INFORME TECNOLOGÍA
La relación de la población con las Nuevas Tecnologías (NNTT)

AENOR ER- 0484/1/00
AENOR A50/000021

Introducción y objetivos
Relación con Internet
Internet en el móvil

Introducción
Objetivos

- En un mercado cada vez más tecnológico y donde los productos tienen una menor vida útil por el lanzamiento continuo de nuevos productos, es necesario analizar la relación de la población con las nuevas tecnologías, no sólo para cuantificar el mercado, sino también para comprender sus motivaciones y actitudes ante la tecnología.

- En este contexto, el objetivo principal del presente estudio es indagar en la relación de la población con la tecnología para comprender la evolución del mercado y anticiparse a ella en la medida de lo posible. Para ello es necesario identificar los elementos motivadores así como los frenos y barreras de la población a las NNTT.

Introducción
Metodología

Universo	Población española de 15 y más años
Ámbito	Representativo a nivel nacional (ómnibus)
Tamaño muestral	1009 entrevistas
Sistema de muestreo	Muestreo aleatorio polietápico estratificado con afijación proporcional por zona geográfica y el establecimiento de cuotas por zona, tamaño de hábitat, sexo y edad
Tipo de entrevista	Entrevista personal asistida por Ordenador (sistema CAPI), con cuestionario semi-estructurado

Introducción y objetivos
Relación con Internet
Internet en el móvil

Movilidad / Comunicación / Eficiencia

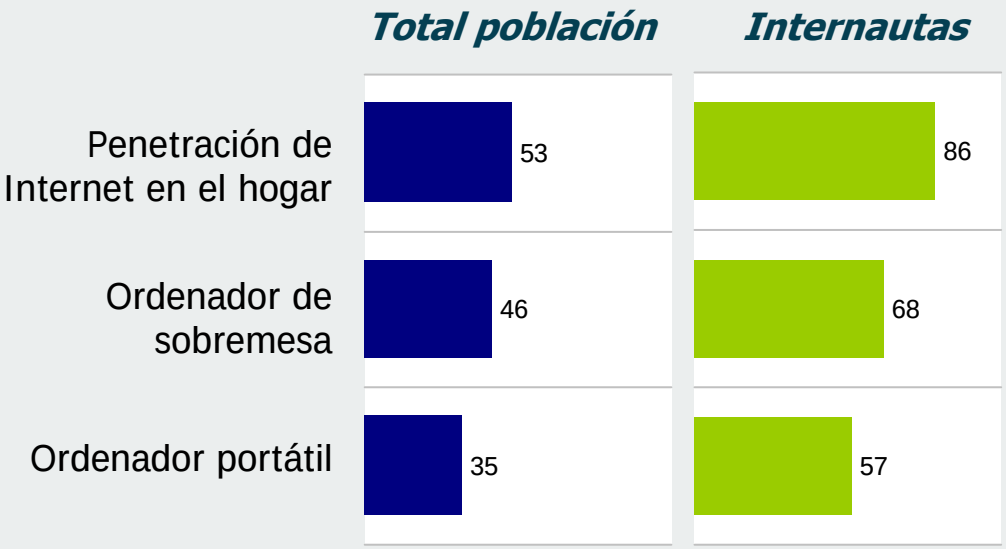
El desarrollo tecnológico y la crisis están afectando al equipamiento y comportamiento de los ciudadanos

En el Equipamiento se detecta un incremento de adquisiciones hacia portátiles de pequeño formato motivados por el incremento de valor de la portabilidad y el precio

Aumenta la comunicación y la información a través de Internet en detrimento de los medios convencionales. Además, algo más de un tercio de los internautas ve ahora menos la televisión

Se incrementa la compra online entre los internautas

Es un colectivo, el de internautas, más equipado, que muestra una clara preferencia por los ordenadores portátiles, más personales y manejables, mostrando aún un amplio potencial de recorrido. La portabilidad y el precio incrementa el peso de los Netbooks en las ventas de ordenadores en 2010.



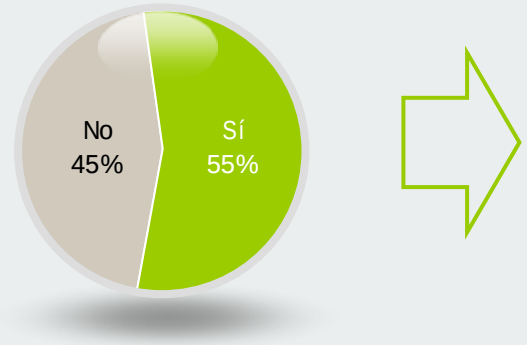
Unidad: porcentajes
Base: total muestra (n=1009); Internautas 15-75 años (n=523)

VENTAS DE ORDENADORES*	2009	Q1_10	2009	Q1_10
	Unidades		%	
Ordenadores de sobremesa	**516.881**	**144.162**	**18%**	**16%**
Ordenadores portátiles (sin incluir netbook)	**1.720.082**	**491.142**	**60%**	**55%**
Netbooks	**608.278**	**250.956**	**21%**	**28%**
TOTAL	**2.845.241**	**886.260**	**100%**	**100%**

Unidades vendidas
* Datos GfK RandT
Retail Panel GfK referidas al retail

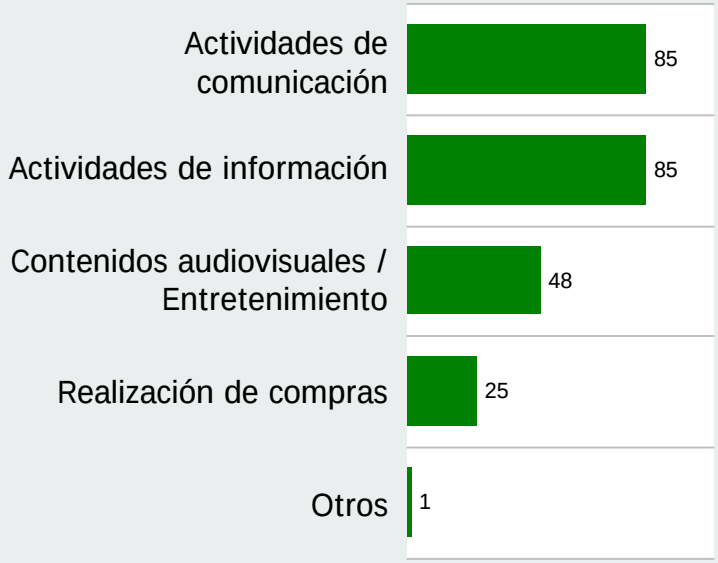
1 de cada 2 personas es usuaria de Internet, utilizando principalmente la red para actividades de información y comunicación.

Usuarios de Internet*



Unidad: porcentajes
Base: total muestra 15-75 años (n=932)
* Los mayores de 75 años y los menores de 15 quedan excluidos del análisis

Actividades realizadas



Unidad: porcentajes
Base: Internautas 15-75 años (n=523)

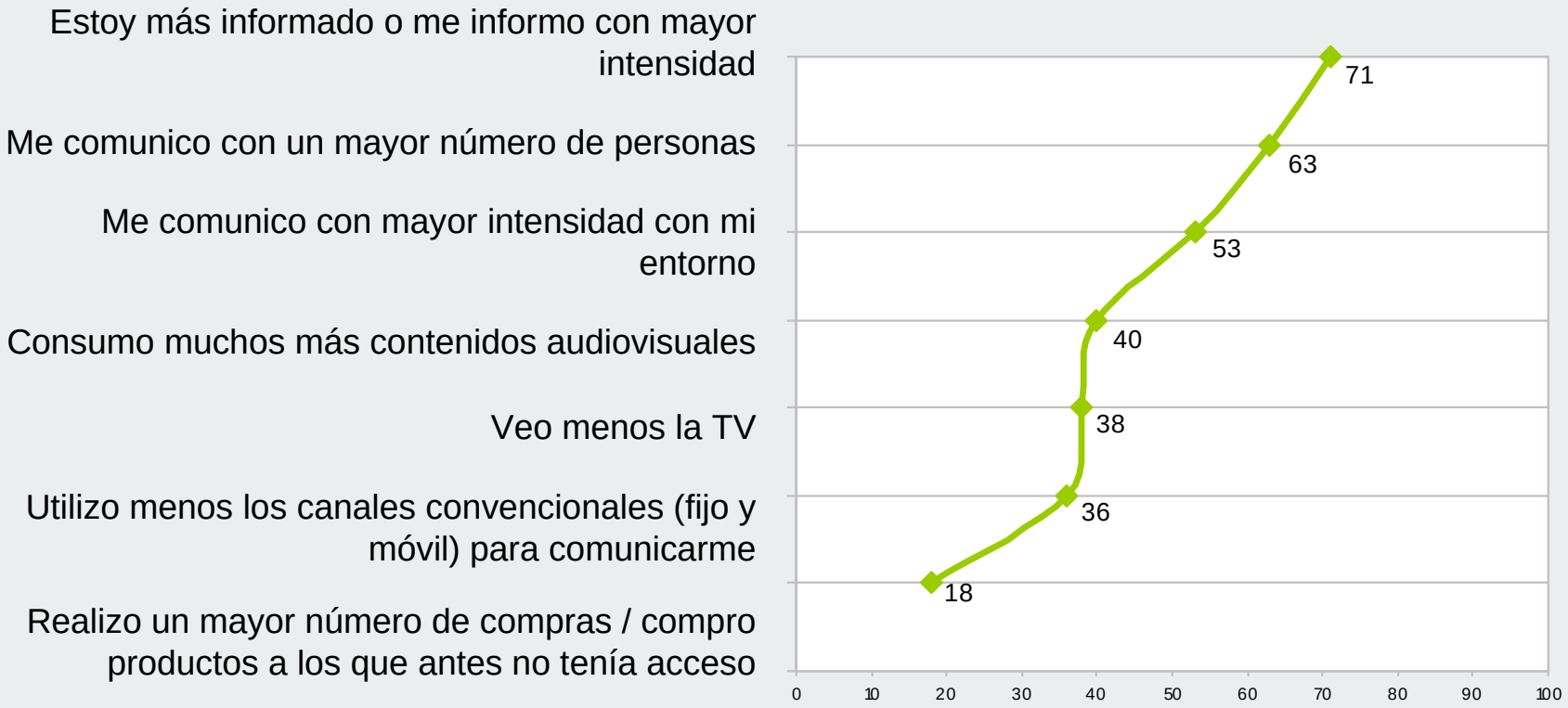
Media de actividades realizadas

Atendiendo a la población de entre 15 y 65 años, dicha proporción de internautas asciende hasta el 62%.

La utilización de Internet supone un incremento en la intensidad con la que se realizan las diferentes actividades, especialmente las relacionadas con la información y la comunicación.

Desde que utilizo Internet...

Grado de acuerdo (totalmente + bastante de acuerdo)



Unidad: porcentajes
Base: Internautas 15-75 años (n=523)

Aunque aumenta el número de dispositivos conectables a Internet, su uso sigue siendo muy minoritario. Destaca el terminal móvil y, en menor medida, las videoconsolas.

Unidad: porcentajes
Base: Internautas 15-75 años (n=523)

VENTAS*	2009	Q1_10
TV conectable	**140.160**	**75.797**
Teléfonos 3G	**6.547.806**	**1.958.609**
Smartphones	**1.471.465**	**698.359**
Videoconsola conectable	**2.285.094**	**643.463**

Unidades vendidas
* Datos GfK RandT

El E-book, a pesar de su escasa penetración, experimenta un positivo crecimiento, habiéndose vendido un 15% más de unidades en el primer trimestre de 2010 que en el último de 2009 (Datos RandT)

Introducción y objetivos
Relación con Internet
Internet en el móvil

Despega Internet en movilidad

Cerca del millón de españoles navegan ya por Internet a través del Móvil, aunque el parque de móviles preparados para ellos es mucho más elevado.

Se espera que este número se duplique, al menos, en 2010

Comodidad, Conectvidad

Estar permanentemente conectado e informados son los principales motivos de quienes se conecta y hacen usos similares a los del ordenador desde el móvil

El Precio y el tamaño de las pantallas los principales frenos

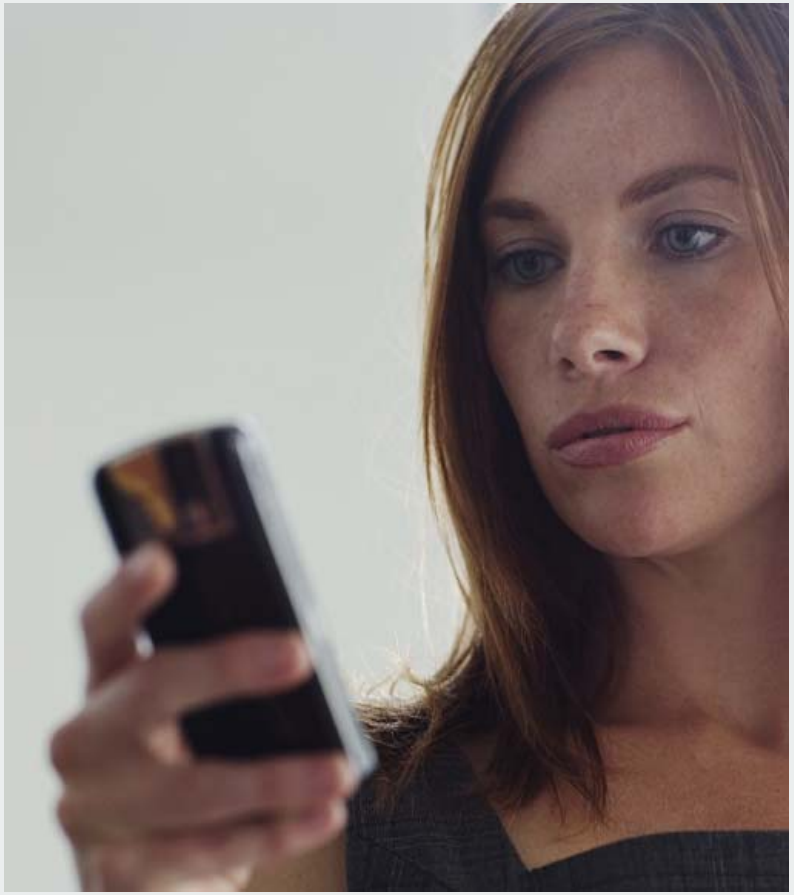
Cerca del millón de españoles se conectan ya a Internet desde el móvil. La adopción del servicio es aún minoritaria a pesar del destacable volumen de terminales preparados para hacerlo

Aunque la penetración de Smartphones o teléfonos móviles con prestaciones avanzadas puede parecer a priori una barrera de entrada del servicio, la alta rotación de terminales y las agresivas ofertas realizadas por los proveedores intentan minar dicho obstáculo

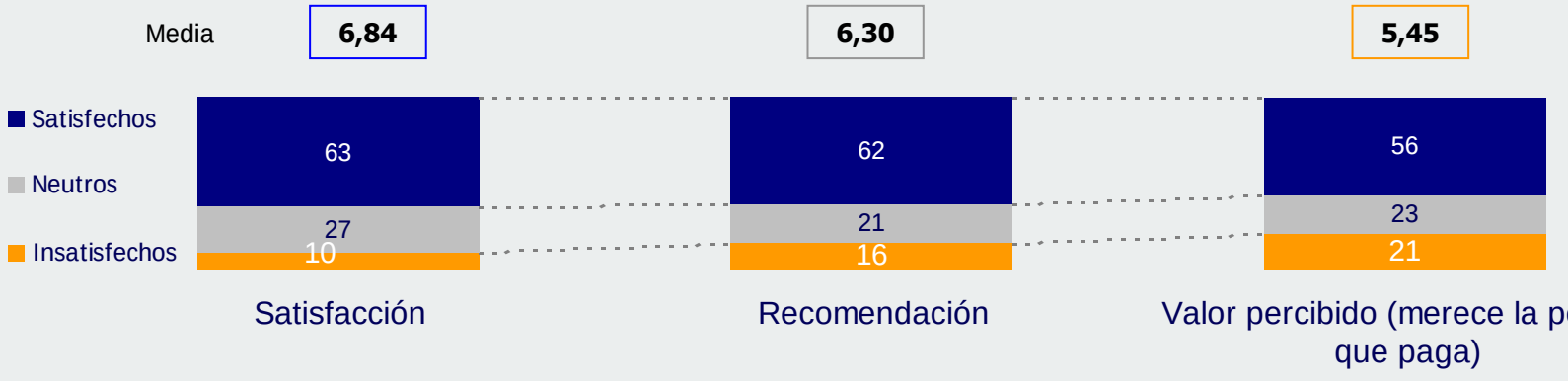
VENTAS*	2009	Q1_10
Teléfonos 3G	6.547.806	1.958.609
Smartphones 3G	1.358.225	632.766
% Smartphones 3G sobre la totalidad de Teléfonos 3G	21%	32%

Unidades vendidas
* Datos GfK RandT

El acceso a Internet desde el móvil es aún un servicio minoritario.
Si bien la comodidad de poder acceder a Internet en cualquier momento así como la necesidad de estar siempre conectado son los principales motivos de uso, destaca la influencia del terminal a la hora de adoptar el servicio: “quería un Iphone”, “me ofrecieron un buen terminal si contrataba el servicio de acceso a Internet”...



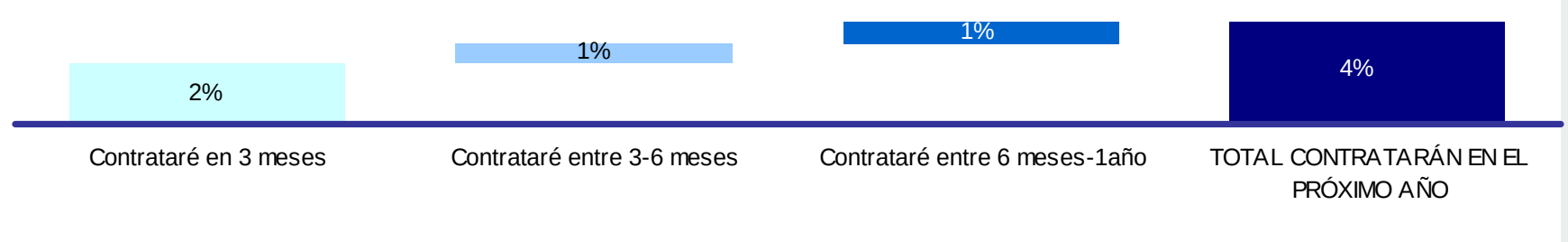
A pesar de estar relativamente satisfechos con el servicio, el acceso a Internet desde el móvil se percibe aún como un servicio caro, lo que provoca una baja recomendación y que el "valor percibido" del servicio sea algo reducido.



Hablar de acceso desde el móvil no implica necesariamente un coste del servicio: 1 de cada 4 internautas desde el terminal móvil lo utilizan aprovechando las redes WiFi existentes.

Se estima que durante 2010 se duplique, al menos, el acceso a Internet desde el móvil.

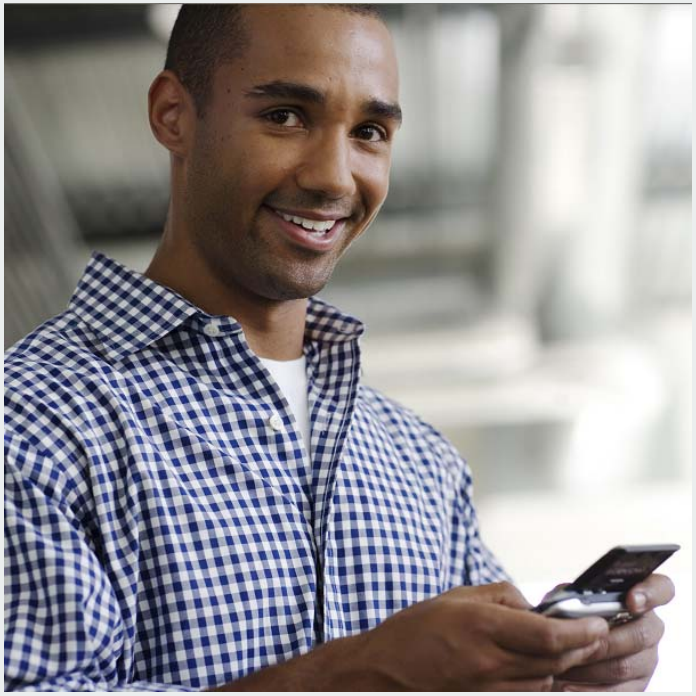
INTENCIÓN DE CONTRATAR INTERNET DESDE EL MÓVIL

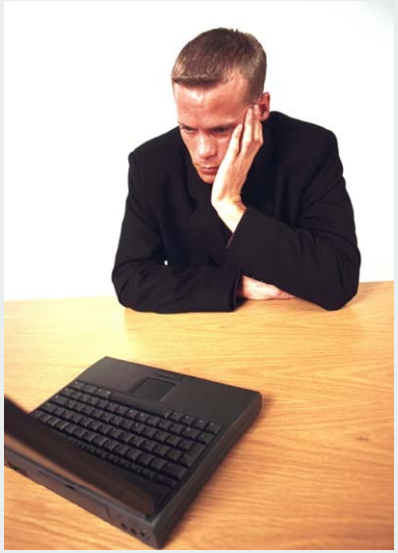


Unidad: porcentajes
Base: No usuarios Internet desde el móvil

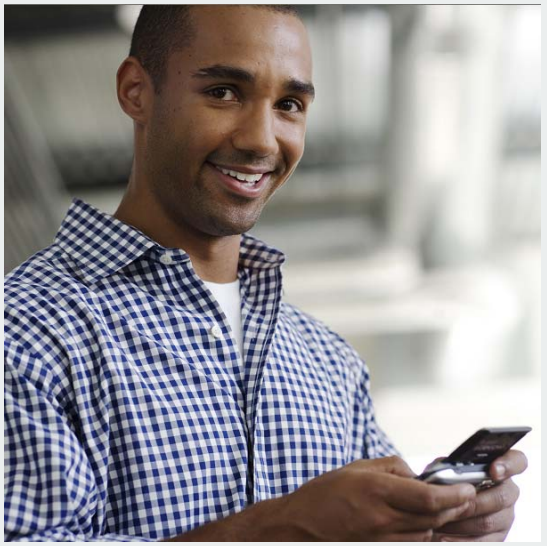
Aunque el precio es el principal motivo de rechazo del acceso a Internet desde el terminal móvil, el hecho de no percibir el servicio como necesario, ya que acceden desde el ordenador, y la incomodidad de las pantallas del móvil a la hora de navegar, son obstáculos relevantes a la hora de analizar la evolución del servicio.

El acceso a Internet desde el móvil ha cambiado los hábitos de uso de 1 de cada 4 internautas desde el terminal, accediendo con menor frecuencia desde el ordenador por la comodidad de tener el móvil siempre a mano.





¿Quiénes son los usuarios actuales de Internet desde el móvil?



El colectivo de internautas desde el terminal se caracteriza por ser más joven que la totalidad de los internautas y con una mayor proporción de extranjeros.

Perfil de internautas desde el terminal

Población española vs. Internautas vs. Internautas TM

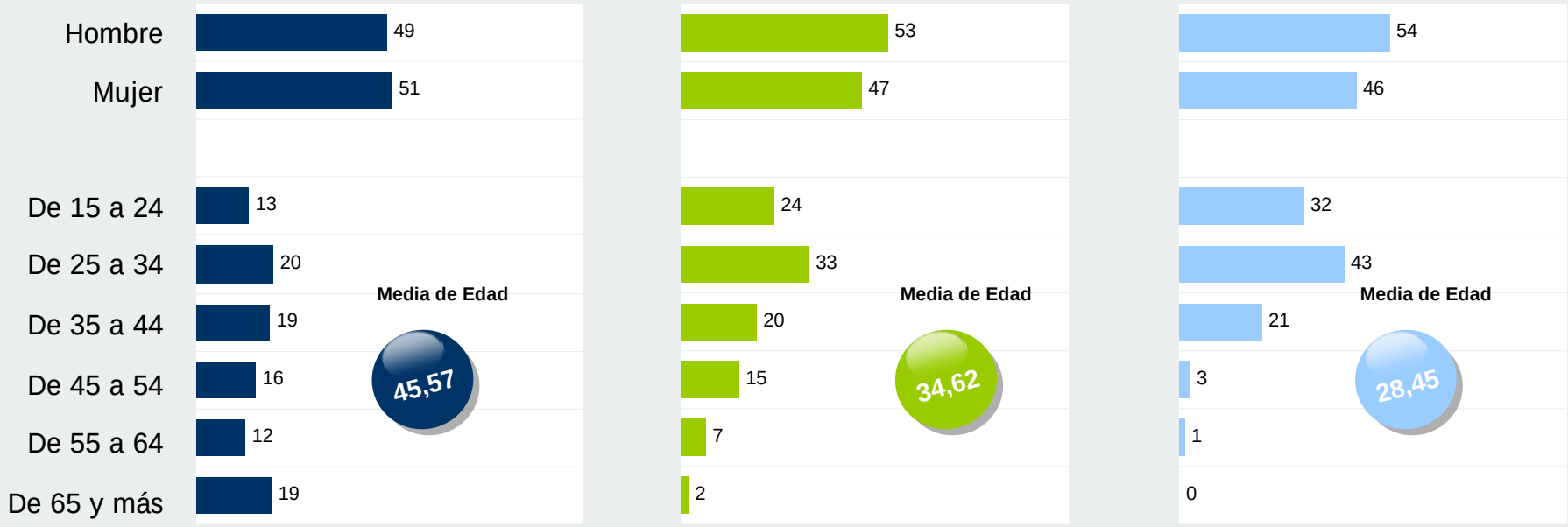
Encuesta Población española ≥ 15 años

51%

Acceden a Internet

2%

Acceden a Internet desde el móvil



Unidad: porcentaje
Base: Población española

Perfil de internautas desde el terminal

Población española vs. Internautas vs. Internautas TM

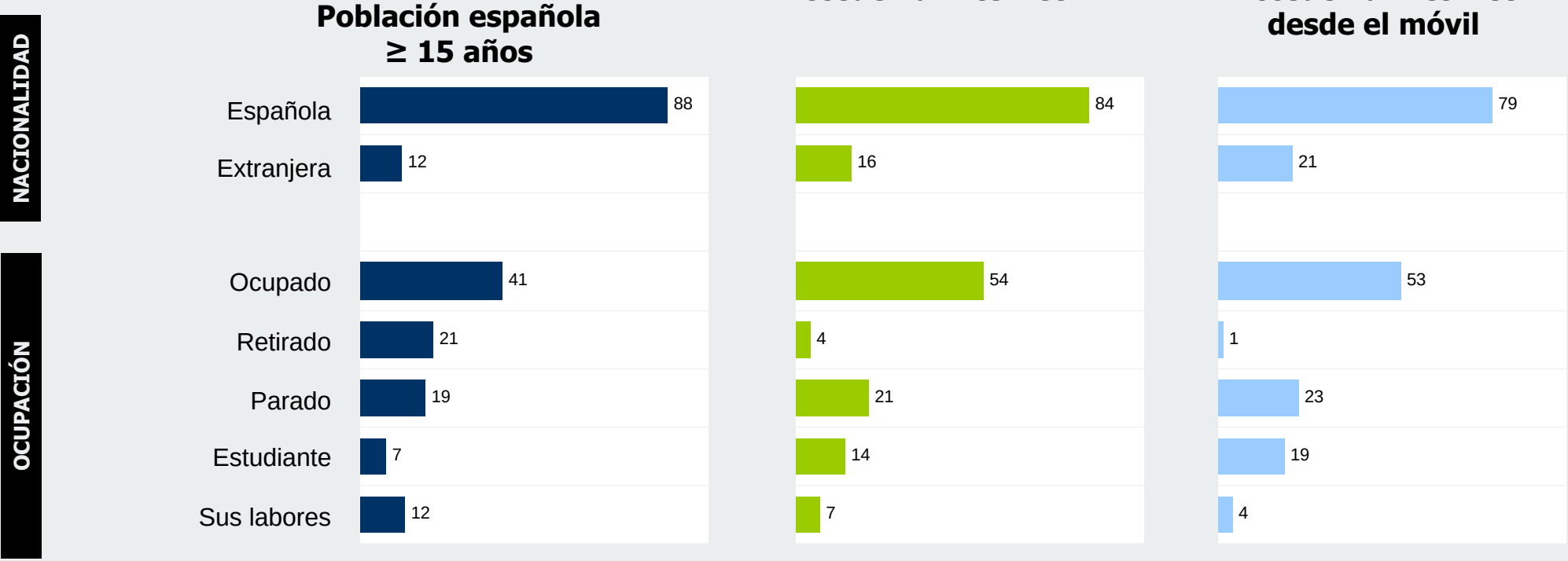
Encuesta Población española ≥ 15 años

51%

Acceden a Internet

2%

Acceden a Internet desde el móvil



Unidad: porcentaje
Base: Población española

Gracias!