

AIMC presenta los resultados de su 18ª Encuesta a Usuarios de Internet, el mayor estudio sobre el uso de Internet en nuestro país

## MÁS DE LA MITAD DE LOS INTERNAUTAS SE MUESTRA A FAVOR DE PODER VOTAR EN LAS ELECCIONES A TRAVÉS DE INTERNET

- Más de la mitad de los encuestados considera interesante poder contar con una casa o un coche inteligente.
- Aumenta el tiempo de conexión: el 41% de los internautas utiliza la Red más de 4 horas al día.
  - El 94% de los encuestados utiliza el teléfono móvil para conectarse a Internet.
- Entre los usuarios de redes sociales, Facebook (87,4%) mantiene su hegemonía, por delante de Twitter (45,9%), e Instagram (30,7%), que se alza por primera vez hasta la tercera posición.
  - Un 25% de los internautas ve la televisión a través de internet a diario.
- Se duplica la cifra de personas que han pagado por ver películas o series directamente online respecto a 2014.
  - El 35% de la comunidad online utiliza alguna aplicación en su móvil o tablet para escuchar la radio.
- Los internautas que acceden únicamente a la versión electrónica de un periódico aumentan del 36,5% registrado en 2013 al 46,2% en 2015.
  - El 43% de los encuestados realiza alguna compra online semanalmente.
- Más de la mitad de los internautas (58,4%) optan por el navegador Google Chrome y el sistema operativo Windows 7 es el más utilizado (34,7%), mientras que Android domina el teléfono móvil con el 78,7%.

Madrid, 8 de marzo de 2016.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado hoy en rueda de prensa los resultados de la **18ª Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**, el estudio sobre el uso de Internet que cuenta con más trayectoria y la muestra más amplia del mercado en nuestro país. Sus resultados (disponibles al completo desde la primera edición en la web de la asociación: <http://www.aimc.es>) aportan una visión muy precisa de cómo han evolucionado año tras año las tendencias digitales más punteras, nuestra forma de conectarnos a la Red, cómo han cambiado los hábitos de compra y consumo de los españoles, cuáles han sido los servicios más utilizados a nivel online, así como el rumbo que han seguido de los internautas españoles durante los últimos 18 años.

En la actual edición, **Navegantes en la Red** ha recopilado más de 17.900 respuestas válidas -frente a las 10.000 de la primera encuesta realizada en 1996-. El sondeo se ha llevado a cabo entre los internautas más activos que han respondido de forma voluntaria a la encuesta a través de casi 200 sitios webs, entre los que se incluyen los más visitados del país. Este análisis desvela los hábitos y opiniones sobre Internet en España y, tradicionalmente, anticipa numerosas tendencias que se producen en la 'red de redes'.

AIMC pone especial interés en la actualización anual de este estudio para ofrecer las respuestas más completas y actualizadas sobre los nuevos usos que se desarrollan en Internet. Entre otros temas de interés, esta última edición, cuyos datos se recogieron de octubre a diciembre de 2015, incluye nuevas cuestiones en referencia a aspectos tan relevantes como:

- La percepción de los usuarios sobre el "Internet de las cosas" y su implantación en la vida cotidiana.
- La relación de los individuos con nuevos dispositivos de acceso, como el Smartwatch, a la hora de conectarse a Internet.
- Uso de aplicaciones para conectarse a Internet, especialmente aquellas relacionadas con la escucha de radio.
- Actividades que realizan los usuarios por el televisor a través de Internet.
- Se incluyen opiniones de los usuarios sobre asuntos como la reputación de los usuarios en las redes sociales y su privacidad en las mismas, qué importancia otorgan a los diseños responsivos de las páginas web (es decir, adaptados a los formatos de los teléfonos móviles) o la posibilidad de ejercer el voto en unas elecciones a través de Internet.

## Los Navegantes se muestran a favor de ejercer el derecho al voto a través de Internet

Existe una opinión favorable a poder votar en las elecciones a través de Internet entre los *Navegantes* encuestados en 2015. Un 57,7% de los encuestados se muestra de acuerdo, frente a un 25,5% que se muestra en desacuerdo.

Por otra parte, un 78,4% opina que Internet tiene una gran capacidad para movilizar a la gente. Una de las manifestaciones que representa este hecho es que una cuarta parte de la población internauta (29,6%) ha "firmado" peticiones públicas en Internet para reivindicar algo (en sitios del tipo Change.org, AI, etc.).

Además, por primera vez en el estudio, decrece la preocupación por la privacidad (32,2%, -3 puntos) a la hora de conectarse a la Red. También ha disminuido la percepción de vigilancia en Internet, pese a que se mantenga aún en niveles elevados. De 2013 a 2015, aquellos que se sienten muy o bastante vigilados han disminuido 8,5 puntos porcentuales, del 53,5% al 46,0% el pasado año. En este mismo sentido, aunque sigue existiendo una gran preocupación sobre que las empresas o los gobiernos controlen lo que se hace en Internet, parece que el nivel de intranquilidad es un poco menor. Un 74,2% (frente al 76,7% de 2014) se muestra preocupado en relación a las empresas. En cuanto a lo que puedan controlar los gobiernos se obtienen cifras similares: 69,3% (en comparación con el 73,3% de 2014).

## El "Internet de las cosas": antes en el ámbito doméstico que en el personal

El poder contar con todo tipo de dispositivos y accesorios conectables a Internet que permitan controlar distintos aspectos de la vida y el hogar es algo que no pasa desapercibido para los *Navegantes* y que, incluso, parece que les guste para determinadas funciones. A un 57,3% les parece interesante poder disponer de una "casa inteligente" (electrodomésticos, calefacción, seguridad,...), o de un "coche inteligente" (54,6%).

Pero el interés por este fenómeno decrece cuando se les pregunta por la utilización de dispositivos más centrados en el uso personal que en el doméstico, como puede ser el uso de un chip implantable para control médico (37,4% de interés), las pulseras inteligentes para monitorizar la actividad física (29,5%), las gafas de realidad aumentada (20,8%) o la ropa inteligente (17,8%).

## El tiempo de utilización de Internet es cada vez mayor: 4 de cada 10 personas permanece en la Red 4 o más horas al día

El 40,6% de los internautas españoles utiliza Internet 4 o más horas al día (frente al 31,5% de hace dos años) y sólo el 12,3% permanece conectado menos de una hora (en comparación con el 20,2% de hace tres años).

## El móvil es el principal dispositivo de acceso para el 28,7% de los encuestados, y asciende por primera vez al segundo puesto

Si nos centramos en cuál es el equipo que los internautas consideran más importante para conectarse a Internet, el ordenador de sobremesa lo sigue siendo para casi el 37% de los internautas, aunque pierde casi 11 puntos respecto a la cifra registrada en 2012. Le sigue, recortando distancias, el teléfono móvil, considerado el dispositivo principal para un 28,7% de entrevistados (+5.4 puntos en un año, +18.6 en tres), y ocupa por primera vez la segunda posición en este ranking.

Sin embargo, al preguntar a los encuestados por los distintos equipos desde los que se conecta a Internet (no sólo por el que consideran más importante), se observa que el teléfono móvil es utilizado por el 93,9% de los internautas para acceder a Internet, por delante del ordenador portátil (utilizado por el 76,1%) y el ordenador de sobremesa (71,4%).

Aparte de ser cada vez más, aquellos que utilizan el teléfono móvil para conectarse a Internet, lo utilizan más ("varias veces al día" pasa de 66,0% al 78,8% en tres años), más tiempo (el 44,4% lo usa más de una hora al día, frente al 22,3% de 2012) y para más cosas. Comparado con la edición anterior de estudio en 2014, se aprecia un crecimiento en prácticamente todas las actividades realizadas a través del teléfono móvil que son medidas por el estudio, destacando el incremento de las consultas o transacciones bancarias (52,3% de los que acceden a Internet por el móvil lo ha hecho en los últimos 30 días, +4,0 puntos en un año, +11,5 en dos años) y la compra (29,4%, +5,4 puntos respecto a 2014). El resto de actividades controladas son, por orden de importancia, el email (87,0%), la mensajería instantánea (82,8%), navegación (81,7%), uso de redes sociales (73,0%), lectura de noticias de actualidad (69,1%), visualización de vídeos (63,8), subir fotos (47,4%), escuchar la radio por Internet (29,7%), subir vídeos (19,7%), llamadas de voz sobre IP (19,1%) y ver emisiones de cadenas de TV en su web o app (17,1%).

Para estos usuarios, además, es muy importante que las webs consultadas tengan un diseño *responsive*: una de cada cuatro personas (25,4%) que accede a Internet mediante el teléfono se muestra proclive a dejar de utilizar una web si su apariencia no está adaptada al formato de las pantallas móviles.

La tablet también continúa subiendo y es utilizada por el 59,1% de los encuestados para conectarse a Internet. Dobra su penetración con respecto a la cifra registrada en 2012, aunque su uso, en promedio, es menos intenso. Entre aquellos que acceden por la Tablet, los que la utilizan "varias veces al día" disminuyen de 54,9% al 36,0% en tres años, y los que acceden menos de 30 minutos al día mediante dicho dispositivo aumentan del 39,1% al 48,7% en dos años.

Respecto a cuáles son las actividades más comunes que se realizan con ella destacan: navegar (71,8%), la visualización online de vídeos tipo Youtube (60,4%), la consulta de correo electrónico (58,2%), la lectura de noticias de actualidad (57,1%) y el acceso a las redes sociales (49,7%).

La televisión, aunque con cifras más reducidas, continúa con su persistente avance. Es utilizada por un 26,1% de la población internauta, prácticamente duplicando su uso en sólo dos años. Además, entre ellos aumenta la frecuencia de su uso: un 33,2% (+7,8 en dos años) lo utiliza todos o casi todos los días. Entre las actividades más realizadas con este dispositivo destacan el visionado de contenidos audiovisuales (84,6%) y navegar por la web (32,4%).

Otros equipos por los que se accede a Internet que merecen ser reseñados son la videoconsola de sobremesa (14,1%), la videoconsola portátil (4,1%) y el smartwatch (3,5%).

### **Sube ligeramente el uso de las redes sociales**

---

El 77,2% de los encuestados utiliza las redes sociales a diario. Facebook mantiene su hegemonía (la utilizan el 87,4% de los que han usado las redes sociales en los últimos 30 días), seguida de Twitter (45,9%), Instagram (30,7%, +4 puntos en un año), que consigue auparse desde la quinta posición en 2014 hasta la tercera en 2015, Google+ (29,6%, -7 puntos) y LinkedIn (27,6%, -2 puntos).

El uso principal de las redes sociales sigue siendo las relaciones de amistad (opción escogida por el 75,6% de sus usuarios) y también el estar informado de la actualidad (53,4%, +7.6 puntos respecto a 2013), las relaciones familiares (49,2%), compartir hobbies (42,2%) y las relaciones laborales (38,9%). Respecto al tiempo de uso, la mitad (48,3%) de los usuarios de este tipo de redes permanece en ellas más de media hora al día, y uno de cada cuatro (23,1%) las dedica menos de 15 minutos diarios.

Existe una gran concienciación sobre la necesidad de tener prudencia en las redes sociales: casi un 90% declara que conviene ser cuidadoso con lo que se publica en ellas.

### **Cada vez vemos más la televisión a través de internet y pagamos por ver películas o series directamente online**

---

El 25% de los internautas ve la televisión a través de internet a diario, frente al 18% registrado en 2013, y el 68% lo hace al menos una vez al mes, en comparación con el 60% de hace dos años.

En cuanto a los dispositivos utilizados para realizar esta actividad, existe diversidad. Por orden de importancia son: el ordenador portátil (40,4%), la tablet (36,2%), el ordenador de sobremesa (35,4%), el teléfono móvil (27,3%) y el televisor, tanto Smart TV (22,7%) como conectándolo a otro equipo (13,8%).

Se duplica la cifra de las personas que han pagado por ver películas o series directamente online: entre los que ven este tipo de contenidos de forma online, han pagado por ello el 21,1% (en comparación con el 10,8% de 2014), quizás influido por la entrada en vigor de la nueva Ley de Propiedad Intelectual (1 de enero de 2015) y del nuevo código penal (1 de julio de 2015) que castiga con penas de cárcel a quienes divulguen con ánimo de lucro contenidos con derechos de autor en internet.

### **El 35% de la población utiliza apps relacionadas con la escucha de radio**

---

El 35% de la población utiliza alguna aplicación en su móvil o tablet para escuchar la radio, especialmente las de las cadenas que permiten oír sus propias emisiones, utilizadas por casi el 23,8% de los que acceden a Internet a través del móvil o de la tablet.

Entre los que usan este tipo de aplicaciones, más de la mitad (61%) las emplean al menos varias veces a la semana y un 33% prácticamente a diario.

En cuanto a los programas de "radio a la carta", son empleados por el 44,3% de los internautas, siendo un 19,1% los que lo utilizan frecuentemente.

### **Cambio en los hábitos de lectura del periódico: sube la versión electrónica y baja el papel**

---

Los internautas que acceden únicamente a la versión electrónica de un periódico aumentan del 36,5% registrado en 2013 al 46,2% en 2015, y descienden del 8,2% al 6,1% aquellos que leen exclusivamente la versión en papel. No obstante, continúan siendo muchos los que leen ambas versiones (37,3% en 2015) y muy pocos (10%) los que no consultan ninguna.

En la misma línea, desciende el consumo diario de periódicos en papel, del 35,2% en 2013 al 28,2% en 2015, aunque no aumenta significativamente el consumo de diarios electrónicos (del 69,1% en 2013 al 72,1% en 2015).

En cuanto al dispositivo de lectura de los diarios electrónicos destaca el ordenador (de sobremesa, portátil o Netbook) con el 77,1%, aunque sufre un retroceso de 16,3 puntos porcentuales respecto a la cifra registrada en 2011. En este sentido, sube considerablemente el teléfono móvil con un 58,1% de uso (+23,7 puntos con respecto a 2011). La tablet, por su parte, se mantiene con cifras similares a las registradas en 2014 (36%).

Entre los internautas, la suscripción exclusiva a la versión electrónica de un periódico o revista (5,9%) se sitúa al mismo nivel que la de sólo al papel (5,6%). Además, a un 2,9% de los encuestados su suscripción le permite acceder tanto al papel como a contenidos de pago de la versión electrónica.

### **El uso de la mensajería instantánea toca su techo**

---

Los internautas que declaran utilizar la mensajería instantánea a diario son el 57,5%, cifra dos puntos inferior al nivel registrado en la pasada edición del estudio, cuando alcanzó su máximo histórico. El software de este tipo más utilizado es el popular WhatsApp, empleado por el 91,6% de la población internauta (+32,4 puntos en tres años). Destacar asimismo la subida de Telegram, que alcanza el 16,8% de penetración.

### **El 4G se implanta con rapidez en España**

---

Más de la mitad (57,7%) de los que acceden a Internet a través del teléfono móvil disponen de la tecnología 4G en sus dispositivos, cifra 44 puntos superior a la registrada en 2013. Además, parece que el grado de conocimiento sobre la misma es elevado, pues sólo un 4,1% de los encuestados reconoce no saber a lo que nos referimos cuando se les pregunta acerca del 4G.

### **Crecen las compras a través de Internet**

---

El 43% de los usuarios de internet ha realizado alguna compra online en la semana anterior a realizar la entrevista. En este campo destacar el auge de los servicios prestados por particulares acordados por Internet. Se produce un fuerte aumento de los internautas que han pagado por servicios de este tipo en el mes anterior a la entrevista (del 19,3 % al 31,1% en un año). Sin duda tiene que ver con el desarrollo de la economía colaborativa, como el alquiler de algún tipo de alojamiento a particulares en webs tipo airbnb (9,4% en el último mes) o el compartir coche con desconocidos en plataformas tipo BlaBlaCar (3,8%).

Las actividades relacionadas con el showrooming también aumentan: el 35,3% de los entrevistados (+7 puntos respecto a 2013) afirma haber visto las características y precio de un producto en una tienda física y luego lo han comprado online en el último mes. Sin embargo, es mayor el fenómeno contrario, pues un 43,1% declara haber visto las características y precio de un producto en Internet para terminar comprándolo en una tienda física. Además, aproximadamente uno de cada tres encuestados ha utilizado el móvil mientras estaba en una tienda física para buscar valoraciones (33,4%, +12,3 puntos respecto a 2013) o comparar precios (30,5%, +11,2 puntos respecto a 2013) de un producto que estaba viendo en ese momento.

Por otra parte, el estudio también desvela que el boca a boca en Internet es cada vez más importante. La consulta de opiniones de otras personas realizadas en la Red acerca de algún producto o servicio aumenta del 74,1% en 2013 al 80,1% en 2015. También crecen el número de personas que divulgan sus propias opiniones en Internet, pasando del 32,3% al 40,1% en el mismo periodo de tiempo.

### **Aumenta el uso de los códigos QR/BIDI**

---

Un 16,7% (+2,8 en dos años) de los que acceden a Internet a través del móvil o tablet ha escaneado códigos QR/BIDI en la semana anterior a realizar la entrevista. Si ampliamos el foco de uso al mes y al año, las cifras se elevan al 39,7% (+4,5 puntos respecto a 2013) y al 66,7% (+7,6 puntos respecto a 2013) respectivamente. Sólo 1 de cada 5 encuestados afirma no haberlos utilizado nunca.

### **La publicidad y la velocidad, los aspectos más preocupantes para los internautas**

---

El principal escollo que encuentran los internautas al a hora de navegar por la Red continúa siendo la “demasiada publicidad”, opción escogida por el 59,4% de los encuestados, cifra similar a la registrada en 2014. En segunda posición se mantiene la “velocidad” de conexión con el 51,8%. Les siguen de cerca el coste de conexión (46,7%) y la seguridad (42,1%).

La intranquilidad de los encuestados respecto a las infecciones por virus o programas espía tiende a la baja, ya que aquellos que lo consideran un problema pasan del 36,3% en 2013 al 28,2% en 2015. Relacionado con esto se encuentra el hecho de que los que no se han visto afectados por estos tipos de malware en el último año han aumentado desde el 50,3% hasta el 55,1% en las dos últimas ediciones del estudio.

Asimismo, se aprecia poca preocupación de los usuarios en torno a las amenazas de seguridad en los dispositivos móviles: aunque se incrementa 17 puntos respecto a 2013, sólo el 40% de los que acceden por el teléfono móvil tiene instalado un programa antivirus en él. Y la proporción es parecida para la tablet (37,0%). Sin embargo la cifra aumenta considerablemente al preguntar a los encuestados si tienen instalado este tipo de programas en el ordenador personal (86,8%).

## Preferencias en navegabilidad

---

Google Chrome es el navegador utilizado preferentemente por la mayoría de los internautas (58,3%), seguido de Firefox (21,2%). En tercer lugar, Internet Explorer junto con su sucesor Edge alcanzan un 8,9%. Muy cerca de él aparece el Safari, con un 7,5% fundamentalmente debido a su versión mobile, que tiene un 4.8% de penetración.

En cuanto a servicios de correo electrónico, Gmail es el más utilizado al ser escogido por el 83,2% de los encuestados, frente al 53,2% de Hotmail/Outlook.com.

El sistema operativo más común continúa siendo Windows 7, presente en 34,1% de los equipos desde los que se realizó la encuesta. Le sigue de lejos el nuevo Windows 10 con un 18,3% de cuota. Sube al tercer lugar el sistema Android (presente en tablets y teléfonos móviles) con el 13,0% (frente al 9,6% de 2014, el 4,9% de 2013 y el 1,6% de 2011). También es importante destacar que un 5,2% de los entrevistados ha contestado la encuesta desde un equipo con iOS (el sistema operativo de iPad y iPhone).

Respecto al sistema operativo de los móviles, Android conserva el primer puesto con una cuota del 79% entre los que acceden a Internet a través del móvil, por delante de iOS (iPhone), con el 16%, y Windows Phone (Microsoft), con el 3%.

## Sobre Navegantes en la Red

---

Desde sus inicios en 1996 **Navegantes en la Red** permite conocer la evolución de los usos y opiniones sobre los temas de actualidad de internet en España. Entre sus participantes existe una marcada presencia de los usuarios más activos (y expertos), y permite detectar cuáles son 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 2015, estarán disponibles desde hoy 8 de marzo (así como sus 17 ediciones anteriores) en la página web de AIMC: <http://www.aimc.es>

Para esta decimotercera 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: 2 teléfonos Samsung Galaxy S6; 2 teléfonos Samsung Galaxy A5 y un Smartwatch Samsung Gear S, edición limitada diseñada por Alvarno.

### Sobre AIMC

**AIMC** es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 138 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.

Más información: <http://www.aimc.es>



### 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). Más información: <http://www.odec.es>

### Sobre Samsung Electronics

Samsung Electronics Co. Ltd., líder global en tecnología, ofrece multitud de posibilidades a usuarios de todo el mundo. Gracias a la investigación y a la innovación, la compañía transforma el mundo de los televisores, los smartphones, los ordenadores, las impresoras, las cámaras, los electrodomésticos, los sistemas LTE o 4G, los equipos médicos, los semiconductores y las soluciones LED. Samsung cuenta con 270.000 trabajadores en 79 países, con ventas anuales que superan los 187.8 mil millones dólares. Para más información, por favor visita [www.samsung.com](http://www.samsung.com)