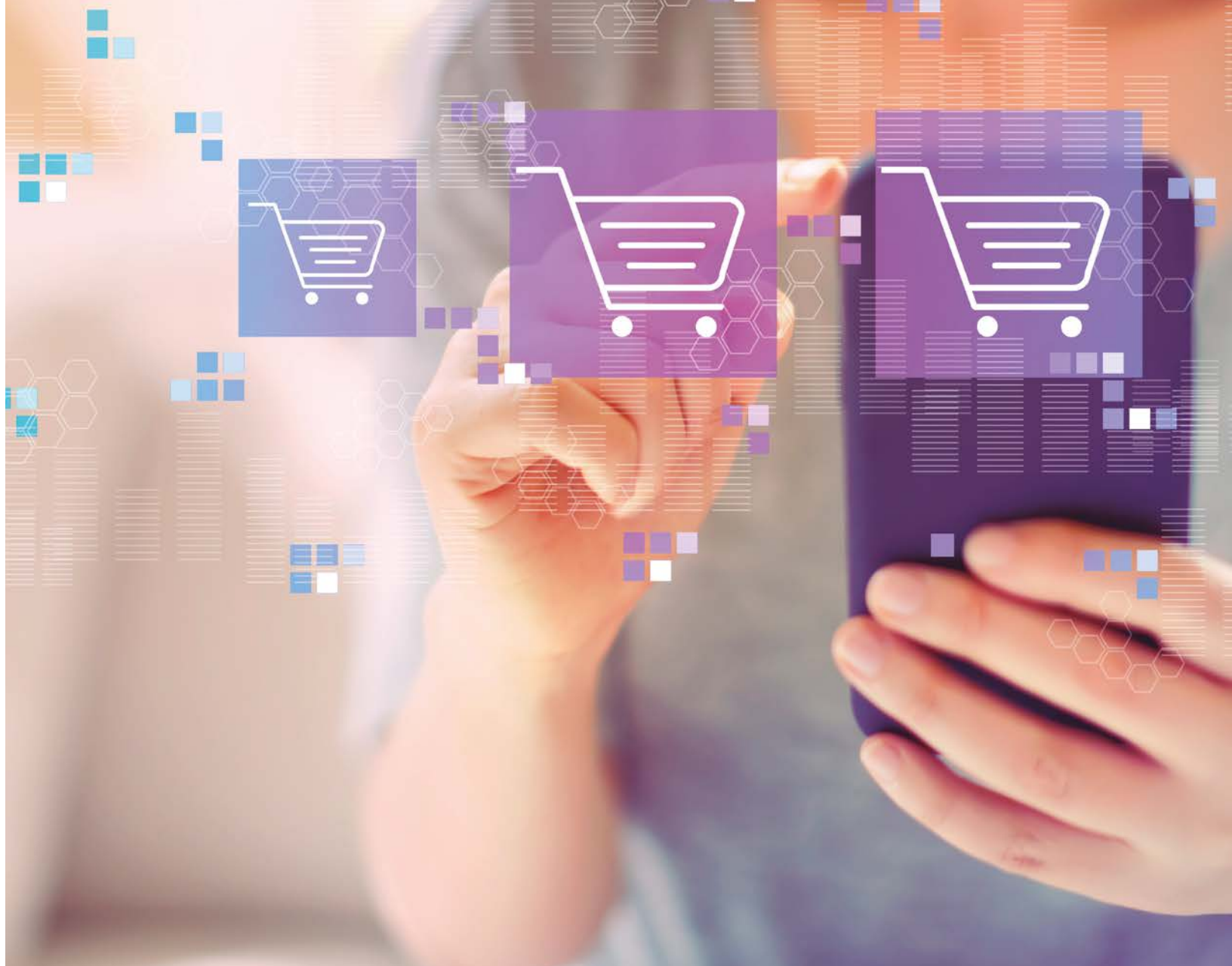


El móvil, la nueva “tarjeta de crédito” de los internautas



AIMC ha presentado la 22ª edición de “Navegantes en la Red”, el estudio sobre el uso de internet en nuestro país que permite conocer, de una manera profunda y precisa, la evolución de los usos y opiniones sobre los temas de actualidad de internet en España.

Con un 62,2% de navegantes que considera internet como su fuente principal para estar informado y un 50% de los usuarios que accede a ella desde el teléfono móvil y que destacan que “no podría vivir sin internet” en dicho dispositivo, el estudio analiza el uso de la Red en nuestro país y anticipa las numerosas tendencias que se producen en el entorno online. Por otro lado, el estudio desvela los hábitos y opiniones sobre internet en España, de tal manera que la 22ª edición de la Encuesta AIMC a Usuarios de Internet, Navegantes en la

año; un 43,5% de ellos las ha adquirido; un 29,5% las ha vendido; un 19,4% las ha recibido y un 11,9% ha realizado algún pago con ellas. Una serie de datos que vienen a confirmar cómo la banca online se ha convertido en un fenómeno normalizado para los navegantes. Tanto es así que hasta un 87,4% de los entrevistados utiliza esta modalidad bancaria. Además de que alrededor de un 65,2% han realizado transacciones bancarias en el último mes, por lo que sistemas para el envío de dinero entre particulares (como Bizum o Twypp) han sido utilizados, al menos,

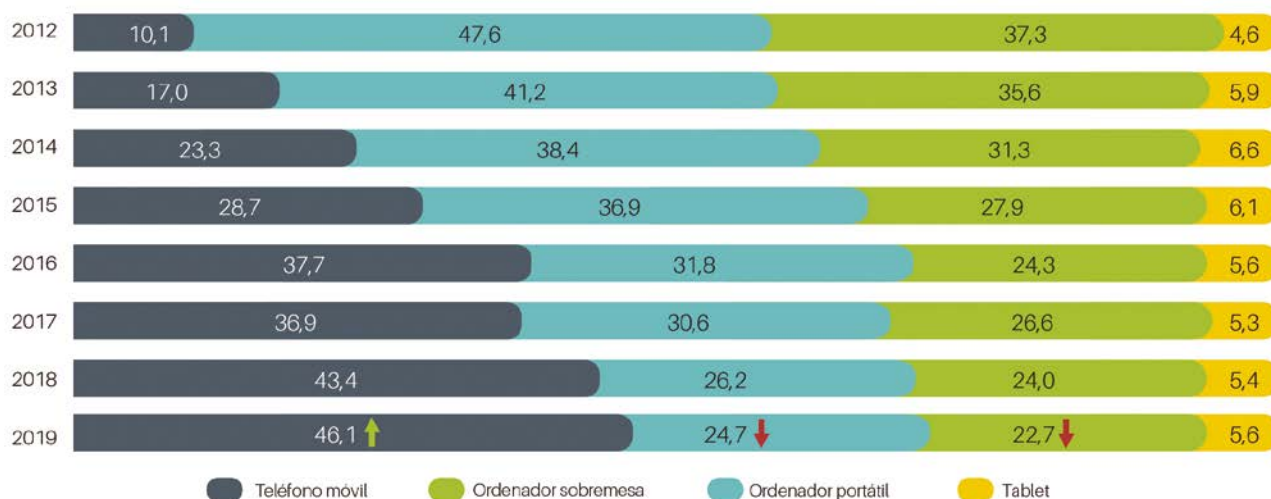
Entre los que acceden a internet a través del televisor, un 47,8% lo utiliza todos o casi todos los días

Red, presentado por AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), pone de manifiesto algunos de los resultados más relevantes recopilados tras un total de 20.000 respuestas válidas entre los internautas más activos. Entre esos datos cabe señalar cómo el uso del teléfono móvil como tarjeta de crédito se ha extendido entre los internautas, ya que un 33,2% de los mismos utiliza este dispositivo para pagar en establecimientos, empleando la tecnología *contactless* NFC. Asimismo, un 7,5% de los entrevistados ha poseído algún tipo de moneda virtual, destacando el bitcoin (con un 6%) sobre el resto (2,7%), de tal manera que el 71,5% de los que disponen de monedas virtuales ha hecho transacciones con ellas en el último

una vez por la mitad de los internautas (49,6%), mientras que aquellos que lo utilizan con cierta asiduidad ha crecido hasta el 37% en solo un año.

Por lo que respecta al uso de los asistentes de voz, el Asistente de Google y Siri continúan siendo los más utilizados (con un 53,1% y 37,1%, respectivamente), seguidos de Alexa, de Amazon, con un 22,9% y Cortana, de Microsoft, escogido por el 10,6%. Si bien algo más de la mitad de los encuestados (alrededor de un 54,3%) afirma no utilizar los asistentes virtuales de voz. A pesar de ello, se aprecia un incremento de aquellos que lo hacen varias veces a la semana o con una frecuencia mayor (concretamente, un 22,4%), y la gran mayoría los utiliza a través del móvil

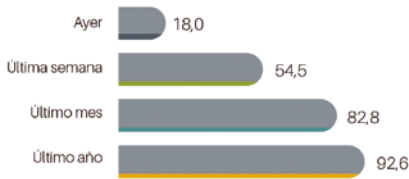
DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)



Fuente y elaboración: AIMC

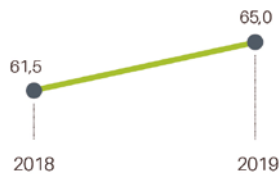
LAS COMPRAS EN INTERNET

ÚLTIMA COMPRA POR INTERNET (%)



CONFIANZA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)

ALTA O MUY ALTA



Fuente y elaboración: AIMC

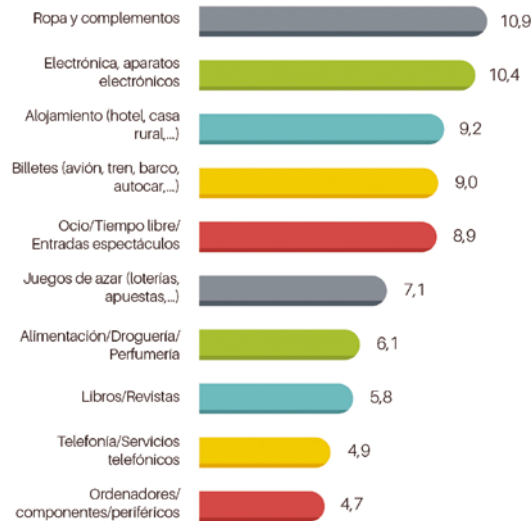
(78%), seguido de los altavoces inteligentes (29%), el ordenador (17,3%), la tableta (15,5%), el coche (10,4%), el televisor (8%) y el smartwatch (7,3%). En este apartado, se les ha preguntado a los usuarios de asistentes de voz por las actividades que más realizan con ellos: un 61,1% destaca las búsquedas o preguntas en general; un 48,4% consulta el tiempo o el tráfico; un 46,8% escucha la música o la radio; un 45,2% utiliza alertas, recordatorios, agenda, calendario o listas, y un 38,4% realiza llamadas de teléfono. A pesar de estos datos tan positivos, los internautas, en general, no consideran que en el futuro solo se usen los asistentes de voz para interactuar con internet, si bien un 75,1% de ellos (es decir, tres de cada cuatro) se muestran preocupados porque a través de estos dispositivos se escuchen o graben las conversaciones, a la vez que un 54,1% apunta un alto nivel de preocupación. Algo similar ocurre con el móvil. Para más de la mitad de los internautas encuestados (un 50,9%), el móvil “escucha” las conversaciones que uno realiza, frente al 31,3% que está totalmente convencido de ello.

El teléfono siempre a mano

Internet sigue siendo la principal fuente para informarse de la actualidad (para el 62,2% de los navegantes), de ahí que cerca de la mitad de los internautas (46,3%) señale estar casi constantemente conectado de manera activa, mientras que un 67,8% afirma utilizar internet durante dos o más horas al día. En todos los casos, el móvil sigue siendo el principal dispositivo de acceso para un 46,1% de los encuestados, ampliando su distancia sobre el ordenador de sobremesa (24,7%), el ordenador portátil (22,7%) y la tableta (5,6%). Por este motivo, cada vez más entrevistados

PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPRADOS EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

MENCIONES REALIZADAS



opinan que el móvil les basta para hacer lo que necesitan en internet.

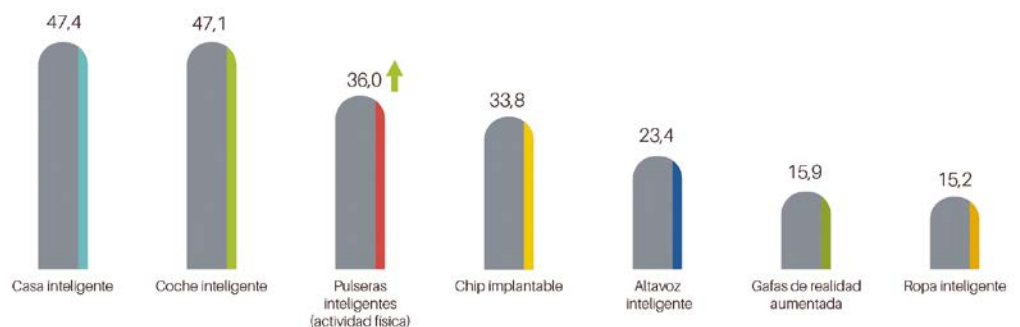
Además de ser un fenómeno generalizado, el uso de internet a través del teléfono móvil es también muy intensivo para cerca del 34,8% (que declara hacerlo casi constantemente), y solo un 15,6% se conecta con una frecuencia inferior a varias veces al día. También aumenta el tiempo que se emplea en navegar con este dispositivo: los internautas que se conectan más de una hora al día ascienden al 61,5% (en 2019), así como el número de ellos que lo utilizan más de cuatro horas (un 17,7%). Por todo ello, la mitad de los entrevistados (es decir, un 50,5%) ha manifestado que “no podría vivir sin internet en el móvil”, y solo un 22,9% está en contra de esa opinión. Este uso generalizado de internet también conlleva el aumento de la escucha de la radio a través de la Red, con un 28,2% de los internautas que lo hacen a diario. También se aprecia un incremento significativo en el uso de

apps de las propias cadenas de radio para oír sus emisiones, así como la escucha mensual de podcast de programas de radio a la carta, con un 24% de los internautas.

Mientras, para un 31,3% de los navegantes, internet es una fuente secundaria pero importante. Una tendencia a la baja que quizá esté motivada por el fenómeno de las *fake news*, que son consideradas, cada vez más, como un problema grave. Así lo corrobora un 81,1% de los encuestados, que está de acuerdo con esta afirmación, y solo el 5,8% opina lo contrario. En cuanto a los hábitos de lectura de periódicos, asciende la cifra de aquellos que leen únicamente la versión electrónica del diario (un 47,8%), a la vez que un 6,2% leen exclusivamente la versión en papel. No obstante, siguen siendo muchos los que leen ambas versiones (31,9%) y muy pocos (un 13,7%) los que no lee ninguna. En este caso, el teléfono móvil se consolida como el dispositivo de lectura preferido de los diarios electrónicos. En este orden de cosas, a pesar de que la tecnología 5G está dando sus primeros pasos y casi todo el mundo sabe de qué se trata, solo un 11,2% de los

INTERÉS EN DISPOSITIVOS CONECTABLES A INTERNET (%)

MUY + BASTANTE INTERESANTE



Fuente y elaboración: AIMC

internautas dispone de ella. Asimismo, el grado de conocimiento es elevado, pues sólo un 10% reconoce no saber a lo que se refiere la encuesta cuando se les pregunta por este tema.

El extendido uso del teléfono móvil también está provocando que las distintas redes sociales ocupen más tiempo y sean cada vez más importantes en la vida de los usuarios de internet, como así lo manifiesta la cuarta parte de los internautas

La banca online se ha convertido en un fenómeno normalizado para los navegantes

(un 24,5%). Además, en esta edición de la Encuesta AIMC, el uso de las redes sociales subió al 82,5% en 2019. También se ha incrementado el tiempo de uso, con cerca de un 37,1% de los usuarios de redes sociales que las emplea durante más de una hora al día, mientras que un 18% les dedica menos de 15 minutos. Facebook, a pesar del descenso mostrado durante los dos últimos años, mantiene su hegemonía al ser utilizada por casi el 76% de los que han usado redes sociales en los últimos 30 días. Por el contrario, Instagram (propiedad de Facebook) consolida la segunda posición siendo utilizada por un 58,4% de

los usuarios. A continuación, se encuentra Twitter, que con un 40,5% se mantiene en niveles de 2018, LinkedIn (27,6%) y Pinterest (17,2%).

La Smart TV sigue aumentando

Los internautas también han mostrado su preferencia para utilizar la televisión como vehículo de acceso a internet, incrementando su uso hasta un considerable 30,5%. Otros equipos que también merecen ser destacados son la videoconsola de sobremesa (10,5%), el Smartwatch (9,8%), el altavoz inteligente (7,1%), el coche conectado (4,7%) y la videoconsola portátil (4,4%).

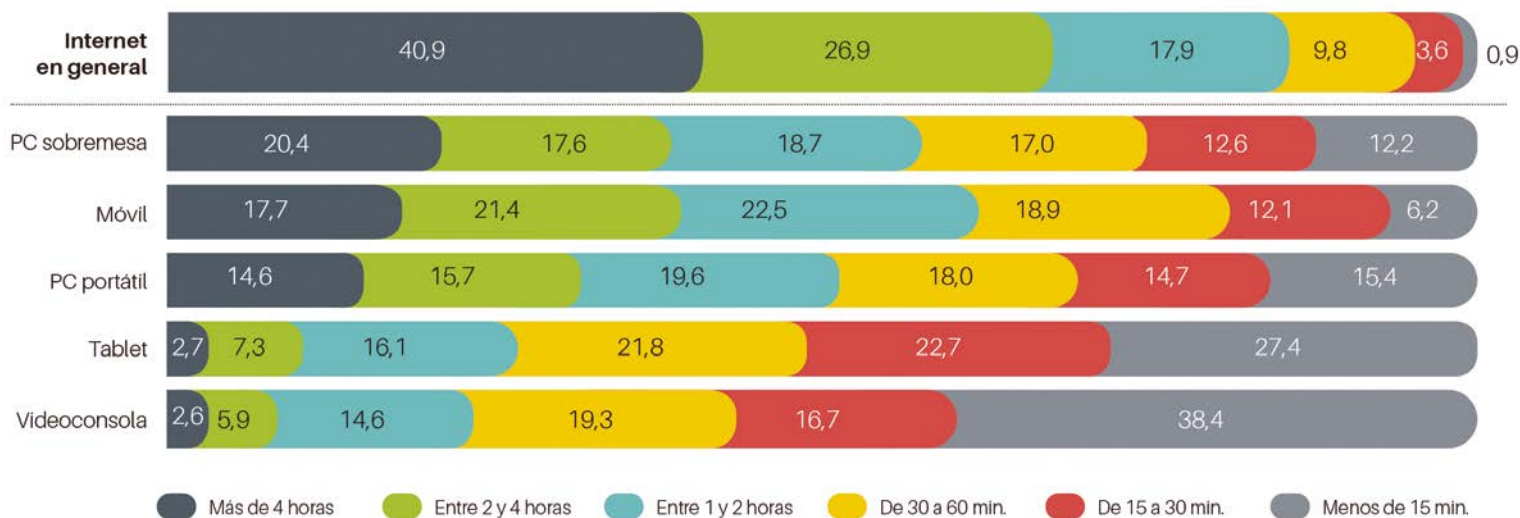
Entre los que acceden a internet a través del televisor, un 47,8% lo utiliza todos o casi todos los días, ya sea para ver contenidos audiovisuales (79,1%), para navegar por la web (24,8%), para la lectura de noticias de actualidad (12,8%), oír la radio (12,4%), revisar el correo electrónico (11,9%), utilizar las redes sociales (11,2%) o comprar productos o servicios (6,8%). Por otro lado, el visionado de televisión a través de internet sigue creciendo, pues un 36,3% de los internautas lo hace a diario y el 60,9% al menos una vez a la semana. En cuanto al dispositivo utilizado para ello, se observa una clara tendencia al alza de la Smart TV, con un 45,8%. Un dato que la sitúa, por primera vez, como el equipo

más usado, seguido del teléfono móvil (41%), el ordenador portátil (35,1%), la tableta (28,5%), el ordenador de sobremesa (26%) y el televisor conectándolo a otro equipo (15,5%).

Otro dato a tener en cuenta es que el porcentaje de abonados a televisiones de pago se ha incrementado de manera notable en los últimos años, pasando del 52,1% en 2016, al 59,8% en 2017, el 63,5% en 2018 y el 68,5% en el pasado 2019. Eso sí, los navegantes siguen mostrándose molestos con la publicidad online. De hecho, con un 63,4%, la frase "demasiada publicidad" continúa siendo el problema más mencionado por los internautas a la hora de utilizar la red. En segunda posición se sitúa otro creciente problema, la seguridad (con un 44,2%), adelantando a la velocidad (39,9%), que cada vez preocupa menos a los internautas, así como la inquietud por la privacidad, que aumenta para un 36,9%. A continuación, aparecen el coste (31,3%), la infección por virus o programa espía (19,2%) y la calidad del acceso (18,2%). Pese a estas valoraciones, la mayoría (62,4%) percibe que la publicidad que ve en internet está cada vez más dirigida a sus gustos y necesidades, si bien este hecho ha generado la sensación entre los internautas de sentirse perseguido por los anuncios en internet (opción seleccionada por el 66,4% de ellos). ▶

CONSUMO DIARIO DE LOS NAVEGANTES EN INTERNET (%)

BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO



Fuente y elaboración: AIMC