



**19°** navegantes  
en la Red

**Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2016**

Patrocina

**ODEC**

*your data partner*

Colabora

**SAMSUNG**

**AIMC**

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION



✓ **AGENDA**

**0**

**AIMC**

## 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. Las compras, el showrooming y la economía colaborativa
8. El Internet de las cosas y otras funcionalidades

✓ Notas metodológicas

## Navegantes en la Red: notas metodológicas

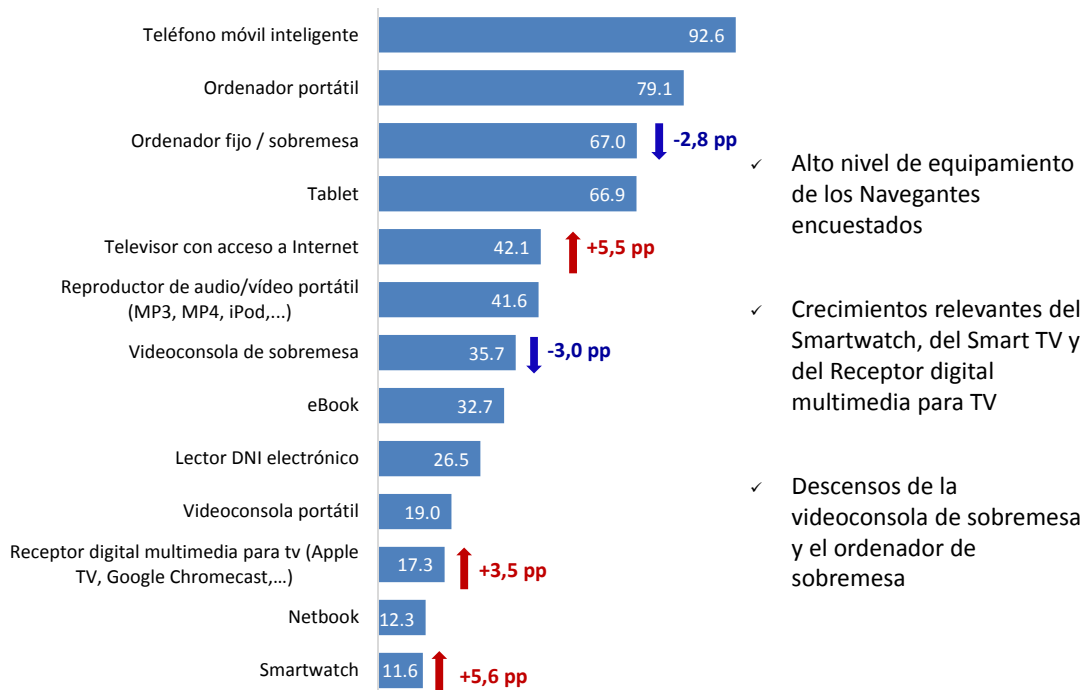
- **Universo objetivo:** Usuarios de internet que visitan sitios web españoles
- **Tipo de entrevista:** Autoadministrada a través de Internet.
  - **Heavy users; Marcadores de tendencias**
- **Colaboradores:**
  - 197 sitios web
  - 21 perfiles en redes sociales
  - 5 boletines electrónicos
  - Chat Hispano
- **Fechas de recogida de encuestas:** del 18 de octubre al 11 de diciembre de 2016
- **Tamaño de muestra:** 15.435 cuestionarios. Tras la depuración, la muestra útil final fue de **14.822**
- **Usaron Internet ayer**
  - Estudio **Navegantes 2016: 99,1%**
  - Datos oficiales **EGM, 3ª ola 2016**, 14 y más años: **73,6%**
- **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

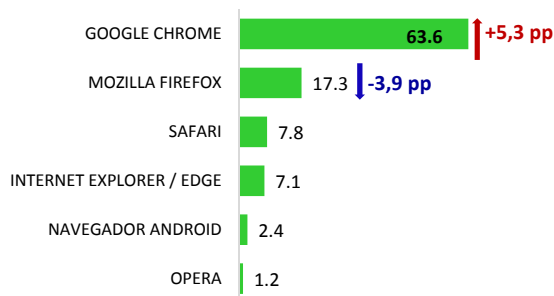
# Equipamiento y hábitos del navegante

## Equipamiento de los navegantes

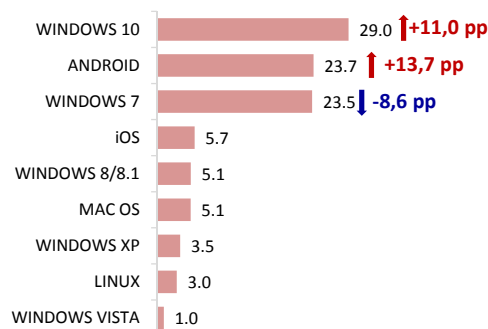


# Equipamiento y hábitos del navegante

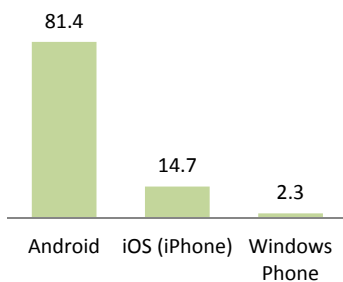
## Navegador (usado en la encuesta)



## Sistema operativo (encuesta)



## Sistema operativo del móvil para acceder a Internet



- ✓ Crece el dominio de Google Chrome entre los navegadores
- ✓ Windows 10 supera ya a Windows 7 (anterior líder entre los sistemas operativos)

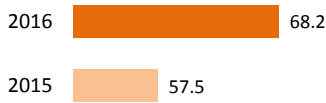
Destaca la relevancia de Android en la encuesta por el creciente uso de los dispositivos móviles

Android sigue siendo además líder indiscutible de los sistemas operativos de los móviles de los navegantes para acceder a Internet

# Equipamiento y hábitos del navegante

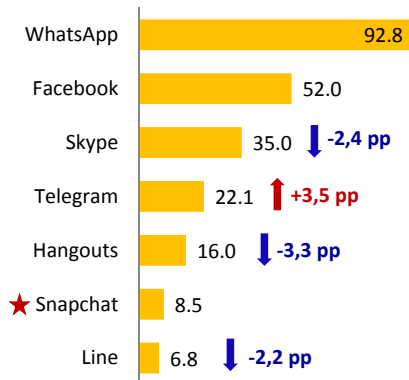


## Uso diario de la mensajería instantánea

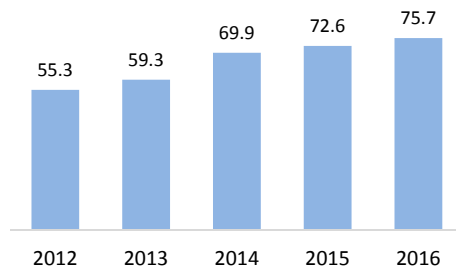


- ✓ Incremento considerable del uso cotidiano de la mensajería instantánea entre los navegantes (+10,7 puntos en un año)
- ✓ Sólido liderazgo de Whatsapp en la mensajería instantánea. Nace con fuerza Snapchat y Telegram crece
- ✓ Sigue al alza el uso de los servicios de almacenamiento en la nube

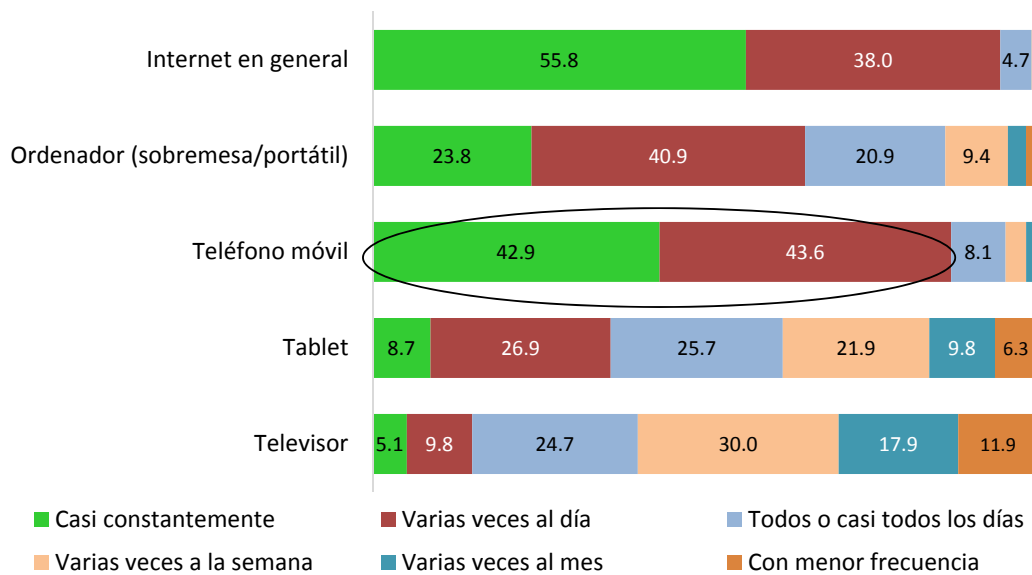
## Servicios de mensajería instantánea



## Uso de servicios de almacenamiento en la nube



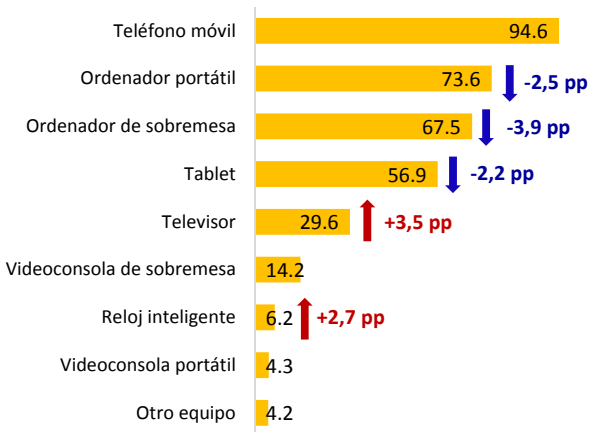
# Frecuencia de acceso a Internet del navegante



- ✓ La frecuencia de acceso resulta mucho mayor en el móvil que en el resto de dispositivos: más del 80% acceden de manera constante o varias veces al día a través del móvil

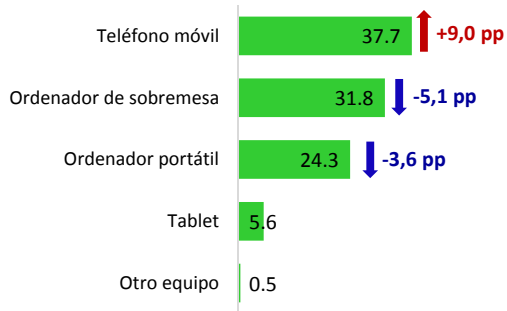
# Dispositivos de acceso a Internet

Dispositivos de acceso a Internet



- ✓ Crecen el televisor y el reloj inteligente entre los dispositivos de acceso a Internet
- ✓ Decrecen el portátil, el ordenador fijo y el Tablet

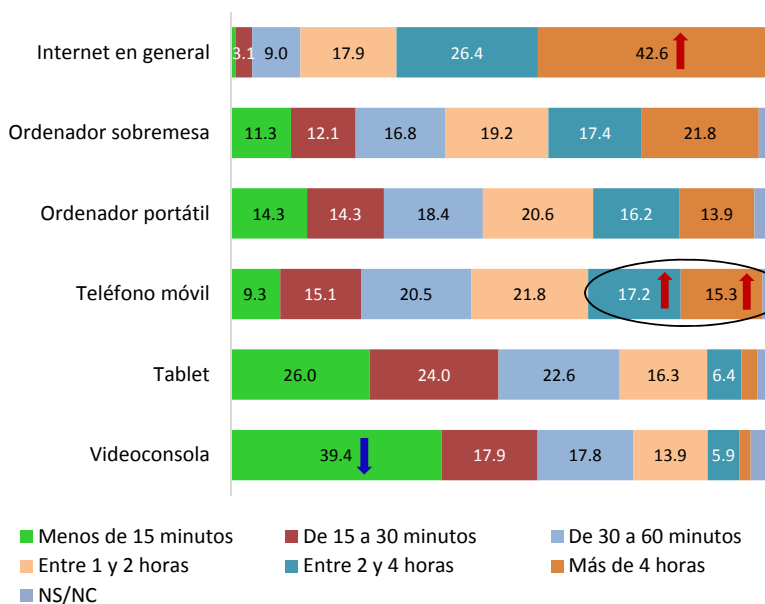
Dispositivo principal de acceso a Internet



- ✓ Por primera vez, el móvil se sitúa líder como dispositivo principal para acceder a Internet. Experimenta además un crecimiento muy notable
- ✓ El ordenador fijo y el portátil continúan en descenso

# Tiempo de uso de Internet entre los Navegantes

Consumo diario de Internet entre los Navegantes



- Menos de 15 minutos
- De 15 a 30 minutos
- De 30 a 60 minutos
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 2 y 4 horas
- Más de 4 horas
- NS/NC

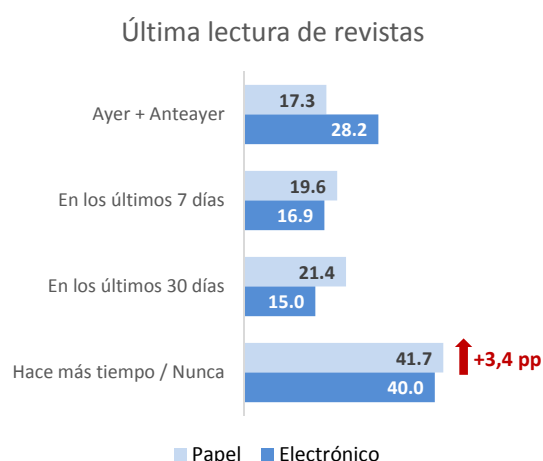
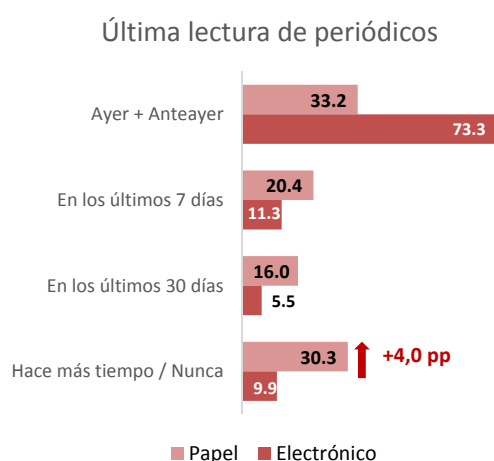
Nota: menciones entre los usuarios de cada dispositivo

- ✓ Sigue creciendo el volumen de quienes se conectan a diario más de 4 horas, y ya asciende a más del 40% de los navegantes
- ✓ El móvil incrementa sensiblemente su tiempo de uso, superando incluso al portátil en los tramos a partir de 2 horas
- ✓ Tablet y videoconsola son los dispositivos en los que el contacto más predominante cae por debajo de los 30 minutos

# 3

## ✓ El consumo de medios en Internet

### La lectura de prensa y revistas en Internet

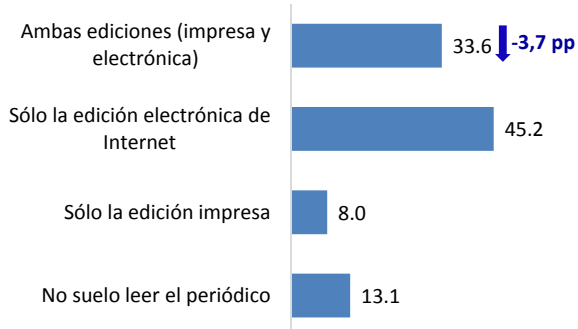


- ✓ Más del 70% de los navegantes hace una lectura cotidiana de la prensa electrónica
- ✓ Sigue creciendo quienes afirman haber realizado la última lectura de un diario en papel hace más de un mes o nunca (+ 4 pp respecto 2015)

- ✓ La edición electrónica incide en una lectura de las revistas de carácter más cotidiano
- ✓ La lectura de revistas en papel, de carácter semanal o mensual preferentemente, sigue en descenso

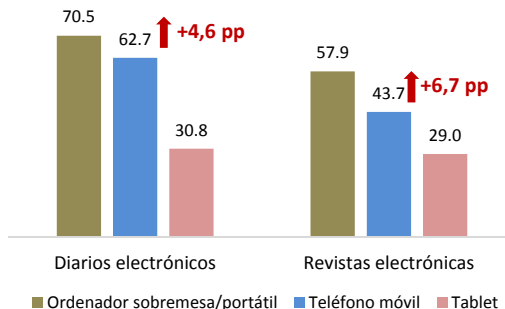
# La lectura de prensa y revistas en Internet

Forma habitual de lectura de la prensa



- ✓ La lectura de prensa exclusivamente en Internet es la forma habitual de lectura (45%), frente al 8% que lo hace solo en papel
- ✓ La lectura compartida tanto en edición impresa como electrónica asciende al 34%, pero sigue descendiendo (-3,7 puntos)

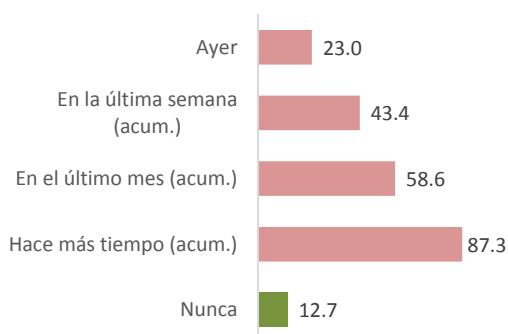
Dispositivo de lectura de diarios y revistas electrónicas



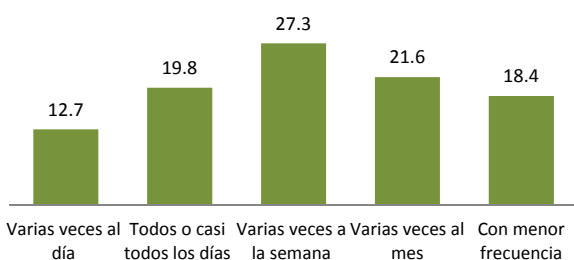
- ✓ El PC fijo o portátil sigue siendo el dispositivo preferente de lectura, más en el caso de los periódicos que en de las revistas.
- ✓ El PC sigue su tendencia a la baja en favor del móvil, que crece +4,6 puntos respecto a 2015 en el caso de los diarios, y +6,7 puntos en el caso de las revistas electrónicas.

# La radio por Internet

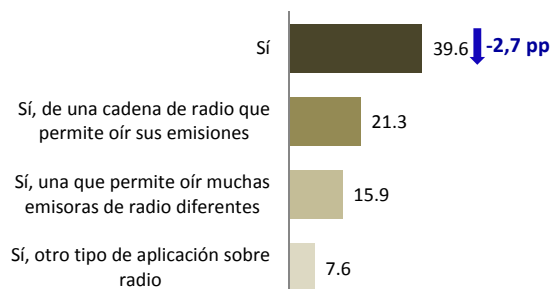
Escucha de radio por Internet



Frecuencia de uso de las apps de radio



Uso de apps en móvil/tablet relacionadas con la radio

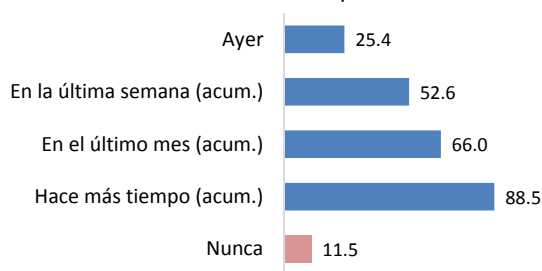


- ✓ Se mantiene en valores similares la escucha de radio de carácter más cotidiano
- ✓ Alrededor del 40% de los encuestados que acceden a Internet por móvil o tablet utiliza alguna aplicación de radio
- ✓ Un tercio de los usuarios de apps para radio realizan un uso muy cotidiano de dichas aplicaciones



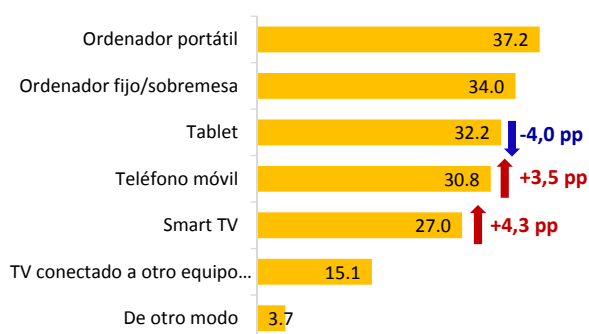
# La televisión por Internet

Visionado de televisión por Internet



- ✓ El visionado cotidiano de TV se mantiene en torno al 25%.

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

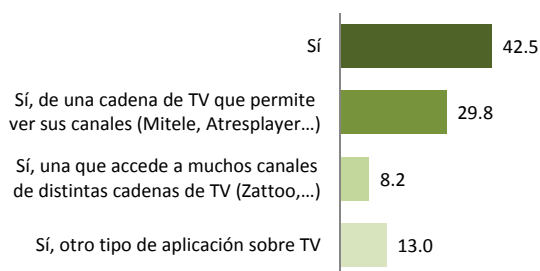


- ✓ El equipo preferente de visionado sigue siendo el portátil, seguido del ordenador fijo y el tablet. Todos ellos descienden.
- ✓ Se producen sensibles crecimientos del Smart TV (+4,3 pp) y del teléfono móvil (+3,5 pp)



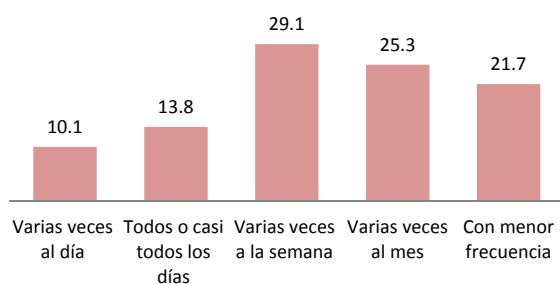
# La televisión por Internet

Uso de apps en móvil/tablet relacionadas con la televisión



- ✓ Algo más del 40% de los que acceden a Internet por móvil o tablet usa apps para ver TV, destacando las apps de las cadenas de TV

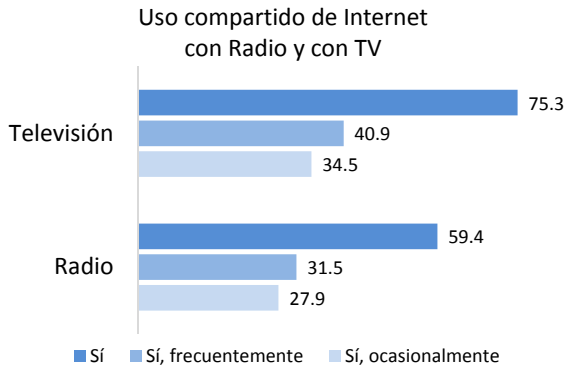
Frecuencia de uso de las apps de televisión



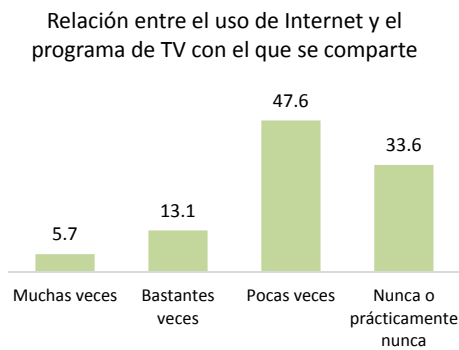
- ✓ Cerca del 25% de los usuarios de apps para TV hace un uso muy frecuente de las mismas



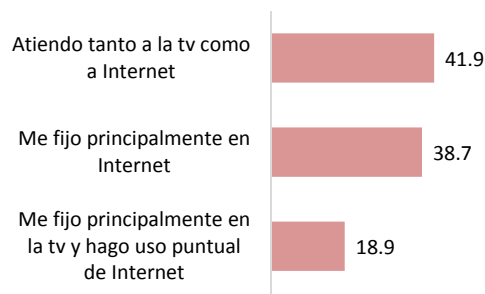
# Uso compartido de Internet



■ Sí ■ Sí, frecuentemente ■ Sí, ocasionalmente



## Foco de atención entre Internet y la TV

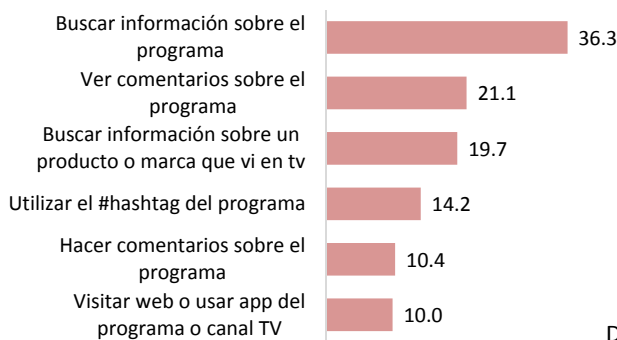


- ✓ El uso conjunto de Internet y TV asciende casi al 75%, y es frecuente para más del 40%. En la radio el uso compartido es menor (60%), y también la frecuencia del mismo, que está en torno al 30%
- ✓ Algo más del 40% reparte su atención por igual, y ligeramente algo menos de otro 40% se fija sobre todo en Internet
- ✓ Para cerca del 18% el uso compartido de Internet con la TV tiene que ver en bastantes ocasiones con el programa de TV visionado



# Uso compartido de Internet con la televisión

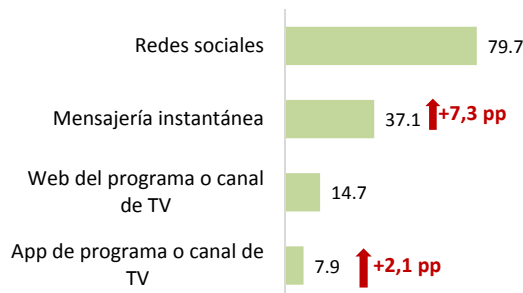
## Actividades realizadas al compaginar Internet y TV (últimos 30 días)



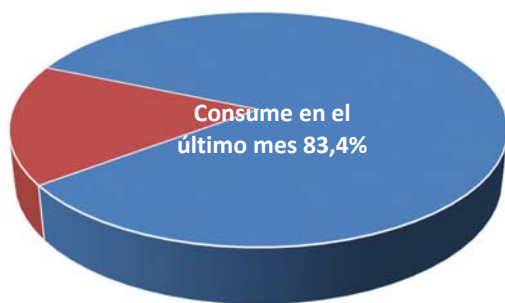
- ✓ Entre las actividades realizadas sobresale la búsqueda de información sobre el programa que se está viendo en la TV
- ✓ A gran distancia se sitúa el visionado de comentarios sobre el programa y la búsqueda de información sobre un producto o marca vista en la televisión

- ✓ Las redes sociales constituyen el canal principal de realización de comentarios. A gran distancia figura la mensajería instantánea, que experimenta un fuerte crecimiento de +7,3 puntos

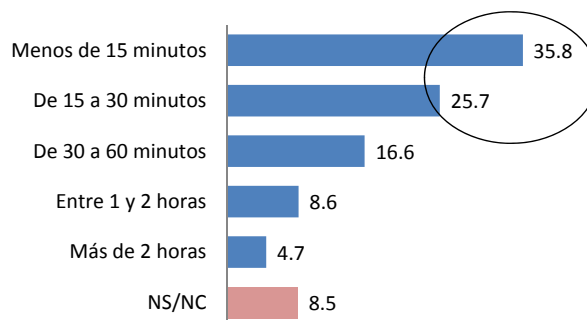
## Dónde se realizan los comentarios en Internet sobre programas de TV



## Consumo de vídeos online



Consumo diario de vídeos online

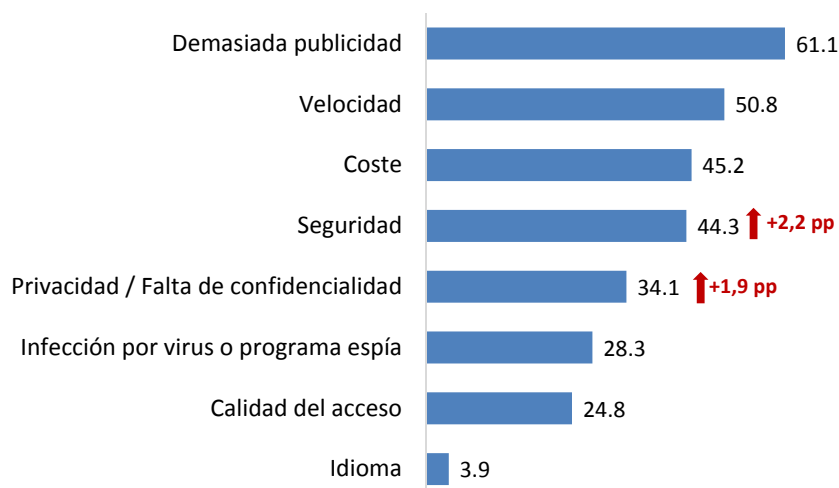


- ✓ Cerca de un 85% de los navegantes afirman consumir vídeos online en el mes
- ✓ El consumo diario de este tipo de vídeos es predominantemente inferior a los 30 minutos (60% de los encuestados)

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

# 4

## Los problemas de Internet



- ✓ Los problemas relativos a la seguridad y la privacidad muestran leves incrementos en torno a los 2 puntos en ambos casos
- ✓ La consideración de que existe demasiada publicidad sigue siendo el elemento más mencionado un año más, por alrededor del 60%
- ✓ Tampoco varía la consideración sobre la velocidad: alrededor de la mitad lo siguen percibiendo como un problema

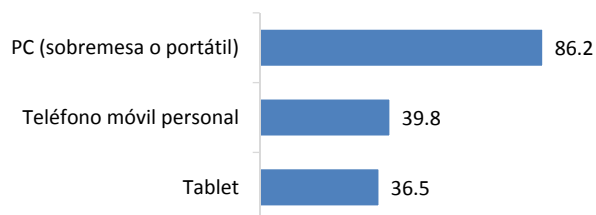
## Los problemas de Internet: los virus

No se ha visto afectado por virus o programa espía



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

Antivirus instalado en el Ordenador/Móvil/Tablet

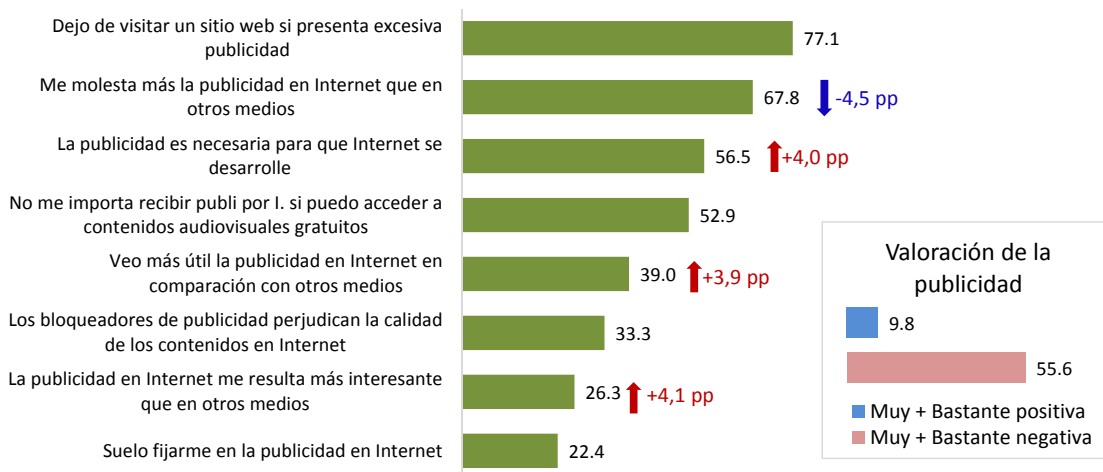


- ✓ Se mantienen los valores de instalación de antivirus, mucho mayor en el PC o portátil que en el móvil o Tablet.

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

# Opiniones sobre la publicidad en Internet

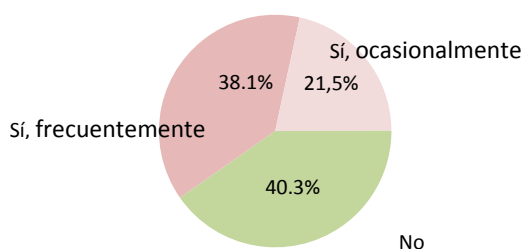
La publicidad en Internet  
(% Muy + Bastante de acuerdo)



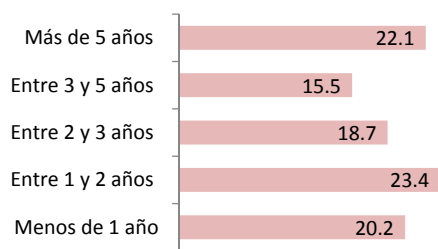
- ✓ El exceso de publicidad es causa de abandono de una web para más del 75% de los encuestados
- ✓ Para más de dos tercios la publicidad en Internet resulta más molesta que en otros medios
- ✓ Algo más del 50% considera que la publicidad es necesaria para el desarrollo de Internet y otro tanto está dispuesto a recibir publicidad a cambio de acceder a contenidos audiovisuales gratuitos
- ✓ 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

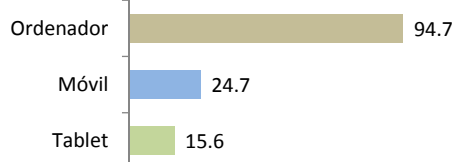
Uso de bloqueadores de publicidad



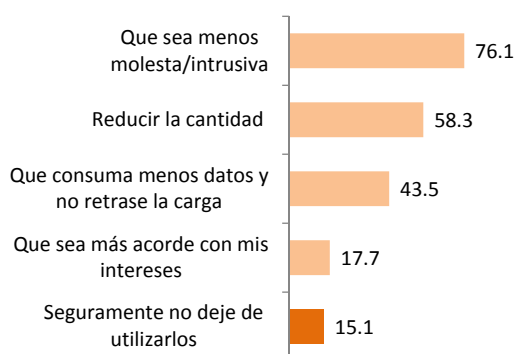
Antigüedad en el uso de bloqueadores



Uso de bloqueadores en dispositivos



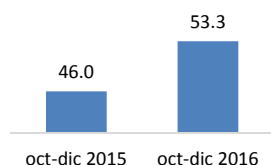
Qué hacer con la publicidad para dejar de usar los bloqueadores



- ✓ Cerca del 40% de los navegantes dicen usar con frecuencia un bloqueador de publicidad. Otro tanto dice ser usuario con más de 3 años de antigüedad
- ✓ La inmensa mayoría de los usuarios de bloqueadores lo tienen instalado en el ordenador, en tanto que una cuarta parte lo usa en el móvil
- ✓ Publicidad menos intrusiva es el factor más mencionado para dejar de usar los bloqueadores

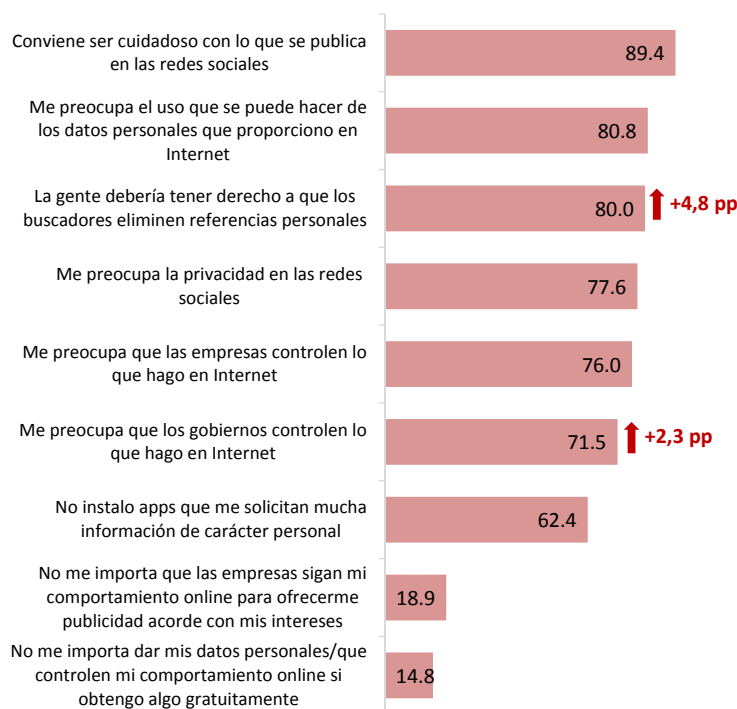
# La privacidad en Internet: opiniones

Se siente vigilado en Internet  
(% Mucho o Bastante)



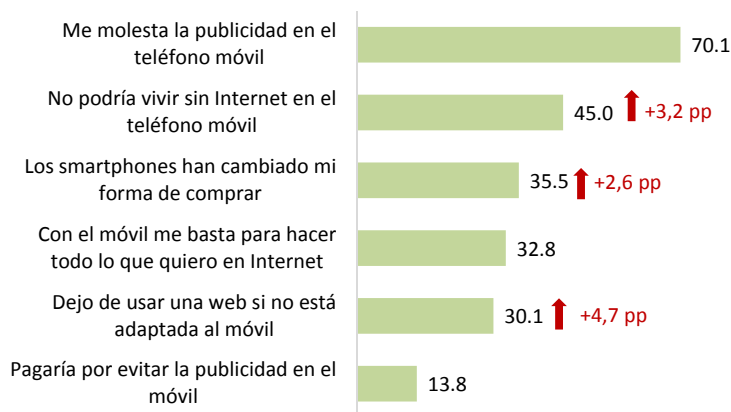
- ✓ Crece sensiblemente la percepción de ser controlado en Internet
- ✓ Para cerca del 90% conviene ser cuidadoso con lo publicado en Internet
- ✓ Alrededor del 80% se muestra preocupado por el uso de los datos personales
- ✓ Otro tanto –y con un crecimiento de casi 5 puntos– está a favor de poder eliminar referencias personales de los buscadores

La privacidad en Internet  
(% Muy + Bastante de acuerdo)

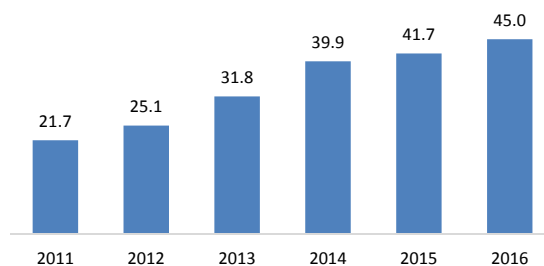


# Opiniones sobre el móvil e Internet

(% Muy + Bastante de acuerdo)



"No podría vivir sin Internet en el móvil"



- ✓ Para el 70% la publicidad en Internet es molesta
- ✓ Incremento sensible hasta alcanzar el 30% de quienes dejan de usar una web no adaptada al móvil
- ✓ En torno al 45%, y creciendo, dicen no poder vivir sin I. en el móvil

## Otras opiniones sobre el mundo de Internet

% Muy + Bastante de acuerdo

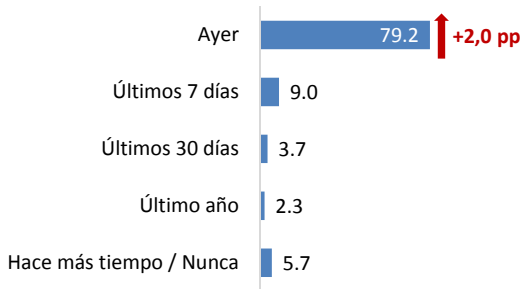


- ✓ Las Redes Sociales
- ✓ El Boca a Boca

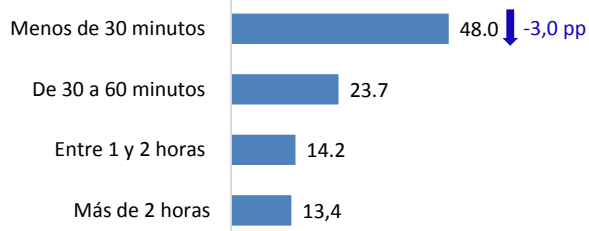
# 5

# Las redes sociales

Acceso a redes sociales

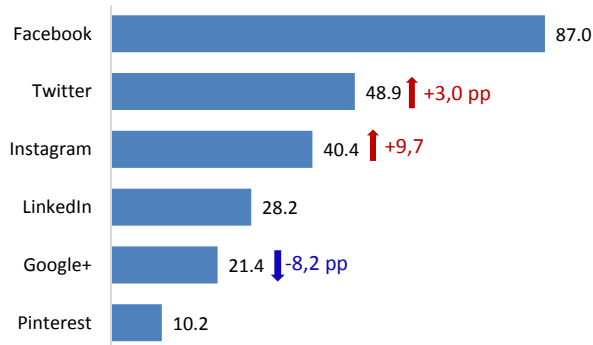


Tiempo diario dedicado a las redes sociales



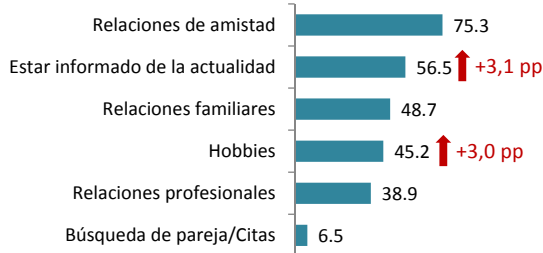
- ✓ El uso diario de las redes sociales sigue subiendo y afecta a casi el 80% de los entrevistados
- ✓ Se incrementa el tiempo dedicado y ya asciende al 27,5% quienes usan las RRSS más de una hora al día
- ✓ Se mantiene el liderazgo incuestionable de Facebook (87% de usuarios)
- ✓ Destaca el nuevo incremento de Instagram (casi 10 pp respecto del año anterior)

Redes sociales utilizadas (últimos 30 días)

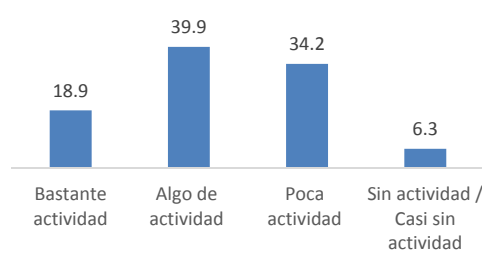


# Las redes sociales

Motivos de uso de las Redes Sociales



Actividad en las redes sociales



- ✓ El uso de las RRSS más extendido tiene que ver con las relaciones de amistad (75%)

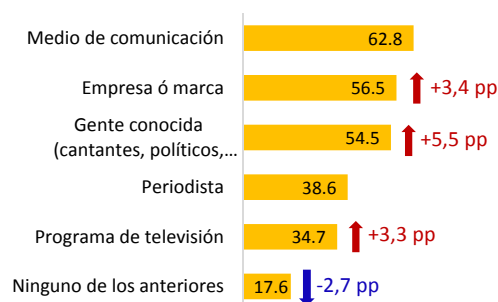
“Estar informado” crece +3,1 pp y es mencionado por más de la mitad de los usuarios de RRSS

- ✓ Casi el 60% afirma tener algo o bastante actividad en las RRSS. Sólo el 6% dice no tener casi actividad
- ✓ El mayor seguimiento en RRSS tiene que ver con medios de comunicación.

Las empresas o marcas concretas y la gente conocida son mencionadas por alrededor del 55% y ambos experimentan crecimientos

Crece el seguimiento de programas de TV

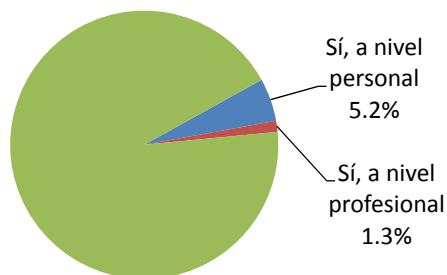
Seguimiento en las redes sociales





## Las redes sociales

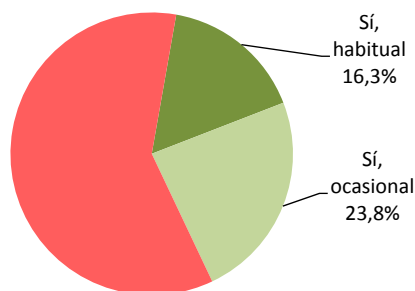
### Problemas de reputación en RRSS



- ✓ Alrededor del 6,5% de los navegantes afirma haber tenido algún problema de reputación en las RRSS

- ✓ En torno al 40% dice seguir a algún youtuber, algo más del 15% de manera habitual

### Seguimiento de Youtubers



## El boca a boca

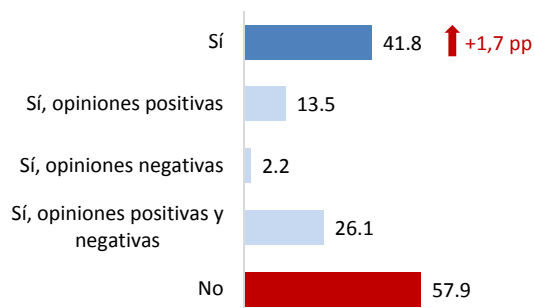
### Consulta de opiniones en Internet sobre productos / servicios (últimos 30 días)



- ✓ Algo más de tres cuartos de los navegantes ha consultado opiniones o comentarios de otras personas en Internet en los últimos 30 días y casi la mitad les concede gran confianza

- ✓ Algo más del 40% afirma haber divulgado opiniones sobre algún producto o servicio en los últimos 30 días. Se ralentiza el crecimiento con respecto a 2015

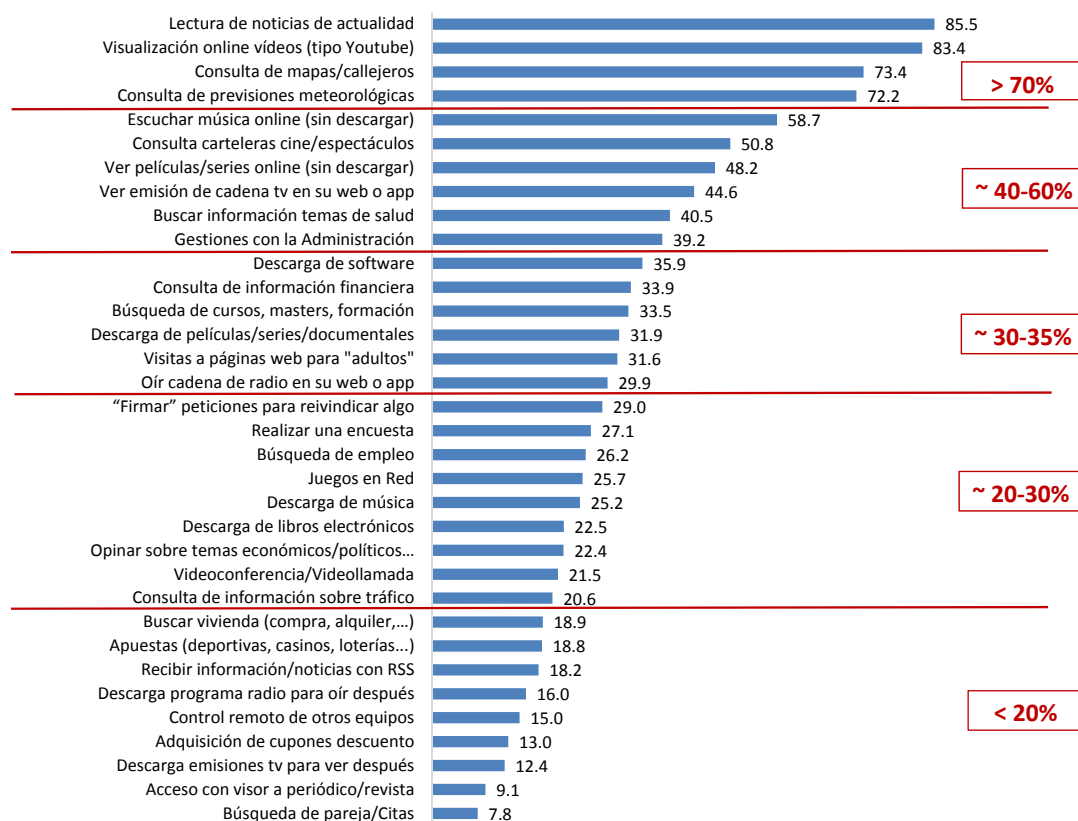
### Divulgación de opiniones/comentarios en Internet sobre algún producto o servicio (últimos 30 días)



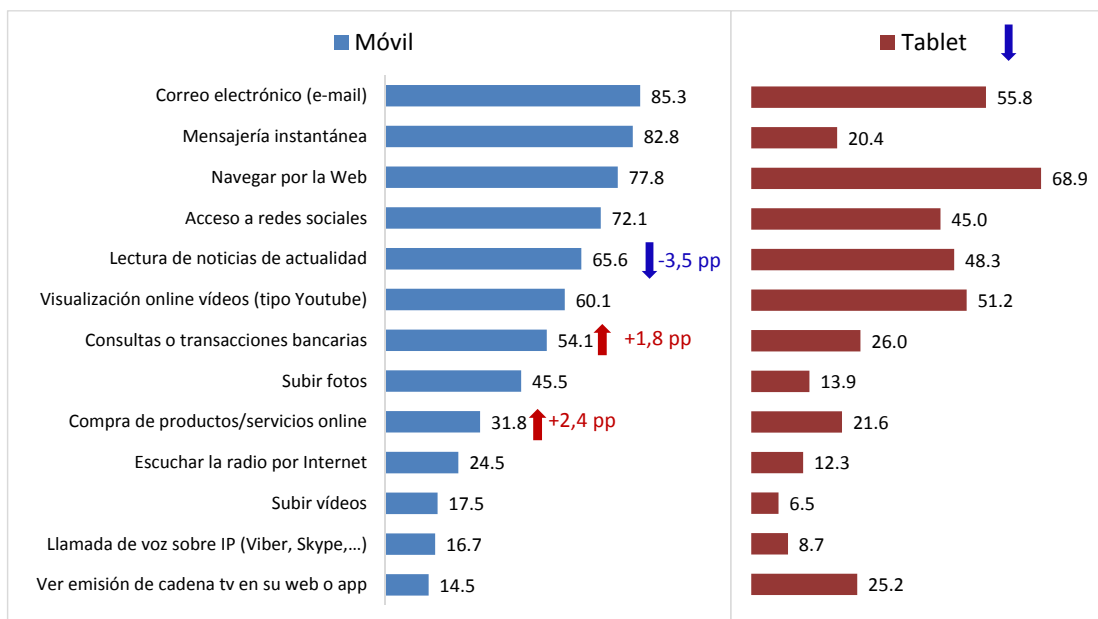
✓ Actividades en Internet  
 ✓ Uso de aplicaciones en móvil y tablet

# 6

## Lo que hacemos en Internet ↓



# Lo que hacemos en Internet con...

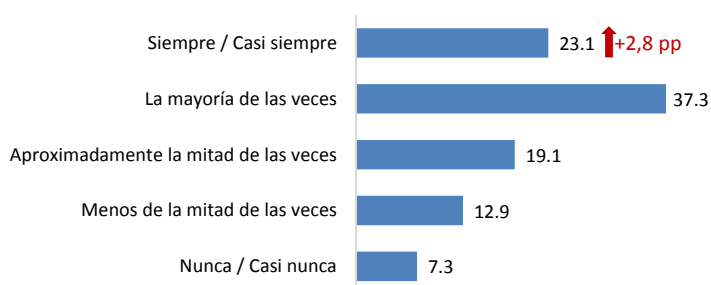


✓ En el Móvil se observan valores bastante estables, destacando los incrementos de "Compra de productos o servicios online" (+2,4 puntos), y las "Consultas y transacciones bancarias" (+1,8 puntos)

✓ El descenso es bastante notable en el Tablet, donde sólo se mantiene en un valor similar al del año pasado la "Mensajería instantánea"

# Las aplicaciones

## Acceso a Internet por el móvil mediante apps

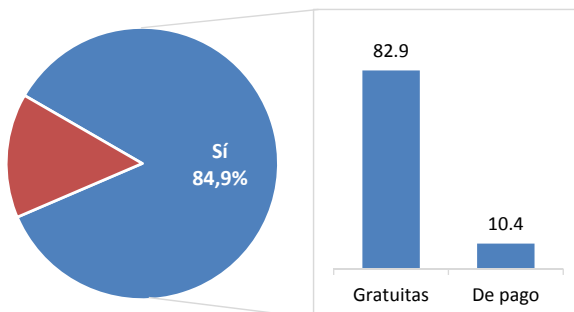


✓ Entre quienes acceden a Internet con el móvil, alrededor del 60% lo hace en la mayoría de las ocasiones mediante aplicaciones

✓ Crece casi 3 puntos quienes afirman acceder siempre o casi siempre mediante una app

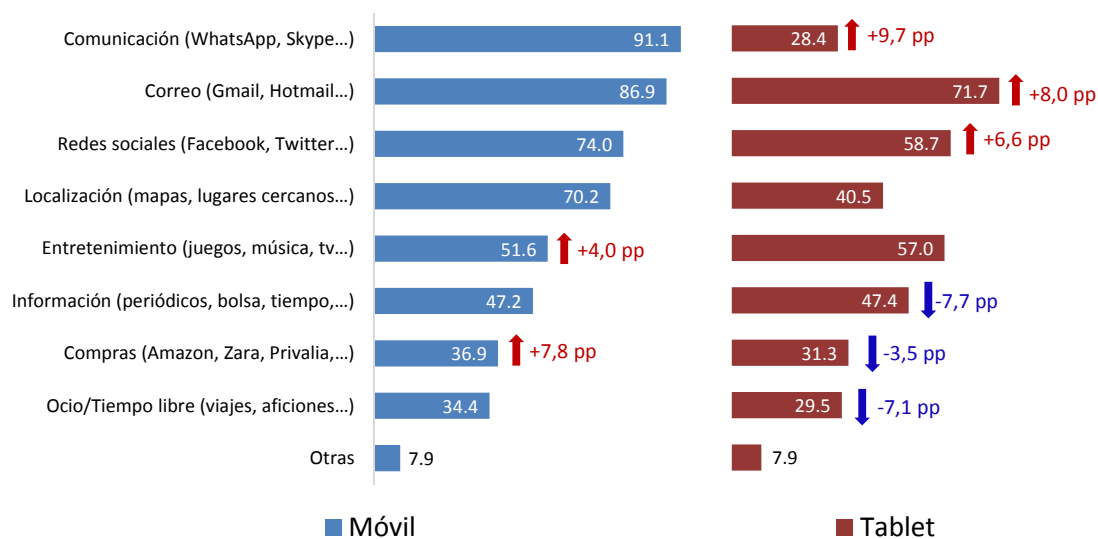
## Descargas de apps en móvil/tablet (últimos 30 días)

- ✓ Cerca del 85% de quienes acceden a Internet con el móvil/tablet han realizado alguna descarga de app en el último mes
- ✓ En torno al 10% afirma haber pagado por la descarga



# Las aplicaciones

## Apps utilizadas en el móvil y en el tablet



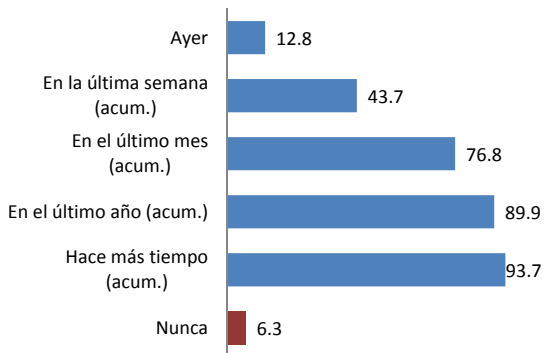
- ✓ Se mantienen los valores de uso de aplicaciones del móvil, salvo en Apps relacionadas con las compras online, que crecen +7,8 puntos, y las de Entretenimiento (+4 puntos). Por el contrario, las apps relacionadas con las compras descienden sensiblemente en el tablet (-7,1 puntos)
- ✓ En el tablet se producen crecimientos notables de las apps de comunicación (+9,7 puntos), correo (+8 pp) y redes sociales (+6,6 pp). Descenso notable de las relacionadas con información y ocio

Las compras, el  
showrooming y la  
economía colaborativa

7

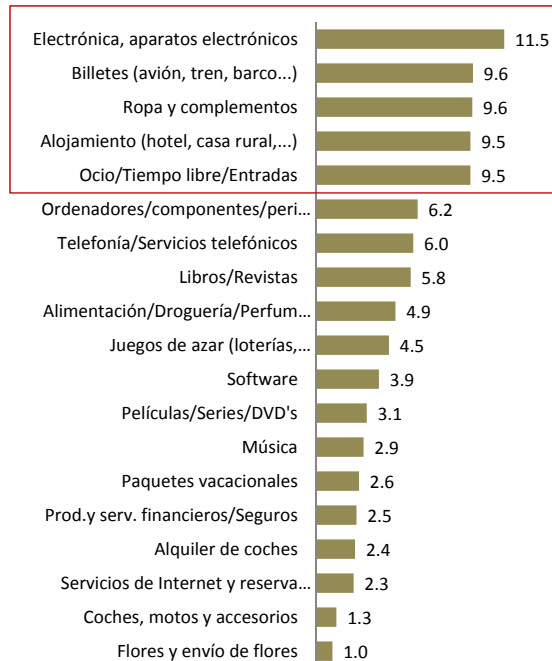
# Las compras en Internet

Última compra por Internet



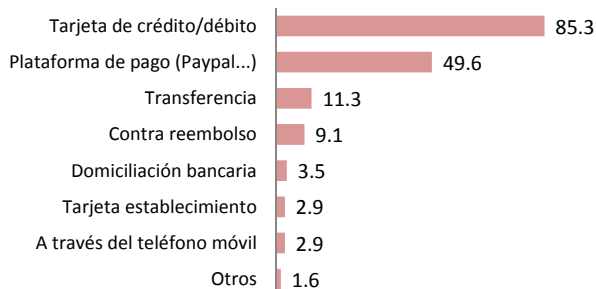
- ✓ La compra cotidiana por Internet en la última semana asciende al 43,7%, y a alrededor del 77% en el último mes
- ✓ Se mantienen en las posiciones líderes los productos / servicios habituales: electrónica, billetes de viaje, alojamiento, ocio y ropa y complementos
- ✓ Destaca el avance de posición de las compras de ropa y complementos

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



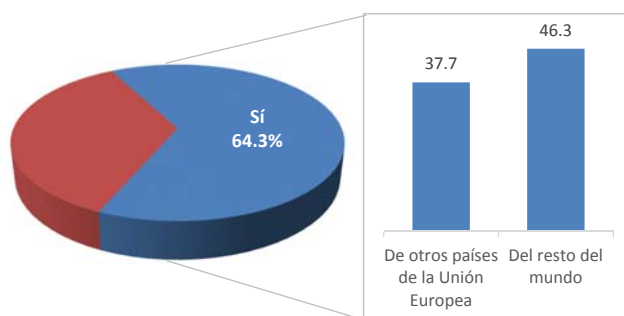
# Las compras en Internet

Método habitual de pago en las compras por Internet



- ✓ El método de pago habitual más extendido sigue siendo, con diferencia, la tarjeta de crédito/débito
- ✓ A gran distancia –casi 40 puntos por detrás– se sitúan las plataformas de pago (tipo Paypal)

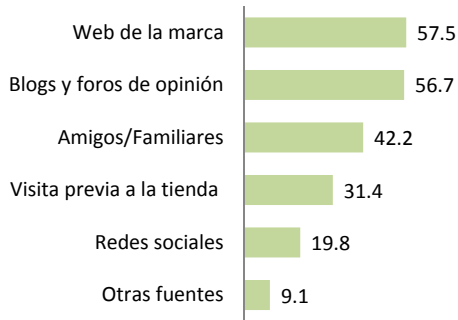
Compras en Internet procedentes del extranjero



- ✓ Alrededor de dos tercios confirman haber comprado algo en Internet cuya procedencia es fuera de España

# Las compras en Internet

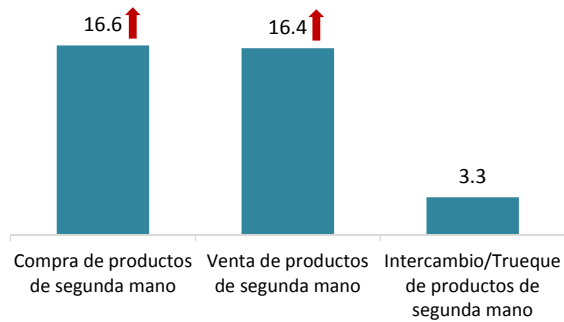
Fuentes de información en las compras por Internet



- ✓ La web de la marca y los blogs y foros son las fuentes de información más usadas para comprar por Internet. Ambas son mencionadas por alrededor del 57%

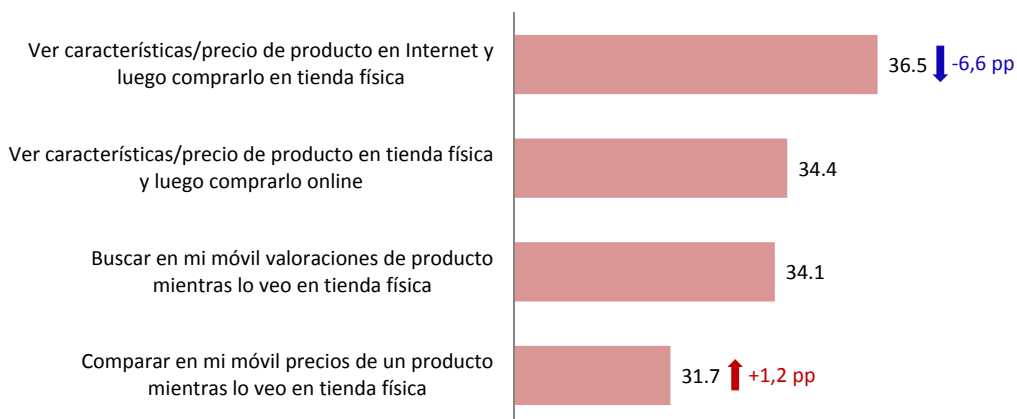
- ✓ Las compras de segunda mano en Internet crecen con respecto a hace dos años en 4 puntos, tanto en lo que se refiere a las compras como a las ventas

La segunda mano en Internet (últimos 30 días)



# Las compras en Internet: el showrooming

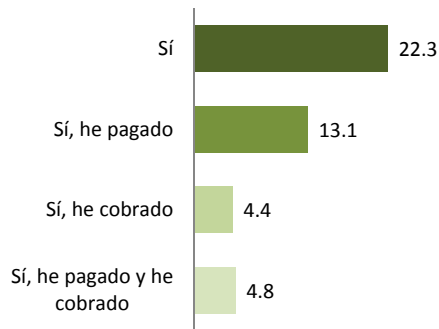
Nuevas prácticas: el showrooming (últimos 30 días)



- ✓ Desciende sensiblemente la mención de quienes dicen ver las características o precio en Internet y luego ir a comprarlo en la tienda física
- ✓ El resto de prácticas crecen levemente, destacando por encima del resto la comparación de precios en el móvil mientras se ve un producto en la tienda

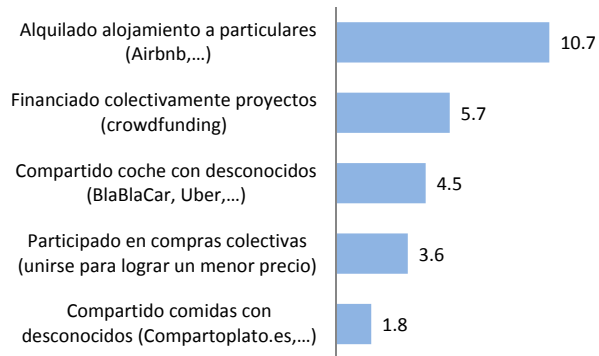
# Economía colaborativa

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



- ✓ Algo más del 20% de los navegantes han 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, con más de un 10% de menciones, seguido a 5 puntos por la financiación colectiva de proyectos

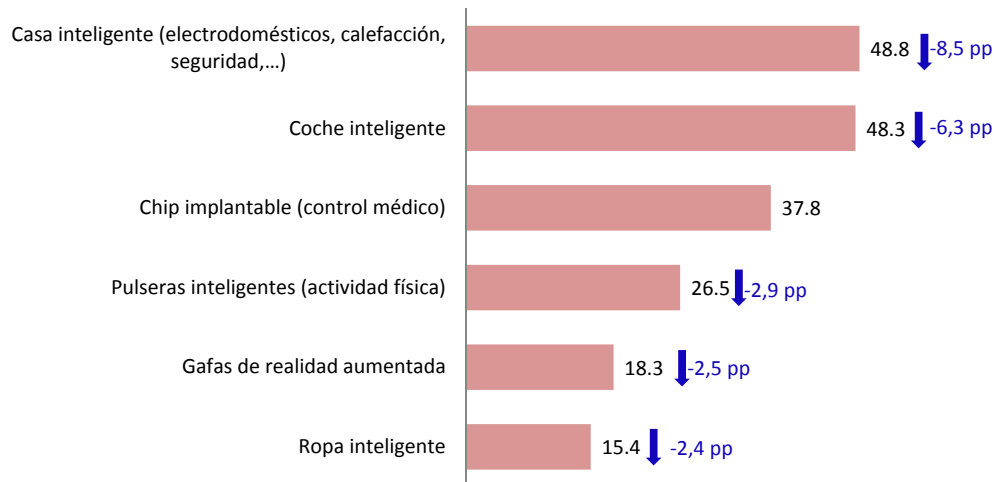


## El Internet de las cosas y otras funcionalidades

# 8

## El Internet de las cosas

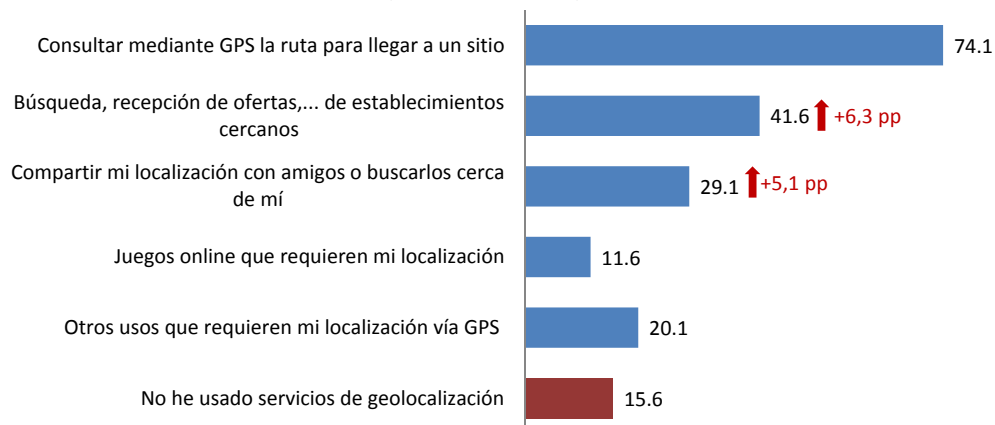
### % Muy + Bastante interesante



- ✓ Salvo el Chip implantable, el resto de artefactos descienden en su grado de interés
- ✓ Los descensos más notables afectan a los elementos considerados de mayor interés: la casa y el coche inteligente

## Otras funcionalidades: geolocalización

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

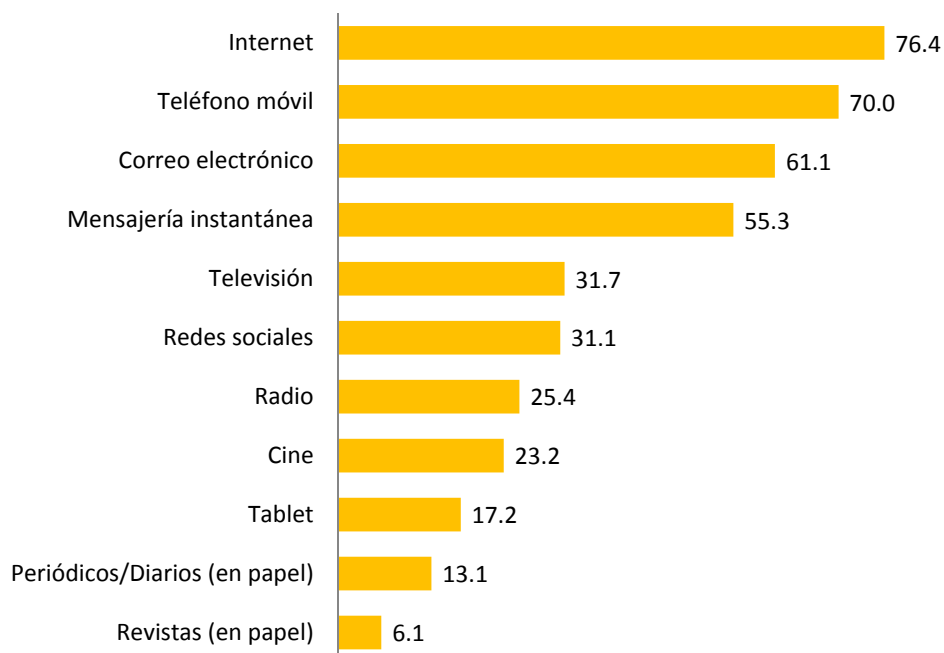


- ✓ Incremento generalizado de los usos de servicios de geolocalización. Se mantiene líder con diferencia la consulta de ruta con el GPS.
- ✓ Crecen de manera notable la búsqueda de establecimientos y compartir la localización con amigos
- ✓ Sigue en descenso quienes no han utilizado nunca servicios de geolocalización (-2,7 puntos)



## Lo difícil que me resultaría vivir sin...

% Muy + Bastante Difícil



# ¡MUCHAS GRACIAS!

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