

**UNIVERSO OBJETIVO** · Usuarios de internet que visitan sitios web españoles

**TAMAÑO ENCUESTA** · 15.435 cuestionarios. Tras un proceso de depuración, la muestra útil final fue de 14.822

**TIPO DE ENTREVISTA** · Autoadministrada a través de Internet  
· **Heavy users, marcadores de tendencias**

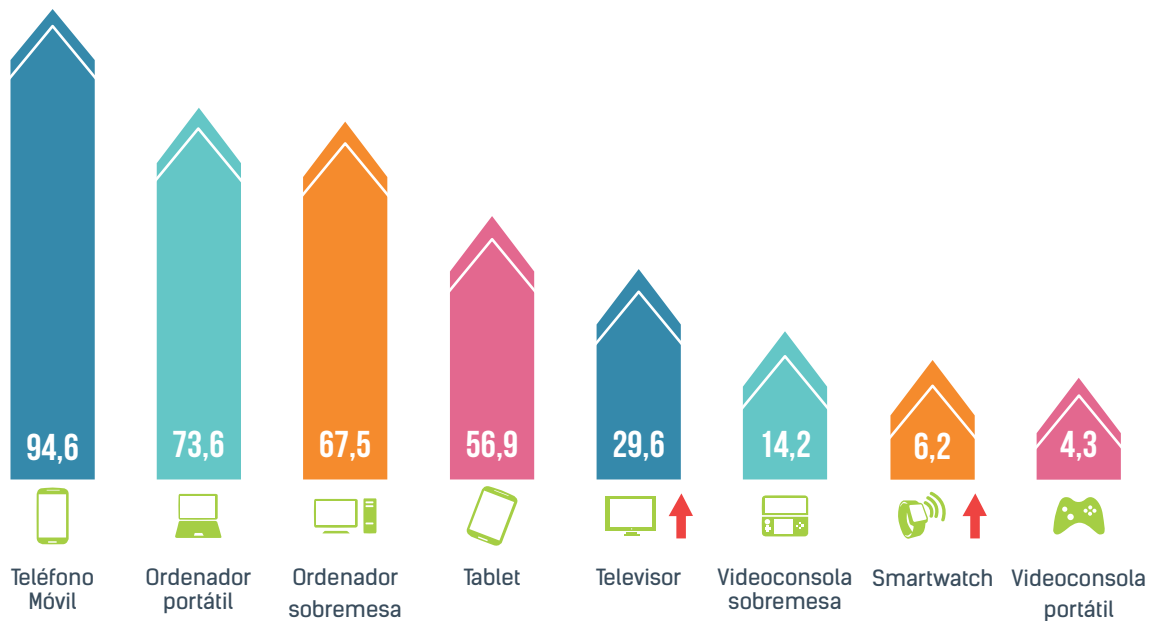
**USARON INTERNET AYER** · En el estudio Navegantes en la Red 2016: 99,1%  
· Según datos oficiales del EGM, 3ª ola 2016, 14 y más años: 73,6%

**COLABORADORES** · 197 sitios web · 5 boletines electrónicos  
· Chat Hispano · 21 perfiles en redes sociales

**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

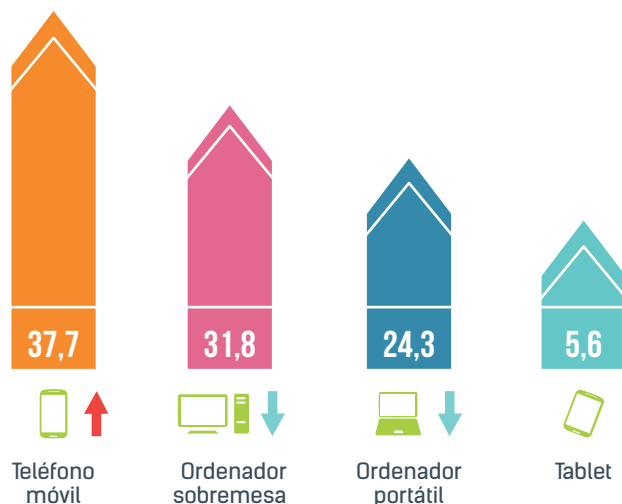
**FECHAS RECOGIDA ENCUESTAS** · Desde el 18 de Octubre hasta 11 de Diciembre de 2016

## DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)

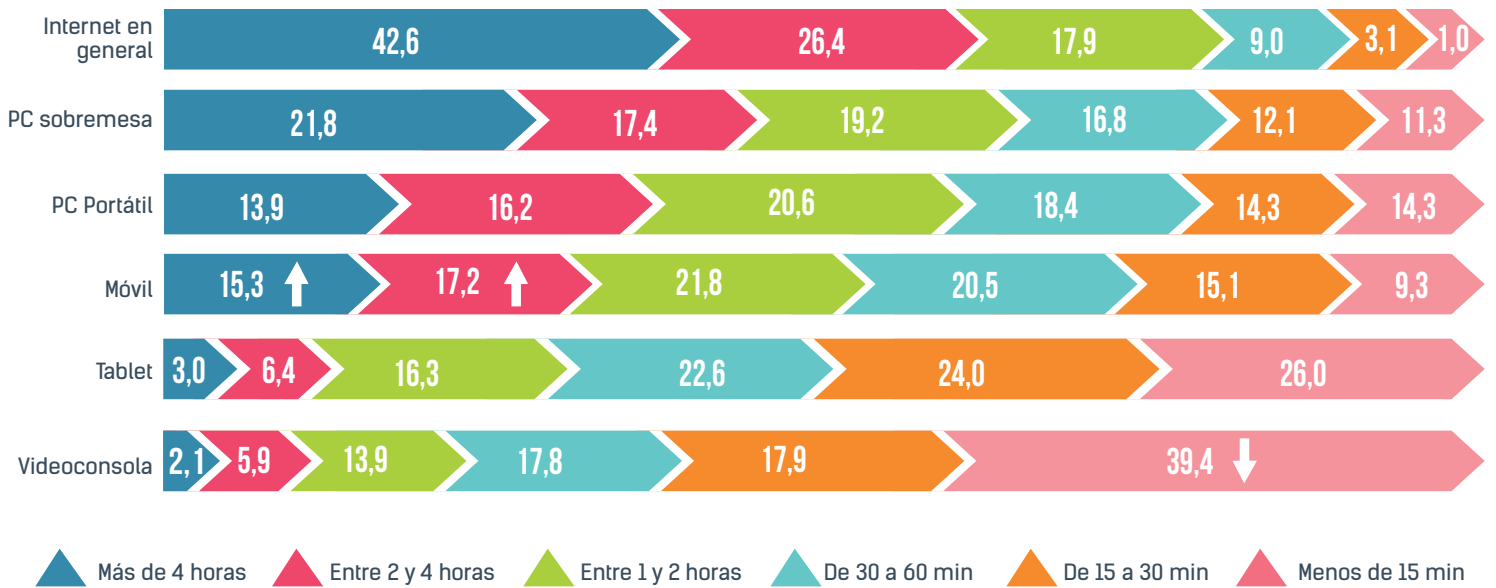


## DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)

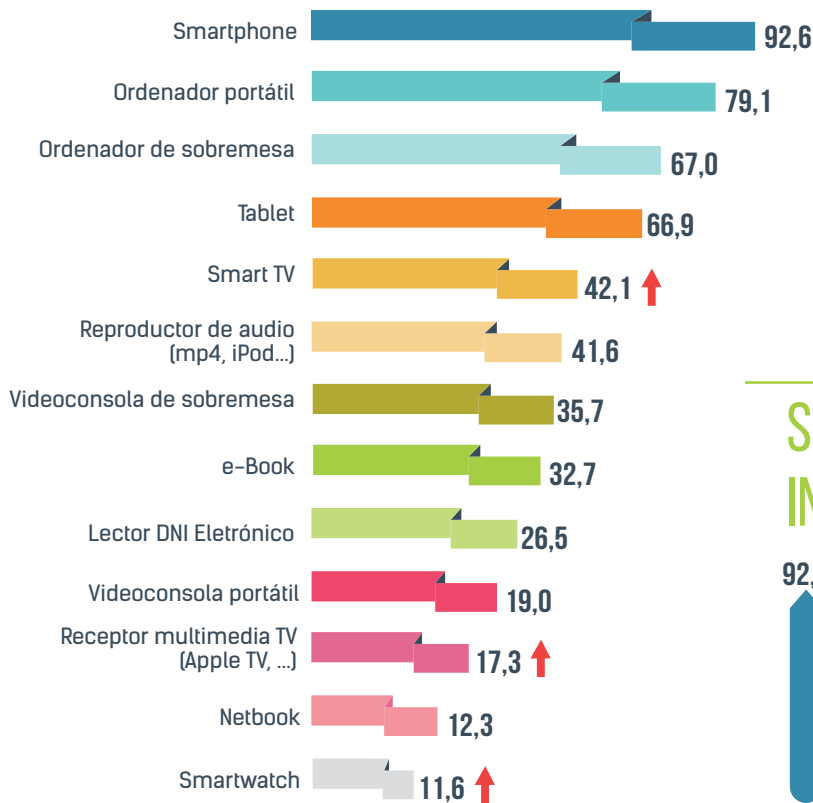
EL TELÉFONO MÓVIL, LÍDER POR PRIMERA VEZ



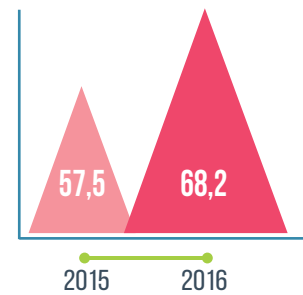
# CONSUMO DIARIO DE LOS NAVEGANTES EN INTERNET (%)



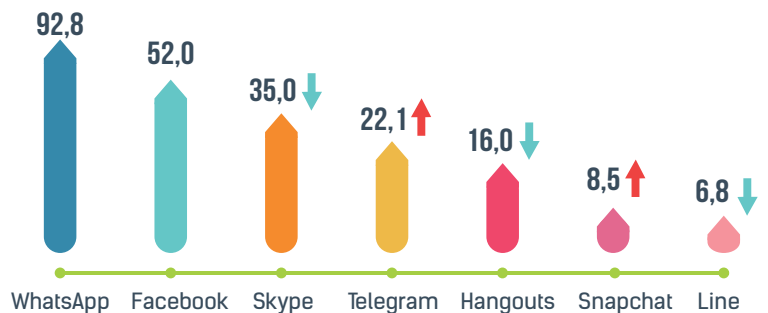
## ¿QUÉ TIENE EL NAVEGANTE? (%)



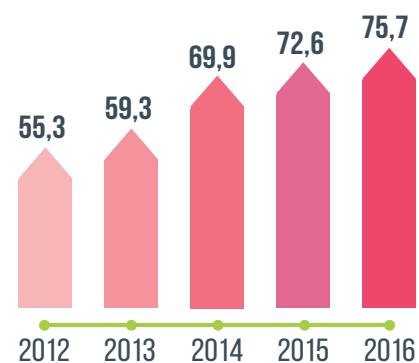
## USO DIARIO DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA (%)



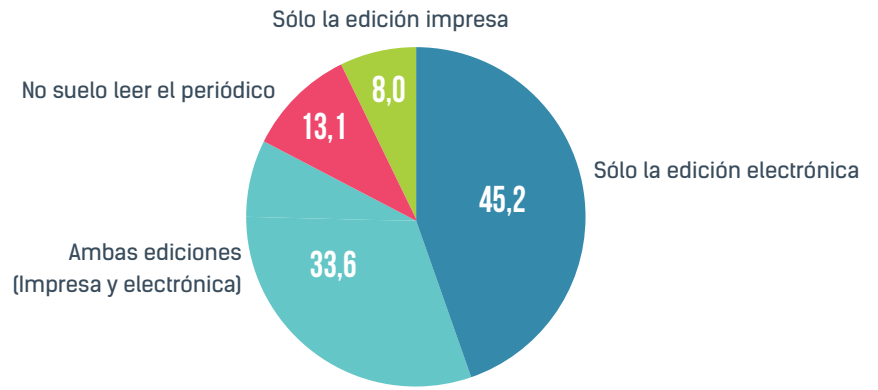
## SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA UTILIZADOS (%)



## USO DE SERVICIOS DE ALMACENAMIENTO "EN LA NUBE" (%)



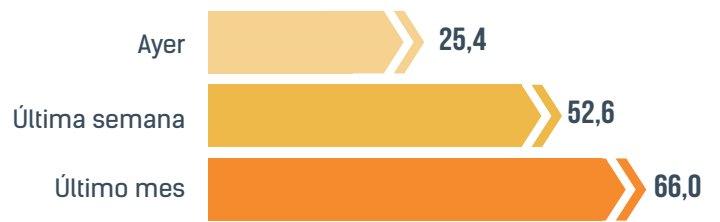
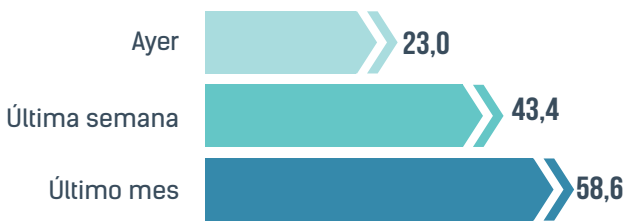
# FORMA DE LECTURA DE PRENSA (%)



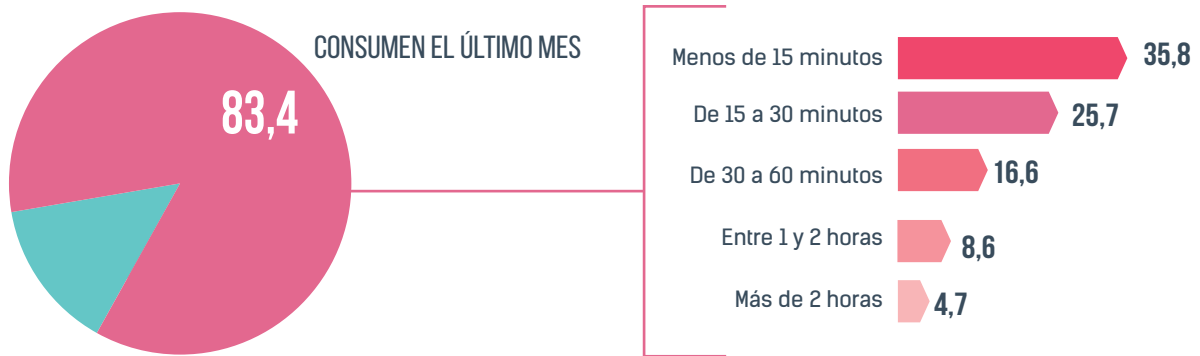
## ESCUCHA DE RADIO

### POR INTERNET (%)

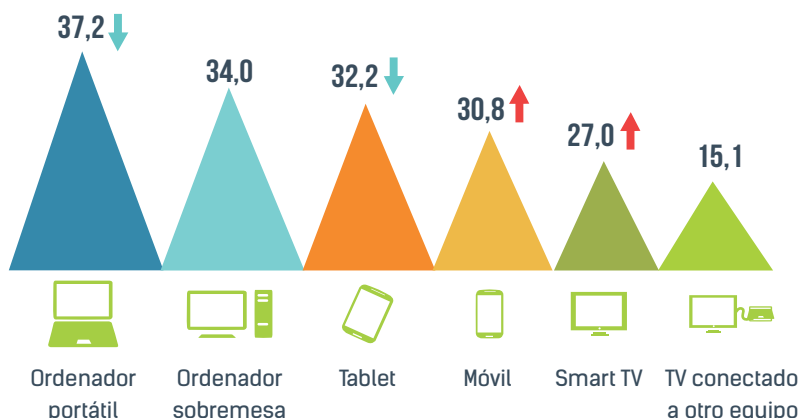
## VISIONADO DE TV



## CONSUMO DIARIO DE VIDEOS ONLINE (%)



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

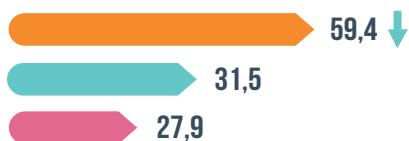


[ Base: Ha visto TV por internet últ. 30 días ]

# MULTITAREA

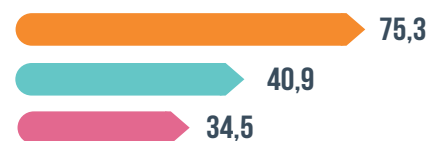
## USO COMPARTIDO DE INTERNET (%)

### RADIO

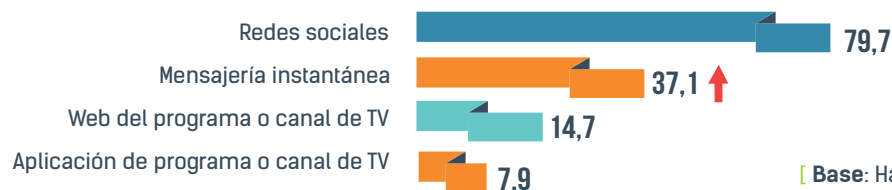


- Sí
- Sí, frecuentemente
- Sí, ocasionalmente

### TELEVISIÓN



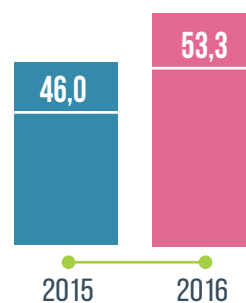
## DÓNDE COMENTAMOS EN INTERNET SOBRE PROGRAMAS DE TV (%)



[ Base: Ha visto/hecho comentarios de programas de TV últ. 30 días ]

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

(MUCHO + BASTANTE)

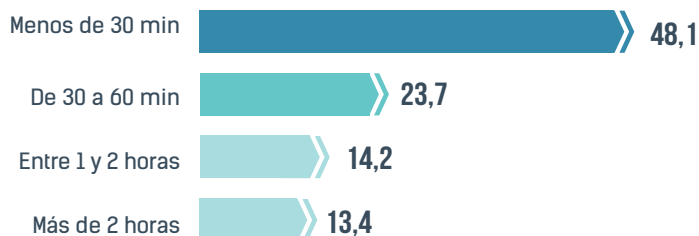


# REDES SOCIALES

## ÚLTIMO ACCESO A REDES SOCIALES (%)

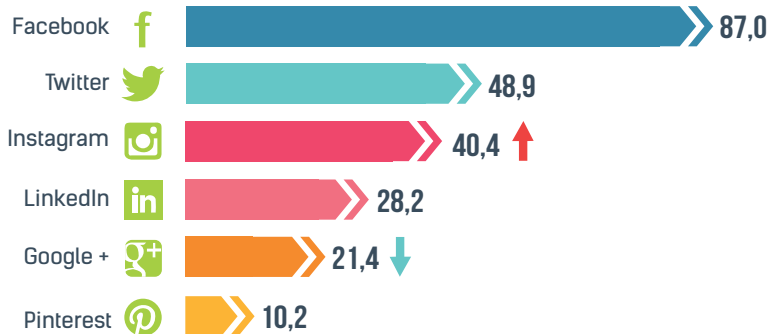


## CONSUMO DIARIO EN LAS REDES SOCIALES (%)



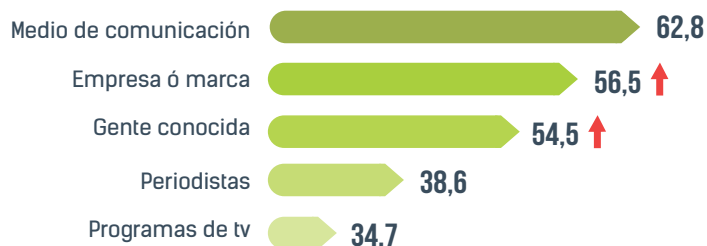
[ Base: Acceden a redes sociales últ. 30 días ]

## REDES SOCIALES UTILIZADAS (ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)

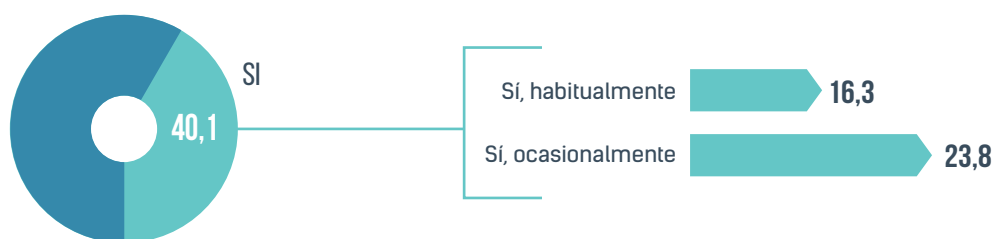


[ Base: Acceden a redes sociales ]

## SEGUIMIENTO EN REDES SOCIALES (ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)



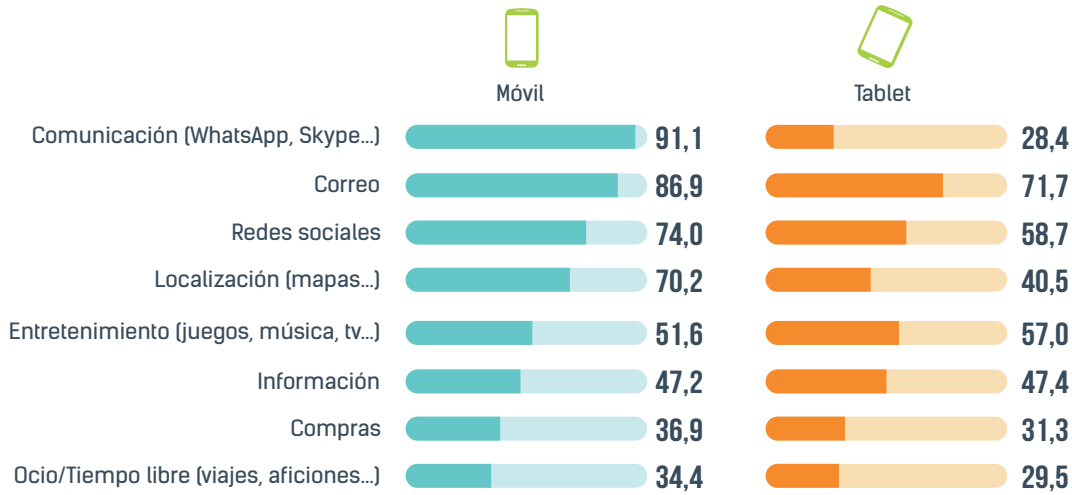
## SEGUIMIENTO DE YOUTUBERS (%)



## LO QUE HACEMOS EN INTERNET (ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)



## APPS EN EL MÓVIL Y EN LA TABLET (%)

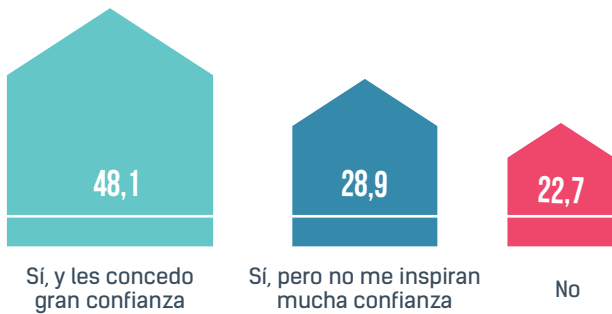


[ Base: Acceden a internet por móvil/tablet ]

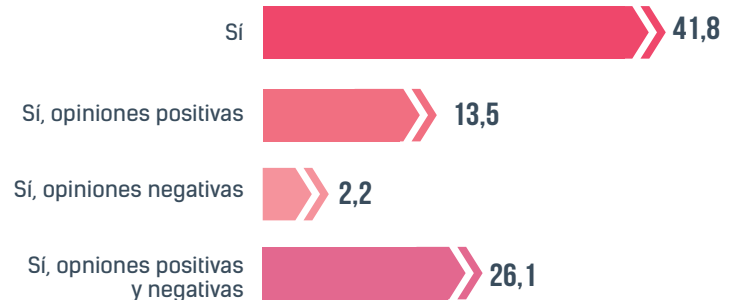
## BOCA A BOCA SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN INTERNET

(ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)

### CONSULTA DE OPINIONES/COMENTARIOS (%)

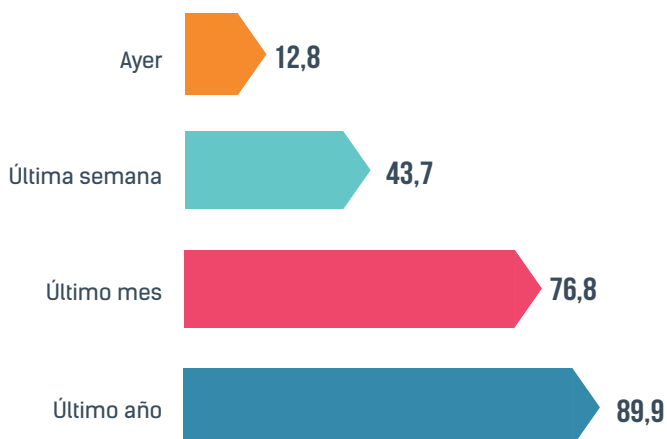


### DIVULGACIÓN DE OPINIONES/COMENTARIOS (%)

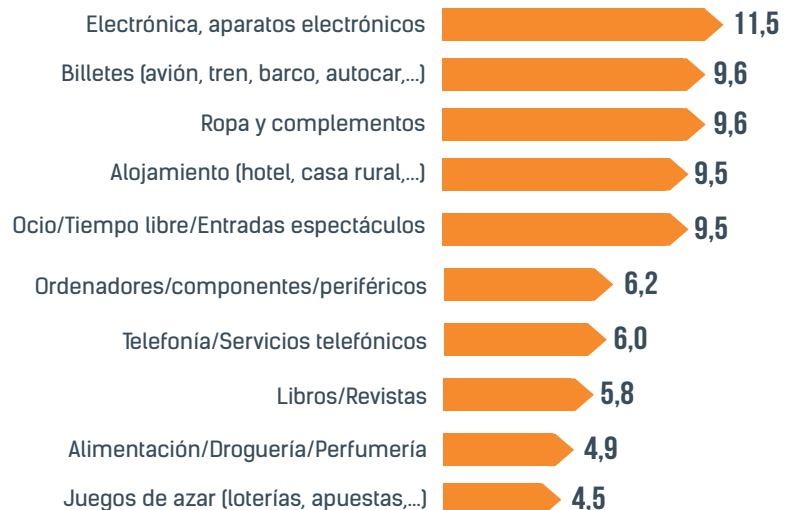


## COMPRA POR INTERNET

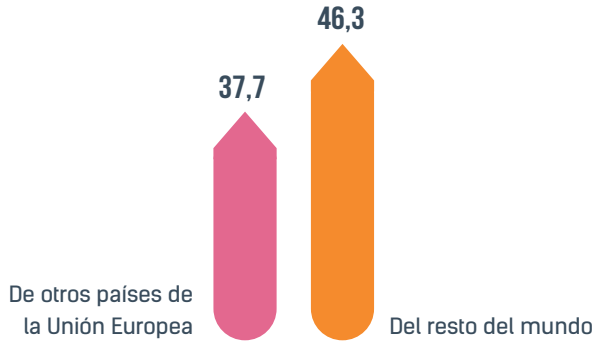
### ÚLTIMA COMPRA POR INTERNET (%)



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

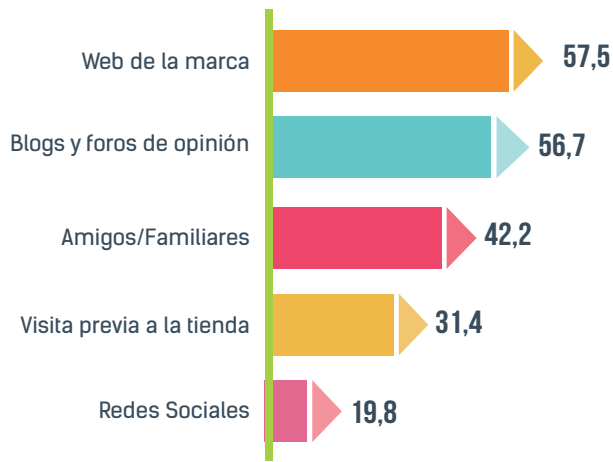


# COMPRAS POR INTERNET PROCEDENTES DEL EXTRANJERO (ÚLTIMO AÑO) (%)

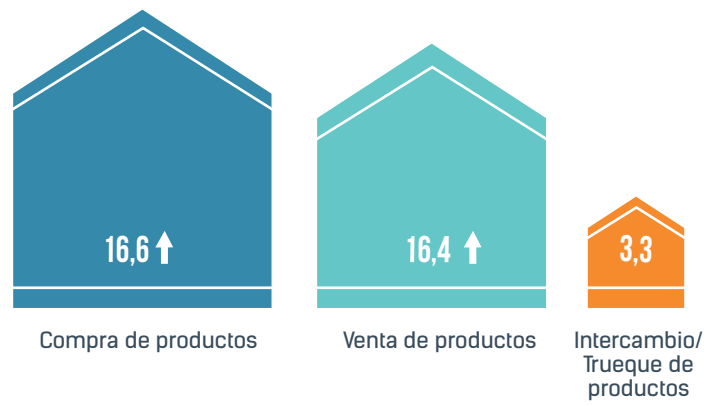


[ Base: Han comprado en el último año ]

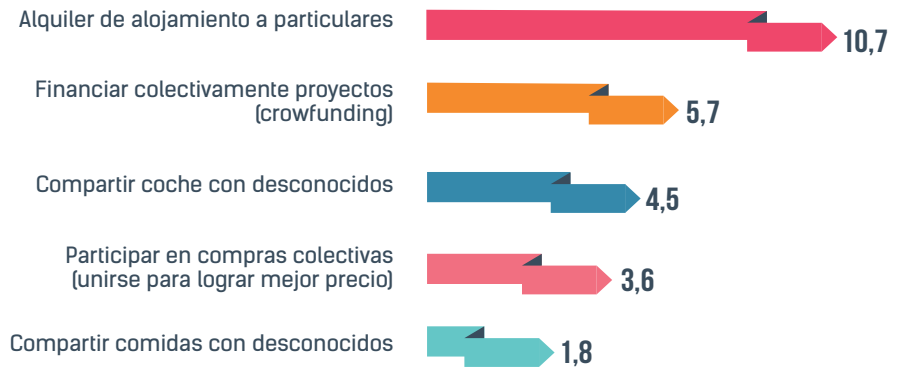
## FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA COMPRA POR INTERNET (%)



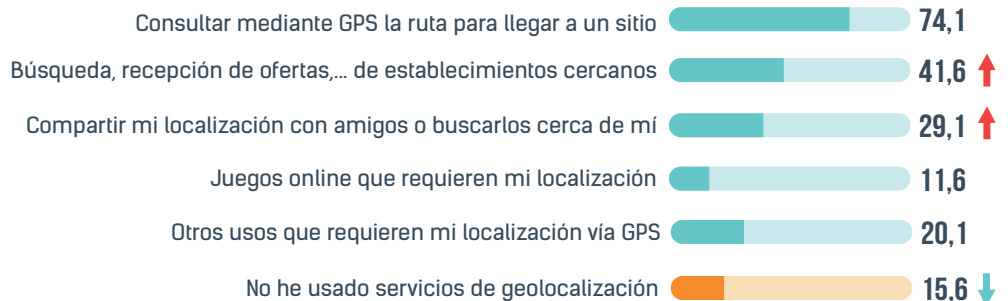
## COMPRAS DE SEGUNDA MANO EN INTERNET (ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)



## ECONOMÍA COLABORATIVA ENTRE PARTICULARES POR INTERNET (ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)

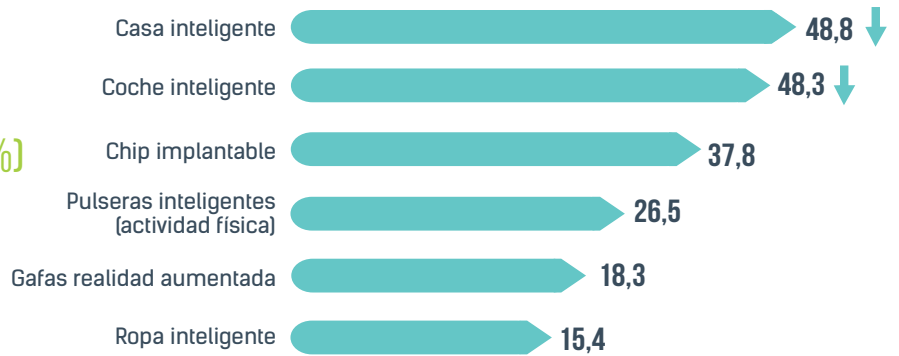


## SERVICIOS DE GEOLOCALIZACIÓN UTILIZADOS (ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)

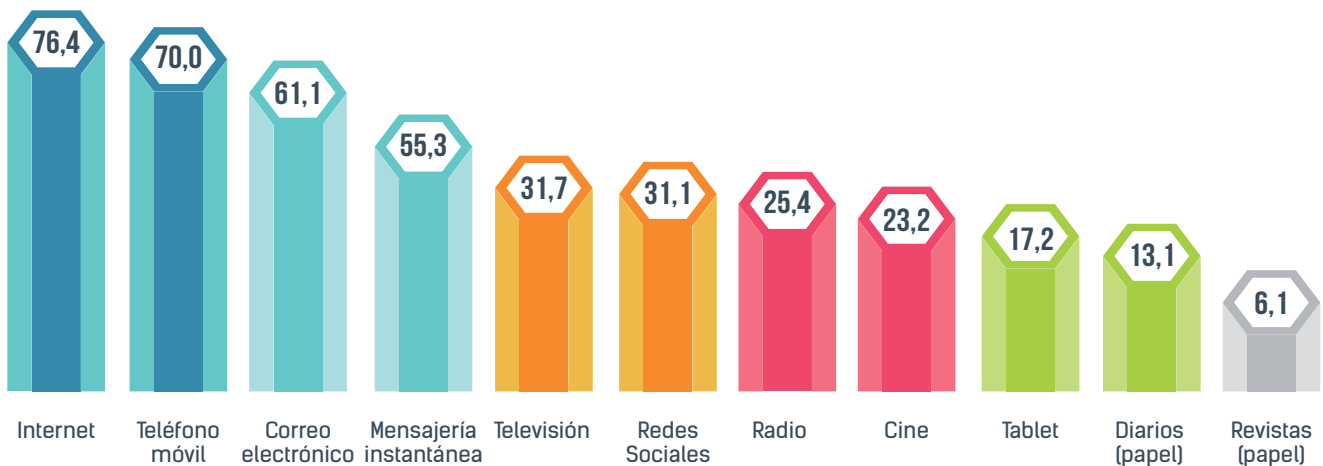


[ Base: Acceden a internet por móvil ]

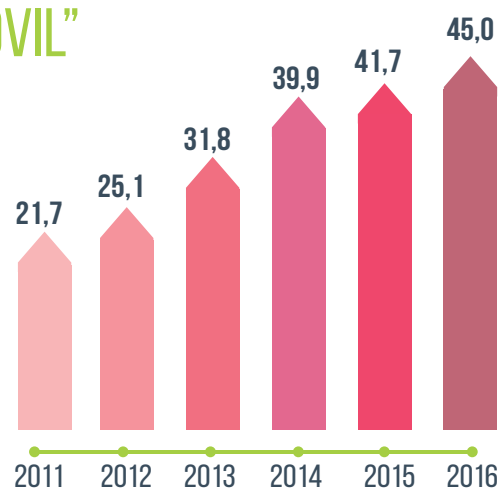
## EL INTERNET DE LAS COSAS (%) (MUY + BASTANTE INTERESANTE)



## LO DIFÍCIL QUE ME SERÍA VIVIR SIN... (%) (MUY + BASTANTE DIFÍCIL)



## “NO PODRÍA VIVIR SIN INTERNET EN EL MÓVIL” (TOTAL + BASTANTE DE ACUERDO) (%)



[ Base: Acceden a internet por móvil ]

Más información en [www.aimc.es](http://www.aimc.es)

PATROCINA:



COLABORA:

**SAMSUNG**