



## Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2017

Patrocina



Colabora



ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

# 0

✓ AGENDA

# 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





The background features a 3D grid of yellow cubes with a network of white lines and dots overlaid on top, resembling a molecular or data structure. A large white number '1' is positioned on the right side of the grid.

✓ 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

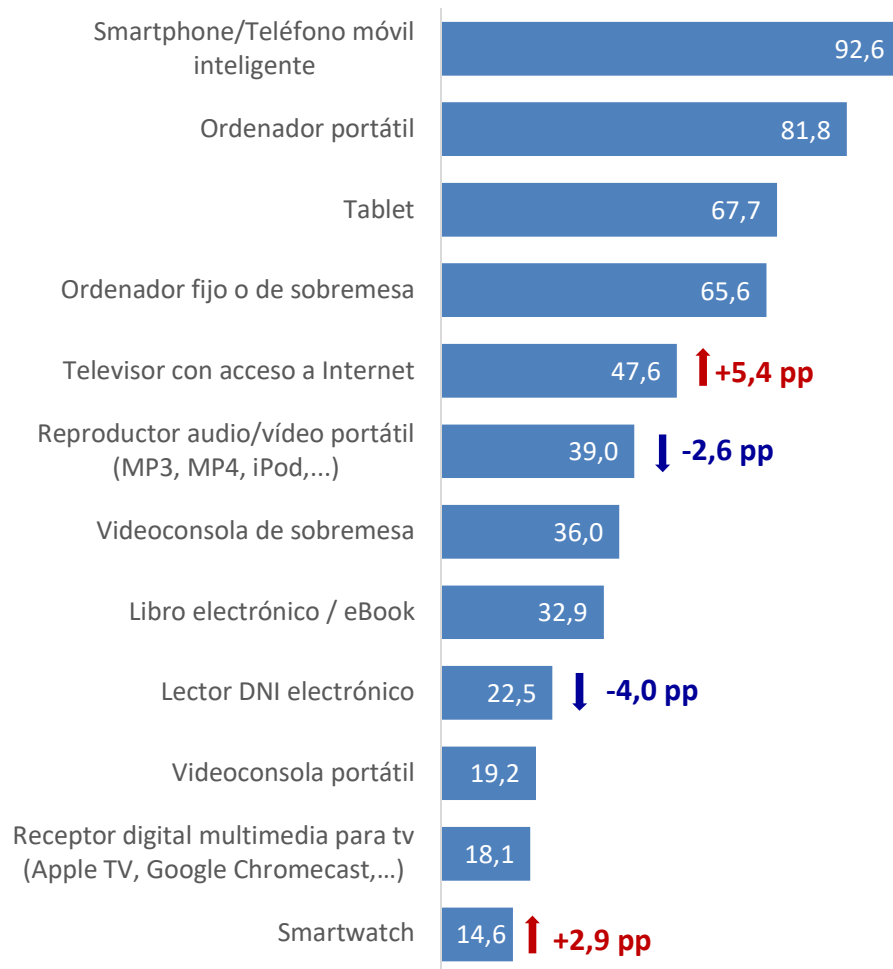


✓ Equipamiento y hábitos  
del navegante

2

# Equipamiento y hábitos del navegante

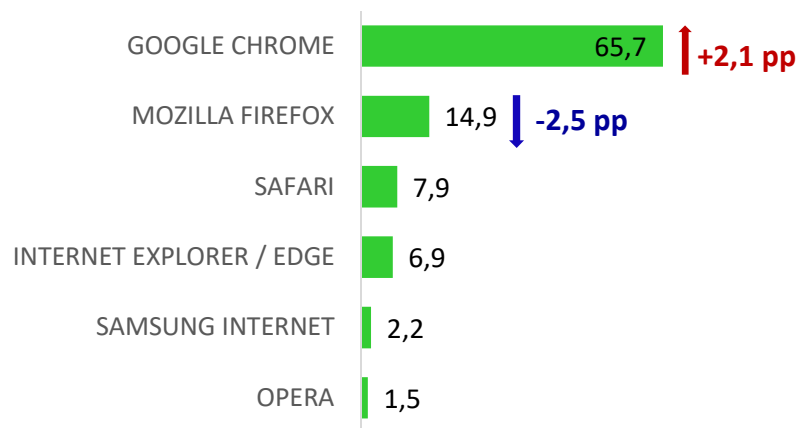
## Equipamiento de los navegantes



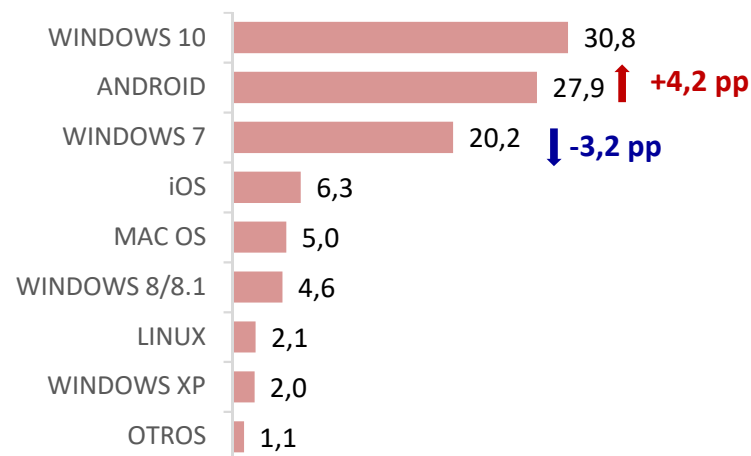
- ✓ Elevado nivel de equipamiento de los Navegantes encuestados
- ✓ Crecimientos relevantes del Smart TV y del Smartwatch
- ✓ Descensos notables del lector de DNI electrónico y del reproductor de audio/vídeo

# Equipamiento y hábitos del navegante

Navegador (usado en la encuesta)

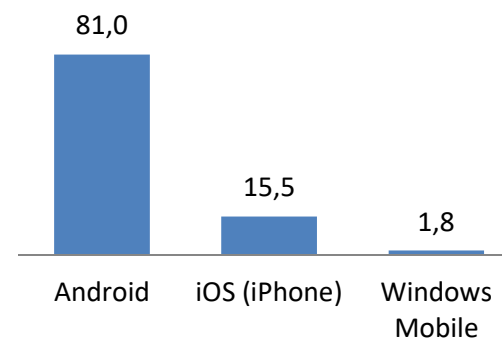


Sistema operativo



- ✓ 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

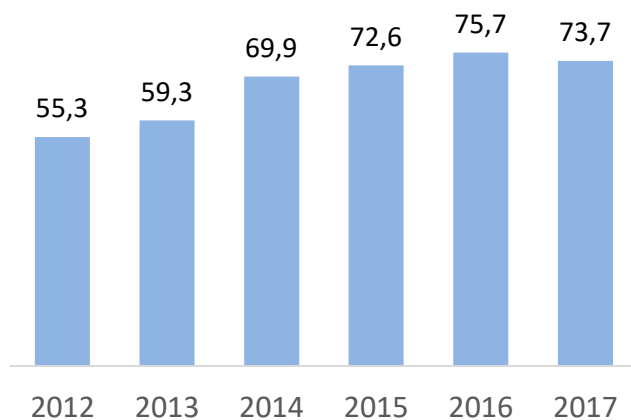




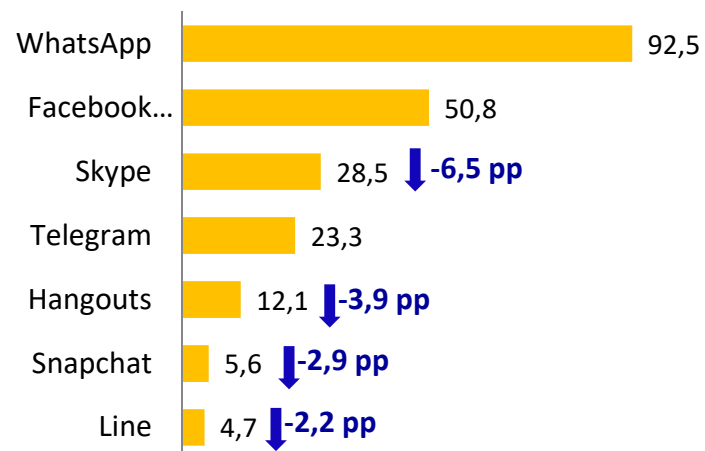
# Equipamiento y hábitos del navegante

Uso diario de la mensajería instantánea  
63,6%

Uso de servicios de almacenamiento en la nube



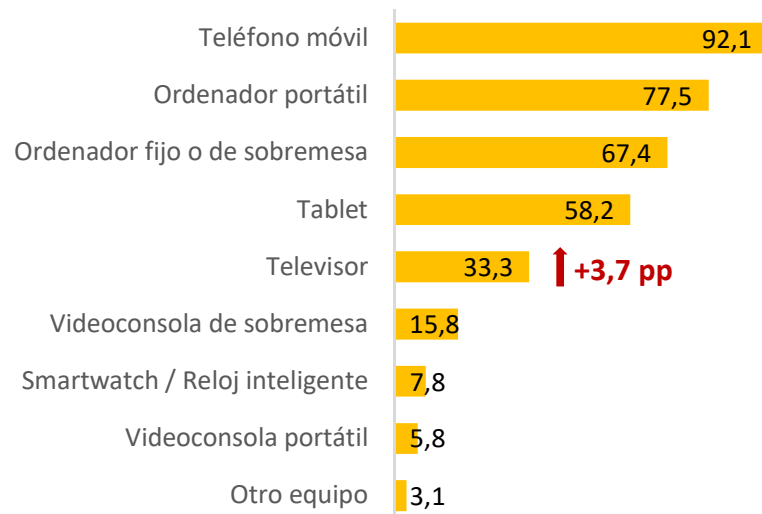
Servicios de mensajería instantánea



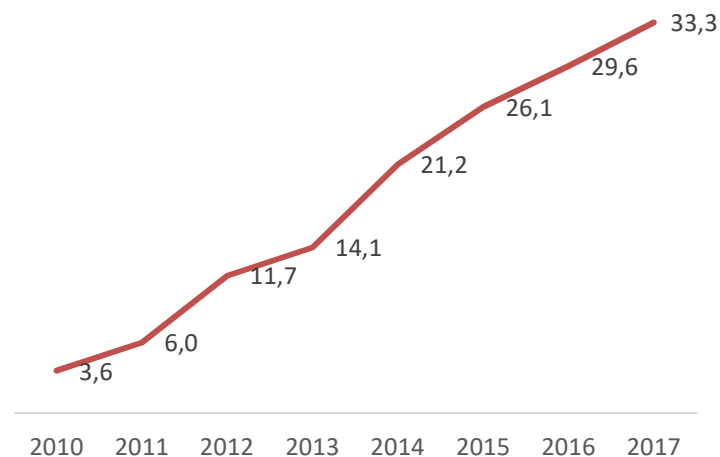
- ✓ Casi dos tercios de los encuestados afirman usar cotidianamente los servicios de mensajería instantánea
- ✓ Se mantiene el sólido liderazgo de Whatsapp, mencionado por más del 90%.
- ✓ Salvo WhatsApp, Facebook Messenger y Telegram, desciende el resto de servicios de mensajería instantánea
- ✓ Se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

# Dispositivos de acceso a Internet

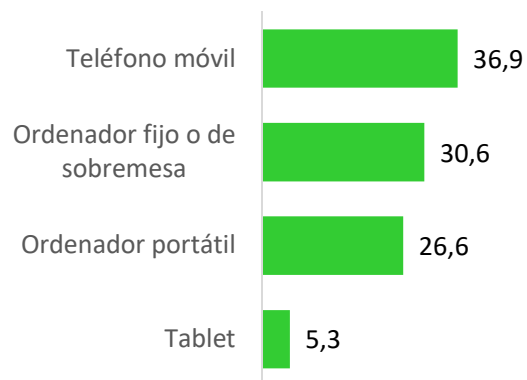
Dispositivos de acceso a Internet



El TV como dispositivo de acceso a Internet



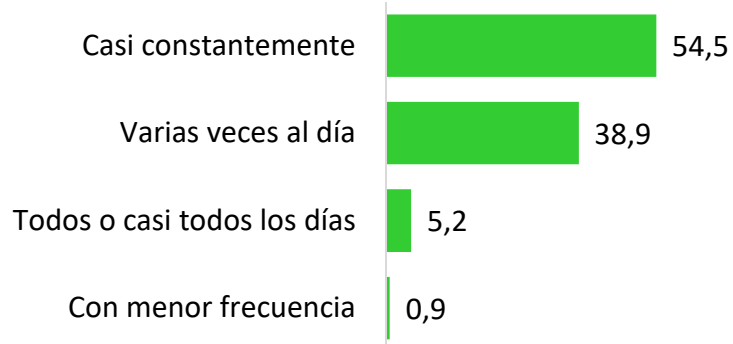
Dispositivo principal de acceso a Internet



- ✓ 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

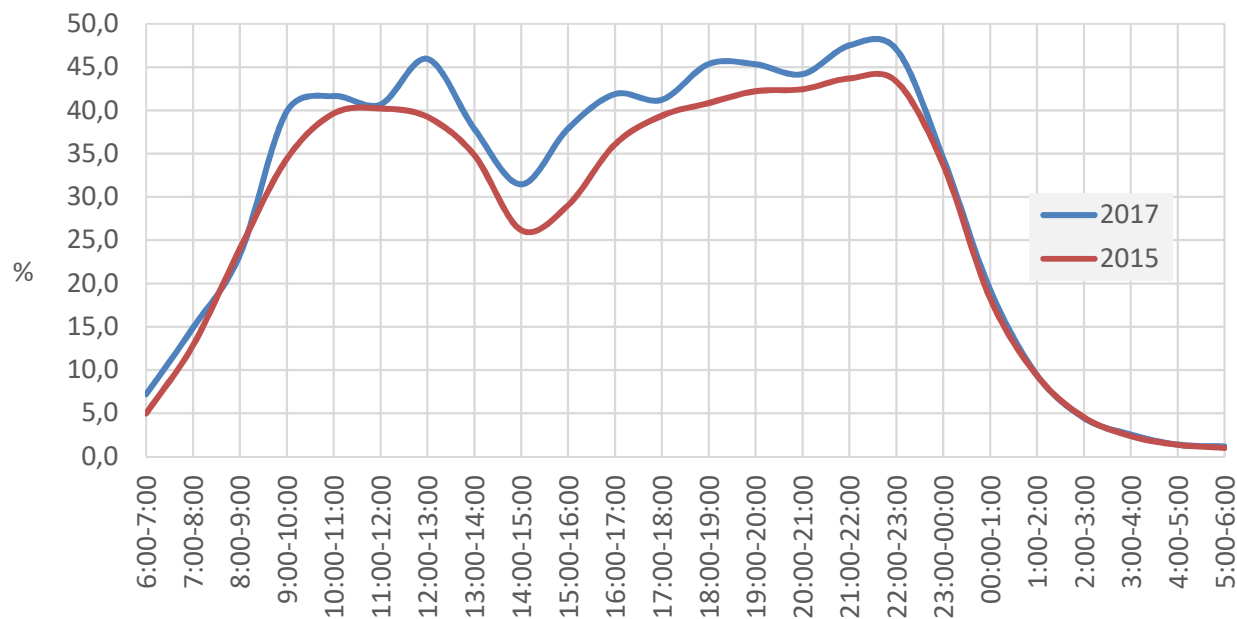
# El uso de Internet del navegante

## Frecuencia de acceso a Internet

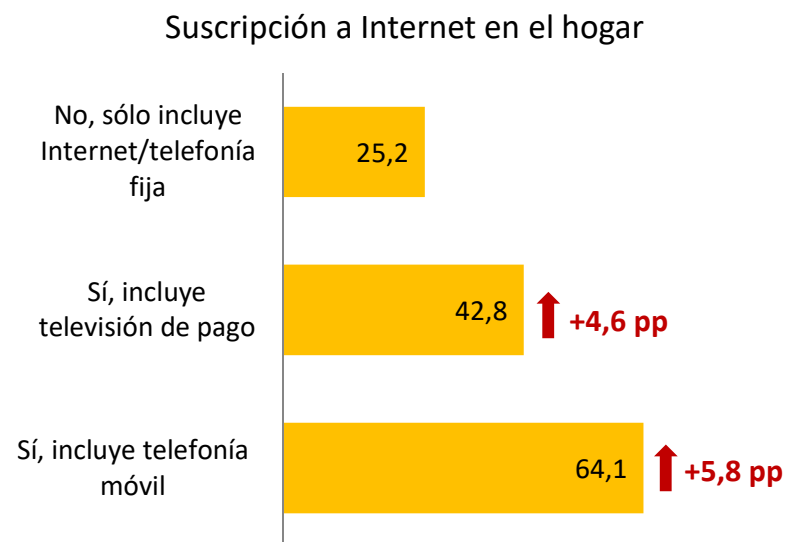


- ✓ En torno al 95% de los navegantes dicen usar internet casi constantemente o varias veces al día. El dispositivo que arroja una frecuencia de acceso mayor es el móvil
- ✓ Crece el uso a lo largo de todo el día, con picos de consumo a mediodía y hacia las 21-23h.

## Uso de Internet a lo largo del día

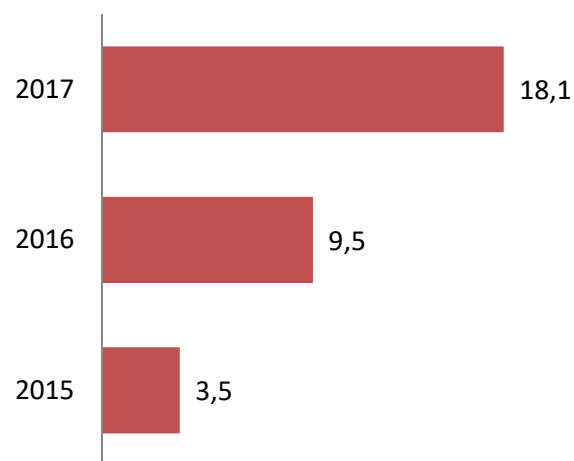


# La TV de pago entre los internautas



- ✓ Se producen fuertes incrementos en los paquetes de suscripción a Internet que incluyen televisión de pago y/o telefonía móvil

Abono a portal de Internet para el visionado de series/películas o canales de TV



- ✓ 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



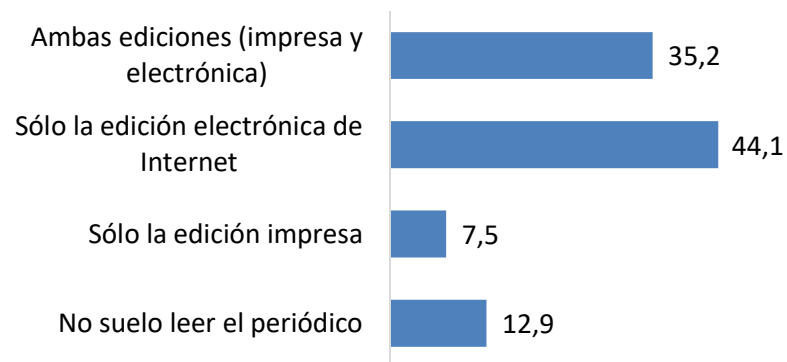
The background of the slide features a blue-toned graphic of a network or grid of interconnected nodes and lines, overlaid on a perspective view of a grid of squares. The nodes are represented by small circles, and the lines are thin, connecting the nodes in a complex, web-like pattern.

✓ El consumo de medios  
en Internet

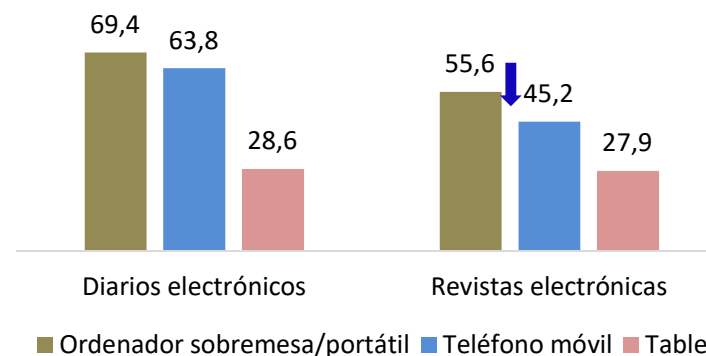
3

# La lectura de prensa y revistas en Internet

Forma habitual de lectura de la prensa

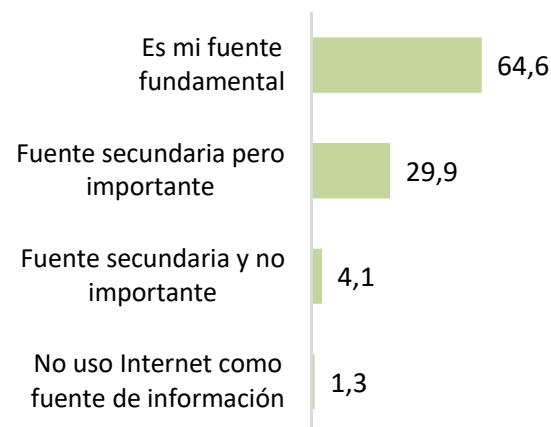


Dispositivo de lectura de diarios y revistas electrónicas



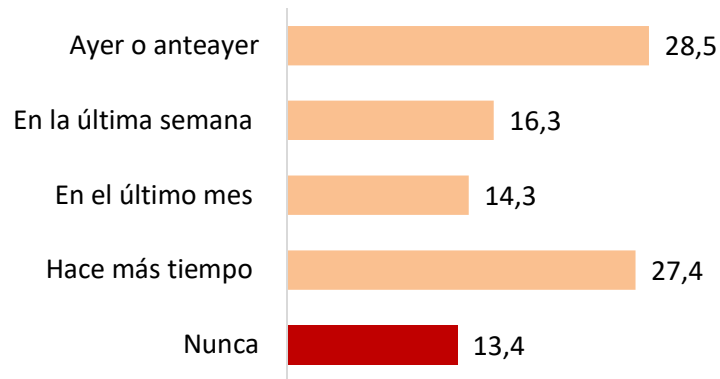
- ✓ La forma predominante de lectura de la prensa es a través de Internet, bien de forma exclusiva (casi el 45%), bien compartiendo también su lectura en papel (35%)
- ✓ Los navegantes lectores de prensa exclusivamente en papel no llegan al 8%
- ✓ El PC fijo o portátil sigue siendo el dispositivo preferente 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

Internet como fuente de información

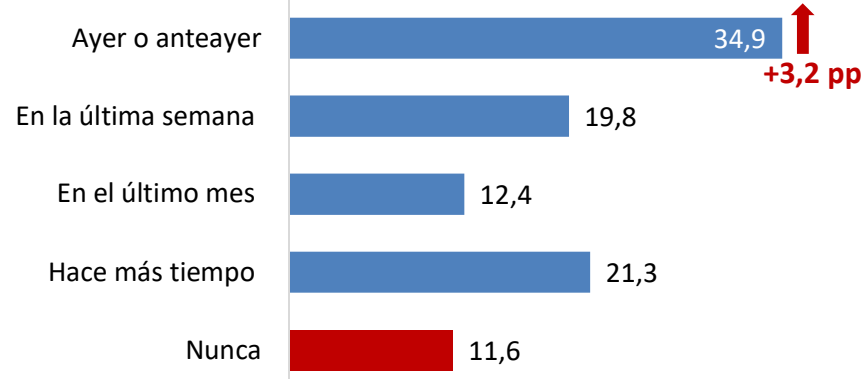


# La radio y la televisión por Internet

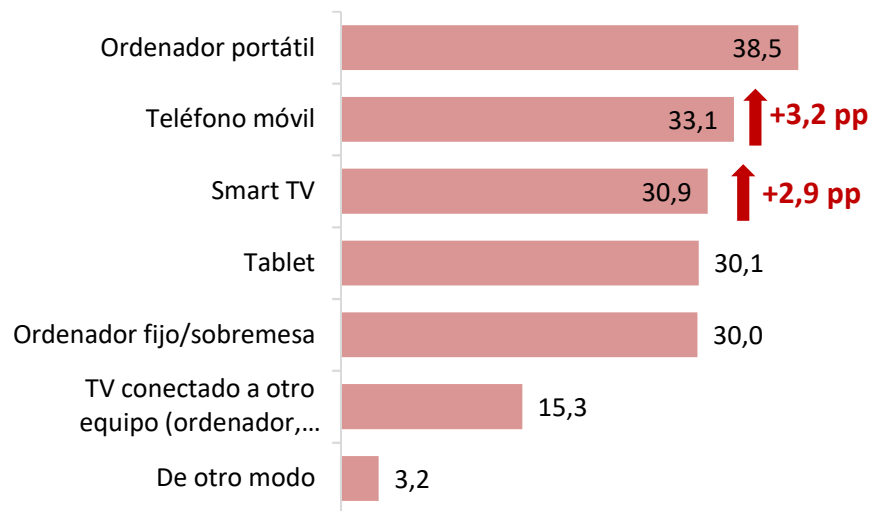
Escucha de radio por Internet



Visionado de televisión por Internet



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

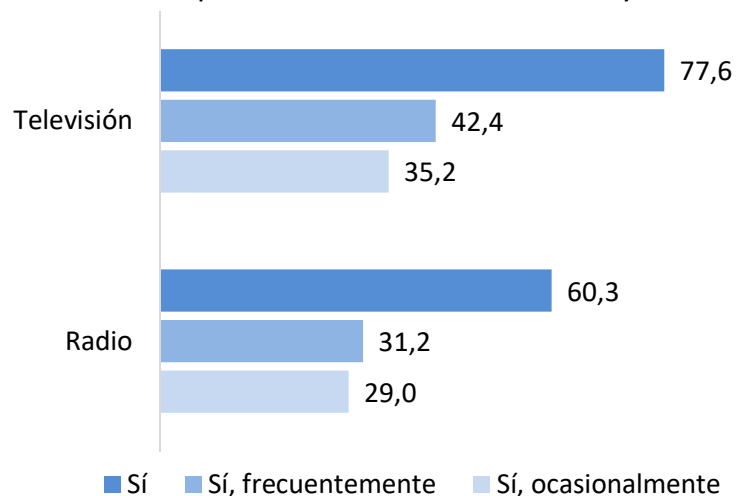


- ✓ Se mantiene la escucha de radio en valores muy estables. Los oyentes cotidianos se acercan al 30%
- ✓ Crece el volumen de quienes ven de forma habitual TV por Internet, y supera ya el tercio de los navegantes
- ✓ El equipo preferente de visionado de TV sigue siendo el portátil.
- ✓ Se producen sendos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

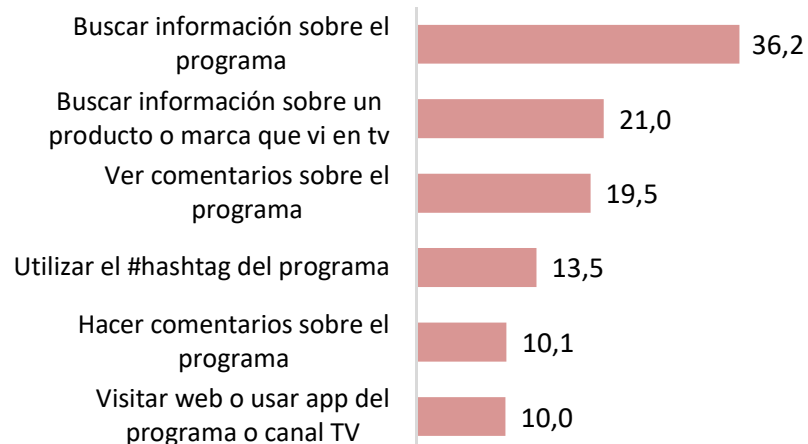


# Uso compartido de Internet

Uso compartido de Internet con Radio y con TV

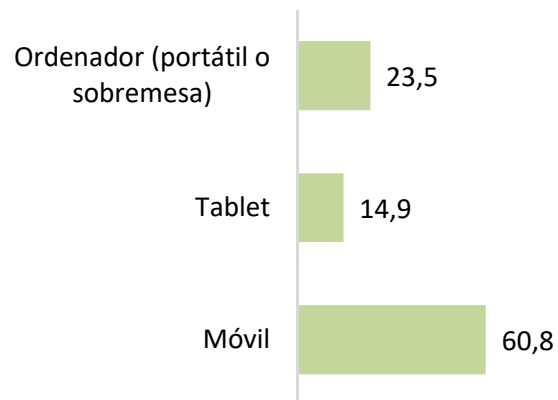


Actividades en Internet relacionadas con el programa de TV visto (últimos 30 días)



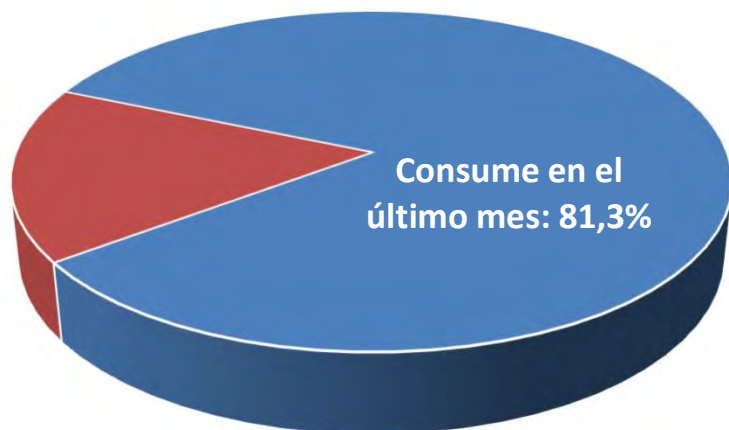
- El uso conjunto de Internet y TV se acerca paulatinamente al 80%, y es frecuente para más del 40%. En la radio el uso compartido es menor (60%), y también la frecuencia del mismo, que está en torno al 30%
- Entre las actividades realizadas sobresale la búsqueda de información sobre el programa que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



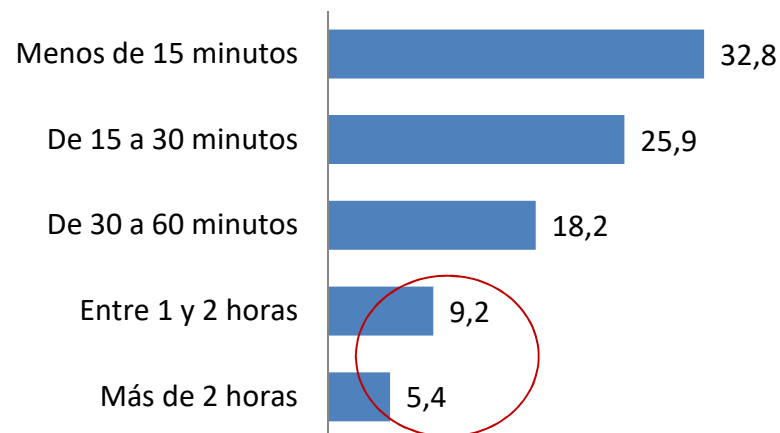


# Consumo de vídeos online

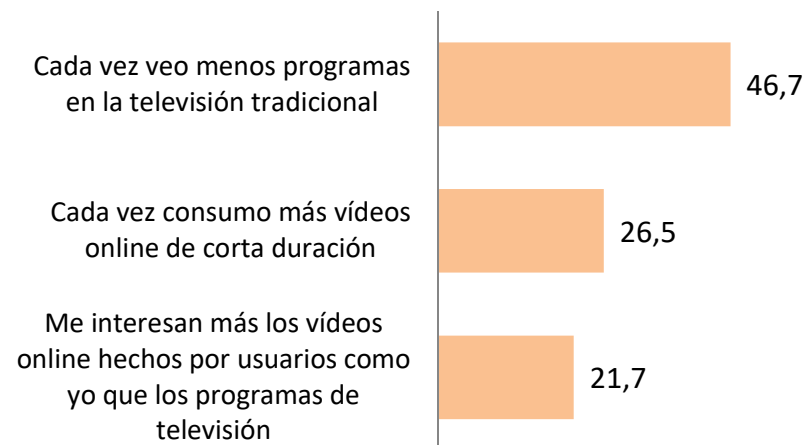


- ✓ Alrededor del 80% de los navegantes afirman consumir vídeos online en el mes
- ✓ Predomina con claridad un consumo corto, inferior a los 30 minutos (casi el 60% de usuarios), pero crece paulatinamente el consumo superior a la hora
- ✓ Algo más del 45% de los navegantes afirman ver cada vez menos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

## Consumo diario de vídeos online



## % Muy + Bastante de acuerdo

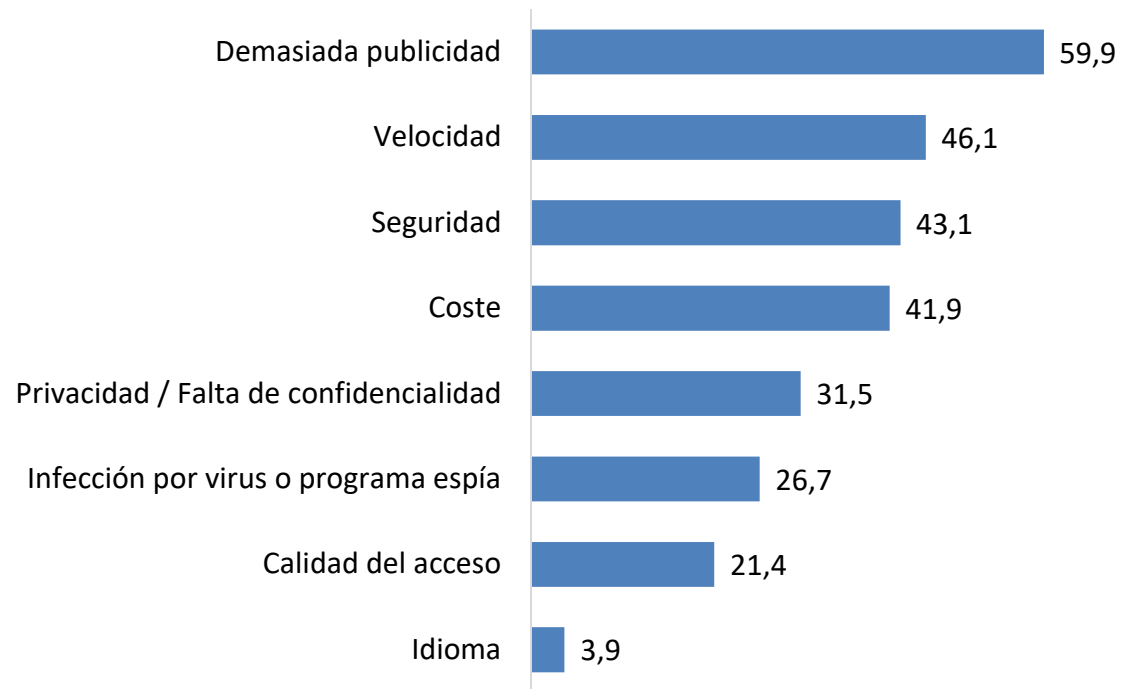


- ✓ Los problemas de Internet
- ✓ Percepciones sobre la publicidad, la privacidad y otros temas

# 4

# Los problemas de Internet

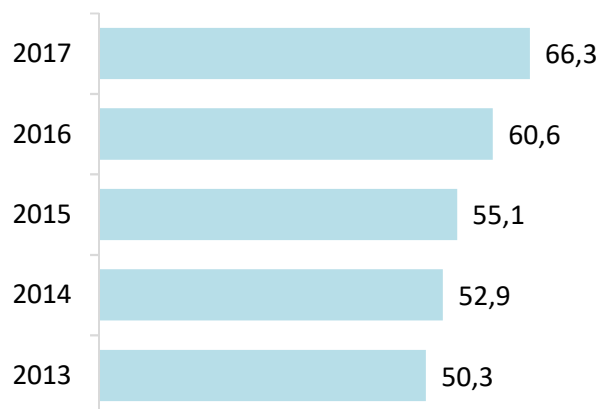
Percepción de los problemas de Internet



- ✓ 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

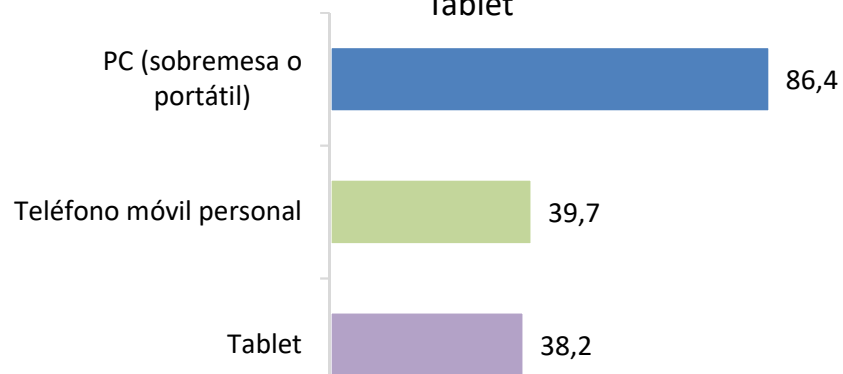
# Los problemas de Internet: los virus

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

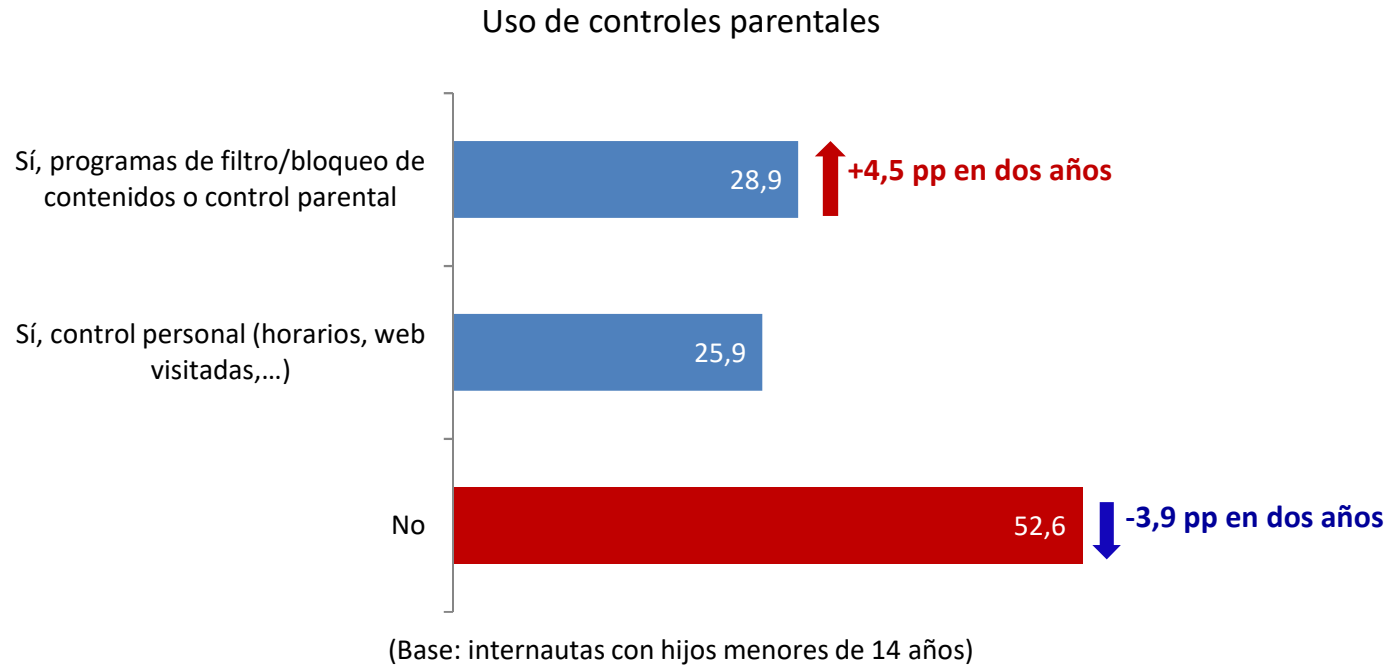


(Base: accede a Internet por ordenador-móvil-tablet)

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



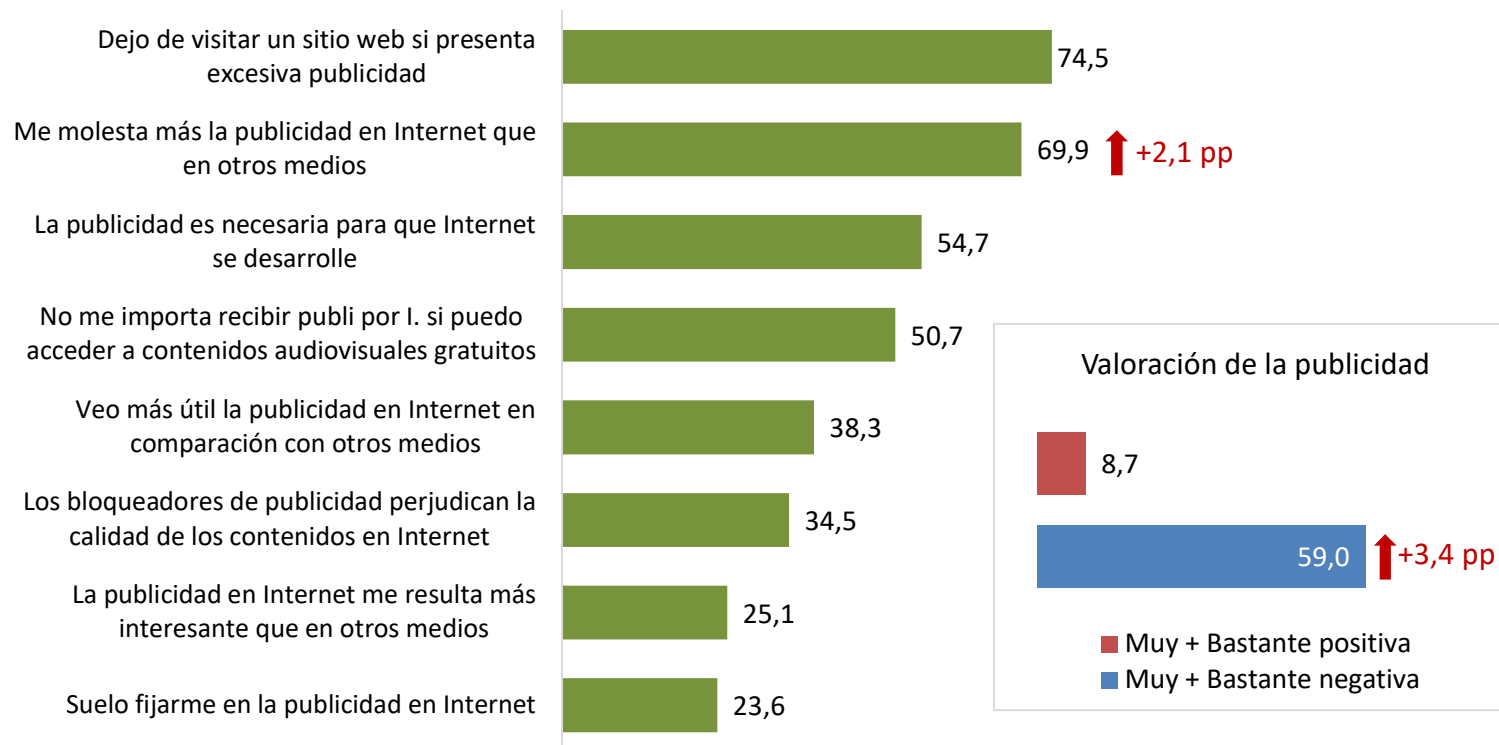
# La seguridad: el control parental



- ✓ 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

% Muy + Bastante de acuerdo

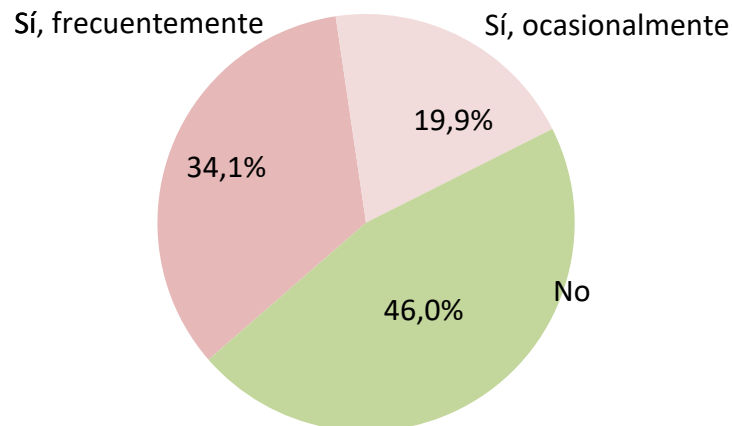


- ✓ Empeora la valoración global de la publicidad en Internet, siendo muy o bastante negativa para casi un 60% de los navegantes
- ✓ El exceso de publicidad es causa de abandono de una web para el 75% de los encuestados
- ✓ Casi el 70% considera la publicidad en Internet más molesta que en otros medios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

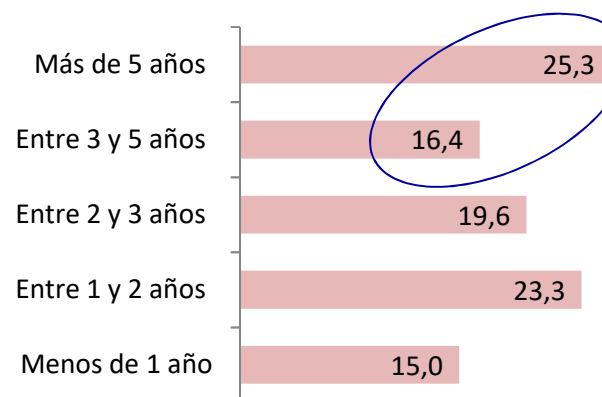


# Los bloqueadores de publicidad en los Navegantes

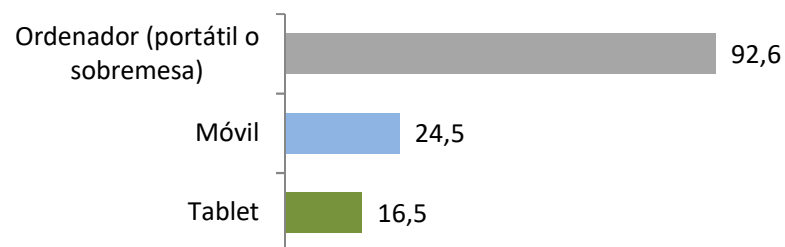
Uso de bloqueadores de publicidad



Antigüedad en el uso de bloqueadores



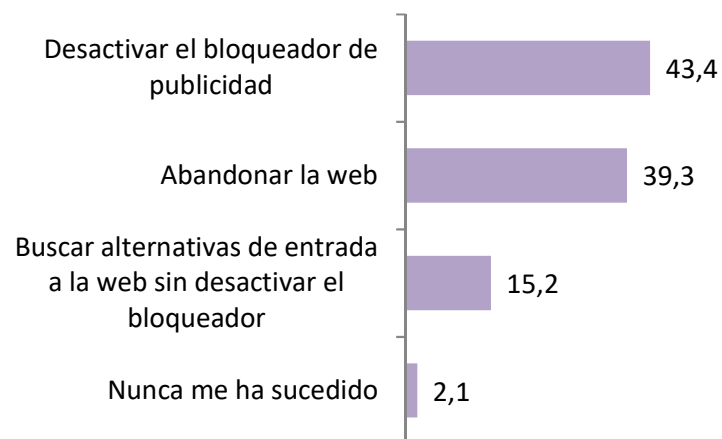
Uso de bloqueadores en dispositivos



- ✓ 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

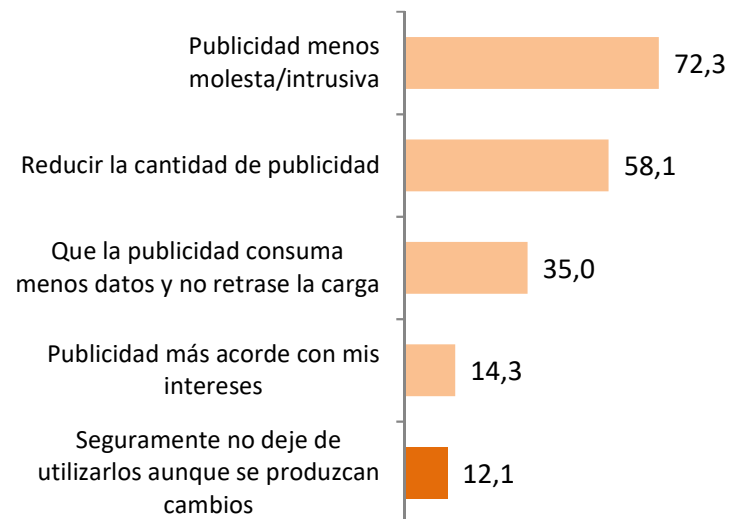
# Los bloqueadores de publicidad en los Navegantes

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



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

Qué hacer para dejar de usar los bloqueadores



- ✓ 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



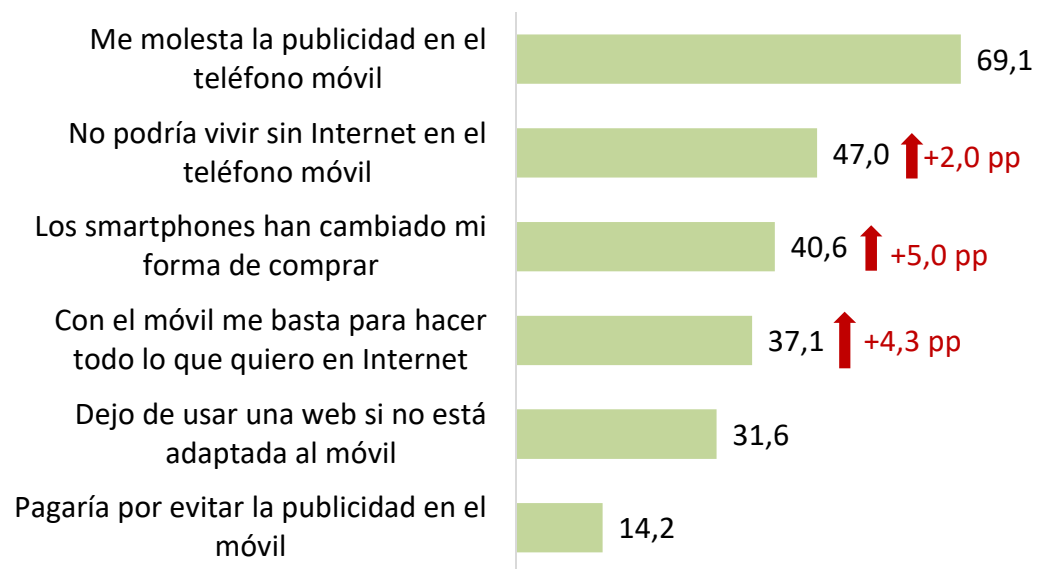
Se siente vigilado en Internet



- ✓ 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

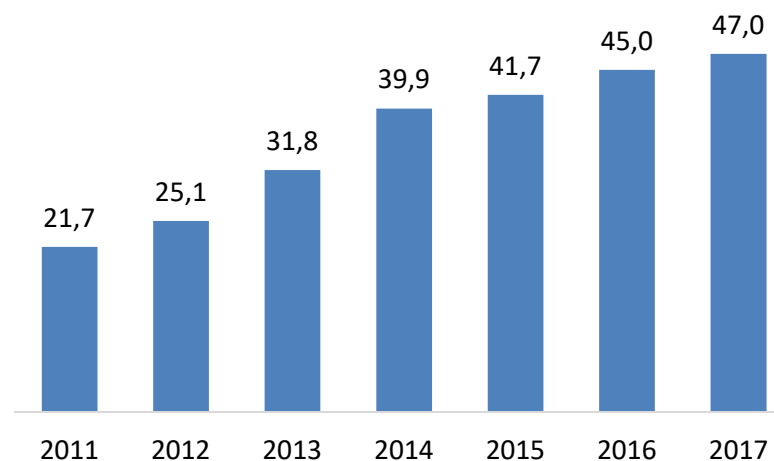
# Opiniones sobre el móvil e Internet

% Muy + Bastante de acuerdo



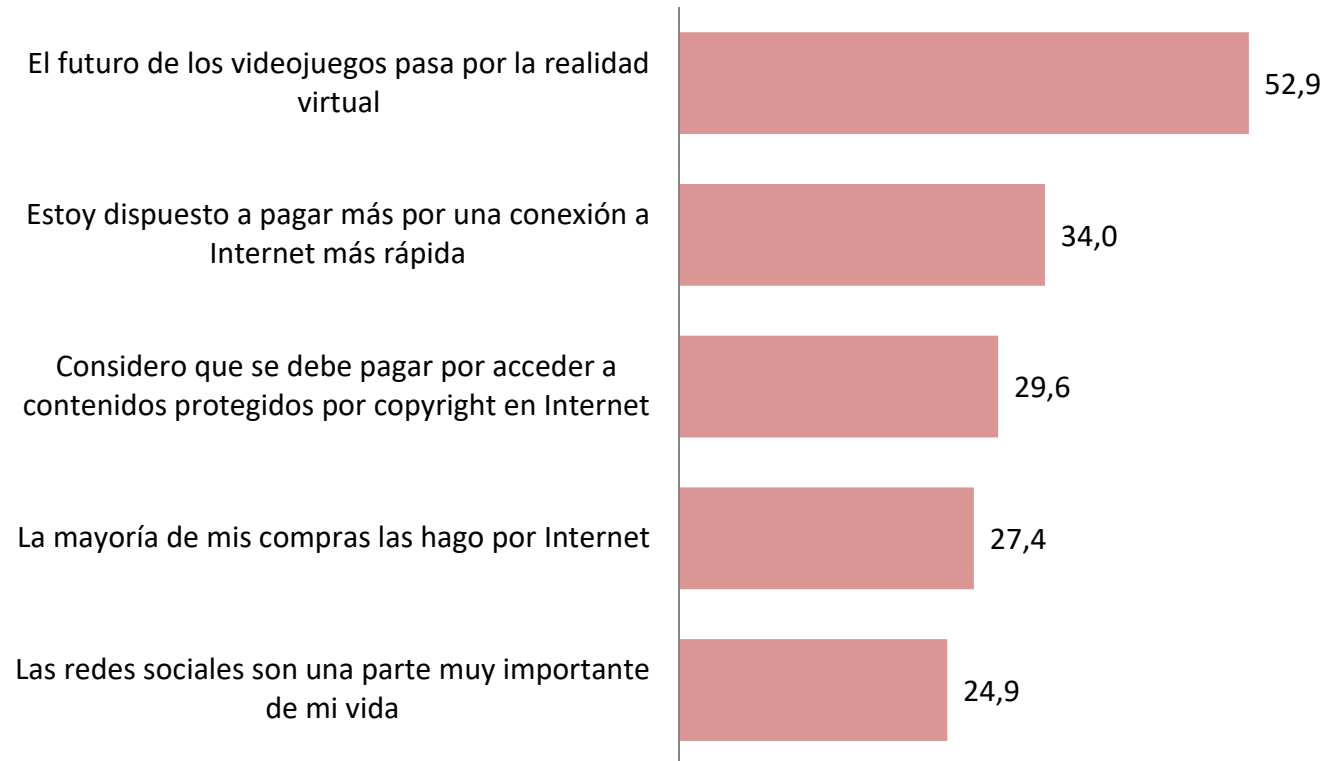
- ✓ Para el 70% la publicidad en el móvil le resulta molesta
- ✓ En torno al 40% y con importantes crecimientos está: la influencia del móvil en los cambios de forma de compra; y quienes consideran que el móvil les basta para todo lo que quieren hacer en Internet
- ✓ Cerca ya del 50% piensa que no podría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

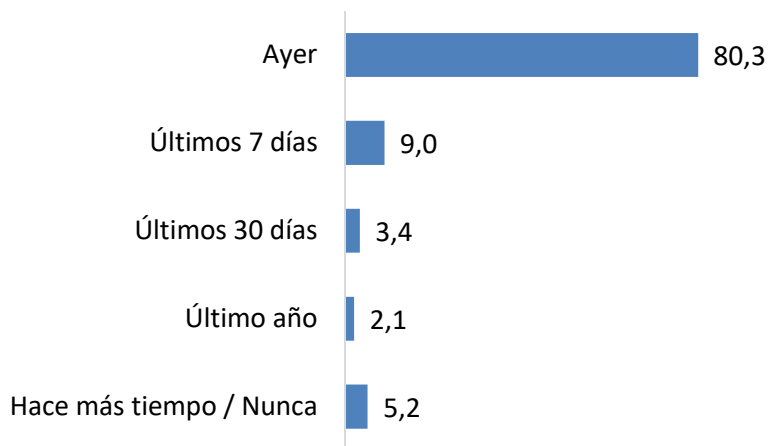


# 5

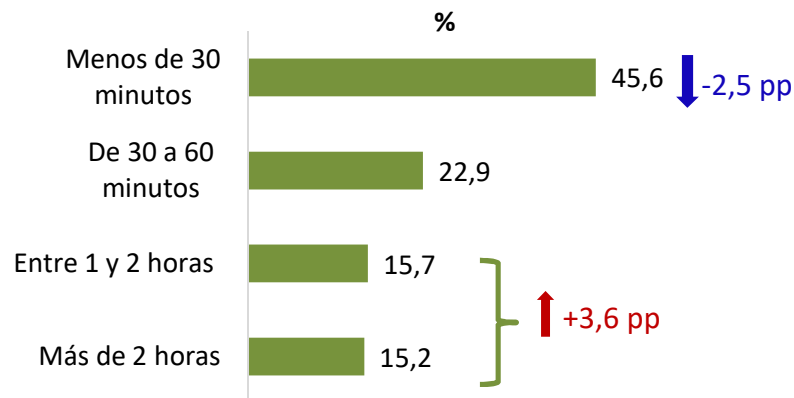
- ✓ Las Redes Sociales
- ✓ El Boca a Boca

# Las redes sociales

Acceso a redes sociales

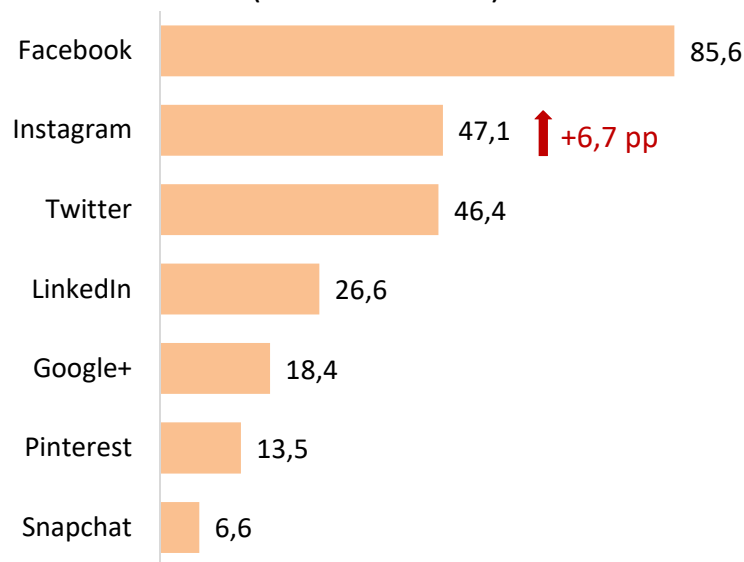


Tiempo diario dedicado a las redes sociales



- ✓ 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)

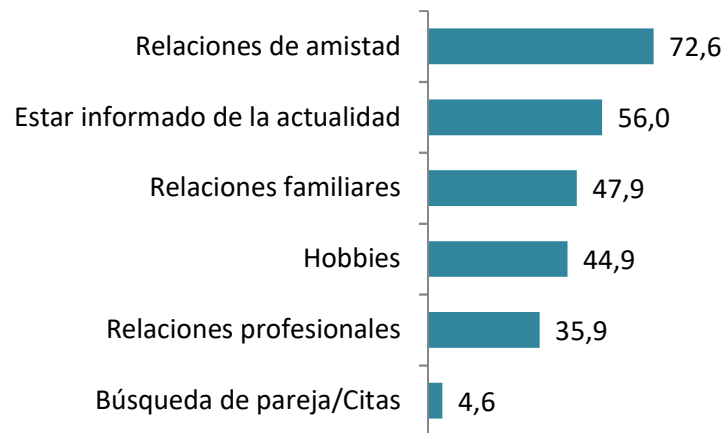
Redes sociales utilizadas (últimos 30 días)





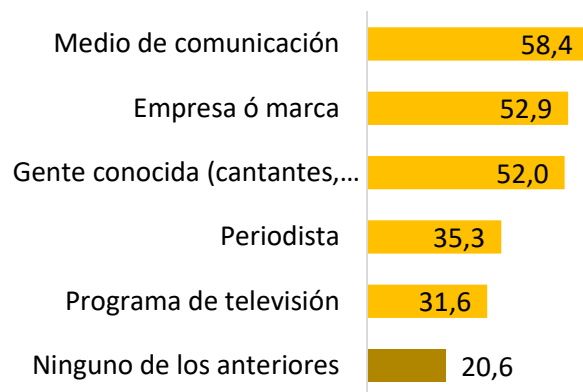
# Las redes sociales

## 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

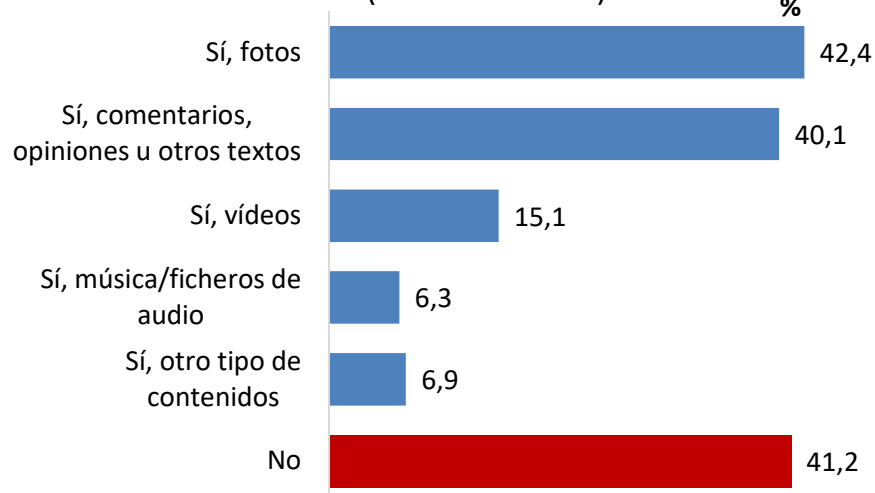
## Seguimiento en las redes sociales



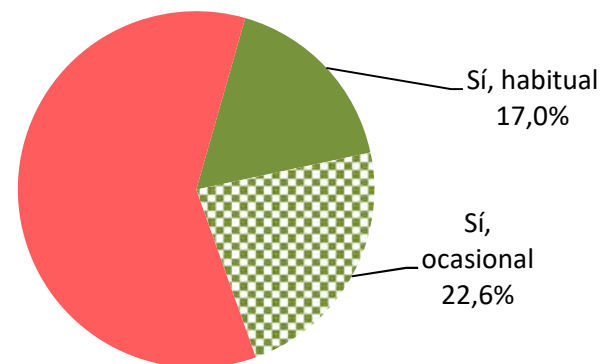
- ✓ El mayor seguimiento en RRSS se da en los medios de comunicación, empresas o marcas concretas y gente conocida, todos mencionados por más del 50% de los navegantes

# Las redes sociales

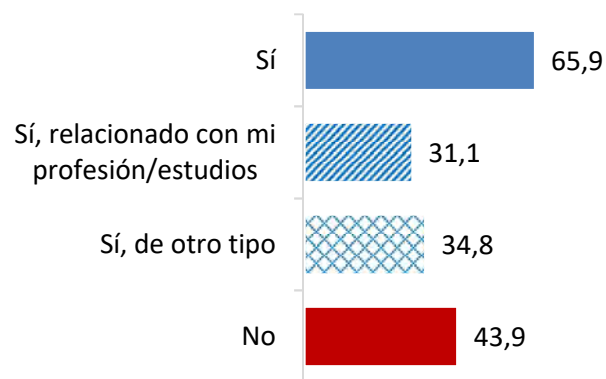
Aportación de contenidos a la web  
(Últimos 30 días)



Seguimiento de Youtubers



Acceso a blogs  
(últimos 30 días)



- ✓ 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

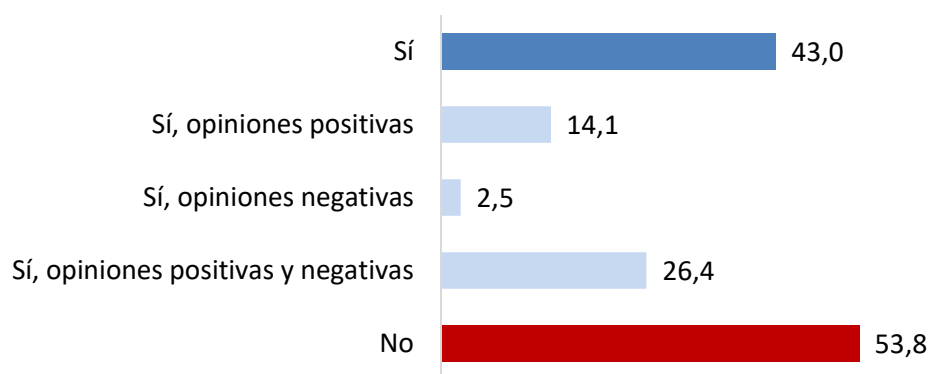
# El boca a boca en Internet

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)

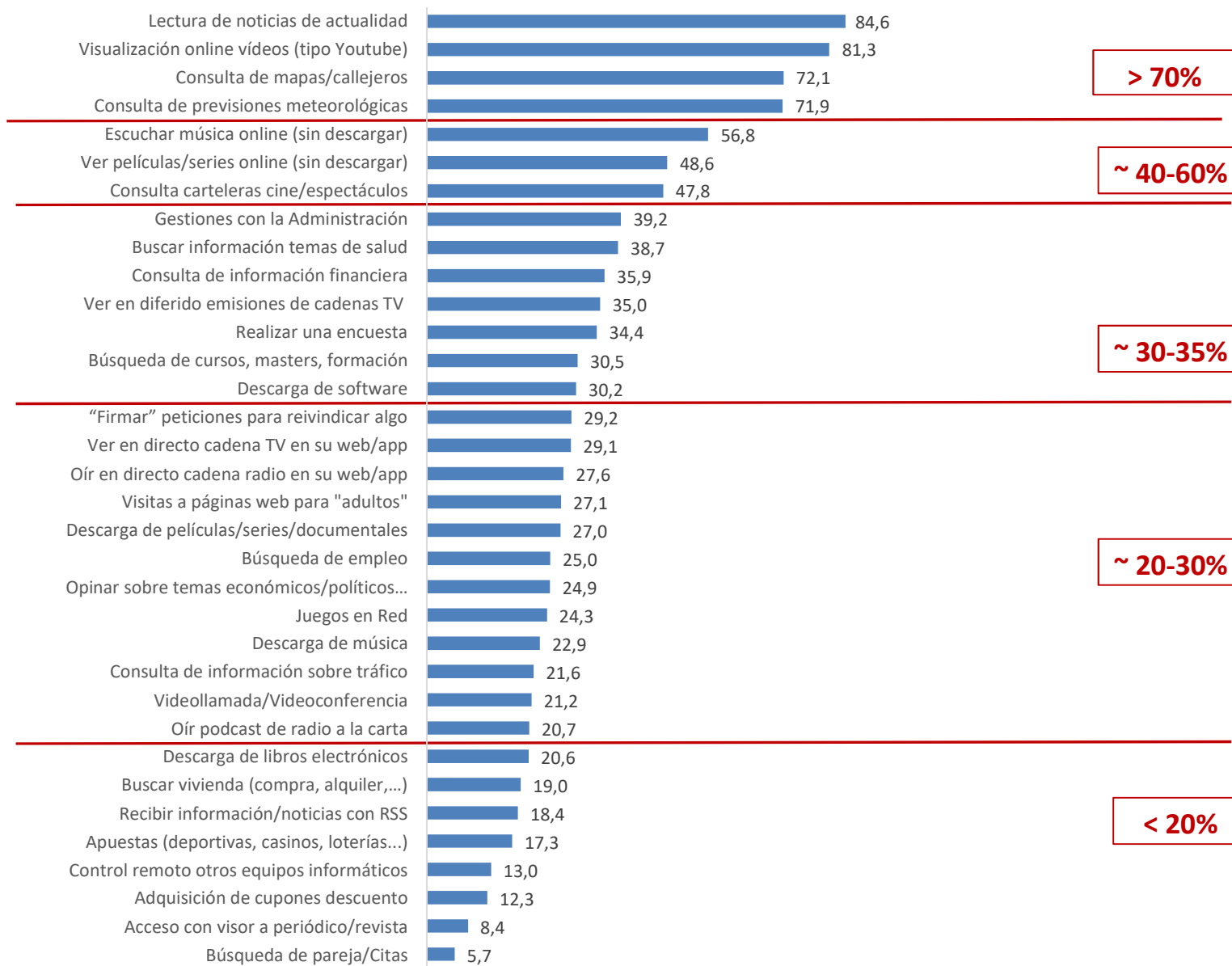


- ✓ Algo más del 40% dice haber divulgado opiniones sobre algún producto o servicio en Internet, cerca del 15% con carácter positivo y un 25% tanto opiniones positivas como negativas

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

# 6

# Lo que hacemos en Internet



# Lo que hacemos en Internet con el móvil

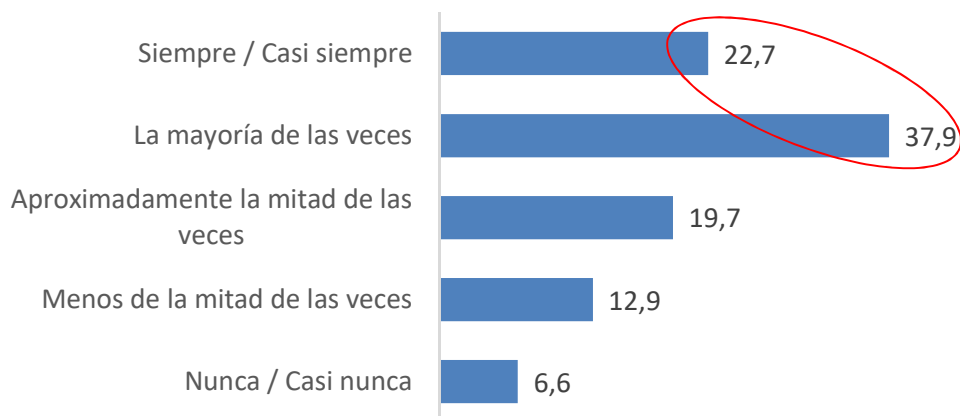


- ✓ Se observan valores bastante estables, destacando los incrementos de: “Compra de productos o servicios online” (+5,1 puntos), y “Consultas y transacciones bancarias” (+2,5 puntos)



# Las aplicaciones

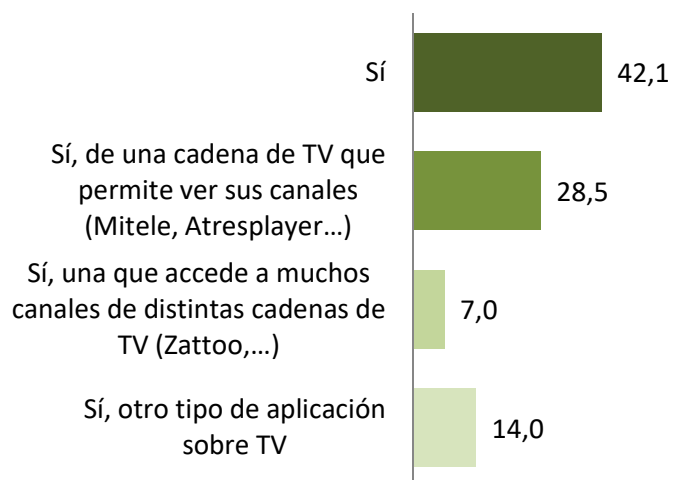
## Acceso a Internet por el móvil mediante apps



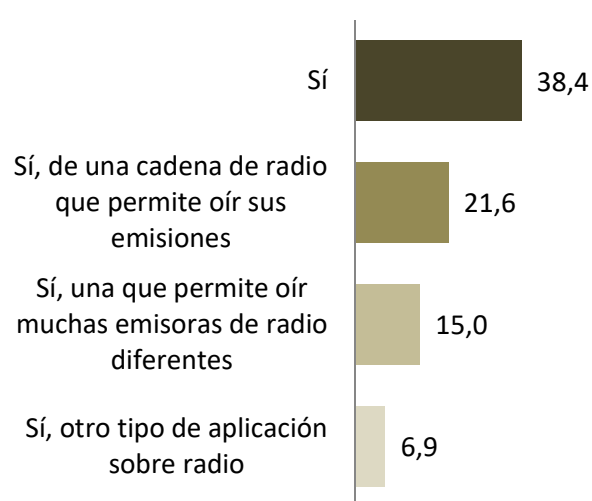
✓ Entre quienes acceden a Internet con el móvil, alrededor del 60% lo hace en la mayoría de las ocasiones mediante aplicaciones

✓ 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

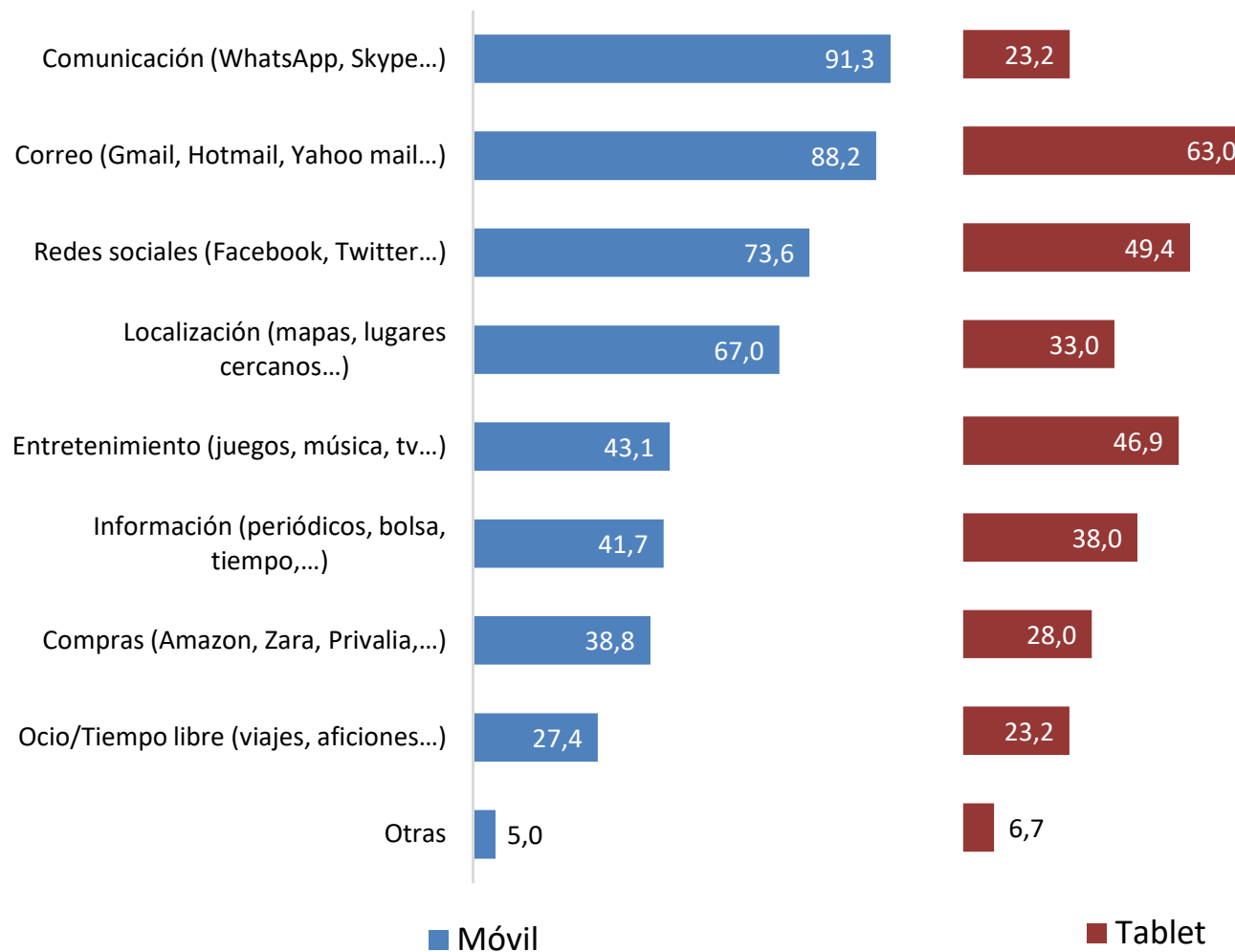


## Uso de apps en móvil/tablet relacionadas con la radio



# Las aplicaciones

## Apps utilizadas en el móvil y en el tablet

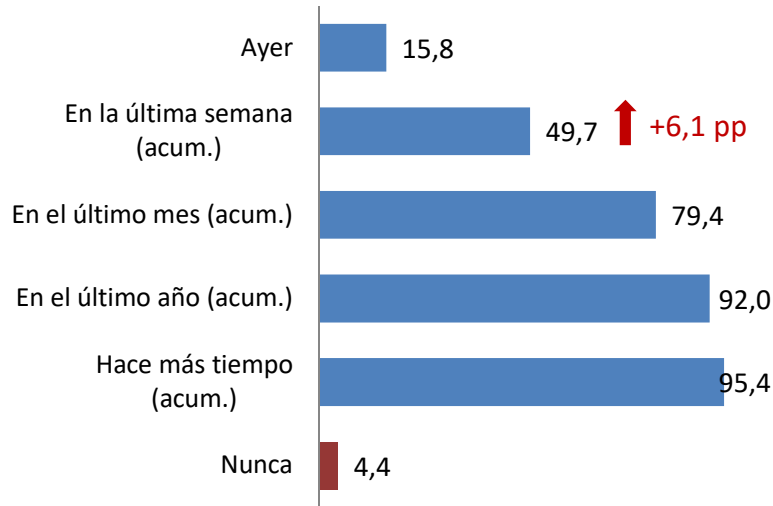


Las compras, el  
showrooming y la  
economía colaborativa

7

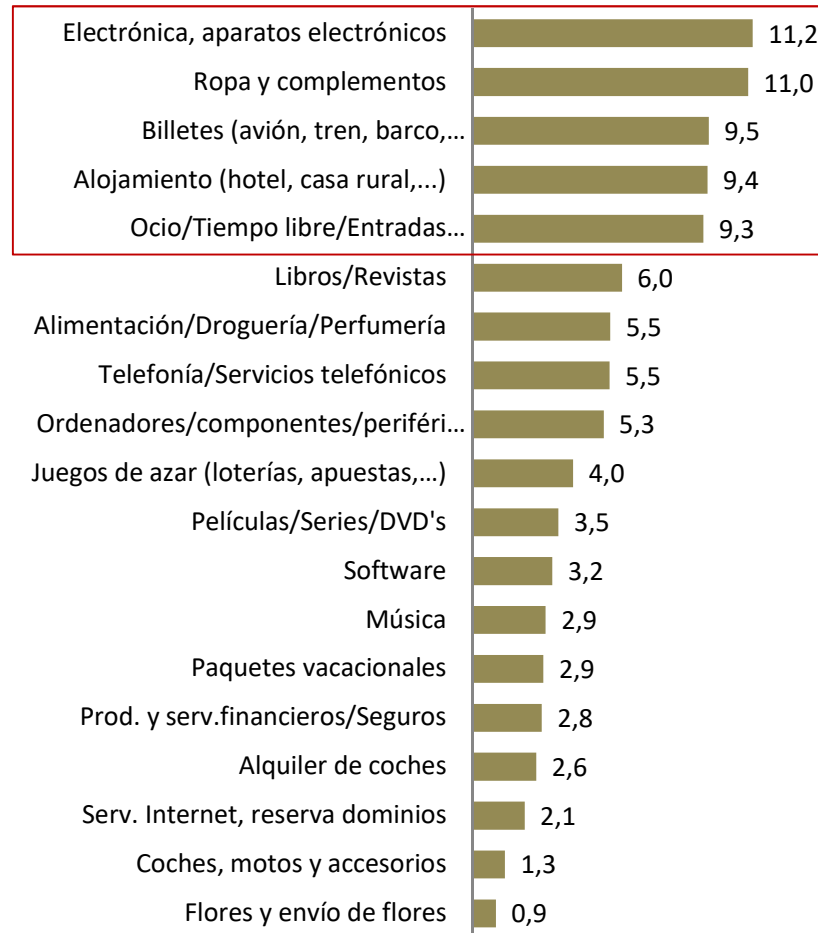
# Las compras en Internet

Última compra por Internet



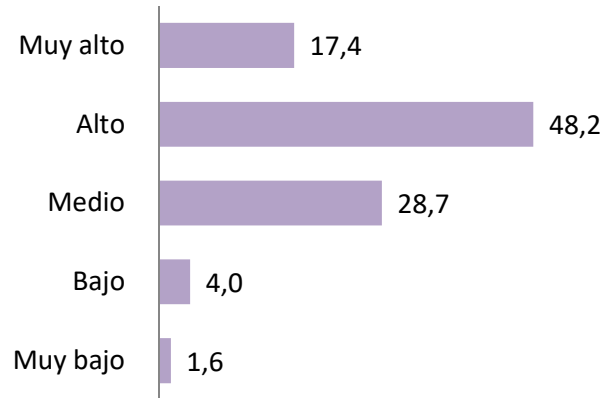
- ✓ La compra cotidiana por Internet en la última semana crece notablemente hasta alcanzar a casi el 50% de los internautas, y al 80% en el último mes
- ✓ Se mantienen en las posiciones líderes los productos / servicios habituales, pero la ropa y complementos asciende y se sitúa en segunda posición,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

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

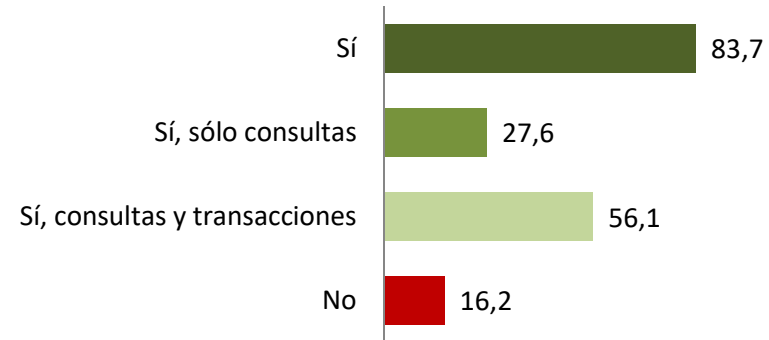


# Las compras en Internet

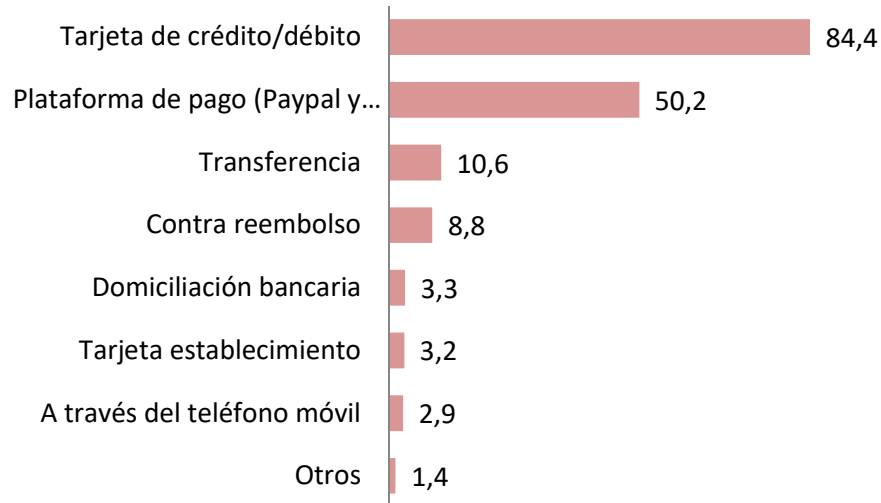
Grado de confianza en el comercio electrónico



Realización de operaciones bancarias por Internet (últimos 30 días)



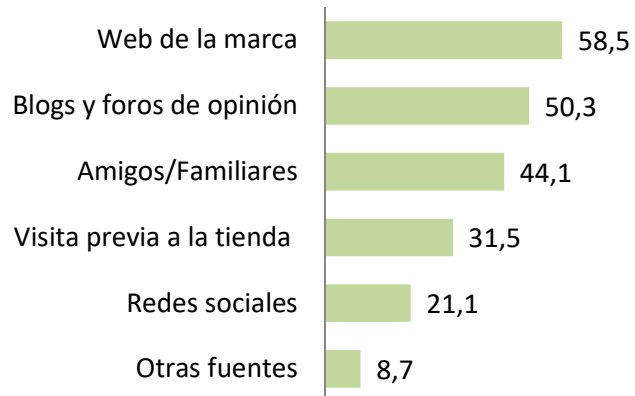
Método habitual de pago en las compras por Internet



- ✓ 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

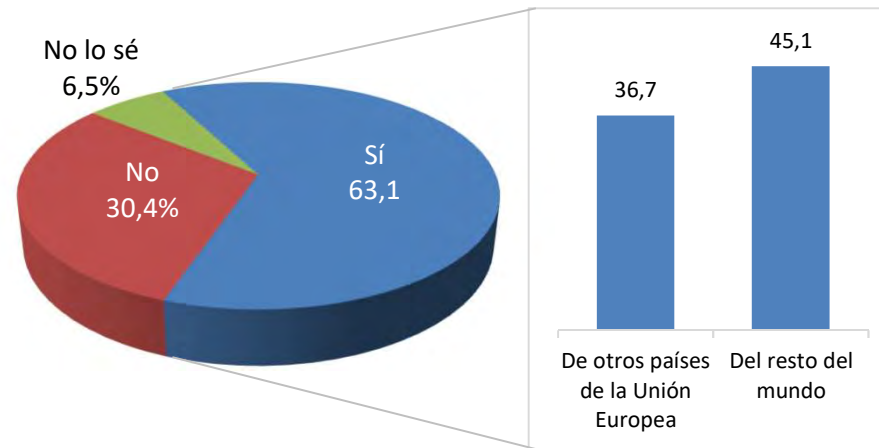
Fuentes de información en las compras por Internet



✓ 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

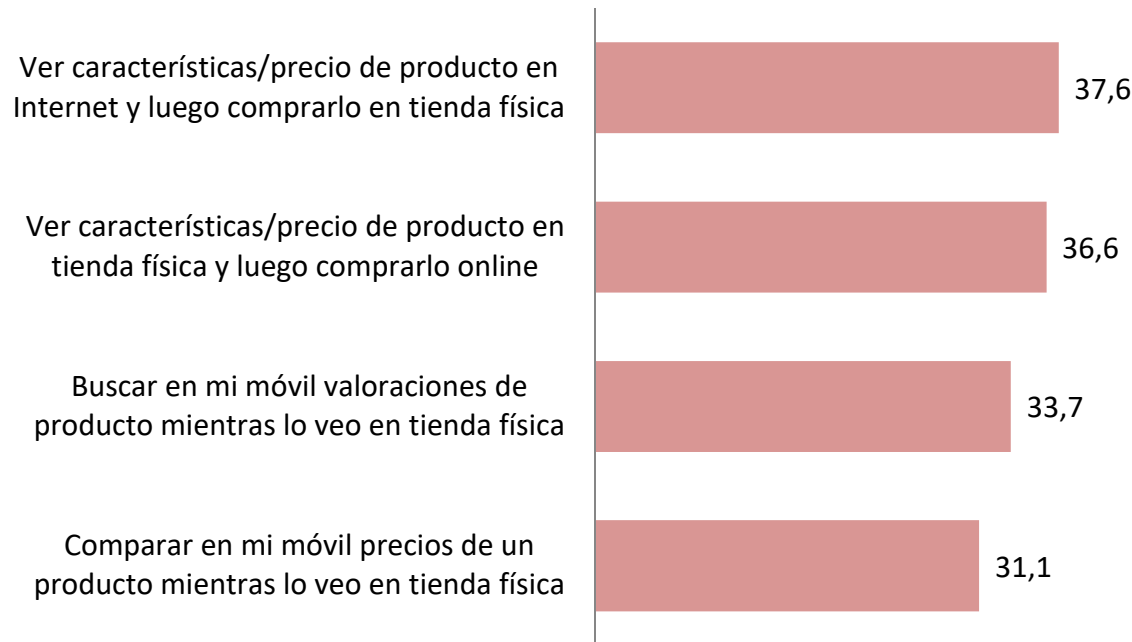
Procedencia de las compras de Internet desde el extranjero





# Las compras en Internet: el showrooming

## Nuevas prácticas: el showrooming (últimos 30 días)

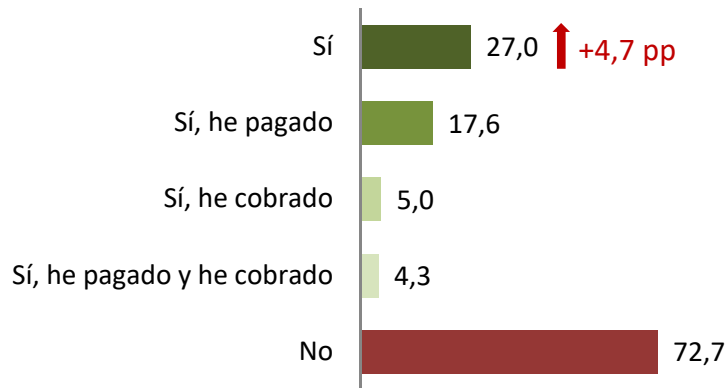


- ✓ La consulta previa en Internet y posterior compra física, así como la práctica contraria son realizadas por alrededor del 37% de los internautas.
- ✓ Un tercio busca en el móvil valoraciones de un producto mientras lo ve en la tienda física.



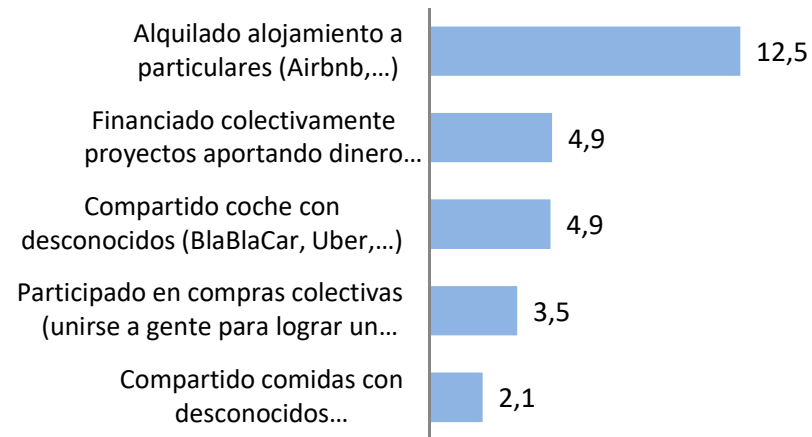
# Economía colaborativa

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



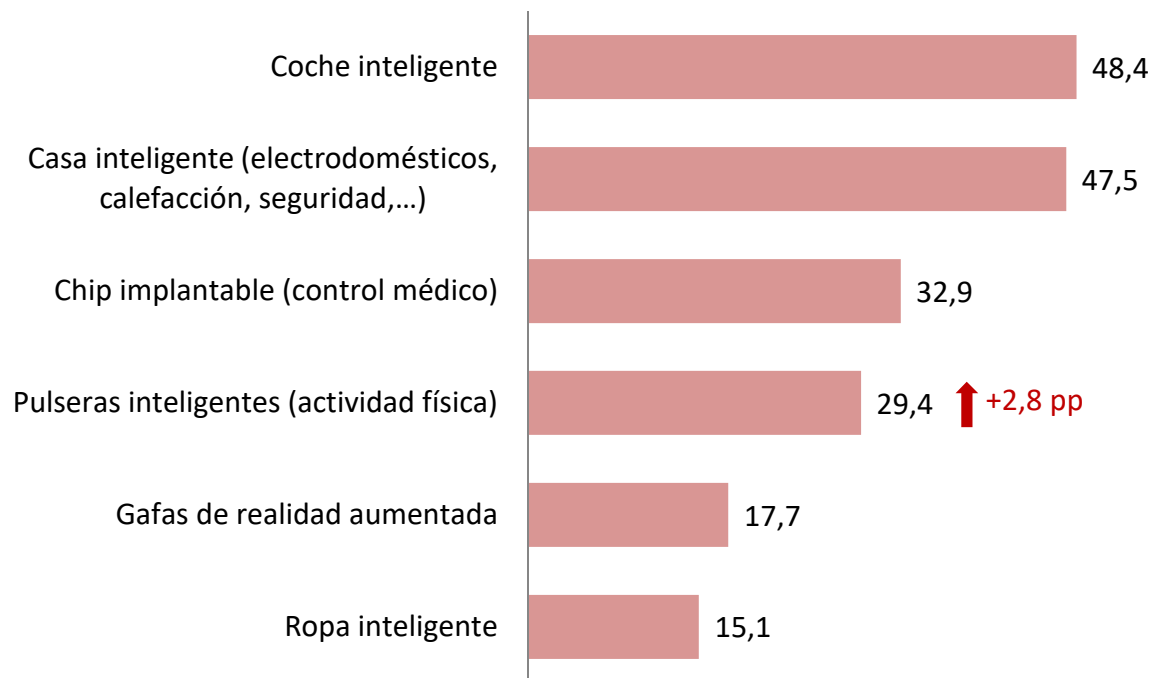


El Internet de las cosas y  
otras funcionalidades

8

# El Internet de las cosas

% MUY + BASTANTE INTERESANTE DISPONER DE...

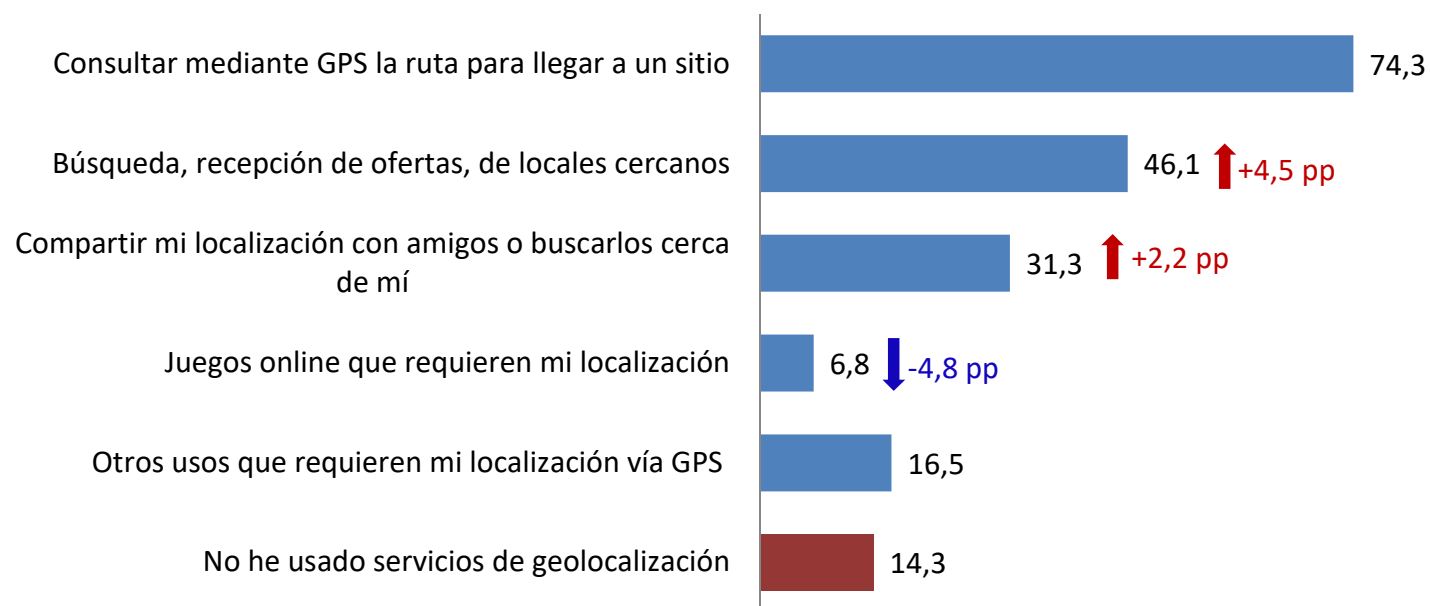


- ✓ El coche y la casa inteligentes son las posibilidades de mayor interés, siendo mencionados por casi el 50% de los navegantes
- ✓ Alrededor del 30% ven de gran interés elementos como el chip implantable y las pulseras inteligentes



# Otras funcionalidades: geolocalización

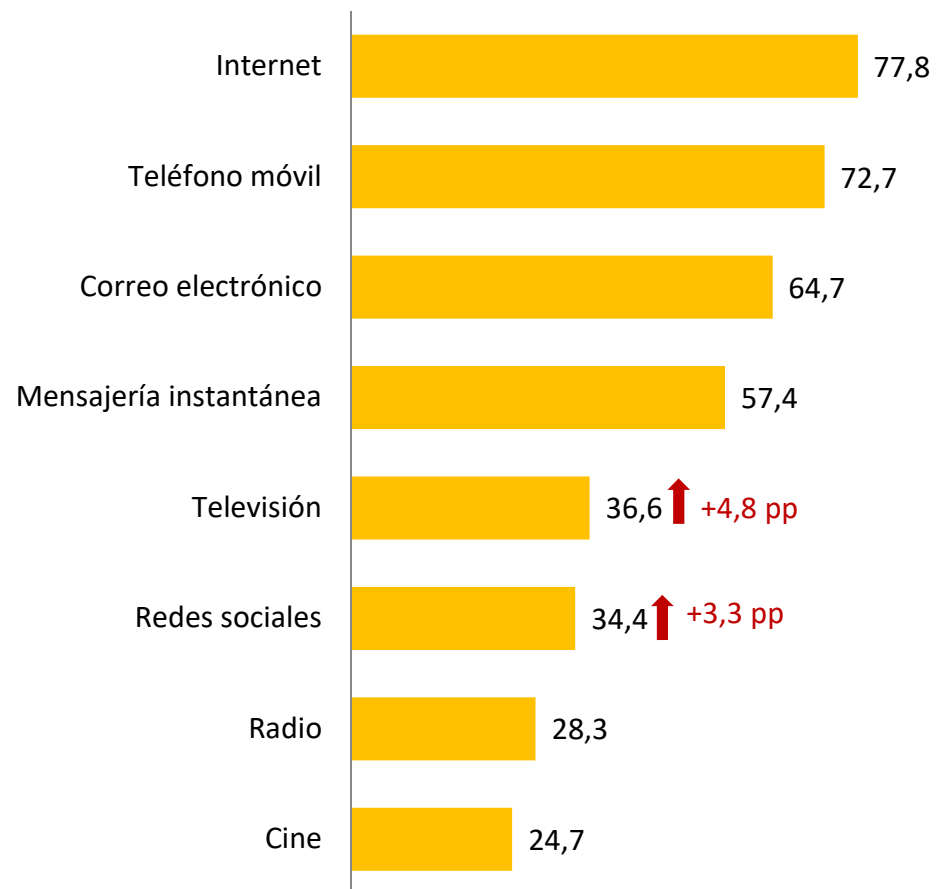
Uso de servicios de geolocalización en el móvil  
(últimos 30 días)



- ✓ 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 DIFÍCIL VIVIR SIN...





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



**AIMC**

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION