

4 de octubre de 2006

Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares. Primer semestre de 2006

Más de 5,6 millones de hogares tienen acceso a Internet, un 7% más que en el segundo semestre de 2005

Tres de cada cuatro hogares conectados a la Red lo hacen por banda ancha

El 54% de la población de 16 a 74 años utiliza el ordenador y el 48% navega por Internet

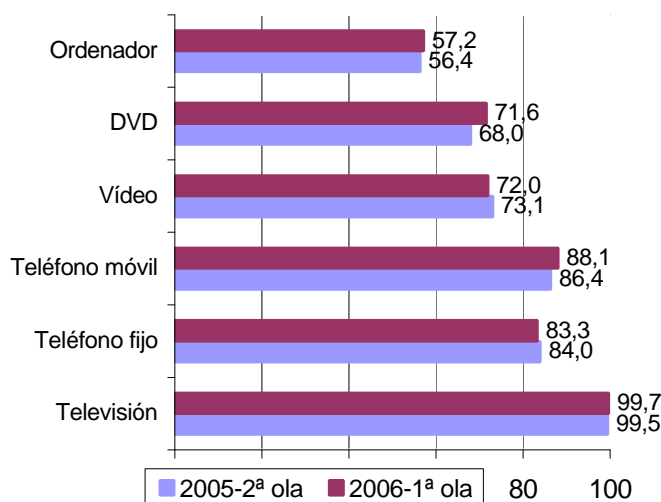
El equipamiento en tecnologías de información y comunicación de los hogares españoles continúa con su tendencia al alza. Según datos del primer semestre de 2006, **el 57,2% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de algún tipo de ordenador**, casi un punto más que seis meses antes y dos puntos más que hace un año.

Por tipo de ordenador, el de sobremesa o PC está presente en el 52% de los hogares, mientras que los portátiles se encuentran en el 16,4% y otros tipos de ordenador (PDA, Pocket PC,..) en el 6,2%. Con respecto al año anterior, se observa un estancamiento en el nivel de equipamiento de PCs en los hogares, mientras que los portátiles crecen más de tres puntos.

Por comunidades autónomas, el mayor equipamiento de ordenador en los hogares se observa en Madrid (67,7%), Cataluña (61,6%), País Vasco (61%) y Cantabria (59%).

Los equipos de comunicación de voz, mediante combinación de teléfono fijo y móvil,

Equipamiento de las viviendas en productos de tecnologías de información y comunicación. Año 2006 (marzo-junio) y 2005 (octubre-diciembre). (% de hogares)



alcanzan una cobertura casi universal, pues el 98,8% de los hogares disponen de teléfono. El 83,3% de los hogares dispone de teléfono fijo y en el 88,1% al menos uno de sus miembros dispone de teléfono móvil.

En el primer semestre de 2006 **continúa la tendencia de sustitución del teléfono fijo por el móvil**. Así, la implantación del fijo ha disminuido siete décimas, mientras que la del móvil ha aumentado 1,7 puntos en un semestre.

El DVD ha incrementado su implantación en 3,6 puntos, hasta llegar al 71,6% de los hogares. Este aumento va en detrimento del video que, introducido en el 72% de los hogares, reduce su cobertura en un punto.

Viviendas con acceso a Internet

En España existen 5.637.891 viviendas familiares con al menos uno de sus miembros entre 16 y 74 años que tienen acceso a Internet, 380.000 más que en el semestre anterior (lo cual supone un crecimiento superior al 7%). En términos anuales, las viviendas con acceso a Internet suponen un 13,5% más que en 2005. En porcentaje, el 39,1% de los hogares españoles tienen acceso a la Red, frente al 37% del semestre anterior y el 35,5% de hace un año.

Tres de cada cuatro hogares con conexión a Internet pueden conectarse por banda ancha (ADSL, red de cable,..), lo que representa que más de **cuatro millones de hogares tienen conexión de banda ancha a Internet (el 29,3%)**. Por línea telefónica convencional sólo se conectan ya menos de un millón y medio de hogares.

Por comunidades autónomas, las que tienen mayor porcentaje de acceso a Internet son Madrid (50%) y Cataluña (47%). País Vasco, Cantabria, Illes Balears, Navarra, Canarias, Aragón y Asturias tienen una tasa de penetración superior a la media (39,1%).

Porcentaje de hogares que disponen de acceso a Internet. Años 2006 (1ª ola: marzo-junio) y 2005 (1ª, abril-junio y 2ª ola, octubre-diciembre)

	2006(mar-jun)	2005 (oct-dic)	2005(abril-jun)
Total nacional	39.1	37.0	35.5
Madrid (Comunidad de)	50.4	48.6	45.7
Cataluña	46.6	45.1	44.5
Melilla	46.2	35.9	30.3
País Vasco	46.1	43.2	44.6
Cantabria	43.1	40.9	33.4
Balears (Illes)	42.6	41.8	37.2
Navarra (Comunidad Foral de)	42.1	41.2	40.2
Canarias	41.7	34.9	34.2
Aragón	40.5	38.2	37.3
Asturias (Principado de)	40.5	37.2	35.2
Ceuta	39.1	35.0	37.4
Rioja (La)	37.8	30.6	32.7
Castilla y León	34.6	31.8	30.4
Murcia (Región de)	34.1	31.1	30.0
Comunidad Valenciana	33.5	33.1	32.4
Andalucía	31.7	29.1	28.1
Castilla-La Mancha	30.8	30.6	27.1
Galicia	29.6	28.0	24.0
Extremadura	23.8	22.4	23.9

Uso de las TIC en la población de 10 a 14 años

La proporción de uso de tecnologías de información y comunicación por la población infantil es muy superior a la de las personas de más edad, excepción hecha de los jóvenes menores de 25 años. Así, **el 74,4% de los niños de 10 a 14 años utiliza el ordenador**, casi dos puntos y medio más que en el segundo semestre de 2005.

Situación similar se produce al analizar la navegación por Internet, ya que **siete de cada diez niños utiliza Internet** (cinco puntos más que en el semestre anterior).

Por sexo, las niñas hacen un mayor uso de TIC que los niños (tres puntos porcentuales de diferencia en el uso de ordenador y seis en el uso de Internet).

No obstante la mayor diferencia por sexo se produce en la disposición de teléfono móvil, pues el 64% de las niñas disponen de él, frente al 53% de los niños.

Personas que usan el ordenador

Más de 18 millones de personas de 16 a 74 años han utilizado el ordenador en los últimos tres meses, lo que representa un 54% de dicha población. Además, el 87% de ellos lo utiliza frecuentemente (si no diariamente, al menos todas las semanas).

Por comunidades autónomas, el uso de ordenador está más difundido en Madrid (65% de las personas), Illes Balears y Cataluña (59% cada una). Y sólo en cuatro comunidades (Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura y Galicia) el porcentaje de población que utiliza el ordenador no llega a la mitad.

El usuario informático típico es varón (58% frente a 50% de mujeres), joven (el 87% con edades entre 15 y 24 años o el 73% del grupo de edades de 25 a 34 años, frente a un 7,5% de personas de 65 a 74 años), estudiante (el 97%) o con educación superior (el 91% de los titulados universitarios y similares utilizan el ordenador).

Personas que utilizan Internet

El 48% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet en los tres últimos meses, lo que supone casi 16 millones de personas. **El número de internautas ha crecido un 6,6%** respecto al segundo semestre de 2005 y un 9% respecto a hace un año.

El 82,4% de los usuarios se conectan regularmente a la Red (a diario o, al menos, todas las semanas). Estos usuarios frecuentes representan al 40% de la población.

La navegación por Internet se realiza principalmente por hombres (51,5% frente a 44,2% de las mujeres). Por grupos de edad, el uso se centra en las edades más jóvenes (el 83% de los ciudadanos de 15 a 24 años y el 67% de entre 25 y 34 años son usuarios de Internet, frente a sólo un 5% de internautas con edades comprendidas entre los 65 y los 74 años de edad). Como en el uso de ordenadores, esta actividad también está más implantada entre los estudiantes (95%) y entre los que poseen estudios universitarios o similares (88%).

Los principales lugares de uso de Internet son el propio hogar (68% de los usuarios), los centros de trabajo (46%), otras viviendas de familiares o conocidos (29,5%) y los centros de estudios (14,5%).

Los principales servicios de Internet utilizados por motivos particulares han sido la búsqueda de información sobre bienes y servicios (79% de los internautas), el correo electrónico (77%), el acceso a medios de comunicación –periódicos, revistas, radio o TV– (61%), la

obtención de información de páginas web de la administración (49%) y las actividades de ocio –descarga o uso de juegos, música,.. – (48%).

Porcentaje de personas de 16 a 74 años que han utilizado Internet en los tres últimos meses. Años 2006 (1ª ola) y 2005 (1ª y 2ª ola)

	2006 (1ª ola)	2005 (2ª ola)	2005 (1ª ola)
Total nacional	47.9	45.4	44.4
Madrid (Comunidad de)	58.6	54.7	54.9
Balears (Illes)	54.4	52.1	48.9
Cataluña	53.2	52.2	52.1
Ceuta	51.3	39.1	37.0
Navarra (Comunidad Foral de)	50.2	48.4	45.8
Asturias (Principado de)	49.7	44.6	43.8
Cantabria	48.6	46.6	43.1
País Vasco	47.9	48.4	49.2
Aragón	46.9	44.0	42.1
Canarias	46.6	41.7	43.3
Rioja (La)	46.4	46.2	42.7
Castilla y León	45.8	44.7	39.2
Comunidad Valenciana	45.7	44.7	42.0
Murcia (Región de)	45.4	42.6	39.0
Andalucía	42.0	38.0	36.9
Galicia	41.9	39.8	38.1
Melilla	41.5	41.9	49.9
Castilla-La Mancha	40.0	37.6	39.6
Extremadura	34.5	33.8	36.3

Personas que utilizan el comercio electrónico

El 10% de la población de 16 a 74 años han comprado productos o servicios por Internet en los últimos tres meses, lo que supone más de 3,38 millones de personas. Esta cifra representa un crecimiento del 10% respecto al segundo semestre de 2005 y del 27% en términos interanuales. La tasa de penetración en la población es ocho décimas mayor que en el semestre pasado y dos puntos más que hace un año. Además, más de millón y medio de personas compraron por Internet en el plazo de más de tres meses y el año anterior a la encuesta.

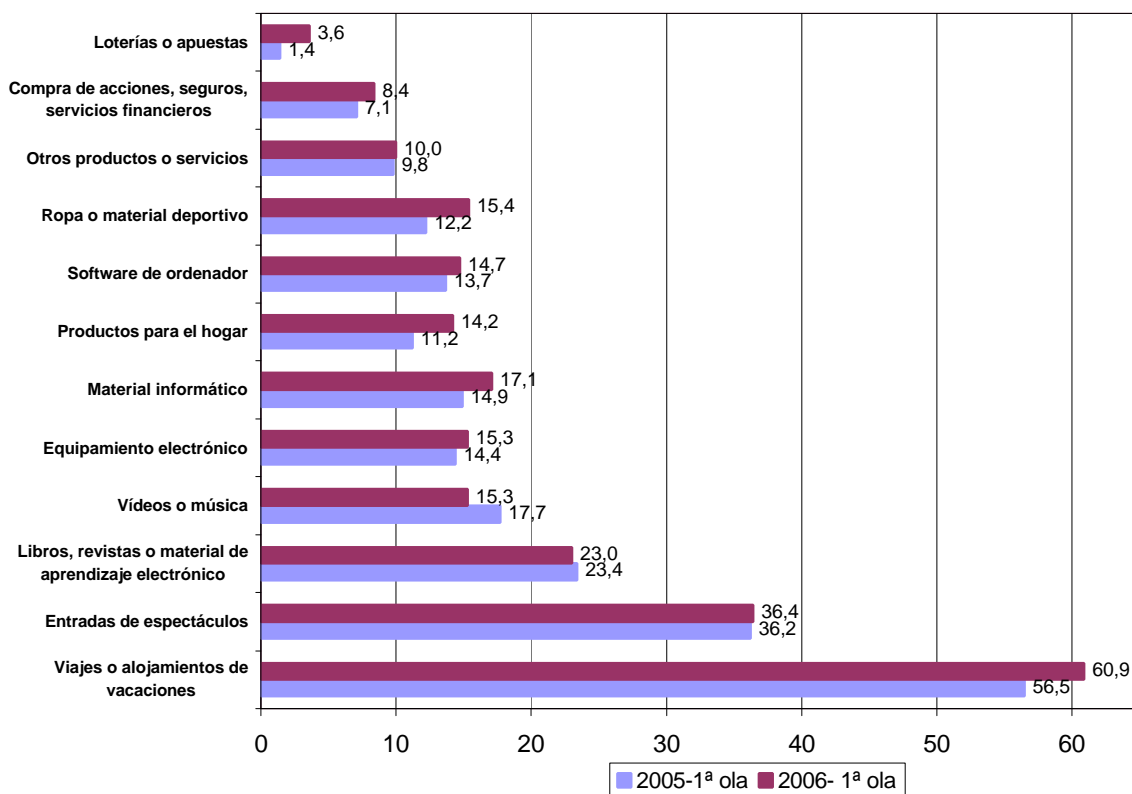
El perfil más habitual del comprador en la Red es el de un varón (12,2% frente a un 8,1% de mujeres de 16 a 74 años), de mediana edad (de 25 a 34 años, aunque los de 16 a 24 y los 35 a 44 años también están por encima de la media) y con estudios superiores (26,9%).

Por comunidades autónomas, el mayor hábito de compra por Internet se ha centrado en este semestre en Madrid (el 16,8% de los madrileños ha comprado por este medio) y Cataluña (13,5%). Illes Balears, Navarra, Asturias, País Vasco, La Rioja y Cantabria también se encuentran por encima de la media nacional.

Los principales productos comprados continúan siendo los *viajes y alojamientos de vacaciones* (61%), *entradas de espectáculos* (36%) y *libros, revistas, periódicos y material de aprendizaje electrónico* (23%).

Por otra parte, existen 11,7 millones de cibernautas que nunca han utilizado el comercio electrónico. Las razones que aducen para ello se basan principalmente en preferencias de compra personal en una tienda (el 85,2% de los internautas señalaron esta opción) y en razones de seguridad y privacidad (69% y 62,3%, respectivamente). Otro motivo también con bastante importancia es el de no haber tenido necesidad de comprar por Internet (57,6%).

Productos comprados a través de Internet en los últimos doce meses. Años 2006 y 2005 1ª ola. (Porcentaje de compradores)

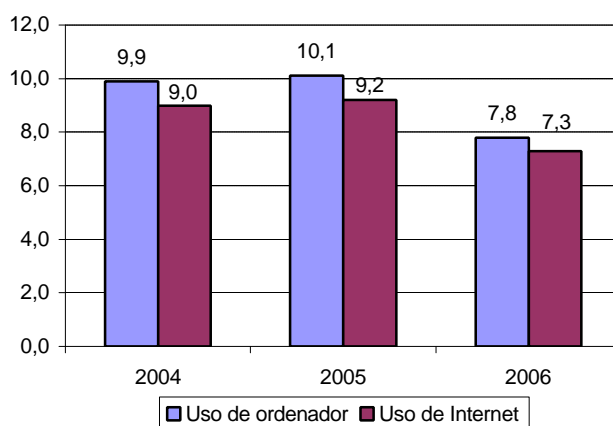


Por otro lado, hay 875.000 personas que compraron por Internet hace más de un año, pero que no han utilizado el comercio electrónico más recientemente. En este caso, las razones que mencionan para no comprar en la Red, además de la preferencia por el trato personal en una tienda (67,7%), tiene más que ver con la falta de necesidad de comprar (62,2%), que por motivos de seguridad y privacidad (54,5% y 47,1%, respectivamente).

La brecha digital por sexos

Si la definimos como la diferencia en puntos porcentuales entre sexos respecto a las principales variables, se observa que **la brecha digital por sexo ha disminuido en el último año**, pues en el uso de ordenador existe una diferencia de ocho puntos porcentuales y en el de acceso a Internet 7,3 puntos, en ambos casos dos puntos menos que en el año pasado.

La brecha digital (diferencia de porcentajes de uso) por sexo. 2004-2006



Comparación de resultados entre los países de la Unión Europea. ¹

País	% de hogares con acceso a Internet	% de hogares con conexión de banda ancha	% de usuarios frecuentes de Internet en 3 últimos meses	% de personas que compraron por Internet en los 3 últimos meses
Unión Europea	48	23	43	17
Bélgica	50	41	53	11
República Checa	19	5	26	3
Dinamarca	75	51	73	26
Alemania	62	23	54	32
Estonia	39	30	54	4
Grecia	22	1	18	2
España¹	39	29	40	10
Francia	34 ²
Irlanda ⁽²⁾	40 ²	7	31	14
Italia	39	13	28	4
Chipre	32	4	26	4
Letonia	31	14	36	3
Lituania	16	12	30	1
Luxemburgo	65	33	63	31
Hungría	22	11	34	5
Malta
Holanda	78	54	74	24 ²
Austria	47	23	49	19
Polonia	30	16	29	5
Portugal	31	20	28	4
Eslovenia	48	19	40	8
Eslovaquia	23	7	43	6
Finlandia	54	36	63 ²	25
Suecia	73	40	76	36
Reino Unido	60	32	54	36

Fuente: Eurostat

1. Las cifras de España no son estrictamente comparables porque corresponden a 2006 mientras que las demás son de 2005, salvo cuando se indica.

2. Datos de 2004

Más información en INEbase – www.ine.es Todas las notas de prensa en: www.ine.es/prensa/prensa.htm

Gabinete de prensa: Teléfonos: 91 583 93 63 / 94 08 – Fax: 91 583 90 87 - gprensa@ine.es

Área de información: Teléfono: 91 583 91 00 – Fax: 91 583 91 58 – www.ine.es/infoine

Nota metodológica

La Encuesta TIC-H 2006 sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en las viviendas ha sido realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en colaboración con el Instituto de Estadística de Cataluña (IDESCAT), el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) y el Instituto de Estadística de Navarra (IEN) en el ámbito de sus respectivas Comunidades Autónomas. Asimismo, el INE ha formalizado un convenio de colaboración con la Fundación Centro Tecnológico de la Información y Comunicación (CTIC) del Principado de Asturias.

Además, existe un acuerdo de colaboración con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la entidad pública empresarial Red.es para la investigación de determinados indicadores de la sociedad de la información.

La Encuesta sigue las recomendaciones metodológicas de la Oficina de Estadística de la Unión Europea (Eurostat). Es la única fuente en su género cuyos datos son estrictamente comparables no sólo entre los países miembros de la Unión, sino además en otros ámbitos internacionales.

La Encuesta TIC-H 2006 es una investigación tipo panel dirigida a las personas de 10 y más años residentes en viviendas familiares, que recoge información sobre el equipamiento del hogar en tecnologías de la información y la comunicación (televisión, teléfono, radio, equipamiento informático) y sobre el uso de ordenador, Internet y comercio electrónico.

Desde 2005 tiene periodicidad semestral. Las entrevistas se realizan en el segundo y cuarto trimestre del año por teléfono o mediante visita personal.

En cada Comunidad Autónoma se diseña una muestra independiente que la representa, por ser uno de los objetivos de la encuesta facilitar datos con ese nivel de desagregación.

El tipo de muestreo utilizado es el trietápico estratificado. Las unidades de primera etapa son las secciones censales. Las unidades de segunda etapa son las viviendas familiares principales. En tercera etapa se selecciona una persona en cada vivienda de 15 o más años. Asimismo, se obtiene información de todos los niños de 10 a 14 años de la vivienda. El tamaño muestral teórico es de 20.000 viviendas, de las que una cuarta parte se renueva cada año.

Se utilizan estimadores de razón a los que se les aplican técnicas de calibrado con uso de información externa procedente de proyecciones de población por grupos de edad y sexo.

Se realiza un control de la consistencia de las variables de la encuesta, tanto en el proceso de captura de datos (microedición), como en el posterior tratamiento de la información.

Aunque el ámbito poblacional no haya variado respecto al de anteriores encuestas, es preciso mencionar que, al objeto de lograr una mayor comparabilidad con los datos que publica Eurostat, los resultados que hoy se publican en la página web del INE se refieren a viviendas habitadas por al menos una persona de 16 a 74 años de edad y a personas de ese mismo grupo de edad.

No obstante, en la mencionada página web se encuentra disponible para las personas interesadas el fichero de microdatos con la información completa de la encuesta.