



Google Consumer Barometer

Internet en cifras

2012-2016

Durante los últimos cinco años, la empresa de investigación de mercados Kantar TNS ha realizado encuestas, por encargo de Google, a consumidores de todo el mundo con el objetivo de averiguar cuáles son sus hábitos en Internet. Estas encuestas han revelado que, en tan solo cinco años, **la Red ha provocado grandes cambios en el uso de los medios y también en la vida cotidiana**. Ha llegado el momento de pararse a pensar en cómo se ha producido esta transformación.

Iniciamos este estudio en el 2012, utilizando como muestra 40 mercados globales grandes y pequeños, consolidados y en vías de desarrollo¹. Por aquel entonces, el 72% de los consumidores eran usuarios de Internet. Cinco años más tarde, en los mismos 40 mercados la cifra alcanza el 80%, lo que significa que cientos de millones de usuarios más han pasado a formar parte del conjunto de internautas de todo el mundo. En la página 3 te explicamos con mayor detalle **cómo Internet se ha convertido en una propiedad global**.

Podría decirse que uno de los mayores cambios que se han producido durante este periodo ha sido

la adopción masiva del smartphone. En el 2012, 1 de cada 3 consumidores de esos 40 mercados tenía acceso a un smartphone. Tan solo cuatro años más tarde, la cifra ha aumentado de forma espectacular, hasta llegar al 70%. Puedes obtener más información sobre **el éxito del smartphone** en la página 7.

Simultáneamente al aumento del uso del smartphone, en todo el mundo los consumidores cada vez adquieren más dispositivos con conexión a Internet. Si quieres conocer mejor **el mundo multipantalla**, consulta la página 11.

Hoy en día, el smartphone es nuestro dispositivo principal. Lo usamos para estar en contacto con los amigos, para divertirnos y para comprar. En la página 15 verás cómo los usuarios utilizan este **complemento indispensable**.

Probablemente, lo primero que has hecho al levantarte esta mañana ha sido consultar tu smartphone. También lo utilizas para hacer fotos, escuchar música y muchísimas cosas más. En la página 19 hemos analizado esta **revolución de la vida cotidiana**.

¹ Los 40 mercados originales estudiados son: Alemania (DE), Argentina (AR), Australia (AU), Austria (AT), Bélgica (BE), Brasil (BR), Canadá (CA), China (CN), Dinamarca (DK), Egipto (EG), Emiratos Árabes Unidos (UAE), Eslovaquia (SK), España (ES), Finlandia (FI), Francia (FR), Grecia (GR), Hong Kong (HK), Hungría (HU), Irlanda (IE), Israel (IL), Italia (IT), Japón (JP), México (MX), Noruega (NO), Nueva Zelanda (NZ), Países Bajos (NL), Polonia (PL), Portugal (PT), Reino de Arabia Saudí (KSA), Reino Unido (UK), República Checa (CZ), Rumanía (RO), Rusia (RU), Sudáfrica (ZA), Suecia (SE), Suiza (CH), Taiwán (TW), Turquía (TR), Ucrania (UA) y USA. Desde 2012 hemos ampliado el estudio con los países siguientes: Bulgaria (BG), Corea del Sur (KR), Croacia (HR), Eslovenia (SI), Estonia (EE), Filipinas (PH), India (IN), Indonesia (ID), Kenia (KR), Letonia (LV), Lituania (LT), Malasia (MY), Nigeria (NG), Serbia (RS), Singapur (SG), Tailandia (TH) y Vietnam (VN).

Internet: una propiedad global

I Internet: una propiedad global

Desde el 2012 hemos realizado encuestas a consumidores de todo el mundo para averiguar cuáles son sus hábitos en Internet. Hemos constatado un aumento asombroso del número de personas que tienen acceso a la Red: en la actualidad hay cientos de millones de nuevos usuarios. Hoy en día, el 80% de los consumidores de los 40 mercados estudiados utilizan Internet para fines personales, lo que supone un aumento considerable respecto al 72% de hace solo cuatro años.

Las personas que utilizan Internet lo hacen cada vez con mayor frecuencia: 6 de cada 10 usuarios acceden a la Red varias veces al día, mientras que en el 2012 lo hacían menos de 4 de cada 10.

No obstante, no solo hemos estudiado si los usuarios utilizan Internet. También hemos observado sus hábitos y sus emociones cuando lo hacen. En todos los mercados, **8 de cada 10 usuarios afirman que Internet es el primer lugar al que acuden para buscar información**, y 6 de cada 10 prefieren realizar tareas en el mundo digital siempre que sea posible, por ejemplo, a la hora de comprar.

Preguntamos a los consumidores dónde hicieron sus últimas compras (dentro de categorías específicas). Según los resultados globales, **más de 1 de cada 4 afirmaron haberlo hecho online**, mientras que un 60% admitió haber acudido a una tienda. Y, además, 7 de cada 10 aseguraron que usar Internet es divertido, opinión que compartimos plenamente. No es de extrañar que los usuarios más jóvenes muestren una mayor predisposición a usar Internet: **en todos los mercados, el 94% de la población menor de 25 años lo hace**, mientras que entre las personas mayores de 55 años el porcentaje es ligeramente superior al 50%.

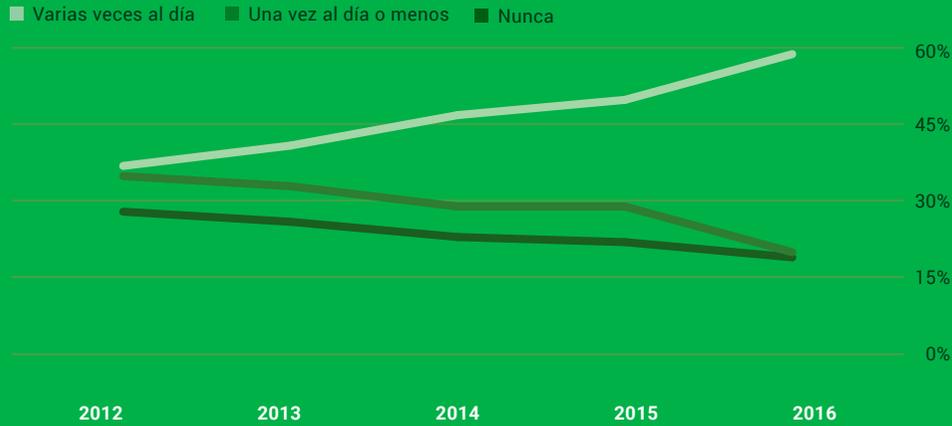
No obstante, si queremos comprender realmente los patrones de adopción de Internet, no basta con fijarnos en datos globales. Por ejemplo, **en algunos mercados, como Australia, Singapur y los países escandinavos, 4 de cada 5 personas mayores de 55 años utilizan Internet**. En India e Indonesia esta situación solo se da en aproximadamente 1 de cada 20 personas del mismo grupo de edad.

De todos modos, los jóvenes indonesios están cambiando este panorama. Más del 80% de los indonesios menores de 25 años son usuarios de Internet, lo que supone un porcentaje de adopción no muy inferior al de los mismos grupos de edad en mercados como Brasil (89%) o Serbia (94%). **En la mayoría de los mercados consolidados, el porcentaje de adopción es actualmente superior al 95% entre las personas más jóvenes.**

No obstante, **el mayor potencial de crecimiento en el uso de Internet no está condicionado por la edad, sino por el nivel de ingresos**. En algunos mercados consolidados, como Austria, Bélgica o Italia, solo 2 de cada 3 personas con un bajo nivel de ingresos utilizan Internet, cifra aún más baja en los mercados en desarrollo.

Cada vez más personas usan Internet con mayor frecuencia

Pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a Internet por motivos personales, es decir, para fines no relacionados con el trabajo ni los negocios? Piensa en tus hábitos de uso del último mes (consulta la página 24).



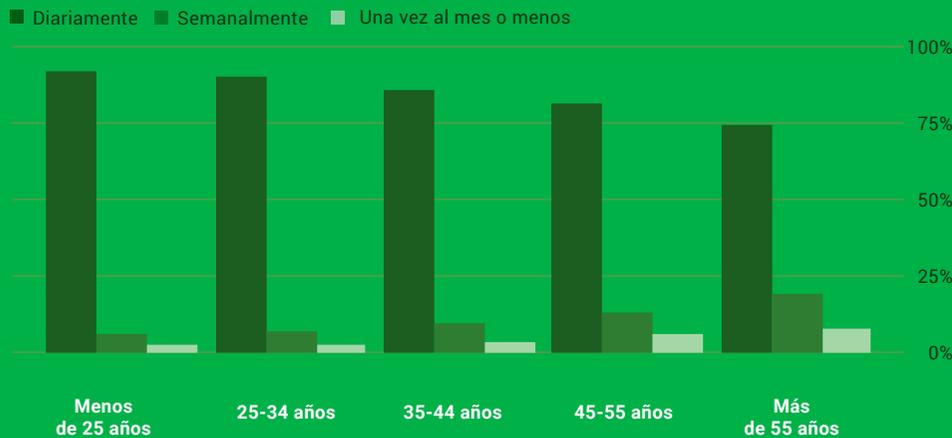
La mayoría de usuarios accede a Internet varias veces al día

Pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a Internet por motivos personales, es decir, para fines no relacionados con el trabajo ni los negocios? (consulta la página 24)



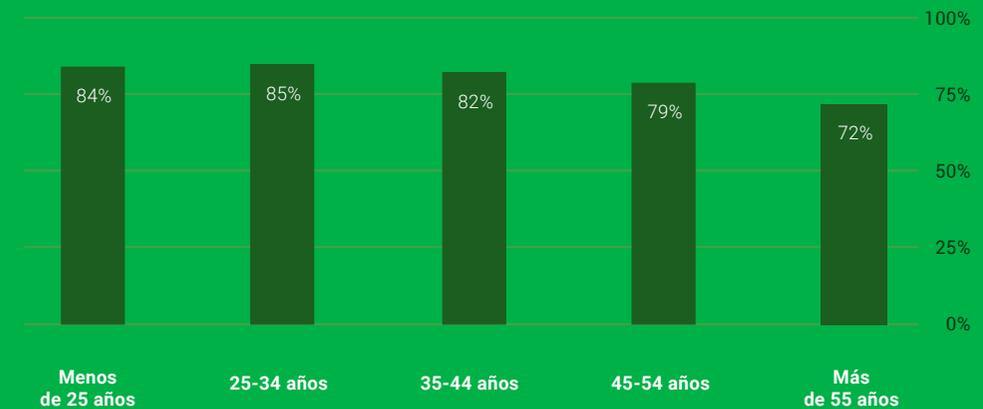
Todos los grupos de edad usan Internet a diario

Pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a Internet por motivos personales, es decir, para fines no relacionados con el trabajo ni los negocios? (consulta la página 24)



Internet es el primer lugar donde buscamos información

Pregunta: ¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Evalúa cada una de las afirmaciones siguientes en una escala del 1 (totalmente de acuerdo) al 5 (totalmente en desacuerdo). *Cuando necesito información, Internet es el primer lugar al que acudo* (consulta la página 24)



Adopción de Internet en todo el mundo

Porcentaje de población que utiliza Internet para fines personales

5% 95%
No incluido



El 94% de la población de Suecia afirma utilizar Internet para fines personales, lo que sitúa a este país a la cabeza de los países encuestados, seguido virtualmente de Noruega y los Países Bajos (ambos con un 93%).

Tan solo un 27% de la población de India afirma usar Internet. Detrás de esta cifra observamos grandes diferencias entre los distintos grupos de edad: solo el 6% de los habitantes de India mayores de 55 años utilizan Internet, frente al 50% de aquellos menores de 25 años.

En los 57 mercados que estudiamos actualmente, una media del 77% de la población utiliza Internet para fines personales

I Éxito del smartphone

I Éxito del smartphone

Uno de los desarrollos más significativos que se han producido en los últimos años ha sido la adopción masiva del smartphone. En el 2012, 1 de cada 3 consumidores de los 40 mercados tenía acceso a uno de estos dispositivos. Tan solo cuatro años más tarde, [esta cifra ha aumentado de forma espectacular hasta llegar al 70%](#). Está claro que el uso de smartphones se ha extendido enormemente y nuestro estudio demuestra que este crecimiento se ha producido en todos los mercados: desde Australia (80% de usuarios de smartphones) hasta China (79%), y desde Noruega (83%) hasta Estados Unidos (72%).

El aumento del uso del smartphone ha sido rápido [en todos los grupos demográficos](#). Aunque, por lo general, en todo el mundo las personas más jóvenes fueron las primeras en hacerse con uno, la generación de sus padres no se está quedando atrás. Esta tendencia ya se ha materializado en los mercados consolidados. Por ejemplo, [7 de cada 10 suecos mayores de 45 años son usuarios de smartphones](#). En los mercados en desarrollo, esta tendencia tiene un ritmo más lento: solo 3 de cada 10 brasileños mayores de 45 años afirman utilizarlo.

Los consumidores de los mercados consolidados pueden tener la sensación de que tocar la pantalla del móvil y deslizar el dedo son acciones que siempre han formado parte de sus vidas. No obstante, para comprender hasta qué punto el uso del smartphone sigue creciendo de forma masiva en todo el mundo, debemos tener en cuenta lo que respondieron los usuarios de 56 mercados y de todos los grupos demográficos al preguntarles cuánto tiempo hacía que usaban el móvil: [entre los encuestados, 1 de cada 8 afirmó que hacía menos de seis meses](#).

Esta rápida adopción de los smartphones da lugar a una situación realmente fascinante: en los mercados en desarrollo, [los smartphones están dejando atrás a los ordenadores](#). En Vietnam, por ejemplo, el porcentaje de adopción de estos dispositivos es muy superior al de los ordenadores: el 72% de la población utiliza un smartphone, mientras que solo un 44% usa un ordenador.

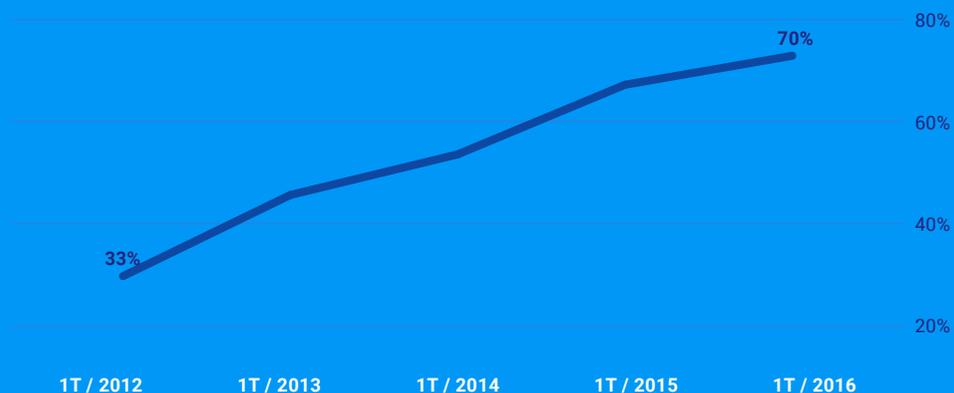
Esta tendencia también se observa en mercados en los que el smartphone está alcanzando al ordenador en cuanto a porcentaje de adopción. En Suiza, por ejemplo, el 84% de los habitantes afirman utilizar ordenadores (de sobremesa, portátiles o netbooks), pero el 77% ya usan smartphones. [Los smartphones han dejado de ser, pues, un dispositivo secundario](#).

Está bien saber cuántas personas utilizan un smartphone, pero también nos interesa conocer con qué frecuencia los consumidores acceden a Internet con estos dispositivos y con qué frecuencia lo hacen con ordenadores o tablets. Lo hemos preguntado año tras año en 40 mercados de todo el mundo y las respuestas ponen de manifiesto que [los smartphones no solo ocupan un lugar en nuestros bolsillos, sino también en nuestra vida cotidiana](#).

Aproximadamente una tercera parte de los usuarios de smartphones aseguran acceder a Internet más a menudo con uno de estos dispositivos que con un ordenador o un tablet. Otra tercera parte usa ambos dispositivos por igual. Así pues, podemos afirmar que, [para dos terceras partes de los usuarios de smartphones, este dispositivo no es secundario](#). Esta situación representa un cambio a gran escala desde el 2012, cuando 4 de cada 5 personas usaban más el ordenador o el tablet que el smartphone.

La adopción del smartphone se ha duplicado en tan solo cuatro años

Pregunta: ¿Cuál de los siguientes dispositivos utilizas actualmente (si es que utilizas alguno)? Smartphone (consulta la página 25)



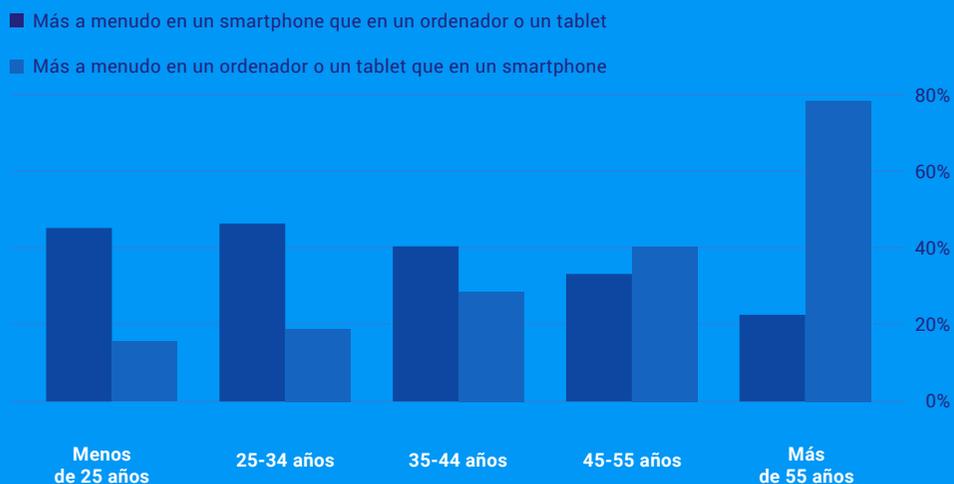
Dos terceras partes de los usuarios de smartphones afirman que este dispositivo no es secundario

Pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas Internet, ya sea a través del navegador web o de una aplicación, para fines personales (no relacionados con el trabajo ni los negocios) en un [ordenador / smartphone / tablet]? (consulta la página 25)



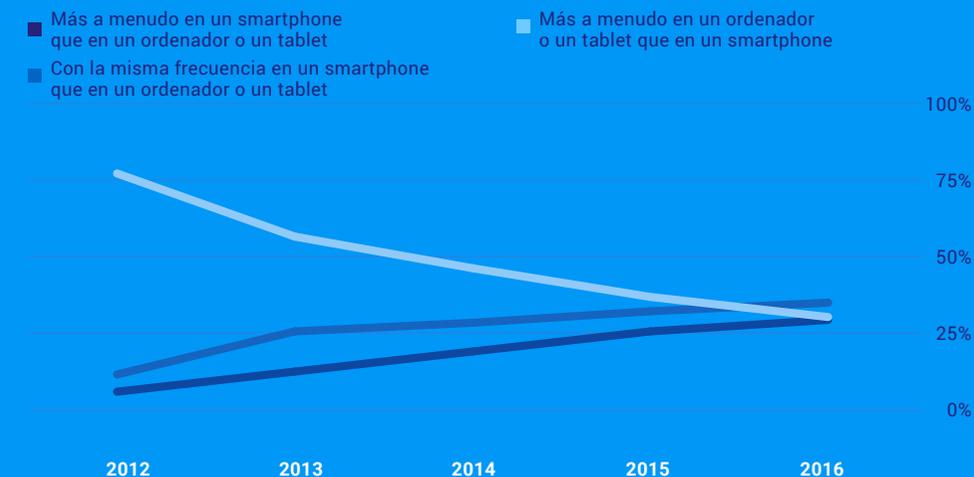
No es que hayamos dejado de utilizar ordenadores; es simplemente una cuestión de edad

Pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas Internet, ya sea a través del navegador web o de una aplicación, para fines personales (no relacionados con el trabajo ni los negocios) en un [ordenador / smartphone / tablet]? (consulta la página 25)



Cambio a gran escala: el smartphone ya no es un dispositivo secundario

Pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas Internet, ya sea a través del navegador web o de una aplicación, para fines personales (no relacionados con el trabajo ni los negocios) en un [ordenador / smartphone / tablet]? (consulta la página 25)



¿Es un dispositivo secundario?

Porcentaje de usuarios de Internet que utilizan el smartphone con igual o mayor frecuencia que el ordenador o el tablet para acceder a la Red

50% 100%
No incluido



El 95% de los habitantes de Corea del Sur afirman acceder a Internet más a menudo a través del smartphone (62%) o indistintamente desde el smartphone y el ordenador (33%).

En los mercados europeos, una media del 56 % de la población afirma acceder a Internet más a menudo a través del smartphone (20%) o indistintamente desde el smartphone y el ordenador (36%). En cambio, en Sudáfrica, el 74% de la población afirma usar el smartphone más a menudo, mientras que el 9% dice que utiliza el smartphone y el ordenador por igual.

Solo el 12% de los eslovenos acceden a Internet principalmente a través del smartphone, mientras que el 36% lo hacen indistintamente desde el smartphone y el ordenador.

I Mundo multipantalla

I Mundo multipantalla

El smartphone está superando al ordenador portátil y se está convirtiendo en el principal dispositivo que utilizan los usuarios para acceder a Internet. Simultáneamente, [en todas partes los consumidores adquieren cada vez más dispositivos con conexión a Internet](#), lo que está dando lugar a un mundo multipantalla.

En el 2012 preguntamos a consumidores de 40 mercados de todo el mundo si utilizaban smartphones, tablets u ordenadores. Por aquel entonces, el 43% de la población utilizaba uno de estos tres dispositivos, el 26% utilizaba dos y solo el 6% los utilizaba todos. [Cuatro años más tarde, el número de personas que usan los tres dispositivos se ha cuadruplicado](#).

Hace poco ampliamos el grupo del estudio a 56 países y preguntamos a los consumidores qué dispositivos utilizan actualmente sin limitarnos a "los tres grandes dispositivos" mencionados. Los resultados fueron muy interesantes: por ejemplo, [solo el 3% utilizan lectores de libros electrónicos](#), aunque esta cifra es muy superior en mercados como Reino Unido (12%) y Rusia (11%). [Tan solo un 4% afirmaron utilizar dispositivos digitales](#)

[wearable](#), como smartwatches. No obstante, el uso de estos dispositivos también varía mucho en cada mercado. Si un holandés viaja a Australia, probablemente se sorprenderá de la cantidad de wearables que se usan. El 9% de los australianos utilizan wearables, mientras que en los Países Bajos solo lo hace un 4% de la población.

Otros dispositivos tienen porcentajes de adopción mucho más elevados: [las encuestas revelaron que 1 de cada 4 personas afirma utilizar un televisor con conexión a Internet](#), o "smart TV". Igual que ocurre con los lectores de libros electrónicos, los porcentajes de adopción no varían mucho entre los distintos grupos de edad. Sin embargo, la adopción de televisores con conexión a Internet está mucho más extendida en las familias con ingresos elevados (40%) que en aquellas con ingresos bajos (17%). En este caso también destacan algunos mercados: los porcentajes de adopción en Corea del Sur, Dinamarca, Noruega, Reino Unido y Singapur son prácticamente del 50%.

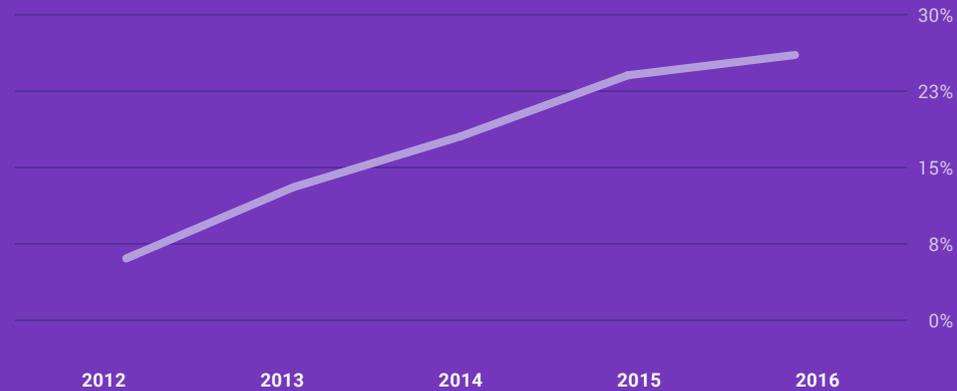
No obstante, estos nuevos televisores no son el único medio para ver contenido digital en la gran pantalla: en los distintos mercados, el 19% de la

población dispone de dispositivos digitales con los que puede guardar o grabar programas de televisión, mientras que el [10% utiliza dispositivos digitales como Apple TV o Chromecast para emitir contenido de Internet en la pantalla del televisor](#). Esta última categoría de dispositivos cuenta con porcentajes de adopción muy elevados en algunos de los mercados en los que los televisores con conexión a Internet también son muy populares, como Dinamarca, Noruega y Reino Unido, donde el uso de Internet a través del televisor está muy extendido.

Internet y la televisión también se combinan de otras formas: en todos los mercados, el [57% de la población afirma acceder a Internet con otro dispositivo mientras ve la televisión](#). La segunda pantalla es ya muy habitual en todos los mercados y grupos de edad. Incluso entre la población mayor de 55 años, 4 de cada 10 personas utilizan Internet mientras ven la televisión y, en algunos grupos de edad, como los jóvenes de Bulgaria o Noruega, la proporción se eleva a 9 de cada 10 personas.

Aumento del uso de tres pantallas: 1 de cada 4 personas utiliza el smartphone, el tablet y el ordenador

Pregunta: ¿Cuál de los siguientes dispositivos utilizas actualmente (si es que utilizas alguno)?
Smartphone, tablet y ordenador (consulta la página 26)



La mayoría de los usuarios de Internet acceden a la Red mientras ven la televisión

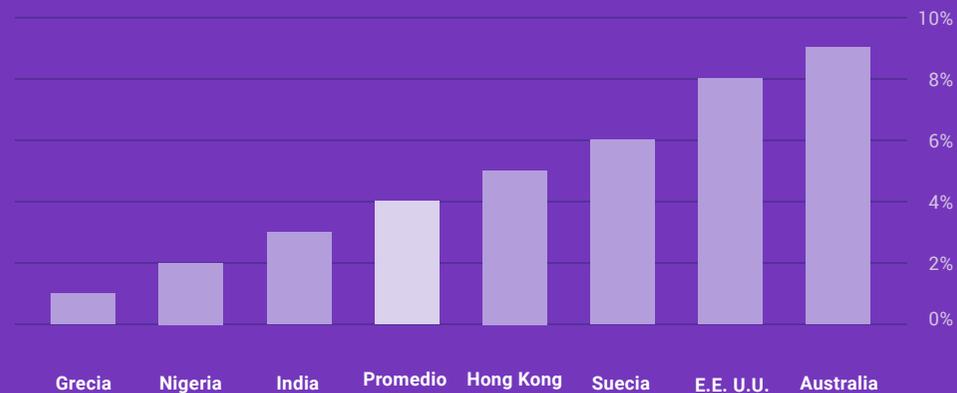
Pregunta: En el último mes, ¿has accedido a Internet a través de otro dispositivo (p. ej., un ordenador, un smartphone o un tablet) mientras veías la televisión? (consulta la página 26)

58%

de los usuarios de Internet acceden a la Red mientras ven la televisión

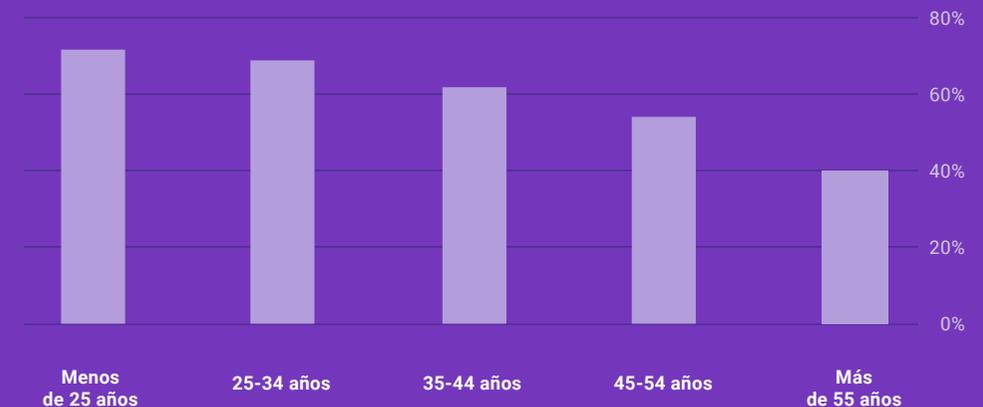
Grandes diferencias en la adopción de wearables

Pregunta: ¿Cuántos de los siguientes dispositivos utilizas actualmente? (Wearables)
(consulta la página 26)



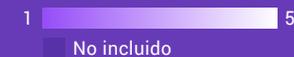
Segunda pantalla: todos los grupos de edad acceden a Internet mientras ven la televisión

Pregunta: En el último mes, ¿has accedido a Internet a través de otro dispositivo (p. ej., un ordenador, un smartphone o un tablet) mientras veías la televisión? (consulta la página 26)



Dispositivos con conexión a Internet

¿Cuántos dispositivos con conexión a Internet utiliza el usuario medio?



Los habitantes de Kuwait utilizan, de media, 4,4 dispositivos con conexión a Internet, mientras que los de Kenia solo usan 0,8.

En Malasia, el usuario medio utiliza 1,8 dispositivos con conexión a Internet, mientras que en Singapur, el país vecino, la cifra es de 3,1.

En todos los mercados estudiados, el promedio global es de 2,5 dispositivos con conexión a Internet por persona.

| Un complemento indispensable

I Un complemento indispensable

Con el fin de analizar hasta qué punto el smartphone se está convirtiendo en el principal dispositivo para acceder a Internet, hemos preguntado a los internautas para qué lo utilizan y con qué frecuencia. El smartphone se ha convertido en nuestro nuevo aliado. Usuarios de todo el mundo nos cuentan historias fascinantes sobre su utilidad.

Hay tareas que se han adaptado muy deprisa a los smartphones. Por ejemplo, en la actualidad, un 51% de los usuarios de Internet realizan búsquedas con el teléfono, porcentaje muy similar al de las búsquedas efectuadas desde ordenadores. Según otras fuentes de datos, el gran volumen de búsquedas procedentes de smartphones ya ha superado al que se registra en ordenadores.

El smartphone está transformando la forma de ver vídeos, y 4 de cada 10 usuarios de Internet afirman ver vídeos online en el teléfono cada semana. Esta tendencia se acentúa aún más entre la población joven. **Dos terceras partes de los usuarios menores de 25 años ven vídeos online en el smartphone cada semana.** En este mismo grupo de edad, el 58% ven vídeos online en el ordenador cada semana.

En la mayor parte de los países de Asia y Oriente Medio, ver vídeos online en el smartphone es algo muy común. En Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong, Malasia, Singapur, Tailandia, Taiwán y Turquía, más del 60% de los usuarios afirman hacerlo. No obstante, **no hay ningún país que iguale a Vietnam, donde más de 3 de cada 4 usuarios de Internet aseguran que ven vídeos online en el smartphone cada semana.** Entre estos usuarios se incluye a la mitad de los vietnamitas mayores de 55 años.

Para los jóvenes, el smartphone es también una forma de interactuar con los amigos. **De hecho, 3 de cada 4 usuarios de Internet menores de 25 años afirman usar el teléfono cada semana para visitar redes sociales,** y prácticamente la misma proporción de usuarios lo hace cada día. Solo un poco más de la mitad de usuarios de ese mismo grupo visitan redes sociales desde el ordenador cada semana.

Esta tendencia se da especialmente en los mercados europeos, donde el 81% de los usuarios menores de 25 años acceden a las redes sociales desde el smartphone cada semana, frente a tan solo el 14% de los usuarios mayores de 55 años. De todos los usuarios de Internet de los 56

mercados estudiados, el 51% acceden a redes sociales a través del teléfono cada semana.

Los menores de 25 años tienden a usar mucho más el smartphone que el ordenador para realizar distintas tareas. Cada semana, un 70% utilizan motores de búsqueda, un 54% consultan el correo, un 19% juegan y un 26% buscan información sobre algún producto.

El smartphone también se está posicionando como dispositivo de compra: **en todo el mundo, 1 de cada 5 usuarios busca información sobre productos en el smartphone al menos una vez a la semana,** mientras que un 4% afirma usar el teléfono para comprar productos o servicios al menos una vez a la semana, cifra muy parecida al número de usuarios que usan el ordenador para estos fines. En algunos países, el uso del smartphone está todavía más extendido. Por ejemplo, en Reino Unido, el 19% de los usuarios compran productos o servicios a través del teléfono al menos una vez a la semana, mientras que el 35% buscan información sobre productos. Esta tendencia también es más marcada entre los consumidores más jóvenes.

Voy a buscarlo en Google

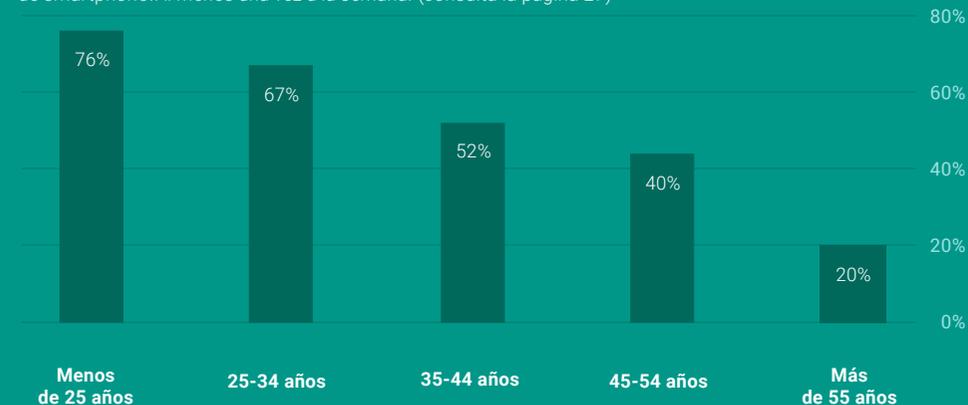
Pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas motores de búsqueda en un navegador web o una aplicación de smartphone? *Al menos una vez a la semana.* (consulta la página 27)

51%

de los usuarios de Internet utilizan motores de búsqueda en el smartphone cada semana

Para los jóvenes, el smartphone es el dispositivo que permite interactuar con los amigos, y 3 de cada 4 acceden a redes sociales desde el teléfono cada semana

Pregunta: ¿Con qué frecuencia visitas redes sociales en un navegador web o una aplicación de smartphone? *Al menos una vez a la semana.* (consulta la página 27)



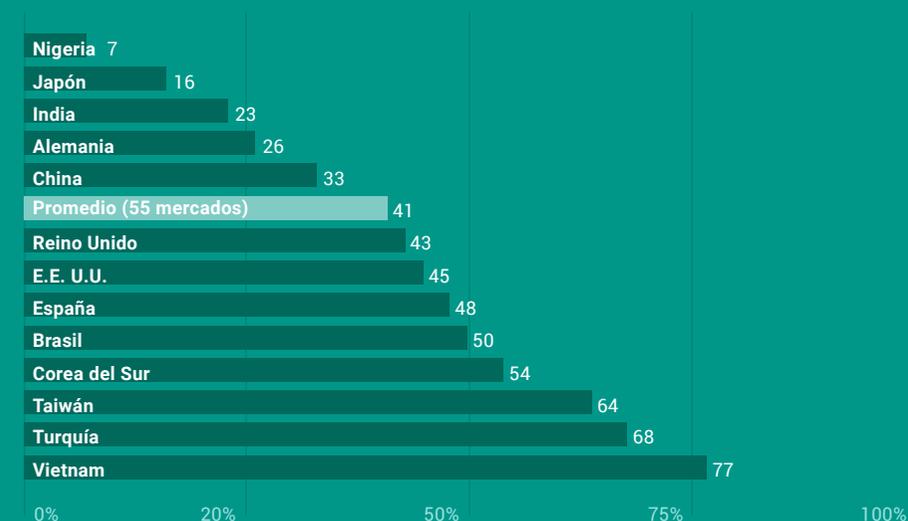
Enviado desde mi teléfono: los smartphones se han convertido en una herramienta de correo electrónico tan utilizada como los ordenadores

Pregunta: ¿Con qué frecuencia consultas el correo electrónico en un navegador web o una aplicación de smartphone, tablet u ordenador? *Al menos una vez a la semana.* (consulta la página 27)



Vídeo en el smartphone: utilizamos el teléfono para emitir vídeo online (algunos mercados)

Pregunta: ¿Con qué frecuencia ves vídeos online en un navegador web o una aplicación de smartphone, tablet u ordenador? *Al menos una vez a la semana.* (consulta la página 27)



Vídeo online

¿Qué porcentaje de la población ve vídeos online en el smartphone al menos una vez a la semana?

10% 80%
No incluido



En todos los mercados estudiados, el 41% de los usuarios de Internet ven vídeos online en el smartphone al menos una vez a la semana.

En Sudáfrica, solo un 11% de los usuarios de Internet ven vídeos online en el smartphone al menos una vez a la semana, frente a un 77% en Vietnam.

En los cuatro países de Oriente Medio estudiados, un 64% de los usuarios afirman ver vídeos online en el smartphone al menos una vez a la semana, frente a tan solo un 37% en los mercados europeos.

I Revolución de la vida cotidiana

I Revolución de la vida cotidiana

Seguramente hace mucho tiempo que no programas un despertador como los de antes. De hecho, para más de la mitad de los usuarios de smartphones de todo el mundo, el teléfono se ha convertido en la herramienta preferida para llevar a cabo tareas cotidianas, como consultar la hora (60%) o programar el despertador (61%). Esto significa que **el smartphone es lo primero que utilizamos por la mañana**. Esta transformación silenciosa se ha producido en prácticamente todos los mercados y grupos de edad.

Obviamente, el despertador no es la única tecnología a la que el smartphone sustituye. **Dos terceras partes de los usuarios de smartphones afirman que el teléfono es el principal dispositivo que utilizan para hacer fotos**. Esta tendencia se observa en todos los grupos de edad, incluso en el de mayores de 55 años, con 6 de cada 10 personas.

Para la mitad de los usuarios de smartphones, el teléfono también es el dispositivo más utilizado a la hora de escuchar música, aunque en este caso sí observamos una diferencia según la edad: **prácticamente 2 de cada 3 usuarios menores de 25**

años utilizan principalmente el smartphone para escuchar música, frente a tan solo 1 de cada 4 usuarios mayores de 55 años.

Aquellos que empezaron a utilizar el smartphone desde sus inicios utilizan el teléfono como reloj, cámara o dispositivo para escuchar música con toda normalidad. Y, de hecho, el uso que hacemos del teléfono no se limita a estas funciones. **Para un 39% de usuarios, entre los que se incluyen 1 de cada 3 mayores de 55 años, es la principal herramienta para consultar las noticias**. Un porcentaje similar de consumidores usa el teléfono para consultar el tiempo o para jugar, más que ningún otro dispositivo. Finalmente, 1 de cada 4 lo hace para buscar información sobre viajes, tráfico y mapas, un 17% para gestionar listas de la compra o de tareas pendientes, y un 26% para administrar la agenda y las citas.

No obstante, algunas actividades (todavía) no son muy habituales en el smartphone. **Solo un 12% de los usuarios lo utilizan como dispositivo principal para leer libros y revistas**, y solo un 7% para hacer un seguimiento de su estado de salud, dieta y actividad física.

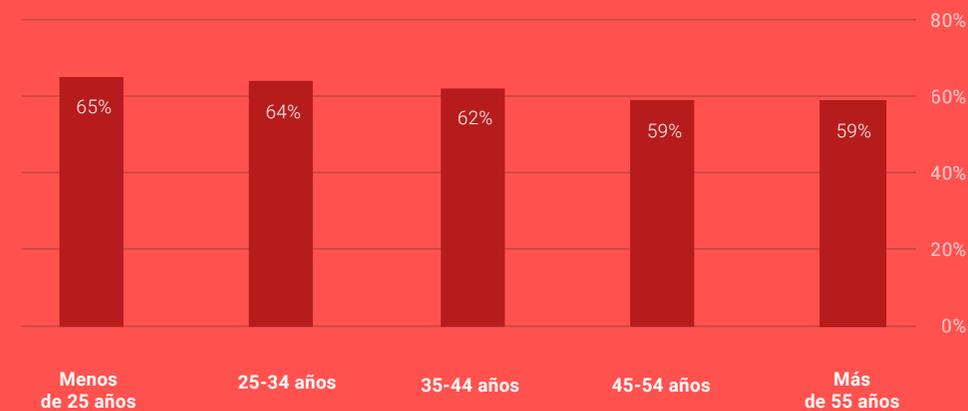
El smartphone es lo primero que utilizan 6 de cada 10 usuarios por la mañana

Pregunta: En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil?
Programar el despertador (consulta la página 28)



El smartphone es la cámara preferida de todos los grupos de edad

Pregunta: En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil?
Hacer fotos o vídeos (consulta la página 28)



Con la música a todas partes

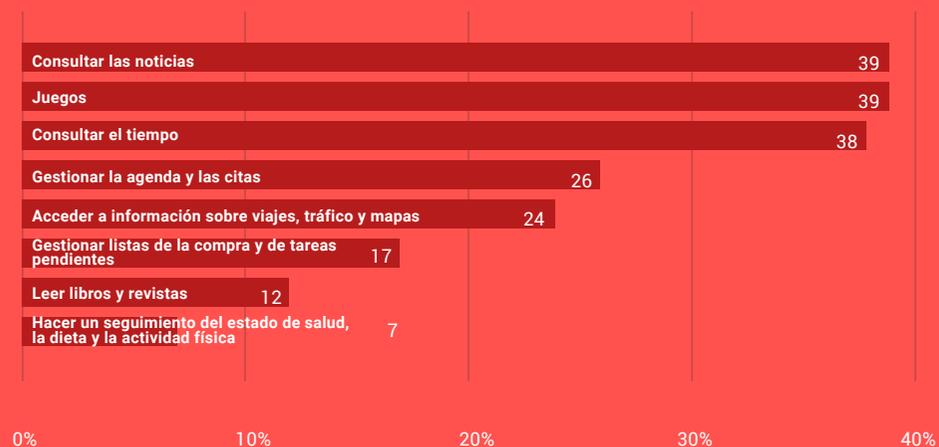
Pregunta: En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil?
Escuchar música (consulta la página 28)

63%

de los usuarios de smartphones menores de 25 años afirman que el teléfono es el principal dispositivo que utilizan para escuchar música

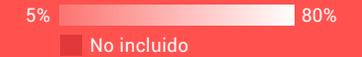
Los smartphones se utilizan para muchas tareas

Pregunta: En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil?
(consulta la página 28)



Música en el smartphone

¿Qué porcentaje de la población menor de 25 años escucha música en el smartphone al menos una vez a la semana?



En todos los mercados estudiados, el 44% de los usuarios de Internet menores de 25 años afirman escuchar música en el smartphone al menos una vez a la semana, frente a tan solo el 6% de los usuarios mayores de 55 años.

Pasión por la música en los países escandinavos: los noruegos menores de 25 años encabezan la lista de usuarios que escuchan música en el smartphone (78%), seguidos por los suecos (74%), los irlandeses (74%) y los daneses (73%).

En EE. UU., el 58% de los usuarios de Internet menores de 25 años escuchan música en el smartphone al menos una vez a la semana, frente a tan solo el 19% de sus vecinos mejicanos.

I Apunte final

Con este informe puedes hacerte una idea de los resultados del estudio que hemos llevado a cabo durante varios años en un gran número de mercados. En consumerbarometer.com encontrarás cifras más detalladas y podrás crear tus propios gráficos de distintos mercados y grupos demográficos.

Sin embargo, nuestro estudio sobre el uso de Internet en todo el mundo no termina aquí. Ya estamos trabajando en la próxima serie de preguntas y, en el 2017, publicaremos los resultados en este sitio web. Seguimos ampliando el estudio a nuevos mercados y aumentando el alcance para determinar la velocidad a la que se desarrolla la tecnología y el uso que se hace de ella.

Seguiremos de cerca esta revolución global y la documentaremos compartiendo datos e insights en consumerbarometer.com.

En el sitio web de Consumer Barometer se describe con mayor detalle el método utilizado para la encuesta.

Cada vez hay más personas que usan Internet con mayor frecuencia

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2012-2016

Grupo objetivo:

Población total online y offline

Pregunta:

¿Con qué frecuencia accedes a Internet por motivos personales, es decir, para fines no relacionados con el trabajo ni los negocios? Piensa en tus hábitos de uso del último mes.

Mercados:

40 mercados globales: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA y USA

La mayoría de los usuarios accede a Internet varias veces al día

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2012-2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia accedes a Internet por motivos personales, es decir, para fines no relacionados con el trabajo ni los negocios?

Mercados:

40 mercados globales: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA y USA

Todos los grupos de edad usan Internet a diario

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2014, 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia accedes a Internet por motivos personales, es decir, para fines no relacionados con el trabajo ni los negocios?

Mercados:

43 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, LV, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA y NG

Internet es el primer lugar donde buscamos información

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2014, 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Evalúa cada una de las afirmaciones siguientes en una escala del 1 (totalmente de acuerdo) al 5 (totalmente en desacuerdo). *Cuando necesito información, Internet es el primer lugar al que acudo.*

Mercados:

43 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, LV, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA y NG

La adopción del smartphone se ha duplicado en tan solo cuatro años

Fuente:

Encuesta de Connected Customer
2012-2016

Grupo objetivo:

Población total online y offline

Pregunta:

¿Cuál de los siguientes dispositivos utilizas actualmente (si es que utilizas alguno)?

Smartphone

Mercados:

40 mercados globales: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA y USA

Dos terceras partes de los usuarios de smartphones afirman que este dispositivo no es secundario

Fuente:

Encuesta de Connected Customer
2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia utilizas Internet, ya sea a través del navegador web o de una aplicación, para fines personales (no relacionados con el trabajo ni los negocios) en un [ordenador / smartphone / tablet]?

Mercados:

56 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

No es que hayamos dejado de utilizar los ordenadores; es simplemente una cuestión de edad

Fuente:

Encuesta de Connected Customer
2014, 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia utilizas Internet, ya sea a través del navegador web o de una aplicación, para fines personales (no relacionados con el trabajo ni los negocios) en un [ordenador / smartphone / tablet]?

Mercados:

43 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, LV, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA y NG

Cambio a gran escala: el smartphone ya no es un dispositivo secundario

Fuente:

Encuesta de Connected Customer
2012-2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia utilizas Internet, ya sea a través del navegador web o de una aplicación, para fines personales (no relacionados con el trabajo ni los negocios) en un [ordenador / smartphone / tablet]?

Mercados:

40 mercados globales: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA y USA

Aumento del uso de tres pantallas: entre los encuestados, 1 de cada 4 personas utiliza el smartphone, el tablet y el ordenador

Fuente:
Encuesta de Connected Customer 2012-2016

Grupo objetivo:
Población total online y offline

Pregunta:
¿Cuáles de los siguientes dispositivos utilizas actualmente (si es que utilizas alguno)?
Smartphone, tablet y ordenador

Mercados:
40 mercados globales: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA y USA

La mayoría de los usuarios de Internet acceden a la Red mientras ven la televisión

Fuente:
Encuesta de Connected Customer 2014, 2015 y 2016

Grupo objetivo:
Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone) / telespectadores

Pregunta:
En el último mes, ¿has accedido a Internet a través de otro dispositivo (p. ej., ordenador, smartphone o tablet) mientras veías la televisión?

Mercados:
56 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

De media, utilizamos 2,5 dispositivos con conexión a Internet por persona

Fuente:
Encuesta de Connected Customer 2016

Grupo objetivo:
Población total online y offline

Pregunta:
¿Cuántos de los siguientes dispositivos utilizas actualmente? *Wearables*

Mercados:
-

Segunda pantalla: todos los grupos de edad acceden a Internet mientras ven la televisión

Fuente:
Encuesta de Connected Customer 2014, 2015 y 2016

Grupo objetivo:
Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone) / telespectadores

Pregunta:
En el último mes, ¿has accedido a Internet a través de otro dispositivo (p. ej., ordenador, smartphone o tablet) mientras veías la televisión?

Mercados:
39 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, IE, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL y SA

Voy a buscarlo en Google

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia utilizas motores de búsqueda *en un navegador web o una aplicación de smartphone?* *Al menos una vez a la semana.*

Mercados:

56 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

Para los jóvenes, el smartphone es el dispositivo que permite interactuar con los amigos, y 3 de cada 4 acceden a las redes sociales desde el teléfono cada semana

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia visitas las redes sociales *en un navegador web o una aplicación de smartphone?* *Al menos una vez a la semana.*

Mercados:

48 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL y SA

Enviado desde mi teléfono: los smartphones se han convertido en una herramienta de correo electrónico tan utilizada como los ordenadores

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia consultas el correo electrónico *en un navegador web o una aplicación de smartphone, tablet u ordenador?* *Al menos una vez a la semana.*

Mercados:

56 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

Vídeo en el smartphone: utilizamos el teléfono para emitir vídeo online (algunos mercados)

Fuente:

Encuesta de Connected Customer 2015 y 2016

Grupo objetivo:

Usuarios de Internet (que acceden a la Red desde un ordenador, un tablet o un smartphone)

Pregunta:

¿Con qué frecuencia ves vídeos online en un navegador web o una aplicación de smartphone? *Al menos una vez a la semana.*

Mercados:

56 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

El smartphone es lo primero que utilizan 6 de cada 10 usuarios por la mañana

Fuente:
Encuesta de Consumer Barometer 2014 y 2015

Grupo objetivo:
Usuarios de Internet que utilizan un smartphone

Pregunta:
En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil? *Programar el despertador*

Mercados:
55 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

El smartphone es la cámara preferida de todos los grupos de edad

Fuente:
Encuesta de Consumer Barometer 2014 y 2015

Grupo objetivo:
Usuarios de Internet que utilizan smartphones

Pregunta:
En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil? *Hacer fotos o vídeos*

Mercados:
55 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

Con la música a todas partes

Fuente:
Encuesta de Consumer Barometer 2014 y 2015

Grupo objetivo:
Usuarios de Internet que utilizan un smartphone / menores de 25 años

Pregunta:
En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil? *Escuchar música*

Mercados:
55 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA

Los smartphones se utilizan para muchas tareas

Fuente:
Encuesta de Consumer Barometer 2014 y 2015

Grupo objetivo:
Usuarios de Internet que utilizan un smartphone / menores de 25 años

Pregunta:
En general, ¿para cuáles de las siguientes tareas utilizas principalmente el teléfono móvil?

Mercados:
56 mercados globales: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG y ZA.