



Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2017

Patrocina



your data partner

Colabora



ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION



✓ AGENDA

0



Temas

1. Notas metodológicas
2. Equipamiento y hábitos del navegante
3. El consumo de medios en Internet
4. Los problemas de Internet. Percepciones sobre la publicidad, la privacidad y otros temas
5. Las redes sociales. El boca a boca
6. Actividades en Internet. Uso de aplicaciones en móvil y tablet
7. El comercio online: las compras, el showrooming y la economía colaborativa
8. El Internet de las cosas y otras funcionalidades

✓ Notas metodológicas

Navegantes en la Red: notas metodológicas

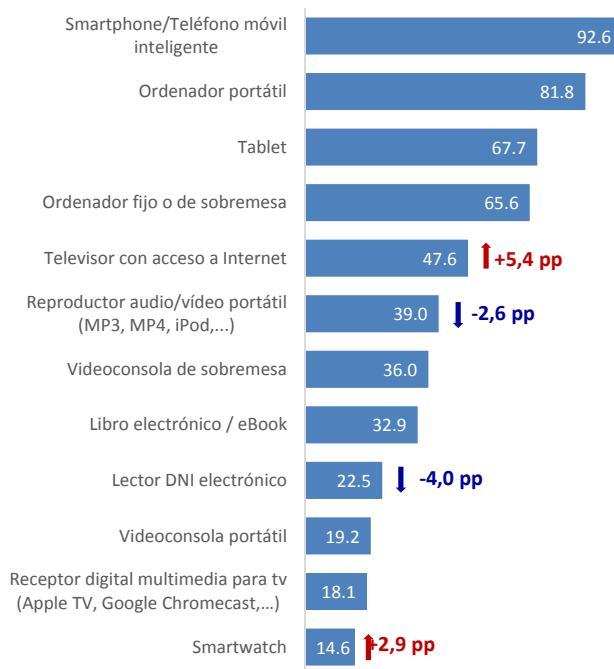
- **Universo objetivo:** Usuarios de internet que visitan sitios web españoles
- **Tipo de entrevista:**
 - Autoadministrada a través de Internet: 12.320 individuos
 - Panelistas Research Now SSI: 2.932 individuos
- **Colaboradores:**
 - 209 sitios web
 - 20 perfiles en redes sociales
 - 8 boletines electrónicos
 - Chat Hispano
 - Smartclip
- **Fechas de recogida de encuestas:** del 17 de octubre al 10 de diciembre de 2017
- **Tamaño de muestra:** 15.896 cuestionarios. Tras la depuración, la muestra útil final fue de **15.252 individuos**
- **Usaron Internet ayer**
 - Estudio **Navegantes 2017: 99,1%**
 - Datos oficiales **EGM, 3ª ola 2017**, 14 y más años: **76,9%**
- **Perfil del entrevistado del estudio Navegantes vs. perfil de la población internauta en general**
 - más masculino, más joven, más tiempo de conexión a Internet
 - cada vez más maduros y más usuarios de Internet

✓ Equipamiento y hábitos del navegante

2

Equipamiento y hábitos del navegante

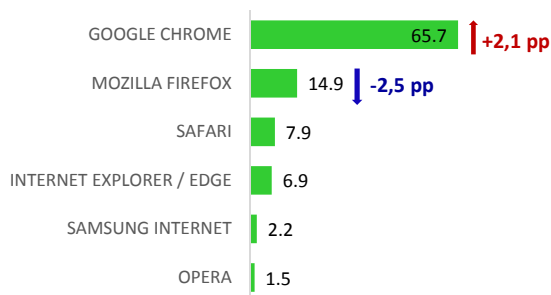
Equipamiento de los navegantes



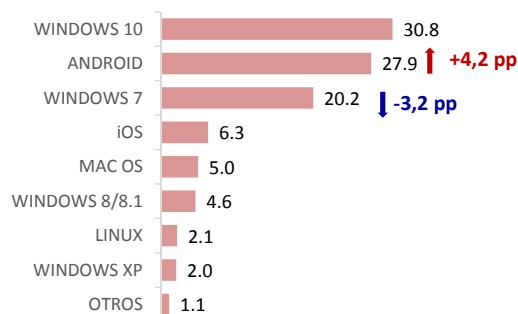
- ✓ Elevado nivel de equipamiento de los Navegantes encuestados
- ✓ Crecimientos relevantes del Smart TV y del Smartwatch
- ✓ Descensos notables del lector de DNI electrónico y del reproductor de audio/vídeo

Equipamiento y hábitos del navegante

Navegador (usado en la encuesta)

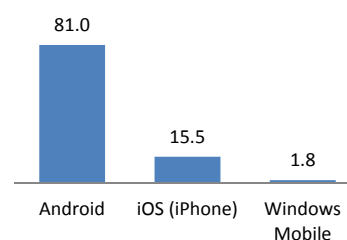


Sistema operativo



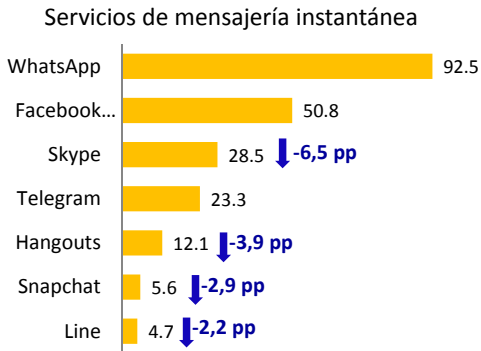
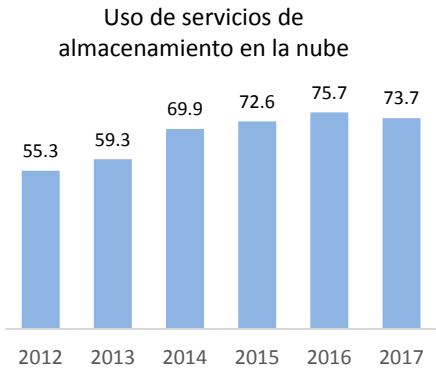
- ✓ Crece el dominio de Google Chrome entre los navegadores, siendo Mozilla Firefox el más perjudicado.
- ✓ Se mantiene el liderazgo de Windows 10, si bien seguido a 3 pp por Android, que sube más de 4 pp en consonancia con el creciente uso de los dispositivos móviles
- ✓ Android se mantiene como líder indiscutible de los sistemas operativos de los móviles de los navegantes para acceder a Internet

Sistema operativo del móvil para acceder a Internet



Equipamiento y hábitos del navegante

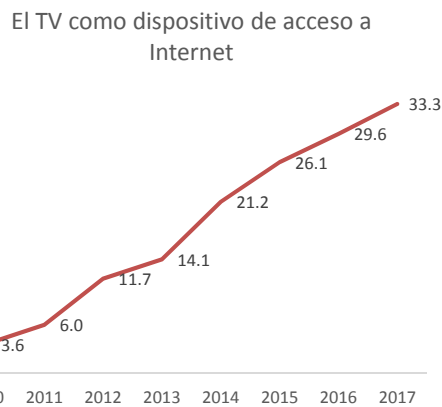
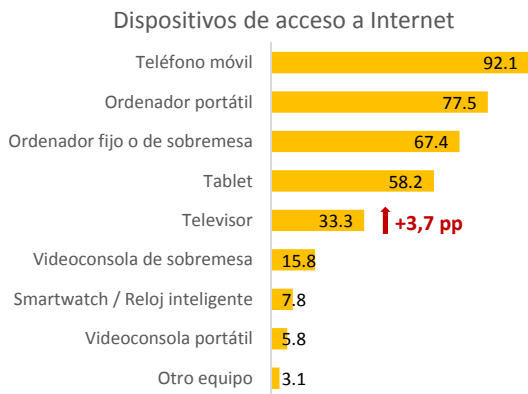
Uso diario de la mensajería instantánea 63,6%



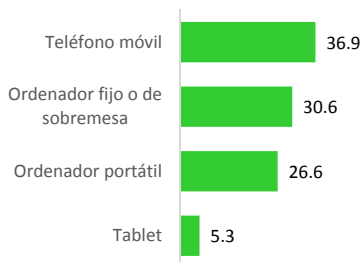
- ✓ Casi dos tercios de los encuestados afirman usar cotidianamente los servicios de mensajería instantánea
- ✓ Se mantiene el sólido liderazgo de Whatsapp, mencionado por más del 90%.
- ✓ Salvo WhatsApp, Facebook Messenger y Telegram, desciende el resto de servicios de mensajería instantánea
- ✓ Se estabiliza en torno al 73-75% el uso de los servicios de almacenamiento en la nube



Dispositivos de acceso a Internet



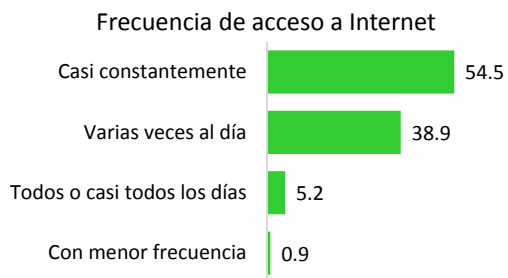
Dispositivo principal de acceso a Internet



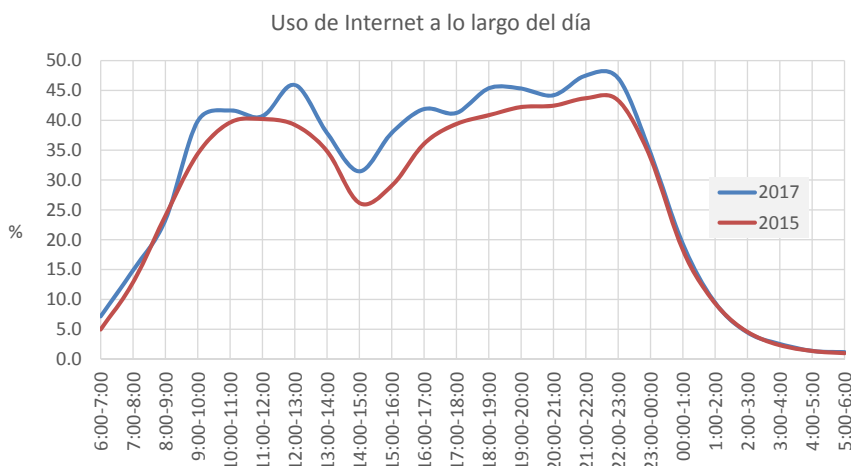
- ✓ El móvil mantiene con holgura su posición dominante como dispositivo más mencionado en el acceso a Internet
- ✓ El televisor sigue su tendencia creciente y ya es mencionado por un tercio de los navegantes
- ✓ El móvil se mantiene por segundo año como el dispositivo principal para acceder a Internet



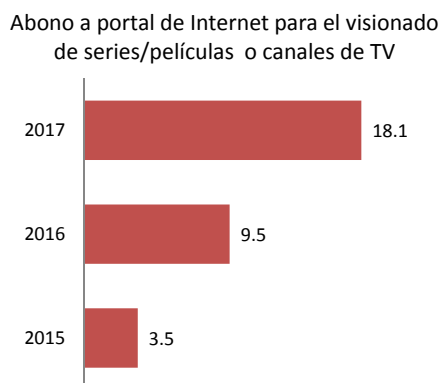
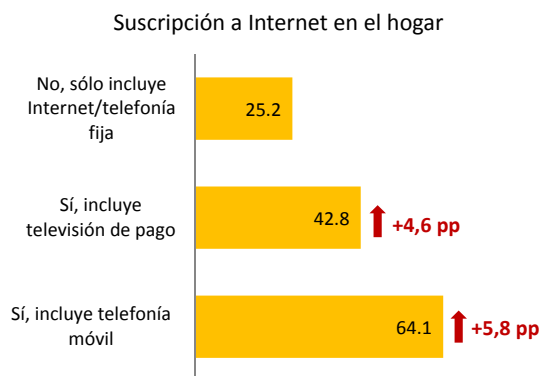
El uso de Internet del navegante



- ✓ En torno al 95% de los navegantes dicen usar internet casi constantemente o varias veces al día. El dispositivo que arroja una frecuencia de acceso mayor es el móvil
- ✓ Crece el uso a lo largo de todo el día, con picos de consumo a mediodía y hacia las 21-23h.



La TV de pago entre los internautas



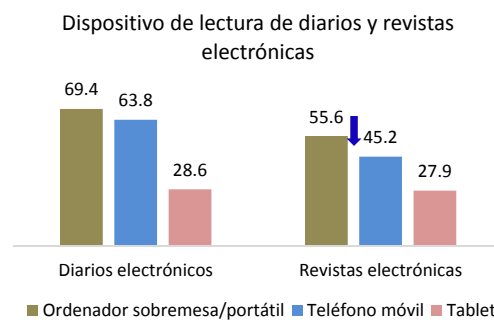
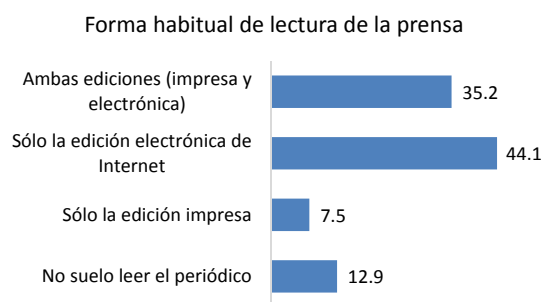
- ✓ Se producen fuertes incrementos en los paquetes de suscripción a Internet que incluyen televisión de pago y/o telefonía móvil
- ✓ Se duplica –acercándose ya al 20%– el volumen de quienes afirman estar abonados a un portal de Internet para el visionado de series/películas o canales de TV



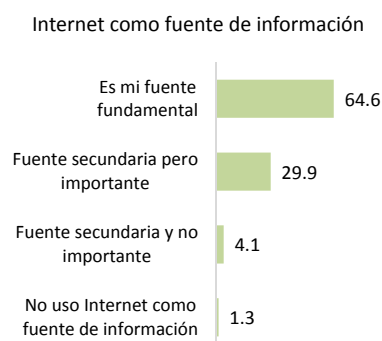
3

✓ El consumo de medios en Internet

La lectura de prensa y revistas en Internet

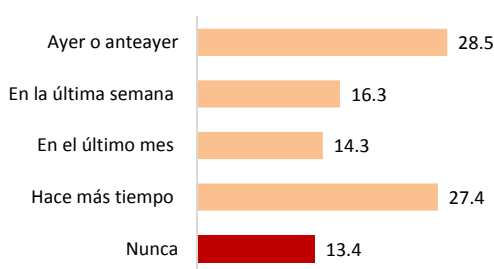


- ✓ La forma predominante de lectura de la prensa es a través de Internet, bien de forma exclusiva (casi el 45%), bien compartiendo también su lectura en papel (35%)
- ✓ Los navegantes lectores de prensa exclusivamente en papel no llegan al 8%
- ✓ El PC fijo o portátil sigue siendo el dispositivo preferente de lectura, mucho más en los periódicos que en las revistas. El PC sigue su tendencia a la baja en favor del móvil
- ✓ Para casi dos tercios de los internautas Internet es su fuente fundamental de información

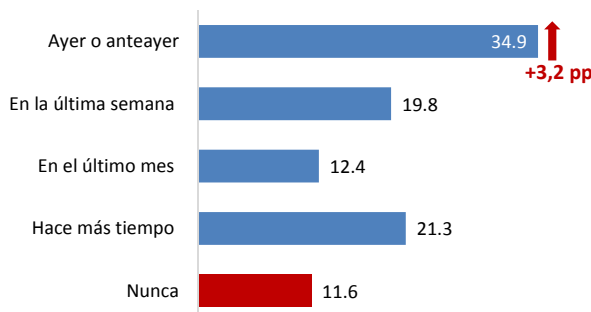


La radio y la televisión por Internet

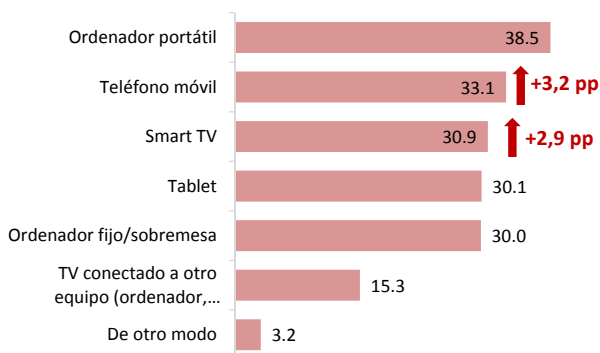
Escucha de radio por Internet



Visionado de televisión por Internet



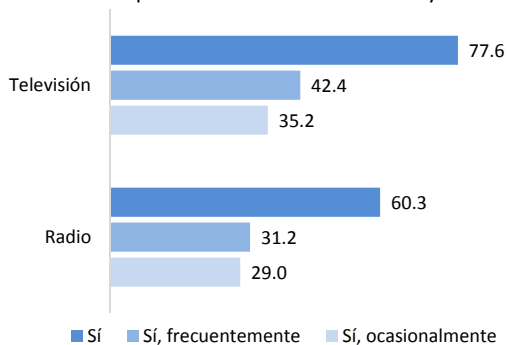
Equipos de visionado de TV en Internet (últimos 30 días)



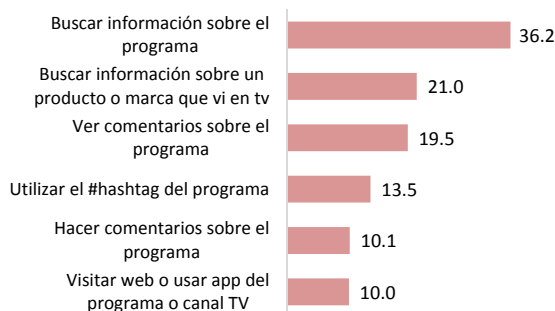
- ✓ Se mantiene la escucha de radio en valores muy estables. Los oyentes cotidianos se acercan al 30%
- ✓ Crece el volumen de quienes ven de forma habitual TV por Internet, y supera ya el tercio de los navegantes
- ✓ El equipo preferente de visionado de TV sigue siendo el portátil.
- ✓ Se producen sendos crecimientos del Smart TV y del móvil, superando ambos por primera vez al ordenador de sobremesa

Uso compartido de Internet

Uso compartido de Internet con Radio y con TV

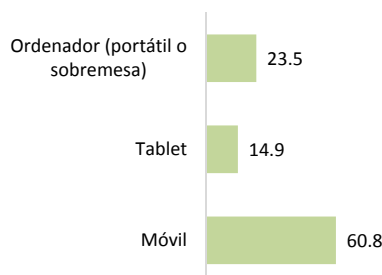


Actividades en Internet relacionadas con el programa de TV visto (últimos 30 días)

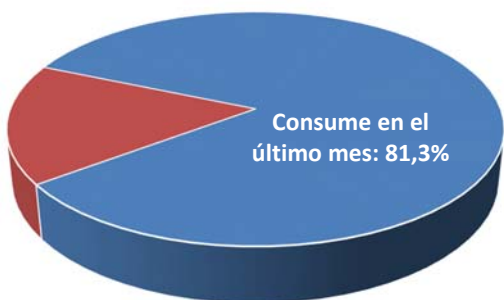


- El uso conjunto de Internet y TV se acerca paulatinamente al 80%, y es frecuente para más del 40%. En la radio el uso compartido es menor (60%), y también la frecuencia del mismo, que está en torno al 30%
- Entre las actividades realizadas sobresale la búsqueda de información sobre el programa que se está viendo en la TV
- El móvil es el dispositivo rey para realizar o ver comentarios sobre programas de TV

Dispositivo principal para ver/hacer comentarios en Internet sobre TV

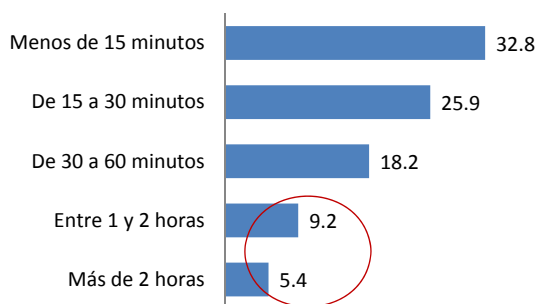


Consumo de vídeos online

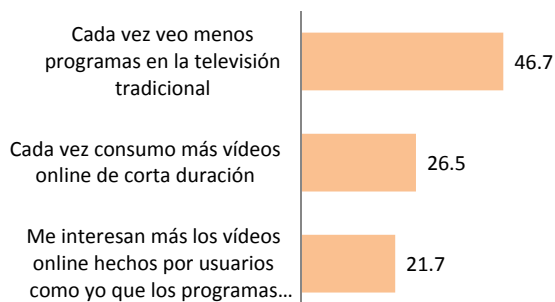


- ✓ Alrededor del 80% de los navegantes afirman consumir vídeos online en el mes
- ✓ Predomina con claridad un consumo corto, inferior a los 30 minutos (casi el 60% de usuarios), pero crece paulatinamente el consumo superior a la hora
- ✓ Algo más del 45% de los navegantes afirman ver cada vez menos la televisión tradicional y un 25% dice consumir cada vez más vídeos de corta duración

Consumo diario de vídeos online



% Muy + Bastante de acuerdo

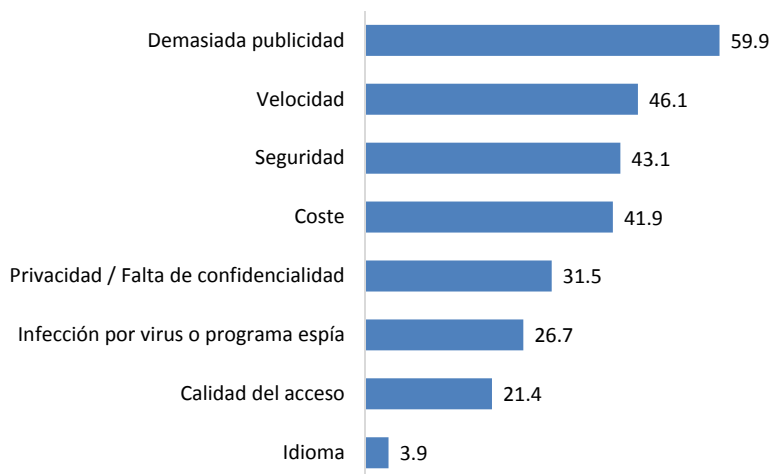


- ✓ Los problemas de Internet
- ✓ Percepciones sobre la publicidad, la privacidad y otros temas

4

Los problemas de Internet

Percepción de los problemas de Internet

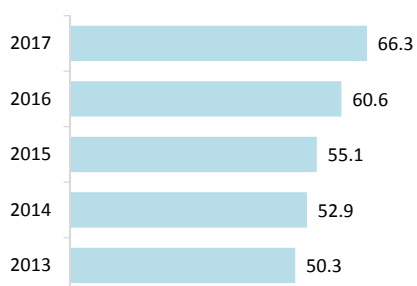


- ✓ Se mantiene en primera posición la consideración de que existe demasiada publicidad, problema mencionado un año más por alrededor del 60%
- ✓ Alrededor del 45% de los navegantes mencionan la velocidad y la seguridad. Esta última supera este año al coste en el número de menciones



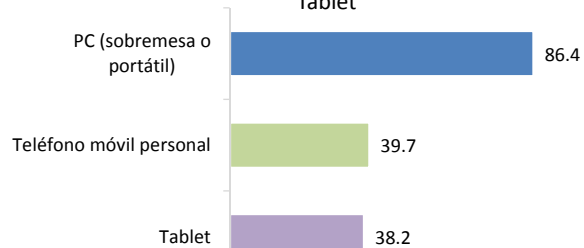
Los problemas de Internet: los virus

No se ha visto afectado por algún virus o programa espía



- ✓ Sigue en aumento la percepción de no haberse visto infectado por virus o programas espías

Antivirus instalado en el PC/Portátil – Móvil - Tablet

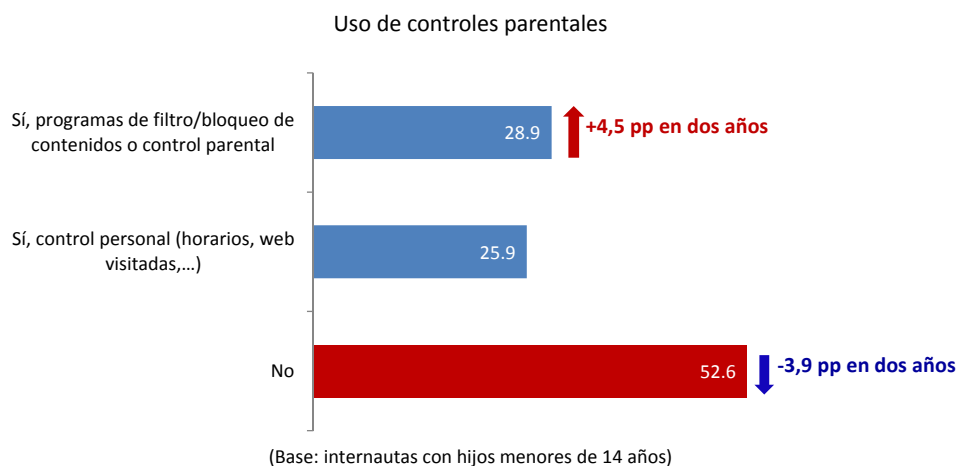


- ✓ Se mantienen los valores de instalación de antivirus, mucho mayor en el PC o portátil que en el móvil o Tablet.

(Base: accede a Internet por ordenador-móvil-tablet)

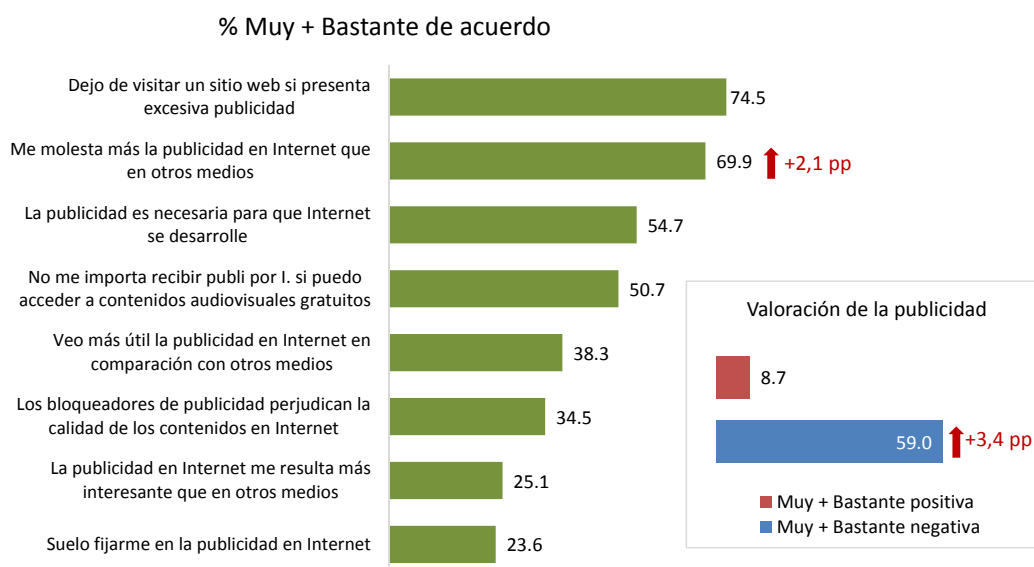


La seguridad: el control parental



- ✓ Casi la mitad de los internautas con hijos menores de 14 años disponen de algún tipo de control para el acceso a determinados contenidos
- ✓ Se observa un notable incremento en relación a los datos de hace dos años, subiendo los programas de filtro o bloqueo en 4,5 pp

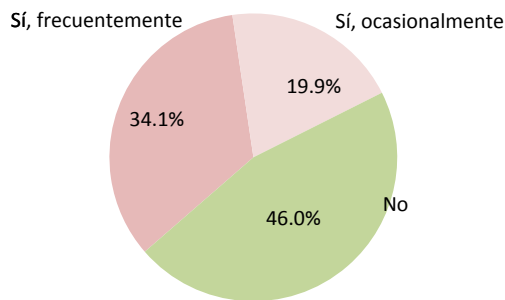
Opiniones sobre la publicidad en Internet



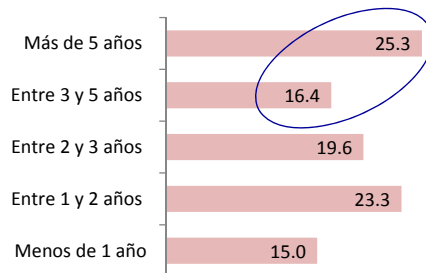
- ✓ Empeora la valoración global de la publicidad en Internet, siendo muy o bastante negativa para casi un 60% de los navegantes
- ✓ El exceso de publicidad es causa de abandono de una web para el 75% de los encuestados
- ✓ Casi el 70% considera la publicidad en Internet más molesta que en otros medios
- ✓ Un tercio de los navegantes piensa que los bloqueadores de publicidad perjudican la calidad de los contenidos en Internet

Los bloqueadores de publicidad en los Navegantes

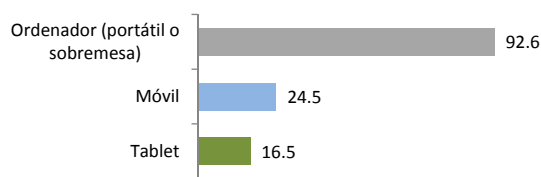
Uso de bloqueadores de publicidad



Antigüedad en el uso de bloqueadores



Uso de bloqueadores en dispositivos

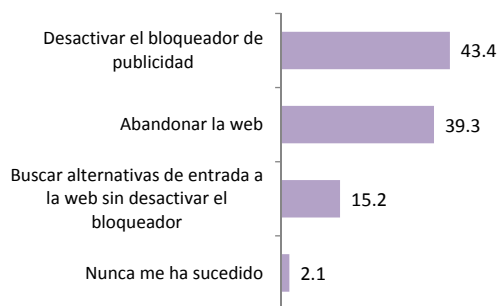


- ✓ El 35% de los navegantes usa con frecuencia un bloqueador de publicidad
- ✓ Más del 40% de los usuarios de bloqueadores lo son desde hace más de 3 años de antigüedad
- ✓ La mayoría lo tiene instalado en el ordenador, en tanto que una cuarta parte lo usa en el móvil

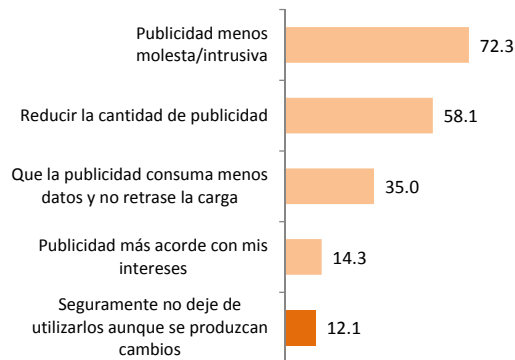


Los bloqueadores de publicidad en los Navegantes

Reacción frente a la denegación de acceso por tener activado el bloqueador



Qué hacer para dejar de usar los bloqueadores



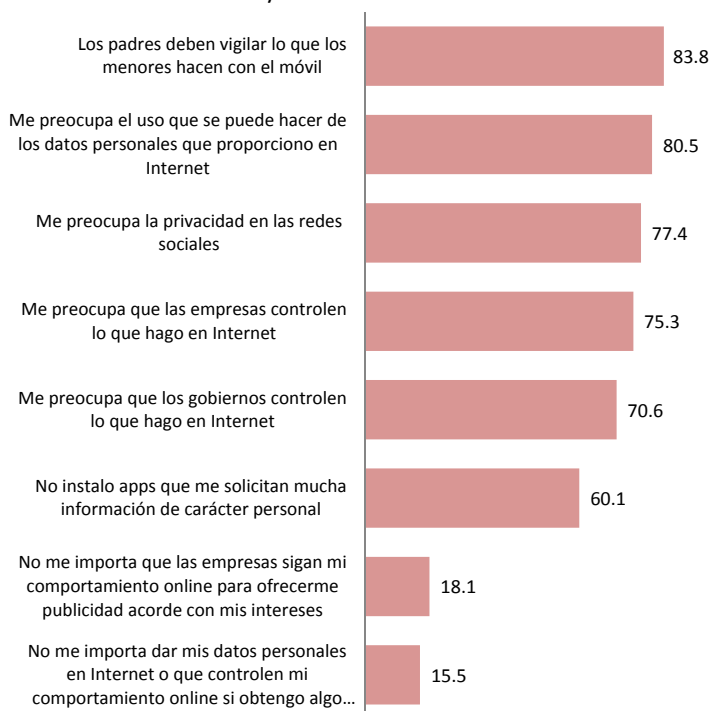
- ✓ Frente a la denegación de acceso a la web, algo más del 40% desactiva el bloqueador, en tanto que otro 40% abandona la web

- ✓ Publicidad menos intrusiva y menor cantidad, son los dos factores más mencionados para dejar de usar los bloqueadores



La privacidad en Internet: opiniones

% Muy + Bastante de acuerdo



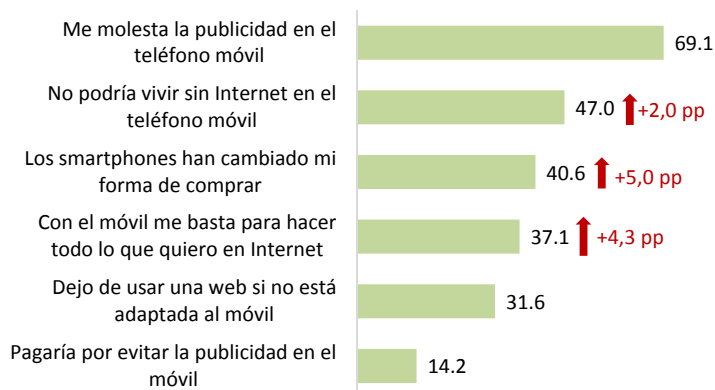
Se siente vigilado en Internet



- ✓ Casi un 50% de los internautas tienen la sensación de ser vigilados en Internet
- ✓ El mayor consenso se da en relación al control de lo que hacen los menores con el móvil; el uso de los datos que se proporcionan en Internet; la privacidad en las redes sociales; y el control de lo que se hace por parte de las empresas (más del 75%)
- ✓ En torno al 15% no ve problema en dar datos personales o ser controlado, pero a cambio de algo

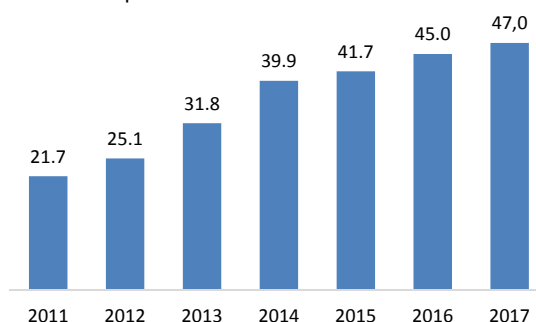
Opiniones sobre el móvil e Internet

% Muy + Bastante de acuerdo



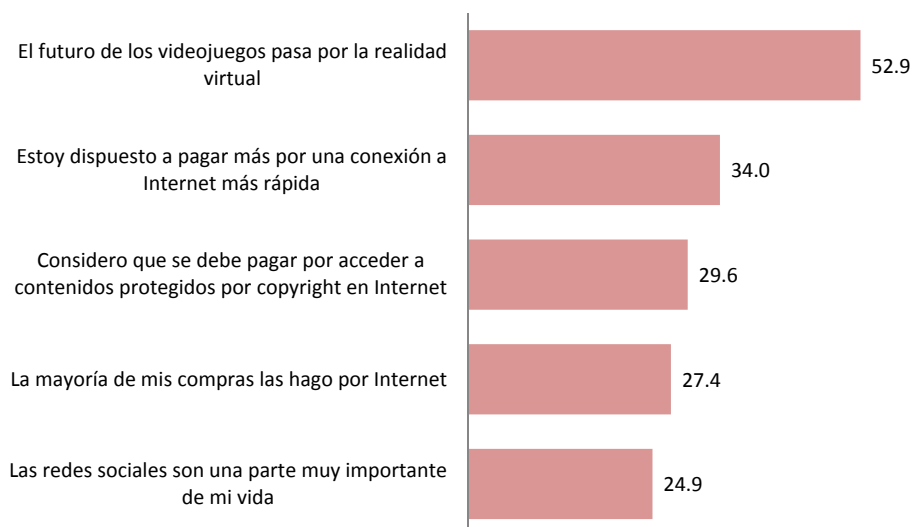
- ✓ Para el 70% la publicidad en el móvil le resulta molesta
- ✓ En torno al 40% y con importantes crecimientos está: la influencia del móvil en los cambios de forma de compra; y quienes consideran que el móvil les basta para todo lo que quieren hacer en Internet
- ✓ Cerca ya del 50% piensa que no podría vivir sin Internet en el móvil

"No podría vivir sin Internet en el móvil"



Otras opiniones sobre el mundo de Internet

% Muy + Bastante de acuerdo

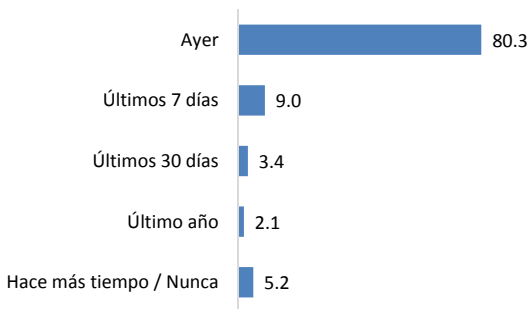


- ✓ Las Redes Sociales
- ✓ El Boca a Boca

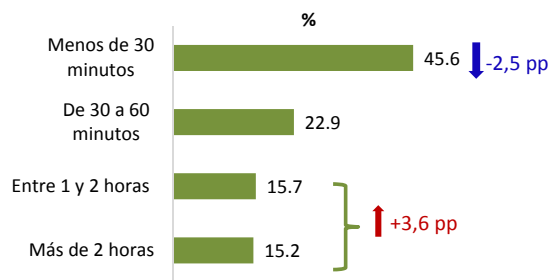
5

Las redes sociales

Acceso a redes sociales

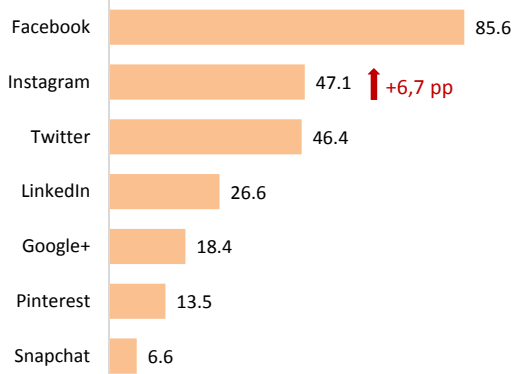


Tiempo diario dedicado a las redes sociales



- ✓ El uso diario de las redes sociales se estabiliza en torno al 80% de los internautas
- ✓ Sigue aumentando el tiempo dedicado a las RRSS y ya supera el 30% quienes las usan más de una hora al día
- ✓ Se mantiene el liderazgo incuestionable de *Facebook*, por encima del 85% de usuarios
- ✓ Destaca el nuevo incremento de *Instagram* (más de 15 pp en los dos últimos años)

Redes sociales utilizadas (últimos 30 días)



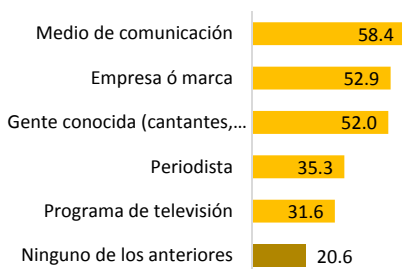
Las redes sociales

Motivos de uso de las Redes Sociales



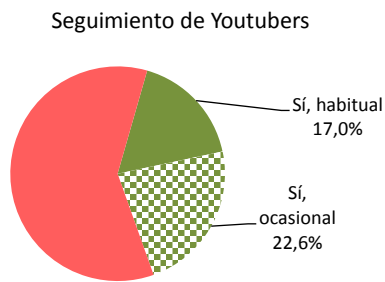
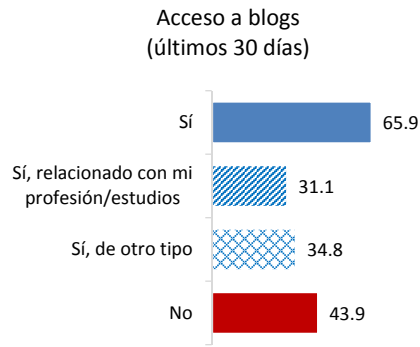
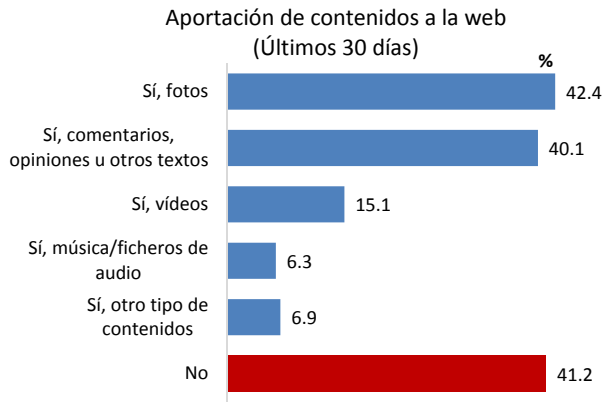
- ✓ El uso más extendido tiene que ver con las relaciones de amistad. “Estar informado” se consolida en segundo lugar, bastante por delante de las relaciones familiares

Seguimiento en las redes sociales



- ✓ El mayor seguimiento en RRSS se da en los medios de comunicación, empresas o marcas concretas y gente conocida, todos mencionados por más del 50% de los navegantes

Las redes sociales



- ✓ El 60% de los internautas sube a la web distintos tipos de contenido, predominando las fotos y comentarios
- ✓ En torno al 40% dice seguir a algún youtuber, algo más del 15% de manera habitual
- ✓ Alrededor de dos tercios de los navegantes afirma haber accedido a algún blog en el último mes, algo más del 30% relacionado con la profesión o los estudios

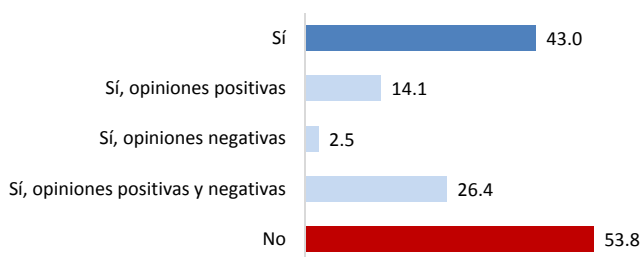
El boca a boca en Internet

Consulta de opiniones en Internet sobre productos / servicios (últimos 30 días)



- ✓ Alrededor del 75% de los navegantes consultan opiniones en Internet sobre algún tipo de producto o servicio, y el 50% les concede gran confianza

Divulgación de opiniones/comentarios en Internet sobre algún producto o servicio (últimos 30 días)

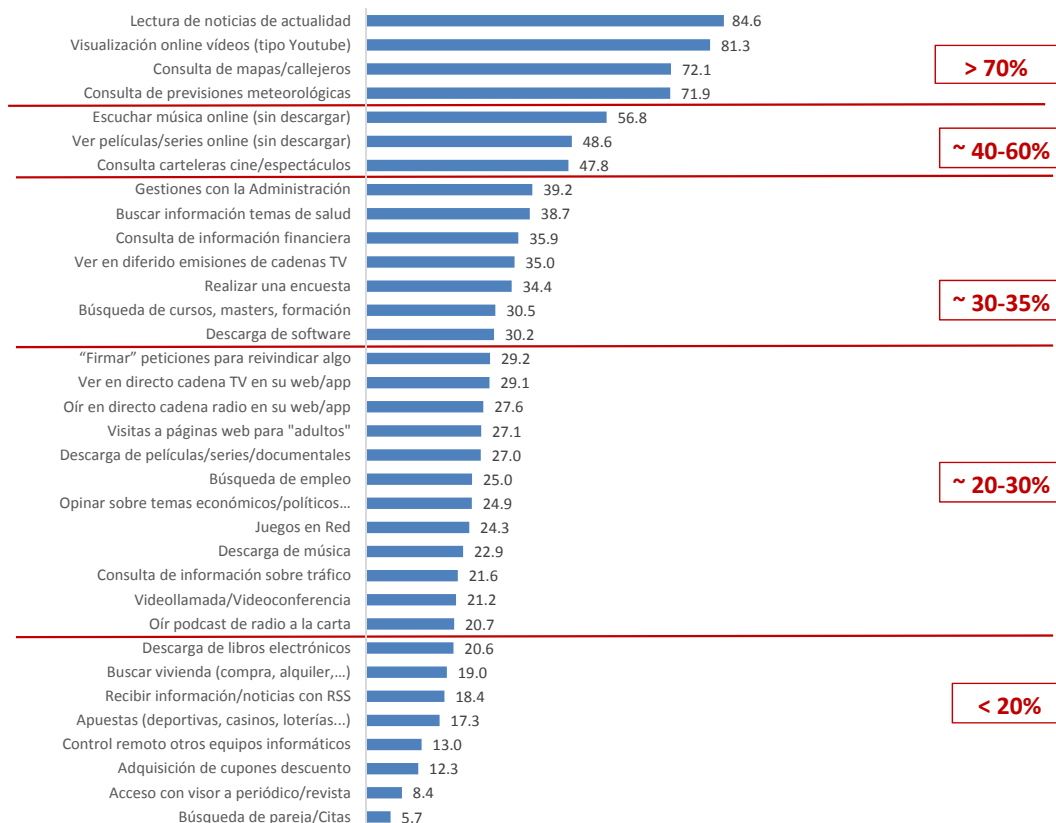


- ✓ Algo más del 40% dice haber divulgado opiniones sobre algún producto o servicio en Internet, cerca del 15% con carácter positivo y un 25% tanto opiniones positivas como negativas

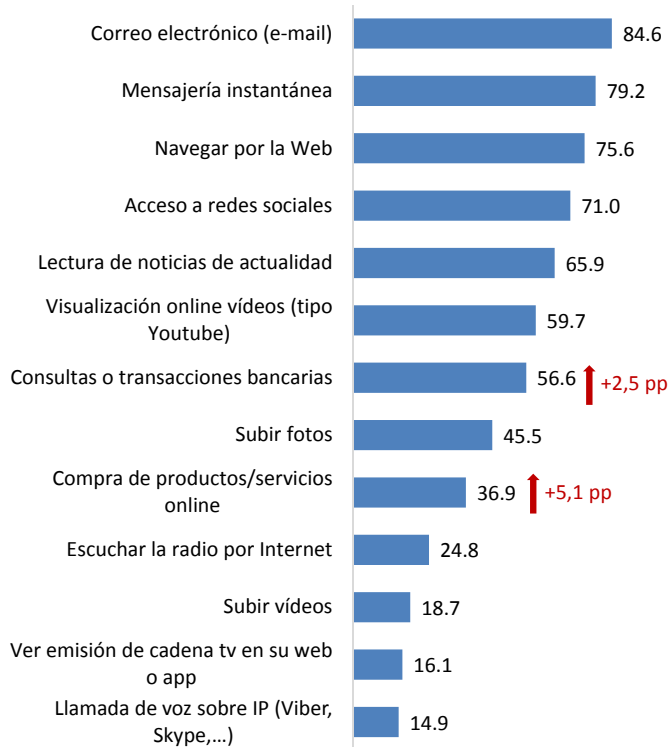
- ✓ Actividades en Internet
- ✓ Uso de aplicaciones en móvil y tablet

6

Lo que hacemos en Internet



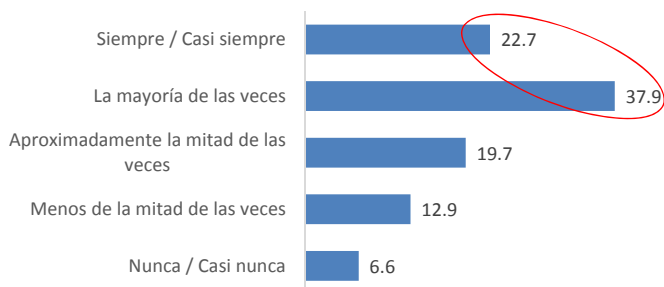
Lo que hacemos en Internet con el móvil



✓ Se observan valores bastante estables, destacando los incrementos de: "Compra de productos o servicios online" (+5,1 puntos), y "Consultas y transacciones bancarias" (+2,5 puntos)

Las aplicaciones

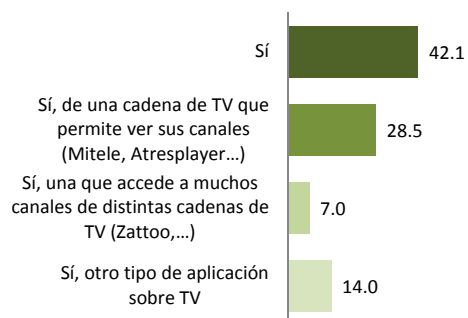
Acceso a Internet por el móvil mediante apps



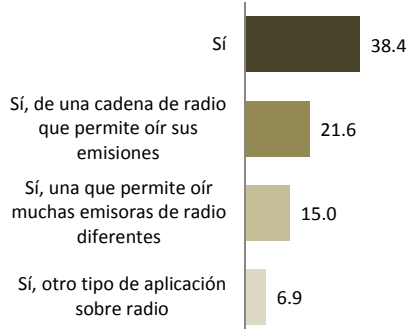
✓ Entre quienes acceden a Internet con el móvil, alrededor del 60% lo hace en la mayoría de las ocasiones mediante aplicaciones

✓ Algo más del 40% usan apps relacionadas con la televisión, y algo menos, relacionadas con la radio

Uso de apps en móvil/tablet relacionadas con la televisión

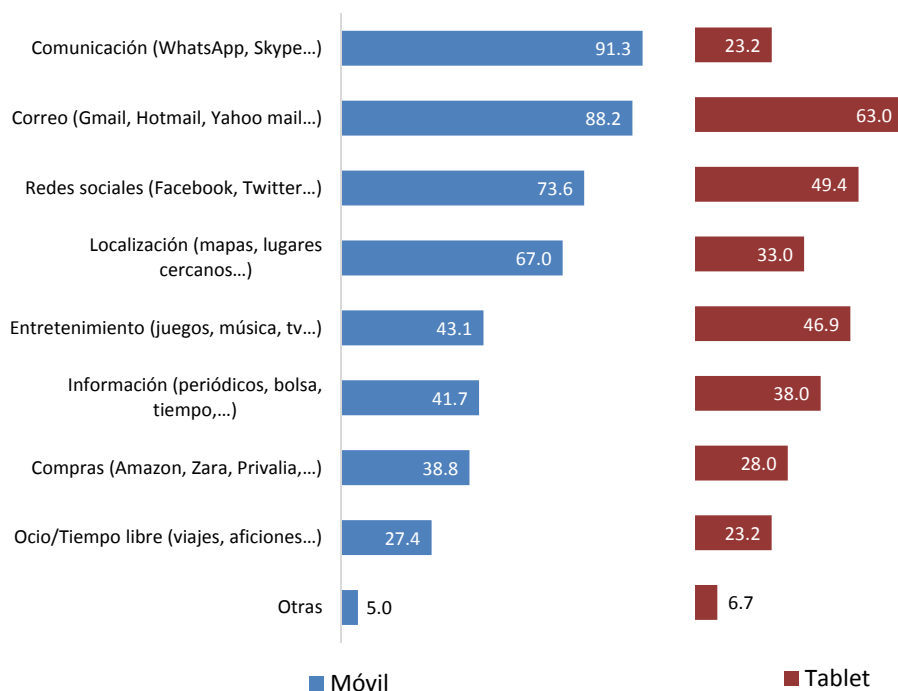


Uso de apps en móvil/tablet relacionadas con la radio



Las aplicaciones

Apps utilizadas en el móvil y en el tablet

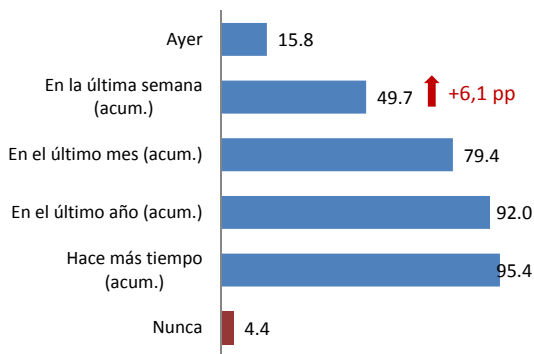


Las compras, el showroaming y la economía colaborativa

7

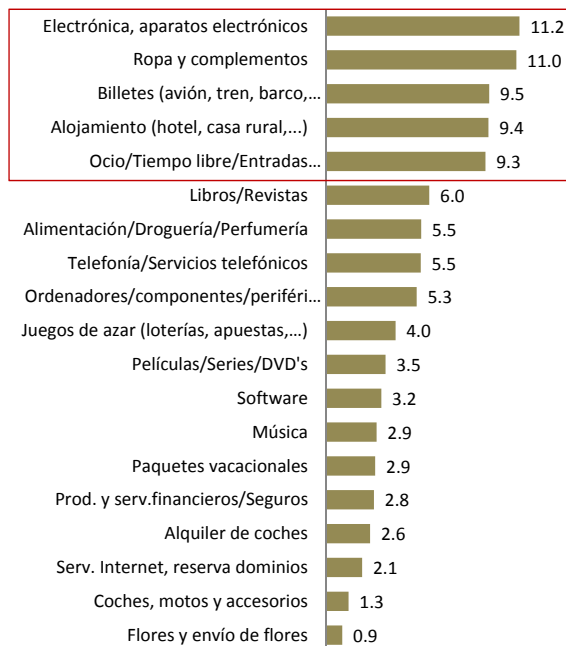
Las compras en Internet

Última compra por Internet



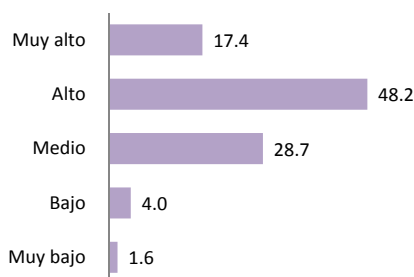
- ✓ La compra cotidiana por Internet en la última semana crece notablemente hasta alcanzar a casi el 50% de los internautas, y al 80% en el último mes
- ✓ Se mantienen en las posiciones líderes los productos / servicios habituales, pero la ropa y complementos asciende y se sitúa en segunda posición, al mismo nivel que la electrónica

Productos o servicios comprados en Internet en el último mes (% menciones)

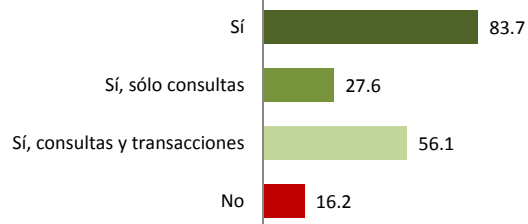


Las compras en Internet

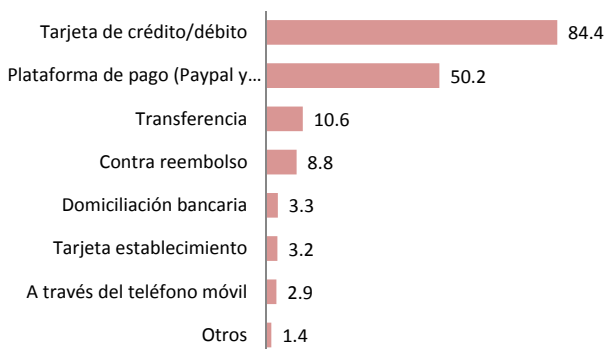
Grado de confianza en el comercio electrónico



Realización de operaciones bancarias por Internet (últimos 30 días)



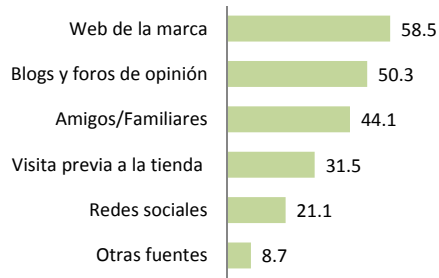
Método habitual de pago en las compras por Internet



- ✓ Dos tercios de los navegantes muestran un elevado grado de confianza en el comercio electrónico. Solo el 6% muestran poca confianza
- ✓ Casi el 85% ha operado con entidades bancarias, predominando tanto las consultas como las transacciones
- ✓ Las tarjetas de crédito/débito son el método más extendido para el pago en las compras por Internet. A gran distancia, pero mencionado por la mitad de los navegantes, están las plataformas de pago

Las compras en Internet

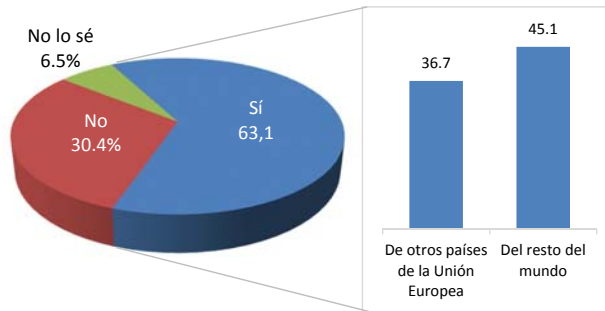
Fuentes de información en las compras por Internet



- ✓ La web de la marca y los blogs y foros son las fuentes de información más usadas para comprar por Internet

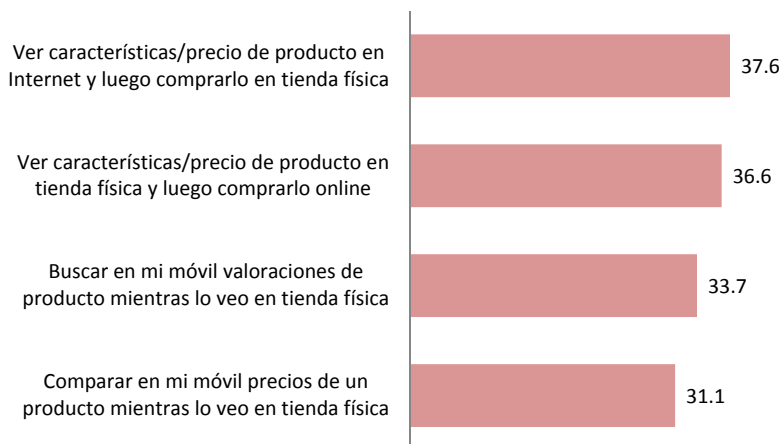
- ✓ Algo más del 60% de los navegantes afirman haber realizado en el último año alguna compra de productos procedentes del extranjero

Procedencia de las compras de Internet desde el extranjero



Las compras en Internet: el showrooming

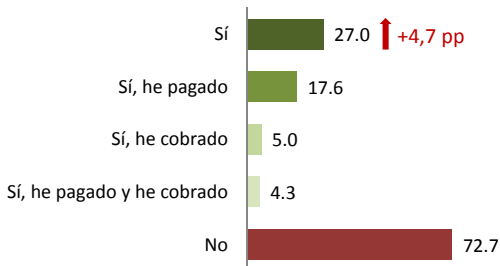
Nuevas prácticas: el showrooming (últimos 30 días)



- ✓ La consulta previa en Internet y posterior compra física, así como la práctica contraria son realizadas por alrededor del 37% de los internautas.
- ✓ Un tercio busca en el móvil valoraciones de un producto mientras lo ve en la tienda física.

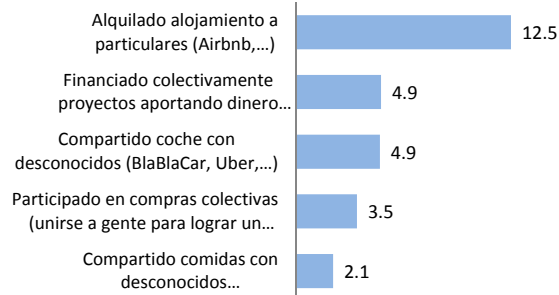
Economía colaborativa

Recepción o prestación de servicios entre particulares por Internet (últimos 30 días)



- ✓ Crece hasta el 27% quienes afirman haber efectuado en el último mes algún tipo de relación contractual entre particulares por Internet

Servicios entre particulares por Internet (últimos 30 días)



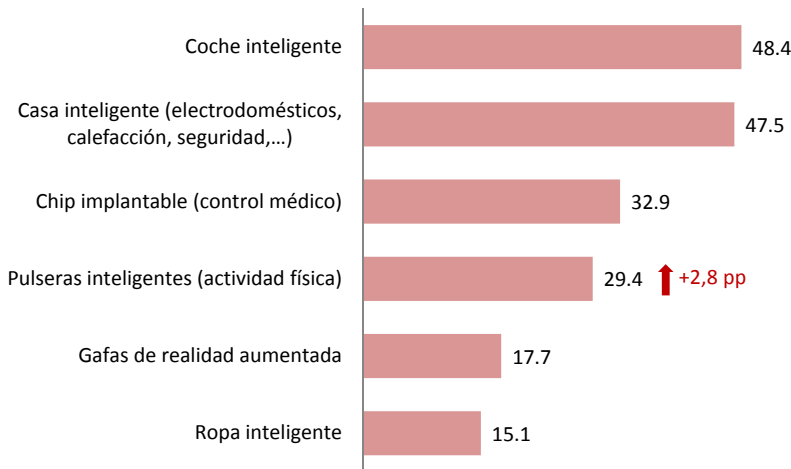
- ✓ El servicio más frecuente sigue siendo el alquiler de alojamiento a particulares, seguido a bastante distancia de la financiación colectiva de proyectos y el compartimiento de vehículo con desconocidos

El Internet de las cosas y otras funcionalidades

8

El Internet de las cosas

% MUY + BASTANTE INTERESANTE DISPONER DE...

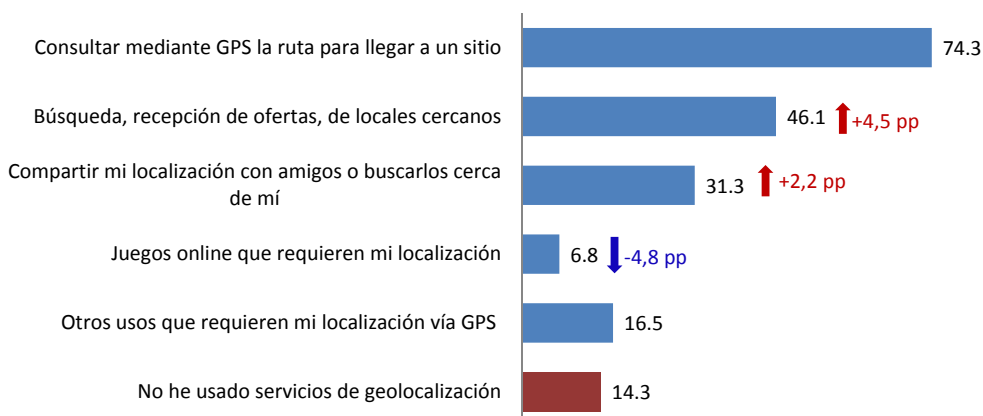


- ✓ El coche y la casa inteligentes son las posibilidades de mayor interés, siendo mencionados por casi el 50% de los navegantes
- ✓ Alrededor del 30% ven de gran interés elementos como el chip implantable y las pulseras inteligentes



Otras funcionalidades: geolocalización

Uso de servicios de geolocalización en el móvil (últimos 30 días)

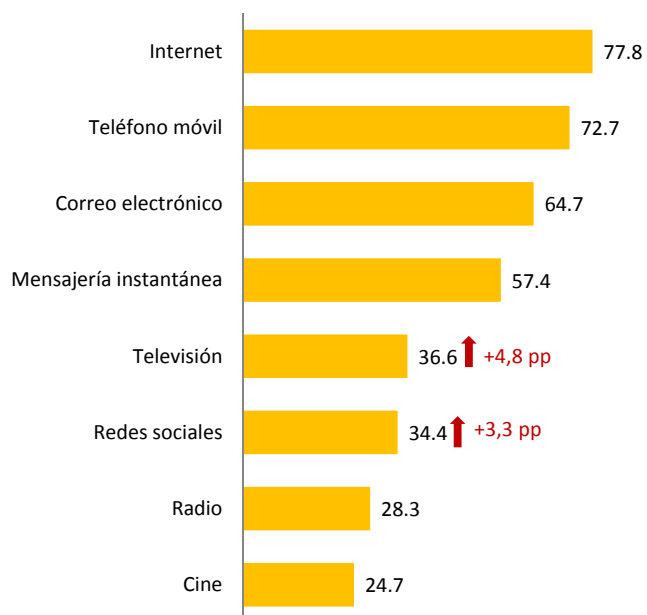


- ✓ Nuevos incrementos de los usos de servicios de geolocalización relacionados con la búsqueda de ofertas, establecimientos, etc.; y con compartir la localización con amigos
- ✓ Se mantiene líder con diferencia la consulta de ruta con el GPS
- ✓ Fuerte descenso de los juegos online que requieren la localización (dilución del efecto Pokemon)



Lo difícil que me resultaría vivir sin...

% MUY + BASTANTE DIFICIL VIVIR SIN...



c/ Basílica, 19 - 8º A . 28020 Madrid
Tel. 91 570 11 74 - Fax 91 570 20 49
email: aimc@aimc.es
www.aimc.es

