

AIMC presenta los resultados de su 7ª Encuesta a Usuarios de Internet

El 46% de los internautas ha iniciado una relación a través de la red

- El estudio sobre Internet ha batido un nuevo record con más de 50.000 respuestas, 10.000 más que el año anterior.
- Casi la mitad (46.3%) de los internautas han establecido nuevas relaciones a través de la red.
- Se incluyen nuevos tipos de acceso a Internet en casa: PLC, LMDS, vía satélite.

Madrid, 11 de febrero de 2005.- 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 **7ª Encuesta a Usuarios de Internet (Navegantes en la Red)**, disponibles (así como los de las seis anteriores) en su página web (<http://www.aimc.es>).

Esta encuesta, activa en la red durante los meses de octubre a diciembre del pasado año, ha obtenido más de 50.000 respuestas, superando en más de 10.000 al año 2003, a través de las cuales se analizan los nuevos hábitos de consumo de los internautas.

Con el objetivo de actualizar el estudio y evolucionar con el uso de la propia red, AIMC ha introducido los temas más candentes de este último año en el cuestionario, como la creación y utilización de los weblogs/bitácoras, instalación de barras de herramientas en el navegador, la inclusión de nuevos tipos de acceso a Internet desde casa o el establecimiento de nuevas relaciones personales a través de Internet

Novedades

En cuanto a los resultados de las nuevas cuestiones planteadas, cabe destacar, que más de la mitad (56.9%) de los internautas tiene instalada alguna barra de herramientas (tipo Google, MSN) y existe un alto porcentaje de personas (55.8%) que han consultado callejeros/mapas en los últimos 30 días.

Además, las respuestas confirman que Internet no sólo se utiliza para comunicarse con otras personas, sino que sirve como medio de relaciones sociales. Casi la mitad de los usuarios (46.3%) han establecido nuevas relaciones personales a través de la red y muchos de ellos (61.6%) han trasladado esas relaciones incluso fuera de Internet.

Un internauta cada vez más maduro

Como ya se anticipaba en la última edición, los usuarios de Internet están alcanzando un elevado nivel de madurez en la utilización de la red, siendo la mayoría (51.9%) internautas desde hace 5 años o más.

Los servicios más utilizados siguen siendo la navegación y el correo electrónico, pero este año, se puede resaltar que el internauta utiliza, cada vez más, las nuevas herramientas de comunicación online, como demuestra el aumento la utilización de la Mensajería Instantánea.

Continúa la escalada del ADSL en los hogares (51.3% frente a 42.8% de 2003), que ya es la tecnología utilizada por la mayoría. El cable, aunque en menor medida, también aumenta (del 17.8% al 22.0%), situándose a la altura de la línea telefónica convencional, que disminuye del 35.3% al 23.3%. Escasa penetración aún en el hogar de los nuevos tipos de acceso a Internet: PLC (red eléctrica), Vía Satélite y LMDS (Vía radio), que suponen un 0.2% cada uno. Por otra parte, ha aumentado la conexión a través de redes inalámbricas Wi-Fi (de 13.4% a 28.3%).

La utilización de la red para trabajar con bancos se incrementa 5 puntos porcentuales (del 59.4% al 64.4%). Sobre las actividades en Internet, las más usuales siguen siendo las búsquedas y la lectura de noticias.

Disminuye el spam

Por primera vez disminuye el número de entrevistados que considera un problema la "Demasiada publicidad" (67.1% frente al 76.0% del año anterior), aunque continúa siendo el problema más mencionado. Una de las causas que puede haber contribuido a este descenso es el aumento del uso de programas/sistemas para combatirlos como: evitar *pop-ups* (del 29.2% al 55.9%), filtrar/eliminar *spam* (del 41.1% al 64.2%) o eliminar *banners* (del 20.1% al 41.0%). También por primera vez, se reduce la frecuencia con la que el usuario se ve bombardeado por el *spam* (los que reciben más de 50 mensajes no solicitados/deseados semanales pasan de 24.8% a 19.7%).

El segundo punto negativo destacado por los usuarios es la infección por virus, cuyo porcentaje se ha elevado sensiblemente (del 54.2% al 63.0%) y que obliga al internauta a instalar programas de detección y protección contra éstos con fin de salvaguardar la información que poseen en sus ordenadores. Este problema ha superado en importancia a la velocidad, que retrocede de 62.2% a 57%.

La mayoría de internautas compra en Internet

La compra a través de Internet continúa la línea ascendente (del 58.2% de 2003 al 63.7% han comprado alguna vez en el último año), siendo las más frecuentes los billetes (de avión, tren,...), el hardware y las entradas para espectáculos. Los usuarios empiezan a confiar en la seguridad de la compra por Internet y este año asciende de 43.9% a 49.9% el número de personas que han hecho más de una compra a través de la red.

Colaboradores y Patrocinadores

En esta edición han colaborado con AIMC un total de 269 sitios web (entre medios de comunicación, portales-buscadores, universidades, etc.), accediendo a colocar un banner de acceso a la encuesta.

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

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 156 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 publicidad, 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.