



ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2013



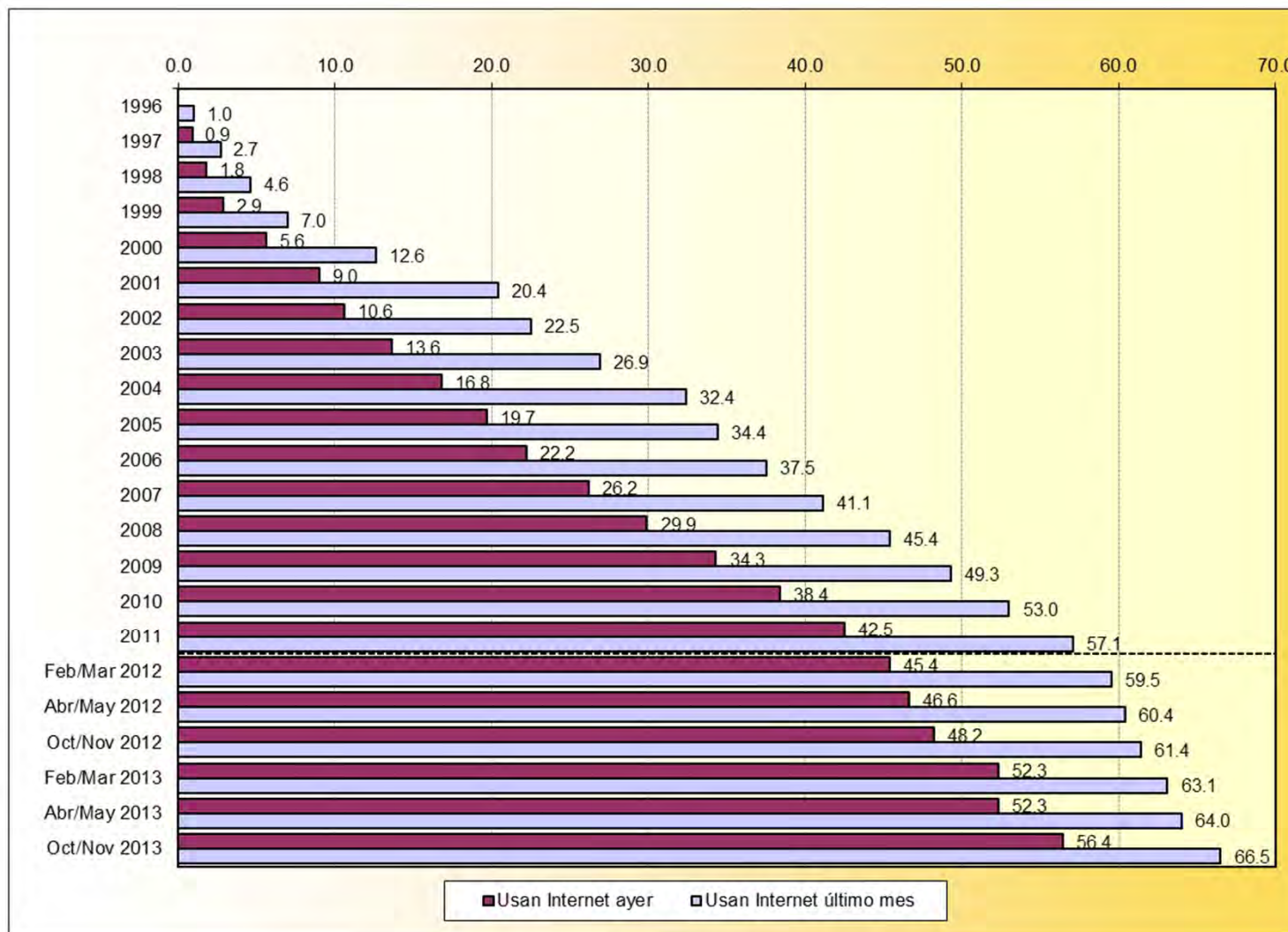
Patrocina

ODEC

Colabora

SAMSUNG

Evolución de usuarios Internet en el EGM (%)



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

- ✓ IRC Hispano
- ✓ 259 sitios web
- ✓ 11 perfiles en redes sociales
- ✓ 5 boletines electrónicos
- ✓ Una red publicitaria (Adconion)

Fechas de recogida de encuestas

- ✓ **Desde el 15 de Octubre hasta el 8 de Diciembre de 2013**

Tamaño de muestra

- ✓ **25.038 cuestionarios. Tras un proceso de depuración, la muestra útil final fue de 23.811**



NAVEGANTES EN LA RED VS. POBLACIÓN INTERNAUTA

NAVEGANTES EN LA RED 2013

Encuesta autoadministrada mediante enlaces en sitios web

Usaron Internet ayer: 98,7%

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 2013

Usaron Internet ayer: 56,4%

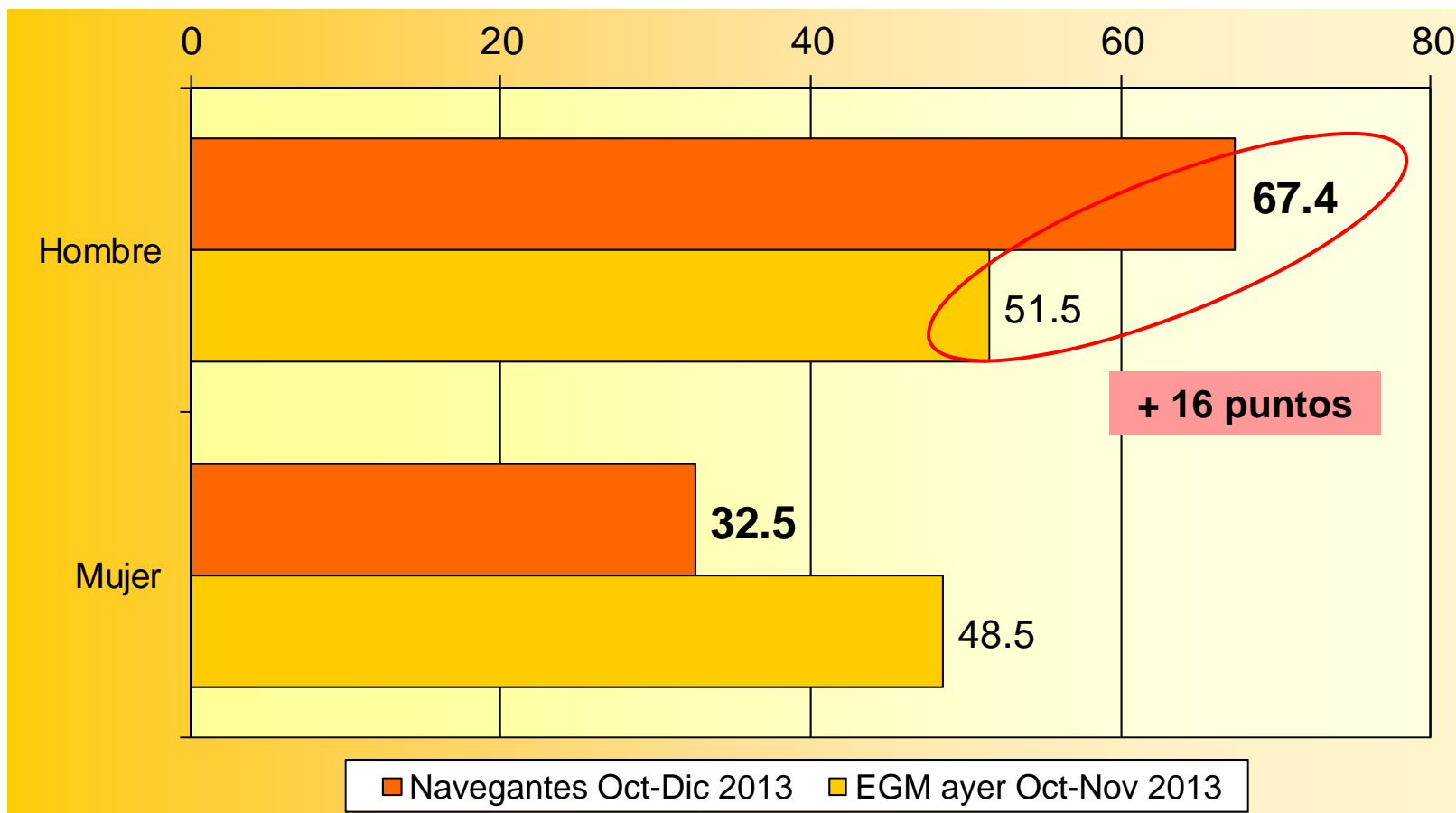
22,2 millones

Usaron Internet último mes: 66,5%

26,2 millones

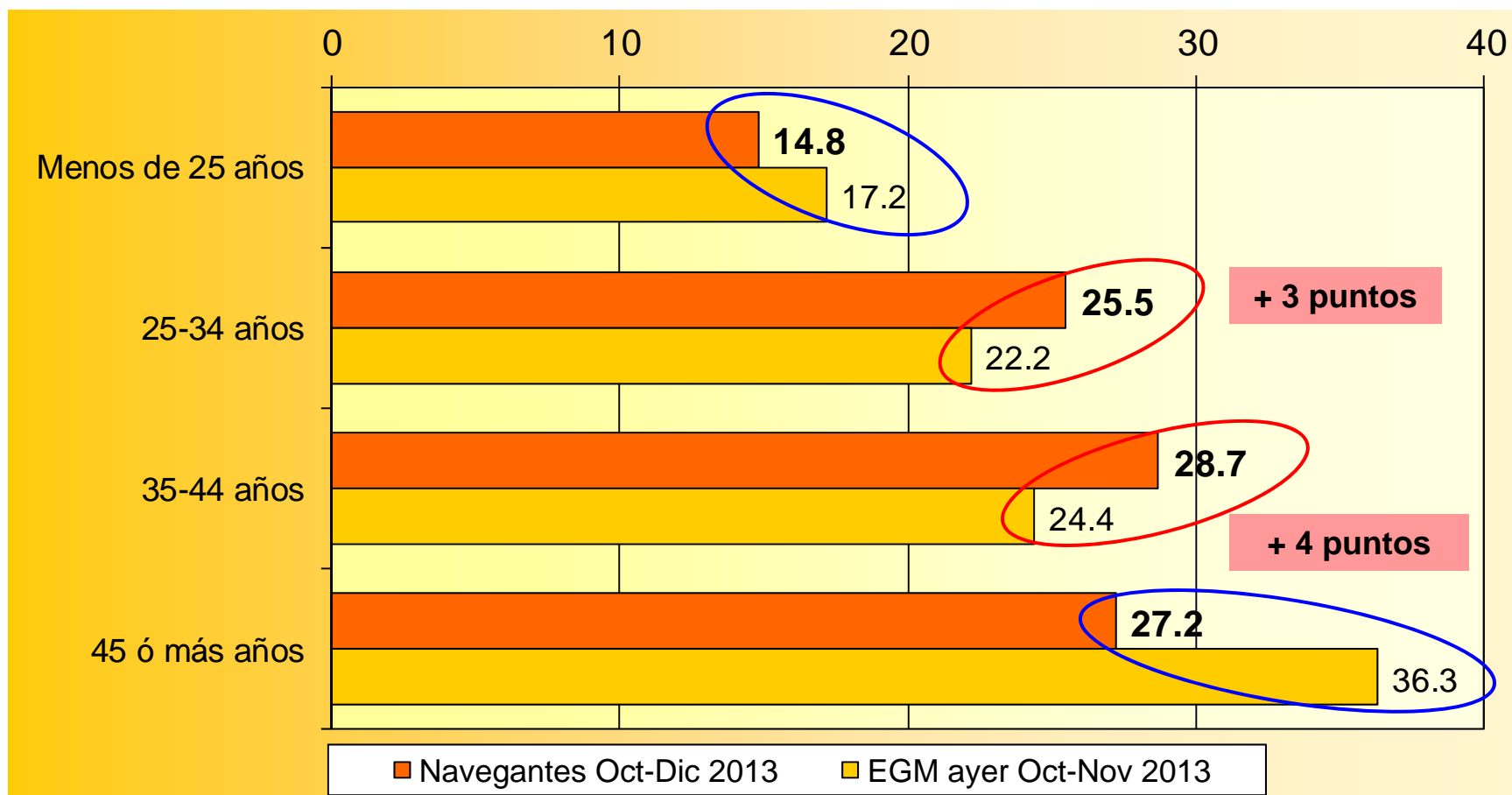
Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Sexo



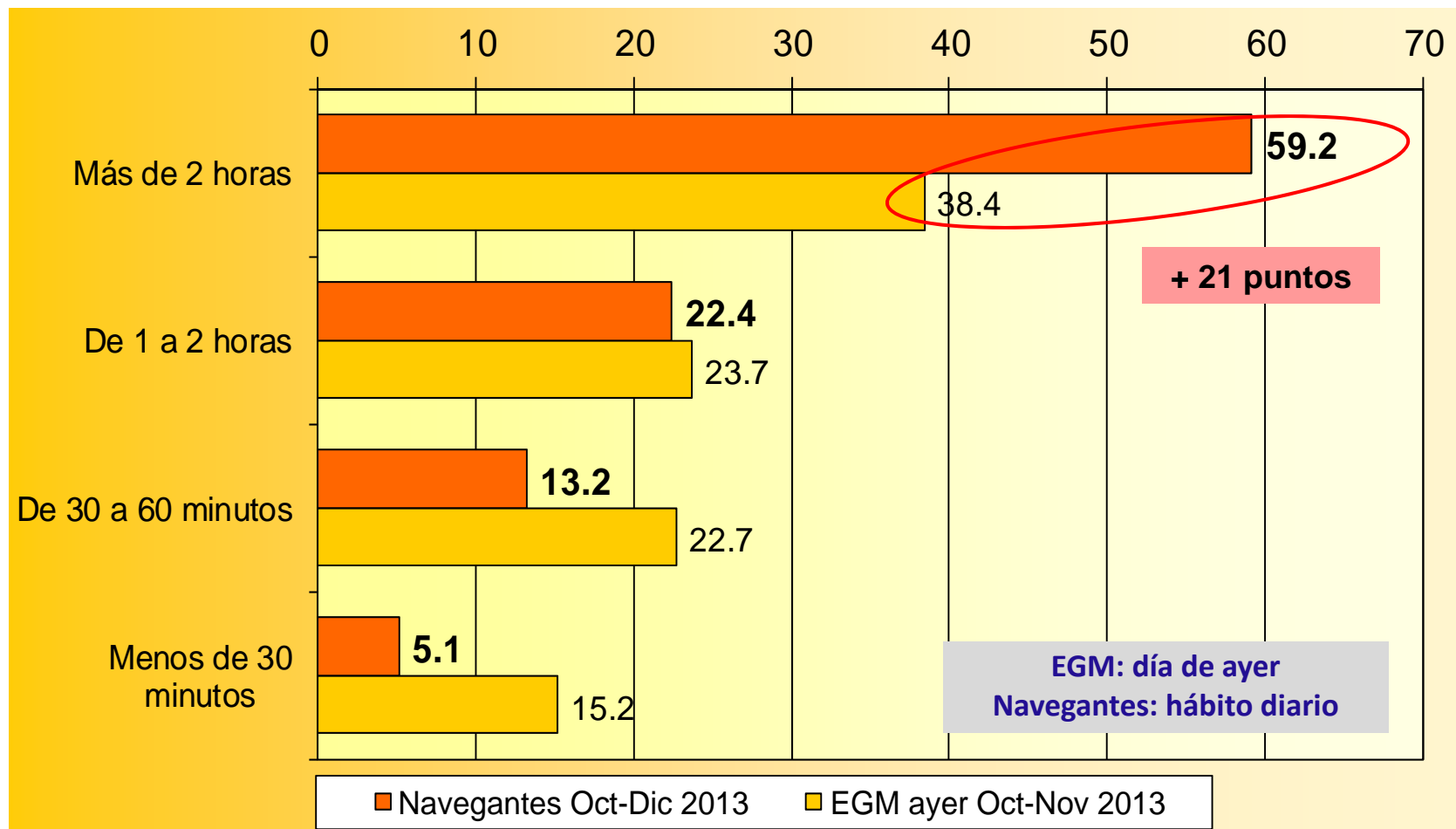
Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Edad



Perfil del internauta de la Encuesta vs. Población internauta

Tiempo de conexión



Hábitos del internauta de la Encuesta

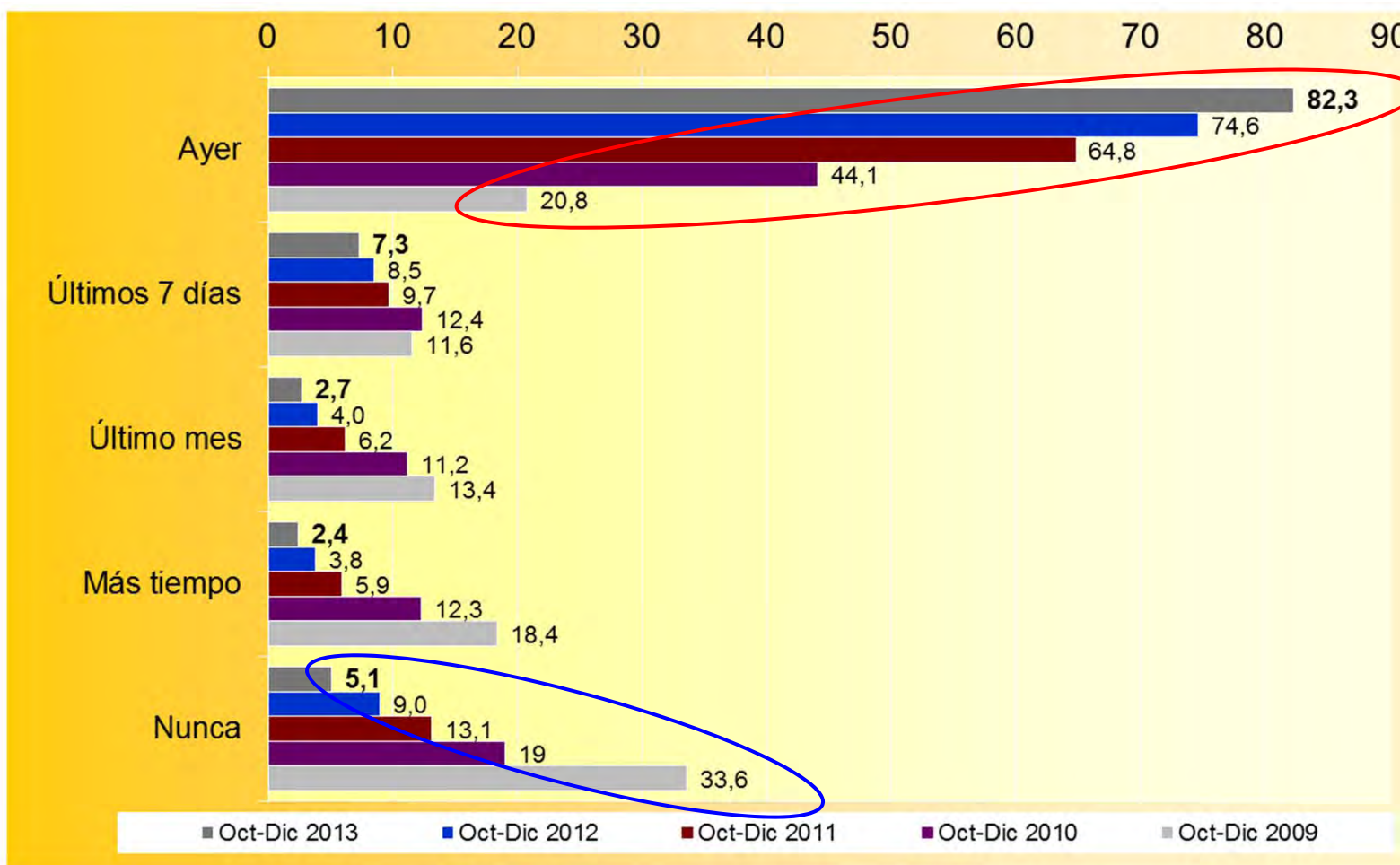
- ✓ **El uso cotidiano de Internet a través de dispositivos móviles supera el 80%**
- ✓ **Diversificación de los dispositivos de acceso a Internet: relevancia creciente de móvil y tablet frente a equipos tradicionales**
 - ✓ **El móvil (85,5%) supera ya de manera clara al PC de sobremesa y al portátil como dispositivo más usado para acceder a Internet**
 - ✓ **El tablet presenta fuerte crecimiento (+12 puntos con respecto a 2012) y el 43% lo usa para acceder a Internet**
 - ✓ **El acceso a Internet por el televisor crece, aunque a un ritmo inferior, y se sitúa en el 14%**

Hábitos del internauta de la Encuesta

- ✓ **El PC de sobremesa (41%) es el principal equipo de acceso a Internet, seguido del portátil (36%)**
 - ✓ **El móvil es el dispositivo de acceso más importante para un 17% de los encuestados (+7 puntos)**

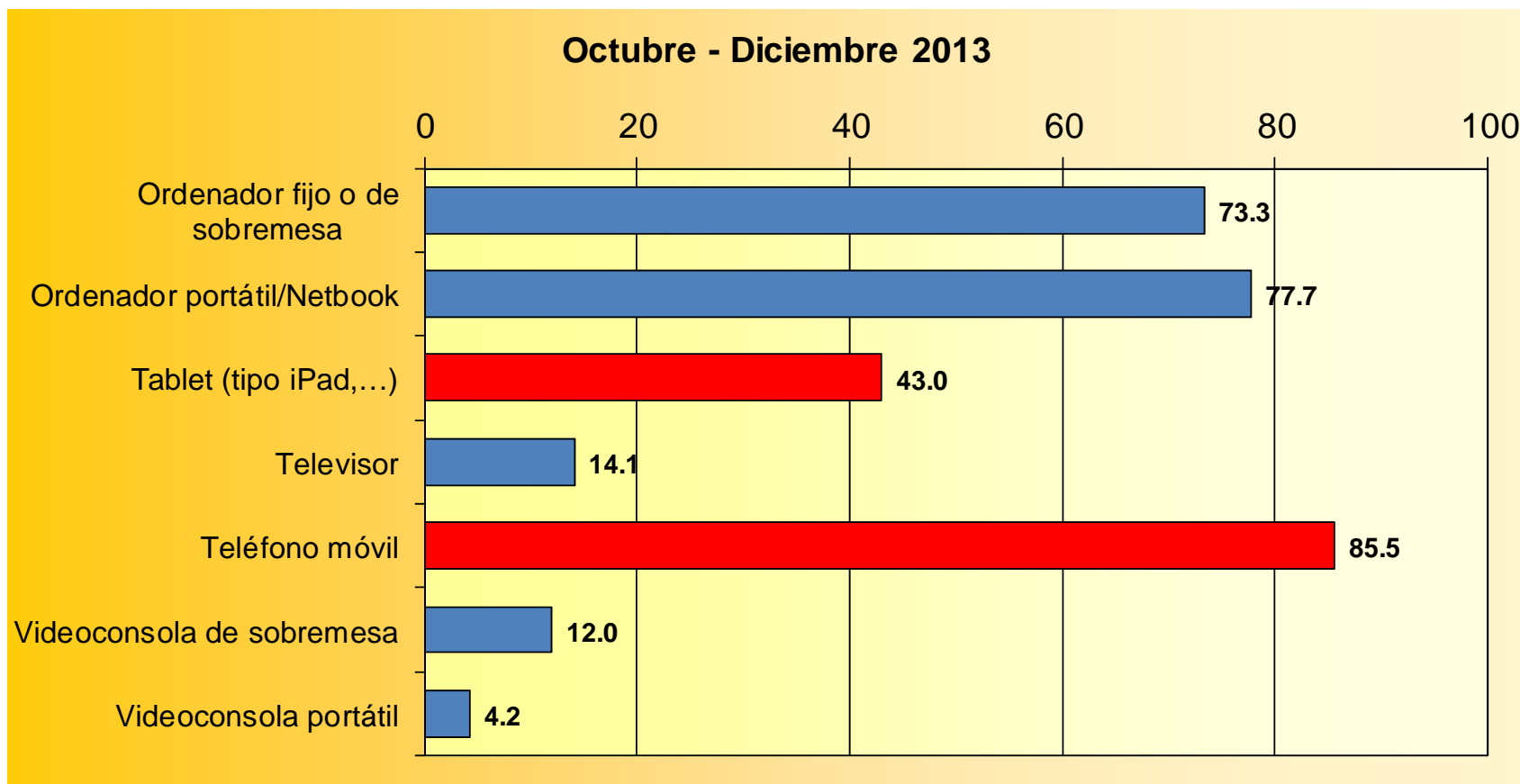
Hábitos del internauta de la Encuesta

Ultimo acceso a Internet con dispositivos móviles



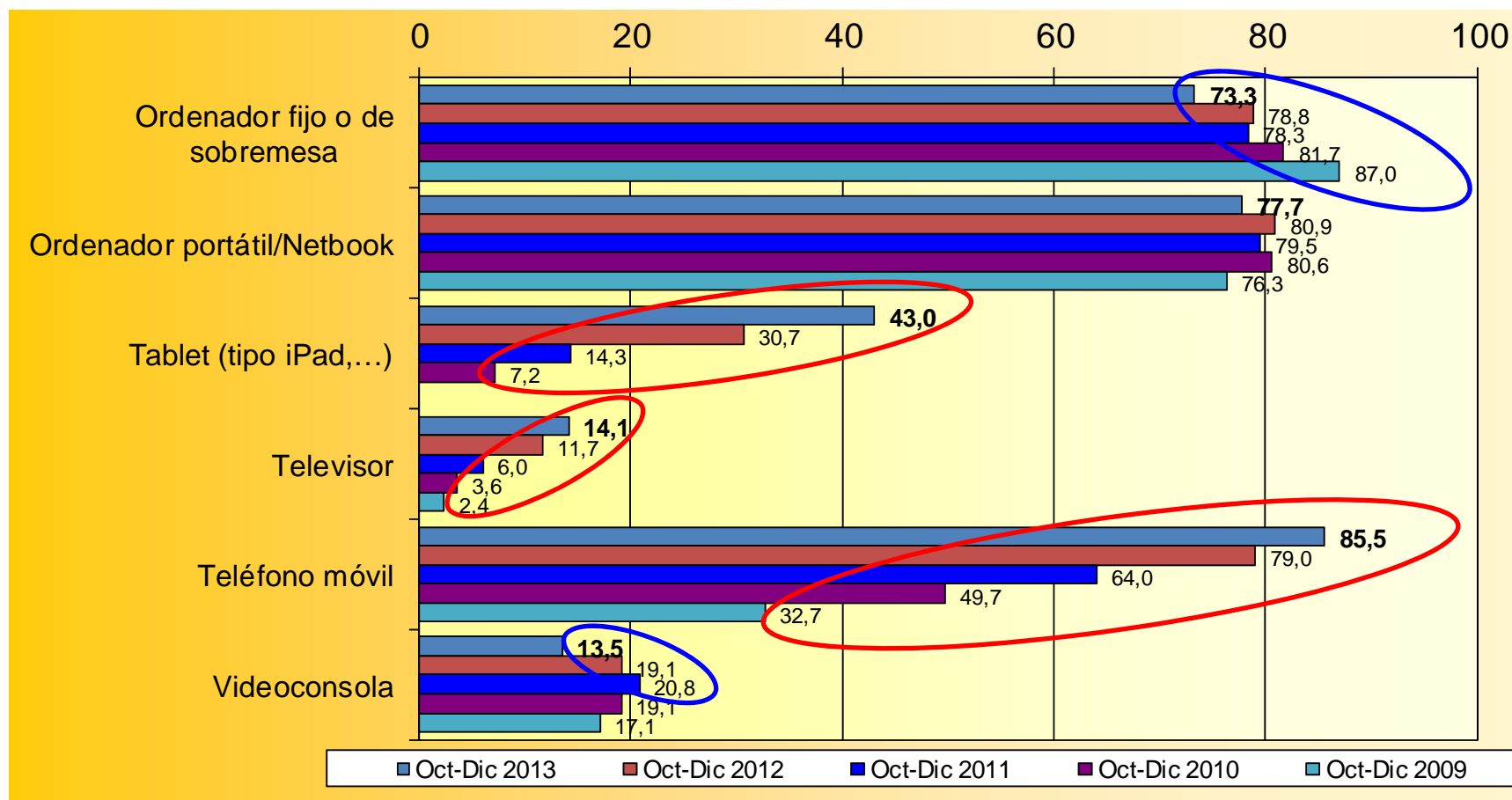
Hábitos del internauta de la Encuesta

Equipos de acceso a Internet



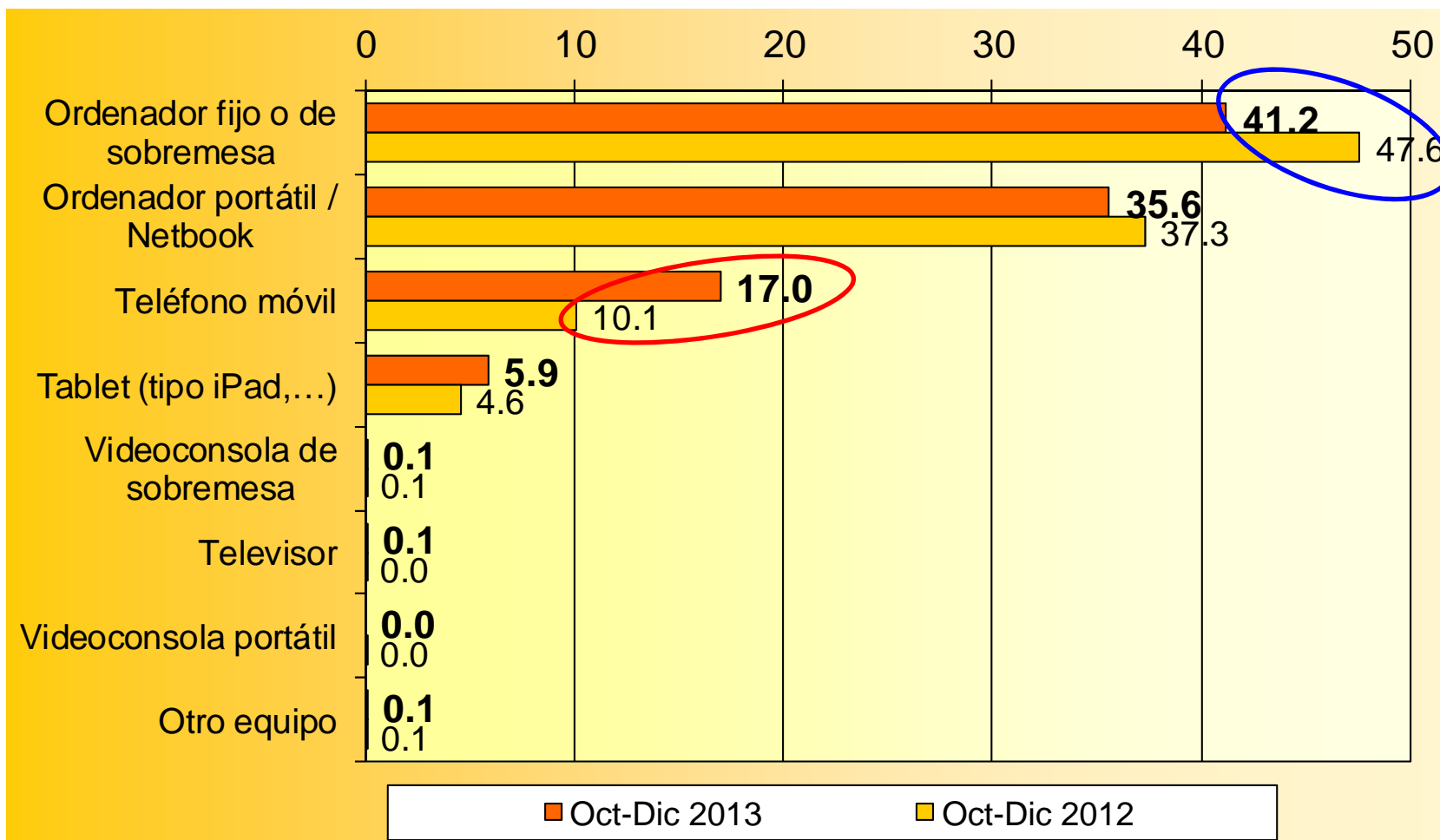
Hábitos del internauta de la Encuesta

Equipos de acceso a Internet



Hábitos del internauta de la Encuesta

Principal equipo de acceso a Internet (respuesta única)



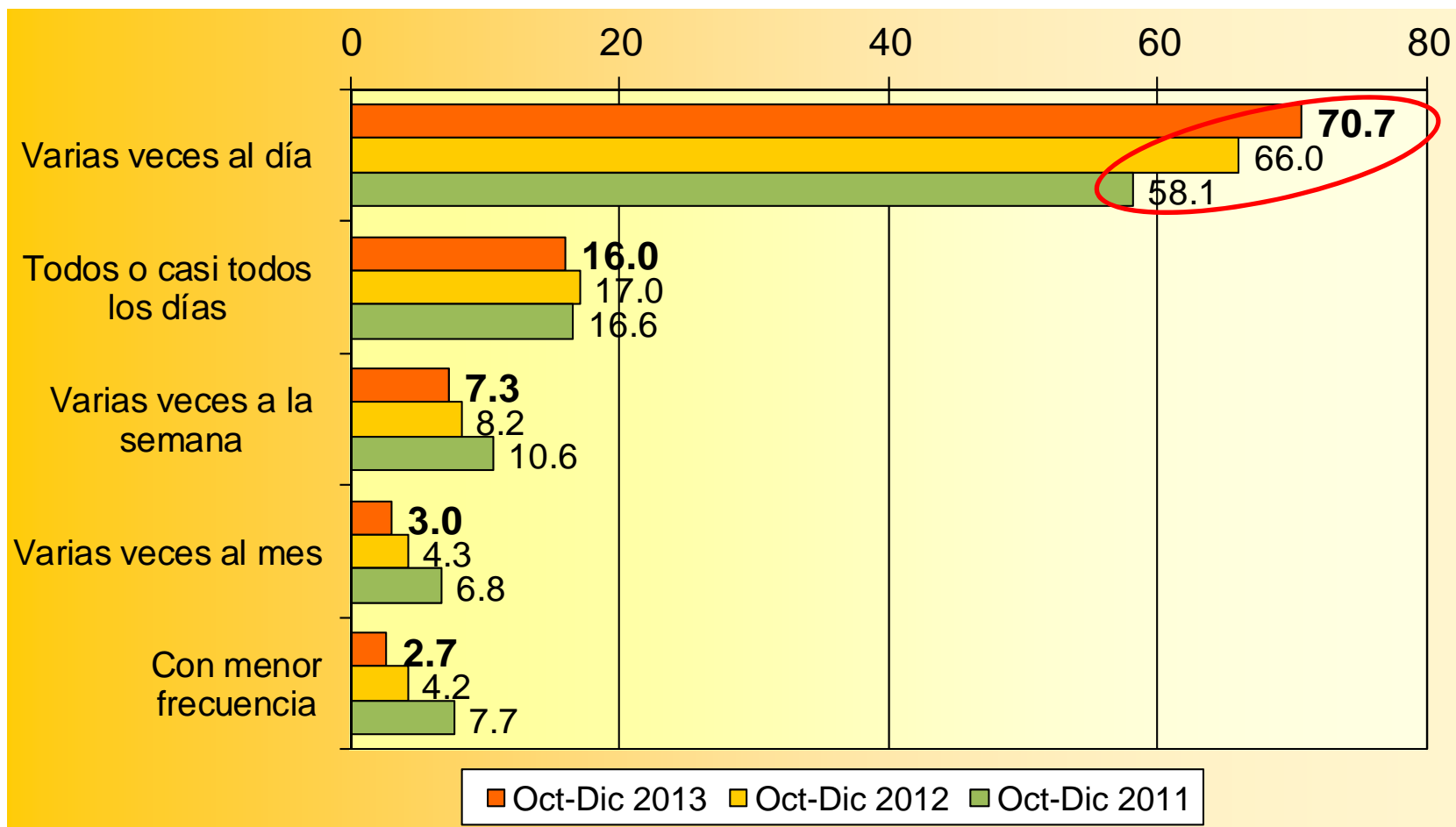
Hábitos del internauta de la Encuesta

- ✓ **Cada vez más usuarios de Internet, más frecuencia de uso, mayor tiempo de conexión y más usos**
- ✓ **El acceso desde el móvil es prácticamente diario: el 71% se conecta varias veces al día (+13 puntos en dos años)**
 - ✓ **El 87% entre los que acceden desde el móvil y el 70% de los que acceden desde el tablet entra en Internet todos o casi todos los días**
 - ✓ **Y todavía muy superior al acceso desde la TV (25%)**
- ✓ **Usuarios intensos de Internet: casi el 60% se conectan 2 o más horas al día**
 - ✓ **Diferencias en función del tipo de dispositivo**

Hábitos del internauta de la Encuesta

Acceso a Internet a través de teléfono móvil

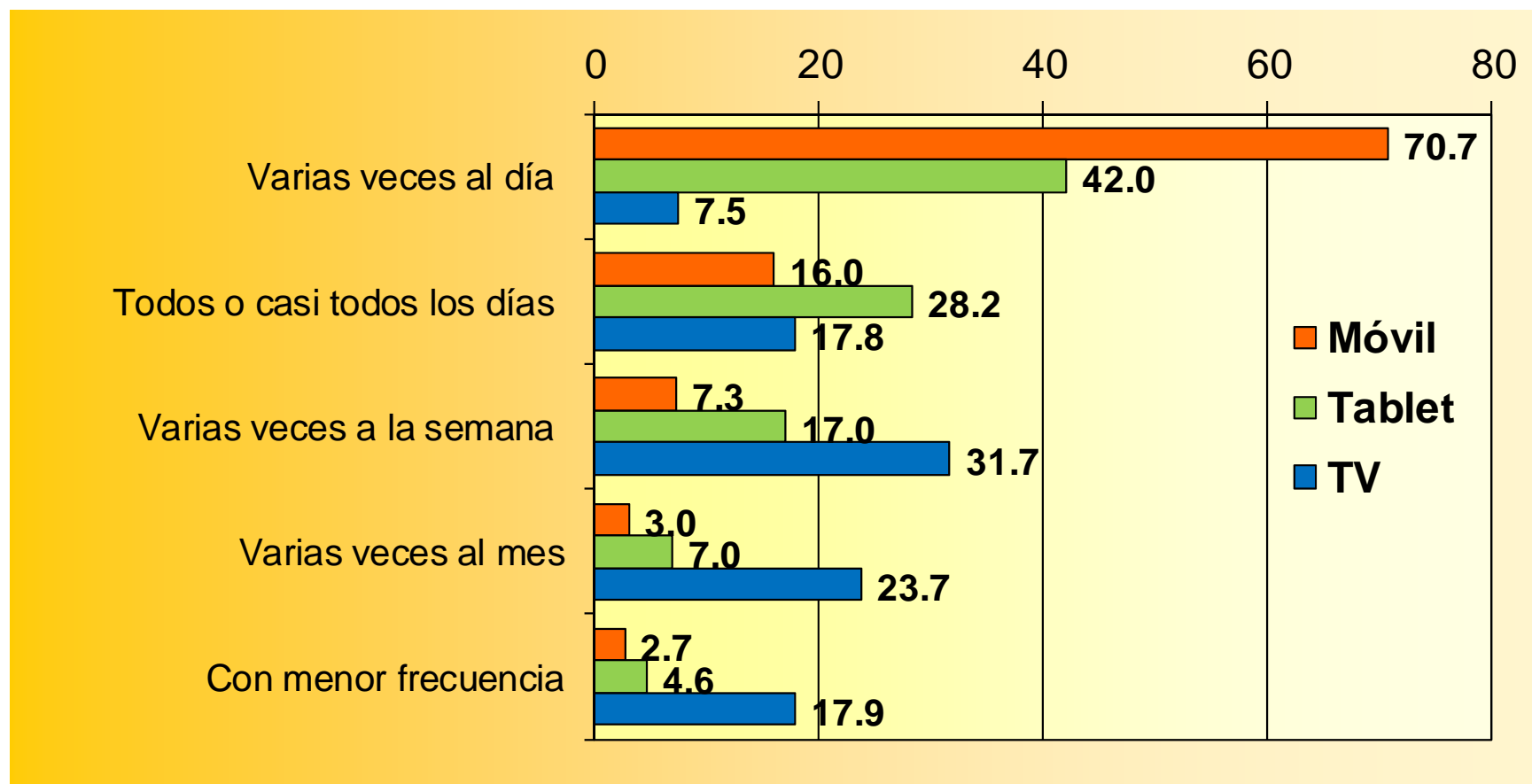
(Base: accede Internet por teléfono móvil, 20.369 ent.)



Hábitos del internauta de la Encuesta

Frecuencia de acceso a Internet a través de Móvil / Tablet / TV

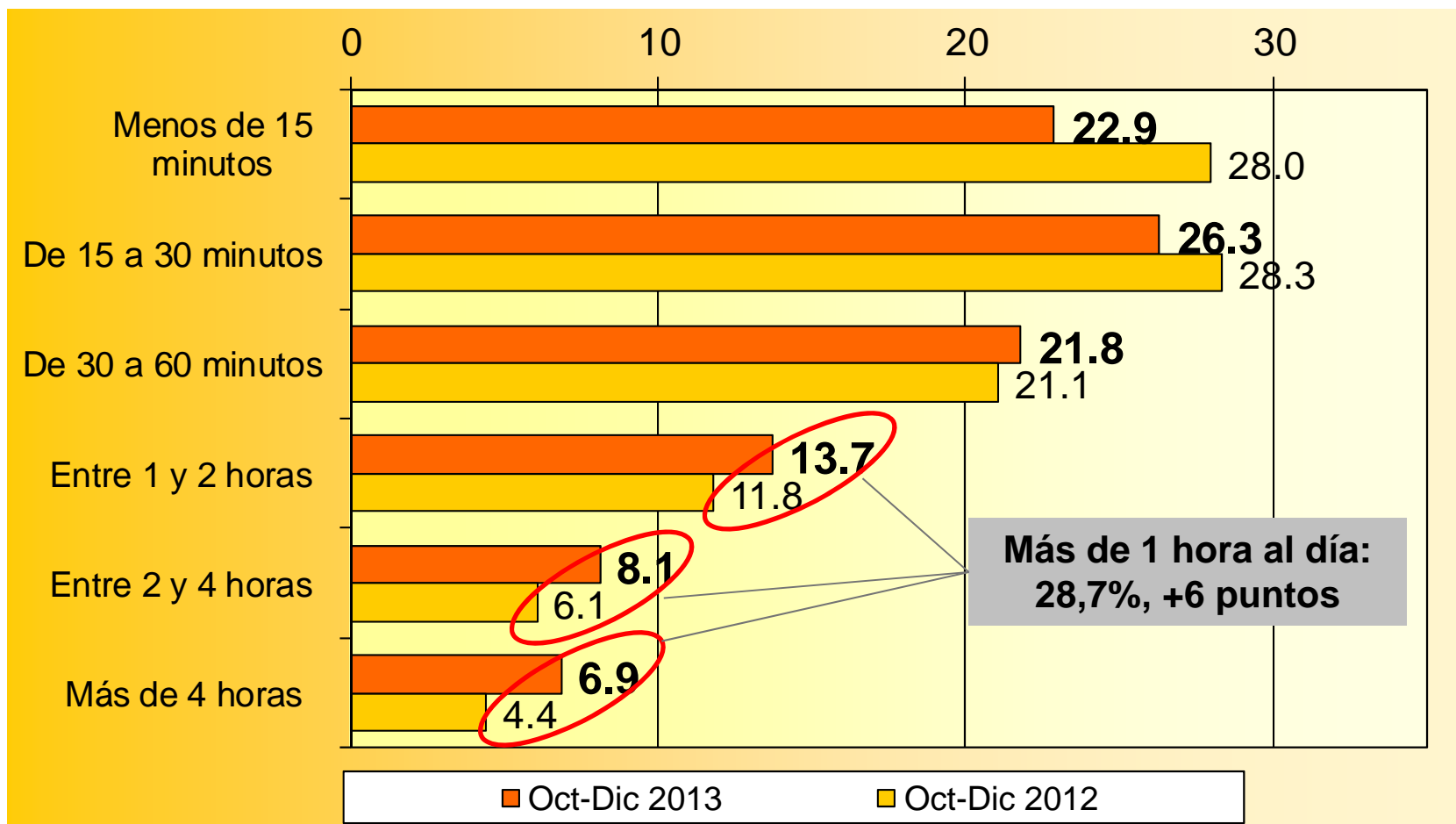
(Base: accede a Internet por Móvil (20.369 ent.) / Tablet (10.239) / TV (3.347))



Hábitos del internauta de la Encuesta

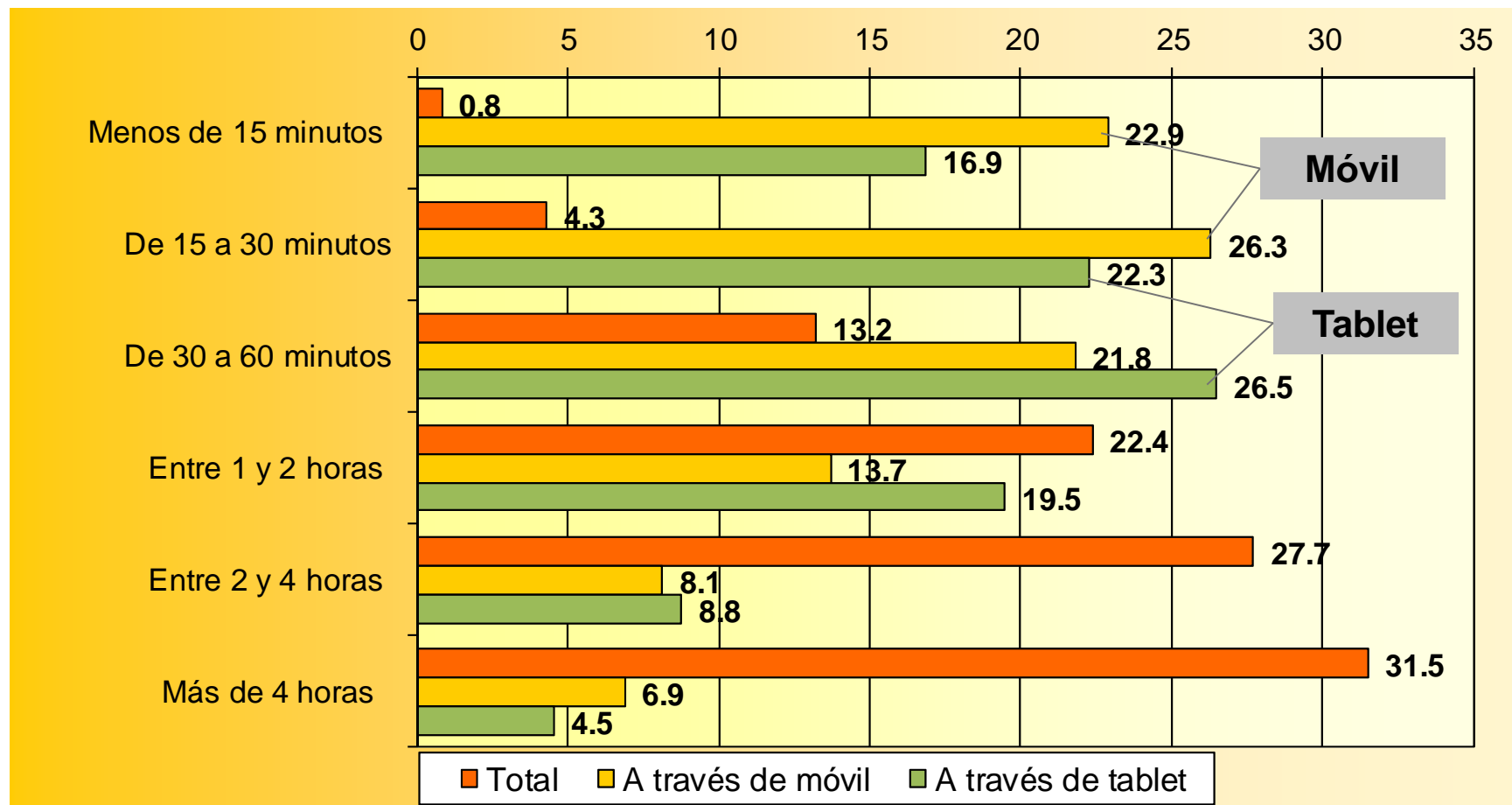
Tiempo de uso diario de Internet a través de teléfono móvil

(Base: accede Internet por teléfono móvil, 20.369 ent.)



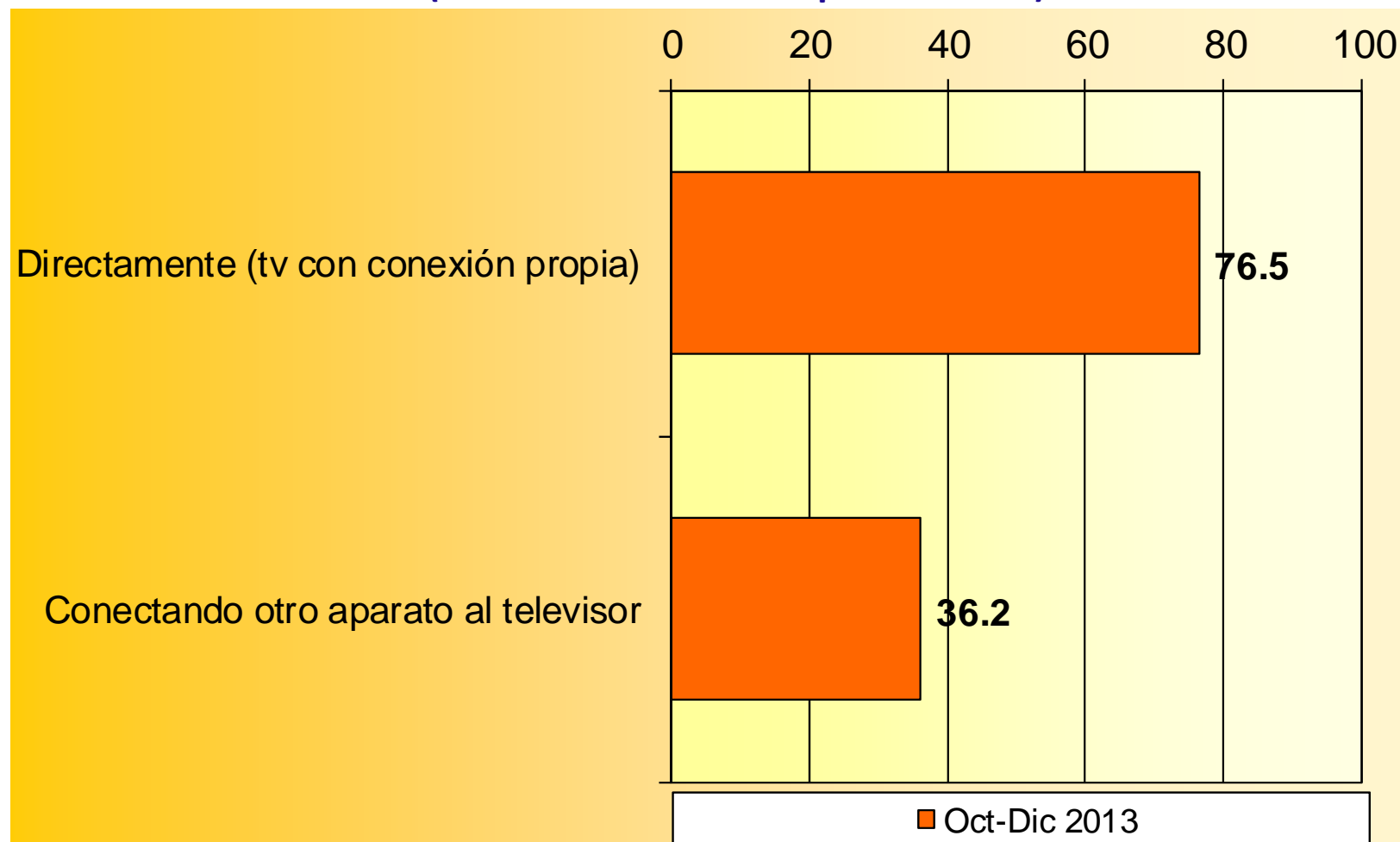
Hábitos del internauta de la Encuesta

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



Hábitos del internauta de la Encuesta

Cómo se conecta a Internet desde el televisor (Base: accede Internet por televisor)

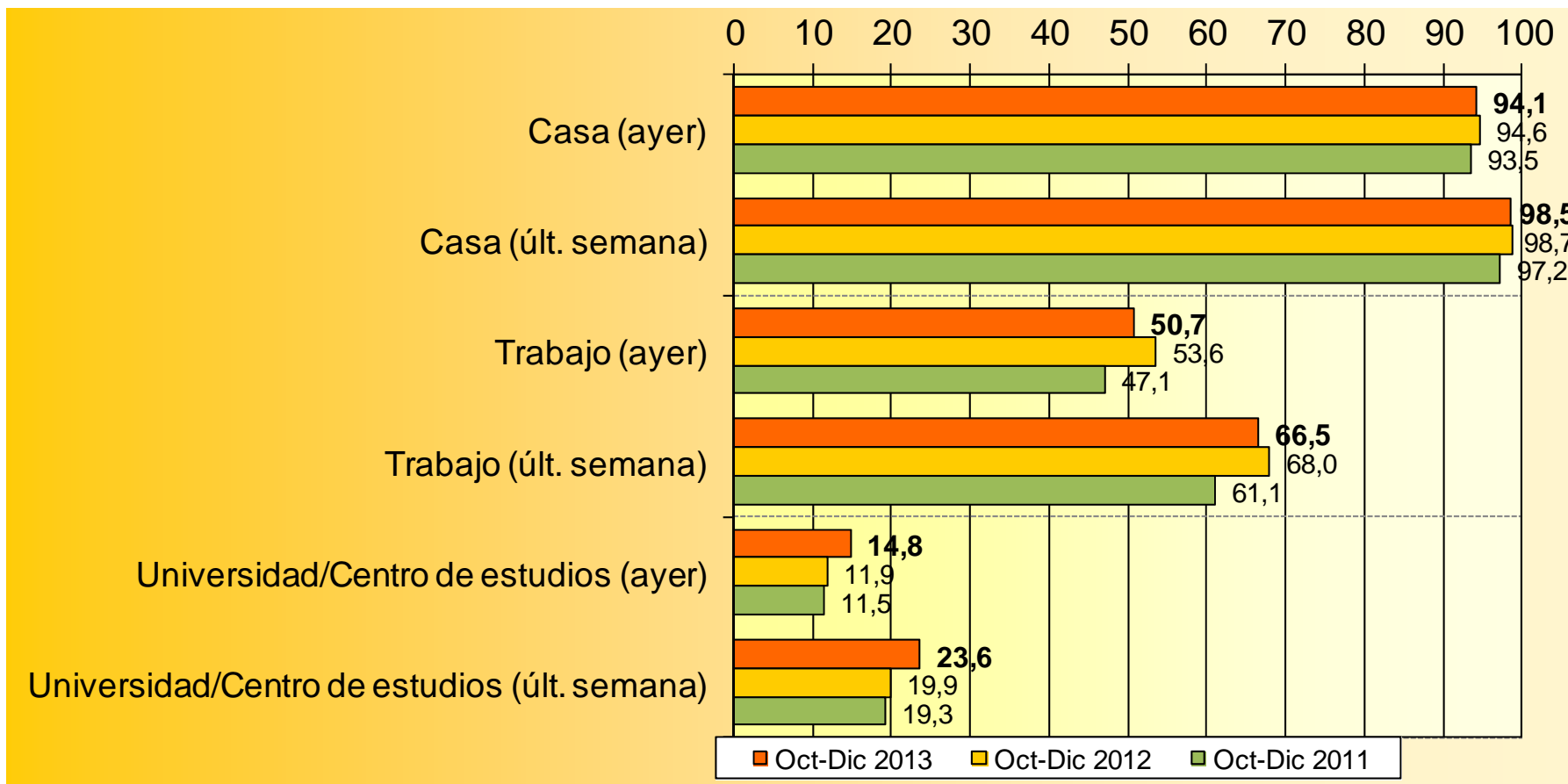


Hábitos del internauta de la Encuesta

- ✓ **La diversificación de los dispositivos móviles supone la proliferación de los lugares de acceso a la Red**
 - ✓ **Sigue en crecimiento la conexión desde lugares que implican movilidad**
 - ✓ **En la calle o medio de transporte: 42%**
 - ✓ **En locales públicos: 14%**
 - ✓ **Casi un 25% se conectan diariamente a través de Wi-Fi desde lugares públicos y el 12% lo hace exclusivamente en zonas Wi-Fi**
 - ✓ **Existe ya entre los internautas un 13,5% que dispone de conexión 4G en su teléfono móvil**

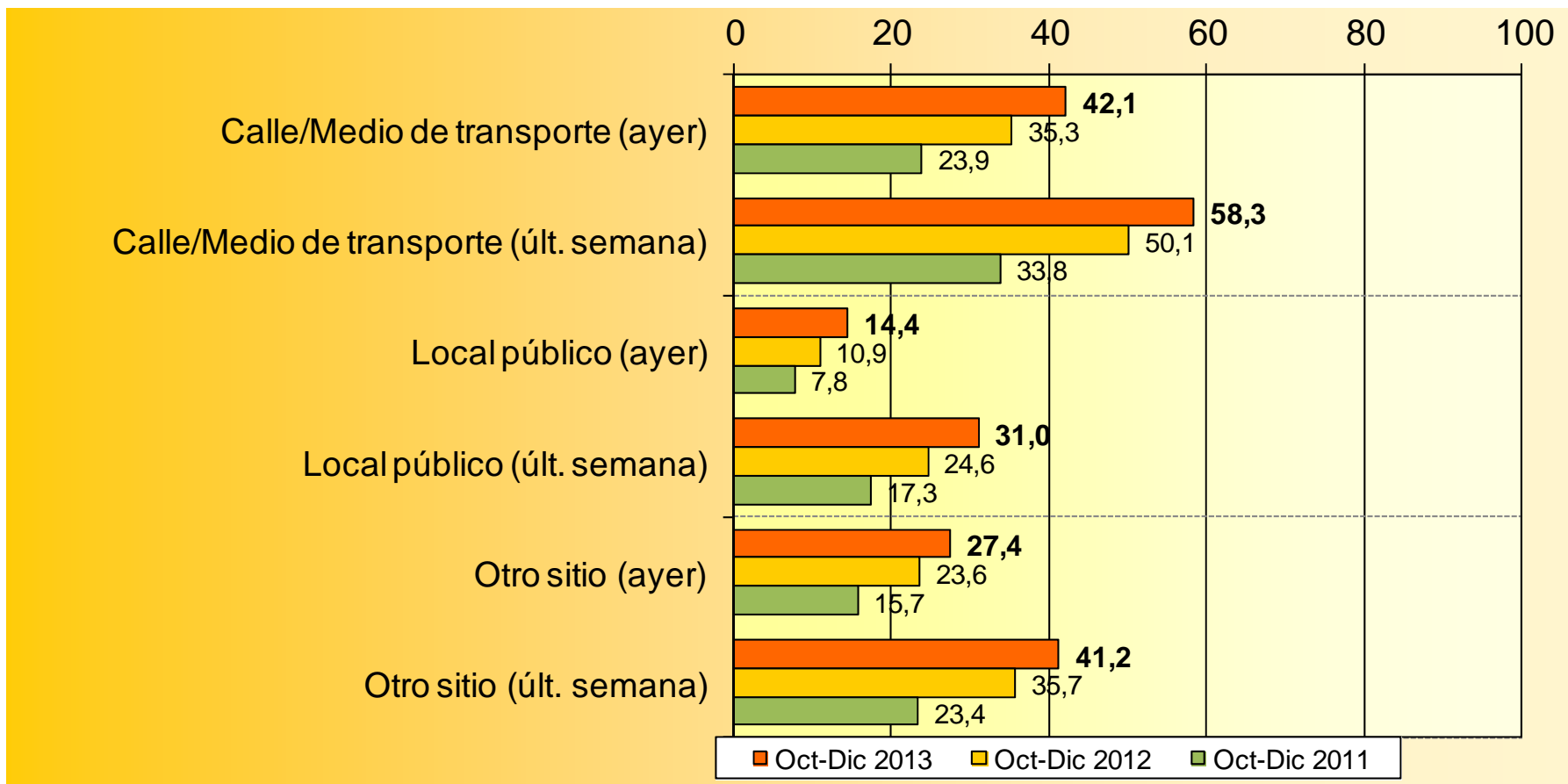
Hábitos del internauta de la Encuesta

Lugar de acceso (última vez) – I

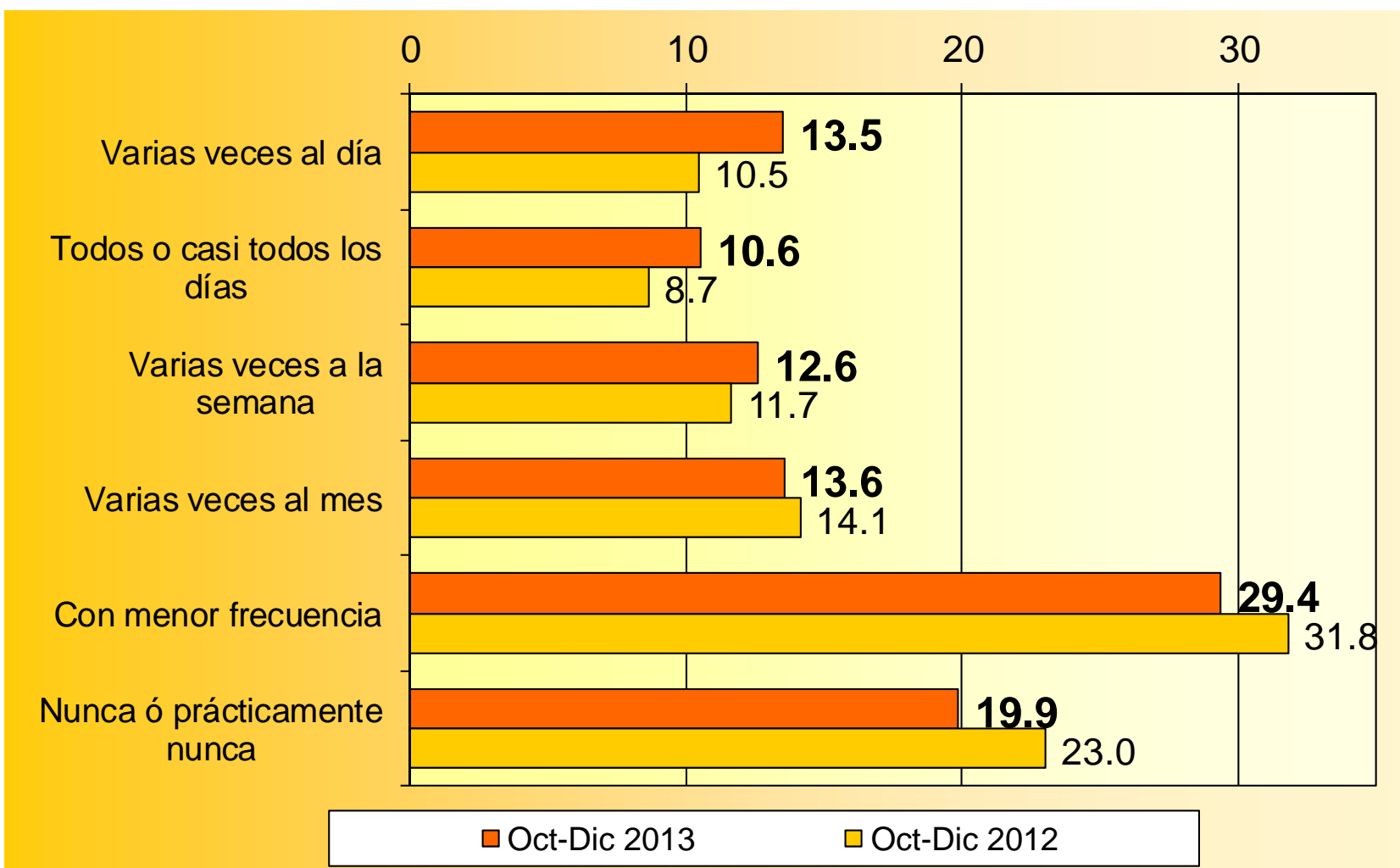


Hábitos del internauta de la Encuesta

Lugar de acceso (última vez) - II

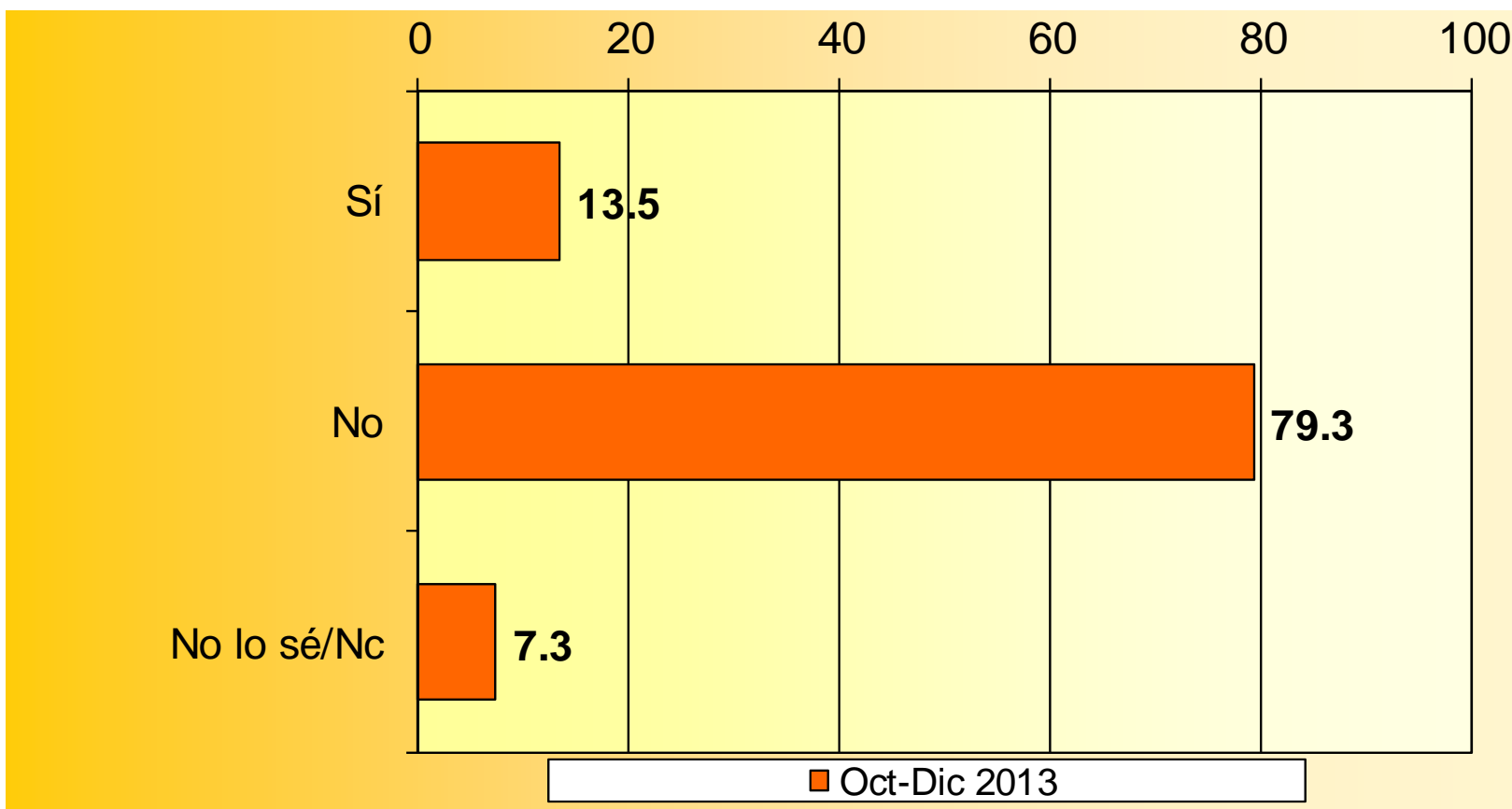


Conexión a Internet a través de redes inalámbricas Wi-Fi desde lugares públicos (en la calle, aeropuertos, restaurantes, cafeterías,...)



Hábitos del internauta de la Encuesta

Conexión 4G a través del teléfono móvil
 (Base: accede Internet por tel. móvil)



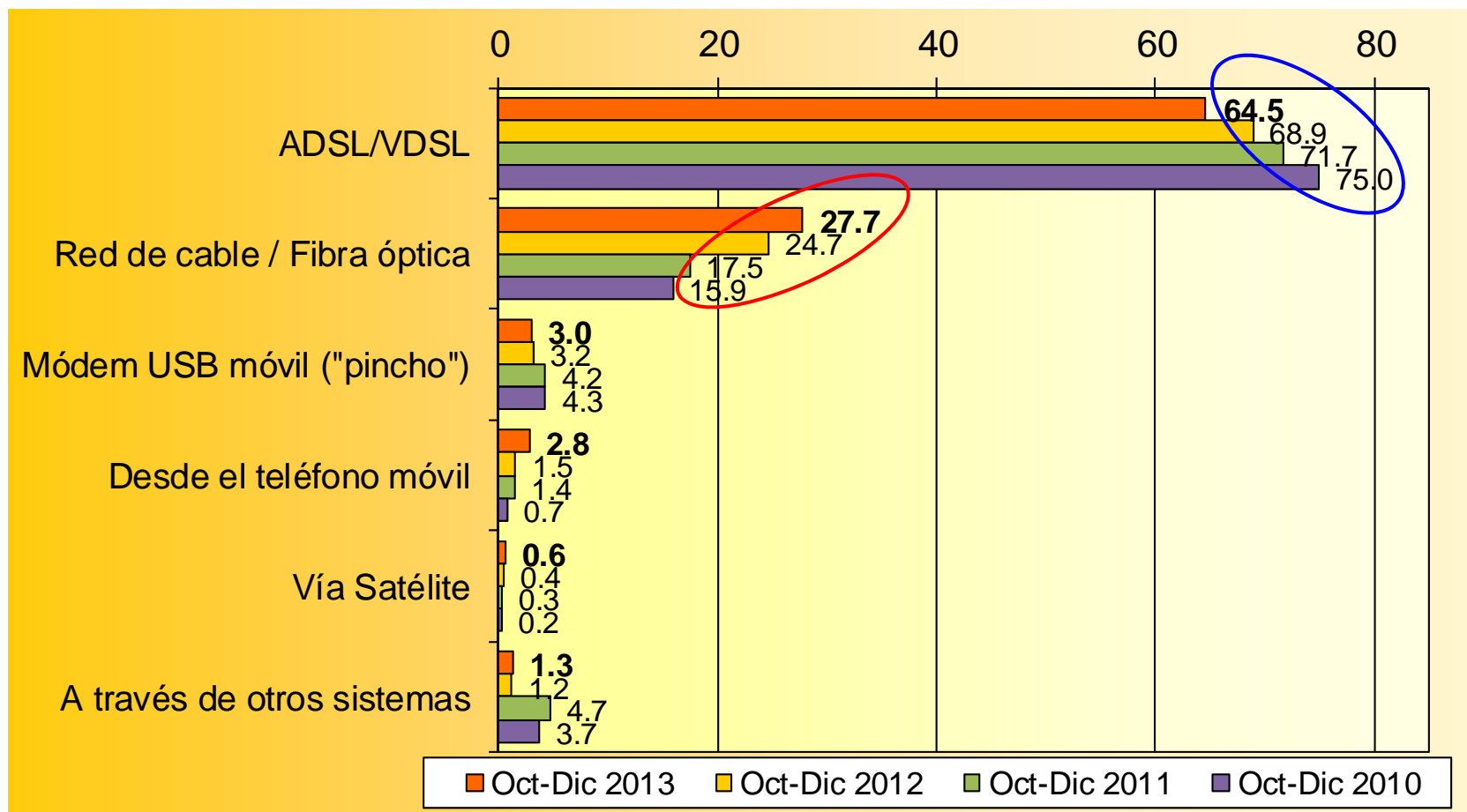
Hábitos del internauta de la Encuesta

Sobre el tipo de acceso desde casa:

- ✓ **Leve pero continuado descenso del ADSL (64,5%) en favor del cable/fibra óptica (28%)**
- ✓ **Se produce un incremento fortísimo de la suscripción a Internet combinada con la telefonía móvil (38%). Sigue en descenso la suscripción con inclusión de telefonía fija (51%)**

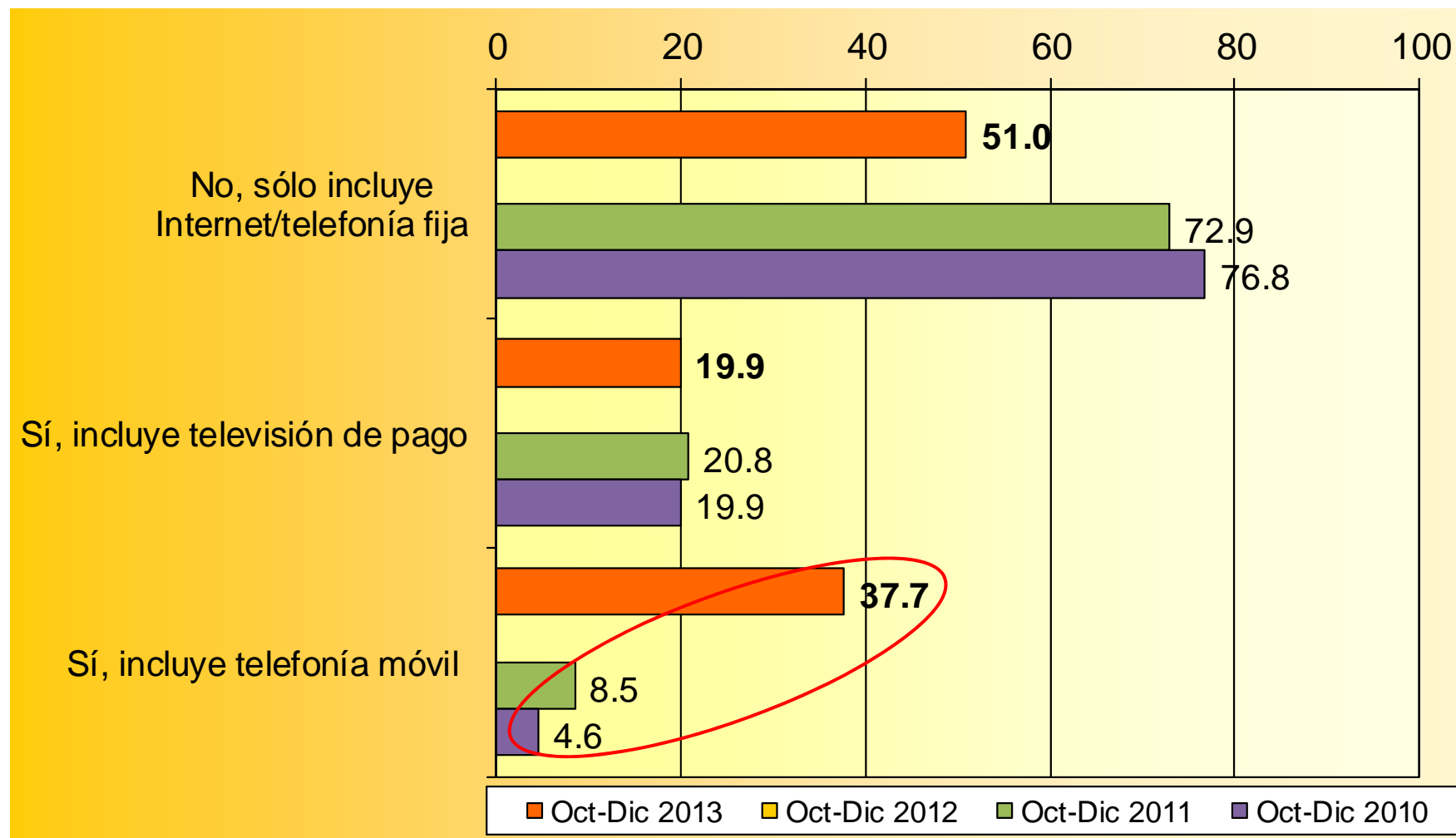
Hábitos del internauta de la Encuesta

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



Suscripción a Internet en el hogar (servicios combinados)

(Base: accede desde casa)



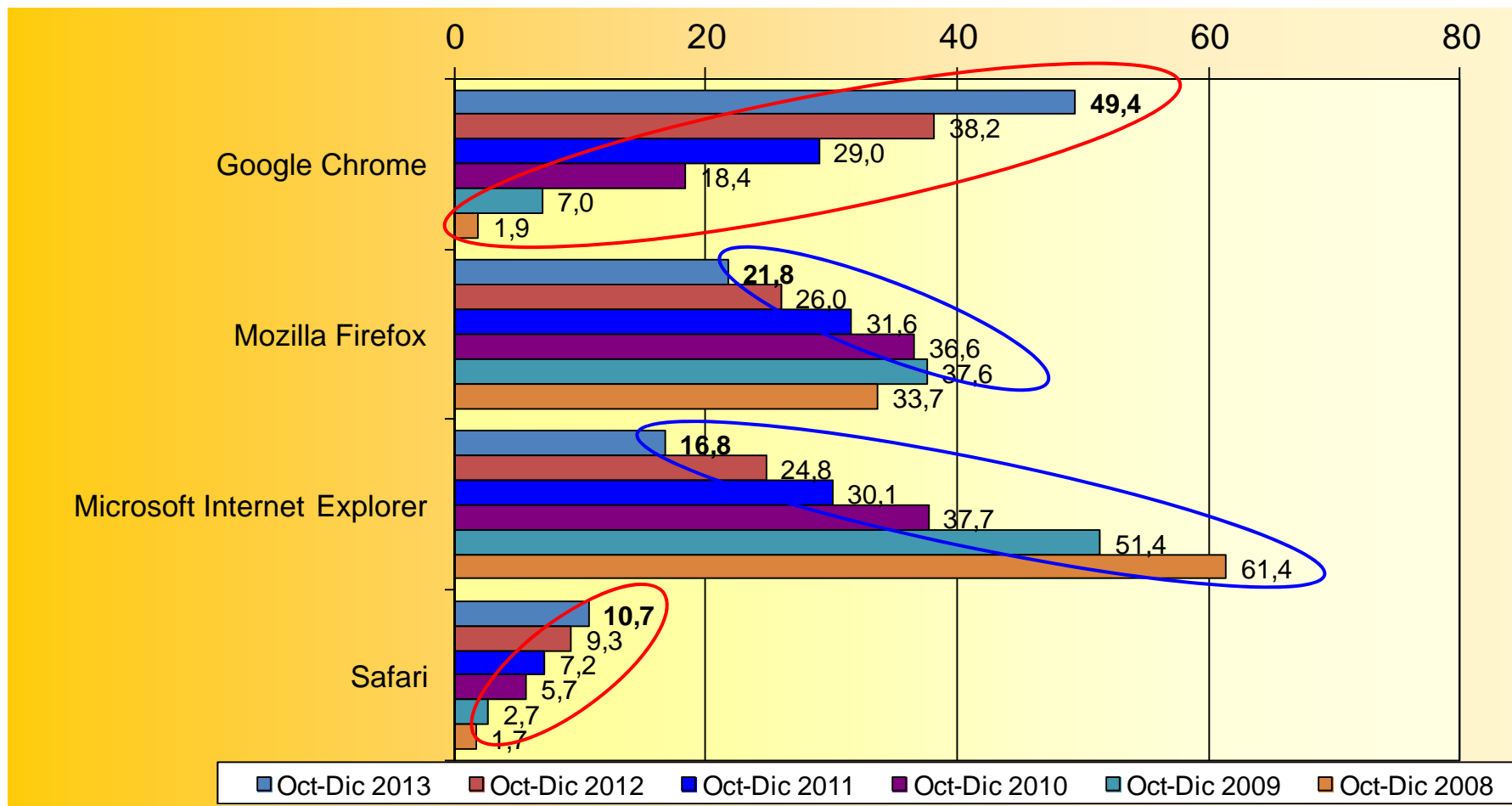
Hábitos del internauta de la Encuesta

Sobre el software: cada vez más Google

- ✓ **Navegador: Google Chrome consolida su liderazgo y es usado por casi el 50%**
- ✓ **Sistema operativo: Windows 7 (46%) se mantiene como el sistema operativo más utilizado. Windows 8/8.1 no despega (7%)**
- ✓ **En móviles arrasa Android (73%, +13 puntos). iOS sigue perdiendo cuota (15%, -6 puntos)**
- ✓ **Correo: Gmail/Google Mail sigue en ascenso (76%) e incrementa su ventaja sobre Hotmail/Outlook.com (57%)**
- ✓ **WhatsApp es aún más líder entre los servicios de mensajería instantánea (80%, +11 puntos)**
- ✓ **El uso de servicios de almacenamiento de archivos (“en la nube”) asciende al 60%**

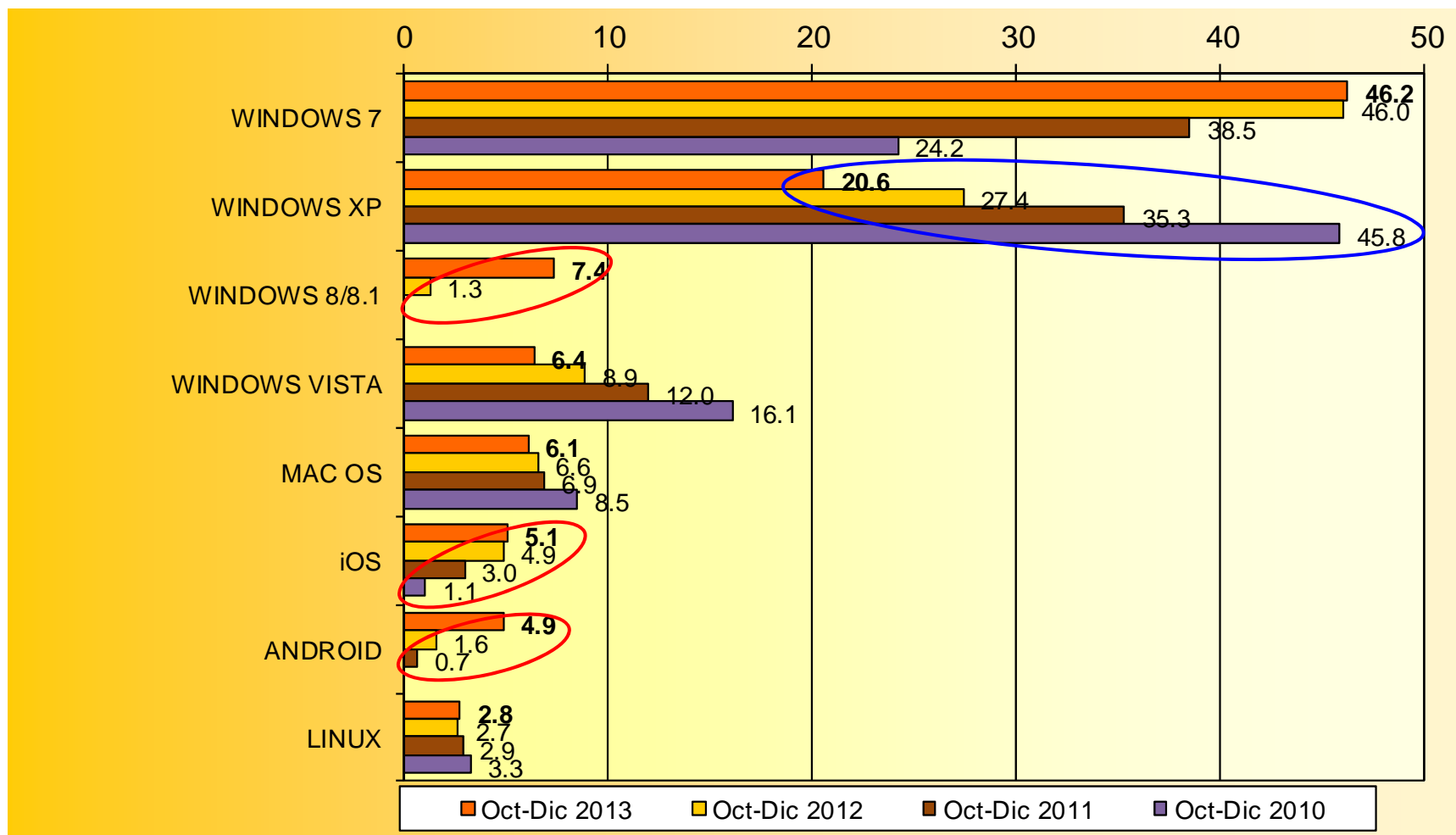
Hábitos del internauta de la Encuesta

Navegador usado en la encuesta



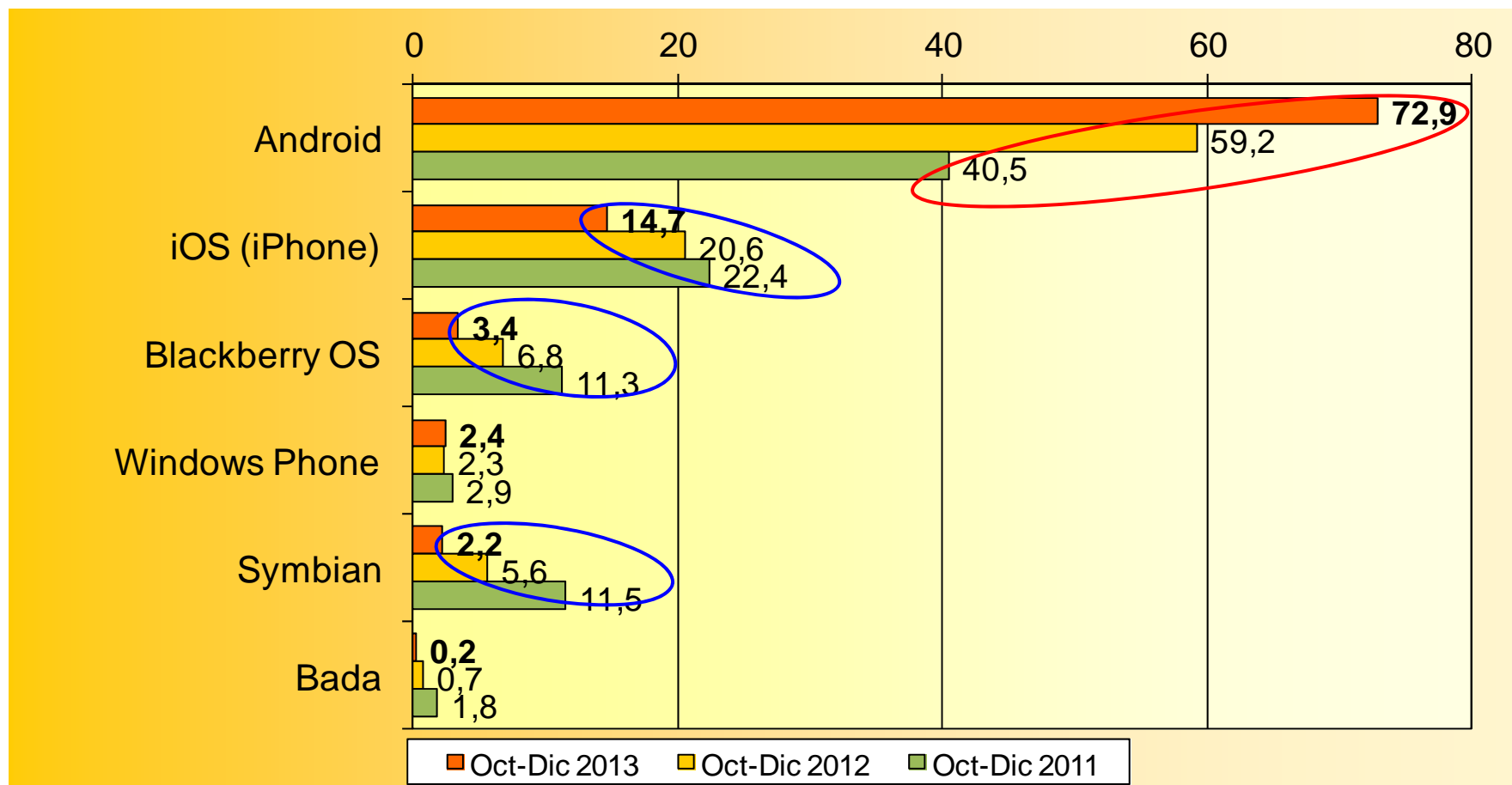
Hábitos del internauta de la Encuesta

Sistema operativo del internauta



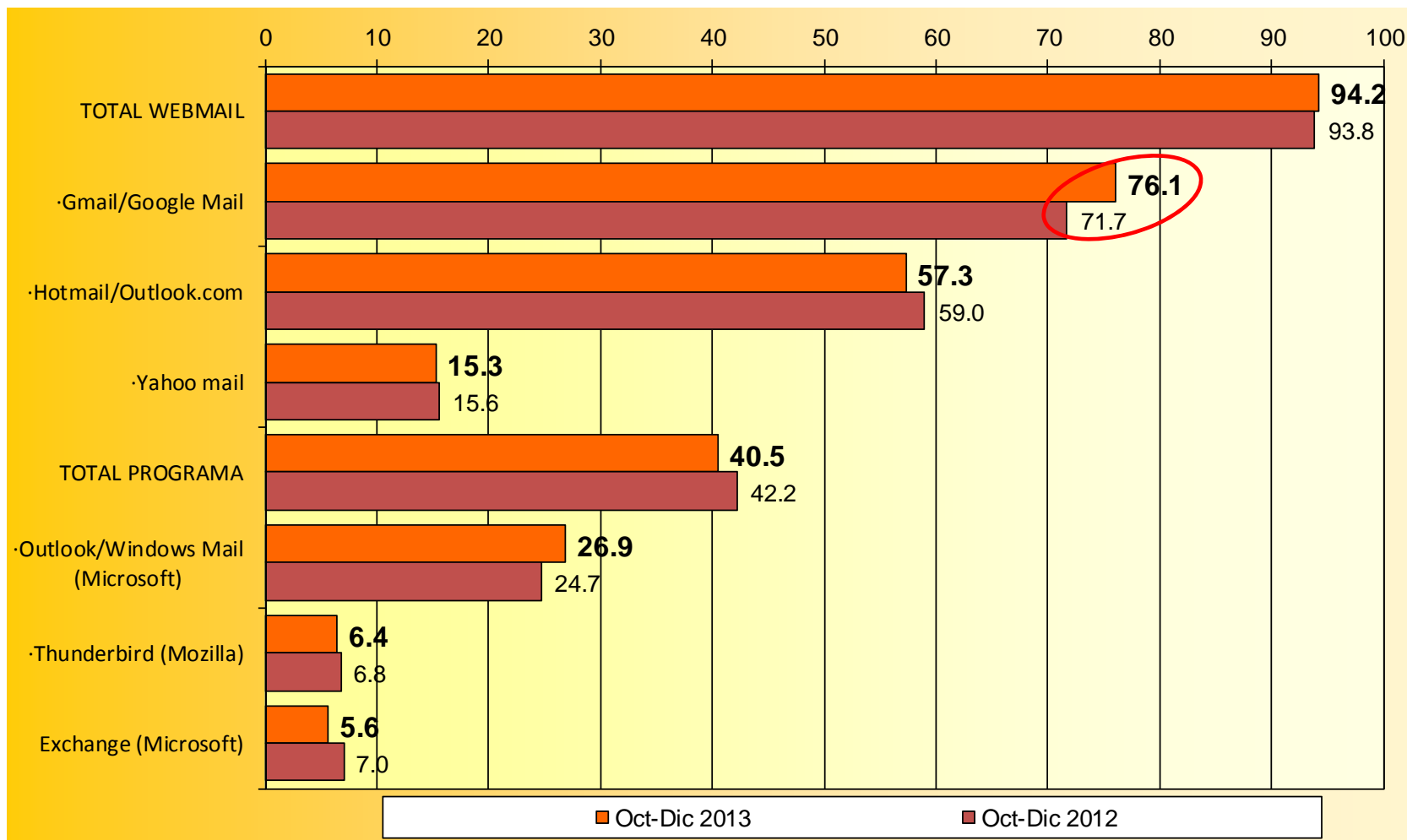
Hábitos del internauta de la Encuesta

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



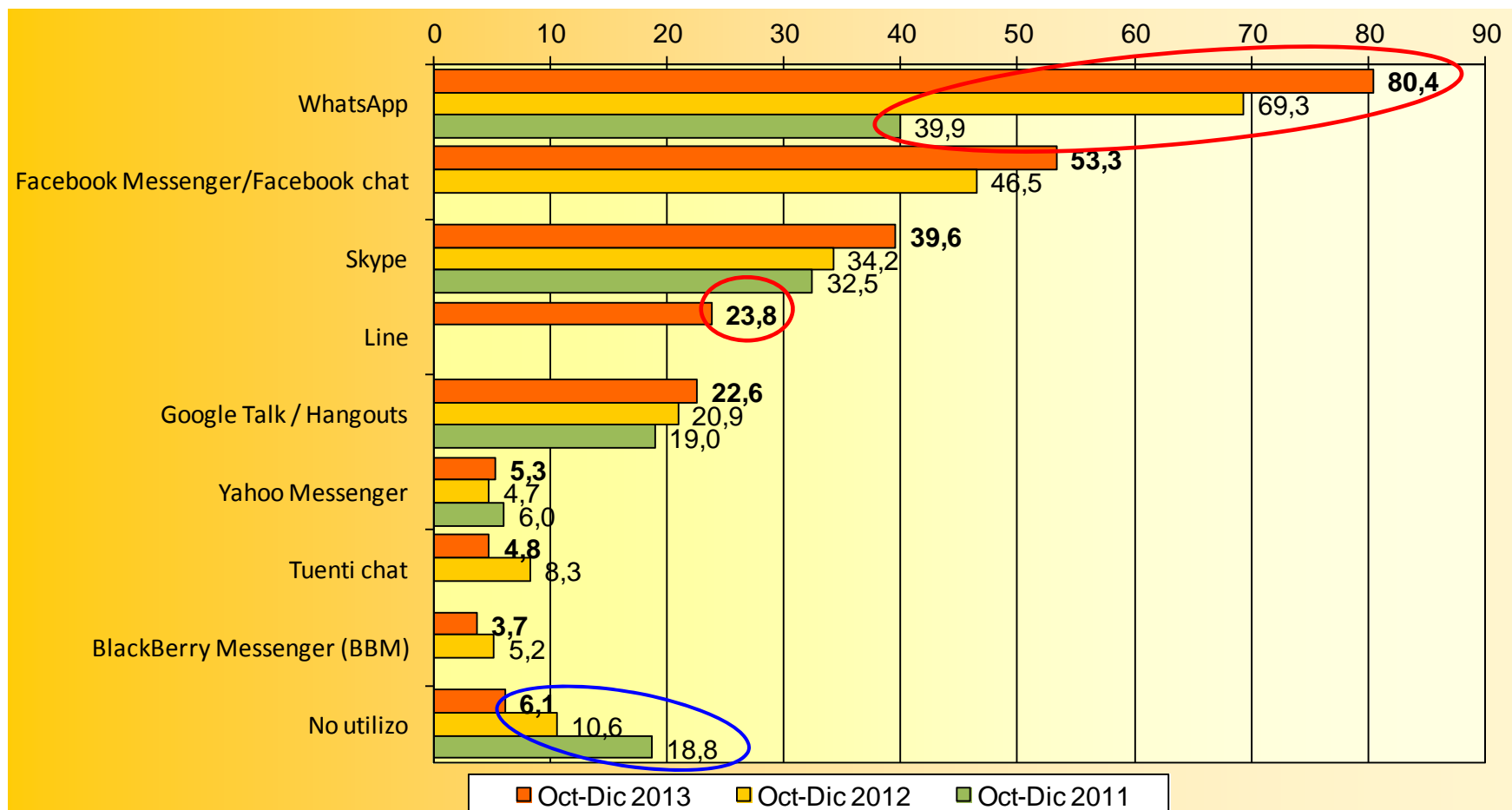
Hábitos del internauta de la Encuesta

Ciente de correo electrónico utilizado habitualmente



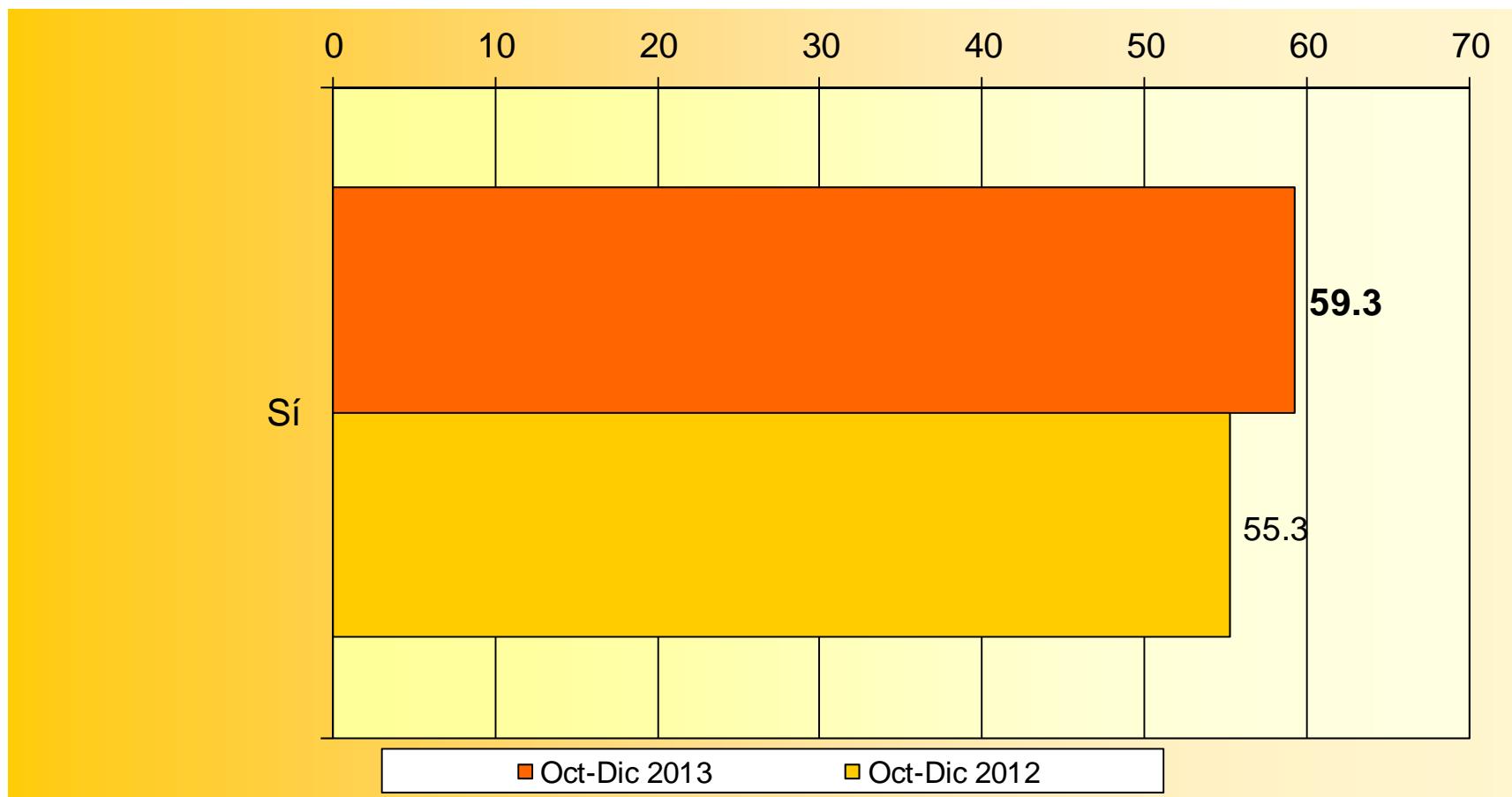
Hábitos del internauta de la Encuesta

Servicios de mensajería instantánea



Hábitos del internauta de la Encuesta

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



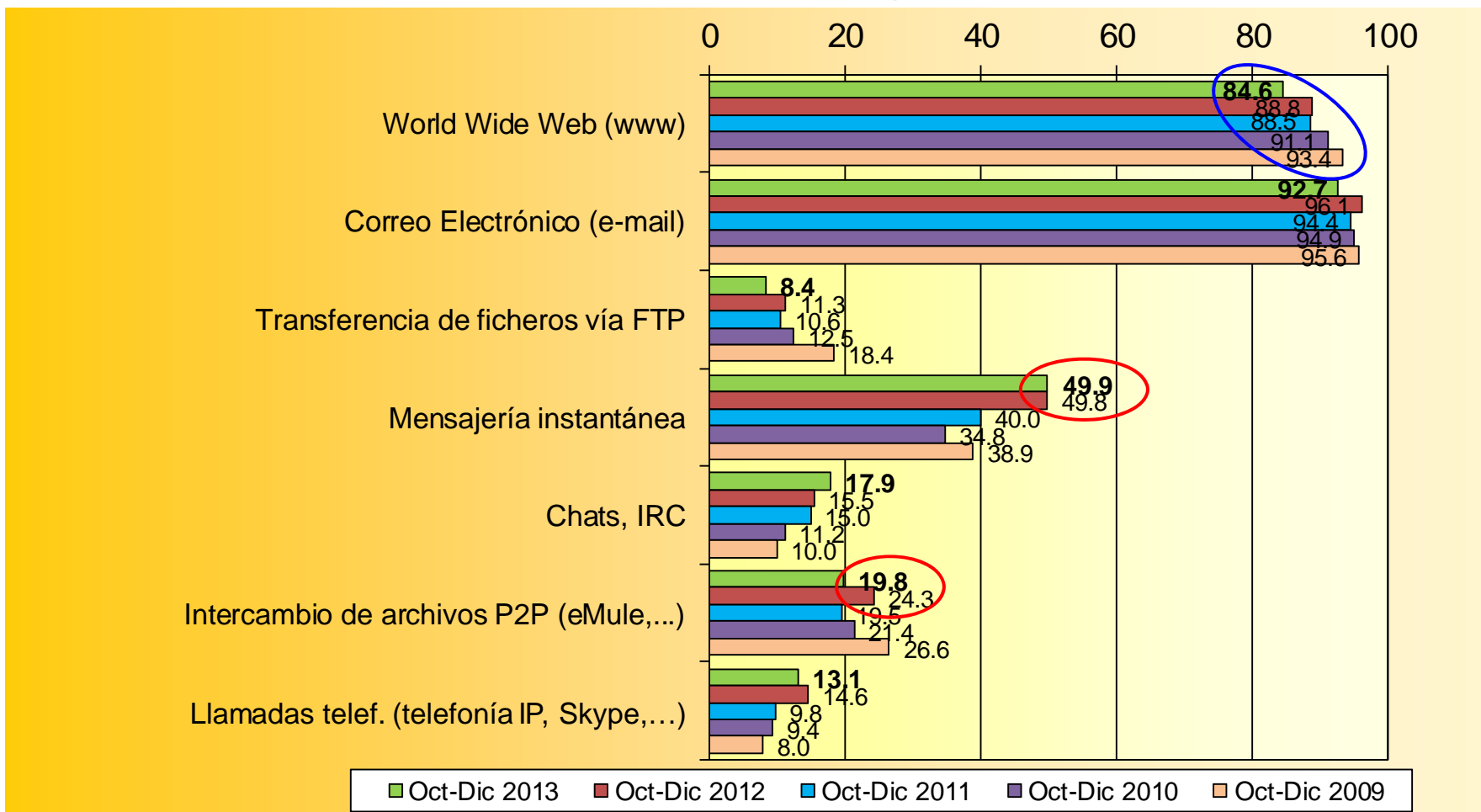
Hábitos del internauta de la Encuesta

Servicios más usados

- ✓ Sigue el descenso –aunque leve- de la World Wide Web y del correo electrónico
- ✓ La mensajería instantánea ronda el 50%
- ✓ Tras el incremento experimentado en 2012, el intercambio de archivos P2P cae por debajo del 20%

Hábitos del internauta de la Encuesta

Servicios de Internet usados ayer (Base: ha accedido ayer)



Internet como espacio de relaciones

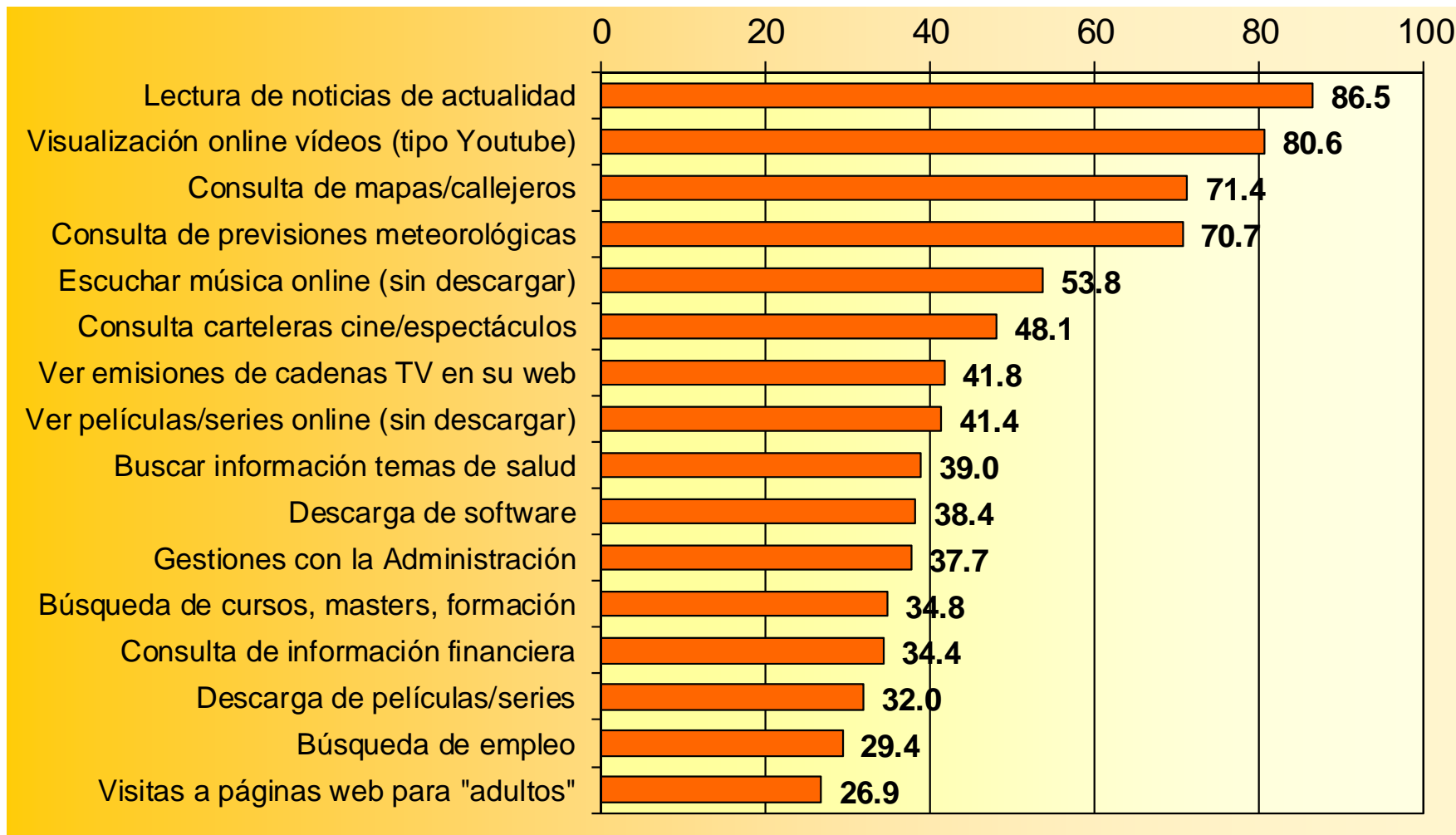
- **Las actividades fundamentales en Internet**
 - ✓ La lectura de noticias de actualidad (86,5%)
 - ✓ Visionado de vídeos online (tipo Youtube) (81%, +6 puntos)
 - ✓ Las consultas de mapas/callejeros (71%)
 - ✓ Las consultas meteorológicas (71%)
 - ✓ Escuchar música online (sin descargar) (54%, +12 puntos)
 - ✓ Las consultas de carteleras de cine y espectáculos (48%, +5 puntos)

- **Pago por actividades en Internet: decrecimiento generalizado**
 - ✓ Descarga de libros electrónicos (23%, -1 punto)
 - ✓ Juegos en Red (15,5%, -4,5 puntos)

- **La formación a distancia a través de Internet es seguida por casi el 35% de los entrevistados**

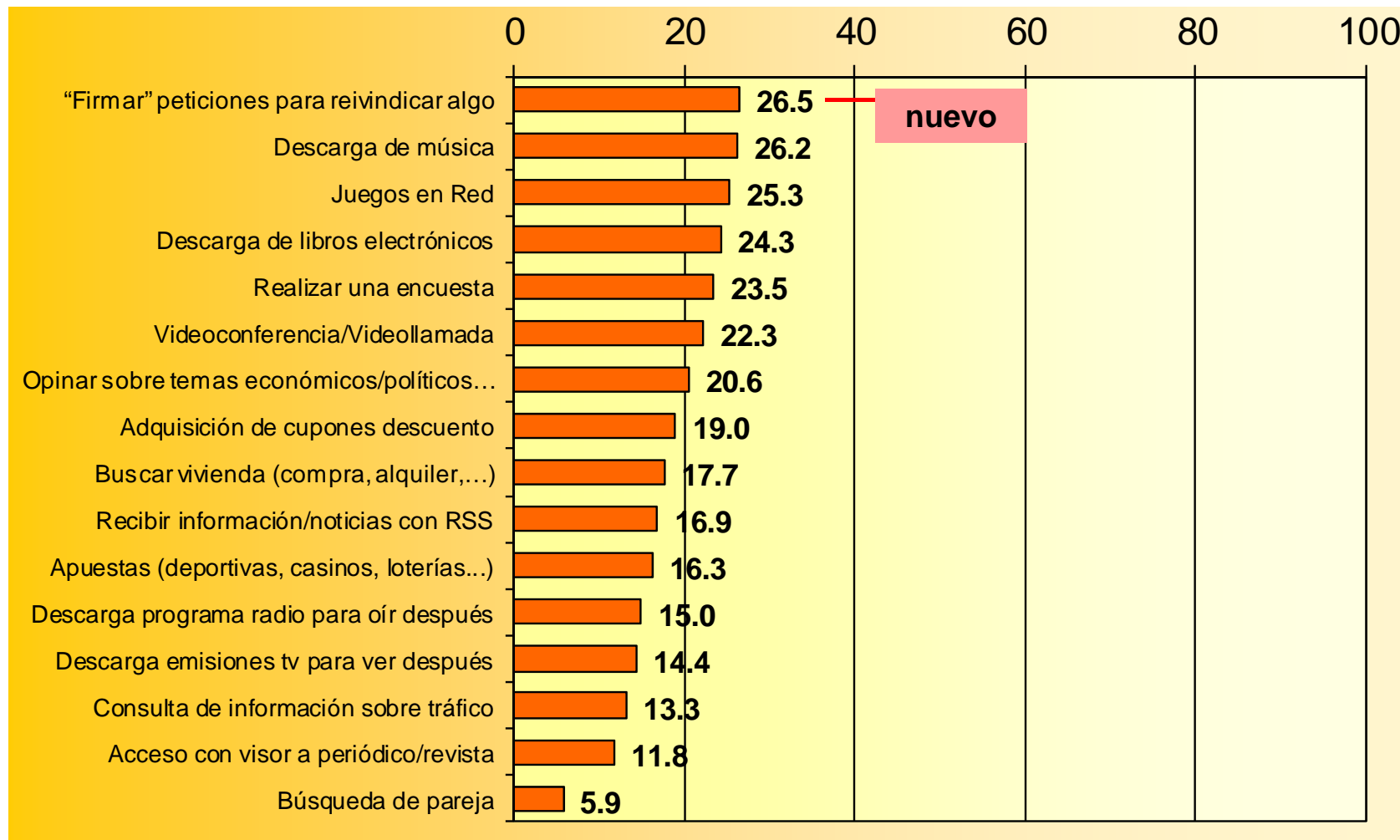
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet – últimos 30 días (1)



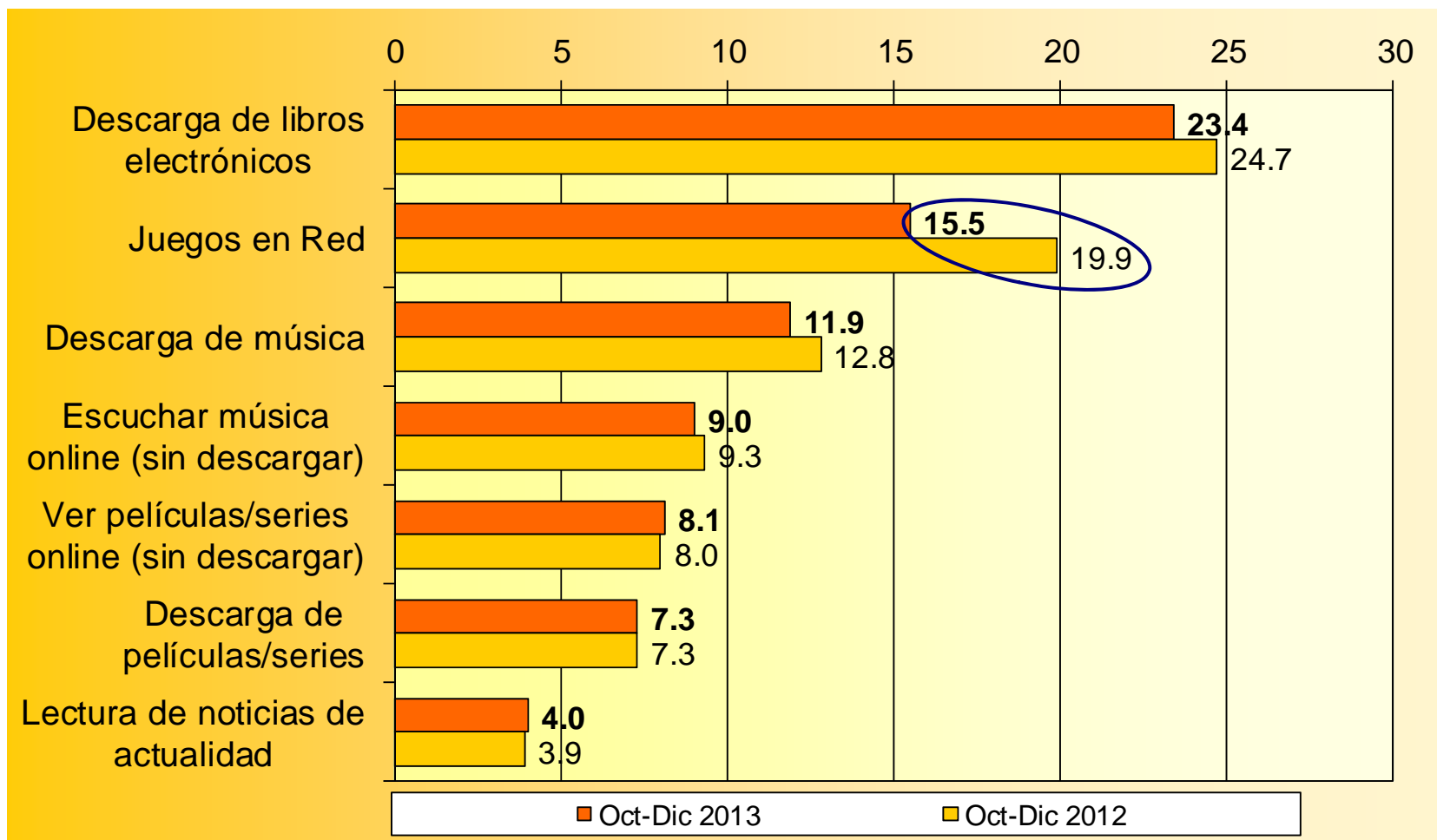
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet – últimos 30 días (2)



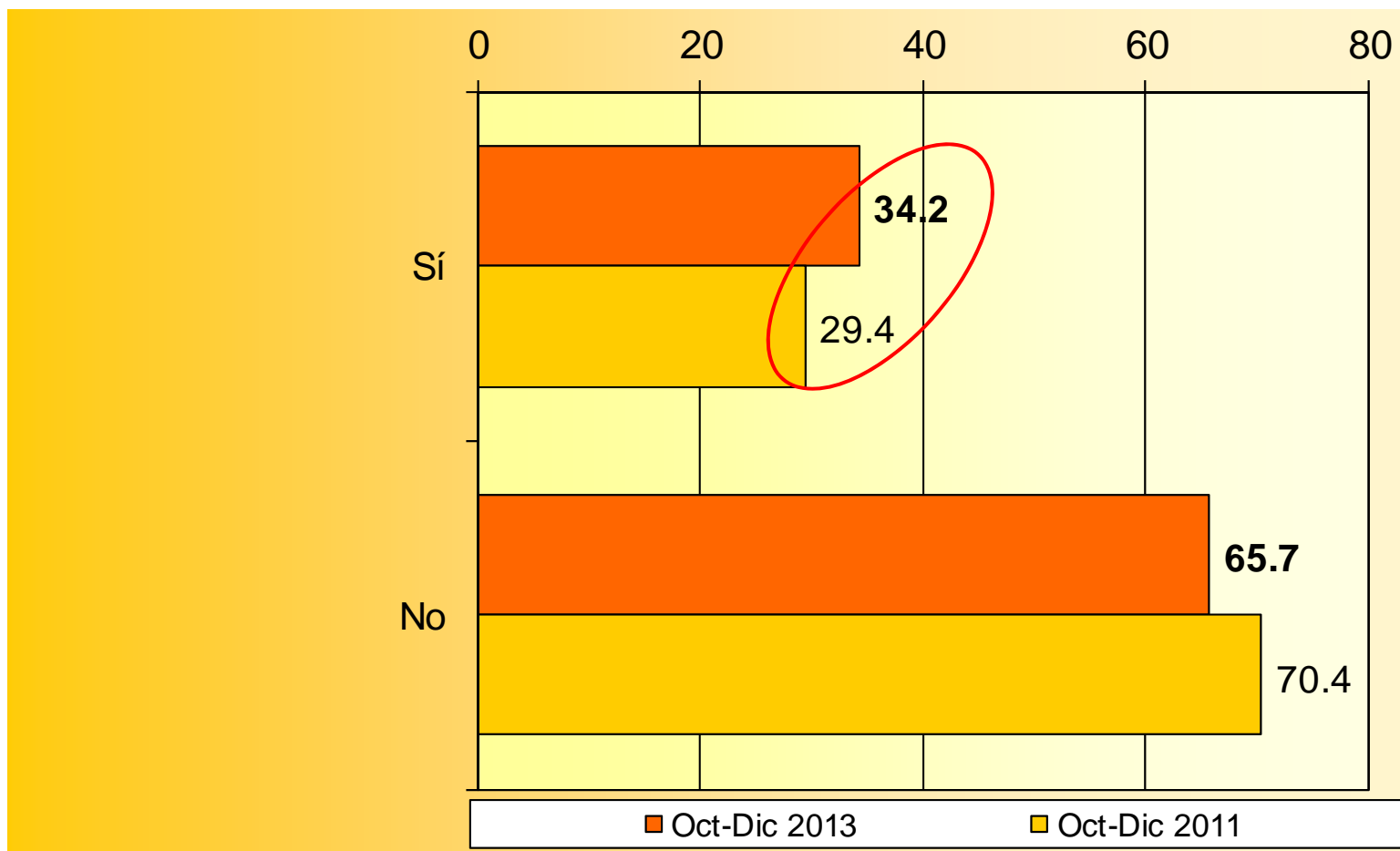
Internet como espacio de relaciones

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



Internet como espacio de relaciones

Teleformación: formación a distancia impartida por Internet



Internet como espacio de relaciones

- **Las actividades fundamentales en Internet a través del móvil**
 - ✓ La lectura de noticias de actualidad (60%, +6 puntos)
 - ✓ La mensajería instantánea (78%, +4 puntos): supera por primera vez a la navegación (74%, -9 puntos)
 - ✓ Acceso a redes sociales (69%, +3,5 puntos)
 - ✓ Visualización online de vídeos (tipo Youtube) (55%, +4 puntos)
 - ✓ Subir fotos (44%, +4 puntos)

- **Y en el tablet: decrecimiento generalizado**
 - ✓ Navegar por la web (76,5%, -10 puntos)
 - ✓ Correo electrónico (70%, -8 puntos)
 - ✓ Lectura de noticias de actualidad (64%)
 - ✓ Visualización online de vídeos (tipo Youtube) (62%)
 - ✓ Acceso a redes sociales (59%)

Actividades principales en Internet

A través del móvil

- ✓ Correo electrónico (82,5%)
- ✓ Mensajería instantánea (78%, +4 puntos)
- ✓ Navegar por la web (74%, -9 puntos)
- ✓ Acceso a redes sociales (69%, +3,5 puntos)
- ✓ Lectura de noticias de actualidad (60%, +6 puntos)
- ✓ Visualización online de vídeos (tipo Youtube) (55%, +4 puntos)
- ✓ Subir fotos (44%, +4 puntos)

A través del tablet

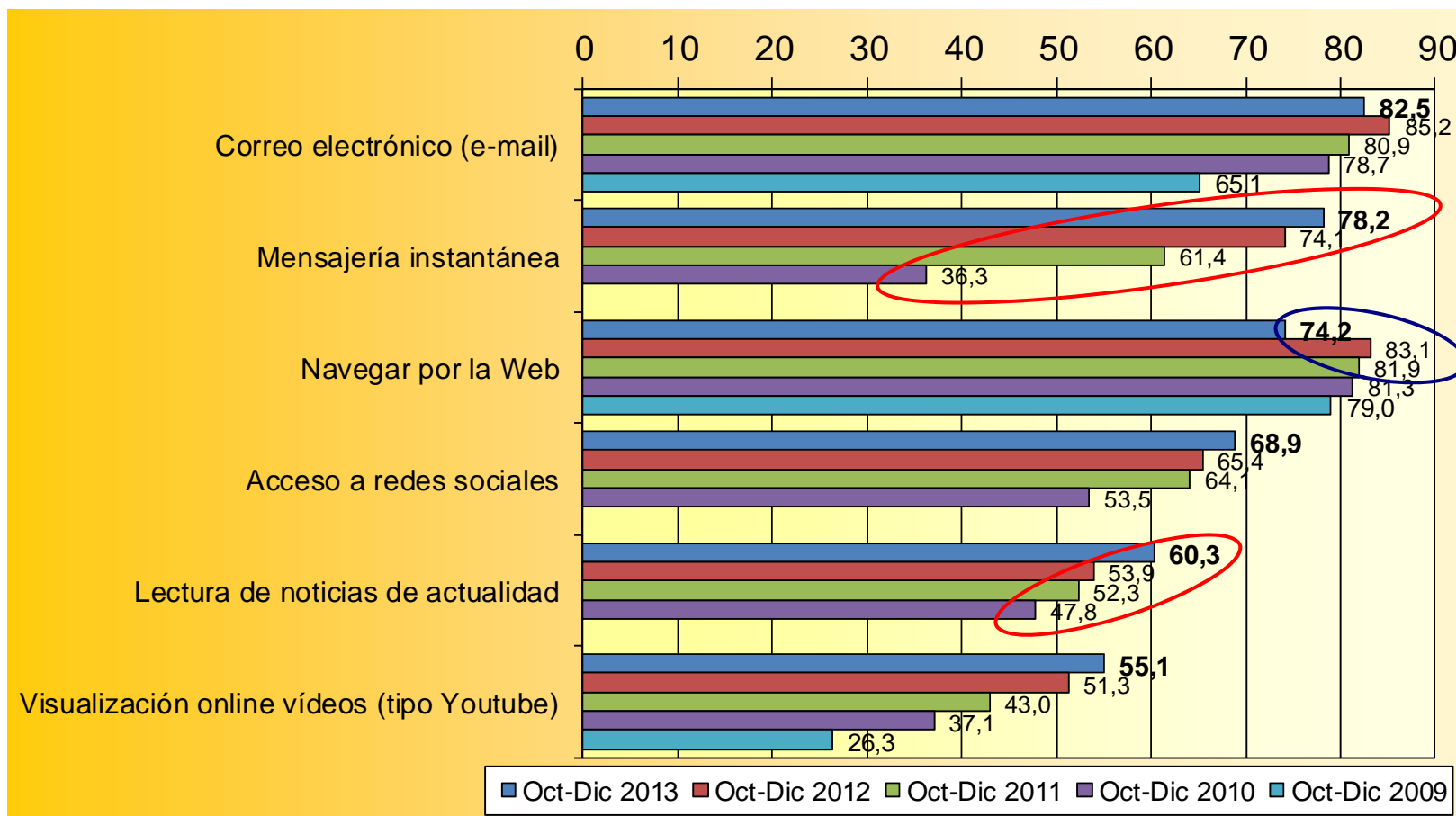
- ✓ Navegar por la web (76,5%, -10 puntos)
- ✓ Correo electrónico (70%, -8 puntos)
- ✓ Lectura de noticias de actualidad (64%)
- ✓ Visualización online de vídeos (tipo Youtube) (62%)
- ✓ Acceso a redes sociales (59%)
- ✓ Consultas/transacciones bancarias (39%, -5 puntos)
- ✓ Compra de productos/servicios (30,5%)

- El 57% de los encuestados reconocen hacer un uso de Internet en el tablet diferente al que hacen desde otros dispositivos (57%)
- Quienes se conectan a Internet a través del televisor ven en su mayoría contenidos audiovisuales (82%), y el 38% navega por la web.

Internet como espacio de relaciones

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

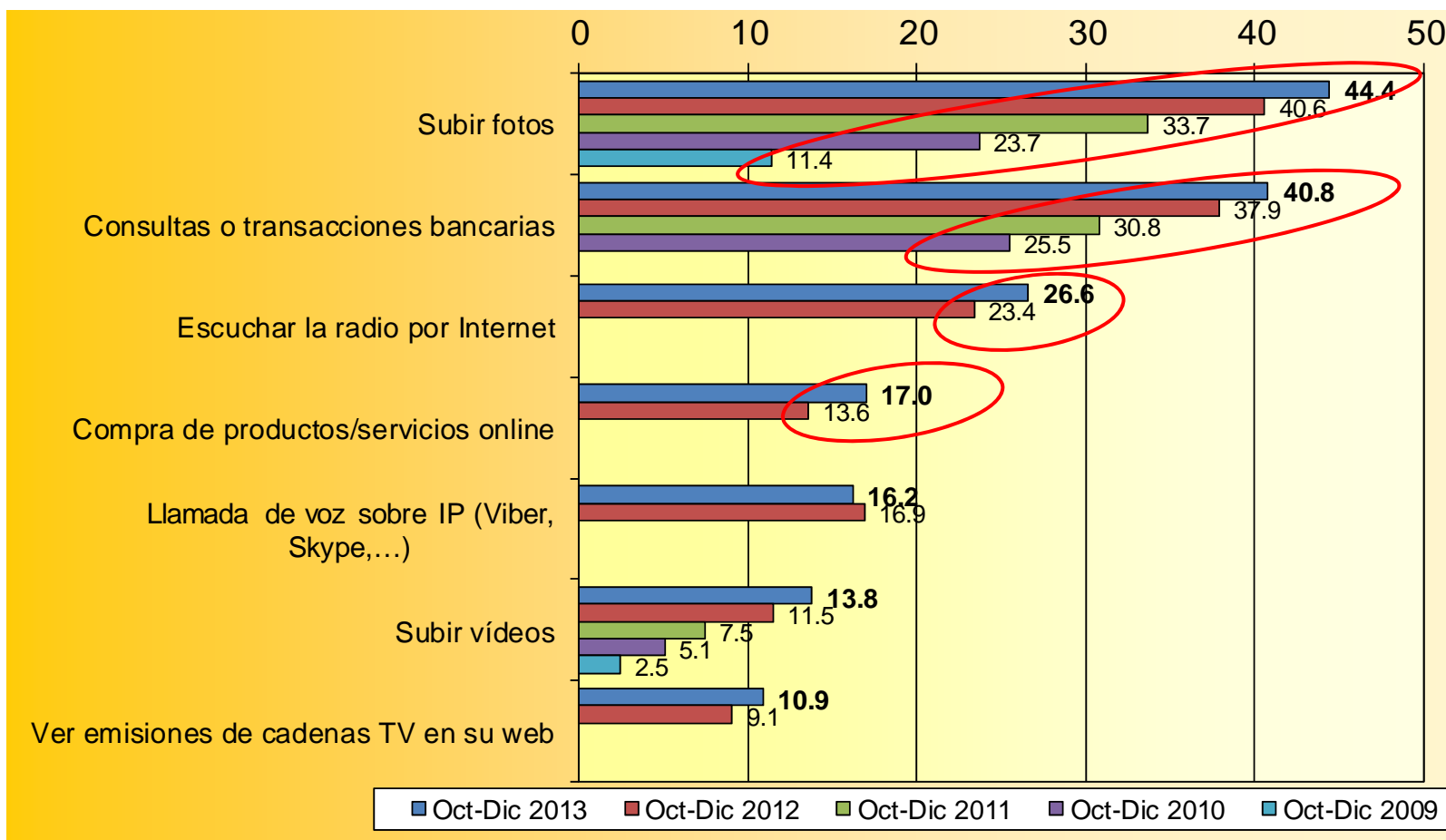
(Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)



Internet como espacio de relaciones

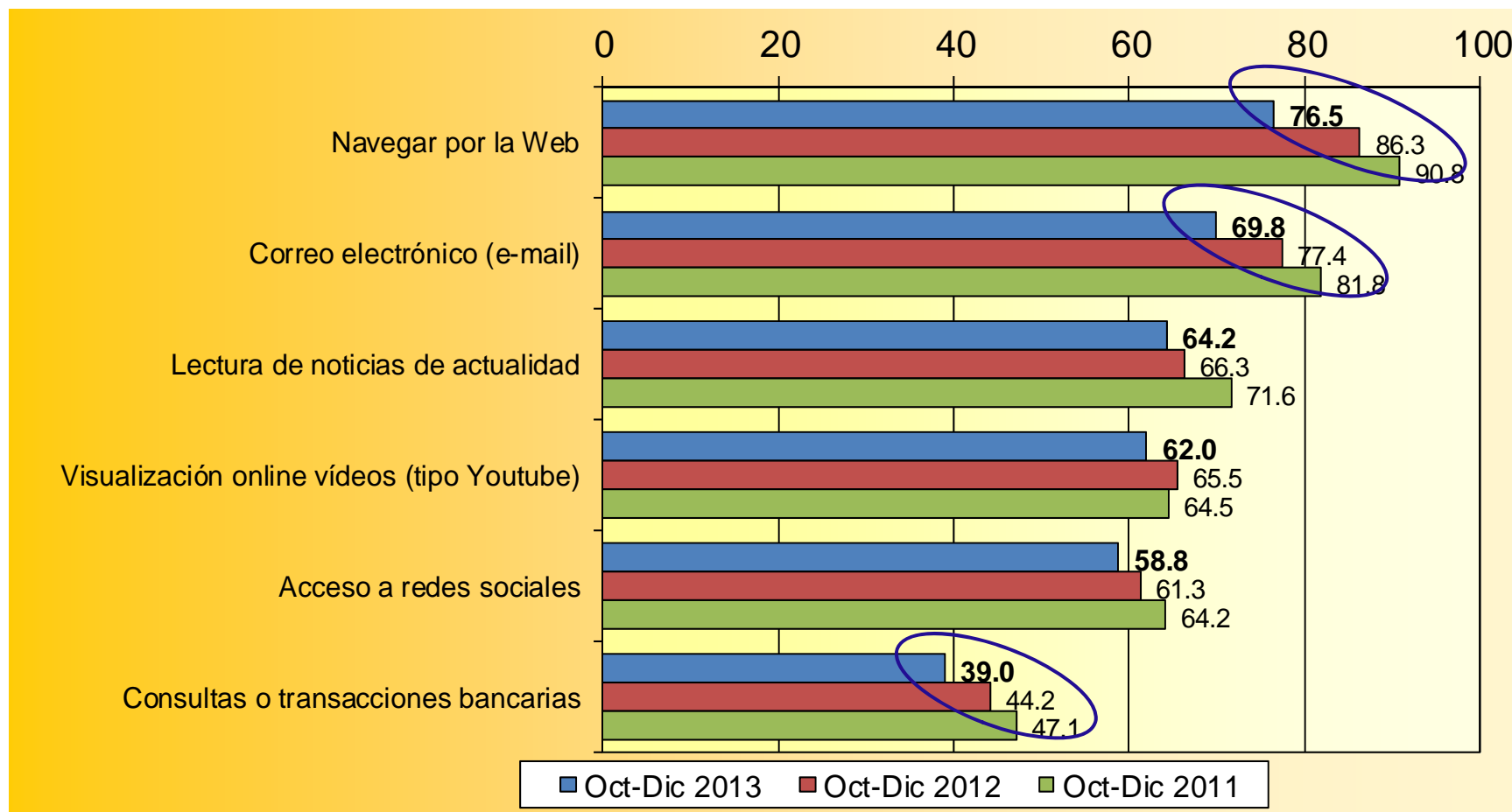
Actividades realizadas en Internet a través de teléfono móvil (2)

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



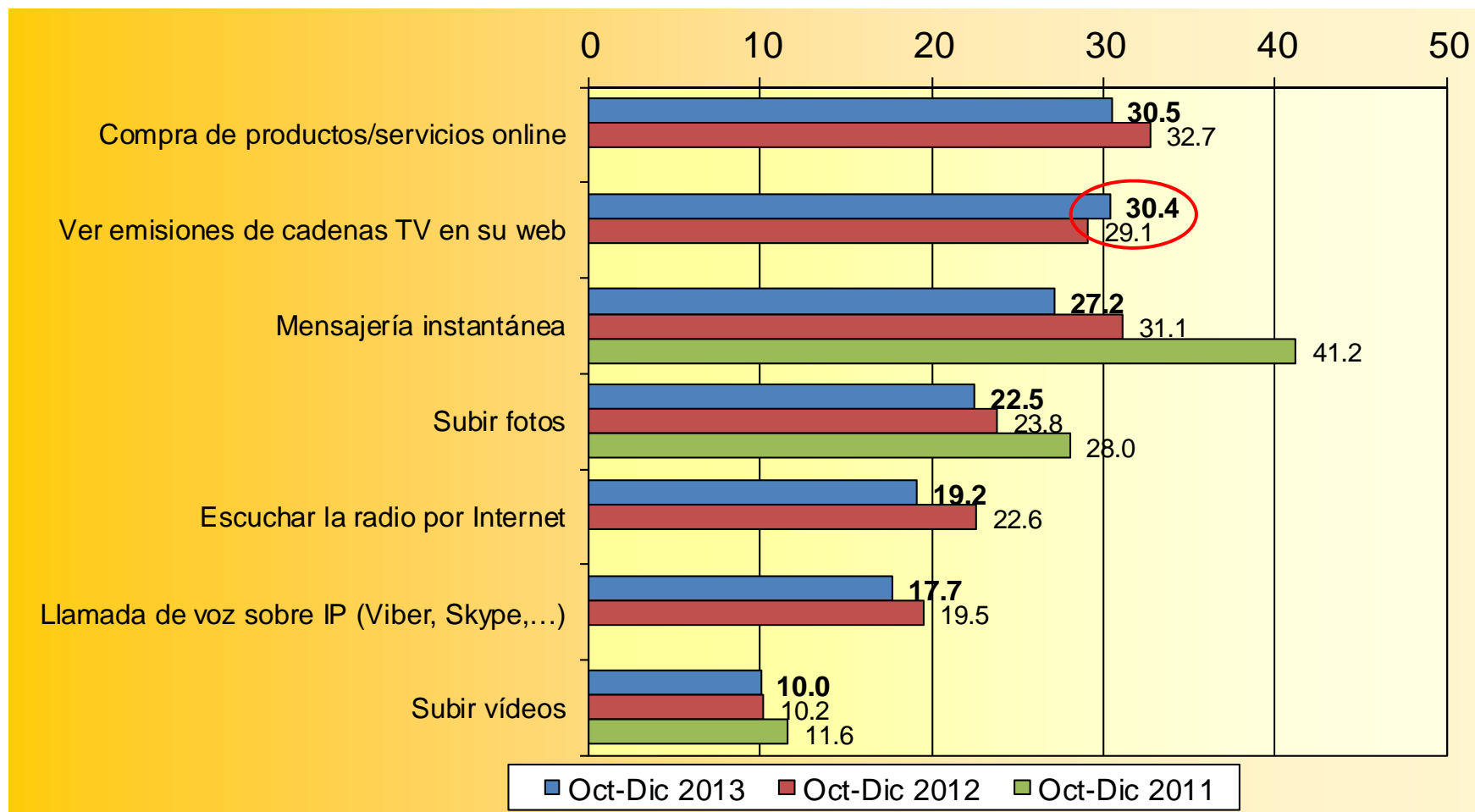
Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través de tablet (1) (Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)



Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través de tablet (2) (Base: acceden a Internet por teléfono móvil en los últimos 30 días)





Internet como espacio de relaciones

Las Apps

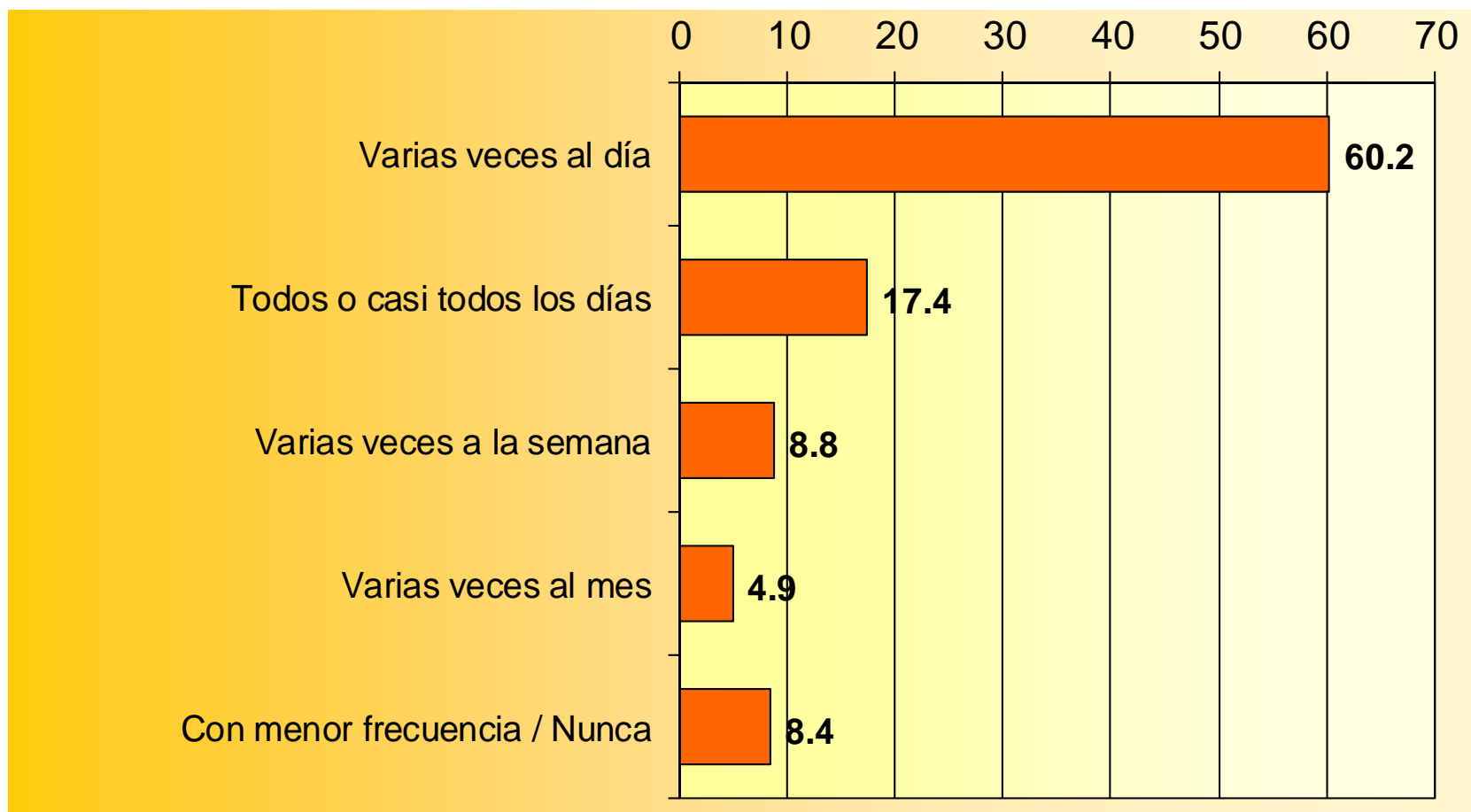
- ✓ **El 60% utiliza las aplicaciones para móvil o tablet varias veces al día**
 - ✓ **El tipo de app que se utiliza viene influido por el equipo:**
 - ✓ **Móvil: más relacionadas con la interacción con otras personas o la localización**
 - ✓ **Tablet: tienen más que ver con la información o el entretenimiento**

- ✓ **Se frena la descarga cotidiana de aplicaciones, tanto en móvil como en tablet**
 - ✓ **Descargas en el día de ayer:**
 - ✓ **Móvil: 26%, -4 puntos**
 - ✓ **Tablet: 21%, -9 puntos**

- ✓ **Se reduce la descarga de aplicaciones/apps de pago (13%, -4 puntos)**

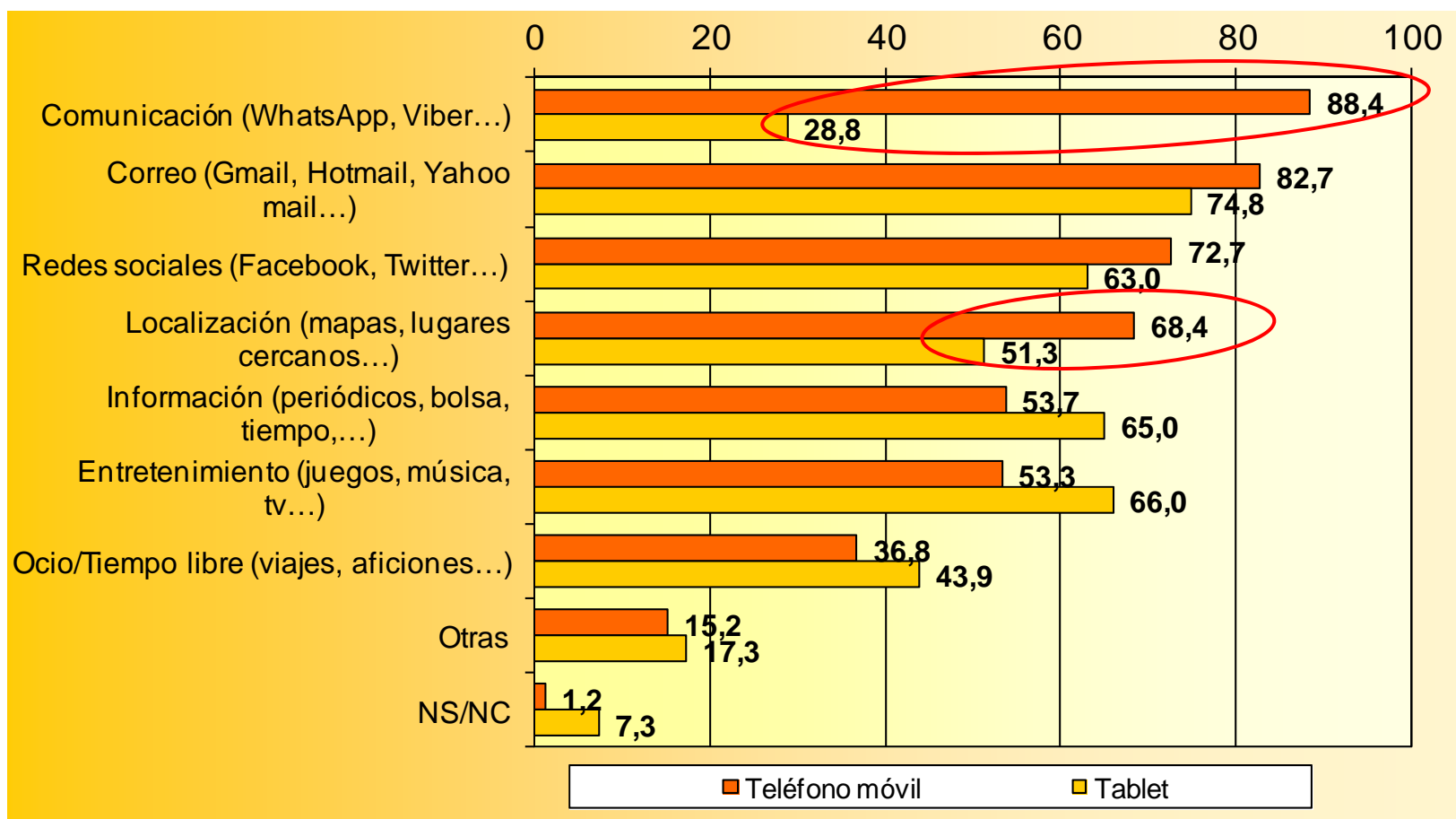
Internet como espacio de relaciones

Frecuencia de uso de aplicaciones/apps para móvil o tablet
 (Base: accede Internet por teléfono móvil o tablet)



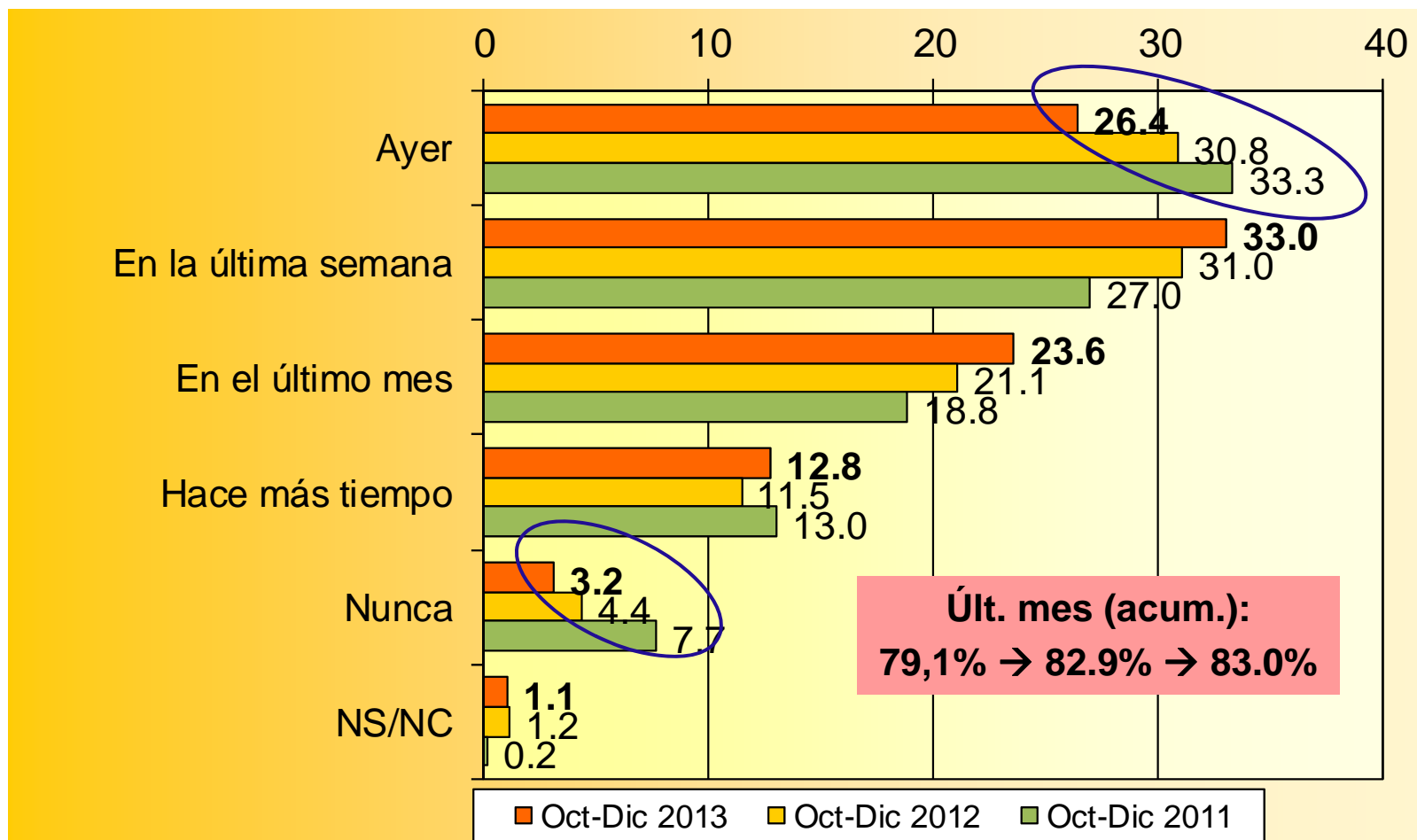
Internet como espacio de relaciones

Tipo de aplicaciones/apps utilizadas en el móvil / tablet (Bases: accede por móvil / accede por tablet)



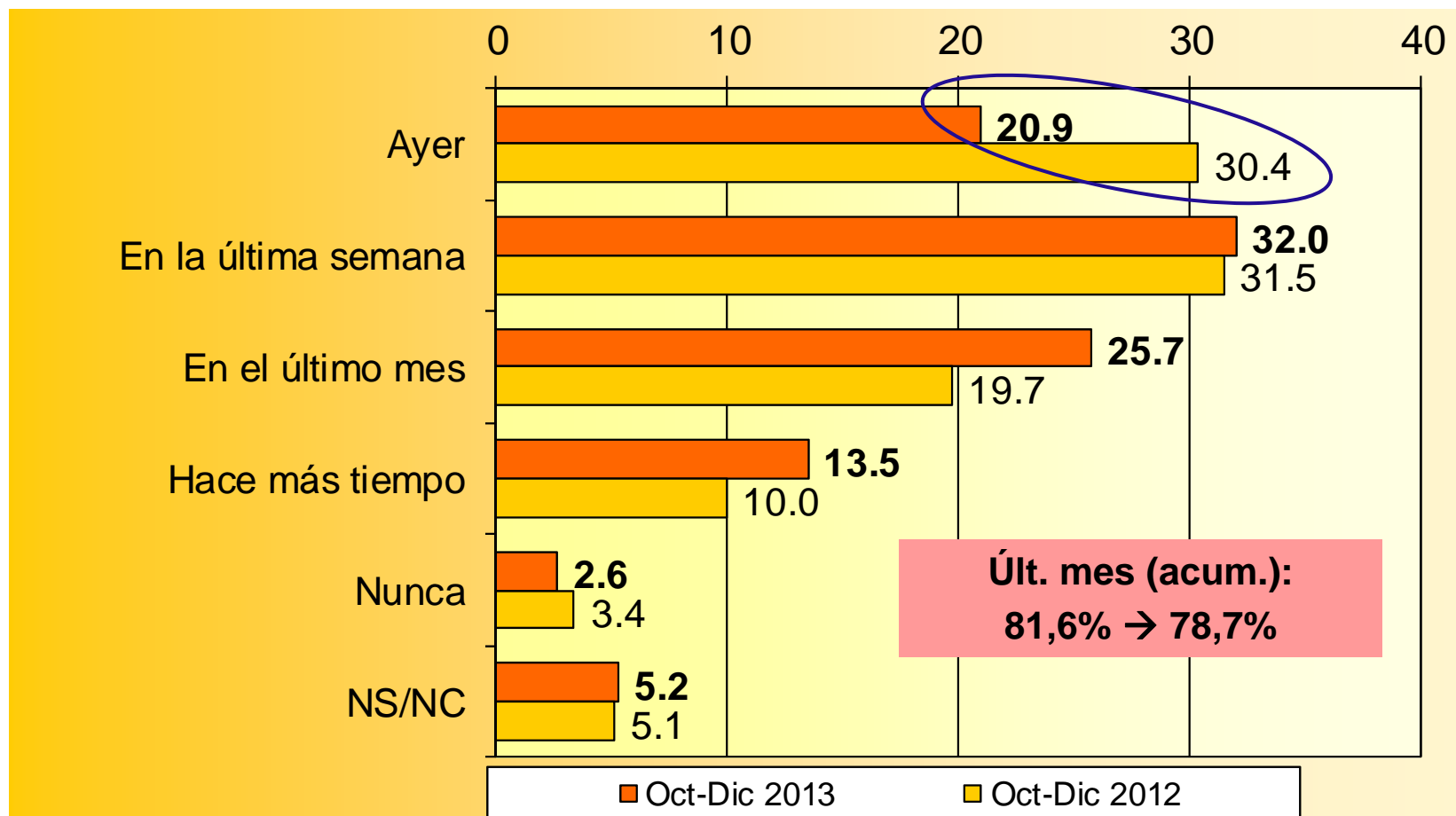
Internet como espacio de relaciones

Última vez que ha descargado aplicaciones/apps para el móvil
 (Base: accede a Internet por tel. móvil)



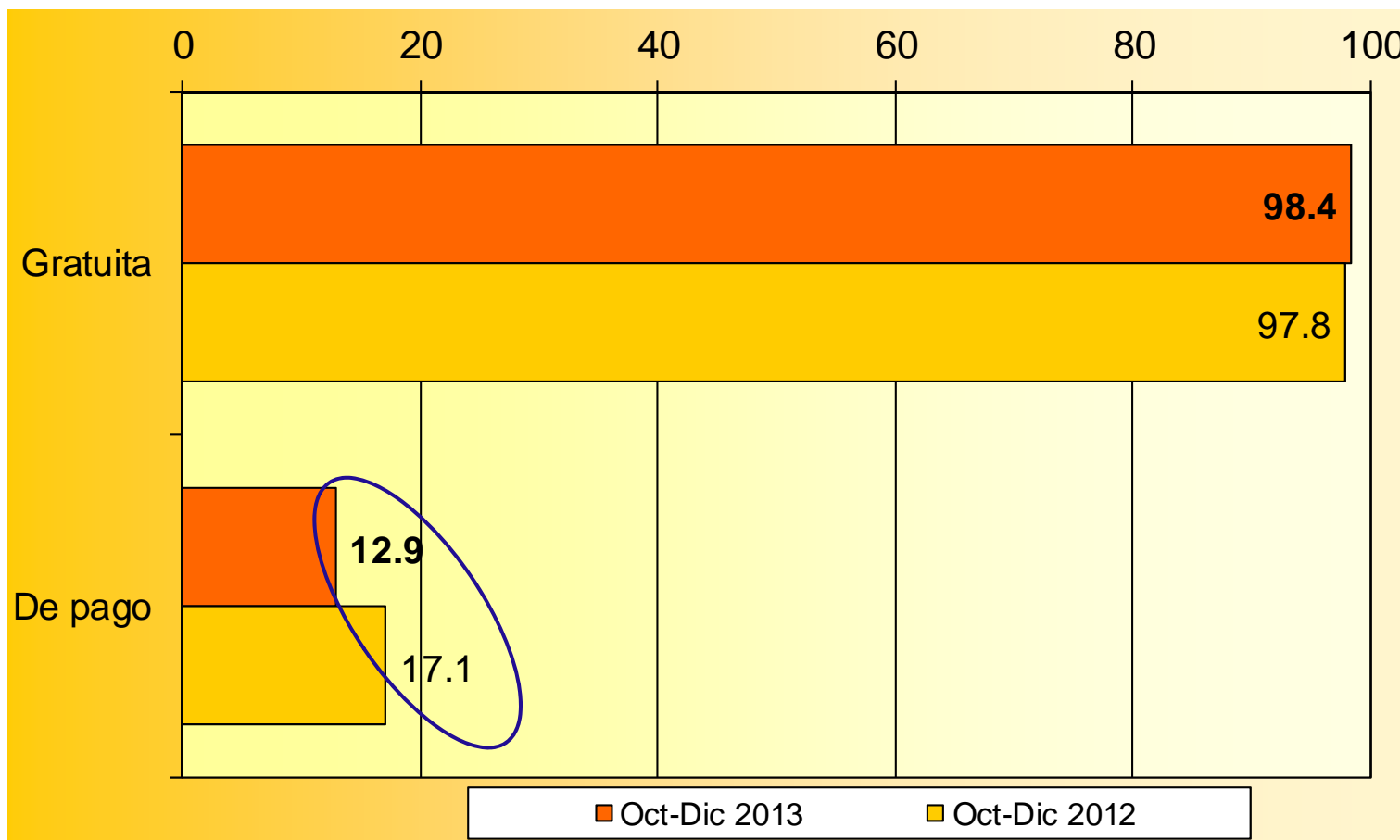
Internet como espacio de relaciones

Última vez que ha descargado aplicaciones/apps para el tablet
 (Base: accede a Internet por tablet)



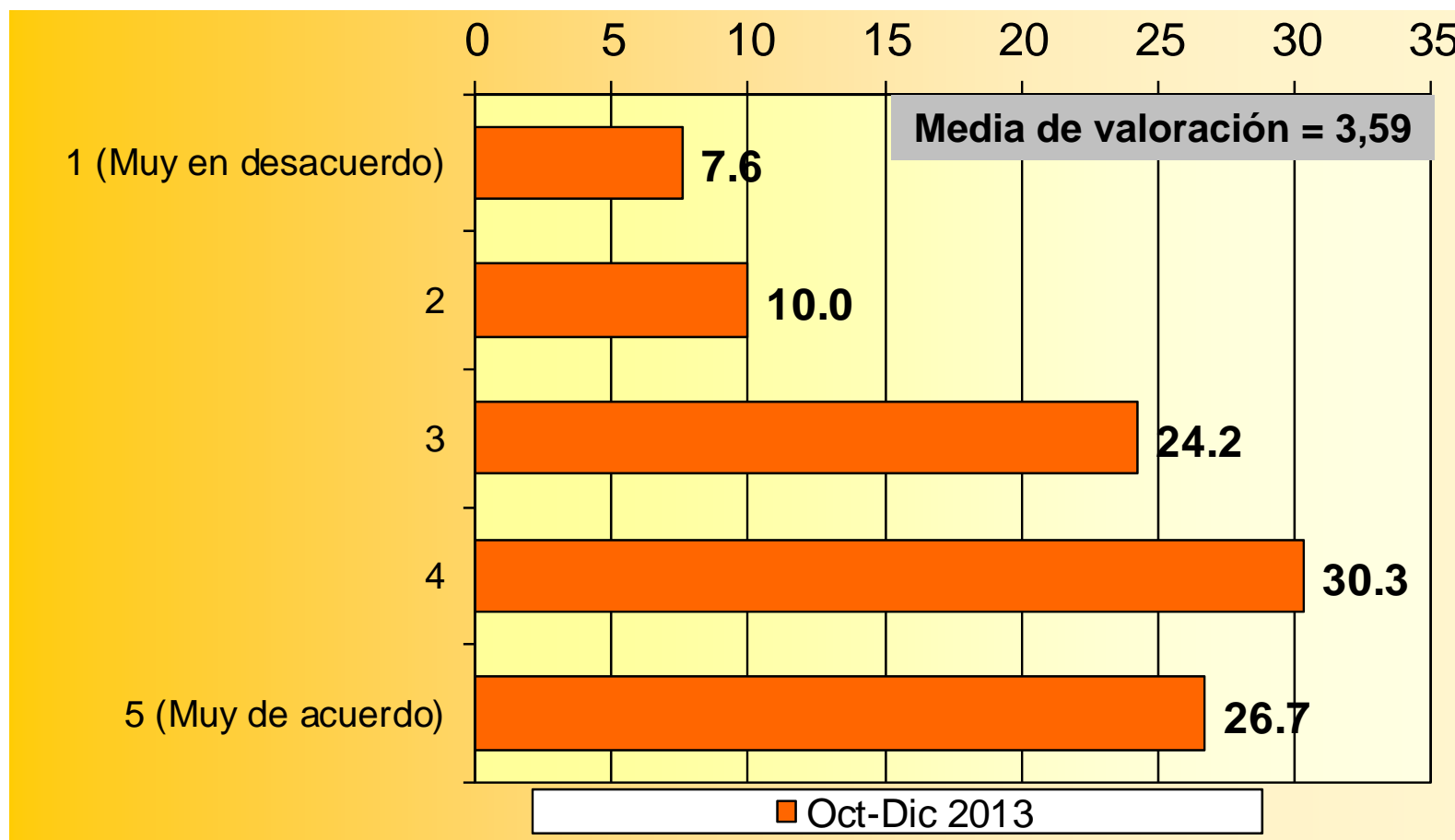
Internet como espacio de relaciones

Tipo de descarga de aplicaciones/apps para móvil o tablet (Base: descarga aplicación para móvil o tablet últ. mes)



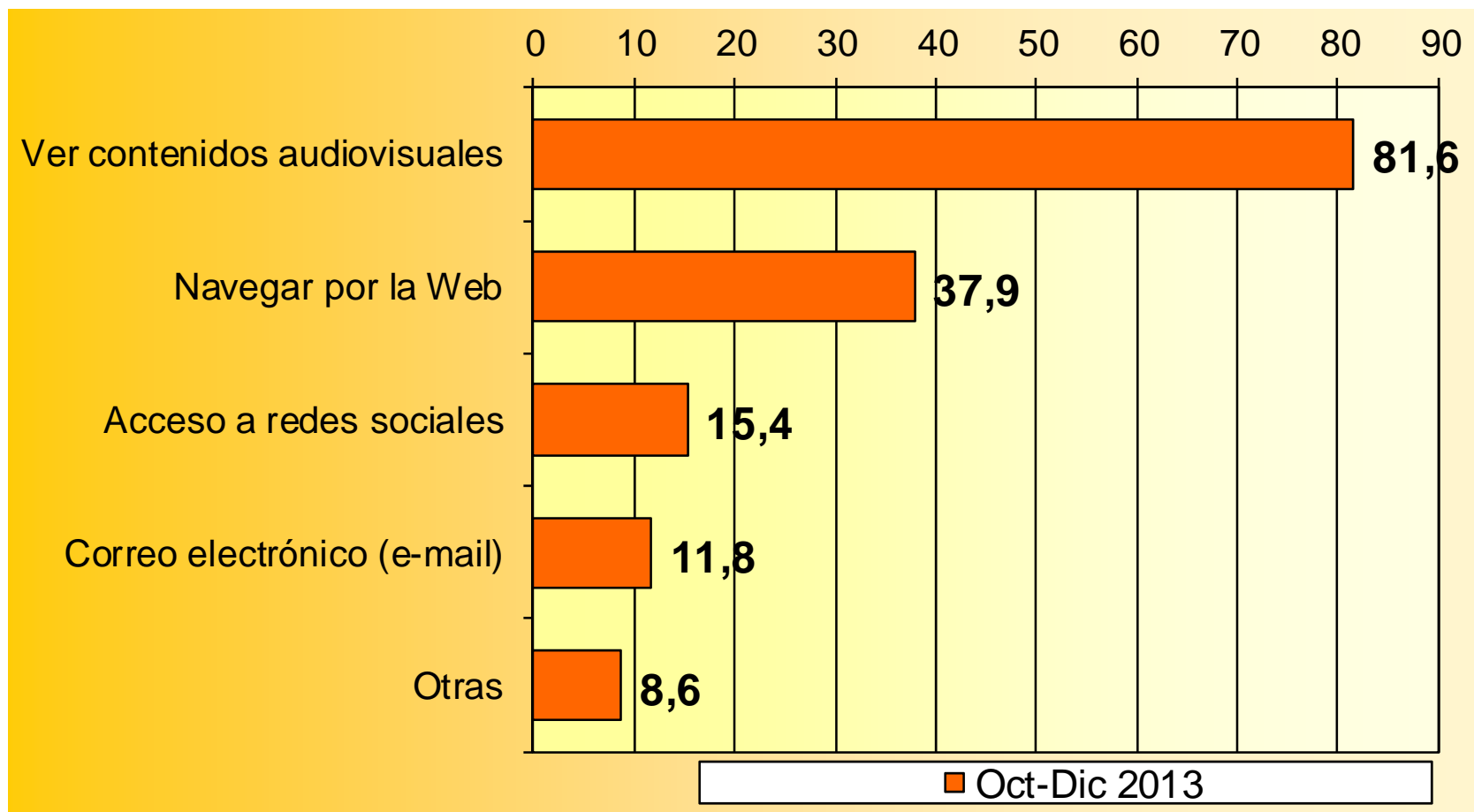
Internet como espacio de relaciones

“Mi uso de Internet en el tablet es diferente al uso que hago desde otros equipos”



Internet como espacio de relaciones

Actividades realizadas en Internet a través del TV (Último mes - Base: accede Internet por el televisor)





Internet como espacio de relaciones

- ✓ **Redes sociales:**
 - ✓ **El uso diario asciende ya a casi tres cuartas partes de los entrevistados**
 - ✓ **Se mantiene el liderazgo incuestionable de *Facebook* (90% de usuarios)**
 - ✓ **Se ralentiza el crecimiento de *Twitter* (45%, +1 punto)**
 - ✓ **Crecimiento relevante de *Google +* (38%, +8 puntos) y de *Instagram* (20%, +6 puntos)**
 - ✓ **Estabilización de *Linkedin* en 24%**
 - ✓ **Sigue el paulatino desplome de *Tuenti* (11%, -8 puntos)**

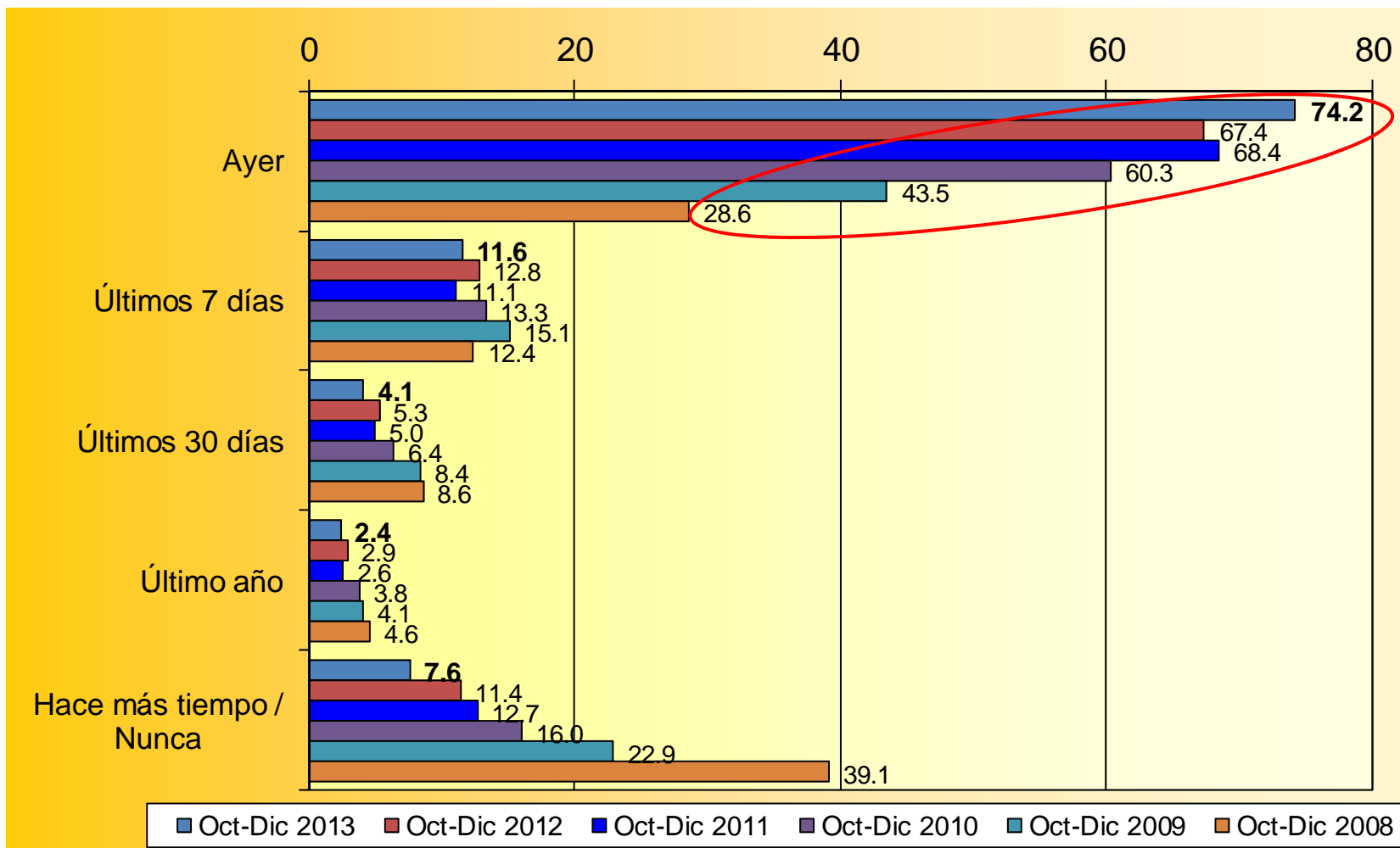


Internet como espacio de relaciones

- ✓ **Redes sociales**
 - ✓ **Crece en general el volumen de quienes suben contenidos a la web, destacando las fotos (42%, +4 puntos) y los comentarios, opiniones y otros textos (42%, +2,5 puntos)**
 - ✓ **Usos más frecuentes:**
 - **Relaciones de amistad (80%)**
 - **Relaciones familiares (50%)**
 - **Estar informado de la actualidad (46%)**
 - **Hobbies (39%)**
 - **Relaciones profesionales (37%)**

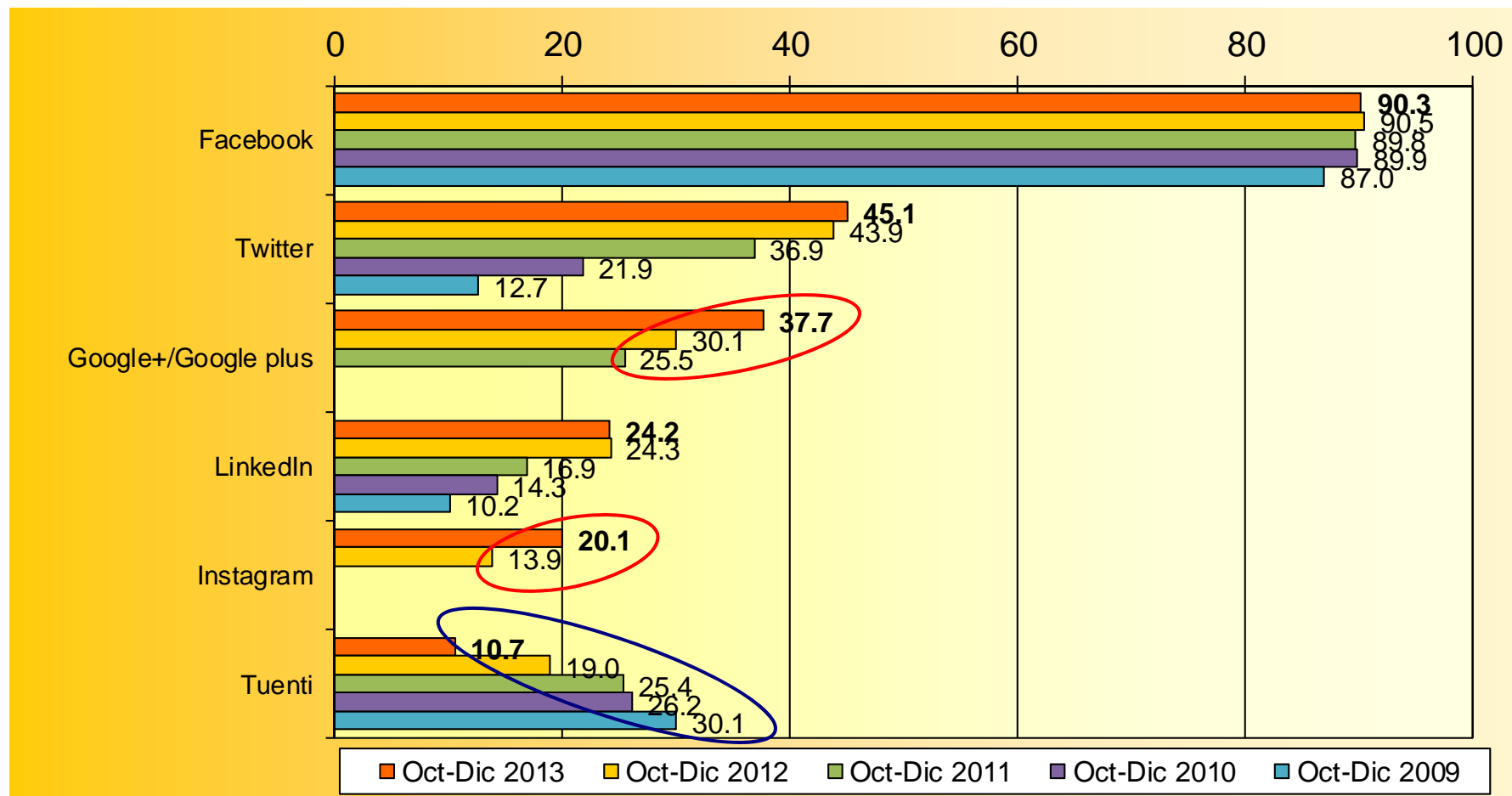
Internet como espacio de relaciones

Último acceso a una red social de Internet

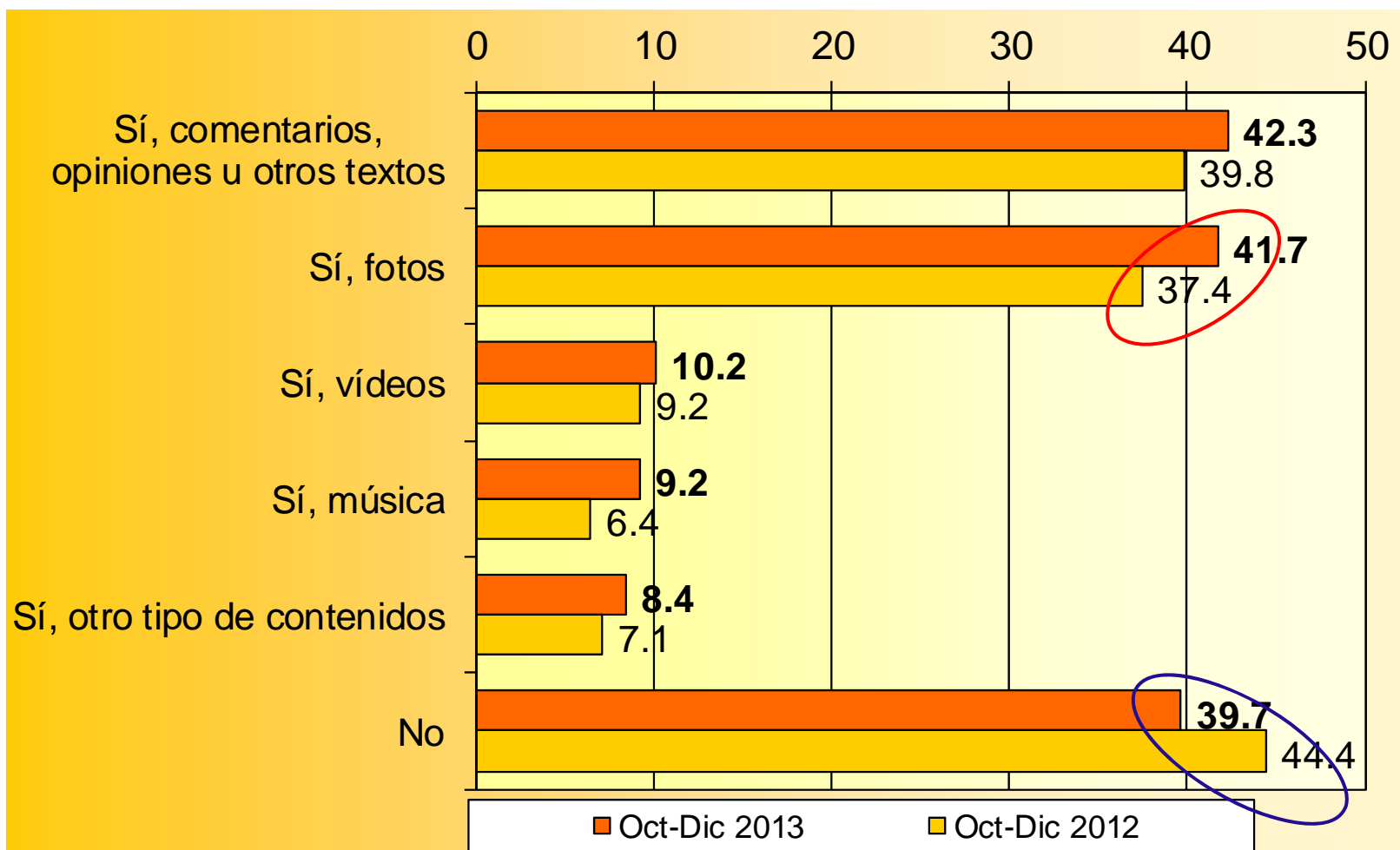


Internet como espacio de relaciones

Red Social que utiliza
(Base: acceso a red social últimos 30 días)

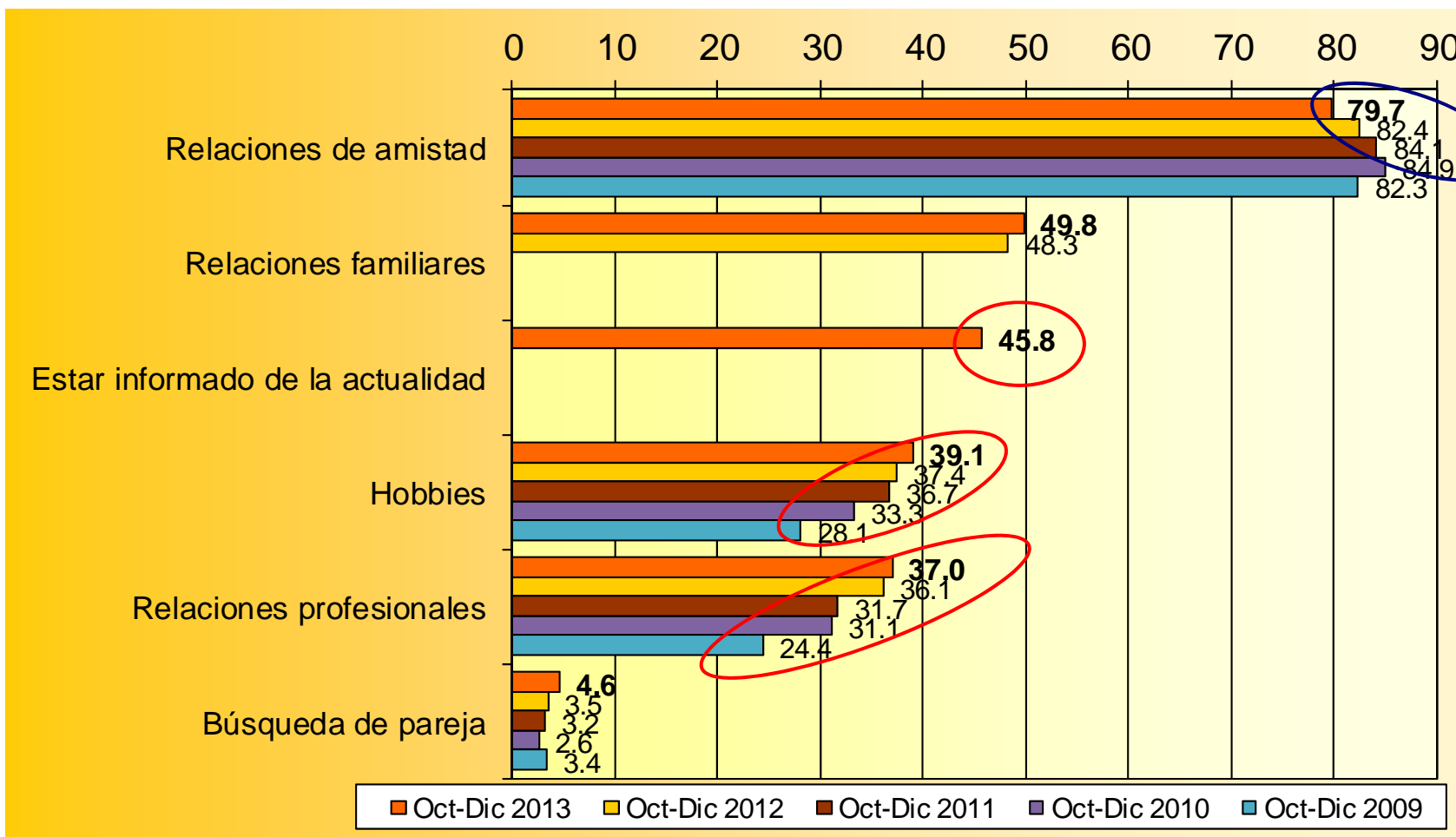


Suben contenidos a la web a nivel personal en los últimos 30 días



Internet como espacio de relaciones

Usos de las redes sociales
(Base: acceso a red social últimos 30 días)



Internet como espacio económico

Las compras por Internet

- ✓ Alrededor del 86% de los internautas ha comprado por Internet en el último año (-3 puntos)
- ✓ En torno al 35% de los internautas ha realizado alguna compra en la última semana (-2 puntos)
- ✓ Productos comprados por Internet:
 - ✓ Adquisición de billetes de transporte (11% de las compras)
 - ✓ Electrónica y aparatos electrónicos (11%)
 - ✓ Alojamiento (10%)
 - ✓ Actividades relacionadas con el ocio (10%)
 - ✓ Ropa y complementos (9%)

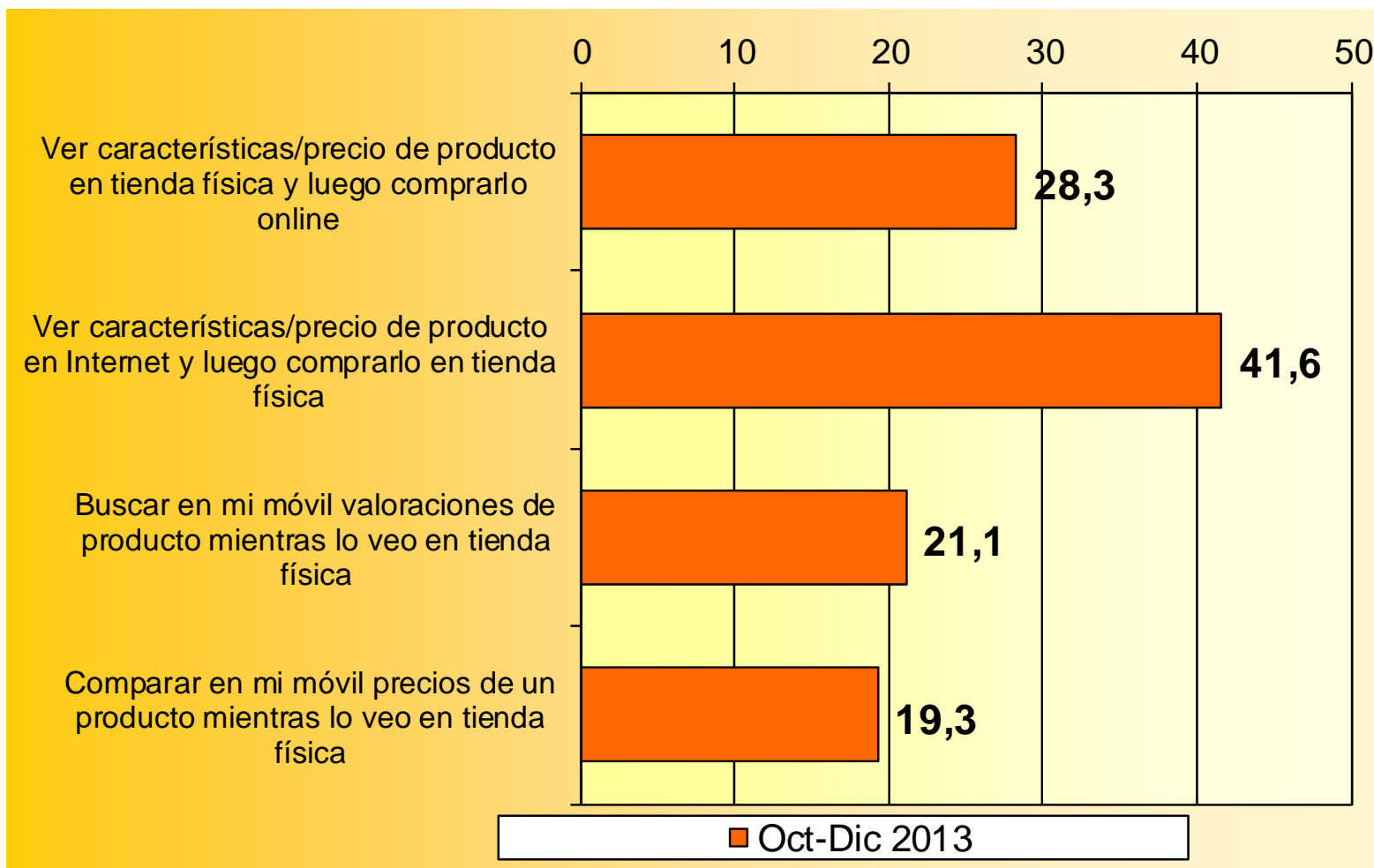
Internet como espacio económico

- **Existe bastante actividad en torno al showroom**
 - ✓ **En el último mes el 42% vio las características/precio de un producto en Internet y luego lo compró en la tienda física, mientras que un 28% vio las características en la tienda y después lo compró online**

 - ✓ **Durante la estancia en la tienda alrededor del 20% buscó valoraciones del producto en concreto en el móvil; y otro 20% comparó precios del producto en el móvil**

Internet como espacio económico

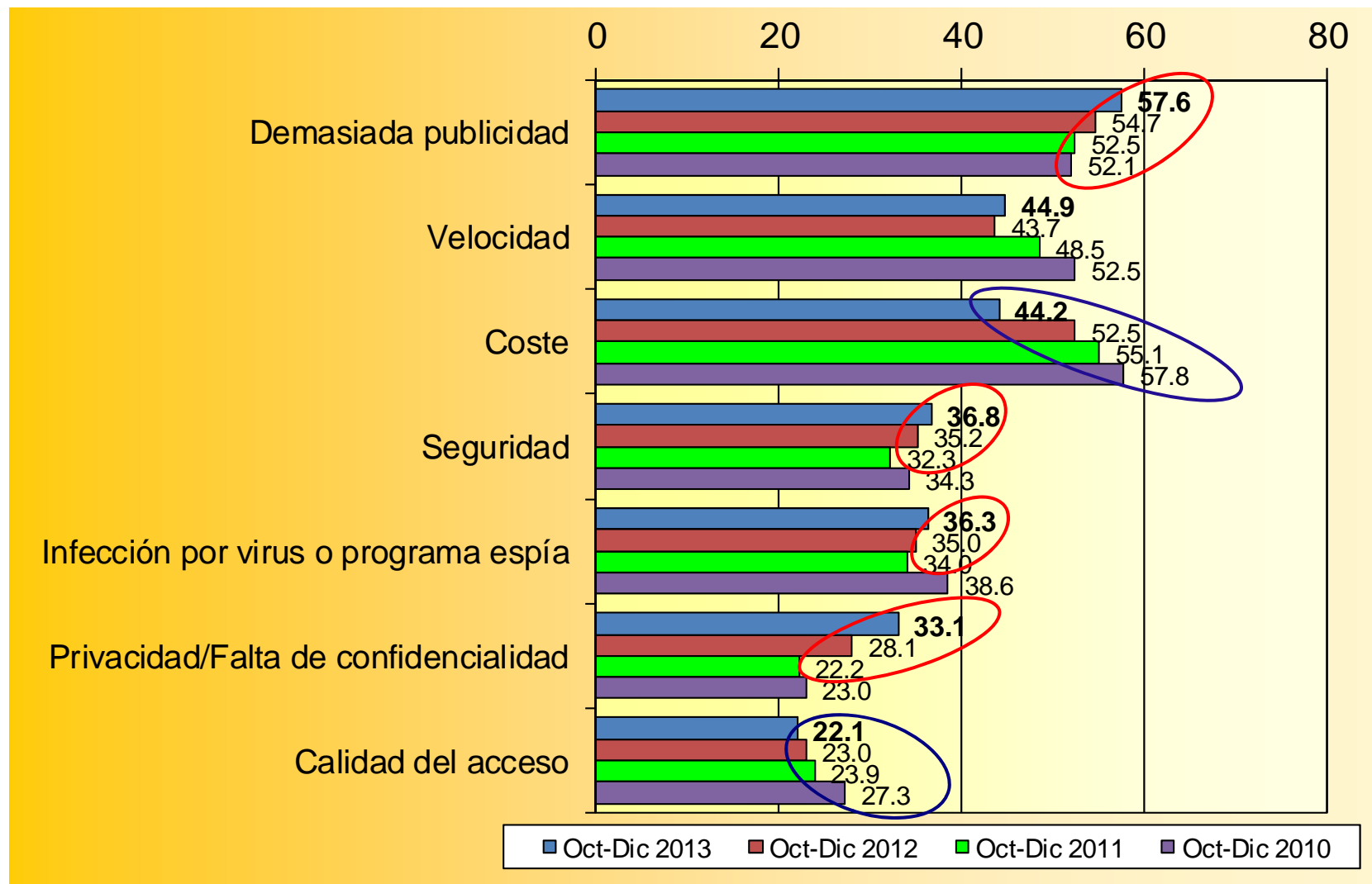
El «showrooming» (últimos 30 días)



Los problemas de Internet

- ✓ **La publicidad (58% de menciones) es, con diferencia, el problema principal. A continuación con valores que rondan el 44-45% están la velocidad y el coste**
- ✓ **Pero el coste reduce sensiblemente su nivel de mención (44% vs. 52,5% en 2012), en relación con los nuevos paquetes comerciales que combinan Internet en casa con telefonía móvil (38%)**
- ✓ **En un tercer nivel, en torno al 36%, están la seguridad y la infección por virus**
- ✓ **A ellos se acerca el nivel de menciones que obtiene la privacidad, que continua su ascenso (33%, +5 puntos)**
- ✓ **Los problemas relativos a la calidad del acceso son puestos de relieve por algo más del 20% de los encuestados**

Los problemas de Internet



Los problemas de Internet

Sobre la seguridad (36% de menciones)

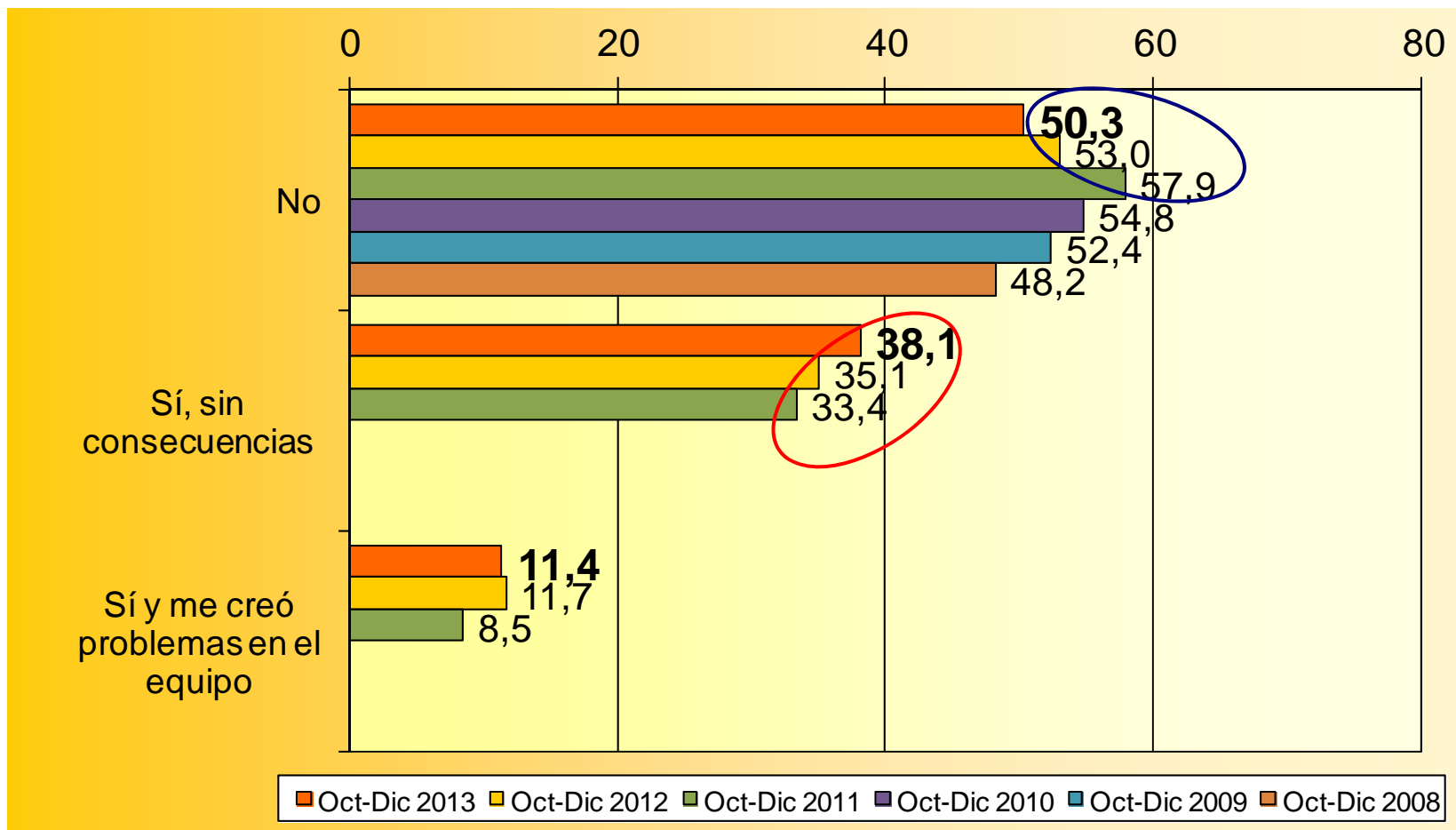
- ✓ Sigue en ascenso la percepción de haber sido afectado por algún virus o programa espía en el último año (49,5%, +2,5 puntos)
- ✓ La preocupación en torno a las amenazas de seguridad en los teléfonos móviles experimenta un fuerte crecimiento: alrededor del 32% de los que acceden a Internet por este dispositivo tiene instalado un programa antivirus.
- ✓ Entre los que acceden a través de tablet, es similar el volumen de los que tienen instalados un antivirus
- ✓ Aunque desciende 10 puntos en los dos últimos años, existe un 55% de entrevistados que reconocen no efectuar el control parental frente a ciertos contenidos.

Internet como espacio económico

- ✓ **La percepción de seguridad en el pago mediante tarjeta de crédito por Internet, si bien es mayoritariamente positiva (casi un 70% considera que la seguridad es alta), sufre un descenso de 6 puntos con respecto a 2012**
- ✓ **También se resiente la percepción de seguridad en las transacciones bancarias por ordenador (el 71% considera que la seguridad es alta, casi 9 puntos menos que en 2012)**
 - ✓ **Descenso relevante del volumen de usuarios que han realizado consultas y transacciones por Internet**
 - ✓ **El 48% de los usuarios realiza consultas y transacciones por Internet (-6 puntos)**

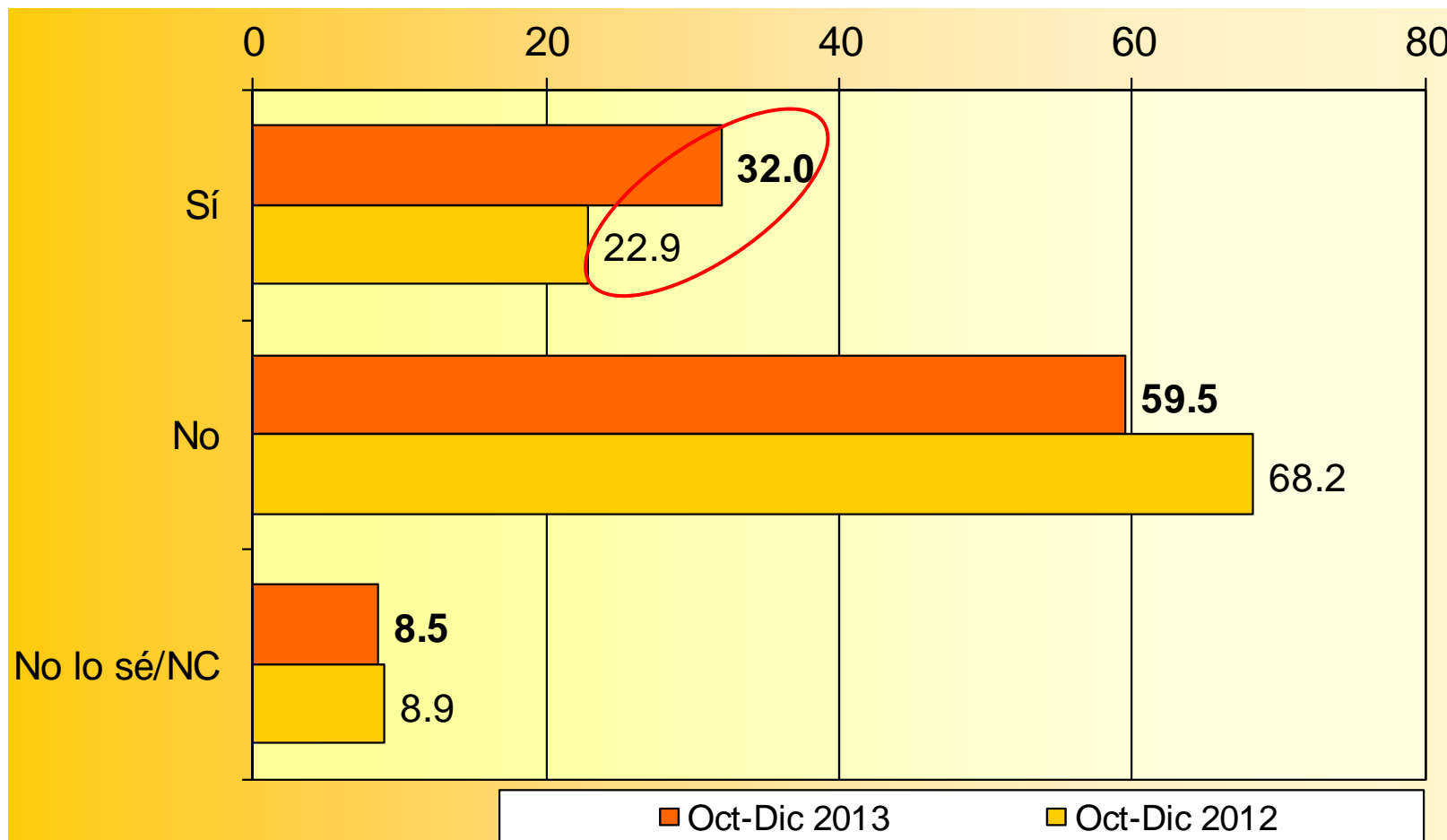
Los problemas de Internet

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



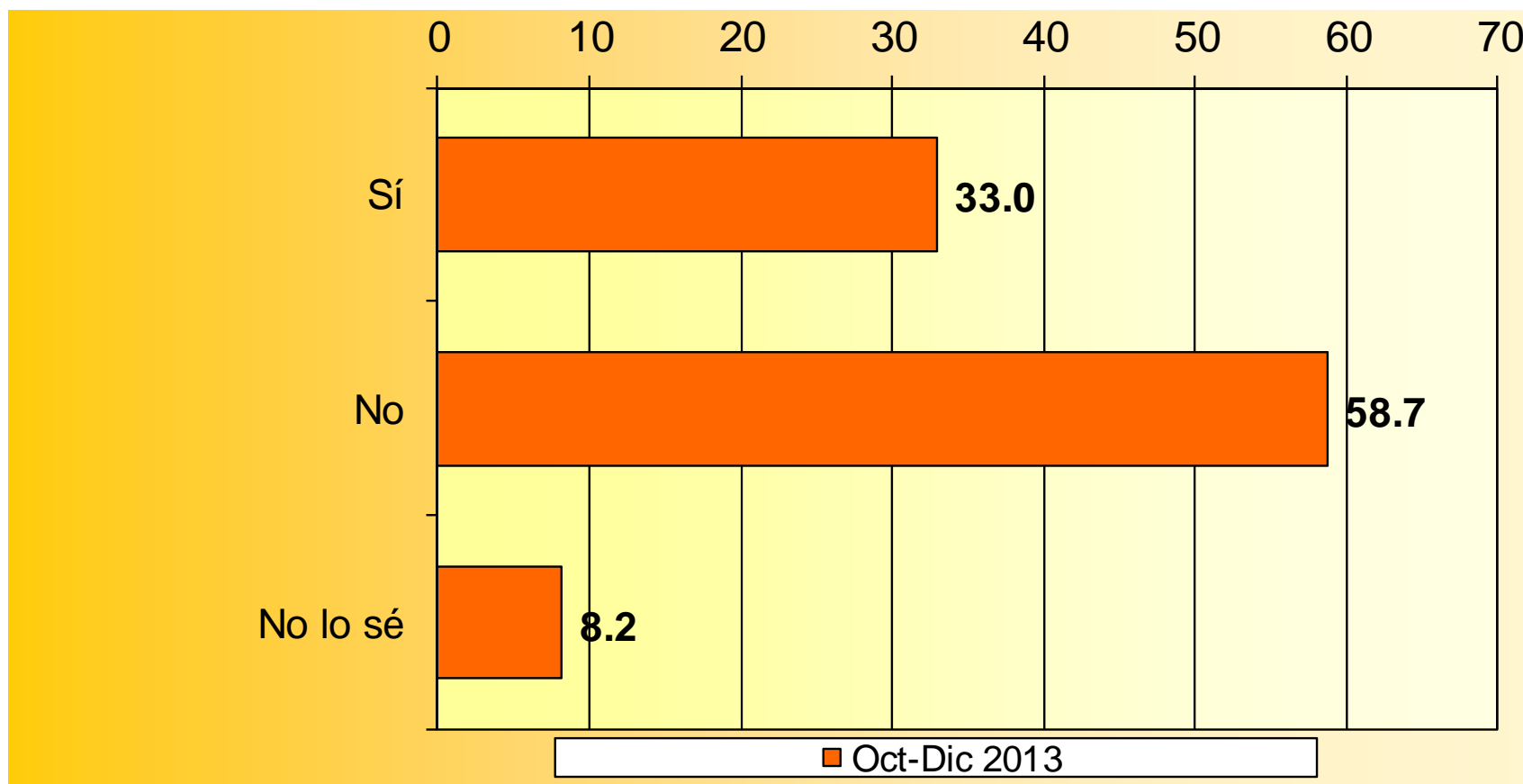
Los problemas de Internet

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



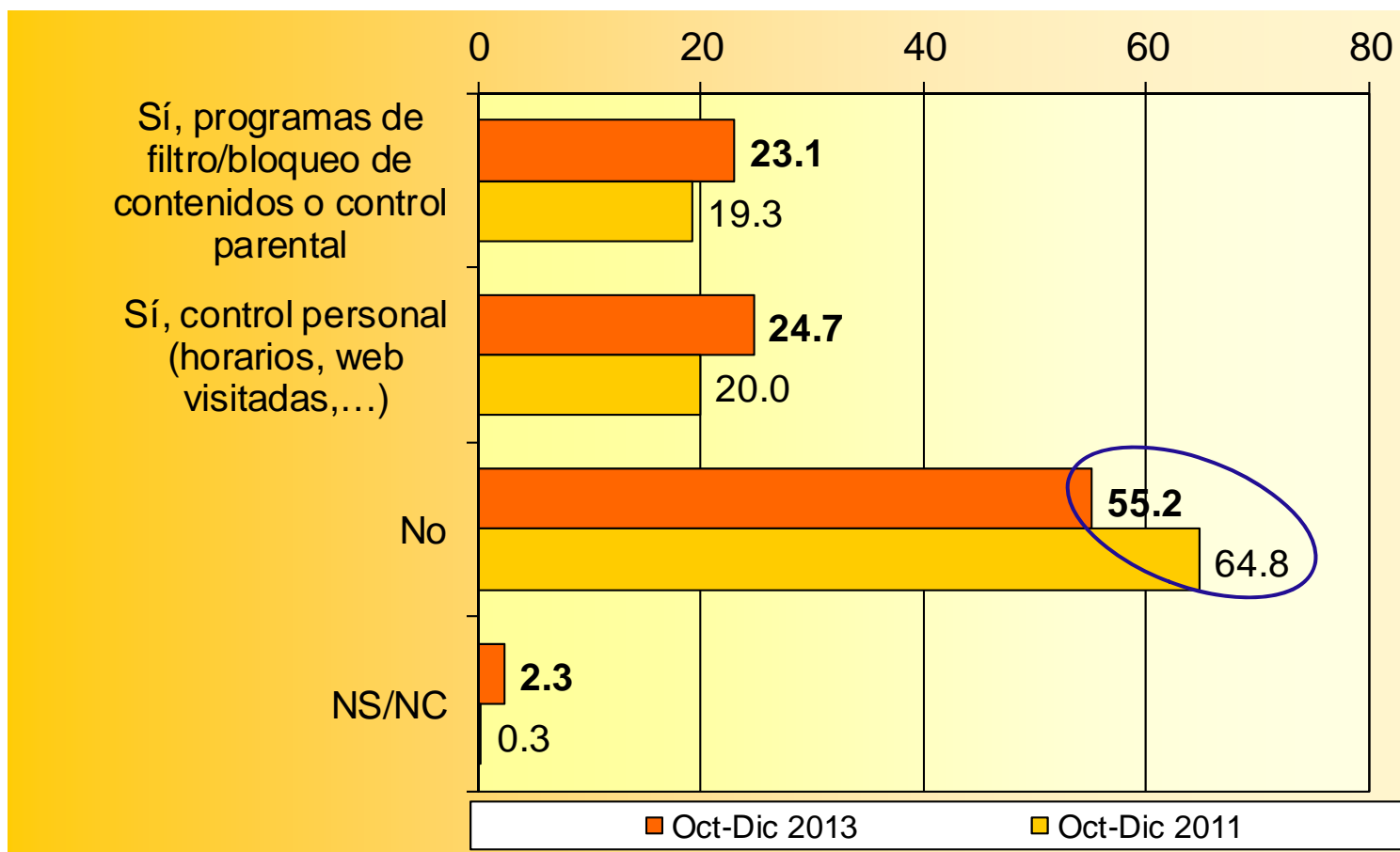
Los problemas de Internet

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



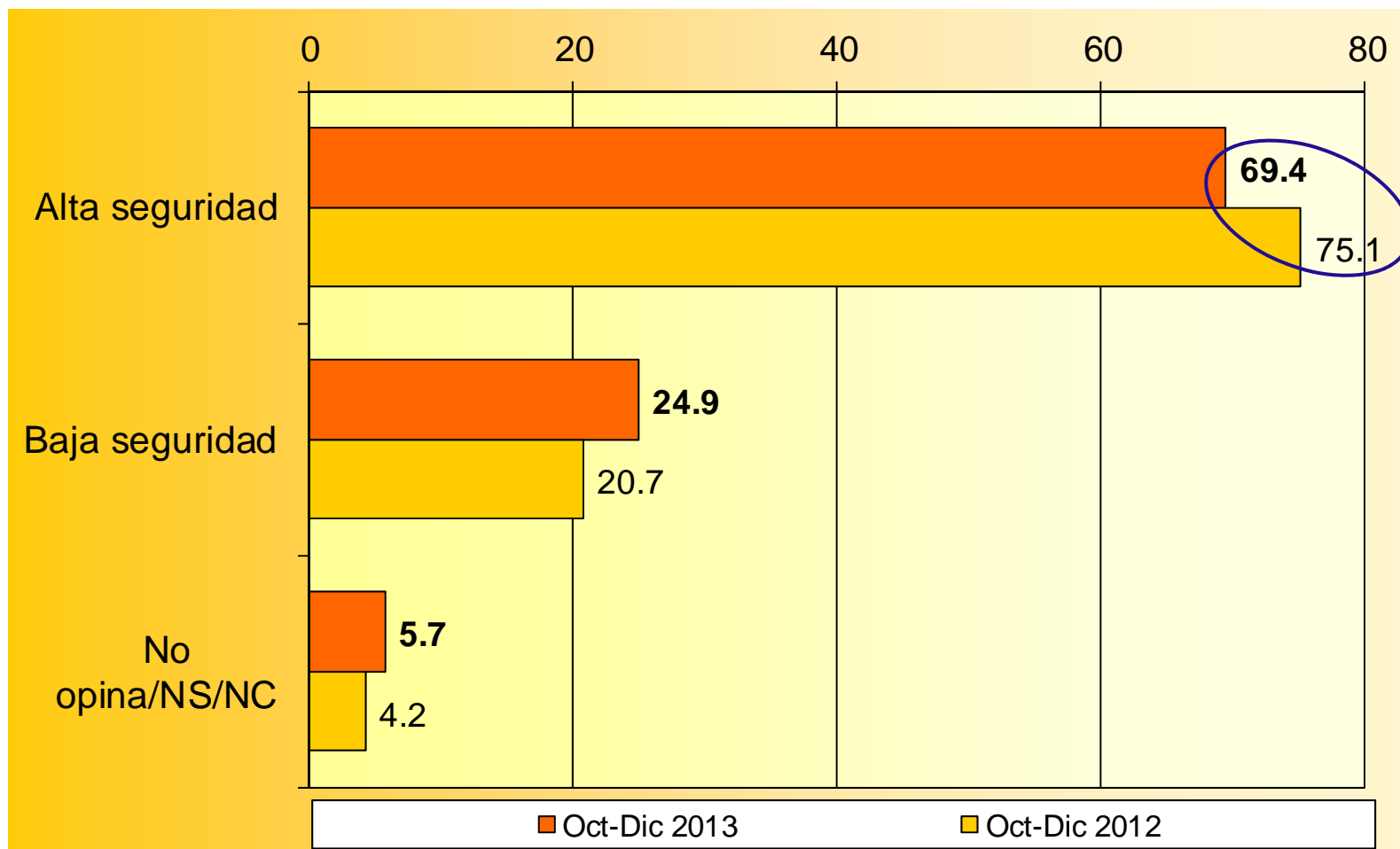
Los problemas de Internet

Control parental de Internet (Base: con hijos menores 14 años en casa)



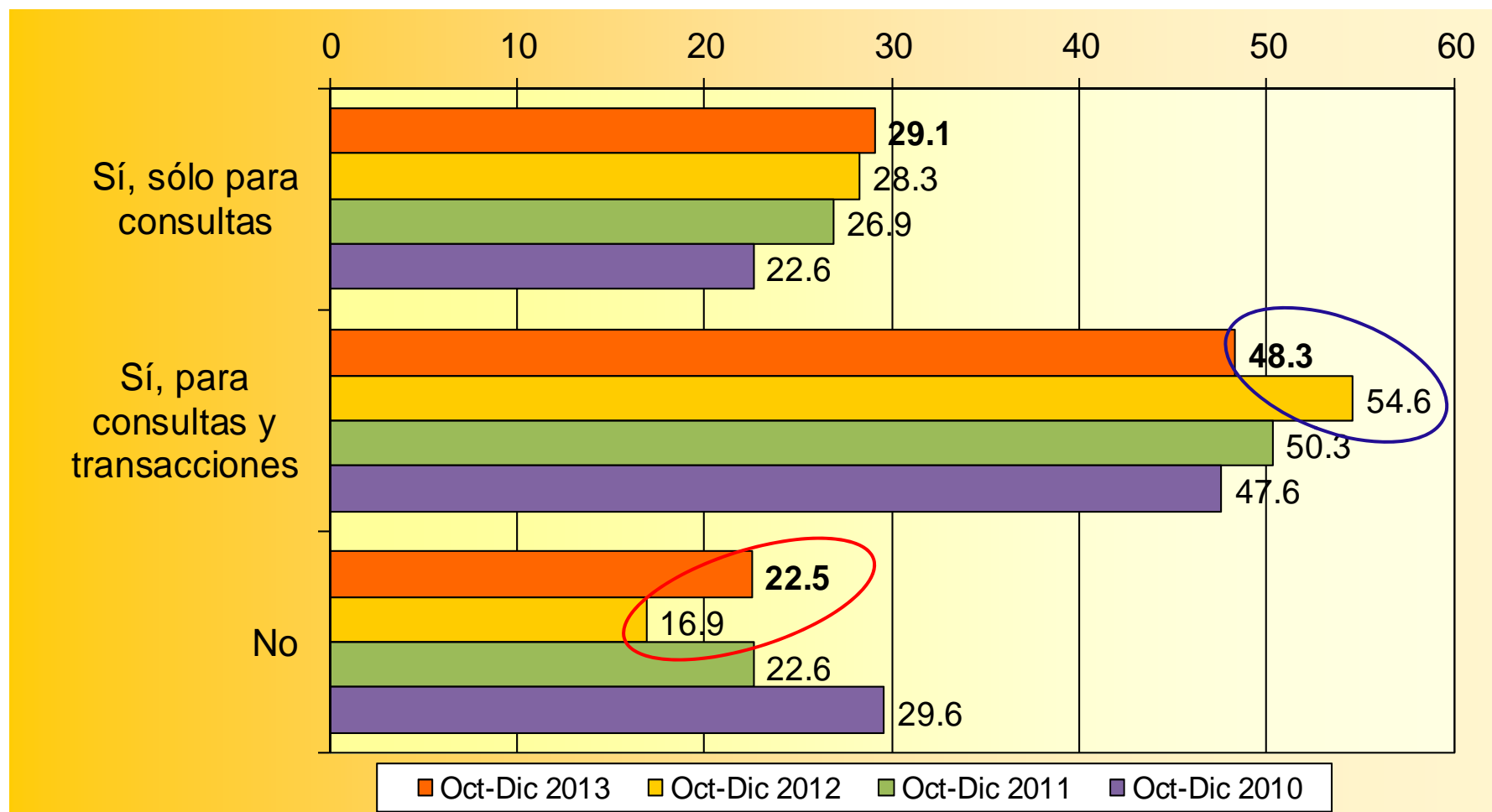
Internet como espacio económico

Seguridad en el pago por Internet con tarjeta de crédito



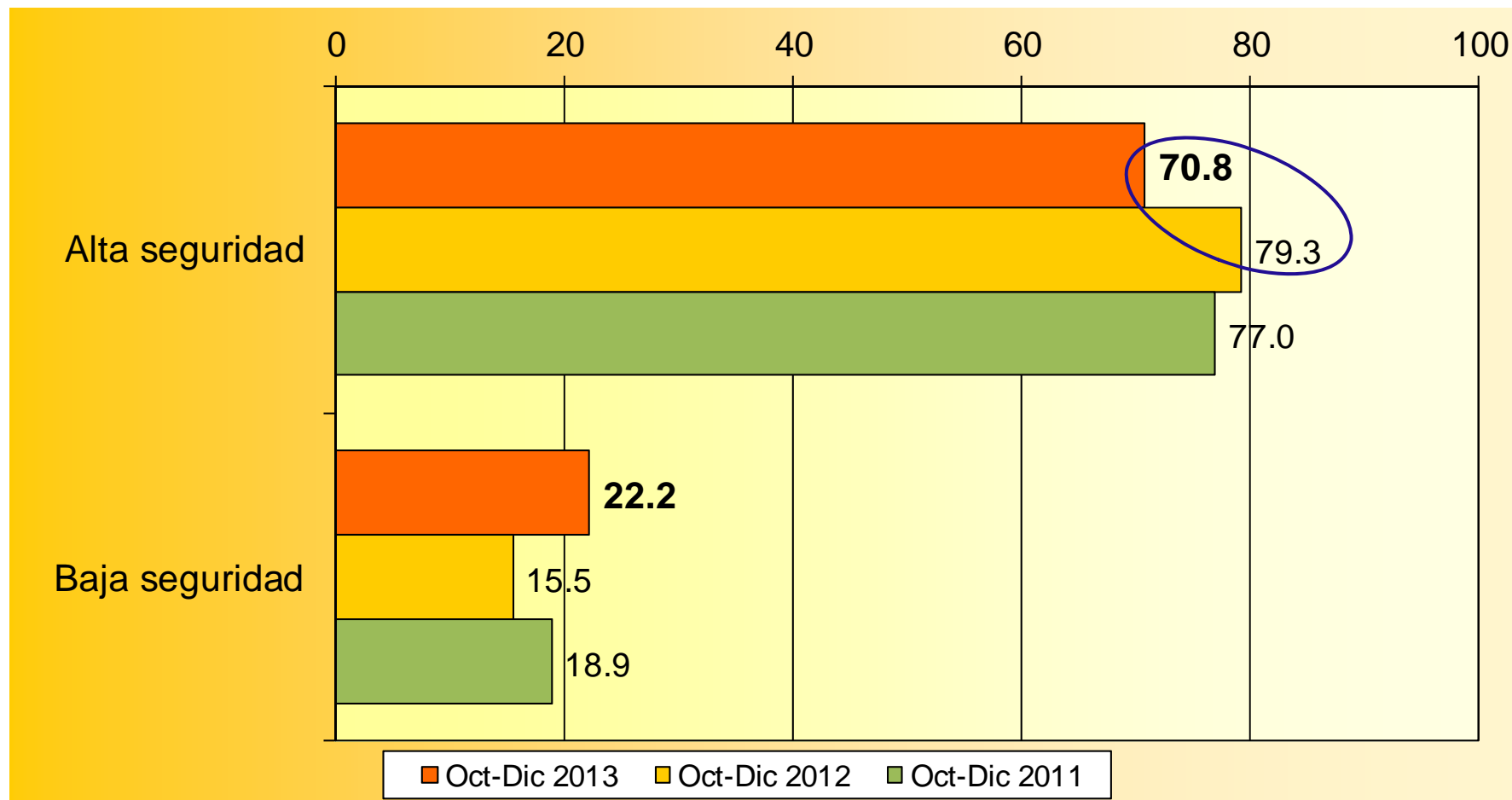
Internet como espacio económico

Relación con entidades bancarias en Internet - últimos 30 días



Internet como espacio económico

Seguridad de las transacciones bancarias por internet

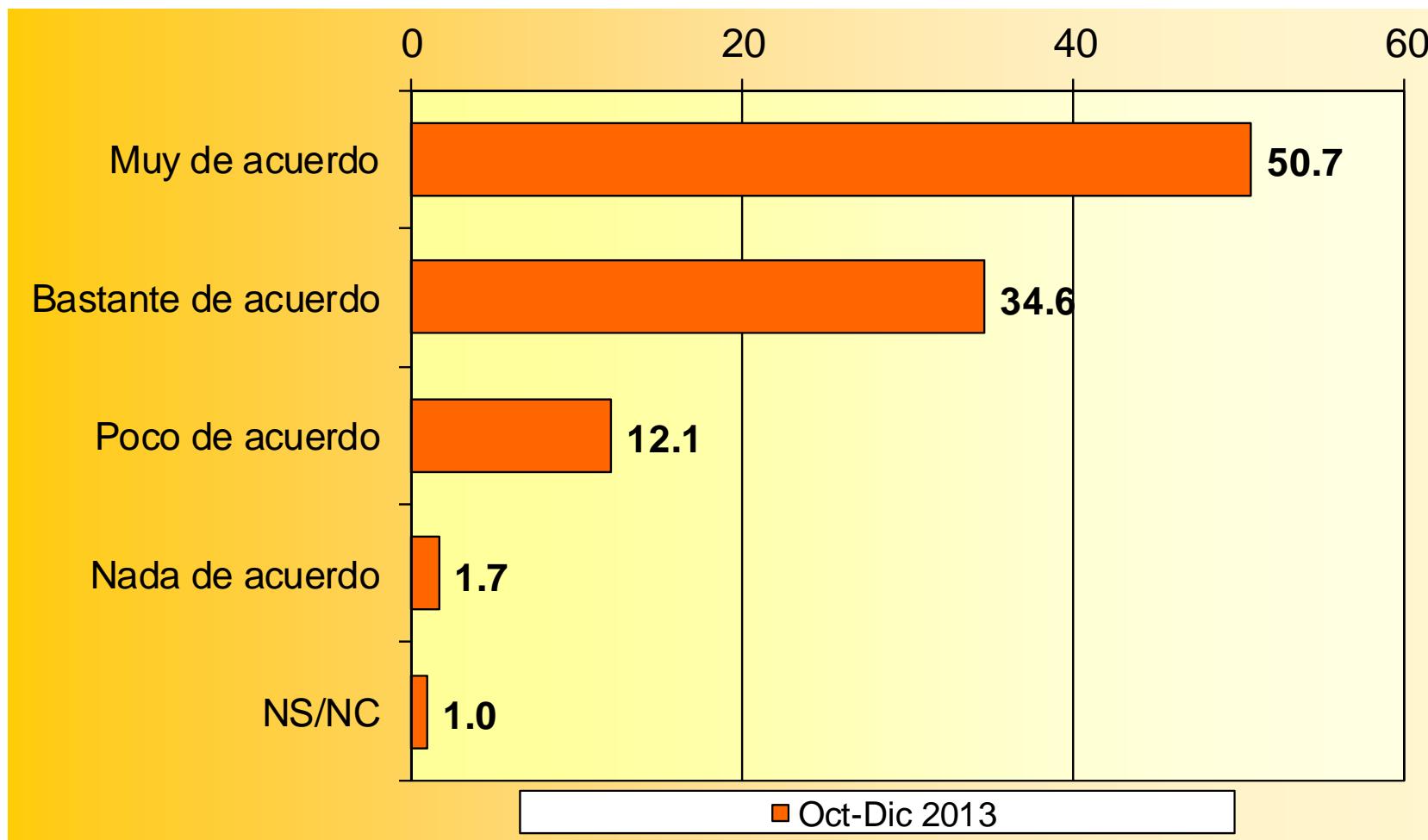


Los problemas de Internet

- ✓ **Sobre la publicidad**
 - ✓ **Al 85% de los entrevistados les molesta la publicidad en Internet**
 - ✓ **Cuando se trata de la publicidad en el móvil el porcentaje de quienes dicen sentirse molestos asciende al 68%**
 - ✓ **Pero el 56% reconoce que la publicidad es necesaria para que se desarrolle Internet**
 - ✓ **Al 27% le resulta más interesante la publicidad en Internet que en otros medios**
 - ✓ **Cerca del 40% creen que la publicidad en Internet es más útil que en otros medios**

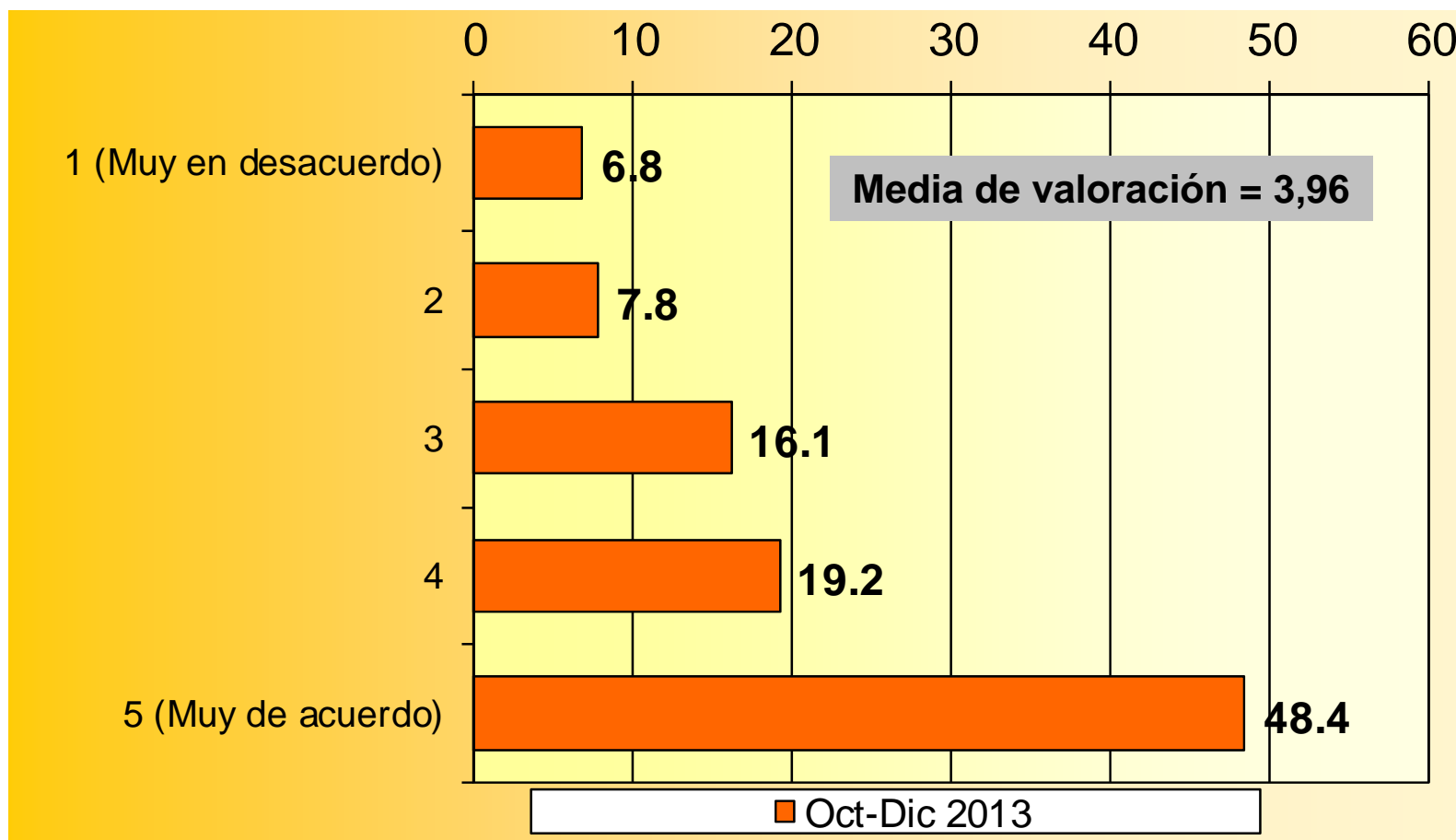
Los problemas de Internet

“Me molesta la publicidad en Internet”



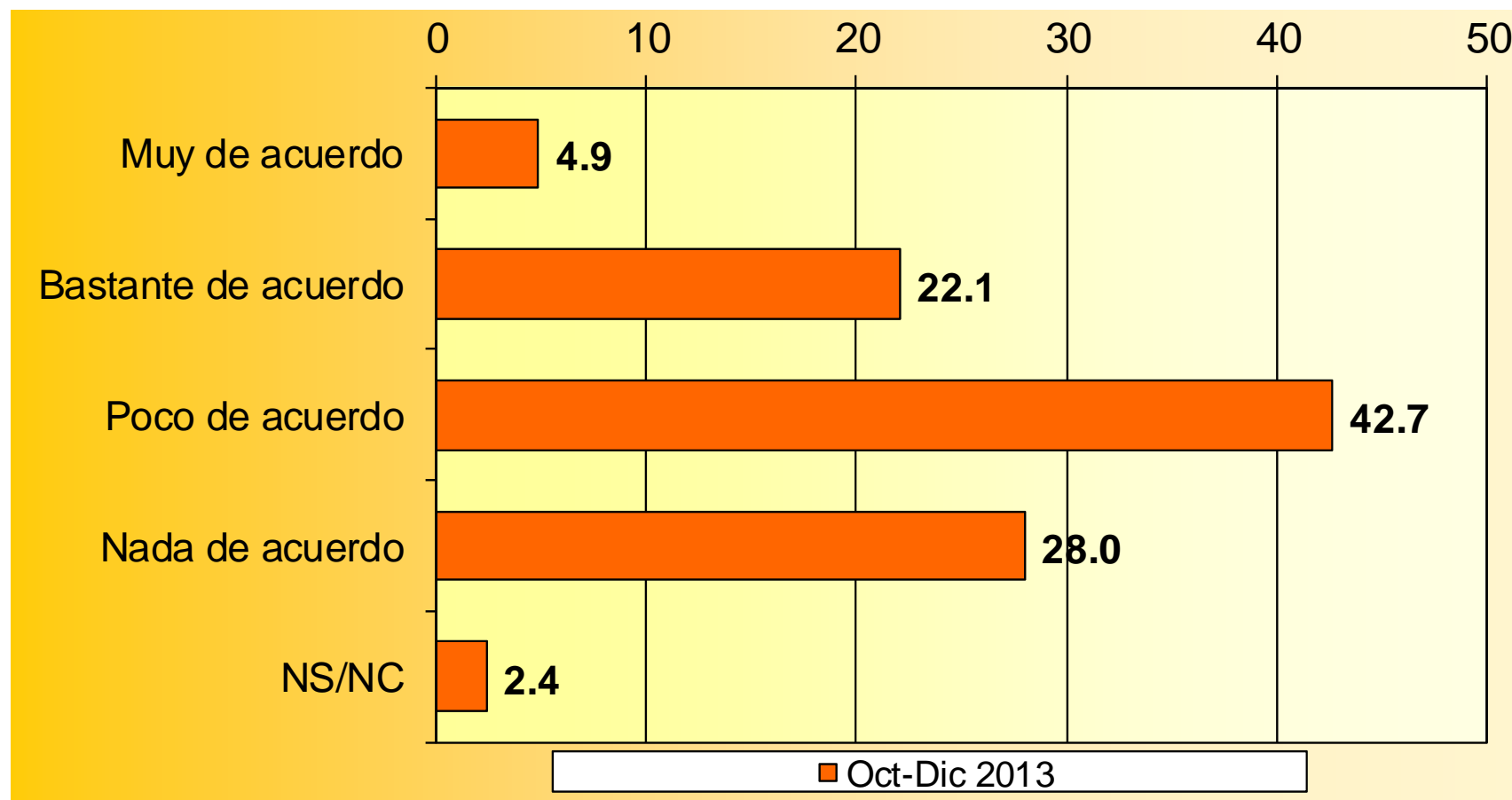
Los problemas de Internet

“Me molesta la publicidad en el teléfono móvil”



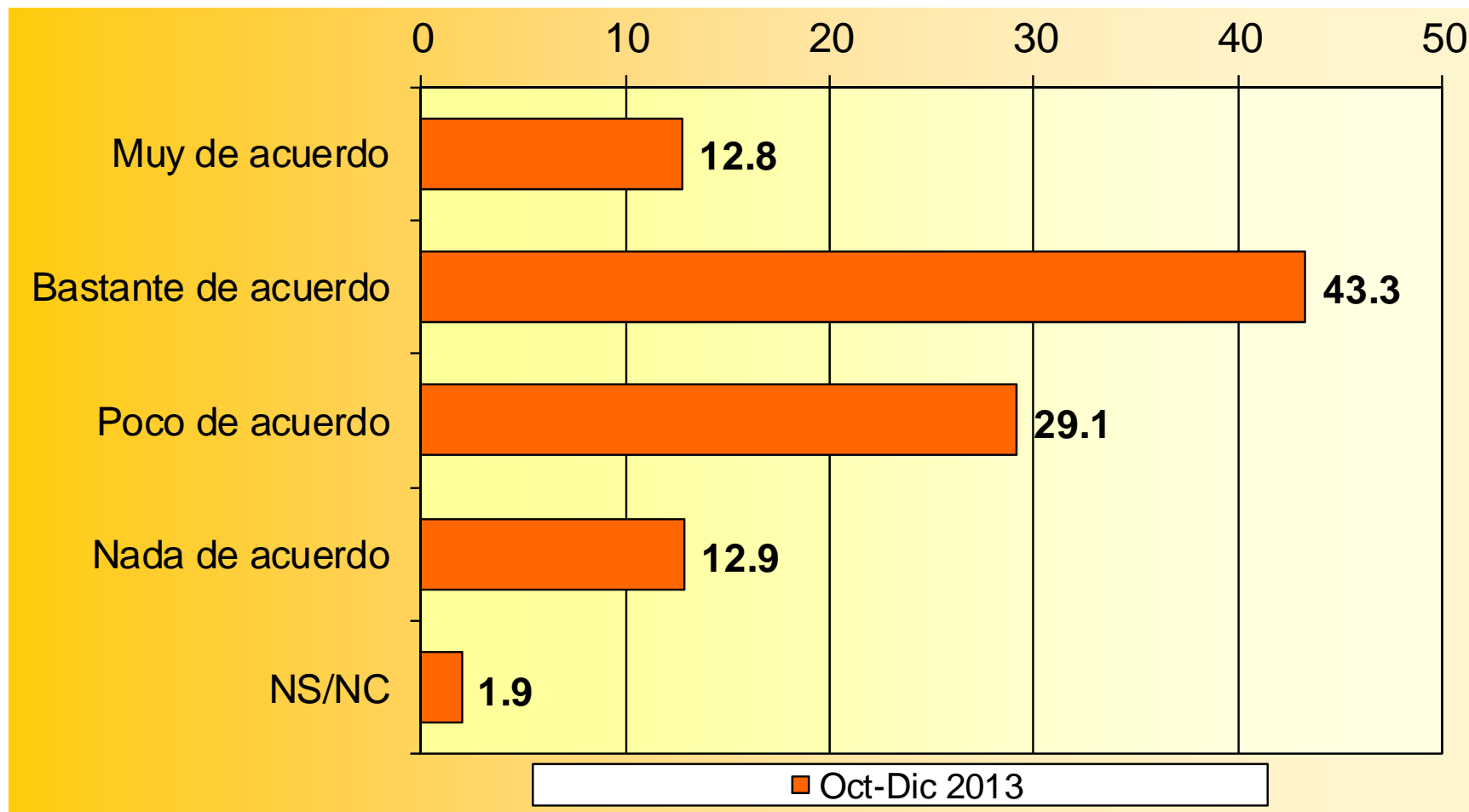
Los problemas de Internet

“La publicidad en Internet me resulta más interesante que en otros medios”



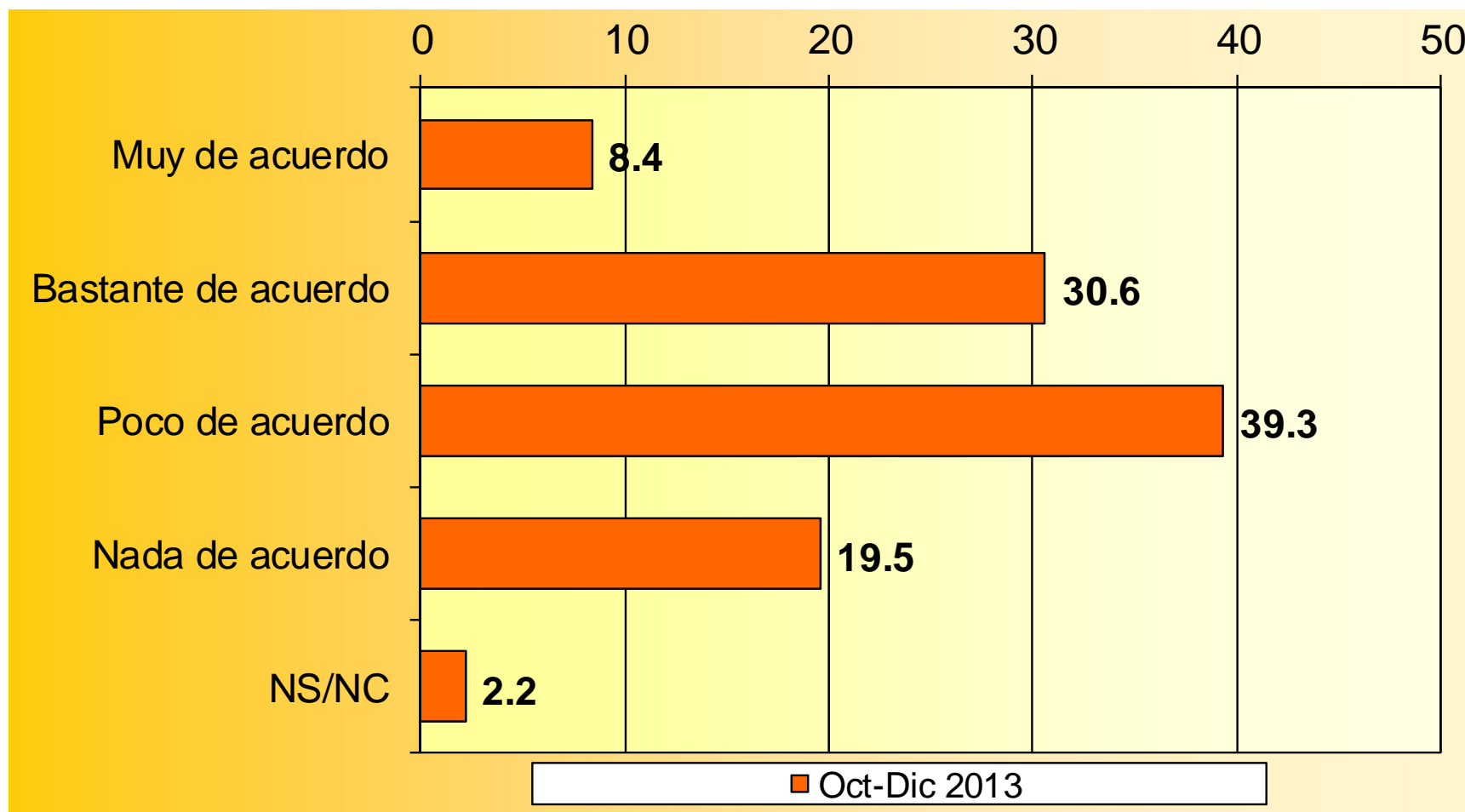
Los problemas de Internet

“La publicidad es necesaria para que Internet se desarrolle”



Los problemas de Internet

“Veo más útil la publicidad en Internet en comparación con otros medios”



El consumo de medios en Internet

- ✓ **Fuentes de información de actualidad: la fragmentación de Internet**
 - ✓ La TV y la web de un periódico son las dos fuentes de información de actualidad preferidas por los encuestados, con un 69 y 66% de menciones respectivamente
 - ✓ La radio (47%) es el tercer medio, a gran distancia de los anteriores
 - ✓ Por encima del 30% se sitúa la prensa en papel y prácticamente al mismo nivel los diarios digitales puros

El consumo de medios en Internet

Fuentes de información de la actualidad



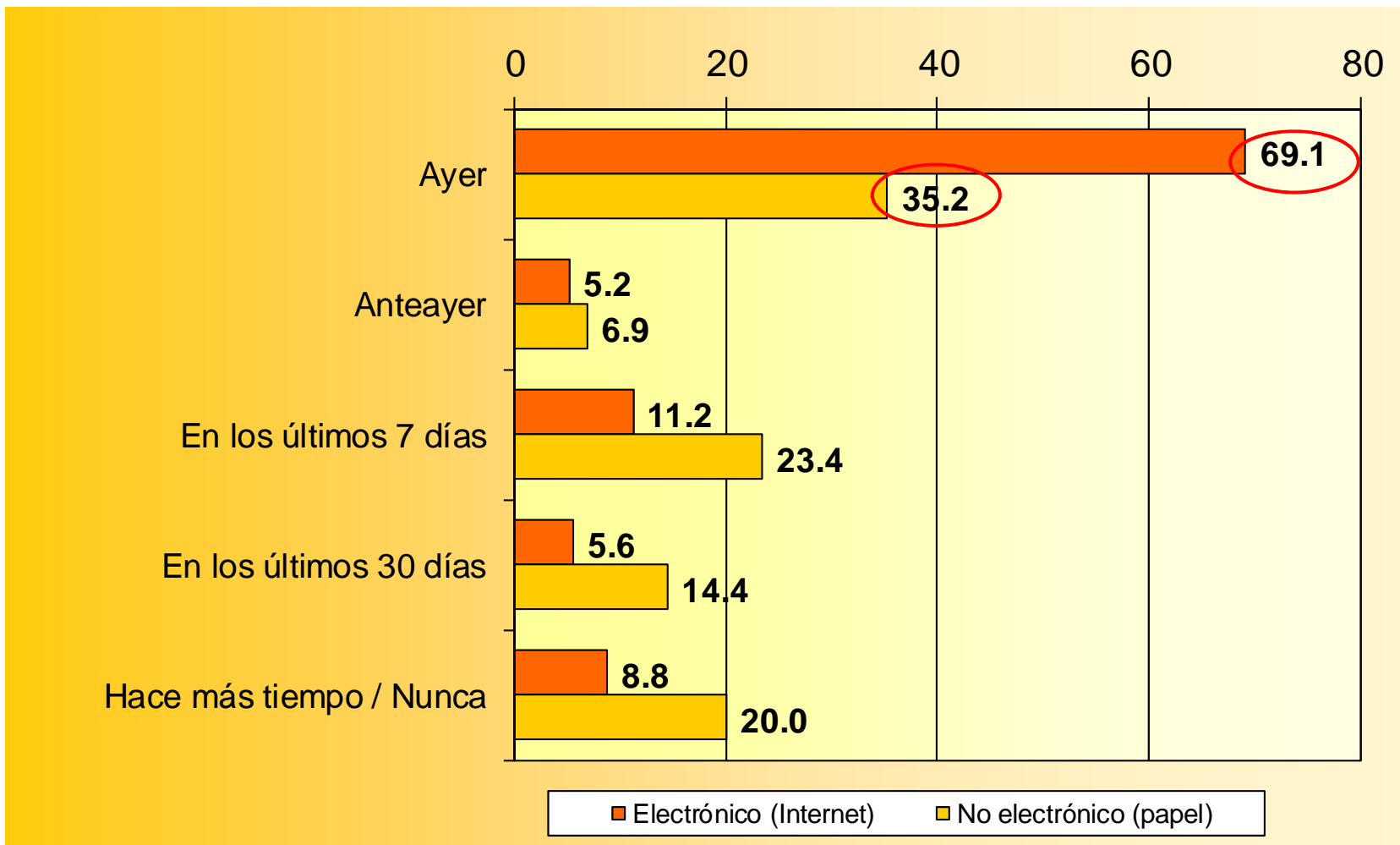
El consumo de medios en Internet

Prensa

- ✓ Alrededor de tres cuartas partes hacen una lectura cotidiana de la prensa electrónica (valores similares a 2012)
- ✓ Se mantiene en torno al 46% la lectura de ambas formas, electrónica y en papel
- ✓ Predomina la lectura exclusiva de la prensa electrónica frente a la lectura exclusiva de la edición impresa entre los Navegantes en la Red (36,5% vs. 8%)
- ✓ Incrementos en el nivel de lectura desde el teléfono móvil (44,5%, +3 puntos) y, en especial, desde el tablet (31%, +7 puntos)

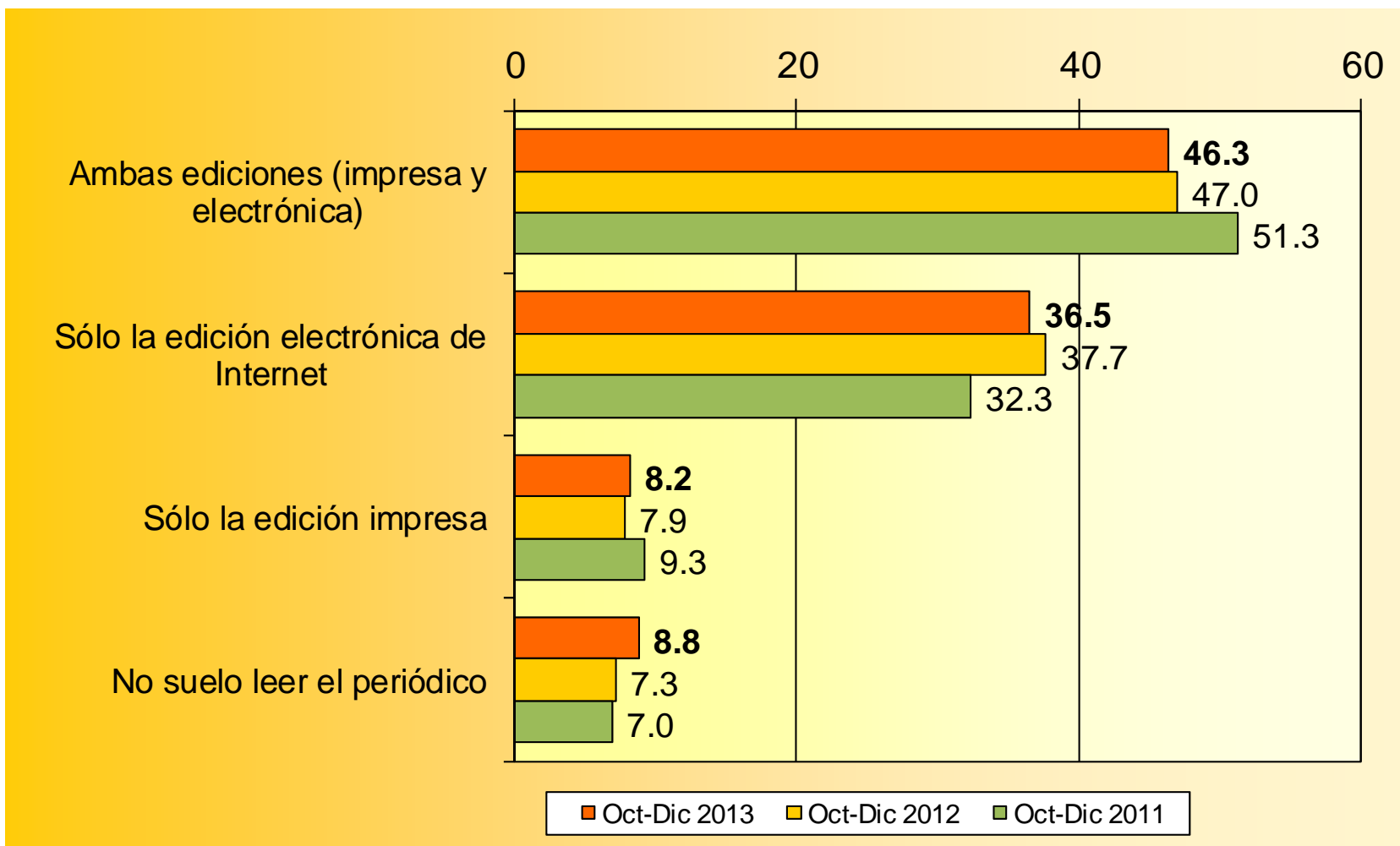
El consumo de medios en Internet

Lectura de diarios en papel y electrónicos



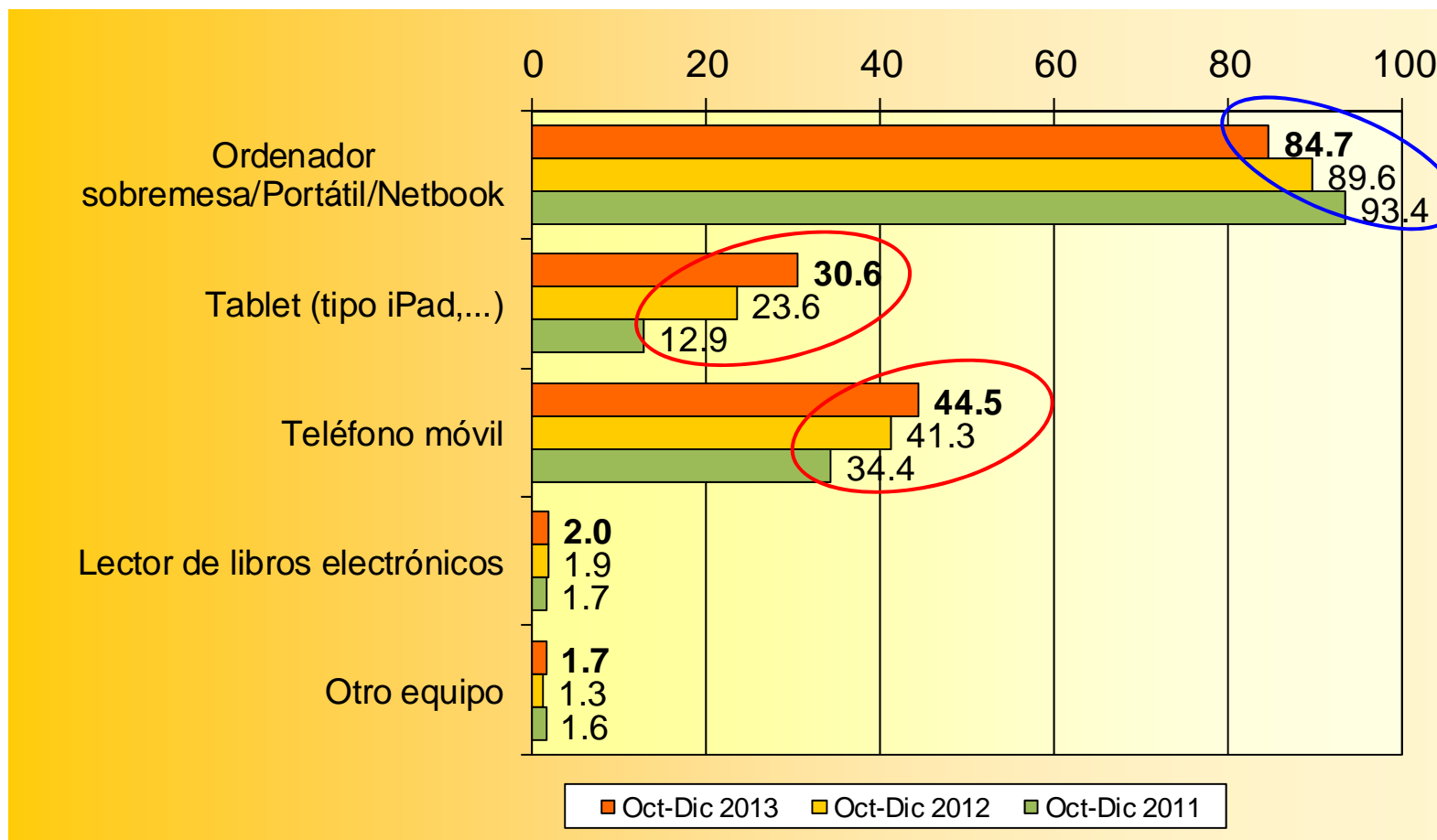
El consumo de medios en Internet

Forma habitual de lectura del periódico



El consumo de medios en Internet

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



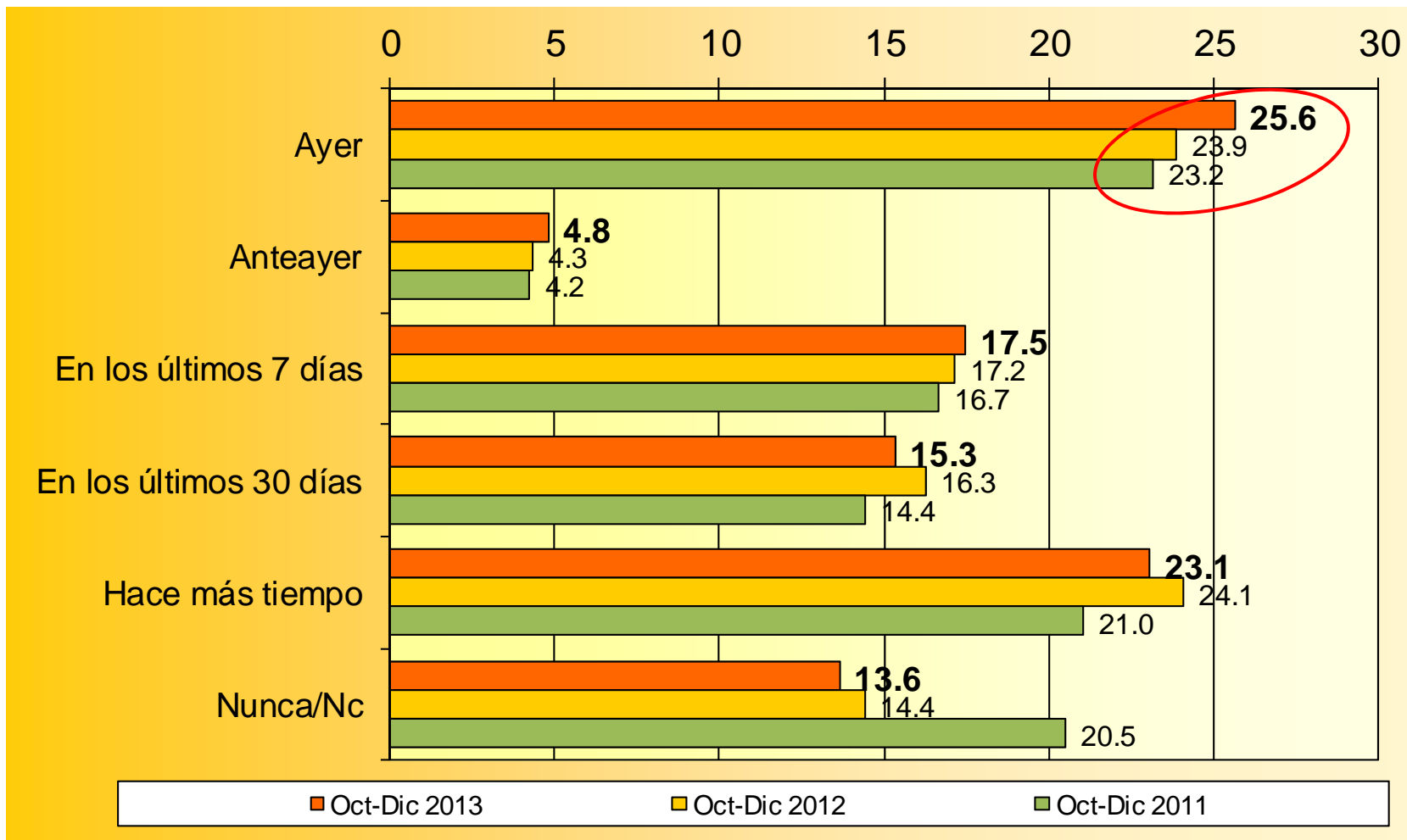
El consumo de medios en Internet

Revistas

- ✓ Sigue el crecimiento –leve pero constante- de la lectura electrónica (26%)
- ✓ La lectura semanal de revistas electrónicas y en papel es similar y se sitúa en torno al 48%
- ✓ Sigue creciendo la lectura a través de los dispositivos móviles en detrimento del PC de sobremesa o portátil
 - ✓ tablet (28,5%) / móvil (27%)

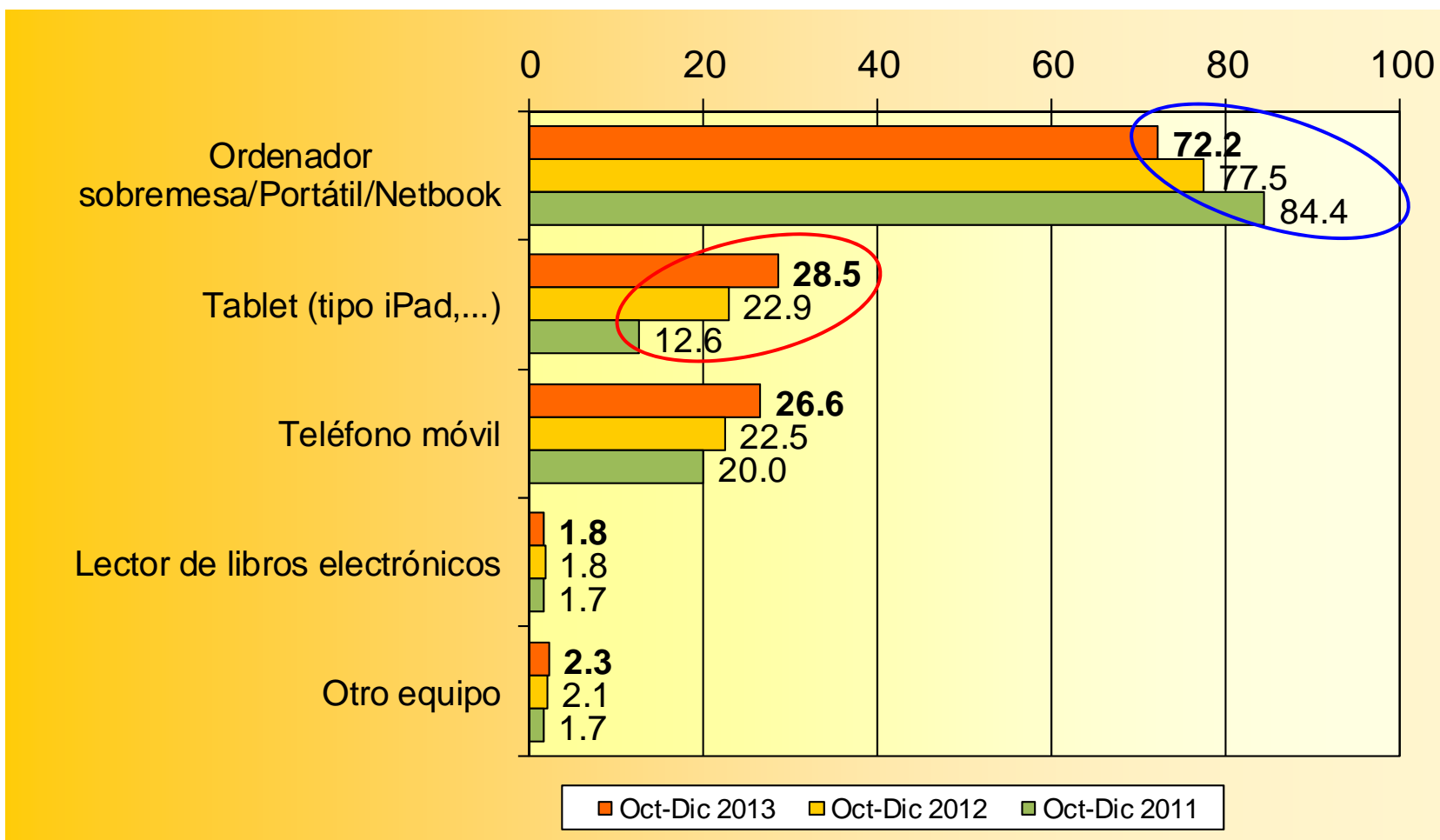
El consumo de medios en Internet

Lectura de revistas electrónicas



El consumo de medios en Internet

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



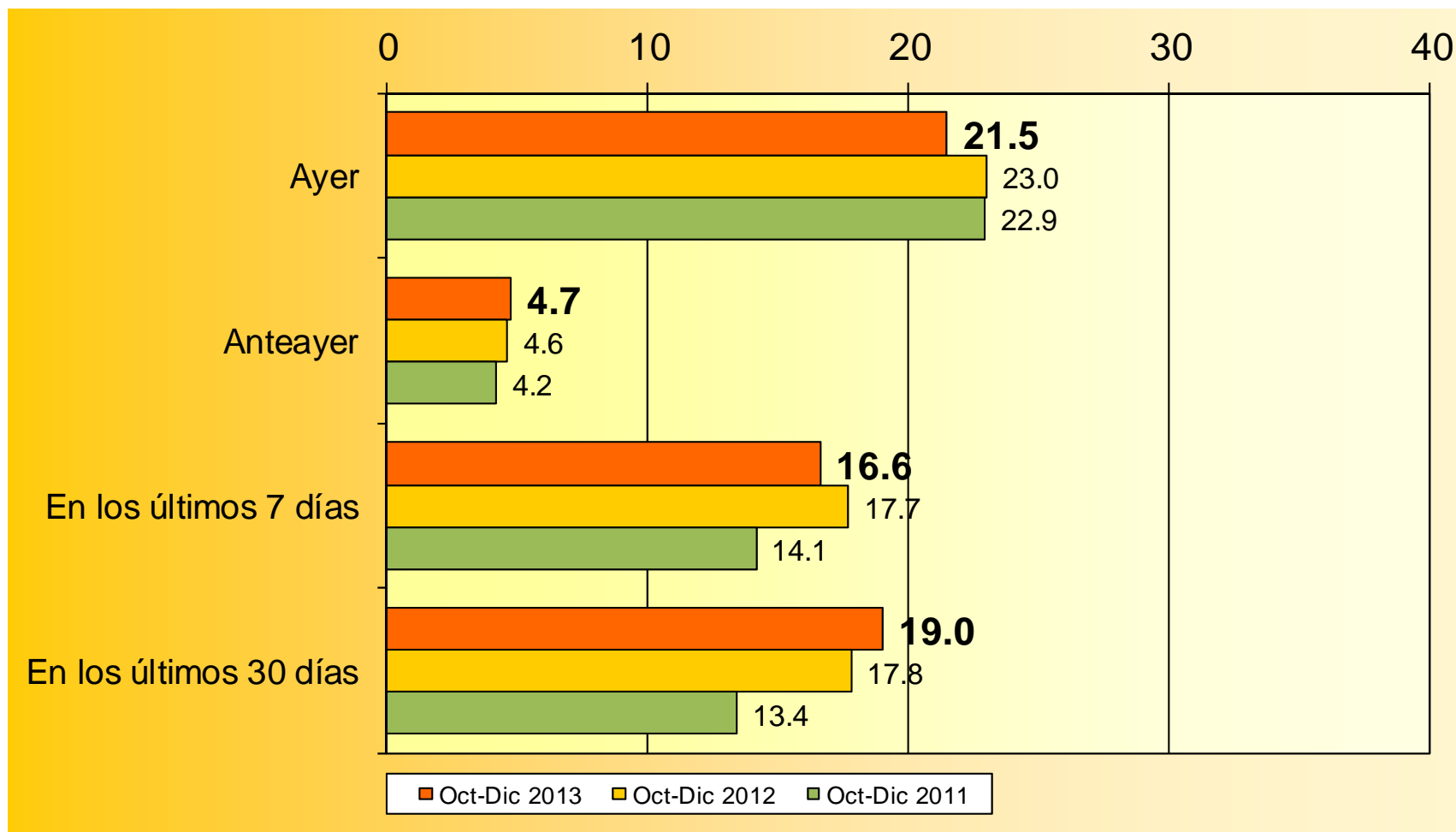
El consumo de medios en Internet

Radio

- ✓ **Se mantiene en valores similares la frecuencia de escucha de la radio por Internet (alrededor del 43% en la última semana)**
- ✓ **El 21,5% de los encuestados hace un uso diario de este medio en Internet**

El consumo de medios en Internet

Escucha de radio por Internet



El consumo de medios en Internet

Televisión

- ✓ **Se mantienen los valores de 2012: alrededor del 45% ve TV por Internet en la última semana (18% ayer)**
 - ✓ Desde el móvil: 14% (+3 puntos) / Desde el tablet: 15,5% (+4 puntos)
- ✓ **El visionado diario o casi diario de películas/series online mediante conexión del ordenador al TV también se mantiene en torno al 23%, pero se producen incrementos notables en el visionado por tablet y móvil**
 - ✓ En el tablet (22%, +7 puntos) / En el móvil (16%, +4 puntos)
 - ✓ En TV conectado a Internet (10%)

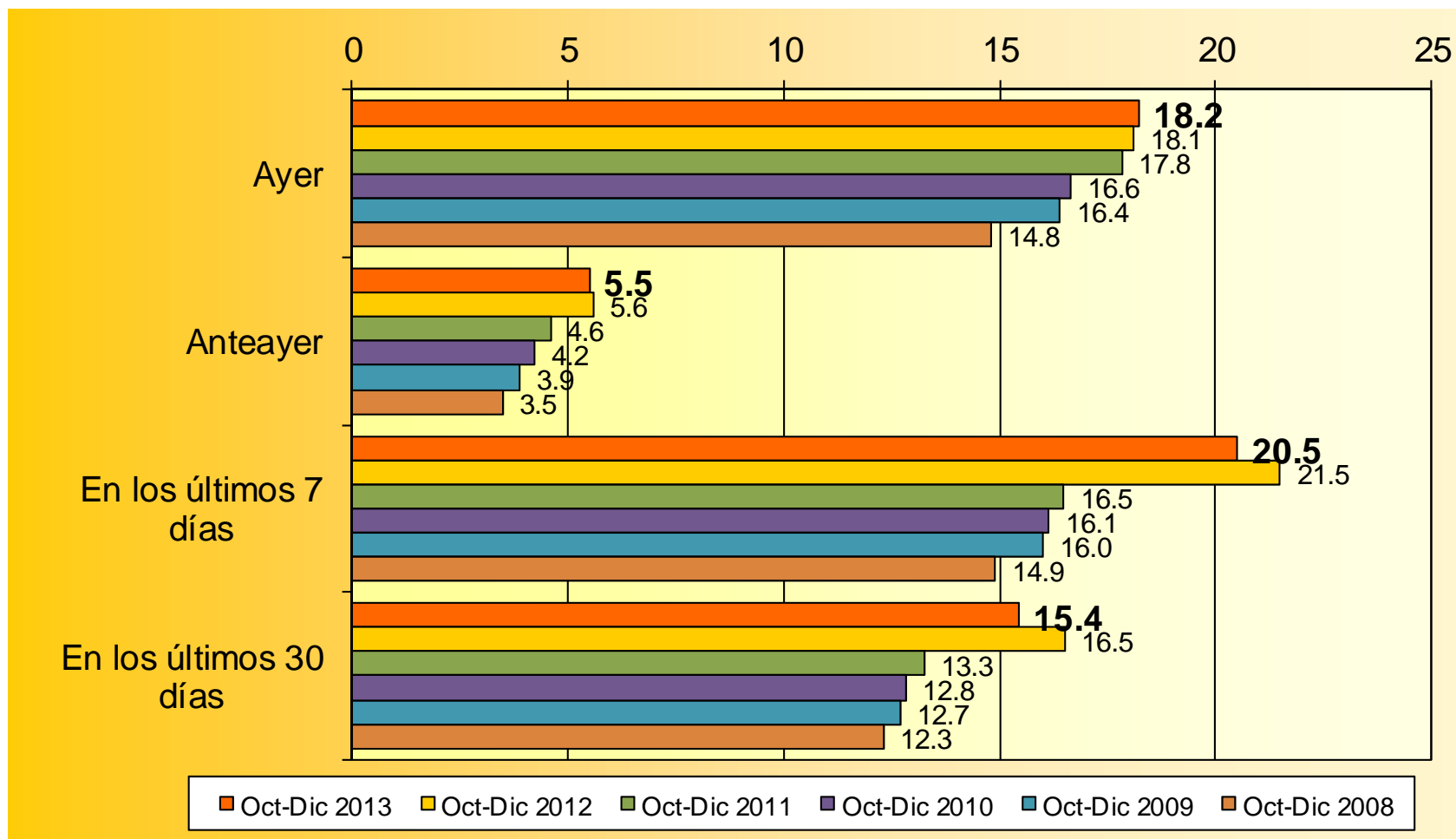
El consumo de medios en Internet

Televisión

- ✓ **Alrededor del 35% oye la radio y el 38% tiene el televisor encendido mientras usa Internet**
- ✓ **Asciende al 56,5% quienes en alguna ocasión han realizado alguna actividad por Internet que tiene que ver con el programa de TV que se está viendo**
- ✓ **El 30% reconoce acceder a redes sociales para ver o hacer algún comentario sobre un programa de televisión que está viendo**

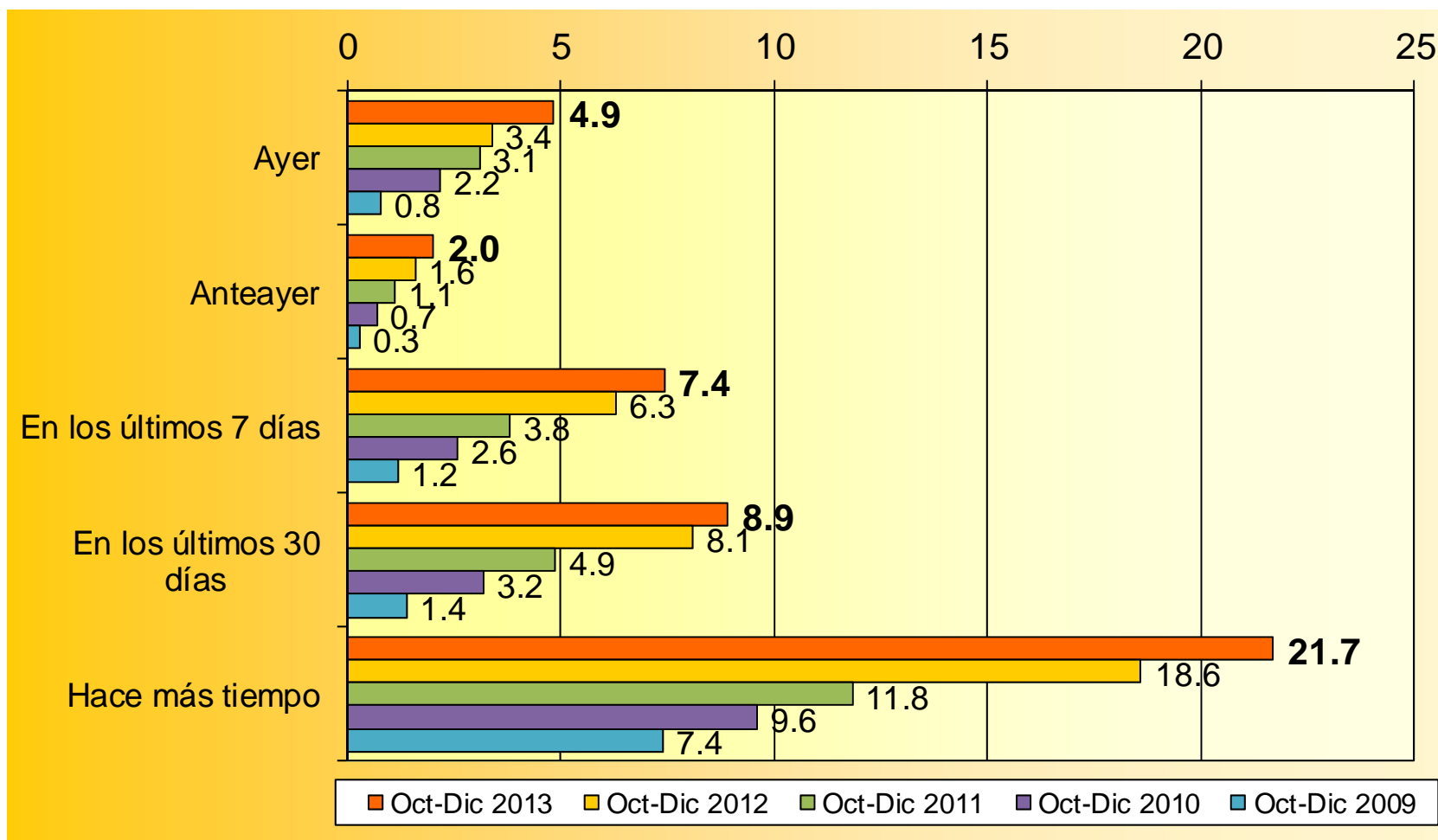
El consumo de medios en Internet

Visionado de televisión por Internet



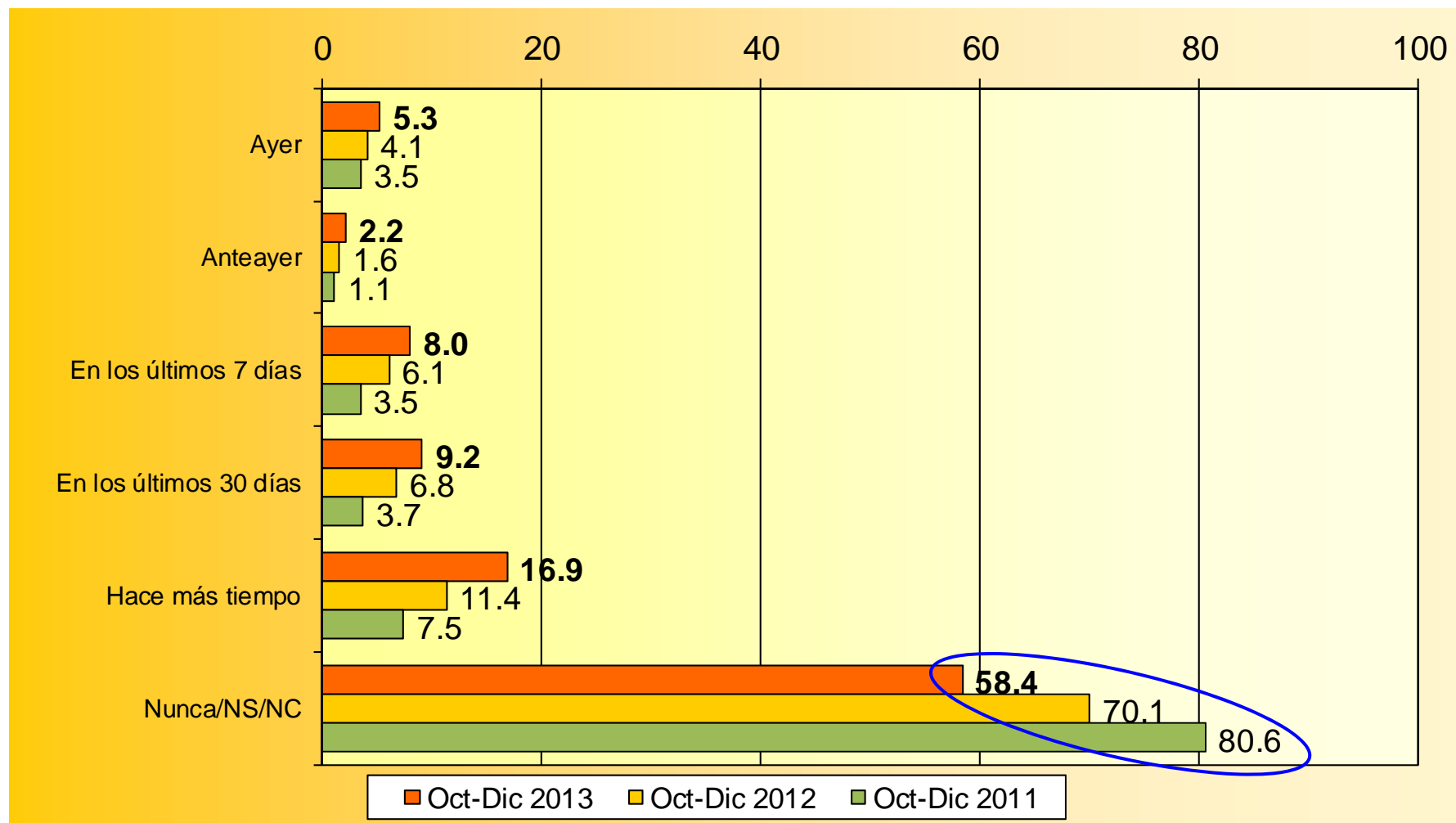
El consumo de medios en Internet

Último visionado de TV en el teléfono móvil



El consumo de medios en Internet

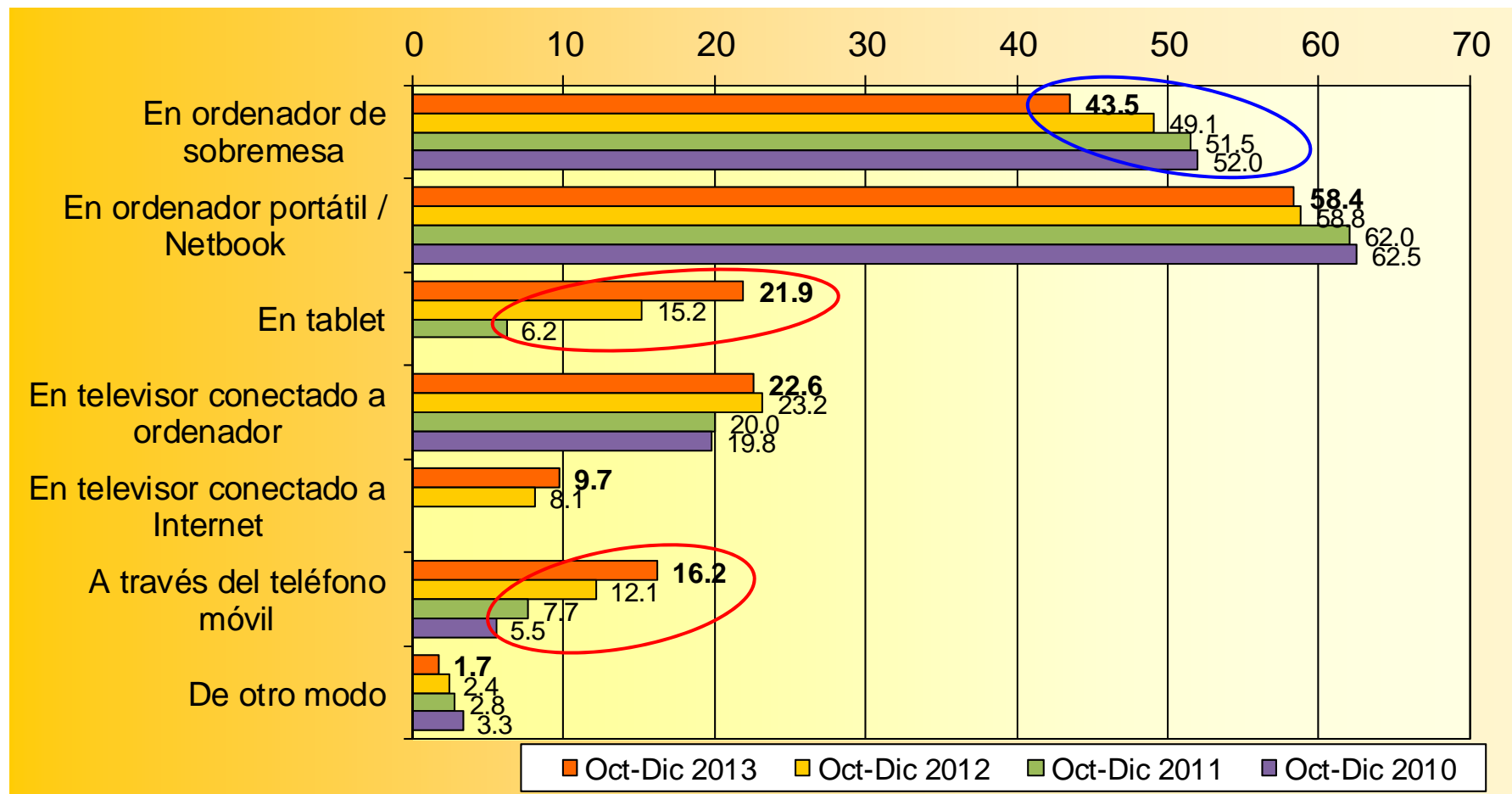
Último visionado de TV en tablet



El consumo de medios en Internet

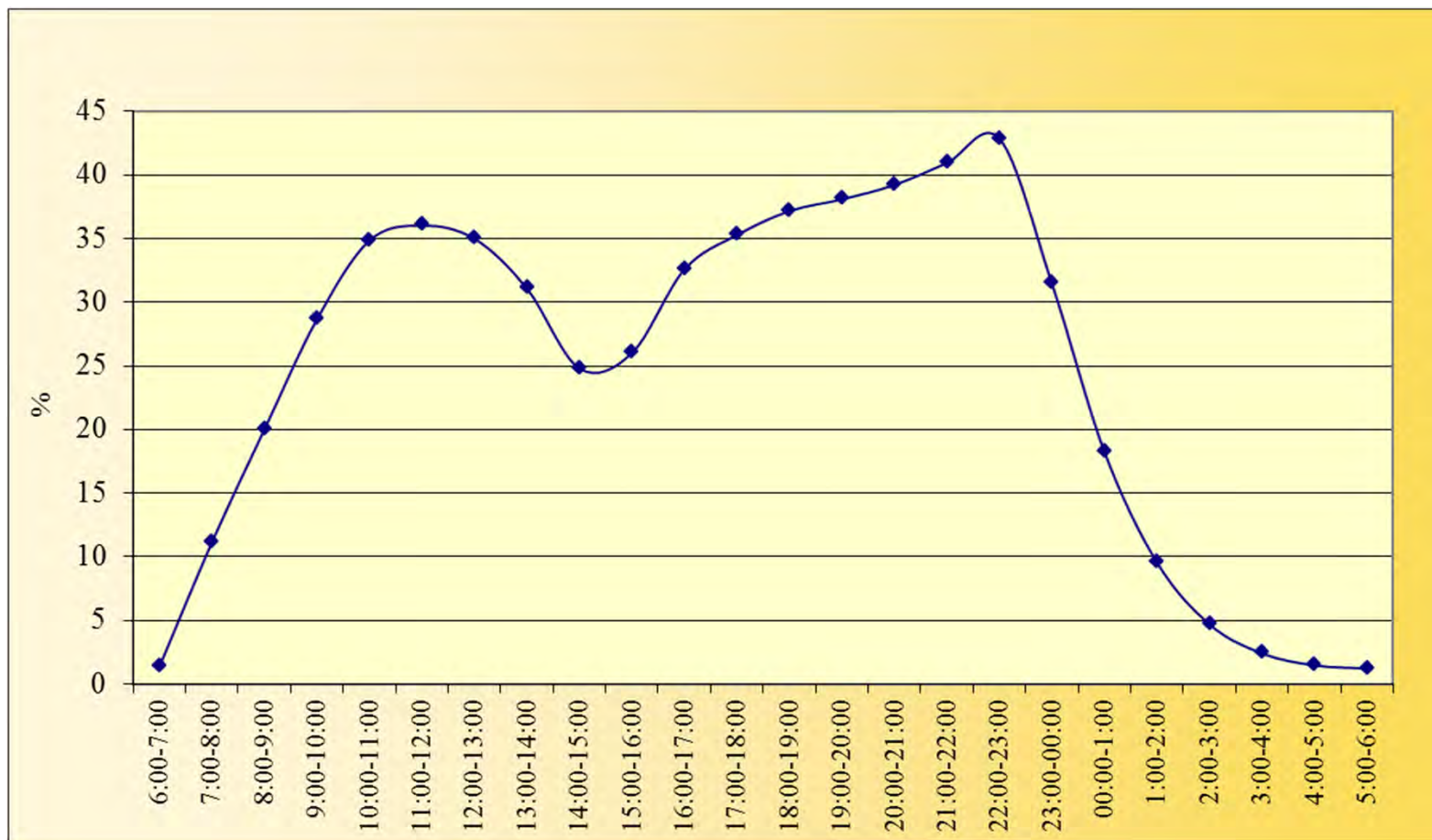
Visionado online de las películas/series (sin descargar)

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



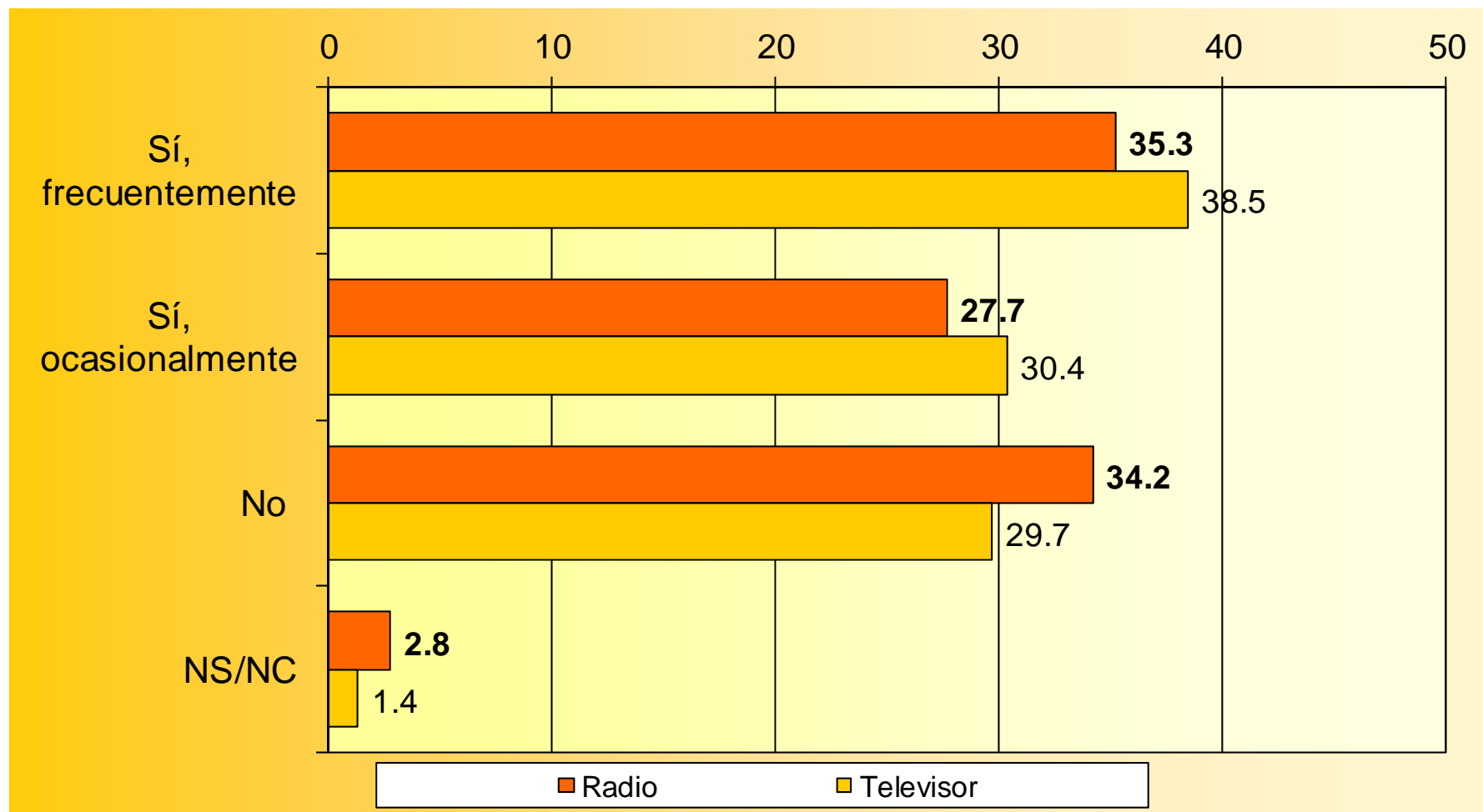
Hábitos del internauta de la Encuesta

Periodos horarios en que estuvo utilizando ayer Internet
(Base: ha accedido ayer)



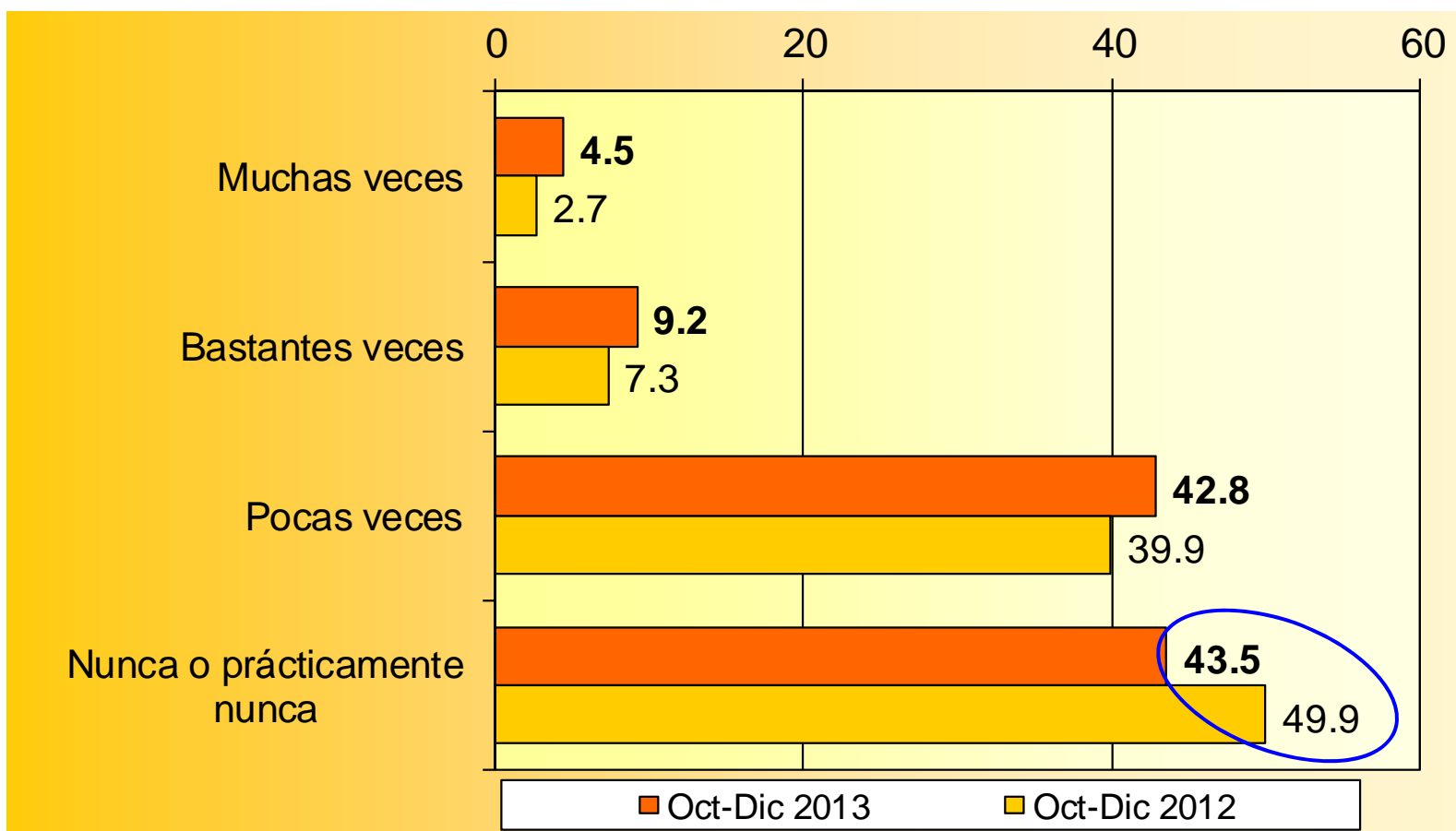
El consumo de medios en Internet

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



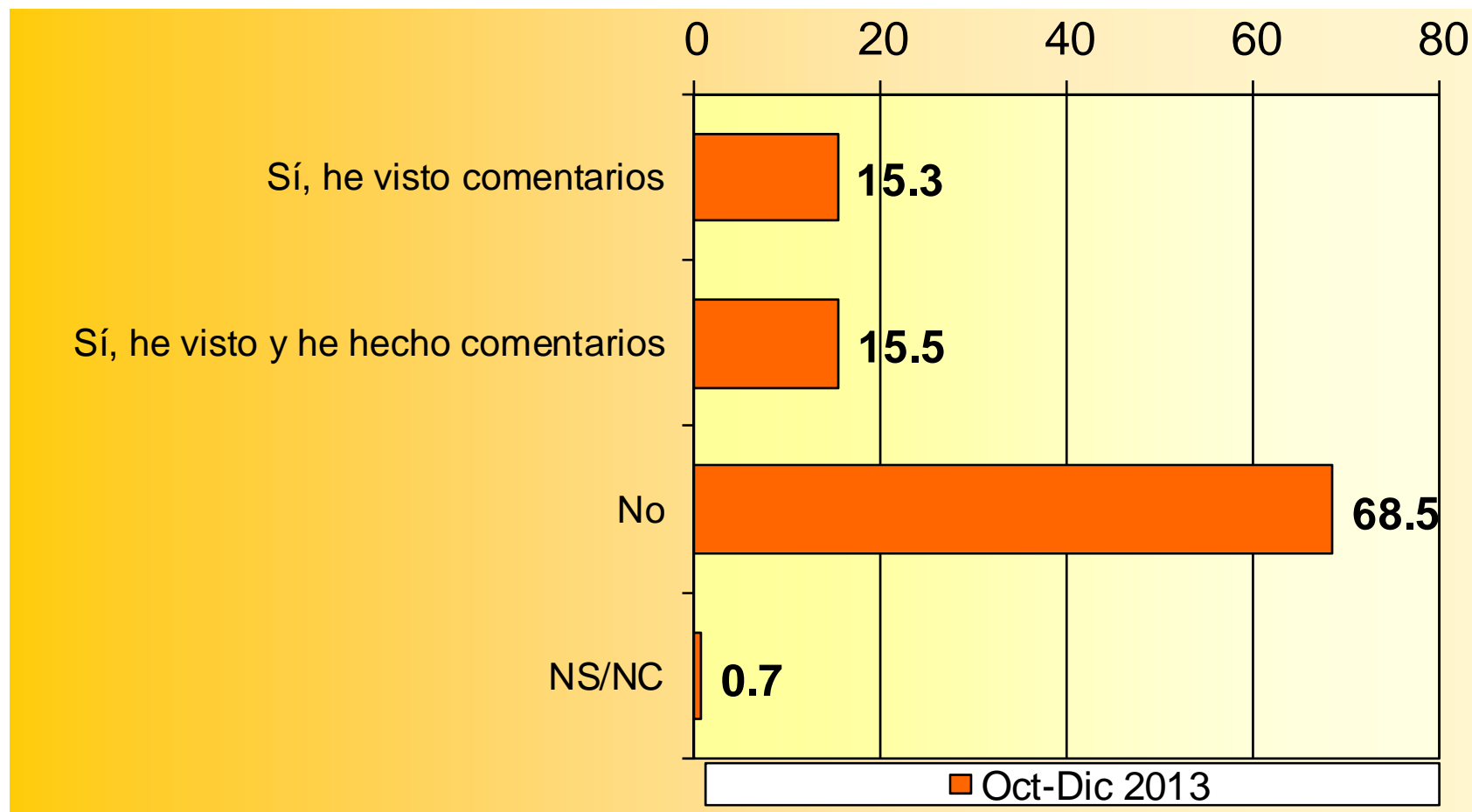
El consumo de medios en Internet

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



El consumo de medios en Internet

**Comentarios en redes sociales sobre un programa de TV que se está viendo
(Último mes - Base: usan Internet mientras ve tv)**





Percepciones sobre Internet

- ✓ **En torno al 80% cree que Internet tiene gran capacidad de movilizar a la gente**
- ✓ **Para algo más del 50% Internet permite una participación más activa en la política**
- ✓ **El 75% se muestra preocupado por la privacidad en las redes sociales**
- ✓ **Algo más de dos tercios dicen estar preocupados por el uso de los datos personales que se proporcionan en Internet**
- ✓ **El 52% opina que siempre le deberían pedir permiso al utilizar cookies**
- ✓ **Existe una preocupación mayoritaria (68%) acerca del control que los gobiernos pueden hacer sobre Internet.**
 - ✓ **En concreto un 53,5% dice sentirse vigilado en Internet**
- ✓ **Con respecto al "derecho al olvido" en Internet, casi tres cuartas partes de los internautas entrevistados consideran que la gente debería tener derecho a la eliminación de referencias personales por parte de los buscadores.**

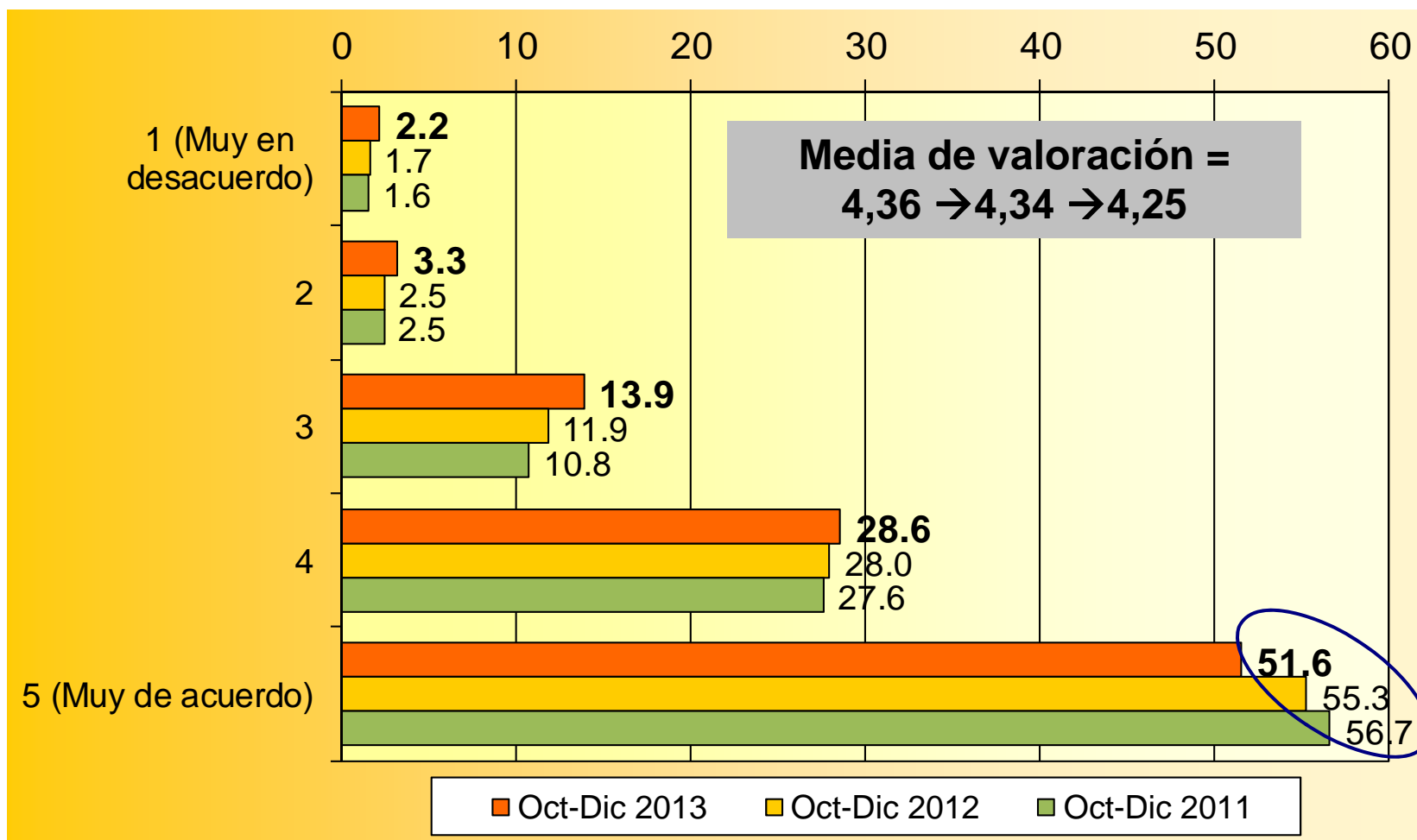


Percepciones sobre Internet

- ✓ **Predominan quienes están en contra del pago por acceder a contenidos protegidos por copyright (43%), pero se recortan sensiblemente las diferencias con quienes están a favor (25%; en 2012 la diferencia ascendía a 25 puntos y se ve recortada en 2013 hasta los 18 puntos)**

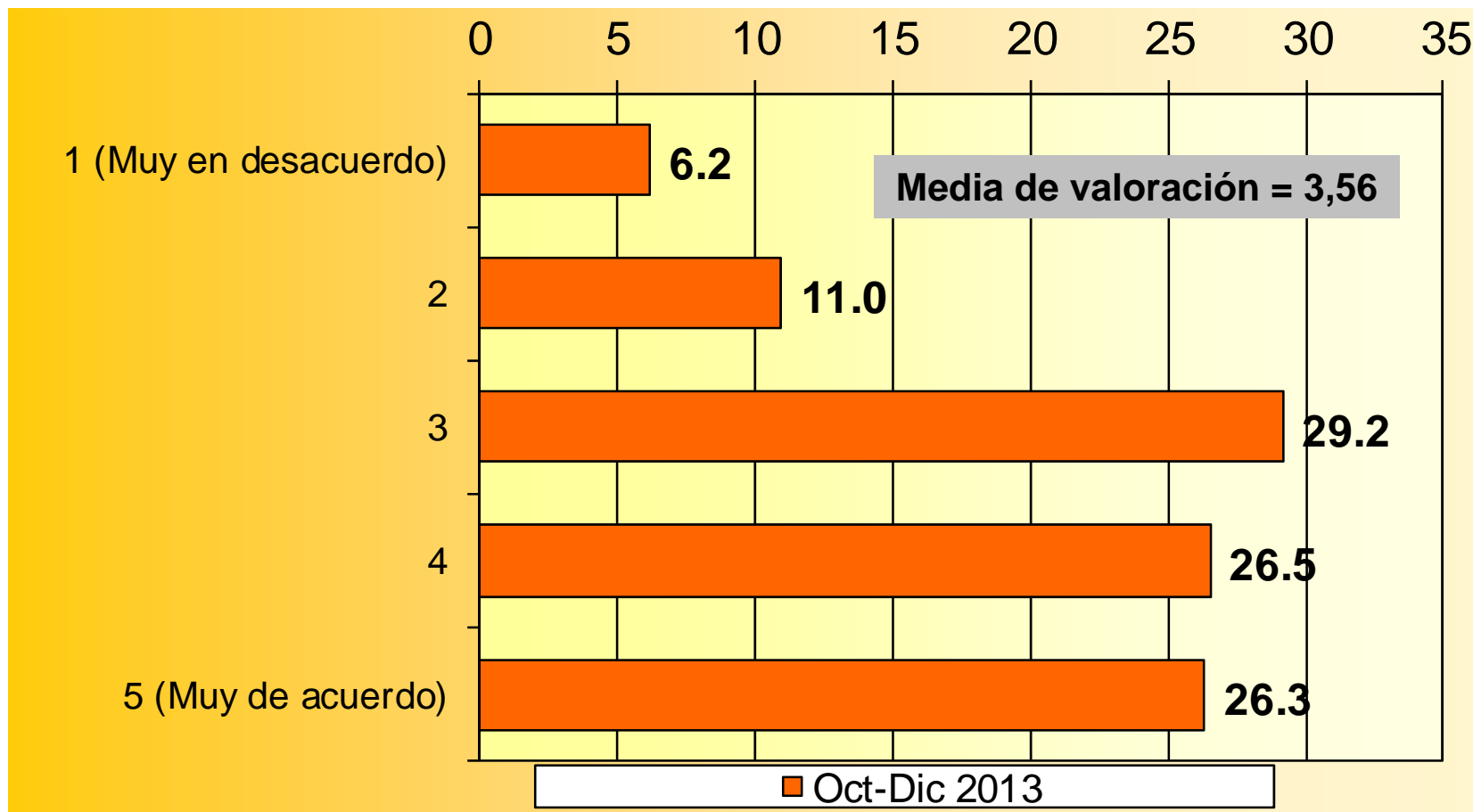
Percepciones sobre Internet

“Internet tiene gran capacidad de movilizar a la gente”



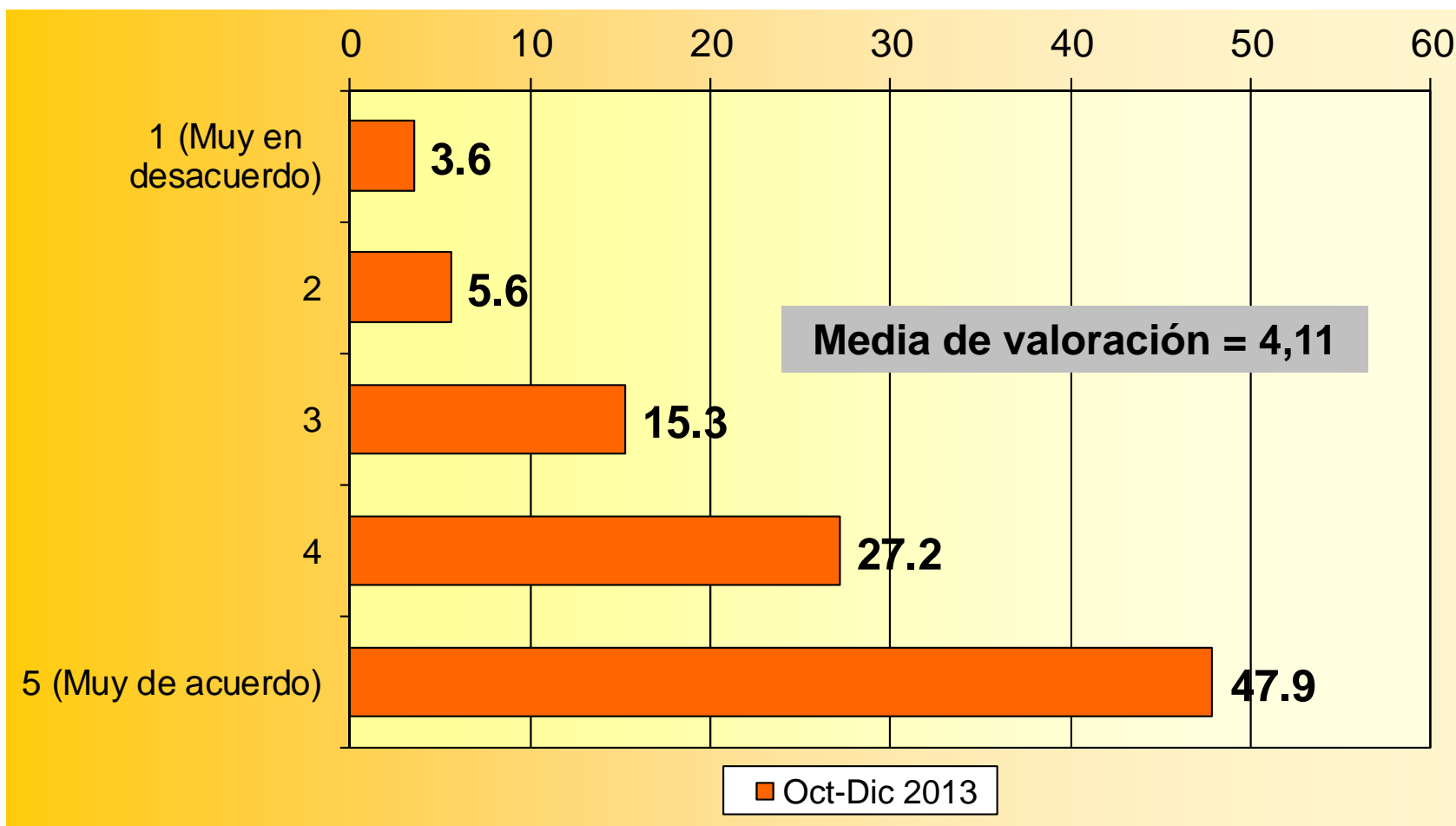
Percepciones sobre Internet

“Internet permite una participación más activa en la política”



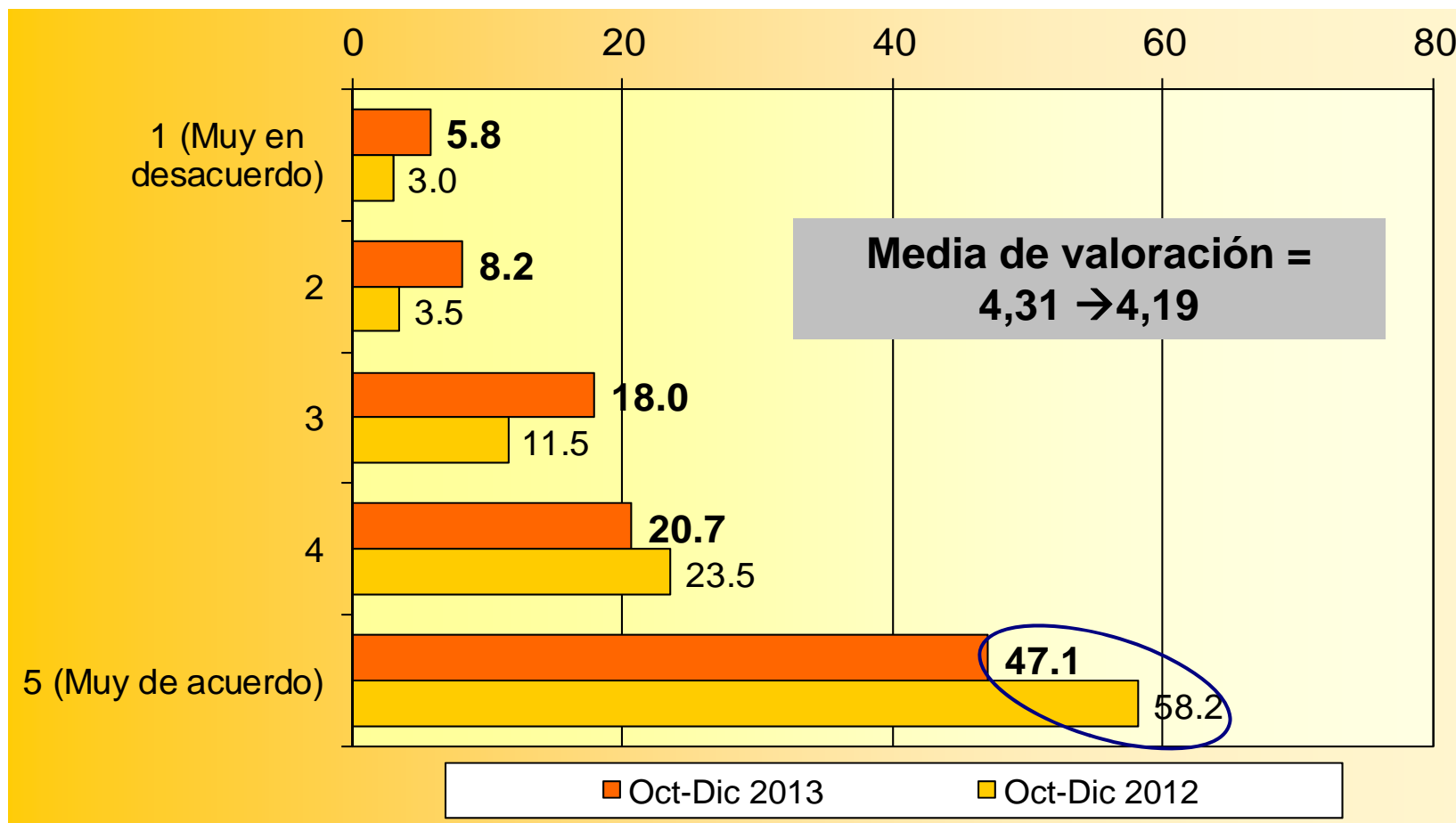
Percepciones sobre Internet

“Me preocupa la privacidad en las redes sociales”



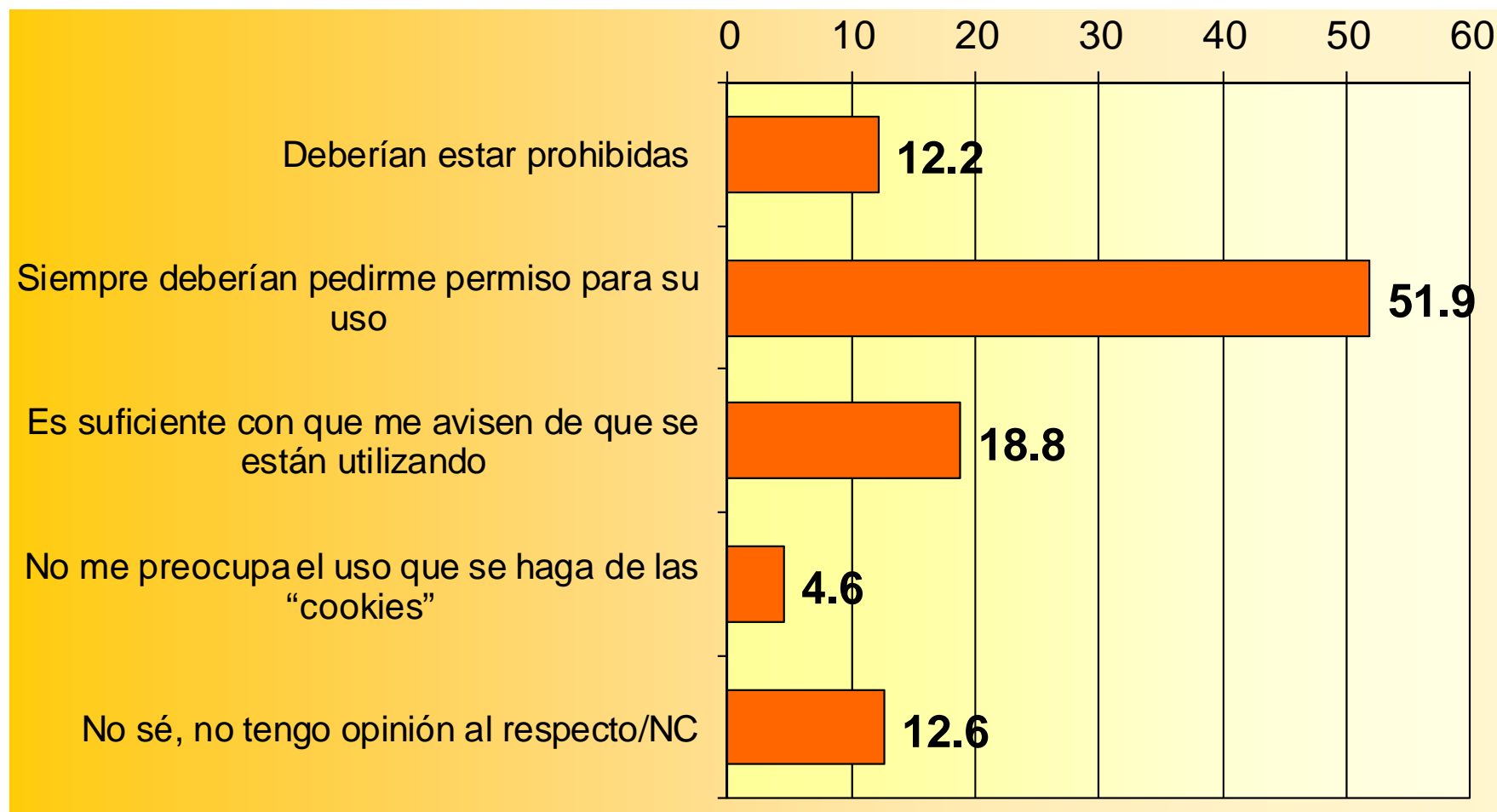
Percepciones sobre Internet

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



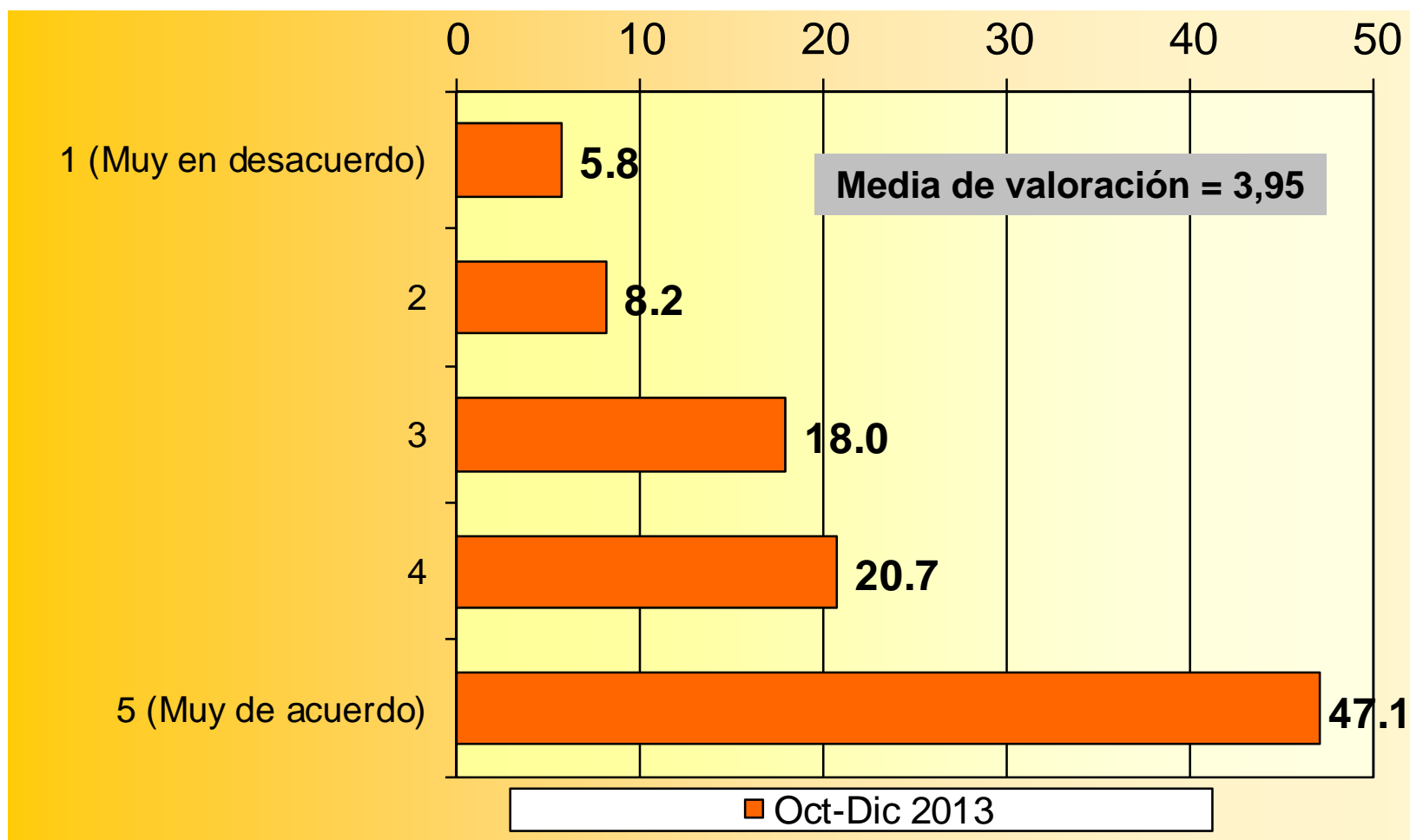
Percepciones sobre Internet

Posicionamiento frente al uso de “cookies”



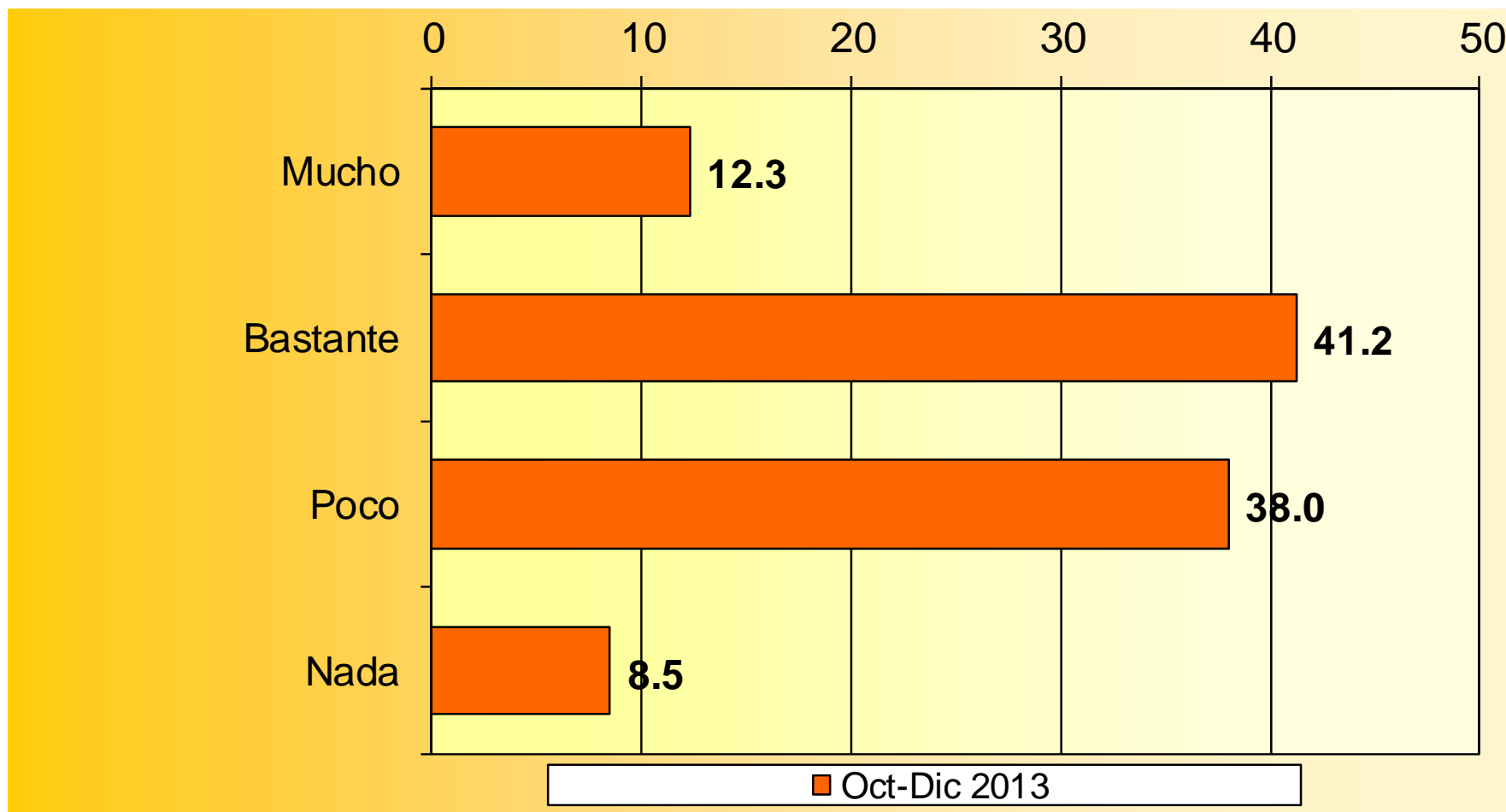
Percepciones sobre Internet

“Me preocupa que los gobiernos controlen lo que hago en Internet”



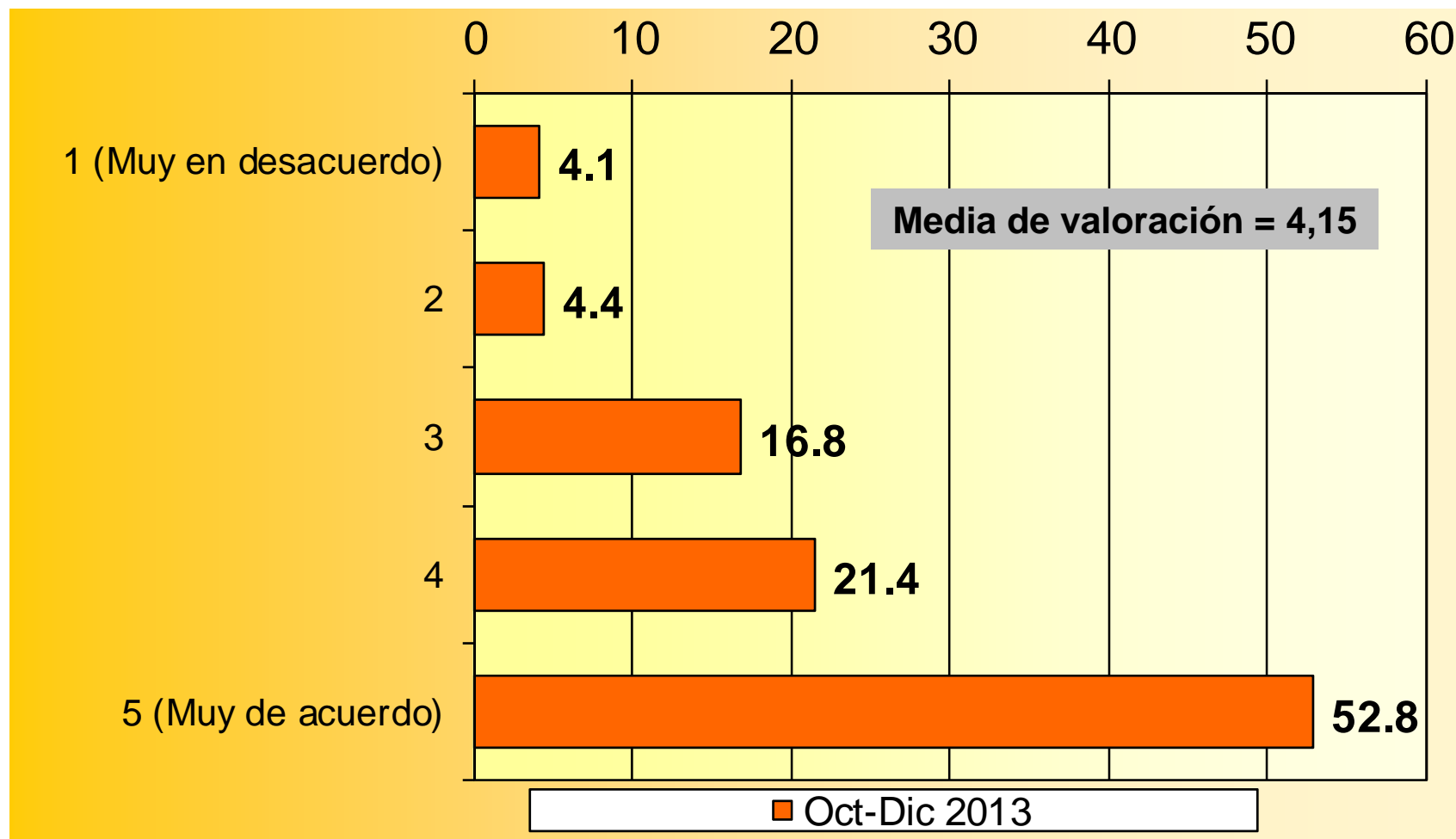
Percepciones sobre Internet

“¿Se siente vigilado en Internet?”



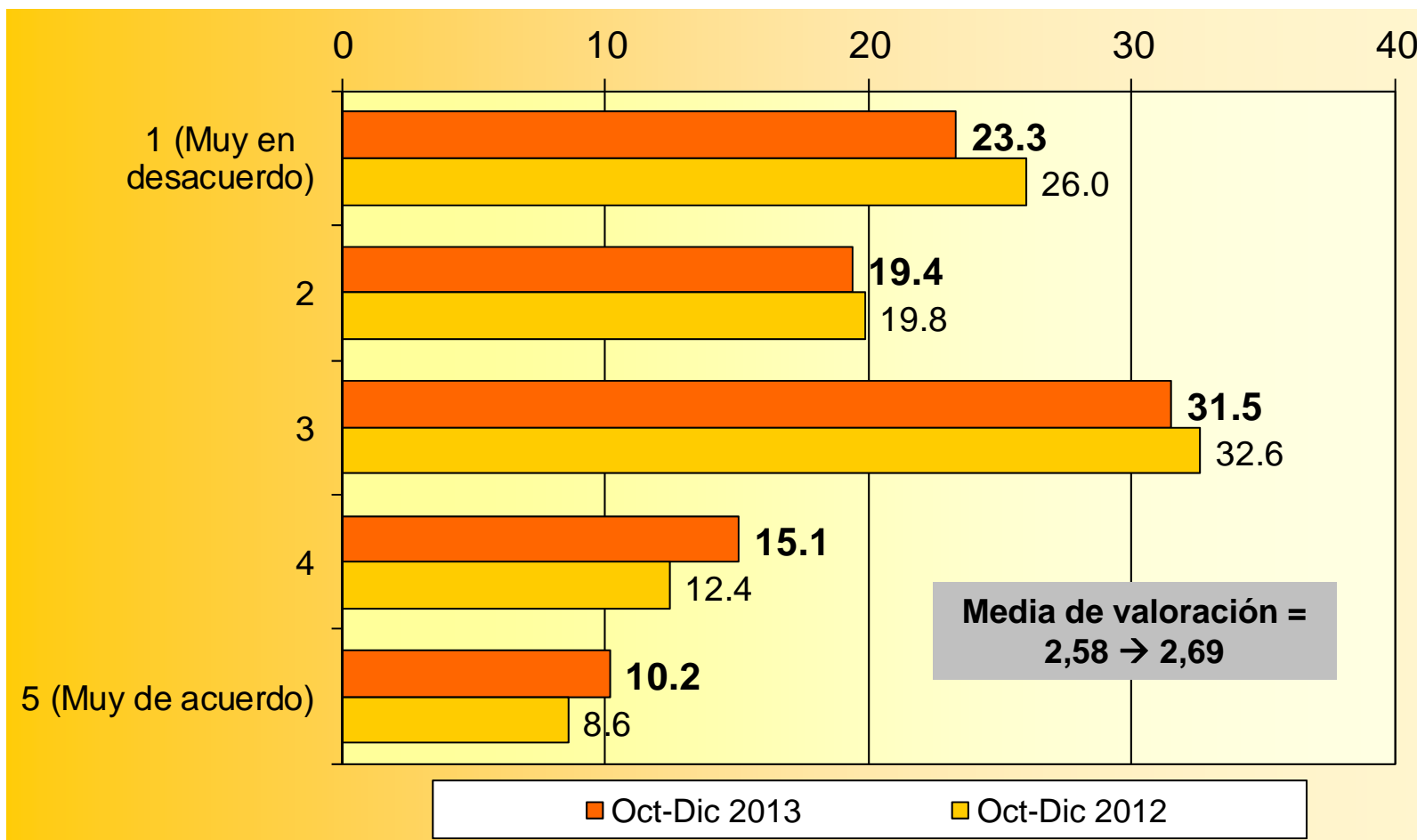
Percepciones sobre Internet

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



Percepciones sobre Internet

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





ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2013

Fernando Santiago – www.aimc.es



Patrocina

ODEC

Colabora

SAMSUNG