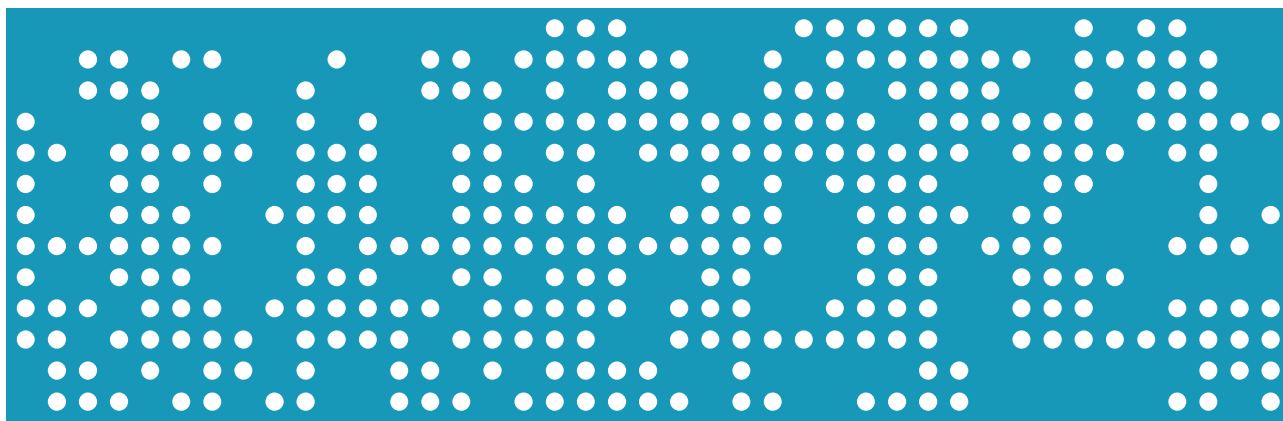




MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es
observatorio

Estudio sobre Actividades realizadas en Internet 2007



Enero 2008

Índice

1. PUNTOS CLAVE	3
2. INTRODUCCIÓN	6
3. ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO DEL USO DE INTERNET Y SU EVOLUCIÓN EN EL TIEMPO	7
3.1. Uso de Internet	7
3.2. Comparación de uso de Internet respecto a un año antes	12
3.3. Inicio en el uso de Internet	14
3.4. Antigüedad en el Uso de Internet	16
3.5. Valoración del uso de Internet	18
3.6. Acceso a Internet	20
3.7. Actividades realizadas en Internet	22
3.8. Evolución de la conexión a Internet desde el hogar	30
4. EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET: ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE GRUPOS	31
4.1. Descripción de los grupos	31
4.2. Actividades realizadas según segmento de usuarios	34
5. LISTA DE GRÁFICOS	45
6. FICHA TÉCNICA	46

1. PUNTOS CLAVE

Más de la mitad de los españoles de 10 y más años, concretamente el 53,7%, ha utilizado Internet en el primer trimestre de 2007. En tres años la proporción de individuos que han utilizado Internet en alguna ocasión se ha incrementado significativamente, sumando casi once puntos porcentuales respecto al 42,9% del primer trimestre de 2004.

Análisis sociodemográfico de los usuarios de Internet

- Conforme ha aumentado el número de usuarios de Internet en los últimos tres años, se ha modificado el perfil sociodemográfico de este colectivo. Una mayor incorporación de mujeres al uso de Internet favorece que se alcance el equilibrio entre géneros, lo que permite que se reduzca la brecha digital entre hombres y mujeres, aproximándose estas últimas, en porcentaje, al acceso registrado entre los hombres.
- Los mayores de 50 años todavía muestran un uso menor entre los usuarios de Internet. Sin embargo, las nuevas generaciones están próximas a un pleno uso de la Red ya que el 87,3% de los jóvenes de 15 a 24 años son usuarios.
- La edad es la variable clave para entender las diferencias de acceso a la Red de los diversos grupos, así la afinidad de los estudiantes y ocupados a Internet se justifica más por el grupo de edad al que pertenecen, que por el tipo de actividad que les ocupa. No obstante, las variables nivel de estudios, ocupación y estatus socioeconómico tienen también una repercusión propia y relevante en sí misma.
- Las barreras que se reconocen al uso de Internet son: no disponer de ordenador, no encontrar utilidad a la Red (no necesitar Internet) o falta de interés por la misma, y no saber informática o desconocimiento del manejo de ordenadores y/o de Internet. Razones de tipo económico apenas son mencionadas y tienen un peso menor entre los frenos al uso de la Red.
- No sólo aumenta el número de usuarios de Internet, sino que además el uso se intensifica. Hay mayor número de usuarios y el uso de la Red se ha incrementado entre el primer trimestre de 2004 y de 2007:
 - Los nuevos usuarios duplican a los que han dejado de usar Internet en el periodo que va desde el primer trimestre de 2004 al primer trimestre de 2007 (11,8% y 6,4% respectivamente).
 - Cuatro de cada diez internautas (39%) declara utilizar más Internet en 2007 que en 2004, y apenas un 6,9% considera que en la actualidad lo está utilizando menos.

- Las mujeres son el colectivo que más incrementa su uso, por lo que ambos sexos tienden a igualarse en usos y hábitos de Internet.
- La consolidación de Internet se afianza con la experiencia en el medio de los ciudadanos. En la actualidad seis de cada diez usuarios (61,5%) cuenta con más de tres años de experiencia, sumando algo más de 20 puntos respecto a 2004 (41,3%). De media, en el primer trimestre de 2007 se acumulan 41 meses de experiencia, cuando el tiempo medio de experiencia en 2004 era de 32 meses.
- Los usuarios de Internet se han iniciado en el medio, en una amplia proporción, por iniciativa propia (33,2%). En el caso de las mujeres es más habitual contar con ayuda de otros miembros de la unidad familiar (31,3%). También es el caso de otros colectivos más alejados de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, como desempleados (36,4%) o amas de casa sin actividad laboral (42,1%), y de los más jóvenes, que cuentan en una amplia proporción con el apoyo de familiares o amigos (34,7%).

Expectativas y facilidad de uso, lugar y dispositivo de acceso a Internet:

- Nueve de cada diez usuarios declara que Internet es sencillo en su utilización.
- Ocho de cada diez reconocen que el medio ha cubierto o incluso superado sus expectativas.
- Principalmente se accede desde el hogar (66,7%), aunque también es importante el porcentaje de acceso desde el trabajo (40,0%), lo que supone una extensión del uso de la Red en empresas u otros entornos laborales y la aceptación de Internet como herramienta de comunicación entre los empleados o colaboradores de las mismas.
- El ordenador de sobremesa es el dispositivo de conexión mas habitual a la hora de acceder a Internet, la proporción es de cinco a uno frente al ordenador portátil (89,6% vs. 17,7%). Si bien la incorporación a los hogares de este último dispositivo de movilidad digital se ha multiplicado por dos entre los periodos estudiados (2004-2007).

Usos de Internet

- En líneas generales, Internet se utiliza principalmente como medio de información y comunicación:
 - La gran mayoría de los usuarios utiliza buscadores genéricos, concretamente un 78,8%, y un 67,2% realiza búsquedas o consulta de noticias.
 - Tres de cada cuatro internautas (75,3%) utiliza correo electrónico y más de la mitad (55,7%) utiliza mensajería instantánea.
- Las descargas de ficheros y los accesos a las Administraciones Públicas (tanto General y Autonómica como Local) se han extendido, y aunque todavía no son actividades mayoritarias ya se encuentran por encima del 35%.
- Desde la perspectiva de los tipos de usuario, en función de la frecuencia de acceso y evolución de la misma, se observa que las actividades funcionales tales como visitas a portales de la Administración Pública en cualquiera de sus instancias, General, Autonómica y Local, las consultas de noticias, buscadores, consulta de cuentas bancarias, correo electrónico, búsqueda de información sobre salud y operaciones bancarias y financieras, son básicas para los usuarios estables, y de interés creciente entre el segmento de progresivos y de iniciados. El comportamiento con las descargas es similar, si bien éstas tienen un nivel de utilización menor.
- Los actividades relacionadas con la comunicación tales como mensajería instantánea, foros, chat, juegos en Red o la formación online, tienen una evolución creciente y son más específicas de los segmentos de internautas progresivos y de incorporados. Estas actividades son igualmente interesantes para otros segmentos, sin embargo se observa que, probablemente relacionado con una media de edad menor en los segmentos señalados, estas actividades son más afines a su perfil.

2. INTRODUCCIÓN

Este estudio se enmarca en la serie de investigaciones que viene llevando a cabo el Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de Red.es sobre "LAS TIC EN LOS HOGARES ESPAÑOLES" realizadas sobre la base del *Estudio de demanda de servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información ofertados al segmento residencial en España*. Gracias a la existencia de una muestra panel estable es posible realizar un seguimiento a lo largo del tiempo de la evolución del equipamiento, uso, actitudes y gasto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los hogares españoles.

No todos los ciudadanos utilizan Internet con la misma frecuencia ni con la misma intensidad, y por supuesto tampoco realizan las mismas actividades. En algunos casos, la Red se ha integrado en la vida cotidiana de los españoles mientras que en otros aún se mantienen niveles de uso más básicos y limitados. Otros individuos evolucionan en sus actividades según evoluciona su frecuencia de uso.

Centrándonos en el uso de Internet y utilizando los datos del panel de hogares, algunos de los objetivos del estudio son: conocer la evolución de los usos de Internet en España y la elaboración de un mapa de las actividades que realizan los internautas en España.

Es especialmente interesante analizar la evolución en los usos de los distintos servicios al cambiar la frecuencia de uso de Internet, para cada uno de los grupos presentados en los informes "Uso y perfil de usuarios de Internet en España" (Octubre 2005 y Mayo 2006).

El informe comienza con un análisis sociodemográfico de la evolución del uso de Internet analizando otras variables como la iniciación en el uso de la Red, la antigüedad de los usuarios, el lugar de acceso y la valoración que se hace de Internet (dificultad, expectativas...).

Posteriormente, se caracterizan las actividades realizadas en la Red, según la segmentación de individuos presentada en el estudio anteriormente mencionado, "Uso y perfil de usuarios de Internet en España" aunque realizada de nuevo para este estudio en el intervalo temporal "Primer Trimestre 2004 - Primer Trimestre 2007".

Por último, se desglosan las actividades en función del lugar de acceso a Internet. El estudio finaliza con un mapa de actividades según el ciclo de uso en el que se encuentra el internauta.

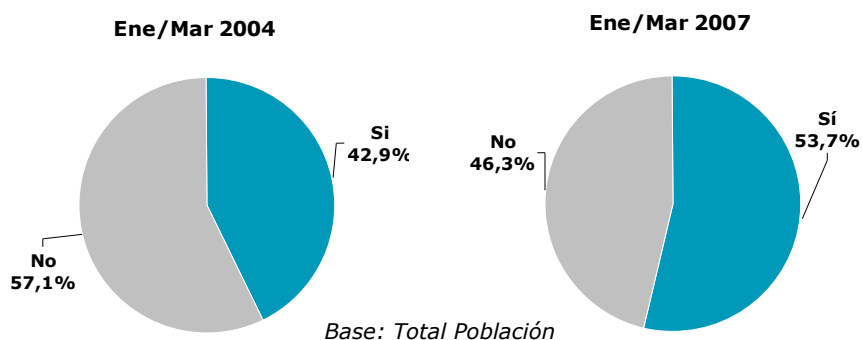
Es importante tener en cuenta que para este estudio de los segmentos de internautas, se ha utilizado lo que se conoce como "Panel Constante", esto es, el grupo de individuos internautas que, siéndolo en el primer periodo de análisis, continúa siendo panelista en el último. El total de individuos que forman este Panel Constante ha sido de: 3.002 internautas. Este hecho explica las diferencias entre los datos recogidos en el presente informe y los procedentes del estudio "Panel Hogares oleada XV" correspondiente al primer trimestre del año 2007.

3. ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO DEL USO DE INTERNET Y SU EVOLUCIÓN EN EL TIEMPO

3.1. Uso de Internet

El porcentaje de españoles que han accedido a Internet sigue en aumento, llegando durante el primer trimestre de 2007 al 53,7% de la población de 10 y más años de edad. Este dato es once puntos porcentuales superior al que resultaba en el mismo periodo de 2004.

Gráfico 1. Individuos que han utilizado Internet

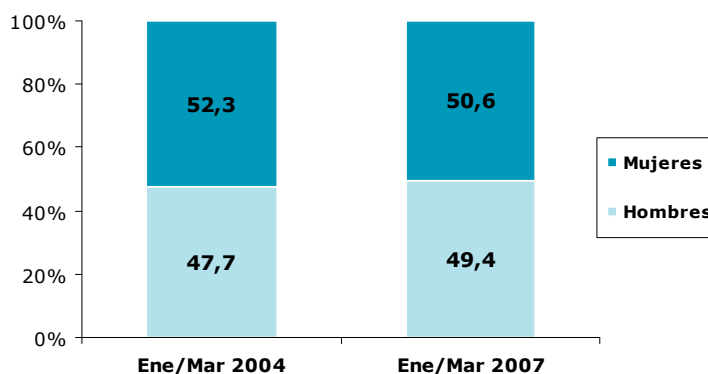


Análisis sociodemográfico de los internautas

Sexo

Si se compara la distribución de los usuarios de Internet entre el primer trimestre de 2004 y el mismo periodo de 2007 se observa una tendencia a la paridad en el acceso según género pasando, en el caso de las mujeres, de un 47,7% a un 49,4%.

Gráfico 2. Distribución de los usuarios de Internet según género

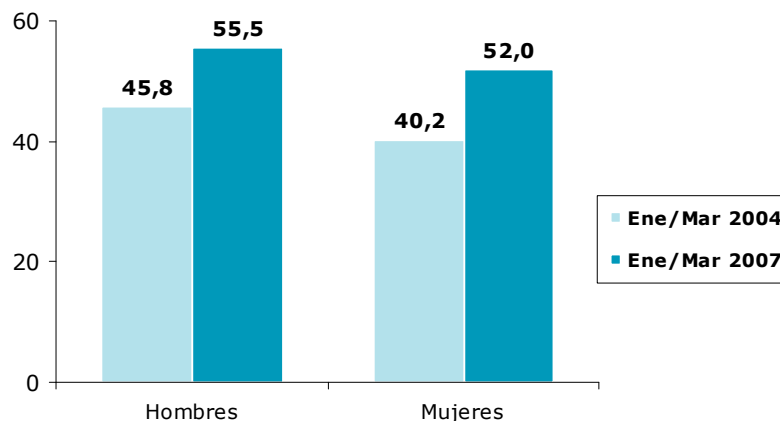


Base: Usuarios de Internet

Desde la perspectiva de la penetración de acceso a Internet, se recoge que dicho acceso a la Red se ha incrementado significativamente durante el periodo estudiado tanto entre

hombres como entre mujeres, aunque con mayor intensidad entre mujeres, lo que posibilita que se reduzca la brecha digital entre géneros.

Gráfico 3. Penetración de Internet según género (%)

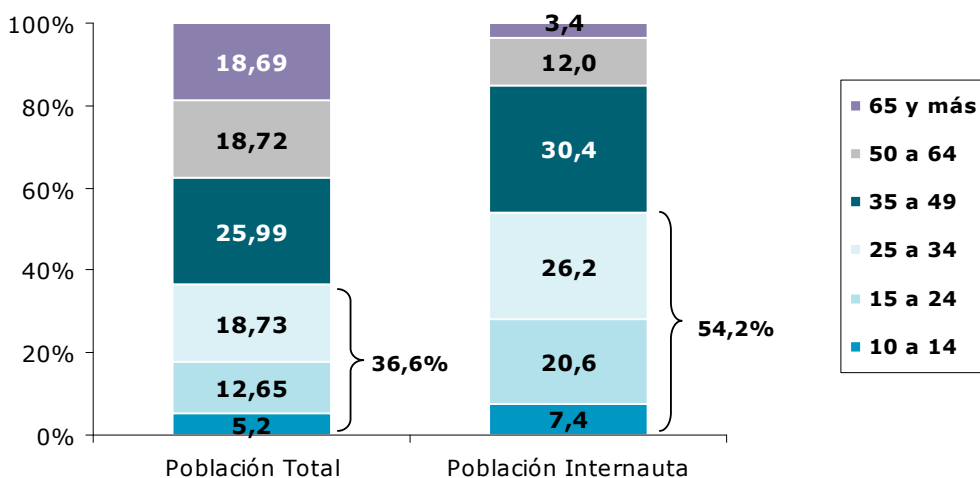


Base: Total población

Edad

La variable clave para entender las diferencias en el uso de Internet es la edad. La población internauta es más joven que la población total, como puede apreciarse en el hecho de que más de la mitad de los usuarios de la Red (54,2%) tienen menos de 35 años, mientras que este segmento de edad representa únicamente algo más de un tercio de la población total (36,6%).

Gráfico 4. Representación de los internautas según segmento de edad

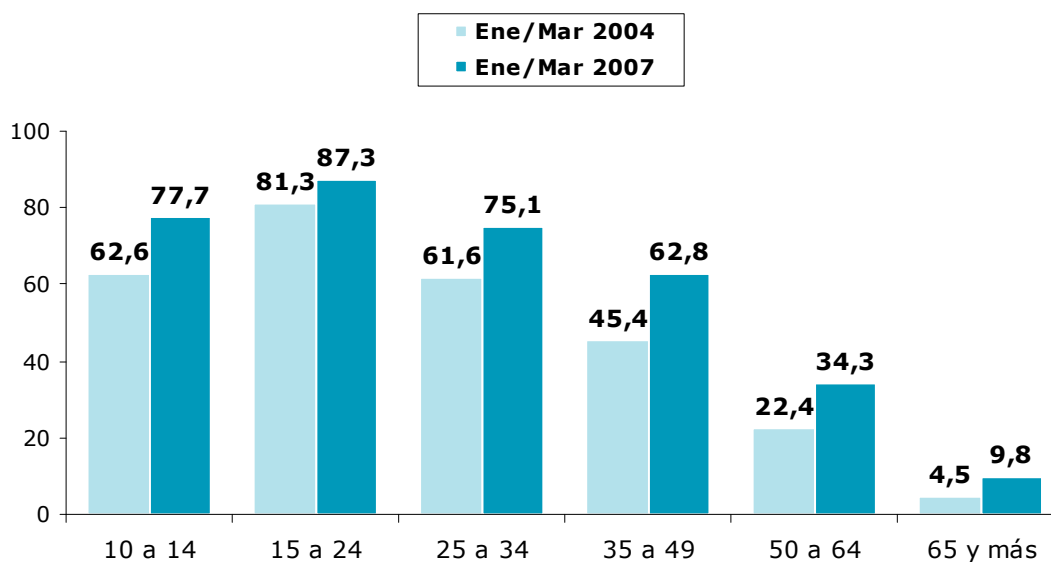


Base: Usuarios de Internet

Sin embargo, teniendo en cuenta la evolución que experimenta cada uno de los colectivos, lo más destacable es la incorporación al uso de la Red que se está produciendo entre los grupos de mayor edad.

No obstante, éste es el colectivo más alejado de las Tecnologías de la Información, especialmente el de 65 y más años, y pese a su crecimiento (han duplicado penetración de uso en tres años), el número de internautas en este tramo de edad alcanza a uno de cada diez individuos. Por contra, prácticamente nueve de cada diez entrevistados de 15 a 24 años es internauta.

Gráfico 5. Penetración de uso de Internet según segmento de edad (%)

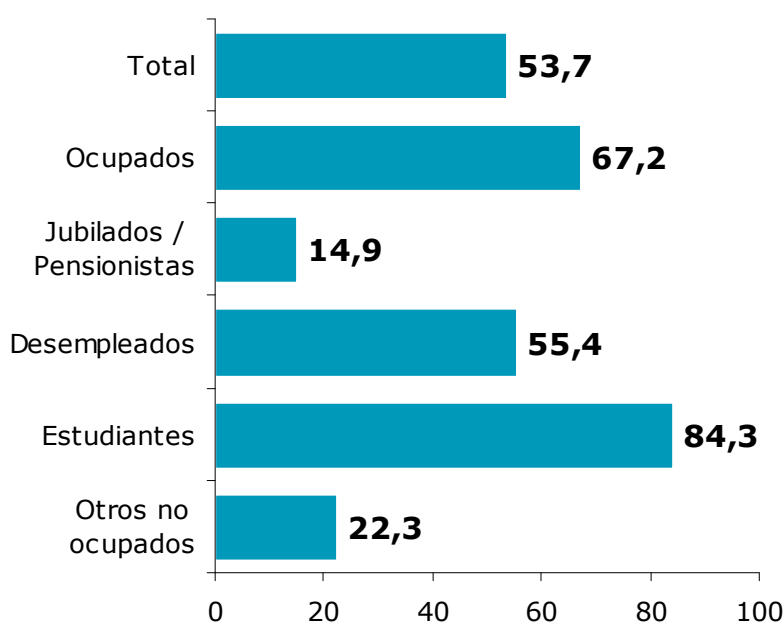


Base: Total población

Ocupación

La relación de los individuos con el mundo laboral establece diferencias a la hora de utilizar la Red. Así, aunque todos los grupos analizados presentan incrementos en el indicador de penetración, es entre los estudiantes entre quienes más se integra Internet, superando el 84%. El grupo de ocupados, cuyos componentes son usuarios en un 67,2%, se situará en segundo lugar, seguido por los individuos desempleados con un 55,4% de usuarios. Por último, señalar que los jubilados, aunque son el segmento con una menor penetración, presentan una evolución creciente alcanzando ya el 15% de ellos.

Gráfico 6. Penetración de uso de Internet según ocupación. Enero – Marzo 2007 (%)



Base: Total población en cada segmento

Las diferencias no vienen marcadas tanto por la ocupación laboral de los individuos como por su edad.

Como se ha indicado anteriormente las variaciones de penetración oscilan desde la prácticamente plena incorporación en el caso de los estudiantes (jóvenes), hasta el 15% de los jubilados o pensionistas (personas mayores).

Barreras al uso de Internet

Para la mitad de los no usuarios (50,6%), no disponer de ordenador en el hogar es la razón más aducida para no usar Internet. Cuatro de cada 10 individuos que no usan Internet (39,3%), declaran que no lo necesitan, y un 26,4% que no les interesa. Pero los mayores incrementos entre 2004 y 2007 se producen en las menciones a los frenos relacionados con el desconocimiento, tanto del uso del ordenador, con un 37,5%, como de Internet, con un 30,5%, que apuntan a carencias de formación y alfabetización digitales.

Gráfico 7. Razones de no uso de Internet (%)



Base: No usuarios de Internet

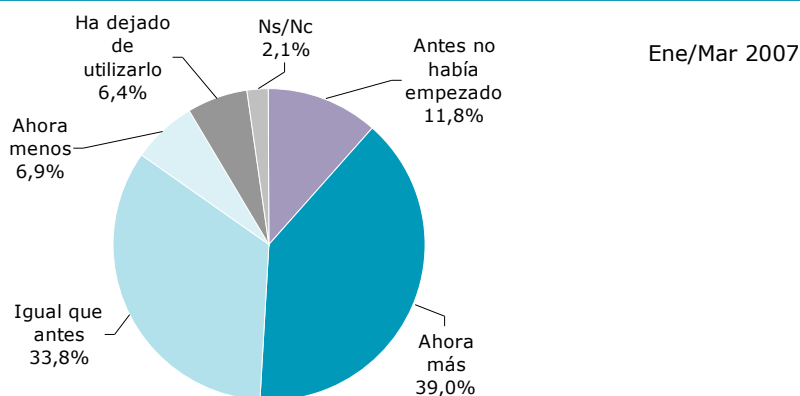
Si tenemos en cuenta el perfil de edad y de ocupación de los no usuarios de Internet, se puede ver cómo éstos se concentran en los segmentos de mayor edad (62,9% mayores de 50 años) y en los colectivos no activos laboralmente, en concreto, jubilados / pensionistas, que suponen uno de cada cuatro no usuarios, así como las amas de casa, que concentran al 28,1% de los no usuarios.

Es precisamente el perfil sociodemográfico de los no usuarios lo que justifica una parte de las razones esgrimidas en el uso de Internet, sobre todo, las que tienen que ver con "falta de información/formación" o "ausencia de necesidad".

3.2. Comparación de uso de Internet respecto a un año antes

Si se toma como referencia el uso que se hacía de Internet doce meses antes del estudio, se observa que cuatro de cada diez entrevistados (39%) declara utilizar la Red con mayor intensidad en la actualidad. Un tercio de los usuarios (33,8%) reconoce no haber experimentado cambios en su uso. Todo ello pone de manifiesto la consolidación de Internet en el desarrollo de la Sociedad de la Información, afianzándose en prácticamente todos los segmentos analizados.

Gráfico 8. Comparación de uso actual de Internet respecto a un año antes

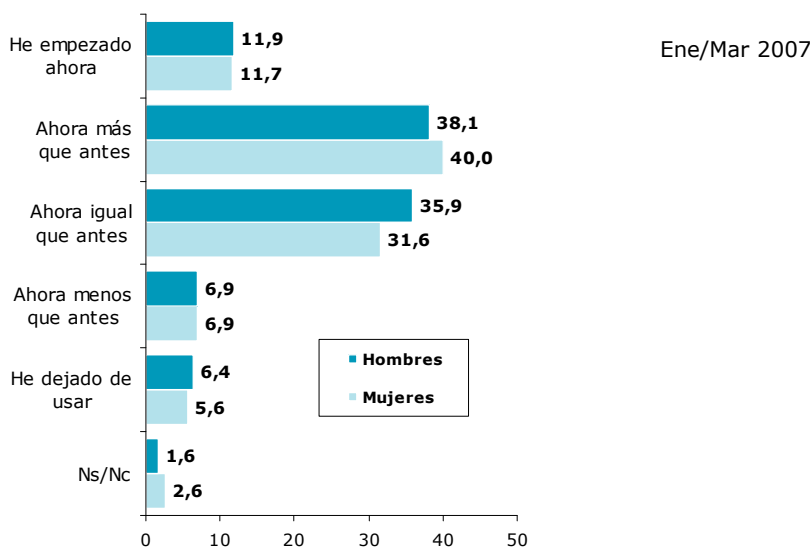


Base: Usuarios de Internet

Género

Se intensifica el uso de la Red tanto entre hombres como entre mujeres, y en mayor grado entre estas últimas, lo que permite reducir las diferencias de género en el uso de Internet. La incorporación a Internet de nuevos usuarios durante los últimos doce meses ronda el 11% de los internautas y no presenta diferencias según género.

Gráfico 9. Comparación de uso actual de Internet respecto a un año antes, según sexo (%)

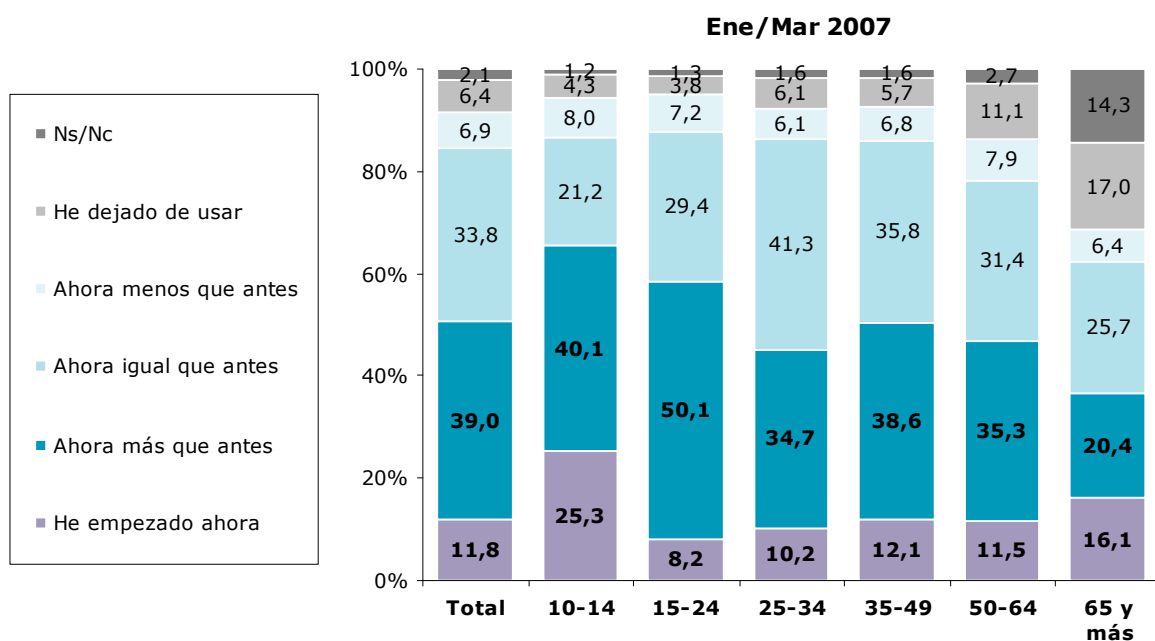


Base: Usuarios de Internet

Edad

Los mayores porcentajes de incorporación a Internet durante los últimos doce meses se dan en los dos segmentos más extremos de los grupos de edad. Así observamos cómo 25 de cada 100 usuarios cuya edad está entre 10 y 14 años, se han incorporado en el último año, y en el otro extremo, el 16,1% de los mayores de 65 años declara que accedieron por primera vez en el mismo periodo.

Gráfico 10. Comparación de uso actual de Internet respecto a un año antes, según edad



Base: Usuarios de Internet

En términos de edad, cuando un individuo se incorpora a Internet, va realizando un uso creciente del servicio, hasta que su edad laboral termina. Este uso creciente comienza siendo muy elevado entre los segmentos más jóvenes, concretamente el 40,1% entre los individuos de 10 a 14 años y el 50,1% entre el colectivo de personas de 15 a 24 años.

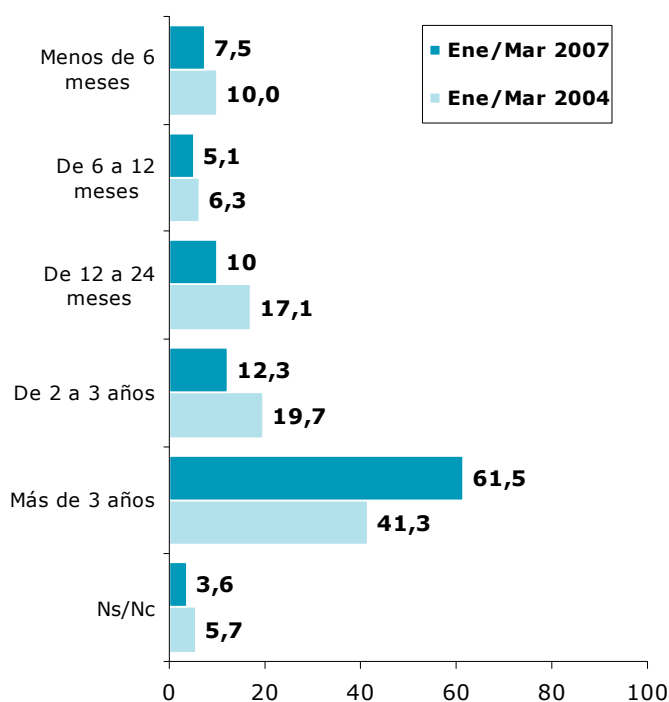
En la actualidad el grupo de mayor edad no ha consolidado aún su uso en la Red. Dos de cada diez personas mayores de 65 años declaran que utilizan Internet más que hace un año, aunque prácticamente las mismas lo dejan de usar en el mismo periodo de tiempo.

3.3. Inicio en el uso de Internet

La consolidación en el uso de la Red se traduce en un aumento de la experiencia, que sigue teniendo un sentido creciente.

Mientras que en el primer trimestre del año 2004, los usuarios de Internet con más de 3 años de experiencia representaban el 41,3%, en el mismo periodo de 2007 se concentra en ese nivel el 61,5% del colectivo. Asimismo, los usuarios que llevan utilizando Internet por un tiempo inferior a un año han pasado de ser el 16,3% al 12,6% entre los dos periodos estudiados.

Gráfico 11. Inicio en el Uso de Internet (%)



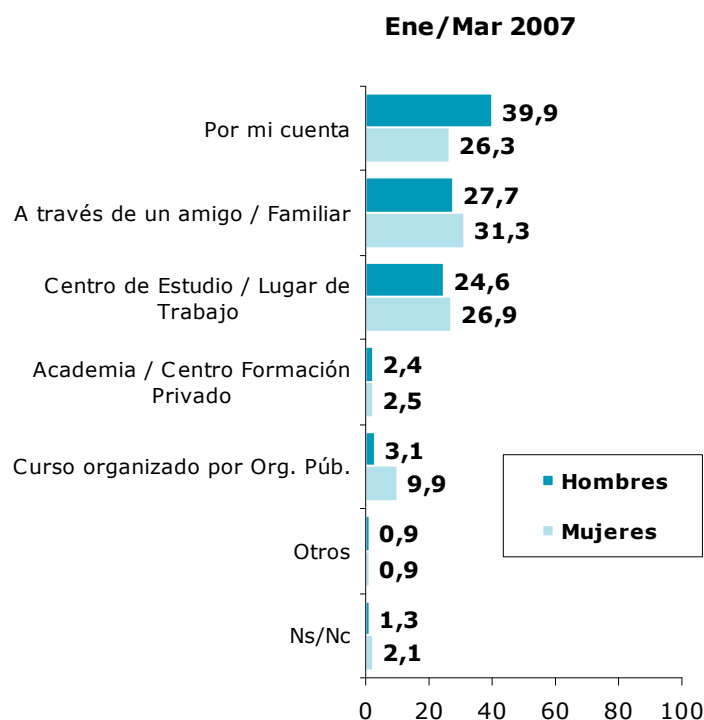
Base: Usuarios de Internet

Aunque en líneas generales predomina la aproximación al medio por iniciativa propia (33,2%), si se analiza este acercamiento en función de algunas variables sociodemográficas se encuentran diferencias importantes.

El género es una de las variables que presenta diferencias en cuanto a la iniciación en el uso. Así, los hombres se muestran más autodidactas, aprendiendo "por su cuenta" cuatro de cada diez de ellos.

Por su parte, entre las mujeres predominan otras vías. Son un 26,3% las que se inician por su cuenta, mientras que la colaboración de otros juega un papel más importante: ayudadas por familiares (31,3%), en el trabajo o centro de estudios (26,9%) y una de cada diez (9,9%) a través de algún curso impartido u organizado por la Administración.

Gráfico 12. Cómo se inició en el Uso de Internet (%)



Base: Usuarios de Internet

Otra variable que presenta diferencias notables en cuanto al inicio de uso de Internet es la ocupación. Mientras que los trabajadores a jornada completa (39,1%), o los individuos en búsqueda de su primer empleo (56%) son los segmentos que han aprendido en mayor medida a utilizar Internet por sus propios medios, otros segmentos como los trabajadores a tiempo parcial (37,3%), desempleados (36,5%), estudiantes (34,7%) y sobre todo amas de casa sin actividad laboral (42,1%), han aprendido el manejo de Internet a través de amigos o familiares.

Las amas de casa, son a su vez en un 25,2%, junto con los desempleados (14,3%) y los jubilados (17,4%) quienes además asisten en mayor proporción a los cursos ofrecidos por organismos públicos.

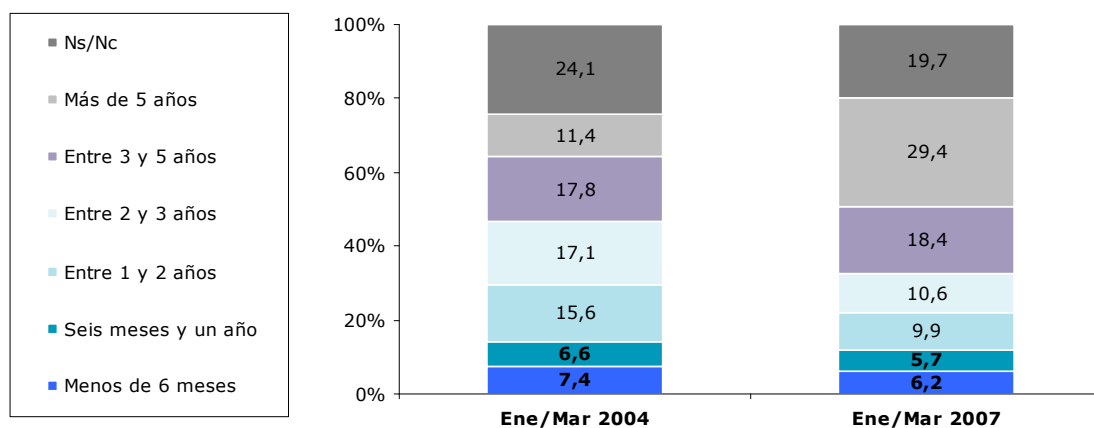
Desde esta perspectiva, se recoge un perfil de varones, jóvenes, y trabajadores a jornada completa o en búsqueda de primer empleo, para quienes se aproximan a la Red por sus propios medios. Por su parte, quienes cuentan con la colaboración de otros agentes para comenzar a utilizar Internet se caracterizan socio-demográficamente como mujeres, personas mayores y personas con situaciones más tangenciales al mercado laboral, como trabajadores a tiempo parcial o desempleados por ejemplo.

3.4. Antigüedad en el Uso de Internet

Durante el primer trimestre del 2007 cinco de cada diez usuarios de Internet posee una experiencia superior a tres años en el uso de la Red. Tres años atrás solo acumulaba esa experiencia tres de cada cuatro Internautas.

Si se calcula una media ponderada, se puede ver que se ha pasado de una antigüedad de 32 meses entre enero y marzo de 2004, a 42 meses de experiencia durante el mismo periodo de 2007.

Gráfico 13. Antigüedad en el Uso de Internet

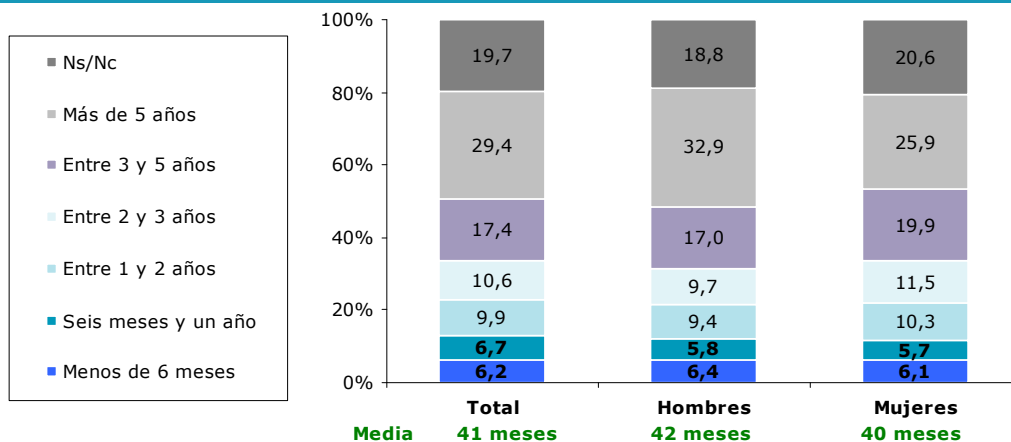


Base: Usuarios de Internet

Género

A pesar de que se va igualando el uso de Internet según géneros todavía quedan señales de las diferencias existentes entre hombres y mujeres. El 49,9% de los hombres tiene una experiencia superior a los tres años, frente al 45,8% de las mujeres.

Gráfico 14. Antigüedad en el Uso de Internet según género



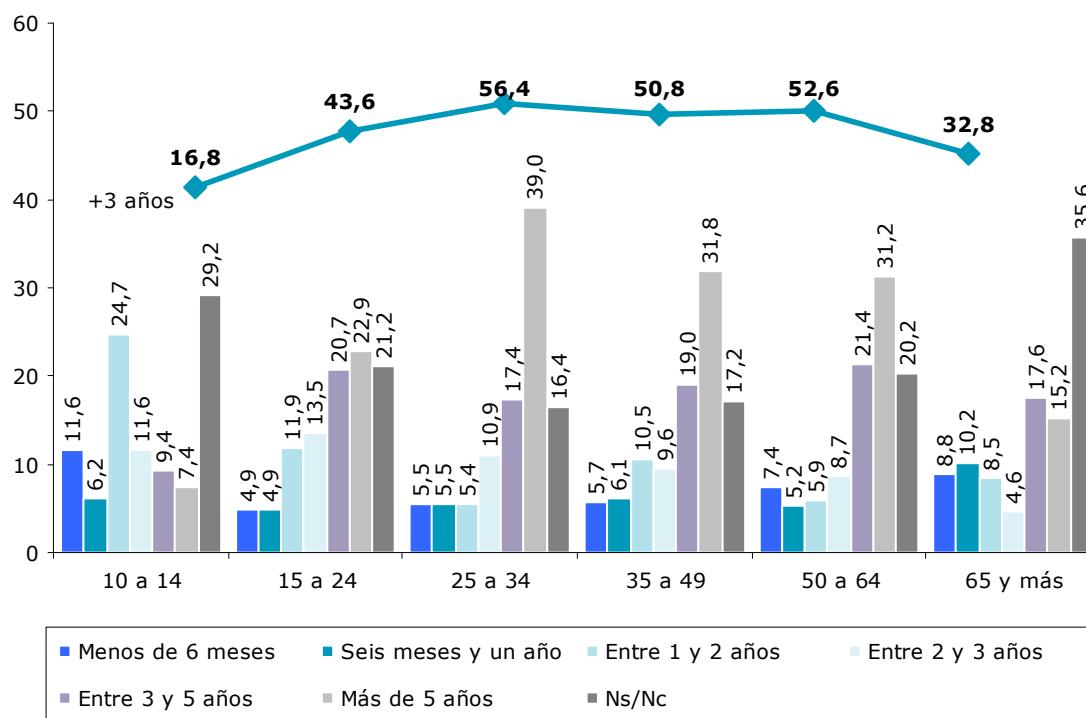
Base: Usuarios de Internet

La media ponderada indica únicamente dos meses de diferencia en la antigüedad de uso de Internet entre hombres y mujeres, la misma que había en 2004.

Edad

Analizando la variable edad, se observa como el segmento más experto en la utilización de la Red es el que comprende los individuos de edades entre 25 y 34 años, puesto que el 56,4% declara usar Internet hace más de tres años. Por el contrario, los individuos menores de 14 años son a su vez los de menor experiencia en el uso con un 16,8% que accede al medio desde hace más de tres años.

Gráfico 15. Antigüedad en el Uso de Internet según edad (%)



Base: Usuarios de Internet

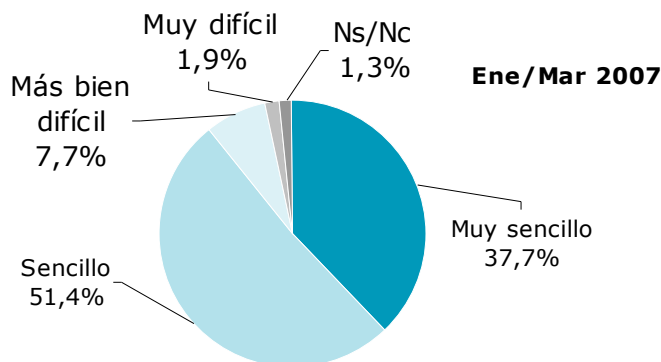
Las actuales políticas educativas invitan a usar Internet desde edades más tempranas, por tanto, resultará interesante observar el comportamiento de los diferentes grupos de edad durante los próximos ejercicios, en lo que respecta a la antigüedad de acceso a la Red.

3.5. Valoración del uso de Internet

Facilidad de uso

Nueve de cada diez entrevistados reconocen que el uso de Internet es "sencillo o muy sencillo", sin diferencia alguna en este indicador si se tiene en cuenta el sexo del usuario.

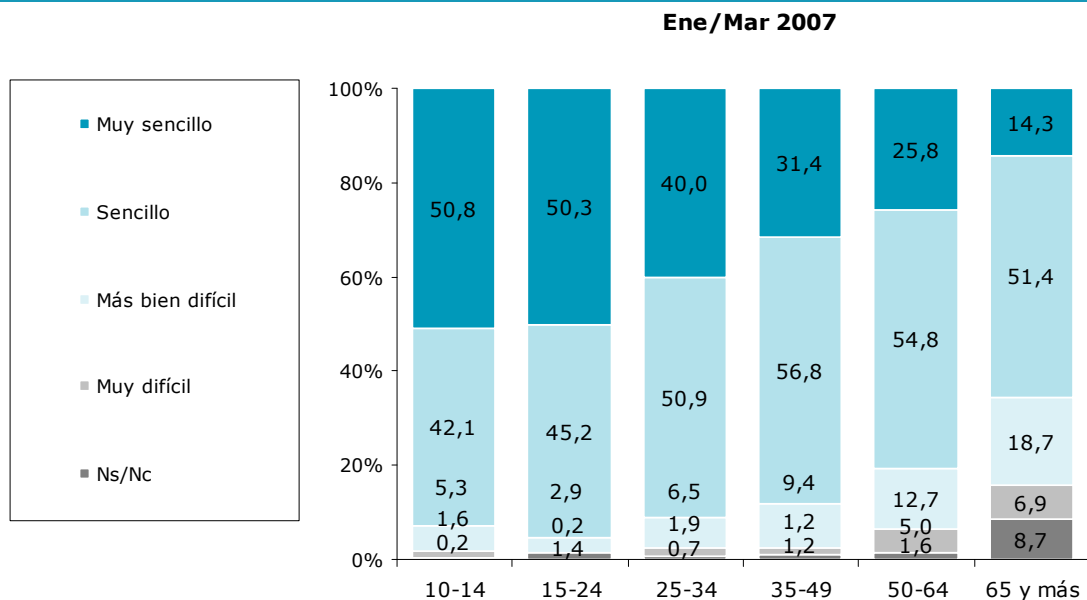
Gráfico 16. Facilidad de Uso de Internet



Base: Usuarios de Internet

Según la edad del usuario, el nivel de dificultad en el uso de Internet es creciente en el mismo sentido que esta variable, a mayor edad mayor dificultad de uso, aunque impera en todos los segmentos de edad la percepción de que navegar por la Red es sencillo.

Gráfico 17. Relación con las expectativas puestas en Internet



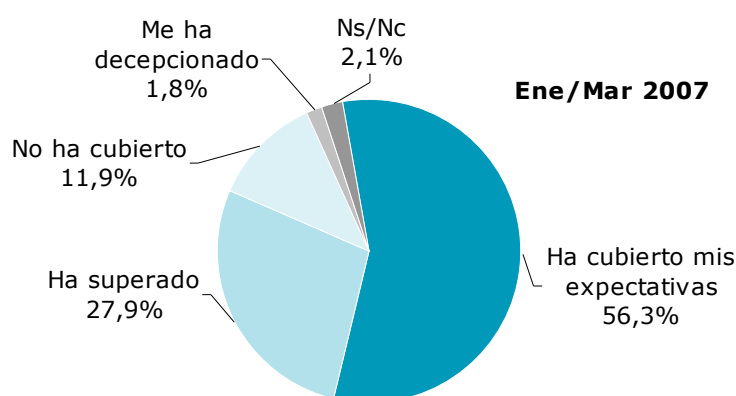
Base: Usuarios de Internet

Expectativas

En relación a lo que los usuarios esperaban de Internet, la mayoría de estos opinan que o bien se han superado sus expectativas (27,9%), o bien que Internet les ha dado lo que esperaban encontrar (56,9%).

Por tanto el 84,8% de los usuarios considera cubiertas o incluso superadas sus expectativas respecto a Internet, lo que puede interpretarse como un alto porcentaje de usuarios satisfechos con la Red, aspecto que juega un papel fundamental en la consolidación del uso de Internet.

Gráfico 18. Relación con las expectativas puestas en Internet



Base: Usuarios de Internet

Esta variable no presenta diferencias significativas al analizar los distintos segmentos de población usuaria, aunque destaca un mayor nivel de superación de expectativas en el grupo más joven con un porcentaje del 33,7%.

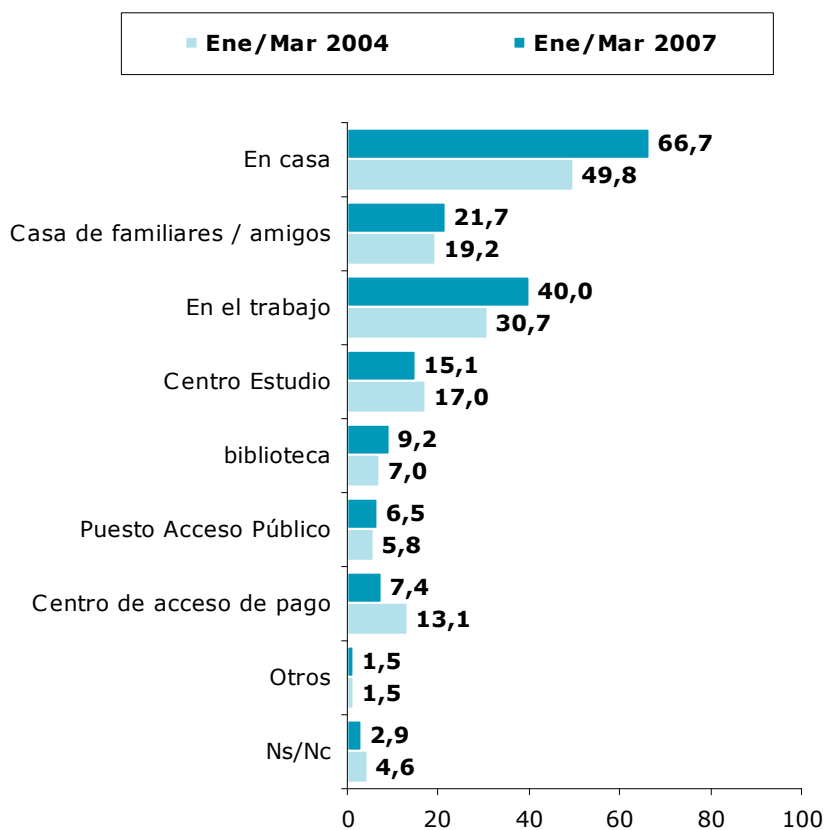
En todo caso, se puede observar como la decepción es prácticamente inexistente en cualquiera de los segmentos de población. No obstante en la medida en que se avanza en el grupo de edad, parece que hay un creciente incumplimiento de expectativas. Así, mientras entre el grupo de menores de 14 años el no cumplimiento de expectativas es declarado por un 6,7%, este indicador va creciendo hasta el 16,1% entre los mayores de 65 años.

3.6. Acceso a Internet

El hogar se refuerza como lugar de acceso preferente y desde el que se accede mayoritariamente a Internet, con un 66,7% de usuarios que se conectan desde él. Comparado con el mismo periodo de 2004 (49,8%), se ha registrado un incremento de 17 puntos porcentuales en tres años.

Del mismo modo, la conexión desde el puesto del trabajo incrementa entre el primer trimestre de 2004 y el mismo periodo de 2007 casi 10 puntos porcentuales, pasando del 30,7% al 40%.

Gráfico 19. Lugar desde el que se accede a Internet (%)

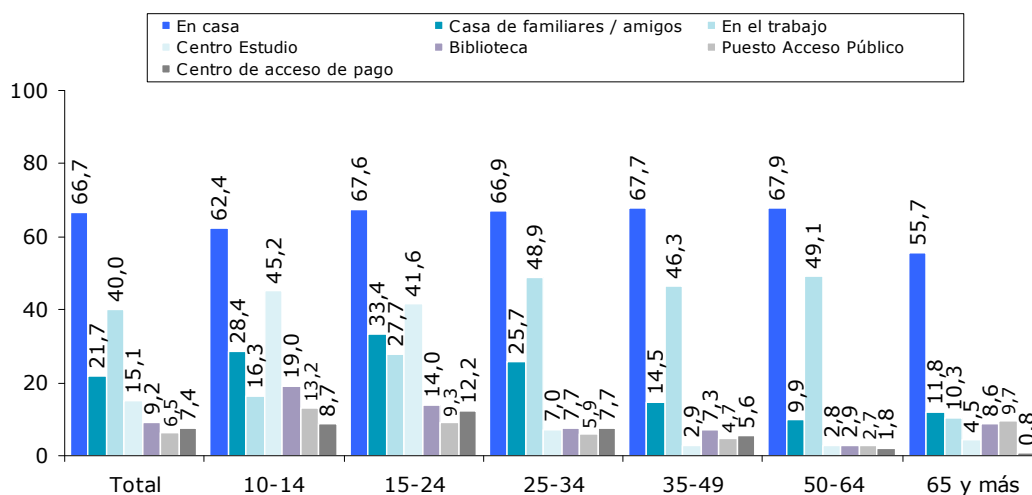


Base: Usuarios de Internet

El acceso a Internet desde centros de estudio o centros de acceso de pago evoluciona en sentido contrario al acceso desde el hogar y desde el trabajo, coherentemente con el proceso de consolidación de Internet, que implica la conexión a la Red desde lugares más permanentes, en detrimento de accesos más esporádicos.

Se observan diferencias relevantes atendiendo a cada uno de los estratos de población en función del lugar de acceso. Así, los más jóvenes aún encontrándose en la media en cuanto a acceso desde el hogar, destacan por el uso en lugares ajenos al hogar como el centro de estudios (45,2%), las bibliotecas (19,0%) o los puntos de acceso público, al que acuden un 13,2% de ellos. Por contra, y en correspondencia con su situación laboral son las edades más activas (de 25 a 64 años) quienes más se conectan desde su lugar de trabajo (48,9%). El grupo de edad mayor de 65 años presenta un uso superior a la media de los Puntos de Acceso Público (9,7% versus 6,5%).

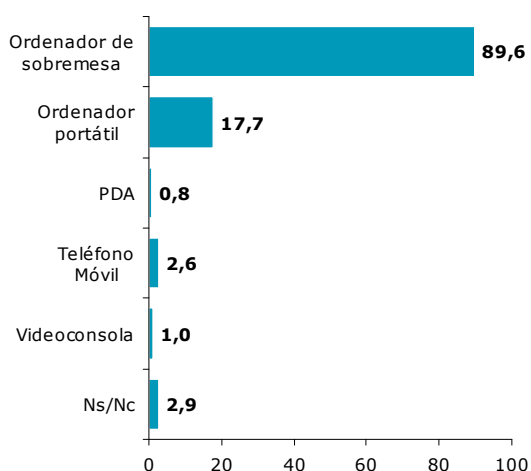
Gráfico 20. Lugar desde el que se accede a Internet, según edad (%)



Base: Usuarios de Internet

En cuanto al dispositivo de acceso las conexiones a Internet se realizan básicamente desde el ordenador de sobremesa (89,6%), muy lejos de los accesos desde ordenador portátil (17,7%), si bien la incorporación a los hogares de este último tipo de dispositivo se ha multiplicado por dos entre los periodos estudiados.

Gráfico 21. Dispositivo de conexión a Internet (%)



Base: Usuarios de Internet

3.7. Actividades realizadas en Internet

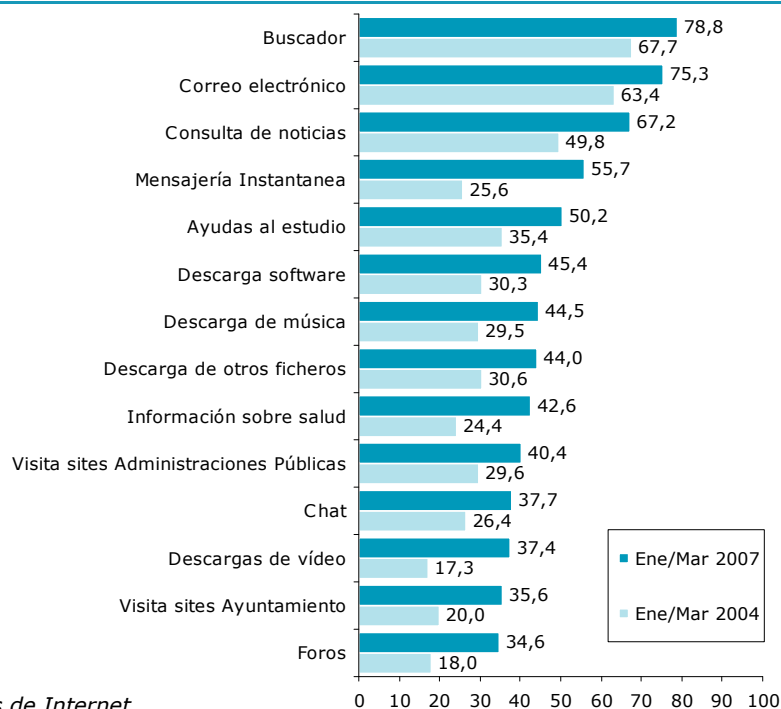
Los principales usos de Internet se resumen básicamente en la búsqueda de información y en la comunicación:

- El eje de la información se basa preferentemente en la utilización de buscadores genéricos (78.8% de los usuarios de Internet), en la búsqueda o consulta de noticias (67.2%), y en la utilización de Internet como herramienta de ayuda al estudio (50.2%), seguido de otras búsquedas más específicas, por su temática (información sobre salud por ejemplo) o por el proveedor (sites de la Administración o consultas bancarias por ejemplo).
- La comunicación está centrada especialmente en el correo electrónico (75.3%) y la mensajería instantánea (55.7%), acompañadas otras modalidades de comunicación interpersonal menos extendidas como son el chat (37,7%), los foros (34.6%), o los blogs, en mayor medida en lectura (17.4%) que en escritura (8.9%).

En un segundo nivel se encuentran las descargas de todo tipo de archivos, ya sean de software (45,4%) o música (44,5%), así como otro tipo de archivos y videos, con unos porcentajes del 44% y 37,4% respectivamente.

En relación a las visitas que se realizan a las páginas de la Administración Pública o a las webs de los Ayuntamientos se registran porcentajes de 40,4% y 36,5% respectivamente.

Gráfico 22. Actividades realizadas en Internet (%) (1)



Base: Usuarios de Internet

En términos de crecimiento de uso respecto a tres años atrás, y de forma relativa, las compras de billetes de viaje y vacaciones, de entradas para espectáculos ó de música, libros, revistas y películas, son las actividades que experimentan un mayor incremento en su práctica. Este ritmo de incremento en el uso de los servicios de venta, parece indicar una mayor confianza en la compra virtual de productos. No obstante, los porcentajes de uso medio para realizar transacciones comerciales son todavía bajos. Así, uno de cada cuatro internautas (26%) compra billetes de viaje o cuestiones relacionadas con las vacaciones, un 16,4% compra entradas para espectáculos y un 12,7% revistas, libros, música o vídeos.

Gráfico 23. Actividades realizadas en Internet (%) (2)



Base: Usuarios de Internet

Aunque en la mayoría de las actividades estudiadas los hombres presentan unos porcentajes de utilización mayores que las mujeres, ellas presentan participaciones superiores en cuestiones referidas a la formación, como son la ayuda al estudio, que es ha sido realizado por las mujeres en un 54,2% frente al 46,2% de los hombres, o la realización de cursos online (18,8% versus 17,7%).

Igualmente se observa que la mujer presenta mayor actividad que el hombre en las visitas a las Web de las diferentes Administraciones como Ayuntamientos o Administración Pública en general, pero en esto caso con diferencias muy pequeñas entre ambos sexos.

Del mismo modo ellas realizan en mayor medida que los hombres consultas sobre temas de salud, en este caso con la mayor diferencia de todas las actividades estudiadas, habiendo utilizado este servicio un 48,5% de las mujeres internautas frente a un 36,7% de los hombres.

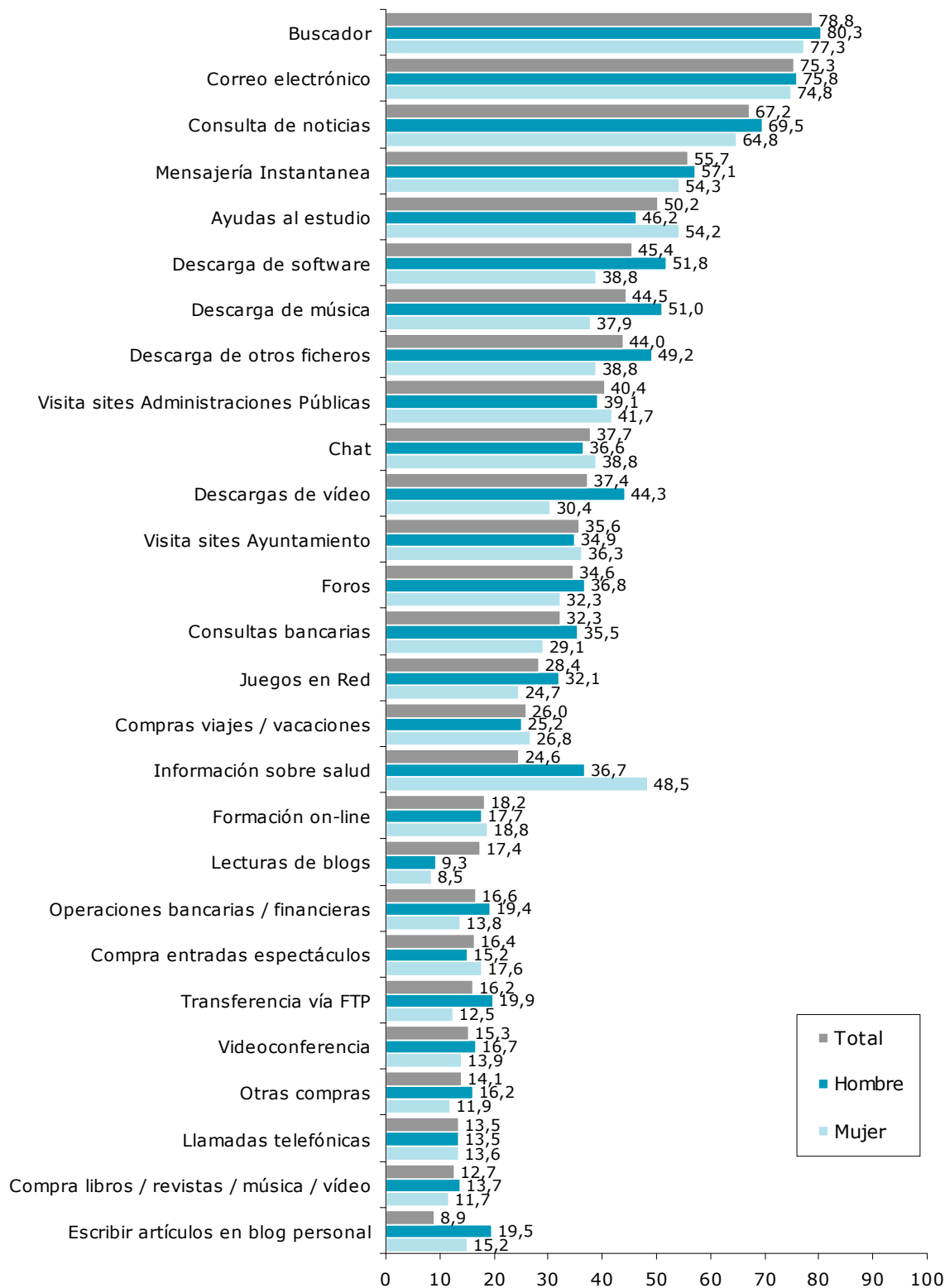
Atendiendo a la edad de los usuarios, los individuos de 15 a 34 años son los que presentan un uso más intensivo de Internet, constatándose una clara relación entre los diferentes segmentos de edad y la naturaleza de las actividades llevadas a cabo. Así, todas las actividades relacionadas con la descarga de archivos, del tipo que sean, se da de forma notablemente superior en el segmento de 15 a 24 años, excepto la utilización de transferencia vía FTP¹, que se usa más entre los individuos de 25 a 34 años. Este tipo de actividades específicas son propias de aquellos más experimentados en Internet y, en el caso del FTP, de aquellos con un perfil laboral más especializado.

La utilización de la Red como instrumento de ayuda al estudio se produce entre 7 de cada 10 jóvenes en edad escolar o universitaria (15 a 24 años). El otro grupo de edad formado por jóvenes, los de 25 a 34 años, aparece como el mayor usuario del correo electrónico (80,9%), de los buscadores (87,0%), de las consultas de noticias (73,8%), la realización de cursos online, practicada por el 27,4% de éstos, el uso de la banca online y las visitas a las páginas web de la Administración.

Son destacables asimismo actividades como la práctica de juegos online, realizada entre el 57,5% de los más jóvenes (10 a 14 años), o actividades que se relacionan con la información sobre la salud, que se utiliza de forma más intensa (51,9%) por el colectivo de 35 a 49 años.

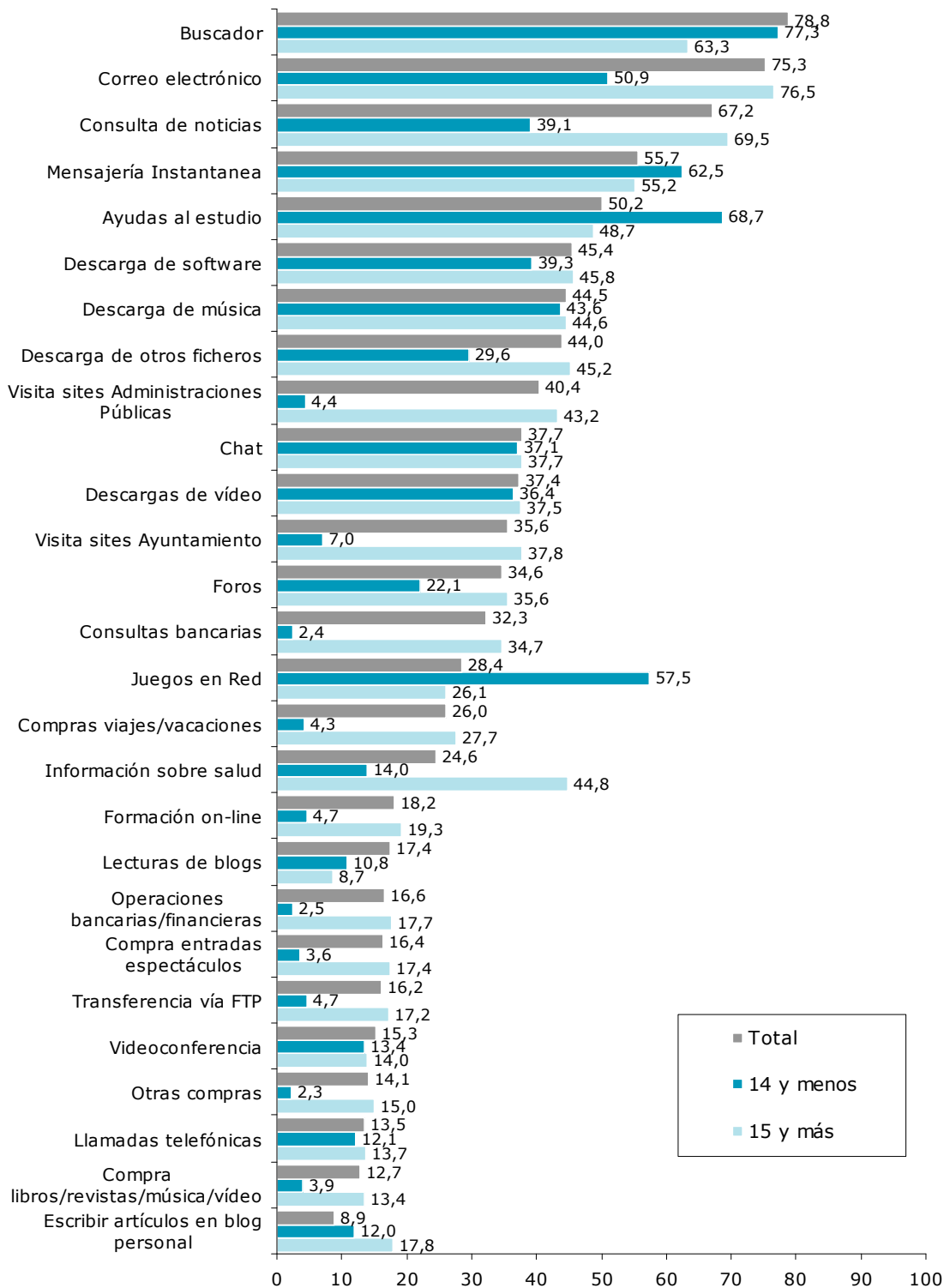
¹ File Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Archivos

Gráfico 24. Actividades en Internet desglosadas por sexo. Ene-Mar 07 (%)



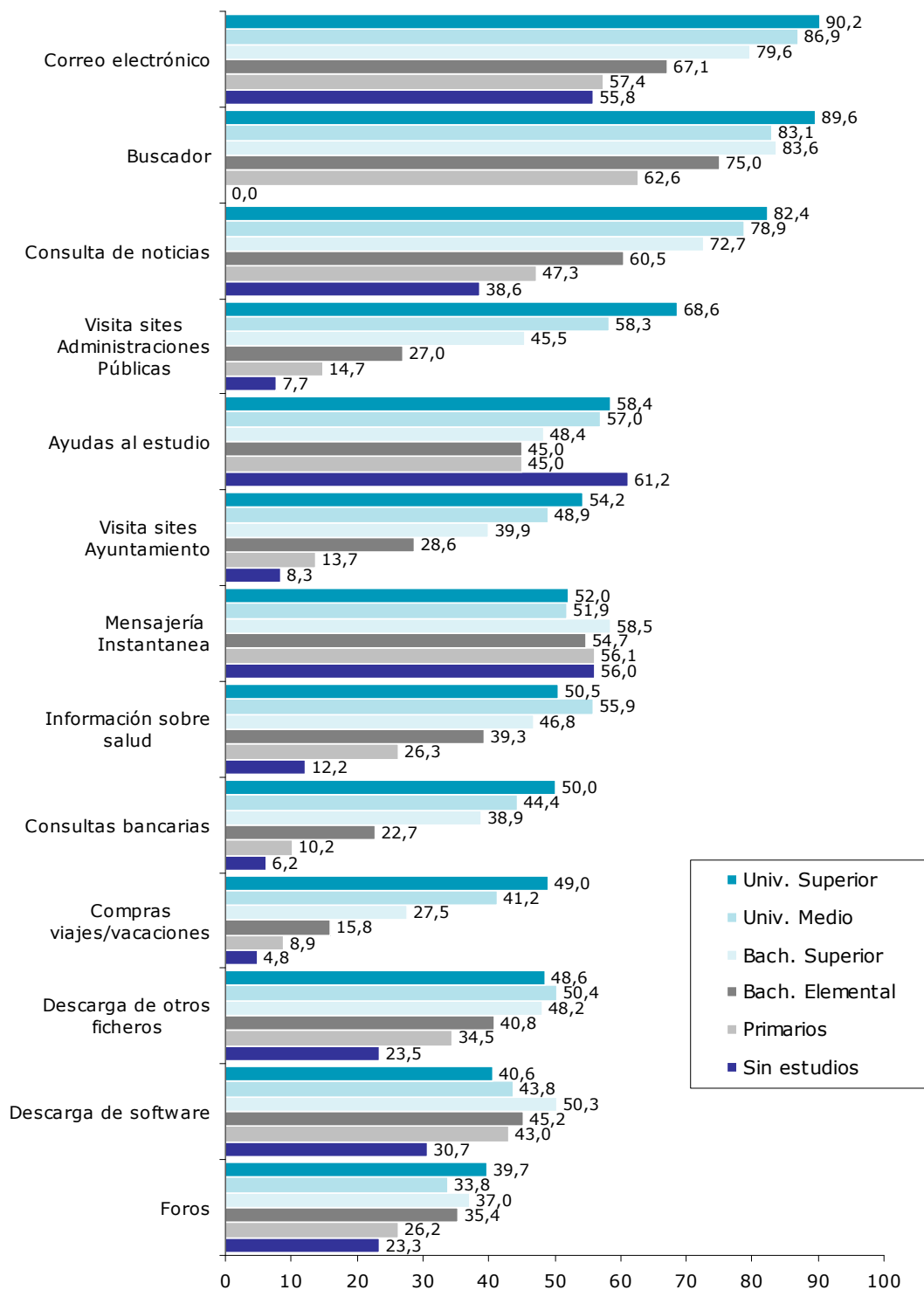
Base: Usuarios de Internet

Gráfico 25. Actividades en Internet desglosadas por edad. Ene-Mar 07 (%)



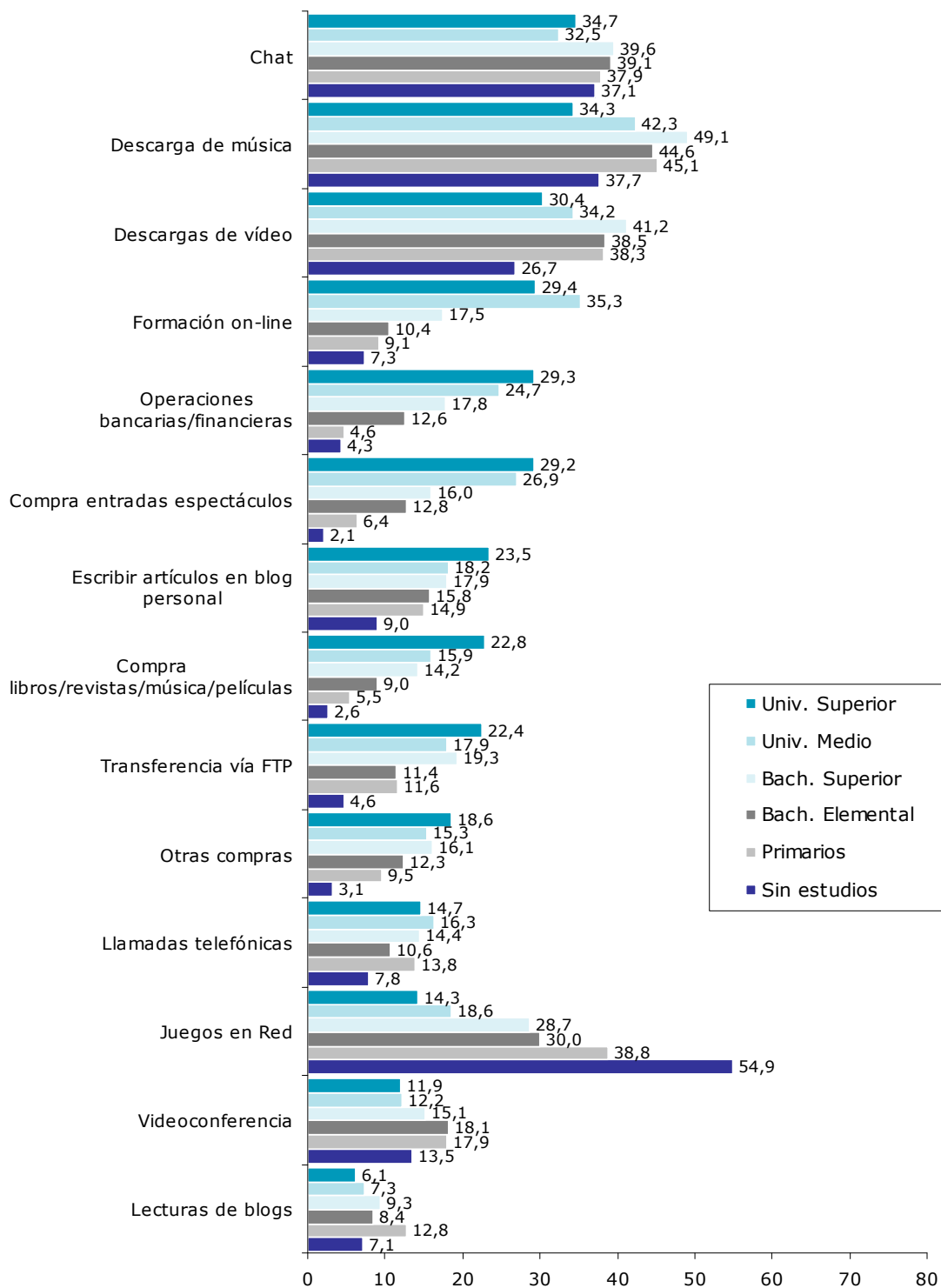
Base: Usuarios de Internet

Gráfico 26. Actividades en Internet desglosadas por nivel de estudios. Ene-Mar 07 (%) (1)



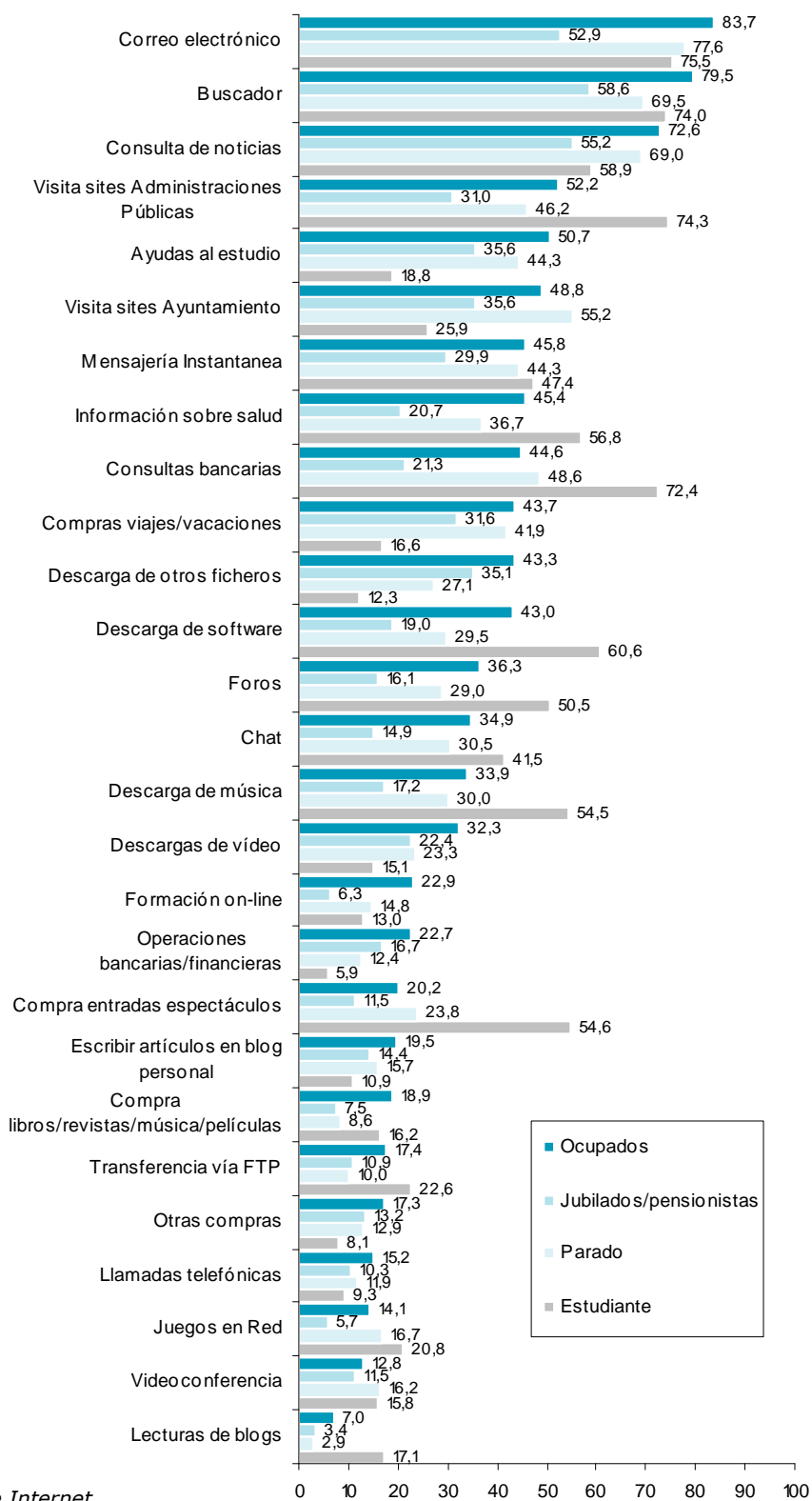
Base: Usuarios de Internet

Gráfico 27. Actividades en Internet desglosadas por nivel de estudios. Ene-Mar 07 (%) (2)



Base: Usuarios de Internet

Gráfico 28. Actividades en Internet desglosadas por ocupación. Ene-Mar 07 (%)



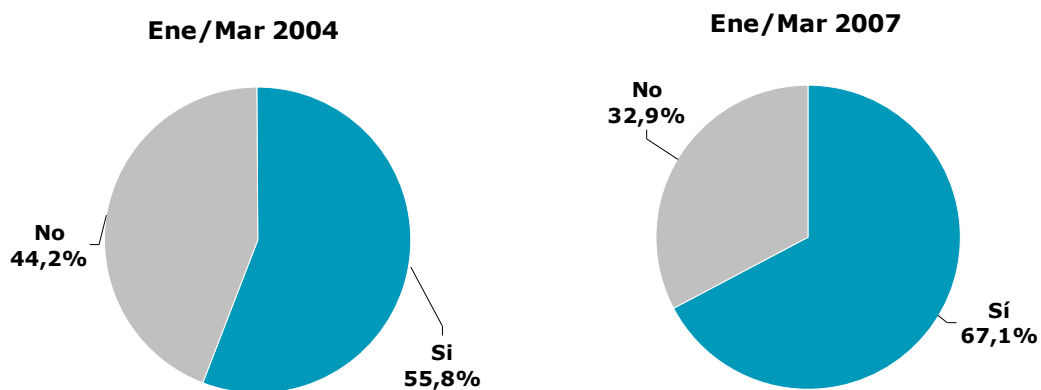
Base: Usuarios de Internet

3.8. Evolución de la conexión a Internet desde el hogar

Uno de los fenómenos que contribuyen al incremento del uso de Internet, y a la implantación de la Red entre los diferentes colectivos es la evolución de la conexión en el propio hogar.

El 67% de los usuarios de Internet dispone de conexión en el hogar, con un aumento de 12 puntos porcentuales respecto a tres años atrás.

Gráfico 29. Evolución de los internautas con conexión en el hogar



Base: Usuarios de Internet

4. EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET: ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE GRUPOS

En este apartado se profundiza en la evolución de la frecuencia del uso de Internet tomando como base los grupos de internautas descritos en dos informes previos realizados por el Observatorio de Red.es denominados "Uso y perfil de usuarios de Internet en España" y publicados en Octubre de 2005 y Mayo de 2006.

Para comprender mejor la evolución del uso de Internet en los 3 últimos años se refleja en primer lugar un análisis de los grupos de internautas de acuerdo a la frecuencia de uso desde dos puntos de vista:

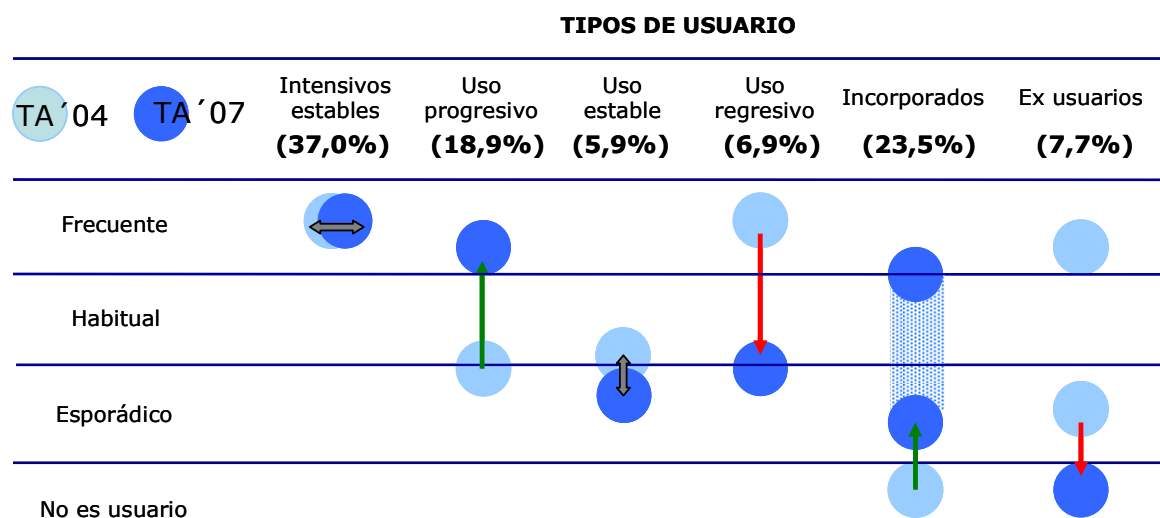
- Cómo han evolucionado los grupos iniciales Enero – Marzo 2004
- De dónde proceden los grupos actuales de Enero – Marzo 2007

4.1. Descripción de los grupos

Clasificación por frecuencia de uso

La clasificación inicial de usuarios, según su frecuencia de uso, establece tres tipos de usuario: **Frecuente o con uso alto**, considerando como tal haber utilizado Internet desde cualquier lugar durante la semana anterior a la encuesta; **Habitual o uso medio**, que comprende el uso durante el último mes; **Esporádico o uso bajo** para quienes lo utilizaron desde hace más tiempo de un mes, dejando a los **No-usuarios** en un cuarto grupo.

Gráfico 30. Agrupación de usuarios por frecuencia de uso y evolución de la misma (Ene-Mar 04 / Ene-Mar 07)



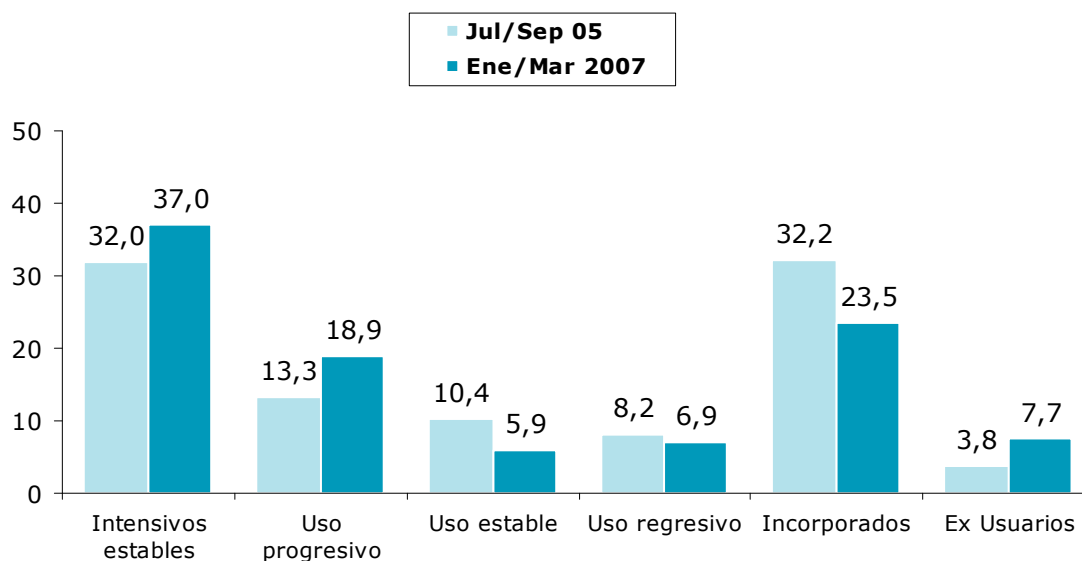
Partiendo de esta clasificación inicial, una nueva tipología de usuarios se obtiene tomando la citada frecuencia de uso en relación con la evolución experimentada en la misma por cada usuario, lo que delimita los siguientes seis segmentos de población usuaria de Internet en el periodo de estudio.

Estos grupos son cuantificados en porcentaje sobre la base de individuos que usan o bien han usado Internet, excluyendo, por tanto, al grupo de No usuarios.

1. **Intensivos estables:** son el 37%. Han mantenido la frecuencia de utilización de la Red en niveles altos a lo largo del los 36 meses de estudio. Sus principales características sociodemográficas son: hombres en un 58,1%, ocupados en un 67,4%, universitarios (43,4%) se concentran en segmentos socioeconómicos altos (40,1%).
2. **Incorporados:** este grupo en el que se concentra el 23,5% de los internautas, se compone de individuos que no eran usuarios de Internet en el primer trimestre de 2004 y sí lo son en el mismo periodo de 2007. Son en su mayoría mujeres (56,3%) jóvenes, estudiantes (30,1%) cursando ESO o Bachiller. Su status social es medio (54,2%).
3. **Progresivos:** son aquellos usuarios que han incrementado su utilización de Internet entre los periodos estudiados. Representan al 18,9% de los usuarios y se caracterizan como un colectivo ligeramente masculino (51,7%) entre 10 y 14 años (8,6%) o entre 15 y 24 años (31,6%) y normalmente estudiantes (31,2%).
4. **Estables de uso medio:** son el colectivo menos numeroso, representando al 5,9%. Son básicamente mujeres (59,3%) y destaca la presencia de individuos de más de 65 años (6,2%). Abundan en el status socioeconómico medio/medio bajo (34%).
5. **Regresivos:** este colectivo aglutina el 6,9% de los usuarios de Internet y está compuesto por individuos que, sin haber abandonado Internet, declaran una frecuencia de uso inferior en el último periodo analizado (primer trimestre 2007) que en el que se usa como punto de partida de este análisis (primer trimestre 2004).
6. **Ex Usuarios:** individuos que habiendo sido usuarios de la Red, han dejado de serlo durante el periodo analizado. Suponen el 7,7% de los internautas. Son sobre todo mujeres (74,2%) con una importante presencia de mayores de 65 años (11%) sin ocupación laboral fuera del hogar (24,3%) y casi la mitad (49%) se sitúan en los extractos socioeconómicos inferiores. Su nivel de instrucción es también básico, agrupándose una tercera parte del colectivo en un nivel que no supera los estudios primarios.

En el informe antes referido publicado en octubre de 2005 se incluía ya ésta segmentación y, como puede apreciarse en el gráfico siguiente, se registran algunos cambios en el peso que tiene cada uno de estos grupos dentro del colectivo de internautas.

Gráfico 31. Evolución de los segmentos de Internautas según su frecuencia de uso (%)



Base: Usuarios de Internet

Comparados los dos periodos, se observa un incremento de los segmentos que mayor uso hacen de Internet, en detrimento de los estables de uso medio, regresivos e incorporados.

La incorporación de internautas se va produciendo de forma más lenta, aunque los usuarios utilizan la Red de un modo más intenso.

Este hecho es una señal de cierta madurez en el proceso de implantación de Internet en los hogares, puesto que a medida que se va encontrando una mayor utilidad a la Red y un mayor porcentaje de la población accede a la misma, la incorporación de nuevos usuarios se produce de forma más pausada.

4.2. Actividades realizadas según segmento de usuarios

Se ha llevado a cabo un ejercicio de análisis de cada una de las actividades que se practican en Internet y su evolución en base a la intensidad de uso de las mismas para los diferentes segmentos de internautas que se han descrito en el anterior apartado. A continuación se han ordenado en función de la tipología de las propias actividades realizadas, distribuyéndose en cinco grupos. Los datos que aparecen en este análisis se corresponden a una frecuencia de utilización mínima de los últimos tres meses. De esta forma:

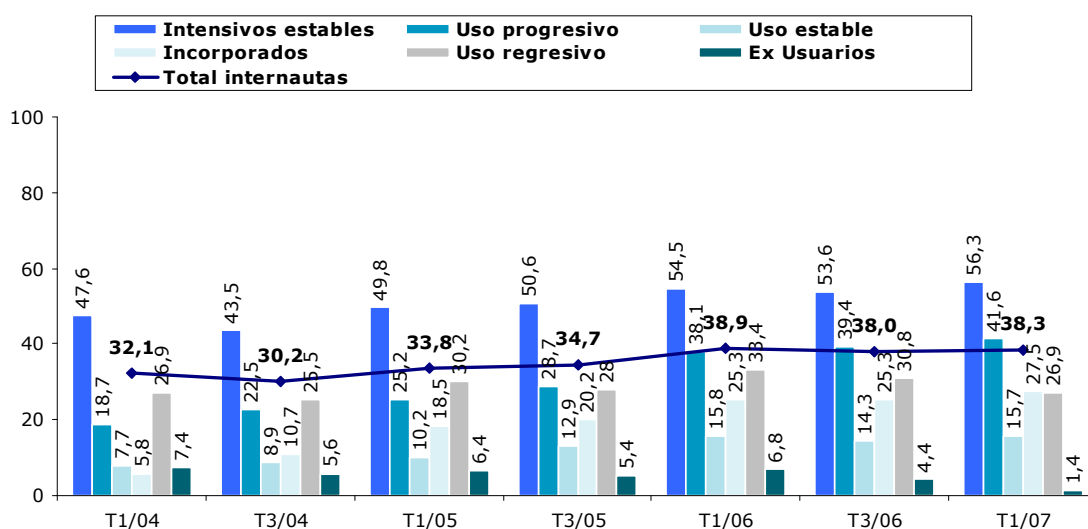
- **Actividades funcionales:** agrupación que incorpora una amplia gama de actividades que van desde la utilización de buscadores, hasta la realización de trámites con diversos agentes de mercado y sociales a través de la Red. Esta categoría la forman: visita a portales de la Administración Pública, consulta de noticias, buscador, visita portales de Ayuntamientos, consulta de cuentas bancarias, correo electrónico, búsqueda de información sobre salud, operaciones bancarias y financieras.

Se ha incluido en esta agrupación de actividades el correo electrónico por considerarlo una herramienta que trasciende la comunicación, satisfaciendo además otro tipo de necesidades de carácter más funcional.

Analizando el total de las actividades englobadas como funcionales, observamos como el grupo de intensivos estables es el máximo utilizador de estos servicios. El 47,6% de este grupo declaraba el uso de estas actividades en el primer trimestre de 2004 y en Enero /Marzo de 2007 pasan a ser usuarios un 56,3% de estos.

Si bien este grupo es el que destaca en términos de utilización, cabe reseñar el gran incremento en la práctica de actividades funcionales que experimenta el colectivo de uso progresivo, que pasa de un 18,7% de usuarios a un 41,6% entre los periodos estudiados.

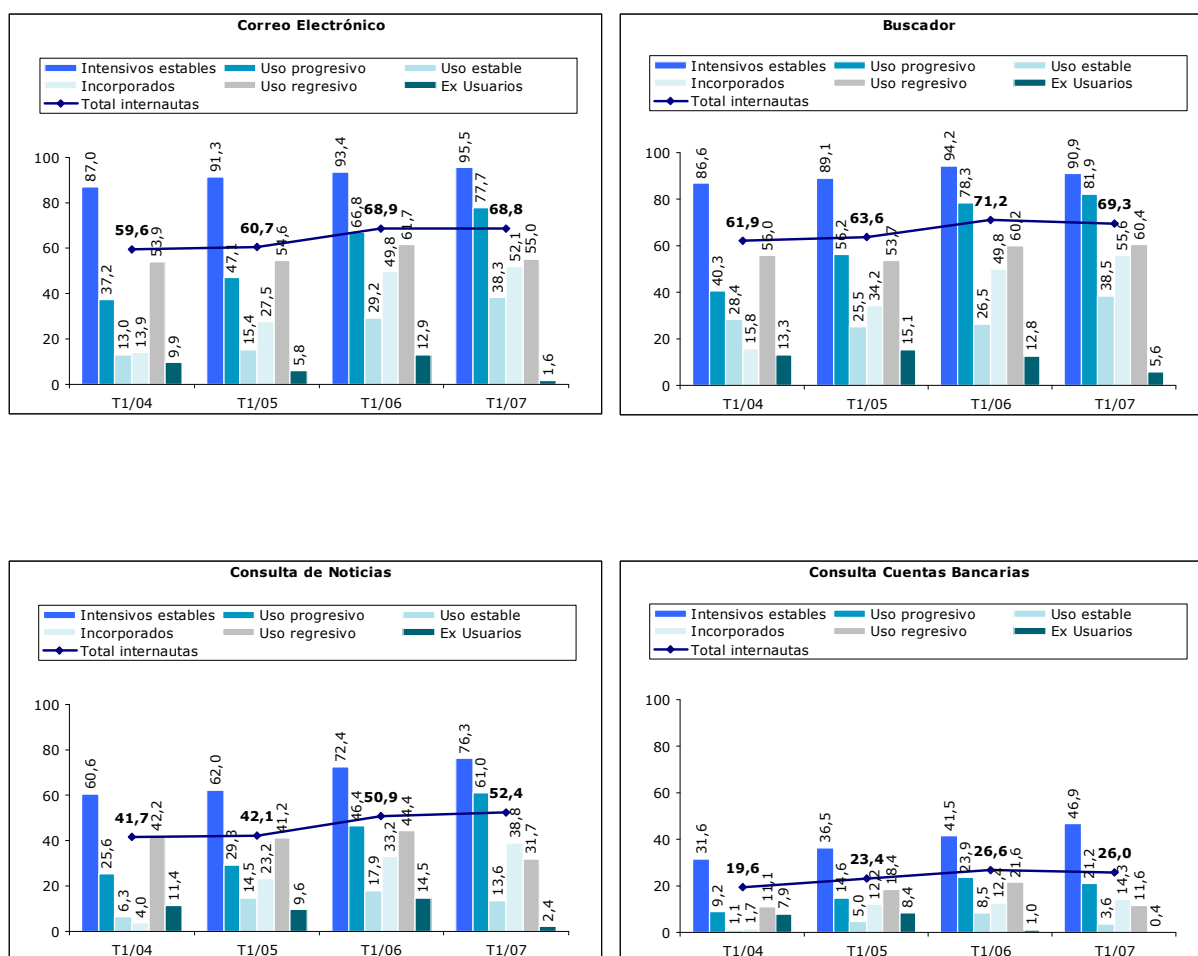
Gráfico 32. Actividades Funcionales (%) (1)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

En todo caso, el grupo de los incorporados que concentra a casi uno de cada cuatro internautas, es el que presenta mayores incrementos en el uso de los servicios funcionales en Internet, con una evolución positiva de 22 puntos porcentuales.

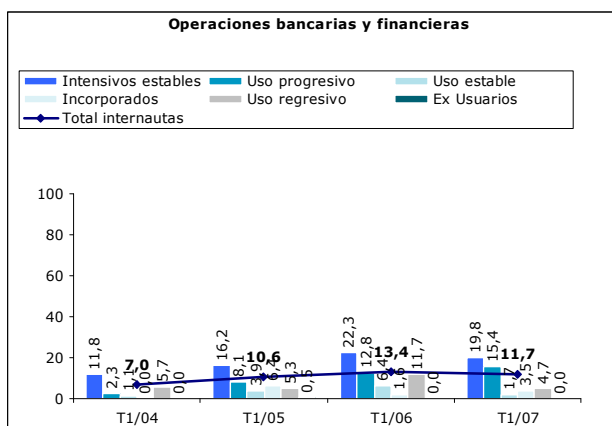
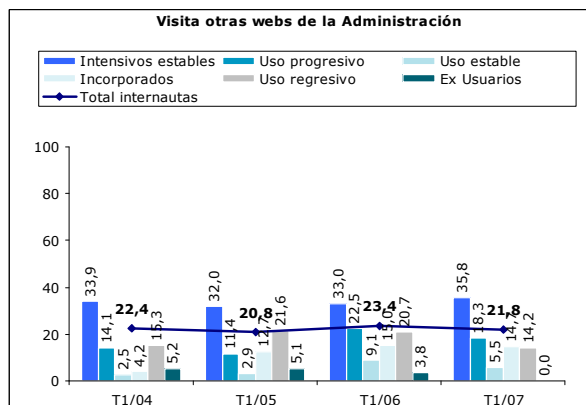
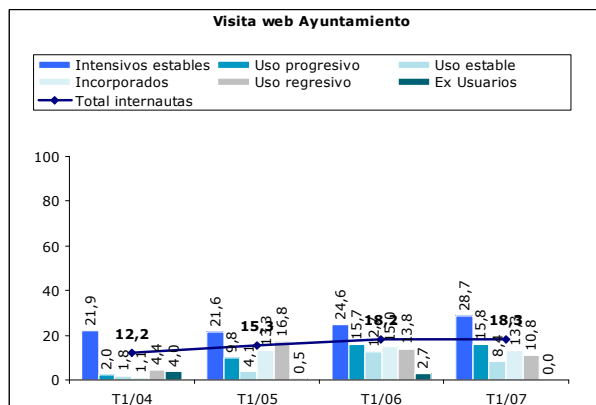
Gráfico 33. Actividades Funcionales (%) (2)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

Los incrementos en los grupos de internautas progresivos e incorporados, y en menor medida de los intensivos estables, ponen de relieve que el proceso de maduración como internauta implica la intensificación y el aumento de la frecuencia de uso.

Actividades Funcionales (%) (2) (continuación)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

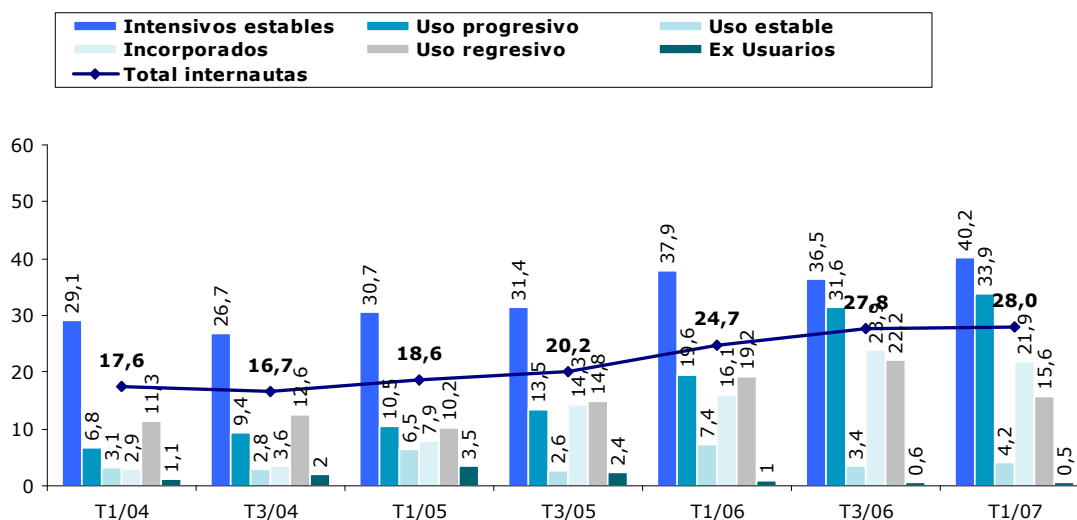
- **Descargas:** agrupación que incorpora todas aquellas actividades que implican descarga de ficheros en la Red, así como transmisión de los mismos por FTP. A parte de ésta última se distinguen cuatro tipos de actividades en esta categoría: una genérica de descarga de archivos de diversos contenidos a través de redes P2P, y otras específicas de música, de vídeo y por último de otro tipo de ficheros.

Esta agrupación de sitúa en el segundo nivel de utilización, tras las actividades funcionales. El grupo compuesto por los intensivos estables es de nuevo el máximo usuario de esta serie de servicios y con un uso que se incrementa en la frecuencia a lo largo del periodo estudiado, pasando de un 29,1% en 2004 hasta alcanzar el 40,2% en el primer trimestre de 2007.

Los componentes del grupo de uso progresivo son los que arrojan el mayor incremento en estas actividades de descarga con un incremento en la adopción de uso de más de 28 puntos porcentuales. Llama la atención cómo este segmento alcanza los niveles de utilización en esta categoría de servicios a los intensivos estables, cuando se trata de descargas de vídeo.

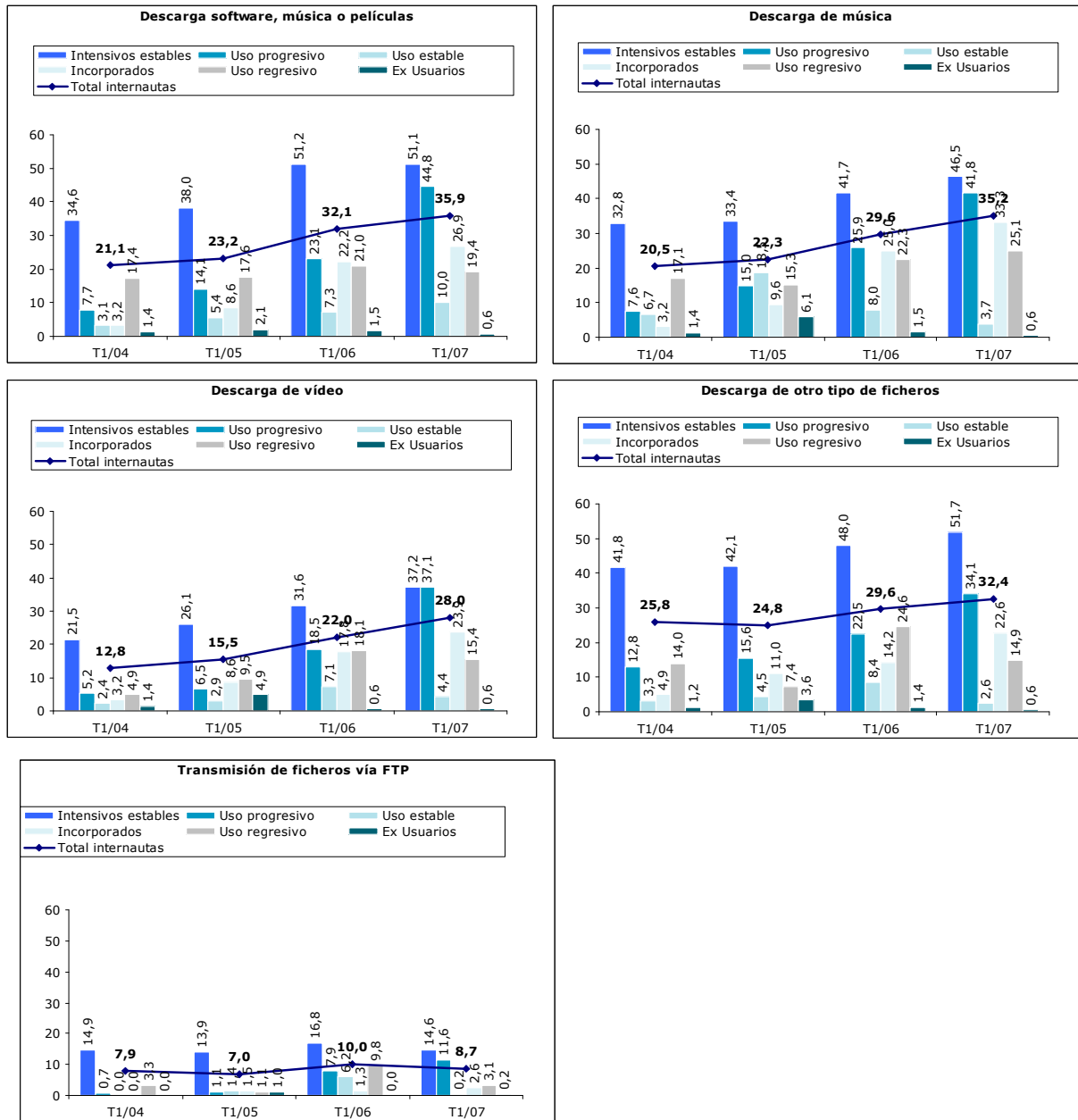
Como en el caso de las actividades funcionales el colectivo de incorporados experimenta elevados incrementos de práctica en estas actividades de descarga. Así en el primer trimestre de 2004, un 2,9% de éstos eran usuarios de descargas y alcanzan un 15,6% en 2007, lo que supone 13 puntos de incremento.

Gráfico 34. Descargas (%) (1)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

Gráfico 35. Descargas (%) (2)



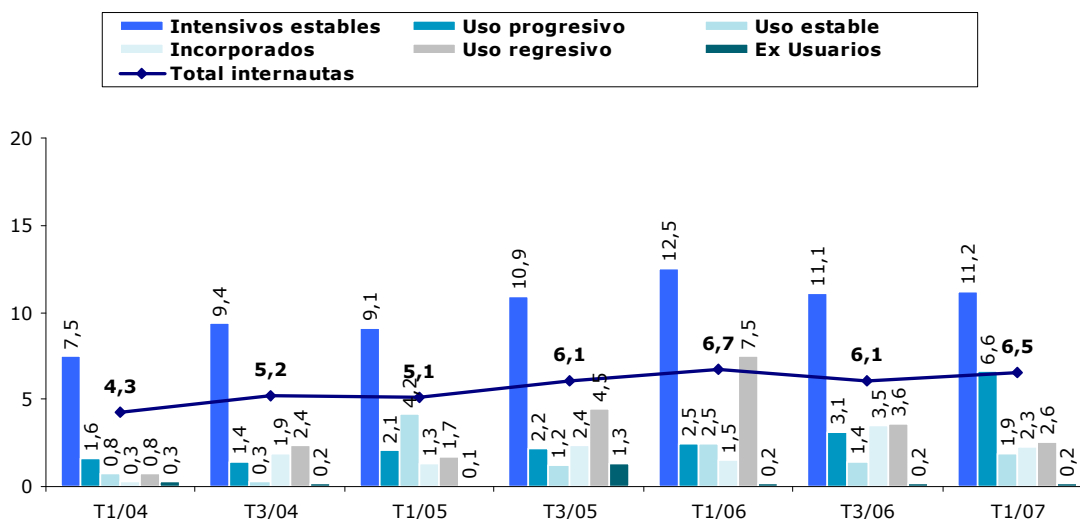
Base: Usuarios de Internet de cada grupo

- **Compras:** incluye todas aquellas actividades que impliquen una compra de bienes o servicios a través de Internet como son la compra de vacaciones o billetes o noches de hotel, compra de libros o revistas o música o películas, compra de entradas para espectáculos, y por último otras compras.

Al igual que en los anteriores grupos de actividades, funcionales y de descarga, los intensivos estables son también los que más frecuentemente compran. Sin embargo la diferencia con el resto de internautas es mayor en el caso de las actividades de compra. Un 11% de los intensivos estables son compradores por Internet, con una evolución positiva creciendo casi cuatro puntos respecto a tres años antes.

Los usuarios progresivos presentan también una evolución positiva, si bien su porcentaje de uso es relativamente bajo, con un 6,6%. El factor confianza, relacionado en alguna medida con la experiencia y antigüedad en la Red, juega sin duda un papel relevante en la actividad de compra.

Gráfico 36. Compras (%) (1)

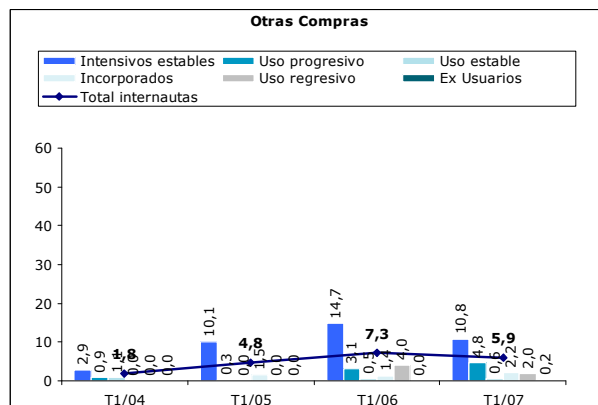
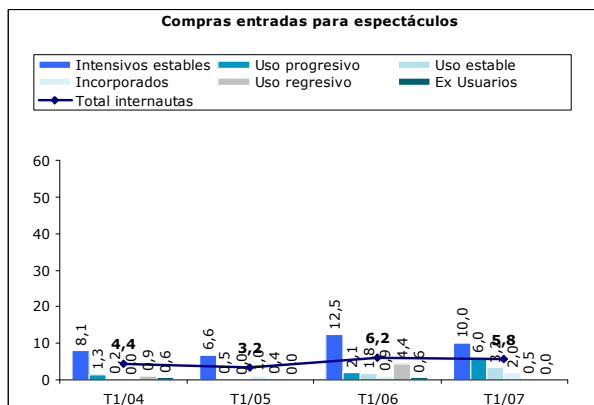
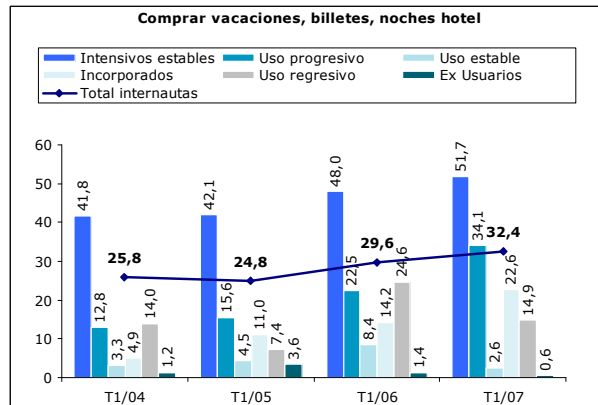
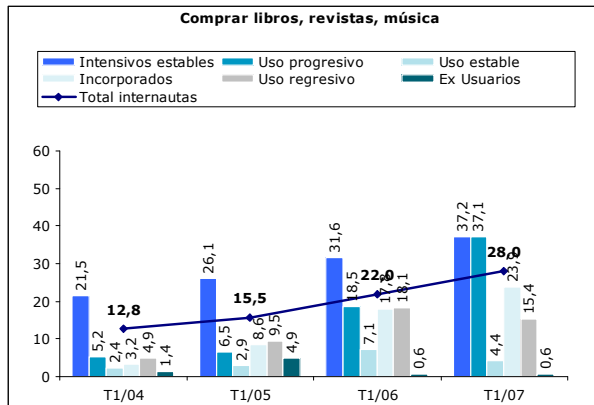


Base: Usuarios de Internet de cada grupo

Destaca la elevada actividad y la evolución que presentan el grupo más intensivo en lo referente a compras que tienen que ver con vacaciones, billetes de viajes, etc..., que supera el 50% del segmento.

Cabe resaltar igualmente la evolución de los internautas con uso progresivo de la Red, que presentan niveles de compra de libros, música, revistas equivalentes al segmento Intensivo (37%).

Gráfico 37. Compras (%) (2)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

- **Formación:** incluye actividades relacionadas con la enseñanza y la formación en general, tanto en lo que se refiere a información, plataformas tecnológicas de enseñanza, como a la realización de cursos específicos por Internet. Las variables que incluye este grupo son: actividades de ayuda para el estudio, cursos y formación online, y videoconferencia.

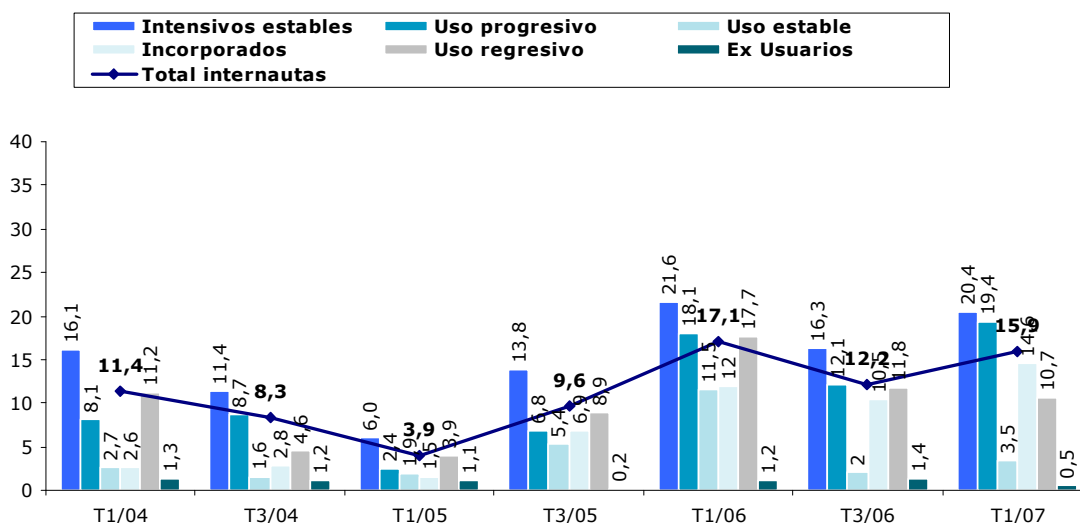
Como el resto de actividades realizadas en Internet, las de formación se encuentran muy directamente ligadas a los perfiles de cada segmento.

Así se observa una evolución creciente, en especial en el grupo de uso progresivo, en el que sus componentes pasan de utilizar en el período Enero / Marzo 2004 Internet como fuente de formación en un 8,1% a un 20,1% en el mismo trimestre de 2.007, relacionado con el incremento en el uso de ayuda para el estudio. Este colectivo de usuarios presenta un perfil formado por estudiantes y es sobresaliente en el segmento de edad de 15 a 25 años.

El grupo denominado Incorporado, con un perfil joven y estudiante (10 a 14 años y 15 a 24 años), muestra una tendencia creciente en el uso de Internet en actividades de educación y ayudas para el estudio.

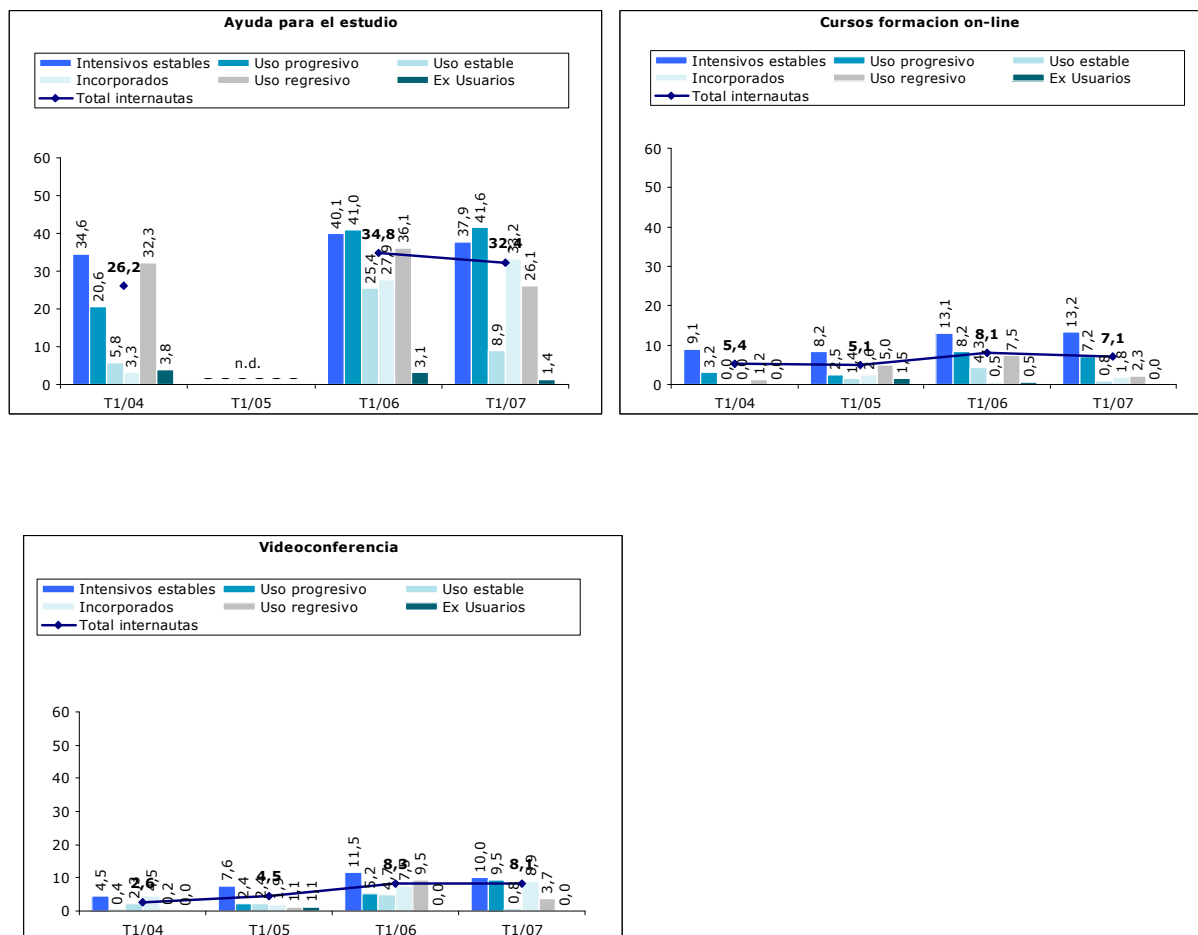
En cualquier caso y en términos absolutos, esta serie de usos de Internet es más frecuente también entre los usuarios intensivos estables, aunque su incremento de utilización crece moderadamente, 4 puntos, pasando de un 16,1% en el primer trimestre de 2.004 al 20,4% en el período equivalente de 2.007

Gráfico 38. Formación (%) (1)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

Gráfico 39. Formación (%) (2)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

- **Comunicación:** se incluyen en esta categoría actividades relacionadas con los mecanismos de comunicación entre personas, tanto en tiempo real (mensajería instantánea) como con intervalo de respuesta retardado (foros). Los juegos en Red aparecen ligados a esta agrupación ya que exigen una interacción o comunicación a tiempo real entre dos o más usuarios. Las actividades de este factor son: mensajería instantánea, foros, Chat y juegos en Red.

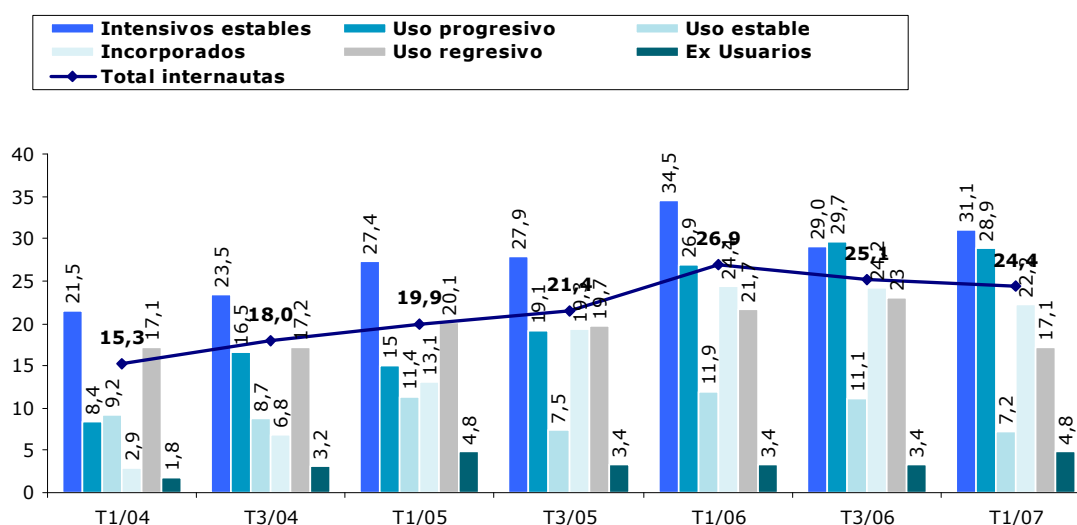
Como se apunta anteriormente, de esta agrupación de actividades se ha excluido el correo electrónico, al ser considerado una herramienta que va más allá de un elemento de comunicación, que satisface además otro tipo de necesidades de carácter más funcional.

El carácter fundamental de Internet como herramienta de comunicación se evidencia en que la utilización de esta serie de servicios en Internet muestra una tendencia creciente en la totalidad de los grupos analizados incluso en el de ex usuarios.

Toda vez que se ha descartado el correo electrónico de esta agrupación, el servicio que muestra mayor frecuencia de uso es la mensajería instantánea (Messenger, etc.), que alcanza niveles de uso que entre el 40% y el 45%. En esta actividad los crecimientos en la frecuencia de utilización son verdaderamente notables, y un grupo como el formado por los usuarios progresivos, supera en la utilización a los intensivos estables (54,1% versus 43,6%) aunque parte de unos niveles de práctica significativamente inferiores en el primer trimestre de 2.004.

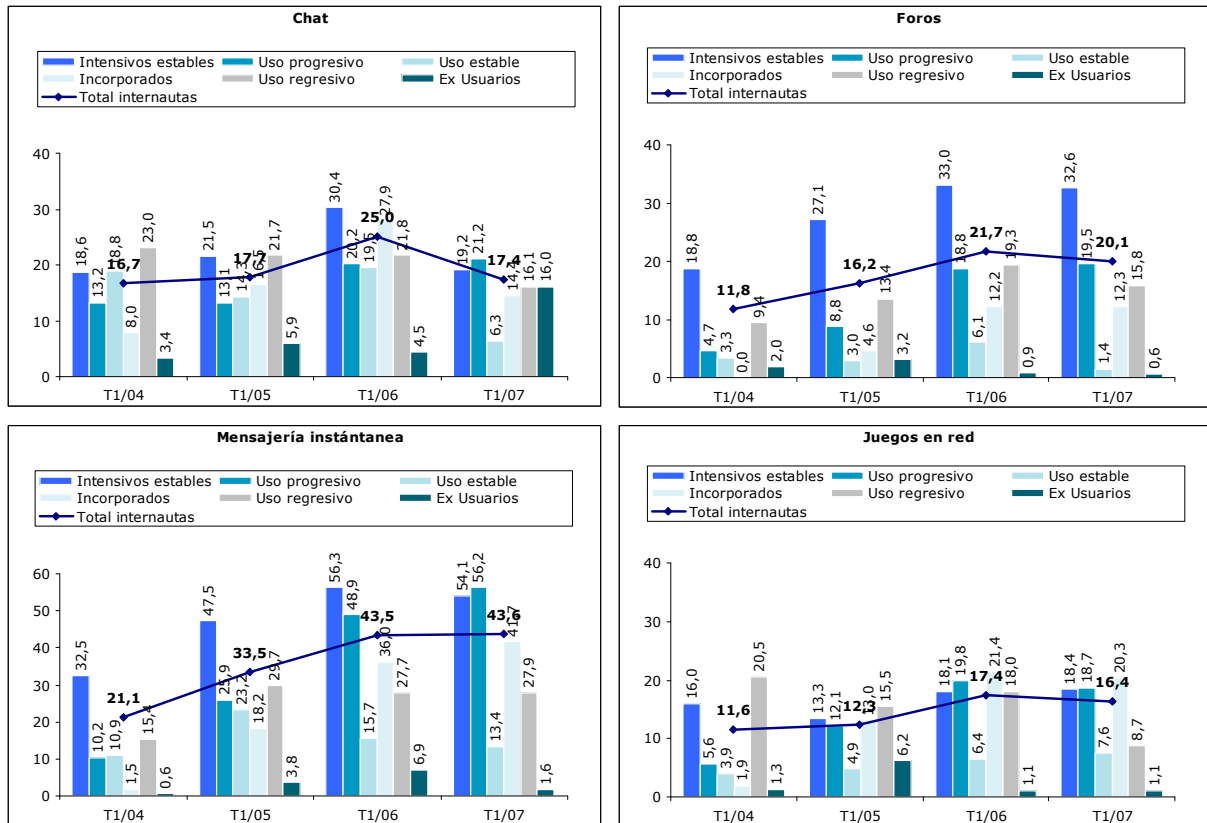
Se observa un estancamiento en la frecuencia de utilización de los Chat en la práctica totalidad de segmentos.

Gráfico 40. Comunicación (%) (1)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

Gráfico 41. Comunicación (%) (2)



Base: Usuarios de Internet de cada grupo

5. LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Individuos que han utilizado Internet	7
Gráfico 2. Distribución de los usuarios de Internet según género	7
Gráfico 3. Penetración de Internet según género	8
Gráfico 4. Representación de los internautas según segmento de edad.....	8
Gráfico 5. Penetración de Internet según segmento de edad	9
Gráfico 6. Penetración de Internet según ocupación. Enero – Marzo 2007	10
Gráfico 7. Razones de no uso de Internet	11
Gráfico 8. Comparación de uso actual de Internet respecto a un año antes.....	12
Gráfico 9. Comparación de uso actual de Internet respecto a un año antes, según sexo	12
Gráfico 10. Comparación de uso actual de Internet respecto a un año antes, según edad	13
Gráfico 11. Inicio en el Uso de Internet	14
Gráfico 12. Cómo se inició en el Uso de Internet.....	15
Gráfico 13. Antigüedad en el Uso de Internet	16
Gráfico 14. Antigüedad en el Uso de Internet según género	16
Gráfico 15. Antigüedad en el Uso de Internet según edad	17
Gráfico 16. Facilidad de Uso de Internet	18
Gráfico 17. Relación con las expectativas puestas en Internet	18
Gráfico 18. Relación con las expectativas puestas en Internet	19
Gráfico 19. Lugar desde el que se accede a Internet	20
Gráfico 20. Lugar desde el que se accede a Internet, según edad	21
Gráfico 21. Dispositivo de conexión a Internet.....	21
Gráfico 22. Actividades realizadas en Internet (1).....	22
Gráfico 23. Actividades realizadas en Internet (2).....	23
Gráfico 24. Actividades en Internet desglosadas por sexo. Ene-Mar 07	25
Gráfico 25. Actividades en Internet desglosadas por edad. Ene-Mar 07	26
Gráfico 26. Actividades en Internet desglosadas por nivel de estudios. Ene-Mar 07 (1) .	27
Gráfico 27. Actividades en Internet desglosadas por nivel de estudios. Ene-Mar 07 (2) .	28
Gráfico 28. Actividades en Internet desglosadas por ocupación. Ene-Mar 07	29
Gráfico 29. Evolución de los internautas con conexión en el hogar	30
Gráfico 30. Agrupación de usuarios por frecuencia de uso y evolución de la misma	31
Gráfico 31. Evolución de los segmentos de Internautas según su frecuencia de uso	33
Gráfico 32. Actividades Funcionales (1)	34
Gráfico 33. Actividades Funcionales (2)	35
Gráfico 34. Descargas (1).....	37
Gráfico 35. Descargas (2).....	38
Gráfico 36. Compras (1).....	39
Gráfico 37. Compras (2).....	40
Gráfico 38. Formación (1).....	41
Gráfico 39. Formación (2).....	42
Gráfico 40. Comunicación (1).....	43
Gráfico 41. Comunicación (2).....	44

6. FICHA TÉCNICA

Procedencia de la información

La información tratada en el presente informe proviene del PANEL SOBRE LA IMPLANTACIÓN DE LAS TIC EN LOS HOGARES ESPAÑOLES del Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información de Red.es.

Para la realización de este estudio se ha extraído del Panel la información correspondiente a los individuos internautas de las oleadas de Enero-Marzo 2004 a Enero-Marzo 2007. El uso de estos datos posibilita el estudio de la evolución de este colectivo en lo que respecta su relación con la Red.

En concreto, se ha contactado con individuos pertenecientes al panel que han declarado, a través de una encuesta postal remitida a los hogares entre los trimestres analizados.

Universo

Panelistas de Red.es. Población internauta de 10 años y más años.

Tamaños muestrales

Las muestras obtenidas para cada uno de los periodos ha sido de:

- Enero-Marzo 2004: 8.117 internautas
- Enero-Marzo 2007: 6.861 internautas.

Para el estudio de los segmentos de internautas se ha utilizado lo que se conoce como muestra o panel constante, esto es, el grupo de individuos internautas que, siéndolo en el primer periodo de análisis, continúa siendo panelista en el último. El total individuos que forman esta muestra constante ha sido de: 3.002 internautas.

Margen de error

Para el colectivo de Internautas en Enero-Marzo 2004: $\pm 1.11\%$

Para el colectivo de Internautas en Enero-Marzo 2007: $\pm 1.21\%$

Para el colectivo Panel Constante: $\pm 1,83\%$

Ponderación

Los resultados han sido ponderados de acuerdo al perfil sociodemográfico de los internautas de 10+ años obtenido en el Panel Red.es.

Los criterios de ponderación considerados fueron a nivel de hogar: comunidad autónoma, tamaño de hábitat, tamaño de hogar, segmento social atendiendo a criterios del EGM de AIMC, presencia de niños en el hogar y edad del ama de casa; y a nivel del individuo: sexo y edad.