

17 de mayo, Día de Internet

LOS MENORES DE 35 AÑOS DEDICAN MÁS DE TRES HORAS AL DÍA DE SU TIEMPO LIBRE A NAVEGAR POR INTERNET

De media, los españoles se conectan a la red 2 horas y 58 minutos cada día fuera de su horario laboral

2 millones de usuarios compran ya a través de Internet con una frecuencia semanal

Barcelona, 17 de mayo de 2017.- Con motivo del Día Mundial de Internet que se celebra mañana 17 de mayo, [Nominalia](#) ha realizado un estudio de hábitos de consumo online que desvela que los españoles dedican de media 2 horas y 58 minutos a navegar por Internet, excluyendo los motivos laborales. Los jóvenes de entre 18 y 35 años se conectan un 5,8 % más, alcanzando una media de 3 horas y 3 minutos.

3 horas diarias supone un importante porcentaje del tiempo de ocio para muchos españoles, por lo que la cifra es significativa, pero un 14,03 % de usuarios afirma incluso que el tiempo que invierte en la red es de más de 5 horas cada día, porcentaje que equivale a unos 4,7 millones de españoles.

Las redes sociales se mantienen como una de las principales actividades de los usuarios en Internet y las nuevas tendencias giran en torno a los vídeos en directo o los contenidos multimedia de permanencia limitada, que tienen a los jóvenes como principales adeptos y suponen un gran reclamo para anunciantes y marcas.

Además de las redes sociales, las apps de mensajería instantánea, navegar por la red o consultar el correo electrónico, los usuarios españoles afirman que dedican un tiempo similar a las compras online, una actividad cada vez más frecuente entre todas las franjas de edad de los españoles. Concretamente, un 55,3 % de los internautas afirma comprar online todos los meses y, de estos, un 11,9 % asegura hacerlo con una frecuencia semanal.

El estudio también da cuenta del aumento del gasto en e-Commerce. Un 38,8 % afirma invertir más de 500 € en sus compras en Internet al año, mientras que 1 de cada 10 usuarios afirma superar los 1.000 €.

La comodidad sigue siendo la principal motivación para decidirse por la compra online. Más de la mitad de los españoles, un 54,5 %, compra desde casa y de ellos, 6 de cada 10 prefiere hacerlo después de trabajar.

“La ausencia de limitación horaria y la rapidez suponen una ventaja fundamental para los usuarios en un momento en el que el tiempo es un valor cada vez más escaso”, afirma David Costa, country manager de Nominalia. “Más que nunca podemos hablar de que tener presencia online es imprescindible para cualquier negocio, pues es allí donde se encuentran los clientes y es el mejor vehículo para hacerles llegar nuestros servicios”.



Nominalia contiene [packs de e-Commerce](#) y diversas soluciones para ayudar a los emprendedores a dar el salto a la red y tener una presencia online efectiva que les permita conectar con sus consumidores.

Acerca de Nominalia

Nominalia es una empresa española de larga trayectoria. Fundada en 1997, en 2006 pasó a formar parte del Grupo DADA, con lo que pudo desarrollar todo su potencial. El Grupo DADA es una compañía líder en la gestión de la presencia en Internet de personas y empresas, y tiene sedes en Italia, en Reino Unido, Irlanda Francia, Portugal y Holanda a través de las marcas Register.it, Namesco Limited y Grupo Amen. Con un equipo de profesionales especialistas en presencia online, Nominalia propone a sus clientes una oferta de servicios de calidad accesibles desde la Red y con una gestión a través de herramientas fáciles e intuitivas. Además de ser un registrador acreditado por la ICANN, Nominalia posee una extensa lista de reconocimientos y garantías internacionales que aseguran su presencia en Internet.

Toda la información sobre Nominalia está disponible en <http://www.nominalia.com> y en su canal en Facebook, <http://www.facebook.com/nominalia>.

Para más información, contactar con:

Marco de Comunicación - 91 458 54 90

Leticia de Zuloaga – leticia@marcodecomunicacion.com