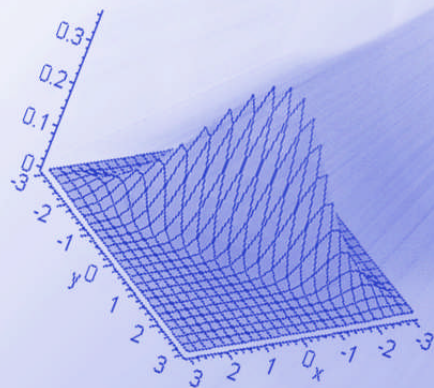


ENCUESTA DE EQUIPAMIENTO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS HOGARES.

Segunda oleada 2006.



Unidad Estadística de la
Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

Índice

Introducción.....	1
1. Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares	
1.1. Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares por tipo de equipamiento en 2006 en Andalucía, según oleada (%).....	2
1.2. Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares por número de miembros del hogar (%).....	3
1.3. Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares por provincias (%).....	4
1.4. Equipamiento de televisión en los hogares y formas de recepción de las canales por provincias (%).....	5
1.5. Equipamiento de teléfono en los hogares	
1.5.1. Equipamiento de teléfono en los hogares por provincias y tipo (%).....	6
1.5.2. Equipamiento de teléfono en los hogares por tamaño del hogar (%).....	7
1.6. Equipamiento de ordenadores en los hogares	
1.6.1. Equipamiento de ordenadores en los hogares por provincias (%).....	8
1.6.2. Motivos por el que la vivienda no dispone de ordenador (%).....	9
1.7. Acceso a internet en los hogares	
1.7.1. Tipo de conexión a internet en los hogares por provincias (%).....	10
1.7.2. Acceso a internet en los hogares por provincias (%).....	11
2. Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por las personas de 16 a 74 años	
2.1. Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por las personas de 16 a 74 años según sexo, edad, tamaño de hogar y nacionalidad (%).....	12
2.2. Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por las personas de 16 a 74 años según estudios terminados, situación laboral y situación profesional (%).....	14
2.3. Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por personas de 16 a 74 años según provincias (%).....	16

2.4. Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 16 a 74 años	
2.4.1 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 16 a 74 años según provincias (%).....	17
2.4.2 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 16 a 74 años según situación laboral (%).....	18
2.4.3 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas entre 16 a 74 años según situación profesional (%).....	19
2.5. Personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos tres meses y lugar de acceso	
2.5.1 Personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos tres meses y lugar de acceso por sexo, edad, tamaño del hogar y nacionalidad (%).....	20
2.5.2 Personas de 16 a 74 años que han utilizado el ordenador en los últimos tres meses por provincias (%).....	21
2.5.3 Lugar de acceso a internet por las personas de 16 a 74 años según provincias (%).....	22
2.6. Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet	
2.6.1. Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet según sexo, edad, tamaño del hogar y nacionalidad (%).....	23
2.6.2. Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet según estudios terminados, situación laboral y profesional (%).....	24
2.7. Personas de 16 a 74 años que han comprado por internet en el último año según producto	
2.7.1. Personas de 16 a 74 años que han comprado por internet en el último año según producto y sexo (%).....	25
2.7.2. Personas de 16 a 74 años que han comprado por internet en el último año según producto y edad (%).....	26
2.7.3. Personas de 16 a 74 años que han comprado por internet en el último año según producto y provincia (%).....	27
2.8. Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses	
2.8.1. Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses por sexo(%).....	28
2.8.2. Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses según edad (%).....	29
2.8.3. Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses según provincias (%).....	30
2.9. Motivo de no realizar compras en el último año	
2.9.1. Motivo de no realizar compras en el último año por sexo (%).....	31
2.9.2. Motivo de no realizar compras en el último año por edad (%).....	32
2.9.3. Motivo de no realizar compras en el último año por provincias (%).....	33
3. Uso de las tecnologías de la información y comunicación por niños entre 10 y 14 años	
3.1. Uso de ordenador, internet y teléfono móvil de niños entre 10 y 14 años por sexo, tamaño del hogar y provincias (%).....	34
3.2. Uso de internet en los últimos tres meses y lugar de utilización por niños entre 10 y 14 años según provincias (%).....	35

Introducción

La encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares, se viene elaborando por parte del Instituto Nacional de Estadística con periodicidad anual desde 2002. Hasta el año 2005 los trabajos de campo se realizaron en el 2º trimestre de cada año, a partir de 2005 se obtienen además datos para el 2º semestre, lo que se denomina 'segunda oleada'.

En el año 2006 se firma un convenio a tres bandas entre el Instituto Nacional de Estadística, el Instituto de Estadística de Andalucía y la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, por el cual se amplía la muestra, a fin de obtener datos representativos para la Comunidad Andaluza.

Fruto de este acuerdo se incluye dentro del Programa Estadístico de Andalucía 2006, como proyecto estadístico, la '**Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, Resultados para Andalucía**', y se adquiere el compromiso, por parte de esta Unidad Estadística, de la publicación y difusión de dicho proyecto.

Con esta publicación, referente a la segunda oleada de 2006 presentamos los resultados para Andalucía y Provincias de este periodo, completando así los datos anuales.

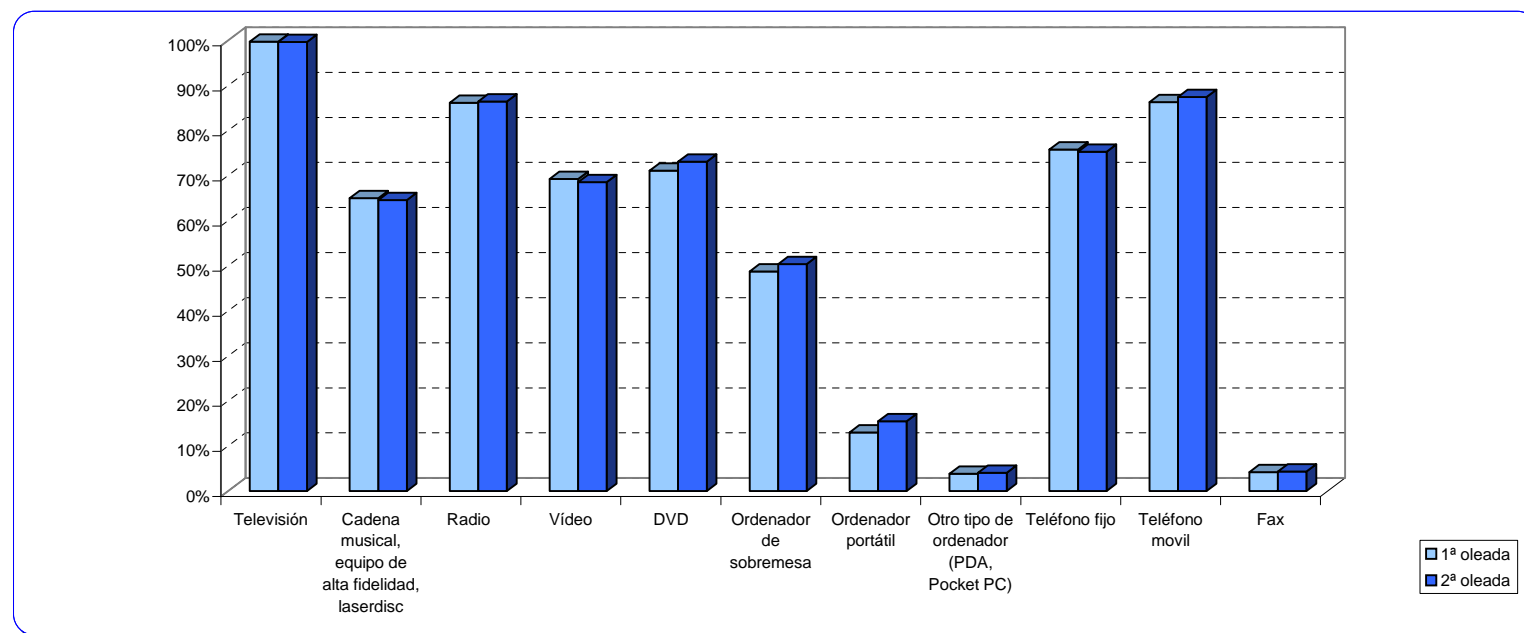
La publicación consta de tres apartados que recogen las tres ópticas a las que se dirige la encuesta:

- En el primero se ofrecen datos de las unidades muestrales de la encuesta, que son las familias localizadas en los hogares. Hay que destacar que para conseguir una mayor comparabilidad con los datos que publica Eurostat, al igual que el Instituto Nacional de Estadística, nos hemos restringidos a hogares habitados por al menos una persona de 16 a 74 años de edad y a personas de ese mismo grupo de edad.
- El segundo apartado ofrece información de la población usuaria estructurada por diversas características de la misma.
- Por último, hemos destinado un apartado a los menores, (niños de 10 a 14 años), ya que en este sector de la población radica el presente y el futuro de las TIC, tanto a nivel de usuario como de investigación.

TABLA 1. EQUIPAMIENTO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS HOGARES

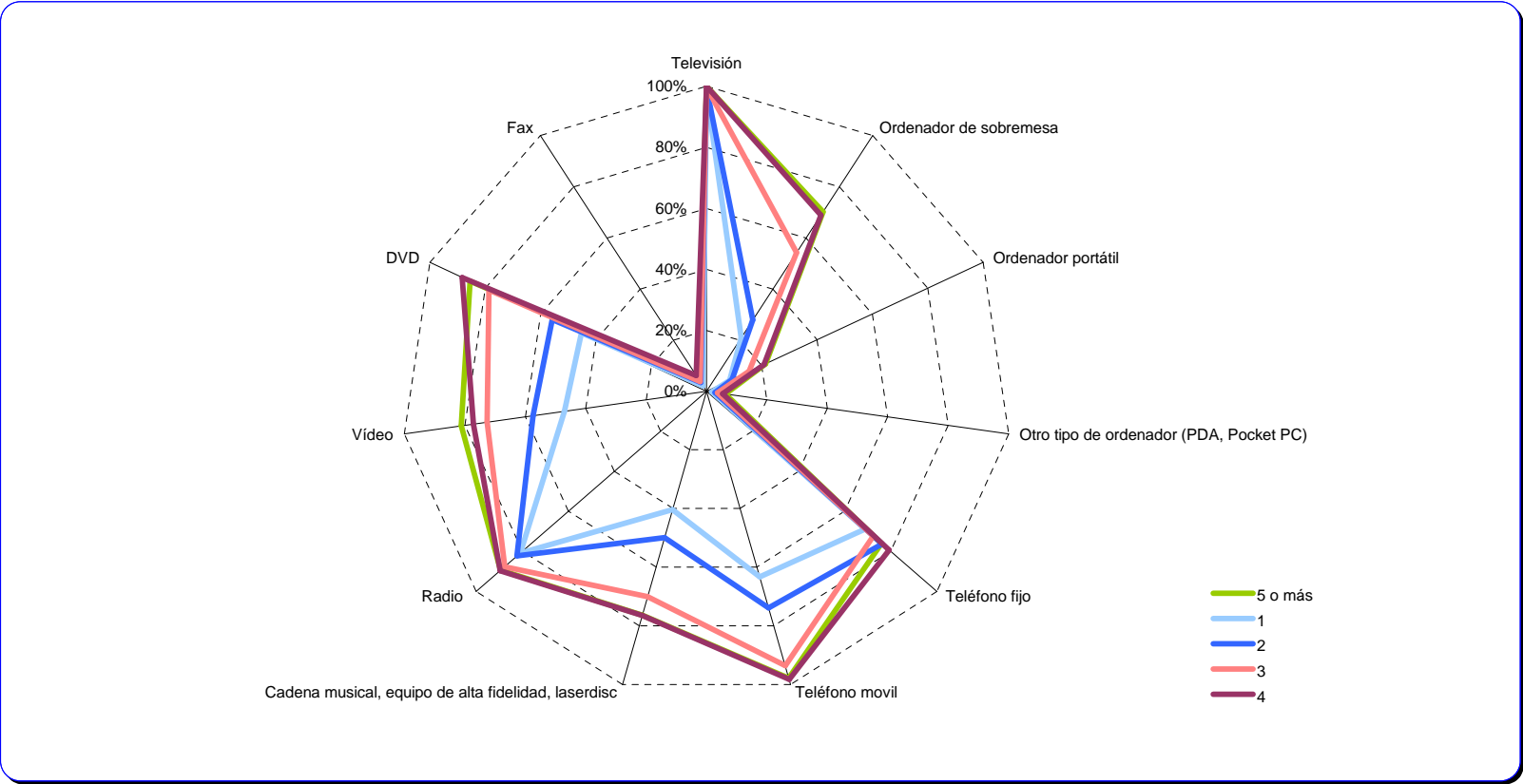
1.1 Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares por tipo de equipamiento en 2006 en Andalucía, según oleada(%)

	Televisión	Cadena musical, equipo de alta fidelidad, laserdisc	Radio	Vídeo	DVD	Ordenador de sobremesa	Ordenador portátil	Otro tipo de ordenador (PDA, Pocket PC)	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Fax
1ª oleada	99,7%	65,0%	86,1%	69,2%	71,0%	48,7%	13,0%	3,8%	75,7%	86,2%	4,1%
2ª oleada	99,6%	64,5%	86,4%	68,5%	73,1%	50,3%	15,4%	4,0%	75,3%	87,4%	4,3%



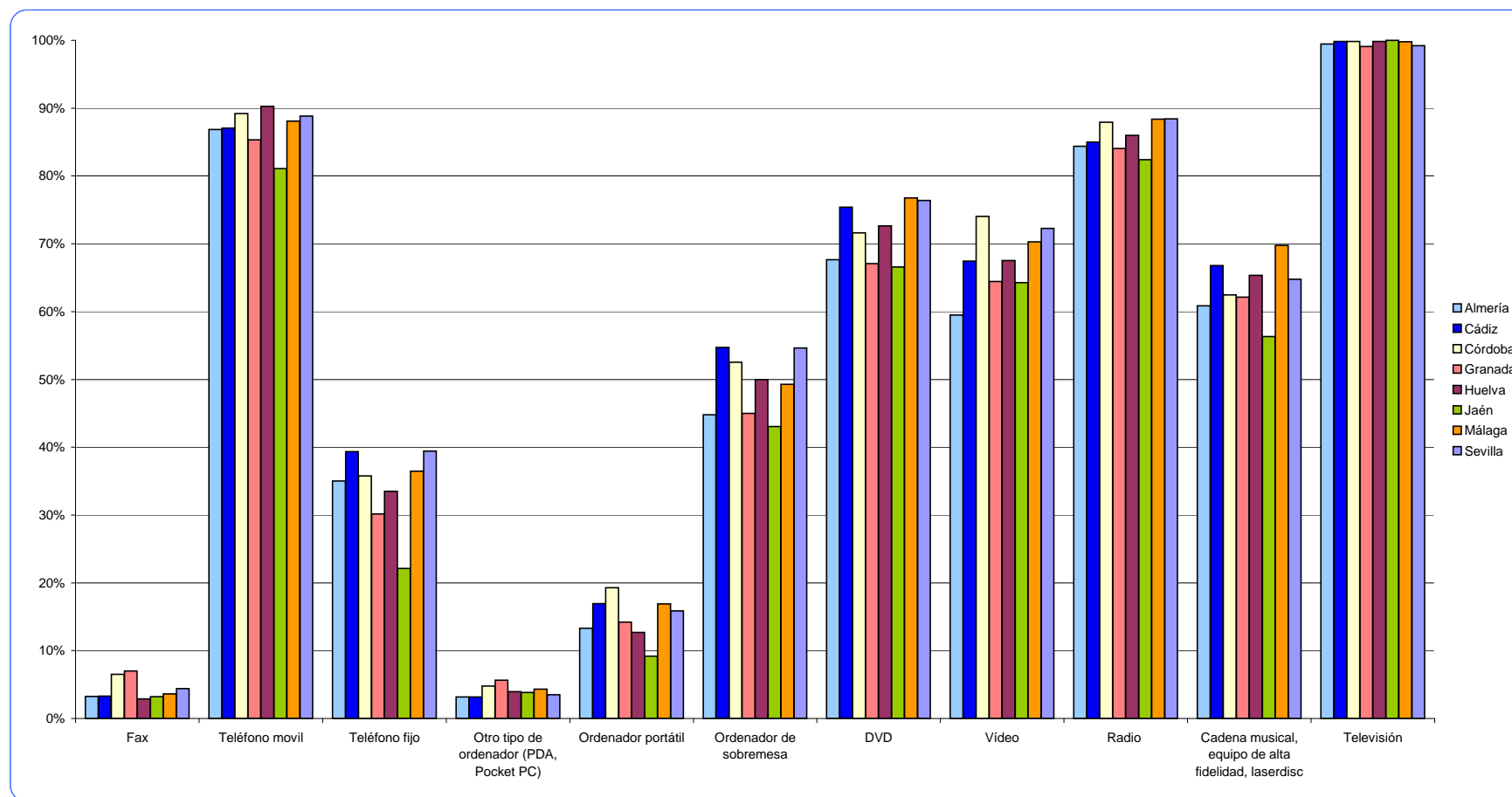
1.2 Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares por número de miembros del hogar (%)

	Televisión	Cadena musical, equipo de alta fidelidad, laserdisc	Radio	Video	DVD	Ordenador de sobremesa	Ordenador portátil	Otro tipo de ordenador (PDA, Pocket PC)	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Fax
1	98,2%	40,4%	80,9%	47,1%	45,2%	20,9%	8,4%	1,7%	68,8%	63,3%	2,2%
2	99,4%	49,8%	82,2%	57,4%	55,7%	28,0%	9,3%	2,8%	76,3%	73,8%	3,4%
3	99,7%	70,0%	87,7%	72,6%	78,7%	54,2%	15,4%	3,6%	72,4%	93,6%	3,8%
4	100,0%	76,5%	89,7%	77,1%	88,3%	68,8%	20,9%	5,3%	79,3%	98,2%	6,1%
5 o más	100,0%	76,4%	89,4%	81,1%	85,4%	70,1%	21,3%	6,3%	76,0%	97,8%	4,9%



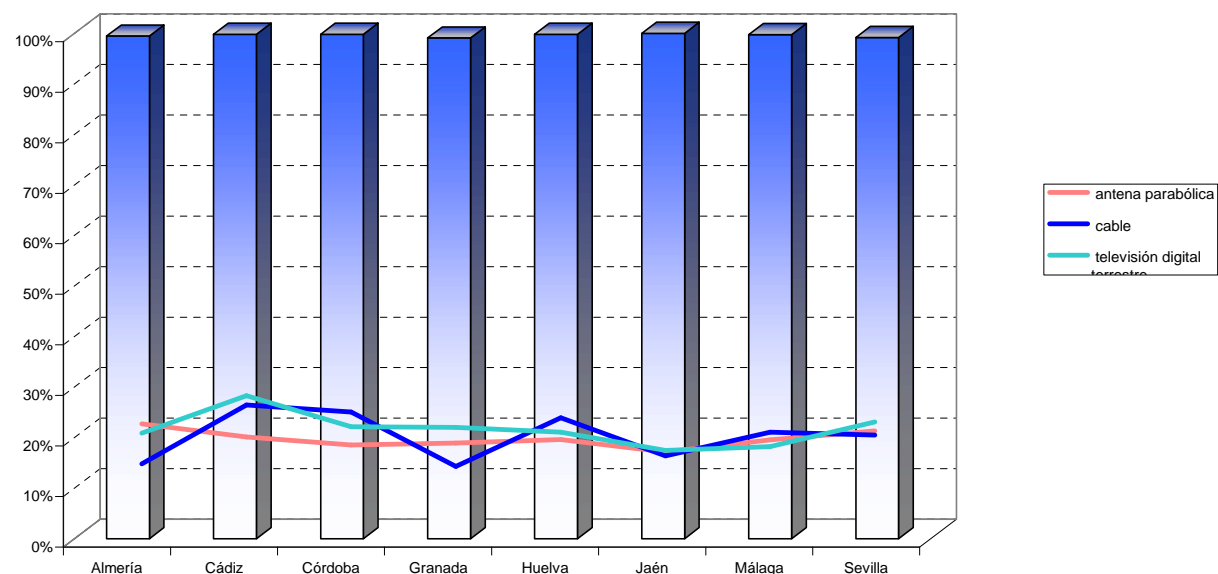
1.3 Equipamiento de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares por provincias (%)

	Televisión	Cadena musical, equipo de alta fidelidad, laserdisc	Radio	Video	DVD	Ordenador de sobremesa	Ordenador portátil	Otro tipo de ordenador (PDA, Pocket PC)	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Fax
Almería	99,5%	60,8%	84,4%	59,5%	67,7%	44,8%	13,3%	3,2%	35,0%	86,9%	3,3%
Cádiz	99,8%	66,8%	85,0%	67,4%	75,4%	54,7%	16,9%	3,2%	39,4%	87,1%	3,3%
Córdoba	99,8%	62,4%	87,9%	74,0%	71,6%	52,5%	19,3%	4,8%	35,8%	89,2%	6,5%
Granada	99,1%	62,1%	84,1%	64,5%	67,1%	45,0%	14,2%	5,6%	30,2%	85,3%	7,0%
Huelva	99,8%	65,3%	86,0%	67,5%	72,7%	50,0%	12,7%	3,9%	33,5%	90,3%	2,9%
Jaén	100,0%	56,3%	82,4%	64,3%	66,6%	43,0%	9,2%	3,8%	22,1%	81,1%	3,2%
Málaga	99,8%	69,7%	88,4%	70,3%	76,8%	49,3%	16,9%	4,3%	36,5%	88,1%	3,6%
Sevilla	99,2%	64,8%	88,4%	72,3%	76,4%	54,6%	15,9%	3,5%	39,4%	88,8%	4,4%



1.4 Equipamiento de televisión en los hogares y formas de recepción de los canales por provincias (%)

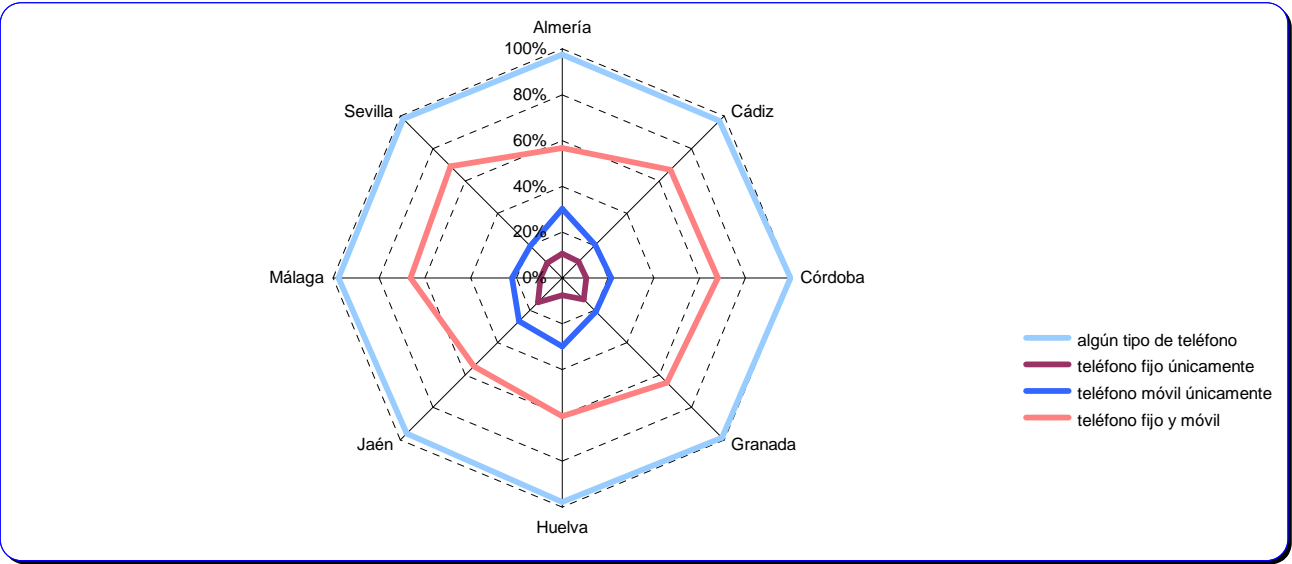
	Total viviendas con televisión	antena parabólica	cable	televisión digital terrestre
Almería	99,5%	19,4%	8,9%	17,0%
Cádiz	99,8%	16,0%	24,4%	26,9%
Córdoba	99,8%	13,8%	22,5%	18,7%
Granada	99,1%	14,4%	8,2%	18,5%
Huelva	99,8%	15,3%	21,0%	17,2%
Jaén	100,0%	12,0%	10,9%	12,4%
Málaga	99,8%	15,2%	17,2%	13,4%
Sevilla	99,2%	17,5%	16,4%	19,9%



1.5 Equipamiento de teléfono en los hogares

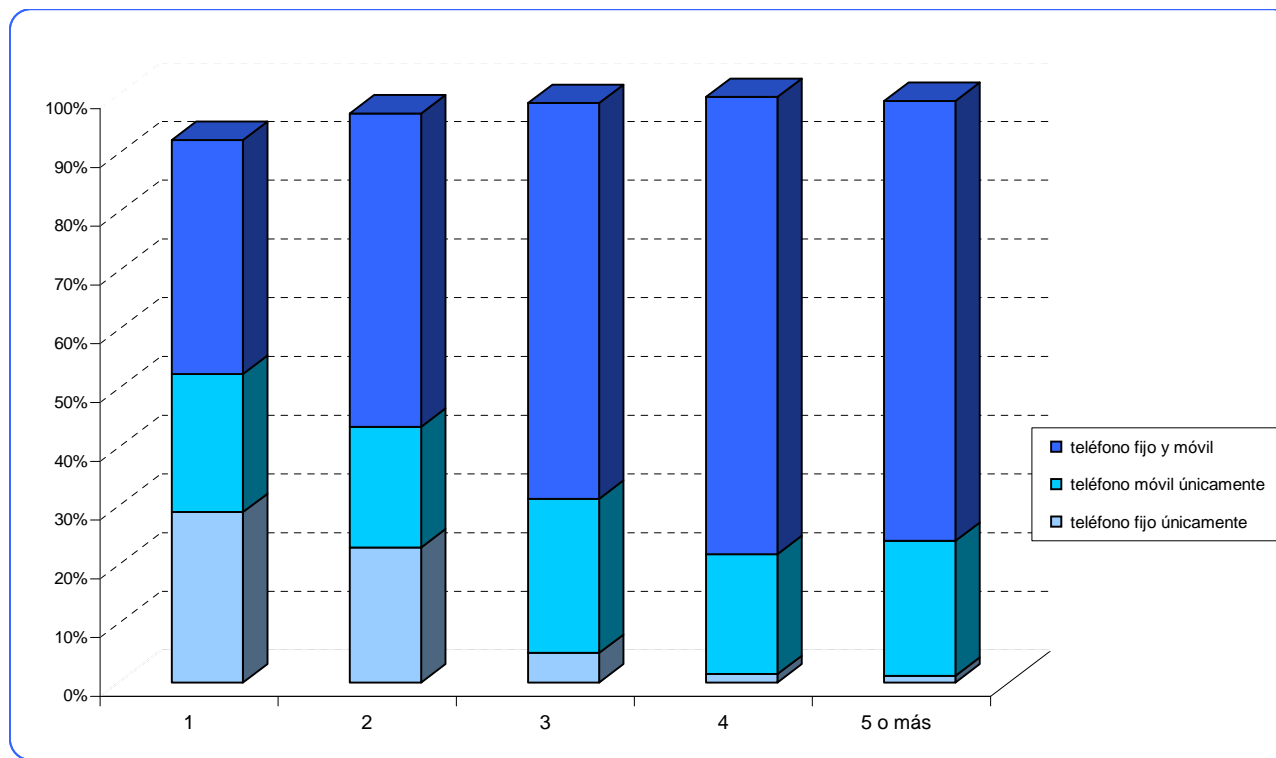
1.5.1 Equipamiento de teléfono en los hogares por provincias y tipo (%)

	algún tipo de teléfono	teléfono fijo únicamente	teléfono móvil únicamente	teléfono fijo y móvil
Almería	97,4%	10,6%	30,1%	56,7%
Cádiz	97,1%	10,0%	20,2%	66,8%
Córdoba	99,7%	10,4%	21,4%	67,8%
Granada	98,6%	13,2%	20,8%	64,5%
Huelva	97,7%	7,5%	29,9%	60,4%
Jaén	96,2%	15,1%	26,6%	54,4%
Málaga	97,6%	9,5%	22,0%	66,1%
Sevilla	98,2%	9,3%	19,8%	69,0%



1.5.2 Equipamiento de teléfono en los hogares por tamaño del hogar (%)

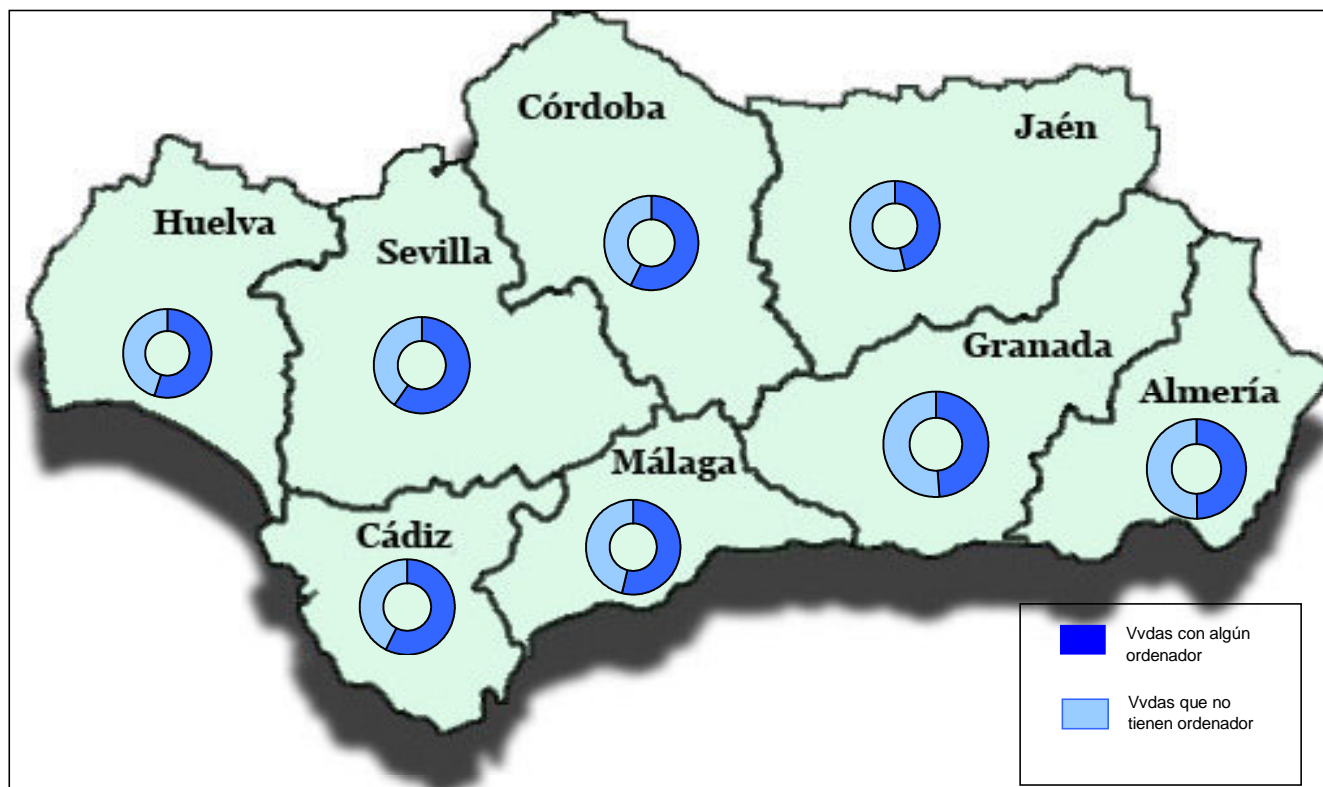
	teléfono fijo únicamente	teléfono móvil únicamente	teléfono fijo y móvil
1	29,0%	23,5%	39,8%
2	23,0%	20,5%	53,3%
3	5,0%	26,2%	67,4%
4	1,5%	20,4%	77,8%
5 o más	1,1%	23,0%	74,9%



1.6 Equipamiento de ordenador en los hogares

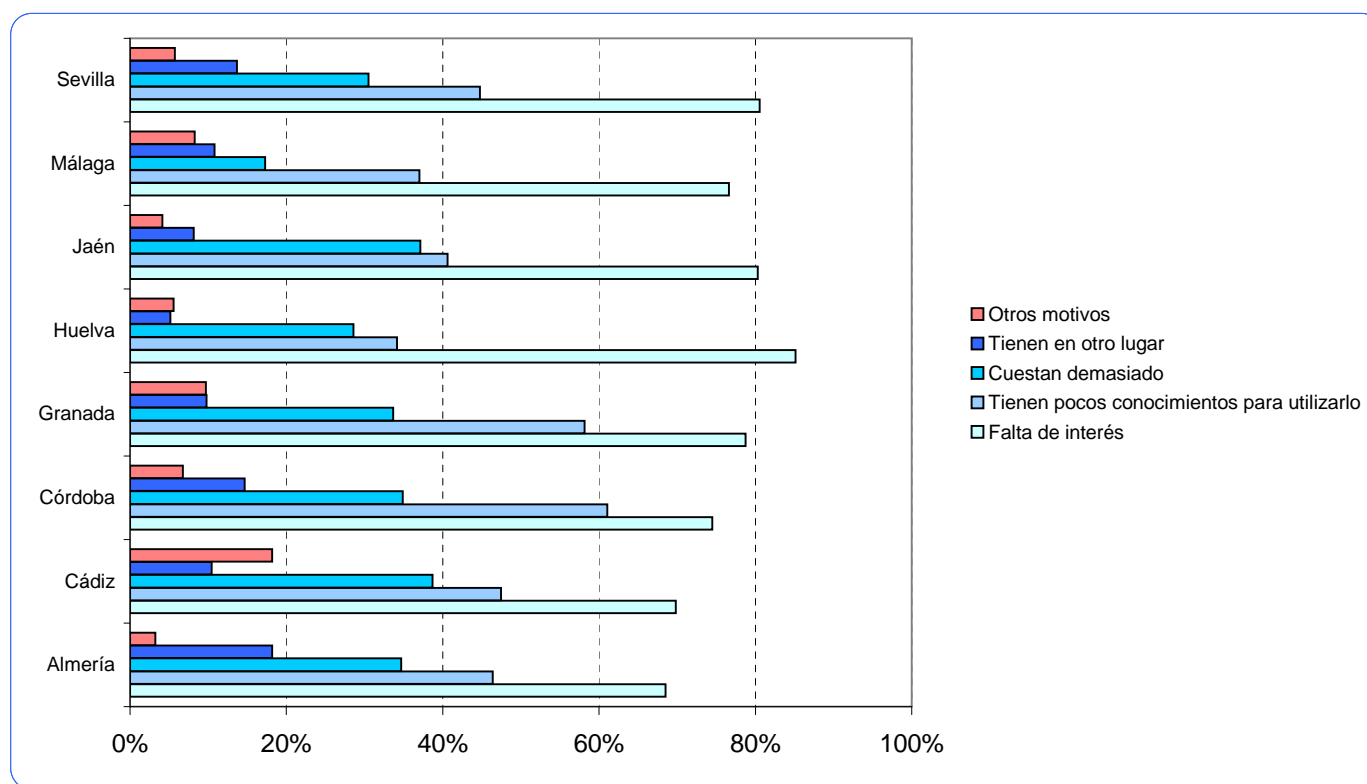
1.6.1 Equipamiento de ordenador en los hogares por provincias (%)

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
algún tipo de ordenador	49,6%	57,5%	57,2%	48,9%	54,8%	46,5%	53,9%	59,6%
no tienen ordenador	50,4%	42,5%	42,8%	51,1%	45,2%	53,5%	46,1%	40,4%



1.6.2 Motivos por el que el hogar no dispone de ordenador (%)

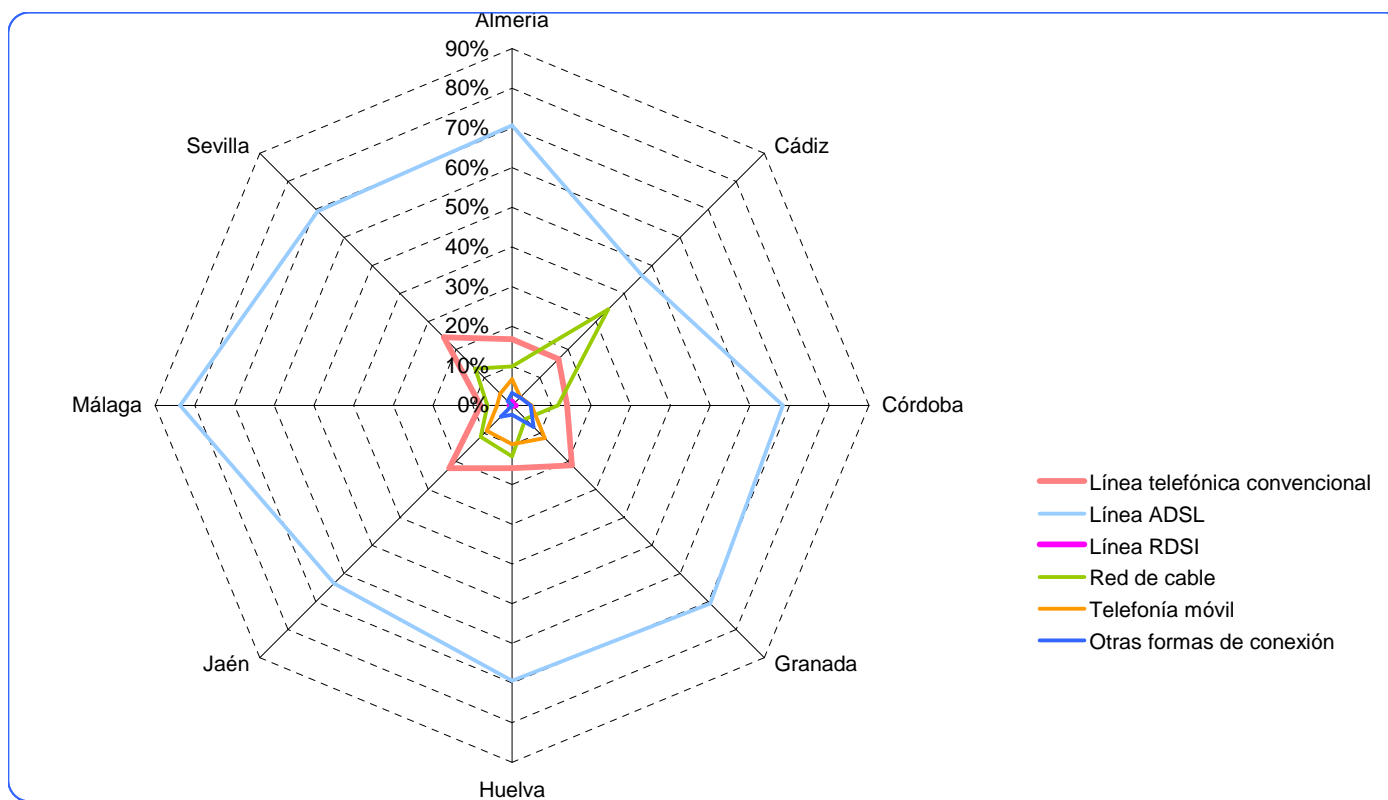
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Falta de interés	68,5%	69,8%	74,5%	78,8%	85,1%	80,3%	76,6%	80,5%
Tienen pocos conocimientos para utilizarlo	46,4%	47,5%	61,0%	58,1%	34,1%	40,6%	37,0%	44,8%
Cuestan demasiado	34,7%	38,7%	34,9%	33,6%	28,6%	37,1%	17,3%	30,5%
Tienen en otro lugar	18,2%	10,4%	14,7%	9,8%	5,2%	8,2%	10,8%	13,7%
Otros motivos	3,2%	18,2%	6,7%	9,7%	5,6%	4,1%	8,3%	5,7%



1.7 Acceso a internet en los hogares

1.7.1 Tipo de conexión a internet en los hogares por provincias (%)

	Línea telefónica convencional	Línea ADSL	Línea RDSI	Red de cable	Telefonía móvil	Otras formas de conexión
Almería	16,7%	70,6%	1,0%	9,8%	6,6%	3,1%
Cádiz	16,6%	46,3%	.	34,2%	3,0%	2,9%
Córdoba	13,9%	68,3%	0,9%	11,6%	4,9%	4,7%
Granada	21,3%	70,7%	.	4,7%	11,6%	7,7%
Huelva	15,8%	69,4%	.	12,8%	9,8%	2,3%
Jaén	22,4%	63,4%	.	11,1%	9,0%	4,0%
Málaga	8,0%	83,7%	0,6%	6,2%	3,8%	.
Sevilla	24,3%	69,3%	0,3%	13,1%	4,3%	1,6%



1.7.2 Acceso a internet en los hogares por provincias (%)

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Viviendas con acceso a Internet	35,0%	39,4%	35,8%	30,2%	33,5%	22,1%	36,5%	39,4%
Viviendas sin acceso a Internet	65,0%	60,6%	64,2%	69,8%	66,5%	77,9%	63,5%	60,6%

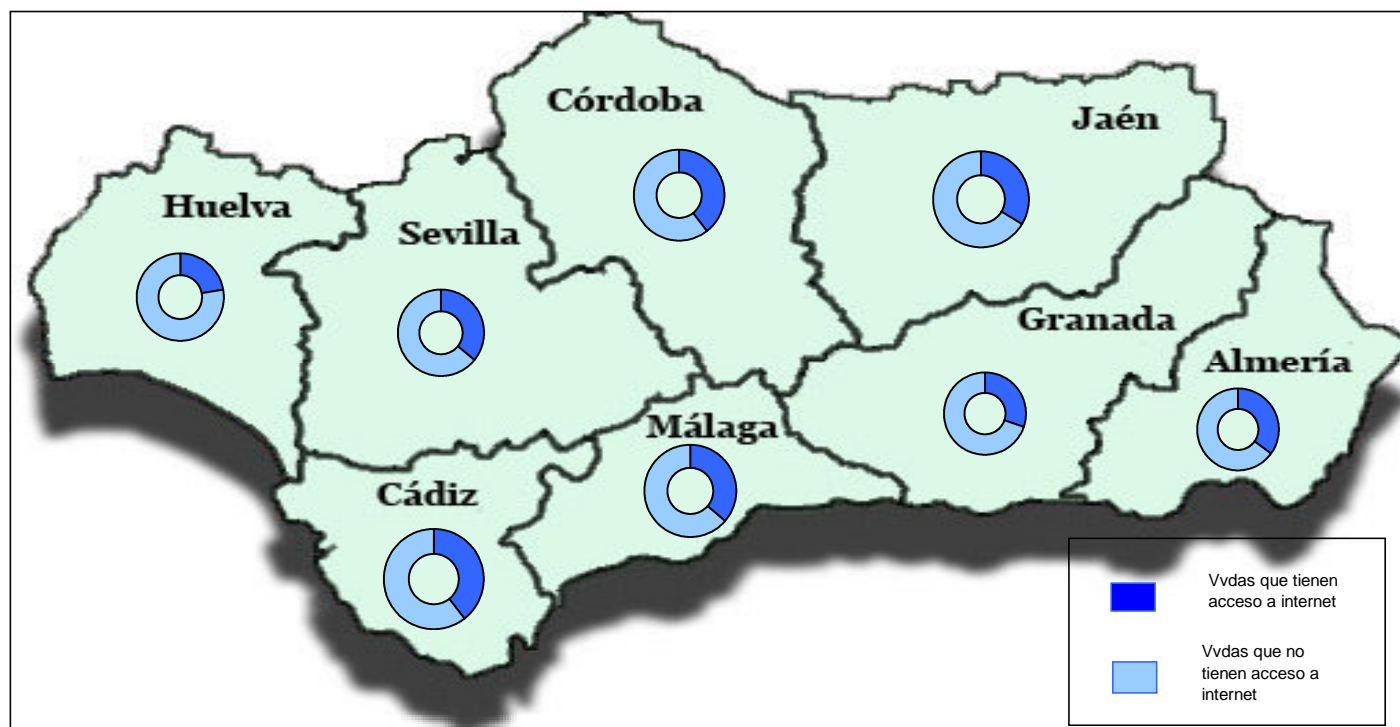
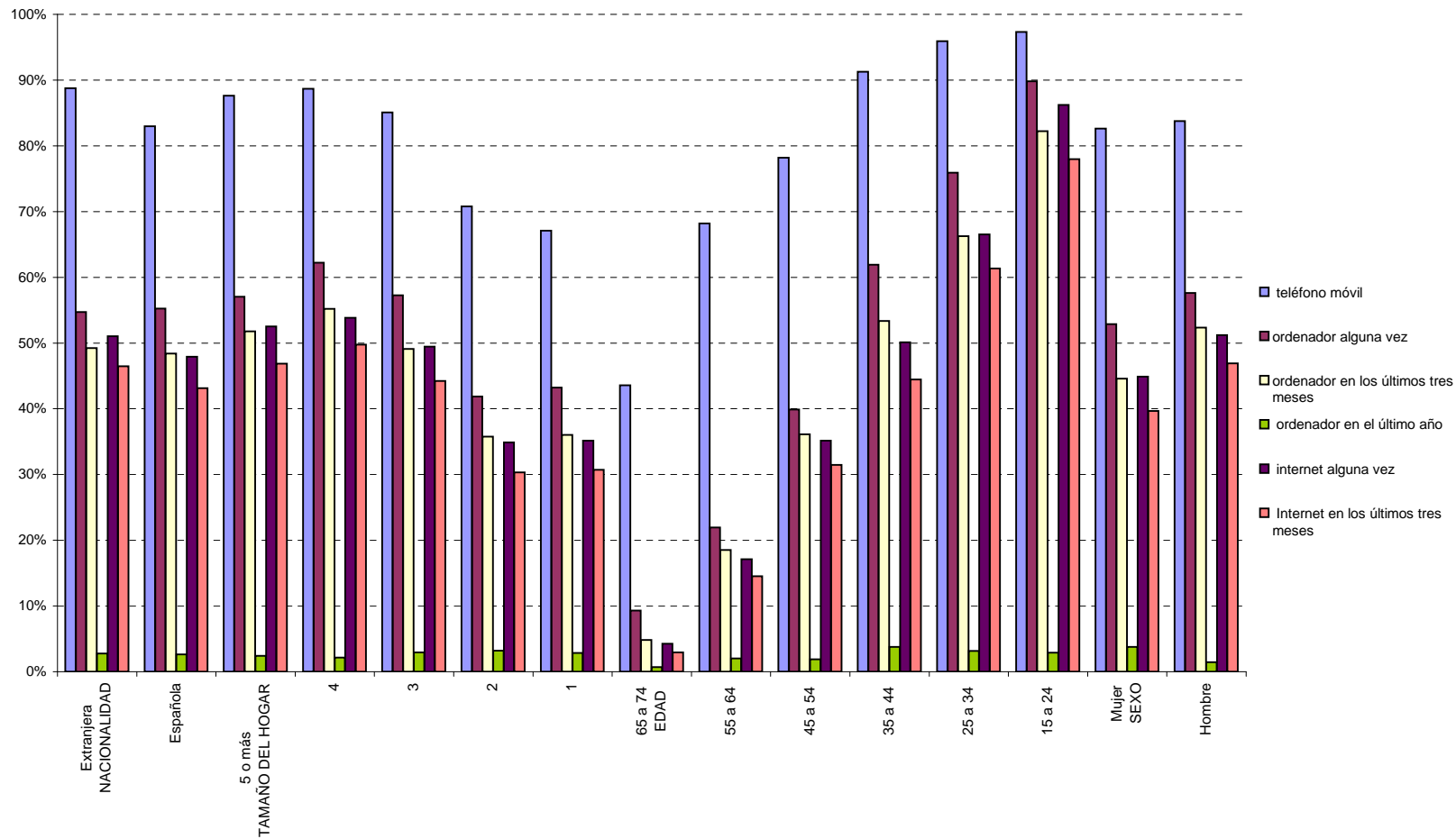


TABLA 2. UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POR LAS PERSONAS DE 16 A 74 AÑOS

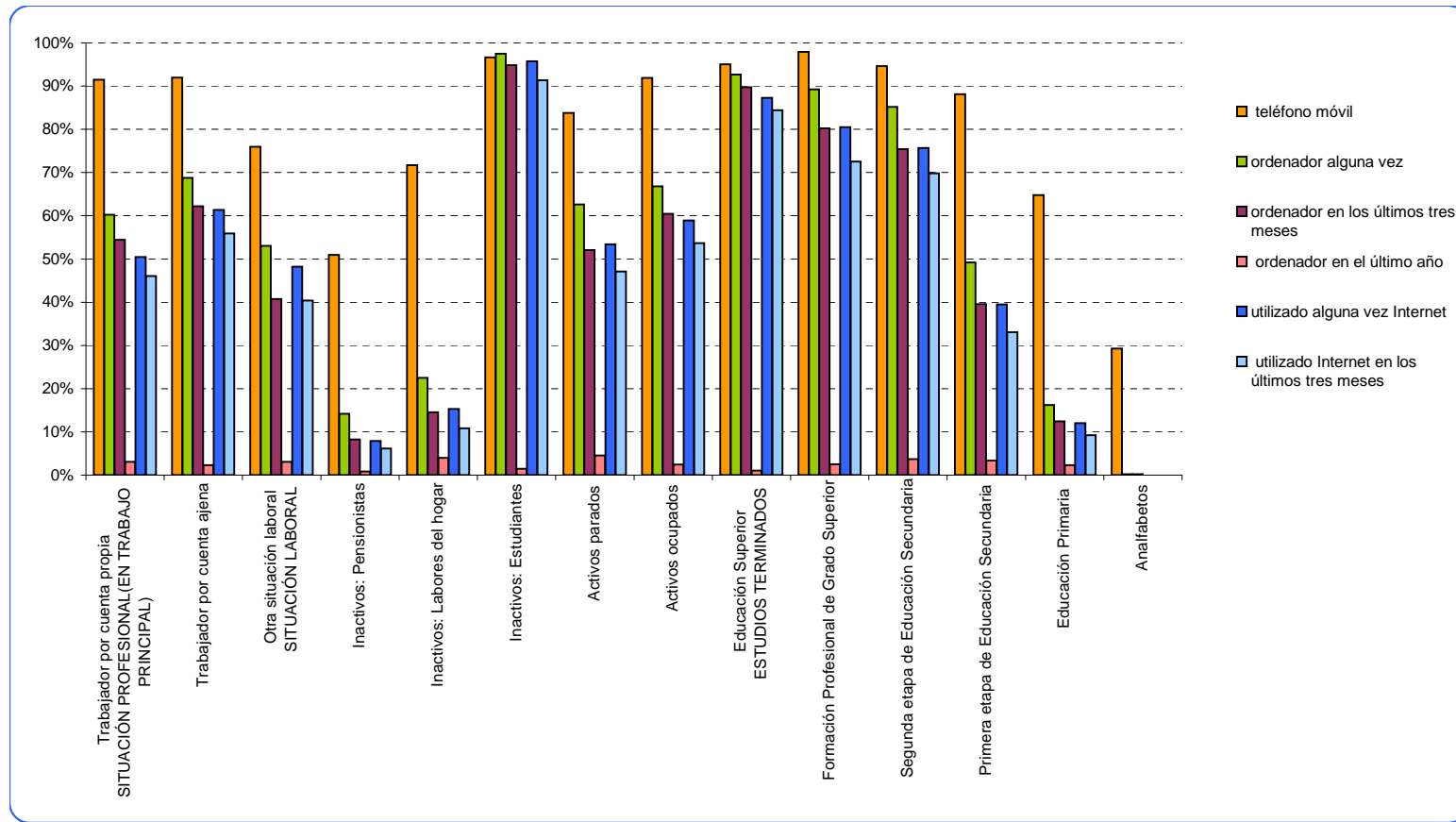
2.1 Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por las personas de 16 a 74 años según sexo, edad, tamaño del hogar y nacionalidad (%)

		teléfono móvil	ordenador alguna vez	ordenador en los últimos tres meses	ordenador en el último año	Internet alguna vez	Internet en los últimos tres meses
SEXO	Hombre	83,8%	57,6%	52,3%	1,5%	51,2%	46,9%
	Mujer	82,6%	52,9%	44,6%	3,8%	44,9%	39,6%
EDAD	25 a 34	95,9%	75,9%	66,2%	3,1%	66,5%	61,4%
	35 a 44	91,3%	61,9%	53,3%	3,8%	50,1%	44,4%
	45 a 54	78,2%	39,9%	36,1%	1,9%	35,2%	31,5%
	55 a 64	68,2%	21,9%	18,5%	2,0%	17,1%	14,5%
	16 a 24	97,3%	89,8%	82,2%	2,9%	86,2%	78,0%
	65 a 74	43,6%	9,3%	4,8%	0,7%	4,3%	2,9%
TAMAÑO DEL HOGAR	1	67,1%	43,2%	36,0%	2,8%	35,2%	30,7%
	2	70,8%	41,9%	35,8%	3,2%	34,9%	30,3%
	3	85,1%	57,2%	49,1%	3,0%	49,4%	44,2%
	4	88,7%	62,2%	55,2%	2,1%	53,8%	49,8%
	5 o más	87,6%	57,1%	51,8%	2,4%	52,5%	46,9%
NACIONALIDAD	Española	83,0%	55,2%	48,4%	2,6%	47,9%	43,1%
	Extranjera	88,8%	54,7%	49,2%	2,8%	51,0%	46,5%



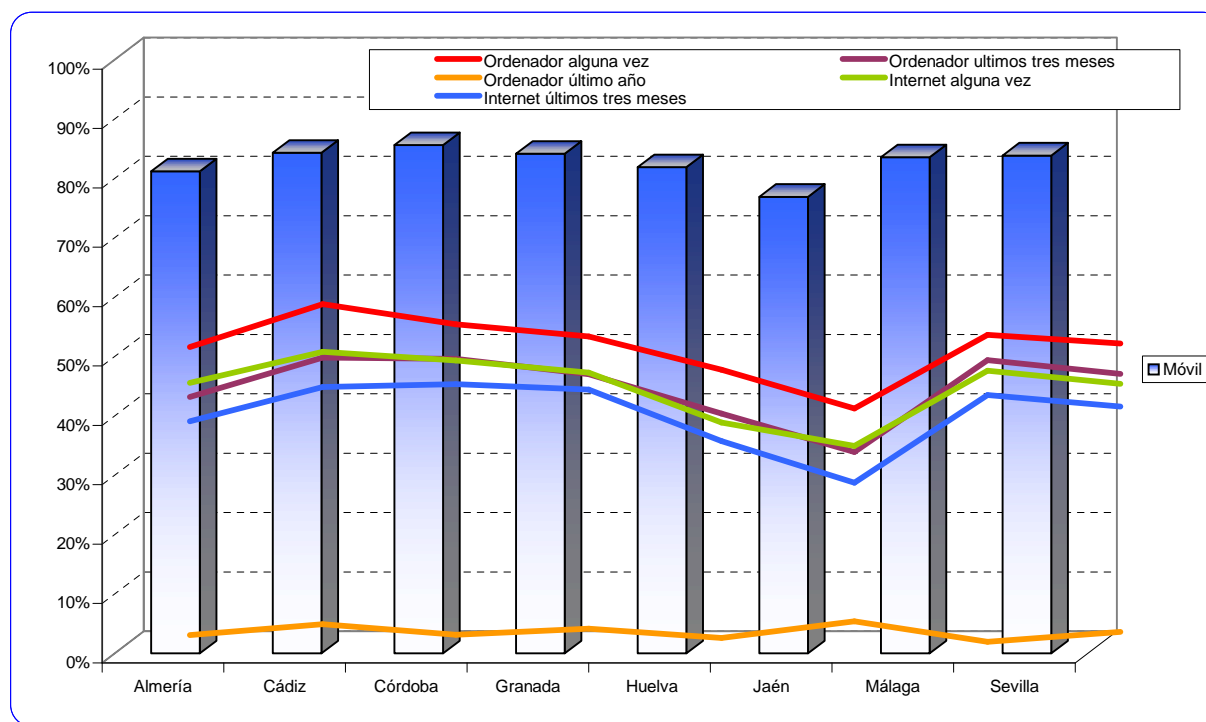
2.2 Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por las personas de 16 a 74 años según estudios terminados, situación laboral y situación profesional (%)

		teléfono móvil	ordenador alguna vez	ordenador en los últimos tres meses	ordenador en el último año	utilizado alguna vez Internet	utilizado Internet en los últimos tres meses
ESTUDIOS TERMINADOS	Analfabetos	29,3%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
	Educación Primaria	64,8%	16,2%	12,4%	2,3%	12,0%	9,2%
	Educación Superior	95,0%	92,6%	89,8%	1,0%	87,3%	84,4%
	Formación Profesional de Grado Superior	97,9%	89,3%	80,2%	2,5%	80,5%	72,5%
	Primera etapa de Educación Secundaria	88,1%	49,2%	39,6%	3,4%	39,5%	33,1%
	Segunda etapa de Educación Secundaria	94,6%	85,2%	75,4%	3,7%	75,7%	69,8%
SITUACIÓN LABORAL	Activos ocupados	91,9%	66,8%	60,4%	2,5%	58,9%	53,7%
	Activos parados	83,8%	62,6%	52,0%	4,5%	53,4%	47,1%
	Inactivos: Estudiantes	96,6%	97,5%	94,8%	1,5%	95,8%	91,3%
	Inactivos: Labores del hogar	71,7%	22,5%	14,6%	4,0%	15,3%	10,9%
	Inactivos: Pensionistas	51,0%	14,2%	8,2%	0,9%	7,9%	6,2%
	Otra situación laboral	76,0%	53,0%	40,7%	3,1%	48,2%	40,4%
SITUACIÓN PROFESIONAL(EN TRABAJO PRINCIPAL)	Trabajador por cuenta ajena	92,0%	68,7%	62,2%	2,3%	61,4%	55,9%
	Trabajador por cuenta propia	91,5%	60,2%	54,4%	3,1%	50,5%	46,1%



2.3 Utilización de productos de tecnologías de la información y comunicación por personas de 15 a 74 años según provincias (%)

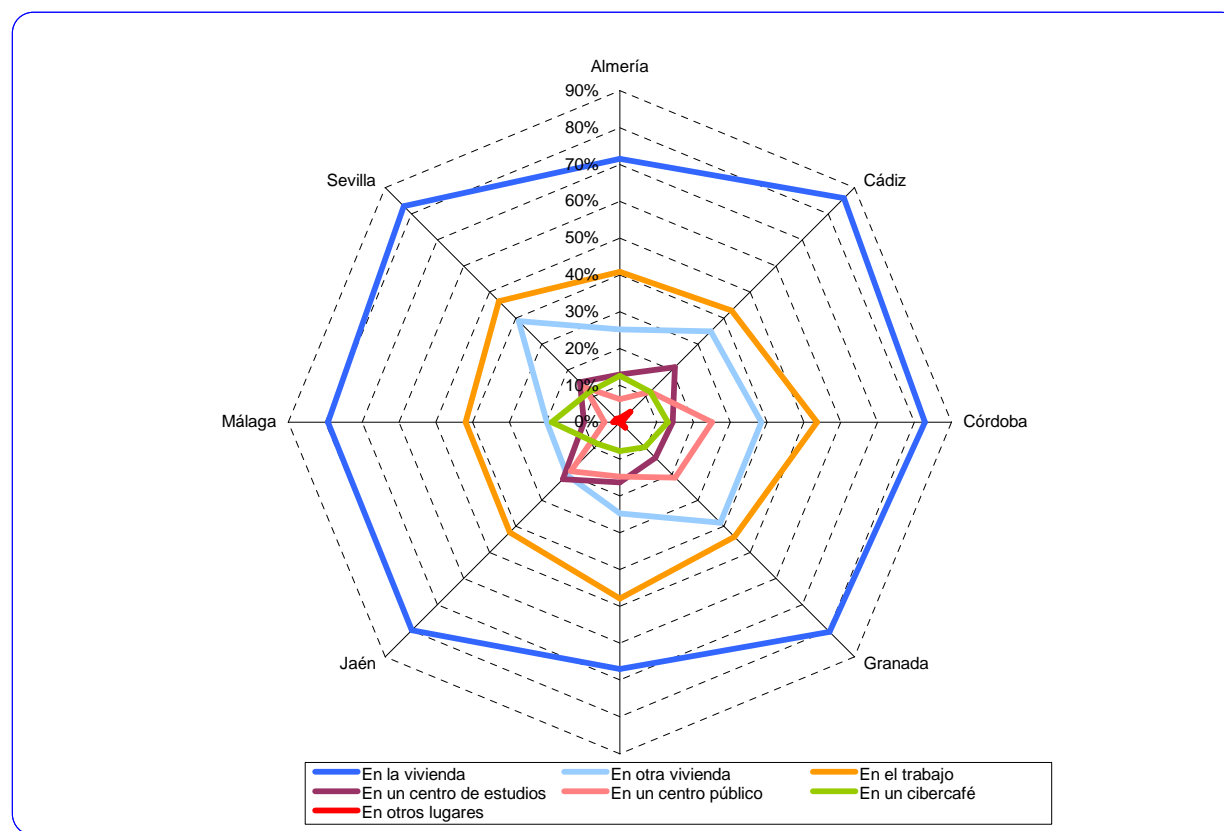
	Personas que usan el teléfono móvil	Alguna vez ordenador	En los últimos tres meses	En el último año	Han utilizado alguna vez Internet	Han utilizado Internet en los últimos tres meses
Almería	81,2%	54,0%	45,0%	2,1%	47,5%	40,6%
Cádiz	84,3%	61,7%	52,1%	4,1%	53,1%	46,8%
Córdoba	85,6%	58,1%	51,9%	2,2%	51,6%	47,3%
Granada	84,2%	55,9%	49,1%	3,3%	49,4%	46,3%
Huelva	81,9%	49,9%	42,0%	1,6%	40,4%	37,0%
Jaén	76,9%	42,9%	35,1%	4,6%	36,2%	29,6%
Málaga	83,5%	56,2%	51,6%	0,9%	49,8%	45,4%
Sevilla	83,9%	54,7%	49,2%	2,7%	47,4%	43,3%



2.4 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 16 a 74 años

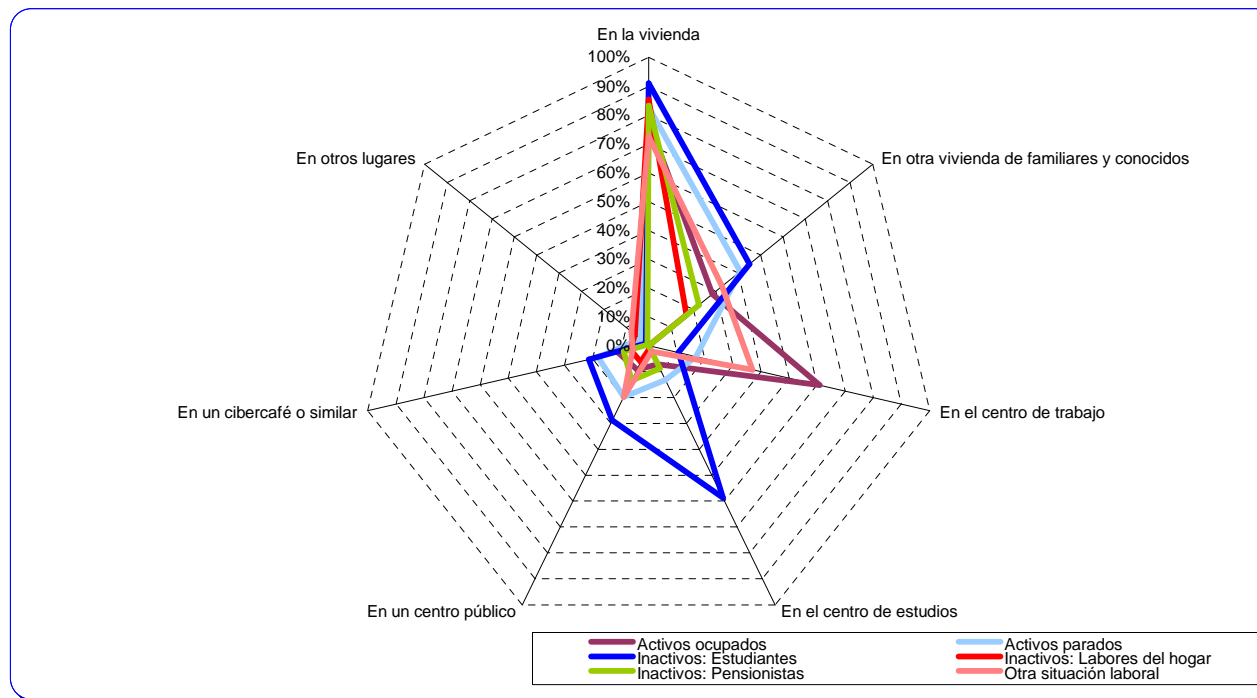
2.4.1 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 16 a 74 años según provincias (%)

	En la vivienda	En otra vivienda de familiares y conocidos	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En un centro público	En un cibercafé o similar	En otros lugares
Almería	71,5%	25,2%	40,8%	12,9%	6,3%	12,6%	1,2%
Cádiz	86,0%	34,8%	42,9%	21,1%	11,7%	11,7%	4,0%
Córdoba	82,8%	38,4%	53,5%	14,3%	25,0%	13,0%	0,5%
Granada	80,5%	38,5%	43,9%	13,6%	21,3%	9,7%	2,1%
Huelva	67,0%	24,8%	47,9%	16,3%	14,8%	7,8%	0,2%
Jaén	79,8%	20,3%	42,2%	21,9%	18,7%	8,3%	0,0%
Málaga	79,2%	19,8%	41,8%	9,7%	4,2%	18,5%	1,8%
Sevilla	82,9%	38,8%	46,4%	15,4%	13,4%	11,7%	1,3%



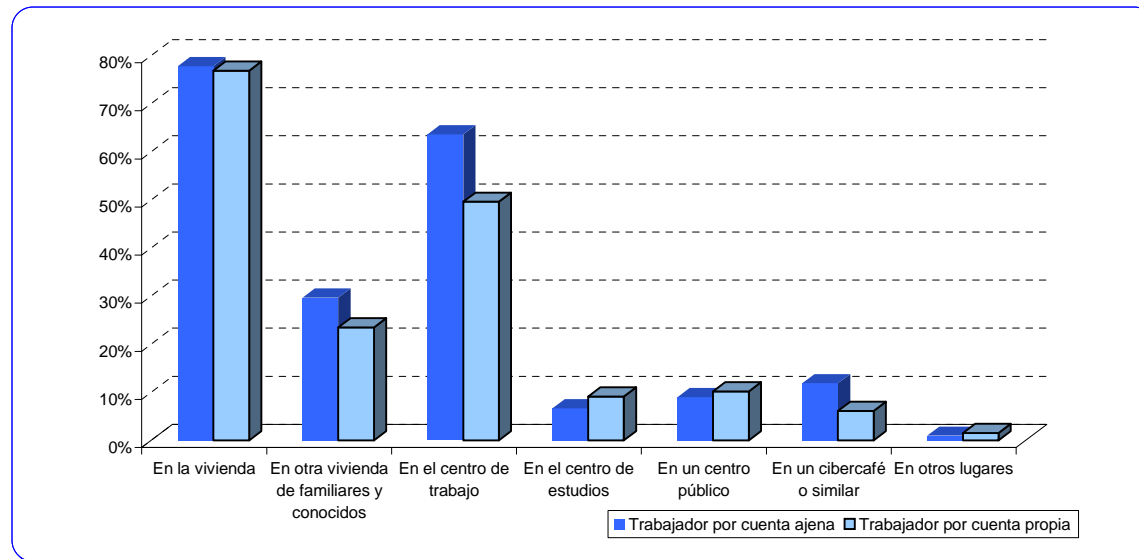
2.4.2 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 16 a 74 años según situación laboral (%)

	En la vivienda	En otra vivienda de familiares y conocidos	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En un centro público	En un cibercafé o similar	En otros lugares
Activos ocupados	77,7%	28,5%	60,8%	7,2%	9,2%	10,7%	1,1%
Activos parados	82,6%	40,9%	16,9%	13,2%	19,7%	17,9%	3,8%
Inactivos: Estudiantes	91,0%	45,0%	10,5%	58,8%	28,8%	21,3%	1,2%
Inactivos: Labores del hogar	85,3%	16,9%	0,0%	0,8%	6,2%	6,5%	6,1%
Inactivos: Pensionistas	83,3%	22,5%	0,0%	8,8%	13,5%	8,9%	0,5%
Otra situación laboral	72,6%	32,7%	37,0%	2,2%	19,8%	5,6%	7,6%



2.4.3 Lugar de uso del ordenador en los últimos tres meses por las personas de 15 a 74 años según situación profesional (%)

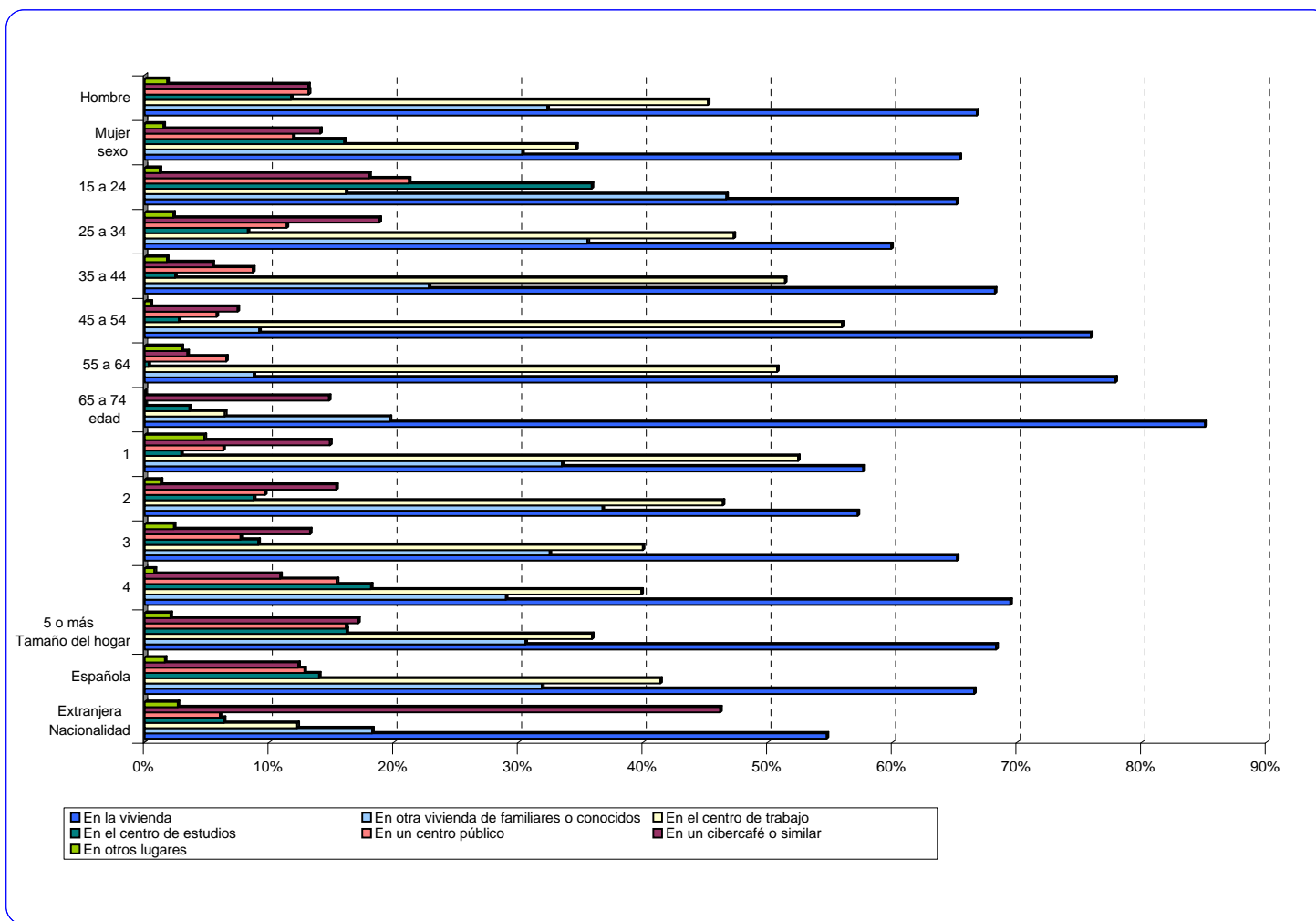
	En la vivienda	En otra vivienda de familiares y conocidos	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En un centro público	En un cibercafé o similar	En otros lugares
Trabajador por cuenta ajena	77,9%	29,7%	63,7%	6,7%	9,0%	11,9%	1,0%
Trabajador por cuenta propia	76,9%	23,5%	49,7%	9,2%	10,2%	6,1%	1,6%



2.5 Personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos tres meses y lugar de acceso

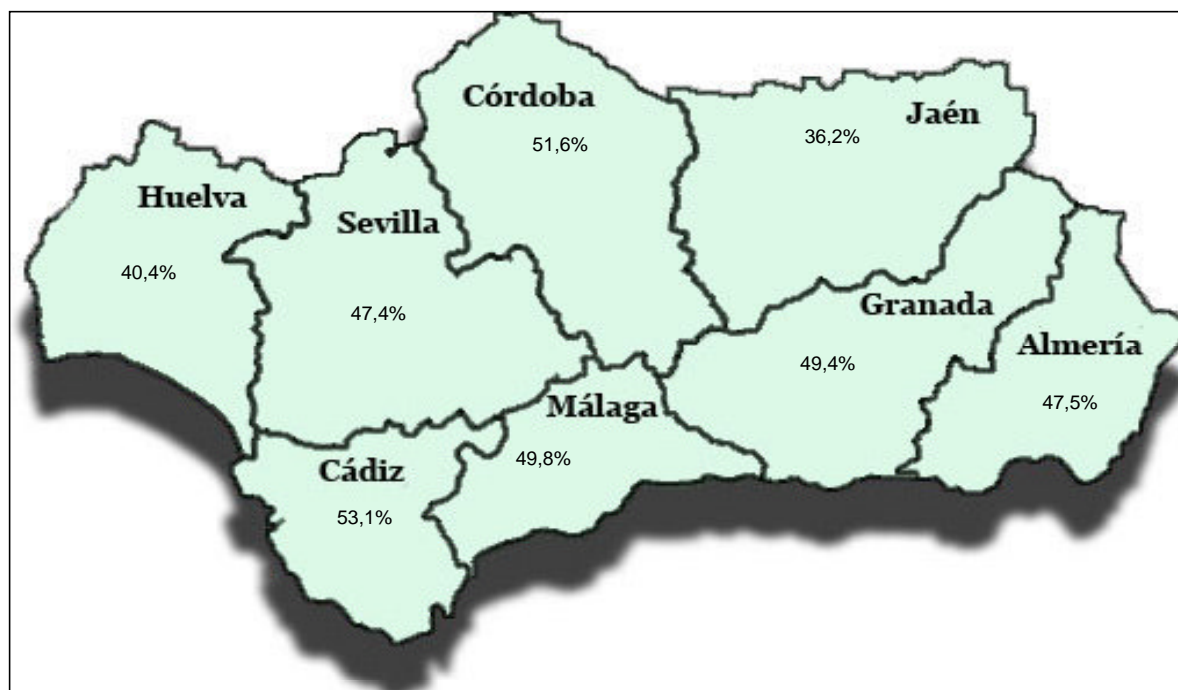
2.5.1 Personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos tres meses y lugar de acceso por sexo, edad, tamaño del hogar y nacionalidad (%)

		En la vivienda	En otra vivienda de familiares o conocidos	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En un centro público	En un cibercafé o similar	En otros lugares
sexo	Hombre	66,8%	32,3%	45,2%	11,7%	13,2%	13,1%	1,8%
	Mujer	65,4%	30,3%	34,6%	16,0%	11,9%	14,1%	1,5%
edad	15 a 24	65,1%	46,7%	16,1%	35,9%	21,2%	18,0%	1,2%
	25 a 34	59,9%	35,5%	47,2%	8,3%	11,4%	18,8%	2,3%
	35 a 44	68,2%	22,8%	51,4%	2,4%	8,7%	5,4%	1,8%
	45 a 54	75,9%	9,2%	55,9%	2,8%	5,8%	7,5%	0,5%
	55 a 64	77,9%	8,7%	50,7%	0,3%	6,5%	3,4%	3,0%
	65 a 74	85,1%	19,6%	6,4%	3,6%	.	14,8%	.
Tamaño del hogar	1	57,6%	33,5%	52,4%	2,9%	6,3%	14,9%	4,8%
	2	57,2%	36,7%	46,4%	8,8%	9,7%	15,4%	1,3%
	3	65,2%	32,5%	40,0%	9,1%	7,7%	13,3%	2,4%
	4	69,5%	29,0%	39,9%	18,2%	15,4%	10,9%	0,8%
	5 o más	68,3%	30,5%	35,9%	16,2%	16,2%	17,1%	2,1%
Nacionalidad	Española	66,6%	31,9%	41,4%	14,0%	12,8%	12,3%	1,6%
	Extranjera	54,7%	18,3%	12,2%	6,4%	6,0%	46,2%	2,7%



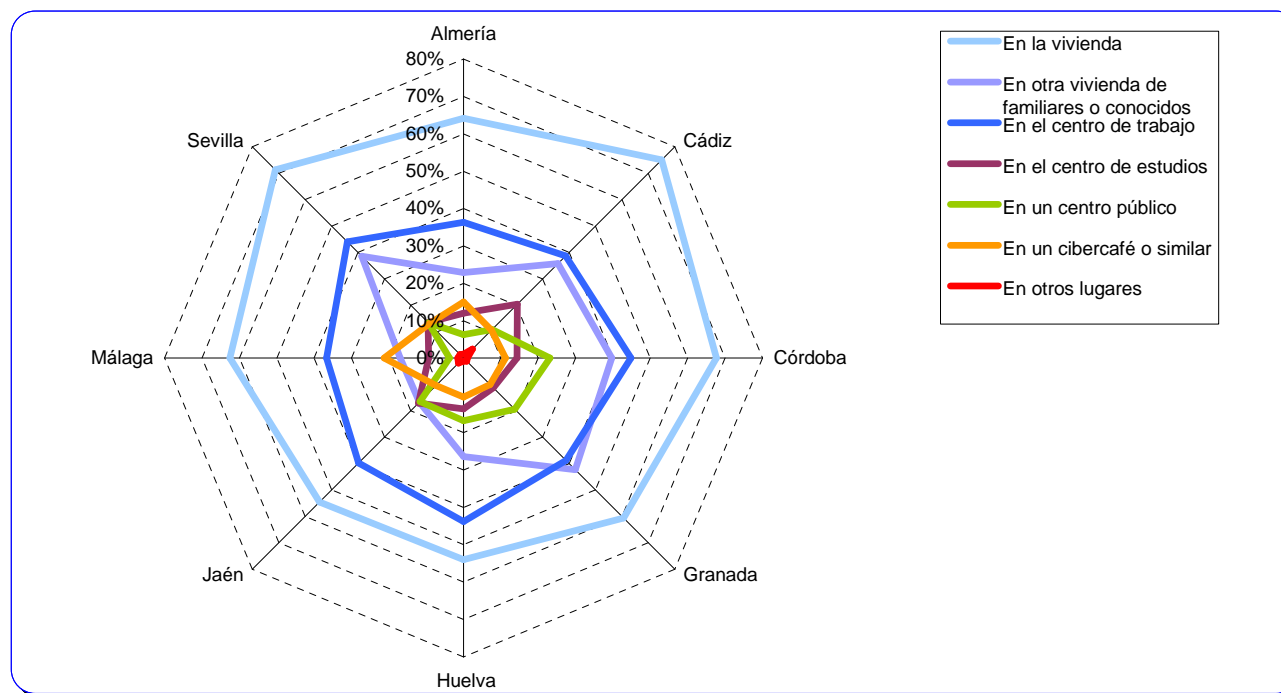
2.5.2 Personas de 16 a 74 años que han utilizado el ordenador en los últimos tres meses por provincias (%)

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Total personas que han utilizado Internet en los últimos tres meses	47,5%	53,1%	51,6%	49,4%	40,4%	36,2%	49,8%	47,4%



2.5.3 Lugar de acceso a internet por las personas de 16 a 74 años según provincias (%)

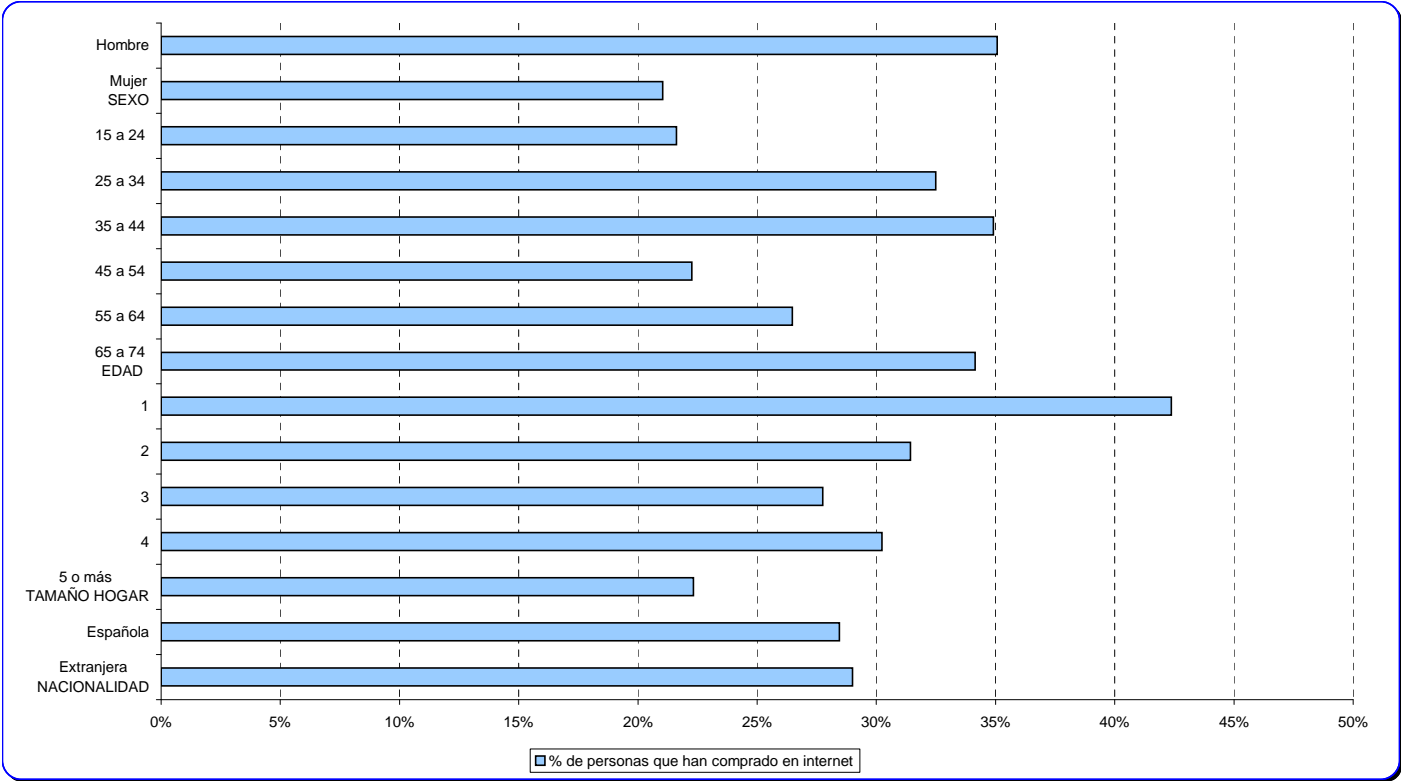
	En la vivienda	En otra vivienda de familiares o conocidos	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En un centro público	En un cibercafé o similar	En otros lugares
Almería	64,1%	22,9%	36,3%	12,0%	6,2%	15,0%	1,0%
Cádiz	75,0%	35,7%	38,6%	20,4%	10,8%	10,5%	3,5%
Córdoba	67,6%	39,6%	44,8%	14,3%	23,1%	11,2%	1,1%
Granada	60,5%	42,3%	38,7%	11,3%	19,3%	10,1%	1,2%
Huelva	53,9%	26,4%	43,7%	13,6%	16,7%	10,4%	0,9%
Jaén	54,5%	16,7%	39,8%	17,0%	16,5%	10,5%	1,9%
Málaga	62,6%	17,0%	36,7%	9,4%	3,7%	21,2%	1,6%
Sevilla	71,2%	38,5%	44,0%	13,4%	13,3%	13,0%	1,4%



2.6. Personas de 16 a 74 años que han comprado por internet

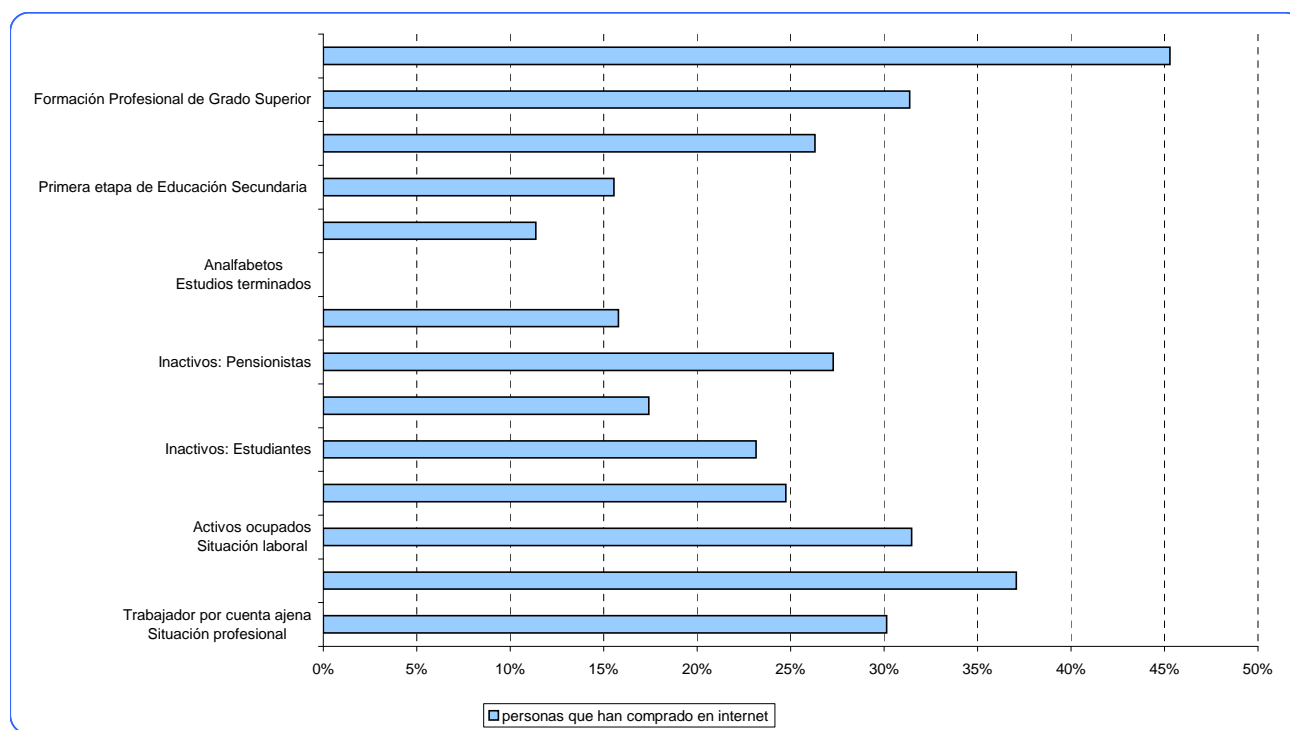
2.6.1 Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet según sexo, edad, tamaño del hogar y nacionalidad (%)

	SEXO		EDAD						TAMAÑO HOGAR					NACIONALIDAD	
	Hombre	Mujer	15 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 a 74	1	2	3	4	5 o más	Española	Extranjera
% de personas que han comprado en internet	35,1%	21,0%	21,6%	32,5%	34,9%	22,3%	26,5%	34,1%	42,4%	31,4%	27,8%	30,2%	22,3%	28,4%	29,0%



2.6.2 Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet según estudios terminados, situación laboral y profesional (%)

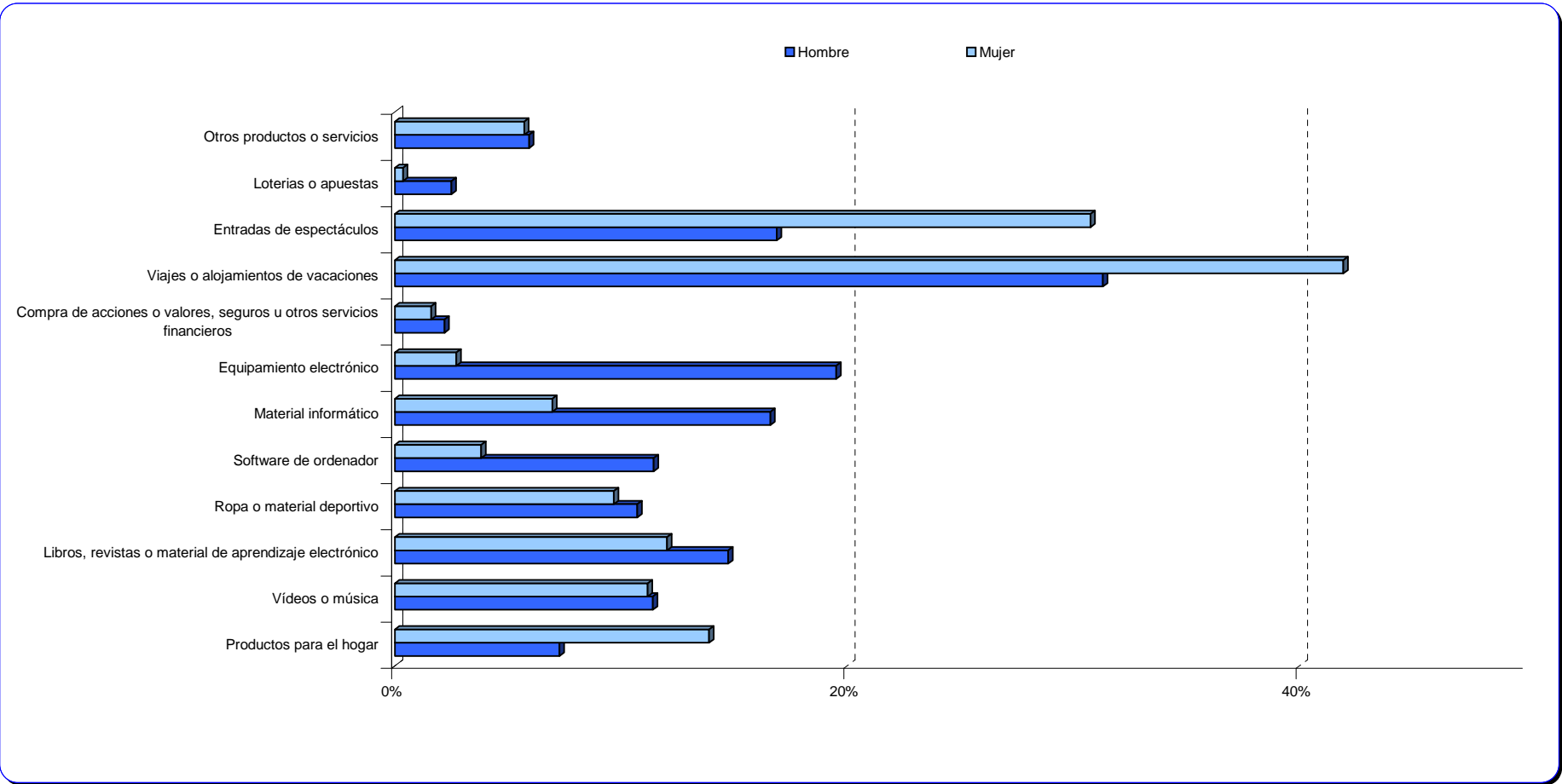
	Estudios terminados						Situación laboral						Situación profesional	
	Analfabetos	Educación Primaria	Primera etapa de Educación Secundaria	Segunda etapa de Educación Secundaria	Formación Profesional de Grado Superior	Educación Superior	Activos ocupados	Activos parados	Inactivos: Estudiantes	Inactivos: Labores del hogar	Inactivos: Pensionistas	Otra situación laboral	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia
% de personas que han comprado en internet	0,0%	11,4%	15,5%	26,3%	31,4%	45,3%	31,5%	24,7%	23,2%	17,4%	27,3%	15,8%	30,1%	37,1%



2.7 Personas de 16 a 74 años que han comprado por internet en el último año según producto (%)

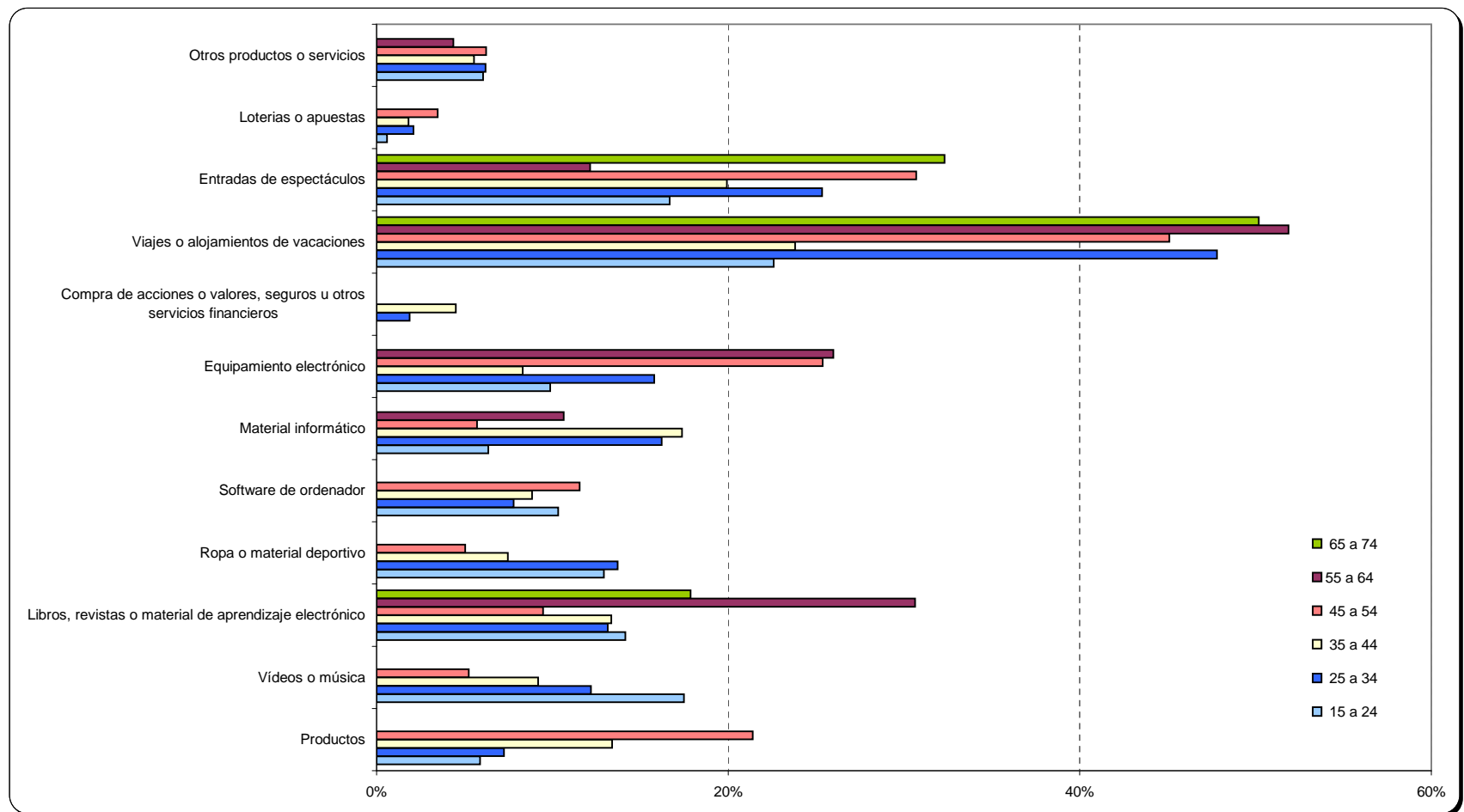
2.7.1 Personas que han comprado en internet en el último año según producto y sexo %

	Productos para el hogar	Videos o música	Libros, revistas o material de aprendizaje electrónico	Ropa o material deportivo	Software de ordenador	Material informático	Equipamiento electrónico	Compra de acciones o valores, seguros u otros servicios financieros	Viajes o alojamientos de vacaciones	Entradas de espectáculos	Loterías o apuestas	Otros productos o servicios
Hombre	7,3%	11,4%	14,7%	10,7%	11,4%	16,6%	19,5%	2,2%	31,3%	16,9%	2,5%	5,9%
Mujer	13,9%	11,2%	12,0%	9,7%	3,8%	7,0%	2,7%	1,6%	41,9%	30,8%	0,4%	5,7%



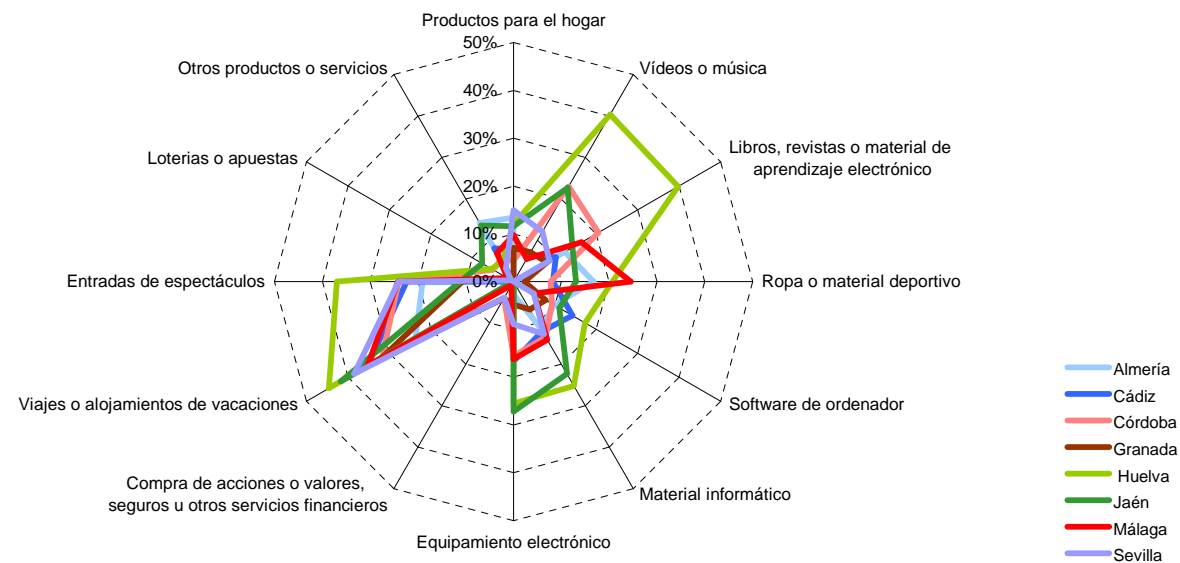
2.7.2 Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet en el último año según producto y edad (%)

	Productos	Videos o música	Libros, revistas o material de aprendizaje electrónico	Ropa o material deportivo	Software de ordenador	Material informático	Equipamiento electrónico	Compra de acciones o valores, seguros u otros servicios financieros	Viajes o alojamientos de vacaciones	Entradas de espectáculos	Loterías o apuestas	Otros productos o servicios
De 16 a 24 años	5,9%	17,5%	14,2%	12,9%	10,3%	6,4%	9,9%	.	22,6%	16,7%	0,6%	6,1%
De 25 a 34 años	7,3%	12,2%	13,2%	13,7%	7,8%	16,2%	15,8%	1,9%	47,8%	25,3%	2,1%	6,2%
De 35 a 44 años	13,4%	9,2%	13,4%	7,5%	8,8%	17,4%	8,3%	4,5%	23,8%	19,9%	1,8%	5,5%
De 45 a 54 años	21,4%	5,2%	9,5%	5,0%	11,6%	5,7%	25,4%	.	45,1%	30,7%	3,5%	6,2%
De 55 a 64 años	.	.	30,6%	.	.	10,6%	26,0%	.	51,9%	12,1%	.	4,4%
De 65 a 74 años	.	.	17,9%	50,2%	32,3%	.	.



2.7.3 Personas de 16 a 74 años que han comprado en internet en el último año según producto y provincia (%)

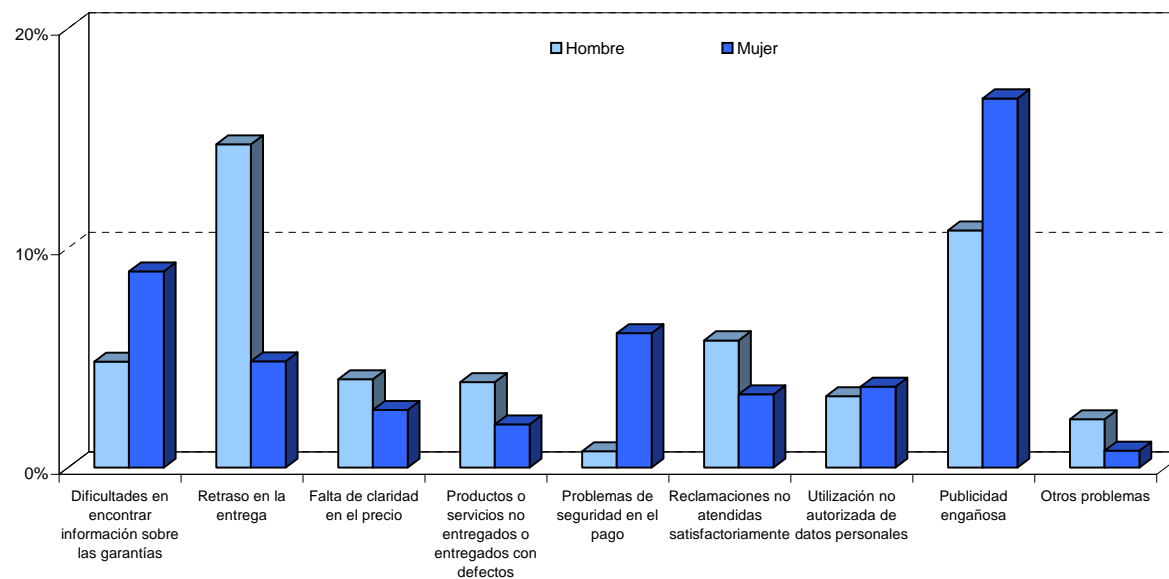
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Productos para el hogar	13,4%	6,7%	4,4%	7,1%	12,0%	11,6%	9,7%	14,9%
Videos o música	.	6,5%	23,0%	7,1%	40,4%	22,6%	5,5%	12,0%
Libros, revistas o material de aprendizaje electrónico	12,4%	10,2%	20,5%	8,0%	39,7%	14,2%	16,4%	8,6%
Ropa o material deportivo	16,7%	8,2%	7,8%	2,3%	20,7%	13,1%	24,5%	.
Software de ordenador	9,7%	14,2%	9,3%	7,7%	17,2%	11,1%	5,0%	4,9%
Material informático	11,4%	12,0%	13,4%	6,8%	25,2%	22,3%	14,1%	12,6%
Equipamiento electrónico	2,7%	16,7%	15,6%	4,8%	25,5%	27,2%	16,2%	8,9%
Compra de acciones o valores, seguros u otros servicios financieros	.	.	4,0%	4,0%	.	.	0,9%	3,9%
Viajes o alojamientos de vacaciones	23,7%	35,2%	31,8%	31,9%	44,6%	41,7%	35,2%	38,5%
Entradas de espectáculos	19,0%	22,4%	24,0%	10,7%	37,0%	11,2%	24,1%	24,0%
Loterías o apuestas	.	.	4,9%	1,4%	5,4%	7,6%	1,5%	0,5%
Otros productos o servicios	14,1%	8,1%	5,3%	.	4,7%	13,5%	6,9%	3,2%



2.8 Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses

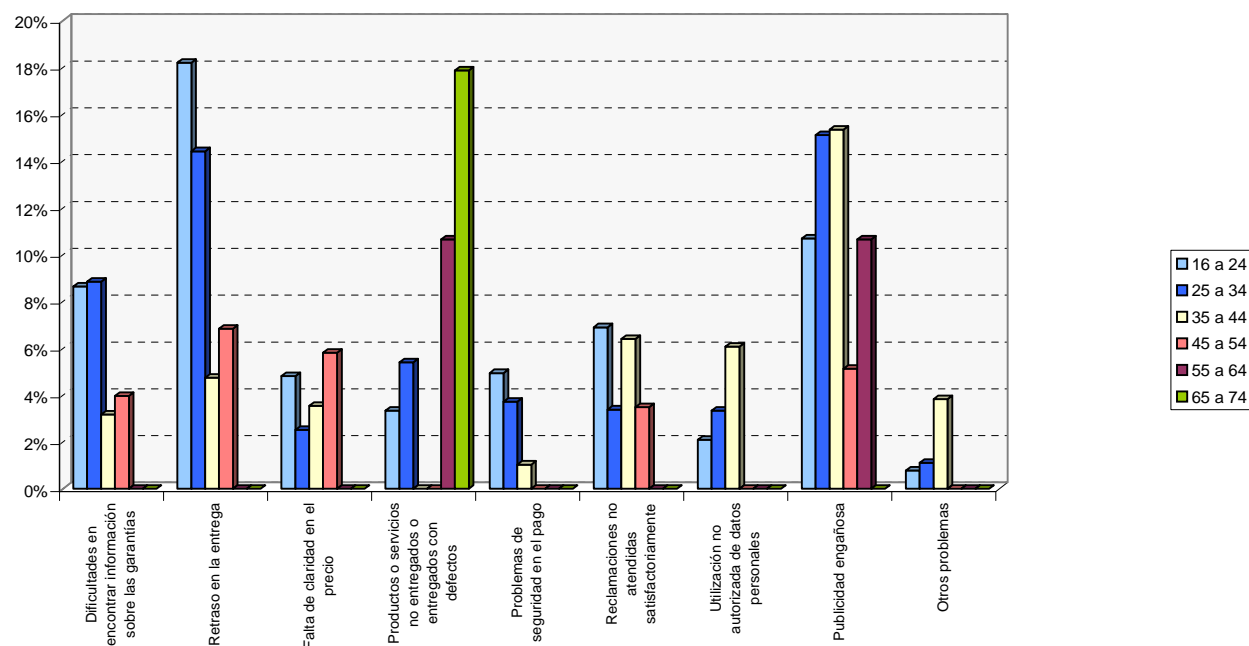
2.8.1 Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses por sexo (%)

	Dificultades en encontrar información sobre las garantías	Retraso en la entrega	Falta de claridad en el precio	Productos o servicios no entregados o entregados con defectos	Problemas de seguridad en el pago	Reclamaciones no atendidas satisfactoriamente	Utilización no autorizada de datos personales	Publicidad engañosa	Otros problemas
Hombre	4,8%	14,7%	4,0%	3,9%	0,7%	5,8%	3,2%	10,8%	2,2%
Mujer	8,9%	4,8%	2,6%	2,0%	6,1%	3,3%	3,7%	16,8%	0,8%



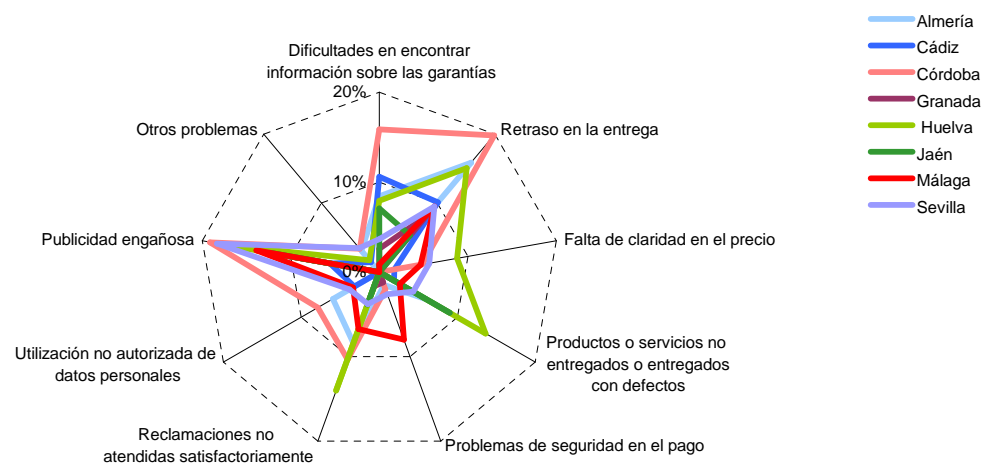
2.8.2 Problemas registrados al comparar por internet en los últimos doce meses según edad (%)

	Dificultades en encontrar información sobre las garantías	Retraso en la entrega	Falta de claridad en el precio	Productos o servicios no entregados o entregados con defectos	Problemas de seguridad en el pago	Reclamaciones no atendidas satisfactoriamente	Utilización no autorizada de datos personales	Publicidad engañosa	Otros problemas
16 a 24	8,6%	18,2%	4,8%	3,3%	4,9%	6,9%	2,1%	10,7%	0,8%
25 a 34	8,8%	14,4%	2,5%	5,4%	3,7%	3,4%	3,3%	15,1%	1,1%
35 a 44	3,2%	4,7%	3,5%	.	1,0%	6,4%	6,1%	15,3%	3,8%
45 a 54	4,0%	6,8%	5,8%	.	.	3,5%	.	5,1%	.
55 a 64	.	.	.	10,6%	.	.	.	10,6%	.
65 a 74	.	.	.	17,9%



2.8.3 Problemas registrados al comprar por internet en los últimos doce meses según provincias (%)

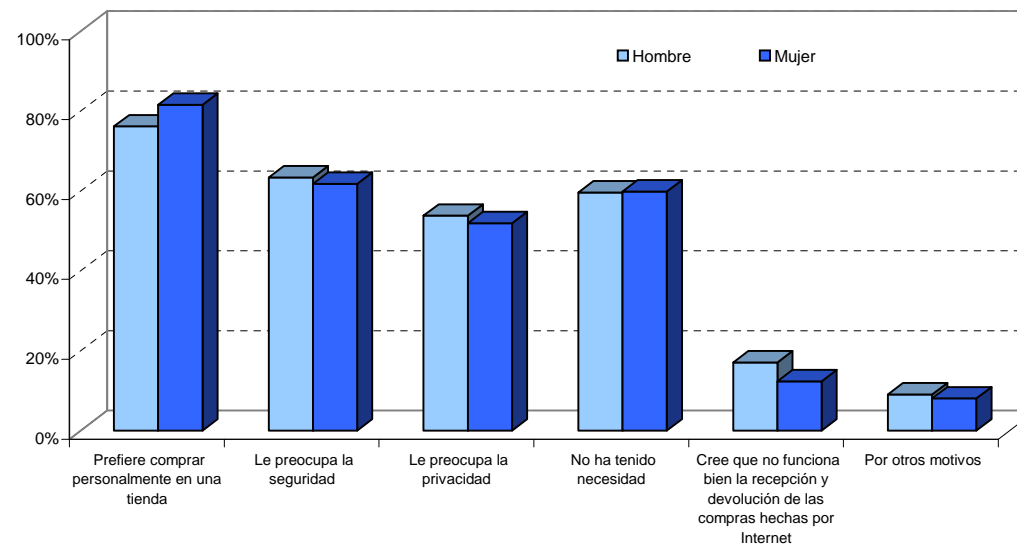
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Dificultades en encontrar información sobre las garantías	8,4%	10,6%	15,9%	2,6%	7,9%	7,1%	0,9%	3,7%
Retraso en la entrega	15,9%	10,1%	19,9%	8,1%	15,1%	5,3%	9,6%	9,6%
Falta de claridad en el precio	.	1,7%	4,8%	.	8,8%	.	4,7%	5,6%
Productos o servicios no entregados o entregados con defectos	6,1%	1,9%	.	.	13,6%	9,0%	2,7%	4,3%
Problemas de seguridad en el pago	1,5%	.	2,0%	1,2%	.	.	8,0%	2,6%
Reclamaciones no atendidas satisfactoriamente	8,4%	.	10,3%	1,7%	14,0%	3,9%	6,7%	3,8%
Utilización no autorizada de datos personales	6,0%	3,2%	7,9%	.	.	.	3,4%	3,8%
Publicidad engañosa	.	5,5%	19,1%	12,9%	16,7%	12,3%	13,9%	18,3%
Otros problemas	3,1%	1,4%	3,4%	.	1,7%	.	.	3,5%



2.9 Motivo de no realizar compras en el último año

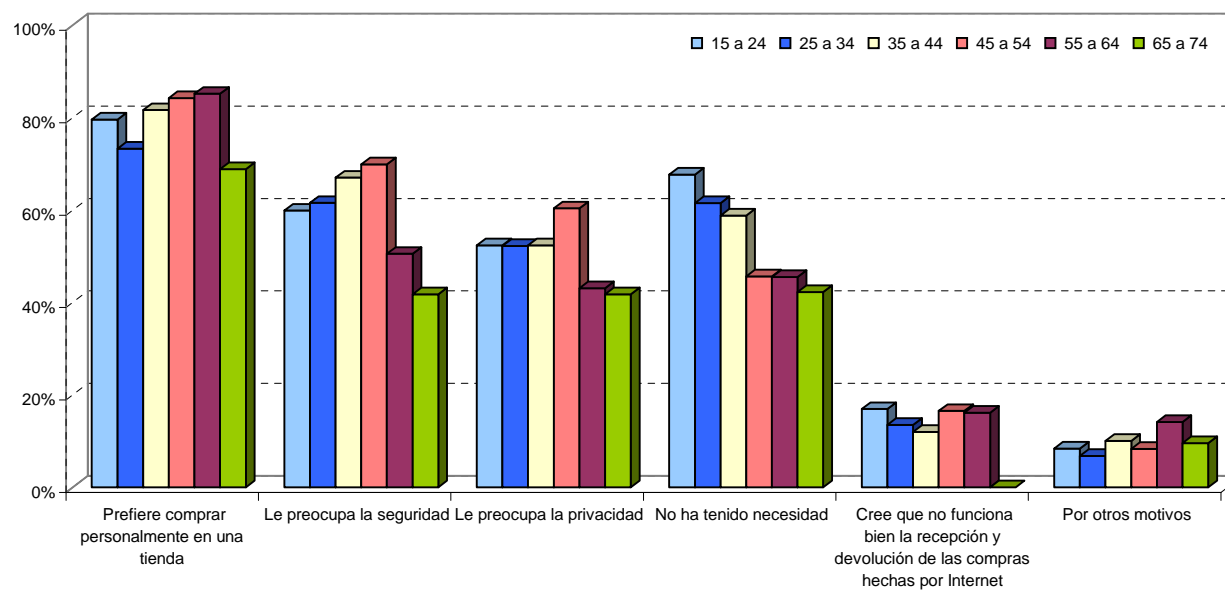
2.9.1 Motivo de no realizar compras en el último año por sexo (%)

	Prefiere comprar personalmente en una tienda	Le preocupa la seguridad	Le preocupa la privacidad	No ha tenido necesidad	Cree que no funciona bien la recepción y devolución de las compras hechas por Internet	Por otros motivos
Hombre	76,2%	63,4%	53,8%	59,6%	17,0%	9,0%
Mujer	81,6%	61,8%	51,9%	59,9%	12,3%	8,0%



2.9.2 Motivo de no realizar compras en el último año por edad (%)

	Prefiere comprar personalmente en una tienda	Le preocupa la seguridad	Le preocupa la privacidad	No ha tenido necesidad	Cree que no funciona bien la recepción y devolución de las compras hechas por Internet	Por otros motivos
16 a 24	79,6%	59,9%	52,4%	67,7%	16,9%	8,4%
25 a 34	73,3%	61,6%	52,2%	61,5%	13,5%	6,8%
35 a 44	81,7%	67,0%	52,4%	58,8%	12,0%	10,1%
45 a 54	84,2%	69,9%	60,4%	45,7%	16,5%	8,3%
55 a 64	85,2%	50,6%	43,1%	45,5%	16,2%	14,2%
65 a 74	68,9%	41,8%	41,8%	42,3%	.	9,6%



2.9.3 Motivo de no realizar compras en el último año por provincias (%)

	Prefiere comprar personalmente en una tienda	Le preocupa la seguridad	Le preocupa la privacidad	No ha tenido necesidad	Cree que no funciona bien la recepción y devolución de las compras hechas por Internet	Por otros motivos
Almería	77,6%	56,0%	50,3%	62,2%	12,4%	8,0%
Cádiz	85,5%	69,3%	65,3%	62,0%	29,1%	12,1%
Córdoba	81,9%	76,3%	66,0%	62,3%	19,6%	6,8%
Granada	78,3%	56,3%	49,2%	76,1%	9,5%	8,3%
Huelva	67,9%	68,3%	50,6%	61,5%	23,1%	8,2%
Jaén	82,3%	66,0%	59,4%	46,3%	15,2%	2,3%
Málaga	70,6%	56,7%	41,2%	45,4%	3,5%	7,2%
Sevilla	82,2%	60,1%	49,5%	63,5%	13,1%	10,2%

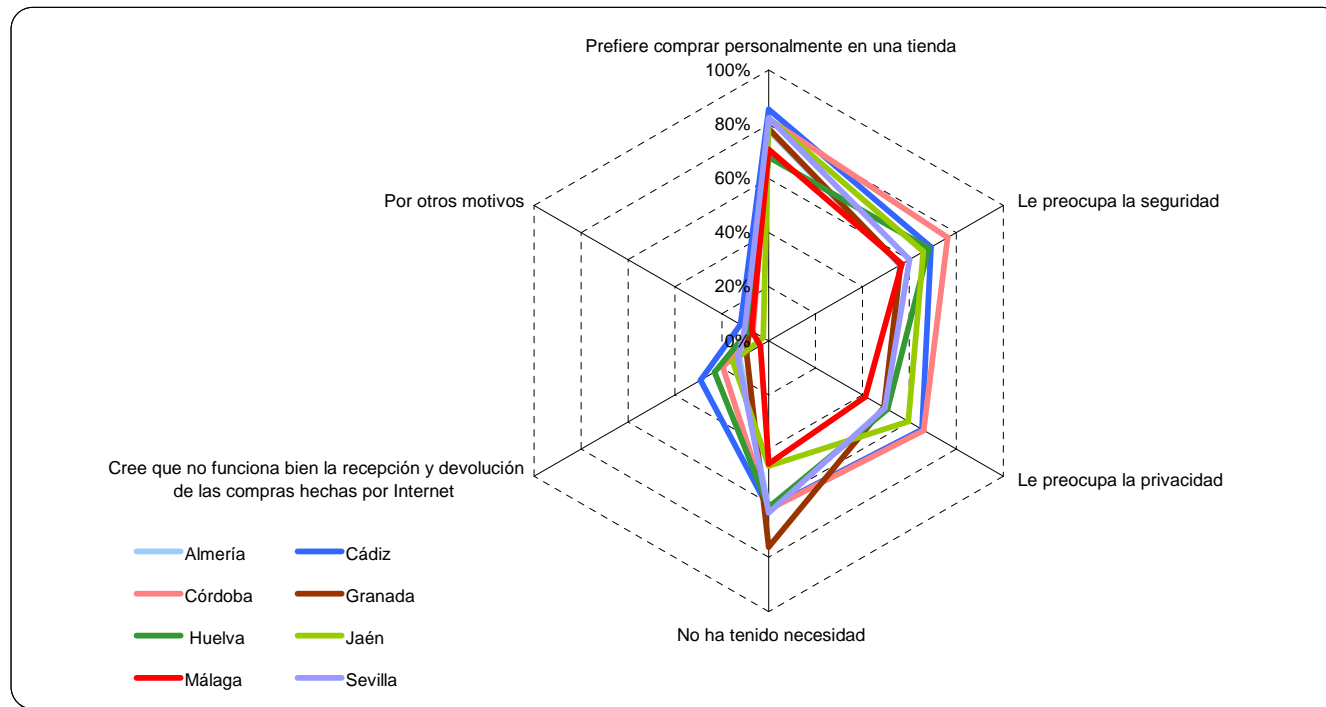
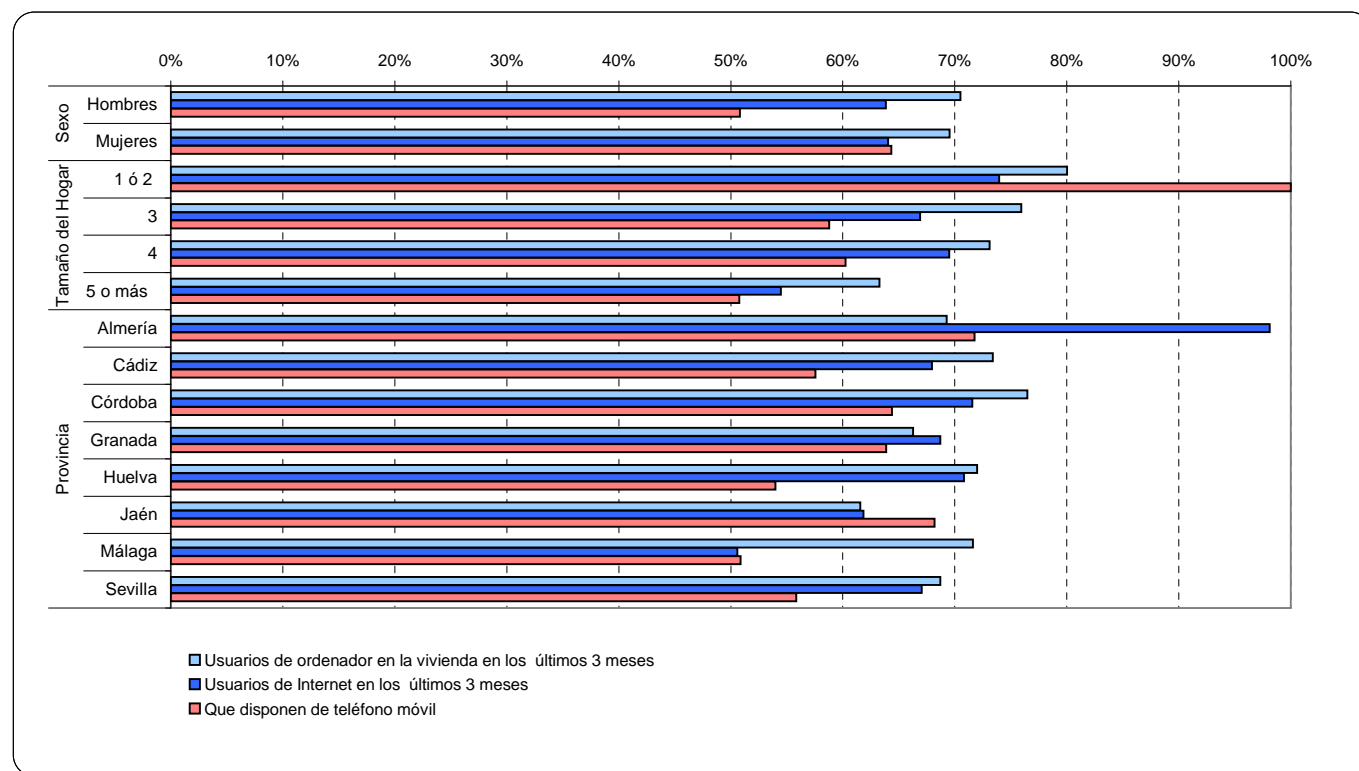


TABLA 3. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POR NIÑOS ENTRE 10 Y 14 AÑOS

3.1 Uso de ordenador, internet y teléfono móvil de niños entre 10 y 14 años por sexo, tamaño del hogar y provincia (%)

	Sexo		Tamaño del Hogar				Provincia							
	Hombres	Mujeres	1 ó 2	3	4	5 o más	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Usuarios de ordenador en la vivienda en los últimos 3 meses	70,5%	69,5%	80,0%	75,9%	73,1%	63,3%	69,3%	73,4%	76,5%	66,3%	72,0%	61,5%	71,6%	68,7%
Usuarios de Internet en los últimos 3 meses	63,8%	64,0%	74,0%	66,9%	69,5%	54,5%	98,1%	68,0%	71,6%	68,7%	70,8%	61,8%	50,6%	67,1%
Que disponen de teléfono móvil	50,8%	64,3%	100,0%	58,8%	60,2%	50,8%	71,8%	57,6%	64,4%	63,9%	54,0%	68,2%	50,9%	55,8%



3.2 Usos de internet en los últimos tres meses y lugar de utilización por niños entre 10 y 14 años según provincias (%)

	usuarios de Internet en los últimos 3 meses	Desde la Vivienda	Desde la vivienda de familiares y amigos	Desde el centro de estudios	Desde centros públicos	Desde cibercafés y similares	Desde otros lugares
Almería	68,0%	73,6%	42,0%	34,1%	14,4%	24,7%	1,0%
Cádiz	71,6%	53,9%	35,3%	32,6%	13,8%	15,0%	1,5%
Córdoba	68,7%	48,2%	49,6%	49,4%	34,8%	11,4%	7,8%
Granada	70,8%	48,2%	36,6%	44,4%	36,7%	29,1%	5,1%
Huelva	61,8%	42,6%	39,4%	45,2%	24,2%	16,0%	0,0%
Jaén	50,6%	35,7%	22,0%	43,3%	43,9%	15,8%	2,1%
Málaga	67,1%	59,6%	30,2%	37,8%	16,4%	15,4%	2,5%
Sevilla	55,4%	62,8%	30,0%	44,2%	18,5%	10,6%	4,0%

