

AIMC presenta los resultados de su 16ª Encuesta a Usuarios de Internet

LOS INTERNAUTAS USAN CADA VEZ MÁS EL MÓVIL Y LA TABLET PARA ACCEDER A LA RED E INCREMENTAN SU USO EN MOVILIDAD

- Los datos actualizados del mayor estudio de Internet en España.
- El smartphone se estrena como el dispositivo que más gente utiliza para conectarse a la Red: el 85,5% de los encuestados lo usan con más frecuencia, durante más tiempo y para más usos que hace un año.
- Al alza: la conexión a través de tablet (el 43,0% lo utiliza), el almacenamiento en la nube (lo usa el 59%), la teleformación (un tercio de los encuestados ha seguido algún curso online) y subir fotos a la Red (el 41,7% lo hace al menos una vez al mes).
 - El acceso cotidiano a las redes sociales se eleva ya a casi el 75%.
- La mayoría de los usuarios (53,5%) se sienten vigilados en Internet, desciende la confianza en las transacciones online y aumenta la incidencia de los virus, que afectaron al 49,5% el año pasado.
- Casi la mitad de los internautas optan por el navegador Google Chrome y el sistema operativo Windows 7, mientras que Android domina el ámbito móvil con una cuota del 72,9%.
- En la conexión mediante smartphone, cerca del 50% utiliza Wi-Fi y red móvil (3G/4G) en proporciones similares; la tecnología 4G es aún minoritaria.

Madrid, 27 de febrero de 2014.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), gestora de destacados estudios de audiencia en España (entre otros, el EGM), ha presentado los resultados de la **16ª Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**. Este estudio está disponible (así como las quince ediciones previas) en su página web (<http://www.aimc.es>).

En la actual edición, 'Navegantes en la Red' ha recopilado más de 23.800 respuestas válidas -frente a las 10.000 de la primera encuesta realizada en 1.996- posicionándose como **el estudio sobre Internet de mayor trayectoria y con la muestra más amplia del mercado en nuestro país**. Este análisis desvela los hábitos y opiniones sobre Internet en España y, tradicionalmente, anticipa numerosas tendencias desde que se produjera el boom de la 'red de redes'.

El sondeo se lleva a cabo entre los internautas más activos que voluntariamente responden la encuesta a través de más de 250 sitios webs, entre los que se incluyen los más visitados del país. De este modo, son los más expertos, los que marcan las tendencias de la Red, los que desgranar, pregunta a pregunta, la evolución de los usos de Internet.

AIMC pone especial interés en la actualización anual de este estudio, para ofrecer respuestas sobre los nuevos usos que se desarrollan en la Red. Entre otras áreas de investigación, esta última edición ha incluido nuevas cuestiones en referencia a aspectos como:

- El acceso a Internet a través del móvil y el televisor.
- Los usos de las redes sociales.
- La publicidad en Internet.
- La privacidad en la Red y el control de los gobiernos sobre la misma.
- El showrooming.
- Nuevas actitudes y actividades llevadas a cabo en la Red.

Por primera vez, el móvil desbanca al resto de equipos en la conexión a Internet

Al igual que en la pasada edición, las conclusiones de **Navegantes en la Red** apuntan a que los usuarios diversifican cada vez más su equipo de acceso a Internet, ganando cuota el teléfono móvil y la tablet frente a los aparatos más tradicionales. Ya son el 85,5% de internautas quienes se conectan mediante el móvil, lo que por primera vez posiciona este dispositivo como el que más gente utiliza, por delante del portátil/netbook (77,7%) y del ordenador de sobremesa (73,3%).

La tablet continúa en ascenso con fuertes incrementos (43,0% frente al 30,7% en 2012), mientras que la televisión mantiene un avance lento pero, al parecer, seguro (14,1%) en el acceso a Internet. Las videoconsolas -tanto de sobremesa (12,0%) como portátiles (4,2%)- bajan respecto al año pasado.

El ordenador fijo (aunque pierde 6,4 puntos) se mantiene como el principal equipo de acceso para el 41,2% de los internautas, mientras que el ordenador portátil/Netbook lo es para el 35,6%. Pero es interesante señalar que el móvil es ya el dispositivo de acceso más importante para un 17,0% de entrevistados (+6,9 puntos) y la tablet para el 5,9%.

Esta diversificación de dispositivos móviles conlleva la proliferación de los lugares de acceso a la Red: el domicilio y el trabajo siguen a la cabeza (94,1% y 50,7% de conexión diaria, respectivamente) que, junto con la universidad o centro de estudios (14,8%), apenas experimentan cambios. Por otro lado, han aumentado los individuos que se conectan en lugares que implican movilidad: en la calle o medio de transporte (42,1%, +6,8 puntos en un año), así como en locales públicos (14,4%, +3,5% respecto al pasado año) o desde lugares distintos a todos los anteriores (27,4%, +3,8).

Quienes utilizan el teléfono móvil para acceder a Internet -además de ser cada vez más- lo usan con mayor frecuencia ("varias veces al día" ha pasado del 58,1% al 70,7% en dos años), más tiempo ("más de una hora al día" asciende del 22,3% al 28,7% en un año) y para más usos, destacando especialmente el aumento respecto a: la lectura de noticias de actualidad (60,3% de los que acceden con el móvil lo ha hecho en los últimos 30 días, +6,4 puntos) y la mensajería instantánea (78,2%, +4,1 puntos), que por primera vez supera a la navegación por móvil (74,2%) -fruto de la popularización del software Whatsapp, que ya es utilizado por el 80,4% de la población internauta en general-.

Otro uso habitual de los usuarios que se conectan a Internet tanto a través del móvil como de tablet es la utilización de aplicaciones/apps (el 60,2% de ellos las utiliza varias veces al día), manteniéndose así el éxito de ediciones anteriores. Sin embargo, la descarga diaria de aplicaciones pierde frecuencia en los dos últimos años: entre los usuarios de móviles desciende 7 puntos, situándose en el 26,4% y entre los de tablet 9,5 puntos, quedándose en un 20,9%.

Respecto a la tecnología utilizada para conectarse a la Red a través del móvil, casi la mitad (47,2%) declara que lo hace a través de Wi-Fi y red móvil (3G/4G), en proporciones similares. Y un 11,7% de los que acceden a Internet por teléfono móvil, sólo lo hace en zonas Wi-Fi (es decir, no tienen contratada tarifa de datos en su smartphone). Por otra parte, la nueva tecnología de telefonía móvil 4G no está todavía muy implantada: sólo un 13,5% de los que acceden a Internet por el móvil disponen de ella.

Nuevo impulso de las redes sociales

2012 fue el primer año en el que el fenómeno de las redes sociales no aumentó. Sin embargo, en 2013 se recuperó la tendencia creciente que mantenía desde su aparición. Los internautas que declaran usarlas a diario son el 74,2% (sube 6,8 puntos respecto al año pasado).

En cuanto a las redes preferidas, Facebook mantiene su hegemonía (lo utiliza el 90,3% de los usuarios de redes sociales), permanece estable el uso de Twitter (45,1%) así como de la red profesional LinkedIn (24,2%) -que conservan la segunda y la cuarta posición del ranking respectivamente-. Este año, las redes sociales al alza son Google+ (37,7%, +7,6 puntos), que afianza la tercera posición, y la red "visual" Instagram (20,1%, +6,2), que se aúpa al quinto puesto a costa de Tuenti (10,7%, -8,3).

El principal uso de las redes sociales sigue siendo las relaciones de amistad (mencionadas por el 79,7% de los encuestados), seguidos de las relaciones familiares (49,8%), estar informado de la actualidad (45,8%), compartir hobbies (39,1%) y las relaciones laborales (37,0%).

Recelos en la Red

Entre las revelaciones del actual estudio, se hace palpable la desconfianza de los usuarios respecto a la privacidad y protección de sus datos. Tal vez el caso del estadounidense Edward Snowden haya podido influir para que más de la mitad de los internautas (53,5%: un 41,2% bastante y un 12,3% mucho) se sientan vigilados en Internet y que un 47,1% estén "muy preocupados" por el supuesto control de los gobiernos de sus actividades en la Red. En esta línea, los entrevistados reivindican el 'derecho al olvido', manifestando un 52,8% que se encuentra "muy de acuerdo" y un 21,5% "bastante de acuerdo" con que los usuarios puedan eliminar sus referencias personales en los buscadores.

Asimismo, se percibe un descenso de la confianza al realizar transacciones online en general. La "alta seguridad" en las transacciones bancarias disminuye 8,5 puntos (del 79,3% al 70,8%) así como la confianza para efectuar pagos en Internet facilitando un número de tarjeta (descenso del 75,1% al 69,4%).

La seguridad de los menores en el acceso a Internet continúa entre las inquietudes de los navegantes: los padres con niños menores de 14 años están más preocupados por lo que hacen sus hijos en Internet, pues se producen subidas tanto en la utilización programas de filtro/bloqueo de contenidos o control parental (23,1%, +3,8 en dos años) como en el control personal (horarios, web visitadas...): 24,7% (+4,7 en dos años). No obstante, aún son mayoría (55,2%) los que no ejercen ningún tipo de control.

Problemas de Internet

Los nuevos paquetes comerciales que ofrecen los operadores combinando los servicios de Internet en casa con el de telefonía móvil han tenido mucho éxito pues su penetración asciende al 37,7% (casi 30 puntos más que hace dos años). Quizá por ello, el coste es cada vez menos mencionado como un problema de Internet: lo señala así el 44,2% de los internautas (frente al 52,5% de hace un año y el 57,8% de hace tres), pasando en dos años de la primera a la tercera posición en el ranking. "Demasiada publicidad", con un 57,6% (+5,1 en dos años), continúa como el problema más mencionado mientras que la velocidad ocupa el segundo puesto (44,9%). Creciente preocupación en torno a la privacidad ya que, aunque está en sexta posición, se percibe cada vez más como un problema (33,1%, + 10,9 en dos años).

La protección de los equipos informáticos es otra de las inquietudes para el 36,3% de los encuestados, seguramente influido por el hecho de que un 49,5% (+7.5 puntos en dos años) manifiesta haberse visto afectados por algún virus durante el último año. En este aumento puede influir la poca preocupación en torno a las amenazas de seguridad en los dispositivos móviles pues, aunque se incrementa 9 puntos, sólo un tercio (32%) de los que acceden por móvil tiene instalado un programa antivirus en él. Y la proporción es parecida para la tablet (33%).

Usos sociales de Internet

La diversificación de usos de Internet incluye el 'showrooming' (o lo que es lo mismo, el hábito de mirar y probar un producto en las tiendas físicas para luego terminar adquiriéndolo en Internet, donde se espera conseguir un precio más ventajoso). El 28,3% de los entrevistados declara haber consultado un producto en una tienda física y haberlo comprado online, en el último mes. Sin embargo, es mayor el fenómeno contrario, pues un 41,6% declara haber visto las características y precio de un producto en Internet para terminar adquiriéndolo en una tienda física. Y aproximadamente uno de cada cinco ha utilizado el móvil mientras estaba en una tienda física para buscar valoraciones (21,1%) o comparar precios (19,3%) de un producto que estaba viendo en ese momento.

Paralelamente, otro de los hábitos de compra que trajo de vuelta consigo la era online, el de la compra-venta de segunda mano, disminuye 8,2 puntos en dos años para situarse en el 12,1%.

Por otro lado, no se registran cambios en los hábitos de lectura del periódico: un 36,5% lee únicamente la versión electrónica, mientras que son un 8,2% los que leen exclusivamente la edición en papel. No obstante, siguen siendo más aquellos que leen ambas versiones (46,3%) y muy pocos (8,8%) los que no leen ninguna. En cuanto al dispositivo de lectura de los diarios electrónicos, el ordenador (de sobremesa, portátil o netbook) continúa siendo el rey (84,7%), aunque sufre un retroceso de 8,7 puntos en dos años. En contrapartida, reciben considerables subidas tanto el teléfono móvil (44,5%, +10,1 en dos años) como la tablet (30,6%, +17,7 en dos años)

Otro de los usos de Internet que continúa en ascenso es el almacenamiento en la nube: La mayoría (59,3%,+4 puntos) ya utiliza estos servicios (tipo Dropbox, iCloud, SkyDrive, Google Drive,...) para guardar a buen recaudo sus archivos online. Otras de las novedades que refleja el estudio se centra en el comportamiento de quienes acceden a Internet a través de un televisor: entre ellos, 3 de cada 4 (76,5%) lo hacen directamente (es decir, la televisión tiene conexión propia -"Smart TV"-). Y la actividad más común a través del televisor es, como era de esperar, ver contenidos audiovisuales (81,6%). Otras actividades de Internet realizadas por la televisión que se han estudiado son la navegación por la web (37,9%), el acceso a redes sociales (15,4%) y el correo electrónico (11,8%).

Por otra parte, se detecta un aumento de la teleformación: un tercio (34,2%) ha seguido un curso a distancia por Internet en el último año (+4,8 puntos respecto a 2011).

El uso y consulta de foros marca una línea descendente, quizá por migración de algunos de sus usuarios a las redes sociales. Los que no han accedido a este tipo de herramienta pasan del 39,4% al 44,6%. Y los que han contribuido con contenidos en ellos descienden del 21,8% al 14,2% en dos años.

Preferencias en navegabilidad

El estudio también apunta a grandes movimientos en el mundo de los navegadores. Google Chrome es ya utilizado preferentemente por la mitad de los internautas (49,4%), consolidando el primer puesto logrado el año pasado con una fuerte subida de 11,2 puntos. Alcanza la hegemonía a costa del Firefox (21,8%, -4,2 puntos respecto a 2012) y del Internet Explorer (16,8%, -8,0 puntos respecto al año anterior) Aunque en niveles más reducidos, Safari aumenta su cuota (del 9,3% al 10,7%), fundamentalmente gracias a su versión *mobile*, que tiene un 6,7% de penetración.

Por otro lado, el sistema operativo más común continúa siendo Windows 7, que está presente en el 46,2% de los equipos de los encuestados. Windows XP se mantiene segundo, conservando un notable 20,6% de penetración. Le siguen de lejos Windows 8 (7,4%), Windows Vista (6,4%) y los equipos con sistema operativo Mac OS -Macintosh- (6,1%).

Respecto al sistema operativo de los móviles, Android desbanca al resto con una cuota del 72,9% entre los que acceden a Internet por móvil, con una enorme subida de 13,7 puntos (32,4 en dos años). A la zaga, el iOS (propio del iPhone), que ocupa la segunda posición (disminuyendo 5,9 puntos hasta el 14,7%) y los minoritarios Blackberry OS (3,4%, -3,4 puntos) y Symbian (2,2%, -3,4). Windows Phone, de Microsoft, se mantiene, pero con un exiguo 2,4%.

Viejos conocidos: los anuncios en Internet

En general, a los internautas les resulta fastidiosa la publicidad en Internet: el 85,3% de los navegantes la considera “muy” o “bastante molesta”. Aunque, por otra parte, la reconocen inevitable para el desarrollo del medio: el 56,1% la ve como “muy” o “bastante necesaria”. En comparación con otros medios, la publicidad online no resulta más interesante (según el 70,7%) ni más útil (58,8%). Los anuncios en el móvil tampoco salen favorecidos pues la mitad de los internautas (48,4%) los consideran “muy molestos”.

Sobre Navegantes en la Red

Navegantes en la Red es un “cronómetro” que permite conocer la evolución de los usos y opiniones sobre los temas de actualidad de Internet en España desde 1996. Entre sus participantes existe una marcada presencia de los usuarios más activos (y expertos), y permite detectar las claves del desarrollo de Internet, tanto en lo relativo al uso de nuevos dispositivos, como de las actividades preferidas relacionadas con su utilización.

Esta iniciativa no tiene ningún carácter comercial y se realiza con la única ambición de conocer y divulgar la situación y comportamientos de los internautas, así como las aplicaciones y sistemas que gozan de mayor éxito a través de la Red.

Los resultados de *Navegantes en la Red*, estudio activo durante los meses de octubre a diciembre de 2013, estarán disponibles desde hoy 27 de febrero (así como sus 15 ediciones anteriores) en la página web de AIMC: <http://www.aimc.es>

Para esta decimosexta edición de la encuesta, AIMC ha contado con el patrocinio de la empresa de servicios ODEC y con la colaboración de Samsung Electronics, que ha donado los premios sorteados entre los encuestados: un Galaxy note 3 con Galaxy Gear, una Tablet Galaxy Tab 3, una Samsung Galaxy S4 Zoom y una Smart Camera Samsung.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 144 empresas asociadas, entre las que se encuentran 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 (fulfilment, 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>

Facebook: <http://www.facebook.com/NavegantesRed>

Twitter: @NavegantesRed