

---

# FEBRERO 2011

---

13°

*navegantes*

en la Red

PATROCINA



COLABORA

*PaginasAmarillas.es*



Asociación para la Investigación  
de Medios de Comunicación



*navegantes*

en la Red

13<sup>ª</sup> encuesta AIMC  
a usuarios de Internet

PATROCINA



COLABORA

***PaginasAmarillas.es***

FEBRERO 2011

© 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-8018-2011

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>5</b>
<b>II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>11</b>
<b>III. PRINCIPALES RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
· Antigüedad en Internet.....	27
· Frecuencia de acceso a Internet.....	28
· Último acceso a Internet.....	29
· Equipo a través del que se conecta.....	33
· Acceso a través de dispositivos móviles.....	34
· Conexión Wi-Fi desde lugares públicos.....	35
· Acceso a Internet desde casa.....	37
· Tiempo de conexión día de ayer.....	43
· Periodos horarios uso Internet ayer.....	45
· Servicios utilizados día de ayer.....	46
· Frecuencia de uso de servicios de Internet.....	47
· Promedio de tiempo de conexión por semana.....	55
· Disminución de tiempo en otras actividades.....	56
· Problemas de Internet.....	57
· Velocidad de Internet.....	58
· Firma electrónica.....	59
· Evolución de la publicidad en Internet.....	60
· Software de mensajería instantánea.....	61
· Parches de seguridad.....	62
· Virus informáticos.....	63
· Tipo de acceso a chat.....	65
· Tipo de llamadas telefónicas por Internet.....	66
· Control parental.....	67
· Opinión sobre las redes P2P.....	68
· Redes sociales.....	69
· Acceso a blog.....	73
· Aportación de contenidos a la web.....	74
· Número de direcciones de e-mail.....	75
· Tipo de las direcciones de e-mail.....	76
· Cliente de correo electrónico.....	77

**ÍNDICE**

**Página**

· Spam.....	79
· Phishing.....	81
· Disponibilidad de página web personal.....	82
· Disponibilidad de blog.....	83
· Cookies.....	84
· Últimos webs visitados.....	86
· Directorios y buscadores más usados.....	89
· Actividades realizadas en Internet.....	90
· Acceso a través del teléfono móvil.....	96
· Curso a través de Internet.....	98
· Decisión de compra informado a través de la web.....	99
· Compra a través de la web.....	102
· Boca a boca en Internet.....	114
· Banca en Internet.....	116
· Conocimiento de inglés.....	120
· Conocimiento de informática.....	121
· Contacto con otros medios.....	122
· Radio a la carta.....	132
· Manera de leer el periódico.....	133
· Internet como fuente de actualidad.....	134
· Televisión de pago.....	135
· Equipamiento.....	136
· Grado de seguridad de transacciones.....	138
· Contenidos protegidos por copyright.....	139
· Opiniones sobre Internet.....	140
· Características socio-demográficas.....	144
· Acceso a la encuesta.....	155
· Idioma del cuestionario.....	156
· Navegador.....	157
· Sistema operativo.....	159
· Resolución de pantalla.....	160
· Entrevistas recibidas por día.....	162
· Entrevistas recibidas por hora.....	163

# I. INTRODUCCIÓN



## I. INTRODUCCIÓN.

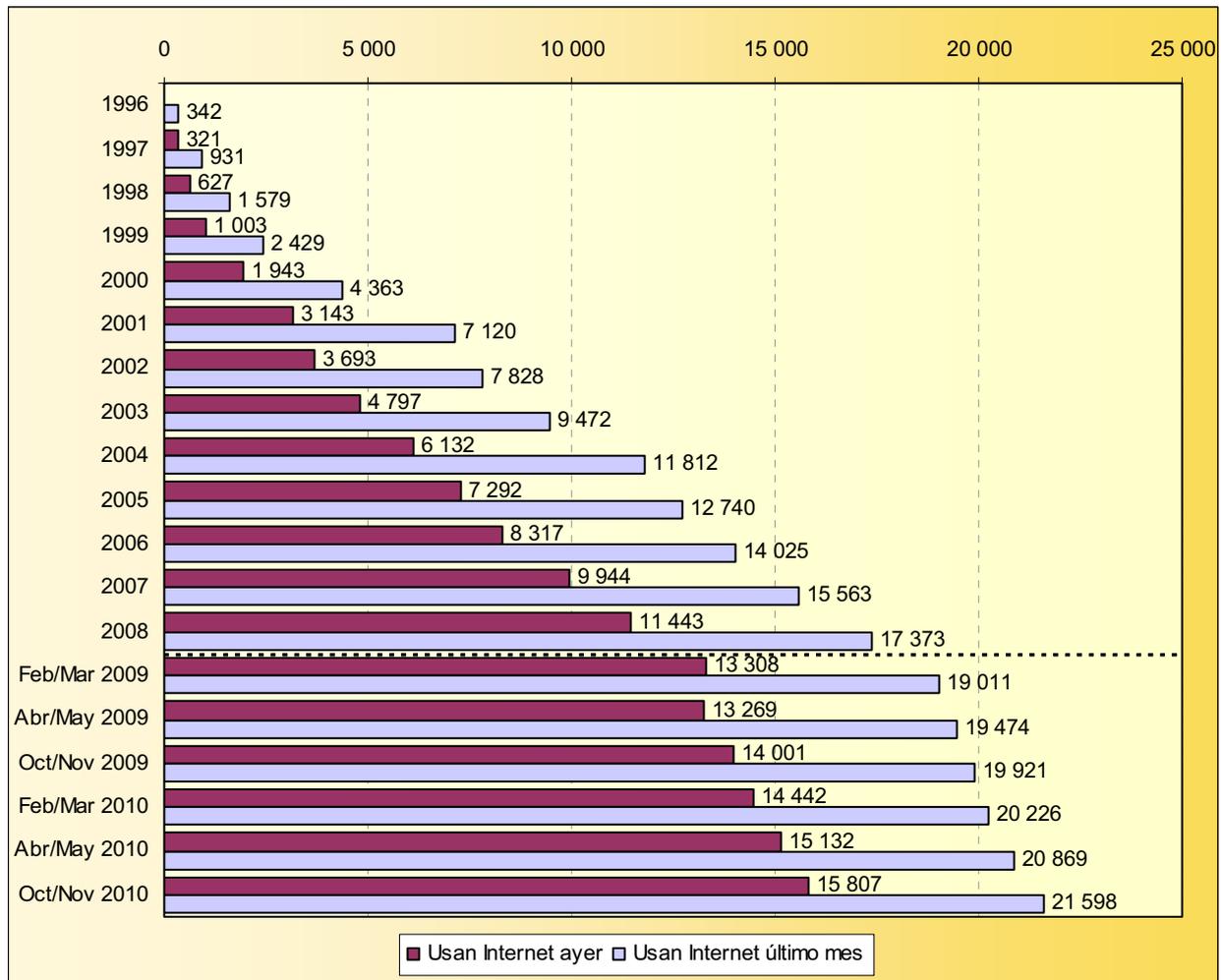
Desde comienzos de 1996, AIMC ha venido midiendo regularmente a través del Estudio General de Medios (EGM) el uso de Internet en España, recogiendo tanto datos generales sobre la población a estos efectos -uso de ordenador y uso de Internet-, como información adicional asociada al uso del medio (lugar 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 40.1% 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>2007</b>	17 291	(45.6%)	12 995	(34.3%)	15 563	(41.1%)	9 944	(26.2%)
<b>2008</b>	18 949	(49.5%)	14 567	(38.1%)	17 373	(45.4%)	11 443	(29.9%)
<b>Feb/Mar 2009</b>	20 403	(51.7%)	16 056	(40.7%)	19 011	(48.2%)	13 308	(33.7%)
<b>Abr/May 2009</b>	20 939	(53.1%)	16 388	(41.5%)	19 474	(49.3%)	13 269	(33.6%)
<b>Oct/Nov 2009</b>	21 203	(53.7%)	16 661	(42.2%)	19 921	(50.5%)	14 001	(35.5%)
<b>Feb/Mar 2010</b>	21 225	(53.8%)	16 907	(42.9%)	20 226	(51.3%)	14 442	(36.6%)
<b>Abr/May 2010</b>	21 795	(55.3%)	17 432	(44.2%)	20 869	(52.9%)	15 132	(38.4%)
<b>Oct/Nov 2010</b>	22 620	(57.4%)	18 373	(46.6%)	21 598	(54.8%)	15 807	(40.1%)

**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	PERIODO TEMPORAL	MUESTRA ÚTIL
Primavera 1998	32.408	Otoño 2005	57.310
Otoño 1999	35.234	Otoño 2006	49.418
Primavera 2001	43.942	Otoño 2007	41.667
Otoño 2002	47.068	Otoño 2008	40.446
Otoño 2003	40.865	Otoño 2009	36.000
Otoño 2004	53.647		

Y, por todo ello, aquí nos encontramos de nuevo, fieles a nuestra cita, presentando la **13ª 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 2010, consiguiéndose un total de 39.709 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:
  - 3 iPads.

- 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 19 de Octubre hasta el 12 de Diciembre de 2010.
  
- ◆ Tamaño de muestra: Se recogieron un total de 41.869 cuestionarios (en media, aproximadamente, 750 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 39.709.
  
- ◆ Cuestionario: En la elaboración del cuestionario se tomó como punto de partida el utilizado en la edición anterior. 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 implementación del cuestionario en Internet ha variado en relación a ediciones anteriores, realizándose, en esta ocasión, a través de una aplicación desarrollada por ODEC. La duración de las entrevistas (intervalo transcurrido entre la aparición de la primera pregunta del cuestionario y el fin de la entrevista) se ha podido controlar informáticamente en todos los casos y su distribución es la siguiente:
  - Menos de 10 minutos: 1.7% de los casos
  - Entre 10 y 15 minutos: 5.3% de los casos
  - Entre 15 y 20 minutos: 20.5% de los casos
  - Entre 20 y 25 minutos: 25.8% de los casos
  - Entre 25 y 30 minutos: 17.9% de los casos
  - Entre 30 y 35 minutos: 10.4% de los casos
  - Más de 35 minutos: 18.4% de los casos
  - Mediana: 24 minutos 15 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 13 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 la propia web de AIMC o de las páginas del estudio en redes sociales (Facebook y Twitter).
- A través de un banner de acceso (o, en su defecto, enlace) 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 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 o por diferentes redes sociales. Este mecanismo 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>	39 709	100.0
<i>Web de AIMC</i>	643	1.6
<i>Página del estudio en red social:</i>		
<i>- Facebook</i>	192	0.5
<i>- Twitter</i>	44	0.1
<i>A través de banner/enlace:</i>		
<i>- en otras páginas web</i>	32 885	82.8
<i>- en boletín</i>	1	0.0
<i>A través del IRC Hispano</i>	522	1.3
<i>Aviso de AIMC por e-mail</i>	4 937	12.4
<i>Recomendación a un conocido</i>		
<i>- e-mail</i>	42	0.1
<i>- Facebook</i>	201	0.5
<i>- Twitter</i>	164	0.4
<i>- Tuenti</i>	43	0.1
<i>- LinkedIn</i>	35	0.1

◆ Sitios web colaboradores: 362 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:

<b><u>SITIO</u></b>	<b><u>DIRECCIÓN URL</u></b>
¡Qué me dices!	<a href="http://www.quemedices.es">www.quemedices.es</a>
20 Casas	<a href="http://www.20casas.es">www.20casas.es</a>
20 Minutos	<a href="http://www.20minutos.es">www.20minutos.es</a>
3cat24	<a href="http://www.3cat24.cat">www.3cat24.cat</a>
ABC	<a href="http://www.abc.es">www.abc.es</a>
Abuelo Informático	<a href="http://www.abueloinformatico.es">www.abueloinformatico.es</a>
ACB TV	<a href="http://acbtv.acb.com">acbtv.acb.com</a>
ADN	<a href="http://www.adn.es">www.adn.es</a>
ADSL Zone	<a href="http://www.adslzone.net">www.adslzone.net</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>
Agenda de Cádiz	<a href="http://www.agendadecadiz.es">www.agendadecadiz.es</a>
Agenda de Sevilla	<a href="http://www.agendadesevilla.es">www.agendadesevilla.es</a>
Agrocope	<a href="http://www.agrocope.com">www.agrocope.com</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 Lleida	<a href="http://www.paeria.es">www.paeria.es</a>
Ajuntament de Manresa	<a href="http://www.ajmanresa.cat">www.ajmanresa.cat</a>
Akasico	<a href="http://www.akasico.com">www.akasico.com</a>
AM (Asociación de Agencias de Medios)	<a href="http://www.agenciasdemedios.com">www.agenciasdemedios.com</a>
Andalucía Información	<a href="http://www.andaluciainformacion.es">www.andaluciainformacion.es</a>
Anoiadiari.cat	<a href="http://www.anoiadiari.cat">www.anoiadiari.cat</a>
Antena 3 TV	<a href="http://www.antena3.com">www.antena3.com</a>
AraGirona	<a href="http://www.aragirona.cat">www.aragirona.cat</a>
AraPonent	<a href="http://www.araponent.cat">www.araponent.cat</a>
AraVallès	<a href="http://www.aravalles.cat">www.aravalles.cat</a>
Astrología para ser feliz	<a href="http://www.astrologiaparaserfeliz.com">www.astrologiaparaserfeliz.com</a>
Aullidos.com	<a href="http://www.aullidos.com">www.aullidos.com</a>
Autocasión	<a href="http://www.autocasion.com">www.autocasion.com</a>
Autocity	<a href="http://www.autocity.com">www.autocity.com</a>
Avui	<a href="http://www.avui.cat">www.avui.cat</a>
Ayuntamiento de Albacete	<a href="http://www.albacete.es">www.albacete.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 Cartagena - Empresas	<a href="http://www.cartagenaempresas.es">www.cartagenaempresas.es</a>
Ayuntamiento de Irún	<a href="http://www.irun.org">www.irun.org</a>
Ayuntamiento de Madrid	<a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a>
Azogeak	<a href="http://www.azogeak.com">www.azogeak.com</a>
BandaAncha.eu	<a href="http://www.bandaancha.eu">www.bandaancha.eu</a>
Bart Ikusi Nuen	<a href="http://bartikusinuen.blogspot.com">bartikusinuen.blogspot.com</a>
Biblioteca Virtual Luís Vives	<a href="http://www.lluisvives.com">www.lluisvives.com</a>
Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes	<a href="http://www.cervantesvirtual.com">www.cervantesvirtual.com</a>
Bloc.cat	<a href="http://www.bloc.cat">www.bloc.cat</a>
Blogia	<a href="http://www.blogia.com">www.blogia.com</a>
Bravo por ti	<a href="http://www.bravoporti.com">www.bravoporti.com</a>

Cadena 100	<a href="http://www.cadena100.es">www.cadena100.es</a>
Cadena Dial	<a href="http://www.cadenadial.com">www.cadenadial.com</a>
Callejero.net	<a href="http://www.callejero.net">www.callejero.net</a>
Canal Athletic	<a href="http://www.canalathletic.com">www.canalathletic.com</a>
Canal Meteo	<a href="http://www.canalmeteo.com">www.canalmeteo.com</a>
Canal Sur	<a href="http://www.canalsur.es">www.canalsur.es</a>
Canarias 7	<a href="http://www.canarias7.es">www.canarias7.es</a>
Caprabo	<a href="http://www.caprabo.com">www.caprabo.com</a>
Car and Driver	<a href="http://www.caranddriver.es">www.caranddriver.es</a>
Carrefour	<a href="http://www.carrefour.es">www.carrefour.es</a>
Casa & Campo	<a href="http://www.casaycampo.es">www.casaycampo.es</a>
Castilla-La Mancha Televisión	<a href="http://www.rtvcm.es">www.rtvcm.es</a>
Catalunya Música	<a href="http://www.catmusica.cat">www.catmusica.cat</a>
Catalunya Radio	<a href="http://www.catradio.cat">www.catradio.cat</a>
Cinco Días	<a href="http://www.cincodias.com">www.cincodias.com</a>
Cinemanía	<a href="http://www.cinemanía.es">www.cinemanía.es</a>
Club de Cuines	<a href="http://www.clubdecuines.cat">www.clubdecuines.cat</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>
Com radio blocs	<a href="http://www.comradioblocs.com">www.comradioblocs.com</a>
Concursator	<a href="http://www.concursator.com">www.concursator.com</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>
Conferencias	<a href="http://www.conferencias.com">www.conferencias.com</a>
Conlaseleccion.com	<a href="http://www.conlaseleccion.com">www.conlaseleccion.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>
Córdoba	<a href="http://www.diariocordoba.com">www.diariocordoba.com</a>
Cuatro	<a href="http://www.cuatro.com">www.cuatro.com</a>
Chueca.com	<a href="http://www.chueca.com">www.chueca.com</a>
Definde.com	<a href="http://www.definde.com">www.definde.com</a>
Deia	<a href="http://www.deia.com">www.deia.com</a>
Dekazeta.net	<a href="http://www.dekazeta.net">www.dekazeta.net</a>
Desarrollo web	<a href="http://www.desarrolloweb.com">www.desarrolloweb.com</a>
Diari de Girona	<a href="http://www.diaridegirona.cat">www.diaridegirona.cat</a>
Diari Segre	<a href="http://www.segre.com">www.segre.com</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 León	<a href="http://www.diariodeleon.es">www.diariodeleon.es</a>
Diario de Mallorca	<a href="http://www.diariodemallorca.es">www.diariodemallorca.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>
Diario Qué!	<a href="http://www.que.es">www.que.es</a>

Dibujos.net	<a href="http://www.dibujos.net">www.dibujos.net</a>
Dietas.net	<a href="http://www.dietas.net">www.dietas.net</a>
Diez Minutos	<a href="http://www.diezminutos.es">www.diezminutos.es</a>
DigiMedio/s	<a href="http://www.digimedios.es">www.digimedios.es</a>
Directe!cat	<a href="http://www.directe.cat">www.directe.cat</a>
Dpto. Economía-Finanzas Generalitat Catalunya	<a href="http://www.gencat.net/economia">www.gencat.net/economia</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.elcorreo.com">www.elcorreo.com</a>
El Correo de Andalucía	<a href="http://www.elcorreoweb.es">www.elcorreoweb.es</a>
El Día de Córdoba	<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.eleconomista.es">www.eleconomista.es</a>
El Faro Información	<a href="http://www.elfaroinformacion.net">www.elfaroinformacion.net</a>
El Indalito	<a href="http://www.elindalito.com">www.elindalito.com</a>
El Jueves	<a href="http://www.eljueves.es">www.eljueves.es</a>
El Mueble	<a href="http://www.elmueble.com">www.elmueble.com</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	<a href="http://www.elpais.com">www.elpais.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> / <a href="http://www.elperiodico.cat">www.elperiodico.cat</a>
El Periódico de Extremadura	<a href="http://www.elperiodicoextremadura.com">www.elperiodicoextremadura.com</a>
El planazo	<a href="http://www.elplanazo.com">www.elplanazo.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.es">www.elpublicista.es</a>
El Punt	<a href="http://www.elpunt.cat">www.elpunt.cat</a>
El rincón del vago	<a href="http://www.rincondelvago.com">www.rincondelvago.com</a>
Elathletic.com	<a href="http://www.elathletic.com">www.elathletic.com</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>
Elhercules.com	<a href="http://www.elhercules.com">www.elhercules.com</a>
Elmadridista.com	<a href="http://www.elmadridista.com">www.elmadridista.com</a>
Elmalaga.com	<a href="http://www.elmalaga.com">www.elmalaga.com</a>
Elmallorca.com	<a href="http://www.elmallorca.com">www.elmallorca.com</a>
Elnumancia.com	<a href="http://www.elnumancia.com">www.elnumancia.com</a>
Elosasunista.com	<a href="http://www.elosasunista.com">www.elosasunista.com</a>
Elotrolado.net	<a href="http://www.elotrolado.net">www.elotrolado.net</a>
Elracinguista.com	<a href="http://www.elracinguista.com">www.elracinguista.com</a>

Elrecre.com	www.elrecre.com
Esesports.cat	www.esesports.cat
Elsevilla.com	www.elsevilla.com
Elsporting.Com	www.elsporting.com
Elvalencianista.com	www.elvalencianista.com
Elvillarreal.com	www.elvillarreal.com
Elle	www.elle.es
Embarazo Sano	www.embarazosano.es
Empordà	www.emporda.info
EnMemoria.com	www.enmemoria.com
Entrebits	www.entrebits.com
Equmedia XL	www.equmedia.es
Estamos Rodando	www.estamosrodando.com
Eueribor Blog	www.euribor.com.es
Europa FM	www.europafm.com
Europa Sur	www.europasur.es
Expansión	www.expansion.com
Faigclic.cat	www.faigclic.cat
Faro de Vigo	www.farodevigo.es
Fénix Directo	www.fenixdirecto.com
Fénix Directo (Facebook)	www.facebook.com/FenixDirecto
Fénix Directo (Twitter)	www.twitter.com/Fenix_Directo
Fénix Directo Blog	www.fenixdirectoblog.com
Finanzas.com	www.finanzas.com
Flaix FM	www.flaixfm.cat
Flaixbac	www.radioflaixbac.cat
Formación	www.formazion.com
Fotocasa.es	www.fotocasa.es
Fotogramas	www.fotogramas.es
Futbolme.com	www.futbolme.com
Galiciae	www.galiciae.com
Gaussianos	www.gaussianos.com
Gigantes del Basket	www.gigantes.com
Glamour	www.glamour.es
GQ	www.revistagq.com
Granada Hoy	www.gradahoy.com
Guía del Ocio	www.guiadelocio.com
GurusBlog	www.gurusblog.com
HagoClic.com	www.hagoclic.com
Hasta los juegos	www.hastalosjuegos.es
Hello Visit Spain	www.hellovisitspain.com
Heraldo de Aragón	www.heraldo.es
Historia de Iberia vieja	www.historiadeiberiavieja.com
Hola	www.hola.com
Hoy	www.hoy.es
Hoy Cinema	www.hoycinema.com
Hoy Motor	www.hoymotor.com
Hoy Mujer	www.hoymujer.com
Huelva Información	www.huelvainformacion.es

iCat FM	<a href="http://www.icatfm.cat">www.icatfm.cat</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>
IMOP Encuestas	<a href="http://www.imop.es">www.imop.es</a>
In Touch	<a href="http://www.revistaintouch.com">www.revistaintouch.com</a>
Infoempleo.com	<a href="http://www.infoempleo.com">www.infoempleo.com</a>
Infometal	<a href="http://www.infometal.com">www.infometal.com</a>
Infometeo	<a href="http://www.infometeo.es">www.infometeo.es</a>
Infonavis.com	<a href="http://www.infonavis.com">www.infonavis.com</a>
Información Bahía	<a href="http://www.informacionbahia.es">www.informacionbahia.es</a>
Información de Alicante	<a href="http://www.diarioinformacion.com">www.diarioinformacion.com</a>
Información Jerez	<a href="http://www.informacionjerez.es">www.informacionjerez.es</a>
Información San Fernando	<a href="http://www.informacionsanfernando.es">www.informacionsanfernando.es</a>
Inmogeo	<a href="http://www.inmogeo.com">www.inmogeo.com</a>
Interbusca	<a href="http://www.interbusca.com">www.interbusca.com</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>
iVoox	<a href="http://www.ivoox.com">www.ivoox.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>
Kalipedia	<a href="http://www.kalipedia.com">www.kalipedia.com</a>
Kiss FM	<a href="http://www.kissfm.es">www.kissfm.es</a>
La Clau	<a href="http://www.la-clau.net">www.la-clau.net</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 Gaceta de Salamanca	<a href="http://www.lagacetadesalamanca.com">www.lagacetadesalamanca.com</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 Málaga	<a href="http://www.laopiniondemalaga.es">www.laopiniondemalaga.es</a>
La Opinión de Murcia	<a href="http://www.laopiniondemurcia.es">www.laopiniondemurcia.es</a>
La Opinión de Tenerife	<a href="http://www.laopinion.es">www.laopinion.es</a>
La Opinión de Zamora	<a href="http://www.laopiniondezamora.es">www.laopiniondezamora.es</a>
La Provincia-Diario de las Palmas	<a href="http://www.laprovincia.es">www.laprovincia.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 Deportes	<a href="http://www.lasextadeportes.com">www.lasextadeportes.com</a>
La Sexta Noticias	<a href="http://www.lasextanoticias.com">www.lasextanoticias.com</a>
La Tafari	<a href="http://www.latafari.cat">www.latafari.cat</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 Almería	<a href="http://www.lavozdealmeria.com">www.lavozdealmeria.com</a>
La Voz de Asturias	<a href="http://www.lavozdeasturias.es">www.lavozdeasturias.es</a>
La Voz de Galicia	<a href="http://www.lavozdeg Galicia.es">www.lavozdeg Galicia.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>
LaguiaTV.com	<a href="http://www.laguiatv.com">www.laguiatv.com</a>

Lainformacion.com	www.lainformacion.com
Las Provincias	www.lasprovincias.es
Lectiva.net	www.lectiva.net
Levante-El Mercantil Valenciano	www.levante-emv.com
Los 40 Principales	www.los40.com
Loterías y Apuestas del Estado	www.loteriasyapuestas.es
Loterías y Apuestas del Estado (Facebook)	www.facebook.com/loteriasyapuestas.es
Loterías y Apuestas del Estado (Twitter)	www.twitter.com/loteriasyap
L-V De Luns a Venres	www.l-v.es
Lleida.org	www.lleida.org
M80 Radio	www.m80radio.com
Magazine Digital	www.magazinedigital.com
Málaga Hoy	www.malagahoy.es
Mallorca Zeitung	www.mallorcazeitung.es
Marca	www.marca.com
Mastermania	www.mastermania.com
Máxima FM	www.maxima.fm
Maxus CICM	www.maxuscicm.es
Mayormente	www.mayormente.com
Mediosfera	www.mediosfera.com
Mediterráneo	www.elperiodicomediterraneo.com
Mercado Financiero	www.mercadofinanciero.es
Més Vilaweb	www.mesvilaweb.cat
Mi bebé y yo	www.mibebeyyo.com
Microsiervos	www.microsiervos.com
Motos.net	www.motos.net
MPG Community 2.0	www.leadingnewthinking.com
Muchoviaje.com	www.muchoviaje.com
Mujer al día	www.mujeraldia.com
Mundo Deportivo	www.elmundodeportivo.es
Mundo-R	www.mundo-r.com
National Geographic	www.nationalgeographic.com.es
Navegantes en la Red (Facebook)	www.facebook.com/NavegantesRed
Navegantes en la Red (Twitter)	www.twitter.com/NavegantesRed
Nosaltres.cat	www.nosaltres.cat
Nosoloefese	www.nosoloefese.es
Nosoloesqui.com	www.nosoloesqui.com
ODEC	www.odec.es
Ofizios	www.ofizios.com
Onda Cero	www.ondacero.es
Opinalia	www.opinalia.com
Oposiciones	www.oposiciones.com
Opro.es	www.opro.es
Orange	www.orange.es
Ozú	www.ozu.es
Parasaber.com	www.parasaber.com
Patatabrava.com	www.patatabrava.com
PC Actual	www.pc-actual.com
Pelo New Look	www.pelonewlook.es

Plus.es	<a href="http://www.plus.es">www.plus.es</a>
Popular TV	<a href="http://www.populartv.net">www.populartv.net</a>
Practicopedia	<a href="http://www.practicopedia.com">www.practicopedia.com</a>
Premios.com	<a href="http://www.premios.com">www.premios.com</a>
Presesència	<a href="http://www.presencia.cat">www.presencia.cat</a>
Presidencia Junta de Extremadura	<a href="http://www.juntaaldia.es">www.juntaaldia.es</a>
Prevenir	<a href="http://www.revistaprevenir.es">www.revistaprevenir.es</a>
PsicoActiva	<a href="http://www.psicoactiva.com">www.psicoactiva.com</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.org">www.rac1.org</a>
Rac105	<a href="http://www.rac105.cat">www.rac105.cat</a>
Racó Català	<a href="http://www.racocatala.cat">www.racocatala.cat</a>
Radio Televisió de les Illes Balears	<a href="http://www.ib3noticies.com">www.ib3noticies.com</a>
Radio Televisió Valenciana	<a href="http://www.rtvv.es">www.rtvv.es</a>
Radio Televisión de Galicia	<a href="http://www.crtvg.es">www.crtvg.es</a>
Radiolé	<a href="http://www.radiole.com">www.radiole.com</a>
Radiotelevisión Canaria	<a href="http://www.rtv.es">www.rtv.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>
Regió 7	<a href="http://www.regio7.cat">www.regio7.cat</a>
Revista Rolling Stone	<a href="http://www.rollingstone.es">www.rollingstone.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>
Sagraramirez.es	<a href="http://www.sagraramirez.es">www.sagraramirez.es</a>
Santa Pola.com	<a href="http://www.santapola.com">www.santapola.com</a>
Segundamano	<a href="http://www.segundamano.es">www.segundamano.es</a>
SER	<a href="http://www.cadenaser.com">www.cadenaser.com</a>
Sextamanager	<a href="http://www.sextamanager.com">www.sextamanager.com</a>
Sies TV	<a href="http://www.sies.tv">www.sies.tv</a>
Social.cat	<a href="http://www.social.cat">www.social.cat</a>
Sociedad de la Información	<a href="http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com">sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com</a>
SoloStocks.com	<a href="http://www.solostocks.com">www.solostocks.com</a>
Sport	<a href="http://www.sport.es">www.sport.es</a>
Sur de Málaga	<a href="http://www.diariosur.es">www.diariosur.es</a>
Telecinco	<a href="http://www.telecinco.es">www.telecinco.es</a>
Telentrada	<a href="http://www.telentrada.com">www.telentrada.com</a>
Teleprograma	<a href="http://www.teleprograma.tv">www.teleprograma.tv</a>
Televisió de Catalunya	<a href="http://www.tv3.cat">www.tv3.cat</a>
Terra	<a href="http://www.terra.es">www.terra.es</a>
TheF1.com	<a href="http://www.thef1.com">www.thef1.com</a>
Todo Test	<a href="http://www.todotest.com">www.todotest.com</a>
Trofeo Caballo	<a href="http://www.trofeocaballo.com">www.trofeocaballo.com</a>
Trofeo Caza	<a href="http://www.trofeocaza.com">www.trofeocaza.com</a>
Trofeo Pesca	<a href="http://www.trofeopesca.com">www.trofeopesca.com</a>
Turismo rural	<a href="http://www.revistaturismorural.es">www.revistaturismorural.es</a>
Tus recetas con sabor	<a href="http://www.tusrecetasconsabor.com">www.tusrecetasconsabor.com</a>

Ultimate Beauty	www.ultimatebeauty.es
Una col.	www.aureliomartin.es
Universitat Jaume I	www.uji.es
Universitat Oberta de Catalunya	www.uoc.edu
Vehículos Industriales.net	www.vehiculosindustriales.net
Vertele	www.vertetele.com
Viasona	www.viasona.cat
Vilaweb	www.vilaweb.cat
Vilaweb TV	www.vilaweb.tv
Viva Cádiz	www.vivacadiz.net
Viva Campo de Gibraltar	www.vivacampodegibraltar.es
Viva Chiclana	www.vivachiclana.es
Viva Huelva	www.vivahuelva.es
Viva Jaén	www.vivajaen.es
Viva Jerez	www.vivajerez.es
Vogue	www.vogue.es
XL Semanal	www.xlsemanal.com
Xornal	www.xornal.com
Ya encontré.com	www.yaencontre.com
Ya.com	www.ya.com
Yoga Journal	www.yogajournal.es
Yonkis.com	www.yonkis.com
Zenith Media	www.zenithmedia.es

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.loteriasypuestas.es	4.215
www.elpais.com	3.766
www.elotrolado.net	3.409
www.as.com	1.888
www.carrefour.es	1.385
www.microsiervos.com	847
www.tv3.cat	672
www.aimc.es	643
IRC Hispano	522
www.jccm.es	507
www.sport.es	464
www.lasexta.com	376
www.20minutos.es	345
www.elmundo.es	339
www.blogia.com	299
www.cuatro.com	290
www.cincodias.com	274

<u>Colaborador</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
www.lne.es	270
www.segundamano.es	251
www.yonkis.com	249
www.publico.es	238
www.elcorreo.com	237
www.los40.com	229
www.rac1.org	226
www.elperiodico.com / www.elperiodico.cat	222
www.concursosyregalos.com	219
www.catradio.cat	208

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
- Infometal

♦ *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:

- 3 iPads 3G de 32 GB, de Apple, que fueron a parar a manos de:
  - Carlos Santa Coloma Cirión (Balmasesa, Vizcaya)
  - José Antonio Torres Seren (Arteixo, A Coruña)
  - Gregorio Martínez Luque (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:

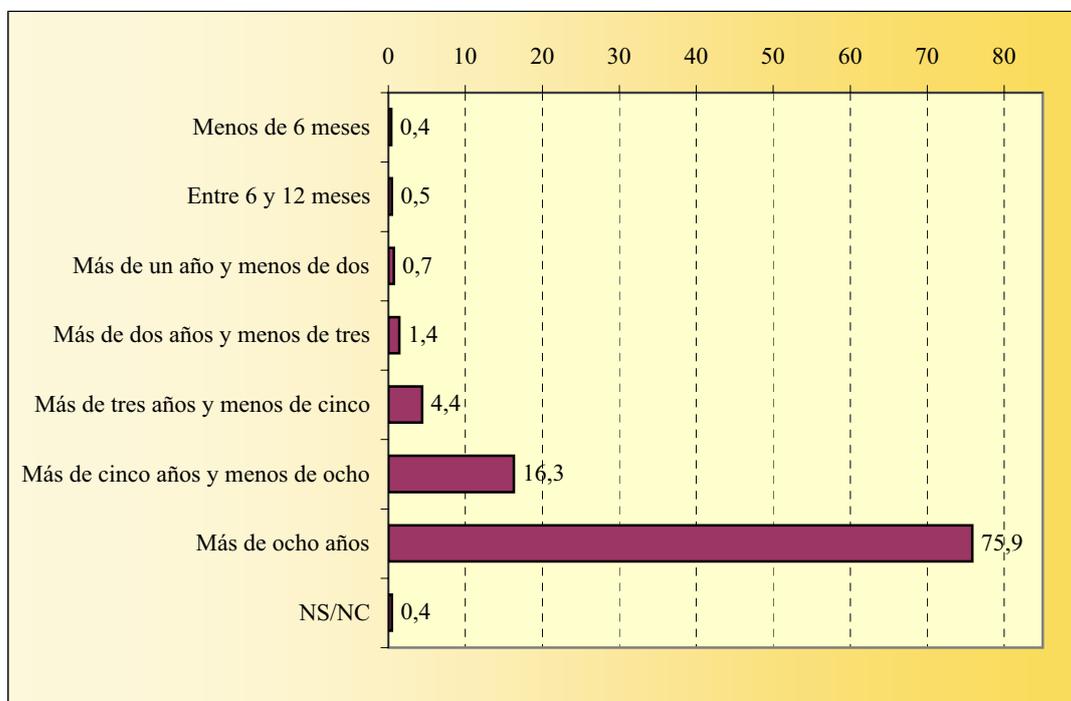
- Dada la amplitud en el número de sitios web que han colaborado, la diversidad de contenidos y usos que abarcan y el fuerte impacto en el tráfico de la red que muchos de ellos tienen, es razonable esperar que sus visitantes deben potencialmente representar a un amplio espectro de los usuarios de Internet 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**



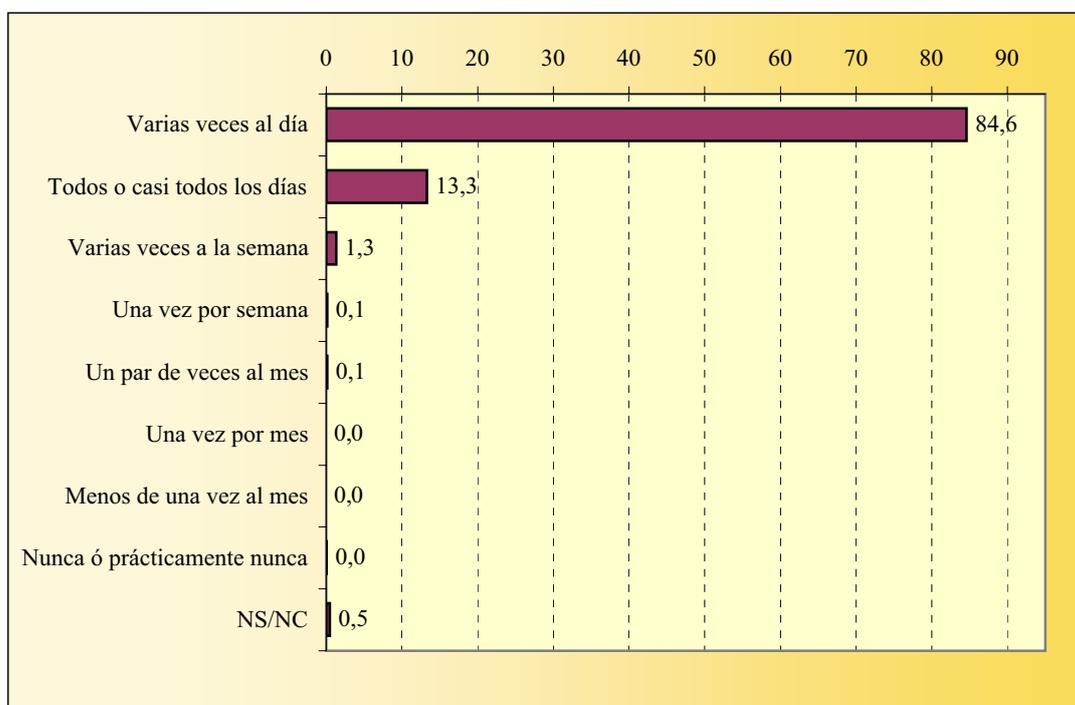
### ANTIGÜEDAD EN INTERNET

<i>P. ¿Desde cuándo es Vd. usuario de Internet? (cualquier uso: WWW, E-mail, FTP, chat, etc.)</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Menos de 6 meses	153	0,4
Entre 6 y 12 meses	186	0,5
Más de un año y menos de dos	282	0,7
Más de dos años y menos de tres	567	1,4
Más de tres años y menos de cinco	1.749	4,4
Más de cinco años y menos de ocho	6.476	16,3
Más de ocho años	30.121	75,9
NS/NC	175	0,4



### FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET

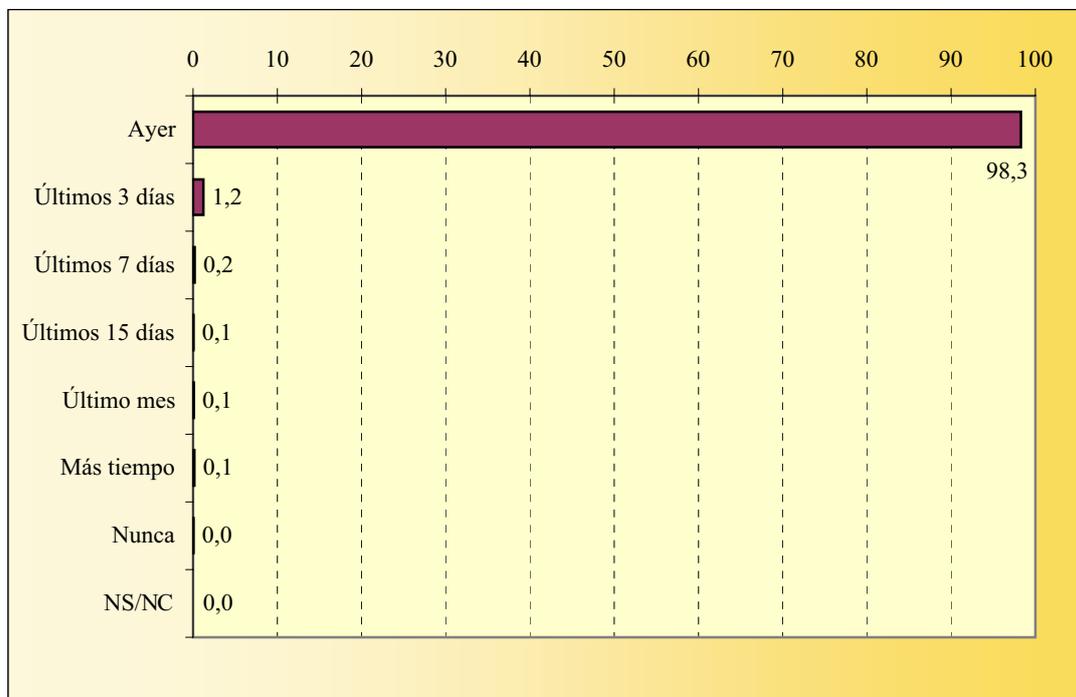
<i>P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Varias veces al día	33.584	84,6
Todos o casi todos los días	5.287	13,3
Varias veces a la semana	526	1,3
Una vez por semana	50	0,1
Un par de veces al mes	58	0,1
Una vez por mes	8	0,0
Menos de una vez al mes	4	0,0
Nunca ó prácticamente nunca	13	0,0
NS/NC	179	0,5



### 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	39.709	100,0
Ayer	39.020	98,3
Últimos 3 días	486	1,2
Últimos 7 días	82	0,2
Últimos 15 días	22	0,1
Último mes	27	0,1
Más tiempo	54	0,1
Nunca	12	0,0
NS/NC	6	0,0



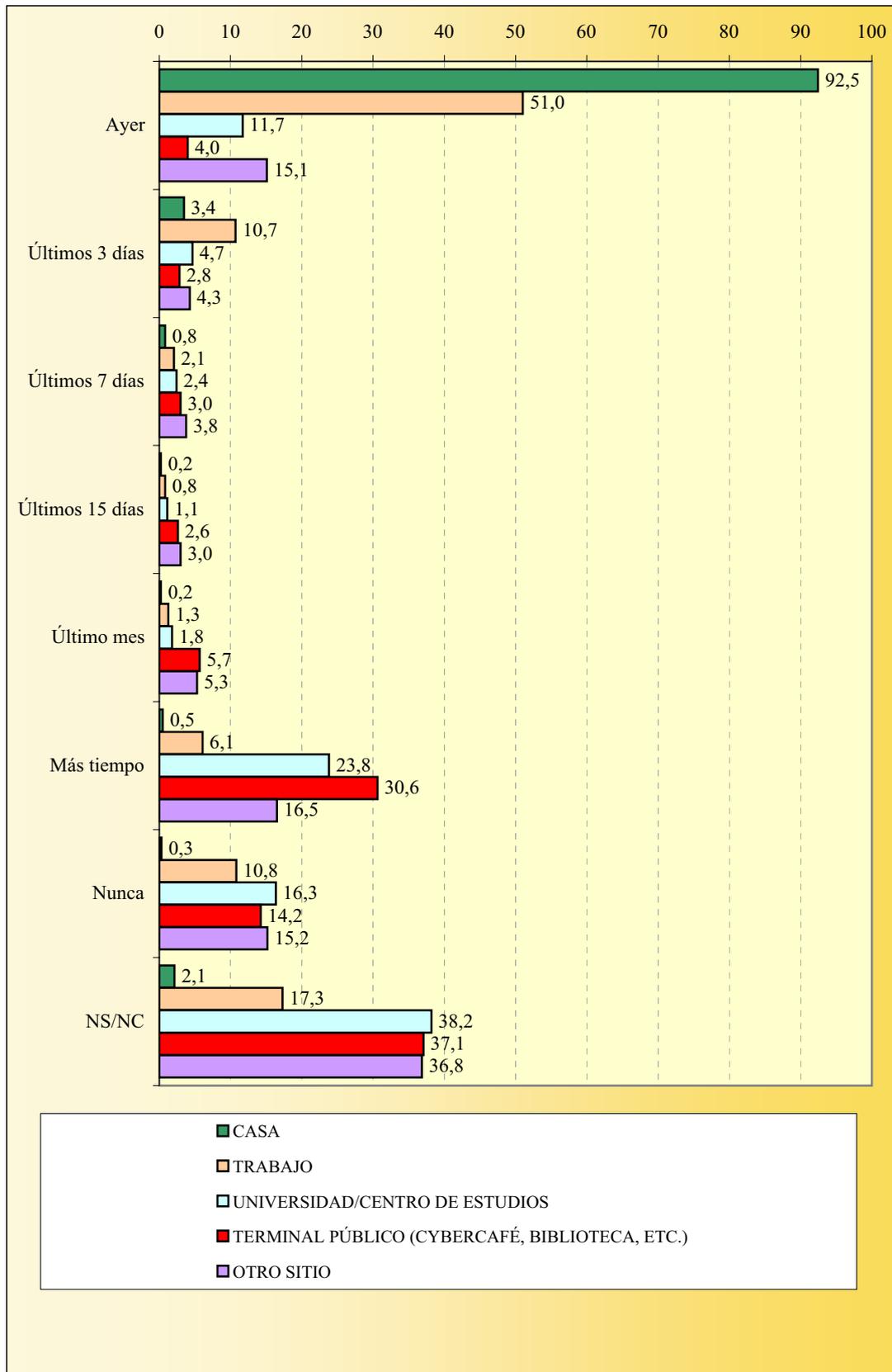
**ÚLTIMO ACCESO A INTERNET**

<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	39.709	100,0
<b>...CASA?</b>		
Ayer	36.712	92,5
Últimos 3 días	1.369	3,4
Últimos 7 días	319	0,8
Últimos 15 días	83	0,2
Último mes	86	0,2
Más tiempo	186	0,5
Nunca	113	0,3
NS/NC	841	2,1
<b>...TRABAJO?</b>		
Ayer	20.249	51,0
Últimos 3 días	4.247	10,7
Últimos 7 días	818	2,1
Últimos 15 días	328	0,8
Último mes	500	1,3
Más tiempo	2.416	6,1
Nunca	4.288	10,8
NS/NC	6.863	17,3
<b>...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?</b>		
Ayer	4.649	11,7
Últimos 3 días	1.850	4,7
Últimos 7 días	957	2,4
Últimos 15 días	437	1,1
Último mes	708	1,8
Más tiempo	9.458	23,8
Nunca	6.488	16,3
NS/NC	15.162	38,2

## 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	39.709	100,0
<b>...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.)?</b>		
Ayer	1.578	4,0
Últimos 3 días	1.121	2,8
Últimos 7 días	1.180	3,0
Últimos 15 días	1.042	2,6
Último mes	2.248	5,7
Más tiempo	12.166	30,6
Nunca	5.651	14,2
NS/NC	14.723	37,1
<b>...OTRO SITIO?</b>		
Ayer	5.997	15,1
Últimos 3 días	1.706	4,3
Últimos 7 días	1.495	3,8
Últimos 15 días	1.189	3,0
Último mes	2.108	5,3
Más tiempo	6.559	16,5
Nunca	6.028	15,2
NS/NC	14.627	36,8

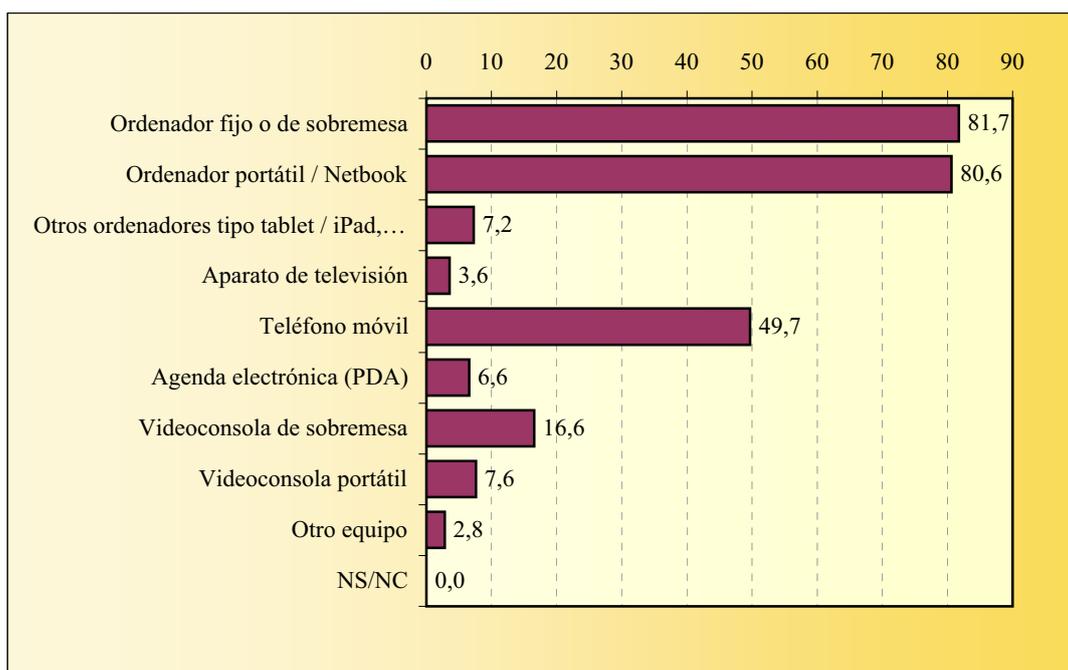
### ÚLTIMO ACCESO A INTERNET



### 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.

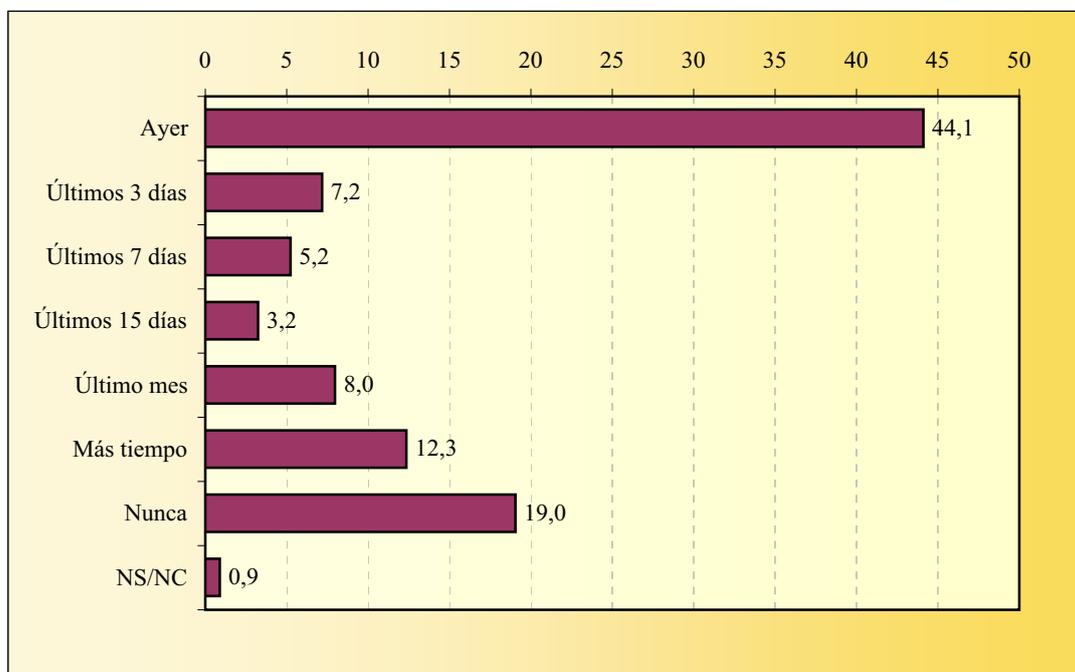
<i>P. ¿A través de qué equipo/equipos accede Vd. a Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	
Ordenador fijo o de sobremesa	32.453	81,7
Ordenador portátil / Netbook	32.017	80,6
Otros ordenadores tipo tablet / iPad,...	2.876	7,2
Aparato de televisión	1.420	3,6
Teléfono móvil	19.734	49,7
Agenda electrónica (PDA)	2.602	6,6
Videoconsola de sobremesa	6.573	16,6
Videoconsola portátil	3.025	7,6
Otro equipo	1.119	2,8
NS/NC	9	0,0



## 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,...)?*

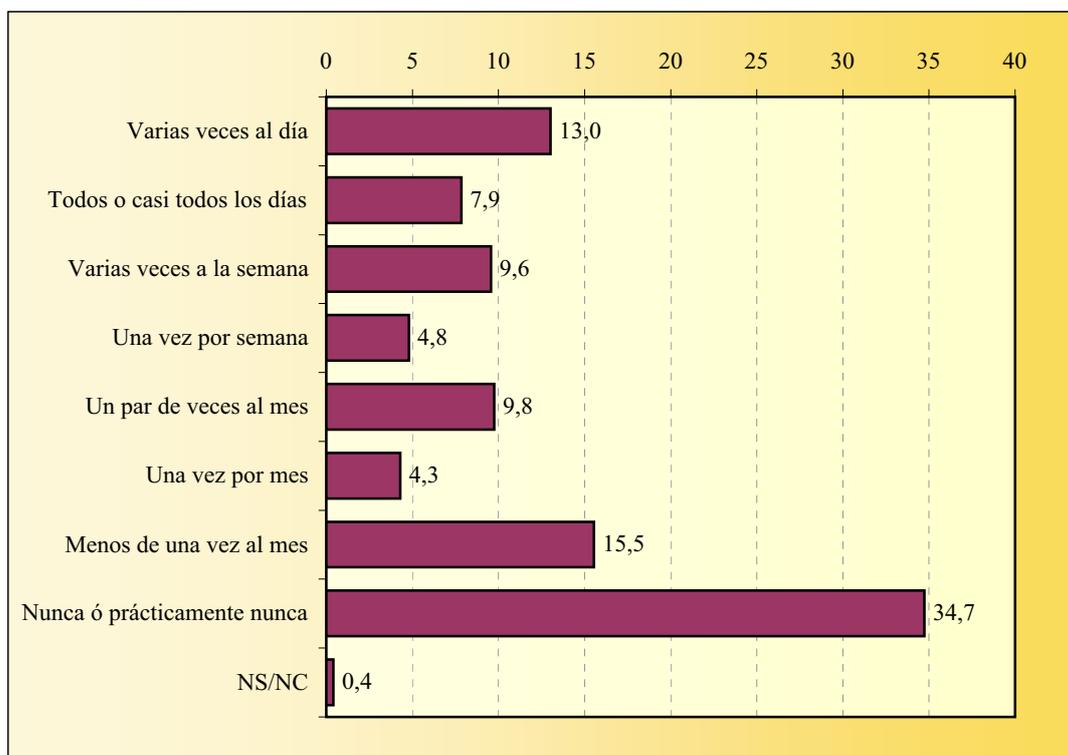
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Ayer	17.517	44,1
Últimos 3 días	2.845	7,2
Últimos 7 días	2.076	5,2
Últimos 15 días	1.288	3,2
Último mes	3.164	8,0
Más tiempo	4.901	12,3
Nunca	7.563	19,0
NS/NC	355	0,9



## CONEXIÓN WI-FI DESDE LUGARES PÚBLICOS

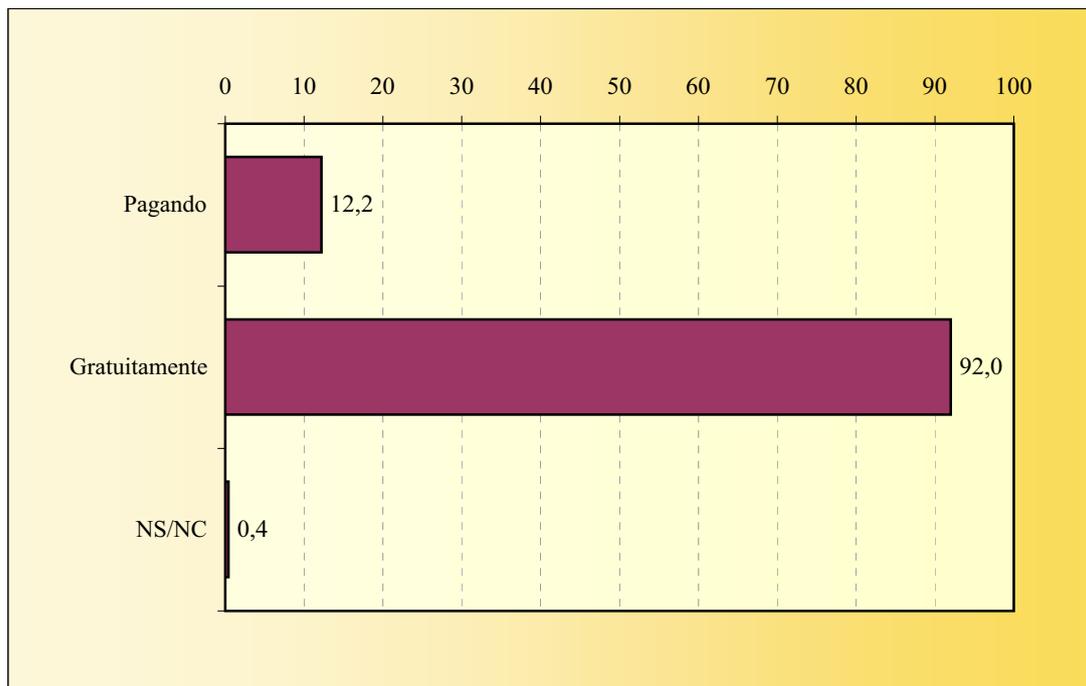
### Frecuencia

<i>P. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi desde lugares públicos (en la calle, aeropuertos, restaurantes, cafeterías,...)?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Varias veces al día	5.174	13,0
Todos o casi todos los días	3.118	7,9
Varias veces a la semana	3.801	9,6
Una vez por semana	1.906	4,8
Un par de veces al mes	3.876	9,8
Una vez por mes	1.706	4,3
Menos de una vez al mes	6.174	15,5
Nunca ó prácticamente nunca	13.793	34,7
NS/NC	161	0,4



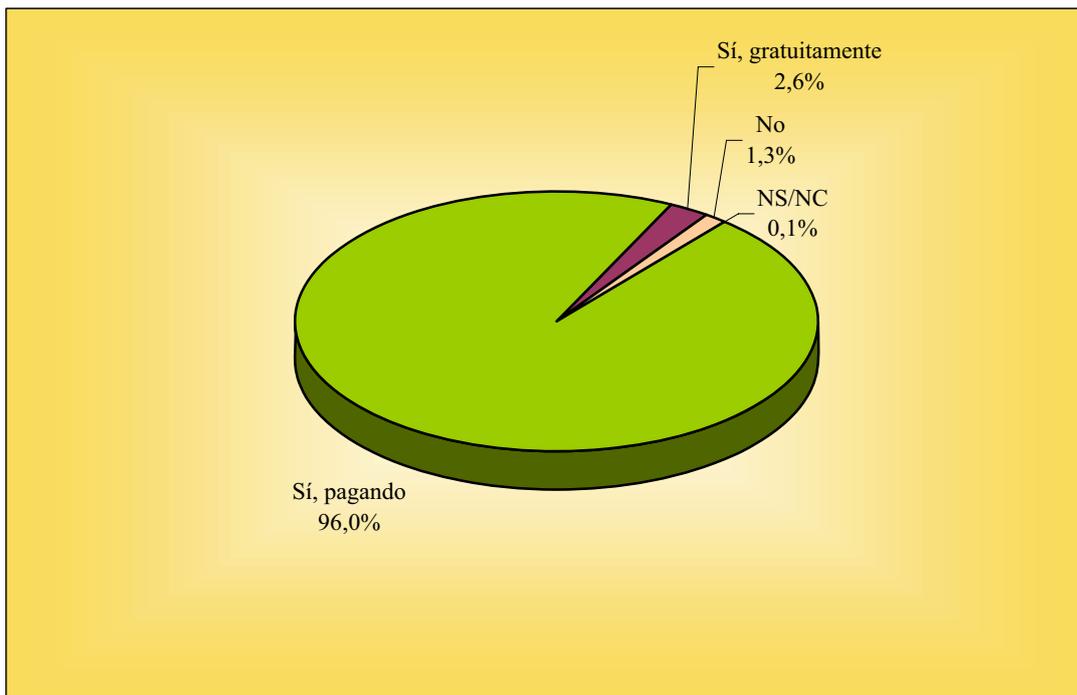
## CONEXIÓN WI-FI DESDE LUGARES PÚBLICOS De pago / Gratuita

<i>P. ¿Cómo realiza la conexión a través de redes Wi-Fi desde lugares públicos?</i>		
	Absolutos	%
BASE (se conecta a redes Wi-Fi desde lugares públicos)	25.755	
Pagando	3.137	12,2
Gratuitamente	23.694	92,0
NS/NC	103	0,4



### ACCESO A INTERNET DESDE CASA

<i>P. ¿Accede a Internet desde su casa?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí, pagando	38.120	96,0
Sí, gratuitamente	1.029	2,6
No	532	1,3
NS/NC	28	0,1

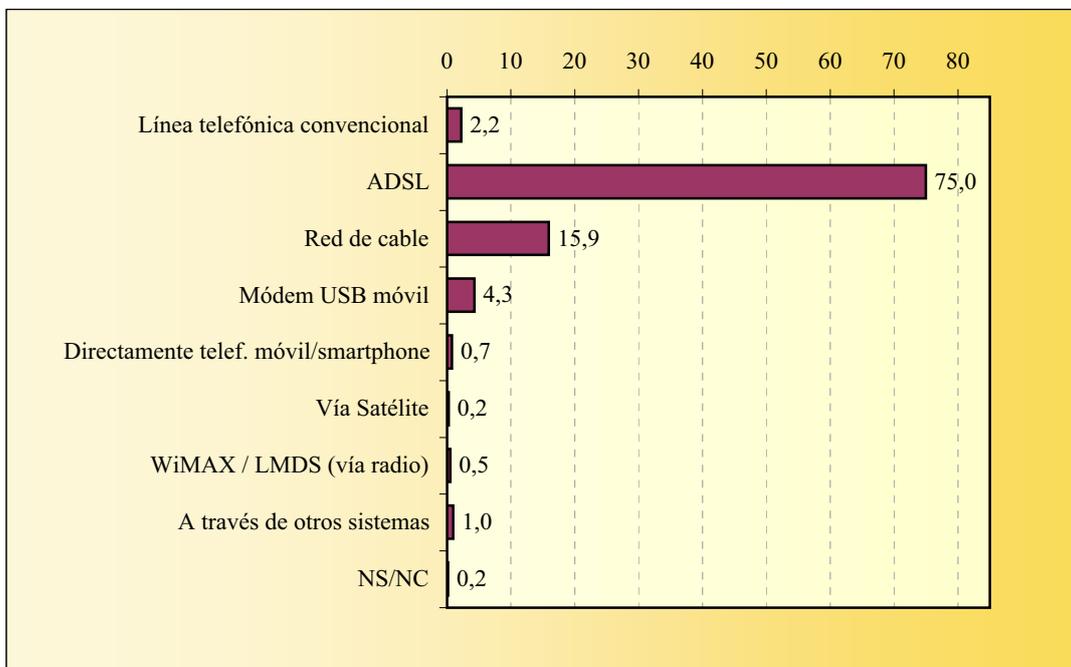


### ACCESO A INTERNET DESDE CASA

#### Tipo de acceso

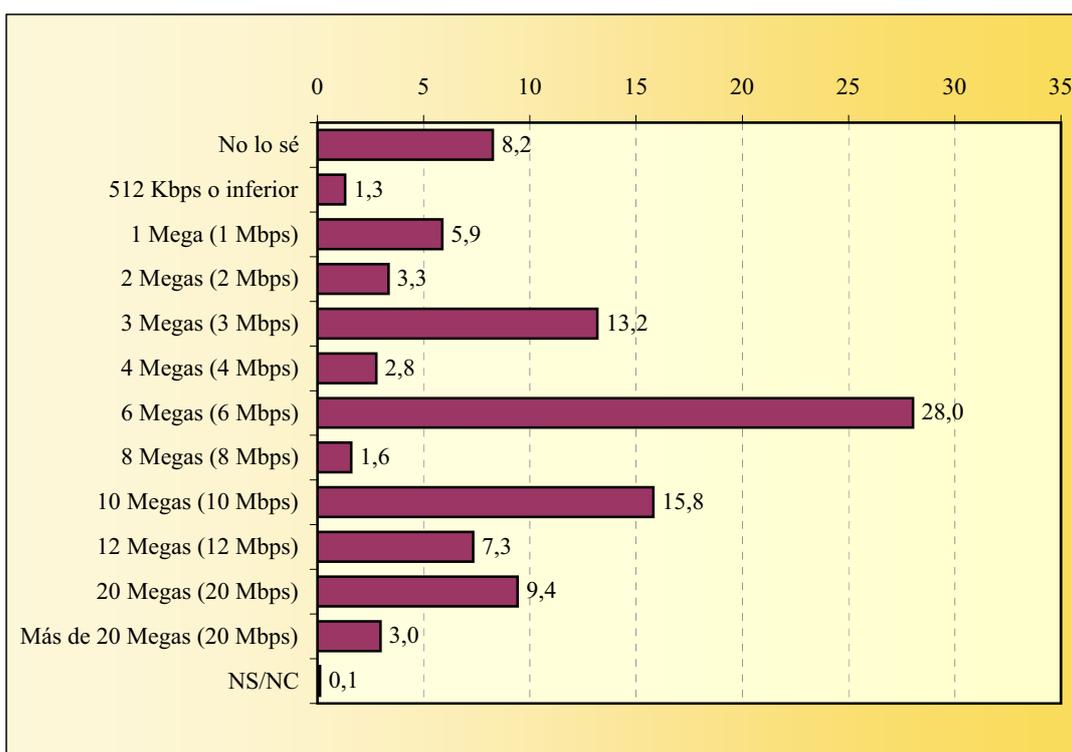
**P. ¿Qué tipo de acceso a Internet utiliza en su casa? Si usa varios, seleccione cuál utiliza más frecuentemente.**

	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	39.149	100,0
Línea telefónica convencional	873	2,2
ADSL	29.352	75,0
Red de cable	6.226	15,9
Módem USB móvil	1.674	4,3
Directamente telef. móvil/smartphone	287	0,7
Vía Satélite	94	0,2
WiMAX / LMDS (vía radio)	197	0,5
A través de otros sistemas	383	1,0
NS/NC	63	0,2



### ACCESO A INTERNET DESDE CASA Velocidad de acceso

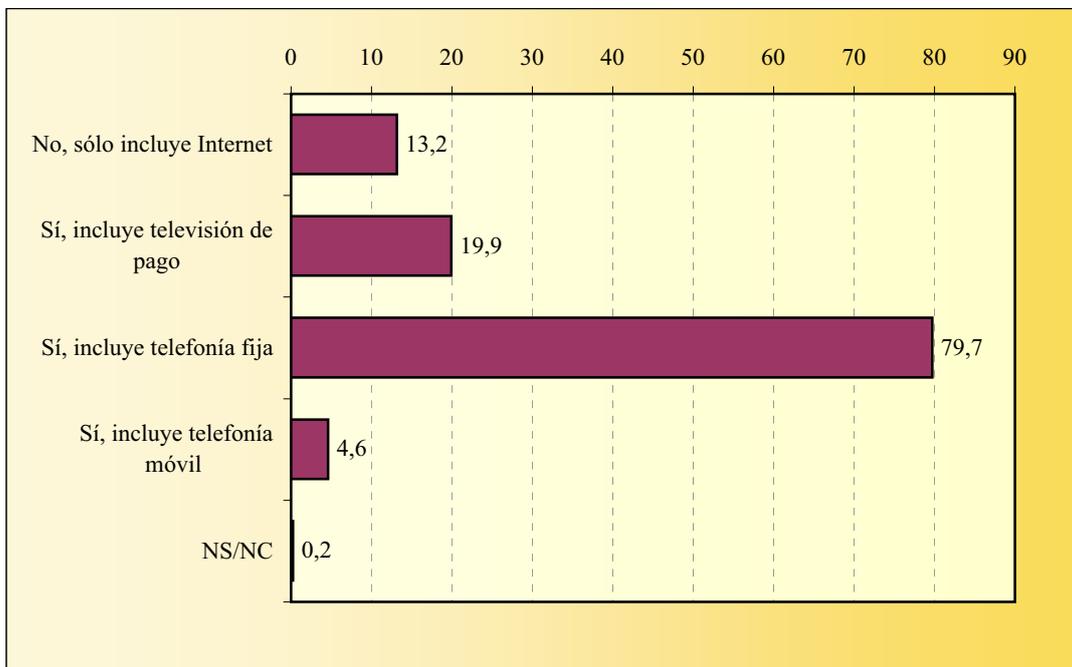
<i>P. ¿Qué velocidad de acceso a Internet tiene contratada en su casa? Señale la que más se aproxime.</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	39.149	100,0
No lo sé	3.229	8,2
512 Kbps o inferior	507	1,3
1 Mega (1 Mbps)	2.303	5,9
2 Megas (2 Mbps)	1.311	3,3
3 Megas (3 Mbps)	5.157	13,2
4 Megas (4 Mbps)	1.085	2,8
6 Megas (6 Mbps)	10.977	28,0
8 Megas (8 Mbps)	621	1,6
10 Megas (10 Mbps)	6.192	15,8
12 Megas (12 Mbps)	2.871	7,3
20 Megas (20 Mbps)	3.687	9,4
Más de 20 Megas (20 Mbps)	1.162	3,0
NS/NC	47	0,1



### 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (accede desde casa)	39.149	
No, sólo incluye Internet	5.159	13,2
Sí, incluye televisión de pago	7.798	19,9
Sí, incluye telefonía fija	31.203	79,7
Sí, incluye telefonía móvil	1.806	4,6
NS/NC	87	0,2

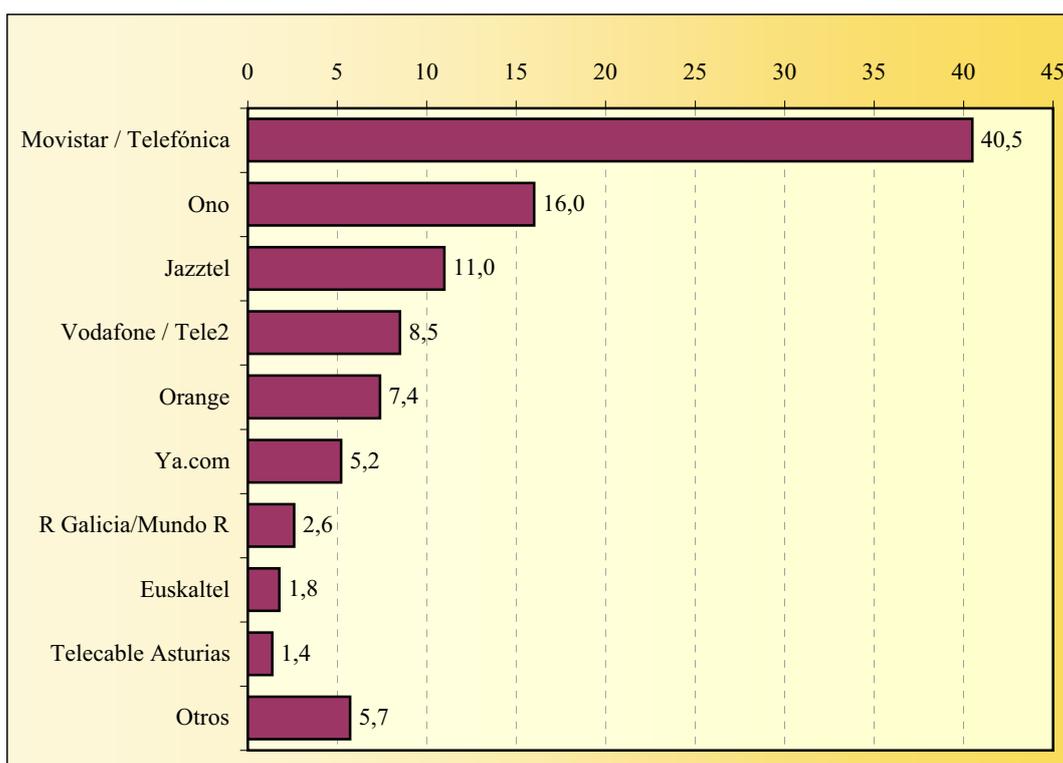


## ACCESO A INTERNET DESDE CASA

### Proveedor de acceso

Entre los 39.149 entrevistados que declaran acceder a Internet desde casa, se mencionan 39.319 proveedores de acceso con la siguiente distribución:

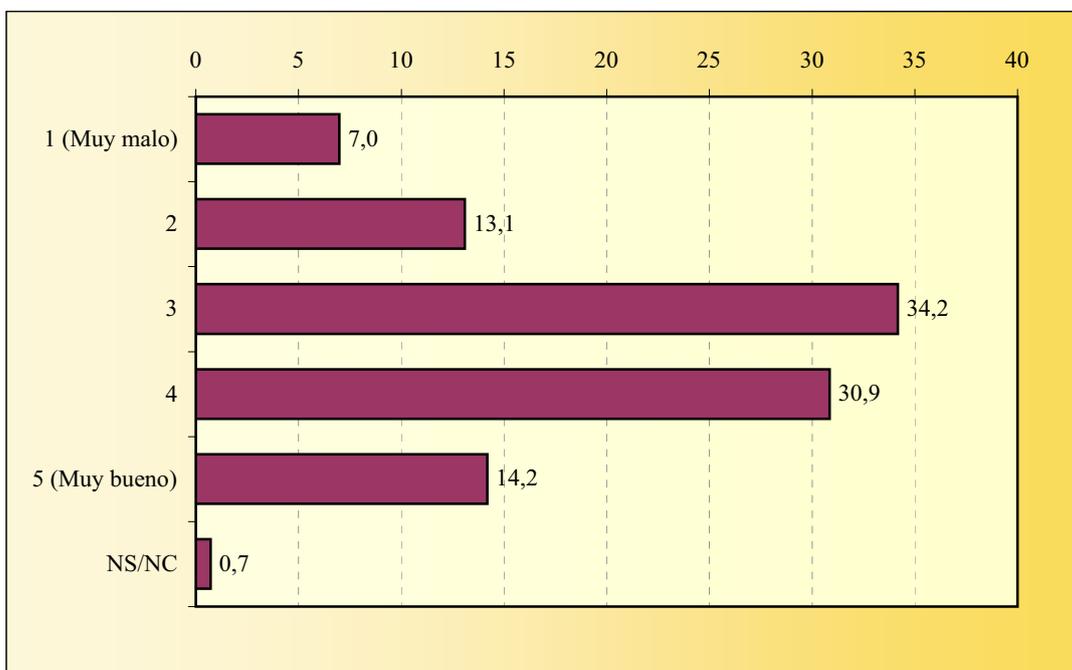
<i>P. ¿Quién le proporciona el servicio de acceso a Internet desde su casa?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	39.319	100,0
Movistar / Telefónica	15.917	40,5
Ono	6.290	16,0
Jazztel	4.316	11,0
Vodafone / Tele2	3.345	8,5
Orange	2.903	7,4
Ya.com	2.053	5,2
R Galicia/Mundo R	1.016	2,6
Euskaltel	691	1,8
Telecable Asturias	539	1,4
Otros	2.249	5,7



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

*P. Valore la atención al usuario recibida por su proveedor de Internet en casa (1=Muy malo ; 5=Muy bueno):*

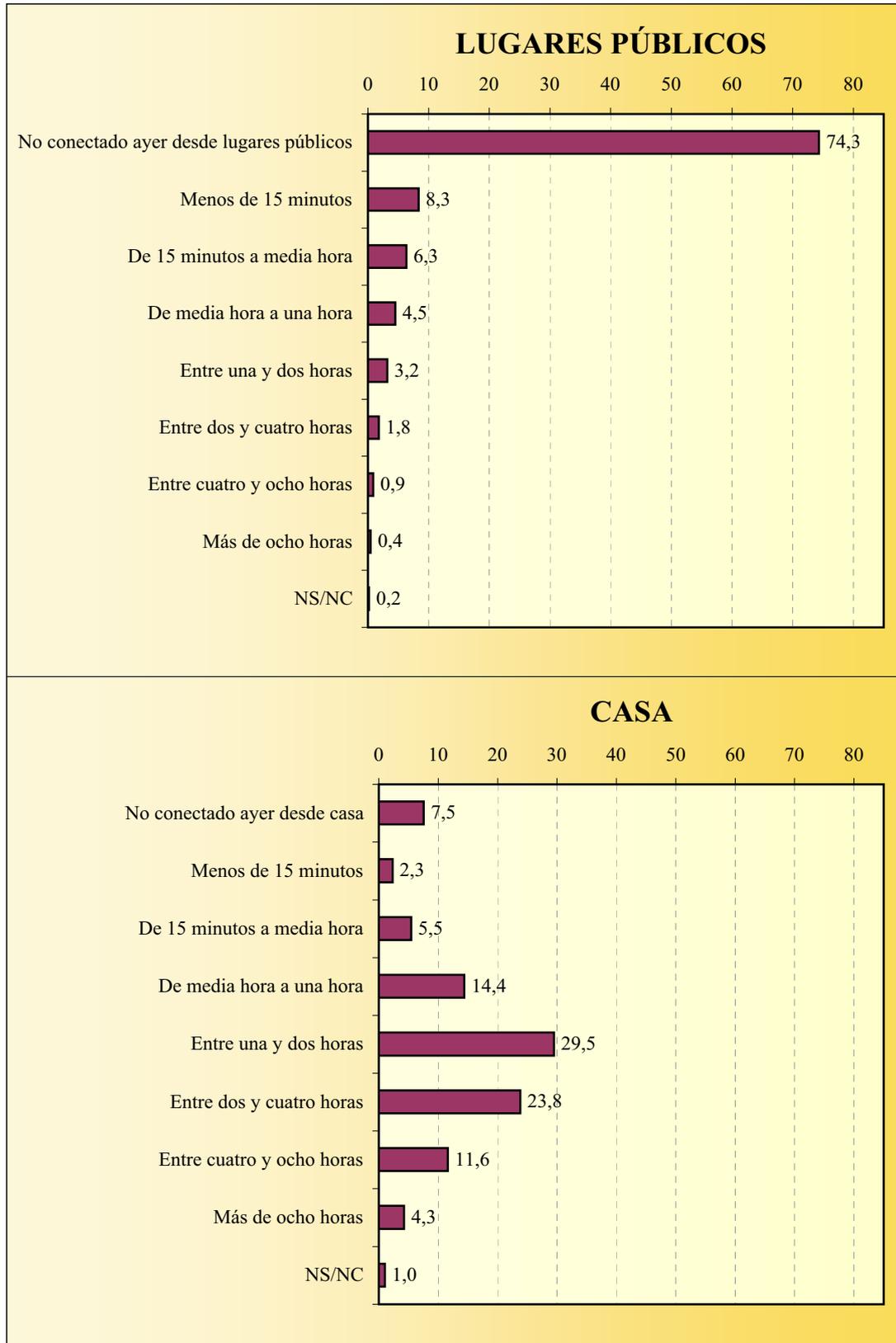
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	39.149	100,0
<b>ATENCIÓN AL USUARIO</b>		
1 (Muy malo)	2.737	7,0
2	5.123	13,1
3	13.377	34,2
4	12.078	30,9
5 (Muy bueno)	5.552	14,2
NS/NC	282	0,7
Valoración media	3,32	



## TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER

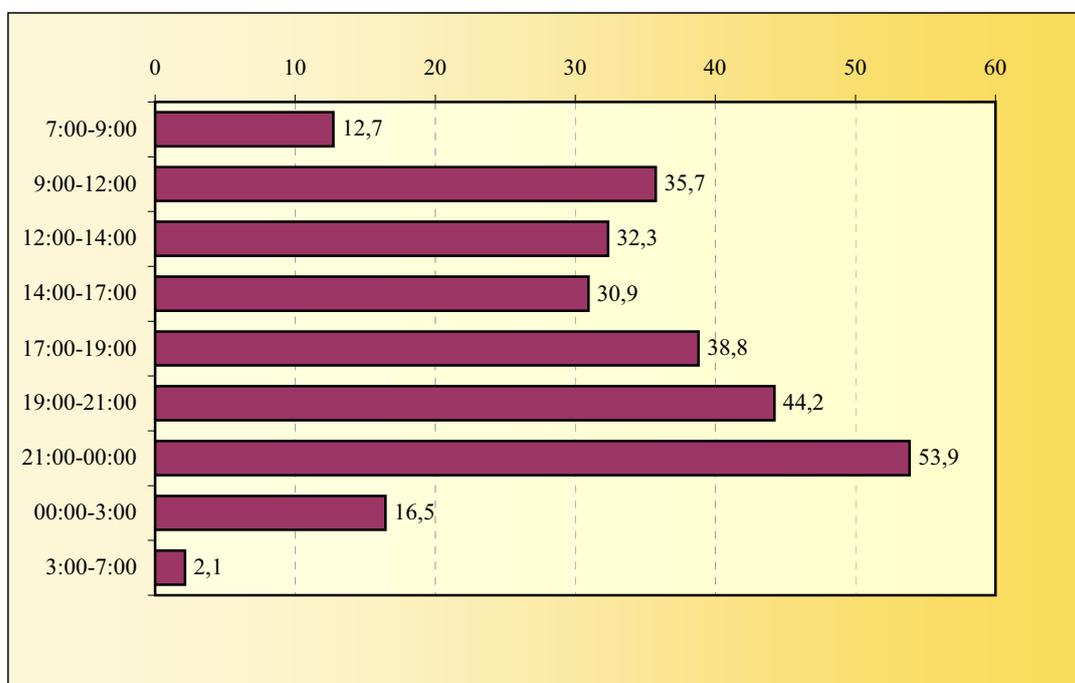
<i>P. Durante el día de ayer, ¿cuánto tiempo estuvo utilizando Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>...LUGARES PÚBLICOS (CALLE, AEROPUERTO, CAFETERÍA,...)?</b>		
No conectado ayer desde lugares públicos	29.516	74,3
Menos de 15 minutos	3.313	8,3
De 15 minutos a media hora	2.514	6,3
De media hora a una hora	1.792	4,5
Entre una y dos horas	1.272	3,2
Entre dos y cuatro horas	711	1,8
Entre cuatro y ocho horas	348	0,9
Más de ocho horas	169	0,4
NS/NC	74	0,2
<b>...CASA?</b>		
No conectado ayer desde casa	2.996	7,5
Menos de 15 minutos	924	2,3
De 15 minutos a media hora	2.172	5,5
De media hora a una hora	5.719	14,4
Entre una y dos horas	11.719	29,5
Entre dos y cuatro horas	9.466	23,8
Entre cuatro y ocho horas	4.606	11,6
Más de ocho horas	1.694	4,3
NS/NC	413	1,0

### TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER



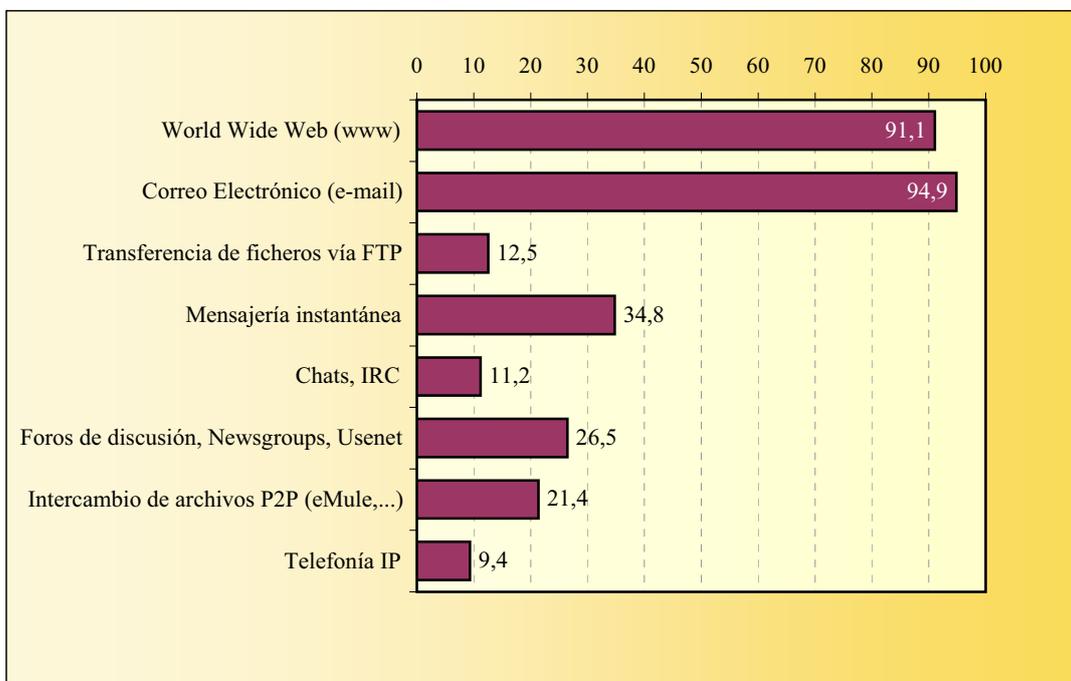
### PERIODOS HORARIOS USO INTERNET AYER

<i>P. Indique los periodos horarios en que estuvo utilizando ayer Internet.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha accedido ayer)	39.020	
7:00-9:00	4.962	12,7
9:00-12:00	13.944	35,7
12:00-14:00	12.622	32,3
14:00-17:00	12.072	30,9
17:00-19:00	15.138	38,8
19:00-21:00	17.254	44,2
21:00-00:00	21.017	53,9
00:00-3:00	6.422	16,5
3:00-7:00	831	2,1



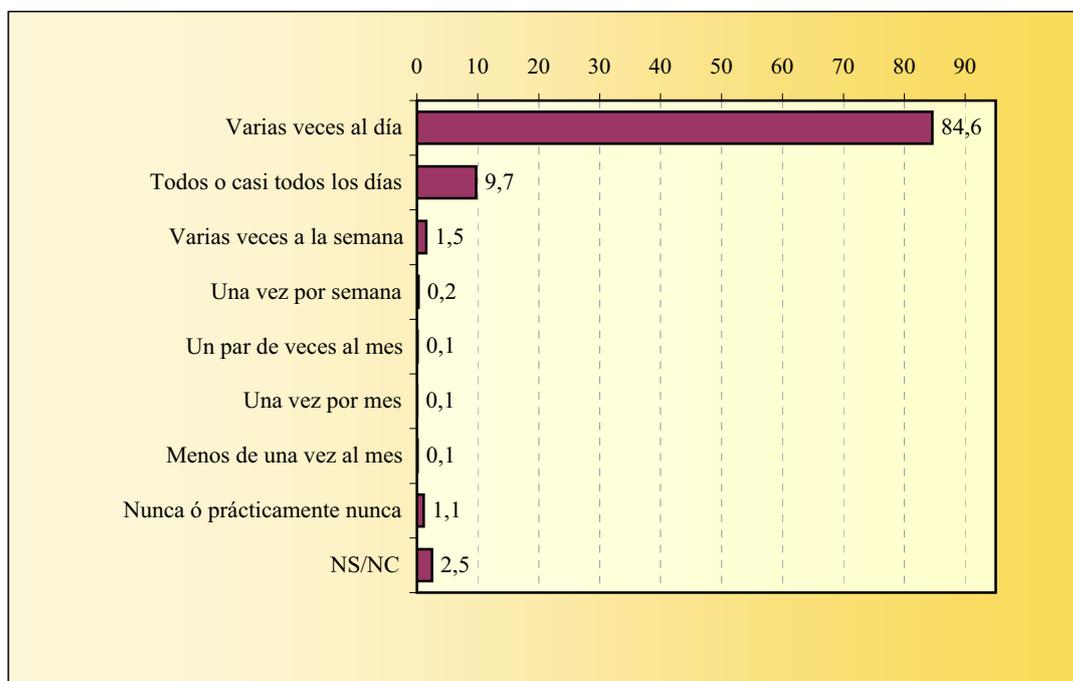
### SERVICIOS UTILIZADOS DÍA DE AYER

<i>P. Durante el día de ayer, ¿qué servicios de Internet utilizó?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha accedido ayer)	39.020	
World Wide Web (www)	35.530	91,1
Correo Electrónico (e-mail)	37.017	94,9
Transferencia de ficheros vía FTP	4.895	12,5
Mensajería instantánea	13.578	34,8
Chats, IRC	4.361	11,2
Foros de discusión, Newsgroups, Usenet	10.321	26,5
Intercambio de archivos P2P (eMule,...)	8.333	21,4
Telefonía IP	3.649	9,4



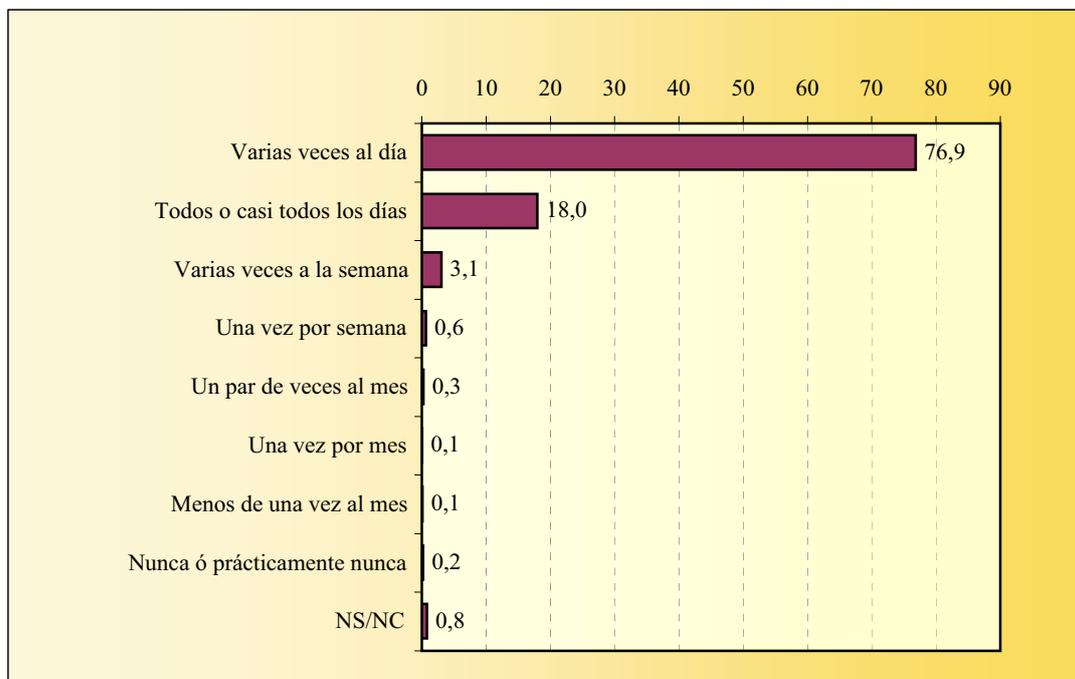
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET World Wide Web (www)

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>World Wide Web (www)</b>		
Varias veces al día	33.590	84,6
Todos o casi todos los días	3.863	9,7
Varias veces a la semana	598	1,5
Una vez por semana	97	0,2
Un par de veces al mes	49	0,1
Una vez por mes	25	0,1
Menos de una vez al mes	44	0,1
Nunca ó prácticamente nunca	448	1,1
NS/NC	995	2,5



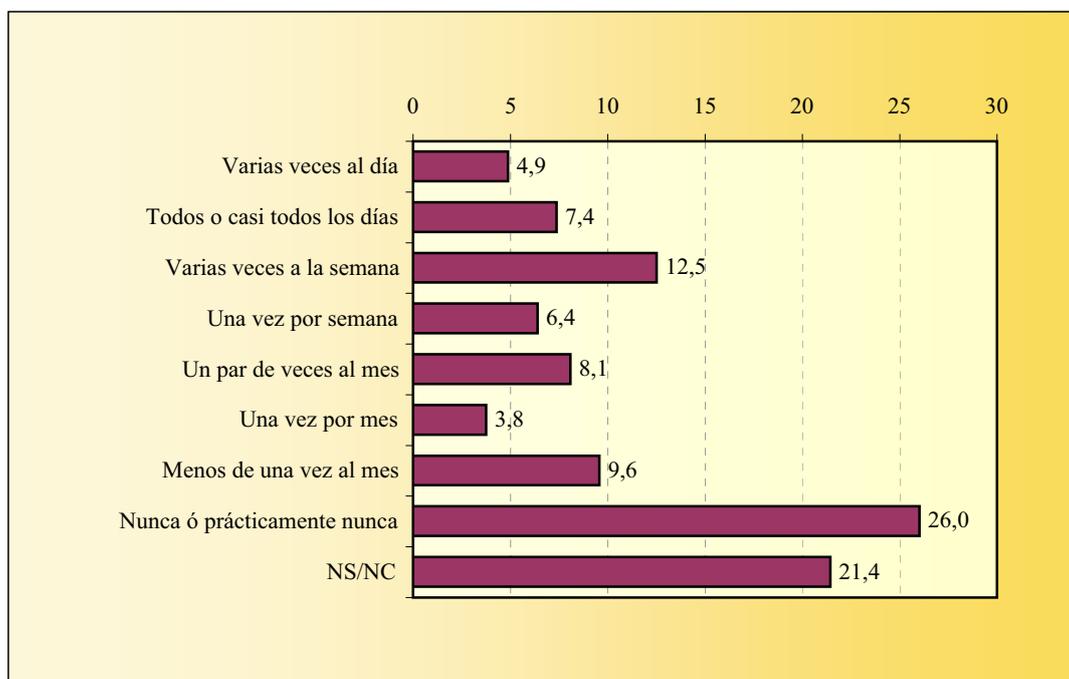
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Correo electrónico (e-mail)**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Correo electrónico (e-mail)</b>		
Varias veces al día	30.519	76,9
Todos o casi todos los días	7.143	18,0
Varias veces a la semana	1.220	3,1
Una vez por semana	251	0,6
Un par de veces al mes	108	0,3
Una vez por mes	27	0,1
Menos de una vez al mes	49	0,1
Nunca ó prácticamente nunca	72	0,2
NS/NC	320	0,8



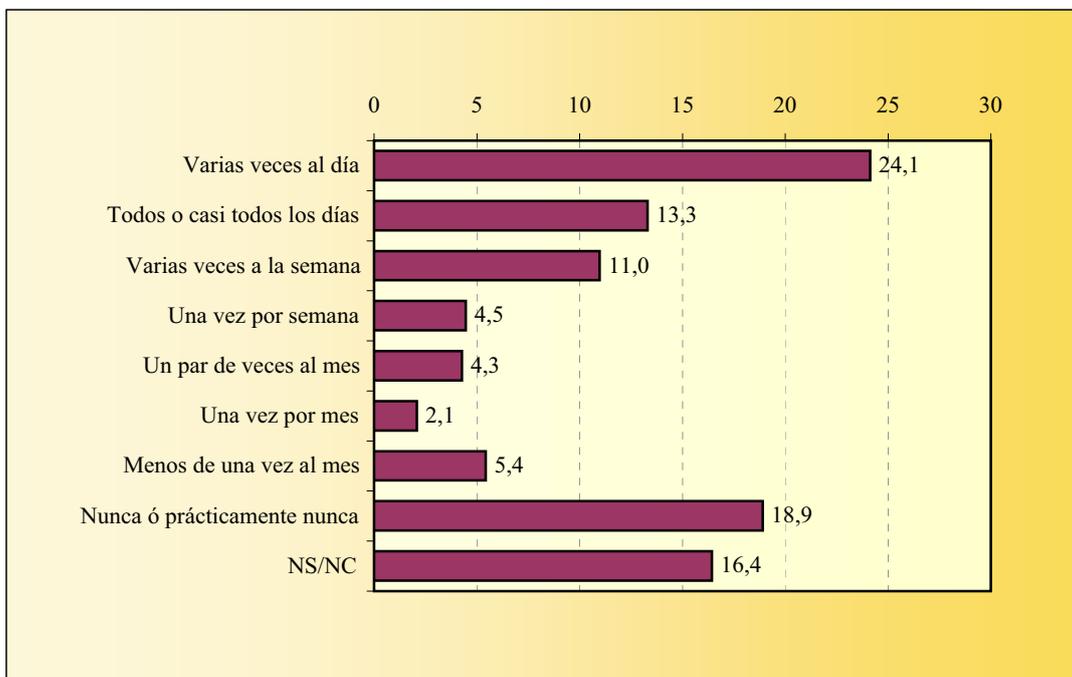
## FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Transferencia de ficheros (FTP)

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
<b>Transferencia de ficheros vía FTP</b>		
Varias veces al día	1.939	4,9
Todos o casi todos los días	2.927	7,4
Varias veces a la semana	4.967	12,5
Una vez por semana	2.540	6,4
Un par de veces al mes	3.208	8,1
Una vez por mes	1.490	3,8
Menos de una vez al mes	3.798	9,6
Nunca ó prácticamente nunca	10.330	26,0
NS/NC	8.510	21,4



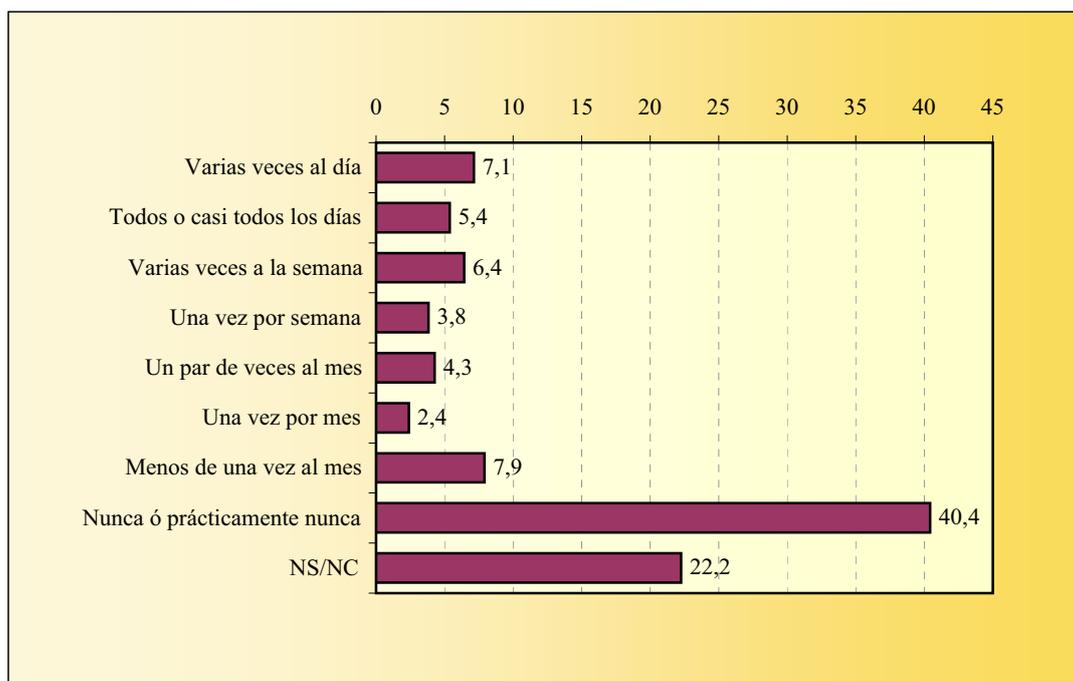
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Mensajería instantánea**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Mensajería instantánea</b>		
Varias veces al día	9.582	24,1
Todos o casi todos los días	5.281	13,3
Varias veces a la semana	4.357	11,0
Una vez por semana	1.774	4,5
Un par de veces al mes	1.697	4,3
Una vez por mes	826	2,1
Menos de una vez al mes	2.158	5,4
Nunca ó prácticamente nunca	7.509	18,9
NS/NC	6.525	16,4



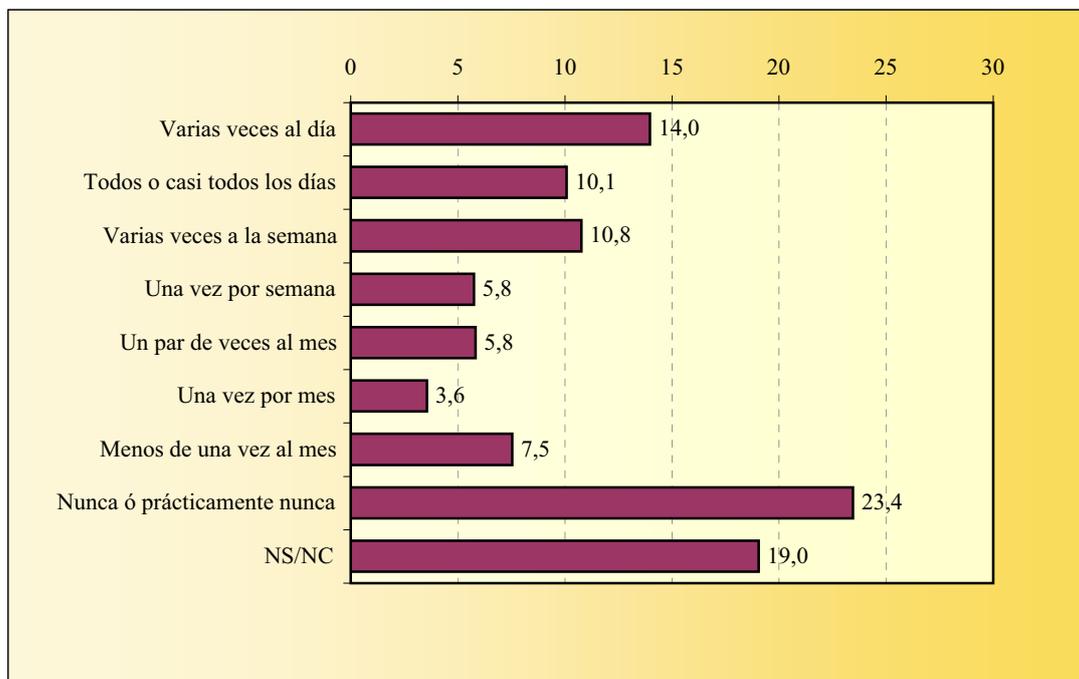
## FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Chats, IRC

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
<b>Chats, IRC</b>		
Varias veces al día	2.834	7,1
Todos o casi todos los días	2.132	5,4
Varias veces a la semana	2.550	6,4
Una vez por semana	1.519	3,8
Un par de veces al mes	1.697	4,3
Una vez por mes	952	2,4
Menos de una vez al mes	3.144	7,9
Nunca ó prácticamente nunca	16.047	40,4
NS/NC	8.834	22,2



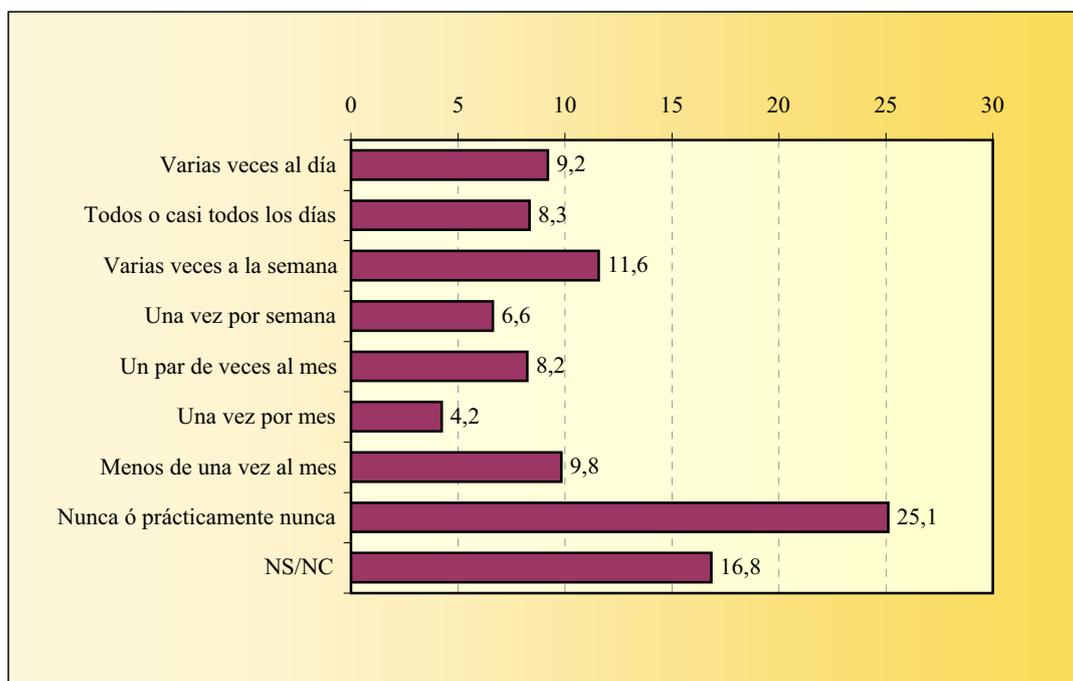
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Newsgroups, Foros de discusión

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Foros de discusión, Newsgroups, Usenet</b>		
Varias veces al día	5.547	14,0
Todos o casi todos los días	4.000	10,1
Varias veces a la semana	4.280	10,8
Una vez por semana	2.286	5,8
Un par de veces al mes	2.313	5,8
Una vez por mes	1.414	3,6
Menos de una vez al mes	2.995	7,5
Nunca ó prácticamente nunca	9.311	23,4
NS/NC	7.563	19,0



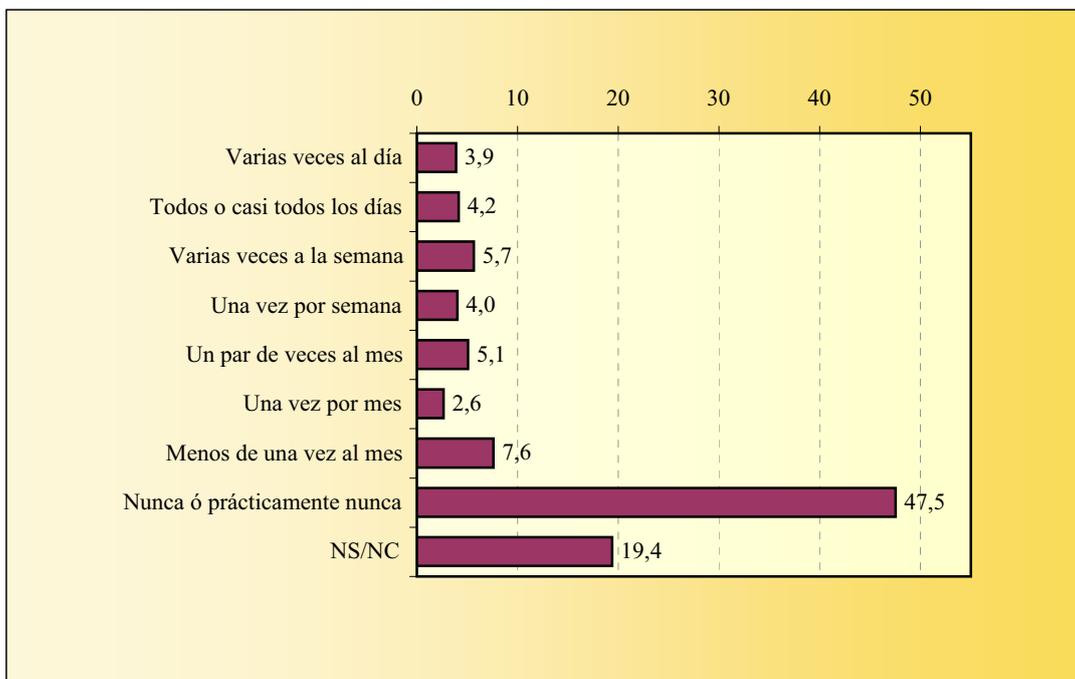
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Redes de intercambio de archivos P2P

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Redes de intercambio de archivos P2P (eMule, BitTorrent, Ares,...)</b>		
Varias veces al día	3.652	9,2
Todos o casi todos los días	3.314	8,3
Varias veces a la semana	4.598	11,6
Una vez por semana	2.633	6,6
Un par de veces al mes	3.272	8,2
Una vez por mes	1.681	4,2
Menos de una vez al mes	3.903	9,8
Nunca ó prácticamente nunca	9.970	25,1
NS/NC	6.686	16,8



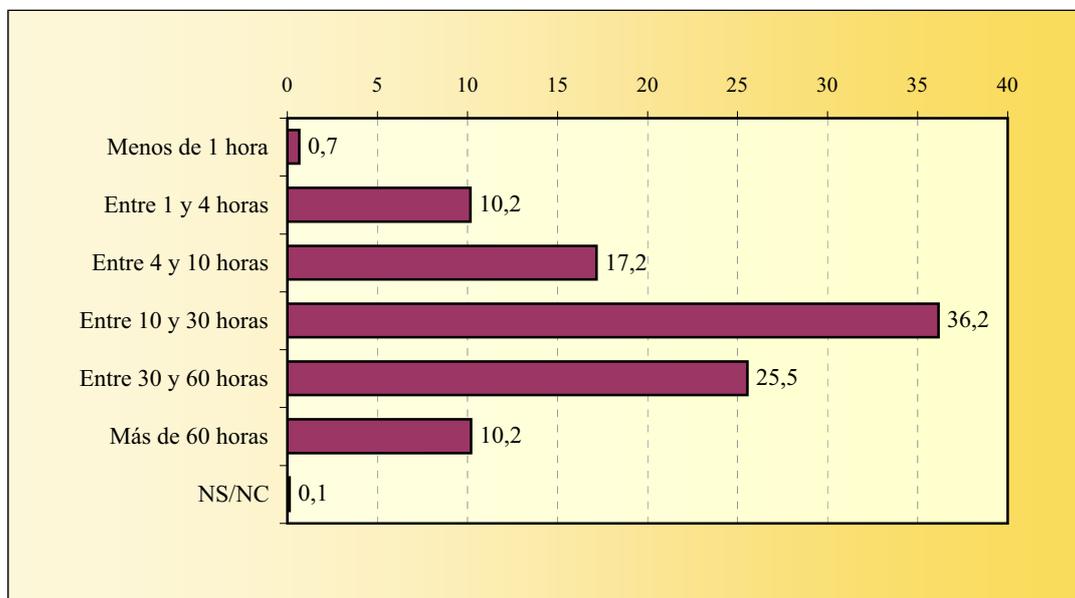
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Telefonía IP

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Llamadas telefónicas por Internet, telefonía IP</b>		
Varias veces al día	1.553	3,9
Todos o casi todos los días	1.648	4,2
Varias veces a la semana	2.248	5,7
Una vez por semana	1.601	4,0
Un par de veces al mes	2.021	5,1
Una vez por mes	1.052	2,6
Menos de una vez al mes	3.021	7,6
Nunca ó prácticamente nunca	18.871	47,5
NS/NC	7.694	19,4



### PROMEDIO DE TIEMPO DE CONEXIÓN POR SEMANA

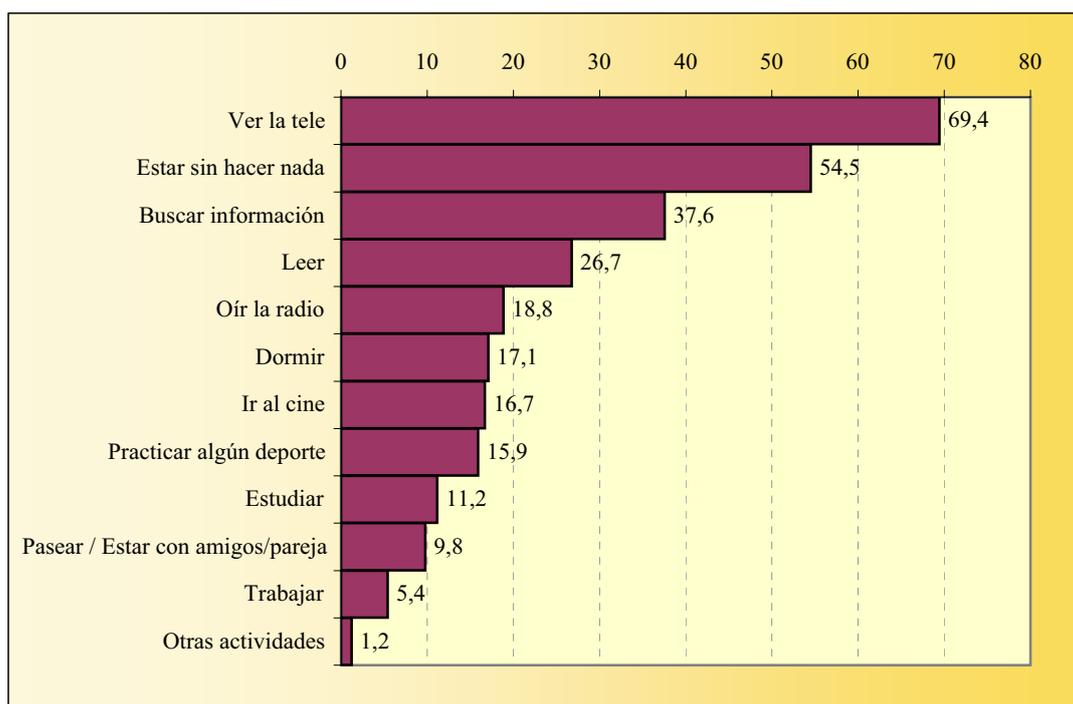
<i>P. Por término medio, en una semana ¿cuánto tiempo diría Vd. que está utilizando Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Menos de 1 hora	264	0,7
Entre 1 y 4 horas	4.033	10,2
Entre 4 y 10 horas	6.814	17,2
Entre 10 y 30 horas	14.355	36,2
Entre 30 y 60 horas	10.142	25,5
Más de 60 horas	4.051	10,2
NS/NC	50	0,1



## 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.

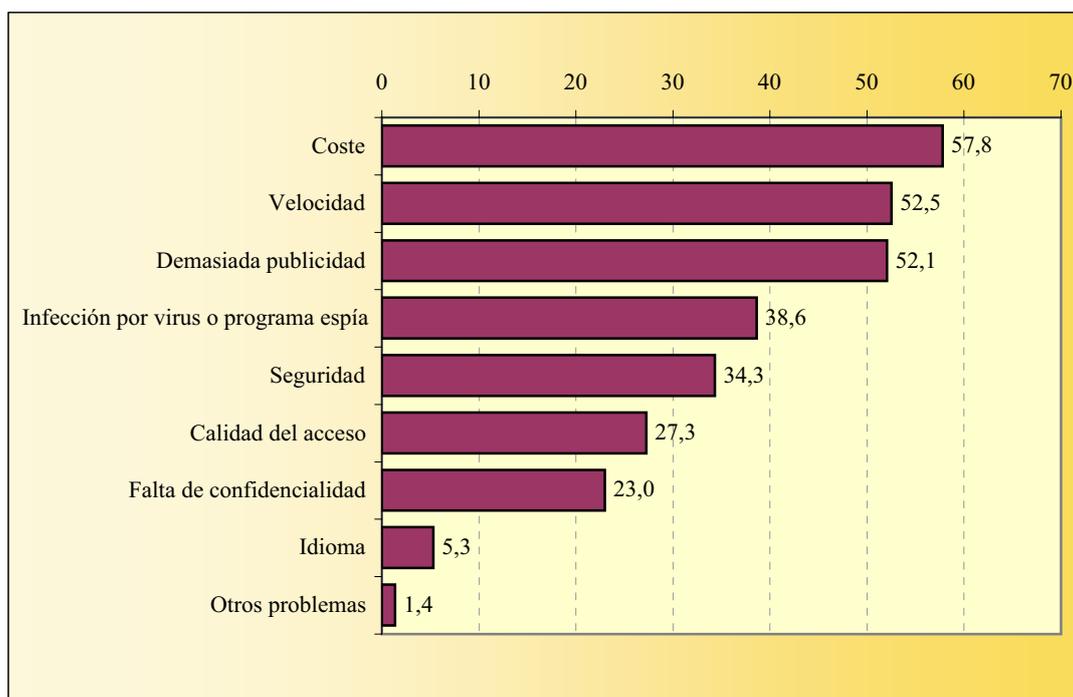
<i>P. ¿Ha disminuido el tiempo que dedica a alguna de estas actividades por utilizar Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	
Ver la tele	27.566	69,4
Estar sin hacer nada	21.646	54,5
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.	14.918	37,6
Leer	10.622	26,7
Oír la radio	7.480	18,8
Dormir	6.786	17,1
Ir al cine	6.621	16,7
Practicar algún deporte	6.308	15,9
Estudiar	4.428	11,2
Pasear / Estar con amigos/pareja	3.887	9,8
Trabajar	2.147	5,4
Otras actividades	494	1,2



## PROBLEMAS DE INTERNET

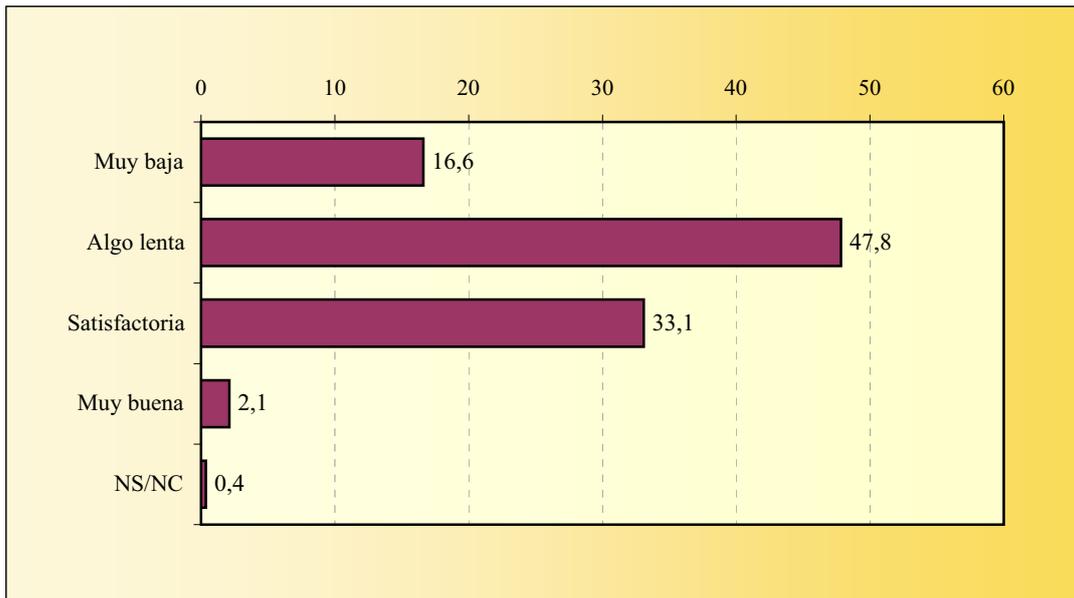
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que un elevado número de encuestados declara encontrar dos o más problemas.

<i>P. ¿Cuáles son los mayores problemas que encuentra al utilizar Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	
Coste	22.953	57,8
Velocidad	20.852	52,5
Demasiada publicidad	20.677	52,1
Infección por virus o programa espía	15.346	38,6
Seguridad	13.634	34,3
Calidad del acceso	10.828	27,3
Falta de confidencialidad	9.124	23,0
Idioma	2.108	5,3
Otros problemas	537	1,4



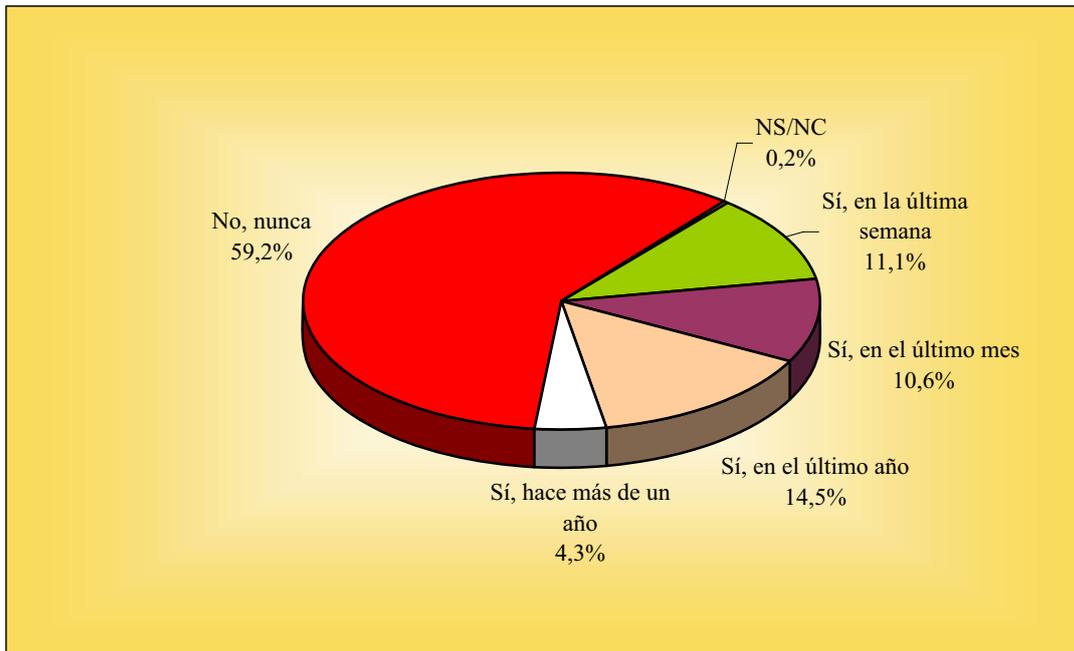
### VELOCIDAD DE INTERNET

<i>P. ¿Cómo considera la velocidad actual de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Muy baja	6.598	16,6
Algo lenta	18.994	47,8
Satisfactoria	13.142	33,1
Muy buena	836	2,1
NS/NC	139	0,4



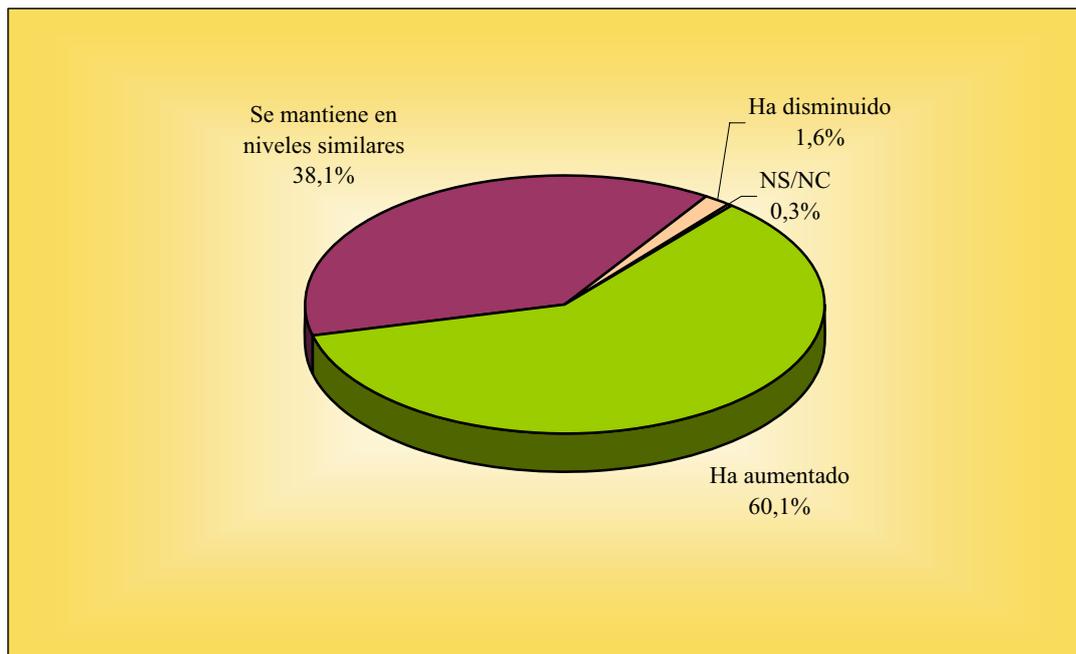
### FIRMA ELECTRÓNICA

<i>P. ¿Ha hecho uso del DNI electrónico u otro tipo de certificado digital de firma electrónica a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí, en la última semana	4.422	11,1
Sí, en el último mes	4.209	10,6
Sí, en el último año	5.758	14,5
Sí, hace más de un año	1.726	4,3
No, nunca	23.522	59,2
NS/NC	72	0,2



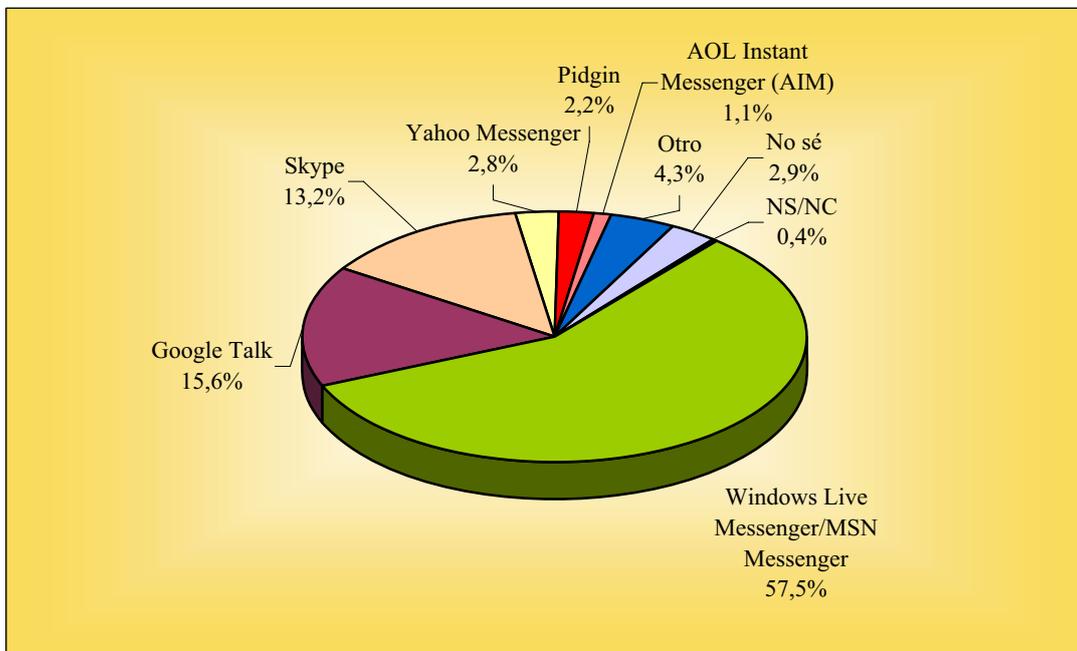
## EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET

<i>P. Comparando con la situación existente hace un año ¿cómo considera que ha evolucionado la publicidad en Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Ha aumentado	23.879	60,1
Se mantiene en niveles similares	15.110	38,1
Ha disminuido	620	1,6
NS/NC	100	0,3



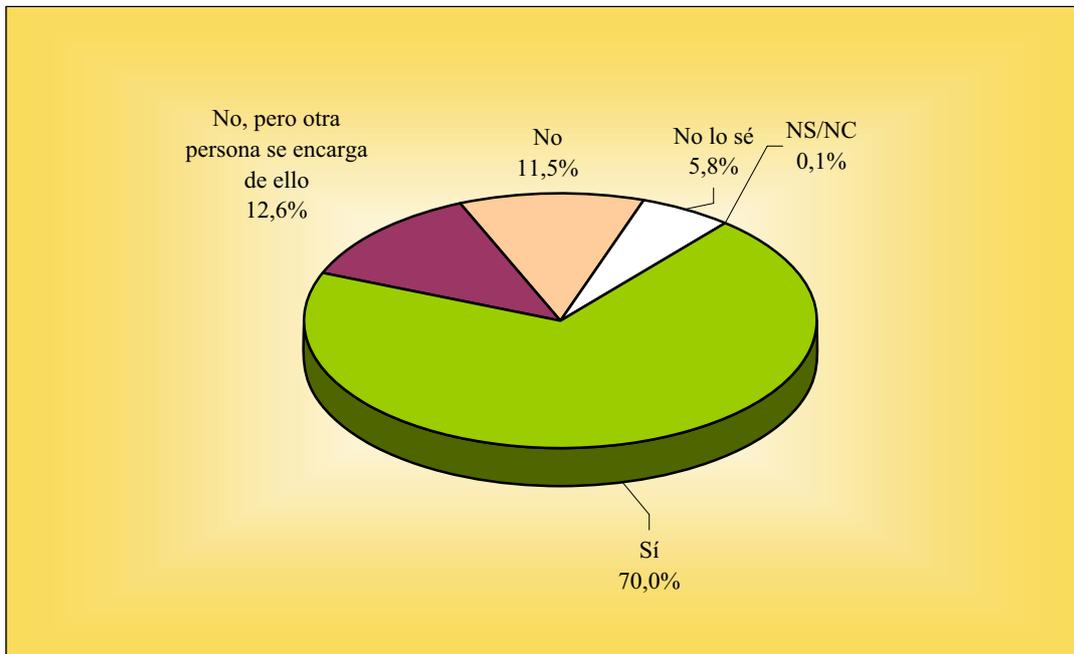
## SOFTWARE DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

<i>P. ¿Qué software de mensajería instantánea utiliza principalmente?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (usa mensajería instantánea)	25.675	100,0
Windows Live Messenger/MSN Messenger	14.769	57,5
Google Talk	4.002	15,6
Skype	3.387	13,2
Yahoo Messenger	718	2,8
Pidgin	565	2,2
AOL Instant Messenger (AIM)	293	1,1
Otro	1.106	4,3
No sé	745	2,9
NS/NC	90	0,4



### 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>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí	27.794	70,0
No, pero otra persona se encarga de ello	4.986	12,6
No	4.571	11,5
No lo sé	2.305	5,8
NS/NC	53	0,1



## VIRUS INFORMÁTICOS

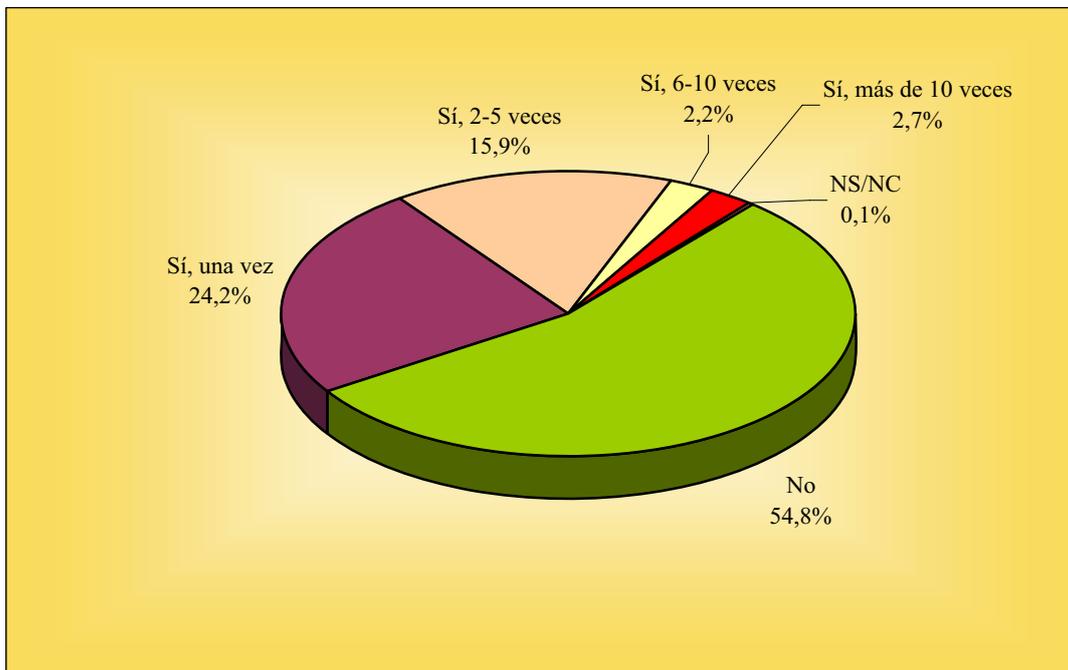
### Programa antivirus

<i>P. ¿Tiene instalado algún programa antivirus? Conteste en relación al equipo con el que está realizando la encuesta.</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
No	5.319	13,4
Sí, y actualizado en la última semana	26.911	67,8
Sí, y actualizado en el último mes	3.277	8,3
Sí, pero no actualizado en el último mes	1.146	2,9
Sí, pero no sé cuando ha sido actualizado	2.985	7,5
NS/NC	71	0,2



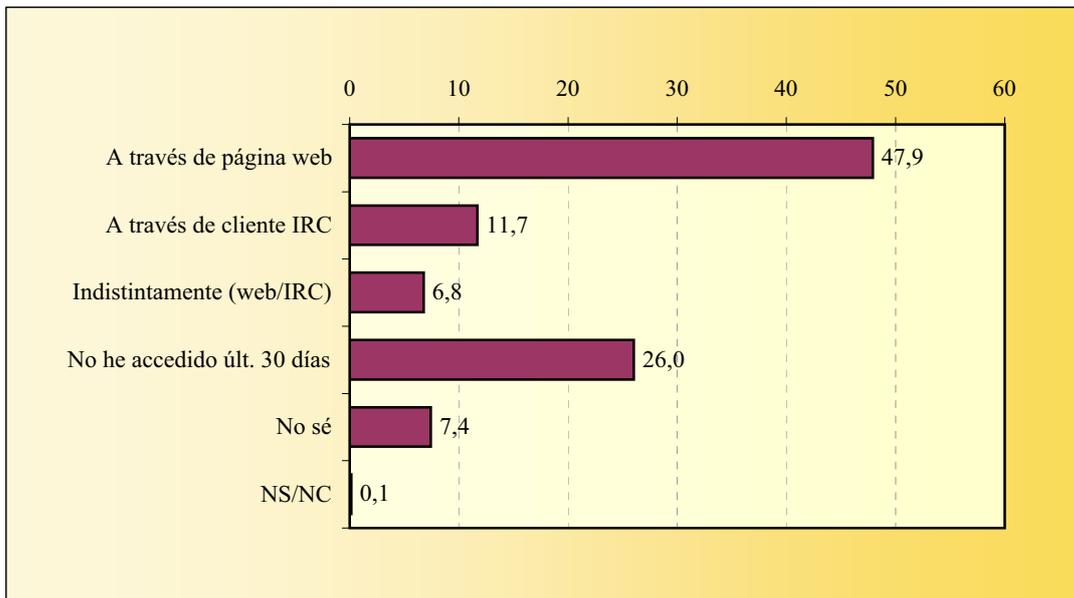
## VIRUS INFORMÁTICOS Infección

<i>P. En el último año, ¿se ha visto infectado por algún virus informático o programa espía (spyware) procedente de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
No	21.759	54,8
Sí, una vez	9.593	24,2
Sí, 2-5 veces	6.315	15,9
Sí, 6-10 veces	893	2,2
Sí, más de 10 veces	1.091	2,7
NS/NC	58	0,1



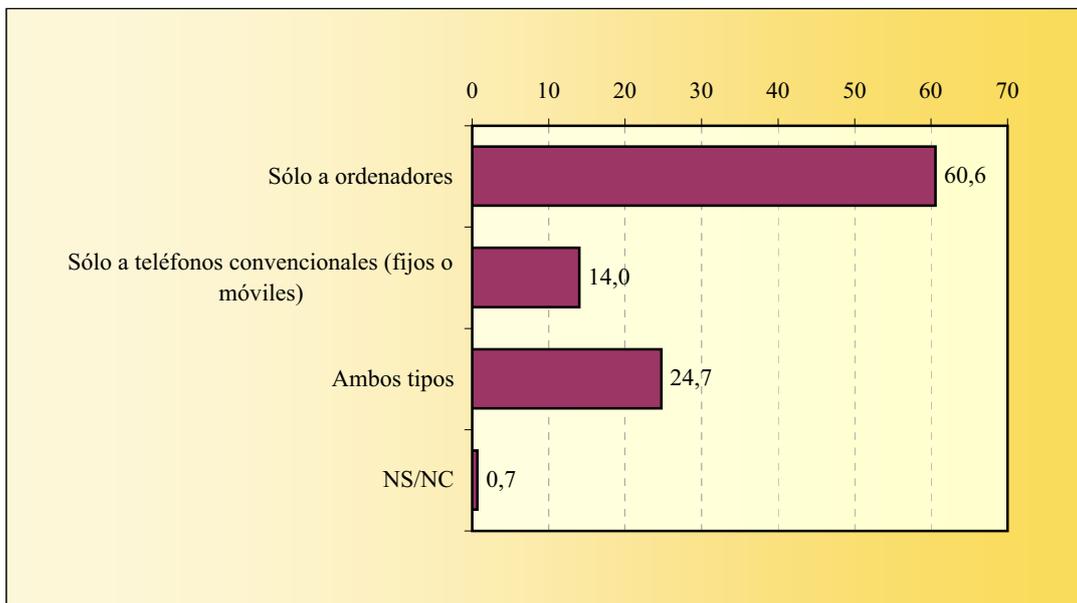
### TIPO DE ACCESO A CHAT

<i>P. Indique a través de que medio ha accedido Vd. principalmente a chats en los últimos 30 días:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (usa chats)	14.828	100,0
A través de página web	7.105	47,9
A través de cliente IRC	1.733	11,7
Indistintamente (web/IRC)	1.005	6,8
No he accedido últ. 30 días	3.860	26,0
No sé	1.103	7,4
NS/NC	22	0,1



**TIPO DE LLAMADAS TELEFONICAS POR INTERNET**

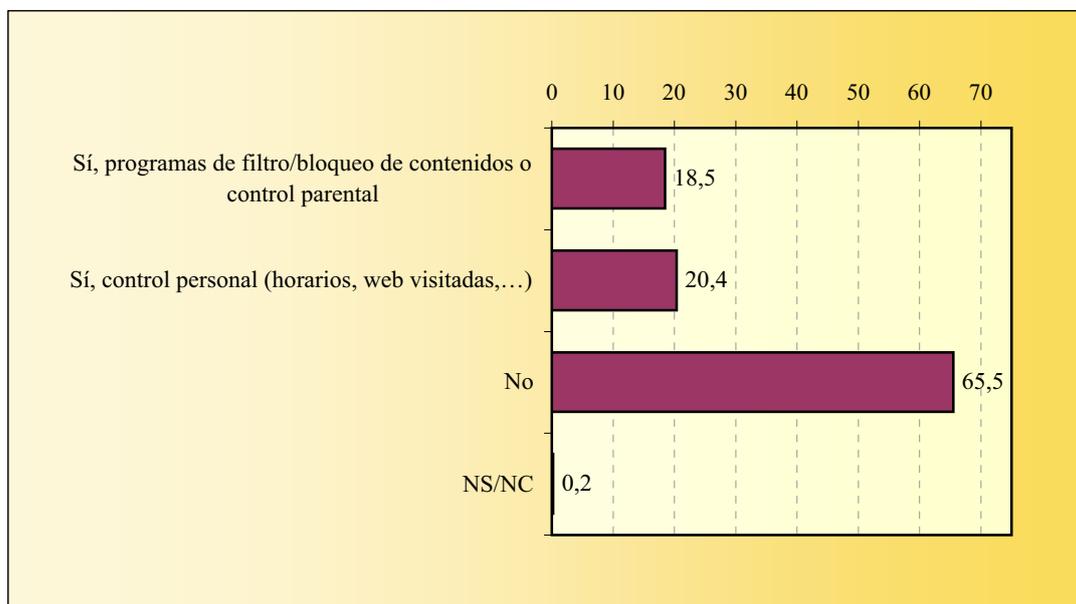
<i>P. ¿Qué tipo llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP) realiza?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (usa telefonía IP)	13.144	100,0
Sólo a ordenadores	7.962	60,6
Sólo a teléfonos convencionales (fijos o móviles)	1.844	14,0
Ambos tipos	3.250	24,7
NS/NC	88	0,7



### CONTROL PARENTAL

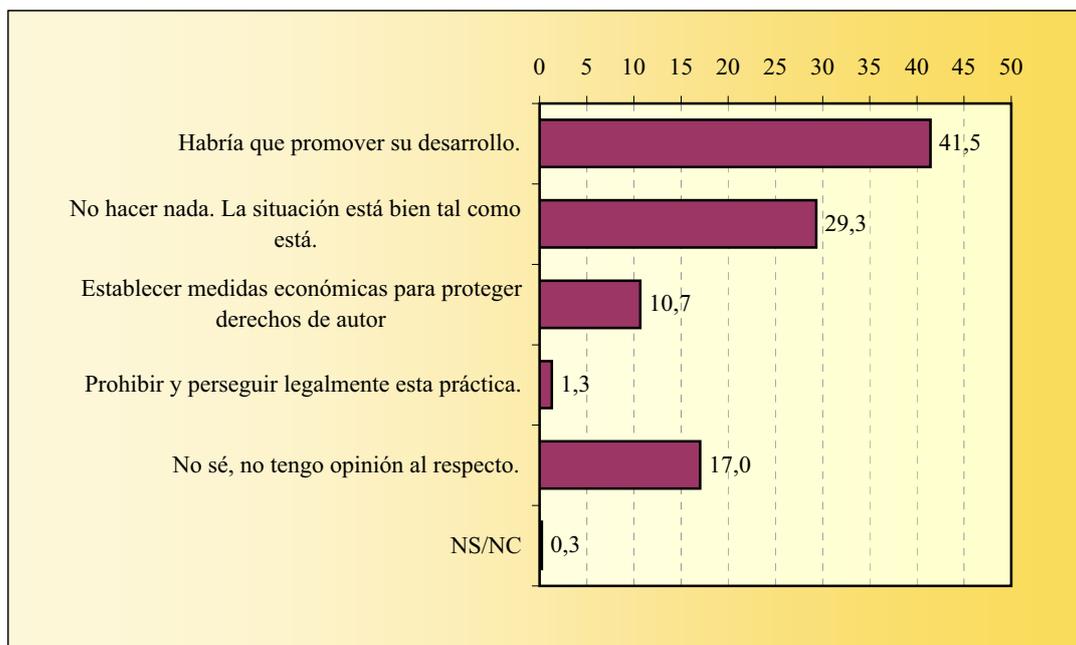
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran más de una respuesta.

<i>P. ¿Utiliza en su casa algún sistema para impedir o controlar el acceso de niños a determinados contenidos de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (hijos menores 14 años en casa)	11.776	
Sí, programas de filtro/bloqueo de contenidos o control parental	2.174	18,5
Sí, control personal (horarios, web visitadas,...)	2.399	20,4
No	7.712	65,5
NS/NC	26	0,2



### OPINIÓN SOBRE LAS REDES P2P

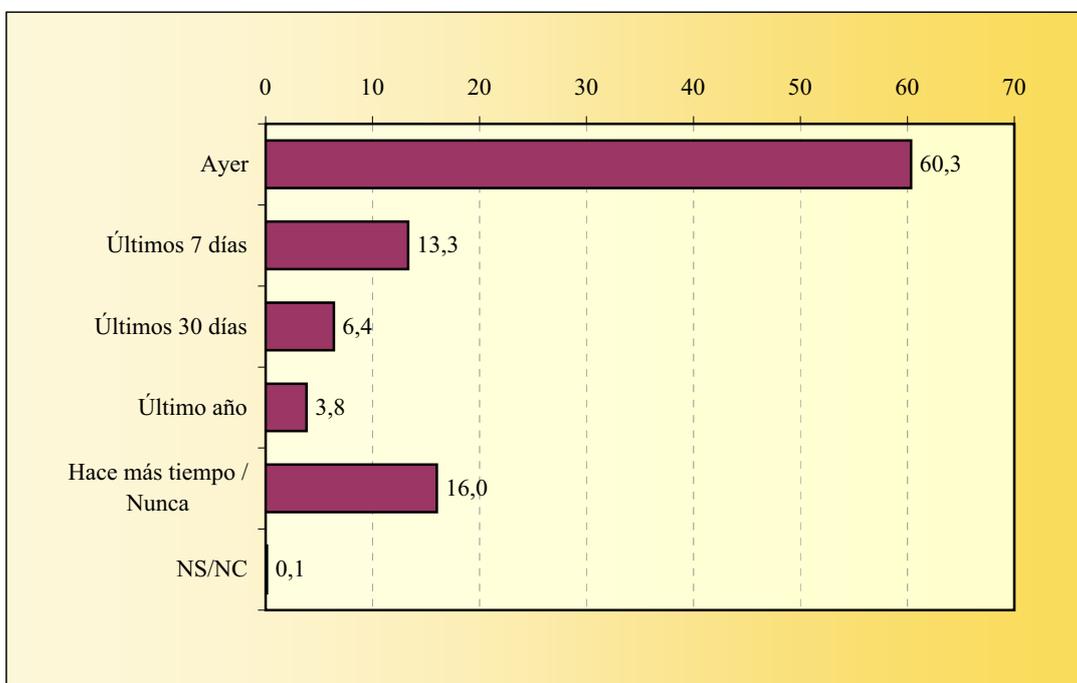
<i>P. En relación a las redes de intercambio de archivos P2P (eMule, Bittorrent, Ares...), ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está más de acuerdo?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Habría que promover su desarrollo.	16.460	41,5
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	11.643	29,3
Establecer medidas económicas para proteger derechos de autor	4.239	10,7
Prohibir y perseguir legalmente esta práctica.	512	1,3
No sé, no tengo opinión al respecto.	6.755	17,0
NS/NC	100	0,3



## REDES SOCIALES

### Último acceso

<i>P. Sin contar el día de hoy ¿cuándo ha sido la última vez que ha accedido a una red social de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Ayer	23.956	60,3
Últimos 7 días	5.293	13,3
Últimos 30 días	2.537	6,4
Último año	1.513	3,8
Hace más tiempo / Nunca	6.357	16,0
NS/NC	53	0,1

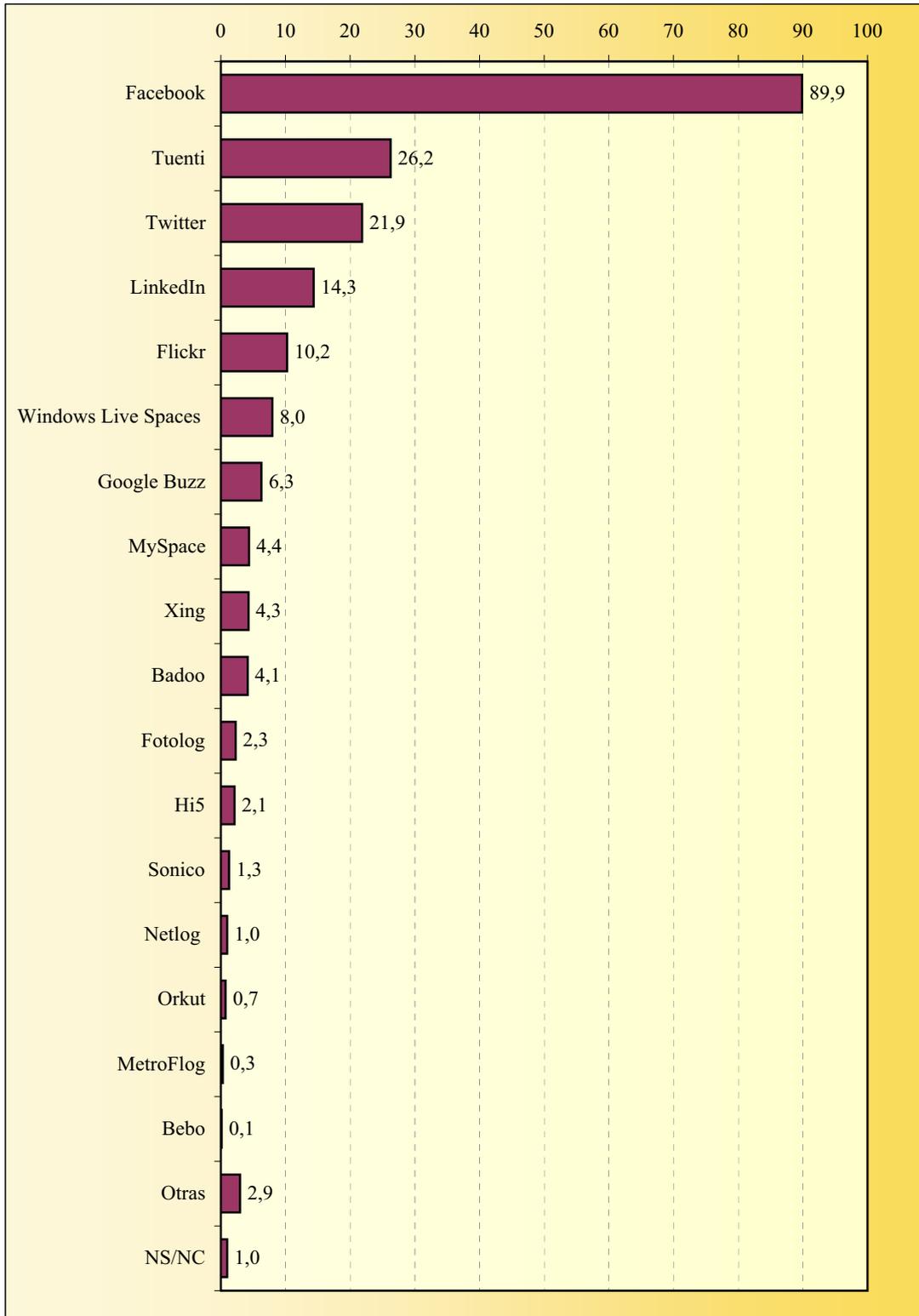


**REDES SOCIALES**  
**Redes sociales utilizadas**

<i>P. ¿Qué red/es social/es utiliza?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (acceso red social últ. 30 días)	31.786	
Facebook	28.576	89,9
Tuenti	8.338	26,2
Twitter	6.946	21,9
LinkedIn	4.561	14,3
Flickr	3.254	10,2
Windows Live Spaces	2.530	8,0
Google Buzz	1.988	6,3
MySpace	1.389	4,4
Xing	1.355	4,3
Badoo	1.318	4,1
Fotolog	731	2,3
Hi5	672	2,1
Sonico	403	1,3
Netlog	309	1,0
Orkut	231	0,7
MetroFlog	90	0,3
Bebo	40	0,1
Otras	936	2,9
NS/NC	306	1,0

## REDES SOCIALES

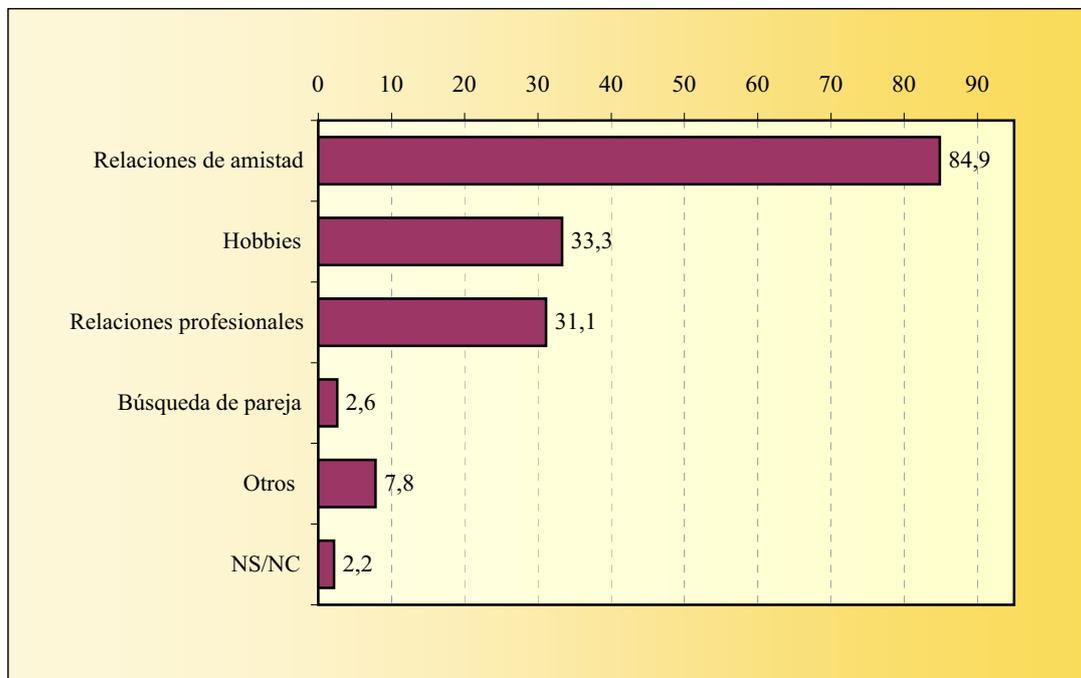
### Redes sociales utilizadas



## REDES SOCIALES Utilización

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

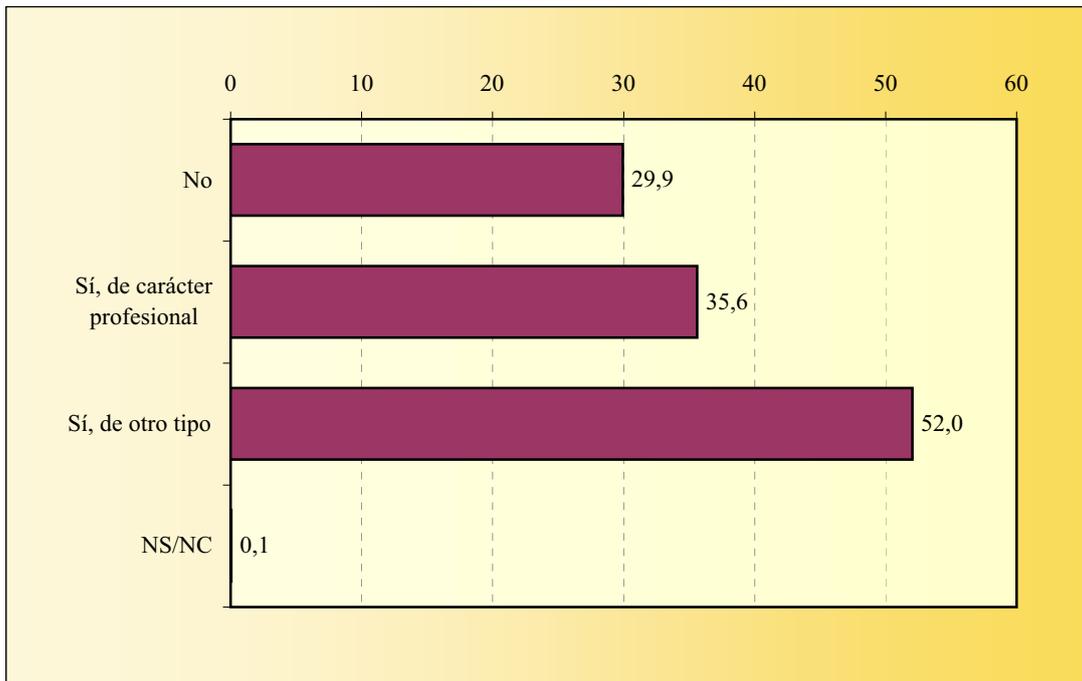
<i>P. ¿Para qué utiliza las redes sociales?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (acceso red social últ. 30 días)	31.786	
Relaciones de amistad	26.976	84,9
Hobbies	10.584	33,3
Relaciones profesionales	9.882	31,1
Búsqueda de pareja	829	2,6
Otros	2.487	7,8
NS/NC	691	2,2



### 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.

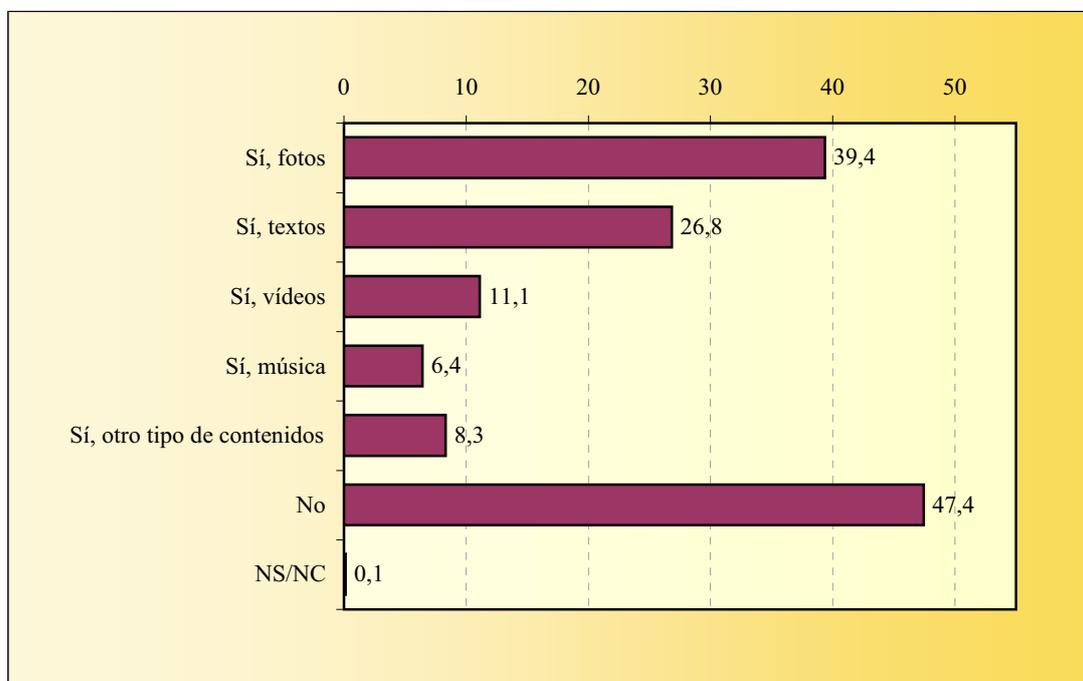
<i>P. Durante los últimos 30 días ¿ha accedido a algún blog?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	
No	11.885	29,9
Sí, de carácter profesional	14.146	35,6
Sí, de otro tipo	20.668	52,0
NS/NC	23	0,1



### APORTACIÓN DE CONTENIDOS A LA WEB

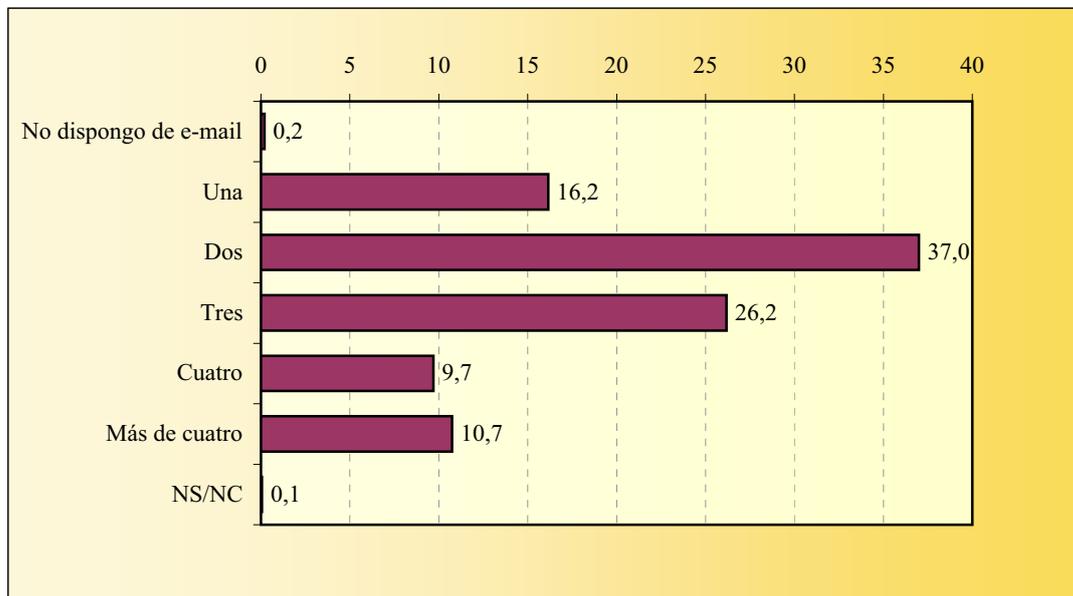
La suma de los porcentajes es superior a cien ya que algunos navegantes declaran haber subido más de un tipo de contenido.

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha subido Vd. contenidos a la web a nivel personal?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	
Sí, fotos	15.628	39,4
Sí, textos	10.655	26,8
Sí, vídeos	4.415	11,1
Sí, música	2.549	6,4
Sí, otro tipo de contenidos	3.306	8,3
No	18.841	47,4
NS/NC	51	0,1



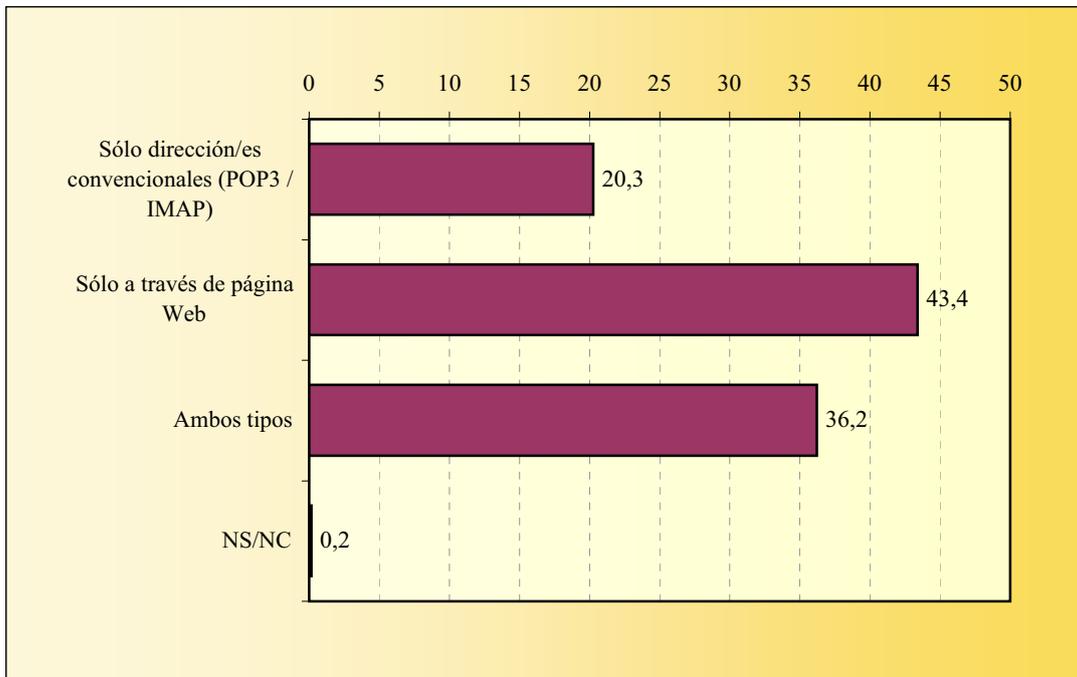
### NÚMERO DE DIRECCIONES DE E-MAIL

<i>P. ¿A través de cuántas direcciones diferentes recibe su correo electrónico?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
No dispongo de e-mail	80	0,2
Una	6.415	16,2
Dos	14.688	37,0
Tres	10.395	26,2
Cuatro	3.847	9,7
Más de cuatro	4.264	10,7
NS/NC	20	0,1



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

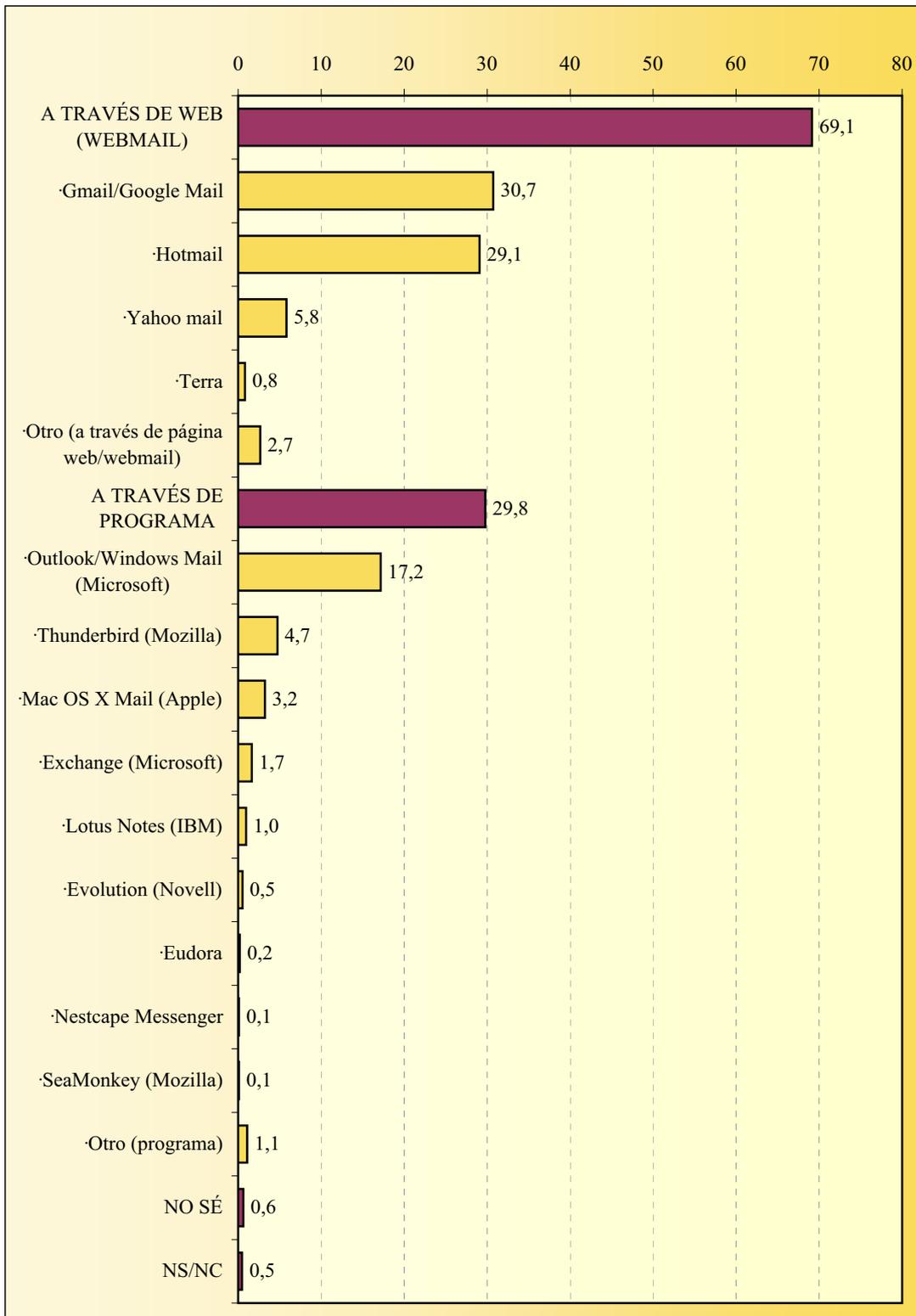
<i>P. Su dirección o direcciones de correo son del tipo:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	39.609	100,0
Sólo dispone de dirección/es convencionales (POP3 / IMAP)	8.023	20,3
Sólo dispone de dirección/es a través de una página Web	17.184	43,4
Dispone de ambos tipos de direcciones de correo	14.339	36,2
NS/NC	63	0,2



## CLIENTE DE CORREO ELECTRÓNICO

<i>P. ¿Qué cliente de correo electrónico utiliza preferentemente?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	39.609	100,0
A TRAVÉS DE WEB (WEBMAIL)	27.387	69,1
·Gmail/Google Mail	12.177	30,7
·Hotmail	11.527	29,1
·Yahoo mail	2.308	5,8
·Terra	320	0,8
·Otro (a través de página web/webmail)	1.055	2,7
A TRAVÉS DE PROGRAMA	11.791	29,8
·Outlook/Windows Mail (Microsoft)	6.804	17,2
·Thunderbird (Mozilla)	1.875	4,7
·Mac OS X Mail (Apple)	1.271	3,2
·Exchange (Microsoft)	655	1,7
·Lotus Notes (IBM)	378	1,0
·Evolution (Novell)	212	0,5
·Eudora	76	0,2
·Nestcape Messenger	45	0,1
·SeaMonkey (Mozilla)	43	0,1
·Otro (programa)	432	1,1
NO SÉ	246	0,6
NS/NC	185	0,5

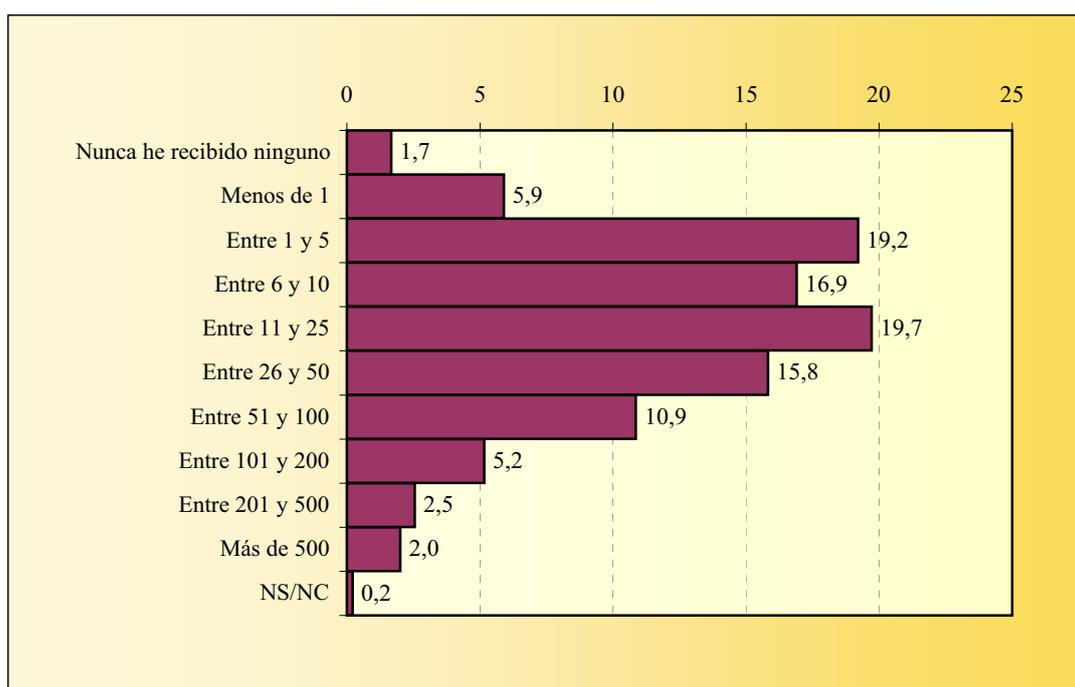
### CLIENTE DE CORREO ELECTRÓNICO



## SPAM Frecuencia

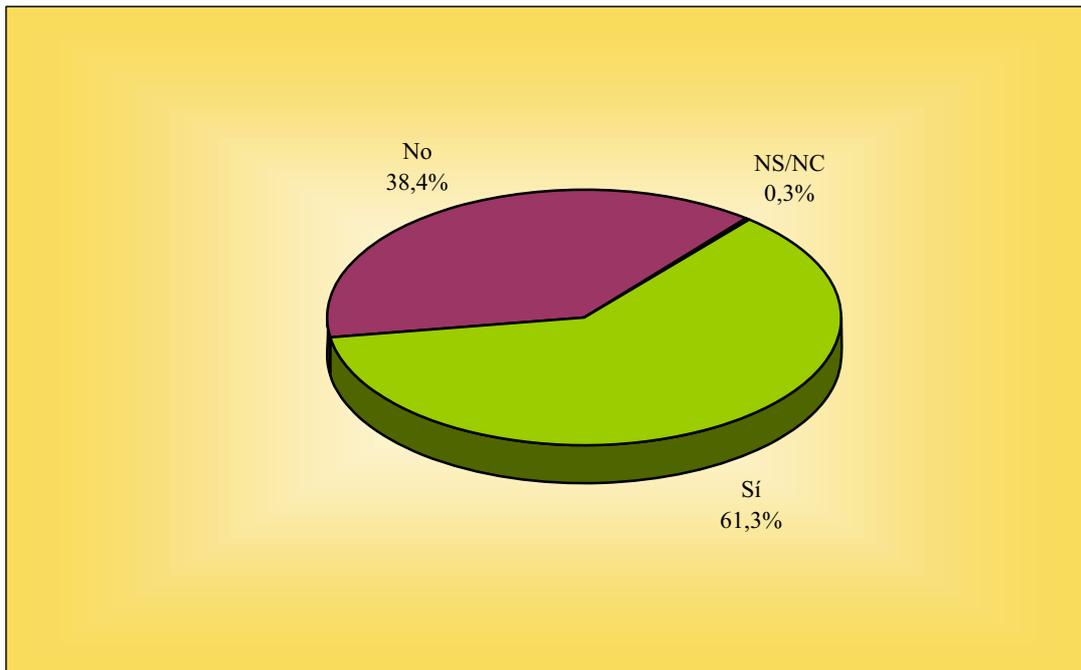
***P. En relación al envío masivo de correos electrónicos (spam) que, a menudo, contienen publicidad, avisos políticos, formas de hacerse rico rápidamente, etc. Por término medio, en una semana ¿cuántos mensajes no solicitados/deseados de este tipo recibe?***

	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	39.609	100,0
Nunca he recibido ninguno	659	1,7
Menos de 1	2.336	5,9
Entre 1 y 5	7.607	19,2
Entre 6 y 10	6.692	16,9
Entre 11 y 25	7.811	19,7
Entre 26 y 50	6.266	15,8
Entre 51 y 100	4.302	10,9
Entre 101 y 200	2.043	5,2
Entre 201 y 500	1.010	2,5
Más de 500	797	2,0
NS/NC	86	0,2



### SPAM Filtro antispam

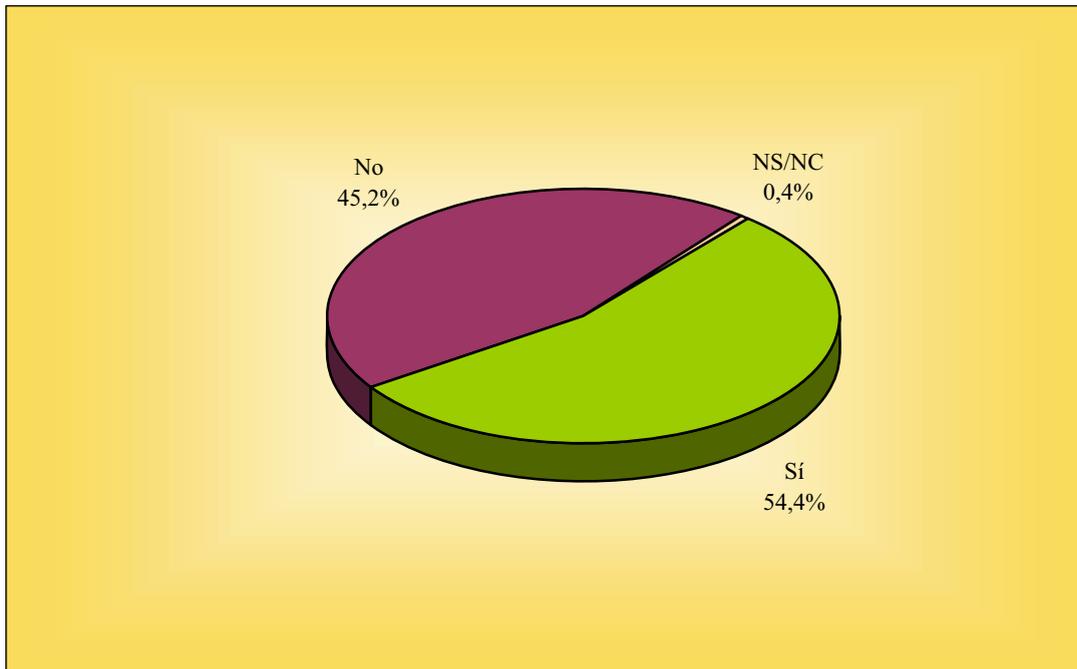
<i>P. ¿Utiliza algún programa/sistema para filtrar/eliminar spam (correo no solicitado)?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	39.609	100,0
Sí	24.287	61,3
No	15.194	38,4
NS/NC	128	0,3



**PHISHING**

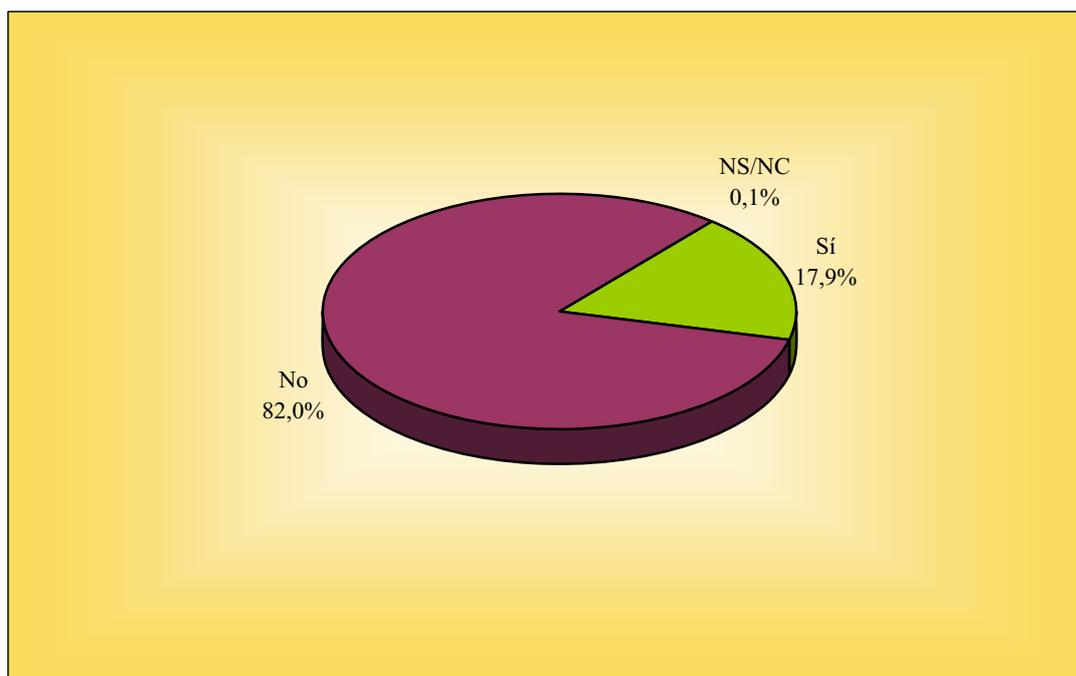
*P. En cuanto al “phishing” (estafa consistente en el envío masivo de correos electrónicos que fingen proceder de bancos u otras entidades con el fin de obtener contraseñas y datos personales de los usuarios para hacerse pasar por ellos en operaciones on line), ¿ha recibido, en el último año, algún mensaje de este tipo?*

	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	39.609	100,0
Sí	21.532	54,4
No	17.902	45,2
NS/NC	175	0,4



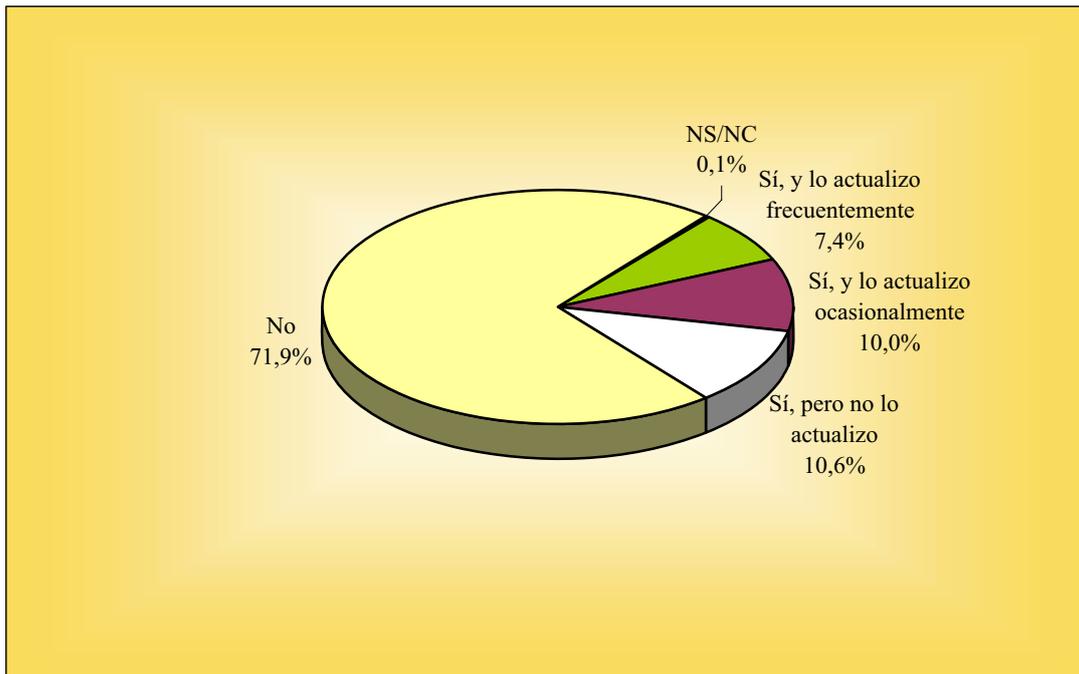
### DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB PERSONAL

<i>P. ¿Dispone Vd. de página Web personal?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí	7.091	17,9
No	32.580	82,0
NS/NC	38	0,1



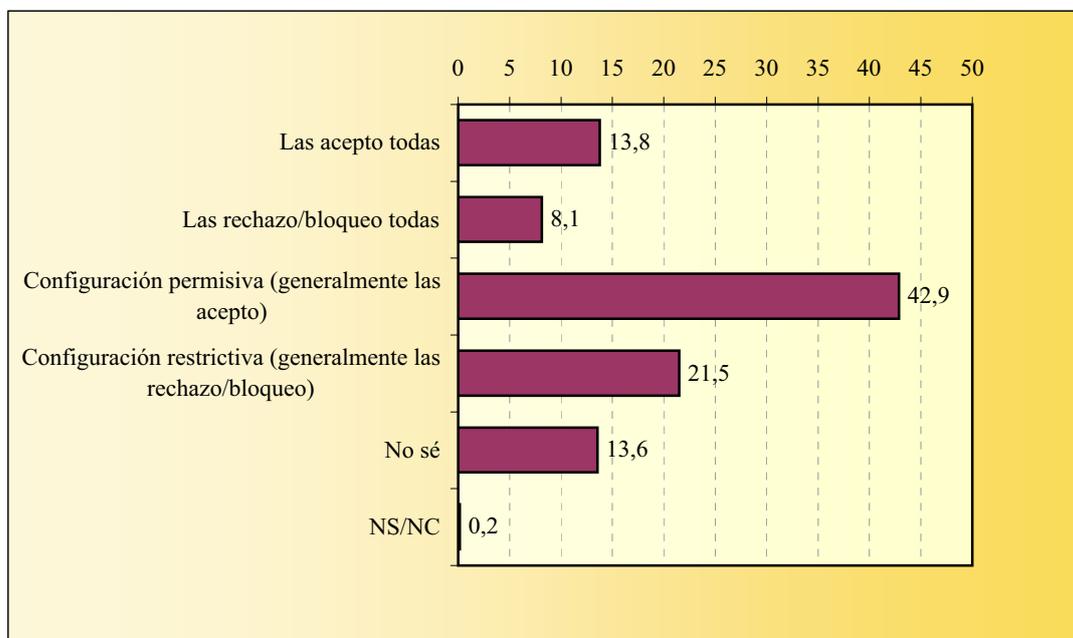
### DISPONIBILIDAD DE BLOG

<i>P. ¿Dispone Vd. de blog?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí, y lo actualizo frecuentemente	2.921	7,4
Sí, y lo actualizo ocasionalmente	3.971	10,0
Sí, pero no lo actualizo	4.210	10,6
No	28.551	71,9
NS/NC	56	0,1



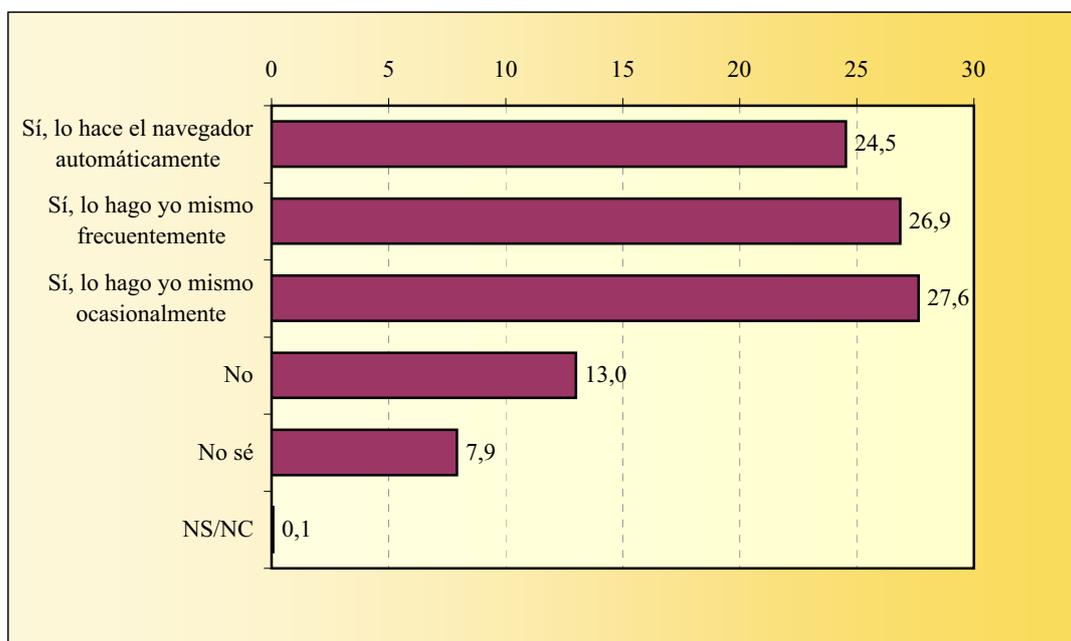
## COOKIES Configuración

<i>P. ¿Cómo tiene configurado su navegador en relación a las "cookies"?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Las acepto todas	5.473	13,8
Las rechazo/bloqueo todas	3.232	8,1
Configuración permisiva (generalmente las acepto)	17.023	42,9
Configuración restrictiva (generalmente las rechazo/bloqueo)	8.536	21,5
No sé	5.383	13,6
NS/NC	62	0,2



## COOKIES Eliminación

<i>P. ¿Suele eliminar las "cookies" de su equipo?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Sí, lo hace el navegador automáticamente	9.739	24,5
Sí, lo hago yo mismo frecuentemente	10.664	26,9
Sí, lo hago yo mismo ocasionalmente	10.973	27,6
No	5.161	13,0
No sé	3.142	7,9
NS/NC	30	0,1



## ÚLTIMOS WEBS VISITADOS

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

A través de esta pregunta hemos obtenido 180.804 menciones, lo que corresponde a una media de 4,6 menciones por entrevista. Después de agrupar y codificar convenientemente los diferentes webs mencionados, les hemos asignado su URL o, en los casos de varias URL's que pudieran corresponder a la mención del entrevistado, la que -de entre ellas- ha parecido más importante y representativa. El ranking de los 100 primeros, con indicación del porcentaje de menciones obtenidas, es como sigue:

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	8,1	8,1
2	www.facebook.com	6,5	14,6
3	www.elpais.com	4,5	19,1
4	www.marca.com	3,1	22,3
5	www.live.com (1)	3,0	25,3
6	www.elmundo.es	2,5	27,8
7	www.elotrolado.net	2,2	29,9
8	www.as.com	2,0	31,9
9	www.tuenti.com	1,8	33,7
10	www.youtube.com	1,7	35,5
11	www.yahoo.es	1,3	36,8
12	www.loteriasypuestas.es	0,9	37,6
13	www.20minutos.es	0,8	38,5
14	www.twitter.com	0,8	39,3
15	www.wikipedia.org	0,7	40,0
16	www.microsiervos.com	0,7	40,7
17	www.sport.es	0,6	41,3
18	www.lacaixa.es	0,6	42,0
19	www.ebay.es	0,6	42,6
20	www.meneame.net	0,6	43,1
21	www.blogger.com	0,5	43,7
22	www.terra.es	0,5	44,2
23	www.lavanguardia.es	0,5	44,7
24	www.carrefour.es	0,5	45,2
25	www.publico.es	0,4	45,6
26	www.aemet.es	0,4	46,0
27	www.seriesyonkis.com	0,4	46,4
28	www.xataka.com	0,4	46,8

(1) Incluye www.hotmail.com

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
29	www.elperiodico.com	0,4	47,2
30	www.infojobs.net	0,4	47,6
31	www.elmundodeportivo.es	0,4	48,0
32	www.cadenaser.com	0,3	48,3
33	www.apple.es	0,3	48,6
34	www.tv3.cat	0,3	49,0
35	www.abc.es	0,3	49,3
36	www.meristation.com	0,3	49,6
37	www.yonkis.com	0,3	49,9
38	www.ingdirect.es	0,3	50,2
39	www.vagos.es	0,3	50,5
40	www.msn.es	0,3	50,8
41	www.onlae.es	0,3	51,1
42	www.segundamano.es	0,3	51,4
43	www.eltiempo.es	0,3	51,7
44	www.elcorteingles.es	0,3	52,0
45	www.applesfera.com	0,3	52,3
46	www.expansion.com	0,3	52,6
47	www.rtve.es	0,3	52,8
48	www.elconfidencial.com	0,3	53,1
49	www.movistar.es	0,3	53,4
50	www.jccm.es	0,3	53,6
51	www.vodafone.es	0,3	53,9
52	www.libertaddigital.com	0,3	54,1
53	www.uoc.edu	0,2	54,4
54	www.elcorreo.com	0,2	54,6
55	www.lavozdegalicia.es	0,2	54,8
56	www.orange.es	0,2	55,1
57	www.telecinco.es	0,2	55,3
58	www.bbva.es	0,2	55,5
59	www.lne.es	0,2	55,7
60	www.cincodias.com	0,2	55,9
61	www.vilaweb.cat	0,2	56,1
62	www.cajamadrid.es	0,2	56,3
63	www.lasexta.com	0,2	56,5

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
64	www.forocoches.com	0,2	56,7
65	www.ascodevida.com	0,2	56,9
66	www.adslzone.net	0,2	57,1
67	www.comunio.es	0,2	57,2
68	www.flickr.com	0,2	57,4
69	www.cuatro.com	0,2	57,6
70	www.linkedin.com	0,2	57,8
71	www.vidaextra.com	0,2	57,9
72	www.taringa.net	0,2	58,1
73	www.gencat.cat	0,2	58,3
74	www.eleconomista.es	0,2	58,4
75	www.uned.es	0,2	58,6
76	www.bandaancho.eu	0,2	58,7
77	www.privalia.com	0,1	58,9
78	www.engadget.es	0,1	59,0
79	www.invertia.com	0,1	59,2
80	www.boe.es	0,1	59,3
81	www.aeat.es	0,1	59,5
82	www.avui.cat	0,1	59,6
83	www.bancosantander.es	0,1	59,7
84	www.wordreference.com	0,1	59,9
85	www.heraldo.es	0,1	60,0
86	www.rae.es	0,1	60,2
87	www.rac1.org	0,1	60,3
88	www.softonic.com	0,1	60,4
89	www.formulatv.com	0,1	60,5
90	www.noticias3d.com	0,1	60,7
91	www.3cat24.cat	0,1	60,8
92	www.idealista.com	0,1	60,9
93	www.cinetube.es	0,1	61,0
94	www.renfe.es	0,1	61,2
95	www.elmundo.com	0,1	61,3
96	www.thefl.com	0,1	61,4
97	www.juntadeandalucia.es	0,1	61,5
98	www.los40.com	0,1	61,6
99	www.acb.com	0,1	61,7
100	www.microsoft.com	0,1	61,9

## DIRECTORIOS Y BUSCADORES MÁS USADOS

### *P. Señale los directorios y buscadores de la red que utiliza preferentemente*

En esta pregunta se han obtenido 53.501 menciones. El promedio de menciones por entrevista fue 1,3. Los catorce buscadores o directorios más nombrados, que son mostrados en la siguiente tabla, suponen el 90,2% de las menciones.

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	66,8	66,8
2	www.yahoo.es	8,8	75,6
3	www.bing.com	4,5	80,1
4	www.wikipedia.org	1,7	81,8
5	Cuadro de búsqueda Mozilla Firefox	1,7	83,5
6	Cuadro de búsqueda Internet Explorer	1,0	84,5
7	www.msn.es	1,0	85,5
8	www.terra.es	0,8	86,3
9	www.youtube.com	0,7	87,1
10	Cuadro de búsqueda Google Chrome	0,7	87,8
11	www.live.com (1)	0,6	88,4
12	www.facebook.com	0,6	89,0
13	www.altavista.com	0,6	89,6
14	www.ask.com	0,5	90,2
	Otros	9,8	100,0

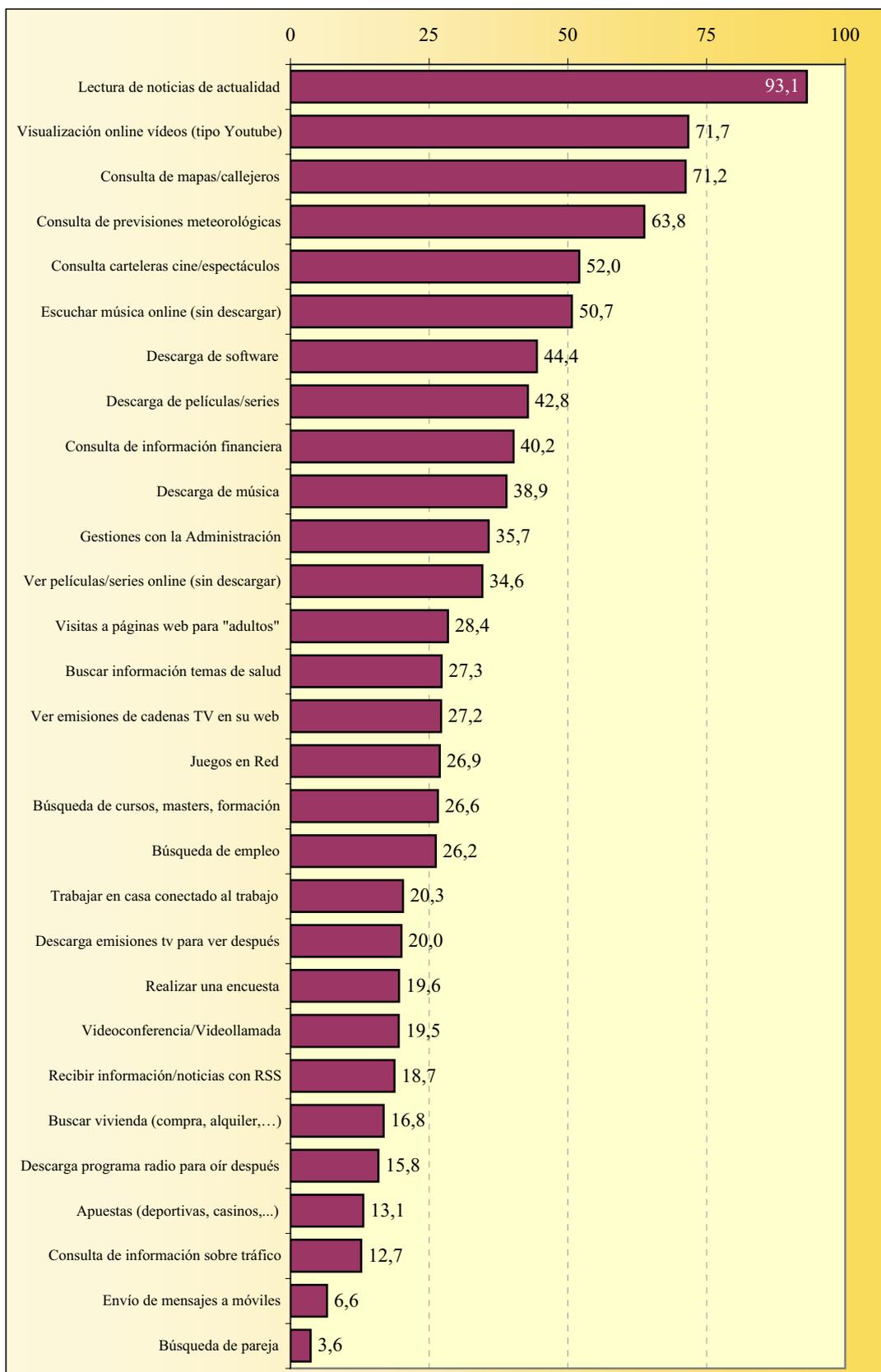
(1) Incluye www.hotmail.com

### 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	39.709	
Lectura de noticias de actualidad	36.962	93,1
Visualización online vídeos (tipo Youtube)	28.483	71,7
Consulta de mapas/callejeros	28.285	71,2
Consulta de previsiones meteorológicas	25.325	63,8
Consulta cartelera cine/espectáculos	20.661	52,0
Escuchar música online (sin descargar)	20.133	50,7
Descarga de software	17.641	44,4
Descarga de películas/series	16.990	42,8
Consulta de información financiera	15.966	40,2
Descarga de música	15.454	38,9
Gestiones con la Administración	14.189	35,7
Ver películas/series online (sin descargar)	13.730	34,6
Visitas a páginas web para "adultos"	11.276	28,4
Buscar información temas de salud	10.827	27,3
Ver emisiones de cadenas TV en su web	10.787	27,2
Juegos en Red	10.693	26,9
Búsqueda de cursos, masters, formación	10.549	26,6
Búsqueda de empleo	10.399	26,2
Trabajar en casa conectado al trabajo	8.056	20,3
Descarga emisiones tv para ver después	7.939	20,0
Realizar una encuesta	7.772	19,6
Videoconferencia/Videollamada	7.741	19,5
Recibir información/noticias con RSS	7.445	18,7
Buscar vivienda (compra, alquiler,...)	6.669	16,8
Descarga programa radio para oír después	6.290	15,8
Apuestas (deportivas, casinos,...)	5.218	13,1
Consulta de información sobre tráfico	5.051	12,7
Envío de mensajes a móviles	2.609	6,6
Búsqueda de pareja	1.443	3,6

## ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET



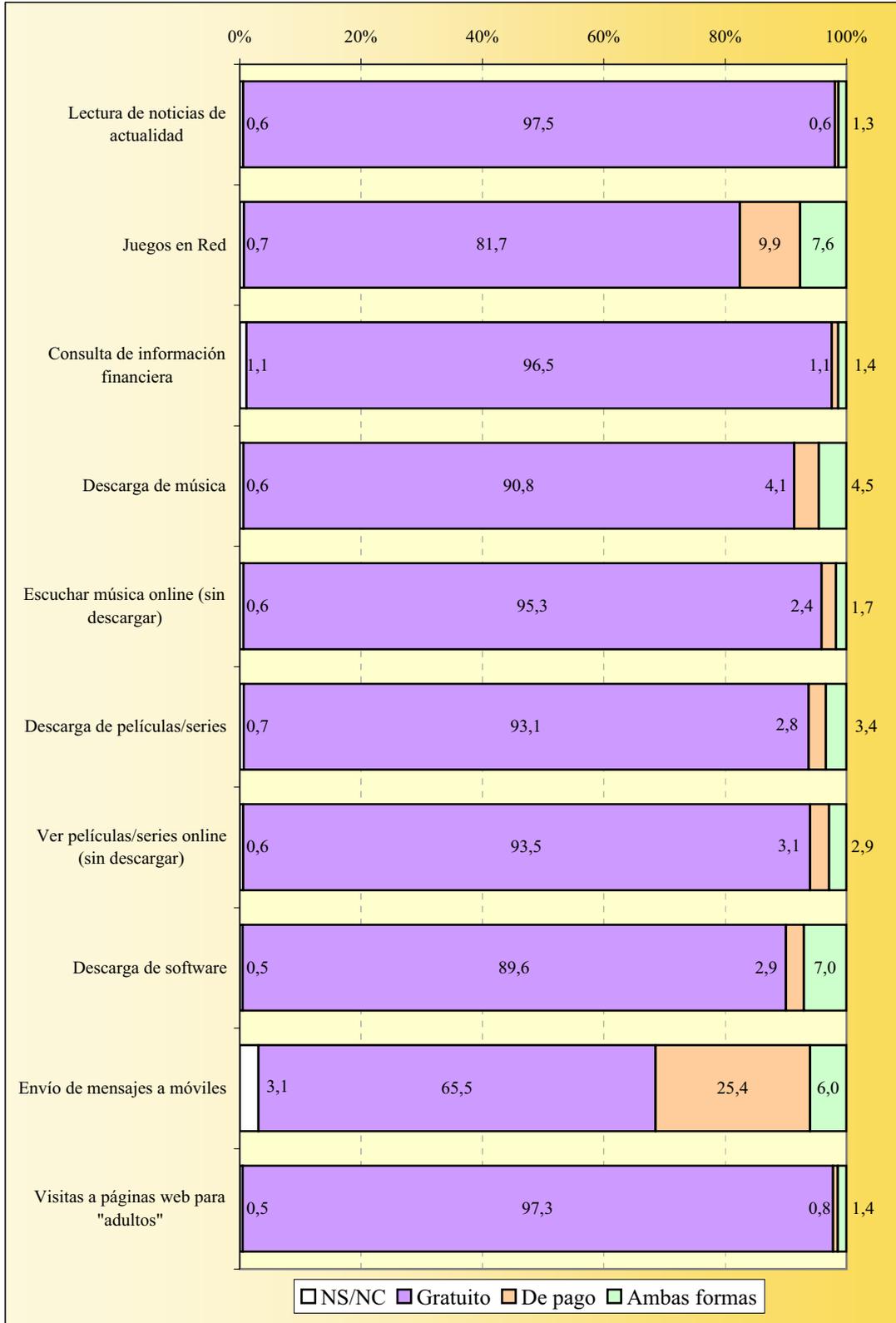
**ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET**  
**Gratuidad o de pago**

<i>P. Para las siguientes actividades que realizó por Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
<b>Lectura de noticias de actualidad</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	36.962	100,0
Gratuito	36.042	97,5
De pago	227	0,6
Ambas formas	482	1,3
NS/NC	211	0,6
<b>Juegos en Red</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	10.693	100,0
Gratuito	8.741	81,7
De pago	1.063	9,9
Ambas formas	815	7,6
NS/NC	74	0,7
<b>Consulta de información financiera</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	15.966	100,0
Gratuito	15.402	96,5
De pago	170	1,1
Ambas formas	219	1,4
NS/NC	175	1,1
<b>Descarga de música</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	15.454	100,0
Gratuito	14.025	90,8
De pago	628	4,1
Ambas formas	703	4,5
NS/NC	98	0,6
<b>Escuchar música online (sin descargar)</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	20.133	100,0
Gratuito	19.184	95,3
De pago	479	2,4
Ambas formas	346	1,7
NS/NC	124	0,6

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

<i>P. Para las siguientes actividades que realizó por 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 películas/series</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	16.990	100,0
Gratuito	15.822	93,1
De pago	478	2,8
Ambas formas	576	3,4
NS/NC	114	0,7
<b>Ver películas/series online (sin descargar)</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	13.730	100,0
Gratuito	12.831	93,5
De pago	427	3,1
Ambas formas	394	2,9
NS/NC	78	0,6
<b>Descarga de software</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	17.641	100,0
Gratuito	15.801	89,6
De pago	519	2,9
Ambas formas	1.238	7,0
NS/NC	83	0,5
<b>Envío de mensajes a móviles</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	2.609	100,0
Gratuito	1.709	65,5
De pago	663	25,4
Ambas formas	157	6,0
NS/NC	80	3,1
<b>Visitas a páginas web para "adultos"</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	11.276	100,0
Gratuito	10.971	97,3
De pago	87	0,8
Ambas formas	161	1,4
NS/NC	57	0,5

### ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET Gratuidad o de pago

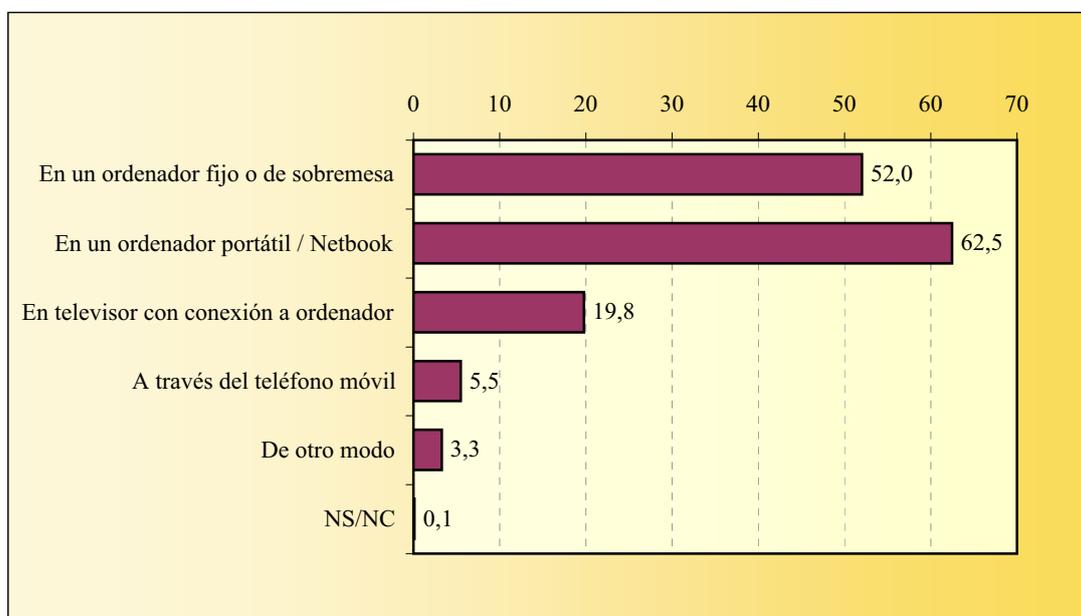


## ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

### Visionado de películas/series on line

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que hay internautas que declaran más de un modo de ver películas/series on line.

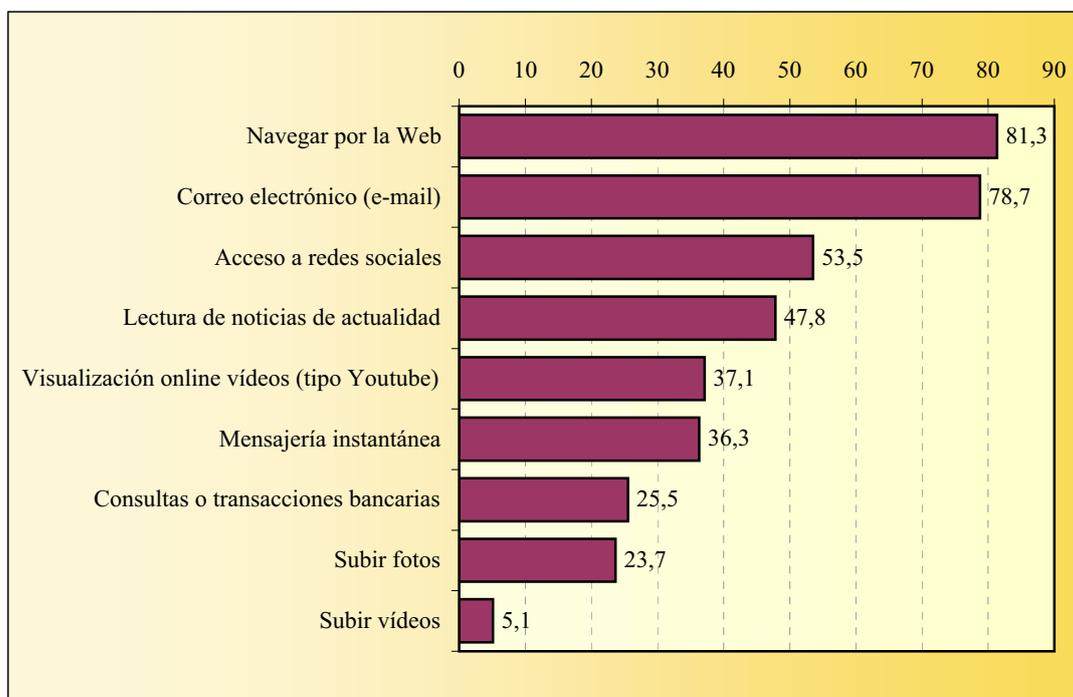
<i>P. ¿Cómo realiza el visionado de las películas/series que ve directamente on line (sin descargar)?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha visto películas/series on line últ. 30 días)	13.730	
En un ordenador fijo o de sobremesa	7.141	52,0
En un ordenador portátil / Netbook	8.576	62,5
En televisor con conexión a ordenador	2.713	19,8
A través del teléfono móvil	753	5,5
De otro modo	449	3,3
NS/NC	15	0,1



## ACCESO A TRAVÉS DEL TELÉFONO MÓVIL

### Actividades realizadas en Internet

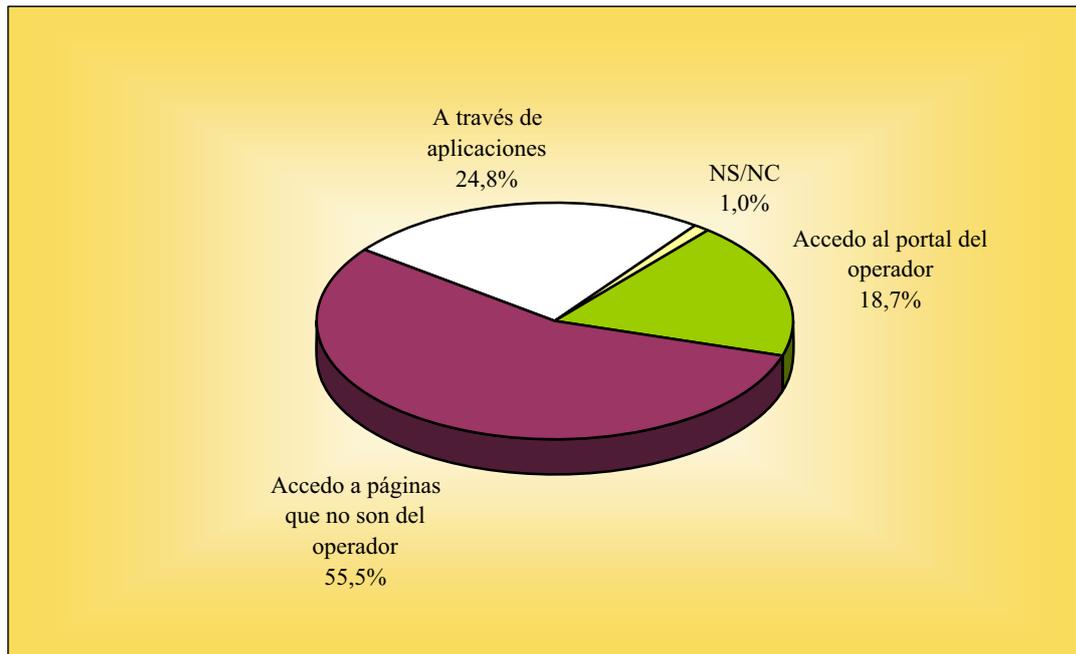
<i>P. Durante los últimos 30 días ¿Cuáles de las siguientes actividades ha realizado en Internet a través del teléfono móvil?.</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede Internet por tel. móvil)	19.734	
Navegar por la Web	16.049	81,3
Correo electrónico (e-mail)	15.539	78,7
Acceso a redes sociales	10.557	53,5
Lectura de noticias de actualidad	9.434	47,8
Visualización online vídeos (tipo Youtube)	7.325	37,1
Mensajería instantánea	7.164	36,3
Consultas o transacciones bancarias	5.036	25,5
Subir fotos	4.669	23,7
Subir vídeos	1.007	5,1



## ACCESO A TRAVÉS DEL TELÉFONO MÓVIL

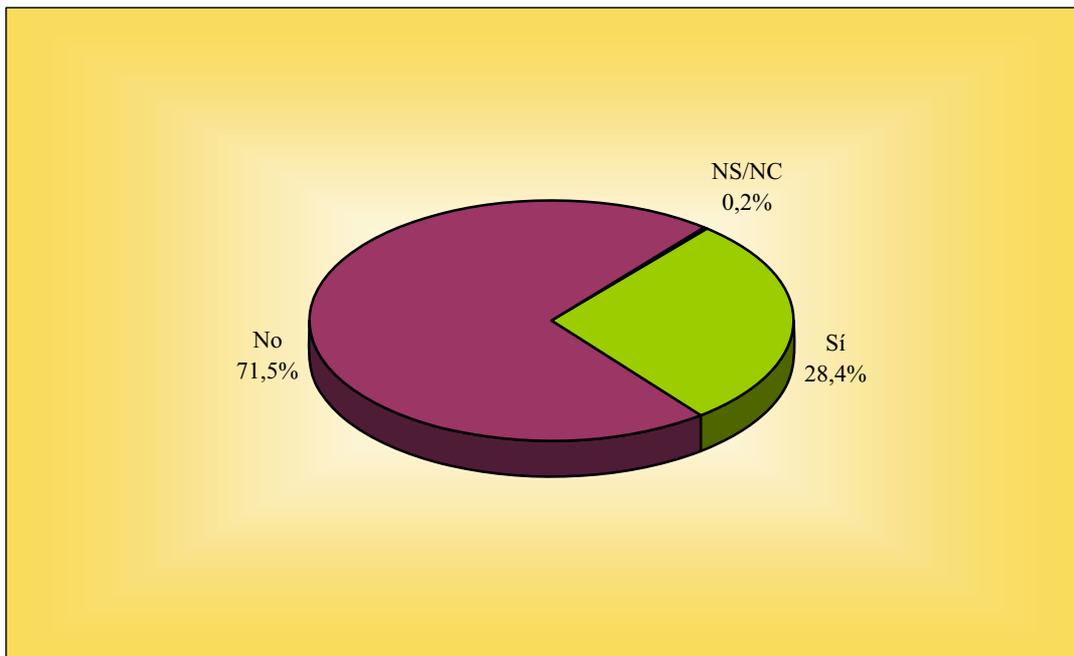
### Tipo de acceso principal

<i>P. Cuándo accede a Internet a través del teléfono móvil ¿principalmente cómo lo hace?</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede Internet por tel. móvil)	19.734	100,0
Accedo al portal del operador	3.687	18,7
Accedo a páginas que no son del operador	10.957	55,5
A través de aplicaciones	4.890	24,8
NS/NC	200	1,0



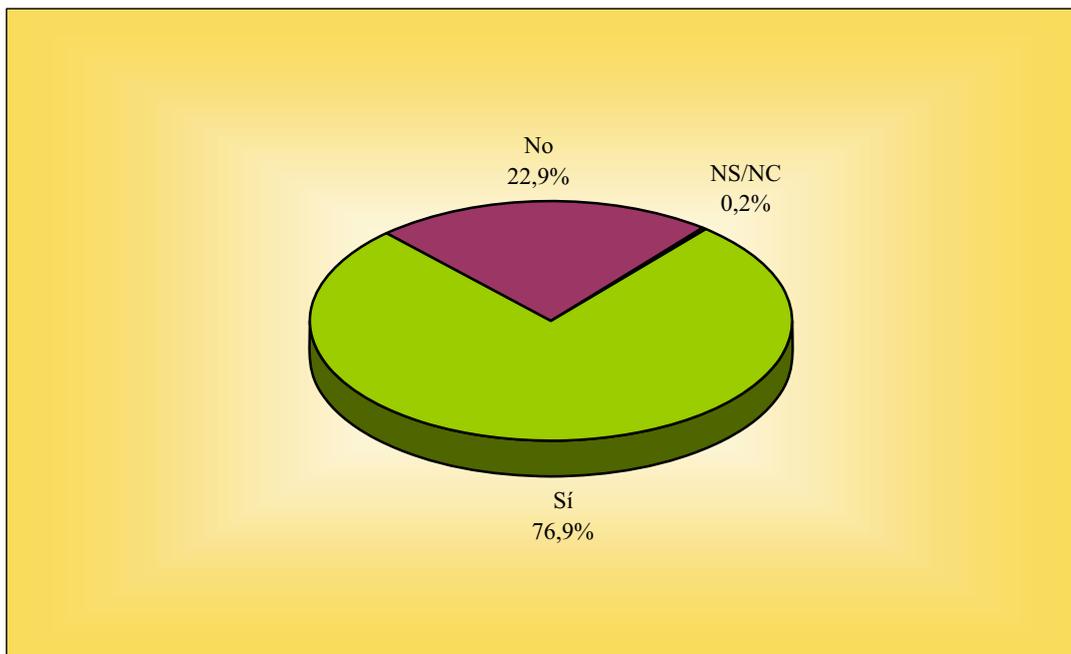
**CURSO A TRAVÉS DE INTERNET**

<i>P. En el último año, ¿ha seguido algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí	11.261	28,4
No	28.387	71,5
NS/NC	61	0,2



## 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	39.709	100,0
Sí	30.547	76,9
No	9.099	22,9
NS/NC	63	0,2



## DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

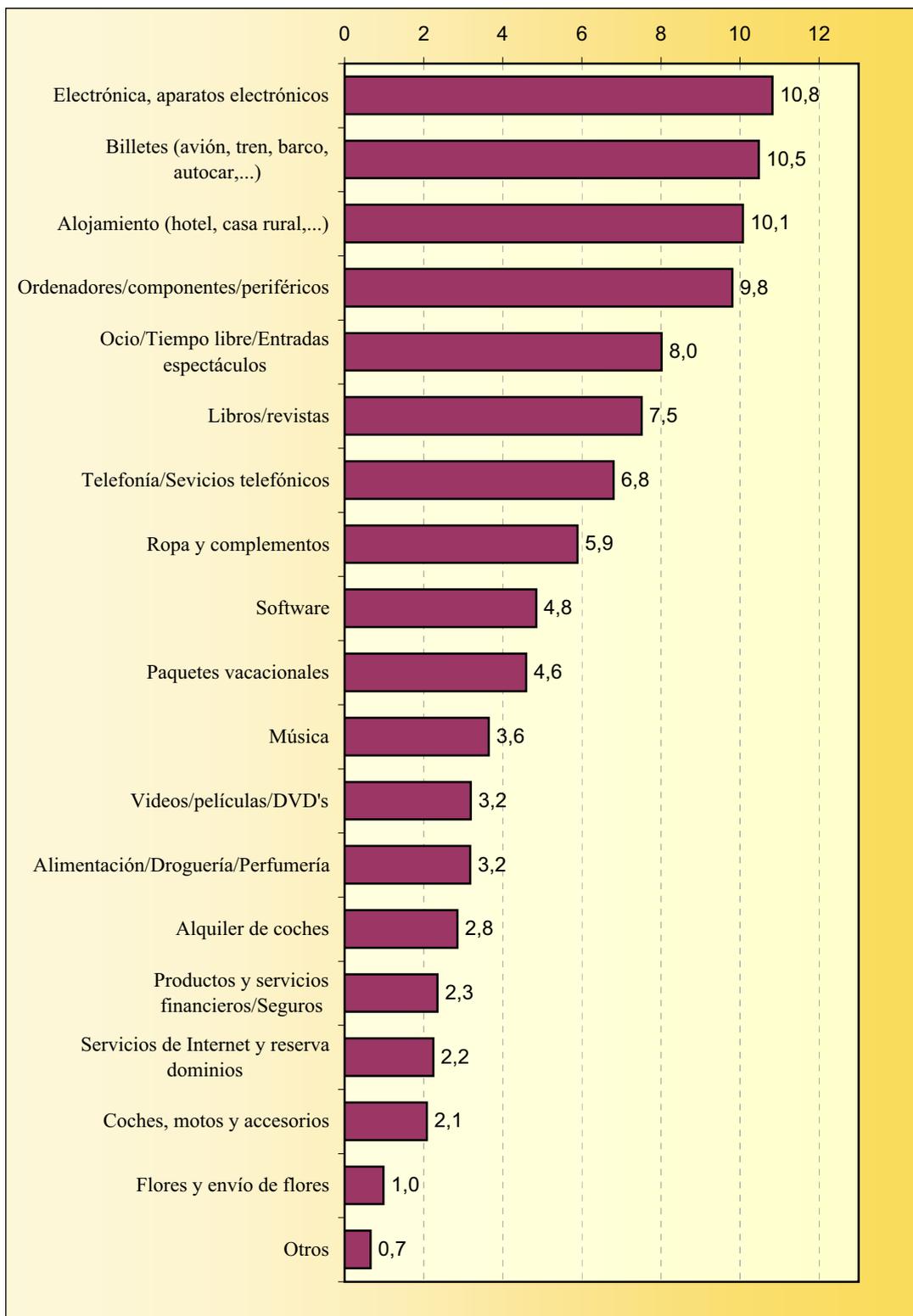
### Tipo de producto o servicio

Entre los 30.547 entrevistados que declararon haber tomado alguna decisión de compra motivados por contenidos de la Web en el último año, se mencionaron 158.605 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)	158.605	100,0
Electrónica, aparatos electrónicos	17.163	10,8
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	16.615	10,5
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	15.973	10,1
Ordenadores/componentes/periféricos	15.554	9,8
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	12.717	8,0
Libros/revistas	11.916	7,5
Telefonía/Sevicios telefónicos	10.790	6,8
Ropa y complementos	9.337	5,9
Software	7.686	4,8
Paquetes vacacionales	7.284	4,6
Música	5.785	3,6
Videos/películas/DVD's	5.054	3,2
Alimentación/Droguería/Perfumería	5.032	3,2
Alquiler de coches	4.519	2,8
Productos y servicios financieros/Seguros	3.725	2,3
Servicios de Internet y reserva dominios	3.564	2,2
Coches, motos y accesorios	3.300	2,1
Flores y envío de flores	1.552	1,0
Otros	1.039	0,7

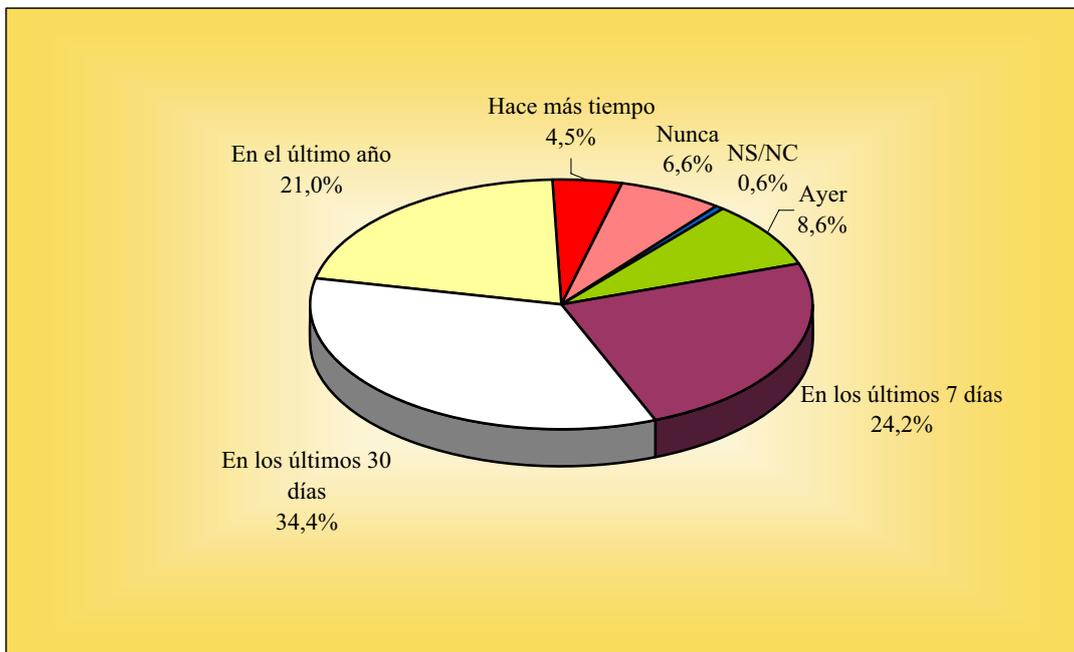
## DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

### Tipo de producto o servicio



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

<i>P. ¿Cuándo ha sido la última vez que ha efectuado alguna compra de productos o servicios a través de la Web?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Ayer	3.407	8,6
En los últimos 7 días	9.605	24,2
En los últimos 30 días	13.679	34,4
En el último año	8.333	21,0
Hace más tiempo	1.791	4,5
Nunca	2.637	6,6
NS/NC	257	0,6



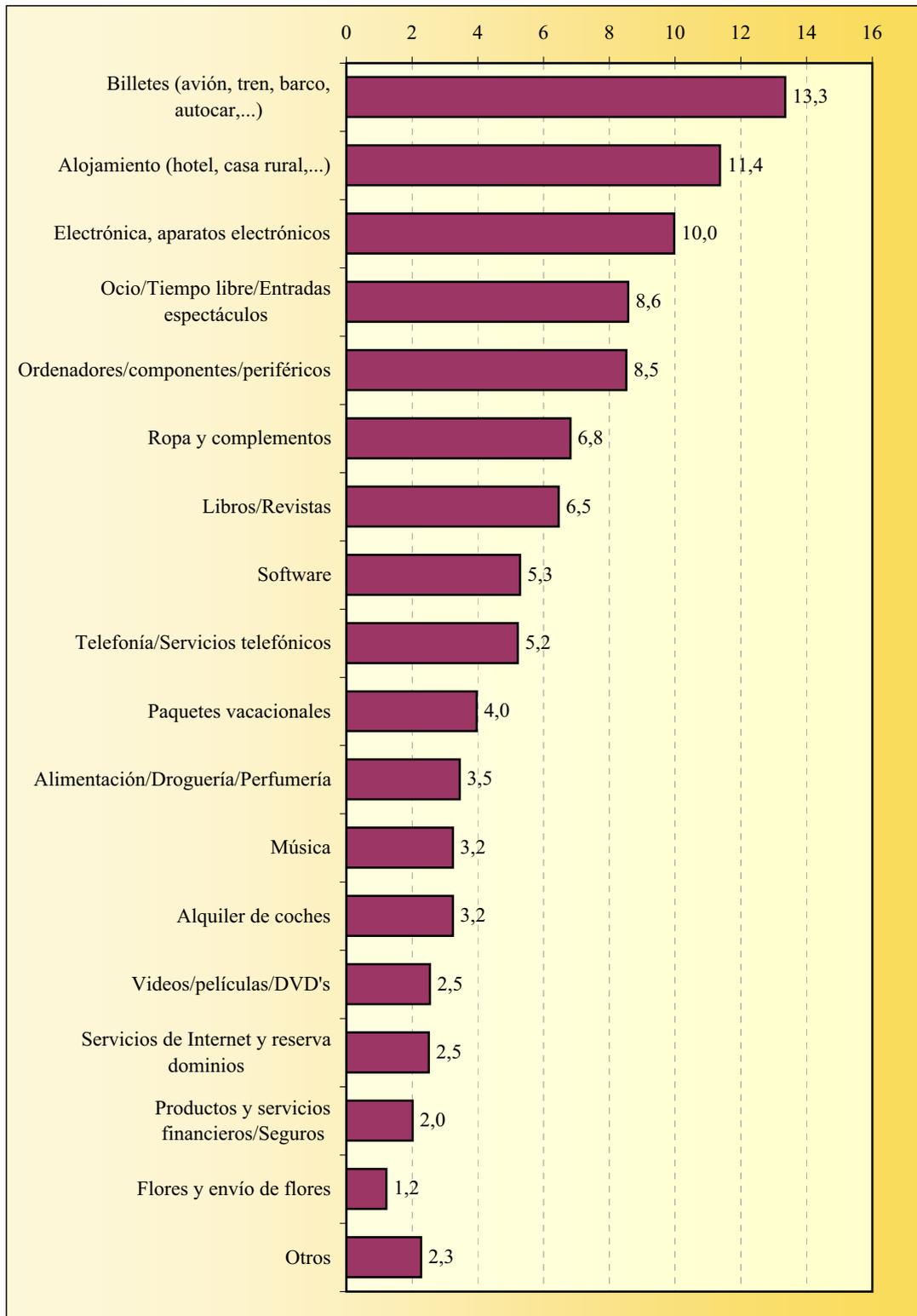
## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Producto o servicio

Entre los 35.024 entrevistados que declaran haber comprado a través de la Web en el último año, se mencionaron 132.915 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)	132.915	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	17.739	13,3
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	15.105	11,4
Electrónica, aparatos electrónicos	13.260	10,0
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	11.394	8,6
Ordenadores/componentes/periféricos	11.317	8,5
Ropa y complementos	9.056	6,8
Libros/Revistas	8.589	6,5
Software	7.017	5,3
Telefonía/Servicios telefónicos	6.930	5,2
Paquetes vacacionales	5.268	4,0
Alimentación/Droguería/Perfumería	4.588	3,5
Música	4.313	3,2
Alquiler de coches	4.305	3,2
Videos/películas/DVD's	3.383	2,5
Servicios de Internet y reserva dominios	3.332	2,5
Productos y servicios financieros/Seguros	2.676	2,0
Flores y envío de flores	1.620	1,2
Otros	3.023	2,3

### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Producto o servicio

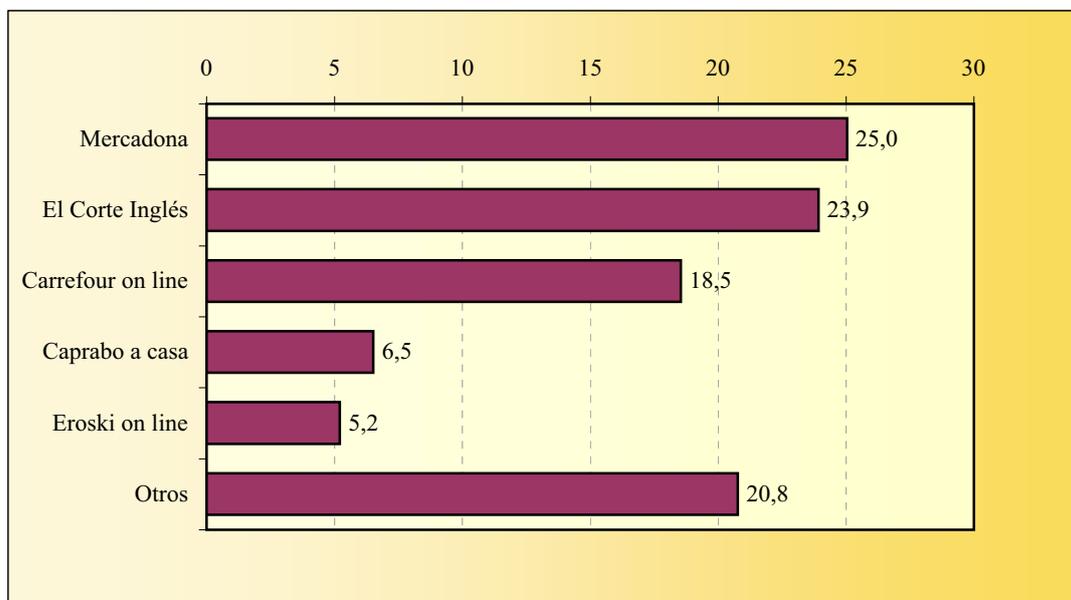


## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Supermercados virtuales

Los 4.588 entrevistados que han comprado productos de alimentación, bebidas, droguería ó perfumería por Internet en el último año mencionan 5.818 supermercados virtuales, con la siguiente distribución:

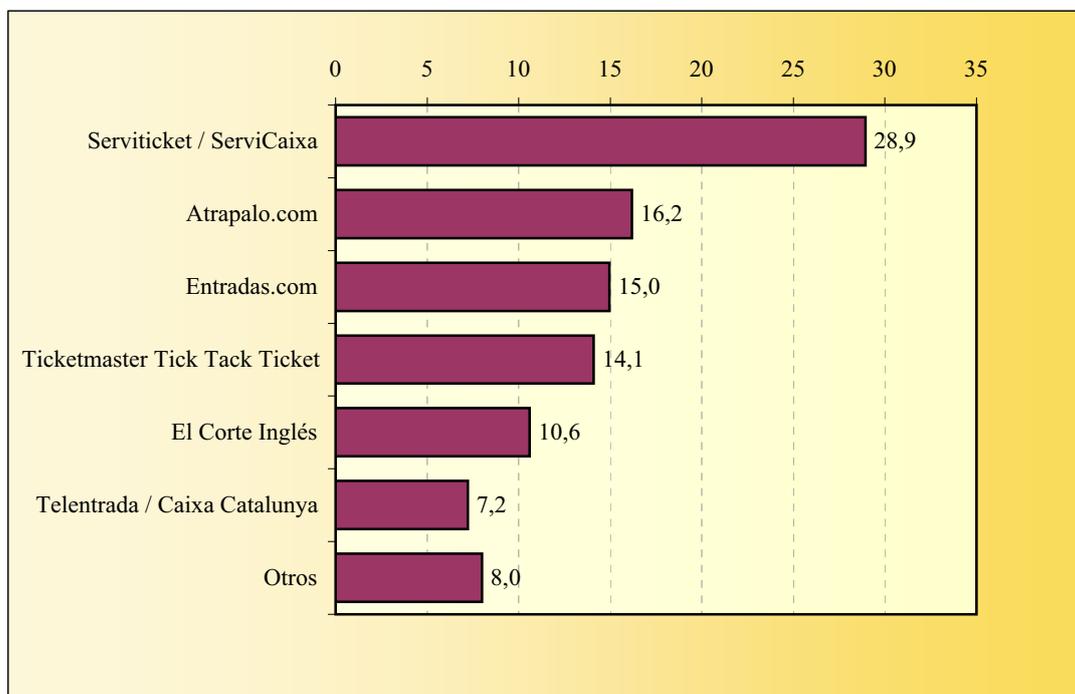
<i>P. Indique a través de qué supermercados virtuales ha comprado productos de Alimentación/Bebidas/Droguería/Perfumería por medio de Internet durante el último año:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	5.818	100,0
Mercadona	1.457	25,0
El Corte Inglés	1.392	23,9
Carrefour on line	1.079	18,5
Caprabo a casa	379	6,5
Eroski on line	303	5,2
Otros	1.208	20,8



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Entradas de espectáculos

Los internautas han respondido con 20.222 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 en el último año:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	20.222	100,0
Serviticket / ServiCaixa	5.852	28,9
Atrapalo.com	3.272	16,2
Entradas.com	3.024	15,0
Ticketmaster Tick Tack Ticket	2.851	14,1
El Corte Inglés	2.144	10,6
Telentrada / Caixa Catalunya	1.462	7,2
Otros	1.617	8,0



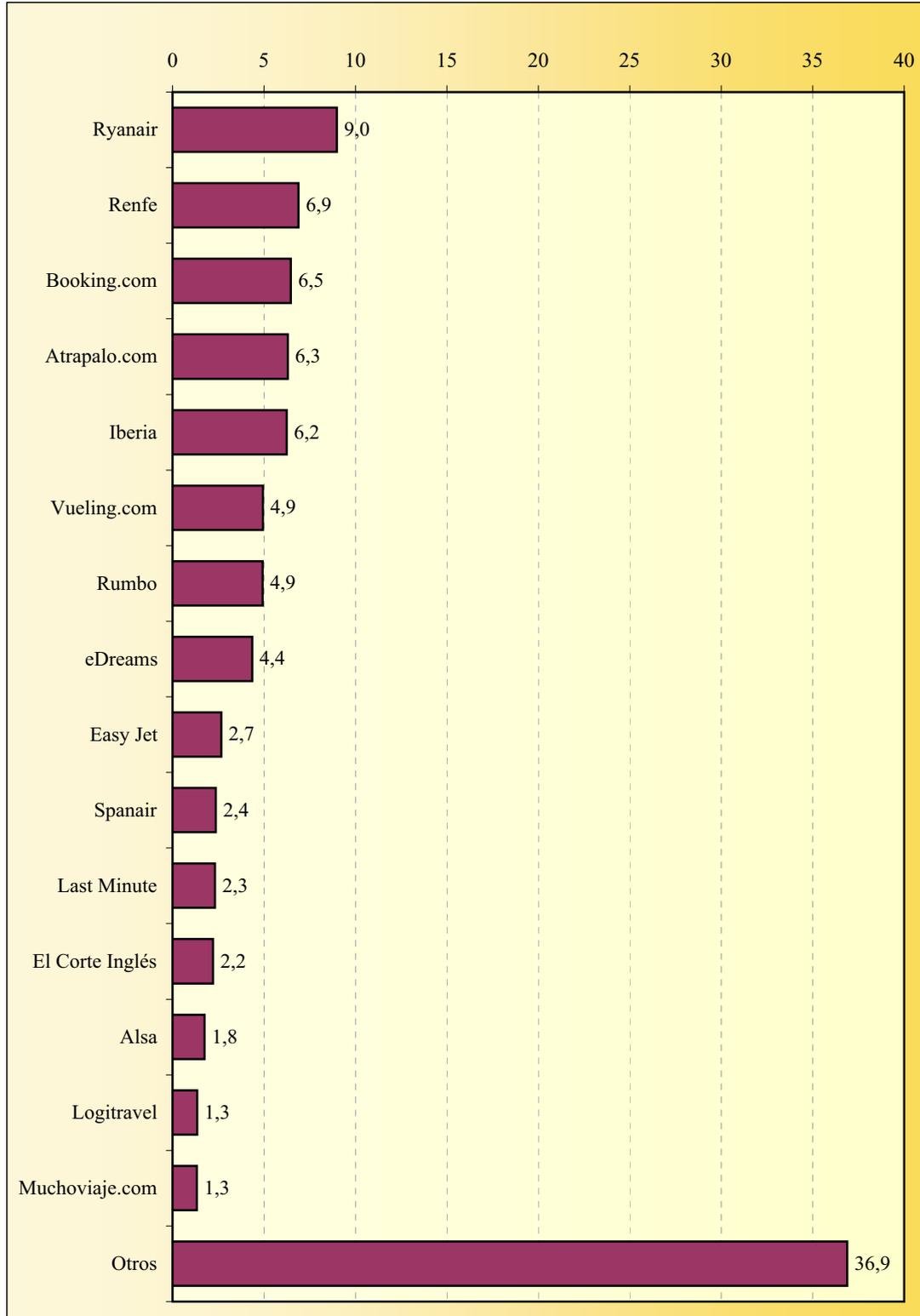
## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Viajes/Vacaciones

Las 43.112 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)	43.112	100,0
Ryanair	3.874	9,0
Renfe	2.971	6,9
Booking.com	2.785	6,5
Atrapalo.com	2.718	6,3
Iberia	2.692	6,2
Vueling.com	2.133	4,9
Rumbo	2.124	4,9
eDreams	1.878	4,4
Easy Jet	1.150	2,7
Spanair	1.017	2,4
Last Minute	999	2,3
El Corte Inglés	957	2,2
Alsa	755	1,8
Logitravel	582	1,3
Muchoviaje.com	576	1,3
Otros	15.901	36,9

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



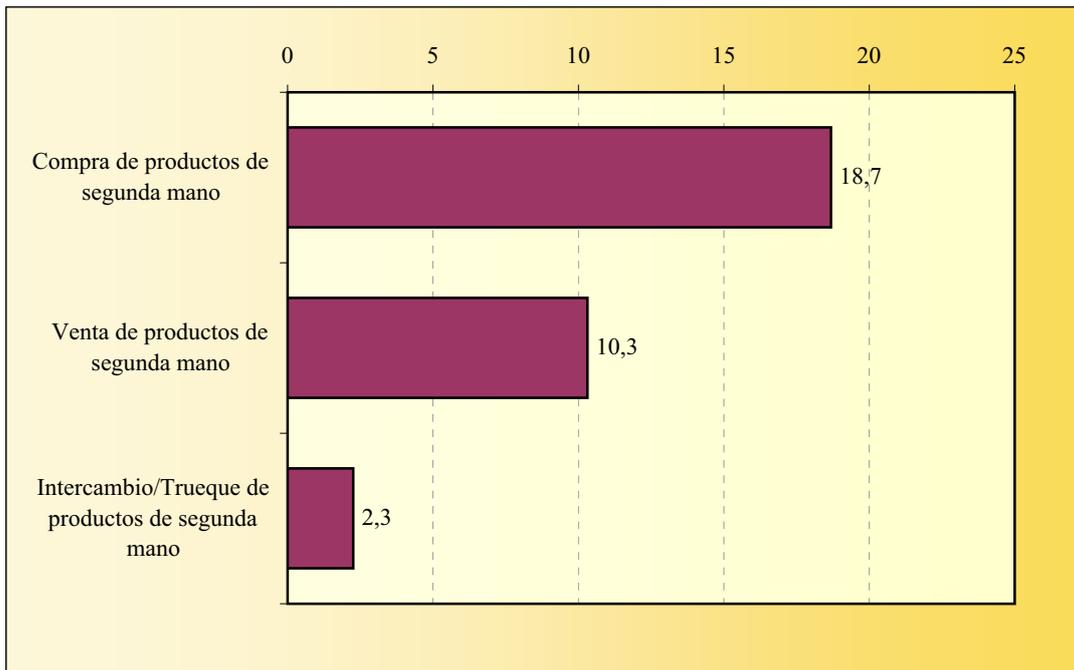
## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Subastas

<i>P. En el último año ¿ha comprado o vendido algo por medio de una página de subastas (eBay o similares)?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
No	26.767	67,4
Sí, he comprado	8.480	21,4
Sí, he vendido	1.501	3,8
Sí, he comprado y he vendido	2.875	7,2
NS/NC	86	0,2



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

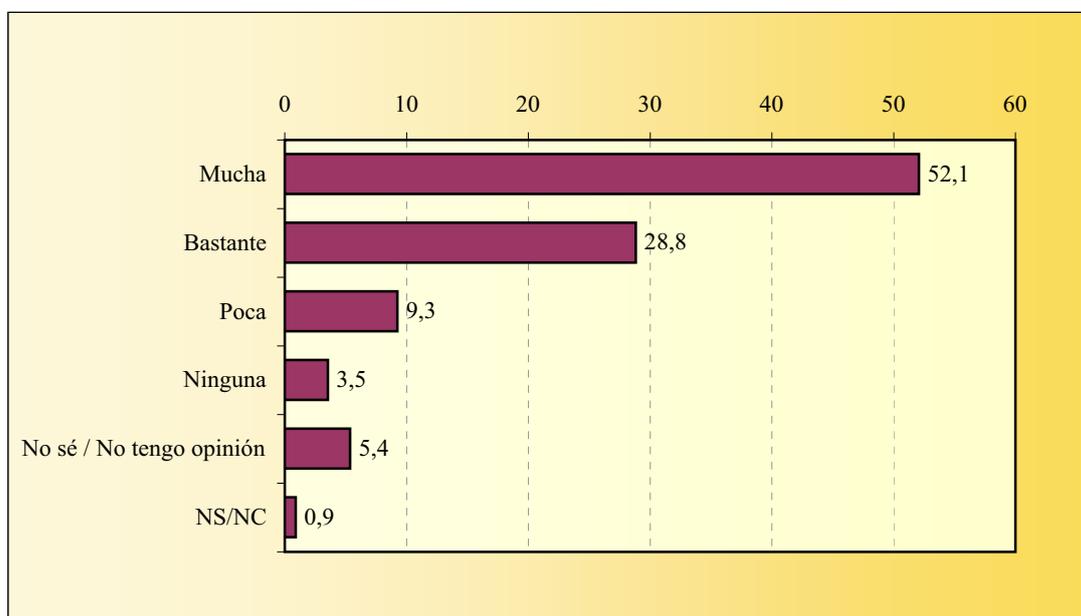
<i>P. Indique si ha realizado alguna de las siguientes transacciones a través de Internet en los últimos 30 días a nivel particular.</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	
Compra de productos de segunda mano	7.421	18,7
Venta de productos de segunda mano	4.094	10,3
Intercambio/Trueque de productos de segunda mano	895	2,3



## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Sello de calidad

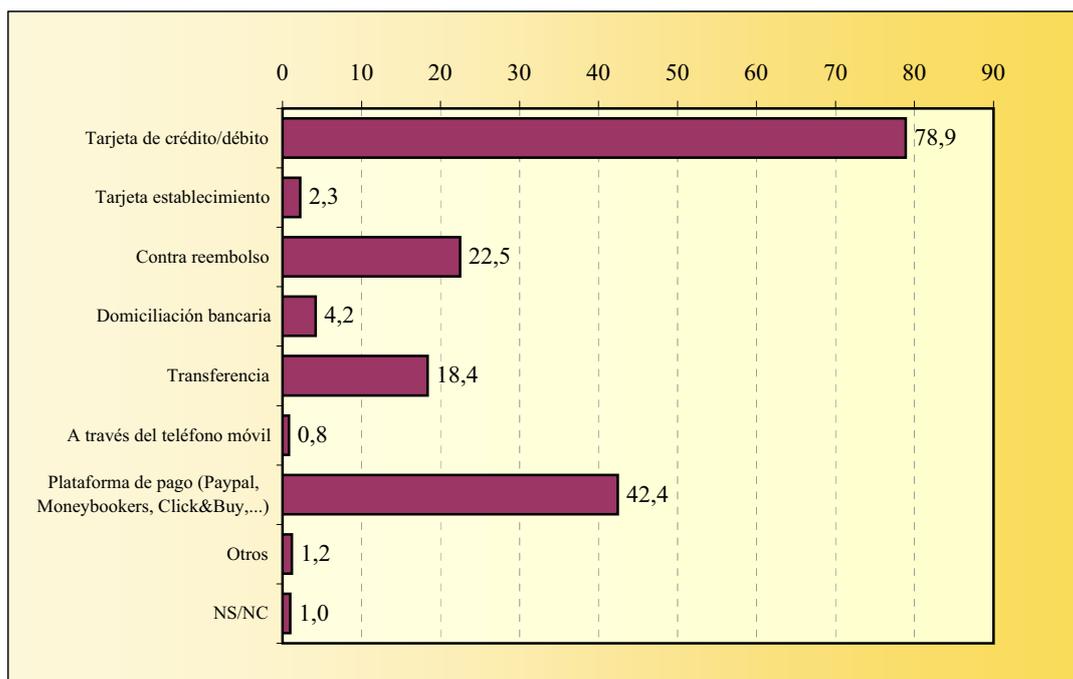
<i>P. A la hora de realizar compras a través de Internet ¿qué grado de importancia le concede a que la tienda online esté adherida a un sello de calidad (Confianza Online,...)?</i>		
	Absolutos	%
BASE (ha comprado último año)	35.024	100,0
Mucha	18.243	52,1
Bastante	10.095	28,8
Poca	3.243	9,3
Ninguna	1.243	3,5
No sé / No tengo opinión	1.883	5,4
NS/NC	317	0,9



## 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)	35.024	
Tarjeta de crédito/débito	27.627	78,9
Tarjeta establecimiento	790	2,3
Contra reembolso	7.875	22,5
Domiciliación bancaria	1.462	4,2
Transferencia	6.435	18,4
A través del teléfono móvil	287	0,8
Plataforma de pago (Paypal, Moneybookers, Click&Buy,...)	14.866	42,4
Otros	419	1,2
NS/NC	348	1,0

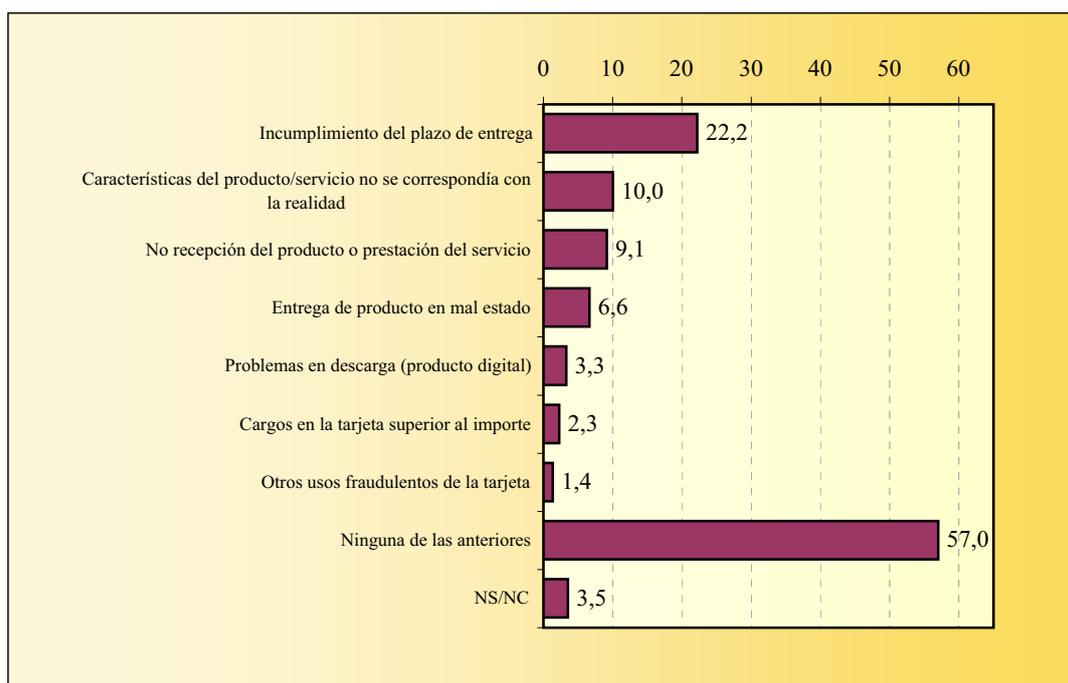


## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Incidencias

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

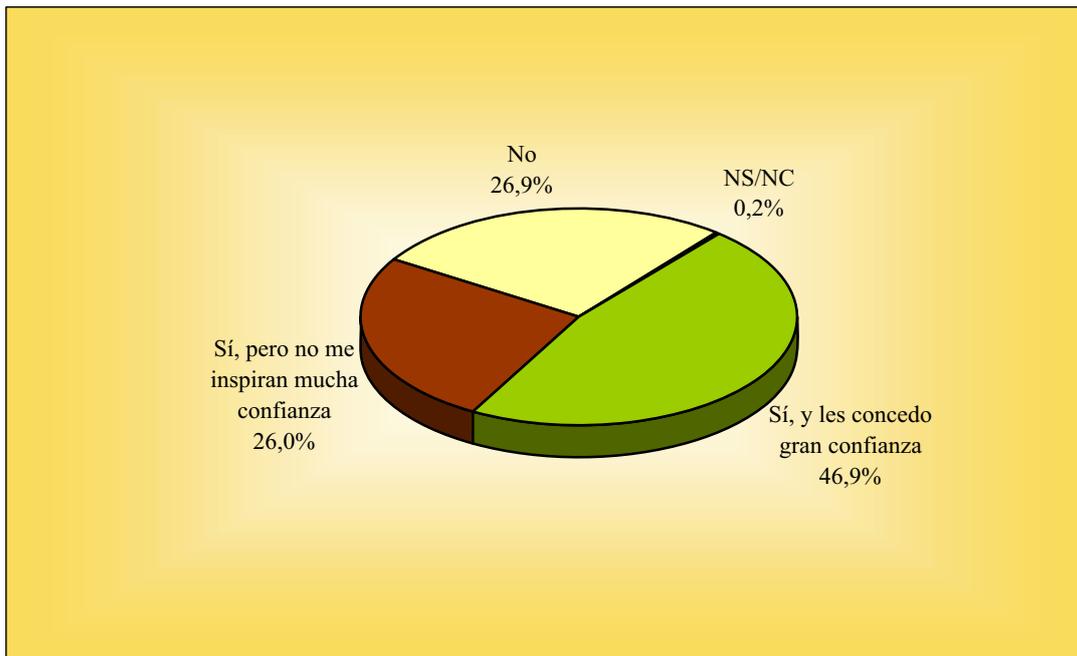
<i><b>P. Señale qué incidencias le han surgido, al menos una vez, como consecuencia de haber realizado compras a través de Internet durante el último año.</b></i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha comprado último año)	35.024	
Incumplimiento del plazo de entrega	7.776	22,2
Características del producto/servicio no se correspondía con la realidad	3.512	10,0
No recepción del producto o prestación del servicio	3.199	9,1
Entrega de producto en mal estado	2.319	6,6
Problemas en descarga (producto digital)	1.162	3,3
Cargos en la tarjeta superior al importe	791	2,3
Otros usos fraudulentos de la tarjeta	477	1,4
Ninguna de las anteriores	19.959	57,0
NS/NC	1.232	3,5



### BOCA A BOCA EN INTERNET

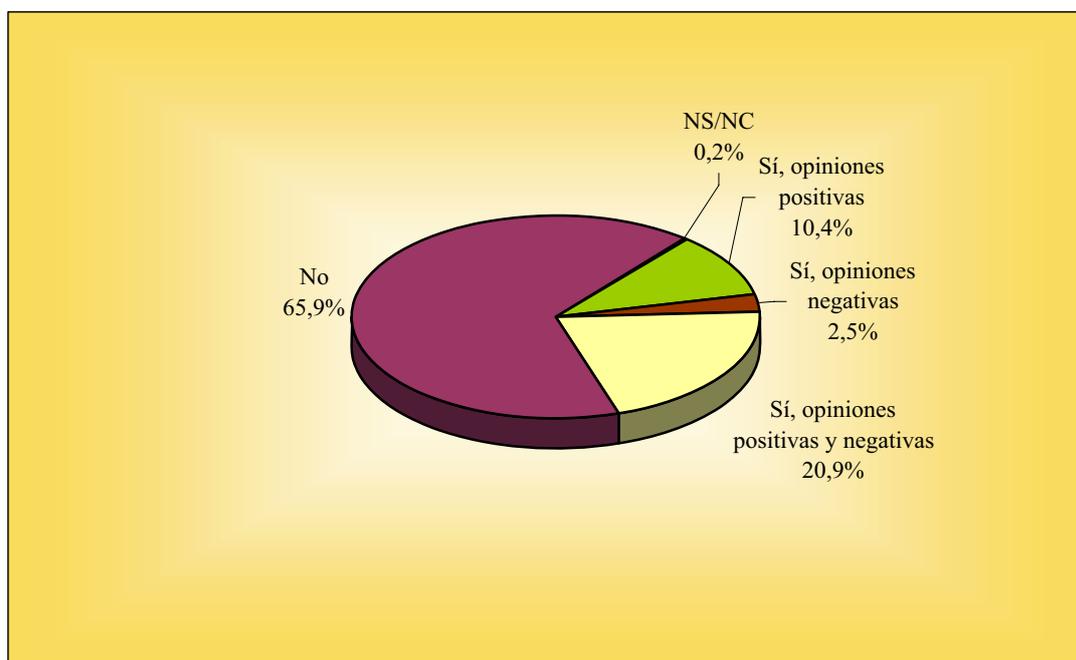
#### Consulta de opiniones de otras personas

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha consultado opiniones o comentarios de otras personas hechos a través de Internet acerca de algún producto o servicio?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Sí, y les concedo gran confianza	18.608	46,9
Sí, pero no me inspiran mucha confianza	10.335	26,0
No	10.676	26,9
NS/NC	90	0,2



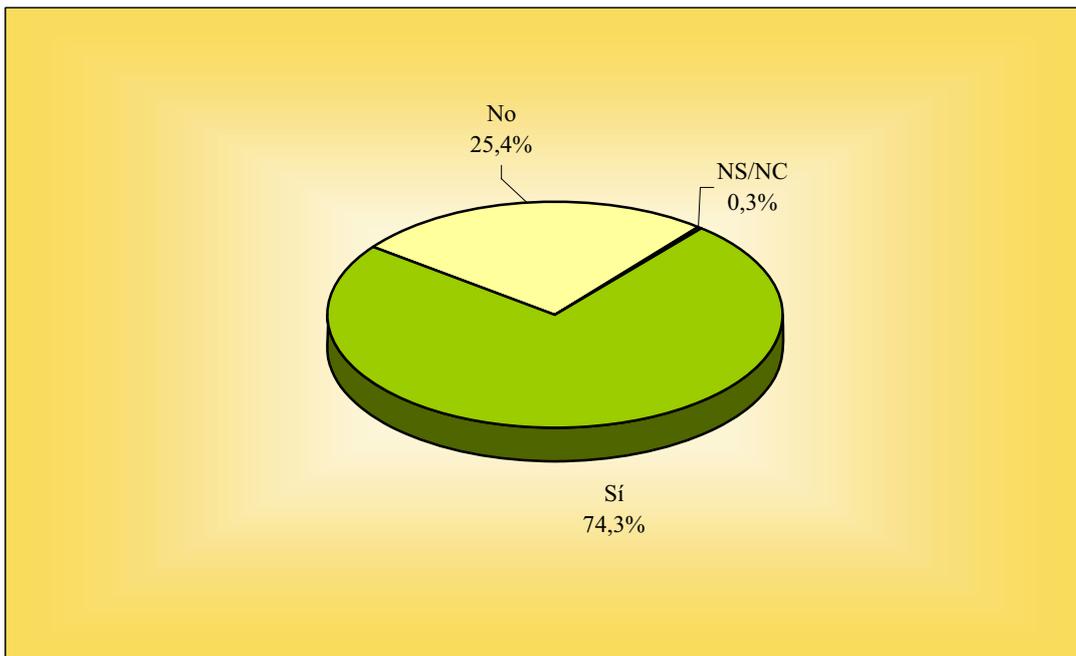
### BOCA A BOCA EN INTERNET Divulgación de propias opiniones

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha divulgado a través de Internet sus propias opiniones o comentarios acerca de algún producto o servicio?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí, opiniones positivas	4.136	10,4
Sí, opiniones negativas	996	2,5
Sí, opiniones positivas y negativas	8.296	20,9
No	26.182	65,9
NS/NC	99	0,2



**BANCA EN INTERNET**

<i>P. ¿Trabaja con algún banco a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí	29.499	74,3
No	10.077	25,4
NS/NC	133	0,3

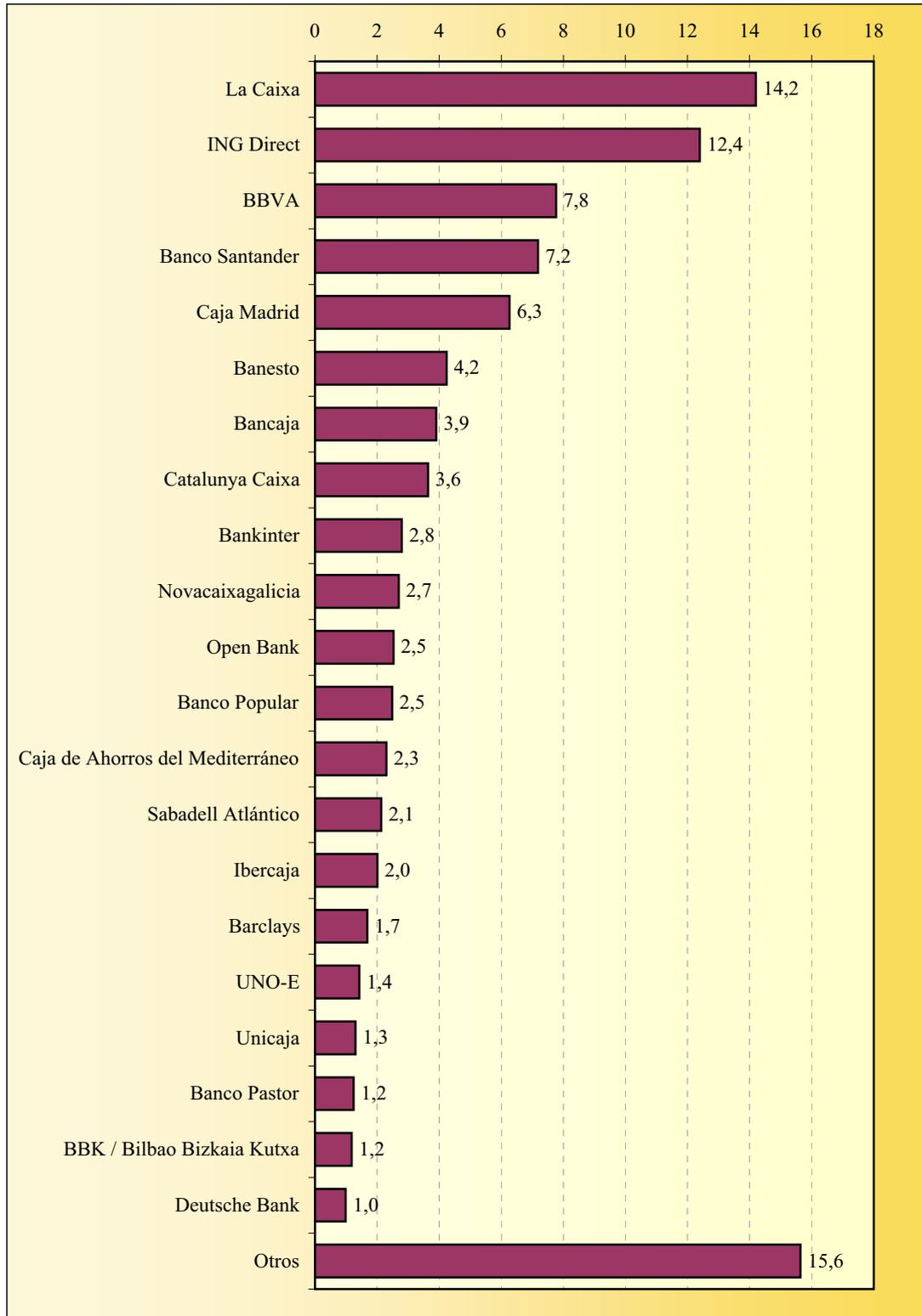


**BANCA EN INTERNET****Bancos**

Entre los 29.499 entrevistados que declaran trabajar con bancos a través de Internet, se obtienen 48.835 menciones (1.7 menciones por individuo), con la siguiente distribución:

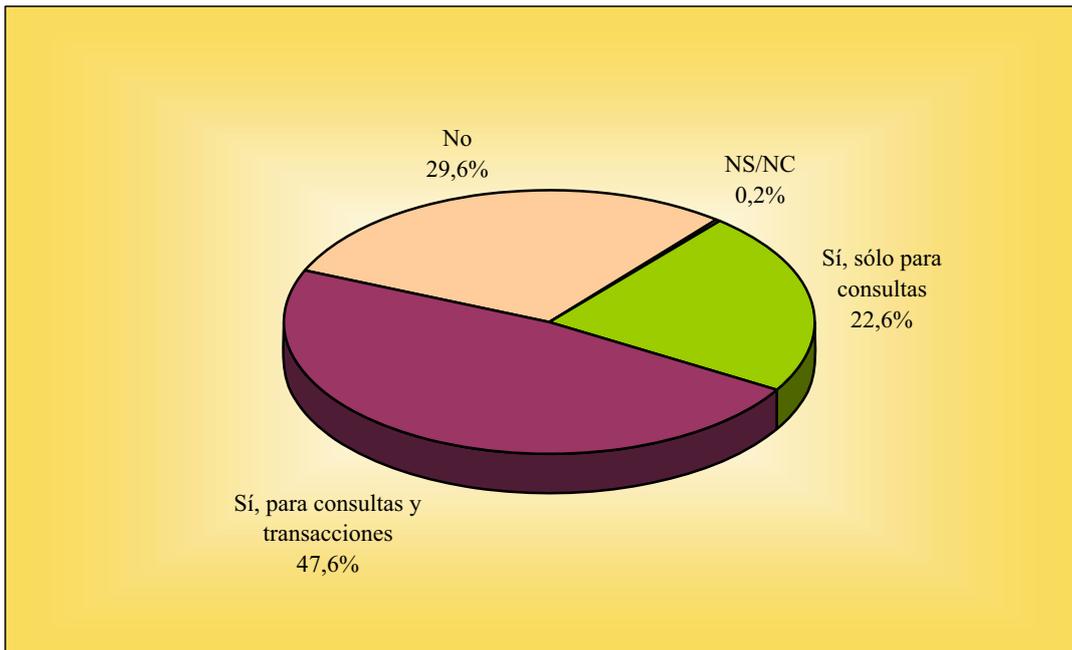
<i>P. Banco con el que trabaja a través de Internet</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	48.835	100,0
La Caixa	6.934	14,2
ING Direct	6.052	12,4
BBVA	3.791	7,8
Banco Santander	3.507	7,2
Caja Madrid	3.060	6,3
Banesto	2.071	4,2
Bancaja	1.905	3,9
Catalunya Caixa	1.779	3,6
Bankinter	1.363	2,8
Novacaixagalicia	1.319	2,7
Open Bank	1.237	2,5
Banco Popular	1.213	2,5
Caja de Ahorros del Mediterráneo	1.124	2,3
Sabadell Atlántico	1.041	2,1
Ibercaja	981	2,0
Barclays	823	1,7
UNO-E	696	1,4
Unicaja	636	1,3
Banco Pastor	607	1,2
BBK / Bilbao Bizkaia Kutxa	576	1,2
Deutsche Bank	483	1,0
Otros	7.637	15,6

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



**BANCA EN INTERNET**  
**Operaciones bancarias**

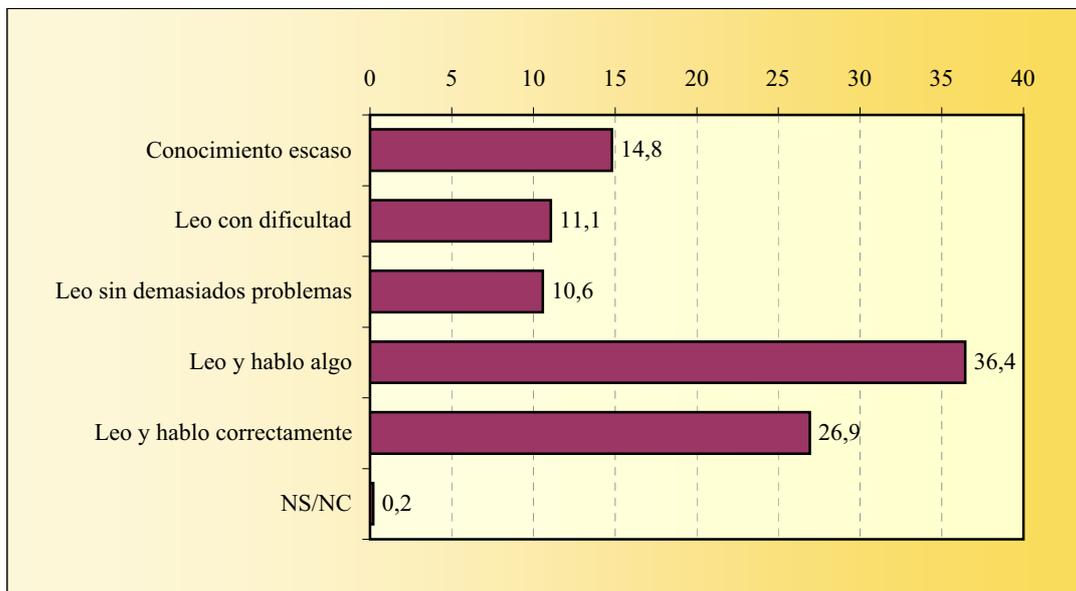
<i>P. En los últimos 30 días ¿ha operado con entidades bancarias a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Sí, sólo para consultas	8.980	22,6
Sí, para consultas y transacciones	18.899	47,6
No	11.747	29,6
NS/NC	83	0,2



### CONOCIMIENTO DE INGLÉS

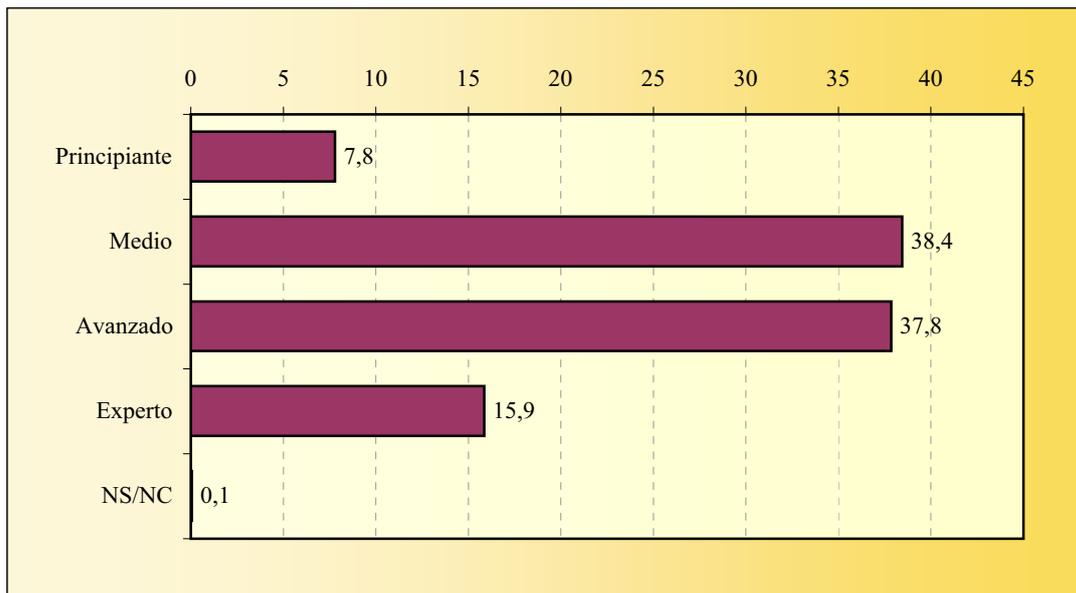
*P. ¿Qué afirmación describe mejor su nivel de conocimiento de inglés?*

	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Conocimiento escaso	5.879	14,8
Leo con dificultad	4.396	11,1
Leo sin demasiados problemas	4.203	10,6
Leo y hablo algo	14.467	36,4
Leo y hablo correctamente	10.687	26,9
NS/NC	77	0,2



## 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	39.709	100,0
Principiante	3.096	7,8
Medio	15.264	38,4
Avanzado	15.028	37,8
Experto	6.298	15,9
NS/NC	23	0,1

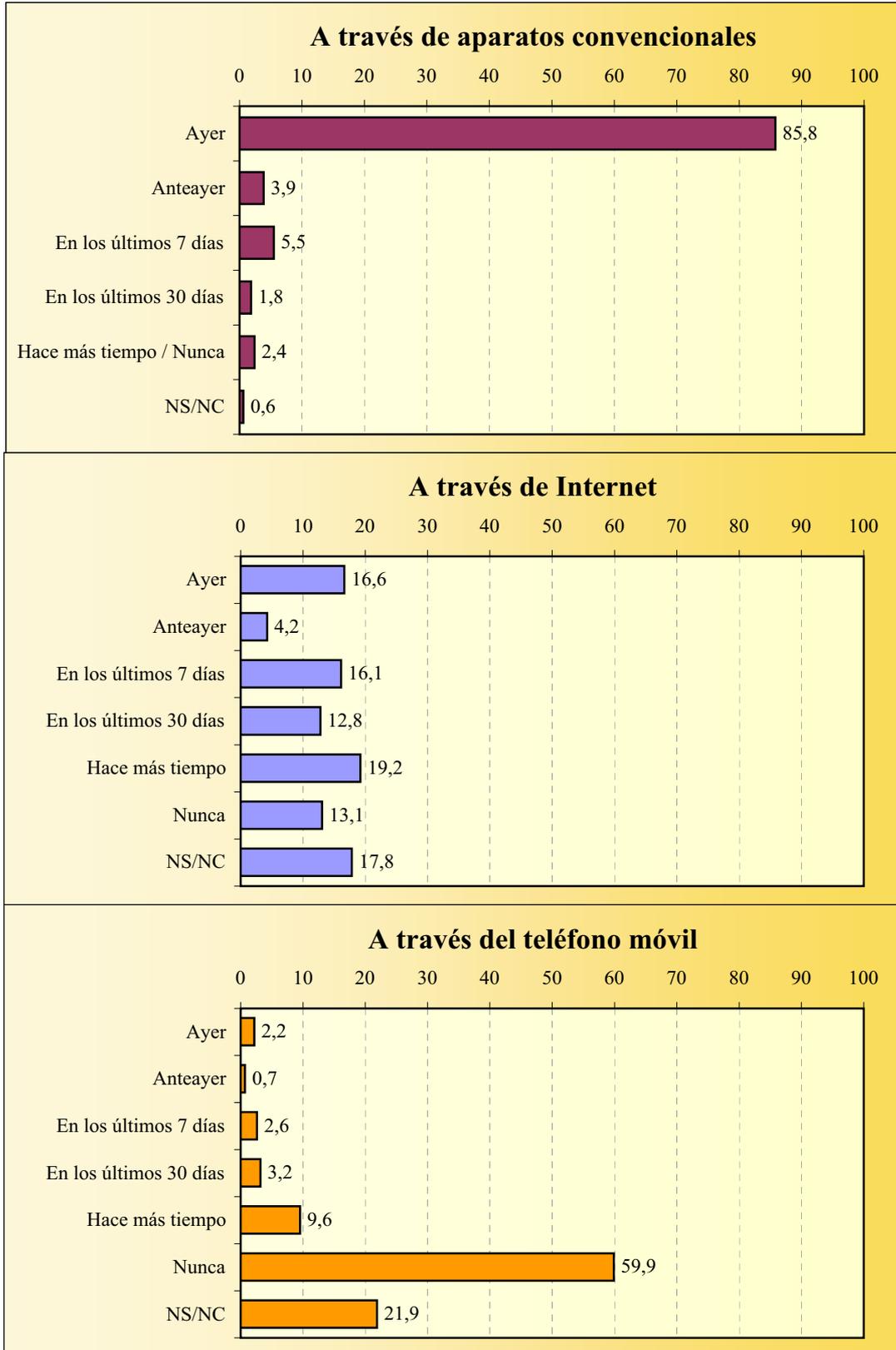


**CONTACTO CON OTROS MEDIOS**  
**Televisión**

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>...ha visto la televisión?</b>		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	34.069	85,8
Anteayer	1.535	3,9
En los últimos 7 días	2.185	5,5
En los últimos 30 días	730	1,8
Hace más tiempo / Nunca	953	2,4
NS/NC	237	0,6
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	6.611	16,6
Anteayer	1.684	4,2
En los últimos 7 días	6.409	16,1
En los últimos 30 días	5.092	12,8
Hace más tiempo	7.638	19,2
Nunca	5.195	13,1
NS/NC	7.080	17,8
<i>A través del teléfono móvil</i>		
Ayer	867	2,2
Anteayer	272	0,7
En los últimos 7 días	1.046	2,6
En los últimos 30 días	1.257	3,2
Hace más tiempo	3.797	9,6
Nunca	23.773	59,9
NS/NC	8.697	21,9

## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

### Televisión

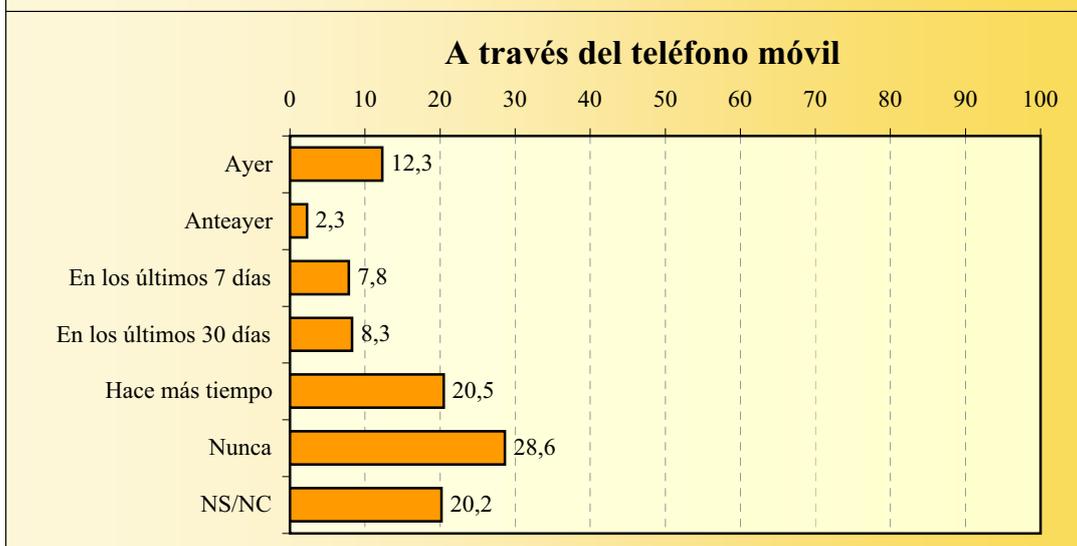
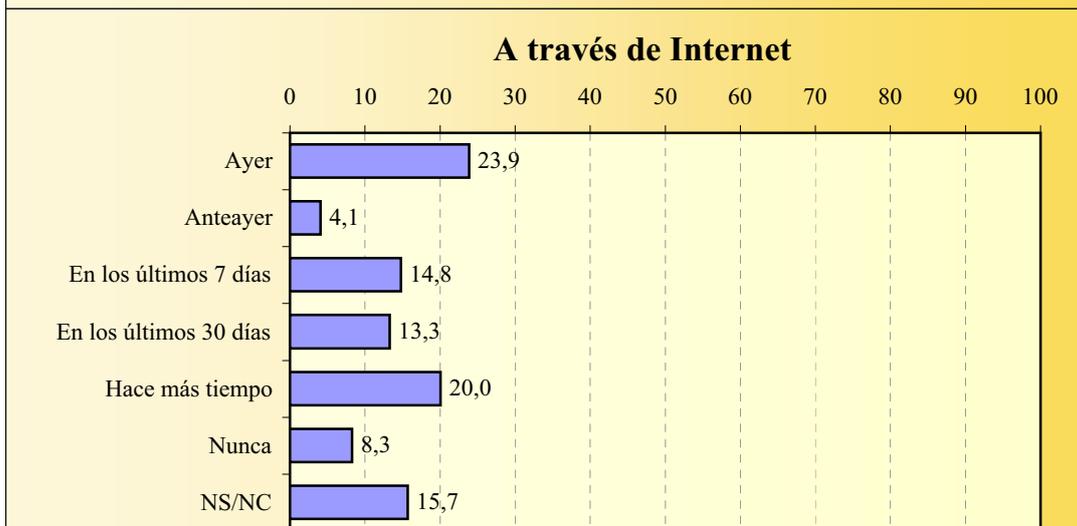
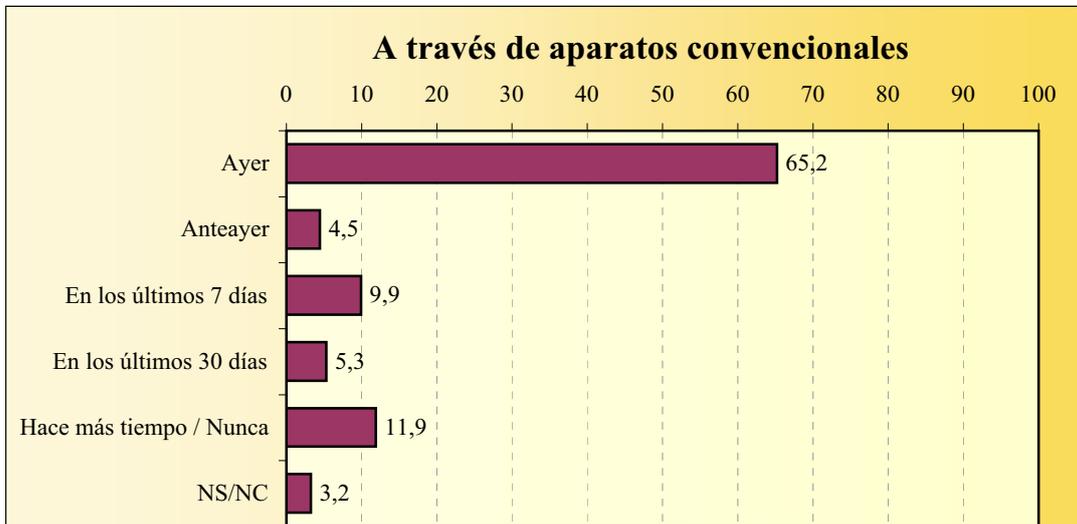


**CONTACTO CON OTROS MEDIOS**  
**Radio**

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>...ha escuchado la radio?</b>		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	25.893	65,2
Anteayer	1.773	4,5
En los últimos 7 días	3.933	9,9
En los últimos 30 días	2.098	5,3
Hace más tiempo / Nunca	4.728	11,9
NS/NC	1.284	3,2
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	9.485	23,9
Anteayer	1.616	4,1
En los últimos 7 días	5.866	14,8
En los últimos 30 días	5.272	13,3
Hace más tiempo	7.961	20,0
Nunca	3.280	8,3
NS/NC	6.229	15,7
<i>A través del teléfono móvil</i>		
Ayer	4.893	12,3
Anteayer	900	2,3
En los últimos 7 días	3.109	7,8
En los últimos 30 días	3.284	8,3
Hace más tiempo	8.140	20,5
Nunca	11.373	28,6
NS/NC	8.010	20,2

## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

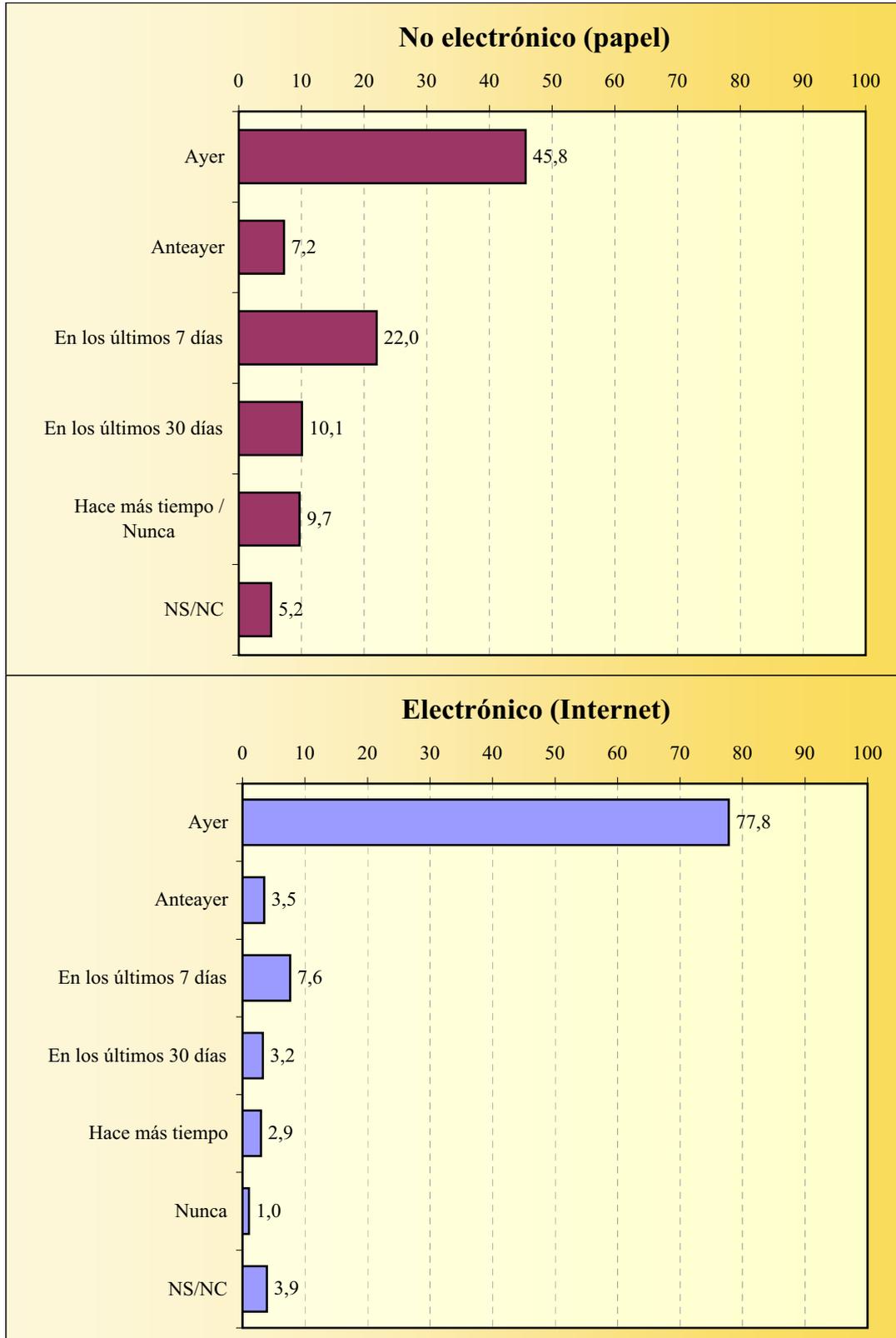
### Radio



**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	39.709	100,0
<b>...ha leído un periódico/diario?</b>		
<i>No electrónico (papel)</i>		
Ayer	18.181	45,8
Anteayer	2.876	7,2
En los últimos 7 días	8.731	22,0
En los últimos 30 días	4.008	10,1
Hace más tiempo / Nunca	3.856	9,7
NS/NC	2.057	5,2
<i>Electrónico (Internet)</i>		
Ayer	30.885	77,8
Anteayer	1.382	3,5
En los últimos 7 días	3.027	7,6
En los últimos 30 días	1.290	3,2
Hace más tiempo	1.167	2,9
Nunca	416	1,0
NS/NC	1.542	3,9

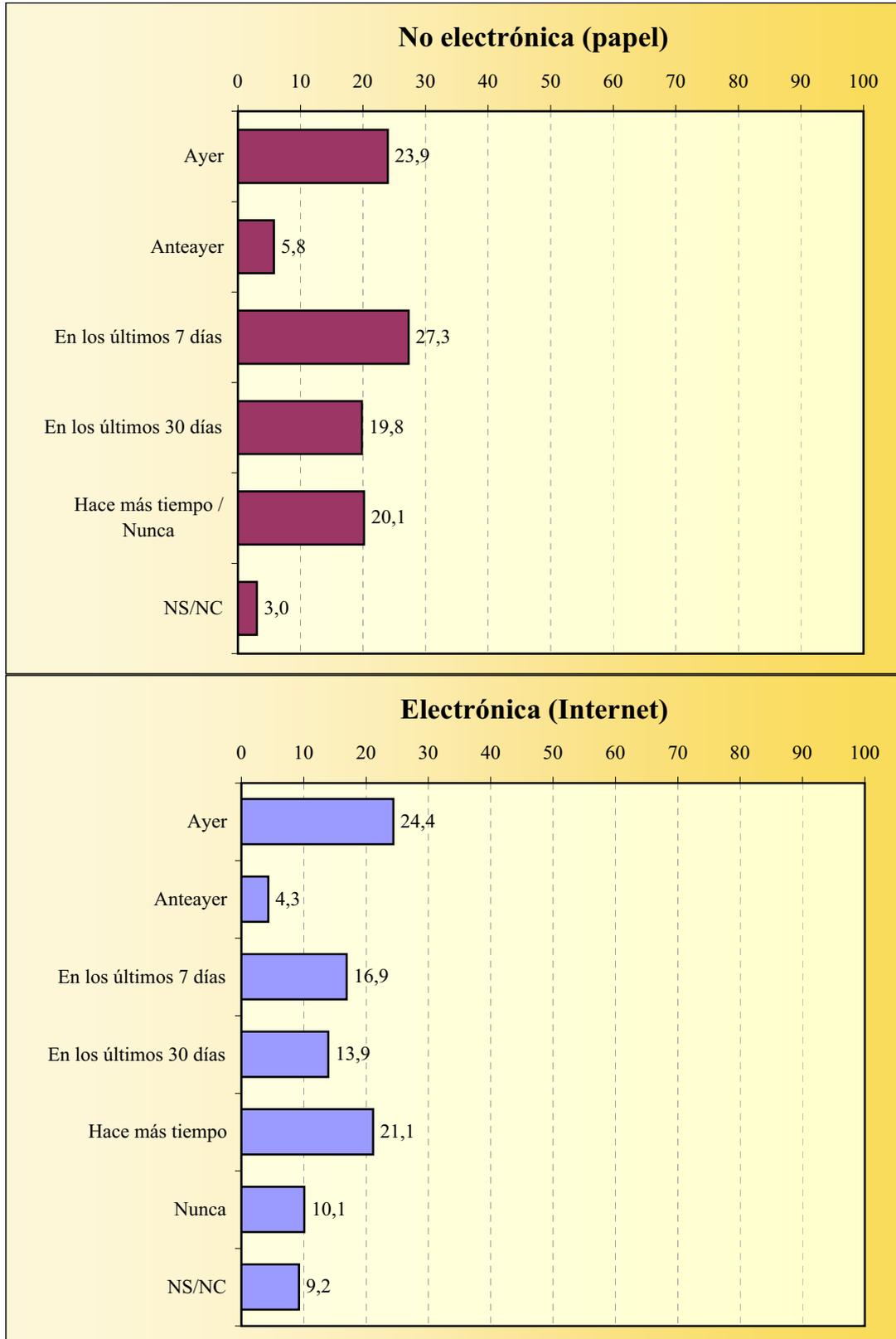
### CONTACTO CON OTROS MEDIOS Periódico / Diario



**CONTACTO CON OTROS MEDIOS**  
**Revistas**

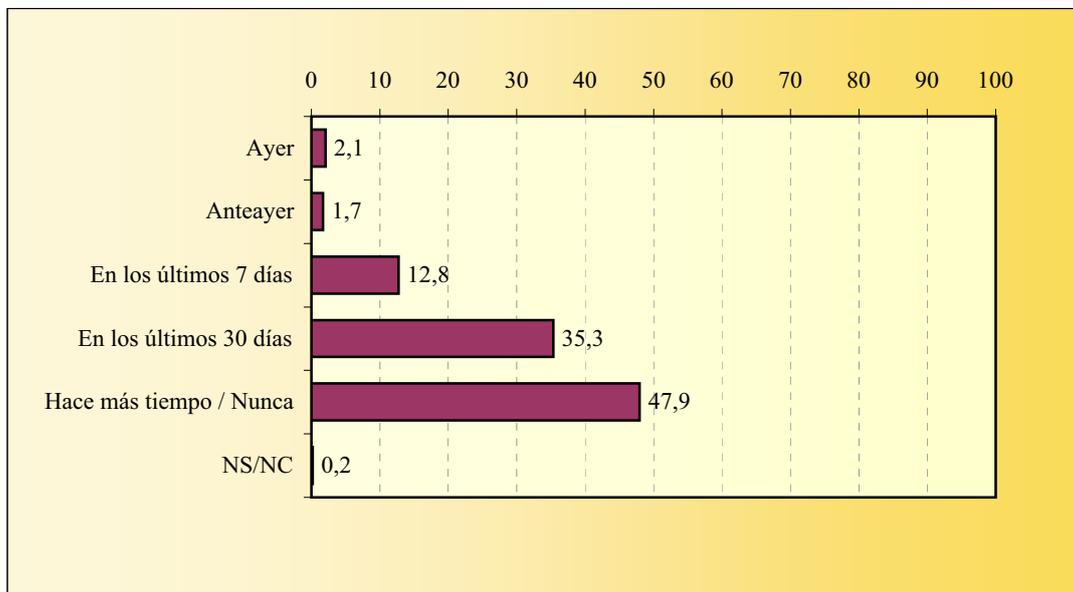
<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>...ha leído una revista?</b>		
<i>No electrónica (papel)</i>		
Ayer	9.507	23,9
Anteayer	2.286	5,8
En los últimos 7 días	10.838	27,3
En los últimos 30 días	7.877	19,8
Hace más tiempo / Nunca	7.999	20,1
NS/NC	1.202	3,0
<i>Electrónica (Internet)</i>		
Ayer	9.678	24,4
Anteayer	1.719	4,3
En los últimos 7 días	6.706	16,9
En los últimos 30 días	5.539	13,9
Hace más tiempo	8.390	21,1
Nunca	4.008	10,1
NS/NC	3.669	9,2

### CONTACTO CON OTROS MEDIOS Revistas



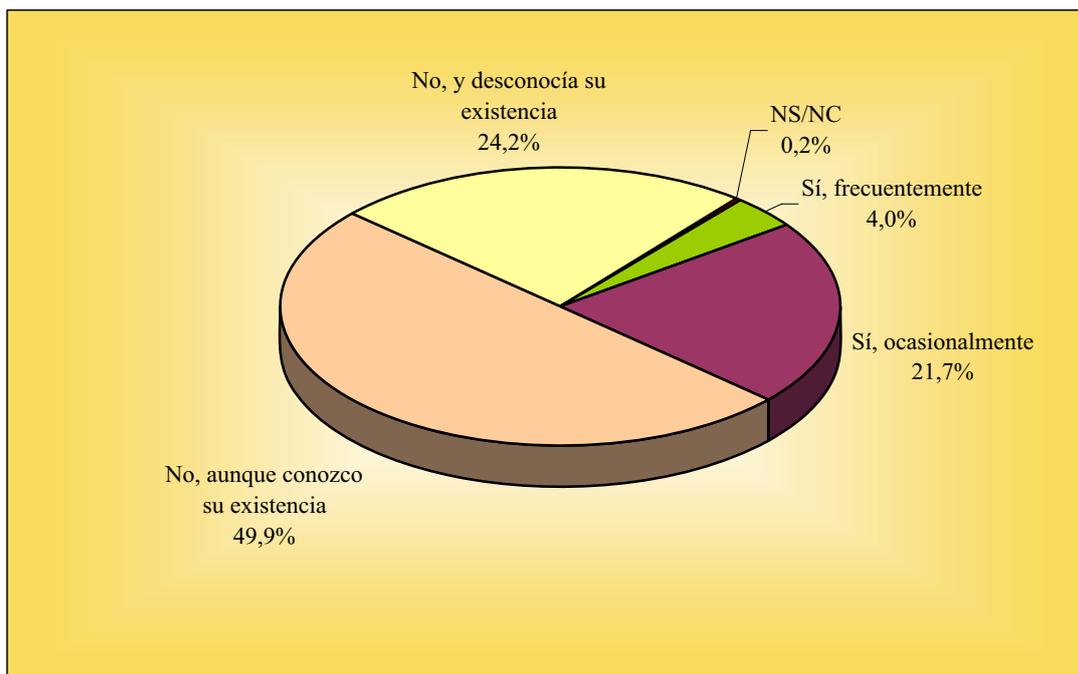
### CONTACTO CON OTROS MEDIOS Cine

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>...ha ido al cine?</b>		
Ayer	822	2,1
Anteayer	669	1,7
En los últimos 7 días	5.064	12,8
En los últimos 30 días	14.032	35,3
Hace más tiempo / Nunca	19.038	47,9
NS/NC	84	0,2



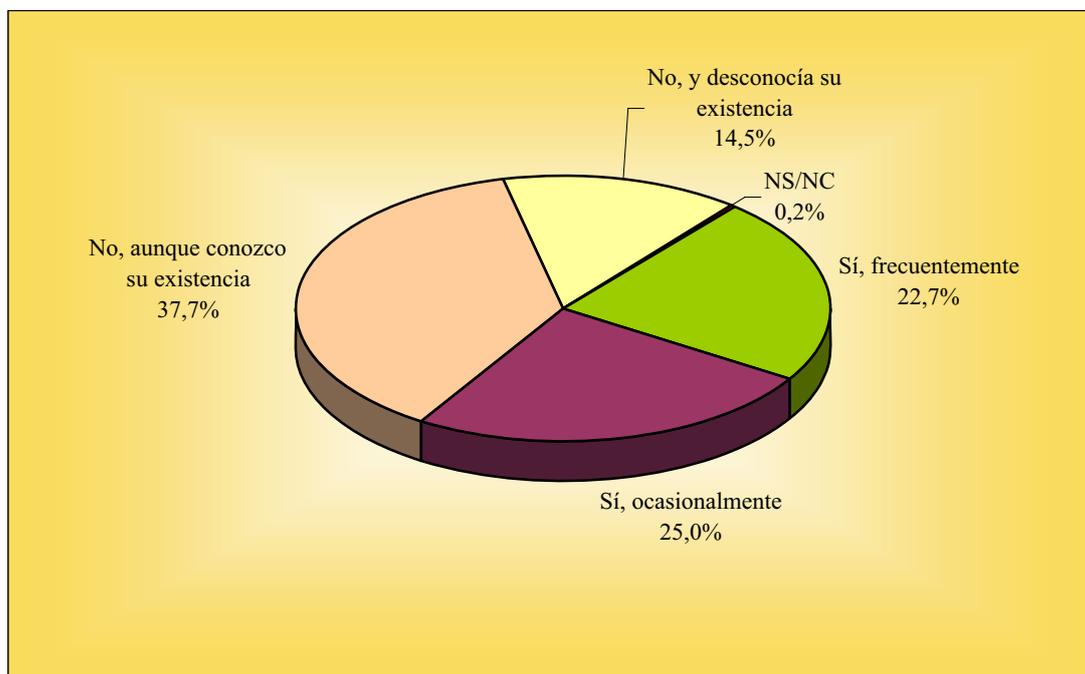
### CONTACTO CON OTROS MEDIOS P2PTV

<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>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Sí, frecuentemente	1.574	4,0
Sí, ocasionalmente	8.615	21,7
No, aunque conozco su existencia	19.829	49,9
No, y desconocía su existencia	9.606	24,2
NS/NC	85	0,2



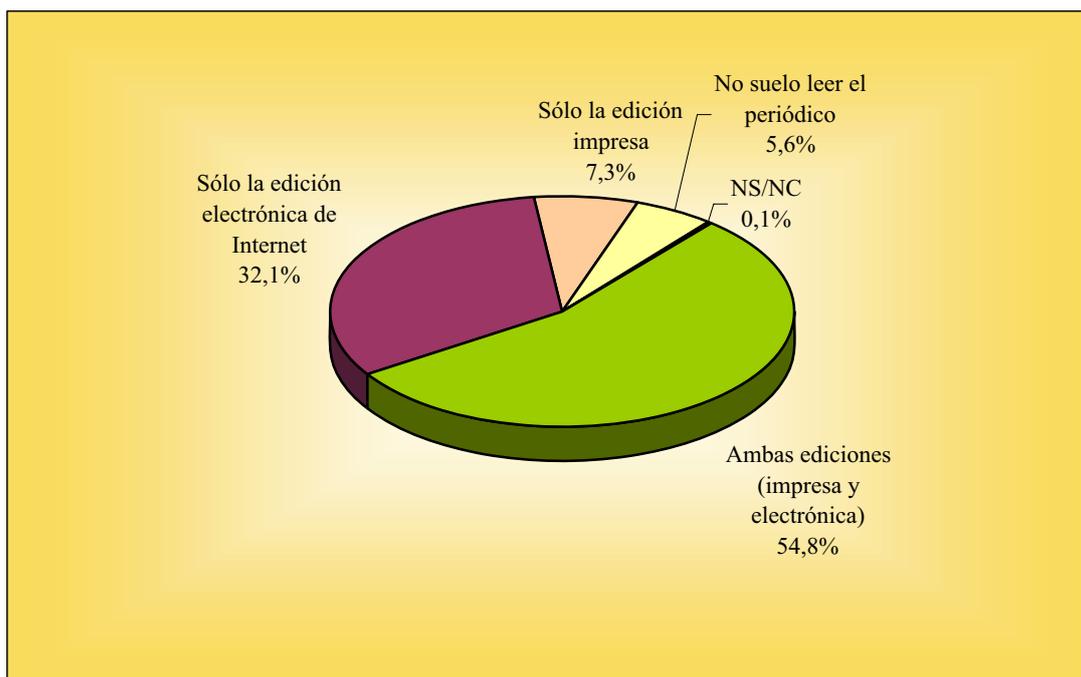
### RADIO A LA CARTA

<i>P. ¿Utiliza Vd. programas de radio a la carta (Last.FM, Spotify, iRate,...), que tienen en cuenta 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>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Sí, frecuentemente	9.009	22,7
Sí, ocasionalmente	9.911	25,0
No, aunque conozco su existencia	14.968	37,7
No, y desconocía su existencia	5.742	14,5
NS/NC	79	0,2



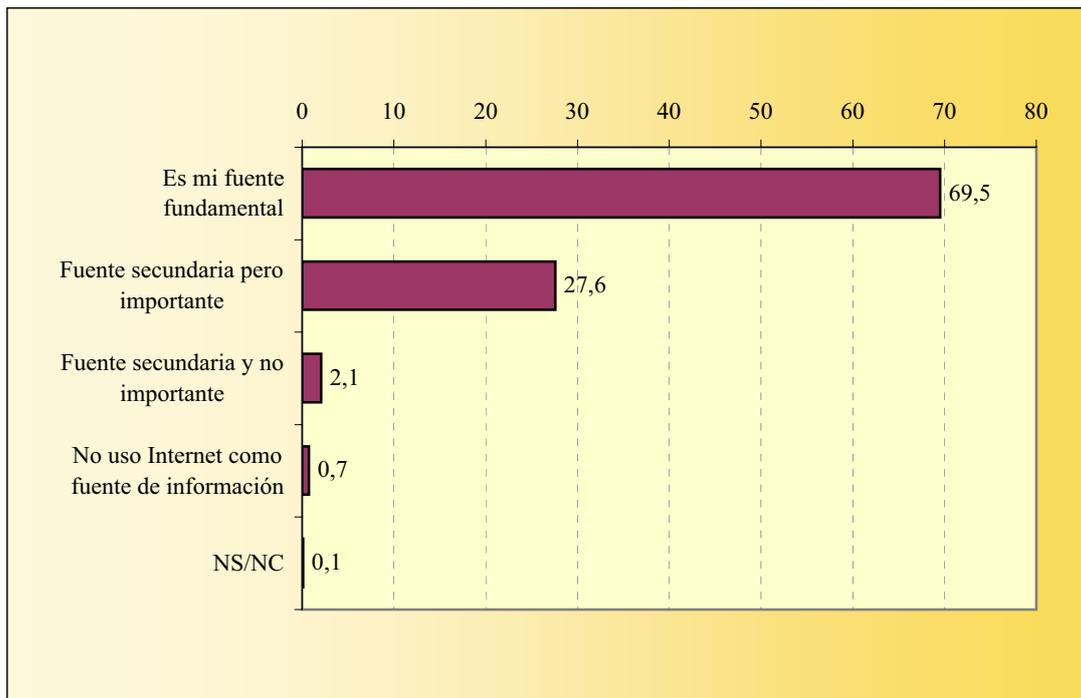
### MANERA DE LEER EL PERIÓDICO

<i>P. ¿Cuál es la manera habitual en que lee el periódico?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Ambas ediciones (impresa y electrónica)	21.761	54,8
Sólo la edición electrónica de Internet	12.763	32,1
Sólo la edición impresa	2.917	7,3
No suelo leer el periódico	2.212	5,6
NS/NC	56	0,1



### INTERNET COMO FUENTE DE ACTUALIDAD

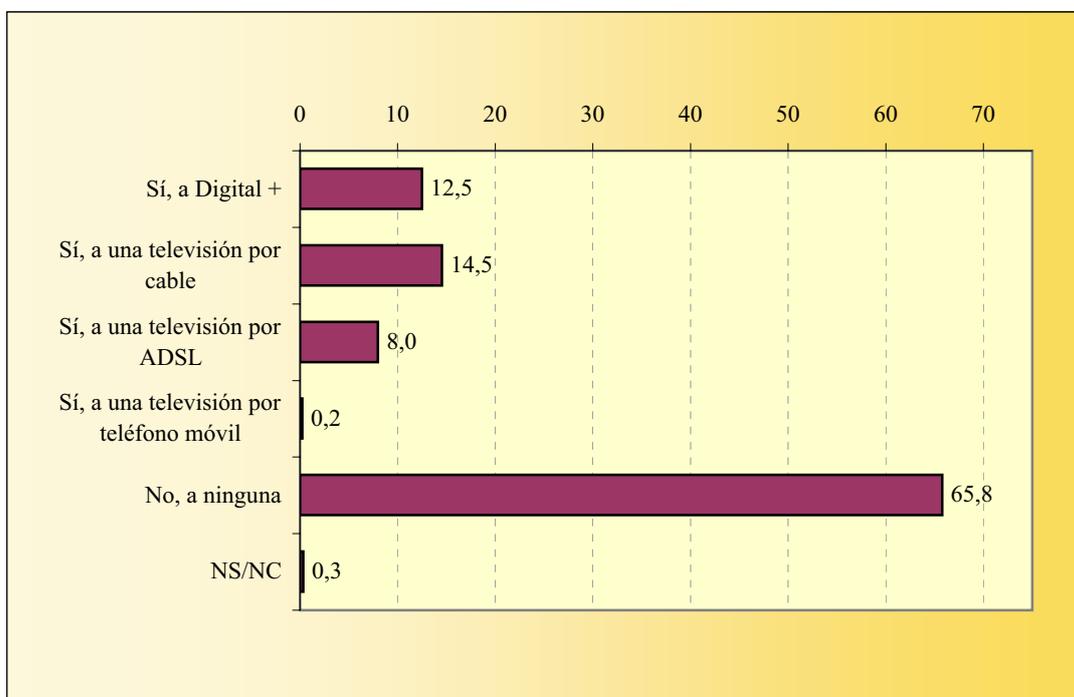
<i>P. En su caso, para estar informado de la actualidad ¿cómo considera Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Es mi fuente fundamental	27.610	69,5
Fuente secundaria pero importante	10.949	27,6
Fuente secundaria y no importante	815	2,1
No uso Internet como fuente de información	297	0,7
NS/NC	38	0,1



### 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.

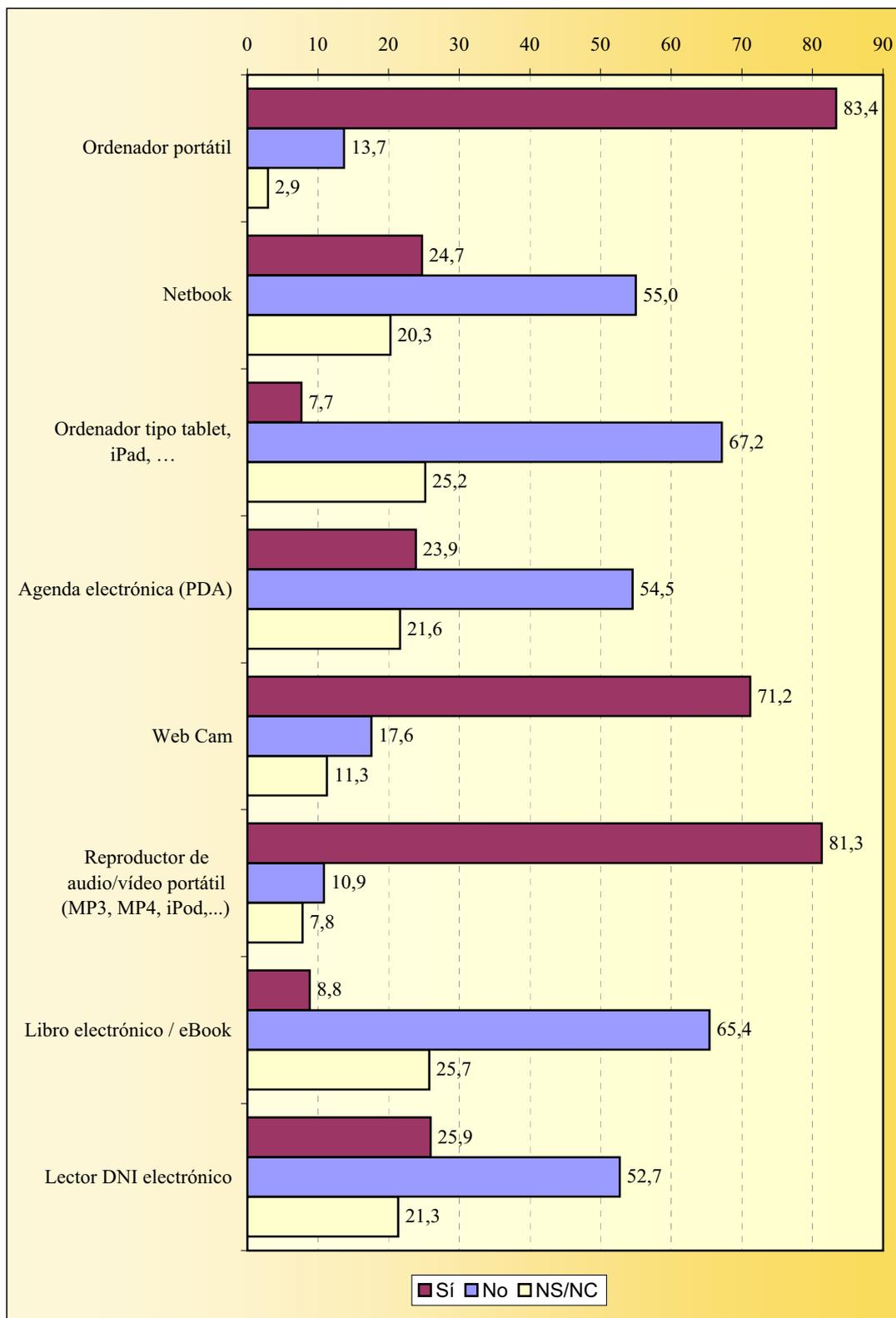
<i>P. ¿Está abonado a alguna televisión de pago?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	
Sí, a Digital +	4.960	12,5
Sí, a una televisión por cable	5.777	14,5
Sí, a una televisión por ADSL	3.171	8,0
Sí, a una televisión por teléfono móvil	97	0,2
No, a ninguna	26.116	65,8
NS/NC	136	0,3



**EQUIPAMIENTO**

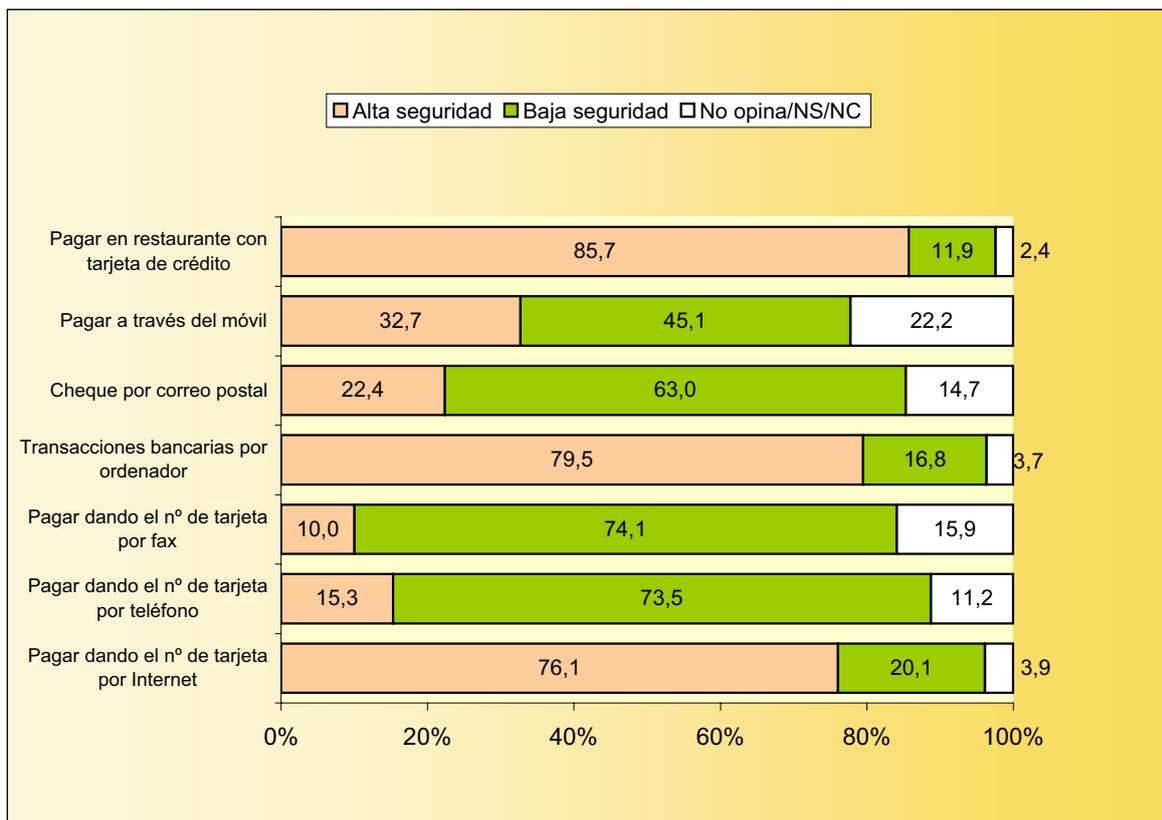
<i>P. ¿De cuáles de los siguientes aparatos dispone Vd.?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Ordenador portátil</b>		
Sí	33.108	83,4
No	5.435	13,7
NS/NC	1.166	2,9
<b>Netbook</b>		
Sí	9.822	24,7
No	21.838	55,0
NS/NC	8.049	20,3
<b>Ordenador tipo tablet, iPad, ...</b>		
Sí	3.048	7,7
No	26.668	67,2
NS/NC	9.993	25,2
<b>Agenda electrónica (PDA)</b>		
Sí	9.472	23,9
No	21.651	54,5
NS/NC	8.586	21,6
<b>Web Cam</b>		
Sí	28.266	71,2
No	6.974	17,6
NS/NC	4.469	11,3
<b>Reproductor de audio/vídeo portátil (MP3, MP4, iPod,...)</b>		
Sí	32.295	81,3
No	4.313	10,9
NS/NC	3.101	7,8
<b>Libro electrónico / eBook</b>		
Sí	3.510	8,8
No	25.976	65,4
NS/NC	10.223	25,7
<b>Lector DNI electrónico</b>		
Sí	10.300	25,9
No	20.932	52,7
NS/NC	8.477	21,3

### EQUIPAMIENTO



### GRADO DE SEGURIDAD DE TRANSACCIONES

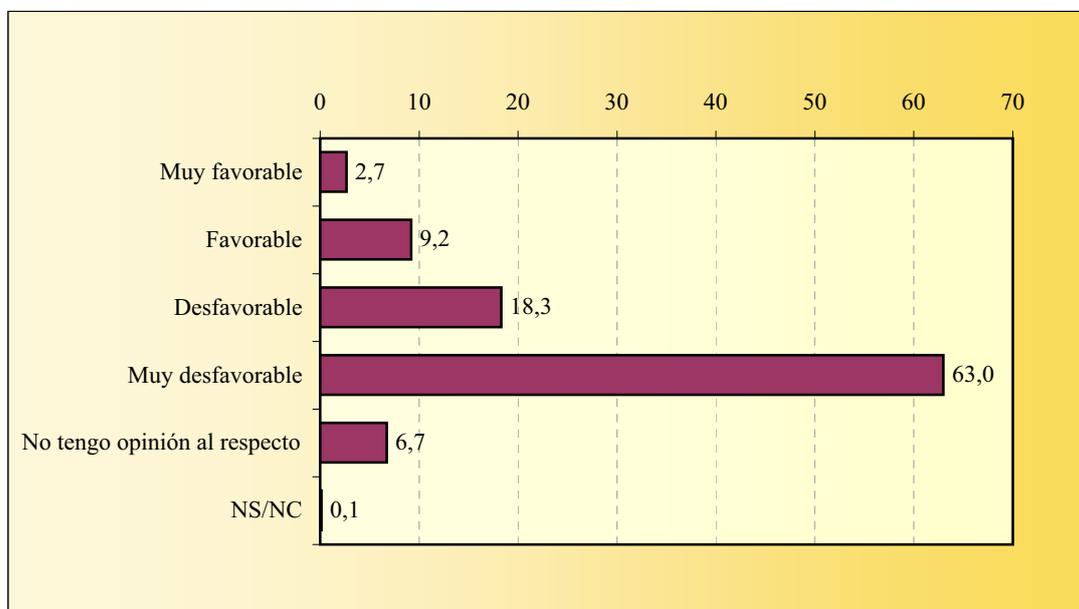
<i>P. ¿Qué grado de seguridad le merece cada una de estas transacciones?</i>						
<i>Porcentajes horizontales</i>						
	Mucha	Bastante	Poca	Ninguna	No tengo opinión	NS/NC
Pagar en restaurante con tarjeta de crédito	38,4	47,3	10,1	1,8	2,1	0,3
Pagar a través del teléfono móvil	9,1	23,6	31,5	13,6	20,9	1,4
Enviar cheque por correo postal	6,8	15,5	32,5	30,5	13,1	1,5
Transacciones bancarias por ordenador	33,6	45,9	12,2	4,6	2,9	0,7
Pagar dando el nº de tarjeta por fax	3,3	6,7	28,6	45,4	10,5	5,4
Pagar dando el nº de tarjeta por teléfono	4,0	11,3	33,9	39,6	6,5	4,8
Pagar dando el nº de tarjeta por Internet (servidor seguro)	28,8	47,3	13,0	7,1	2,9	0,9



## CONTENIDOS PROTEGIDOS POR COPYRIGHT

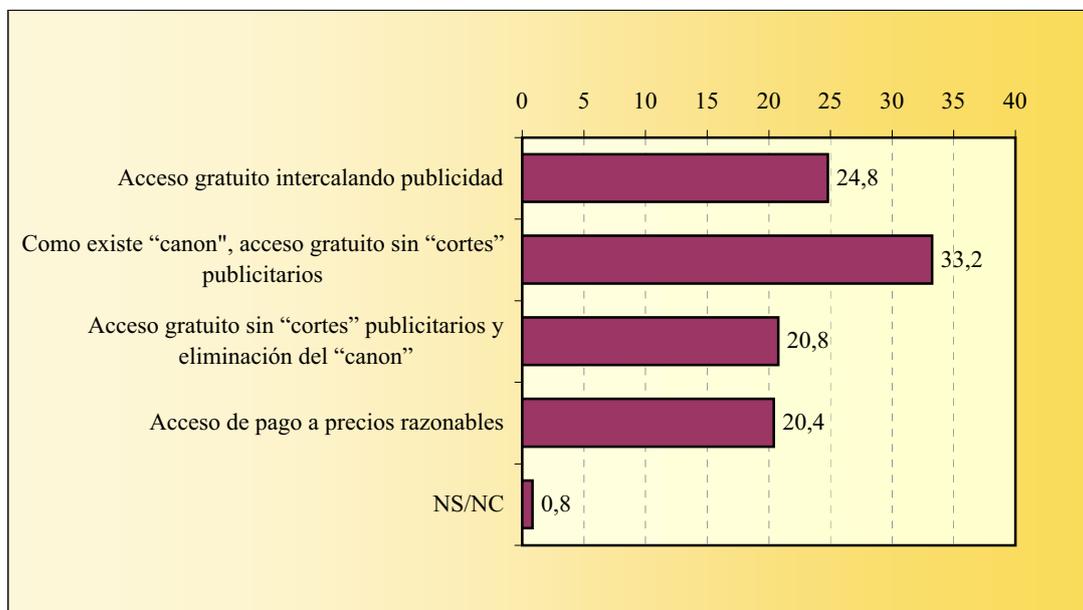
### Opinión sobre el canon

<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>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Muy favorable	1.057	2,7
Favorable	3.650	9,2
Desfavorable	7.263	18,3
Muy desfavorable	25.012	63,0
No tengo opinión al respecto	2.673	6,7
NS/NC	54	0,1



## CONTENIDOS PROTEGIDOS POR COPYRIGHT Modelo en Internet

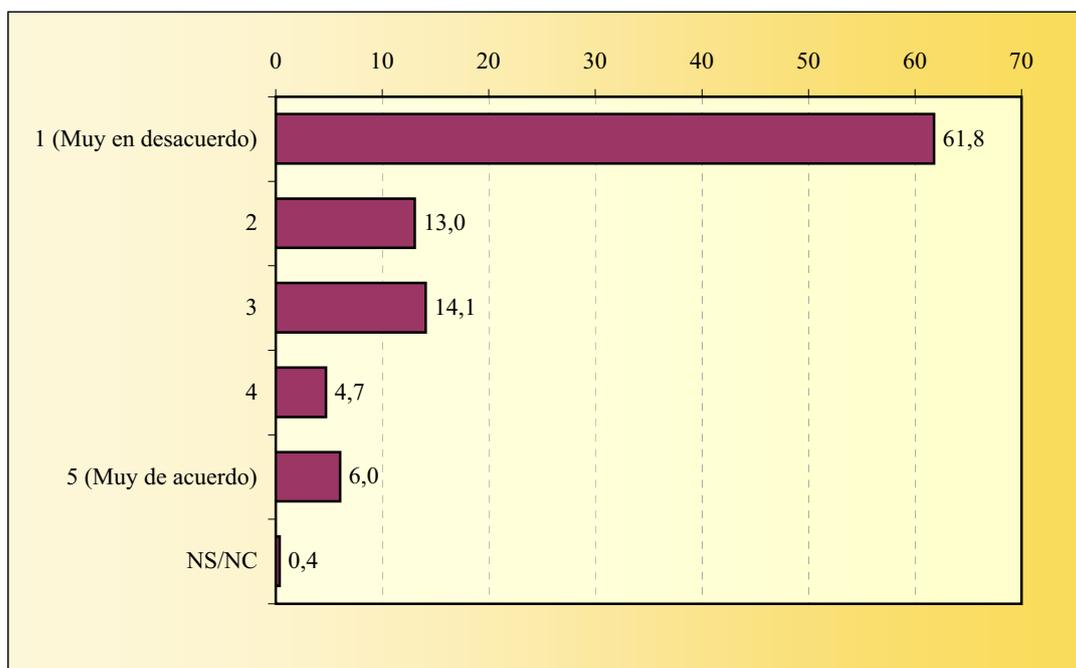
<i>P. En cuanto a los contenidos en Internet protegidos por copyright (música, películas, software,...) ¿con cuál de los siguientes modelos está más de acuerdo?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Acceso gratuito intercalando publicidad	9.841	24,8
Como existe "canon", acceso gratuito sin "cortes" publicitarios	13.195	33,2
Acceso gratuito sin "cortes" publicitarios y eliminación del "canon"	8.243	20,8
Acceso de pago a precios razonables	8.100	20,4
NS/NC	330	0,8



## CONTENIDOS PROTEGIDOS POR COPYRIGHT

### Valoración sobre el corte del acceso a Internet

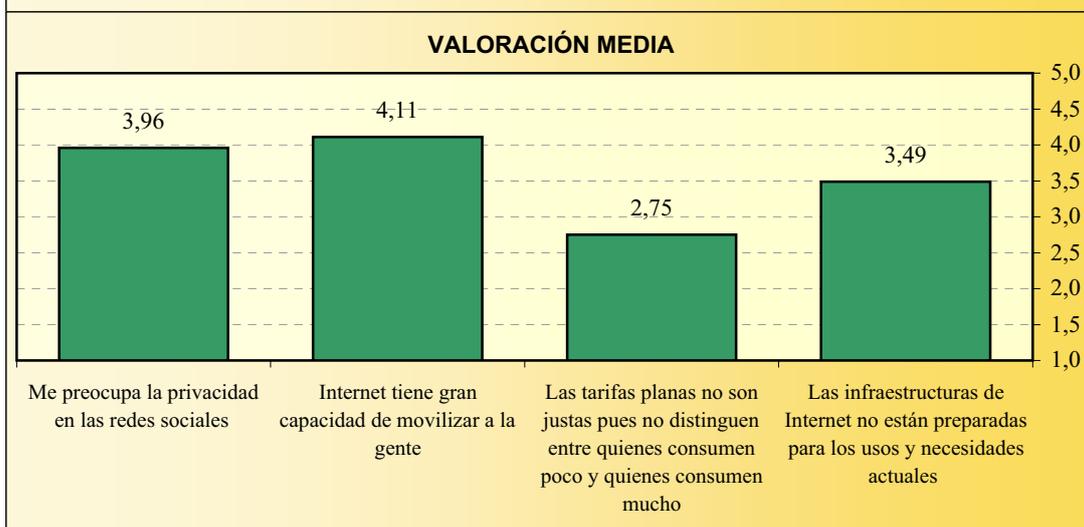
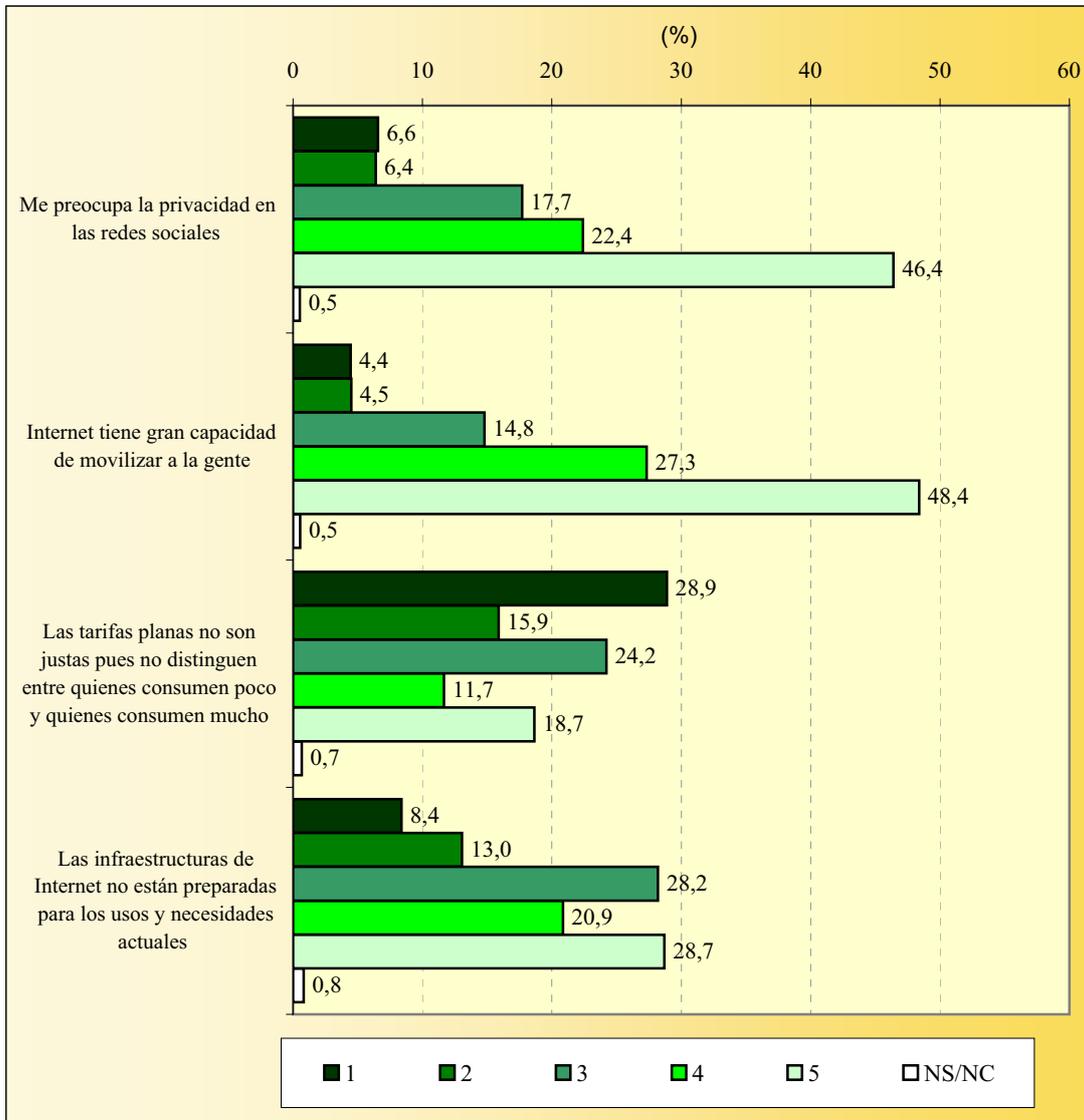
<i>P. En otros países se plantea cortar el acceso a Internet a aquellas personas que descarguen gratuitamente contenidos protegidos por copyright ¿cómo valora la implantación de esta medida? (5=Muy de acuerdo ; 1=Muy en desacuerdo)</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
1 (Muy en desacuerdo)	24.535	61,8
2	5.181	13,0
3	5.588	14,1
4	1.869	4,7
5 (Muy de acuerdo)	2.394	6,0
NS/NC	142	0,4
Valoración media	1,80	



**OPINIONES SOBRE INTERNET**

<i>P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo con las siguientes opiniones acerca de Internet? (5=Muy de acuerdo; 1=Muy en desacuerdo)</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
<b>Me preocupa la privacidad en las redes sociales</b>		
1	2.607	6,6
2	2.538	6,4
3	7.032	17,7
4	8.894	22,4
5	18.427	46,4
NS/NC	211	0,5
Valoración media	3,96	
<b>Internet tiene gran capacidad de movilizar a la gente</b>		
1	1.767	4,4
2	1.790	4,5
3	5.872	14,8
4	10.847	27,3
5	19.219	48,4
NS/NC	214	0,5
Valoración media	4,11	
<b>Las tarifas planas no son justas pues no distinguen entre quienes consumen poco y quienes consumen mucho</b>		
1	11.474	28,9
2	6.305	15,9
3	9.620	24,2
4	4.632	11,7
5	7.407	18,7
NS/NC	271	0,7
Valoración media	2,75	
<b>Las infraestructuras de Internet no están preparadas para los usos y necesidades actuales</b>		
1	3.326	8,4
2	5.182	13,0
3	11.197	28,2
4	8.283	20,9
5	11.393	28,7
NS/NC	328	0,8
Valoración media	3,49	

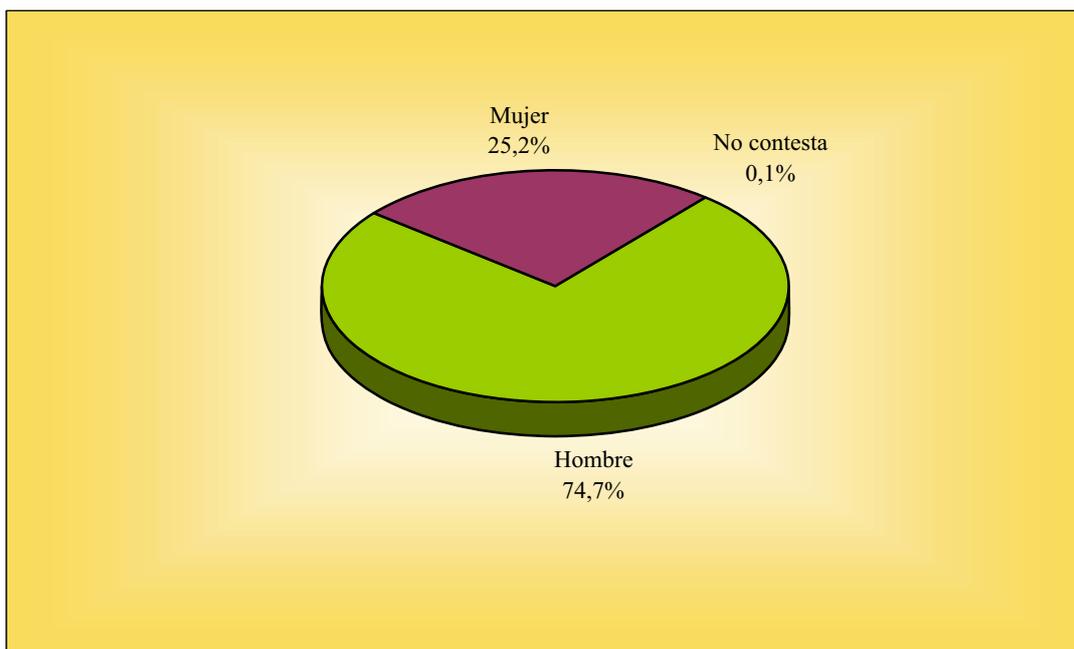
### OPINIONES SOBRE INTERNET



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Sexo

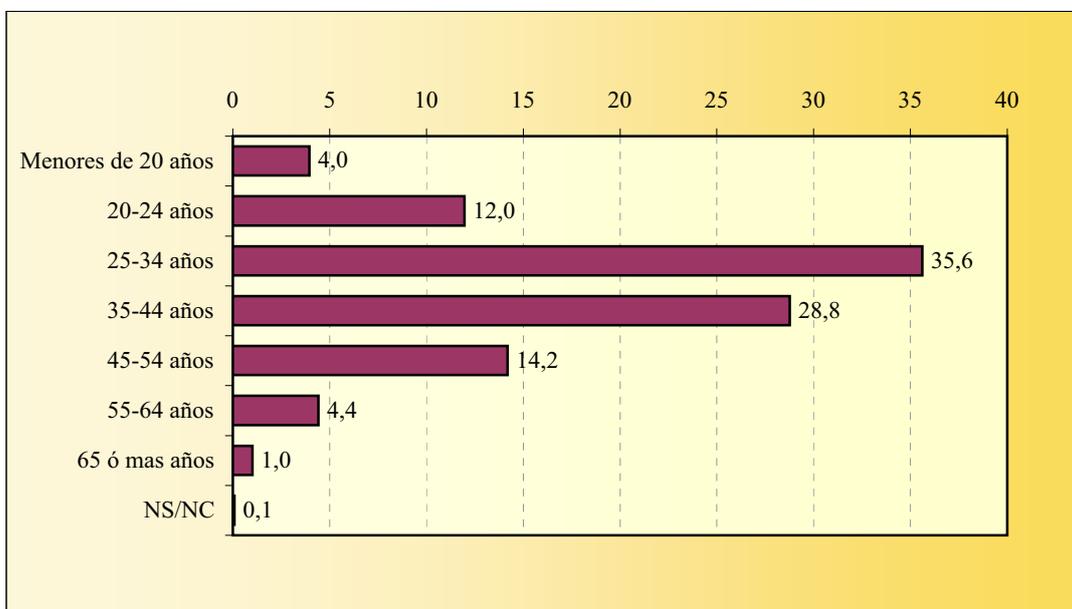
<i>P. Sexo</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Hombre	29.653	74,7
Mujer	10.019	25,2
No contesta	37	0,1



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Edad

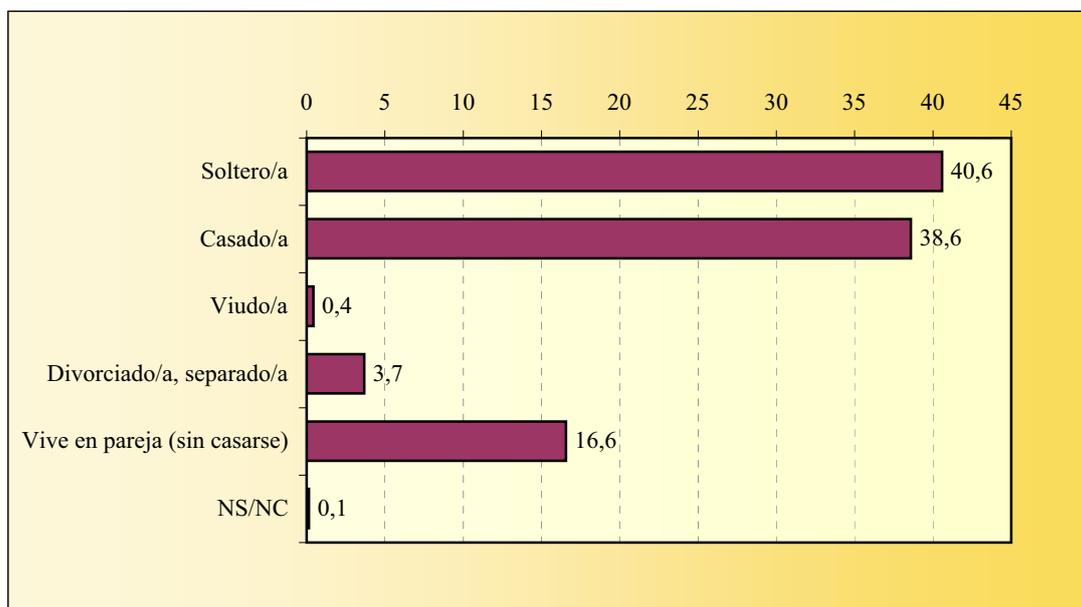
<i>P. Edad</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Menores de 20 años	1.572	4,0
20-24 años	4.748	12,0
25-34 años	14.140	35,6
35-44 años	11.422	28,8
45-54 años	5.636	14,2
55-64 años	1.753	4,4
65 ó mas años	405	1,0
NS/NC	33	0,1



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Estado civil

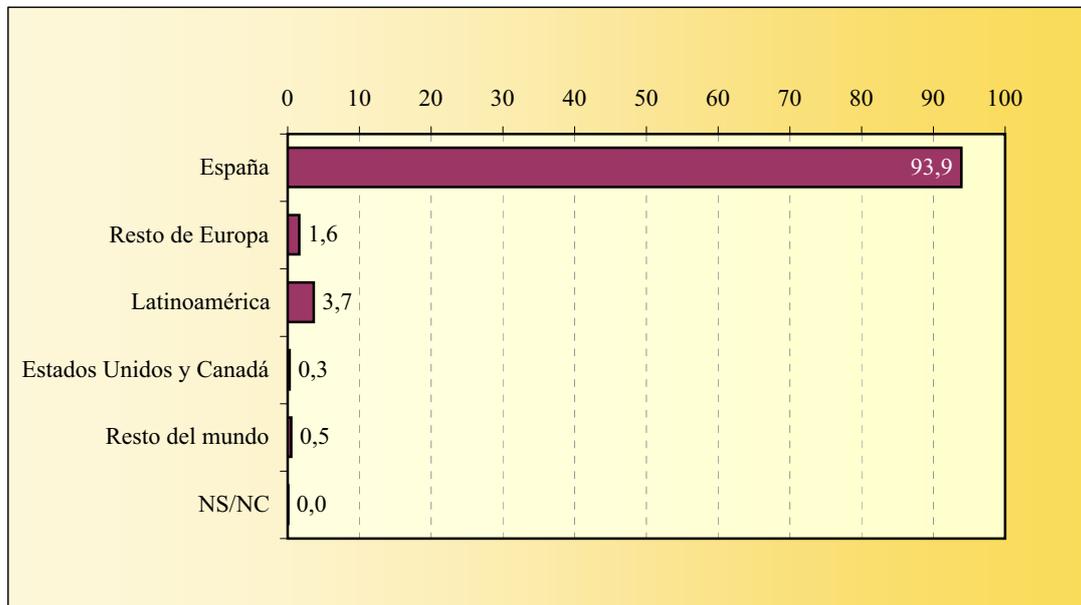
<i>P. Estado civil</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Soltero/a	16.113	40,6
Casado/a	15.326	38,6
Viudo/a	174	0,4
Divorciado/a, separado/a	1.462	3,7
Vive en pareja (sin casarse)	6.577	16,6
NS/NC	57	0,1



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

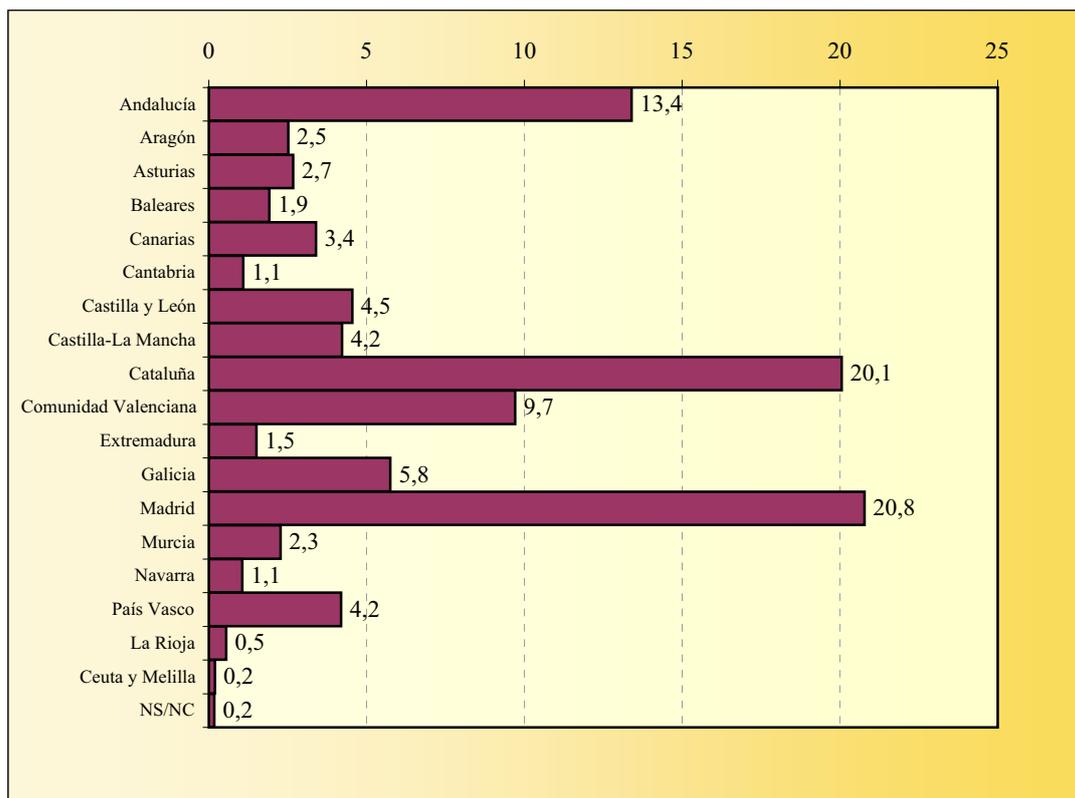
### Lugar de residencia

<i>P. Lugar de residencia</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
España	37.294	93,9
Resto de Europa	644	1,6
Latinoamérica	1.451	3,7
Estados Unidos y Canadá	105	0,3
Resto del mundo	198	0,5
NS/NC	17	0,0



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Comunidad Autónoma

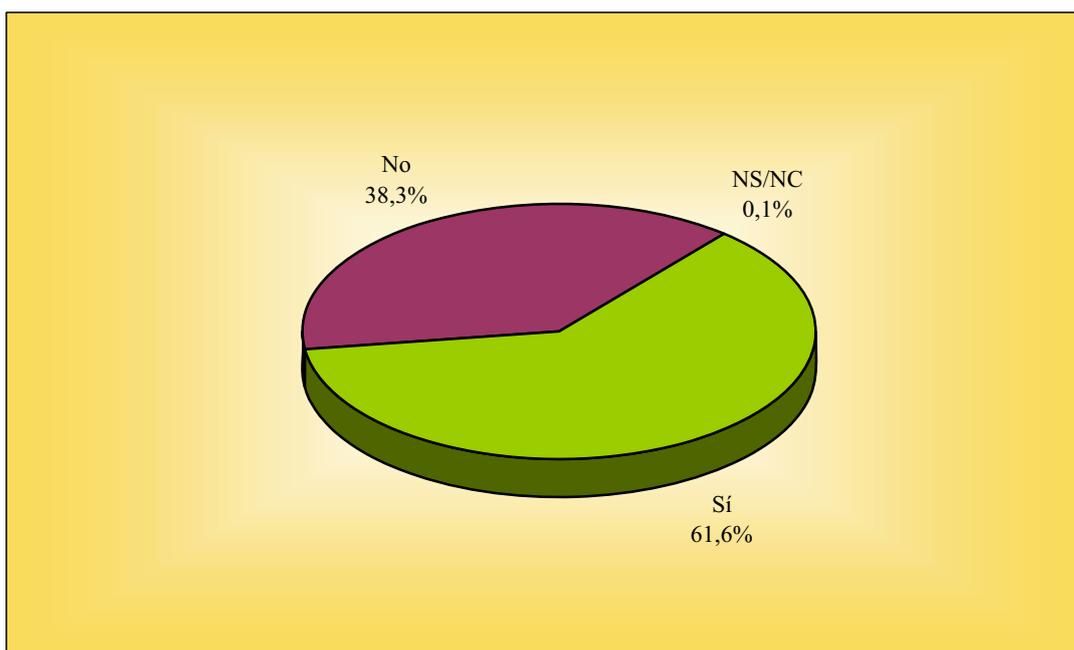
<i>P. Indique en qué Comunidad Autónoma reside</i>		
	Absolutos	%
BASE (residentes en España)	37.294	100,0
Andalucía	4.998	13,4
Aragón	939	2,5
Asturias	997	2,7
Baleares	714	1,9
Canarias	1.266	3,4
Cantabria	406	1,1
Castilla y León	1.695	4,5
Castilla-La Mancha	1.575	4,2
Cataluña	7.479	20,1
Comunidad Valenciana	3.621	9,7
Extremadura	563	1,5
Galicia	2.145	5,8
Madrid	7.749	20,8
Murcia	848	2,3
Navarra	394	1,1
País Vasco	1.563	4,2
La Rioja	205	0,5
Ceuta y Melilla	73	0,2
NS/NC	64	0,2



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Municipio de residencia

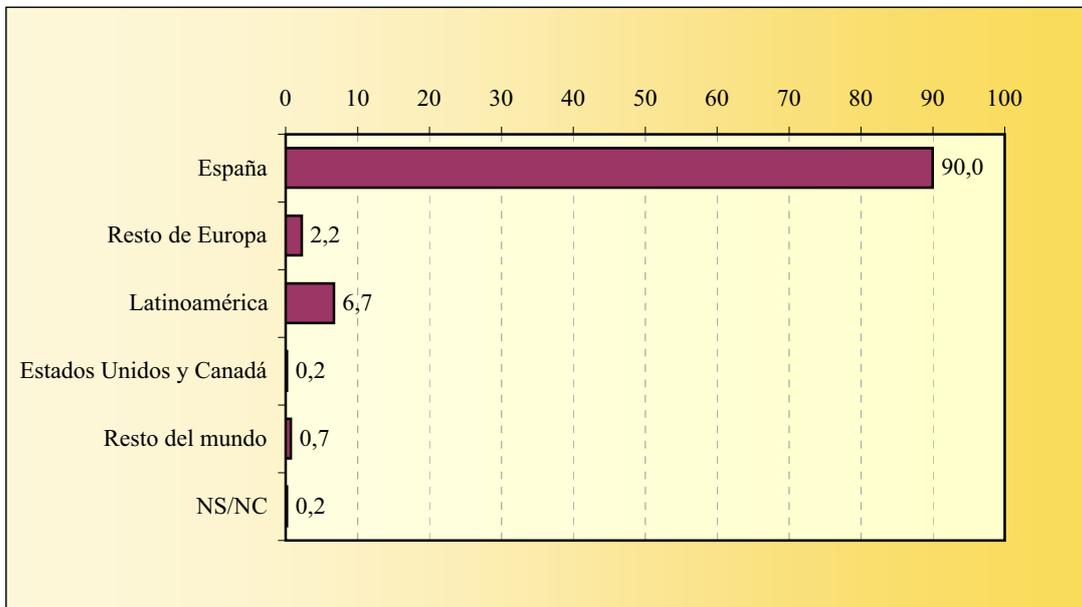
<i>P. ¿Es su municipio de residencia capital de la provincia o tiene más de 100.000 habitantes?</i>		
	Absolutos	%
BASE (residentes en España)	37.294	100,0
Sí	22.982	61,6
No	14.278	38,3
NS/NC	34	0,1



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Lugar de nacimiento

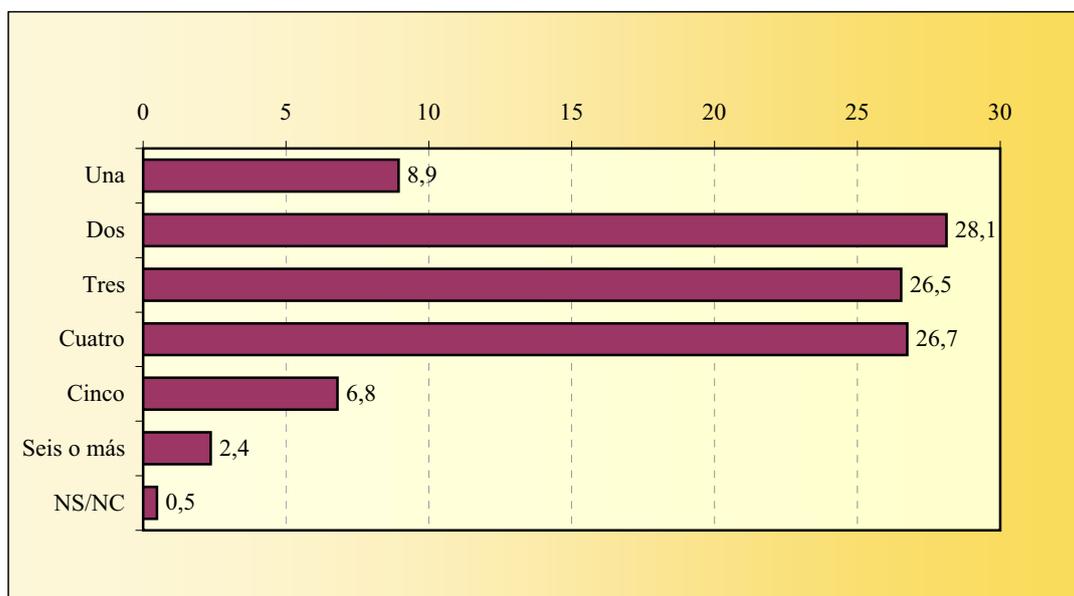
<i>P. Lugar de nacimiento</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
España	35.730	90,0
Resto de Europa	886	2,2
Latinoamérica	2.670	6,7
Estados Unidos y Canadá	64	0,2
Resto del mundo	283	0,7
NS/NC	76	0,2



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Tamaño del hogar

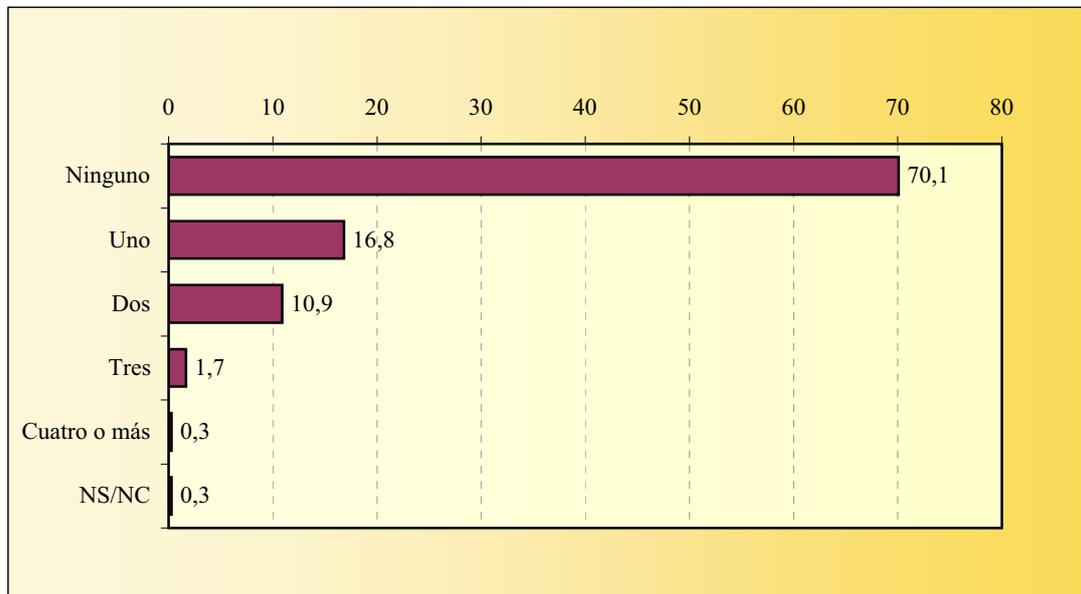
<i>P. ¿Cuántas personas viven en su hogar incluido Vd.?</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Una	3.552	8,9
Dos	11.166	28,1
Tres	10.536	26,5
Cuatro	10.622	26,7
Cinco	2.702	6,8
Seis o más	937	2,4
NS/NC	194	0,5



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Niños en el hogar

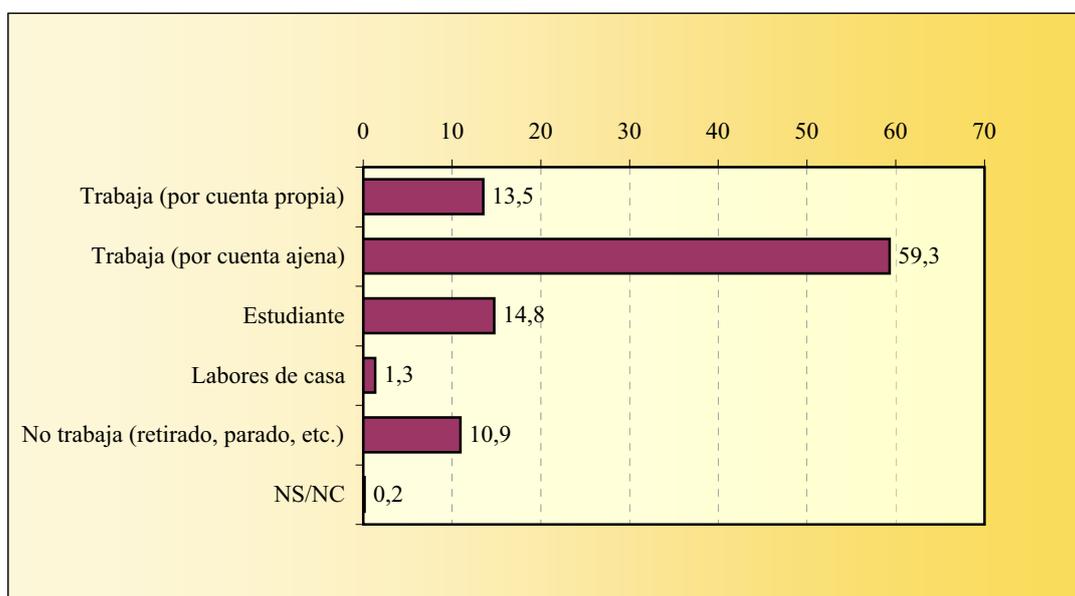
<i>P. Número de hijos menores de 14 años en su hogar</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Ninguno	27.826	70,1
Uno	6.683	16,8
Dos	4.325	10,9
Tres	659	1,7
Cuatro o más	109	0,3
NS/NC	107	0,3



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Ocupación principal

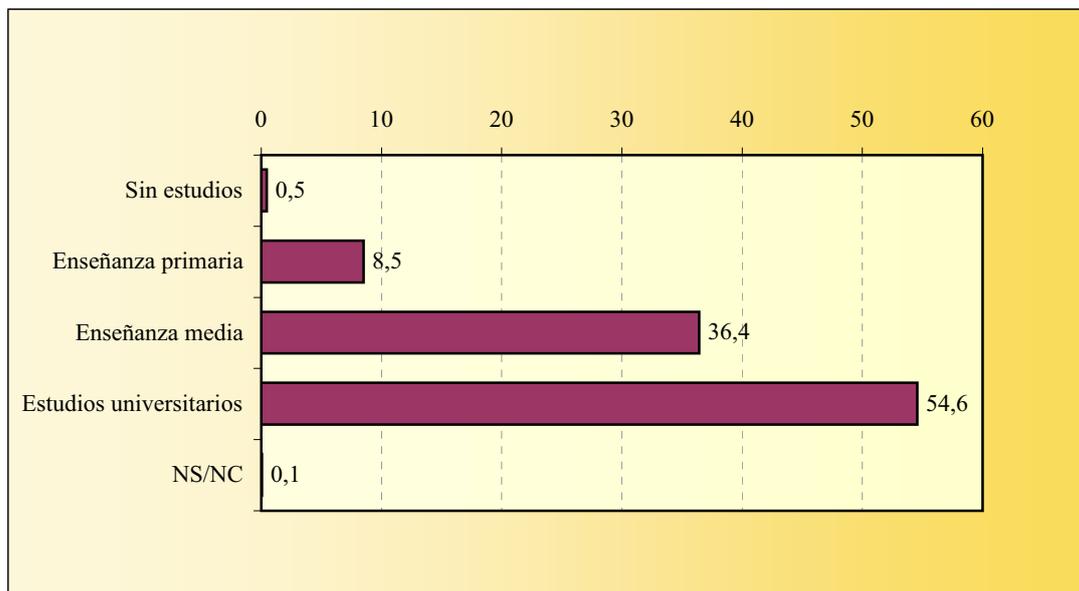
<i>P. Ocupación principal</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Trabaja (por cuenta propia)	5.364	13,5
Trabaja (por cuenta ajena)	23.545	59,3
Estudiante	5.862	14,8
Labores de casa	531	1,3
No trabaja (retirado, parado, etc.)	4.346	10,9
NS/NC	61	0,2



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

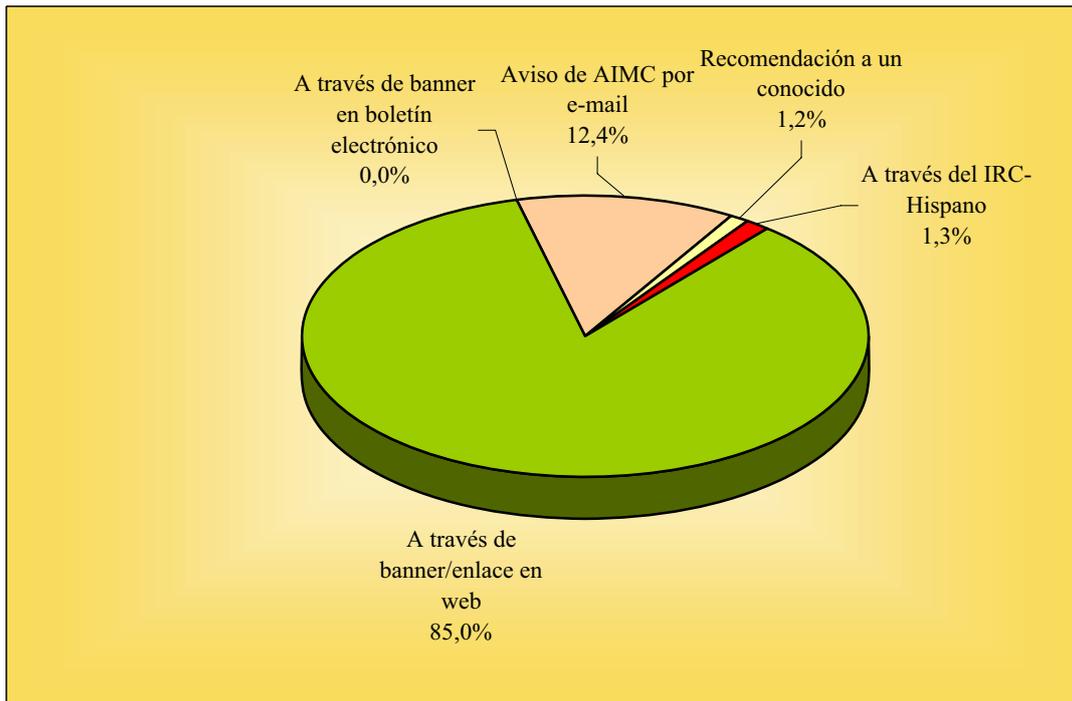
### Estudios

<i>P. Nivel de estudios finalizados</i>		
	Absolutos	%
BASE	39.709	100,0
Sin estudios	179	0,5
Enseñanza primaria (EGB / ESO)	3.379	8,5
Enseñanza media (BUP / Bachillerato / FP)	14.462	36,4
Estudios universitarios	21.669	54,6
NS/NC	20	0,1



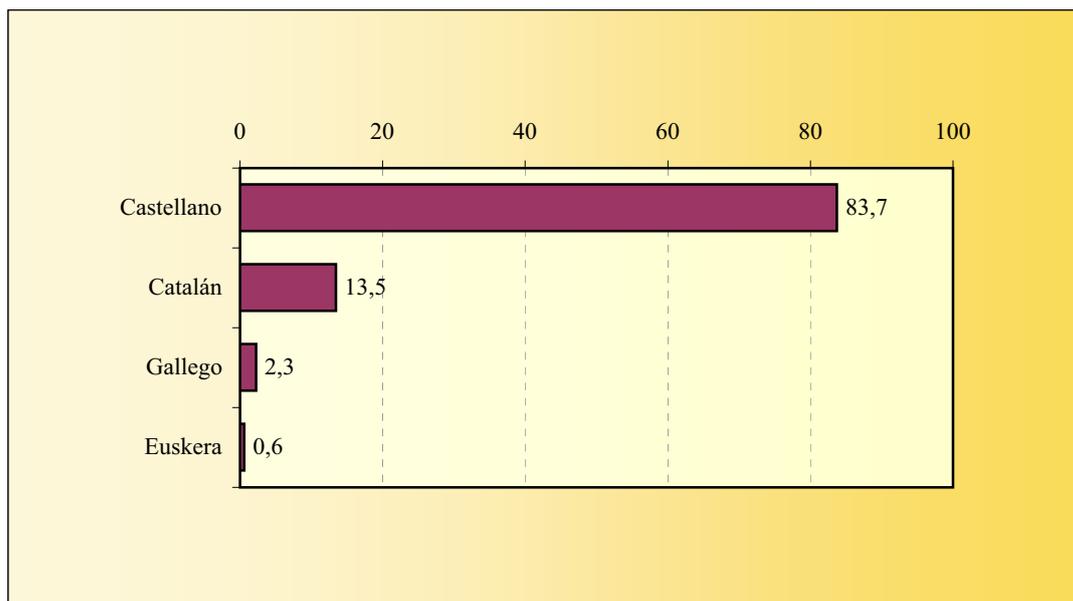
### ACCESO A LA ENCUESTA

<i>Acceso a la encuesta</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
A través de banner/enlace en web	33.764	85,0
A través de banner en boletín electrónico	1	0,0
Aviso de AIMC por e-mail	4.937	12,4
Recomendación a un conocido	485	1,2
A través del IRC-Hispano	522	1,3



### IDIOMA DEL CUESTIONARIO

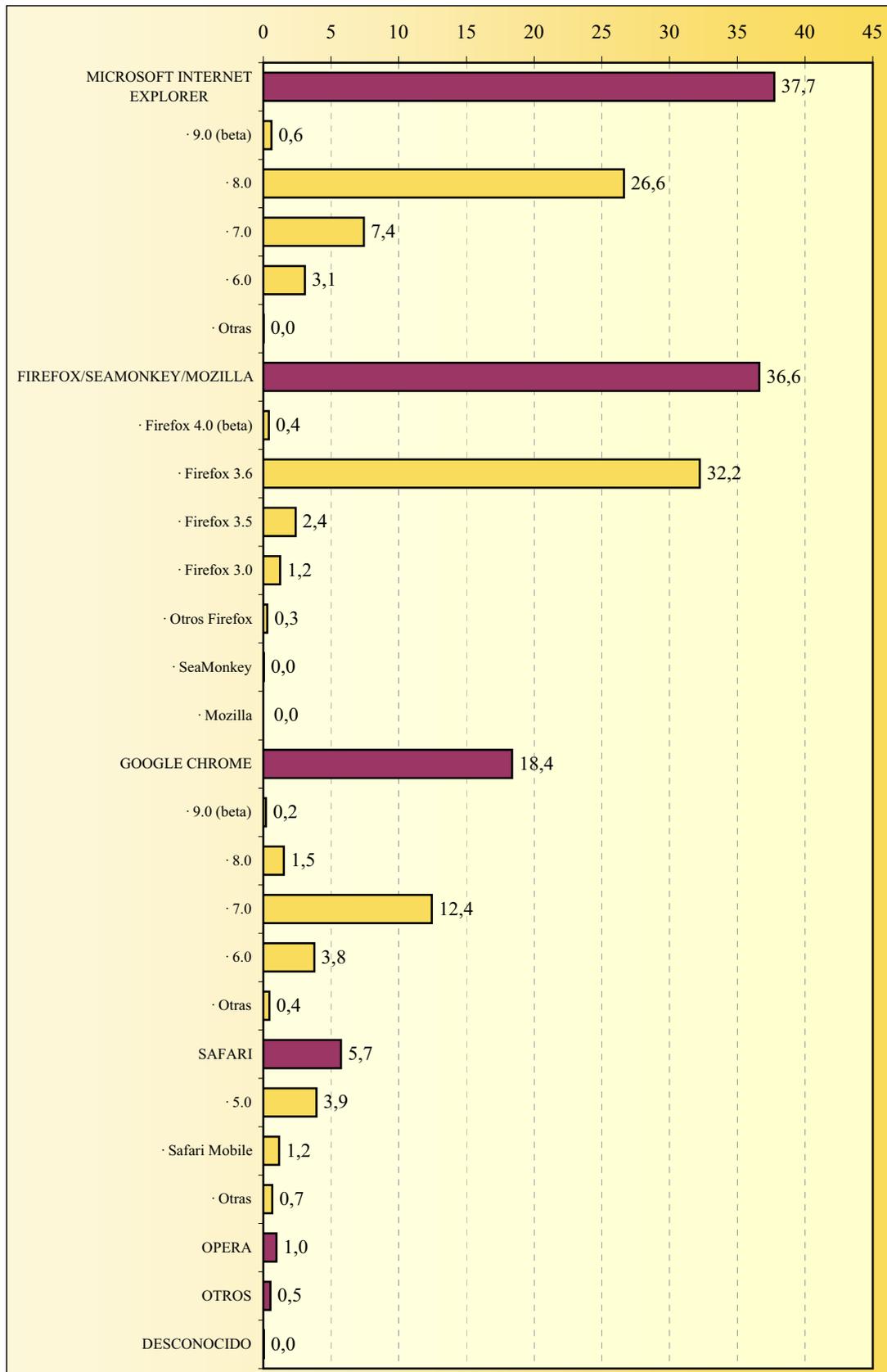
<i>Idioma</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
Castellano	33.234	83,7
Catalán	5.345	13,5
Gallego	904	2,3
Euskera	226	0,6



**NAVEGADOR**

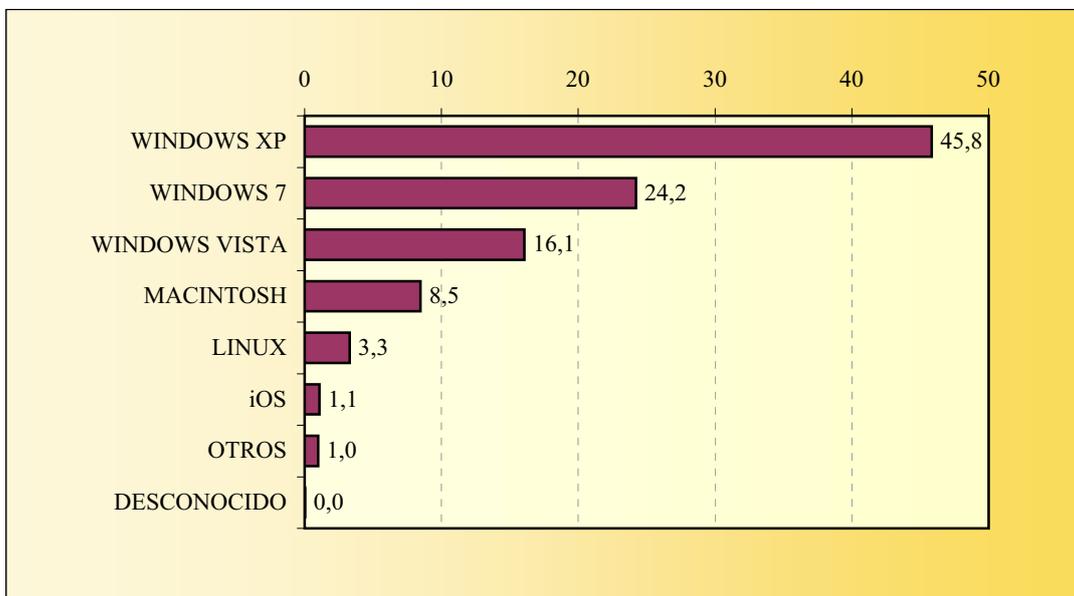
<i>Navegador utilizado para contestar la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
MICROSOFT INTERNET EXPLORER	14.981	37,7
· 9.0 (beta)	238	0,6
· 8.0	10.574	26,6
· 7.0	2.946	7,4
· 6.0	1.219	3,1
· Otras	4	0,0
FIREFOX/SEAMONKEY/MOZILLA	14.540	36,6
· Firefox 4.0 (beta)	162	0,4
· Firefox 3.6	12.800	32,2
· Firefox 3.5	948	2,4
· Firefox 3.0	494	1,2
· Otros Firefox	116	0,3
· SeaMonkey	17	0,0
· Mozilla	3	0,0
GOOGLE CHROME	7.294	18,4
· 9.0 (beta)	79	0,2
· 8.0	599	1,5
· 7.0	4.940	12,4
· 6.0	1.500	3,8
· Otras	176	0,4
SAFARI	2.278	5,7
· 5.0	1.558	3,9
· Safari Mobile	461	1,2
· Otras	259	0,7
OPERA	389	1,0
OTROS	210	0,5
DESCONOCIDO	17	0,0

### NAVEGADOR



### SISTEMA OPERATIVO

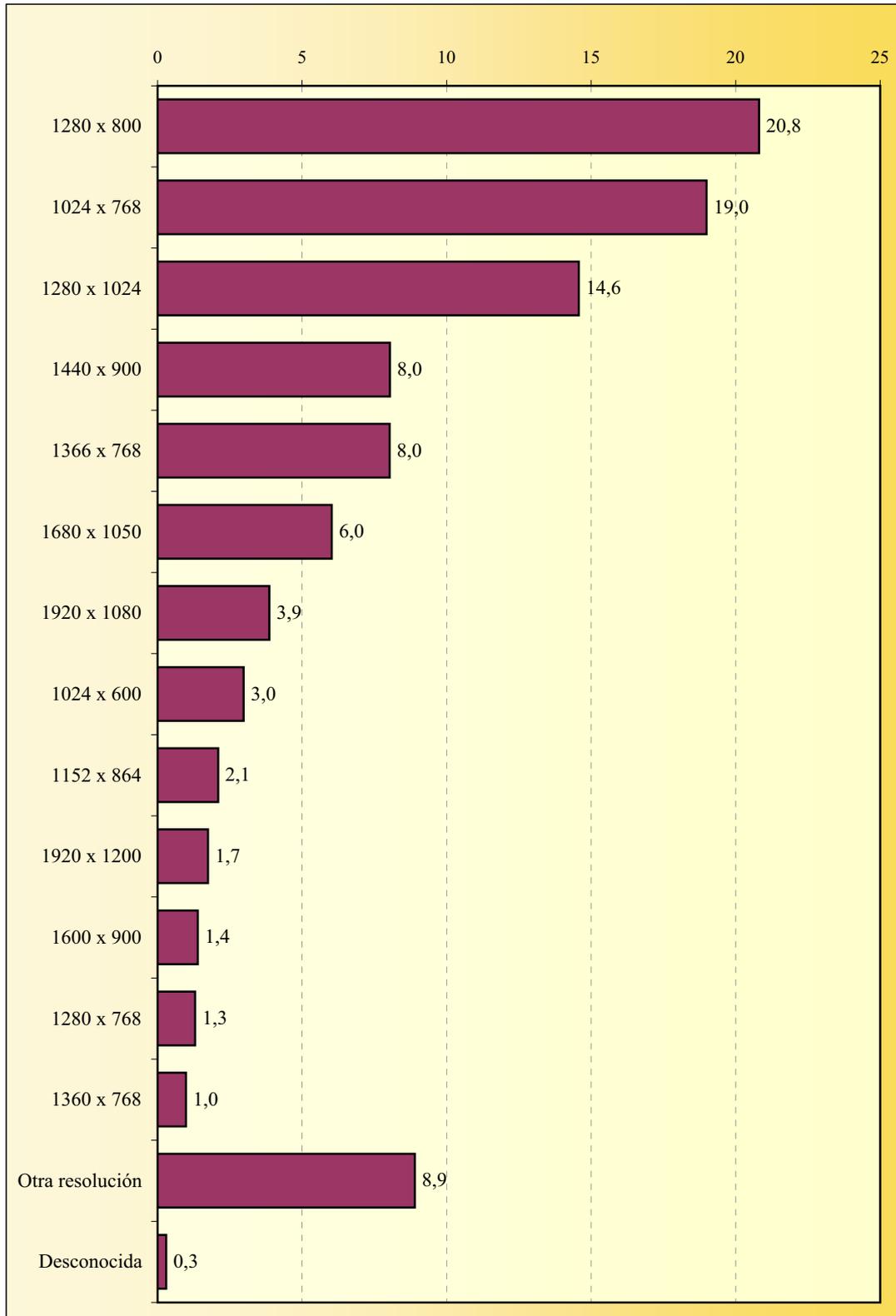
<i>Sistema operativo con el que se ha realizado la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
WINDOWS XP	18.199	45,8
WINDOWS 7	9.622	24,2
WINDOWS VISTA	6.380	16,1
MACINTOSH	3.365	8,5
LINUX	1.311	3,3
iOS	425	1,1
OTROS	396	1,0
DESCONOCIDO	11	0,0



## RESOLUCIÓN DE PANTALLA

<i>Resolución de la pantalla en la que se ha realizado la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	39.709	100,0
1280 x 800	8.263	20,8
1024 x 768	7.542	19,0
1280 x 1024	5.787	14,6
1440 x 900	3.193	8,0
1366 x 768	3.187	8,0
1680 x 1050	2.391	6,0
1920 x 1080	1.534	3,9
1024 x 600	1.180	3,0
1152 x 864	832	2,1
1920 x 1200	692	1,7
1600 x 900	552	1,4
1280 x 768	514	1,3
1360 x 768	389	1,0
Otra resolución	3.534	8,9
Desconocida	119	0,3

### RESOLUCIÓN DE PANTALLA



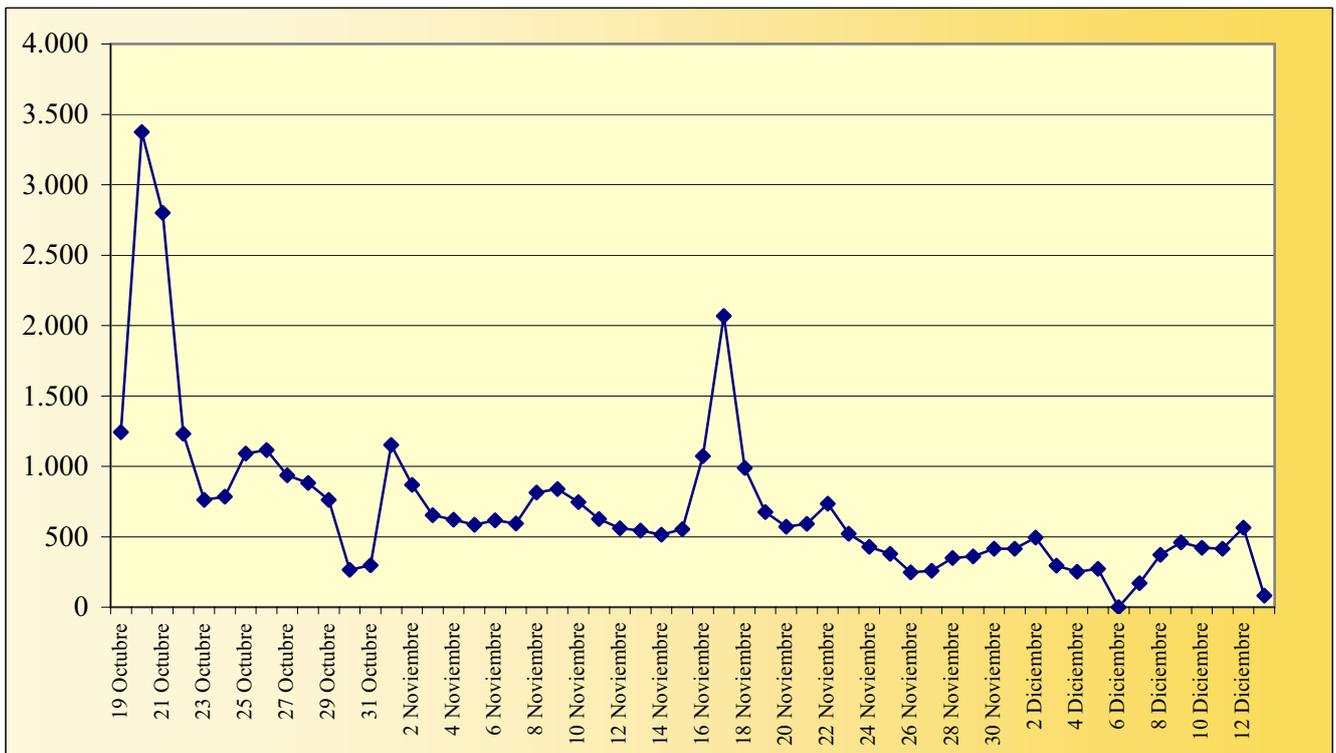
### ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

39.709 entrevistas

DIA	Entrevistas	%
19 Octubre	1.242	3,1
20 Octubre	3.375	8,5
21 Octubre	2.801	7,1
22 Octubre	1.232	3,1
23 Octubre	761	1,9
24 Octubre	784	2,0
25 Octubre	1.090	2,7
26 Octubre	1.116	2,8
27 Octubre	936	2,4
28 Octubre	882	2,2
29 Octubre	761	1,9
30 Octubre	266	0,7
31 Octubre	296	0,7
1 Noviembre	1.153	2,9
2 Noviembre	869	2,2
3 Noviembre	652	1,6
4 Noviembre	621	1,6
5 Noviembre	586	1,5
6 Noviembre	617	1,6

DIA	Entrevistas	%
7 Noviembre	594	1,5
8 Noviembre	813	2,0
9 Noviembre	838	2,1
10 Noviembre	747	1,9
11 Noviembre	625	1,6
12 Noviembre	561	1,4
13 Noviembre	544	1,4
14 Noviembre	514	1,3
15 Noviembre	553	1,4
16 Noviembre	1.073	2,7
17 Noviembre	2.068	5,2
18 Noviembre	988	2,5
19 Noviembre	676	1,7
20 Noviembre	572	1,4
21 Noviembre	591	1,5
22 Noviembre	735	1,9
23 Noviembre	522	1,3
24 Noviembre	429	1,1
25 Noviembre	378	1,0

DIA	Entrevistas	%
26 Noviembre	247	0,6
27 Noviembre	259	0,7
28 Noviembre	350	0,9
29 Noviembre	360	0,9
30 Noviembre	415	1,0
1 Diciembre	416	1,0
2 Diciembre	495	1,2
3 Diciembre	294	0,7
4 Diciembre	252	0,6
5 Diciembre	272	0,7
6 Diciembre	0	0,0
7 Diciembre	170	0,4
8 Diciembre	373	0,9
9 Diciembre	461	1,2
10 Diciembre	422	1,1
11 Diciembre	416	1,0
12 Diciembre	564	1,4
13 Diciembre	82	0,2



### ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

**TOTAL: 39.709 entrevistas**

INTERVALO	Entrevistas	%
6:00-7:00 h.	181	0,5
7:00-8:00 h.	324	0,8
8:00-9:00 h.	816	2,1
9:00-10:00 h.	1.803	4,5
10:00-11:00 h.	2.336	5,9
11:00-12:00 h.	2.479	6,2
12:00-13:00 h.	2.531	6,4
13:00-14:00 h.	2.417	6,1
14:00-15:00 h.	1.975	5,0
15:00-16:00 h.	1.752	4,4
16:00-17:00 h.	2.083	5,2
17:00-18:00 h.	2.277	5,7

INTERVALO	Entrevistas	%
18:00-19:00 h.	2.297	5,8
19:00-20:00 h.	2.386	6,0
20:00-21:00 h.	2.435	6,1
21:00-22:00 h.	2.295	5,8
22:00-23:00 h.	2.421	6,1
23:00-00:00 h.	2.480	6,2
00:00-1:00 h.	1.986	5,0
1:00-2:00 h.	1.109	2,8
2:00-3:00 h.	560	1,4
3:00-4:00 h.	344	0,9
4:00-5:00 h.	257	0,6
5:00-6:00 h.	165	0,4

