

Estudio Fundación BBVA: Internet en España

Mayo, 2008

- Estudio a población general sobre Internet basado en una amplia encuesta:

➔ 6.013 casos

➔ Segmentación entre usuarios y no usuarios de Internet

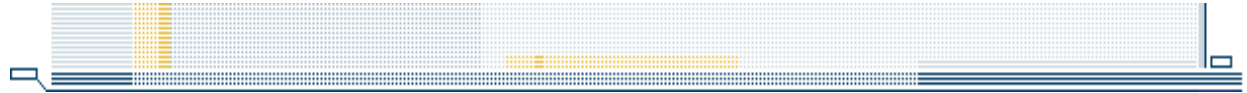
➔ Tamaño y diseño muestral ofrecen datos estadísticamente representativos del conjunto de internautas

➔ La Fundación BBVA realizó en el año 2005 la primera edición de este estudio

Áreas
de análisis



- Desarrollo de Internet en España
- Barreras de uso de Internet
- Implantación y mapa de usos de Internet
- Problemas y reservas ante Internet
- Impacto en la vida personal y el uso del tiempo
- Valoración de Internet



Internet en España

- Equipamiento en Internet
- Perfil de los usuarios y no usuarios de la red
- Barreras de uso

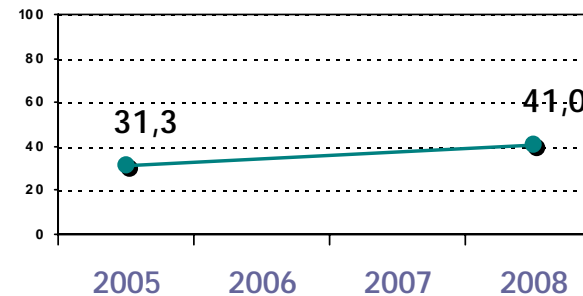


ACCESO A INTERNET EN EL HOGAR

- La presencia de Internet en los hogares españoles ha experimentado un gran crecimiento, pasando del 31% en 2005 al 41% en 2008.
- La mayoría se conecta a través de banda ancha y, en particular, mediante ADSL. El modo de pago predominante por la conexión es el de la tarifa plana 24 horas

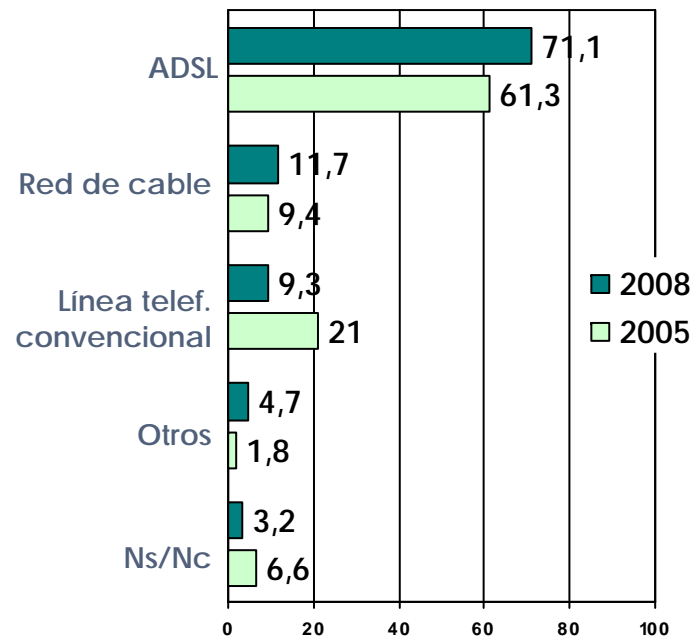
Evolución de conexión a Internet en el hogar

Base: Total entrevistados



¿Qué tipo de acceso a Internet utilizan en su casa?

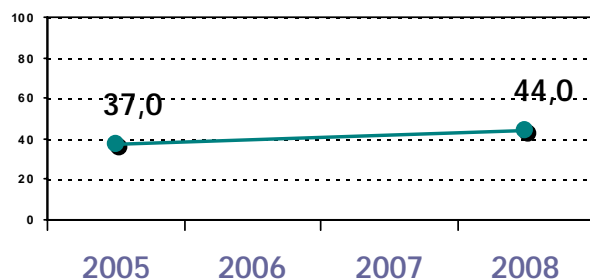
Base: Tiene conexión a Internet



El 88% paga tarifa plana 24 horas por su conexión

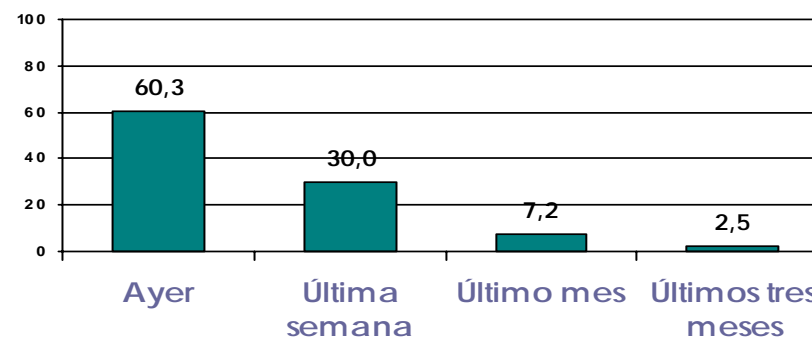
- El 44% de los españoles de 14 años y más se ha conectado a Internet en los últimos 3 meses, 7 puntos más que en 2005
- Alta asiduidad en el uso de la red: 6 de cada 10 usuarios acceden a Internet diariamente, y 9 de cada 10 al menos semanalmente

Evolución de usuarios de Internet en los últimos 3 meses. Base: Total entrevistados



¿Cuándo ha accedido por última vez a Internet (sin contar el día de hoy)?

Base: Utilizaron Internet en los últimos 3 meses (2637)

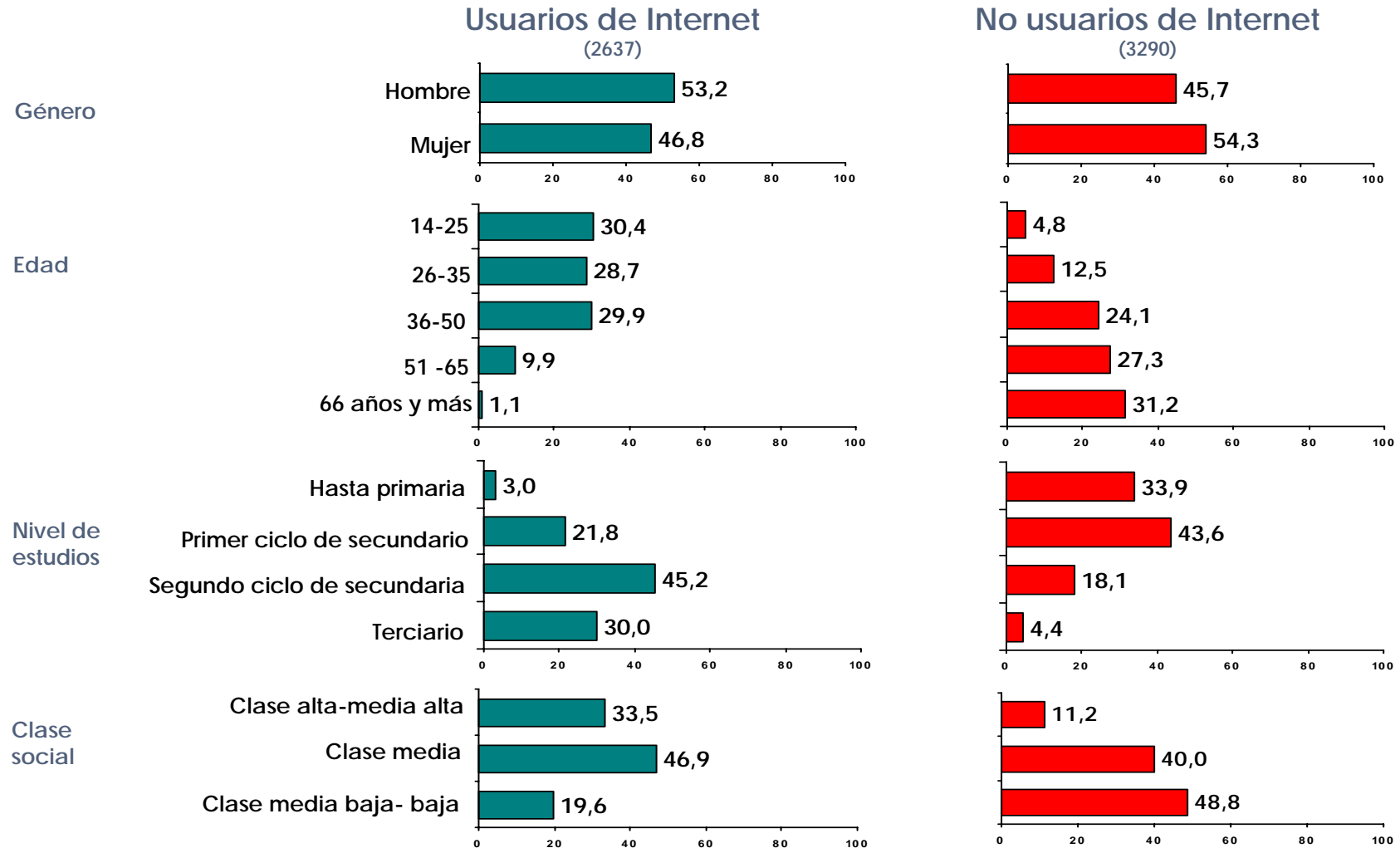


La mayoría se conecta a Internet desde el hogar, aumentando del 66% en 2005 al 76% en 2008

La media de conexión a Internet es 10.5 horas por semana

PERFIL DE USUARIOS Y NO USUARIOS DE INTERNET

- Fuertes diferencias por estudios y clase social, algo menos marcadas por género, y muy agudo salto digital entre generaciones.
- En el perfil de los usuarios de Internet destacan los hombres, jóvenes, personas con mayor nivel de estudios y de nivel socioeconómico medio y medio alto.

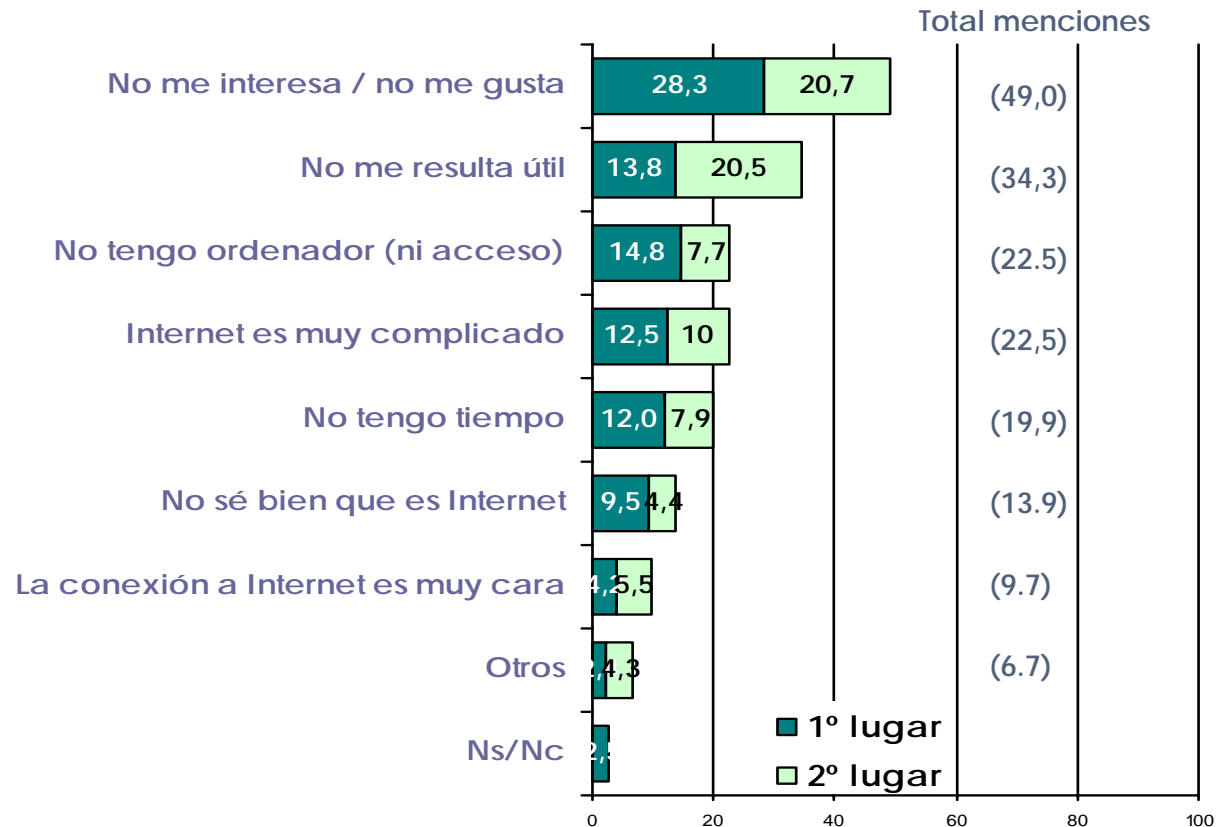


Barreras de uso

- Predomina un factor emocional: la falta de interés en Internet y la no percepción de su utilidad
- También se mencionan otras razones más pragmáticas: falta de ordenador, percepción de complejidad o falta de tiempo

¿Por qué razón no utiliza Internet actualmente?

Base: No usuarios de Internet (3290)



PROBABILIDAD DE ACCESO A INTERNET

Vínculo con la red

- El 8% de los no usuarios se ha conectado a Internet al menos alguna vez
- Menos del 10% de los no usuarios recurre a alguna persona (familiar, amigo) para que le ayude a buscar información en Internet y/o a enviar un correo electrónico

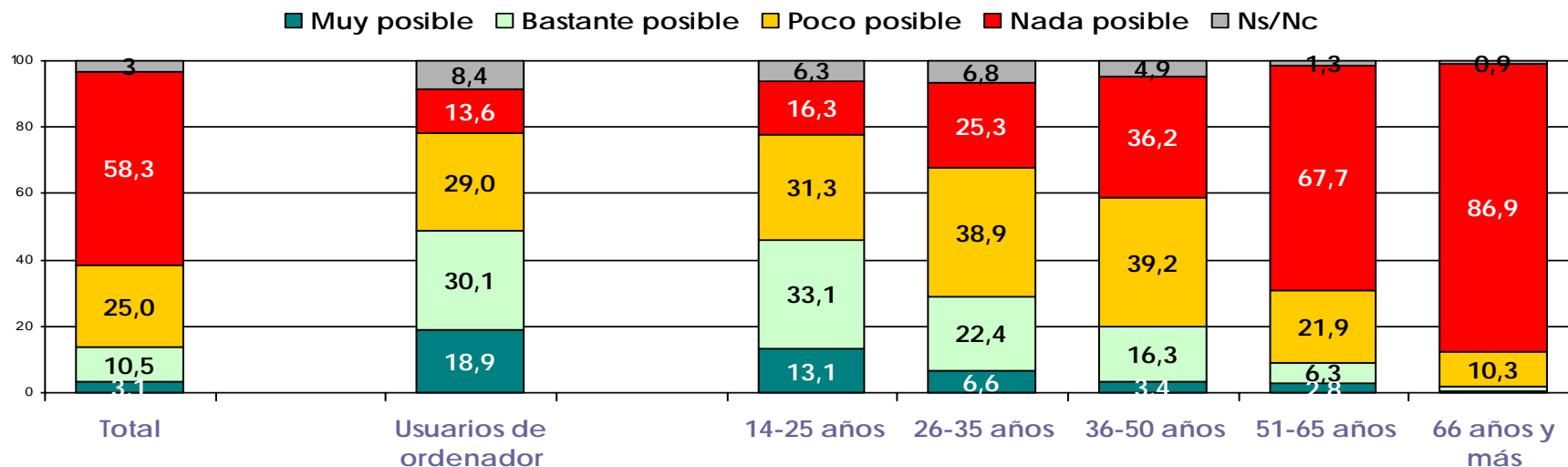
Un 14% de los no usuarios considera que es muy o bastante posible que un día empiece a utilizar Internet. Si dicha intención se concretara en su totalidad, la población internauta aumentaría a más del 50% de los españoles.

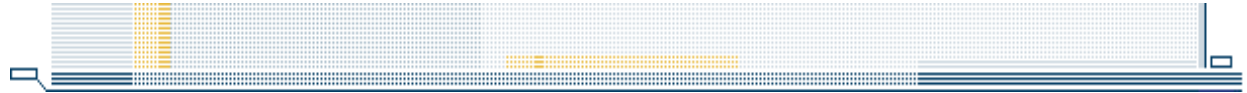
La probabilidad de uso de Internet es mayor:

- entre los actuales usuarios de ordenador
- entre los jóvenes

¿En qué medida cree que es posible que un día empiece a utilizar Internet?

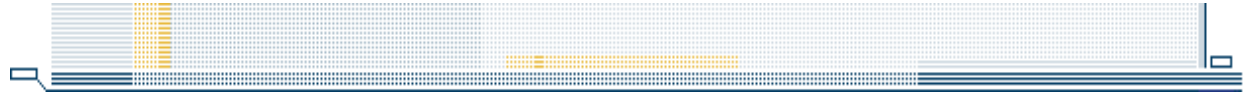
Base: No usuarios de Internet (3290)





Mapas de usos de Internet

- Internet como espacio de información
- Internet como espacio de comunicación
- Internet como espacio de ocio
- Internet como espacio de obtención de servicios, banca y comercio electrónico



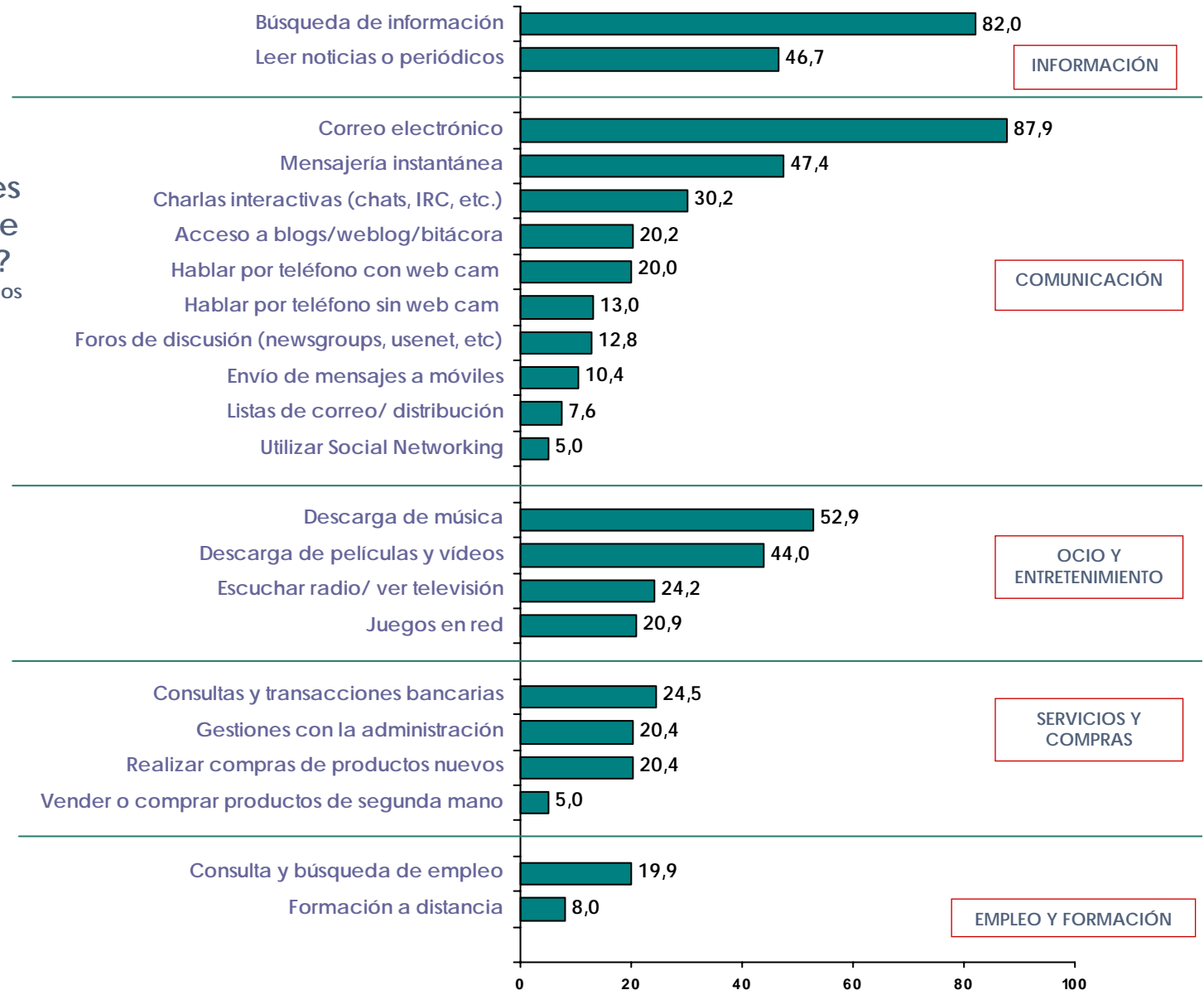
MAPA DE ACTIVIDADES EN INTERNET

- Internet se posiciona preferentemente como un **espacio de comunicación**, especialmente a través del correo electrónico. También es significativo el porcentaje que utiliza la mensajería instantánea
- Internet es también claramente un **espacio de información**: la amplia mayoría de los usuarios realiza búsqueda de información en la red y casi la mitad lee noticias o periódicos on line
- Internet como espacio de **ocio y entretenimiento** ocupa la parte media del mapa de actividades. Cada vez asume mayor presencia, especialmente a través de la descarga de música y películas
- Internet como espacio de **servicios y compras** ocupa la parte baja del mapa. Un porcentaje acotado utiliza la red para realizar gestiones bancarias, con la administración o comercio electrónico
- De los servicios o tareas en la red por las que se ha preguntado, los usuarios de Internet han realizado una media de 6 actividades en los últimos 3 meses.

MAPA DE ACTIVIDADES EN INTERNET

¿En los últimos tres meses ha utilizado cada uno de los siguientes servicios ?

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)

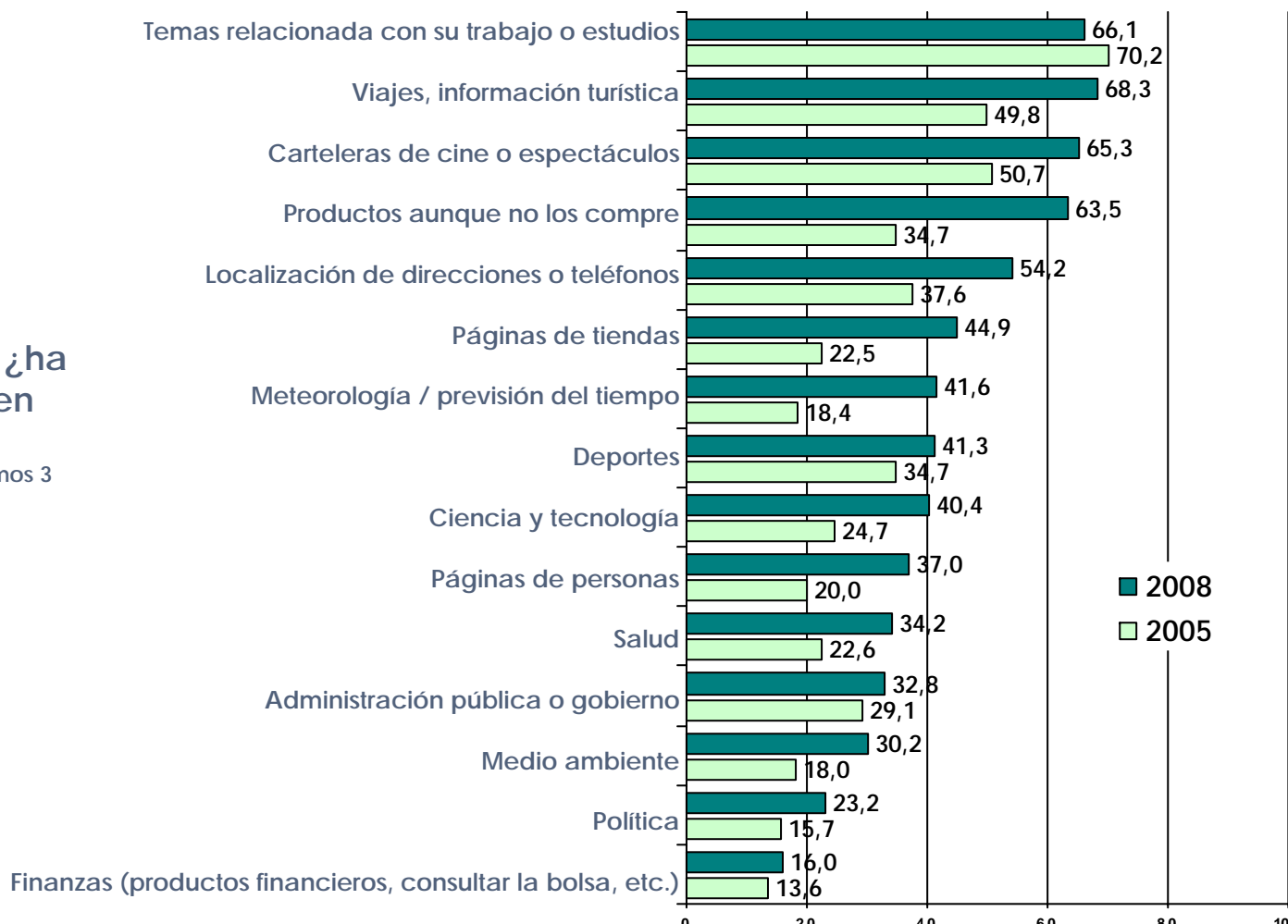


INTERNET COMO ESPACIO DE INFORMACIÓN: CONTENIDOS

- Se amplía la cantidad y variedad de temas sobre los que se busca información en la red desde 2005
- El rango de temas es amplio y variable, destacando las búsquedas de información sobre temas de trabajo o estudio, viajes, espectáculos y productos

En los últimos tres meses ¿ha buscado información en Internet sobre ...

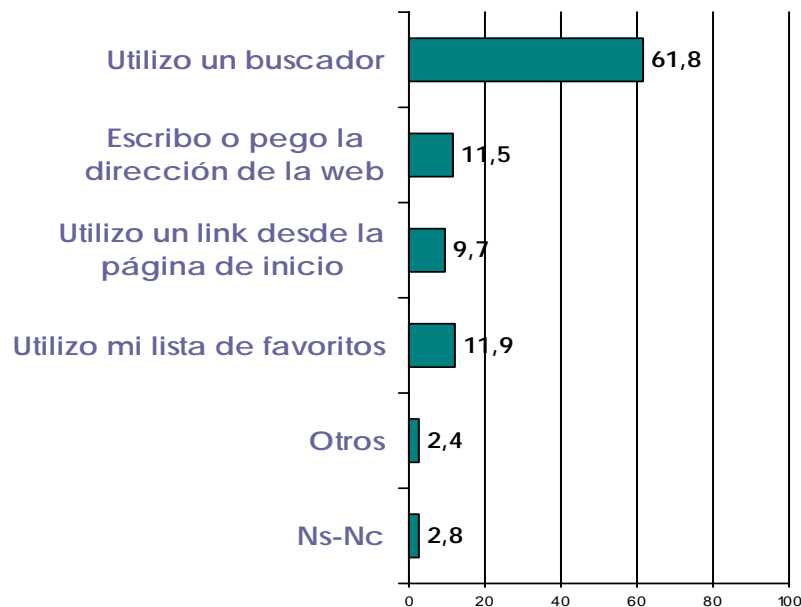
Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses



- Los buscadores asumen un papel fundamental en la navegación por la Web. Entre los mismos, Google es utilizado por 9 de cada 10 internautas
- Sin embargo, para determinar la fiabilidad de la información pocos descansan en la selección ofrecida por el buscador. Atienden en mayor medida a su juicio propio a partir de la lectura de la información y a otros criterios (institución que la brinda, diseño, etc.)

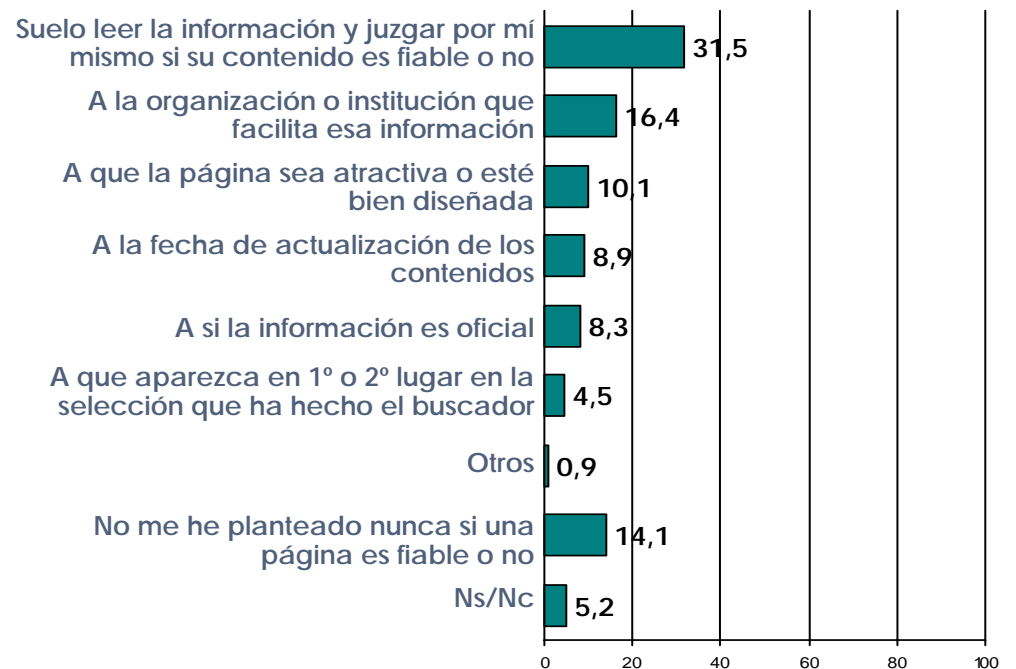
¿Cuál de estos modos es el que más utiliza para llegar a los sitios que visita?

Base: Usuarios de Internet últimos 3 meses (2637)



¿A qué aspectos de los que le leo le da usted más importancia para decidir si la información que aparece en una página de Internet es o no es fiable?

Base: Usuarios de Internet últimos 3 meses (2637)



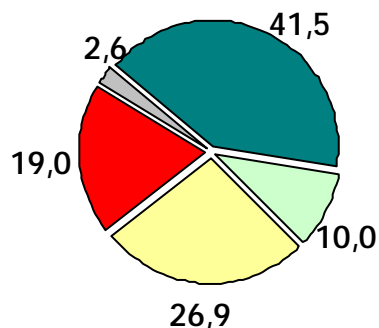


INTERNET COMO ESPACIO DE INFORMACIÓN: PERIÓDICO

- En los hábitos de lectura de periódicos, predomina el soporte impreso sobre el digital, aunque existe un porcentaje importante que combina ambos

¿Cuál de estas situaciones describe mejor su forma de leer el periódicos?

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



- Sólo lee la edición impresa del periódico
- Sólo lee la edición digital del periódico
- Lee el periódico tanto en la edición impresa como en la edición digital
- Habitualmente no suele leer el periódico
- No contesta

¿Cómo los combinan?

- 68% suele leer la edición impresa de un periódico y la edición digital de otros
- 27% suele leer la edición impresa y digital del mismo periódico

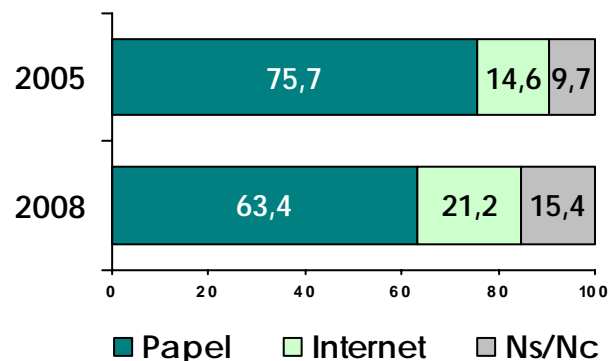
¿Por qué leen ambos soportes?

- 57% para obtener información actualizada
- 33% para conocer cómo trata la información otro periódico
- 27% para acceder a servicios o contenidos sólo disponibles a través de Internet

- Además de ser un hábito muy instalado, el periódico impreso continúa suscitando la preferencia de los usuarios, aunque aumenta algo la preferencia por el soporte digital

En general, ¿prefiere usted leer el periódico en..?

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



¿Por qué prefiere en papel?

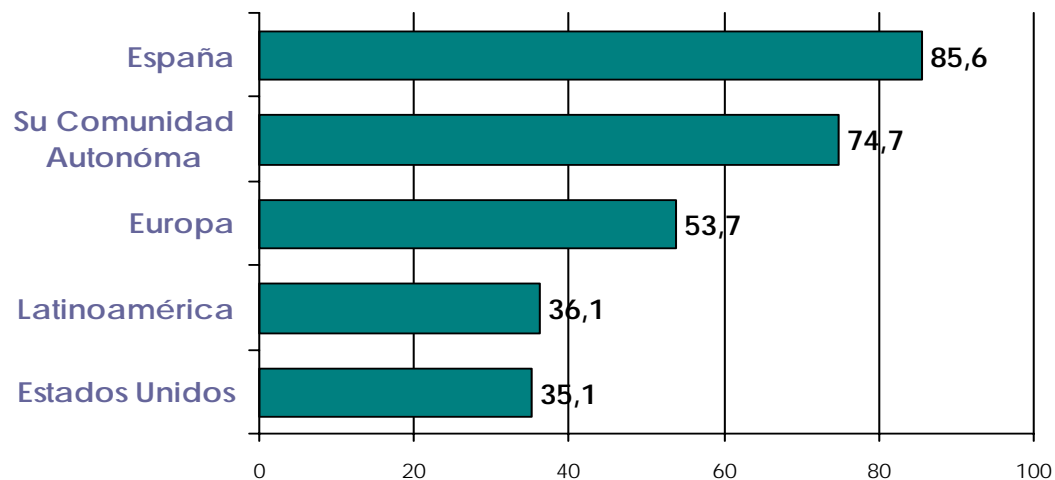
Es más fácil leer en papel que en el ordenador	47.4
Es más fácil leer vaya donde vaya	32.7
No tengo acceso a un ordenador en todas partes	10.5
Me gusta tener una copia en papel de lo que leo	5.3

¿Por qué prefiere en Internet?

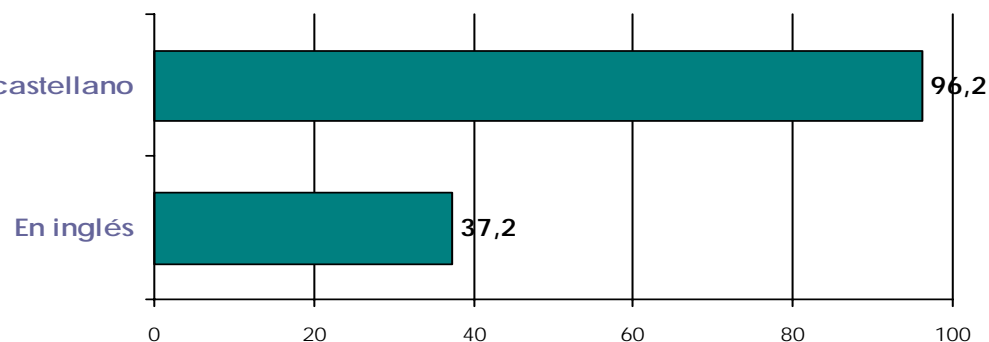
Es más fácil encontrar la información que me interesa	37.8
Es gratis	28.0
Es más fácil guardar las noticias que me interesan	9.2
Porque la información se actualiza constantemente	7.5
Mejor calidad de imágenes	6.7
Puedo leerlo en cualquier momento	4.8

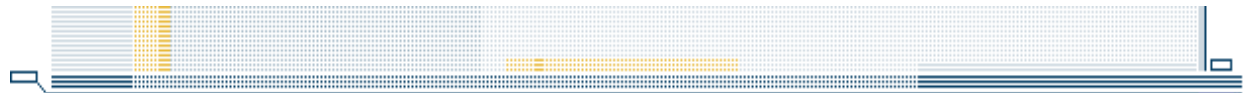
- La gran mayoría de los internautas accede a páginas de España y de su Comunidad Autónoma. El acceso a páginas de otro origen está menos extendido
- Las búsquedas se hacen mayoritariamente en castellano. Casi 4 de cada 10 acceden a páginas Web con contenidos en inglés

¿Accede a páginas de origen de ...?



¿Podría decirme si accede usted a páginas y servicios en las siguientes lenguas ...?



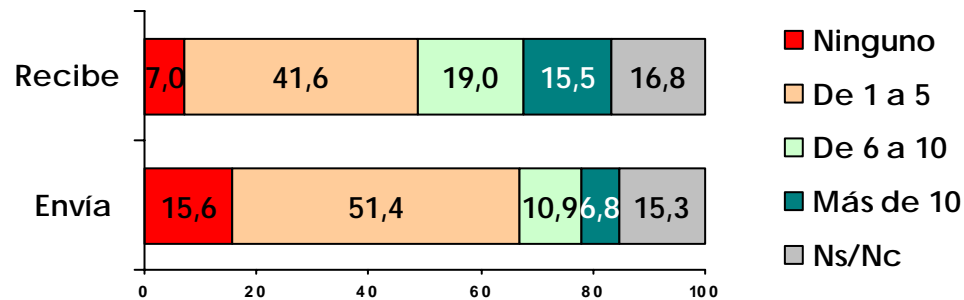


INTERNET COMO ESPACIO DE COMUNICACIÓN: CORREO

- Los usuarios de correo electrónico declaran que envían menos mensajes de los que reciben
- La mayoría relativa envía y recibe entre 1 y 5 mensajes por día, siendo especialmente significativo el porcentaje que expresa que recibe más de 5 mensajes

En un día normal,
aproximadamente ¿cuántos
mensajes de correo
electrónico ...?

Base: usuarios de correo electrónico (2318)



El 53% de los que utilizan correo electrónico se comunican a través del mismo con personas residentes en el extranjero con frecuencia

Internet como medio para conocer personas:

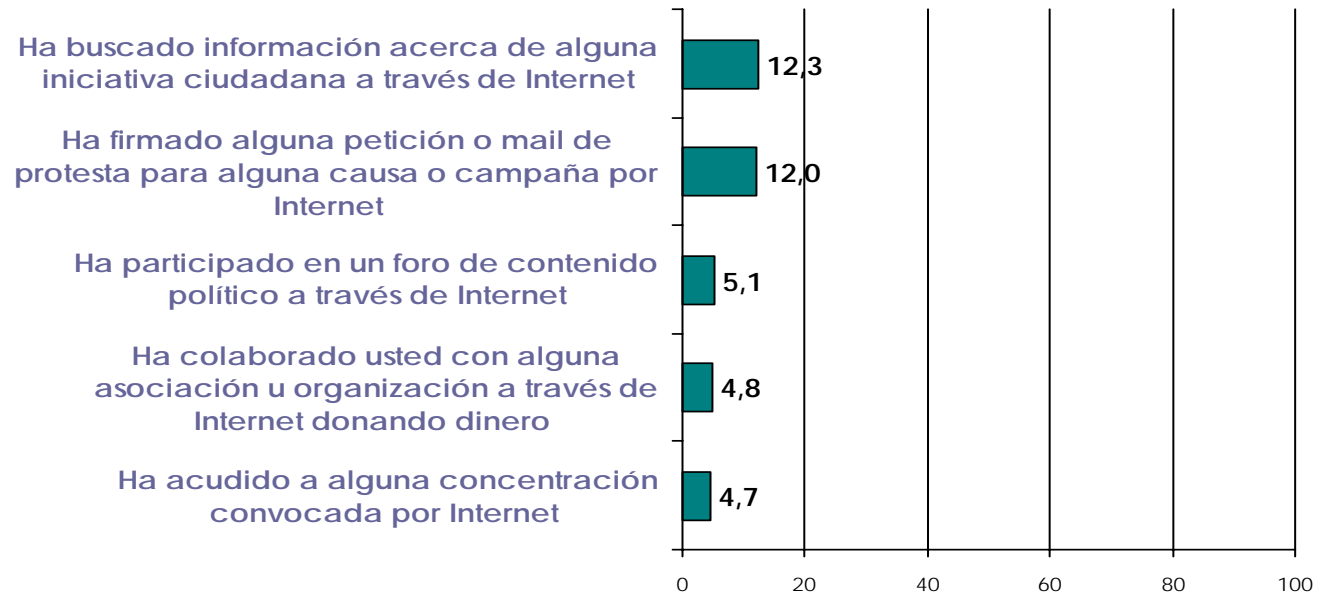
- El 17% de los usuarios tiene o ha tenido alguna relación personal con alguna persona sólo a través de Internet
- El 13% ha tenido alguna relación personal cara a cara con alguna persona que conoció originalmente en Internet

Internet como canal para la participación cívica

- Baja utilización. Acciones más comunes: búsqueda de información sobre iniciativas ciudadanas o firma de peticiones

En los últimos 12 meses, ha realizado alguna de las siguientes cosas por Internet?

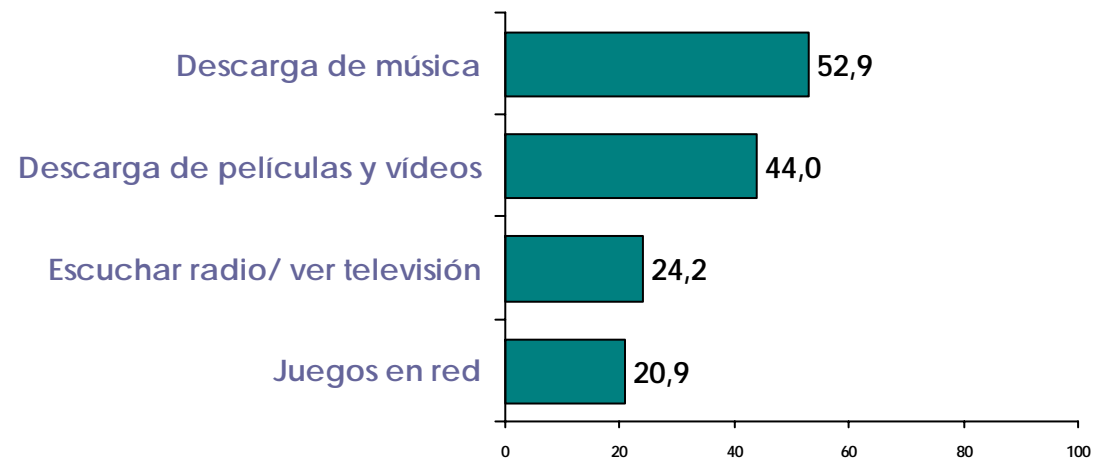
Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



- Crecimiento del uso de Internet como espacio de ocio y entretenimiento: el 63% de los internautas ha realizado en los últimos tres meses al menos una de las actividades relacionadas con ocio: descarga de música o películas, juegos en red y ver TV o escuchar la radio por Internet.

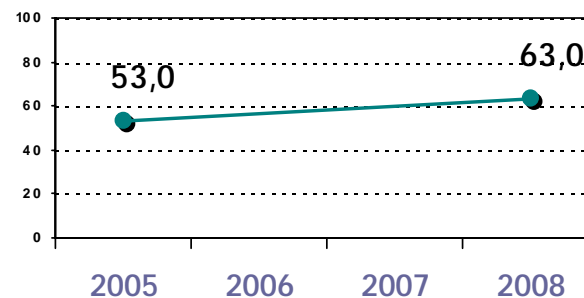
¿En los últimos tres meses ha utilizado cada uno de los siguientes servicios ?

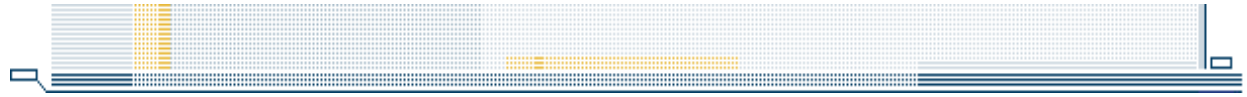
Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



Evolución de la realización de actividades de ocio y entretenimiento en Internet en los últimos 3 meses

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses



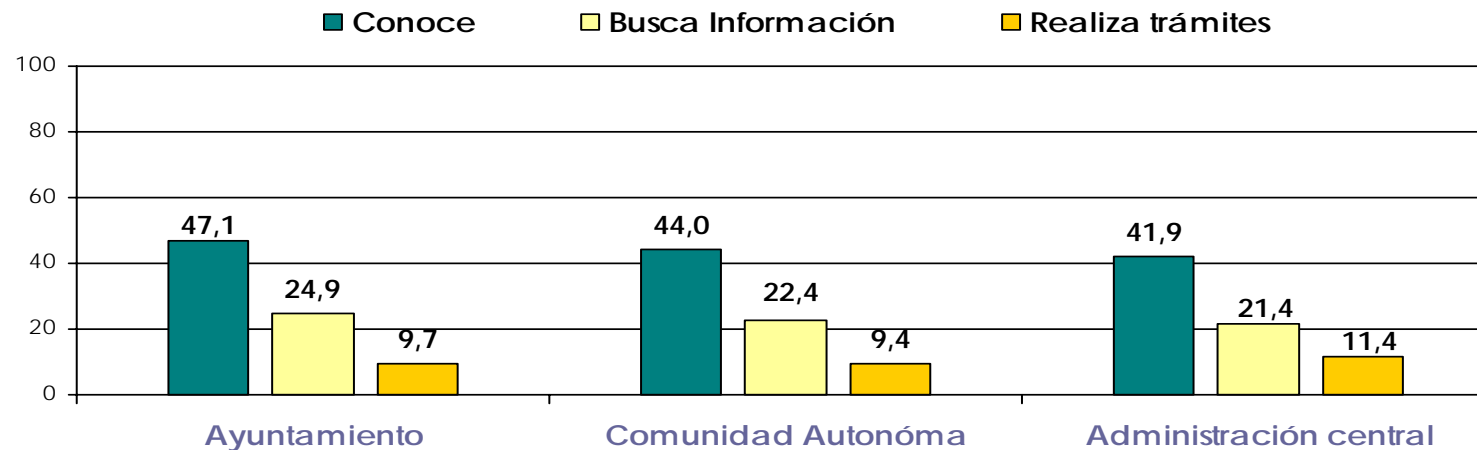


INTERNET COMO ESPACIO DE SERVICIOS: ADMINISTRACIÓN

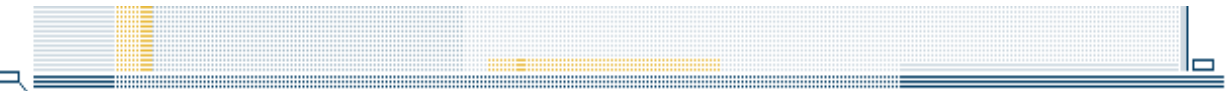
- Conocimiento medio de los servicios de las administraciones públicas disponibles actualmente a través de Internet
- Algo más de un 20% se ha conectado con cada una de estas administraciones (Ayuntamiento, Gobierno de la Comunidad y Administración Central) a través de Internet para obtener información y cerca de un 10% para realizar algún trámite

Porcentaje que conoce los servicios que ofrecen las administraciones públicas a través de Internet, ha obtenido información o realizado trámites con las mismas a través de la red

Base: Usuario de Internet últimos 3 meses (2637).



Crece la realización de trámites a través de Internet: en conjunto, un 20% se conectó con al menos alguna de estas tres administraciones para realizar algún trámite (13% en 2005)

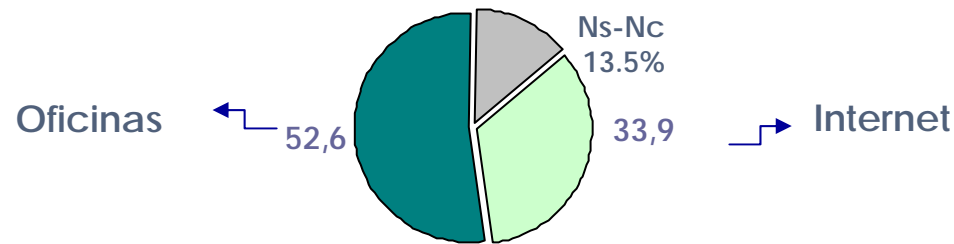


INTERNET COMO ESPACIO DE SERVICIOS: ADMINISTRACIÓN

- Al margen de la experiencia, la mayoría continúa prefiriendo realizar trámites con las administraciones públicas en las oficinas que a través de Internet

¿Preferiría realizar la mayor parte de los trámites con la Administración Pública a través de Internet o en las oficinas de la Administración Pública?

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



¿Por qué prefiere en las oficinas?

Porque prefiero que un empleado me de un documento que confirme el trámite que hago	43.4
Porque prefiero que me asesore un empleado antes de hacer algún trámite con la Administración	28,7
Por miedo a que alguien robe mi información personal	13.8
Porque no tengo claro cómo reclamar ni dónde hacerlo en caso que fuese necesario	5.5
Porque es muy complicado hacerlo por Internet	5.7

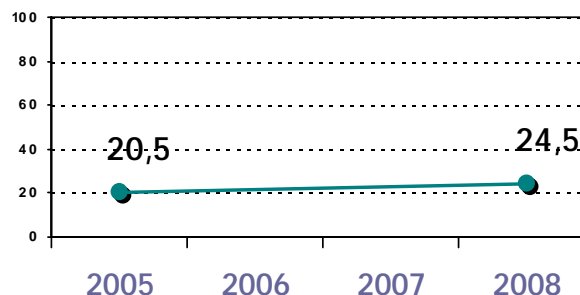
¿Por qué prefiere en Internet?

Puedo hacer trámites a cualquier hora del día	56.5
Me lleva menos tiempo hacer un trámite con Internet que si voy a una oficina	36.3
Puedo hacer trámites con mayor privacidad que si lo hago con un empleado	4.2
El servicio en Internet me da más y mejor información que un empleado antes de realizar una operación	2.2

- Un 24.5% de los usuarios de Internet ha realizado alguna gestión bancaria a través Internet, lo que supone un crecimiento de 4 puntos respecto a 2005 (20.5%)
- Entre quienes hacen operaciones bancarias por Internet, sólo un 12% las realiza con un banco que sólo opera por Internet

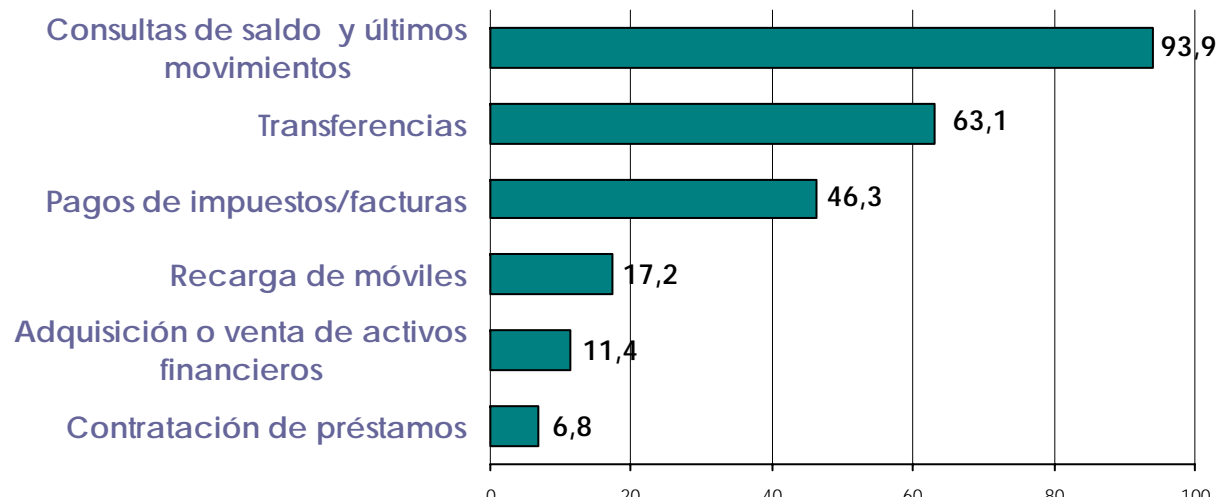
Evolución de la realización de operaciones bancarias a través de Internet

Base: Usuario de Internet últimos 3 meses

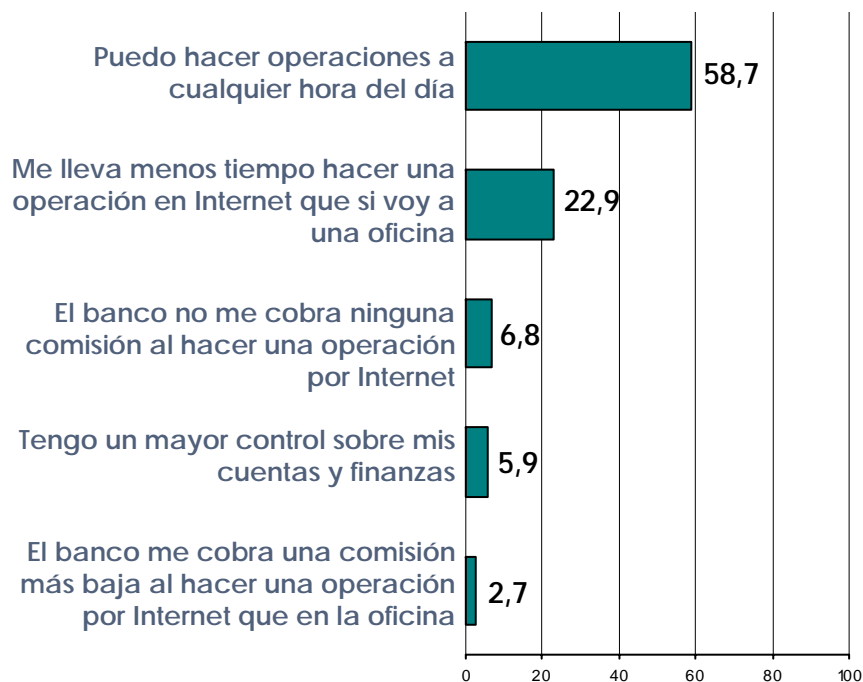


Para cada una de las operaciones que le leo me gustaría que me dijera si se ha puesto en contacto con su banco a través de Internet. Porcentaje que responde afirmativamente

Base: Usuario de Internet últimos 3 meses que han realizado una gestión bancaria (647)



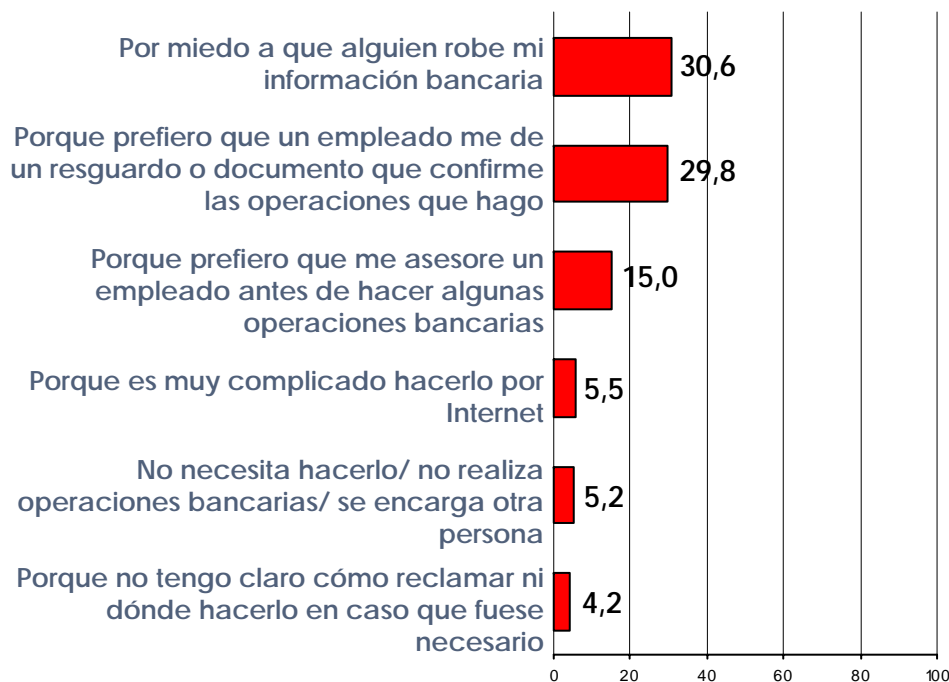
¿Cuál es la principal razón por la que usted realiza operaciones bancarias a través de Internet? Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses y realizó operaciones por Internet (647)



Principales estímulos:

- Flexibilidad horaria
- Ahorro de tiempo

¿Cuál es la principal razón por la que usted no realiza operaciones bancarias a través de Internet? Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses y no realizó operaciones por Internet (1867)



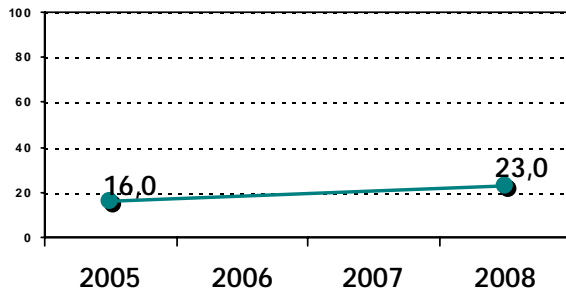
Principales barreras:

- Temor por la privacidad
- Ausencia de resguardo físico
- Asesoramiento personal

INTERNET COMO ESPACIO DE COMPRAS

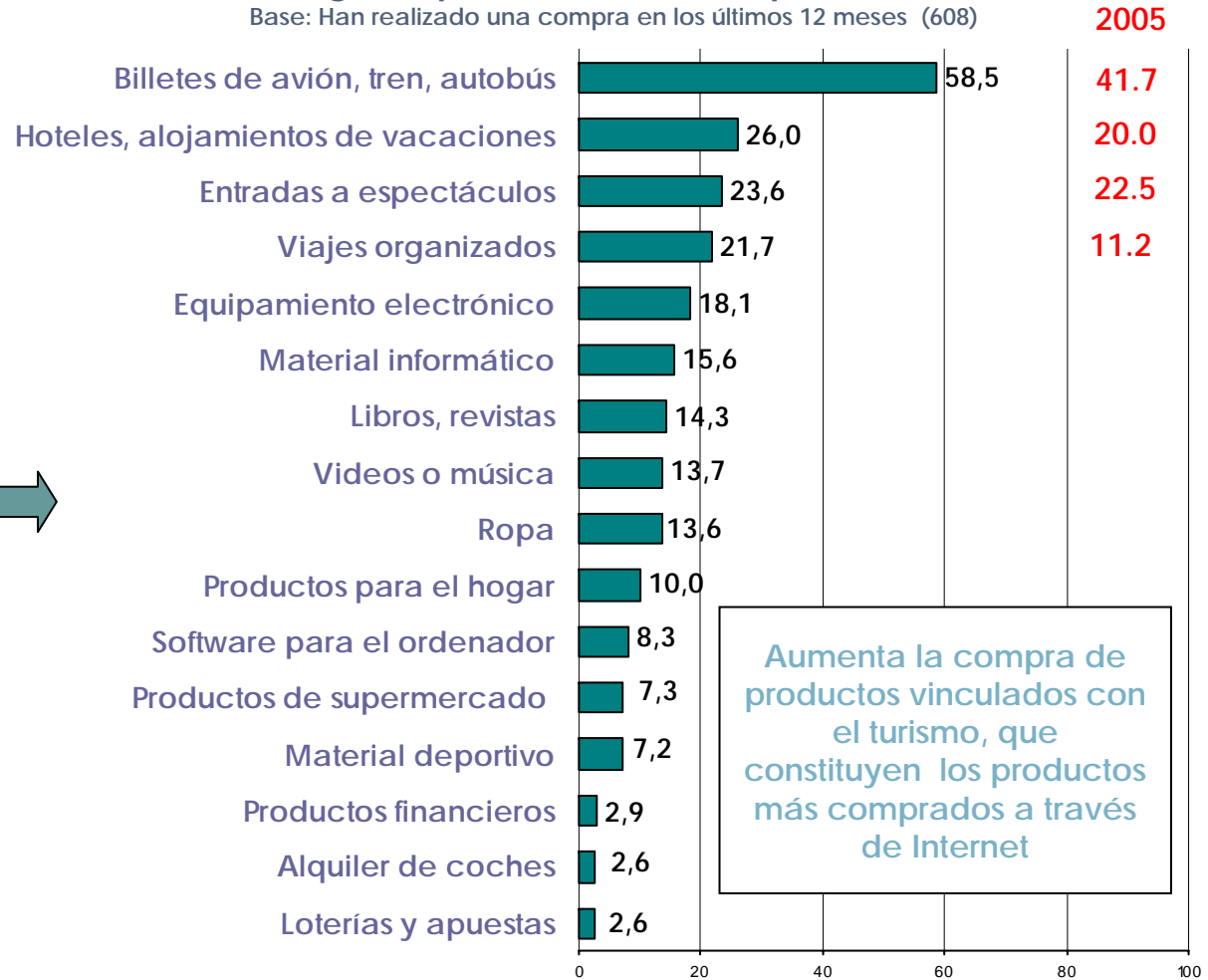
Crece significativamente el porcentaje que ha realizado alguna compra a través de Internet

¿Ha realizado alguna compra a través de Internet en los últimos 12 meses? Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



¿Qué productos ha comprado?

Base: Han realizado una compra en los últimos 12 meses (608)



Aumenta la compra de productos vinculados con el turismo, que constituyen los productos más comprados a través de Internet

INTERNET COMO ESPACIO DE COMPRAS

¿Cuál sería la razón principal por la que ha realizado compras a través de Internet?

Base: Han realizado una compra en los últimos 12 meses (608)

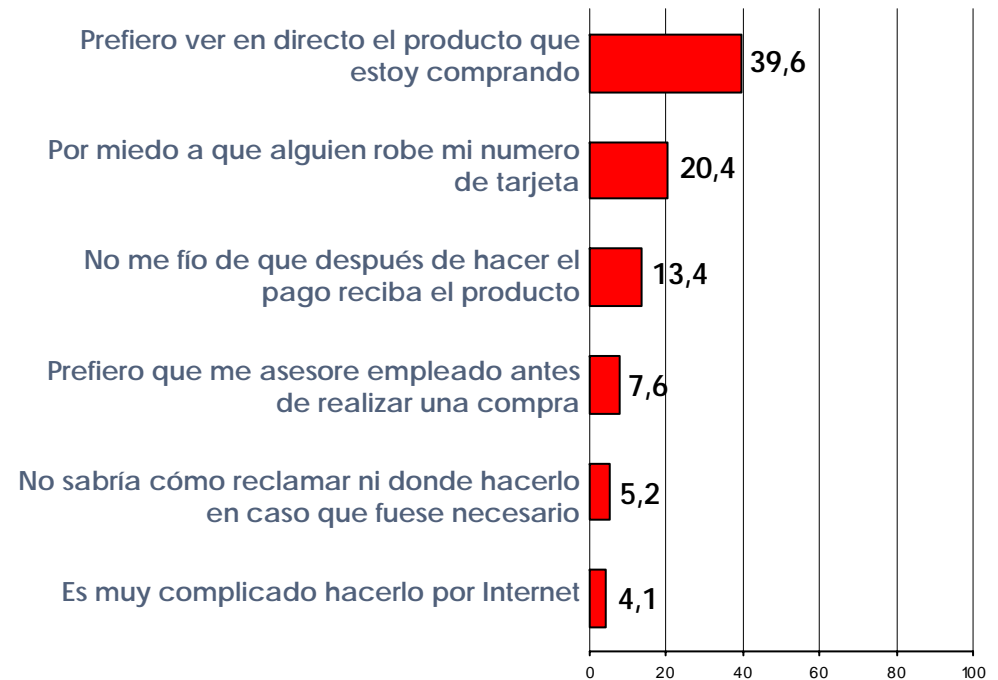


Principales estímulos:

- Flexibilidad horaria
- Comodidad
- Precio

¿Por qué no ha realizado compras a través de Internet en los últimos 12 meses?

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses y no realizó compras por Internet (2004)



Principales barreras:

- Imposibilidad de ver el producto
- Percepción de inseguridad: por la privacidad de datos, recepción del producto

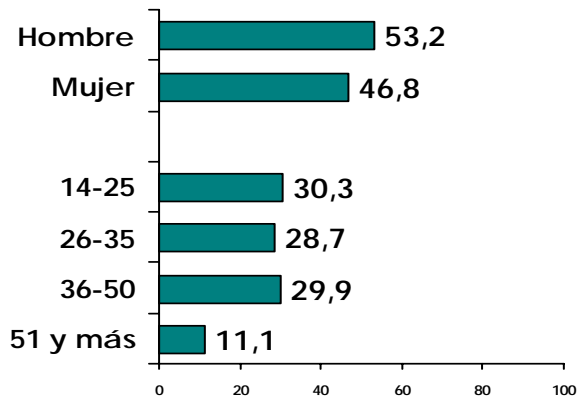


PERFIL DE USUARIOS DE DIFERENTES SERVICIOS EN INTERNET

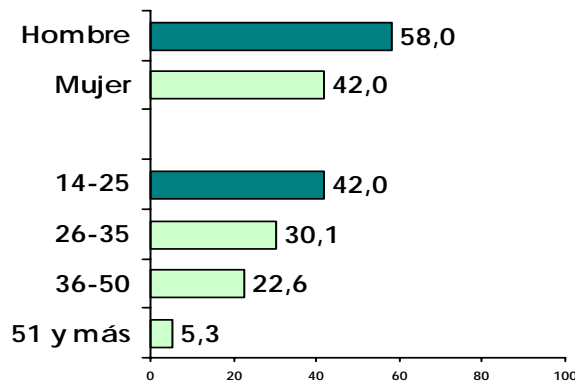
- Existen algunas actividades que son casi universales entre los internautas: la búsqueda de información y el correo electrónico.
- En el uso de Internet como espacio de ocio destacan los hombres y jóvenes, y en la realización de gestiones y compras, los hombres, adultos e individuos de clase media y media alta

Perfil medio del usuario de Internet

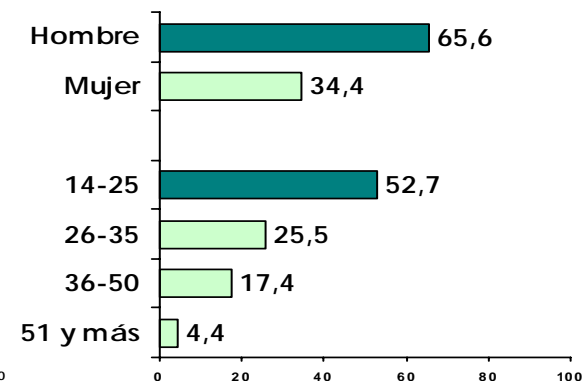
(usuarios últimos 3 meses: 2637)



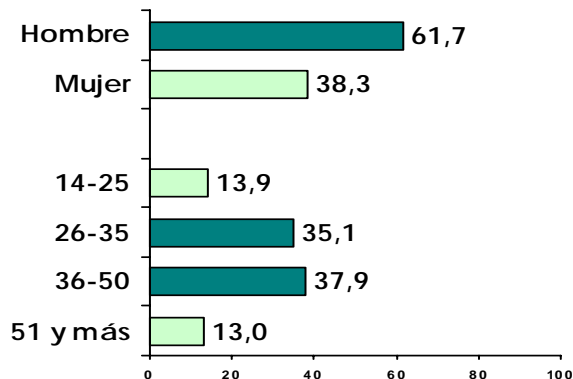
Descarga de música (1396)



Juegos en la red (552)

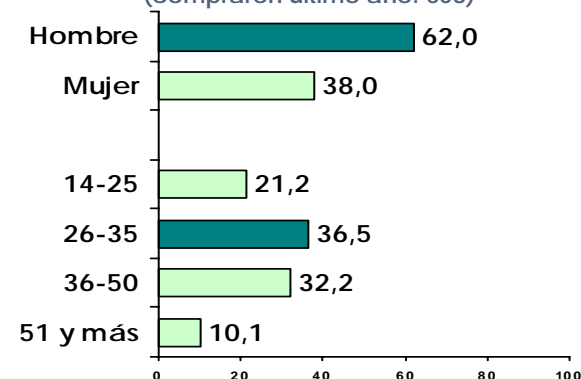


Gestiones bancarias (647)



Comercio electrónico

(compraron último año: 608)

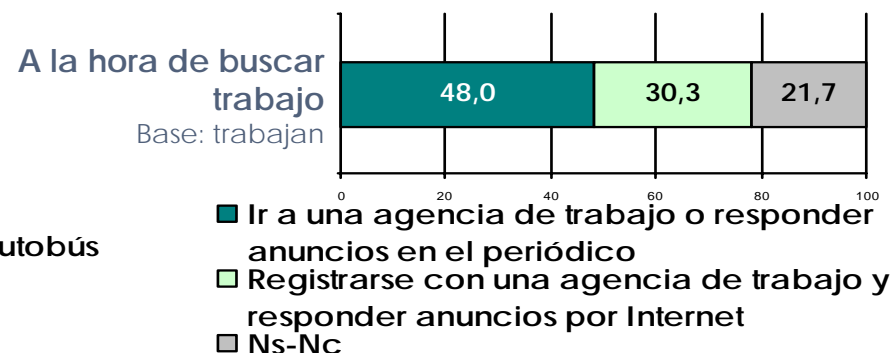
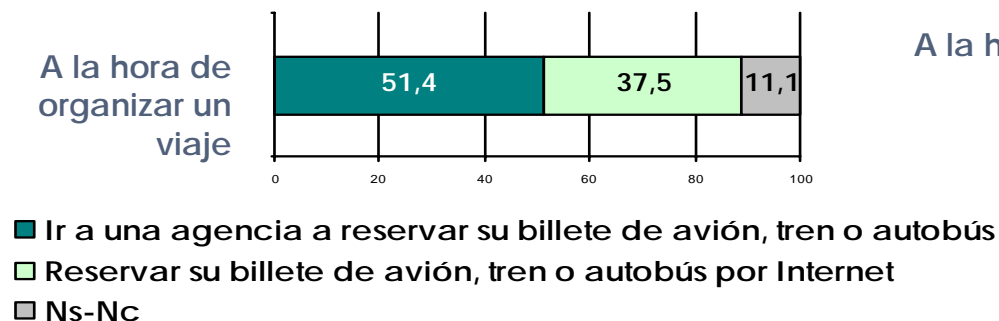
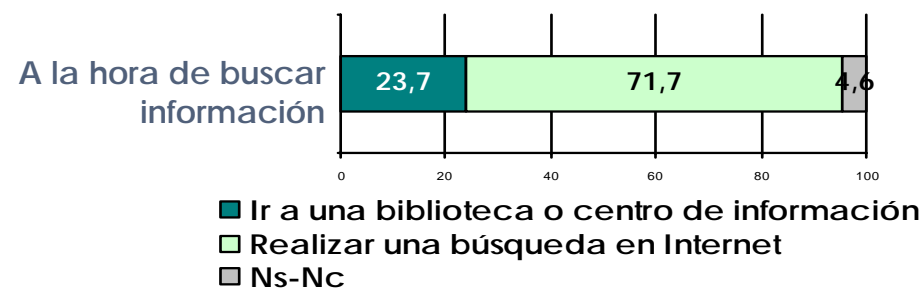
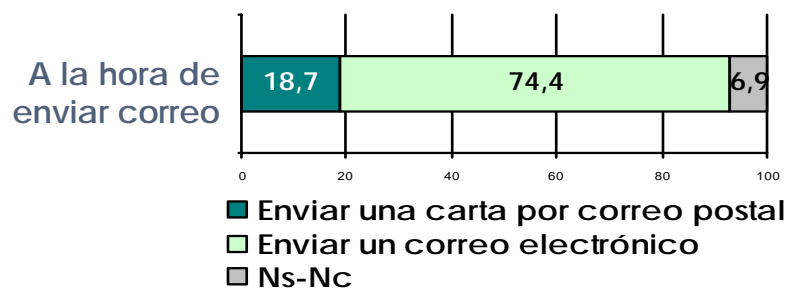




- Internet ha desplazado en el mapa de preferencias al método 'sin ordenador' en la búsqueda de información y envío de correo
- Mejora el posicionamiento de la red como espacio para organizar viajes: la preferencia ha aumentado de 29% en 2005 a 38% en la actualidad

Para cada caso, le rogaría que me dijera si prefiere el método con ordenador o el método sin ordenador para realizar cada una de estas cosas

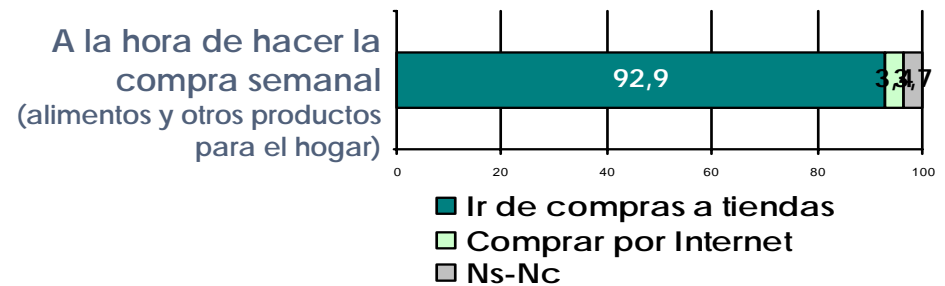
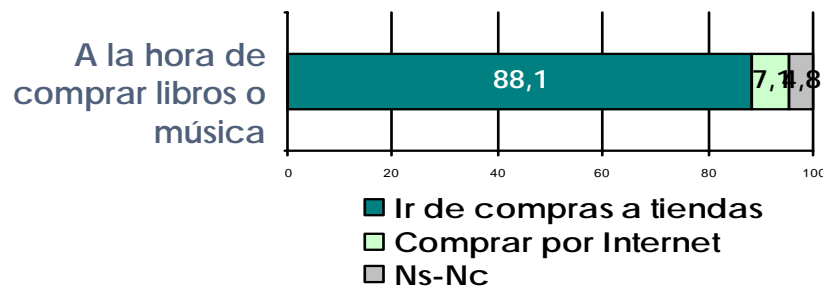
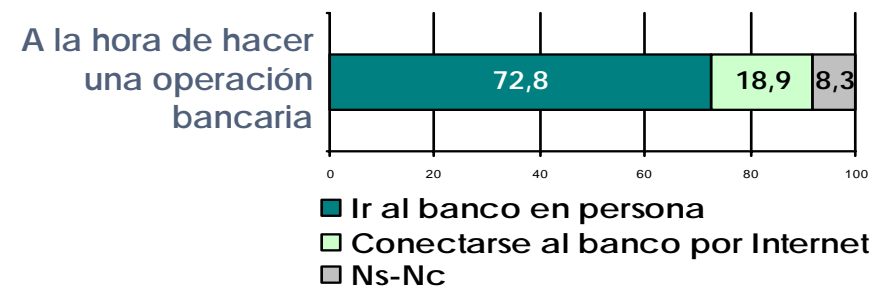
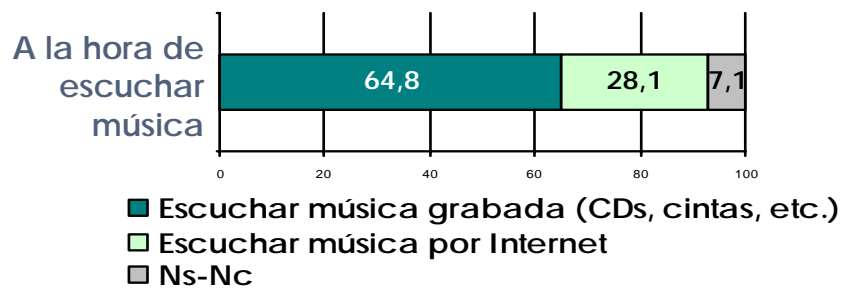
Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)

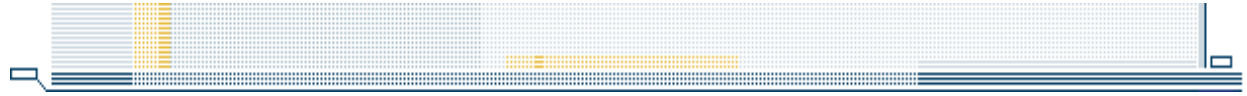


- Para la realización de otras gestiones y, especialmente para la realización de compras, se prefieren claramente procedimientos que supongan el contacto personal y físico

Para cada caso, le rogaría que me dijera si prefiere el método con ordenador o el método sin ordenador para realizar cada una de estas cosas

Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)





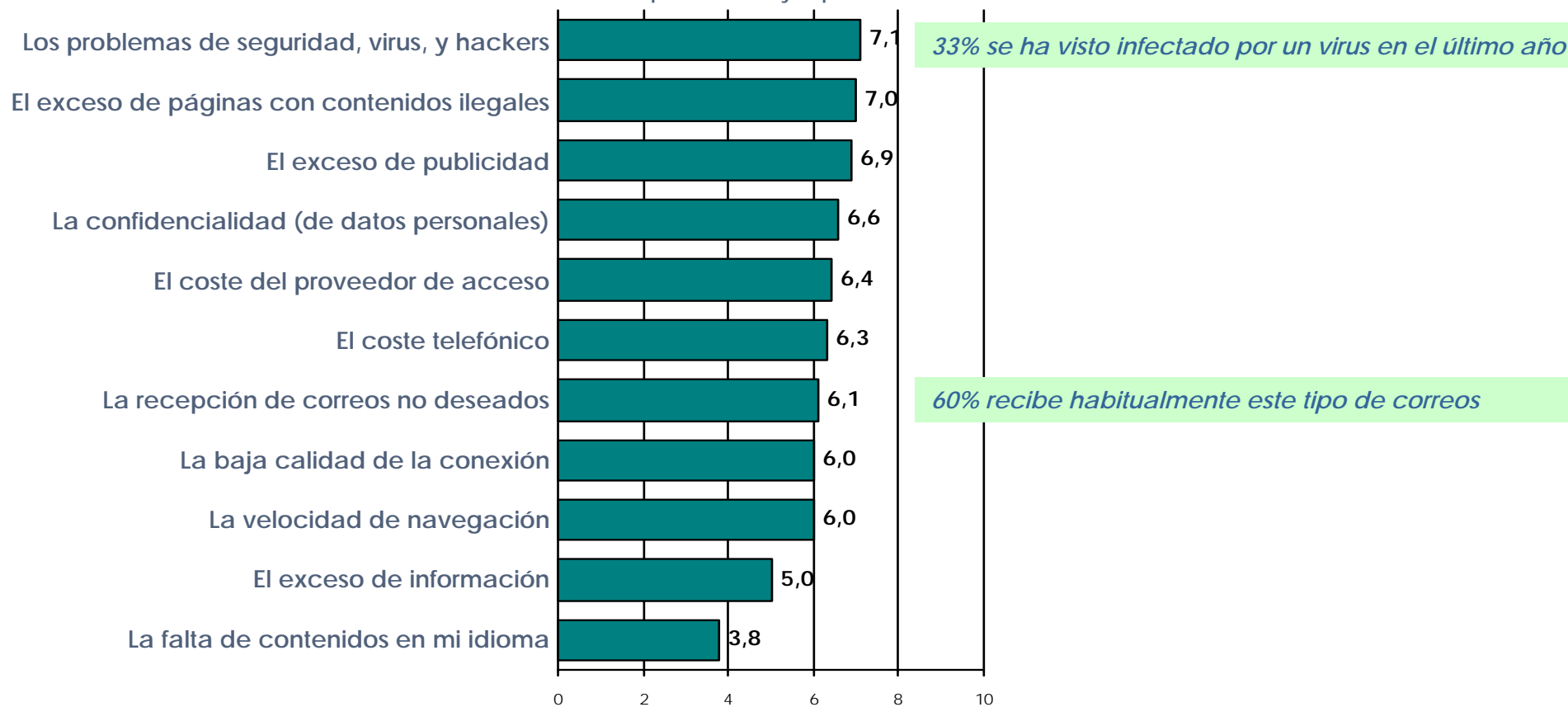
Problemas y reservas ante Internet

- Mapa de percepción de problemas
- Confianza en el suministro de datos
- Contenidos mediante pago
- La fiabilidad de la información

- La seguridad informática, los contenidos ilegales y el exceso de publicidad encabezan el mapa de percepción de problemas
- En algunos casos, la percepción de problemas tiene un correlato directo en la experiencia

Ya sea por su experiencia o por lo que ha escuchado, ¿en qué medida cree que cada una de las siguientes cuestiones es un problema al utilizar Internet?

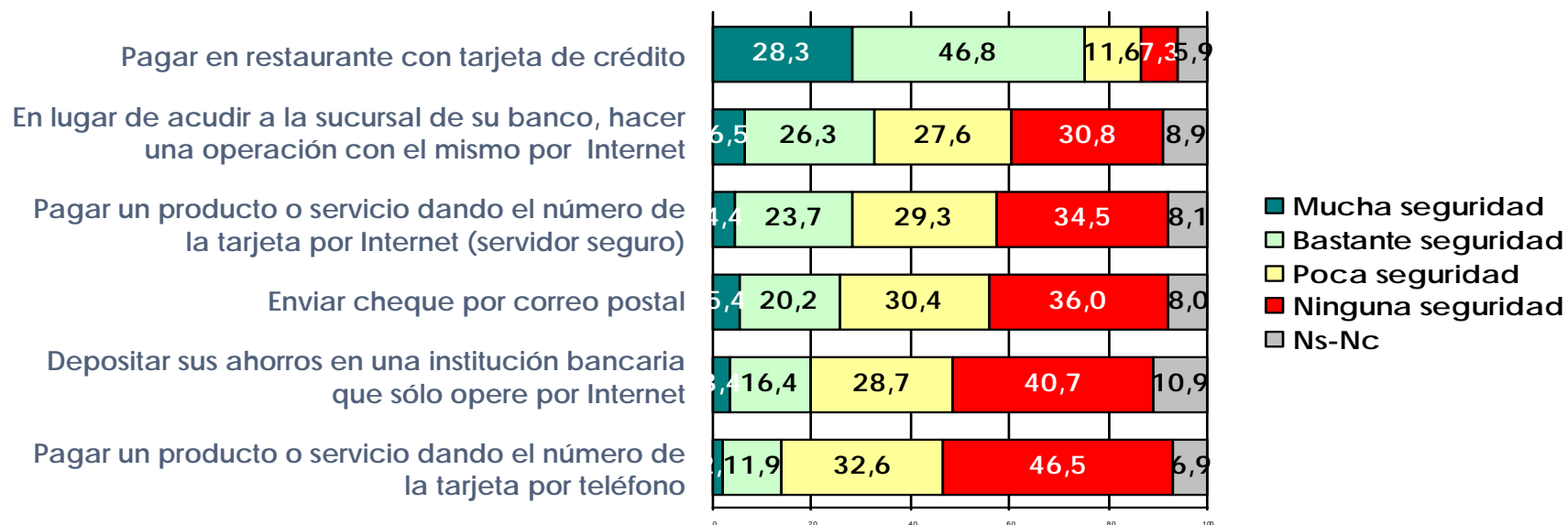
Base: Utilizó Internet en los últimos 3 meses (2637) Media en escala de 0 a 10, en donde 0 significa que no es un problema en absoluto y 10 que es un problema muy importante



- La preocupación por la confidencialidad de la información no es exclusiva de Internet, sino que se expresa en otras situaciones en donde el contacto no es personal
- El contacto "cara a cara" estimula la confianza; su ausencia es un freno para el uso de servicios online, suscitando reservas ante la seguridad y la privacidad en la red

¿Qué grado de seguridad le merece realizar las siguientes cosas?

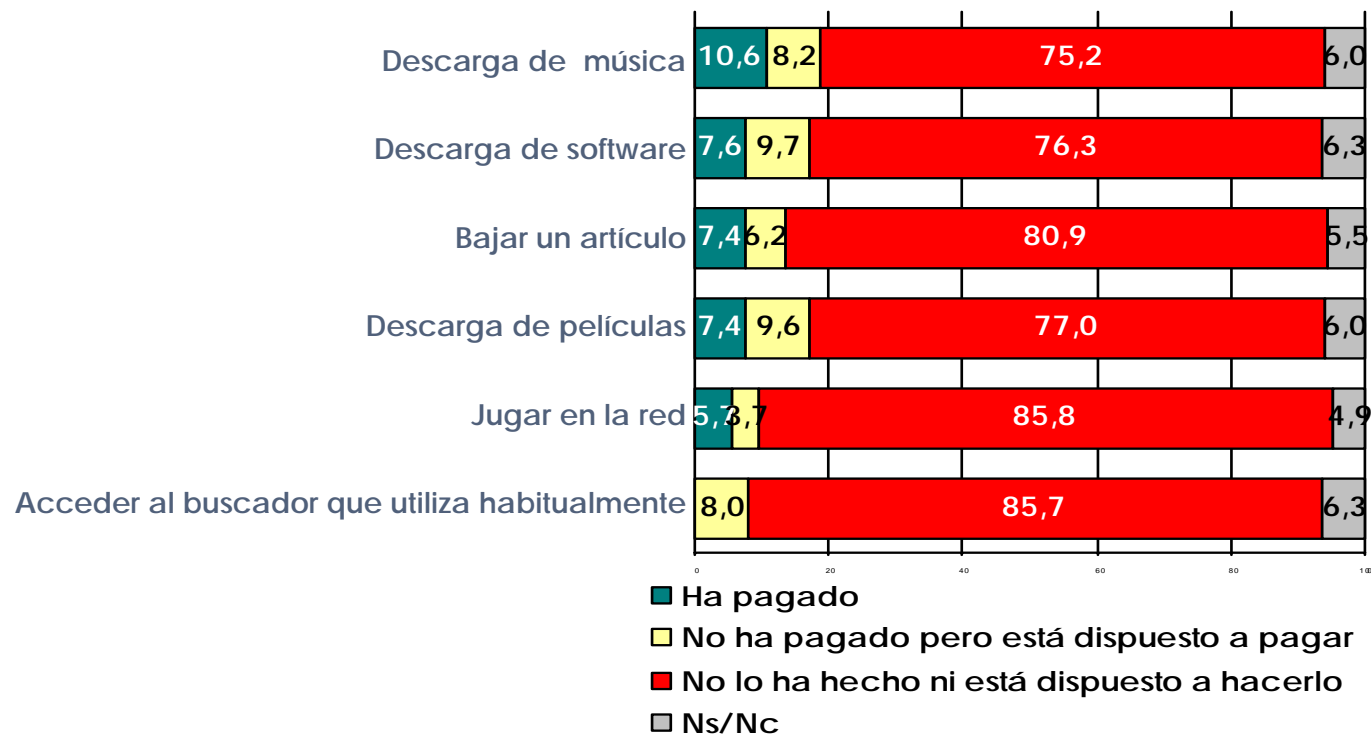
Base: Ha utilizado Internet en los últimos 3 meses (2637)



- La gratuidad es percibida como un atributo propio de la naturaleza de Internet
- Escasa experiencia en el acceso a contenidos de pago y baja disposición a pagar en el futuro

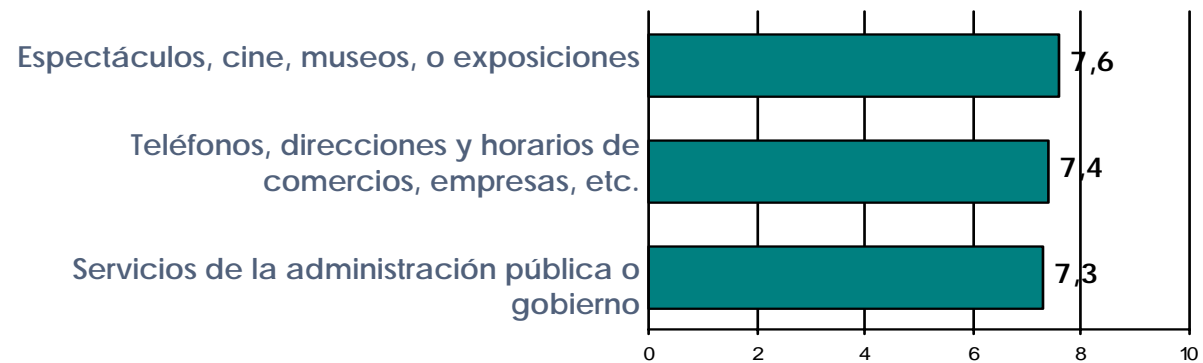
¿En alguna oportunidad ha pagado para acceder a los siguientes contenidos?
 ¿Y estaría dispuesto a pagar por acceder a ...?

Base: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses (2637)

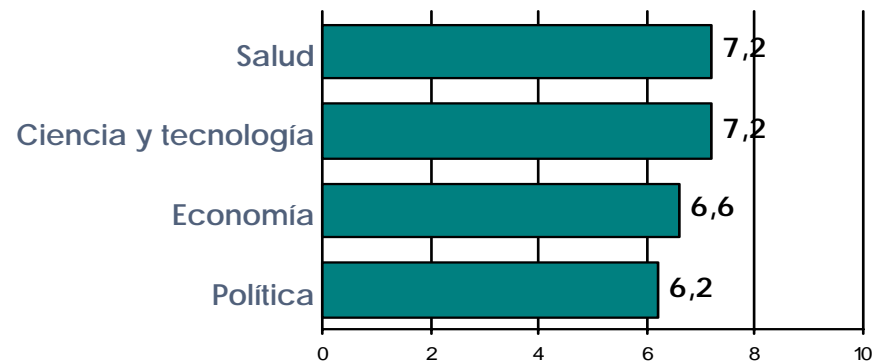


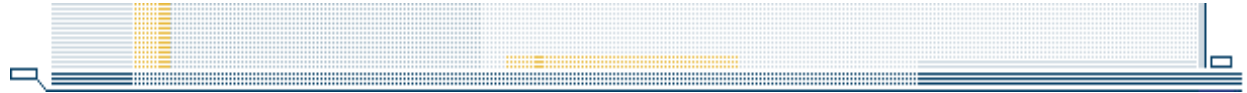
- La fiabilidad de la información no se identifica como un punto crítico: la mayoría esperaría encontrar en la red información correcta y fiable sobre diferentes temas

¿En qué medida esperaría encontrar información correcta en Internet sobre cada una de las siguientes cuestiones?



¿En qué medida esperaría encontrar información fiable en Internet sobre cada una de las siguientes cuestiones?



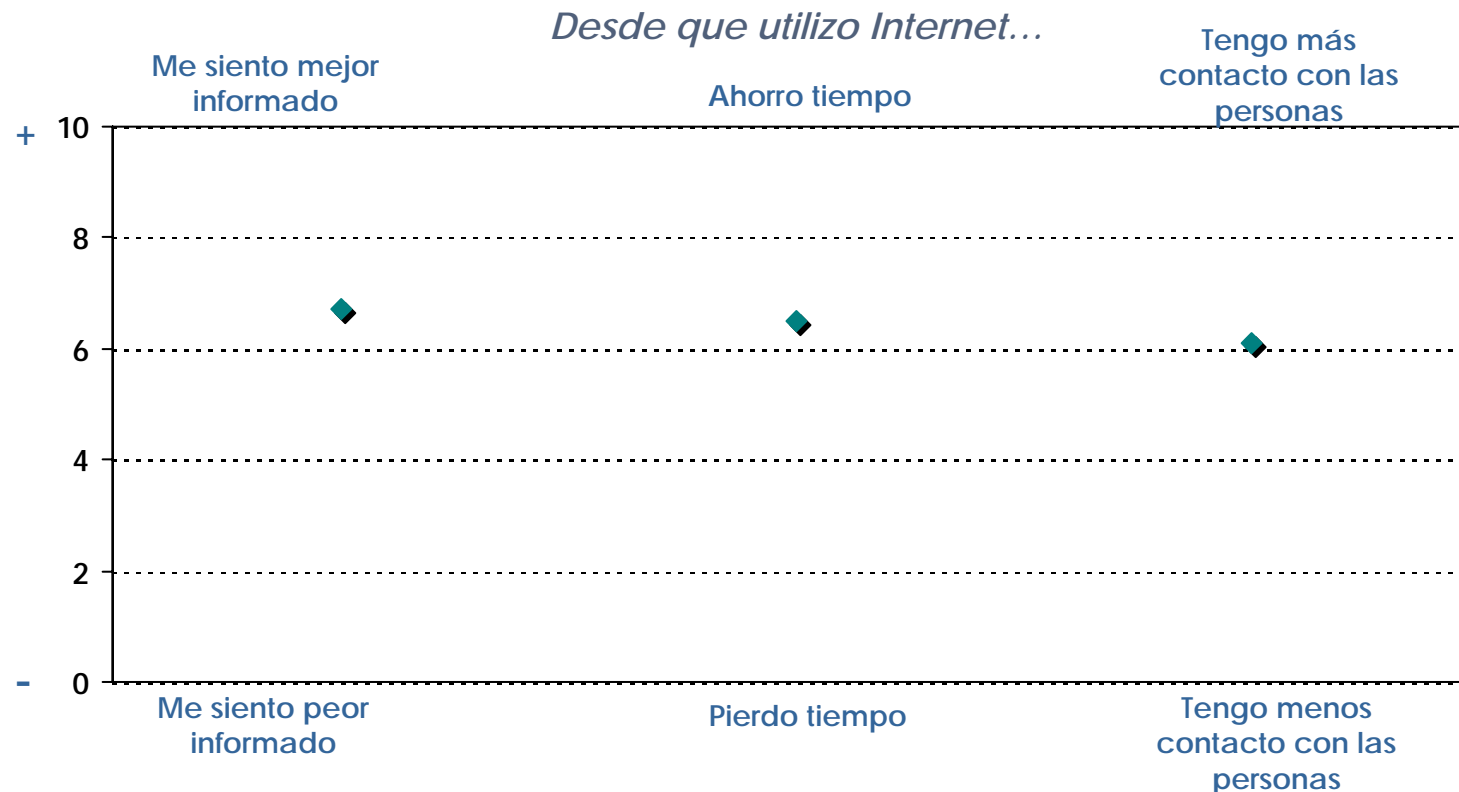


Impacto y valoración de Internet

- Impacto de Internet en la vida personal
- Impacto en el uso del tiempo
- Percepción de ventajas de Internet
- Valoración general

- Los usuarios de Internet hacen un balance muy favorable del impacto de la red en el ahorro de tiempo, su nivel de información y sus relaciones personales
- En un contexto de uso intensivo de la red como un espacio de información y comunicación, la mayoría se siente mejor informado y tiene más contactos con las personas desde que utiliza Internet

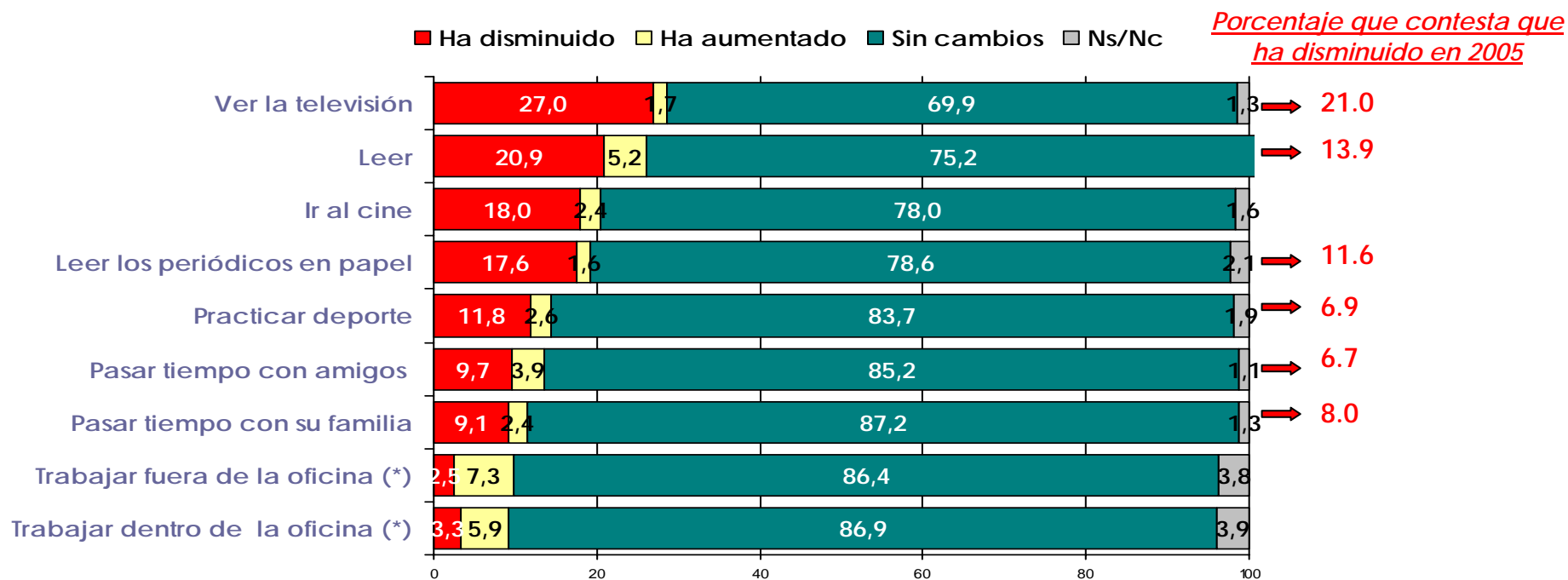
¿Con cuál de estas frases está usted más de acuerdo? Base: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses (2637). Media en una escala de 0 a 10, donde 0 significa que está completamente de acuerdo con la opinión de la izquierda y 10 que está completamente de acuerdo con la de la derecha



- Un porcentaje significativo de internautas declara que desde que utiliza Internet ha disminuido el tiempo dedicado a otras actividades, especialmente ver televisión, ir al cine y la lectura.
- El impacto de la red en el tiempo dedicado a otras actividades es cada vez mayor

Usted diría que desde que utiliza Internet, el tiempo que le dedica a:

Base: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses (2637)

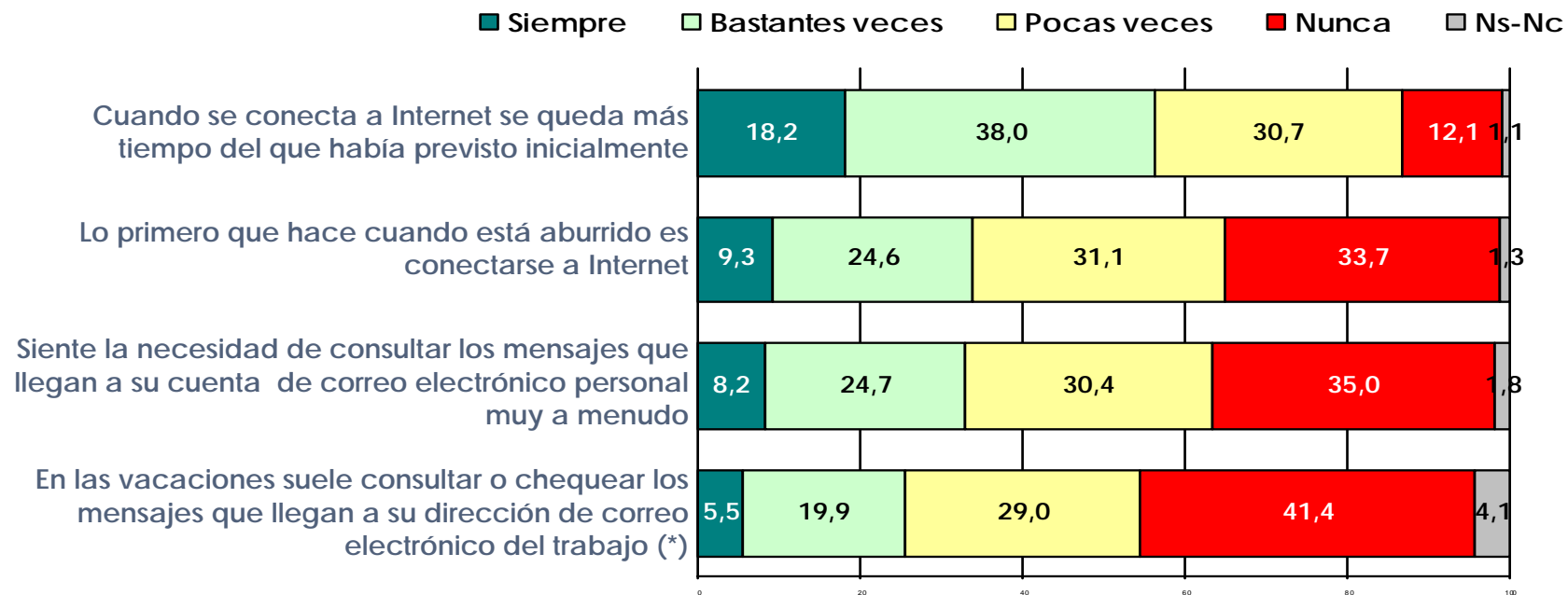


(*) base: usuarios que actualmente trabajan

- Cuando se conectan a Internet, más de la mitad de los usuarios se queda más tiempo del previsto
- Internet constituye para algunos una fuente de entretenimiento en momentos de aburrimiento
- Activa en otros la necesidad frecuente de constatar si han recibido mensajes

Le voy a leer a continuación ciertos hábitos o situaciones de uso Internet y me gustaría que me dijera con qué frecuencia usted sigue estos hábitos o le pasan las siguientes situaciones

Base: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses (2637)

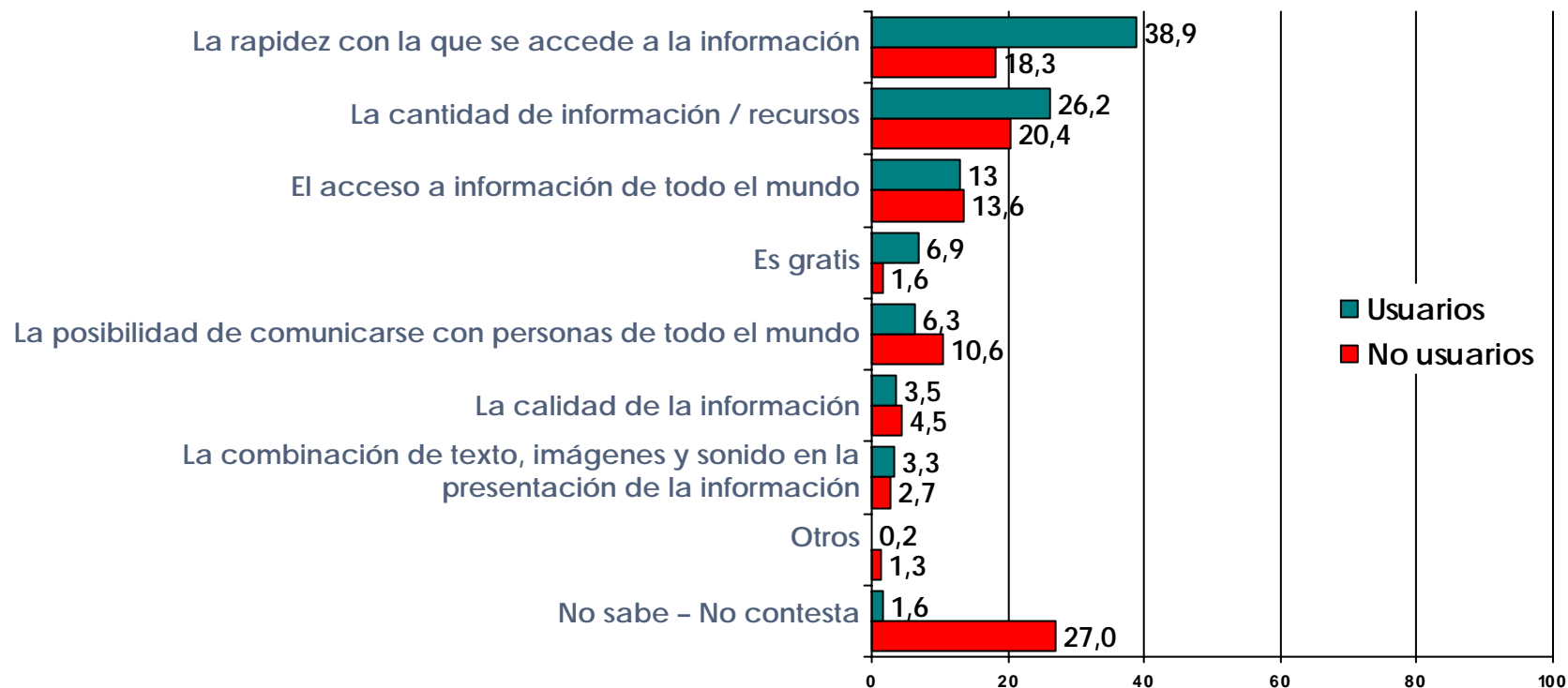


(*) base : usuarios que actualmente trabajan

- La rapidez con la que se accede a la información y la cantidad de contenidos son las principales ventajas de Internet tanto para los usuarios como para los no usuarios
- Entre los no usuarios, sin embargo, es significativo el porcentaje que no puede identificar las ventajas de Internet

¿Cuál cree usted que es la principal ventaja de Internet?

Base: Total entrevistados (6013)

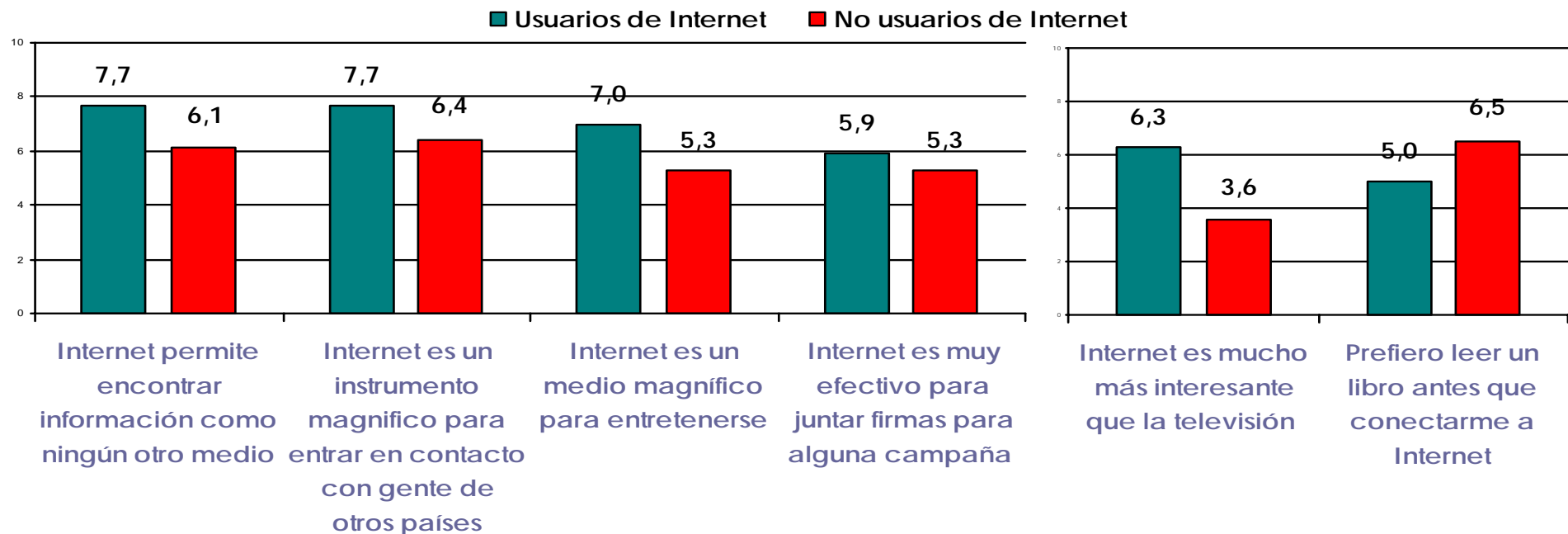


La mayoría de los españoles reconoce las oportunidades que ofrece Internet como medio de información, contacto y entretenimiento y, en menor medida, como medio de participación cívica. La percepción de dichas fortalezas es menos acusada entre los no usuarios

Diferenciación entre las opiniones de usuarios y no usuarios al comparar Internet con la televisión o la lectura

¿En qué medida está de acuerdo con cada una de estas frases? Base: Total entrevistados (6013)

Media en escala de 0 a 10, en donde 0 significa completamente en desacuerdo y 10 completamente de acuerdo

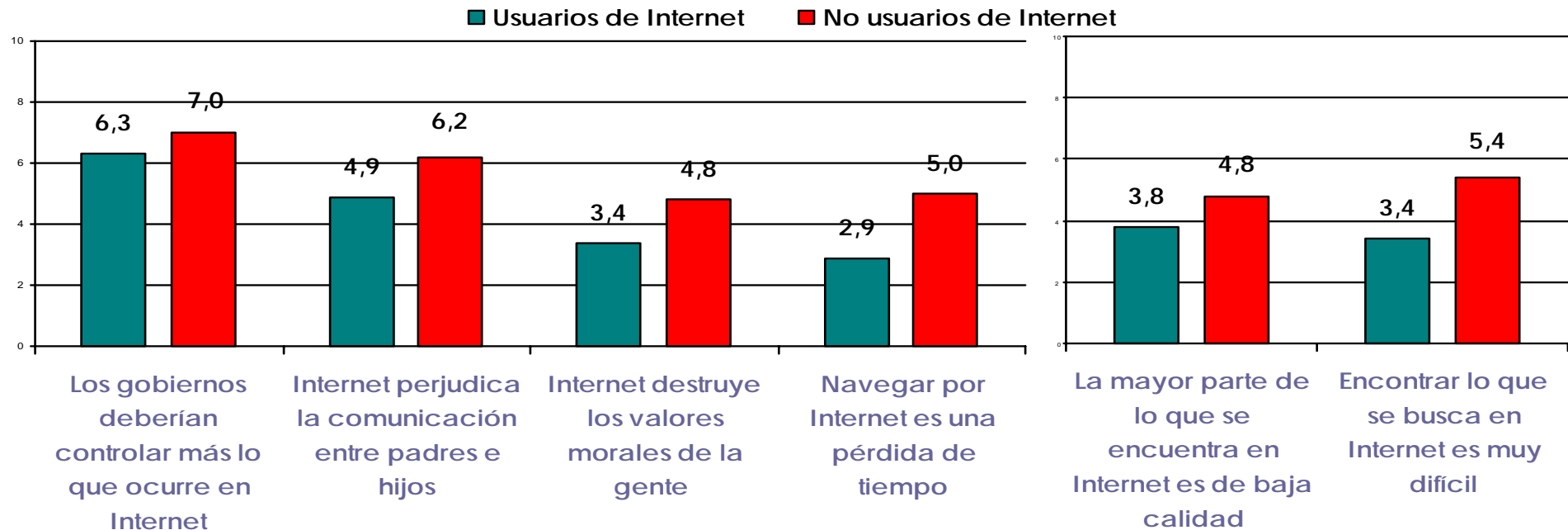


VALORACIÓN DE INTERNET

- Usuarios y no usuarios coinciden en la necesidad de que los gobiernos controlen más lo que ocurre en Internet
- Ninguno de los dos grupos considera que Internet destruye los valores morales de la gente
- Los no usuarios consideran que Internet perjudica la comunicación familiar, mientras que los usuarios no se adhieren a esta crítica

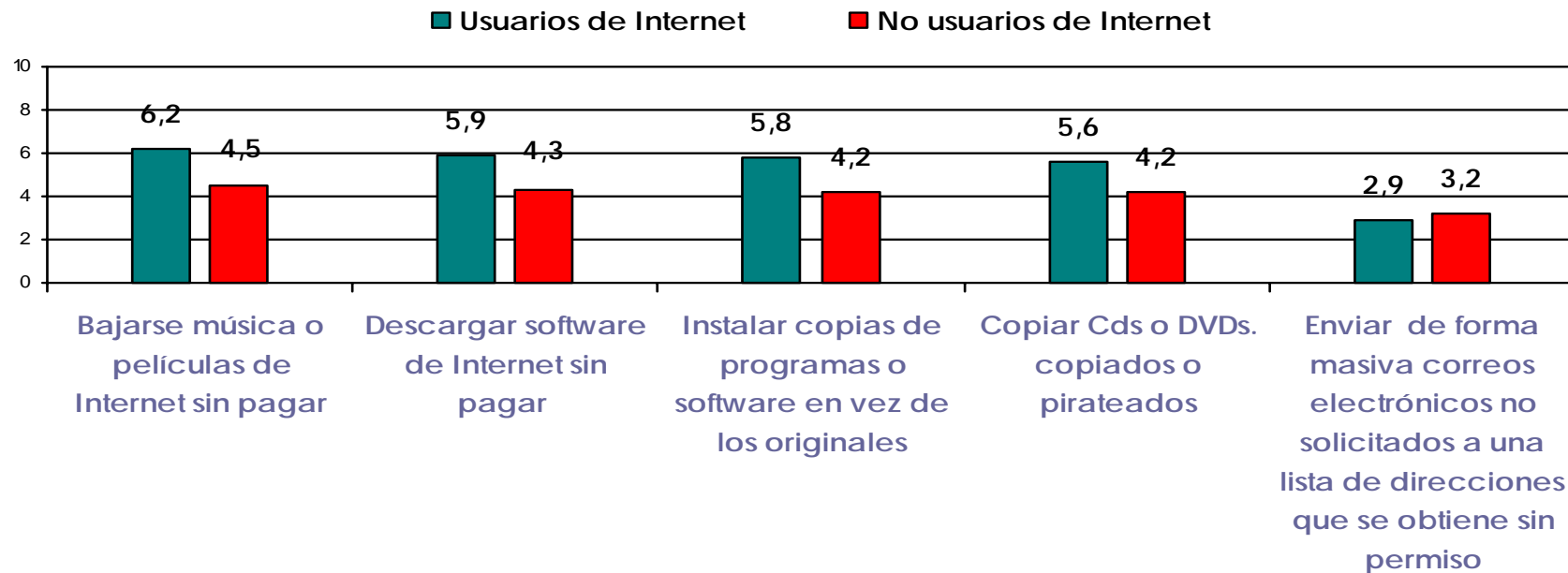
Los usuarios no creen que los contenidos en Internet sean de mala calidad ni que sea difícil encontrarlos. Los no usuarios están más divididos al respecto

¿En qué medida está de acuerdo con cada una de estas frases? Base: Total entrevistados (6013)
Media en escala de 0 a 10, en donde 0 significa completamente en desacuerdo y 10 completamente de acuerdo



- La mayoría de los usuarios considera aceptable el bajarse música, películas o software de Internet sin pagar. Los no usuarios son críticos frente a estos comportamientos
- El envío de correos electrónicos no solicitados es, en cambio, considerado inaceptable por ambos grupos

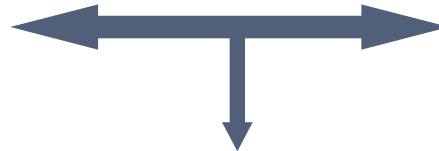
Con independencia de lo que usted hace o haría, ¿cree que es o no aceptable cada una de las conductas que le leo? Base: Total entrevistados (6013) Media en una escala de 0 a 10 donde 0 significa que dicha conducta es totalmente inaceptable y 10 que es totalmente aceptable





Síntesis

Usuarios de Internet
Aumentan de 37% en
2005 a 44%



No usuarios

*Continúa existiendo una brecha digital
condicionada por la edad y el nivel
socioeconómico*

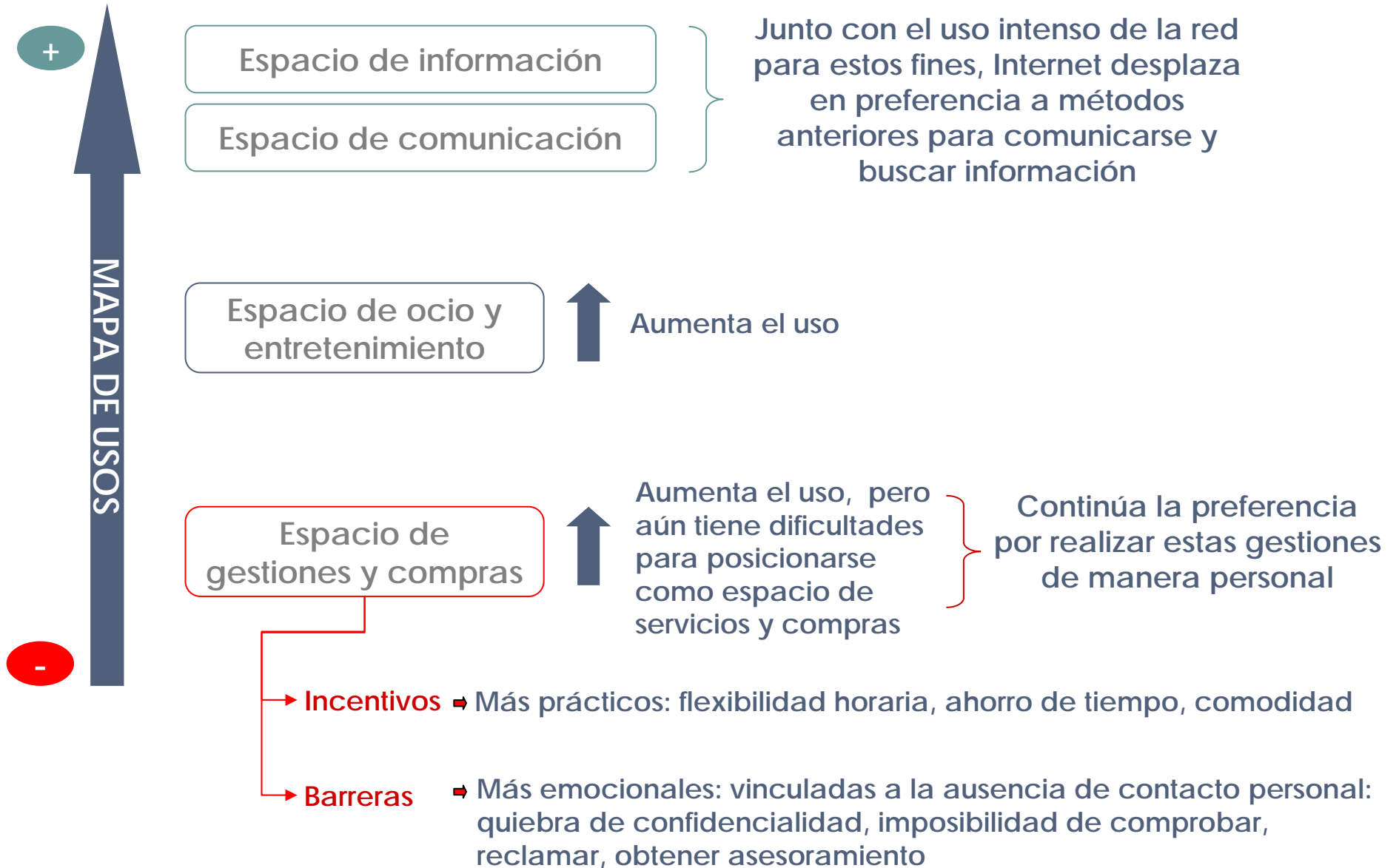
- Alta intensidad en el uso de la red
- Aumenta el acceso desde el hogar
- Se incrementa el impacto en el tiempo dedicado a otras actividades

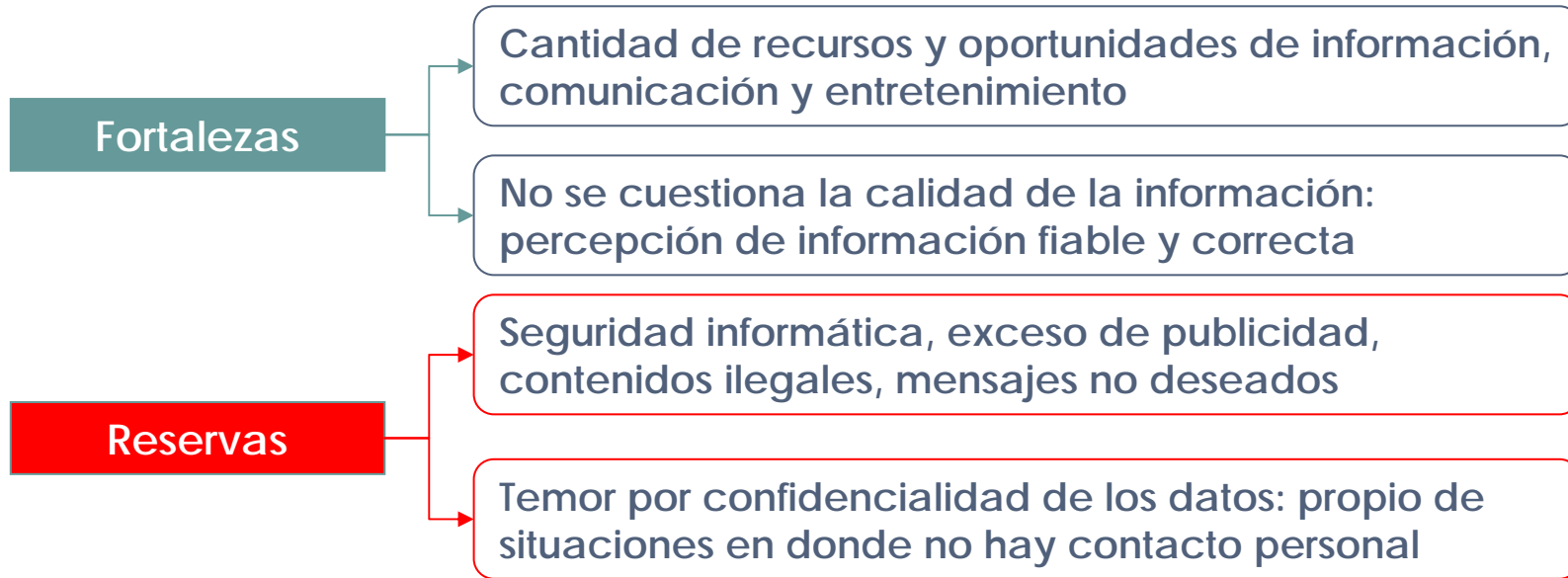
- Predomina barrera emocional: falta de interés y percepción de utilidad. También hay otras barreras más pragmáticas: falta de ordenador, complejidad
- Imagen favorable de Internet como espacio de información y comunicación

Un 14% expresa que es probable que se incorpore al uso de Internet

Mayor probabilidad entre jóvenes y actuales usuarios de ordenador

MAPA DE USOS Y PREFERENCIAS ENTRE USUARIOS





Contenidos de pago:

Baja disposición a acceder a contenidos de pago a futuro



Escasa experiencia en consumo de contenidos de pago

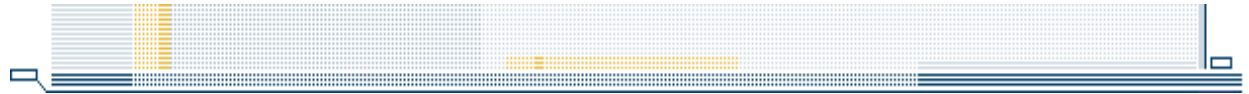
convive



Consideran aceptable el copiar o descargar contenidos (música, películas, software) sin pagar



Débil interiorización de normas vinculadas a la propiedad intelectual que circula por la red



FICHA TÉCNICA

Universo: población general de 14 años y más

Método: encuesta administrada cara a cara en los hogares

Tamaño y distribución de la muestra: 6.013 casos. Distribución muestral polietápica estratificada por la intersección Comunidad Autónoma/tamaño de hábitat, con sorteo de unidades primarias. Selección del individuo realizada por el método del último cumpleaños.

Error de muestreo: El error muestral estimado con un nivel de confianza del 95.5% y en el caso más desfavorable ($p=q=0,5$) es de $\pm 1.3\%$.

El trabajo de campo ha sido llevado a cabo por TNS DEMOSCOPIA entre noviembre de 2007 y febrero de 2008