
Un millón más de internautas en España

Según el avance de resultados de Marzo del estudio realizado por la empresa **Opinática** el uso de Internet en España se sitúa en un 22,5%. Esta cifra equivale a 4,6 millones de españoles, 1 millón más que la cifra registrada en Octubre del pasado año.

Los datos pertenecen a la segunda oleada del estudio **OpiNet-Panel**, referencia esencial para los profesionales de la Nueva Economía, ya que recoge todo lo referente al uso y usuarios de Internet en España. El estudio lo realiza regularmente la empresa de investigación **Opinática**, sobre una muestra de 5000 individuos.

Algún dato significativo del estudio es el aumento del uso de Internet por parte de la población más joven y su penetración en núcleos pequeños. No se aprecian grandes cambios con respecto a la ya conocida distribución por sexos entre los internautas; los hombres continúan siendo mayoría pero a corta distancia de las mujeres internautas.

Aumenta el uso de Internet desde casa y, por otra parte, el 15% de la población que aún no accede a Internet desde el hogar, ve probable su uso en los próximos 6 meses. Mientras que 1 de cada 10 individuos que trabajan actualmente pero no tienen acceso a Internet en su lugar de trabajo cree que dispondrá del mismo en 6 meses. Aún así, más de la mitad de los españoles asegura que no accederá a Internet en los próximos 6 meses.

Aumenta el tiempo de conexión a Internet, siendo la media de conexión a la semana de 8 horas y la frecuencia de uso de 4 días a la semana.

El uso de correo electrónico y de las WWW continúan siendo los recursos más utilizados por los internautas españoles. Aumenta ligeramente el uso de charlas interactivas y de Telnet.

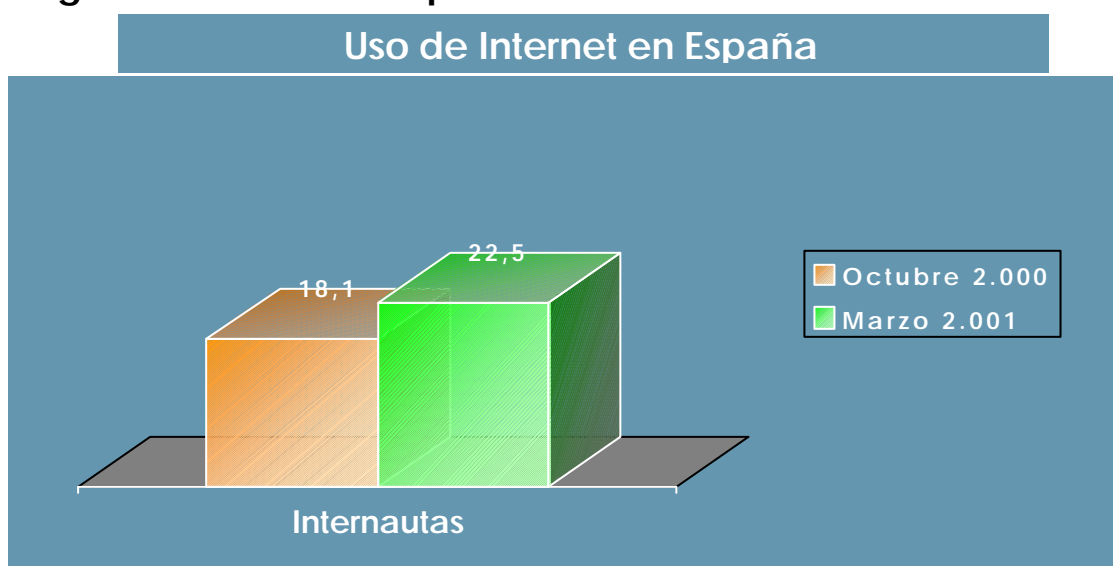
Comienzan a descubrirse nuevos recursos entre los internautas; así, cada vez son más los que buscan información deportiva y sobre el tiempo, o consultan la programación de TV en Internet. El envío de mensajes a móviles y postales, y el uso o descarga de juegos también gana adeptos.

Con respecto al comercio electrónico, el crecimiento no es tan rápido como se esperaba, aunque sigue en aumento y en la actualidad lo usa el 18,4% de la población internauta, 4 puntos más que en la oleada anterior (octubre 2001). A igual ritmo avanza el uso de la banca on-line, aunque, en esta ocasión, el aumento se debe a internautas que lo utilizan para hacer consultas bancarias a través de la Red, y no tanto para transacciones on-line.

Ficha técnica del Avance de Marzo de OpiNet-Panel

Universo	Individuos de 14 y más años.
Ámbito	Poblaciones de 25.000 y más habitantes.
Muestra	2000 individuos.
Distribución	Proporcional a la población, por tallas de hábitat, sexo, edad y ocupación.
Margen de error	± 2,2% para los datos globales, considerando p=q=50 y un margen de confianza del 95,5%.
Sistema	Entrevista telefónica asistida por ordenador (Sistema C.A.T.I.).
Fechas de campo	Marzo de 2001.

Algunos de los datos que el estudio revela son:



Aumenta el uso de Internet. Un 22,5% de la población española afirma ser internauta. Esta cifra equivale a 4.660.000 personas.

Posibilidad de acceder a Internet en los próximos 6 meses

	Desde casa Base=no acceden a Internet desde casa N=1697	Desde el trabajo Base=no acceden a Internet desde el trabajo N=704	Desde el centro de estudios Base=no acceden a Internet desde el centro de estudios N=248
Seguro que sí	5,3	4,0	8,2
Probablemente sí	9,8	5,9	7,5
Probablemente no	11,9	6,9	8,1
Seguro que no	63,5	61,3	22,2
Tienen acceso a Internet, pero no lo utilizan	6,9	20,6	49,0
No sabe	2,6	1,4	4,8
Total	100,0	100,0	100,0

El 15% de la población que no accede a Internet desde casa, ve probable su uso en los próximos 6 meses. Igualmente, 1 de cada 10 individuos que trabajan actualmente pero no tienen acceso a Internet en su lugar de trabajo cree que dispondrá del mismo en 6 meses. Aún así más de la mitad de los españoles asegura que no accederá a Internet en los próximos 6 meses. (un 63,5% desde casa y un 61,3% desde el trabajo).

Perfil del internauta (I)		Octubre	Avance de Marzo
Hábitat	Grande	38,4	36,4
	Mediano	36,2	35,1
	Pequeño	25,4	28,5
Sexo	Hombre	65,7	66,5
	Mujer	34,3	33,5
Grupos de edad	14 a 24 años	33,8	38,3
	25 a 39 años	42,8	39,5
	40 años y más	23,4	22,2

El uso de Internet ha aumentado en las poblaciones pequeñas. No se aprecian grandes diferencias en la distribución por sexos entre los internautas, mientras que sí se advierte un incremento en el uso entre los más jóvenes.

Perfil de internauta (II)

		Octubre	Avance de Marzo
Ocupación del entrevistado	Trabaja actualmente	64,1	59,4
	Retirado/pensionista/incapacitado	0,6	1,1
	Parado	4,2	4,2
	Estudiante (que no trabaje)	29,2	33,5
	Sus labores (que no trabaje)	1,9	1,8
Clase social	Alta	24,9	25,7
	Media alta	28,1	27,6
	Media	31,2	32,9
	Media baja	5,6	3,2
	NS/NC	6,65	10,4

Aumenta el uso de Internet entre los estudiantes. Este hecho puede estar influenciado por las fechas de realización del estudio, ya que en Octubre algunos estudiantes pueden no haber tenido la oportunidad de acceder a Internet. Se mantiene la distribución por clase social.

Lugar de acceso a Internet (I)

	% de internautas	
	Octubre	Marzo
Desde casa	63,5	67,5
Desde el trabajo	40,1	34,4
Desde el centro de estudios	16,7	14,0
Desde un terminal público	1,01	0,7
Desde otro lugar	-	0,4
Total	100,0	100,0

Aumenta el uso de Internet desde casa y retrocede ligeramente desde el lugar de trabajo. (Base = internautas)

Lugar de acceso a Internet (II)		
	% de internautas	
	Octubre	Marzo
Sólo desde casa	43,3	51,6
Sólo desde el trabajo	23,8	22,7
Sólo desde el centro de estudios	12,5	9,9
Sólo desde casa y trabajo o centro de estudios	20,3	15,8
Sólo desde el trabajo y centro de estudios	0,1	-
Total	100,0	100,0

Aumenta el número de personas que acceden a Internet sólo desde casa y se mantiene el uso sólo desde el trabajo y centro de estudios.
(Base: internautas)

Antigüedad de uso de Internet		
	Octubre	Marzo
Menos de 2 meses	5,1	5,1
Hace 2-6 meses	12,6	16,9
Hace 6-12 meses	16,9	21,2
Entre 1 y 2 años	21,9	23,3
Entre 2 y 3 años	19,8	12,3
Más de 3 años	23,1	20,8
No sabe	0,6	0,5
Total	100,0	100,0

Crece lentamente el número de heavy users en España.
(Base: internautas)

Días de conexión a Internet		
	Octubre	Marzo
Media general de días a la semana	4,04	4,17
Media de días a la semana desde casa	4,02	4,08
Media de días a la semana desde el trabajo	4,15	4,13
Media de días a la semana desde el centro de estudios	2,32	2,34

Tiempo de conexión a Internet		
	Octubre	Marzo
Horas a la semana desde casa	7,47	8,45
Horas a la semana desde el trabajo	9,24	7,98
Horas a la semana desde el centro de estudios	3,35	2,88

Aumenta el número de días y el tiempo de conexión a Internet. Disminuye ligeramente el tiempo empleado en navegar desde el trabajo o centro de estudios. (Base: internautas)

Uso de los recursos de Internet		
	Octubre	Marzo
WWW	92,9	94,1
Corre electrónico	89,2	88,3
Transferencia de ficheros	38,4	47,6
Charlas interactivas	36,4	44,8
Foros de discusión	15,6	17,4
Telnet	11,7	9,7
Total	284,2	301,9

El uso de correo electrónico y de las WWW continúan siendo los recursos más utilizados por los internautas españoles. Aumenta ligeramente el uso de charlas interactivas y Telnet.

Qué buscan los internautas en la Red

	Octubre	Marzo
Información sobre noticias de actualidad	61,5	67,2
Información productos/servicios	57,1	49,7
Mensajes a móviles	55,3	61,7
Información turística	53,8	45,7
Información social o administrativa	51,0	38,4
Uso o descarga de música	43,2	48,9
Descarga de software	36,3	40,1
Páginas amarillas	35,5	31,4
Cartelera cine / espectáculos	34,5	41,6
Información deportiva	33,0	37,1
Enciclopedias/diccionarios	29,4	23,3
Información financiera	27,8	22,4
Información sobre salud	24,6	25,9
Información sobre el tiempo	20,9	25,4
Uso o descarga de juegos	20,9	27,6
Búsqueda de empleo	20,3	20,2
Envío de postalesUso	19,0	32,2
Páginas para adultos	15,1	12,1
Subastas	14,8	10,4
Programación TV	14,7	20,0
Consultas o transacciones mobiliarias	12,0	9,2
Otros	680,7	690,6

Aumenta el uso de Internet para buscar información deportiva, sobre el tiempo y la programación de TV. El envío de mensajes a móviles y postales, y el uso o descarga de juegos también gana adeptos.

(Base = internautas)

Compañía telefónica que proporciona conexión a

	Octubre	Marzo
Telefónica	88,2	81,1
Retevisión	6,5	9,4
Uní2	1,1	1,6
Jazztel	0,3	0,7
Euskaltel	2,1	1,7
ONO	0,9	2,2
Otra empresa	0,3	1,3
NS/NC	0,6	2,0
Total	100,0	100,0

Baja la cuota de mercado de Telefónica y aumenta el número de internautas que utilizan Retevisión y Ono para conectarse a Internet.

Proveedor de acceso a Internet

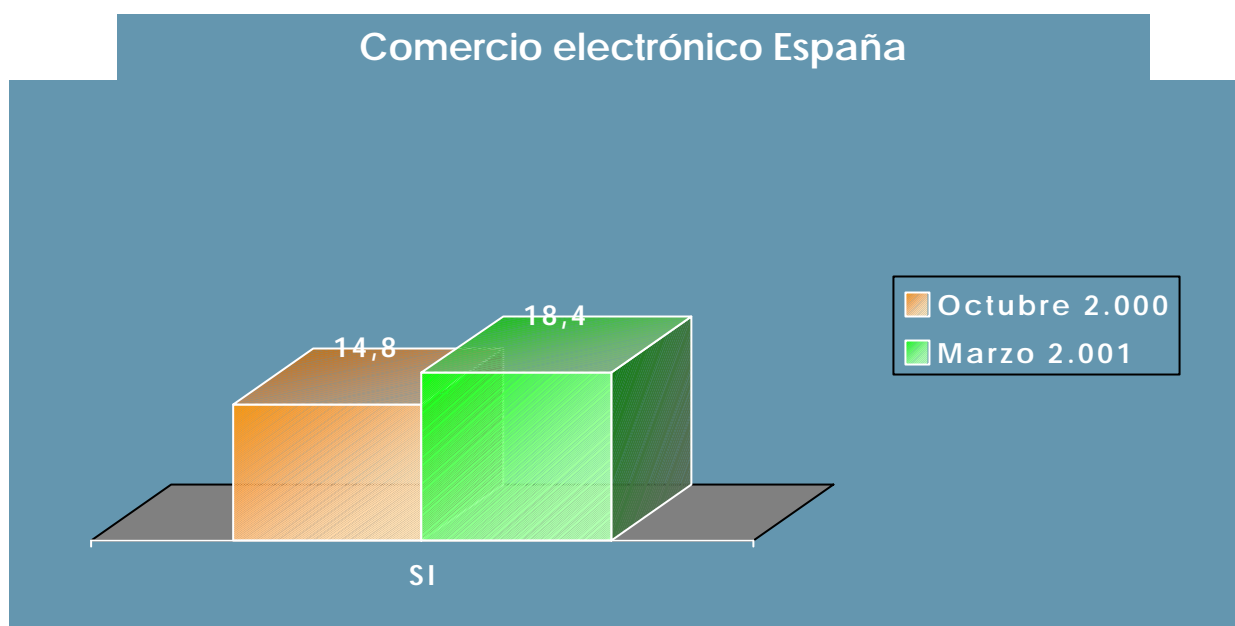
	Octubre	Marzo
Terra	27,1	30,1
Eresmas	21,4	19,3
Wanadoo	9,9	8,3
Ono	1,6	2,7
Navegalia	3,3	2,4
Teleline	4,1	2,4
Jazzfre	2,4	2,0
Inicia	2,3	2,4
Entidad bancaria	1,2	2,5
Euskalnet	2,1	2,0
Quiero	0,1	1,3
Airtel.net	1,9	1,0
Empresa/Universidad o colegio	1,5	1,7
Otra empresa	14,2	14,5
NS/NC	6,8	7,1
Total	100,0	100,0

Sin grandes cambios, exceptuando pequeñas variaciones a favor de Terra, Quiero y Ono, y no tan buenas para eresMas, Wanadoo y Teleline.

Página de inicio al acceder a Internet desde casa

	Octubre	Marzo
Terra	21,7	15,2
Microsoft/MSN	3,9	11,6
Eresmas	11,9	11,4
Yahoo	3,4	3,3
Wanadoo	2,9	2,7
Altavista	2,7	2,7
Inicia	2,1	2,0
Ya	1,0	2,0
Netscape	1,7	1,7
Navegalia	2,5	1,4
Google	0,5	1,3
Entidad bancaria	1,5	1,7
Página de la empresa o centro de estudios	2,4	2,4
Página personal	5,3	4,7
Página en blanco	6,5	11,7
Otro	18,4	11,9
NS/NC	6,3	12,3
Total	100,0	100,0

Terra sigue siendo la página preferida para los internautas, aunque MSN sube posiciones.

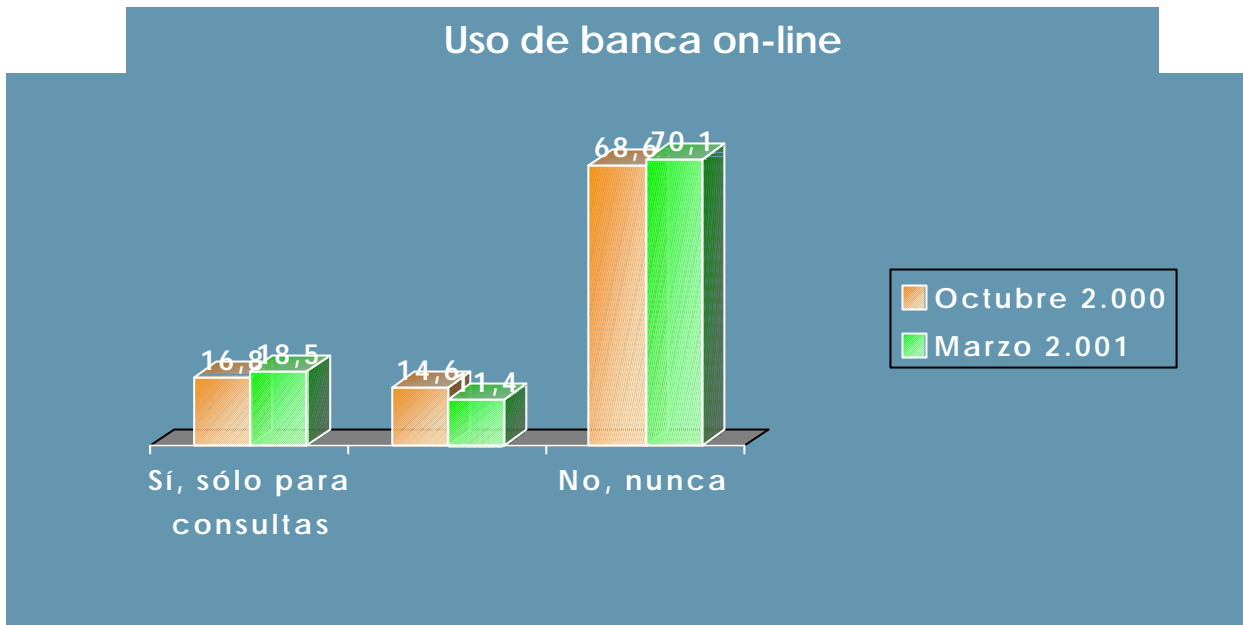


Aumenta el número de internautas que utilizan la Red para hacer compras. 860.000 personas afirman haber realizado alguna compra on-line en los últimos 12 meses, 300.000 más que el período anterior.

Probabilidad de compra en los próximos 6 meses

	Marzo 2001
Seguro que sí	2,2
Probablemente sí	17,4
Probablemente no	33,3
Seguro que no	42,6
No sabe	4,5
Total	100,0

Las previsiones para el comercio electrónico en los próximos 6 meses no son buenas, pero no tanto como se esperaban. Tan sólo un 19,6% de los internautas ve probable comprar por Internet.



Aumenta el uso de banca on-line, pero sólo para realizar consultas.