Big Brother Watch – Privacidad en Internet

METODOLOGÍA

ComRes entrevistó online a 1,000 adultos en España. Los datos fueron ponderados por edad, género y región para que fueran representativos de los adultos españoles. ComRes es miembro del *British Polling Council* y se atiene a su normativa.

Todos los comunicados de prensa deben ser revisados por ComRes antes de su uso. *ComRes require de 48 horas para revisar los comunicados de prensa a menos que se haya acordado de manera diferente.*

Para encargar un estudio de intención de voto o una encuesta de opinion pública, por favor póngase en contacto con Katharine Peacock en: katharine.peacock@comres.co.uk

Para suscribirse a Pollwatch, un boletín mensual actualizado sobre sondeos, por favor, envíe un correo electrónico a: pollwatch@comres.co.uk

Encuesta Privacidad en Internet - España

Q1 ¿En qué medida le preocupa su privacidad en Internet?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	**Hombre**	**Mujer**	**18-34**	**35-54**	**55+**	**Norte**	**Centro**	**Sur**	**Preocupado**	**No preocupado**	**Los consumidores se están viendo afectados**	**Las experiencias de los consumidores están mejorando**	**Ninguna**
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Me preocupa mucho (4.00)	43%	42%	44%	41%	46%	40%	42%	44%	43%	50%	0%	47%	38%	25%
Me preocupa bastante (3.00)	43%	44%	42%	43%	42%	44%	44%	41%	44%	50%	0%	43%	47%	36%
No me preocupa mucho (2.00)	13%	13%	13%	14%	11%	14%	13%	14%	12%	0%	92%	10%	15%	31%
No me preocupa en absoluto (1.00)	1%	1%	1%	2%	*	2%	1%	1%	1%	0%	8%	1%	0%	7%
No lo sé	*	*	*	0%	0%	1%	*	0%	*	0%	0%	*	0%	0%
DATOS AGREGADOS														
Agregados: Preocupado	86%	86%	86%	84%	88%	84%	85%	85%	87%	100%	0	89%	85%	61%
Agregados: No preocupado	14%	14%	14%	16%	12%	15%	14%	15%	13%	0	100%	11%	15%	39%
Puntuación media	3.28	3.26	3.29	3.23	3.34	3.23	3.26	3.28	3.29	3.5	1.92	3.35	3.24	2.79
Desviación estándar	0.73	0.72	0.73	0.76	0.68	0.74	0.73	0.74	0.71	0.5	0.27	0.68	0.69	0.91
Error estándar	0.02	0.03	0.03	0.05	0.03	0.04	0.04	0.04	0.04	0.02	0.02	0.03	0.05	0.11

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Q2 De las siguientes afirmaciones, ¿cuál se acerca más a su opinión?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los consumidores se están viendo afectados por las grandes empresas que recopilan muchos de sus datos personales para uso interno	65%	67%	63%	63%	69%	63%	66%	67%	62%	68%	49%	100%	0%	0%
Las experiencias de los consumidores están mejorando gracias a las grandes empresas que recopilan muchos de los datos personales de los mismos para uso interno	19%	18%	20%	25%	16%	18%	17%	19%	23%	19%	20%	0%	100%	0%
Ninguna	7%	7%	6%	5%	6%	9%	9%	6%	5%	5%	19%	0%	0%	100%
No lo sé	9%	7%	10%	8%	0.08	9%	8%	8%	10%	8%	12%	0%	0%	0%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Q3 Cuando navega por Internet, ¿en qué medida le gustaría poder controlar sus datos personales (p. ej., las páginas web que visita o los productos que mira)?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Las empresas no deberían recopilar nunca mis datos personales	21%	19%	23%	19%	20%	23%	24%	17%	23%	21%	20%	24%	8%	20%
Las empresas no deberían recopilar nunca mis datos personales a menos que explicasen por qué lo hacen y yo diese mi consentimiento expreso cada vez que esto ocurre	56%	57%	55%	56%	59%	51%	51%	60%	56%	57%	45%	59%	56%	47%
Las empresas deberían poder recopilar mis datos personales cuando quisieran siempre y cuando yo lo acepte de antemano	20%	22%	18%	21%	19%	21%	21%	21%	18%	19%	26%	15%	34%	27%
Las empresas deberían poder recopilar mis datos personales cuando quisieran	2%	1%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	6%	2%	2%	4%
No lo sé	2%	1%	2%	1%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	*	0%	1%
DATOS AGREGADOS														
Agregados: Control mayor	76%	75%	78%	75%	79%	75%	75%	77%	78%	78%	66%	83%	64%	67%
Agregados: Control menor	22%	23%	20%	24%	19%	24%	23%	22%	20%	20%	32%	17%	36%	32%
Agregados: Recopilar en alguna medida	78%	80%	75%	80%	78%	75%	75%	82%	76%	78%	78%	76%	92%	79%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Encuesta Privacidad en Internet - España

Q4 Diferentes páginas web y empresas (p. ej., la empresa responsable de un navegador o de un sistema de correo electrónico) a menudo recaban los datos personales en línea (p. ej., páginas web visitadas, productos mirados o correos electrónicos enviados) de los usuarios cuando estos están navegando por Internet. De los siguientes tipos de datos personales, ¿cuáles considera que son aceptables para que sean recopilados por páginas web u empresas?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Historial de compras (es decir, artículos comprados en línea)	29%	30%	28%	32%	29%	26%	27%	28%	32%	28%	35%	24%	49%	26%
Historial de búsquedas (es decir, términos empleados en motores de búsqueda en línea)	23%	23%	23%	30%	24%	17%	20%	23%	28%	24%	21%	20%	37%	20%
Historial de navegación (es decir, páginas web visitadas)	22%	22%	23%	28%	22%	18%	19%	25%	23%	22%	27%	19%	38%	22%
Ubicación física (p. ej., al utilizar un smartphone o tableta)	14%	17%	10%	18%	13%	11%	15%	13%	13%	13%	18%	11%	23%	15%
Contenido de correos electrónicos	7%	8%	6%	9%	6%	7%	7%	8%	6%	7%	10%	6%	12%	10%
Ninguno de los anteriores	43%	41%	46%	36%	41%	51%	49%	43%	38%	45%	33%	49%	19%	45%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Encuesta Privacidad en Internet - España

Q5 De las siguientes actividades, ¿cuáles considera que son aceptables para que una empresa las realice utilizando datos personales en línea (p. ej., páginas web visitadas, productos mirados o correos electrónicos enviados)?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Utilizar los datos personales para adecuar los resultados de búsquedas a los intereses de los usuarios	31%	31%	30%	35%	32%	26%	32%	29%	31%	30%	34%	26%	51%	27%
Utilizar los datos personales para adecuar los anuncios en línea a los intereses de los usuarios	22%	23%	21%	24%	22%	20%	20%	22%	24%	22%	25%	17%	40%	24%
Combinar los datos personales de diferentes servicios ofrecidos por la misma empresa para generar un perfil de usuario	15%	19%	12%	16%	14%	17%	14%	15%	18%	16%	12%	13%	26%	22%
Compartir datos anónimos con otras empresas	10%	11%	10%	16%	7%	9%	9%	13%	9%	10%	15%	9%	15%	16%
Almacenar los datos personales de manera indefinida	5%	4%	6%	8%	4%	4%	5%	6%	4%	5%	6%	4%	7%	4%
Ninguna de las anteriores	42%	39%	45%	33%	45%	47%	44%	42%	41%	44%	33%	49%	16%	36%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Q6 Tras investigar la Política de Privacidad de Google en el año 2012, las autoridades competentes en materia de protección de datos informaron de que la Política de Privacidad de Google violaba las leyes europeas de protección de datos, y afirmaron que "la Política de Privacidad permite a Google combinar prácticamente cualquier dato obtenido de cualquier servicio y para cualquier fin". En enero de 2015, Google acordó con las autoridades reguladoras del Reino Unido que reformularía su Política de Privacidad de manera más clara, pero que no cambiaría el modo en que emplea los datos de los consumidores. De las siguientes afirmaciones, ¿cuál se acerca más a su opinión respecto a este acuerdo sobre la Política de Privacidad de Google?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Las autoridades reguladoras del Reino Unido deberían haber sido más estrictas	51%	52%	51%	54%	52%	49%	49%	54%	51%	54%	40%	60%	36%	47%
Las autoridades reguladoras del Reino Unido llegaron a un acuerdo apropiado	25%	27%	23%	24%	24%	26%	26%	25%	23%	23%	33%	22%	36%	28%
Las autoridades reguladoras del Reino Unido deberían haber sido menos estrictas	6%	6%	5%	8%	5%	4%	6%	5%	6%	5%	7%	5%	10%	7%
No lo sé	18%	14%	22%	14%	18%	21%	19%	15%	21%	18%	20%	13%	19%	17%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Encuesta Privacidad en Internet - España

Q7 ¿Cree que las autoridades reguladoras nacionales deberían hacer más o menos para obligar a Google a cumplir con las Directivas europeas existentes en materia de privacidad y protección de datos personales?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Deberían hacer más	74%	72%	76%	68%	75%	76%	74%	76%	70%	76%	62%	82%	52%	68%
Las acciones actuales son adecuadas	15%	18%	12%	20%	13%	14%	16%	14%	15%	14%	22%	10%	32%	20%
Deberían hacer menos	3%	3%	4%	6%	3%	2%	4%	2%	4%	3%	6%	3%	8%	2%
No lo sé	8%	7%	8%	6%	8%	8%	6%	7%	10%	7%	11%	4%	8%	10%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Encuesta Privacidad en Internet - España

Q8 ¿Cuál es la cantidad máxima que estaría dispuesto/a a pagar por un servicio en línea individual que actualmente está disponible de manera gratuita (p. ej., Google, Facebook, Twitter) si de este modo la empresa que presta dicho servicio no recopilara ni utilizara sus datos?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
No estaría dispuesto/a a pagar nada	73%	72%	75%	73%	74%	72%	74%	73%	74%	73%	78%	76%	71%	65%
€0.01-5.99	6%	6%	6%	9%	5%	4%	5%	6%	7%	6%	6%	5%	8%	7%
€6-11.99	2%	3%	2%	3%	2%	3%	2%	4%	1%	3%	1%	3%	2%	3%
€12+	2%	3%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	0%	2%	2%	0%
No lo sé	16%	16%	17%	13%	16%	19%	17%	16%	16%	17%	14%	14%	17%	25%
DATOS AGREGADOS														
Agregados: Cualquiera	10%	12%	9%	14%	10%	8%	9%	11%	10%	11%	8%	10%	12%	10%
Agregados: €0.01-6.99	6%	7%	6%	9%	6%	5%	6%	6%	7%	6%	6%	6%	8%	9%
Agregados: €7+	4%	5%	3%	5%	4%	4%	4%	5%	3%	5%	1%	4%	5%	1%
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Puntuación media	0.95	1.29	0.62	1.12	0.92	0.86	0.79	1.11	0.95	1.05	0.4	1	1	0.7
Desviación estándar	3.56	4.33	2.57	3.5	3.65	3.52	3.03	3.89	3.75	3.79	1.6	3.82	3.28	2.01
Error estándar	0.12	0.21	0.12	0.23	0.2	0.22	0.17	0.22	0.25	0.14	0.15	0.16	0.26	0.28

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Encuesta Privacidad en Internet - España

Q8 ¿Cuál es la cantidad máxima que estaría dispuesto/a a pagar por un servicio en línea individual que actualmente está disponible de manera gratuita (p. ej., Google, Facebook, Twitter) si de este modo la empresa que presta dicho servicio no recopilara ni utilizara sus datos?

Base: Todos los que estarían listos a pagar

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	104	59	45	37	39	28	35	42	27	93	11	67	24	7
Total ponderado	102	58	44	35	38	29	34	40	28	91	11	66	23	7
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
€0.01-5.99	57%	50%	67%	62%	57%	52%	58%	49%	67%	54%	82%	53%	63%	73%
€6-11.99	24%	21%	27%	22%	20%	30%	22%	34%	11%	24%	18%	25%	20%	27%
€12+	19%	29%	7%	16%	23%	18%	19%	17%	22%	22%	0%	22%	17%	0%
DATOS AGREGADOS														
Agregados: Cualquiera	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agregados: €0.01-6.99	60%	55%	67%	62%	62%	55%	61%	54%	67%	57%	82%	56%	63%	87%
Agregados: €7+	40%	45%	33%	38%	38%	45%	39%	46%	33%	43%	18%	44%	37%	13%
Mediana	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5
Puntuación media	7.78	9.12	6	7.05	8.02	8.34	7.03	8.35	7.87	8.17	4.46	8.54	6.84	5.16
Desviación estándar	7.15	7.89	5.65	6.01	7.82	7.66	6.19	7.41	7.97	7.39	3.35	7.8	5.91	2.66
Error estándar	0.7	1.03	0.84	0.99	1.25	1.45	1.05	1.14	1.53	0.77	1.01	0.95	1.21	1

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

Q9 Cada vez son más los dispositivos que pueden conectarse a Internet, desde termostatos hasta vehículos o máquinas expendedoras. Al igual que sucede con dispositivos como los smartphones o los ordenadores, estos otros dispositivos también recopilan datos personales (p. ej., un termostato recabará datos sobre el uso de energía doméstica) para las empresas que prestan dichos servicios. ¿En qué medida le preocupa que las empresas recopilen y utilicen sus datos personales mediante estos dispositivos?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Me preocupa mucho (4.00)	25%	24%	26%	22%	26%	27%	27%	24%	25%	28%	8%	31%	9%	15%
Me preocupa bastante (3.00)	44%	46%	43%	42%	46%	44%	42%	48%	43%	46%	33%	45%	52%	38%
No me preocupa mucho (2.00)	24%	24%	24%	30%	22%	22%	25%	22%	24%	20%	51%	20%	30%	38%
No me preocupa en absoluto (1.00)	2%	2%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	4%	1%	4%	3%
No lo sé	4%	4%	4%	3%	3%	6%	3%	4%	5%	4%	4%	2%	4%	6%
DATOS AGREGADOS														
Agregados: Preocupado	70%	70%	69%	64%	72%	71%	69%	72%	68%	74%	41%	76%	61%	53%
Agregados: No preocupado	26%	26%	27%	33%	25%	23%	28%	24%	27%	22%	55%	22%	35%	41%
Puntuación media	2.96	2.96	2.97	2.86	2.99	3.01	2.96	2.98	2.94	3.05	2.46	3.08	2.69	2.69
Desviación estándar	0.78	0.76	0.8	0.8	0.77	0.77	0.8	0.74	0.8	0.76	0.71	0.76	0.71	0.78
Error estándar	0.03	0.04	0.04	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05	0.03	0.06	0.03	0.05	0.1

D1 Género

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Hombre	49%	100%	0%	48%	46%	52%	48%	49%	49%	49%	49%	50%	46%	53%
Mujer	51%	0%	100%	52%	54%	48%	52%	51%	51%	51%	51%	50%	54%	47%

Investigación: el 23 de febrero al 27 de febrero de 2015 Preparado por ComRes Ltd

D2 Edad

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
18 - 24	9%	8%	9%	34%	0%	0%	8%	8%	10%	8%	11%	7%	13%	8%
25 - 34	17%	17%	17%	66%	0%	0%	19%	16%	15%	17%	18%	17%	20%	9%
35 - 44	21%	18%	25%	0%	54%	0%	21%	22%	22%	22%	19%	22%	20%	25%
45 - 54	18%	20%	17%	0%	46%	0%	16%	18%	22%	19%	14%	20%	14%	11%
55 - 64	14%	14%	13%	0%	0%	40%	16%	12%	12%	14%	9%	13%	15%	19%
65+	21%	23%	19%	0%	0%	60%	20%	24%	19%	20%	29%	21%	19%	28%
DATOS AGREGADOS														
Agregados: 18-34	25%	25%	26%	100%	0%	0%	27%	24%	25%	25%	29%	24%	33%	17%
Agregados: 35-54	40%	38%	42%	0%	100%	0%	37%	40%	43%	41%	33%	42%	34%	36%
Agregados: 55+	35%	37%	32%	0%	0%	100%	36%	36%	32%	34%	38%	34%	33%	47%

D3 ¿En qué comunidad autónoma reside?

Base: Todos los encuestados

		GÉNERO		EDAD			REGIÓN			PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD EN INTERNET		LA RECOPILACIÓN DE DATOS PERSONALES PARA LAS GRANDES EMPRESAS		
	Total	Hombre	Mujer	18-34	35-54	55+	Norte	Centro	Sur	Preocupado	No preocupado	Los consumidores se están viendo afectados	Las experiencias de los consumidores están mejorando	Ninguna
Total no ponderado	1000	489	511	264	409	327	371	367	262	859	139	654	192	69
Total ponderado	1000	490	510	253	399	348	360	360	280	857	141	653	192	69
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Andalucía	14%	13%	15%	14%	15%	13%	0%	0%	51%	14%	16%	14%	16%	8%
Aragón	2%	2%	2%	3%	3%	1%	6%	0%	0%	2%	3%	2%	1%	3%
Asturias	4%	4%	3%	4%	4%	3%	10%	0%	0%	4%	4%	4%	4%	1%
Cantabria	1%	1%	1%	1%	1%	1%	3%	0%	0%	1%	3%	1%	*	1%
Castilla-La Mancha	2%	2%	1%	2%	1%	2%	0%	5%	0%	2%	3%	2%	2%	3%
Castilla-León	4%	4%	5%	5%	5%	3%	0%	12%	0%	4%	5%	5%	5%	0%
Cataluña	17%	15%	18%	17%	15%	19%	47%	0%	0%	17%	18%	16%	16%	26%
Ceuta	*	*	*	*	1%	0%	0%	0%	1%	*	0%	*	0%	1%
Comunidad Valenciana	10%	9%	10%	8%	8%	12%	0%	26%	0%	9%	12%	9%	10%	13%
Extremadura	1%	1%	2%	1%	2%	1%	0%	4%	0%	1%	1%	1%	3%	0%
Galicia	6%	6%	6%	8%	6%	6%	18%	0%	0%	7%	5%	7%	5%	11%
Islas Baleares	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	1%	1%	0%	1%
Islas Canarias	11%	13%	9%	12%	12%	9%	0%	0%	39%	11%	8%	10%	14%	8%
Madrid	18%	19%	17%	17%	18%	19%	0%	50%	0%	19%	16%	19%	16%	14%
Melilla	*	*	0%	0%	0%	*	0%	0%	*	*	0%	*	0%	0%
Murcia	2%	2%	3%	1%	2%	3%	0%	0%	9%	3%	2%	2%	3%	3%
Navarra	1%	1%	1%	2%	1%	1%	3%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%
País Vasco	4%	5%	4%	2%	4%	6%	12%	0%	0%	4%	4%	5%	2%	6%
Rioja	1%	1%	1%	1%	*	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%
DATOS AGREGADOS														
Norte	36%	36%	36%	38%	33%	37%	100%	0%	0%	36%	37%	37%	31%	49%
Centro	36%	36%	36%	34%	36%	37%	0%	100%	0%	36%	38%	37%	36%	31%
Sur	28%	28%	28%	28%	31%	25%	0%	0%	100%	28%	26%	27%	33%	20%