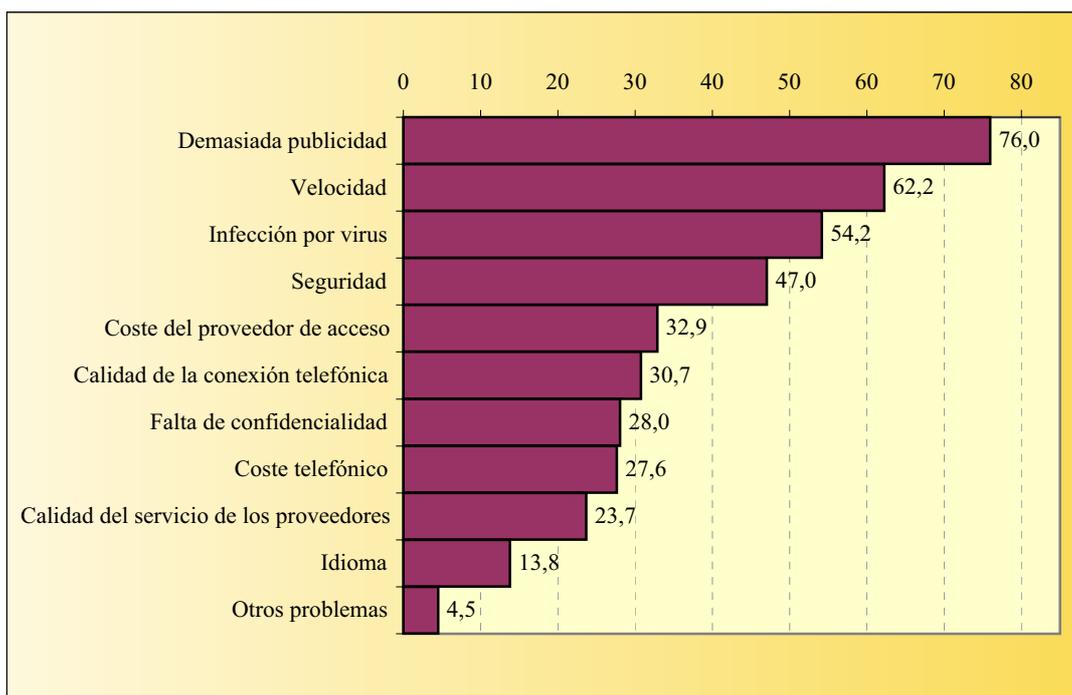
<i>P. ¿Ha disminuido el tiempo que dedica a alguna de estas actividades por utilizar Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	
Ver la tele	27.715	67,8
Estar sin hacer nada	25.773	63,1
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.	17.850	43,7
Leer	8.716	21,3
Dormir	8.360	20,5
Oír la radio	6.598	16,1
Practicar algún deporte	5.541	13,6
Estudiar	5.407	13,2
Ir al cine	4.227	10,3
Pasear / Estar con amigos/pareja	4.014	9,8
Trabajar	2.393	5,9
Otras actividades	1.247	3,1



PROBLEMAS DE INTERNET

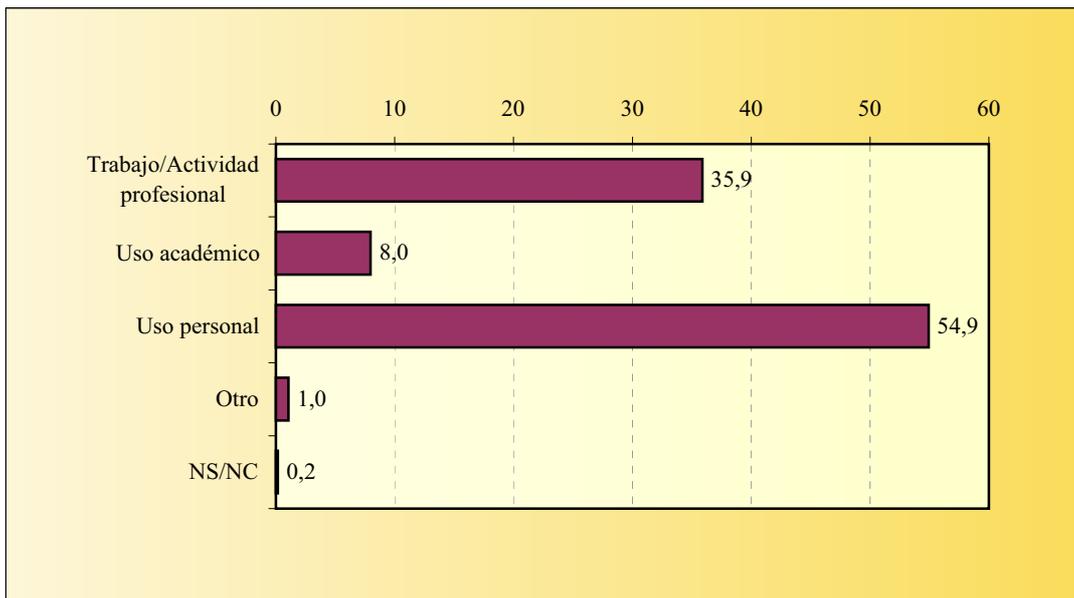
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que un elevado número de encuestados declara encontrar dos o más problemas.

<i>P. ¿Cuáles son los mayores problemas que encuentra al utilizar Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	
Demasiada publicidad	31.043	76,0
Velocidad	25.430	62,2
Infección por virus	22.129	54,2
Seguridad	19.219	47,0
Coste del proveedor de acceso	13.433	32,9
Calidad de la conexión telefónica	12.560	30,7
Falta de confidencialidad	11.454	28,0
Coste telefónico	11.297	27,6
Calidad del servicio de los proveedores	9.668	23,7
Idioma	5.630	13,8
Otros problemas	1.844	4,5



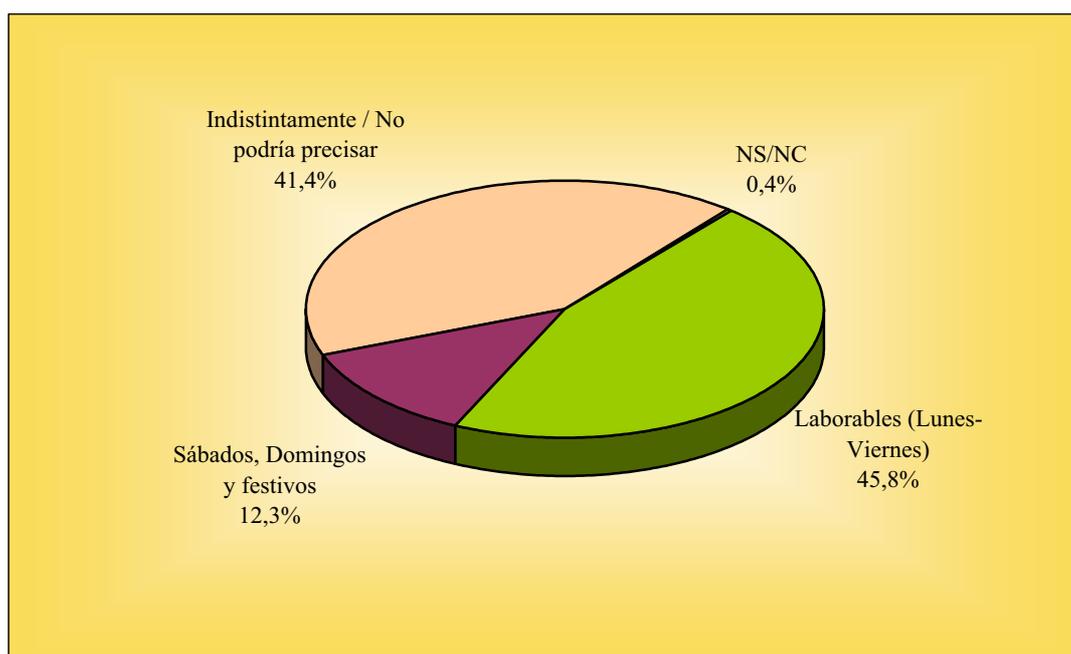
FIN PRINCIPAL DEL ACCESO A INTERNET

<i>P. ¿Cuál diría que es el fin principal / mayoritario de su acceso a Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Trabajo/Actividad profesional	14.665	35,9
Uso académico	3.254	8,0
Uso personal	22.451	54,9
Otro	427	1,0
NS/NC	68	0,2



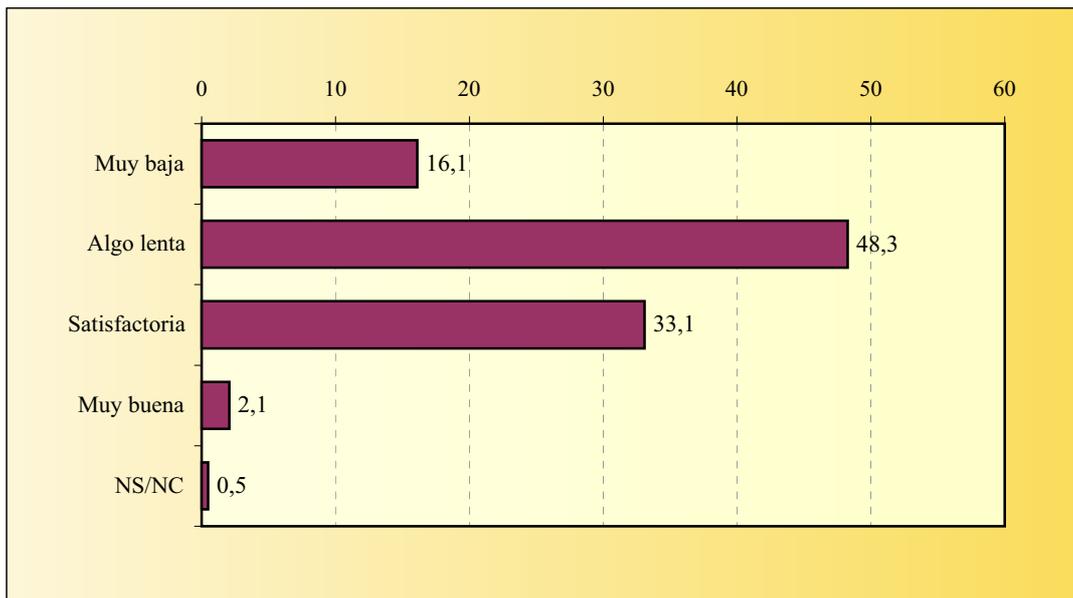
DIAS DE MAYOR CONEXIÓN

<i>P. ¿En qué días suele con mayor frecuencia utilizar Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Laborables (Lunes-Viernes)	18.720	45,8
Sábados, Domingos y festivos	5.045	12,3
Indistintamente / No podría precisar	16.937	41,4
NS/NC	163	0,4



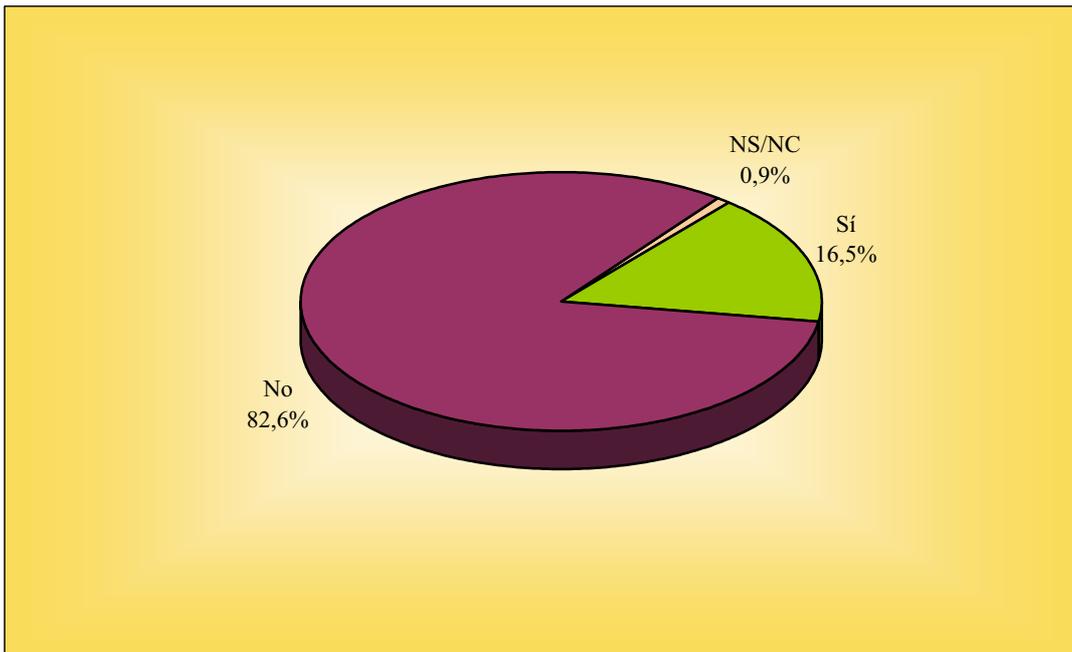
VELOCIDAD DE INTERNET

<i>P. ¿Cómo considera la velocidad actual de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Muy baja	6.587	16,1
Algo lenta	19.720	48,3
Satisfactoria	13.519	33,1
Muy buena	842	2,1
NS/NC	197	0,5



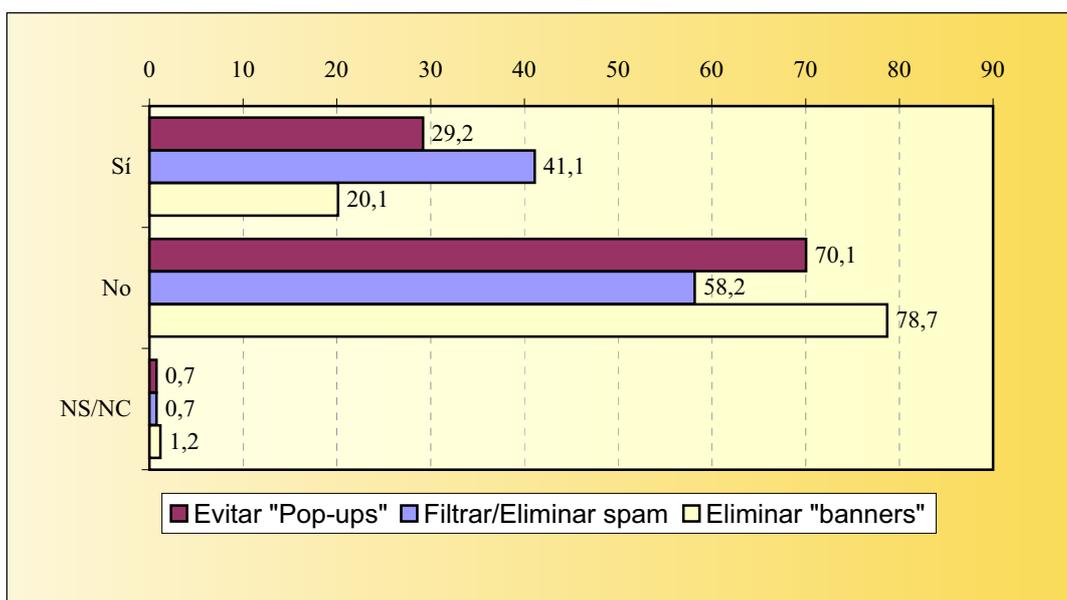
FIRMA ELECTRÓNICA

<i>P. ¿Posee Vd. firma electrónica certificada?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	6.740	16,5
No	33.764	82,6
NS/NC	361	0,9



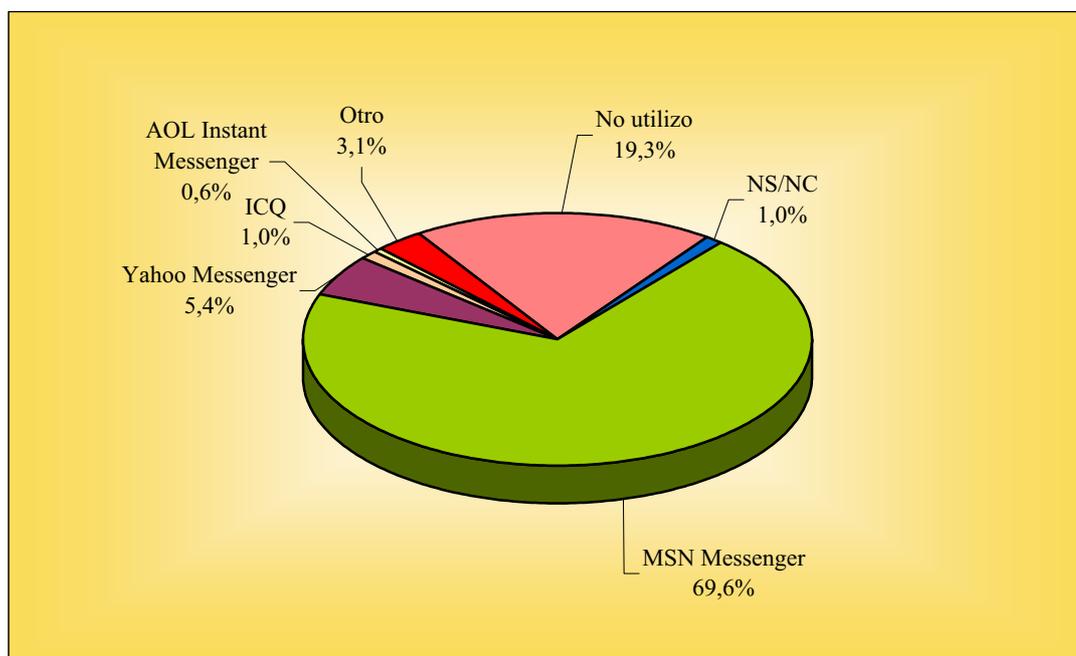
PROGRAMAS PARA EVITAR PUBLICIDAD

<i>P. ¿Utiliza algún programa para ...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...evitar "Pop-ups"?		
Sí	11.933	29,2
No	28.630	70,1
NS/NC	302	0,7
...filtrar/eliminar spam (correo no solicitado)?		
Sí	16.796	41,1
No	23.765	58,2
NS/NC	304	0,7
...eliminar "banners" publicitarios?		
Sí	8.229	20,1
No	32.159	78,7
NS/NC	477	1,2



SOFTWARE DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

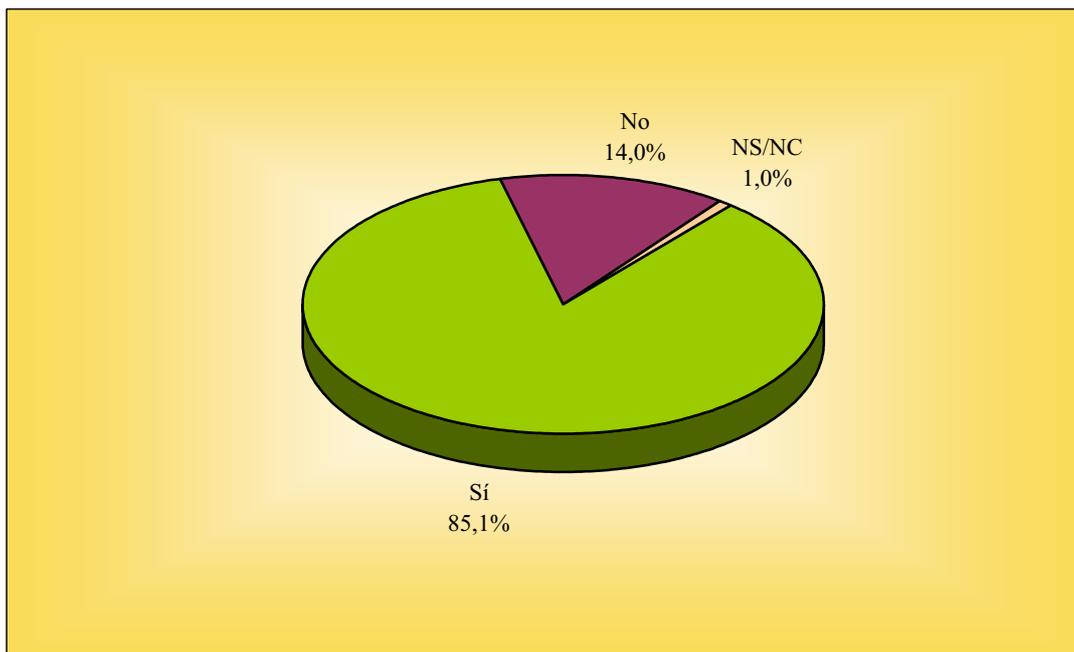
<i>P. ¿Qué software de mensajería instantánea utiliza principalmente?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
MSN Messenger	28.451	69,6
Yahoo Messenger	2.206	5,4
ICQ	390	1,0
AOL Instant Messenger	236	0,6
Otro	1.250	3,1
No utilizo	7.905	19,3
NS/NC	427	1,0



VIRUS INFORMÁTICOS

Programa antivirus

<i>P. ¿Tiene instalado algún programa antivirus?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	34.765	85,1
No	5.708	14,0
NS/NC	392	1,0

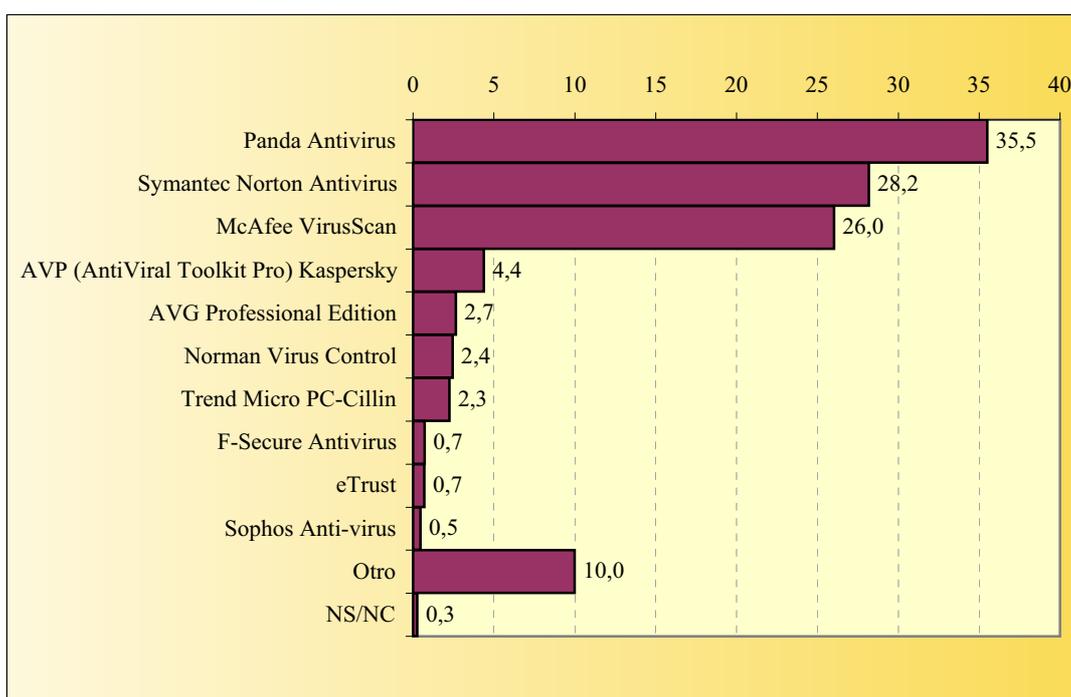


VIRUS INFORMÁTICOS

Programa antivirus

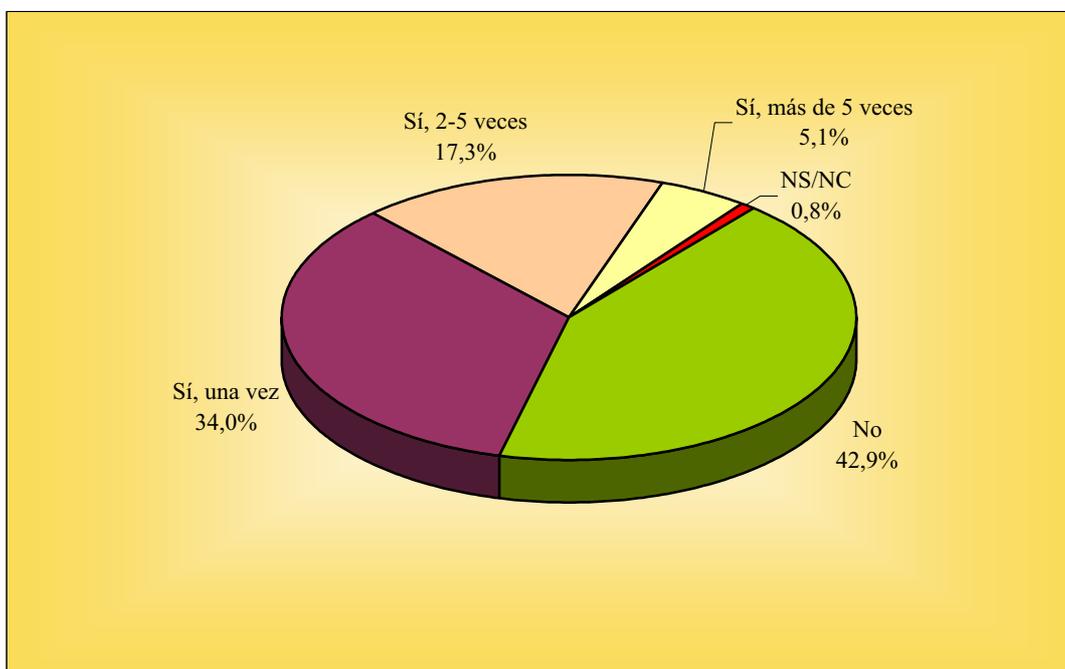
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran tener instalados más de un programa antivirus.

<i>P. Programa antivirus instalado</i>		
	Absolutos	%
BASE (tiene antivirus instalado)	34.765	
Panda Antivirus	12.344	35,5
Symantec Norton Antivirus	9.795	28,2
McAfee VirusScan	9.047	26,0
AVP (AntiViral Toolkit Pro) Kaspersky	1.520	4,4
AVG Professional Edition	923	2,7
Norman Virus Control	848	2,4
Trend Micro PC-Cillin	784	2,3
F-Secure Antivirus	251	0,7
eTrust	242	0,7
Sophos Anti-virus	160	0,5
Otro	3.476	10,0
NS/NC	87	0,3



VIRUS INFORMÁTICOS Infección

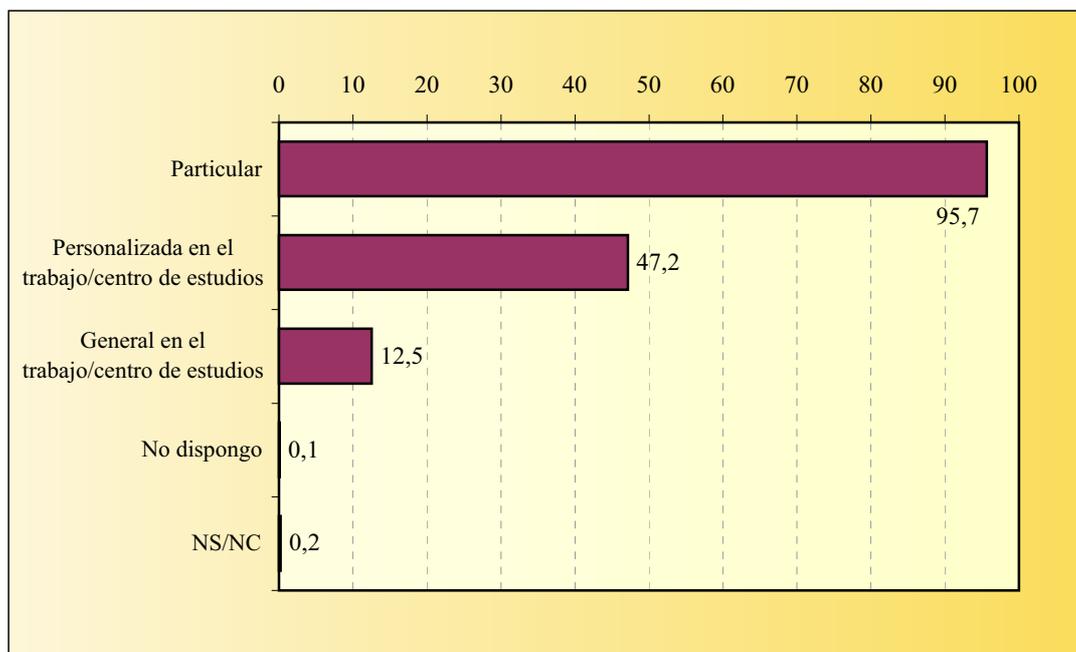
<i>P. En el último año, ¿se ha visto infectado por algún virus informático procedente de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
No	17.525	42,9
Sí, una vez	13.891	34,0
Sí, 2-5 veces	7.068	17,3
Sí, más de 5 veces	2.071	5,1
NS/NC	310	0,8



DISPONIBILIDAD DE E-MAIL

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

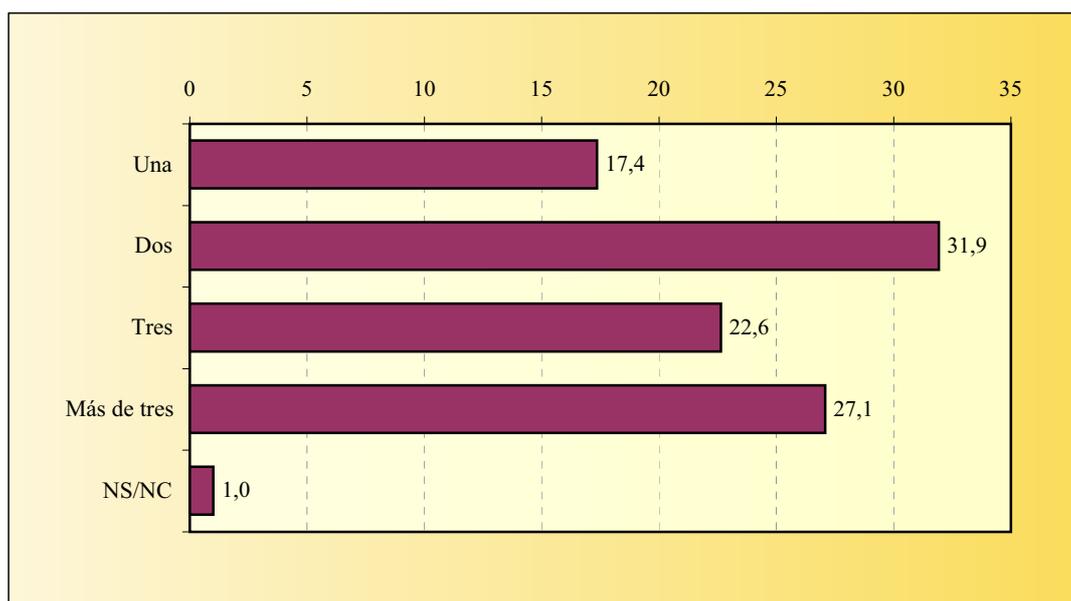
<i>P. ¿Dispone de dirección e-mail?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	
Particular	39.092	95,7
Personalizada en el trabajo/centro de estudios	19.273	47,2
General en el trabajo/centro de estudios	5.112	12,5
No dispongo	42	0,1
NS/NC	93	0,2



NÚMERO DE DIRECCIONES DE E-MAIL

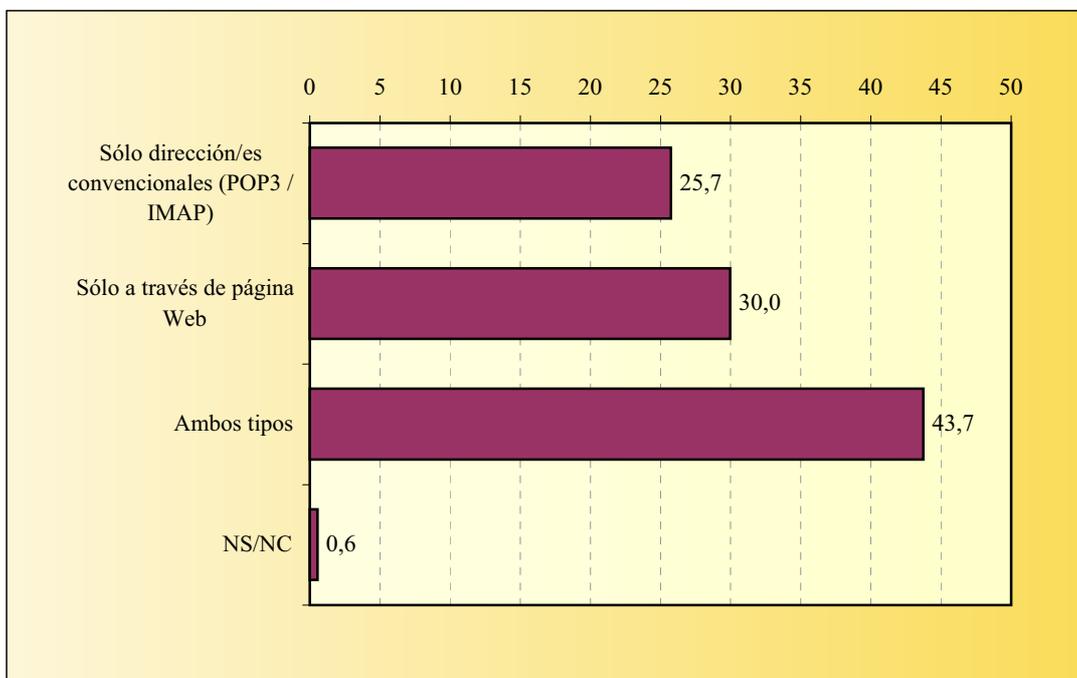
P. Si dispone de E-mail, ¿a través de cuántas direcciones diferentes recibe su correo electrónico?

	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.730	100,0
Una	7.069	17,4
Dos	13.003	31,9
Tres	9.219	22,6
Más de tres	11.032	27,1
NS/NC	407	1,0



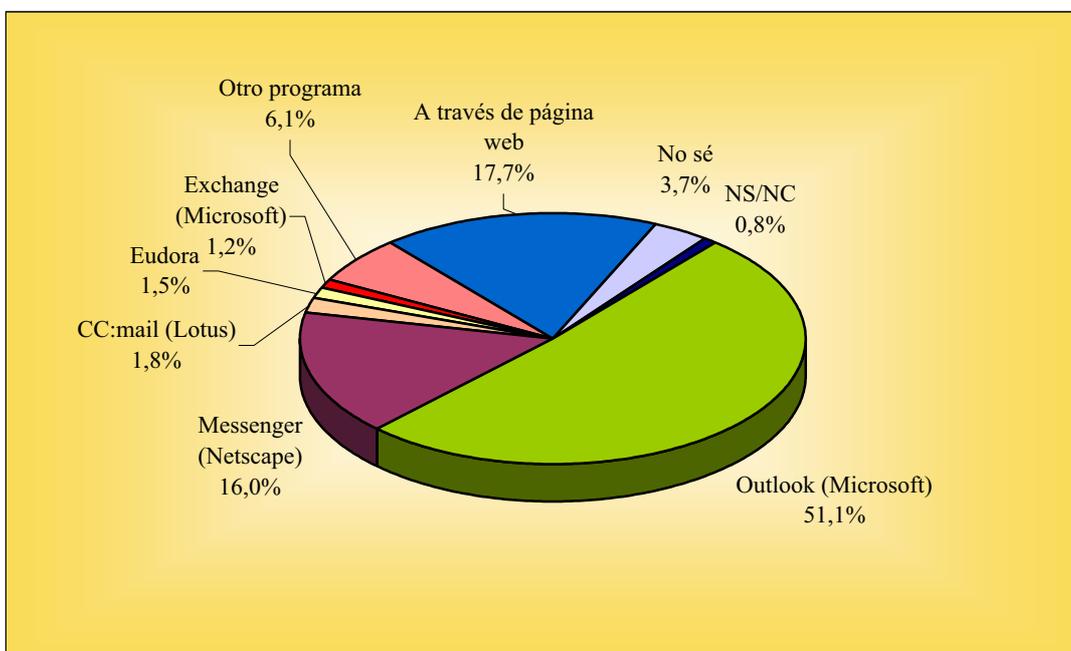
TIPO DE LAS DIRECCIONES DE E-MAIL

<i>P. Su dirección o direcciones de correo son del tipo:</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.730	100,0
Sólo dispone de dirección/es convencionales (POP3 / IMAP)	10.483	25,7
Sólo dispone de dirección/es a través de una página Web (mensajería gratuita ofrecida por Hotmail o diferentes portales)	12.209	30,0
Dispone de ambos tipos de direcciones de correo	17.813	43,7
NS/NC	225	0,6



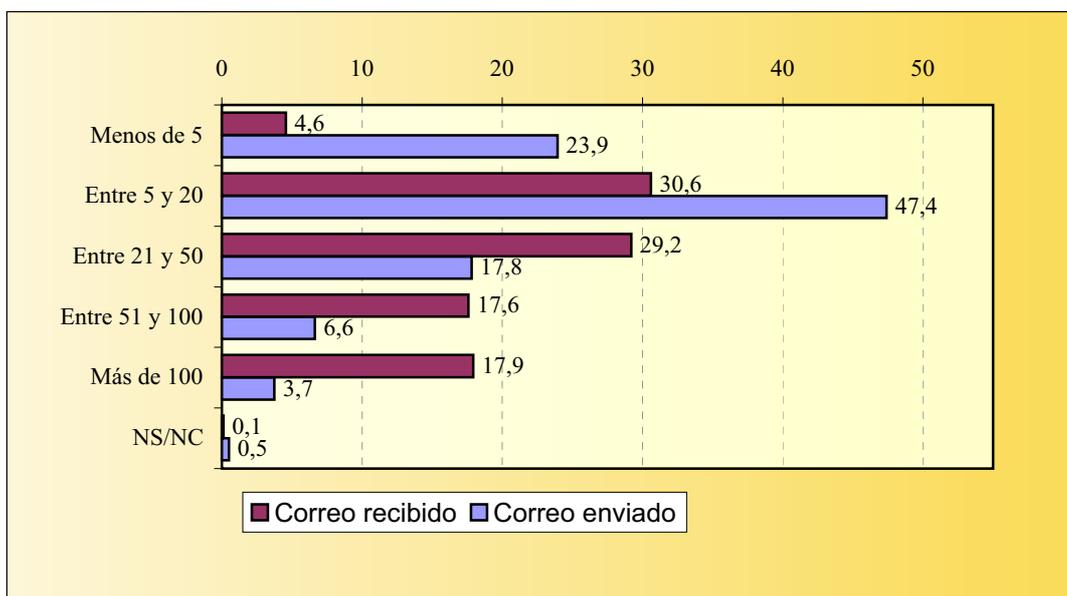
SOFTWARE DE CORREO ELECTRÓNICO

<i>P. ¿Qué software de correo electrónico utiliza preferentemente?</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.730	100,0
Outlook (Microsoft)	20.833	51,1
Messenger (Netscape)	6.534	16,0
CC:mail (Lotus)	752	1,8
Eudora	619	1,5
Exchange (Microsoft)	493	1,2
Otro programa	2.482	6,1
A través de página web	7.193	17,7
No sé	1.501	3,7
NS/NC	323	0,8



CORREOS ELECTRÓNICOS RECIBIDOS / ENVIADOS

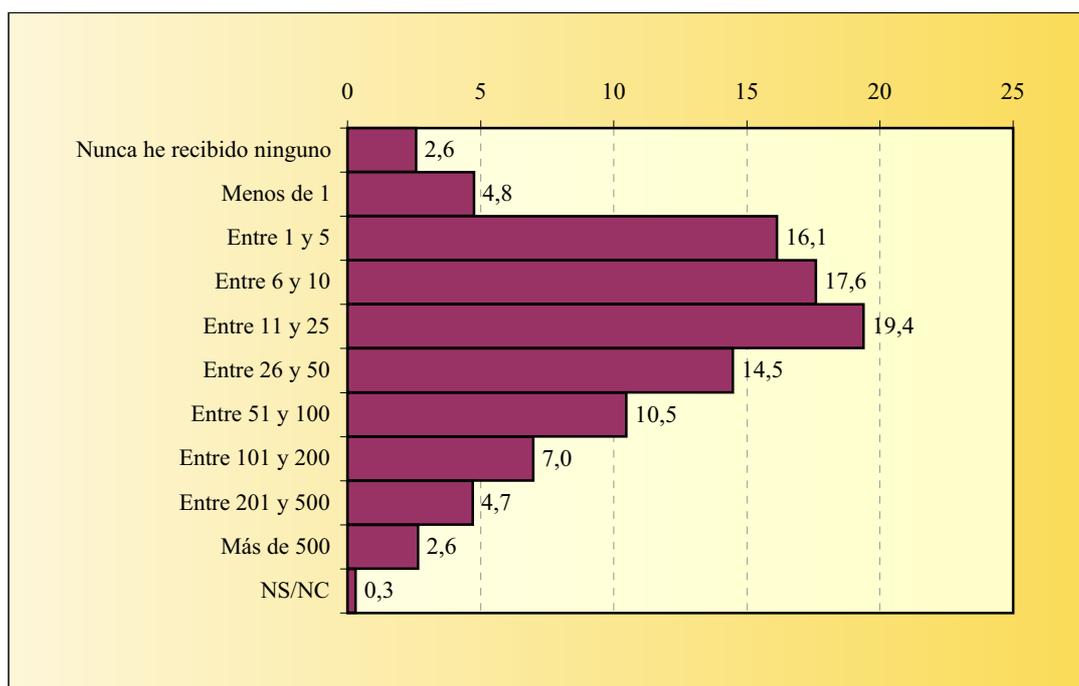
<i>P. En una semana media, ¿cuántos correos electrónicos ...</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.730	100,0
...RECIBE?		
Menos de 5	1.859	4,6
Entre 5 y 20	12.461	30,6
Entre 21 y 50	11.893	29,2
Entre 51 y 100	7.162	17,6
Más de 100	7.305	17,9
NS/NC	50	0,1
...ENVÍA?		
Menos de 5	9.751	23,9
Entre 5 y 20	19.305	47,4
Entre 21 y 50	7.253	17,8
Entre 51 y 100	2.698	6,6
Más de 100	1.521	3,7
NS/NC	202	0,5



SPAMMING Frecuencia

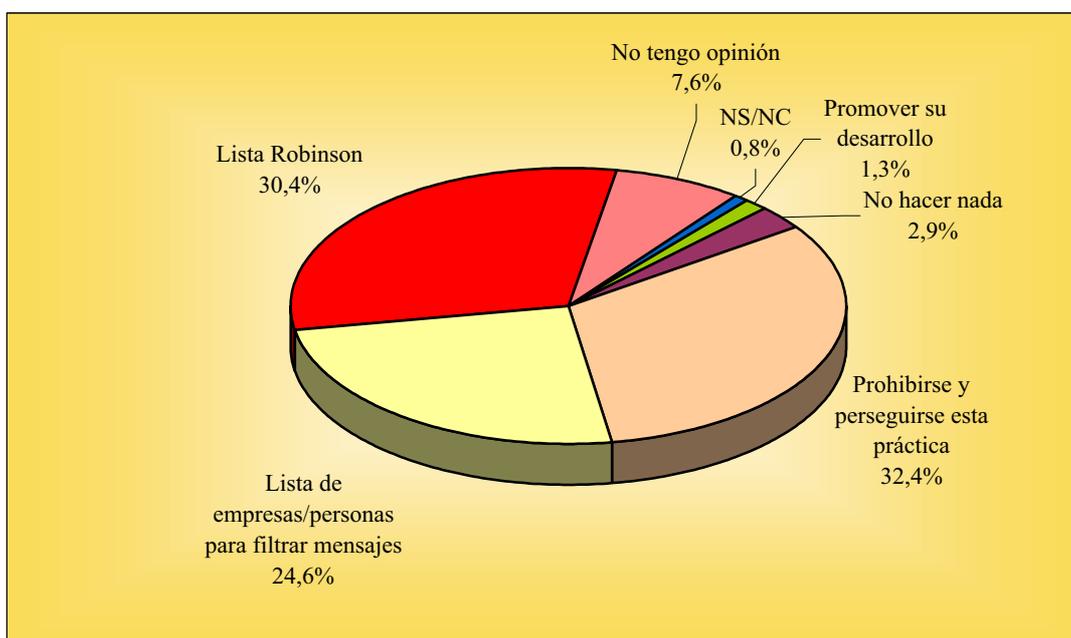
P. En relación al envío masivo de correos electrónicos (spamming) que, a menudo, contienen publicidad, avisos políticos, formas de hacerse rico rápidamente, etc. En una semana media, ¿cuántos mensajes no solicitados/deseados de este tipo recibe?

	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.730	100,0
Nunca he recibido ninguno	1.049	2,6
Menos de 1	1.936	4,8
Entre 1 y 5	6.569	16,1
Entre 6 y 10	7.165	17,6
Entre 11 y 25	7.891	19,4
Entre 26 y 50	5.895	14,5
Entre 51 y 100	4.263	10,5
Entre 101 y 200	2.843	7,0
Entre 201 y 500	1.917	4,7
Más de 500	1.077	2,6
NS/NC	125	0,3



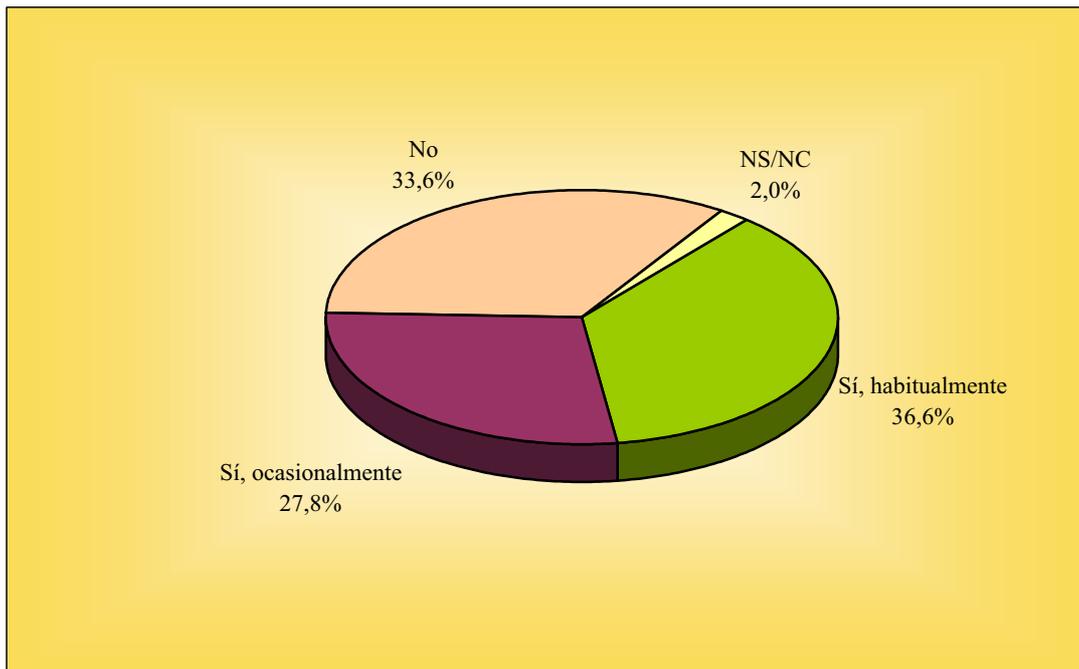
SPAMMING Opinión

<i>P. Concerniente a la situación creada por el correo no solicitado, ¿con cuál de las siguientes respuestas está más de acuerdo?</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.730	100,0
Dada su utilidad habría que promover su desarrollo.	524	1,3
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	1.162	2,9
Debería prohibirse y perseguirse legalmente esta práctica.	13.191	32,4
Crear lista de empresas/personas que realizan estas actividades para filtrar mensajes.	10.038	24,6
Crear registro con direcciones de aquellos que no quieran recibir mensajes (lista Robinson).	12.397	30,4
No sé, no tengo opinión al respecto.	3.080	7,6
NS/NC	338	0,8



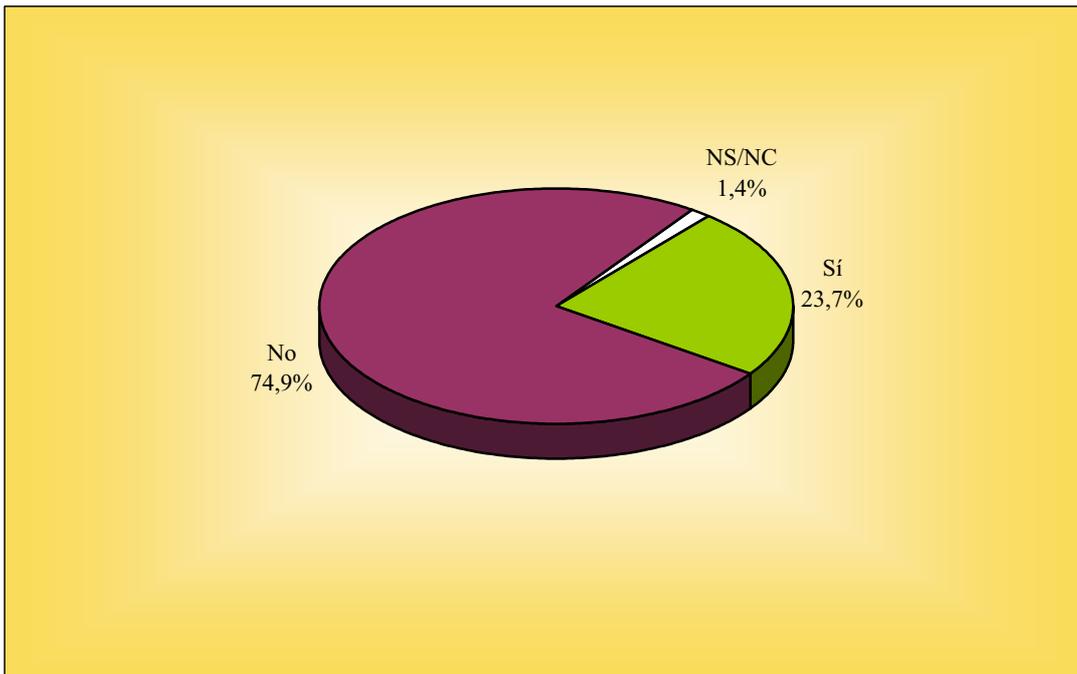
USO DE EMOTICONES

<i>P. ¿Suele hacer uso en sus comunicaciones de emoticones (símbolos del tipo :-) :-o ;-) :-I)?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí, habitualmente	14.975	36,6
Sí, ocasionalmente	11.365	27,8
No	13.715	33,6
NS/NC	810	2,0



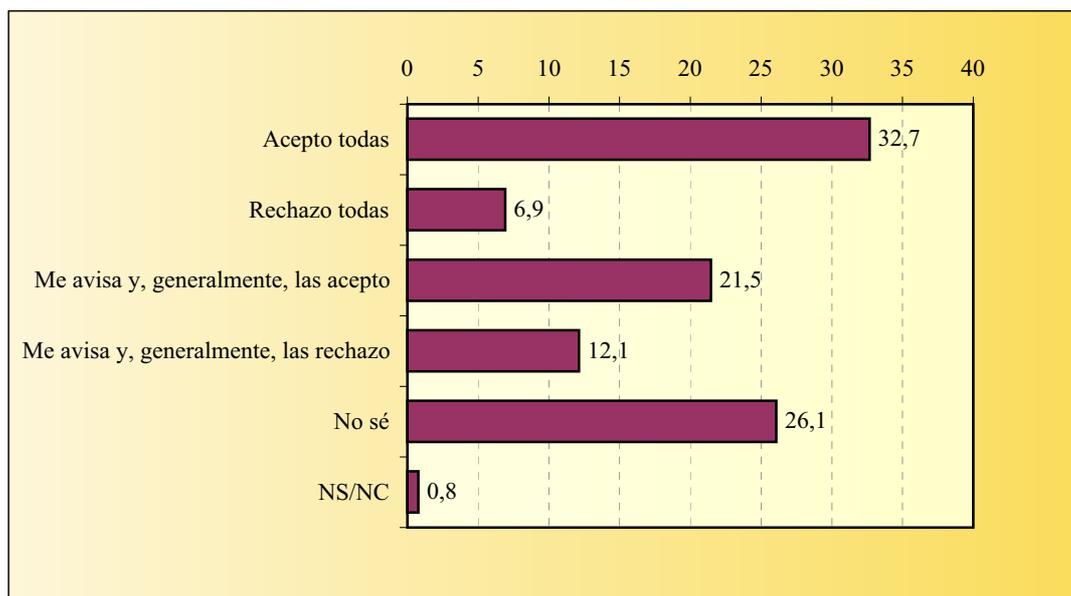
DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB PERSONAL

<i>P. ¿Dispone Vd. de página Web personal?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	9.690	23,7
No	30.594	74,9
NS/NC	581	1,4



CONFIGURACIÓN DE LAS COOKIES

<i>P. ¿Cómo tiene configurado su navegador en relación a las "cookies"?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Acepto todas	13.355	32,7
Rechazo todas	2.822	6,9
Me avisa y, generalmente, las acepto	8.766	21,5
Me avisa y, generalmente, las rechazo	4.955	12,1
No sé	10.651	26,1
NS/NC	316	0,8



ÚLTIMOS WEBS VISITADOS

P. Trate de recordar los últimos cinco Webs visitados

A través de esta pregunta hemos obtenido 186.332 menciones, lo que corresponde a una media de 4,6 menciones por entrevista. Después de agrupar y codificar convenientemente los diferentes webs mencionados, les hemos asignado su URL o, en los casos de varias URL's que pudieran corresponder a la mención del entrevistado, la que -de entre ellas- ha parecido más importante y representativa. El ranking de los 100 primeros, con indicación del porcentaje de menciones obtenidas, es como sigue:

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

(1) Incluye: -telefonica.net -telefonica.es -telefonica genérico

(2) Incluye: -bbvanet.com -bbva genérico -bbva.es -bbvanet genérico

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
29	www.plus.es	0,4	39,2
30	www.elcorteingles.es	0,3	39,5
31	www.lavanguardia.es	0,3	39,9
32	www.jccm.es	0,3	40,2
33	www.meristation.com	0,3	40,5
34	www.petardas.com	0,3	40,9
35	www.sport.es	0,3	41,2
36	www.los40.com	0,3	41,5
37	www.vodafone.es	0,3	41,9
38	www.abc.es	0,3	42,2
39	www.elcorreodigital.com	0,3	42,4
40	www.universia.es	0,3	42,7
41	www.boe.es	0,3	43,0
42	www.elmundodeportivo.es	0,3	43,3
43	www.iberia.com	0,3	43,5
44	www.elrellano.com	0,3	43,8
45	www.ebay.com	0,3	44,0
46	www.spanishare.com	0,2	44,3
47	www.aeat.es	0,2	44,5
48	www.elitedivx.com	0,2	44,7
49	www.repsol-ypf.com	0,2	44,9
50	www.barrapunto.com	0,2	45,1
51	www.gruposantander.es	0,2	45,3
52	www.telecinco.es	0,2	45,5
53	www.fnac.es	0,2	45,7
54	www.uned.es	0,2	45,9
55	www.altavista.com	0,2	46,1
56	www.telefonicaonline.com	0,2	46,3
57	www.ozu.es	0,2	46,5
58	www.telepolis.com	0,2	46,7
59	www.ebankinter.com	0,2	46,9
60	www.heraldo.es	0,2	47,1
61	www.latinmail.com	0,2	47,2
62	www.lavozdegalicia.es	0,2	47,4
63	www.movistar.com	0,2	47,6

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
64	www.iespana.es	0,2	47,8
65	www.periodistadigital.com	0,2	47,9
66	www.tvcatalunya.com	0,2	48,1
67	www.libertaddigital.com	0,2	48,2
68	www.elotrolado.net	0,1	48,4
69	www.catradio.com	0,1	48,5
70	www.portalmix.com	0,1	48,7
71	www.ondacero.es	0,1	48,8
72	www.avui.com	0,1	49,0
73	www.m80radio.com	0,1	49,1
74	www.bandaancha.st	0,1	49,3
75	www.ine.es	0,1	49,4
76	www.bcn.es	0,1	49,5
77	www.cocacola.es	0,1	49,7
78	www.everyday.com	0,1	49,8
79	www.tiscali.es	0,1	50,0
80	www.cadena100.es	0,1	50,1
81	www.ircap.com	0,1	50,2
82	www.juntadeandalucia.es	0,1	50,4
83	www.rincondelvago.com	0,1	50,5
84	www.lanetro.com	0,1	50,6
85	www.uji.es	0,1	50,8
86	www.3xl.net	0,1	50,9
87	www.cincodias.com	0,1	51,0
88	www.upc.es	0,1	51,1
89	www.amena.com	0,1	51,3
90	www.irc-hispano.org	0,1	51,4
91	www.iblnews.com	0,1	51,5
92	www.acb.com	0,1	51,6
93	www.realmadrid.com	0,1	51,8
94	www.indicedonkey.com	0,1	51,9
95	www.patagon.es	0,1	52,0
96	www.hp.com	0,1	52,1
97	www.banesto.es	0,1	52,2
98	www.xtec.es	0,1	52,3
99	www.gva.es	0,1	52,5
100	www.marqueze.net	0,1	52,6

DIRECTORIOS Y BUSCADORES MÁS USADOS

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

En esta pregunta se han obtenido 84.426 menciones. El promedio de menciones por entrevista fue 2,1. Los quince buscadores o directorios más nombrados, que son mostrados en la siguiente tabla, suponen el 88,8% de las menciones.

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	40,7	40,7
2	www.yahoo.es	16,1	56,8
3	www.terra.es	8,5	65,3
4	www.altavista.com	7,1	72,4
5	www.lycos.es	3,7	76,1
6	www.msn.es	3,3	79,4
7	www.wanadoo.es	2,0	81,4
8	www.ya.com	1,9	83,3
9	www.alltheweb.com	1,8	85,1
10	www.hotmail.passport.com	1,0	86,1
11	www.ozu.es	0,7	86,8
12	Astalavista (1)	0,7	87,5
13	www.hispavista.com	0,6	88,1
14	www.copernic.com	0,3	88,4
15	www.vilaweb.com	0,3	88,8
	Otros	11,2	100,0

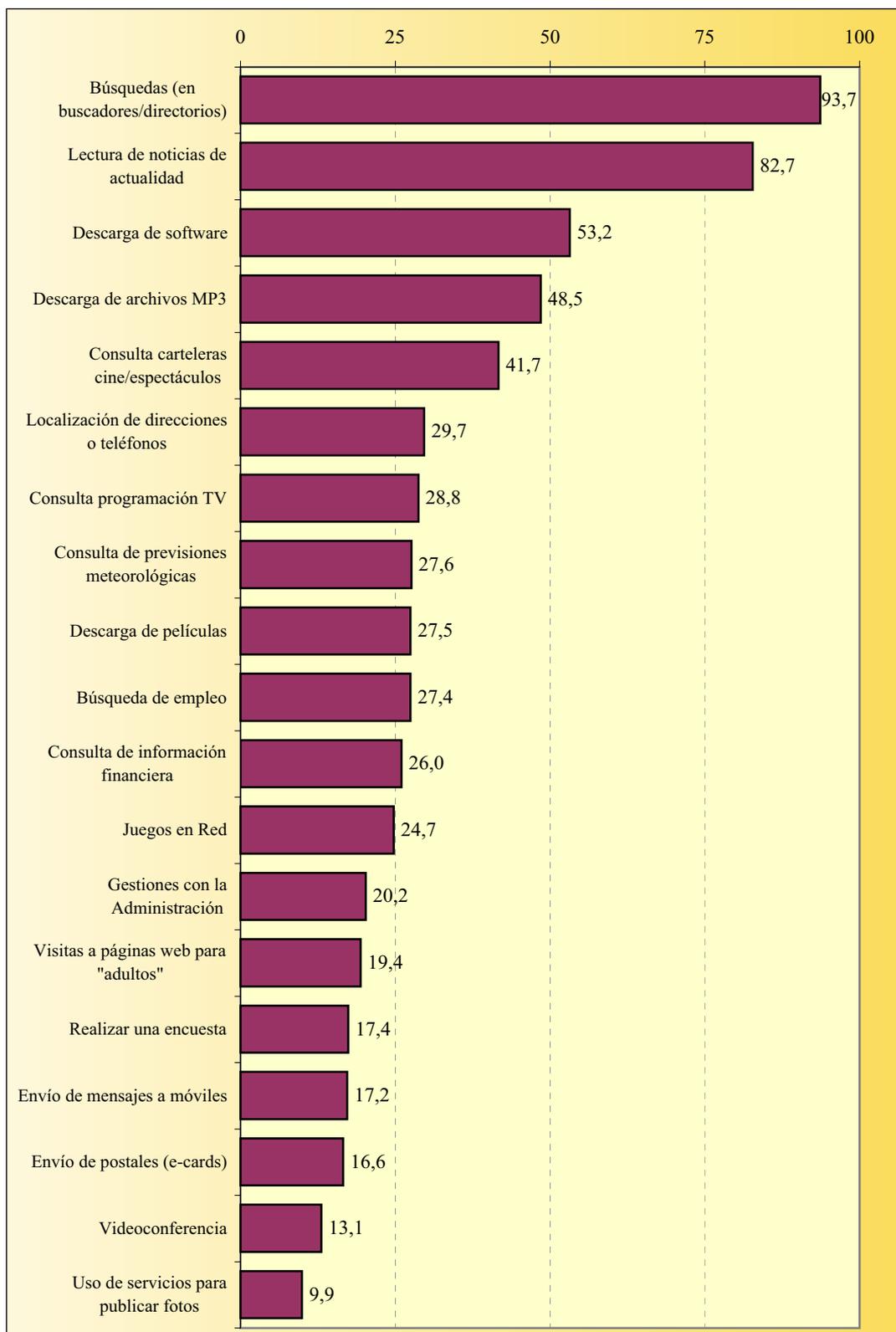
(1) Incluye: -astalavista.com -astalavista genérico -astalavista.box.sk -astalavista.net

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

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

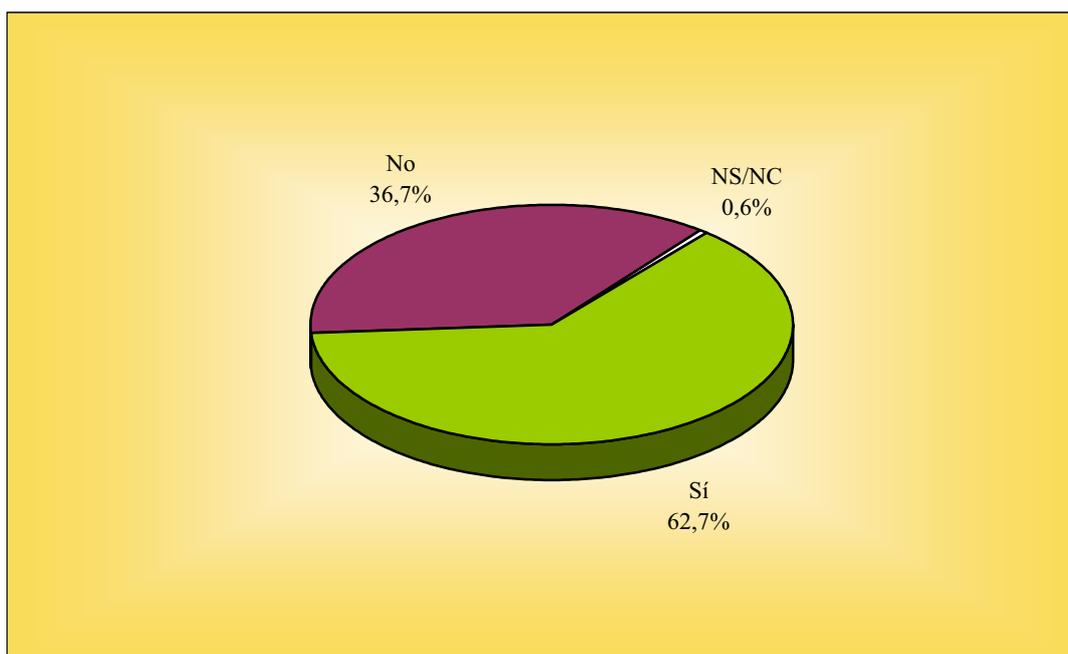
<i>P. Durante los últimos 30 días ¿cuáles de las siguientes actividades ha realizado a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	
Búsquedas (en buscadores/directorios)	38.273	93,7
Lectura de noticias de actualidad	33.801	82,7
Descarga de software	21.741	53,2
Descarga de archivos MP3	19.826	48,5
Consulta carteleras cine/espectáculos	17.025	41,7
Localización de direcciones o teléfonos	12.128	29,7
Consulta programación TV	11.751	28,8
Consulta de previsiones meteorológicas	11.279	27,6
Descarga de películas	11.221	27,5
Búsqueda de empleo	11.212	27,4
Consulta de información financiera	10.621	26,0
Juegos en Red	10.109	24,7
Gestiones con la Administración	8.268	20,2
Visitas a páginas web para "adultos"	7.925	19,4
Realizar una encuesta	7.108	17,4
Envío de mensajes a móviles	7.032	17,2
Envío de postales (e-cards)	6.771	16,6
Videoconferencia	5.340	13,1
Uso de servicios para publicar fotos	4.051	9,9

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET



DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

<i>P. Durante el último año ¿ha tomado una decisión de compra de productos o servicios orientado, motivado o informado por contenidos de la Web?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	25.626	62,7
No	14.998	36,7
NS/NC	241	0,6



DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

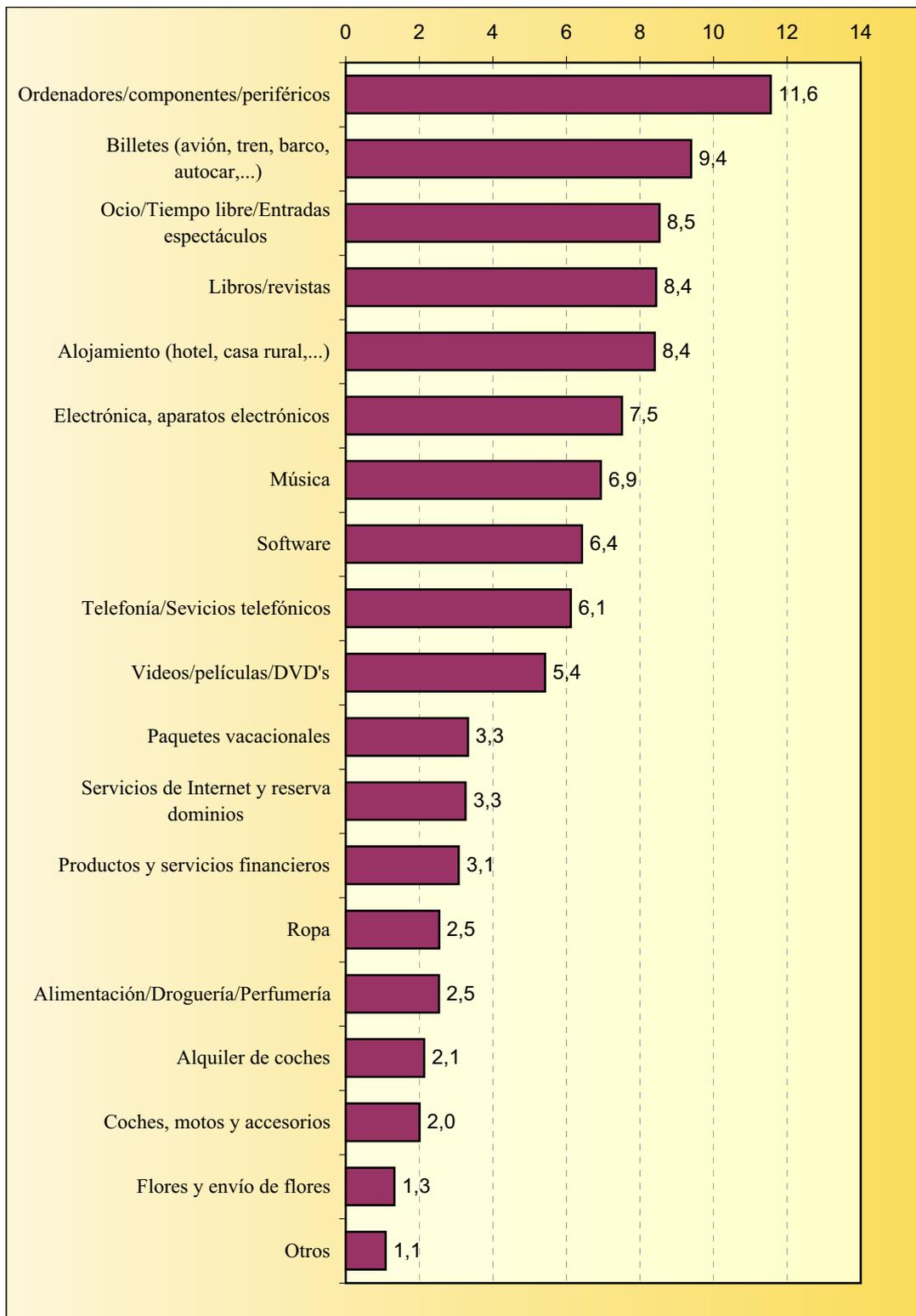
Tipo de producto o servicio

Entre los 25.626 entrevistados que declararon haber tomado alguna decisión de compra motivados por contenidos de la Web en el último año, se mencionaron 99.829 productos o servicios con la siguiente distribución:

<i>P. Producto o servicio cuya decisión de compra fue motivada por contenidos de la Web en el último año</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	99.829	100,0
Ordenadores/componentes/periféricos	11.535	11,6
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	9.374	9,4
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	8.511	8,5
Libros/revistas	8.426	8,4
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	8.385	8,4
Electrónica, aparatos electrónicos	7.493	7,5
Música	6.927	6,9
Software	6.413	6,4
Telefonía/Sevicios telefónicos	6.105	6,1
Videos/películas/DVD's	5.412	5,4
Paquetes vacacionales	3.320	3,3
Servicios de Internet y reserva dominios	3.250	3,3
Productos y servicios financieros	3.064	3,1
Ropa	2.539	2,5
Alimentación/Droguería/Perfumería	2.531	2,5
Alquiler de coches	2.133	2,1
Coches, motos y accesorios	2.007	2,0
Flores y envío de flores	1.318	1,3
Otros	1.086	1,1

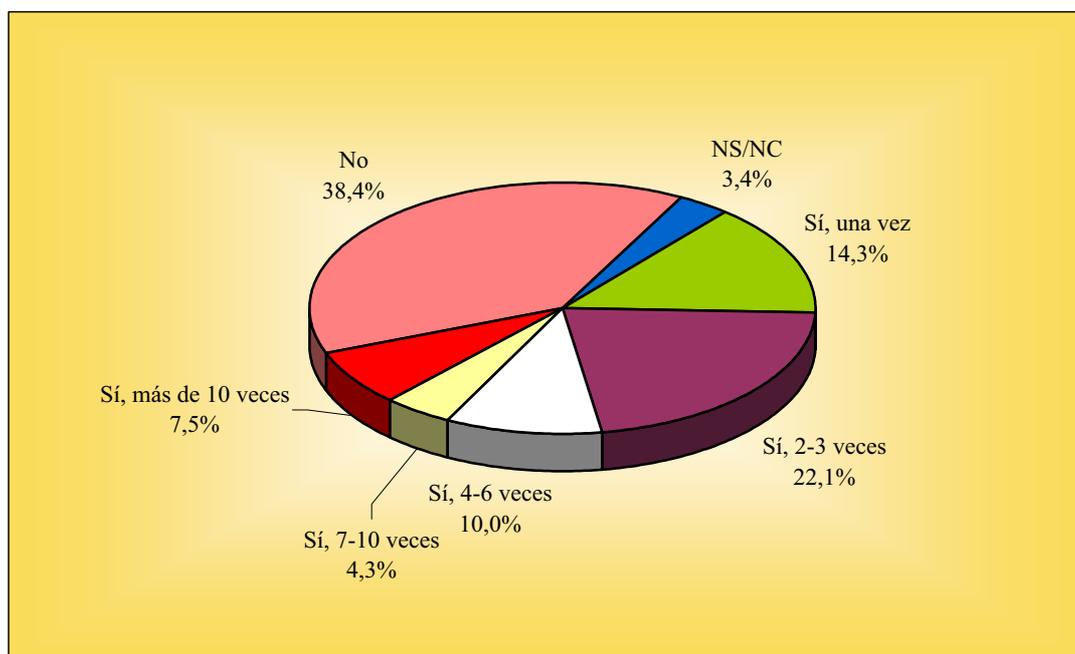
DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

Tipo de producto o servicio



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

<i>P. Durante el último año ¿ha efectuado alguna compra de productos o servicios a través de la Web?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí, una vez	5.852	14,3
Sí, 2-3 veces	9.017	22,1
Sí, 4-6 veces	4.091	10,0
Sí, 7-10 veces	1.762	4,3
Sí, más de 10 veces	3.045	7,5
No	15.699	38,4
NS/NC	1.399	3,4



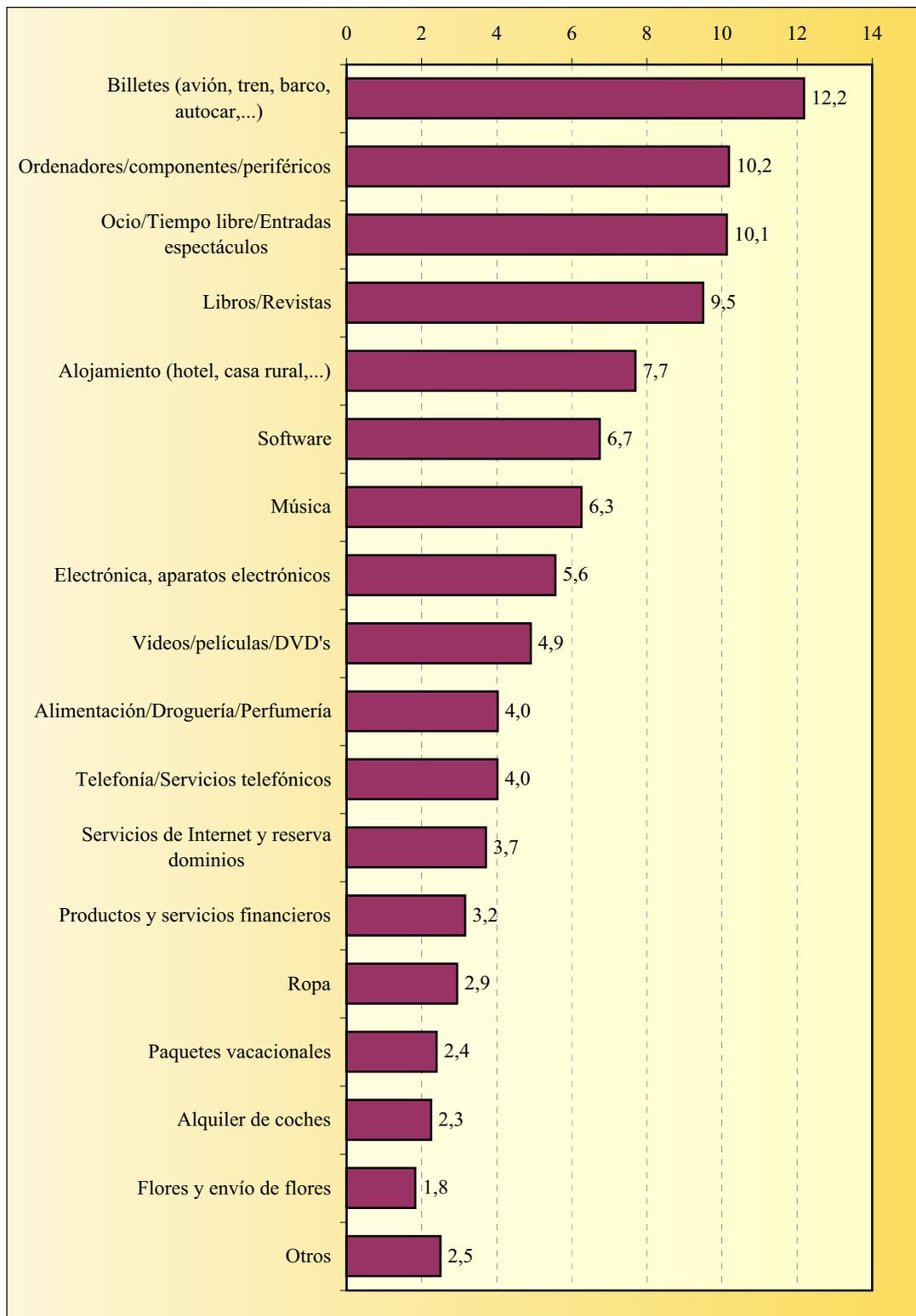
COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

Producto o servicio

Entre los 23.767 entrevistados que declaran haber comprado a través de la Web en el último año, se mencionaron 63.870 productos o servicios con la siguiente distribución:

<i>P. Producto o servicio comprado a través de la Web en el último año</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	63.870	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	7.780	12,2
Ordenadores/componentes/periféricos	6.506	10,2
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	6.471	10,1
Libros/Revistas	6.067	9,5
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	4.913	7,7
Software	4.306	6,7
Música	3.997	6,3
Electrónica, aparatos electrónicos	3.555	5,6
Videos/películas/DVD's	3.135	4,9
Alimentación/Droguería/Perfumería	2.569	4,0
Telefonía/Servicios telefónicos	2.565	4,0
Servicios de Internet y reserva dominios	2.369	3,7
Productos y servicios financieros	2.016	3,2
Ropa	1.881	2,9
Paquetes vacacionales	1.534	2,4
Alquiler de coches	1.441	2,3
Flores y envío de flores	1.167	1,8
Otros	1.598	2,5

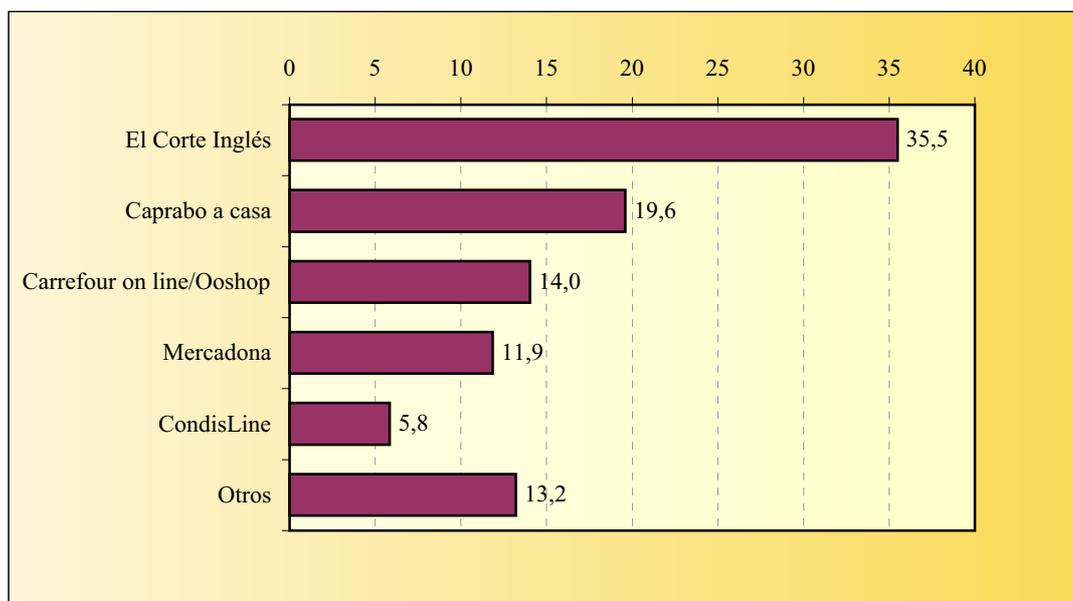
COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Producto o servicio



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Supermercados virtuales

Los entrevistados de la encuesta mencionan 5.667 supermercados virtuales, con la siguiente distribución:

<i>P. Indique a través de qué supermercados virtuales ha comprado productos de Alimentación/Bebidas/Droguería/Perfumería por medio de Internet durante el último año:</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	5.667	100,0
El Corte Inglés	2.011	35,5
Caprabo a casa	1.110	19,6
Carrefour on line/Ooshop	795	14,0
Mercadona	672	11,9
CondisLine	331	5,8
Otros	748	13,2

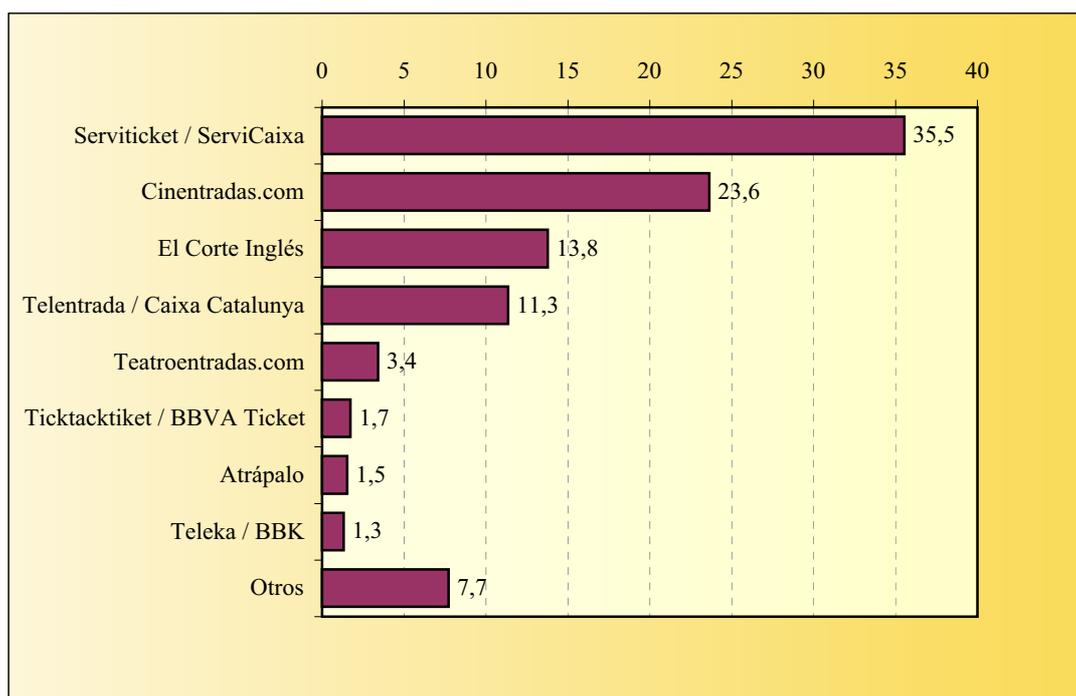


COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

Entradas de espectáculos

Los internautas han respondido con 15.149 menciones a esta pregunta, obteniéndose la siguiente distribución:

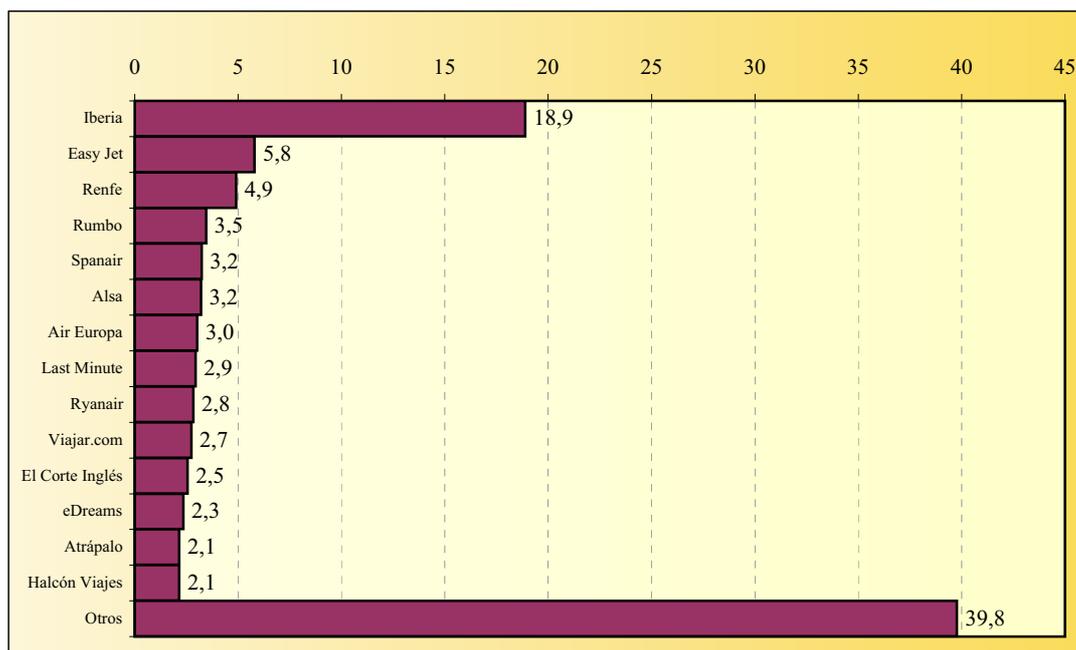
<i>P. Indique a través de qué sitios web ha comprado entradas de espectáculos (cine, teatro, conciertos, eventos deportivos, etc...) en Internet durante el último año:</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	15.149	100,0
Serviticket / ServiCaixa	5.383	35,5
Cinentradas.com	3.581	23,6
El Corte Inglés	2.086	13,8
Telentrada / Caixa Catalunya	1.719	11,3
Teatroentradas.com	519	3,4
Ticktacktiket / BBVA Ticket	261	1,7
Atrápalo	231	1,5
Teleka / BBK	198	1,3
Otros	1.171	7,7



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Viajes/Vacaciones

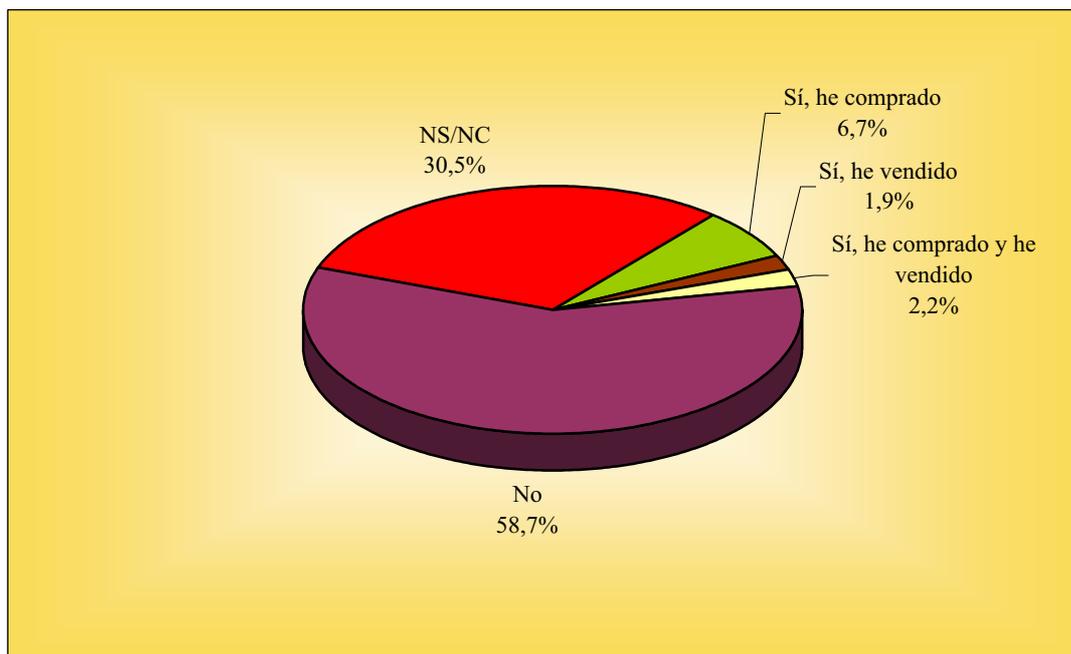
Las 16.062 menciones obtenidas en esta pregunta se distribuyen así:

<i>P. Indique a través de qué sitios web ha comprado/contratado paquetes vacacionales, alojamiento, billetes (avión, tren, barco, autocar,...) o ha alquilado coches a través de Internet en el último año:</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	16.062	100,0
Iberia	3.033	18,9
Easy Jet	931	5,8
Renfe	789	4,9
Rumbo	556	3,5
Spanair	521	3,2
Alsa	516	3,2
Air Europa	485	3,0
Last Minute	473	2,9
Ryanair	455	2,8
Viajar.com	441	2,7
El Corte Inglés	409	2,5
eDreams	377	2,3
Atrápalo	344	2,1
Halcón Viajes	344	2,1
Otros	6.388	39,8



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Subastas

<i>P. En el último año ¿ha comprado o vendido algo por medio de una página de subastas?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí, he comprado	2.751	6,7
Sí, he vendido	773	1,9
Sí, he comprado y he vendido	881	2,2
No	23.997	58,7
NS/NC	12.463	30,5

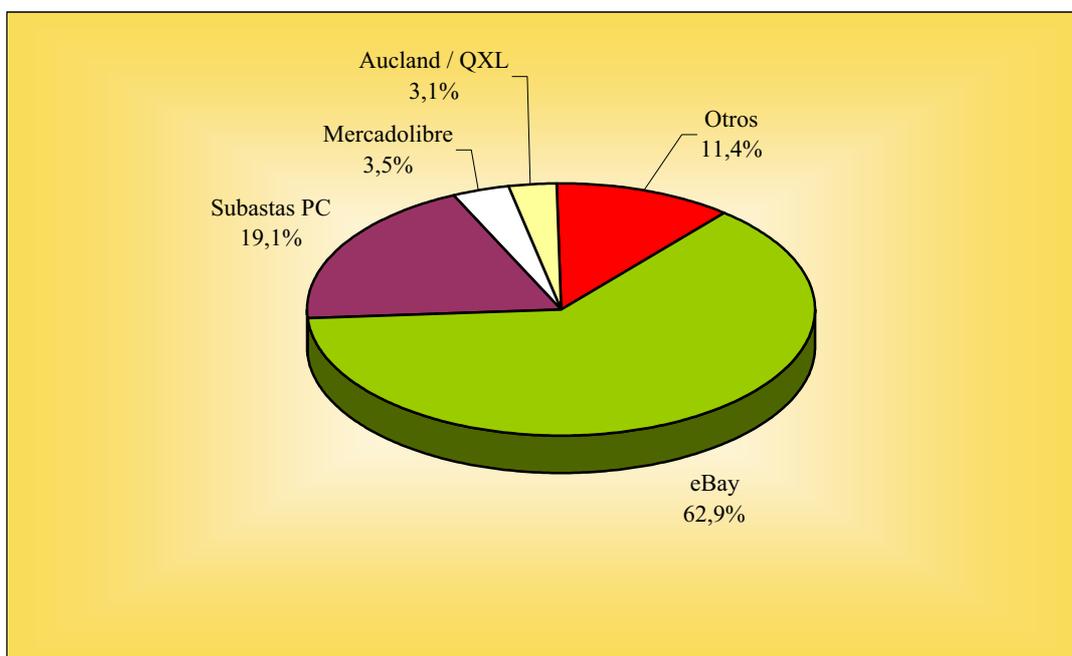


COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

Subastas

Entre los 4.045 entrevistados que declaran haber comprado o vendido algo a través de una página de subastas, se obtienen 4.856 menciones, con la siguiente distribución:

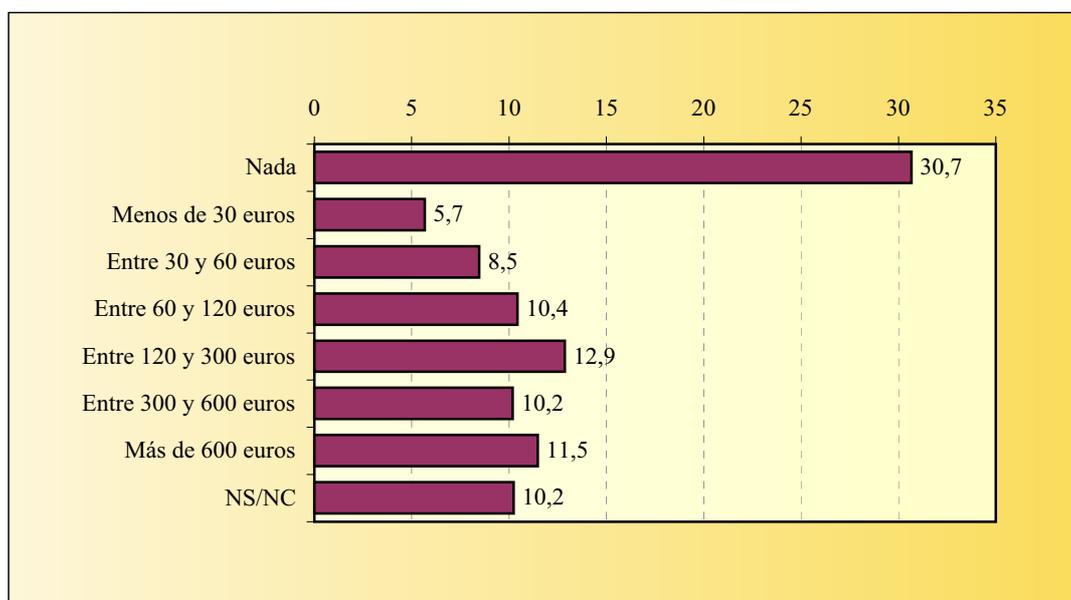
<i>P. Página de subastas a través de la que ha comprado o vendido en el último año.</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	4.856	100,0
eBay	3.053	62,9
Subastas PC	929	19,1
Mercadolibre	170	3,5
Auckland / QXL	150	3,1
Otros	554	11,4



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

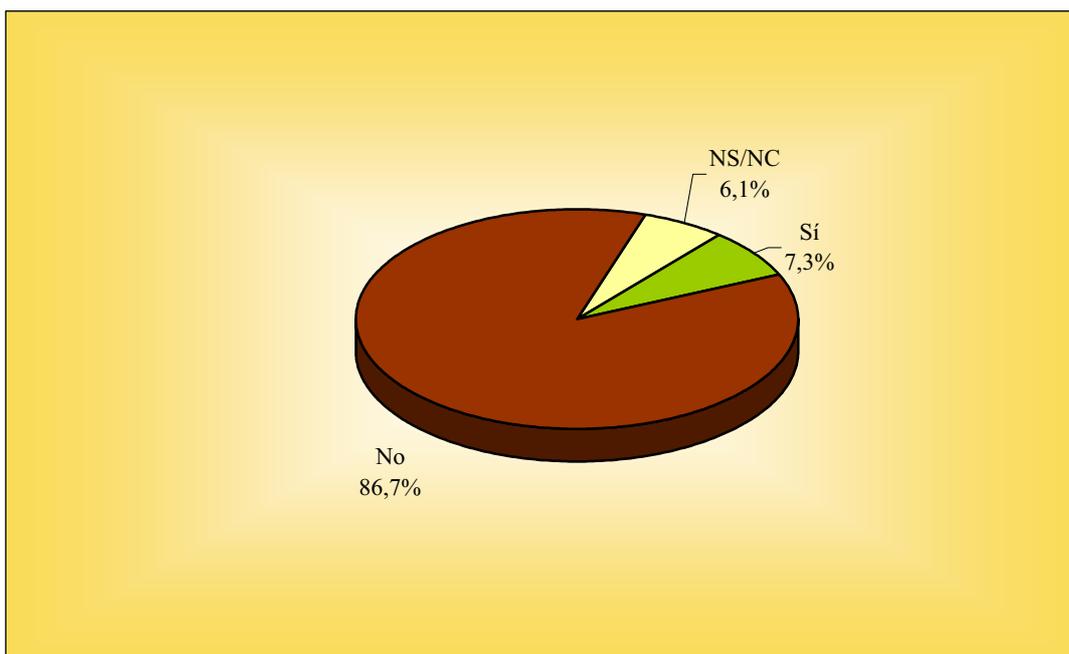
Dinero gastado

<i>P. Aproximadamente ¿cuánto dinero ha gastado en el último año en compras a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Nada	12.536	30,7
Menos de 30 euros	2.320	5,7
Entre 30 y 60 euros	3.462	8,5
Entre 60 y 120 euros	4.263	10,4
Entre 120 y 300 euros	5.255	12,9
Entre 300 y 600 euros	4.159	10,2
Más de 600 euros	4.686	11,5
NS/NC	4.184	10,2



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Micropagos

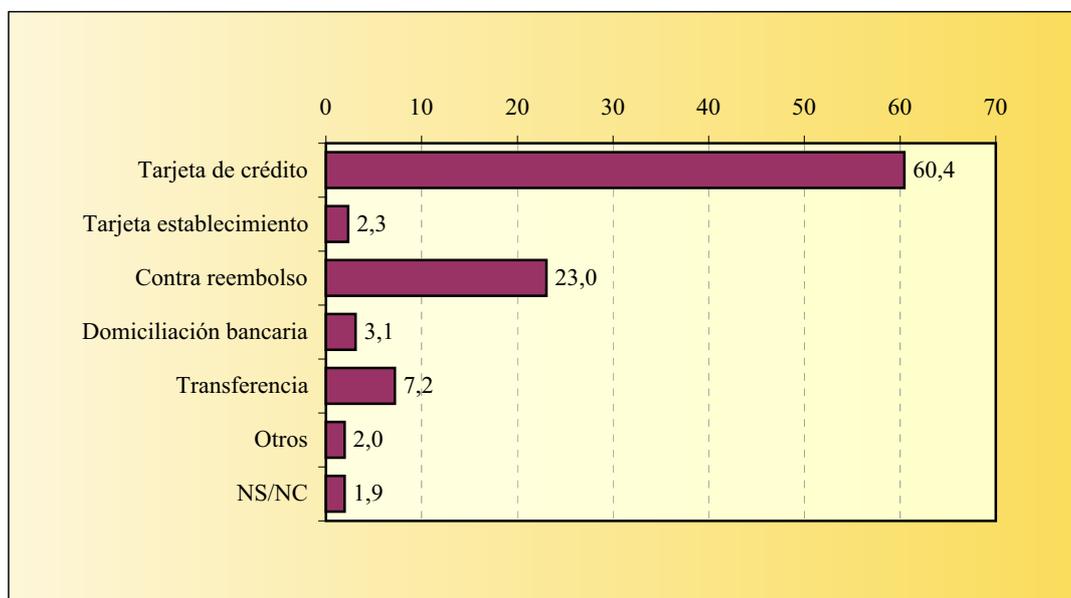
<i>P. ¿Ha realizado alguna compra de un producto o servicio de menos de 3€ a través de Internet durante el último año?</i>		
	Absolutos	%
BASE (ha comprado último año)	23.767	100,0
Sí	1.724	7,3
No	20.601	86,7
NS/NC	1.442	6,1



COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Método de pago

P. ¿Qué método de pago suele utilizar para pagar sus compras a través de Internet?

	Absolutos	%
BASE (ha comprado último año)	23.767	100,0
Tarjeta de crédito	14.364	60,4
Tarjeta establecimiento	554	2,3
Contra reembolso	5.478	23,0
Domiciliación bancaria	733	3,1
Transferencia	1.713	7,2
Otros	465	2,0
NS/NC	460	1,9

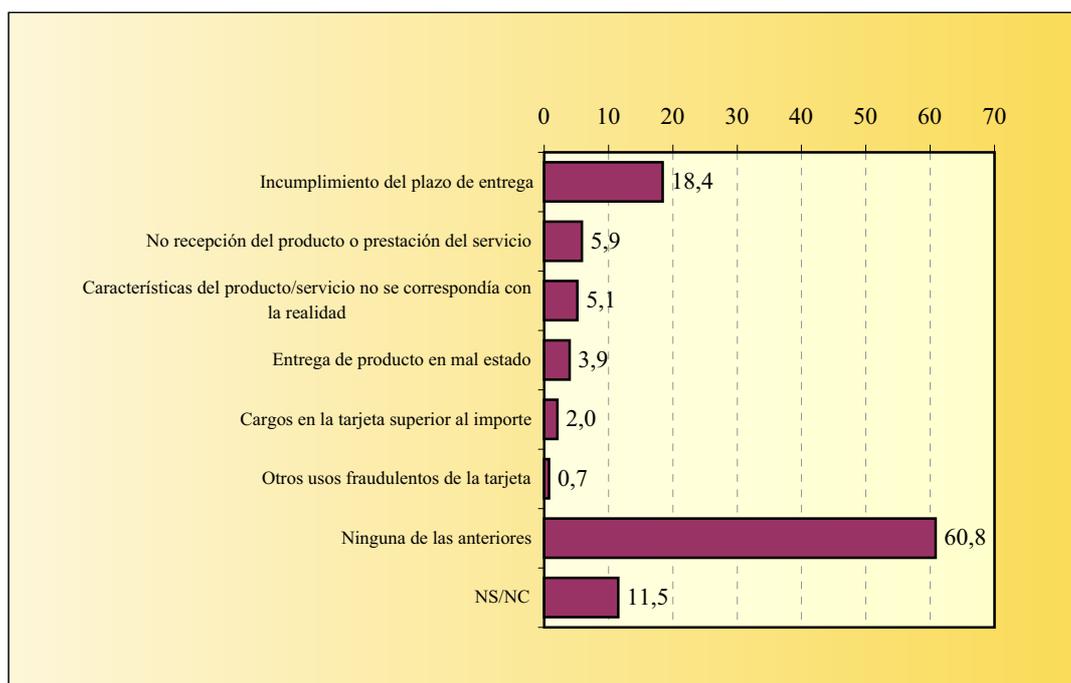


COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

Incidencias

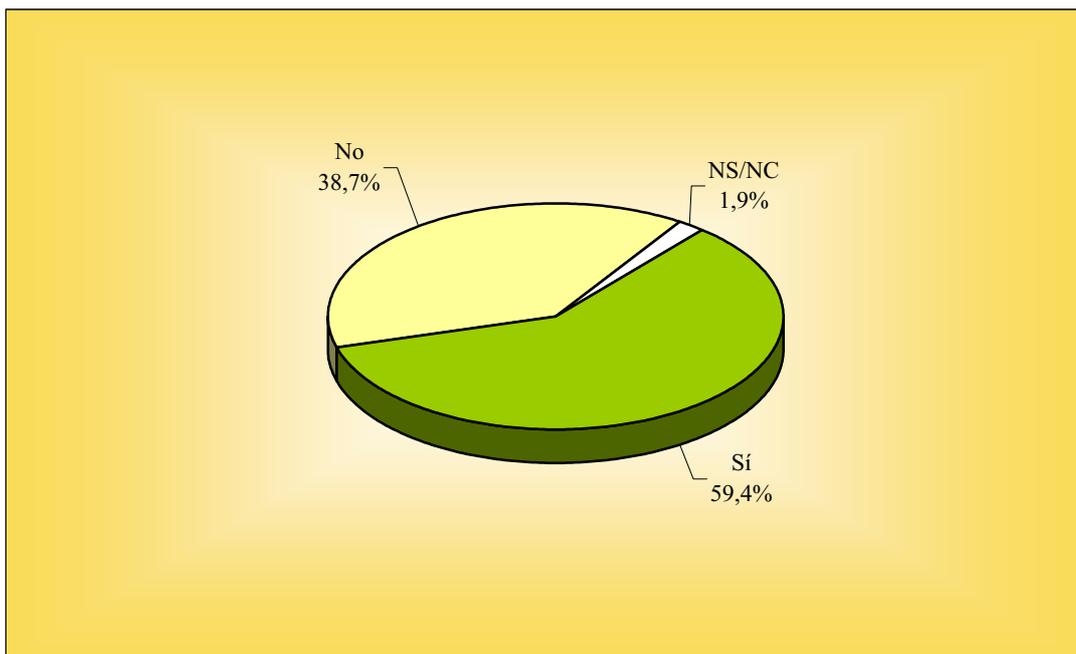
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran haber sufrido más de una incidencia.

<i>P. Señale qué incidencias le han surgido, al menos una vez, como consecuencia de haber realizado compras a través de Internet durante el último año.</i>		
	Absolutos	%
BASE (ha comprado último año)	23.767	
Incumplimiento del plazo de entrega	4.379	18,4
No recepción del producto o prestación del servicio	1.392	5,9
Características del producto/servicio no se correspondía con la realidad	1.224	5,1
Entrega de producto en mal estado	936	3,9
Cargos en la tarjeta superior al importe	482	2,0
Otros usos fraudulentos de la tarjeta	173	0,7
Ninguna de las anteriores	14.458	60,8
NS/NC	2.738	11,5



BANCA EN INTERNET

<i>P. ¿Trabaja con algún banco a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí	24.257	59,4
No	15.835	38,7
NS/NC	773	1,9

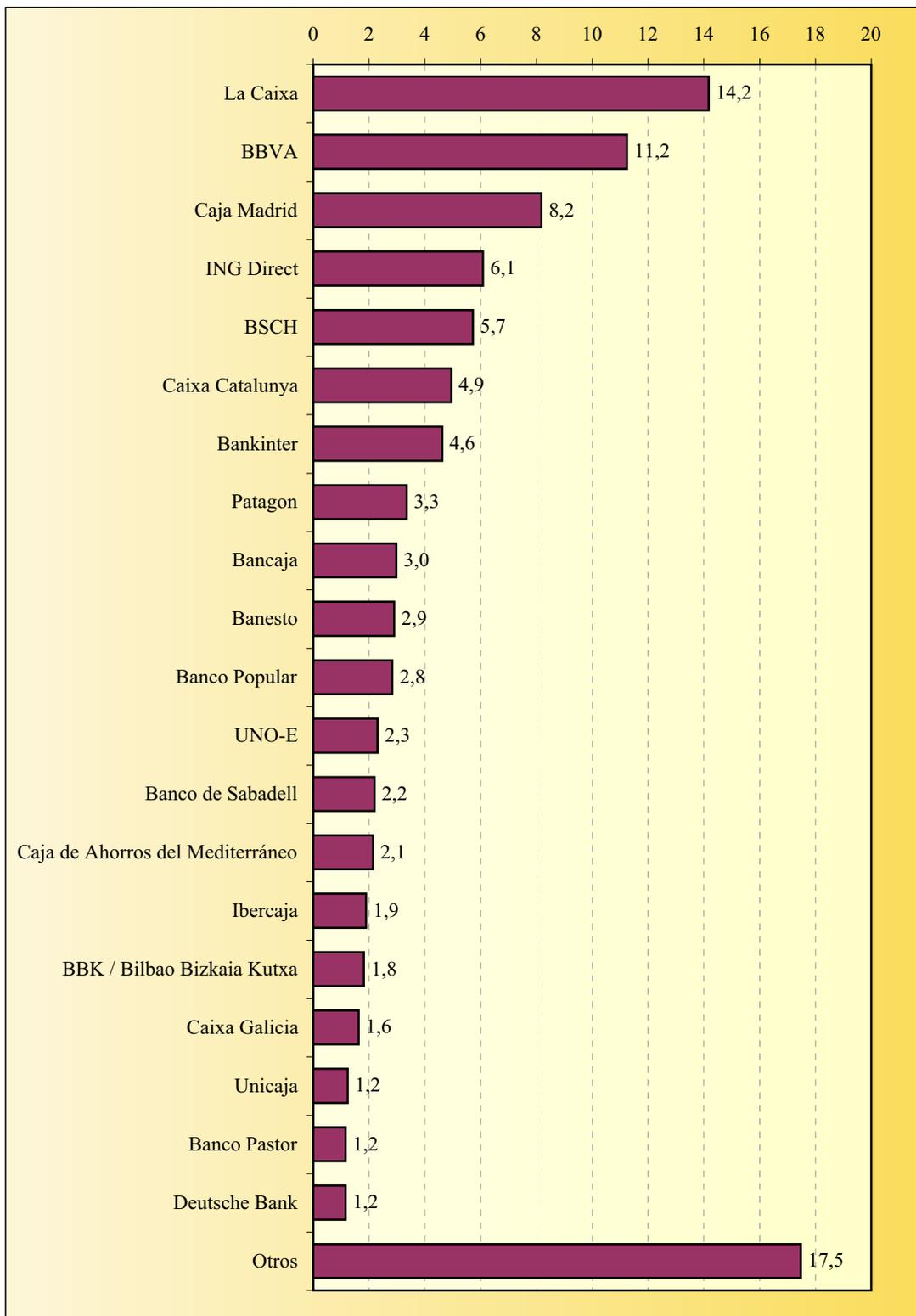


BANCA EN INTERNET**Bancos**

Entre los 24.257 entrevistados que declaran trabajar con bancos a través de Internet, se obtienen 40.507 menciones (1.7 menciones por individuo), con la siguiente distribución:

<i>P. Banco con el que trabaja a través de Internet</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	40.507	100,0
La Caixa	5.740	14,2
BBVA	4.554	11,2
Caja Madrid	3.311	8,2
ING Direct	2.465	6,1
BSCH	2.316	5,7
Caixa Catalunya	2.003	4,9
Bankinter	1.873	4,6
Patagon	1.356	3,3
Bancaja	1.208	3,0
Banesto	1.175	2,9
Banco Popular	1.146	2,8
UNO-E	932	2,3
Banco de Sabadell	887	2,2
Caja de Ahorros del Mediterráneo	868	2,1
Ibercaja	767	1,9
BBK / Bilbao Bizkaia Kutxa	732	1,8
Caixa Galicia	659	1,6
Unicaja	499	1,2
Banco Pastor	470	1,2
Deutsche Bank	469	1,2
Otros	7.077	17,5

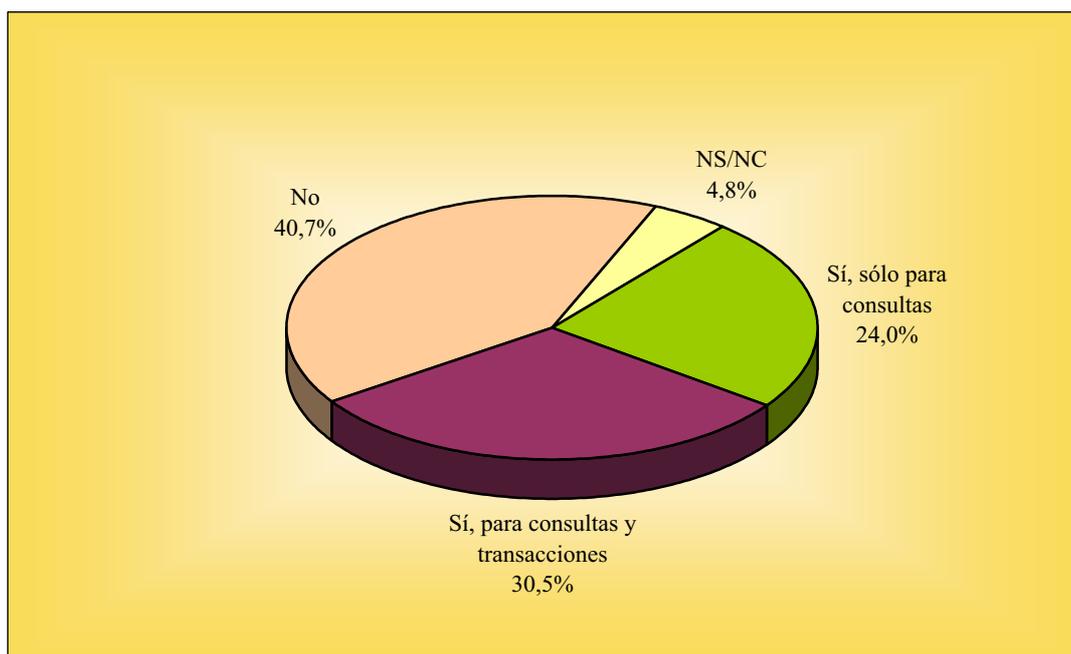
BANCA EN INTERNET Bancos



BANCA EN INTERNET

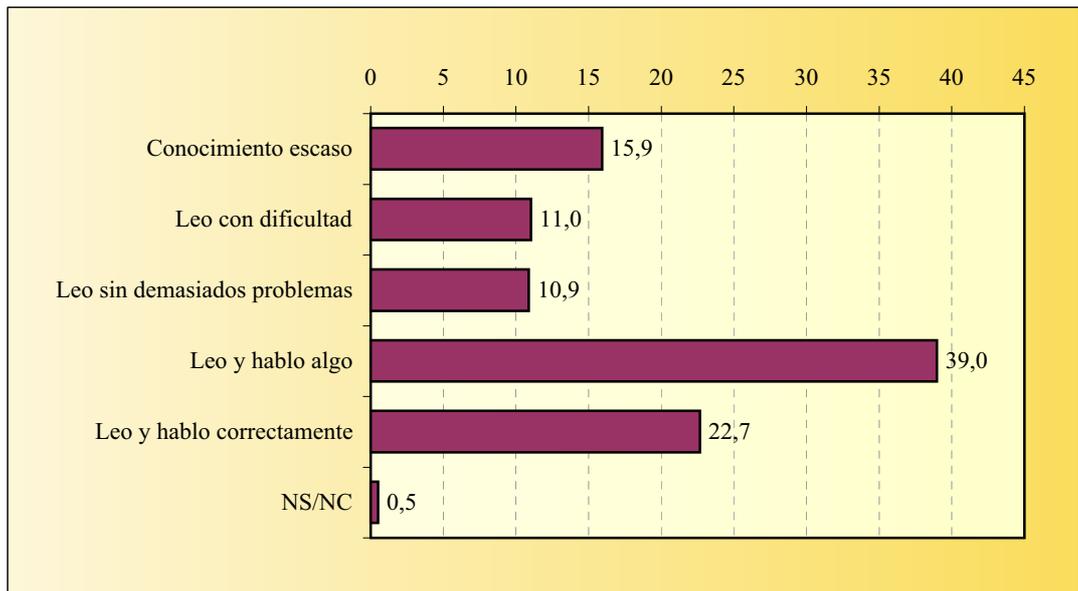
Operaciones bancarias

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha operado con entidades bancarias a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sí, sólo para consultas	9.812	24,0
Sí, para consultas y transacciones	12.471	30,5
No	16.613	40,7
NS/NC	1.969	4,8



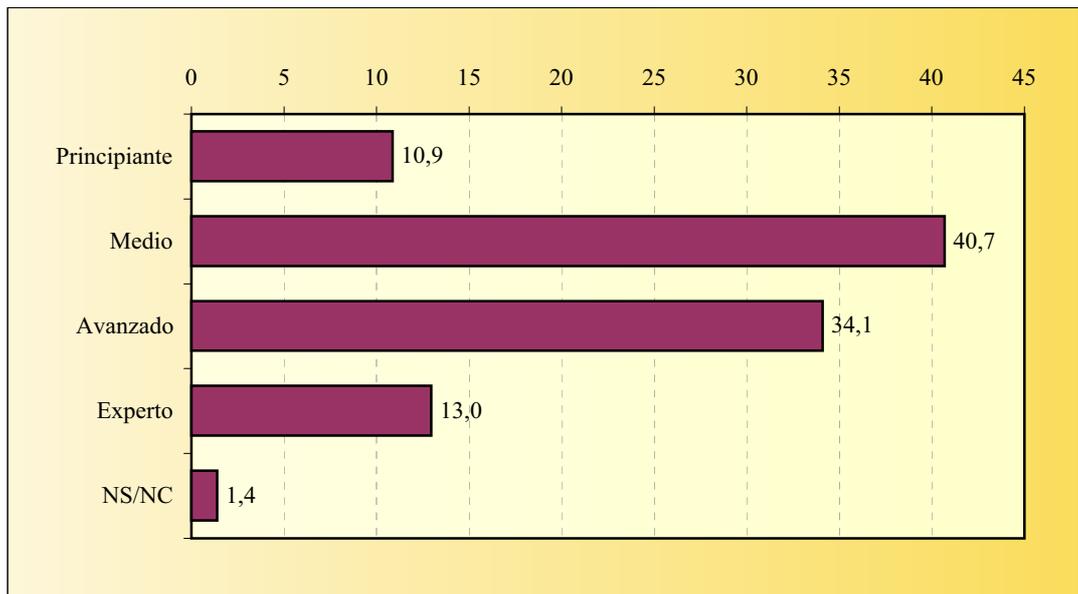
CONOCIMIENTO DE INGLÉS

<i>P. ¿Qué afirmación describe mejor su nivel de conocimiento de inglés?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Conocimiento escaso	6.510	15,9
Leo con dificultad	4.512	11,0
Leo sin demasiados problemas	4.448	10,9
Leo y hablo algo	15.924	39,0
Leo y hablo correctamente	9.261	22,7
NS/NC	210	0,5



CONOCIMIENTO DE INFORMÁTICA

<i>P. ¿Cuál cree que es su grado de conocimiento de la informática en general?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Principiante	4.440	10,9
Medio	16.627	40,7
Avanzado	13.936	34,1
Experto	5.296	13,0
NS/NC	566	1,4



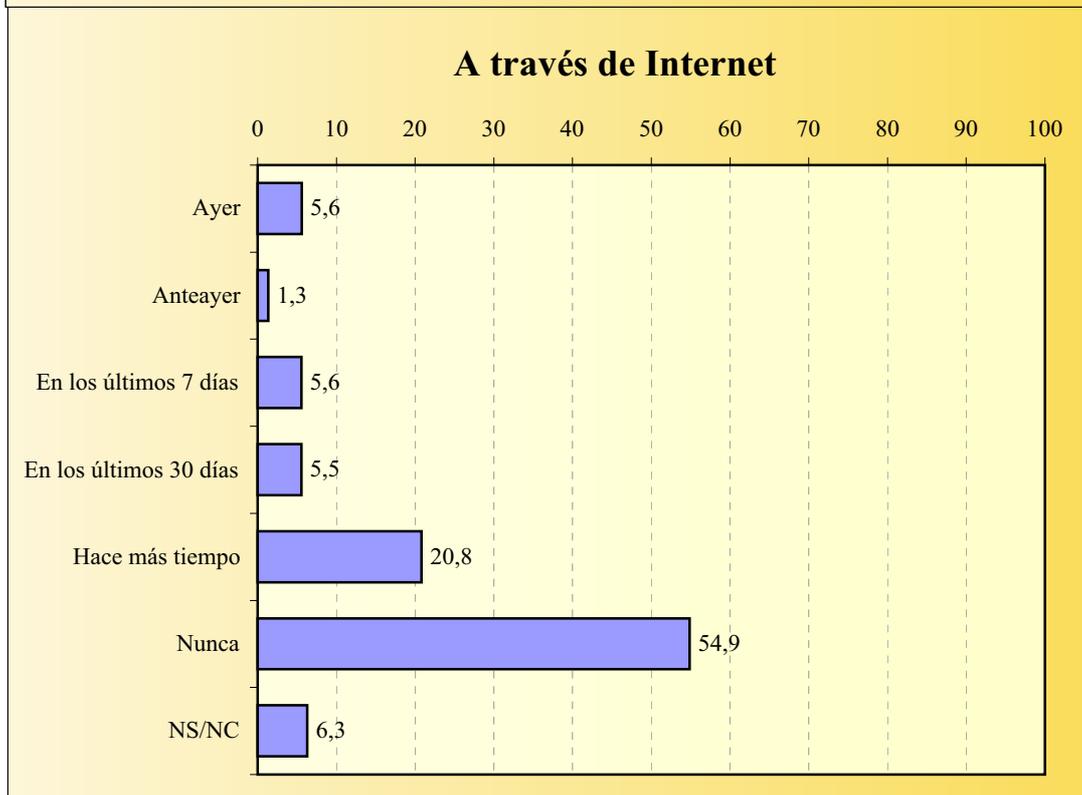
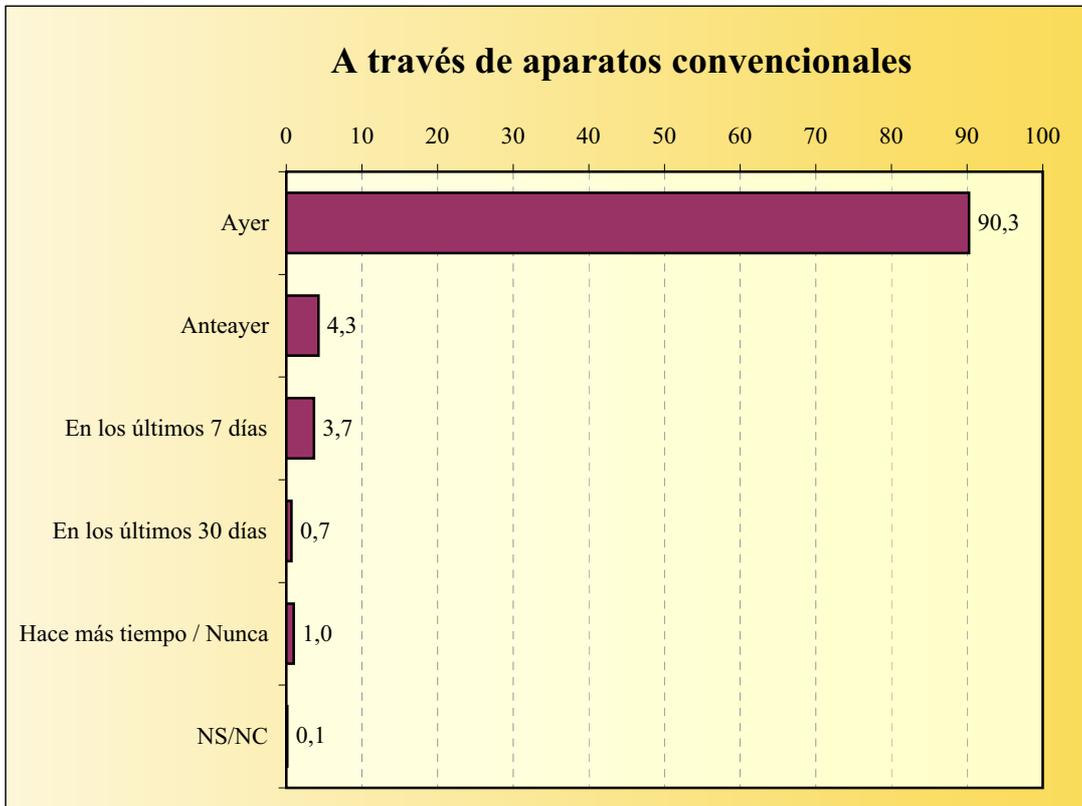
CONTACTO CON OTROS MEDIOS

Televisión

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...ha visto la televisión?		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	36.891	90,3
Anteayer	1.738	4,3
En los últimos 7 días	1.499	3,7
En los últimos 30 días	285	0,7
Hace más tiempo / Nunca	398	1,0
NS/NC	54	0,1
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	2.282	5,6
Anteayer	551	1,3
En los últimos 7 días	2.273	5,6
En los últimos 30 días	2.265	5,5
Hace más tiempo	8.504	20,8
Nunca	22.419	54,9
NS/NC	2.571	6,3

CONTACTO CON OTROS MEDIOS

Televisión



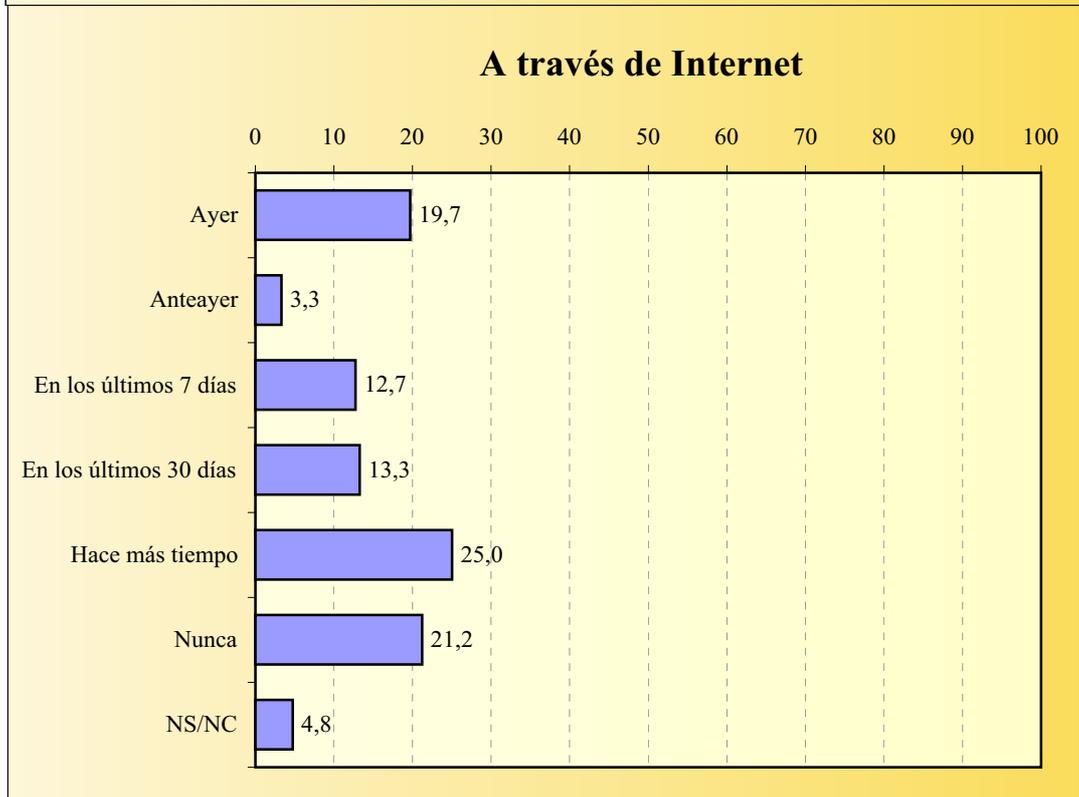
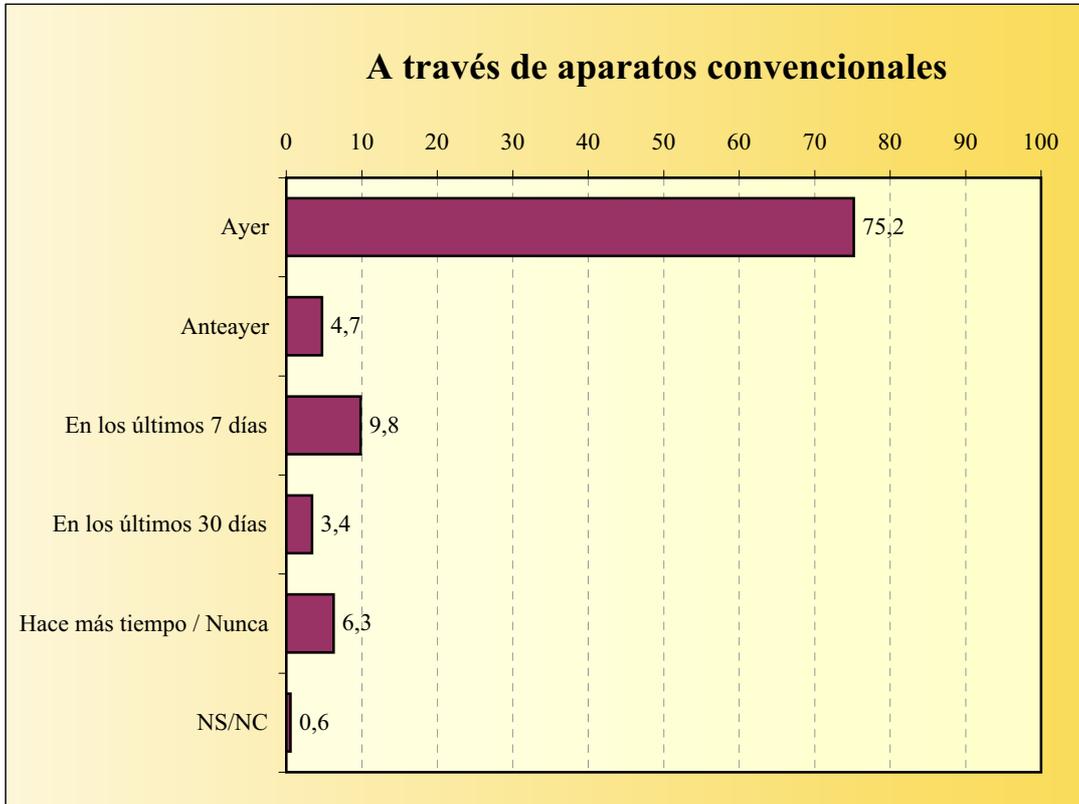
CONTACTO CON OTROS MEDIOS

Radio

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...ha escuchado la radio?		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	30.716	75,2
Anteayer	1.940	4,7
En los últimos 7 días	4.025	9,8
En los últimos 30 días	1.388	3,4
Hace más tiempo / Nunca	2.564	6,3
NS/NC	232	0,6
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	8.046	19,7
Anteayer	1.348	3,3
En los últimos 7 días	5.200	12,7
En los últimos 30 días	5.425	13,3
Hace más tiempo	10.225	25,0
Nunca	8.673	21,2
NS/NC	1.948	4,8

CONTACTO CON OTROS MEDIOS

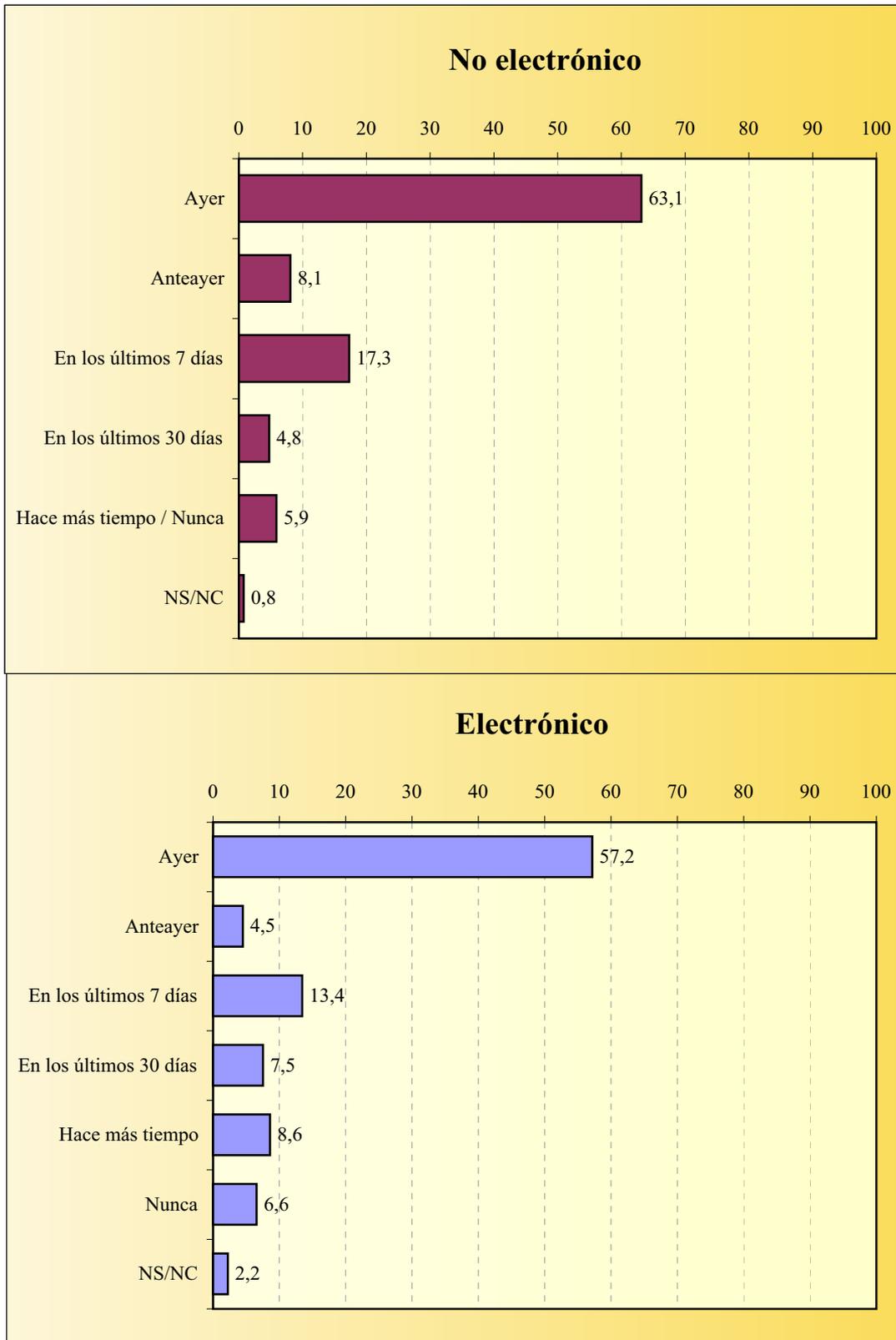
Radio



CONTACTO CON OTROS MEDIOS
Periódico / Diario

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...ha leído un periódico/diario?		
<i>No electrónico (papel)</i>		
Ayer	25.803	63,1
Anteayer	3.304	8,1
En los últimos 7 días	7.082	17,3
En los últimos 30 días	1.948	4,8
Hace más tiempo / Nunca	2.416	5,9
NS/NC	312	0,8
<i>Electrónico (Internet)</i>		
Ayer	23.365	57,2
Anteayer	1.831	4,5
En los últimos 7 días	5.487	13,4
En los últimos 30 días	3.084	7,5
Hace más tiempo	3.514	8,6
Nunca	2.681	6,6
NS/NC	903	2,2

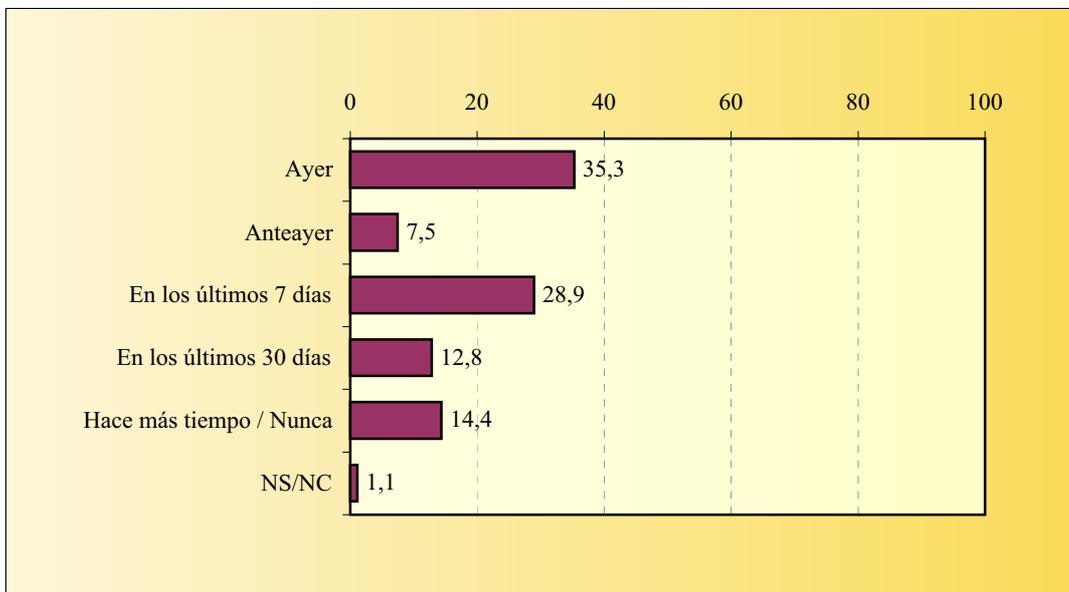
CONTACTO CON OTROS MEDIOS Periódico / Diario



CONTACTO CON OTROS MEDIOS

Revistas

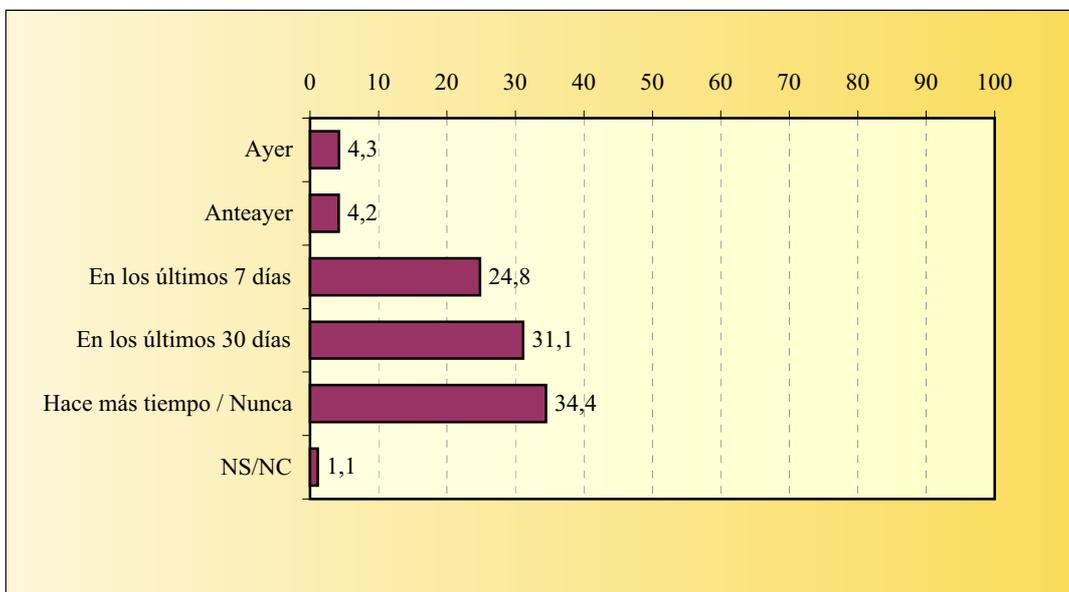
<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...ha leído una revista?		
Ayer	14.432	35,3
Anteayer	3.049	7,5
En los últimos 7 días	11.829	28,9
En los últimos 30 días	5.239	12,8
Hace más tiempo / Nunca	5.869	14,4
NS/NC	447	1,1



CONTACTO CON OTROS MEDIOS

Cine

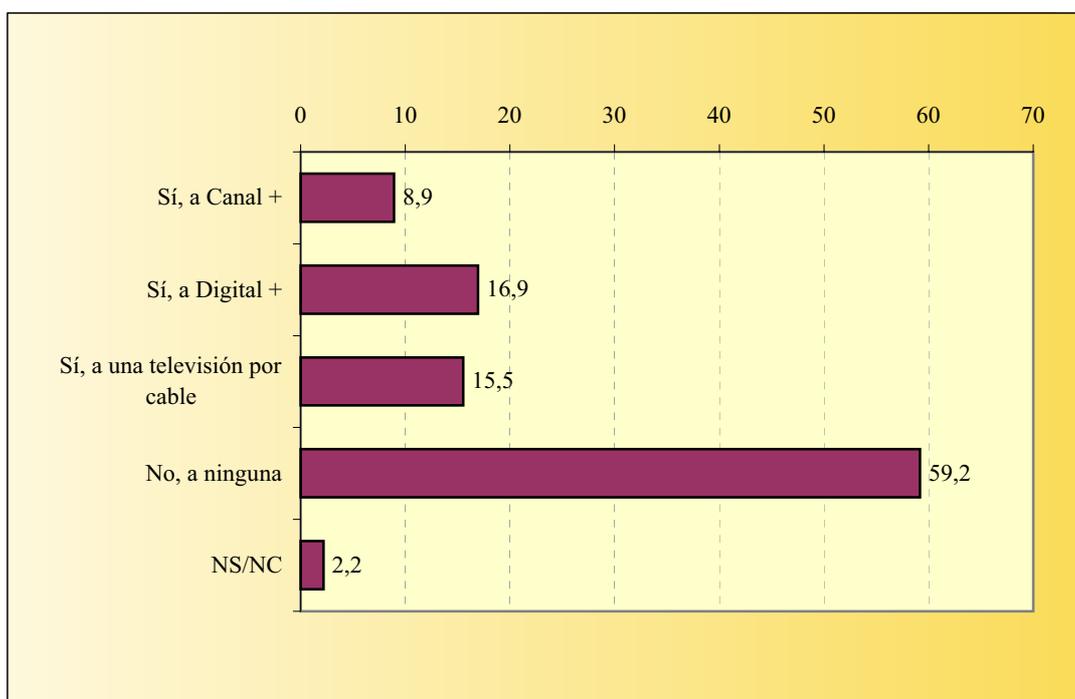
<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
...ha ido al cine?		
Ayer	1.738	4,3
Anteayer	1.718	4,2
En los últimos 7 días	10.138	24,8
En los últimos 30 días	12.728	31,1
Hace más tiempo / Nunca	14.075	34,4
NS/NC	468	1,1



¿ABONADO A TELEVISIÓN DE PAGO?

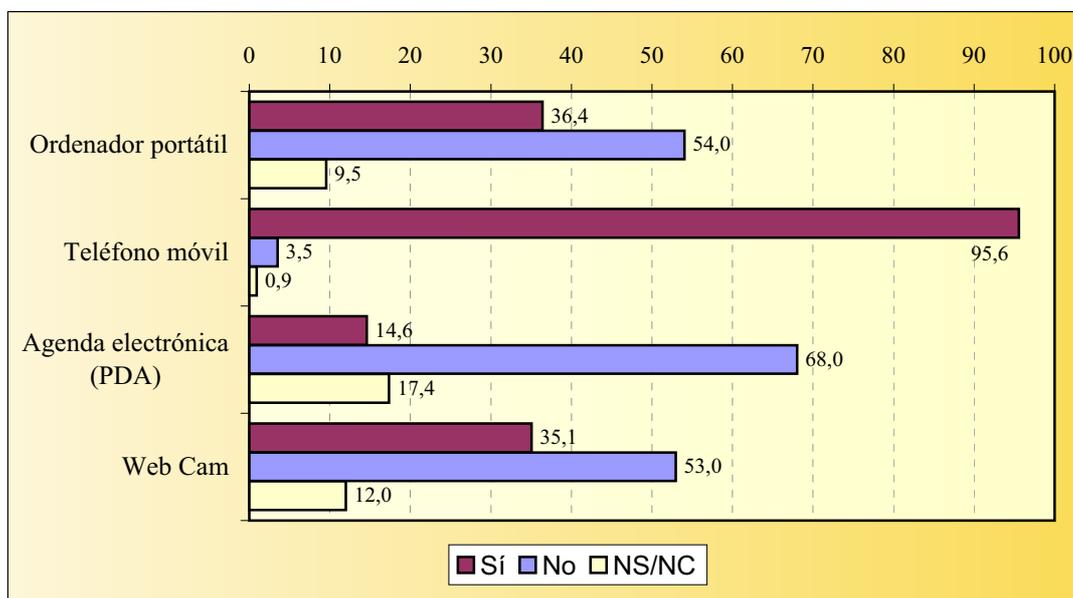
La suma de los porcentajes es superior a cien ya que algunos navegantes declaran estar abonados más de una televisión de pago.

<i>P. ¿Está abonado a alguna televisión de pago?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	
Sí, a Canal +	3.640	8,9
Sí, a Digital +	6.926	16,9
Sí, a una televisión por cable	6.353	15,5
No, a ninguna	24.186	59,2
NS/NC	889	2,2



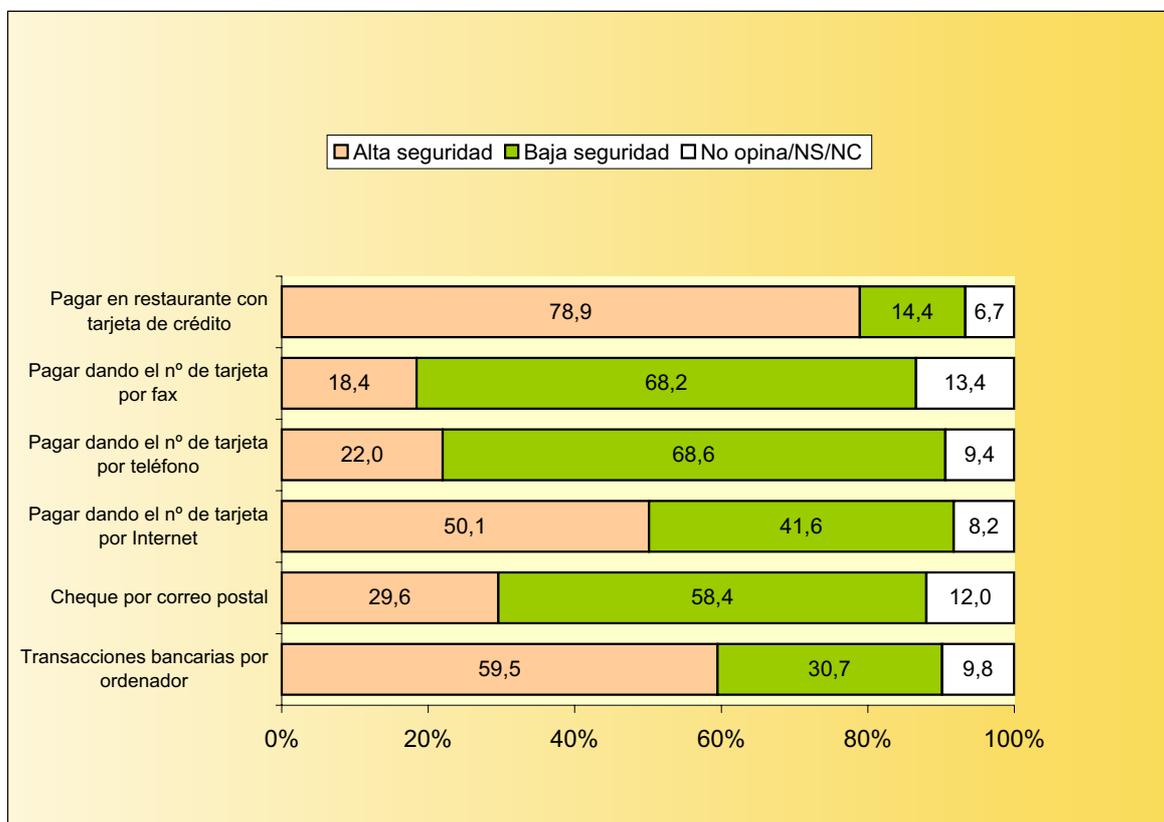
EQUIPAMIENTO

<i>P. ¿De cuáles de los siguientes aparatos dispone Vd.?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Ordenador portátil		
Sí	14.876	36,4
No	22.087	54,0
NS/NC	3.902	9,5
Teléfono móvil		
Sí	39.059	95,6
No	1.431	3,5
NS/NC	375	0,9
Agenda electrónica (PDA)		
Sí	5.967	14,6
No	27.805	68,0
NS/NC	7.093	17,4
Web Cam		
Sí	14.326	35,1
No	21.645	53,0
NS/NC	4.894	12,0



GRADO DE SEGURIDAD DE TRANSACCIONES

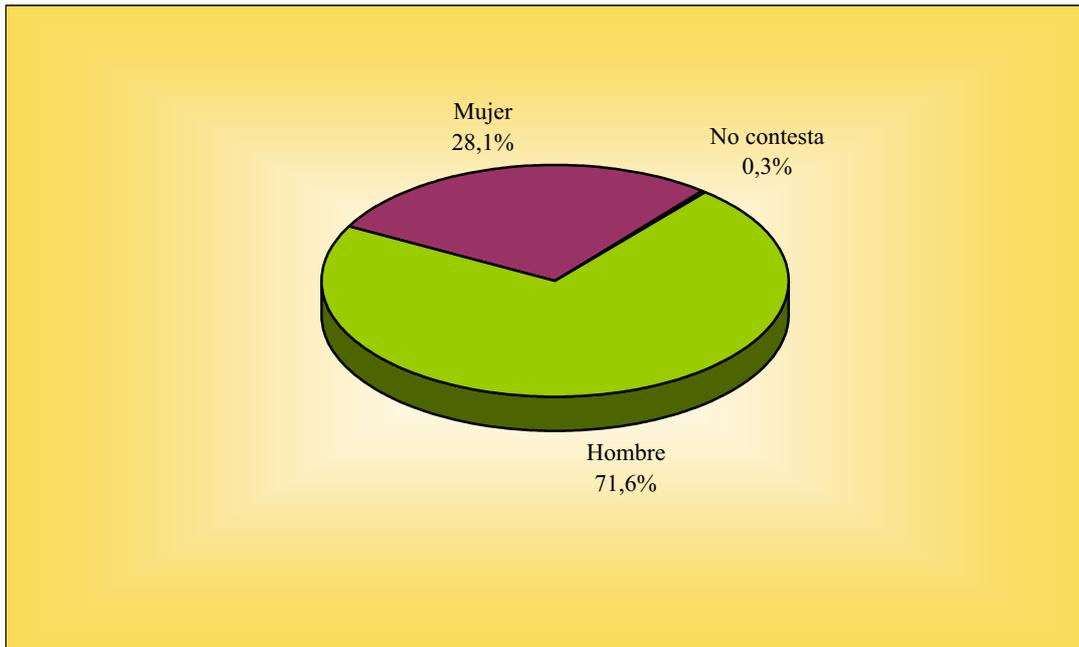
<i>P. ¿Qué grado de seguridad le merece cada una de estas transacciones?</i>						
<i>Porcentajes horizontales</i>						
	Mucha	Bastante	Poca	Ninguna	No tengo opinión	NS/NC
Pagar en restaurante con tarjeta de crédito	28,2	50,7	12,2	2,2	6,4	0,3
Pagar dando el n° de tarjeta por fax	4,8	13,6	38,5	29,6	12,8	0,6
Pagar dando el n° de tarjeta por teléfono	5,2	16,8	38,8	29,8	8,8	0,6
Pagar dando el n° de tarjeta por Internet (servidor seguro)	11,7	38,4	27,2	14,5	7,6	0,6
Enviar cheque por correo postal	6,6	23,0	36,3	22,1	11,4	0,5
Transacciones bancarias por ordenador	18,5	41,0	21,2	9,5	9,2	0,6



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Sexo

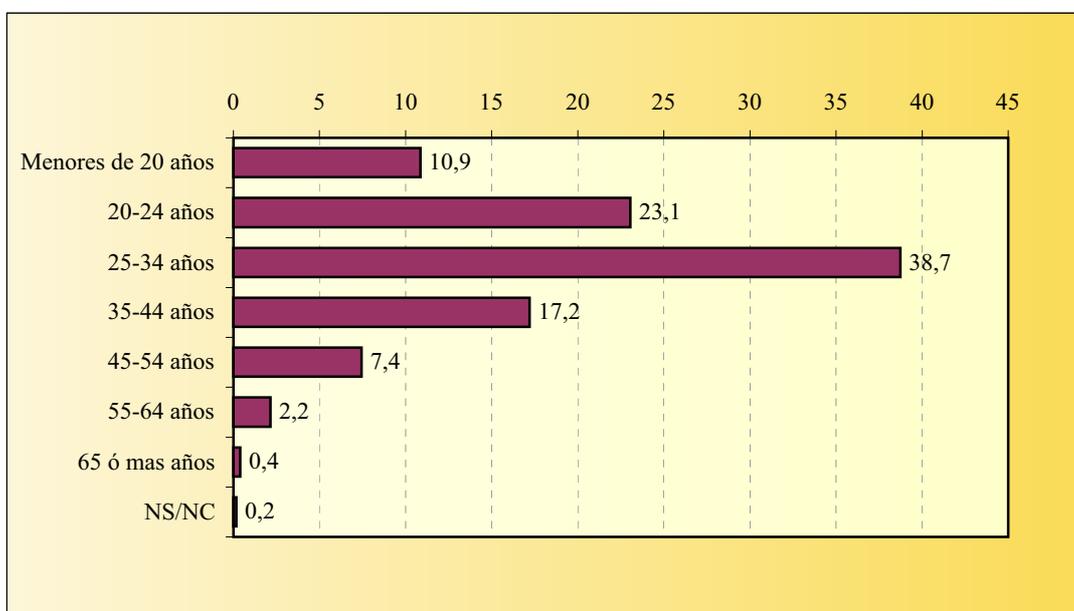
<i>P. Sexo</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Hombre	29.255	71,6
Mujer	11.499	28,1
No contesta	111	0,3



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Edad

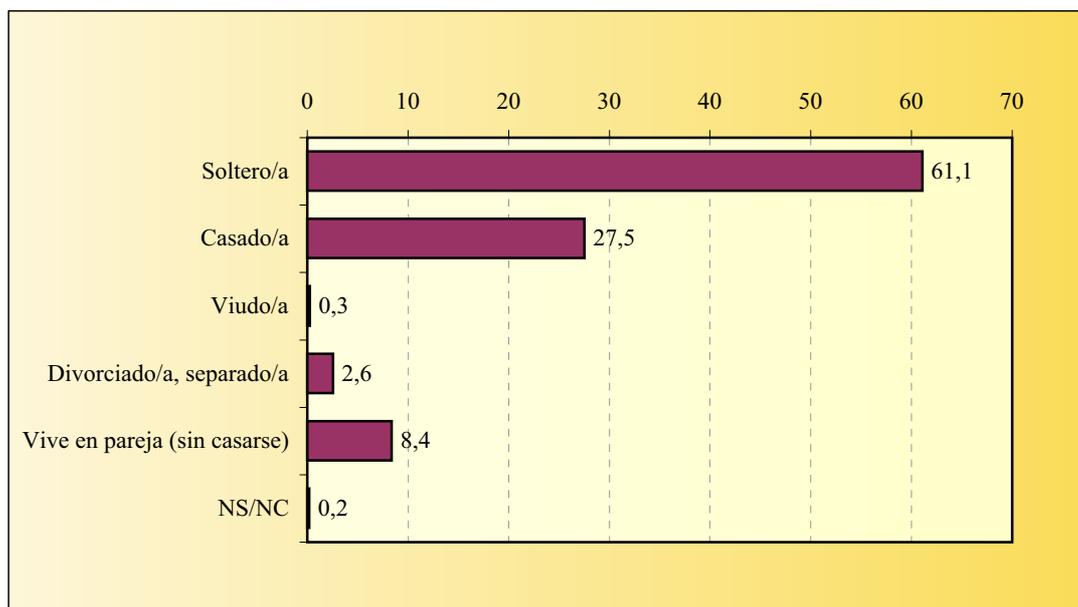
<i>P. Edad</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Menores de 20 años	4.438	10,9
20-24 años	9.420	23,1
25-34 años	15.828	38,7
35-44 años	7.028	17,2
45-54 años	3.044	7,4
55-64 años	881	2,2
65 ó mas años	161	0,4
NS/NC	65	0,2



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Estado civil

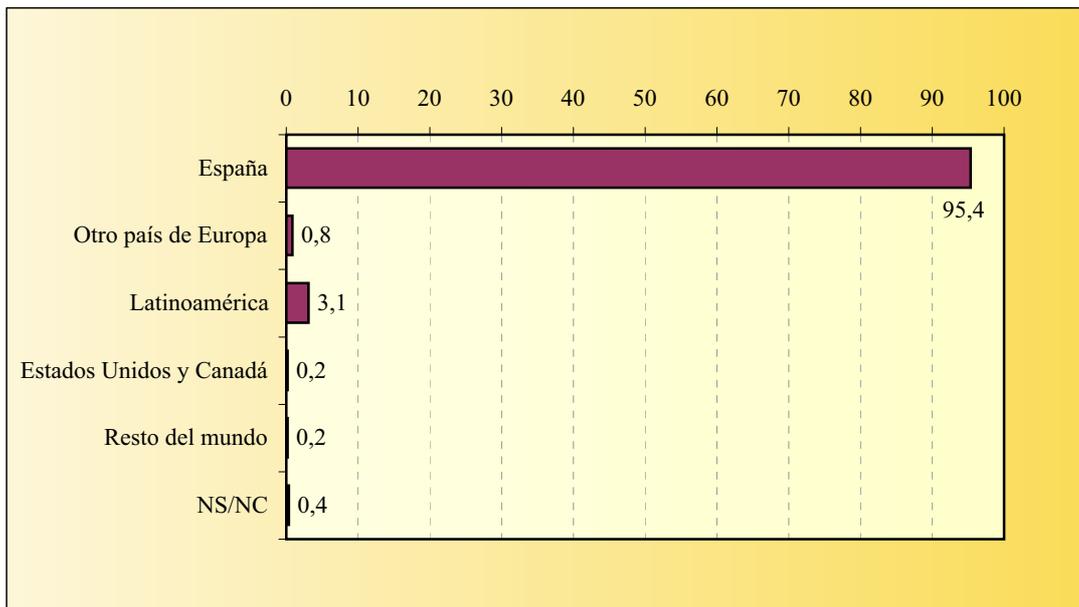
<i>P. Estado civil</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Soltero/a	24.966	61,1
Casado/a	11.243	27,5
Viudo/a	110	0,3
Divorciado/a, separado/a	1.051	2,6
Vive en pareja (sin casarse)	3.422	8,4
NS/NC	73	0,2



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

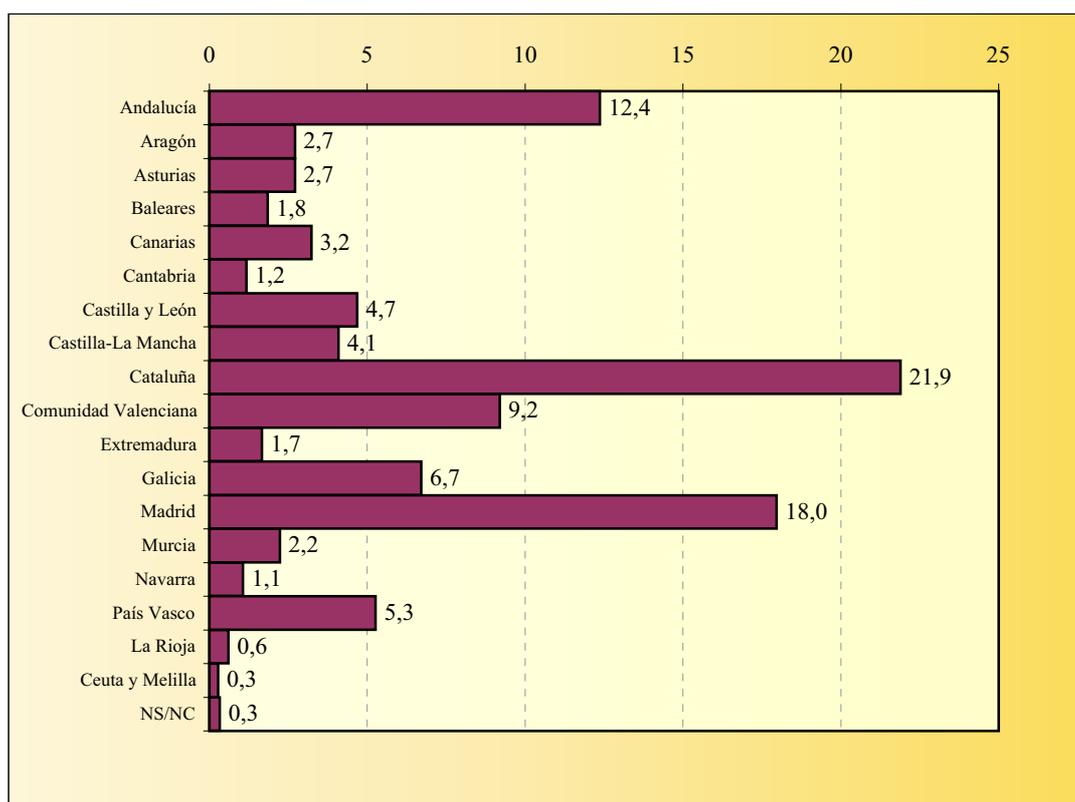
Lugar de residencia

<i>P. Lugar de residencia</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
España	38.967	95,4
Otro país de Europa	341	0,8
Latinoamérica	1.268	3,1
Estados Unidos y Canadá	73	0,2
Resto del mundo	72	0,2
NS/NC	144	0,4



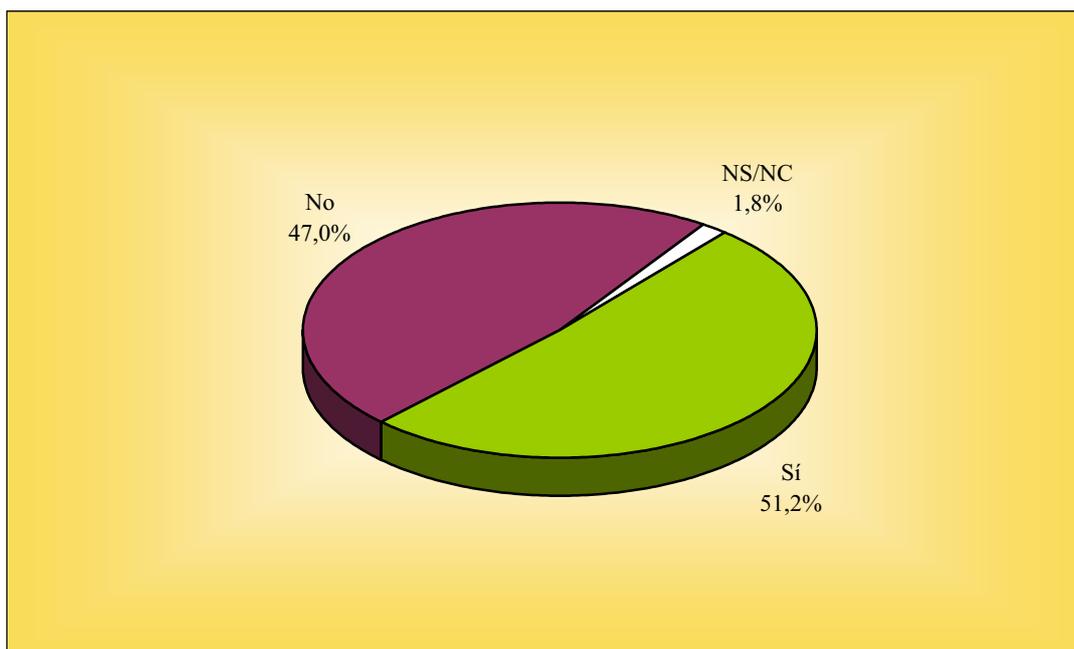
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Comunidad Autónoma

<i>P. Si Ud. Reside en España, indique a qué Comunidad Autónoma pertenece</i>		
	Absolutos	%
BASE (residentes en España)	38.967	100,0
Andalucía	4.818	12,4
Aragón	1.055	2,7
Asturias	1.057	2,7
Baleares	720	1,8
Canarias	1.261	3,2
Cantabria	457	1,2
Castilla y León	1.823	4,7
Castilla-La Mancha	1.595	4,1
Cataluña	8.530	21,9
Comunidad Valenciana	3.583	9,2
Extremadura	648	1,7
Galicia	2.616	6,7
Madrid	6.999	18,0
Murcia	870	2,2
Navarra	414	1,1
País Vasco	2.051	5,3
La Rioja	235	0,6
Ceuta y Melilla	107	0,3
NS/NC	128	0,3



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS
Vive en capital de provincia

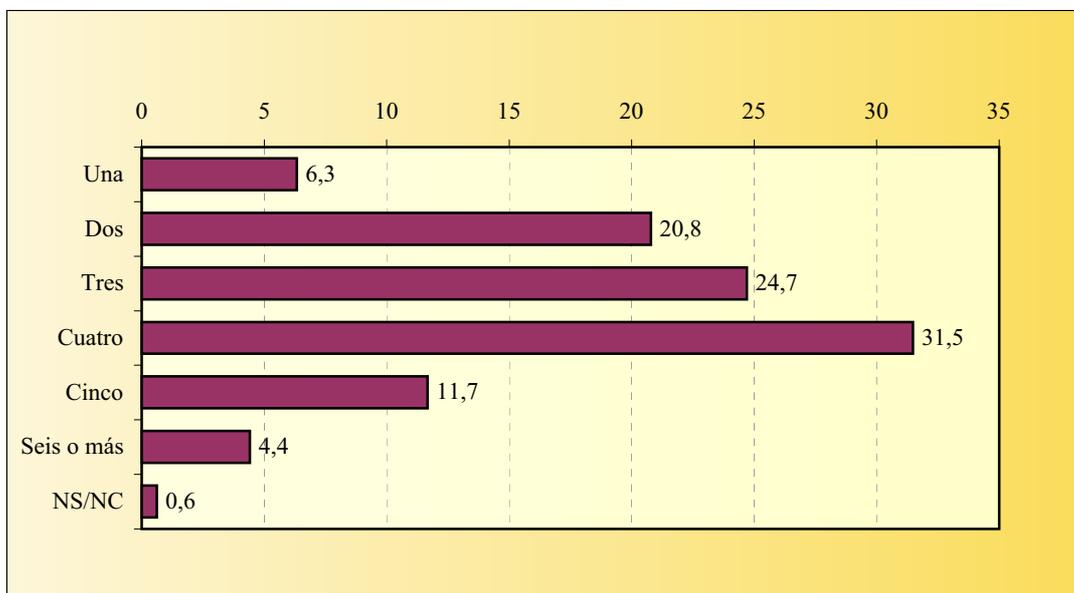
<i>P. Si Ud. Reside en España ¿es su municipio de residencia capital de la provincia?</i>		
	Absolutos	%
BASE (residentes en España)	38.967	100,0
Sí	19.953	51,2
No	18.329	47,0
NS/NC	685	1,8



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Tamaño del hogar

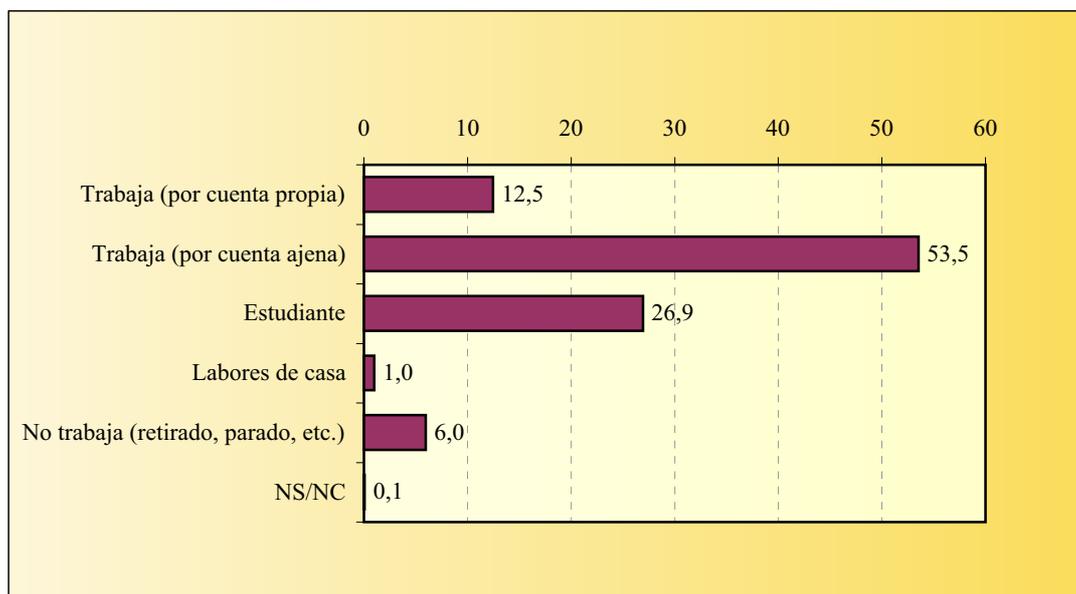
<i>P. ¿Cuántas personas viven en su hogar incluido Ud.?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Una	2.587	6,3
Dos	8.496	20,8
Tres	10.092	24,7
Cuatro	12.862	31,5
Cinco	4.767	11,7
Seis o más	1.806	4,4
NS/NC	255	0,6



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Ocupación principal

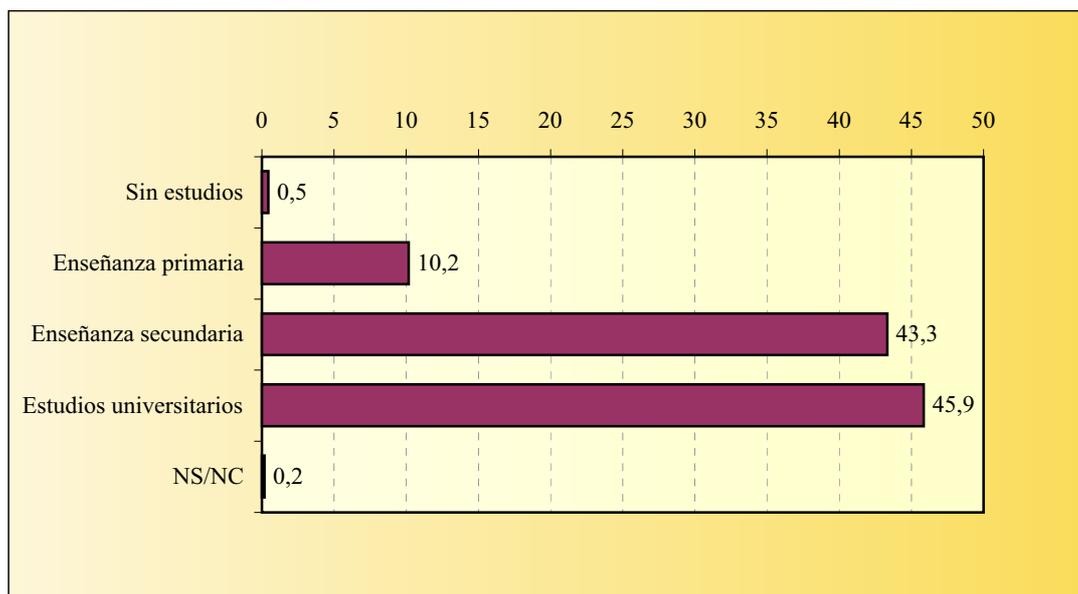
<i>P. Ocupación principal</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Trabaja (por cuenta propia)	5.097	12,5
Trabaja (por cuenta ajena)	21.878	53,5
Estudiante	11.011	26,9
Labores de casa	412	1,0
No trabaja (retirado, parado, etc.)	2.438	6,0
NS/NC	29	0,1



CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

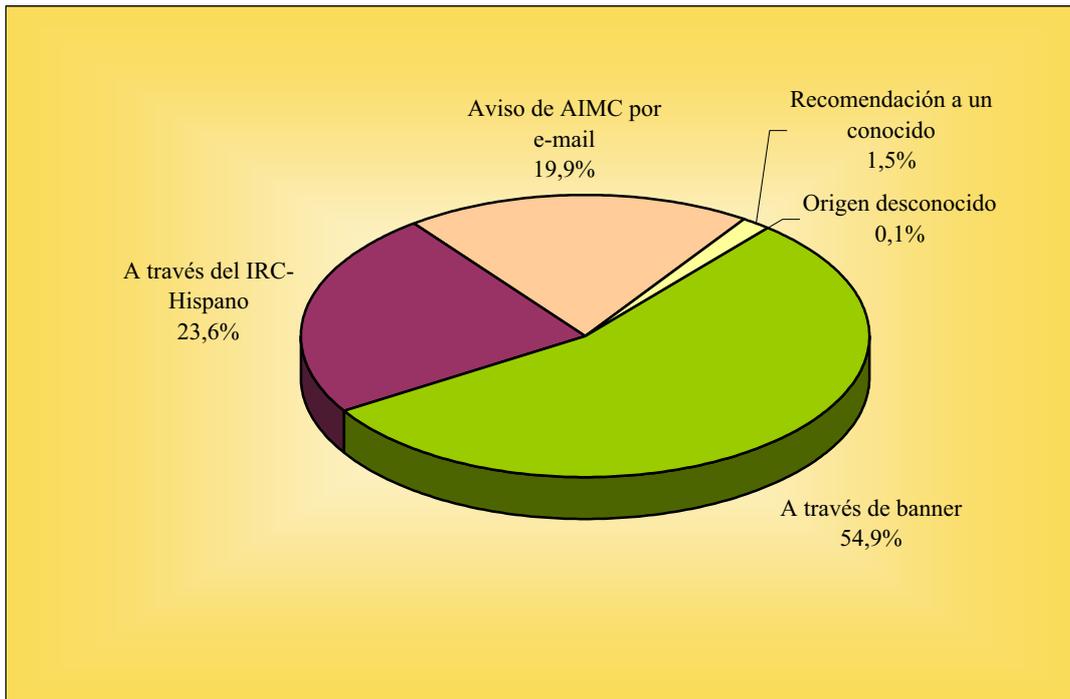
Estudios

<i>P. Nivel de estudios finalizados</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Sin estudios	184	0,5
Enseñanza primaria (EGB / ESO)	4.156	10,2
Enseñanza secundaria (BUP / Bachillerato / FP)	17.712	43,3
Estudios universitarios	18.739	45,9
NS/NC	74	0,2



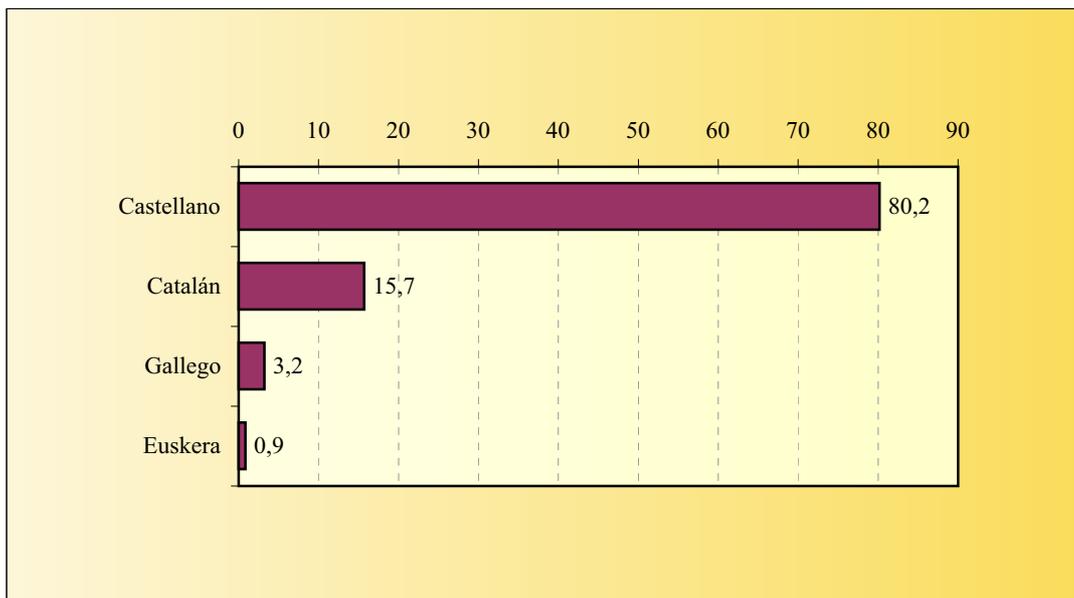
ACCESO A LA ENCUESTA

<i>Acceso a la encuesta</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
A través de banner	22.434	54,9
A través del IRC-Hispano	9.652	23,6
Aviso de AIMC por e-mail	8.152	19,9
Recomendación a un conocido	603	1,5
Origen desconocido	24	0,1



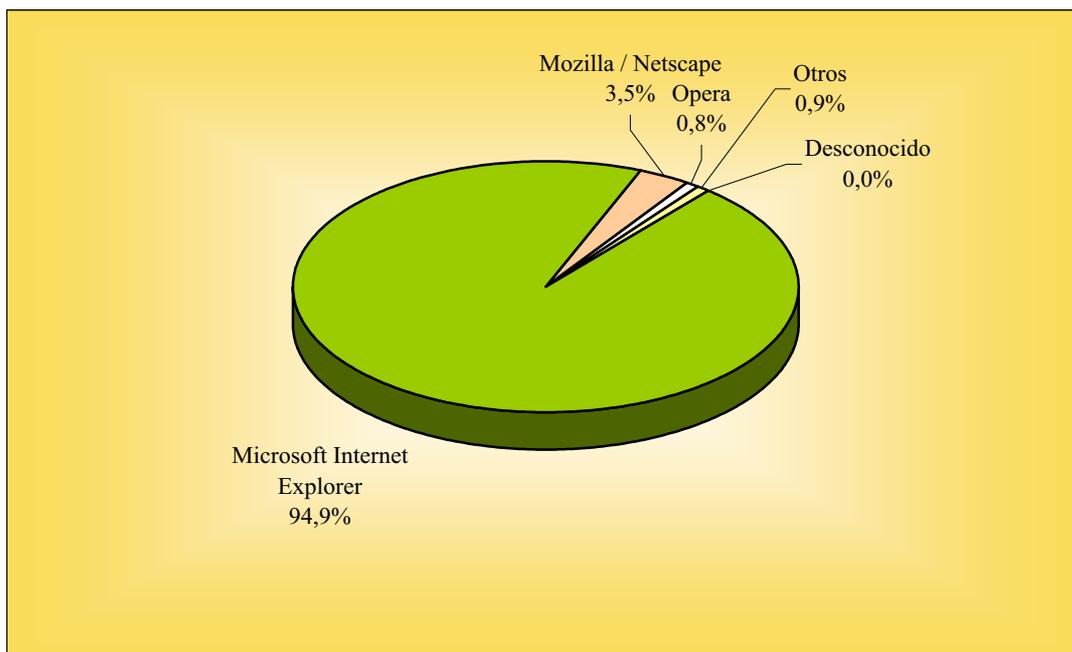
IDIOMA DEL CUESTIONARIO

<i>Idioma</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Castellano	32.767	80,2
Catalán	6.422	15,7
Gallego	1.323	3,2
Euskera	353	0,9



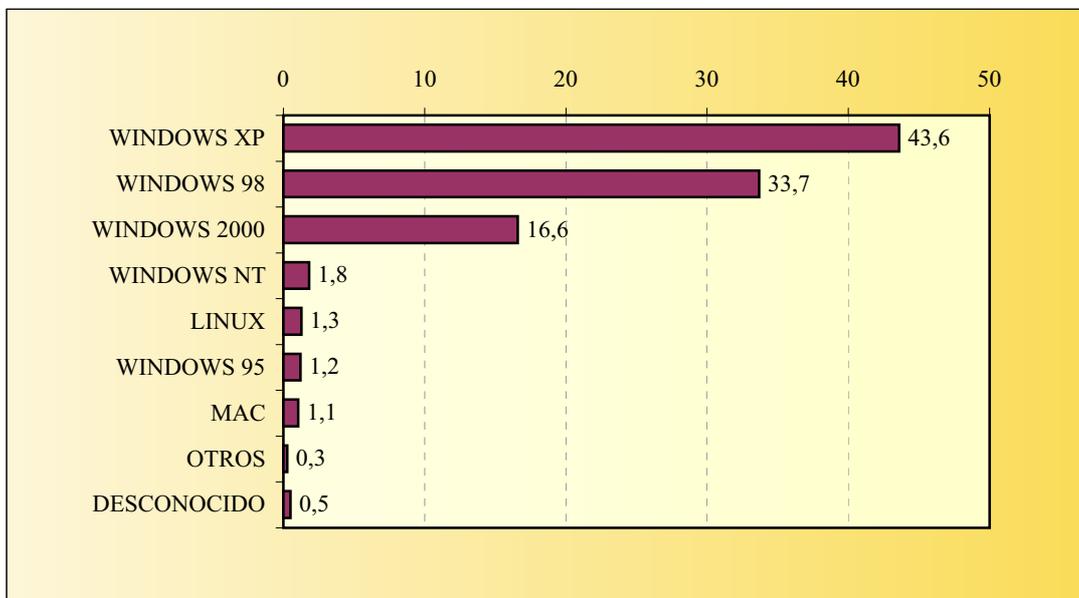
NAVEGADOR

<i>Navegador utilizado para contestar la encuesta.</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
Microsoft Internet Explorer	38.773	94,9
Mozilla / Netscape	1.419	3,5
Opera	309	0,8
Otros	359	0,9
Desconocido	5	0,0



SISTEMA OPERATIVO

<i>Sistema operativo con el que se ha realizado la encuesta.</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.865	100,0
WINDOWS XP	17.816	43,6
WINDOWS 98	13.766	33,7
WINDOWS 2000	6.780	16,6
WINDOWS NT	741	1,8
LINUX	518	1,3
WINDOWS 95	492	1,2
MAC	430	1,1
OTROS	116	0,3
DESCONOCIDO	206	0,5



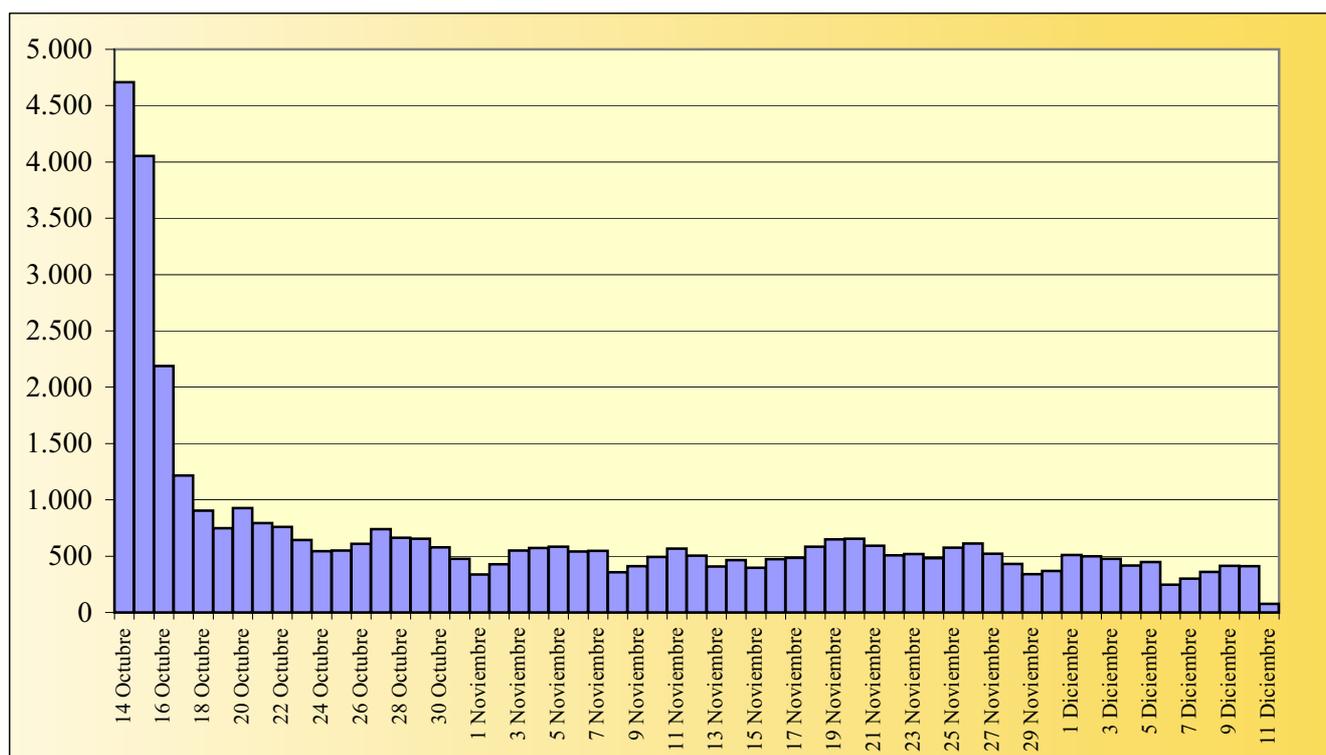
ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

40.865 entrevistas

DIA	Entrevistas	%
14 Octubre	4.709	11,5
15 Octubre	4.053	9,9
16 Octubre	2.187	5,4
17 Octubre	1.215	3,0
18 Octubre	903	2,2
19 Octubre	749	1,8
20 Octubre	928	2,3
21 Octubre	793	1,9
22 Octubre	760	1,9
23 Octubre	643	1,6
24 Octubre	544	1,3
25 Octubre	550	1,3
26 Octubre	610	1,5
27 Octubre	739	1,8
28 Octubre	663	1,6
29 Octubre	655	1,6
30 Octubre	578	1,4
31 Octubre	477	1,2
1 Noviembre	338	0,8
2 Noviembre	427	1,0

DIA	Entrevistas	%
3 Noviembre	550	1,3
4 Noviembre	572	1,4
5 Noviembre	583	1,4
6 Noviembre	542	1,3
7 Noviembre	546	1,3
8 Noviembre	356	0,9
9 Noviembre	410	1,0
10 Noviembre	493	1,2
11 Noviembre	567	1,4
12 Noviembre	505	1,2
13 Noviembre	409	1,0
14 Noviembre	466	1,1
15 Noviembre	397	1,0
16 Noviembre	472	1,2
17 Noviembre	484	1,2
18 Noviembre	583	1,4
19 Noviembre	650	1,6
20 Noviembre	655	1,6
21 Noviembre	593	1,5
22 Noviembre	506	1,2

DIA	Entrevistas	%
23 Noviembre	519	1,3
24 Noviembre	482	1,2
25 Noviembre	574	1,4
26 Noviembre	611	1,5
27 Noviembre	521	1,3
28 Noviembre	430	1,1
29 Noviembre	340	0,8
30 Noviembre	368	0,9
1 Diciembre	510	1,2
2 Diciembre	499	1,2
3 Diciembre	477	1,2
4 Diciembre	417	1,0
5 Diciembre	449	1,1
6 Diciembre	246	0,6
7 Diciembre	300	0,7
8 Diciembre	360	0,9
9 Diciembre	414	1,0
10 Diciembre	411	1,0
11 Diciembre	77	0,2



ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

TOTAL: 40.865 entrevistas

INTERVALO	Entrevistas	%
6:00-7:00 h.	159	0,4
7:00-8:00 h.	248	0,6
8:00-9:00 h.	729	1,8
9:00-10:00 h.	1729	4,2
10:00-11:00 h.	2292	5,6
11:00-12:00 h.	2371	5,8
12:00-13:00 h.	2621	6,4
13:00-14:00 h.	2604	6,4
14:00-15:00 h.	2008	4,9
15:00-16:00 h.	1927	4,7
16:00-17:00 h.	2376	5,8
17:00-18:00 h.	2545	6,2

INTERVALO	Entrevistas	%
18:00-19:00 h.	2782	6,8
19:00-20:00 h.	2980	7,3
20:00-21:00 h.	2670	6,5
21:00-22:00 h.	2372	5,8
22:00-23:00 h.	2178	5,3
23:00-00:00 h.	2040	5,0
00:00-1:00 h.	1710	4,2
1:00-2:00 h.	1083	2,7
2:00-3:00 h.	613	1,5
3:00-4:00 h.	385	0,9
4:00-5:00 h.	264	0,6
5:00-6:00 h.	179	0,4

