

# BARÓMETRO

# OFF FEBRUARY



Datos 2026



# ESTUDIO DE IMPACTO, DE LA PRIMERA EDICIÓN DE OFF FEBRUARY

En 2026 se realizó la primera edición de la iniciativa OFF February que invita a borrar las aplicaciones de redes sociales del smartphone durante los 28 días de febrero.

Aquí presentamos resultados preliminares de esta campaña en España y en el mundo, basados en un sondeo de Metroscopia para el Movimiento OFF y en la encuesta interna Barómetro OFF February.



# 1. OFF February en España\*

3,2  
millones

españoles mayores de 18 años conocen el reto OFF February

300.000

adultos participaron en la edición 2026

13,3  
millones

usuarios de RR.SS declaran estar dispuestos a participar

78%

de los españoles afirman usar las RR.SS

70%

de los jóvenes de 18-34 años desean reducir el tiempo que pasan en estas plataformas

53%

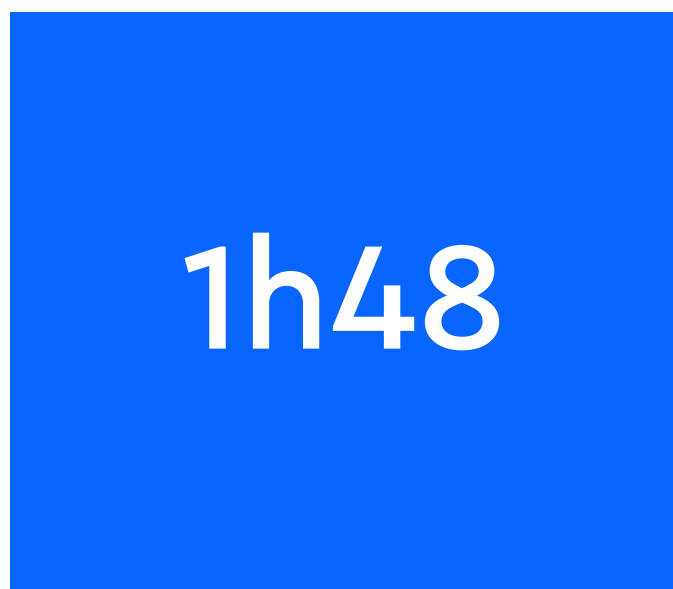
de los adultos consideran que las RR.SS ejercen una influencia negativa en la sociedad

\* Encuesta de Metroscopia para OFF, marzo de 2026 basada en 1.390 entrevistas a españoles mayores de 18 años

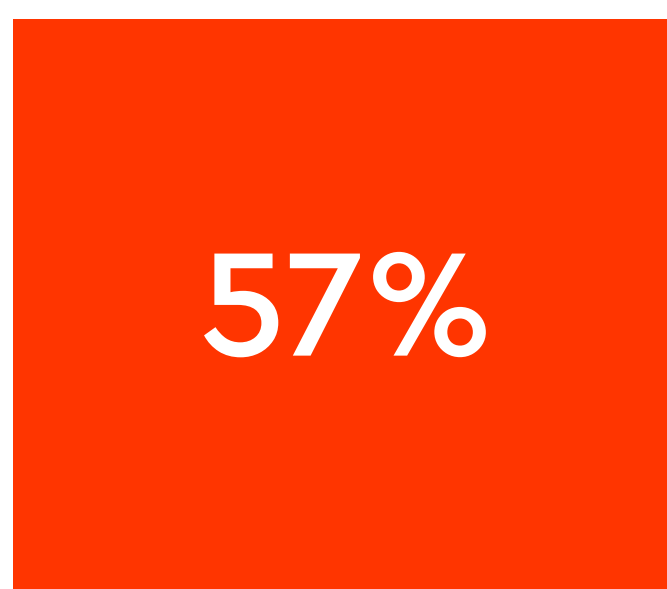
## 2. Efectos de la campaña en los participantes\*

### AHORRO DE TIEMPO FUERA DE LAS REDES SOCIALES

Tiempo diario ahorrado de redes sociales



Tiempo reinvertido fuera del smartphone



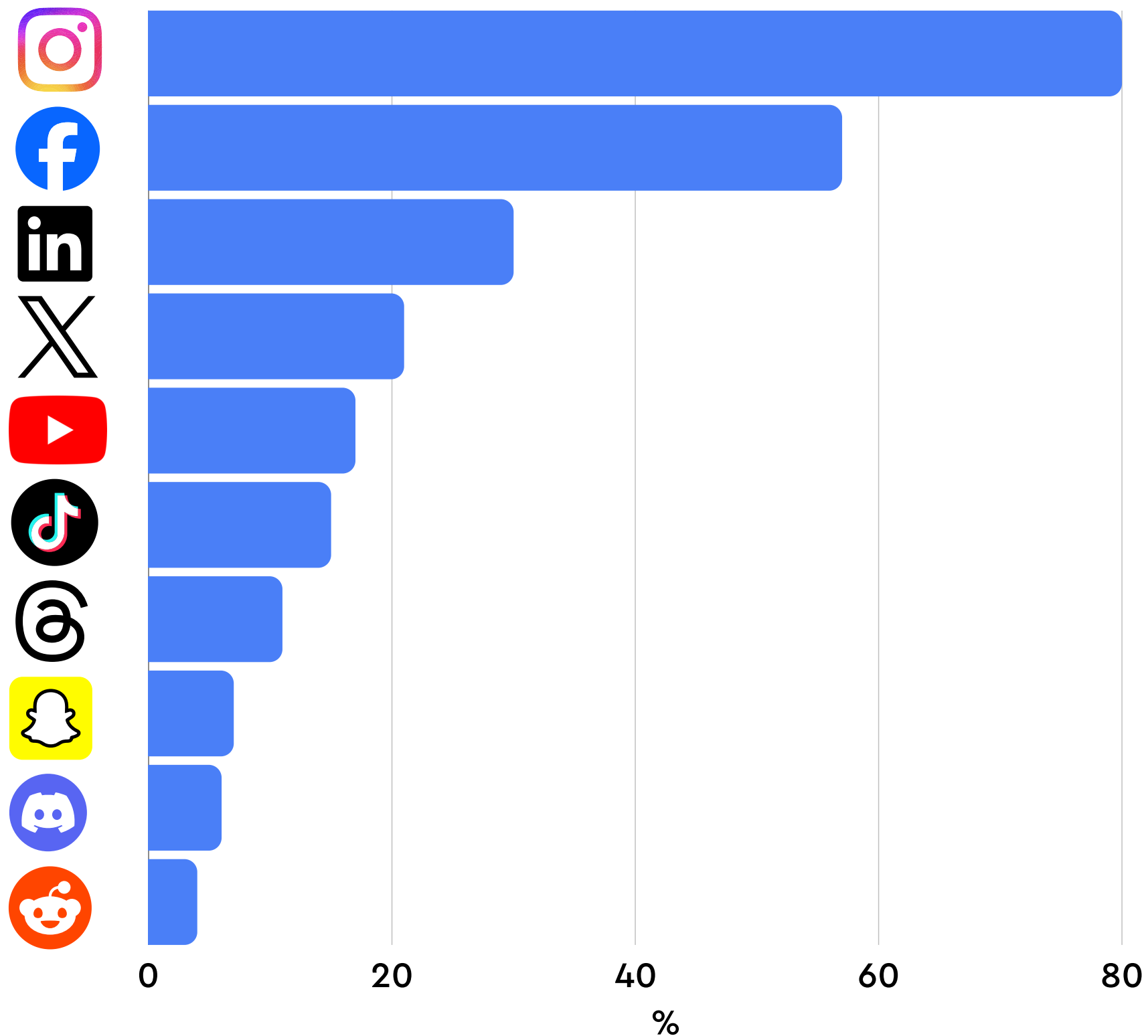
Personas de **54 países** en el mundo participaron en la primera edición de OFF February.

\* Resultados globales, encuesta Barómetro OFF February 2026



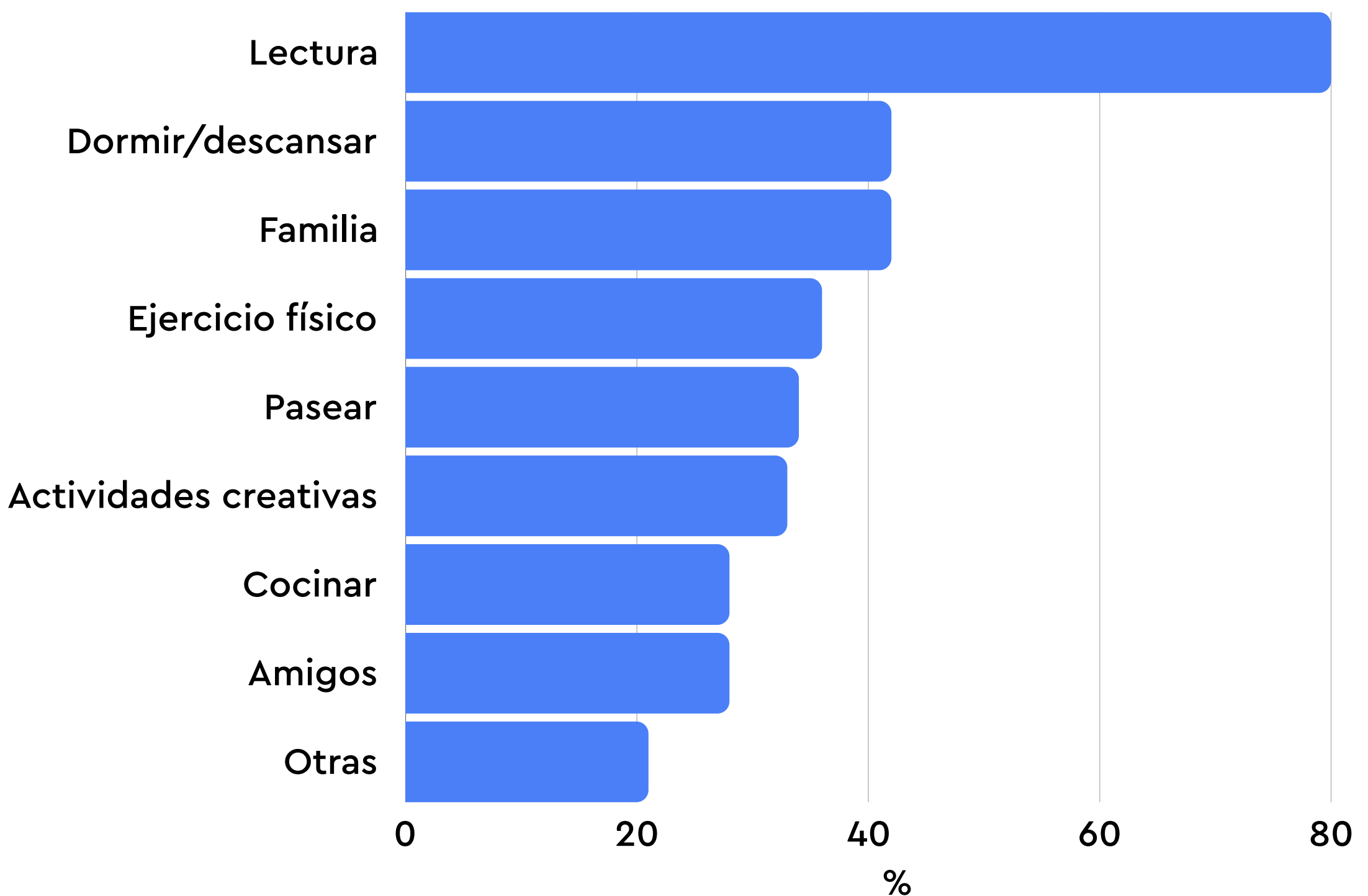
# APLICACIONES QUE MÁS SE DESINSTALARON

La aplicación más desinstalada ha sido Instagram, por el 80% de los participantes.



# FORMAS DE REINVERTIR EL TIEMPO

% de participantes de OFF February que emplearon el tiempo pasado fuera de las RR.SS. en las siguientes actividades



# ¿APAGAR? MÁS FÁCIL DE LO ANTICIPADO

OFF February resultó ser más accesible de lo que muchos imaginaban. Según los participantes:

Dificultad  
anticipada  
6,5/10

Dificultad  
experimentada  
4,1/10

El 85 % de los participantes completó el reto sin reinstalar ninguna aplicación, frente a una tasa de abandono del 15%.

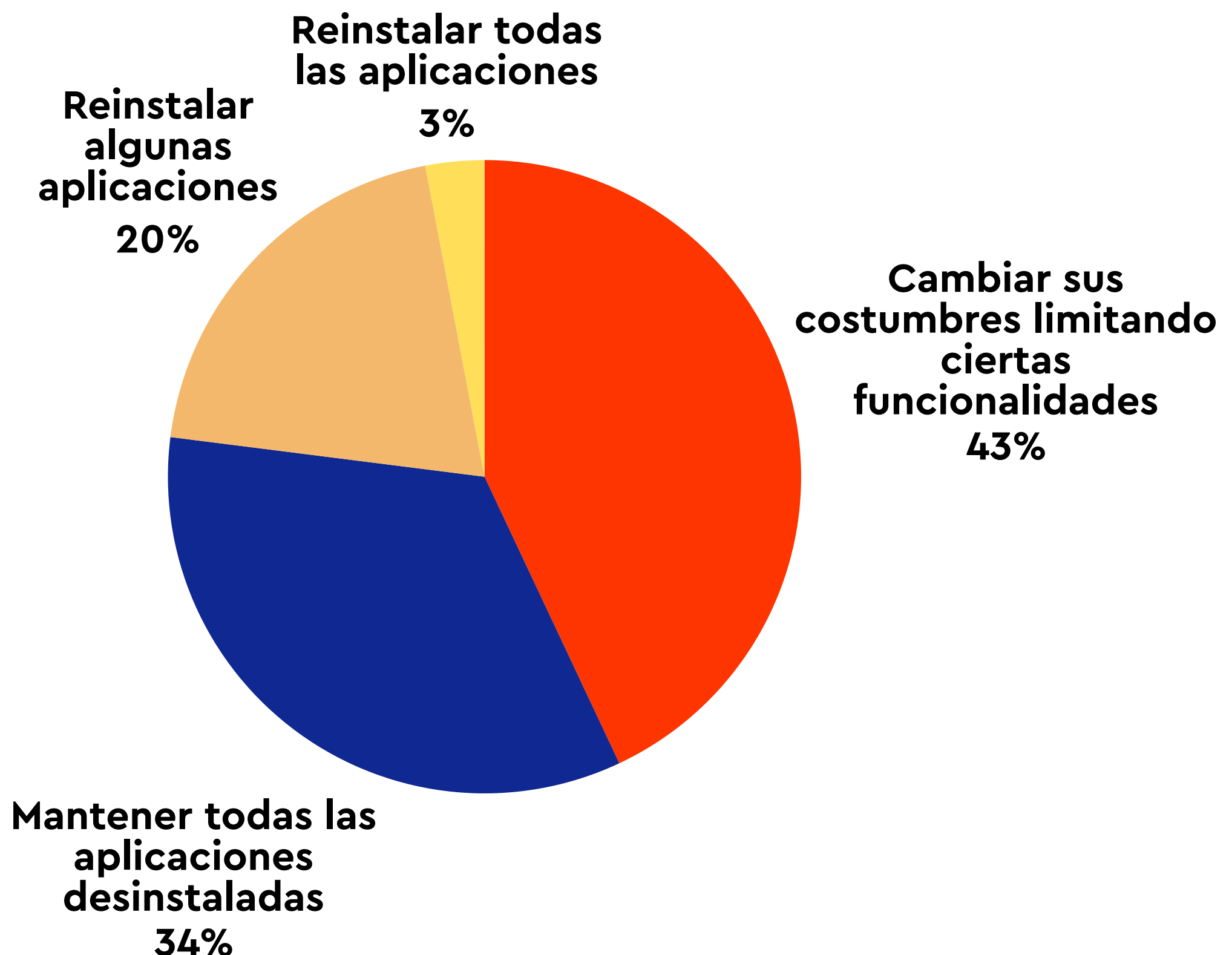
85%

15%



# CAMBIOS Y NUEVOS HÁBITOS (I)

Después de OFF February, los  
participantes han decidido:



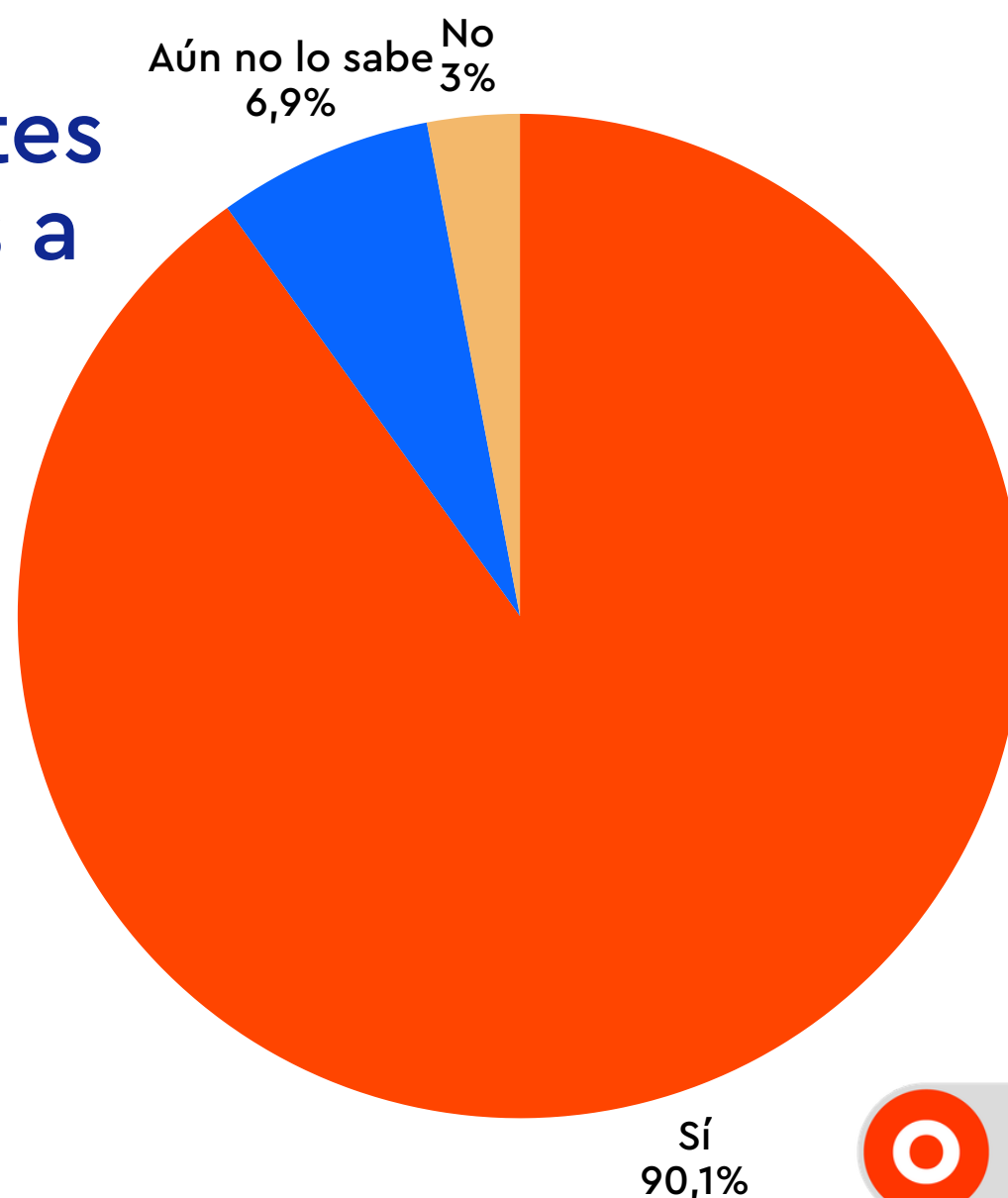
# CAMBIOS Y NUEVOS HABITOS (II)

Participantes que sintieron un efecto positivo\*

95%

\*en su bienestar físico, su capacidad de concentración, su estado de ánimo o la calidad de sus interacciones con personas cercanas

Participantes dispuestos a repetir el reto en la próxima edición:



# REFLEXIONES DE LOS PARTICIPANTES

OFF February les ha permitido:

- Tomar conciencia de la adicción al teléfono y del uso no intencional de las redes sociales.
- Sentir que un menor uso de las RR.SS proporciona una sensación de libertad, control y claridad mental.
- Hacer un uso más limitado y consciente de las RR.SS.
- Sustituir esos hábitos digitales por aficiones, actividades creativas o experiencias en el mundo real.



**Comparte el  
estudio**



[offm.org](https://offm.org)