AIMC presenta los resultados de su 10ª Encuesta a Usuarios de Internet

Casi la mitad de los entrevistados se sitúa a favor de promover el desarrollo de las redes de intercambios de archivos P2P

- **1 de cada 2 internautas considera Internet su fuente principal de información**
- **El ordenador portátil y la videoconsola ganan terreno como equipos de acceso a Internet**
- **Descenso del número de encuestados que utilizan Outlook e Internet Explorer respecto al pasado año**

Madrid, 20 de febrero de 2008.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), gestora de los más importantes estudios de audiencia en España, entre otros el EGM, ha presentado los resultados de la **10ª Encuesta a Usuarios de Internet (Navegantes en la Red),** disponibles (así como los de las nueve anteriores) en su página web (http://www.aimc.es).

El principal propósito de la Encuesta es conocer al detalle el perfil de los internautas, ya que en la actualidad el 26,9 % de la población mayor de 14 años usa a diario Internet y esta cifra se incrementa cada año. Como en anteriores ocasiones, esta iniciativa no tiene ningún carácter comercial y se realiza con la única ambición de conocer, y luego divulgar, la situación y comportamientos de los internautas, así como las aplicaciones y sistemas que gozan de mayor éxito a través de la Red.

'Navegantes en la Red' despierta un gran interés entre numerosos públicos y una muestra de ello es su incremento de participantes en cada edición (más de 41.000 respuestas válidas en esta edición frente a las 10.000 de la primera edición).

La Encuesta de Usuarios de Internet activa en la red durante los meses de octubre a diciembre, se ha impuesto como uno de los estudios fundamentales para analizar y conocer el comportamiento del usuario de Internet de nuestro país, hacia dónde evoluciona su conducta, con qué problemas se encuentra, cómo se relaciona a través de la red o qué aplicaciones y sistemas gozan de mayor éxito.

AIMC pone especial interés en la actualización anual del estudio para ofrecer respuestas sobre las nuevas áreas que se desarrollan en la Red, entre ellas:

- P2PTV (Programas para ver, a través de Internet, canales de TV – nacionales o extranjeros - con calidad aceptable)
- Recepción de noticias mediante RSS.
- Los nuevos 'Mundos Virtuales' (Ej.: Second Life)

Comportamiento y preferencias en la red

El acceso a blogs se ha convertido en la actividad de Internet que más se ha incrementado en el último año con una subida de 4 puntos porcentuales (39,5% al

43.5%). La Red continua siendo uno de los principales medios para informarnos de la actualidad como confirman un 50% de los encuestados que lo consideran su fuente principal de información.

En cuanto a la forma de pago preferida por los internautas, la tarjeta de crédito continúa en su posición de liderazgo (73%). Las plataformas de pago (PayPal, Moneybookers, Click&Buy…) se están convirtiendo en una forma de pago alternativa ya que en la actualidad son utilizadas por el 23% de los usuarios.

Las redes de intercambio de archivos P2P cuentan con el apoyo de casi el 50% de los encuestados que apuestan por promover su desarrollo frente al 1,8% que 'prohibirían y perseguirían legalmente esta práctica'.

A pesar de su novedad, los programas P2PTV (Zattoo, Soapcast,…) están recibiendo muy buenas críticas y un 28% de los internautas los utiliza al menos ocasionalmente.

El navegador Mozilla Firefox/Mozilla continúa su ascenso (del 23,9% al 26,8%) en número de internautas frente al Microsoft Internet Explorer que desciende 3 puntos porcentuales (hasta el 70,7%), aunque mantiene su liderazgo.

Microsoft también ve descender la utilización del Outlook por segundo año consecutivo como programa de correo preferente (del 47.9% en la edición de 2005, al 40.6% en 2006 y en esta edición descendiendo hasta el 36,5%).

Conexión a Internet

Los equipos para conectarse a Internet experimentan una creciente diversificación. Aunque predomina el ordenador de sobremesa (un 92% se suele conectar a través del mismo), crece el porcentaje que se conecta a través de ordenador portátil (de 51,1% al 59,9%). Se estabilizan respecto a la anterior edición el teléfono móvil (del 20,5% al 20.3%) y la PDA (9,3% al 10,4%) y la videoconsola se incrementa en más de 3 puntos porcentuales (del 8,3% al 12,9%).

La conexión a través de redes inalámbricas WiFi continúa su expansión. La mayoría de los internautas poseen este tipo de conexión en su casa (un 52,9% frente al 44,4% de la edición anterior), desde el trabajo se incrementa del 14,9% al 17,5% y desde otro sitio se pasa del 16.9% al 20.7%. En consecuencia, el porcentaje de internautas que no se conectan desde redes WiFi (desde ningún sitio) desciende 44,4% al 34,1%.

La velocidad de conexión se eleva en los hogares, los 3 megas se sitúan como la opción predominante en esta edición (31,4%) frente a 1 mega de la anterior (que desciende al 17,6% desde el 41,5%). Aquellos que tienen 6 o más megas aumentan 6 puntos porcentuales y se sitúan en el 16,2%.

A pesar de los datos anteriores, los internautas comienzan a considerar un problema el coste del acceso (del 43,9% reflejado en al edición anterior al 49,5% de esta) así como la velocidad de Internet (del 50,4% al 54,5%)

Desciende la preocupación por la recepción de demasiada publicidad

Respecto al año pasado la preocupación ante la recepción de 'demasiada publicidad' desciende del 61.8% al 58.0% aunque sigue percibiéndose por los internautas como el principal problema de la Red

En relación al spam, en el último año se ha reducido su presencia, ya que los que reciben 26 o más mensajes de este tipo a la semana descienden del 45,4% al 39,2%) Aunque se eleva ligeramente el porcentaje de los que utilizan filtros antispam (se pasa del 76,1% al 77,9%)

Patrocinador y Colaboradores

Para esta décimo edición de la encuesta, AIMC ha contado con el patrocinio de ODEC y con la colaboración de Páginas Amarillas, que ha donado los premios que se han sorteado entre los participantes, y de ARGO Redes y Servicios Telemáticos, que ha proporcionado el soporte técnico-informático.

Asimismo, han colaborado con AIMC más de 300 sitios web (entre medios de comunicación, portales-buscadores, universidades, etc.), que han accedido a colocar un banner de acceso a la encuesta en sus páginas web.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 168 empresas asociadas, entre las que destacan 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.

Direcciones de interés:

http://www.aimc.es