



AIMC presenta los resultados de su 13ª Encuesta a Usuarios de Internet

‘Navegantes en la Red’ muestra, por decimotercer año consecutivo, una exhaustiva radiografía del perfil de los internautas españoles

- El coste de Internet: principal problema para los internautas españoles
- Las redes sociales, un fenómeno que continúa en ascenso: un 60,3% de la población internauta se conecta a ellas diariamente
 - Descienden, por cuarto año consecutivo, el uso de las redes P2P
- La Red vuelve a destacar como principal fuente de actualidad de los internautas
 - Sigue creciendo la velocidad de Internet
 - Se diversifica el mundo de los navegadores
- La tarjeta de crédito: la reina de las transacciones económicas en la Red

Madrid, 25 de febrero de 2011.- 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 **13ª Encuesta a Usuarios de Internet (Navegantes en la Red)**, disponible (así como los de las doce 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 casi 40.000 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.**

Este 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 15 años lo que acontecía 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 más de 350 sitios webs, entre ellos los más visitados del país. De este modo son los más expertos, los usuarios activos de la Red, los que anticipan por dónde van a evolucionar los usos de Internet

AIMC pone especial interés en la actualización anual del estudio para ofrecer respuestas sobre los usos ciudadanos que se desarrollan en la Red. Este año, entre otras áreas de investigación, destacan:

- ¿Qué opinan los usuarios de la privacidad en las redes sociales?
- Percepción sobre las tarifas planas
- El impacto de los móviles en la red: operaciones bancarias, redes sociales, etc.
- Ordenadores tipo tablet / iPad: usos y costumbres del último objeto de deseo tecnológico.

En España internet sigue siendo caro

La primera posición del ranking de problemas de este año la ocupa, en estos tiempos de crisis, por primera vez, el coste de conexión a la Red con el 57,8%, 4,1 puntos más que hace tan sólo un año.

La velocidad de conexión pasa en esta edición a ocupar el segundo lugar del ranking, siendo destacada como problema por un 52,5% de los encuestados, que desciende ligeramente frente al 54,7% de 2009.

Los españoles no pueden vivir sin las redes sociales

Algo menos de dos tercios de los internautas españoles, 60,3%, confirman que las redes sociales no son una moda pasajera y que diariamente se conectan a ellas. Las redes sociales han experimentado en los últimos 2 años un espectacular aumento si comparamos los datos de este año con el 43,5% de hace un año y el 28,6% de 2008.

Facebook continúa manteniendo su hegemonía al ser utilizado por el 90% de los usuarios de redes sociales en los últimos 30 días. Tuenti mantiene la segunda posición, aunque ha descendido respecto a la pasada edición, del 30,1% al 26,2%; y Twitter escala a la tercera posición con un ascenso de casi 10 puntos porcentuales, del 12,7% al 21,9%.

Las relaciones de amistad se sitúan como el uso principal de este fenómeno incrementándose casi 3 puntos desde 2009 (del 82,3% al 84,9%), seguido de compartir hobbies (33,3%) y las relaciones laborales, que muestran un notable aumento y pasan del 24,4% al 31,1%.

El uso de los móviles para conectarse a Internet, en plena efervescencia

El teléfono móvil mantiene su imparable ascenso siendo ya la mitad de los internautas, concretamente un 49,7%, los que se conectan a Internet con este dispositivo. Las actividades más comunes que se realizan en Internet a través del teléfono móvil son la navegación y el uso del correo electrónico (81,3% y 78,7% respectivamente).

Otras actividades realizadas por Internet a través del móvil son el acceso a redes sociales, mencionado por el 53,5%, lectura de noticias de actualidad (47,8%), mensajería instantánea (36,3%), consultas o transacciones bancarias (25,5%). La visualización de videos tipo YouTube ha aumentado 10 puntos en tan sólo un año, pasando del 26,3% al 37,1%, colgar fotos en la Red (23,7%) y subir vídeos (5,1%).

Los dispositivos móviles como el teléfono móvil, la videoconsola portátil o los ordenadores tipo tablet 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 tres años el acceso diario a Internet con estos aparatos se situaba en el 7,7%, el pasado año se situaba en el 20,8% y este año se duplica alcanzando el 44.1%

Contenidos protegidos por copyright, un modelo rechazado por los internautas

Al preguntar a los internautas por los contenidos protegidos por copyright (música, películas, software...) el modelo elegido por un 54% es el acceso gratuito sin cortes publicitarios, aunque baja más de 7 puntos respecto al pasado año: el 33,2% justifica esta elección por existir ya un 'canon por copia privada', mientras que el 20,8% cree que además se debería eliminar ese canon.

Por otro lado, el 'acceso gratuito intercalando publicidad' y el 'acceso de pago a precios razonables' son las preferidas para un 24,8% y un 20,4% respectivamente. Por otro lado, el canon cada vez es más impopular ya que el 63% (+5.5 puntos respecto al pasado año) de los encuestados se muestra muy en desacuerdo.

Descienden por cuarto año consecutivo el uso de las Redes P2P

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), 26,6% (2009) y 21,4% (2010). Este cambio tan marcado se debe a la alta penetración que ha alcanzado el fenómeno de escuchar música o ver películas / series directamente de manera online (sin descargar): un 50,7% de los entrevistados afirma haber escuchado música en el último mes y un 34,6% reconoce haber visto alguna película/serie.

La Red como principal fuente de actualidad de los internautas

En los últimos tiempos internet ha irrumpido en la sociedad modificando muchos aspectos de nuestra vida cotidiana y, como no podía ser de otra manera, también ha alterado nuestra forma de relacionarnos con los medios de comunicación. Si analizamos la **lectura de periódicos**, los hábitos de los usuarios están cambiando. En los últimos dos años los entrevistados que leen únicamente la versión electrónica de los diarios ascienden del 22,9% al 32,1% y descienden más de 6 puntos los que tan sólo leen la prensa

impresa pasando de 13,5% a 7,3%. No obstante, siguen siendo mayoría aquellos que leen ambas versiones (54,8%) y muy pocos (5,6%) los que no leen ninguna.

Destaca el aumento de la importancia de Internet para mantenerse **informado de la actualidad**, ya que el 69,5% de los encuestados (frente al 64,2% registrado en 2009 y el 53,1% de 2008) la destacan como su fuente principal.

Sigue creciendo la velocidad de Internet

En la **velocidad de acceso** desde casa de los internautas vemos como un 28% disponen de 6 megas, mientras que los 10 megas duplican su presencia respecto al pasado año, ocupando el segundo lugar con un 15,8%.

La reina de las transacciones económicas en la Red: la tarjeta de crédito

La forma más común de pago en la Red continúa siendo la tarjeta de crédito, usada por el 78,9% de los usuarios. Por otro lado, las plataformas de pago (Paypal, Click&Buy, Moneybookers...) siguen en alza y, con un crecimiento de veinte puntos en relación a hace tres años, se sitúan como segunda opción para el desembolso económico (42,4%), superando al contra reembolso (22,5%) y las transferencias (18,4%).

Por otro lado, debemos reseñar la importancia de la seguridad en Internet a la hora de hacer transacciones económicas. La confianza en la Red al realizar transacciones bancarias crece cada año. El 79,5% de los encuestados tiene una alta seguridad en relación a estas operaciones bancarias en la Red (+11,4 puntos que hace dos años). Un 76,1% confían en las tarjetas de crédito para realizar sus pagos por internet, 9,3% puntos más que en 2008.

Se diversifica el mundo de los navegadores

Otro descenso notable, aunque continúa manteniendo la primera posición como navegador líder por poca diferencia, es el de Internet Explorer, que cae más de 13 puntos respecto al pasado año (del 51,4% al 37,7%). El navegador ha sufrido un descenso de más de 23 puntos porcentuales en los dos últimos años. Mozilla Firefox ocupa la segunda posición a muy poca distancia y ya es usado por un 36,6%. Google Chrome gana adeptos y se consolida en tercer lugar, situándose por encima del doble de la cuota de mercado de hace un año (7%), con el 18,4%.

Si nos fijamos en el sistema operativo que usan los usuarios, un 45,8% de los encuestados utilizan Windows XP, seguido de Windows 7 que es utilizado por un 24,2% de los entrevistados y en tercer lugar encontramos a Windows Vista con el 16,1% de la cuota.

Por último, entre los usuarios de mensajería instantánea, MSN/Windows Live Messenger desciende más de 10 puntos (del 67,9% al 57,5%). Continúa manteniendo su liderazgo, pues el siguiente soporte de mensajería instantánea, Google Talk, a pesar de duplicar su cuota con respecto al año pasado, es usado todavía por un reducido 15,6%.

Patrocinador y Colaboradores

Para esta decimotercera edición de la encuesta, AIMC ha contado con el patrocinio de la empresa de servicios ODEC y con la colaboración de Páginas Amarillas, que ha donado los premios que se han sorteado entre los participantes.

Asimismo, han colaborado con AIMC más de 350 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 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 158 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:

<http://www.aimc.es>

<http://www.odec.es>

<http://www.facebook.com/NavegantesenlaRed>

<http://www.twitter.com/NavegantesRed>