



AIMC presenta los resultados de su 1er AIMC Q Panel sobre Asistentes virtuales de voz

## El altavoz inteligente continúa su carrera para conquistar el hogar español

- El 7% de los Internautas dispone al menos de un altavoz inteligente en su hogar.
- Un 40% de aquellos que poseen altavoces inteligentes los utilizan para funcionalidades domóticas en el hogar: controlar la iluminación es la tarea estrella.
- El smartphone (85%) es el dispositivo para interactuar que más utilizan los usuarios de internet mientras que Siri es el asistente más conocido.

**Madrid. 17 de octubre de 2019.-** AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de su primer estudio realizado a través del AIMC Q Panel, su propio panel de internautas, sobre los **asistentes virtuales de voz**. Dichos asistentes han ido ganando cada vez más presencia en el día a día de los usuarios, a través de distintos dispositivos como smartphones, tablets, PCs o altavoces inteligentes entre otros.

A través de este primer estudio, AIMC pretende conocer mejor cuáles son los hábitos de uso que los internautas tienen con los asistentes, desde qué dispositivos interactúan, funcionalidades que más realizan y los momentos de interacción más habituales, hasta sus propias impresiones personales sobre esta tecnología.

### **Los altavoces inteligentes avanzan a paso lento**

---

La pasada Navidad fue un momento clave en cuanto a la penetración del altavoz inteligente en los hogares españoles. No obstante, hoy en día **tan solo un 7% de los encuestados afirma disponer de al menos un altavoz inteligente en su hogar**.

En cuanto a las marcas más populares, vemos como **Google ha conseguido imponerse frente a sus competidores, gracias a su familia Google Home (45%)**, seguido de los Amazon Echo (38%) y, muy por detrás Apple con su Homepod (6%).

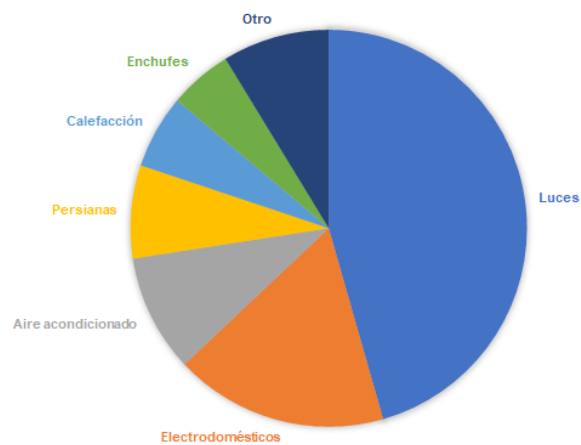
El smartphone es el dispositivo estrella para utilizar los asistentes, aunque el altavoz sale ganando **si tenemos en cuenta la frecuencia de uso diaria, ya que un 43% afirma haberlo utilizado el día antes de realizar la encuesta**, algo que parece bastante coherente teniendo en cuenta las posibilidades de uso que ofrecen estos dispositivos, como la reproducción de música o podcast.

Atendiendo a las posibilidades que ofrecen los altavoces inteligentes en los hogares, **vemos cómo el 40% de los internautas que poseen un altavoz declara darle algún uso doméstico en el hogar**. El control de la iluminación es la opción estrella con un 76% de respuestas.

El salón es el lugar favorito de la casa para colocar el dispositivo (57%), seguido del dormitorio (25%) y la cocina (8%). Tan solo un 4% opta por el baño, mientras que un 10% de usuarios asegura mover el altavoz dependiendo del uso.

Por último, el estudio pone de manifiesto que **solo un 6,4% muestran la intención de comprar próximamente este tipo de dispositivo**; un 58% opta por el “Quizás”, mientras que un 36% niega tener intención de hacerse con uno en un futuro próximo.

¿QUÉ DISPOSITIVOS CONTROLA CON EL ALTAVOZ INTELIGENTE?



### Siri se posiciona como el asistente más conocido

Aunque el reconocimiento digital de voz es una tecnología que se remonta a varias décadas atrás, no fue hasta 2011, con el lanzamiento de Siri por parte de Apple, cuando la mayor parte de los usuarios comenzaron a familiarizarse con el término de asistente virtual de voz.

Casi una década después, prácticamente la totalidad de los internautas (93%) ha oído hablar de este tipo de asistentes, y **Siri continúa siendo el más reconocido (74%)**, seguido de Alexa de Amazon que, rápidamente, ha conseguido posicionarse en segunda posición (59%), seguido del Asistente de Google (52%), que ocupa la tercera posición.



No obstante, y a pesar de conocer esta tecnología, **tan solo el 45% de usuarios ha utilizado algún tipo de asistente en el último año, siendo el smartphone el dispositivo más utilizado para interactuar (85%),** muy por encima de las tablets (18%), los PCs (17%) o el coche (15%).

**El tema de la privacidad parece no preocupar en exceso,** ya que la frase: “Me da miedo que esté todo el rato escuchando” tiene un grado de conformidad medio por debajo de 5 sobre 10.

### Hacer preguntas, lo que más gusta

Si tenemos en cuenta los diferentes usos de los asistentes virtuales, **“Hacer preguntas en general” es una de las mencionadas en casi todos los dispositivos por los que se ha preguntado en la encuesta,** la excepción es el coche, en donde estos asistentes se utilizan de forma mayoritaria para realizar llamadas (80%) y para las búsquedas de direcciones y navegación (60%).

Otro **caso diferente a la tendencia general es el del smartwatch,** en donde el uso más recurrente del asistente es la realización de llamadas (42%), o la configuración de alarmas y enviar mensajes de voz (26%).

¿Para qué ha utilizado el asistente en cada uno de los dispositivos?						
	Móvil	Altavoz inteligente	Coche	Smart watch	Tablet	PC/portátil
Hacer preguntas en general	59,0%	62,1%	8,6%	31,3%	66,3%	73,5%
Consultar la predicción del Tiempo	26,8%	59,3%	6,7%	16,8%	18,7%	18,3%
Escuchar noticias	8,4%	41,8%	3,3%	4,6%	8,9%	6,4%
Estado del tráfico	6,4%	9,7%	13,5%	1,7%	1,5%	3,0%
Búsqueda de direcciones y navegación	39,2%	9,3%	60,4%	17,9%	25,8%	18,4%
Realizar llamadas de teléfono	33,3%	10,2%	79,7%	41,6%	2,4%	1,1%
Enviar mensajes de voz o notas de audio	11,9%	5,7%	10,7%	25,5%	1,1%	0,0%
Uso de mensajería instantánea	11,7%	6,1%	9,7%	20,7%	5,0%	0,5%
Uso de funcionalidades del dispositivo	9,0%	9,0%	3,5%	3,9%	6,2%	25,1%
Configuración de alertas	15,6%	37,4%	3,8%	26,1%	11,1%	2,9%
Hacer pedidos de comida a domicilio	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	1,6%	0,8%
Hacer compras y gestionar pedidos	0,1%	0,7%	0,0%	0,0%	1,6%	0,4%
Escuchar música	16,1%	75,9%	20,3%	12,4%	18,5%	8,9%
Escuchar la radio en directo	3,6%	39,5%	13,7%	1,9%	2,5%	1,9%
Escuchar podcast	3,2%	15,8%	4,9%	3,6%	1,4%	0,8%
Control de la domótica de la casa	2,8%	29,6%	0,0%	0,0%	2,7%	0,5%
Otros usos	4,7%	3,4%	2,4%	3,8%	5,6%	6,0%

### Inteligentes sí, pero con mucho margen de mejora

Tras analizar los resultados, parece evidente es que los internautas creen que los asistentes han venido para quedarse, aunque ello no quita que la tecnología necesite mejorar aún. La frase **“el asistente de voz es una moda pasajera”** es la que muestra más disconformidad entre los entrevistados, con un 3,3 sobre 10 de nota media,



mientras que “**Aún les queda mucho por mejorar**” es la frase mejor valorada, **7,7 puntos**.

A pesar de que el ahorro de tiempo es uno de los mayores reclamos de los fabricantes, la afirmación cuenta con menor grado de conformidad entre los encuestados, que valoran por encima de todo el poder interactuar **sin necesidad de usar las manos**, pudiendo hacer varias tareas al mismo tiempo.

¿NOS PUEDE INDICAR EL GRADO DE ACUERDO CON ESTAS AFIRMACIONES SOBRE EL USO DEL ALTA VOZ INTELIGENTE?						
1 Totalmente en desacuerdo 10 Totalmente de acuerdo	Me resulta útil	Ahorro tiempo	Es cómodo	Es fácil de usar	Se puede utilizar sin emplear las manos ni escribir	Me permite hacer varias cosas a la vez
Media Total	7,1	6,8	7,9	7,8	8,3	7,0
14 a 24	7,2	7,6	8,4	7,6	8,4	7,0
25 a 34	7,1	6,9	8,0	7,8	7,9	6,7
35 a 44	7,2	7,0	7,7	7,7	8,7	7,1
45 a 54	7,3	6,9	8,0	8,0	8,4	7,1
55 a 64	6,3	5,9	6,8	7,2	7,8	6,5
65 y más	7,6	4,9	9,3	9,5	8,5	8,9

## Metodología del AIMC Q Panel

El trabajo de campo se realizó entre el 17 de mayo y el 2 de julio de 2019. La muestra útil alcanzó las 2.088 entrevistas.

El AIMC Q Panel se basa en la medición online, un sistema eficaz para realizar entrevistas de forma ágil, pero que todavía no cuenta con la precisión y fiabilidad del EGM, cuyos resultados se basan en una muestra mucho más amplia. Con este nuevo estudio se espera conocer mejor los comportamientos de la población internauta, que representa 33,7 millones sobre los 40,3 millones de españoles de 14 años o más.

Tanto la gestión del panel de AIMC como el soporte tecnológico para realizar las entrevistas han estado a cargo de IMOP.

### Sobre el AIMC Q Panel

Desde 2013 **AIMC** ha constituido un panel de internautas propio con el que realizar sus encuestas de forma regular y empezar a utilizar esta metodología de captación en sus estudios de audiencia. Estos estudios utilizan como universo a los internautas en general y sus muestras se han creado a partir de los contactos de entrevistados en el EGM y que desean adherirse a este panel facilitando su dirección de e-mail. La irrupción del fenómeno Internet en nuestras vidas ha provocado cambios no sólo en nuestro día a día, sino también en el ámbito profesional. A través de la realización de encuestas online es posible estudiar de una forma mucho más ágil, además de económica, la evolución del comportamiento de los ciudadanos a lo largo del tiempo y no en periodos concretos. Este motivo ha llevado a **AIMC** a tomar la decisión de crear un panel propio que les permita realizar encuestas de forma regular, no con el ánimo de competir con otros institutos especializados, sino de realizar pruebas y tratar de constituir un panel que sea una adecuada representación de los internautas españoles.



### **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. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>  