

PRINCIPALES RESULTADOS

MARZO 2020

22°

navegantes

en la Red

PATROCINA

ODEC

your data partner

AIMC

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

AIMC presenta la 22ª edición de *Navegantes en la Red*, el mayor estudio sobre el uso de internet en nuestro país

UNO DE CADA TRES NAVEGANTES YA UTILIZA EL MÓVIL COMO TARJETA DE CRÉDITO

Un **22,4%** de los internautas habla con asistentes virtuales con frecuencia, sobre todo a través del móvil o de un altavoz inteligente.

El **62,2%** de los navegantes considera internet como su fuente principal para estar informado de la actualidad

Cerca del **50%** de los encuestados afirma haber escuchado la radio a través de internet en la última semana.

El **50%** de los que acceden a internet por el teléfono móvil considera que “no podría vivir sin internet” en dicho dispositivo, y también es elevada la sensación de que los móviles escuchan las propias conversaciones.

Casi **tres de cada diez** internautas ya poseen algún aparato en casa conectado a internet que puede ser controlado a través del móvil u otro dispositivo conectado.

En los últimos 5 años, el uso del televisor para conectarse a internet ha ascendido del **21,2%** en 2014 al **30,5%** en 2019.

El **62,4%** de los encuestados percibe que la publicidad que ven en internet está cada vez más dirigida a sus gustos y necesidades.

Crecen cada vez más los abonados a televisión de pago y **desciende** la descarga de películas o series.

Madrid, 5 de marzo de 2020.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado hoy en rueda de prensa los resultados de la **22ª edición de la Encuesta AIMC a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**, estudio sobre el uso de la Red que cuenta con mayor trayectoria y la muestra más amplia de nuestro país.

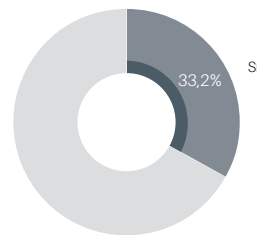
Además de desvelar los hábitos y opiniones sobre internet en España, **Navegantes** anticipa tradicionalmente numerosas tendencias que se producen en el entorno online. Es por ello que **AIMC** pone especial interés en la renovación anual de este estudio para ofrecer en cada edición las respuestas más completas y actualizadas sobre los nuevos usos que se desarrollan en internet.

A continuación, destacamos algunos de los resultados más relevantes de esta edición:

Uno de cada tres internautas ya utiliza el móvil como tarjeta de crédito

El uso del **móvil como tarjeta de crédito** parece estar bastante extendido. Un 33,2% de los internautas ya utiliza este dispositivo para pagar en establecimientos como tarjeta de crédito, empleando para ello la tecnología *contactless* NFC.

USO DEL MÓVIL COMO
TARJETA DE CRÉDITO (NFC) (%)



E l 71,5% de los que poseen monedas virtuales han hecho transacciones con ellas en el último año

Por otro lado, un 7,5% de los entrevistados ha poseído en algún momento del año anterior a la entrevista algún tipo de **moneda virtual**, destacando el bitcoin (6%) sobre el resto (2,7%). Además, aquellos que las han tenido durante el último año han hecho un uso activo de éstas, pues un 71,5% afirma haber realizado algún tipo de transacción con este tipo de monedas: un 43,5% de ellos las ha adquirido, un 29,5% las ha vendido, un 19,4% las ha recibido y un 11,9% ha realizado un pago con ellas.

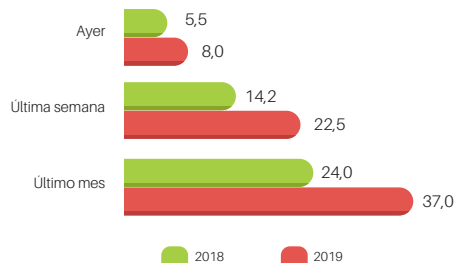
Pese a ser utilizadas por un pequeño porcentaje de usuarios, este tipo de monedas son extensamente conocidas entre toda la población, pues sólo un 9,6% de los encuestados no sabe lo que son.

L a banca online es un fenómeno normalizado para los navegantes

La inmensa mayoría de los entrevistados (87,4%) utiliza la banca online. Además, quienes han realizado transacciones bancarias en el último mes ascienden del 54,2% al 65,2% respecto a la anterior edición.

Es probable que el hecho de que esta práctica sea cada vez más habitual esté relacionado con que cada vez adquieran más importancia los **sistemas para el envío de dinero entre particulares tipo Bizum o Twypp**, que ya han sido utilizados al menos una vez por la mitad (**49,6%**) de los internautas (cifra que en la edición anterior del estudio representaba el 35,4%). Los que los usan con cierta asiduidad (lo han utilizado en el mes anterior a la entrevista) también crecen fuertemente, pasando del 24% al 37% en tan solo un año.

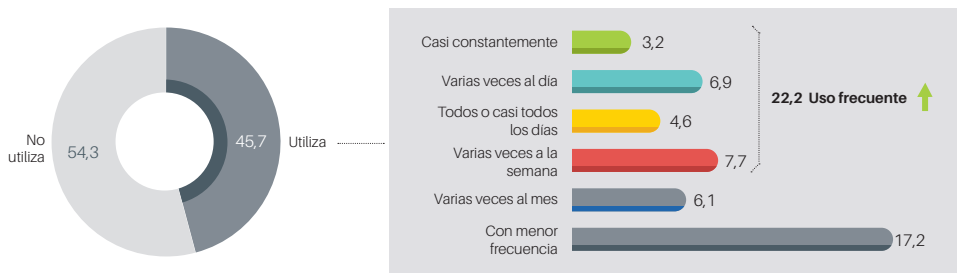
USO DE SISTEMAS PARA ENVIAR/RECIBIR DINERO (TIPO TWYP, BIZUM,...) (%)



Crece el uso de asistentes de voz: el Asistente de Google y Siri, los más utilizados

Aunque algo más de la mitad de los encuestados (54,3%) afirma no utilizar los **asistentes virtuales de voz**, se aprecia un **incremento de aquellos que lo hacen varias veces a la semana o con una frecuencia mayor** (concretamente, un **22,4%**, +2,4 puntos en un año).

USO DE ASISTENTES VIRTUALES DE VOZ (%)



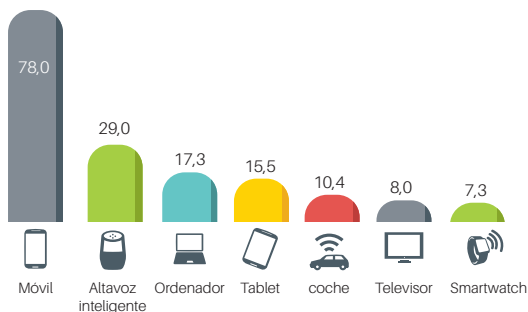
La gran mayoría de ellos los utiliza a través del **móvil** (78,0%), seguido de los **altavoces inteligentes** (29,0%). A continuación, aparecen el **ordenador** (17,3%), la **tablet** (15,5%), el **coche** (10,4%), el **televisor** (8%) y el **smartwatch** (7,3%).

En cuanto al ranking de asistentes más utilizados, encabeza la lista el **Asistente de Google**, utilizado por el **53,1%**; **Siri (Apple)**, con un **37,1%**; **Alexa (Amazon)**, con un **22,9%** y **Cortana (Microsoft)**, escogido por el **10,6%**.

Al preguntar a los usuarios de asistentes de voz por las **actividades que más realizan con ellos**, un **61,1%** destaca las **búsquedas o preguntas en general**, consultar el

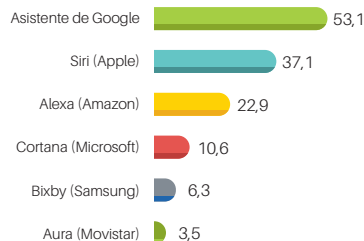
DISPOSITIVO DONDE UTILIZA ASISTENTES DE VOZ (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



ASISTENTES DE VOZ UTILIZADOS (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



tiempo o el tráfico (48,4%), escuchar la música o la radio (46,8%), utilizar alertas / recordatorios / agenda / calendario / listas (45,2%) y realizar llamadas de teléfono (38,4%).

En general, los usuarios de este tipo de asistentes se encuentran satisfechos con ellos (57,1%), frente al 9,3% que se muestran insatisfechos.

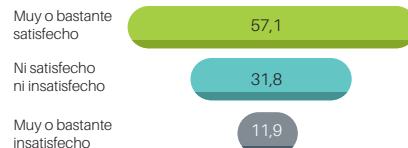
De todas formas y, a pesar de estos datos, en general, **los internautas no creen que en el futuro solo se usen los asistentes de voz para interactuar con internet**. Aunque más de un tercio (36%) no tiene una opinión clara al respecto, hay más escépticos (39%) que creyentes (24,6%) con esta idea.

También existe una cierta sensación acerca de que el móvil escucha las conversaciones que uno realiza, de acuerdo con lo que creen la mitad de los internautas encuestados (50,9%). Además, un tercio (31,3%) está muy convencido de ello.

Algo parecido sucede con los altavoces inteligentes, pues parece que los encuestados se muestran preocupados por que a través de estos dispositivos se escuchen o graben

SATISFACCIÓN CON LOS ASISTENTES DE VOZ (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



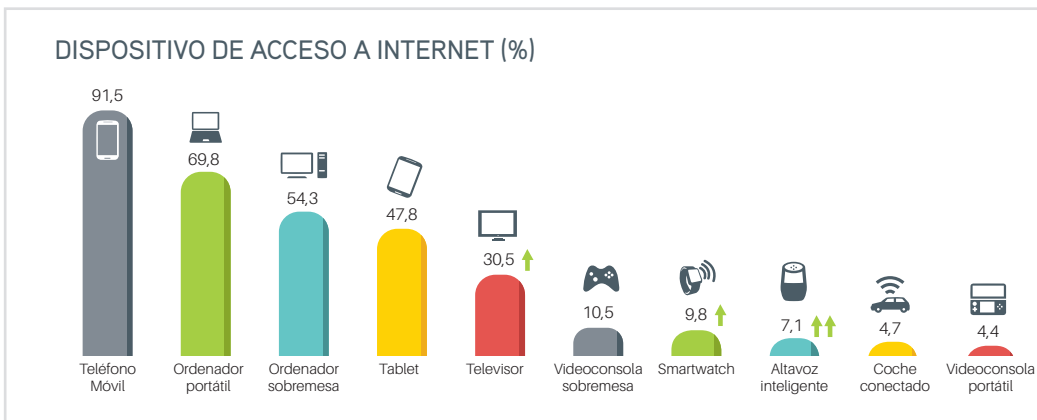
las conversaciones, tal y como señalan tres de cada cuatro usuarios de internet (75,1%). Además, más de la mitad (54,1%) muestra un alto nivel de preocupación.

D

ispositivos de acceso: TV, smartwatch, altavoz inteligente y coche conectado ganan adeptos

El **móvil se mantiene como el dispositivo de acceso a internet más importante**, siendo el **91,5%** los que afirman que se conectan a través de él. Sus inmediatos seguidores, algo alejados, son el ordenador portátil (que, con un 69,8%, desciende 7 puntos respecto a 2014) y el **ordenador de sobremesa** (54,3%, -18 puntos respecto a hace cinco años). A continuación, se sitúan la **tablet**, con un 47,8% y la **televisión**, que incrementa su uso con un considerable 30,5% (cifra 3 puntos superior respecto a 2018 y +9 puntos respecto a 2014).

Otros equipos por los que se accede a internet y que también merecen ser destacados son la **videoconsola de sobremesa** (10,5%), el **Smartwatch** (9,8%), que **eleva 3 puntos su penetración en un año**, el **altavoz inteligente** (7,1%), que **triplica su uso al aumentar 5 puntos en un solo año**, el **coche conectado** (4,7%) y la **videoconsola portátil** (4,4%).

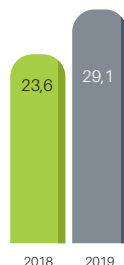


E l desarrollo de internet permite que la domótica sea cada vez más frecuente en el hogar

El hogar cada vez más conectado. Prácticamente tres de cada diez internautas (29,1%, +5,5 puntos en un año) ya tiene en su hogar algún **aparato conectado a internet que puede ser controlado a través de un teléfono móvil, ordenador, tablet,...** Lo más común son las cámaras de seguridad (10,5% de los entrevistados), las luces (5,2%, +3,3 puntos en un año), pequeños electrodomésticos (4,9%, +2,7 puntos), enchufe inteligente/wifi Plug (7,4%, +2,5 puntos), la calefacción (6,6%) y grandes electrodomésticos (3,3%).

APARATOS EN EL HOGAR CONTROLADOS POR INTERNET (%)

Dispones de algún aparato en el hogar controlado por internet



2019



Internet es considerada como la principal fuente para informarse de la actualidad

El 62,2% de los *navegantes* consideran **internet como su fuente fundamental para estar informado de la actualidad**, aunque se aprecia una tendencia al descenso en los últimos años (70,7% en 2015 y 64,6% en 2017). Para un 31,3% internet es una fuente secundaria pero importante.

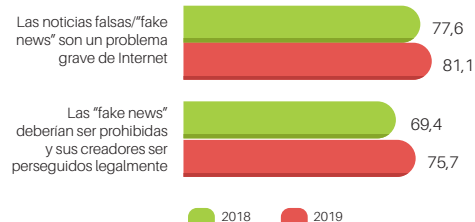
En esta tendencia a la baja quizás influya el fenómeno de las **fake news**, que son consideradas, cada vez más, como un problema grave de internet: una gran mayoría (81,1%, +3,5 puntos respecto a 2018) está de acuerdo con esta afirmación y más de la mitad (57,8%, +3,3 puntos) está muy de acuerdo, mientras que sólo el 5,8% opina lo contrario. En este sentido, se aprecia que cada vez se está más a favor de tomar medidas como prohibir las *fake news* y perseguir legalmente a sus creadores, concretamente un 75,7% a favor (+6,6 puntos respecto a 2018) y un 7,7% en contra (-2,4 puntos).

En cuanto a los **hábitos de lectura del periódico**, asciende la cifra de aquellos que leen únicamente la versión electrónica del periódico, con un 47,8% (cifra +2,5 puntos superior respecto a la registrada en la edición anterior del estudio), mientras que son un 6,2% los que leen exclusivamente la versión en papel. No obstante, siguen siendo muchos aquellos que leen ambas versiones (31,9%) y muy pocos (13,7%) los que no leen ninguna.

En cuanto el **dispositivo de lectura de los diarios electrónicos, el teléfono móvil consolida la primera posición** obtenida el año pasado como el dispositivo más empleado por los lectores (71%, +4 puntos en un año), seguido del ordenador (de sobremesa o portátil), que lo utiliza el 61,6%, y la tablet, con un 24,8%.

FAKE NEWS (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO



Aumenta la escucha de radio a través de internet

Un 28,2% (+4,5 puntos desde 2017) escucha la **radio por Internet** a diario y un 48,3% (+3,5 puntos desde 2017) en la semana anterior a la entrevista. También se aprecia un incremento en el uso de apps de las propias cadenas de radio para oír sus emisiones, así como la escucha mensual de **podcast de programas de radio a la carta**, que se fija en un 24% de los internautas (cifra +3,7 puntos superior a la registrada en la edición anterior de este estudio).

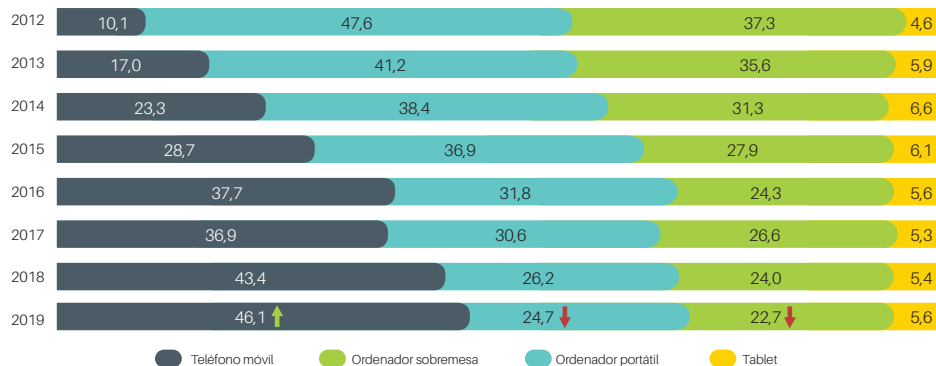
Muy conectados y con el móvil siempre a mano

Casi la mitad de los internautas (46,3%) manifiesta estar casi constantemente conectado de manera activa. Sumando a éstos los que acceden al menos varias veces al

día, la cifra alcanza casi la totalidad de los entrevistados (90,6%). Cuantificando en tiempo, el 67,8% de los internautas afirma utilizar internet durante dos o más horas al día.

Por otro lado, **el móvil sigue siendo el principal dispositivo de acceso para un 46,1% de internautas** (+2,7 puntos respecto a 2018 y +22,8 puntos respecto a los resultados de 2014), ampliando la distancia sobre el ordenador de sobremesa (24,7%, -13,7 puntos desde 2014), el ordenador portátil (22,7%, -8,6 desde 2014) y la tablet (5,6%). Puede que este hecho esté relacionado con que cada vez más entrevistados opinen que el móvil les basta para hacer lo que necesitan en internet (43,1% se muestra "de acuerdo", +11 puntos en tres años, frente al 29,1% que se muestra en desacuerdo).

DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)

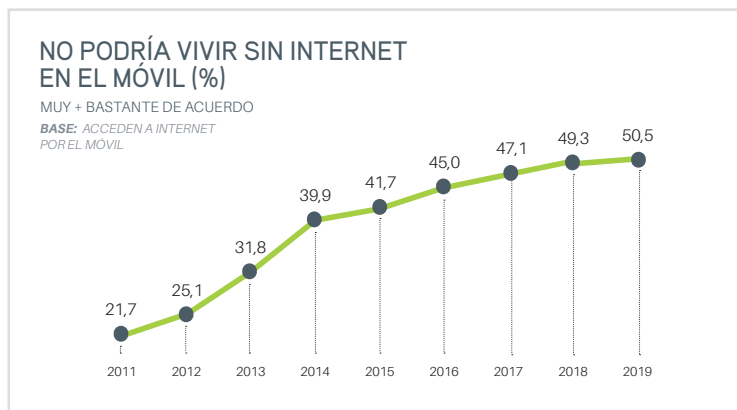


Además de ser un fenómeno generalizado, **el uso de internet a través del teléfono móvil es también muy intensivo: un 34,8% de los que utilizan el móvil para acceder a internet declara hacerlo casi constantemente**, y sólo un 15,6% de los que se conectan a través de este dispositivo lo hace con una frecuencia inferior a varias veces al día.

Asimismo, cada vez se emplea más tiempo a navegar con este dispositivo, puesto que aquellos que se conectan más de una hora al día ascienden del 54,3% en 2016 al 61,5%

en 2019; y lo utilizan más de cuatro horas el 17,7% (en comparación con el 15,3% de hace tres años).

En definitiva, la conexión a internet en el teléfono móvil se hace más imprescindible para más gente. **La mitad de los entrevistados (50,5%) consideran que "no podrían vivir sin internet en el móvil"** (+11 puntos en cinco años) frente a aquellos que están en desacuerdo con esta opinión (22,9%, -10 puntos en cinco años).



Las Smart TV, al alza en frecuencia de uso

Entre aquellos que acceden a internet a través del televisor, un **47,8%** (+ 8 puntos respecto a 2016) **lo utiliza todos o casi todos los días**. La actividad fundamental en internet a través de este aparato continúa siendo ver contenidos audiovisuales (79,1% en los últimos 30 días). Otro tipo de actividades realizadas son navegar por la web (24,8%), lectura de noticias de actualidad (12,8%), oír la radio (12,4%), correo electrónico (11,9%), redes sociales (11,2%) y comprar productos o servicios (6,8%).

Por otra parte, **el visionado de TV a través de internet sigue creciendo: un 36,3% de los internautas lo hace a diario** (frente al 30,5% de 2018 y el 25,4% de 2016) y el 60,9% al menos una vez a la semana (en comparación con el 55,7% de 2018 y el 52,6% de 2016).

En cuanto al dispositivo utilizado para ello, existe una apreciable diversidad pero se observa una clara **tendencia al alza de la Smart TV, con un 45,8%** (+19 puntos respecto a 2016) lo que la sitúa, por primera vez, como el equipo más usado. Le sigue el **teléfono móvil** (41%, +10 puntos respecto a 2016), el **ordenador portátil** (35,1%), la **tablet** (28,5%), el **ordenador de sobremesa** (26%, -8 puntos respecto a 2016), y el **televisor conectándolo a otro equipo** (15,5%).

Cada vez son más los abonados a televisión de pago _____

El porcentaje de **abonados a televisiones de pago se ha incrementado de manera notable en los últimos años** (52,1% en 2016, 59,8% en 2017, 63,5% en 2018 y 68,5% en 2019). Seguramente por ello, el estudio desvela también que **son cada vez menos los que descargan películas o series** (concretamente un 18,5% en el último mes, cifra que en 2016 representaba al 31,9%).

Casi todo el mundo conoce el 5G, pero sólo un 11,2% de los internautas dispone de ello _____

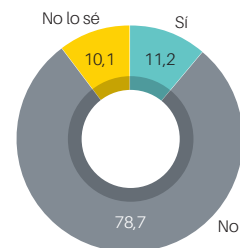
Aunque la **tecnología 5G** está dando sus primeros pasos, son ya un **11,2%** de los que tienen internet en el móvil los que disponen de ella. También parece que el grado de conocimiento sobre la misma es elevado, pues sólo un 10% reconoce no saber a los que se refiere la encuesta cuando se les pregunta por este tema.

El *cloud gaming* interesa a casi el 40% de los jugadores de videojuegos _____

Un **61,2%** de los **navegantes gamers** conoce el nuevo concepto de juegos en **streaming o cloud gaming**. Hay más que se muestran interesados por esta tipología (casi un 40%) que los que no lo están (31,6%), si bien existe un elevado número (28,4%) que no sienten un especial interés o desinterés.

5G EN EL MÓVIL (%)

BASE: TIENEN INTERNET EN EL MÓVIL



R

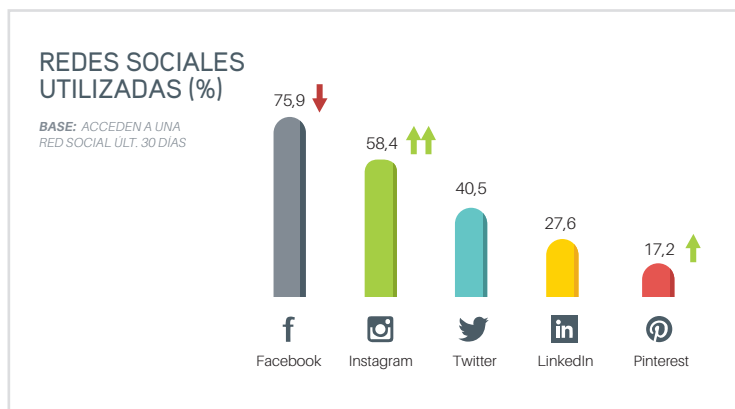
edes sociales: más tiempo de uso y cada vez más importantes en nuestras vidas

Para una cuarta parte de los internautas (24,5%, +3,4 puntos en un año), las redes sociales son una parte muy importante de su vida. En esta edición, además, el uso de las redes sociales ha subido del 80,5% en 2018 al 82,5% en 2019 aunque, por otra parte, y dado su uso mayoritario, el margen que éstas muestran para continuar creciendo es bajo.

También se incrementa su tiempo de uso, siendo algo más de un tercio (37,1%, +9 puntos en un año) los usuarios de redes sociales que las emplea durante más de una hora al día, mientras que el 18% (-3 puntos en un año) les dedica menos de 15 minutos.

En cuanto a redes sociales favoritas, **Facebook**, a pesar de los descensos de los dos últimos años, mantiene su hegemonía al ser utilizada por casi el 76% de los que han usado redes sociales en los últimos 30 días.

Por el contrario, **Instagram**, propiedad también de Facebook, se encuentra **al alza** con un **58,4%**, consolidando la segunda posición con un imparable crecimiento (+7 puntos



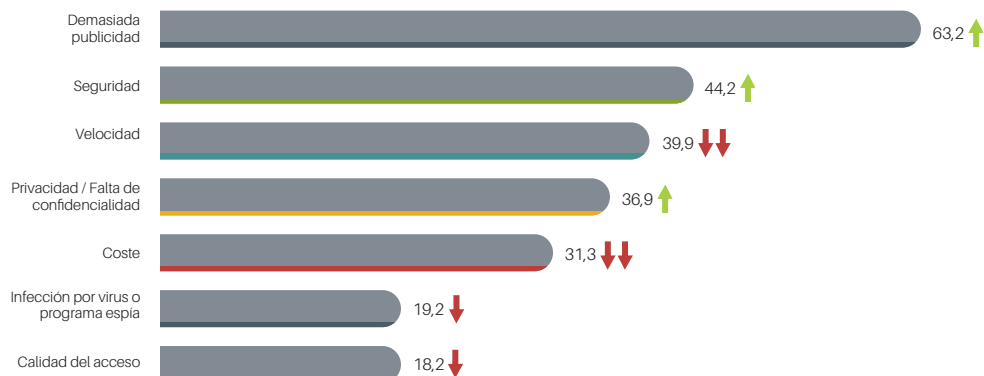
respecto a 2018, +18 respecto a 2016 y +32 puntos respecto a 2014). A continuación, se encuentran **Twitter** que, **con un 40,5%, se mantiene en niveles de 2018 y termina con los descensos de años anteriores**, **LinkedIn** (27,6%), y **Pinterest** (17,2%), con cifras algo menores, pero con constantes crecimientos en los últimos años que le han llevado a duplicar sus valores respecto a 2015.

Los navegantes siguen mostrándose molestos con la publicidad online

En general, parece que los internautas ven cumplidas sus necesidades en cuanto a la conexión que disponen (disminuyen como dificultades la velocidad, el coste y la calidad del acceso a sus niveles más bajos de al menos la última década) y aumentan otro tipo de problemas no relacionados con la conexión en sí, sino con el propio uso de internet.

"Demasiada publicidad", con un 63,4%, continúa como el problema más mencionado por los internautas a la hora de utilizar la red (cifra 2,8 puntos superior

PROBLEMAS DE INTERNET (%)



a 2018). En segunda posición se coloca otro creciente problema, **la seguridad**, con un 44,2% (cifra +3,9 puntos en un año), adelantando a **la velocidad** (39,9%), que **cada vez preocupa menos a los internautas** (-4 puntos en un año y -11 en tres). También aumenta la **inquietud por la privacidad** (36,9%, cifra 5 puntos superior a 2018). A continuación aparecen el coste (31,3%, -14 puntos en tres años), la infección por virus o programa espía (19,2%, -9 puntos en tres años) y la calidad del acceso (18,2%, -7 puntos en tres años).

Pese a estas valoraciones, **la mayoría (62,4%) percibe que la publicidad que ve en internet está cada vez más dirigida a sus gustos y necesidades**, aumentando esta percepción 4 puntos respecto 2018. Quizá por esa razón, también se haya incrementado en casi 4 puntos la sensación de sentirse perseguido por los anuncios en internet (opción seleccionada por el 66,4% de los internautas).

P

referencias en navegabilidad

Google Chrome es el navegador utilizado preferentemente por la mayoría de los internautas (62,4%), aunque su uso desciende levemente desde la edición anterior del estudio (-2,6 puntos). **Safari, con un 12,4% (+2,3 puntos), alcanza por primera vez la segunda posición**, fundamentalmente debido a su versión mobile que, por sí misma, alcanza un 8,3%. Desciende a la tercera posición **Firefox** pero manteniendo niveles parecidos al año anterior, con un 12,1%. **Edge** (junto con su predecesor, Internet **Explorer**) es empleado por el 5%.

Otro producto de Google que también se encuentra en primera posición de su categoría, en este caso de webmail, es **Gmail**, empleado por el 82% de los internautas, frente al 39,9% de **Outlook.com** de Microsoft.

Sobre *Navegantes en la Red*

Desde sus inicios en 1996, ***Navegantes en la Red*** ha permitido conocer de forma precisa 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 22ª 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.

En la actual edición, ***Navegantes en la Red*** ha recopilado 20.000 respuestas válidas -frente a las 10.000 de la primera encuesta realizada en 1996-. El sondeo, que ha contado con el patrocinio y el soporte técnico de **ODEC**, 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 2019, bien a través de más de 150 sitios webs (entre los que se incluyen los más visitados del país), bien a través del panel online de **Dynata**, mediante el cual se planificó una ampliación muestral de 3.000 entrevistas, o bien a través de un código QR mostrado en soportes digitales de publicidad exterior de **JCDecaux**, **Clear Channel** y **Exterior Plus**.


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 137 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.

Más información:

www.aimc.es

 [@aimc_es](https://twitter.com/aimc_es)

 www.linkedin.com/company/aimc

 www.facebook.com/NavegantesRed

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: www.odec.es

Sobre Dynata

Con 40 años de existencia, **Dynata** es el principal proveedor mundial de gestión de datos y tecnología para la investigación mediante encuestas. Dynata realiza entrevistas en más de 94 países a través de internet, telefónicas, en móviles y utilizando métodos mixtos. Dynata 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 Dynata atienden a más de 5.800 clientes en todo el mundo.

Más información: www.dynata.com

© **AIMC**

AIMC - ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
c/ Basílica, 19 - 8º A. 28020 Madrid
Tel. 91 570 11 74
email: aimc@aimc.es
www.aimc.es

Creatividad, diseño, maquetación e impresión:
End to End Convergencia Comunicacional

Depósito Legal: M-7122-2020

22º

navegantes

en la Red

AIMC

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

AIMC

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION