

**Tabla MA27. Posición acerca de la utilización del conocimiento de la navegación personal por Internet para personalizar campañas publicitarias**

Con la finalidad de personalizar campañas publicitarias, muchas compañías que ofrecen servicios en Internet utilizan mecanismos para saber en qué páginas navega. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su postura al respecto?

	Debería estar prohibido	Deberían informar claramente de que recogen esa información y solicitar la autorización del/la usuario/a	No me importa si obtuviera descuentos o incentivos económicos	No me preocupa que recojan y usen esa información	Ninguna de las anteriores define mi postura (NO LEER)*	N.S.	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	38,5	51,7	1,4	3,0	1,1	1,6	2,8	100	(1.659)
<b>Sexo</b>									
Hombre	38,3	50,7	1,4	4,1	0,9	1,4	3,1	100	(858)
Mujer	38,6	52,7	1,4	1,7	1,2	1,9	2,5	100	(801)
<b>Edad</b>									
Hasta 24 años	33,6	54,7	1,3	4,5	1,3	2,7	1,8	100	(223)
De 25 a 34	36,4	52,9	1,9	3,7	1,9	1,6	1,6	100	(429)
De 35 a 44	35,1	57,3	1,1	2,2	0,7	0,9	2,7	100	(447)
De 45 a 54	42,2	48,4	1,3	1,9	0,6	2,5	3,1	100	(320)
De 55 a 64	49,7	37,7	2,0	3,3	0,0	1,3	6,0	100	(151)
65 años o más	44,9	44,9	0,0	2,2	2,2	0,0	5,6	100	(89)
<b>Estado civil</b>									
Casado/a	39,5	50,7	0,9	2,1	1,1	1,8	3,9	100	(817)
Soltero/a	35,7	54,0	1,6	4,1	1,1	1,6	2,0	100	(704)
Viudo/a	51,6	41,9	3,2	3,2	0,0	0,0	0,0	100	(31)
Separado/a	52,9	38,2	2,9	2,9	0,0	2,9	0,0	100	(34)
Divorciado/a	40,6	50,7	4,3	1,4	1,4	0,0	1,4	100	(69)
<b>Educación</b>									
Primaria o menos	49,5	41,2	1,0	4,1	0,0	1,0	3,1	100	(97)
Secundaria inicial	40,5	52,1	1,7	2,0	0,5	2,0	1,2	100	(407)
FP de grado medio	44,2	45,3	1,7	3,9	0,6	1,1	3,3	100	(181)
Secundaria superior	37,0	51,5	1,1	4,4	1,1	1,5	3,3	100	(270)
FP de grado superior	41,6	49,5	1,6	1,1	1,6	1,1	3,7	100	(190)
Universidad	32,1	56,6	1,2	3,2	1,8	1,8	3,4	100	(507)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2013, estudio 2.987.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden los que han utilizado Internet en los últimos 12 meses.

\*Los entrevistadores/as no ofrecen las opciones de respuesta "NO LEER", pero las registran cuando son mencionadas espontáneamente por las personas entrevistadas.