

FICHA TÉCNICA

Título: **Estudio sobre actividades realizadas en Internet 2007**

Año: 2008

Fuente: Red.es

Nº de páginas: 46

Acceso/coste: Gratuito, descargable de Internet.

Localización: http://observatorio.red.es/estudios/documentos/actividades_internet_2007.pdf



*Este documento se enmarca en la serie de investigaciones que viene llevando a cabo el Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de Red.es sobre "Las TIC en los hogares españoles" y sus fundamentos tienen origen en dos documentos previos, el **Estudio de demanda de servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información ofertados al segmento residencial en España** y el informe **Uso y perfil de usuarios de Internet en España**.*

Centrándonos en el uso de Internet, y utilizando los datos del panel de hogares, los dos principales objetivos del estudio son: conocer la evolución de los usos de Internet en España y la elaboración de un mapa de las actividades que realizan los internautas en España.

Descripción

El informe comienza con un análisis sociodemográfico de la evolución del uso de Internet analizando otras variables como la iniciación en el uso de la Red, la antigüedad de los usuarios, el lugar de acceso y la valoración que se hace de Internet (dificultad, expectativas...). Posteriormente, se caracterizan las actividades realizadas en la Red, según la segmentación de individuos que presentaba el informe basado en datos de 2006, "Uso y perfil de usuarios de Internet en España", aunque realizada de nuevo para este estudio considerando el intervalo temporal "Primer Trimestre 2004 - Primer Trimestre 2007". Por último, se desglosan las actividades en función del lugar de acceso a Internet. El estudio incluye un mapa de actividades según el ciclo de uso en el que se encuentra el internauta.

Contenido y Estructura del informe

El documento está estructurado de la siguiente manera:

1. Puntos clave
2. Introducción
3. Análisis sociodemográfico del uso de Internet y su evolución en el tiempo
 - 3.1. Uso de Internet
 - 3.2. Comparación de uso de Internet respecto a un año antes
 - 3.3. Inicio en el uso de Internet
 - 3.4. Antigüedad en el uso de Internet
 - 3.5. Valoración del uso de Internet
 - 3.6. Acceso a Internet
 - 3.7. Actividades realizadas en Internet
 - 3.8. Evolución de la conexión a Internet desde el hogar
4. Evolución del uso de Internet: análisis comparativo entre grupos
 - 4.1. Descripción de los grupos
 - 4.2. Actividades realizadas según segmento de usuarios
5. Lista de gráficos
6. Ficha técnica

Principales conclusiones

- ❖ El análisis concluye que en líneas generales, el primer puesto en el ranking de actividades desarrolladas a través de Internet, se encuentra en su utilización como medio de información y comunicación:
 - Como **medio de información**, basa preferentemente en la utilización de buscadores genéricos (78,8% de los usuarios de Internet), en la búsqueda o consulta de noticias (67,2%), y en la utilización de Internet como herramienta de ayuda al estudio (50,2%), seguido de otras búsquedas más específicas, por su temática (información sobre salud por ejemplo) o por el proveedor (*sites* de la Administración o consultas bancarias por ejemplo).
 - Como **medio de comunicación**, el uso está centrado especialmente en el correo electrónico (75,3%) y la mensajería instantánea (55,7%), acompañadas de otras modalidades de comunicación interpersonal menos extendidas como son el *chat* (37,7%), los foros (34,6%), o los *blogs*, en mayor medida en lectura (17,4%) que en escritura (8,9%).
- ❖ En un segundo nivel se encuentran las **descargas** de todo tipo de archivos, ya sean de software (45,4%) o música (44,5%), así como otro tipo de archivos y videos, con unos porcentajes del 44% y 37,4% respectivamente.
- ❖ En relación a las **visitas** que se realizan a las páginas de la Administración Pública o a las *webs* de los Ayuntamientos se registran porcentajes de 40,4% y 36,5% respectivamente.
- ❖ En términos de crecimiento de uso respecto a tres años atrás, y de forma relativa, las **compras** de billetes de viaje y vacaciones, de entradas para espectáculos ó de música, libros, revistas y películas, son las actividades que experimentan un mayor incremento en su práctica. Este ritmo de incremento en el uso de los servicios de venta, parece indicar una mayor confianza en la compra virtual de productos.
- ❖ No obstante, los porcentajes de uso medio para realizar transacciones comerciales son todavía bajos. Así, uno de cada cuatro internautas (26%) compra billetes de viaje o cuestiones relacionadas con las vacaciones, un 16,4% compra entradas para espectáculos y un 12,7% revistas, libros, música o vídeos.
- ❖ En cuanto a las actividades realizadas según el **género**, el estudio advierte que aunque en la mayoría de las actividades estudiadas los hombres presentan unos porcentajes de utilización mayores que las mujeres, ellas presentan participaciones superiores en cuestiones referidas a la formación, como son la ayuda al estudio, que es ha sido realizado por las mujeres en un 54,2% frente al 46,2% de los hombres, o la realización de cursos online (18,8% versus 17,7%).