

AIMC celebra la 20ª edición de *Navegantes en la Red*, el mayor estudio sobre el uso de Internet en nuestro país

## El internauta español tiene un alto grado de confianza en la compra online y está continuamente conectado

- Uno de cada cuatro *navegantes* realiza la mayoría de sus compras a través de Internet.
  - El 70% de los encuestados utiliza Internet durante dos o más horas al día.
    - El 92,1% de los internautas se conecta a Internet a través del móvil.
    - El 47% de los internautas afirma que “no podría vivir sin Internet en el móvil”.
- El 61% de los que acceden a internet desde su móvil lo hacen a través de Apps la mayoría de las veces.
- Se incrementa en un 90% respecto a 2016 el número de abonados a portales de internet para el visionado de series/películas o canales de TV.
  - El “prime time” en Internet se produce entre las 21:00h y las 23:00h.
    - El 80% de los entrevistados utiliza las redes sociales a diario.
  - Los servicios de geolocalización en el móvil son ya utilizados por el 85,4% de los que se conectan a internet a través del móvil.
- Aumenta la preocupación por parte de los padres respecto a lo que hacen los menores en Internet: suben tanto el uso de programas de filtro/bloqueo de contenidos o control parental, como el control personal de horarios y visitas.
- El 65,7% de los encuestados opta por el navegador Google Chrome; el sistema operativo Windows 10 es el más utilizado (30,8%) y Android domina en la telefonía móvil con el 81%.

**Madrid, 06 de marzo de 2018.-** AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado hoy en rueda de prensa los resultados de la 20ª 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 desde hace 20 años una visión muy precisa de cómo han ido evolucionando 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 en todo este tiempo.

En la actual edición, *Navegantes en la Red* ha recopilado más de 15.200 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 entre los meses de octubre y diciembre de 2017, bien a través de casi 200 sitios webs, entre los que se incluyen los más visitados del país, o bien a través del panel online de Research Now SSI, mediante el cual se ha realizado una ampliación muestral de 3.000 entrevistas. Además de desvelar los hábitos y opiniones sobre Internet en España, *Navegantes* anticipa tradicionalmente numerosas tendencias que se producen en el entorno online.

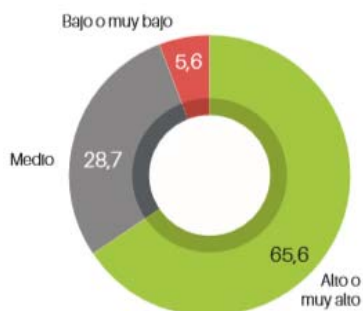
AIMC pone especial interés en la actualización anual de este estudio para ofrecer en cada edición las respuestas más completas y actualizadas sobre los nuevos usos que se desarrollan en Internet. Entre otros temas de interés, esta última edición incluye nuevas cuestiones en aspectos tan relevantes como:

- **El comercio electrónico y el grado de confianza** que le merece entre los internautas.
- **Las cookies** y, especialmente, el conocimiento sobre lo que son y la configuración que tienen establecida.
- **El portal al que están suscritos** para ver series, películas o canales de televisión.
- **El alquiler de productos u objetos** entre particulares a través de internet.

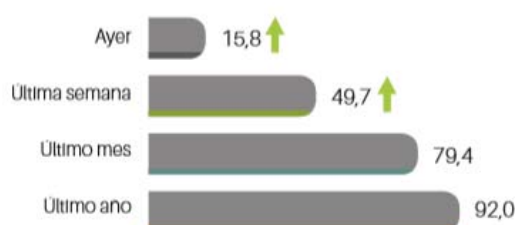
### La compra online: un fenómeno normalizado y de confianza

Dos tercios de los encuestados (65,6%) tiene un “alto” o “muy alto” grado de confianza a la hora de realizar compras online, y sólo un 5,6% desconfía de este tipo de transacciones. El 28,7% restante declara tener un nivel de seguridad medio. Tal vez por este alto nivel de confianza, uno de cada cuatro encuestados (27,4%) ya afirma que realiza la mayoría de sus compras a través de Internet.

#### CONFIANZA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)



#### ÚLTIMA COMPRA POR INTERNET (%)



Los resultados del estudio ponen también de manifiesto que la compra online entre los usuarios de internet es ya un fenómeno normalizado: el 50% (+10 puntos porcentuales en tres años) ha realizado alguna compra de este tipo en la semana anterior a la entrevista, un 79,4% en los últimos 30 días y un 92% en el último año. Además, el smartphone tiene cada vez más influencia en el proceso de compra: un 40,6% considera que este dispositivo ha cambiado su forma de comprar (cifra 12 puntos mayor a la registrada en 2014) y, por primera vez, superan a los que opinan lo contrario (32,6%).

En cuanto a la hora de decidir una compra (tanto online como offline), el 77% afirma haber consultado opiniones de otras personas en internet sobre un determinado producto o servicio en el mes anterior a la entrevista. Además, casi la mitad (48%) les otorga una elevada confianza. Por otra parte, el 43% ha emitido alguna opinión propia en Internet sobre alguna de sus experiencias de compra en los últimos 30 días. La mayoría de ellos (un 26,4% sobre el total) expresaron tanto opiniones positivas como negativas, un 14,1% sólo positivas y un 2,5% sólo negativas.

#### LOS SMARTPHONES HAN CAMBIADO MI FORMA DE COMPRAR (%)

TOTAL + BASTANTE DE ACUERDO  
BASE: ACCEDEN A INTERNET POR TELÉFONO MÓVIL



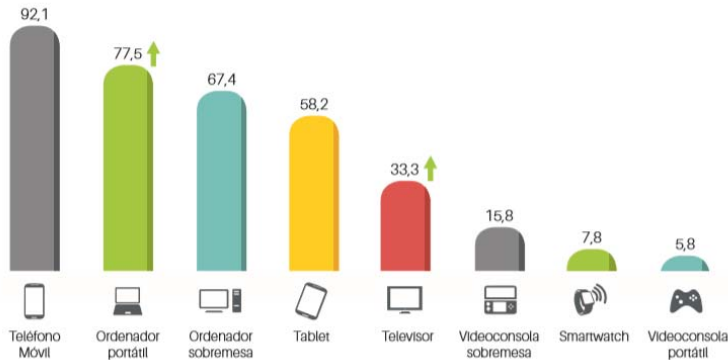
#### El teléfono móvil, el dispositivo favorito de los navegantes para acceder a internet

Al preguntar a los encuestados sobre los dispositivos desde los que acceden a Internet<sup>1</sup>, el móvil es el más importante, siendo el 92,1% los que se conectan por él, frente al 79,0% de 2012.

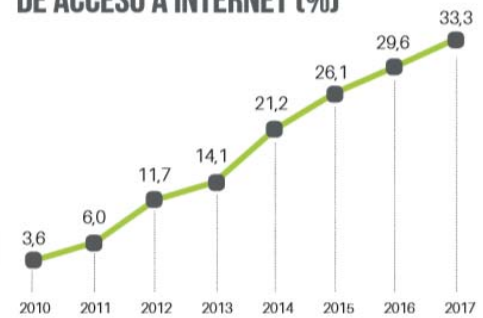
<sup>1</sup> Cada encuestado puede haber respondido a más de una opción en la encuesta.

Le siguen el portátil (77,5%), el ordenador de sobremesa (67,4%), la tablet (58,2%) y la televisión que avanza poco a poco de forma persistente y ya asciende al 33,3% (cifra +3,7 puntos superior que la registrada en 2016, +7,2 puntos en 2015 y +21,6 puntos en 2012). Otros equipos por los que se accede a internet son la videoconsola de sobremesa (15,8%), el Smartwatch (7,8%), que dobla su penetración en dos años, y la videoconsola portátil (5,8%).

### DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)



### EL TELEVISOR COMO DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)



Por otro lado, cuando se les pregunta acerca de cuál es el dispositivo de acceso principal, el móvil también ocupa la primera posición, siendo el preferido para un 37% (+13,6 respecto a la cifra registrada en 2014). En segunda posición le sigue el ordenador de sobremesa (30,6%, -7,8 puntos respecto a 2014), el ordenador portátil (26,6%, -4,7 puntos respecto a 2014) y la tablet (5,3%).

En general, la utilización de dispositivos móviles para conectarse a Internet se ha convertido en un fenómeno prácticamente universal (94,8%) para los participantes en el estudio, al haberse producido un importante aumento en el acceso diario a Internet por medio de estos aparatos en los últimos años (+5.2 puntos respecto a 2014, +20,2 respecto a 2012).

### DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)



## Continuamente conectados, y con el móvil siempre presente

Internet está muy integrado en nuestras vidas. Más de la mitad de los encuestados (54,5%) manifiesta estar “casi constantemente” conectado. Si sumamos a este colectivo de individuos a aquellos que declaran acceder a Internet “varias veces al día”, la cifra alcanza casi la totalidad de los entrevistados (93,5%). Respecto al tiempo de permanencia, el 70% de los internautas afirma utilizar Internet durante dos o más horas al día.

El estudio desvela también que el uso de internet a través del teléfono móvil, además de ser un fenómeno generalizado, es muy intensivo. Un 38,7% de los que utilizan el móvil para acceder a la Red declaran hacerlo casi constantemente, y sólo un 13,8% de los que se conectan a través de este dispositivo lo hace con una frecuencia inferior a “varias veces al día”.

Además, cada día la conexión a Internet desde el teléfono móvil se hace cada vez más imprescindible para más gente. Casi la mitad de los participantes en el estudio (47%) considera que “no podría vivir sin internet en el móvil” (cifra +16 puntos porcentuales a la registrada en 2013) frente a aquellos que están en desacuerdo con esta opinión (25%, -17 puntos desde 2013).

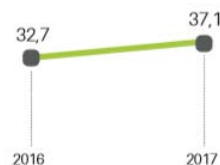
## IMPORTANCIA DEL MÓVIL. NO PODRÍA VIVIR SIN INTERNET EN EL MÓVIL (%)

TOTAL + BASTANTE DE ACUERDO  
BASE: ACCEDEN A INTERNET  
POR EL MÓVIL



## CON EL MÓVIL ME BASTA PARA HACER TODO LO QUE QUIERO EN INTERNET (%)

TOTAL + BASTANTE DE ACUERDO



El resto de los dispositivos analizados se están volviendo poco a poco menos indispensables para acceder a la Red. Por primera vez en el estudio hay más entrevistados que están de acuerdo con la idea de que "con el móvil les basta para hacer lo que necesitan en Internet" (37%, + 4 puntos en un año) frente a aquellos que opinan lo contrario (33% en desacuerdo).

Tanta es la importancia que tiene el móvil para algunos *navegantes*, que el 32% afirma que deja de utilizar una web si no está adaptada al teléfono móvil, cifra que en 2015 representaba el 25,4%.

### Consultar el correo y la mensajería instantánea, las actividades más realizadas desde el móvil

Las actividades que más llevan a cabo los *navegantes* cuando se conectan a Internet desde su móvil son: usar el correo electrónico (84,6% de los que se acceden a internet por el móvil lo ha realizado en los últimos 30 días); utilizar los servicios de mensajería instantánea (79,2%); la navegación, en general (75,6%); el uso de redes sociales (71,0%); la lectura de noticias de actualidad (65,9%); ver vídeos online (59,7%); consultas o transacciones bancarias (56,6%, +8 puntos en tres años); subir fotos (45,5%); comprar (36,9%, +13 puntos en tres años); escuchar la radio por internet (24,8%) y subir vídeos (18,7%).

### Predilección por las Apps

A la hora de acceder a Internet desde el móvil, las Apps juegan un papel fundamental: más de la mitad de los individuos (60,6%) accede mayoritariamente a través de ellas, un 22,7% lo hace "siempre" o "casi siempre" y un 37,9% "la mayoría de las veces". Un 19,7% utiliza las apps aproximadamente la mitad de las veces cuando realiza alguna actividad con el móvil relacionada con Internet.

### Crece el visionado de contenidos televisivos a través de Internet

Un 38% de los que se conectan a Internet a través del televisor lo utiliza "todos" o "casi todos los días". Aunque la actividad fundamental en Internet a través de este aparato, con gran diferencia del resto, continúa siendo ver contenidos audiovisuales (el 80% en los últimos 30 días), se aprecia un aumento de la diversificación al producirse subidas en otro tipo de usos respecto al año anterior como: navegar por la web (29,1%, +3,5 puntos en un año); lectura de noticias de actualidad (13,5%, +3,7 puntos); redes sociales (12,9%, +4,5 puntos); correo electrónico (12,7%, +5,9 puntos); oír la radio (11,5%, +2,5 puntos) y comprar productos o servicios (7,8%, +3,4 puntos).

Por otra parte, el visionado de televisión a través de Internet continúa en ascenso: un 28,7% lo hace a diario (frente al 18,2% de hace cuatro años), y el 54,7% lo efectúa al menos una vez al mes, en comparación con el 44,2% registrado en 2013. Existe diversidad en los dispositivos utilizados para ello. Son, por orden de importancia, el ordenador portátil (38,5%), el teléfono móvil (33,1%, +5,8 puntos en dos años), la Smart TV (30,9%, +8,2 en dos años), la Tablet (30,1%, -6,1 en dos años), el ordenador de sobremesa (30%, -5,4 en dos años) y el televisor conectándolo a otro equipo (15,3%).

El estudio también revela que casi se dobla respecto a la edición anterior de la encuesta el porcentaje de abonados a un portal de internet para el visionado de series/películas o canales de TV, del tipo Netflix, Amazon Prime Video o HBO (18,1% frente al 9,5% en 2016).

PATROCINA



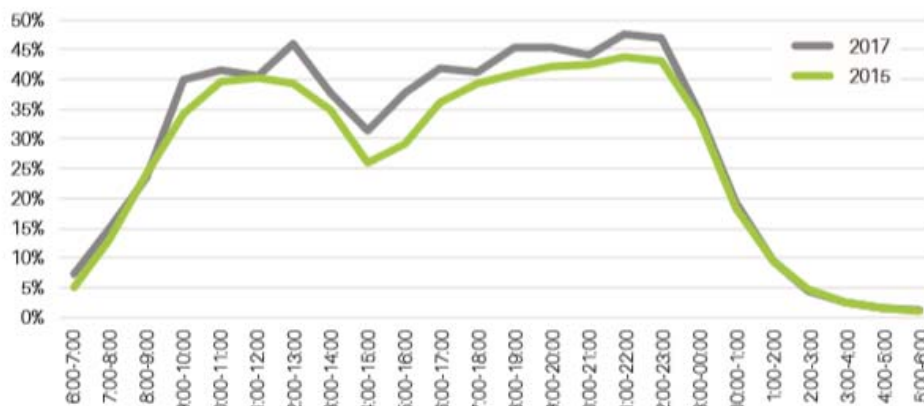
COLABORA



## La noche: el “prime time” de Internet

La mayor concentración de usuarios en internet se produce entre las 21:00h y las 23:00h, donde prácticamente la mitad de los encuestados (47%) se conectan al menos en algún momento.

## EL CONSUMO DE INTERNET A LO LARGO DEL DÍA (%)

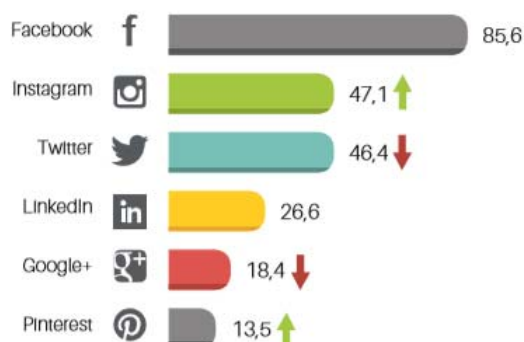


## Redes sociales: Instagram sigue creciendo

El acceso a las redes sociales se mantiene en los altos niveles registrados en los últimos años, aunque, por otra parte, dado su uso mayoritario (el 80,3% las usa a diario), el margen para continuar creciendo es bajo. Facebook mantiene su hegemonía al ser empleada por el 85,6% de los que han usado redes sociales en los últimos 30 días. Instagram continúa al alza (47,1%), e impulsada por un imparable crecimiento (+7 puntos en un año, +21 en tres, +33 en cinco), arrebata la segunda posición a Twitter, que desciende ligeramente del 48,9% al 46,4% en un año. Por otra parte, LinkedIn (26,6%) consolida el cuarto lugar frente a Google+ (18,4%), que continúa con su senda descendente (-3 puntos en un año, -19 en tres). A continuación aparece Pinterest (13,5%), con cifras algo menores pero que ha conseguido duplicar su penetración desde 2013.

## REDES SOCIALES UTILIZADAS (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



El uso principal de las redes sociales sigue siendo las relaciones de amistad (72,6%). El segundo uso más señalado es informarse de la actualidad (56%, +10 puntos en cuatro años) seguido por las relaciones familiares (47,9%), compartir hobbies (44,9%) y las relaciones laborales (35,9%, -3 puntos en un año).

En cuanto al tiempo, algo más de la mitad de los usuarios de redes sociales (53,8%) las emplea durante más de 30 minutos al día, y uno de cada cinco (20,3%) les dedica menos de 15 minutos.

## Estabilidad en los hábitos de lectura del periódico

Un 44,1% lee únicamente la versión electrónica mientras que un 7,5% lee exclusivamente la versión en papel. No obstante, siguen siendo muchos aquellos que leen ambas versiones (35,2%) y muy pocos (12,9%) los que no leen ninguna. En cuanto al dispositivo preferido de lectura, destaca el ordenador (de sobremesa o portátil) con el 69,4%, aunque el teléfono móvil se le acerca cada vez más, con el 63,8%. La Tablet (28,6%) decae 7,4 puntos desde 2015.

La suscripción exclusiva a la versión electrónica de un periódico o revista (6,4%) se sitúa por encima de la de sólo papel (5,1%). Además, a un 3,2% su suscripción le permite acceder tanto al papel como a contenidos de pago de la versión electrónica.

Dos tercios de los usuarios de Internet (64,6%) consideran a Internet como su fuente fundamental para estar informado de la actualidad, aunque se aprecia un descenso de 6 puntos en los dos últimos años. Para un 29,9%, Internet es una fuente de información secundaria, pero importante.

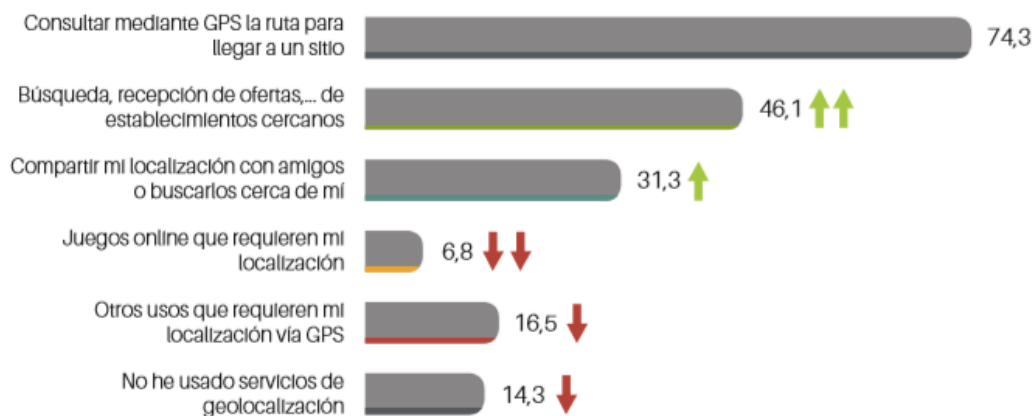
## Aumenta el uso de los servicios de geolocalización entre la comunidad 2.0

En 2012, el 74,5% de los internautas que se conectan a la Red a través del teléfono móvil habían usado algún tipo de servicio de geolocalización en los últimos 30 días. En 2017 esta cifra se eleva hasta el 85,4%.

### SERVICIOS DE GEOLOCALIZACIÓN UTILIZADOS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

BASE: ACCEDEN A INTERNET POR TELÉFONO MÓVIL



Dentro del uso de este tipo de servicios, asciende la búsqueda o recepción de ofertas de establecimientos cercanos (46,1%, +14 puntos en tres años) o compartir la ubicación con amigos o buscarlos cerca de uno mismo (31,3%, +10 puntos en tres años). Otros usos controlados por el estudio son consultar con GPS la ruta para llegar a un sitio (74,3%) y los juegos online que requieren la localización para poder jugar (6,8%), que ha sufrido un descenso de 5 puntos en un año.

## El exceso de publicidad y la velocidad, las principales inquietudes de los internautas

“Demasiada publicidad”, con 59,9%, continúa como el problema más mencionado por los encuestados a la hora de conectarse a Internet. La velocidad se mantiene en segunda posición (46,1%), aunque con un descenso en el nivel de preocupación (-4.7 puntos con relación al año anterior). A continuación aparecen la seguridad (43,1%), que asciende un puesto, seguida del coste (41,9%, -3.3 puntos), la privacidad (31,5%, -2.6 puntos), la infección por virus o programas espía (26,7%) y la calidad del acceso (21,4%, -3,4 puntos).

Por otro lado, aquellos que no se han visto afectados por virus o programas espía en el último año han aumentado desde el 50,3% en 2013 hasta el 66,3% en 2017. Un 26,8% (38,1% en 2013) afirma que sí que se ha visto afectado por este tipo de amenazas, pero sin consecuencias en el equipo. Tan sólo al 6.8% la infección le creó problemas en el equipo.

Relacionado con esto, se advierte poca preocupación en torno a la seguridad en los dispositivos móviles, ya que sólo el 39,7% de los que acceden por móvil tiene instalado un programa antivirus en él, cifra parecida en el caso de la Tablet (38,2%) y que aumenta considerablemente en el caso del ordenador (86,4%).

Por otro lado, ha disminuido entre los usuarios la percepción de vigilancia en Internet, aunque se mantiene en niveles elevados. En un año, aquellos que se sienten muy o bastante vigilados en Internet disminuyen 5,1 puntos, pasándose del 53,3% al 48,2%.

## Preocupación por el uso de Internet por parte de los menores de 14 años

El estudio muestra que se incrementa el grado de preocupación por parte de los padres con niños menores de 14 años respecto a lo que hacen sus hijos en Internet, pues se producen subidas tanto en la utilización de programas de filtro/bloqueo de contenidos o control parental (28,9%, + 4,5 puntos respecto a 2015 y +9,6 puntos respecto a 2011) como en el control personal de horarios, webs visitadas, etc. (25,9%, +5,9 puntos respecto a la cifra obtenida en 2011). Pero, pese a estas tendencias al alza, aún son mayoría (52,6%) los que no ejercen ningún tipo de control.

## Preferencias en navegabilidad

Google Chrome es el utilizado preferentemente por la mayoría de los internautas (65,7%) e incluso consigue arañar algo de cuota al subir +2,1 puntos en el último año. En segundo lugar, Firefox, con un 14,9%, disminuye 2,4 puntos. Safari conserva la tercera posición, con un 7.9% de penetración, fundamentalmente debido a su versión *mobile* que, por sí misma, alcanza un 5.8%. Internet Explorer (junto con su sucesor, Edge) es empleado por el 6.9%.

Otro producto de Google que también se encuentra en primera posición de su categoría, en este caso de *webmail*, es Gmail, empleado por el 83,6% de los internautas, frente al 50,3% de Outlook.com.

Windows 10 continúa siendo el sistema operativo más común, presente en el 30,8% de los equipos desde los que se realizó la encuesta. Muy cerca y reduciendo distancias se sitúa Android con un 29,7% (frente al 23.7% de hace un año y el 13.0% de hace dos), seguido de Windows 7 (20,2%). Además, un 6,3% de los entrevistados ha contestado a la encuesta a través de un equipo con iOS (el sistema operativo de iPad y iPhone).

Respecto al sistema operativo de los teléfonos móviles, Android conserva su dominio con una cuota del 81% entre los que acceden a Internet desde el teléfono móvil, seguido de iOS con el 15,5% (iPhone) y Windows Mobile (Microsoft) con el 1,8%.

## Sobre Navegantes en la Red

**Navegantes en la Red**, desde sus inicios en 1996, ha permitido 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.

Como en anteriores ocasiones, esta iniciativa **sin carácter comercial** se realiza con el objetivo de conocer y divulgar la situación y comportamiento de los usuarios de Internet, así como de las aplicaciones y los servicios que gozan de mayor éxito a través de la Red.

**Los resultados de esta 20ª edición estarán publicados desde hoy mismo** en la web de **AIMC**, en donde también se pueden consultar de manera gratuita los estudios de todas las **ediciones anteriores**.

Para esta edición del estudio, **AIMC** ha contado con el patrocinio de **ODEC**, con la colaboración de **Samsung Electronics**, que ha donado los premios a sortear entre los encuestados: un teléfono Samsung Galaxy S8; 2 teléfonos Samsung Galaxy A5 y una Smartband Samsung Gear fit2 pro; y con el apoyo de **Research Now SSI** que, a través de su panel online, ha aportado 3.000 entrevistas como complemento a la muestra obtenida en este estudio.

**Más información relacionada con la encuesta de AIMC en su perfil en Twitter, @aimc\_es.**

## Sobre AIMC

**AIMC** es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 139 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.

Para más información visite: <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](http://www.samsung.com)

### Sobre Research Now SSI

Con 40 años de existencia, Research Now SSI es el principal proveedor mundial de gestión de datos y tecnología para la investigación mediante encuestas. Research Now SSI realiza entrevistas en más de 90 países a través de internet, telefónicas, en móviles y utilizando métodos mixtos. Research Now SSI cuenta con 40 oficinas en más de 20 países ofreciendo soluciones de muestreo, recogida de datos, CATI, asesoramiento en el diseño de cuestionarios, programación y hosting de encuestas, informes personalizados online y proceso de datos. Los empleados de Research Now SSI atienden a más de 3.500 clientes en todo el mundo. Más información en [www.surveysampling.com](http://www.surveysampling.com)

PATROCINA



COLABORA

