

AIMC presenta los resultados de *Navegantes en la Red*, el mayor estudio sobre el uso de Internet en nuestro país

EL INTERNAUTA ESPAÑOL ESTÁ CONSTANTEMENTE CONECTADO Y CADA VEZ ES MÁS DEPENDIENTE DEL MÓVIL

- El 94,6% de los encuestados se conecta a Internet a través del móvil.
- A un 76,4% le resultaría “difícil” o “muy difícil” tener que vivir sin Internet y un 45% considera que “no podría vivir sin Internet en el móvil”.
- Consultar el correo electrónico (85,3% en los últimos 30 días) y utilizar la mensajería instantánea (82,8%) son las actividades más realizadas por los *Navegantes* cuando se conectan a Internet a través del móvil.
- El 90% de los entrevistados ha hecho alguna compra online a través de Internet en el último año, y un 77% en el último mes.
- Los servicios de geolocalización en el móvil son ya utilizados por un 84% de los que se conectan a Internet a través del móvil.
 - Más de la mitad de la población internauta se siente vigilada en Internet.
 - Cerca del 80% de la población utiliza las redes sociales a diario.
- Un 40% de los entrevistados que accede a Internet a través del televisor lo hace todos o casi todos los días.
- Aumenta el visionado de películas o series directamente online: un 48% lo hace actualmente al menos una vez al mes, frente al 30% en 2012.
- Más del 60% de los internautas optan por el Navegador Google Chrome; el sistema operativo Windows10 es el más utilizado (29%), mientras que Android domina el teléfono móvil con el 81%.

Madrid, 9 de marzo de 2017.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado hoy en rueda de prensa los resultados de la **19ª Encuesta a Usuarios de Internet, *Navegantes en la Red***, el estudio sobre el uso de Internet que cuenta con mayor 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 Internet, 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 ha seguido la comunidad internauta durante los últimos 19 años.

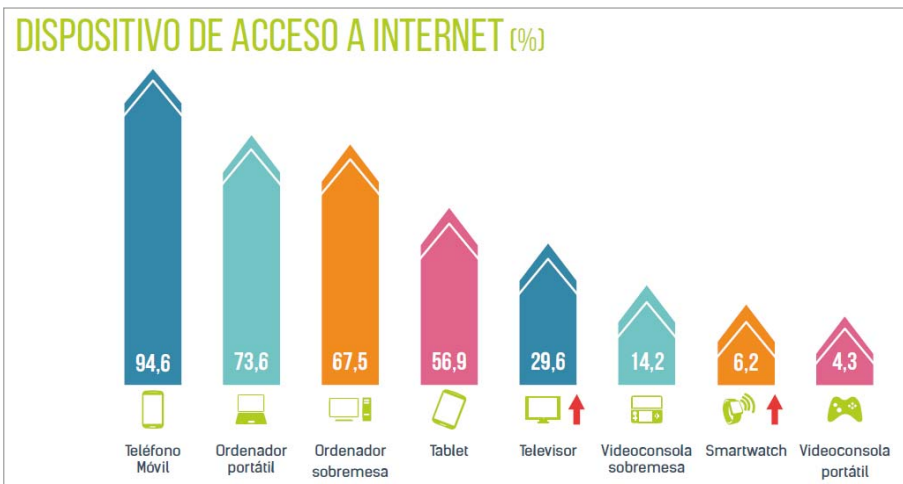
En la actual edición, ***Navegantes en la Red*** ha recopilado más de 14.800 respuestas válidas -frente a las 10.000 de la primera encuesta realizada en 1996-. El sondeo se ha llevado a cabo entre los internautas más activos que han respondido de forma voluntaria a la encuesta a través de casi 200 sitios webs, entre los que se incluyen los más visitados del país. Además de desvelar los hábitos y opiniones sobre Internet en España, este análisis anticipa tradicionalmente numerosas tendencias que se producen en el entorno online.

AIMC pone especial interés en la actualización anual de este estudio para ofrecer en cada edición 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 desde octubre hasta diciembre de 2016, incluye nuevas cuestiones en aspectos tan relevantes como:

- Percepción de los usuarios sobre la presencia de la publicidad en internet y el uso de bloqueadores para frenar la presencia de la misma.
- Nivel de dependencia que tienen los usuarios, tanto de Internet como de los diferentes servicios y dispositivos de acceso (mensajería instantánea, móvil, tablet, redes sociales, etc.), así como su comparación con el nivel de dependencia respecto a otros medios de comunicación tradicionales (periódicos/ diarios, radio, televisión, revistas) o el cine.
- Compra online de productos procedentes del extranjero, o las fuentes de información que utilizan los usuarios a la hora de realizar sus compras por Internet.
- También se incorporan opiniones de valoración sobre temas relevantes en Internet como, por ejemplo, la protección de datos personales o la incorporación de la realidad virtual en el mundo de los videojuegos.

El móvil se convierte por primera vez en el principal dispositivo de acceso del Navegante

El 94,6% de los encuestados se conecta a Internet a través del móvil, frente al 64% de hace cinco años, seguido del ordenador portátil (73,6%) y el ordenador de sobremesa (67,5%). A continuación se sitúan la tablet (56,9%) que, por primera vez desde su implantación, sufre un retroceso (-2,1 puntos en un año), y la televisión (29,6%), que ha duplicado su uso en tres años. También se accede a Internet a través de la videoconsola de sobremesa (14,2%), el smartwatch (6,2%), que prácticamente dobla su penetración en tan solo un año, y la videoconsola portátil (4,3%).



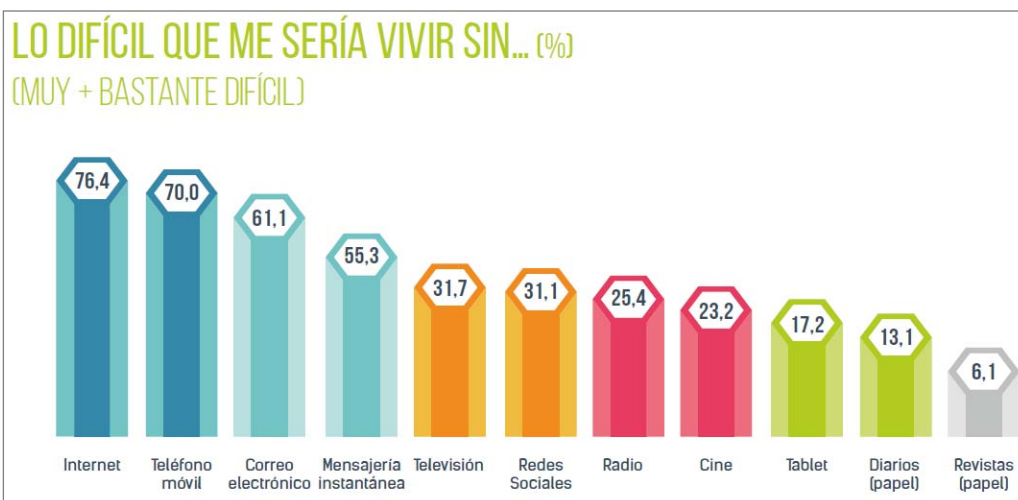
Por otra parte, el móvil es ya el principal dispositivo de acceso para un 37,7% (+9,0 puntos en un año y +20,7 en tres) de internautas, y asciende por primera vez a lo más alto del ranking. Le arrebató la primera posición al ordenador de sobremesa, que es considerado como el equipo de acceso preferido para el 31,8% de los entrevistados (-5.1 en un año y -9.4 en tres), seguido del ordenador portátil (24,3%, -3.6 en un año y -11.3 en tres) y la tablet (5,6%).

En general, la utilización de dispositivos móviles para conectarse a Internet se ha convertido en un fenómeno prácticamente universal (92.8%), tras haberse producido un importante incremento del porcentaje de acceso diario a Internet por medio de estos aparatos en los últimos años (+3.2 en dos años, +28.0 en cinco).

Se conecta tanto en casa como en el trabajo, aunque también en movilidad

En el transcurso del último año, el uso de internet se ha incrementado desde cualquier lugar, en especial desde los sitios que implican movilidad. La casa (94,9%) y el trabajo (57,1%) continúan siendo los principales sitios de conexión diaria, seguido a no mucha distancia por la calle o el transporte público (46,7%, +2,1 puntos en un año). Alcanzan niveles similares entre sí aquellos que se conectan diariamente desde un local público (25,2%, +7,3), casa de familiares o amigos (20,1%, +2.3) y la universidad/centro de estudios (17,3%, +2.8). El acceso desde un lugar distinto a todos los anteriores alcanza un 30,5% (+4,9).

No puede vivir sin internet, ni sin su teléfono móvil

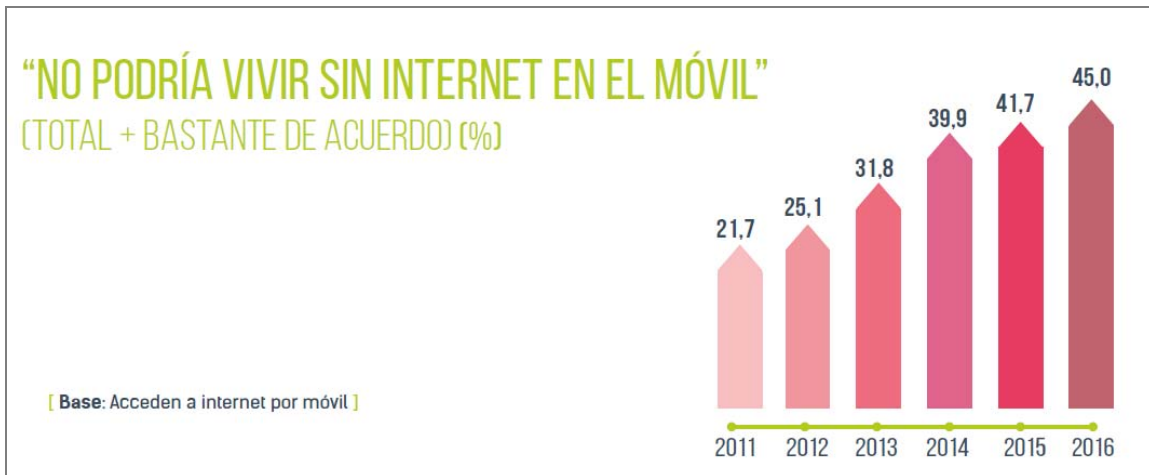


Más de la mitad de los encuestados (55,8%) manifiesta estar casi constantemente conectado. Sumando a este colectivo el de aquellos que acceden al menos varias veces al día, la cifra alcanza casi la totalidad de los participantes en el estudio (93,8%).

Es tal su grado de dependencia, que a un 76,4% le resultaría difícil o muy difícil tener que vivir sin Internet (para el 45,9% sería muy difícil). En el caso del teléfono móvil, se sitúa en el 70% (para el 41,1% sería muy difícil).

También son bastante dependientes del correo electrónico y la mensajería instantánea, ya que un 61,1% y un 55,3%, respectivamente, considera que le sería "difícil" o "muy difícil" tener que prescindir de ellos. Sin embargo, no generan tanta necesidad para ellos el utilizar las redes sociales (31,1%), o la tablet (17,2%).

El estudio también pone de manifiesto que, cada día, la conexión a Internet en el teléfono móvil es cada vez más indispensable para la gente: el 45% de los encuestados considera que “no podrían vivir sin Internet en el móvil” (+20 puntos respecto a la misma cifra registrada en 2012), frente a aquellos que están en desacuerdo con esta opinión, que representan el 28%.



Su acceso a la Red a través del móvil es constante

El 43% de los que utilizan el móvil para acceder a Internet declara hacerlo casi constantemente, y sólo un 13% (en comparación con el 29% de hace tres años) de los que se conectan a través de este dispositivo lo hace con una frecuencia inferior a “varias veces al día”. Además, se emplea cada vez más tiempo a estar conectado con él: aquellos que lo hacen más de una hora al día ascienden del 22,3% en 2012 al 54,3% en 2016, y quienes lo utilizan más de 4 hora al día representan un 15,3%, el doble que hace dos años.

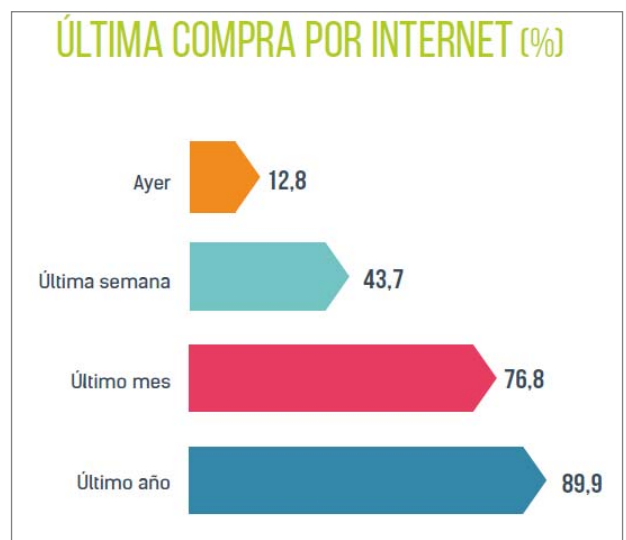
Entre las actividades más realizadas por los *Navegantes* en los últimos 30 días cuando se conecta a Internet a través del móvil, destacan el correo electrónico (85,3% de los que acceden por este dispositivo), la mensajería instantánea (82,8%), la navegación (77,8%), el uso de las redes sociales (72,1%), la lectura de noticias de actualidad (65,6%), la visualización de vídeos (60,1%), las consultas o transacciones bancarias (54,1%), subir fotos (45,5%), realizar compras (31,8%), la escucha de radio a través de internet (24,5%) y subir vídeos (17,5%).

El Navegante es un comprador online

El 90% de los internautas ha hecho alguna compra a través de Internet en el último año, y un 77% en los últimos 30 días. Además, casi la mitad (46,3%) de los compradores online ha realizado alguna adquisición de productos procedentes de países no pertenecientes a la Unión Europea en el último año, y un 37,7% de otros países de la UE.

¿Y qué fuentes consultan a la hora de realizar sus compras? De acuerdo con los resultados del estudio, los compradores online recurren sobre todo a la web de la propia marca (57,5%) y a los blogs y foros de opinión (56,7%). También influyen, aunque en menor medida, los amigos o familiares (42,2%), la visita previa a la tienda para “tocar” el producto (31,4%) y las redes sociales (19,8%).

Por otra parte, parece que el Smartphone tiene cada vez más influencia en el proceso de compra a la vista de los resultados. Un 35,5% considera que el móvil ha cambiado su forma de comprar (8 puntos más que dos años antes). Sin embargo, aún son algunos más los que opinan lo contrario (38,7%).



El estudio señala también que la compra-venta de productos de segunda mano ha experimentado un repunte. La compra de este tipo de bienes se ha incrementado casi 4 puntos en dos años hasta situarse en el 16,4%. En la misma línea se sitúa la venta, que pasa del 11,4% en 2014 al 16,4% en 2016.

Utiliza cada vez más los servicios de geolocalización

Los servicios de geolocalización GPS a través de internet en el teléfono móvil son cada vez más utilizados por los usuarios. Si en 2012 el 74,5% de los que acceden a través del móvil habían usado algún servicio de este tipo en el último mes, en 2016 esta cifra se eleva al 84%.

Crecen la búsqueda o recepción de ofertas en establecimientos cercanos (41,6%, +10 puntos con respecto a 2014), compartir la ubicación con amigos o buscarlos cerca de uno mismo (29,1%, +7 puntos desde 2014). Otros usos controlados por el estudio relacionados con la geolocalización en el móvil son consultar con GPS la ruta para llegar a un sitio (74,1%) y los juegos online que requieren la localización para poder jugar (11,6%), como, por ejemplo, Pokémon Go.

Se muestra reacio a proporcionar información personal en Internet

Respecto a la edición anterior del estudio, ha crecido la percepción de vigilancia en Internet por parte de los usuarios. Aquellos que se sienten "muy" o "bastante" vigilados ha aumentado 7 puntos, pasando del 46% en 2015 al 53% en 2016.

Quizás por este motivo, sólo un 16,4% se muestra proclive a instalar aplicaciones que le soliciten mucha información de carácter personal, frente al 62,4% que, en este caso, tiende a no instalarlas. Asimismo, sólo a un 14,7% de los entrevistados no le importa proporcionar sus datos personales o que controlen si obtienen algo gratuitamente a cambio, en contraste con el 64,1% que sí pone reparos.

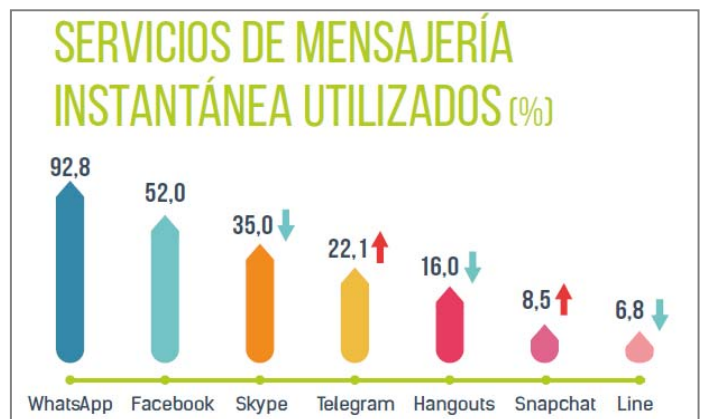
La publicidad y la velocidad, los aspectos más preocupantes para los internautas

Respecto a las inquietudes de los internautas, el exceso de publicidad en la Red, con el 61,1%, sigue siendo el problema más mencionado, seguido por la velocidad de conexión (50,8%), el coste de la misma (45,2%), la seguridad (44,3%), la privacidad (34,1%) y la infección por virus o programas espía (28,3%).

Usa la mensajería instantánea cada vez más

La consulta del correo electrónico, pese a tener un uso muy extendido entre los internautas (88,9%), viene padeciendo ligeros descensos en las últimas ediciones del estudio (-5 puntos respecto a la cifra registrada en 2014). Tal vez sea debido a que los usuarios utilizan cada vez más la mensajería instantánea: un 68,2% declara usarla a diario (+11 puntos respecto a 2015), alcanzando su máximo histórico

El software de este tipo más utilizado es WhatsApp, empleado por el 92,8% de los encuestados. Destaca, asimismo, la subida de Telegram, que alcanza el 22,1% de penetración (+5,3 en un año) y Snapchat (8,5%).



Redes sociales: crece el uso de Instagram

El 79,2% de los encuestados utiliza las redes sociales a diario. Facebook mantiene su hegemonía, al ser utilizada por el 87% de los que han utilizado las redes sociales en el último mes. Le siguen Twitter, con el 48,9% (+3 puntos respecto a la cifra obtenida en 2015) e Instagram que, con un 40,4%, consolida la tercera posición alcanzada hace tan solo un año con un imparable crecimiento: +10 puntos respecto a 2015, +14 respecto a 2014, +20 respecto a 2013 y +26 respecto a 2012. Por otra parte, LinkedIn (28,2%) le arrebató el cuarto lugar a Google+ (21,4%).

El uso principal de las redes sociales continúa siendo las relaciones de amistad (75,3%). El segundo uso más señalado y que, de forma gradual, está adquiriendo cada vez más importancia, es informarse de la actualidad (56,5%, +10,7 puntos respecto a la cifra obtenida en 2013).



Las relaciones familiares (48,7%), compartir hobbies (45,2%) y las relaciones laborales (38,9%) son otros de los usos para los que emplean los usuarios las redes sociales.

Respecto al tiempo de uso, la mitad (51,3%) de los usuarios de redes sociales emplea en ellas más de media hora al día, y uno de cada cinco (21,4%) les dedica menos de 15 minutos.

A los internautas no les importaría votar en unas elecciones a través de Internet

Se extiende la opinión favorable a poder votar en unas elecciones a través de internet. Se muestra a favor el 63% (+5.5 puntos respecto al año anterior) de los internautas, frente al 23% que está en contra. El 14.0% no tiene una opinión clara.

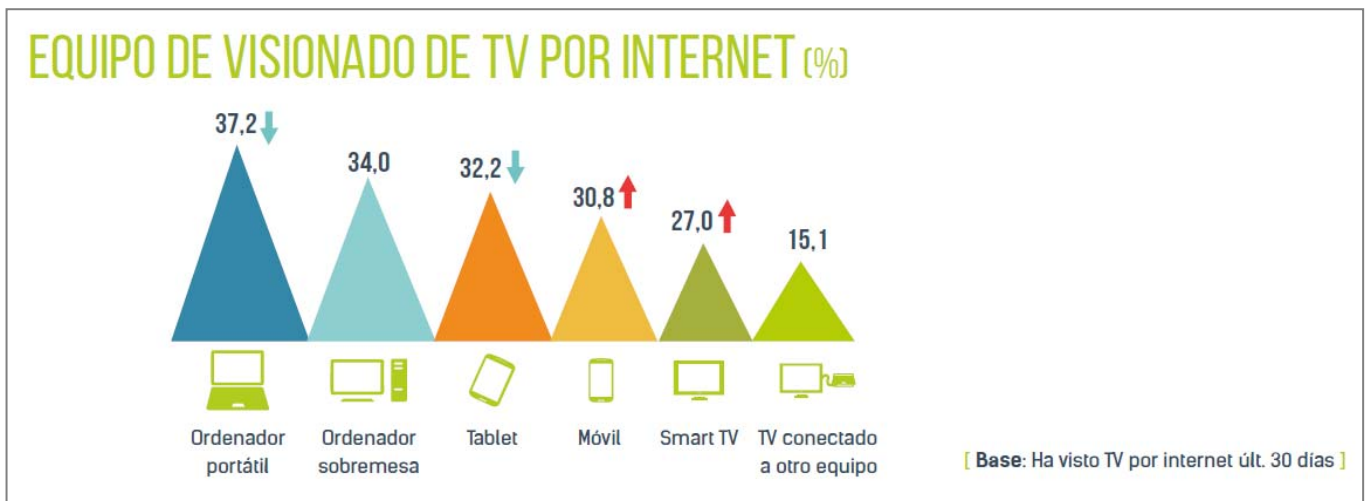
Crece la frecuencia de uso del televisor para conectarse a internet y descienden las actividades realizadas con la tablet

Entre los que acceden a Internet a través del televisor, un 40% lo utilizan todos o casi todos los días (+14 puntos respecto a la misma cifra registrada en 2013). La actividad fundamental realizada a través de este aparato es el visionado de contenidos audiovisuales (82,5%), seguida de navegar por la web (25,6%), aunque con cada vez menos penetración (-14 puntos en tres años).

Entre aquellos que utilizan la tablet para conectarse a Internet, los que la utilizan al menos varias veces al día se mantienen en torno al 36%, y los que acceden más de 30 minutos al día mediante dicho dispositivo rondan el 50%. Sin embargo, se percibe un descenso generalizado entre las actividades realizadas con ella por Internet.

El visionado de películas o series directamente online es cada vez mayor

Un 25% de los encuestados ve la TV a través de Internet a diario, y un 66% al menos una vez al mes. Existe diversidad en los dispositivos utilizados para ello. Son, por orden de importancia, el ordenador portátil (37,2%), el ordenador de sobremesa (34%), la tablet (32,2%), el teléfono móvil (30,8%) y el televisor, tanto Smart TV (27%), como conectándolo a otro equipo (15,1%).



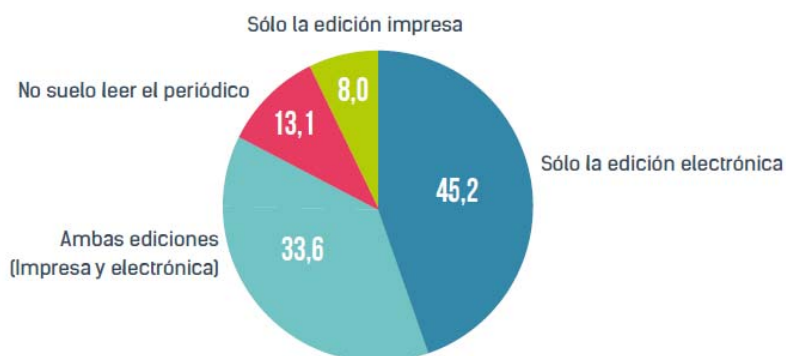
Respecto al visionado de películas o series directamente online, continúa su trayectoria ascendente registrada en las últimas ediciones de estudio, pasando del 30% en 2012 al 48% en 2016 los que lo han hecho en el último mes. Además, entre aquellos que lo hacen, se ha triplicado en dos años (10,8% en 2014 al 29,5% en 2016) la proporción de los que han pagado al menos una vez por ello en el último mes.

También se triplica prácticamente el porcentaje de entrevistados abonados a un portal de internet para el visionado de series/películas o canales de TV del tipo Netflix o Wuaki TV (9,5% frente al 3,5% de la edición anterior de este estudio).

Estabilidad en los hábitos de lectura del periódico

Un 45,2% lee únicamente la versión electrónica de los periódicos, mientras que un 8,2% lee exclusivamente la versión en papel. No obstante, siguen siendo muchos aquellos que leen ambas versiones (33,6%) y muy pocos (13,1%) los que no leen ninguna.

FORMA DE LECTURA DE PRENSA (%)



En cuanto al dispositivo de lectura de los diarios electrónicos, el ordenador (de sobremesa o portátil) sigue siendo el más utilizado, con el 70,5%, aunque sufre un retroceso de 23 puntos en cinco años. Le sigue el teléfono móvil (62,7%, +28,3 puntos respecto a 2011) y la tablet (30,8%, -5,2 puntos respecto a la cifra registrada en 2011).

La suscripción exclusiva a la versión electrónica de un periódico o revista (6,6%) se sitúa por encima de la de sólo papel (5,4%). Además, a un 3,1% su suscripción le permite acceder tanto al papel como a contenidos de pago de la versión electrónica.

Aumenta el número de internautas favorables al pago por acceder a contenidos protegidos por copyright

Un 33,2% considera que se debe pagar por acceder a contenidos protegidos por copyright en Internet, cifra que en 2012 representaba al 21,1%. Por primera vez se sitúan por encima de la opinión contraria, respaldada por un 31,6% (45,8% cuatro años antes). El 35% no se muestra ni a favor ni en contra.

Importancia del diseño web responsive

Crece del 25,4% al 30,1% el porcentaje de internautas que afirma que deja de utilizar una web si ésta no está adaptada al teléfono móvil. Aunque son más los que están en contra de esta afirmación (44,7%). El 24% no se muestra ni a favor ni en contra.

Preferencias en navegabilidad

Google Chrome es el navegador utilizado preferentemente por la mayoría de los internautas (63,6%), seguido de Firefox (17,3%). Internet Explorer (junto con su sucesor Edge) con un 7,1% ve como pierde por poco la tercera plaza en favor de Safari, que tiene un 7,8% de penetración, fundamentalmente debido a su versión mobile, que por sí misma alcanza un 5,4%.

En cuanto a los servicios de correo electrónico, Gmail es el más utilizado al ser escogido por un 84,8% de internautas, frente al 53,7% de los que utilizan Hotmail/Outlook.com.

Como sistema operativo más común el Windows 10, presente en un 29% de los equipos desde los que se realizó la encuesta, desplaza del primer puesto al Windows 7 (23,5%), que también es adelantado por el sistema Android (presente en tablets y teléfonos móviles) con un 23,7% (frente al 13,0% de hace un año y el 1,6% de hace cuatro). Destacar que un 5,7% de los entrevistados ha contestado la encuesta desde un equipo con iOS (el sistema operativo propio del iPad y iPhone).

Respecto al sistema operativo de los teléfonos móviles, Android conserva el primer puesto con una cuota del 81% entre los que acceden a Internet a través del móvil, seguido de iOS (iPhone), con el 15% y Windows Phone (Microsoft), con el 2%.

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 2016, estarán disponibles desde hoy 9 de marzo (así como sus 18 ediciones anteriores) en la página web de AIMC: <http://www.aimc.es>

Para esta decimonovena 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 S7; 2 teléfonos Samsung Galaxy A5 y una Smartband Samsung Gear fit2.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 136 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 350.000 trabajadores en 80 países, con ventas anuales que rondan los 160 mil millones de euros. Para más información, por favor visita www.samsung.com