



ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2013



Patrocina

ODEC

Colabora

SAMSUNG



16º Navegantes en la Red

NAVEGANTES EN LA RED

- ✓ Navegantes en la Red y población internauta
- ✓ Notas metodológicas
- ✓ Perfil del internauta
- ✓ Hábitos del internauta
- ✓ El consumo de medios en Internet
- ✓ Los problemas de Internet
- ✓ Percepciones sobre Internet
- ✓ Internet como espacio de relaciones
- ✓ Internet como espacio económico

NAVEGANTES EN LA RED

NAVEGANTES EN LA RED Y POBLACIÓN INTERNAUTA

Madrid, 27 de febrero de 2014

3

NAVEGANTES EN LA RED VS. POBLACIÓN INTERNAUTA

NAVEGANTES EN LA RED 2013

Encuesta autoadministrada mediante enlaces en sitios web

Usaron Internet ayer: 98,7%

Perfil Navegantes vs Población Internauta

- Más masculino, más joven, conectado más tiempo
- Cada vez más maduro y más usuario de Internet
- Más habituado a dispositivos móviles y conexiones inalámbricas
- Heavy users, tendencias

POBLACIÓN INTERNAUTA

Estudio General de Medios
 Universo EGM: Población 14 +
 Datos: 3ª ola EGM 2013

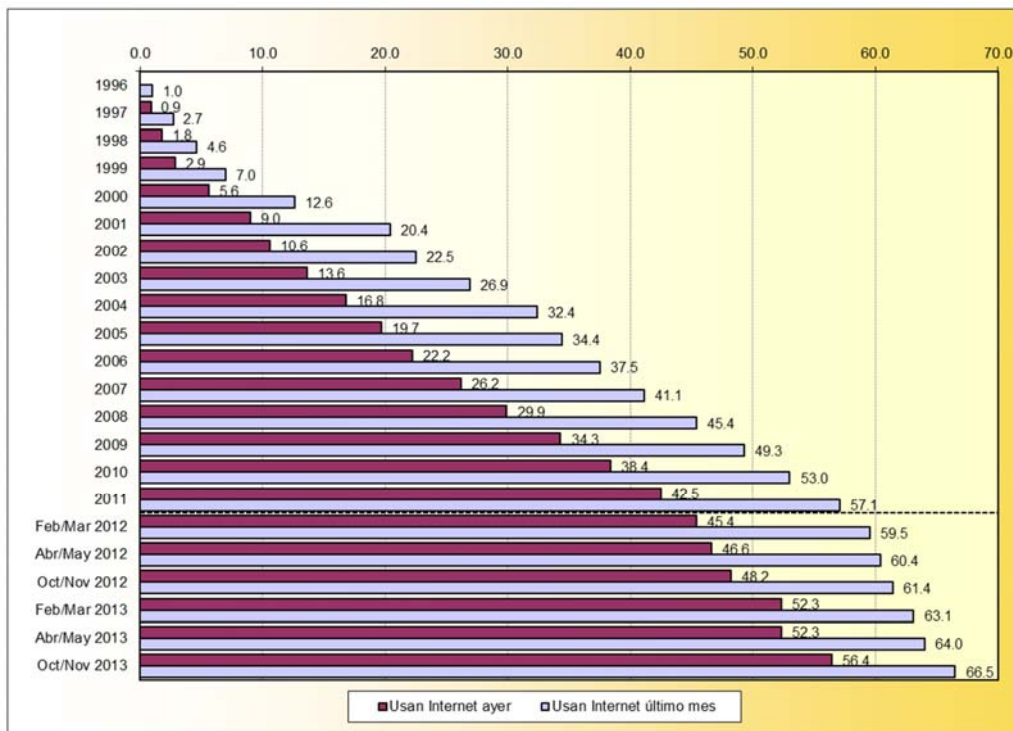
Usaron Internet ayer: 56,4%
 22,2 millones

Usaron Internet último mes: 66,5%
 26,2 millones

Madrid, 27 de febrero de 2014

4

Evolución de usuarios Internet en el EGM (%)



Madrid, 27 de febrero de 2014

5

NAVEGANTES EN LA RED

NOTAS METODOLÓGICAS

Madrid, 27 de febrero de 2014

6

Metodología encuesta “Navegantes en la Red”

Universo objetivo

- ✓ Usuarios de internet que visitan sitios web españoles

Tipo de entrevista

- ✓ Autoadministrada a través de Internet.
- ✓ **No es un estudio representativo de la población con acceso a Internet**

Colaboradores

- ✓ IRC Hispano
- ✓ 259 sitios web
- ✓ 11 perfiles en redes sociales
- ✓ 5 boletines electrónicos
- ✓ Una red publicitaria (Adconion)

Fechas de recogida de encuestas

- ✓ **Desde el 15 de Octubre hasta el 8 de Diciembre de 2013**

Tamaño de muestra

- ✓ **25.038 cuestionarios. Tras un proceso de depuración, la muestra útil final fue de 23.811**

NAVEGANTES EN LA RED

PERFIL DEL INTERNAUTA

Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Diferencias relevantes en sexo y edad

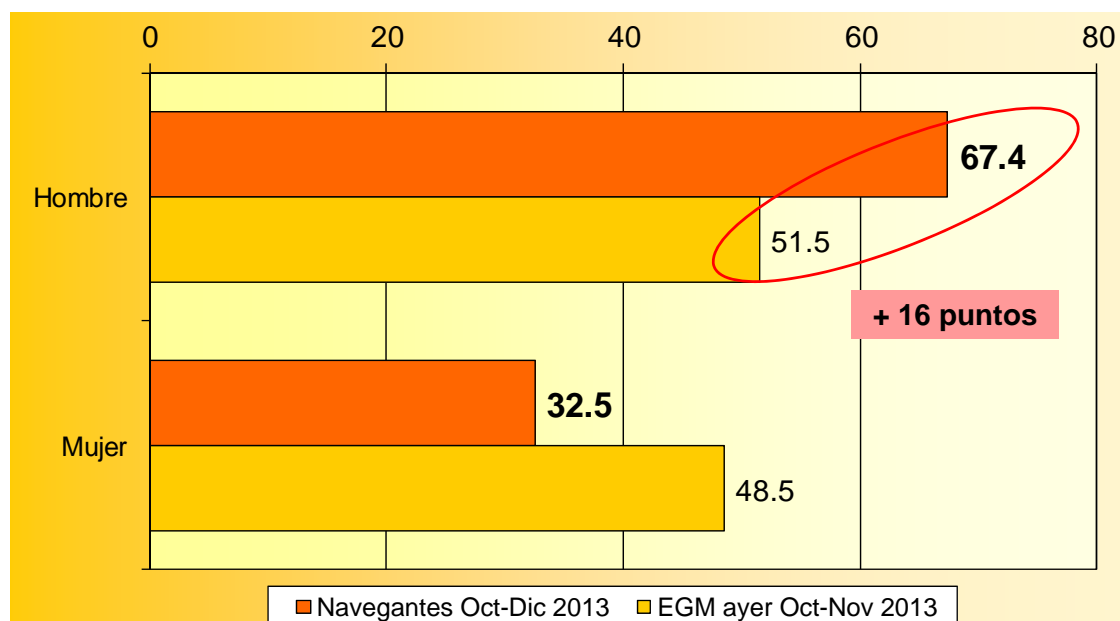
- ✓ Alrededor de dos tercios de los encuestados son hombres
- ✓ Sobrerrepresentación de los usuarios entre 25 y 44 años (54% frente al 47% entre la población internauta)
- ✓ Infrarrepresentación de los menores de 25 y de los mayores de 45 años

Navegantes: los *heavy user* de la población internauta

- ✓ Más hombres - Más jóvenes – Mayor nivel de estudios – Más urbanos – Más activos - Más tiempo conectados (desde casa y en especial desde otros sitios) - Mayor experiencia de Internet

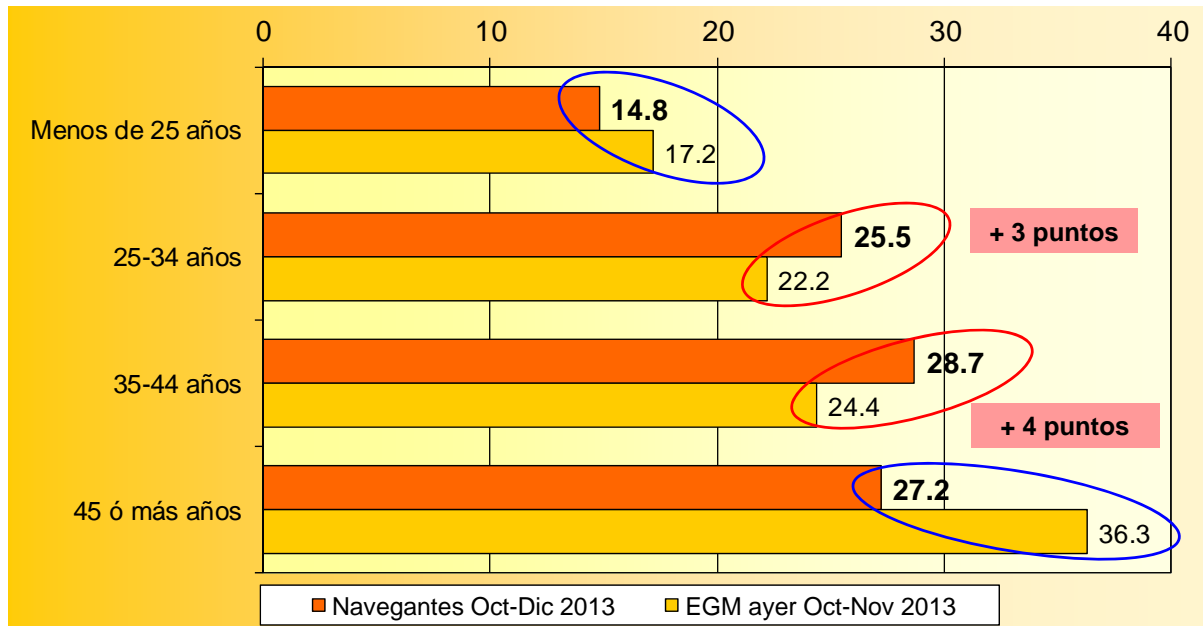
Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Sexo



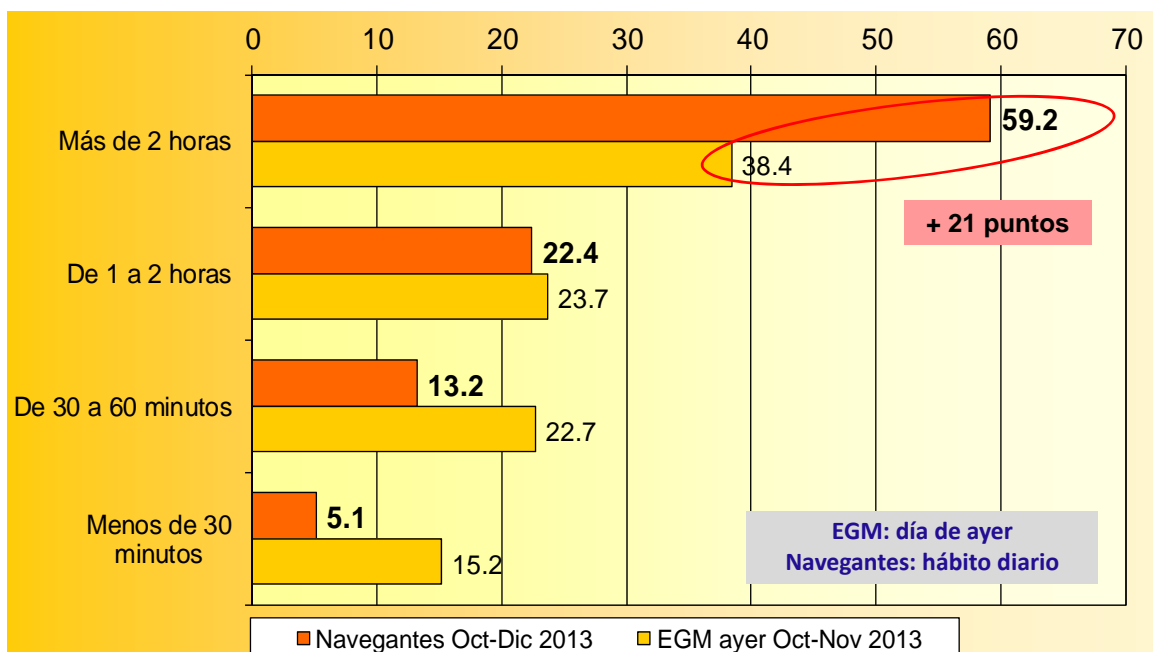
Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Edad



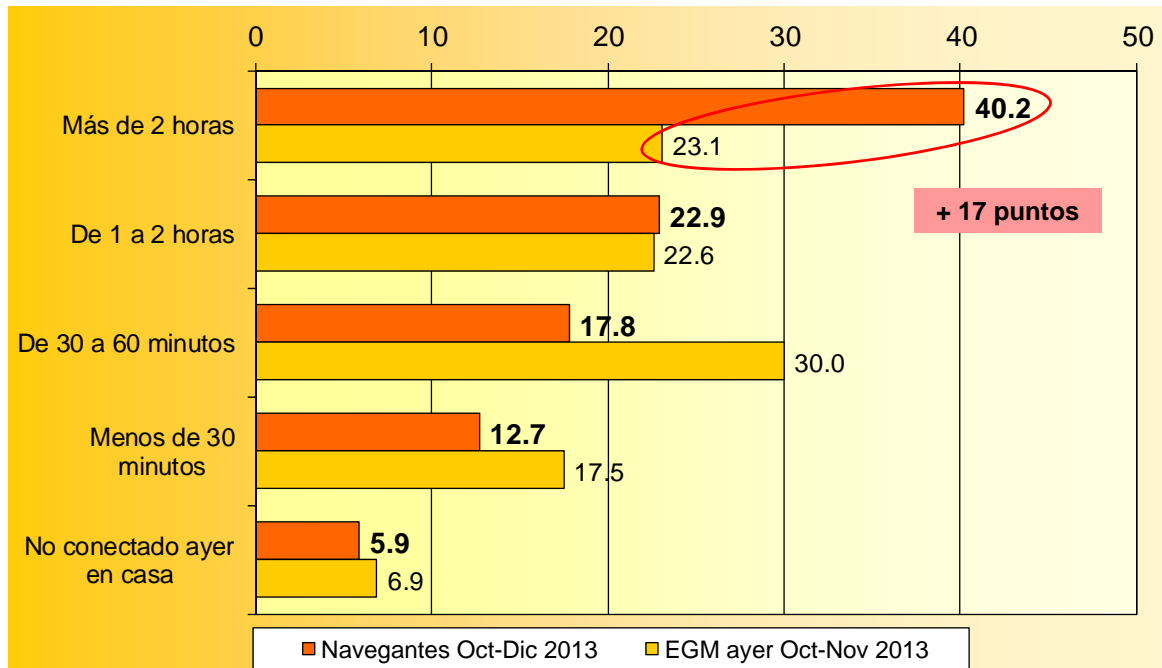
Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Tiempo de conexión



Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Tiempo de conexión desde casa - ayer



Madrid, 27 de febrero de 2014

13

HÁBITOS DEL INTERNAUTA DE “NAVEGANTES EN LA RED”

Madrid, 27 de febrero de 2014

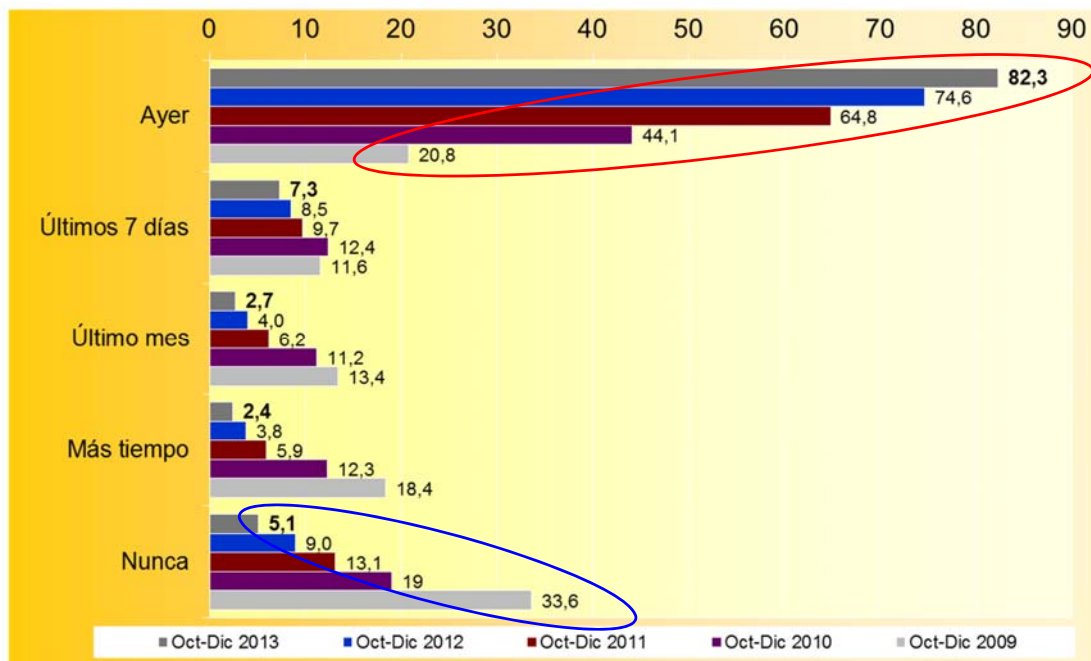
14

Hábitos del internauta de la Encuesta

- ✓ El uso cotidiano de Internet a través de dispositivos móviles supera el 80%
- ✓ El móvil supera ya de manera clara al PC de sobremesa y al portátil como dispositivo de acceso a Internet
- ✓ El tablet sigue su crecimiento (+12 puntos con respecto a 2012) y el 43% lo usa para acceder a Internet
- ✓ El acceso a Internet por el televisor crece, aunque a un ritmo inferior, y se sitúa en el 14%
- ✓ El móvil es el dispositivo de acceso más importante para un 17% de los encuestados (+7 puntos)

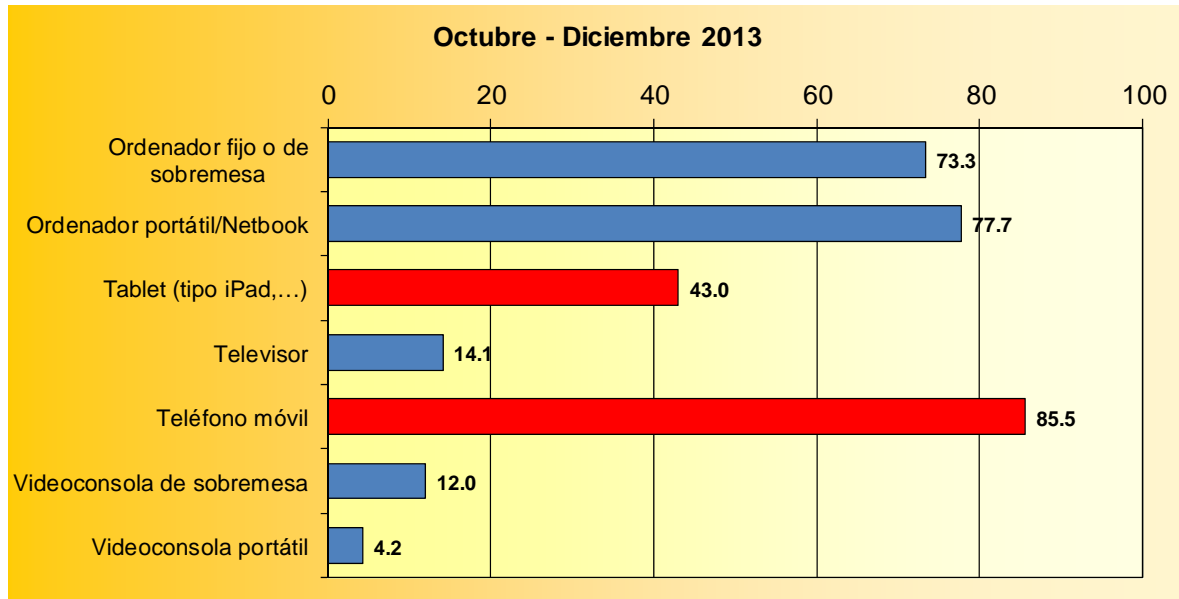
Hábitos del internauta de la Encuesta

Ultimo acceso a Internet con dispositivos móviles



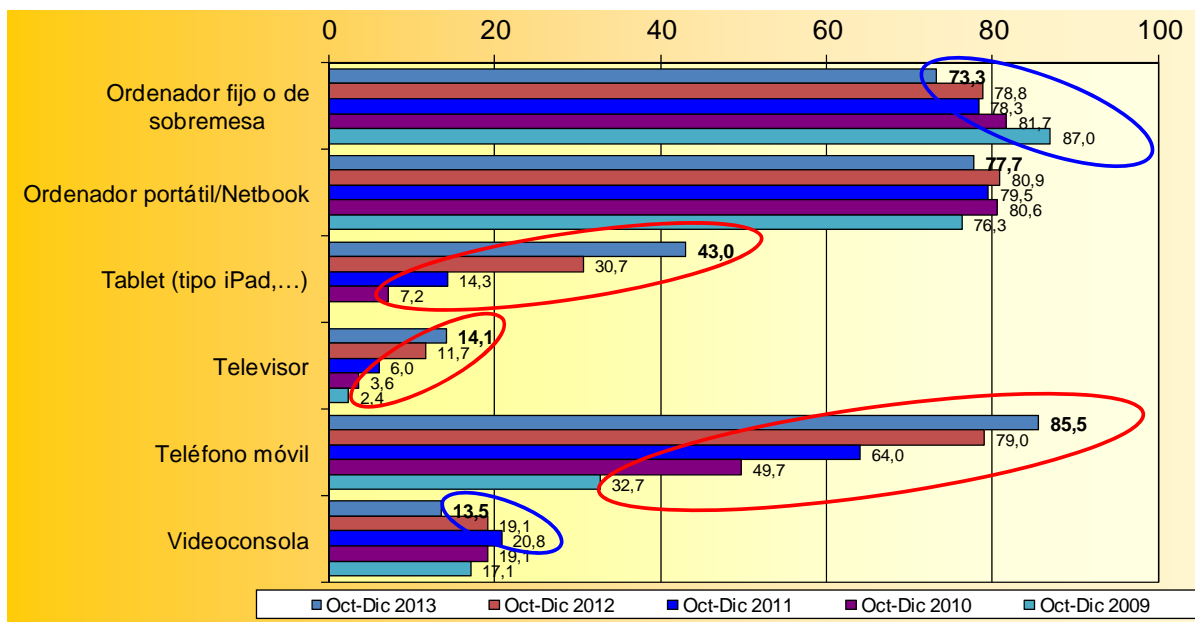
Hábitos del internauta de la Encuesta

Equipos de acceso a Internet



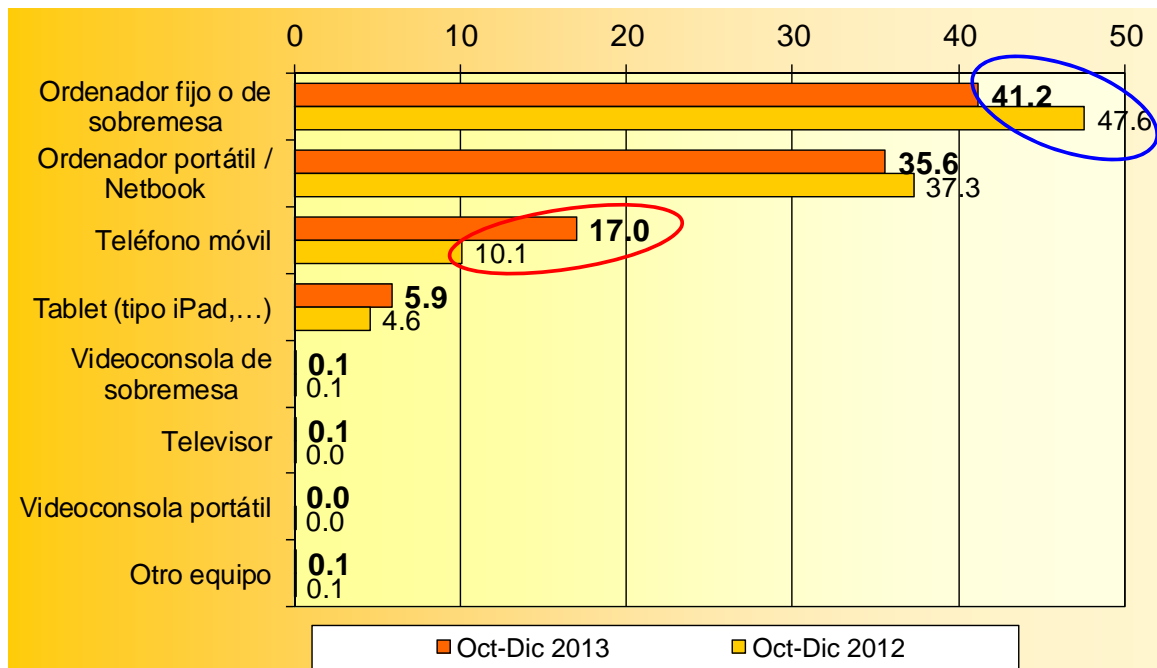
Hábitos del internauta de la Encuesta

Equipos de acceso a Internet



Hábitos del internauta de la Encuesta

Principal equipo de acceso a Internet (respuesta única)



Madrid, 27 de febrero de 2014

19

Hábitos del internauta de la Encuesta

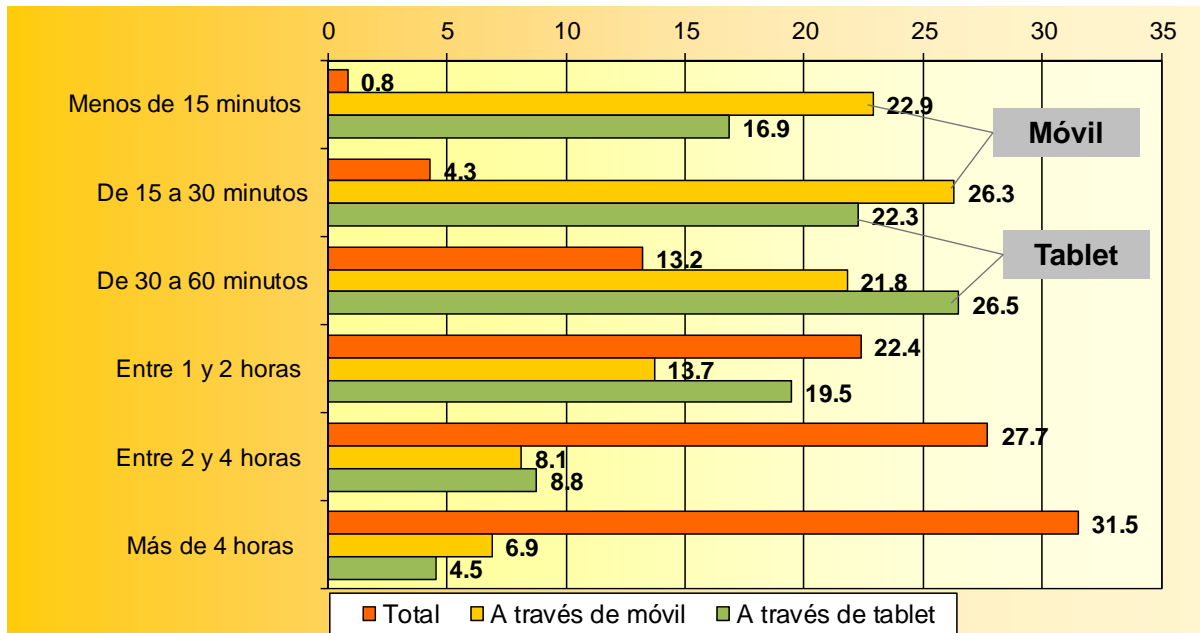
- ✓ **Usuarios intensos de Internet –predominio de 2 y más horas al día (casi un 60%)**
- ✓ **Diferencias en función del tipo de dispositivo**
 - ✓ **Teléfono móvil: crece el tiempo dedicado y este año el uso predominante oscila entre 15 y 30 minutos (26%). Por debajo de la hora diaria se mueve alrededor del 70%**
 - ✓ **Tablet: su uso más frecuente oscila entre la media hora y la hora diaria (26,5%)**
- ✓ **El acceso desde el móvil o tablet es prácticamente diario (el 87% entre los que acceden desde el móvil y el 70% de los que acceden desde el tablet entra en Internet todos o casi todos los días) y muy superior al acceso desde la TV (25%)**

Madrid, 27 de febrero de 2014

20

Hábitos del internauta de la Encuesta

Tiempo de uso diario de Internet (Bases: Total / accede por móvil / accede por tablet)

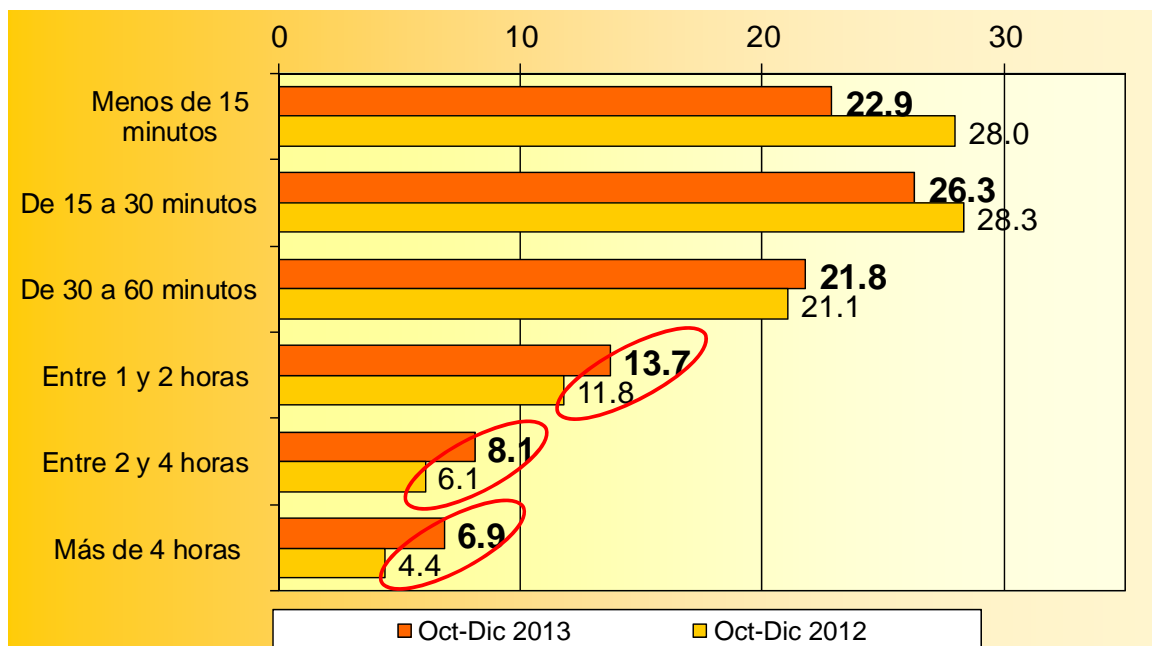


Madrid, 27 de febrero de 2014

21

Hábitos del internauta de la Encuesta

Tiempo de uso diario de Internet a través de teléfono móvil (Base: accede Internet por teléfono móvil, 20.369 ent.)

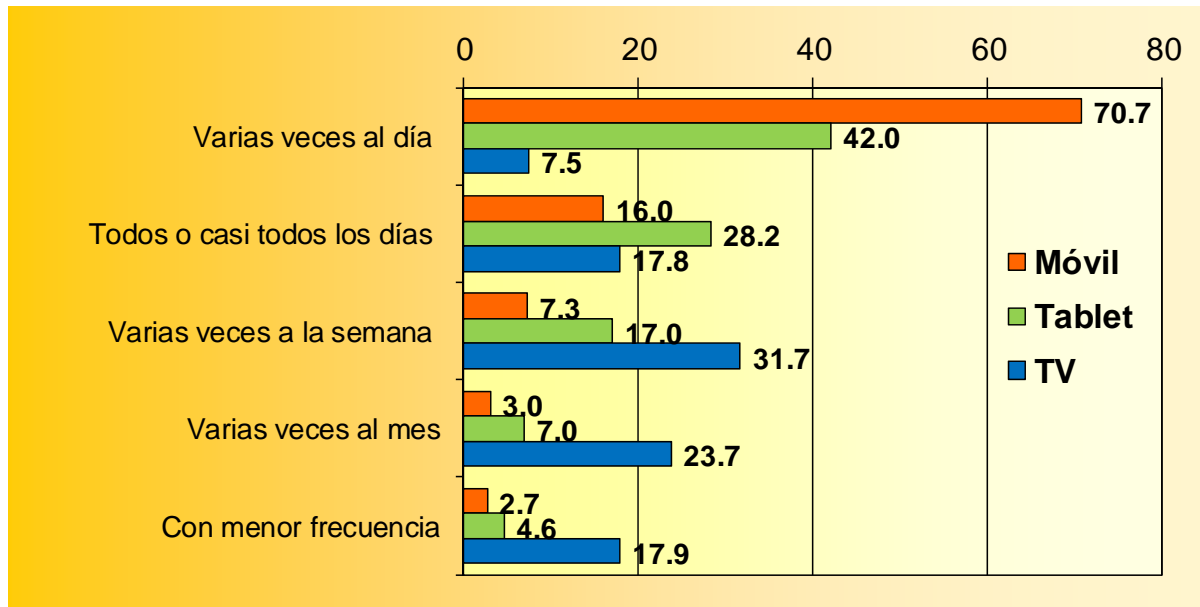


Madrid, 27 de febrero de 2014

22

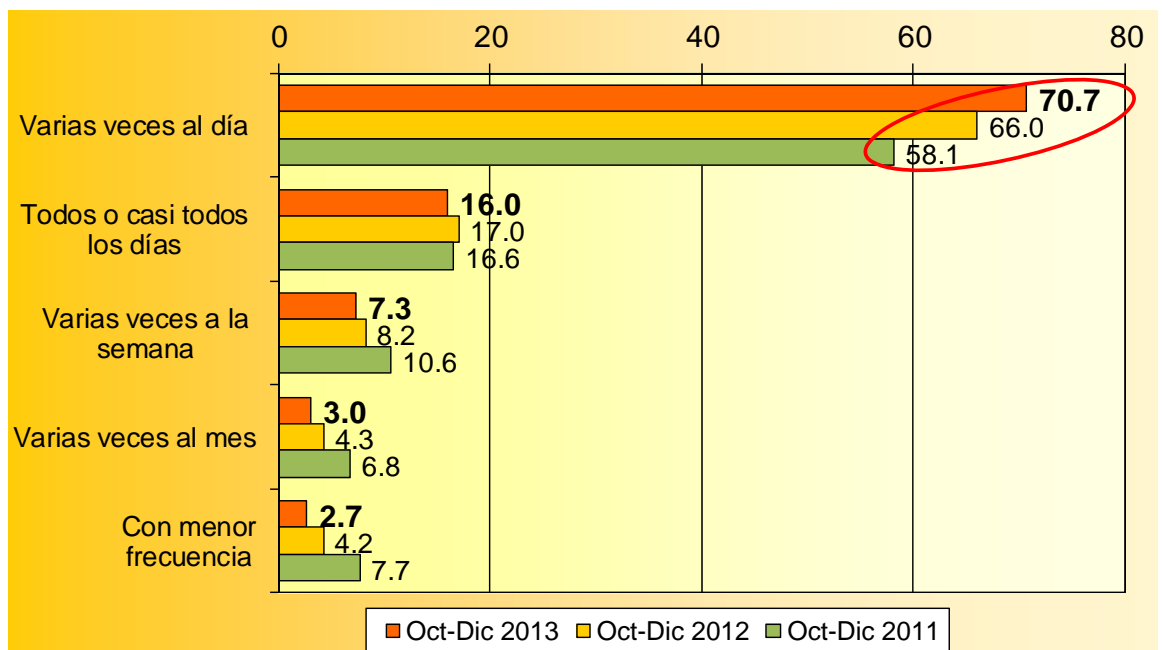
Hábitos del internauta de la Encuesta

Frecuencia de acceso a Internet a través de Móvil / Tablet / TV (Base: accede a Internet por Móvil (20.369 ent.) / Tablet (10.239) / TV (3.347))



Hábitos del internauta de la Encuesta

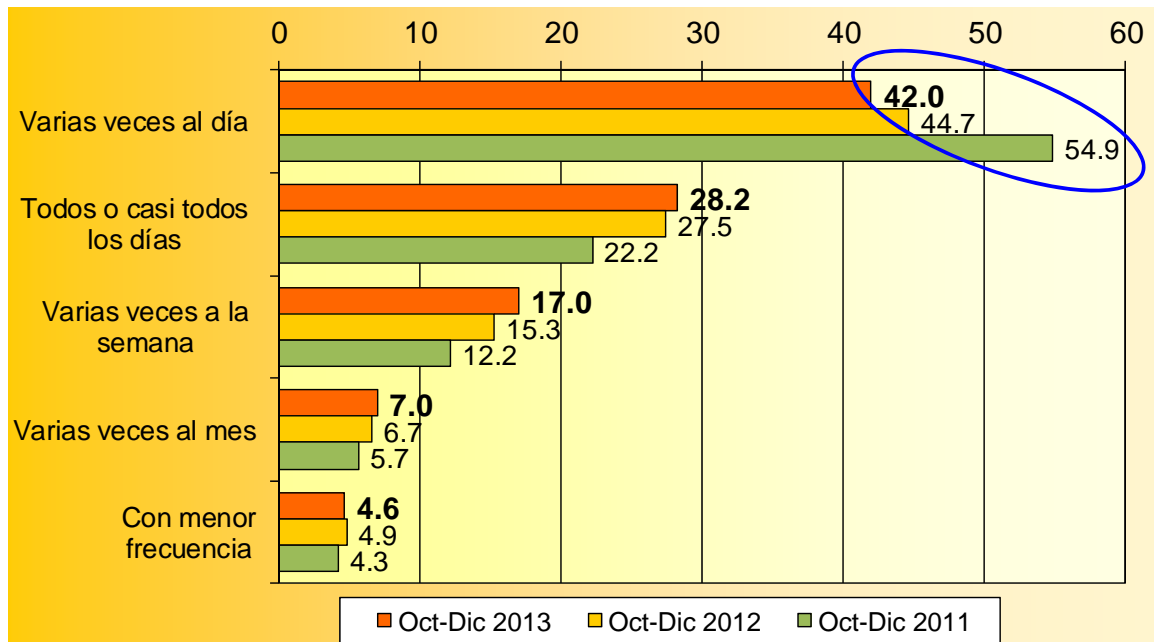
Acceso a Internet a través de teléfono móvil (Base: accede Internet por teléfono móvil, 20.369 ent.)



Hábitos del internauta de la Encuesta

Acceso a Internet a través de tablet

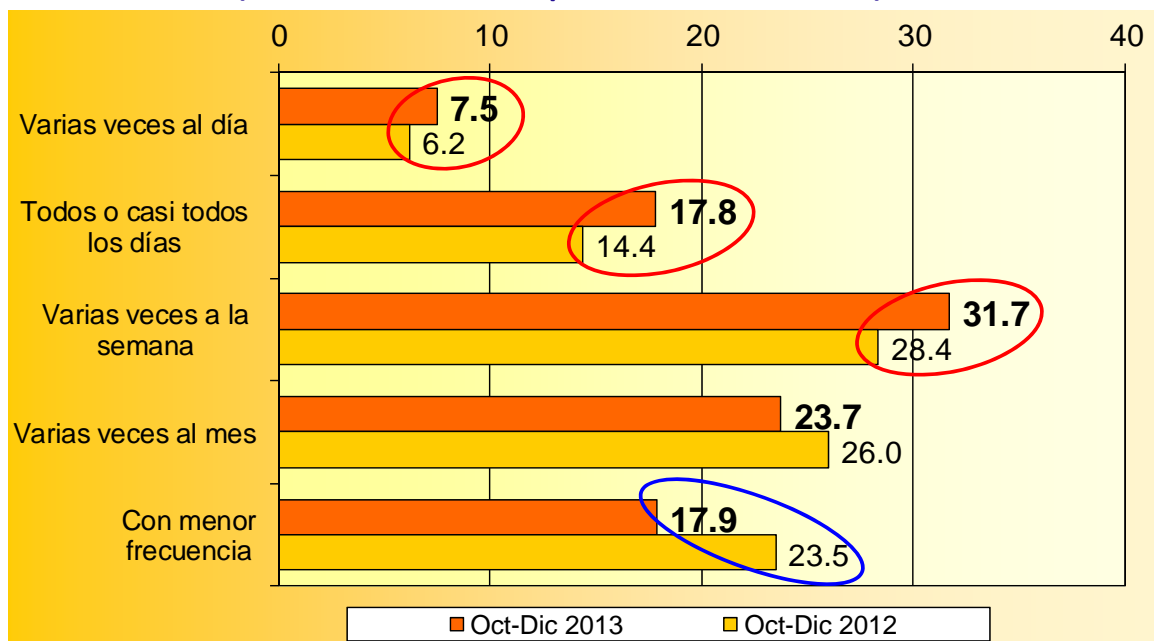
(Base: accede Internet por tablet, 10.239 ent.)



Hábitos del internauta de la Encuesta

Acceso a Internet a través del aparato de televisión

(Base: accede Internet por televisor, 3.887 ent.)



Hábitos del internauta de la Encuesta

Sobre el lugar de acceso:

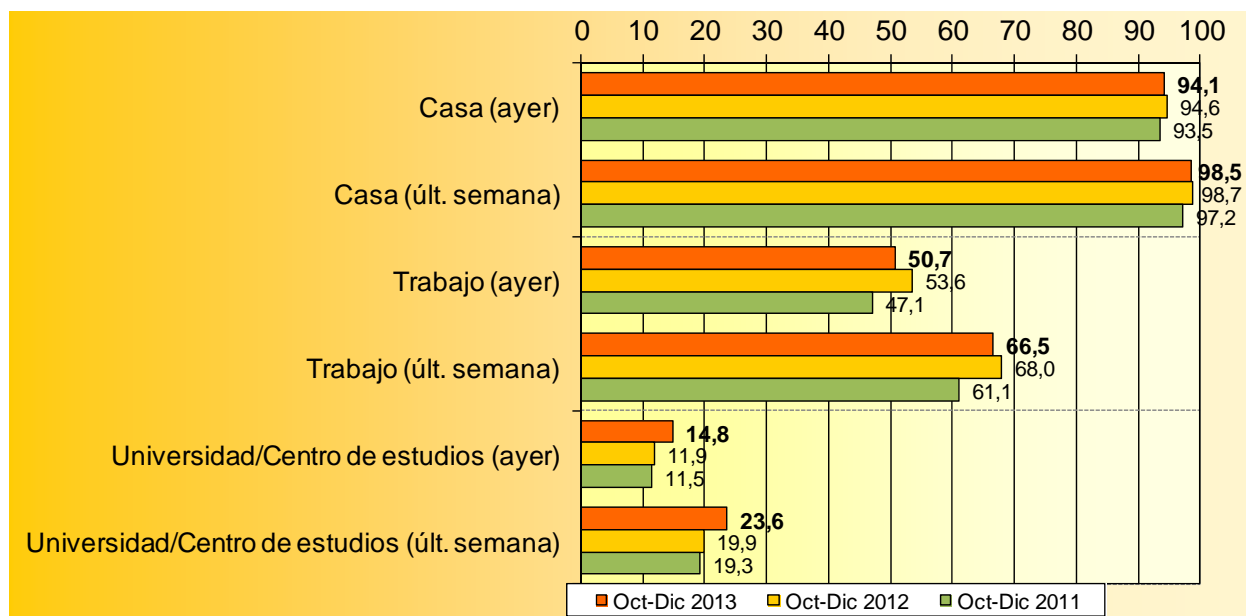
- ✓ Sigue en crecimiento la conexión desde lugares que implican movilidad (calle, medio de transporte, lugar público,...)
 - ✓ Casi un 25% se conectan diariamente a través de Wi-Fi desde lugares públicos

Sobre el tipo de acceso desde casa:

- ✓ Leve pero continuado descenso del ADSL (64,5%) en favor del cable/fibra óptica (28%)
- ✓ Mejora la velocidad de conexión (alrededor del 20% accede desde casa con una velocidad superior a 20 megas)
- ✓ Se produce un incremento fortísimo de la suscripción a Internet combinada con la telefonía móvil (38%). Sigue en descenso la suscripción con inclusión de telefonía fija (51%)
- ✓ Existe ya entre los internautas un 13,5% que dispone de conexión 4G en su teléfono móvil

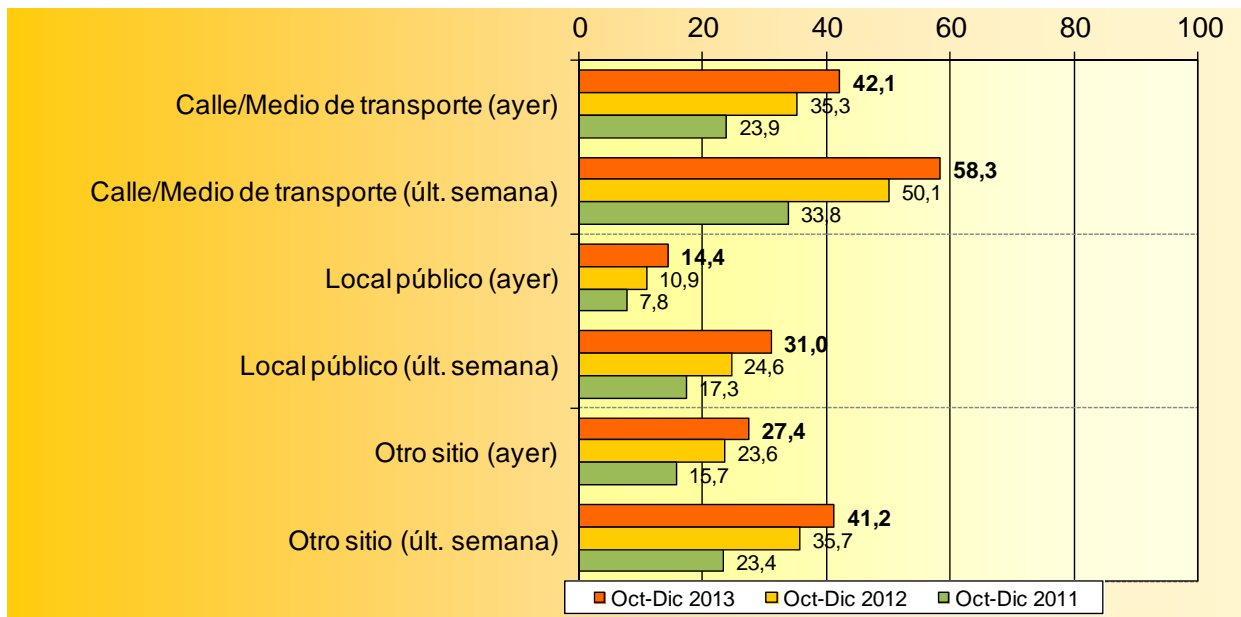
Hábitos del internauta de la Encuesta

Lugar de acceso (última vez) – I

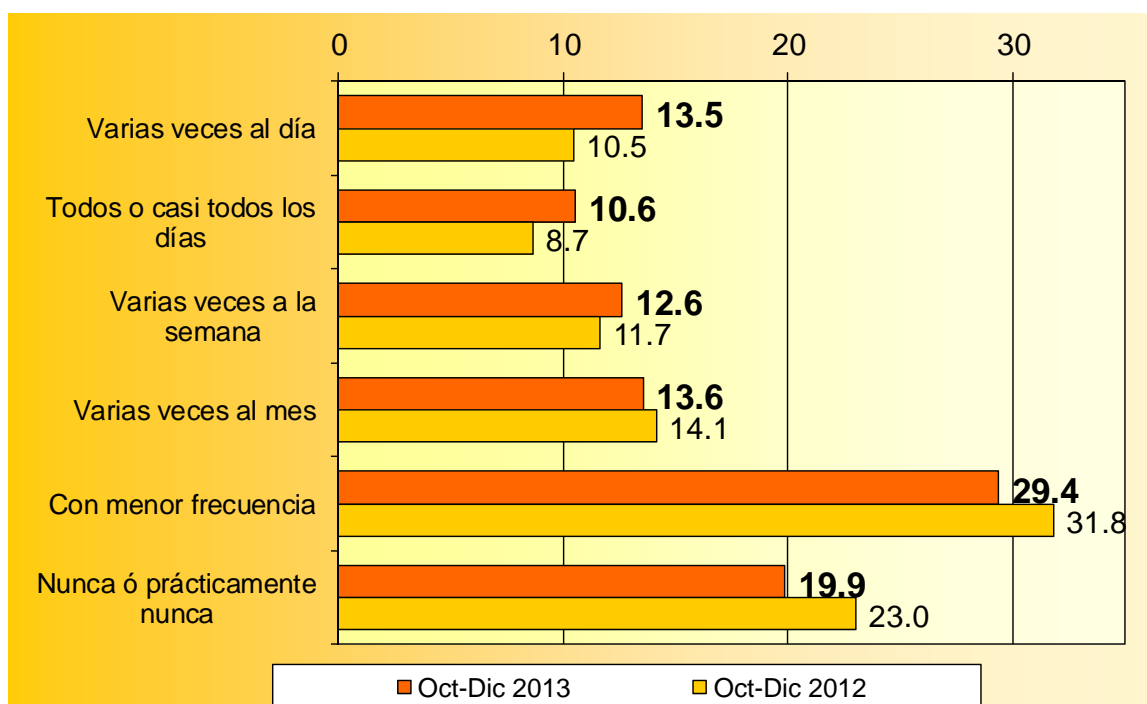


Hábitos del internauta de la Encuesta

Lugar de acceso (última vez) - II

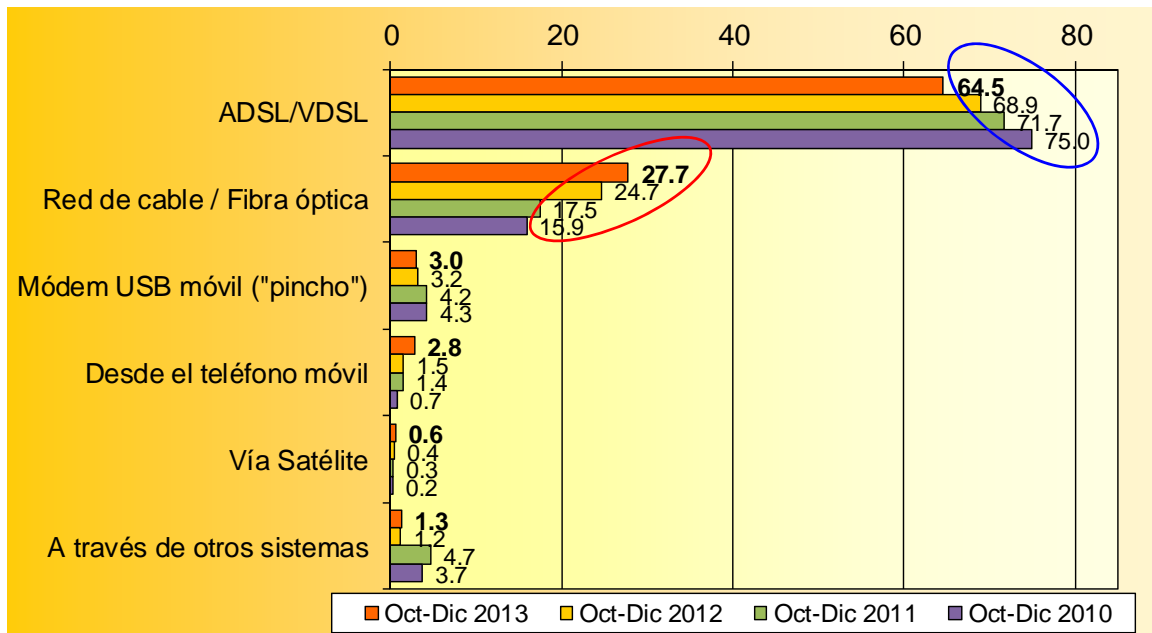


Conexión a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi desde lugares públicos (en la calle, aeropuertos, restaurantes, cafeterías,...)



Hábitos del internauta de la Encuesta

Tipo de acceso a Internet desde casa (Base: Accede a Internet desde casa)

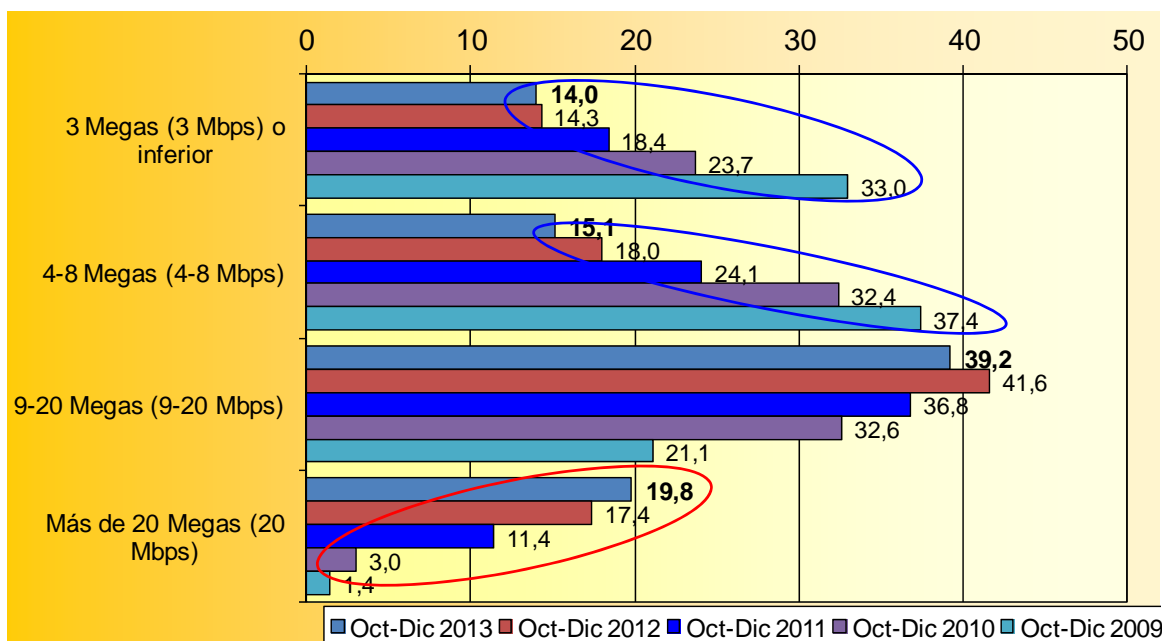


Madrid, 27 de febrero de 2014

31

Hábitos del internauta de la Encuesta

Velocidad de acceso a Internet contratada (Base: Accede a Internet desde casa)

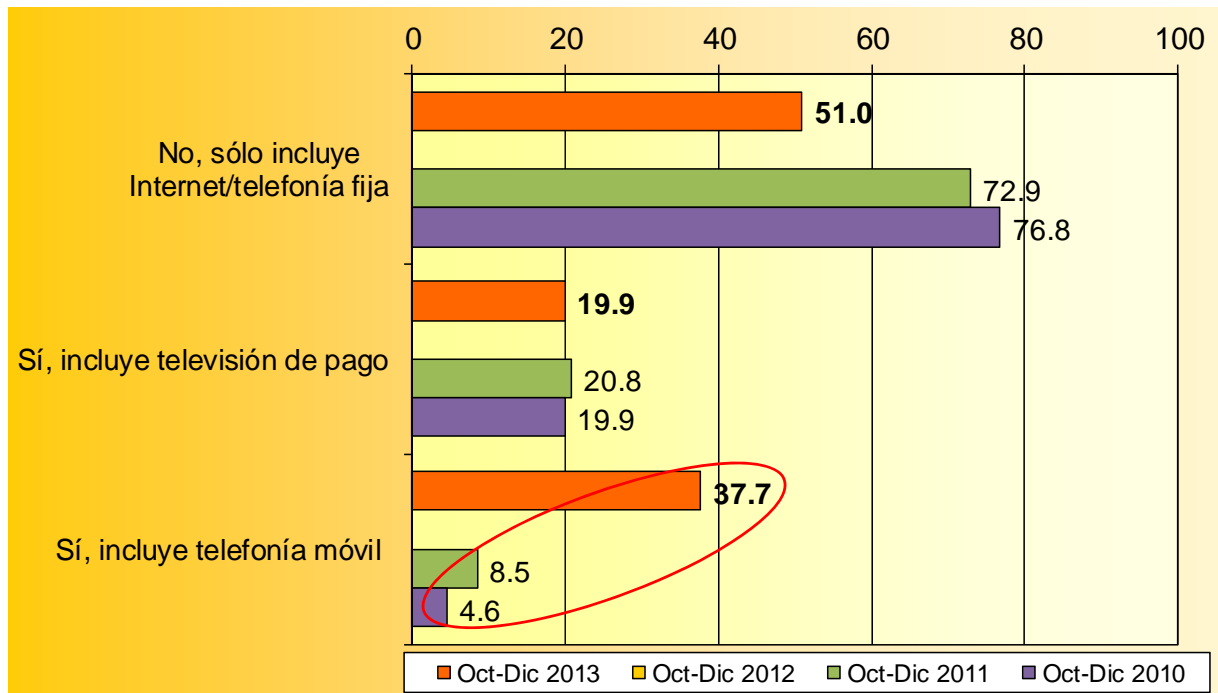


Madrid, 27 de febrero de 2014

32

Suscripción a Internet en el hogar (servicios combinados)

(Base: accede desde casa)

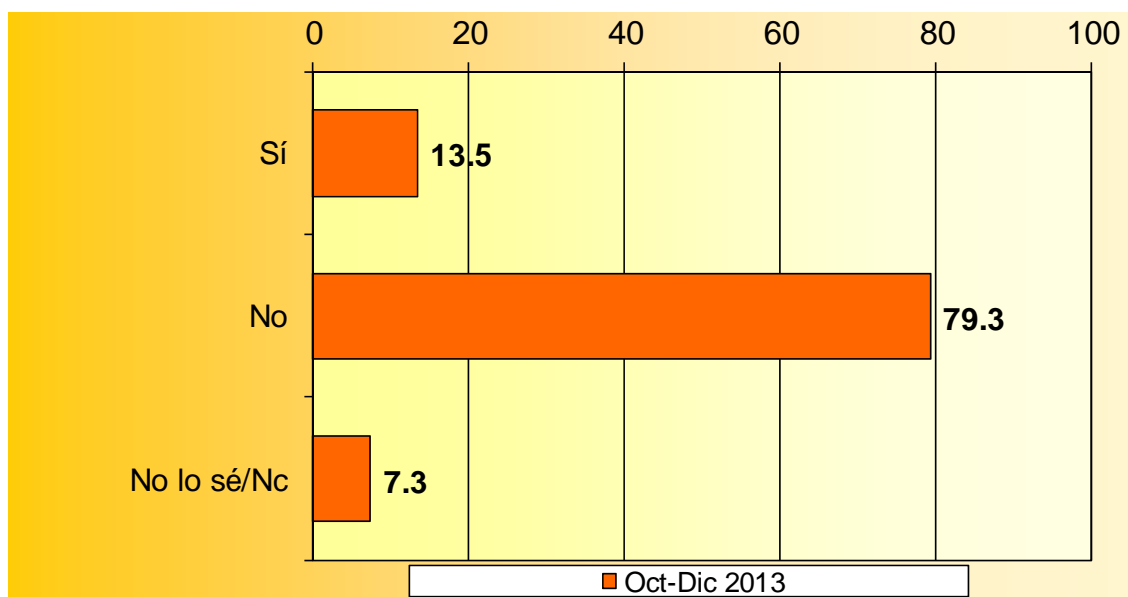


Madrid, 27 de febrero de 2014

33

Hábitos del internauta de la Encuesta

Conexión 4G a través del teléfono móvil (Base: accede Internet por tel. móvil)



Madrid, 27 de febrero de 2014

34

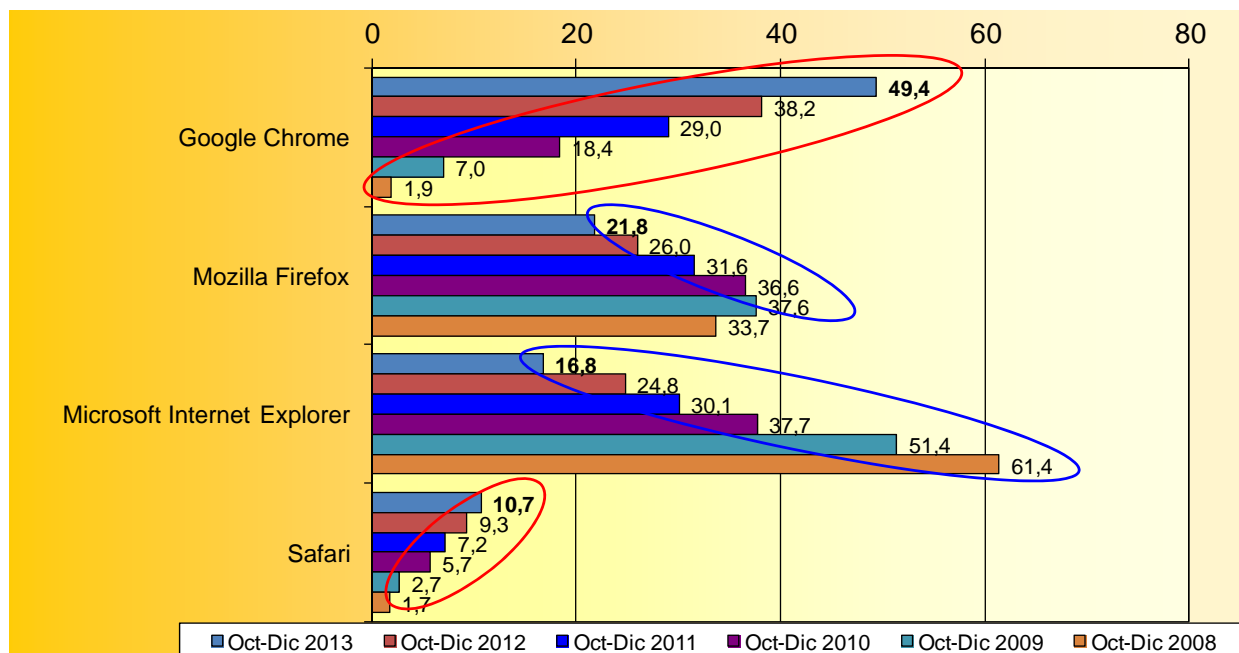
Hábitos del internauta de la Encuesta

Sobre el software

- ✓ **Navegador: Google Chrome consolida su liderazgo y es usado por casi el 50%**
- ✓ **Sistema operativo: Windows 7 (46%) se mantiene como el sistema operativo más utilizado. Windows 8/8.1 no despega (7%)**
- ✓ **En móviles arrasa Android (73%, +13 puntos). iOS sigue perdiendo cuota (15%, -6 puntos)**
- ✓ **Correo: Gmail/Google Mail sigue en ascenso (76%) e incrementa su ventaja sobre Hotmail/Outlook.com (57%)**
- ✓ **WhatsApp es aún más líder entre los servicios de mensajería instantánea (80%, +11 puntos)**
- ✓ **El uso de servicios de almacenamiento de archivos (“en la nube”) asciende al 60%**

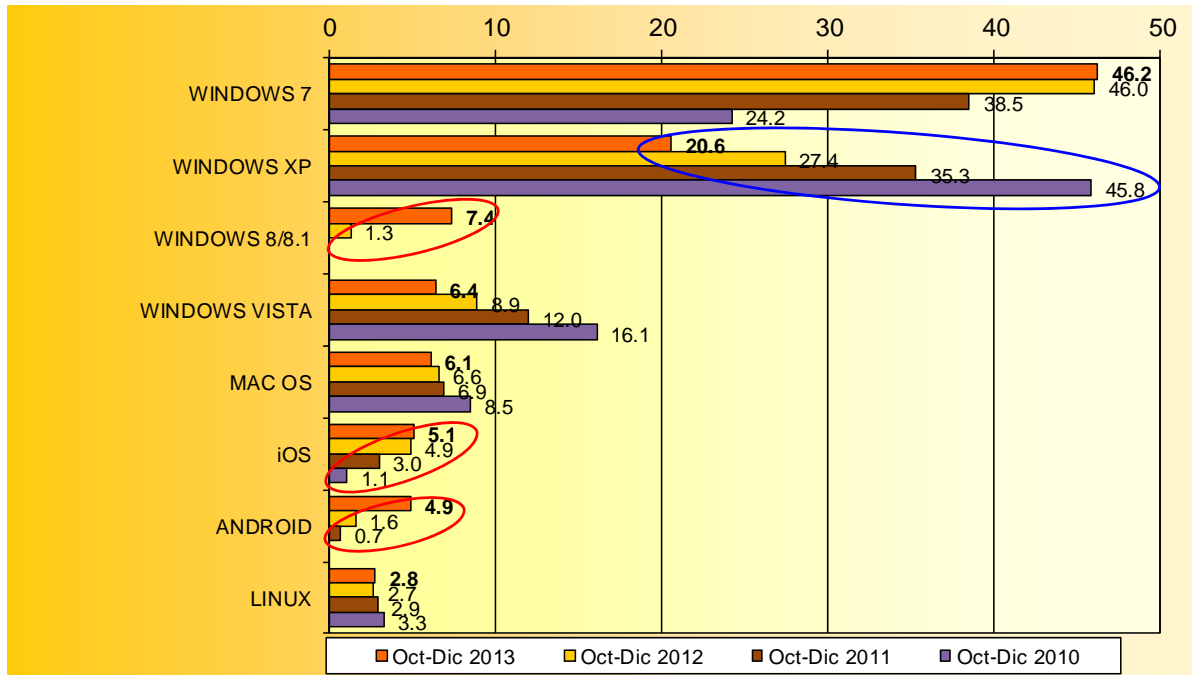
Hábitos del internauta de la Encuesta

Navegador usado en la encuesta



Hábitos del internauta de la Encuesta

Sistema operativo del internauta

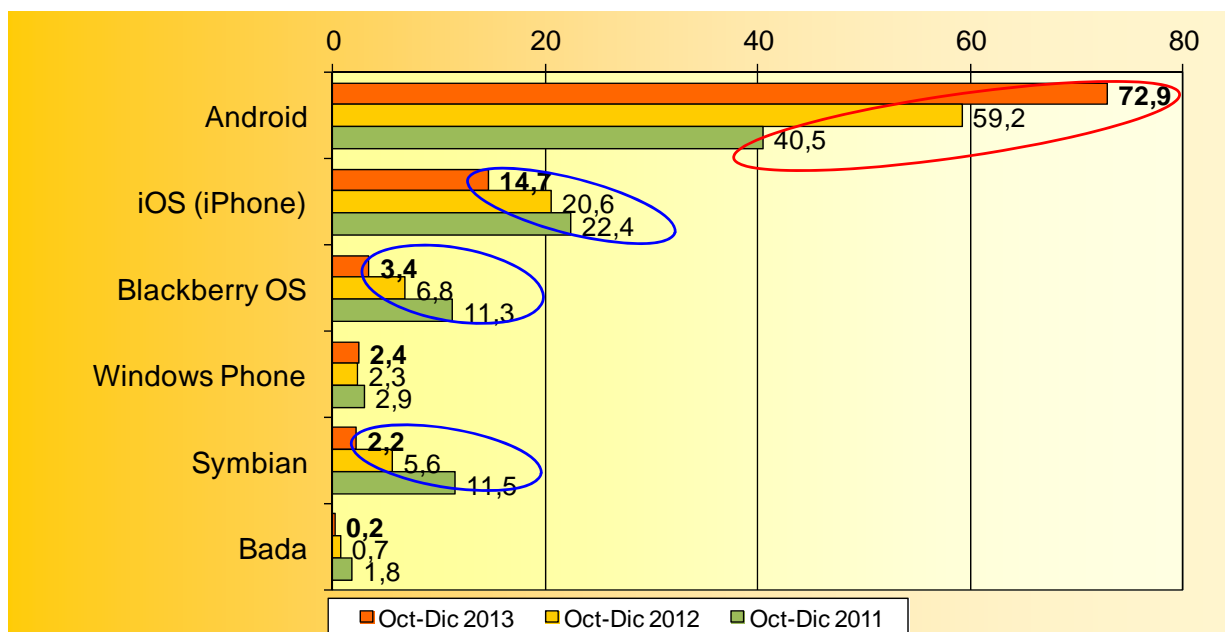


Madrid, 27 de febrero de 2014

37

Hábitos del internauta de la Encuesta

Sistema operativo del móvil para el acceso a Internet (Base: accede a Internet por teléfono móvil)

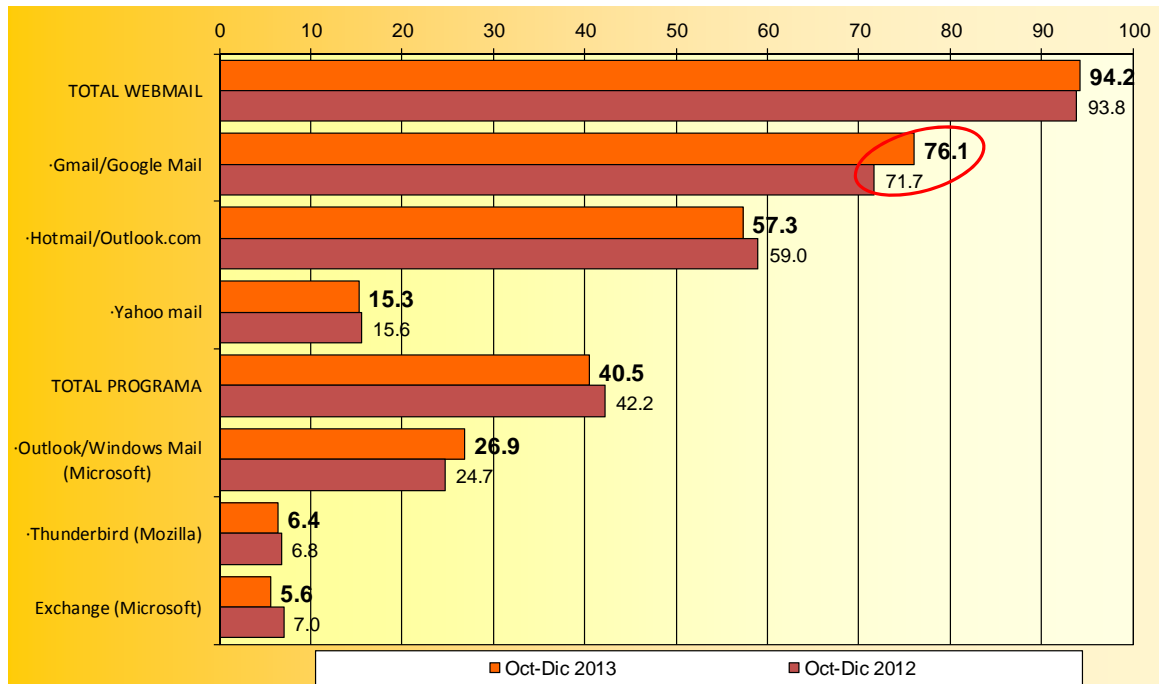


Madrid, 27 de febrero de 2014

38

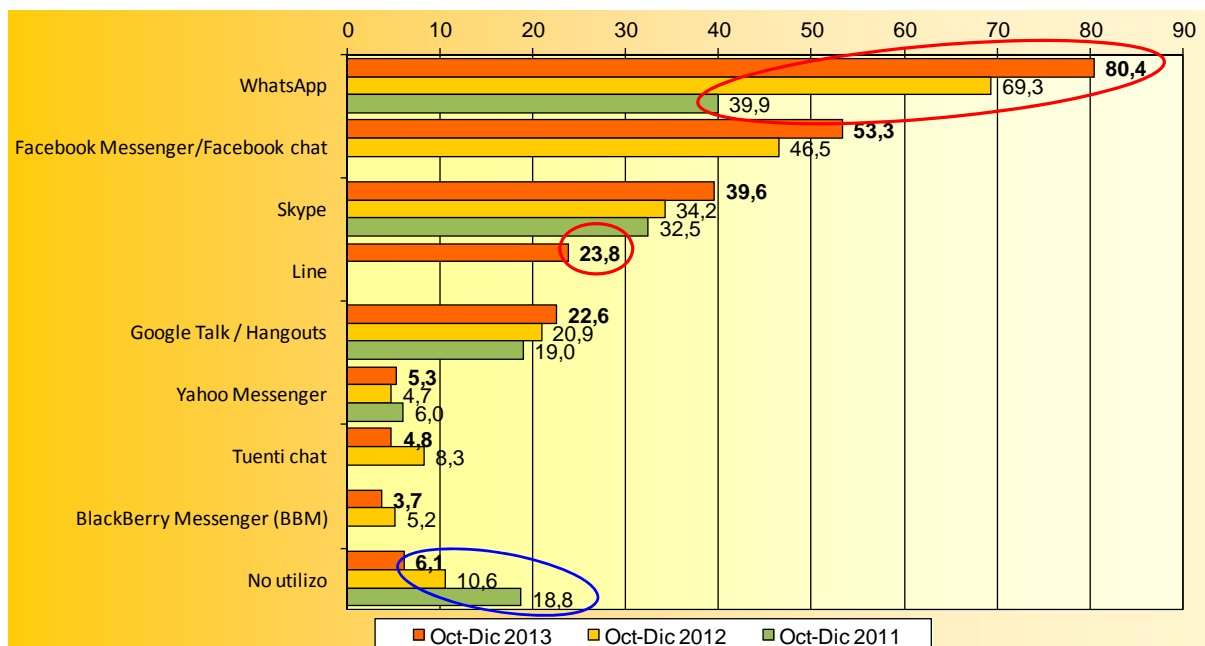
Hábitos del internauta de la Encuesta

Cliente de correo electrónico utilizado habitualmente



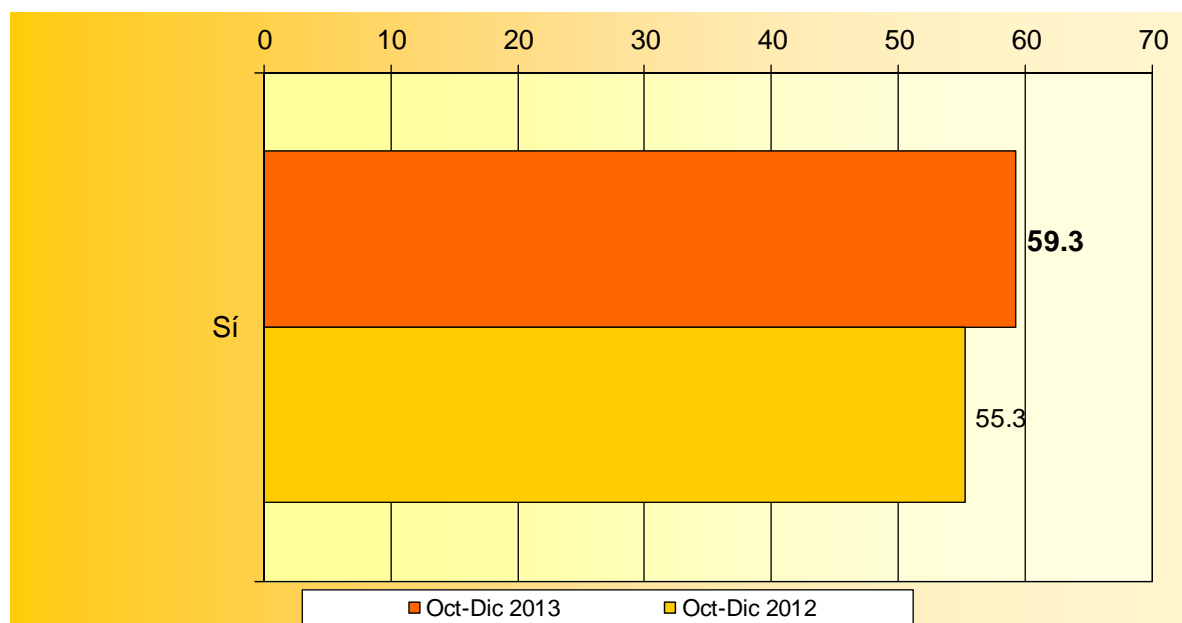
Hábitos del internauta de la Encuesta

Servicios de mensajería instantánea



Hábitos del internauta de la Encuesta

Uso de servicios de almacenamiento en la “nube” (Dropbox, iCloud, SkyDrive, Google Drive,...)



Madrid, 27 de febrero de 2014

41

Hábitos del internauta de la Encuesta

Servicios más usados

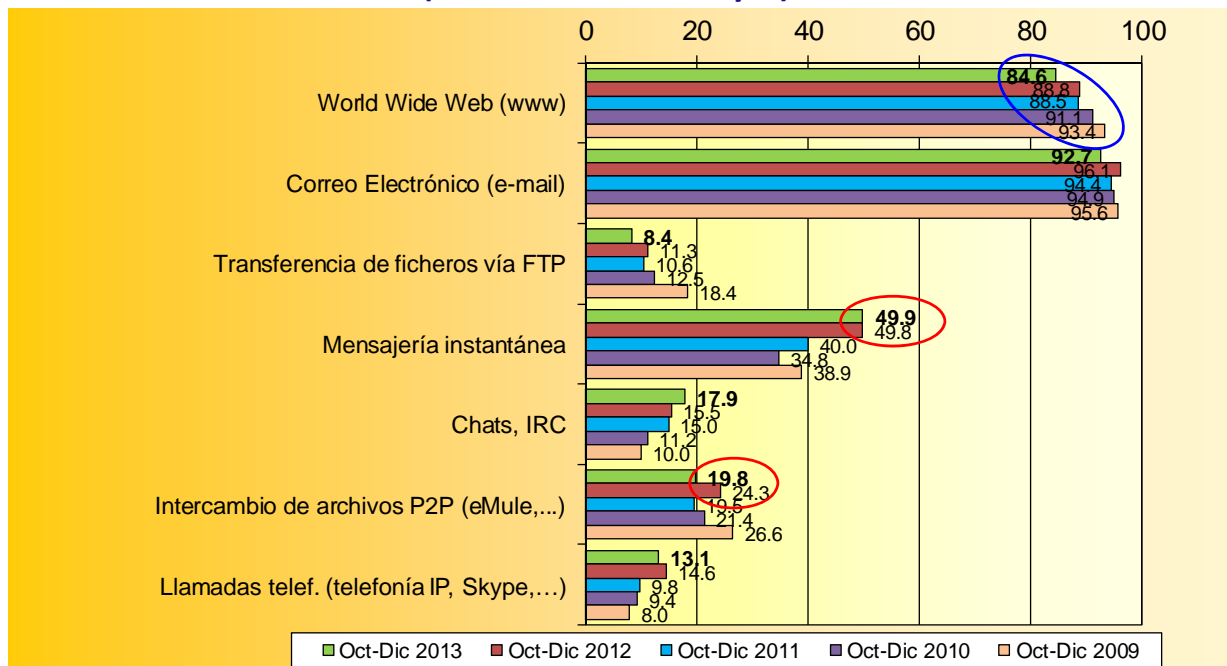
- ✓ Sigue el descenso –aunque leve- de la World Wide Web y del correo electrónico
- ✓ La mensajería instantánea ronda el 50%
- ✓ Tras el incremento experimentado en 2012, el intercambio de archivos P2P cae por debajo del 20%

Madrid, 27 de febrero de 2014

42

Hábitos del internauta de la Encuesta

Servicios de Internet usados ayer (Base: ha accedido ayer)



Madrid, 27 de febrero de 2014

43

NAVEGANTES EN LA RED

EL CONSUMO DE MEDIOS EN INTERNET

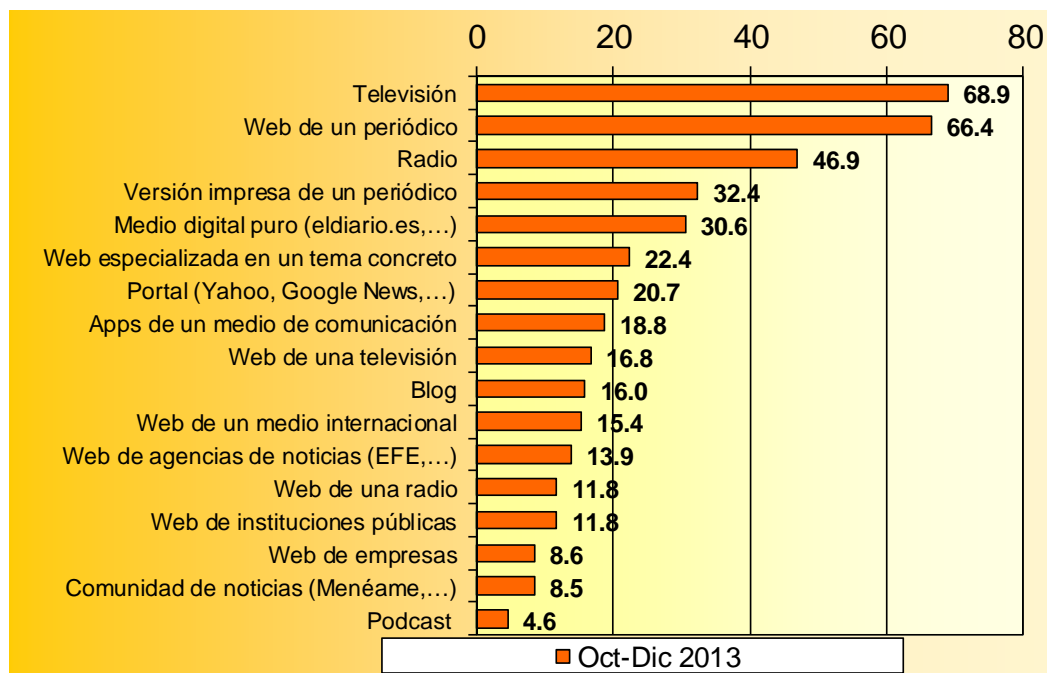
El consumo de medios en Internet

Fuentes de información de actualidad

- ✓ La TV y la web de un periódico son las dos fuentes de información de actualidad preferidas por los encuestados, con un 69 y 66% de menciones respectivamente
- ✓ La radio (47%) es el tercer medio, a gran distancia de los anteriores
- ✓ Por encima del 30% se sitúa la prensa en papel y prácticamente al mismo nivel los diarios digitales puros

El consumo de medios en Internet

Fuentes de información de la actualidad



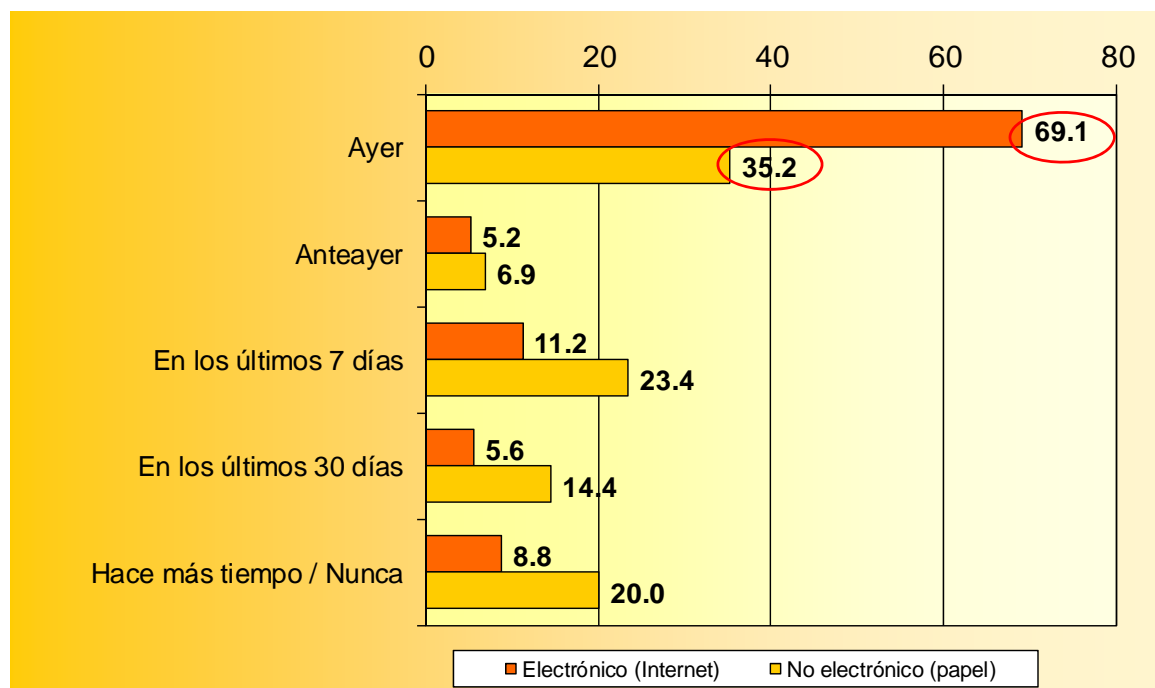
El consumo de medios en Internet

Prensa

- ✓ Alrededor de tres cuartas partes hacen una lectura cotidiana de la prensa electrónica (valores similares a 2012)
- ✓ Sigue en descenso la lectura diaria en papel, que se sitúa en el 35%
- ✓ Se mantiene en torno al 46% la lectura de ambas formas, electrónica y en papel
- ✓ Predomina la lectura exclusiva de la prensa electrónica frente a la lectura exclusiva de la edición impresa entre los Navegantes en la Red (36,5% vs. 8%)
- ✓ Incrementos en el nivel de lectura desde el teléfono móvil (44,5%, +3 puntos) y, en especial, desde el tablet (31%, +7 puntos)

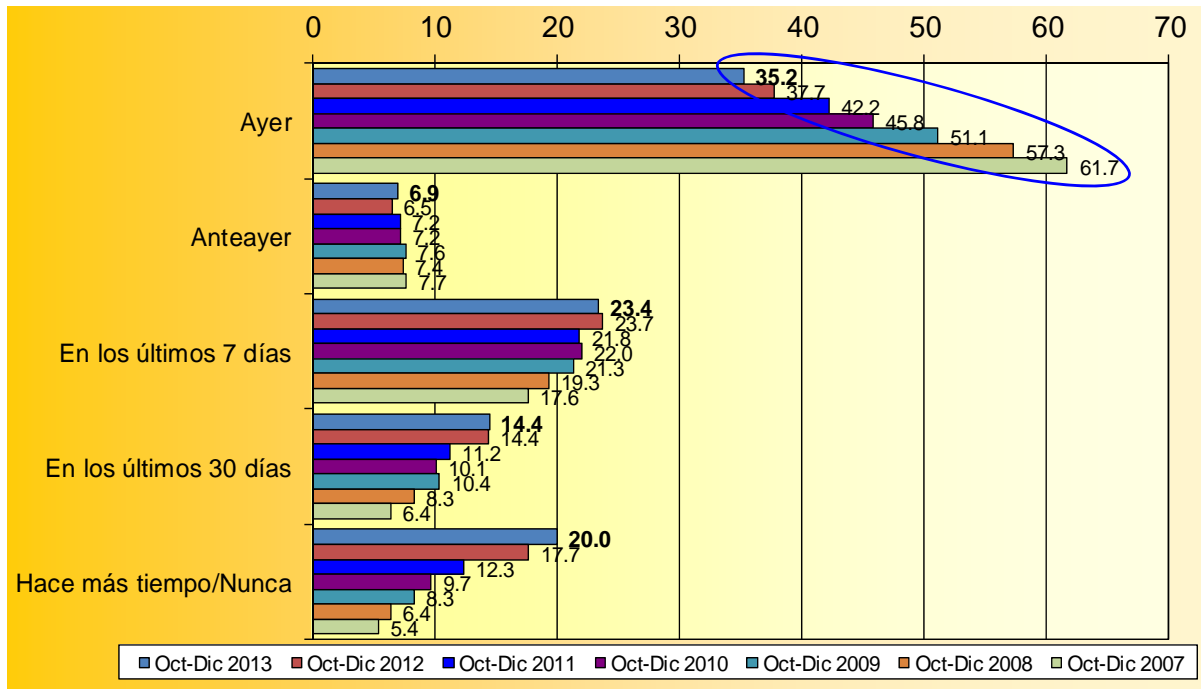
El consumo de medios en Internet

Lectura de diarios en papel y electrónicos



El consumo de medios en Internet

Lectura de periódicos / diarios en papel

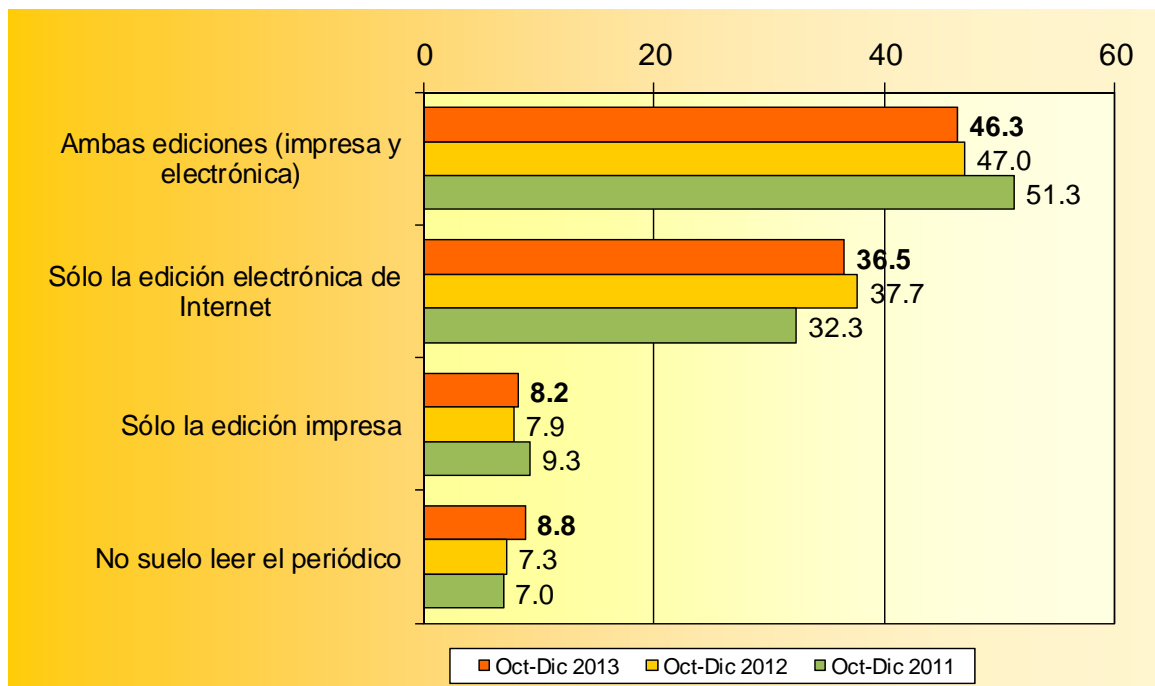


Madrid, 27 de febrero de 2014

49

El consumo de medios en Internet

Forma habitual de lectura del periódico

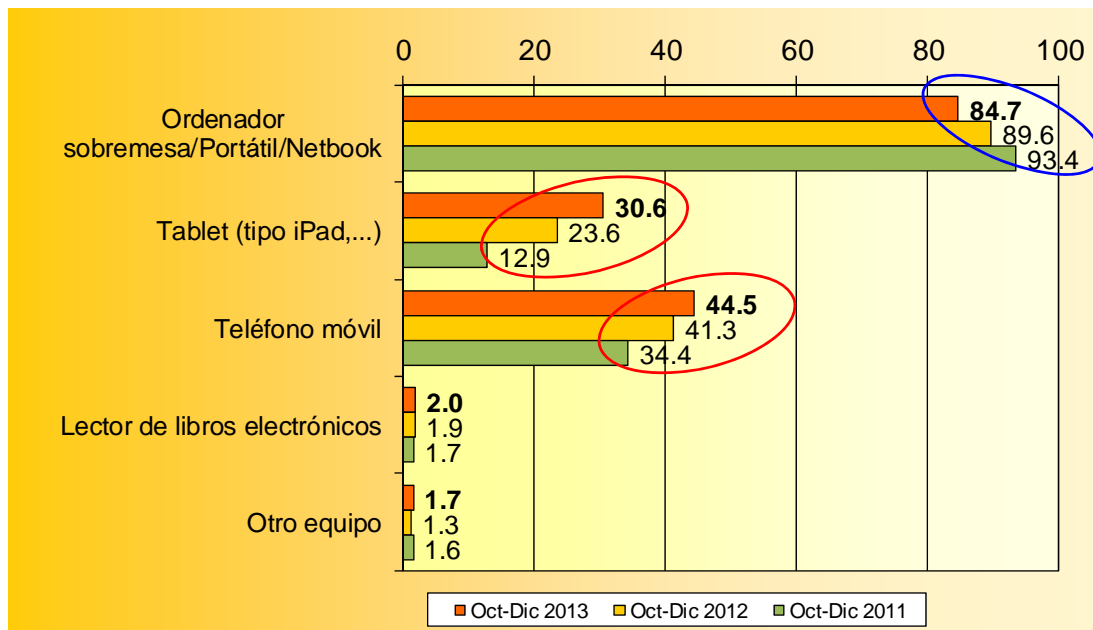


Madrid, 27 de febrero de 2014

50

El consumo de medios en Internet

Dispositivos de lectura de periódicos/diarios electrónicos (Base: leyó en Internet últimos 30 días)



Madrid, 27 de febrero de 2014

51

El consumo de medios en Internet

Revistas

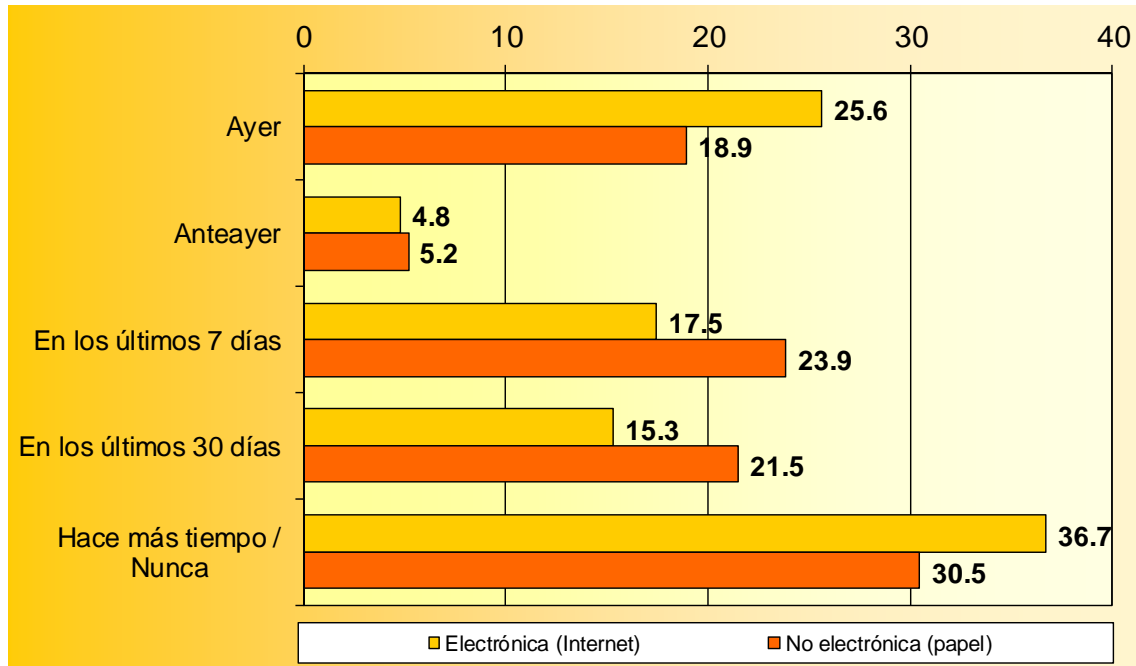
- ✓ Se percibe un freno en el descenso de la lectura cotidiana en papel (19%) y sigue el crecimiento –leve pero constante- de la lectura electrónica (26%)
- ✓ La lectura semanal de revistas electrónicas y en papel es similar y se sitúa en torno al 48%
- ✓ Sigue creciendo la lectura a través de los dispositivos móviles en detrimento del PC de sobremesa o portátil
 - ✓ tablet (28,5%) / móvil (27%)

Madrid, 27 de febrero de 2014

52

El consumo de medios en Internet

Lectura de revistas en papel y electrónicas

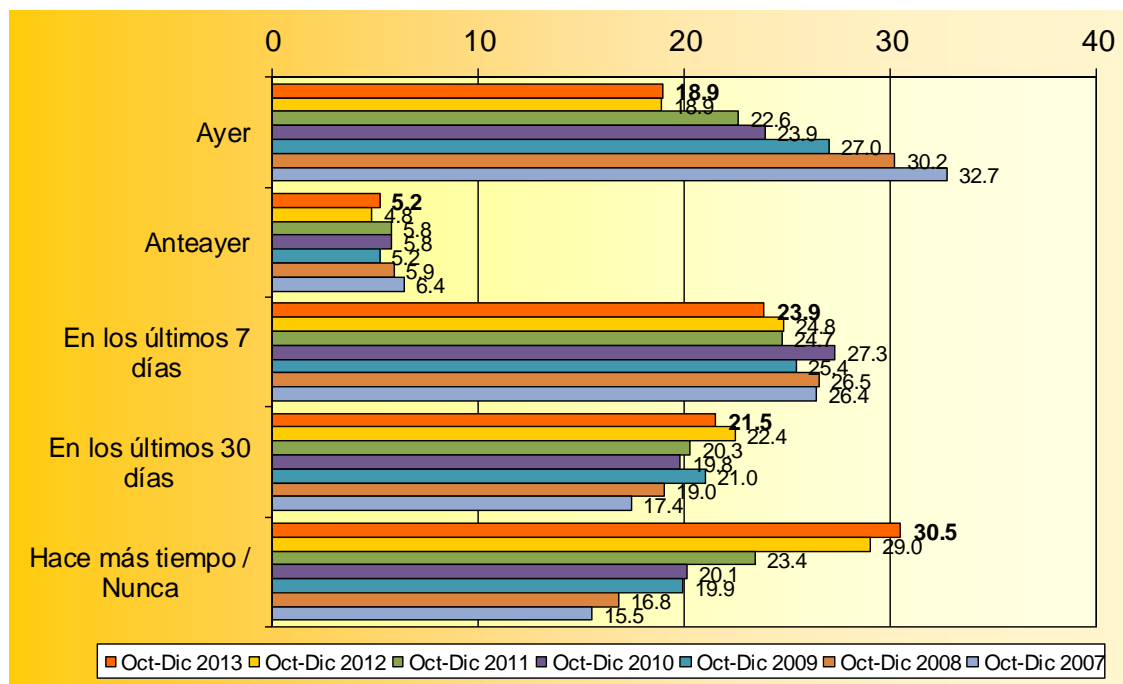


Madrid, 27 de febrero de 2014

53

El consumo de medios en Internet

Lectura de revistas en papel

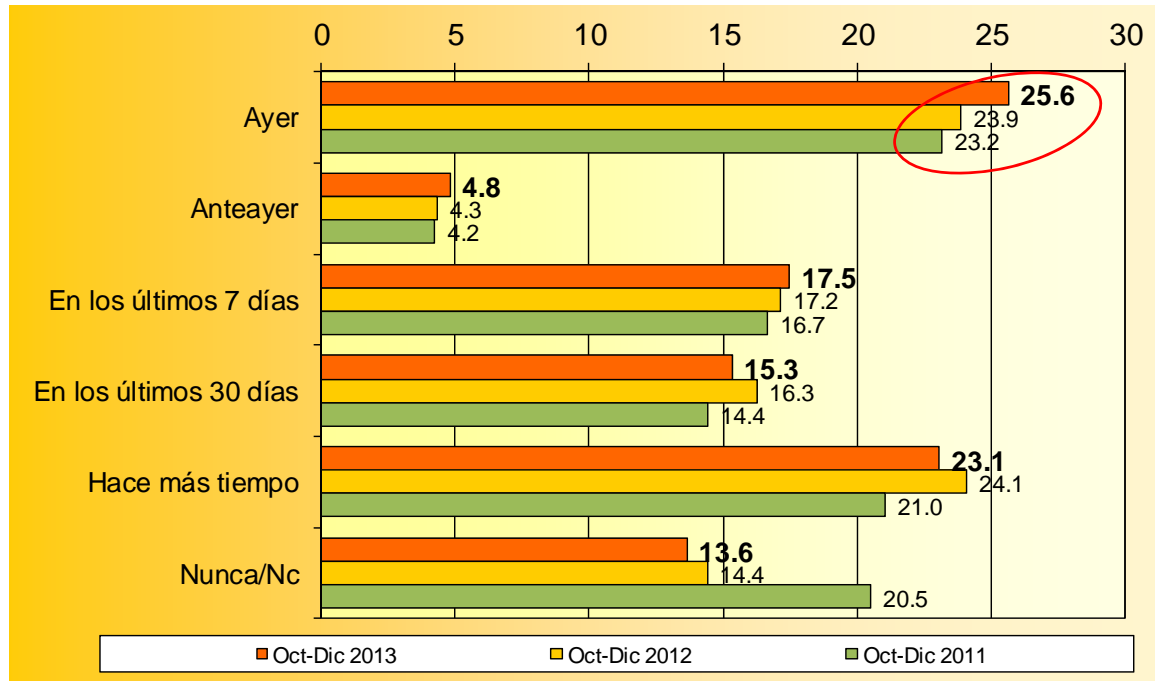


Madrid, 27 de febrero de 2014

54

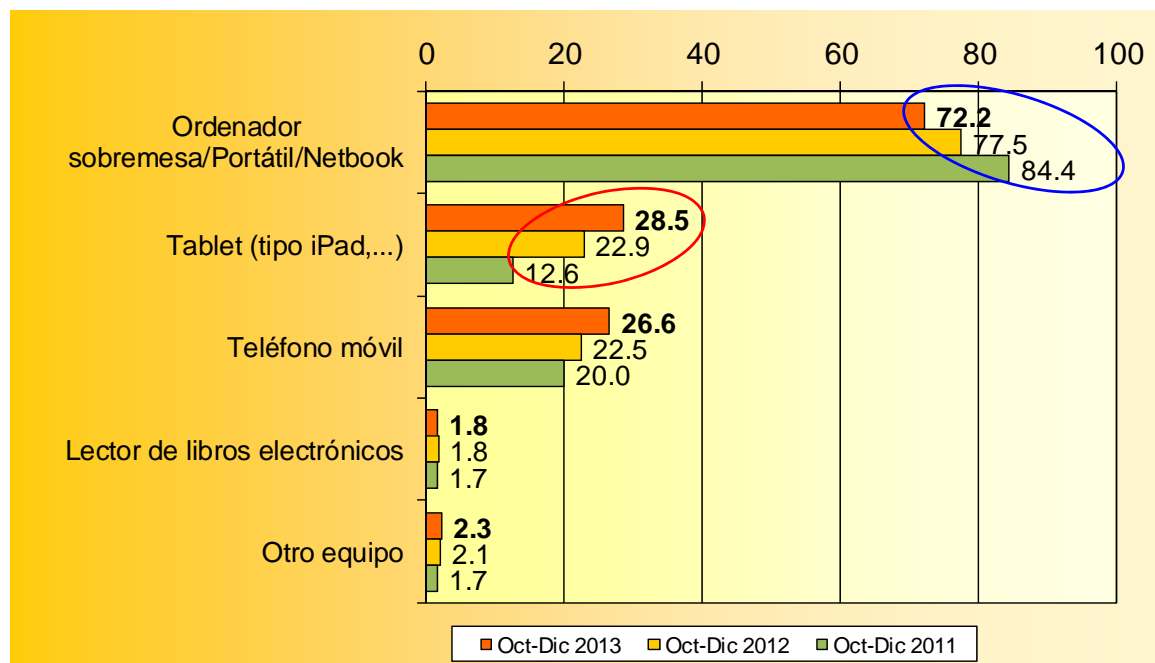
El consumo de medios en Internet

Lectura de revistas electrónicas



El consumo de medios en Internet

Dispositivos de lectura de revistas electrónicas (Base: leyó en Internet últimos 30 días)



El consumo de medios en Internet

Radio

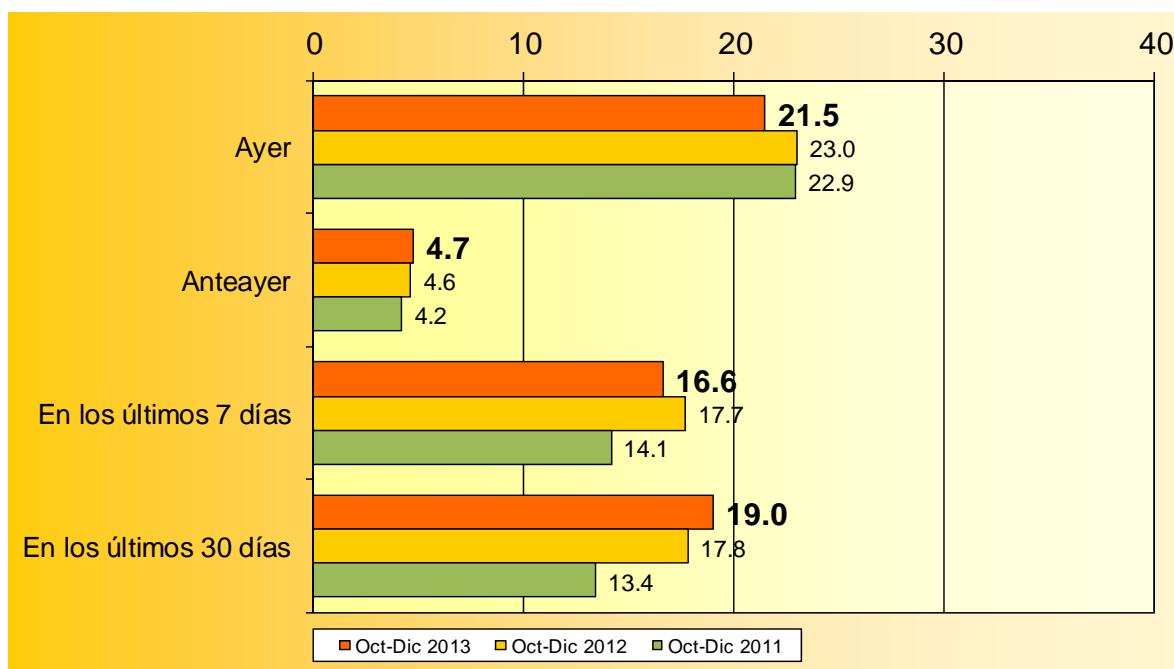
- ✓ Se mantiene en valores similares la frecuencia de escucha de la radio por Internet (alrededor del 43% en la última semana)
- ✓ El 21,5% de los encuestados hace un uso diario de este medio en Internet
- ✓ Sigue aumentando la escucha a través del teléfono móvil (34% en la última semana, +3 puntos)

Madrid, 27 de febrero de 2014

57

El consumo de medios en Internet

Escucha de radio por Internet

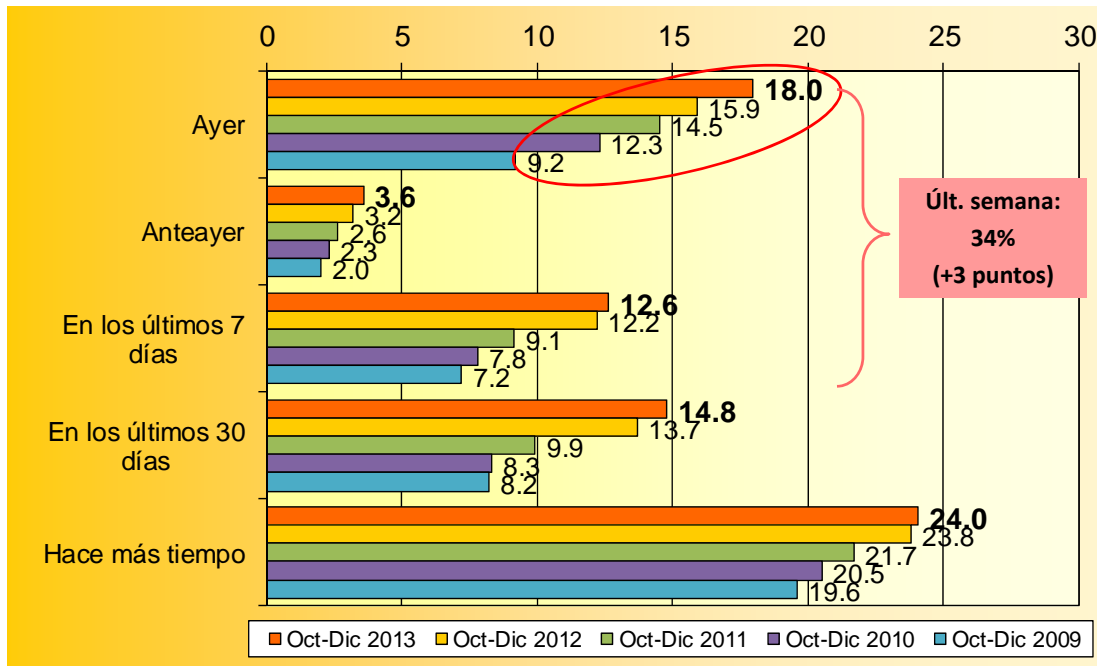


Madrid, 27 de febrero de 2014

58

El consumo de medios en Internet

Última vez que ha escuchado la radio a través del teléfono móvil



Madrid, 27 de febrero de 2014

59

El consumo de medios en Internet

Televisión

- ✓ Se mantienen los valores de 2012: alrededor del 45% ve TV por Internet en la última semana (18% ayer)
 - ✓ Desde el móvil: 14% (+3 puntos) / Desde el tablet: 15,5% (+4 puntos)
- ✓ El visionado diario o casi diario de películas/series online mediante conexión del ordenador al TV también se mantiene en torno al 23%, pero se producen incrementos notables en el visionado por tablet y móvil
 - ✓ En el tablet (22%, +7 puntos) / En el móvil (16%, +4 puntos)
 - ✓ En TV conectado a Internet (10%)

Madrid, 27 de febrero de 2014

60

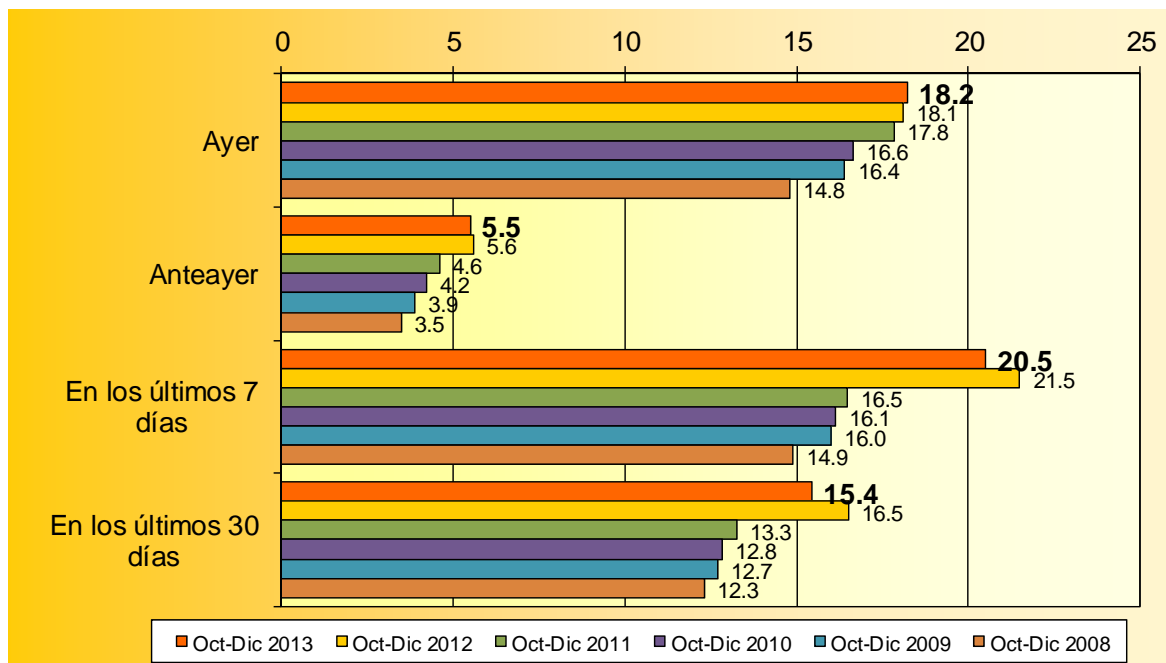
El consumo de medios en Internet

Televisión

- ✓ Alrededor del 35% oye la radio y el 38% tiene el televisor encendido mientras usa Internet
- ✓ Ascende al 56,5% quienes en alguna ocasión han realizado alguna actividad por Internet que tiene que ver con el programa de TV que se está viendo
- ✓ El 30% reconoce acceder a redes sociales para ver o hacer algún comentario sobre un programa de televisión que está viendo

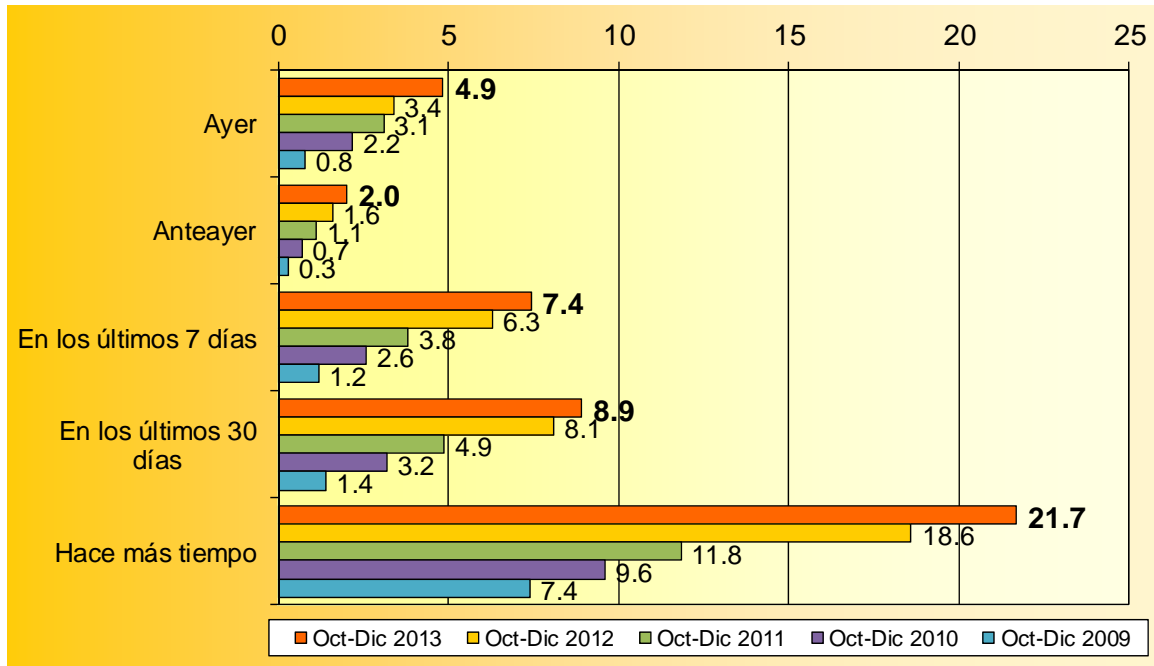
El consumo de medios en Internet

Visionado de televisión por Internet



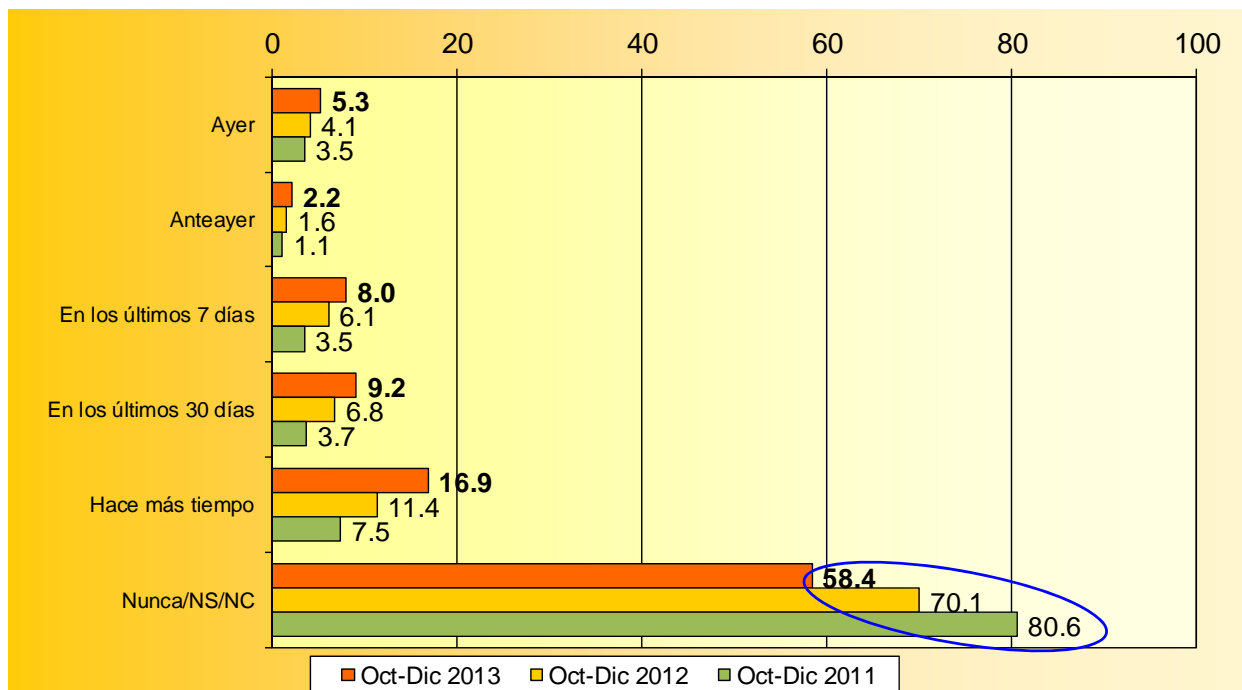
El consumo de medios en Internet

Último visionado de TV en el teléfono móvil



El consumo de medios en Internet

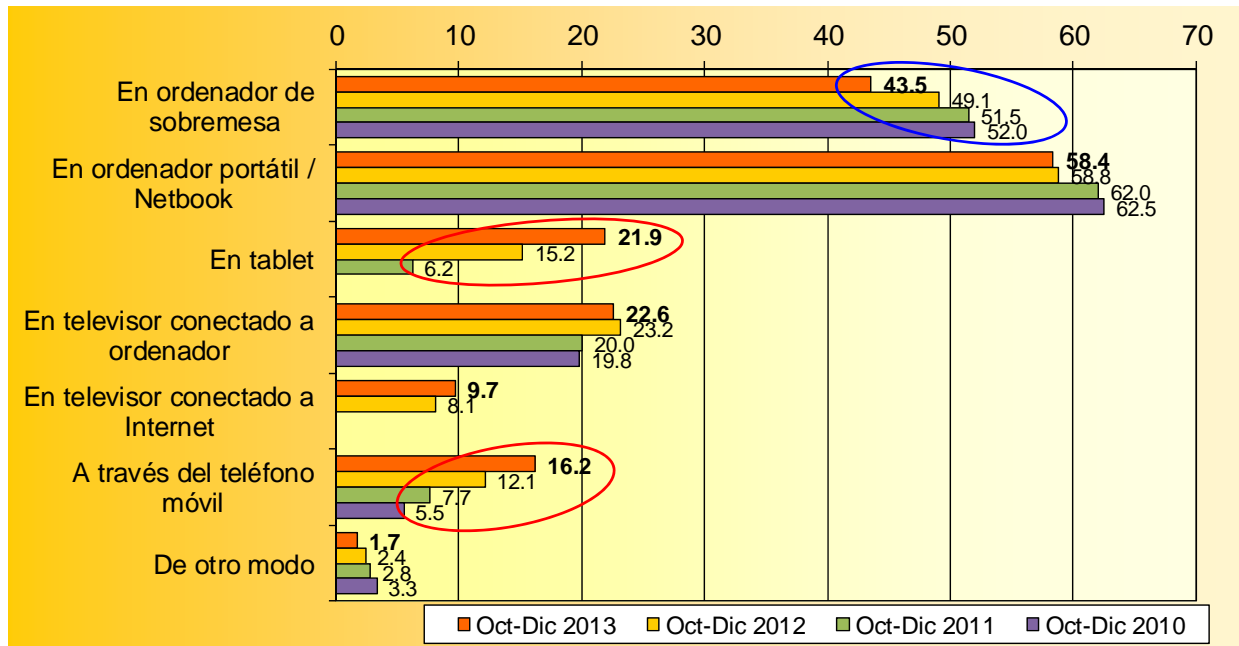
Último visionado de TV en tablet



El consumo de medios en Internet

Visionado online de las películas/series (sin descargar)

(Base: ha visto películas/series online últimos 30 días)

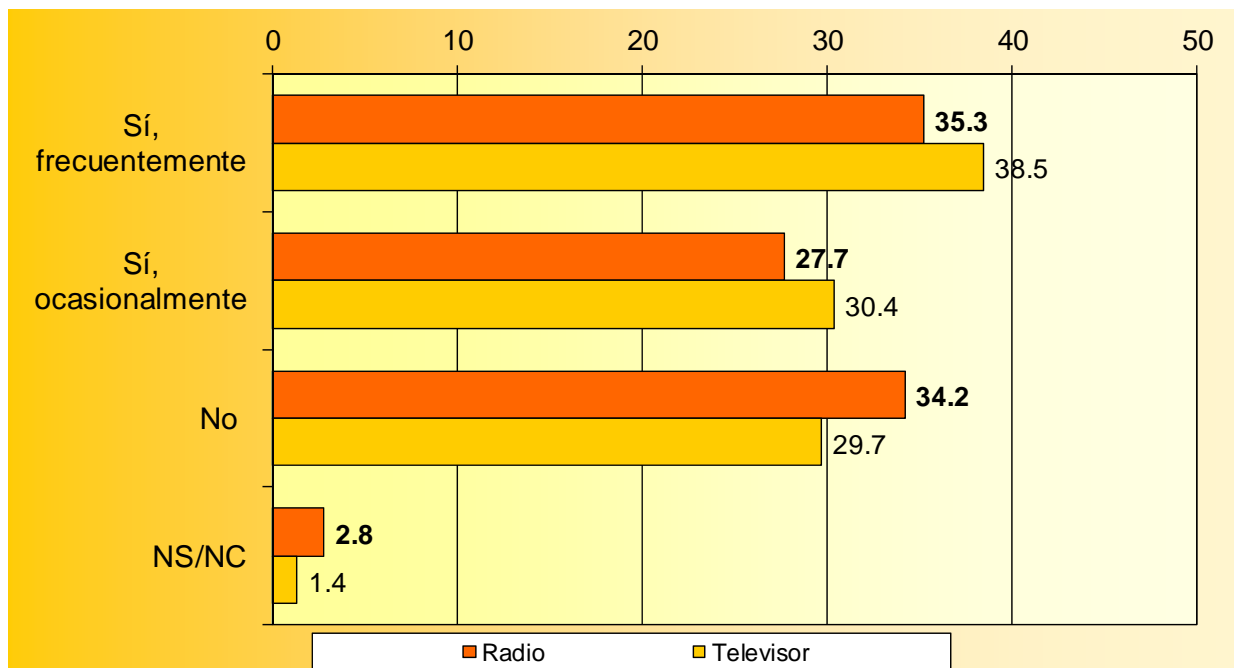


Madrid, 27 de febrero de 2014

65

El consumo de medios en Internet

Uso de Internet mientras se escucha la radio o con el televisor encendido

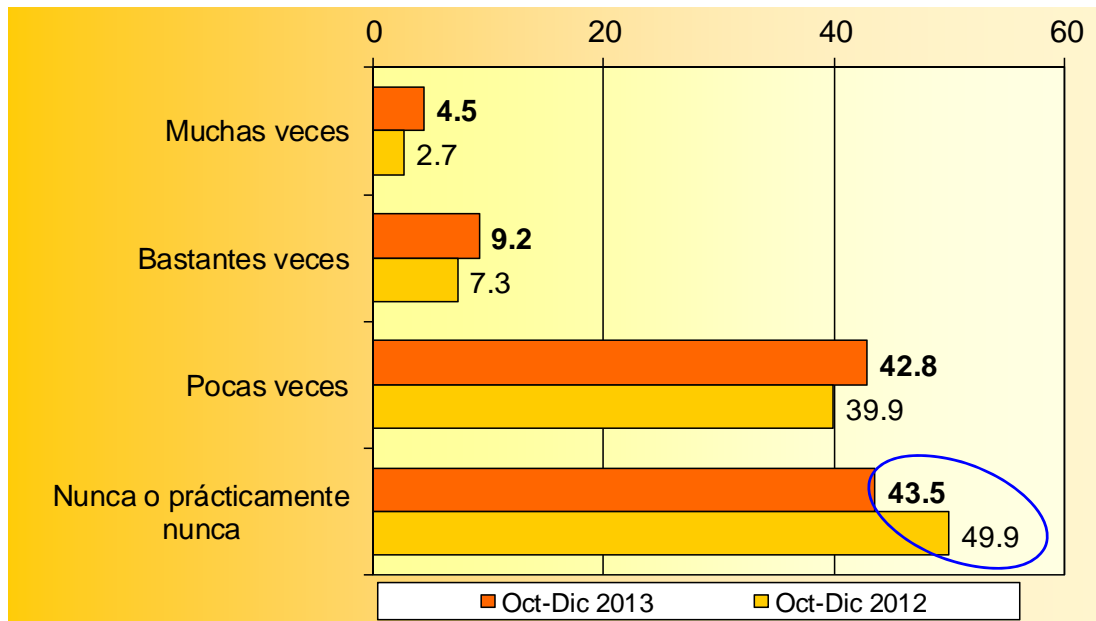


Madrid, 27 de febrero de 2014

66

El consumo de medios en Internet

Relación entre la actividad realizada en Internet y el programa de TV que se está viendo
(Base: usan Internet mientras ve tv)

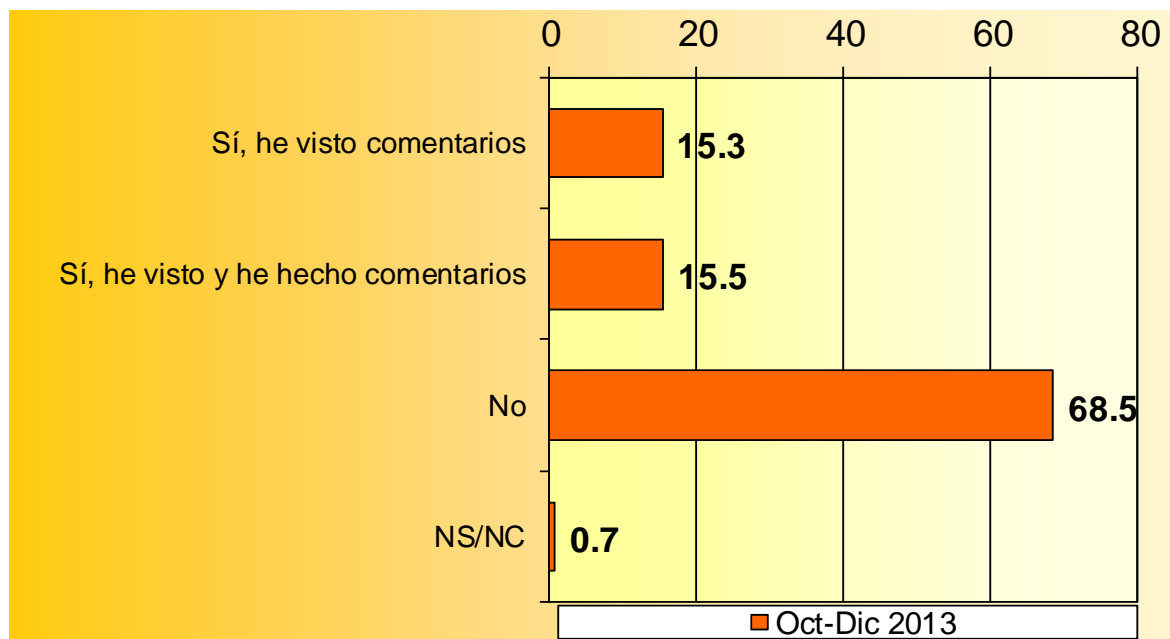


Madrid, 27 de febrero de 2014

67

El consumo de medios en Internet

Comentarios en redes sociales sobre un programa de TV que se está viendo
(Último mes - Base: usan Internet mientras ve tv)



Madrid, 27 de febrero de 2014

68

NAVEGANTES EN LA RED

LOS PROBLEMAS DE INTERNET

Madrid, 27 de febrero de 2014

69

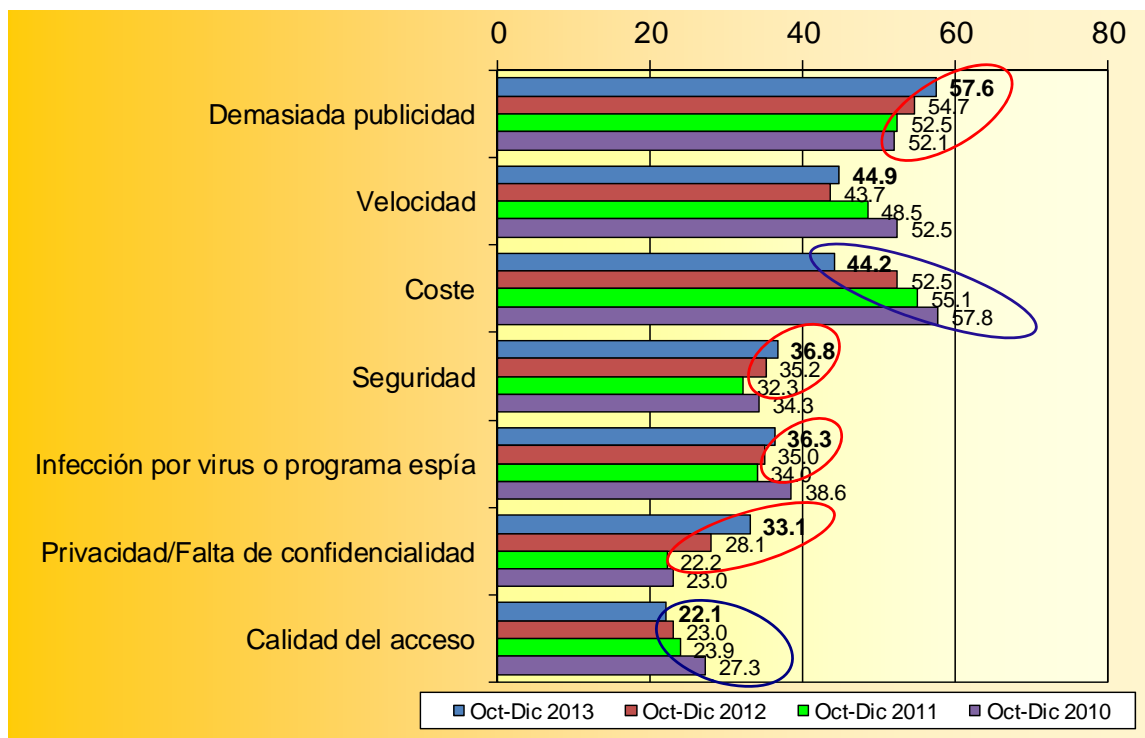
Los problemas de Internet

- ✓ **La publicidad (58% de menciones) es, con diferencia, el problema principal. A continuación con valores que rondan el 44-45% están la velocidad y el coste**
- ✓ **Pero el coste reduce sensiblemente su nivel de mención (44% vs. 52,5% en 2012)**
- ✓ **En un tercer nivel, en torno al 36%, están la seguridad y la infección por virus**
- ✓ **A ellos se acerca el nivel de menciones que obtiene la privacidad, que continua su ascenso (33%, +5 puntos)**
- ✓ **Los problemas relativos a la calidad del acceso son puestos de relieve por algo más del 20% de los encuestados**

Madrid, 27 de febrero de 2014

70

Los problemas de Internet



Madrid, 27 de febrero de 2014

71

Los problemas de Internet

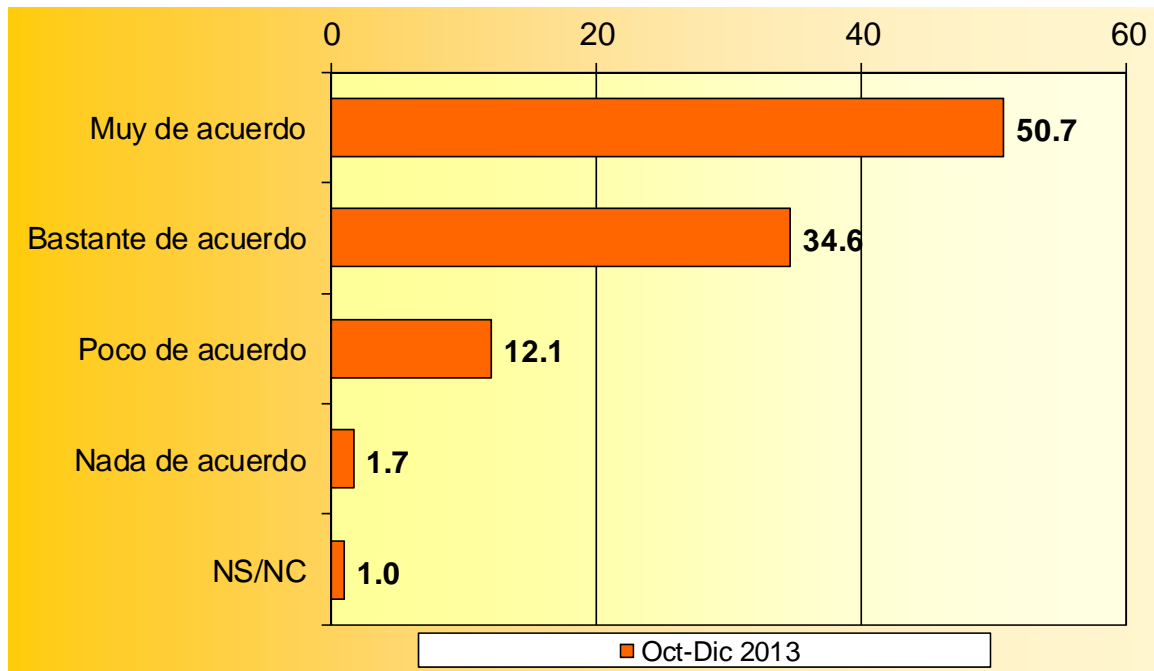
- ✓ **Sobre la publicidad**
 - ✓ Al 85% de los entrevistados les molesta la publicidad en Internet
 - ✓ Cuando se trata de la publicidad en el móvil el porcentaje de quienes dicen sentirse molestos asciende al 68%
 - ✓ Pero el 56% reconoce que la publicidad es necesaria para que se desarrolle Internet
 - ✓ Al 27% le resulta más interesante la publicidad en Internet que en otros medios
 - ✓ Cerca del 40% creen que la publicidad en Internet es más útil que en otros medios

Madrid, 27 de febrero de 2014

72

Los problemas de Internet

“Me molesta la publicidad en Internet”

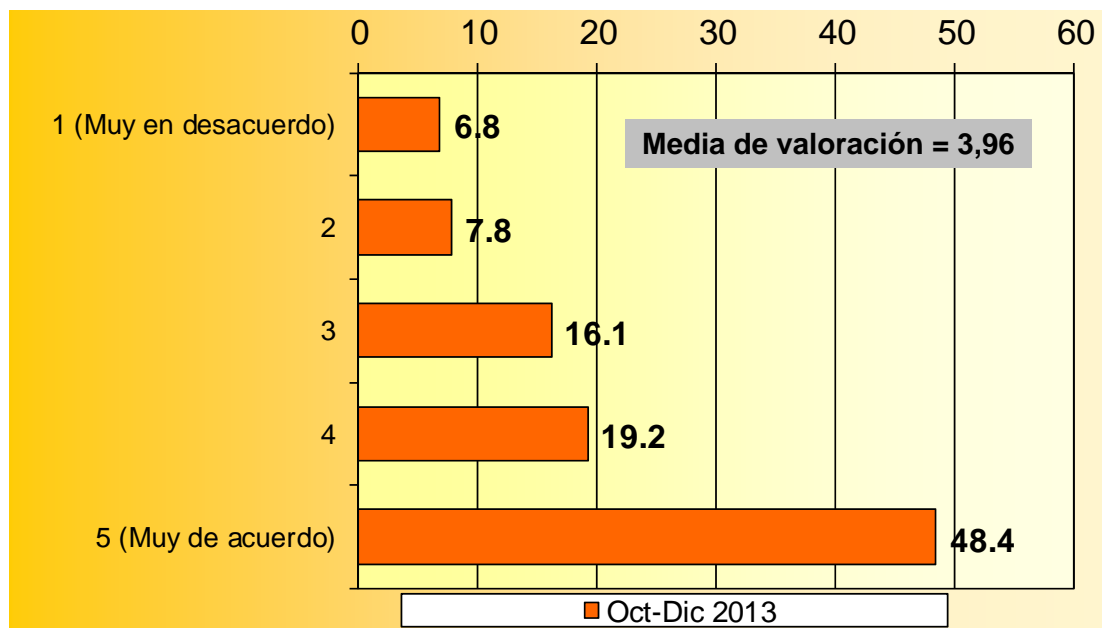


Madrid, 27 de febrero de 2014

73

Los problemas de Internet

“Me molesta la publicidad en el teléfono móvil”

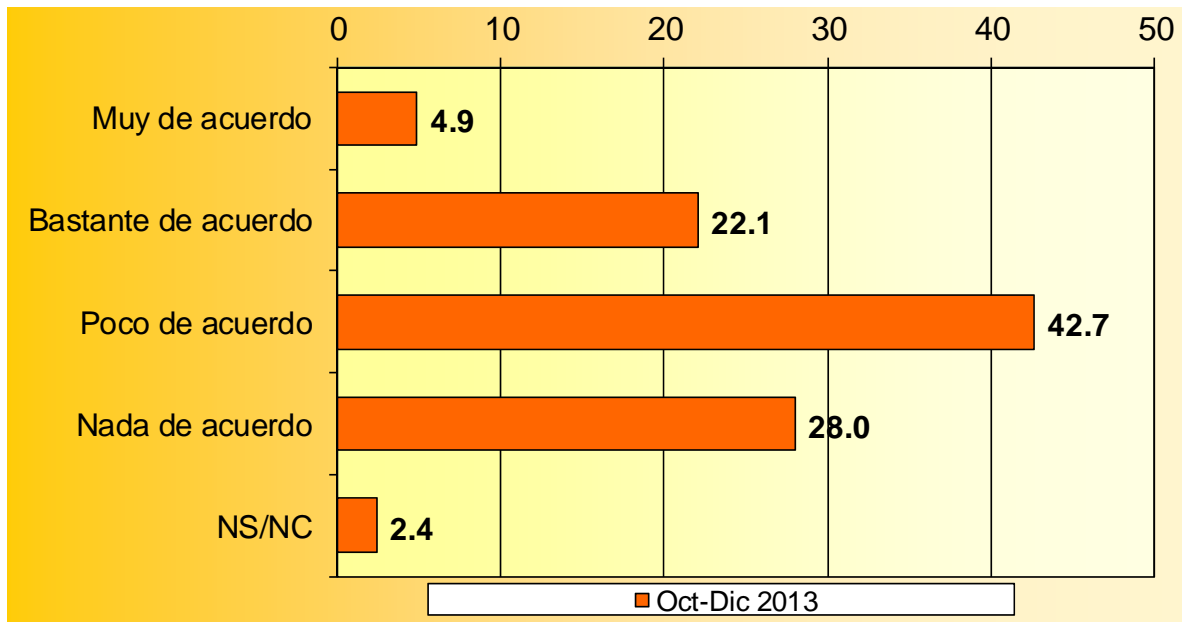


Madrid, 27 de febrero de 2014

74

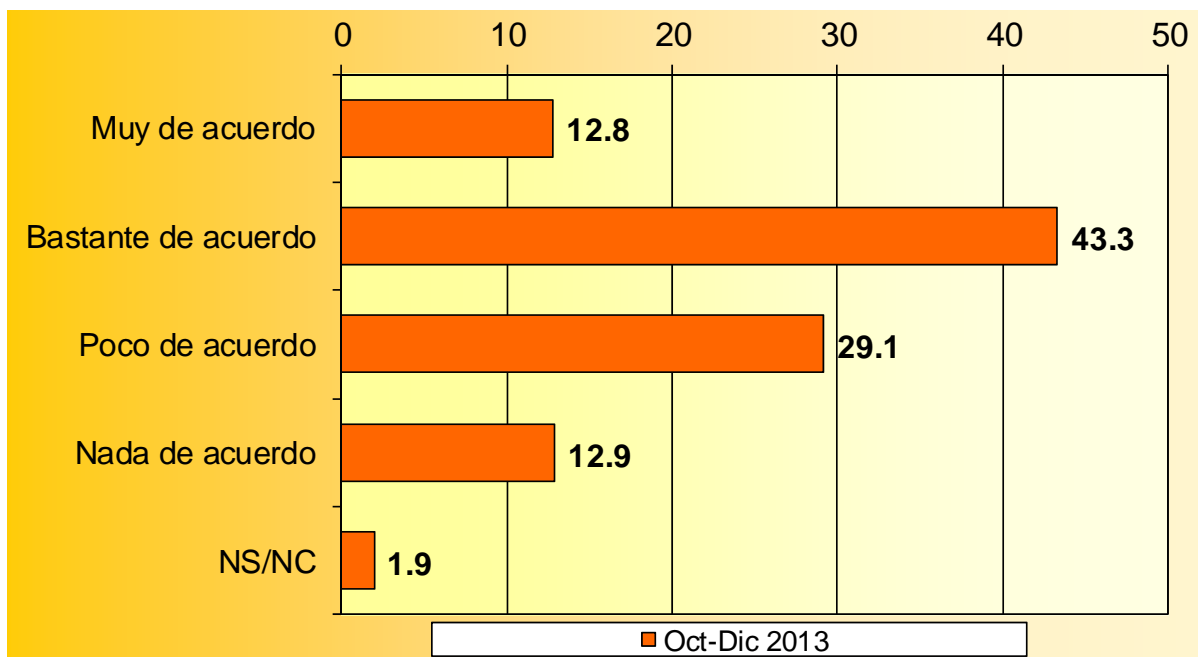
Los problemas de Internet

“La publicidad en Internet me resulta más interesante que en otros medios”



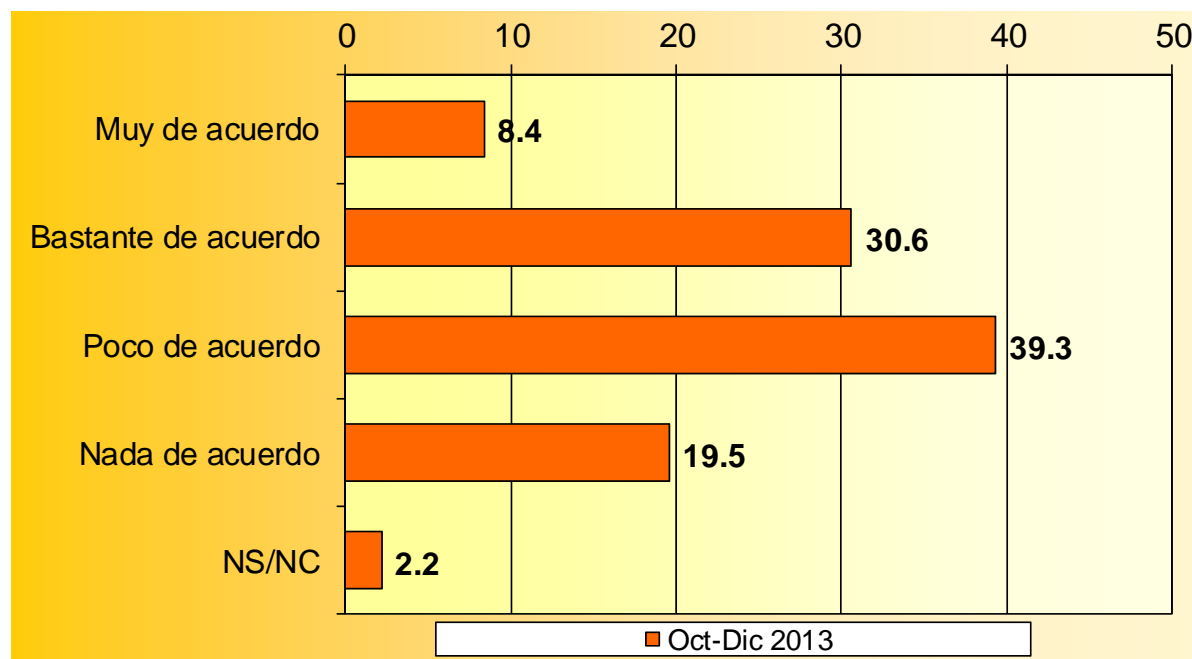
Los problemas de Internet

“La publicidad es necesaria para que Internet se desarrolle”



Los problemas de Internet

“Veo más útil la publicidad en Internet en comparación con otros medios”



Madrid, 27 de febrero de 2014

77

Los problemas de Internet

Sobre la seguridad

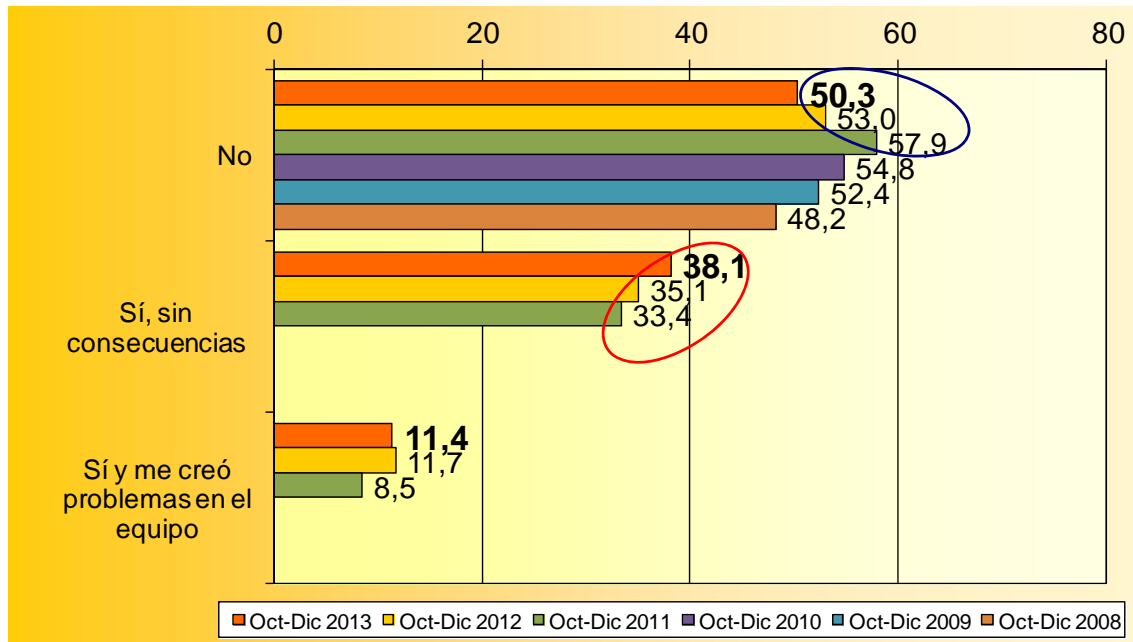
- ✓ Sigue en ascenso la percepción de haber sido afectado por algún virus o programa espía en el último año (49,5%, +2,5 puntos)
- ✓ La preocupación en torno a las amenazas de seguridad en los teléfonos móviles experimenta un fuerte crecimiento: alrededor del 32% de los que acceden a Internet por este dispositivo tiene instalado un programa antivirus.
- ✓ Entre los que acceden a través de tablet, es similar el volumen de los que tienen instalados un antivirus
- ✓ Aunque desciende 10 puntos en los dos últimos años, existe un 55% de entrevistados que reconocen no efectuar el control parental frente a ciertos contenidos.

Madrid, 27 de febrero de 2014

78

Los problemas de Internet

Afectado por algún virus informático o programa espía (*spyware*) procedente de Internet en el último año

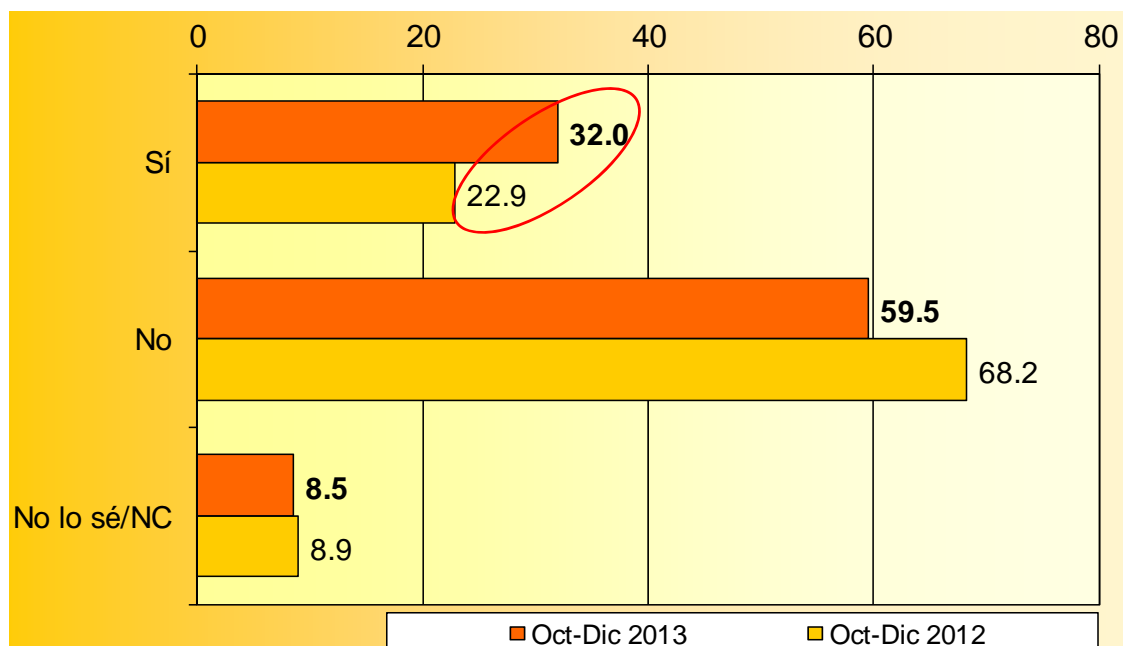


Madrid, 27 de febrero de 2014

79

Los problemas de Internet

Antivirus instalado en el teléfono móvil
(Base: accede Internet por teléfono móvil)

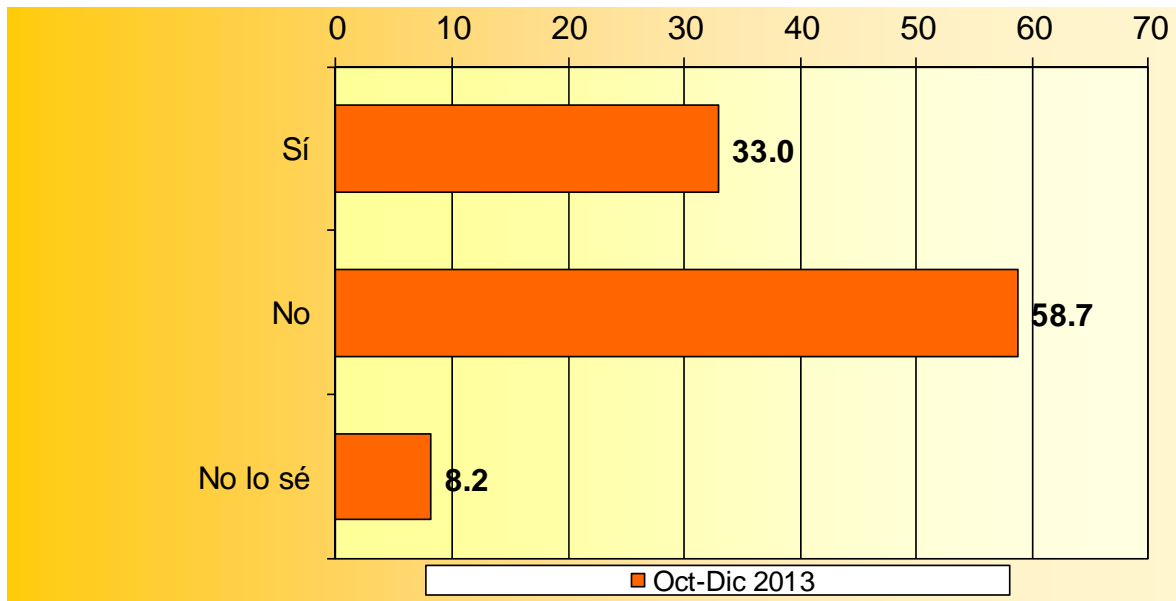


Madrid, 27 de febrero de 2014

80

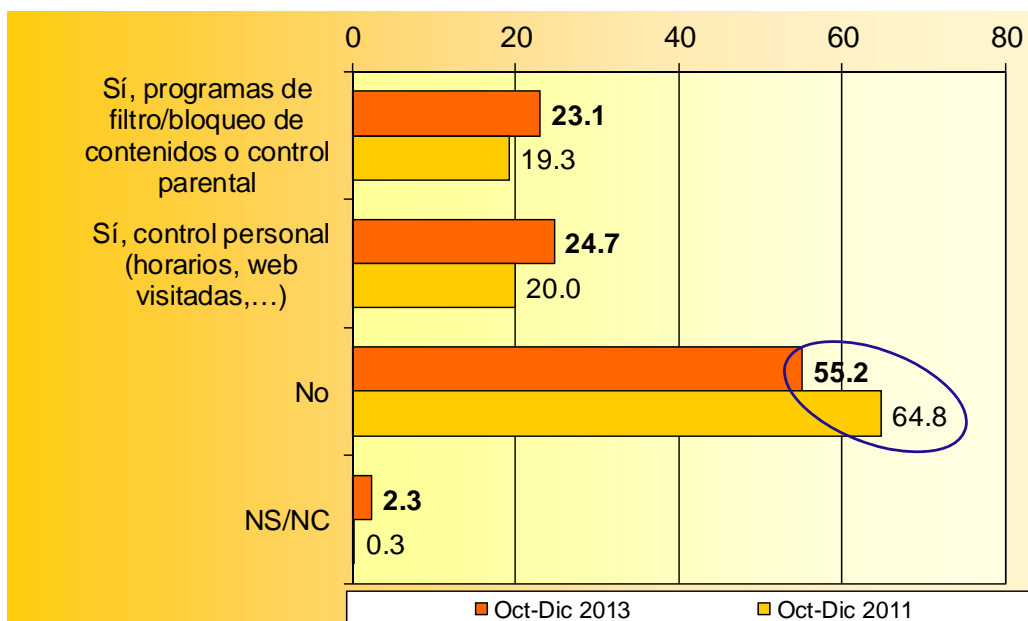
Los problemas de Internet

Antivirus instalado en el tablet (Base: accede a Internet por tablet)



Los problemas de Internet

Control parental de Internet (Base: con hijos menores 14 años en casa)



NAVEGANTES EN LA RED

PERCEPCIONES SOBRE INTERNET

Madrid, 27 de febrero de 2014

83

Percepciones sobre Internet

- ✓ En torno al 80% cree que Internet tiene gran capacidad de movilizar a la gente
- ✓ Para algo más del 50% Internet permite una participación más activa en la política
- ✓ El 75% se muestra preocupado por la privacidad en las redes sociales
- ✓ Algo más de dos tercios dicen estar preocupados por el uso de los datos personales que se proporcionan en Internet
- ✓ El 52% opina que siempre le deberían pedir permiso al utilizar cookies
- ✓ Existe una preocupación mayoritaria (68%) acerca del control que los gobiernos pueden hacer sobre Internet.
 - ✓ En concreto un 53,5% dice sentirse vigilado en Internet

Madrid, 27 de febrero de 2014

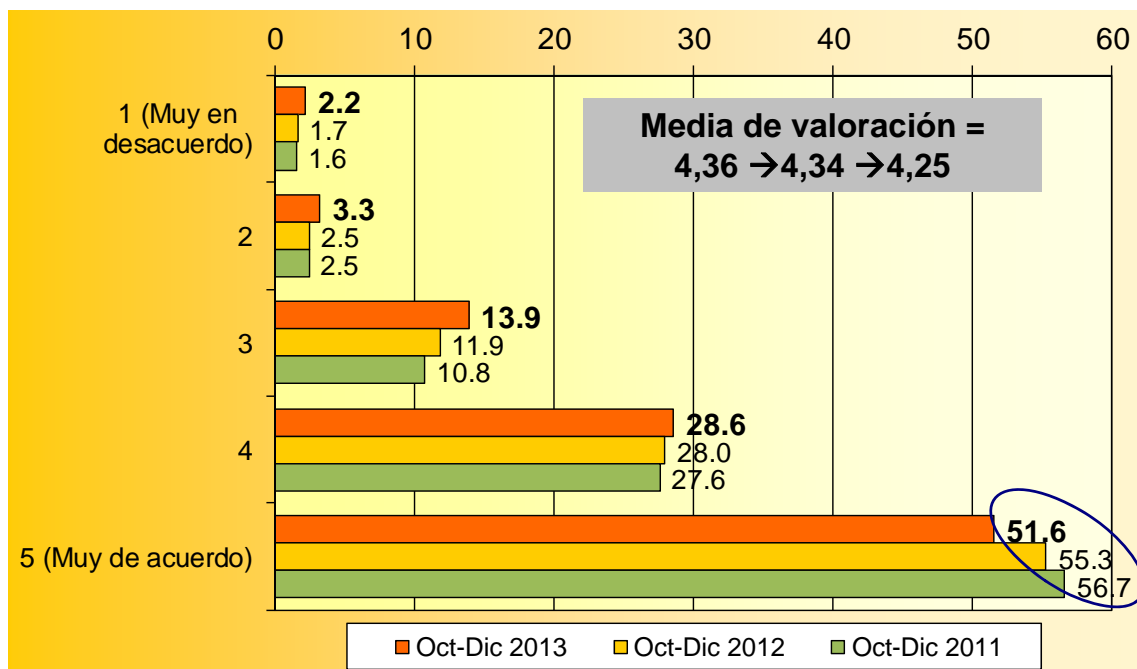
84

Percepciones sobre Internet

- ✓ Con respecto al "derecho al olvido" en Internet, casi tres cuartas partes de los internautas entrevistados consideran que la gente debería tener derecho a la eliminación de referencias personales por parte de los buscadores.
- ✓ Alrededor del 45% considera que las infraestructuras de Internet no están preparadas para los usos y necesidades actuales
- ✓ Ligeramente por debajo del 40% están quienes consideran que las tarifas planas no son justas, pues no distinguen entre quienes consumen poco y quienes consumen mucho
- ✓ Predominan quienes están en contra del pago por acceder a contenidos protegidos por copyright (43%), pero se recortan sensiblemente las diferencias con quienes están a favor (25%; en 2012 la diferencia ascendía a 25 puntos y se ve recortada en 2013 hasta los 18 puntos)

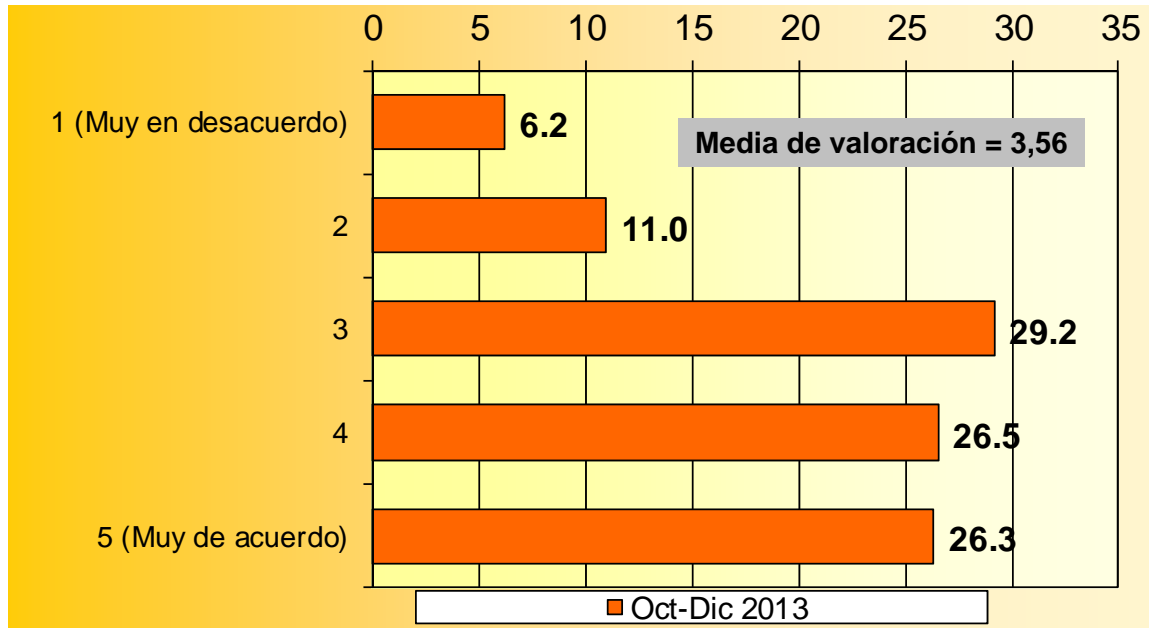
Percepciones sobre Internet

“Internet tiene gran capacidad de movilizar a la gente”



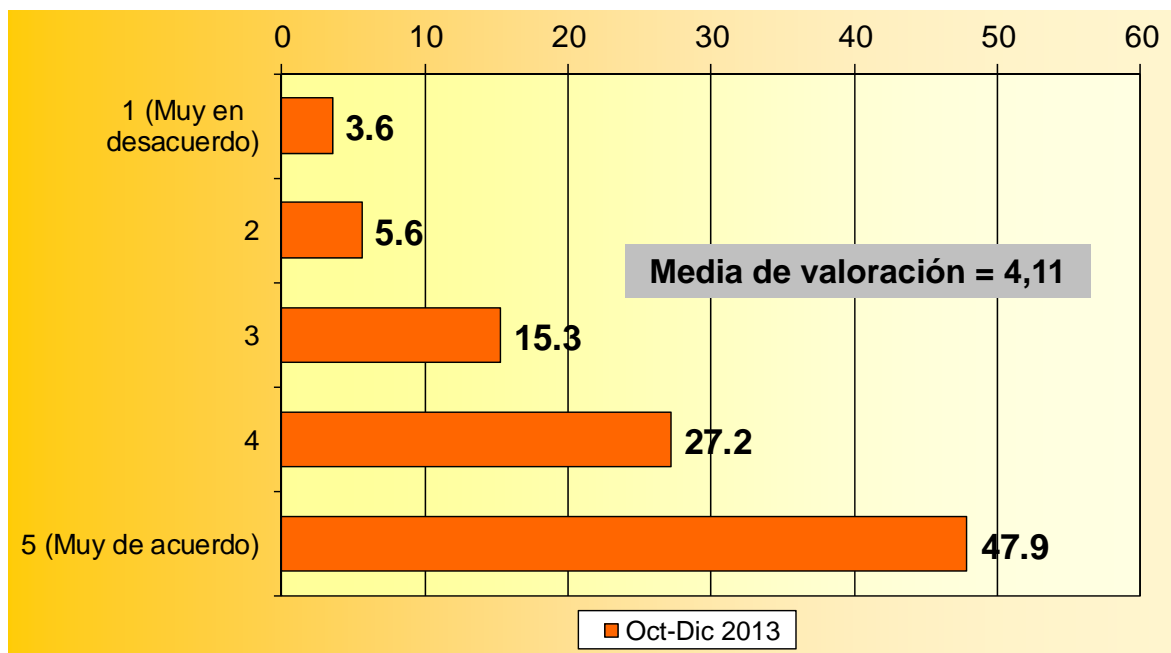
Percepciones sobre Internet

“Internet permite una participación más activa en la política”



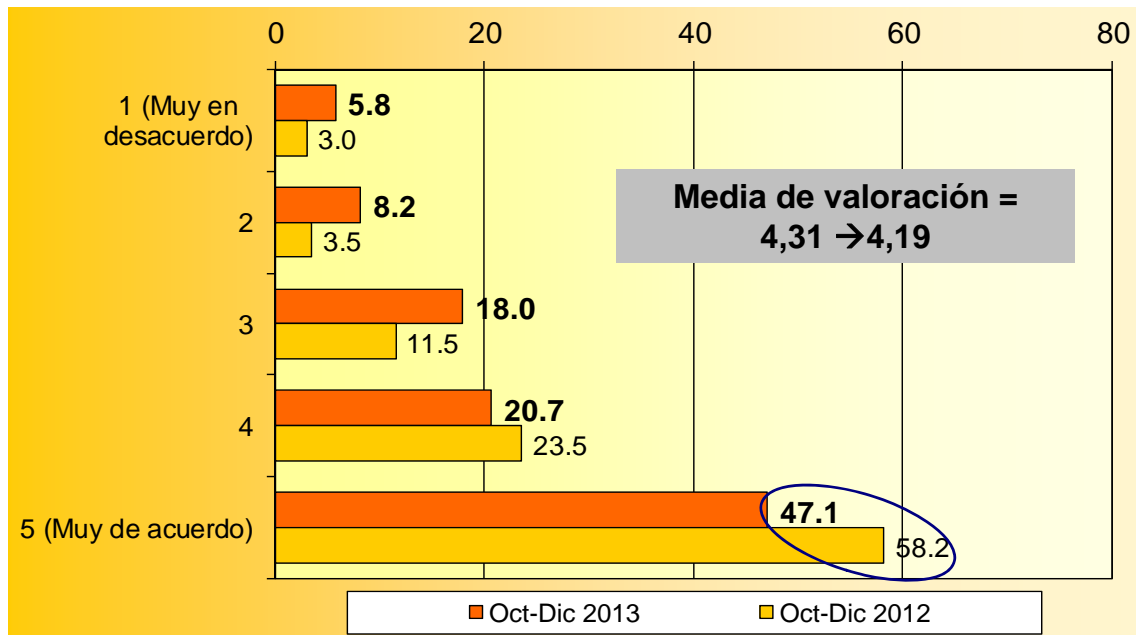
Percepciones sobre Internet

“Me preocupa la privacidad en las redes sociales”



Percepciones sobre Internet

“Me preocupa el uso que se puede hacer de los datos personales que proporciono en Internet”

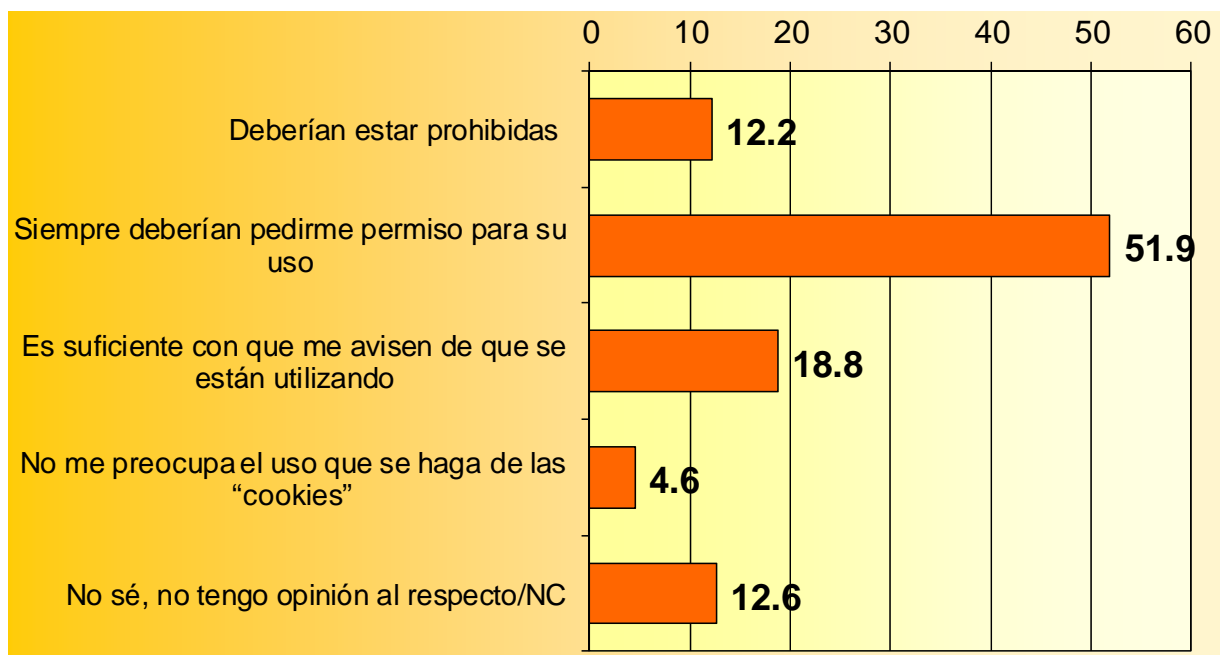


Madrid, 27 de febrero de 2014

89

Percepciones sobre Internet

Posicionamiento frente al uso de “cookies”

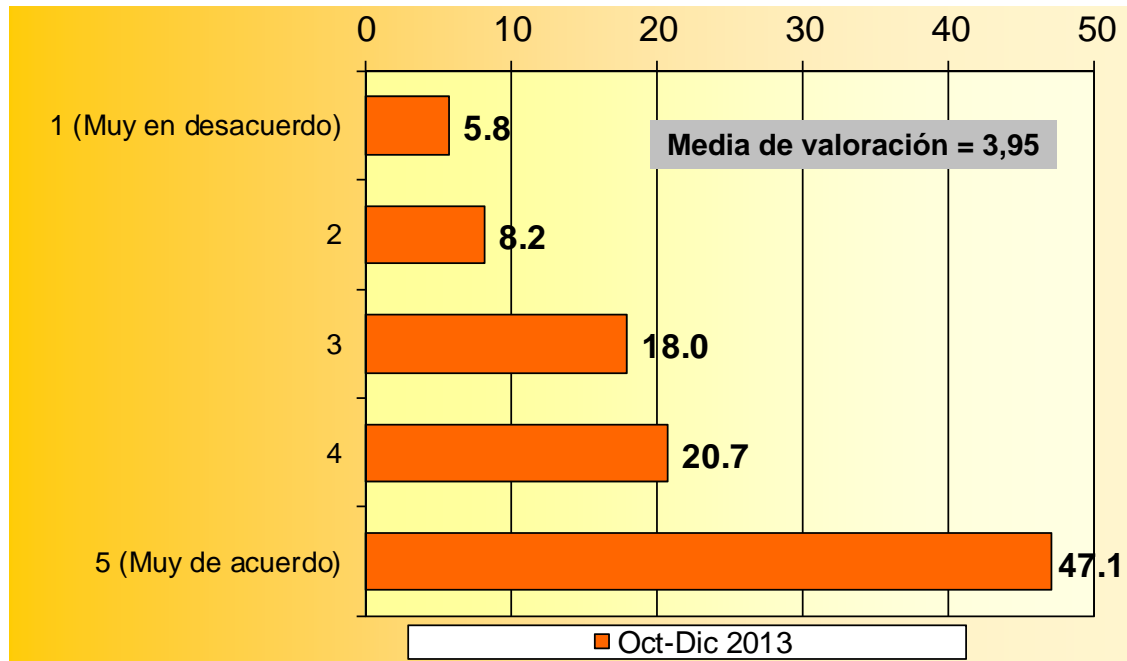


Madrid, 27 de febrero de 2014

90

Percepciones sobre Internet

“Me preocupa que los gobiernos controlen lo que hago en Internet”

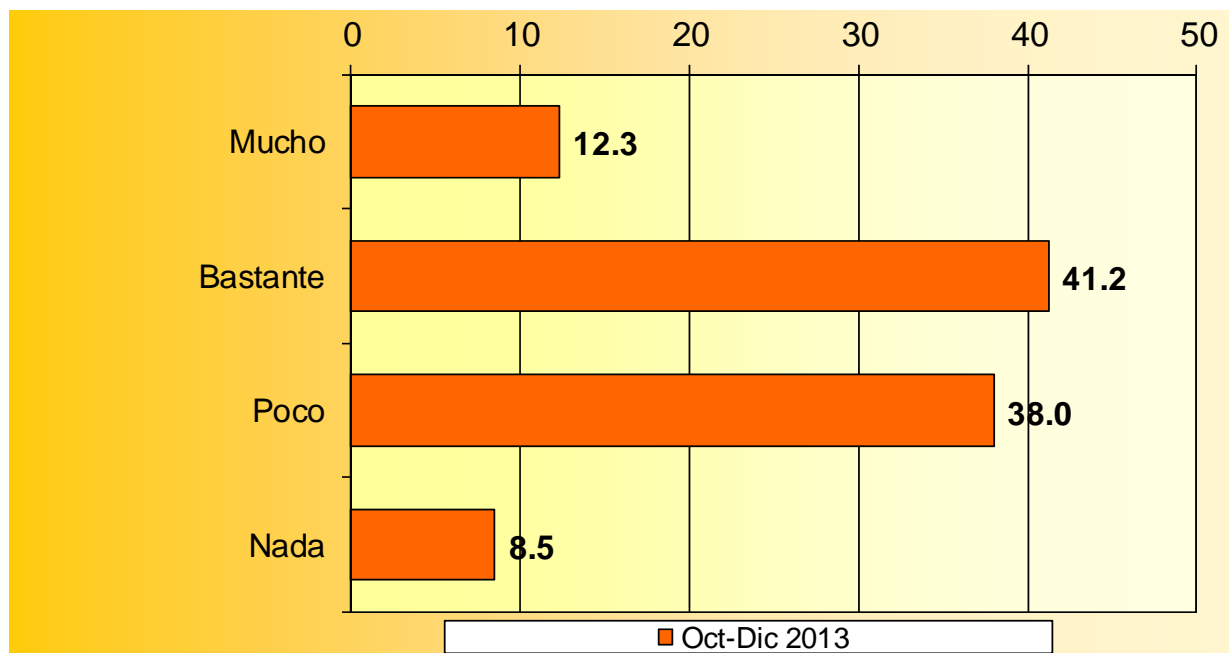


Madrid, 27 de febrero de 2014

91

Percepciones sobre Internet

“¿Se siente vigilado en Internet?”

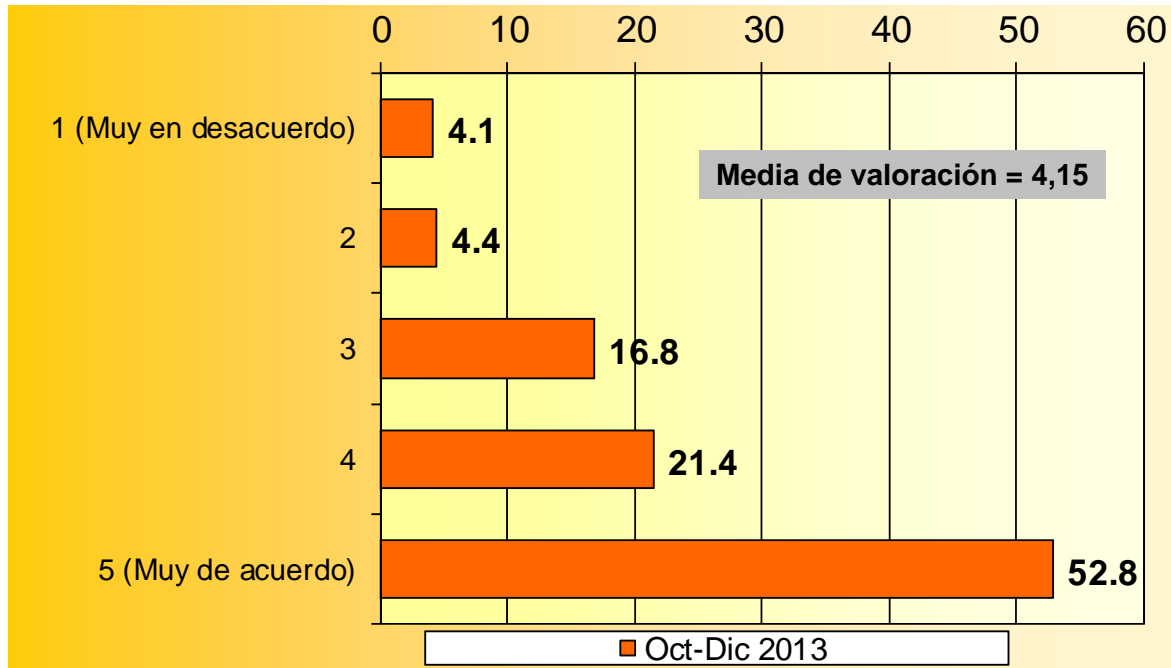


Madrid, 27 de febrero de 2014

92

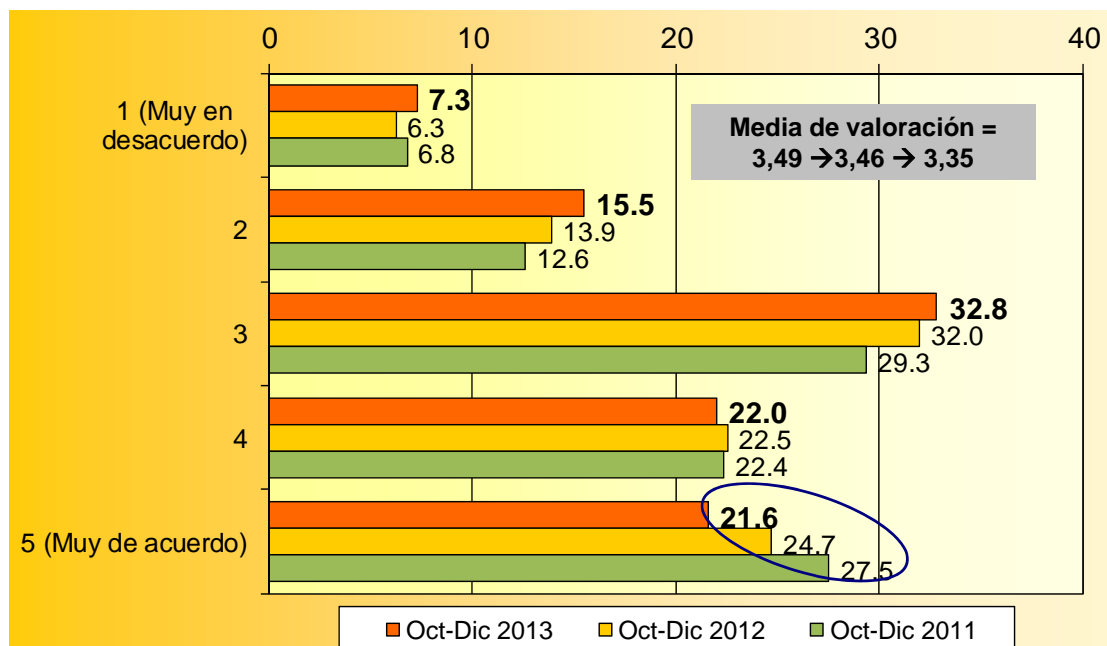
Percepciones sobre Internet

“La gente debe tener derecho a que los buscadores eliminen referencias personales”



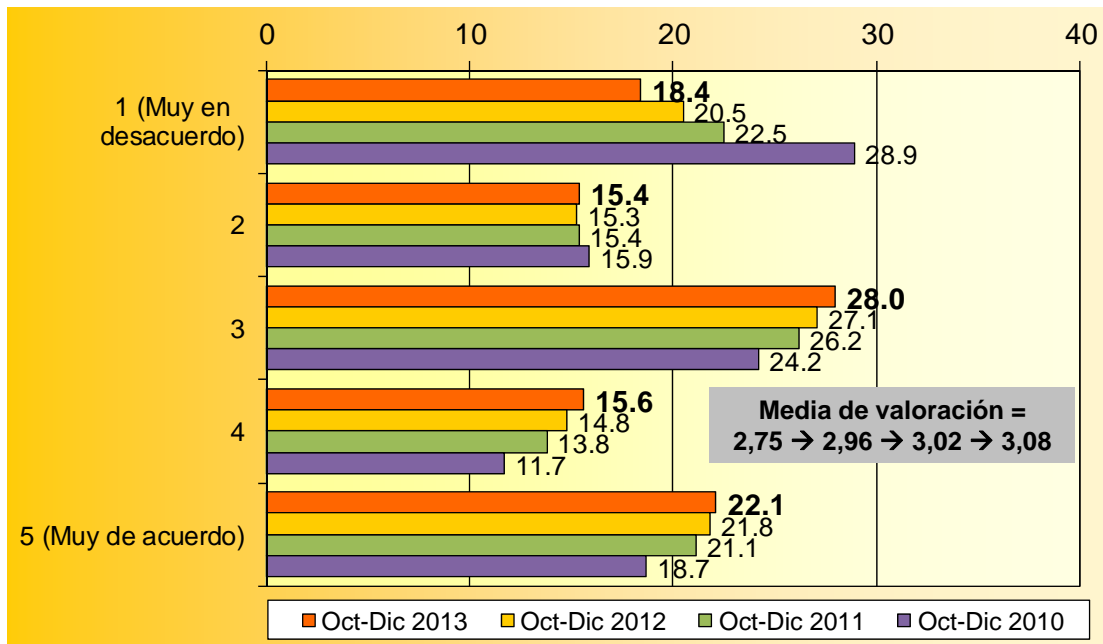
Percepciones sobre Internet

“Las infraestructuras de Internet no están preparadas para los usos y necesidades actuales”



Percepciones sobre Internet

“Las tarifas planas no son justas pues no distinguen entre quienes consumen poco y quienes consumen mucho”

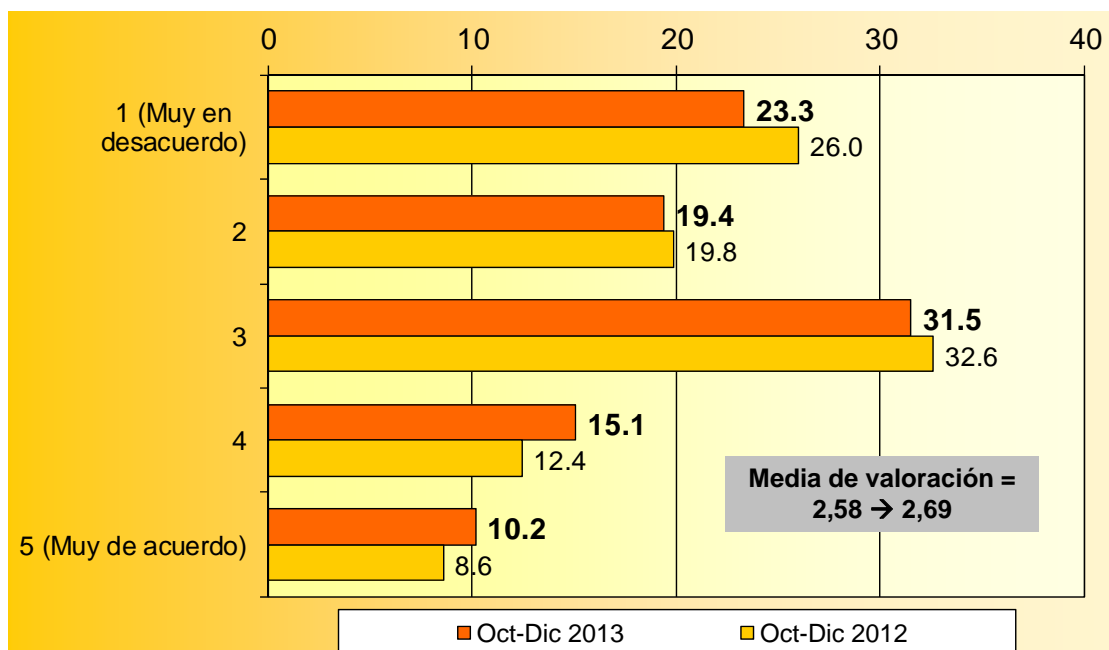


Madrid, 27 de febrero de 2014

95

Percepciones sobre Internet

“Considero que se debe pagar por acceder a contenidos protegidos por copyright en Internet”



Madrid, 27 de febrero de 2014

96

NAVEGANTES EN LA RED

INTERNET COMO ESPACIO DE RELACIONES

Madrid, 27 de febrero de 2014

97

Internet como espacio de relaciones

- ✓ **Redes sociales**
 - ✓ **El uso diario asciende ya a casi tres cuartas partes de los entrevistados**
 - ✓ **Se mantiene el liderazgo incuestionable de *Facebook* (90% de usuarios)**
 - ✓ **Se ralentiza el crecimiento de *Twitter* (45%, +1 punto)**
 - ✓ **Crecimiento relevante de *Google +* (38%, +8 puntos) y de *Instagram* (20%, +6 puntos)**
 - ✓ **Estabilización de *Linkedin* en 24%**
 - ✓ **Sigue el paulatino desplome de *Tuenti* (11%, -8 puntos)**

Madrid, 27 de febrero de 2014

98

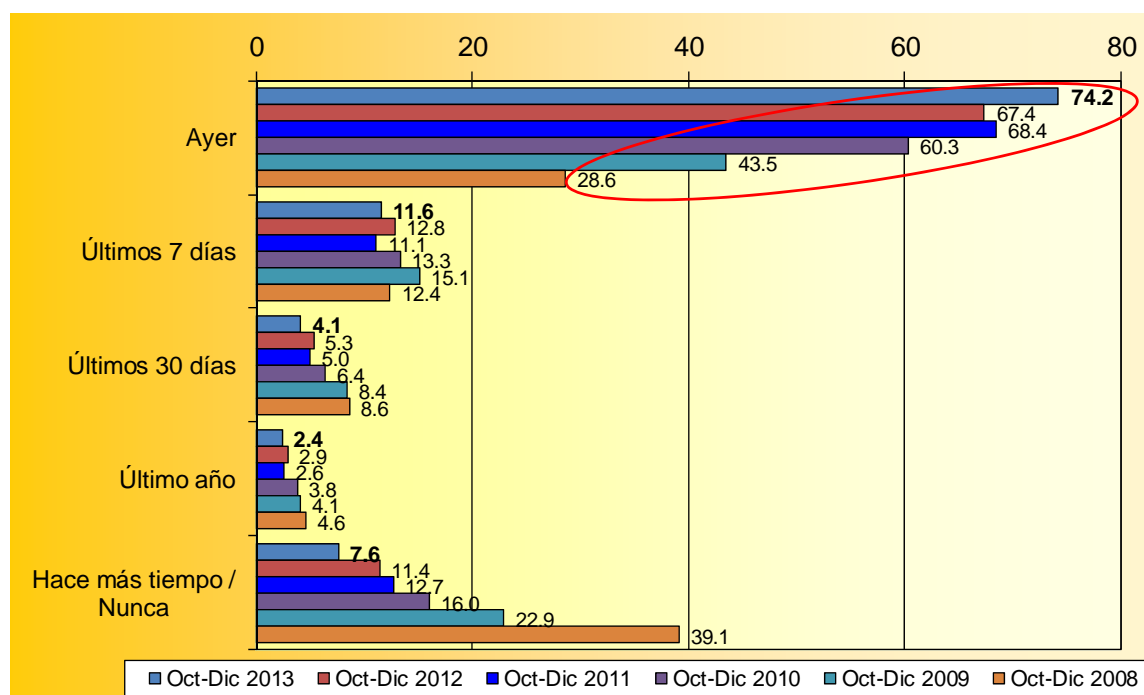
Internet como espacio de relaciones

✓ Redes sociales

- ✓ Crece en general el volumen de quienes suben contenidos a la web, destacando las fotos (42%, +4 puntos) y los comentarios, opiniones y otros textos (42%, +2,5 puntos)
- ✓ Prácticamente el 50% comparte noticias de medios de comunicación en redes sociales, siendo más habitual la recepción (62%) que la realización de comentarios sobre las mismas (44%)
- ✓ Existe un elevado seguimiento en Internet de medios de comunicación (56%), por encima del seguimiento hacia un periodista concreto (33%) o del seguimiento de gente famosa o de marcas (en torno al 48%)

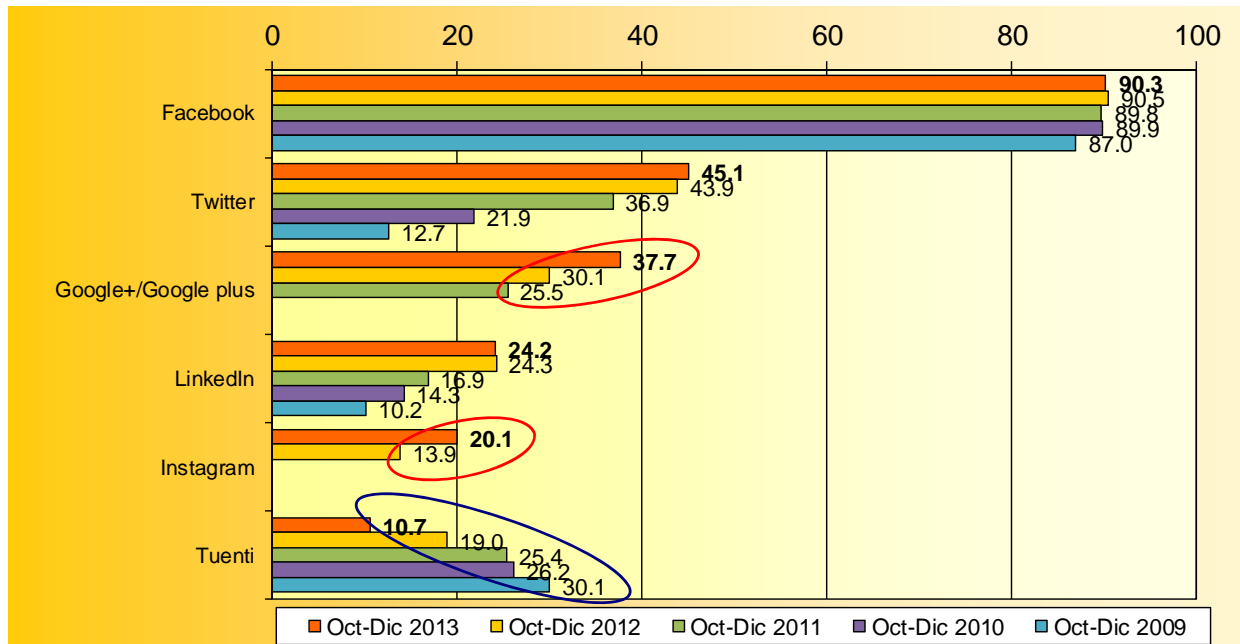
Internet como espacio de relaciones

Último acceso a una red social de Internet

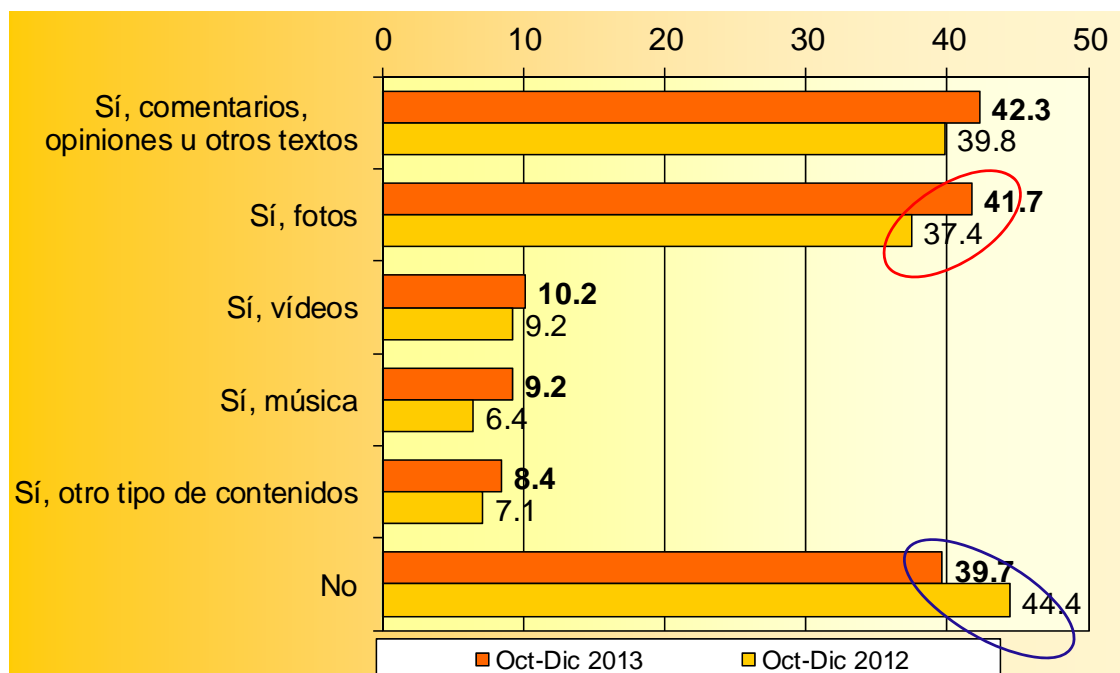


Internet como espacio de relaciones

Red Social que utiliza
(Base: acceso a red social últimos 30 días)

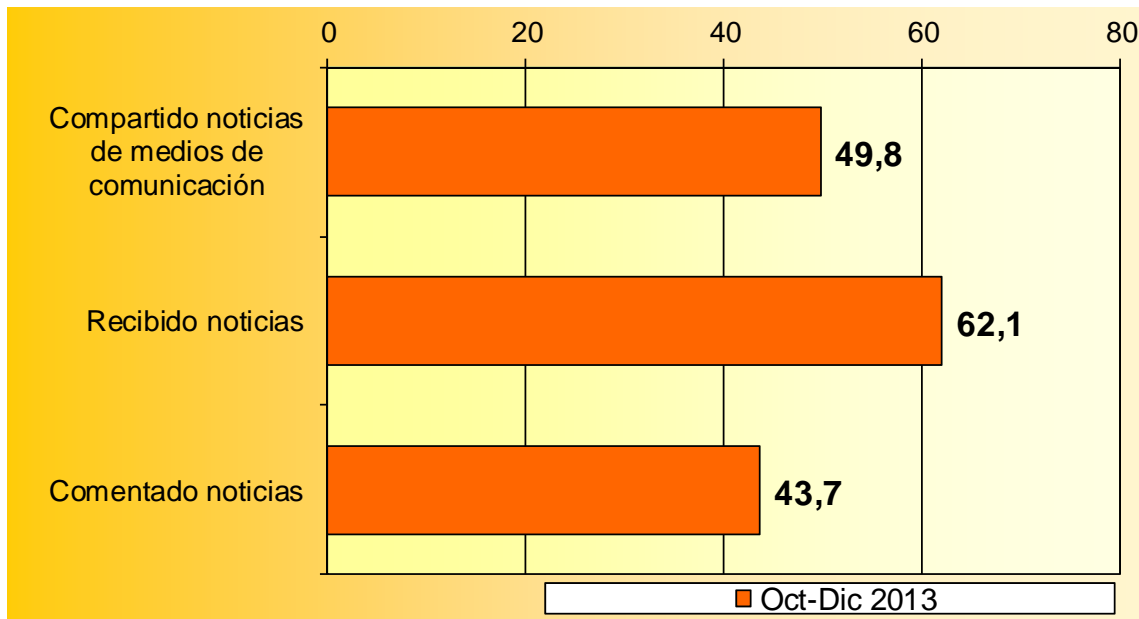


Suben contenidos a la web a nivel personal en los últimos 30 días



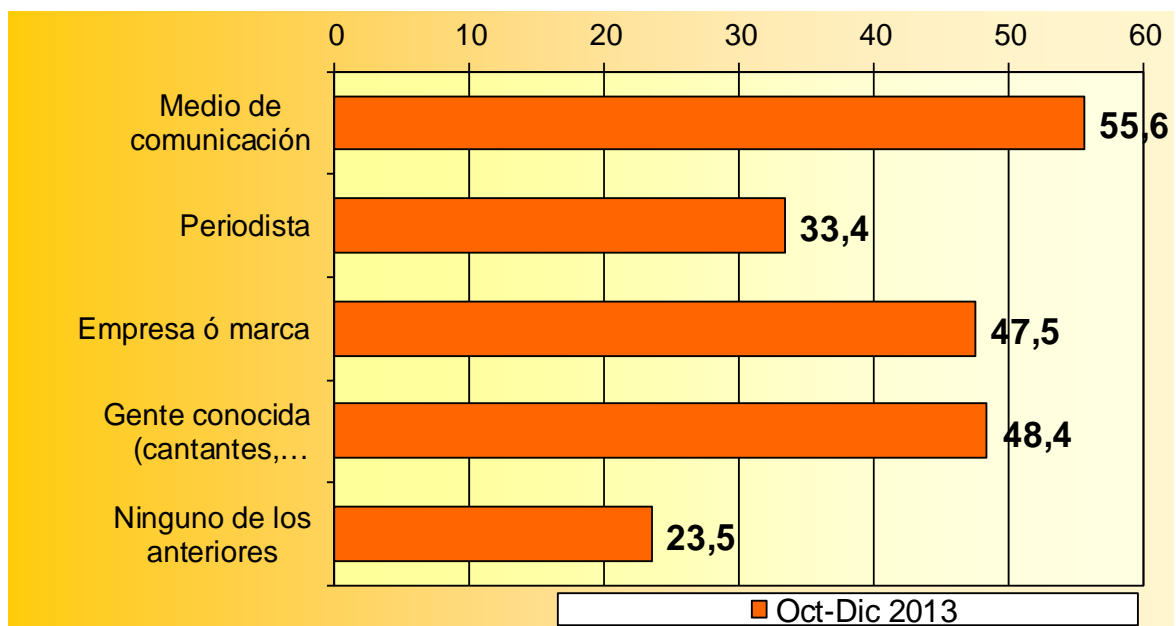
Comparten noticias de medios de comunicación en las redes sociales

(Base: acceden a red social últimos 30 días)



Seguimiento en redes sociales de...

(Base: acceden a red social últimos 30 días)



Internet como espacio de relaciones

✓ Redes sociales

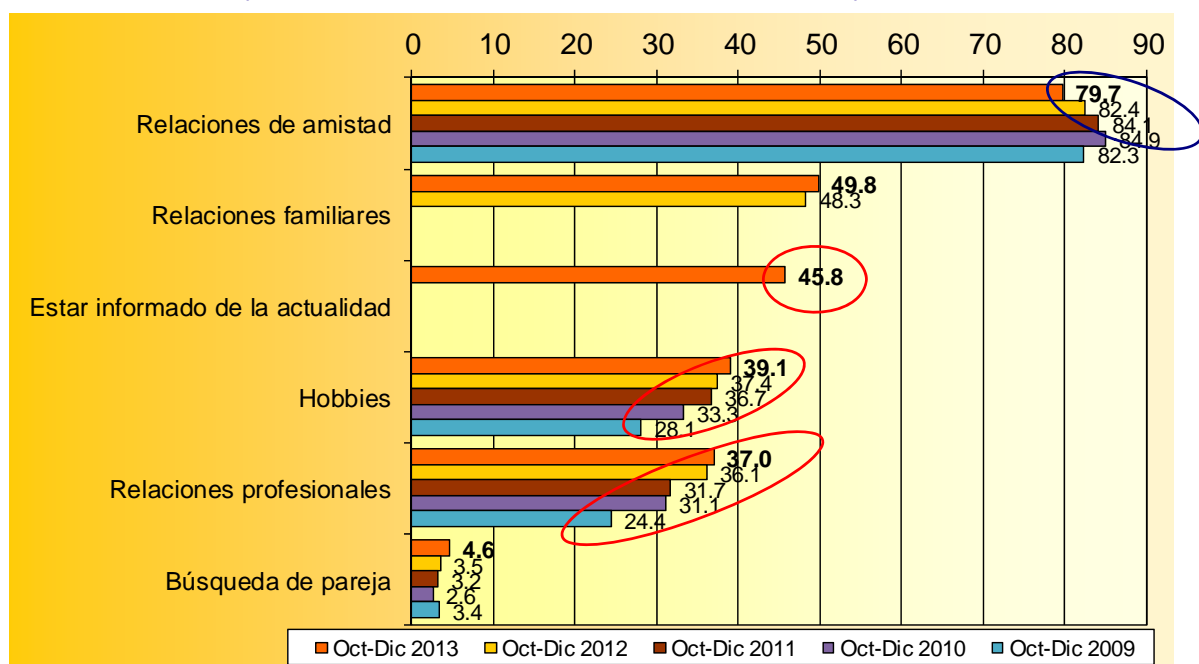
✓ Usos más frecuentes:

- Relaciones de amistad (80%)
- Relaciones familiares (50%)
- Estar informado de la actualidad (46%)
- Hobbies (39%)
- Relaciones profesionales (37%)

Internet como espacio de relaciones

Usos de las redes sociales

(Base: acceso a red social últimos 30 días)



Internet como espacio de relaciones

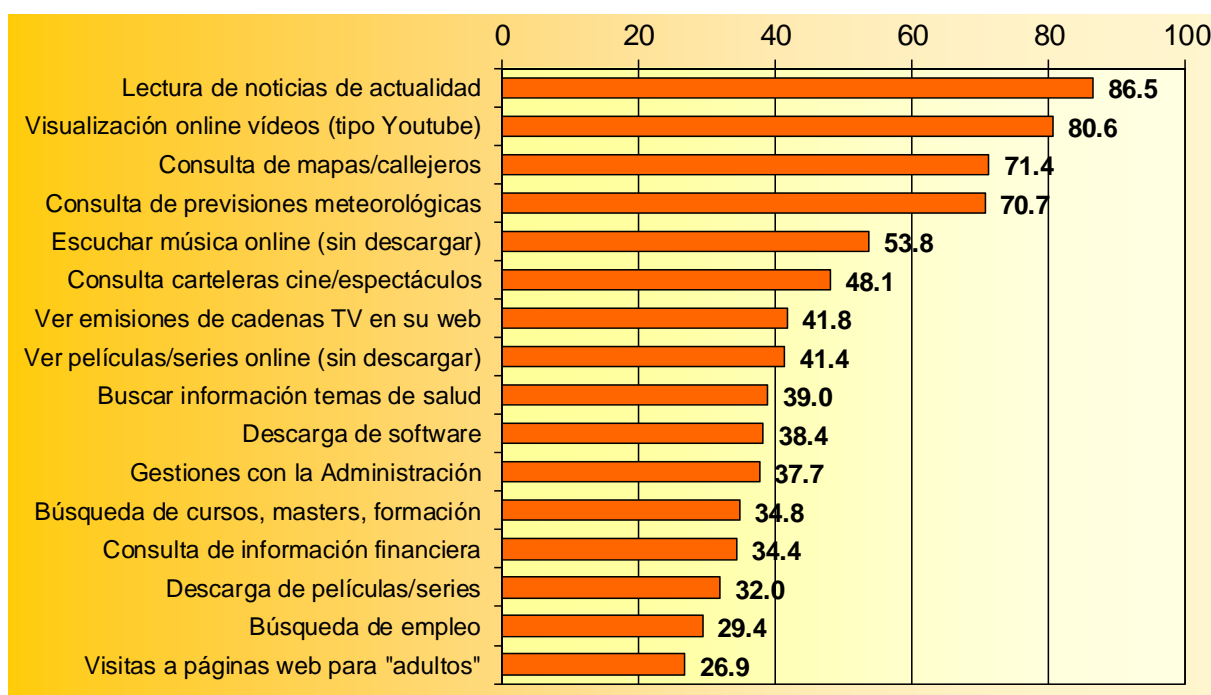
- **Las actividades fundamentales en Internet**
 - ✓ La lectura de noticias de actualidad (86,5%)
 - ✓ Visionado de vídeos online (tipo Youtube) (81%, +6 puntos)
 - ✓ Las consultas de mapas/callejeros (71%)
 - ✓ Las consultas meteorológicas (71%)
 - ✓ Escuchar música online (sin descargar) (54%, +12 puntos)
 - ✓ Las consultas de carteleras de cine y espectáculos (48%, +5 puntos)

- **Pago por actividades en Internet: decrecimiento generalizado**
 - ✓ Descarga de libros electrónicos (23%, -1 punto)
 - ✓ Juegos en Red (15,5%, -4,5 puntos)

- **La formación a distancia a través de Internet es seguida por casi el 35% de los entrevistados**

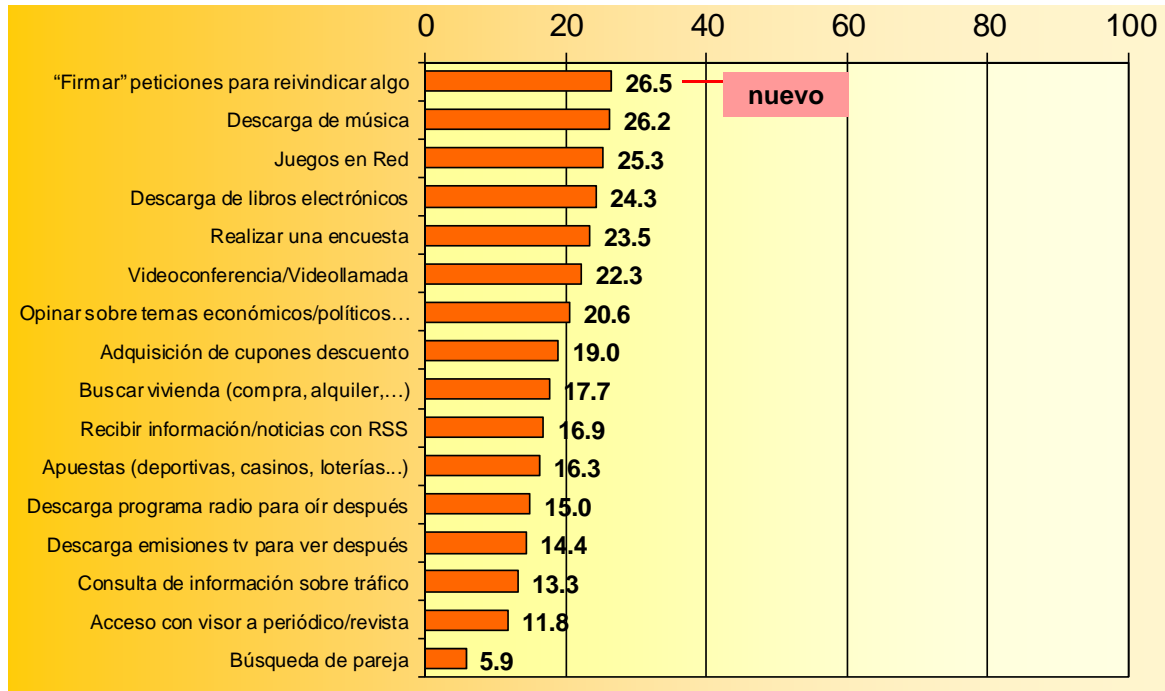
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet – últimos 30 días (1)



Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet – últimos 30 días (2)

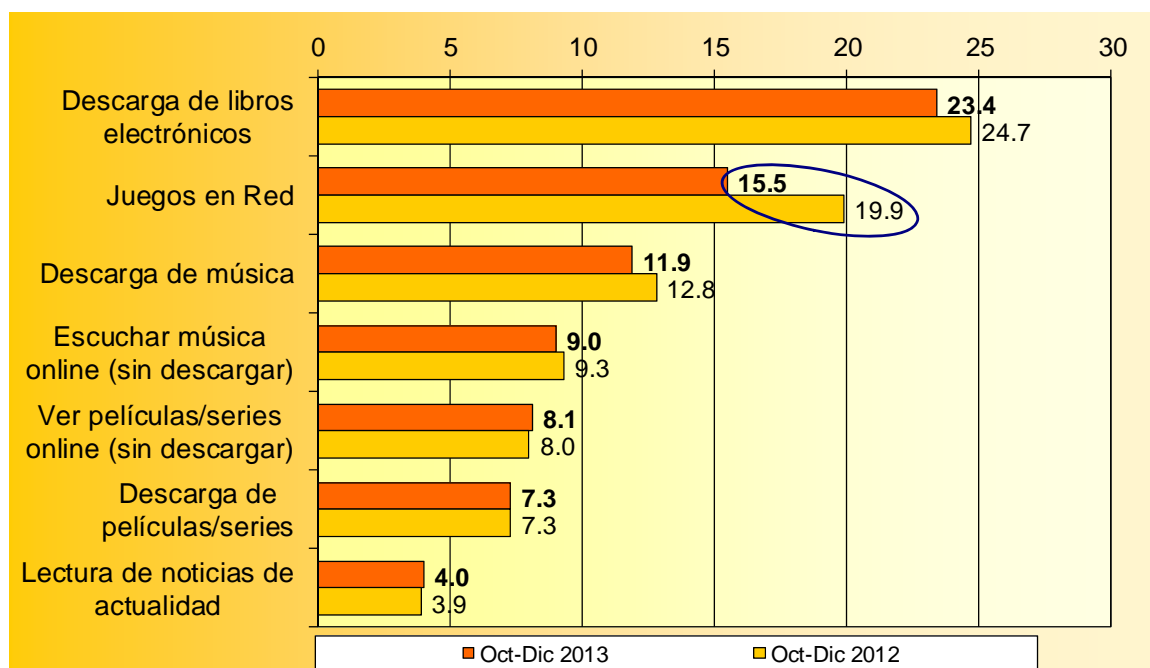


Madrid, 27 de febrero de 2014

109

Internet como espacio de relaciones

Pago por realizar actividades en Internet (Base: realizó cada actividad en los últimos 30 días)

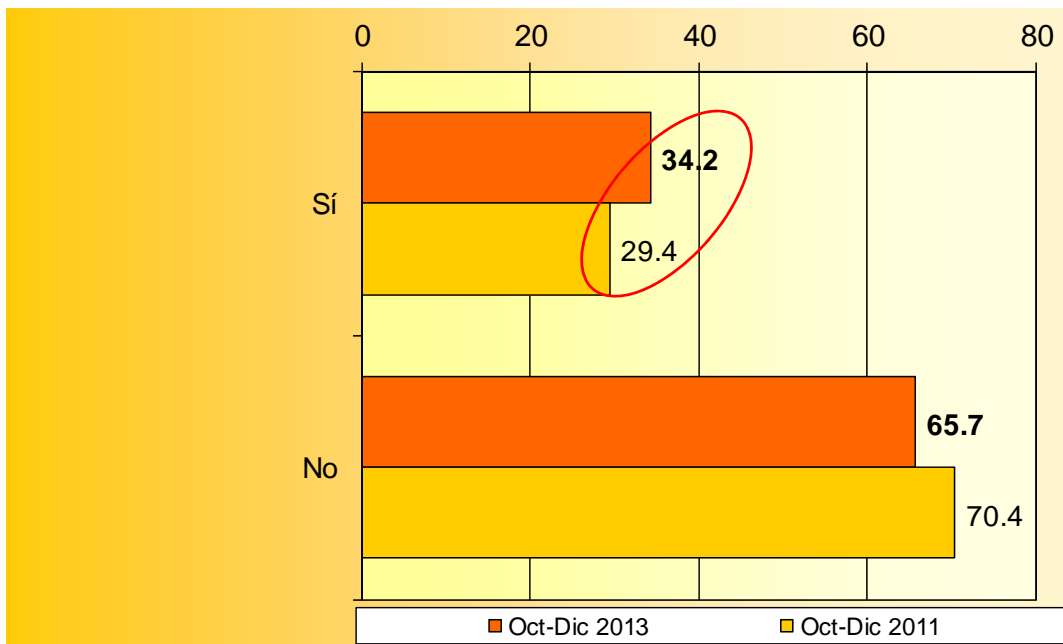


Madrid, 27 de febrero de 2014

110

Internet como espacio de relaciones

Teleformación: formación a distancia impartida por Internet



Madrid, 27 de febrero de 2014

111

Actividades principales en Internet

A través del móvil

- ✓ Correo electrónico (82,5%)
- ✓ Mensajería instantánea (78%, +4 puntos)
- ✓ Navegar por la web (74%, -9 puntos)
- ✓ Acceso a redes sociales (69%, +3,5 puntos)
- ✓ Lectura de noticias de actualidad (60%, +6 puntos)
- ✓ Visualización online de vídeos (tipo Youtube) (55%, +4 puntos)
- ✓ Subir fotos (44%, +4 puntos)

A través del tablet

- ✓ Navegar por la web (76,5%, -10 puntos)
- ✓ Correo electrónico (70%, -8 puntos)
- ✓ Lectura de noticias de actualidad (64%)
- ✓ Visualización online de vídeos (tipo Youtube) (62%)
- ✓ Acceso a redes sociales (59%)
- ✓ Consultas/transacciones bancarias (39%, -5 puntos)
- ✓ Compra de productos/servicios (30,5%)

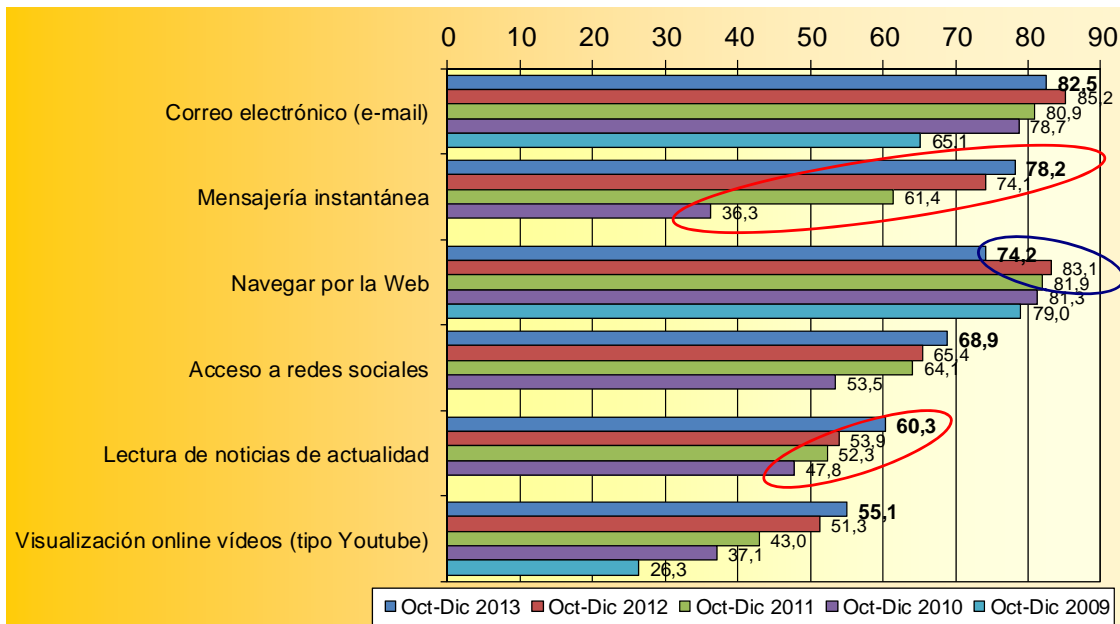
- El 57% de los encuestados reconocen hacer un uso de Internet en el tablet diferente al que hacen desde otros dispositivos (57%)
- Quienes se conectan a Internet a través del televisor ven en su mayoría contenidos audiovisuales (82%), y el 38% navega por la web.

Madrid, 27 de febrero de 2014

112

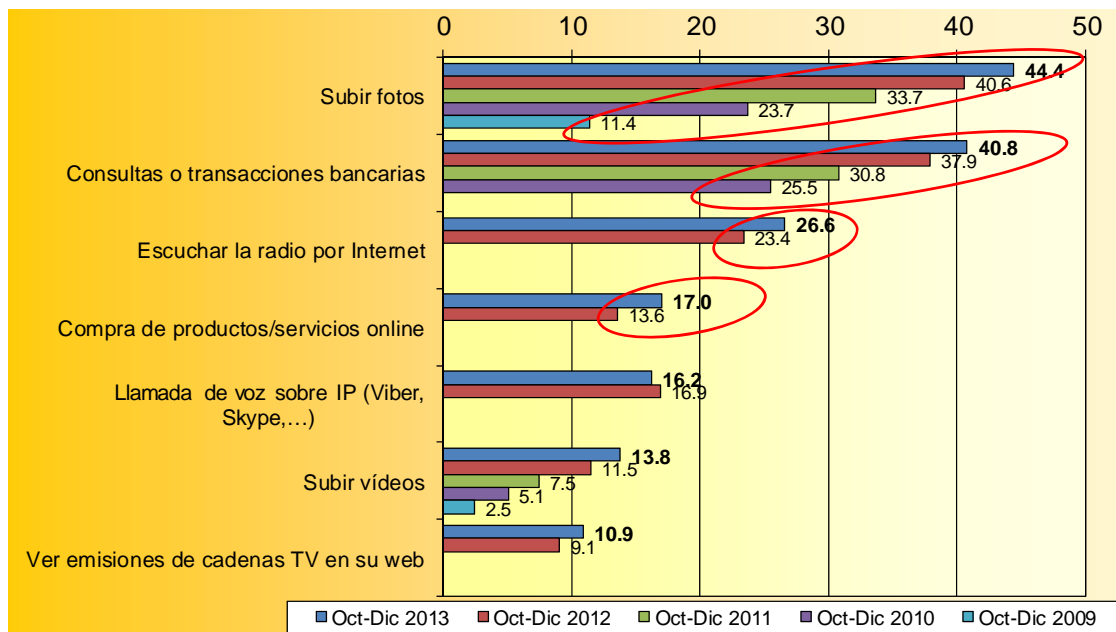
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través de teléfono móvil (1) (Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)



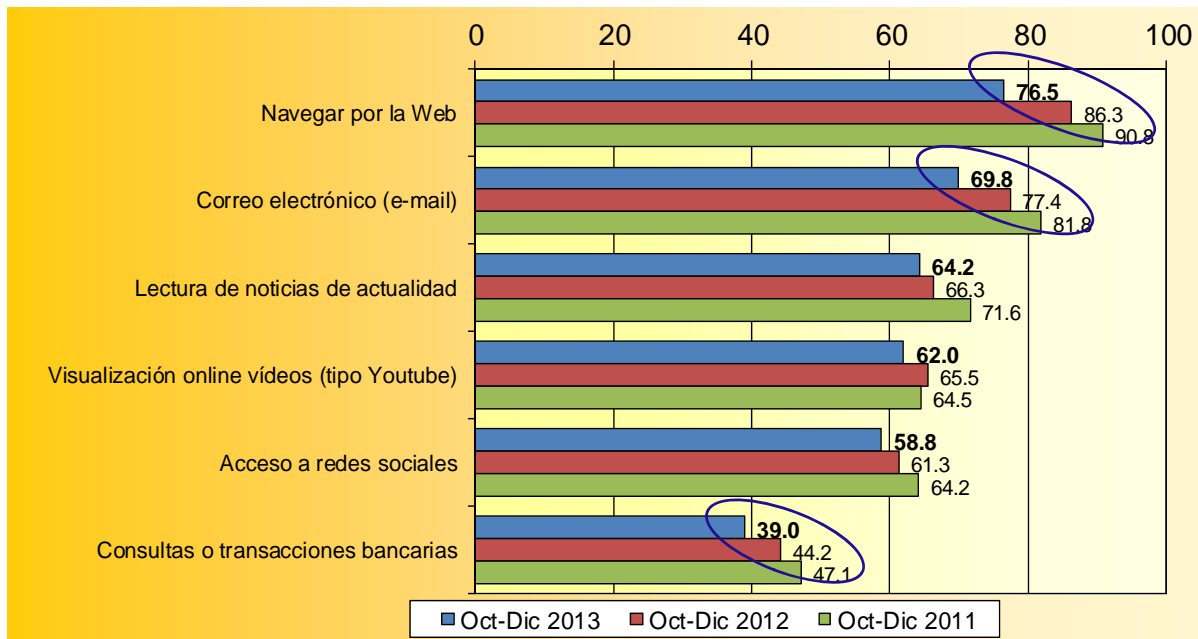
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través de teléfono móvil (2) (Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)



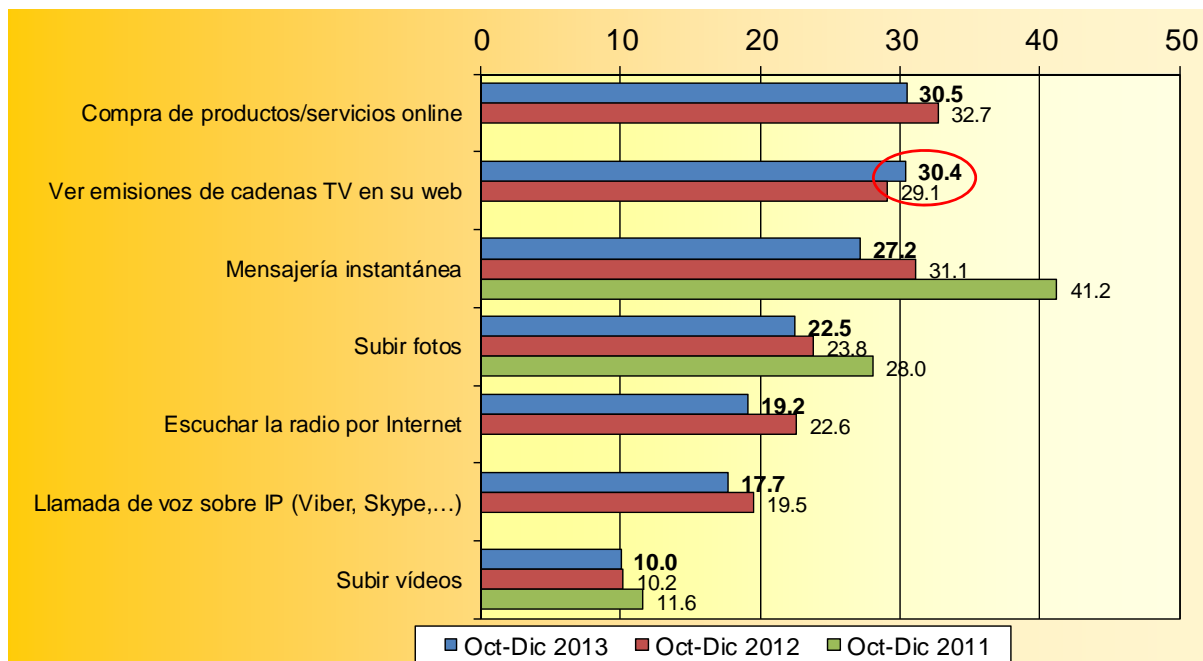
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través de tablet (1) (Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)



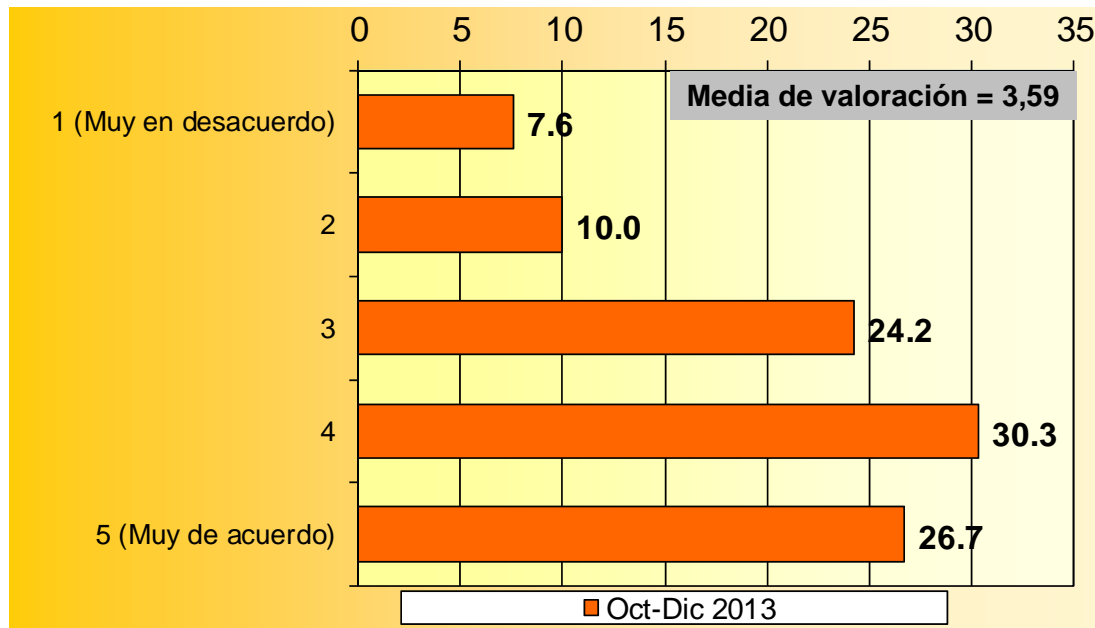
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través de tablet (2) (Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)



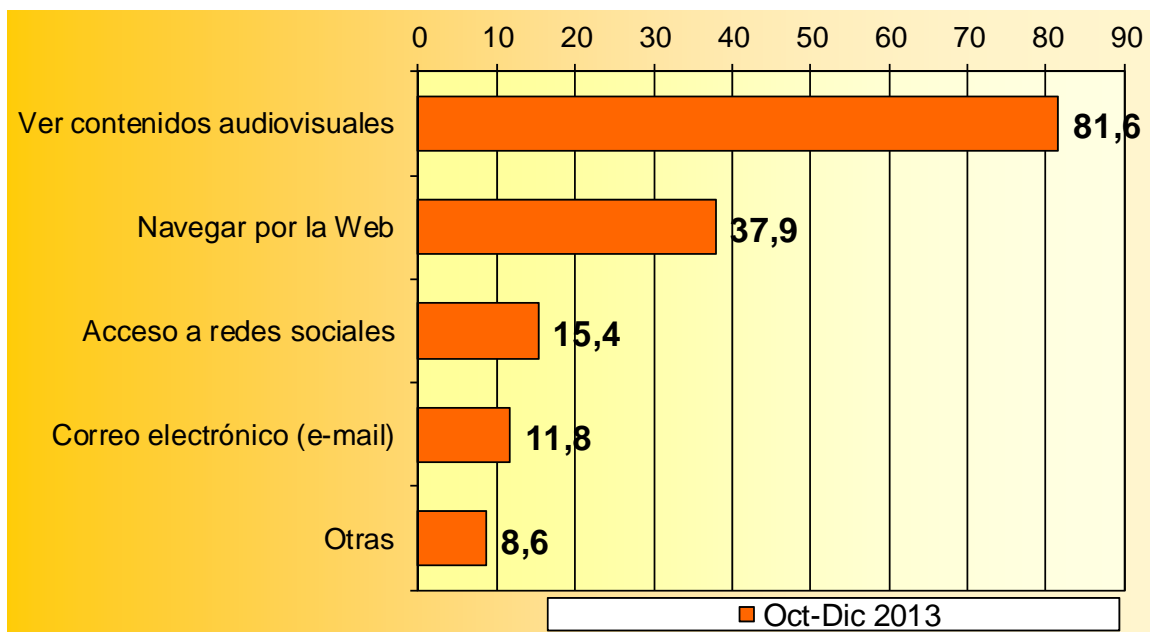
Internet como espacio de relaciones

“Mi uso de Internet en el tablet es diferente al uso que hago desde otros equipos”



Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través del TV
(Último mes - Base: accede Internet por el televisor)



Internet como espacio de relaciones

Las Apps

- ✓ El 60% utiliza las aplicaciones para móvil o tablet varias veces al día
- ✓ El tipo de app que se utiliza viene influido por el equipo:
 - ✓ Móvil: más relacionadas con la interacción con otras personas o la localización
 - ✓ Tablet: tienen más que ver con la información o el entretenimiento.

Para el móvil

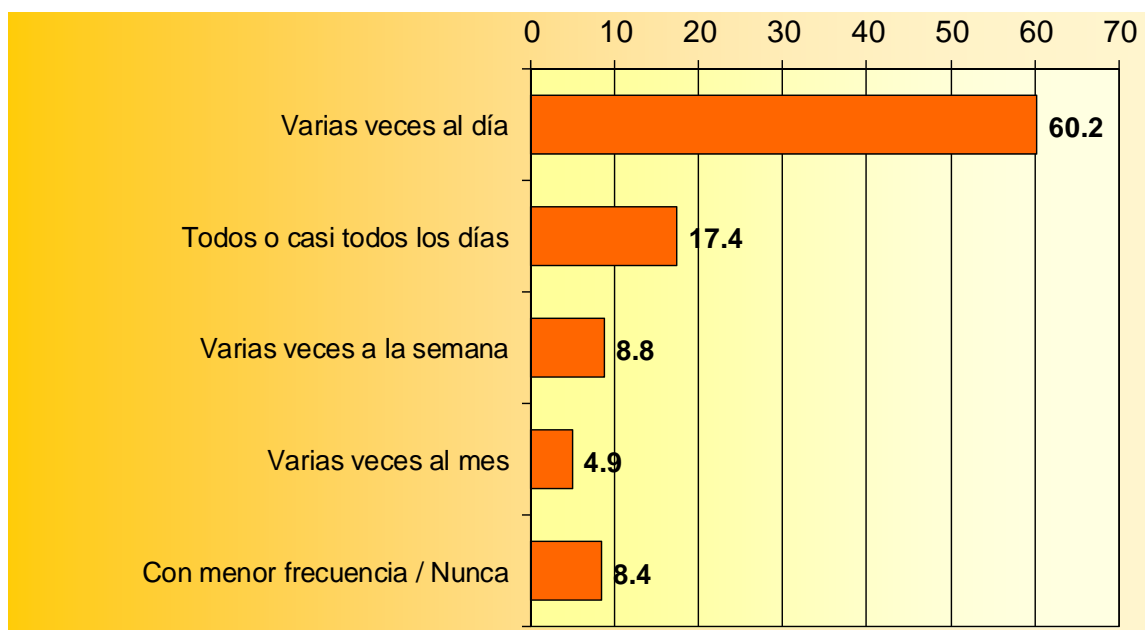
- ✓ 1º Comunicación (88%)
- ✓ 2º Correo (83%)
- ✓ 3º Redes sociales (73%)
- ✓ 4º Localización (68%)

Para el tablet

- ✓ 1º Correo (75%)
- ✓ 2º Entretenimiento (66%)
- ✓ 3º Información (65%)
- ✓ 4º Redes sociales (63%)

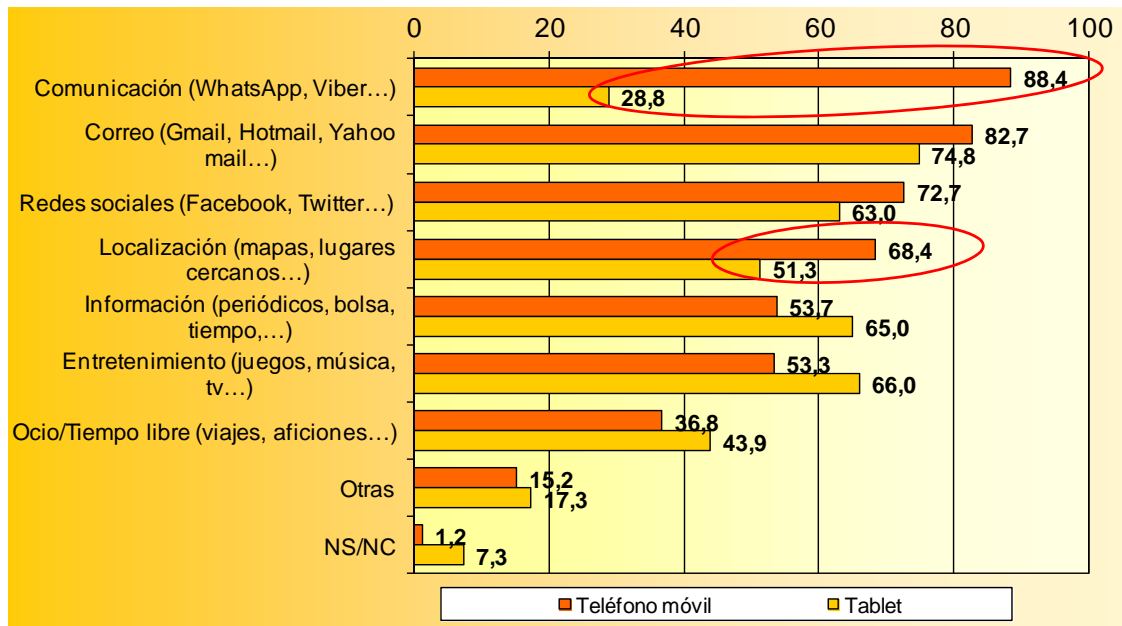
Internet como espacio de relaciones

Frecuencia de uso de aplicaciones/apps para móvil o tablet (Base: accede Internet por teléfono móvil o tablet)



Internet como espacio de relaciones

Tipo de aplicaciones/apps utilizadas en el móvil / tablet (Bases: accede por móvil / accede por tablet)

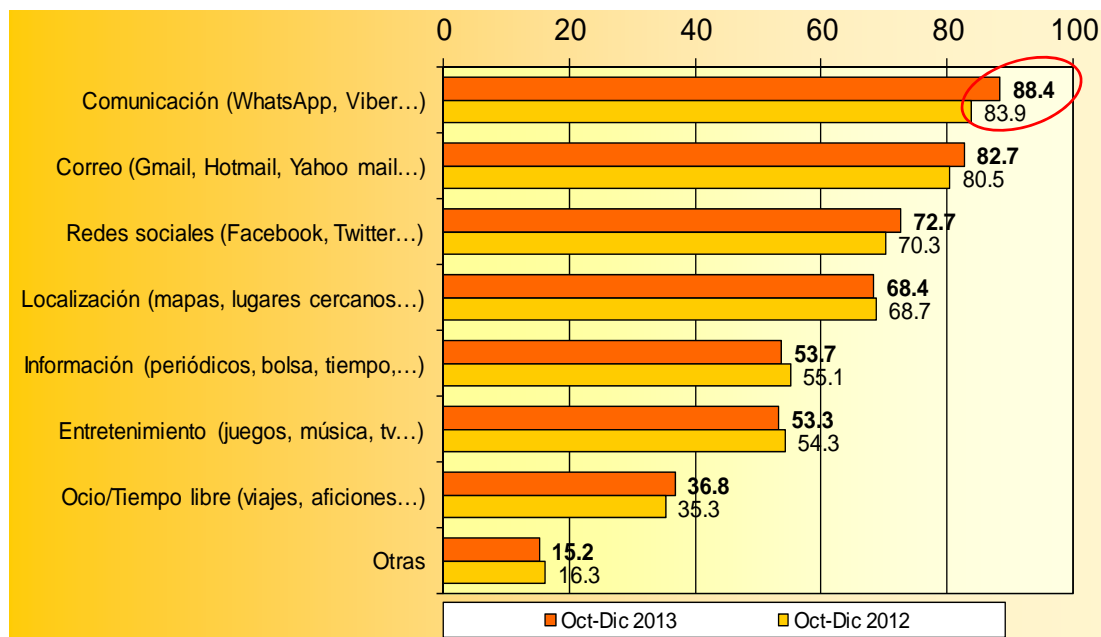


Madrid, 27 de febrero de 2014

121

Internet como espacio de relaciones

Tipo de aplicaciones/apps utilizadas en el móvil (Base: accede por móvil)

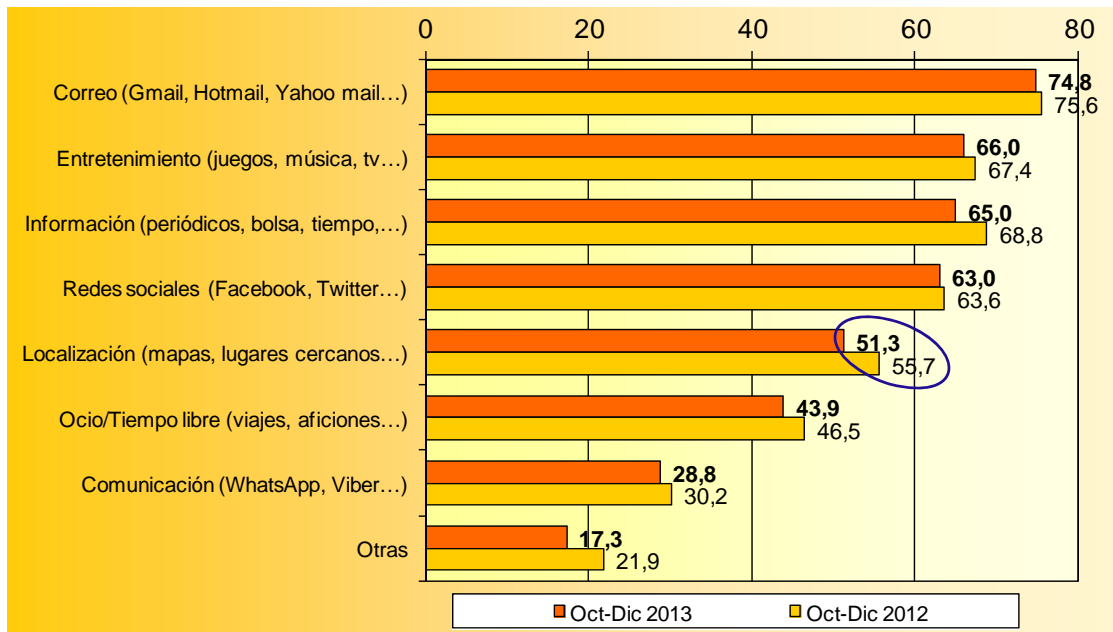


Madrid, 27 de febrero de 2014

122

Internet como espacio de relaciones

Tipo de aplicaciones/apps utilizadas en el tablet (Base: accede por tablet)



Madrid, 27 de febrero de 2014

123

Internet como espacio de relaciones

Descarga de Apps

- ✓ Se frena la descarga cotidiana de aplicaciones, tanto en móvil como en tablet
 - ✓ Descargas en el día de ayer:
 - ✓ Móvil: 26%, -4 puntos
 - ✓ Tablet: 21%, -9 puntos

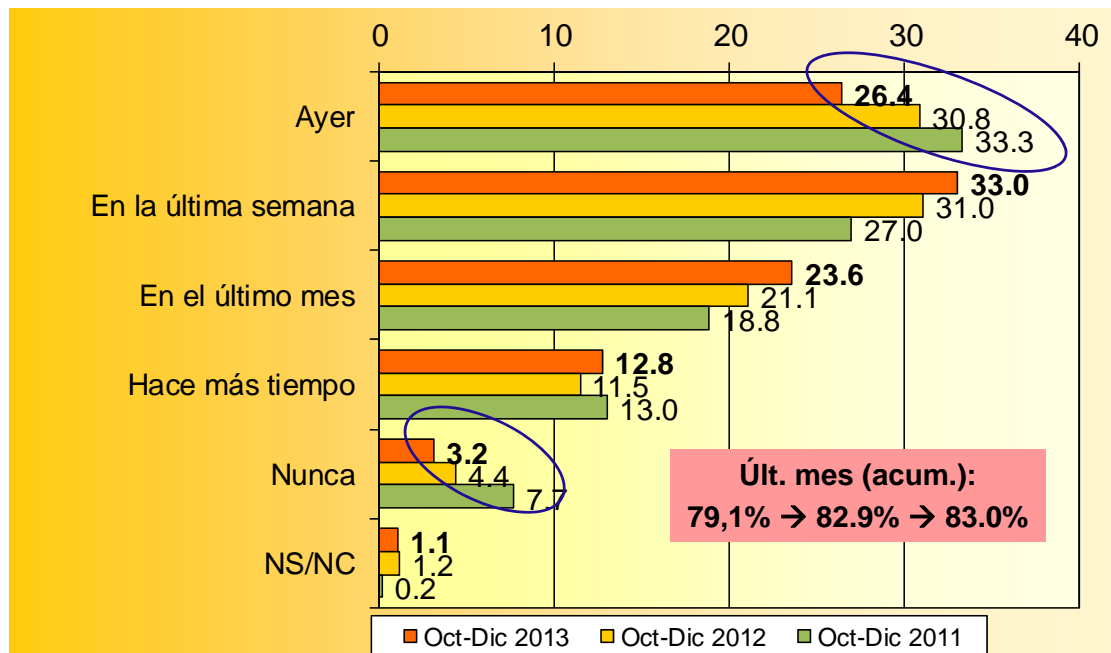
- ✓ Se reduce la descarga de aplicaciones/apps de pago (13%, -4 puntos)

Madrid, 27 de febrero de 2014

124

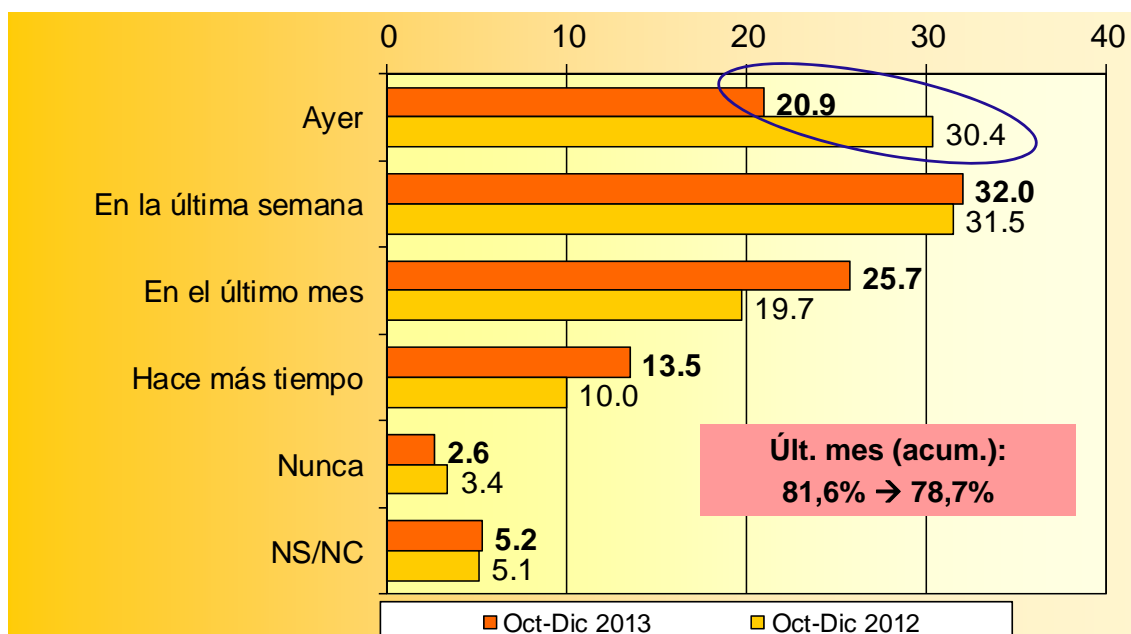
Internet como espacio de relaciones

Última vez que ha descargado aplicaciones/apps para el móvil
(Base: accede a Internet por tel. móvil)



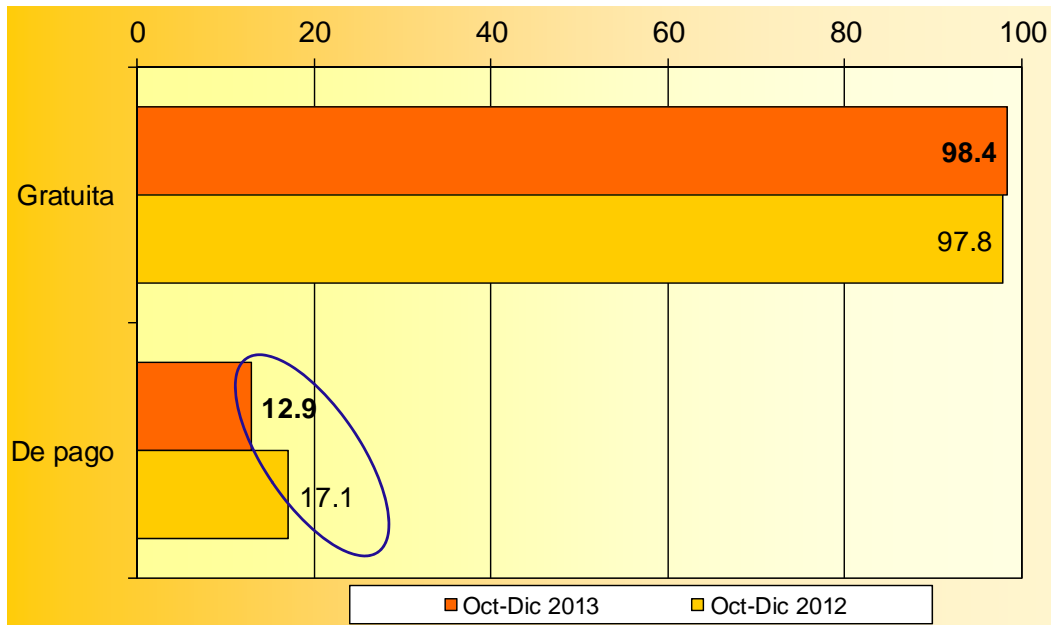
Internet como espacio de relaciones

Última vez que ha descargado aplicaciones/apps para el tablet
(Base: accede a Internet por tablet)



Internet como espacio de relaciones

Tipo de descarga de aplicaciones/apps para móvil o tablet
(Base: descarga aplicación para móvil o tablet últ. mes)



Madrid, 27 de febrero de 2014

127

NAVEGANTES EN LA RED

INTERNET COMO ESPACIO ECONÓMICO

Madrid, 27 de febrero de 2014

128

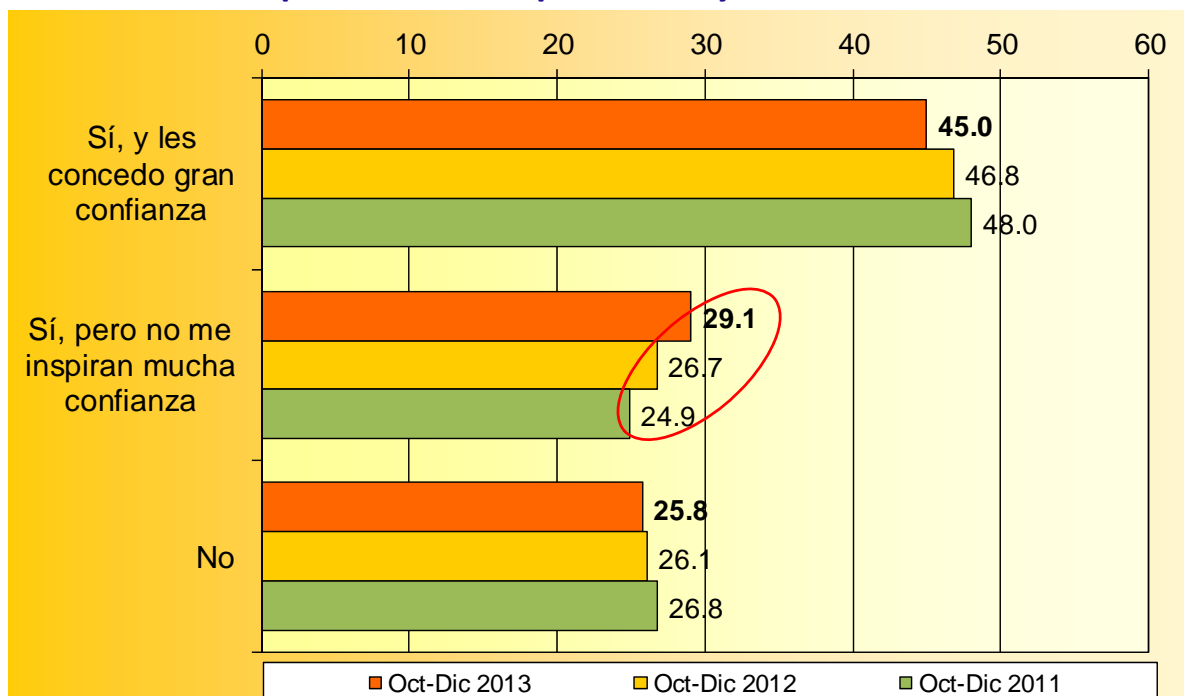
Internet como espacio económico

La importancia del “boca a boca” sobre productos y servicios

- ✓ El 74% ha consultado opiniones o comentarios de otras personas en Internet en los últimos 30 días
 - ✓ Un 45% concede gran confianza a las opiniones de otras personas en la red

Internet como espacio económico

Consulta de opiniones sobre productos y servicios - últimos 30 días



Internet como espacio económico

Las compras por Internet

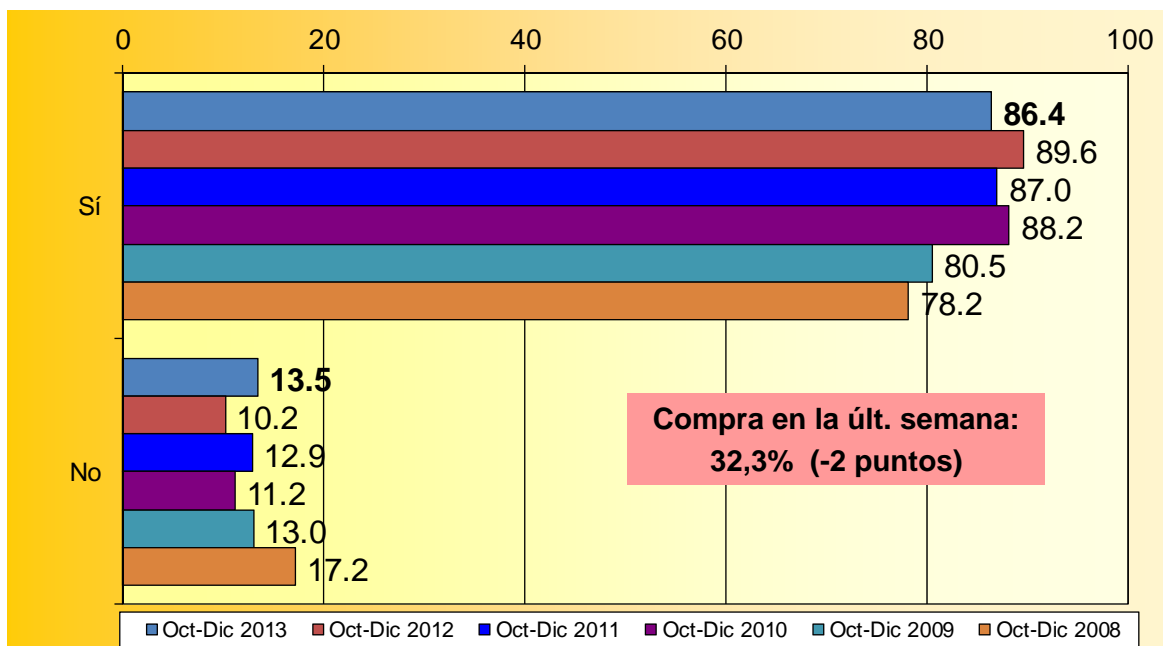
- ✓ Alrededor del 86% de los internautas ha comprado por Internet en el último año (-3 puntos)
- ✓ En torno al 35% de los internautas ha realizado alguna compra en la última semana (-2 puntos)

Madrid, 27 de febrero de 2014

131

Internet como espacio económico

Compra de productos o servicios por Internet - último año



Madrid, 27 de febrero de 2014

132

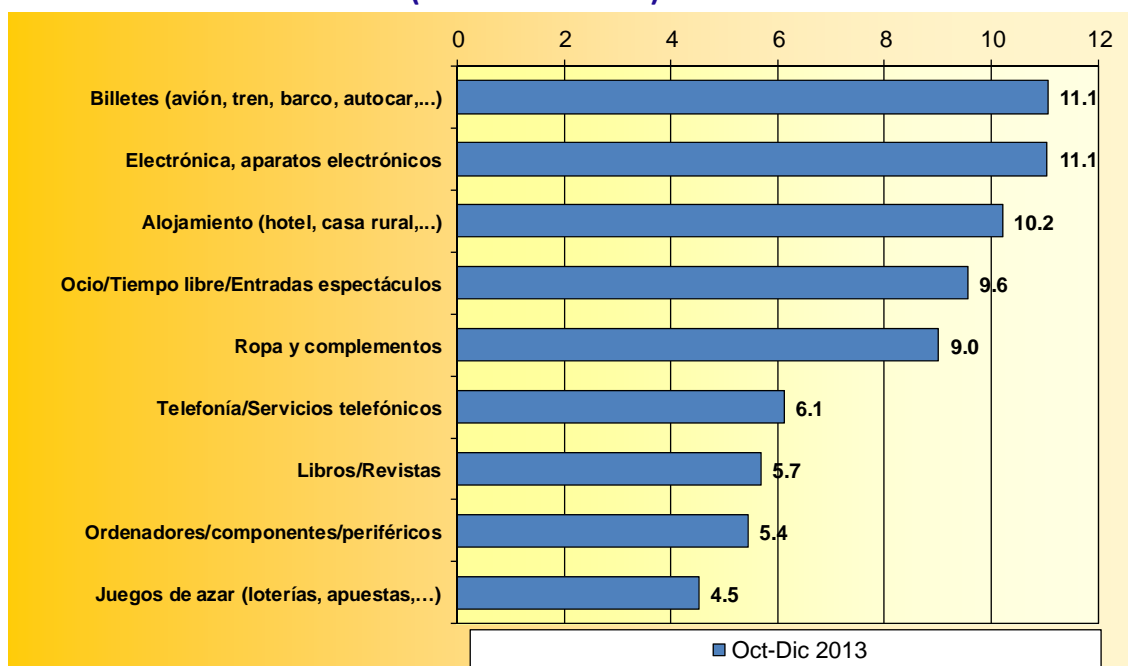
Internet como espacio económico

Productos comprados por Internet

- ✓ Adquisición de billetes de transporte (11% de las compras)
- ✓ Electrónica y aparatos electrónicos (11%)
- ✓ Alojamiento (10%)
- ✓ Actividades relacionadas con el ocio (10%)
- ✓ Ropa y complementos (9%)

Internet como espacio económico

Producto o servicio comprado por Internet - último año (Base: menciones)

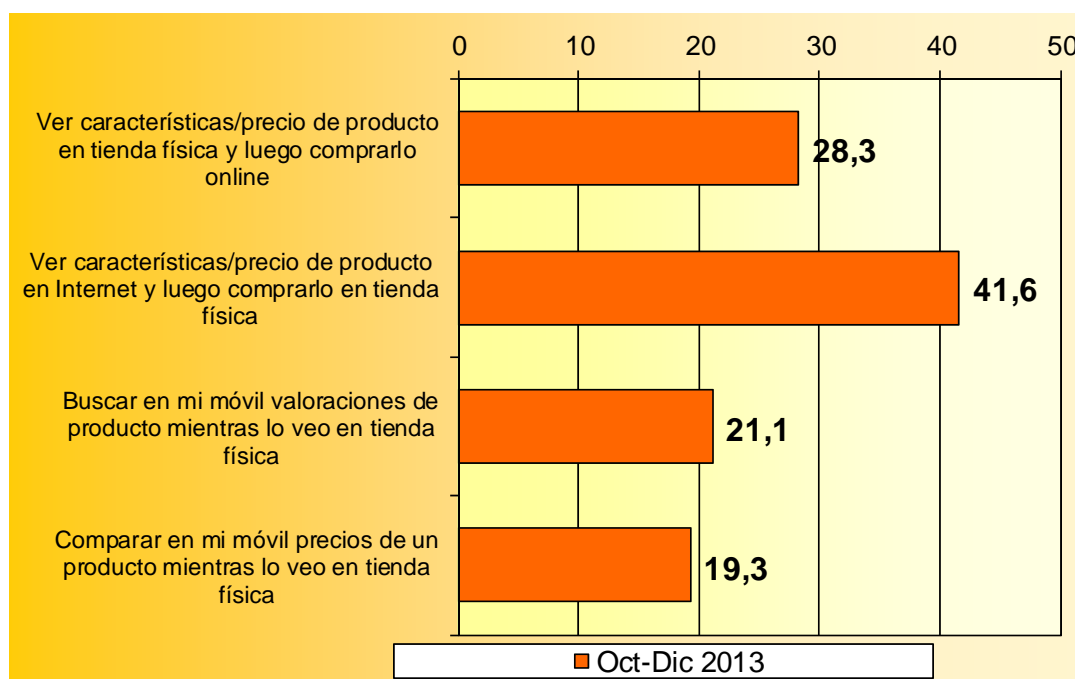


Internet como espacio económico

- **Existe bastante actividad en torno al showroom**
 - ✓ En el último mes el 42% vio las características/precio de un producto en Internet y luego lo compró en la tienda física, mientras que un 28% vio las características en la tienda y después lo compró online
 - ✓ Durante la estancia en la tienda alrededor del 20% buscó valoraciones del producto en concreto en el móvil; y otro 20% comparó precios del producto en el móvil

Internet como espacio económico

El «showrooming» (últimos 30 días)



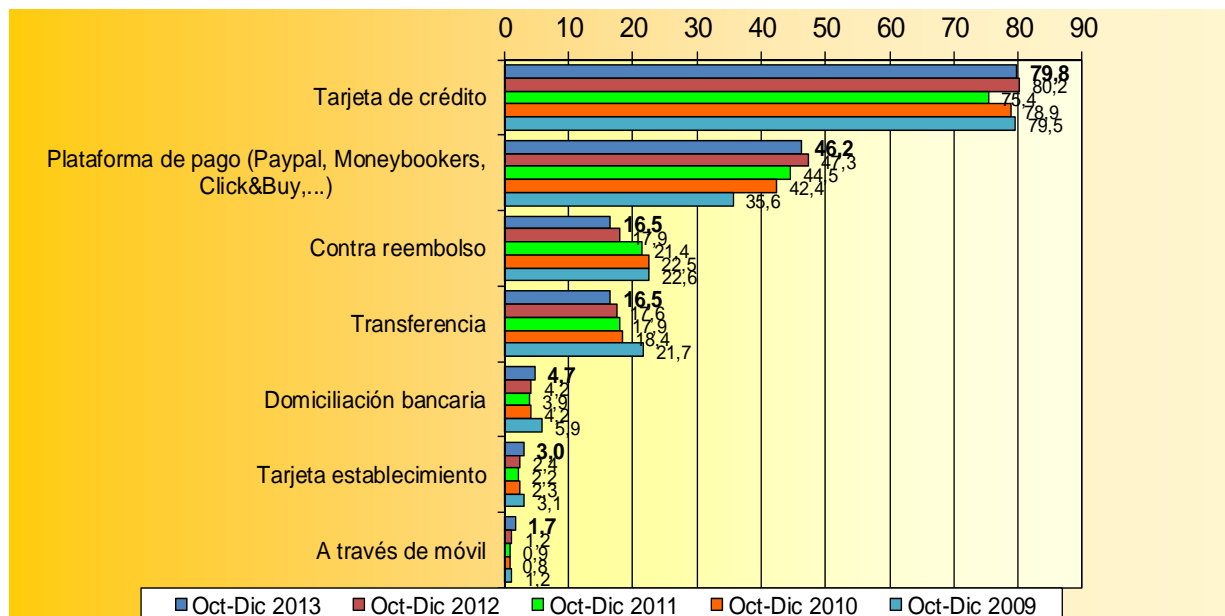
Internet como espacio económico

Sobre las formas de pago

- ✓ Se mantienen valores similares a 2012:
 - ✓ La tarjeta de crédito mantiene el liderazgo (80%)
 - ✓ Las plataformas de pago se sitúan en 46%, muy por delante de métodos tradicionales como contra reembolso o la transferencia (16,5% en ambos casos)
- ✓ La percepción de seguridad en el pago mediante tarjeta de crédito por Internet, si bien es mayoritariamente positiva (casi un 70% considera que la seguridad es alta), sufre un descenso de 6 puntos con respecto a 2012

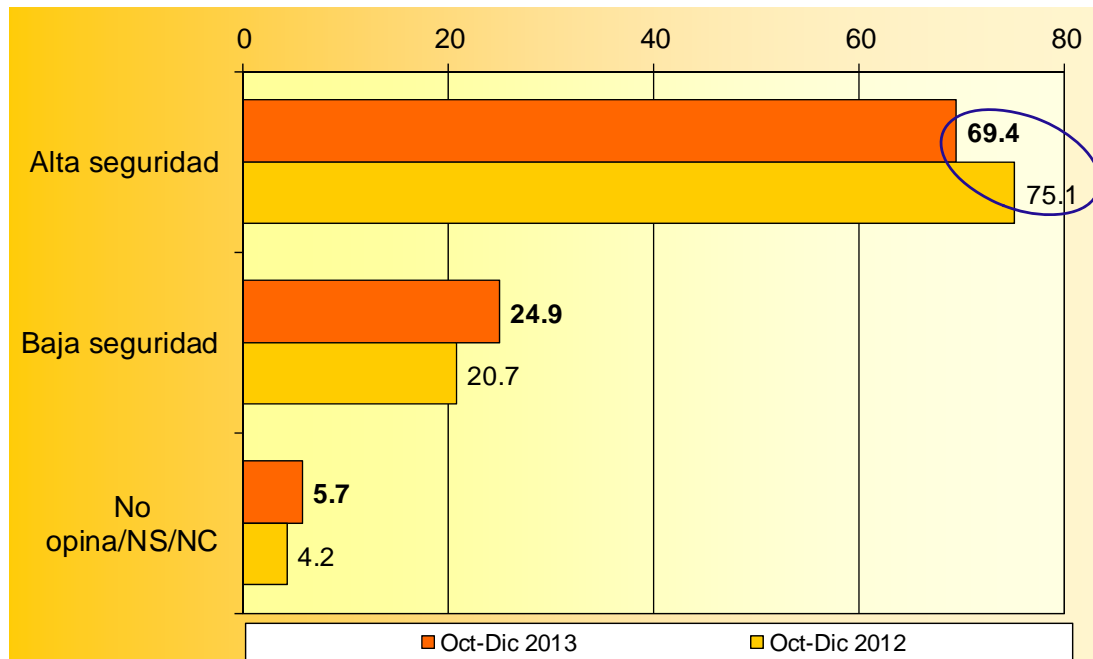
Internet como espacio económico

Métodos de pago de las compras por Internet (Base: ha comprado último año)



Internet como espacio económico

Seguridad en el pago por Internet con tarjeta de crédito



Madrid, 27 de febrero de 2014

139

Internet como espacio económico

Las relaciones con los bancos

- ✓ Más de tres cuartas partes de los entrevistados reconocen haber operado con algún banco a través de Internet
 - ✓ Descenso relevante del volumen de usuarios que han realizado consultas y transacciones por Internet
 - ✓ El 48% de los usuarios realiza consultas y transacciones por Internet (-6 puntos)
 - ✓ El 29% solo realiza consultas

La seguridad de las transacciones

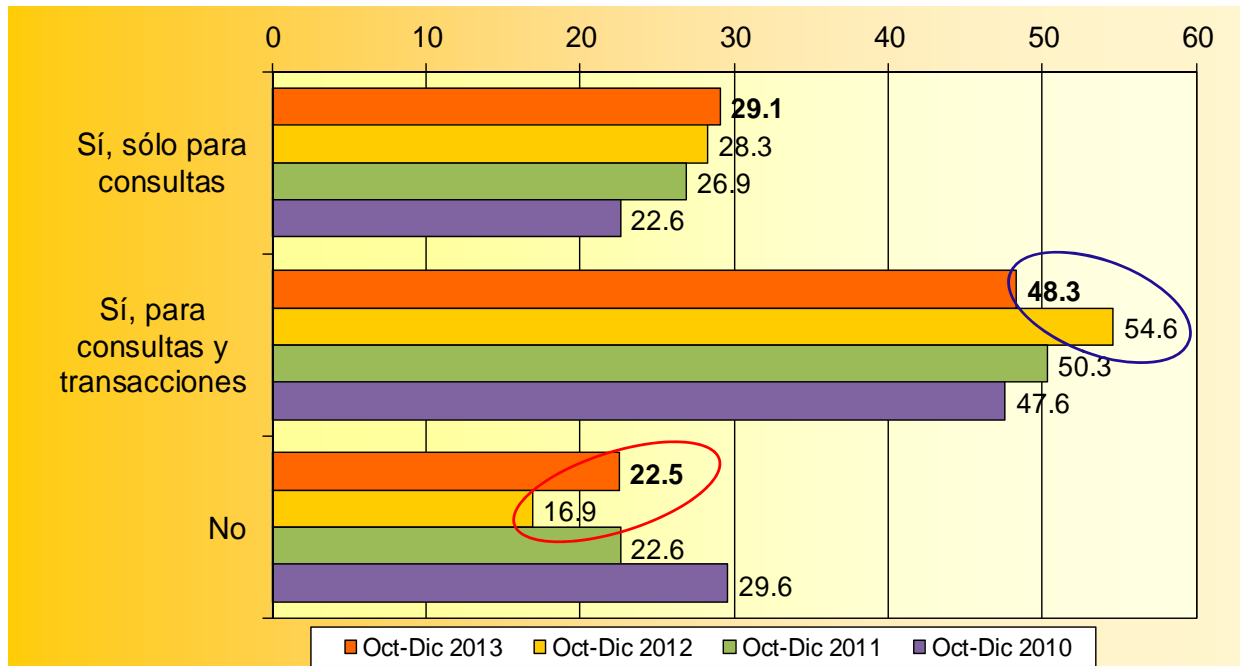
- ✓ También se resiente la percepción de seguridad en las transacciones bancarias por ordenador (el 71% considera que la seguridad es alta, casi 9 puntos menos que en 2012)

Madrid, 27 de febrero de 2014

140

Internet como espacio económico

Relación con entidades bancarias en Internet - últimos 30 días

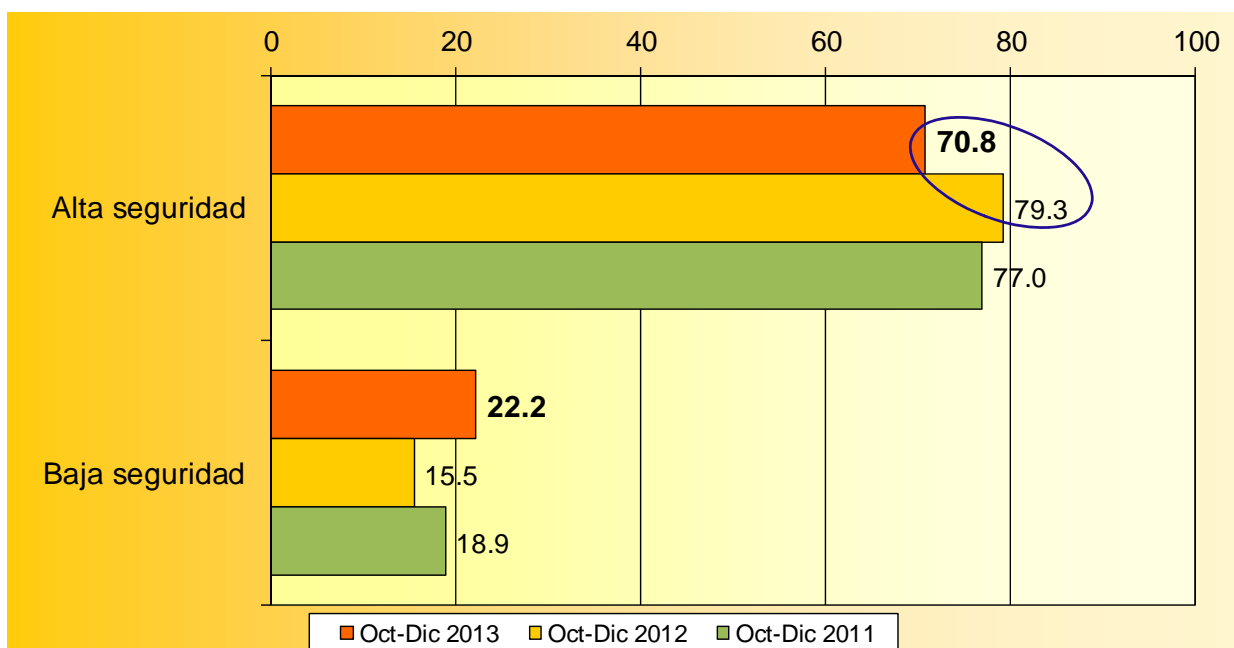


Madrid, 27 de febrero de 2014

141

Internet como espacio económico

Seguridad de las transacciones bancarias por internet



Madrid, 27 de febrero de 2014

142



ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2013



Patrocina

ODEC

Colabora

SAMSUNG