



AIMC presenta los resultados de su 12ª Encuesta a Usuarios de Internet

## ‘Navegantes en la Red’ muestra una exhaustiva radiografía del perfil de los internautas españoles

- Las redes sociales no paran de crecer, un 71% de la población internauta está registrado en alguna de ellas
  - Las redes P2P pierden fuerza
  - Un tercio de los españoles se conectan a Internet desde el móvil
- Casi el 70% de los internautas consultan opiniones de otras personas sobre productos/servicios en la Red y un 43% les concede gran confianza
- 3 de cada 4 españoles confían en la Red a la hora de hacer transacciones económicas y la considera segura
  - Más del 40% de los internautas ya ha utilizado la firma electrónica

Madrid, 26 de febrero de 2010.- 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 **12ª Encuesta a Usuarios de Internet (Navegantes en la Red)**, disponible (así como los de las once ediciones anteriores) en su página web ( <http://www.aimc.es> ).

‘**Navegantes en la Red**’ despierta un gran interés entre numerosos públicos y en esta edición obtiene más de 36.000 respuestas válidas frente a las 10.000 de la primera edición realizada en 1.996, lo que lo convierte en el **estudio sobre Internet más antiguo y con mayor muestra del mercado español.**

Éste estudio es uno de los más representativos a la hora de conocer los hábitos y opiniones sobre Internet en España y ha ido anticipando a lo largo de los últimos 14 años lo que ha acontecido después en la Red. Las principales razones de la importancia de ‘**Navegantes en la Red**’ son que, además de contar con la mayor muestra del mercado español, la encuesta está realizada por internautas activos que voluntariamente dan su opinión a través de casi 400 sitios webs, entre ellos los más visitados del país. De este modo son los más expertos, los usuarios activos de la Red, los que muestran por donde se va a comportar la sociedad española.

AIMC pone especial interés en la actualización anual del estudio para ofrecer respuestas sobre los usos ciudadanos que se desarrollan en la Red, entre ellos:

- El ‘**boca a boca**’ en internet: ¿realmente los españoles se fían de los comentarios y opiniones que leen en la red?
- Contenidos en Internet protegidos por **copyright** (música, películas, software,...) ¿Qué opinan los internautas?
- El uso de **internet a través del móvil**



- Uso de la **firma electrónica**
- Las actividades de los internautas en internet en los últimos 30 días

### **Los españoles, seducidos por las redes sociales**

---

Casi 3/4 de los internautas españoles, 71,3%, confirman que las redes sociales no son una moda pasajera y que continúan aumentando a pasos agigantados. Respecto a 2008 se observa un aumento de usuarios en las redes sociales de 20,5 puntos porcentuales, siendo Facebook y Tuenti las más populares con 61,7% y 20,8% de entrevistados registrados. Las relaciones personales se sitúan como el uso principal de este fenómeno (79,3%) seguido de compartir hobbies (27%) y las relaciones laborales (23,6%).

De hecho, el uso de las redes sociales se intensifica, ya que casi la mitad de los entrevistados (43,5%) las usa a diario y un 59% se conecta al menos una vez a la semana.

### **El 'boca a boca' se apodera de la red para crear opinión**

---

La red se ha convertido en una fuente de información imprescindible y muestra de ello es que el 69% de los usuarios la ha utilizado en los últimos 30 días para consultar opiniones de otras personas acerca de distintos productos / servicios y un 43,2% confían en la veracidad de la información consultada. Por otra parte, más del 30% ha colgado algún comentario en la Red y las opiniones sobre algunos productos y servicios son bastante ecuanímenes, pues el 22% comparte tanto lo positivo como lo negativo.

### **El móvil gana terreno al portátil y al ordenador de sobremesa**

---

El teléfono móvil ya se sitúa como el tercer dispositivo, con un 33% de usuarios, más utilizado por los españoles para conectarse a la Red. Las actividades más comunes que se realizan en Internet a través del teléfono móvil son la navegación y el uso del correo electrónico (36% y 31% respectivamente). Otras actividades realizadas por Internet a través del móvil son la visualización de videos tipo YouTube (12%), colgar fotos en la Red (6%) y subir videos (1,5%).

### **Contenidos protegidos por copyright ¿los grandes odiados de los internautas?**

---

Al preguntar a los internautas por los contenidos protegidos por copyright (música, películas, software...) el modelo elegido por un 61.4% es el acceso gratuito sin cortes publicitarios: el 39,5% justifica esta elección por existir ya un 'canon por copia privada', mientras que el 21,9% cree que además se debería eliminar ese canon.

Por otro lado, la posibilidad de cortar el acceso a aquellos internautas que se descarguen gratuitamente contenidos protegidos por copyright es muy impopular, pues el 61,3% de los entrevistados están en total desacuerdo.



## Los usuarios ya no descargan contenidos, los visualizan en la Red

Tras varios años de subida, se confirma la tendencia decreciente iniciada en 2007 del uso de las redes P2P: 45,8% (2006), 41,3% (2007), 36,2% (2008) y 26,6% (2009). Seguramente esto se debe a la alta penetración que ha alcanzado el fenómeno de escuchar música o ver películas / series directamente online (sin descargar): un 56,9% de los entrevistados afirma haber escuchado música en el último mes y un 41,8% reconoce haber visto alguna película/serie.

El fenómeno de 'radio a la carta' –programas que tienen en cuenta las preferencias musicales del usuario para ofrecerle escuchar a través de internet canciones que encajen con sus gustos musicales- aumenta del 30,2% al 40,1%.

## La Red como principal medio de información

Si analizamos la **lectura de periódicos**, los hábitos de los usuarios están cambiando. Los entrevistados que leen únicamente la versión electrónica de los diarios ascienden del 22,9% al 29,4% y descienden 4 puntos los que tan sólo leen la prensa impresa pasando de 13,5% a 9,4%. No obstante, siguen siendo mayoría aquellos que leen ambas versiones (55,2%) y muy pocos (5,5%) los que no leen ninguna.

Destaca el aumento de la importancia de Internet para mantenerse **informado de la actualidad**, ya que el 64,2% de los encuestados (frente al 53,1% que se registró en la pasada edición) la destacan como su fuente principal.

## Los usuarios ya no perciben el exceso de publicidad como el principal problema de Internet

Los dispositivos móviles 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 hace dos años el acceso diario a Internet con estos aparatos se situaba en el 7,7%, este año casi se triplica, alcanzando el 20,8%. Destaca el aumento del teléfono móvil como dispositivo para conectarse a la red siendo usado ya por el 32,7% de los encuestados, casi 10 puntos más que en la pasada edición.

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 26,2% al 17,9%. Además del tipo de conexión, destaca la **velocidad de acceso** desde casa. Los internautas se decantan por la opción de 6 megas (pasan, en tan sólo 2 años, del 7,1% al 32,4%). Los 3 megas sufren un descenso de 6 puntos pasando en un año de 25,4% al 19,3% y, en el extremo opuesto, destacamos el incremento de los usuarios de 8 megas o más que aumentan 9 puntos y representan ya el 24% de los entrevistados.

A diferencia del año pasado, el exceso de publicidad no se percibe como el principal problema, situándose en el tercer puesto y mostrando un descenso de casi 5 puntos respecto a la pasada edición (57,7% a 52,9%), a pesar de que un 59,5% cree que ha aumentado la publicidad en la red con respecto al 2008. La velocidad de conexión se ha convertido en un tema que cada vez preocupa más a los internautas situándose como el principal problema que identifican más de la mitad de los encuestados



(54,7%). Actualmente, la 2ª preocupación, el coste, desciende mínimamente del 55,4% al 53,7%.

### **La firma electrónica se abre paso en Internet**

---

La forma más común de pago en la Red continúa siendo **la tarjeta de crédito**, usada por el 79,5% de los usuarios. Por otro lado, las plataformas de pago (Paypal, Click&Buy, Moneybookers...) siguen en alza y, con un crecimiento de siete puntos en relación al año pasado, se sitúan como segunda opción para el desembolso económico (35,6%), superando al contra reembolso (22,6%) y las transferencias (21,7%). Sin embargo el pago a través del móvil no termina de despegar y tan sólo es utilizado por el 1,2% de los encuestados.

Por otro lado, hay que reseñar que la seguridad en Internet es un tema muy importante para los internautas sobre todo a la hora de hacer transacciones económicas. La **confianza en la Red** al realizar este tipo de operaciones crece cada año, ya son un 74,3% los que la consideran con un alto grado de seguridad. Un 73,8% confían en las tarjetas de crédito para realizar sus pagos por internet.

Cada vez se hace más frecuente el uso de **la firma electrónica** por parte de los usuarios. Un 42% ya la ha usado alguna vez, un 13% hizo uso de la misma en la última semana y un 23,5 en el último mes

### **Crecen los nuevos navegadores**

---

Por último, MSN/Windows Live Messenger desciende casi 8 puntos (del 60,9% al 53,3%) aunque continúa manteniendo su liderazgo, pues el siguiente soporte de mensajería instantánea, Skype, tan sólo es usado por el 7,8% de los encuestados, a pesar de haber ascendido 2,4 puntos con respecto al pasado año.

Otro descenso notable por segundo año consecutivo, aunque continúa manteniendo la primera posición como navegador líder, es el de Internet Explorer que cae otros 10 puntos respecto al pasado año (del 61,4% al 51,4%). El navegador ha sufrido un descenso de 20 puntos porcentuales en los dos últimos años. Mozilla Firefox ocupa la segunda posición y ya es usado por un 37,6% frente al 33,7% de la edición anterior. Google Chrome gana adeptos y se coloca en tercer lugar con el 7% de cuota.

Si nos fijamos en el sistema operativo que usan los usuarios, casi un 65% de los encuestados utilizan Windows XP, seguido de Windows Vista que es utilizado por un 22,3% de los entrevistados y el recién estrenado Windows 7 que ya alcanza un 4,9% de la cuota.

### **Patrocinador y Colaboradores**

---

Para esta duodécima 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 casi 400 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.

## **Navegantes en la Red**

---

El principal propósito de la Encuesta es conocer al detalle el perfil de los internautas. 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.

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

### **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).

Para más información visite [www.aimc.es](http://www.aimc.es) y [www.odec.es](http://www.odec.es)