

Nuevas Tecnologías

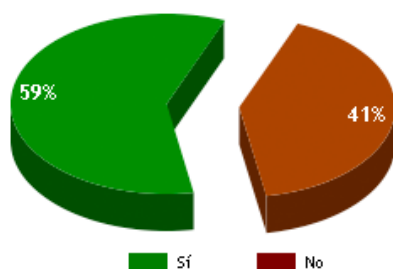
Disponibilidad de ordenador

Por vez primera el Barómetro de Consumo indaga en el **equipamiento informático** de la población: el 59% de los de los **hogares españoles cuentan con un ordenador**, ya de sobremesa ya portátil. Los más jóvenes (14 a 20 años) son los que en mayor proporción tienen un ordenador en su casa (90%), y se mantiene holgadamente por encima del 70% ese equipamiento hasta los 50 años, pero a partir de esa edad desciende vertiginosamente (58% en la franja 51-60 años, y 24% en la de más de 60 años). El estatus marca mucho: el 83% de las familias más acomodadas tiene ordenador en casa, mientras que sólo lo tienen el 40% de las de estatus bajo. Los formatos de hogar con más penetración del ordenador son los de parejas con hijos menores (80%) y "jóvenes independientes" (79%). Las diferencias entre las diversas zonas del país (nueve puntos porcentuales) no son muy acusadas, pero existen: las que cuentan con más ordenadores en los hogares son País Vasco (65%), Navarra (64%) y Madrid ciudad (63%), y las de menor introducción de los ordenadores domésticos son las zonas Mediterránea y Centro-Sur (ambas, el 56%). En las ciudades más pobladas (68%), es más habitual la existencia de ordenador en los hogares.



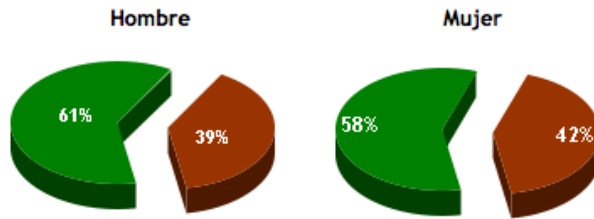
En cuanto a la **disponibilidad de ordenador fuera del hogar**, el 34% de la población tienen acceso de forma continua a un ordenador fuera de su hogar, ya en el centro de trabajo (el 54% de quienes pueden usar un ordenador fuera de su casa), en la vivienda de un familiar o conocido (19%), en su centro de estudios (19%), en un centro público (12%) o en un cibercafé o similar (7%). En otras palabras, seis de cada diez hogares cuentan con ordenador en casa y una de cada tres personas puede disponer de forma continua de un ordenador fuera de su hogar. Así, se puede decir que somos una sociedad bastante informatizada, ya que aproximadamente **siete de cada diez españoles (el 59% que lo tienen casa más la tercera parte de quienes no lo tienen en casa) de más de catorce años tienen acceso de forma continua a un ordenador, ya en casa ya fuera de ella**. Son bastantes más los hombres que tienen acceso a un ordenador en el centro de trabajo (el 62% de quienes tienen acceso a un ordenador fuera del hogar) que las mujeres (el 47%), pero ocurre lo contrario en el centro de estudios (24% de las mujeres, 14% los hombres). Los cibercafé son una opción casi exclusivamente juvenil, pues así como más del 10% de los menores de 30 años que tiene acceso a un ordenador fuera de casa lo señala como alternativa, en los mayores de esta edad apenas es citado como posibilidad de acceso a un ordenador. Las personas de estatus alto que tienen acceso a un ordenador fuera de su casa, disponen de uno de ellos en el trabajo (70%) en mucha mayor medida que los de estatus medio o bajo (en torno al 40%). Por zonas geográficas, la disponibilidad de ordenador fuera del hogar es bien distinta: llega al 40% en Barcelona ciudad y al 39% en la zona Norte-Centro del país, y se queda en un escueto 28% en Galicia y Navarra y en un 31% en el País Vasco.

Ordenador en el hogar

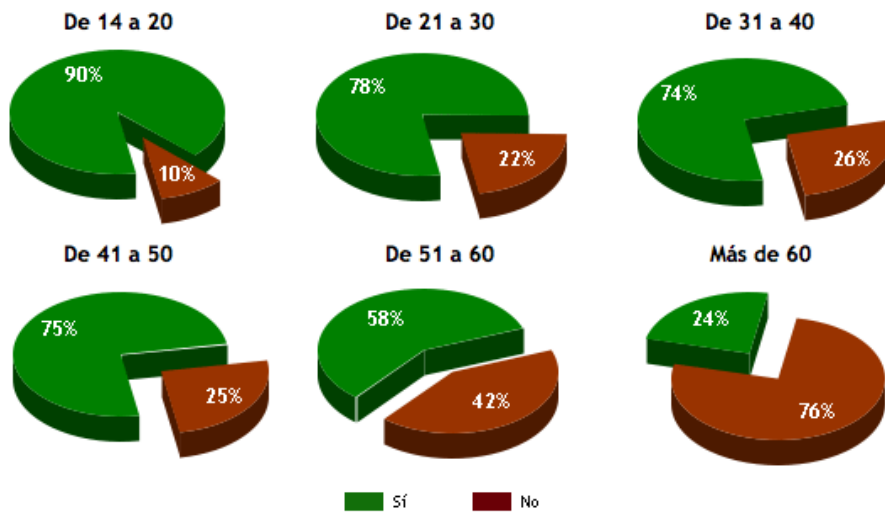


Ordenador en el hogar según sexo y edad

Sexo

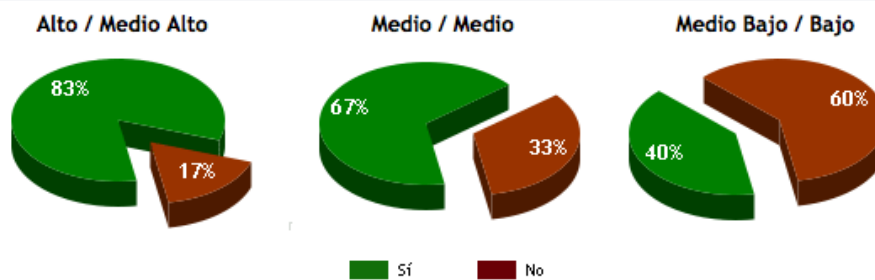


Edad (años)



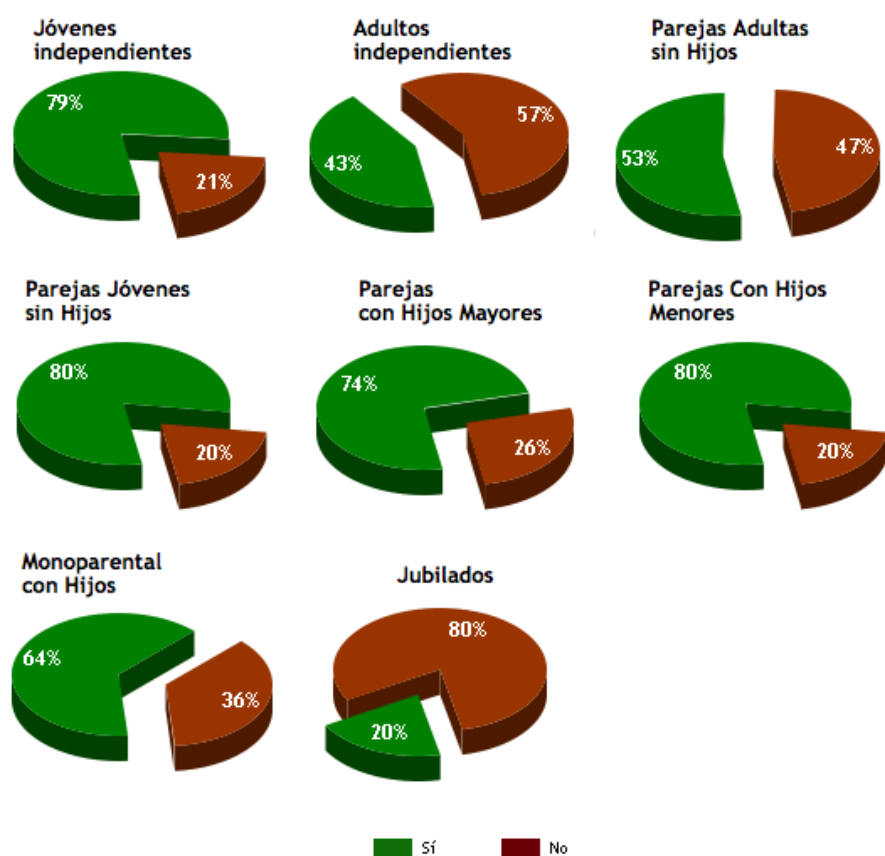
Ordenador en el hogar según estatus

Status



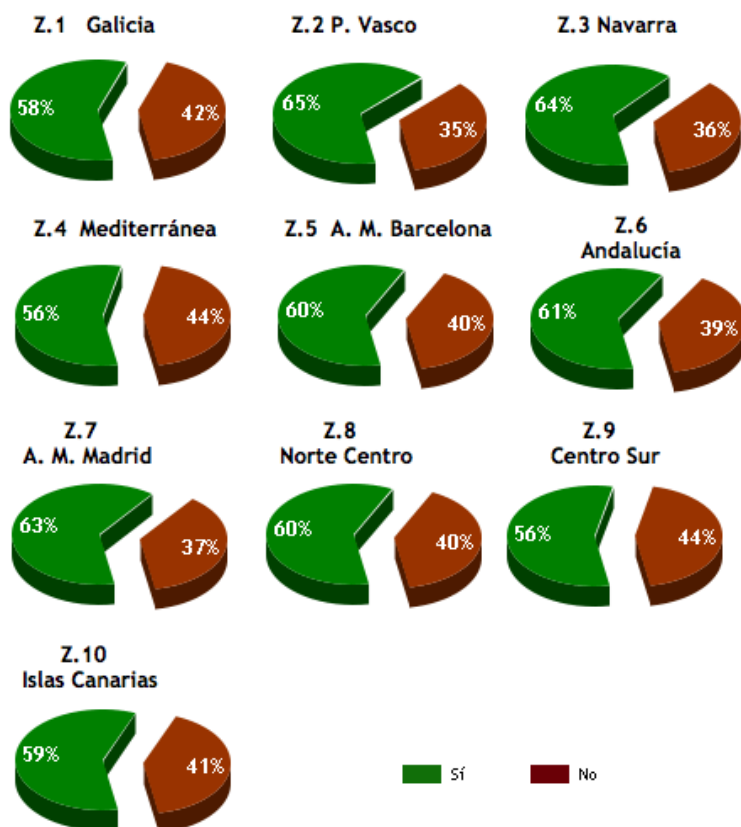
Ordenador en el hogar según clasificación del hogar

Clasificación del hogar

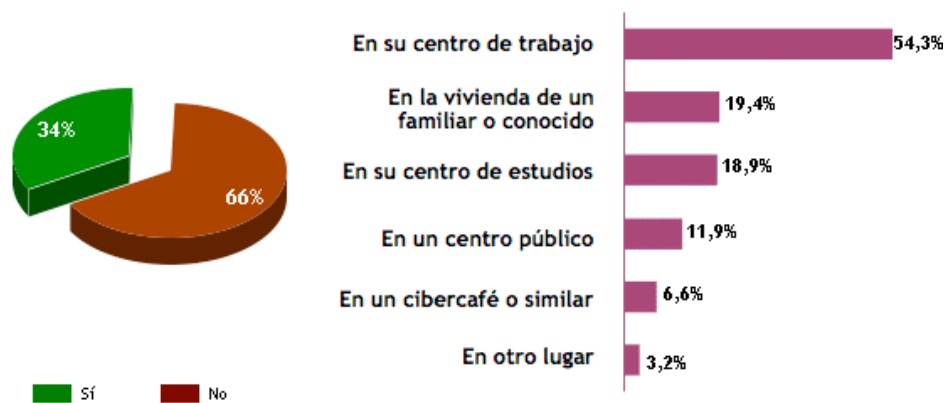


Ordenador en el hogar según zona geográfica

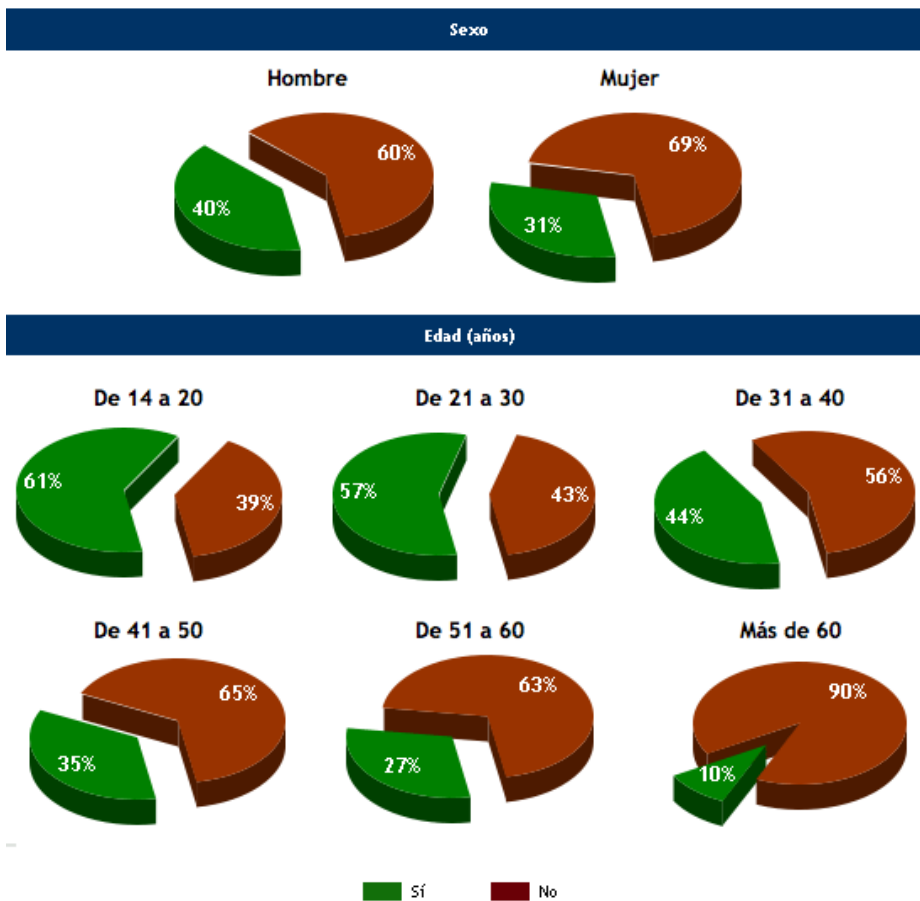
Zona geográfica



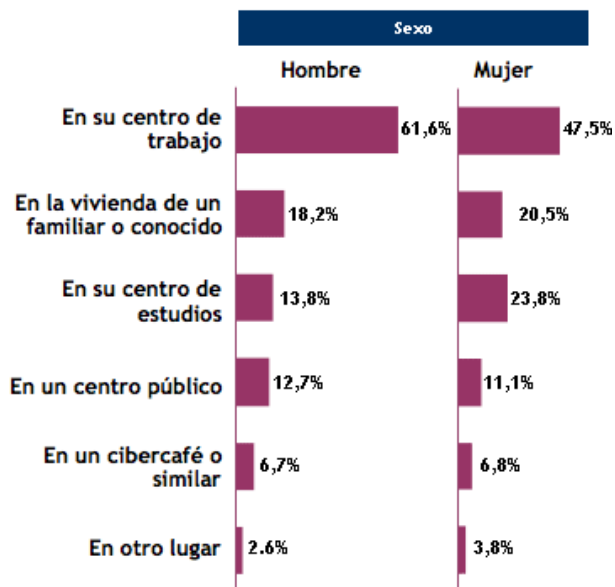
Acceso a ordenador fuera del hogar



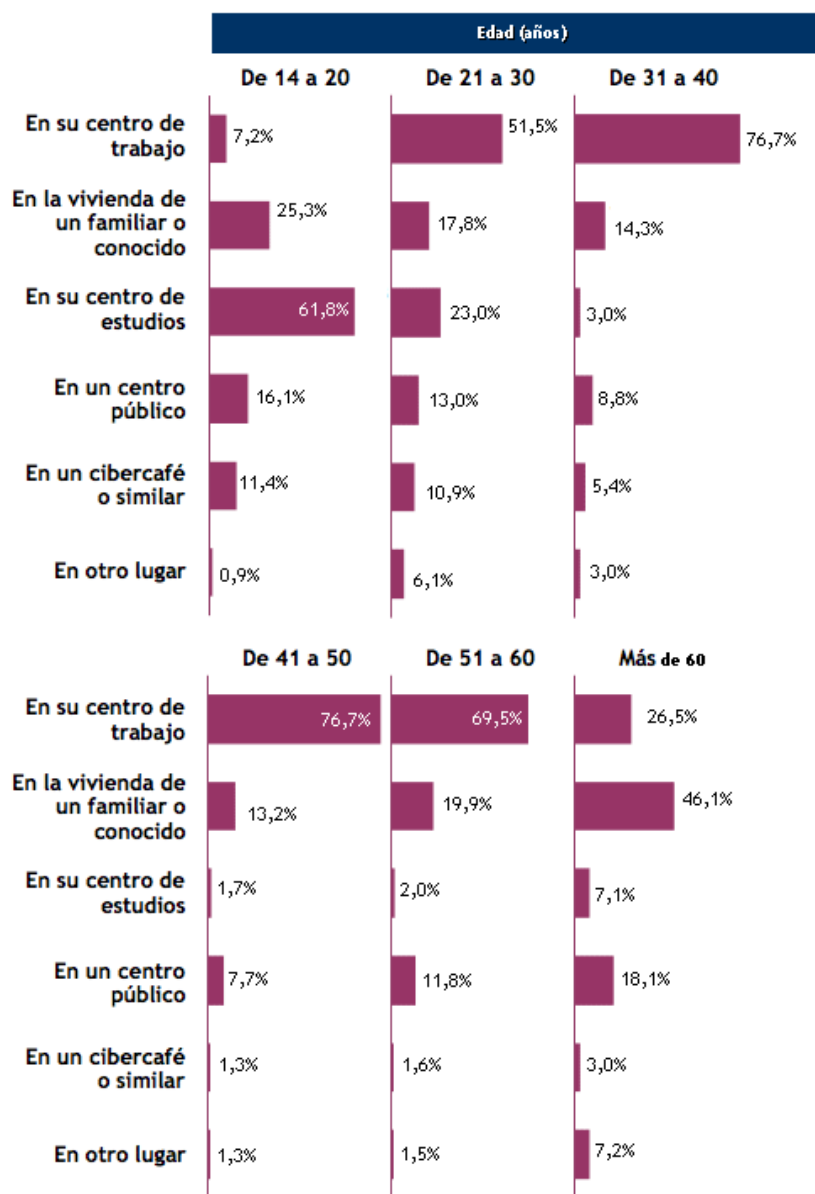
Acceso a ordenador fuera del hogar según sexo y edad



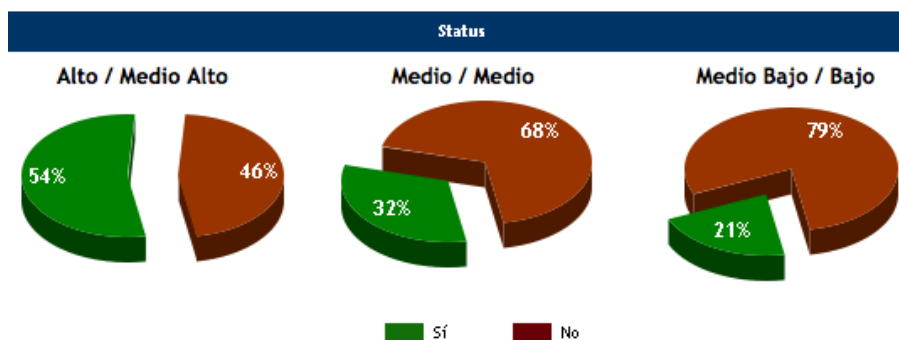
Acceso a ordenador fuera del hogar según sexo y edad



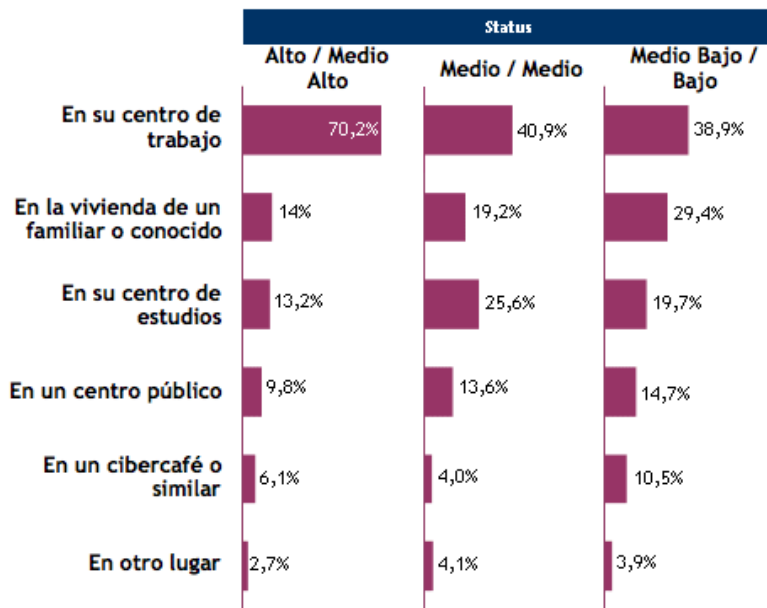
Acceso a ordenador fuera del hogar según sexo y edad



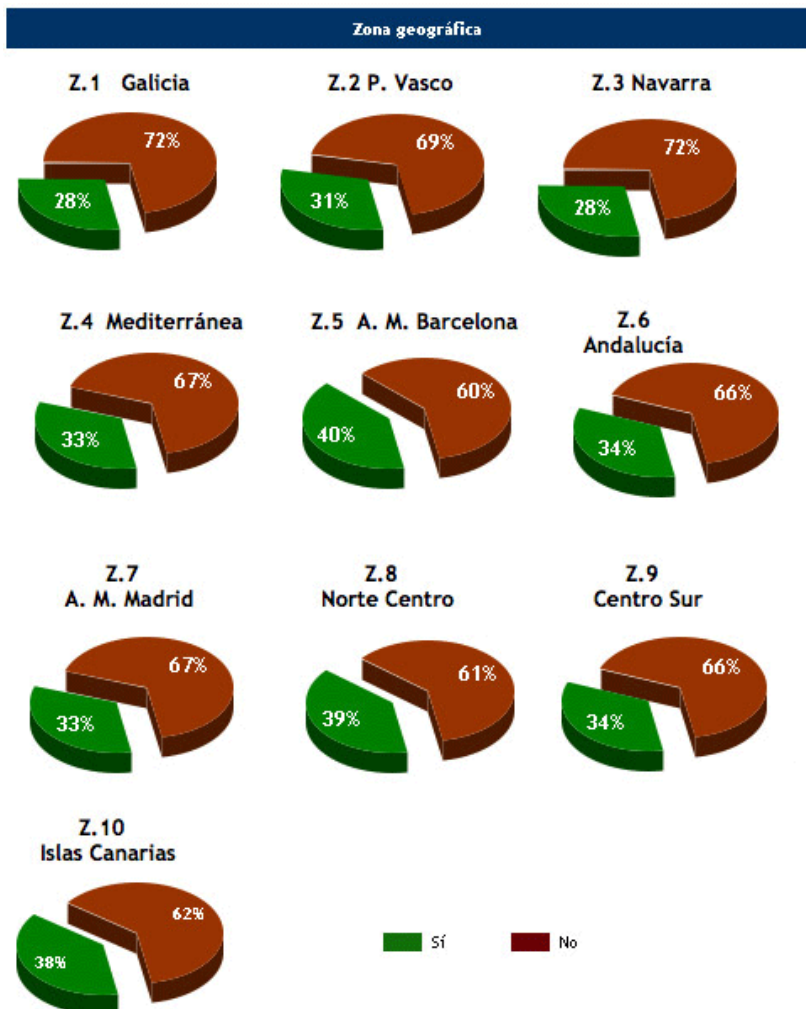
Acceso a ordenador fuera del hogar según estatus



Acceso a ordenador fuera del hogar según estatus

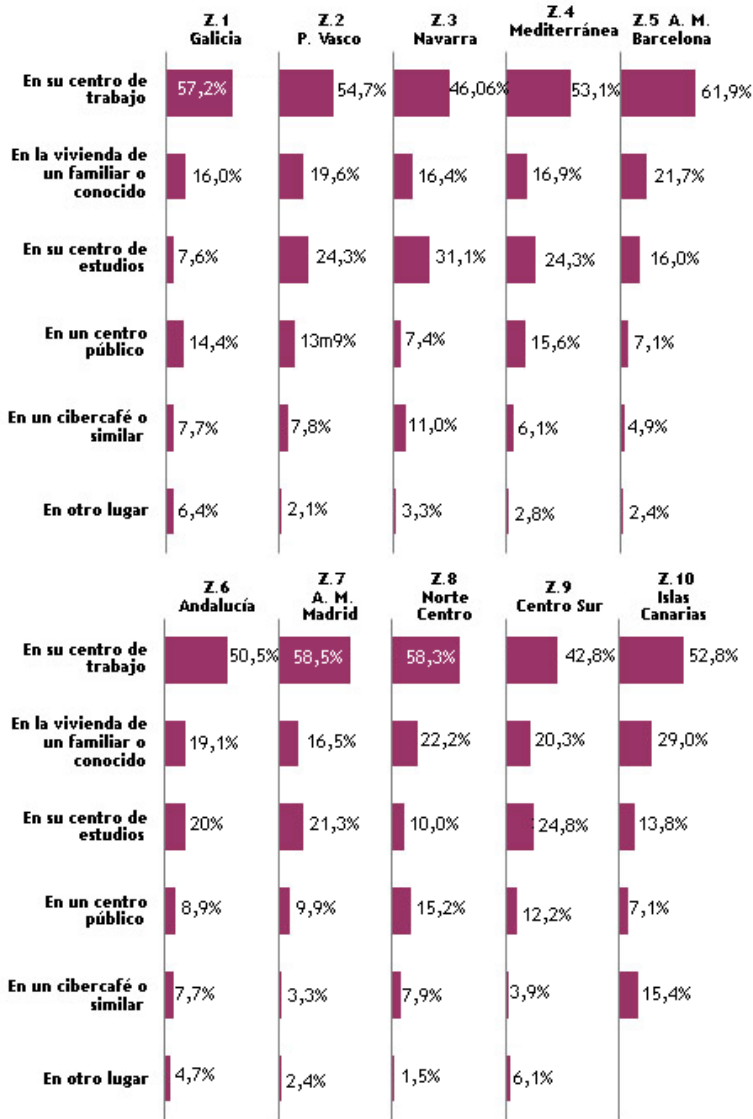


Acceso a ordenador fuera del hogar según zona geográfica



Acceso a ordenador fuera del hogar según zona geográfica

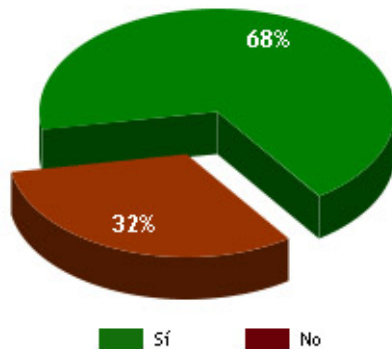
Zona geográfica



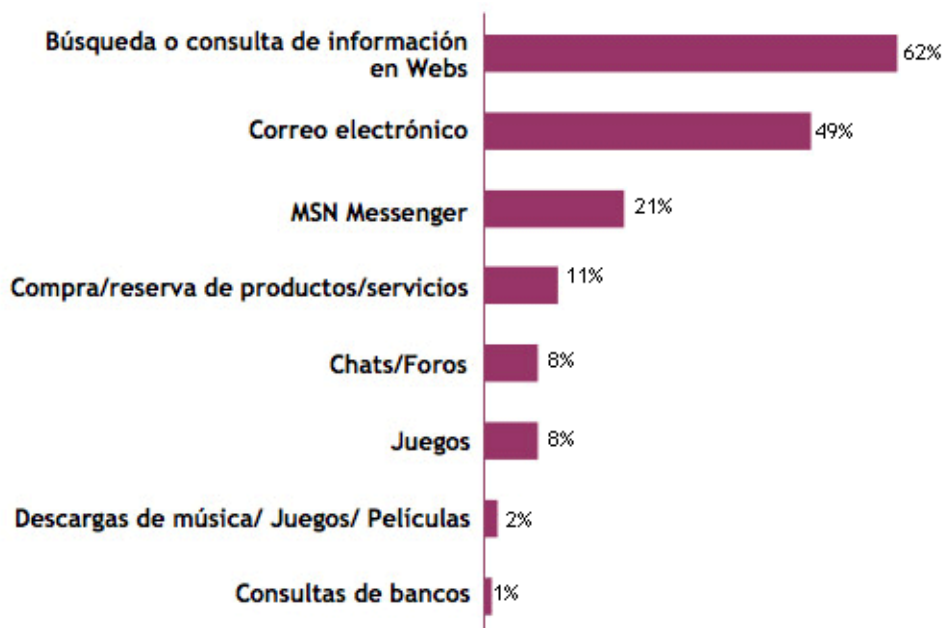
Disponibilidad de Internet

Internet en el hogar: el 68% de los hogares que cuentan con ordenador, está **conectado a Internet**; es decir que en España sólo uno de cada tres hogares con ordenador no lo tiene conectado a Internet. Incluso en los mayores de 60 años, la conexión a Internet de quienes disponen de ordenador en casa es mayoritaria (56%). La conexión a Internet es mayor en los hogares con ordenador pertenecientes al estatus alto (78% están conectados) que a los bajos (58%). Por tipo de hogar, la mayor proporción de conexión a Internet es en las parejas jóvenes sin hijos (85%), y la menor en jubilados (53%) y adultos independientes (60%). La mayor penetración de Internet se da en las dos principales ciudades españolas, Madrid (76% de los hogares con ordenador tienen conexión a Internet) y Barcelona (79%); y la menor, en Galicia (55%) y Centro-Sur (60%). Y se comprueba que a medida que aumenta el tamaño de la localidad, lo hace también la proporción de hogares conectados a Internet (86% en las de más de 200.00 habitantes; 61% en las de menos de 10.000 habitantes).

Internet en el hogar

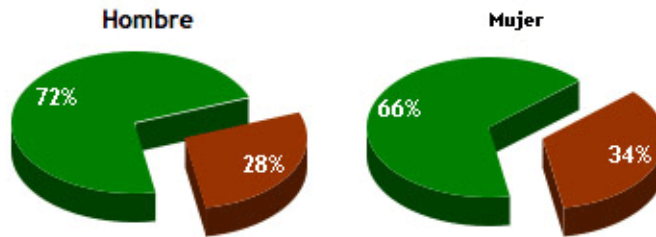


Usos de Internet

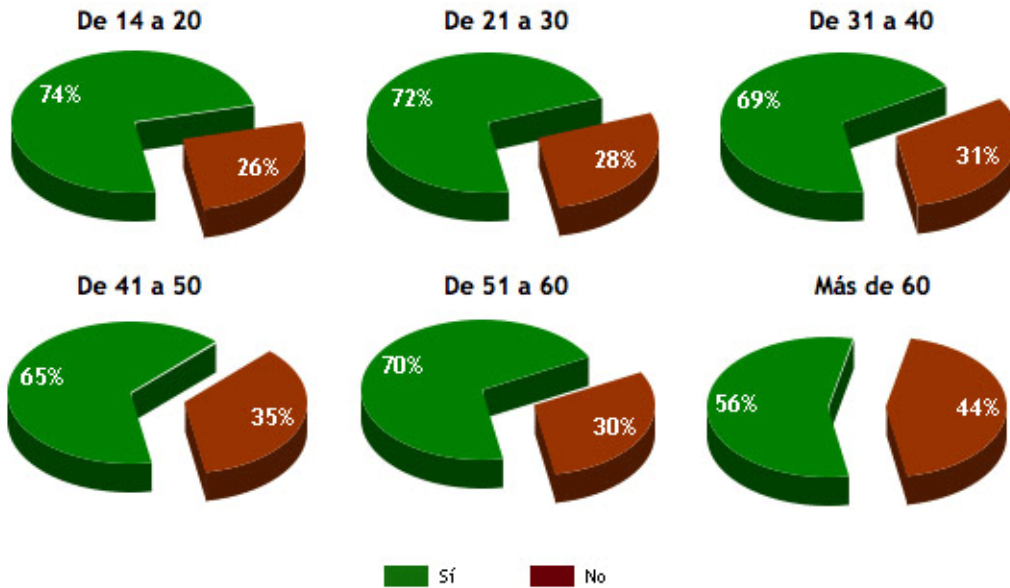


Internet en el hogar según sexo y edad

Sexo

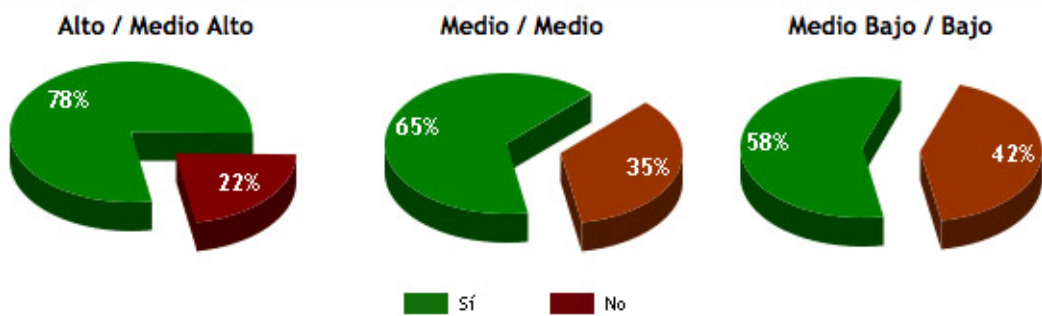


Edad (años)



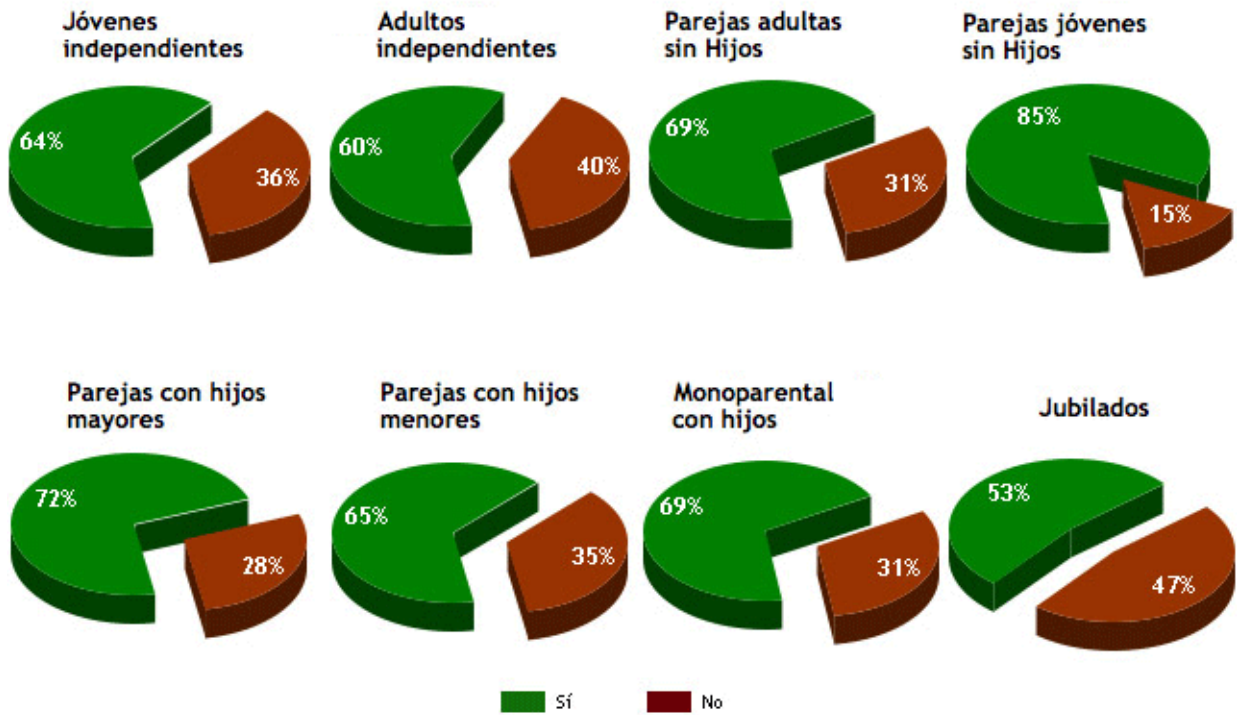
Internet en el hogar según estatus

Status



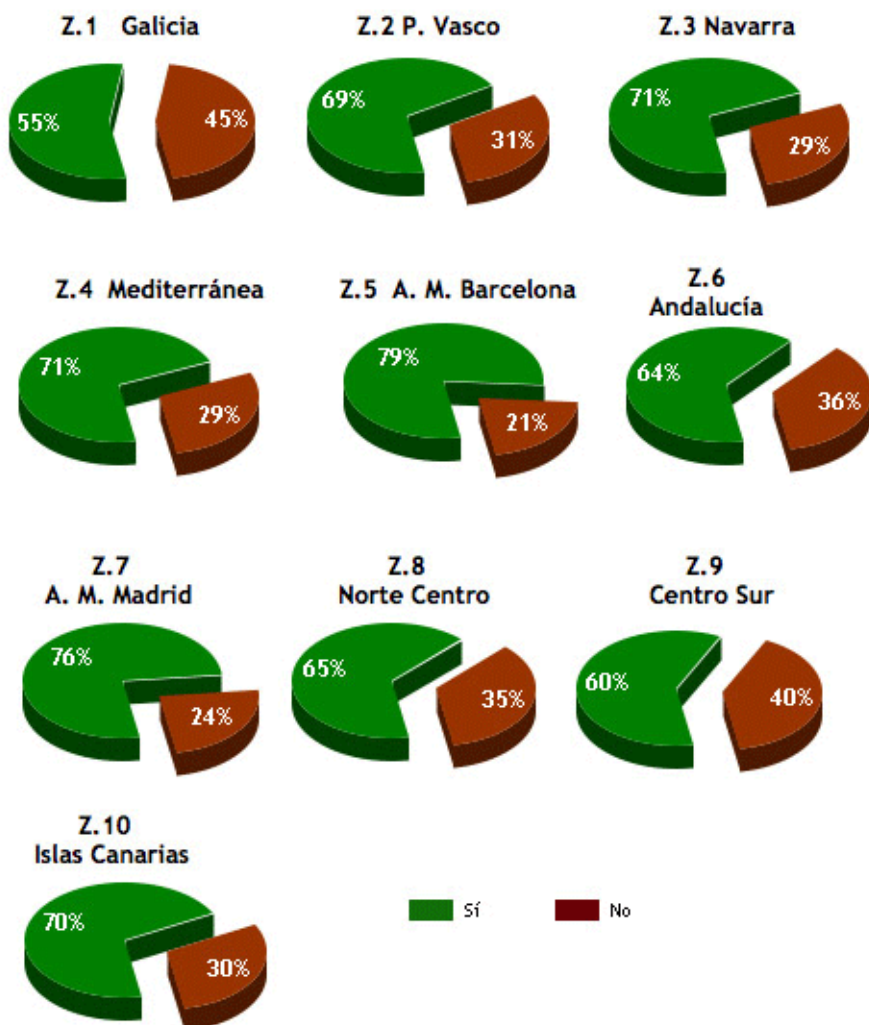
Internet en el hogar según clasificación del hogar

Clasificación del hogar



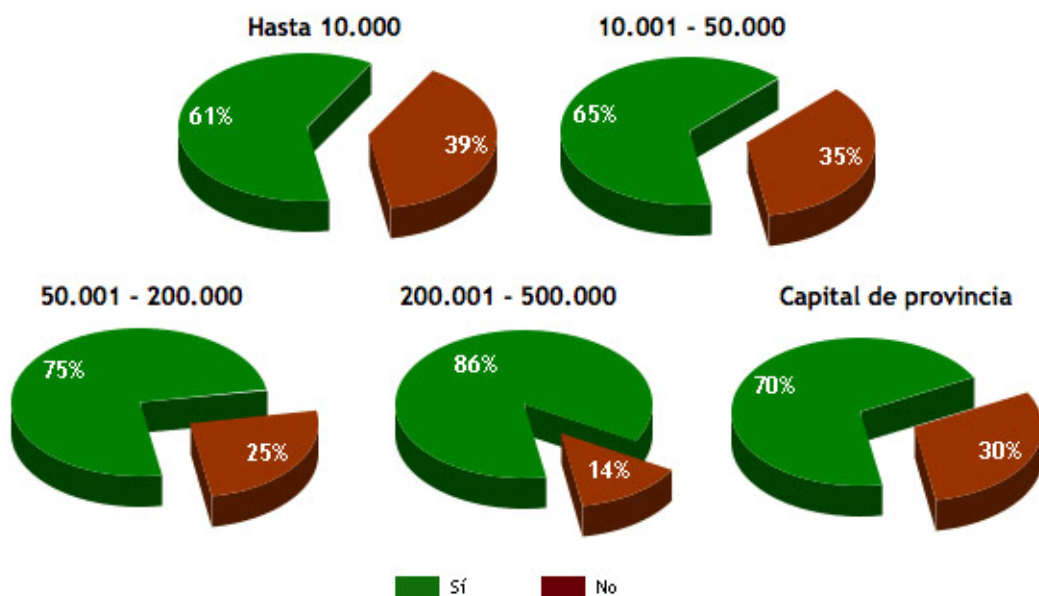
Internet en el hogar según zona geográfica

Zona geográfica



Internet en el hogar según tamaño del hábitat

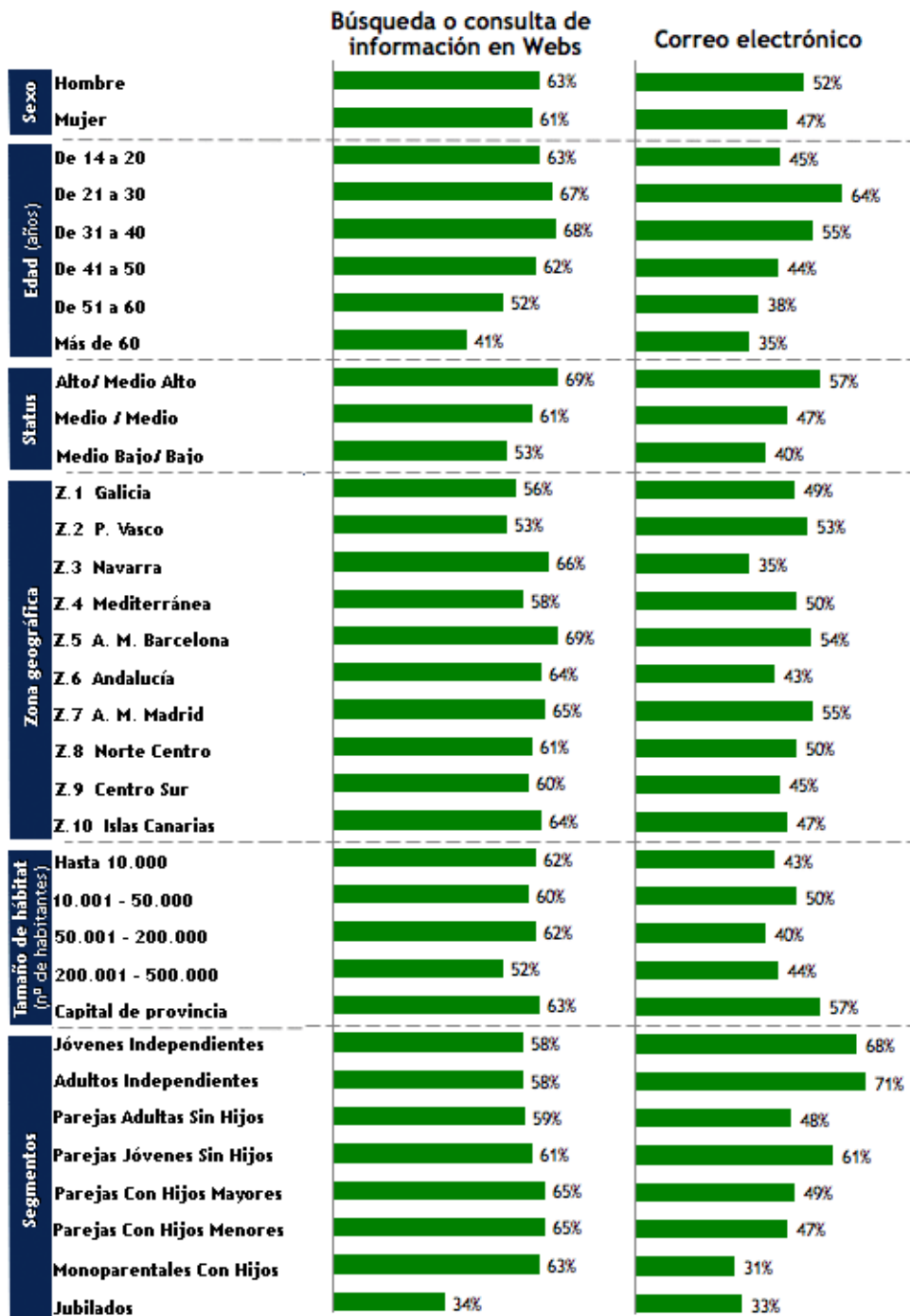
Tamaño de hábitat (nº de habitantes)



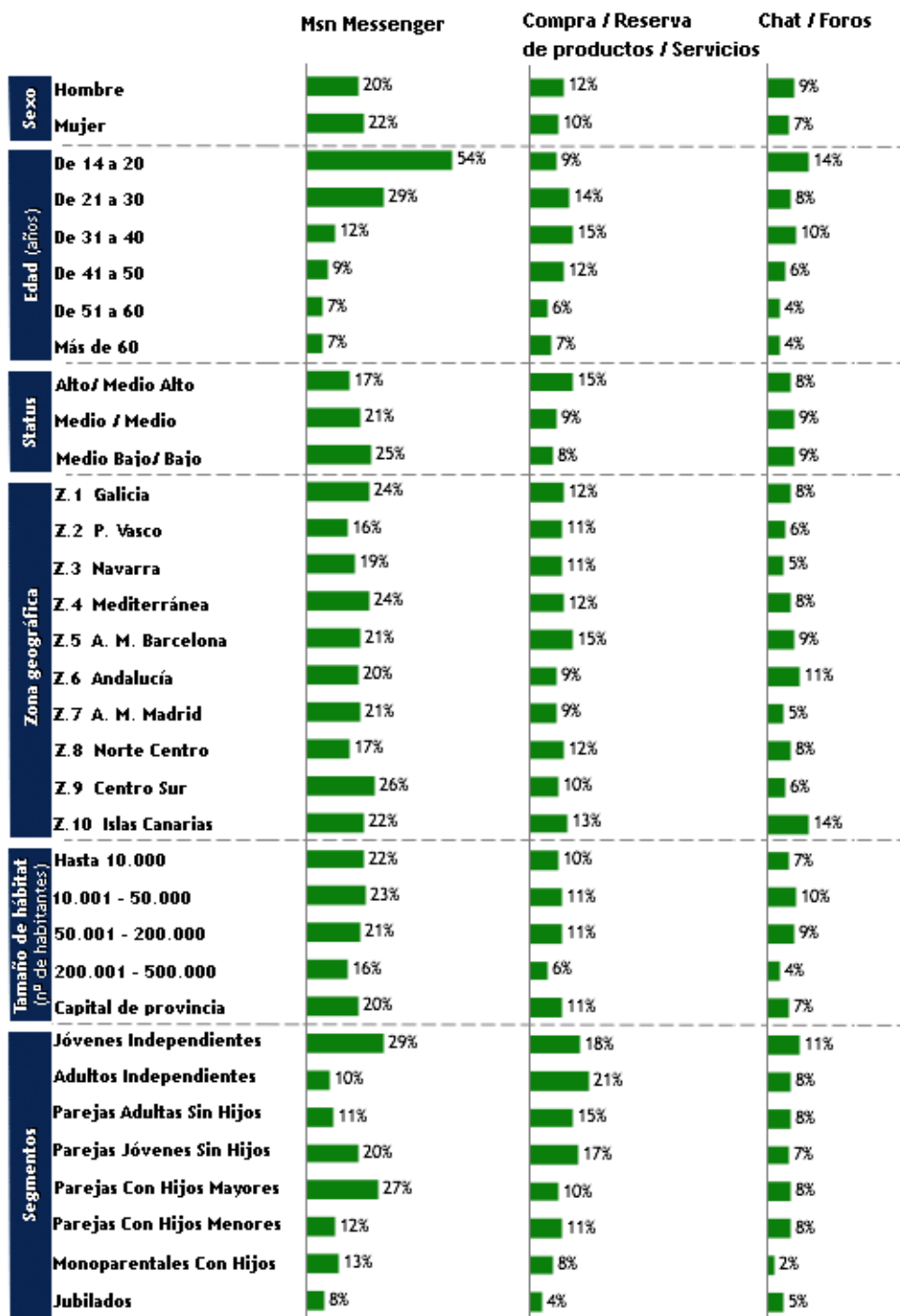
Usos de Internet

Usos de Internet: la prestación más utilizada de Internet es, sin duda, la navegación web para buscar información o consultar algo (62% de los usuarios de la Red dicen que es el servicio que más utilizan de Internet), seguida del correo electrónico (49%), la mensajería instantánea o messenger (21%), la compra o reserva de productos o servicios (11%), la participación en chats o foros (8%), los juegos on line (8%), las descargas de música, juegos o películas de cine (2%), y las consultas de bancos (1%). La mensajería instantánea (el messenger) y los juegos online son casi exclusivos de los más jóvenes, y el correo electrónico es utilizado con mayor asiduidad por quienes tienen entre 20 y 30 años. Puede comprobarse que la descarga (no legal) de música mediante Internet se usa menos de lo que se reconoce.

Uso de Internet según segmentación



Uso de Internet según segmentación




Uso de Internet según segmentación


	Juegos	Descargas de Música / Juegos / Películas	Consultas de Bancos	
Sexo	Hombre	10%	3%	1%
	Mujer	5%	1%	1%
Edad (años)	De 14 a 20	21%	2%	
	De 21 a 30	4%	3%	1%
	De 31 a 40	6%	3%	2%
	De 41 a 50	6%	1%	
	De 51 a 60	3%	1%	1%
	Más de 60	4%	1%	1%
Status	Alto/ Medio Alto	7%	1%	1%
	Medio / Medio	6%	3%	1%
	Medio Bajo/ Bajo	9%	3%	
Zona geográfica	Z.1 Galicia	8%		2%
	Z.2 P. Vasco	10%	1%	
	Z.3 Navarra	11%	2%	
	Z.4 Mediterránea	9%	2%	1%
	Z.5 A. M. Barcelona	11%	3%	
	Z.6 Andalucía	4%	2%	
	Z.7 A. M. Madrid	4%	2%	2%
	Z.8 Norte Centro	10%	1%	
	Z.9 Centro Sur	6%	3%	
	Z.10 Islas Canarias	8%		
Tamaño de hábitat (nº de habitantes)	Hasta 10.000	7%	2%	1%
	10.001 - 50.000	9%	1%	1%
	50.001 - 200.000	7%	3%	1%
	200.001 - 500.000	5%	2%	
	Capital de provincia	75	2%	1%
Segmentos	Jóvenes Independientes	8%	3%	1%
	Adultos Independientes	1%	4%	3%
	Parejas Adultas Sin Hijos	9%	3%	2%
	Parejas Jóvenes Sin Hijos	12%	2%	
	Parejas Con Hijos Mayores	7%	2%	
	Parejas Con Hijos Menores	5%	1%	1%
	Monoparentales Con Hijos			
	Jubilados	5%	1%	

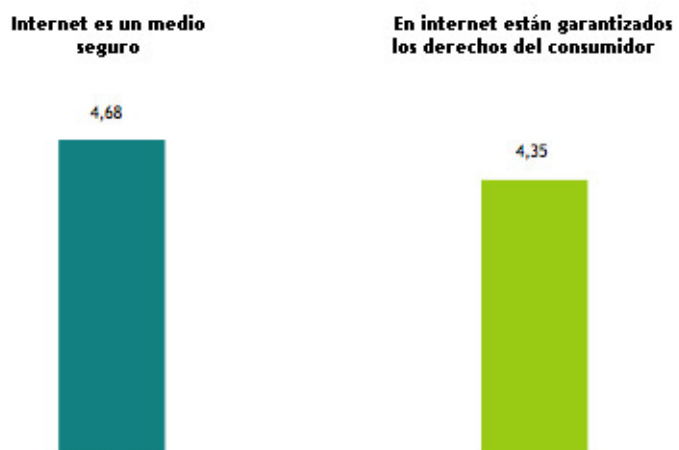
Internet como medio de compra

Confianza en Internet como medio de compra. Este Barómetro lleva seis años preguntando a los consumidores dos cuestiones referidas a esta percepción. Por un lado, si piensan que Internet es un medio seguro para comprar y, por otro, si creen que en Internet están garantizados los derechos del consumidor. Ambas preguntas reciben una respuesta concluyente: no. Porque los encuestados otorgan una media de 4,7 puntos sobre 10 posibles a la seguridad de Internet como medio de compra y pago, y de 4,35 puntos a la garantía que ofrece de cumplimiento de los derechos reconocidos a los consumidores. La situación ha mejorado algo desde 2001 (en que los valores eran de 3,75 y 3,71, respectivamente), pero muy poco desde el año pasado (4,6 y 4,4, respectivamente) y sigue en zona de suspenso. Los hombres confían (4,9) un poco más que las mujeres (4,5) en Internet como medio de compra y las personas de estatus alto (4,9) más que las de bajo (4,4). La edad es un factor que interviene decisivamente en la confianza, que desciende conforme aumenta la edad: los menores de 30 años incluso le dan un aprobado (5,4 puntos los menores de 20 años y 5,25 los que tienen entre 20 y 30 años), la población de 30 a 50 años casi concede el aprobado (4,7 puntos), pero de 50 años en adelante, el suspenso es ya nítido (3,7 puntos en los mayores de 60 años). Por tipo de hogar, la mayor confianza en Internet como medio de compra se da en los jóvenes independientes (5,55) y en las parejas jóvenes sin hijos (5,45), y la menor en jubilados (3,6) y parejas adultas sin hijos (4,2). Por zonas geográficas, aunque ninguna otorgue un aprobado a Internet como medio de compra, hay diferencias reseñables: en Andalucía y zona Mediterránea se llega a los 4,9 puntos y en País Vasco y Navarra a 4,8 puntos, mientras que en Islas Canarias se queda en 3,8 y en Galicia en 4,25 puntos.

Confianza en la compra de productos a través de Internet

 "Por lo que Vd. sabe o se imagina, ¿en qué medida cree que **Internet es un medio seguro** a la hora de pagar por productos o servicios adquiridos a través de este medio?"

 "¿Y en qué medida cree que **en Internet están garantizados los derechos del consumidor**?"



Confianza en la compra de productos a través de Internet

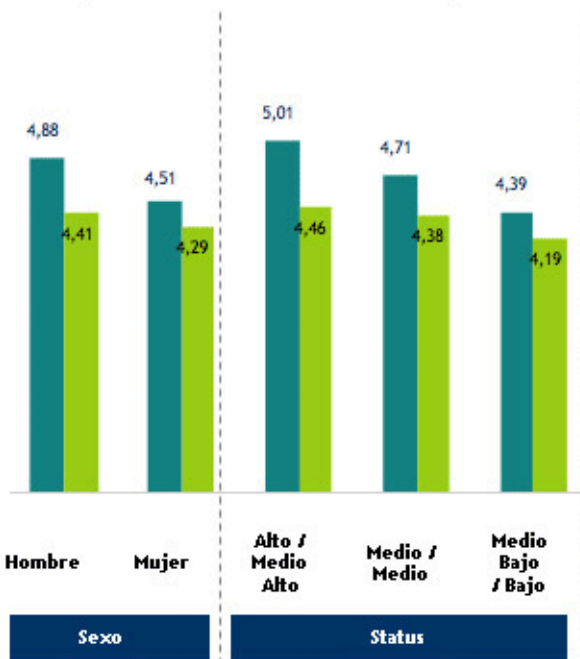
■ "Por lo que Vd. sabe o se imagina, ¿en qué medida cree que **Internet es un medio seguro** a la hora de pagar por productos o servicios adquiridos a través de este medio?"

■ "¿Y en qué medida cree que **en Internet están garantizados los derechos del consumidor**?"



Confianza en la compra de productos a través de Internet según sexo y edad

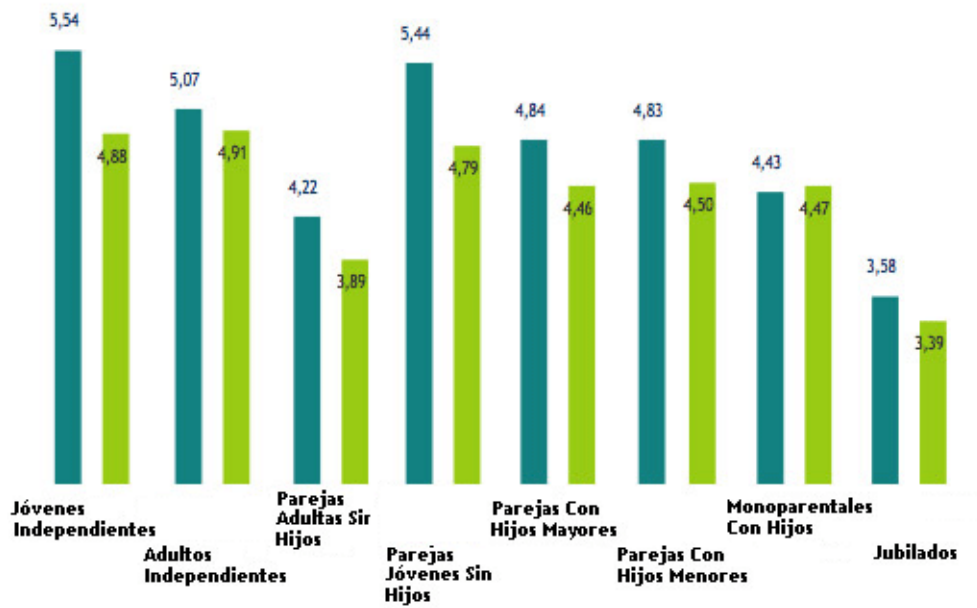
- "Por lo que Vd. sabe o se imagina, ¿en qué medida cree que **Internet es un medio seguro** a la hora de pagar por productos o servicios adquiridos a través de este medio?"
- "¿Y en qué medida cree que **en Internet están garantizados los derechos del consumidor**?"



Confianza en la compra de productos a través de Internet según clasificación del hogar

"Por lo que Ud. sabe o se imagina, ¿en qué medida cree que Internet es un medio seguro a la hora de pagar por productos o servicios adquiridos a través de este medio?"

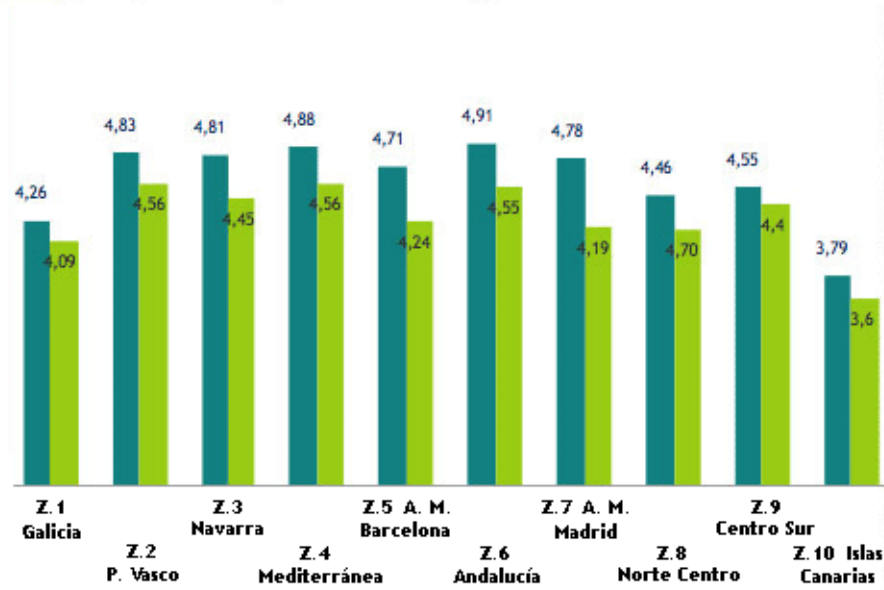
"¿Y en qué medida cree que en Internet están garantizados los derechos del consumidor?"



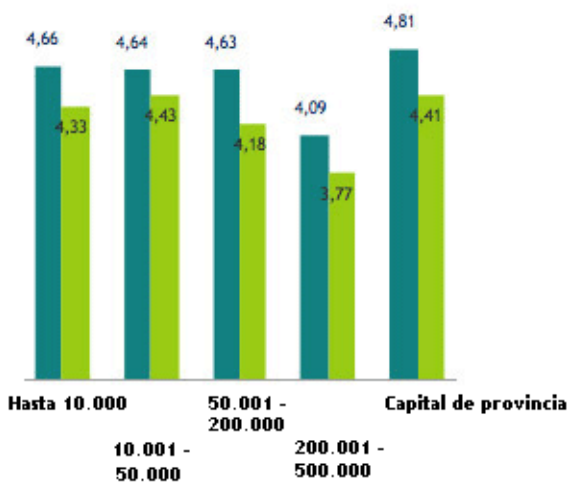
Confianza en la compra de productos a través de Internet según zona geográfica

"Por lo que Vd. sabe o se imagina, ¿en qué medida cree que Internet es un medio seguro a la hora de pagar por productos o servicios adquiridos a través de este medio?"

"¿Y en qué medida cree que en Internet están garantizados los derechos del consumidor?"



Zona geográfica

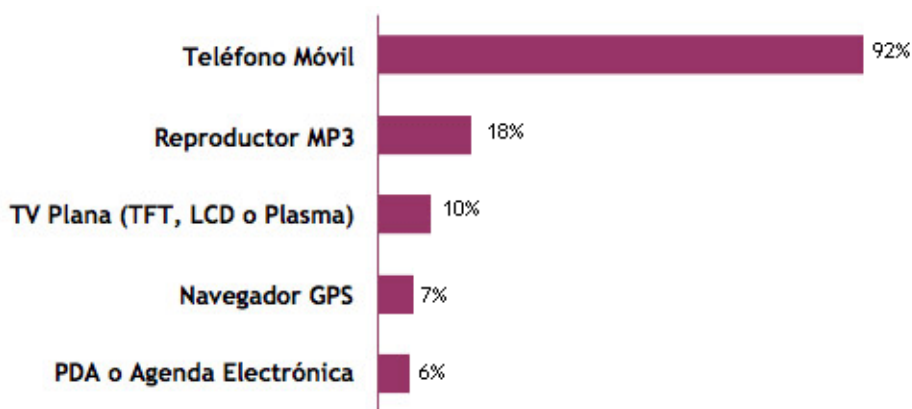


Tamaño de hábitat (nº de habitantes)

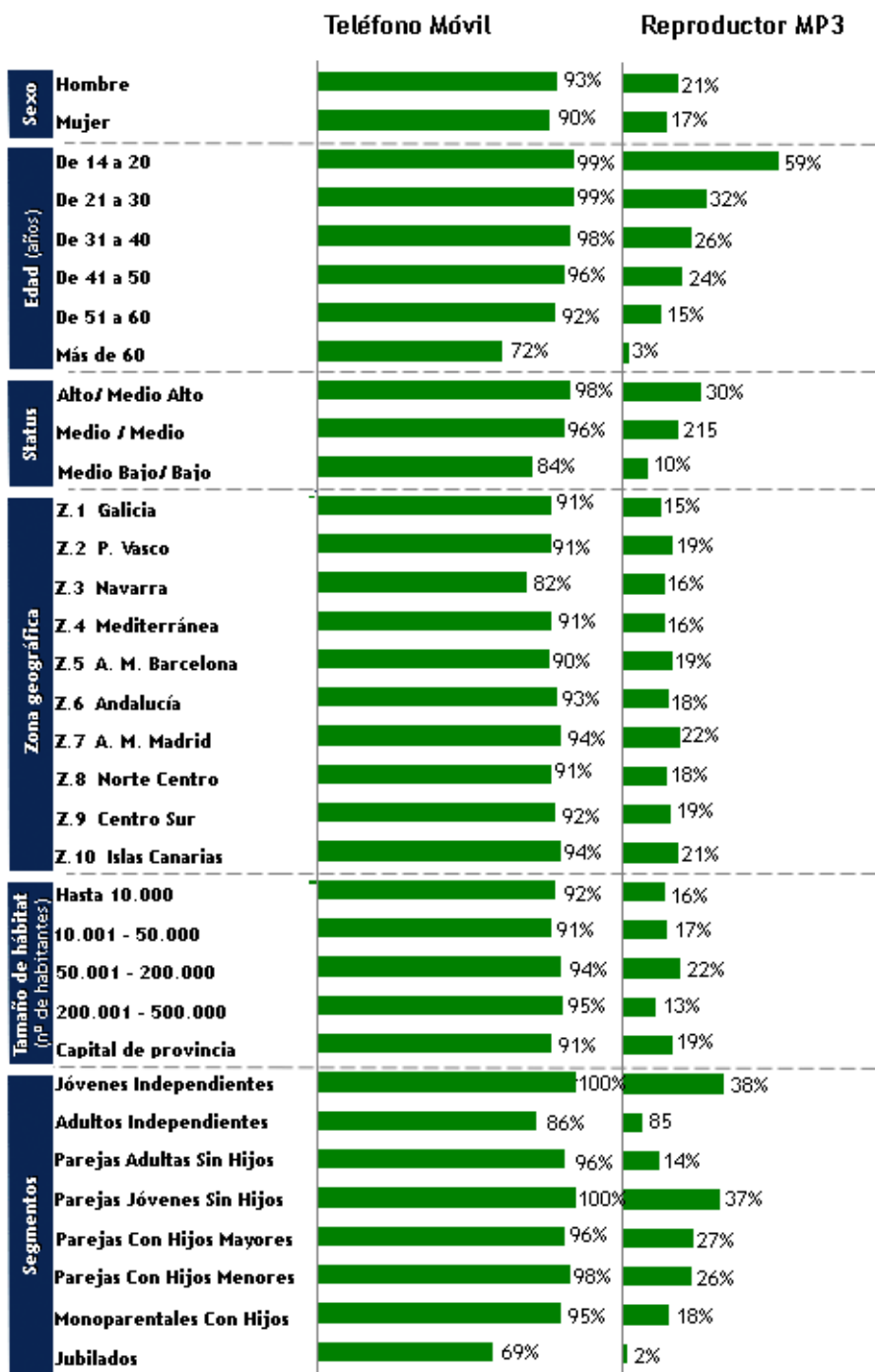
Equipamiento en productos de tecnología más recientes

Productos de tecnología de reciente aparición. Por vez primera, el Barómetro de Consumo ha comprobado el parque de productos de última tecnología existente en nuestro país a nivel doméstico. A nadie puede sorprender que casi la totalidad (el 92%, exactamente) de los encuestados diga que en su hogar hay al menos un teléfono móvil, pero se sabe menos que casi en uno de cada cinco (en el 18%) hay un reproductor de música en formato mp3, que en uno de cada diez hay una TV plana (tft, lcd o plasma), o que en el 7% hay un navegador gps, y que en el 6% hay una PDA o agenda electrónica. Todos estos aparatos tienen una penetración un poco mayor entre el público masculino, particularmente los reproductores de música en formato mp3 (lo tienen en su familia el 21% de los hombres frente al 17% de las mujeres). La edad influye mucho, como era de esperar: el 59% de los encuestados de entre 14 y 20 años dicen que en su hogar hay un mp3, cuando la media de la población general es del 18%, y los jóvenes de 21 a 30 años responden que en su caso es el 32%. En cualquier tema de equipamiento, el nivel económico es asunto crucial; en este no iba ser menos: los encuestados de estatus alto tienen (30%) el doble de mp3 que los del estatus medio y el triple que los del bajo, y se da unas proporciones similares cuando se trata de navegador gps (11%, 7% y 4%) y de agenda electrónica, más conocida como PDA (10%, 6% y 3%). Por zonas, el mayor equipamiento tecnológico personal se da en las ciudades de Barcelona y Madrid, seguidas de Canarias y País Vasco (en estas dos últimas comunidades autónomas, exceptuando la PDA, que tiene menor penetración que la media nacional). Y, en general, conforme aumenta la población de las localidades, lo hace también este equipamiento tecnológico de los hogares españoles.

Equipamiento tecnológico



Equipamiento tecnológico según segmentos



Equipamiento tecnológico según segmentos

	TV Plana	Navegador GPS	PDA o Agenda Electrónica
Sexo			
Hombre	10%	7%	7%
Mujer	10%	65	5%
Edad (años)			
De 14 a 20	18%	9%	7%
De 21 a 30	11%	8%	65
De 31 a 40	10%	9%	7%
De 41 a 50	12%	8%	85
De 51 a 60	10%	8%	6%
Más de 60	6%	2%	2%
Status			
Alto/ Medio Alto	23%	11%	10%
Medio / Medio	11%	7%	6%
Medio Bajo/ Bajo	8%	4%	3%
Zona geográfica			
Z.1 Galicia	8%	65	55
Z.2 P. Vasco	11%	6%	4%
Z.3 Navarra	7%	65	4%
Z.4 Mediterránea	11%	6%	5%
Z.5 A. M. Barcelona	11%	8%	8%
Z.6 Andalucía	11%	6%	55
Z.7 A. M. Madrid	10%	95	85
Z.8 Norte Centro	10%	6%	5%
Z.9 Centro Sur	9%	7%	5%
Z.10 Islas Canarias	11%	7%	45
Tamaño de hábitat (nº de habitantes)			
Hasta 10.000	10%	6%	5%
10.001 - 50.000	9%	7%	5%
50.001 - 200.000	12%	8%	7%
200.001 - 500.000	11%	7%	7%
Capital de provincia	10%	6%	6%
Segmentos			
Jóvenes Independientes	9%	8%	7%
Adultos Independientes	8%	4%	4%
Parejas Adultas Sin Hijos	10%	6%	6%
Parejas Jóvenes Sin Hijos	22%	13%	7%
Parejas Con Hijos Mayores	11%	9%	7%
Parejas Con Hijos Menores	11%	9%	8%
Monoparentales Con Hijos	12%	7%	6%
Jubilados	6%	2%	2%