



UNIVERSO OBJETIVO

- Usuarios de Internet de 14 o más años que visitan sitios web españoles



MUESTRA DEL ESTUDIO

- 20.482 cuestionarios. Tras un proceso de depuración, la muestra útil final fue de 19.633



TIPO DE ENTREVISTA

- Autoadministrada a través de Internet: 16.663 individuos
- Panel Dynata: 2.970 individuos



USARON INTERNET AYER

- En el estudio Navegantes en la Red 2018 - 97,2%
- Según datos oficiales del EGM, 3ª ola 2018, 14 y más años - 78,8%



COLABORADORES

- 163 sitios web
- 17 perfiles en redes sociales
- 6 boletines electrónicos
- Chat Hispano
- JCDecaux
- Smartclip



PERFIL ENCUESTADO VS PERFIL POBLACIÓN INTERNauta EN GENERAL

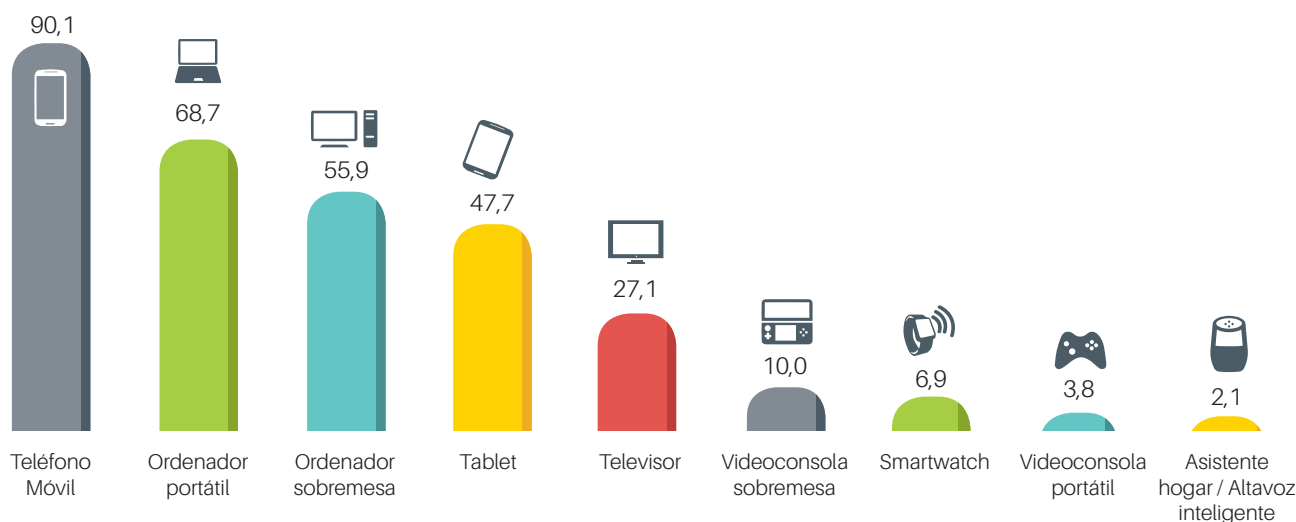
- Más masculino, más joven, más tiempo de conexión a Internet
- Cada vez más maduros y más usuarios de Internet



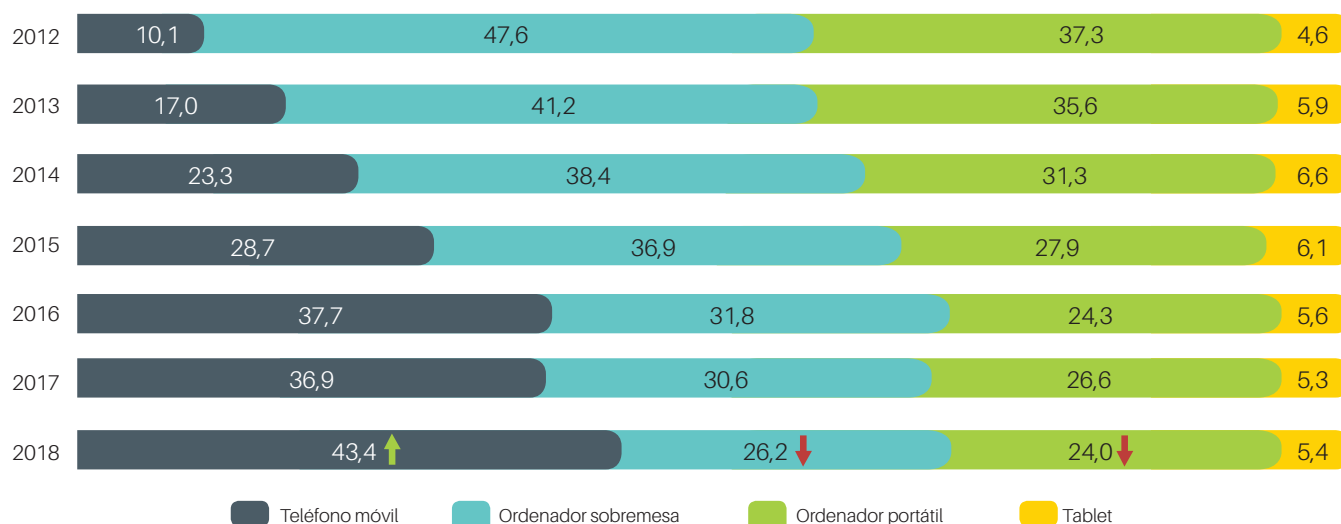
FECHAS RECOGIDA ENCUESTAS

- Desde el 16 de octubre al 9 de diciembre de 2018

DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)



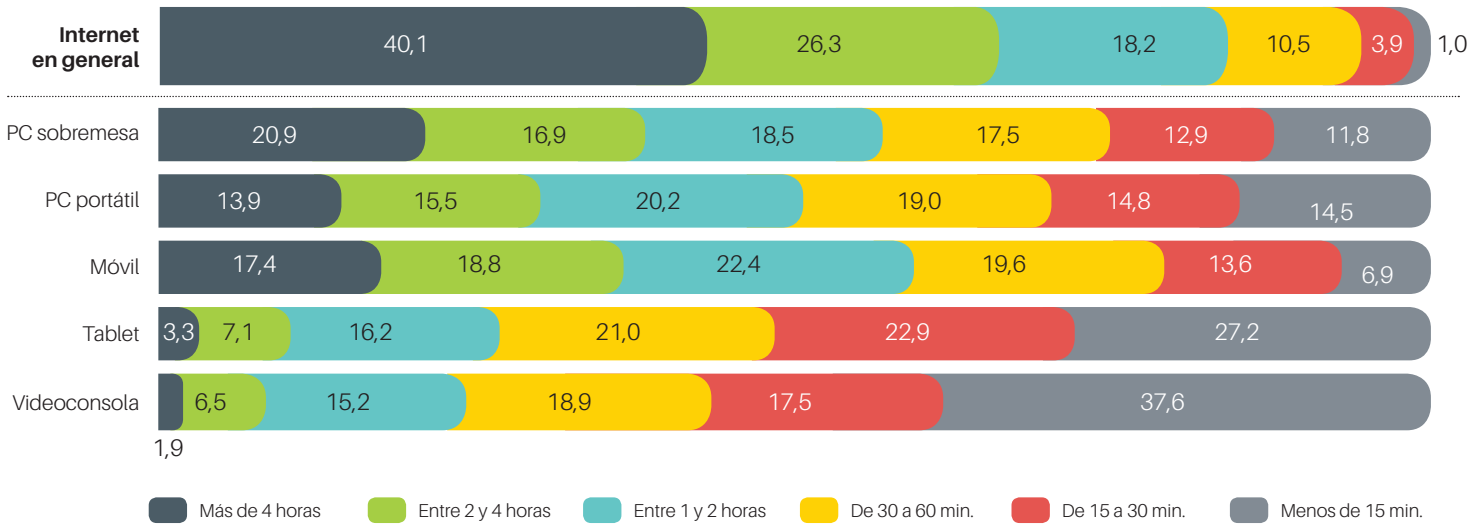
DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)



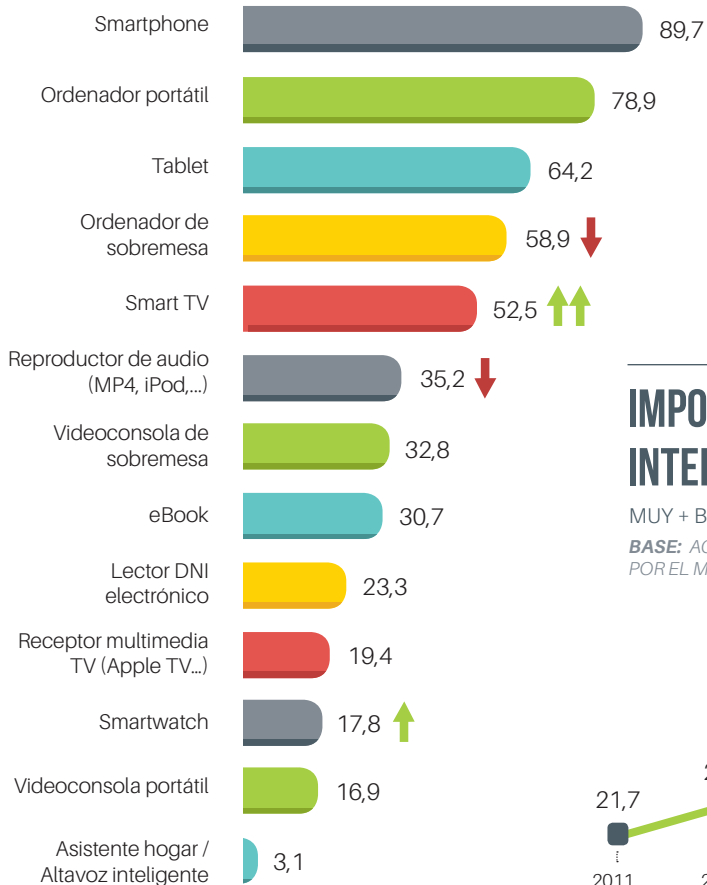
Teléfono móvil
 Ordenador sobremesa
 Ordenador portátil
 Tablet

CONSUMO DIARIO DE LOS NAVEGANTES EN INTERNET (%)

BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO



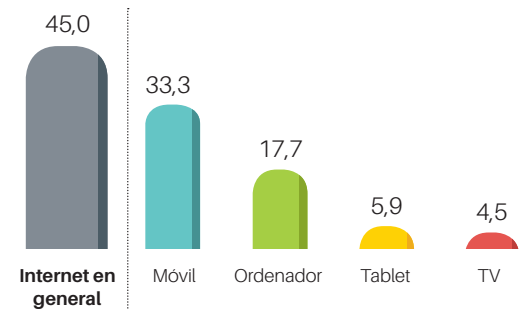
DISPOSITIVOS DEL NAVEGANTE (%)



ACCESO A INTERNET (%)

CASI CONSTANTEMENTE

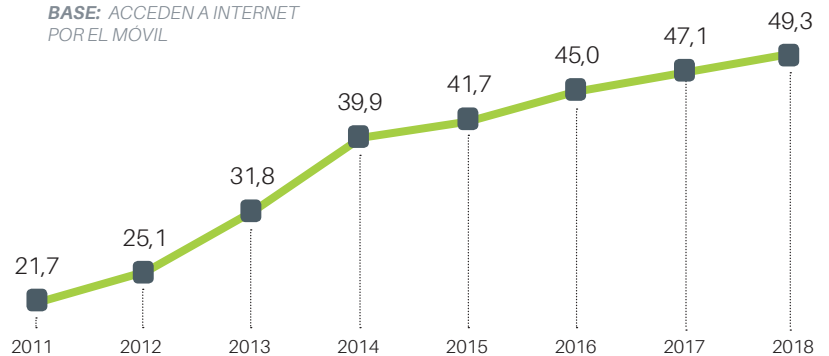
BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO



IMPORTANCIA DEL MÓVIL. NO PODRÍA VIVIR SIN INTERNET EN EL MÓVIL (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

BASE: ACCEDEN A INTERNET POR EL MÓVIL



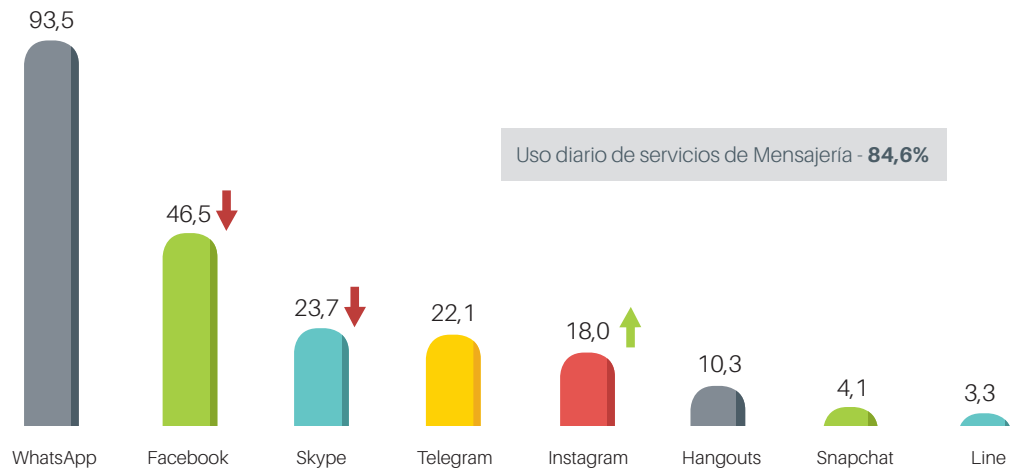
CON EL MÓVIL ME BASTA PARA HACER TODO LO QUE QUIERO EN INTERNET (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

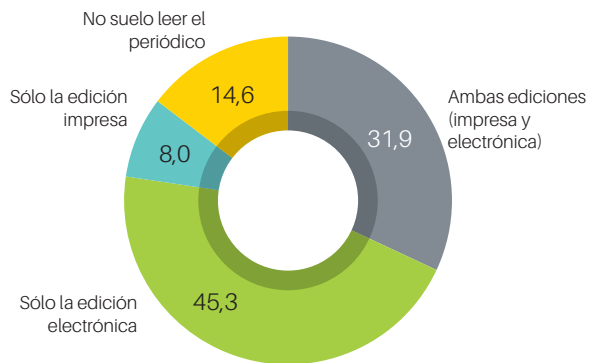
BASE: ACCEDEN A INTERNET POR EL MÓVIL



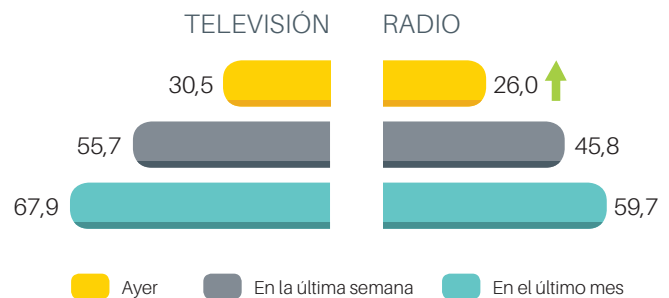
SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA UTILIZADOS (%)



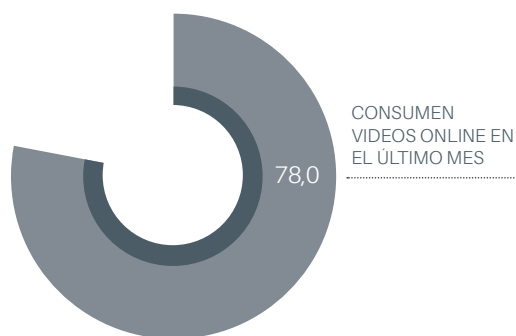
FORMA DE LECTURA DE LA PRENSA (%)



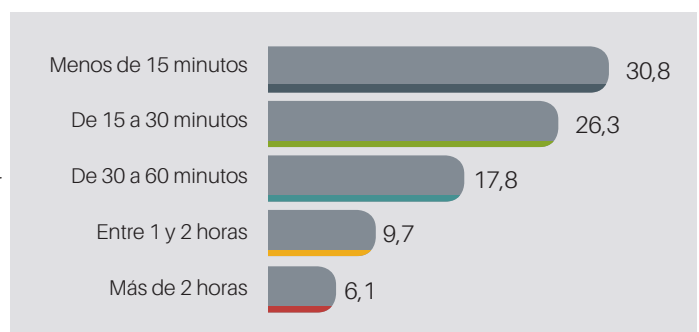
ESCUCHA DE RADIO Y VISIONADO DE TELEVISIÓN POR INTERNET (%)



CONSUMO DE VIDEOS ONLINE (%)

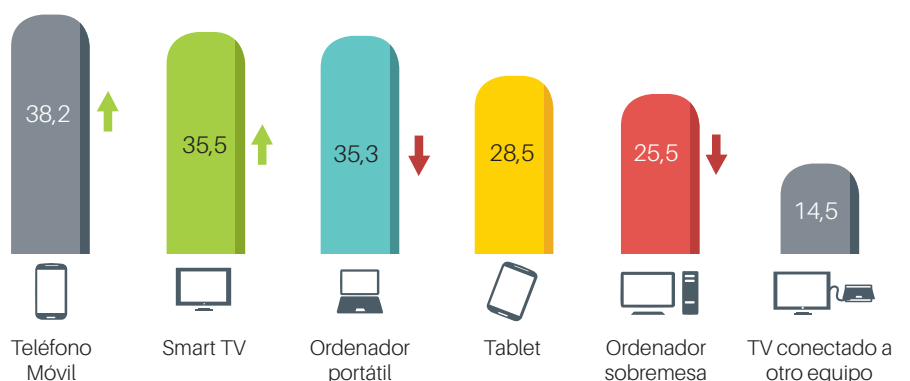


PROMEDIO CONSUMO DIARIO



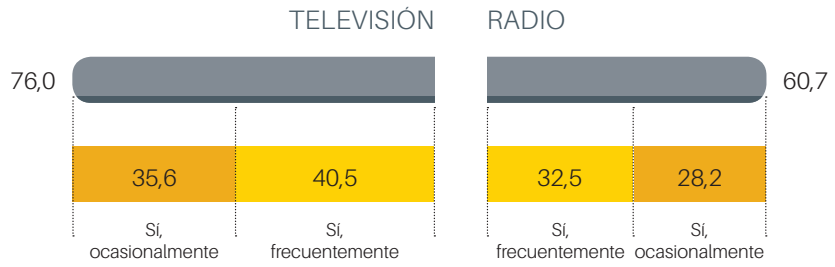
EQUIPO DE VISIONADO DE TV POR INTERNET (%)

BASE: HA VISTO TV POR INTERNET ÚLT. 30 DÍAS



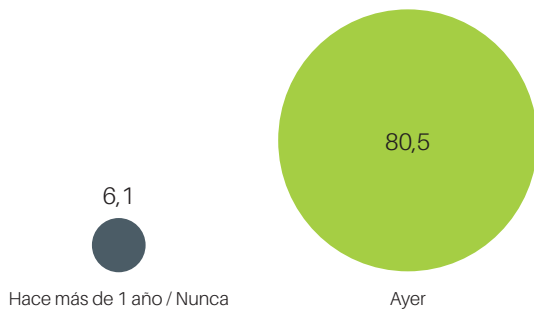
LA MULTITAREA

USO COMPARTIDO DE INTERNET CON LA RADIO Y LA TELEVISIÓN (%)



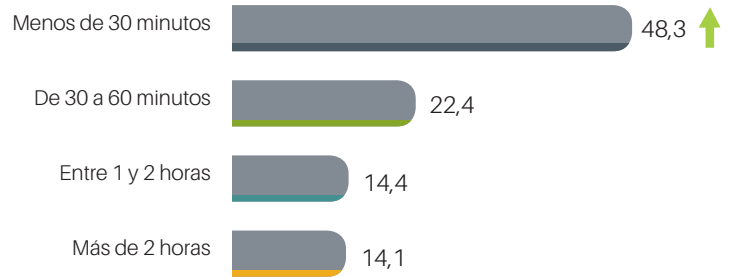
REDES SOCIALES

ACCESO A REDES SOCIALES (%)



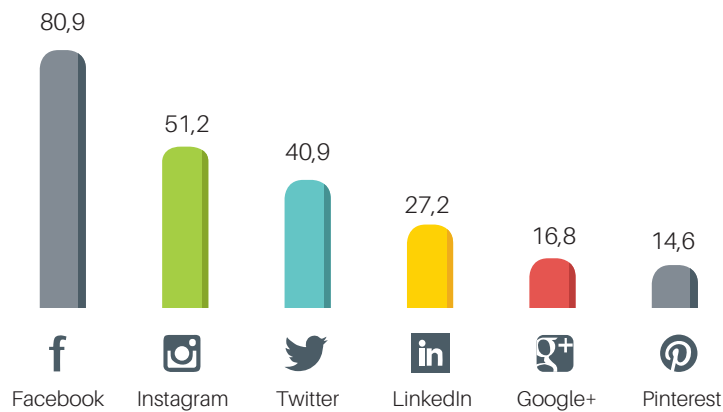
TIEMPO DEDICADO AL DÍA A LAS REDES SOCIALES (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



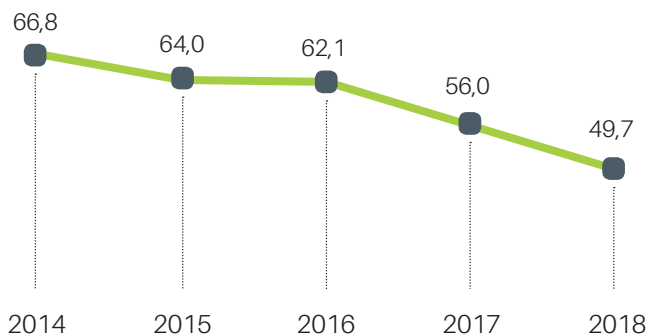
REDES SOCIALES UTILIZADAS (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



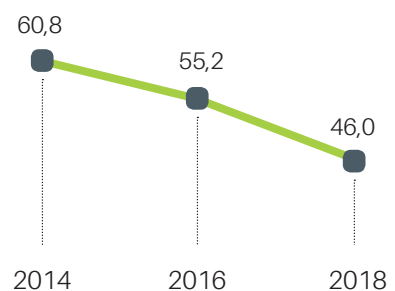
ACCESO A BLOGS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

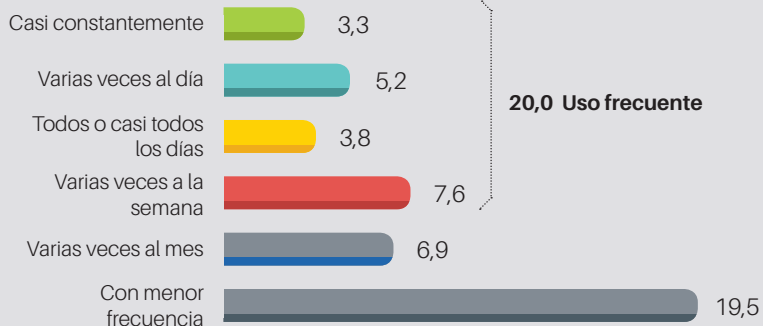
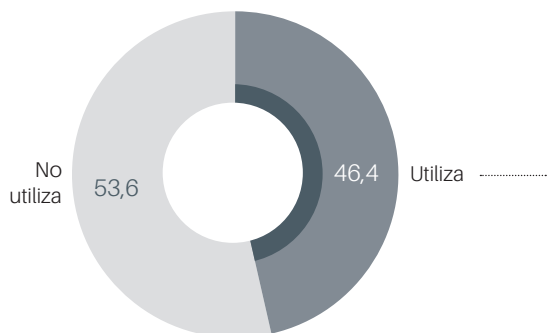


ACCESO A FOROS DE DISCUSIÓN (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

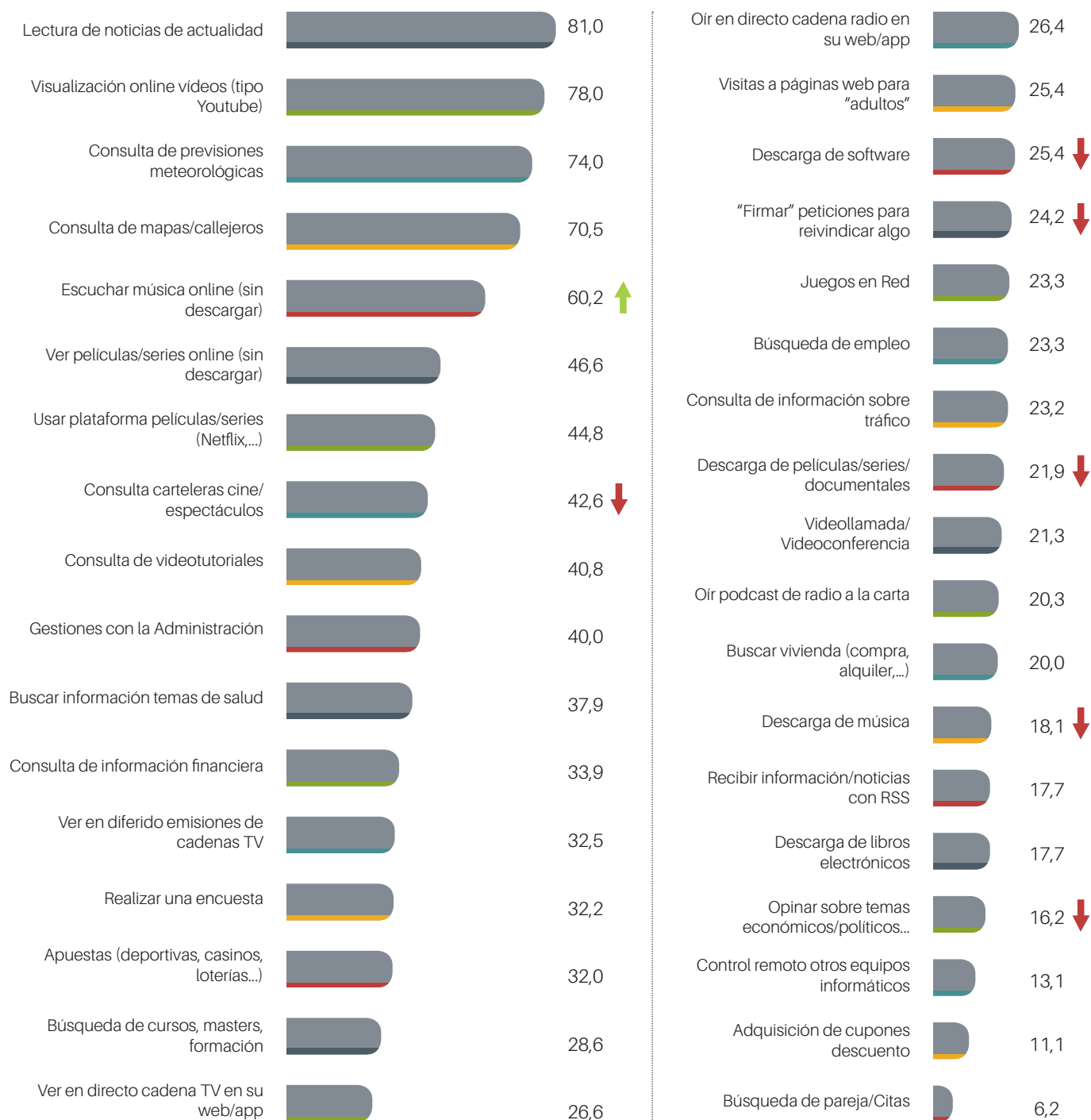


USO DE ASISTENTES VIRTUALES DE VOZ (%)



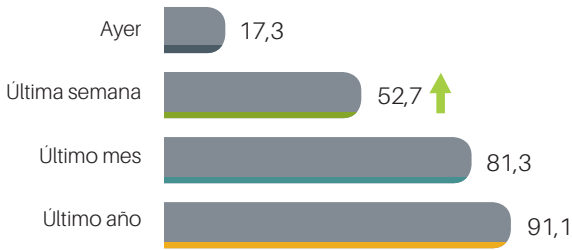
LO QUE HACEMOS EN INTERNET (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS



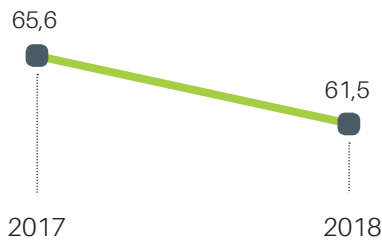
LAS COMPRAS EN INTERNET

ÚLTIMA COMPRA POR INTERNET (%)



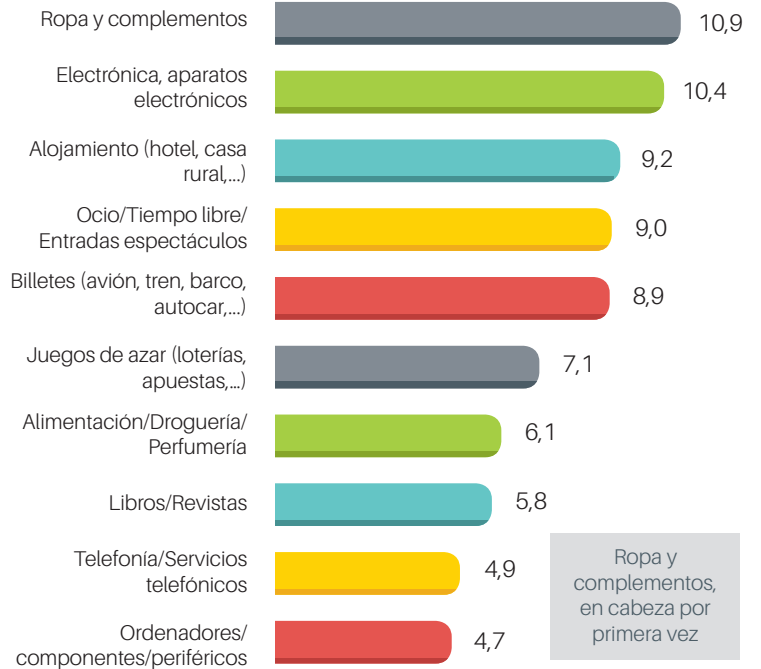
CONFIANZA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)

ALTA O MUY ALTA



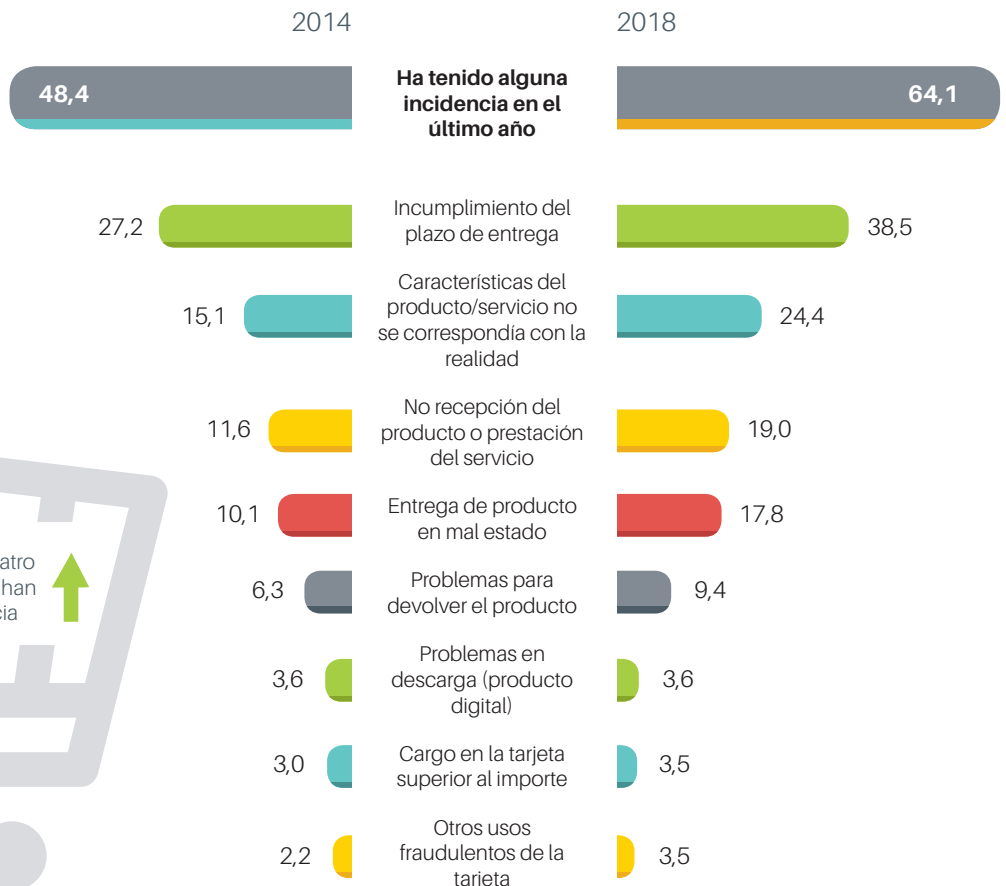
PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPRADOS EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

MENCIONES REALIZADAS



INCIDENCIAS CON EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)

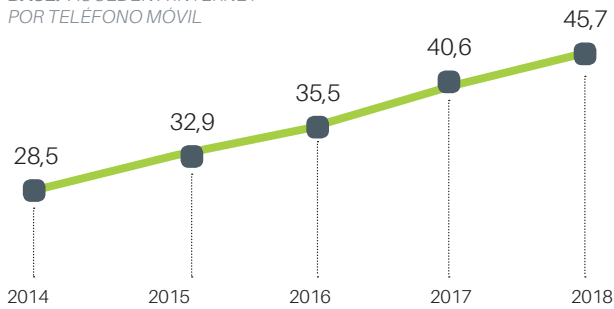
BASE: HA COMPRADO EN EL ÚLTIMO AÑO



LOS SMARTPHONES HAN CAMBIADO MI FORMA DE COMPRAR (%)

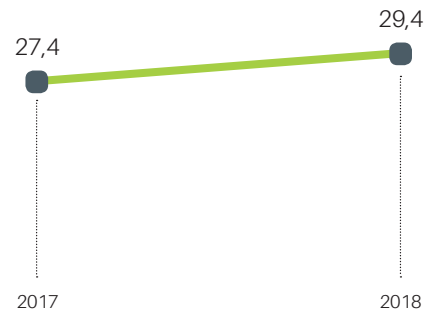
MUY + BASTANTE DE ACUERDO

BASE: ACCEDEN A INTERNET POR TELÉFONO MÓVIL



LA MAYORÍA DE MIS COMPRAS LAS HAGO POR INTERNET (%)

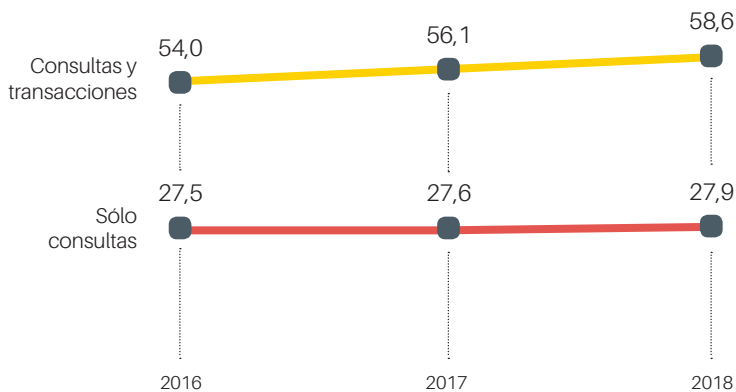
MUY + BASTANTE DE ACUERDO



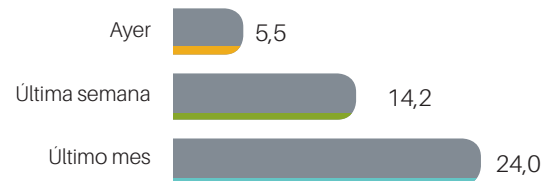
BANCA ELECTRÓNICA

OPERACIONES BANCARIAS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

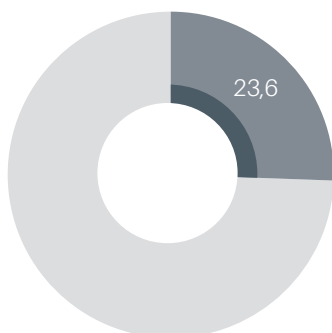


USO DE SISTEMAS PARA ENVIAR/RECIBIR DINERO (TIPO TWYP, BIZUM,...) (%)

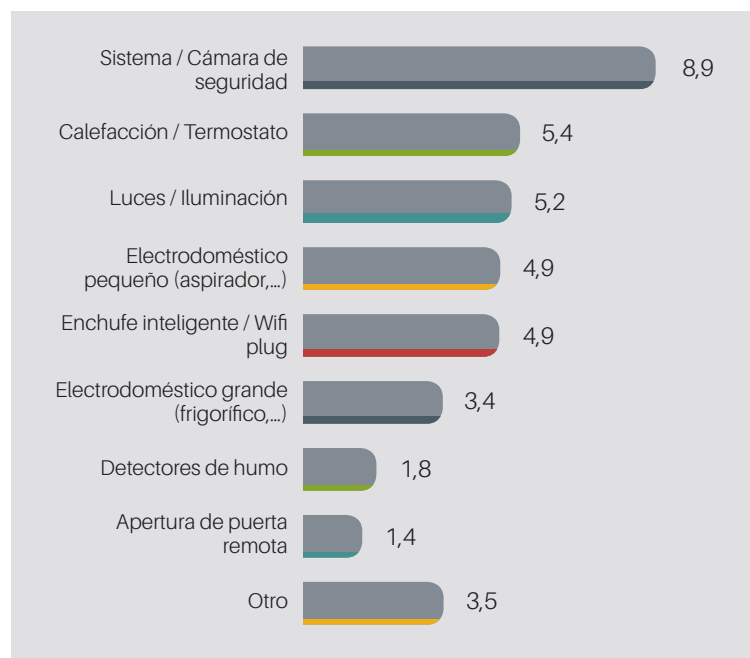


INTERNET DE LAS COSAS

APARATOS EN EL HOGAR CONTROLADOS POR INTERNET (%)

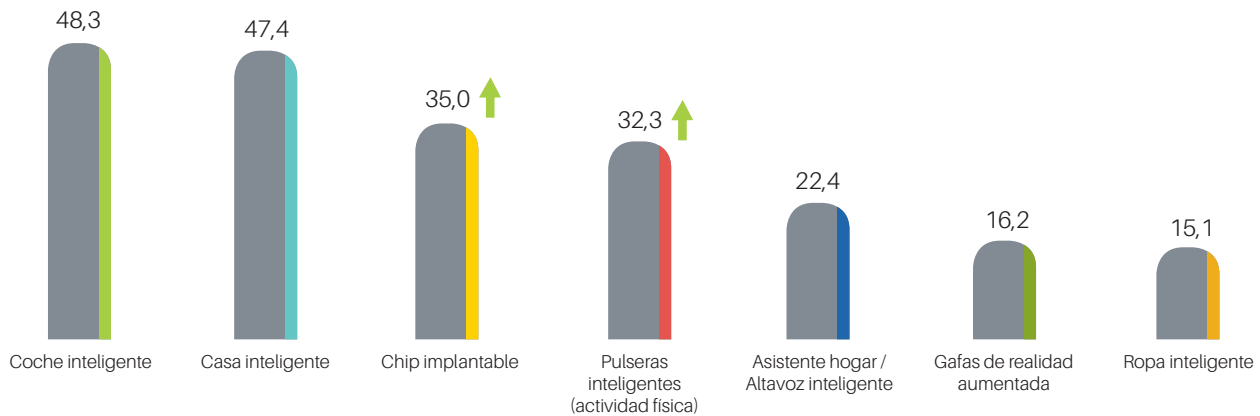


Dispone de algún aparato en el hogar controlado por internet



INTERÉS EN DISPOSITIVOS CONECTABLES A INTERNET (%)

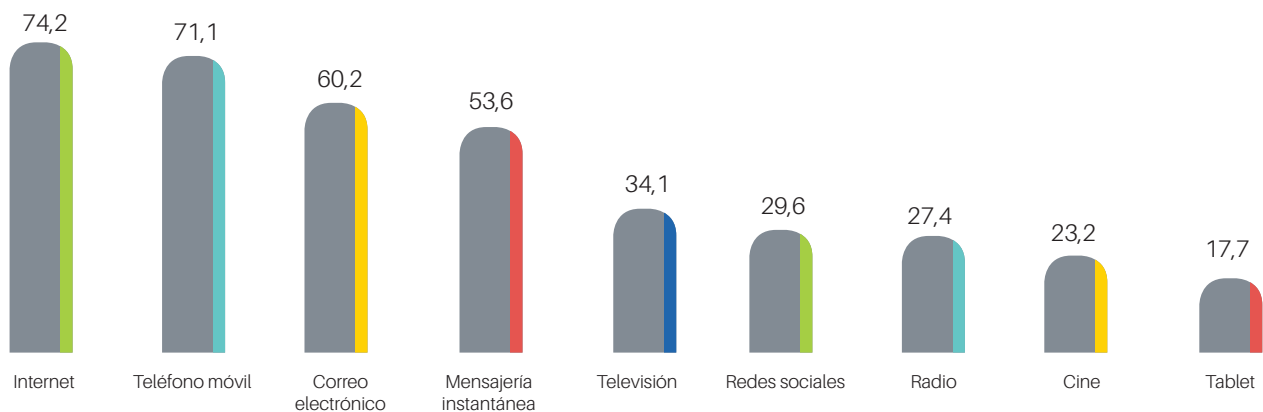
MUY + BASTANTE INTERESANTE



GRADO DE DEPENDENCIA DE MEDIOS, DISPOSITIVOS Y SERVICIOS

LO DIFÍCIL QUE ME SERÍA VIVIR SIN... (%)

MUY + BASTANTE DIFÍCIL



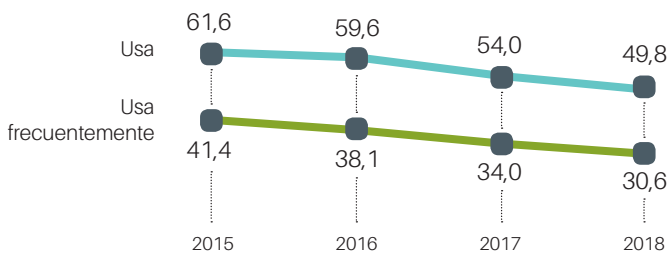
LA PUBLICIDAD EN INTERNET Y EL ADBLOCKING DE LOS NAVEGANTES

OPINIONES SOBRE LA PUBLICIDAD EN INTERNET (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

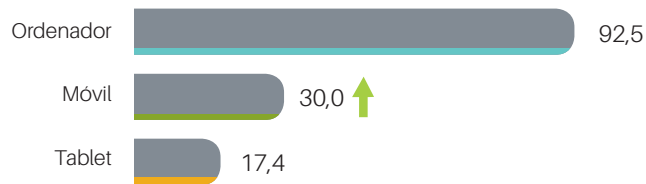


USO DE BLOQUEADORES DE PUBLICIDAD (%)



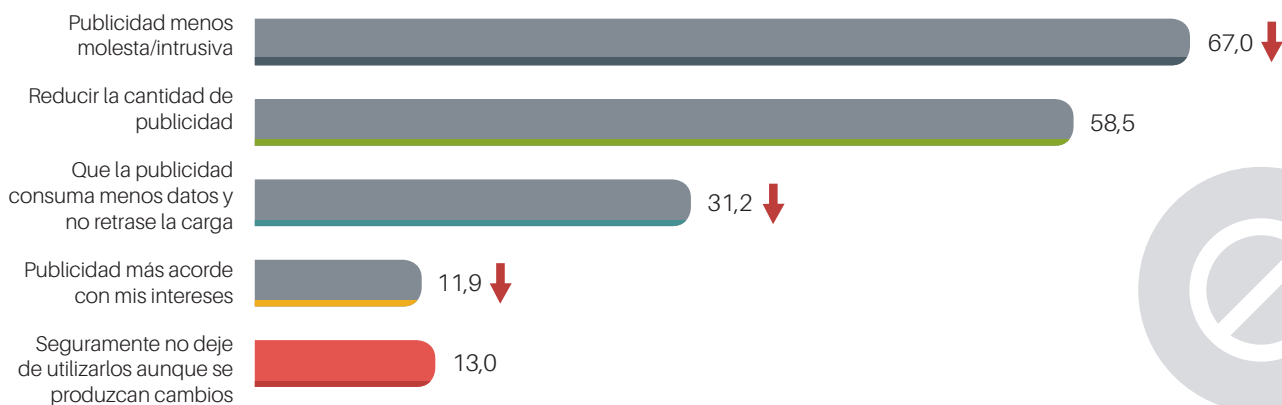
DISPOSITIVOS DONDE SE USAN BLOQUEADORES DE PUBLICIDAD (%)

BASE: UTILIZAN BLOQUEADORES



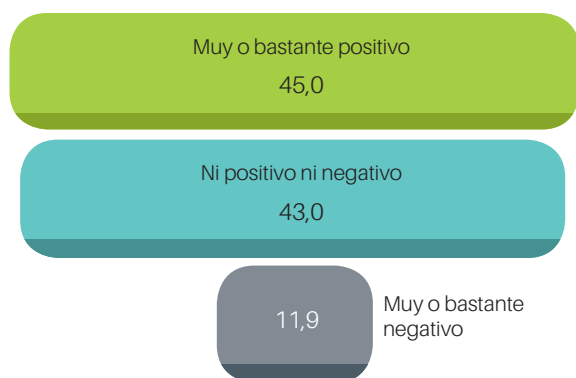
QUÉ HACER PARA DEJAR DE USAR BLOQUEADORES DE PUBLICIDAD (%)

BASE: UTILIZAN BLOQUEADORES

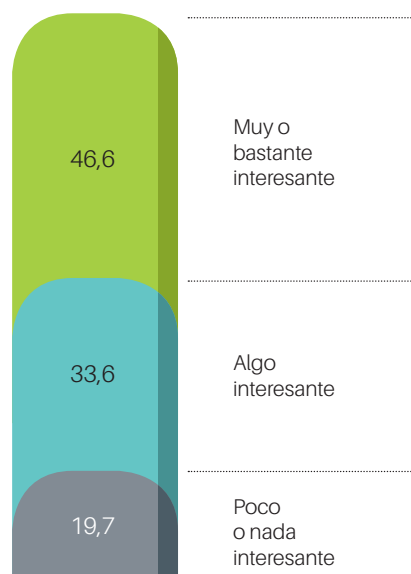


LA PUBLICIDAD DIGITAL EN EXTERIOR (DOOH)

OPINIÓN SOBRE LA DIGITALIZACIÓN DEL MEDIO (%)



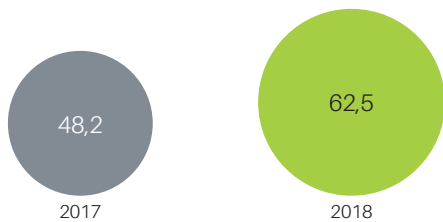
INTERÉS EN INTERACTUAR CON PANTALLAS DIGITALES (%)



PERCEPCIONES ACERCA DE INTERNET

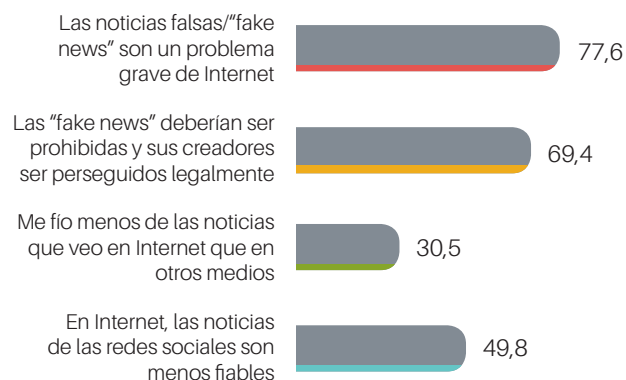
¿SE SIENTE VIGILADO EN INTERNET? (%)

MUCHO + BASTANTE



FAKE NEWS (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO



RELACIONADO CON LA PRIVACIDAD (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

