AIMC

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2014

Patrocina

ODEC

Colabora

SAMSUNG

NAVEGANTES EN LA RED

- ✓ Navegantes en la Red y población internauta
- ✓ Notas metodológicas
- ✓ Perfil del navegante en la red
- ✓ Hábitos del navegante
- ✓ El consumo de medios en Internet
- ✓ Los problemas de Internet
- ✓ Percepciones sobre Internet
- ✓ Internet como espacio de relaciones
- ✓ Internet como espacio económico

NAVEGANTES EN LA RED VS. POBLACIÓN INTERNAUTA

NAVEGANTES EN LA RED 2014

Encuesta autoadministrada mediante enlaces en sitios web

Usaron Internet ayer: 99,2%

Perfil Navegantes vs Población Internauta

- **Más masculino, más joven, conectado más tiempo**
- **Cada vez más maduro y más usuario de Internet**
- **Más habituado a dispositivos móviles y conexiones inalámbricas**
- **Heavy users, tendencias**

POBLACIÓN INTERNAUTA

Estudio General de Medios

Universo EGM: Población 14 +

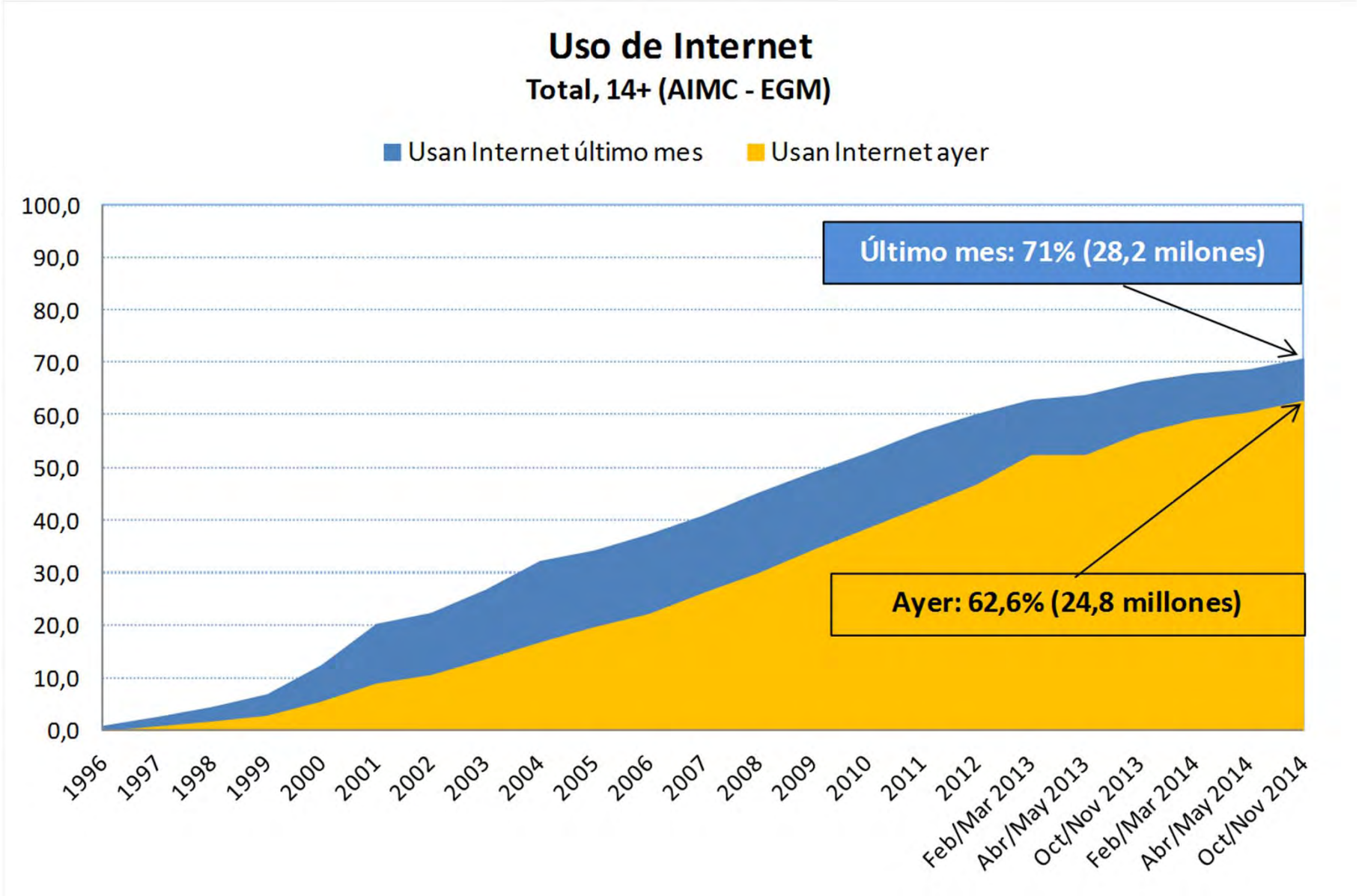
Datos: 3ª ola EGM 2014

Usaron Internet ayer: 62,6%

24,8 millones

Usaron Internet último mes: 71%

28,2 millones


Uso de Internet
Total, 14+ (AIMC - EGM)
Usan Internet último mes
Usan Internet ayer
100,0
90,0
80,0
70,0
60,0
50,0
40,0
30,0
20,0
10,0
0,0
Último mes: 71% (28,2 milones)
Ayer: 62,6% (24,8 millones)
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
Feb/Mar 2013
Abr/May 2013
Oct/Nov 2013
Feb/Mar 2014
Abr/May 2014
Oct/Nov 2014

Metodología encuesta "Navegantes en la Red"

Universo objetivo

- ✓ Usuarios de internet que visitan sitios web españoles

Tipo de entrevista

- ✓ Autoadministrada a través de Internet.
- ✓ **No es un estudio representativo de la población con acceso a Internet**

Colaboradores

- ✓ Chat Hispano
- ✓ 213 sitios web
- ✓ 19 perfiles en redes sociales
- ✓ 5 boletines electrónicos
- ✓ Una red publicitaria (Smartclip)

Fechas de recogida de encuestas

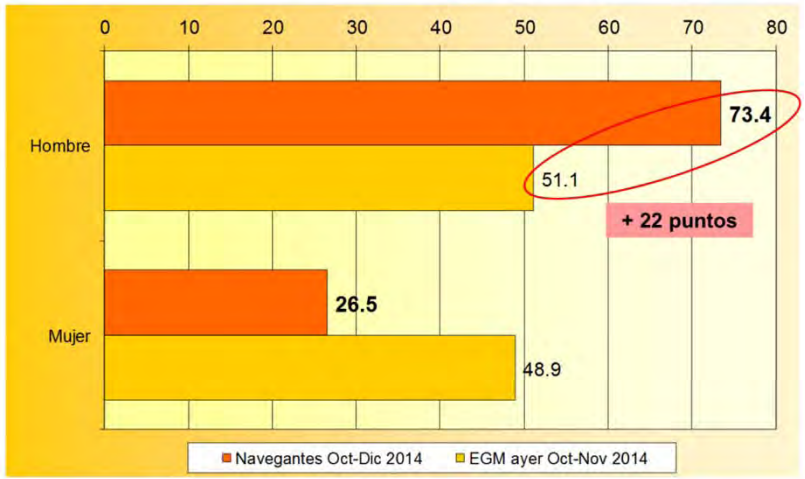
- ✓ **Desde el 14 de Octubre hasta el 8 de Diciembre de 2014**

Tamaño de muestra

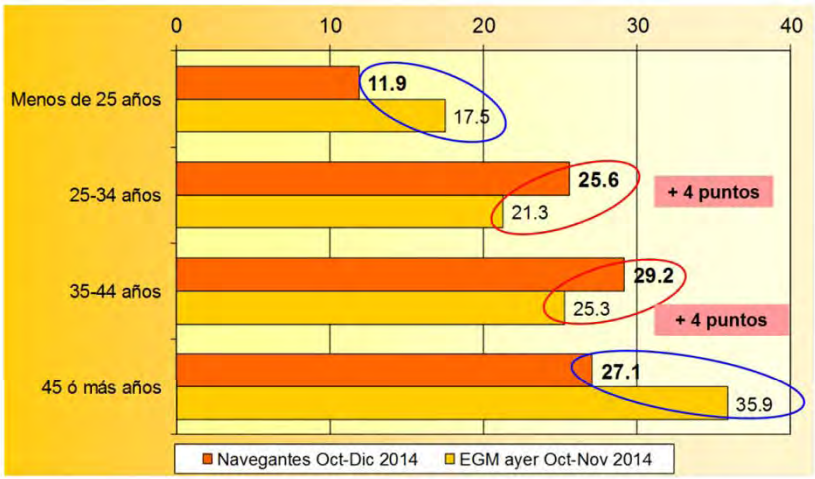
- ✓ **22.050 cuestionarios. Tras un proceso de depuración, la muestra útil final fue de 20.960**

Perfil - Navegantes vs. Población internauta (EGM)

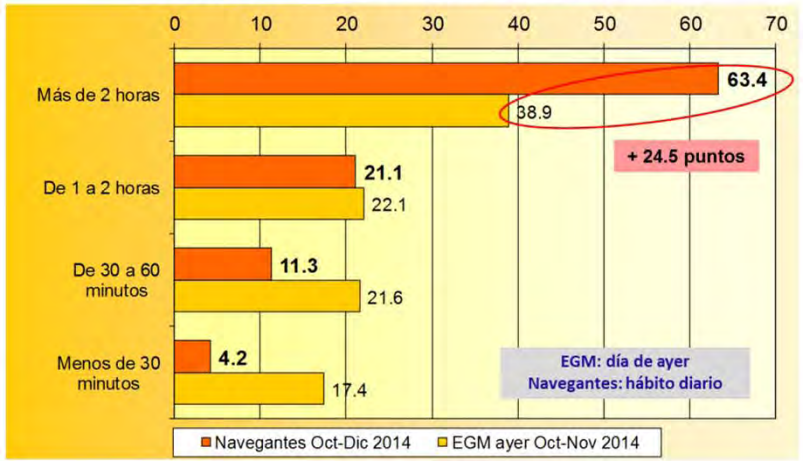
Sexo



Edad



Tiempo de conexión a Internet



El estudio de Navegantes

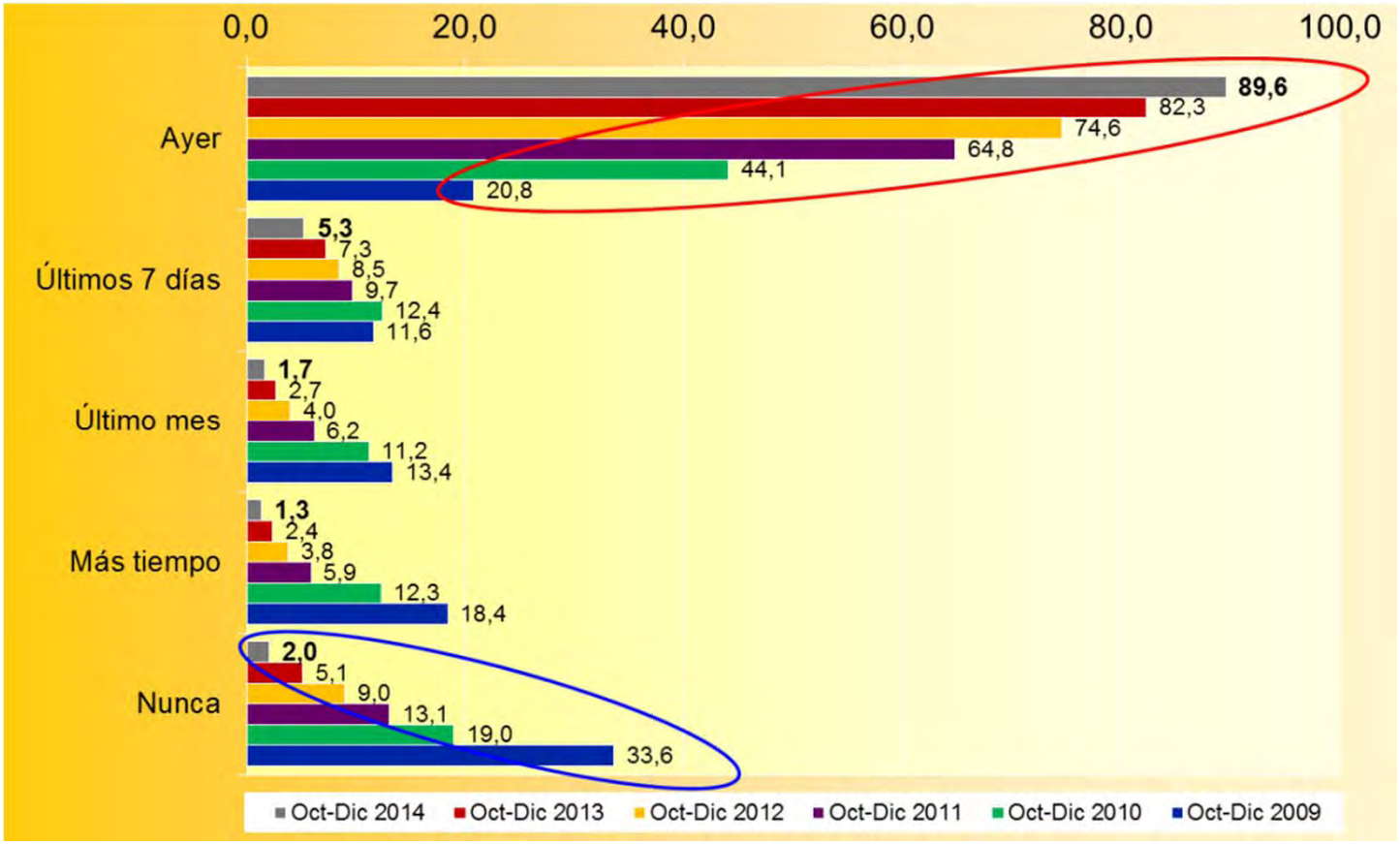
- Sobrerrepresenta a los hombres, a los usuarios de 25 a 44 años (55% frente al 47% entre la población internauta) e infrarrepresenta a los menores de 25 y a los mayores de 45 años
- ***Heavy user & trend setter* de los internautas:** Más hombres - Más jóvenes – Mayor nivel de estudios – Más urbanos – Más activos - Más tiempo conectados (desde casa y en especial desde otros sitios) - Mayor experiencia de Internet

NAVEGANTES EN LA RED

HÁBITOS DEL NAVEGANTE DE LA ENCUESTA

Hábitos del navegante de la Encuesta

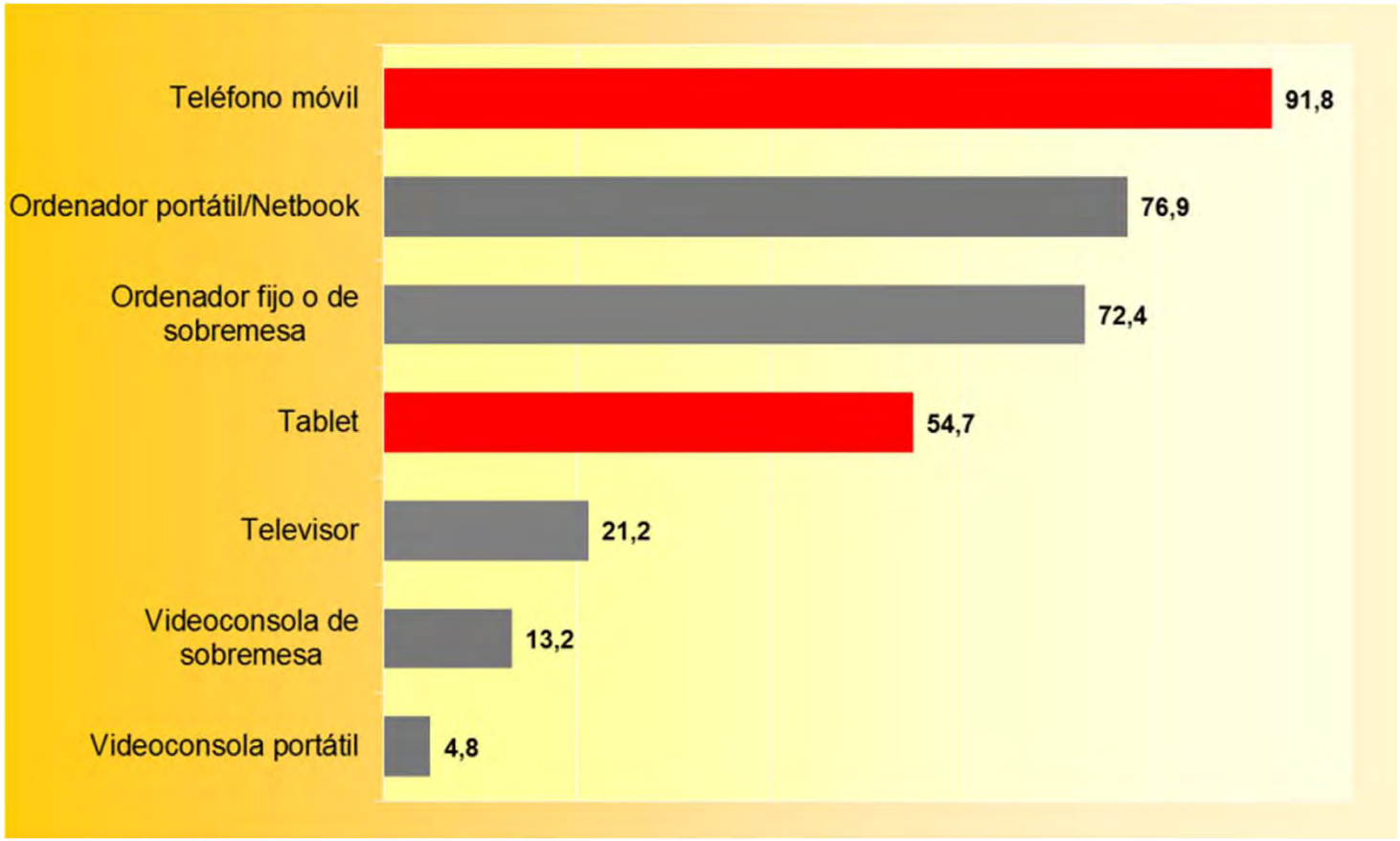
Último acceso a Internet con dispositivos móviles



- ✓ **El uso cotidiano de Internet a través de dispositivos móviles ronda el 90%**

Hábitos del navegante de la Encuesta

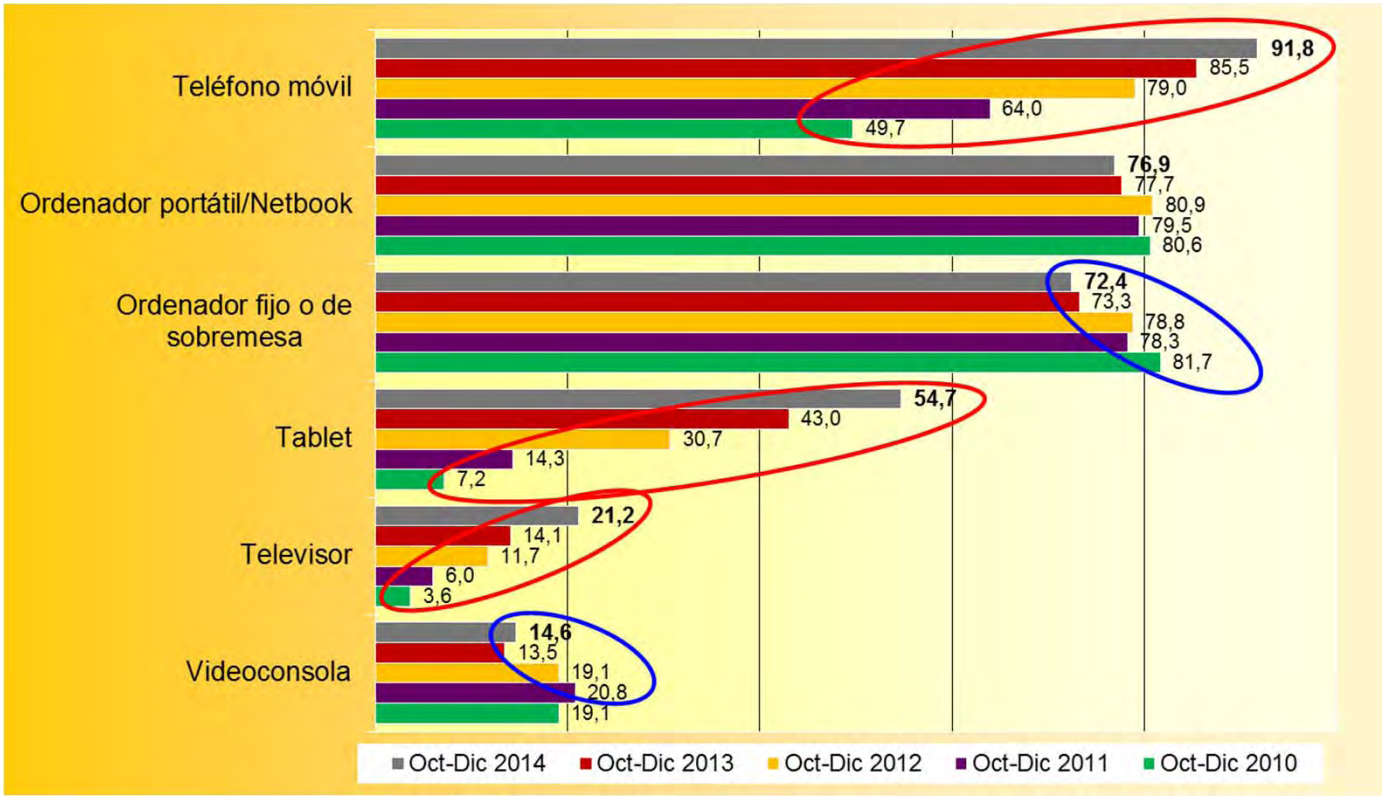
Equipos de acceso a Internet



- ✓ **El móvil es el dispositivo líder en el acceso a Internet**

Hábitos del navegante de la Encuesta

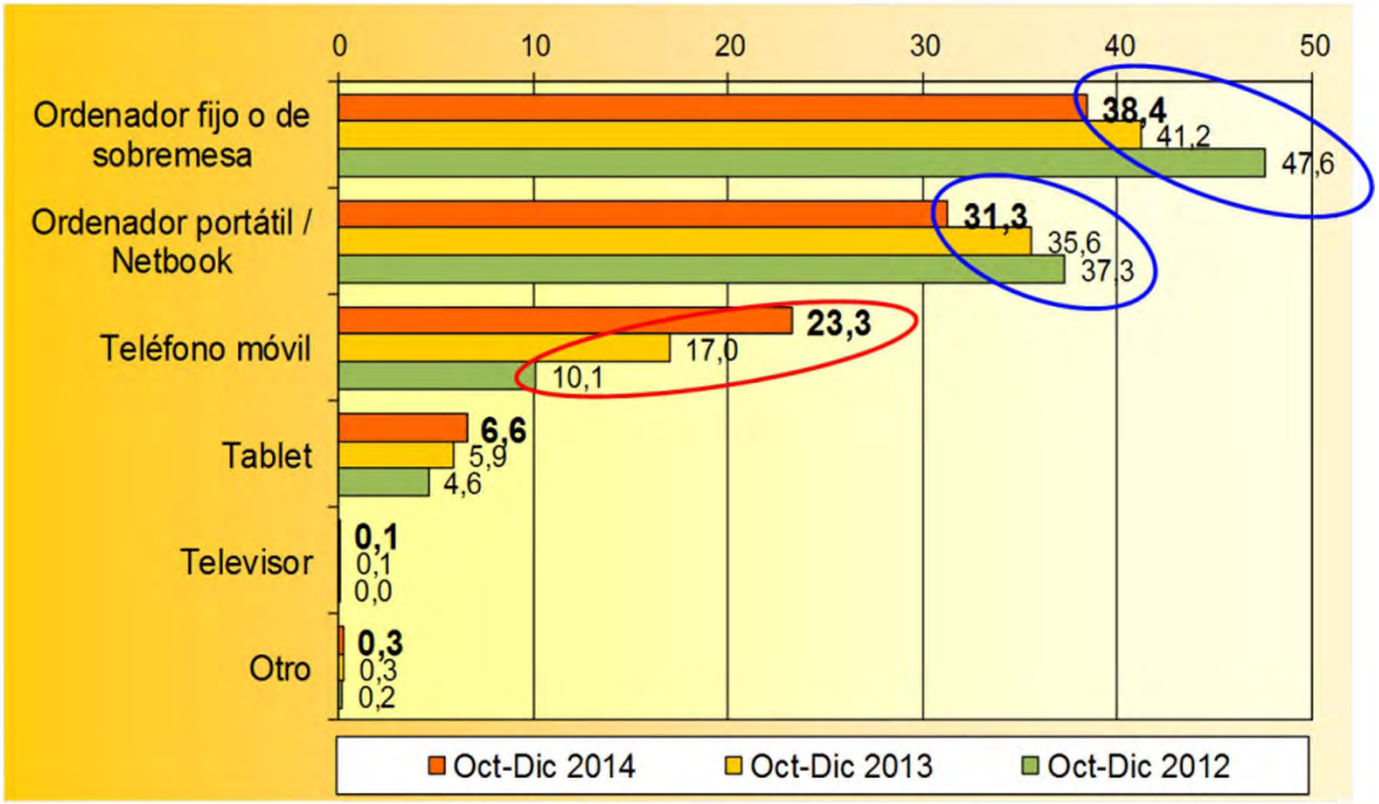
Equipos de acceso a Internet



- ✓ **El tablet crece de nuevo de manera notable (+12 puntos con respecto a 2013) y casi el 55% lo usa para acceder a Internet**
- ✓ **A un ritmo menor sigue creciendo el acceso a Internet por el televisor, y se sitúa en el 21%**

Hábitos del navegante de la Encuesta

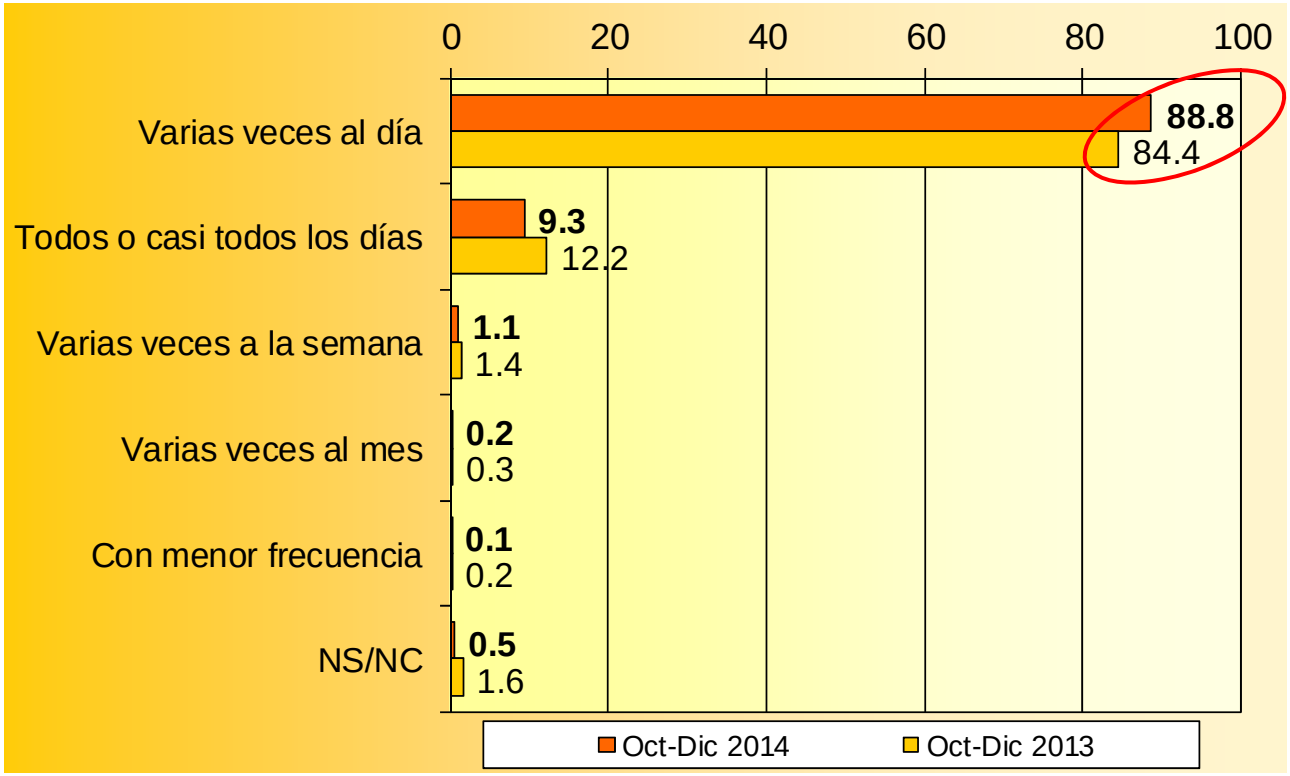
Principal equipo de acceso a Internet



- ✓ **El móvil es el dispositivo de acceso principal a Internet para un 23% de los encuestados (+6 puntos)**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Frecuencia de acceso a Internet

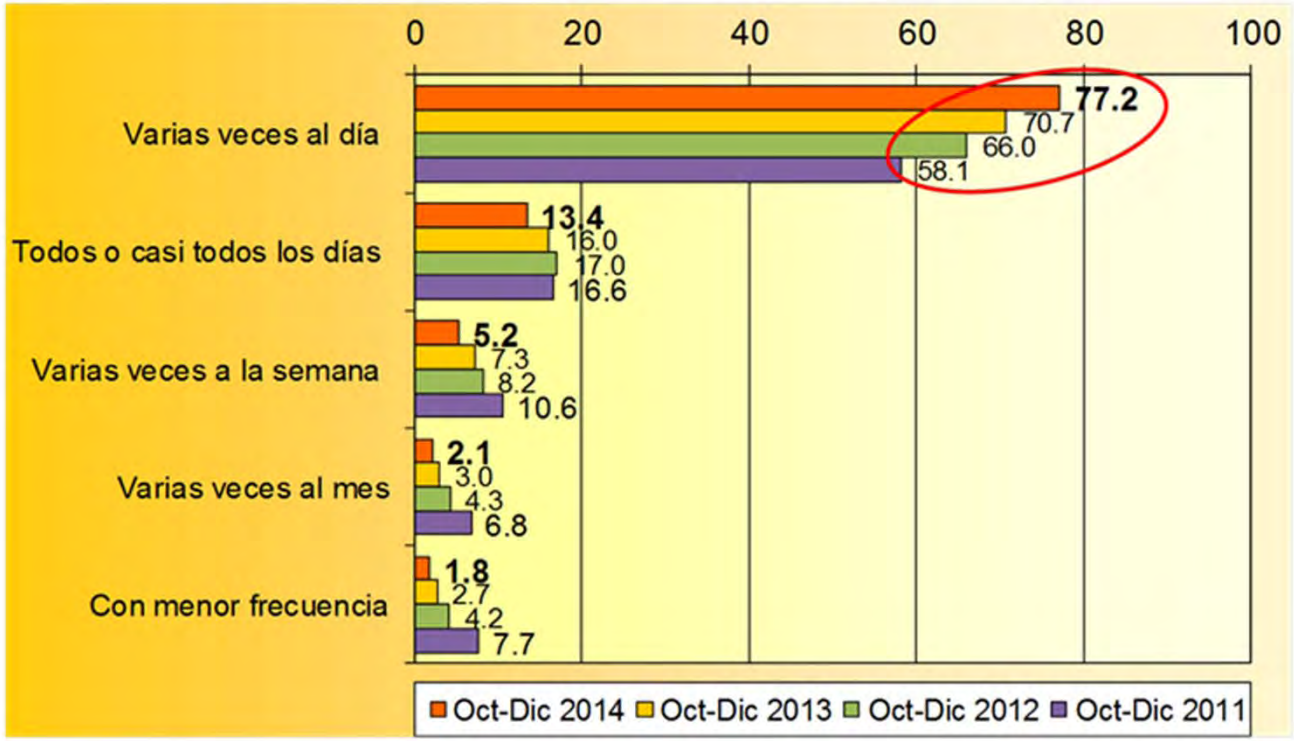


- ✓ **El acceso a Internet es prácticamente cotidiano entre casi todos los navegantes de la encuesta, llegando casi al 90% quienes acceden varias veces al día**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Frecuencia de acceso a Internet a través de teléfono móvil

(Base: accede Internet por teléfono móvil, 19.243 ent.)

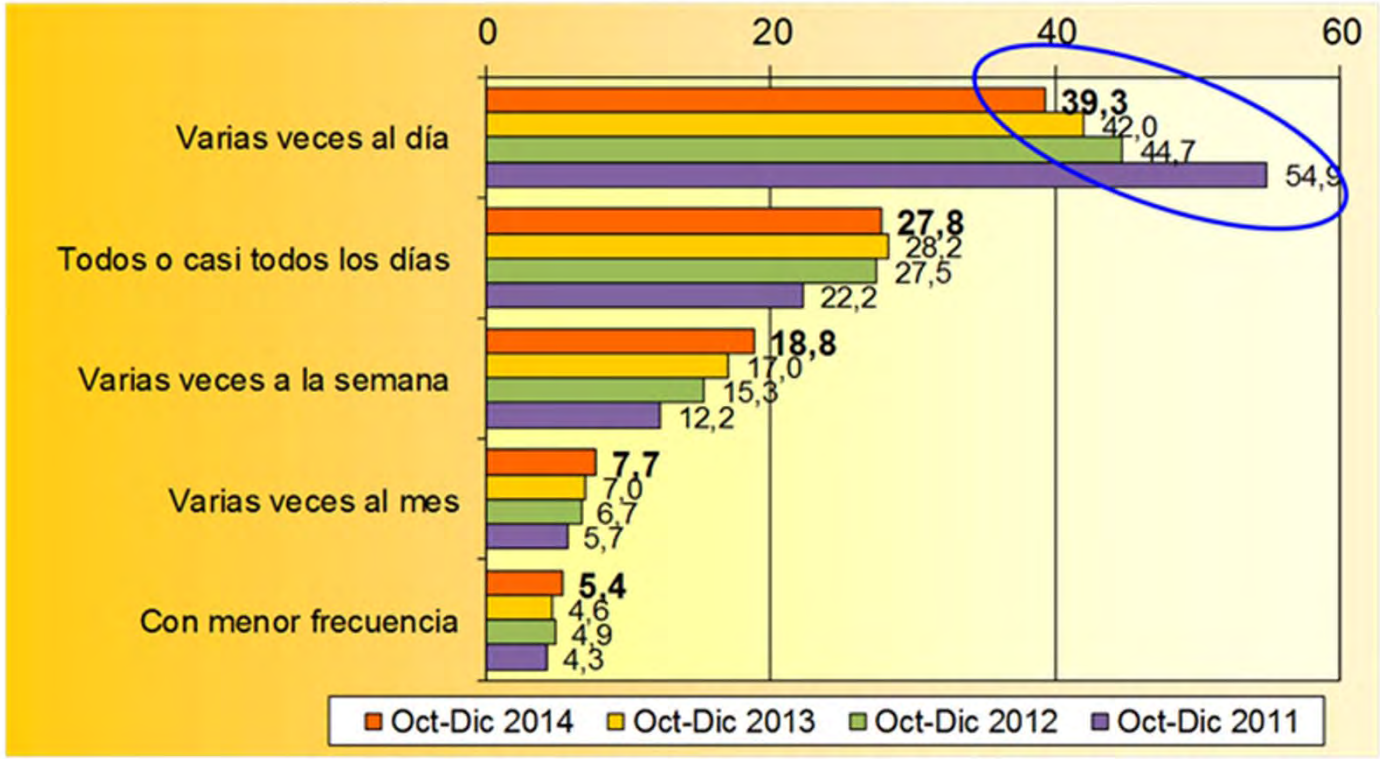


- ✓ **A diario el acceso mayoritario se produce desde el teléfono móvil: el 90% de los usuarios de móvil se conecta todos o casi todos los días, y más del 75% lo hace varias veces al día**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Frecuencia de acceso a Internet a través de tablet

(Base: accede Internet por tablet, 11.461 ent.)

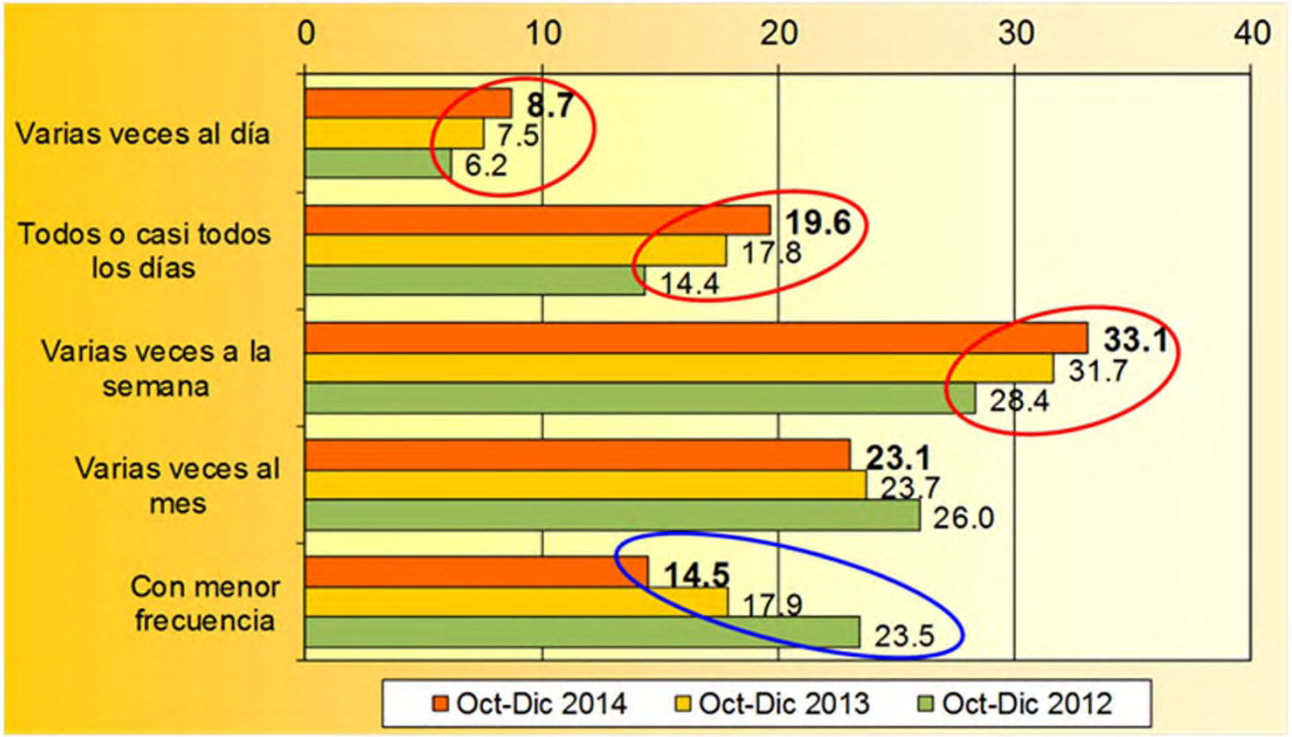


- ✓ **Dos tercios de los usuarios de tablet acceden de manera cotidiana a Internet desde este dispositivo**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Frecuencia de acceso a Internet a través del televisor

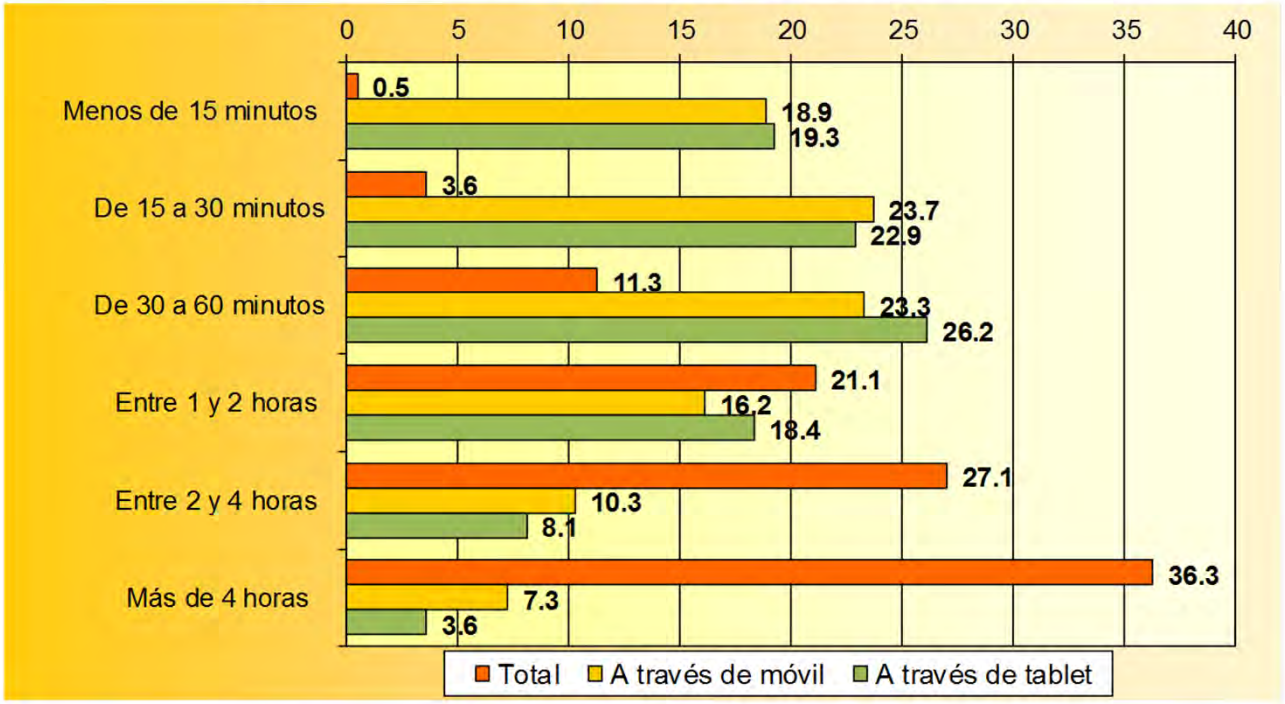
(Base: accede Internet por televisor, 4.436 ent.)



- ✓ **El 28% de los navegantes que acceden a Internet a través del televisor lo hacen ya de manera cotidiana**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Tiempo de uso diario de Internet
(Bases: Total / accede por móvil / accede por tablet)

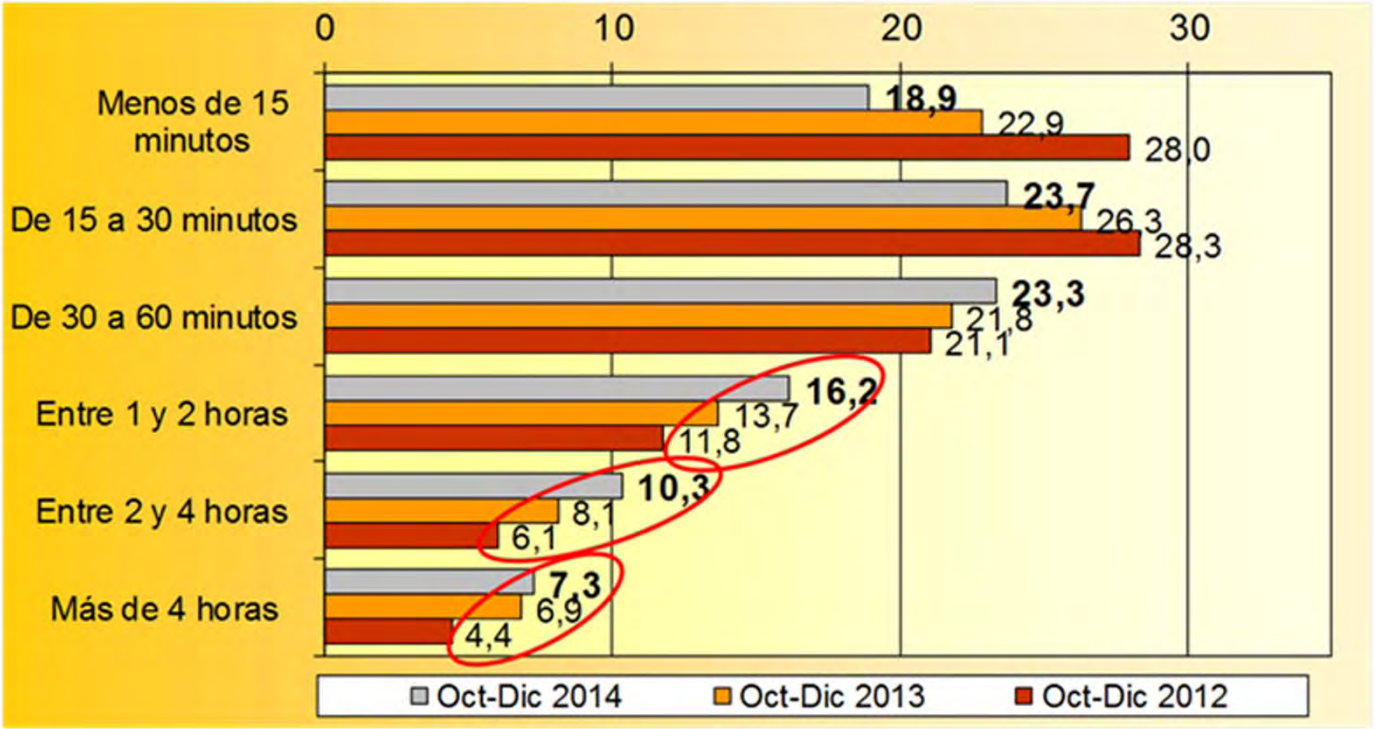


- ✓ **Sigue creciendo el tiempo total de conexión a Internet: más del 60% de los navegantes de la encuesta se conectan a diario más de 2 horas al día**
  - ✓ **La duración habitual del acceso desde el móvil oscila entre los 15 y los 60 minutos**
  - ✓ **En el tablet el acceso más frecuente oscila entre la media hora y la hora diaria (26%)**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Tiempo de uso diario de Internet a través de teléfono móvil

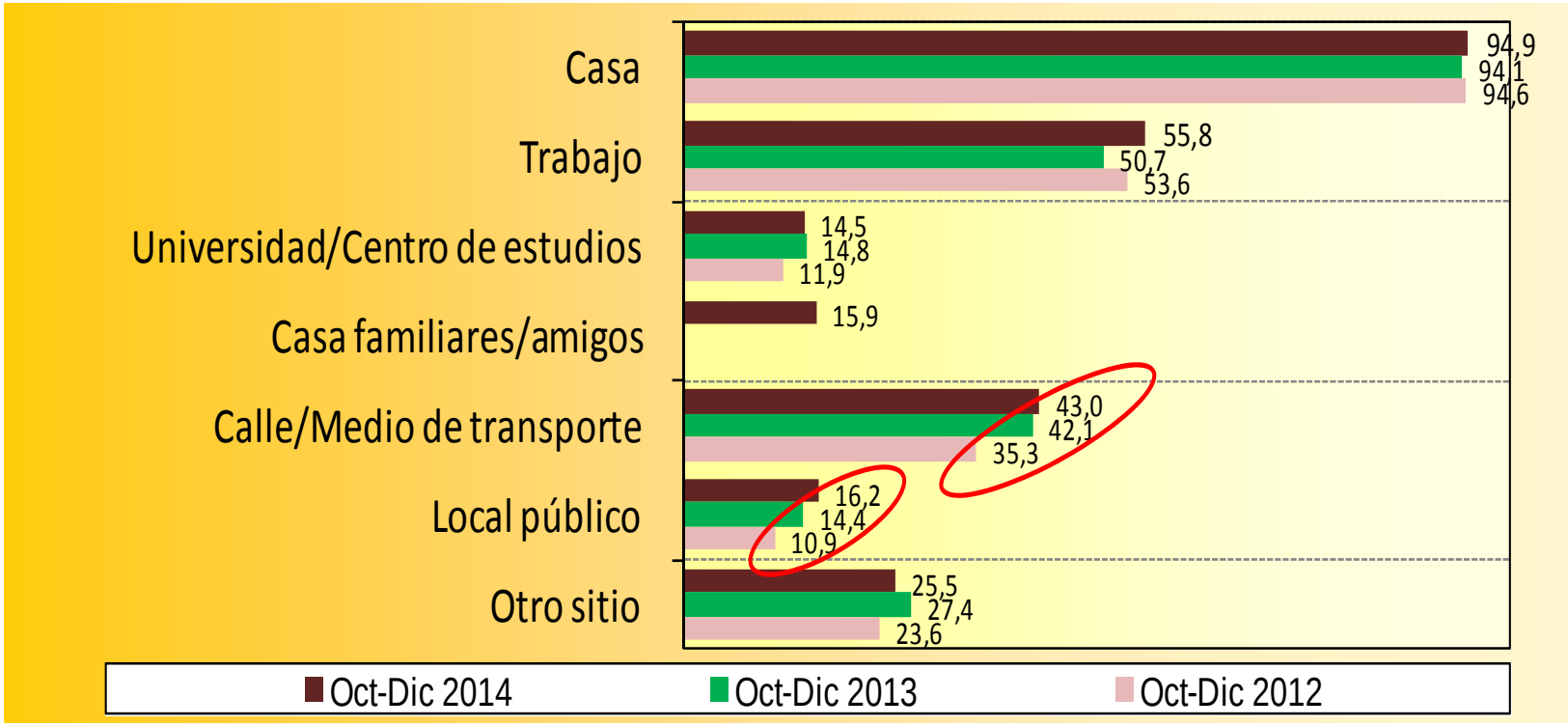
(Base: accede Internet por teléfono móvil, 19.243 ent.)



- ✓ **Paulatino crecimiento del tiempo de uso de Internet desde el teléfono móvil: un tercio de los navegantes con este dispositivo se conectan a Internet más de una hora al día**

Hábitos del navegante de la Encuesta

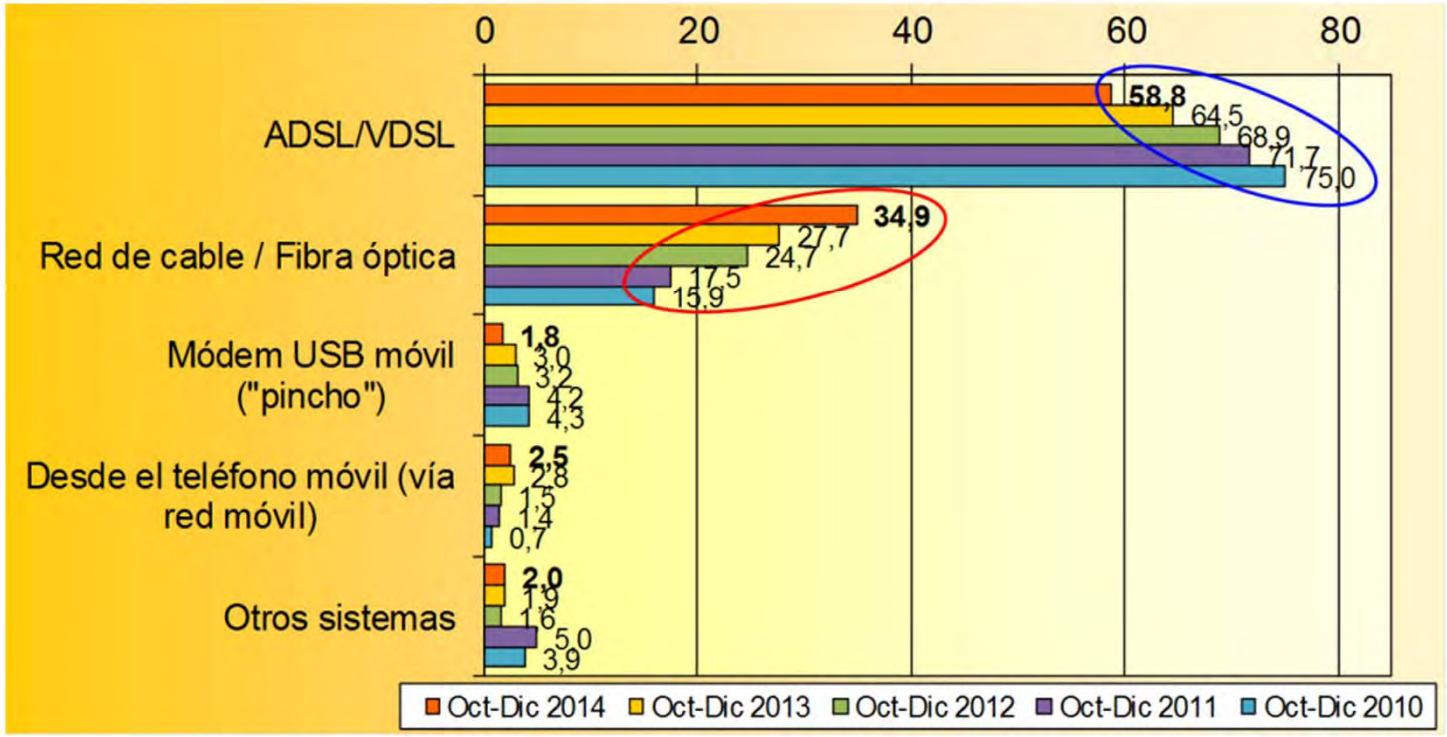
Accedió a Internet ayer desde…



- ✓ **Se ralentiza el crecimiento de la conexión a Internet desde lugares que implican movilidad**
  - ✓ **En la calle o medio de transporte: 43%**
  - ✓ **En locales públicos: 16%**

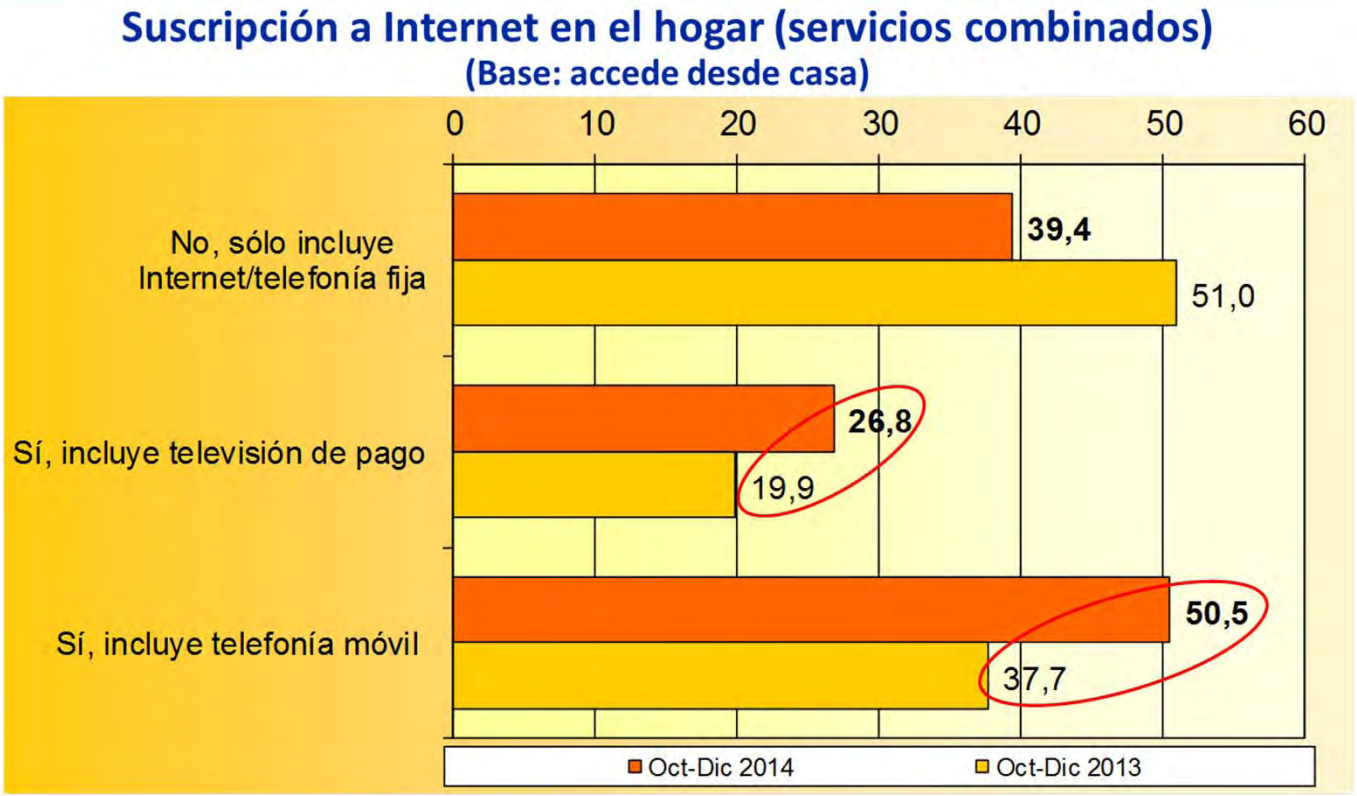
Hábitos del navegante de la Encuesta

Tipo de acceso a Internet desde casa
(Base: Accede a Internet desde casa)



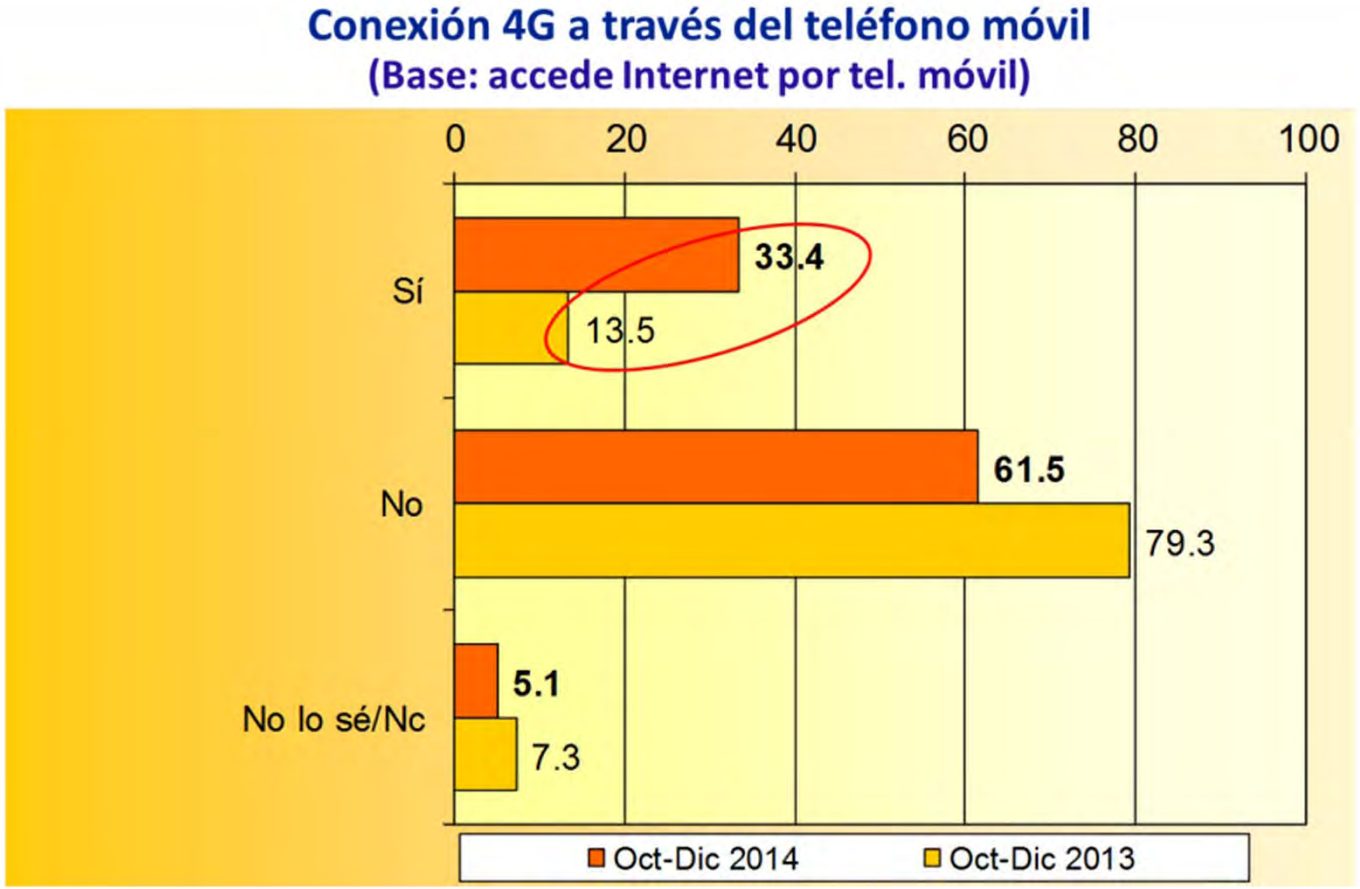
- ✓ **Continua el descenso del ADSL (59%) en favor del cable/fibra óptica (35%)**

Hábitos del navegante de la Encuesta



- ✓ **La suscripción combinada con la telefonía móvil (50,5%) sigue creciendo con fuerza y pasa a ser el servicio más extendido entre los navegantes**
- ✓ **El servicio que incluye la TV de pago experimenta un fuerte crecimiento –debido a la TV por ADSL/Fibra- y supera ya el 25%**

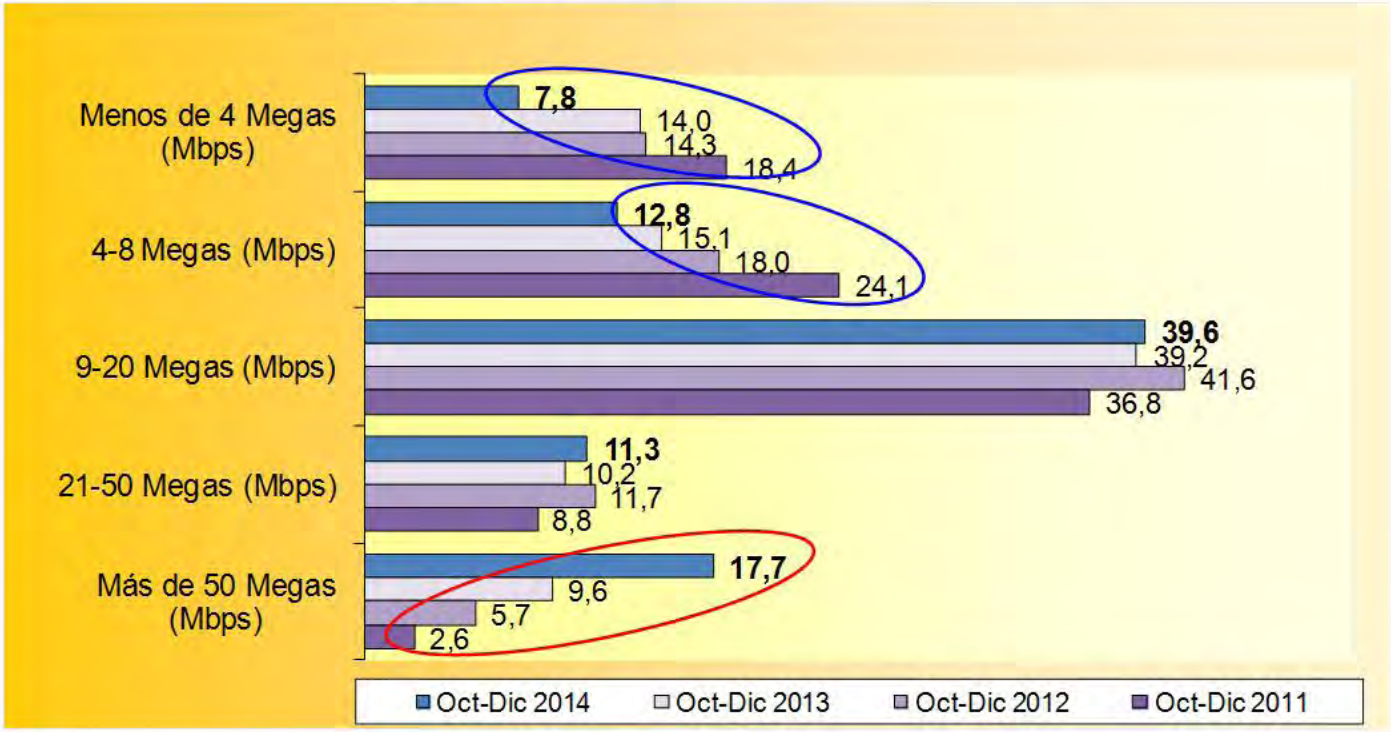
Hábitos del navegante de la Encuesta



- ✓ **La conexión 4G en el teléfono móvil alcanza ya a un tercio de los navegantes**

Hábitos del navegante de la Encuesta

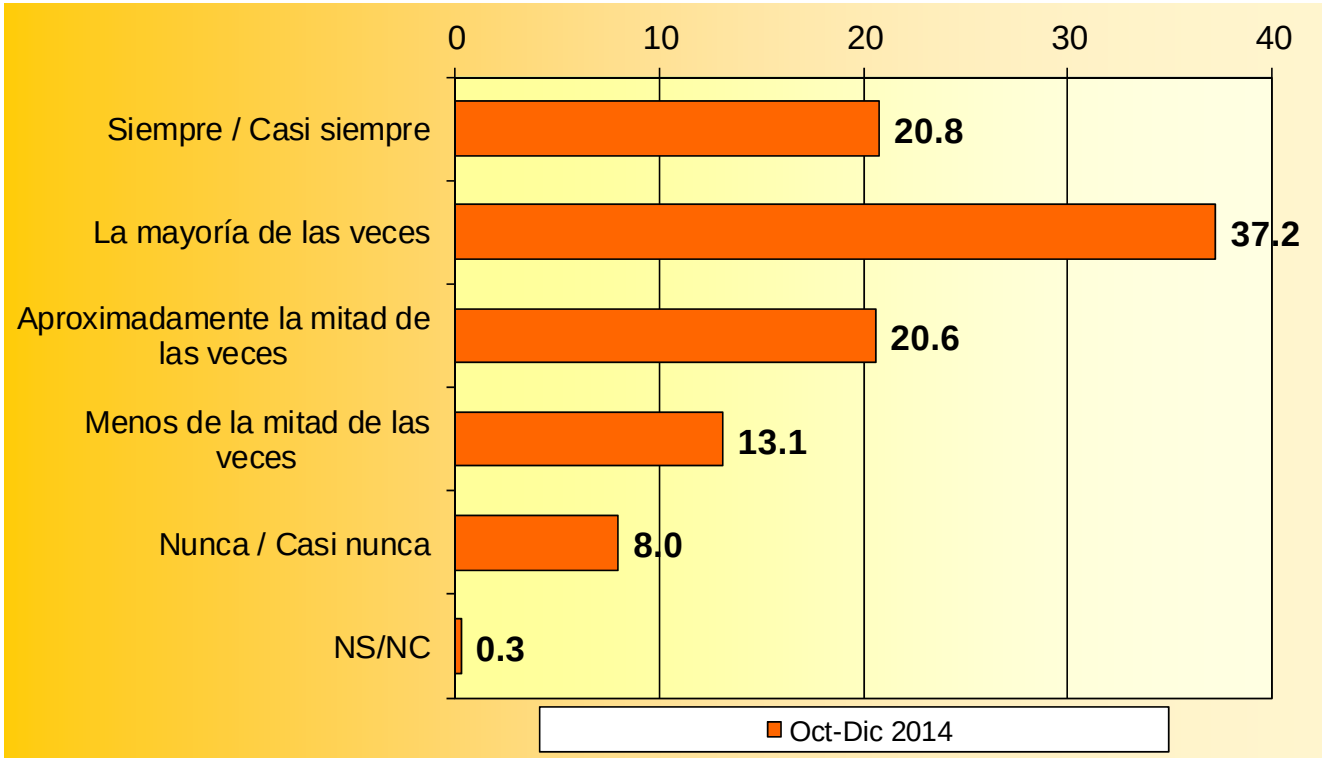
Velocidad de acceso a Internet contratada
(Base: Accede a Internet desde casa)



- ✓ **Mejora la velocidad de conexión: alrededor del 18% accede desde casa con una velocidad superior a 50 megas**

Hábitos del navegante de la Encuesta

Acceso a Internet por el móvil mediante aplicaciones
(Base: accede Internet por tel. móvil)



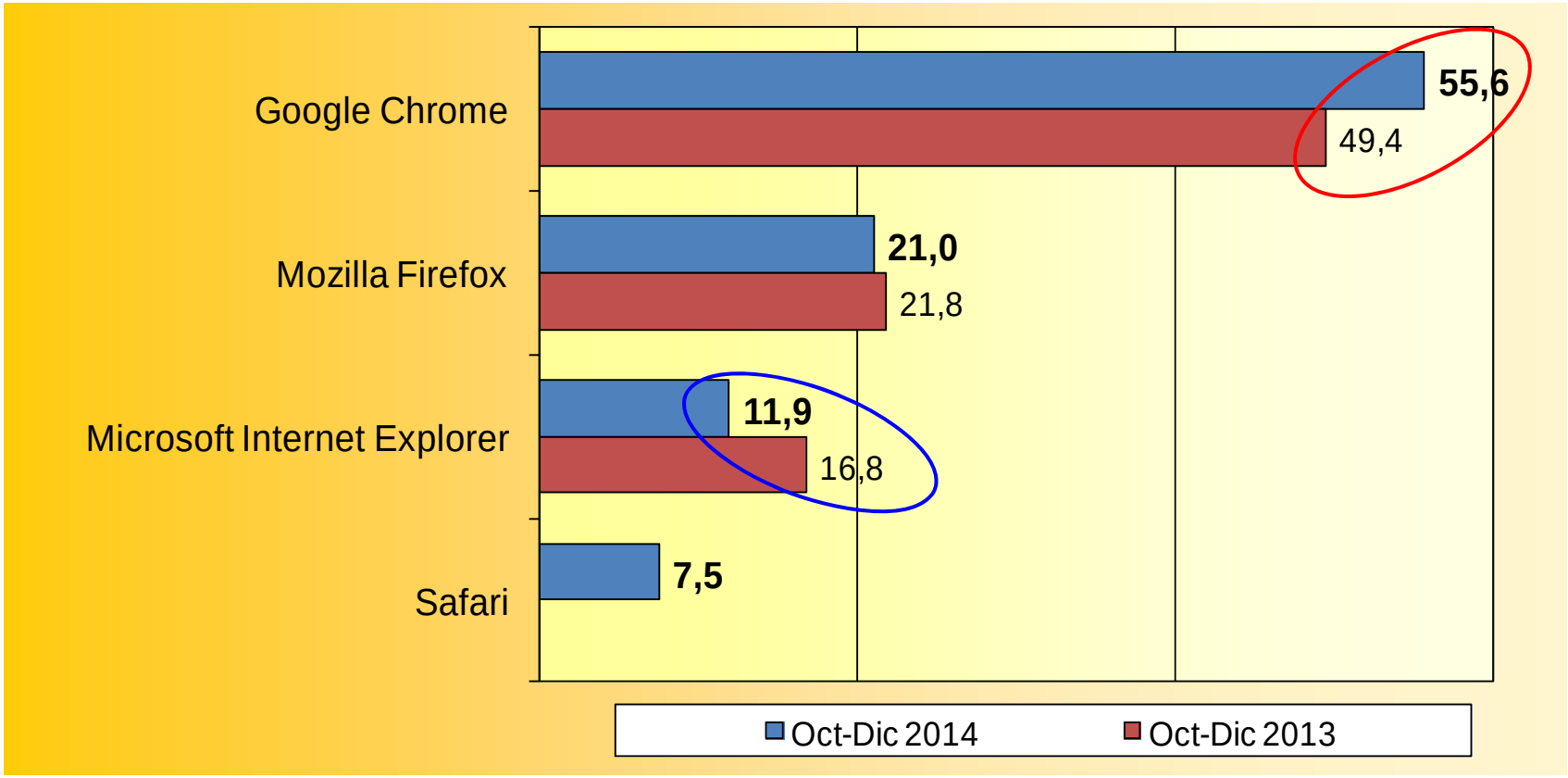
- ✓ **Para casi el 60% de los navegantes el acceso a Internet con el móvil se realiza en la mayoría de las ocasiones mediante aplicaciones**

NAVEGANTES EN LA RED

SOFTWARE DEL NAVEGANTE DE LA ENCUESTA

Software del navegante de la Encuesta

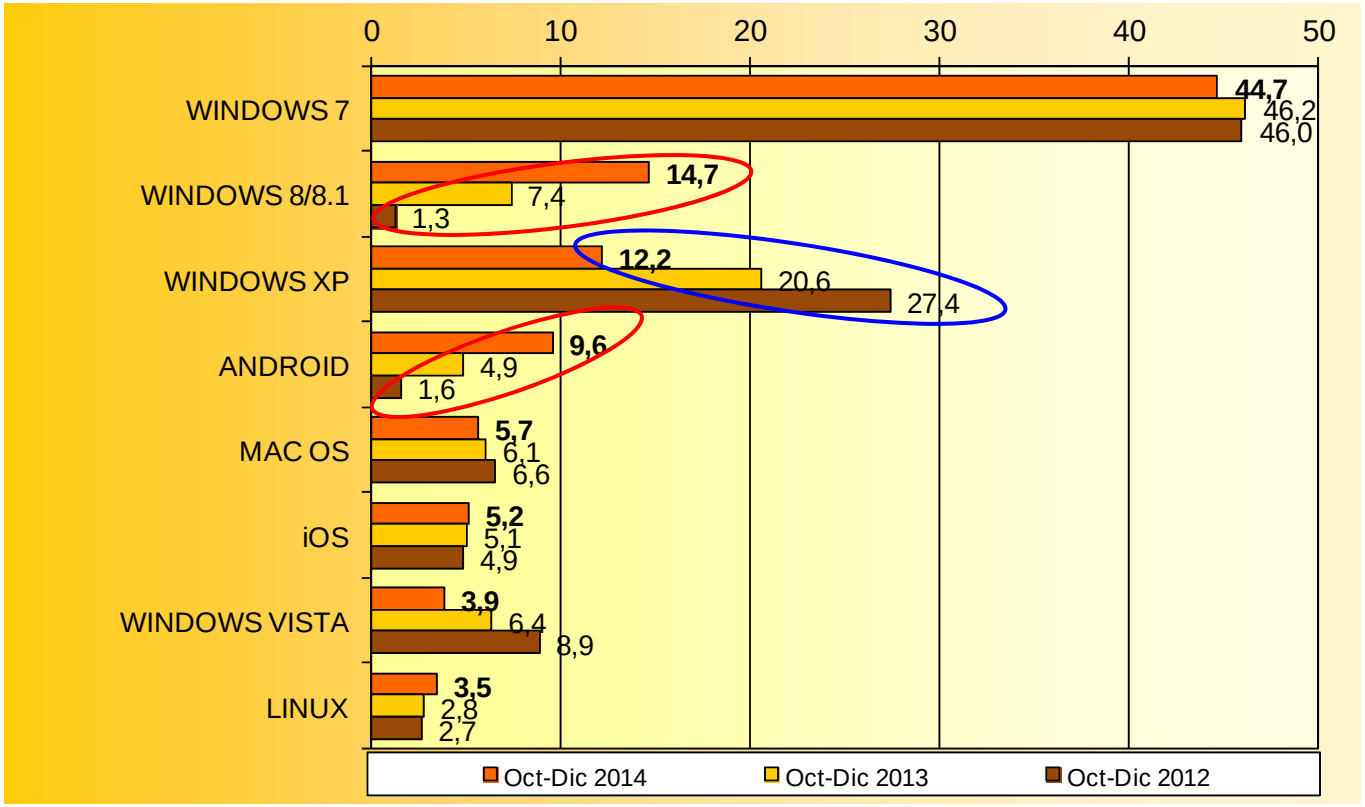
Navegador usado en la encuesta



- ✓ **Google Chrome consolida su liderazgo y es usado ya por más de la mitad de los navegantes**

Software del navegante de la Encuesta

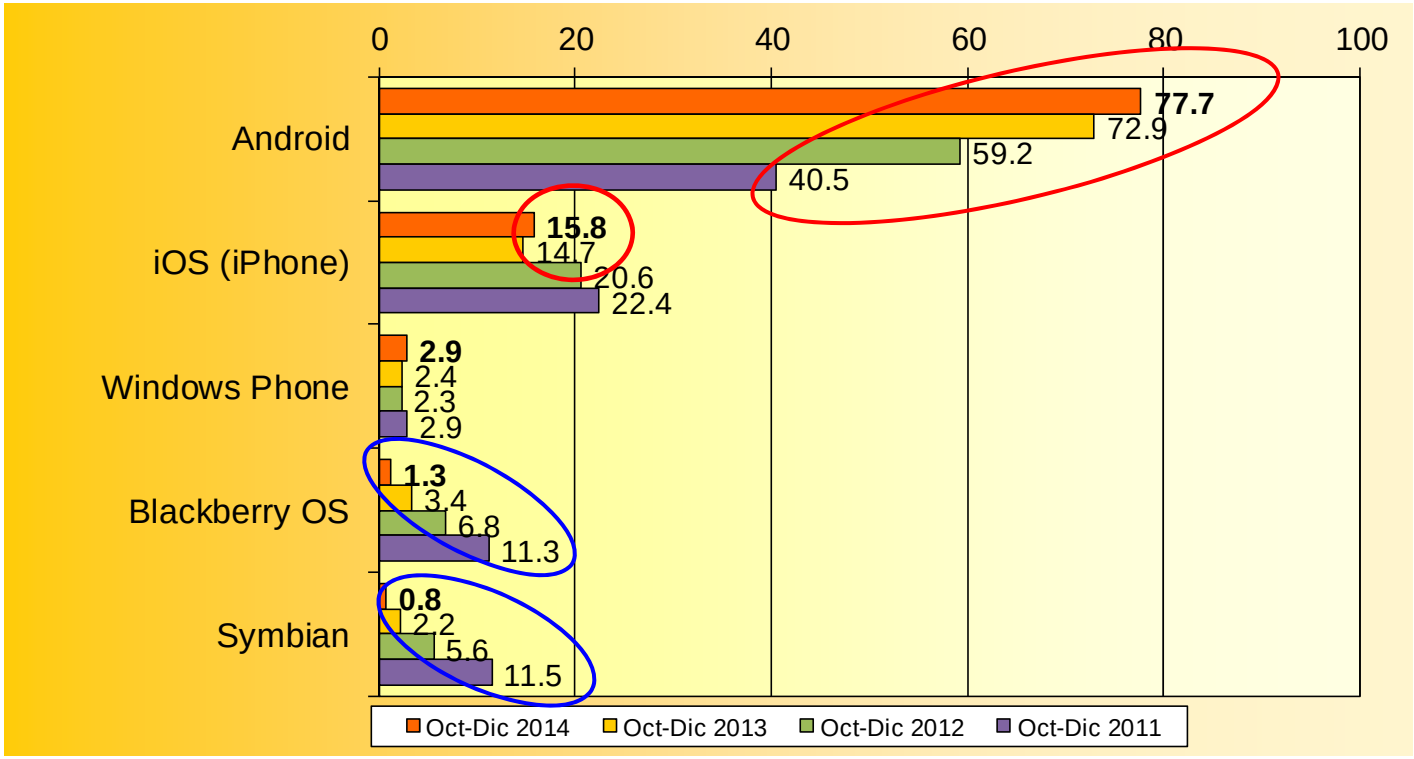
Sistema operativo dispositivo encuesta



- ✓ **Windows 7 (45%) se mantiene como el sistema operativo más utilizado.**
- ✓ **Windows 8/8.1 y Android duplican sus valores (15% y 10% respectivamente)**

Software del navegante de la Encuesta

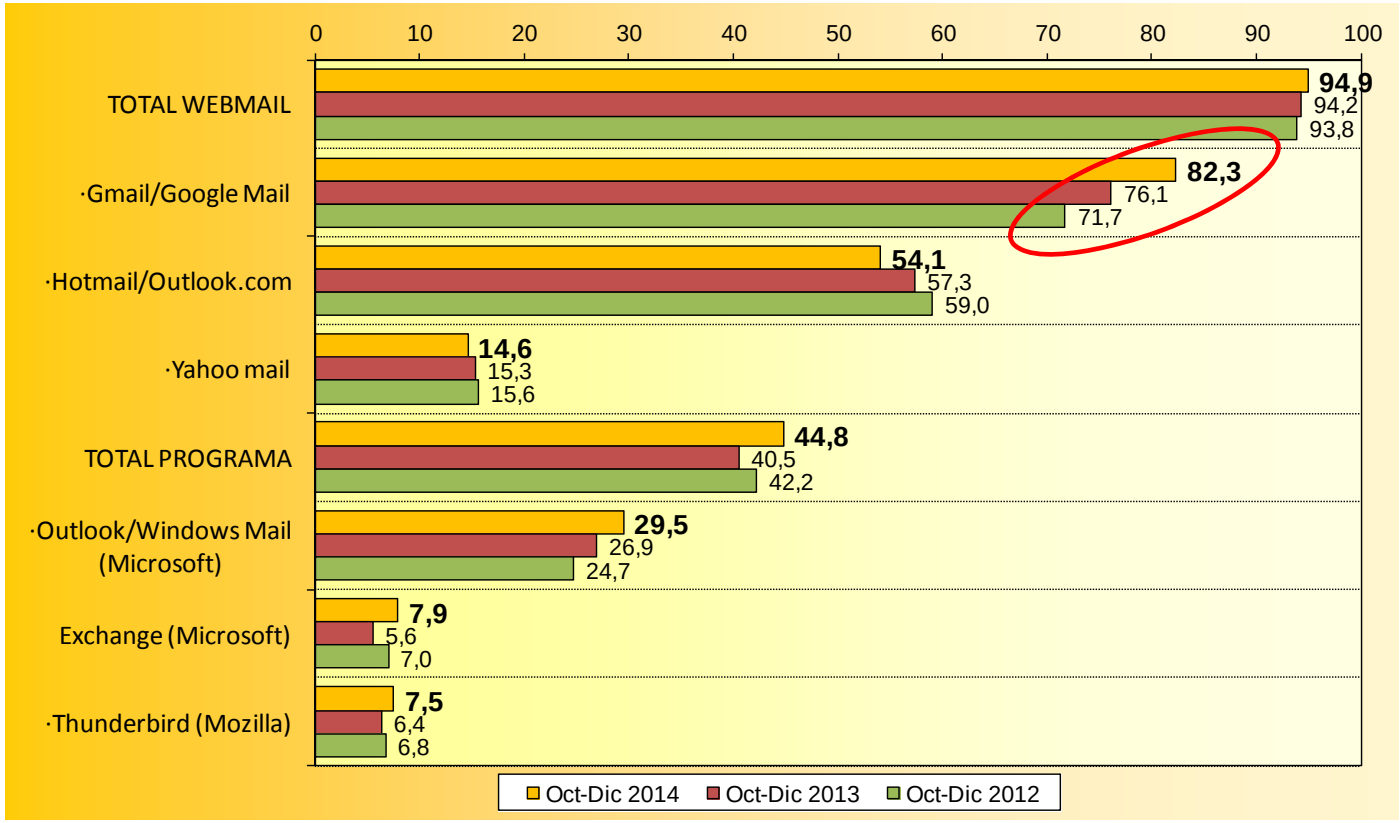
Sistema operativo del móvil para el acceso a Internet
(Base: accede a Internet por teléfono móvil)



- ✓ **En móviles el líder indiscutible es Android (78%)**
- ✓ **iOS frena la caída de los últimos años (16%)**

Software del navegante de la Encuesta

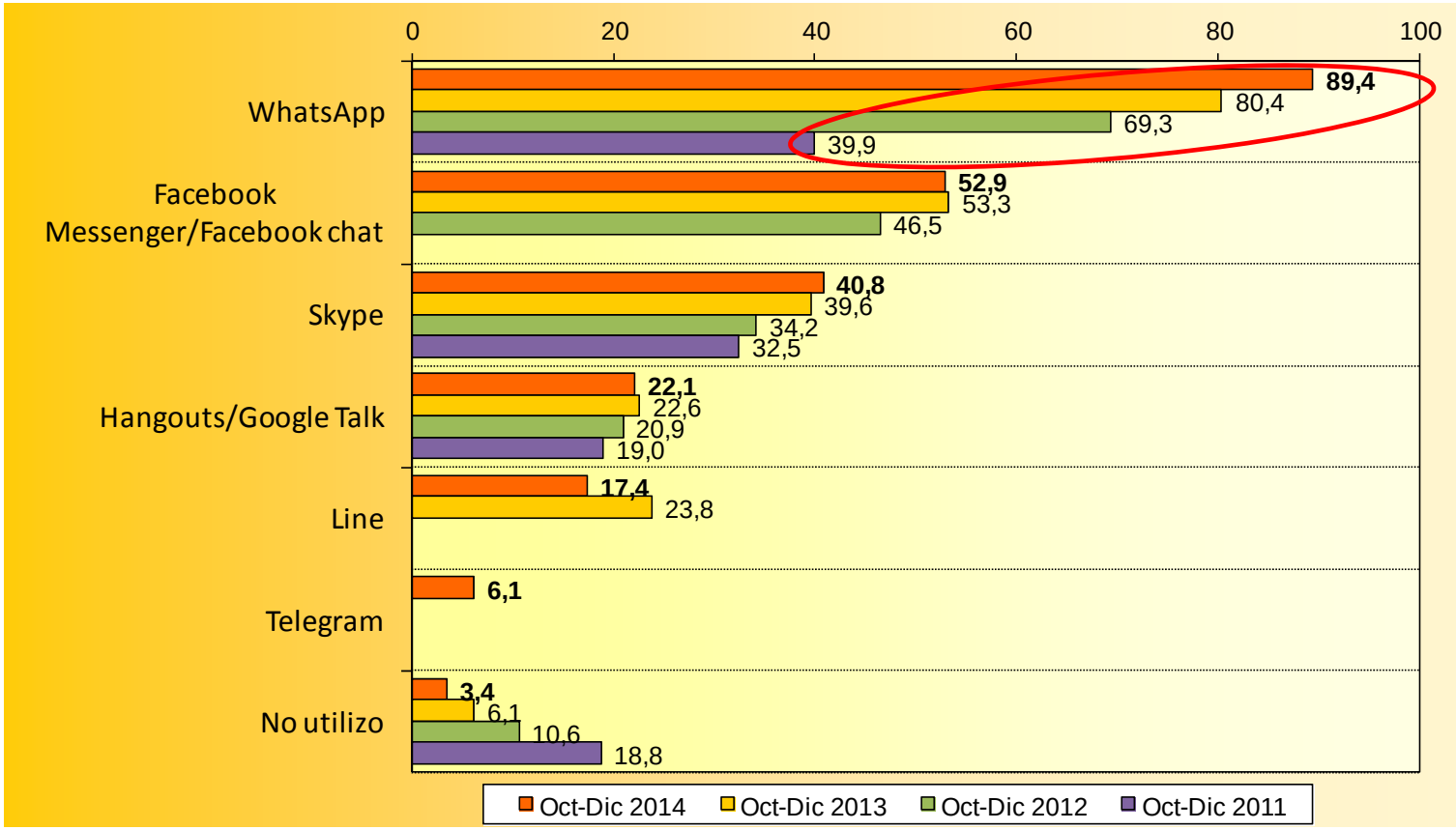
Cliente de correo electrónico utilizado habitualmente



- ✓ **Gmail/Google Mail sigue en ascenso (82%), incrementa su ventaja sobre Hotmail/Outlook.com (54%) y consolida su liderazgo entre los correos electrónicos**

Software del navegante de la Encuesta

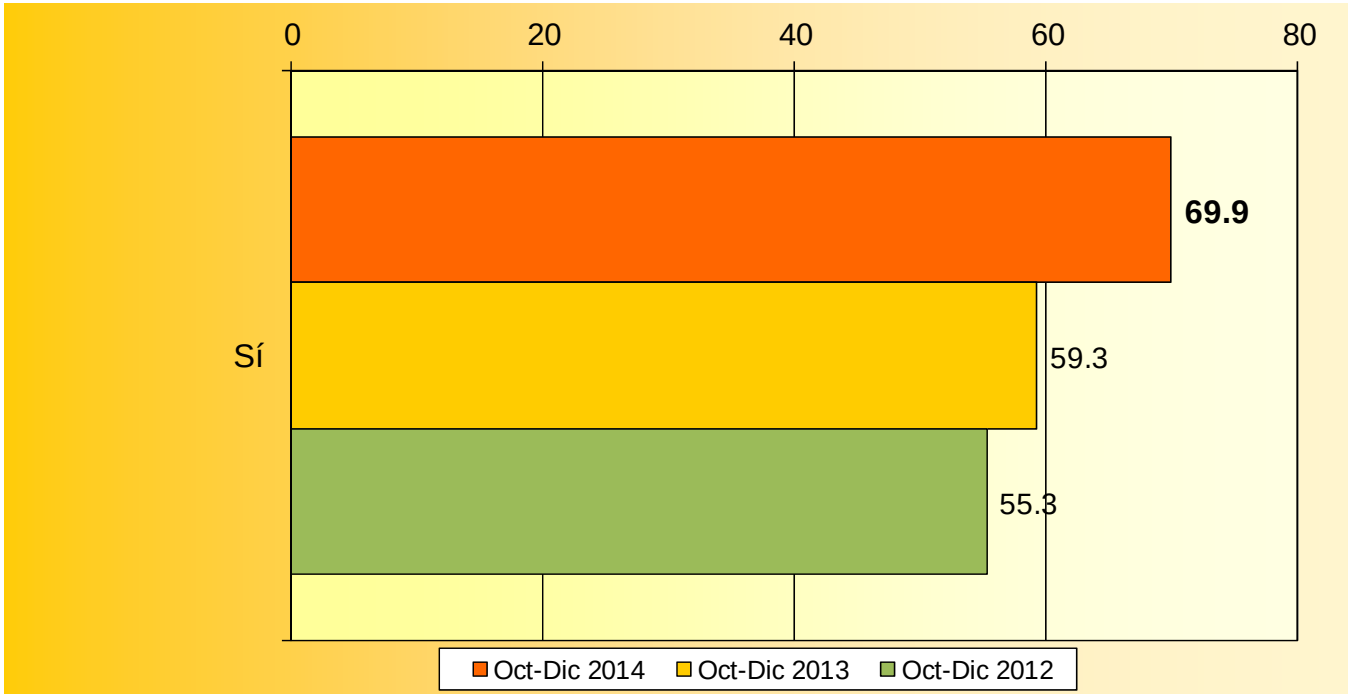
Servicios de mensajería instantánea



✓ **Indiscutible liderazgo de WhatsApp en servicios de mensajería instantánea**

Software del navegante de la Encuesta

Uso de servicios de almacenamiento en la “nube” (Dropbox, iCloud, OneDrive, Google Drive,…)



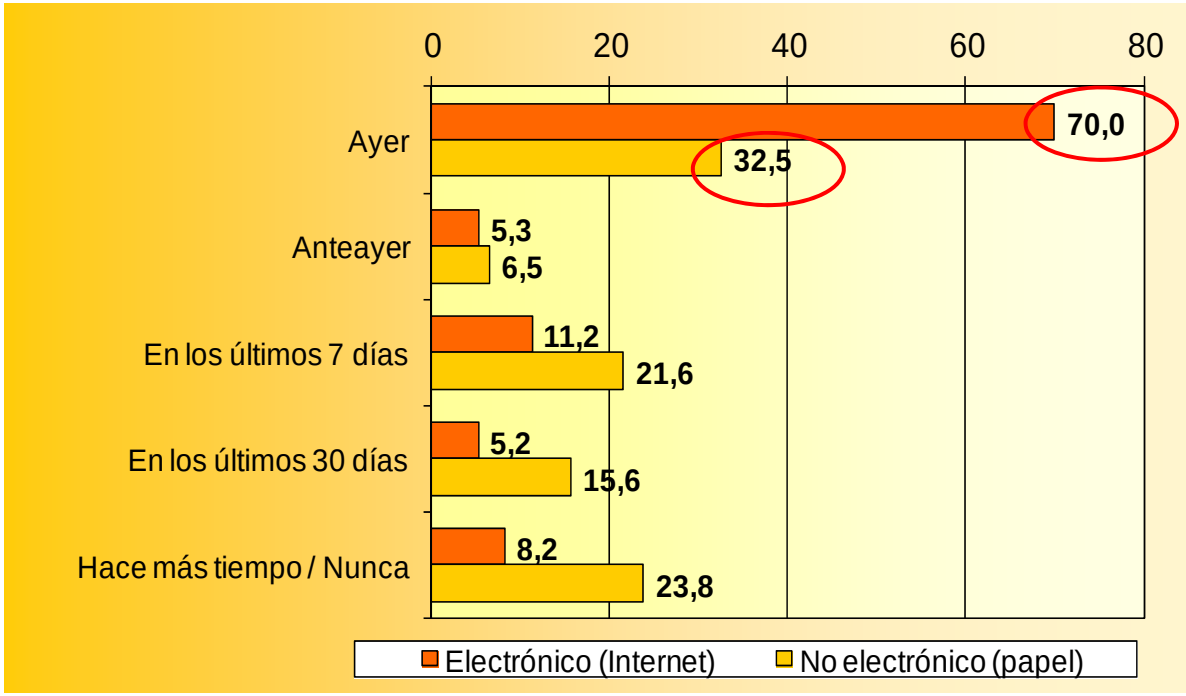
- ✓ **Uso muy extendido de servicios de almacenamiento de archivos “en la nube” entre los navegantes (70%)**

NAVEGANTES EN LA RED

EL CONSUMO DE MEDIOS EN INTERNET

El consumo de medios en Internet: la prensa

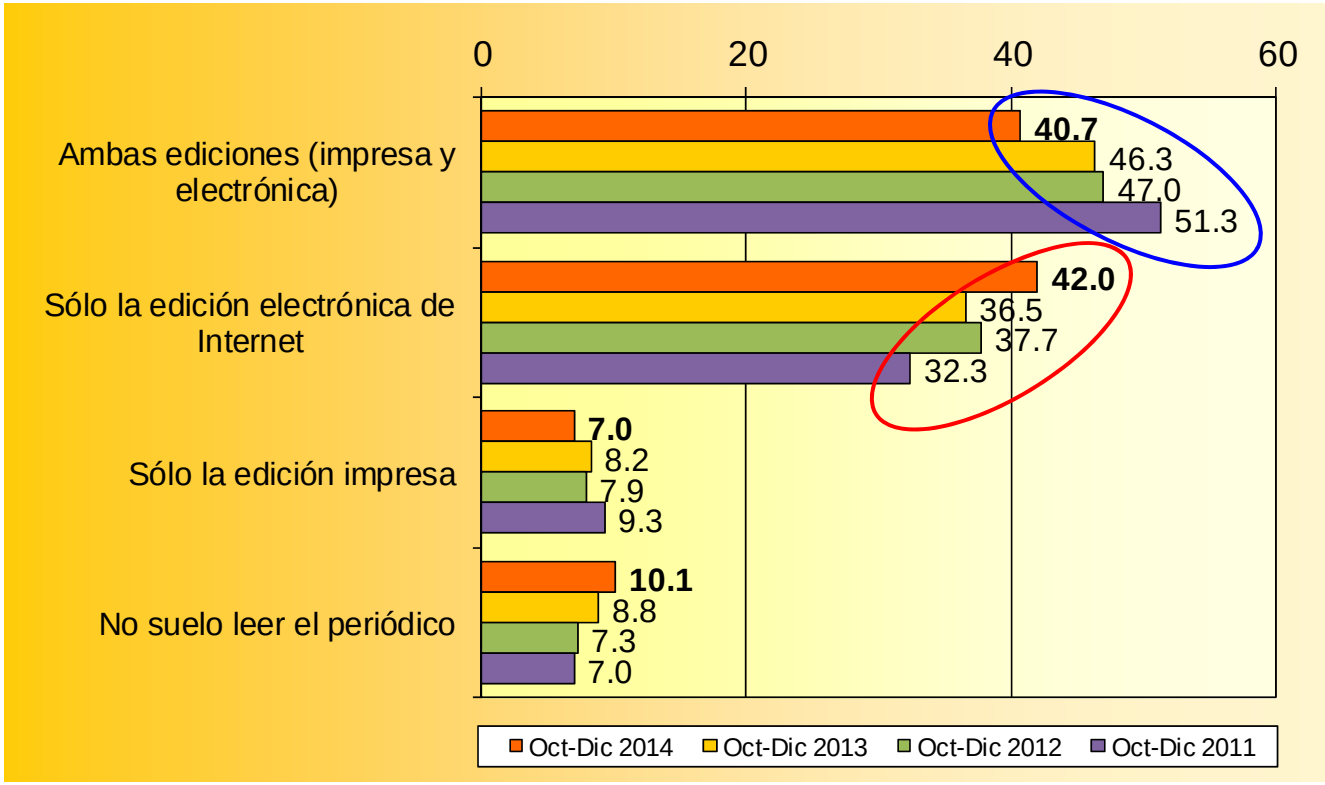
Lectura de diarios en papel y electrónicos



- ✓ **Alrededor de tres cuartas partes hacen una lectura cotidiana de la prensa electrónica**
- ✓ **Sigue en descenso la lectura diaria en papel, que se sitúa en el 32,5%**

El consumo de medios en Internet: la prensa

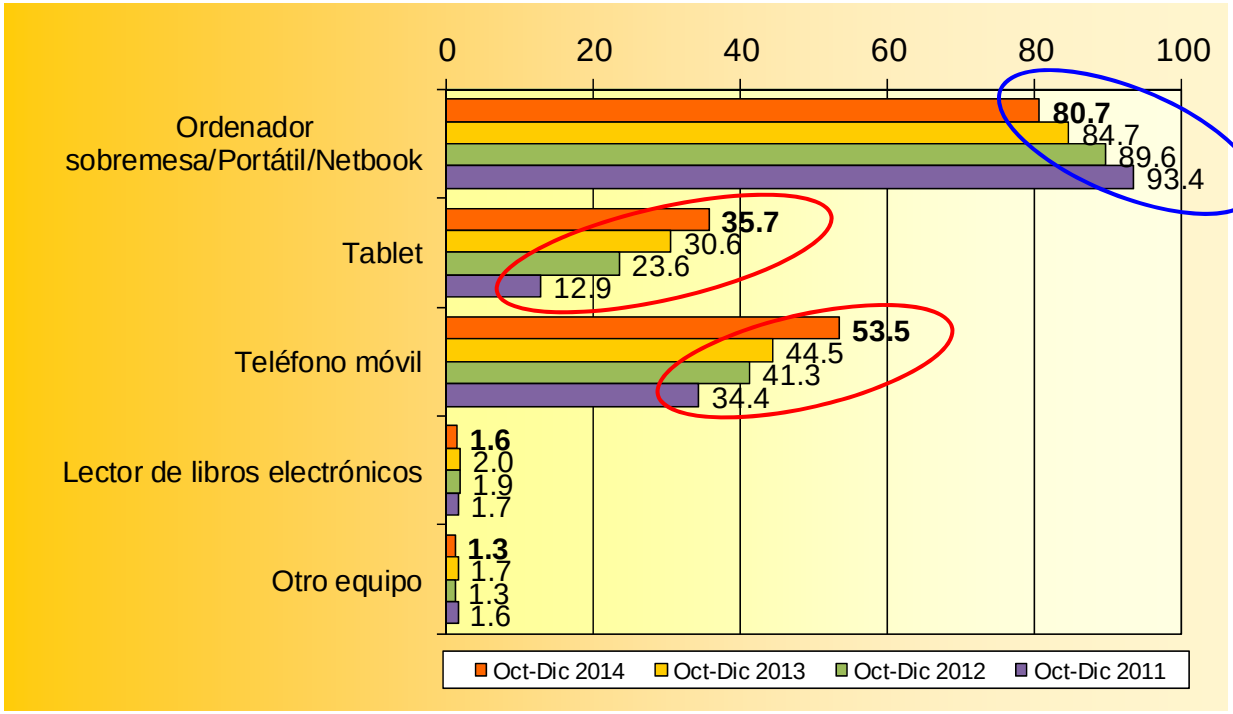
Forma habitual de lectura del periódico



- ✓ **Por primera vez la lectura exclusiva de la edición electrónica supera entre los navegantes a la lectura combinada de ambas ediciones, electrónica y en papel**

El consumo de medios en Internet: la prensa

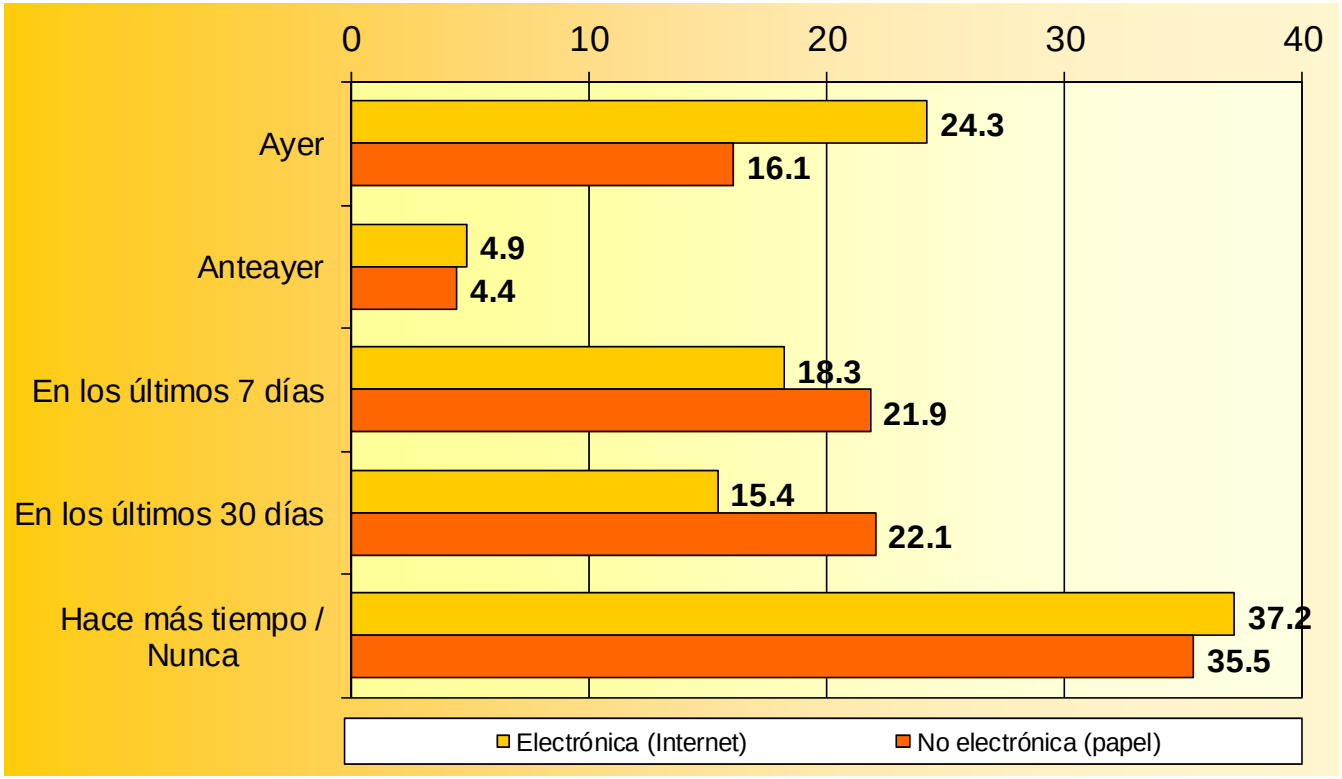
Dispositivos de lectura de periódicos/diarios electrónicos
(Base: leyó en Internet últimos 30 días)



- ✓ **Incrementos relevantes en el nivel de lectura desde el móvil (53,5%, +9 puntos) y desde el tablet (36%, +6 puntos)**

El consumo de medios en Internet: las revistas

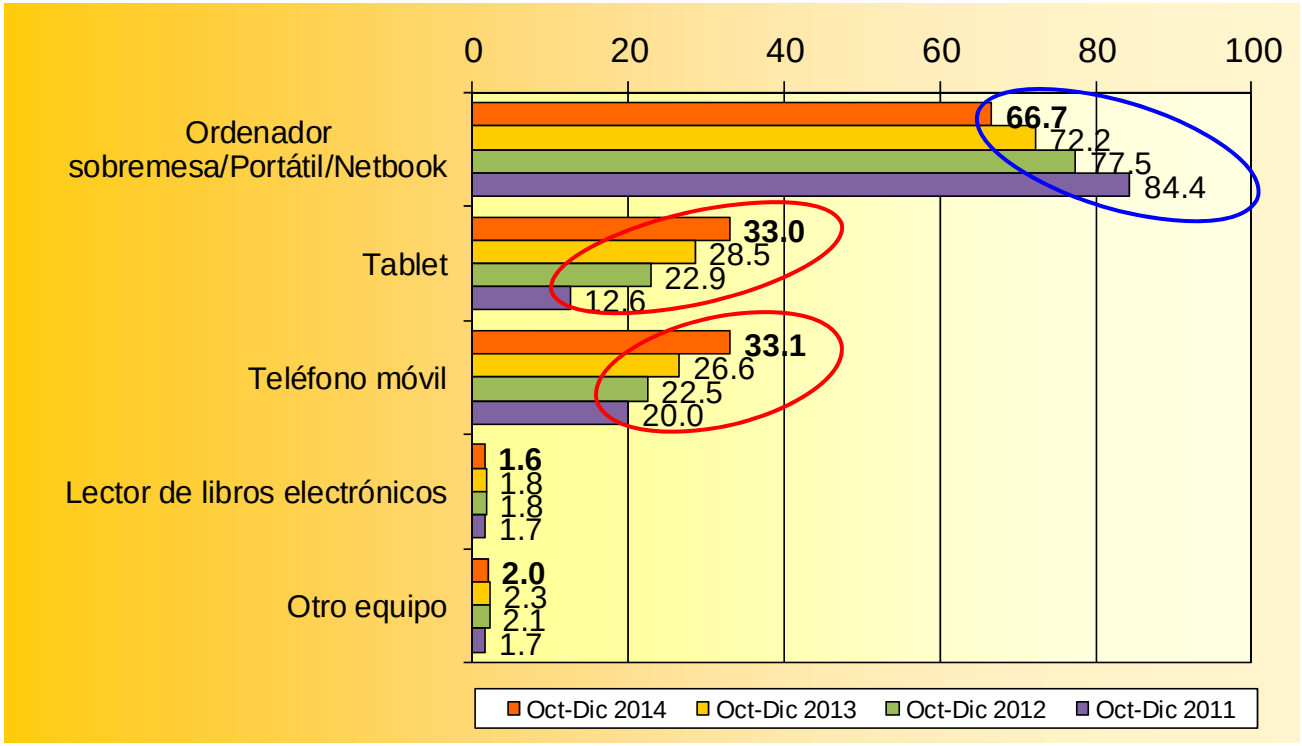
Lectura de revistas en papel y electrónicas



- ✓ **Lectura más de carácter semanal y mensual en papel, y más cotidiana en formato electrónico.**

El consumo de medios en Internet: las revistas

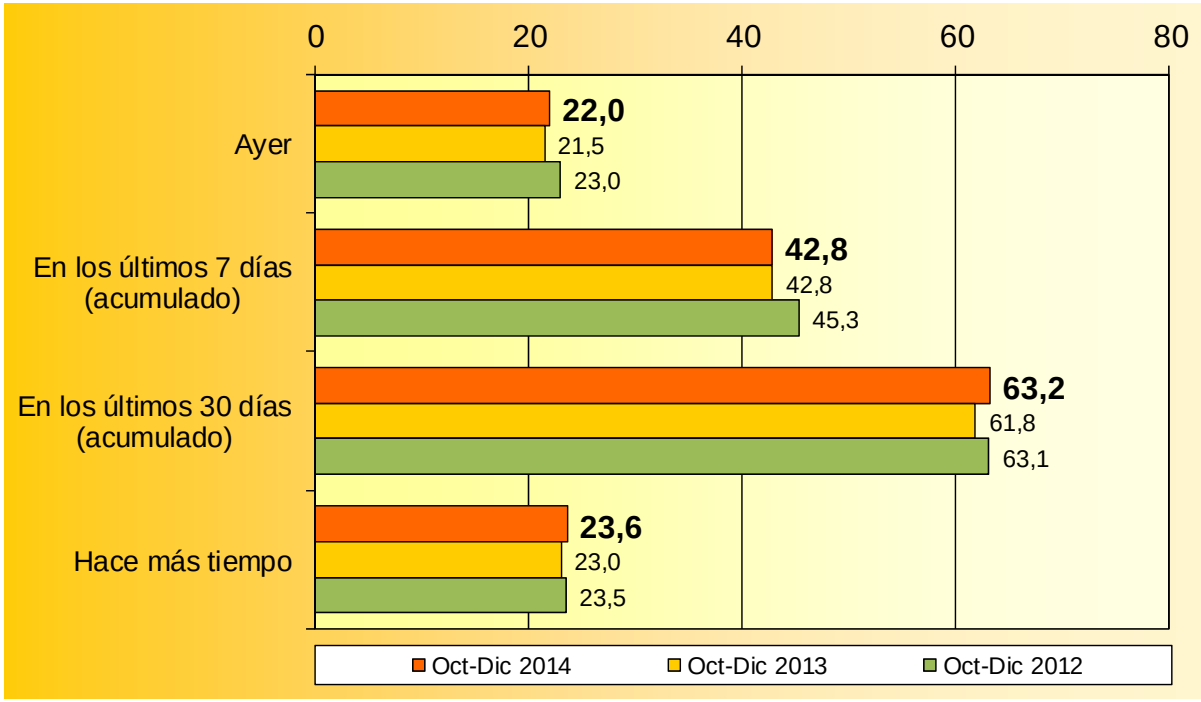
Dispositivos de lectura de revistas electrónicas
(Base: leyó en Internet últimos 30 días)



- ✓ **Sigue en aumento la lectura de revistas a través de dispositivos móviles en detrimento del PC (de sobremesa o portátil)**

El consumo de medios en Internet: la radio

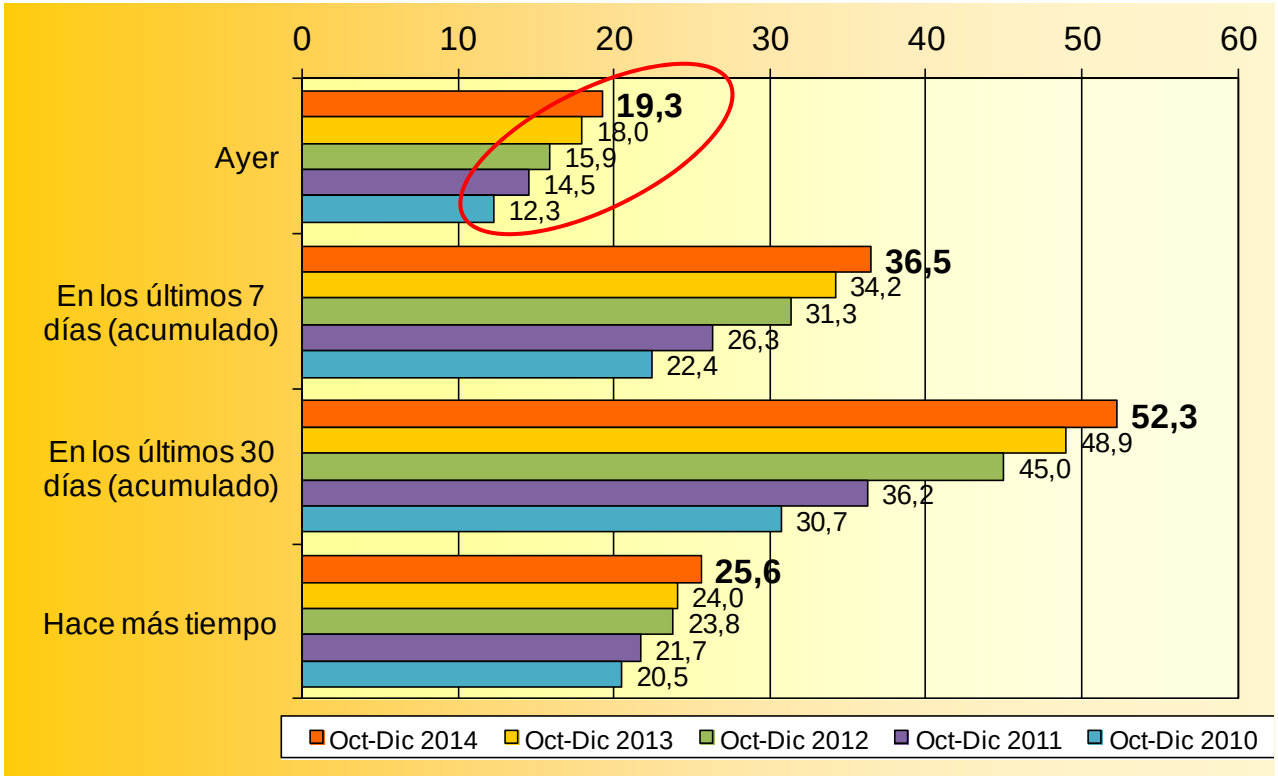
Escucha de radio por Internet



- ✓ **Se mantiene en valores similares la frecuencia de escucha de la radio por Internet (alrededor del 43% en la última semana)**
- ✓ **El 22% de los encuestados hace un uso diario de este medio en Internet**

El consumo de medios en Internet: la radio

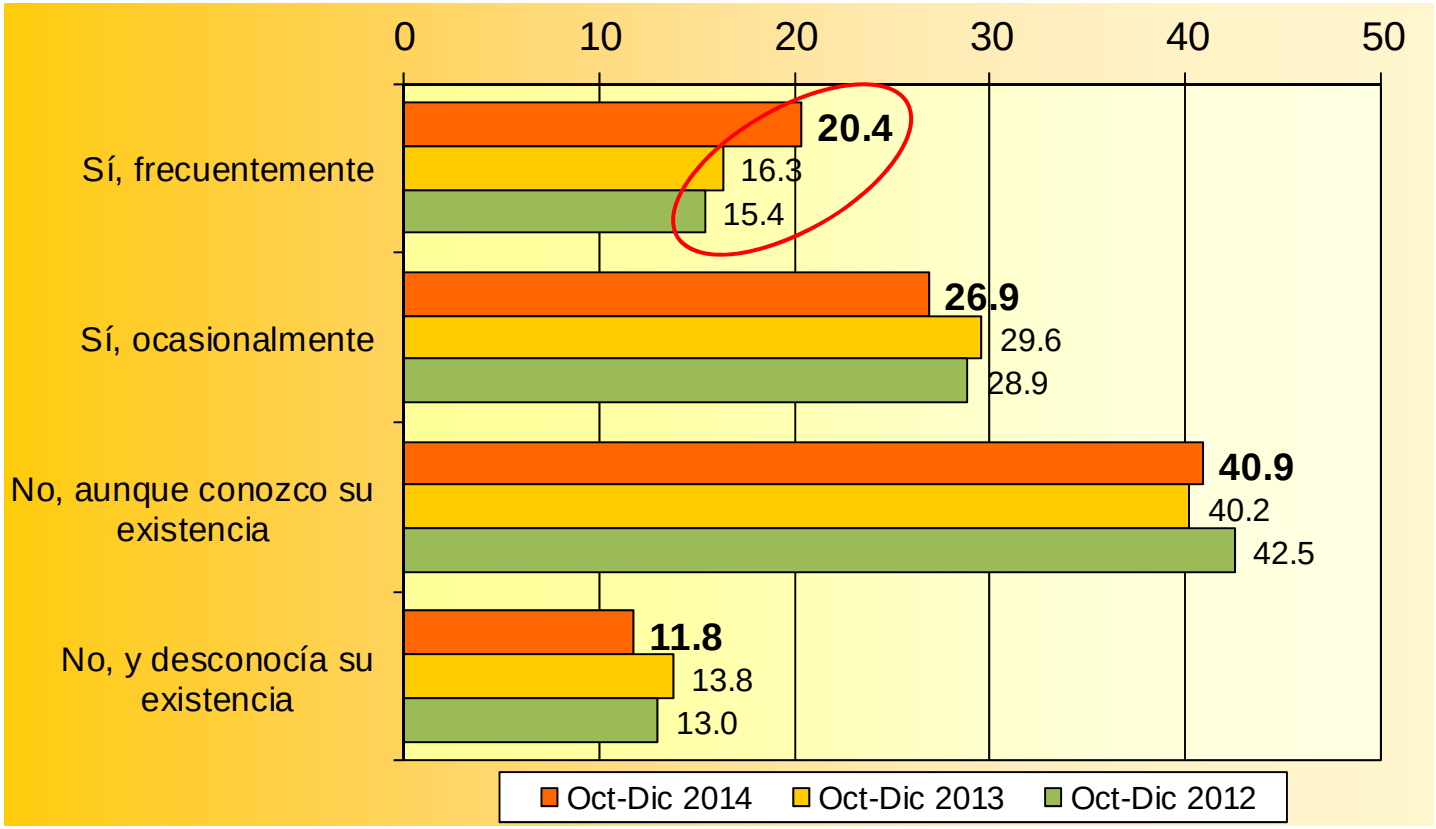
Última vez que ha escuchado la radio a través del teléfono móvil



- ✓ **Incremento paulatino de la escucha a través del teléfono móvil (36,5% en la última semana)**

El consumo de medios en Internet: radio

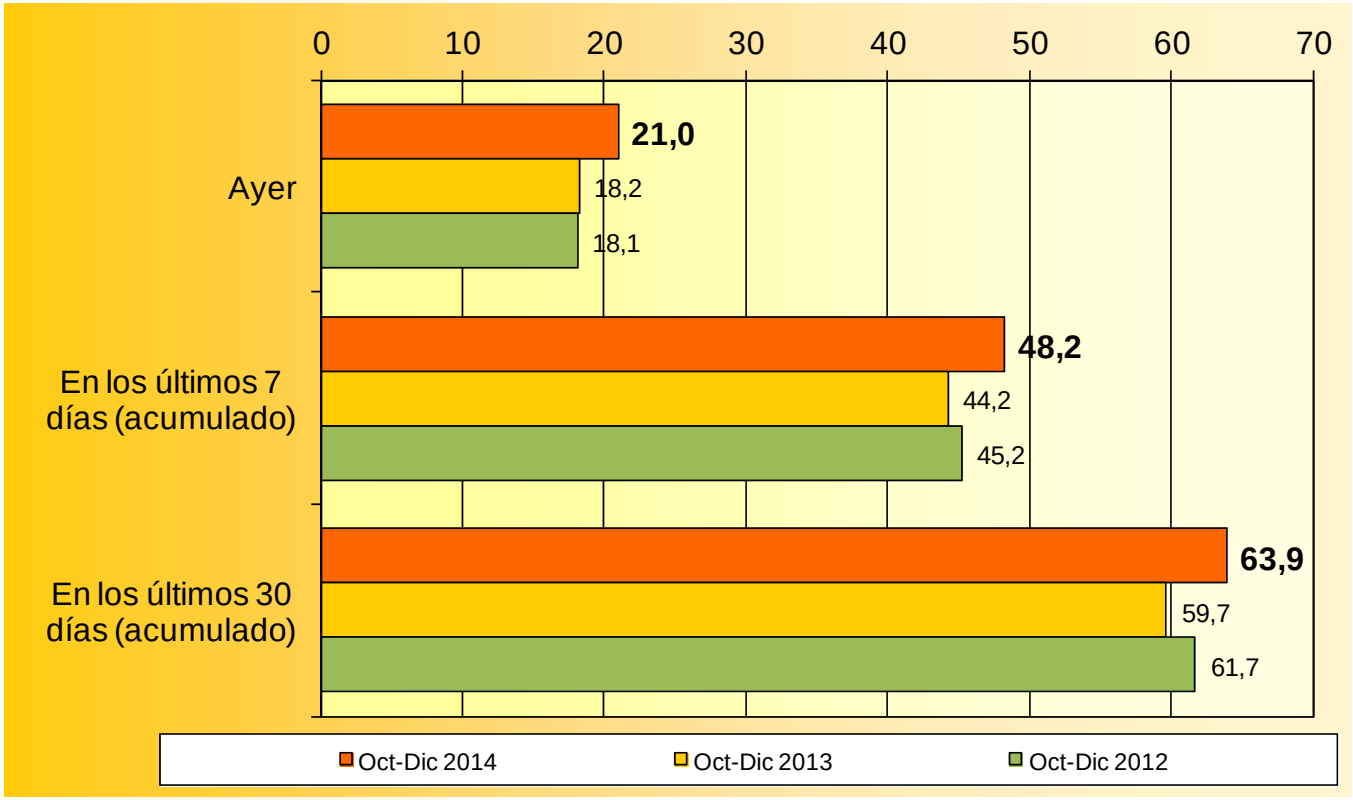
Uso de programas de radio a la carta (tipo Last.FM, Spotify,...)



✓ **El uso frecuente de programas de radio a la carta alcanza al 20% de los navegantes**

El consumo de medios en Internet: la televisión

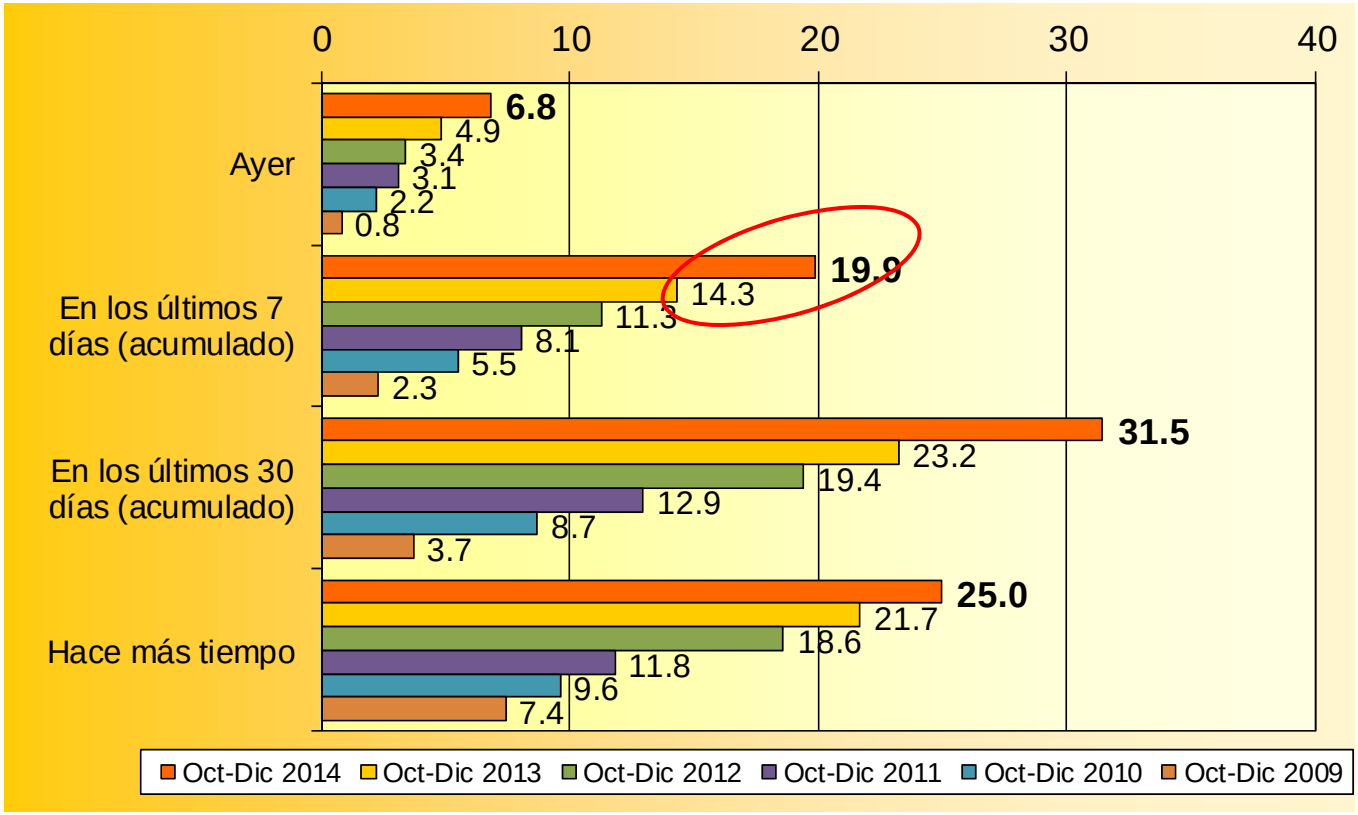
Visionado de televisión por Internet



✓ **El 48% de los navegantes ha visto TV por Internet en la última semana (21% ayer)**

El consumo de medios en Internet: televisión

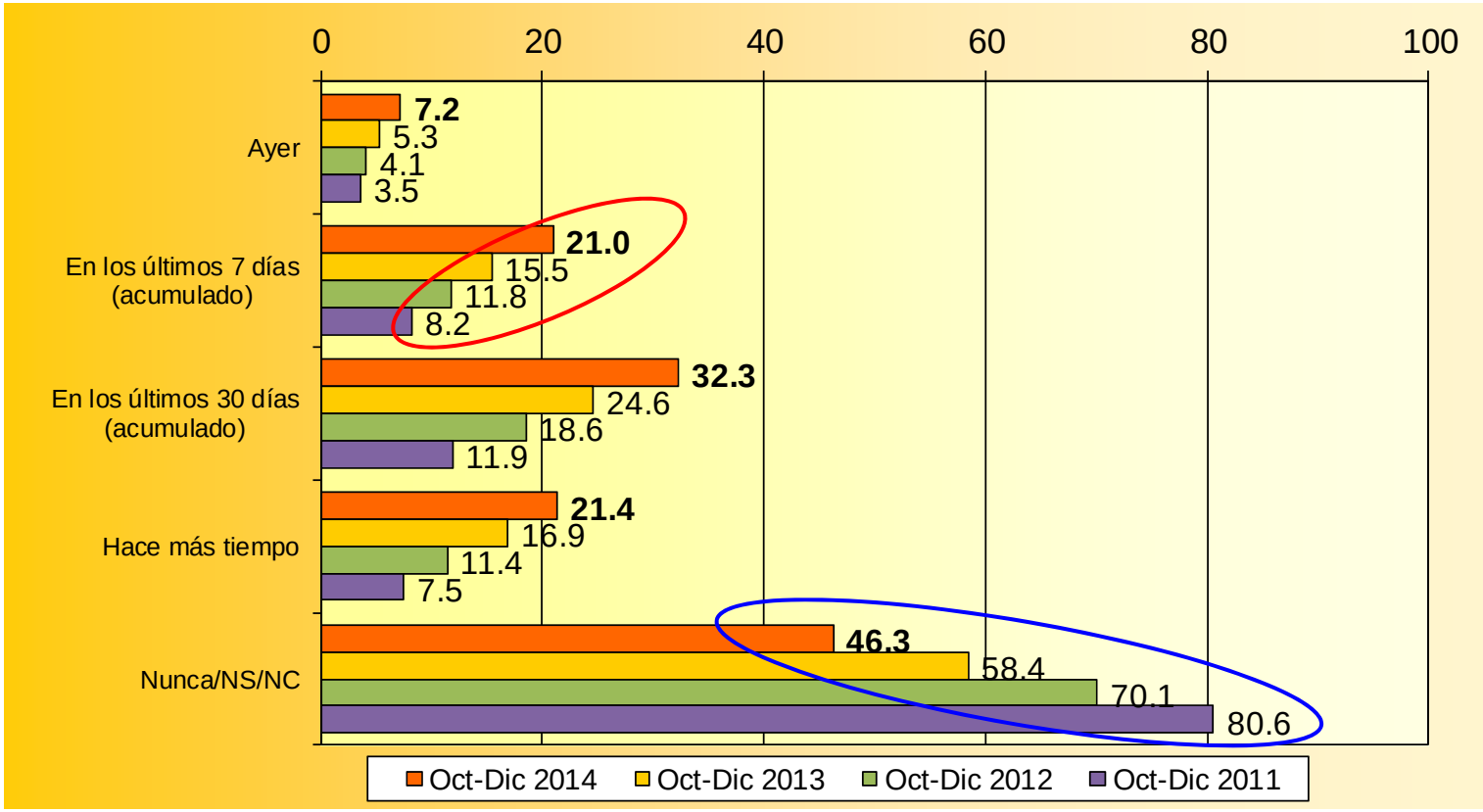
Último visionado de TV en el teléfono móvil



✓ **Crece casi 6 puntos el visionado de TV en la última semana desde el móvil**

El consumo de medios en Internet: televisión

Último visionado de TV en tablet

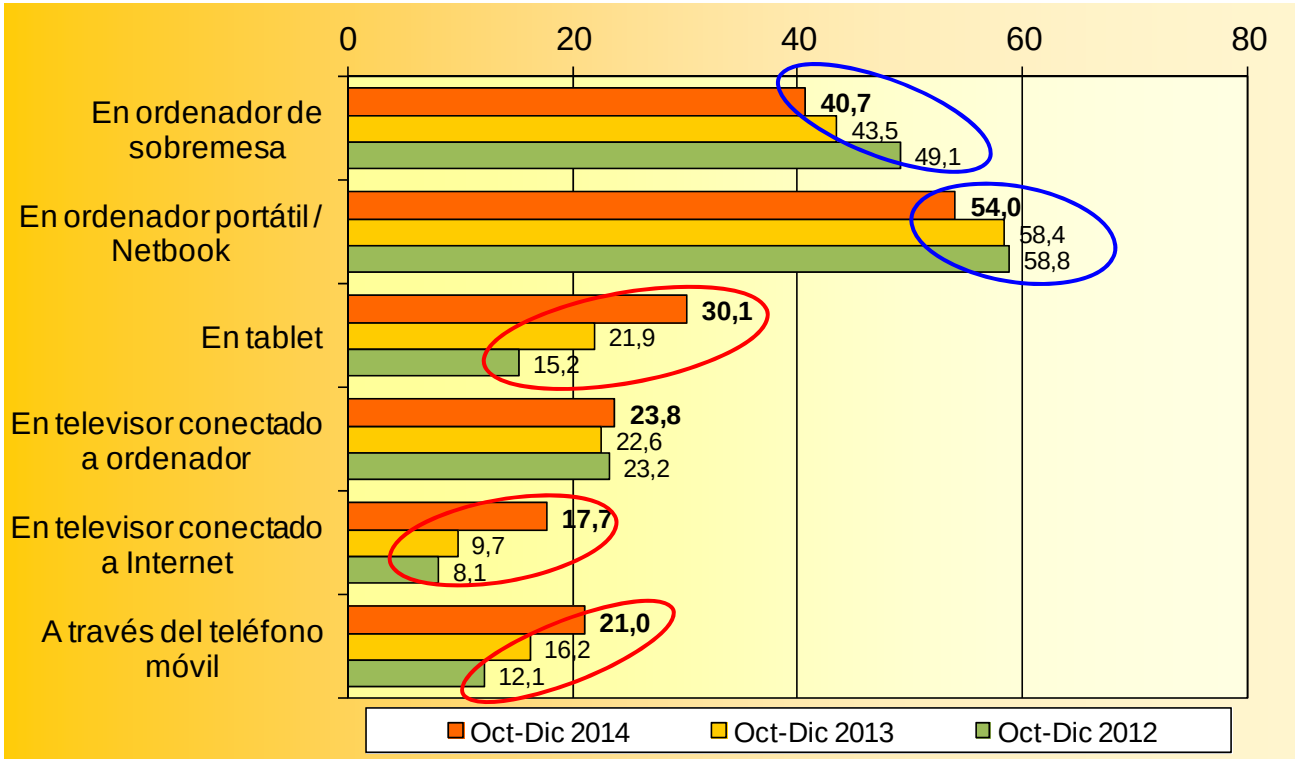


- ✓ **Similar crecimiento muestra el visionado de TV en la última semana desde el tablet (21%, +5,5 puntos)**

El consumo de medios en Internet

Visionado online de las películas/series (sin descargar)

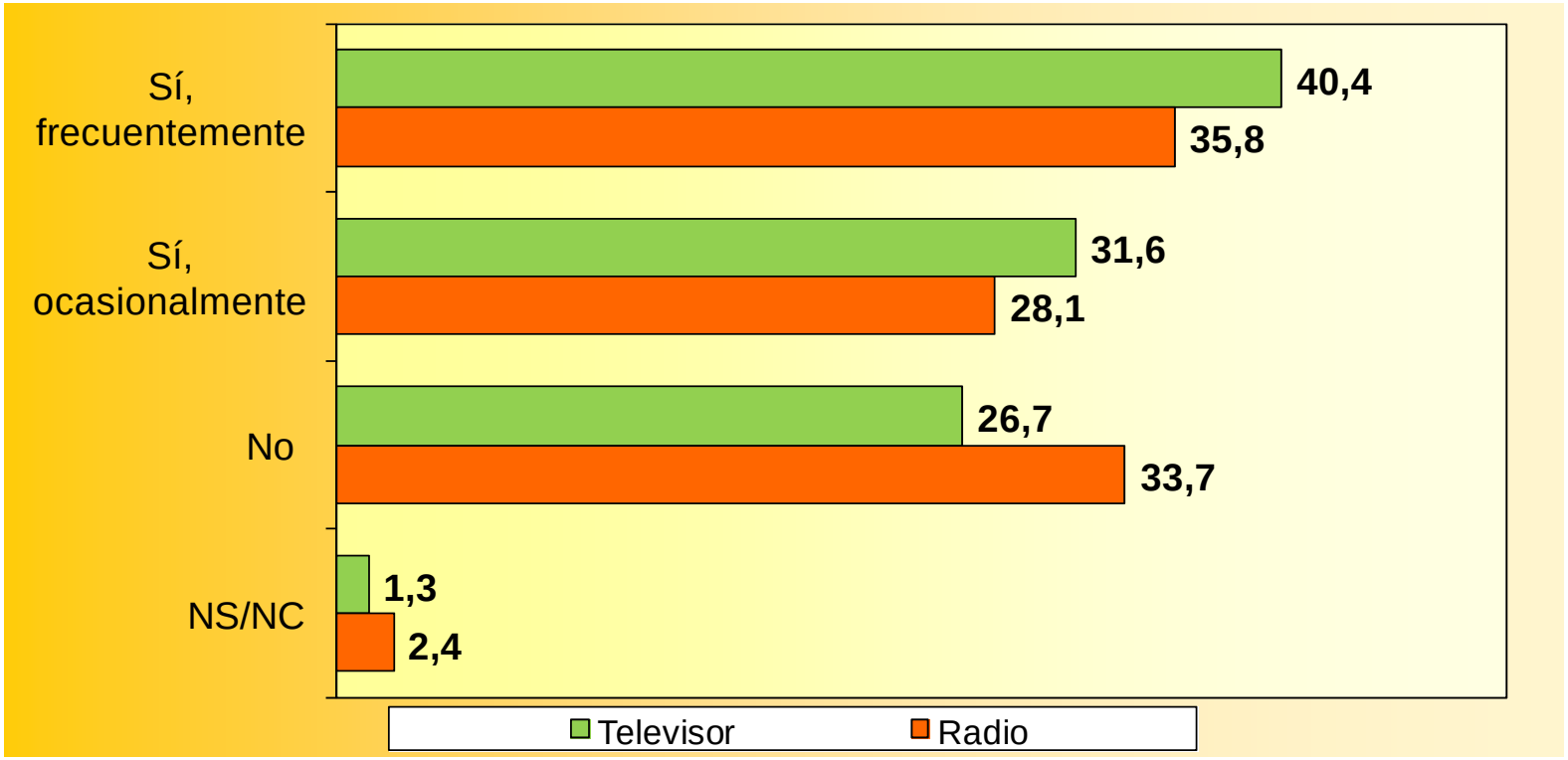
(Base: ha visto películas/series online últimos 30 días)



- ✓ **Incrementos notables en el visionado online por tablet (30%, +8 puntos), móvil (21%, +5) y TV conectado a Internet (18%, +10)**

El consumo de medios en Internet: la multitarea

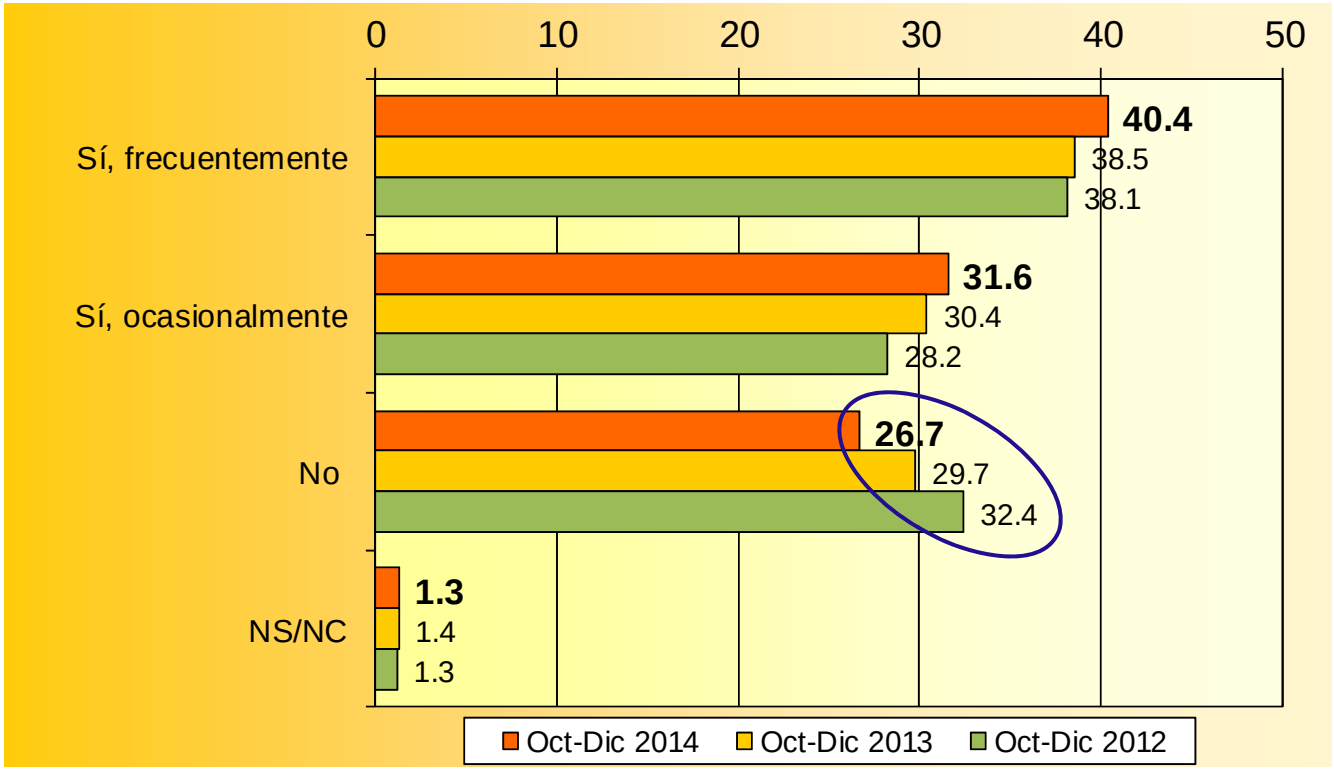
Uso de Internet mientras se escucha la radio o con el televisor encendido



- ✓ **Alrededor del 35% oye la radio y en torno al 40% tiene el televisor encendido frecuentemente mientras usa Internet**

El consumo de medios en Internet: la multitarea

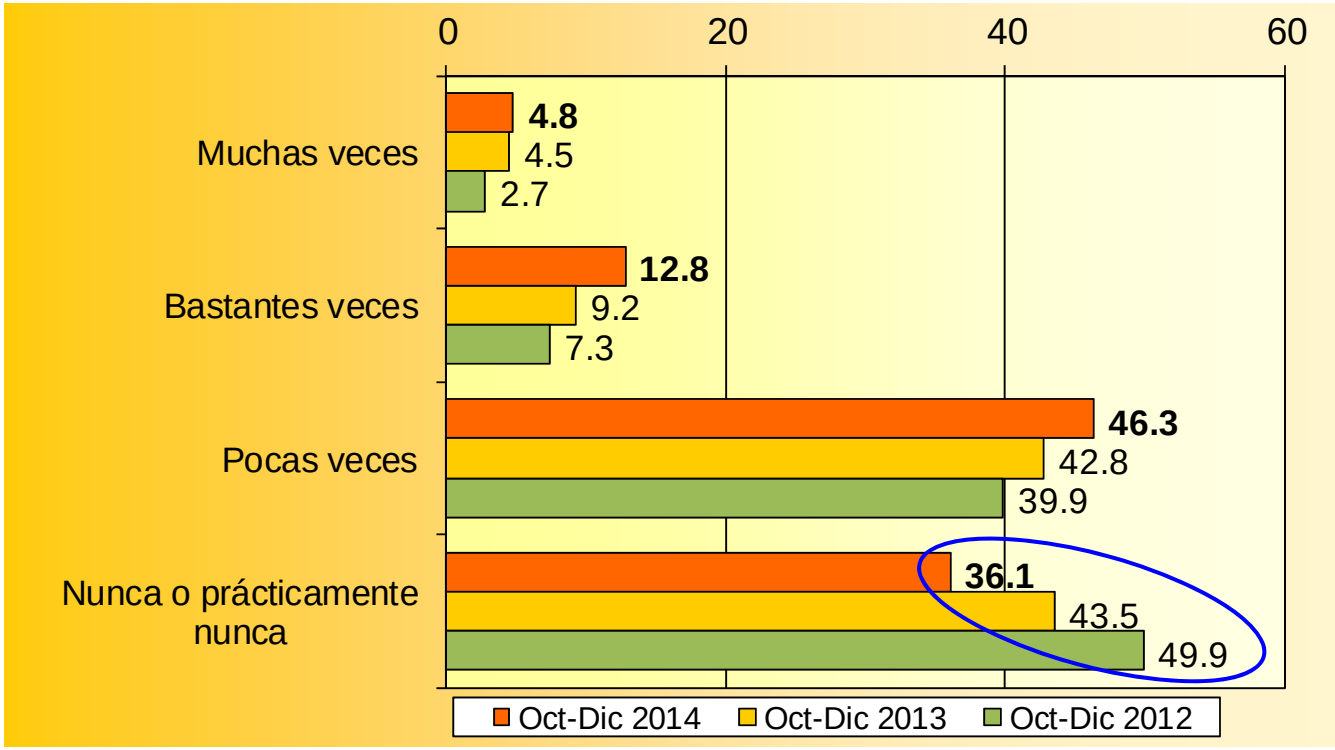
Frecuencia de uso de Internet combinado con la televisión



✓ **Crecimiento leve pero constante del uso combinado de Internet con la televisión**

El consumo de medios en Internet: la multitarea

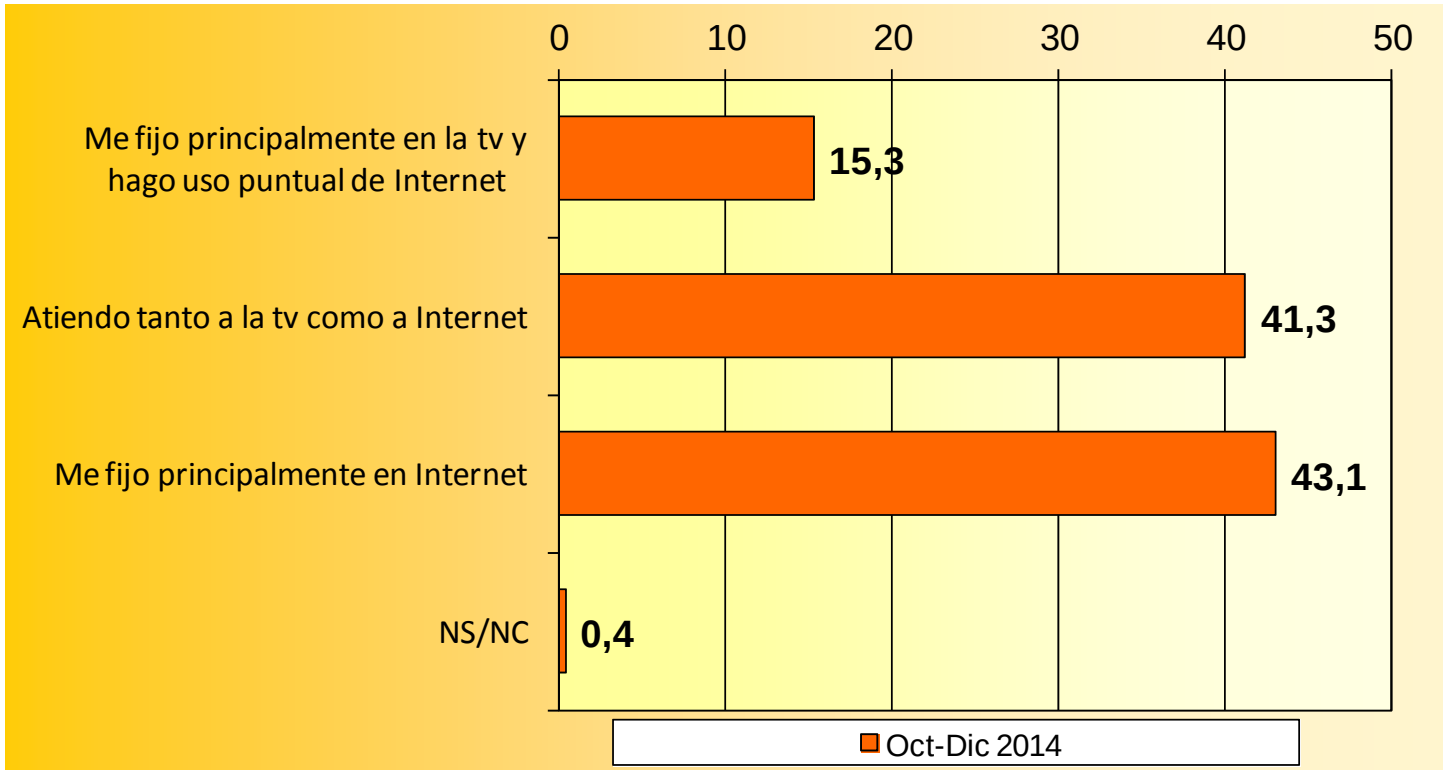
Relación entre la actividad realizada en Internet y el programa de TV que se está viendo
(Base: usan Internet mientras ve tv)



- ✓ **En torno al 17% de quienes combinan TV e Internet afirman que sus acciones en Internet están relacionadas con asiduidad con el programa de TV que están viendo**

El consumo de medios en Internet: la multitarea

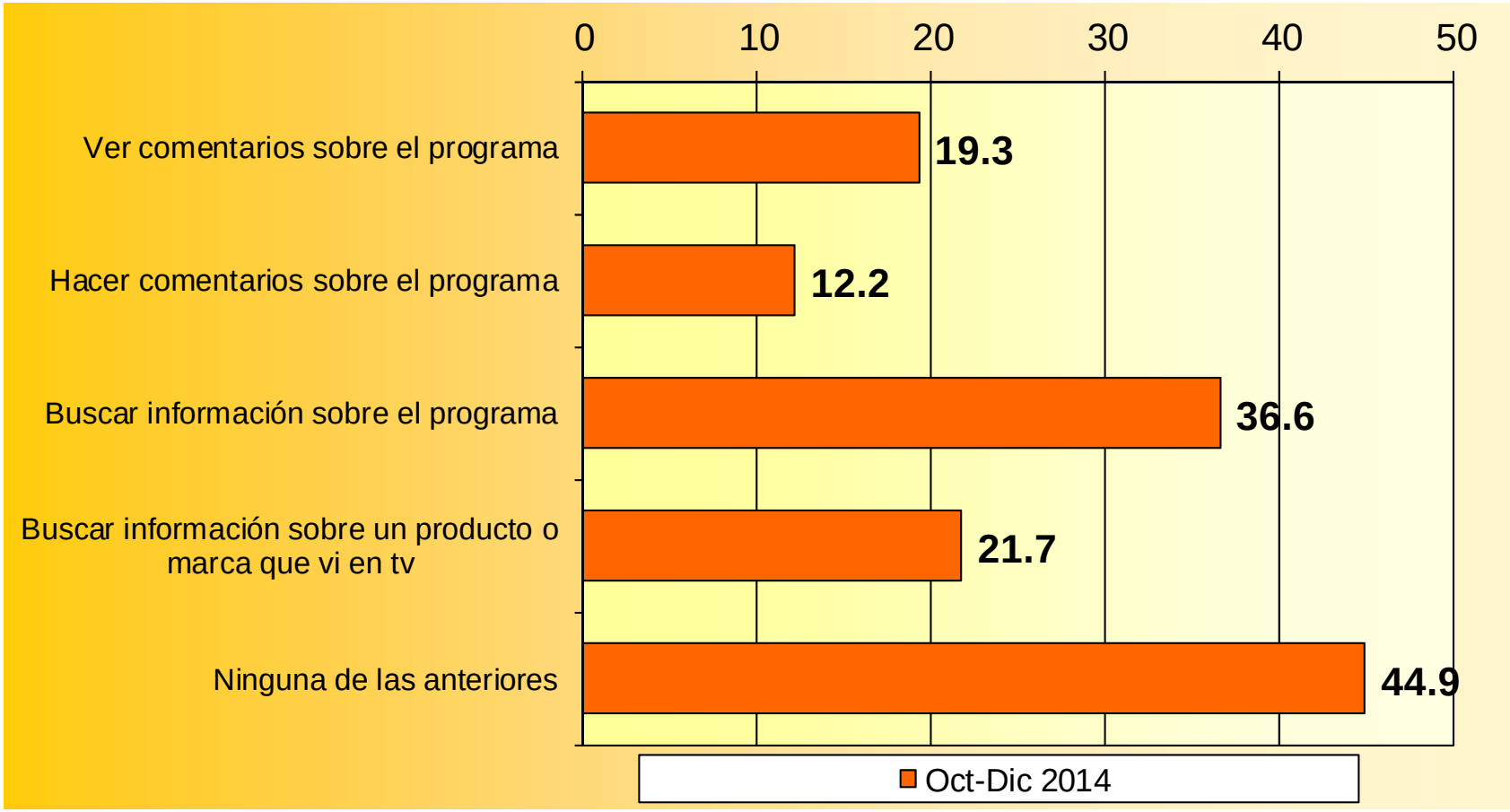
El foco de atención al compaginar TV e Internet
(Base: usan Internet mientras ve tv)



- ✓ **Entre los navegantes que combinan TV e Internet el foco de atención se decanta claramente por Internet**

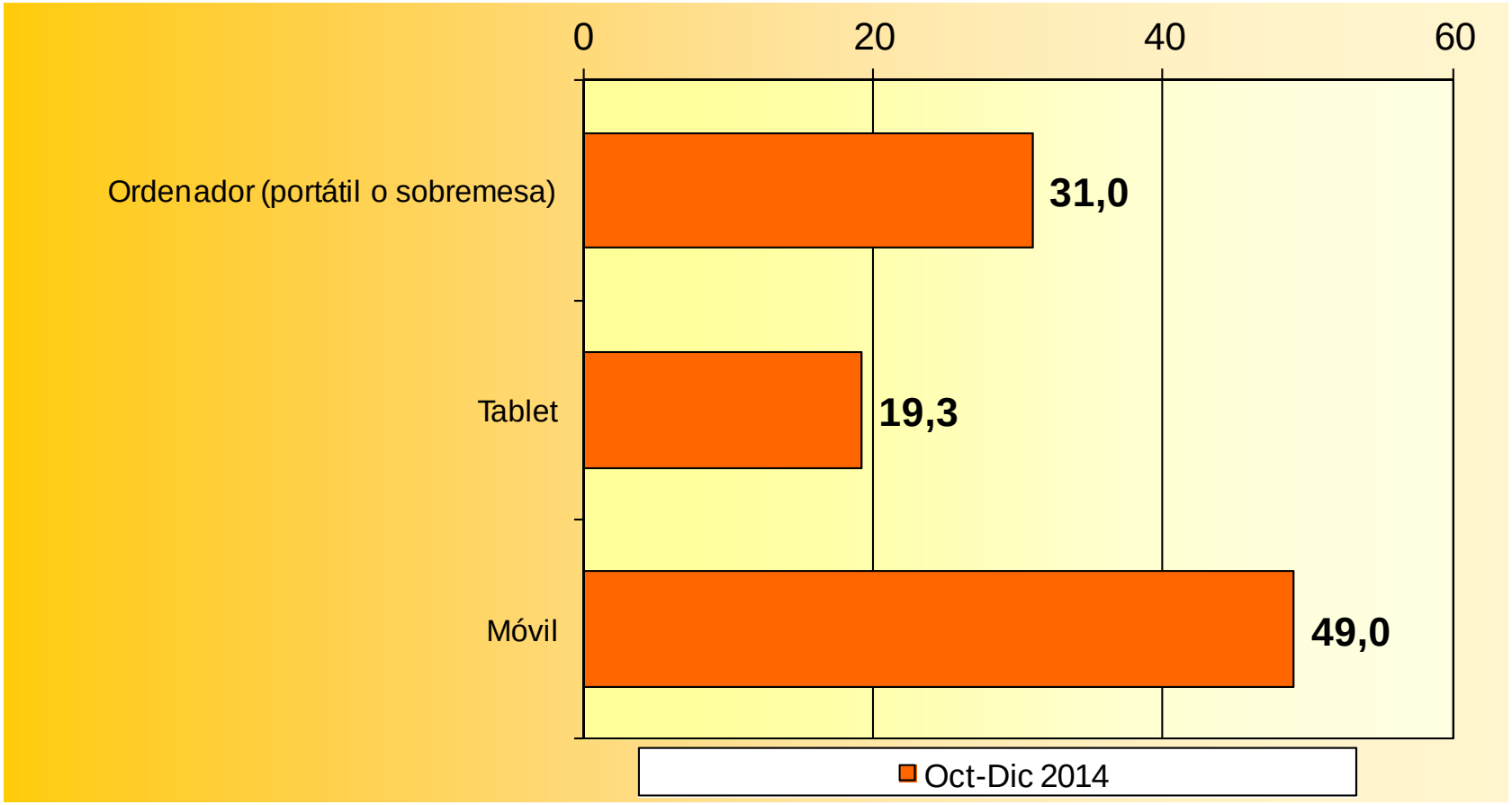
El consumo de medios en Internet: la multitarea

Actividades realizadas mientras se ve un programa de TV – últimos 30 días
(Base: usan Internet mientras ve tv)



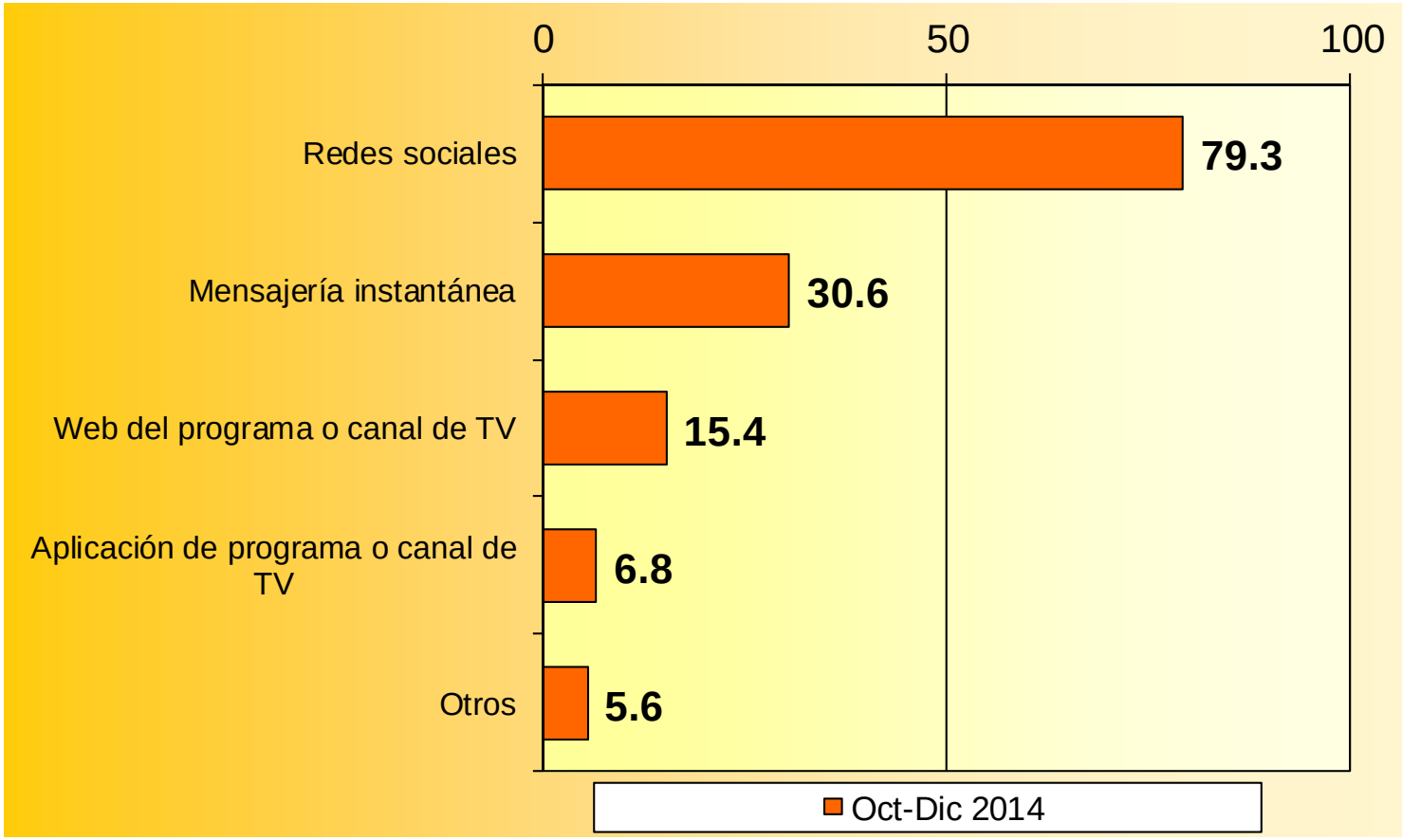
El consumo de medios en Internet: la multitarea

Dispositivo principal para ver o hacer comentarios en Internet sobre programas de TV
(Base: visto/hecho comentarios de programa de TV últ. 30 días)



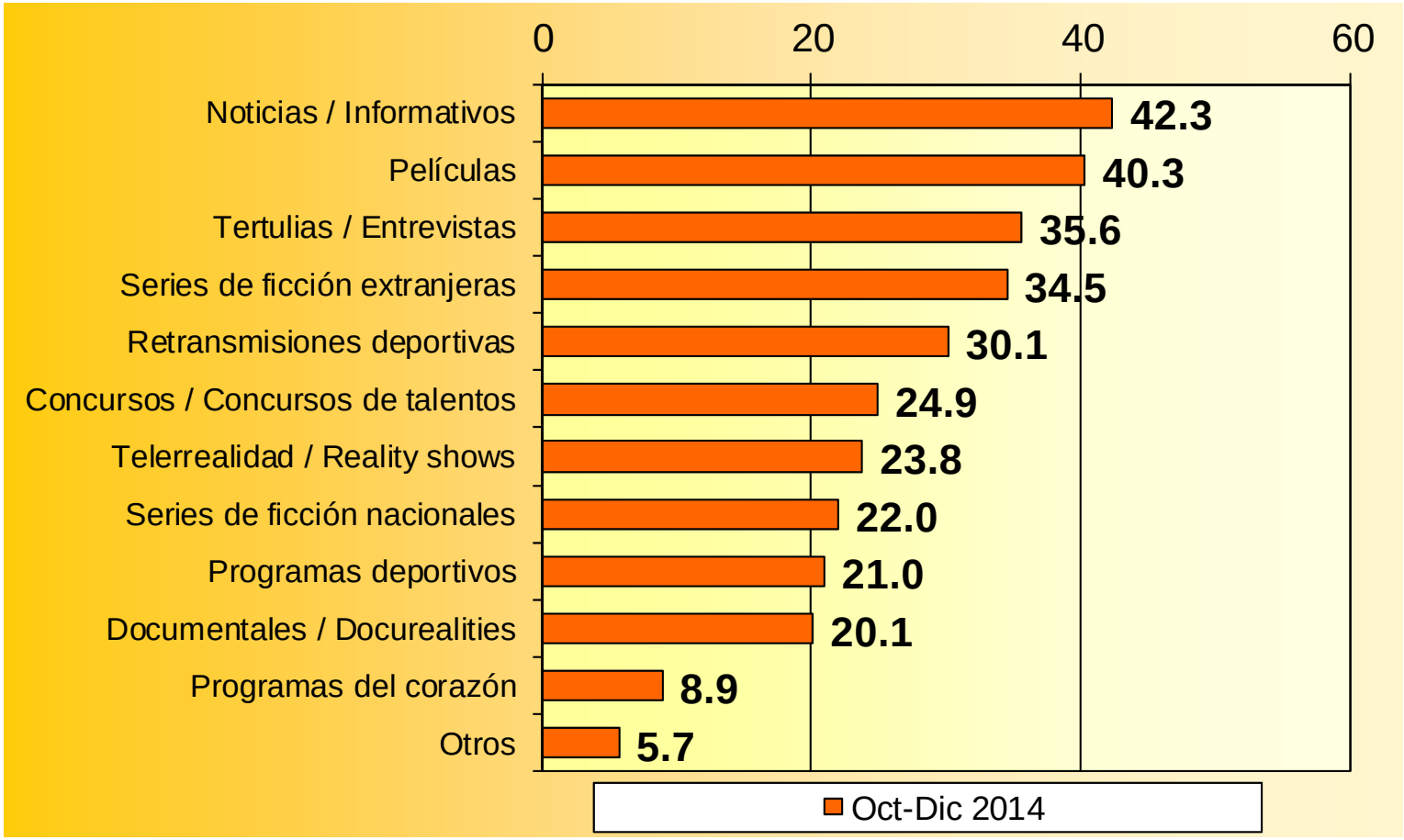
El consumo de medios en Internet: la multitarea

Vías para ver o hacer comentarios en Internet sobre programas de TV
(Base: visto/hecho comentarios de programa de TV últimos 30 días)



El consumo de medios en Internet: la multitarea

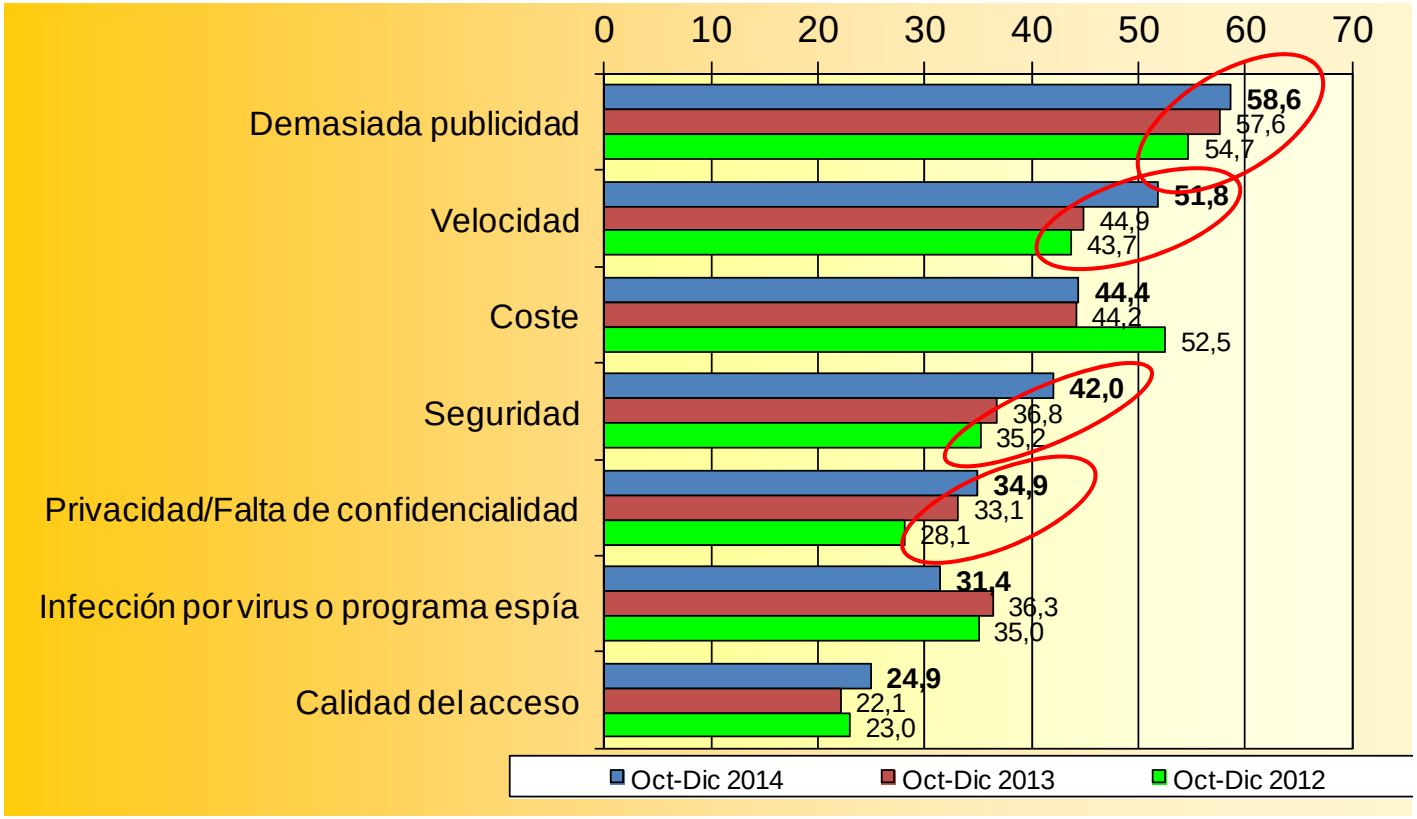
Tipos de programas sobre los que se suele ver o hacer comentarios en Internet
(Base: visto/hecho comentarios de programa de TV últimos 30 días)



NAVEGANTES EN LA RED

LOS PROBLEMAS DE INTERNET

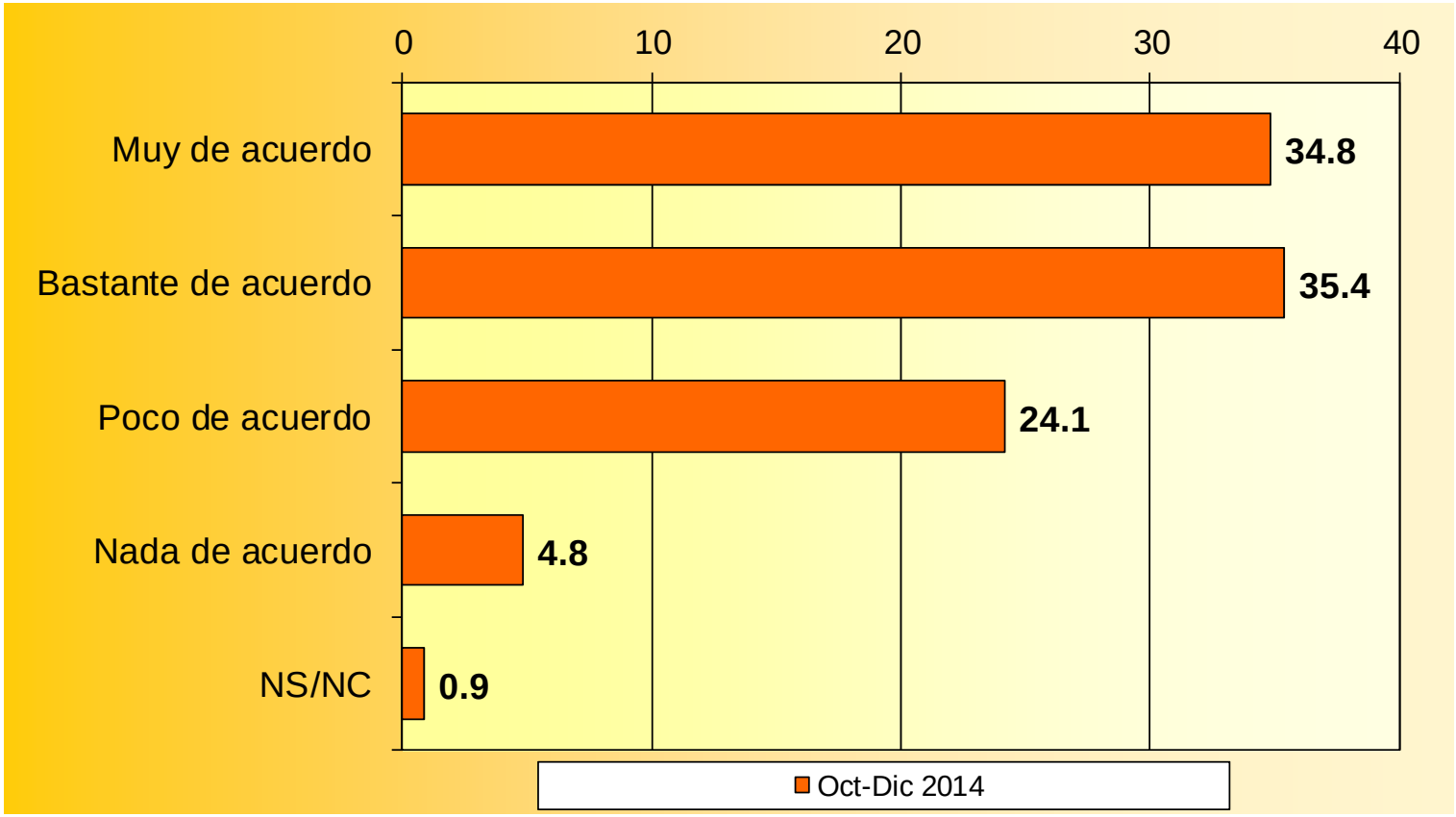
Los problemas de Internet



- ✓ **La publicidad y la velocidad son mencionados por más de la mitad de los navegantes**
- ✓ **Incrementos relevantes en los problemas relativos a la velocidad y la seguridad**

La publicidad en Internet

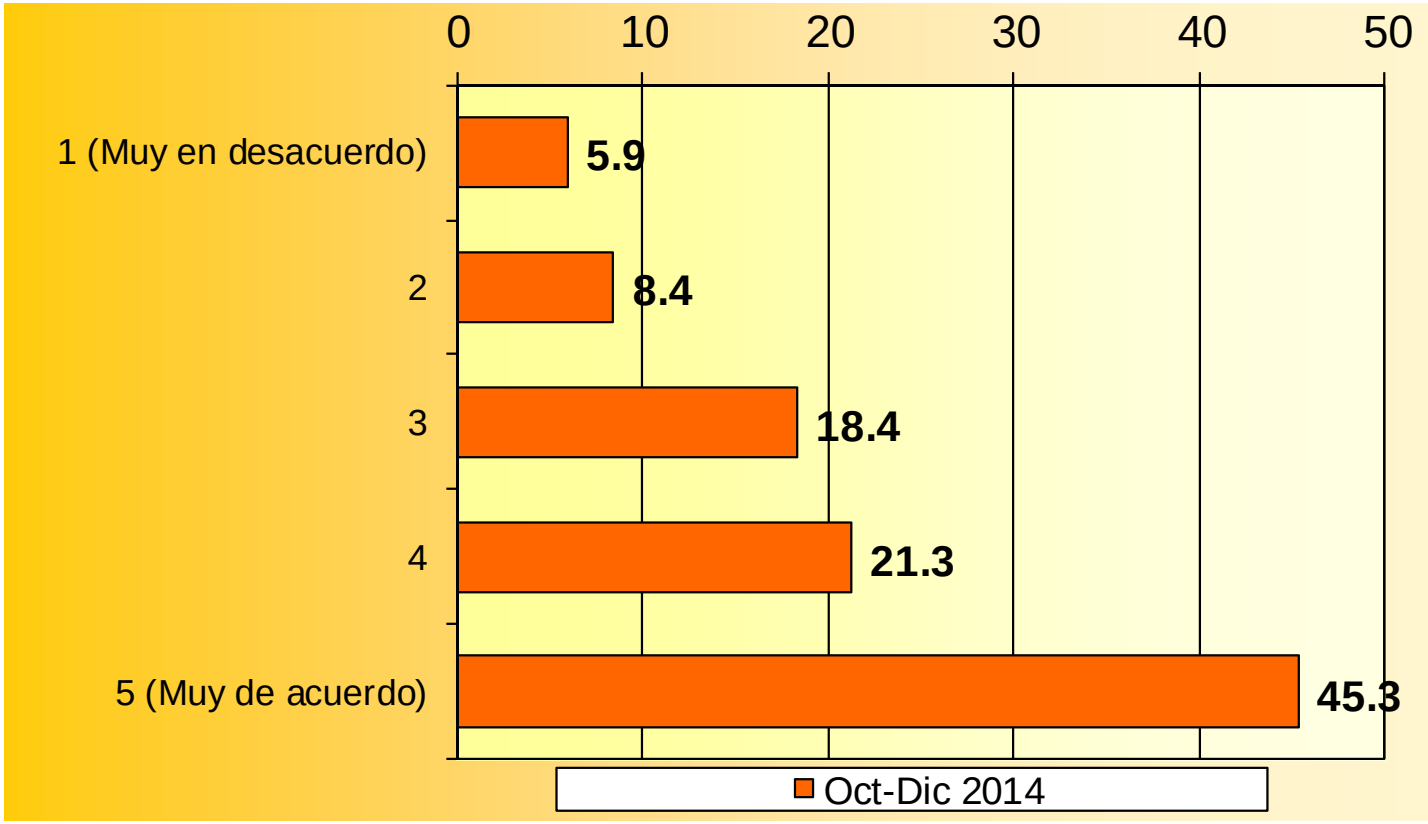
"Me molesta más la publicidad en Internet que en otros medios"



✓ **El 70% se siente más molesto con la publicidad en Internet que en otros medios**

La publicidad en Internet

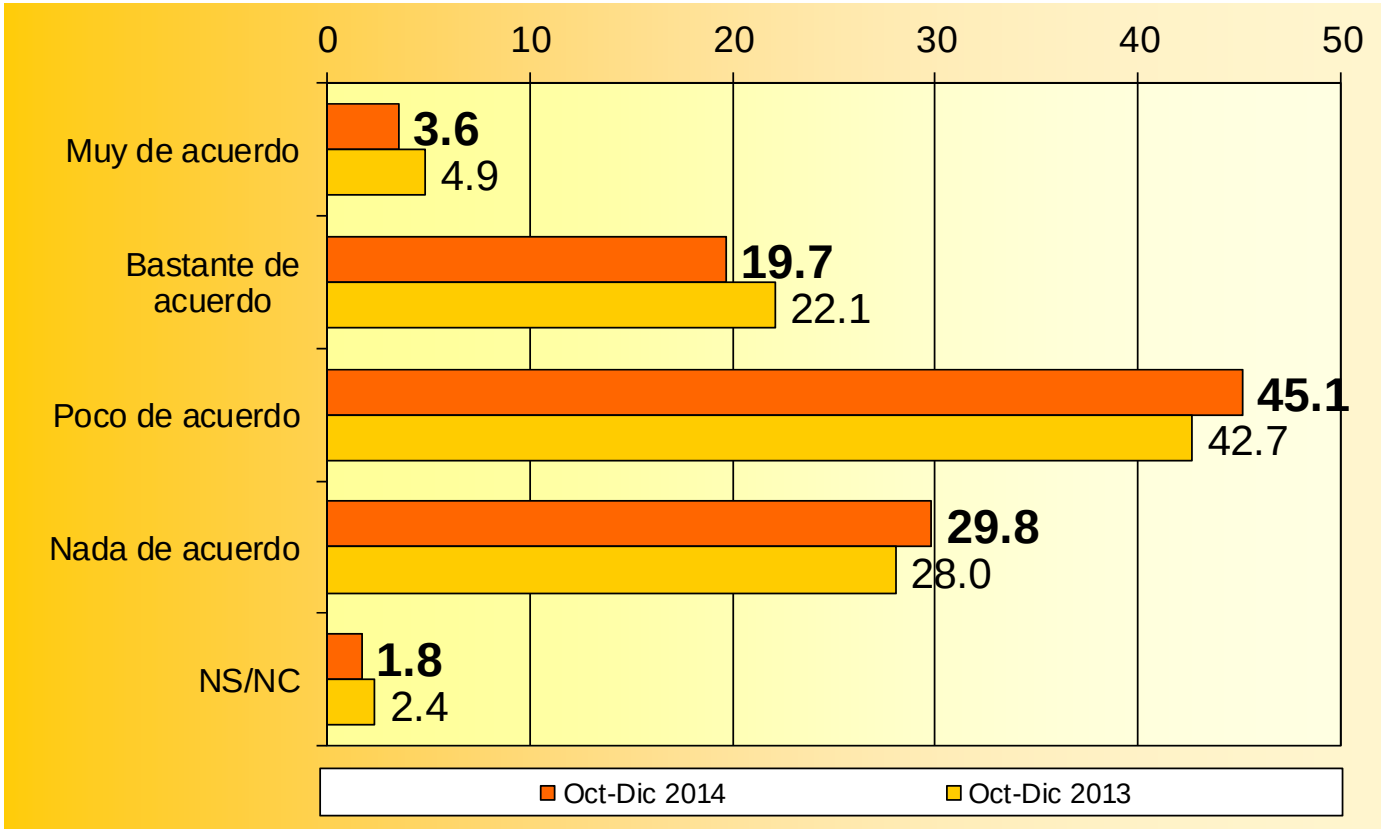
"Me molesta la publicidad en el teléfono móvil"



✓ **Y para dos tercios de los navegantes la publicidad en el móvil les resulta molesta**

La publicidad en Internet

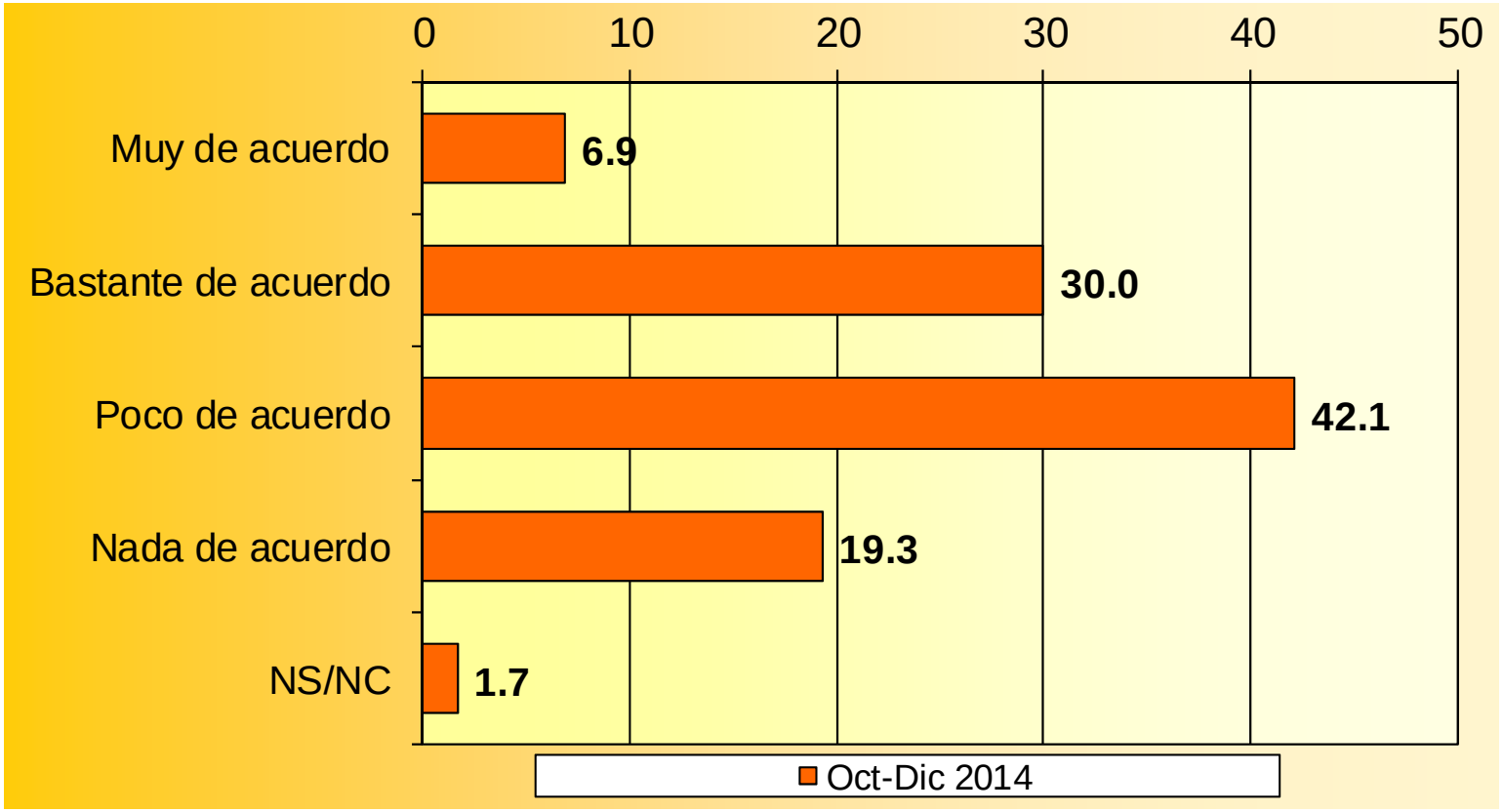
"La publicidad en Internet me resulta más interesante que en otros medios"



- ✓ **En torno al 23% cree que la publicidad en Internet es más interesante**

La publicidad en Internet

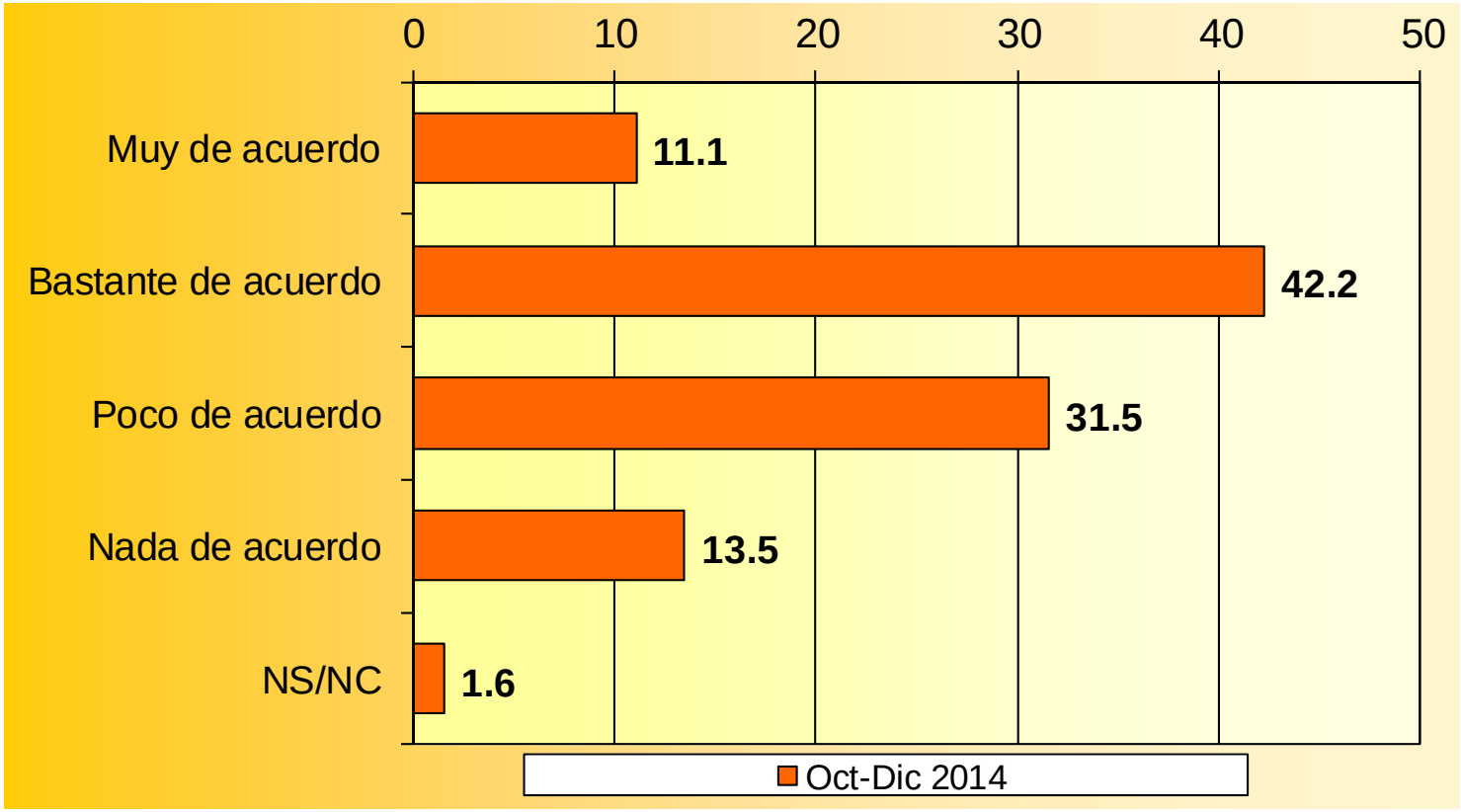
"Veo más útil la publicidad en Internet en comparación con otros medios"



- ✓ **Cerca del 40% cree que la publicidad en Internet es más útil**

La publicidad en Internet

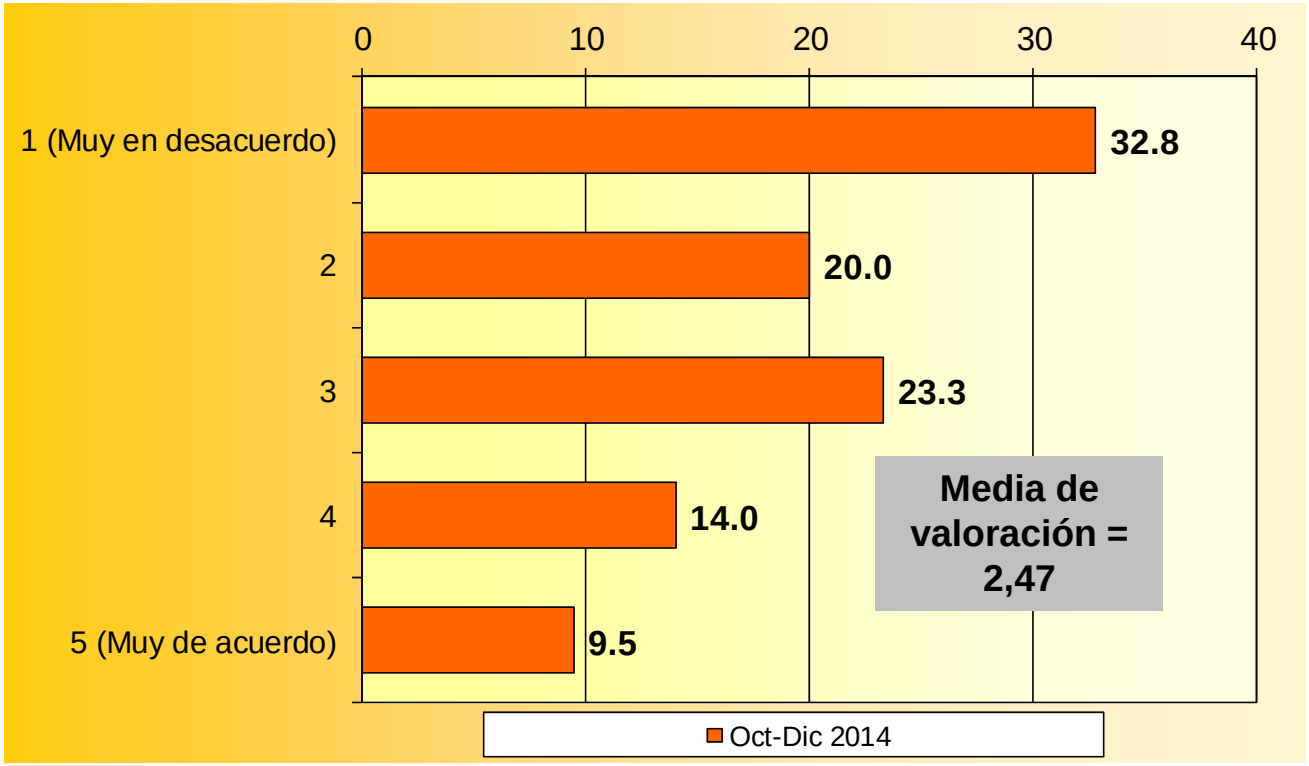
"La publicidad es necesaria para que Internet se desarrolle"



- ✓ **Algo más de la mitad de los navegantes opina que la publicidad es necesaria para el desarrollo de Internet**

La publicidad en Internet

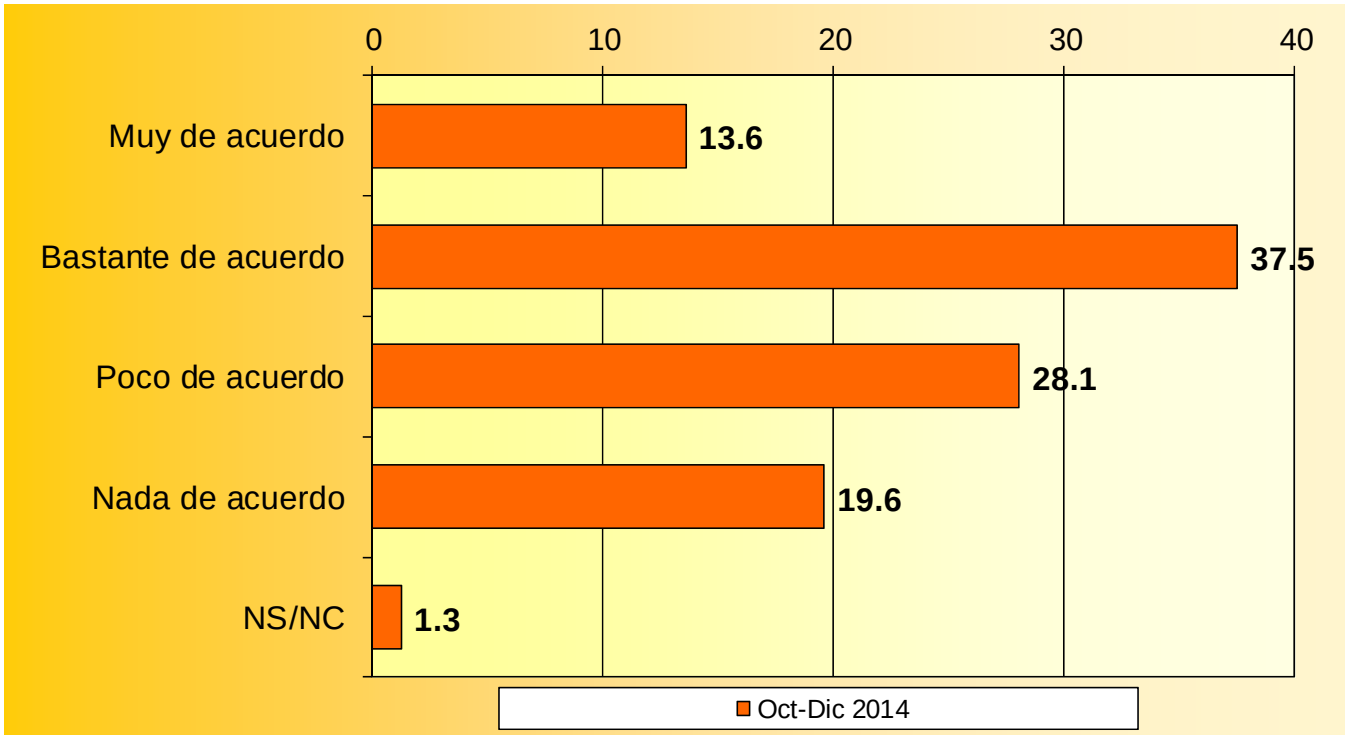
"No me importa que las empresas estudien mi comportamiento online para ofrecerme publicidad acorde con mis intereses"



- ✓ **El 23,5% de los navegantes se muestra de acuerdo en ser "monitorizados" para recibir una publicidad a su medida**

La publicidad en Internet

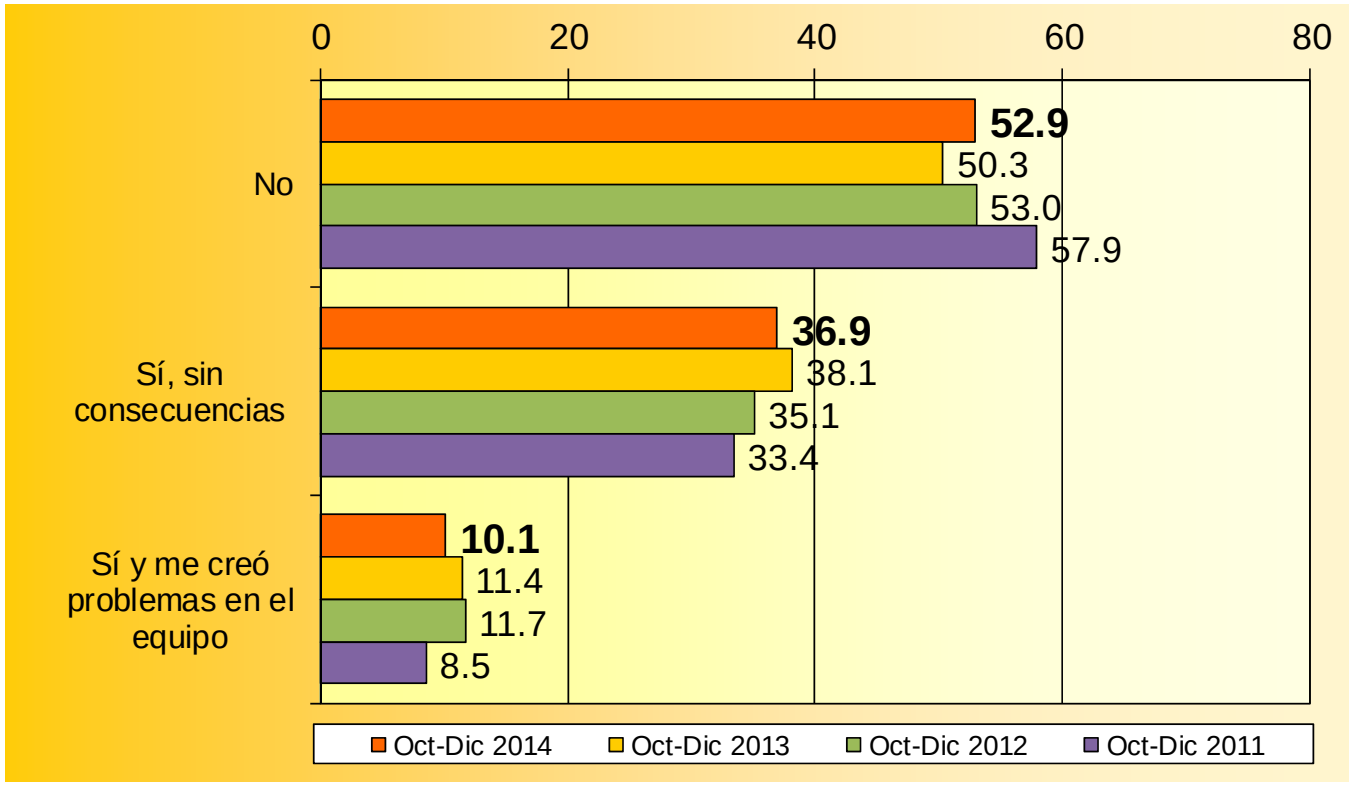
"No me importa recibir publicidad por Internet si puedo acceder a contenidos audiovisuales gratuitos"



- ✓ **Y un 50% está dispuesto a recibir publicidad a cambio de acceder a contenidos audiovisuales gratuitos**

Los problemas de Internet: los virus

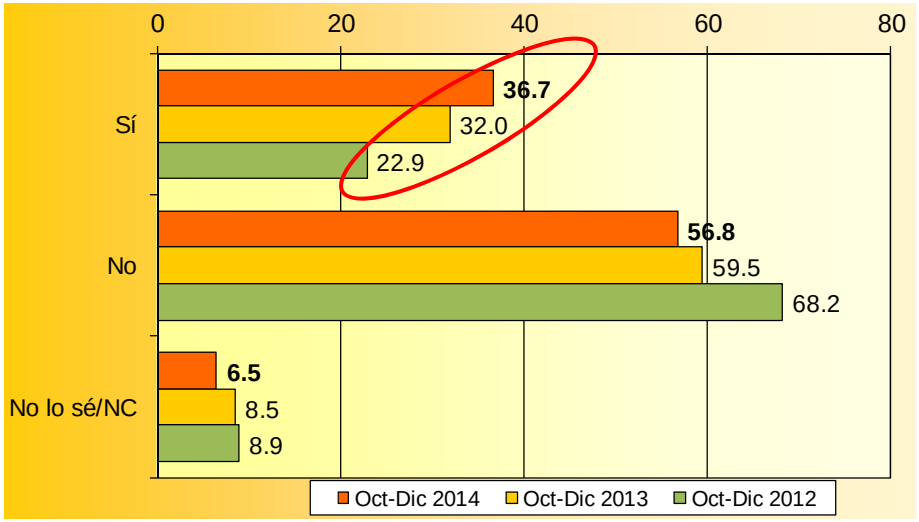
Afectado por algún virus informático o programa espía (*spyware*) procedente de Internet en el último año



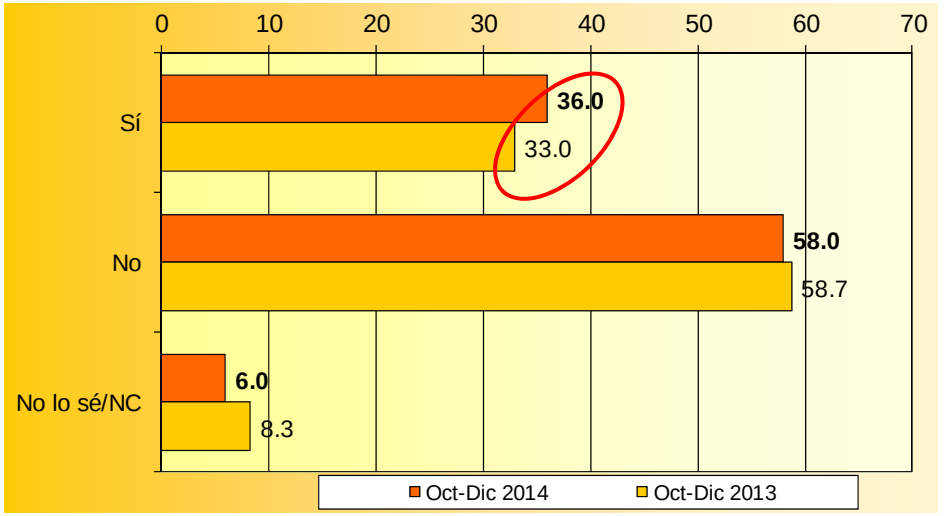
- ✓ **Se mantiene en torno al 47% los que dicen haberse visto afectados por algún virus o programa espía en el último año**

Los problemas de Internet: los virus

Antivirus instalado en el teléfono móvil
(Base: accede Internet por teléfono móvil)



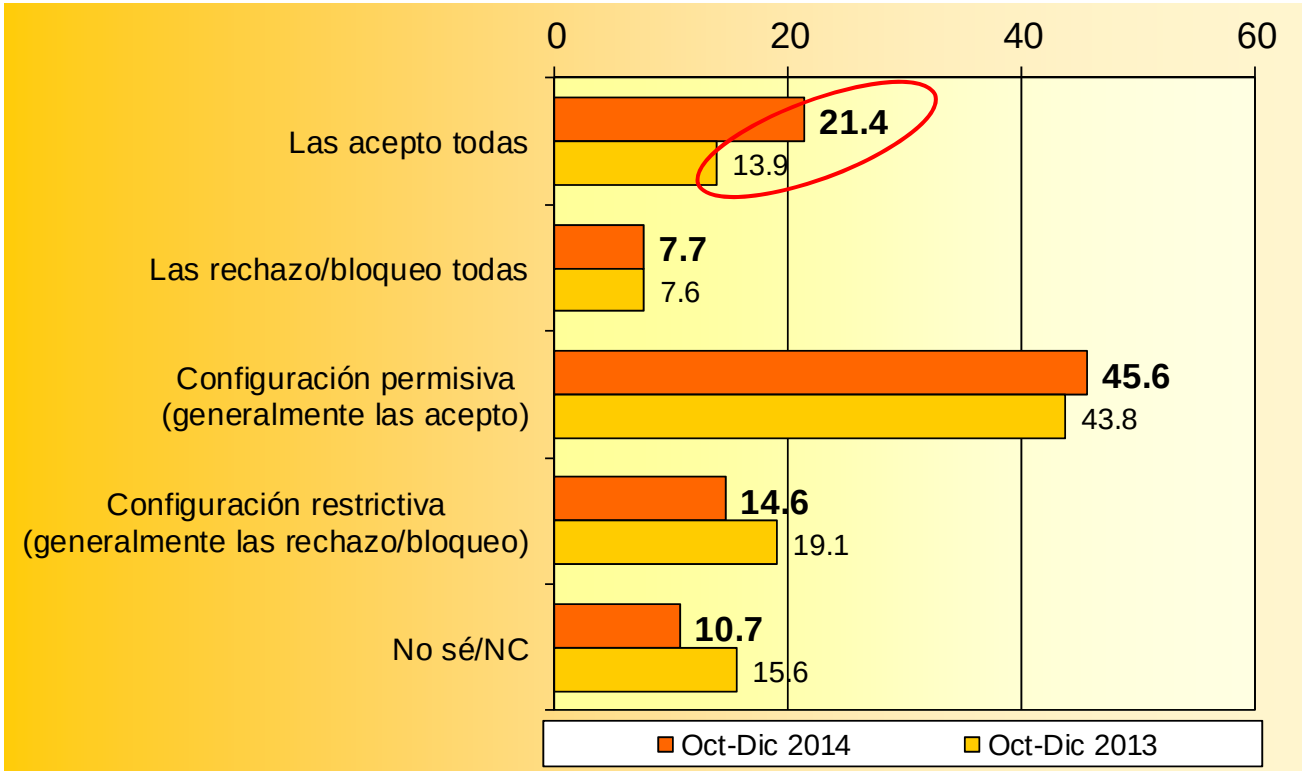
Antivirus instalado en el tablet
(Base: accede a Internet por tablet)



- ✓ **Crece, aunque menos que en años anteriores, la preocupación en torno a la seguridad en los dispositivos móviles:**
  - ✓ **Alrededor del 36% de los que acceden a Internet por teléfono móvil o tablet tiene instalado un programa antivirus.**

Los problemas de Internet: las cookies

Configuración de las cookies del navegador



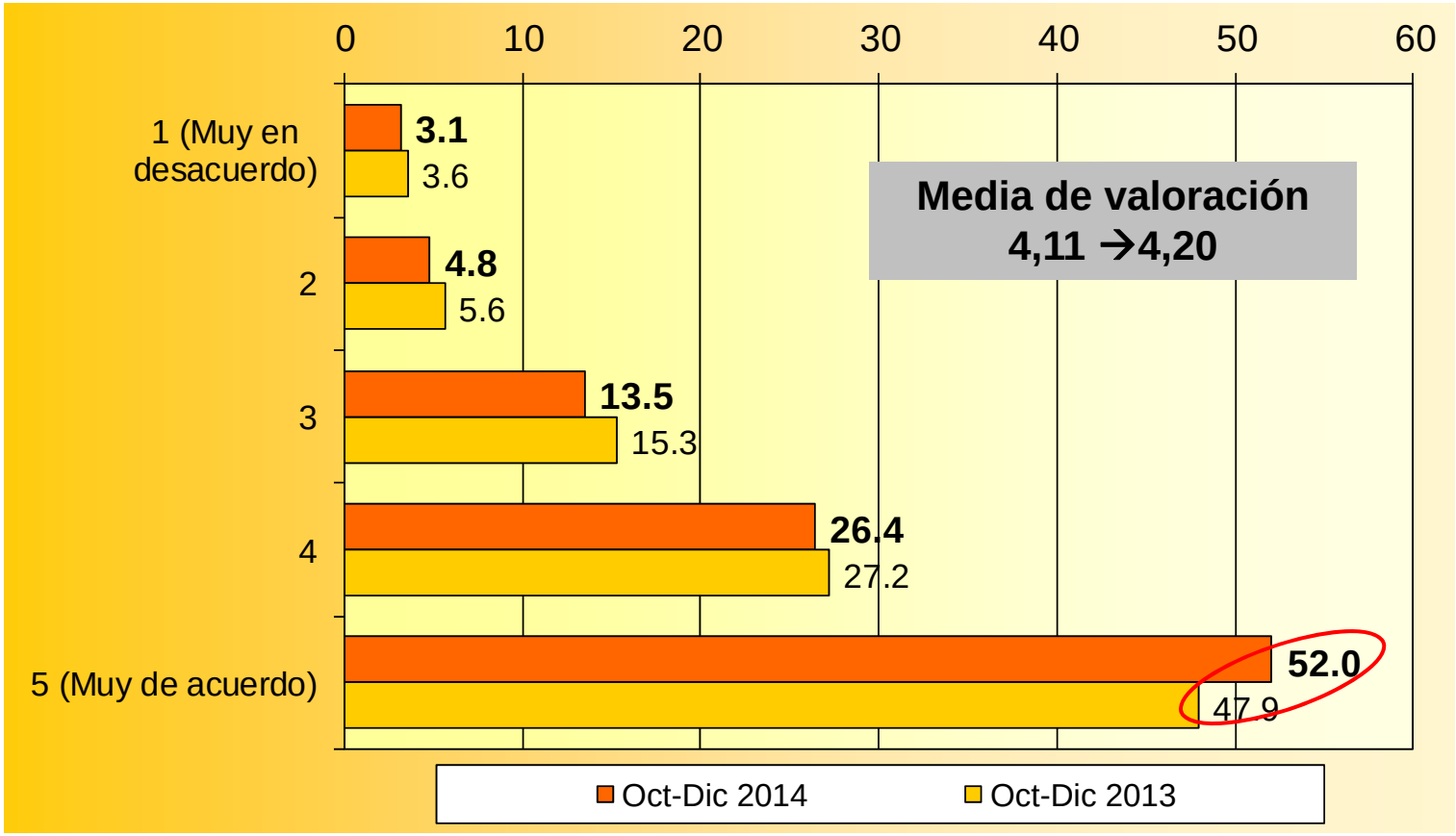
- ✓ **En general predomina una configuración más permisiva hacia las cookies: alrededor de dos tercios de los navegantes las aceptan todas (21%) o mayormente (46%)**

NAVEGANTES EN LA RED

PERCEPCIONES SOBRE INTERNET

Percepciones sobre Internet: la privacidad

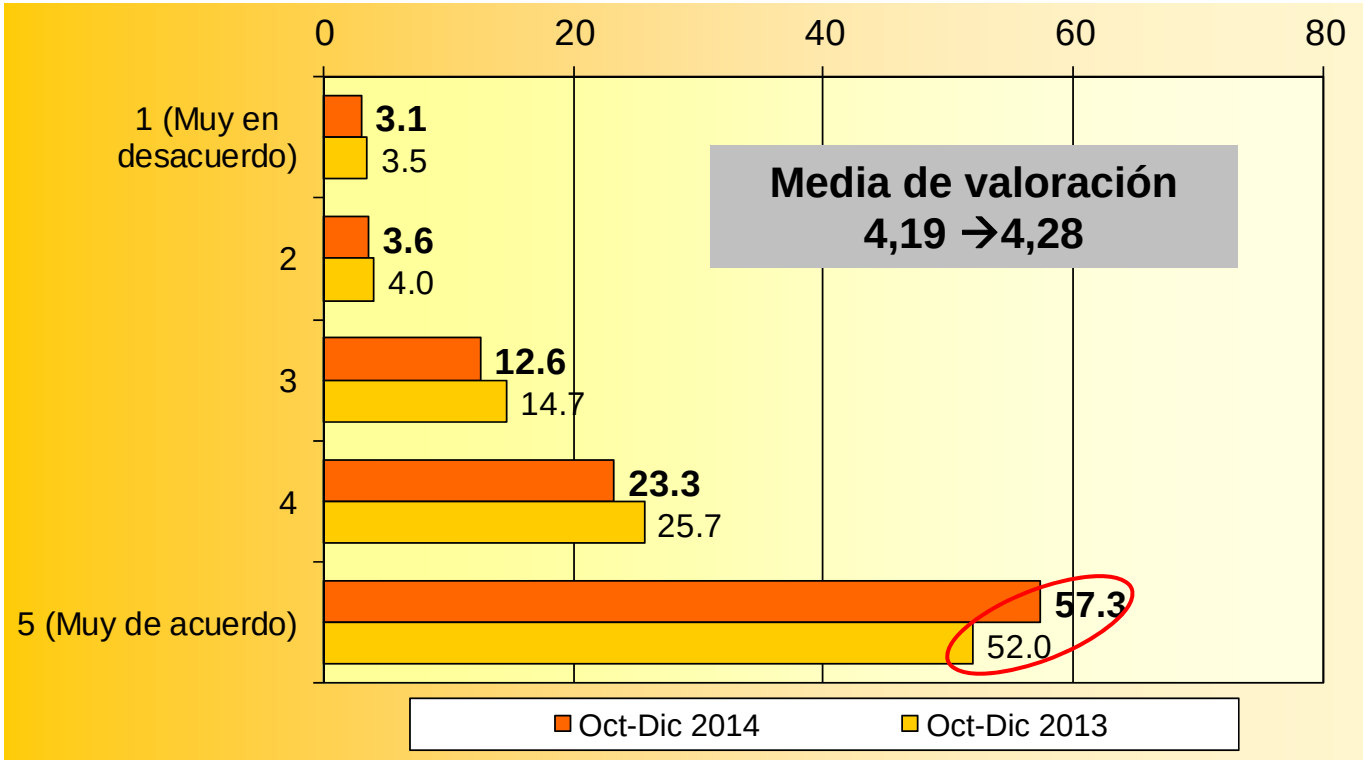
"Me preocupa la privacidad en las redes sociales"



✓ **Más del 75% se muestra preocupado por la privacidad en las redes sociales**

Percepciones sobre Internet: la privacidad

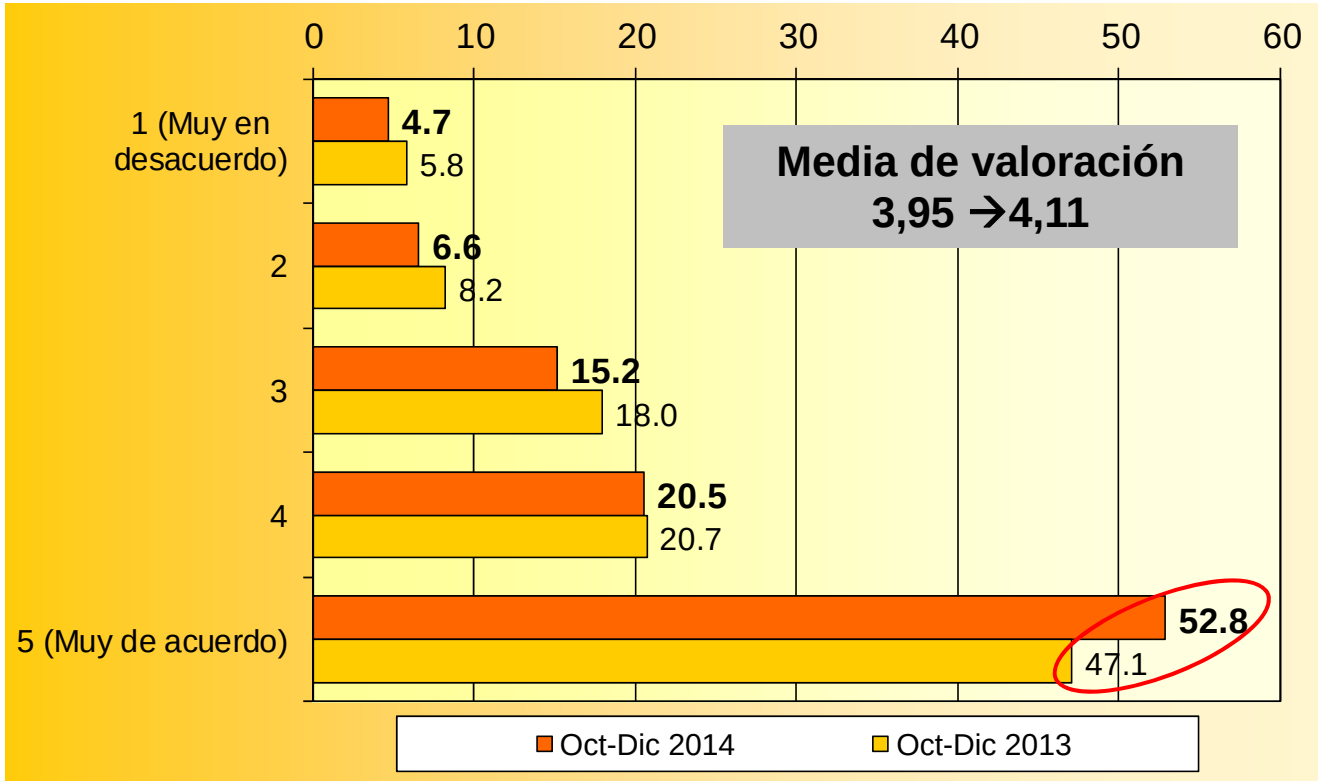
"Me preocupa el uso que se puede hacer de los datos personales que proporciono en Internet"



- ✓ **Algo más de dos tercios dicen estar preocupados por el uso de los datos personales que se proporcionan en Internet**

Percepciones sobre Internet: el control externo

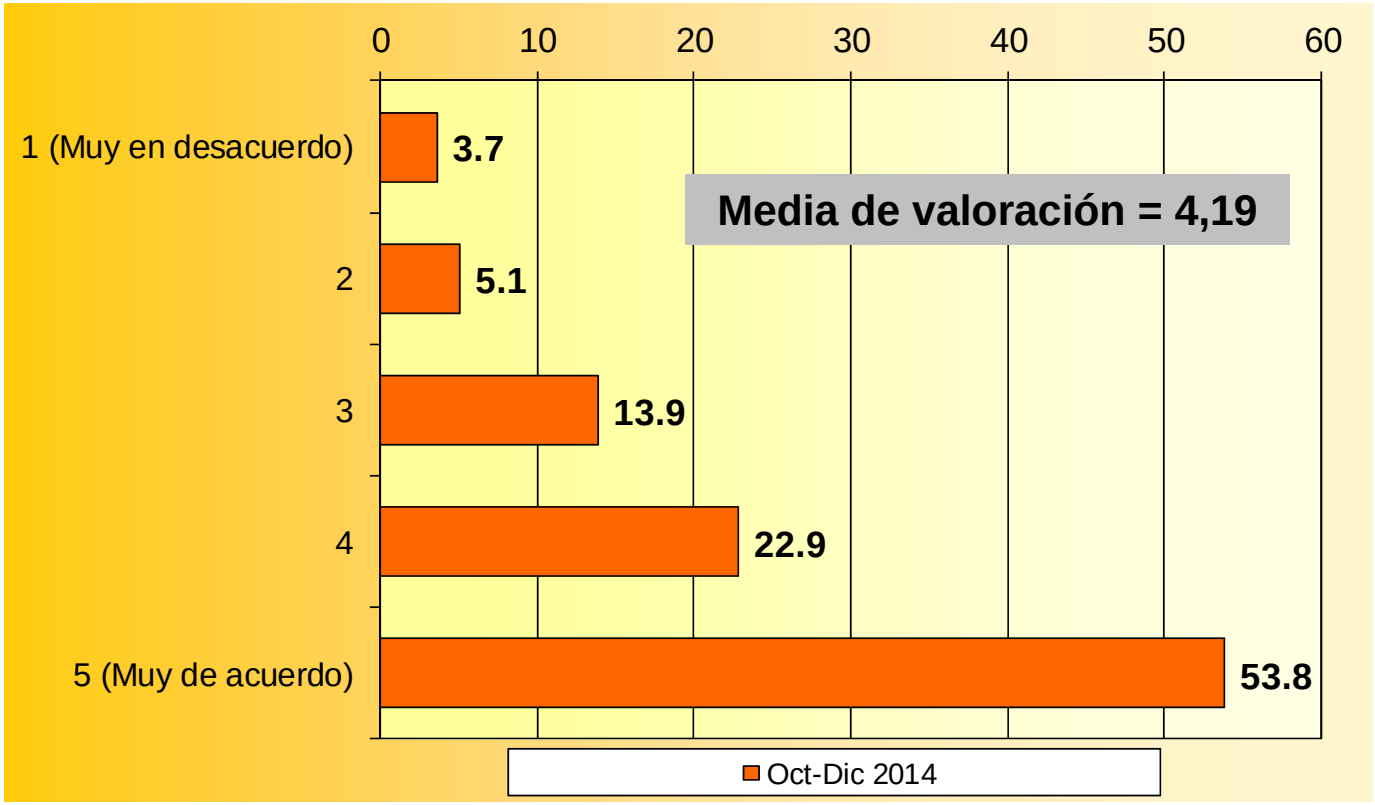
"Me preocupa que los gobiernos controlen lo que hago en Internet"



- ✓ **Existe una preocupación mayoritaria y creciente (73%, + 5 puntos) acerca del control que los gobiernos pueden hacer sobre Internet.**

Percepciones sobre Internet: el control externo

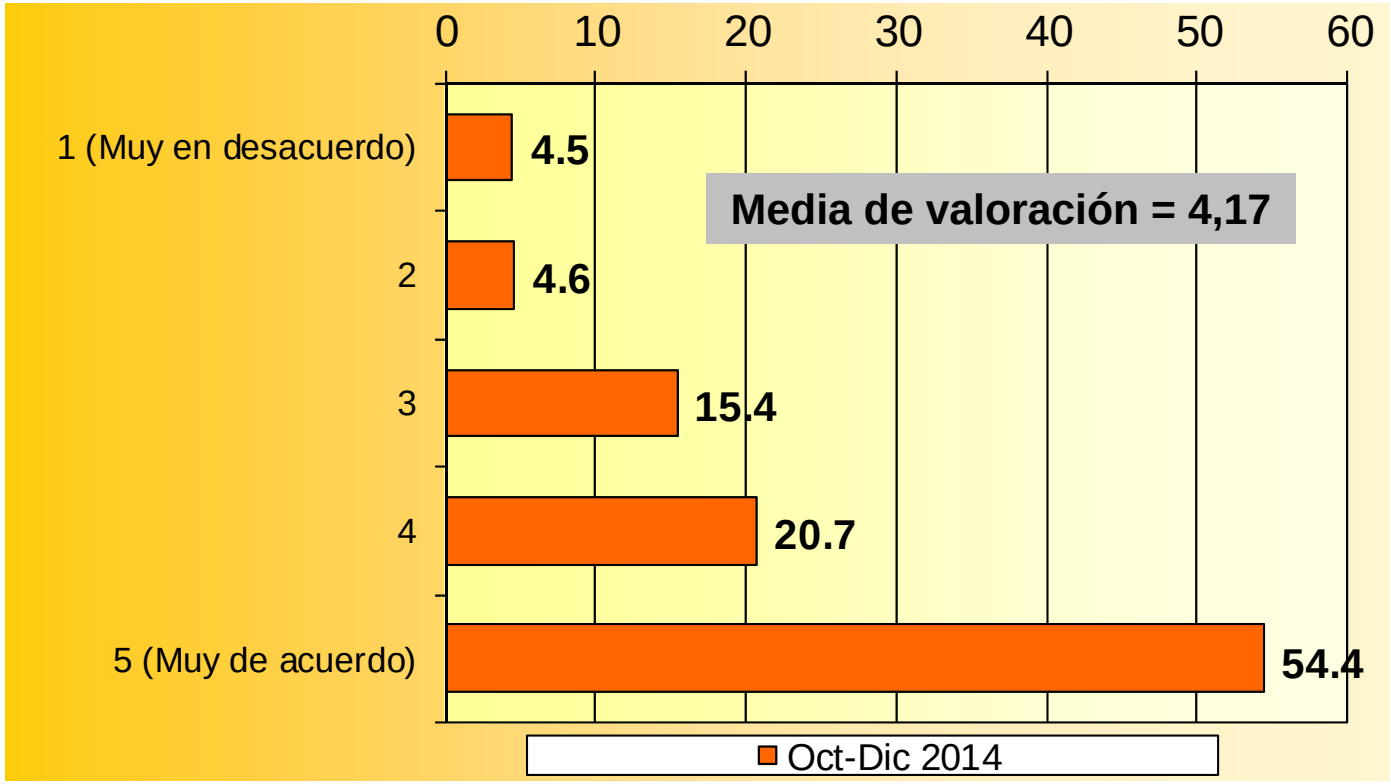
"Me preocupa que las empresas controlen lo que hago en Internet"



- ✓ **Y algo más del 75% dicen sentirse preocupados acerca del control que las empresas puedan hacer de su actividad**

Percepciones sobre Internet: el derecho al olvido

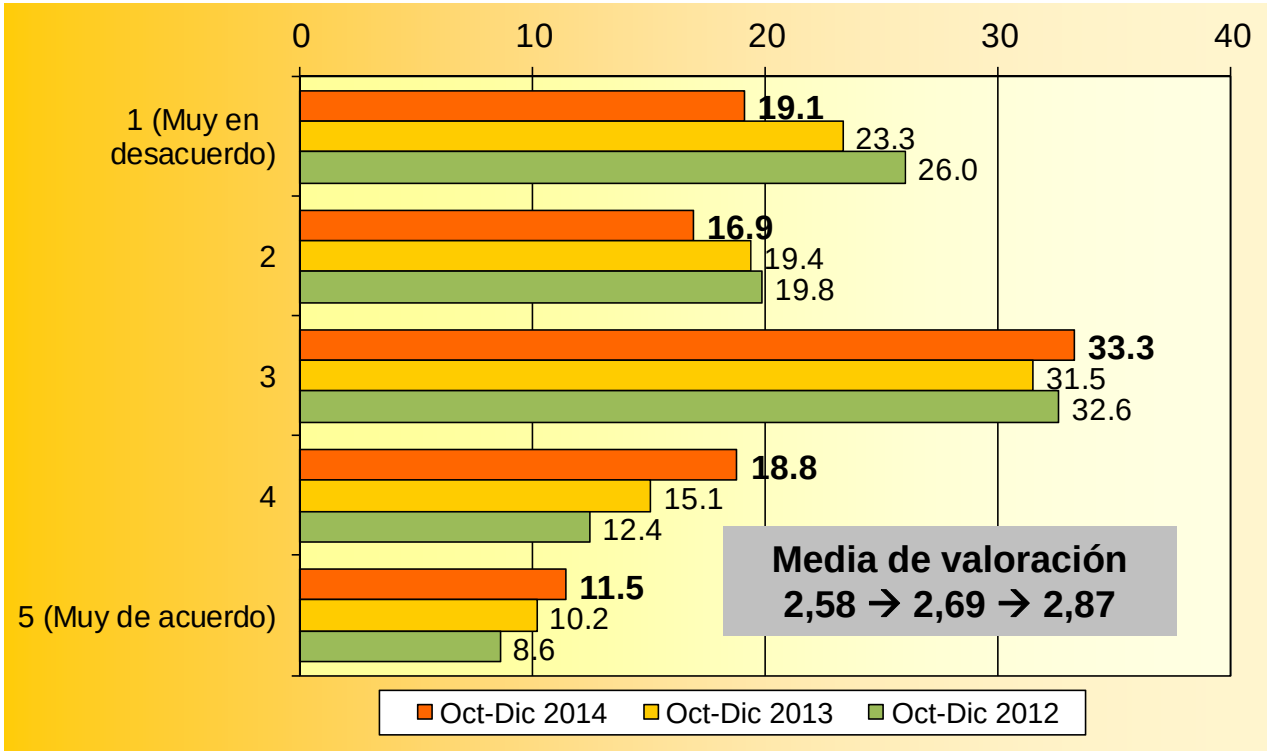
"La gente debe tener derecho a que los buscadores eliminen referencias personales"



- ✓ **Tres cuartas partes de los navegantes consideran que la gente debería tener derecho a la eliminación de referencias personales por parte de los buscadores**

Percepciones sobre Internet: el pago por *copyright*

"Considero que se debe pagar por acceder a contenidos protegidos por copyright en Internet"



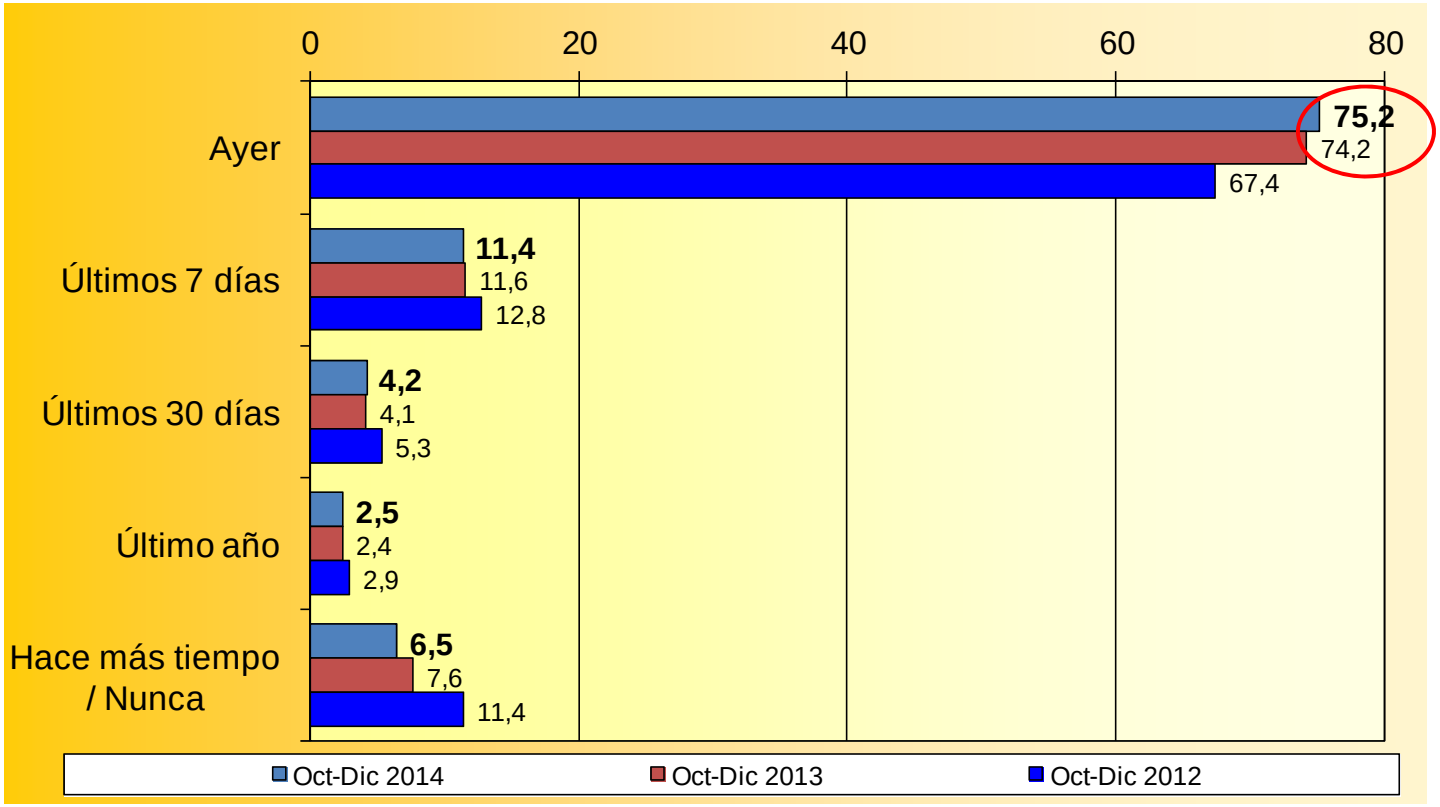
- ✓ **Sigue siendo mayoría quienes están en contra del pago por acceder a contenidos protegidos por copyright (36%), pero se recortan sensiblemente las diferencias con quienes opinan lo contrario (30%; de 25 puntos en 2012 a 18 en 2013 y a 6 en 2014)**

NAVEGANTES EN LA RED

INTERNET COMO ESPACIO DE RELACIONES

Internet como espacio de relaciones: las redes sociales

Último acceso a una red social de Internet

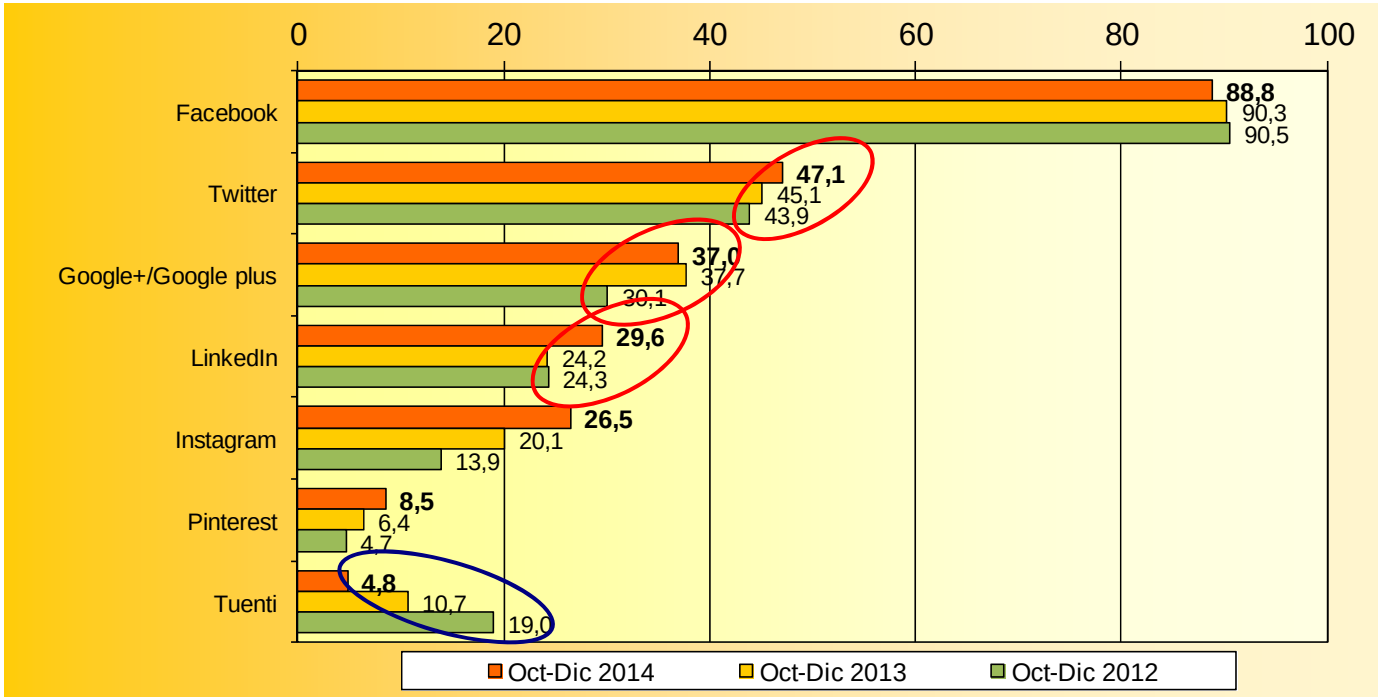


✓ **El uso diario de las redes sociales supera ya las tres cuartas partes de los entrevistados**

Internet como espacio de relaciones: las redes sociales

Red Social que utiliza

(Base: acceso a red social últimos 30 días)

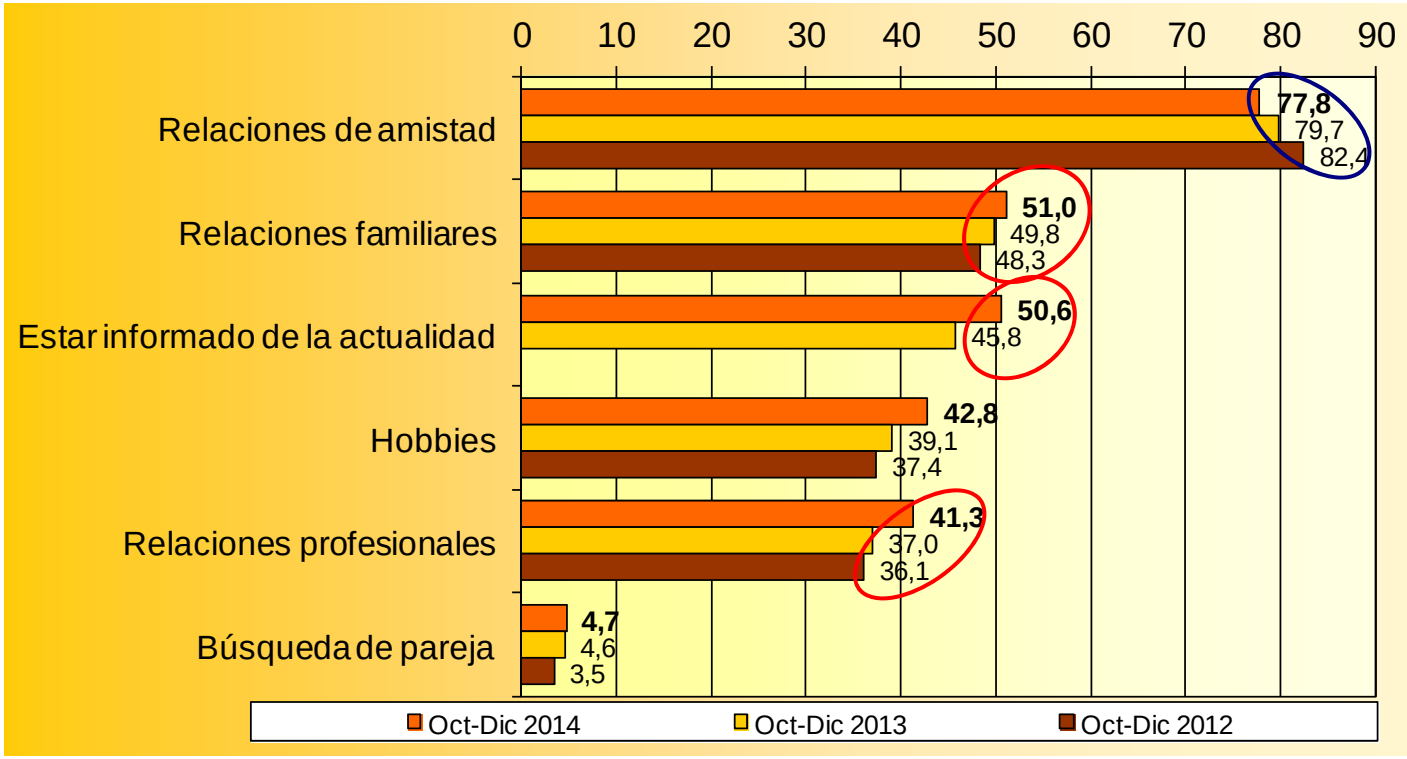


- ✓ **El liderazgo -incuestionable -de *Facebook* (89% de usuarios) parece tocar techo.**
- ✓ **Destaca el incremento de Instagram (26,5%, +6 puntos) y Linkedin (30%, +5)**
- ✓ **Incremento constante de Twitter (47%)**
- ✓ **Se frena *Google* + (37%)**

Internet como espacio de relaciones: las redes sociales

Usos de las redes sociales

(Base: acceso a red social últimos 30 días)

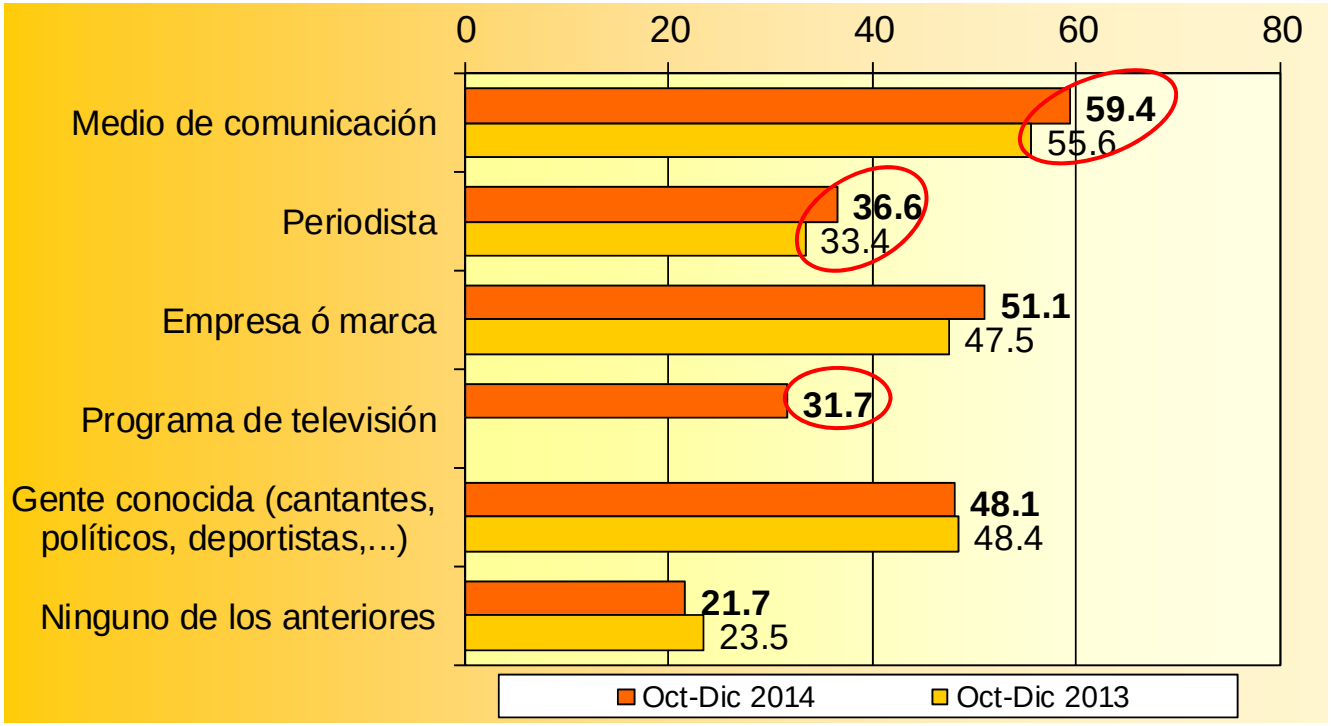


- ✓ **Las relaciones de amistad siguen siendo el uso más frecuente, aunque con ligera tendencia a la baja (creciente competencia de la mensajería instantánea)**
- ✓ **Crece sensiblemente el uso para estar informado de la actualidad**

Internet como espacio de relaciones: las redes sociales

Seguimiento en redes sociales de...

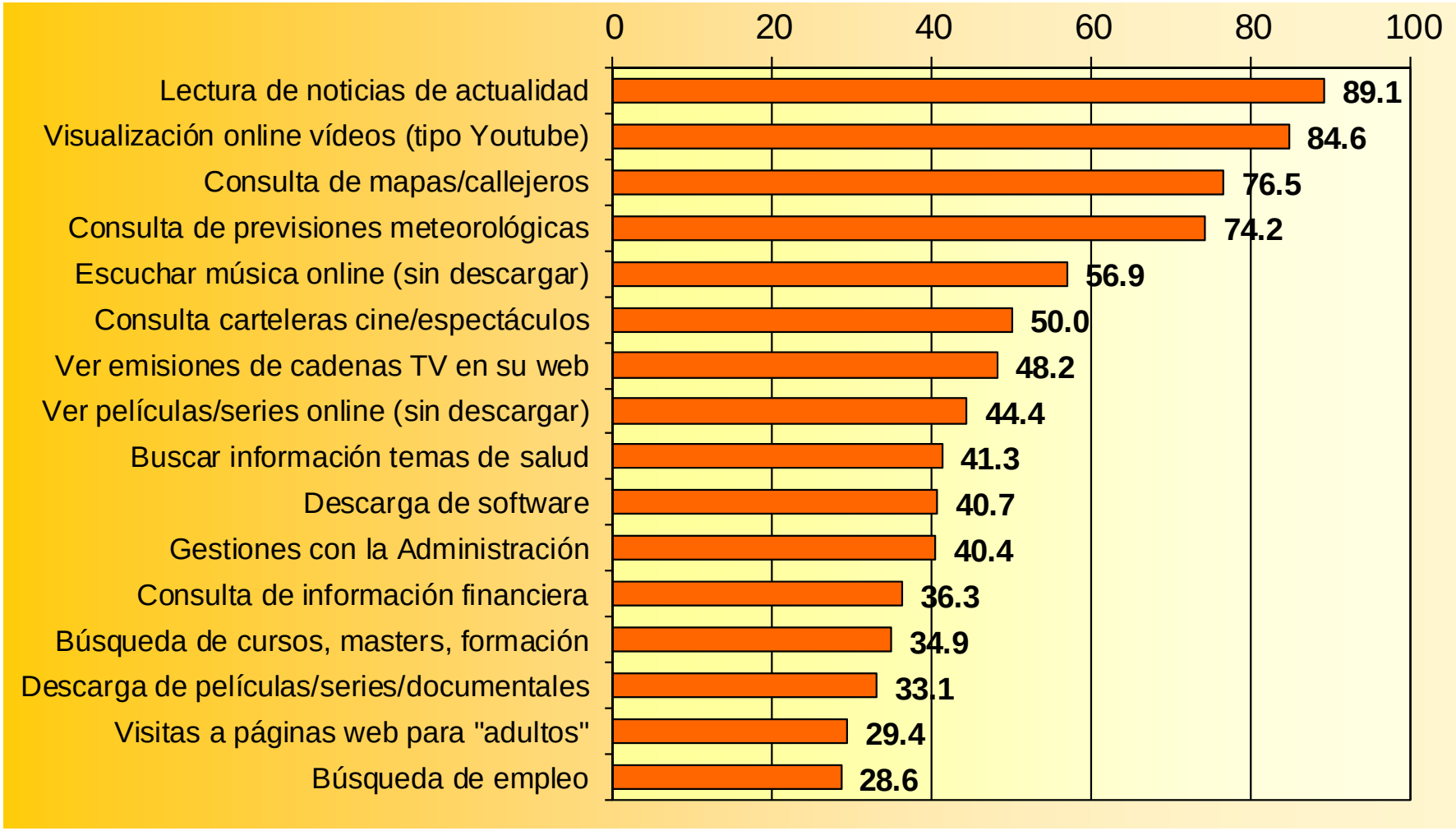
(Base: acceden a red social últimos 30 días)



- ✓ **Casi el 60% ha efectuado algún seguimiento de un medio de comunicación en los últimos 30 días**
- ✓ **Mas del 50% lo han hecho sobre una empresa o marca y en torno al 30% sobre un programa de TV**

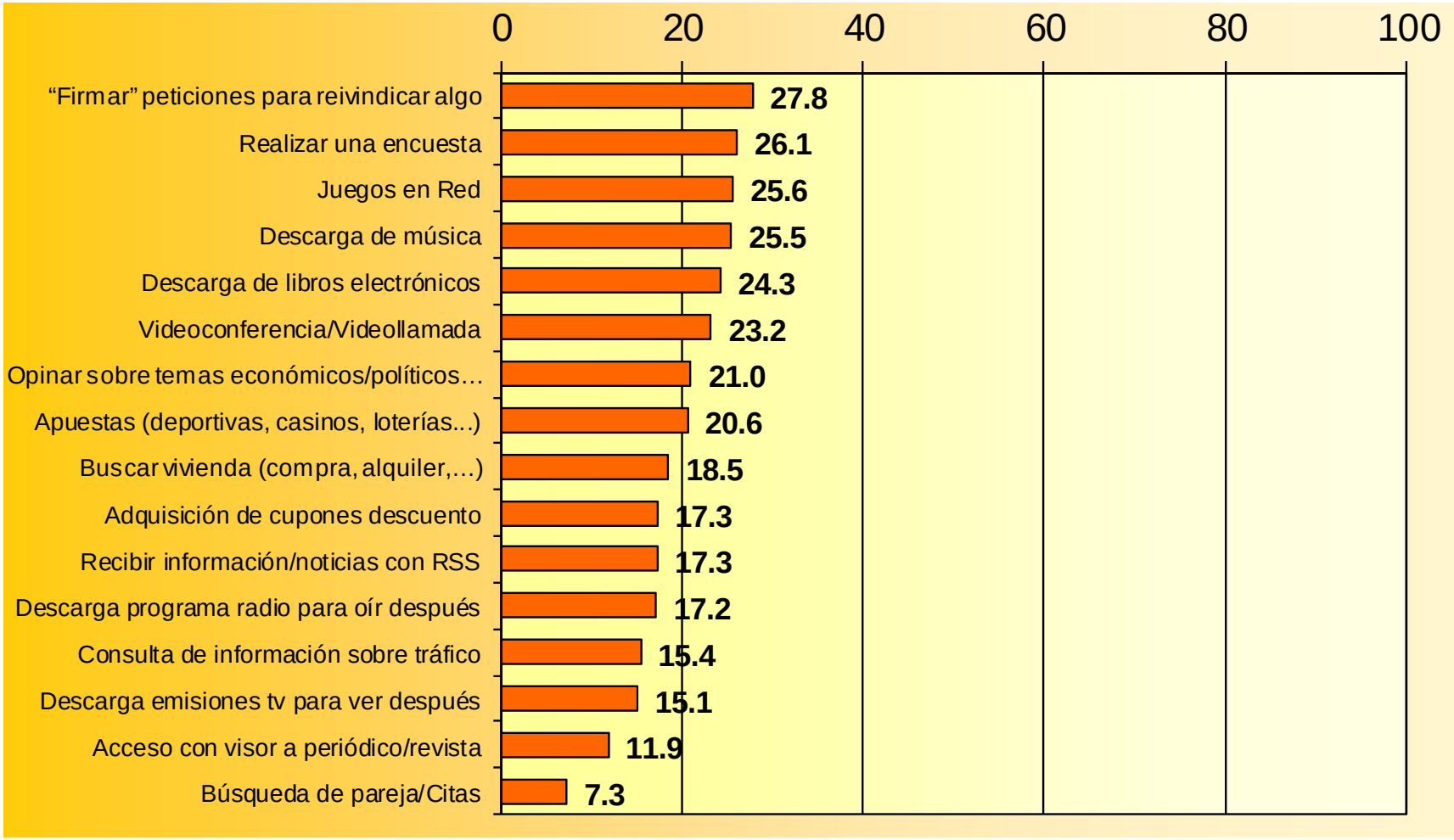
Internet como espacio de relaciones: las actividades

Actividades realizadas en Internet – últimos 30 días (1)



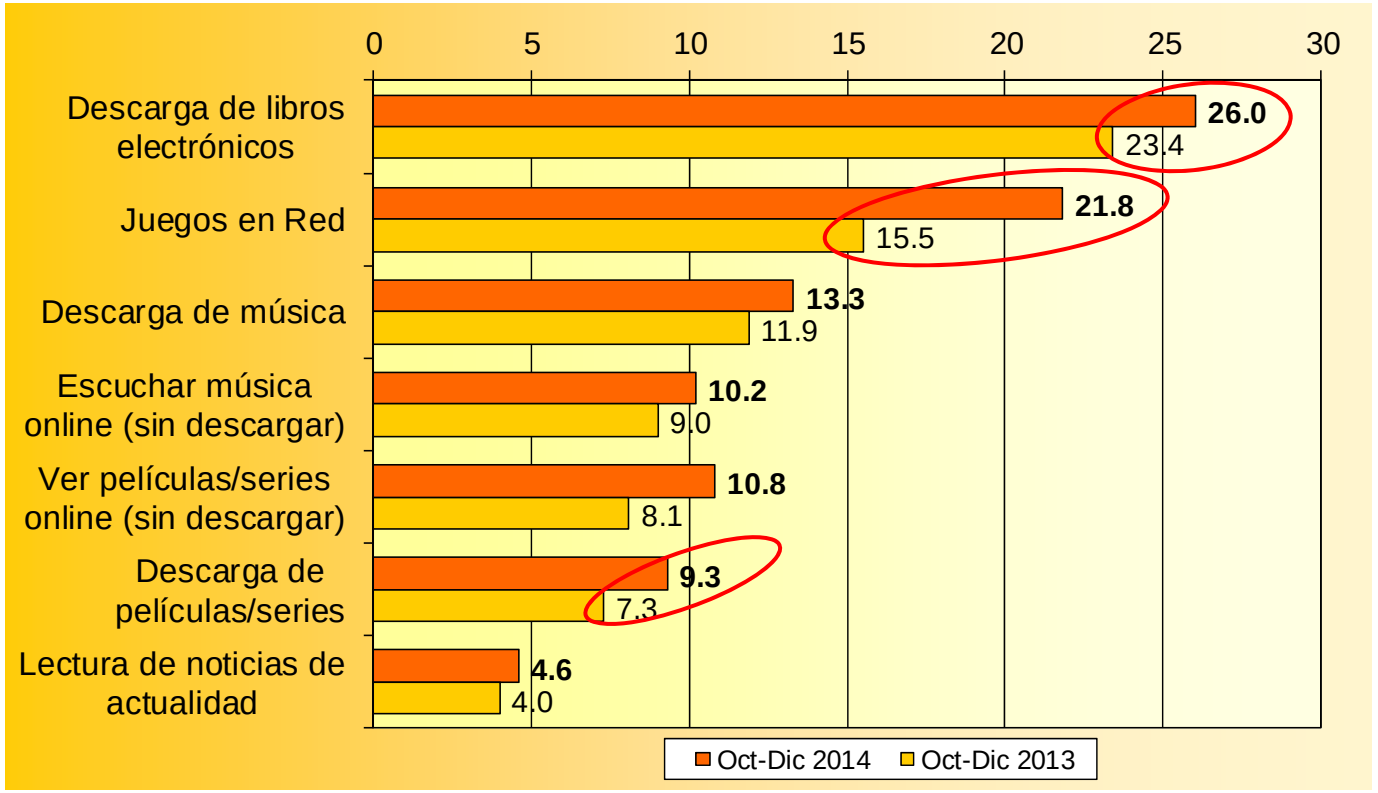
Internet como espacio de relaciones: las actividades

Actividades realizadas en Internet – últimos 30 días (2)



Internet como espacio de relaciones: las actividades

Pago por realizar actividades en Internet
(Base: realizó cada actividad en los últimos 30 días)

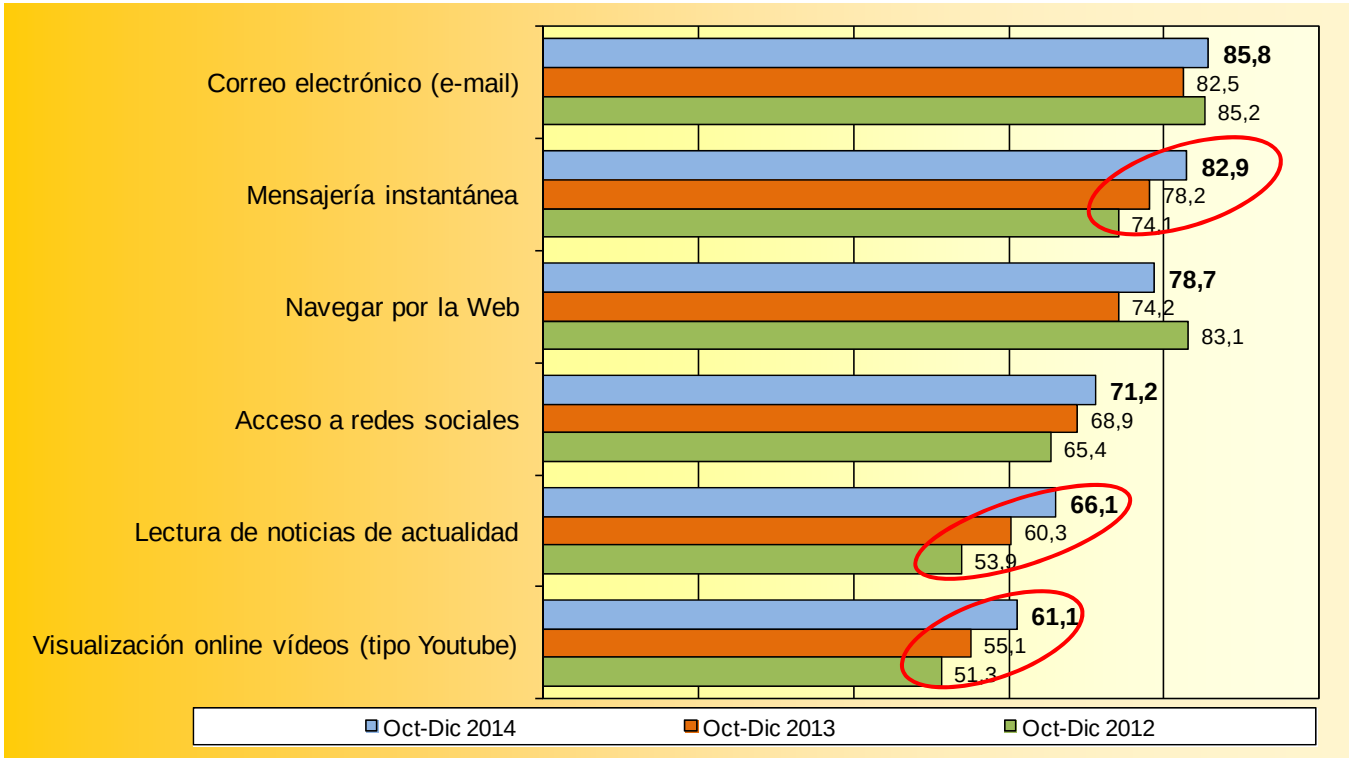


- ✓ **Crece en general el pago por realizar actividades en Internet, destacando los juegos en red y la descarga de libros las dos más mencionadas**

Internet como espacio de relaciones: actividades por móvil

Actividades realizadas en Internet a través de teléfono móvil (1)

(Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)

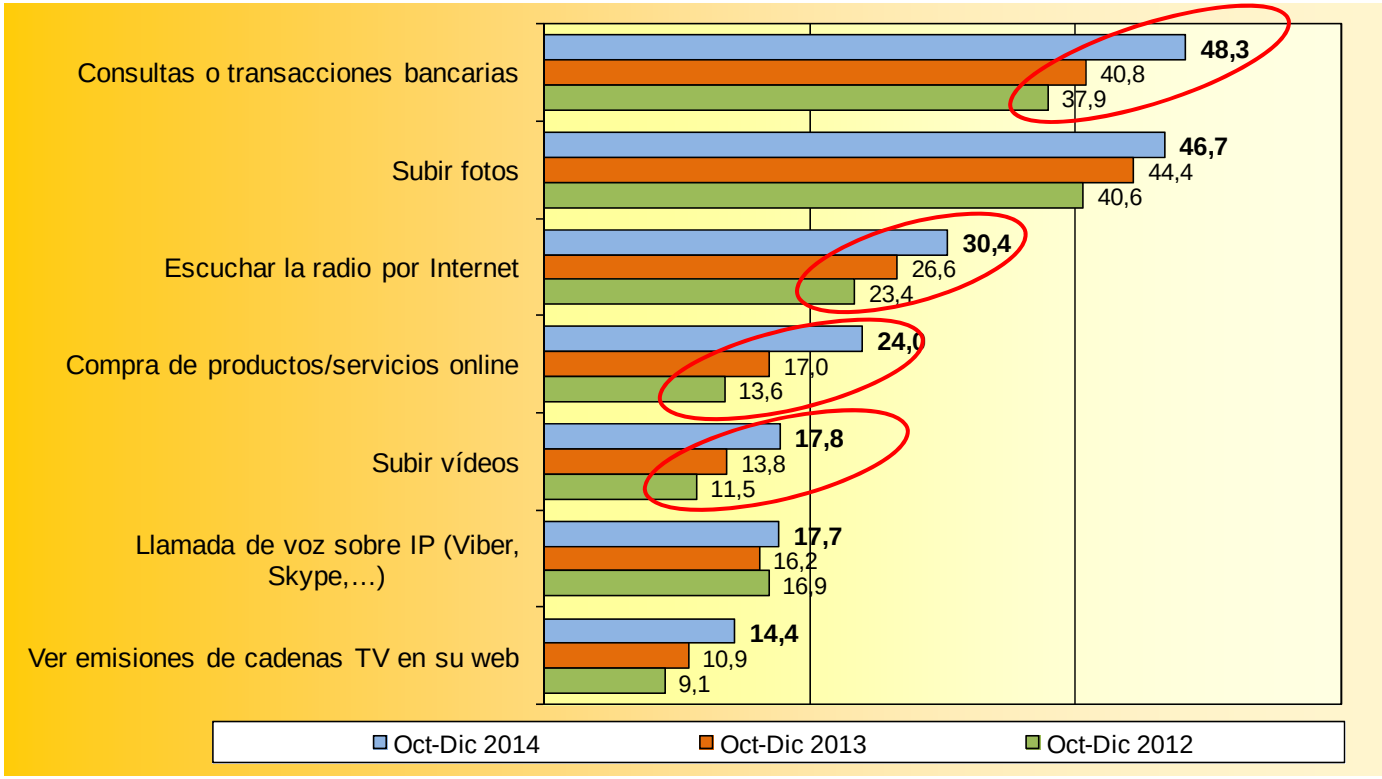


- ✓ **Sigue creciendo la mensajería instantánea (83%), ya al nivel del email. Destacan los incrementos de la lectura de noticias de actualidad y del visionado de videos online**

Internet como espacio de relaciones: actividades por móvil

Actividades realizadas en Internet a través de teléfono móvil (2)

(Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)

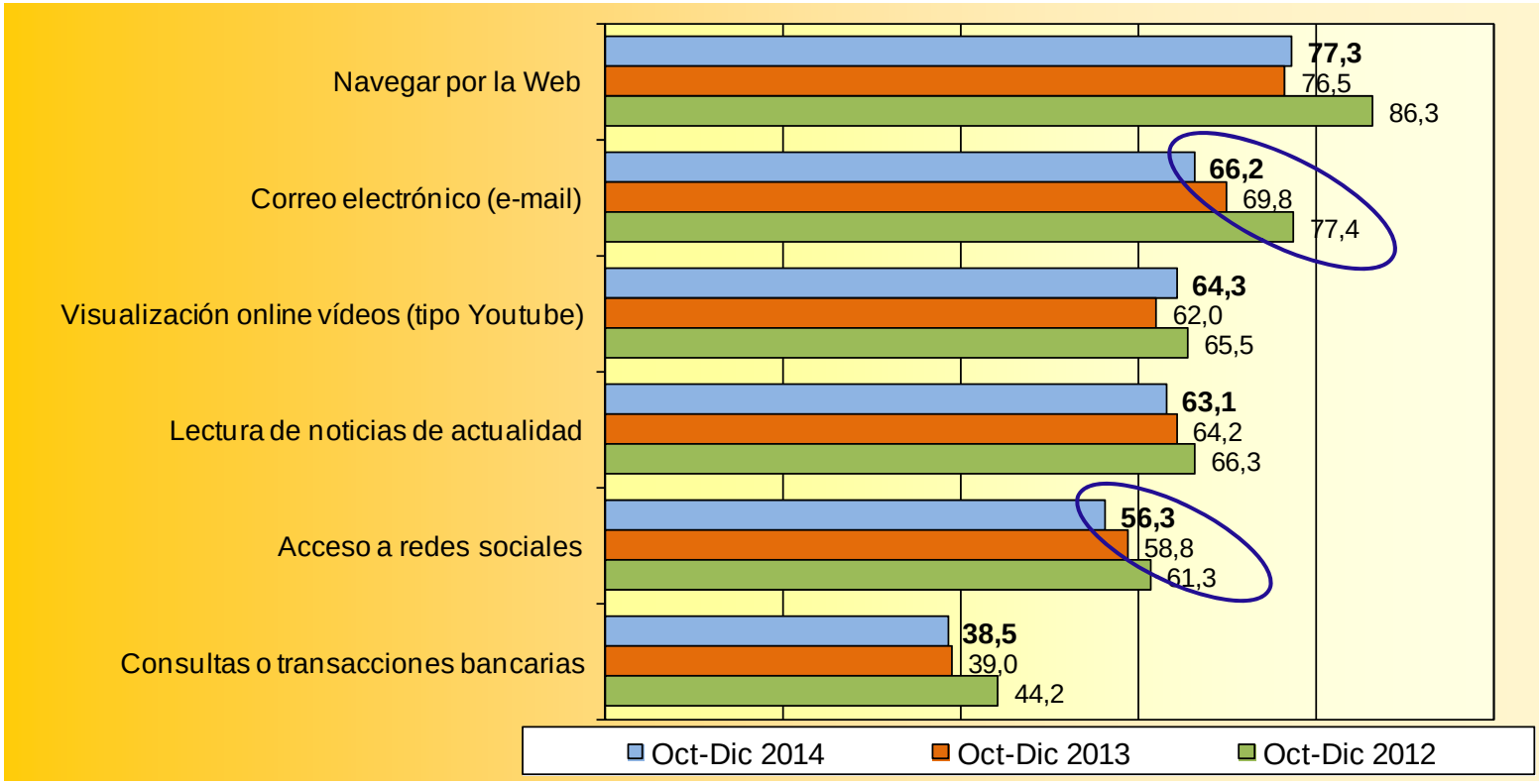


- ✓ **Con menor penetración pero importantes incrementos destacan las consultas o transacciones bancarias, la compra online, la colocación de videos en Internet , la escucha de radio online y el visionado de web de cadenas de TV**

Internet como espacio de relaciones: actividades por tablet

Actividades realizadas en Internet a través de tablet (1)

(Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)

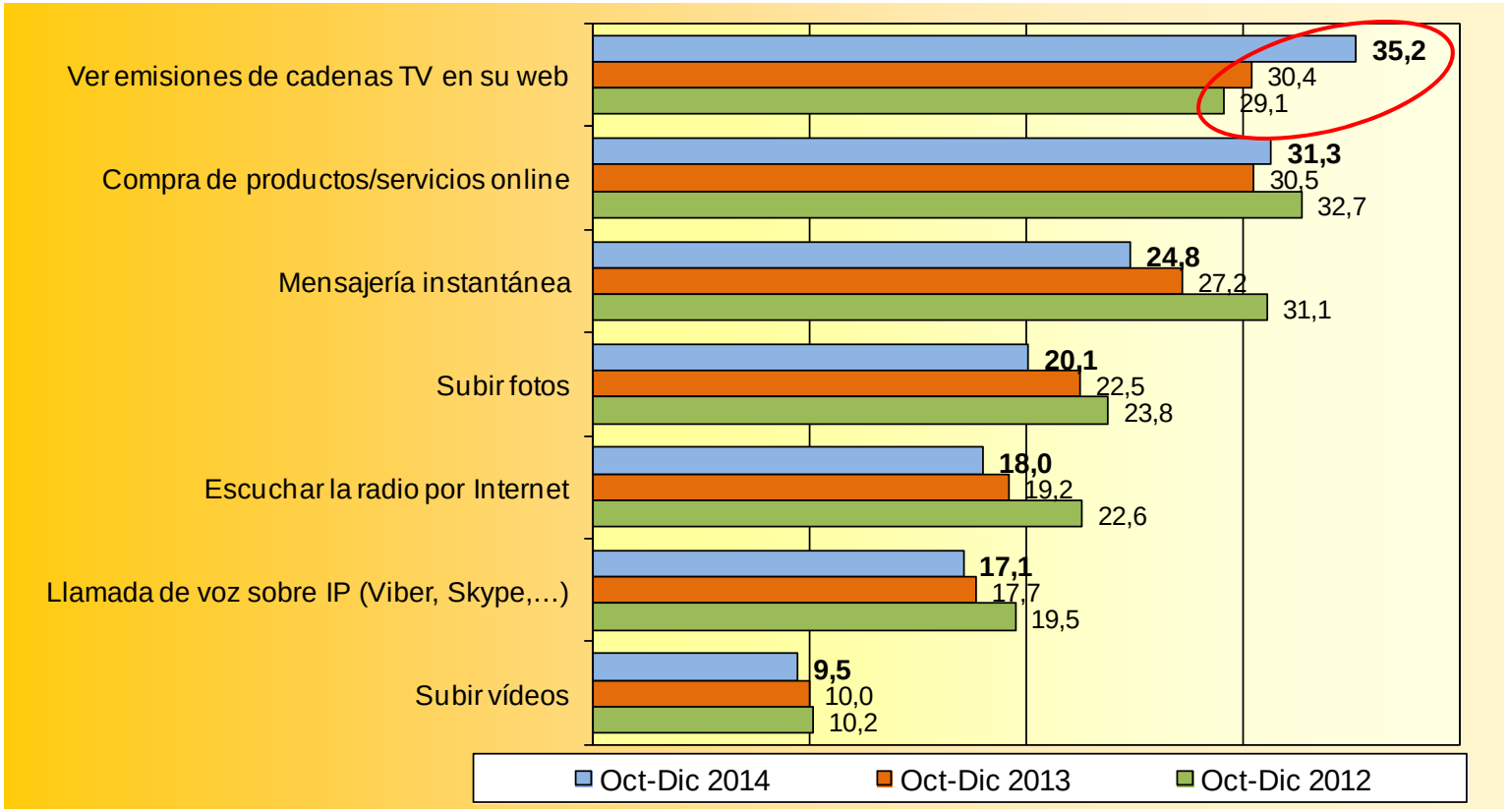


- ✓ **La creciente penetación del tablet provoca una disminución generalizada de las actividades más habituales.**
- ✓ **Destacan la navegación, el emaill, el visionado de vídeos online y la lectura de noticias**

Internet como espacio de relaciones: actividades por tablet

Actividades realizadas en Internet a través de tablet (2)

(Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)

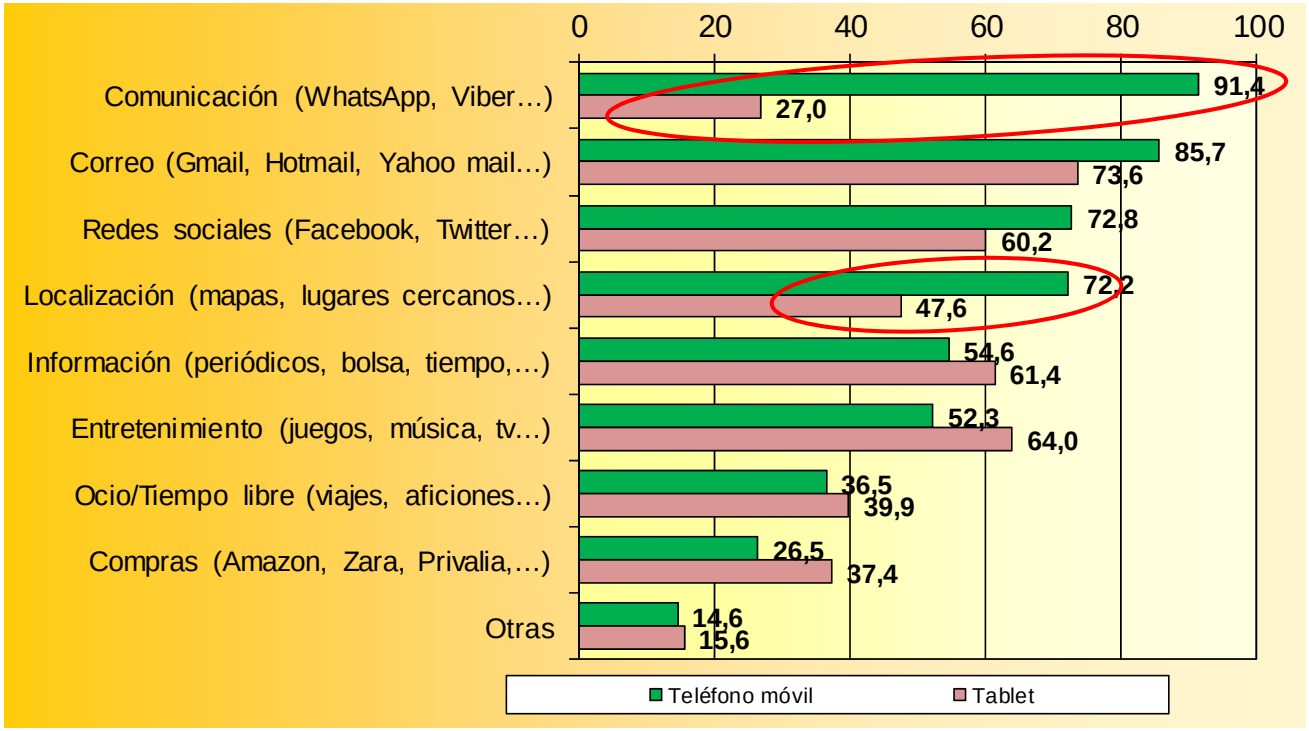


✓ **Sobresale por su crecimiento el visionado en tablet de cadenas de TV a través de su web.**

Internet como espacio de relaciones: las aplicaciones

Aplicaciones utilizadas en el móvil vs. en el tablet

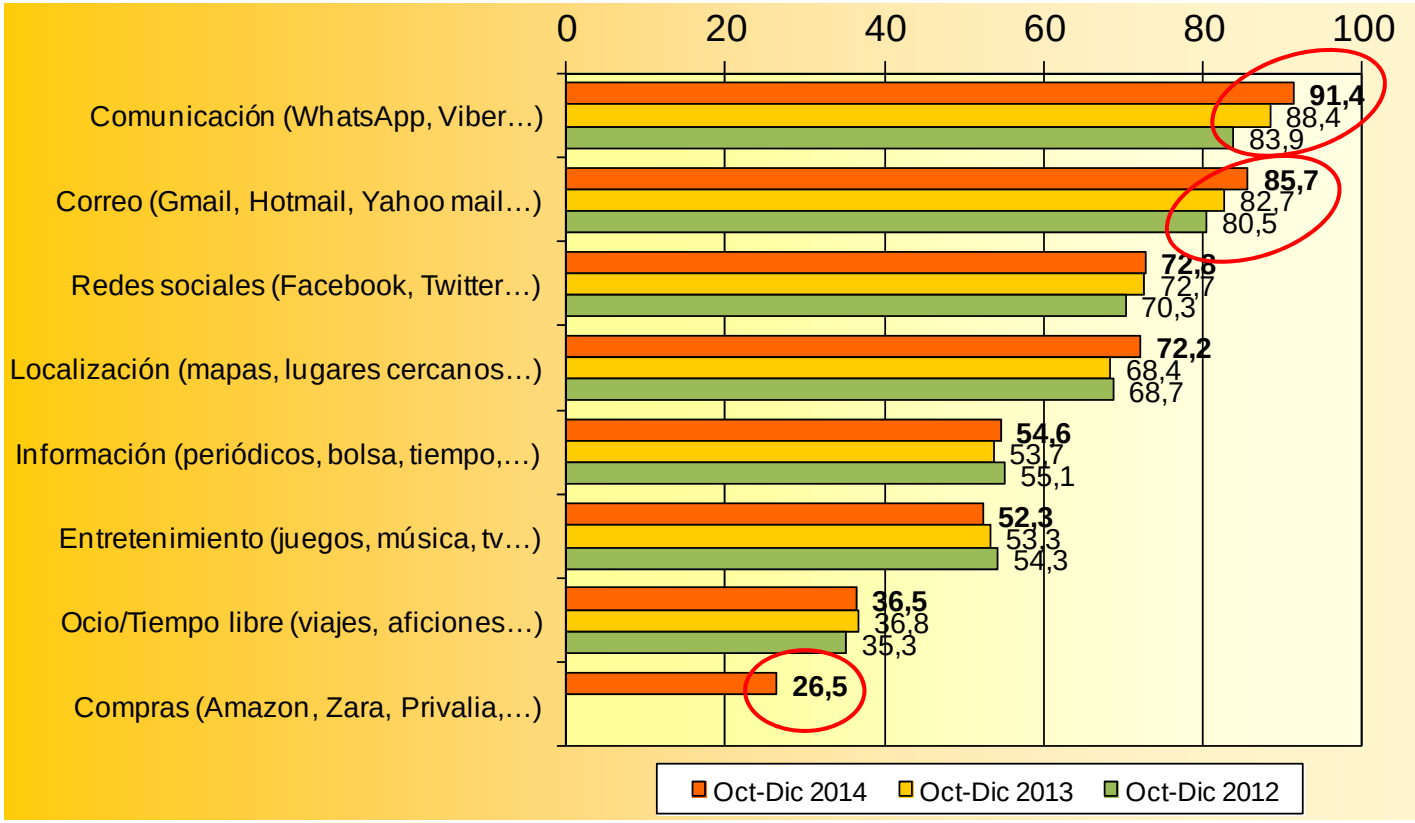
(Bases: accede por móvil / accede por tablet)



- ✓ **El tipo de app difiere en función del equipo:**
  - ✓ **Móvil: más relacionadas con la interacción con otras personas o la localización**
  - ✓ **Tablet: tienen más que ver con la información o el entretenimiento.**

Internet como espacio de relaciones: apps en el móvil

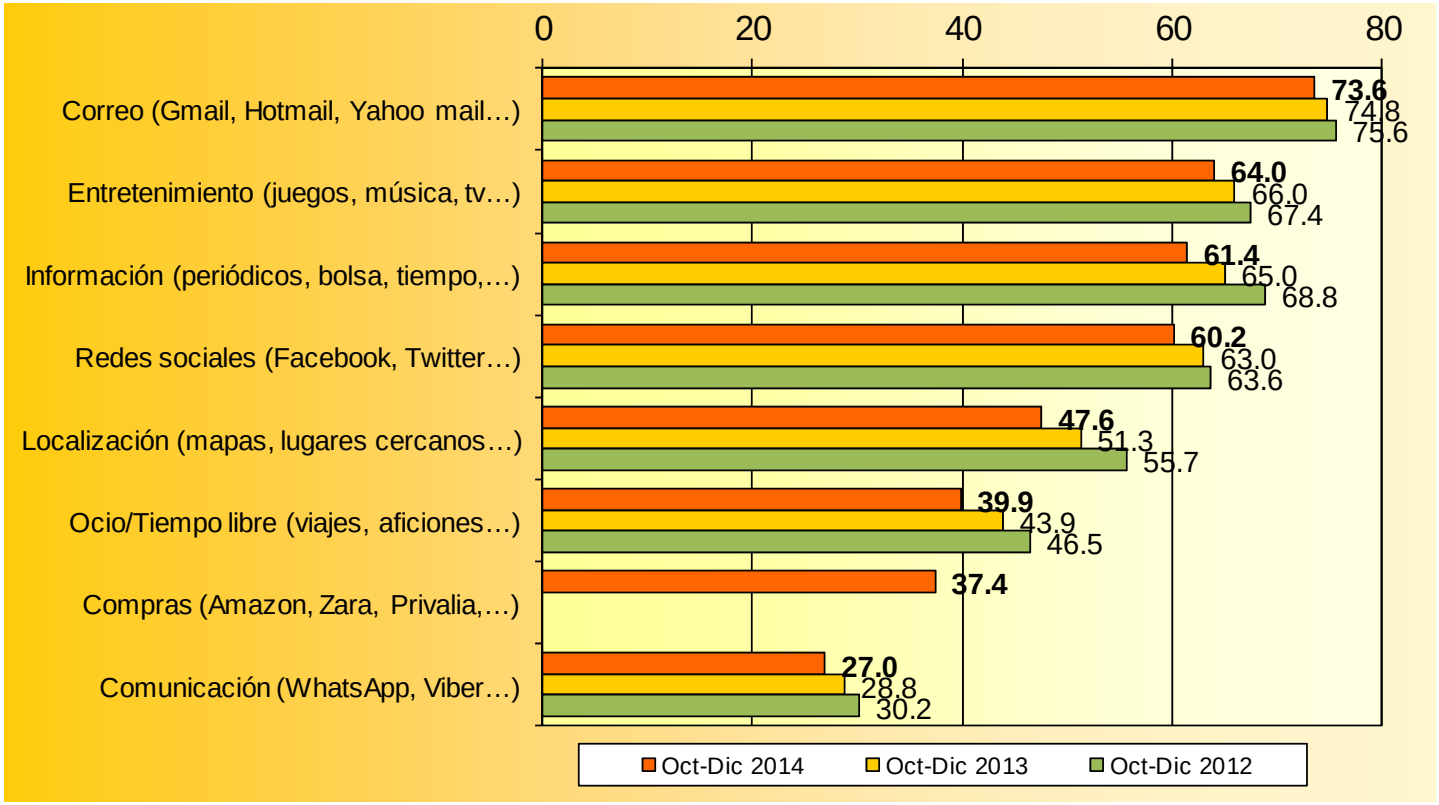
Aplicaciones utilizadas en el móvil
(Base: accede por móvil)



- ✓ **En el móvil destacan las apps de comunicación/mensajería instantánea, email, redes sociales y localización**

Internet como espacio de relaciones: apps en el tablet

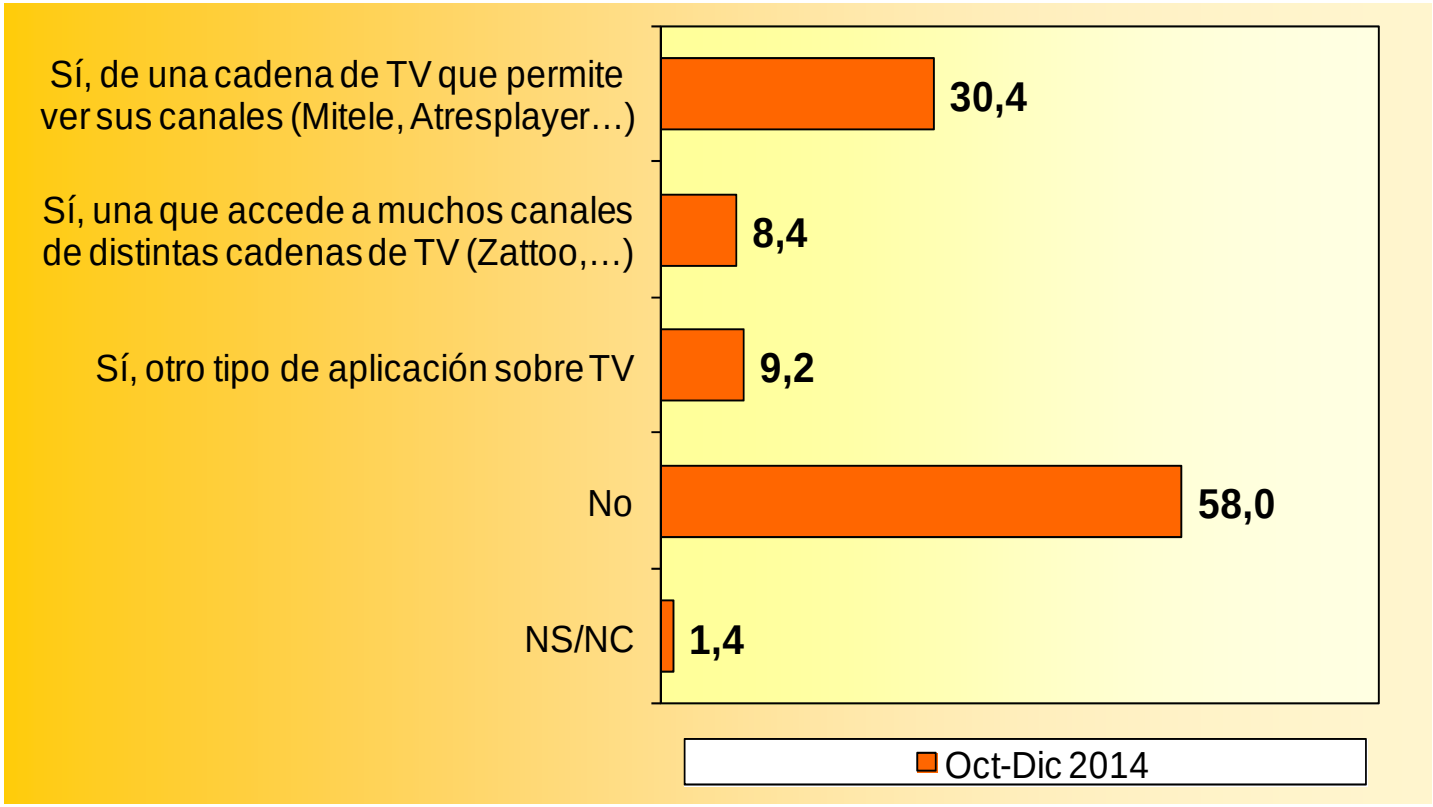
Aplicaciones utilizadas en el tablet
(Base: accede por tablet)



- ✓ **En el tablet, además del email, destacan las apps de entretenimiento, por encima de las de información y redes sociales**

Internet como espacio de relaciones: apps televisivas

Uso de apps de TV en dispositivos móviles
(Base: accede Internet por tel. móvil o tablet)

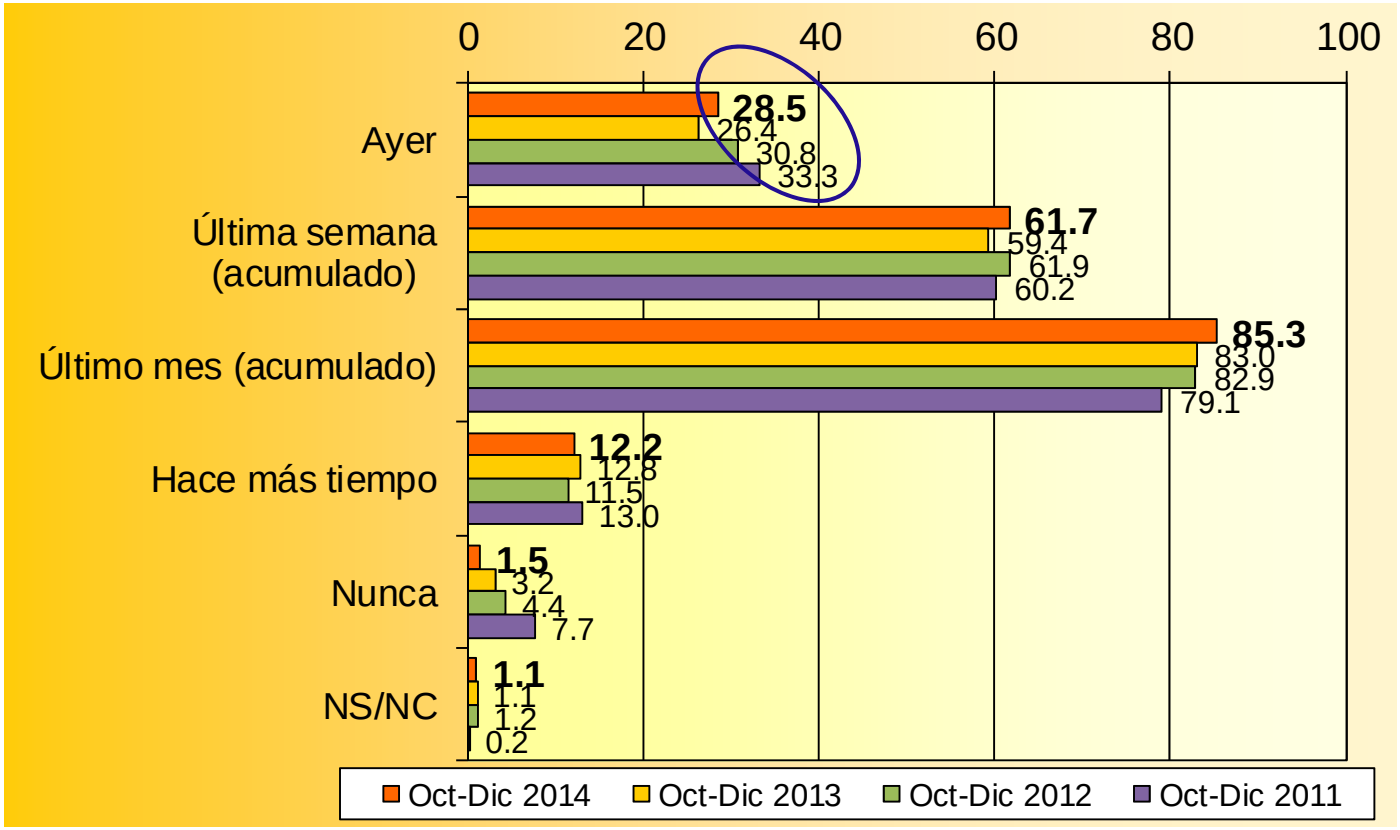


- ✓ **Alrededor del 40% hace uso de algún tipo de aplicación para ver contenidos televisivos, destacando las webs de las cadenas (30%)**

Internet como espacio de relaciones

Última vez que ha descargado apps para el móvil

(Base: accede a Internet por tel. móvil)

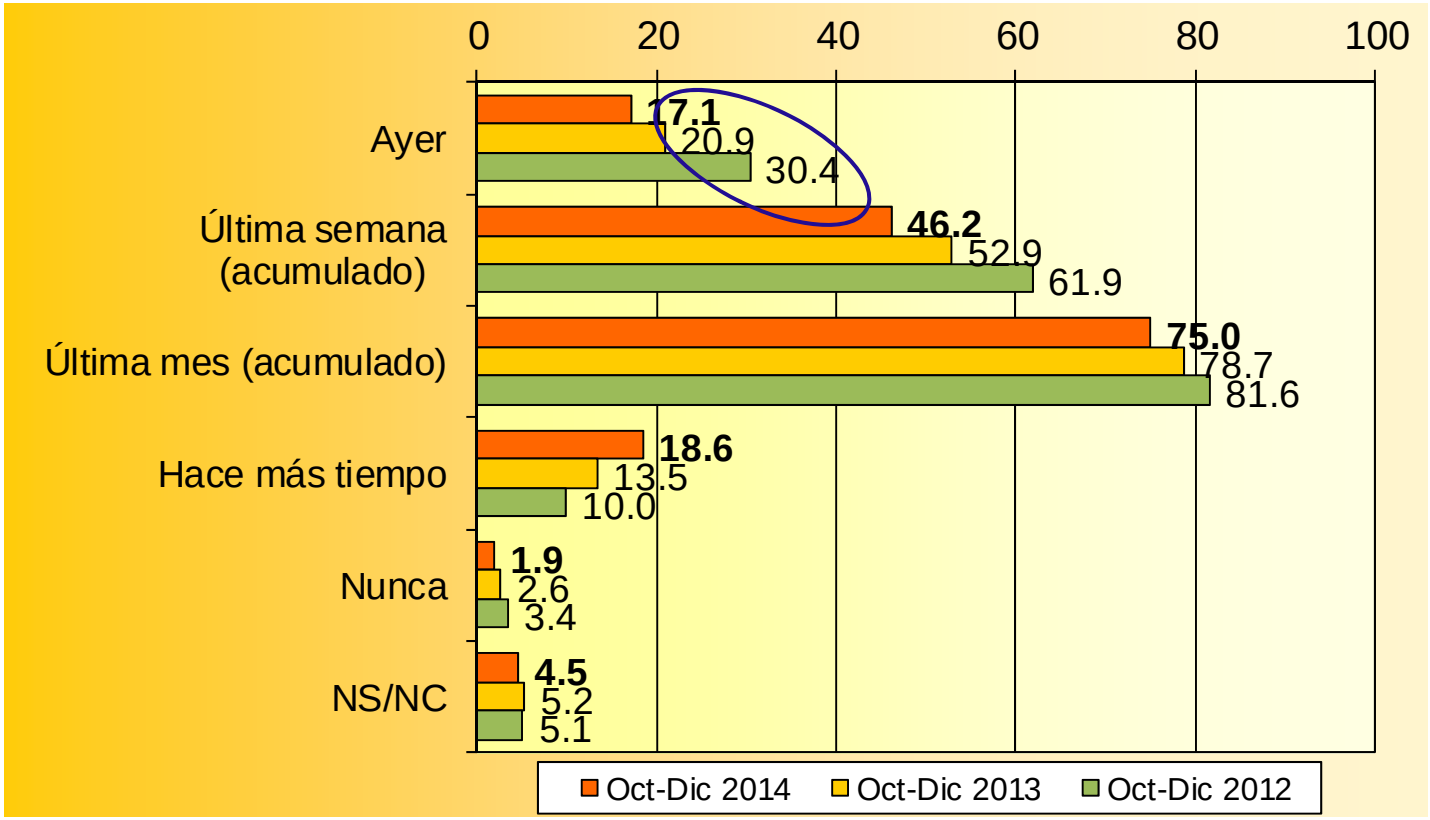


- ✓ **Sigue el descenso leve de la descarga cotidiana de aplicaciones para el móvil**

Internet como espacio de relaciones

Última vez que ha descargado apps para el tablet

(Base: accede a Internet por tablet)



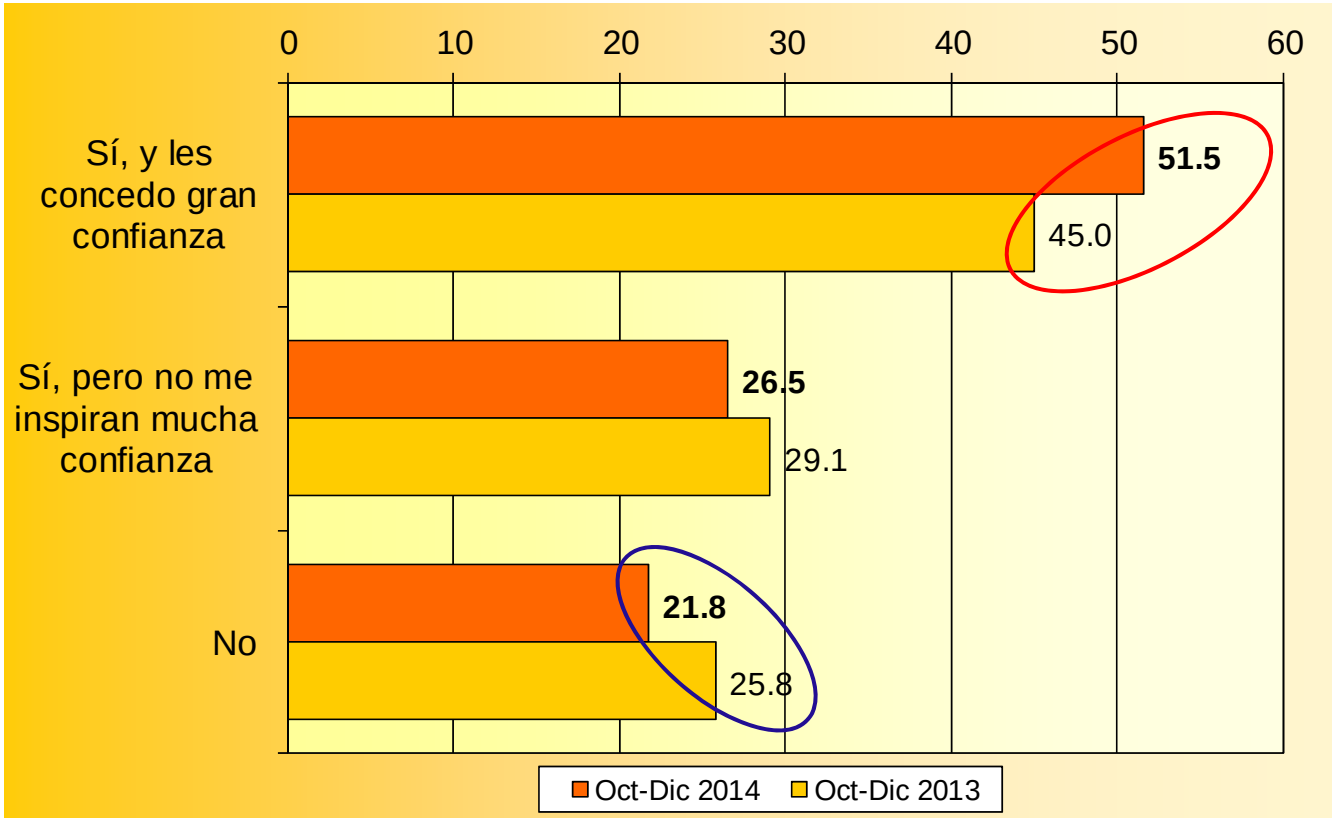
✓ **El descenso de la descarga cotidiana de aplicaciones resulta más notable en el tablet**

NAVEGANTES EN LA RED

INTERNET COMO ESPACIO ECONÓMICO

Internet como espacio económico: la consulta de opiniones

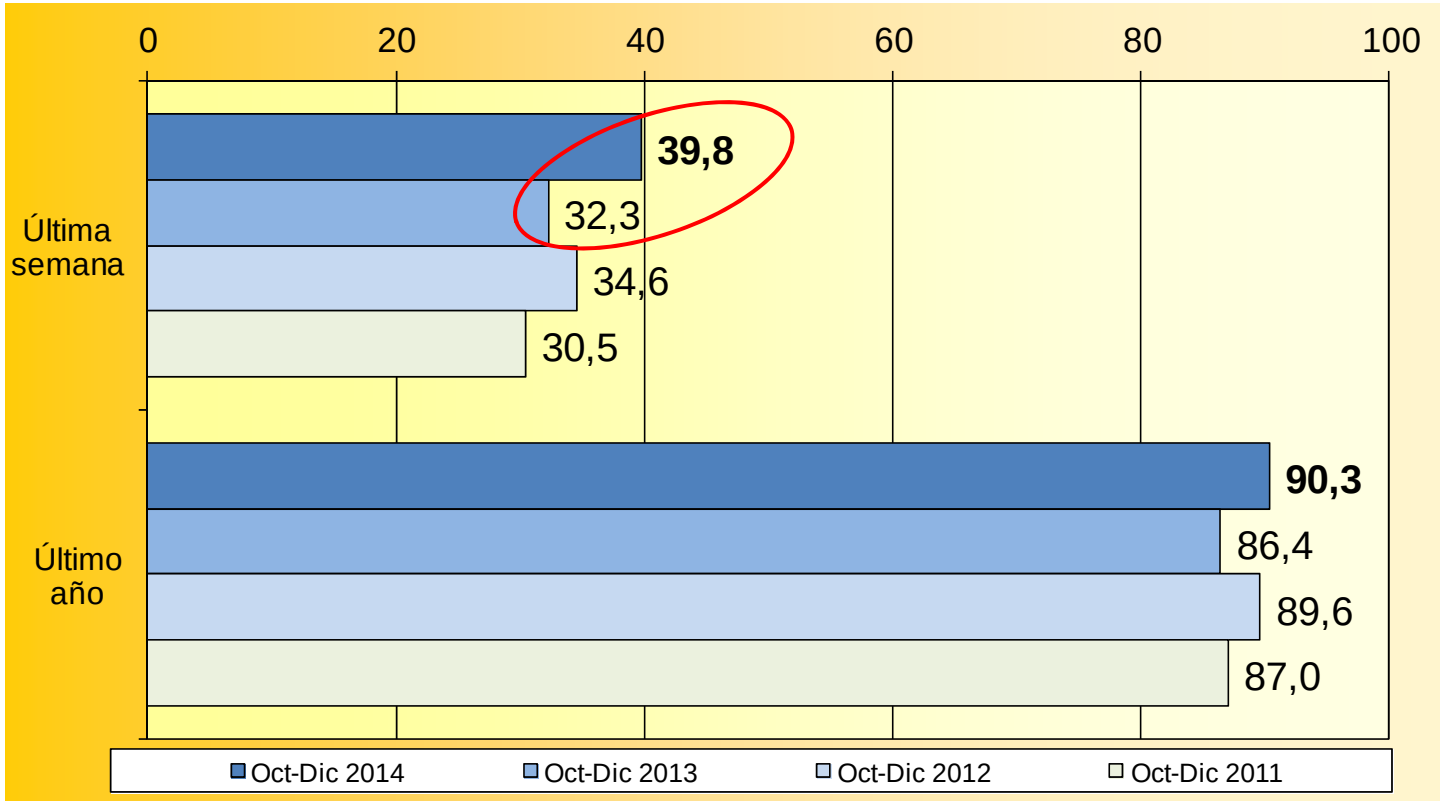
Consulta de opiniones sobre productos y servicios - últimos 30 días



✓ **Casi el 80% de los navegantes ha consultado opiniones o comentarios de otras personas en Internet en los últimos 30 días y más de la mitad muestra gran confianza en ello**

Internet como espacio económico: la compra por Internet

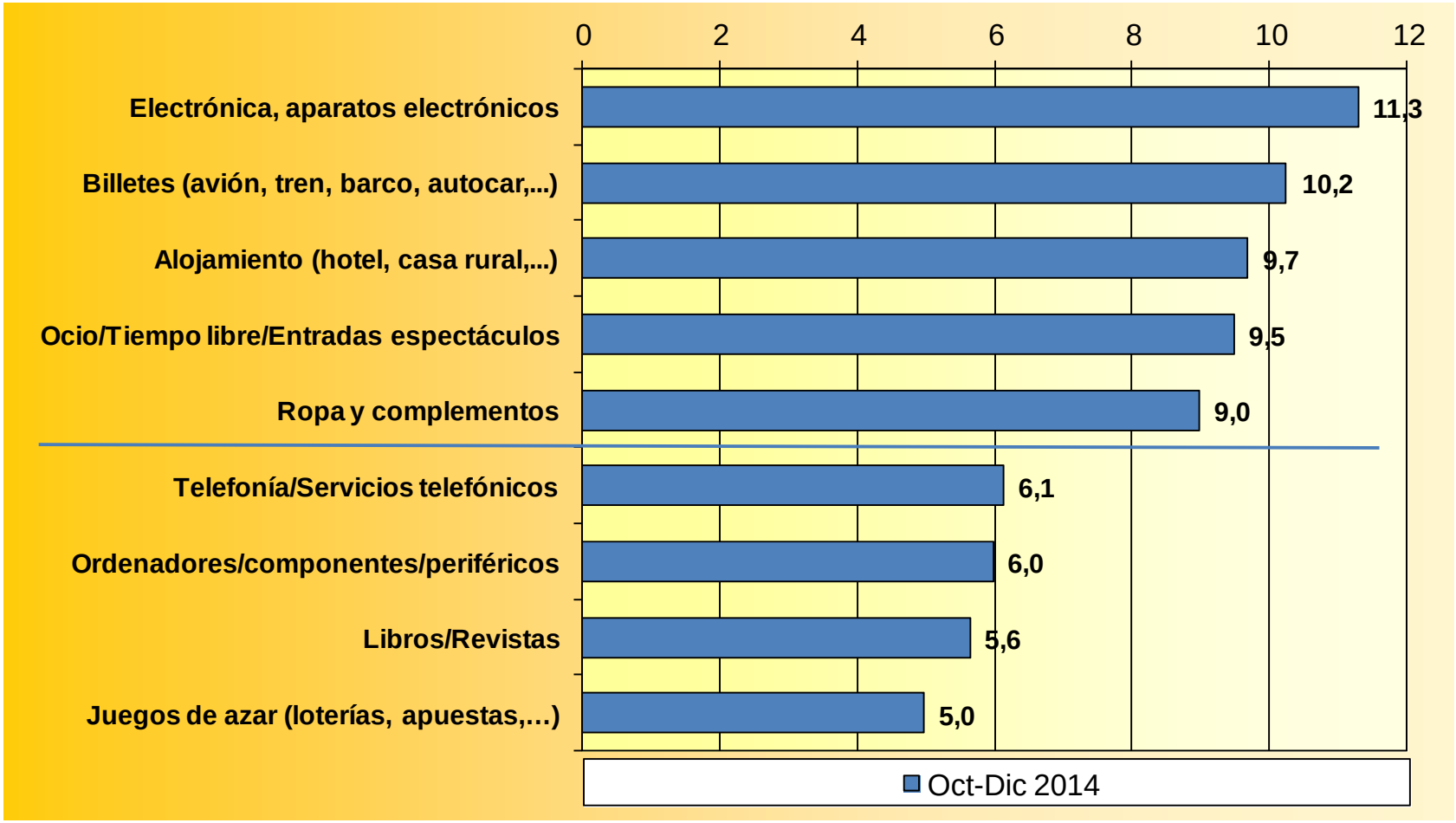
Compra de productos o servicios por Internet



- ✓ **Se reactiva la compra por Internet: casi el 40% de los internautas ha comprado por Internet en la última semana (+7,5 puntos)**

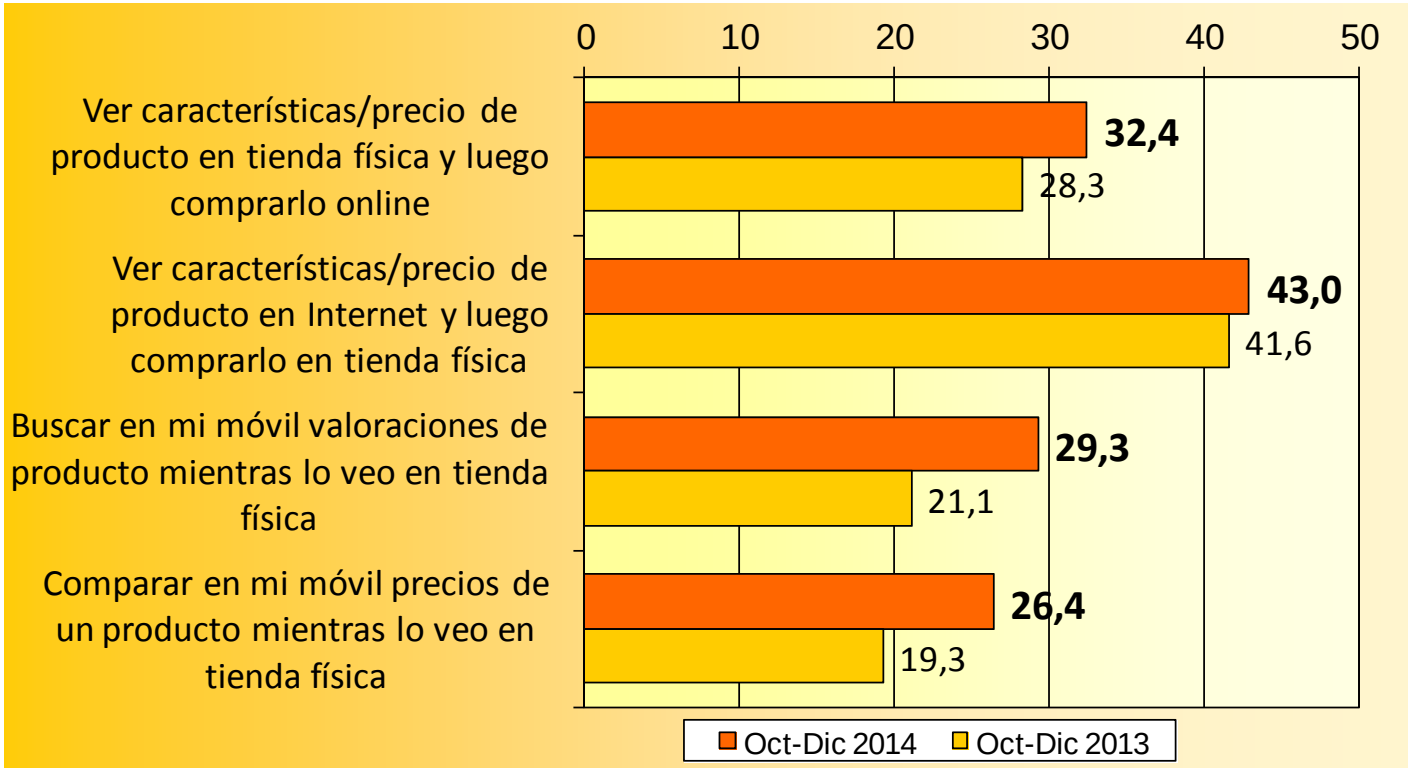
Internet como espacio económico: los productos comprados

Producto o servicio comprado por Internet - último año
(Base: menciones)



Internet como espacio económico: nueva forma de comprar

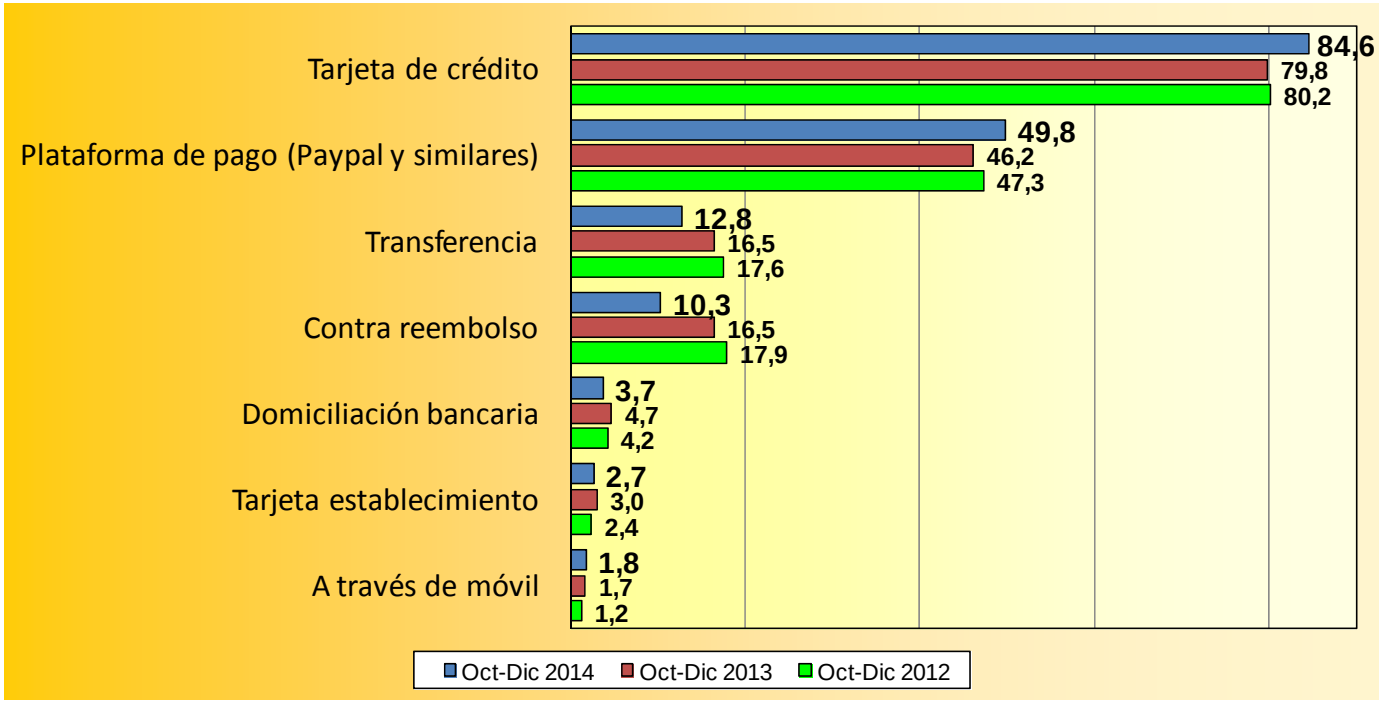
El «showrooming» (últimos 30 días)



- ✓ **Crece ligeramente la compra online tras ver el producto en la tienda (32%, +4 puntos)**
- ✓ **Crecen sensiblemente las búsquedas de valoraciones en el móvil (29%, +8 puntos), y la comparación de precios en el móvil (26%, +7), ambas mientras se está en la tienda**

Internet como espacio económico: los métodos de pago

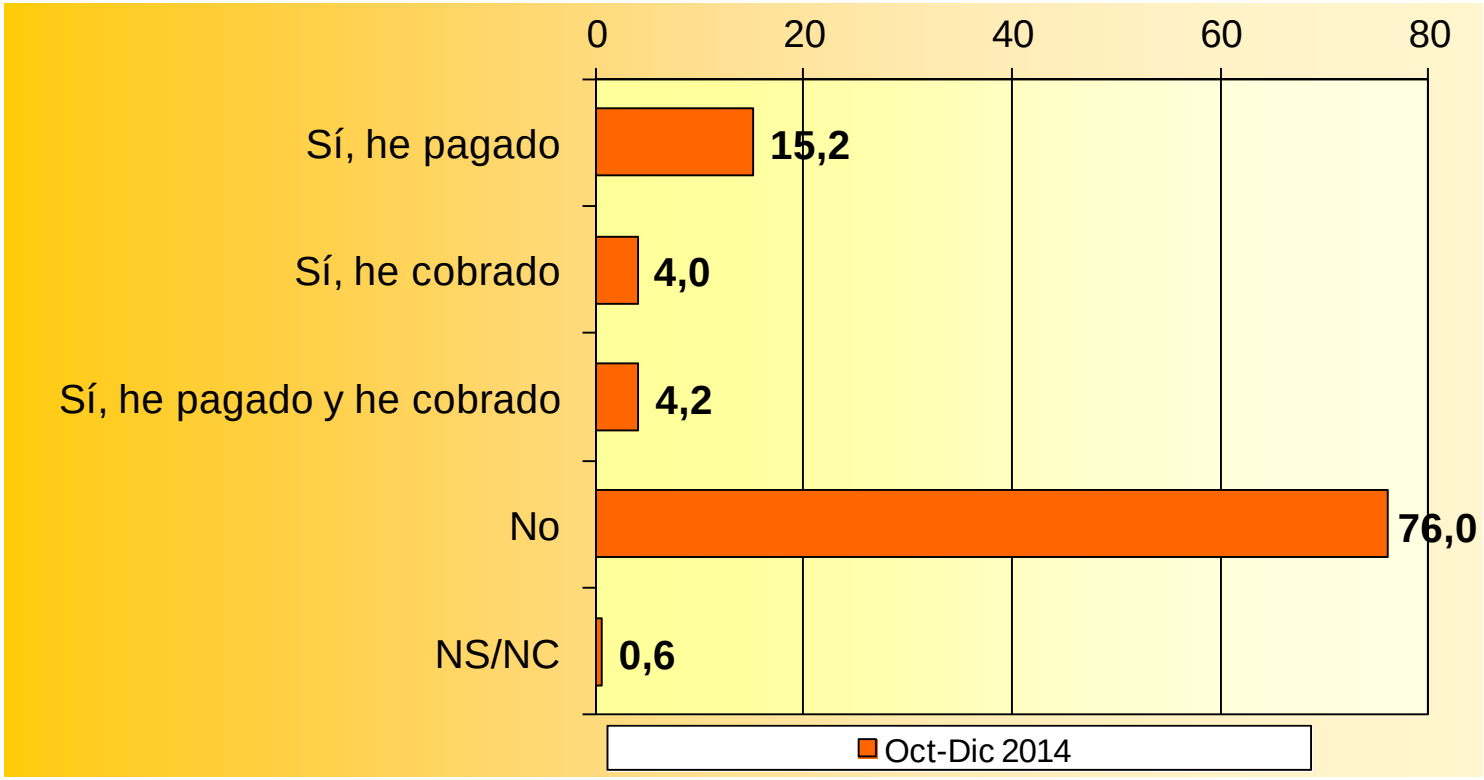
Métodos de pago de las compras por Internet
(Base: ha comprado último año)



- ✓ **La tarjeta de crédito mantiene el liderazgo (85%)**
- ✓ **Las plataformas de pago on mencionadas por el 50% de quienes han comprado en el último año, muy por delante de métodos tradicionales como contra reembolso o la transferencia que siguen perdiendo adeptos**

Internet como espacio económico: nuevas actividades económicas

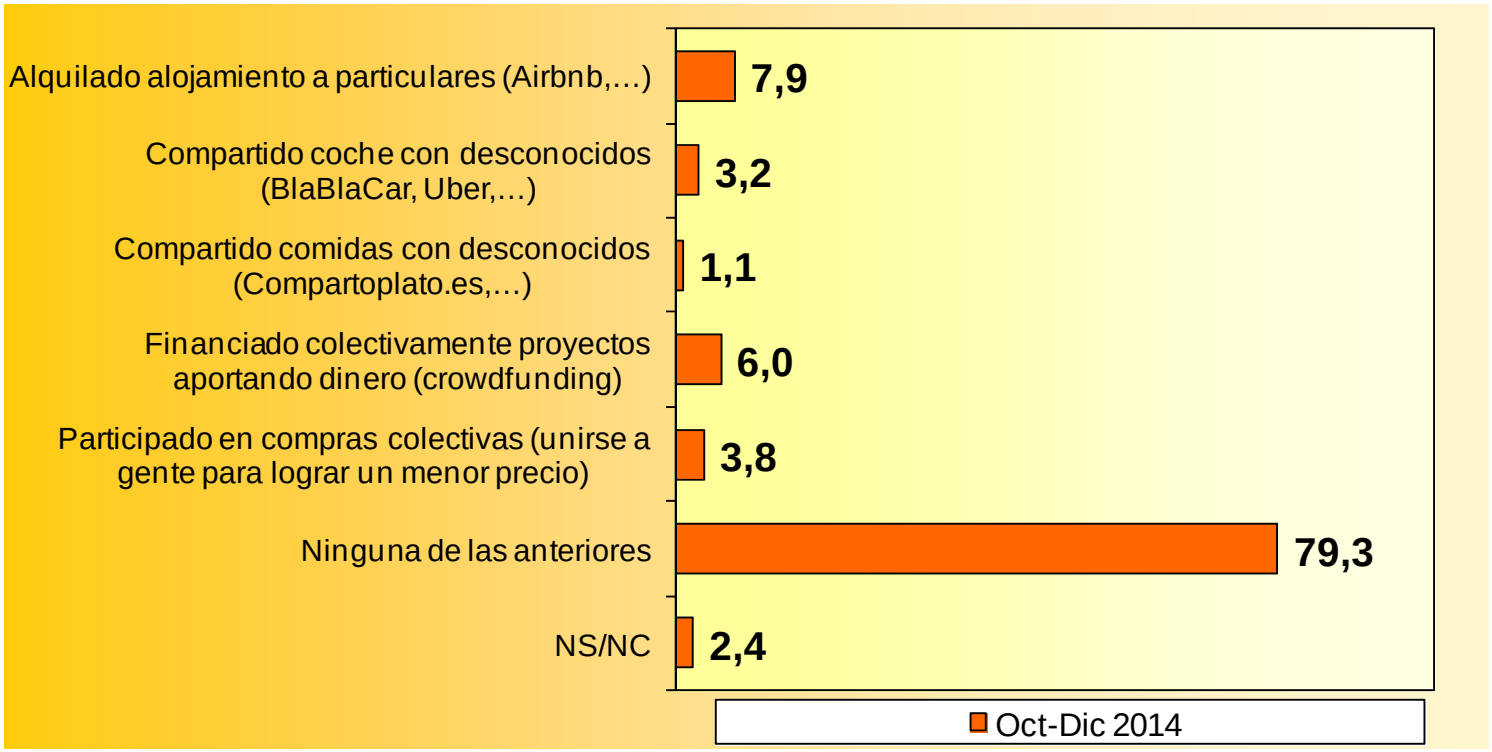
Recepción / Prestación de servicios entre particulares por Internet (últimos 30 días)



- ✓ **En torno al 23% declara haber efectuado el pago o cobro de un servicio realizado entre particulares**

Internet como espacio económico: nuevas actividades económicas

Servicios prestados entre particulares por Internet (últimos 30 días)

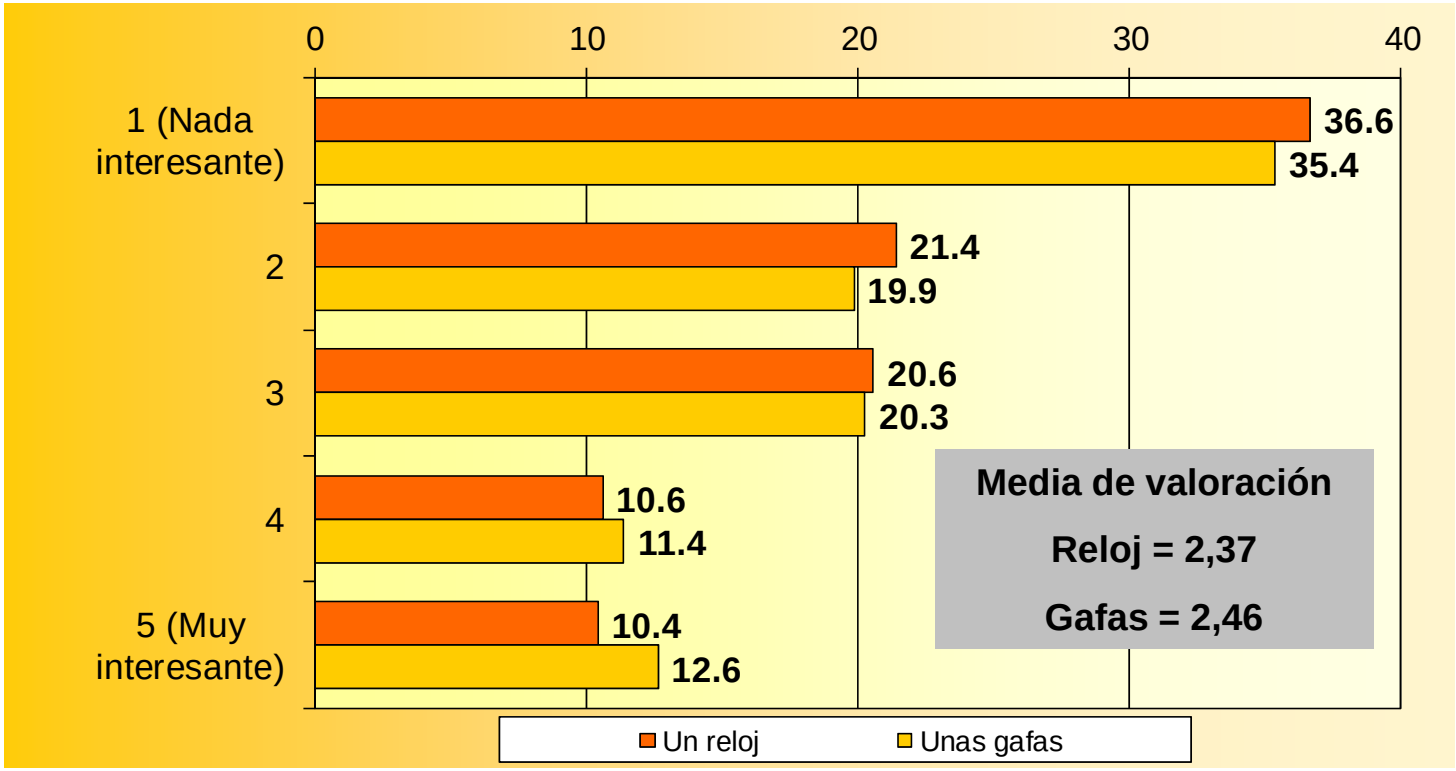


- ✓ **El servicio más frecuente es el alquiler de alojamiento a particulares, seguido de la financiación colectiva de proyectos**

¿Y nuevos dispositivos?

Interés en acceder a Internet desde un reloj / gafas

(1=Nada interesante ; 5=Muy interesante)

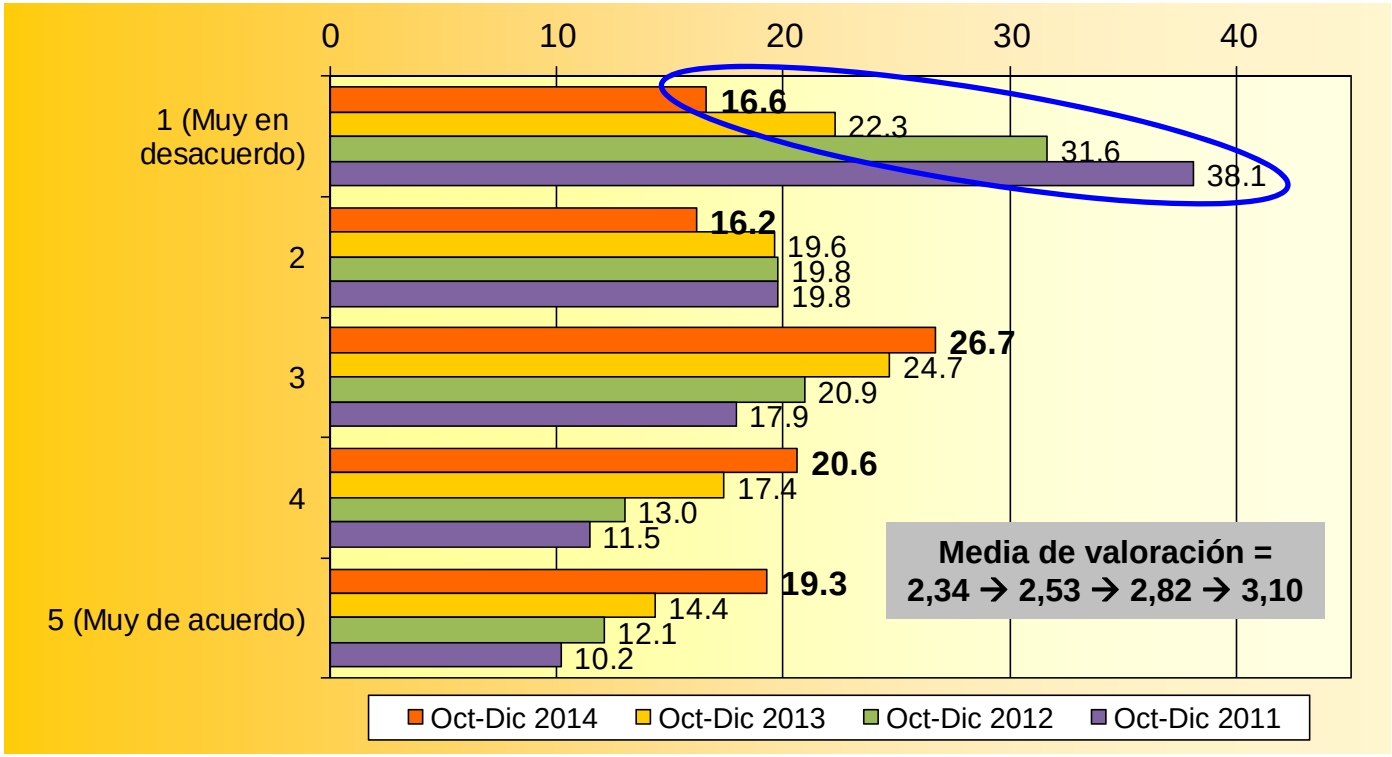


- ✓ **Entre el 55 y el 58% de los navegantes no creen interesante el acceso a Internet a través de nuevos dispositivos como un reloj o unas gafas, pero…**

Algunas opiniones sobre el móvil

"No podría vivir sin Internet en el teléfono móvil"

(Base: accede a Internet por teléfono móvil)



✓ **…no es tan dificil cambiar en el mundo de Internet**

AIMC

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2014

¡GRACIAS!

Patrocina

ODEC

Colabora

SAMSUNG