

EL COMPORTAMIENTO  
DE LOS USUARIOS  
FRENTE A LA

# **PUBLICIDAD ONLINE**

ESTUDIO DE MERCADO  
[e-xprimenet.com](http://e-xprimenet.com)







# eXprimeNet

[www.e-xprimenet.com](http://www.e-xprimenet.com)







# CONTENIDO

## ESTUDIO A NIVEL NACIONAL

Este estudio trata de resolver cuestiones muy relacionadas con la inversión publicitaria digital y los aspectos decisivos que influyen en los usuarios en su proceso de toma de decisiones a la hora de comprar o contratar.

En mayo del 2022 eXprimeNet realiza un estudio de mercado a nivel nacional a un total 1015 usuarios hombres y mujeres de diferentes franjas de edad con el fin de dar respuesta de un modo más objetivo a dudas que surgen en el día a día con nuestros clientes.

## TEMAS

Publicidad  
Online ..... Pág 6

Confianza del  
consumidor ..... Pág 8

Comportamiento  
Digital ..... Pág 12





PUBLICIDAD  
ONLINE



# ANUNCIOS ONLINE



70%

**No** les molesta que le “persigan”



72%

**Si** sí que les molesta que le “persigan”



**NO** tienen inconveniente que les “persiga” la publicidad, que han visitado mientras navegan por la red, conocida como 'remarketing' o 'retargeting'.



**Sí** se sienten molestos frente a este tipo de publicidad, el seguimiento no les resulta interesante e, incluso, les parece molesto.

**MAYOR IMPACTO PUBLICITARIO**

**MENOR IMPACTO PUBLICITARIO**



Las empresas deben aprovechar esta oportunidad para ofrecer publicidad personalizada y relevante con el fin de mantener a los usuarios en constante interacción.



Las marcas con un producto o servicio muy orientado a hombres tendrán que tener en cuenta este dato para preparar un plan de marketing digital que trate de limitar la frecuencia de impresión al target masculino.





## CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

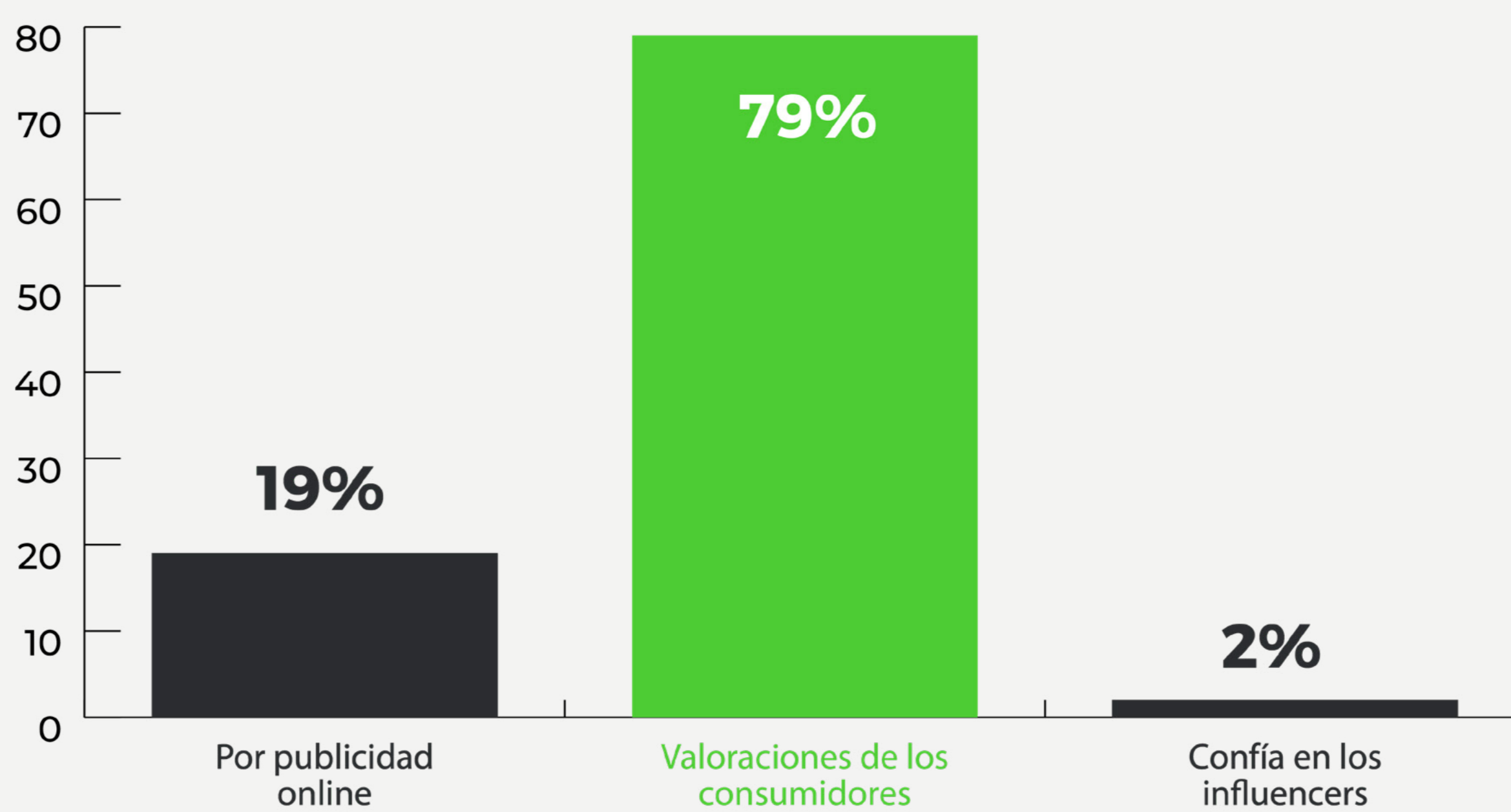
LOS USUARIOS  
CONFÍAN MÁS EN  
LAS OPINIONES DE  
CONSUMIDORES  
**QUE EN LOS  
INFLUENCERS**



# CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Las valoraciones de los consumidores es el aspecto más importante a la hora de decidir dónde comprar o contratar un servicio para el 79 % de los consultados. Las opiniones del producto o servicio influyen de un modo muy notable en ese proceso de decisión. Mientras, para el 19 % es la publicidad que desarrolla las empresas a través de sus canales. Solo el 2 % confía en los influencers a la hora de decidir dónde comprar o contratar un servicio online.

## DECISIÓN DE COMPRA



## EL 42 % DE LOS CONSUMIDORES ONLINE

REVISA OPINIONES, CONSULTA WEBS Y MIRA LAS REDES SOCIALES DE LA EMPRESA ANTES DE COMPRAR O CONTRATAR





# DECISIÓN DE COMPRA

42%

● Revisa web y  
redes sociales

17%

● Mira la web  
de la empresa



36%

● Revisa antes de  
dar clic en  
**finalizar compra**

5%

● Analiza las  
redes sociales

El 42 % de los consultados revisa opiniones, consulta la web y mira las redes sociales de la empresa antes de comprar o contratar a través de una web. No obstante, las opiniones de consumidores siguen teniendo un peso importante antes de finalizar un proceso de compra en la web, el 36 % las revisa antes de darle clic a "finalizar comprar". El 17 % mira la web de la empresa y el 5 % sus redes sociales en este proceso. Las opiniones siguen teniendo un peso importante antes de finalizar un proceso de compra en la web. La confianza que demos en nuestra web y lo que digan de ti van a ser decisivas antes de darle clic a "finalizar comprar"

**Antes "Finalizar compra" ...  
investigamos mucho**





1







# COMPORTAMIENTO DIGITAL



# TRÁFICO WEB

# 30%

DE LA MEDICIÓN DIARIA QUE REALIZAN LAS WEB.

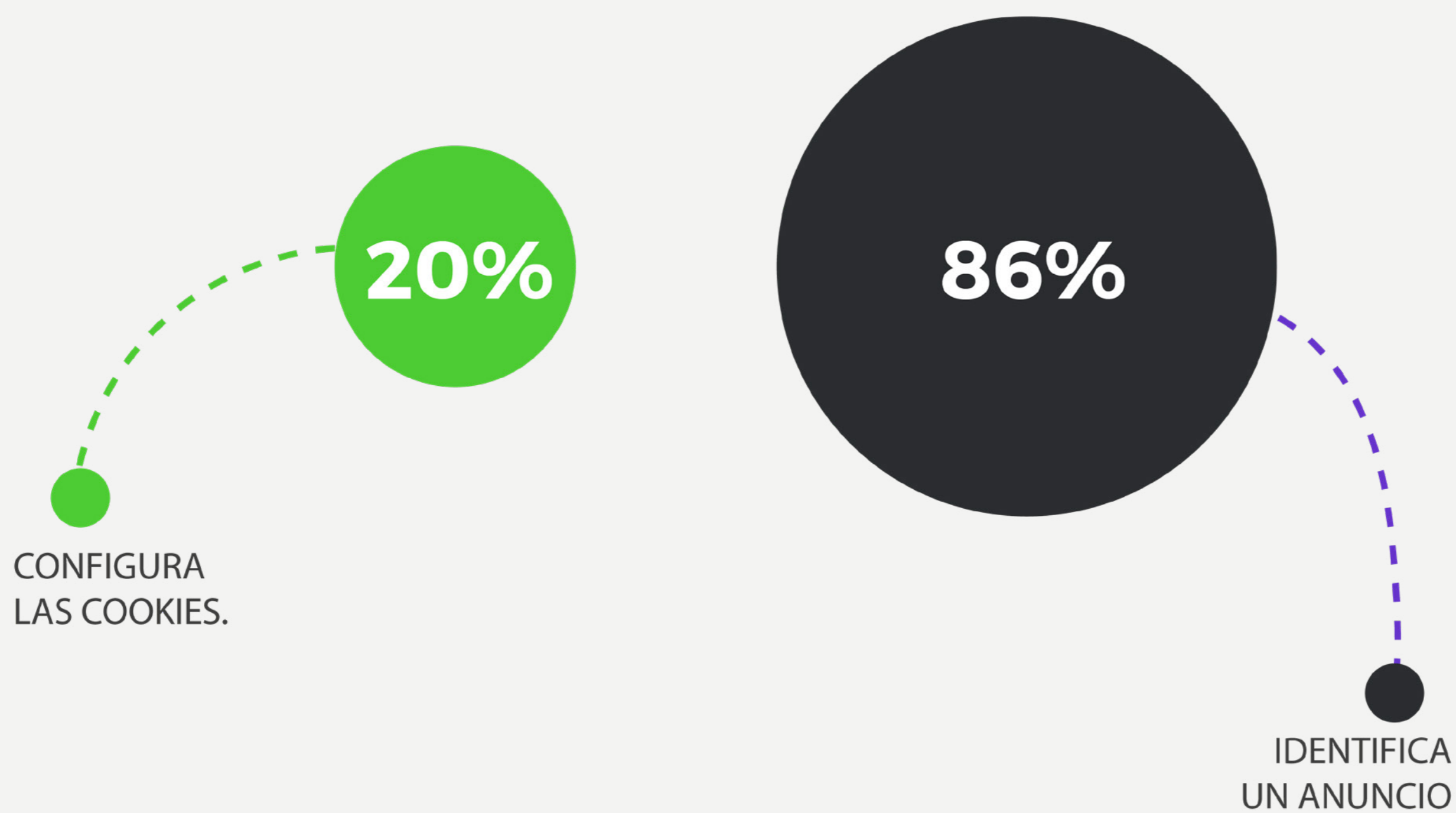
**SE PUEDE PERDER**

# 11%

DE LA MEDICIÓN DEL TRÁFICO SE ESTÁ DEJANDO DE MEDIR EN PLATAFORMAS Y WEBS AL "NO ACEPTAR LAS COOKIES"



Casi un 20% de los usuarios configura las cookies. "Un dato de inicio relevante para el tiempo que lleva en marcha y seguro que irá en crecimiento. Un 86% de los usuarios sabe identificar un anuncio La encuesta también revela que los anuncios integrados dentro de las distintas plataformas online, redes sociales, medios digitales, blogs, Youtube, webs ... son claramente identificados por los usuarios de internet Saben cuándo está interactuando con un contenido orgánico y uno publicitario. Todo ello, a pesar de que las plataformas publicitarias tratan de ocupar espacios con contenidos patrocinados con similitudes a los espacios orgánicos.







**70%**  
DE LOS USUARIOS

**“Acepta las cookies  
predeterminadas”,**



**11%**  
DE LOS USUARIOS

**“NO Acepta las cookies  
predeterminadas”,**













EL COMPORTAMIENTO  
DE LOS USUARIOS  
FRENTE A LA

# **PUBLICIDAD ONLINE**

ESTUDIO DE MERCADO  
[e-xprimenet.com](http://e-xprimenet.com)