



AIMC presenta los resultados de su 11ª Encuesta a Usuarios de Internet

La mitad de los internautas españoles están enganchados a las redes sociales

- Aumenta el uso del móvil y de la consola como dispositivos de acceso a Internet
- Casi un 60% de los encuestados continua percibiendo el exceso de publicidad como el principal problema de la red
- El 67% de los usuarios se siente seguro realizando transacciones económicas cibernéticas
- Internet Explorer desciende cerca de un 10% respecto al 2007

Madrid, 26 de febrero de 2009.- [AIMC](http://www.aimc.es) (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 **11ª Encuesta a Usuarios de Internet (Navegantes en la Red)**, disponibles (así como los de las diez ediciones 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 más del 45% de la población mayor de 14 años usa 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 en esta edición vuelve a obtener más de 40.000 respuestas válidas frente a las 10.000 de la primera edición realizada en 1.996.

El estudio ‘Navegantes en la Red’ activo 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](http://www.aimc.es) pone especial interés en la actualización anual del estudio para ofrecer respuestas sobre las nuevas áreas que se desarrollan en la Red, entre ellas:

- La instauración de las redes sociales
- Las descargas gratuitas por internet
- Seguridad digital
- Acceso multidispositivo
- Visualización online de videos y descarga de emisiones de televisión

Los españoles, seducidos por las redes sociales

La mitad de los internautas españoles, un 50,8%, está registrado en alguna de red social como Tuenti o Facebook. Una cuarta parte, 23,4%, está inscrito en más de una



y las relaciones personales se sitúan como el uso principal de este fenómeno (71,7%) seguido de compartir hobbies (32,6%) y las relaciones laborales.

De hecho, el uso de las redes sociales es intenso, ya que más de un cuarto de los entrevistados las usa a diario y un 41% se conecta al menos una vez a la semana. Cabe destacar que en el estudio de 'Navegantes en la Red' del año 2007 Facebook y Tuenti se encontraban en las posiciones 72 y 159, del ránking de páginas web; tal ha sido su auge, que en tan sólo un año, han pasado a ocupar las posiciones 8ª y 10ª, respectivamente.

La web participativa

En el **entorno 2.0** la participación de los usuarios es fundamental en Internet. En el estudio observamos como cerca de la mitad de los internautas (un 46%) contribuye con contenidos propios a la web: bien en forma de fotos (el 32.9% de los entrevistados ha subido alguna imagen a la red en el último mes); seguida de textos (20.3%) y vídeos (9.6%).

Y es que los **videos** en la red ganan protagonismo a una velocidad vertiginosa, ya que el 62,8% de los internautas han visionado algún video de manera online en el último mes, lo que sitúa a Youtube como la séptima página más visitada.

Los **blogs** también juegan un papel importante para los internautas: un 63,4% de los encuestados ha visitado algún blog, en tanto que un 25,4% ha accedido a blogs de carácter profesional, lo que pone de manifiesto la gran importancia de las bitácoras en el mundo laboral.

La prensa cuenta cada día con más seguidores, ya que el 57.2% de los entrevistados lee tanto los periódicos digitales como su versión impresa, aunque hay algunos que prefieren sólo la edición electrónica (22.9%) o sólo la tradicional (13.5%)

Por otro lado, hay que reseñar que la **seguridad** es un tema muy importante para los internautas. Más del 80% de los equipos de los entrevistados tiene instalados sistemas de seguridad para proteger sus archivos y programas. En el 65.5% de los casos la instalación la realiza el propio entrevistado y en un 15,9% no lo hace él directamente, sino que lo lleva a cabo un tercero.

Conexión a Internet

Los nuevos dispositivos como el teléfono **móvil**, la **videoconsola** y la **PDA** son cada vez más utilizados como equipos para conectarse a la Red y su aceptación entre el público está creciendo considerablemente en los últimos años. Mientras que el año pasado el acceso diario a Internet con estos aparatos se situaba en el 7.7%, este año casi se duplica, alcanzando el 14.3%.

Las conexiones inalámbricas **wifi** también continúan expandiéndose. Hay que resaltar que el porcentaje de internautas que no se conectan a Internet a través de este tipo de redes wifi disminuye del 34.1% al 26,2%. Además del tipo de conexión, destaca la velocidad de acceso desde casa. Los internautas se decantan por la opción de 6 megas (pasan del 7.1% al 25,4%), alcanzando los mismos niveles que la de 3 megas



El coste se ha convertido en un tema que cada vez preocupa más a los internautas. Actualmente se sitúa como la 2ª preocupación (ascendiendo desde el 4º puesto que ocupaba el pasado año) y aumenta del 49.5% al 55,4%. Un año más, el exceso de publicidad continua siendo el mayor problema percibido por los usuarios (57.7%)

Internet como medio de pago

La forma más común de pago en la Red continúa siendo la tarjeta de crédito, usada por el 75% de los usuarios. Por otro lado, las plataformas de pago (Paypal, ePagado, Moneybookers...) siguen en alza y se sitúan como segunda opción para el desembolso económico, superando al contra reembolso y las transferencias.

Y es que Internet se ha convertido en un medio indispensable a la hora de hacer transacciones económicas. Un 66.8% de los encuestados se sienten seguros a la hora de realizar operaciones bancarias cibernéticas, lo que supone 3.5 puntos más que el año anterior); mientras que el 68.1% confían en la tarjeta de crédito para realizar pagos en la Red.

Internet Explorer cae

Por último, MSN/Windows Live Messenger desciende casi 4 puntos (del 64,8% al 60.9%) aunque continua manteniendo su aplastante liderazgo, pues el siguiente soporte de mensajería instantánea, Skype, tan sólo es usado por el 5,4% de los encuestados.

Otro descenso notable, aunque continúa manteniendo la primera posición como navegador líder, es el de Internet Explorer que cae casi 10 puntos respecto al pasado año (del 70.7% al 61.4%). Mozilla Firefox ocupa la segunda posición y ya es usado por un 33.7% frente al 26.8 de la edición anterior.

Patrocinador y Colaboradores

Para esta undécima edición de la encuesta, [AIMC](#) ha contado con el patrocinio de la empresa de servicios [ODEC](#), 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-buscadors, 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.



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).

Direcciones de interés:

<http://www.aimc.es>

<http://www.odec.es>