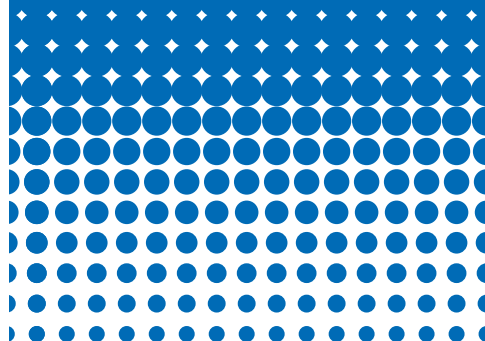


FEBRERO  
2009



# NAVEGANTES EN LA RED

Patrocina



Colabora

**PaginasAmarillas.es**

**AIMC**

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

# NAVEGANTES EN LA RED

11ª encuesta AIMC  
a usuarios de Internet

PATROCINA



COLABORA

***PaginasAmarillas.es***

FEBRERO 2009

© 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](mailto:aimc@aimc.es)

<http://www.aimc.es>

Depósito Legal: M-5389-2009

Imprime SERSA

C/ Hermanos Pinzón, 4

28036 Madrid

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

E-mail: [sersa@sersarep.com](mailto:sersa@sersarep.com)

<http://www.sersa.info>

<b>ÍNDICE</b>	<b>Página</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>8</b>
<b>III. PRINCIPALES RESULTADOS.....</b>	<b>21</b>
· Antigüedad en Internet.....	22
· Frecuencia de acceso a Internet.....	23
· Último acceso a Internet.....	26
· Equipo a través del que se conecta.....	30
· Acceso a través de dispositivos móviles.....	31
· Red inalámbrica Wi-Fi.....	32
· Acceso a Internet desde casa.....	33
· Tiempo de conexión día de ayer.....	40
· Servicios utilizados día de ayer.....	42
· Frecuencia de uso de servicios de Internet.....	43
· Promedio de tiempo de conexión por semana.....	51
· Disminución de tiempo en otras actividades.....	52
· Problemas de Internet.....	53
· Fin principal del acceso a Internet.....	54
· Velocidad de Internet.....	55
· Firma electrónica.....	56
· Programas/Sistemas para evitar publicidad.....	57
· Software de mensajería instantánea.....	58
· Parches de seguridad.....	59
· Virus informáticos.....	60
· Tipo de acceso a chat.....	62
· Tipo de llamadas telefónicas por Internet.....	63
· Control parental.....	64
· Opinión sobre las redes P2P.....	65
· Redes sociales.....	66
· Acceso a blog.....	69
· Aportación de contenidos a la web.....	70
· Número de direcciones de e-mail.....	71
· Tipo de las direcciones de e-mail.....	72
· Cliente de correo electrónico.....	73

**ÍNDICE****Página**

· Correos electrónicos recibidos / enviados.....	75
· Spam.....	77
· Phishing.....	79
· Disponibilidad de página web personal.....	80
· Disponibilidad de blog/weblog/bitácora.....	81
· Configuración de las cookies.....	82
· Últimos webs visitados.....	83
· Directorios y buscadores más usados.....	86
· Actividades realizadas en Internet.....	87
· Curso a través de Internet.....	92
· Acceso a mundo virtual.....	93
· Decisión de compra informado a través de la web.....	94
· Compra a través de la web.....	97
· Relaciones personales.....	109
· Ayudas técnicas a la navegación.....	110
· Banca en Internet.....	111
· Conocimiento de inglés.....	115
· Conocimiento de informática.....	116
· Contacto con otros medios.....	117
· Radio a la carta.....	126
· Manera de leer el periódico.....	127
· Medio que echaría más en falta.....	128
· Internet como fuente de actualidad.....	129
· Televisión de pago.....	130
· Equipamiento.....	131
· Grado de seguridad de transacciones.....	132
· Opinión sobre el canon.....	133
· Valoración de acciones.....	134
· Características socio-demográficas.....	136
· Acceso a la encuesta.....	147
· Idioma del cuestionario.....	148
· Navegador.....	149
· Sistema operativo.....	150
· Resolución de pantalla.....	151
· Entrevistas recibidas por día.....	152
· Entrevistas recibidas por hora.....	153

# I. INTRODUCCIÓN

## I. INTRODUCCIÓN.

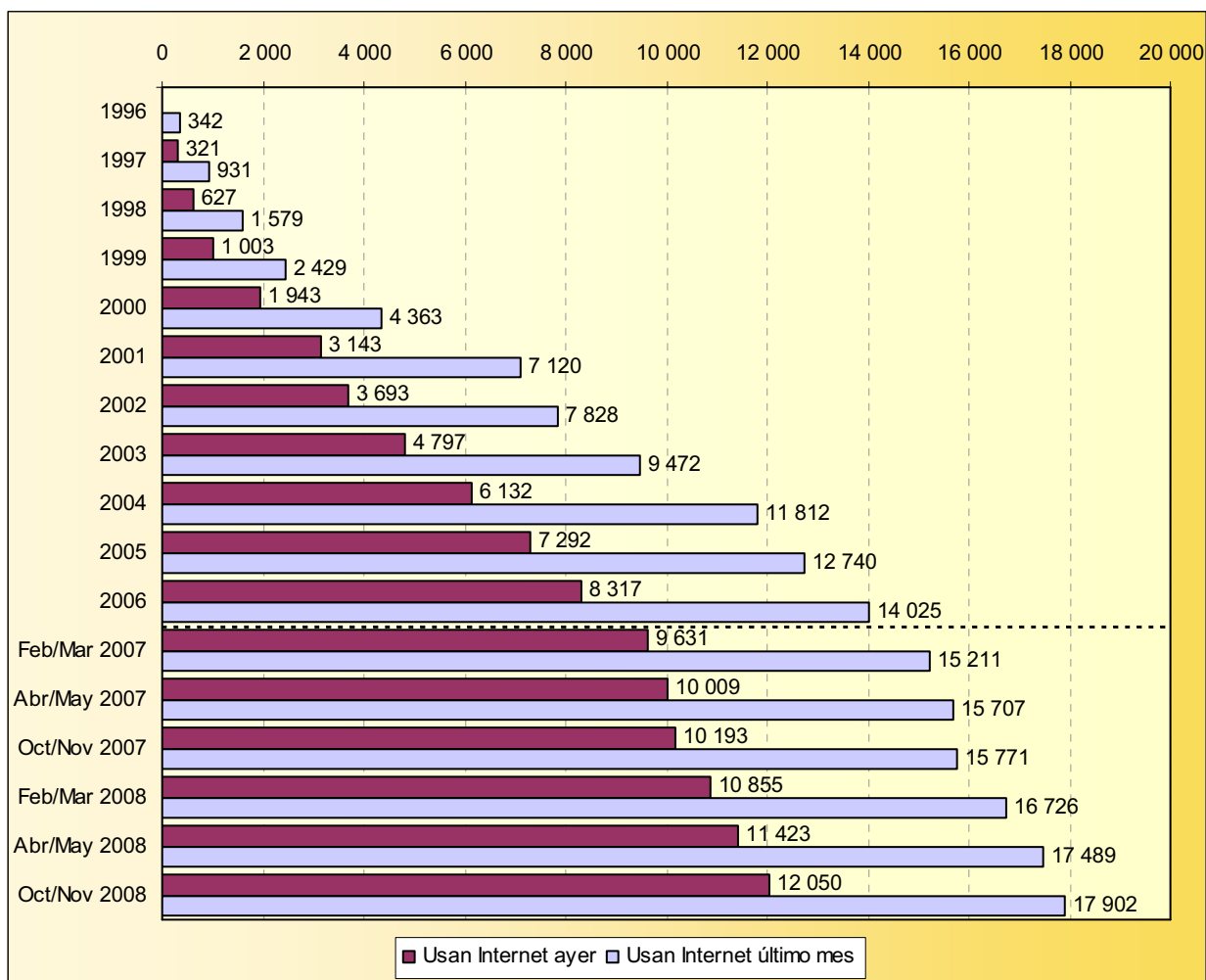
Desde comienzos de 1996, AIMC ha venido midiendo regularmente a través del Estudio General de Medios (EGM) el uso de Internet en España, recogiendo tanto datos generales sobre la población a estos efectos -uso de ordenador y uso de Internet-, como información adicional asociada al uso del medio (lugar de acceso, frecuencia de uso, servicios utilizados, equipo de acceso, 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 10.000 entrevistas por ola, lo que supone unas 30.000 al año-, la actual penetración de Internet – un 31.5% de la población es usuaria de Internet (ayer) – proporciona una muestra de internautas relativamente reducida. Y por otra parte, al ser el EGM una investigación general sobre la audiencia de los medios con un extenso cuestionario, el espacio/tiempo resulta necesariamente limitado, por lo que es conveniente utilizar otras herramientas para profundizar en el fenómeno Internet.

**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>Usan Internet ayer</i>	
<b>1996</b>	6 568	(19.4%)	4 449	(13.2%)	342	(1.0%)	--	--
<b>1997</b>	7 374	(21.7%)	5 105	(15.0%)	931	(2.7%)	321	(0.9%)
<b>1998</b>	8 433	(24.7%)	5 960	(17.5%)	1 579	(4.6%)	627	(1.8%)
<b>1999</b>	9 280	(26.9%)	6 624	(19.2%)	2 429	(7.0%)	1 003	(2.9%)
<b>2000</b>	10 350	(29.8%)	7 567	(21.8%)	4 363	(12.6%)	1 943	(5.6%)
<b>2001</b>	11 512	(33.1%)	8 551	(24.6%)	7 120	(20.4%)	3 143	(9.0%)
<b>2002</b>	11 731	(33.7%)	8 457	(24.3%)	7 828	(22.5%)	3 693	(10.6%)
<b>2003</b>	13 082	(37.1%)	9 715	(27.6%)	9 472	(26.9%)	4 797	(13.6%)
<b>2004</b>	14 805	(40.7%)	10 518	(28.9%)	11 812	(32.4%)	6 132	(16.8%)
<b>2005</b>	15 667	(42.2%)	11 102	(29.9%)	12 740	(34.4%)	7 292	(19.7%)
<b>2006</b>	16 245	(43.4%)	11 812	(31.6%)	14 025	(37.5%)	8 317	(22.2%)
<b>Feb/Mar 2007</b>	16 904	(44.6%)	12 672	(33.4%)	15 211	(40.1%)	9 631	(25.4%)
<b>Abr/May 2007</b>	17 370	(45.8%)	13 032	(34.4%)	15 707	(41.4%)	10 009	(26.4%)
<b>Oct/Nov 2007</b>	17 601	(46.4%)	13 280	(35.0%)	15 771	(41.6%)	10 193	(26.9%)
<b>Feb/Mar 2008</b>	18 320	(47.9%)	14 016	(36.6%)	16 726	(43.7%)	10 855	(28.4%)
<b>Abr/May 2008</b>	19 008	(49.7%)	14 676	(38.4%)	17 489	(45.7%)	11 423	(29.9%)
<b>Oct/Nov 2008</b>	19 519	(51.0%)	15 010	(39.2%)	17 902	(46.8%)	12 050	(31.5%)

**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 una muy buena aceptación:

PERIODO TEMPORAL	MUESTRA ÚTIL
Primavera 1998	32.408
Otoño 1999	35.234
Primavera 2001	43.942
Otoño 2002	47.068
Otoño 2003	40.865
Otoño 2004	53.647
Otoño 2005	57.310
Otoño 2006	49.418
Otoño 2007	41.667



Y, por todo ello, aquí nos encontramos de nuevo, fieles a nuestra cita, presentando la **11ª 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 2008, consiguiéndose un total de 40.446 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:

- **ODEC**, que ha patrocinado la encuesta contribuyendo económicamente a los gastos generales del proyecto.

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

- 1 ordenador portátil.
- 2 PDA's.
- 3 Nintendo Wii + 3 juegos.

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

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

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

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

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

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

## II. METODOLOGÍA

## II. METODOLOGÍA.

- ◆ Universo objetivo: Los usuarios de Internet que visitan sitios web españoles.
  
- ◆ Tipo de entrevista: Autoadministrada a través de Internet.
  
- ◆ Fechas de recogida: La encuesta estuvo activa en la red desde el 14 de Octubre hasta el 9 de Diciembre de 2008.
  
- ◆ Tamaño de muestra: Se recogieron un total de 45.063 cuestionarios (en media, aproximadamente, 790 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 40.446.
  
- ◆ 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 302 casos) se distribuyó como sigue:
  - Menos de 10 minutos: 1.2% de los casos
  - Entre 10 y 15 minutos: 8.2% de los casos
  - Entre 15 y 20 minutos: 23.8% de los casos
  - Entre 20 y 25 minutos: 23.2% de los casos
  - Entre 25 y 30 minutos: 15.5% de los casos
  - Entre 30 y 35 minutos: 8.9% de los casos
  - Más de 35 minutos: 19.1% de los casos
  - Mediana: 23 minutos 28 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 18 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 de un banner de acceso que algunos sitios web colocaron en los boletines electrónicos que transmiten por e-mail a sus usuarios.
  - A través de la red IRC Hispano: IRC Hispano colaboró con la encuesta mediante su sistema de comunicación, lanzándole un mensaje en pantalla a algunos de sus usuarios que estuvieron conectados al IRC durante un cierto periodo de tiempo. En el mensaje aparecía un enlace, a través del cual se podía alcanzar la encuesta.
  - A través de un mensaje de texto enlazado a la encuesta que visualizaban los usuarios de MSN Messenger.
  - A todos aquellos entrevistados que lo solicitaron en la anterior edición de la encuesta, AIMC les envió un correo electrónico avisando de que una nueva repetición de la encuesta estaba en marcha. A través del citado e-mail también se podía llegar a la encuesta.
  - Una vez rellenado el cuestionario, al encuestado se le daba la opción de recomendar la encuesta a un conocido por e-mail. Este e-mail representa un nuevo camino de entrada.

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

	<u>Absolutos</u>	<u>%</u>
<i>Base (entrevistas válidas)</i>	40 446	100.0
<i>A través de banner:</i>		
<i>- en página web</i>	33 131	81.9
<i>- en boletín</i>	919	2.3
<i>A través del IRC Hispano</i>	448	1.1
<i>A través de MSN Messenger</i>	29	0.1
<i>Aviso de AIMC por e-mail</i>	5 581	13.8
<i>Recomendación a un conocido</i>	336	0.8
<i>Origen desconocido</i>	2	0.0

- ◆ Sitios web colaboradores: 342 sitios aceptaron colaborar con AIMC colocando un "banner" (o, en algún caso, enlace) de llamada y acceso a la encuesta o, aun sin comunicar su colaboración, procedieron igualmente a colocar el "banner" (o enlace) y han contribuido con al menos 10 encuestas al estudio. La relación de sitios colaboradores es la siguiente, ordenados alfabéticamente:

<u>SITIO</u>	<u>DIRECCIÓN URL</u>
20 Casas	www.20casas.es
20 Minutos	www.20minutos.es
3cat24	www.3cat24.cat
3D Juegos	www.3djuegos.com
80 días	www.revista80dias.es
ABC	www.abc.es
Admira!	www.admiraweb.com
ADN	www.adn.es
Adventure Life	www.adventurelife.es

AEA (Asociación Española de Anunciantes)	<a href="http://www.anunciantes.com">www.anunciantes.com</a>
AEAP	<a href="http://www.aeap.es">www.aeap.es</a>
AEDE (Asoc. de Editores de Diarios Españoles)	<a href="http://www.aede.es">www.aede.es</a>
AEDEMO	<a href="http://www.aedemo.es">www.aedemo.es</a>
AIMC	<a href="http://www.aimc.es">www.aimc.es</a>
AIMME (Instituto Tecnológico Metalmecánico)	<a href="http://www.aimme.es">www.aimme.es</a>
Ajuntament de Cornellà de Llobregat	<a href="http://www.cornellaweb.cat">www.cornellaweb.cat</a>
Akasico	<a href="http://www.akasico.com">www.akasico.com</a>
Alhaurín de la Torre	<a href="http://www.alhaurindelatorre.com">www.alhaurindelatorre.com</a>
AM (Asociación de Agencias de Medios)	<a href="http://www.agenciasdemedios.com">www.agenciasdemedios.com</a>
Antena 3 Noticias	<a href="http://www.antena3noticias.com">www.antena3noticias.com</a>
Antena 3 TV	<a href="http://www.antena3.com">www.antena3.com</a>
Aqua	<a href="http://www.revistaqua.com">www.revistaqua.com</a>
ARCE Media	<a href="http://www.arcemedia.es">www.arcemedia.es</a>
ARGO	<a href="http://www.argo.es">www.argo.es</a>
ARI (Asoc. de Revistas de Información)	<a href="http://www.revistas-ari.com">www.revistas-ari.com</a>
Associació Empresarial Catalana de Publicitat	<a href="http://www.associaciopublicitat.com">www.associaciopublicitat.com</a>
Astrología para ser feliz	<a href="http://www.astrologiaparaserfeliz.com">www.astrologiaparaserfeliz.com</a>
Auto Bild	<a href="http://www.autobild.es">www.autobild.es</a>
Auto Hebdo	<a href="http://www.revistaautohebdo.com">www.revistaautohebdo.com</a>
Autocasión	<a href="http://www.autocasion.com">www.autocasion.com</a>
Autofácil	<a href="http://www.autofacil.com">www.autofacil.com</a>
Automercado	<a href="http://www.automercado.es">www.automercado.es</a>
Ayuntamiento de Alcobendas	<a href="http://www.alcobendas.org">www.alcobendas.org</a>
Ayuntamiento de Cartagena	<a href="http://www.cartagena.es">www.cartagena.es</a>
Ayuntamiento de Córdoba	<a href="http://www.ayuncordoba.es">www.ayuncordoba.es</a>
Ayuntamiento de Irún	<a href="http://www.irun.org">www.irun.org</a>
Ayuntamiento de Madrid	<a href="http://www.munimadrid.es">www.munimadrid.es</a>
BandaAncha.eu	<a href="http://www.bandaancha.eu">www.bandaancha.eu</a>
Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes	<a href="http://www.cervantesvirtual.com">www.cervantesvirtual.com</a>
Bike	<a href="http://www.mountainbike.es">www.mountainbike.es</a>
Bike Zona	<a href="http://www.bikezona.com">www.bikezona.com</a>
Brico Revista	<a href="http://www.brico.es">www.brico.es</a>
Cadena 100	<a href="http://www.cadena100.es">www.cadena100.es</a>
Canal Motor	<a href="http://www.canalmotor.es">www.canalmotor.es</a>
Caprabo	<a href="http://www.caprabo.com">www.caprabo.com</a>
Carolina Ramos	<a href="http://www.carolinaramos.com">www.carolinaramos.com</a>
Carqués.cat	<a href="http://www.carques.cat">www.carques.cat</a>
Carrefour	<a href="http://www.carrefour.es">www.carrefour.es</a>
Carrera de la Mujer	<a href="http://www.carreradelamujer.com">www.carreradelamujer.com</a>
Casa & Campo	<a href="http://www.casaycampo.es">www.casaycampo.es</a>
Casa Interactiva	<a href="http://www.casainteractiva.es">www.casainteractiva.es</a>
Castilla-La Mancha Televisión	<a href="http://www.rtvcm.es">www.rtvcm.es</a>
Catalunya Radio	<a href="http://www.catrado.cat">www.catrado.cat</a>
Ciclismo a fondo	<a href="http://www.ciclismoafondo.es">www.ciclismoafondo.es</a>
Cinco Días	<a href="http://www.cincodias.com">www.cincodias.com</a>
Click & Buy	<a href="http://www.clickandbuy.es">www.clickandbuy.es</a>
Cocina Ligera	<a href="http://www.cocinaligera.es">www.cocinaligera.es</a>
Coches.net	<a href="http://www.coches.net">www.coches.net</a>

Coches4x4.net	<a href="http://www.coches4x4.net">www.coches4x4.net</a>
Com radio	<a href="http://www.comradio.com">www.comradio.com</a>
Comunidad Foral de Navarra	<a href="http://www.navarra.es">www.navarra.es</a>
Concursos directos	<a href="http://www.concursosdirectos.com">www.concursosdirectos.com</a>
Concursos y regalos.com	<a href="http://www.concursosyregalos.com">www.concursosyregalos.com</a>
Concursos y regalos.es	<a href="http://www.concursosyregalos.es">www.concursosyregalos.es</a>
Conferenzias	<a href="http://www.conferenzias.com">www.conferenzias.com</a>
Consolas.com	<a href="http://www.consolas.com">www.consolas.com</a>
Consultores CSA	<a href="http://www.consultorescsa.com">www.consultorescsa.com</a>
COPE	<a href="http://www.cope.es">www.cope.es</a>
Corbera de Llobregat.net	<a href="http://www.corberadellobregat.net">www.corberadellobregat.net</a>
Córdoba	<a href="http://www.diariocordoba.com">www.diariocordoba.com</a>
Cosmopolitan	<a href="http://www.cosmohispano.com">www.cosmohispano.com</a>
Cuatro	<a href="http://www.cuatro.com">www.cuatro.com</a>
Cuore	<a href="http://www.revistacuore.com">www.revistacuore.com</a>
Channel Insider	<a href="http://www.channelinsider.com">www.channelinsider.com</a>
Chollo gratis	<a href="http://www.chollogratis.com">www.chollogratis.com</a>
D2Hackit	<a href="http://www.d2hackit.net">www.d2hackit.net</a>
Data-Red	<a href="http://www.data-red.com">www.data-red.com</a>
De tot i més	<a href="http://www.detotimes.net">www.detotimes.net</a>
Deia	<a href="http://www.deia.com">www.deia.com</a>
Dekazeta.net	<a href="http://www.dekazeta.net">www.dekazeta.net</a>
Desde Nueva York a Vigo	<a href="http://desdenuenovayorkavigo.wordpress.com">desdenuenovayorkavigo.wordpress.com</a>
Diabetes Living	<a href="http://www.diabetesliving.es">www.diabetesliving.es</a>
Diablo 3	<a href="http://www.diablo3-esp.com">www.diablo3-esp.com</a>
Diari de Girona	<a href="http://www.diaridegirona.cat">www.diaridegirona.cat</a>
Diario As	<a href="http://www.as.com">www.as.com</a>
Diario Bahía de Cádiz	<a href="http://www.diariobahiadecadiz.com">www.diariobahiadecadiz.com</a>
Diario de Cádiz	<a href="http://www.diariodecadiz.es">www.diariodecadiz.es</a>
Diario de Ibiza	<a href="http://www.diariodeibiza.es">www.diariodeibiza.es</a>
Diario de Jerez	<a href="http://www.diariodejerez.es">www.diariodejerez.es</a>
Diario de Navarra	<a href="http://www.diariodenavarra.es">www.diariodenavarra.es</a>
Diario de Pontevedra	<a href="http://www.diariodepontevedra.es">www.diariodepontevedra.es</a>
Diario de Sevilla	<a href="http://www.diariodesevilla.es">www.diariodesevilla.es</a>
Diario Público	<a href="http://www.publico.es">www.publico.es</a>
Directe!cat	<a href="http://www.directe.cat">www.directe.cat</a>
Discapnet	<a href="http://www.discapnet.es">www.discapnet.es</a>
Diseño Interior	<a href="http://www.disenointerior.es">www.disenointerior.es</a>
Dpto. Economía-Finanzas Generalitat Catalunya	<a href="http://www.gencat.net/economia">www.gencat.net/economia</a>
Ebrizing.com	<a href="http://www.ebrizing.com">www.ebrizing.com</a>
Ecuestre on line	<a href="http://www.ecuestreonline.com">www.ecuestreonline.com</a>
Ecumercado	<a href="http://www.ecumercado.com">www.ecumercado.com</a>
Edge	<a href="http://www.revistaedge.es">www.revistaedge.es</a>
Eines!	<a href="http://www.eines.cat">www.eines.cat</a>
EITB	<a href="http://www.eitb.com">www.eitb.com</a>
El Almería	<a href="http://www.elalmeria.es">www.elalmeria.es</a>
El Comercio	<a href="http://www.elcomerciodigital.com">www.elcomerciodigital.com</a>
El Correo	<a href="http://www.elcorreodigital.com">www.elcorreodigital.com</a>
El Día de Cordoba	<a href="http://www.eldiadecordoba.es">www.eldiadecordoba.es</a>

El Día de Tenerife	<a href="http://www.eldia.es">www.eldia.es</a>
El Diario Montañés	<a href="http://www.eldiariomontanes.es">www.eldiariomontanes.es</a>
El Diario Vasco	<a href="http://www.diariovasco.com">www.diariovasco.com</a>
El Economista	<a href="http://www.economista.es">www.economista.es</a>
El Mundo	<a href="http://www.elmundo.es">www.elmundo.es</a>
El mundo del gato	<a href="http://www.elmundodelgato.com">www.elmundodelgato.com</a>
El mundo del perro	<a href="http://www.elmundodelperro.net">www.elmundodelperro.net</a>
El Norte de Castilla	<a href="http://www.nortecastilla.es">www.nortecastilla.es</a>
El País Digital	<a href="http://www.elpais.com">www.elpais.com</a>
El Periòdic d'Andorra	<a href="http://www.elperiodicdandorra.com">www.elperiodicdandorra.com</a>
El Periódico de Aragón	<a href="http://www.elperiodicodearagon.com">www.elperiodicodearagon.com</a>
El Periódico de Catalunya	<a href="http://www.elperiodico.com">www.elperiodico.com</a>
El Periódico de Extremadura	<a href="http://www.elperiodicoextremadura.com">www.elperiodicoextremadura.com</a>
El Portal de Viladecans	<a href="http://www.viladecans.net">www.viladecans.net</a>
El Progreso de Lugo	<a href="http://www.elprogreso.es">www.elprogreso.es</a>
El Publicista	<a href="http://www.elpublicista.com">www.elpublicista.com</a>
El Punt	<a href="http://www.elpunt.cat">www.elpunt.cat</a>
Elatleti.Com	<a href="http://www.elatleti.com">www.elatleti.com</a>
Elbetis.com	<a href="http://www.elbetis.com">www.elbetis.com</a>
Elblaugrana.com	<a href="http://www.elblaugrana.com">www.elblaugrana.com</a>
Eldepor.com	<a href="http://www.eldepor.com">www.eldepor.com</a>
Elespanyol.Com	<a href="http://www.elespanyol.com">www.elespanyol.com</a>
Elgetafe.Com	<a href="http://www.elgetafe.com">www.elgetafe.com</a>
Elmadridista.com	<a href="http://www.elmadridista.com">www.elmadridista.com</a>
Elnumancia.com	<a href="http://www.elnumancia.com">www.elnumancia.com</a>
Elotrolado.net	<a href="http://www.elotrolado.net">www.elotrolado.net</a>
Elsesports.cat	<a href="http://www.elsesports.cat">www.elsesports.cat</a>
Elsevilla.com	<a href="http://www.elsevilla.com">www.elsevilla.com</a>
Elsporting.Com	<a href="http://www.elsporting.com">www.elsporting.com</a>
Elvalencianista.com	<a href="http://www.elvalencianista.com">www.elvalencianista.com</a>
Elvalladolid.Com	<a href="http://www.elvalladolid.com">www.elvalladolid.com</a>
Embarazo Sano	<a href="http://www.embarazosano.es">www.embarazosano.es</a>
Equipo	<a href="http://www.diarioequipo.com">www.diarioequipo.com</a>
Europa FM	<a href="http://www.europafm.com">www.europafm.com</a>
Europa Sur	<a href="http://www.europasur.es">www.europasur.es</a>
Expansión	<a href="http://www.expansion.com">www.expansion.com</a>
Experian	<a href="http://www.experian.es">www.experian.es</a>
Fénix Directo	<a href="http://www.fenixdirecto.com">www.fenixdirecto.com</a>
Flaix FM	<a href="http://www.flaixfm.cat">www.flaixfm.cat</a>
Flaixbac	<a href="http://www.radioflaixbac.cat">www.radioflaixbac.cat</a>
Formación	<a href="http://www.formazion.com">www.formazion.com</a>
ForoCoches.com	<a href="http://www.forocoches.com">www.forocoches.com</a>
Fotocasa.es	<a href="http://www.fotocasa.es">www.fotocasa.es</a>
Freeki.es	<a href="http://www.freeki.es">www.freeki.es</a>
Fútbol Sexta	<a href="http://www.futbolsexta.com">www.futbolsexta.com</a>
Galiciae	<a href="http://www.galiciae.com">www.galiciae.com</a>
GEO	<a href="http://www.georevista.es">www.georevista.es</a>
Gizmodo	<a href="http://www.gizmodo.es">www.gizmodo.es</a>
Granada Hoy	<a href="http://www.granadahoy.com">www.granadahoy.com</a>

Grupo Información	<a href="http://www.publicacionesdelsur.net">www.publicacionesdelsur.net</a>
GSMSpain	<a href="http://www.gsmspain.com">www.gsmspain.com</a>
Habitaclia.com	<a href="http://www.habitaclia.com">www.habitaclia.com</a>
Historia de Iberia vieja	<a href="http://www.historiadeiberiavieja.com">www.historiadeiberiavieja.com</a>
Hola	<a href="http://www.hola.com">www.hola.com</a>
Hotmail	<a href="http://www.hotmail.com">www.hotmail.com</a>
Hoy	<a href="http://www.hoy.es">www.hoy.es</a>
Huelva Información	<a href="http://www.huelvainformacion.es">www.huelvainformacion.es</a>
iCat FM	<a href="http://www.icatfm.cat">www.icatfm.cat</a>
Iceberg Media	<a href="http://www.icebergmedia.info">www.icebergmedia.info</a>
Ideal	<a href="http://www.ideal.es">www.ideal.es</a>
IIE (Instituto de Ingeniería de España)	<a href="http://www.iies.es">www.iies.es</a>
imaXenes.com	<a href="http://www.imaxenes.com">www.imaxenes.com</a>
IMOP Encuestas	<a href="http://www.imop.es">www.imop.es</a>
Infojobs	<a href="http://www.infojobs.net">www.infojobs.net</a>
Infometal	<a href="http://www.infometal.com">www.infometal.com</a>
Infonavis.com	<a href="http://www.infonavis.com">www.infonavis.com</a>
Inmoge	<a href="http://www.inmoge.com">www.inmoge.com</a>
Interactiva Digital	<a href="http://www.interactivadigital.com">www.interactivadigital.com</a>
Intereconomía	<a href="http://www.intereconomia.com">www.intereconomia.com</a>
Intermedios	<a href="http://www.intermedios.es">www.intermedios.es</a>
Interviú	<a href="http://www.interviu.es">www.interviu.es</a>
Invertia	<a href="http://www.invertia.com">www.invertia.com</a>
IRC-Hispano	<a href="http://www.irc-hispano.es">www.irc-hispano.es</a>
Islas Cíes Blog	<a href="http://islascies.blogspot.com">islascies.blogspot.com</a>
Jornal	<a href="http://www.jornal.cat">www.jornal.cat</a>
Juegos y Regalos	<a href="http://www.juegosyregalos.com">www.juegosyregalos.com</a>
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha	<a href="http://www.jccm.es">www.jccm.es</a>
Karlosnet.com	<a href="http://www.karlosnet.com">www.karlosnet.com</a>
Kedin.es	<a href="http://www.kedin.es">www.kedin.es</a>
Kiss FM	<a href="http://www.kissfm.es">www.kissfm.es</a>
La Crónica de Badajoz	<a href="http://www.lacronicabadajoz.com">www.lacronicabadajoz.com</a>
La Flecha.net	<a href="http://www.laflecha.net">www.laflecha.net</a>
La Malla.cat	<a href="http://www.lamalla.cat">www.lamalla.cat</a>
La Nueva España	<a href="http://www.lne.es">www.lne.es</a>
La Opinión de A Coruña	<a href="http://www.laopinioncoruna.es">www.laopinioncoruna.es</a>
La Opinión de Granada	<a href="http://www.laopiniondegranada.es">www.laopiniondegranada.es</a>
La Opinión de Murcia	<a href="http://www.laopiniondemurcia.es">www.laopiniondemurcia.es</a>
La Opinión de Zamora	<a href="http://www.laopiniondezamora.es">www.laopiniondezamora.es</a>
La Razón	<a href="http://www.larazon.es">www.larazon.es</a>
La Rioja	<a href="http://www.larioja.com">www.larioja.com</a>
La Sexta	<a href="http://www.lasexta.com">www.lasexta.com</a>
La Sexta Noticias	<a href="http://www.lasextanoticias.com">www.lasextanoticias.com</a>
La Vanguardia	<a href="http://www.lavanguardia.es">www.lavanguardia.es</a>
La Verdad de Murcia	<a href="http://www.laverdad.es">www.laverdad.es</a>
La Voz de Asturias	<a href="http://www.lavozdeasturias.es">www.lavozdeasturias.es</a>
La Voz Digital	<a href="http://www.lavozdigital.es">www.lavozdigital.es</a>
Laboris	<a href="http://www.laboris.net">www.laboris.net</a>
LaNación.es	<a href="http://www.lanacion.es">www.lanacion.es</a>



Las Provincias	<a href="http://www.lasprovincias.es">www.lasprovincias.es</a>
Lectiva.net	<a href="http://www.lectiva.net">www.lectiva.net</a>
Levante-El Mercantil Valenciano	<a href="http://www.levante-emv.com">www.levante-emv.com</a>
Liderdigital	<a href="http://www.liderdigital.com">www.liderdigital.com</a>
Local Media TV	<a href="http://www.localmediatv.com">www.localmediatv.com</a>
L'ofertassa	<a href="http://ofertassa.lafura.cat">ofertassa.lafura.cat</a>
Los 40 Principales	<a href="http://www.los40.com">www.los40.com</a>
Llamando a las rocas	<a href="http://elmeteo.blogspot.com">elmeteo.blogspot.com</a>
Makamo	<a href="http://makamo.wordpress.com">makamo.wordpress.com</a>
Málaga Hoy	<a href="http://www.malahoy.es">www.malahoy.es</a>
Man	<a href="http://www.revistaman.es">www.revistaman.es</a>
Marca	<a href="http://www.marca.com">www.marca.com</a>
Marie Claire	<a href="http://www.marie-claire.es">www.marie-claire.es</a>
Marketing Directo	<a href="http://www.marketingdirecto.com">www.marketingdirecto.com</a>
Mastermanía	<a href="http://www.mastermania.com">www.mastermania.com</a>
Mediosfera	<a href="http://www.mediosfera.com">www.mediosfera.com</a>
Mediterráneo	<a href="http://www.elperiodicomediterraneo.com">www.elperiodicomediterraneo.com</a>
Men's Health	<a href="http://www.menshealth.es">www.menshealth.es</a>
Mercafútbol	<a href="http://www.mercafutbol.com">www.mercafutbol.com</a>
Meristation	<a href="http://www.meristation.com">www.meristation.com</a>
Més Vilaweb	<a href="http://www.mesvilaweb.cat">www.mesvilaweb.cat</a>
Mi Jardín	<a href="http://www.mijardin.es">www.mijardin.es</a>
Mi Tele	<a href="http://www.mitele.es">www.mitele.es</a>
Mía	<a href="http://www.miarevista.es">www.miarevista.es</a>
Mil anuncios.com	<a href="http://www.milanuncios.com">www.milanuncios.com</a>
Minitorneos	<a href="http://www.minitorneos.com">www.minitorneos.com</a>
Miramedios	<a href="http://www.miramedios.com">www.miramedios.com</a>
Mirenfreya.com	<a href="http://www.mirenfreya.com">www.mirenfreya.com</a>
Motociclismo	<a href="http://www.motociclismo.es">www.motociclismo.es</a>
Motomercado	<a href="http://www.motomercado.es">www.motomercado.es</a>
Motor 21	<a href="http://www.motor21.com">www.motor21.com</a>
Motos.net	<a href="http://www.motos.net">www.motos.net</a>
MundiJuegos.com	<a href="http://www.mundijuegos.com">www.mundijuegos.com</a>
Mundo Deportivo	<a href="http://www.elmundodeportivo.es">www.elmundodeportivo.es</a>
Mundo-R	<a href="http://www.mundo-r.com">www.mundo-r.com</a>
Muy Interesante	<a href="http://www.muyinteresante.es">www.muyinteresante.es</a>
Ngamer	<a href="http://www.ngamer.es">www.ngamer.es</a>
Nosaltres.cat	<a href="http://www.nosaltres.cat">www.nosaltres.cat</a>
Nosotras.com	<a href="http://www.nosotras.com">www.nosotras.com</a>
Noticias 3D	<a href="http://www.noticias3d.com">www.noticias3d.com</a>
ODEC	<a href="http://www.odec.es">www.odec.es</a>
Ofizios	<a href="http://www.ofizios.com">www.ofizios.com</a>
Ok! Revista	<a href="http://www.revistaok.es">www.revistaok.es</a>
On Off	<a href="http://www.revistaonoff.es">www.revistaonoff.es</a>
Onda Cero	<a href="http://www.ondacero.es">www.ondacero.es</a>
Ono	<a href="http://www.ono.es">www.ono.es</a>
Optimedia	<a href="http://www.optimedia.es">www.optimedia.es</a>
Osona Tanga	<a href="http://www.osonatanga.com">www.osonatanga.com</a>
Páginas Amarillas	<a href="http://www.paginasamarillas.es">www.paginasamarillas.es</a>

Parasaber.com	<a href="http://www.parasaber.com">www.parasaber.com</a>
Patatabrava.com	<a href="http://www.patatabrava.com">www.patatabrava.com</a>
PC Plus	<a href="http://www.pcplus.es">www.pcplus.es</a>
Pelo New Look	<a href="http://www.pelonewlook.es">www.pelonewlook.es</a>
Petit Explorador	<a href="http://www.petitexplorador.com">www.petitexplorador.com</a>
Popular Science	<a href="http://www.revistapopularscience.es">www.revistapopularscience.es</a>
Popular TV	<a href="http://www.populartv.net">www.populartv.net</a>
Portalmix	<a href="http://www.portalmix.com">www.portalmix.com</a>
Prevenir	<a href="http://www.revistaprevenir.es">www.revistaprevenir.es</a>
Primera Línea	<a href="http://www.primeraline.es">www.primeraline.es</a>
Profereli	<a href="http://www.profereli.es">www.profereli.es</a>
Psicología Práctica	<a href="http://www.psicologiapractica.es">www.psicologiapractica.es</a>
Punto Radio	<a href="http://www.puntoradio.com">www.puntoradio.com</a>
Quercus	<a href="http://www.quercus.es">www.quercus.es</a>
Rac1	<a href="http://www.rac1.net">www.rac1.net</a>
Rac105	<a href="http://www.rac105.net">www.rac105.net</a>
Racó Català	<a href="http://www.racocatala.cat">www.racocatala.cat</a>
Radio Televisió Valenciana	<a href="http://www.rtvv.es">www.rtvv.es</a>
Radio Televisión Española	<a href="http://www.rtve.es">www.rtve.es</a>
Random	<a href="http://www.random-eoms.com">www.random-eoms.com</a>
Red Aragón	<a href="http://www.redaragon.com">www.redaragon.com</a>
Red Córdoba	<a href="http://www.redcordoba.com">www.redcordoba.com</a>
Regalos directos	<a href="http://www.regalosdirectos.com">www.regalosdirectos.com</a>
Renfe	<a href="http://www.renfe.es">www.renfe.es</a>
Revista PlayStation	<a href="http://www.revistaplaystation.com">www.revistaplaystation.com</a>
Revista Viajar	<a href="http://www.revistaviajar.es">www.revistaviajar.es</a>
Revista You	<a href="http://www.revistayou.es">www.revistayou.es</a>
Ritmes.cat	<a href="http://www.ritmes.cat">www.ritmes.cat</a>
Rock & Gol	<a href="http://www.rockandgol.net">www.rockandgol.net</a>
RTV Asturias	<a href="http://www.rtpa.es">www.rtpa.es</a>
Runner's World	<a href="http://www.runners.es">www.runners.es</a>
Sareko Argia	<a href="http://www.argia.com">www.argia.com</a>
Segundamano	<a href="http://www.segundamano.es">www.segundamano.es</a>
SER	<a href="http://www.cadenaser.com">www.cadenaser.com</a>
Ser Padres	<a href="http://www.serpadres.es">www.serpadres.es</a>
Servifutbol	<a href="http://www.servifutbol.com">www.servifutbol.com</a>
Sexta manager	<a href="http://www.sextamanager.com">www.sextamanager.com</a>
Sí, lo sé	<a href="http://www.silose.com">www.silose.com</a>
Sies TV	<a href="http://www.sies.tv">www.sies.tv</a>
Silicon News	<a href="http://www.siliconnews.es">www.siliconnews.es</a>
SINC	<a href="http://www.plataformasinc.es">www.plataformasinc.es</a>
Sport	<a href="http://www.sport.es">www.sport.es</a>
Sport Life	<a href="http://www.sportlife.es">www.sportlife.es</a>
Starcom Mediavest Group	<a href="http://www.smgiberia.es">www.smgiberia.es</a>
Starcraft	<a href="http://www.starcraft-esp.com">www.starcraft-esp.com</a>
Super Auto	<a href="http://www.superauto.es">www.superauto.es</a>
Super Deporte	<a href="http://www.superdeporte.es">www.superdeporte.es</a>
Superjuegos Xtreme	<a href="http://www.revistaxtreme.com">www.revistaxtreme.com</a>
Sur de Málaga	<a href="http://www.diariosur.es">www.diariosur.es</a>

Telecinco	www.telecinco.es
Telefónica	www.telefonica.es
Telefónica I+D	www.tid.es
Telentrada	www.telentrada.com
Televisió de Catalunya	www.tv3.cat
Telva	www.telva.com
Tennis a Fondo	www.tennisafondo.es
Terra	www.terra.es
Terra TV	www.terra.tv
The Inquirer	www.theinquirer.es
Tiempo de hoy	www.tiempodehoy.com
Todo Corazón	www.todocorazon.com
Todo Rallyes	www.todorallyes.es
Todo Series	www.todoseries.com
Todo Test	www.todotest.com
Top Franquicias	www.topfranquicias.net
Trofeo Caballo	www.trofeocaballo.com
Trofeo Caza	www.trofeocaza.com
Trofeo Pesca	www.trofeopesca.com
Turismo rural	www.revistaturismorural.es
TV Canaria	www.tvcanaria.tv
Ultimate Beauty	www.ultimatebeauty.es
Universitat de Barcelona	www.ub.edu
Universitat Jaume I	www.uji.es
Universitat Oberta de Catalunya	www.uoc.edu
Universitat Pompeu Fabra	www.upf.edu
Vandal	www.vandal.net
Vehículos Industriales.net	www.vehiculosindustriales.net
Vertele	www.vertele.com
Vilaweb	www.vilaweb.cat
Vilaweb TV	www.vilaweb.tv
VNU	www.vnunet.es
Windows Vista Magazine	www.windowstviamagazine.es
Woman	www.woman.es
Xornal	www.xornal.com
Yoga Journal	www.yogajournal.es
Yonkis.com	www.yonkis.com
Zenith Media	www.zenithmedia.es
ZonaDVD.com	www.zonadvd.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, de la frecuencia de aparición, etc. Los colaboradores que proporcionaron, cada uno, 200 ó más entrevistas válidas al estudio fueron, por orden de importancia:

<u>Colaborador</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
www.cuatro.com	3.389
www.elpais.com	3.214

<u>Colaborador</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
www.elotrolado.net	2.245
www.cadenaser.com	1.768
www.renfe.es	1.435
www.regalosdirectos.com	1.052
www.jccm.es	1.013
www.20minutos.es	949
www.carrefour.es	887
www.aimc.es	775
www.telecinco.es	721
www.los40.com	535
www.ono.es	501
www.mundo-r.com	467
www.concursosyregalos.com	463
IRC Hispano	448
www.meristation.com	397
www.uji.es	339
www.as.com	308
www.lasexta.com	298
www.cadena100.es	287
www.yonkis.com	272
www.caprabo.com	249
www.lne.es	225
www.vilaweb.cat	215
www.rac1.net	213
www.elperiodico.com	209
www.laboris.net	207
www.uoc.edu	202
www.cincodias.com	200

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

- AIMME
- Carrefour
- Infometal
- Marketing Directo
- Telentrada

El único boletín del que hemos recibido más de 200 entrevistas válidas ha sido de Carrefour (734 encuestas).

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

- 1 ordenador portátil. Marca Sony Vaio. Modelo FZ31Z con las siguientes características técnicas:
  - Procesador Intel Core 2 Duo T8300 2.4 GHz.
  - 4 GB de Memoria RAM.
  - Disco Duro 300 GB.
  - Lector de tarjetas.
  - Pantalla 15.4" TFT con resolución WXGA (1280x800)
  - 2.8 Kg. de peso.

La agraciada con este premio fue Eva M<sup>a</sup> Albiol González (Vilafamés, Castellón)

- 2 PDA's iPaq 214 de HP, que correspondieron a:
  - Francisco Javier Sánchez García (Valladolid)
  - Rosario Moreno García (Lorca, Murcia)
- 3 Nintendo Wii + 3 juegos, que fueron a parar a manos de:
  - Belén Ruiz Pimentel (Madrid)
  - Daniel Mayoral Reboredo (La Bóveda de Toro, Zamora)
  - Ana M<sup>a</sup> Marcos Mori (Madrid)

◆ 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).

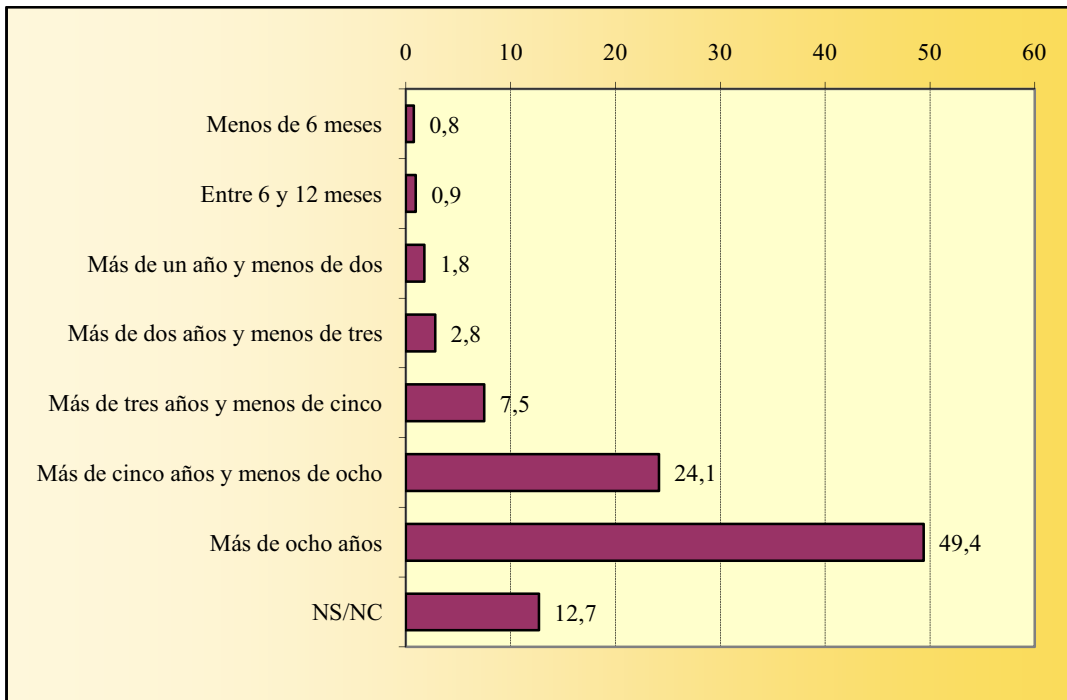
Sin cambiar la esencia fundamental de estas consideraciones inherentes al diseño del estudio, cabe hacer constar algunos comentarios a las mismas:

- 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Menos de 6 meses	311	0,8
Entre 6 y 12 meses	379	0,9
Más de un año y menos de dos	713	1,8
Más de dos años y menos de tres	1.135	2,8
Más de tres años y menos de cinco	3.028	7,5
Más de cinco años y menos de ocho	9.765	24,1
Más de ocho años	19.982	49,4
NS/NC	5.133	12,7





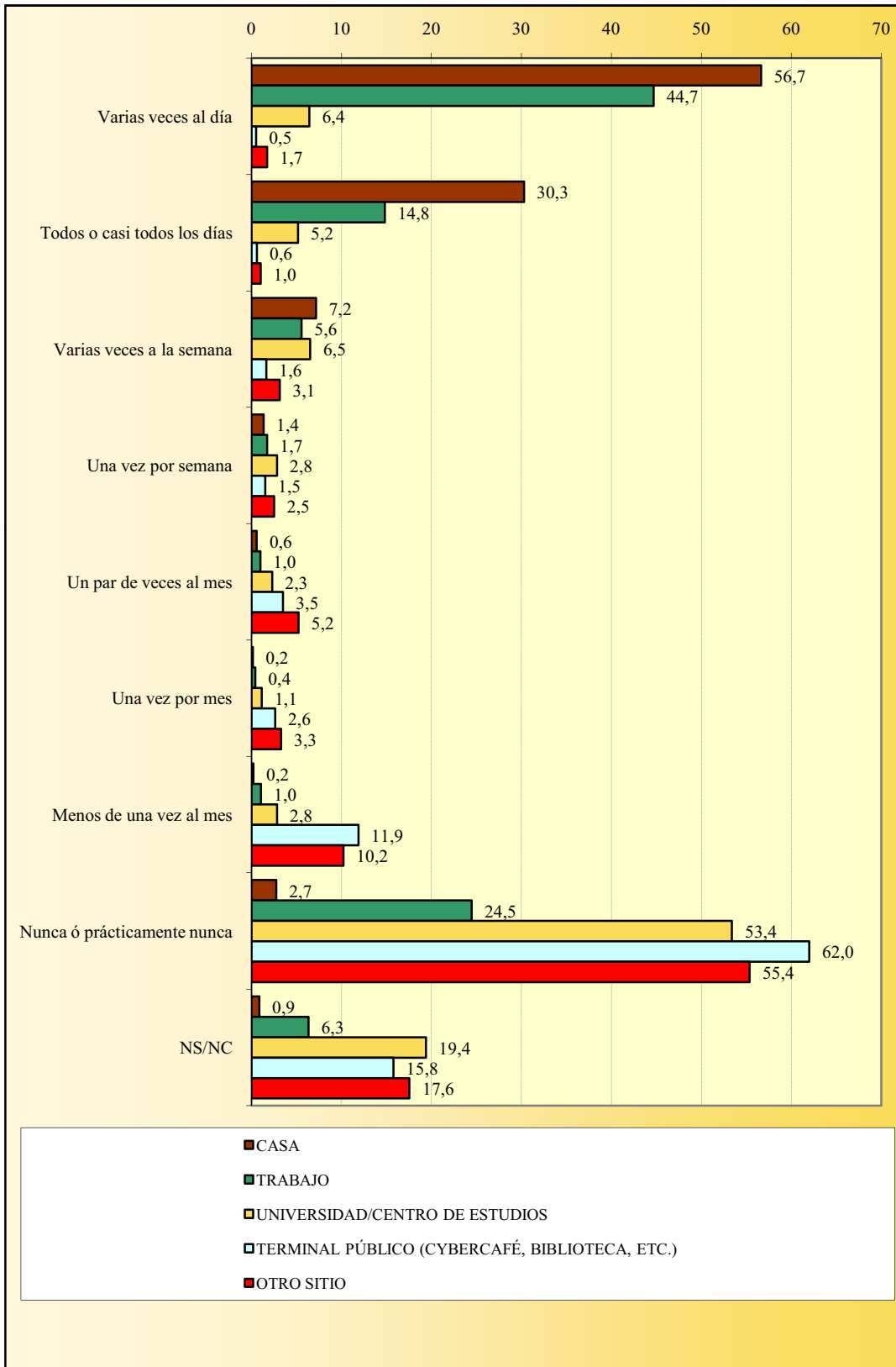
### FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET

<i>P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...CASA?</b>		
Varias veces al día	22.915	56,7
Todos o casi todos los días	12.248	30,3
Varias veces a la semana	2.899	7,2
Una vez por semana	547	1,4
Un par de veces al mes	229	0,6
Una vez por mes	61	0,2
Menos de una vez al mes	88	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	1.110	2,7
NS/NC	349	0,9
<b>...TRABAJO?</b>		
Varias veces al día	18.077	44,7
Todos o casi todos los días	5.989	14,8
Varias veces a la semana	2.249	5,6
Una vez por semana	698	1,7
Un par de veces al mes	395	1,0
Una vez por mes	164	0,4
Menos de una vez al mes	417	1,0
Nunca ó prácticamente nunca	9.897	24,5
NS/NC	2.560	6,3
<b>...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?</b>		
Varias veces al día	2.598	6,4
Todos o casi todos los días	2.093	5,2
Varias veces a la semana	2.637	6,5
Una vez por semana	1.150	2,8
Un par de veces al mes	929	2,3
Una vez por mes	454	1,1
Menos de una vez al mes	1.146	2,8
Nunca ó prácticamente nunca	21.597	53,4
NS/NC	7.842	19,4

## FRECUCENCIA DE ACCESO A INTERNET

<i>P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.)?</b>		
Varias veces al día	202	0,5
Todos o casi todos los días	238	0,6
Varias veces a la semana	662	1,6
Una vez por semana	617	1,5
Un par de veces al mes	1.410	3,5
Una vez por mes	1.063	2,6
Menos de una vez al mes	4.809	11,9
Nunca ó prácticamente nunca	25.068	62,0
NS/NC	6.377	15,8
<b>...OTRO SITIO?</b>		
Varias veces al día	702	1,7
Todos o casi todos los días	407	1,0
Varias veces a la semana	1.269	3,1
Una vez por semana	1.014	2,5
Un par de veces al mes	2.111	5,2
Una vez por mes	1.329	3,3
Menos de una vez al mes	4.127	10,2
Nunca ó prácticamente nunca	22.388	55,4
NS/NC	7.099	17,6

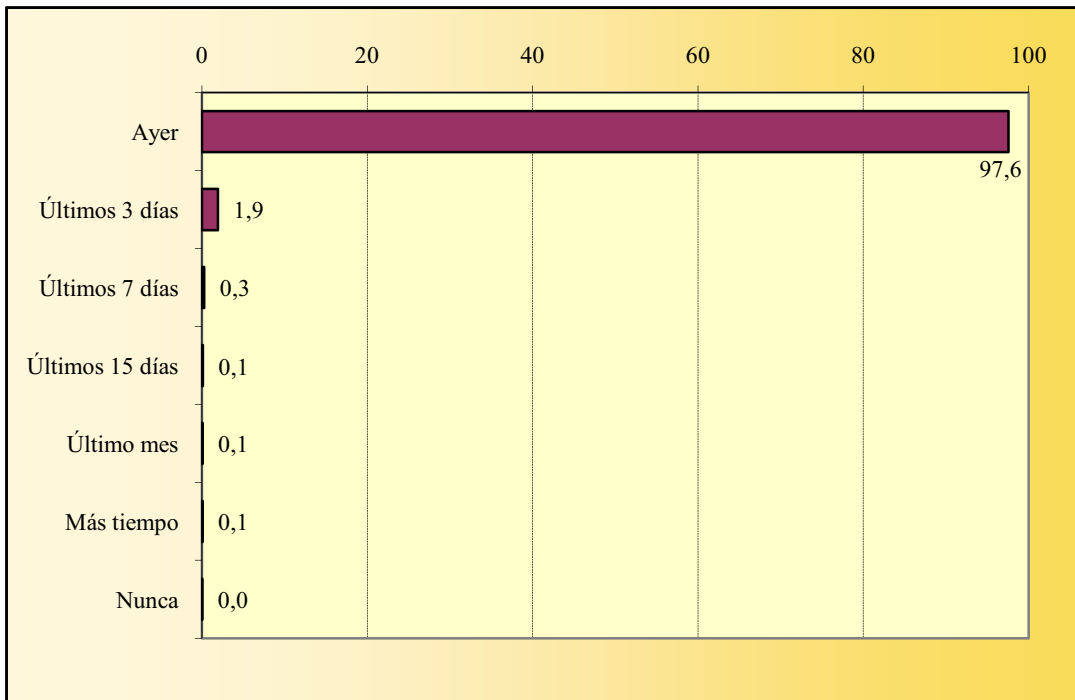
### FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET



## 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	40.446	100,0
Ayer	39.459	97,6
Últimos 3 días	780	1,9
Últimos 7 días	112	0,3
Últimos 15 días	42	0,1
Último mes	22	0,1
Más tiempo	22	0,1
Nunca	9	0,0



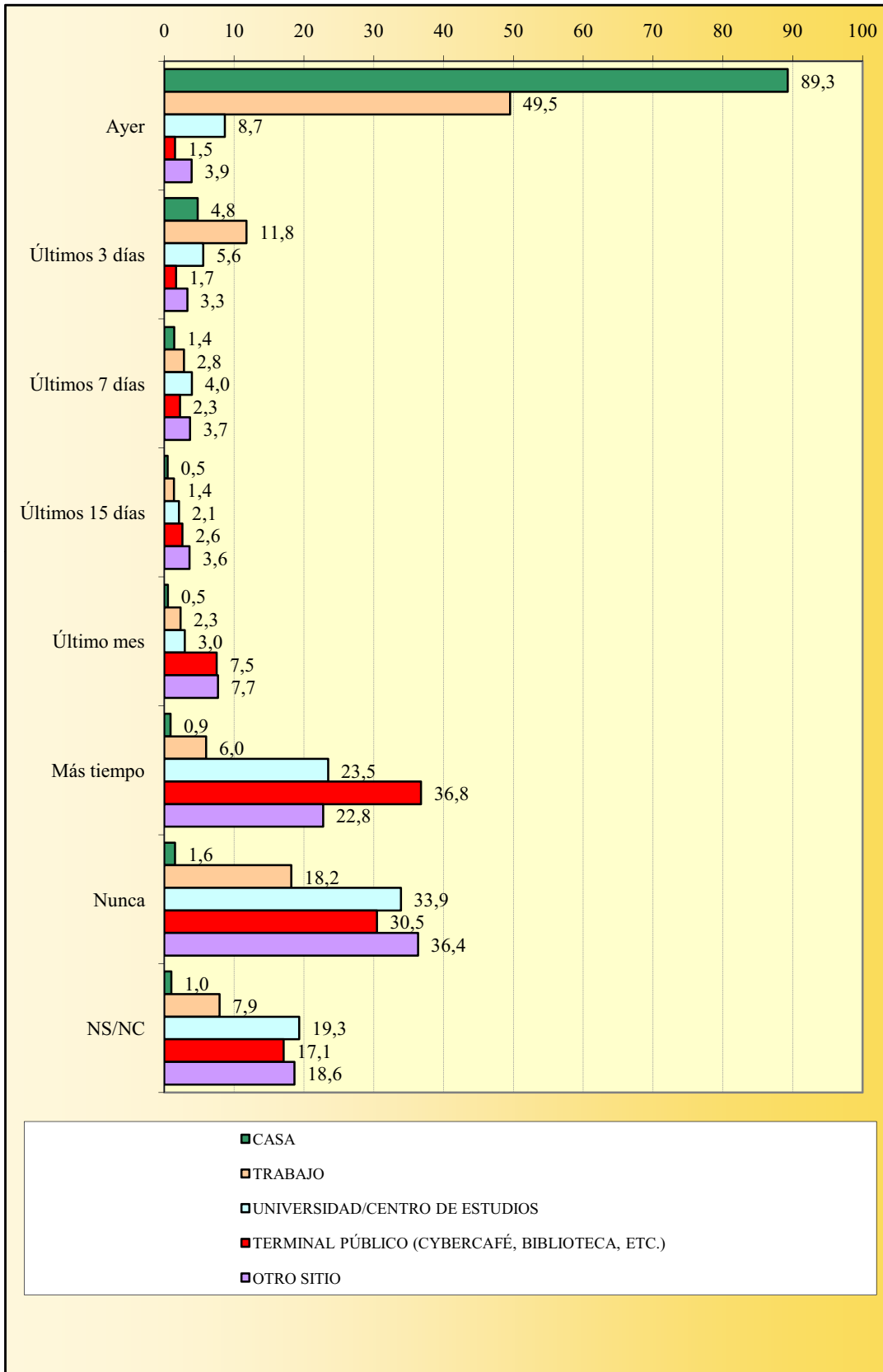
## ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

<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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...CASA?</b>		
Ayer	36.117	89,3
Últimos 3 días	1.939	4,8
Últimos 7 días	575	1,4
Últimos 15 días	198	0,5
Último mes	211	0,5
Más tiempo	371	0,9
Nunca	630	1,6
NS/NC	405	1,0
<b>...TRABAJO?</b>		
Ayer	20.030	49,5
Últimos 3 días	4.769	11,8
Últimos 7 días	1.140	2,8
Últimos 15 días	567	1,4
Último mes	944	2,3
Más tiempo	2.427	6,0
Nunca	7.363	18,2
NS/NC	3.206	7,9
<b>...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?</b>		
Ayer	3.510	8,7
Últimos 3 días	2.260	5,6
Últimos 7 días	1.603	4,0
Últimos 15 días	859	2,1
Último mes	1.198	3,0
Más tiempo	9.494	23,5
Nunca	13.708	33,9
NS/NC	7.814	19,3

## 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.?)</b>		
Ayer	625	1,5
Últimos 3 días	685	1,7
Últimos 7 días	917	2,3
Últimos 15 días	1.056	2,6
Último mes	3.046	7,5
Más tiempo	14.877	36,8
Nunca	12.316	30,5
NS/NC	6.924	17,1
<b>...OTRO SITIO?</b>		
Ayer	1.588	3,9
Últimos 3 días	1.337	3,3
Últimos 7 días	1.492	3,7
Últimos 15 días	1.473	3,6
Último mes	3.109	7,7
Más tiempo	9.203	22,8
Nunca	14.705	36,4
NS/NC	7.539	18,6

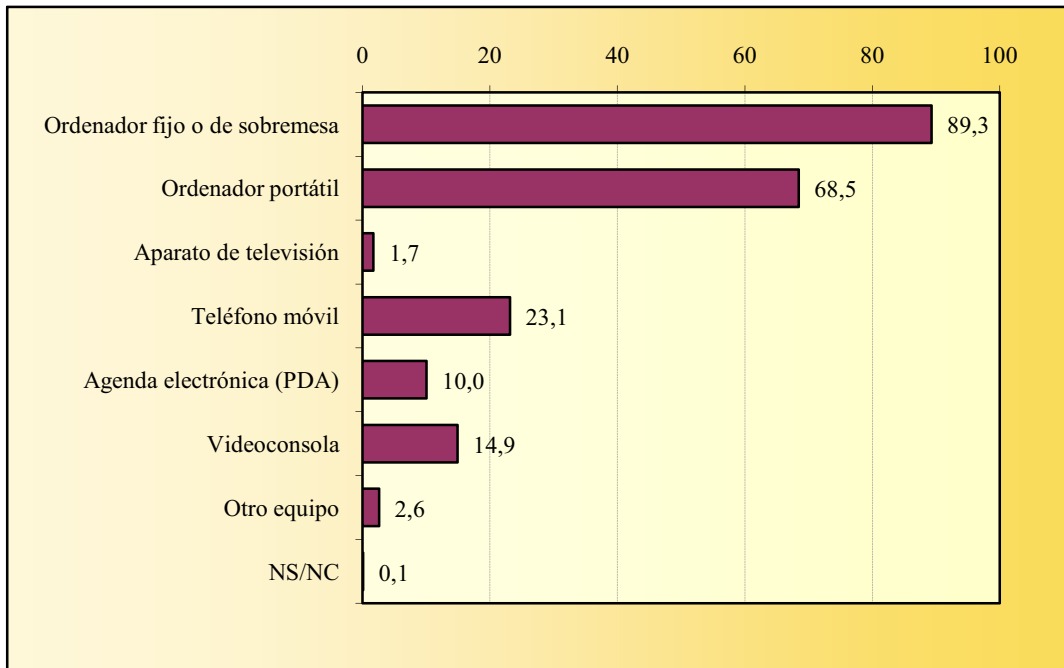
### ÚLTIMO ACCESO A INTERNET



## 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
Ordenador fijo o de sobremesa	36.121	89,3
Ordenador portátil	27.690	68,5
Aparato de televisión	697	1,7
Teléfono móvil	9.361	23,1
Agenda electrónica (PDA)	4.060	10,0
Videoconsola	6.031	14,9
Otro equipo	1.054	2,6
NS/NC	31	0,1

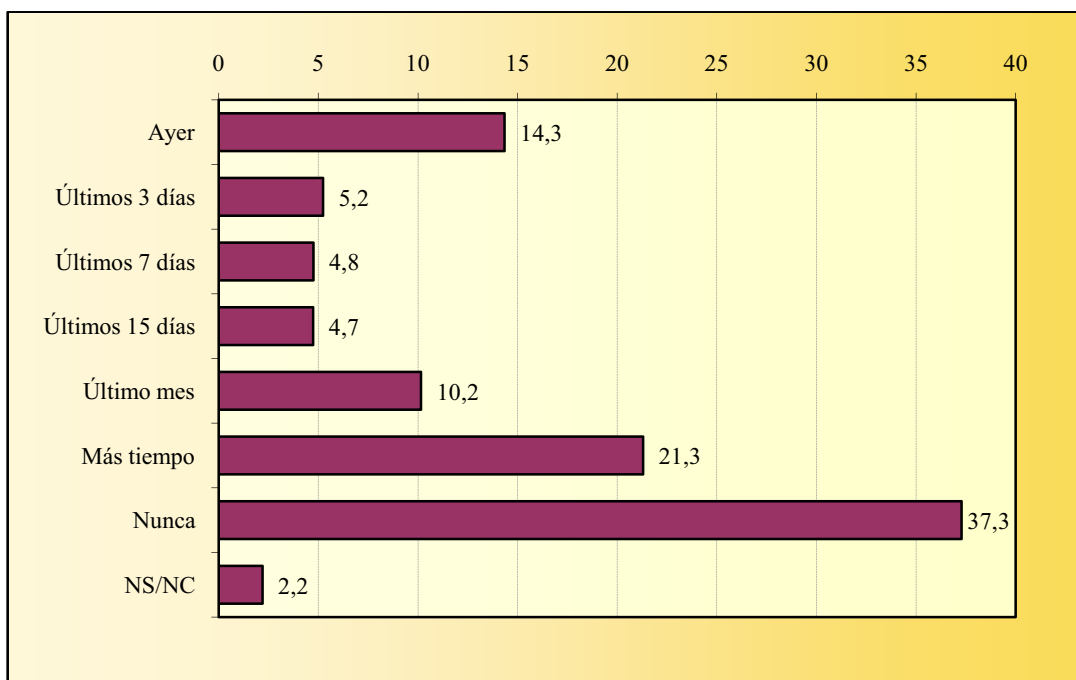




### ACCESO A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES

**P. Sin contar el día de hoy ¿cuándo ha sido la última vez que ha accedido a Internet a través de dispositivos móviles (teléfono móvil, PDA,...)?**

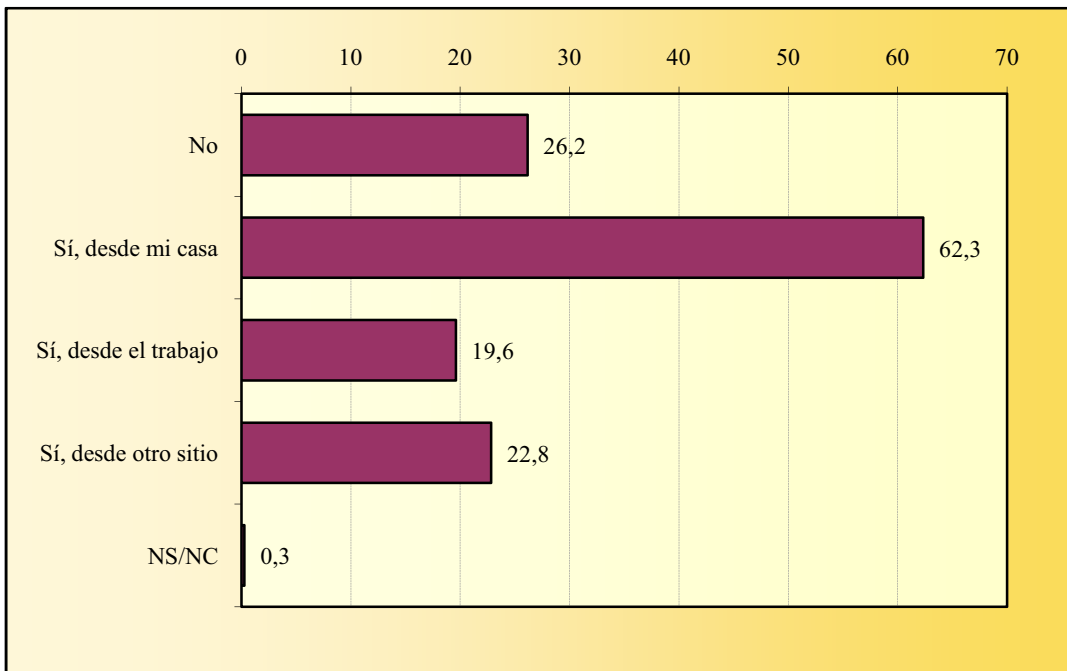
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Ayer	5.800	14,3
Últimos 3 días	2.119	5,2
Últimos 7 días	1.926	4,8
Últimos 15 días	1.914	4,7
Último mes	4.108	10,2
Más tiempo	8.613	21,3
Nunca	15.078	37,3
NS/NC	888	2,2



## RED INALÁMBRICA WI-FI

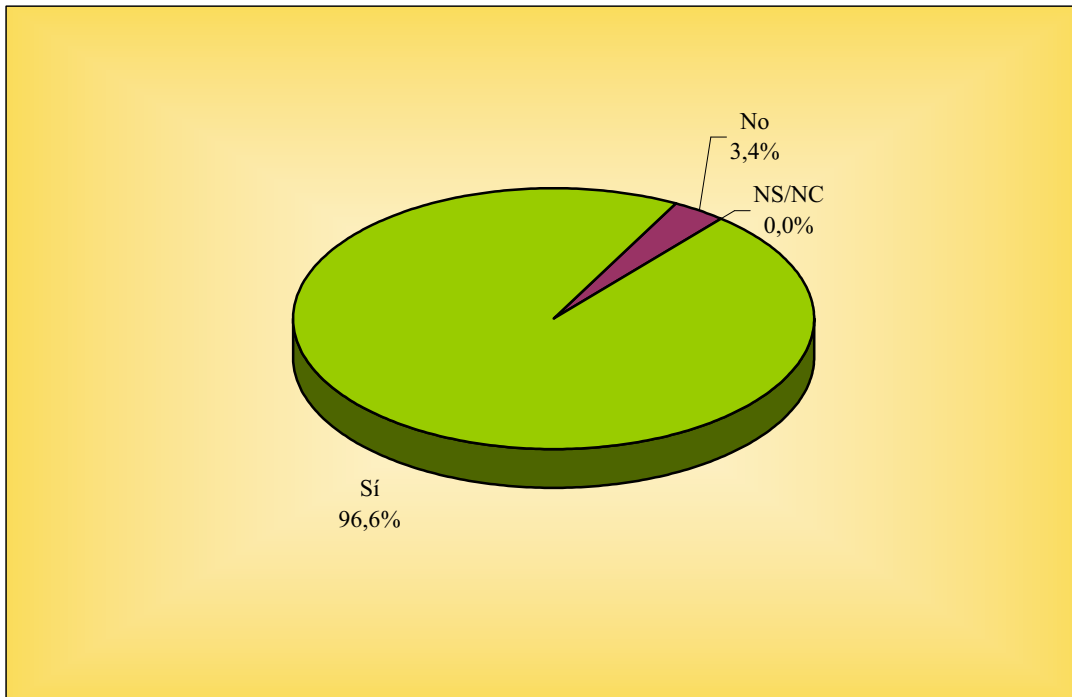
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran conectarse a Internet a través de redes Wi-Fi desde más de un sitio.

<i>P. ¿Se conecta a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
No	10.587	26,2
Sí, desde mi casa	25.209	62,3
Sí, desde el trabajo	7.925	19,6
Sí, desde otro sitio	9.238	22,8
NS/NC	112	0,3



**ACCESO A INTERNET DESDE CASA**

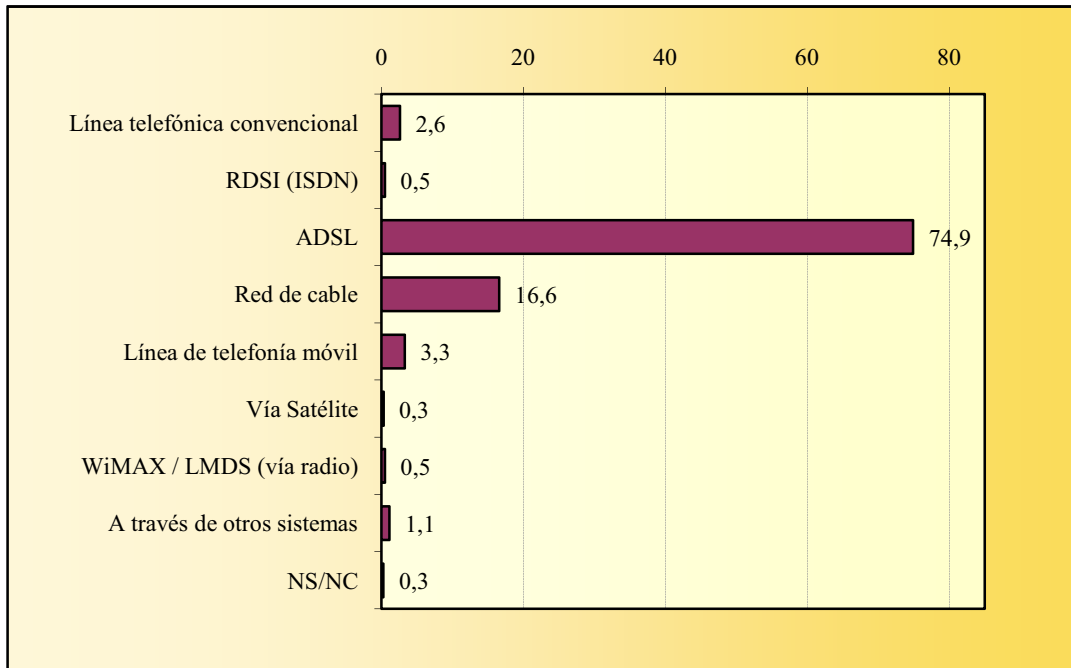
<i>P. ¿Accede a Internet desde su casa?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí	39.054	96,6
No	1.385	3,4
NS/NC	7	0,0



## ACCESO A INTERNET DESDE CASA

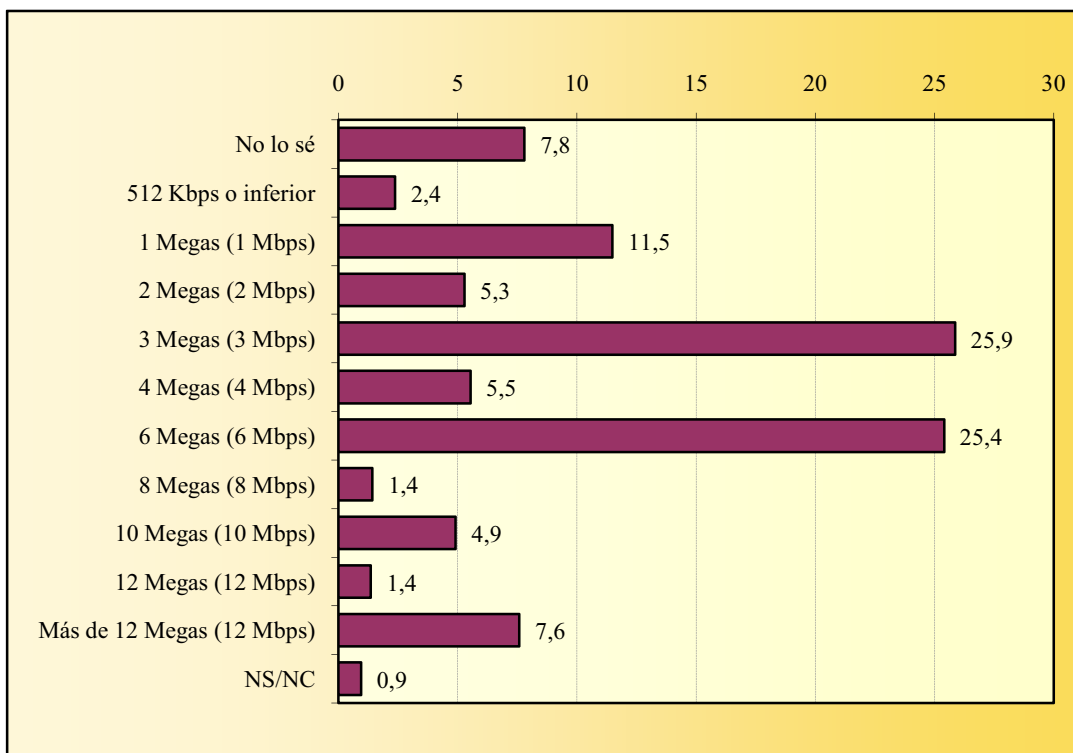
### Tipo de acceso

<i>P. ¿Qué tipo de acceso a Internet utiliza en su casa? Si usa varios, seleccione cuál utiliza más frecuentemente.</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	39.054	100,0
Línea telefónica convencional	1.019	2,6
RDSI (ISDN)	188	0,5
ADSL	29.249	74,9
Red de cable	6.481	16,6
Línea de telefonía móvil	1.281	3,3
Vía Satélite	109	0,3
WiMAX / LMDS (vía radio)	188	0,5
A través de otros sistemas	433	1,1
NS/NC	106	0,3



### ACCESO A INTERNET DESDE CASA Velocidad de acceso

<i>P. ¿Qué velocidad de acceso a Internet tiene contratada en su casa? Señale la que más se aproxime.</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	39.054	100,0
No lo sé	3.046	7,8
512 Kbps o inferior	929	2,4
1 Megas (1 Mbps)	4.486	11,5
2 Megas (2 Mbps)	2.063	5,3
3 Megas (3 Mbps)	10.104	25,9
4 Megas (4 Mbps)	2.164	5,5
6 Megas (6 Mbps)	9.925	25,4
8 Megas (8 Mbps)	557	1,4
10 Megas (10 Mbps)	1.919	4,9
12 Megas (12 Mbps)	529	1,4
Más de 12 Megas (12 Mbps)	2.962	7,6
NS/NC	370	0,9

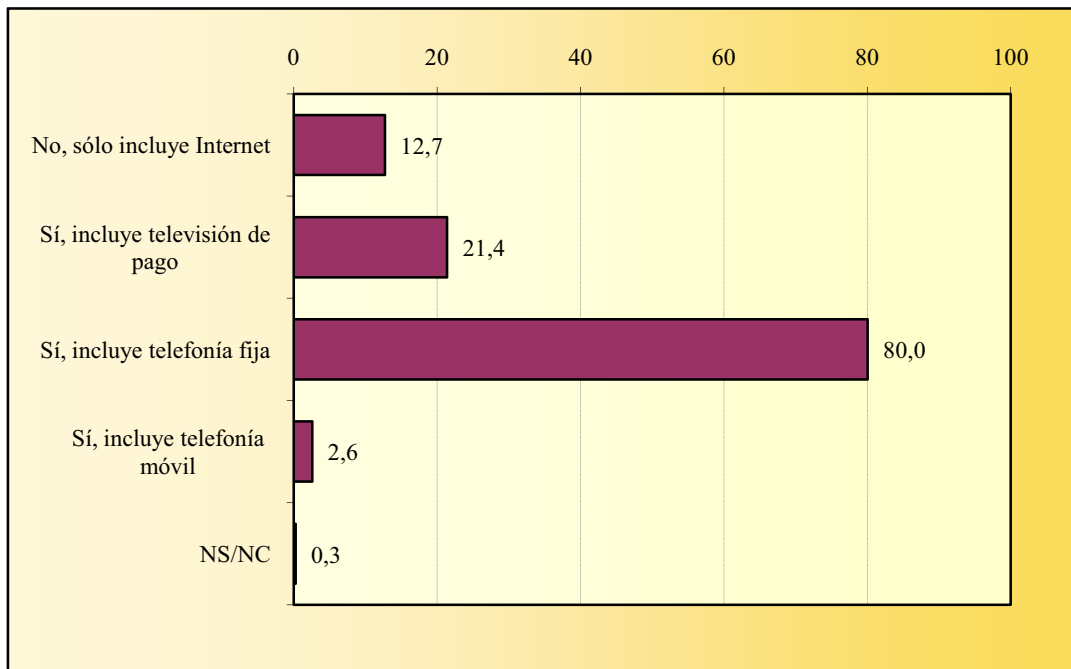


## ACCESO A INTERNET DESDE CASA

### Tipo de suscripción

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen individuos cuya suscripción a Internet incluye más de un servicio adicional.

<i>P. La suscripción a Internet en su casa ¿forma parte de un paquete más amplio de servicios combinados?</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	39.054	
No, sólo incluye Internet	4.975	12,7
Sí, incluye televisión de pago	8.353	21,4
Sí, incluye telefonía fija	31.257	80,0
Sí, incluye telefonía móvil	1.019	2,6
NS/NC	99	0,3

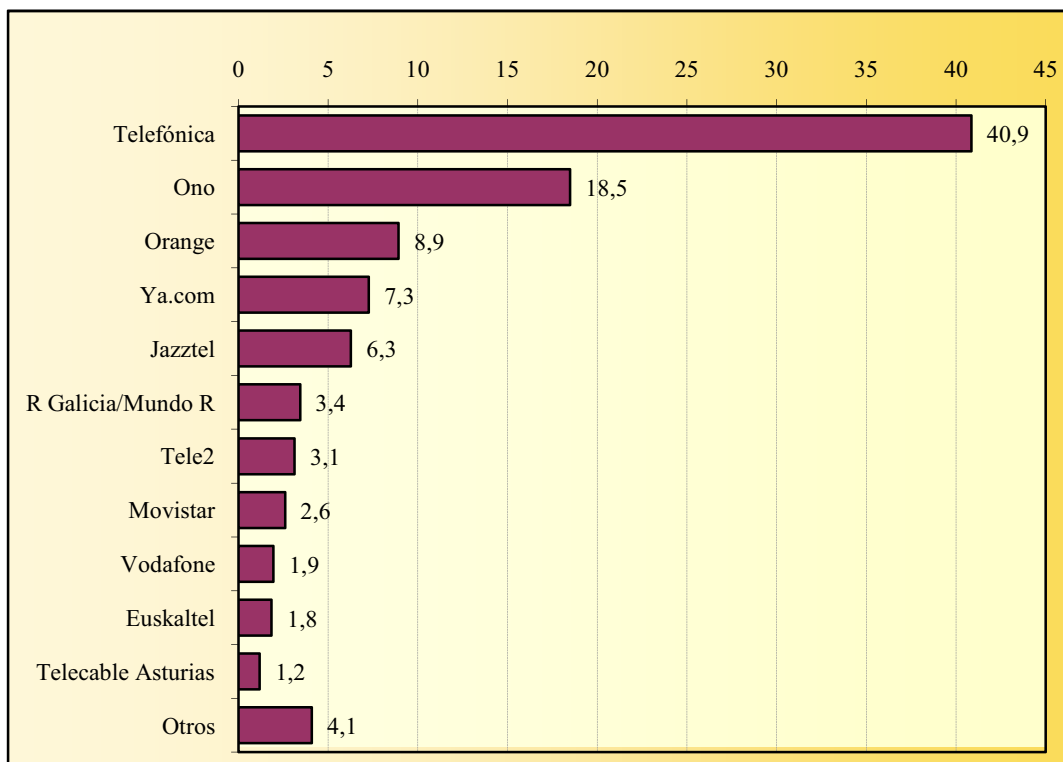


## ACCESO A INTERNET DESDE CASA

### Proveedor de acceso

Entre los 39.054 entrevistados que declaran acceder a Internet desde casa, se mencionan 39.327 proveedores de acceso con la siguiente distribución:

<i>P. ¿Quién le proporciona el servicio de acceso a Internet desde su casa?</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	39.327	100,0
Telefónica	16.067	40,9
Ono	7.268	18,5
Orange	3.511	8,9
Ya.com	2.858	7,3
Jazztel	2.462	6,3
R Galicia/Mundo R	1.352	3,4
Tele2	1.228	3,1
Movistar	1.022	2,6
Vodafone	764	1,9
Euskaltel	725	1,8
Telecable Asturias	465	1,2
Otros	1.605	4,1

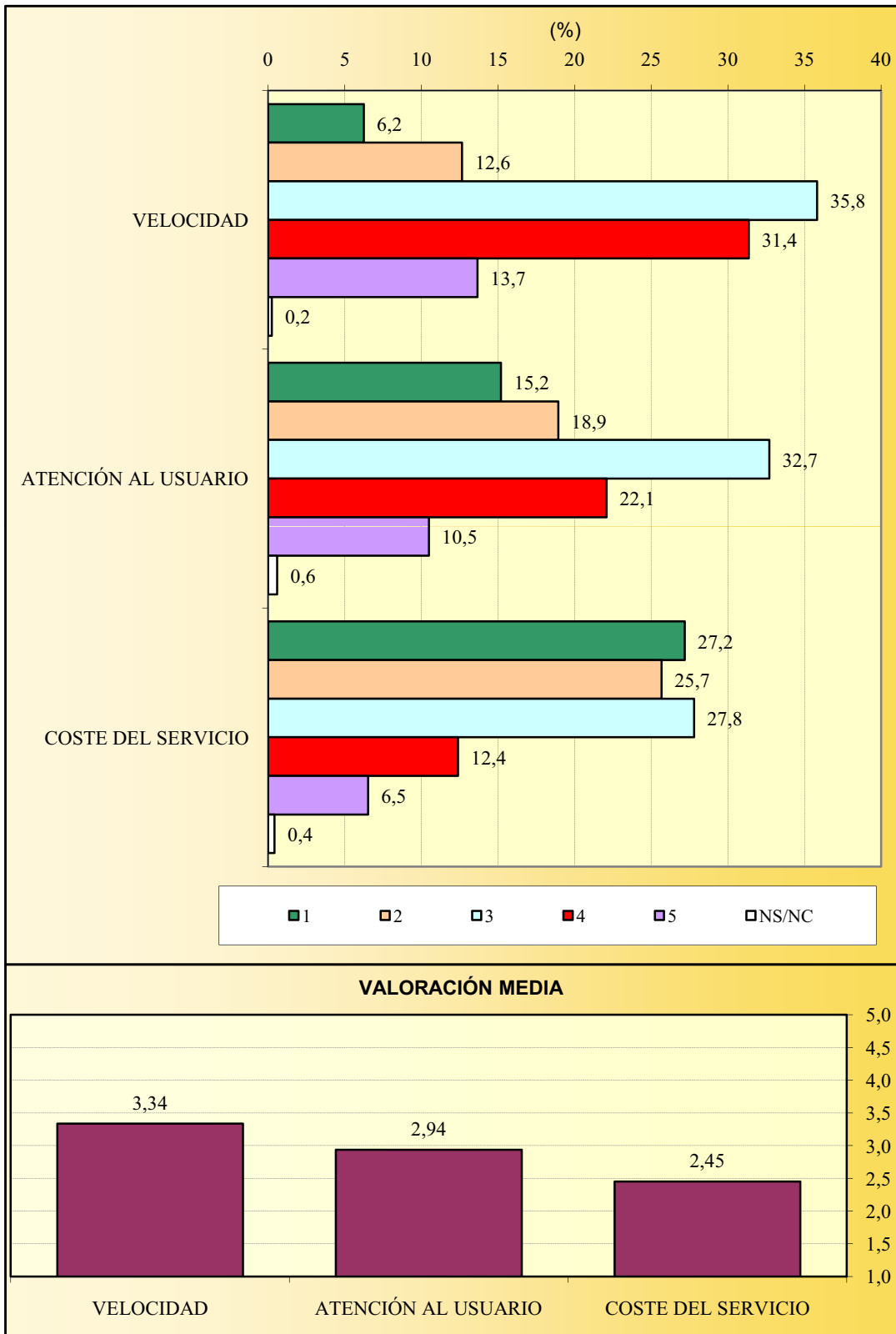


**ACCESO A INTERNET DESDE CASA**  
**Valoración del servicio**

<i>P. Valore el servicio de acceso a Internet recibido en su casa (5=Muy bueno ; 1=Muy malo) en relación a:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (accede desde casa)	39.054	100,0
<b>VELOCIDAD</b>		
1	2.439	6,2
2	4.940	12,6
3	13.992	35,8
4	12.253	31,4
5	5.334	13,7
NS/NC	96	0,2
Valoración media	3,34	
<b>ATENCIÓN AL USUARIO</b>		
1	5.934	15,2
2	7.395	18,9
3	12.772	32,7
4	8.624	22,1
5	4.097	10,5
NS/NC	232	0,6
Valoración media	2,94	
<b>COSTE DEL SERVICIO</b>		
1	10.616	27,2
2	10.029	25,7
3	10.857	27,8
4	4.841	12,4
5	2.547	6,5
NS/NC	164	0,4
Valoración media	2,45	



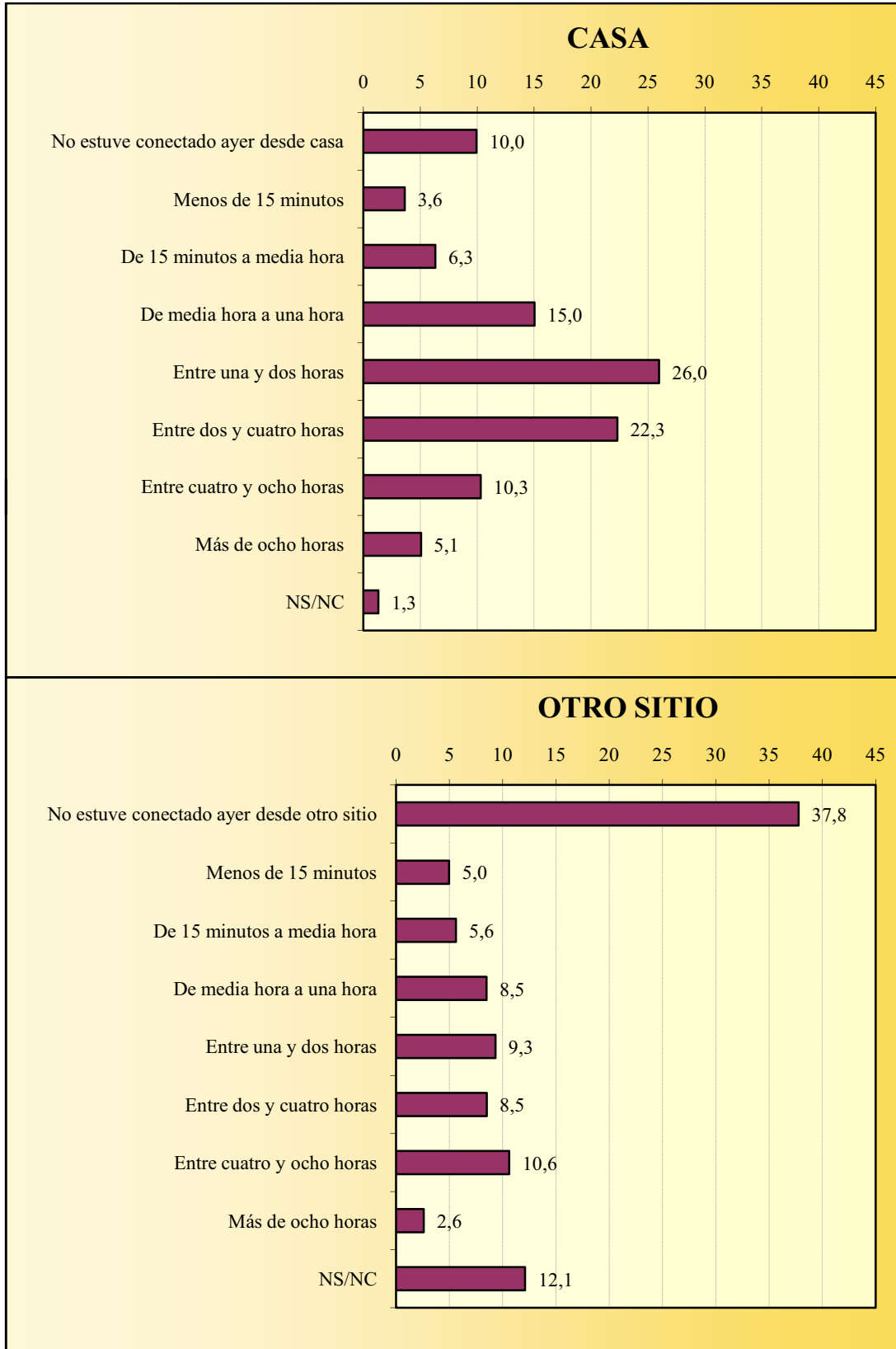
### ACCESO A INTERNET DESDE CASA Valoración del servicio



## TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER

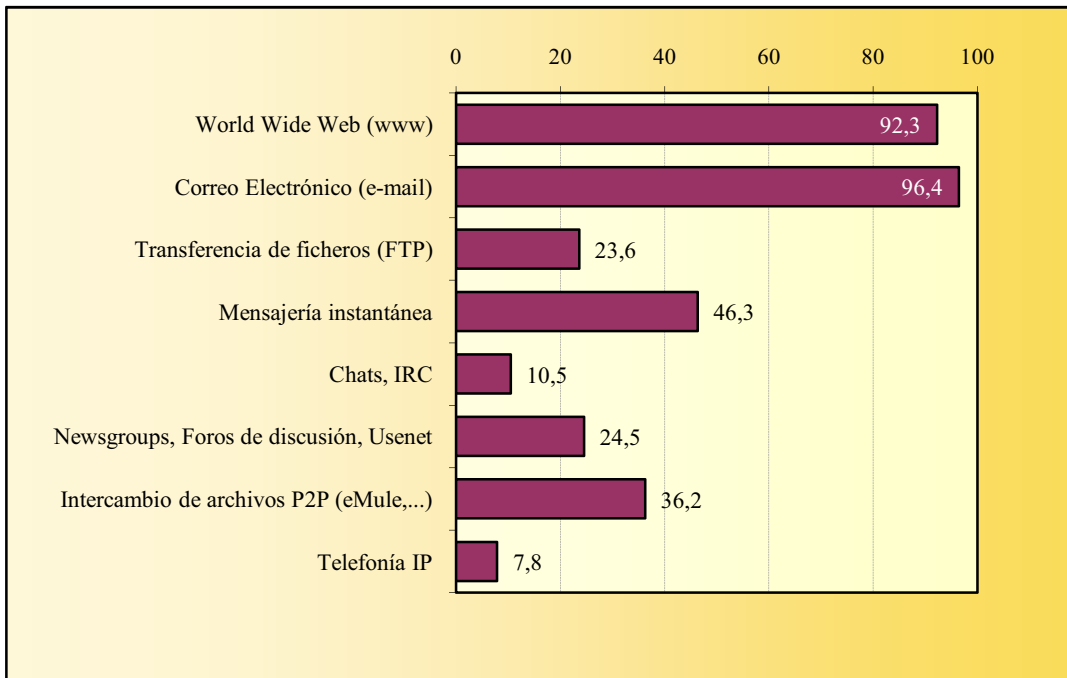
<i>P. Durante el día de ayer, ¿cuánto tiempo estuvo utilizando Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...CASA?</b>		
No estuve conectado ayer desde casa	4.026	10,0
Menos de 15 minutos	1.469	3,6
De 15 minutos a media hora	2.565	6,3
De media hora a una hora	6.083	15,0
Entre una y dos horas	10.514	26,0
Entre dos y cuatro horas	9.025	22,3
Entre cuatro y ocho horas	4.173	10,3
Más de ocho horas	2.053	5,1
NS/NC	538	1,3
<b>...OTRO SITIO?</b>		
No estuve conectado ayer desde otro sitio	15.283	37,8
Menos de 15 minutos	2.012	5,0
De 15 minutos a media hora	2.269	5,6
De media hora a una hora	3.434	8,5
Entre una y dos horas	3.768	9,3
Entre dos y cuatro horas	3.437	8,5
Entre cuatro y ocho horas	4.295	10,6
Más de ocho horas	1.051	2,6
NS/NC	4.897	12,1

### TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER



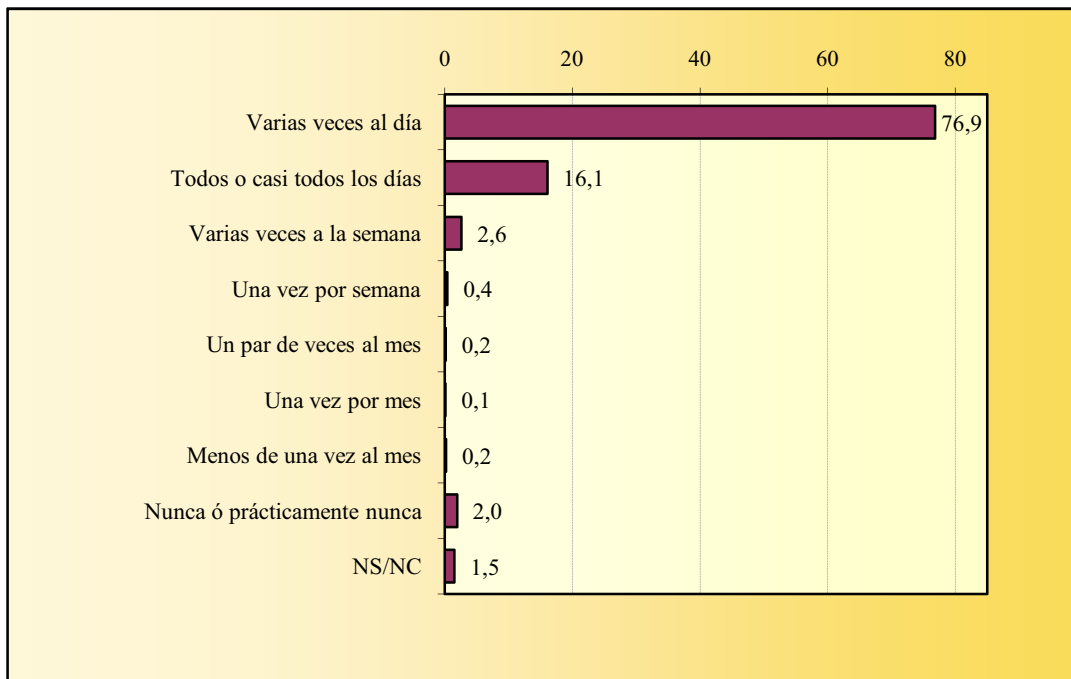
### SERVICIOS UTILIZADOS DÍA DE AYER

<i>P. Durante el día de ayer, ¿qué servicios de Internet utilizó?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha accedido ayer)	39.459	
World Wide Web (www)	36.402	92,3
Correo Electrónico (e-mail)	38.043	96,4
Transferencia de ficheros (FTP)	9.316	23,6
Mensajería instantánea	18.272	46,3
Chats, IRC	4.142	10,5
Newsgroups, Foros de discusión, Usenet	9.682	24,5
Intercambio de archivos P2P (eMule,...)	14.302	36,2
Telefonía IP	3.096	7,8



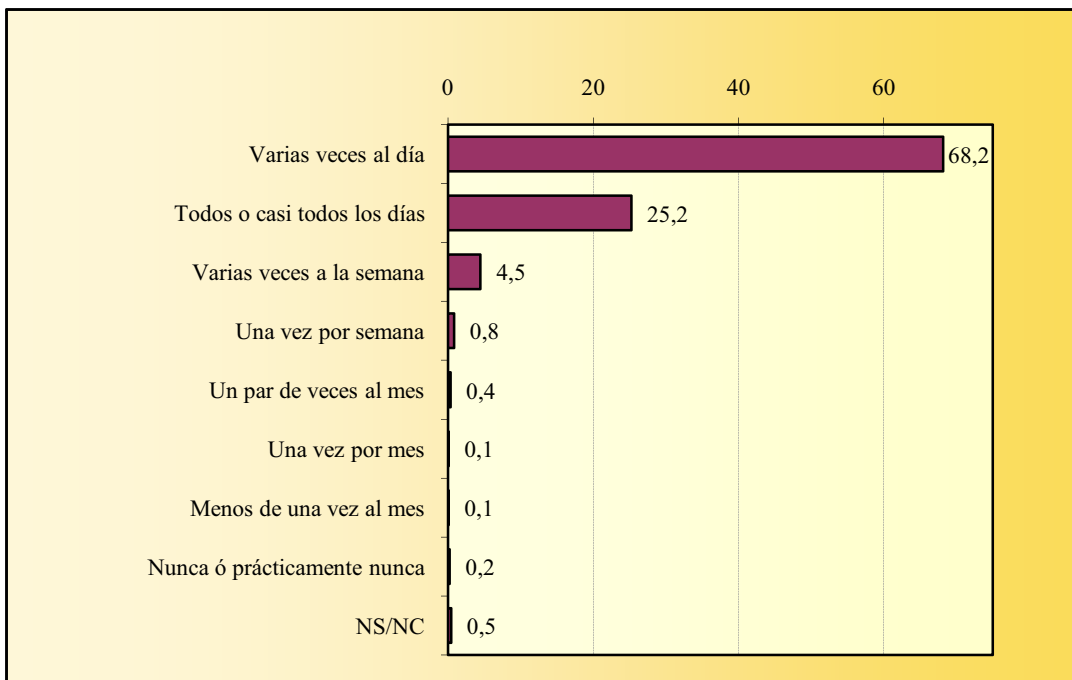
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**World Wide Web (www)**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>World Wide Web (www)</b>		
Varias veces al día	31.084	76,9
Todos o casi todos los días	6.523	16,1
Varias veces a la semana	1.064	2,6
Una vez por semana	166	0,4
Un par de veces al mes	75	0,2
Una vez por mes	44	0,1
Menos de una vez al mes	88	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	789	2,0
NS/NC	613	1,5



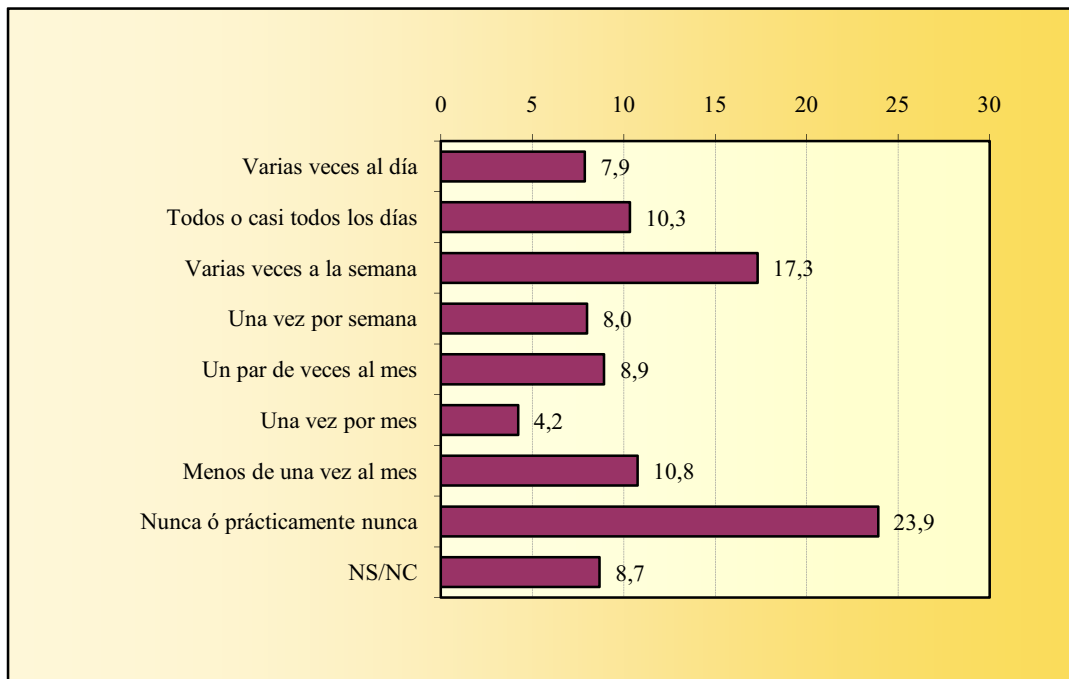
## FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Correo electrónico (e-mail)

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>Correo electrónico (e-mail)</b>		
Varias veces al día	27.582	68,2
Todos o casi todos los días	10.209	25,2
Varias veces a la semana	1.810	4,5
Una vez por semana	339	0,8
Un par de veces al mes	143	0,4
Una vez por mes	39	0,1
Menos de una vez al mes	41	0,1
Nunca ó prácticamente nunca	99	0,2
NS/NC	184	0,5



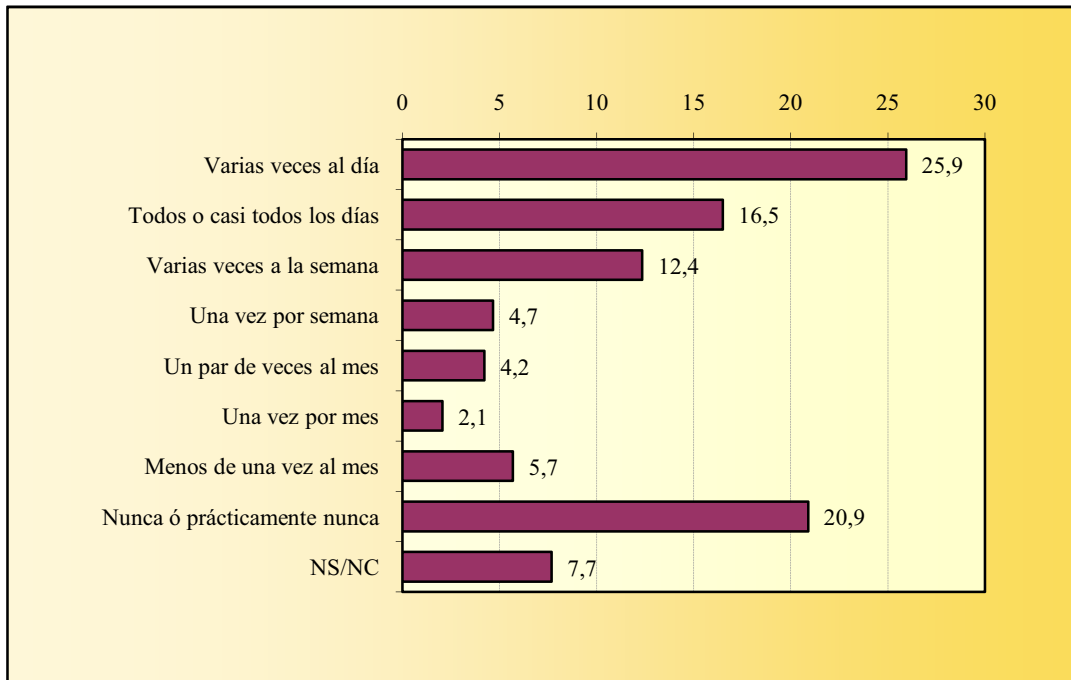
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Transferencia de ficheros (FTP)

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>Transferencia de ficheros (FTP)</b>		
Varias veces al día	3.183	7,9
Todos o casi todos los días	4.179	10,3
Varias veces a la semana	7.003	17,3
Una vez por semana	3.230	8,0
Un par de veces al mes	3.611	8,9
Una vez por mes	1.710	4,2
Menos de una vez al mes	4.349	10,8
Nunca ó prácticamente nunca	9.670	23,9
NS/NC	3.511	8,7



**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Mensajería instantánea**

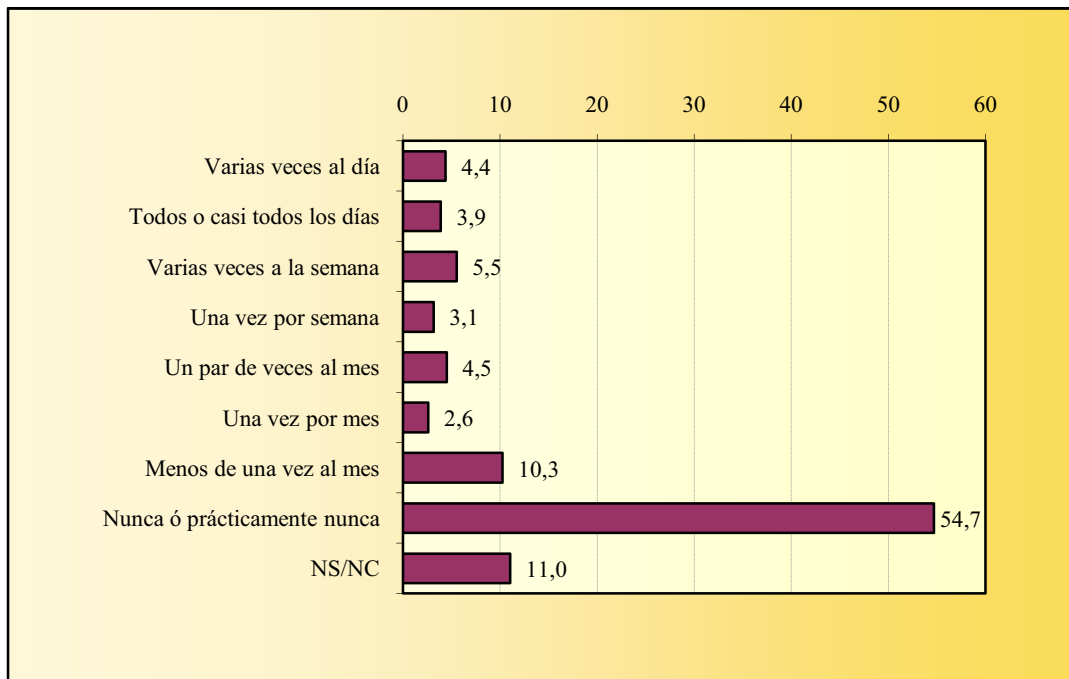
<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>Mensajería instantánea</b>		
Varias veces al día	10.494	25,9
Todos o casi todos los días	6.673	16,5
Varias veces a la semana	4.996	12,4
Una vez por semana	1.884	4,7
Un par de veces al mes	1.705	4,2
Una vez por mes	834	2,1
Menos de una vez al mes	2.300	5,7
Nunca ó prácticamente nunca	8.454	20,9
NS/NC	3.106	7,7





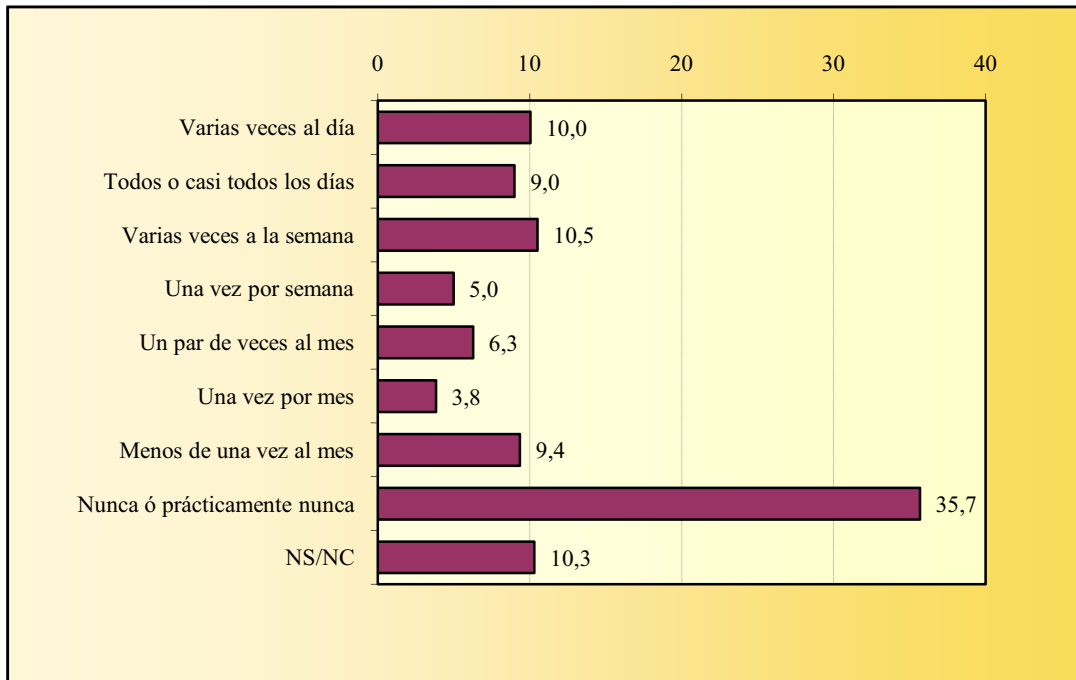
## FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Chats, IRC

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>Chats, IRC</b>		
Varias veces al día	1.774	4,4
Todos o casi todos los días	1.571	3,9
Varias veces a la semana	2.233	5,5
Una vez por semana	1.272	3,1
Un par de veces al mes	1.819	4,5
Una vez por mes	1.050	2,6
Menos de una vez al mes	4.149	10,3
Nunca ó prácticamente nunca	22.113	54,7
NS/NC	4.465	11,0



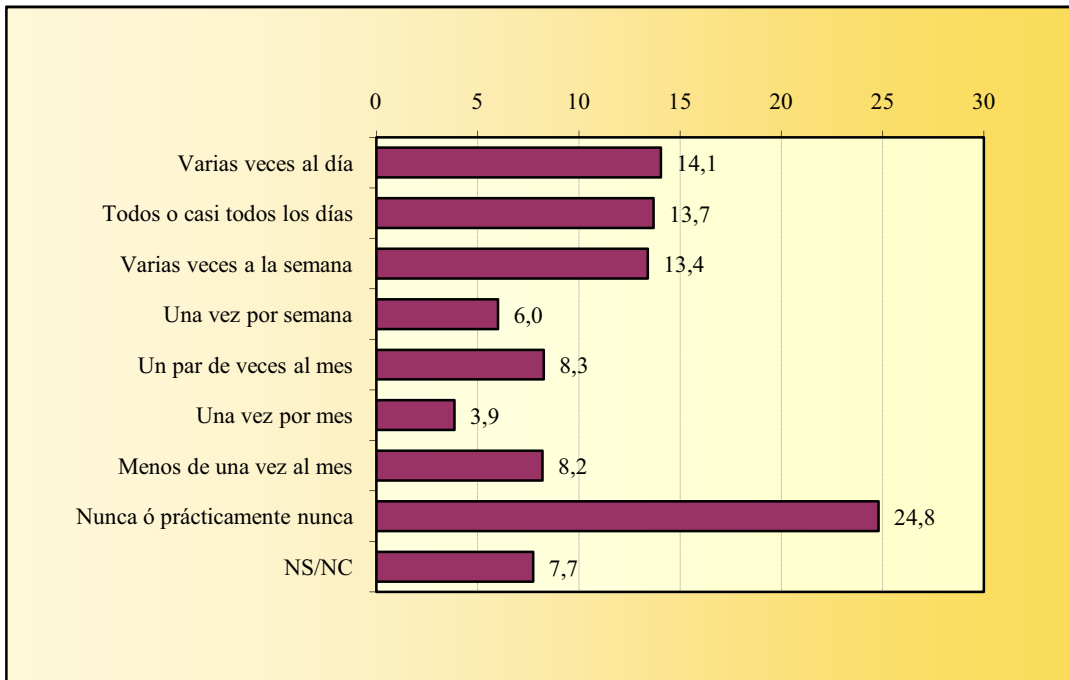
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Newsgroups, Foros de discusión**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>Newsgroups, Foros de discusión, Usenet</b>		
Varias veces al día	4.062	10,0
Todos o casi todos los días	3.642	9,0
Varias veces a la semana	4.253	10,5
Una vez por semana	2.020	5,0
Un par de veces al mes	2.535	6,3
Una vez por mes	1.552	3,8
Menos de una vez al mes	3.786	9,4
Nunca ó prácticamente nunca	14.428	35,7
NS/NC	4.168	10,3



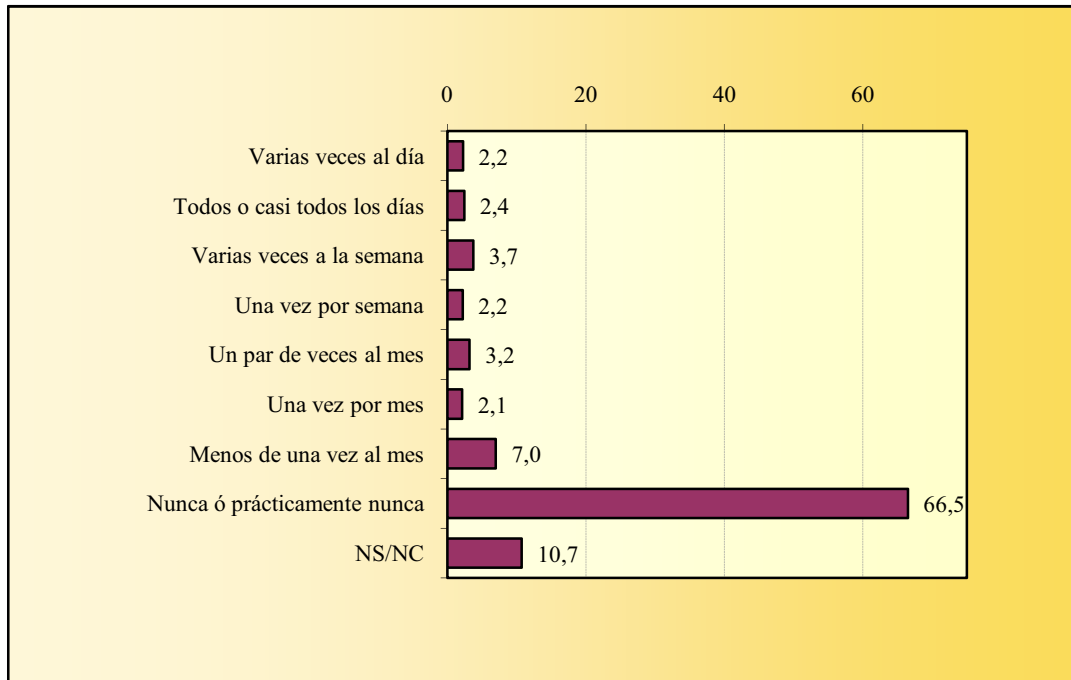
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Redes de intercambio de archivos P2P**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>Redes de intercambio de archivos P2P (eMule, BitTorrent,...)</b>		
Varias veces al día	5.685	14,1
Todos o casi todos los días	5.535	13,7
Varias veces a la semana	5.420	13,4
Una vez por semana	2.427	6,0
Un par de veces al mes	3.341	8,3
Una vez por mes	1.560	3,9
Menos de una vez al mes	3.316	8,2
Nunca ó prácticamente nunca	10.029	24,8
NS/NC	3.133	7,7



**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Telefonía IP**

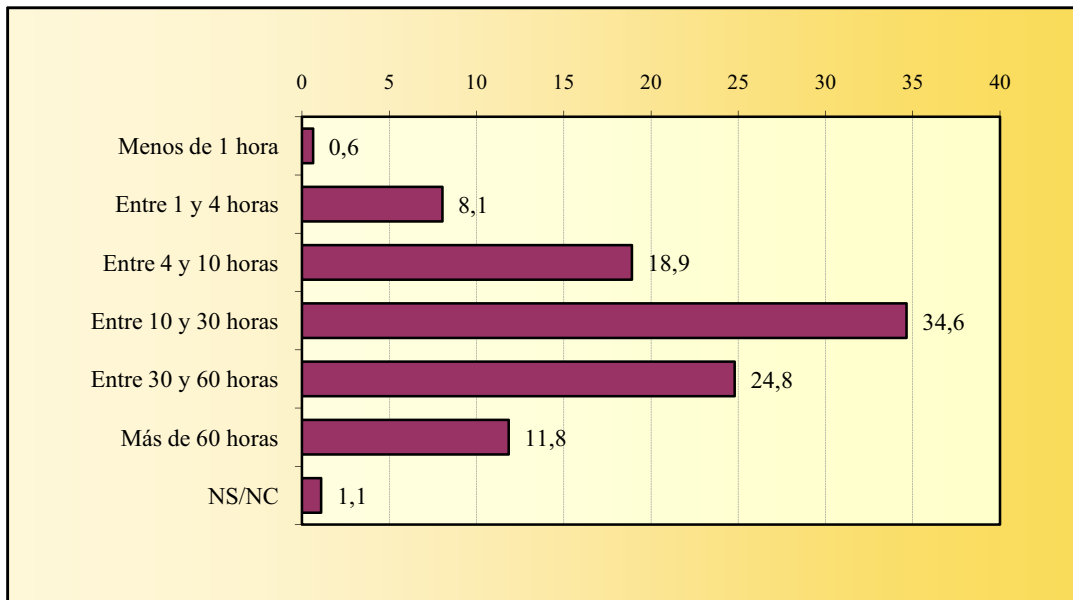
<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>Llamadas telefónicas por Internet, telefonía IP</b>		
Varias veces al día	906	2,2
Todos o casi todos los días	980	2,4
Varias veces a la semana	1.503	3,7
Una vez por semana	885	2,2
Un par de veces al mes	1.288	3,2
Una vez por mes	853	2,1
Menos de una vez al mes	2.818	7,0
Nunca ó prácticamente nunca	26.889	66,5
NS/NC	4.324	10,7



### PROMEDIO DE TIEMPO DE CONEXIÓN POR SEMANA

***P. Por término medio, en una semana ¿cuánto tiempo diría Vd. que está utilizando Internet (cualquier servicio y suma de todas las posibles sesiones en la semana)?***

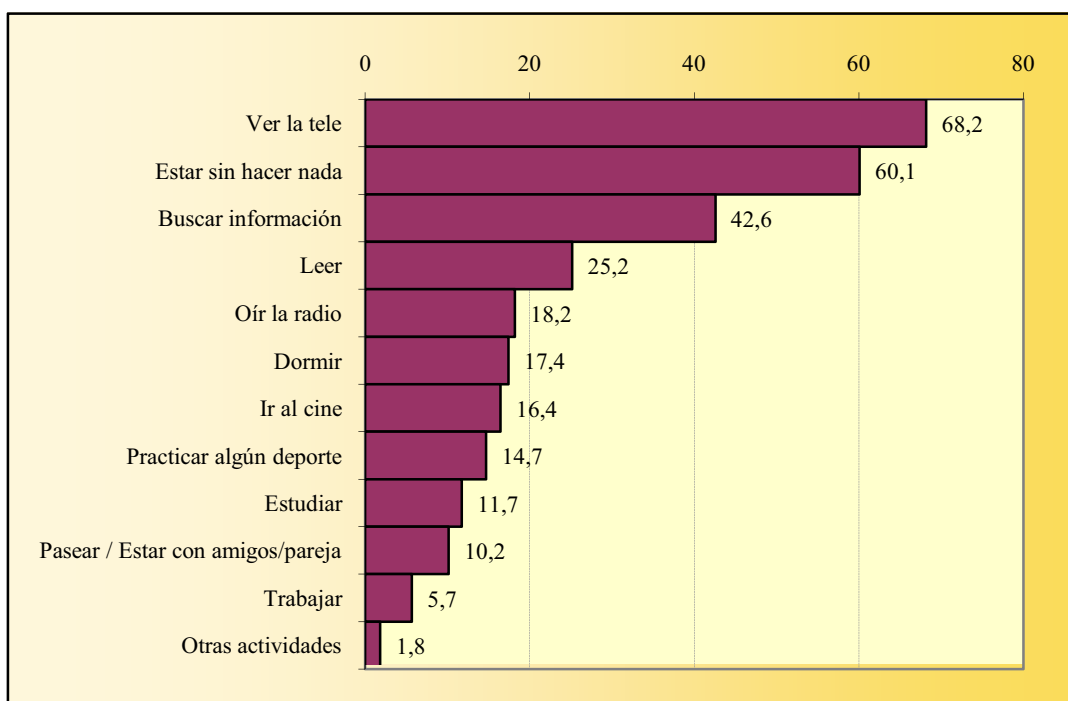
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Menos de 1 hora	261	0,6
Entre 1 y 4 horas	3.256	8,1
Entre 4 y 10 horas	7.645	18,9
Entre 10 y 30 horas	14.014	34,6
Entre 30 y 60 horas	10.031	24,8
Más de 60 horas	4.791	11,8
NS/NC	448	1,1



### 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.

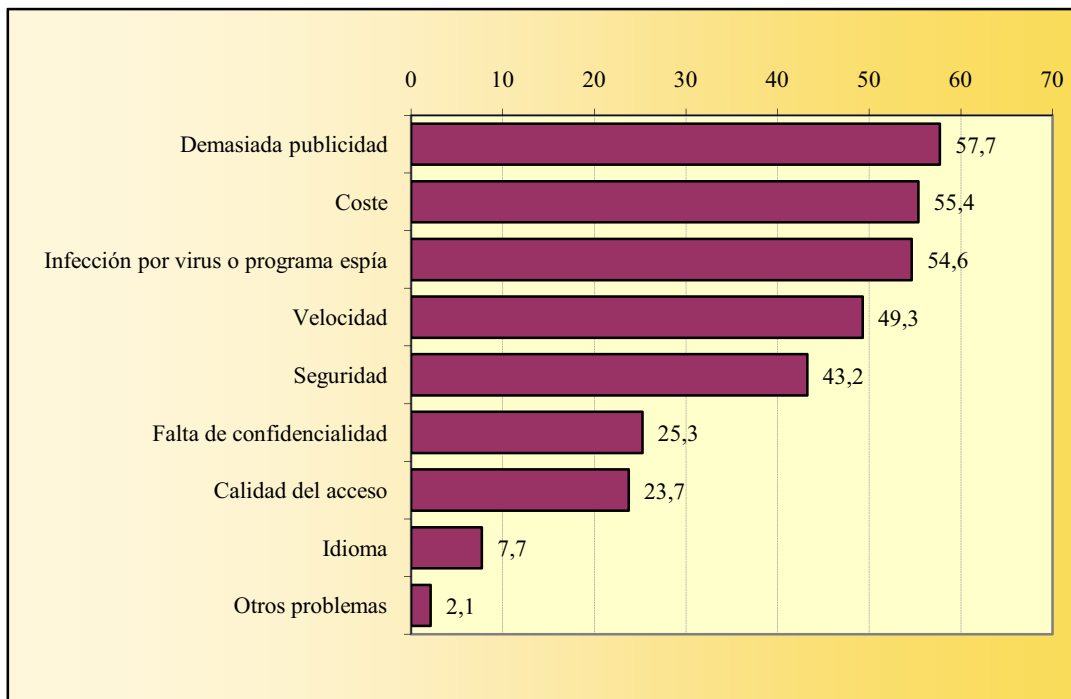
<b>P. ¿Ha disminuido el tiempo que dedica a alguna de estas actividades por utilizar Internet?</b>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
Ver la tele	27.578	68,2
Estar sin hacer nada	24.304	60,1
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.	17.220	42,6
Leer	10.179	25,2
Oír la radio	7.364	18,2
Dormir	7.043	17,4
Ir al cine	6.650	16,4
Practicar algún deporte	5.947	14,7
Estudiar	4.752	11,7
Pasear / Estar con amigos/pareja	4.107	10,2
Trabajar	2.289	5,7
Otras actividades	742	1,8



### PROBLEMAS DE INTERNET

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

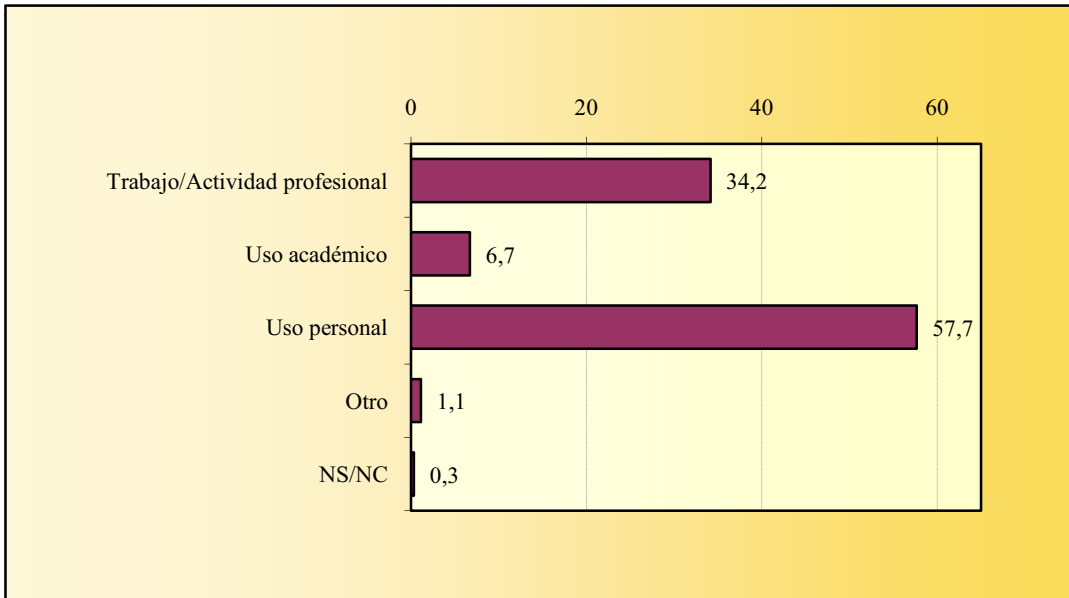
<i>P. ¿Cuáles son los mayores problemas que encuentra al utilizar Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
Demasiada publicidad	23.346	57,7
Coste	22.388	55,4
Infección por virus o programa espía	22.101	54,6
Velocidad	19.932	49,3
Seguridad	17.487	43,2
Falta de confidencialidad	10.215	25,3
Calidad del acceso	9.605	23,7
Idioma	3.124	7,7
Otros problemas	856	2,1



### FIN PRINCIPAL DEL ACCESO A INTERNET

**P. ¿Cuál diría que es el fin principal / mayoritario de su acceso a Internet?**

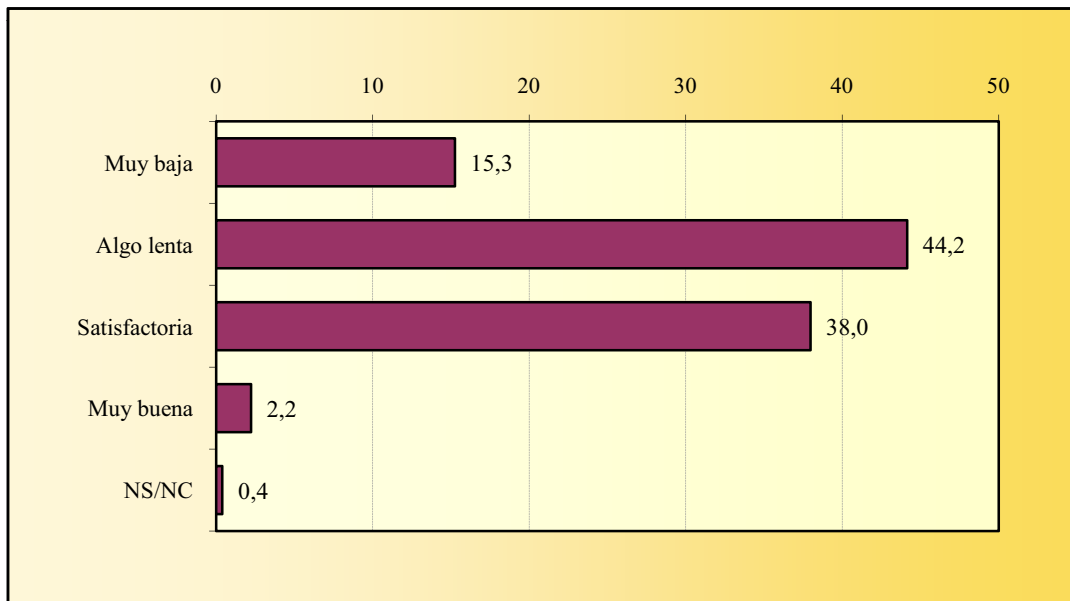
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Trabajo/Actividad profesional	13.813	34,2
Uso académico	2.720	6,7
Uso personal	23.331	57,7
Otro	451	1,1
NS/NC	131	0,3





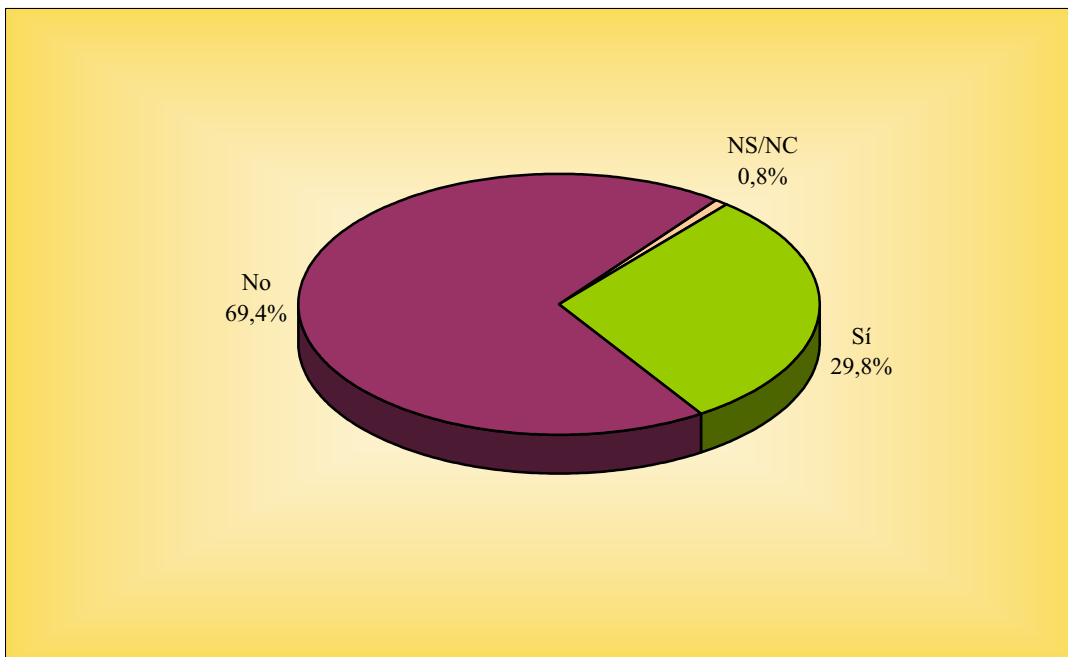
### VELOCIDAD DE INTERNET

<i>P. ¿Cómo considera la velocidad actual de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Muy baja	6.173	15,3
Algo lenta	17.857	44,2
Satisfactoria	15.357	38,0
Muy buena	899	2,2
NS/NC	160	0,4



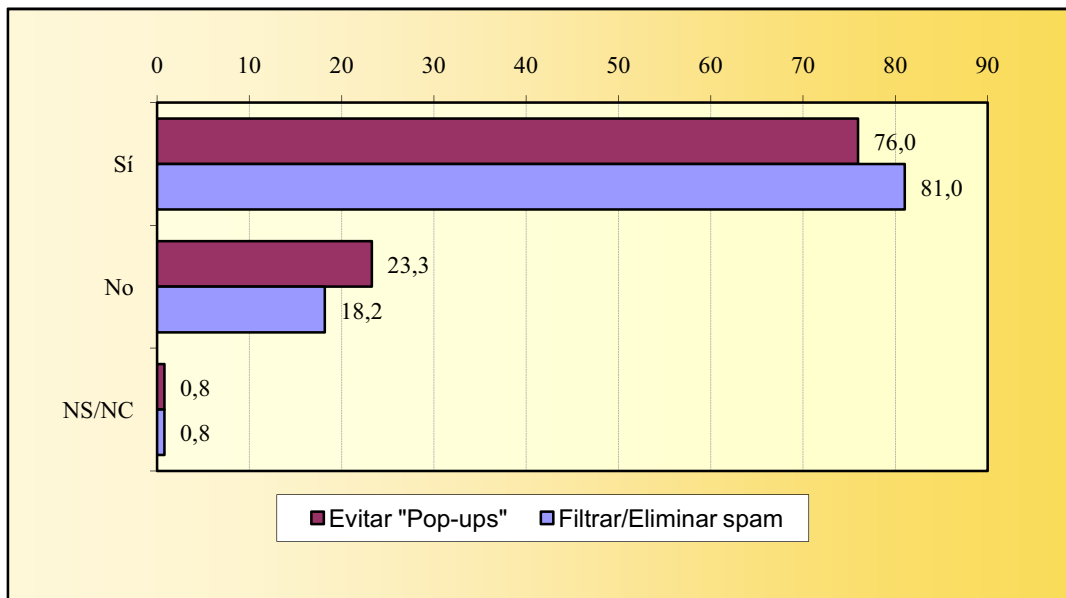
### FIRMA ELECTRÓNICA

<i>P. ¿Posee Vd. certificado digital de firma electrónica?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí	12.069	29,8
No	28.072	69,4
NS/NC	305	0,8



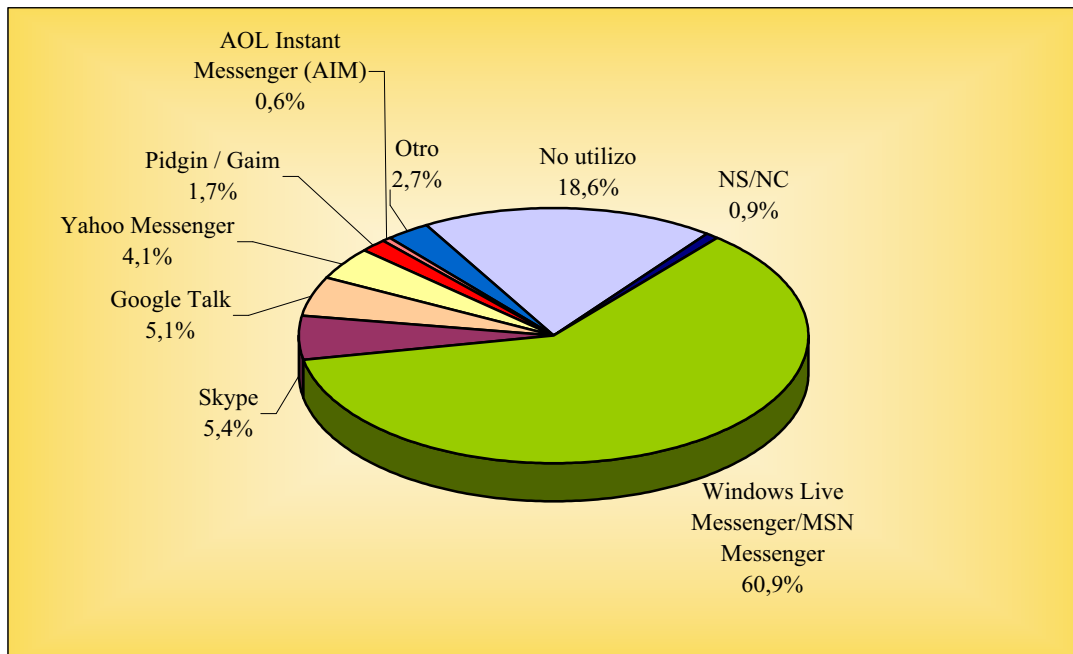
**PROGRAMAS/SISTEMAS PARA EVITAR PUBLICIDAD**

<i>P. ¿Utiliza algún programa/sistema para ...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...evitar "Pop-ups"?</b>		
Sí	30.719	76,0
No	9.408	23,3
NS/NC	319	0,8
<b>...filtrar/eliminar spam (correo no solicitado)?</b>		
Sí	32.771	81,0
No	7.357	18,2
NS/NC	318	0,8



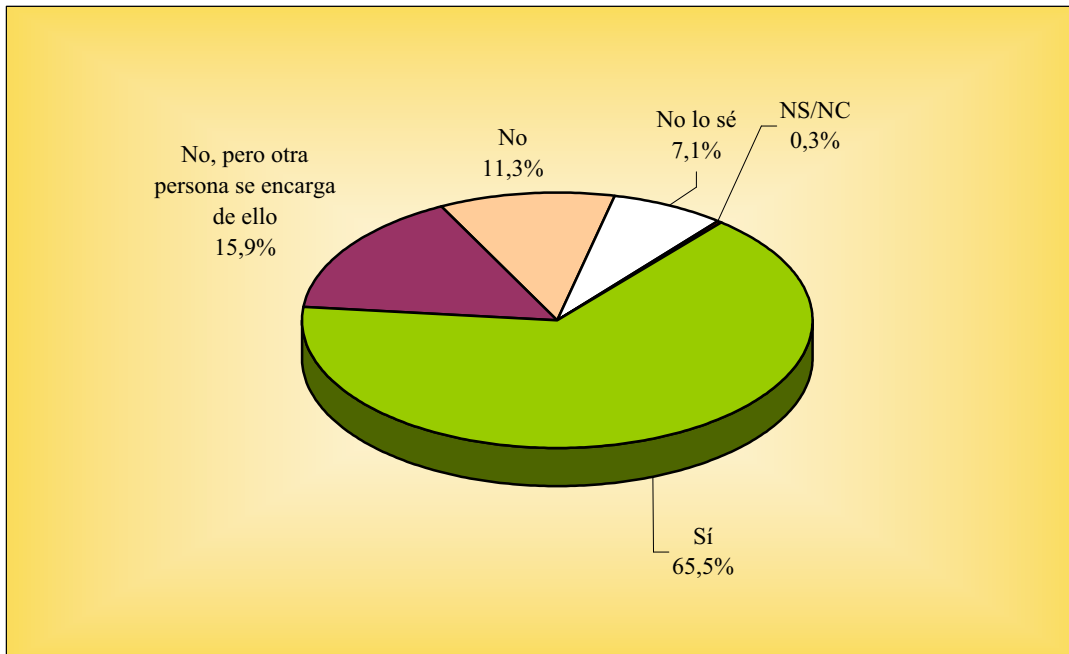
## SOFTWARE DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

<i>P. ¿Qué software de mensajería instantánea utiliza principalmente?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Windows Live Messenger/MSN Messenger	24.636	60,9
Skype	2.165	5,4
Google Talk	2.065	5,1
Yahoo Messenger	1.670	4,1
Pidgin / Gaim	682	1,7
AOL Instant Messenger (AIM)	244	0,6
Otro	1.086	2,7
No utilizzo	7.519	18,6
NS/NC	379	0,9



### PARCHES DE SEGURIDAD

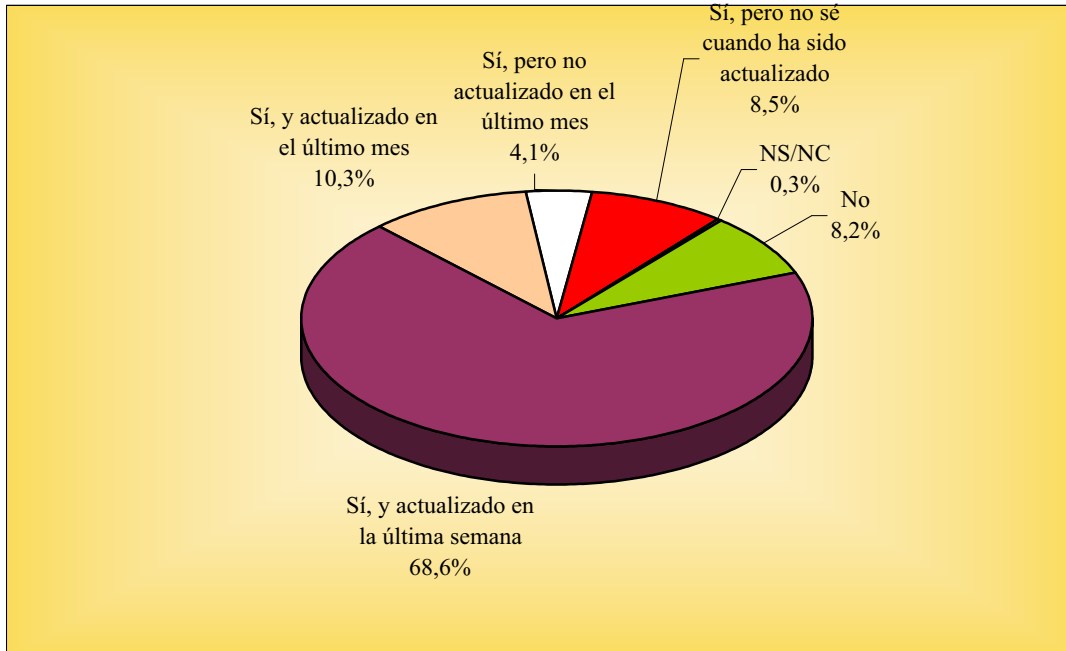
<i>P. ¿Suele instalar periódicamente los parches de seguridad del sistema operativo y de los principales programas?. Conteste en relación al equipo con el que está realizando la encuesta.</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Sí	26.474	65,5
No, pero otra persona se encarga de ello	6.414	15,9
No	4.562	11,3
No lo sé	2.883	7,1
NS/NC	113	0,3



## VIRUS INFORMÁTICOS

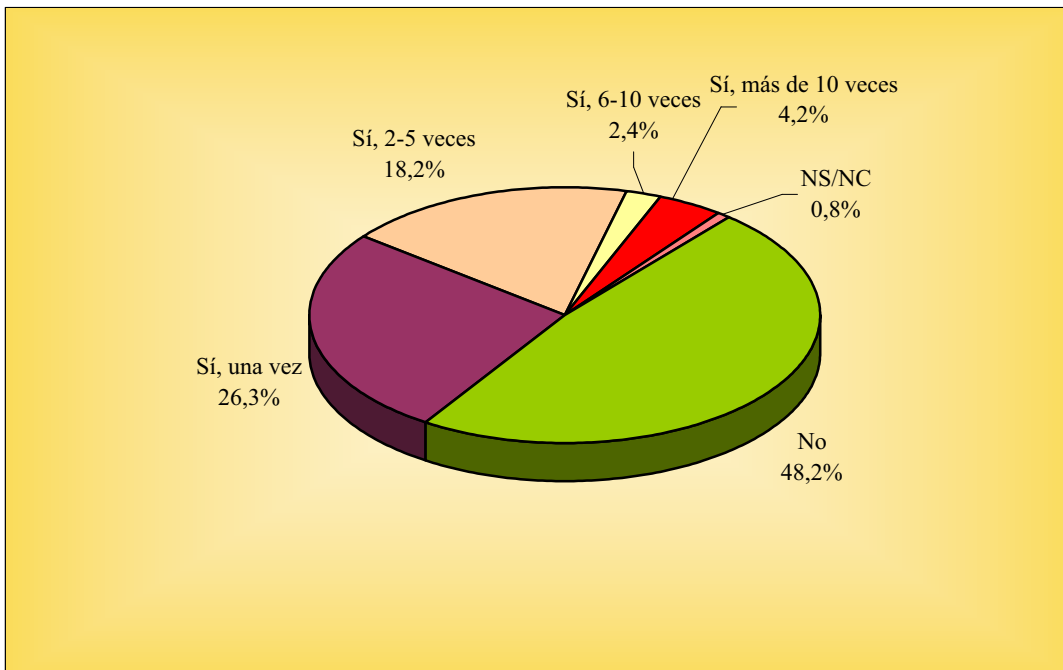
### Programa antivirus

<i>P. ¿Tiene instalado algún programa antivirus?. Conteste en relación al equipo con el que está realizando la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
No	3.311	8,2
Sí, y actualizado en la última semana	27.734	68,6
Sí, y actualizado en el último mes	4.175	10,3
Sí, pero no actualizado en el último mes	1.640	4,1
Sí, pero no sé cuando ha sido actualizado	3.453	8,5
NS/NC	133	0,3



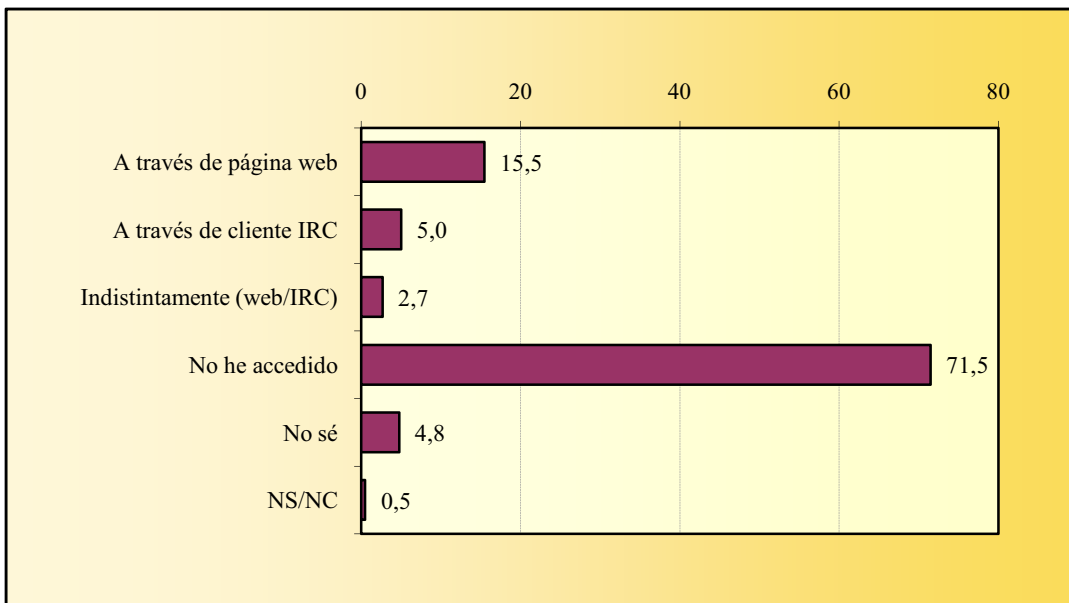
## VIRUS INFORMÁTICOS Infección

<i>P. En el último año, ¿se ha visto infectado por algún virus informático o programa espía (spyware) procedente de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
No	19.480	48,2
Sí, una vez	10.642	26,3
Sí, 2-5 veces	7.354	18,2
Sí, 6-10 veces	980	2,4
Sí, más de 10 veces	1.683	4,2
NS/NC	307	0,8



### TIPO DE ACCESO A CHAT

<b>P. Indique a través de que medio ha accedido Vd. principalmente a chats en los últimos 30 días:</b>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
A través de página web	6.263	15,5
A través de cliente IRC	2.035	5,0
Indistintamente (web/IRC)	1.093	2,7
No he accedido	28.919	71,5
No sé	1.936	4,8
NS/NC	200	0,5

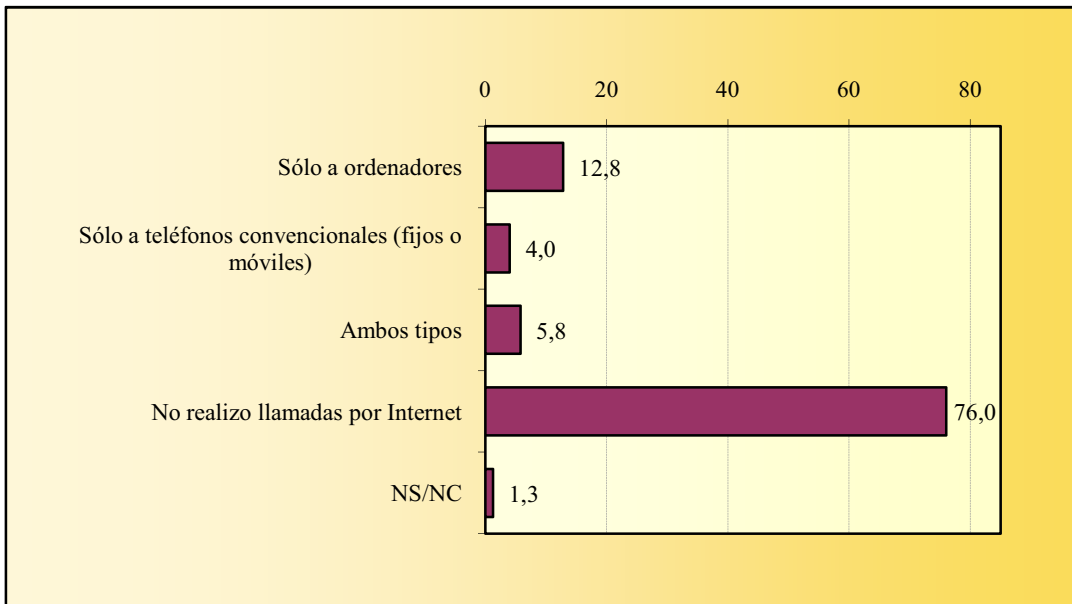




### TIPO DE LLAMADAS TELEFONICAS POR INTERNET

**P. Si realiza llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP), ¿de qué tipo son?**

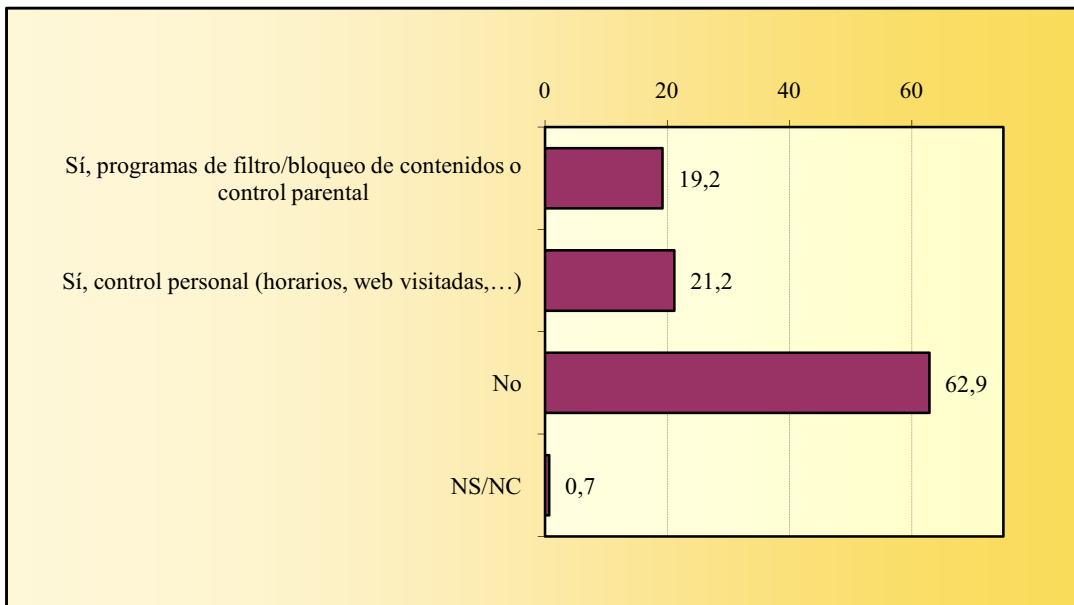
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Sólo a ordenadores	5.195	12,8
Sólo a teléfonos convencionales (fijos o móviles)	1.638	4,0
Ambos tipos	2.349	5,8
No realizo llamadas por Internet	30.751	76,0
NS/NC	513	1,3



## CONTROL PARENTAL

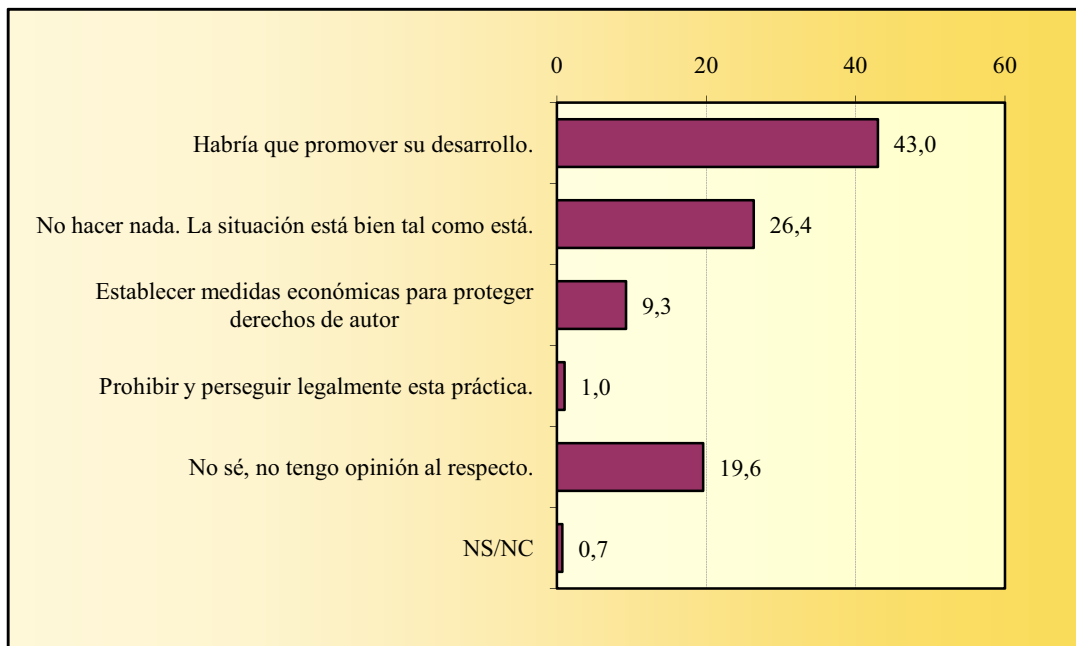
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran más de una respuesta.

<b>P. ¿Utiliza en su casa algún sistema para impedir o controlar el acceso de niños a determinados contenidos de Internet?</b>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (hijos menores 14 años en casa)	11.203	
Sí, programas de filtro/bloqueo de contenidos o control parental	2.156	19,2
Sí, control personal (horarios, web visitadas,...)	2.373	21,2
No	7.042	62,9
NS/NC	80	0,7



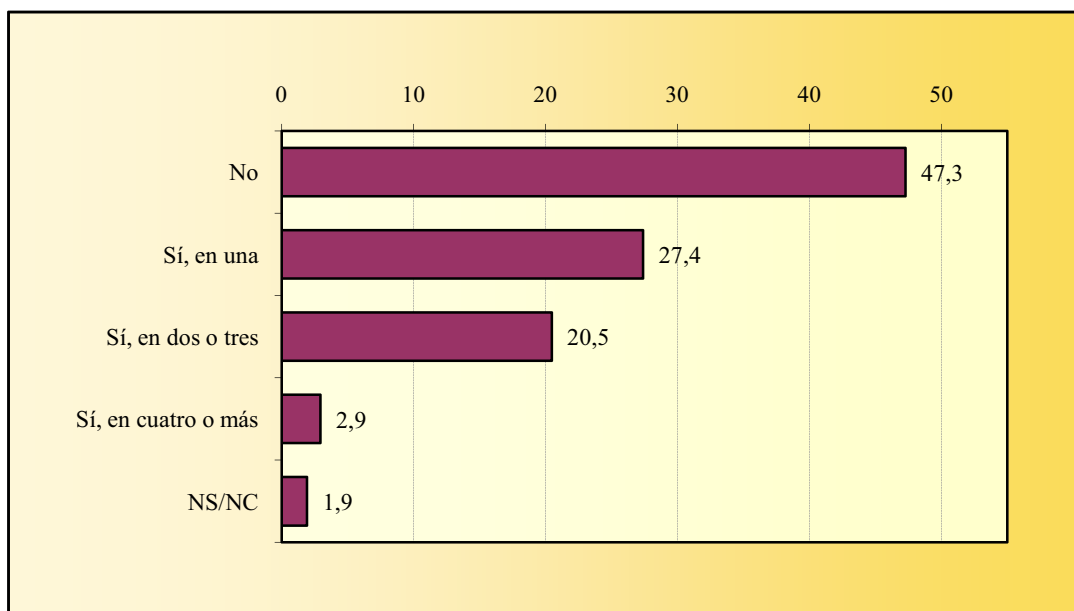
### OPINIÓN SOBRE LAS REDES P2P

<i>P. En relación a las redes de intercambio de archivos P2P (eMule, Bittorrent,...), ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está más de acuerdo?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Habría que promover su desarrollo.	17.388	43,0
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	10.669	26,4
Establecer medidas económicas para proteger derechos de autor	3.747	9,3
Prohibir y perseguir legalmente esta práctica.	422	1,0
No sé, no tengo opinión al respecto.	7.923	19,6
NS/NC	297	0,7



## REDES SOCIALES Registrado

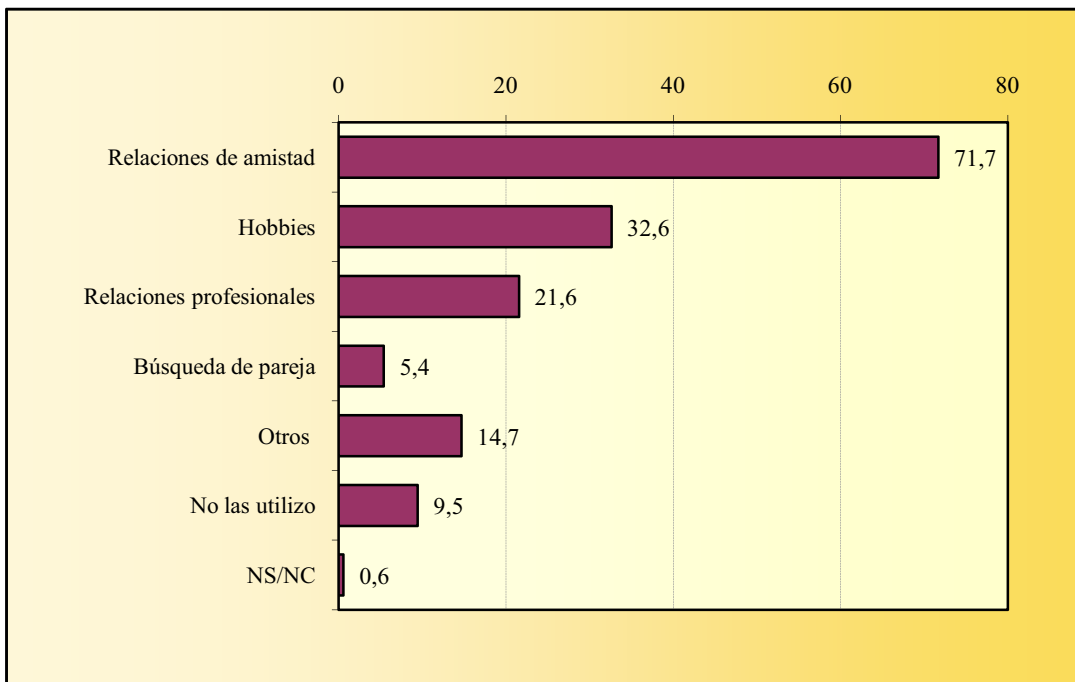
<i>P. ¿Está registrado en alguna red social de Internet tipo Facebook, MySpace, Tuenti, Hi5, Xing,...?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
No	19.127	47,3
Sí, en una	11.080	27,4
Sí, en dos o tres	8.277	20,5
Sí, en cuatro o más	1.185	2,9
NS/NC	777	1,9



## REDES SOCIALES Utilización

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

<i>P. ¿Para qué utiliza las redes sociales?</i>		
	Absolutos	%
BASE (registrado en red social)	20.542	
Relaciones de amistad	14.726	71,7
Hobbies	6.701	32,6
Relaciones profesionales	4.429	21,6
Búsqueda de pareja	1.110	5,4
Otros	3.017	14,7
No las utilizo	1.944	9,5
NS/NC	120	0,6

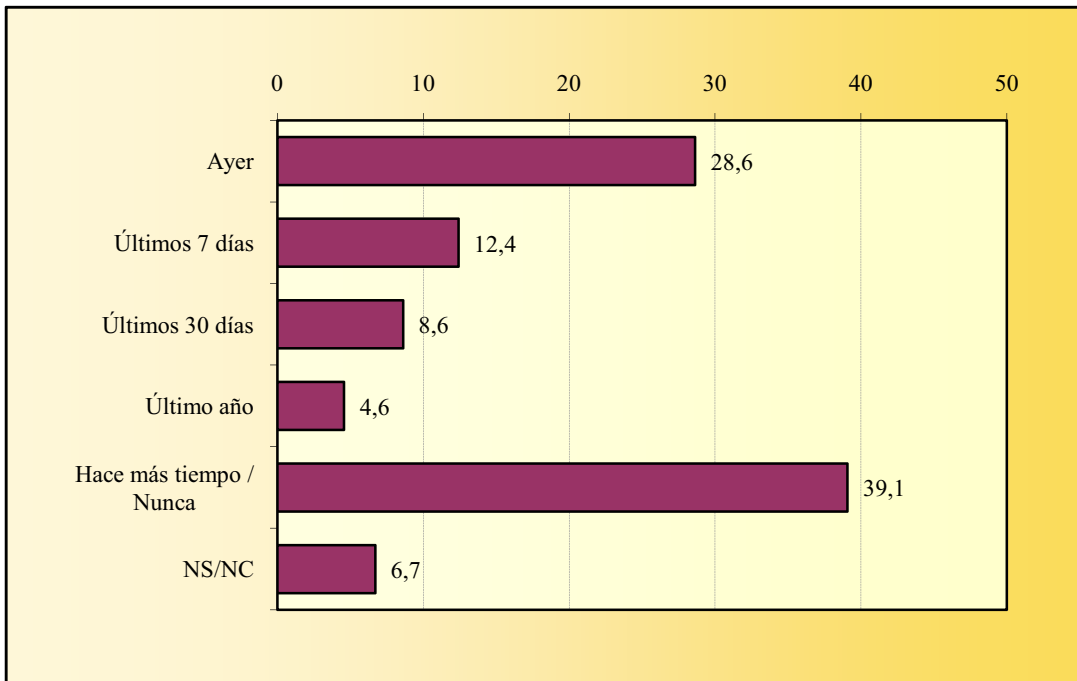


## REDES SOCIALES

### Último acceso

***P. Sin contar el día de hoy ¿cuándo ha sido la última vez que ha accedido a una red social de Internet tipo Facebook, MySpace, Tuenti, Hi5, Xing,...?***

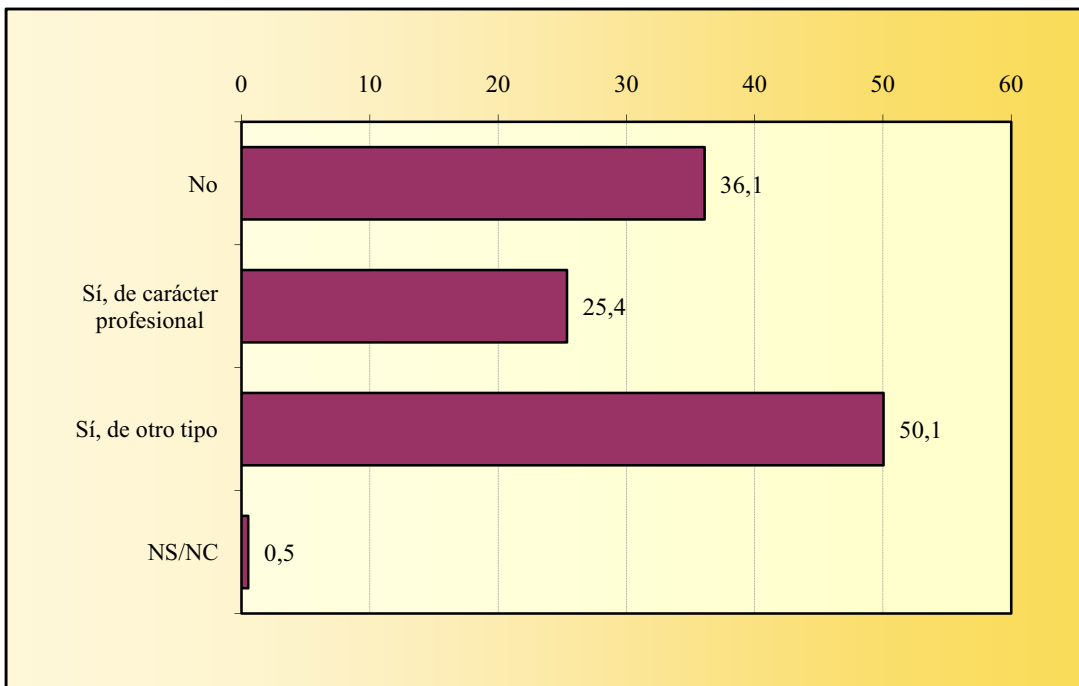
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Ayer	11.580	28,6
Últimos 7 días	5.020	12,4
Últimos 30 días	3.484	8,6
Último año	1.849	4,6
Hace más tiempo / Nunca	15.802	39,1
NS/NC	2.711	6,7



### ACCESO A BLOG

La suma de porcentajes está por encima del 100% ya que algún internauta declara haber accedido a más de un tipo de blog.

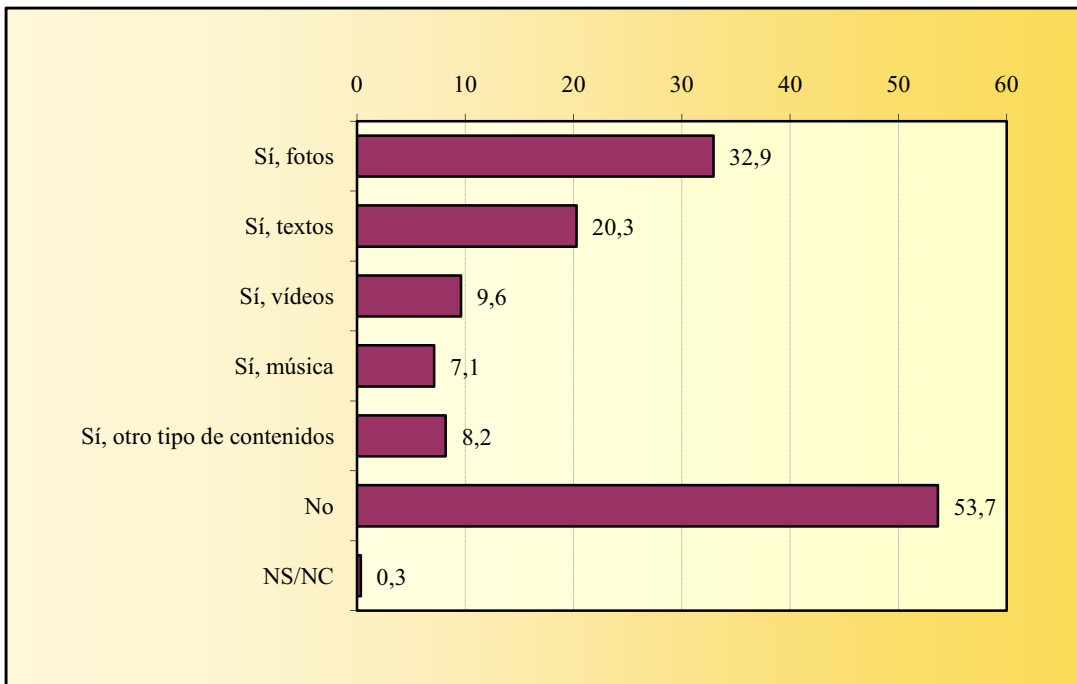
<i>P. Durante los últimos 30 días ¿ha accedido a algún blog / weblog / bitácora?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
No	14.604	36,1
Sí, de carácter profesional	10.263	25,4
Sí, de otro tipo	20.244	50,1
NS/NC	214	0,5



## APORTACIÓN DE CONTENIDOS A LA WEB

La suma de los porcentajes es superior a cien ya que algunos navegantes declaran haber subido más de un tipo de contenido.

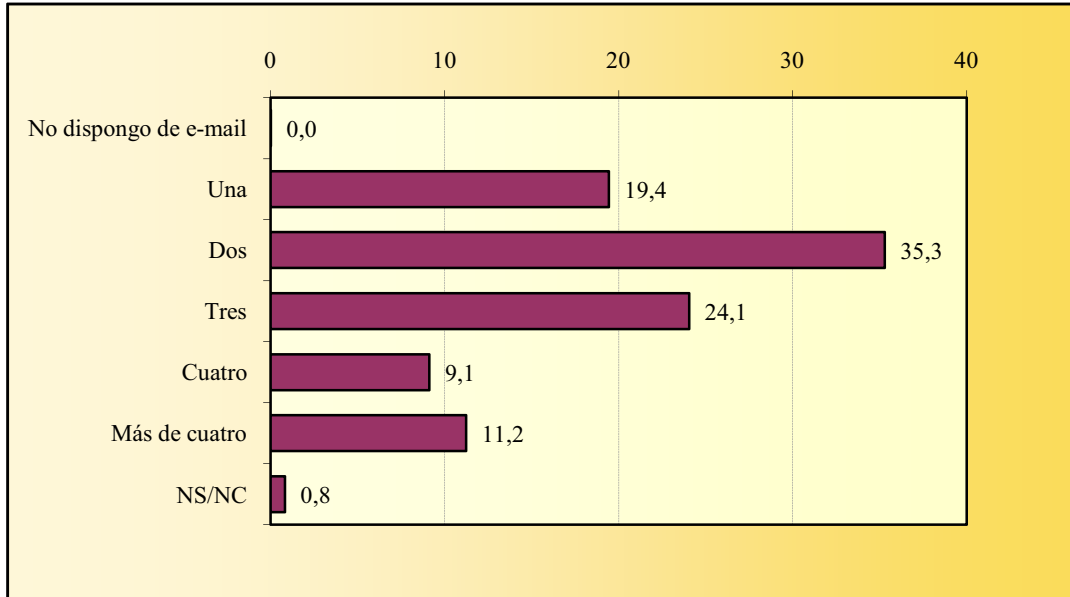
<i>P. En los últimos 30 días ¿ha subido Vd. contenidos a la web a nivel personal?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	
Sí, fotos	13.320	32,9
Sí, textos	8.201	20,3
Sí, vídeos	3.885	9,6
Sí, música	2.883	7,1
Sí, otro tipo de contenidos	3.314	8,2
No	21.702	53,7
NS/NC	139	0,3





### NÚMERO DE DIRECCIONES DE E-MAIL

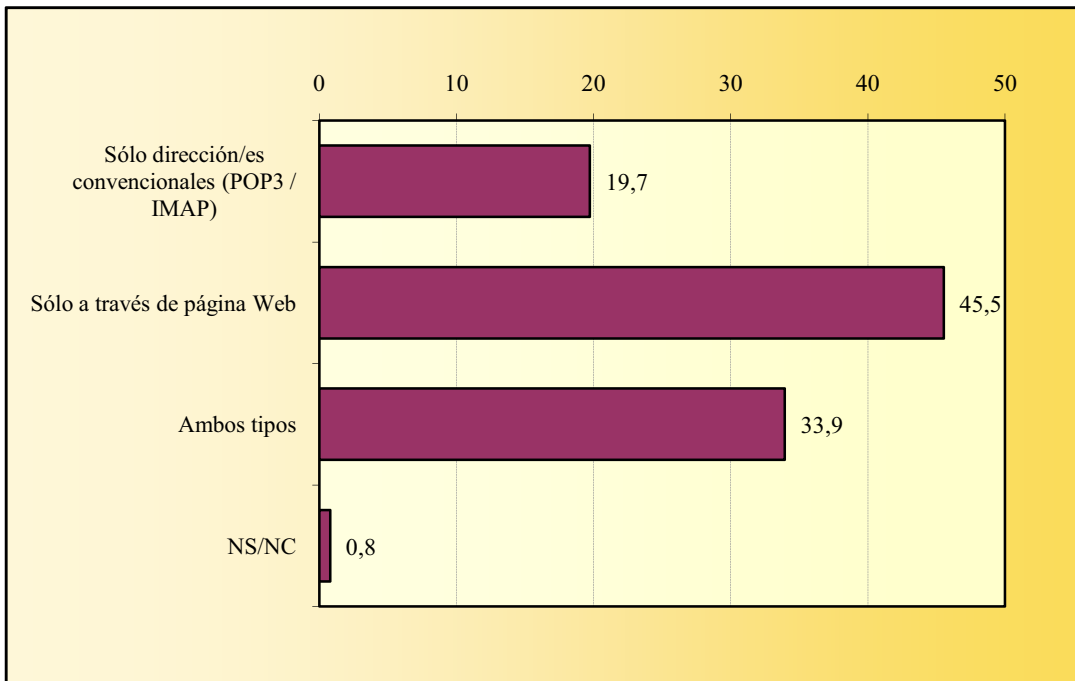
<i>P. ¿A través de cuántas direcciones diferentes recibe su correo electrónico?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
No dispongo de e-mail	8	0,0
Una	7.863	19,4
Dos	14.275	35,3
Tres	9.731	24,1
Cuatro	3.689	9,1
Más de cuatro	4.546	11,2
NS/NC	334	0,8



**TIPO DE LAS DIRECCIONES DE E-MAIL**

*P. Si dispone de e-mail, su dirección o direcciones de correo son del tipo:*

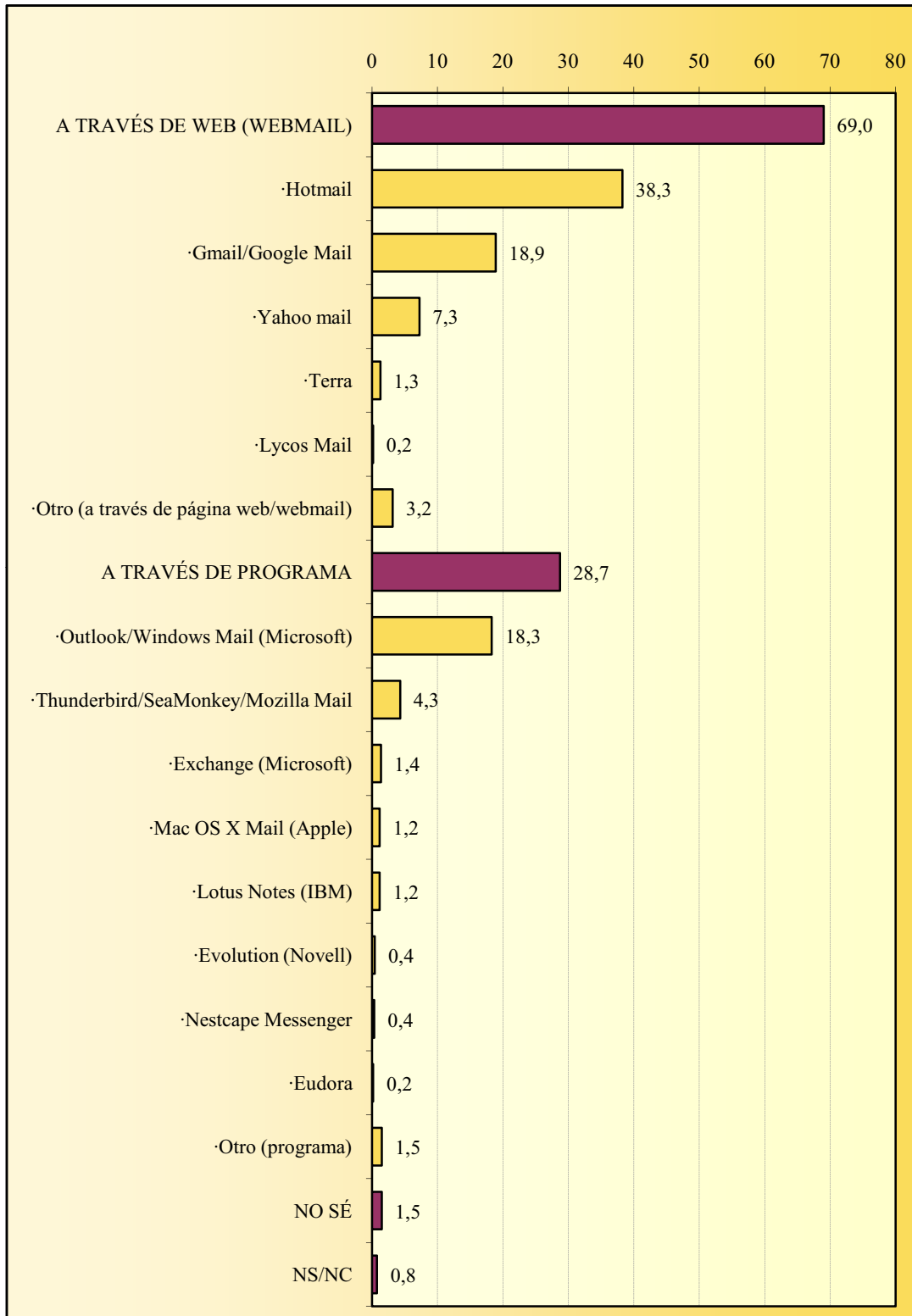
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	40.104	100,0
Sólo dispone de dirección/es convencionales (POP3 / IMAP)	7.912	19,7
Sólo dispone de dirección/es a través de una página Web	18.261	45,5
Dispone de ambos tipos de direcciones de correo	13.615	33,9
NS/NC	316	0,8



## CLIENTE DE CORREO ELECTRÓNICO

<i>P. ¿Qué cliente de correo electrónico utiliza preferentemente?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	40.104	100,0
<b>A TRAVÉS DE WEB (WEBMAIL)</b>	<b>27.676</b>	<b>69,0</b>
·Hotmail	15.348	38,3
·Gmail/Google Mail	7.577	18,9
·Yahoo mail	2.909	7,3
·Terra	510	1,3
·Lycos Mail	61	0,2
·Otro (a través de página web/webmail)	1.271	3,2
<b>A TRAVÉS DE PROGRAMA</b>	<b>11.525</b>	<b>28,7</b>
·Outlook/Windows Mail (Microsoft)	7.337	18,3
·Thunderbird/SeaMonkey/Mozilla Mail	1.725	4,3
·Exchange (Microsoft)	543	1,4
·Mac OS X Mail (Apple)	470	1,2
·Lotus Notes (IBM)	467	1,2
·Evolution (Novell)	173	0,4
·Nestcape Messenger	142	0,4
·Eudora	72	0,2
·Otro (programa)	596	1,5
NO SÉ	599	1,5
NS/NC	304	0,8

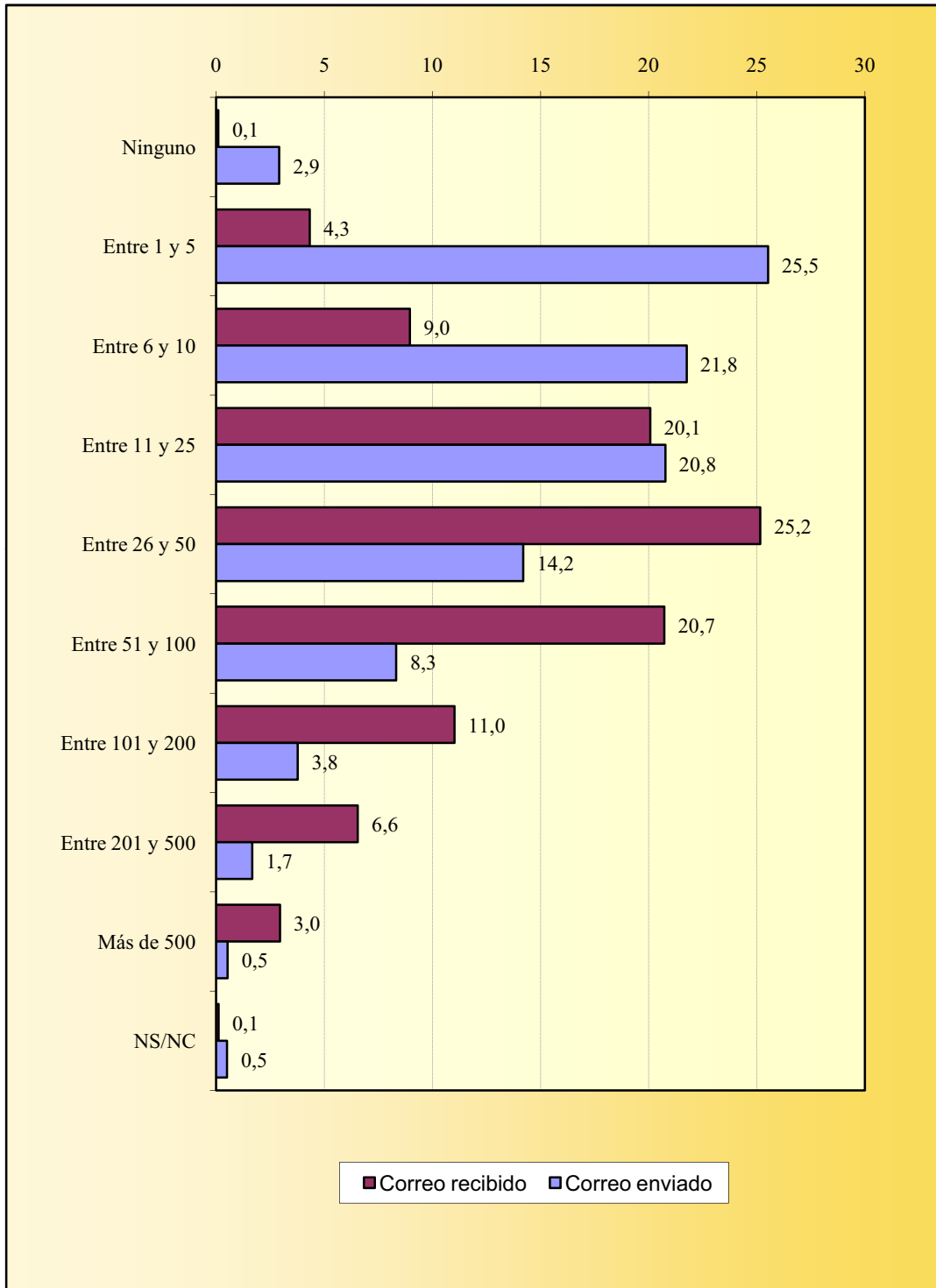
## CLIENTE DE CORREO ELECTRÓNICO



## CORREOS ELECTRÓNICOS RECIBIDOS / ENVIADOS

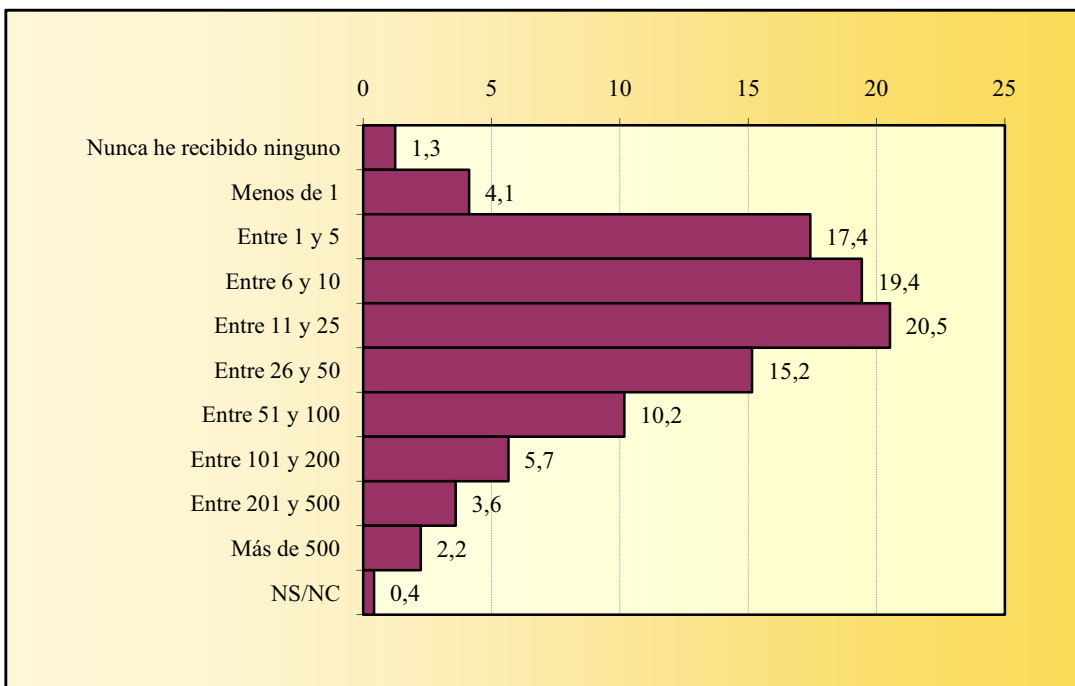
<i>P. Por término medio, en una semana ¿cuántos correos electrónicos ...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	40.104	100,0
<b>...RECIBE?</b>		
Ninguno	43	0,1
Entre 1 y 5	1.735	4,3
Entre 6 y 10	3.592	9,0
Entre 11 y 25	8.050	20,1
Entre 26 y 50	10.093	25,2
Entre 51 y 100	8.312	20,7
Entre 101 y 200	4.421	11,0
Entre 201 y 500	2.628	6,6
Más de 500	1.184	3,0
NS/NC	46	0,1
<b>...ENVÍA?</b>		
Ninguno	1.172	2,9
Entre 1 y 5	10.235	25,5
Entre 6 y 10	8.726	21,8
Entre 11 y 25	8.334	20,8
Entre 26 y 50	5.695	14,2
Entre 51 y 100	3.342	8,3
Entre 101 y 200	1.514	3,8
Entre 201 y 500	669	1,7
Más de 500	213	0,5
NS/NC	204	0,5

### CORREOS ELECTRÓNICOS RECIBIDOS / ENVIADOS



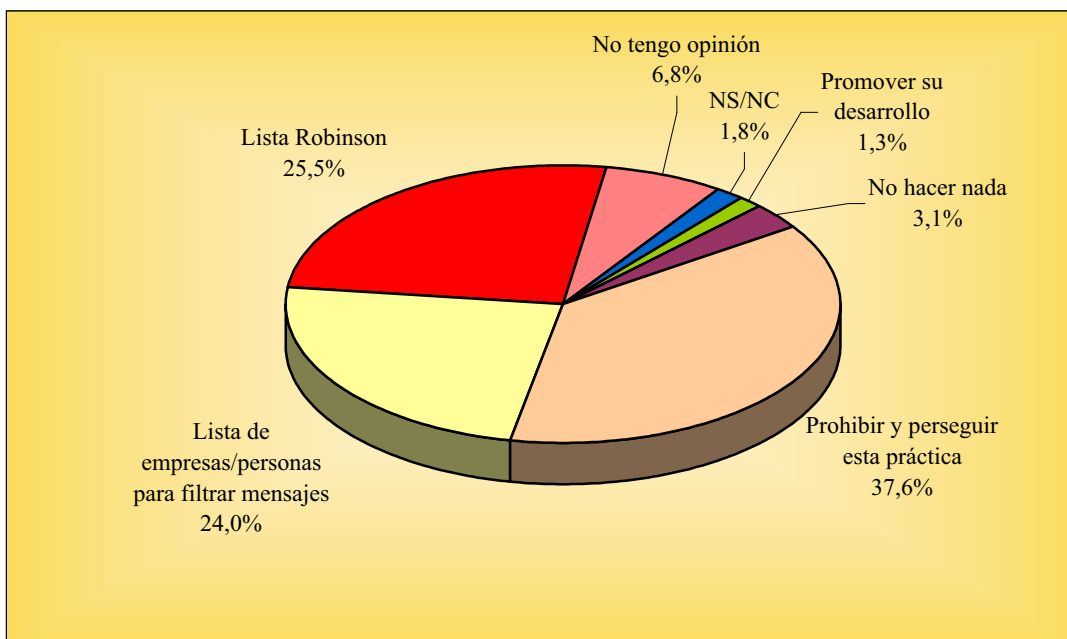
### SPAM Frecuencia

<i>P. En relación al envío masivo de correos electrónicos (spam) que, a menudo, contienen publicidad, avisos políticos, formas de hacerse rico rápidamente, etc. Por término medio, en una semana ¿cuántos mensajes no solicitados/deseados de este tipo recibe?</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.104	100,0
Nunca he recibido ninguno	502	1,3
Menos de 1	1.657	4,1
Entre 1 y 5	6.984	17,4
Entre 6 y 10	7.792	19,4
Entre 11 y 25	8.230	20,5
Entre 26 y 50	6.076	15,2
Entre 51 y 100	4.079	10,2
Entre 101 y 200	2.268	5,7
Entre 201 y 500	1.444	3,6
Más de 500	901	2,2
NS/NC	171	0,4



## SPAM Opinión

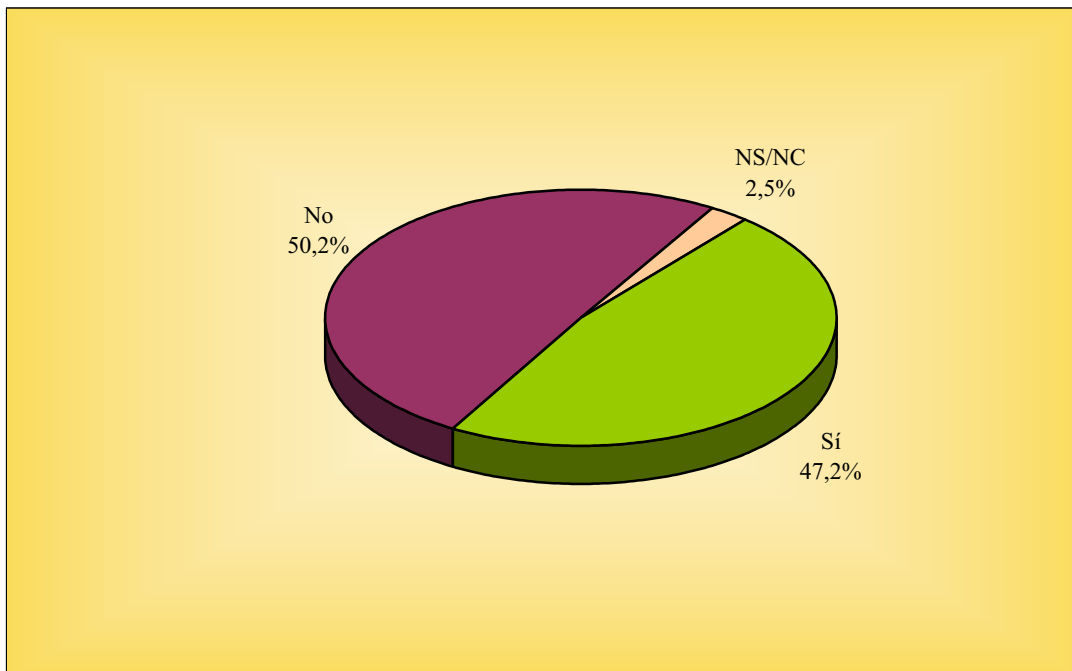
<i>P. Concerniente a la situación creada por el correo no solicitado, ¿con cuál de las siguientes respuestas está más de acuerdo?</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.104	100,0
Dada su utilidad, habría que promover su desarrollo.	504	1,3
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	1.237	3,1
Prohibir y perseguir legalmente esta práctica.	15.071	37,6
Crear lista de empresas/personas que realizan estas actividades para filtrar mensajes.	9.622	24,0
Crear registro con direcciones de aquellos que no quieran recibir mensajes (lista Robinson).	10.224	25,5
No sé, no tengo opinión al respecto.	2.741	6,8
NS/NC	705	1,8





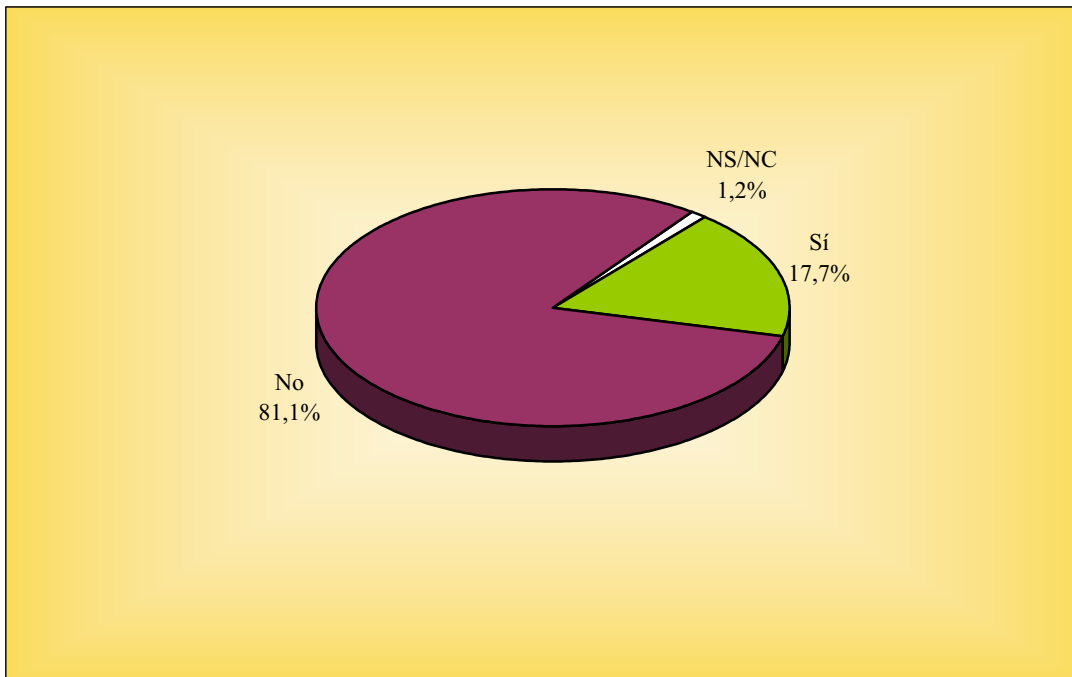
### PHISHING

<i>P. En cuanto al “phishing” (estafa consistente en el envío masivo de correos electrónicos que fingen proceder de bancos u otras entidades con el fin de obtener contraseñas y datos personales de los usuarios para hacerse pasar por ellos en operaciones on line), ¿ha recibido, en el último año, algún mensaje de este tipo?</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	40.104	100,0
Sí	18.945	47,2
No	20.140	50,2
NS/NC	1.019	2,5



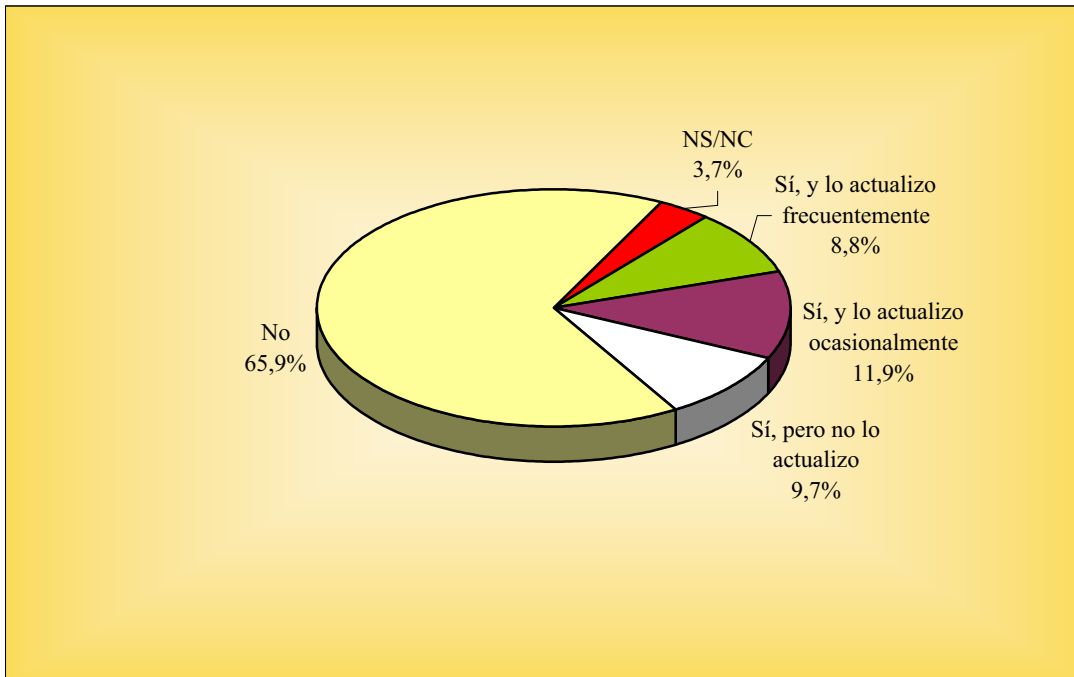
### DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB PERSONAL

<i>P. ¿Dispone Vd. de página Web personal?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí	7.149	17,7
No	32.810	81,1
NS/NC	487	1,2



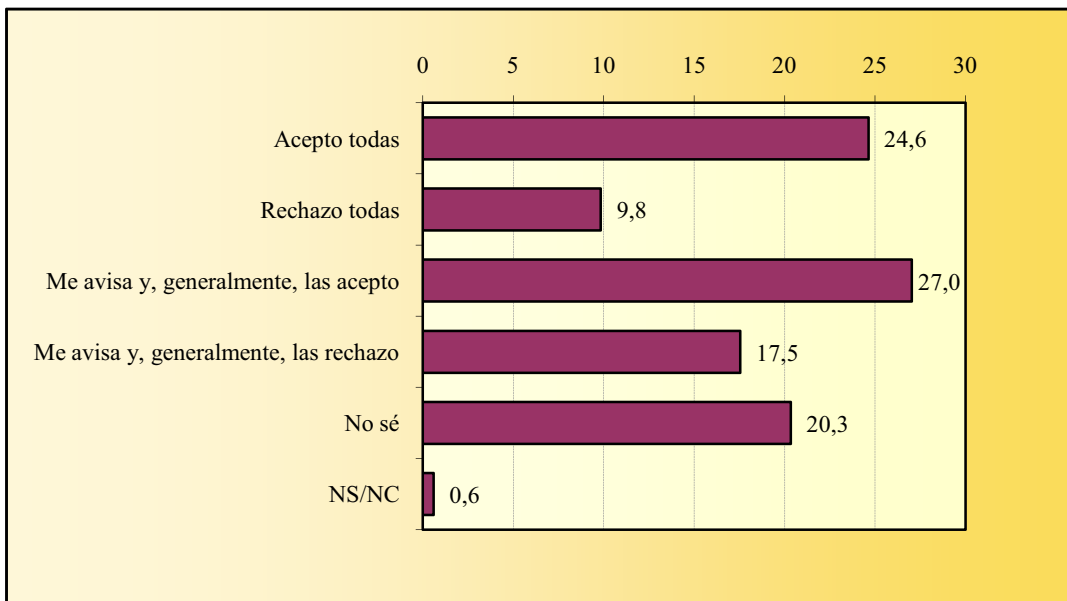
**DISPONIBILIDAD DE BLOG / WEBLOG / BITÁCORA**

<i>P. ¿Dispone Vd. de blog / weblog / bitácora?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí, y lo actualizo frecuentemente	3.567	8,8
Sí, y lo actualizo ocasionalmente	4.807	11,9
Sí, pero no lo actualizo	3.906	9,7
No	26.658	65,9
NS/NC	1.508	3,7



### CONFIGURACIÓN DE LAS COOKIES

<i>P. ¿Cómo tiene configurado su navegador en relación a las "cookies"?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Acepto todas	9.967	24,6
Rechazo todas	3.980	9,8
Me avisa y, generalmente, las acepto	10.932	27,0
Me avisa y, generalmente, las rechazo	7.098	17,5
No sé	8.225	20,3
NS/NC	244	0,6



## ÚLTIMOS WEBS VISITADOS

### *P. Trate de recordar los últimos cinco Webs visitados*

A través de esta pregunta hemos obtenido 183.021 menciones, lo que corresponde a una media de 4,5 menciones por entrevista. Después de agrupar y codificar convenientemente los diferentes webs mencionados, les hemos asignado su URL o, en los casos de varias URL's que pudieran corresponder a la mención del entrevistado, la que -de entre ellas- ha parecido más importante y representativa. El ranking de los 100 primeros, con indicación del porcentaje de menciones obtenidas, es como sigue:

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	9,0	9,0
2	www.elpais.com	3,8	12,8
3	www.live.com (1)	3,7	16,4
4	www.marca.com	2,5	18,9
5	www.elmundo.es	1,9	20,9
6	www.yahoo.es	1,9	22,8
7	www.youtube.com	1,8	24,5
8	www.facebook.com	1,7	26,3
9	www.elotrolado.net	1,4	27,7
10	www.tuenti.com	1,4	29,1
11	www.as.com	1,2	30,3
12	www.cadenaser.com	1,1	31,4
13	www.20minutos.es	1,1	32,5
14	www.cuatro.com	1,0	33,5
15	www.terra.es	0,9	34,4
16	www.infojobs.net	0,9	35,3
17	www.ebay.es	0,8	36,0
18	www.lacaixa.es	0,7	36,7
19	www.wikipedia.org	0,7	37,4
20	www.msn.es	0,6	38,0
21	www.renfe.es	0,6	38,6
22	www.meristation.com	0,6	39,2
23	www.fotolog.com	0,5	39,7
24	www.telecinco.es	0,5	40,2
25	www.carrefour.es	0,5	40,7
26	www.jccm.es	0,5	41,2
27	www.sport.es	0,5	41,6
28	www.blogger.com	0,4	42,1

(1) Incluye www.hotmail.com

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
29	www.yonkis.com	0,4	42,5
30	www.meneame.net	0,4	42,9
31	www.elperiodico.com	0,4	43,3
32	www.aemet.es	0,4	43,7
33	www.segundamano.es	0,4	44,0
34	www.elcorteingles.es	0,4	44,4
35	Telefónica (2)	0,4	44,7
36	www.orange.es	0,3	45,1
37	www.lavanguardia.es	0,3	45,4
38	www.ingdirect.es	0,3	45,7
39	www.uoc.edu	0,3	46,0
40	www.lavozdegalicia.es	0,3	46,3
41	www.paginasamarillas.es	0,3	46,5
42	www.cajamadrid.es	0,3	46,8
43	www.vilaweb.cat	0,3	47,0
44	www.softonic.com	0,3	47,3
45	www.gencat.cat	0,3	47,5
46	www.publico.es	0,3	47,8
47	www.ono.com	0,2	48,0
48	www.bbva.es	0,2	48,3
49	www.los40.com	0,2	48,5
50	www.libertaddigital.com	0,2	48,7
51	www.xataka.com	0,2	48,9
52	www.myspace.com	0,2	49,2
53	www.forocoches.com	0,2	49,4
54	www.elmundodeportivo.es	0,2	49,6
55	www.vodafone.es	0,2	49,8
56	www.expansion.com	0,2	50,0
57	www.microsoft.com	0,2	50,2
58	vagos.wamba.com	0,2	50,4
59	www.uji.es	0,2	50,6
60	www.aeat.es	0,2	50,8
61	www.abc.es	0,2	51,0
62	www.boe.es	0,2	51,2
63	www.invertia.com	0,2	51,4

(2) Incluye: -telefonicaonline.com -telefonica genérico -telefonica.es

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
64	www.elcorreodigital.com	0,2	51,6
65	www.lne.es	0,2	51,7
66	www.mundo-r.com	0,2	51,9
67	www.rtve.es	0,2	52,1
68	www.movistar.es	0,2	52,3
69	www.bandaanchoa.eu	0,2	52,4
70	www.uned.es	0,2	52,6
71	www.cincodias.com	0,2	52,8
72	www.noticias3d.com	0,2	52,9
73	www.juntadeandalucia.es	0,2	53,1
74	www.elconfidencial.com	0,2	53,3
75	www.microsiervos.com	0,2	53,4
76	www.antena3.com	0,2	53,6
77	www.iberia.com	0,2	53,8
78	www.apple.es	0,2	53,9
79	www.laboris.net	0,2	54,1
80	www.lasexta.com	0,1	54,2
81	www.wordreference.com	0,1	54,4
82	www.avui.cat	0,1	54,5
83	www.infoempleo.com	0,1	54,6
84	www.rae.es	0,1	54,8
85	www.barrapunto.com	0,1	54,9
86	www.ya.com	0,1	55,1
87	www.gruposantander.es	0,1	55,2
88	www.bancaja.es	0,1	55,3
89	www.levante-emv.com	0,1	55,5
90	www.eleconomista.es	0,1	55,6
91	www.flickr.com	0,1	55,7
92	www.acb.com	0,1	55,9
93	www.atrapalo.com	0,1	56,0
94	www.hi5.com	0,1	56,1
95	www.vidaextra.com	0,1	56,2
96	www.hattrick.org	0,1	56,3
97	www.tv3.cat	0,1	56,5
98	www.fotocasa.es	0,1	56,6
99	www.xtec.cat	0,1	56,7
100	www.rac1.org	0,1	56,8

## 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 65.846 menciones. El promedio de menciones por entrevista fue 1,6. Los doce buscadores o directorios más nombrados, que son mostrados en la siguiente tabla, suponen el 85,1% de las menciones.

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	52,1	52,1
2	www.yahoo.es	16,5	68,6
3	www.msn.es	4,0	72,5
4	www.terra.es	2,9	75,4
5	www.live.com (1)	2,0	77,4
6	www.altavista.com	1,8	79,3
7	www.wikipedia.org	1,7	81,0
8	Cuadro de búsqueda Mozilla Firefox	1,2	82,1
9	www.youtube.com	1,0	83,1
10	www.lycos.es	0,9	84,0
11	www.ask.com	0,7	84,6
12	Cuadro de búsqueda Internet Explorer	0,5	85,1
	Otros	14,9	100,0

(1) Incluye www.hotmail.com

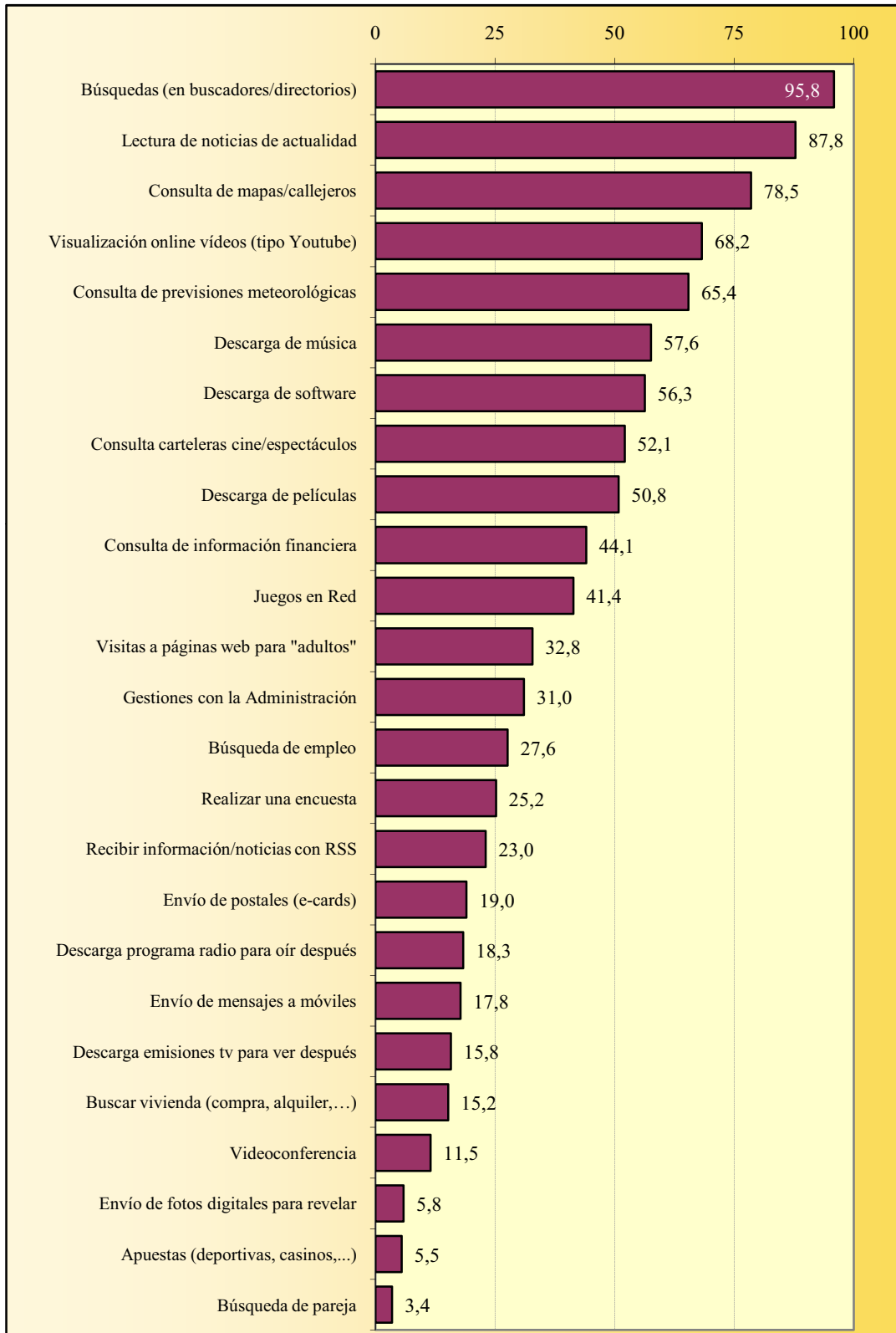


## ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
Búsquedas (en buscadores/directorios)	38.759	95,8
Lectura de noticias de actualidad	35.516	87,8
Consulta de mapas/callejeros	31.762	78,5
Visualización online vídeos (tipo Youtube)	27.591	68,2
Consulta de previsiones meteorológicas	26.466	65,4
Descarga de música	23.289	57,6
Descarga de software	22.778	56,3
Consulta cartelera cine/espectáculos	21.069	52,1
Descarga de películas	20.551	50,8
Consulta de información financiera	17.834	44,1
Juegos en Red	16.736	41,4
Visitas a páginas web para "adultos"	13.282	32,8
Gestiones con la Administración	12.556	31,0
Búsqueda de empleo	11.169	27,6
Realizar una encuesta	10.210	25,2
Recibir información/noticias con RSS	9.311	23,0
Envío de postales (e-cards)	7.695	19,0
Descarga programa radio para oír después	7.419	18,3
Envío de mensajes a móviles	7.192	17,8
Descarga emisiones tv para ver después	6.388	15,8
Buscar vivienda (compra, alquiler,...)	6.150	15,2
Videoconferencia	4.652	11,5
Envío de fotos digitales para revelar	2.364	5,8
Apuestas (deportivas, casinos,...)	2.207	5,5
Búsqueda de pareja	1.391	3,4

### ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET



## ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

### Gratuidad o de pago

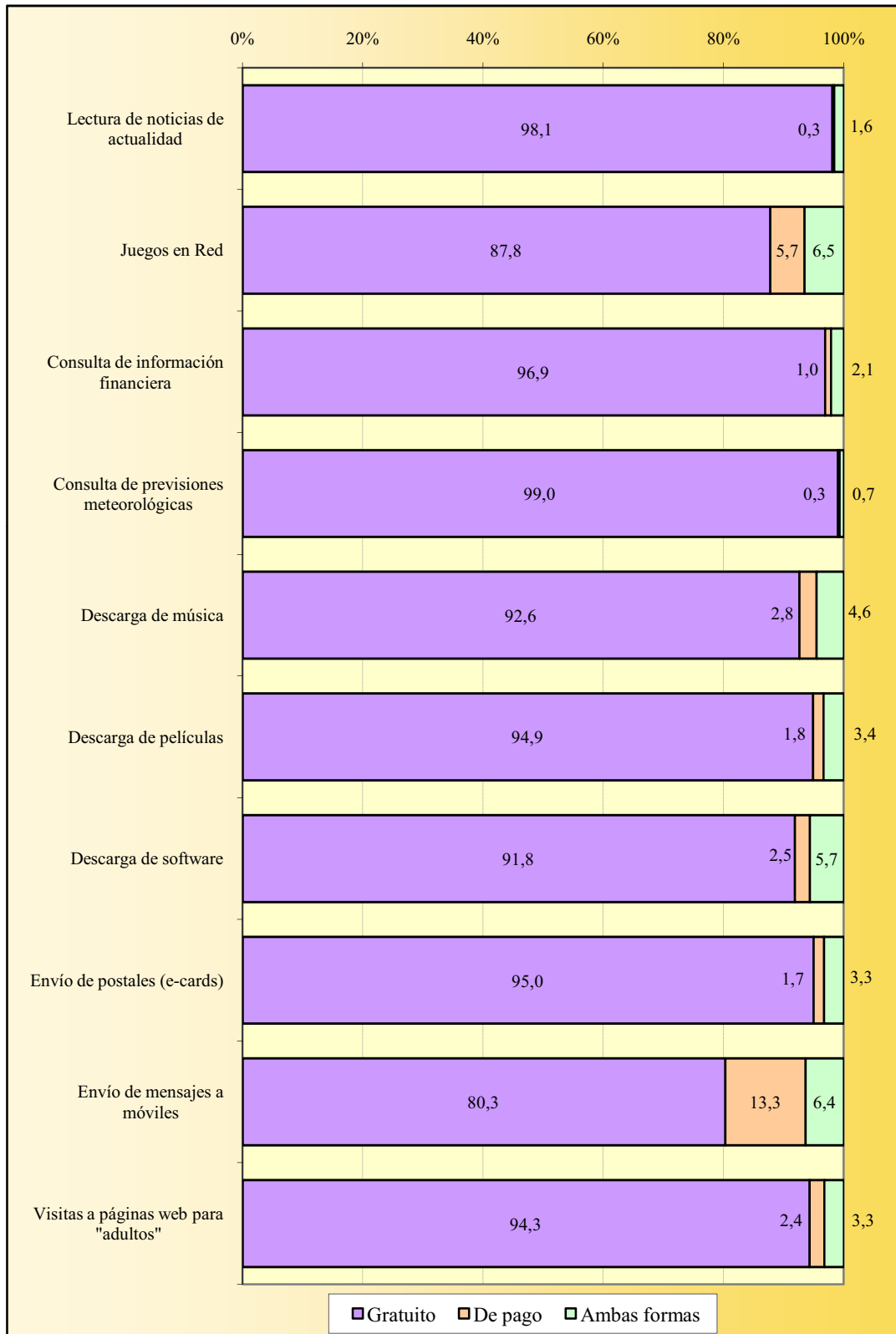
<i>P. Para las siguientes actividades que realizó a través de Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.</i>		
	Absolutos	%
<b>Lectura de noticias de actualidad</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	35.516	100,0
Gratuito	34.836	98,1
De pago	109	0,3
Ambas formas	571	1,6
<b>Juegos en Red</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	16.736	100,0
Gratuito	14.686	87,8
De pago	956	5,7
Ambas formas	1.094	6,5
<b>Consulta de información financiera</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	17.834	100,0
Gratuito	17.275	96,9
De pago	179	1,0
Ambas formas	380	2,1
<b>Consulta de previsiones meteorológicas</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	26.466	100,0
Gratuito	26.195	99,0
De pago	80	0,3
Ambas formas	191	0,7
<b>Descarga de música</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	23.289	100,0
Gratuito	21.570	92,6
De pago	658	2,8
Ambas formas	1.061	4,6
<b>Descarga de películas</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	20.551	100,0
Gratuito	19.496	94,9
De pago	363	1,8
Ambas formas	692	3,4

**ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET**  
**Gratuidad o de pago**

<i>P. Para las siguientes actividades que realizó a través de Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
<b>Descarga de software</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	22.778	100,0
Gratuito	20.920	91,8
De pago	571	2,5
Ambas formas	1.287	5,7
<b>Envío de postales (e-cards)</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	7.695	100,0
Gratuito	7.308	95,0
De pago	133	1,7
Ambas formas	254	3,3
<b>Envío de mensajes a móviles</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	7.192	100,0
Gratuito	5.775	80,3
De pago	959	13,3
Ambas formas	458	6,4
<b>Visitas a páginas web para "adultos"</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	13.282	100,0
Gratuito	12.524	94,3
De pago	325	2,4
Ambas formas	433	3,3

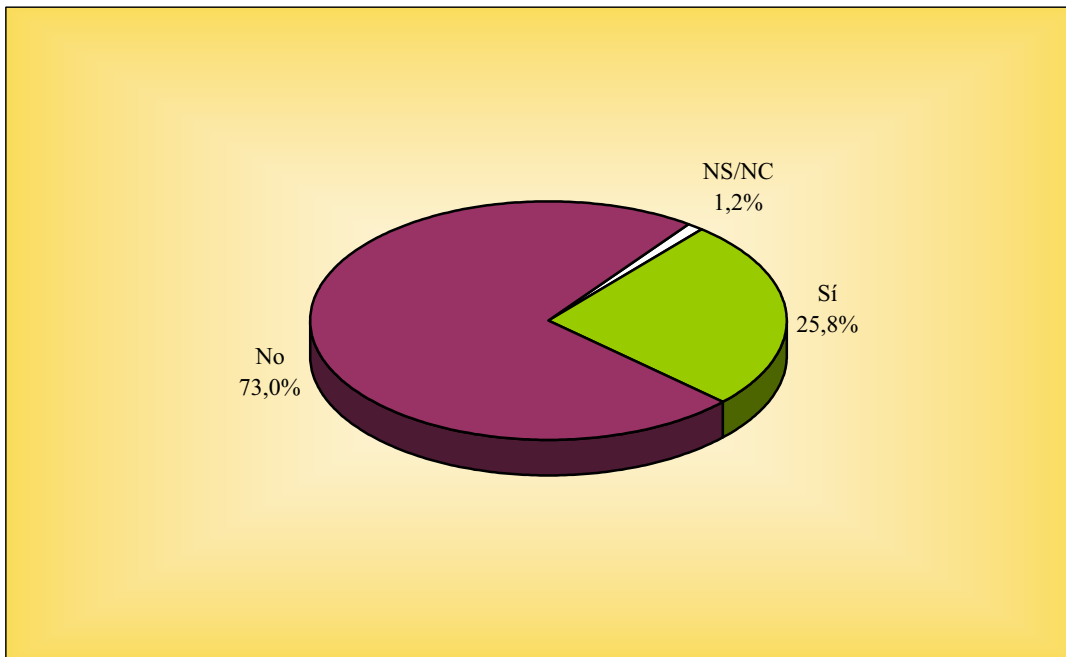
## ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

### Gratuidad o de pago



### CURSO A TRAVÉS DE INTERNET

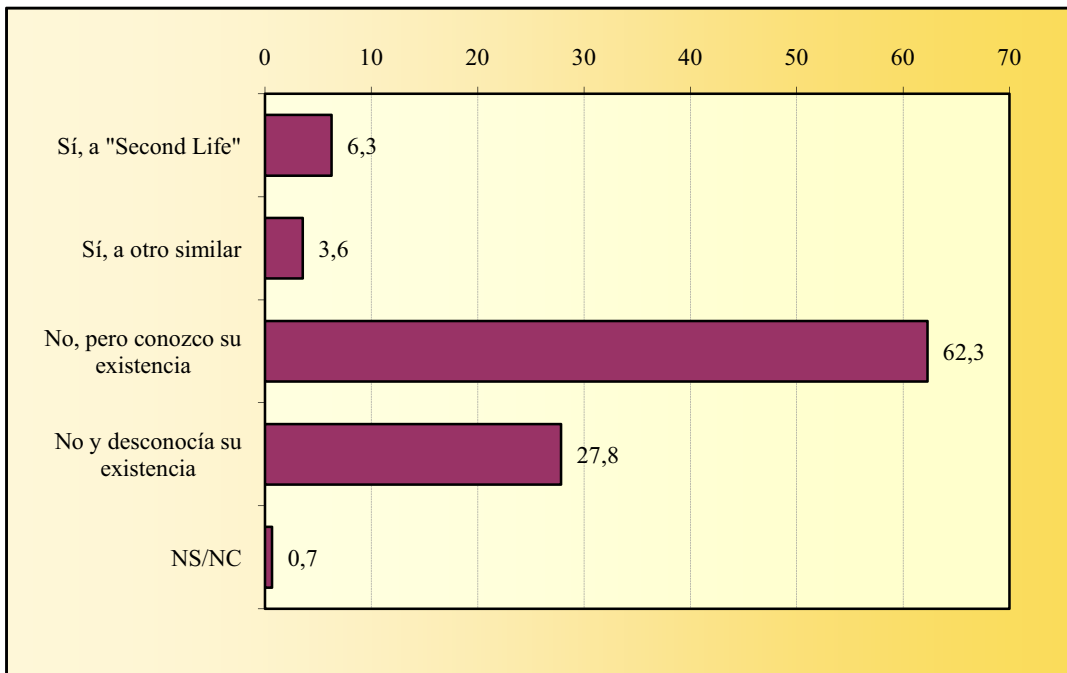
<i>P. En el último año, ¿ha seguido algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Sí	10.436	25,8
No	29.544	73,0
NS/NC	466	1,2



### ACCESO A MUNDO VIRTUAL

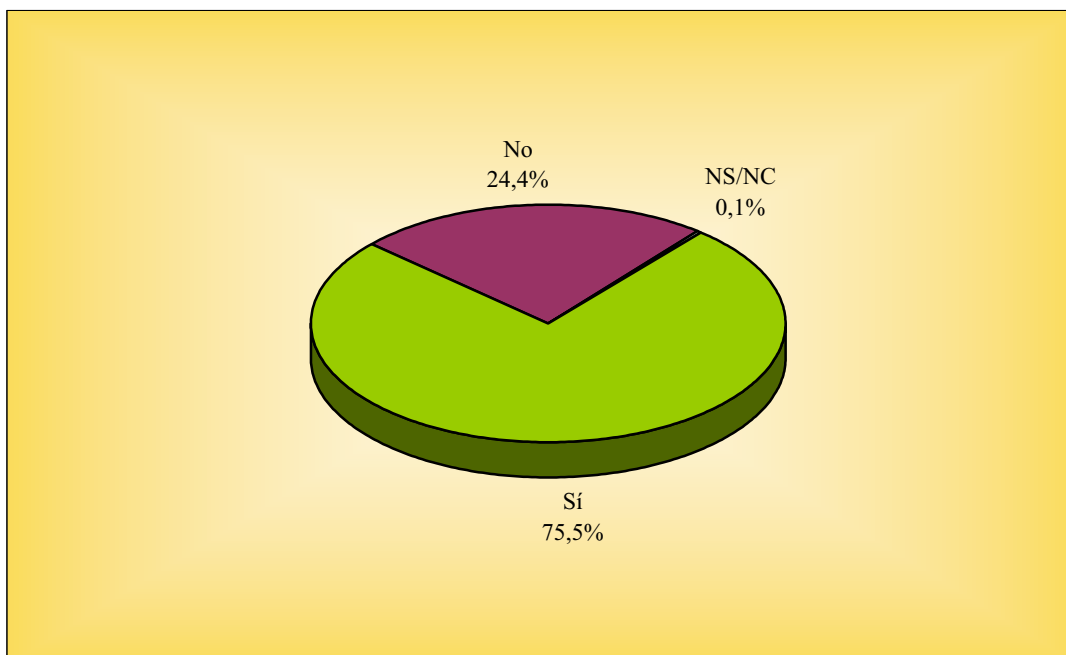
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algún encuestado declara haber accedido a diferentes mundos virtuales en el último año.

<i>P. En el último año, ¿ha accedido a algún mundo virtual de Internet del tipo "Second Life" o similar?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
Sí, a "Second Life"	2.532	6,3
Sí, a otro similar	1.436	3,6
No, pero conozco su existencia	25.191	62,3
No y desconocía su existencia	11.262	27,8
NS/NC	273	0,7



## 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí	30.522	75,5
No	9.865	24,4
NS/NC	59	0,1





## DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

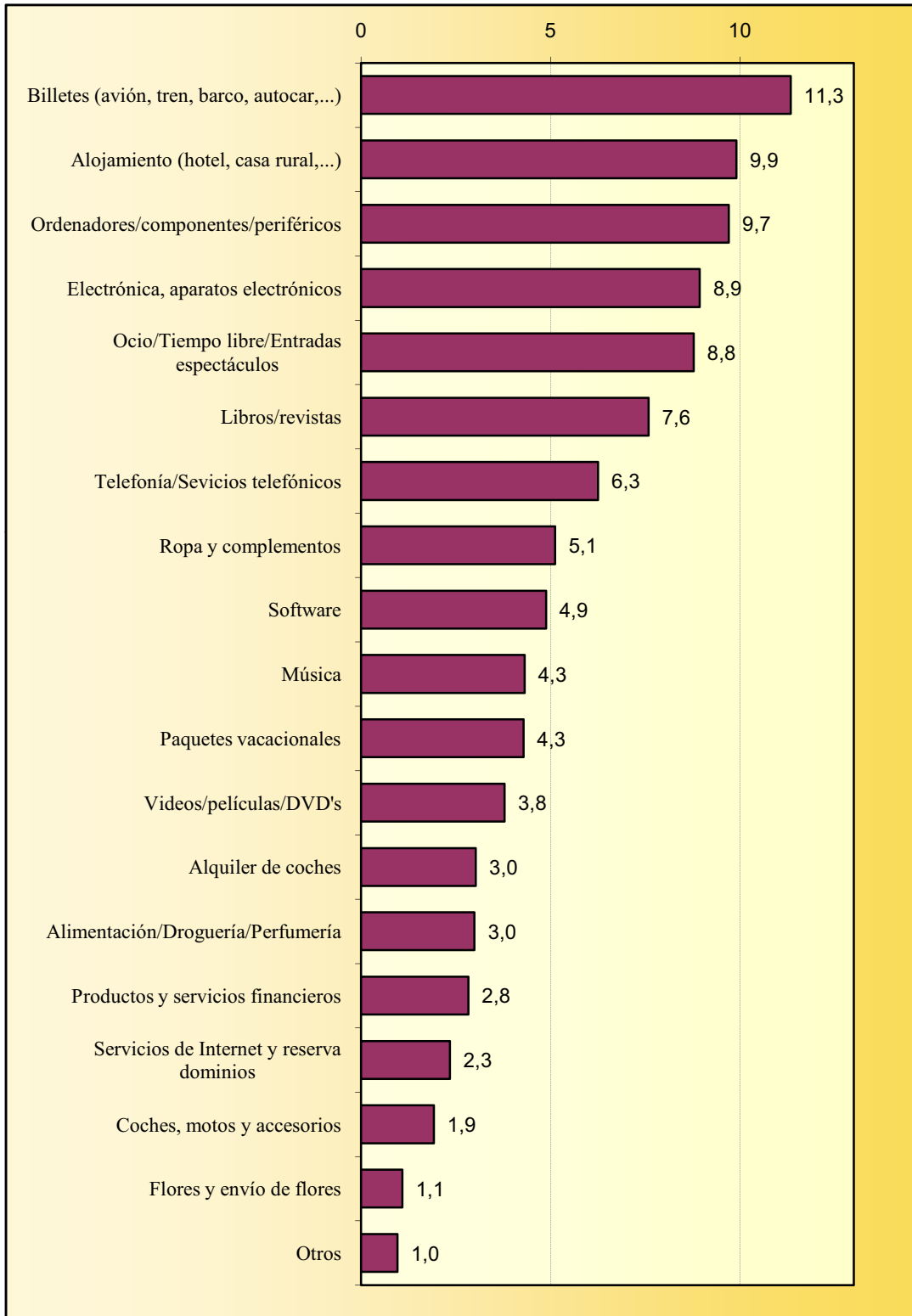
### Tipo de producto o servicio

Entre los 30.522 entrevistados que declararon haber tomado alguna decisión de compra motivados por contenidos de la Web en el último año, se mencionaron 143.059 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	143.059	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	16.209	11,3
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	14.158	9,9
Ordenadores/componentes/periféricos	13.874	9,7
Electrónica, aparatos electrónicos	12.782	8,9
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	12.553	8,8
Libros/revistas	10.851	7,6
Telefonía/Sevicios telefónicos	8.946	6,3
Ropa y complementos	7.317	5,1
Software	6.977	4,9
Música	6.167	4,3
Paquetes vacacionales	6.135	4,3
Videos/películas/DVD's	5.412	3,8
Alquiler de coches	4.326	3,0
Alimentación/Droguería/Perfumería	4.275	3,0
Productos y servicios financieros	4.044	2,8
Servicios de Internet y reserva dominios	3.354	2,3
Coches, motos y accesorios	2.747	1,9
Flores y envío de flores	1.561	1,1
Otros	1.371	1,0

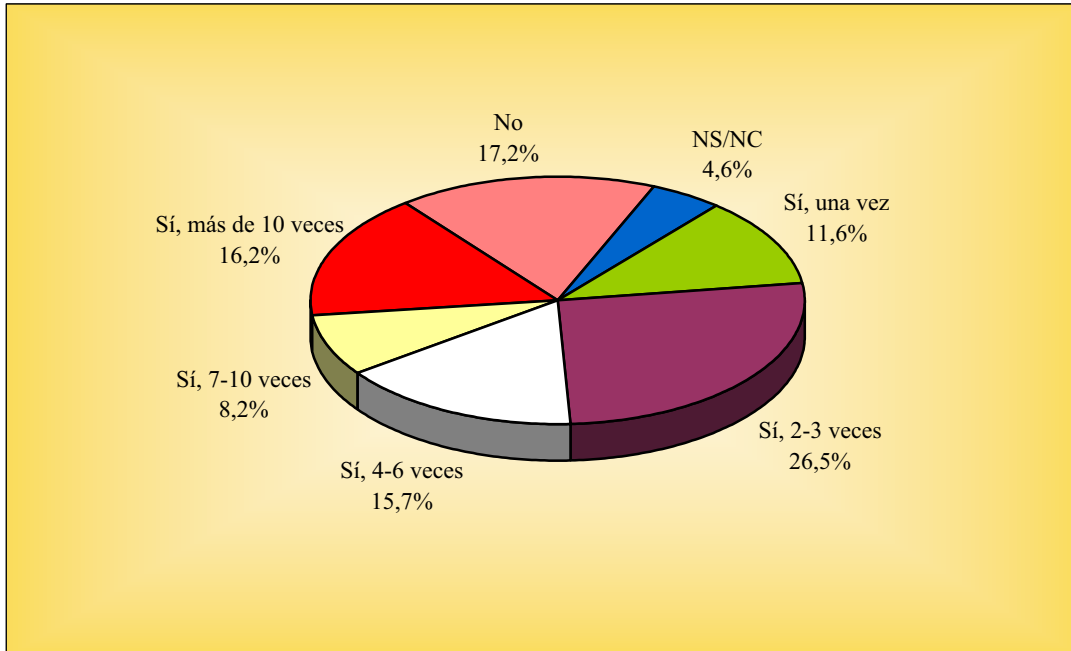
## DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

### 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí, una vez	4.695	11,6
Sí, 2-3 veces	10.735	26,5
Sí, 4-6 veces	6.362	15,7
Sí, 7-10 veces	3.304	8,2
Sí, más de 10 veces	6.538	16,2
No	6.949	17,2
NS/NC	1.863	4,6



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

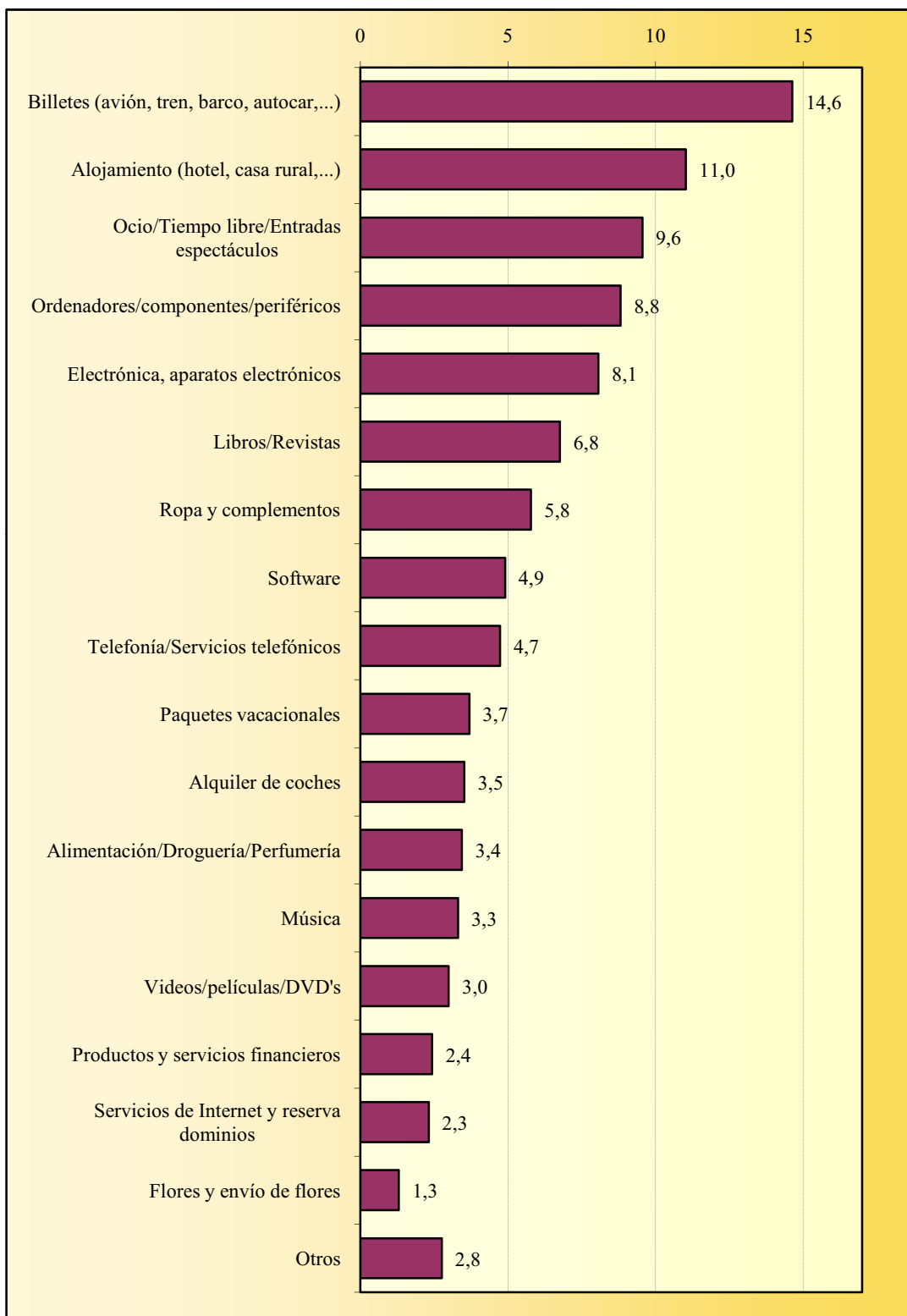
### Producto o servicio

Entre los 31.634 entrevistados que declaran haber comprado a través de la Web en el último año, se mencionaron 112.390 productos o servicios con la siguiente distribución:

<i>P. Producto o servicio comprado a través de la Web en el último año</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	112.390	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	16.448	14,6
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	12.391	11,0
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	10.736	9,6
Ordenadores/componentes/periféricos	9.904	8,8
Electrónica, aparatos electrónicos	9.062	8,1
Libros/Revistas	7.597	6,8
Ropa y complementos	6.495	5,8
Software	5.510	4,9
Telefonía/Servicios telefónicos	5.319	4,7
Paquetes vacacionales	4.149	3,7
Alquiler de coches	3.954	3,5
Alimentación/Droguería/Perfumería	3.862	3,4
Música	3.715	3,3
Videos/películas/DVD's	3.360	3,0
Productos y servicios financieros	2.729	2,4
Servicios de Internet y reserva dominios	2.602	2,3
Flores y envío de flores	1.460	1,3
Otros	3.097	2,8

## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

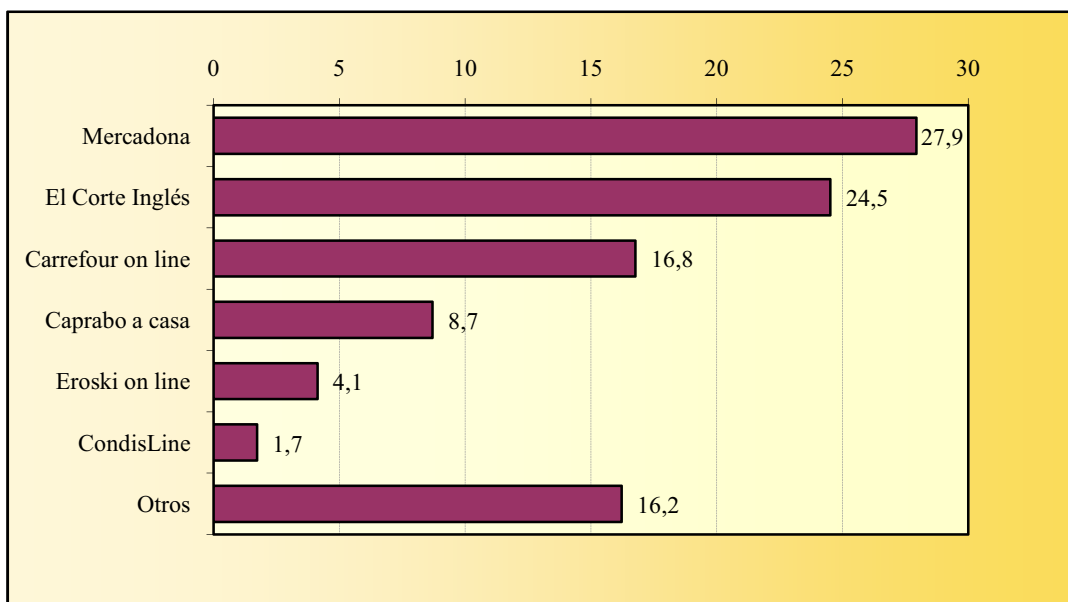
### Producto o servicio



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Supermercados virtuales

Los entrevistados de la encuesta mencionan 8.695 supermercados virtuales, con la siguiente distribución:

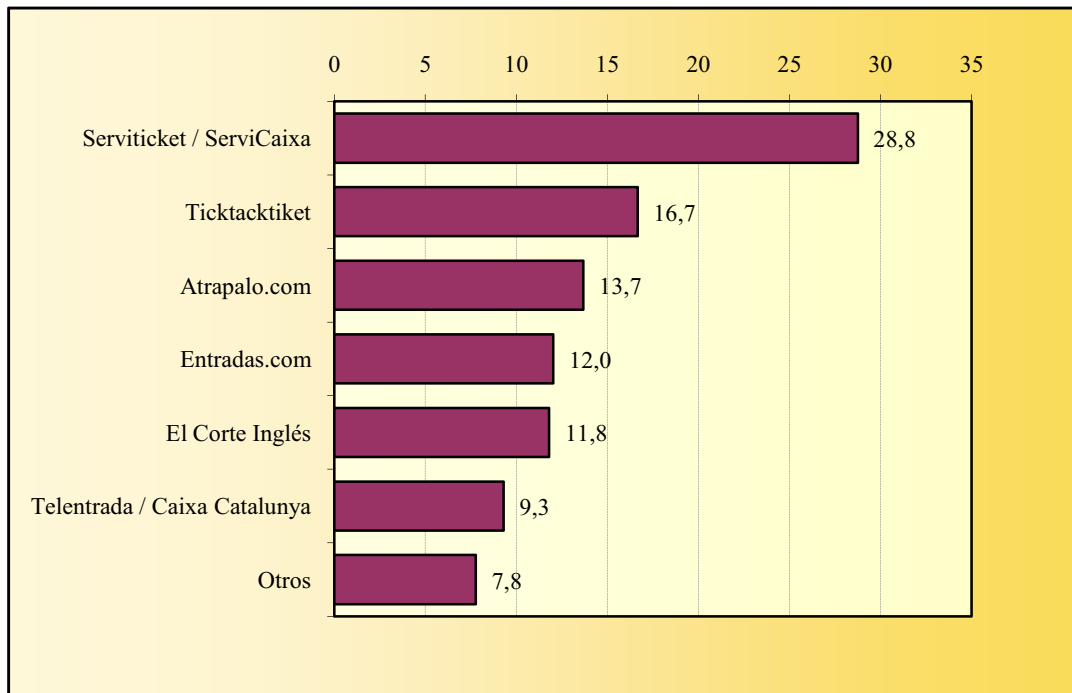
<i>P. Indique a través de qué supermercados virtuales ha comprado productos de Alimentación/Bebidas/Droguería/Perfumería por medio de Internet durante el último año:</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	8.695	100,0
Mercadona	2.429	27,9
El Corte Inglés	2.132	24,5
Carrefour on line	1.458	16,8
Caprabo a casa	757	8,7
Eroski on line	359	4,1
CondisLine	150	1,7
Otros	1.410	16,2



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Entradas de espectáculos

Los internautas han respondido con 28.287 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)	28.287	100,0
Serviticket / ServiCaixa	8.133	28,8
Ticktacktiket	4.712	16,7
Atrapalo.com	3.871	13,7
Entradas.com	3.401	12,0
El Corte Inglés	3.339	11,8
Telentrada / Caixa Catalunya	2.632	9,3
Otros	2.199	7,8



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

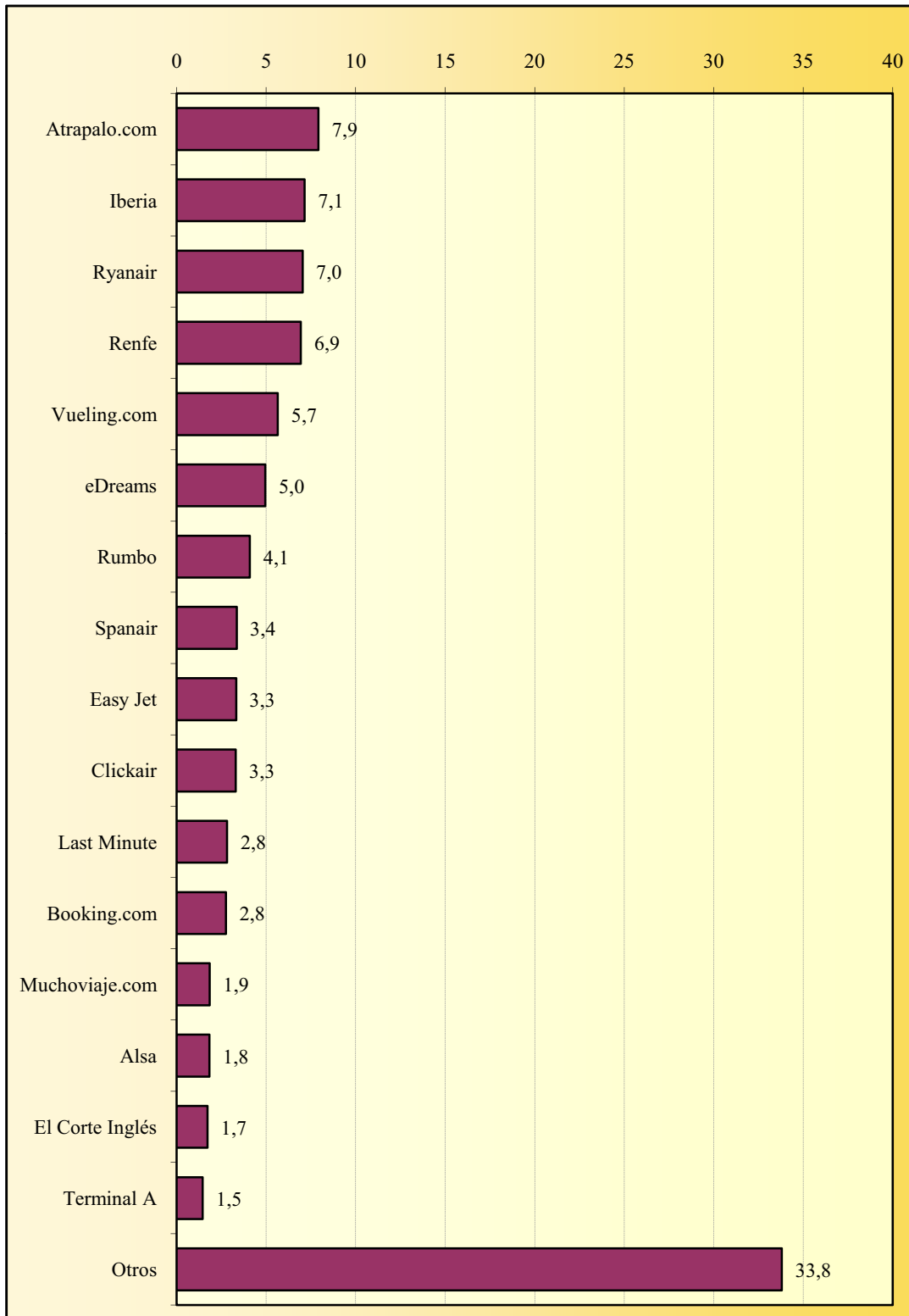
### Viajes/Vacaciones

Las 37.009 menciones obtenidas en esta pregunta se distribuyen así:

<i><b>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:</b></i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	37.009	100,0
Atrapalo.com	2.933	7,9
Iberia	2.646	7,1
Ryanair	2.608	7,0
Renfe	2.569	6,9
Vueling.com	2.093	5,7
eDreams	1.832	5,0
Rumbo	1.515	4,1
Spanair	1.243	3,4
Easy Jet	1.231	3,3
Clickair	1.223	3,3
Last Minute	1.042	2,8
Booking.com	1.019	2,8
Muchoviaje.com	686	1,9
Alsa	678	1,8
El Corte Inglés	641	1,7
Terminal A	538	1,5
Otros	12.512	33,8

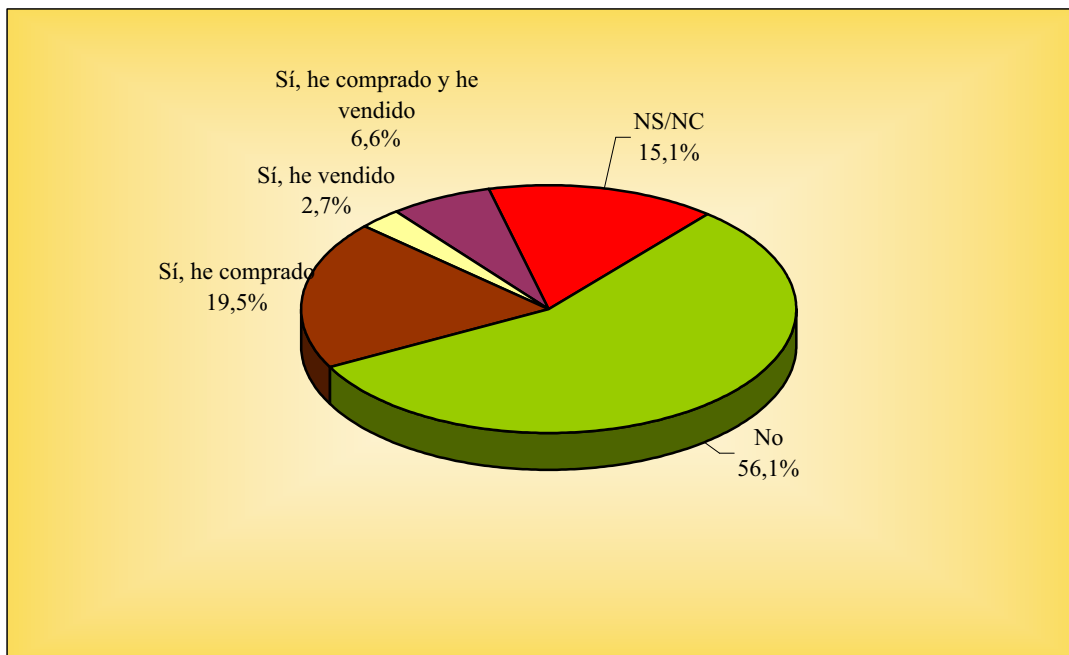


### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Viajes/Vacaciones



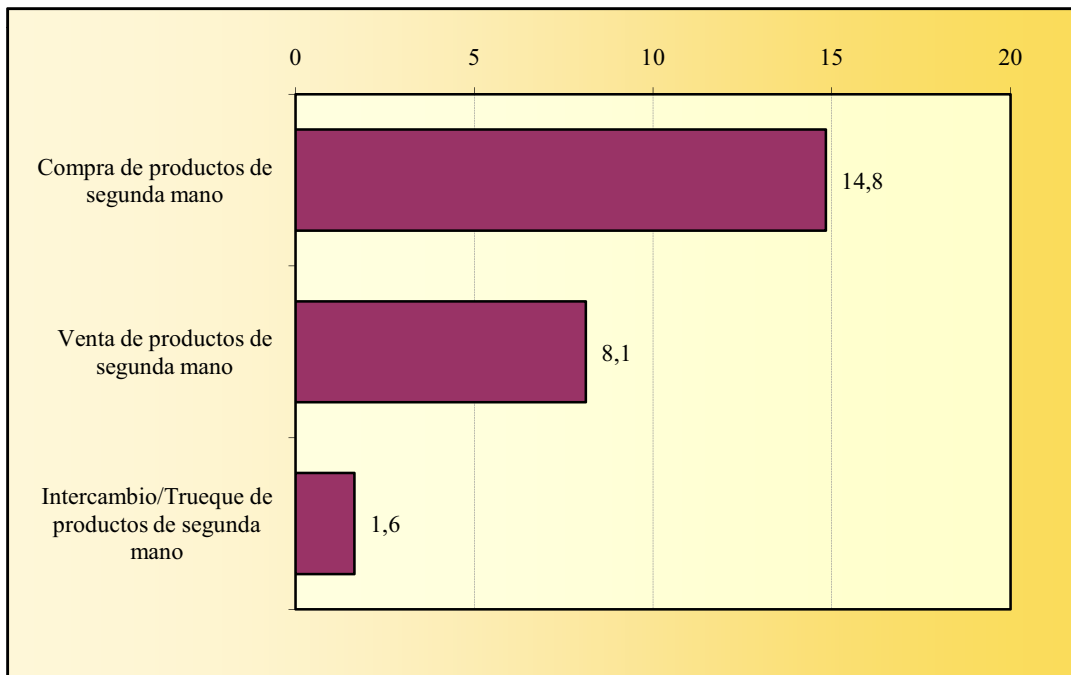
### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Subastas

<i>P. En el último año ¿ha comprado o vendido algo por medio de una página de subastas (eBay o similares)?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
No	22.696	56,1
Sí, he comprado	7.879	19,5
Sí, he vendido	1.085	2,7
Sí, he comprado y he vendido	2.683	6,6
NS/NC	6.103	15,1



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Productos de segunda mano

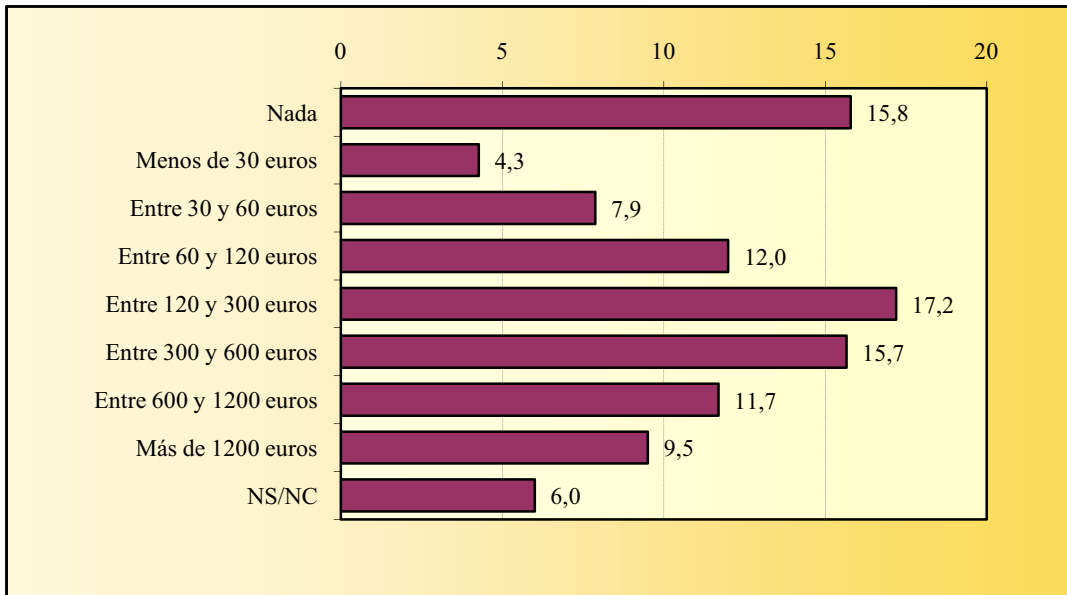
<i>P. Indique si ha realizado alguna de las siguientes transacciones a través de Internet en los últimos 30 días a nivel particular.</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	
Compra de productos de segunda mano	5.999	14,8
Venta de productos de segunda mano	3.283	8,1
Intercambio/Trueque de productos de segunda mano	665	1,6



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Dinero gastado

<i>P. Aproximadamente ¿cuánto dinero ha gastado en el último año en compras personales a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Nada	6.385	15,8
Menos de 30 euros	1.728	4,3
Entre 30 y 60 euros	3.187	7,9
Entre 60 y 120 euros	4.852	12,0
Entre 120 y 300 euros	6.955	17,2
Entre 300 y 600 euros	6.335	15,7
Entre 600 y 1200 euros	4.729	11,7
Más de 1200 euros	3.846	9,5
NS/NC	2.429	6,0

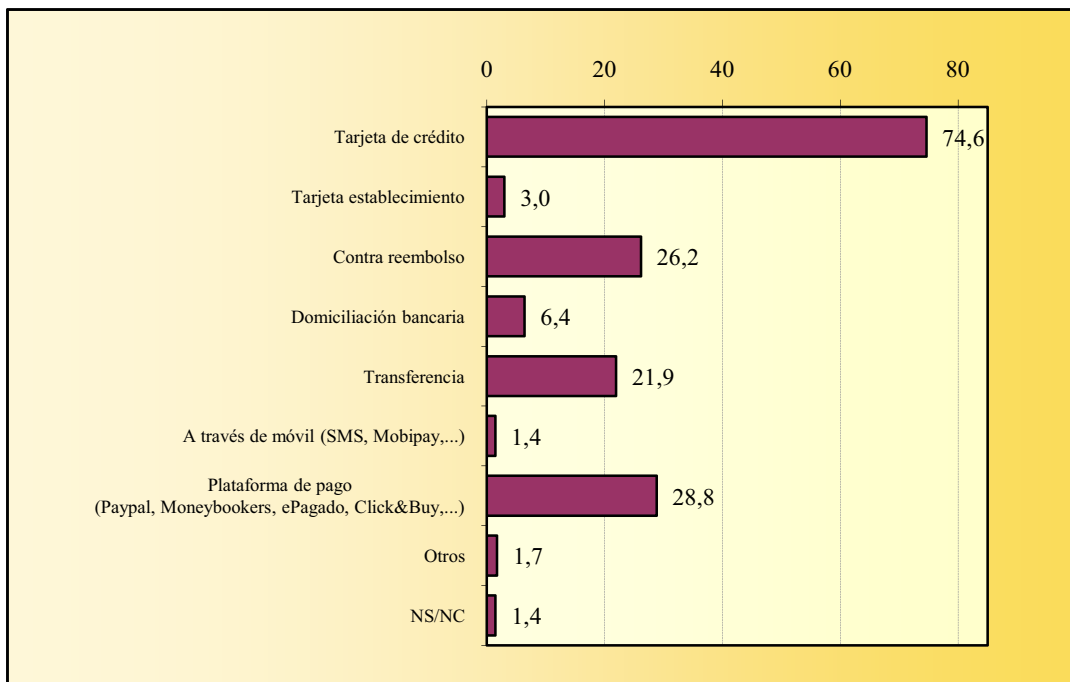


## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Método de pago

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

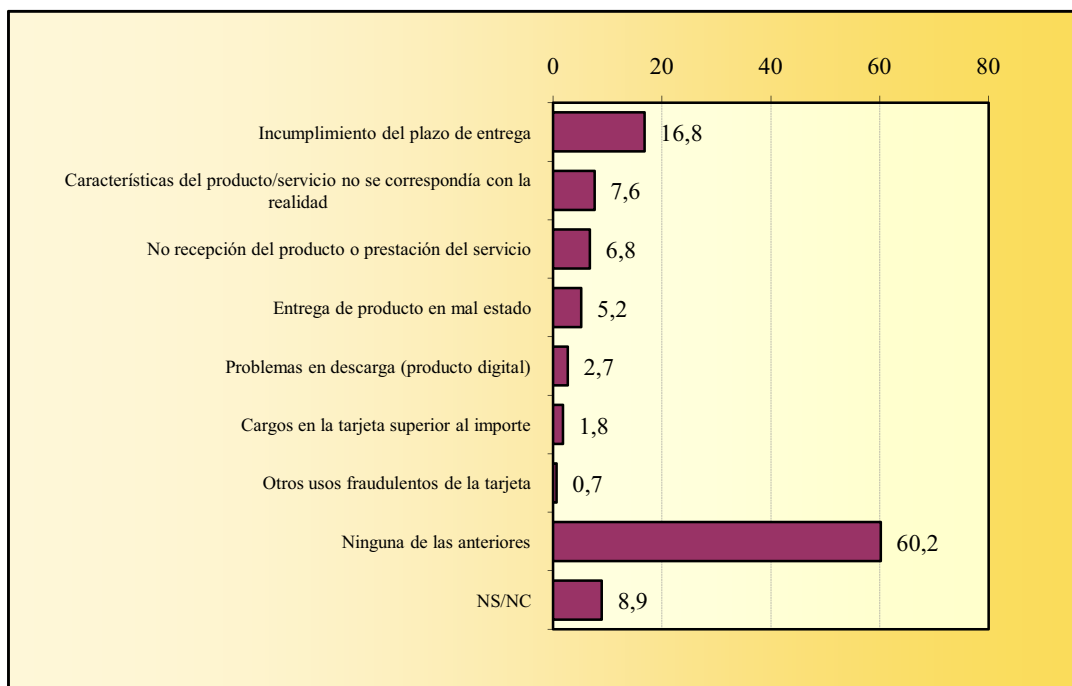
<i>P. ¿Qué método/s de pago suele utilizar para pagar sus compras a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha comprado último año)	31.634	
Tarjeta de crédito	23.608	74,6
Tarjeta establecimiento	942	3,0
Contra reembolso	8.273	26,2
Domiciliación bancaria	2.027	6,4
Transferencia	6.943	21,9
A través de móvil (SMS, Mobipay,...)	449	1,4
Plataforma de pago (Paypal, Moneybookers, ePagado, Click&Buy,...)	9.113	28,8
Otros	546	1,7
NS/NC	458	1,4



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Incidencias

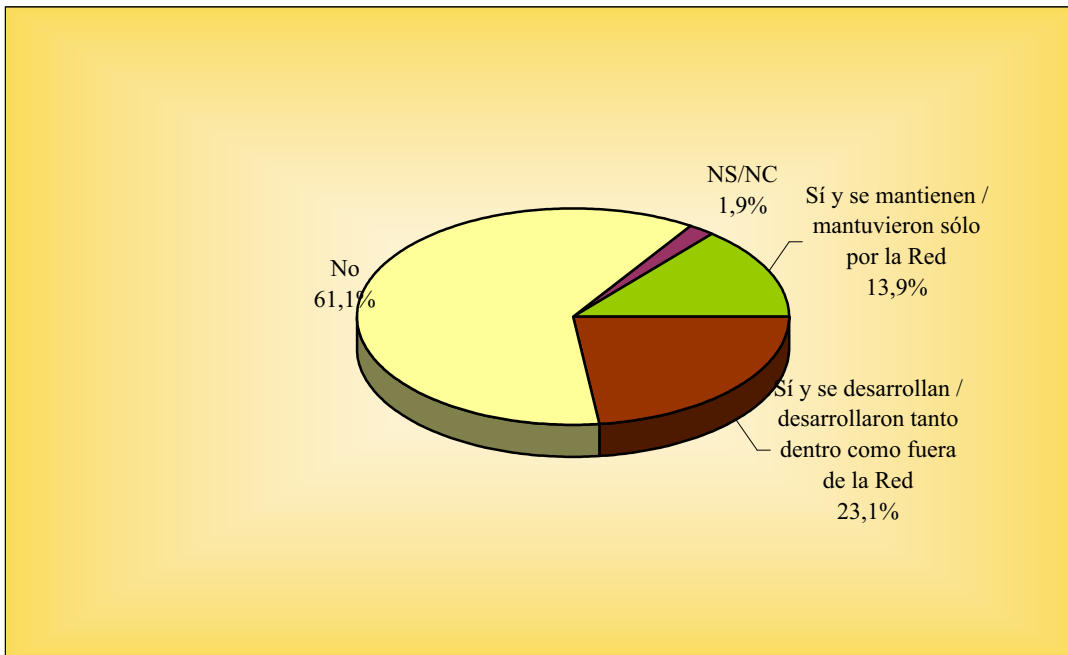
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran haber sufrido más de una incidencia.

<i><b>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.</b></i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha comprado último año)	31.634	
Incumplimiento del plazo de entrega	5.317	16,8
Características del producto/servicio no se correspondía con la realidad	2.409	7,6
No recepción del producto o prestación del servicio	2.147	6,8
Entrega de producto en mal estado	1.638	5,2
Problemas en descarga (producto digital)	862	2,7
Cargos en la tarjeta superior al importe	569	1,8
Otros usos fraudulentos de la tarjeta	209	0,7
Ninguna de las anteriores	19.044	60,2
NS/NC	2.823	8,9



**RELACIONES PERSONALES**

<i>P. ¿Ha establecido nuevas relaciones personales a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí y se mantienen / mantuvieron sólo por la Red	5.615	13,9
Sí y se desarrollan / desarrollaron tanto dentro como fuera de la Red	9.329	23,1
No	24.723	61,1
NS/NC	779	1,9

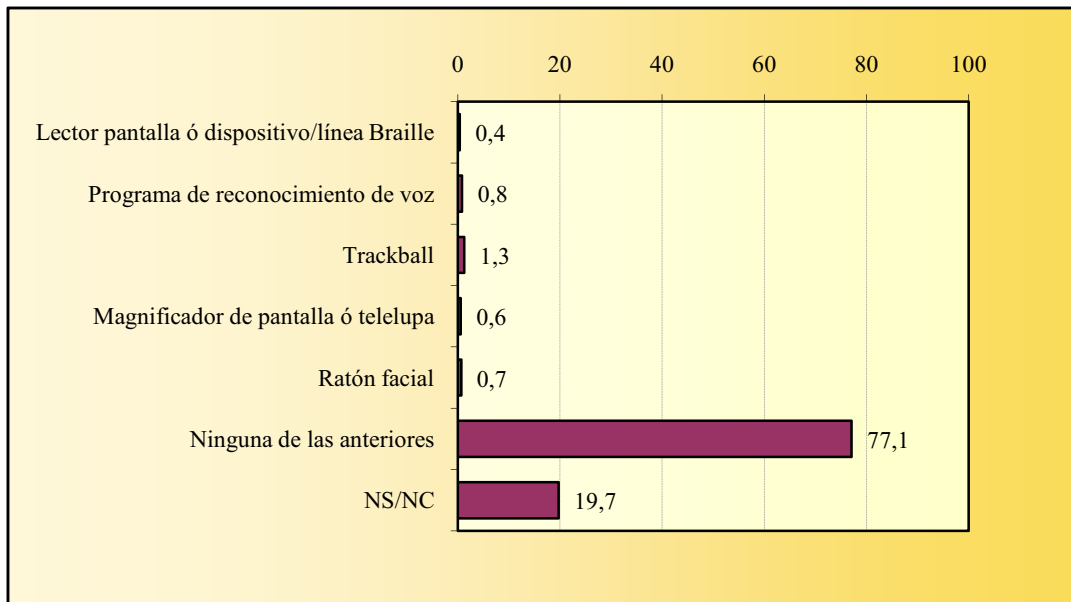


## AYUDAS TÉCNICAS A LA NAVEGACIÓN

La suma de porcentajes está ligeramente por encima del 100% ya que algún internauta utiliza más de un tipo de ayuda a la navegación.

**P. Indique si utiliza alguna de las siguientes ayudas técnicas para navegar por Internet:**

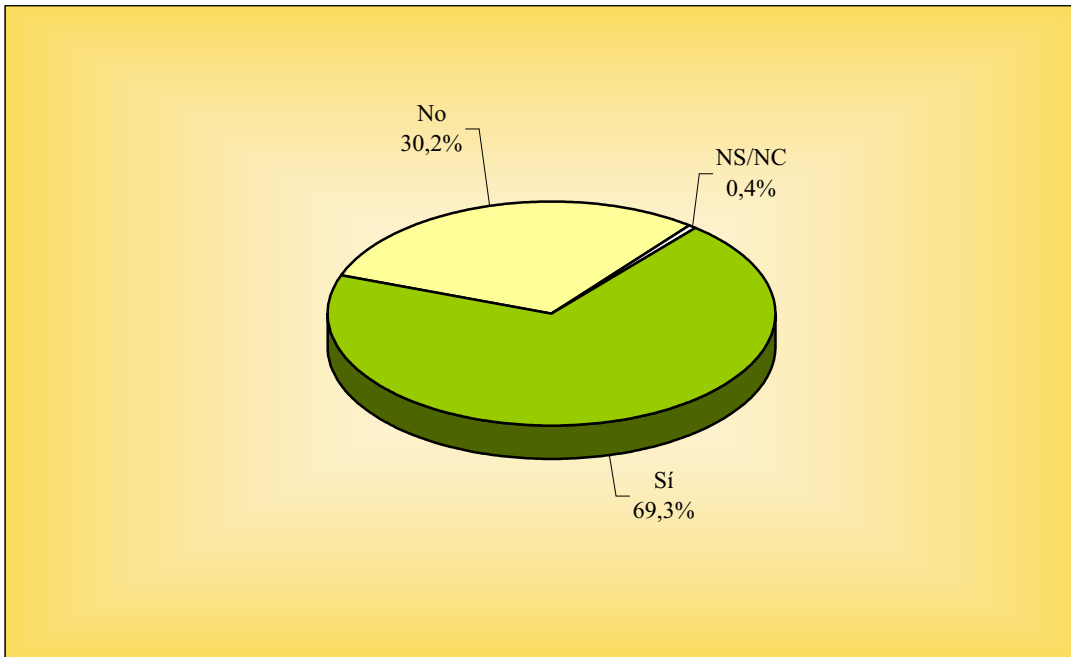
	Absolutos	%
BASE	40.446	
Lector pantalla ó dispositivo/línea Braille	159	0,4
Programa de reconocimiento de voz	331	0,8
Trackball	510	1,3
Magnificador de pantalla ó telulupa	236	0,6
Ratón facial	268	0,7
Ninguna de las anteriores	31.169	77,1
NS/NC	7.977	19,7





**BANCA EN INTERNET**

<i>P. ¿Trabaja con algún banco a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Si	28.041	69,3
No	12.234	30,2
NS/NC	171	0,4

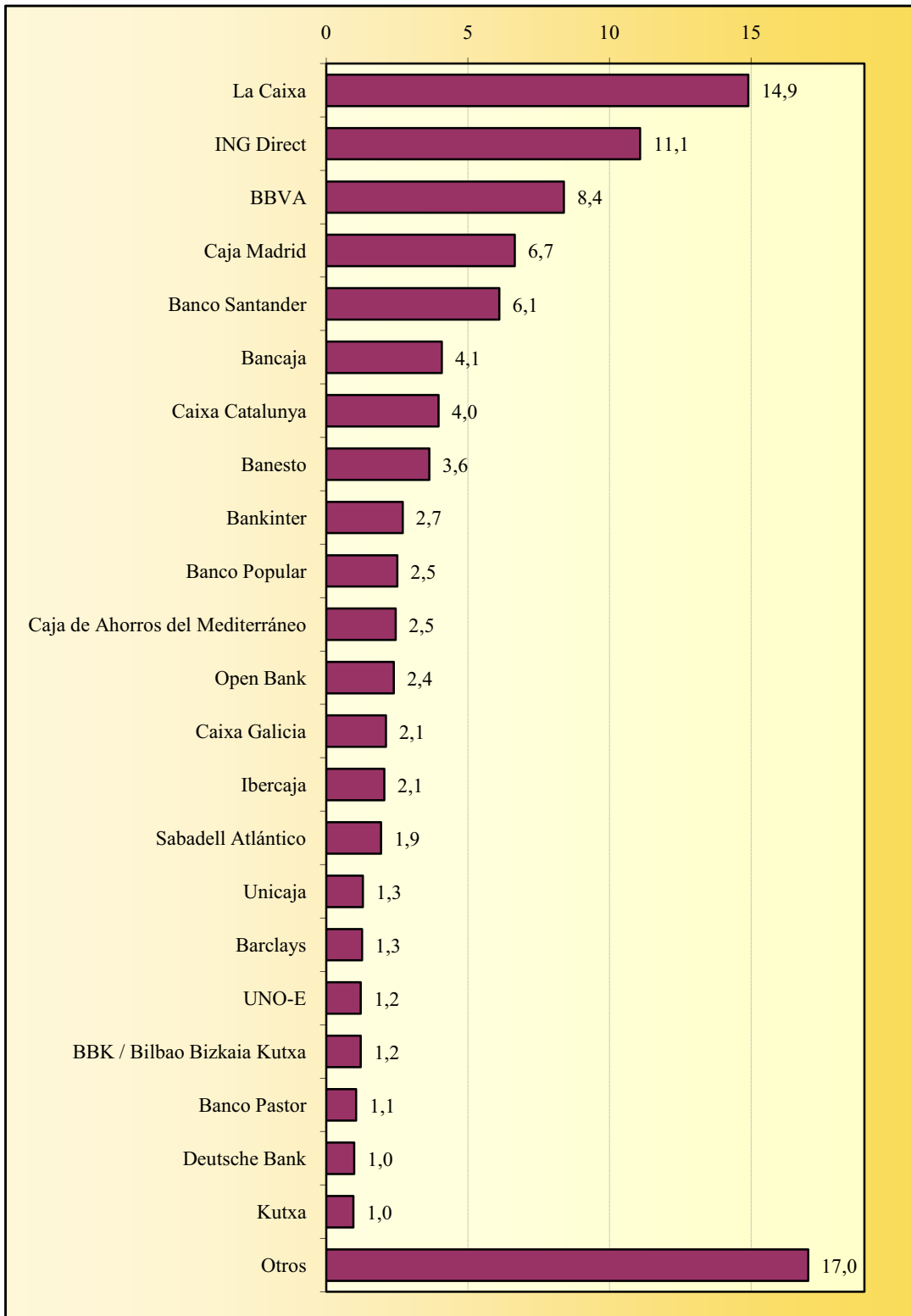


**BANCA EN INTERNET****Bancos**

Entre los 28.041 entrevistados que declaran trabajar con bancos a través de Internet, se obtienen 47.139 menciones (1.7 menciones por individuo), con la siguiente distribución:

<i>P. Banco con el que trabaja a través de Internet</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	47.139	100,0
La Caixa	7.025	14,9
ING Direct	5.225	11,1
BBVA	3.955	8,4
Caja Madrid	3.138	6,7
Banco Santander	2.880	6,1
Bancaja	1.923	4,1
Caixa Catalunya	1.869	4,0
Banesto	1.715	3,6
Bankinter	1.275	2,7
Banco Popular	1.184	2,5
Caja de Ahorros del Mediterráneo	1.155	2,5
Open Bank	1.127	2,4
Caixa Galicia	996	2,1
Ibercaja	968	2,1
Sabadell Atlántico	913	1,9
Unicaja	609	1,3
Barclays	596	1,3
UNO-E	574	1,2
BBK / Bilbao Bizkaia Kutxa	573	1,2
Banco Pastor	500	1,1
Deutsche Bank	465	1,0
Kutxa	453	1,0
Otros	8.021	17,0

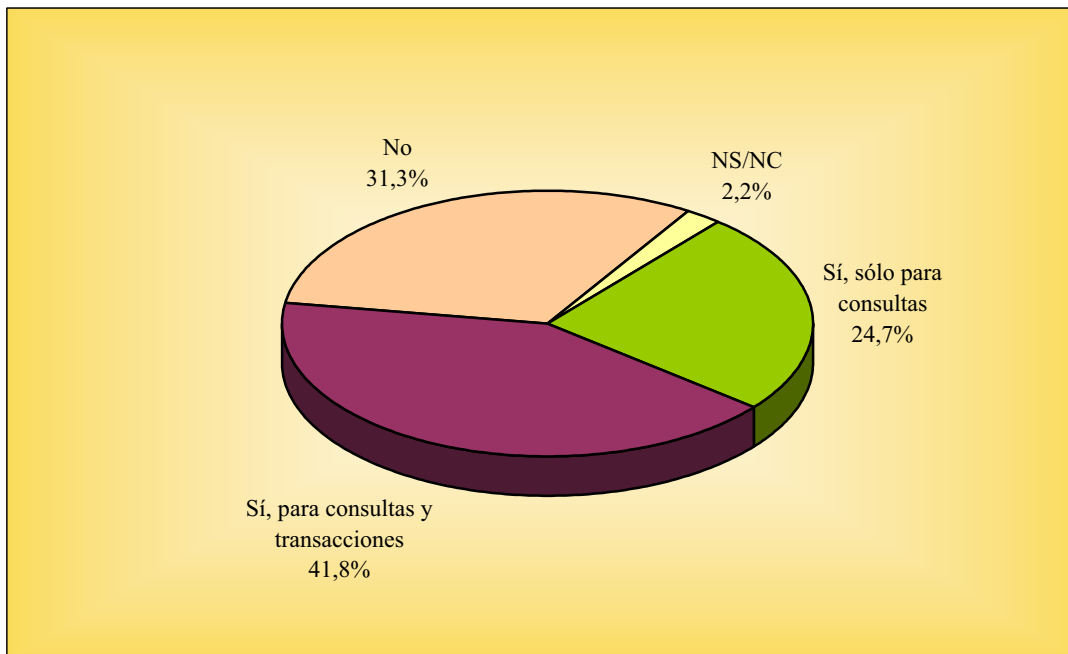
### BANCA EN INTERNET Bancos



## BANCA EN INTERNET

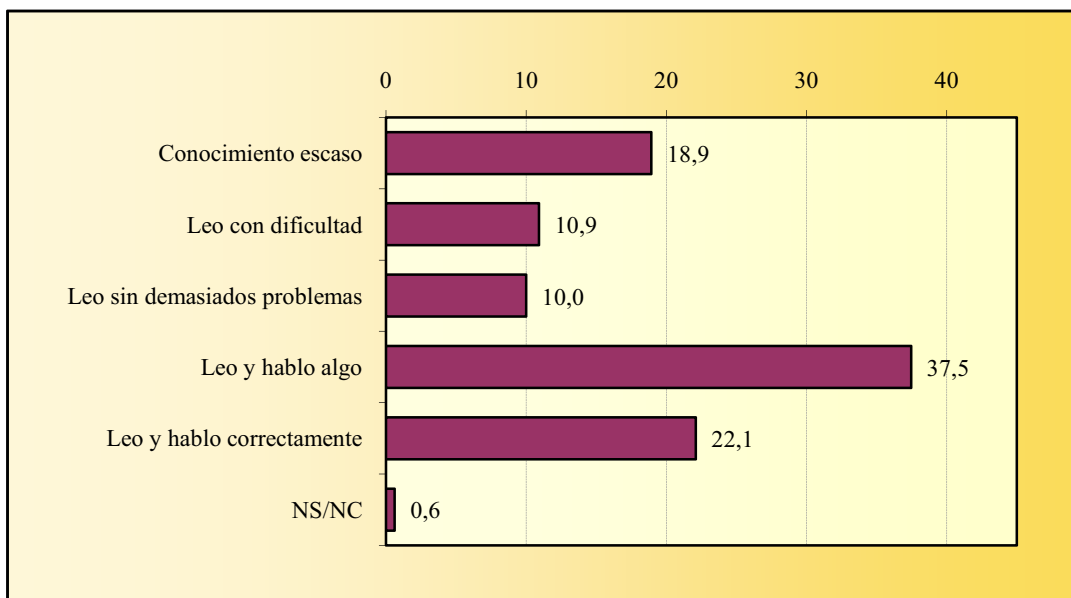
### Operaciones bancarias

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha operado con entidades bancarias a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Sí, sólo para consultas	9.996	24,7
Sí, para consultas y transacciones	16.895	41,8
No	12.664	31,3
NS/NC	891	2,2



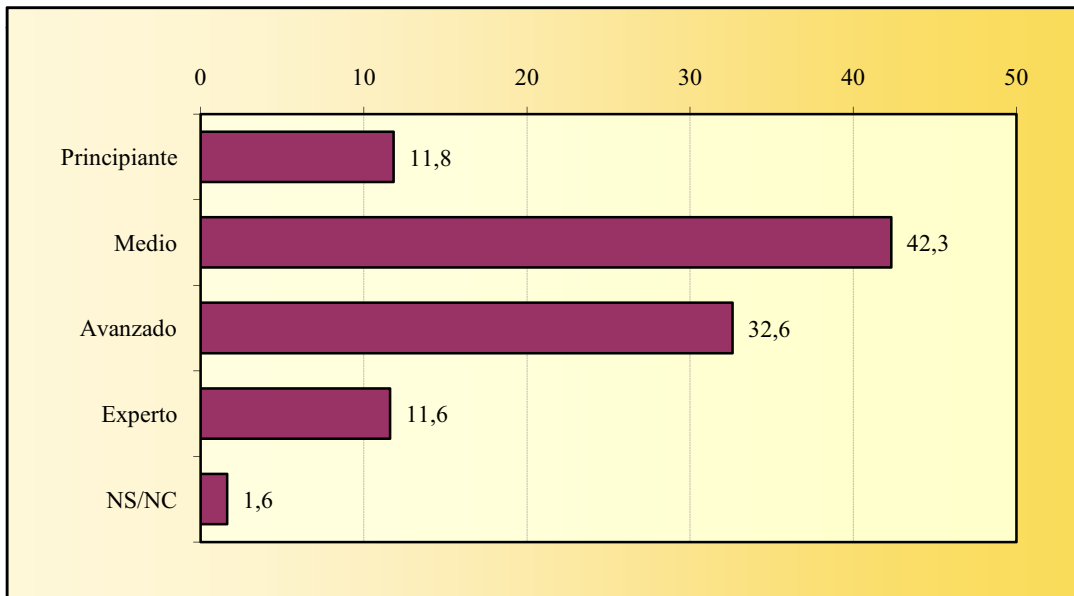
### CONOCIMIENTO DE INGLÉS

<i>P. ¿Qué afirmación describe mejor su nivel de conocimiento de inglés?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Conocimiento escaso	7.653	18,9
Leo con dificultad	4.415	10,9
Leo sin demasiados problemas	4.042	10,0
Leo y hablo algo	15.148	37,5
Leo y hablo correctamente	8.937	22,1
NS/NC	251	0,6



## CONOCIMIENTO DE INFORMÁTICA

<i>P. ¿Cuál cree que es su grado de conocimiento de la informática en general?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Principiante	4.786	11,8
Medio	17.117	42,3
Avanzado	13.185	32,6
Experto	4.698	11,6
NS/NC	660	1,6



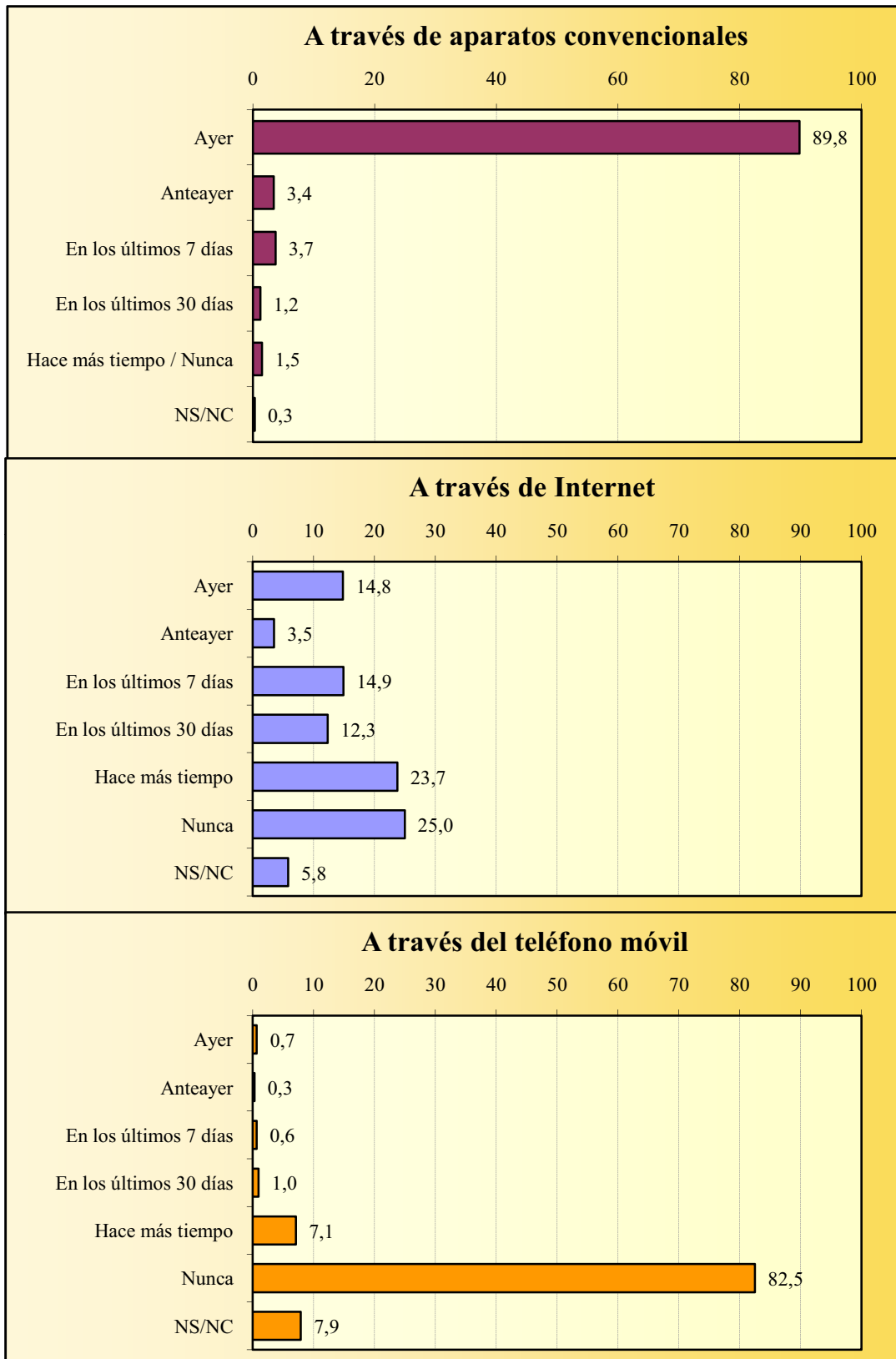
## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

### Televisión

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>...ha visto la televisión?</b>		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	36.317	89,8
Anteayer	1.382	3,4
En los últimos 7 días	1.512	3,7
En los últimos 30 días	493	1,2
Hace más tiempo / Nunca	611	1,5
NS/NC	131	0,3
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	5.990	14,8
Anteayer	1.418	3,5
En los últimos 7 días	6.019	14,9
En los últimos 30 días	4.973	12,3
Hace más tiempo	9.602	23,7
Nunca	10.096	25,0
NS/NC	2.348	5,8
<i>A través del teléfono móvil</i>		
Ayer	264	0,7
Anteayer	112	0,3
En los últimos 7 días	260	0,6
En los últimos 30 días	386	1,0
Hace más tiempo	2.867	7,1
Nunca	33.367	82,5
NS/NC	3.190	7,9

## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

### Televisión





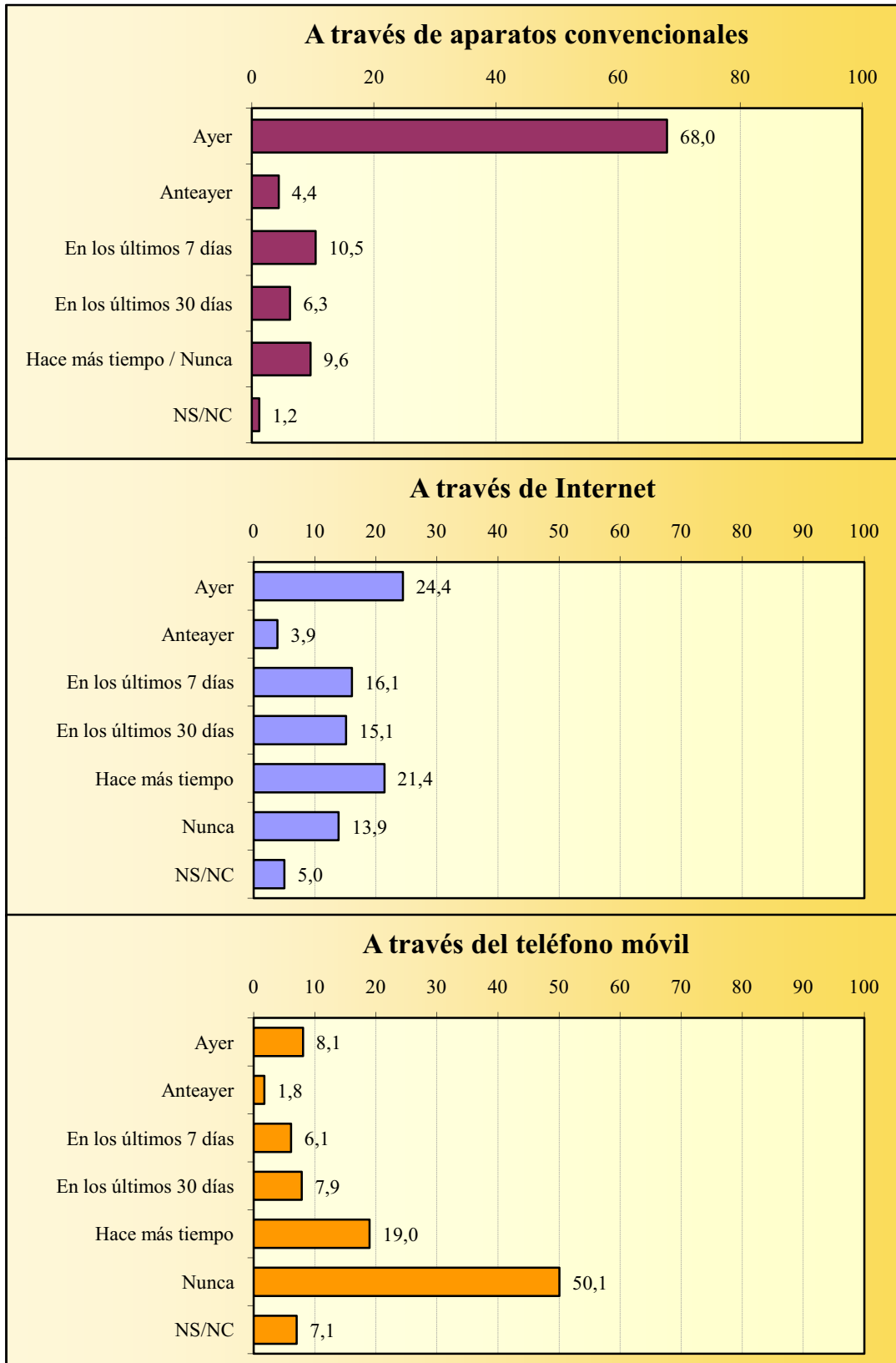
## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

## Radio

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...ha escuchado la radio?</b>		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	27.507	68,0
Anteayer	1.789	4,4
En los últimos 7 días	4.228	10,5
En los últimos 30 días	2.537	6,3
Hace más tiempo / Nunca	3.896	9,6
NS/NC	489	1,2
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	9.888	24,4
Anteayer	1.581	3,9
En los últimos 7 días	6.511	16,1
En los últimos 30 días	6.124	15,1
Hace más tiempo	8.665	21,4
Nunca	5.636	13,9
NS/NC	2.041	5,0
<i>A través del teléfono móvil</i>		
Ayer	3.272	8,1
Anteayer	708	1,8
En los últimos 7 días	2.486	6,1
En los últimos 30 días	3.184	7,9
Hace más tiempo	7.686	19,0
Nunca	20.255	50,1
NS/NC	2.855	7,1

## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

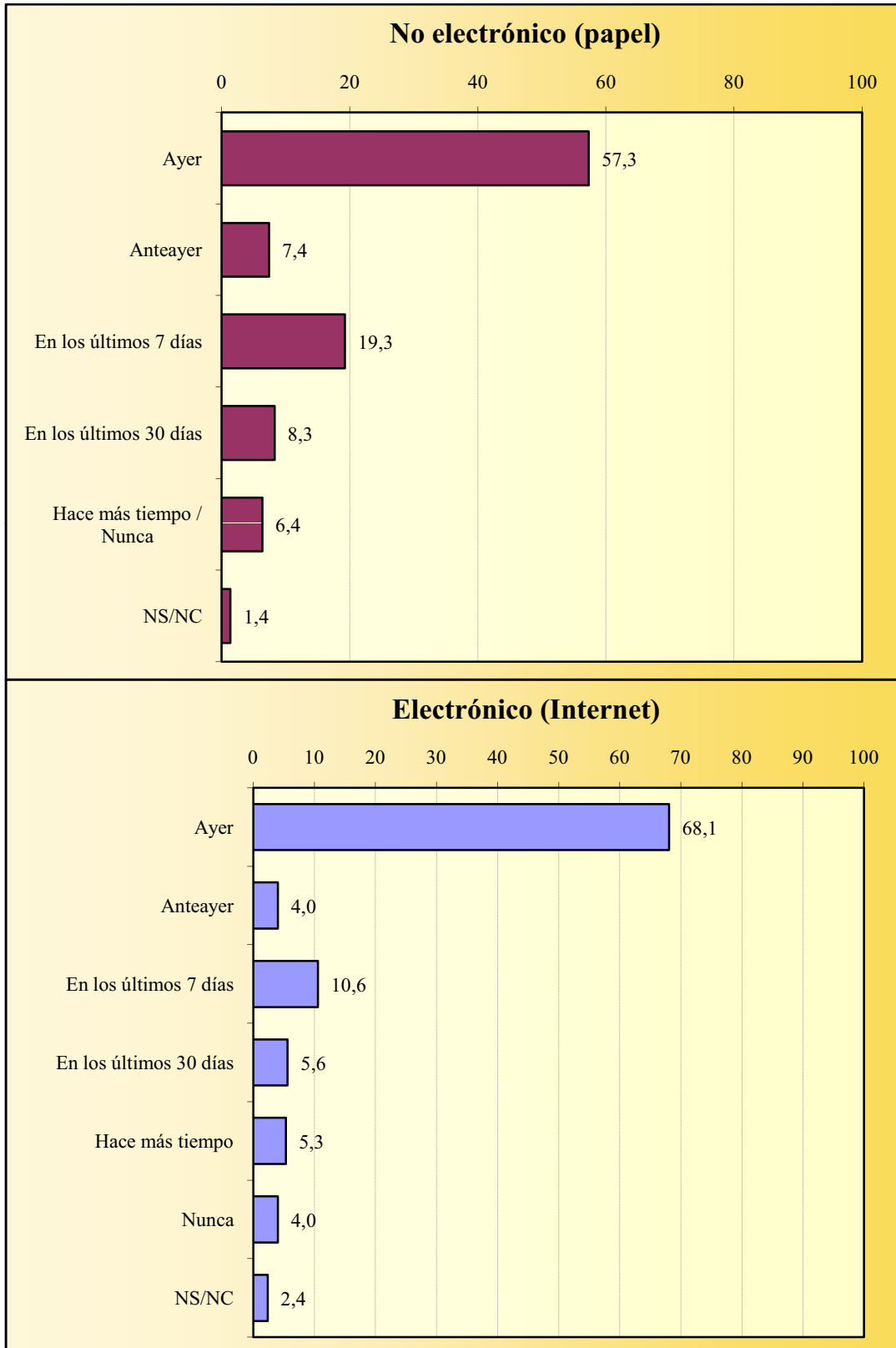
### Radio



**CONTACTO CON OTROS MEDIOS**  
**Periódico / Diario**

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
<b>...ha leído un periódico/diario?</b>		
<i>No electrónico (papel)</i>		
Ayer	23.179	57,3
Anteayer	2.998	7,4
En los últimos 7 días	7.786	19,3
En los últimos 30 días	3.346	8,3
Hace más tiempo / Nunca	2.577	6,4
NS/NC	560	1,4
<i>Electrónico (Internet)</i>		
Ayer	27.529	68,1
Anteayer	1.629	4,0
En los últimos 7 días	4.279	10,6
En los últimos 30 días	2.269	5,6
Hace más tiempo	2.160	5,3
Nunca	1.628	4,0
NS/NC	952	2,4

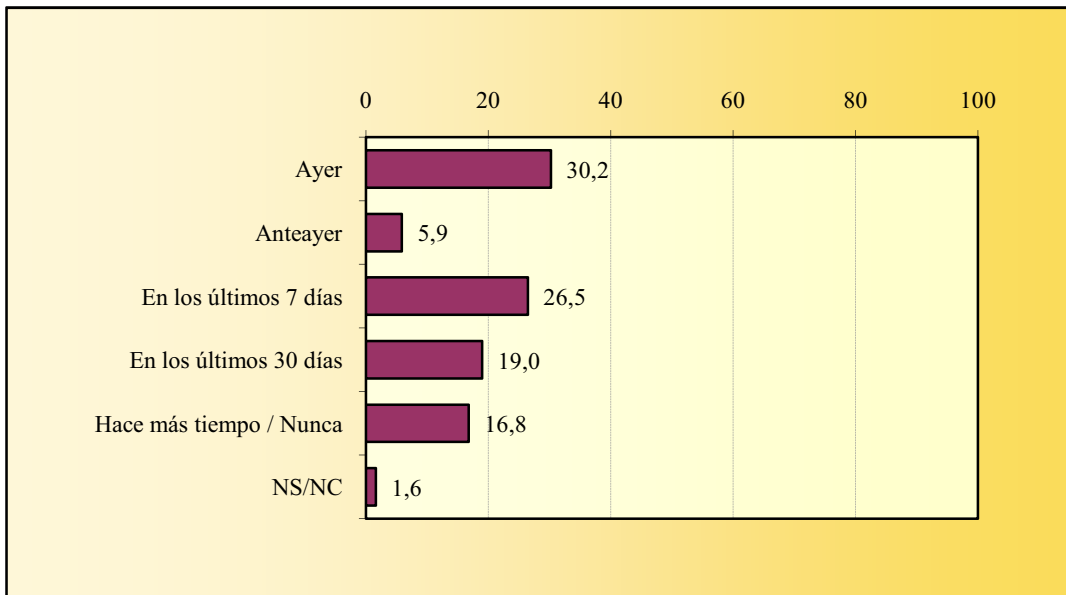
**CONTACTO CON OTROS MEDIOS**  
**Periódico / Diario**



## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

### Revistas

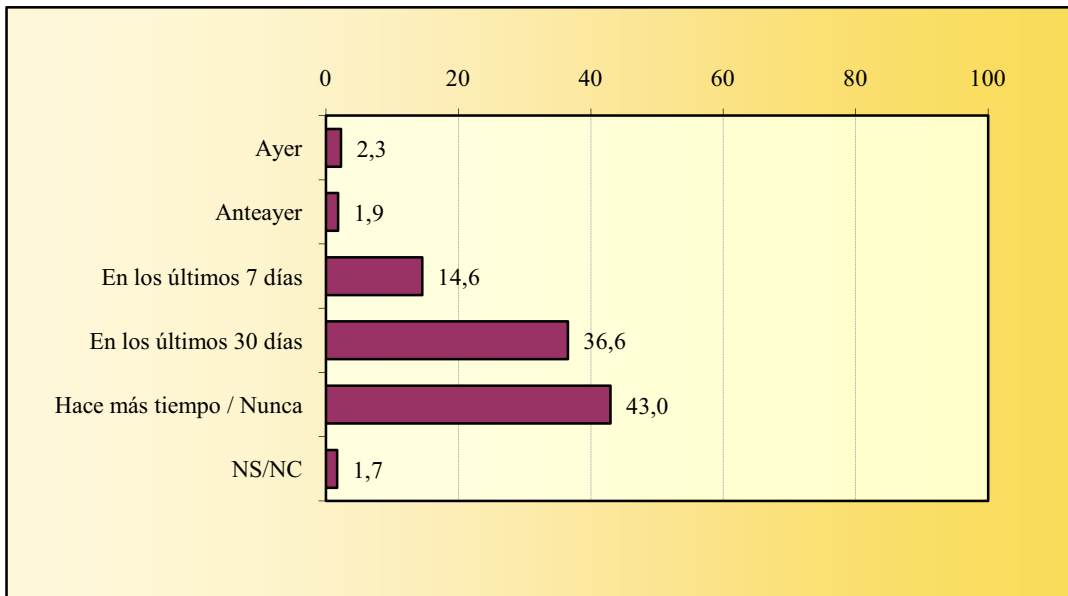
<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>...ha leído una revista?</b>		
Ayer	12.222	30,2
Anteayer	2.382	5,9
En los últimos 7 días	10.704	26,5
En los últimos 30 días	7.686	19,0
Hace más tiempo / Nunca	6.788	16,8
NS/NC	664	1,6



## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

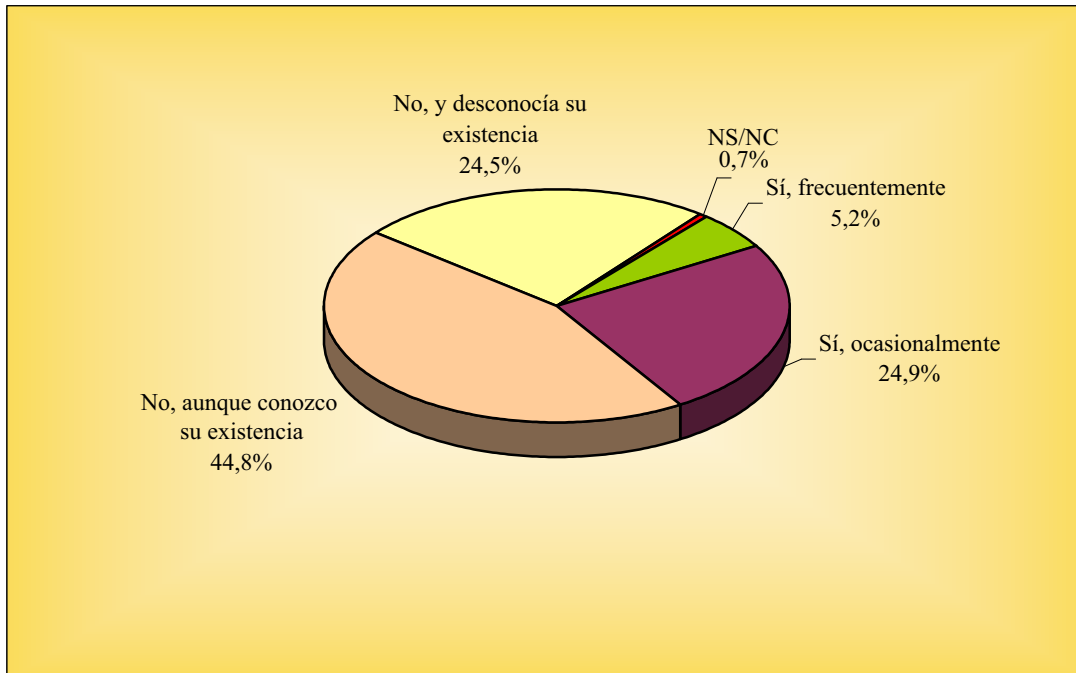
### Cine

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>...ha ido al cine?</b>		
Ayer	931	2,3
Anteayer	759	1,9
En los últimos 7 días	5.888	14,6
En los últimos 30 días	14.794	36,6
Hace más tiempo / Nunca	17.387	43,0
NS/NC	687	1,7



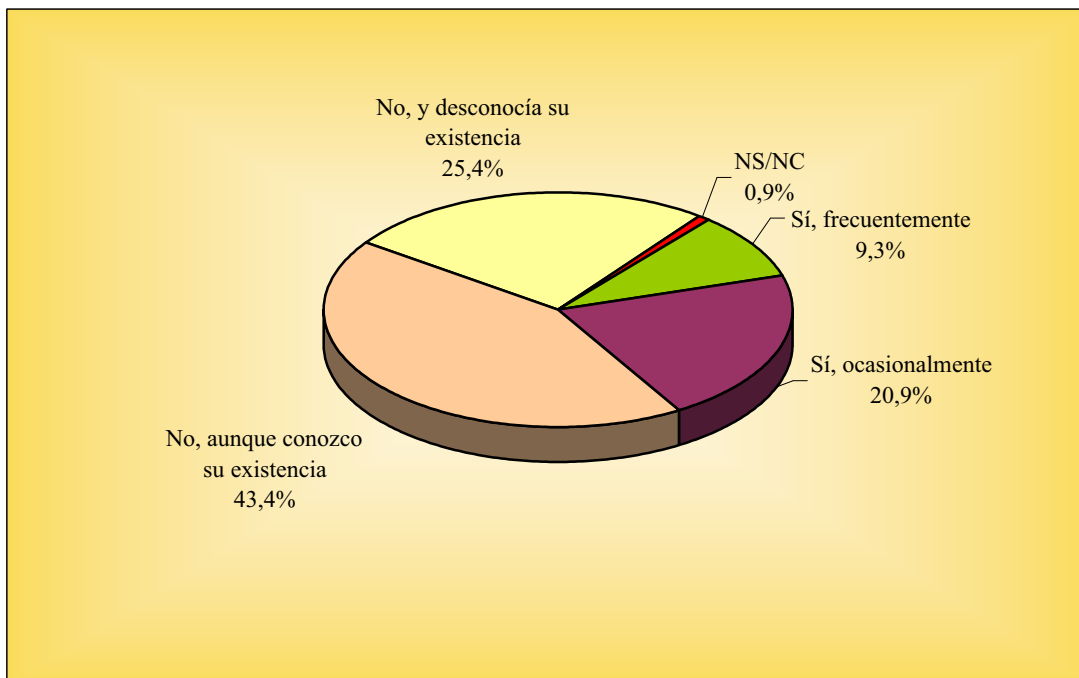
**CONTACTO CON OTROS MEDIOS  
P2PTV**

<i>P. ¿Utiliza Vd. programas de P2PTV (Zattoo, Sopcast, Pplive,...), que permiten ver a través de Internet diferentes canales de televisión (nacionales y extranjeros) con una calidad aceptable?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí, frecuentemente	2.105	5,2
Sí, ocasionalmente	10.056	24,9
No, aunque conozco su existencia	18.101	44,8
No, y desconocía su existencia	9.911	24,5
NS/NC	273	0,7



### RADIO A LA CARTA

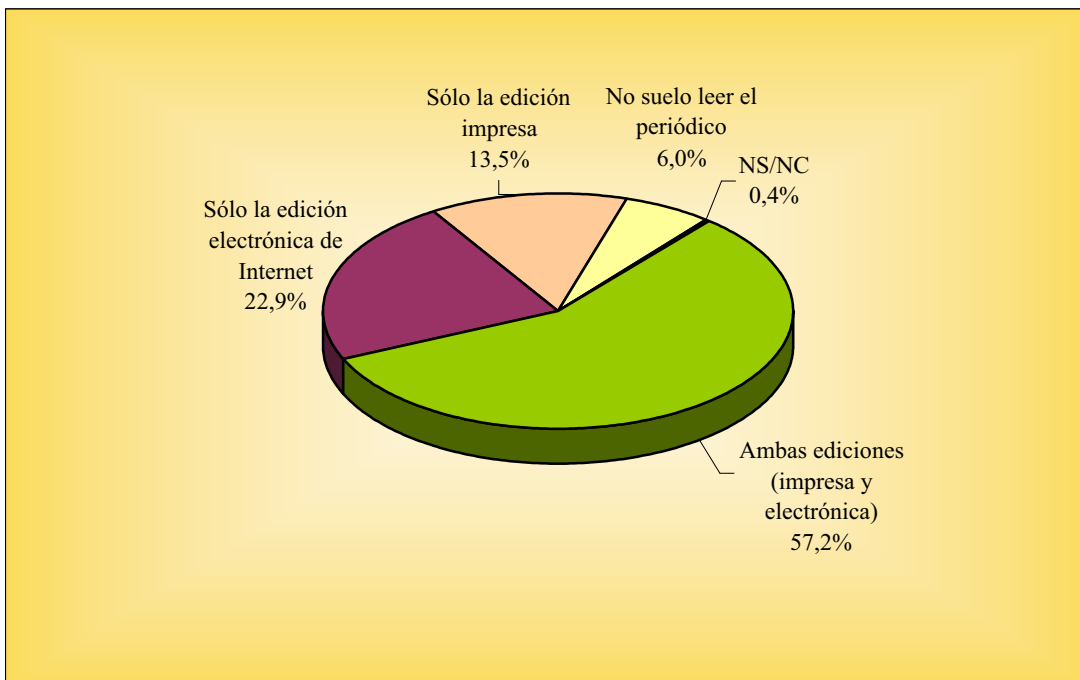
<i>P. ¿Utiliza Vd. programas de radio a la carta (Last.FM, iRate,...), que analizan las preferencias musicales del usuario para ofrecerle escuchar a través de Internet canciones que encajen con sus gustos musicales, a modo de emisora de radio musical?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Sí, frecuentemente	3.761	9,3
Sí, ocasionalmente	8.461	20,9
No, aunque conozco su existencia	17.573	43,4
No, y desconocía su existencia	10.273	25,4
NS/NC	378	0,9





### MANERA DE LEER EL PERIÓDICO

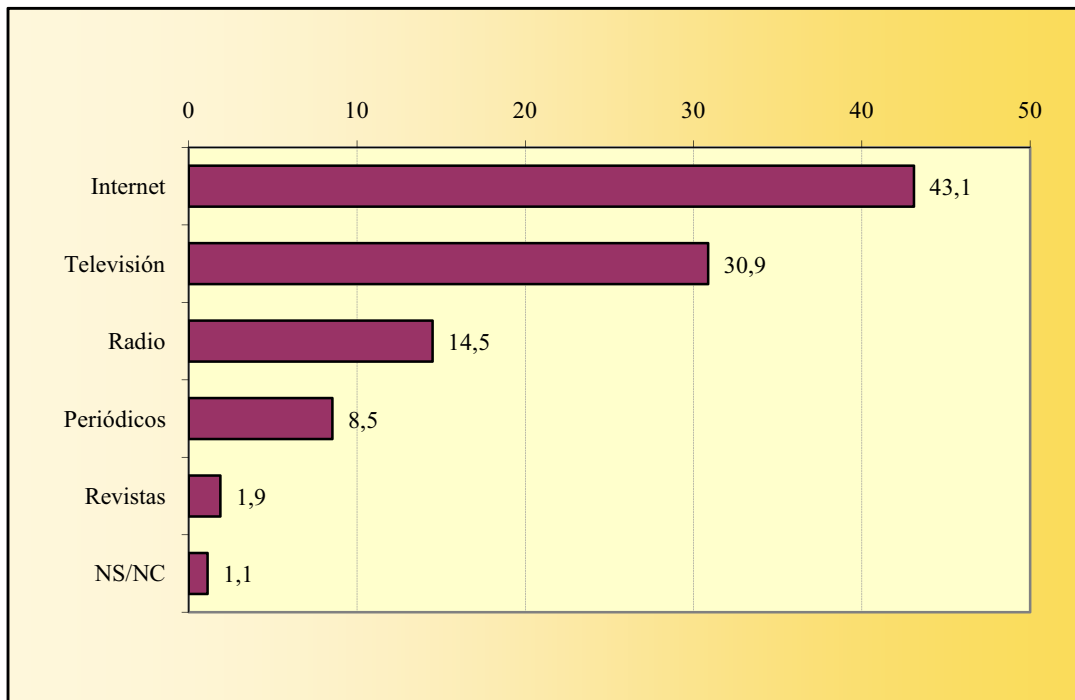
<i>P. ¿Cuál es la manera habitual en que lee el periódico?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Ambas ediciones (impresa y electrónica)	23.132	57,2
Sólo la edición electrónica de Internet	9.248	22,9
Sólo la edición impresa	5.476	13,5
No suelo leer el periódico	2.430	6,0
NS/NC	160	0,4



### MEDIO QUE ECHARÍA MÁS EN FALTA

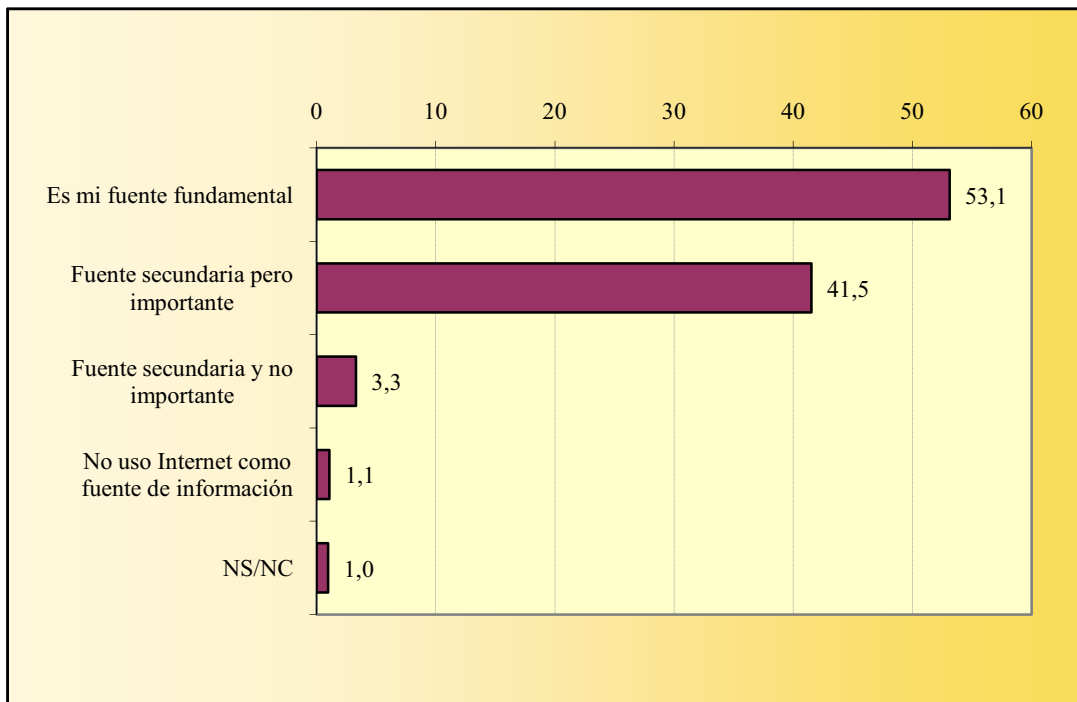
**P. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación echaría más de menos en caso de que desapareciera?**

	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Internet	17.433	43,1
Televisión	12.488	30,9
Radio	5.858	14,5
Periódicos	3.456	8,5
Revistas	761	1,9
NS/NC	450	1,1



### INTERNET COMO FUENTE DE ACTUALIDAD

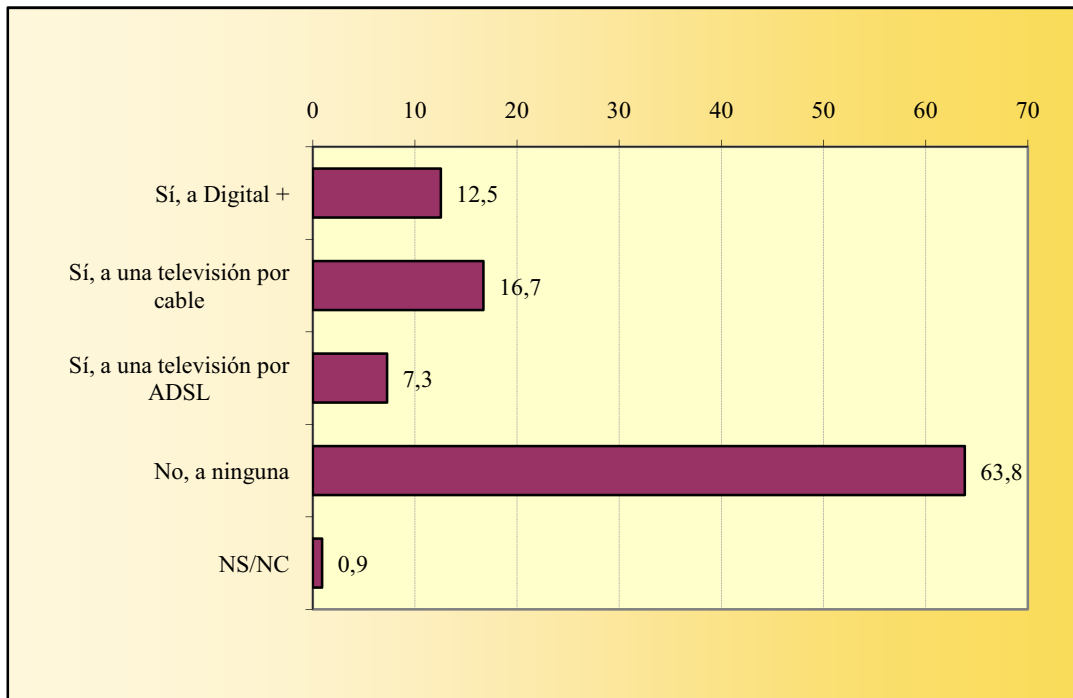
<i>P. En su caso, para estar informado de la actualidad ¿cómo considera Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Es mi fuente fundamental	21.484	53,1
Fuente secundaria pero importante	16.798	41,5
Fuente secundaria y no importante	1.332	3,3
No uso Internet como fuente de información	436	1,1
NS/NC	396	1,0



## TELEVISIÓN DE PAGO

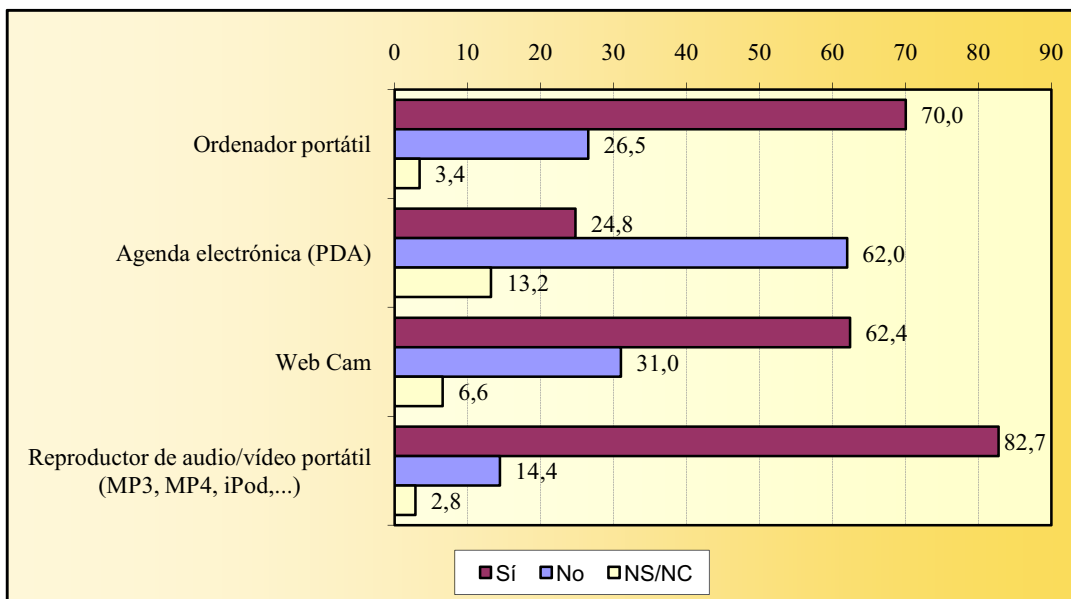
La suma de los porcentajes es superior a cien ya que algunos navegantes declaran estar abonados a más de una televisión de pago.

<i>P. ¿Está abonado a alguna televisión de pago?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	
Sí, a Digital +	5.065	12,5
Sí, a una televisión por cable	6.755	16,7
Sí, a una televisión por ADSL	2.940	7,3
No, a ninguna	25.810	63,8
NS/NC	369	0,9



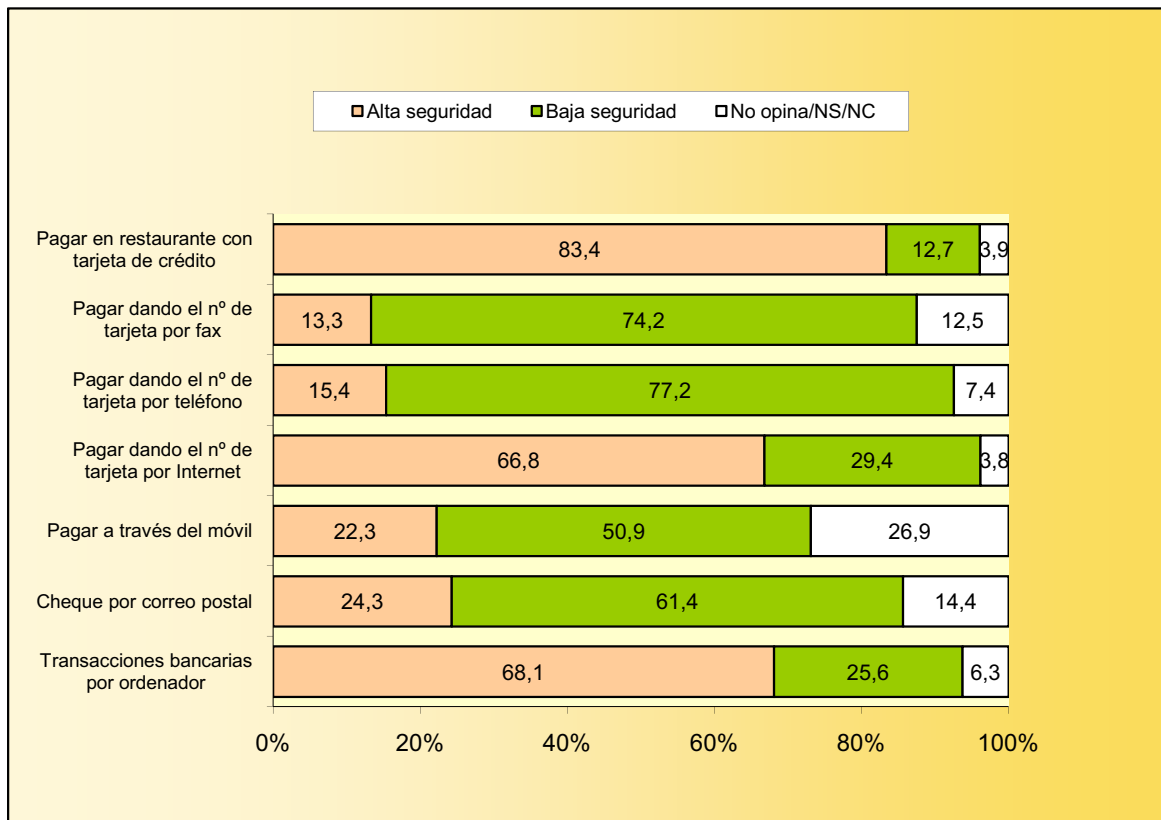
### EQUIPAMIENTO

<i>P. ¿De cuáles de los siguientes aparatos dispone Vd.?</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>Ordenador portátil</b>		
Sí	28.323	70,0
No	10.732	26,5
NS/NC	1.391	3,4
<b>Agenda electrónica (PDA)</b>		
Sí	10.026	24,8
No	25.075	62,0
NS/NC	5.345	13,2
<b>Web Cam</b>		
Sí	25.239	62,4
No	12.541	31,0
NS/NC	2.666	6,6
<b>Reproductor de audio/vídeo portátil (MP3, MP4, iPod,...)</b>		
Sí	33.468	82,7
No	5.828	14,4
NS/NC	1.150	2,8



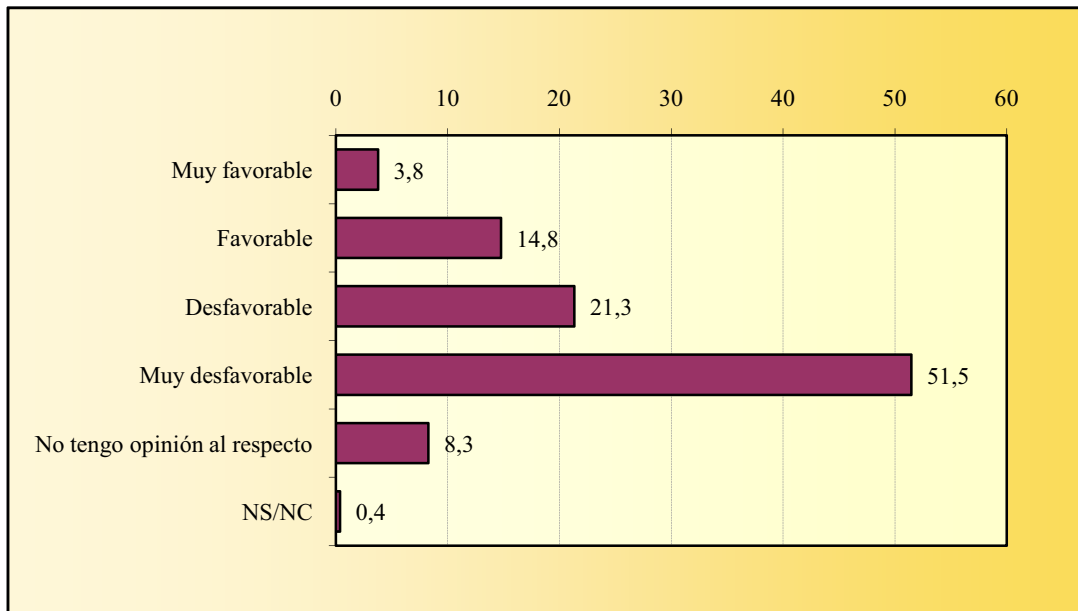
### GRADO DE SEGURIDAD DE TRANSACCIONES

<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	31,6	51,8	10,8	1,9	3,6	0,3
Pagar dando el nº de tarjeta por fax	3,7	9,6	35,5	38,7	12,0	0,5
Pagar dando el nº de tarjeta por teléfono	3,9	11,5	36,6	40,6	6,8	0,7
Pagar dando el nº de tarjeta por Internet (servidor seguro)	17,3	49,5	20,2	9,1	3,3	0,5
Pagar a través del móvil (SMS, Mobipay,...)	5,1	17,2	27,6	23,3	26,3	0,6
Enviar cheque por correo postal	5,5	18,8	33,4	28,0	13,9	0,5
Transacciones bancarias por ordenador	22,2	45,9	17,6	8,1	5,7	0,6



### OPINIÓN SOBRE EL CANON

<i>P. ¿Qué opinión tiene del “canon por copia privada” (tasa aplicada a diversos medios de grabación: CD’s y DVD’s vírgenes, grabadores de CD/DVD, discos duros,... cuya recaudación reciben los autores, editores, productores y artistas de música, películas,... en compensación por las copias que se hacen de su trabajo)?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Muy favorable	1.529	3,8
Favorable	5.969	14,8
Desfavorable	8.629	21,3
Muy desfavorable	20.817	51,5
No tengo opinión al respecto	3.350	8,3
NS/NC	152	0,4

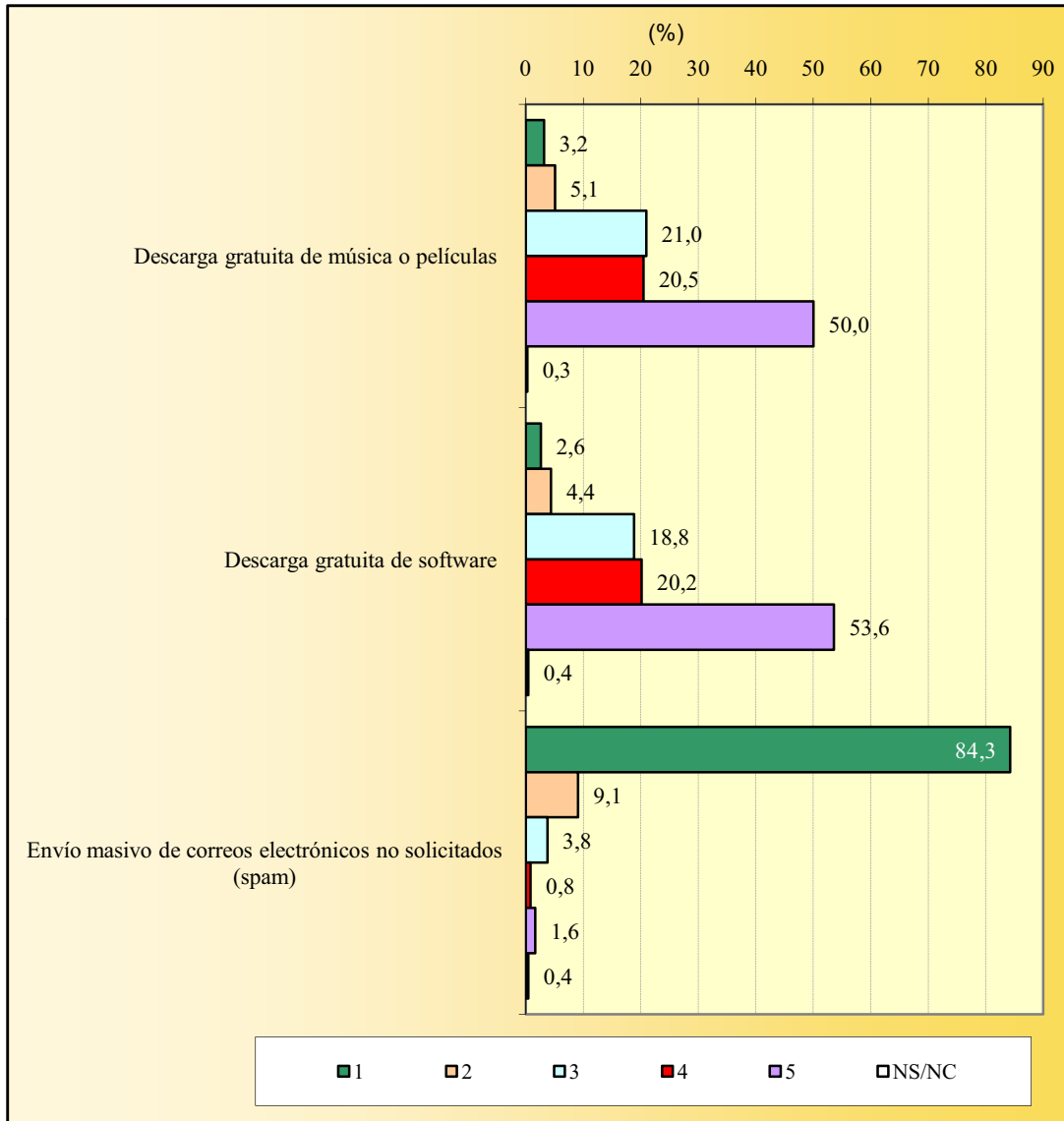


## VALORACIÓN DE ACCIONES

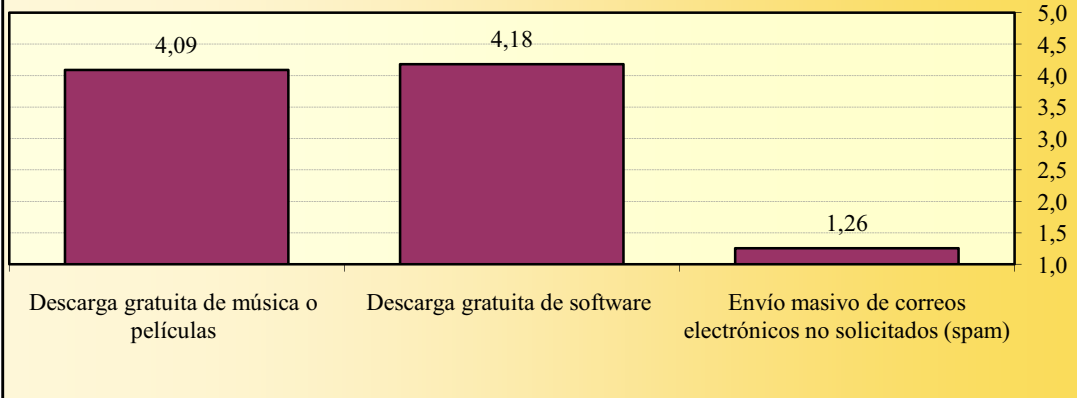
<i>P. Con independencia de lo que Vd. hace o haría, valore hasta que punto está de acuerdo con las siguientes situaciones (5=Muy de acuerdo ; 1=Muy en desacuerdo):</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
<b>Descarga gratuita de música o películas</b>		
1	1.293	3,2
2	2.049	5,1
3	8.487	21,0
4	8.279	20,5
5	20.231	50,0
NS/NC	107	0,3
Valoración media	4,09	
<b>Descarga gratuita de software</b>		
1	1.062	2,6
2	1.780	4,4
3	7.606	18,8
4	8.152	20,2
5	21.666	53,6
NS/NC	180	0,4
Valoración media	4,18	
<b>Envío masivo de correos electrónicos no solicitados (spam)</b>		
1	34.076	84,3
2	3.678	9,1
3	1.518	3,8
4	334	0,8
5	663	1,6
NS/NC	177	0,4
Valoración media	1,26	



### VALORACIÓN DE ACCIONES



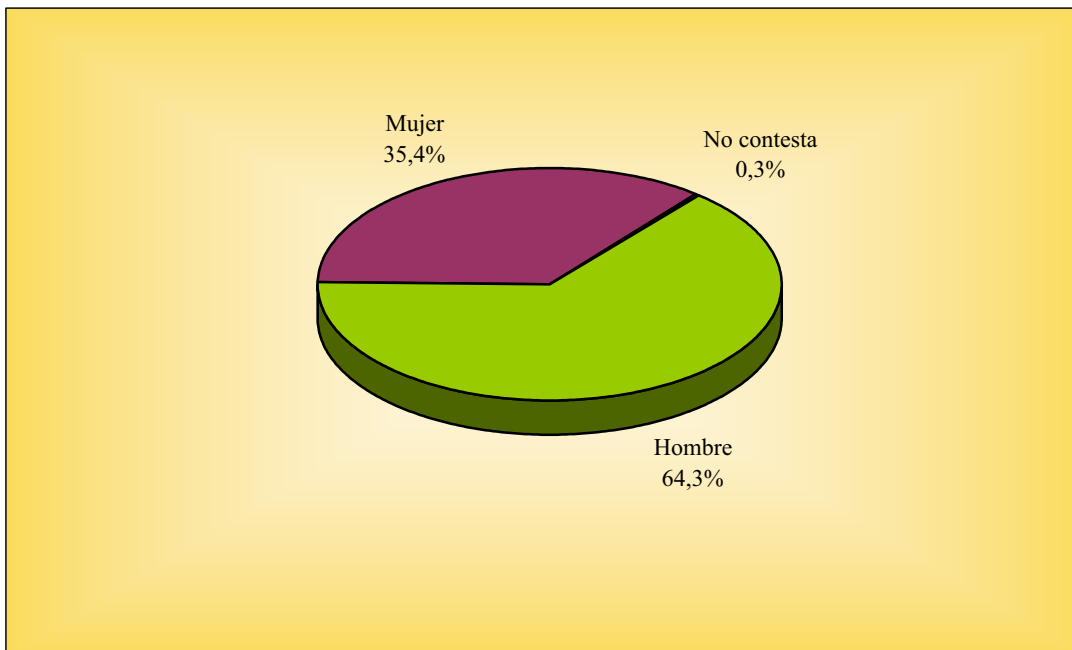
### VALORACIÓN MEDIA



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Sexo

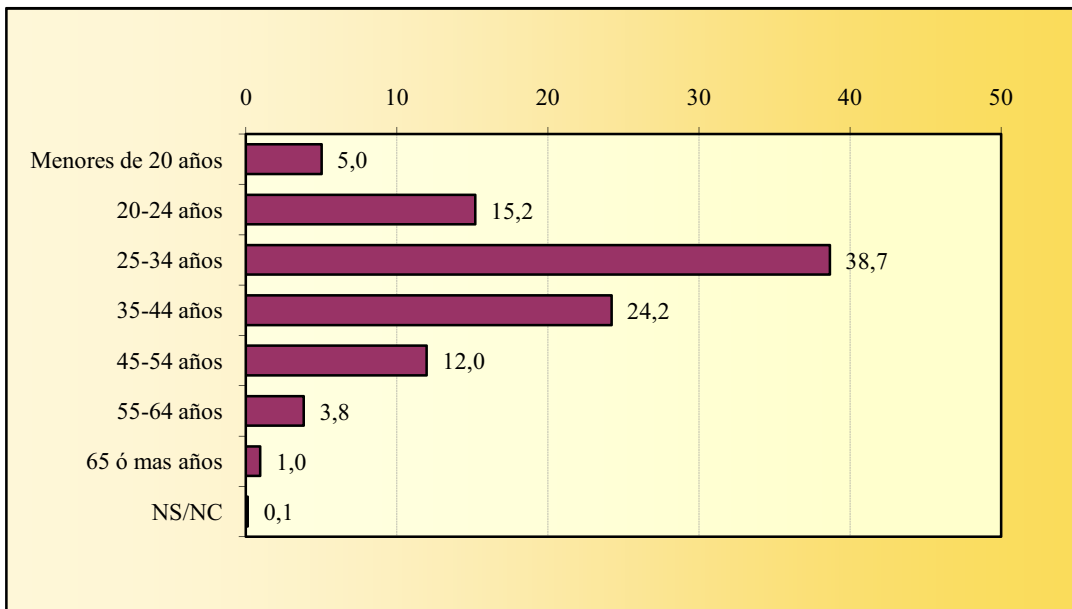
<i>P. Sexo</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Hombre	25.995	64,3
Mujer	14.327	35,4
No contesta	124	0,3



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Edad

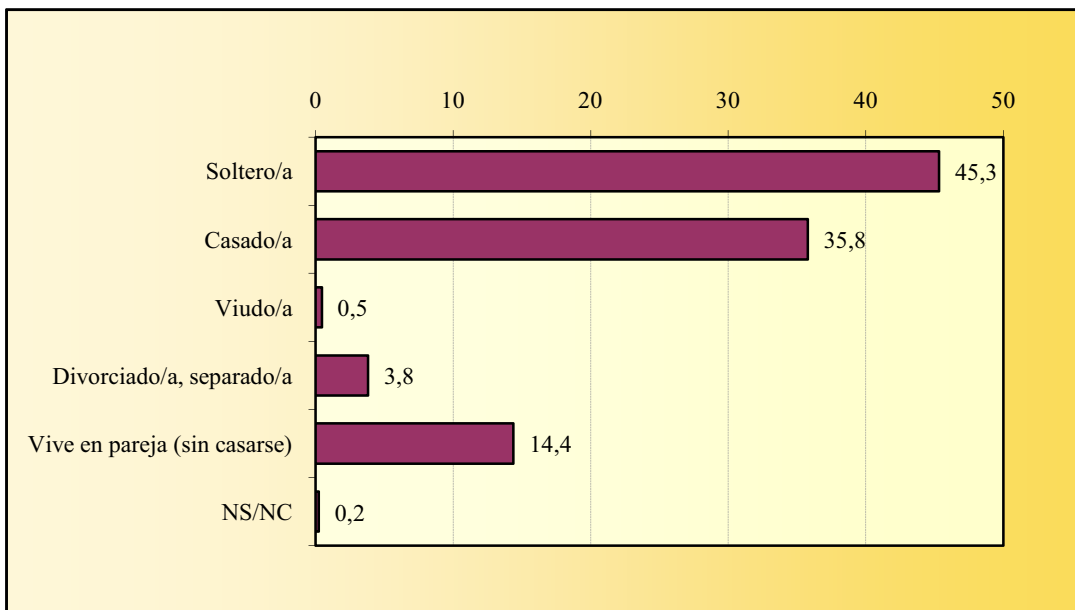
<i>P. Edad</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Menores de 20 años	2.028	5,0
20-24 años	6.146	15,2
25-34 años	15.637	38,7
35-44 años	9.795	24,2
45-54 años	4.845	12,0
55-64 años	1.555	3,8
65 ó mas años	385	1,0
NS/NC	55	0,1



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Estado civil

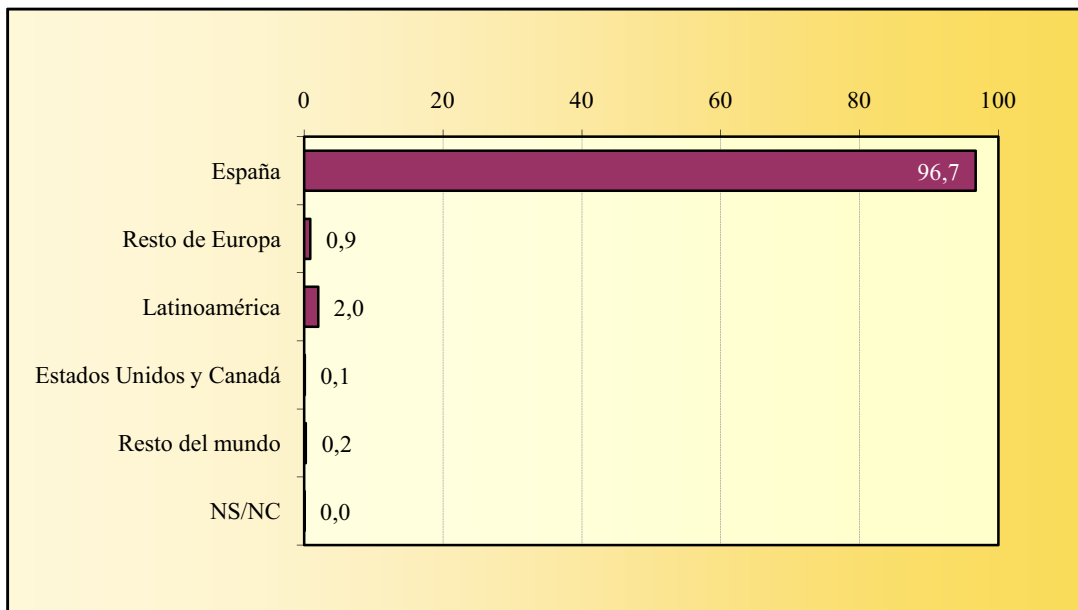
<i>P. Estado civil</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Soltero/a	18.332	45,3
Casado/a	14.476	35,8
Viudo/a	185	0,5
Divorciado/a, separado/a	1.543	3,8
Vive en pareja (sin casarse)	5.816	14,4
NS/NC	94	0,2



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

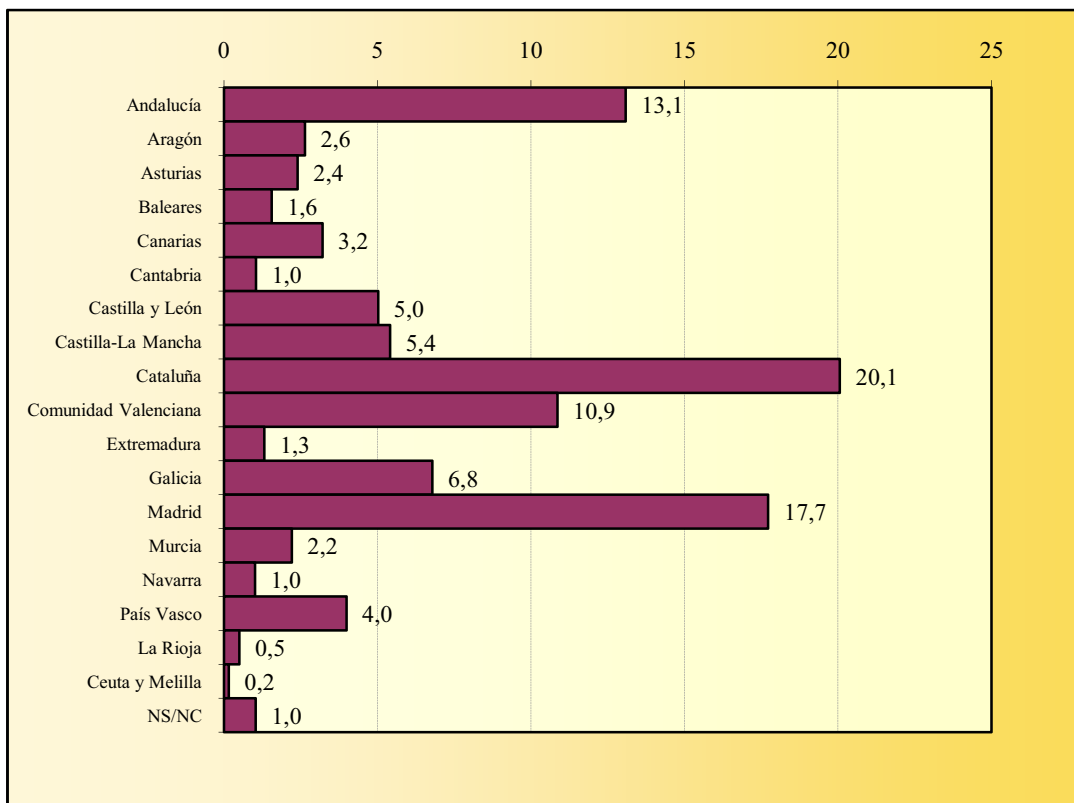
### Lugar de residencia

<i>P. Lugar de residencia</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
España	39.119	96,7
Resto de Europa	360	0,9
Latinoamérica	816	2,0
Estados Unidos y Canadá	38	0,1
Resto del mundo	101	0,2
NS/NC	12	0,0



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Comunidad Autónoma

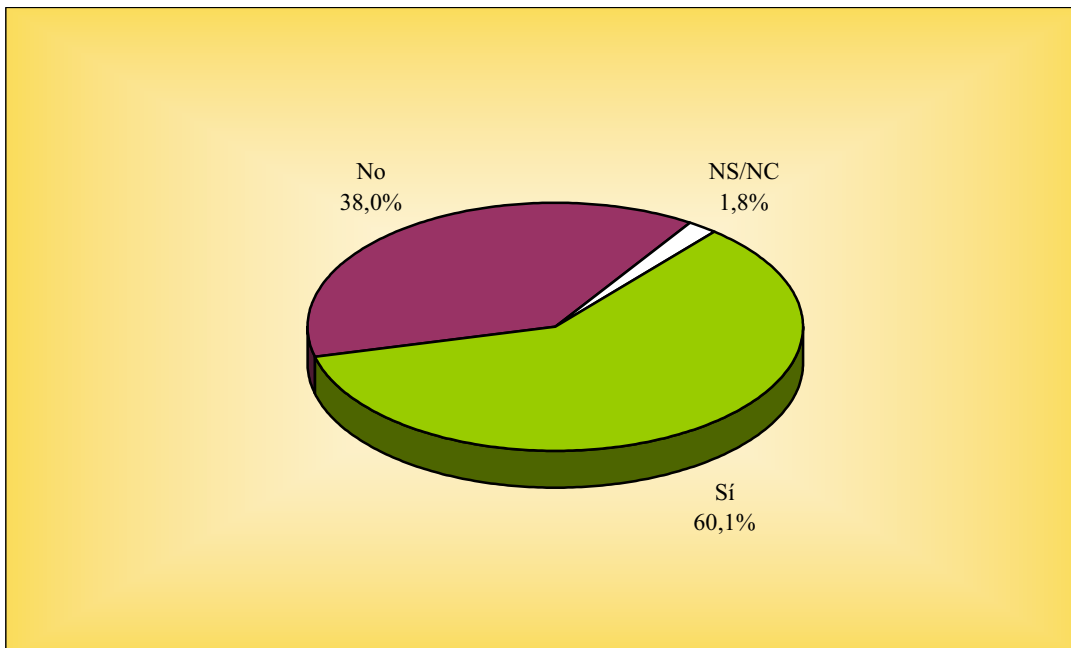
<i>P. Si Vd. Reside en España, indique a qué Comunidad Autónoma pertenece</i>		
	Absolutos	%
BASE (residentes en España)	39.119	100,0
Andalucía	5.118	13,1
Aragón	1.030	2,6
Asturias	940	2,4
Baleares	607	1,6
Canarias	1.256	3,2
Cantabria	406	1,0
Castilla y León	1.964	5,0
Castilla-La Mancha	2.117	5,4
Cataluña	7.847	20,1
Comunidad Valenciana	4.250	10,9
Extremadura	514	1,3
Galicia	2.655	6,8
Madrid	6.934	17,7
Murcia	864	2,2
Navarra	396	1,0
País Vasco	1.561	4,0
La Rioja	196	0,5
Ceuta y Melilla	60	0,2
NS/NC	404	1,0



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Municipio de residencia

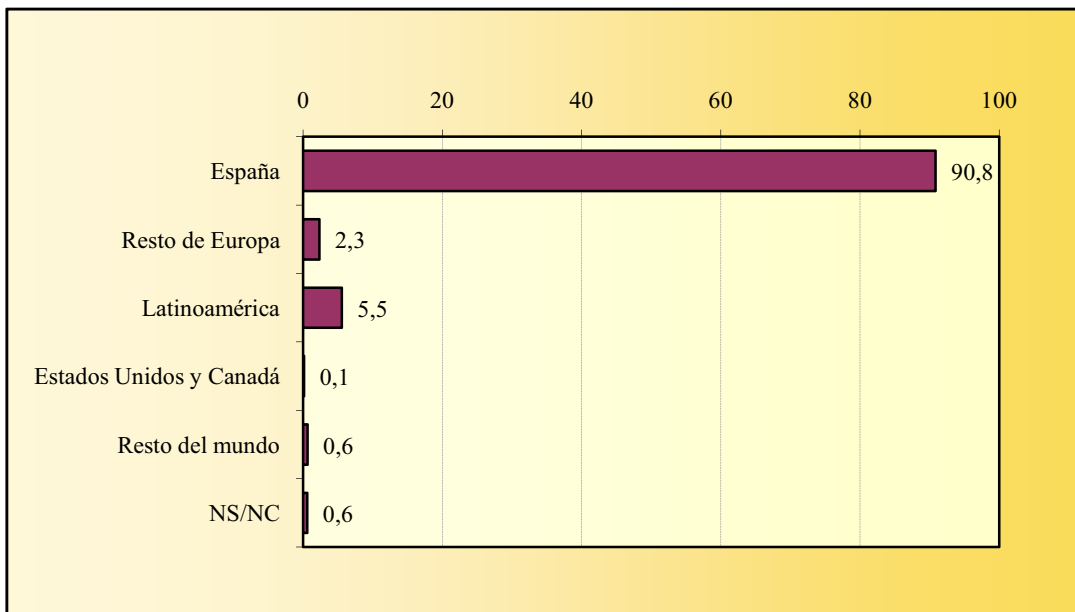
<i>P. Si Vd. Reside en España ¿es su municipio de residencia capital de la provincia o tiene más de 100.000 habitantes?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (residentes en España)	39.119	100,0
Sí	23.523	60,1
No	14.873	38,0
NS/NC	723	1,8



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Lugar de nacimiento

<i>P. Lugar de nacimiento</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
España	36.739	90,8
Resto de Europa	943	2,3
Latinoamérica	2.235	5,5
Estados Unidos y Canadá	44	0,1
Resto del mundo	249	0,6
NS/NC	236	0,6

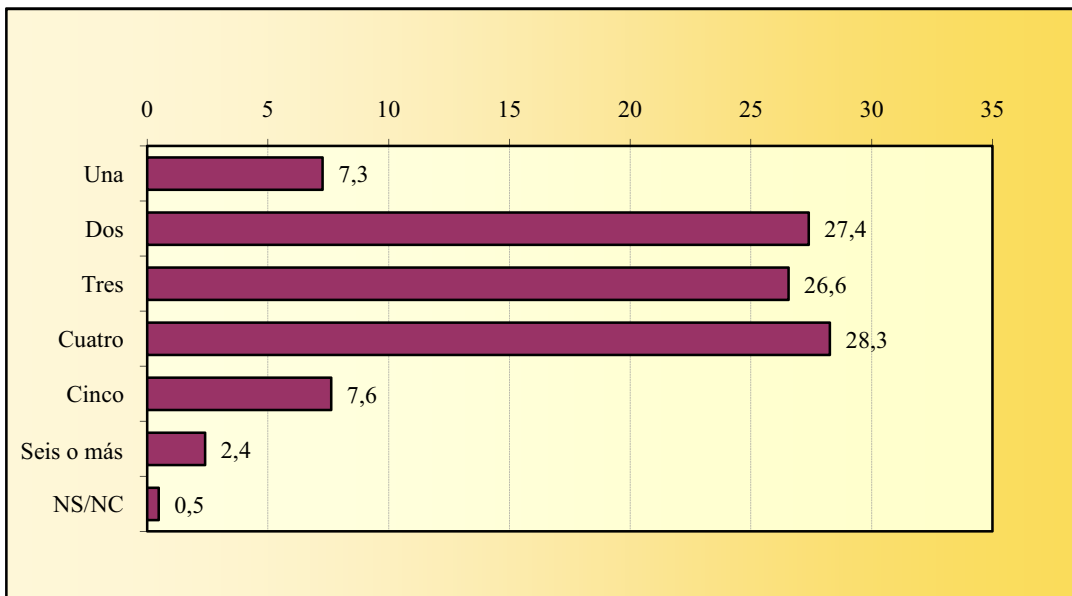




## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Tamaño del hogar

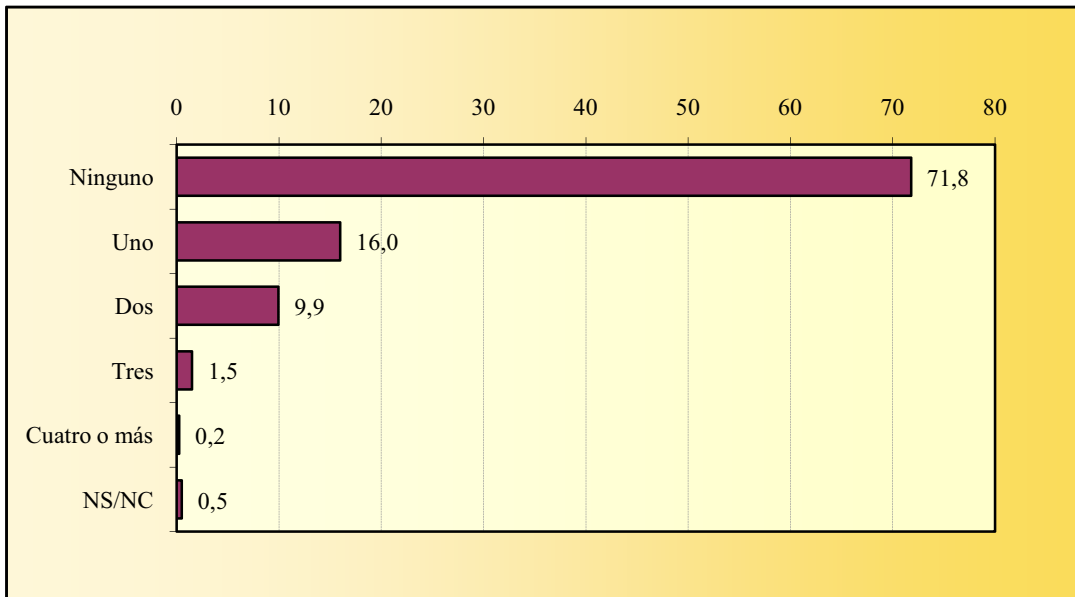
<i>P. ¿Cuántas personas viven en su hogar incluido Vd.?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Una	2.941	7,3
Dos	11.078	27,4
Tres	10.741	26,6
Cuatro	11.435	28,3
Cinco	3.083	7,6
Seis o más	972	2,4
NS/NC	196	0,5



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Niños en el hogar

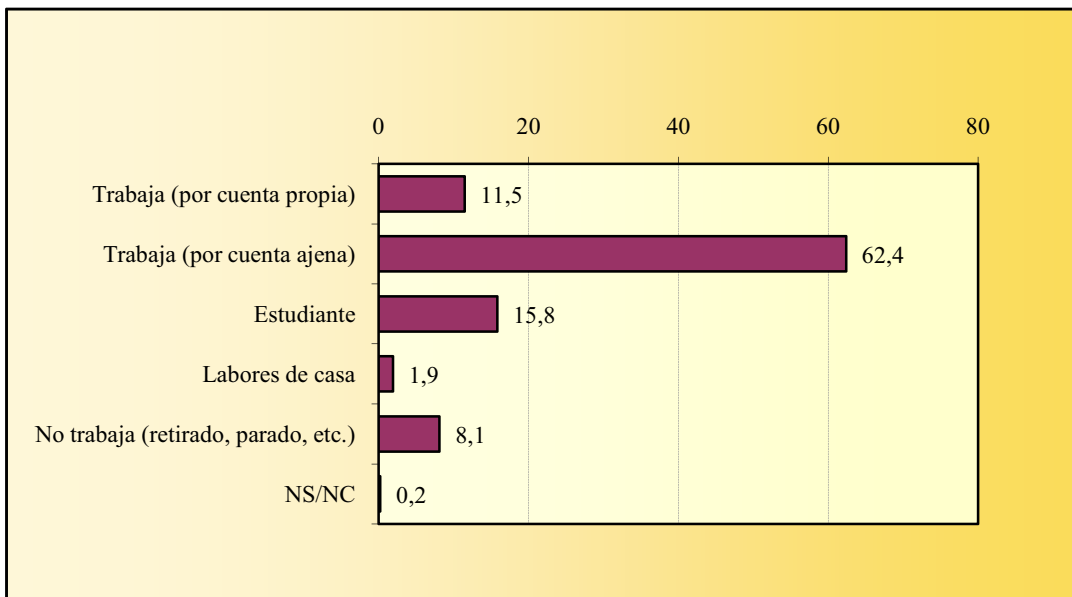
<i>P. Número de hijos menores de 14 años en su hogar</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Ninguno	29.039	71,8
Uno	6.469	16,0
Dos	4.024	9,9
Tres	610	1,5
Cuatro o más	100	0,2
NS/NC	204	0,5



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Ocupación principal

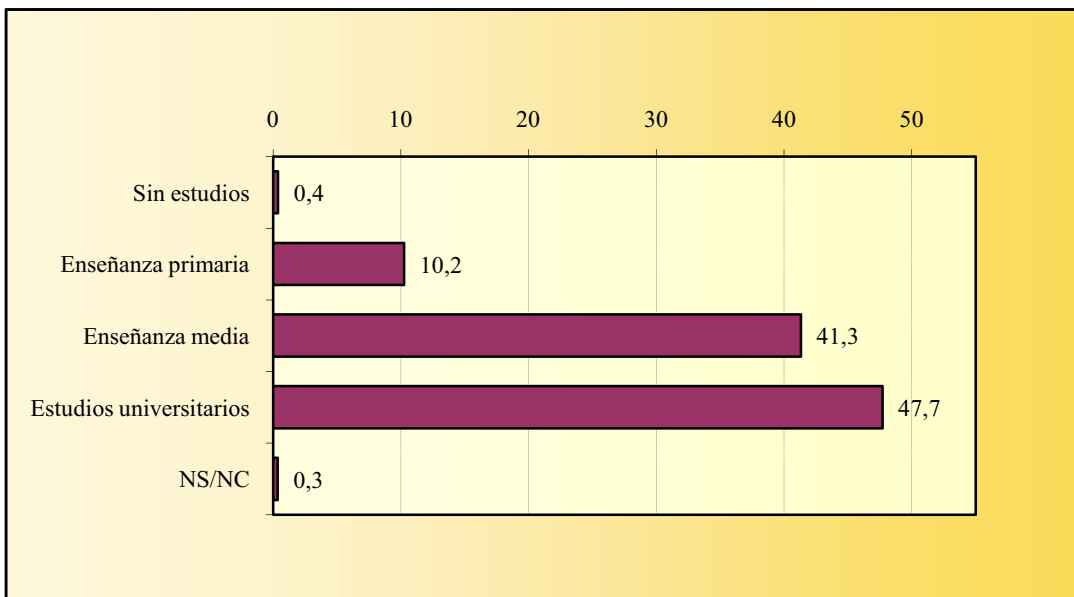
<i>P. Ocupación principal</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Trabaja (por cuenta propia)	4.648	11,5
Trabaja (por cuenta ajena)	25.239	62,4
Estudiante	6.406	15,8
Labores de casa	772	1,9
No trabaja (retirado, parado, etc.)	3.286	8,1
NS/NC	95	0,2



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

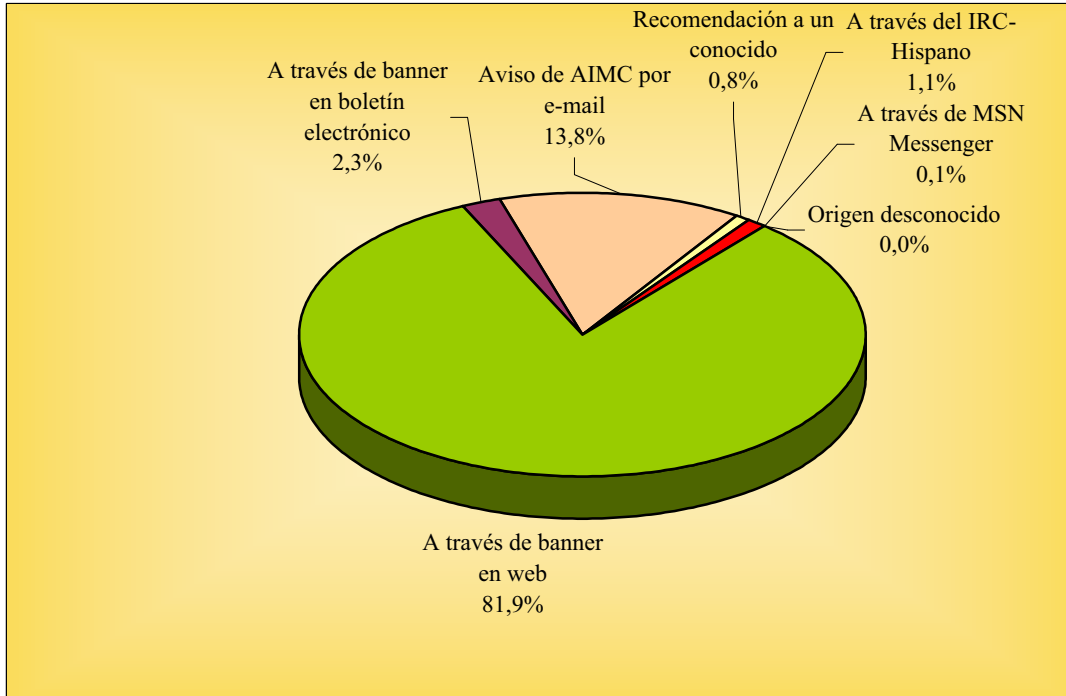
### Estudios

<i>P. Nivel de estudios finalizados</i>		
	Absolutos	%
BASE	40.446	100,0
Sin estudios	155	0,4
Enseñanza primaria (EGB / ESO)	4.144	10,2
Enseñanza media (BUP / Bachillerato / FP)	16.712	41,3
Estudios universitarios	19.294	47,7
NS/NC	141	0,3



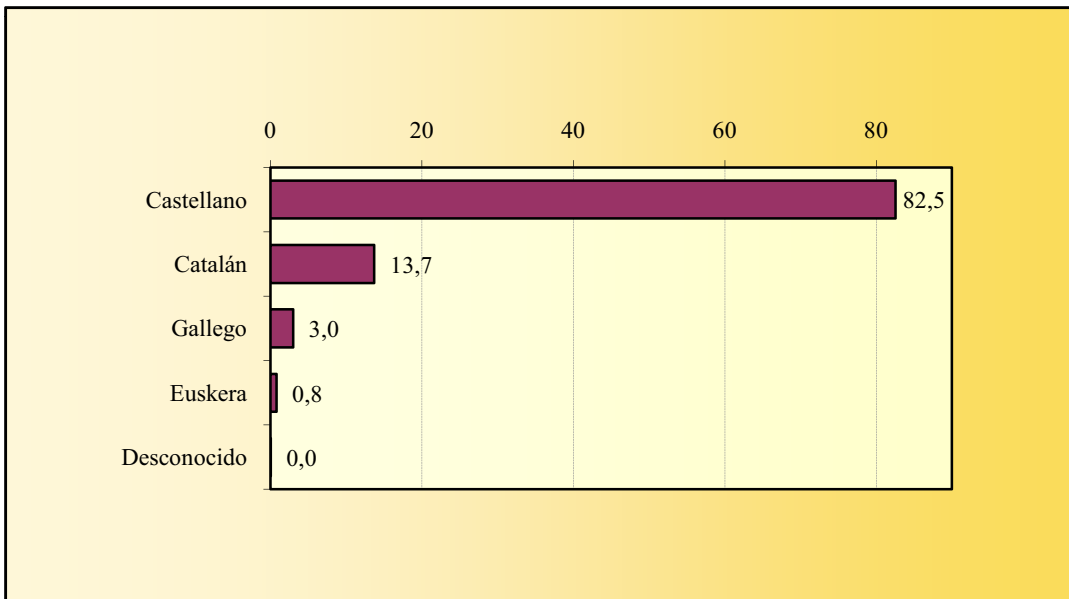
### ACCESO A LA ENCUESTA

<i>Acceso a la encuesta</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
A través de banner en web	33.131	81,9
A través de banner en boletín electrónico	919	2,3
Aviso de AIMC por e-mail	5.581	13,8
Recomendación a un conocido	336	0,8
A través del IRC-Hispano	448	1,1
A través de MSN Messenger	29	0,1
Origen desconocido	2	0,0



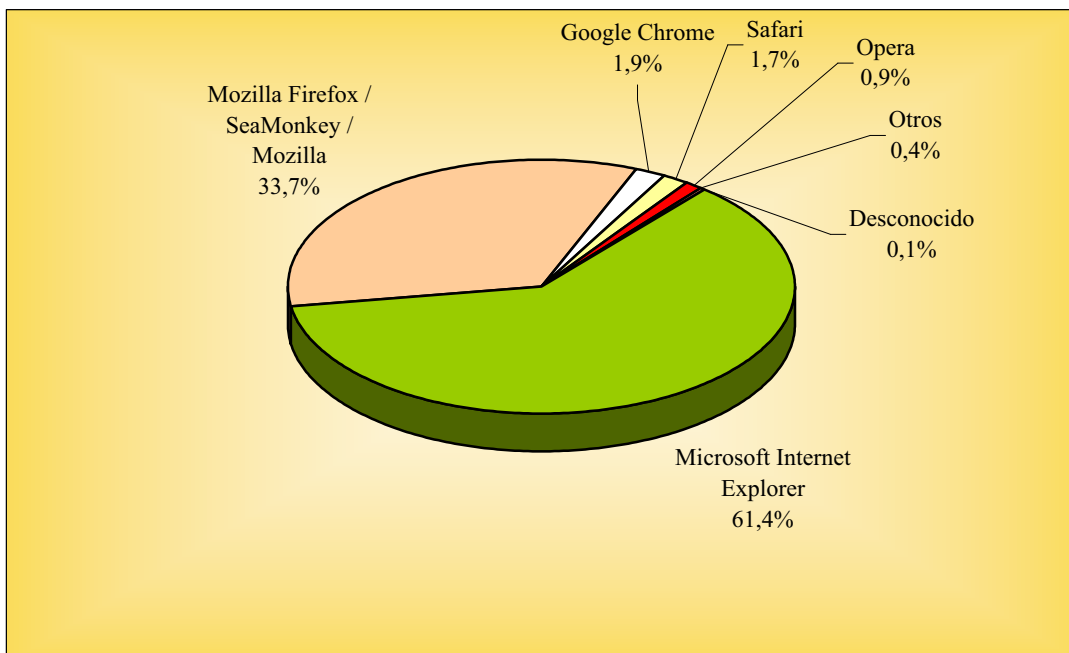
### IDIOMA DEL CUESTIONARIO

<i>Idioma</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Castellano	33.376	82,5
Catalán	5.543	13,7
Gallego	1.209	3,0
Euskera	317	0,8
Desconocido	1	0,0



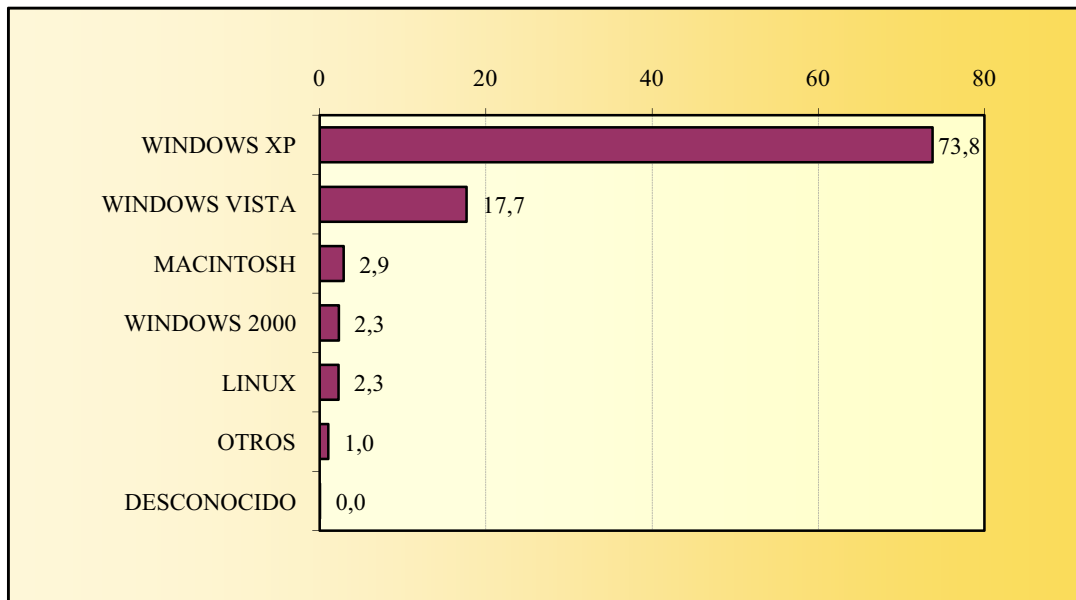
## NAVEGADOR

<i>Navegador utilizado para contestar la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
Microsoft Internet Explorer	24.830	61,4
- anterior a 6.0	26	0,1
- 6.0	8.169	20,2
- 7.0	16.447	40,7
- 8.0 (versión beta)	188	0,5
Mozilla Firefox / SeaMonkey / Mozilla	13.624	33,7
- Mozilla	24	0,1
- SeaMonkey	18	0,0
- Firefox anterior a 2.0	108	0,3
- Firefox 2.0	2.242	5,5
- Firefox 3.0	11.203	27,7
- Firefox 3.1 (versión beta)	29	0,1
Google Chrome	773	1,9
Safari	668	1,7
Opera	383	0,9
Otros	145	0,4
Desconocido	23	0,1



### SISTEMA OPERATIVO

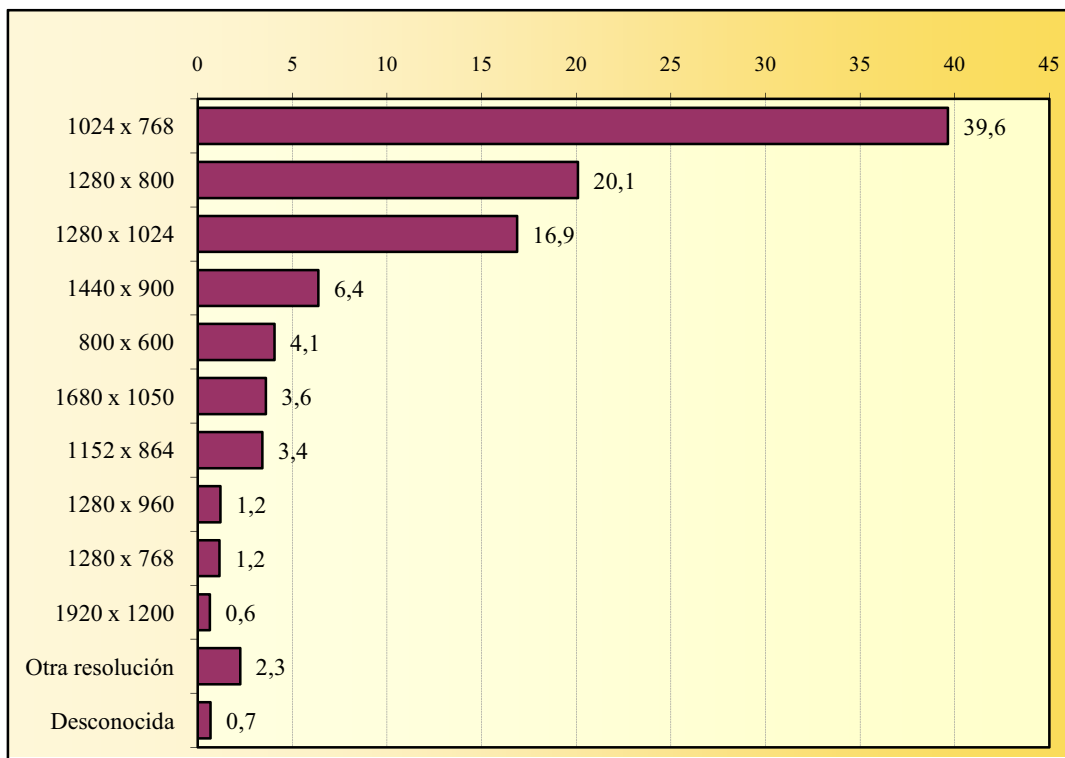
<i>Sistema operativo con el que se ha realizado la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
WINDOWS XP	29.836	73,8
WINDOWS VISTA	7.158	17,7
MACINTOSH	1.171	2,9
WINDOWS 2000	935	2,3
LINUX	918	2,3
OTROS	423	1,0
DESCONOCIDO	5	0,0





## RESOLUCIÓN DE PANTALLA

<i>Resolución de la pantalla en la que se ha realizado la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	40.446	100,0
1024 x 768	16.032	39,6
1280 x 800	8.129	20,1
1280 x 1024	6.823	16,9
1440 x 900	2.578	6,4
800 x 600	1.643	4,1
1680 x 1050	1.460	3,6
1152 x 864	1.385	3,4
1280 x 960	486	1,2
1280 x 768	467	1,2
1920 x 1200	257	0,6
Otra resolución	913	2,3
Desconocida	273	0,7



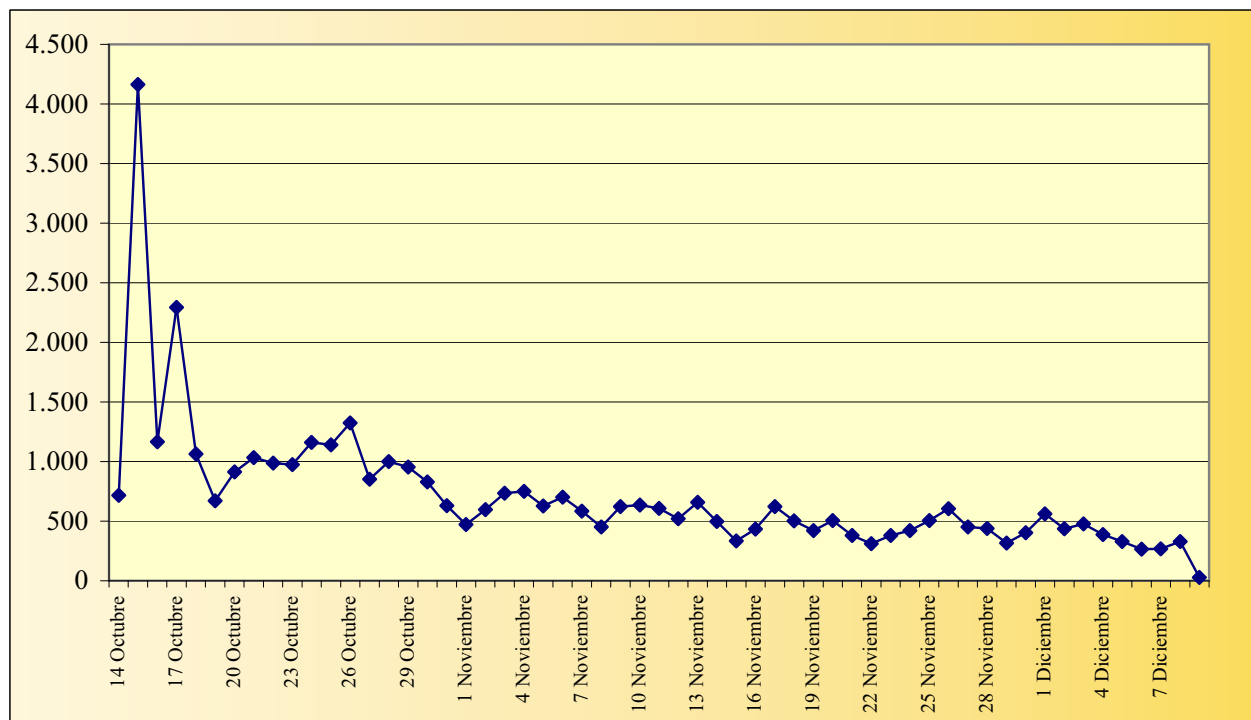
## ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

40.446 entrevistas

DIA	Entrevistas	%
14 Octubre	716	1,8
15 Octubre	4.164	10,3
16 Octubre	1.165	2,9
17 Octubre	2.294	5,7
18 Octubre	1.063	2,6
19 Octubre	670	1,7
20 Octubre	914	2,3
21 Octubre	1.034	2,6
22 Octubre	987	2,4
23 Octubre	974	2,4
24 Octubre	1.160	2,9
25 Octubre	1.140	2,8
26 Octubre	1.323	3,3
27 Octubre	852	2,1
28 Octubre	1.001	2,5
29 Octubre	954	2,4
30 Octubre	829	2,0
31 Octubre	630	1,6
1 Noviembre	473	1,2

DIA	Entrevistas	%
2 Noviembre	597	1,5
3 Noviembre	735	1,8
4 Noviembre	751	1,9
5 Noviembre	627	1,6
6 Noviembre	702	1,7
7 Noviembre	585	1,4
8 Noviembre	452	1,1
9 Noviembre	623	1,5
10 Noviembre	635	1,6
11 Noviembre	608	1,5
12 Noviembre	521	1,3
13 Noviembre	659	1,6
14 Noviembre	498	1,2
15 Noviembre	335	0,8
16 Noviembre	434	1,1
17 Noviembre	622	1,5
18 Noviembre	502	1,2
19 Noviembre	421	1,0
20 Noviembre	506	1,3

DIA	Entrevistas	%
21 Noviembre	381	0,9
22 Noviembre	311	0,8
23 Noviembre	379	0,9
24 Noviembre	421	1,0
25 Noviembre	506	1,3
26 Noviembre	605	1,5
27 Noviembre	451	1,1
28 Noviembre	438	1,1
29 Noviembre	317	0,8
30 Noviembre	403	1,0
1 Diciembre	560	1,4
2 Diciembre	435	1,1
3 Diciembre	477	1,2
4 Diciembre	388	1,0
5 Diciembre	328	0,8
6 Diciembre	266	0,7
7 Diciembre	267	0,7
8 Diciembre	329	0,8
9 Diciembre	28	0,1



### ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

**TOTAL: 40.446 entrevistas**

INTERVALO	Entrevistas	%
6:00-7:00 h.	146	0,4
7:00-8:00 h.	254	0,6
8:00-9:00 h.	816	2,0
9:00-10:00 h.	1.732	4,3
10:00-11:00 h.	2.200	5,4
11:00-12:00 h.	2.409	6,0
12:00-13:00 h.	2.535	6,3
13:00-14:00 h.	2.849	7,0
14:00-15:00 h.	2.332	5,8
15:00-16:00 h.	2.167	5,4
16:00-17:00 h.	2.351	5,8
17:00-18:00 h.	2.418	6,0

INTERVALO	Entrevistas	%
18:00-19:00 h.	2.451	6,1
19:00-20:00 h.	2.475	6,1
20:00-21:00 h.	2.501	6,2
21:00-22:00 h.	2.278	5,6
22:00-23:00 h.	2.171	5,4
23:00-00:00 h.	2.015	5,0
00:00-1:00 h.	1.916	4,7
1:00-2:00 h.	1.169	2,9
2:00-3:00 h.	611	1,5
3:00-4:00 h.	315	0,8
4:00-5:00 h.	202	0,5
5:00-6:00 h.	133	0,3

