

**RESULTADOS DE LA ENCUESTA
SOBRE EQUIPAMIENTO Y USO DE
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN EN LOS
HOGARES (TIC-H 2004)**

(MAYO 2005)

Introducción

El Instituto Nacional de Estadística realizó en el segundo trimestre de 2004 la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (TIC-H 2004), financiada parcialmente por la Comisión Europea (Eurostat), en virtud del acuerdo número 200349102038 firmado en diciembre de 2003 por los representantes de ambos organismos.

El presente informe es un comentario sobre los principales resultados de dicha encuesta, cuyas características técnicas ya figuran en el informe intermedio elaborado con anterioridad.

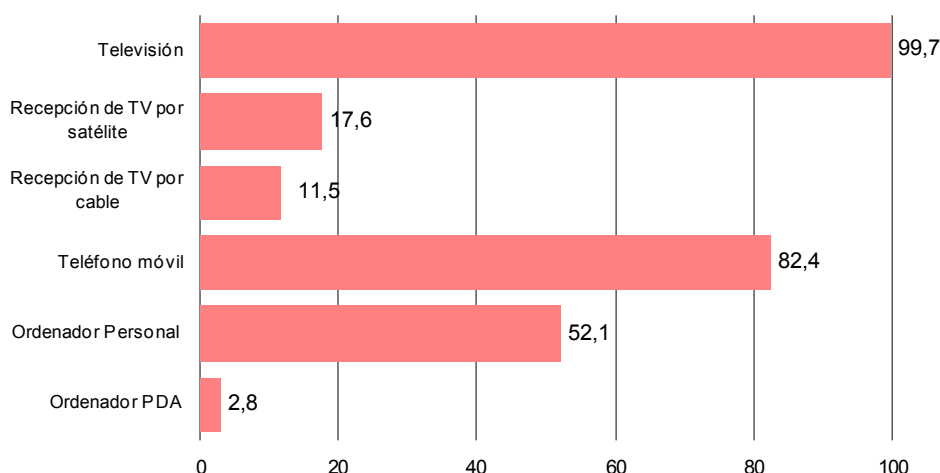
Equipamiento TIC de las viviendas

Las cifras globales muestran que los equipos de información y comunicación tienen una amplia implantación en las viviendas españolas. Por una parte, los equipos audiovisuales de recepción como la televisión y la radio mantienen una gran presencia en las viviendas. Lo mismo ocurre con el equipamiento de comunicación, tanto por lo que respecta a los teléfonos fijos como a los móviles. Por otra parte, los equipos informáticos como el ordenador alcanzan cifras notables. Únicamente los equipos de más reciente invención como el DVD o el sistema de navegación de los automóviles ofrecen cifras más modestas de implantación entre las viviendas españolas.

Se puede afirmar que la televisión es el equipo TIC más popular, ya que de las 13.448.110 viviendas estudiadas, está presente en 13.406.423 de ellas (99,7%), de forma que tan sólo 41.687 viviendas no disponen de televisión.

La distribución de las viviendas con televisión sigue la misma pauta en cualquiera de las características sociogeográficas estudiadas. La única característica diferenciadora es la diferente distribución existente en cuanto a la forma de recepción de los canales de televisión: el 17,6% de viviendas la reciben a través de antena parabólica, el 11,5% a través de cable óptico.

Equipamiento de las viviendas en productos de tecnologías de la información y la comunicación. España (% viviendas). 2004



El teléfono móvil tiene una fuerte tasa de penetración, ya que el 82,4% de viviendas tienen algún adulto de 16 a 74 años con teléfono móvil. No existen grandes diferencias geográficas ni de hábitat en esta distribución; así nos encontramos con un 79,6% de viviendas de regiones objetivo 1 que disponen de móvil, junto al 86,2% de las viviendas de otras regiones.

La principal conclusión a la que se puede llegar respecto al equipamiento informático en las viviendas españolas es que la mitad de ellas disponen de algún ordenador (ordenador de sobremesa o portátil), concretamente 7.011.403, que representan el 52,1% del total de viviendas. Además hay un 2,8% de viviendas que disponen de otro tipo de ordenador (tipo PDA).

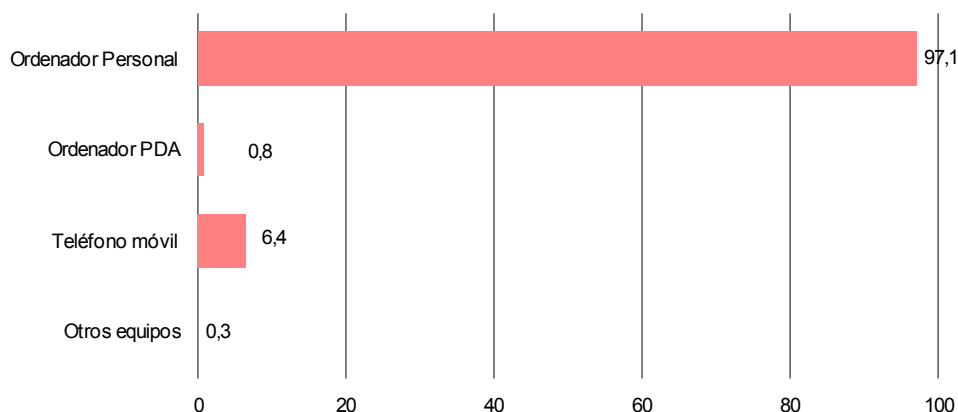
Las viviendas tienden a disponer de ordenador de sobremesa en mayor medida cuanto más miembros tenga la vivienda, produciéndose enormes diferencias entre los hogares de un miembro (20,8% de viviendas con ordenador), y los hogares con 5 ó más miembros (64,8%).

Acceso a Internet en las viviendas

En España existen 4.524.533 viviendas que disponen de acceso a Internet, lo que representa el 33,6% del total. Está mucho más extendido en las regiones que no son objetivo 1 (42,2% frente a 27,3% de las regiones objetivo 1), así como en los hábitats urbanos (40,4% frente a 22,2% de hábitats poco densos).

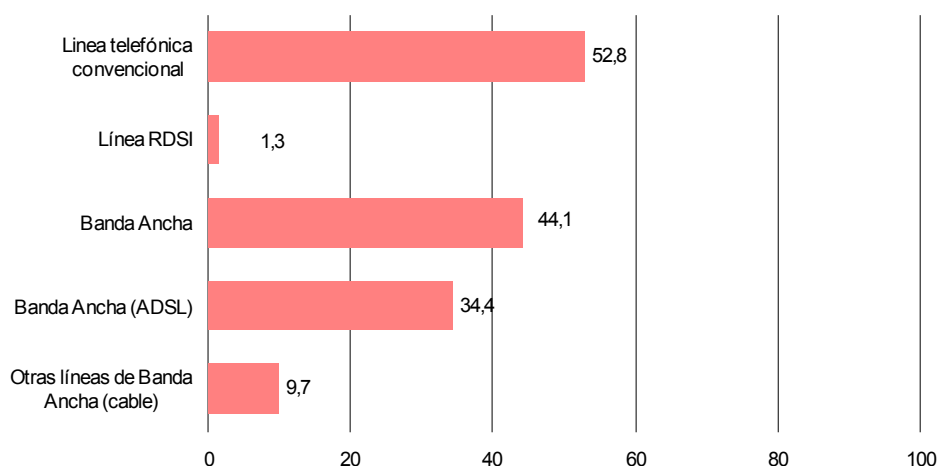
La mayoría de esas viviendas se conectan a Internet con un ordenador de sobremesa o un ordenador portátil (97,1%).

Equipo utilizado para acceder a Internet en el hogar. España (%viviendas). 2004



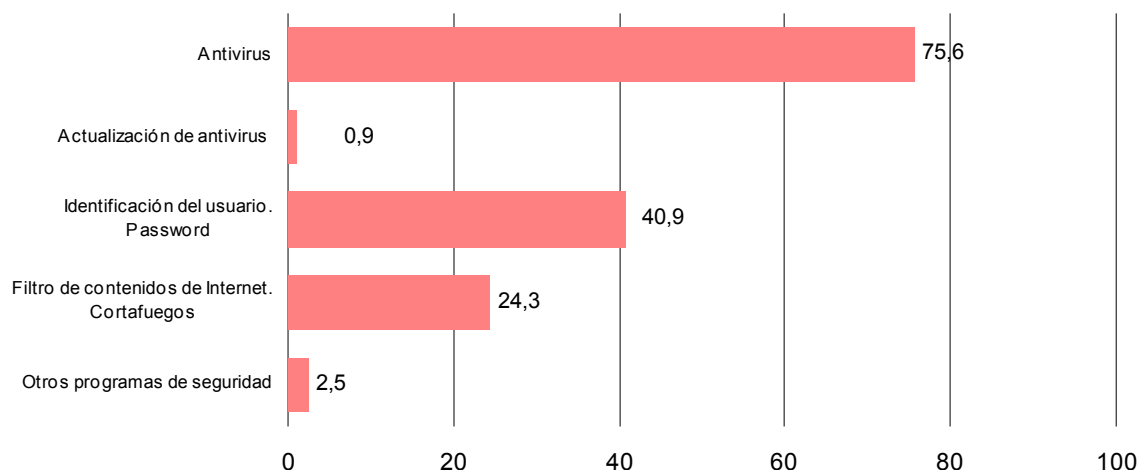
La forma de conexión más utilizada para acceder a Internet sigue siendo la línea telefónica convencional mediante modem (52,8% de viviendas con acceso a Internet). No obstante, se observa un incremento del número de líneas de Banda Ancha, que ya están presentes en el 44,7% de viviendas que disponen de acceso a Internet.

Formas de conexión a Internet. España (% viviendas). 2004



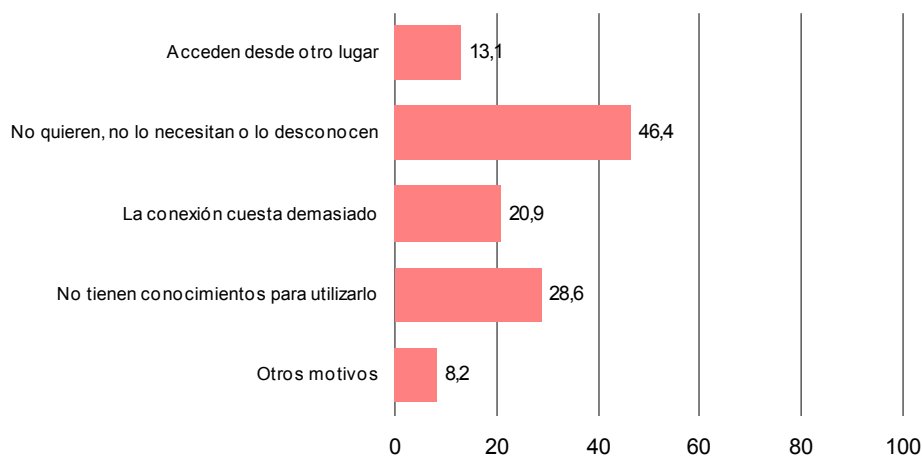
Al hacer uso de Internet es posible encontrar problemas de seguridad durante su conexión a la red. Este hecho ha inducido a los usuarios residenciales a tener instalado algún tipo de programa de seguridad del sistema informático en los últimos tres meses, en concreto los “*programas antivirus*” estaban instalados en el 49,9% de los ordenadores de las viviendas, un 27,0% tenían algún tipo de “*identificación de usuario o password*” y un 16,1% tenían instalado algún “*filtro de contenidos de Internet*”. (Esta variable se preguntaba a las viviendas y no a las personas en el caso de la encuesta española).

Programas de seguridad instalados en el ordenador en los tres últimos meses. España (% hogares con ordenador personal). 2004



Por su parte, los residentes en viviendas que no disponen de acceso a Internet responden como motivo principal para no tener acceso que *“no lo quieren, no lo necesitan o lo desconocen”* (46,4% de viviendas), *“no tienen conocimientos para utilizarlo”* (28,6%), *“el coste del equipo o del acceso a Internet”* es un motivo para el 20,9% de las viviendas, y un significativo 13,1% responde que *“acceden desde otro lugar”*, es decir, al menos 1.761.935 personas hacen uso de Internet desde otro lugar diferente a su vivienda por carecer de acceso en ella. (Esta variable se preguntaba a las viviendas, no a las personas, en el caso de la encuesta española).

Motivos por los que las viviendas no disponen de acceso a Internet. España (% viviendas). 2004

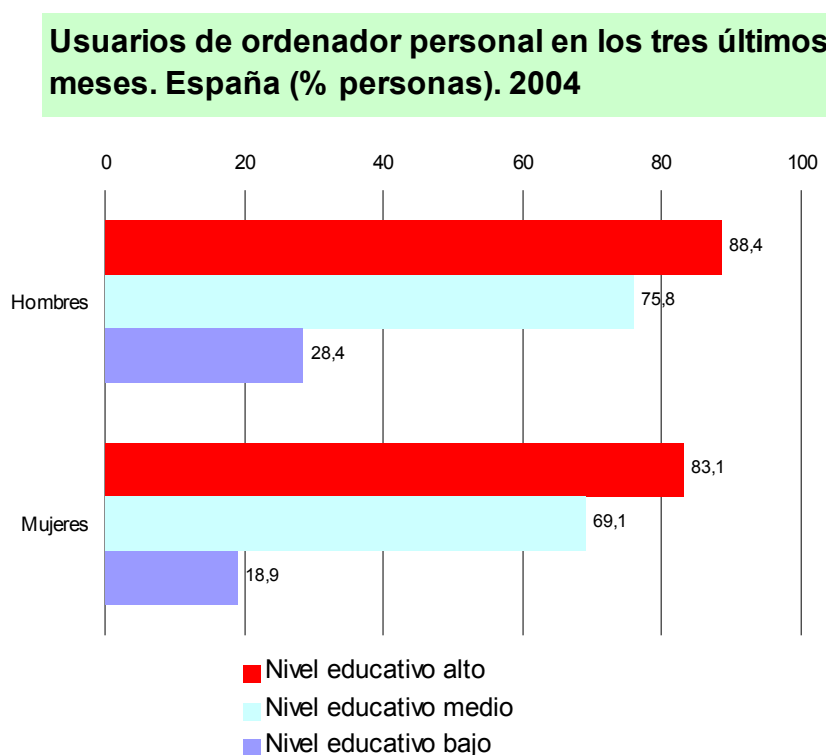


Uso de ordenadores de la población

Han utilizado el ordenador en España en 2004 un total de 15.979.011 personas en los tres meses anteriores a la encuesta, y 1.121.806 personas entre los tres meses y el año anterior, que representan el 49,0% y el 3,4% respectivamente del total de la población de 16 y más años.

Las personas que lo han utilizado en los tres meses anteriores a la encuesta lo hicieron fundamentalmente desde su propia vivienda (75,8%), aunque otro 51,1% de usuarios lo hicieron desde el centro de trabajo, un 19,4% desde el centro de estudios y un 22,7% desde otros lugares como bibliotecas, cibercafés, viviendas de familiares o conocidos, etc.

El perfil de usuario de ordenador nos indica que es la población más joven la que más lo utiliza, variando desde un 82,7% y 80,9% de usuarios hombres y mujeres que tienen entre 16 y 24 años hasta el 5,5% y 8,1% de de usuarios hombres y mujeres con edades entre 65 y 74 años. Lo utilizan más los hombres que las mujeres (54,0% frente a 44,1%). La variable más influyente es el nivel de educación, ya que hay un 85,9% de usuarios con nivel educativo alto, frente al 23,4% de personas con nivel educativo bajo.



Esta frecuencia es más baja en personas con educación primaria, para subir progresivamente a medida que el nivel educativo es más elevado. Así mismo, los estudiantes realizan un uso intensivo del ordenador.

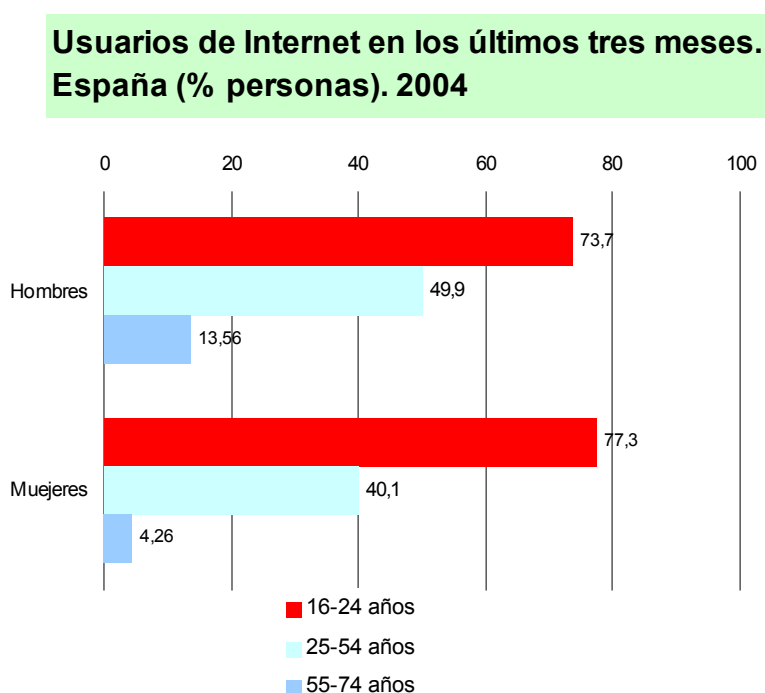
Más de la mitad de los usuarios han seguido algún curso informático de al menos cuatro horas de duración, concretamente 9.565.904 personas (59,9% de usuarios de ordenador). En el último año recibieron cursos el 17,8% de los usuarios de ordenador, mientras que un 42,0% recibieron cursos hace más de un año.

Uso de Internet de la población

El uso de Internet ha alcanzado una gran penetración entre la población española, ya que 40 personas de cada 100 declararon utilizarlo en los últimos tres meses. Esto supone una cifra de 13.159.360 personas.

Lo utilizan más los hombres que las mujeres (44,9% frente al 35,9% respectivamente), de forma similar al uso del ordenador. Sin embargo, en el uso de Internet son las personas con nivel educativo medio y alto los que más lo utilizan, (61,2% y 76,8% respectivamente), frente al 15,9% de personas con nivel educativo bajo.

El grupo de estudiantes es quien más utiliza Internet, el 89,9%, cifra que concuerda con la distribución por edad, en la que el grupo de personas de 16 a 24 años destaca como los que más asiduamente se conectan a la Red.

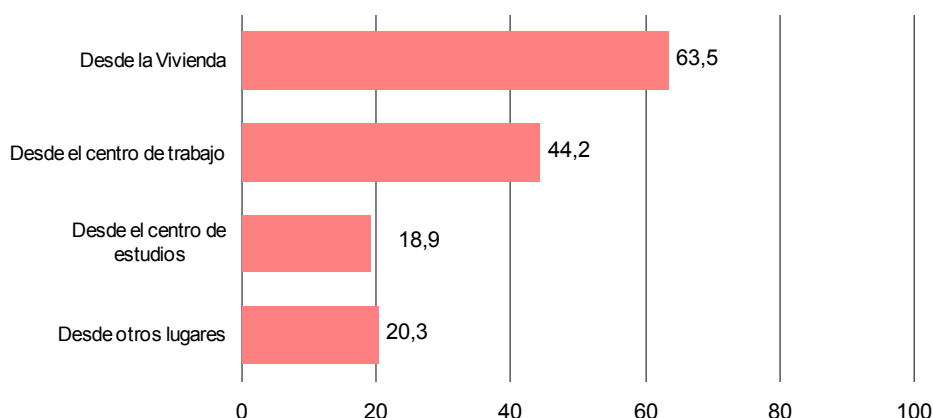


En España han accedido a Internet desde su vivienda un 63,5% de usuarios, desde su centro de trabajo un 44,2%, desde su centro de estudios un 18,9% y desde otros lugares como son centro de Internet de pago, cibercafés, bibliotecas, casas de familiares y conocidos, centros públicos, etc..., un 20,3%.

Hasta aquí todo lo que se refiere a las características descriptivas de los usuarios. Adentrándonos en los usos que estos usuarios realizan de Internet nos encontramos con dos tendencias dominantes que motivan a las personas a usar Internet: las “*comunicaciones*” y la “*búsqueda de información*”.

Los servicios más extendidos son los de comunicación a través del *correo electrónico*, que

**Lugar de uso de Internet en los últimos tres meses.
España (% usuarios). 2004**



utilizaron 9.963.214 personas (75,7% del total de usuarios de los tres meses anteriores a la encuesta) y el de *búsqueda de información sobre bienes y servicios*, que utilizaron 9.673.430 personas (73,5% de usuarios).

Otros servicios de comunicación muy utilizados fueron los *servicios de ocio*, concepto que incluye actividades variadas como son los juegos en red, música, etc. y que utilizaron el 47,9% de usuarios, y los *medios de comunicación*, como la lectura de periódicos y revistas en red, escuchar la radio o ver la televisión, servicios que utilizaron el 52,2% de usuarios.

El 54,4% de usuarios de los tres meses anteriores a la encuesta obtuvieron *información de páginas web de la Administración*. Sin embargo esta búsqueda no se traduce en un uso inmediato de esta información, puesto que tan sólo el 16,7% de usuarios *enviaron formularios cumplimentados a la Administración*.

El principal problema de seguridad con que se han tropezado los usuarios de Internet fueron los *correos electrónicos no solicitados o no deseados*, problema que han tenido 9 millones de usuarios, el 68,4% del total, en los tres meses anteriores a la encuesta. El otro problema más extendido ha sido el ataque de *virus informáticos* que llegan al ordenador, que ha afectado al 55,3% de usuarios.

Servicios de Internet más utilizados en los últimos tres meses. España (%usuarios). 2004



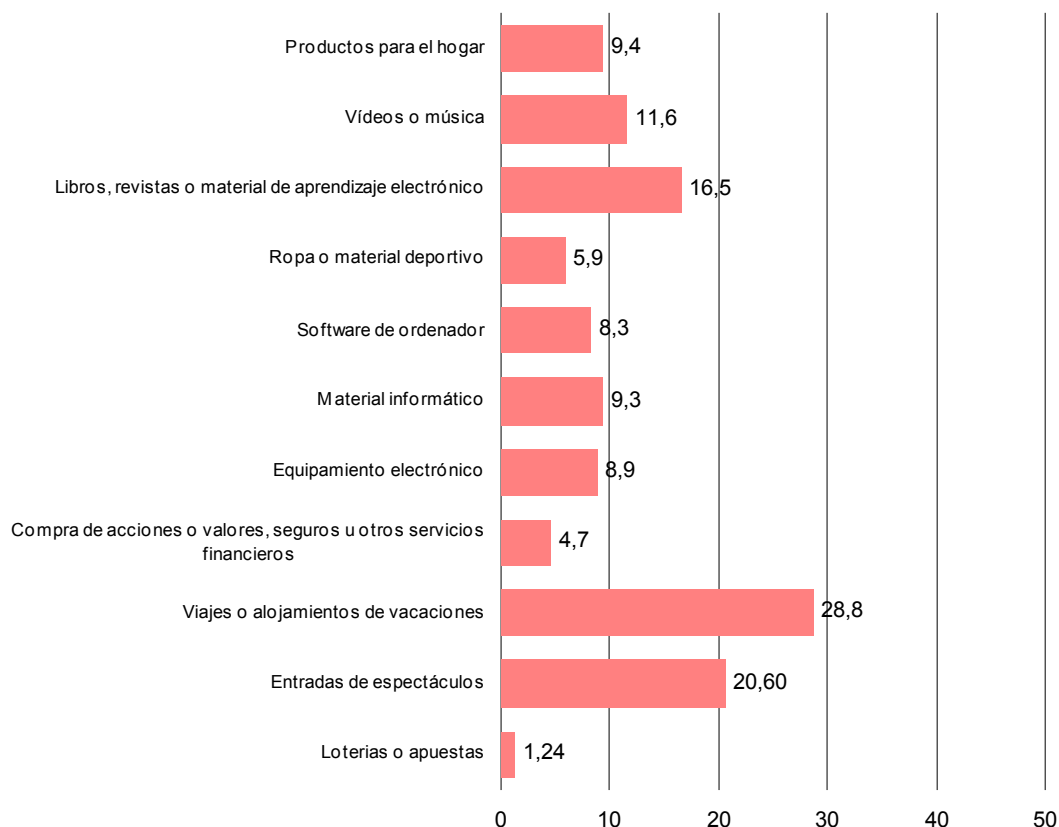
Uso del comercio electrónico de la población

Un total de 1.792.328 personas compraron productos o servicios a través de Internet en los tres meses anteriores a la encuesta, lo que representa un 5,5% del total de adultos de 16 a 74 años. Hubo otros 914.992 personas (2,8%) que compraron por Internet entre los tres meses y el año anterior a la encuesta.

El perfil de comprador más habitual es el de hombre (en proporción casi doble que las mujeres), de mediana edad (de 25 a 34 años), con estudios superiores y residente en un municipio densamente poblado.

Los productos más comprados en el último año fueron *viajes y alojamientos* (28,8% de los compradores en el último año), entradas de espectáculos (20,6%) y libros, revistas, periódicos y material de aprendizaje electrónico (16,5%).

Productos comprados a través de Internet en los últimos doce meses. España (% compradores). 2004



Los motivos que alegan los no compradores a través de Internet y los que lo hicieron hace más de un año para no haber hecho adquisición alguna es que *“prefieren comprar personalmente en una tienda”* (35,3%) o bien simplemente que *“no han tenido la necesidad”* (22,8%), ya sea porque los productos ofertados por Internet no llaman la atención o porque la adquisición de bienes y servicios se realiza de forma adecuada por otros medios tradicionales. Otros motivos son la *“preocupación por la seguridad”* o la *“preocupación por la privacidad”* al dar detalles de la tarjeta de crédito o al dar detalles personales, que declaran el 26,3% y 22,1% de no compradores respectivamente.

Motivos de no haber realizado compras a través de internet en los últimos tres meses. España (% no compradores). 2004

