



Arranca la 15ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet

NAVEGANTES EN LA RED CELEBRA SU 15º ANIVERSARIO COMO EL MAYOR ESTUDIO SOBRE EL USO DE INTERNET EN ESPAÑA

- La encuesta de AIMC ha sacado a la luz las claves del comportamiento de los usuarios que marcan tendencias en la Red.
- Más de 550.000 respuestas de los usuarios en todas sus ediciones hacen de “Navegantes en la Red” el estudio sobre Internet con mayor muestra de nuestro país.
- La participación en las redes sociales y la descarga de aplicaciones en teléfonos móviles y tablets, entre las novedades de la encuesta en 2012.

Madrid, 19 de octubre de 2012.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), gestora de importantes estudios de audiencia en España (entre otros, el EGM), ha puesto en marcha su **15ª Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**. Este estudio, considerado el de mayor muestra sobre Internet y su uso en España, conmemora en esta edición su larga trayectoria como la herramienta de referencia para conocer cuál ha sido el pulso de internet en España desde 1996, la evolución de las tendencias digitales más punteras y el rumbo que ha seguido la comunidad online en estos quince años de historia.

Los resultados de esta 15ª edición se pondrán a disposición de la comunidad 2.0 a principios de 2013 en la web de AIMC, donde actualmente se pueden consultar de manera gratuita los estudios de todas las ediciones anteriores.

En todos estos años el estudio de AIMC ha mostrado la imagen más precisa de cómo ha sido el desarrollo de internet en España y de cómo la sociedad ha asumido su uso de una forma arrolladora. Si en los inicios de **Navegantes en la Red** en 1996 apenas unos pocos españoles tenían acceso a Internet (concretamente, el 1% de los mayores de 14 años), con el paso del tiempo, el estudio de AIMC ha mostrado cómo todos los usuarios han acogido la explosión de las redes sociales (a las que, al poco tiempo de su nacimiento en 2008, el 50,8% de los encuestados estaba registrado en alguna de ellas), o su preocupación por la seguridad en la red y el uso de plataformas de pago fiables, empleadas por el 44,5% de los Navegantes en el último estudio.

Pero también Navegantes en la Red plasma cuáles son los problemas más relevantes para los internautas y cómo han ido evolucionando en este tiempo. Por ejemplo, en 1999 el coste telefónico era el principal problema para el 67%; en 2003 fue el exceso de publicidad (76%); en 2005 la mayor preocupación fue la infección por virus (62%), y en 2009 la velocidad (55%).

El éxito de participación de la comunidad online en la encuesta de AIMC se ha incrementado año tras año, llegando en alguna edición a multiplicarse por cuatro las más de 10.000 respuestas obtenidas en la primera edición.

Hasta el próximo 9 de diciembre, los internautas podrán acceder a la encuesta tanto a través de la página web de AIMC (<http://www.aimc.es>) como haciendo clic en los banners colocados en los sitios web más visitados de nuestro país, entre los que destacan los principales medios de comunicación, portales, buscadores o universidades. Existirán versiones de la encuesta en castellano, catalán, gallego y euskera.

La radiografía más completa del internauta

Navegantes en la Red ofrece información al detalle sobre cuáles son los hábitos del internauta en nuestro país como, por ejemplo:

- **Desde hace cuánto tiempo se conecta a Internet y desde qué equipo:** si en 1996 sólo el 15% de los encuestados reconocía tener una antigüedad superior a los 2 años, en 2011 casi dos tercios de los encuestados tenía una experiencia como usuario de más de 10 años.

Los equipos de acceso a Internet se han diversificado. Si en 2001 el 98% usaba preferentemente el ordenador de sobremesa, en la actualidad este equipamiento se ve superado por el portátil (79,5%). Además, la conexión desde el teléfono móvil adquiere gran relevancia y se menciona en 2011 por cerca del 65% de los encuestados.

- **Cuál es su frecuencia de uso y qué servicios utiliza:** el 83% de los encuestados accedía al entorno online varias veces al día el pasado año, frente al 39% que lo hacía en 1996. El correo electrónico, utilizado por el 79,8% en el primer estudio de Navegantes, era el servicio más empleado por el 94,4% de los encuestados en 2011.
- **Qué tipo de cosas compra:** si en 1996 sólo el 19% de los internautas realizaron alguna compra a través de la Red, en 2011 dicho colectivo asciende al 87%. Los productos que más se compraban entonces difieren también bastante de los actuales. En los primeros años las compras predominantes tenían que ver con software, hardware, libros y música. A partir de 2006 las adquisiciones líderes empiezan a ser las escapadas o viajes planificados, mientras que en 2011, la compra de billetes de avión fue la más escogida por los encuestados (12,5% de menciones), así como la reserva de alojamiento (10,9%).
- **Qué problemas encuentra a la hora de utilizar la red:** el coste de internet (identificado por el 55,1%), el exceso de publicidad (escogido por el 52,5%) y la velocidad de conexión (representado por el 48,5%) son las principales quejas reconocidas por los usuarios, no sólo en el último estudio, sino a lo largo de todas las ediciones anteriores.

Pero la percepción ha ido cambiando a lo largo de los años. Así, el problema de la velocidad era mencionado en 1999 por más del 80%, y más del 75% se referían al coste telefónico o del proveedor de acceso.

Las claves de la irrupción de internet en nuestra vida cotidiana

Navegantes en la Red ha ido anticipando en cada edición lo que acontecería después en Internet a través de las opiniones y hábitos de uso de sus participantes, considerados en gran medida “marcadores de tendencias” en lo que se refiere a nuevas tecnologías.

En 1999 el estudio de **AIMC** ya apuntaba cómo nuestra distribución del tiempo libre, entre otros muchos aspectos de nuestra vida cotidiana, cambiaría gracias a la irrupción de Internet. Más de la mitad de los encuestados (concretamente, el 54,2%) reconocía dedicar menos tiempo a ver la televisión para conectarse a la Red, tendencia que se ha mantenido ascendente en las últimas ediciones hasta alcanzar el 60,2% en 2011.

También hemos podido observar gracias a este estudio cómo los usuarios han pasado de conectarse a Internet desde casa o desde el trabajo, a hacerlo prácticamente desde cualquier lugar en la actualidad. Si en 2002 (año en el que aparecía el primer Tablet PC) el 10% de los participantes de la encuesta ya utilizaban el teléfono móvil para acceder a la red, el pasado año esta cifra alcanzaba el 64%.

Nuestra forma de relacionarnos con los medios de comunicación también se ha modificado con el auge de internet. En 2007 (año en el que salió al mercado el primer Iphone), 1 de cada 2 internautas de **Navegantes en la Red** consideraban la Red su principal fuente de información de actualidad. En los dos últimos años Internet se ha convertido en la principal fuente de información para el 70% de los encuestados (frente al 53% registrado en 2008).

Novedades 2012: participación en redes sociales, apps. y almacenamiento en “la nube”

Siguiendo las últimas tendencias de la comunidad online, AIMC ha introducido en su 15ª Encuesta a Usuarios de Internet nuevos temas que interesan y preocupan a todos los usuarios y analistas de la Red, entre los que destacan los siguientes:

- La participación de los usuarios en las redes sociales: cuáles son sus grados de actividad, posibles problemas de reputación que pueden surgir a nivel personal y profesional, etc.
- Almacenamiento de archivos en la “nube” (tipo Dropbox, iCloud, SkyDrive, Google Drive,...) que permiten el acceso o sincronización desde distintos dispositivos.
- Incorporación de nuevas actividades que realizan los usuarios a través de Internet, destacando, entre otras, el acceso a las ediciones online de periódicos y revistas a través de visores (tipo Orbyt, Kiosco y Más,...).
- Uso y descarga de aplicaciones en teléfonos móviles y utilización de códigos QR (BiDi).
- Se incorporan nuevas opiniones de valoración sobre temas relevantes en Internet, como, la percepción sobre el uso del Tablet, la preocupación por el uso de los datos personales en la Red, el uso de “cookies”, etc.

En esta edición de **Navegantes**, **AIMC** cuenta con el patrocinio de **ODEC**. Además, entre todos aquellos que participen contestando la encuesta se sortearán un Ipad 3, dos videoconsolas (una Play Station Vita y una Xbox 360 con sensor Kinect) y dos estancias de fin de semana para dos personas en Paradores.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 158 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Sobre ODEC

ODEC es una empresa de servicios y aplicaciones informáticas con una larga y acreditada trayectoria de compromiso y servicio al cliente. Entre sus especialidades destacan soluciones diversas para áreas relacionadas con el tratamiento de la información: en captura especializada de datos (digitalización y gestión documental), como outsourcing de encuestas telefónicas (CATI) y por Internet (CAWI), la gestión de información de satisfacción del clientes (EFM), un completo soporte para acciones de marketing (fulfillment, normalización de datos, tarjetas de fidelización), desarrollo de aplicaciones ad-hoc (portales corporativos, CRM) y una amplia gama de servicios TIC a través de su Centro Tecnológico (hospedaje web, help-desk).

Para más información visite:

<http://www.aimc.es>

<http://www.odec.es>