



**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**

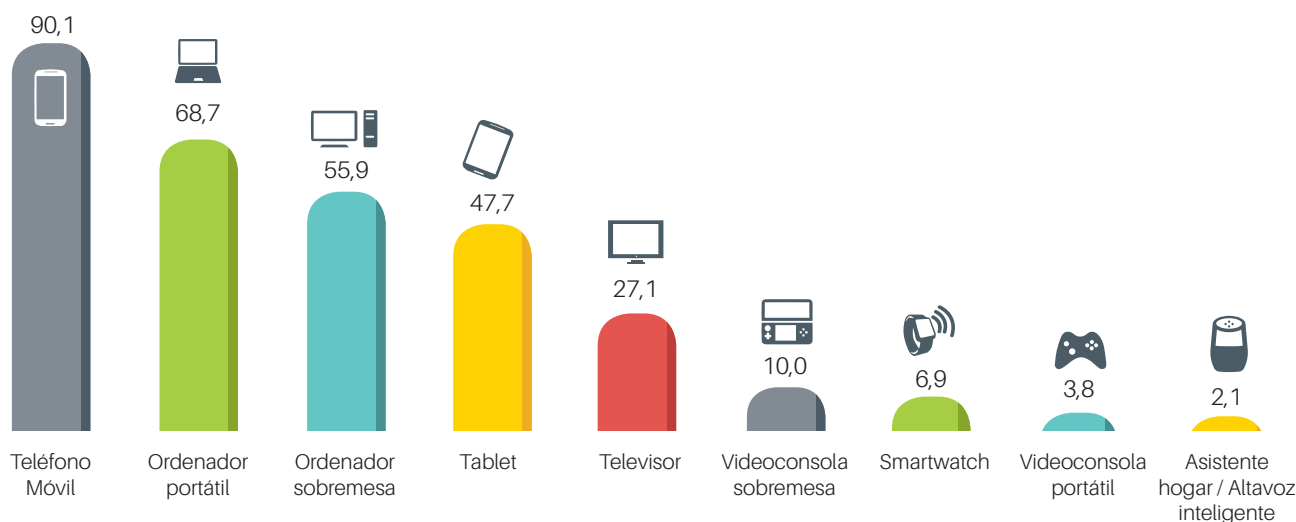
- Más masculino, más joven, más tiempo de conexión a Internet
- Cada vez más maduros y más usuarios de Internet



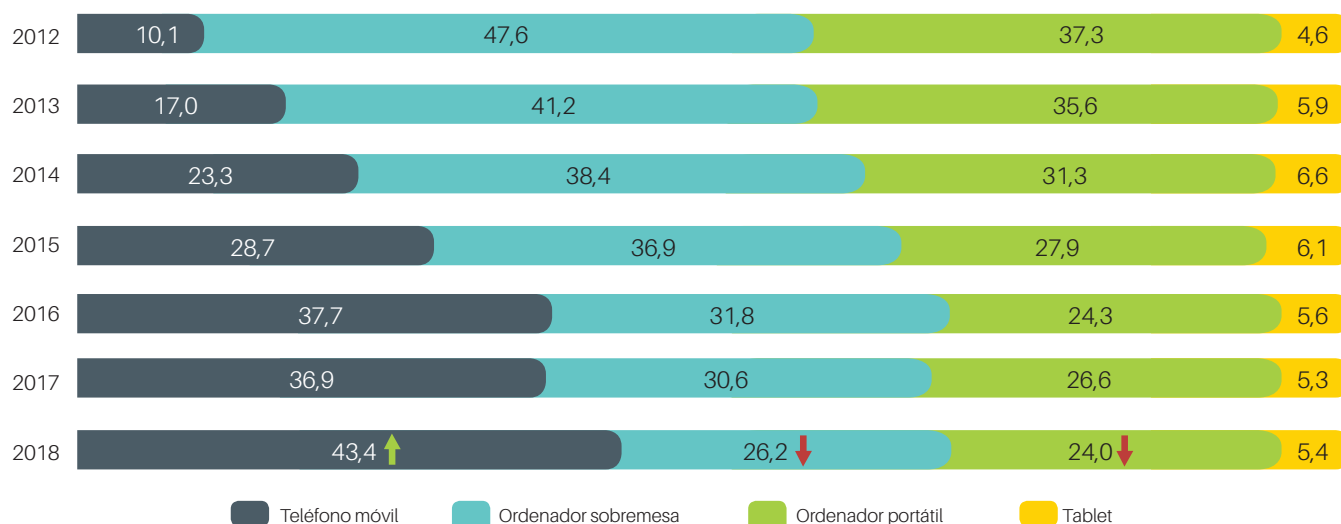
**FECHAS RECOGIDA ENCUESTAS**

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

**DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)**

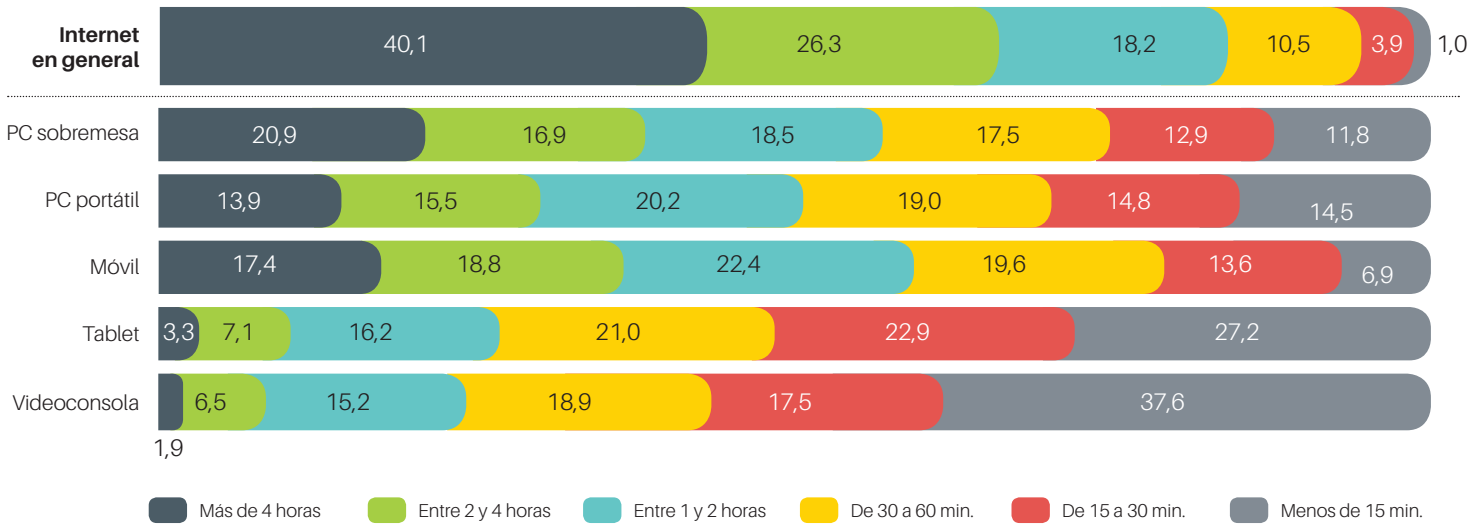


**DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)**

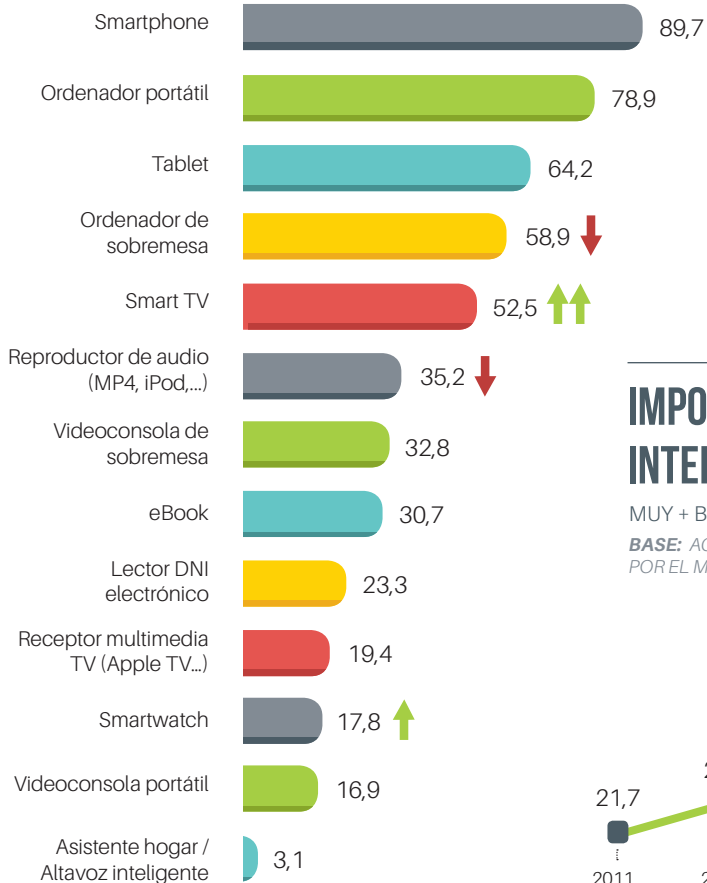


# CONSUMO DIARIO DE LOS NAVEGANTES EN INTERNET (%)

BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO



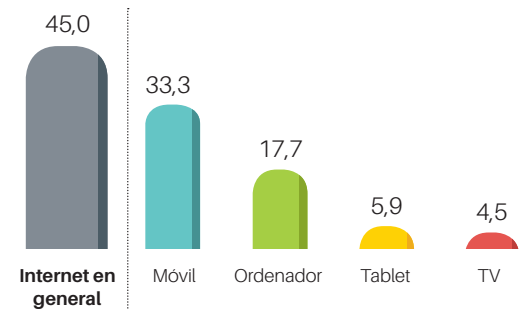
## DISPOSITIVOS DEL NAVEGANTE (%)



## ACCESO A INTERNET (%)

CASI CONSTANTEMENTE

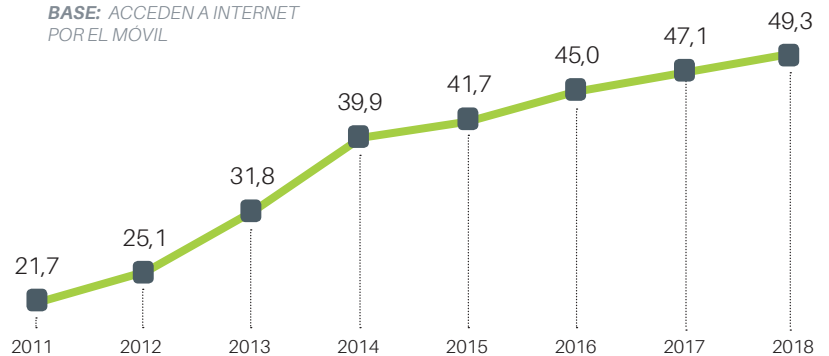
BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO



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

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

BASE: ACCEDEN A INTERNET POR EL MÓVIL



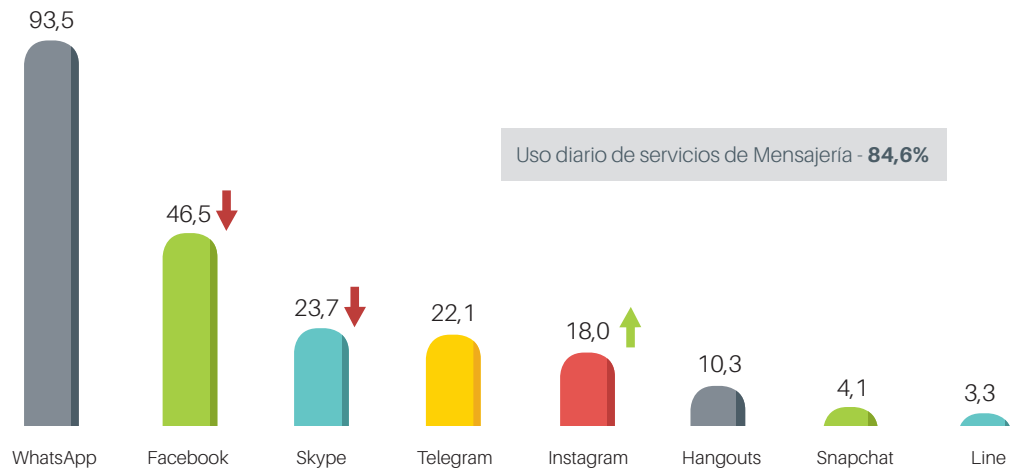
## CON EL MÓVIL ME BASTA PARA HACER TODO LO QUE QUIERO EN INTERNET (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

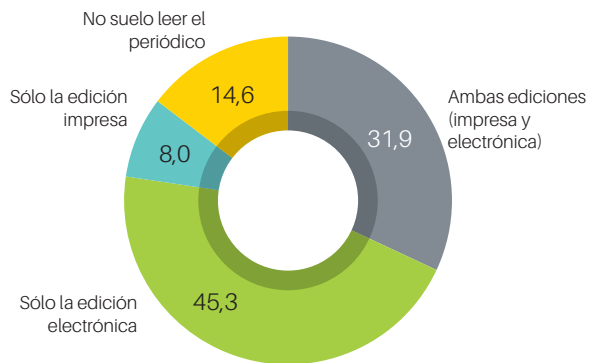
BASE: ACCEDEN A INTERNET POR EL MÓVIL



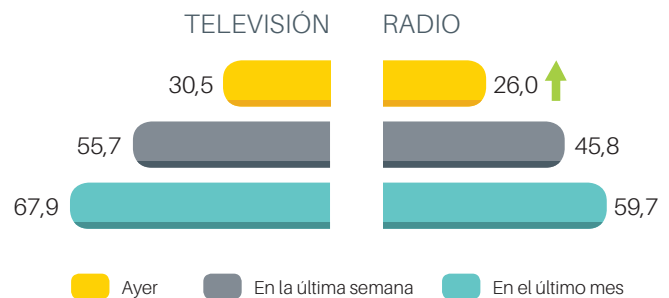
## SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA UTILIZADOS (%)



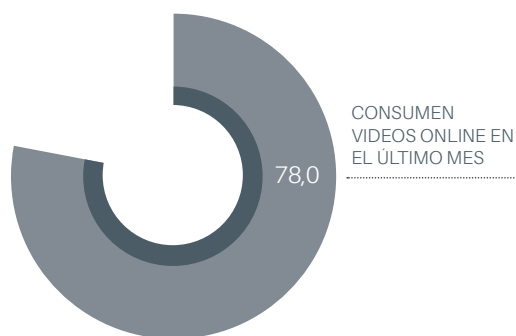
## FORMA DE LECTURA DE LA PRENSA (%)



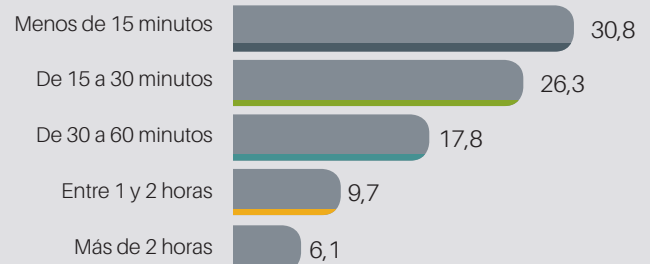
## ESCUCHA DE RADIO Y VISIONADO DE TELEVISIÓN POR INTERNET (%)



## CONSUMO DE VIDEOS ONLINE (%)

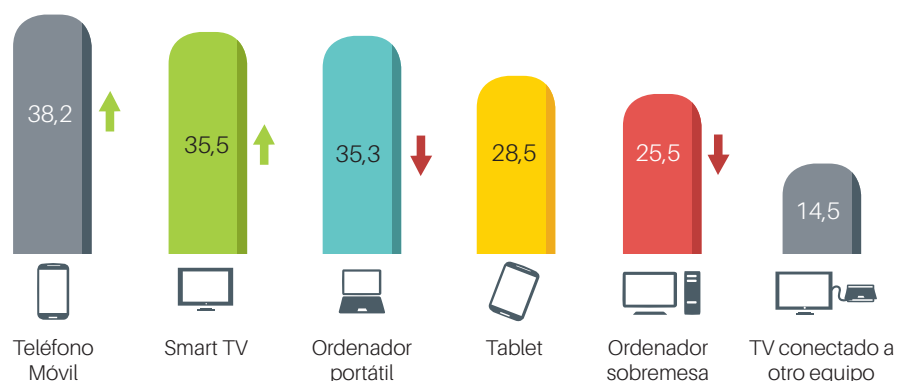


### PROMEDIO CONSUMO DIARIO



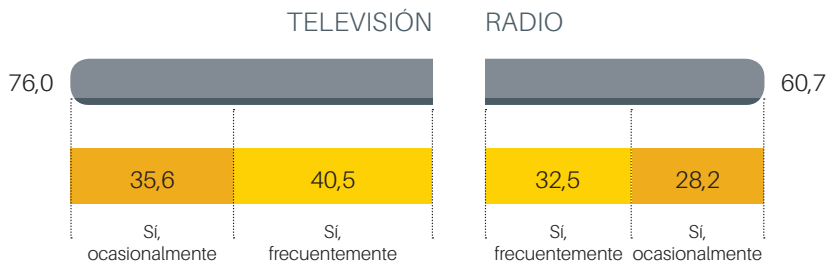
## EQUIPO DE VISIONADO DE TV POR INTERNET (%)

BASE: HA VISTO TV POR INTERNET ÚLT. 30 DÍAS



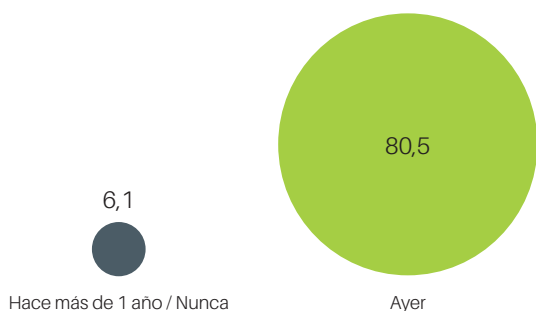
## LA MULTITAREA

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



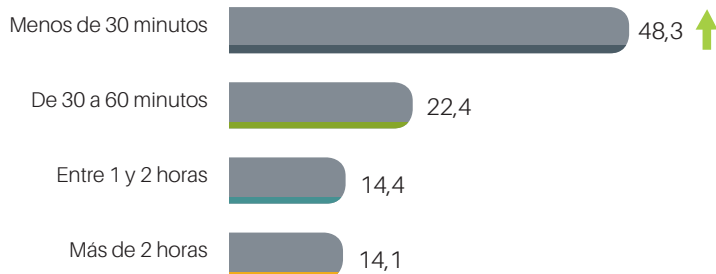
## REDES SOCIALES

### ACCESO A REDES SOCIALES (%)



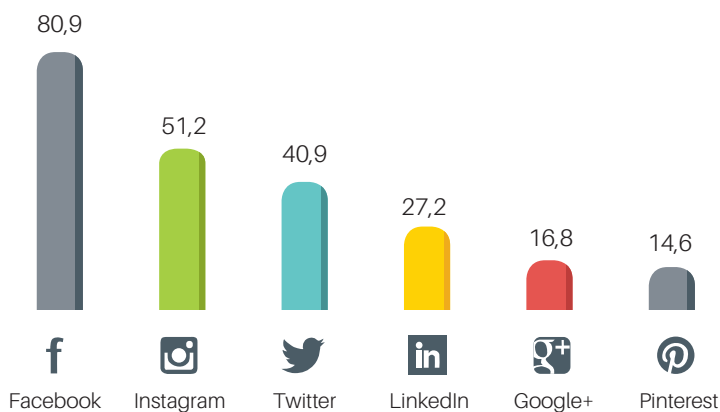
### TIEMPO DEDICADO AL DÍA A LAS REDES SOCIALES (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



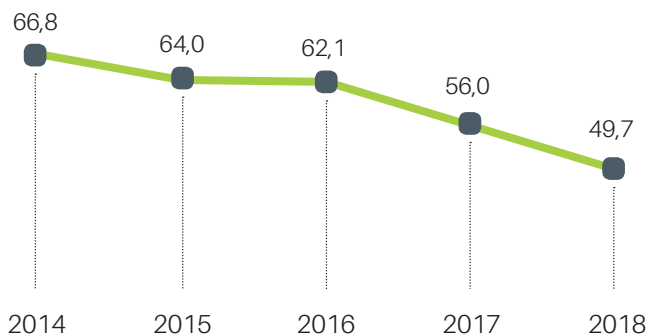
## REDES SOCIALES UTILIZADAS (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



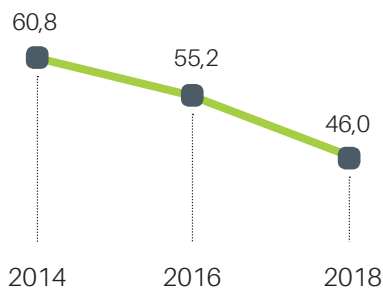
## ACCESO A BLOGS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

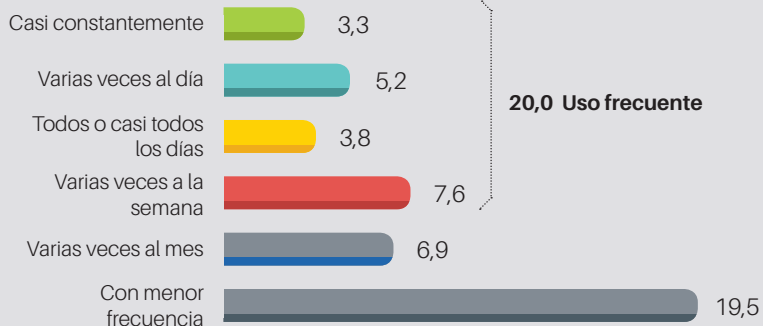
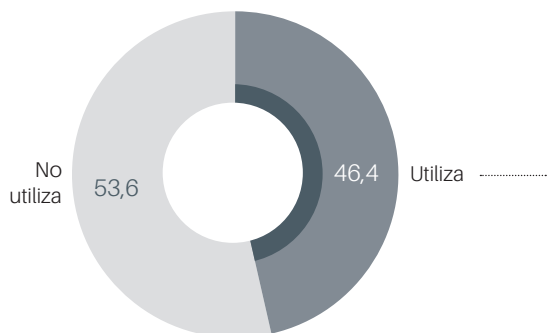


## ACCESO A FOROS DE DISCUSIÓN (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

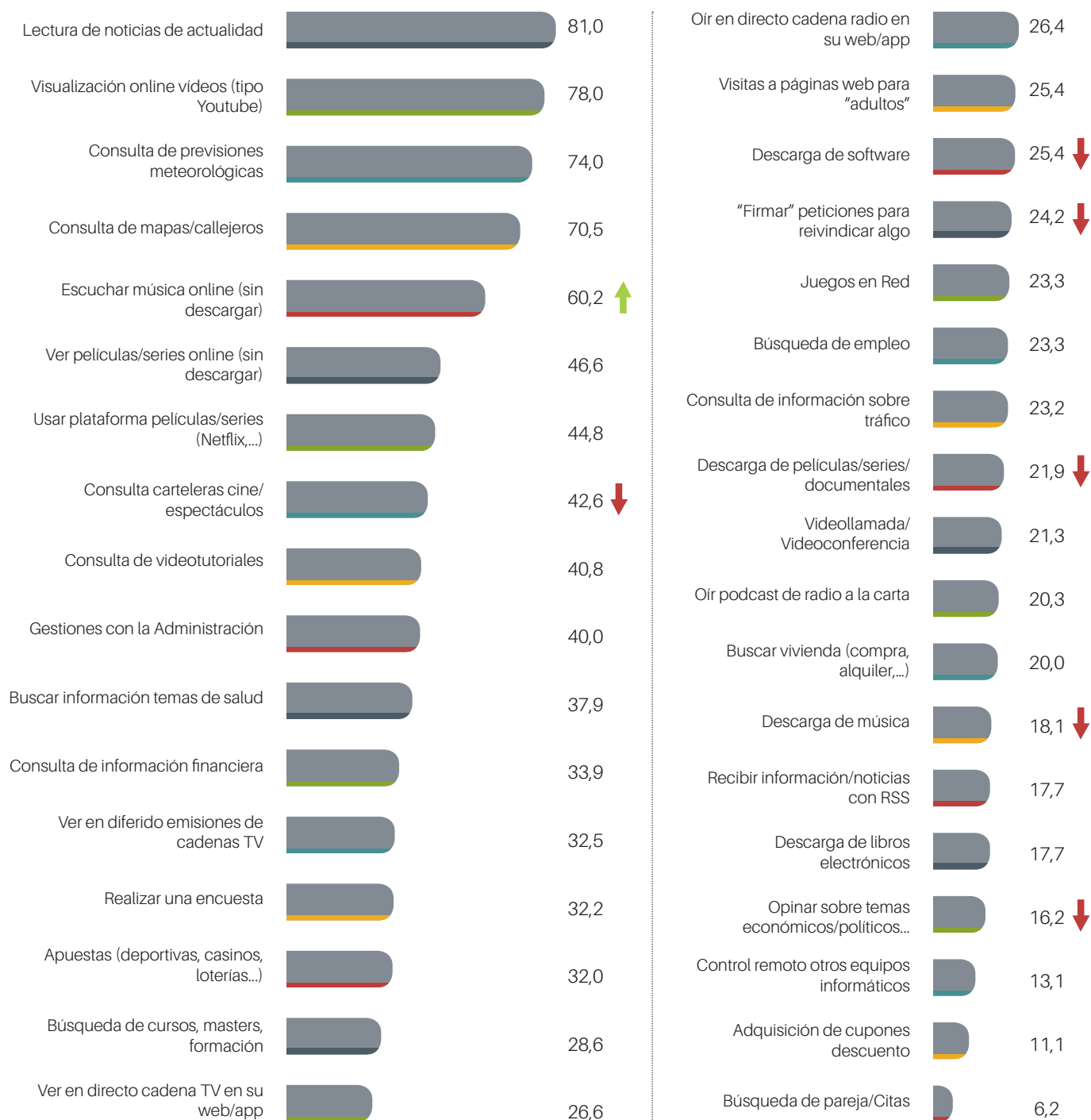


## USO DE ASISTENTES VIRTUALES DE VOZ (%)



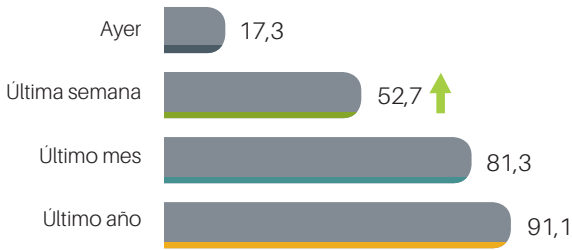
## LO QUE HACEMOS EN INTERNET (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS



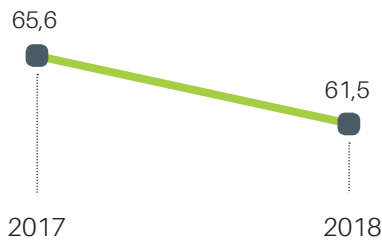
## LAS COMPRAS EN INTERNET

### ÚLTIMA COMPRA POR INTERNET (%)



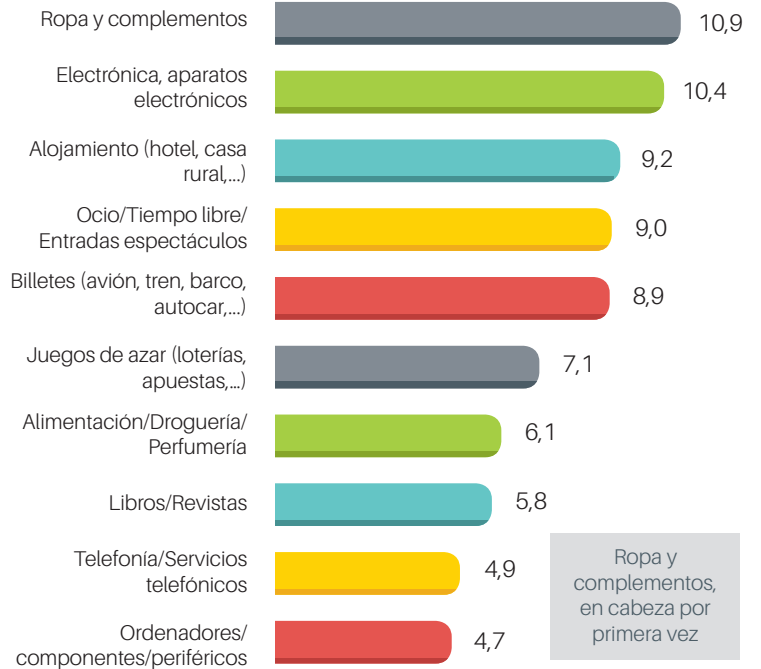
### CONFIANZA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)

ALTA O MUY ALTA



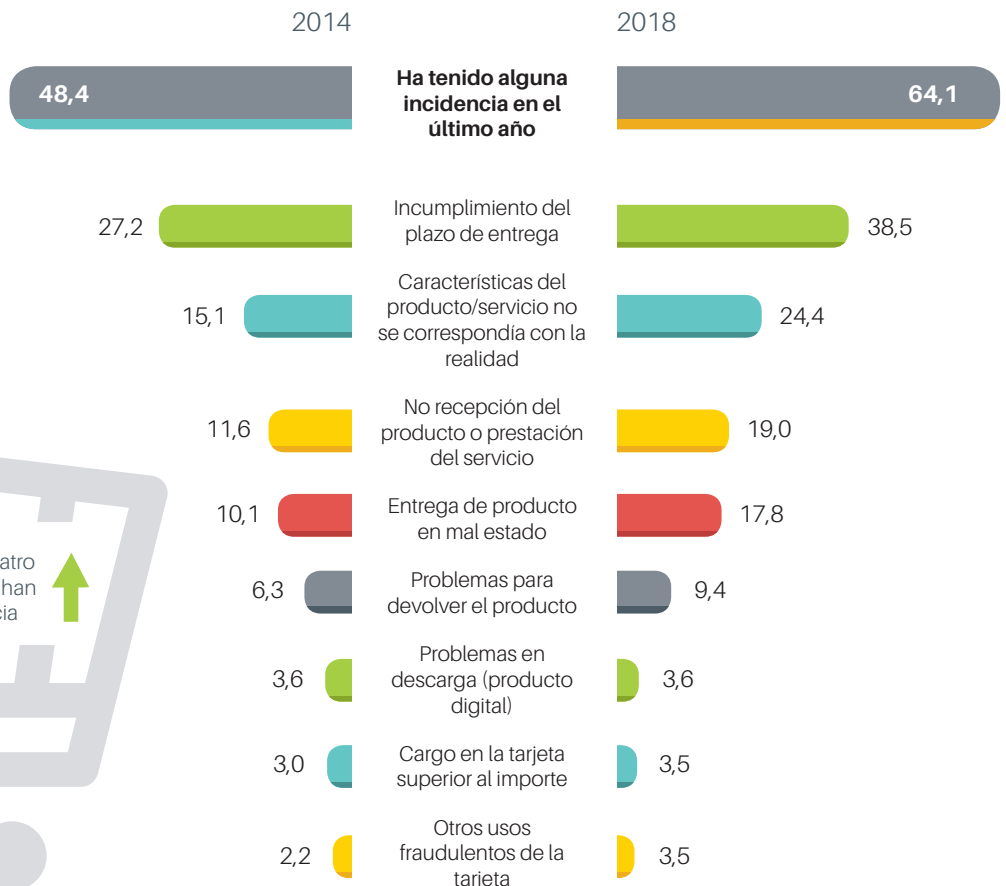
### PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPRADOS EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

MENCIONES REALIZADAS



### INCIDENCIAS CON EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)

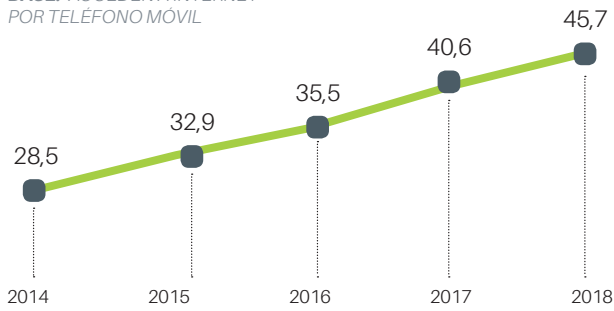
BASE: HA COMPRADO EN EL ÚLTIMO AÑO



## LOS SMARTPHONES HAN CAMBIADO MI FORMA DE COMPRAR (%)

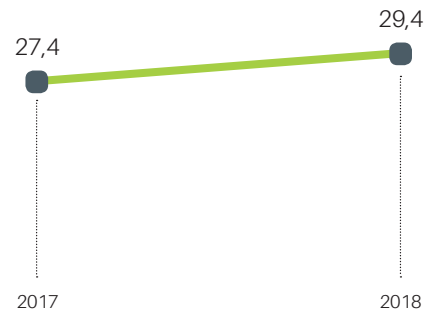
MUY + BASTANTE DE ACUERDO

BASE: ACCEDEN A INTERNET POR TELÉFONO MÓVIL



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

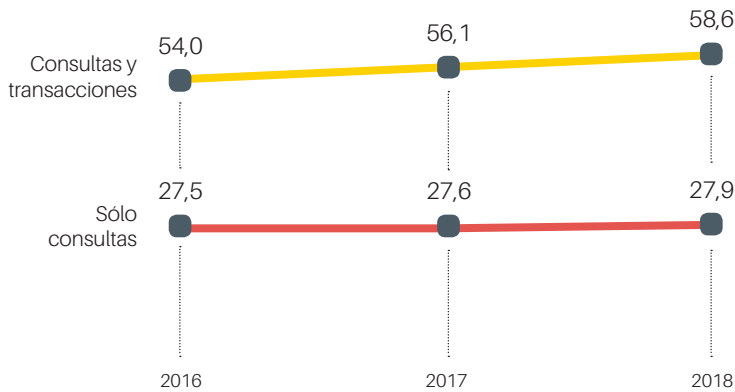
MUY + BASTANTE DE ACUERDO



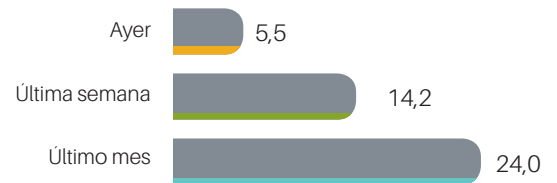
## BANCA ELECTRÓNICA

### OPERACIONES BANCARIAS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

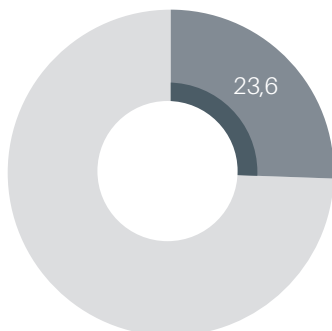


### USO DE SISTEMAS PARA ENVIAR/RECIBIR DINERO (TIPO TWYP, BIZUM,...) (%)

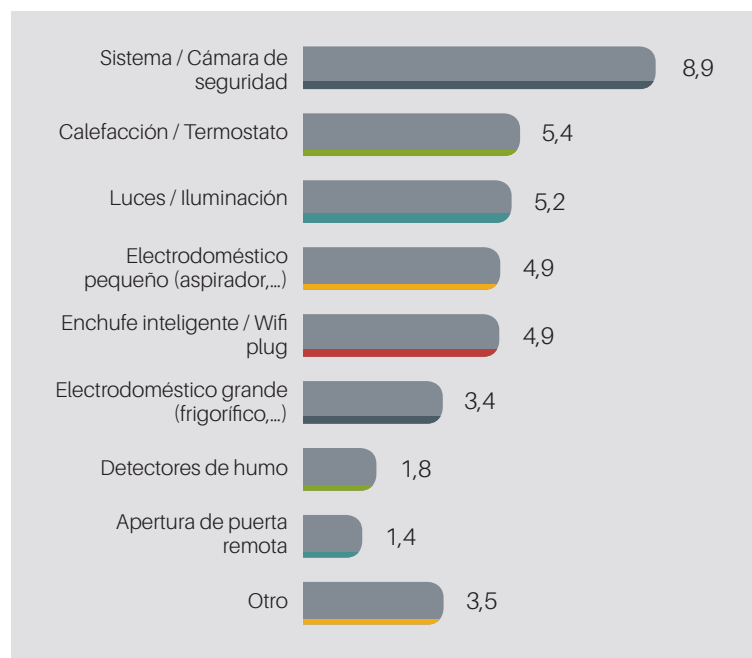


## INTERNET DE LAS COSAS

### APARATOS EN EL HOGAR CONTROLADOS POR INTERNET (%)

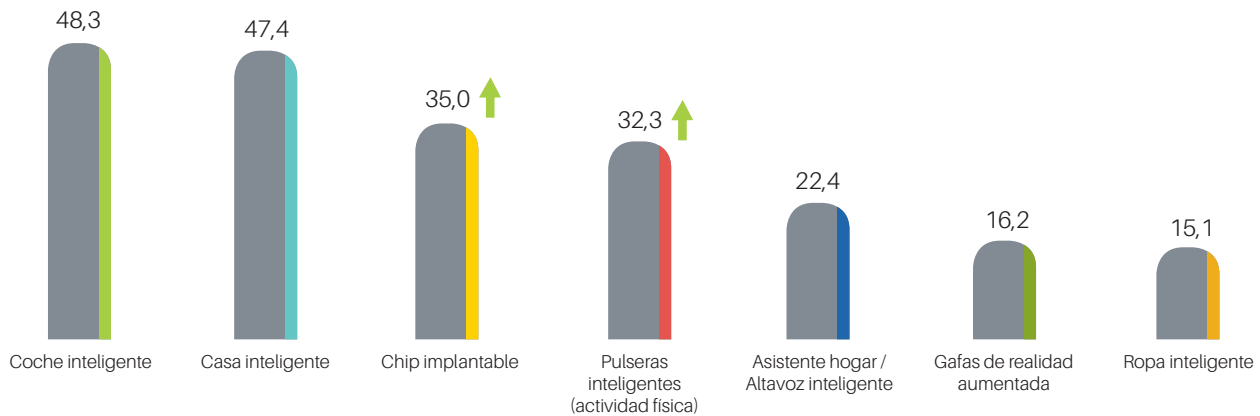


Dispone de algún aparato en el hogar controlado por internet



## INTERÉS EN DISPOSITIVOS CONECTABLES A INTERNET (%)

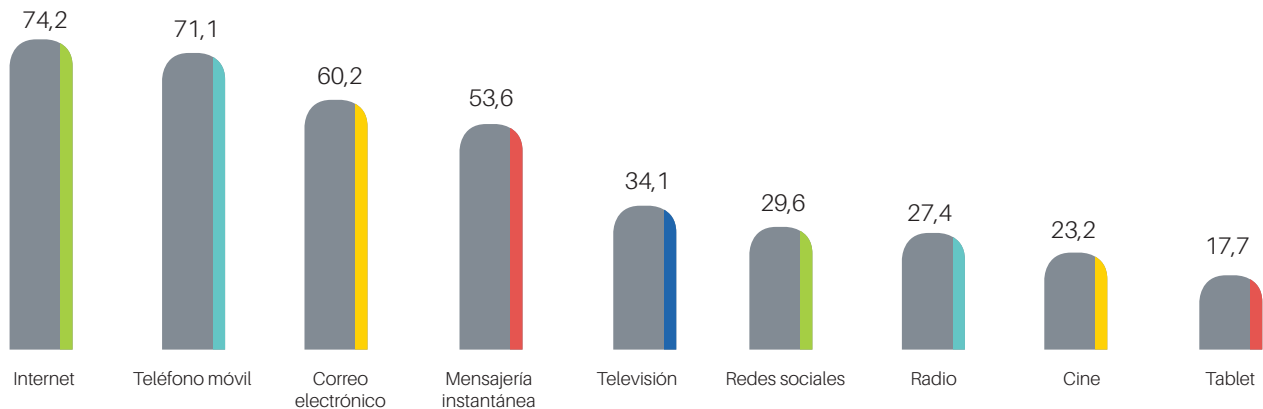
MUY + BASTANTE INTERESANTE



## 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

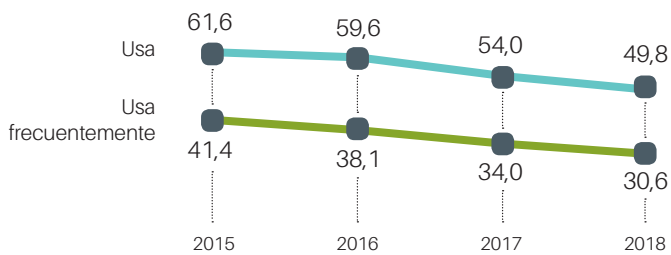
### OPINIONES SOBRE LA PUBLICIDAD EN INTERNET (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO



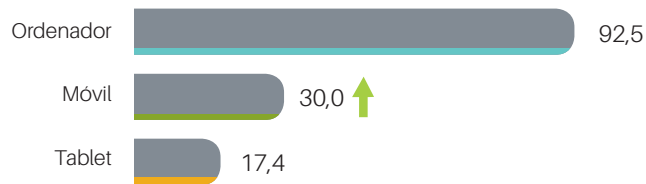


## USO DE BLOQUEADORES DE PUBLICIDAD (%)



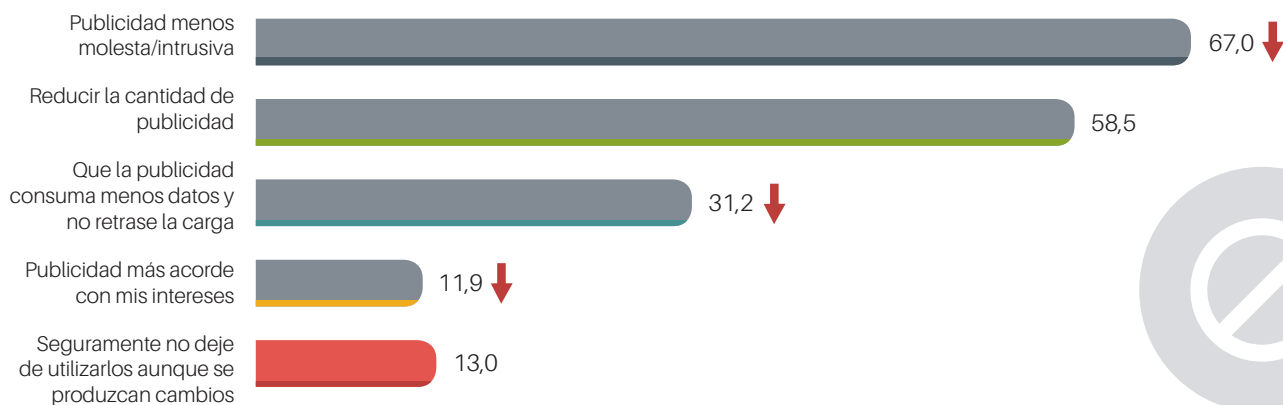
## DISPOSITIVOS DONDE SE USAN BLOQUEADORES DE PUBLICIDAD (%)

BASE: UTILIZAN BLOQUEADORES



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

BASE: UTILIZAN BLOQUEADORES

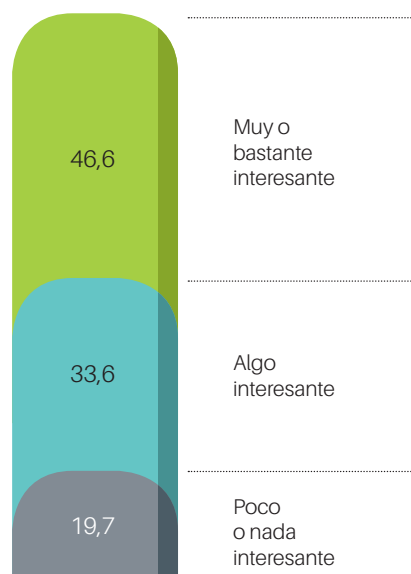


## LA PUBLICIDAD DIGITAL EN EXTERIOR (DOOH)

### OPINIÓN SOBRE LA DIGITALIZACIÓN DEL MEDIO (%)



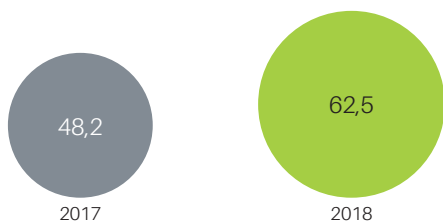
### INTERÉS EN INTERACTUAR CON PANTALLAS DIGITALES (%)



## PERCEPCIONES ACERCA DE INTERNET

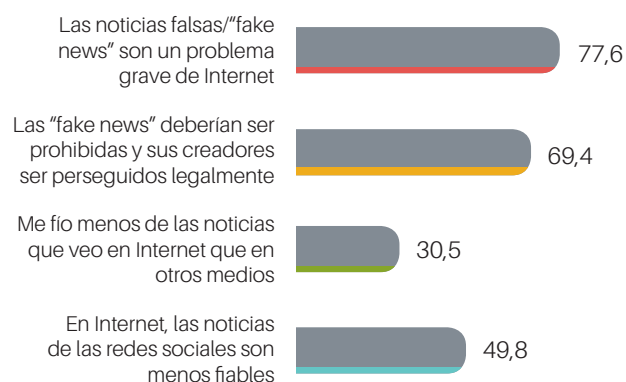
### ¿SE SIENTE VIGILADO EN INTERNET? (%)

MUCHO + BASTANTE



### FAKE NEWS (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO



### RELACIONADO CON LA PRIVACIDAD (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO

