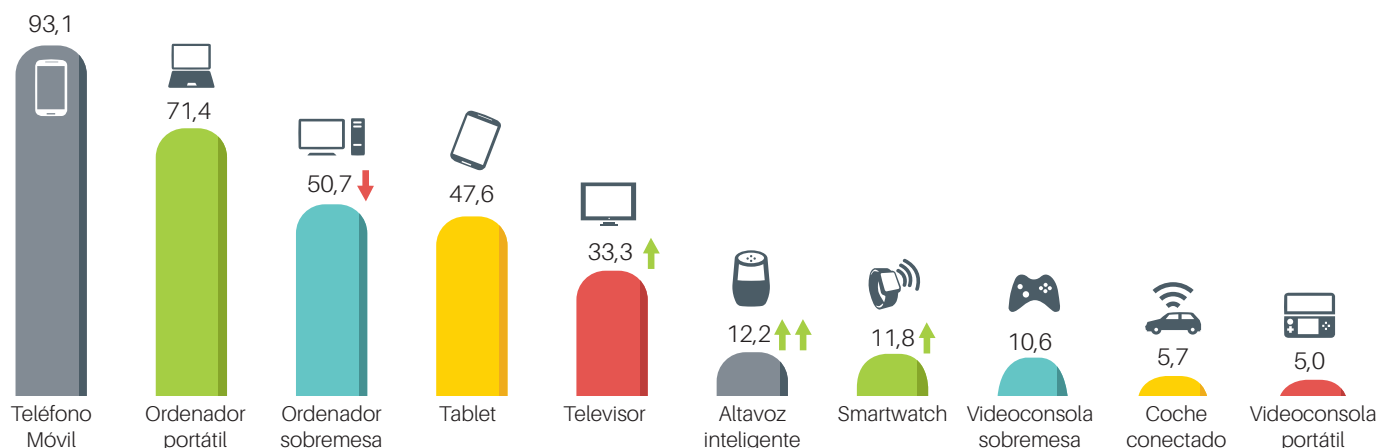
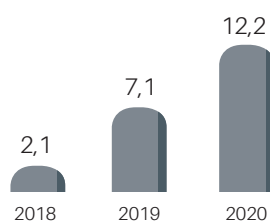


- UNIVERSO OBJETIVO**
  - Usuarios de Internet de 14 o más años que visitan sitios web españoles
- TIPO DE ENTREVISTA**
  - Autoadministrada a través de Internet.
- FECHAS RECOGIDA ENCUESTAS**
  - Desde el 20 de octubre al 13 de diciembre de 2020
- MUESTRA DEL ESTUDIO**
  - 25.222 cuestionarios. Tras un proceso de depuración, la muestra útil final fue de 24.062
- PROCENDENCIA DE LA MUESTRA**
  - Banner o llamada a la participación en web, boletín electrónico o publicidad exterior digital: 15.326 individuos
  - Entrevistados de Navegantes en la Red años anteriores: 5.790 individuos
  - Panel Dynata: 2.946 individuos
- COLABORADORES**
  - 184 sitios web
  - 35 perfiles en redes sociales
  - 9 boletines electrónicos
  - JCDecaux / Clear Channel / Exterior Plus
  - Smartclip
- USARON INTERNET AYER**
  - En el estudio Navegantes en la Red 2020 – 99,1%
  - Según datos oficiales del EGM, 3ª ola 2020, 14 y más años – 82,8%
- PERFIL DEL ENCUESTADO**
  - Más masculino, en edades más laboralmente activas, acceden con más frecuencia y más activos en internet que la población internauta en general
  - Cada vez más maduros y más usuarios de Internet

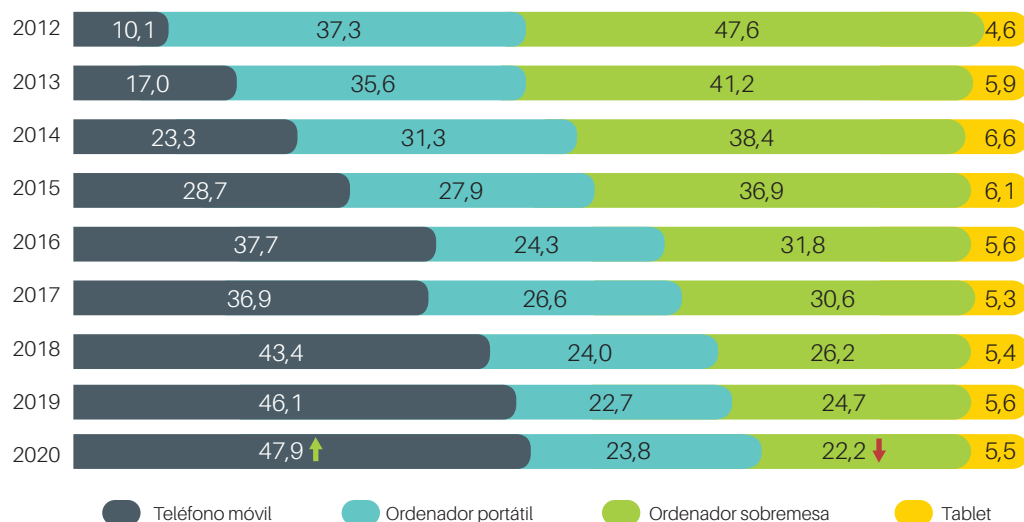
## DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)



## EL ALTAVOZ INTELIGENTE COMO DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)

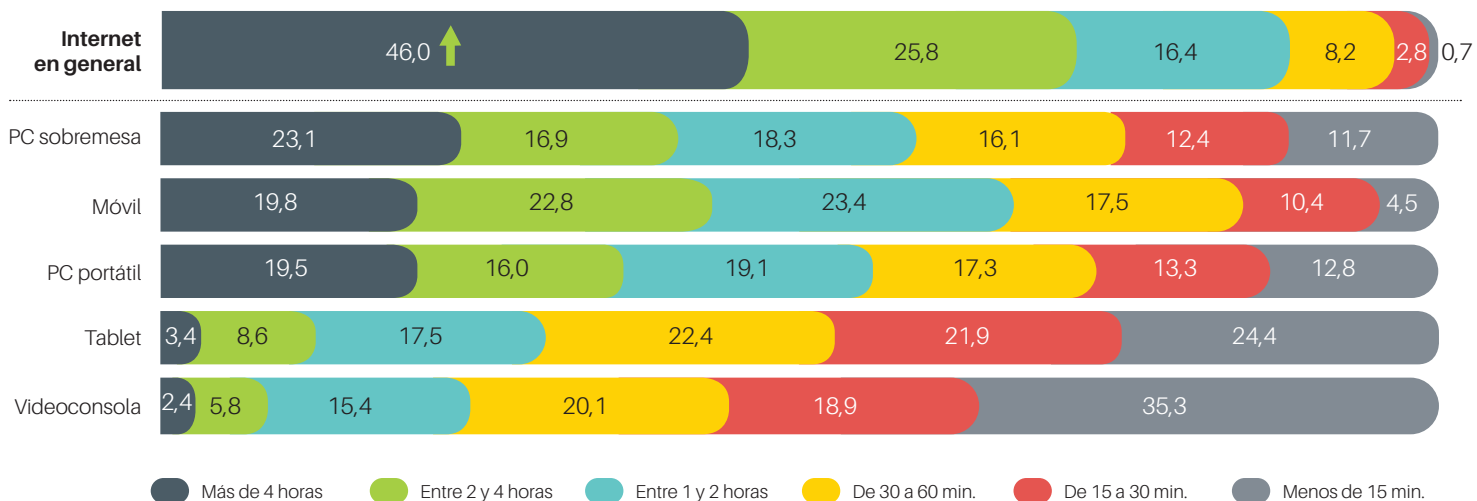


## DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)

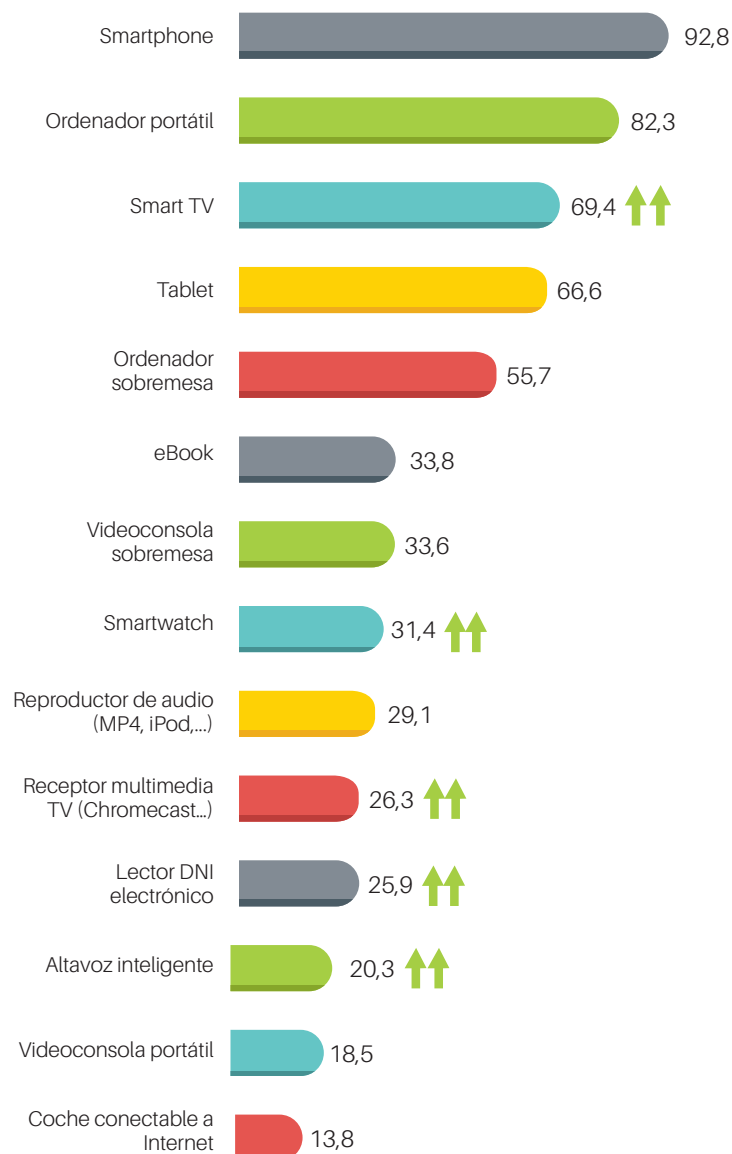


# CONSUMO DIARIO DE LOS NAVEGANTES EN INTERNET (%)

BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO



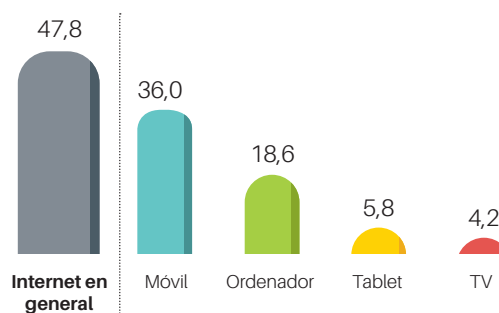
## DISPOSITIVOS DEL NAVEGANTE (%)



## ACCESO A INTERNET (%)

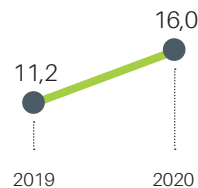
CASI CONSTANTEMENTE

BASE: ACCEDEN A INTERNET DESDE EL DISPOSITIVO

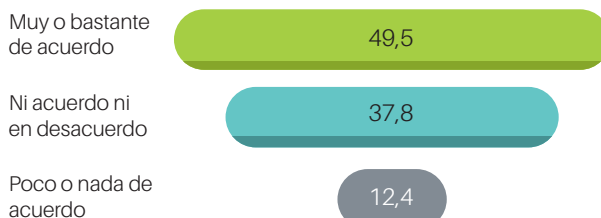


## 5G EN EL MÓVIL (%)

BASE: TIENEN INTERNET EN EL MÓVIL

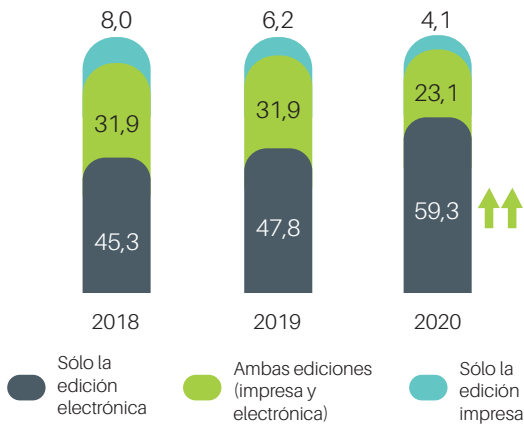


## EL 5G VA A REVOLUCIONAR EL MUNDO DE LA TECNOLOGÍA (%)



## INTERNET Y LOS MEDIOS

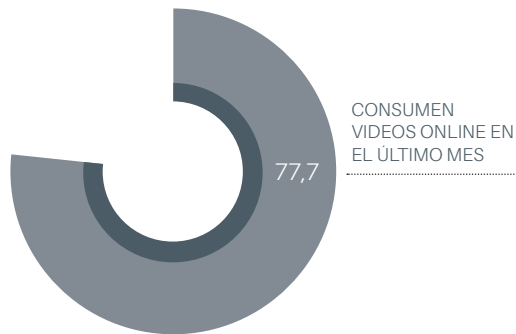
### FORMA DE LECTURA DE LA PRENSA (%)



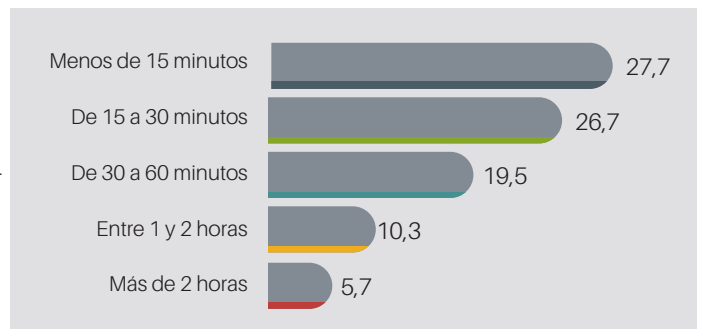
### ESCUCHA DE RADIO Y VISIONADO DE TELEVISIÓN POR INTERNET (%)



### CONSUMO DE VIDEOS ONLINE (%)

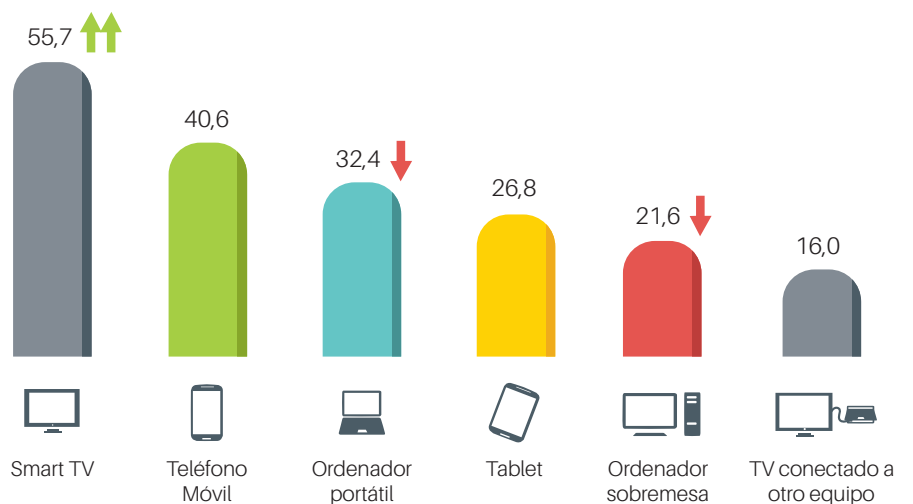


PROMEDIO CONSUMO DIARIO

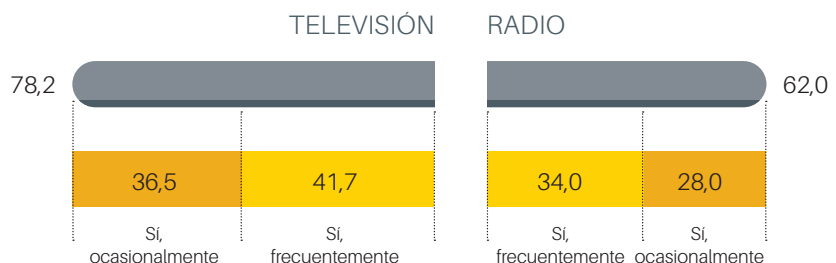


### EQUIPO DE VISIONADO DE TV POR INTERNET (%)

BASE: HA VISTO TV POR INTERNET ÚLT. 30 DÍAS



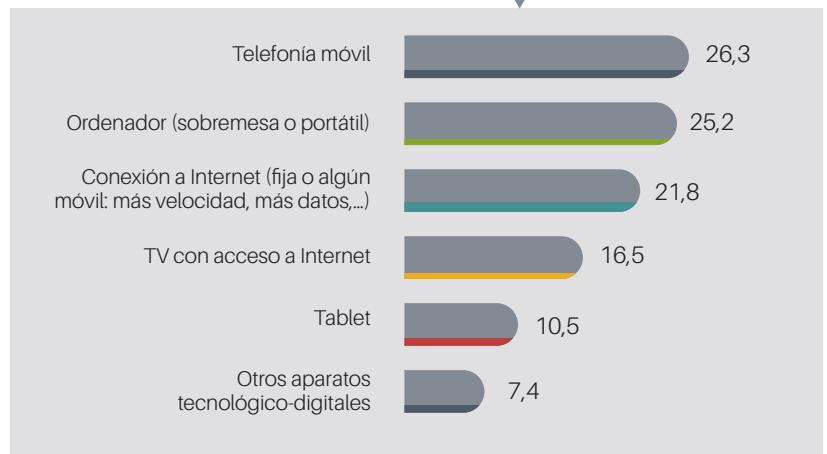
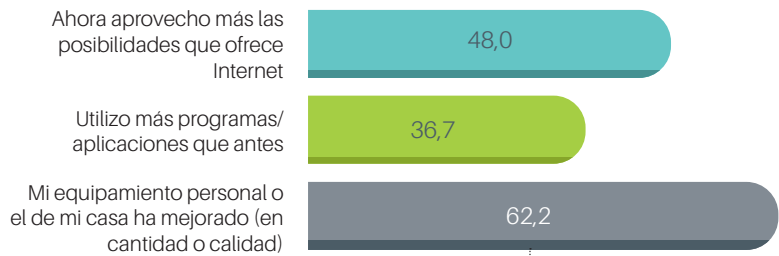
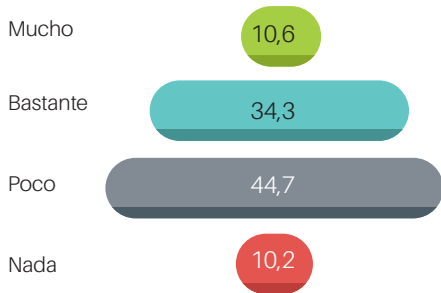
### USO COMPARTIDO DE INTERNET CON LA RADIO Y LA TELEVISIÓN (%)



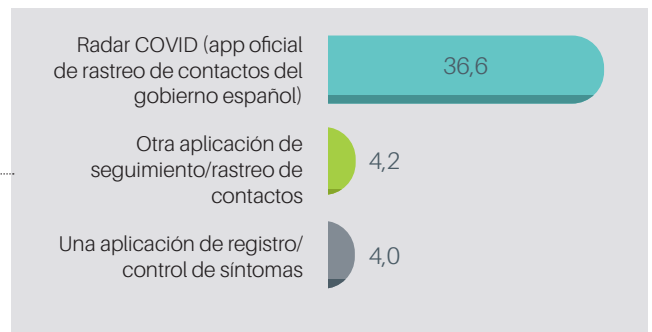
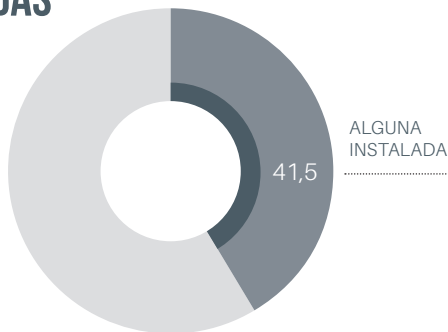
# COVID-19

## COMPARANDO CON LA SITUACIÓN PREVIA A LA PANDEMIA... (%)

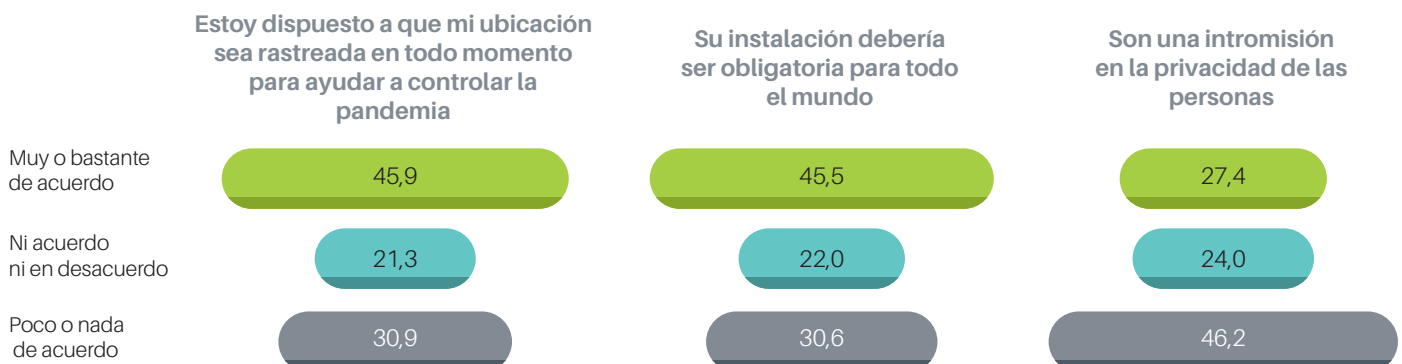
¿Cómo ha variado el comportamiento digital?



## APPS RELACIONADAS CON LA COVID-19 INSTALADAS (%)

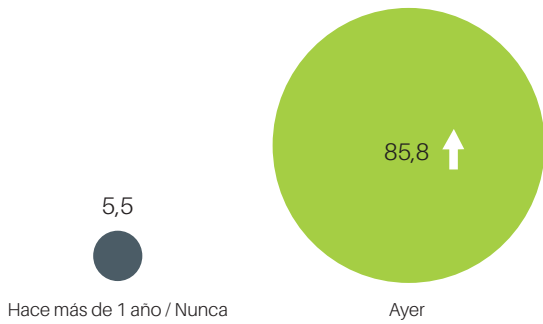


## OPINIONES SOBRE LAS APPS DE RASTREO RELACIONADAS CON LA COVID-19 (%)



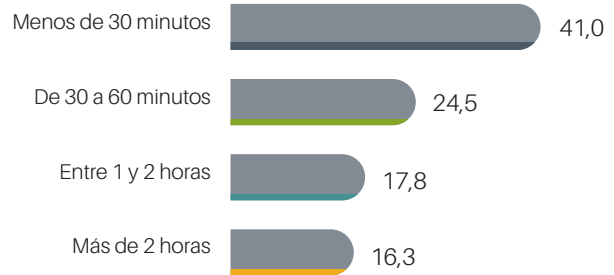
## REDES SOCIALES

### ACCESO A REDES SOCIALES (%)



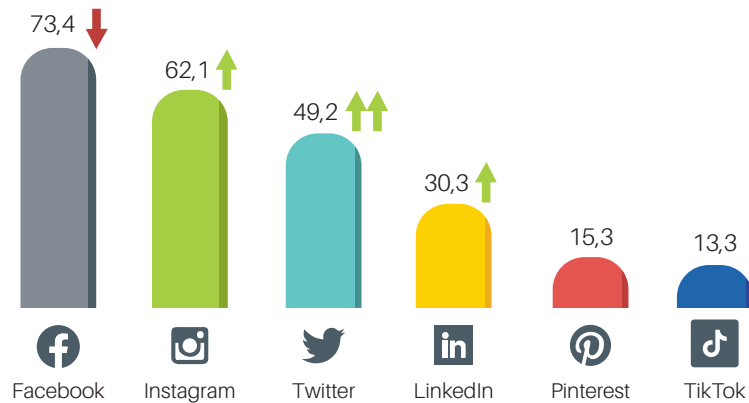
### TIEMPO DEDICADO AL DÍA A LAS REDES SOCIALES (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



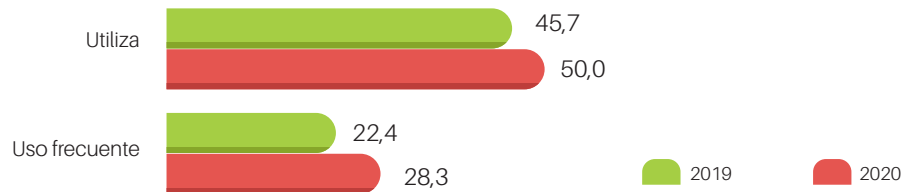
## REDES SOCIALES UTILIZADAS (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



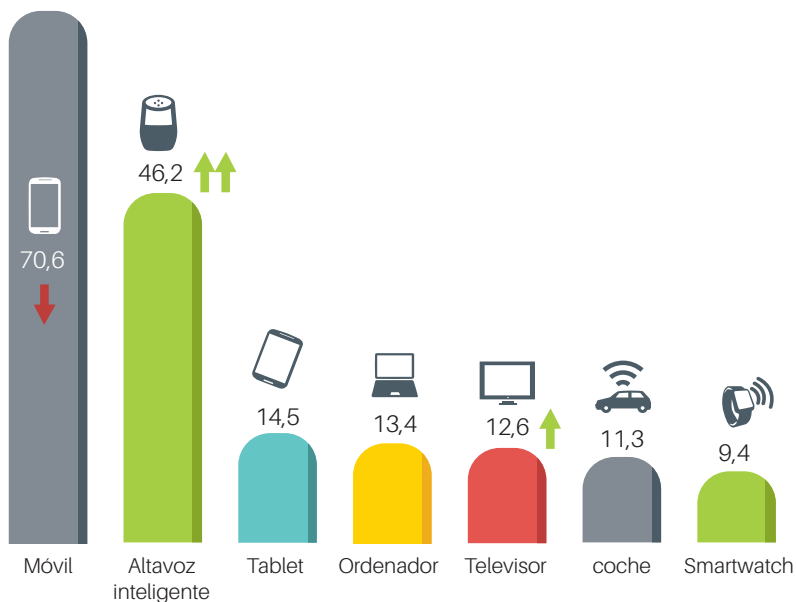
## ASISTENTES DE VOZ

### USO DE ASISTENTES VIRTUALES DE VOZ (%)



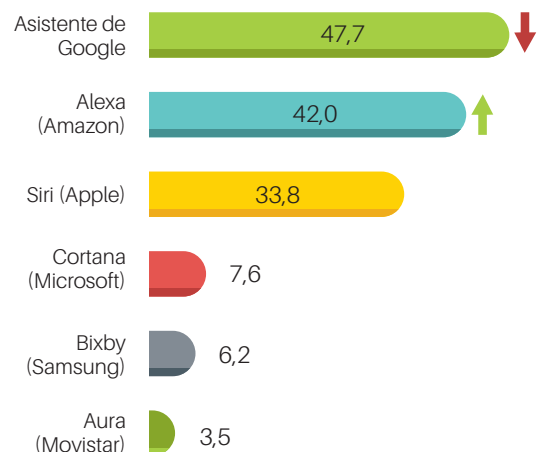
## DISPOSITIVO DONDE UTILIZA ASISTENTES DE VOZ (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



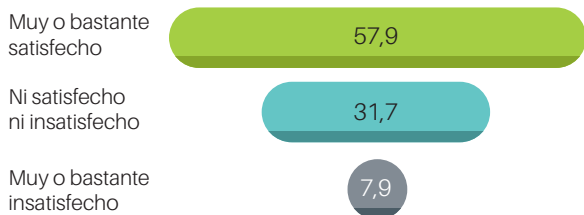
## ASISTENTES DE VOZ UTILIZADOS (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



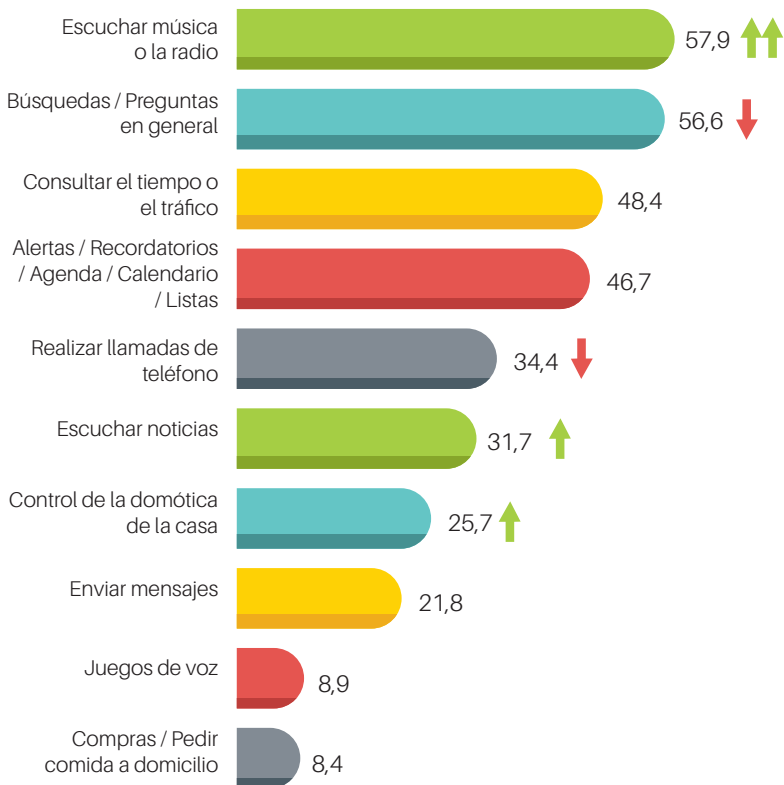
## SATISFACCIÓN CON LOS ASISTENTES DE VOZ (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



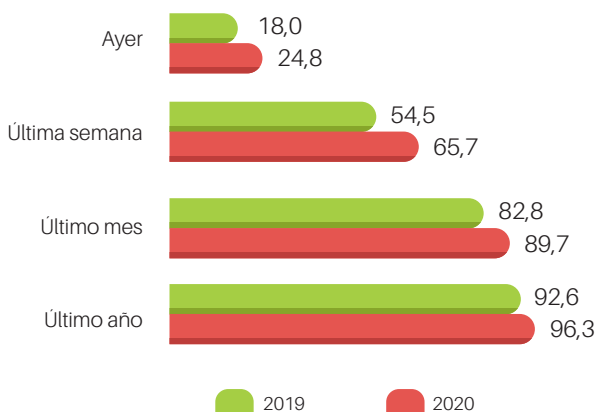
## ACTIVIDADES CON LOS ASISTENTES DE VOZ (%)

BASE: UTILIZAN ASISTENTES DE VOZ



## LAS COMPRAS EN INTERNET

### ÚLTIMA COMPRA POR INTERNET (%)



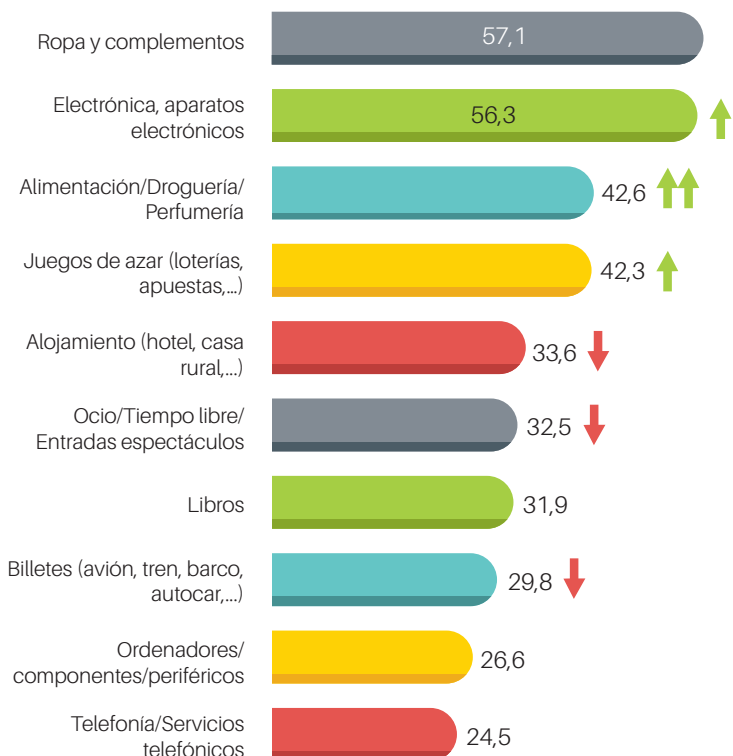
## CONFIANZA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (%)

ALTA O MUY ALTA



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

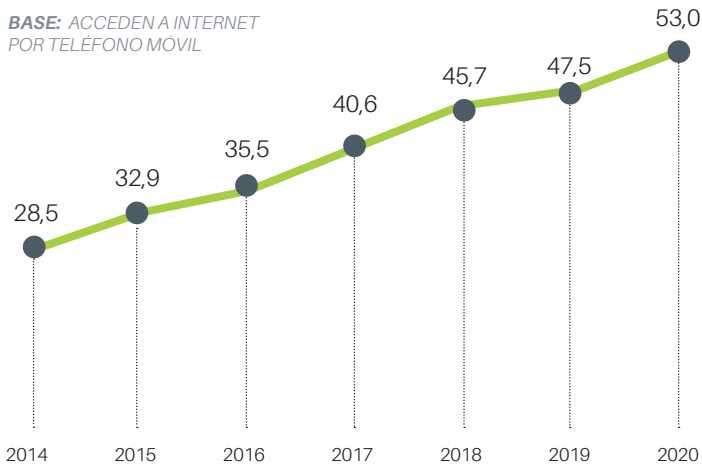
BASE: HAN COMPRADO EN EL ÚLTIMO AÑO



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

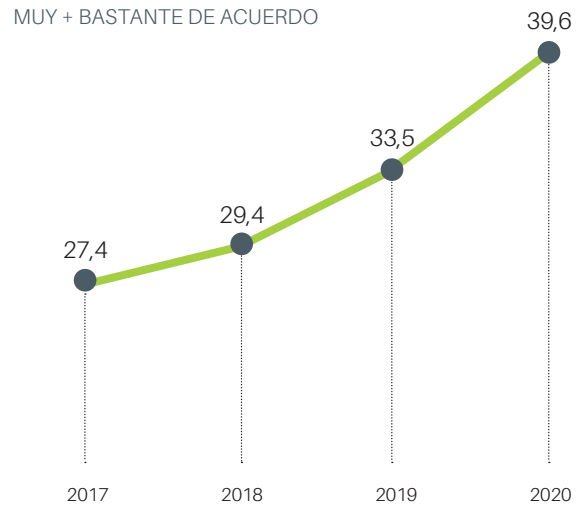
MUY + BASTANTE DE ACUERDO

BASE: ACCEDEN A INTERNET POR TELÉFONO MÓVIL



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

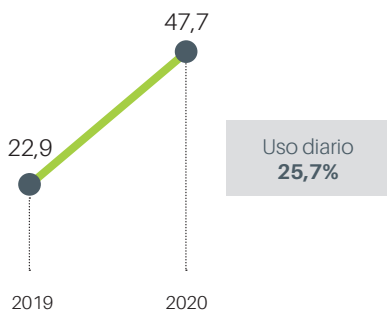
MUY + BASTANTE DE ACUERDO



## VIDEOCONFERENCIAS

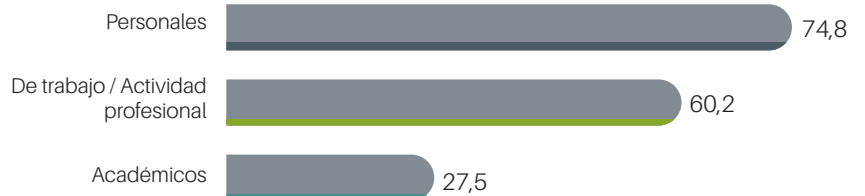
### USO DE VIDEOCONFERENCIAS (%)

USO ÚLTIMOS 30 DÍAS



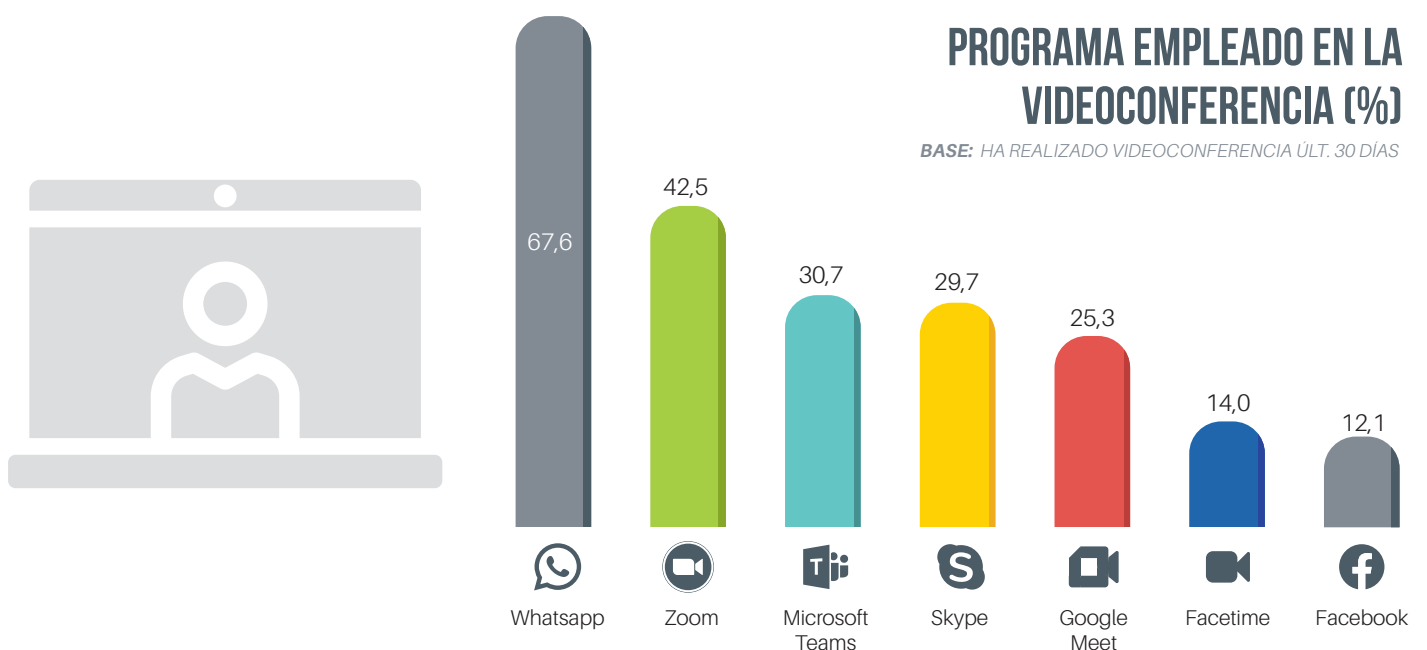
### MOTIVOS DE LA VIDEOCONFERENCIA (%)

BASE: HA REALIZADO VIDEOCONFERENCIA ÚLT. 30 DÍAS



### PROGRAMA EMPLEADO EN LA VIDEOCONFERENCIA (%)

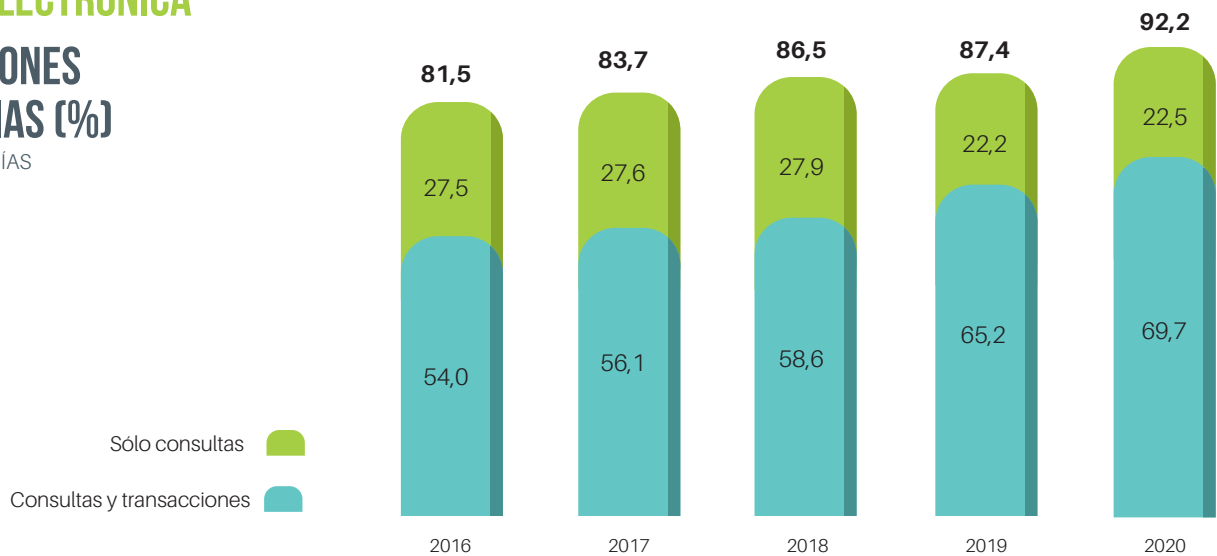
BASE: HA REALIZADO VIDEOCONFERENCIA ÚLT. 30 DÍAS



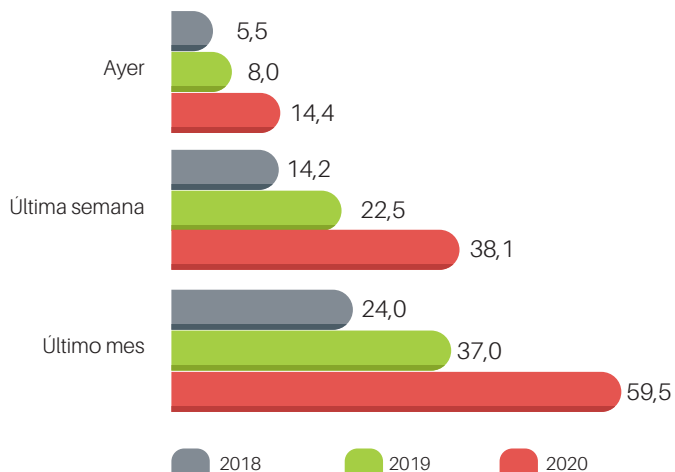
## BANCA ELECTRÓNICA

### OPERACIONES BANCARIAS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS



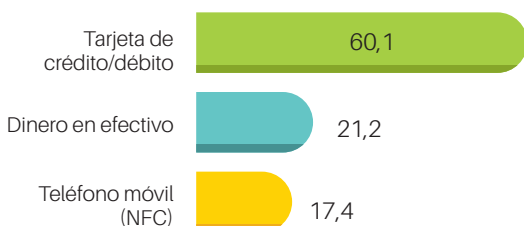
### USO DE SISTEMAS PARA ENVIAR/RECIBIR DINERO (TIPO TWYP, BIZUM,...) (%)



### USO DEL MÓVIL COMO TARJETA DE CRÉDITO (NFC) (%)

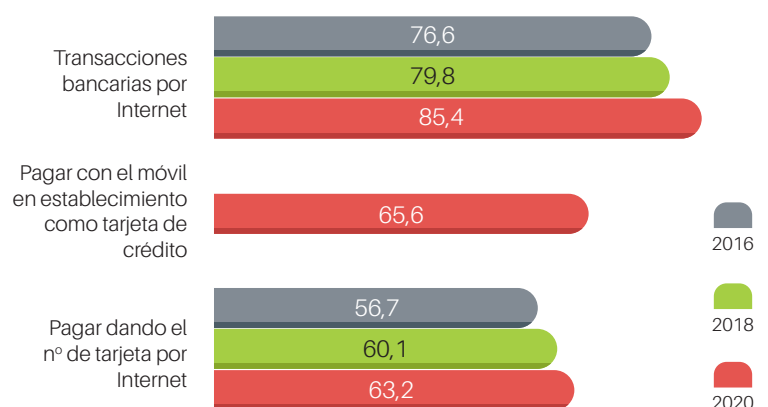


### MÉTODO DE PAGO PRINCIPAL EN TIENDAS FÍSICAS (%)



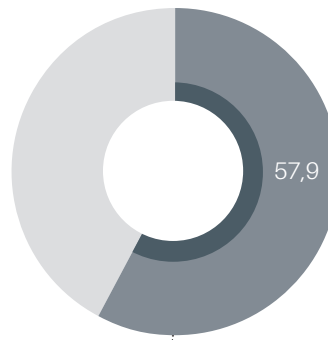
### SEGURIDAD EN LAS TRANSACCIONES (%)

MUCHA + BASTANTE SEGURIDAD

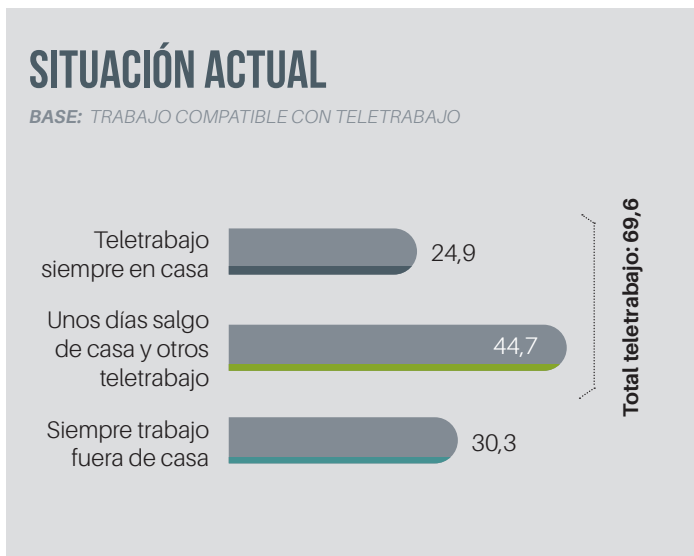




# TELETRABAJO

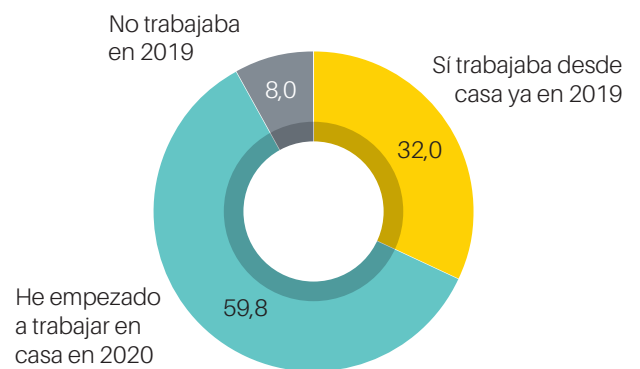


## TRABAJO COMPATIBLE CON EL TELETRABAJO (%)



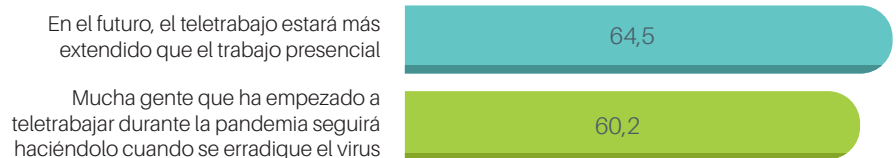
## ¿DESDE CUANDO TELETRABAJA? (%)

BASE: TELETRABAJA



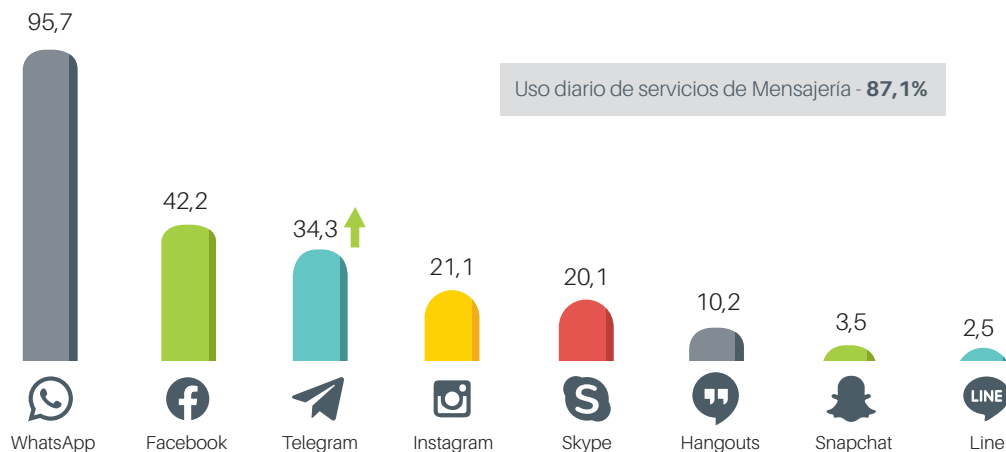
## OPINIONES SOBRE EL TELETRABAJO (%)

MUY + BASTANTE DE ACUERDO



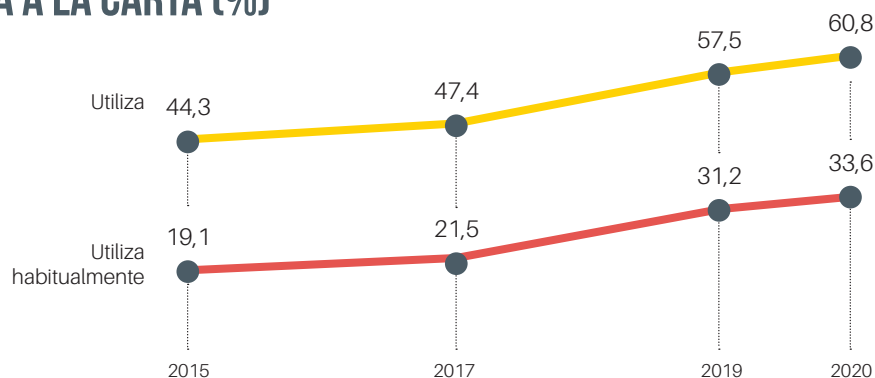
## OTRAS ACTIVIDADES

### SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA UTILIZADOS (%)



### SERVICIOS DE MÚSICA A LA CARTA (%)

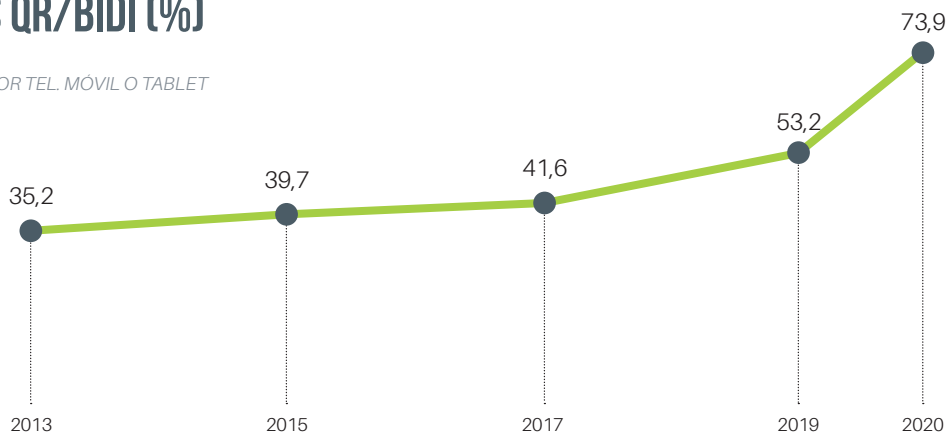
TIPO SPOTIFY Y SIMILARES



### USO DE CÓDIGOS QR/BIDI (%)

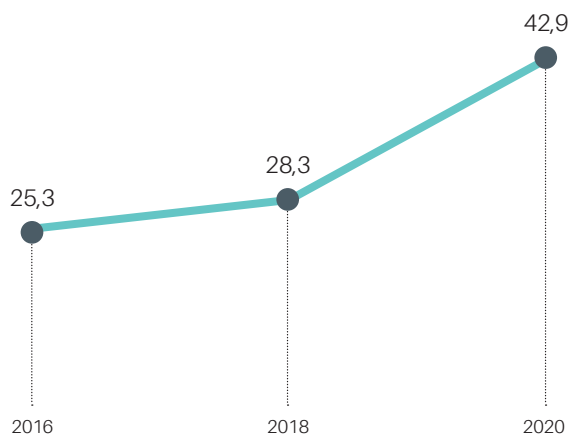
ÚLTIMOS 30 DÍAS

BASE: ACCEDEN INTERNET POR TEL. MÓVIL O TABLET



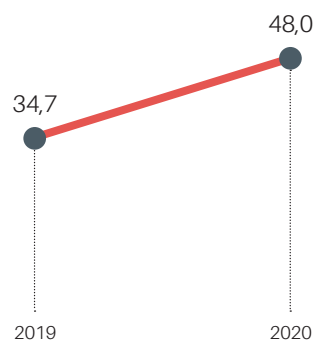
### FIRMA ELECTRÓNICA (%)

USO ÚLTIMOS 30 DÍAS



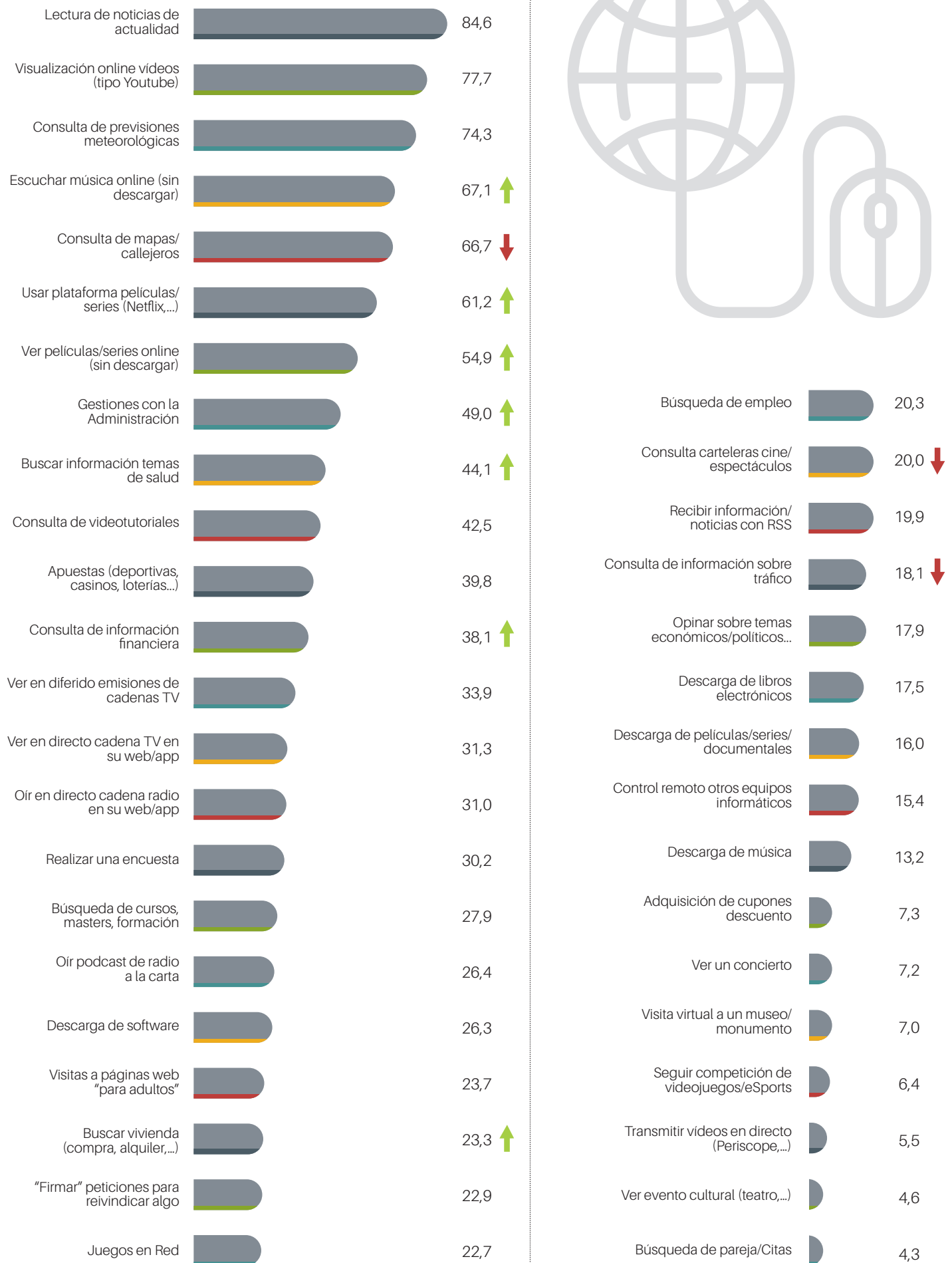
### REALIZACIÓN DE CURSO ONLINE (%)

ÚLTIMO AÑO



# LO QUE HACEMOS EN INTERNET (%)

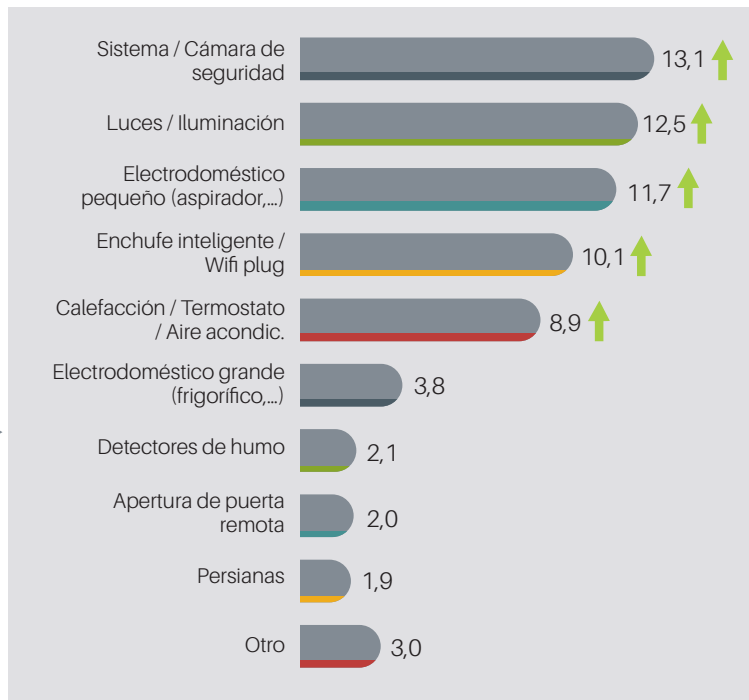
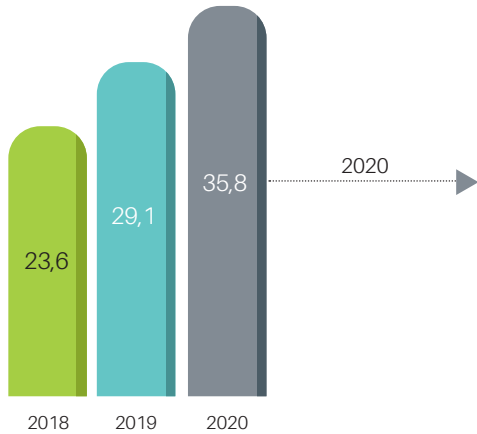
ÚLTIMOS 30 DÍAS



## INTERNET DE LAS COSAS

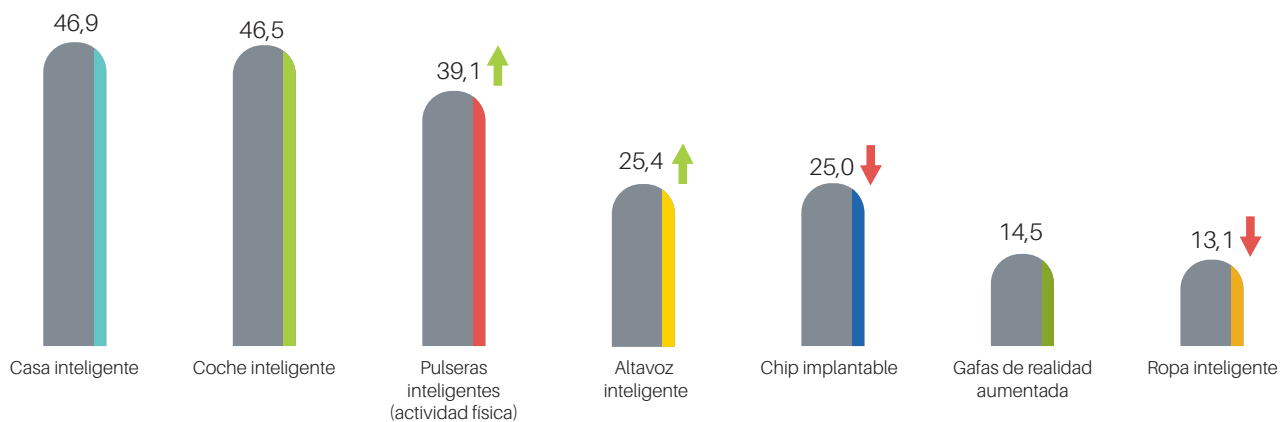
### APARATOS EN EL HOGAR CONTROLADOS POR INTERNET (%)

Dispone de algún aparato en el hogar controlado por internet



## INTERÉS EN DISPOSITIVOS CONECTABLES A INTERNET (%)

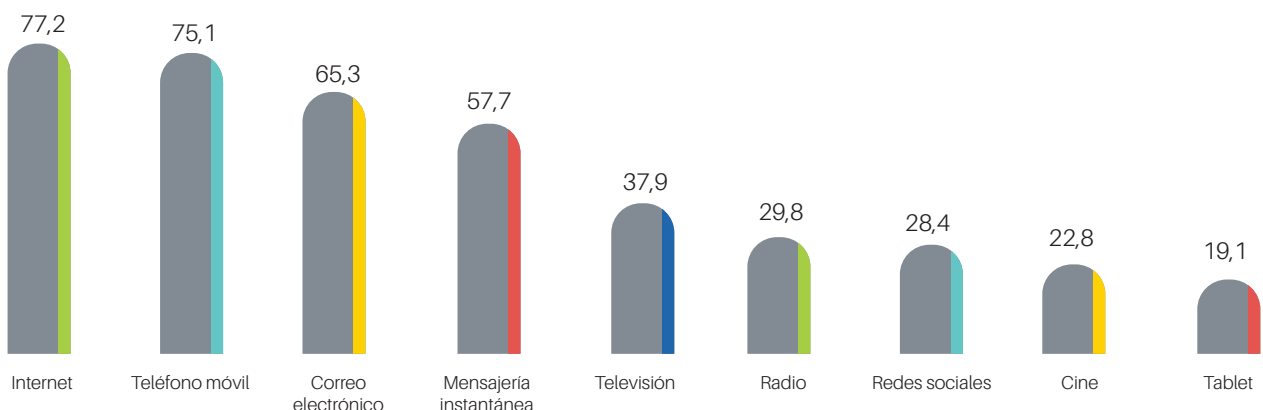
MUY + BASTANTE INTERESANTE



## GRADO DE DEPENDENCIA DE MEDIOS, DISPOSITIVOS Y SERVICIOS

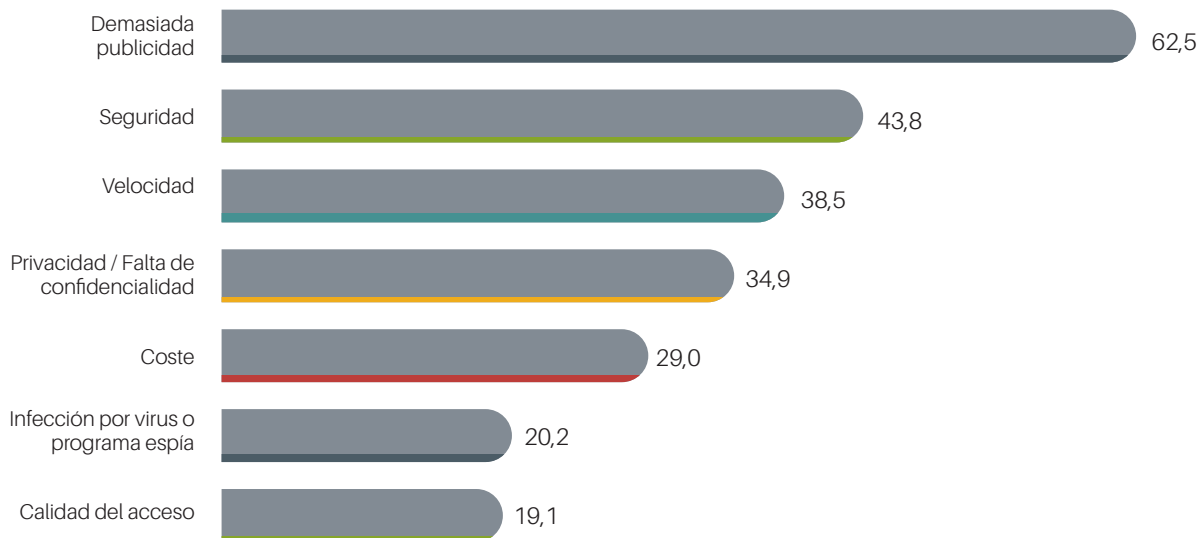
### LO DIFÍCIL QUE ME SERÍA VIVIR SIN... (%)

MUY + BASTANTE DIFÍCIL



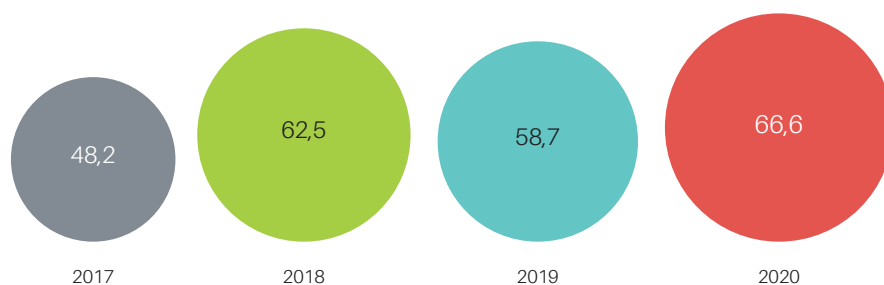
## PERCEPCIONES ACERCA DE INTERNET

### PROBLEMAS DE INTERNET (%)



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

MUCHO + BASTANTE



## LA PUBLICIDAD DIGITAL EN EXTERIOR (DOOH)

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

Muy o bastante positivo

46,3 ↑

Ni positivo ni negativo

41,9

Muy o bastante negativo

11,7

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

