

Resultados del Estudio de AIMC, 'Navegantes en la Red'

'Navegantes en la Red' es el estudio sobre el uso de Internet con la muestra más amplia de nuestro país. A iniciativa de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), gestora del Estudio General de Medios (EGM) este estudio, en su 26ª edición, aborda multitud de cuestiones relacionadas con el uso de internet, inteligencia artificial, redes sociales, consumo de medios online, actitudes hacia internet y un largo etcétera

Los resultados de este estudio confirman cómo, en poco tiempo, la inteligencia artificial se ha convertido en la gran protagonista. El interés que suscita y las impresiones y nivel de satisfacción que causan su uso, se entremezclan con las inquietudes que plantea a futuro.

Destacan los principales resultados del estudio:

El uso de la inteligencia artificial (IA) está bastante extendido: algo más de la mitad de los entrevistados (52,6%) ha utilizado herramientas de IA en alguna ocasión y con un alto nivel de satisfacción (50,1% se muestran satisfechos con ella y tan solo el 10,6% se muestra insatisfecho).

La conexión a Internet es intensa y extensa. Con un promedio diario en Internet que roza las 4 horas, el 43,4% de los entrevistados manifiesta estar casi constantemente conectado de manera activa. Si a estos sumamos los que acceden al menos varias veces al día se alcanza casi la totalidad de entrevistados (90,1%).

El móvil se mantiene como el principal dispositivo de acceso a Internet, siendo el 91,9% los que se conectan a través de él.

Más de la mitad de los entrevistados (53,3%) ya utiliza el móvil como tarjeta de crédito, produciéndose un incremento de 6,5 puntos en dos años. Asimismo, también crece el uso de sistemas de envío de dinero entre particulares tipo Bizum: el 88,2% de los internautas (+17 puntos en tres años) los ha usado al menos una vez.

Se incrementan actividades audiovisuales por Internet como el visionado de emisiones de las cadenas de televisión (44,5% en directo y 40,8% en diferido en el último mes) o el seguimiento de eventos en directo (69,7% en el último año).

Los internautas hacen uso generalizado de las redes sociales, ya que el 84,1% las utiliza a diario.

Un 47,5% de los entrevistados sigue a influencers o youtubers, siendo las top 5 categorías el humor (45,3%), la tecnología (36,9%), la gastronomía (33,5%), la música (32,6%) y el deporte/fitness (32,3%).

Consultar el informe completo aquí:

<https://smartm.es/wp-content/uploads/2016/04/Cuadernillo2023-principales-resultados.pdf>

Datos de contacto:

Teresa Osma
Smart Media Solutions
615883459

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Consumo](#) [Innovación](#)
[Tecnológica](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>