

FEBRERO  
2010



# NAVEGANTES EN LA RED

Patrocina



Colabora

**PaginasAmarillas.es**

# NAVEGANTES EN LA RED

12ª encuesta AIMC  
a usuarios de Internet

PATROCINA



COLABORA

***PaginasAmarillas.es***

FEBRERO 2010

© 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-5425-2010

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>27</b>
· Antigüedad en Internet.....	29
· Frecuencia de acceso a Internet.....	30
· Último acceso a Internet.....	33
· Equipo a través del que se conecta.....	37
· Acceso a través de dispositivos móviles.....	38
· Red inalámbrica Wi-Fi.....	39
· Acceso a Internet desde casa.....	40
· Tiempo de conexión día de ayer.....	46
· Periodos horarios uso Internet ayer.....	48
· Servicios utilizados día de ayer.....	49
· Frecuencia de uso de servicios de Internet.....	50
· Promedio de tiempo de conexión por semana.....	58
· Disminución de tiempo en otras actividades.....	59
· Problemas de Internet.....	60
· Velocidad de Internet.....	61
· Firma electrónica.....	62
· Publicidad en Internet.....	63
· Software de mensajería instantánea.....	65
· Parches de seguridad.....	66
· Virus informáticos.....	67
· Tipo de acceso a chat.....	69
· Tipo de llamadas telefónicas por Internet.....	70
· Control parental.....	71
· Opinión sobre las redes P2P.....	72
· Redes sociales.....	73
· Acceso a blog.....	77
· Aportación de contenidos a la web.....	78
· Número de direcciones de e-mail.....	79
· Tipo de las direcciones de e-mail.....	80
· Cliente de correo electrónico.....	81

<b>ÍNDICE</b>	<b>Página</b>
· Spam.....	83
· Phishing.....	85
· Disponibilidad de página web personal.....	86
· Disponibilidad de blog/weblog/bitácora.....	87
· Configuración de las cookies.....	88
· Últimos webs visitados.....	89
· Directorios y buscadores más usados.....	92
· Actividades realizadas en Internet.....	93
· Curso a través de Internet.....	99
· Decisión de compra informado a través de la web.....	100
· Compra a través de la web.....	103
· Boca a boca en Internet.....	115
· Relaciones personales.....	117
· Ayudas técnicas a la navegación.....	118
· Banca en Internet.....	119
· Conocimiento de inglés.....	123
· Conocimiento de informática.....	124
· Contacto con otros medios.....	125
· Radio a la carta.....	134
· Manera de leer el periódico.....	135
· Internet como fuente de actualidad.....	136
· Televisión de pago.....	137
· Equipamiento.....	138
· Grado de seguridad de transacciones.....	140
· Contenidos protegidos por copyright.....	141
· Características socio-demográficas.....	144
· Acceso a la encuesta.....	155
· Idioma del cuestionario.....	156
· Navegador.....	157
· Sistema operativo.....	158
· Resolución de pantalla.....	159
· Entrevistas recibidas por día.....	161
· Entrevistas recibidas por hora.....	162

# I. INTRODUCCIÓN



## I. INTRODUCCIÓN.

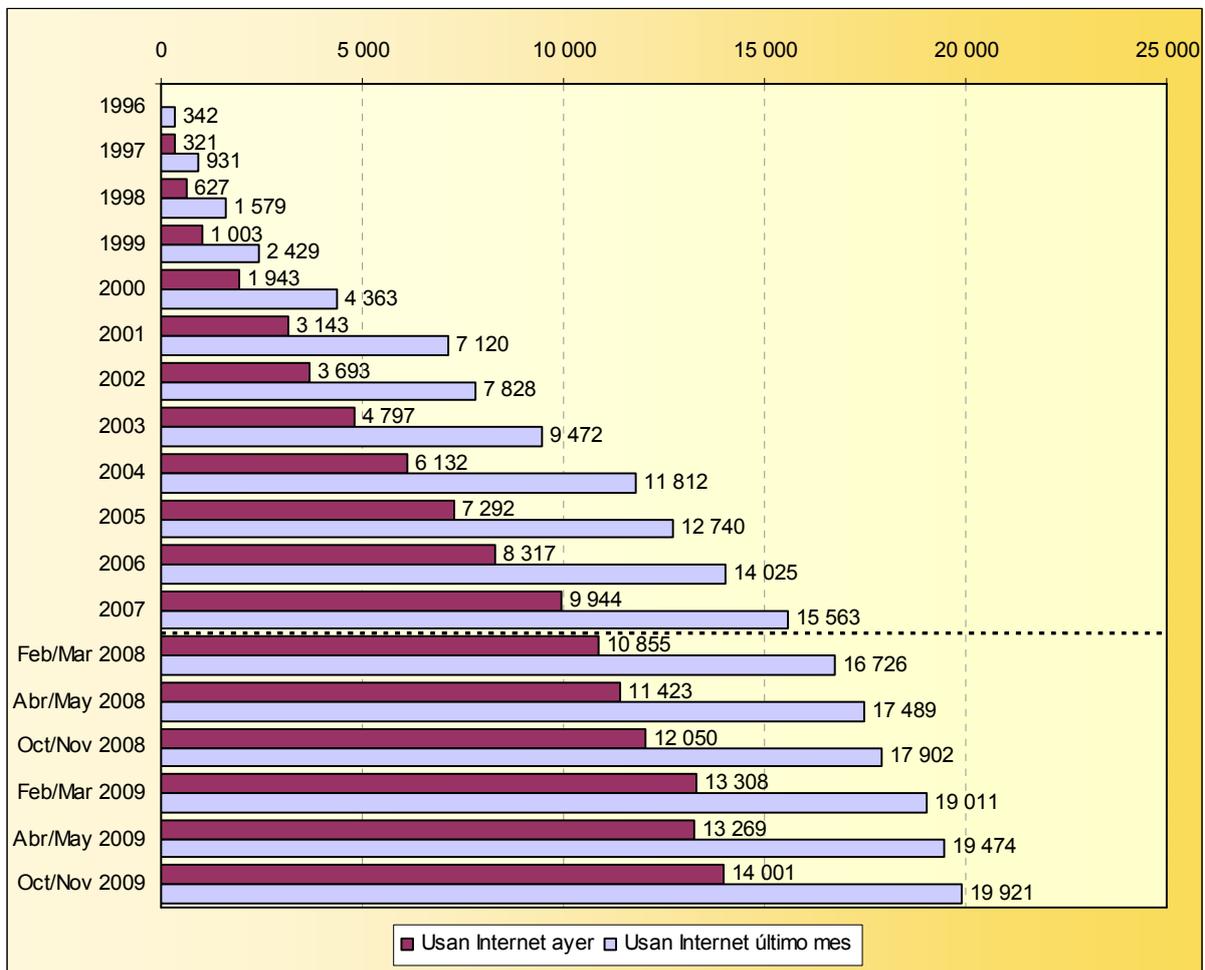
Desde comienzos de 1996, AIMC ha venido midiendo regularmente a través del Estudio General de Medios (EGM) el uso de Internet en España, recogiendo tanto datos generales sobre la población a estos efectos -uso de ordenador y uso de Internet-, como información adicional asociada al uso del medio (lugar 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 35.5% de la población es usuaria de Internet (ayer) – proporciona una muestra de internautas relativamente reducida. Y por otra parte, al ser el EGM una investigación general sobre la audiencia de los medios con un extenso cuestionario, el espacio/tiempo resulta necesariamente limitado, por lo que es conveniente utilizar otras herramientas para profundizar en el fenómeno Internet.

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

	<i>Usan ordenador</i>		<i>Usan ordenador habitualmente</i>		<i>Usan Internet último mes</i>		<i>Usan Internet ayer</i>	
<b>1996</b>	6 568	(19.4%)	4 449	(13.2%)	342	(1.0%)	--	--
<b>1997</b>	7 374	(21.7%)	5 105	(15.0%)	931	(2.7%)	321	(0.9%)
<b>1998</b>	8 433	(24.7%)	5 960	(17.5%)	1 579	(4.6%)	627	(1.8%)
<b>1999</b>	9 280	(26.9%)	6 624	(19.2%)	2 429	(7.0%)	1 003	(2.9%)
<b>2000</b>	10 350	(29.8%)	7 567	(21.8%)	4 363	(12.6%)	1 943	(5.6%)
<b>2001</b>	11 512	(33.1%)	8 551	(24.6%)	7 120	(20.4%)	3 143	(9.0%)
<b>2002</b>	11 731	(33.7%)	8 457	(24.3%)	7 828	(22.5%)	3 693	(10.6%)
<b>2003</b>	13 082	(37.1%)	9 715	(27.6%)	9 472	(26.9%)	4 797	(13.6%)
<b>2004</b>	14 805	(40.7%)	10 518	(28.9%)	11 812	(32.4%)	6 132	(16.8%)
<b>2005</b>	15 667	(42.2%)	11 102	(29.9%)	12 740	(34.4%)	7 292	(19.7%)
<b>2006</b>	16 245	(43.4%)	11 812	(31.6%)	14 025	(37.5%)	8 317	(22.2%)
<b>2007</b>	17 291	(45.6%)	12 995	(34.3%)	15 563	(41.1%)	9 944	(26.2%)
<b>Feb/Mar 2008</b>	18 320	(47.9%)	14 016	(36.6%)	16 726	(43.7%)	10 855	(28.4%)
<b>Abr/May 2008</b>	19 008	(49.7%)	14 676	(38.4%)	17 489	(45.7%)	11 423	(29.9%)
<b>Oct/Nov 2008</b>	19 519	(51.0%)	15 010	(39.2%)	17 902	(46.8%)	12 050	(31.5%)
<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%)

**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 2004	53.647
Otoño 1999	35.234	Otoño 2005	57.310
Primavera 2001	43.942	Otoño 2006	49.418
Otoño 2002	47.068	Otoño 2007	41.667
Otoño 2003	40.865	Otoño 2008	40.446

Y, por todo ello, aquí nos encontramos de nuevo, fieles a nuestra cita, presentando la **12ª 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 2009, consiguiéndose un total de 36.000 respuestas válidas. Este alto nivel de participación demuestra la buena salud de la encuesta y el gran interés que genera todo lo relacionado con Internet.

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

- **ODEC**, que ha patrocinado la encuesta contribuyendo económicamente a los gastos generales del proyecto.
- **Páginas Amarillas**, que ha donado los premios sorteados entre los participantes de la encuesta:
  - 1 ordenador portátil.
  - 2 Netbooks.
  - 3 Nintendo Wii.
- **Argo Redes y Servicios Telemáticos**, que ha proporcionado el soporte técnico-informático que conlleva el estudio.
- **Televisió de Catalunya, Compañía de Radio-Televisión de Galicia y Euskal Irrati Telebista** que han realizado las respectivas traducciones del cuestionario al catalán, gallego y euskera.
- La red **IRC-Hispano**, que ha aportado participantes a la encuesta, mediante la aparición de enlaces a la misma entre los usuarios de su sistema de comunicación.
- Los numerosos sitios web que han colocado el banner de acceso al cuestionario en sus páginas, así como todas las entidades que han apoyado la encuesta de alguna otra manera.

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

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



## II. METODOLOGÍA



## II. METODOLOGÍA.

- ◆ Universo objetivo: Los usuarios de Internet que visitan sitios web españoles.
  
- ◆ Tipo de entrevista: Autoadministrada a través de Internet.
  
- ◆ Fechas de recogida: La encuesta estuvo activa en la red desde el 20 de Octubre hasta el 13 de Diciembre de 2009.
  
- ◆ Tamaño de muestra: Se recogieron un total de 39.885 cuestionarios (en media, aproximadamente, 725 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 36.000.
  
- ◆ Cuestionario: En la elaboración del cuestionario se tomó como punto de partida el utilizado en la edición anterior, realizado en HTML. Se añadieron algunas preguntas nuevas y se eliminaron otras cuestiones de poca relevancia, obteniéndose un cuestionario amplio que cubre razonablemente todos los aspectos de presumible interés. La duración de las entrevistas (intervalo transcurrido entre la petición del cuestionario y el momento de su envío, intervalo que se ha podido controlar informáticamente excepto en 188 casos) se distribuyó como sigue:
  - Menos de 10 minutos: 1.0% de los casos
  - Entre 10 y 15 minutos: 7.2% de los casos
  - Entre 15 y 20 minutos: 22.3% de los casos
  - Entre 20 y 25 minutos: 23.5% de los casos
  - Entre 25 y 30 minutos: 16.2% de los casos
  - Entre 30 y 35 minutos: 9.5% de los casos
  - Más de 35 minutos: 20.3% de los casos
  - Mediana: 24 minutos 00 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 14 ocasiones la encuesta se rellenó y se envió.

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

- ◆ Proceso: El internauta pudo acceder al cuestionario por varios caminos:
  - A través de un banner de acceso a la encuesta situado en numerosos sitios web españoles.
  - A través de un banner de acceso que algunos sitios web colocaron en los boletines electrónicos que transmiten por e-mail a sus usuarios.
  - A través de la red IRC Hispano: IRC Hispano colaboró con la encuesta mediante su sistema de comunicación, lanzándole un mensaje en pantalla a algunos de sus usuarios que estuvieron conectados al IRC durante un cierto periodo de tiempo. En el mensaje aparecía un enlace, a través del cual se podía alcanzar la encuesta.
  - A todos aquellos entrevistados que lo solicitaron en la anterior edición de la encuesta, AIMC les envió un correo electrónico avisando de que una nueva repetición de la encuesta estaba en marcha. A través del citado e-mail también se podía llegar a la encuesta.
  - Una vez rellenado el cuestionario, al encuestado se le daba la opción de recomendar la encuesta a un conocido por e-mail. Este e-mail representa un nuevo camino de entrada.

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

	<u>Absolutos</u>	<u>%</u>
<i>Base (entrevistas válidas)</i>	36 000	100.0
<i>A través de banner:</i>		
<i>- en página web</i>	27 122	75.3
<i>- en boletín</i>	2 872	8.0
<i>A través del IRC Hispano</i>	526	1.5
<i>Aviso de AIMC por e-mail</i>	5 171	14.4
<i>Recomendación a un conocido</i>	309	0.9

- ◆ Sitios web colaboradores: 385 sitios aceptaron colaborar con AIMC colocando un "banner" (o, en algún caso, enlace) de llamada y acceso a la encuesta o, aun sin comunicar su colaboración, procedieron igualmente a colocar el "banner" (o enlace) y han contribuido con al menos 10 encuestas al estudio. La relación de sitios colaboradores es la siguiente, ordenados alfabéticamente:

<u>SITIO</u>	<u>DIRECCIÓN URL</u>
¡Vaya tele!	<a href="http://www.vayatele.com">www.vayatele.com</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>
3xl.cat	<a href="http://www.3xl.cat">www.3xl.cat</a>
A diario en positivo	<a href="http://www.adiarioenpositivo.com">www.adiarioenpositivo.com</a>
ABC	<a href="http://www.abc.es">www.abc.es</a>
Abuelo Informático	<a href="http://www.abueloinformatico.es">www.abueloinformatico.es</a>
Admira!	<a href="http://www.admira.cat">www.admira.cat</a>
ADN	<a href="http://www.adn.es">www.adn.es</a>
ADSL Zone	<a href="http://www.adslzone.net">www.adslzone.net</a>
AEA (Asociación Española de Anunciantes)	<a href="http://www.anunciantes.com">www.anunciantes.com</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>
Agenda Jerez	<a href="http://www.agendadejerez.es">www.agendadejerez.es</a>
Agrocope	<a href="http://www.agrocope.com">www.agrocope.com</a>
Ahorro diario	<a href="http://www.ahorrodiario.com">www.ahorrodiario.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 Cornellà de Llobregat	<a href="http://www.cornellaweb.cat">www.cornellaweb.cat</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>
Alhaurín de la Torre	<a href="http://www.alhaurindelatorre.com">www.alhaurindelatorre.com</a>
AM (Asociación de Agencias de Medios)	<a href="http://www.agenciasdemedios.com">www.agenciasdemedios.com</a>
Ambiente G	<a href="http://www.ambienteg.com">www.ambienteg.com</a>
Andalucía Información	<a href="http://www.andaluciainformacion.es">www.andaluciainformacion.es</a>
Antena 3 TV	<a href="http://www.antena3.com">www.antena3.com</a>
Applesfera	<a href="http://www.applesfera.com">www.applesfera.com</a>
Aragón Musical	<a href="http://www.aragonmusical.net">www.aragonmusical.net</a>
Aragón Radio	<a href="http://www.aragonradio.es">www.aragonradio.es</a>
Aragón TV	<a href="http://www.aragontelevision.es">www.aragontelevision.es</a>
AraVallès	<a href="http://www.aravalles.cat">www.aravalles.cat</a>
ARCE Media	<a href="http://www.arcemedia.es">www.arcemedia.es</a>
Área Consulting	<a href="http://www.areaconsultoria.es">www.areaconsultoria.es</a>
Arrebatadora	<a href="http://www.arrebatadora.com">www.arrebatadora.com</a>
Associació Empresarial Catalana de Publicitat	<a href="http://www.associaciopublicitat.com">www.associaciopublicitat.com</a>
Astrología para ser feliz	<a href="http://www.astrologiaparaserfeliz.com">www.astrologiaparaserfeliz.com</a>
Atletismo a yope	<a href="http://www.atletismoatope.com">www.atletismoatope.com</a>
Aullidos.com	<a href="http://www.aullidos.com">www.aullidos.com</a>
Auto Bild	<a href="http://www.autobild.es">www.autobild.es</a>
Auto Hebdo	<a href="http://www.revistaautohebdo.com">www.revistaautohebdo.com</a>
Autocity	<a href="http://www.autocity.com">www.autocity.com</a>
Autofácil	<a href="http://www.autofacil.es">www.autofacil.es</a>
Aves o Pájaros.com	<a href="http://www.avesopajaros.com">www.avesopajaros.com</a>
Ayuntamiento de Alcobendas	<a href="http://www.alcobendas.org">www.alcobendas.org</a>
Ayuntamiento de Cartagena	<a href="http://www.cartagena.es">www.cartagena.es</a>
Ayuntamiento de Córdoba	<a href="http://www.ayuncordoba.es">www.ayuncordoba.es</a>
Ayuntamiento de Irún	<a href="http://www.irun.org">www.irun.org</a>
Ayuntamiento de Madrid	<a href="http://www.munimadrid.es">www.munimadrid.es</a>
Ayuntamiento de Ponferrada	<a href="http://www.ponferrada.org">www.ponferrada.org</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>
Bebés y más	<a href="http://www.bebesymas.com">www.bebesymas.com</a>
Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes	<a href="http://www.cervantesvirtual.com">www.cervantesvirtual.com</a>
Bike	<a href="http://www.mountainbike.es">www.mountainbike.es</a>
Bloc.cat	<a href="http://www.bloc.cat">www.bloc.cat</a>
Blog de cine	<a href="http://www.blogdecine.com">www.blogdecine.com</a>
Blog Metro de Nueva York	<a href="http://metrodenuevayork.blogspot.com">metrodenuevayork.blogspot.com</a>
Bravo por ti	<a href="http://www.bravoporti.com">www.bravoporti.com</a>

Brico Revista	<a href="http://www.brico.es">www.brico.es</a>
Buscar.es	<a href="http://www.buscar.es">www.buscar.es</a>
Cadena 100	<a href="http://www.cadena100.es">www.cadena100.es</a>
Canal Athletic	<a href="http://www.canalathletic.com">www.canalathletic.com</a>
Canal Sur	<a href="http://www.canalsur.es">www.canalsur.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>
Car and Driver Pruebas	<a href="http://www.caranddriverrevista.com">www.caranddriverrevista.com</a>
Carrefour	<a href="http://www.carrefour.es">www.carrefour.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>
Ciclismo a fondo	<a href="http://www.ciclismoafondo.es">www.ciclismoafondo.es</a>
Cinco Días	<a href="http://www.cincodias.com">www.cincodias.com</a>
Coches.net	<a href="http://www.coches.net">www.coches.net</a>
Coches4x4.net	<a href="http://www.coches4x4.net">www.coches4x4.net</a>
Colegio Farmacéuticos Barcelona	<a href="http://www.farmaceuticonline.com">www.farmaceuticonline.com</a>
Com radio	<a href="http://www.comradio.com">www.comradio.com</a>
Como tú	<a href="http://www.revistacomotu.com">www.revistacomotu.com</a>
Compradición	<a href="http://www.compradiccion.com">www.compradiccion.com</a>
Comunidad Foral de Navarra	<a href="http://www.navarra.es">www.navarra.es</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>
Configurarequipos.com	<a href="http://www.configurarequipos.com">www.configurarequipos.com</a>
Consolas.com	<a href="http://www.consolas.com">www.consolas.com</a>
Consultores CSA	<a href="http://www.consultorescsa.com">www.consultorescsa.com</a>
COPE	<a href="http://www.cope.es">www.cope.es</a>
Córdoba	<a href="http://www.diariocordoba.com">www.diariocordoba.com</a>
Corp. Aragonesa de Radio y TV	<a href="http://www.cartv.es">www.cartv.es</a>
Coydesa	<a href="http://www.coydesa.com">www.coydesa.com</a>
Crece Feliz	<a href="http://www.crecerfeliz.es">www.crecerfeliz.es</a>
Cuatro	<a href="http://www.cuatro.com">www.cuatro.com</a>
Cuore	<a href="http://www.revistacuore.com">www.revistacuore.com</a>
Channel Insider	<a href="http://www.channelinsider.com">www.channelinsider.com</a>
Chueca.com	<a href="http://www.chueca.com">www.chueca.com</a>
Decoesfera	<a href="http://www.decoesfera.com">www.decoesfera.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>
Desde Nueva York a Vigo	<a href="http://desdenuevayorkavigo.wordpress.com">desdenuevayorkavigo.wordpress.com</a>
Diablo 3	<a href="http://www.diablo3-esp.com">www.diablo3-esp.com</a>
Diari de Girona	<a href="http://www.diaridegirona.cat">www.diaridegirona.cat</a>
Diario As	<a href="http://www.as.com">www.as.com</a>
Diario Bahía de Cádiz	<a href="http://www.diariobahiadecadiz.com">www.diariobahiadecadiz.com</a>
Diario de Cádiz	<a href="http://www.diariodecadiz.es">www.diariodecadiz.es</a>
Diario de 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 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 del viajero	<a href="http://www.diariodelviajero.com">www.diariodelviajero.com</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>
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>
Directo al paladar	<a href="http://www.directoalpaladar.com">www.directoalpaladar.com</a>
Discapnet	<a href="http://www.discapnet.es">www.discapnet.es</a>
Diseño Interior	<a href="http://www.disenointerior.es">www.disenointerior.es</a>
Dpto. Economía-Finanzas Generalitat Catalunya	<a href="http://www.gencat.net/economia">www.gencat.net/economia</a>
EITB	<a href="http://www.eitb.com">www.eitb.com</a>
El Almería	<a href="http://www.elalmeria.es">www.elalmeria.es</a>
El Blog Salmón	<a href="http://www.elblogsalmon.com">www.elblogsalmon.com</a>
El Comercio	<a href="http://www.elcomerciodigital.com">www.elcomerciodigital.com</a>
El Correo	<a href="http://www.elcorreodigital.com">www.elcorreodigital.com</a>
El Día de Cordoba	<a href="http://www.eldiadecordoba.es">www.eldiadecordoba.es</a>
El Día de Tenerife	<a href="http://www.eldia.es">www.eldia.es</a>
El Diario Montañés	<a href="http://www.eldiariomontanes.es">www.eldiariomontanes.es</a>
El Diario Vasco	<a href="http://www.diariovasco.com">www.diariovasco.com</a>
El Economista	<a href="http://www.eleconomista.es">www.eleconomista.es</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 Periòdic d'Andorra	<a href="http://www.elperiodicdandorra.com">www.elperiodicdandorra.com</a>
El Periódico de Aragón	<a href="http://www.elperiodicodearagon.com">www.elperiodicodearagon.com</a>
El Periódico de Catalunya	<a href="http://www.elperiodico.com">www.elperiodico.com</a> / <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 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>
Elotrolado.net	<a href="http://www.elotrolado.net">www.elotrolado.net</a>
Elsesports.cat	<a href="http://www.elsesports.cat">www.elsesports.cat</a>
Elle	<a href="http://www.elle.es">www.elle.es</a>
Embarazo Sano	<a href="http://www.embarazosano.es">www.embarazosano.es</a>
Embelezia	<a href="http://www.embelezia.com">www.embelezia.com</a>
Emprendedores	<a href="http://www.emprendedores.es">www.emprendedores.es</a>
Enconstruccion.tv	<a href="http://www.enconstruccion.tv">www.enconstruccion.tv</a>
EnMemoria.com	<a href="http://www.enmemoria.com">www.enmemoria.com</a>
Equipo	<a href="http://www.diarioequipo.com">www.diarioequipo.com</a>
Equmedia XL	<a href="http://www.equmedia.es">www.equmedia.es</a>
Eueribor Blog	<a href="http://www.euribor.com.es">www.euribor.com.es</a>
Europa FM	<a href="http://www.europafm.com">www.europafm.com</a>

Europa Press	<a href="http://www.europapress.es">www.europapress.es</a>
Europa Sur	<a href="http://www.europasur.es">www.europasur.es</a>
E-Week Europe	<a href="http://www.eweekeuropa.es">www.eweekeuropa.es</a>
Experian	<a href="http://www.experian.es">www.experian.es</a>
Fandemia	<a href="http://www.fandemia.com">www.fandemia.com</a>
Faro de Vigo	<a href="http://www.farodevigo.es">www.farodevigo.es</a>
Fénix Directo	<a href="http://www.fenixdirecto.com">www.fenixdirecto.com</a>
FilmAffinity	<a href="http://www.filmaffinity.com">www.filmaffinity.com</a>
Finanzas.com	<a href="http://www.finanzas.com">www.finanzas.com</a>
Flaix FM	<a href="http://www.flaixfm.cat">www.flaixfm.cat</a>
Flaixbac	<a href="http://www.radioflaixbac.cat">www.radioflaixbac.cat</a>
Focus Media	<a href="http://www.focusmedia.es">www.focusmedia.es</a>
Formación	<a href="http://www.formazion.com">www.formazion.com</a>
Fotocasa.es	<a href="http://www.fotocasa.es">www.fotocasa.es</a>
Fotogramas	<a href="http://www.fotogramas.es">www.fotogramas.es</a>
Fuera de límites	<a href="http://www.fueradelimites.com">www.fueradelimites.com</a>
Galiciae	<a href="http://www.galiciae.com">www.galiciae.com</a>
GDM	<a href="http://www.gdm.es">www.gdm.es</a>
Genbeta	<a href="http://www.genbeta.com">www.genbeta.com</a>
Genciencia	<a href="http://www.genciencia.com">www.genciencia.com</a>
GEO	<a href="http://www.mundo-geo.es">www.mundo-geo.es</a>
Gigantes del Basket	<a href="http://www.gigantes.com">www.gigantes.com</a>
Gizmodo	<a href="http://www.gizmodo.es">www.gizmodo.es</a>
Granada Hoy	<a href="http://www.gradahoy.com">www.gradahoy.com</a>
GranComercio.com	<a href="http://www.grancomercio.com">www.grancomercio.com</a>
Grupo Joly	<a href="http://www.grupojoly.com">www.grupojoly.com</a>
Guías Informáticas	<a href="http://www.guiasinformaticas.es">www.guiasinformaticas.es</a>
HagoClic.com	<a href="http://www.hagoclic.com">www.hagoclic.com</a>
Hipersónica	<a href="http://www.hipersonica.com">www.hipersonica.com</a>
Historia de Iberia vieja	<a href="http://www.historiadeiberiavieja.com">www.historiadeiberiavieja.com</a>
Historia National Geographic	<a href="http://www.historiang.com">www.historiang.com</a>
Hola	<a href="http://www.hola.com">www.hola.com</a>
Hoy Cinema	<a href="http://www.hoycinema.com">www.hoycinema.com</a>
Hoy Motor	<a href="http://www.hoymotor.com">www.hoymotor.com</a>
Hoy Mujer	<a href="http://www.hoymujer.com">www.hoymujer.com</a>
Hoy Tecnología	<a href="http://www.hoytecnologia.com">www.hoytecnologia.com</a>
Huelva Información	<a href="http://www.huelvainformacion.es">www.huelvainformacion.es</a>
iCat FM	<a href="http://www.icatfm.cat">www.icatfm.cat</a>
Ideal	<a href="http://www.ideal.es">www.ideal.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>
Indy Rock	<a href="http://www.indyrock.es">www.indyrock.es</a>
Infoempleo.com	<a href="http://www.infoempleo.com">www.infoempleo.com</a>
Infojobs	<a href="http://www.infojobs.net">www.infojobs.net</a>
Infometal	<a href="http://www.infometal.com">www.infometal.com</a>
Infonavis.com	<a href="http://www.infonavis.com">www.infonavis.com</a>
Inmofactory	<a href="http://www.inmofactory.com">www.inmofactory.com</a>
Interviú	<a href="http://www.interviu.es">www.interviu.es</a>
Invertia	<a href="http://www.invertia.com">www.invertia.com</a>

Investigación y Planificación de Medios	<a href="https://www.facebook.com/pages/Investigacion-y-Planificacion-de-Medios/131811977579">www.facebook.com/pages/Investigacion-y-Planificacion-de-Medios/131811977579</a>
IRC-Hispano	<a href="http://www.irc-hispano.es">www.irc-hispano.es</a>
Itespreso.es	<a href="http://www.itespresso.es">www.itespresso.es</a>
Joc Juegos	<a href="http://www.jocjuegos.com">www.jocjuegos.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>
JugarJuntos.com	<a href="http://www.jugarjuntos.com">www.jugarjuntos.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>
Kaos2k.com	<a href="http://www.kaos2k.com">www.kaos2k.com</a>
Kioskea	<a href="http://es.kioskea.net">es.kioskea.net</a>
Kiss FM	<a href="http://www.kissfm.es">www.kissfm.es</a>
La Coctelera	<a href="http://www.lacoctelera.com">www.lacoctelera.com</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 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 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 Vanguardia	<a href="http://www.lavanguardia.es">www.lavanguardia.es</a>
La Verdad de Murcia	<a href="http://www.laverdad.es">www.laverdad.es</a>
La Voz de Asturias	<a href="http://www.lavozdeasturias.es">www.lavozdeasturias.es</a>
La Voz Digital	<a href="http://www.lavozdigital.es">www.lavozdigital.es</a>
Laboris	<a href="http://www.laboris.net">www.laboris.net</a>
LaguiaTV.com	<a href="http://www.laguiatv.com">www.laguiatv.com</a>
Las Provincias	<a href="http://www.lasprovincias.es">www.lasprovincias.es</a>
LatinCom	<a href="http://www.latincomradio.com">www.latincomradio.com</a>
Lectiva.net	<a href="http://www.lectiva.net">www.lectiva.net</a>
Liderdigital	<a href="http://www.liderdigital.com">www.liderdigital.com</a>
Linkm	<a href="http://www.linkm.es">www.linkm.es</a>
Los 40 Principales	<a href="http://www.los40.com">www.los40.com</a>
Loterías y Apuestas del Estado	<a href="http://www.loteriasyapuestas.es">www.loteriasyapuestas.es</a>
Magazine Digital	<a href="http://www.magazinedigital.com">www.magazinedigital.com</a>
Málaga Hoy	<a href="http://www.malagahoy.es">www.malagahoy.es</a>
Man	<a href="http://www.revistaman.es">www.revistaman.es</a>
Marca	<a href="http://www.marca.com">www.marca.com</a>
Mastermanía	<a href="http://www.mastermania.com">www.mastermania.com</a>
Mayormente	<a href="http://www.mayormente.com">www.mayormente.com</a>
Mediaedge:Cía Mediterránea	<a href="http://www.mediterraneablog.com">www.mediterraneablog.com</a>
Mediosfera	<a href="http://www.mediosfera.com">www.mediosfera.com</a>
Mediterráneo	<a href="http://www.elperiodicomediterraneo.com">www.elperiodicomediterraneo.com</a>
Meetic	<a href="http://www.meetic.es">www.meetic.es</a>
Men's Health	<a href="http://www.menshealth.es">www.menshealth.es</a>

Mensencia	<a href="http://www.mensencia.com">www.mensencia.com</a>
Mente Sana	<a href="http://www.mentesana.es">www.mentesana.es</a>
Mercafútbol	<a href="http://www.mercafutbol.com">www.mercafutbol.com</a>
Meristation	<a href="http://www.meristation.com">www.meristation.com</a>
Més Vilaweb	<a href="http://www.mesvilaweb.cat">www.mesvilaweb.cat</a>
Mil anuncios.com	<a href="http://www.milanuncios.com">www.milanuncios.com</a>
Miramedios	<a href="http://www.miramedios.com">www.miramedios.com</a>
Moto 22	<a href="http://www.moto22.com">www.moto22.com</a>
Motociclismo	<a href="http://www.motociclismo.es">www.motociclismo.es</a>
Motorpasión	<a href="http://www.motorpasion.com">www.motorpasion.com</a>
Motorpasión.tv	<a href="http://www.motorpasion.tv">www.motorpasion.tv</a>
Motos.net	<a href="http://www.motos.net">www.motos.net</a>
MPG Community 2.0	<a href="http://www.leadingnewthinking.com">www.leadingnewthinking.com</a>
Muchoviaje.com	<a href="http://www.muchoviaje.com">www.muchoviaje.com</a>
MundiJuegos.com	<a href="http://www.mundijuegos.com">www.mundijuegos.com</a>
Mundo Cine	<a href="http://www.mundocine.com">www.mundocine.com</a>
Mundo Deportivo	<a href="http://www.elmundodeportivo.es">www.elmundodeportivo.es</a>
Mundo-R	<a href="http://www.mundo-r.com">www.mundo-r.com</a>
MySofa	<a href="http://www.mysofa.com">www.mysofa.com</a>
National Geographic	<a href="http://www.nationalgeographic.com.es">www.nationalgeographic.com.es</a>
Noctamina	<a href="http://www.noctamina.com">www.noctamina.com</a>
Nosaltres.cat	<a href="http://www.nosaltres.cat">www.nosaltres.cat</a>
Nosotras.com	<a href="http://www.nosotras.com">www.nosotras.com</a>
Notas de fútbol	<a href="http://www.notasdefutbol.com">www.notasdefutbol.com</a>
ODEC	<a href="http://www.odec.es">www.odec.es</a>
Ofizios	<a href="http://www.ofizios.com">www.ofizios.com</a>
Onbranding	<a href="http://onbranding.wordpress.com">onbranding.wordpress.com</a>
Onda Cero	<a href="http://www.ondacero.es">www.ondacero.es</a>
Opinalia	<a href="http://www.opinalia.com">www.opinalia.com</a>
Orange	<a href="http://www.orange.es">www.orange.es</a>
Páginas Amarillas	<a href="http://www.paginasamarillas.es">www.paginasamarillas.es</a>
Papel en blanco	<a href="http://www.papelenblanco.com">www.papelenblanco.com</a>
Paradores	<a href="http://www.parador.es">www.parador.es</a>
Parasaber.com	<a href="http://www.parasaber.com">www.parasaber.com</a>
Patatabrava.com	<a href="http://www.patatabrava.com">www.patatabrava.com</a>
PC Actual	<a href="http://www.pc-actual.com">www.pc-actual.com</a>
PC Plus	<a href="http://www.pcplus.es">www.pcplus.es</a>
Pelo New Look	<a href="http://www.pelonewlook.es">www.pelonewlook.es</a>
Peques y más	<a href="http://www.pequesymas.com">www.pequesymas.com</a>
Petit Explorador	<a href="http://www.petitexplorador.com">www.petitexplorador.com</a>
Plus.es	<a href="http://www.plus.es">www.plus.es</a>
PopRosa	<a href="http://www.poprosa.com">www.poprosa.com</a>
Popular TV	<a href="http://www.populartv.net">www.populartv.net</a>
Premios.com	<a href="http://www.premios.com">www.premios.com</a>
Prevenir	<a href="http://www.revistaprevenir.es">www.revistaprevenir.es</a>
Primera Línea	<a href="http://www.primeraline.es">www.primeraline.es</a>
PsicoActiva	<a href="http://www.psicoadtiva.com">www.psicoadtiva.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>

Pymes y Autónomos	<a href="http://www.pymesyautonomos.com">www.pymesyautonomos.com</a>
Quercus	<a href="http://www.quercus.es">www.quercus.es</a>
Quesabesde.com	<a href="http://www.quesabesde.com">www.quesabesde.com</a>
Rac1	<a href="http://www.rac1.org">www.rac1.org</a>
Racingpasión	<a href="http://www.racingpasion.com">www.racingpasion.com</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 Española	<a href="http://www.rtve.es">www.rtve.es</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>
Renfe	<a href="http://www.renfe.es">www.renfe.es</a>
Revista Los Lunnis	<a href="http://www.revistalunnis.com">www.revistalunnis.com</a>
Revista PlayStation	<a href="http://www.revistaplaystation.com">www.revistaplaystation.com</a>
Revista Viajar	<a href="http://www.revistaviajar.es">www.revistaviajar.es</a>
Riaza.org	<a href="http://www.riazor.org">www.riazor.org</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>
Salir a ganar	<a href="http://www.saliraganar.com">www.saliraganar.com</a>
Salir.com	<a href="http://www.salir.com">www.salir.com</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>
Ser Padres	<a href="http://www.serpadres.es">www.serpadres.es</a>
Servifutbol	<a href="http://www.servifutbol.com">www.servifutbol.com</a>
Sexta motor	<a href="http://www.sextamotor.com">www.sextamotor.com</a>
Sies TV	<a href="http://www.sies.tv">www.sies.tv</a>
Silicon News	<a href="http://www.siliconnews.es">www.siliconnews.es</a>
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>
Sport Life	<a href="http://www.sportlife.es">www.sportlife.es</a>
Starcom Mediavest Group	<a href="http://www.smgiberia.es">www.smgiberia.es</a>
Starcraft	<a href="http://www.starcraft-esp.com">www.starcraft-esp.com</a>
Sur de Málaga	<a href="http://www.diariosur.es">www.diariosur.es</a>
Taurios.com	<a href="http://www.taurios.com">www.taurios.com</a>
Tecnología Pyme	<a href="http://www.tecnologiapyme.com">www.tecnologiapyme.com</a>
Telemadrid	<a href="http://www.telemadrid.es">www.telemadrid.es</a>
Telentrada	<a href="http://www.telentrada.com">www.telentrada.com</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>
Terra TV	<a href="http://www.terra.tv">www.terra.tv</a>
The Inquirer	<a href="http://www.theinquirer.es">www.theinquirer.es</a>
TheF1.com	<a href="http://www.thef1.com">www.thef1.com</a>
Todo Corazón	<a href="http://www.todocorazon.com">www.todocorazon.com</a>
Todo Series	<a href="http://www.todoseries.com">www.todoseries.com</a>
Todo Test	<a href="http://www.todotest.com">www.todotest.com</a>
Tendencias	<a href="http://www.tendencias.com">www.tendencias.com</a>

Trofeo Caballo	www.trofeocaballo.com
Trofeo Caza	www.trofeocaza.com
Trofeo Pesca	www.trofeopesca.com
Turismo rural	www.revistaturismorural.es
Tus recetas con sabor	www.tusrecetasconsabor.com
Ultimate Beauty	www.ultimatebeauty.es
Universia	www.universia.es
Universitat Jaume I	www.uji.es
Universitat Oberta de Catalunya	www.uoc.edu
Universitat Pompeu Fabra	www.upf.edu
Vandal	www.vandal.net
Vehículos Industriales.net	www.vehiculosindustriales.net
Vertele	www.vertele.com
Viajes National Geographic	www.ngviajes.com
Vida Extra	www.vidaextra.com
Vilaweb	www.vilaweb.cat
Vilaweb TV	www.vilaweb.tv
Vitónica	www.vitonica.com
Webjerez	www.webjerez.es
Woman	www.woman.es
Xataka	www.xataka.com
Xataka Foto	www.xatakafoto.com
Xataka Móvil	www.xatakamovil.com
Xornal	www.xornal.com
Ya.com	www.ya.com
Yoga Journal	www.yogajournal.es
Yonkis.com	www.yonkis.com
Zenith Media	www.zenithmedia.es
Zona Fandom	www.zonafandom.com

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

<u>Colaborador</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
www.elpais.com	3.565
www.elotrolado.net	2.575
www.cadenaser.com	2.388
www.carrefour.es	2.141
www.20minutos.es	1.710
www.renfe.es	1.510
www.loteriasypuestas.es	828
www.jccm.es	589
www.rtve.es	589
IRC Hispano	526
www.bandaancho.eu	447

<u>Colaborador</u>	<u>Nº de entrevistas</u>
www.as.com	374
www.aimc.es	373
www.cuatro.com	281
www.los40.com	238
www.concursosyregalos.com	236
www.mundo-r.com	220

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

- AIMME
- Carrefour
- GranComercio.com
- Infometal
- Loterías y Apuestas del Estado
- SoloStocks

El único boletín del que hemos recibido más de 200 entrevistas válidas ha sido el de Loterías y Apuestas del Estado (2.772 encuestas).

Finalmente, ha brindado su colaboración introduciendo diferente número de impresiones del "banner" en rotación general por su respectiva red de sitios web el siguiente "ad server":

- Adconion

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

- 1 ordenador portátil. Marca Toshiba. Modelo Satellite Pro A300-274 con las siguientes características técnicas:
  - Procesador Intel Core 2 Duo T6600 2.2 GHz.
  - 2 GB de Memoria RAM.
  - Disco Duro 250 GB.
  - Lector de tarjetas.
  - Pantalla 15.4" TFT con resolución WXGA (1400x900)
  - 2.8 Kg. de peso.
  - Cámara integrada (1.3 megapíxeles)

El agraciado con este premio fue Alfredo Martínez Redondo (Valladolid)

- 2 Netbooks de Acer, que correspondieron a:
  - Bárbara Beaumont Saenz (Barcelona)
  - Luis Manuel García Garrido (Linares, Jaén)
- 3 Nintendo Wii, que fueron a parar a manos de:

Míriam Caro López (Móstoles, Madrid)  
David Barbeito Ramírez (Telde, Las Palmas)  
Manuel Álvarez Martínez (Sevilla)

♦ *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.

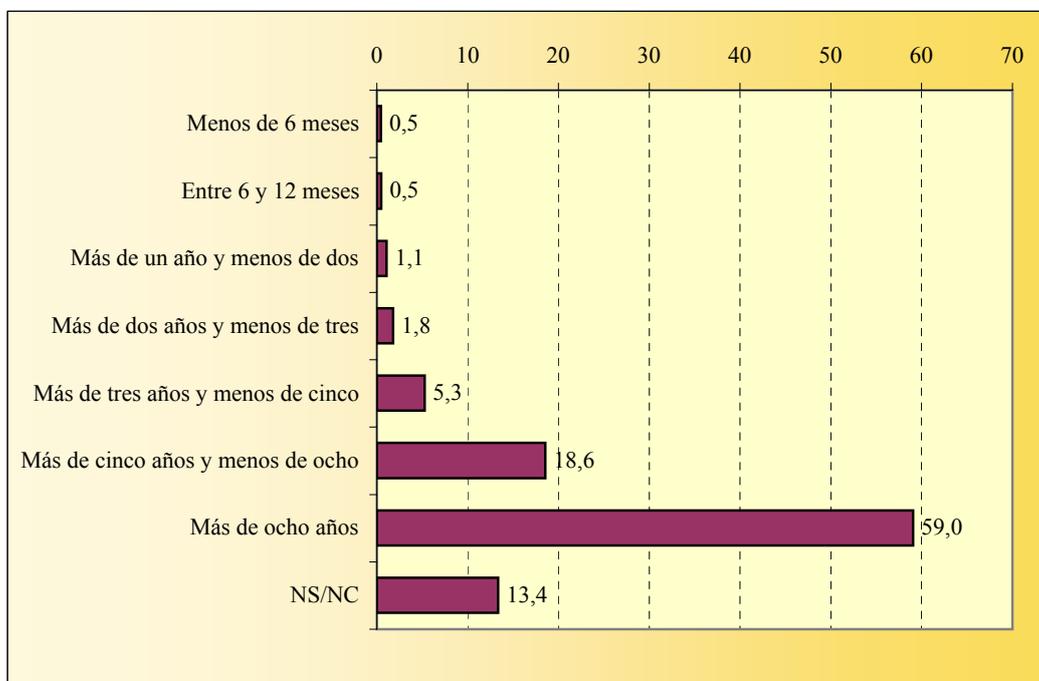


## **III. PRINCIPALES RESULTADOS**



### 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	36.000	100,0
Menos de 6 meses	163	0,5
Entre 6 y 12 meses	172	0,5
Más de un año y menos de dos	380	1,1
Más de dos años y menos de tres	641	1,8
Más de tres años y menos de cinco	1.896	5,3
Más de cinco años y menos de ocho	6.683	18,6
Más de ocho años	21.256	59,0
NS/NC	4.809	13,4



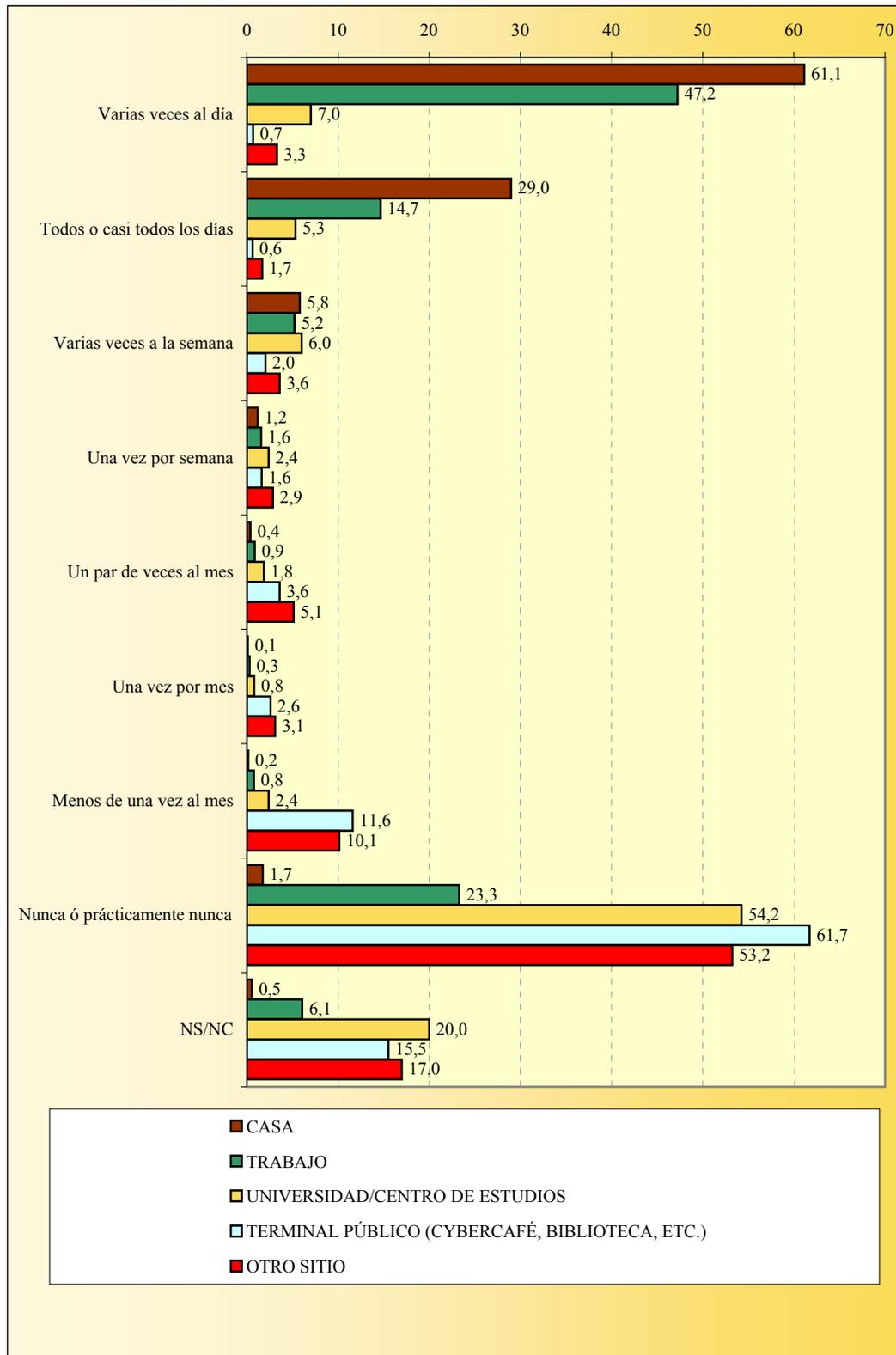
**FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET**

<i>P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...CASA?</b>		
Varias veces al día	22.004	61,1
Todos o casi todos los días	10.437	29,0
Varias veces a la semana	2.090	5,8
Una vez por semana	423	1,2
Un par de veces al mes	141	0,4
Una vez por mes	32	0,1
Menos de una vez al mes	57	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	624	1,7
NS/NC	192	0,5
<b>...TRABAJO?</b>		
Varias veces al día	17.008	47,2
Todos o casi todos los días	5.278	14,7
Varias veces a la semana	1.880	5,2
Una vez por semana	563	1,6
Un par de veces al mes	311	0,9
Una vez por mes	106	0,3
Menos de una vez al mes	280	0,8
Nunca ó prácticamente nunca	8.389	23,3
NS/NC	2.185	6,1
<b>...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?</b>		
Varias veces al día	2.519	7,0
Todos o casi todos los días	1.923	5,3
Varias veces a la semana	2.168	6,0
Una vez por semana	864	2,4
Un par de veces al mes	663	1,8
Una vez por mes	286	0,8
Menos de una vez al mes	860	2,4
Nunca ó prácticamente nunca	19.523	54,2
NS/NC	7.194	20,0

## FRECUCENCIA DE ACCESO A INTERNET

<i>P. ¿Con qué frecuencia suele Vd. acceder a Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.)?</b>		
Varias veces al día	245	0,7
Todos o casi todos los días	220	0,6
Varias veces a la semana	734	2,0
Una vez por semana	585	1,6
Un par de veces al mes	1.295	3,6
Una vez por mes	936	2,6
Menos de una vez al mes	4.176	11,6
Nunca ó prácticamente nunca	22.218	61,7
NS/NC	5.591	15,5
<b>...OTRO SITIO?</b>		
Varias veces al día	1.188	3,3
Todos o casi todos los días	605	1,7
Varias veces a la semana	1.291	3,6
Una vez por semana	1.031	2,9
Un par de veces al mes	1.841	5,1
Una vez por mes	1.115	3,1
Menos de una vez al mes	3.648	10,1
Nunca ó prácticamente nunca	19.167	53,2
NS/NC	6.114	17,0

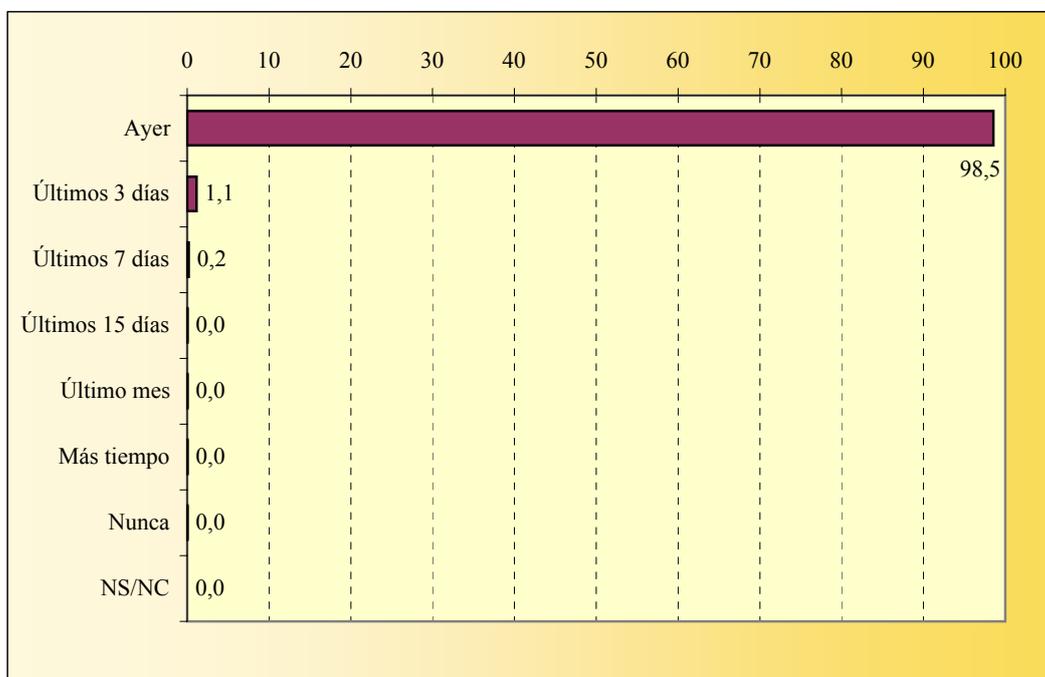
FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET



### ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

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

	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Ayer	35.473	98,5
Últimos 3 días	411	1,1
Últimos 7 días	72	0,2
Últimos 15 días	12	0,0
Último mes	9	0,0
Más tiempo	15	0,0
Nunca	7	0,0
NS/NC	1	0,0



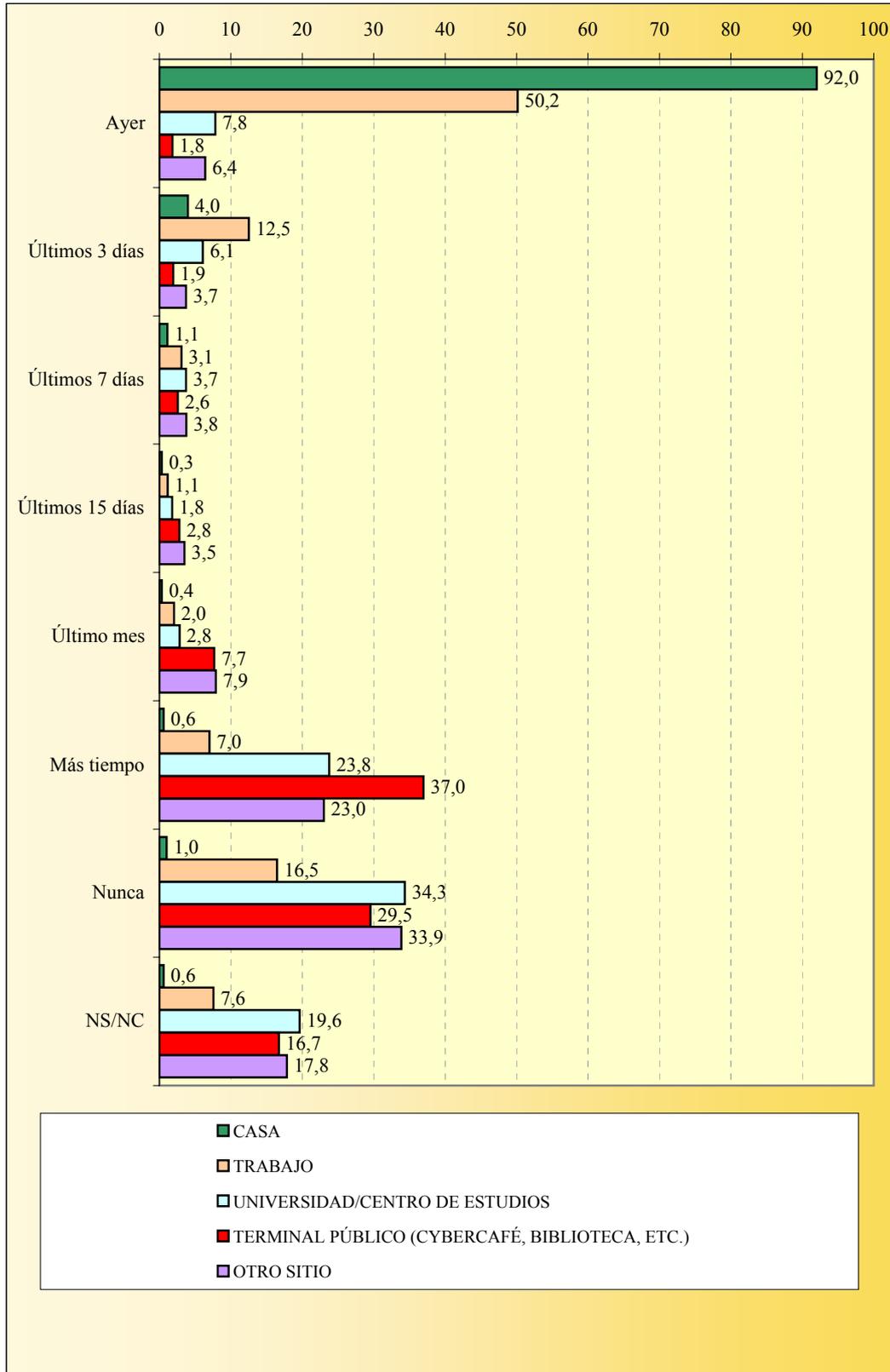
**ÚLTIMO ACCESO A INTERNET**

<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	36.000	100,0
<b>...CASA?</b>		
Ayer	33.133	92,0
Últimos 3 días	1.430	4,0
Últimos 7 días	408	1,1
Últimos 15 días	116	0,3
Último mes	126	0,4
Más tiempo	218	0,6
Nunca	357	1,0
NS/NC	212	0,6
<b>...TRABAJO?</b>		
Ayer	18.054	50,2
Últimos 3 días	4.511	12,5
Últimos 7 días	1.108	3,1
Últimos 15 días	413	1,1
Último mes	737	2,0
Más tiempo	2.522	7,0
Nunca	5.927	16,5
NS/NC	2.728	7,6
<b>...UNIVERSIDAD/CENTRO DE ESTUDIOS?</b>		
Ayer	2.811	7,8
Últimos 3 días	2.187	6,1
Últimos 7 días	1.345	3,7
Últimos 15 días	647	1,8
Último mes	1.019	2,8
Más tiempo	8.559	23,8
Nunca	12.362	34,3
NS/NC	7.070	19,6

## ÚLTIMO ACCESO A INTERNET

<i>P. Sin contar esta ocasión ni cualquier otra que haya podido tener el día de hoy, ¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet desde...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...TERMINAL PÚBLICO (CYBERCAFÉ, BIBLIOTECA, ETC.)?</b>		
Ayer	662	1,8
Últimos 3 días	691	1,9
Últimos 7 días	924	2,6
Últimos 15 días	1.005	2,8
Último mes	2.757	7,7
Más tiempo	13.311	37,0
Nunca	10.633	29,5
NS/NC	6.017	16,7
<b>...OTRO SITIO?</b>		
Ayer	2.302	6,4
Últimos 3 días	1.342	3,7
Últimos 7 días	1.351	3,8
Últimos 15 días	1.265	3,5
Último mes	2.840	7,9
Más tiempo	8.287	23,0
Nunca	12.194	33,9
NS/NC	6.419	17,8

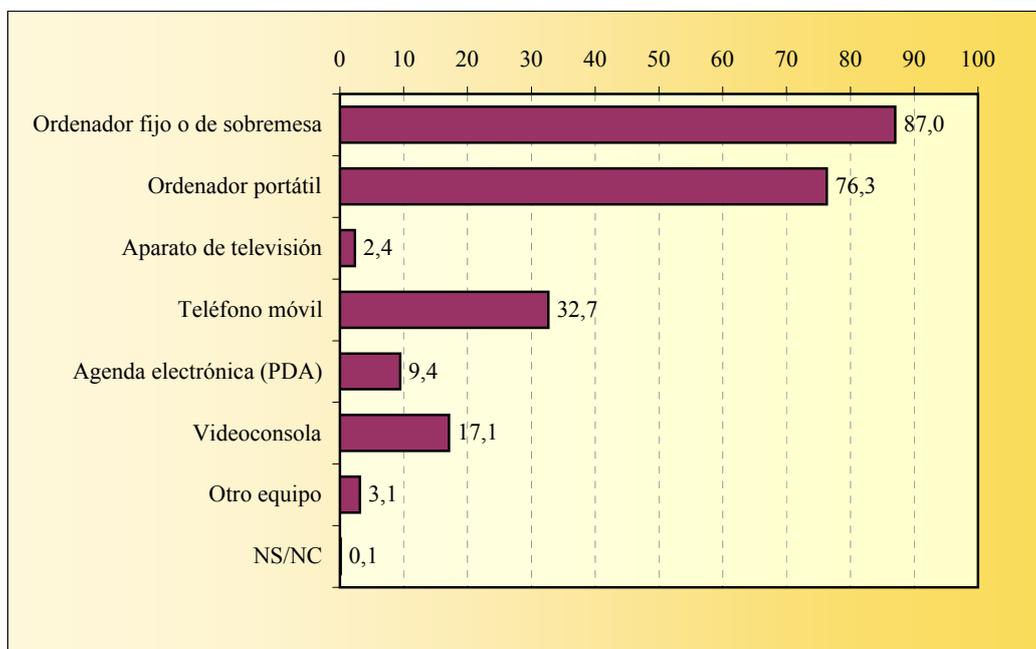
### ÚLTIMO ACCESO A INTERNET



### 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.

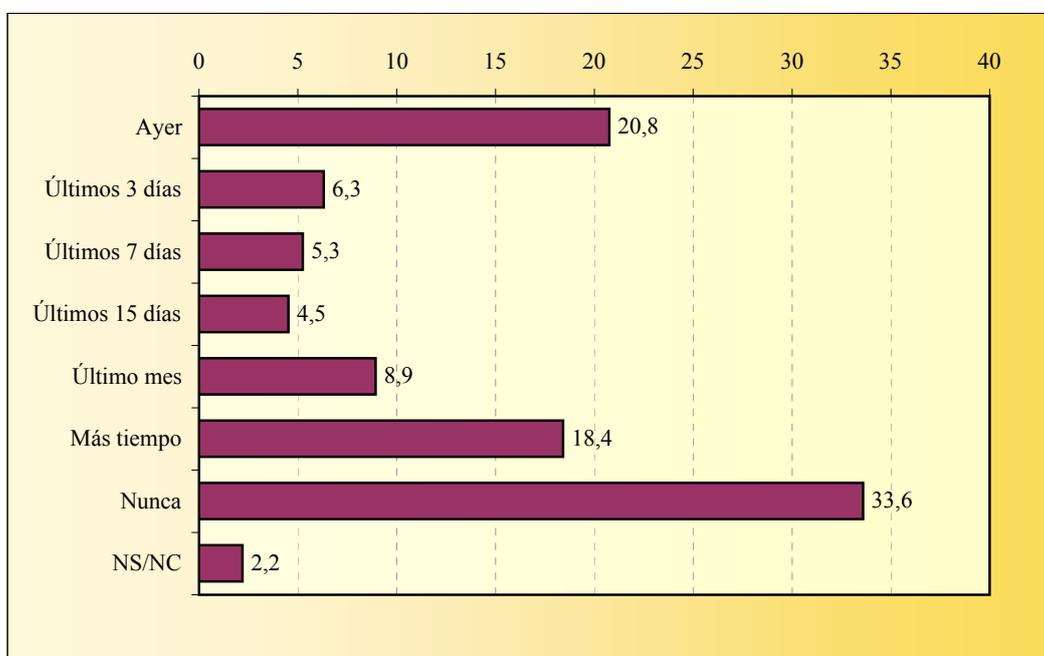
<i>P. ¿A través de qué equipo/equipos accede Vd. a Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Ordenador fijo o de sobremesa	31.321	87,0
Ordenador portátil	27.464	76,3
Aparato de televisión	855	2,4
Teléfono móvil	11.762	32,7
Agenda electrónica (PDA)	3.395	9,4
Videoconsola	6.158	17,1
Otro equipo	1.124	3,1
NS/NC	31	0,1



### ACCESO A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES

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

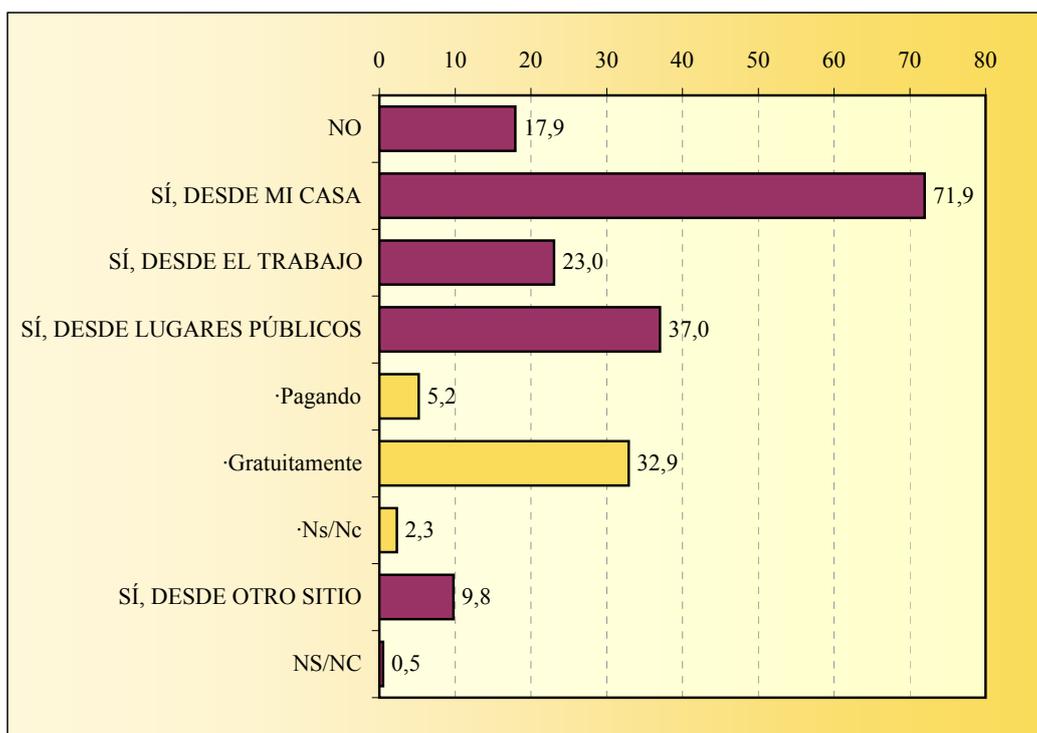
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Ayer	7.476	20,8
Últimos 3 días	2.272	6,3
Últimos 7 días	1.890	5,3
Últimos 15 días	1.626	4,5
Último mes	3.217	8,9
Más tiempo	6.633	18,4
Nunca	12.095	33,6
NS/NC	791	2,2



### RED INALÁMBRICA WI-FI

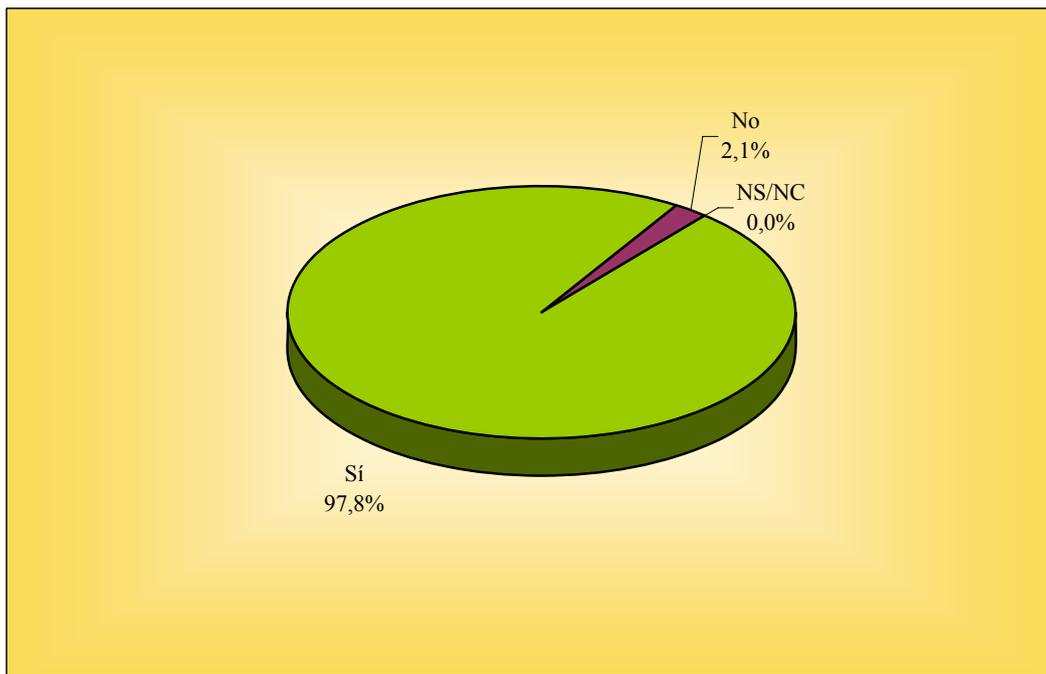
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran conectarse a Internet a través de redes Wi-Fi desde más de un sitio.

<i>P. ¿Se conecta a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
No	6.451	17,9
Sí, desde mi casa	25.899	71,9
Sí, desde el trabajo	8.296	23,0
Sí, desde lugares públicos (aeropuerto, restaurante, cafetería,...):	13.337	37,0
·Pagando	1.875	5,2
·Gratuitamente	11.847	32,9
·Ns/Nc	828	2,3
Sí, desde otro sitio	3.520	9,8
NS/NC	181	0,5



**ACCESO A INTERNET DESDE CASA**

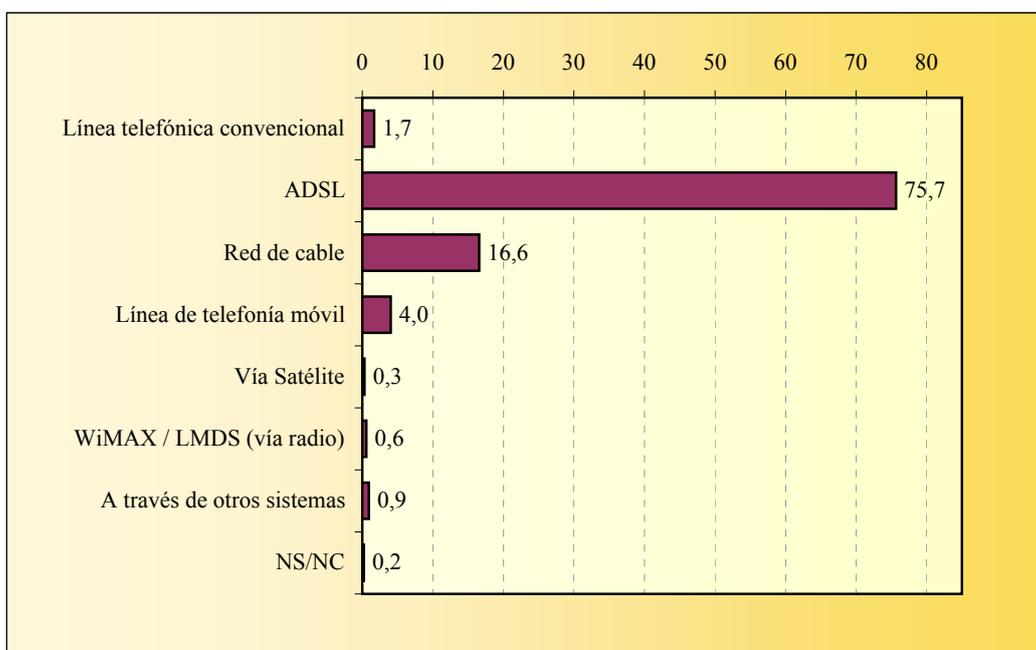
<i>P. ¿Accede a Internet desde su casa?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí	35.223	97,8
No	772	2,1
NS/NC	5	0,0



### ACCESO A INTERNET DESDE CASA

#### Tipo de acceso

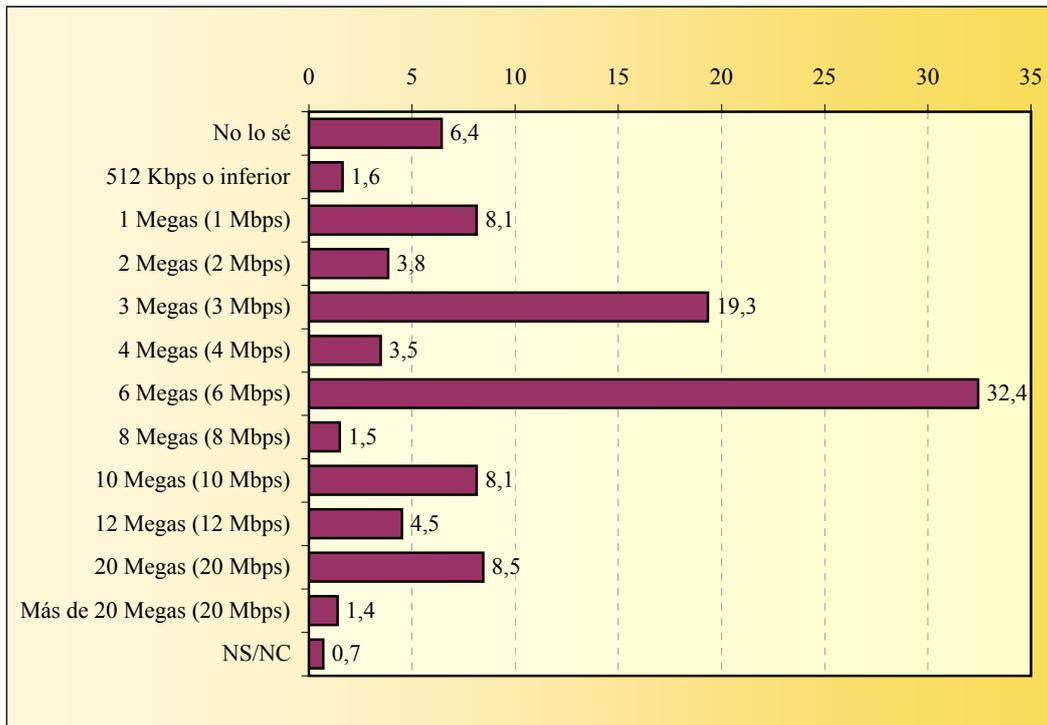
<i>P. ¿Qué tipo de acceso a Internet utiliza en su casa? Si usa varios, seleccione cuál utiliza más frecuentemente.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (accede desde casa)	35.223	100,0
Línea telefónica convencional	593	1,7
ADSL	26.652	75,7
Red de cable	5.837	16,6
Línea de telefonía móvil	1.421	4,0
Vía Satélite	104	0,3
WiMAX / LMDS (vía radio)	200	0,6
A través de otros sistemas	334	0,9
NS/NC	82	0,2



**ACCESO A INTERNET DESDE CASA**  
**Velocidad de acceso**

*P. ¿Qué velocidad de acceso a Internet tiene contratada en su casa?  
Señale la que más se aproxime.*

	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	35.223	100,0
No lo sé	2.266	6,4
512 Kbps o inferior	574	1,6
1 Megas (1 Mbps)	2.866	8,1
2 Megas (2 Mbps)	1.354	3,8
3 Megas (3 Mbps)	6.814	19,3
4 Megas (4 Mbps)	1.226	3,5
6 Megas (6 Mbps)	11.427	32,4
8 Megas (8 Mbps)	526	1,5
10 Megas (10 Mbps)	2.866	8,1
12 Megas (12 Mbps)	1.589	4,5
20 Megas (20 Mbps)	2.977	8,5
Más de 20 Megas (20 Mbps)	492	1,4
NS/NC	246	0,7

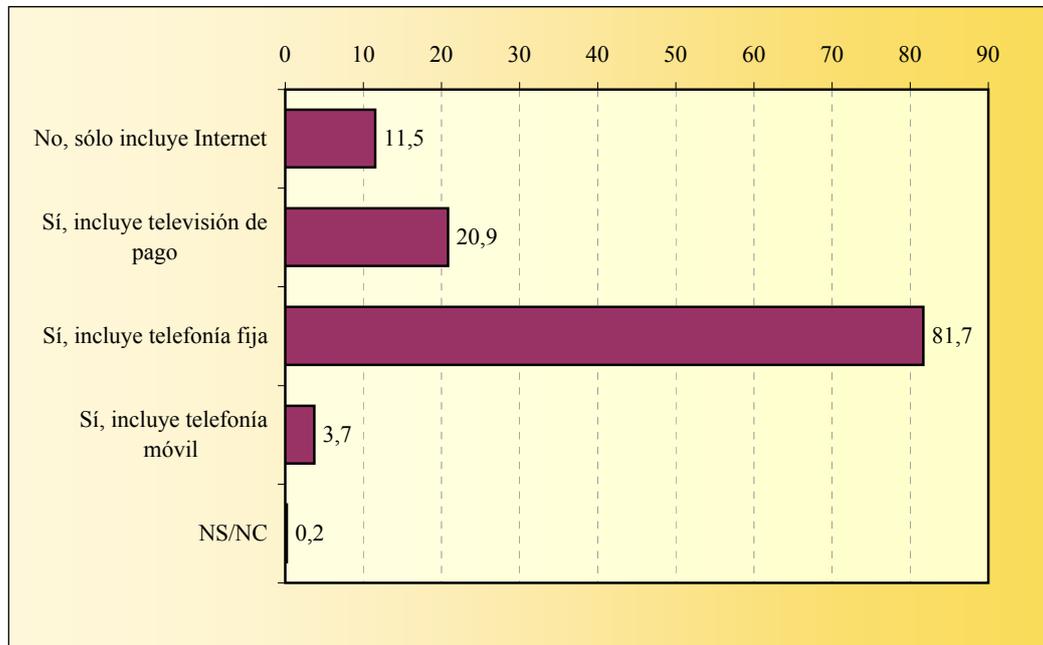


## ACCESO A INTERNET DESDE CASA

### 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.

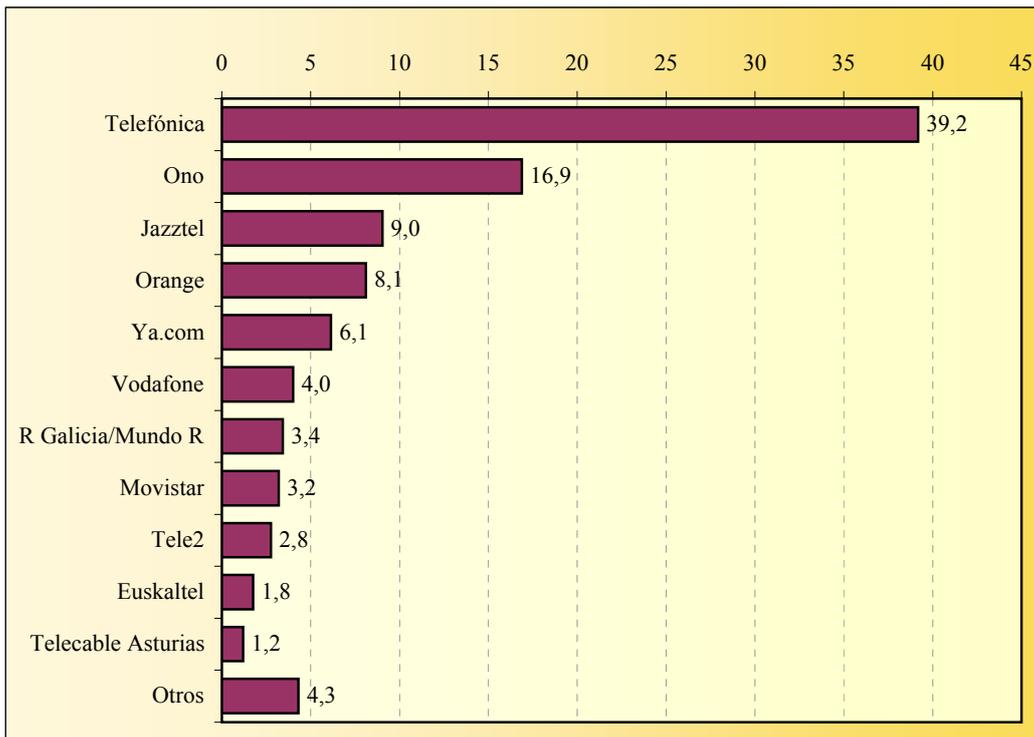
<i>P. La suscripción a Internet en su casa ¿forma parte de un paquete más amplio de servicios combinados?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (accede desde casa)	35.223	
No, sólo incluye Internet	4.062	11,5
Sí, incluye televisión de pago	7.346	20,9
Sí, incluye telefonía fija	28.774	81,7
Sí, incluye telefonía móvil	1.314	3,7
NS/NC	77	0,2



### ACCESO A INTERNET DESDE CASA Proveedor de acceso

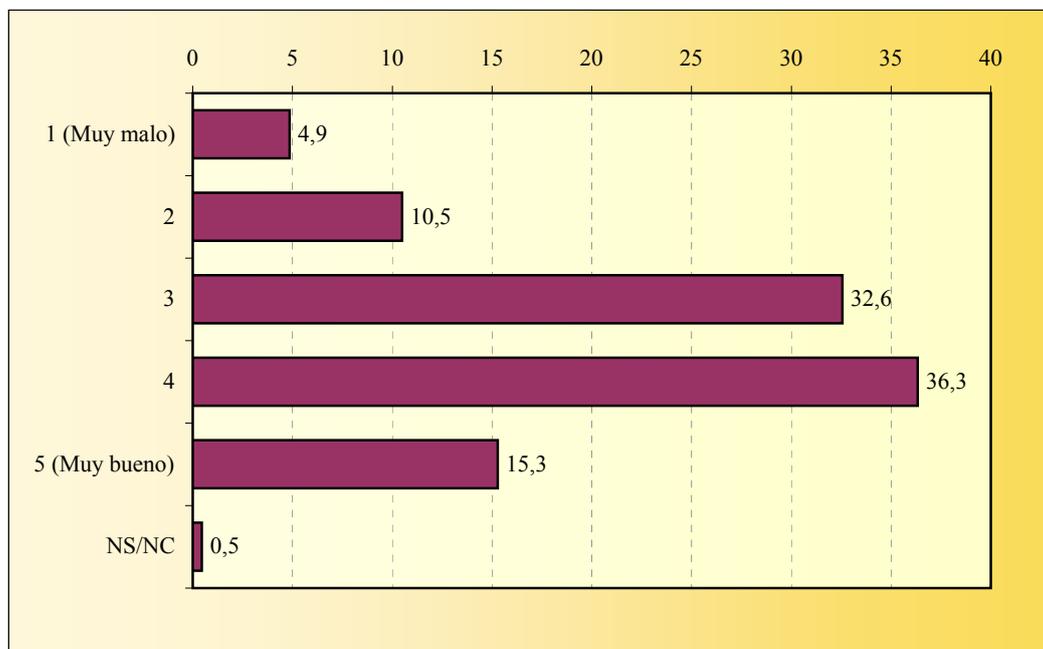
Entre los 35.223 entrevistados que declaran acceder a Internet desde casa, se mencionan 35.535 proveedores de acceso con la siguiente distribución:

<i>P. ¿Quién le proporciona el servicio de acceso a Internet desde su casa?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	35.535	100,0
Telefónica	13.924	39,2
Ono	6.001	16,9
Jazztel	3.215	9,0
Orange	2.878	8,1
Ya.com	2.180	6,1
Vodafone	1.426	4,0
R Galicia/Mundo R	1.217	3,4
Movistar	1.136	3,2
Tele2	980	2,8
Euskaltel	625	1,8
Telecable Asturias	424	1,2
Otros	1.529	4,3



### ACCESO A INTERNET DESDE CASA Valoración del servicio

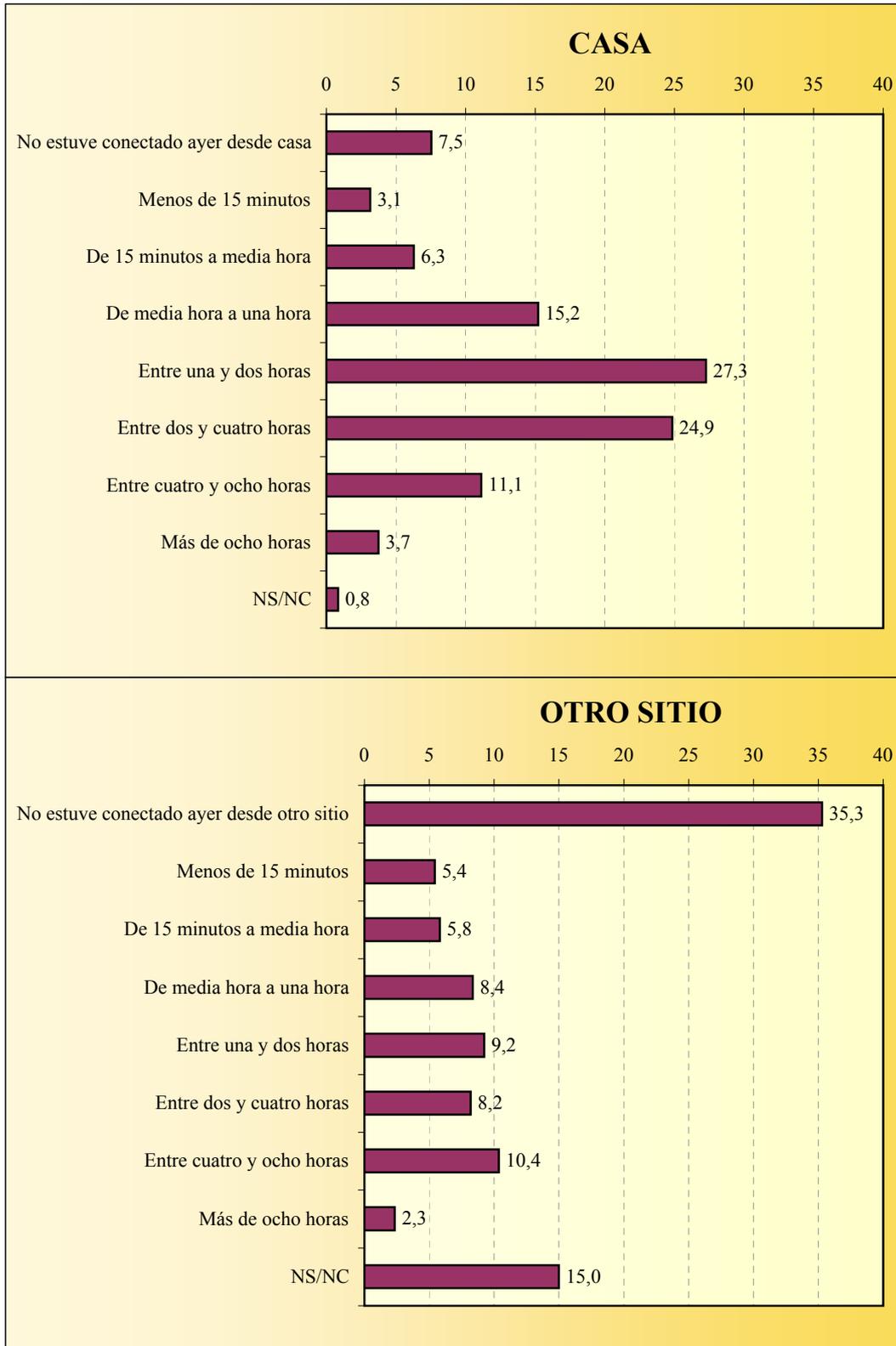
<i>P. Valore el servicio de acceso a Internet recibido en su casa (5=Muy bueno ; 1=Muy malo) en relación a:</i>		
	Absolutos	%
BASE (accede desde casa)	35.223	100,0
<b>ATENCIÓN AL USUARIO</b>		
1 (Muy malo)	1.712	4,9
2	3.696	10,5
3	11.471	32,6
4	12.799	36,3
5 (Muy bueno)	5.383	15,3
NS/NC	162	0,5
Valoración media	3,47	



**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	36.000	100,0
<b>...CASA?</b>		
No estuve conectado ayer desde casa	2.713	7,5
Menos de 15 minutos	1.132	3,1
De 15 minutos a media hora	2.258	6,3
De media hora a una hora	5.474	15,2
Entre una y dos horas	9.820	27,3
Entre dos y cuatro horas	8.947	24,9
Entre cuatro y ocho horas	4.008	11,1
Más de ocho horas	1.345	3,7
NS/NC	303	0,8
<b>...OTRO SITIO?</b>		
No estuve conectado ayer desde otro sitio	12.704	35,3
Menos de 15 minutos	1.953	5,4
De 15 minutos a media hora	2.096	5,8
De media hora a una hora	3.006	8,4
Entre una y dos horas	3.323	9,2
Entre dos y cuatro horas	2.946	8,2
Entre cuatro y ocho horas	3.732	10,4
Más de ocho horas	843	2,3
NS/NC	5.397	15,0

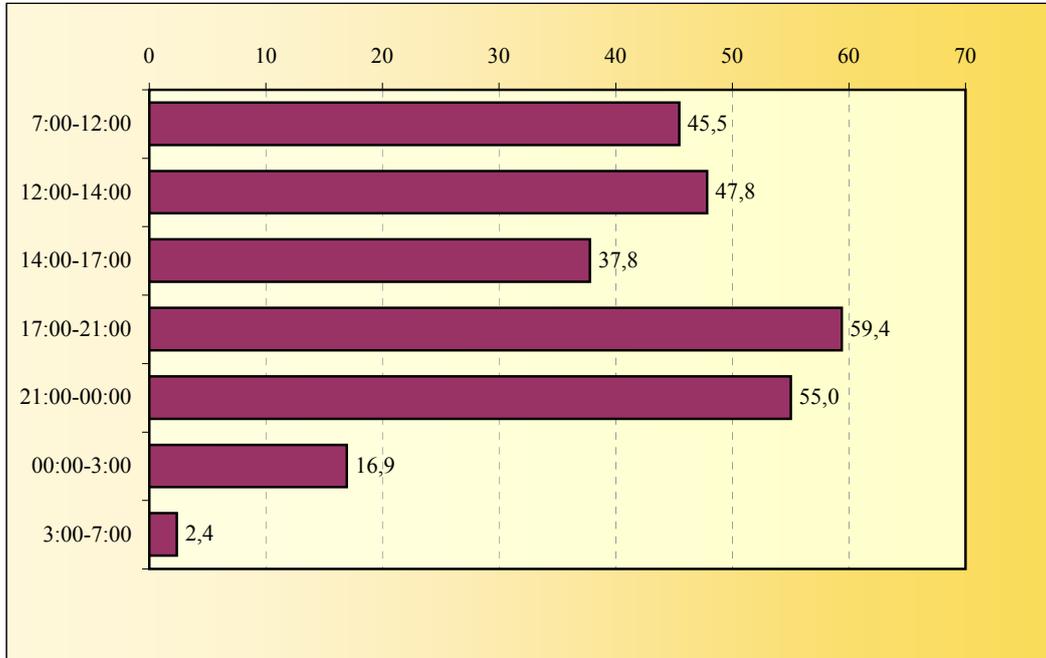
### TIEMPO DE CONEXIÓN DÍA DE AYER



**PERIODOS HORARIOS USO INTERNET AYER**

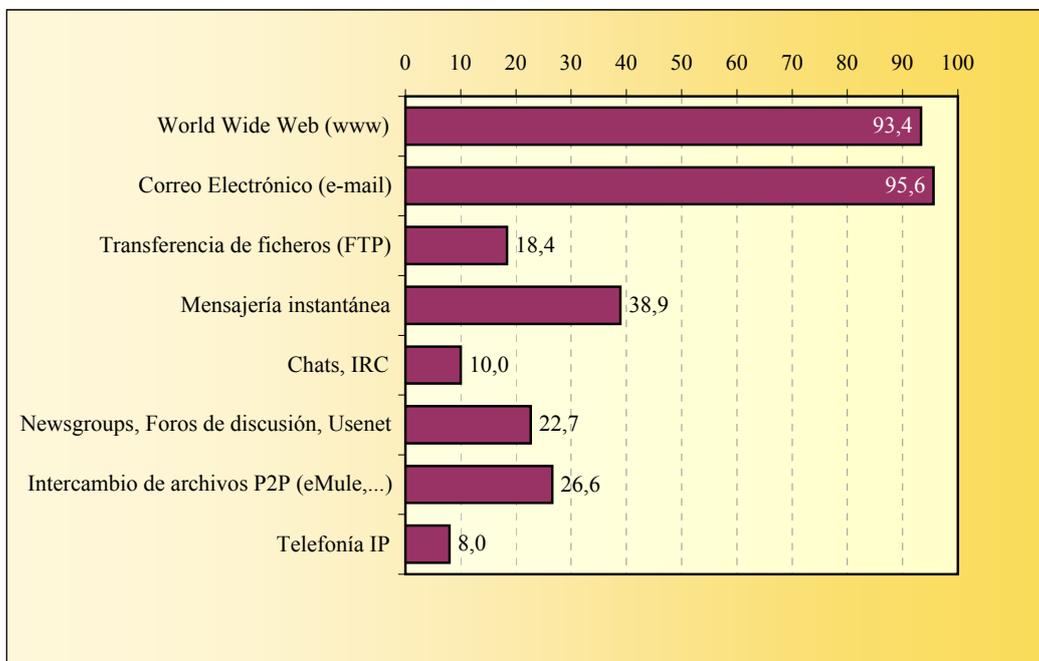
*P. Si estuvo utilizando Internet ayer, indique los periodos horarios en que lo hizo.*

	Absolutos	%
BASE (ha accedido ayer)	35.473	
7:00-12:00	16.126	45,5
12:00-14:00	16.971	47,8
14:00-17:00	13.406	37,8
17:00-21:00	21.067	59,4
21:00-00:00	19.515	55,0
00:00-3:00	6.009	16,9
3:00-7:00	841	2,4



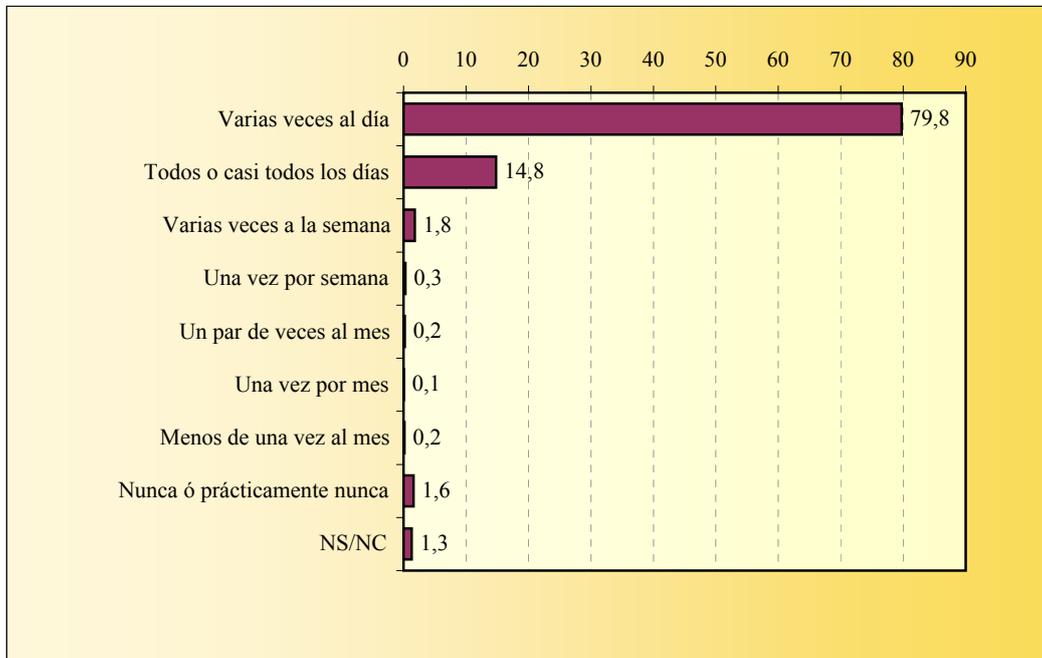
### SERVICIOS UTILIZADOS DÍA DE AYER

<i>P. Durante el día de ayer, ¿qué servicios de Internet utilizó?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha accedido ayer)	35.473	
World Wide Web (www)	33.115	93,4
Correo Electrónico (e-mail)	33.900	95,6
Transferencia de ficheros (FTP)	6.511	18,4
Mensajería instantánea	13.804	38,9
Chats, IRC	3.549	10,0
Newsgroups, Foros de discusión, Usenet	8.037	22,7
Intercambio de archivos P2P (eMule,...)	9.440	26,6
Telefonía IP	2.828	8,0



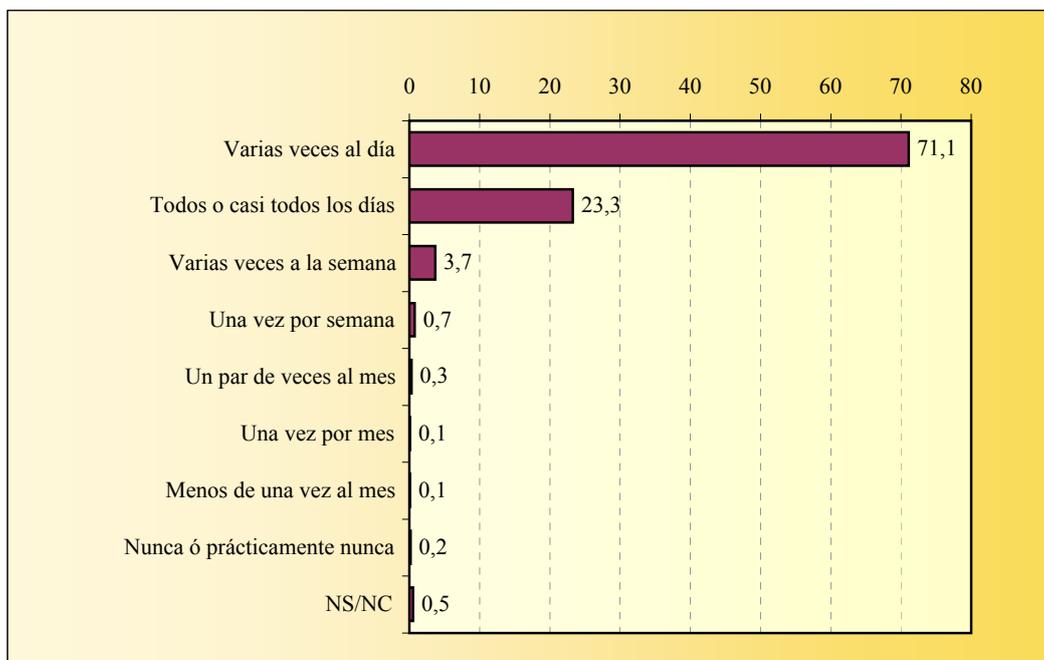
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET  
World Wide Web (www)**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>World Wide Web (www)</b>		
Varias veces al día	28.710	79,8
Todos o casi todos los días	5.326	14,8
Varias veces a la semana	657	1,8
Una vez por semana	111	0,3
Un par de veces al mes	67	0,2
Una vez por mes	21	0,1
Menos de una vez al mes	54	0,2
Nunca ó prácticamente nunca	579	1,6
NS/NC	475	1,3



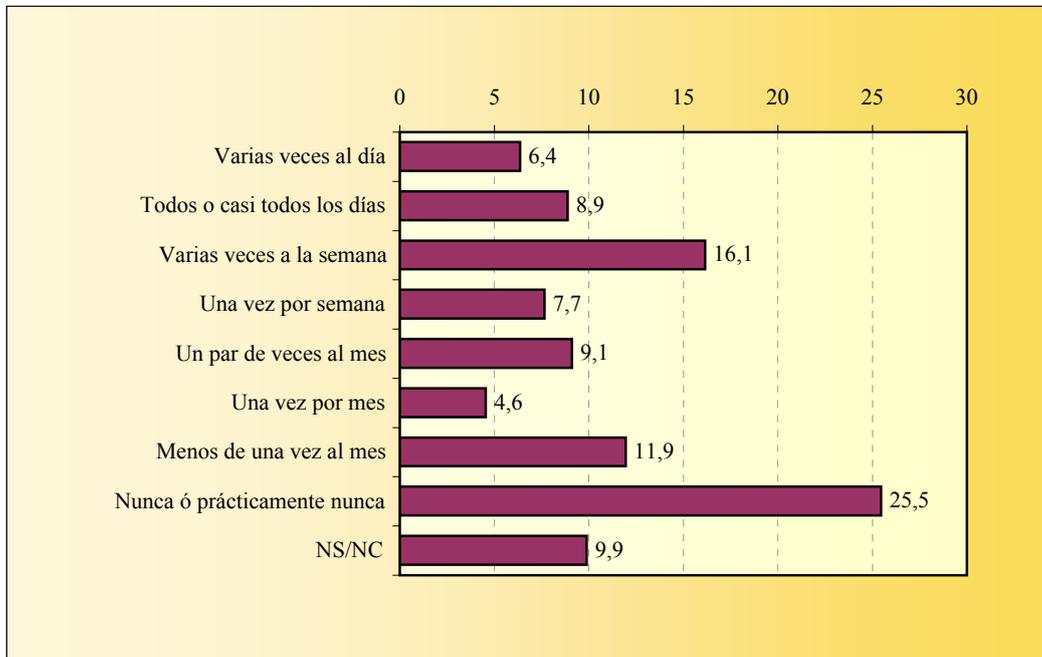
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Correo electrónico (e-mail)**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Correo electrónico (e-mail)</b>		
Varias veces al día	25.598	71,1
Todos o casi todos los días	8.385	23,3
Varias veces a la semana	1.332	3,7
Una vez por semana	265	0,7
Un par de veces al mes	116	0,3
Una vez por mes	29	0,1
Menos de una vez al mes	29	0,1
Nunca ó prácticamente nunca	58	0,2
NS/NC	188	0,5



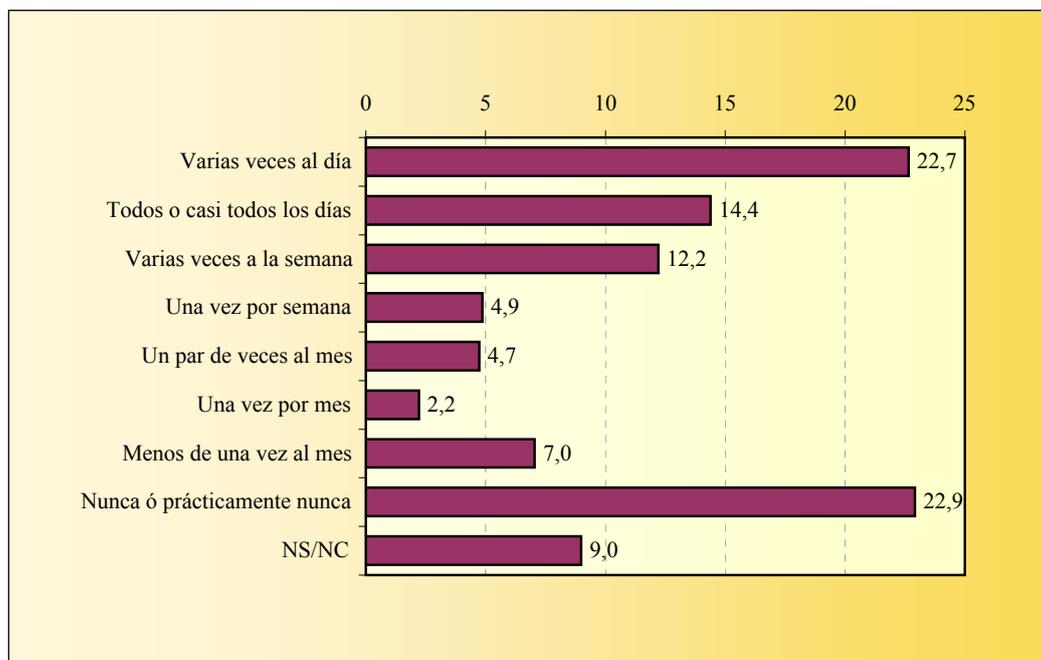
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Transferencia de ficheros (FTP)**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Transferencia de ficheros (FTP)</b>		
Varias veces al día	2.291	6,4
Todos o casi todos los días	3.198	8,9
Varias veces a la semana	5.811	16,1
Una vez por semana	2.757	7,7
Un par de veces al mes	3.280	9,1
Una vez por mes	1.639	4,6
Menos de una vez al mes	4.301	11,9
Nunca ó prácticamente nunca	9.165	25,5
NS/NC	3.558	9,9



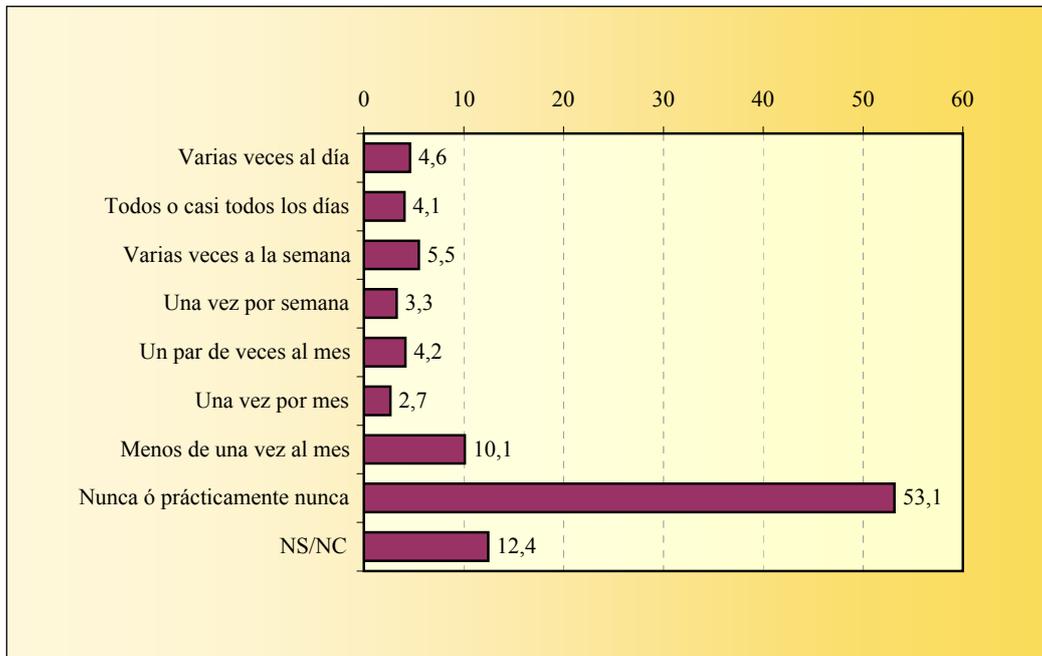
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Mensajería instantánea**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Mensajería instantánea</b>		
Varias veces al día	8.154	22,7
Todos o casi todos los días	5.177	14,4
Varias veces a la semana	4.394	12,2
Una vez por semana	1.752	4,9
Un par de veces al mes	1.705	4,7
Una vez por mes	797	2,2
Menos de una vez al mes	2.537	7,0
Nunca ó prácticamente nunca	8.249	22,9
NS/NC	3.235	9,0



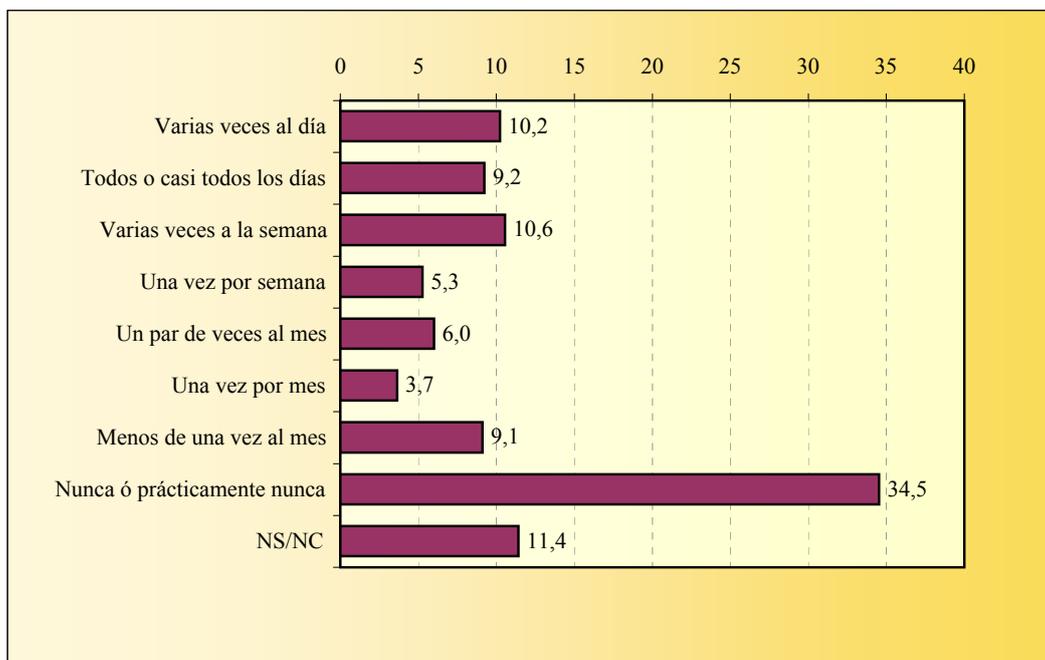
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Chats, IRC**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Chats, IRC</b>		
Varias veces al día	1.666	4,6
Todos o casi todos los días	1.469	4,1
Varias veces a la semana	1.982	5,5
Una vez por semana	1.180	3,3
Un par de veces al mes	1.496	4,2
Una vez por mes	955	2,7
Menos de una vez al mes	3.643	10,1
Nunca ó prácticamente nunca	19.129	53,1
NS/NC	4.480	12,4



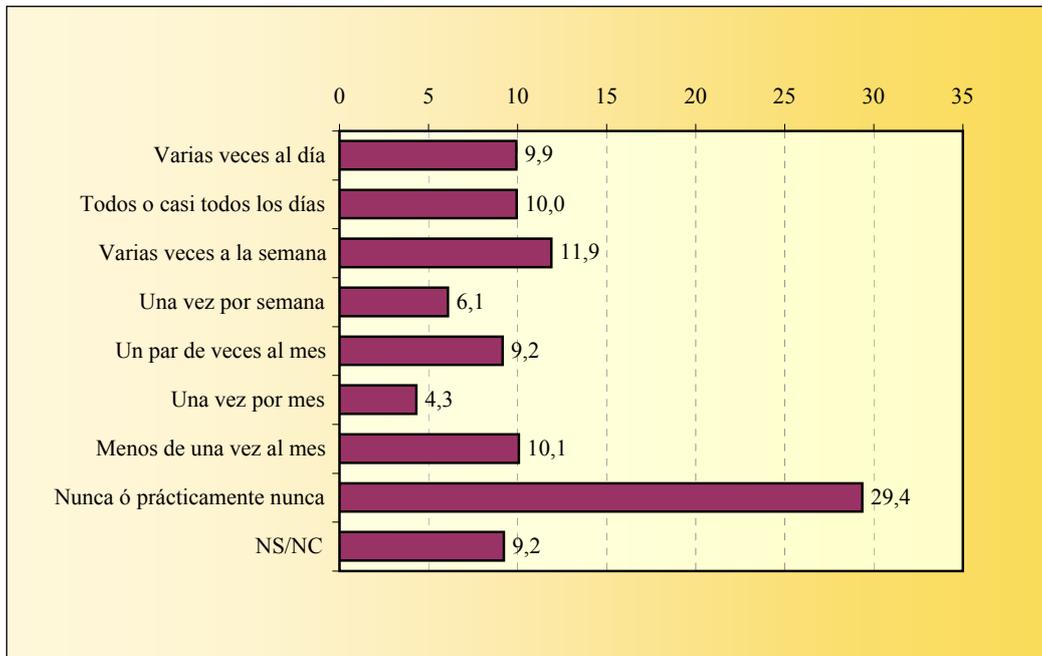
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Newsgroups, Foros de discusión

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Newsgroups, Foros de discusión, Usenet</b>		
Varias veces al día	3.683	10,2
Todos o casi todos los días	3.322	9,2
Varias veces a la semana	3.803	10,6
Una vez por semana	1.896	5,3
Un par de veces al mes	2.160	6,0
Una vez por mes	1.314	3,7
Menos de una vez al mes	3.278	9,1
Nunca ó prácticamente nunca	12.434	34,5
NS/NC	4.110	11,4



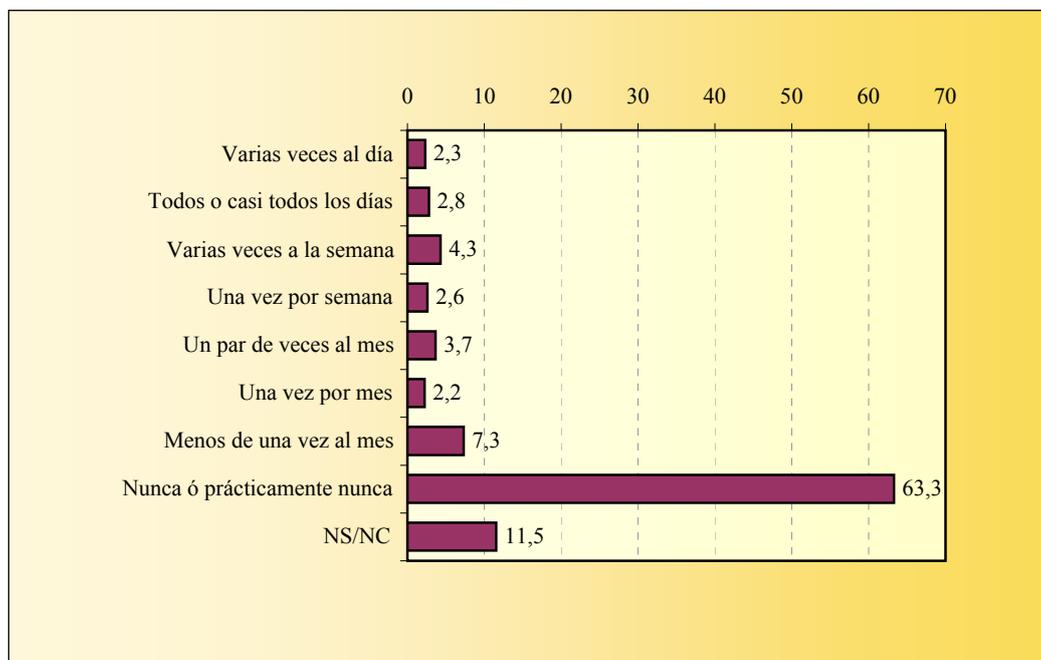
**FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET**  
**Redes de intercambio de archivos P2P**

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Redes de intercambio de archivos P2P (eMule, BitTorrent,...)</b>		
Varias veces al día	3.575	9,9
Todos o casi todos los días	3.584	10,0
Varias veces a la semana	4.285	11,9
Una vez por semana	2.191	6,1
Un par de veces al mes	3.295	9,2
Una vez por mes	1.552	4,3
Menos de una vez al mes	3.625	10,1
Nunca ó prácticamente nunca	10.569	29,4
NS/NC	3.324	9,2



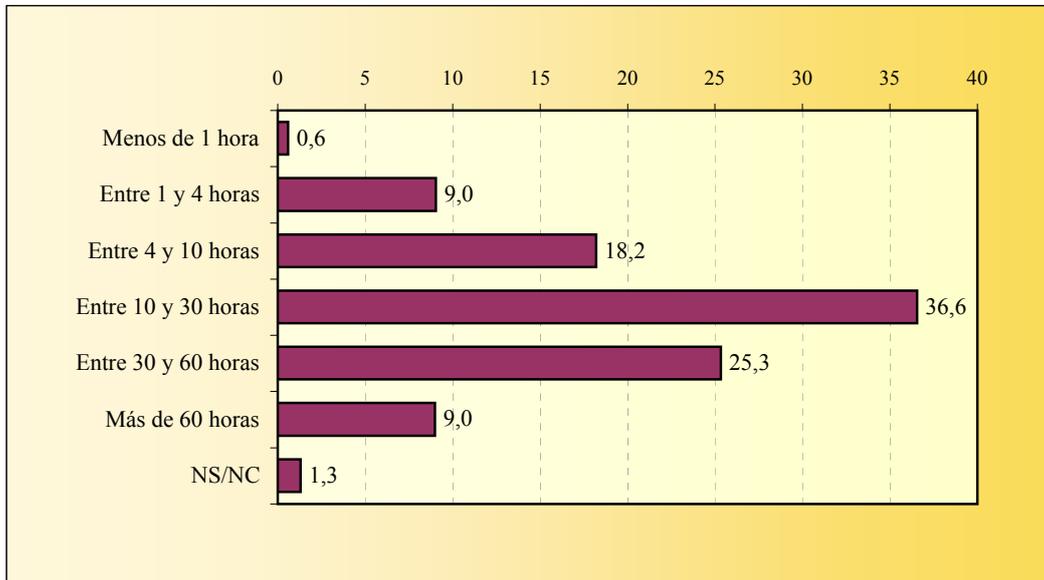
### FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS DE INTERNET Telefonía IP

<i>P. ¿Cómo clasificaría su frecuencia de uso de...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Llamadas telefónicas por Internet, telefonía IP</b>		
Varias veces al día	833	2,3
Todos o casi todos los días	1.004	2,8
Varias veces a la semana	1.547	4,3
Una vez por semana	930	2,6
Un par de veces al mes	1.315	3,7
Una vez por mes	802	2,2
Menos de una vez al mes	2.635	7,3
Nunca ó prácticamente nunca	22.784	63,3
NS/NC	4.150	11,5



**PROMEDIO DE TIEMPO DE CONEXIÓN POR SEMANA**

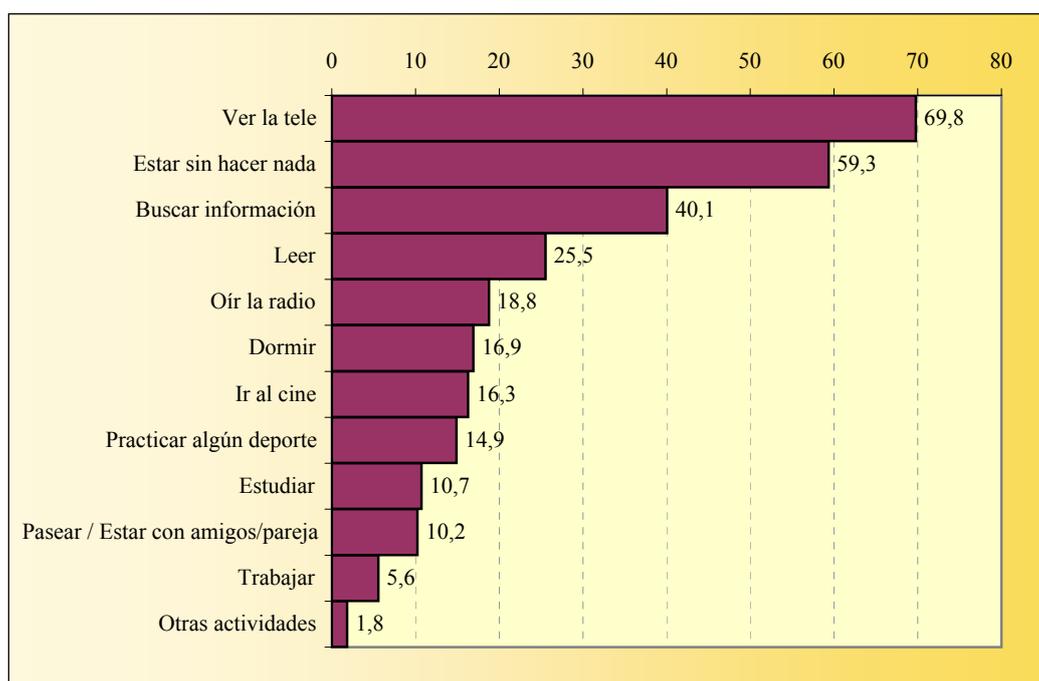
<i>P. Por término medio, en una semana ¿cuánto tiempo diría Vd. que está utilizando Internet (cualquier servicio y suma de todas las posibles sesiones en la semana)?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Menos de 1 hora	215	0,6
Entre 1 y 4 horas	3.253	9,0
Entre 4 y 10 horas	6.552	18,2
Entre 10 y 30 horas	13.158	36,6
Entre 30 y 60 horas	9.121	25,3
Más de 60 horas	3.234	9,0
NS/NC	467	1,3



### DISMINUCIÓN DE TIEMPO EN OTRAS ACTIVIDADES

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

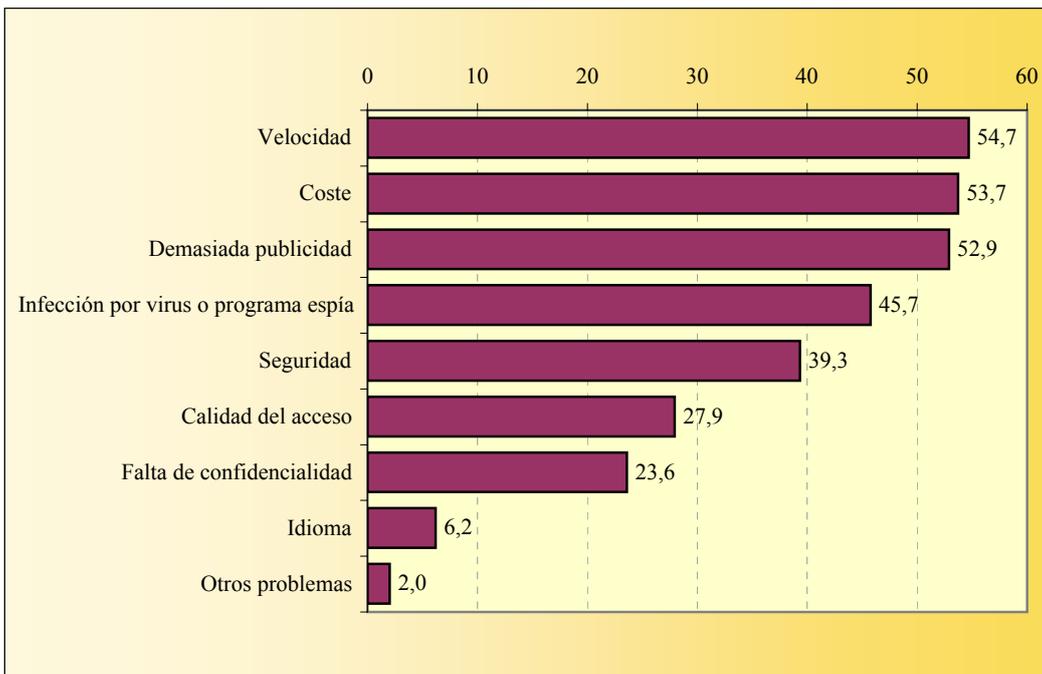
<i>P. ¿Ha disminuido el tiempo que dedica a alguna de estas actividades por utilizar Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Ver la tele	25.121	69,8
Estar sin hacer nada	21.362	59,3
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.	14.422	40,1
Leer	9.188	25,5
Oír la radio	6.758	18,8
Dormir	6.089	16,9
Ir al cine	5.858	16,3
Practicar algún deporte	5.357	14,9
Estudiar	3.856	10,7
Pasear / Estar con amigos/pareja	3.689	10,2
Trabajar	2.001	5,6
Otras actividades	659	1,8



### PROBLEMAS DE INTERNET

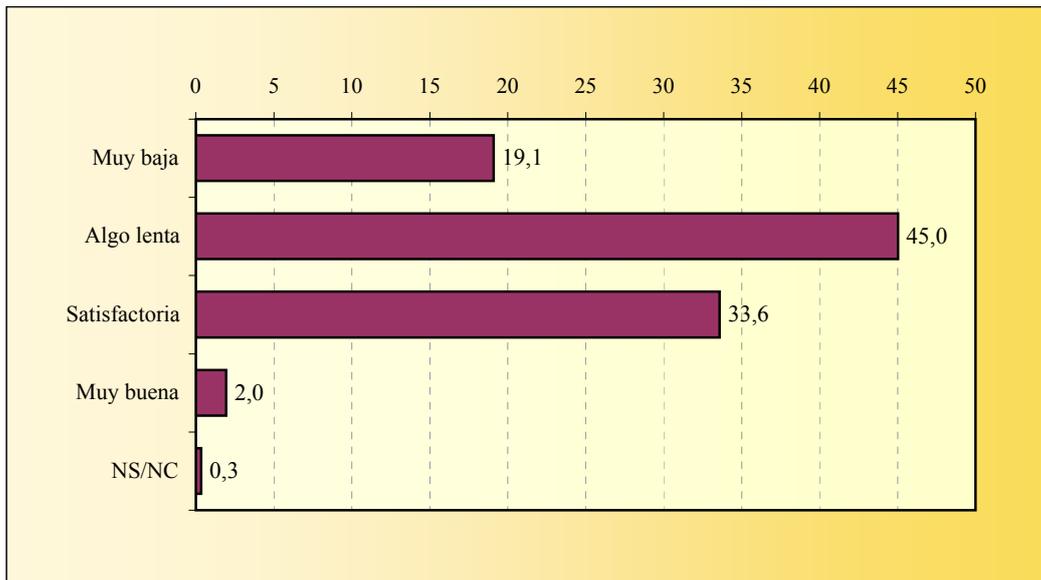
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que un elevado número de encuestados declara encontrar dos o más problemas.

<i>P. ¿Cuáles son los mayores problemas que encuentra al utilizar Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Velocidad	19.691	54,7
Coste	19.340	53,7
Demasiada publicidad	19.043	52,9
Infección por virus o programa espía	16.469	45,7
Seguridad	14.164	39,3
Calidad del acceso	10.056	27,9
Falta de confidencialidad	8.490	23,6
Idioma	2.228	6,2
Otros problemas	726	2,0



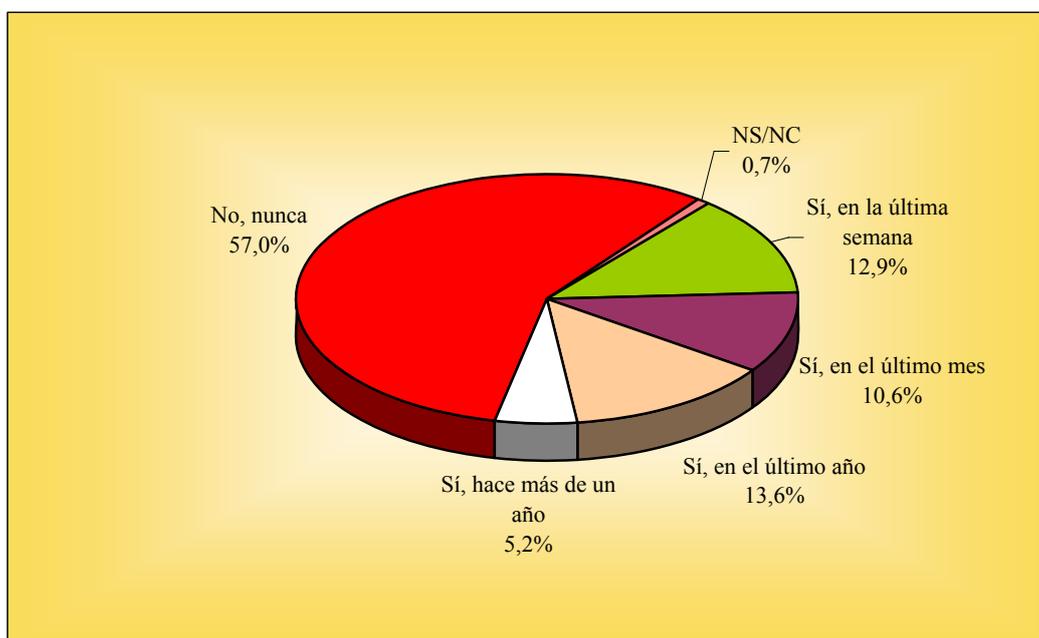
### VELOCIDAD DE INTERNET

<i>P. ¿Cómo considera la velocidad actual de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Muy baja	6.875	19,1
Algo lenta	16.212	45,0
Satisfactoria	12.088	33,6
Muy buena	703	2,0
NS/NC	122	0,3



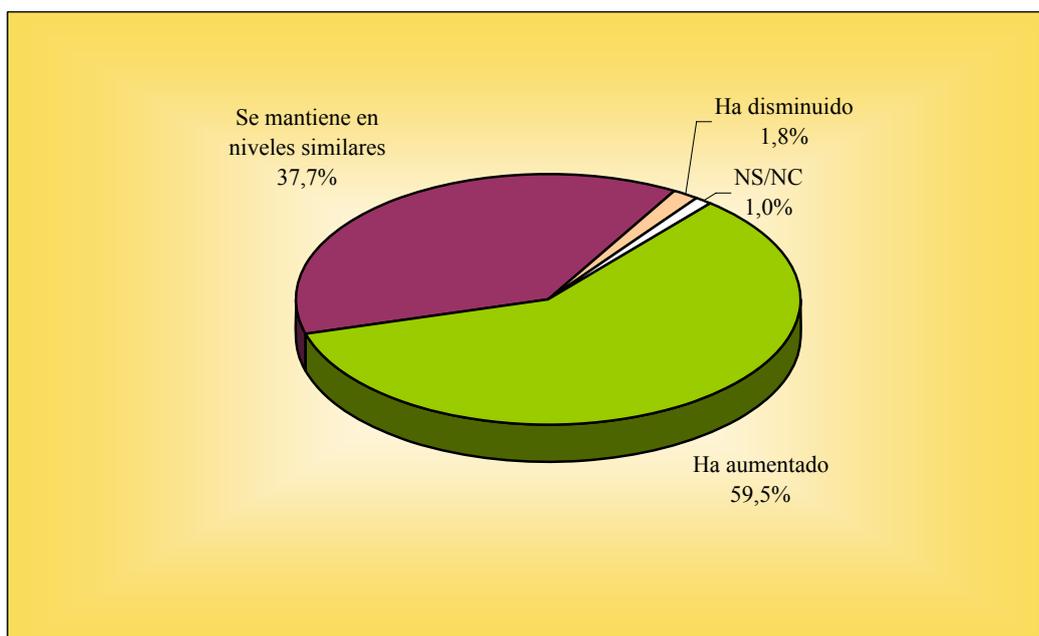
### FIRMA ELECTRÓNICA

<i>P. ¿Ha hecho uso del certificado digital de firma electrónica a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí, en la última semana	4.655	12,9
Sí, en el último mes	3.804	10,6
Sí, en el último año	4.884	13,6
Sí, hace más de un año	1.863	5,2
No, nunca	20.529	57,0
NS/NC	265	0,7



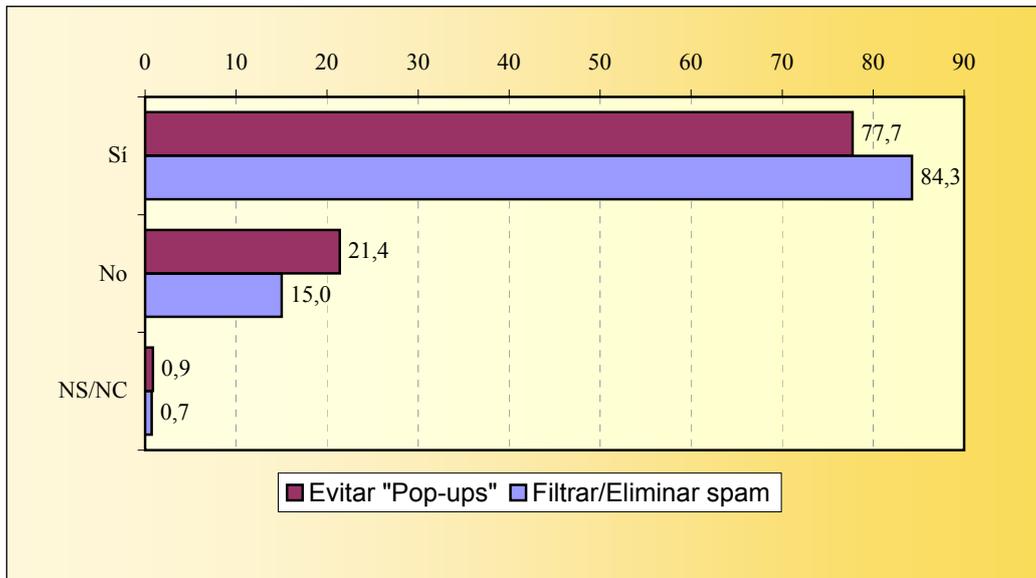
## PUBLICIDAD EN INTERNET Evolución

<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	36.000	100,0
Ha aumentado	21.408	59,5
Se mantiene en niveles similares	13.558	37,7
Ha disminuido	663	1,8
NS/NC	371	1,0



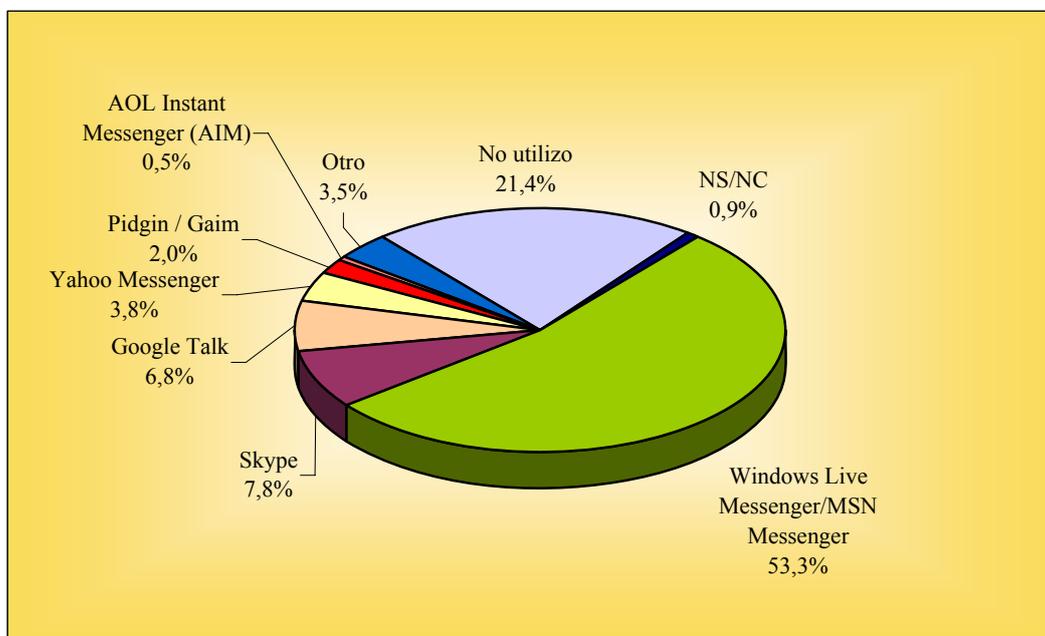
**PUBLICIDAD EN INTERNET**  
**Programas/Sistemas para evitar publicidad**

<i>P. ¿Utiliza algún programa/sistema para ...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...evitar "Pop-ups"?</b>		
Sí	27.987	77,7
No	7.705	21,4
NS/NC	308	0,9
<b>...filtrar/eliminar spam (correo no solicitado)?</b>		
Sí	30.340	84,3
No	5.405	15,0
NS/NC	255	0,7



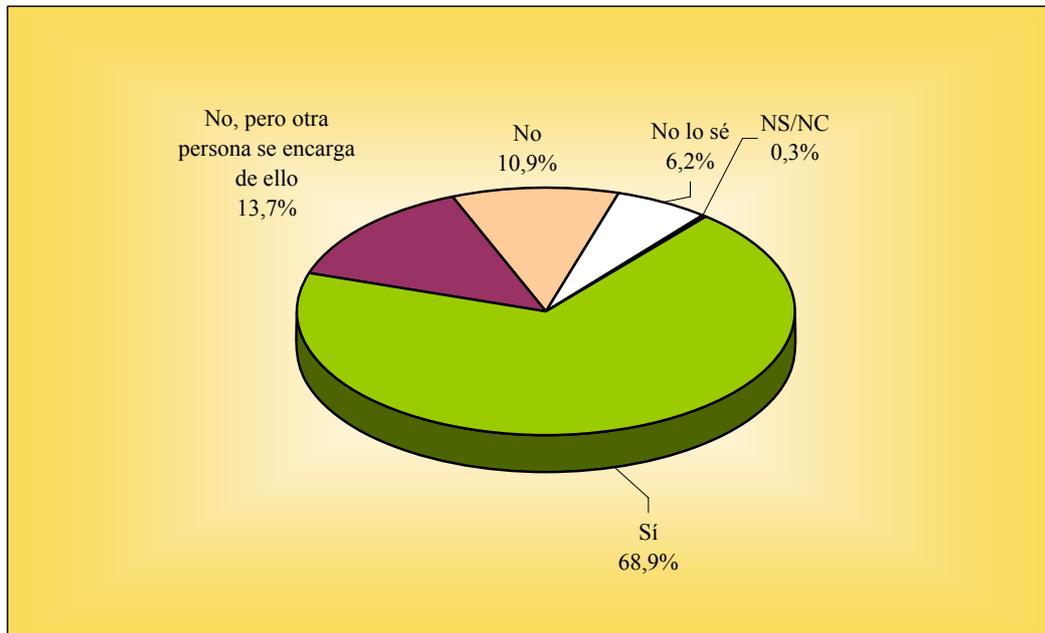
### SOFTWARE DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

<i>P. ¿Qué software de mensajería instantánea utiliza principalmente?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Windows Live Messenger/MSN Messenger	19.204	53,3
Skype	2.809	7,8
Google Talk	2.432	6,8
Yahoo Messenger	1.377	3,8
Pidgin / Gaim	723	2,0
AOL Instant Messenger (AIM)	168	0,5
Otro	1.249	3,5
No utilizzo	7.699	21,4
NS/NC	339	0,9



### PARCHES DE SEGURIDAD

<i>P. ¿Suele instalar periódicamente los parches de seguridad del sistema operativo y de los principales programas?. Conteste en relación al equipo con el que está realizando la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí	24.808	68,9
No, pero otra persona se encarga de ello	4.946	13,7
No	3.908	10,9
No lo sé	2.241	6,2
NS/NC	97	0,3



## VIRUS INFORMÁTICOS

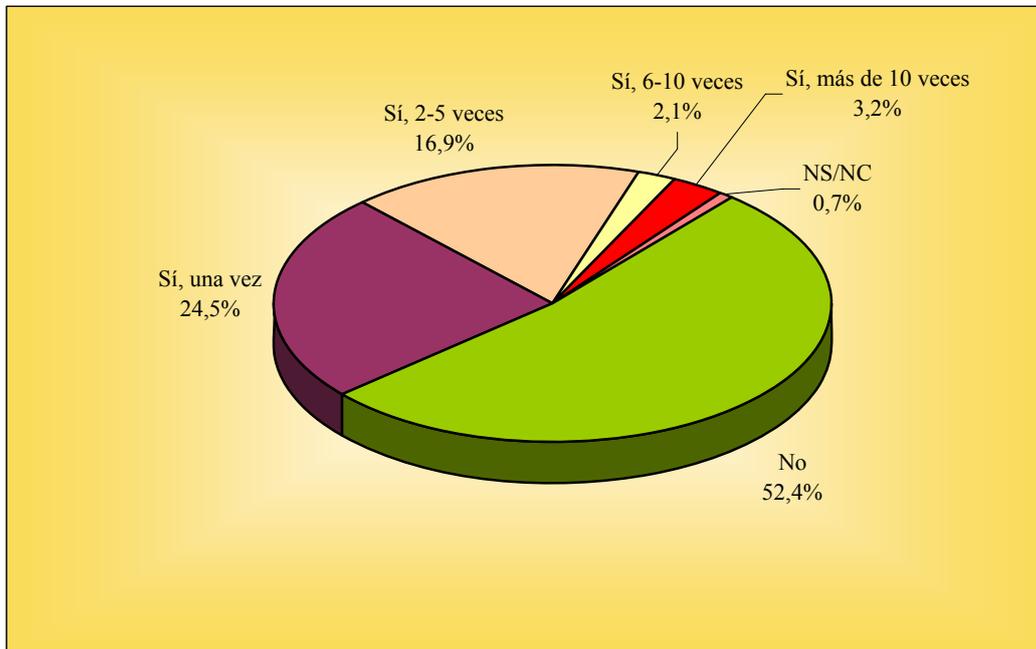
### Programa antivirus

<i>P. ¿Tiene instalado algún programa antivirus?. Conteste en relación al equipo con el que está realizando la encuesta.</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
No	3.395	9,4
Sí, y actualizado en la última semana	25.192	70,0
Sí, y actualizado en el último mes	3.233	9,0
Sí, pero no actualizado en el último mes	1.330	3,7
Sí, pero no sé cuando ha sido actualizado	2.722	7,6
NS/NC	128	0,4



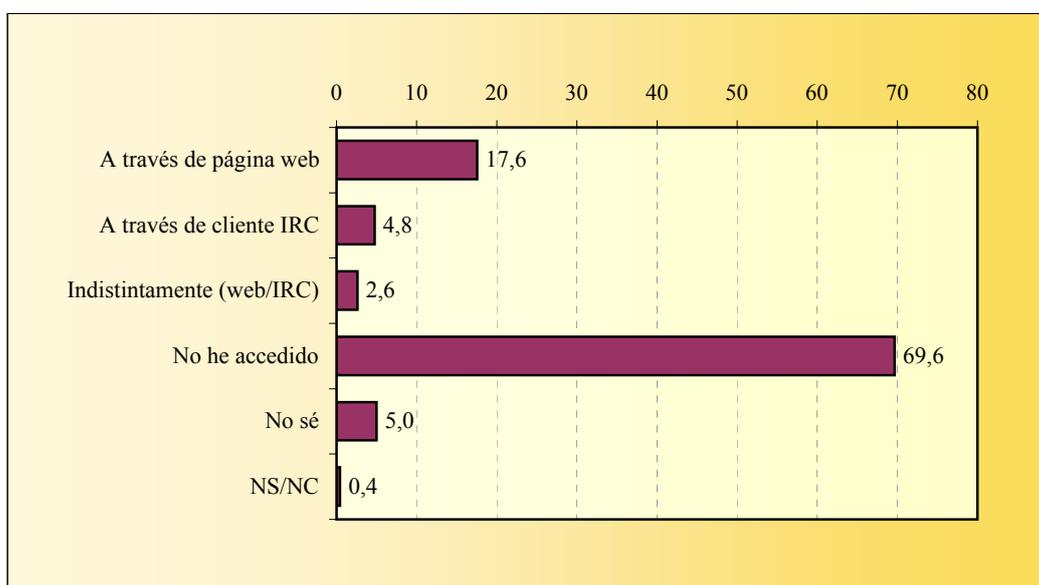
## VIRUS INFORMÁTICOS Infección

<i>P. En el último año, ¿se ha visto infectado por algún virus informático o programa espía (spyware) procedente de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
No	18.878	52,4
Sí, una vez	8.829	24,5
Sí, 2-5 veces	6.100	16,9
Sí, 6-10 veces	760	2,1
Sí, más de 10 veces	1.167	3,2
NS/NC	266	0,7



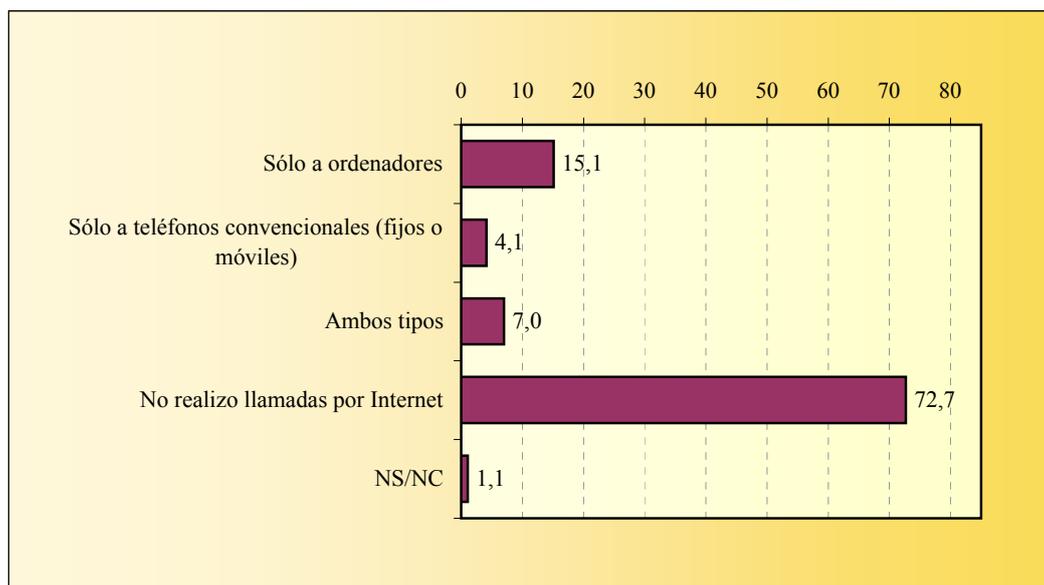
### TIPO DE ACCESO A CHAT

<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	36.000	100,0
A través de página web	6.318	17,6
A través de cliente IRC	1.715	4,8
Indistintamente (web/IRC)	944	2,6
No he accedido	25.072	69,6
No sé	1.793	5,0
NS/NC	158	0,4



### TIPO DE LLAMADAS TELEFONICAS POR INTERNET

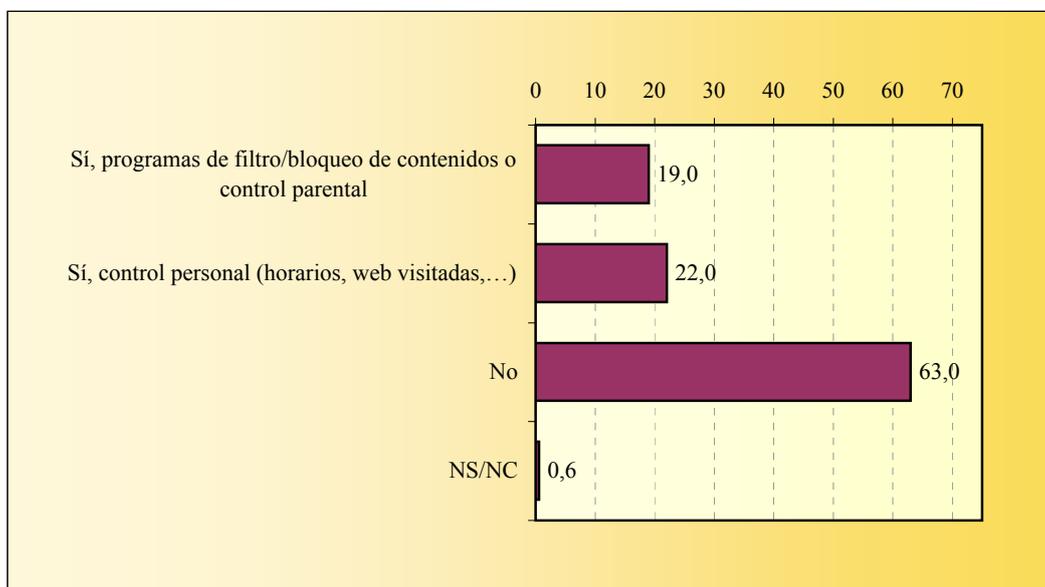
<i>P. Si realiza llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP), ¿de qué tipo son?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sólo a ordenadores	5.442	15,1
Sólo a teléfonos convencionales (fijos o móviles)	1.492	4,1
Ambos tipos	2.512	7,0
No realizo llamadas por Internet	26.160	72,7
NS/NC	394	1,1



### CONTROL PARENTAL

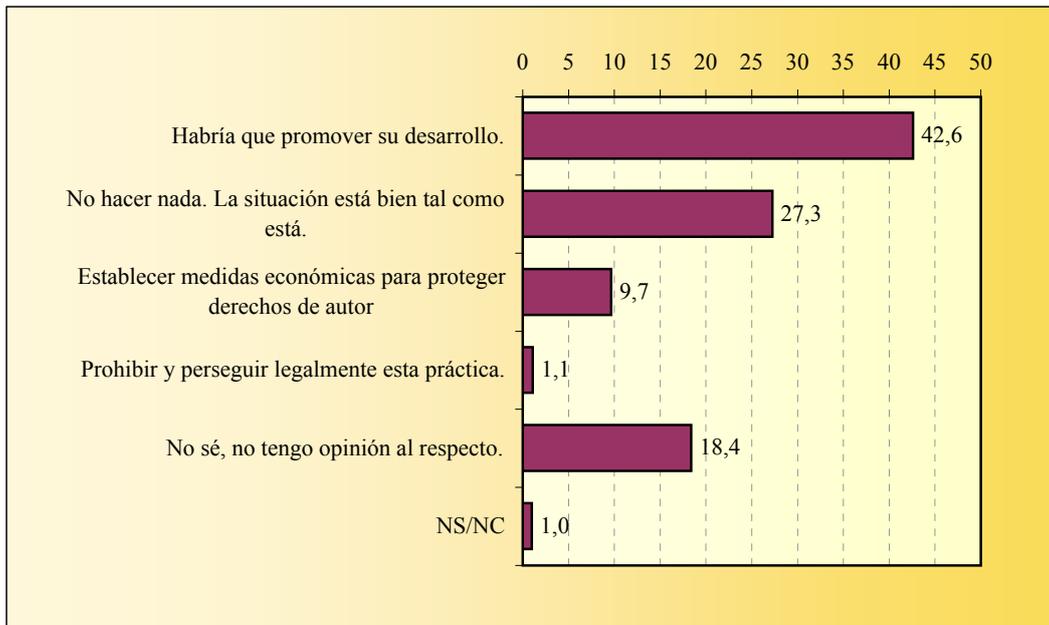
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran más de una repuesta.

<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)	10.666	
Sí, programas de filtro/bloqueo de contenidos o control parental	2.028	19,0
Sí, control personal (horarios, web visitadas,...)	2.351	22,0
No	6.720	63,0
NS/NC	63	0,6



### OPINIÓN SOBRE LAS REDES P2P

<i>P. En relación a las redes de intercambio de archivos P2P (eMule, Bittorrent,...), ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está más de acuerdo?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Habría que promover su desarrollo.	15.332	42,6
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	9.815	27,3
Establecer medidas económicas para proteger derechos de autor	3.474	9,7
Prohibir y perseguir legalmente esta práctica.	397	1,1
No sé, no tengo opinión al respecto.	6.623	18,4
NS/NC	359	1,0

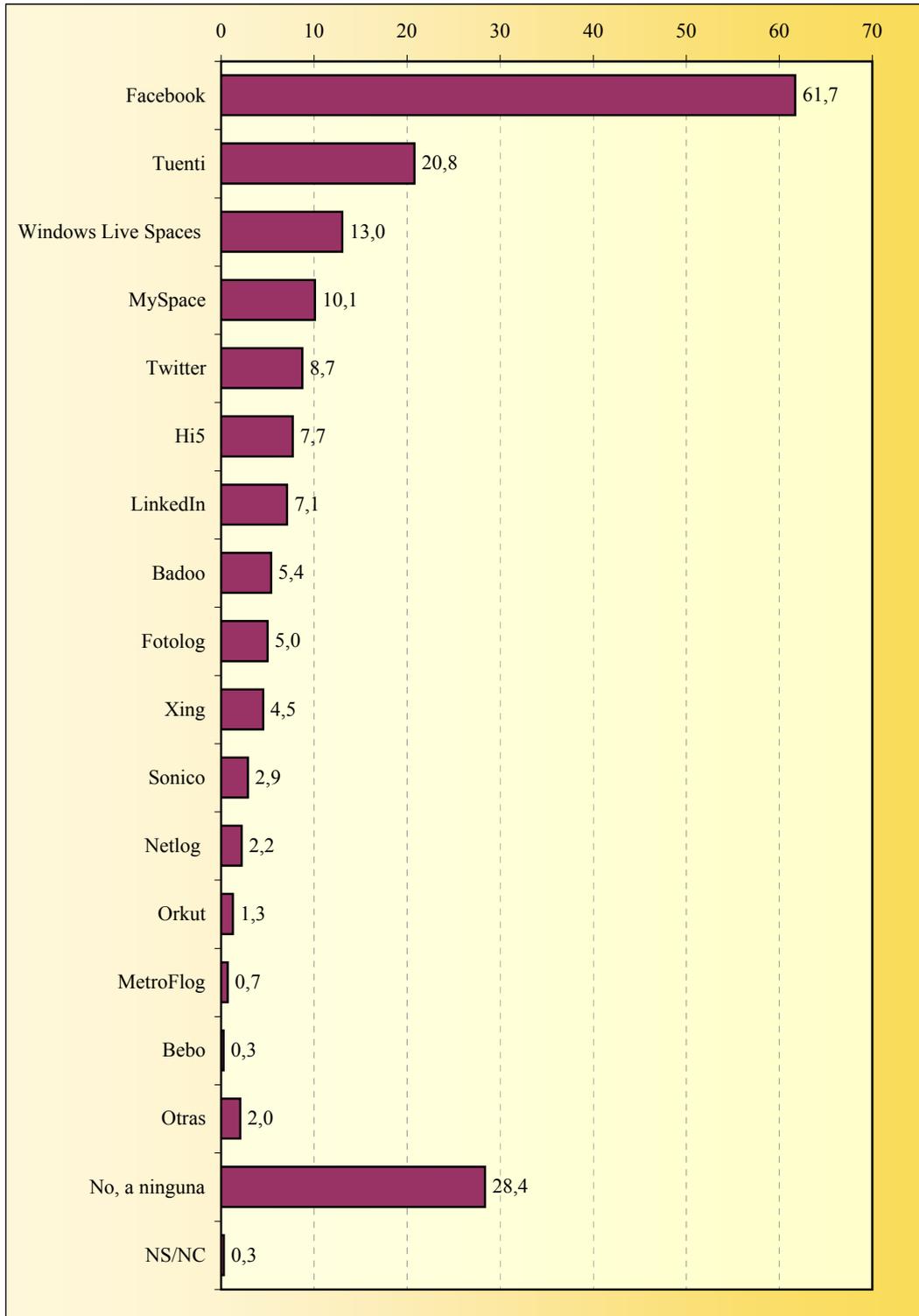


## REDES SOCIALES

### Registrado

<i>P. ¿Está registrado en alguna red social de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Facebook	22.215	61,7
Tuenti	7.480	20,8
Windows Live Spaces	4.688	13,0
MySpace	3.630	10,1
Twitter	3.148	8,7
Hi5	2.769	7,7
LinkedIn	2.554	7,1
Badoo	1.935	5,4
Fotolog	1.803	5,0
Xing	1.634	4,5
Sonico	1.037	2,9
Netlog	795	2,2
Orkut	460	1,3
MetroFlog	256	0,7
Bebo	96	0,3
Otras	736	2,0
No, a ninguna	10.216	28,4
NS/NC	106	0,3

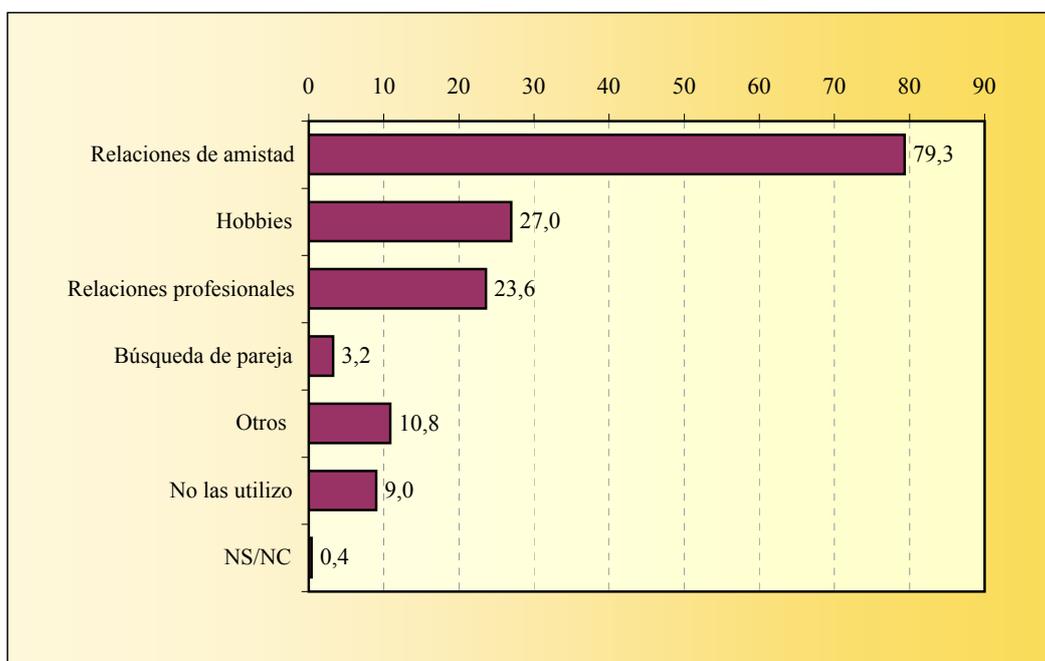
### REDES SOCIALES Registrado



## REDES SOCIALES Utilización

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

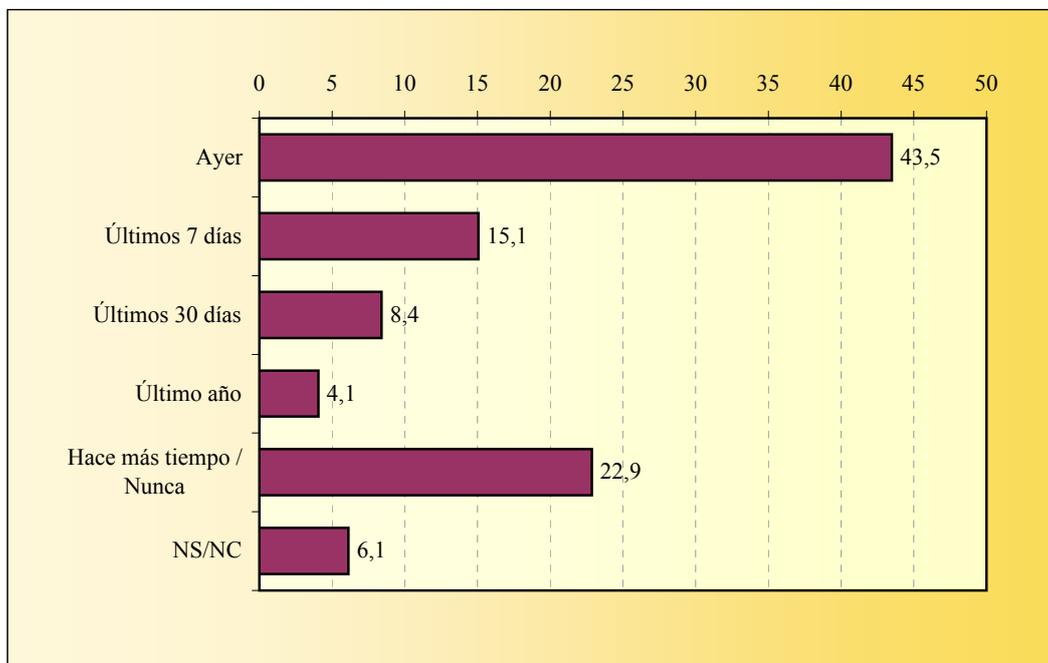
<i>P. ¿Para qué utiliza las redes sociales?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (registrado en red social)	25.678	
Relaciones de amistad	20.371	79,3
Hobbies	6.925	27,0
Relaciones profesionales	6.061	23,6
Búsqueda de pareja	833	3,2
Otros	2.786	10,8
No las utilizo	2.312	9,0
NS/NC	93	0,4



## REDES SOCIALES

### Último acceso

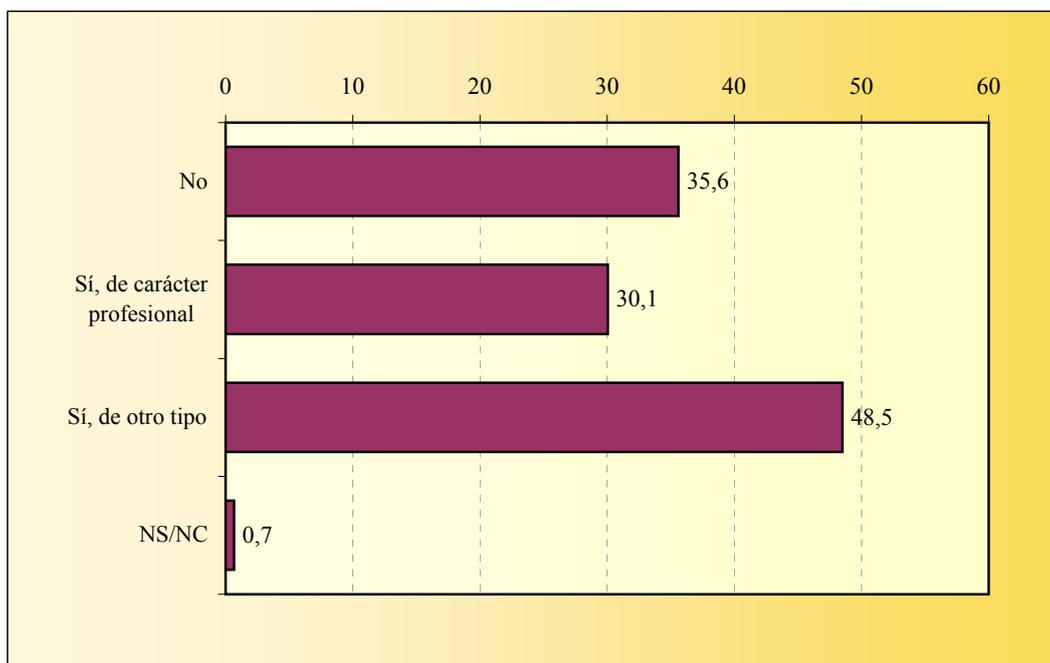
<i>P. Sin contar el día de hoy ¿cuándo ha sido la última vez que ha accedido a una red social de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Ayer	15.660	43,5
Últimos 7 días	5.421	15,1
Últimos 30 días	3.023	8,4
Último año	1.460	4,1
Hace más tiempo / Nunca	8.229	22,9
NS/NC	2.207	6,1



### ACCESO A BLOG

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

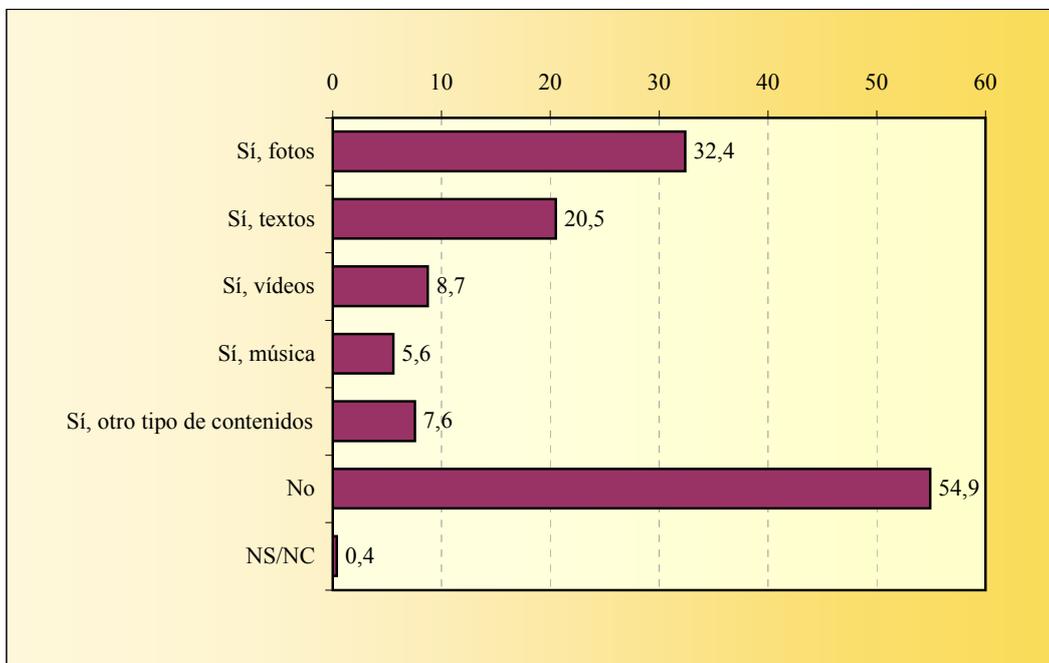
<i>P. Durante los últimos 30 días ¿ha accedido a algún blog / weblog / bitácora?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
No	12.815	35,6
Sí, de carácter profesional	10.821	30,1
Sí, de otro tipo	17.458	48,5
NS/NC	235	0,7



### APORTACIÓN DE CONTENIDOS A LA WEB

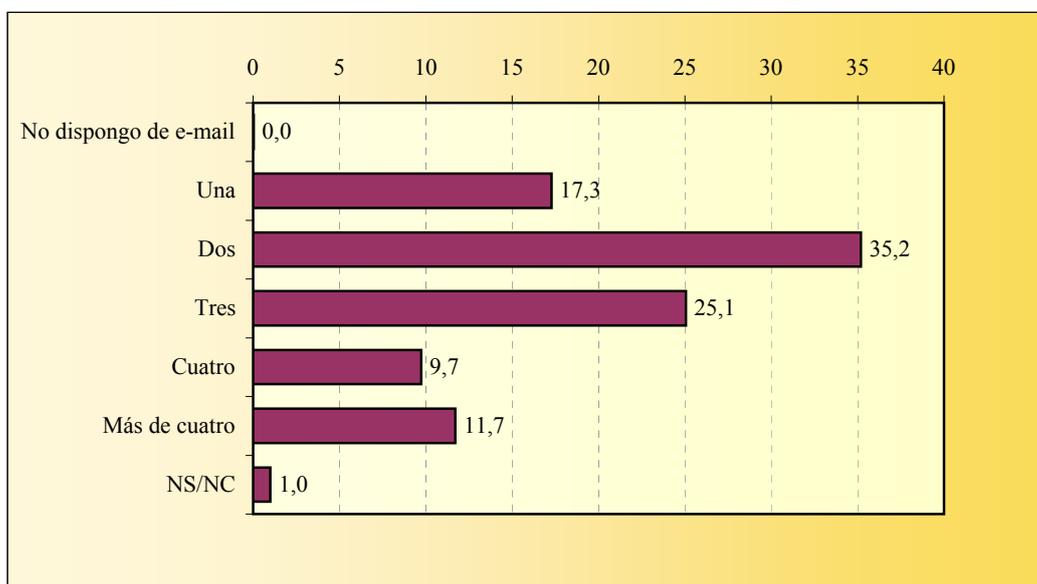
La suma de los porcentajes es superior a cien ya que algunos navegantes declaran haber subido más de un tipo de contenido.

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha subido Vd. contenidos a la web a nivel personal?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Sí, fotos	11.659	32,4
Sí, textos	7.382	20,5
Sí, vídeos	3.142	8,7
Sí, música	2.008	5,6
Sí, otro tipo de contenidos	2.721	7,6
No	19.766	54,9
NS/NC	138	0,4



### NÚMERO DE DIRECCIONES DE E-MAIL

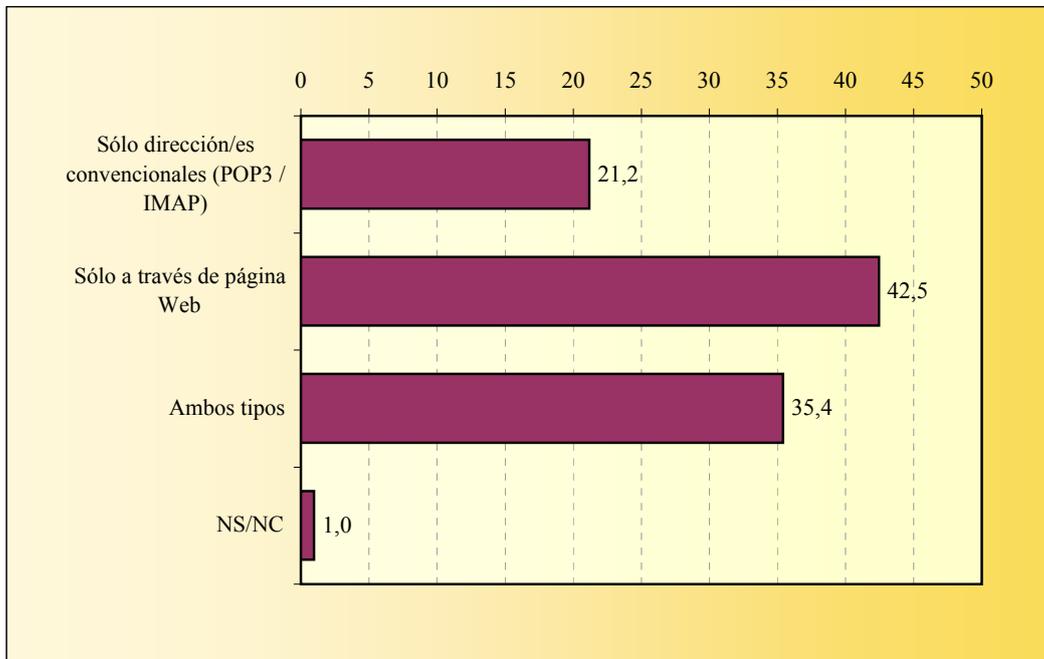
<i>P. ¿A través de cuántas direcciones diferentes recibe su correo electrónico?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
No dispongo de e-mail	12	0,0
Una	6.217	17,3
Dos	12.667	35,2
Tres	9.023	25,1
Cuatro	3.506	9,7
Más de cuatro	4.217	11,7
NS/NC	358	1,0



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

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

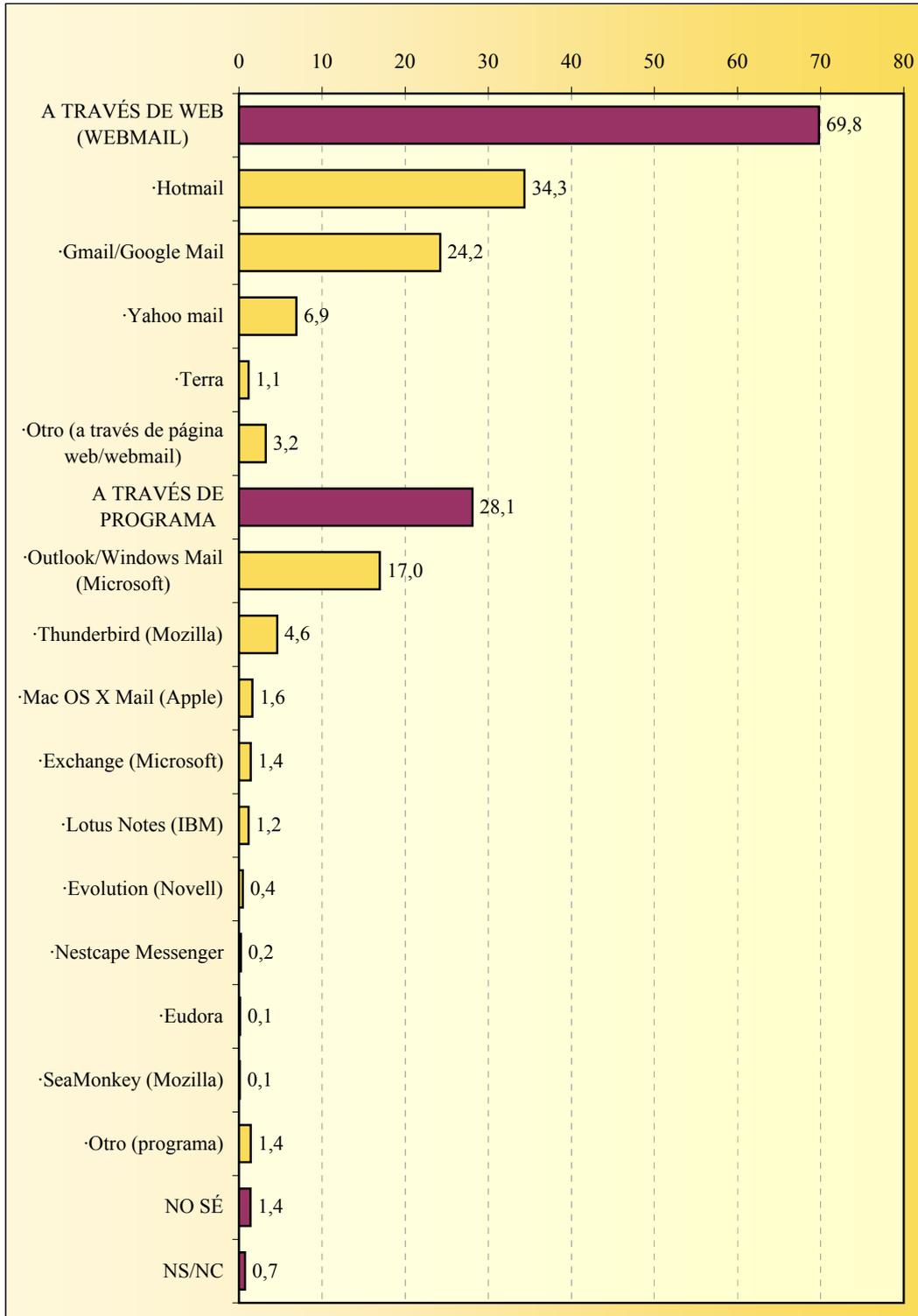
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	35.630	100,0
Sólo dispone de dirección/es convencionales (POP3 / IMAP)	7.544	21,2
Sólo dispone de dirección/es a través de una página Web	15.127	42,5
Dispone de ambos tipos de direcciones de correo	12.612	35,4
NS/NC	347	1,0



## CLIENTE DE CORREO ELECTRÓNICO

<i>P. ¿Qué cliente de correo electrónico utiliza preferentemente?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	35.630	100,0
A TRAVÉS DE WEB (WEBMAIL)	24.875	69,8
·Hotmail	12.238	34,3
·Gmail/Google Mail	8.630	24,2
·Yahoo mail	2.457	6,9
·Terra	405	1,1
·Otro (a través de página web/webmail)	1.145	3,2
A TRAVÉS DE PROGRAMA	10.009	28,1
·Outlook/Windows Mail (Microsoft)	6.042	17,0
·Thunderbird (Mozilla)	1.638	4,6
·Mac OS X Mail (Apple)	573	1,6
·Exchange (Microsoft)	510	1,4
·Lotus Notes (IBM)	411	1,2
·Evolution (Novell)	159	0,4
·Nestcape Messenger	87	0,2
·Eudora	43	0,1
·SeaMonkey (Mozilla)	41	0,1
·Otro (programa)	505	1,4
NO SÉ	487	1,4
NS/NC	259	0,7

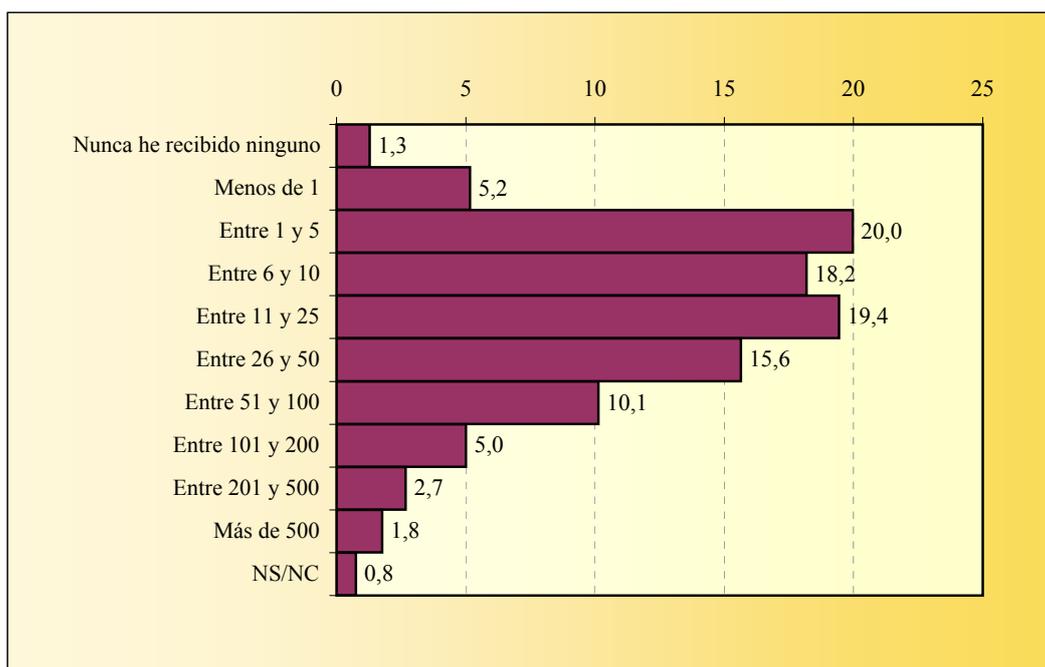
### CLIENTE DE CORREO ELECTRÓNICO



### SPAM Frecuencia

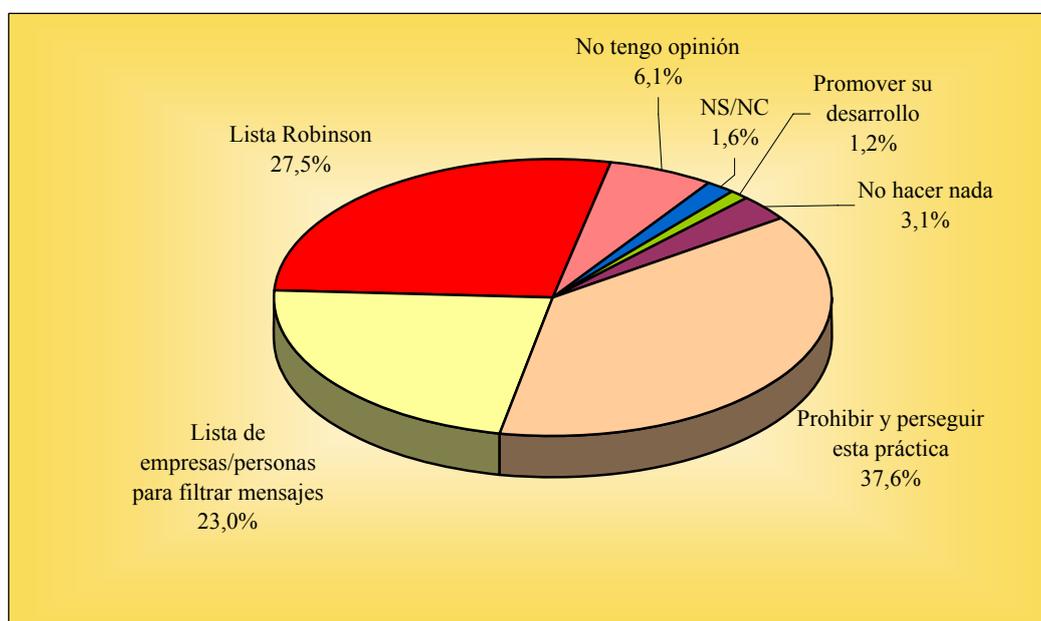
*P. En relación al envío masivo de correos electrónicos (spam) que, a menudo, contienen publicidad, avisos políticos, formas de hacerse rico rápidamente, etc. Por término medio, en una semana ¿cuántos mensajes no solicitados/deseados de este tipo recibe?*

	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	35.630	100,0
Nunca he recibido ninguno	456	1,3
Menos de 1	1.840	5,2
Entre 1 y 5	7.114	20,0
Entre 6 y 10	6.479	18,2
Entre 11 y 25	6.927	19,4
Entre 26 y 50	5.575	15,6
Entre 51 y 100	3.609	10,1
Entre 101 y 200	1.782	5,0
Entre 201 y 500	950	2,7
Más de 500	629	1,8
NS/NC	269	0,8



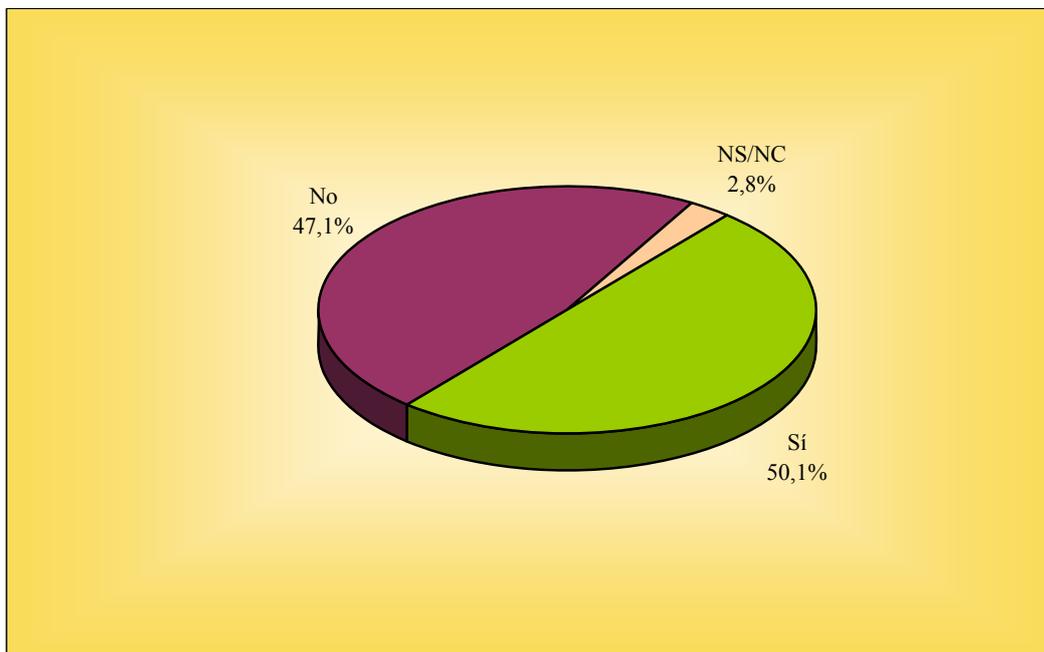
## SPAM Opinión

<i>P. Concerniente a la situación creada por el correo no solicitado, ¿con cuál de las siguientes respuestas está más de acuerdo?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dispone de e-mail)	35.630	100,0
Dada su utilidad, habría que promover su desarrollo.	419	1,2
No hacer nada. La situación está bien tal como está.	1.090	3,1
Prohibir y perseguir legalmente esta práctica.	13.391	37,6
Crear lista de empresas/personas que realizan estas actividades para filtrar mensajes.	8.179	23,0
Crear registro con direcciones de aquellos que no quieran recibir mensajes (lista Robinson).	9.788	27,5
No sé, no tengo opinión al respecto.	2.191	6,1
NS/NC	572	1,6



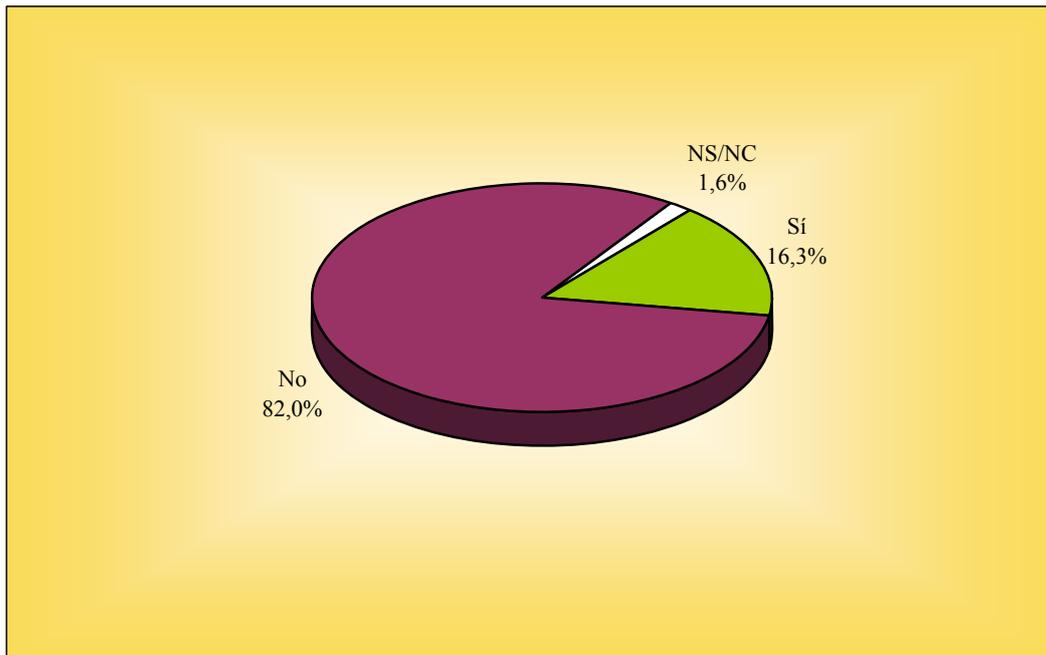
### PHISHING

<i>P. En cuanto al “phishing” (estafa consistente en el envío masivo de correos electrónicos que fingen proceder de bancos u otras entidades con el fin de obtener contraseñas y datos personales de los usuarios para hacerse pasar por ellos en operaciones on line), ¿ha recibido, en el último año, algún mensaje de este tipo?</i>		
	Absolutos	%
BASE (dispone de e-mail)	35.630	100,0
Sí	17.844	50,1
No	16.793	47,1
NS/NC	993	2,8



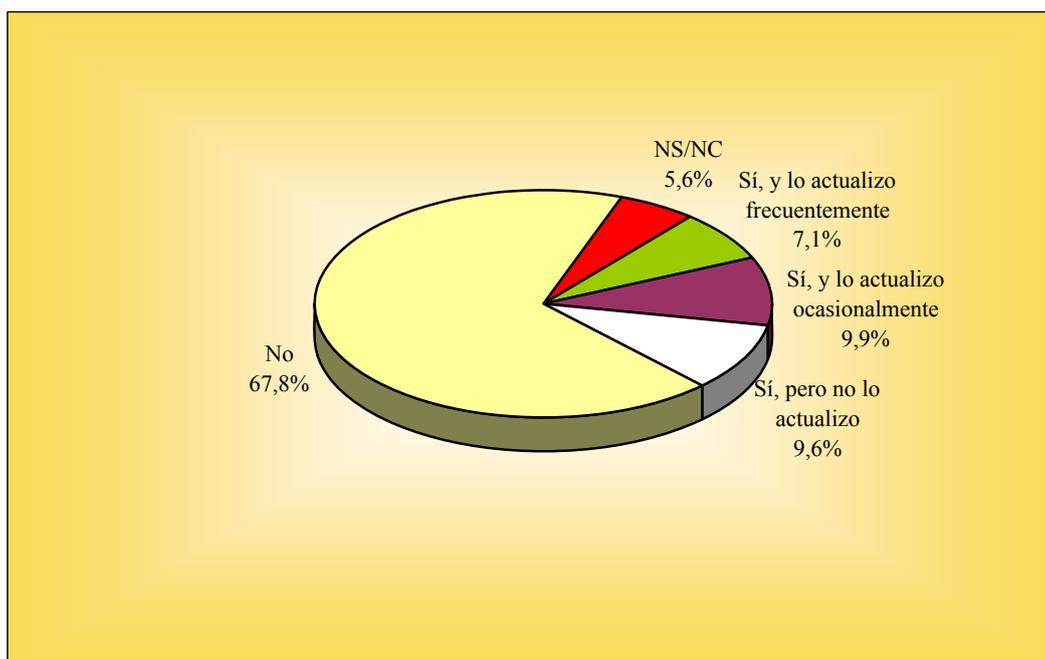
**DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB PERSONAL**

<i>P. ¿Dispone Vd. de página Web personal?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí	5.878	16,3
No	29.535	82,0
NS/NC	587	1,6



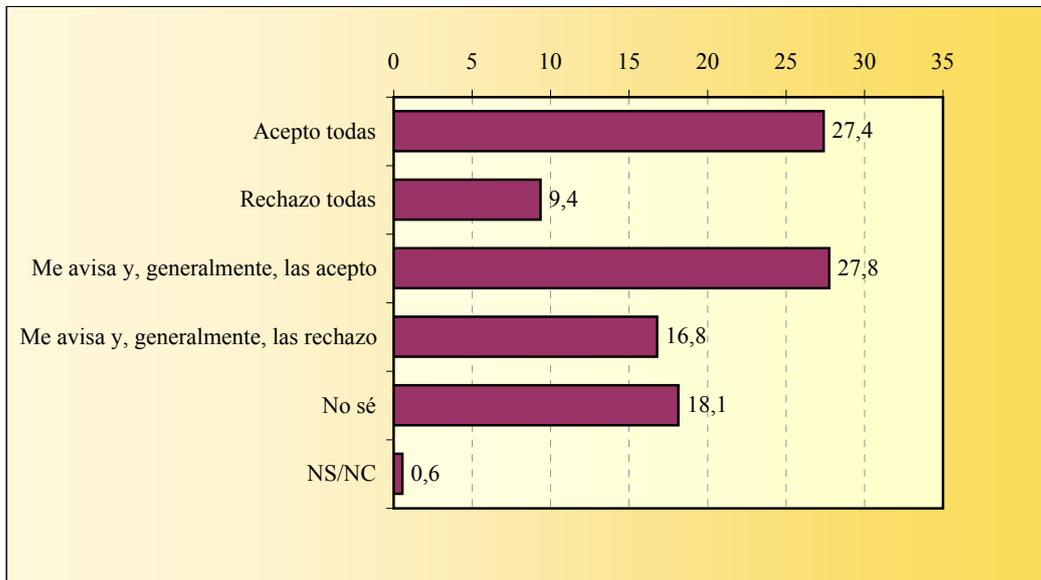
### DISPONIBILIDAD DE BLOG / WEBLOG / BITÁCORA

<i>P. ¿Dispone Vd. de blog / weblog / bitácora?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí, y lo actualizo frecuentemente	2.568	7,1
Sí, y lo actualizo ocasionalmente	3.560	9,9
Sí, pero no lo actualizo	3.469	9,6
No	24.398	67,8
NS/NC	2.005	5,6



### CONFIGURACIÓN DE LAS COOKIES

<i>P. ¿Cómo tiene configurado su navegador en relación a las "cookies"?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Acepto todas	9.861	27,4
Rechazo todas	3.372	9,4
Me avisa y, generalmente, las acepto	9.993	27,8
Me avisa y, generalmente, las rechazo	6.042	16,8
No sé	6.531	18,1
NS/NC	201	0,6



## ÚLTIMOS WEBS VISITADOS

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

A través de esta pregunta hemos obtenido 159.926 menciones, lo que corresponde a una media de 4,4 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	7,5	7,5
2	www.elpais.com	4,4	11,9
3	www.facebook.com	4,3	16,2
4	home.live.com (1)	3,5	19,7
5	www.marca.com	2,8	22,5
6	www.elmundo.es	2,3	24,9
7	www.tuenti.com	1,8	26,7
8	www.elotrolado.net	1,8	28,5
9	www.youtube.com	1,7	30,2
10	www.yahoo.es	1,6	31,7
11	www.as.com	1,5	33,3
12	www.20minutos.es	1,5	34,7
13	www.cadenaser.com	1,4	36,1
14	www.carrefour.es	0,8	36,9
15	www.renfe.es	0,7	37,6
16	www.wikipedia.org	0,7	38,3
17	www.lacaixa.es	0,7	39,0
18	www.terra.es	0,7	39,7
19	www.ebay.es	0,7	40,4
20	www.loteriasypuestas.es	0,5	40,9
21	www.sport.es	0,5	41,4
22	www.aemet.es	0,5	41,9
23	www.infojobs.net	0,5	42,4
24	www.meneame.net	0,5	42,9
25	www.blogger.com	0,4	43,4
26	www.msn.es	0,4	43,8
27	www.publico.es	0,4	44,2
28	www.meristation.com	0,4	44,6

(1) Incluye www.hotmail.com

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
29	www.rtve.es	0,4	45,0
30	www.elcorteingles.es	0,4	45,4
31	www.elperiodico.com	0,4	45,7
32	www.jccm.es	0,3	46,1
33	www.ingdirect.es	0,3	46,4
34	www.xataka.com	0,3	46,8
35	www.segundamano.es	0,3	47,1
36	www.lavanguardia.es	0,3	47,4
37	www.telefonica.es	0,3	47,7
38	www.adagreed.com	0,3	48,0
39	www.lavozdegalicia.es	0,3	48,3
40	www.yonkis.com	0,3	48,6
41	www.orange.es	0,3	48,9
42	www.seriesyonkis.com	0,3	49,2
43	www.bbva.es	0,3	49,4
44	www.bandaancha.eu	0,3	49,7
45	www.elmundodeportivo.es	0,3	50,0
46	www.vagos.es	0,3	50,2
47	www.cajamadrid.es	0,3	50,5
48	www.onlae.es	0,3	50,7
49	www.abc.es	0,2	51,0
50	www.telecinco.es	0,2	51,2
51	www.vodafone.es	0,2	51,4
52	www.elconfidencial.com	0,2	51,7
53	www.uoc.edu	0,2	51,9
54	www.libertaddigital.com	0,2	52,1
55	www.adslzone.net	0,2	52,3
56	www.elcorreodigital.com	0,2	52,5
57	www.microsiervos.com	0,2	52,7
58	www.vilaweb.cat	0,2	52,9
59	www.aeat.es	0,2	53,1
60	www.boe.es	0,2	53,3
61	www.gencat.cat	0,2	53,5
62	www.twitter.com	0,2	53,7
63	www.expansion.com	0,2	53,9

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
64	www.softonic.com	0,2	54,1
65	www.microsoft.com	0,2	54,2
66	www.iberia.com	0,2	54,4
67	www.lne.es	0,2	54,6
68	www.movistar.es	0,2	54,8
69	www.mundo-r.com	0,2	54,9
70	www.uned.es	0,2	55,1
71	www.wordreference.com	0,2	55,3
72	www.privalia.com	0,2	55,4
73	www.bancosantander.es	0,2	55,6
74	www.ryanair.com	0,2	55,8
75	www.juntadeandalucia.es	0,2	55,9
76	www.cuatro.com	0,2	56,1
77	www.vidaextra.com	0,2	56,2
78	www.cinco dias.com	0,2	56,4
79	www.paginasamarillas.es	0,2	56,5
80	www.rae.es	0,2	56,7
81	www.apple.es	0,1	56,8
82	www.applesfera.com	0,1	57,0
83	www.fotocasa.es	0,1	57,1
84	www.invertia.com	0,1	57,3
85	www.forocoches.com	0,1	57,4
86	www.los40.com	0,1	57,5
87	www.flickr.com	0,1	57,7
88	www.avui.cat	0,1	57,8
89	www.noticias3d.com	0,1	58,0
90	www.idealista.com	0,1	58,1
91	www.eltiempo.es	0,1	58,2
92	www.bancaja.es	0,1	58,3
93	www.heraldo.es	0,1	58,5
94	www.eleconomista.es	0,1	58,6
95	www.bankinter.es	0,1	58,7
96	www.tv3.cat	0,1	58,8
97	www.acb.com	0,1	59,0
98	www.banesto.es	0,1	59,1
99	www.formulatv.com	0,1	59,2
100	www.myspace.com	0,1	59,3

## DIRECTORIOS Y BUSCADORES MÁS USADOS

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

En esta pregunta se han obtenido 50.452 menciones. El promedio de menciones por entrevista fue 1,4. Los trece buscadores o directorios más nombrados, que son mostrados en la siguiente tabla, suponen el 88,2% de las menciones.

Nº	SITE (URL)	% MENCIONES	% MENCIONES ACUM.
1	www.google.es	63,4	63,4
2	www.yahoo.es	10,9	74,3
3	www.bing.com	3,4	77,7
4	www.msn.es	1,7	79,3
5	www.wikipedia.org	1,6	81,0
6	Cuadro de búsqueda Mozilla Firefox	1,5	82,5
7	www.terra.es	1,1	83,7
8	Cuadro de búsqueda Internet Explorer	0,9	84,6
9	home.live.com (1)	0,9	85,5
10	www.youtube.com	0,8	86,3
11	www.altavista.com	0,8	87,1
12	www.ask.com	0,6	87,7
13	www.facebook.com	0,5	88,2
	Otros	11,8	100,0

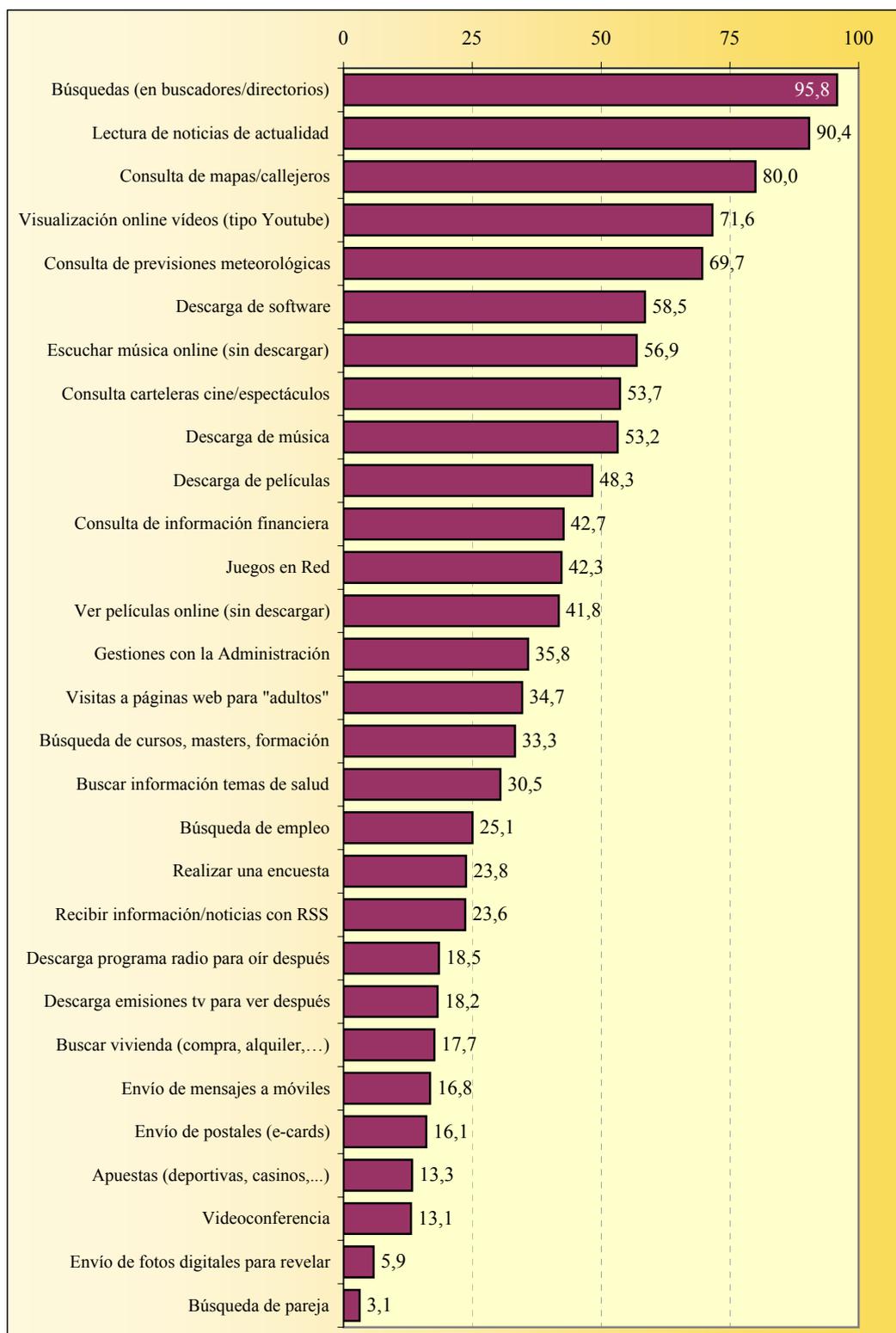
(1) Incluye www.hotmail.com

## 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	36.000	
Búsquedas (en buscadores/directorios)	34.499	95,8
Lectura de noticias de actualidad	32.547	90,4
Consulta de mapas/callejeros	28.785	80,0
Visualización online vídeos (tipo Youtube)	25.782	71,6
Consulta de previsiones meteorológicas	25.078	69,7
Descarga de software	21.067	58,5
Escuchar música online (sin descargar)	20.491	56,9
Consulta carteleras cine/espectáculos	19.330	53,7
Descarga de música	19.163	53,2
Descarga de películas	17.397	48,3
Consulta de información financiera	15.377	42,7
Juegos en Red	15.227	42,3
Ver películas online (sin descargar)	15.045	41,8
Gestiones con la Administración	12.900	35,8
Visitas a páginas web para "adultos"	12.488	34,7
Búsqueda de cursos, masters, formación	11.975	33,3
Buscar información temas de salud	10.965	30,5
Búsqueda de empleo	9.022	25,1
Realizar una encuesta	8.572	23,8
Recibir información/noticias con RSS	8.503	23,6
Descarga programa radio para oír después	6.674	18,5
Descarga emisiones tv para ver después	6.568	18,2
Buscar vivienda (compra, alquiler,...)	6.356	17,7
Envío de mensajes a móviles	6.040	16,8
Envío de postales (e-cards)	5.785	16,1
Apuestas (deportivas, casinos,...)	4.791	13,3
Videoconferencia	4.722	13,1
Envío de fotos digitales para revelar	2.108	5,9
Búsqueda de pareja	1.129	3,1

### ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET



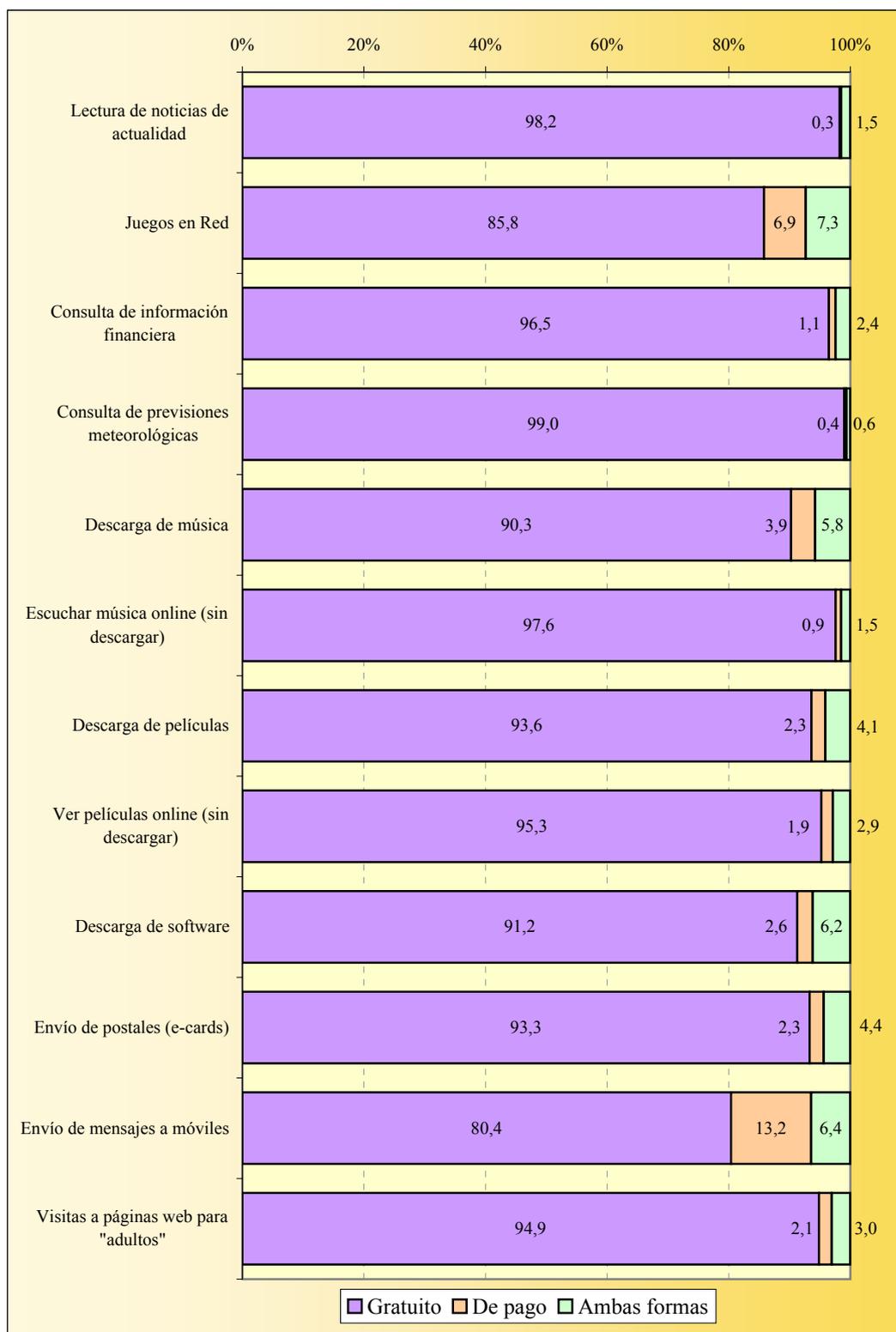
**ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET**  
**Gratuidad o de pago**

<i>P. Para las siguientes actividades que realizó a través de Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
<b>Lectura de noticias de actualidad</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	32.547	100,0
Gratuito	31.977	98,2
De pago	86	0,3
Ambas formas	484	1,5
<b>Juegos en Red</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	15.227	100,0
Gratuito	13.065	85,8
De pago	1.049	6,9
Ambas formas	1.113	7,3
<b>Consulta de información financiera</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	15.377	100,0
Gratuito	14.835	96,5
De pago	168	1,1
Ambas formas	374	2,4
<b>Consulta de previsiones meteorológicas</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	25.078	100,0
Gratuito	24.826	99,0
De pago	100	0,4
Ambas formas	152	0,6
<b>Descarga de música</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	19.163	100,0
Gratuito	17.296	90,3
De pago	756	3,9
Ambas formas	1.111	5,8
<b>Escuchar música online (sin descargar)</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	20.491	100,0
Gratuito	19.997	97,6
De pago	190	0,9
Ambas formas	304	1,5

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

<i>P. Para las siguientes actividades que realizó a través de Internet en los últimos 30 días, indique si fue gratuito, de pago o de ambas formas.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
<b>Descarga de películas</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	17.397	100,0
Gratuito	16.287	93,6
De pago	400	2,3
Ambas formas	710	4,1
<b>Ver películas online (sin descargar)</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	15.045	100,0
Gratuito	14.331	95,3
De pago	280	1,9
Ambas formas	434	2,9
<b>Descarga de software</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	21.067	100,0
Gratuito	19.223	91,2
De pago	539	2,6
Ambas formas	1.305	6,2
<b>Envío de postales (e-cards)</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	5.785	100,0
Gratuito	5.398	93,3
De pago	134	2,3
Ambas formas	253	4,4
<b>Envío de mensajes a móviles</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	6.040	100,0
Gratuito	4.854	80,4
De pago	798	13,2
Ambas formas	388	6,4
<b>Visitas a páginas web para "adultos"</b>		
BASE (realizó últ. 30 días)	12.488	100,0
Gratuito	11.846	94,9
De pago	262	2,1
Ambas formas	380	3,0

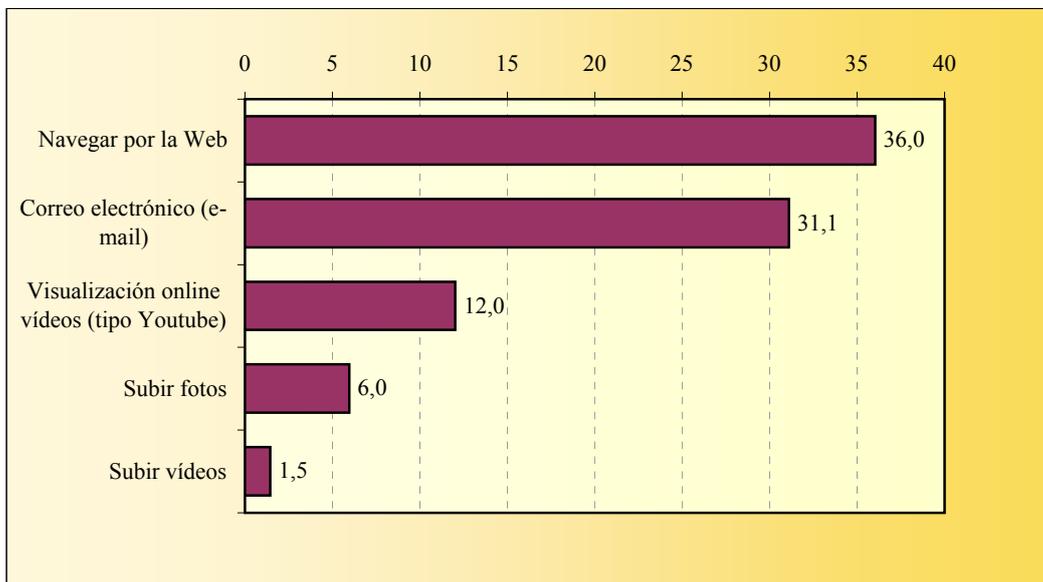
### ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET Gratuidad o de pago



**ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET  
A través del teléfono móvil**

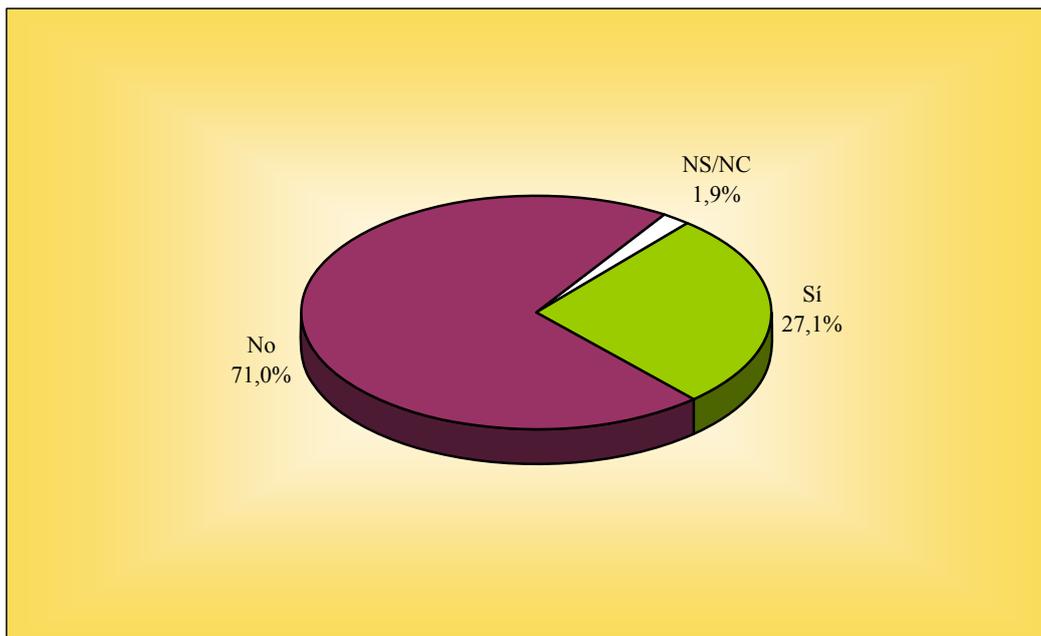
*P. Durante los últimos 30 días ¿Cuáles de las siguientes actividades ha realizado en Internet a través del teléfono móvil?*

	Absolutos	%
BASE	36.000	
Navegar por la Web	12.974	36,0
Correo electrónico (e-mail)	11.200	31,1
Visualización online vídeos (tipo Youtube)	4.326	12,0
Subir fotos	2.148	6,0
Subir vídeos	522	1,5



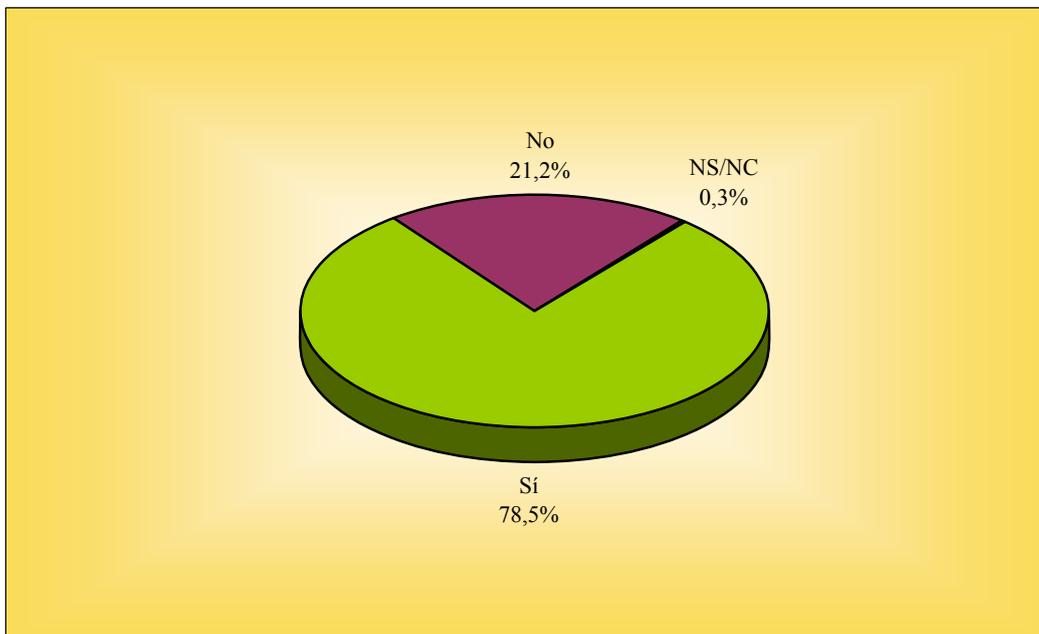
### CURSO A TRAVÉS DE INTERNET

<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	36.000	100,0
Sí	9.756	27,1
No	25.549	71,0
NS/NC	695	1,9



**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	36.000	100,0
Sí	28.253	78,5
No	7.644	21,2
NS/NC	103	0,3



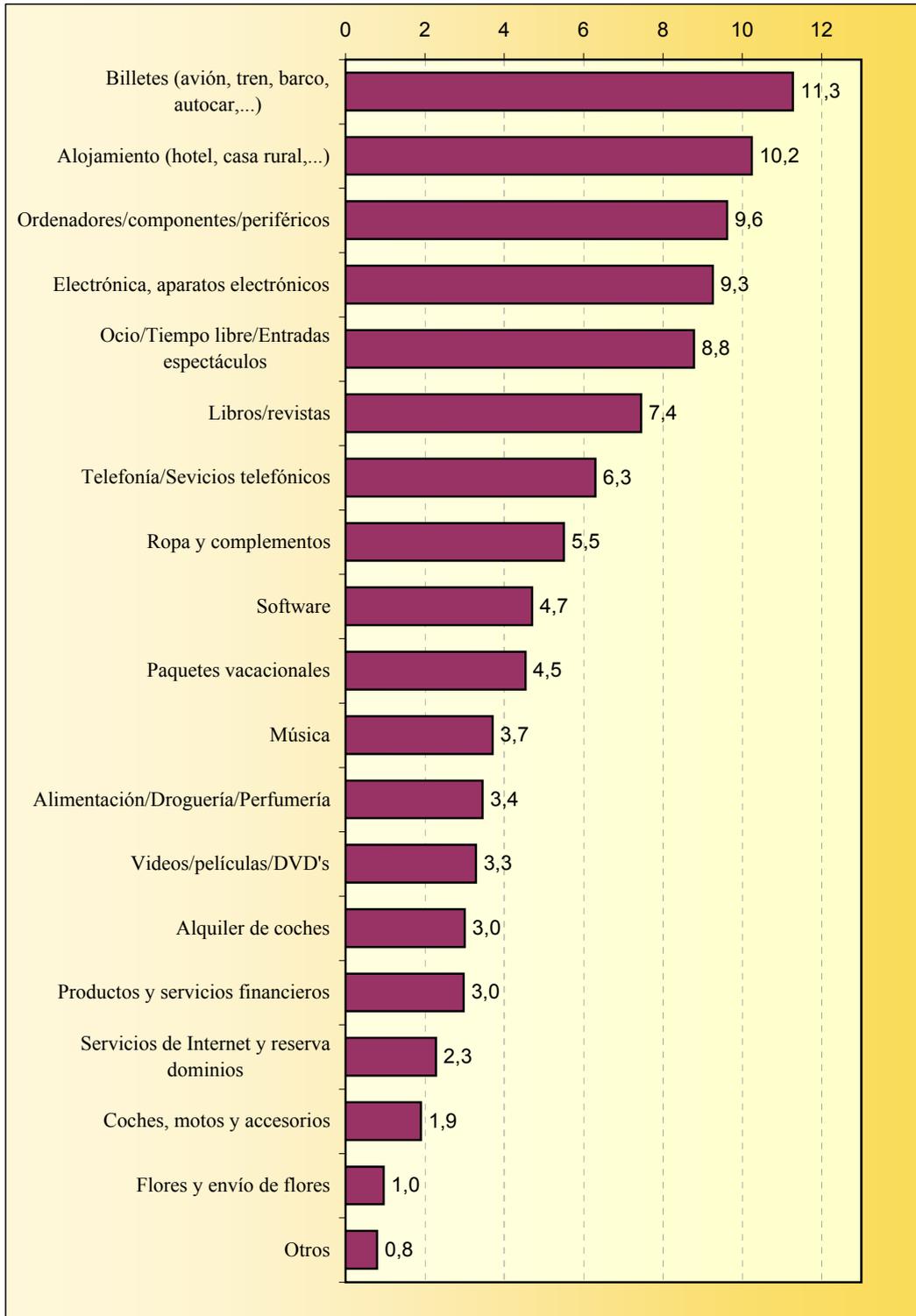
## DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB

### Tipo de producto o servicio

Entre los 28.253 entrevistados que declararon haber tomado alguna decisión de compra motivados por contenidos de la Web en el último año, se mencionaron 135.296 productos o servicios con la siguiente distribución:

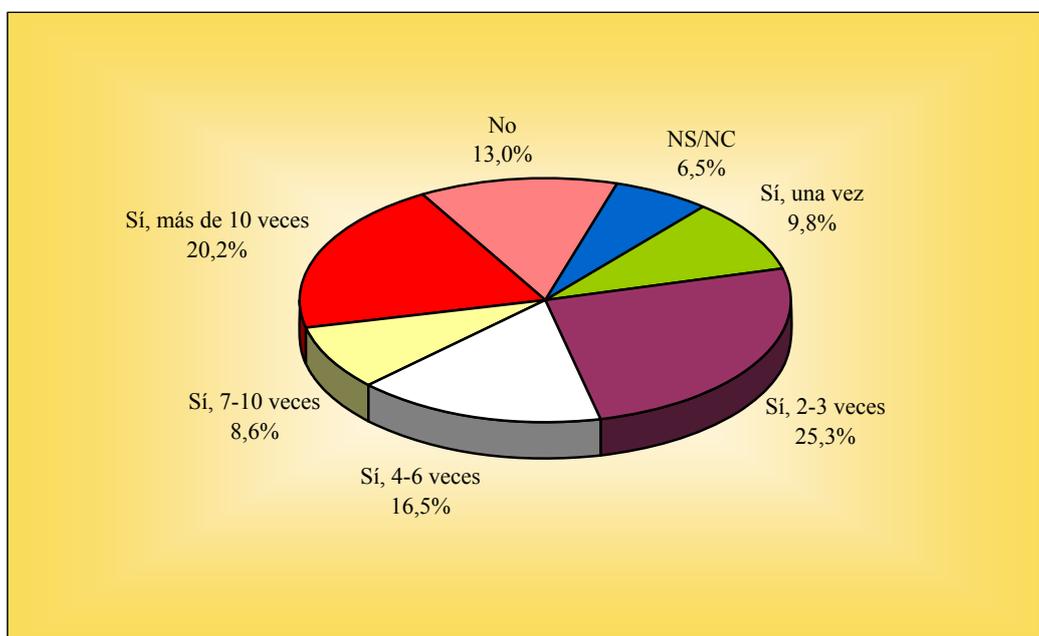
<i>P. Producto o servicio cuya decisión de compra fue motivada por contenidos de la Web en el último año</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	135.296	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	15.251	11,3
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	13.851	10,2
Ordenadores/componentes/periféricos	13.012	9,6
Electrónica, aparatos electrónicos	12.526	9,3
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	11.879	8,8
Libros/revistas	10.077	7,4
Telefonía/Sevicios telefónicos	8.522	6,3
Ropa y complementos	7.449	5,5
Software	6.357	4,7
Paquetes vacacionales	6.139	4,5
Música	5.020	3,7
Alimentación/Droguería/Perfumería	4.666	3,4
Videos/películas/DVD's	4.446	3,3
Alquiler de coches	4.060	3,0
Productos y servicios financieros	4.023	3,0
Servicios de Internet y reserva dominios	3.082	2,3
Coches, motos y accesorios	2.567	1,9
Flores y envío de flores	1.296	1,0
Otros	1.073	0,8

### DECISIÓN DE COMPRA INFORMADO A TRAVÉS DE LA WEB Tipo de producto o servicio



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

<i>P. Durante el último año ¿ha efectuado alguna compra de productos o servicios a través de la Web?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí, una vez	3.543	9,8
Sí, 2-3 veces	9.123	25,3
Sí, 4-6 veces	5.955	16,5
Sí, 7-10 veces	3.094	8,6
Sí, más de 10 veces	7.278	20,2
No	4.662	13,0
NS/NC	2.345	6,5

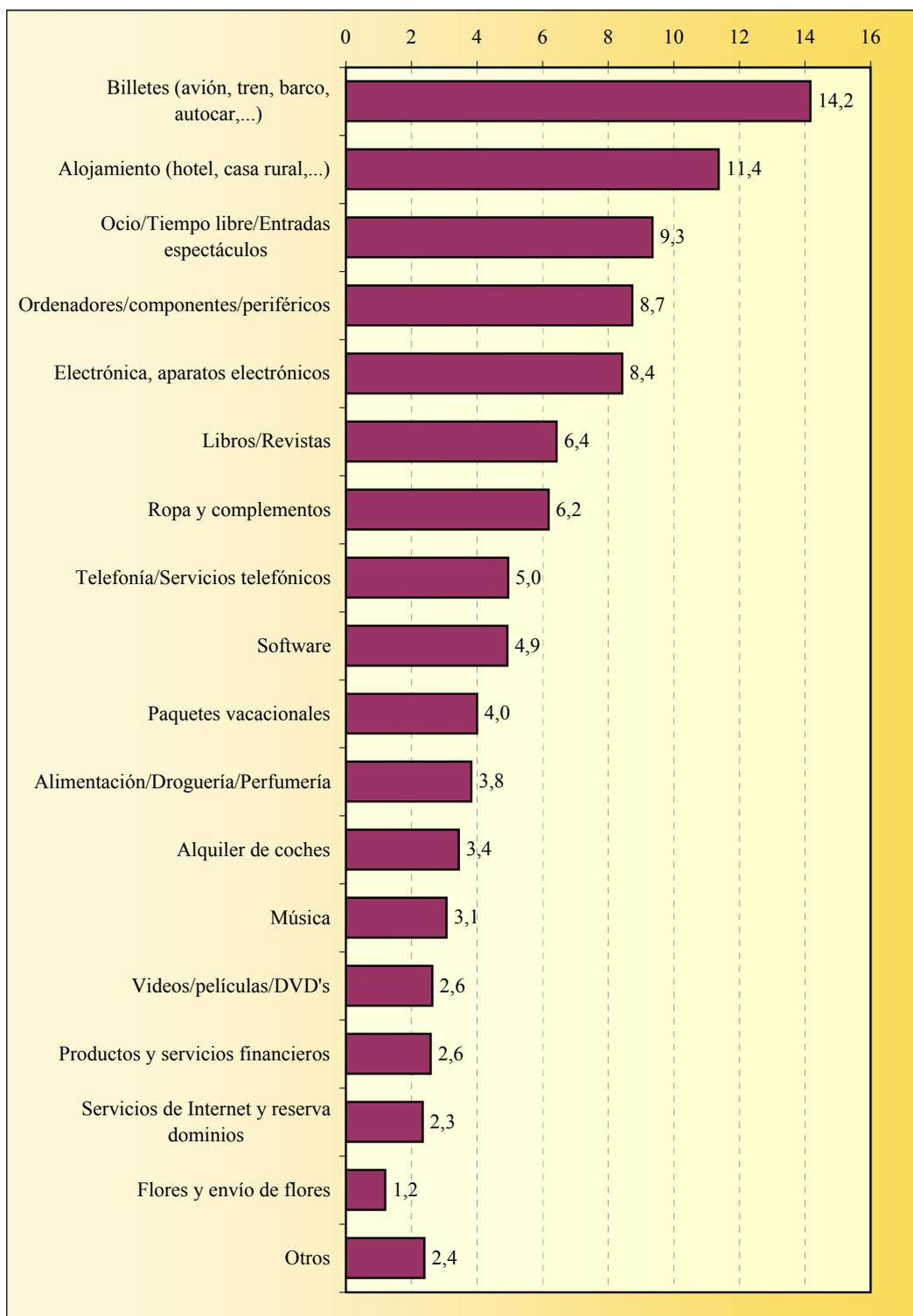


**COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB**  
**Producto o servicio**

Entre los 28.993 entrevistados que declaran haber comprado a través de la Web en el último año, se mencionaron 111.850 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)	111.850	100,0
Billetes (avión, tren, barco, autocar,...)	15.847	14,2
Alojamiento (hotel, casa rural,...)	12.712	11,4
Ocio/Tiempo libre/Entradas espectáculos	10.454	9,3
Ordenadores/componentes/periféricos	9.766	8,7
Electrónica, aparatos electrónicos	9.420	8,4
Libros/Revistas	7.190	6,4
Ropa y complementos	6.913	6,2
Telefonía/Servicios telefónicos	5.541	5,0
Software	5.507	4,9
Paquetes vacacionales	4.473	4,0
Alimentación/Droguería/Perfumería	4.281	3,8
Alquiler de coches	3.846	3,4
Música	3.431	3,1
Videos/películas/DVD's	2.950	2,6
Productos y servicios financieros	2.886	2,6
Servicios de Internet y reserva dominios	2.620	2,3
Flores y envío de flores	1.339	1,2
Otros	2.674	2,4

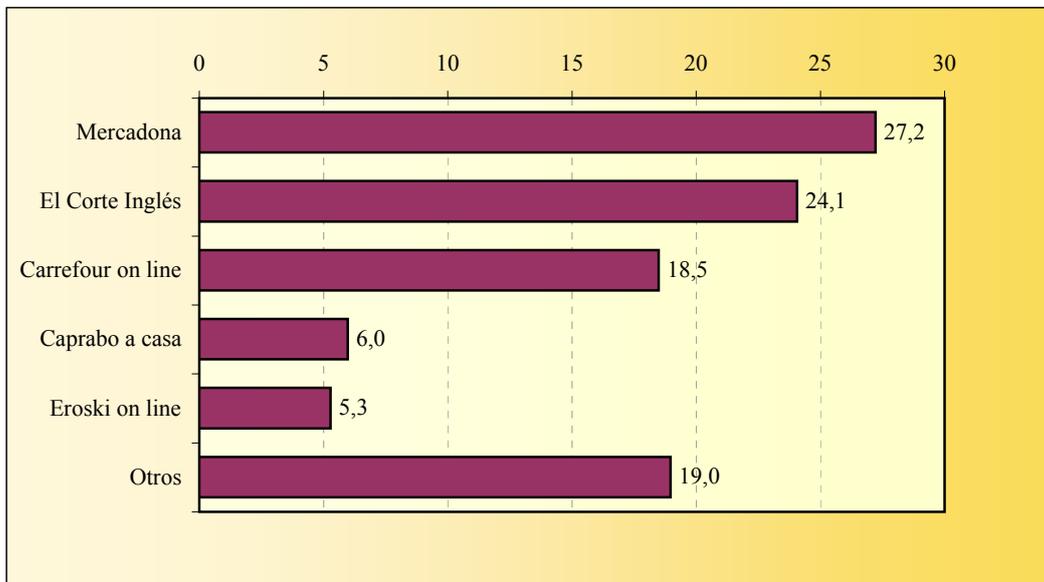
### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Producto o servicio



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Supermercados virtuales

Los entrevistados de la encuesta mencionan 9.123 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)	9.123	100,0
Mercadona	2.483	27,2
El Corte Inglés	2.195	24,1
Carrefour on line	1.687	18,5
Caprabo a casa	545	6,0
Eroski on line	482	5,3
Otros	1.731	19,0

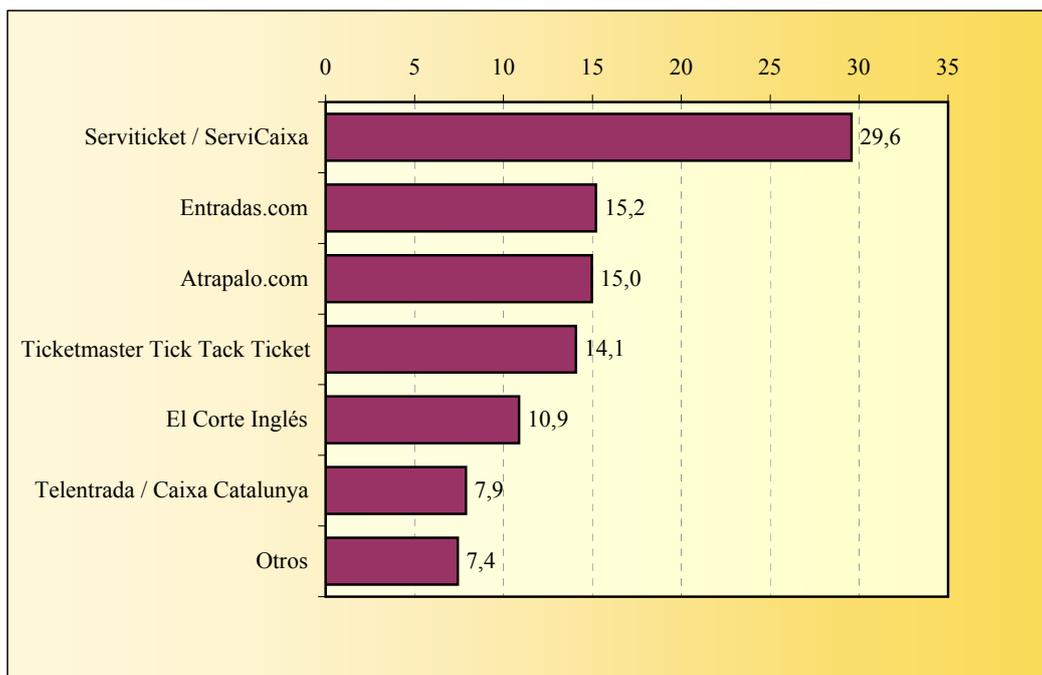


## COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB

### Entradas de espectáculos

Los internautas han respondido con 27.119 menciones a esta pregunta, obteniéndose la siguiente distribución:

<i>P. Indique a través de qué sitios web ha comprado entradas de espectáculos (cine, teatro, conciertos, eventos deportivos, etc...) en Internet durante el último año:</i>		
	Absolutos	%
BASE (menciones)	27.119	100,0
Serviticket / ServiCaixa	8.021	29,6
Entradas.com	4.121	15,2
Atrapalo.com	4.058	15,0
Ticketmaster Tick Tack Ticket	3.815	14,1
El Corte Inglés	2.949	10,9
Telentrada / Caixa Catalunya	2.140	7,9
Otros	2.015	7,4

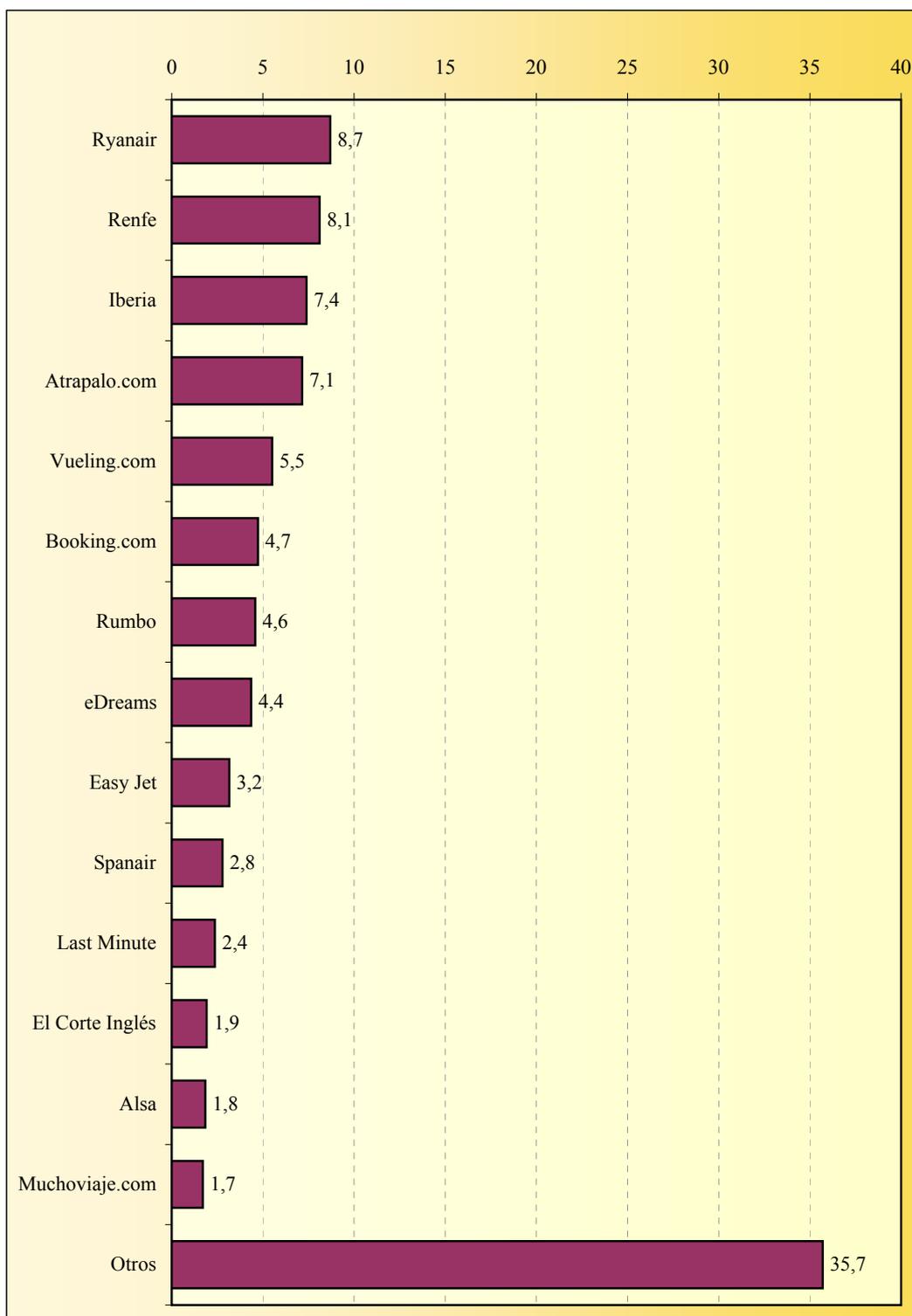


**COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB**  
**Viajes/Vacaciones**

Las 36.624 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)	36.624	100,0
Ryanair	3.185	8,7
Renfe	2.970	8,1
Iberia	2.706	7,4
Atrapalo.com	2.618	7,1
Vueling.com	2.016	5,5
Booking.com	1.734	4,7
Rumbo	1.679	4,6
eDreams	1.594	4,4
Easy Jet	1.157	3,2
Spanair	1.021	2,8
Last Minute	865	2,4
El Corte Inglés	701	1,9
Alsa	675	1,8
Muchoviaje.com	627	1,7
Otros	13.076	35,7

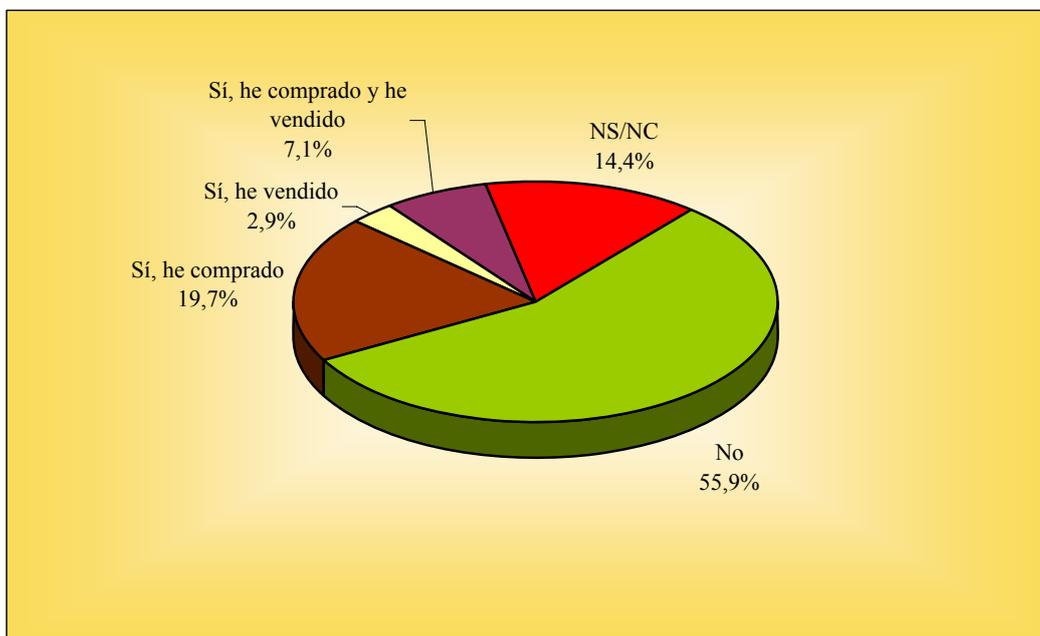
### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Viajes/Vacaciones



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Subastas

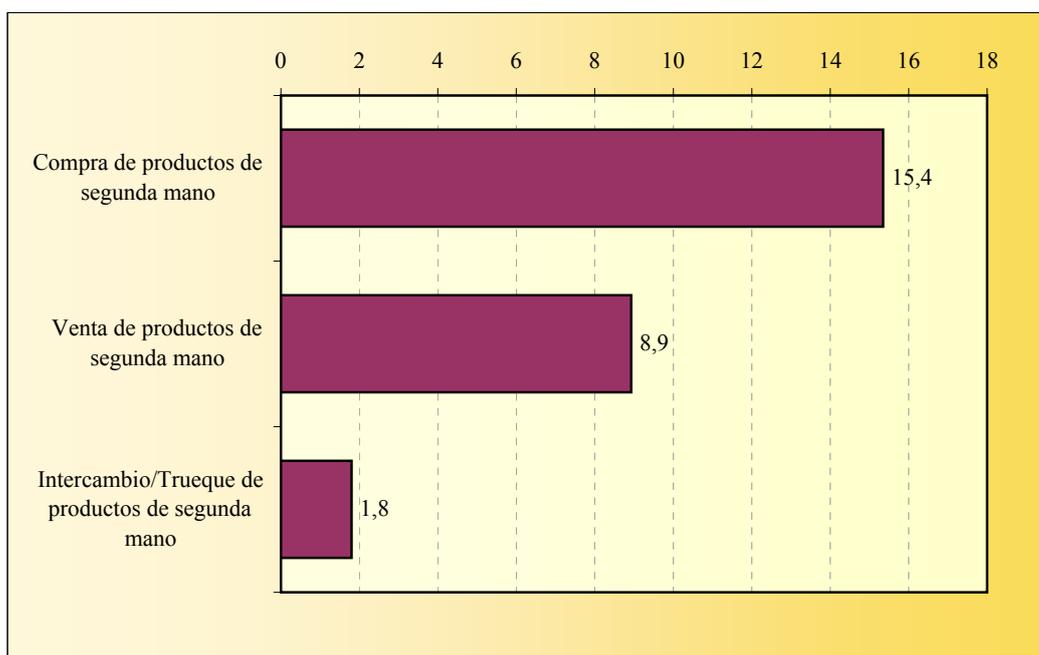
**P. En el último año ¿ha comprado o vendido algo por medio de una página de subastas (eBay o similares)?**

	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
No	20.141	55,9
Sí, he comprado	7.089	19,7
Sí, he vendido	1.046	2,9
Sí, he comprado y he vendido	2.541	7,1
NS/NC	5.183	14,4



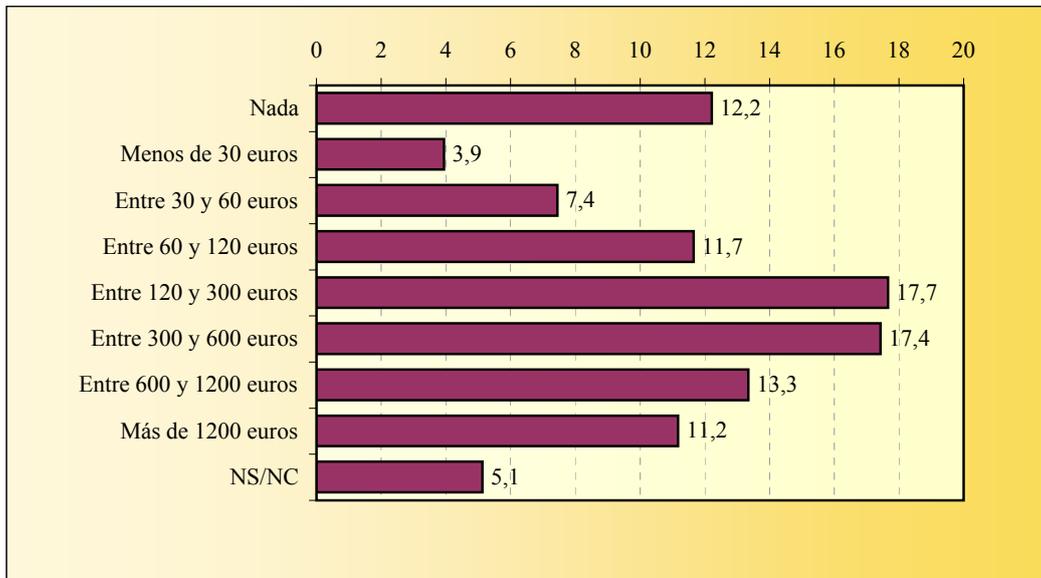
### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Productos de segunda mano

<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	36.000	
Compra de productos de segunda mano	5.526	15,4
Venta de productos de segunda mano	3.215	8,9
Intercambio/Trueque de productos de segunda mano	647	1,8



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Dinero gastado

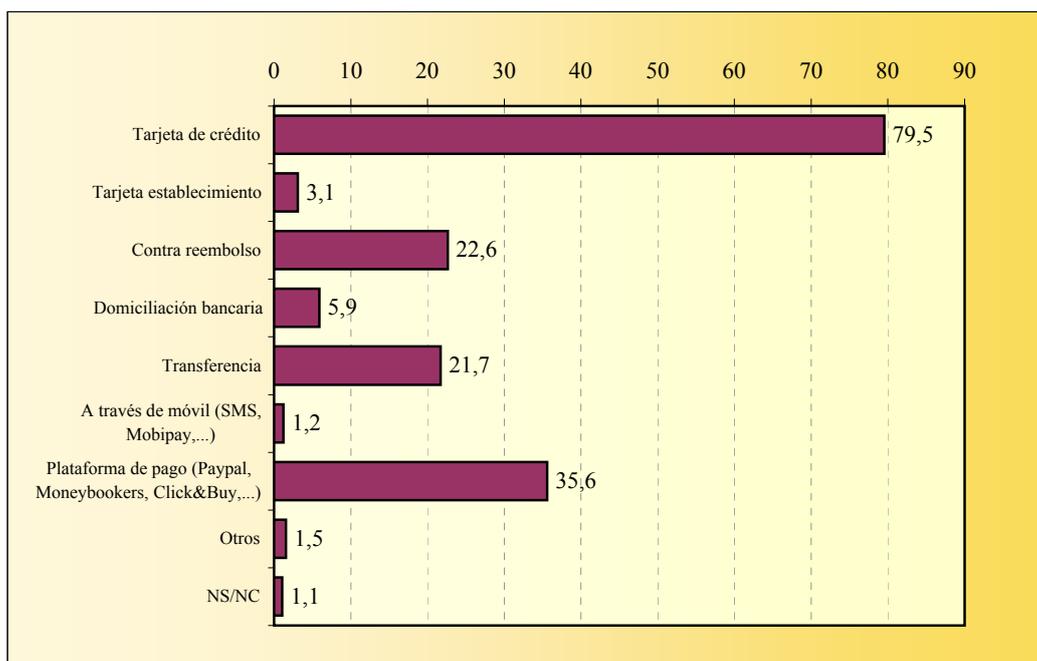
<i>P. Aproximadamente ¿cuánto dinero ha gastado en el último año en compras personales a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Nada	4.397	12,2
Menos de 30 euros	1.418	3,9
Entre 30 y 60 euros	2.680	7,4
Entre 60 y 120 euros	4.195	11,7
Entre 120 y 300 euros	6.360	17,7
Entre 300 y 600 euros	6.274	17,4
Entre 600 y 1200 euros	4.805	13,3
Más de 1200 euros	4.024	11,2
NS/NC	1.847	5,1



### 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.

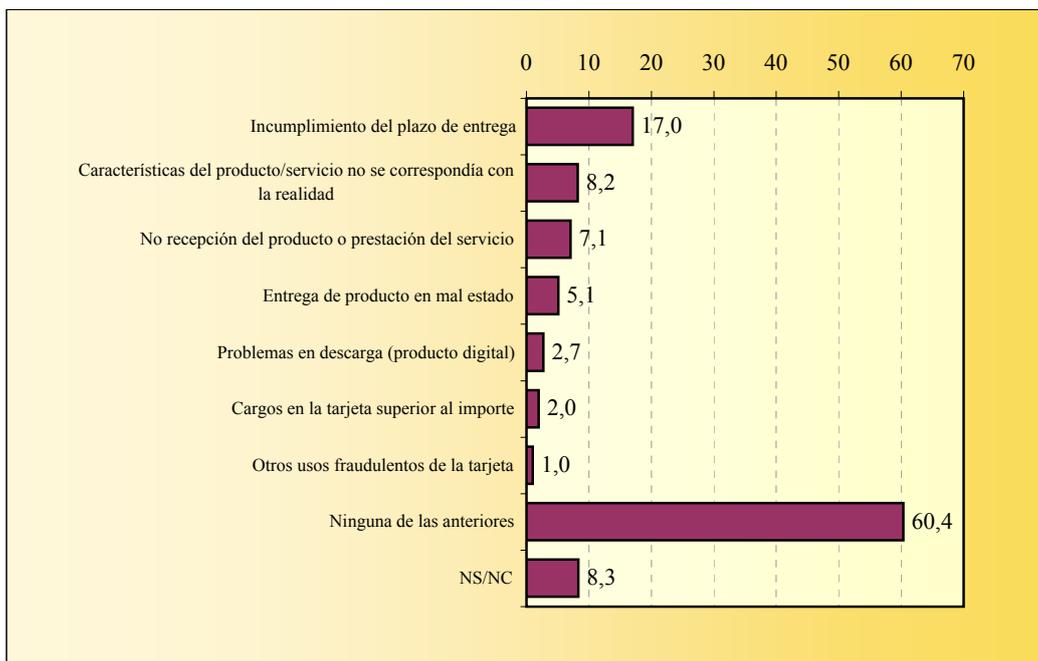
<i>P. ¿Qué método/s de pago suele utilizar para pagar sus compras a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha comprado último año)	28.993	
Tarjeta de crédito	23.059	79,5
Tarjeta establecimiento	892	3,1
Contra reembolso	6.562	22,6
Domiciliación bancaria	1.710	5,9
Transferencia	6.289	21,7
A través de móvil (SMS, Mobipay,...)	357	1,2
Plataforma de pago (Paypal, Moneybookers, Click&Buy,...)	10.314	35,6
Otros	449	1,5
NS/NC	308	1,1



### COMPRA A TRAVÉS DE LA WEB Incidencias

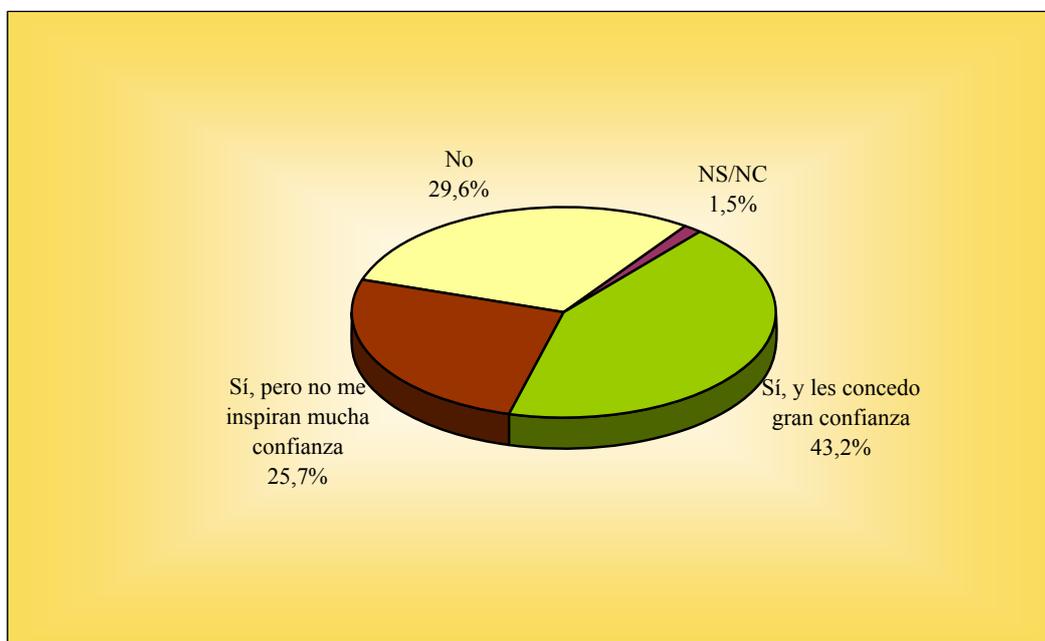
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que existen encuestados que declaran haber sufrido más de una incidencia.

<i>P. Señale qué incidencias le han surgido, al menos una vez, como consecuencia de haber realizado compras a través de Internet durante el último año.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (ha comprado último año)	28.993	
Incumplimiento del plazo de entrega	4.933	17,0
Características del producto/servicio no se correspondía con la realidad	2.373	8,2
No recepción del producto o prestación del servicio	2.047	7,1
Entrega de producto en mal estado	1.483	5,1
Problemas en descarga (producto digital)	777	2,7
Cargos en la tarjeta superior al importe	566	2,0
Otros usos fraudulentos de la tarjeta	287	1,0
Ninguna de las anteriores	17.501	60,4
NS/NC	2.409	8,3



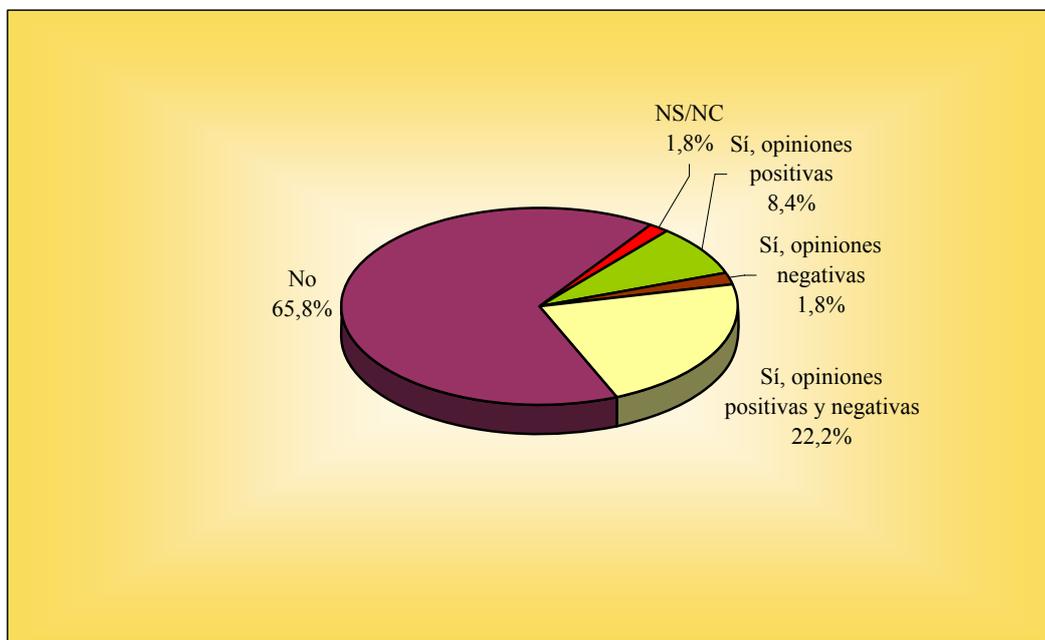
### BOCA A BOCA EN INTERNET Consulta de opiniones de otras personas

<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	36.000	100,0
Sí, y les concedo gran confianza	15.545	43,2
Sí, pero no me inspiran mucha confianza	9.243	25,7
No	10.670	29,6
NS/NC	542	1,5



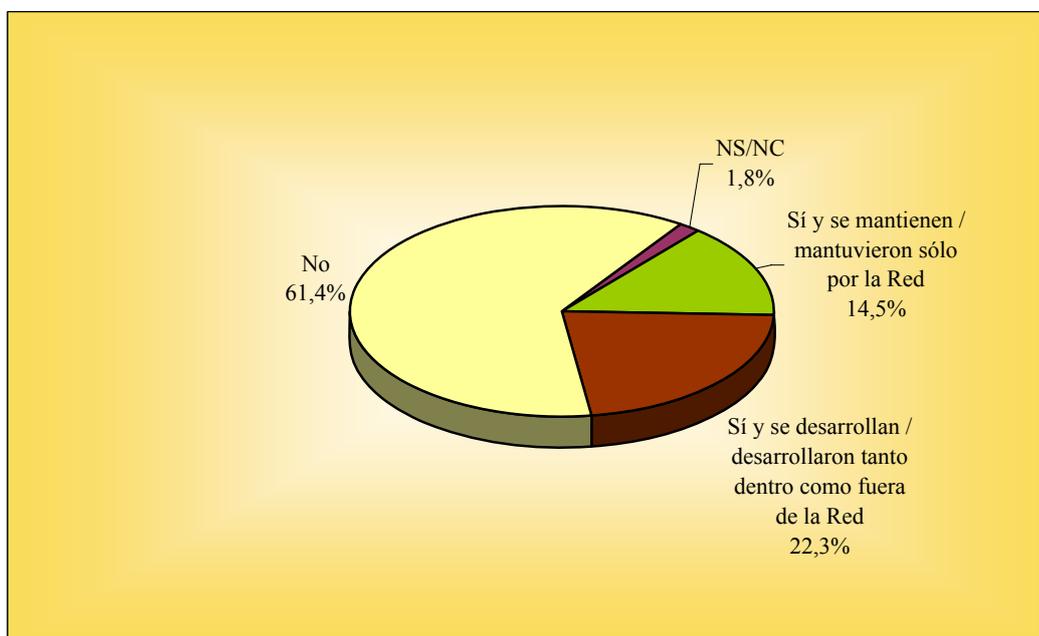
### BOCA A BOCA EN INTERNET Divulgación de propias opiniones

<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	36.000	100,0
Sí, opiniones positivas	3.018	8,4
Sí, opiniones negativas	659	1,8
Sí, opiniones positivas y negativas	8.002	22,2
No	23.678	65,8
NS/NC	643	1,8



### RELACIONES PERSONALES

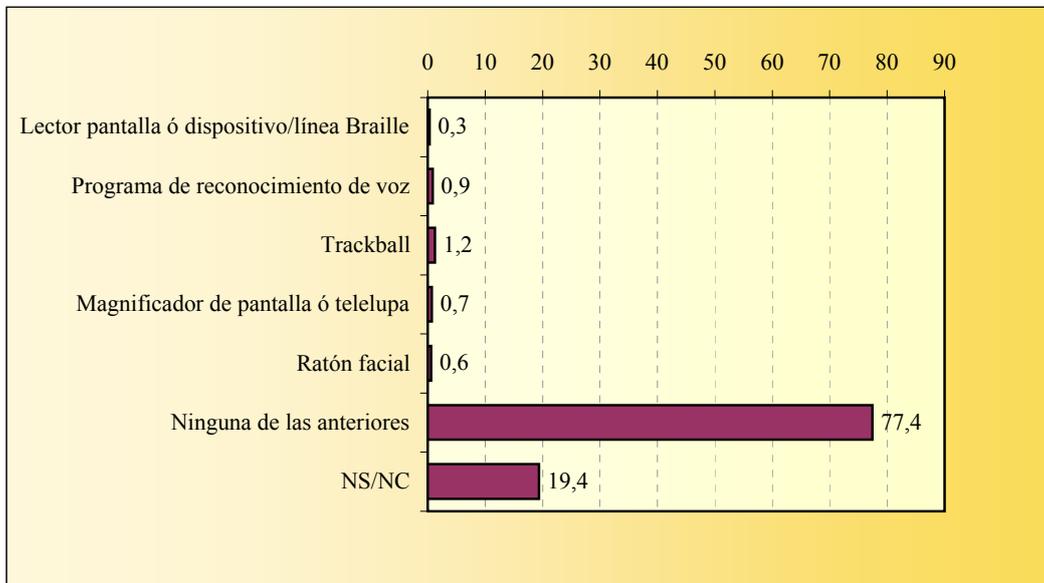
<i>P. ¿Ha establecido nuevas relaciones personales a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí y se mantienen / mantuvieron sólo por la Red	5.223	14,5
Sí y se desarrollan / desarrollaron tanto dentro como fuera de la Red	8.026	22,3
No	22.102	61,4
NS/NC	649	1,8



### AYUDAS TÉCNICAS A LA NAVEGACIÓN

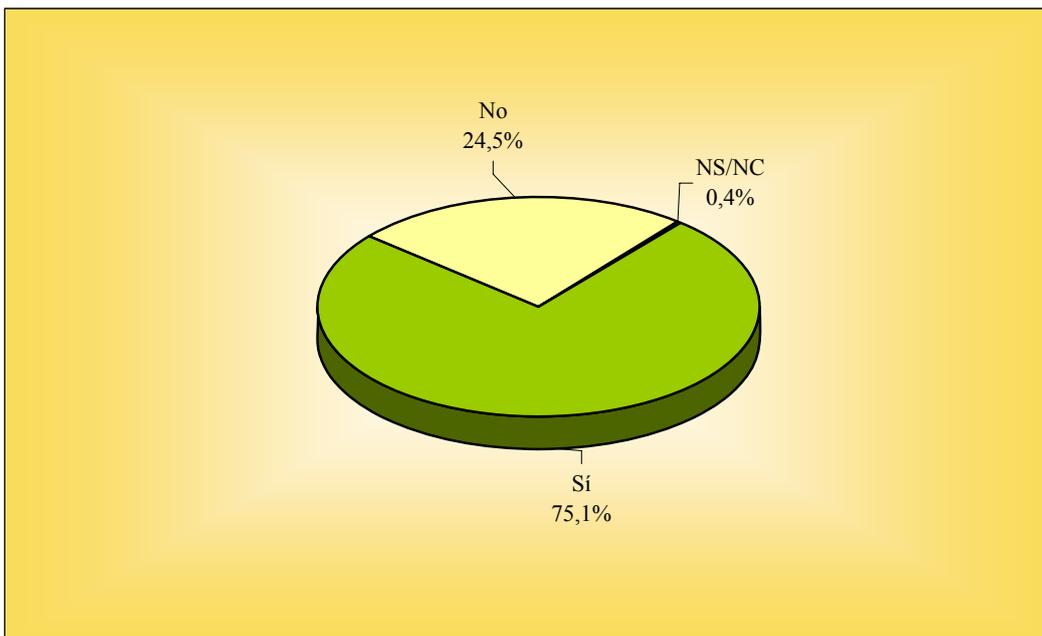
La suma de porcentajes está ligeramente por encima del 100% ya que algún internauta utiliza más de un tipo de ayuda a la navegación.

<i>P. Indique si utiliza alguna de las siguientes ayudas técnicas para navegar por Internet:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Lector pantalla ó dispositivo/línea Braille	124	0,3
Programa de reconocimiento de voz	307	0,9
Trackball	448	1,2
Magnificador de pantalla ó telelupa	251	0,7
Ratón facial	210	0,6
Ninguna de las anteriores	27.876	77,4
NS/NC	6.976	19,4



**BANCA EN INTERNET**

<i>P. ¿Trabaja con algún banco a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí	27.049	75,1
No	8.816	24,5
NS/NC	135	0,4



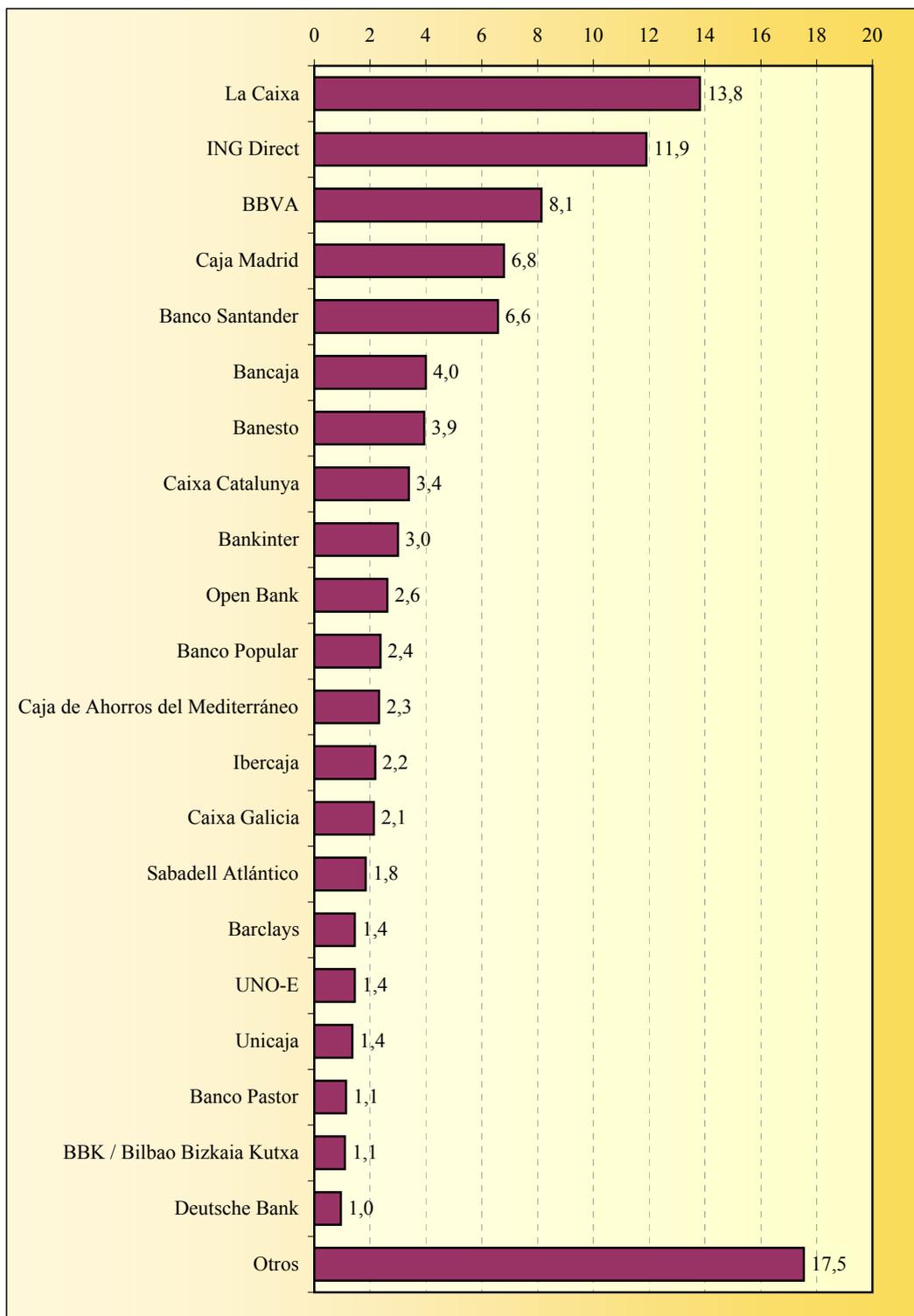
**BANCA EN INTERNET**

**Bancos**

Entre los 27.049 entrevistados que declaran trabajar con bancos a través de Internet, se obtienen 46.923 menciones (1.7 menciones por individuo), con la siguiente distribución:

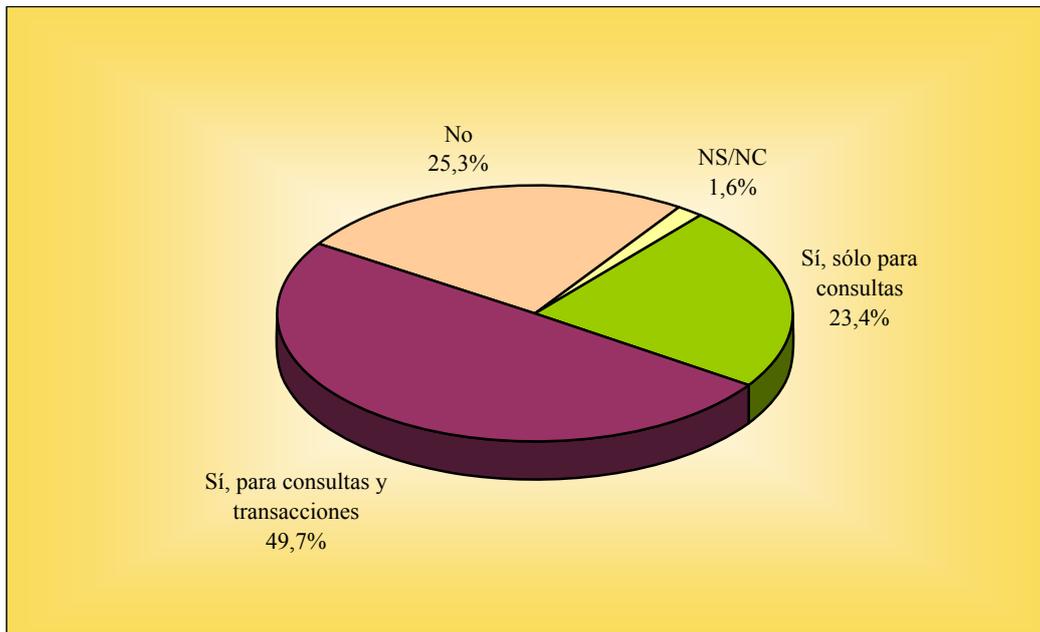
<i>P. Banco con el que trabaja a través de Internet</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (menciones)	46.923	100,0
La Caixa	6.484	13,8
ING Direct	5.583	11,9
BBVA	3.819	8,1
Caja Madrid	3.191	6,8
Banco Santander	3.088	6,6
Bancaja	1.873	4,0
Banesto	1.847	3,9
Caixa Catalunya	1.588	3,4
Bankinter	1.407	3,0
Open Bank	1.226	2,6
Banco Popular	1.113	2,4
Caja de Ahorros del Mediterráneo	1.089	2,3
Ibercaja	1.023	2,2
Caixa Galicia	1.003	2,1
Sabadell Atlántico	864	1,8
Barclays	680	1,4
UNO-E	678	1,4
Unicaja	640	1,4
Banco Pastor	533	1,1
BBK / Bilbao Bizkaia Kutxa	515	1,1
Deutsche Bank	448	1,0
Otros	8.231	17,5

### BANCA EN INTERNET Bancos



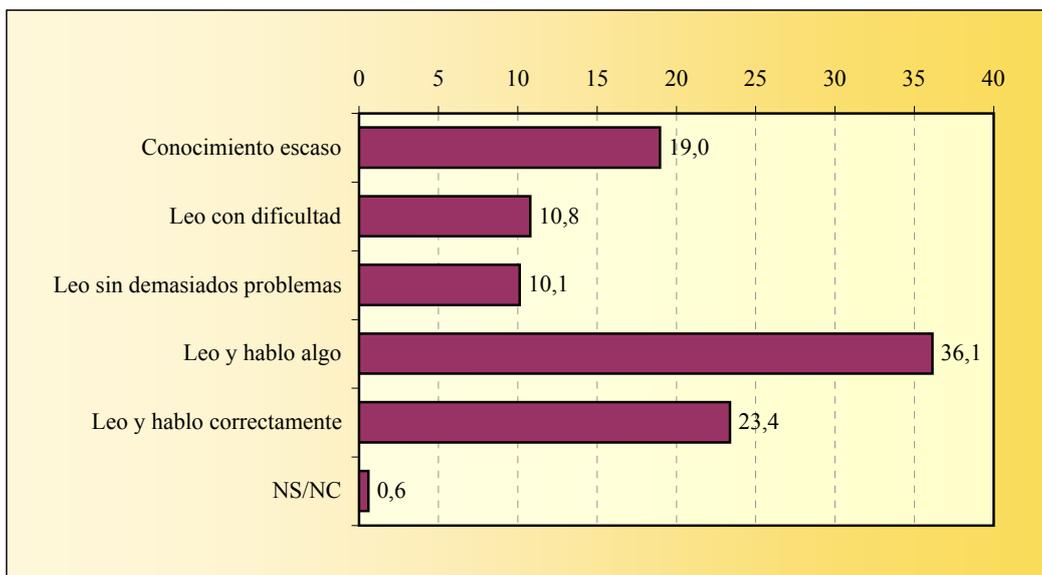
**BANCA EN INTERNET**  
**Operaciones bancarias**

<i>P. En los últimos 30 días ¿ha operado con entidades bancarias a través de Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí, sólo para consultas	8.423	23,4
Sí, para consultas y transacciones	17.874	49,7
No	9.125	25,3
NS/NC	578	1,6



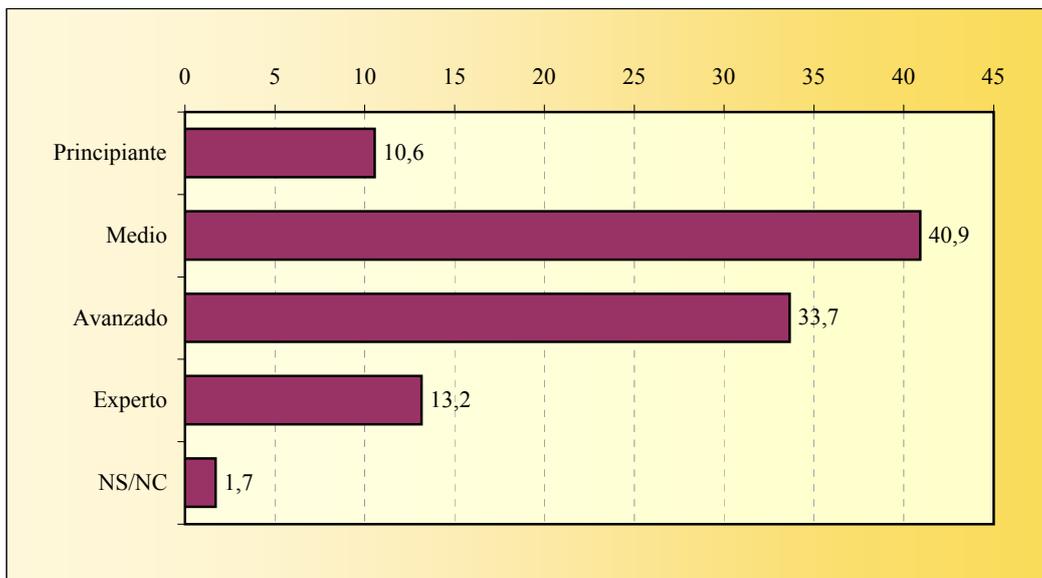
### CONOCIMIENTO DE INGLÉS

<i>P. ¿Qué afirmación describe mejor su nivel de conocimiento de inglés?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Conocimiento escaso	6.829	19,0
Leo con dificultad	3.887	10,8
Leo sin demasiados problemas	3.641	10,1
Leo y hablo algo	13.013	36,1
Leo y hablo correctamente	8.419	23,4
NS/NC	211	0,6



### CONOCIMIENTO DE INFORMÁTICA

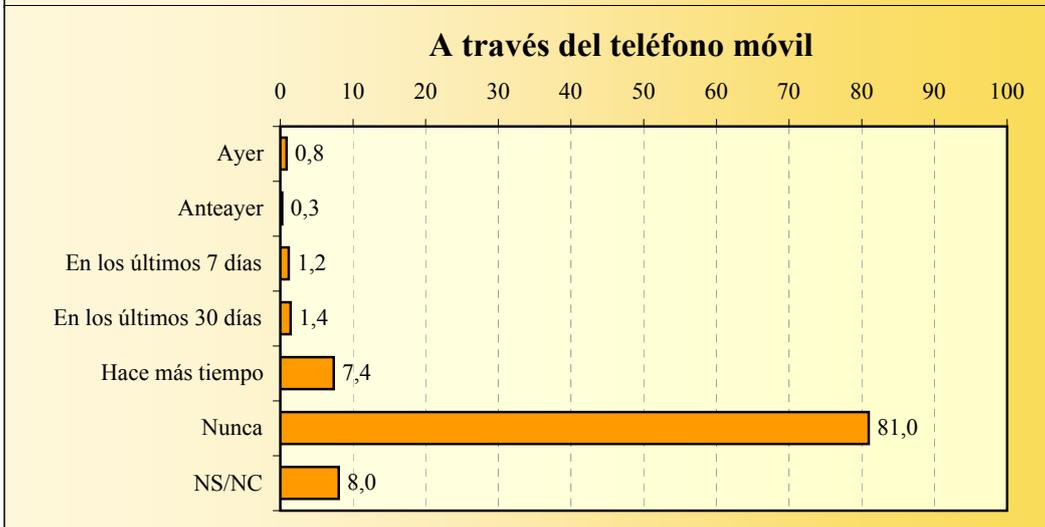
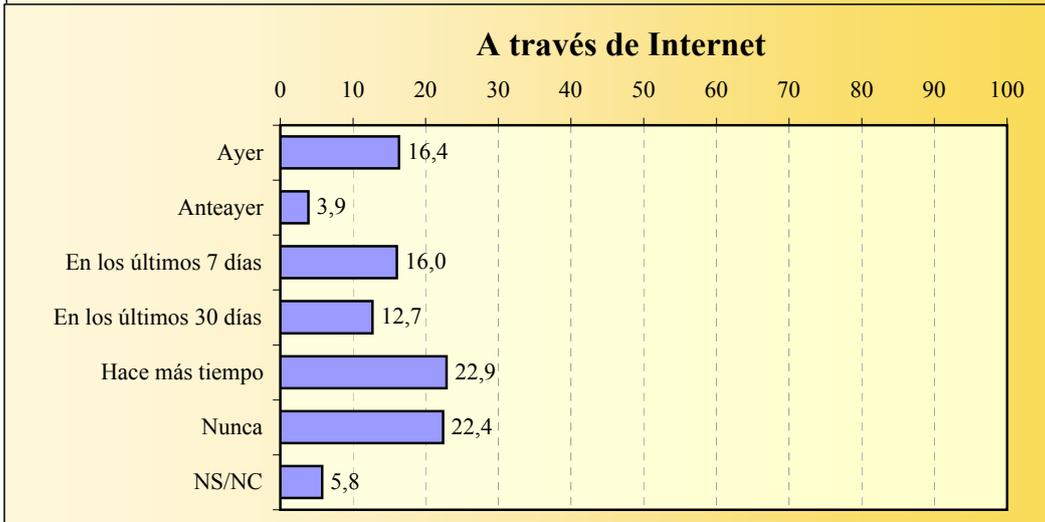
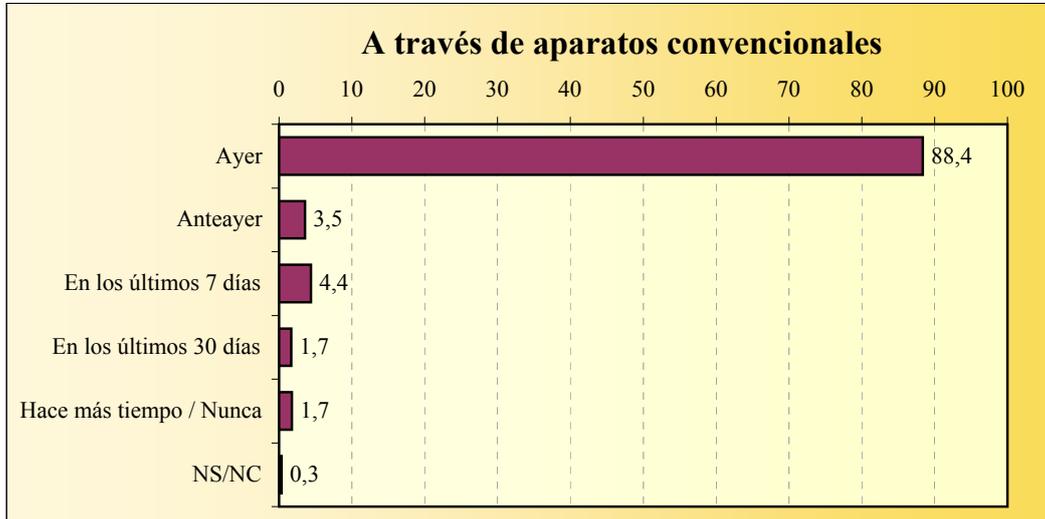
<i>P. ¿Cuál cree que es su grado de conocimiento de la informática en general?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Principiante	3.802	10,6
Medio	14.732	40,9
Avanzado	12.114	33,7
Experto	4.739	13,2
NS/NC	613	1,7



**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	36.000	100,0
<b>...ha visto la televisión?</b>		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	31.809	88,4
Anteayer	1.275	3,5
En los últimos 7 días	1.568	4,4
En los últimos 30 días	596	1,7
Hace más tiempo / Nunca	628	1,7
NS/NC	124	0,3
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	5.888	16,4
Anteayer	1.400	3,9
En los últimos 7 días	5.769	16,0
En los últimos 30 días	4.572	12,7
Hace más tiempo	8.231	22,9
Nunca	8.060	22,4
NS/NC	2.080	5,8
<i>A través del teléfono móvil</i>		
Ayer	302	0,8
Anteayer	95	0,3
En los últimos 7 días	414	1,2
En los últimos 30 días	510	1,4
Hace más tiempo	2.647	7,4
Nunca	29.144	81,0
NS/NC	2.888	8,0

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



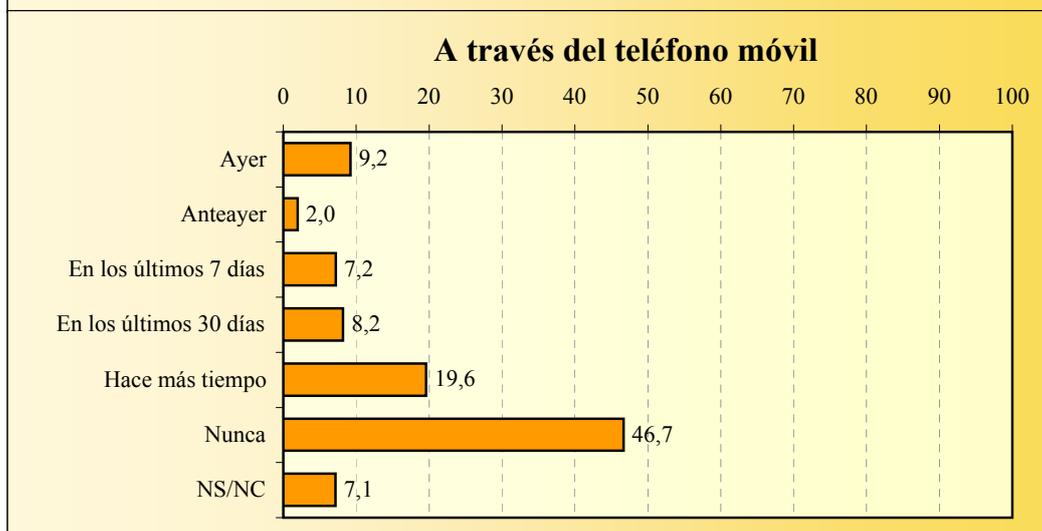
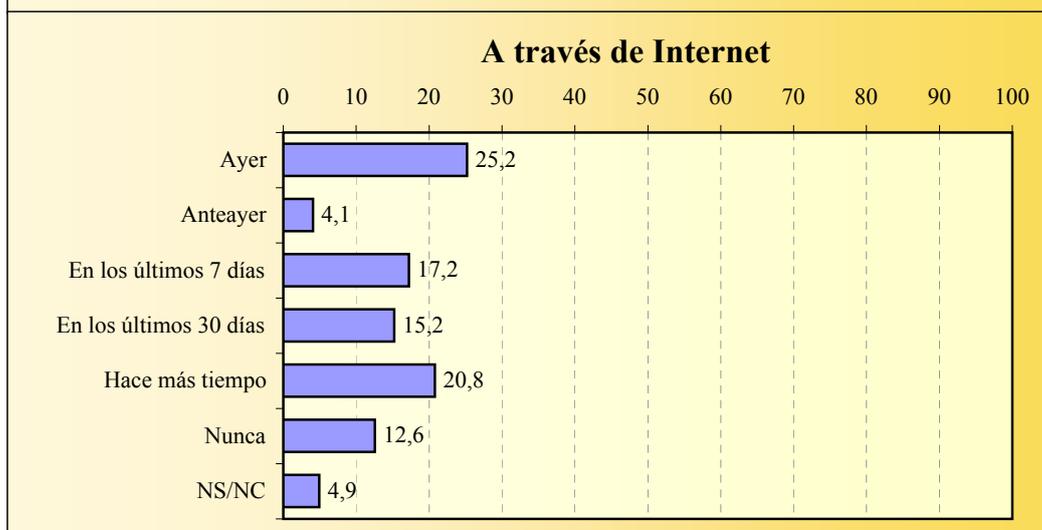
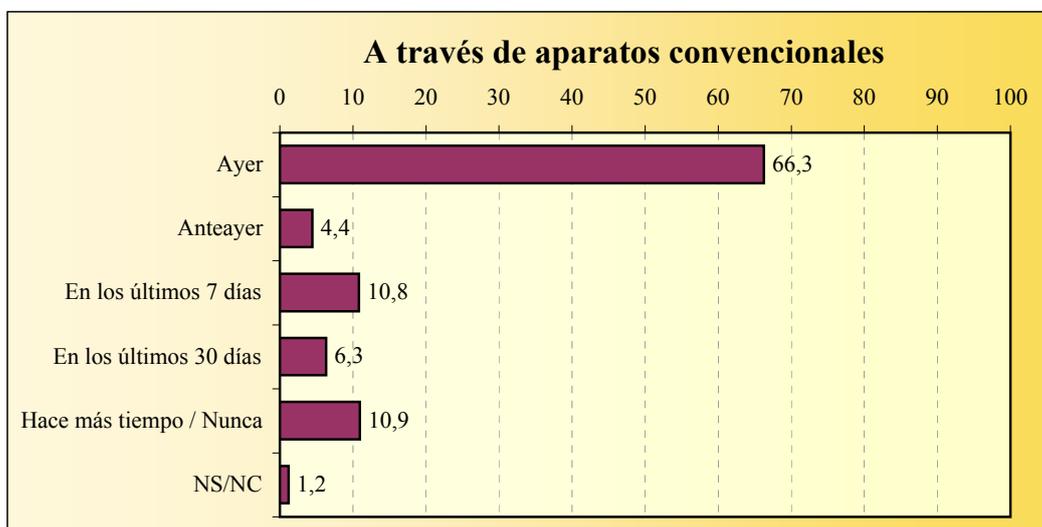
## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

## Radio

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...ha escuchado la radio?</b>		
<i>A través de aparatos convencionales</i>		
Ayer	23.852	66,3
Anteayer	1.601	4,4
En los últimos 7 días	3.901	10,8
En los últimos 30 días	2.277	6,3
Hace más tiempo / Nunca	3.938	10,9
NS/NC	431	1,2
<i>A través de Internet</i>		
Ayer	9.077	25,2
Anteayer	1.465	4,1
En los últimos 7 días	6.202	17,2
En los últimos 30 días	5.473	15,2
Hace más tiempo	7.487	20,8
Nunca	4.528	12,6
NS/NC	1.768	4,9
<i>A través del teléfono móvil</i>		
Ayer	3.314	9,2
Anteayer	707	2,0
En los últimos 7 días	2.587	7,2
En los últimos 30 días	2.949	8,2
Hace más tiempo	7.059	19,6
Nunca	16.811	46,7
NS/NC	2.573	7,1

## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

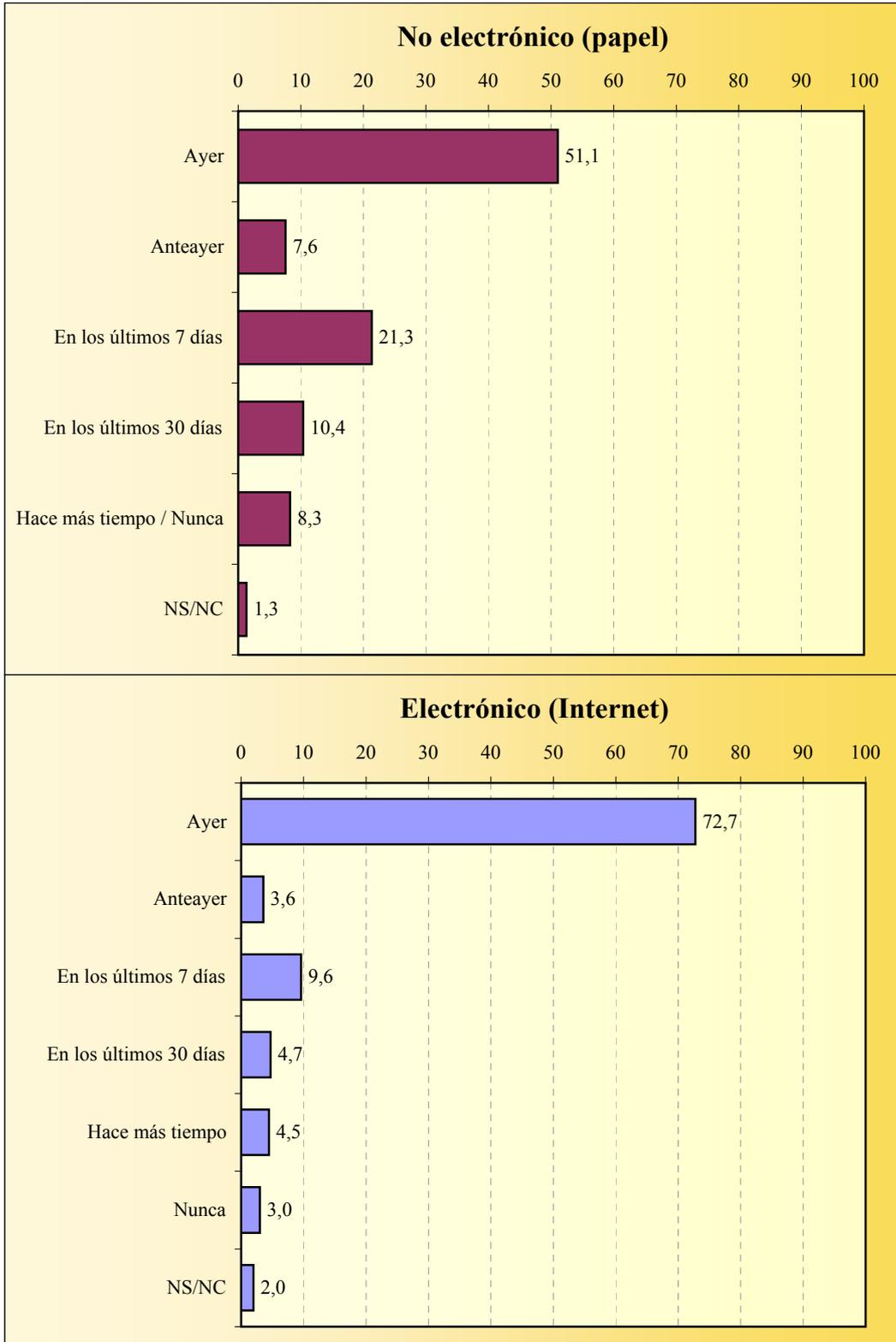
### Radio



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

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...ha leído un periódico/diario?</b>		
<i>No electrónico (papel)</i>		
Ayer	18.381	51,1
Anteayer	2.732	7,6
En los últimos 7 días	7.681	21,3
En los últimos 30 días	3.740	10,4
Hace más tiempo / Nunca	2.994	8,3
NS/NC	472	1,3
<i>Electrónico (Internet)</i>		
Ayer	26.185	72,7
Anteayer	1.279	3,6
En los últimos 7 días	3.449	9,6
En los últimos 30 días	1.692	4,7
Hace más tiempo	1.609	4,5
Nunca	1.075	3,0
NS/NC	711	2,0

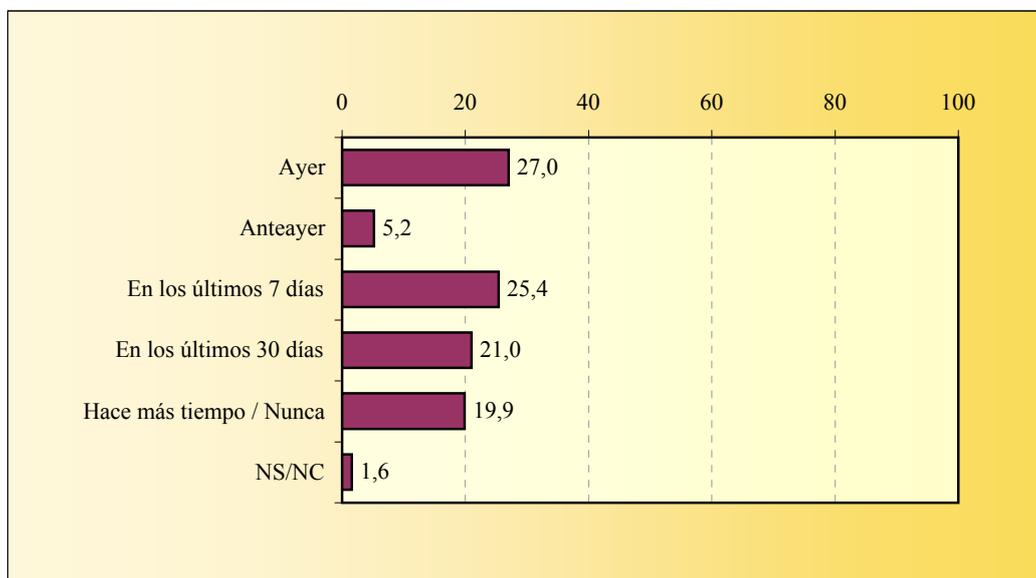
**CONTACTO CON OTROS MEDIOS**  
**Periódico / Diario**



## CONTACTO CON OTROS MEDIOS

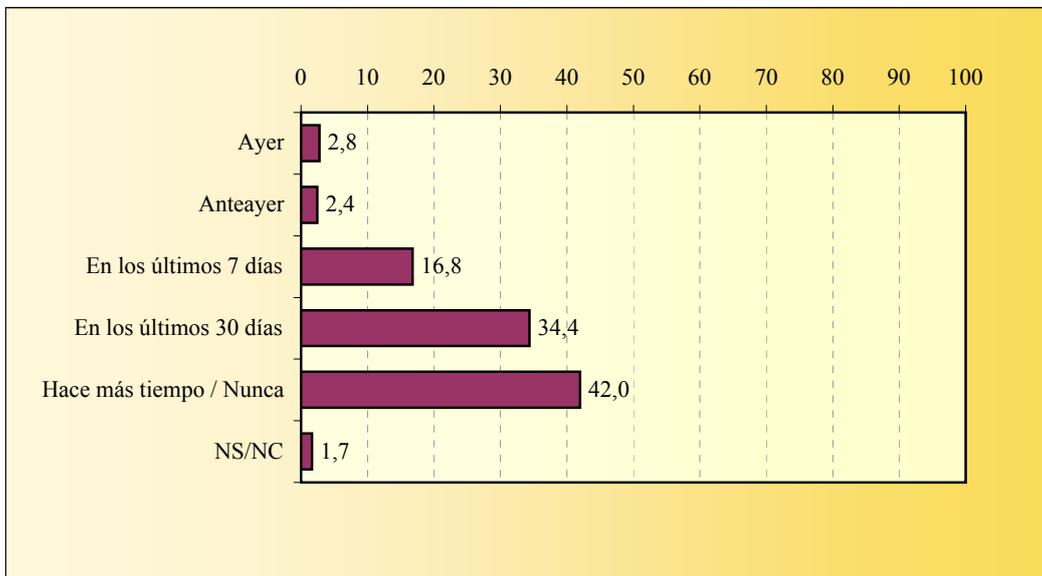
### Revistas

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
<b>...ha leído una revista?</b>		
Ayer	9.732	27,0
Anteayer	1.857	5,2
En los últimos 7 días	9.146	25,4
En los últimos 30 días	7.553	21,0
Hace más tiempo / Nunca	7.148	19,9
NS/NC	564	1,6



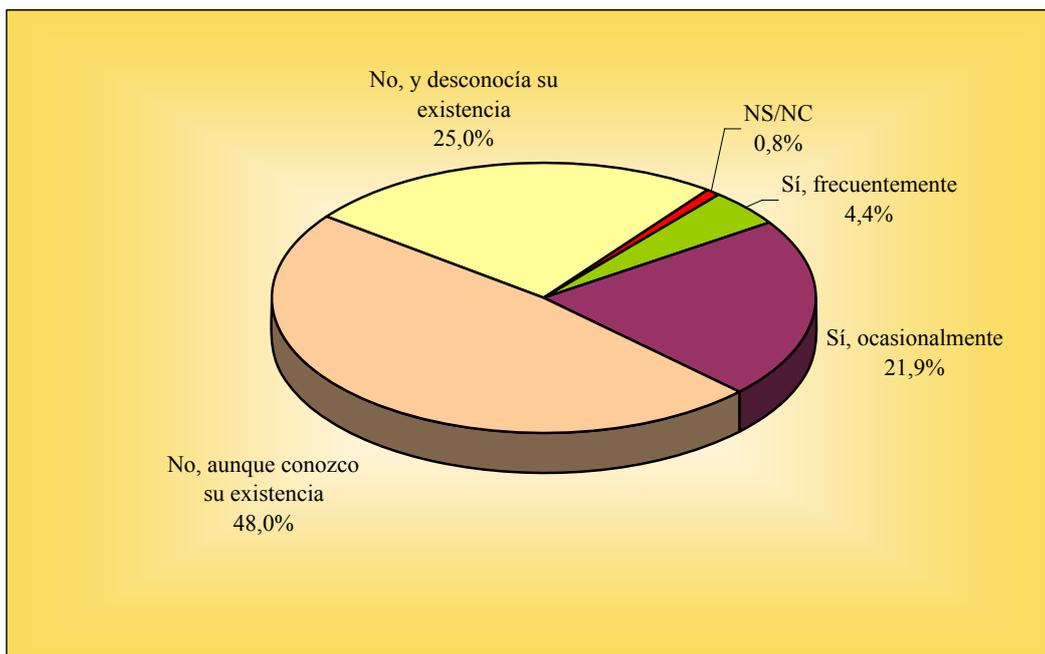
### CONTACTO CON OTROS MEDIOS Cine

<i>P. Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que...</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>...ha ido al cine?</b>		
Ayer	993	2,8
Anteayer	872	2,4
En los últimos 7 días	6.047	16,8
En los últimos 30 días	12.371	34,4
Hace más tiempo / Nunca	15.119	42,0
NS/NC	598	1,7



### CONTACTO CON OTROS MEDIOS P2PTV

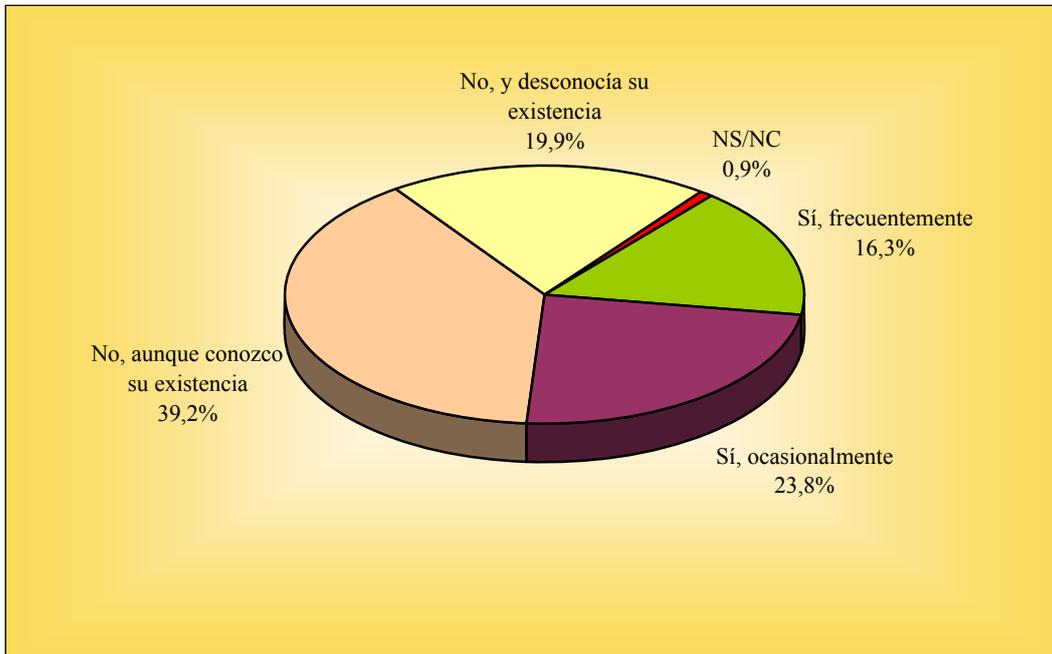
<i>P. ¿Utiliza Vd. programas de P2PTV (Zattoo, Sopcast, Pplive,...), que permiten ver a través de Internet diferentes canales de televisión (nacionales y extranjeros) con una calidad aceptable?</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Sí, frecuentemente	1.572	4,4
Sí, ocasionalmente	7.876	21,9
No, aunque conozco su existencia	17.293	48,0
No, y desconocía su existencia	8.989	25,0
NS/NC	270	0,8



**RADIO A LA CARTA**

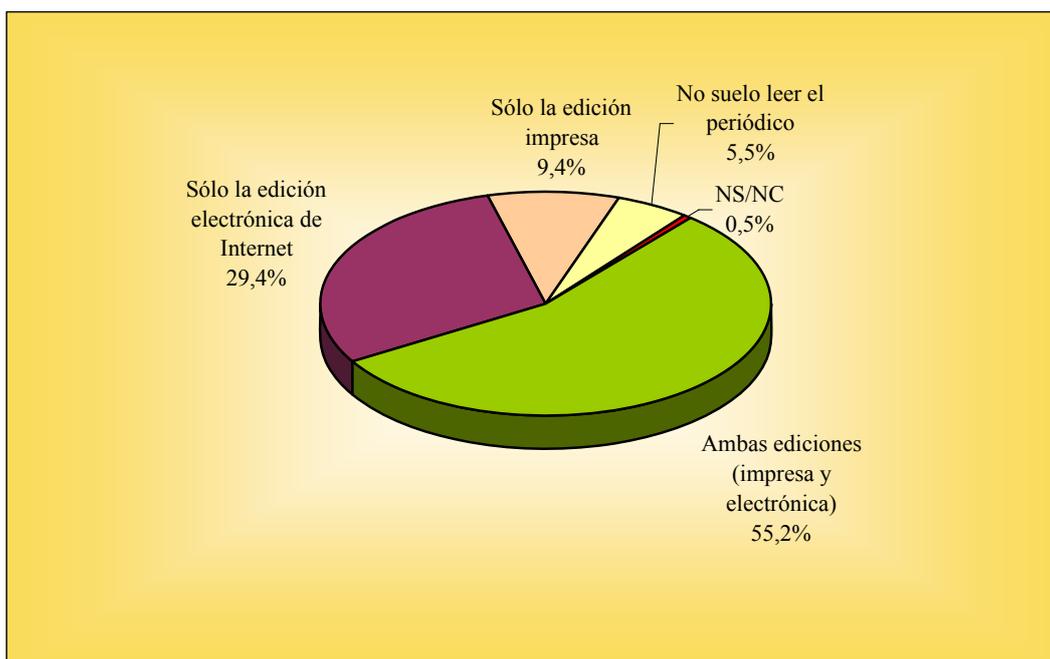
***P. ¿Utiliza Ud. programas de radio a la carta (Last.FM, Spotify, iRate,...), que tienen en cuenta las preferencias musicales del usuario para ofrecerle escuchar a través de Internet canciones que encajen con sus gustos musicales, a modo de emisora de radio musical?***

	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Sí, frecuentemente	5.856	16,3
Sí, ocasionalmente	8.565	23,8
No, aunque conozco su existencia	14.097	39,2
No, y desconocía su existencia	7.162	19,9
NS/NC	320	0,9



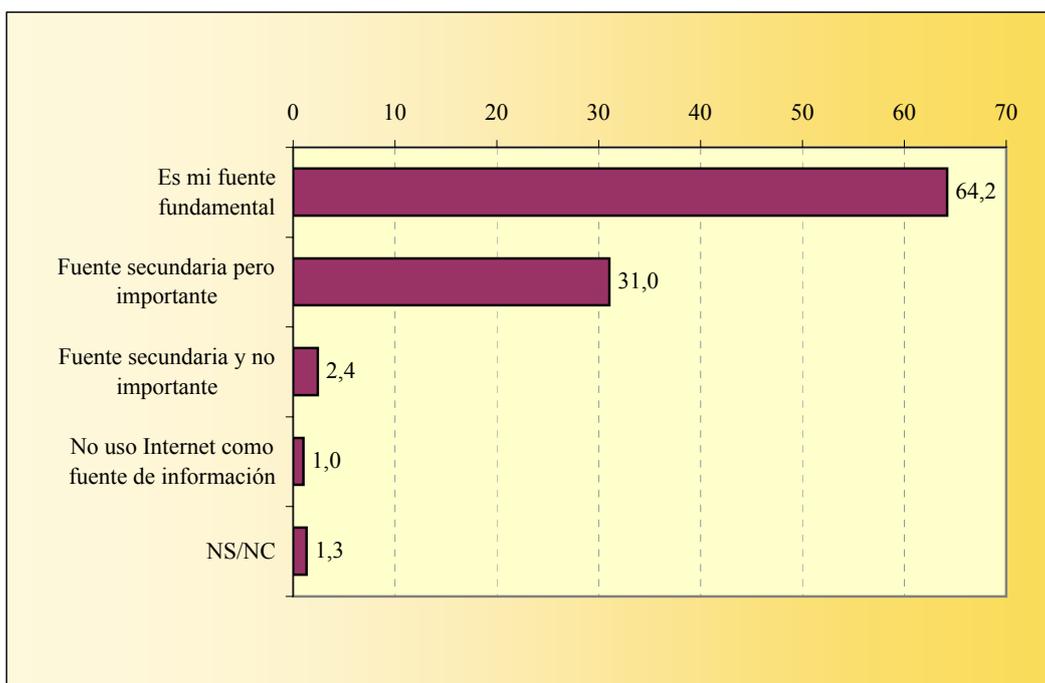
### MANERA DE LEER EL PERIÓDICO

<i>P. ¿Cuál es la manera habitual en que lee el periódico?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Ambas ediciones (impresa y electrónica)	19.867	55,2
Sólo la edición electrónica de Internet	10.598	29,4
Sólo la edición impresa	3.397	9,4
No suelo leer el periódico	1.970	5,5
NS/NC	168	0,5



### INTERNET COMO FUENTE DE ACTUALIDAD

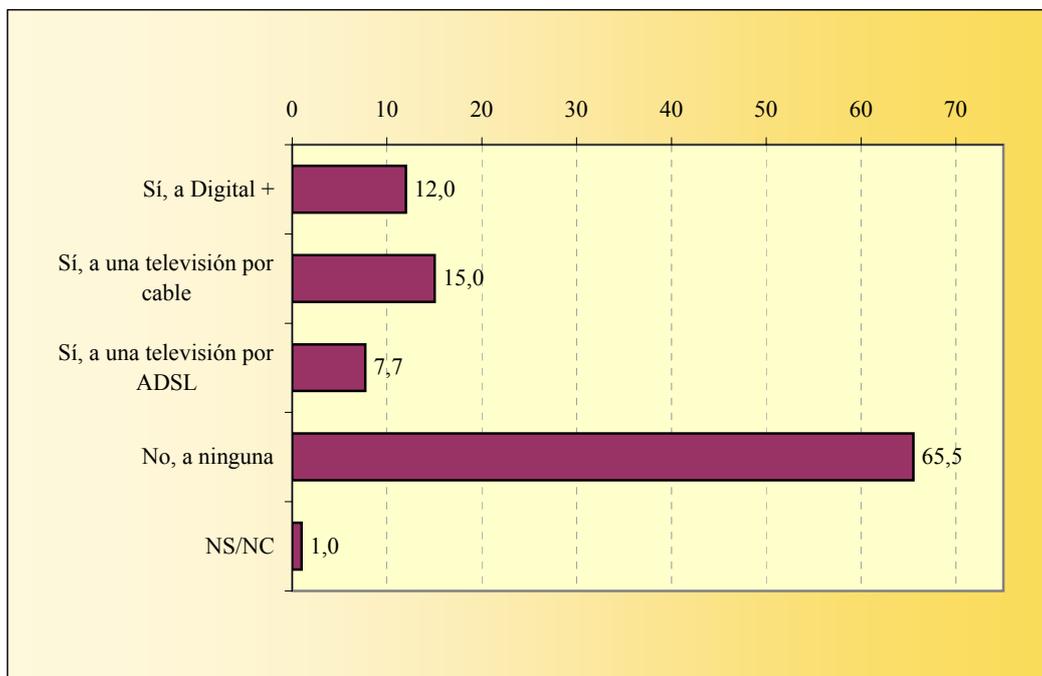
<i>P. En su caso, para estar informado de la actualidad ¿cómo considera Internet?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Es mi fuente fundamental	23.112	64,2
Fuente secundaria pero importante	11.170	31,0
Fuente secundaria y no importante	876	2,4
No uso Internet como fuente de información	362	1,0
NS/NC	480	1,3



### 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.

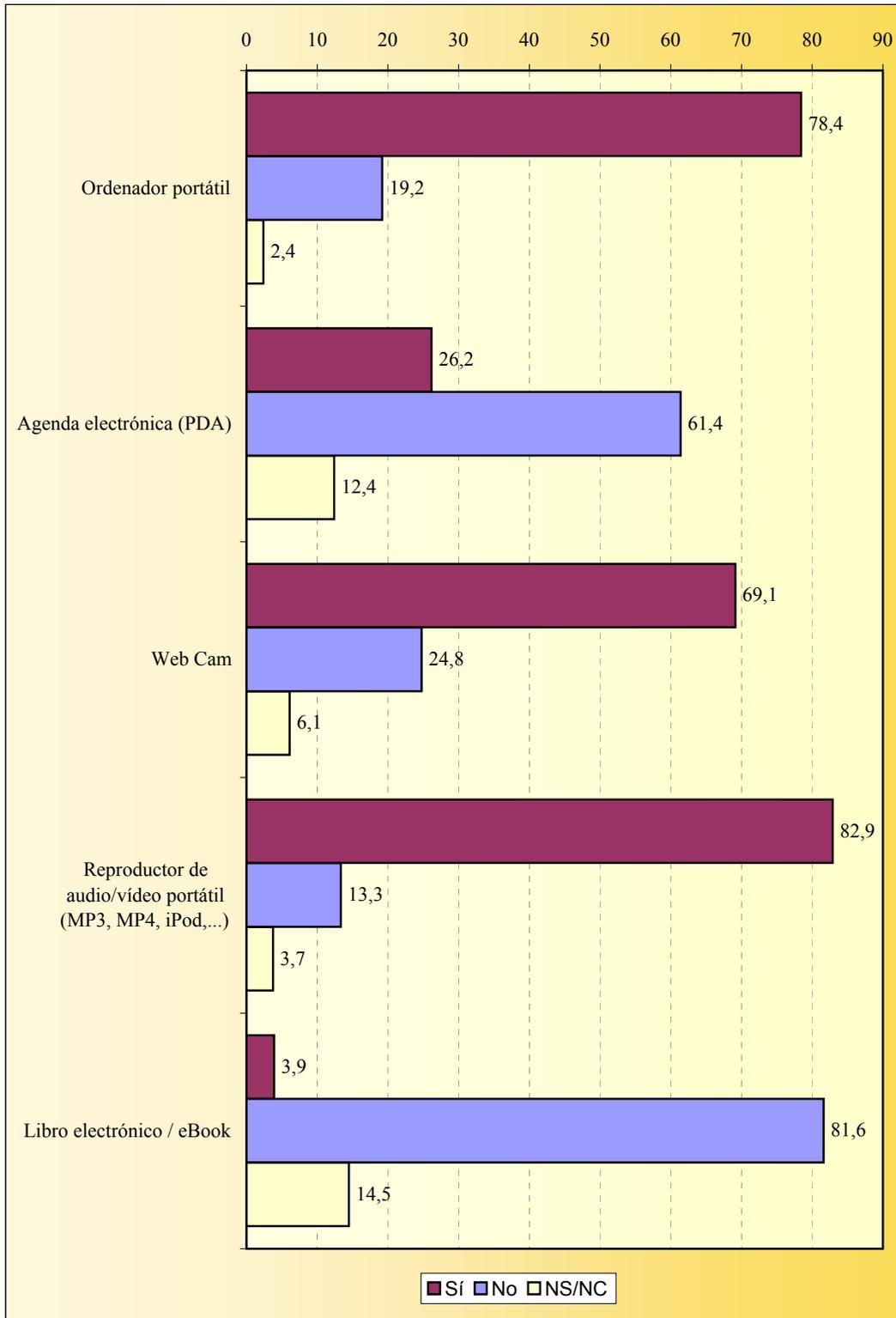
<i>P. ¿Está abonado a alguna televisión de pago?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	
Sí, a Digital +	4.315	12,0
Sí, a una televisión por cable	5.414	15,0
Sí, a una televisión por ADSL	2.776	7,7
No, a ninguna	23.579	65,5
NS/NC	351	1,0



**EQUIPAMIENTO**

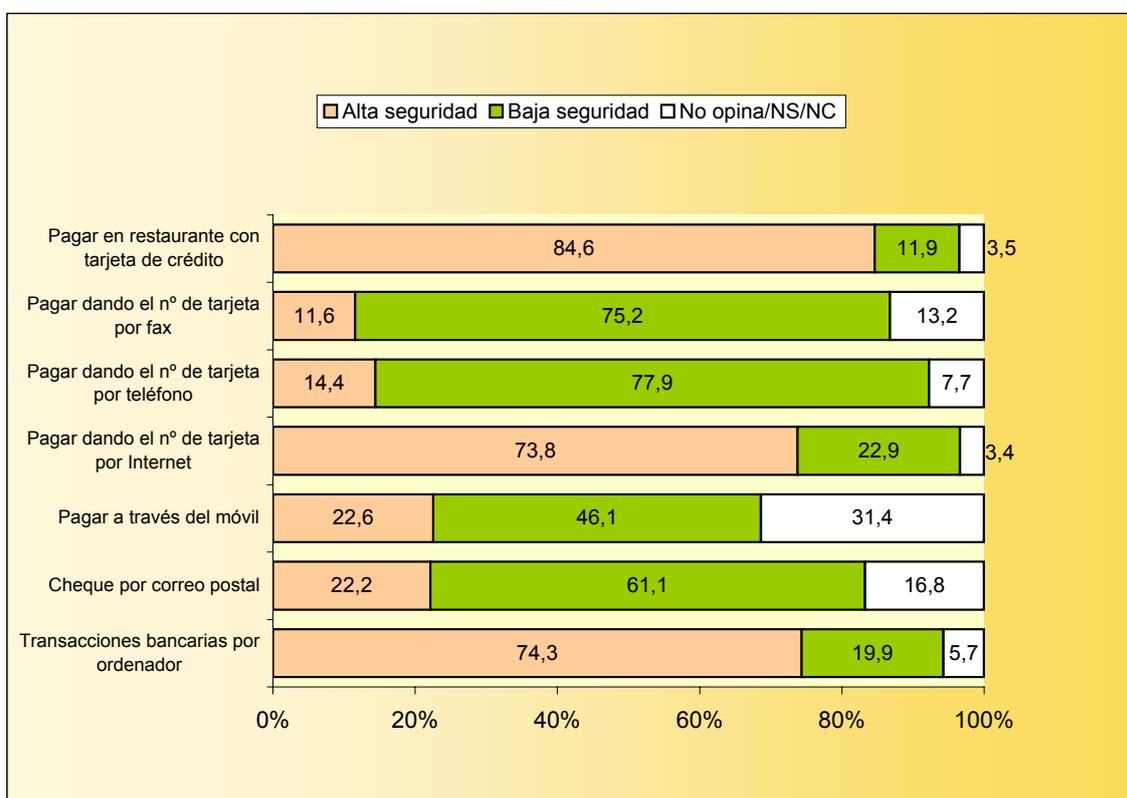
<i>P. ¿De cuáles de los siguientes aparatos dispone Vd.?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
<b>Ordenador portátil</b>		
Sí	28.234	78,4
No	6.909	19,2
NS/NC	857	2,4
<b>Agenda electrónica (PDA)</b>		
Sí	9.424	26,2
No	22.106	61,4
NS/NC	4.470	12,4
<b>Web Cam</b>		
Sí	24.893	69,1
No	8.912	24,8
NS/NC	2.195	6,1
<b>Reproductor de audio/vídeo portátil (MP3, MP4, iPod,...)</b>		
Sí	29.852	82,9
No	4.800	13,3
NS/NC	1.348	3,7
<b>Libro electrónico / eBook</b>		
Sí	1.403	3,9
No	29.381	81,6
NS/NC	5.216	14,5

### EQUIPAMIENTO



### GRADO DE SEGURIDAD DE TRANSACCIONES

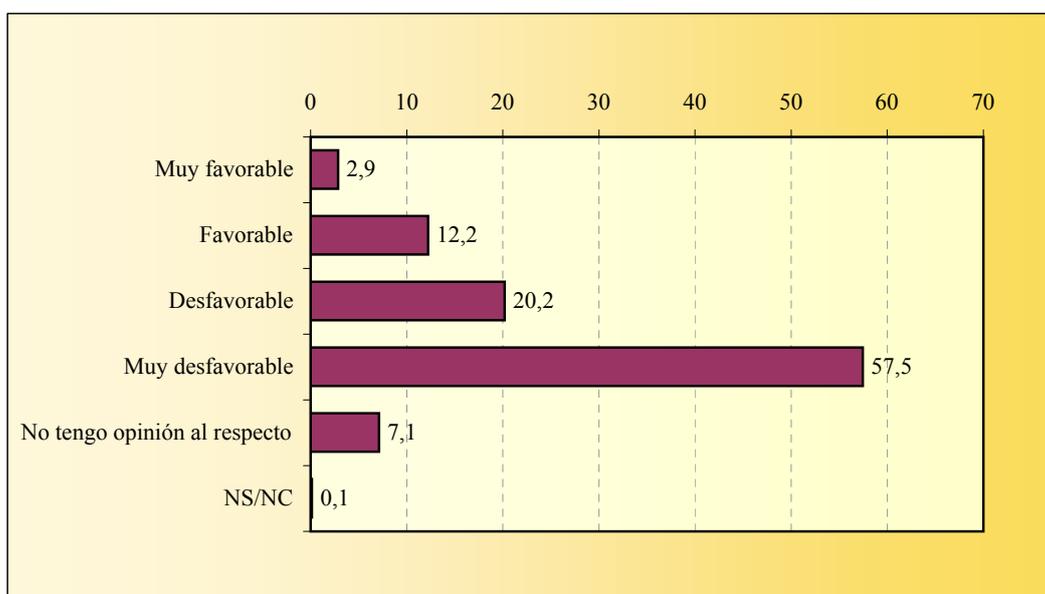
<i>P. ¿Qué grado de seguridad le merece cada una de estas transacciones?</i>						
<i>Porcentajes horizontales</i>						
	Mucha	Bastante	Poca	Ninguna	No tengo opinión	NS/NC
Pagar en restaurante con tarjeta de crédito	31,6	53,1	10,3	1,6	3,1	0,4
Pagar dando el nº de tarjeta por fax	2,7	8,9	34,6	40,6	12,6	0,7
Pagar dando el nº de tarjeta por teléfono	2,9	11,5	37,0	40,9	7,0	0,7
Pagar dando el nº de tarjeta por Internet (servidor seguro)	20,2	53,5	16,4	6,5	2,8	0,5
Pagar a través del móvil (SMS, Mobipay,...)	4,5	18,0	25,6	20,4	30,7	0,7
Enviar cheque por correo postal	4,4	17,8	31,7	29,4	16,2	0,6
Transacciones bancarias por ordenador	25,7	48,6	14,2	5,8	5,0	0,7



## CONTENIDOS PROTEGIDOS POR COPYRIGHT

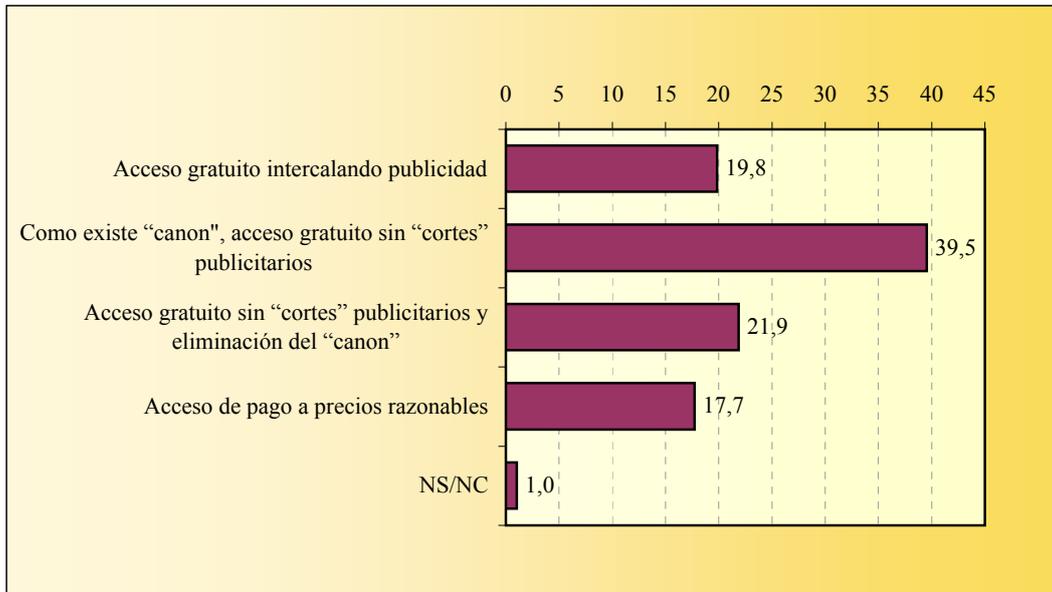
### Opinión sobre el canon

<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	36.000	100,0
Muy favorable	1.035	2,9
Favorable	4.405	12,2
Desfavorable	7.265	20,2
Muy desfavorable	20.682	57,5
No tengo opinión al respecto	2.562	7,1
NS/NC	51	0,1



### CONTENIDOS PROTEGIDOS POR COPYRIGHT Modelo en Internet

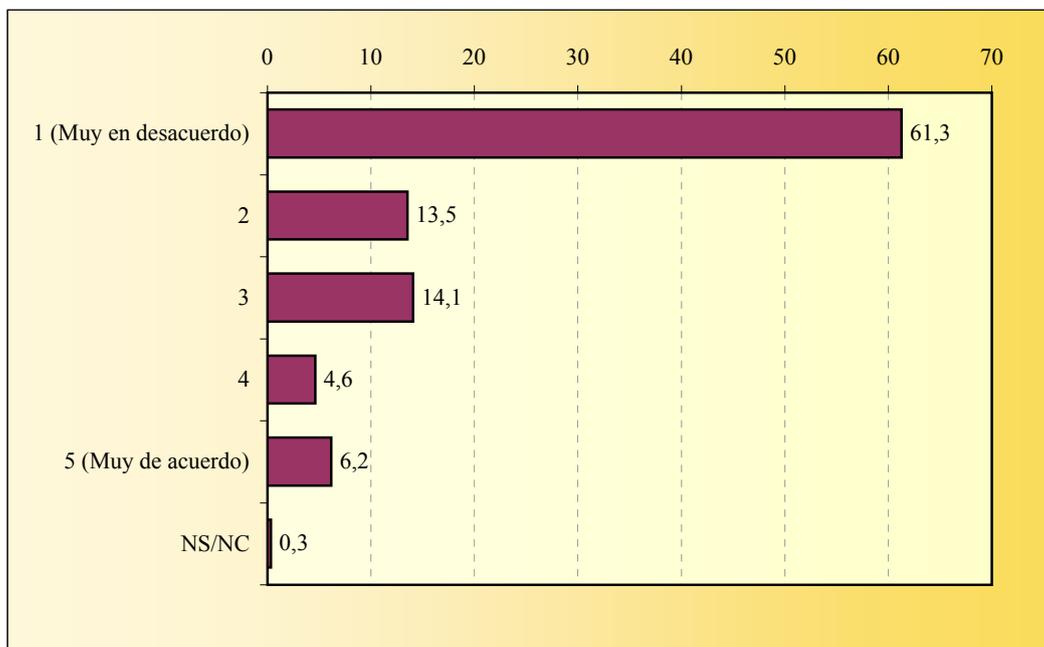
<i>P. En cuanto a los contenidos en Internet protegidos por copyright (música, películas, software,...) ¿con cuál de los siguientes modelos está más de acuerdo?</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Acceso gratuito intercalando publicidad	7.140	19,8
Como existe "canon", acceso gratuito sin "cortes" publicitarios	14.231	39,5
Acceso gratuito sin "cortes" publicitarios y eliminación del "canon"	7.871	21,9
Acceso de pago a precios razonables	6.384	17,7
NS/NC	374	1,0



### CONTENIDOS PROTEGIDOS POR COPYRIGHT Valoración sobre el corte del acceso a Internet

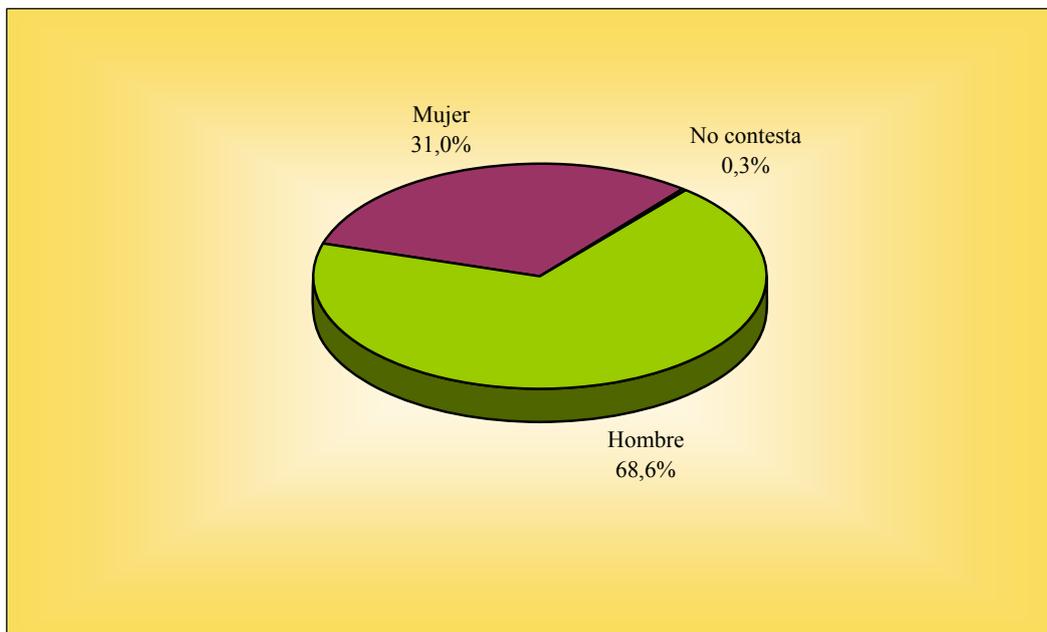
*P. En otros países se plantea cortar el acceso a Internet a aquellas personas que descarguen gratuitamente contenidos protegidos por copyright ¿cómo valora la implantación de esta medida? (5=Muy de acuerdo ; 1=Muy en desacuerdo)*

	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
1 (Muy en desacuerdo)	22.061	61,3
2	4.868	13,5
3	5.063	14,1
4	1.662	4,6
5 (Muy de acuerdo)	2.222	6,2
NS/NC	124	0,3
Valoración media	1,80	



**CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS**  
**Sexo**

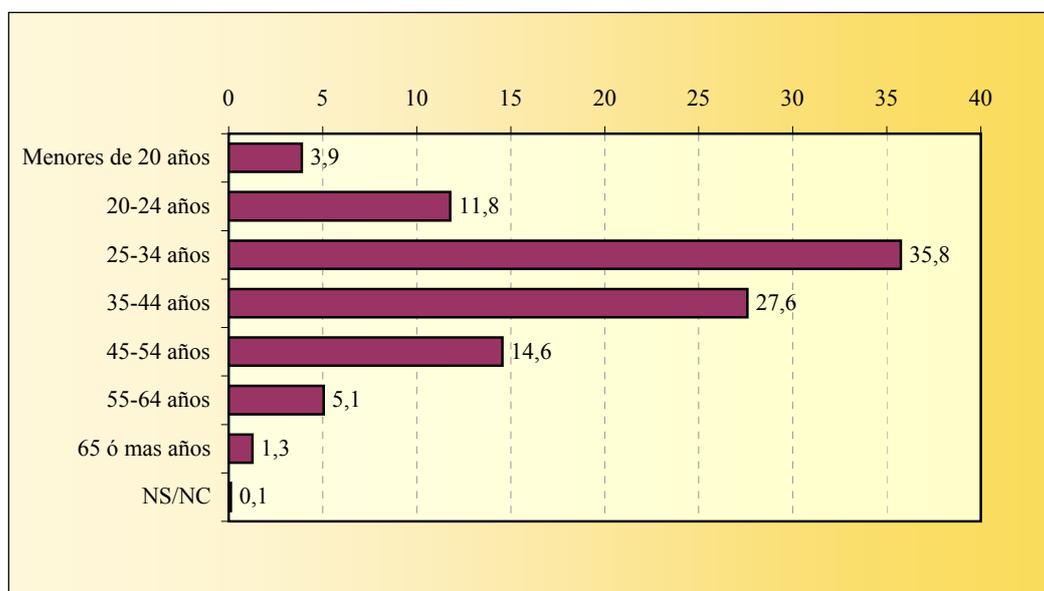
<i>P. Sexo</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Hombre	24.711	68,6
Mujer	11.166	31,0
No contesta	123	0,3



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Edad

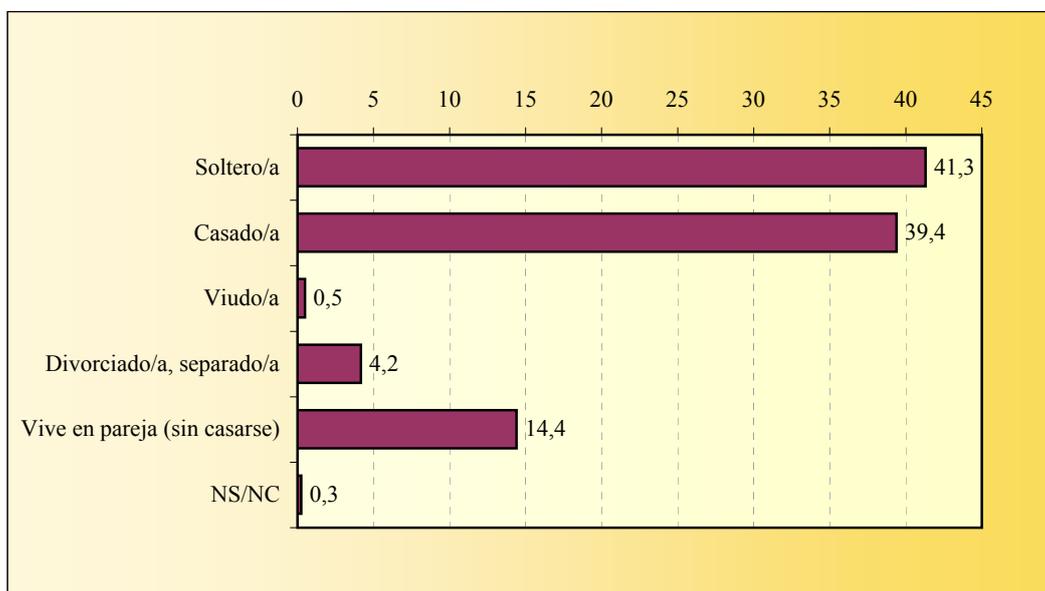
<i>P. Edad</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Menores de 20 años	1.399	3,9
20-24 años	4.244	11,8
25-34 años	12.871	35,8
35-44 años	9.934	27,6
45-54 años	5.240	14,6
55-64 años	1.818	5,1
65 ó mas años	454	1,3
NS/NC	40	0,1



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

### Estado civil

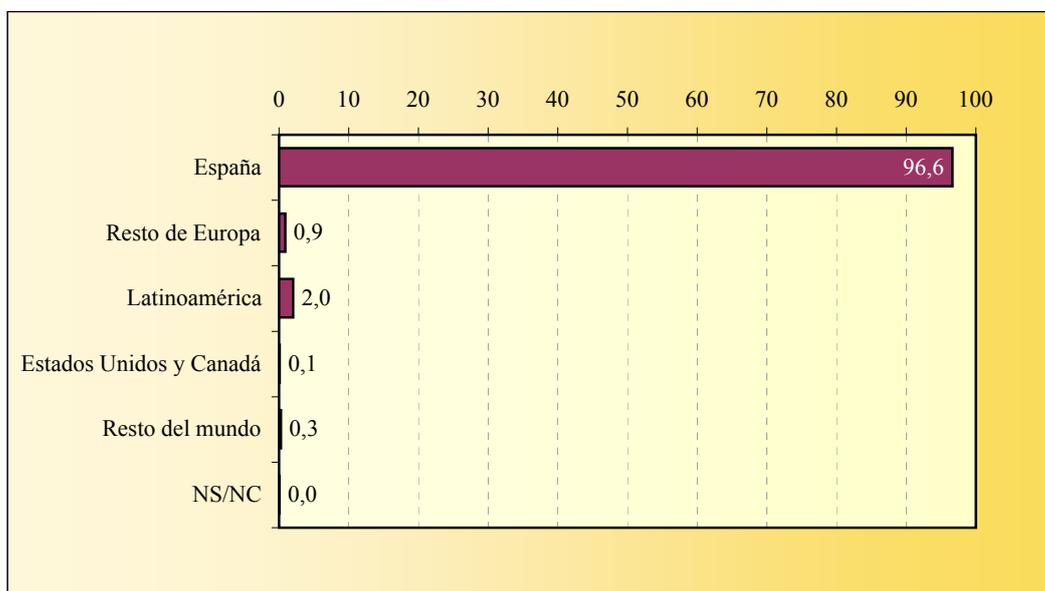
<i>P. Estado civil</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Soltero/a	14.869	41,3
Casado/a	14.177	39,4
Viudo/a	179	0,5
Divorciado/a, separado/a	1.503	4,2
Vive en pareja (sin casarse)	5.182	14,4
NS/NC	90	0,3



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

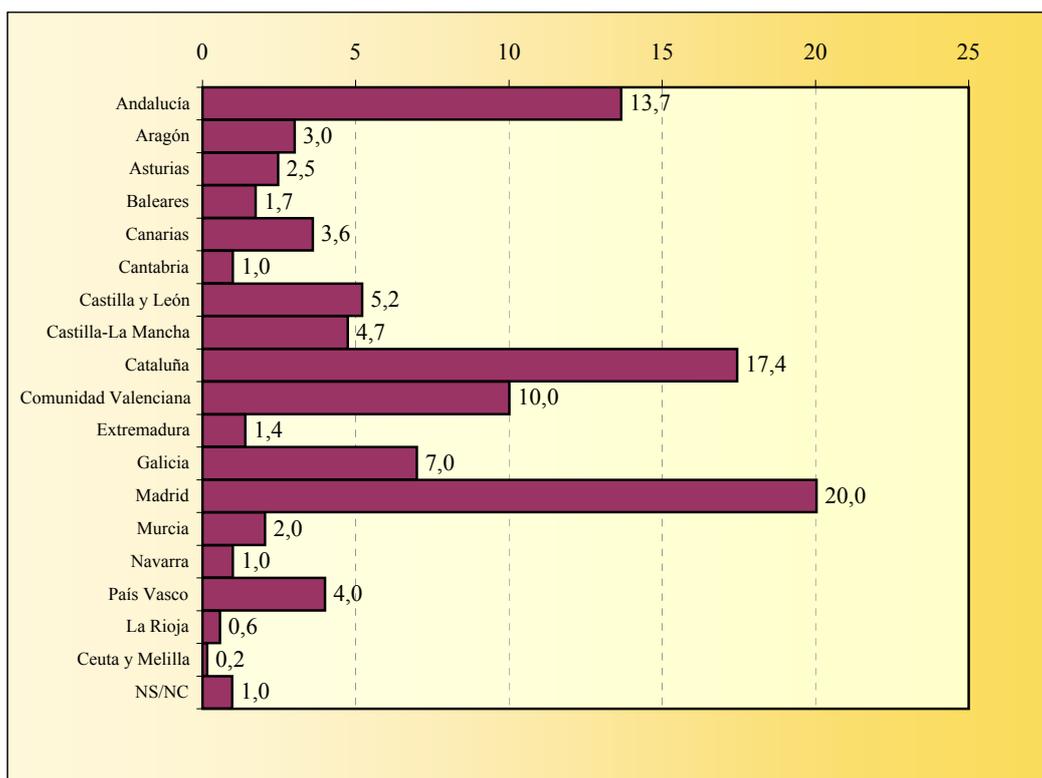
### Lugar de residencia

<i>P. Lugar de residencia</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
España	34.787	96,6
Resto de Europa	329	0,9
Latinoamérica	730	2,0
Estados Unidos y Canadá	40	0,1
Resto del mundo	100	0,3
NS/NC	14	0,0



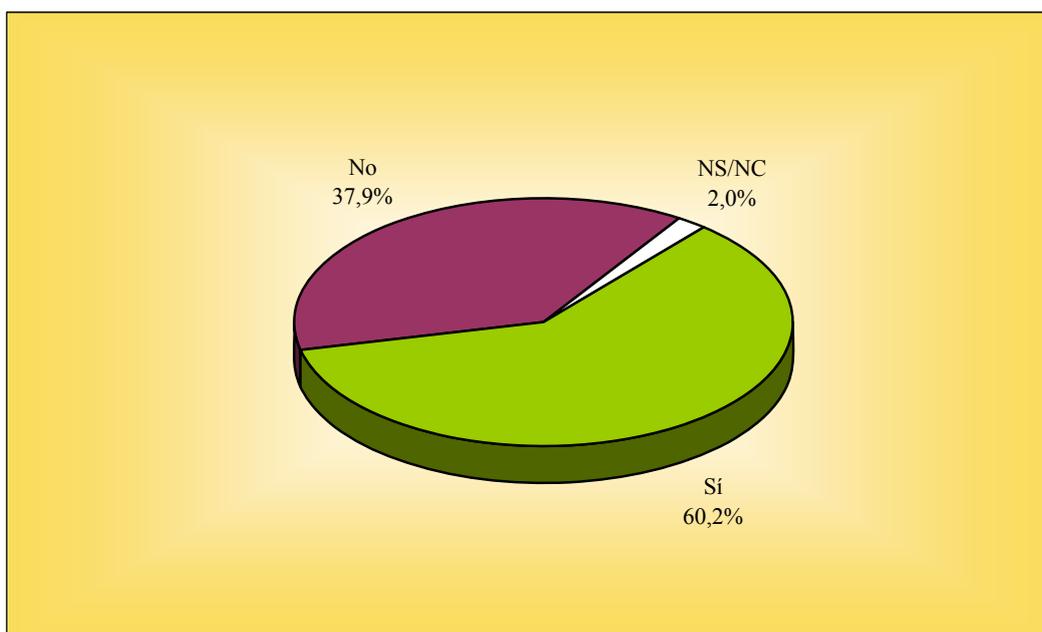
### CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Comunidad Autónoma

<i>P. Si Vd. Reside en España, indique a qué Comunidad Autónoma pertenece</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (residentes en España)	34.787	100,0
Andalucía	4.752	13,7
Aragón	1.045	3,0
Asturias	859	2,5
Baleares	604	1,7
Canarias	1.251	3,6
Cantabria	343	1,0
Castilla y León	1.812	5,2
Castilla-La Mancha	1.649	4,7
Cataluña	6.069	17,4
Comunidad Valenciana	3.482	10,0
Extremadura	487	1,4
Galicia	2.432	7,0
Madrid	6.970	20,0
Murcia	710	2,0
Navarra	345	1,0
País Vasco	1.391	4,0
La Rioja	197	0,6
Ceuta y Melilla	53	0,2
NS/NC	336	1,0



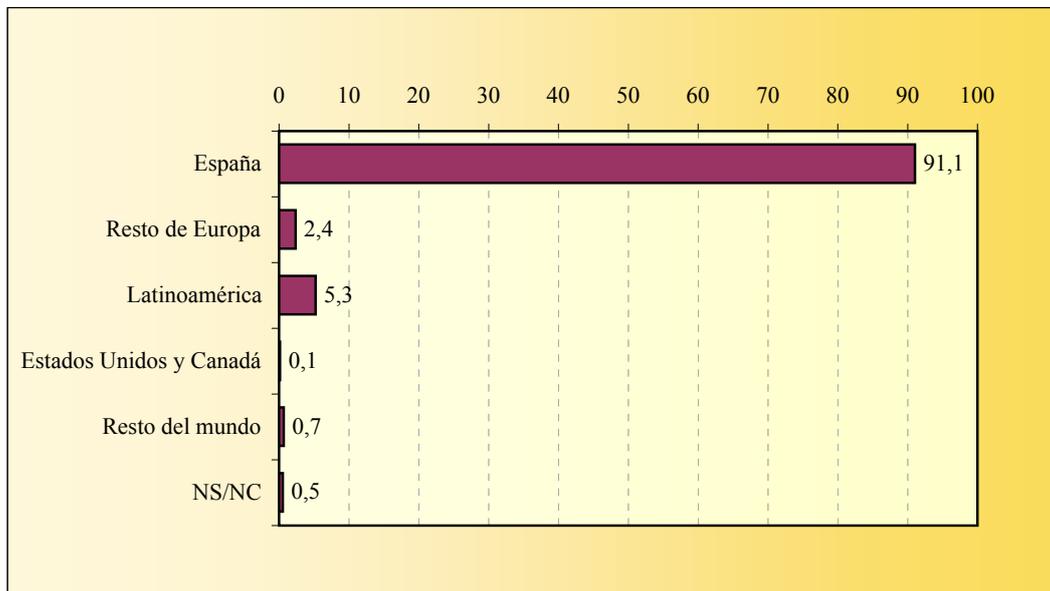
### CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Municipio de residencia

<i>P. Si Vd. Reside en España ¿es su municipio de residencia capital de la provincia o tiene más de 100.000 habitantes?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (residentes en España)	34.787	100,0
Sí	20.934	60,2
No	13.174	37,9
NS/NC	679	2,0



### CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Lugar de nacimiento

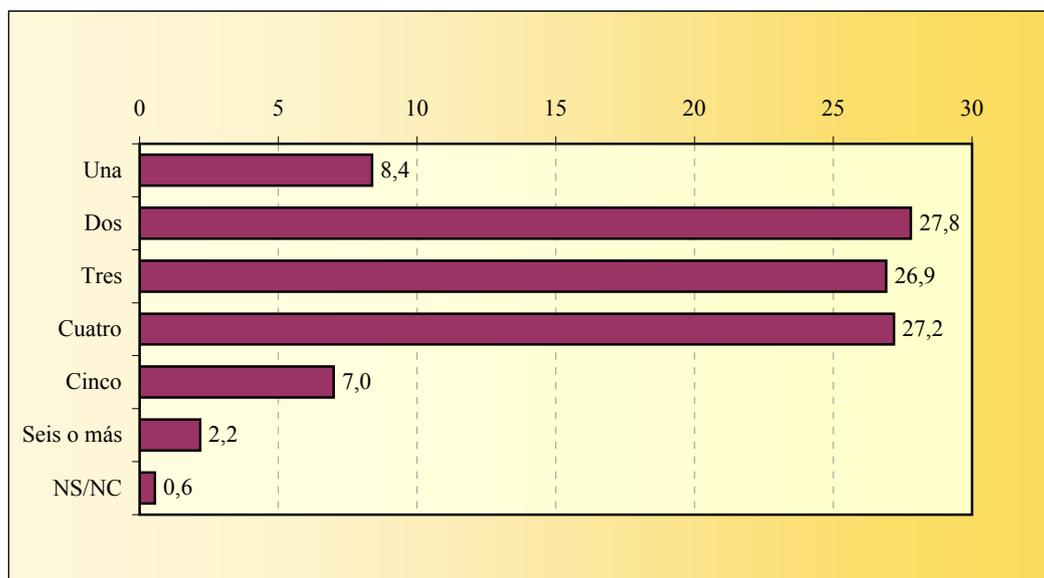
<i>P. Lugar de nacimiento</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
España	32.779	91,1
Resto de Europa	851	2,4
Latinoamérica	1.892	5,3
Estados Unidos y Canadá	50	0,1
Resto del mundo	236	0,7
NS/NC	192	0,5



### CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

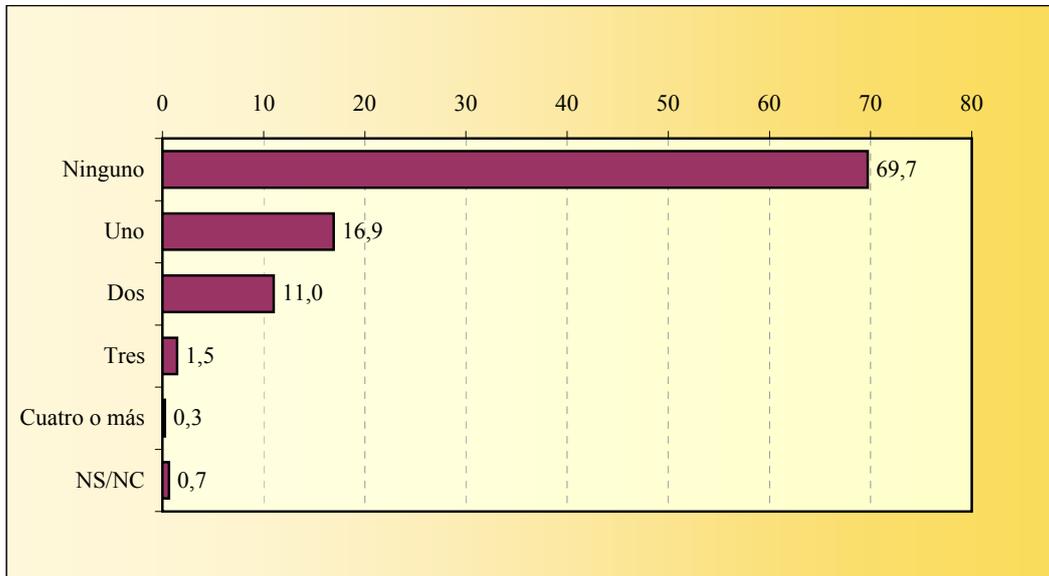
#### Tamaño del hogar

<i>P. ¿Cuántas personas viven en su hogar incluido Vd.?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Una	3.017	8,4
Dos	10.007	27,8
Tres	9.686	26,9
Cuatro	9.787	27,2
Cinco	2.517	7,0
Seis o más	788	2,2
NS/NC	198	0,6



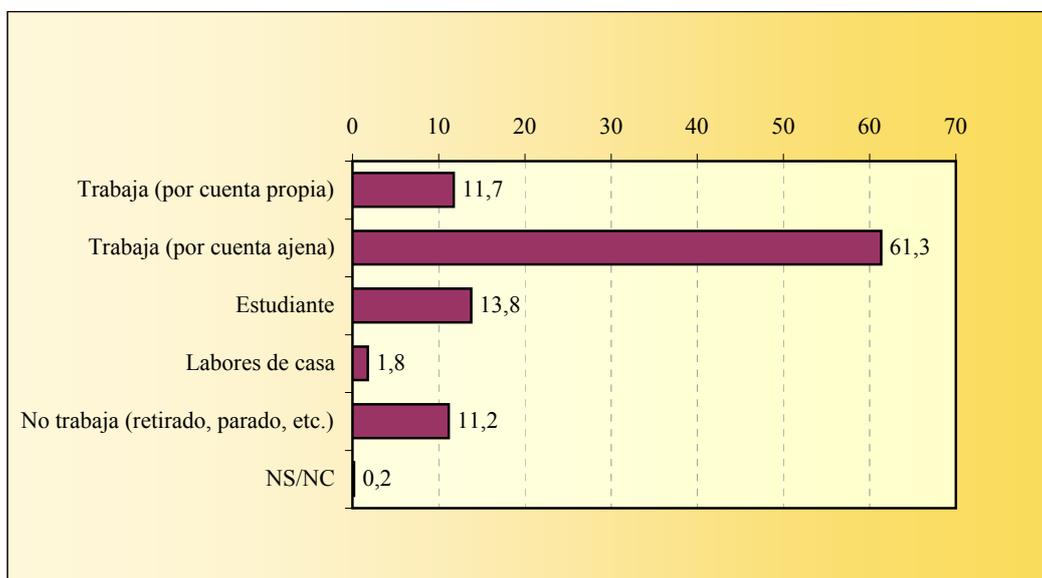
### CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Niños en el hogar

<i>P. Número de hijos menores de 14 años en su hogar</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Ninguno	25.099	69,7
Uno	6.090	16,9
Dos	3.958	11,0
Tres	526	1,5
Cuatro o más	92	0,3
NS/NC	235	0,7



### CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS Ocupación principal

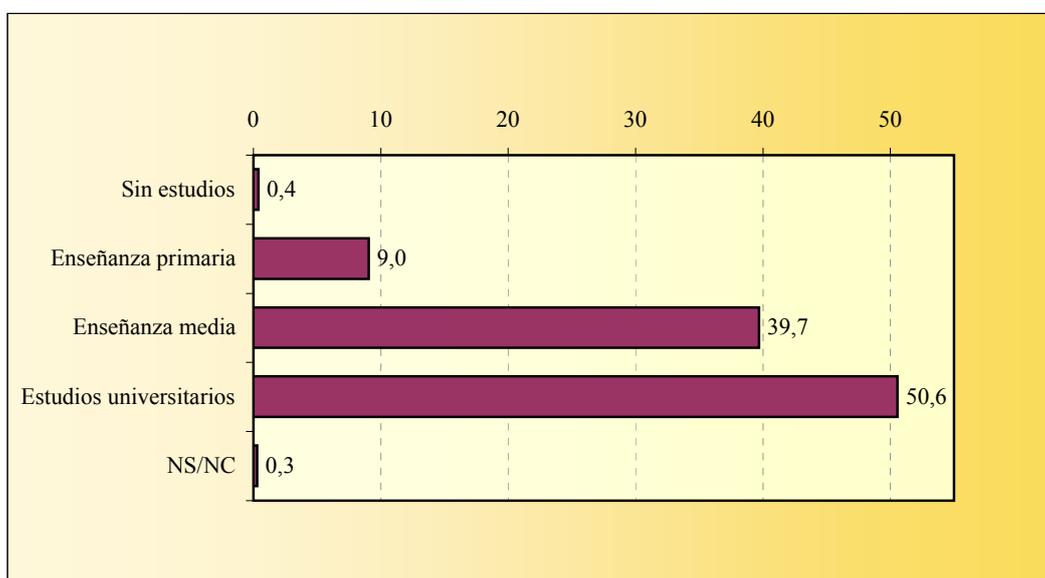
<i>P. Ocupación principal</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Trabaja (por cuenta propia)	4.228	11,7
Trabaja (por cuenta ajena)	22.078	61,3
Estudiante	4.961	13,8
Labores de casa	639	1,8
No trabaja (retirado, parado, etc.)	4.025	11,2
NS/NC	69	0,2



## CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

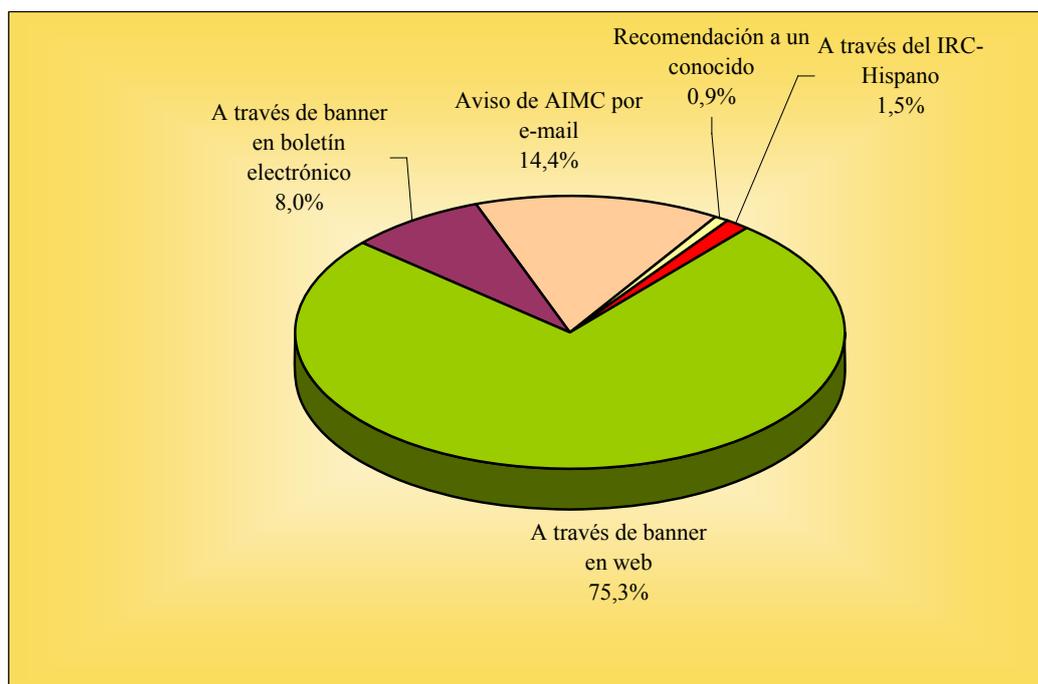
### Estudios

<i>P. Nivel de estudios finalizados</i>		
	Absolutos	%
BASE	36.000	100,0
Sin estudios	145	0,4
Enseñanza primaria (EGB / ESO)	3.256	9,0
Enseñanza media (BUP / Bachillerato / FP)	14.289	39,7
Estudios universitarios	18.202	50,6
NS/NC	108	0,3



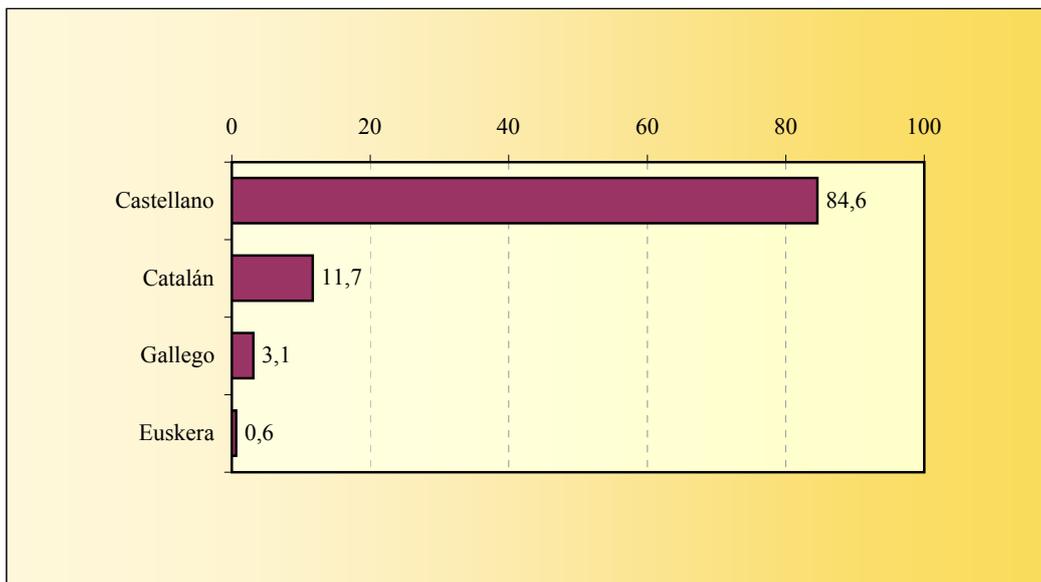
### ACCESO A LA ENCUESTA

<i>Acceso a la encuesta</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
A través de banner en web	27.122	75,3
A través de banner en boletín electrónico	2.872	8,0
Aviso de AIMC por e-mail	5.171	14,4
Recomendación a un conocido	309	0,9
A través del IRC-Hispano	526	1,5



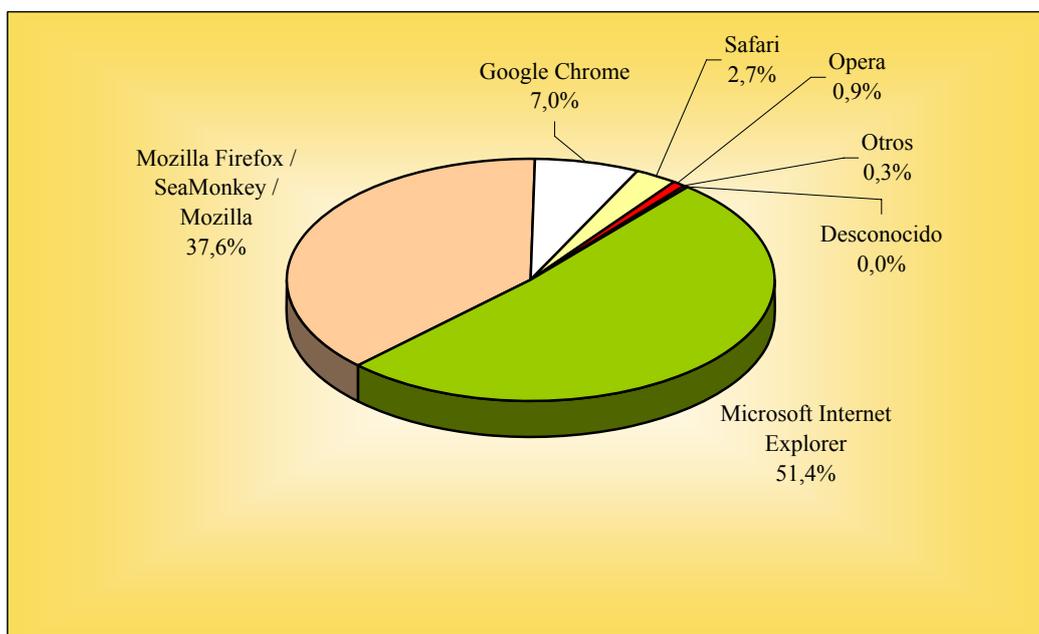
**IDIOMA DEL CUESTIONARIO**

<i>Idioma</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Castellano	30.438	84,6
Catalán	4.212	11,7
Gallego	1.124	3,1
Euskera	226	0,6



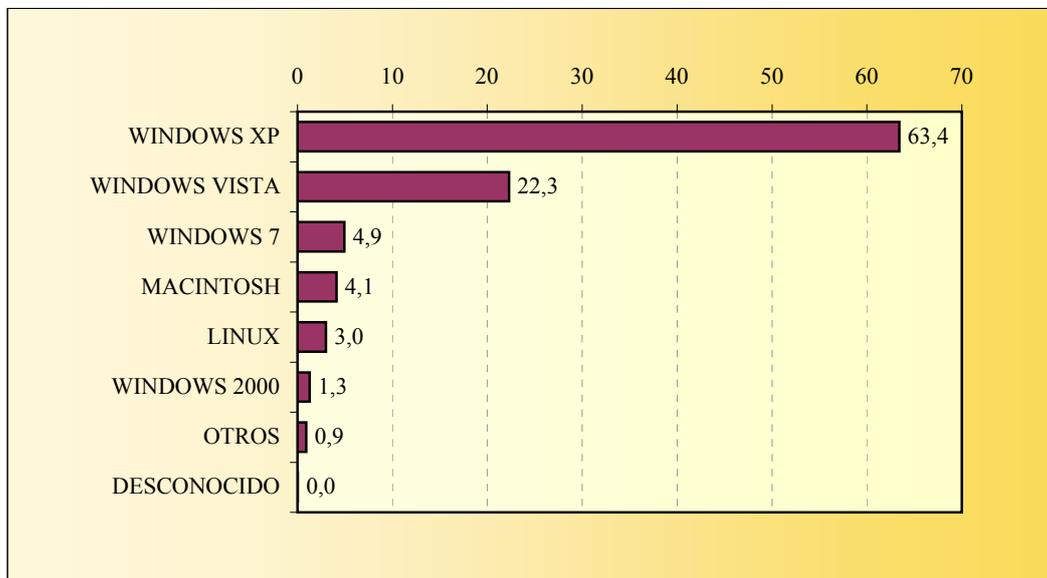
### NAVEGADOR

<i>Navegador utilizado para contestar la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
Microsoft Internet Explorer	18.508	51,4
- anterior a 6.0	8	0,0
- 6.0	3.382	9,4
- 7.0	5.745	16,0
- 8.0	9.373	26,0
Mozilla Firefox / SeaMonkey / Mozilla	13.553	37,6
- Mozilla	8	0,0
- SeaMonkey	21	0,1
- Firefox anterior a 3.0	390	1,1
- Firefox 3.0	3.927	10,9
- Firefox 3.5	9.180	25,5
- Firefox 3.6 (versión beta)	27	0,1
Google Chrome	2.537	7,0
Safari	962	2,7
Opera	313	0,9
Otros	116	0,3
Desconocido	11	0,0



### SISTEMA OPERATIVO

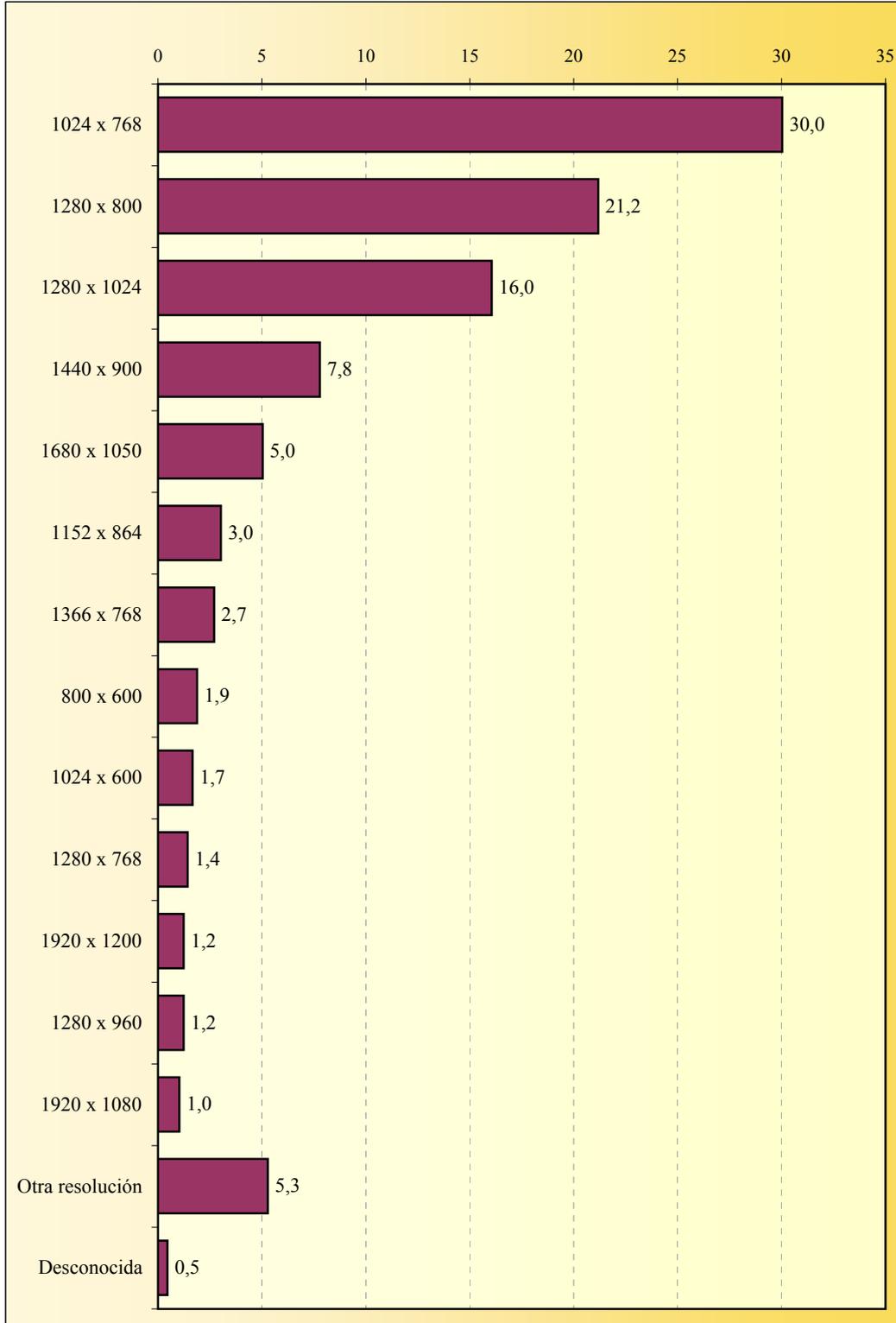
<i>Sistema operativo con el que se ha realizado la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
WINDOWS XP	22.828	63,4
WINDOWS VISTA	8.028	22,3
WINDOWS 7	1.775	4,9
MACINTOSH	1.485	4,1
LINUX	1.081	3,0
WINDOWS 2000	459	1,3
OTROS	336	0,9
DESCONOCIDO	8	0,0



**RESOLUCIÓN DE PANTALLA**

<i>Resolución de la pantalla en la que se ha realizado la encuesta.</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	36.000	100,0
1024 x 768	10.812	30,0
1280 x 800	7.624	21,2
1280 x 1024	5.777	16,0
1440 x 900	2.805	7,8
1680 x 1050	1.813	5,0
1152 x 864	1.088	3,0
1366 x 768	970	2,7
800 x 600	676	1,9
1024 x 600	597	1,7
1280 x 768	516	1,4
1920 x 1200	446	1,2
1280 x 960	442	1,2
1920 x 1080	367	1,0
Otra resolución	1.902	5,3
Desconocida	165	0,5

### RESOLUCIÓN DE PANTALLA



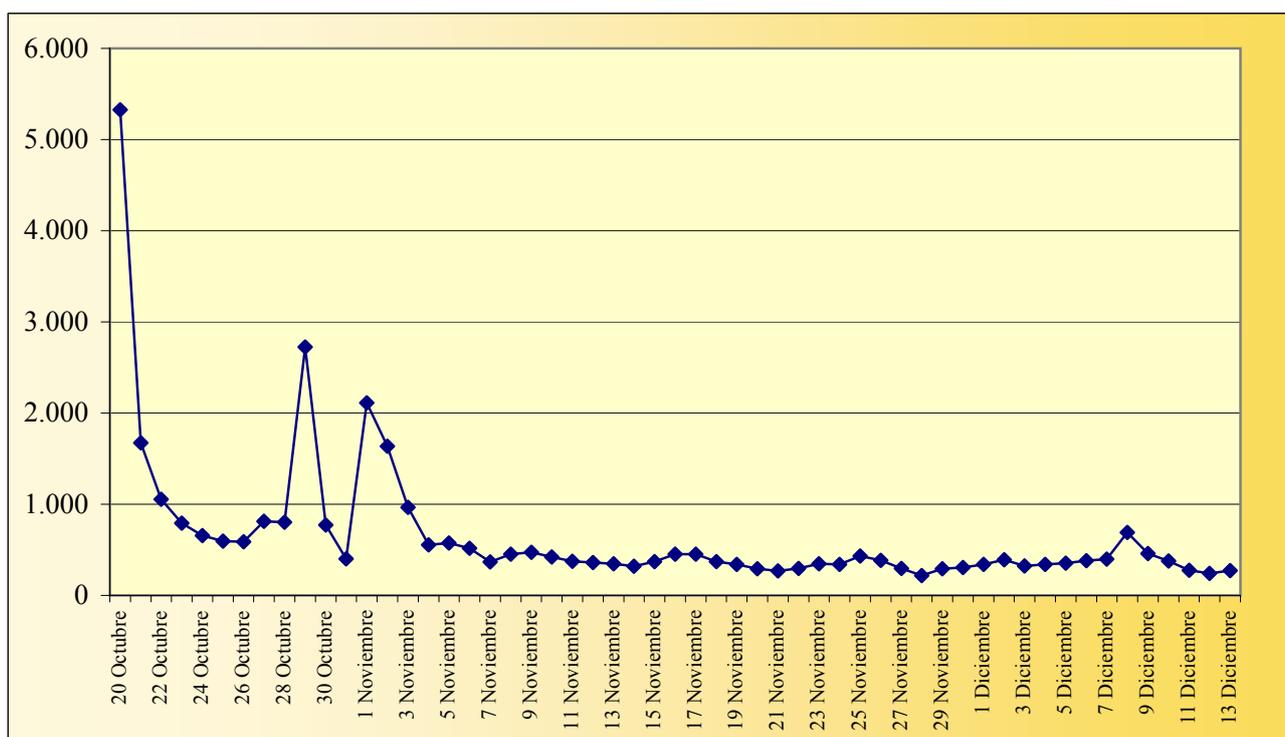
### ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

**36.000 entrevistas**

DIA	Entrevistas	%
20 Octubre	5.327	14,8
21 Octubre	1.675	4,7
22 Octubre	1.055	2,9
23 Octubre	794	2,2
24 Octubre	658	1,8
25 Octubre	594	1,7
26 Octubre	589	1,6
27 Octubre	814	2,3
28 Octubre	802	2,2
29 Octubre	2.724	7,6
30 Octubre	773	2,1
31 Octubre	401	1,1
1 Noviembre	2.112	5,9
2 Noviembre	1.637	4,5
3 Noviembre	967	2,7
4 Noviembre	555	1,5
5 Noviembre	575	1,6
6 Noviembre	518	1,4
7 Noviembre	368	1,0

DIA	Entrevistas	%
8 Noviembre	452	1,3
9 Noviembre	473	1,3
10 Noviembre	421	1,2
11 Noviembre	375	1,0
12 Noviembre	361	1,0
13 Noviembre	347	1,0
14 Noviembre	321	0,9
15 Noviembre	372	1,0
16 Noviembre	453	1,3
17 Noviembre	453	1,3
18 Noviembre	372	1,0
19 Noviembre	341	0,9
20 Noviembre	294	0,8
21 Noviembre	268	0,7
22 Noviembre	296	0,8
23 Noviembre	347	1,0
24 Noviembre	341	0,9
25 Noviembre	433	1,2
26 Noviembre	385	1,1

DIA	Entrevistas	%
27 Noviembre	295	0,8
28 Noviembre	216	0,6
29 Noviembre	293	0,8
30 Noviembre	306	0,9
1 Diciembre	339	0,9
2 Diciembre	392	1,1
3 Diciembre	323	0,9
4 Diciembre	340	0,9
5 Diciembre	354	1,0
6 Diciembre	381	1,1
7 Diciembre	399	1,1
8 Diciembre	690	1,9
9 Diciembre	460	1,3
10 Diciembre	378	1,1
11 Diciembre	276	0,8
12 Diciembre	242	0,7
13 Diciembre	273	0,8



**ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA**

**TOTAL: 36.000 entrevistas**

INTERVALO	Entrevistas	%
6:00-7:00 h.	170	0,5
7:00-8:00 h.	337	0,9
8:00-9:00 h.	1.069	3,0
9:00-10:00 h.	2.136	5,9
10:00-11:00 h.	2.468	6,9
11:00-12:00 h.	2.618	7,3
12:00-13:00 h.	2.636	7,3
13:00-14:00 h.	2.639	7,3
14:00-15:00 h.	2.057	5,7
15:00-16:00 h.	1.827	5,1
16:00-17:00 h.	1.991	5,5
17:00-18:00 h.	1.863	5,2

INTERVALO	Entrevistas	%
18:00-19:00 h.	1.997	5,5
19:00-20:00 h.	1.953	5,4
20:00-21:00 h.	1.972	5,5
21:00-22:00 h.	1.795	5,0
22:00-23:00 h.	1.694	4,7
23:00-00:00 h.	1.526	4,2
00:00-1:00 h.	1.254	3,5
1:00-2:00 h.	817	2,3
2:00-3:00 h.	530	1,5
3:00-4:00 h.	315	0,9
4:00-5:00 h.	178	0,5
5:00-6:00 h.	158	0,4

