

# Estudio de Hábitos de Internet 2010

Encuesta realizada por Red de Blogs, Ocio Network S.L.  
[www.ocio.net](http://www.ocio.net)



1. Metodología

## **2. Conexión a Internet y navegación**

3. Información, consumo de medios y redes sociales

4. Nuevas tecnologías: Kindle, iPad y Orbyt

5. SGAE y Canon Digital

6. Música, cine, descargas y propiedad intelectual

7. El papel de Internet

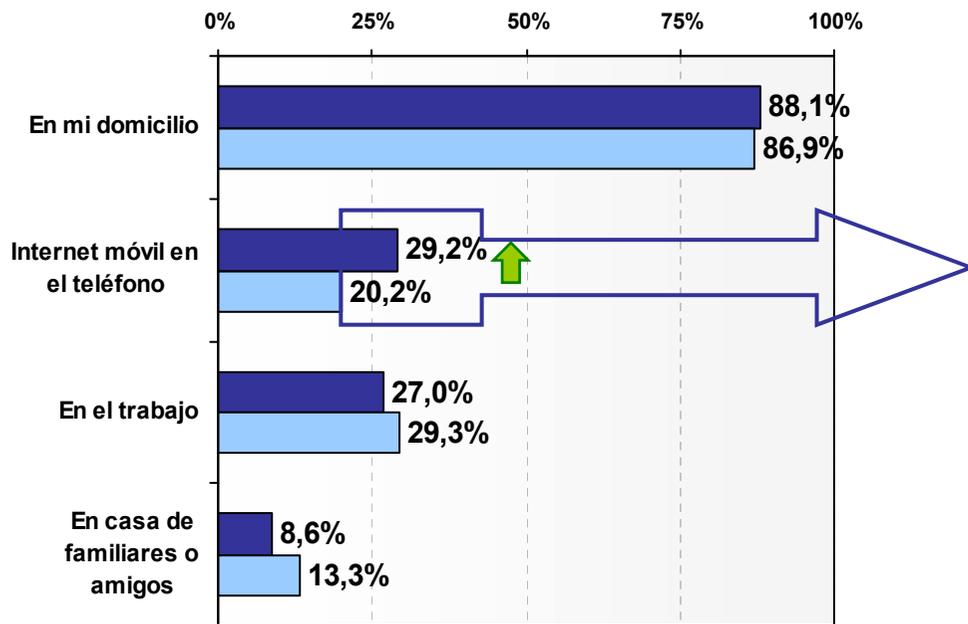
8. DNle y Comercio Electrónico



## 2. Conexión de Internet y Navegación

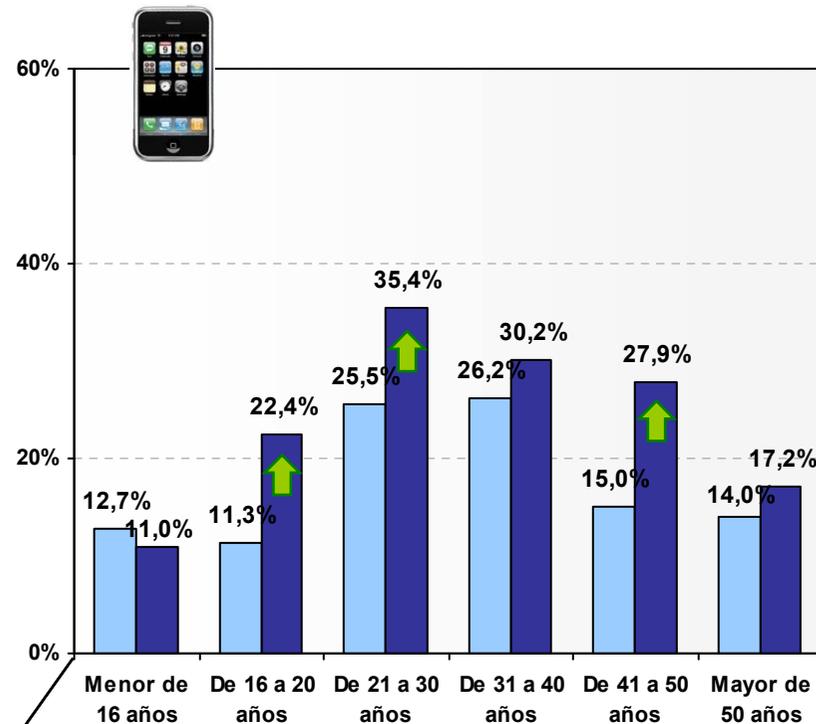
### ¿Desde dónde se conecta a Internet?

Total entrevistas



El uso del teléfono móvil para conectarse a Internet experimenta un crecimiento significativo alcanzando el 29,2%.

Penetración de Internet en el móvil por edad



La penetración de Internet móvil crece especialmente y de forma significativa entre los 16 y 30 años y entre los 41 y 50 años.

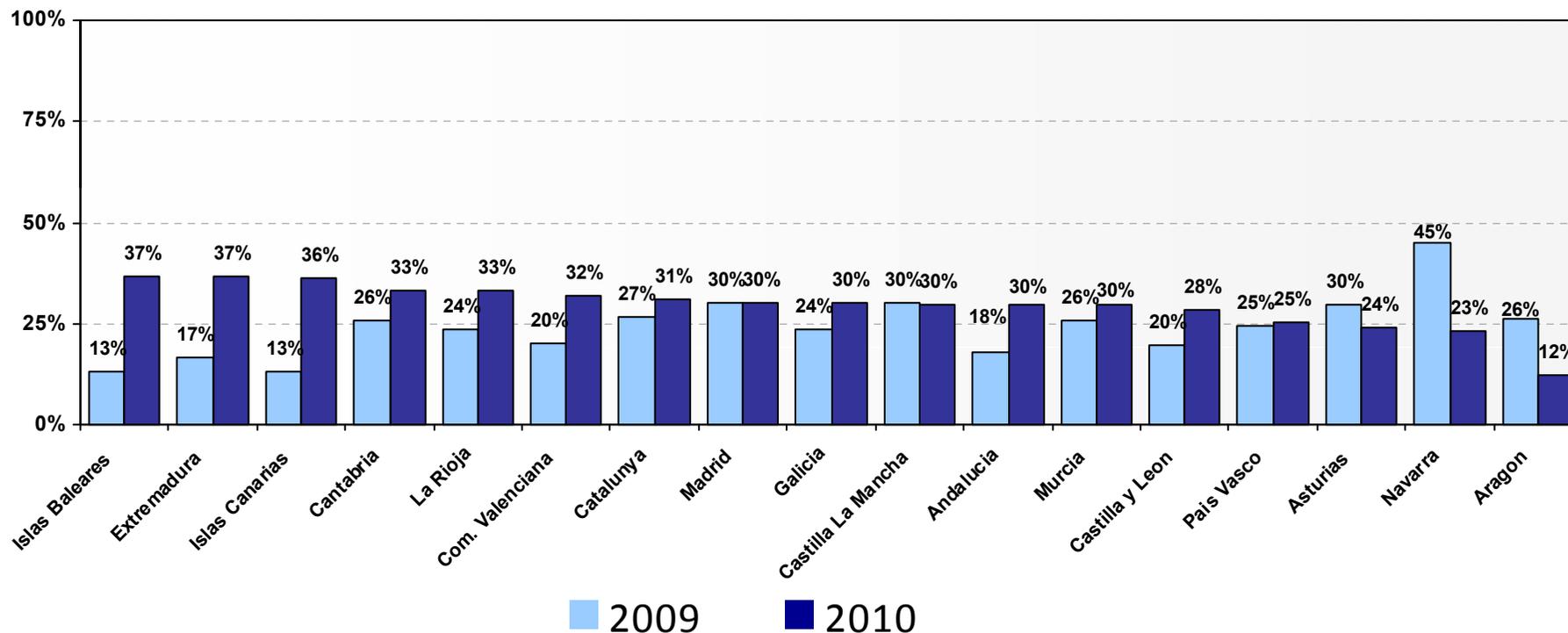
■ 2009

■ 2010



## 2. Conexión de Internet y Navegación

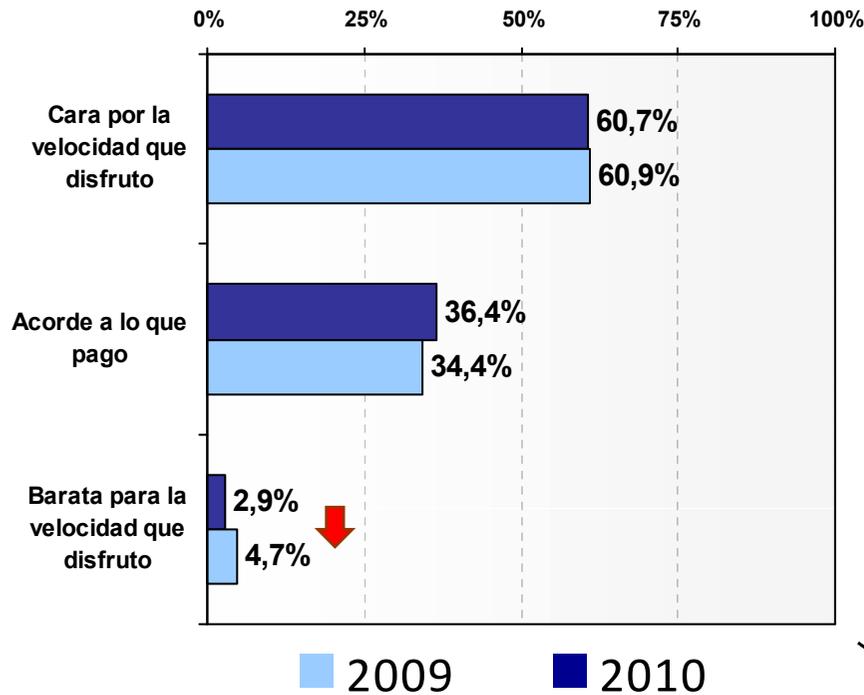
### Penetración de Internet móvil en el teléfono por Comunidad Autónoma



## 2. Conexión de Internet y Navegación

### Relación velocidad / precio de la conexión

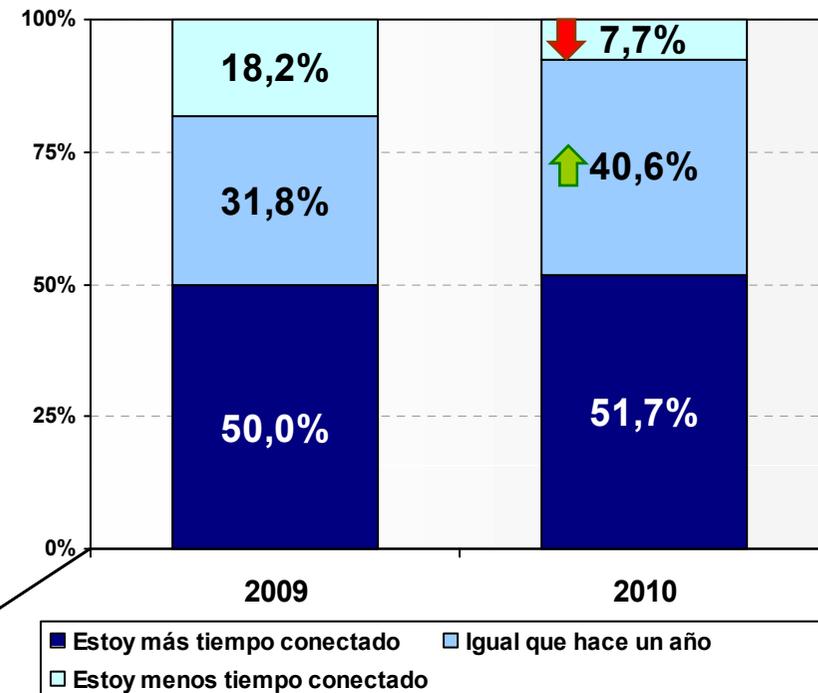
P5. ¿Cómo considera su velocidad de navegación?



La consideración de la velocidad de navegación se mantiene estable con respecto a 2009, con un 60% de encuestados que considera su conexión cara por la velocidad que disfruta. Además disminuye significativamente los internautas que consideran barata la relación velocidad / precio.

### Evolución del tiempo de conexión

P20. ¿Cuánto se conecta a Internet en comparación con el año pasado?



La mitad de los internautas continúan incrementando el tiempo dedicado a conectarse a Internet, mientras que disminuye de forma significativa aquellos que afirman estar menos tiempo conectados.

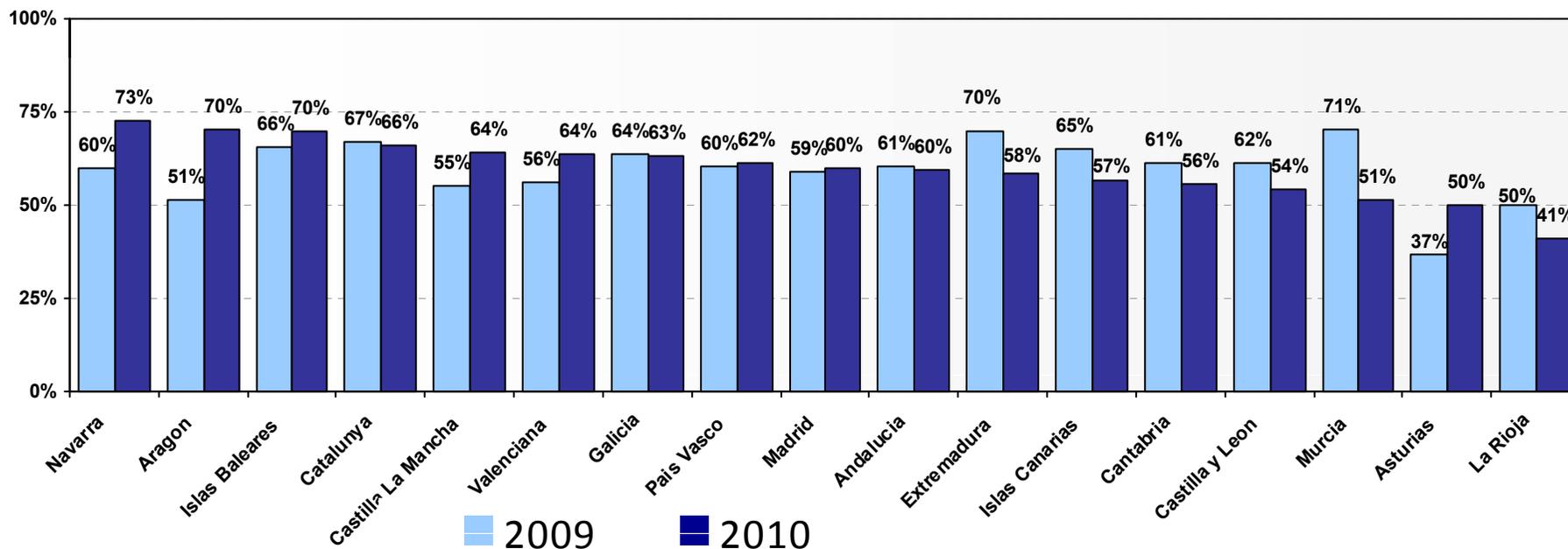


## 2. Conexión de Internet y Navegación

### Consideración de la velocidad de navegación como cara para la velocidad que se disfruta

P5. ¿Cómo considera su velocidad de navegación?

Consideración de conexión cara para la velocidad que se disfruta

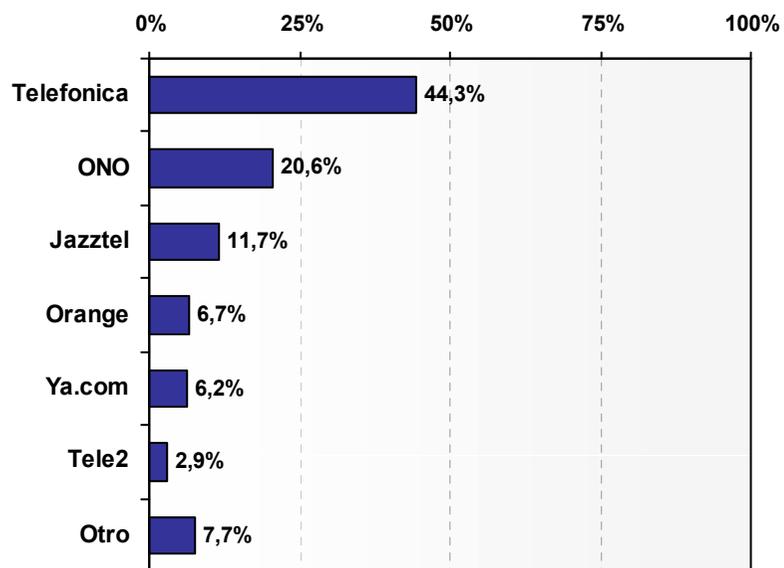


## 2. Conexión de Internet y Navegación



### Operador de conexión

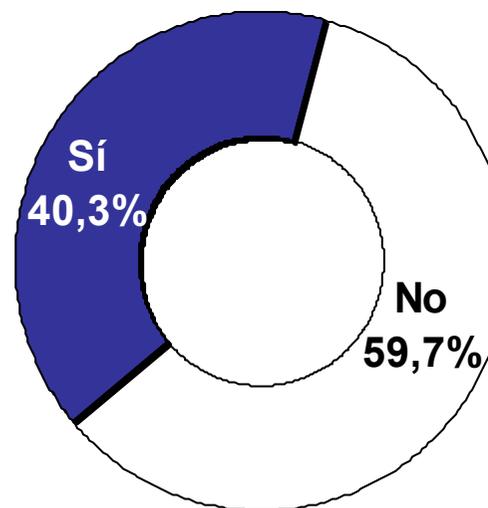
P6. ¿Qué operador utiliza habitualmente para conectarse a Internet?



Telefónica se posiciona claramente como el operador mayoritario entre los internautas, seguido de ONO y Jazztel.

### Dificultad para darse de baja

P9 ¿Ha tenido dificultades alguna vez para darse de baja de su operador de Internet?



Además, el 40,3% de los residentes en España reconoce haber tenido dificultades alguna vez para darse de baja de su operador de Internet.

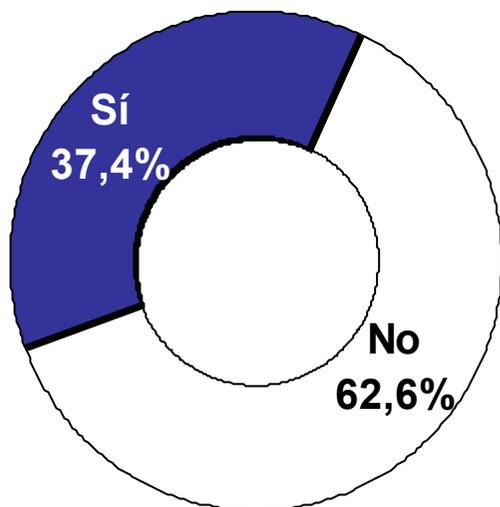


## 2. Conexión de Internet y Navegación



### Consideración rapidez de la conexión

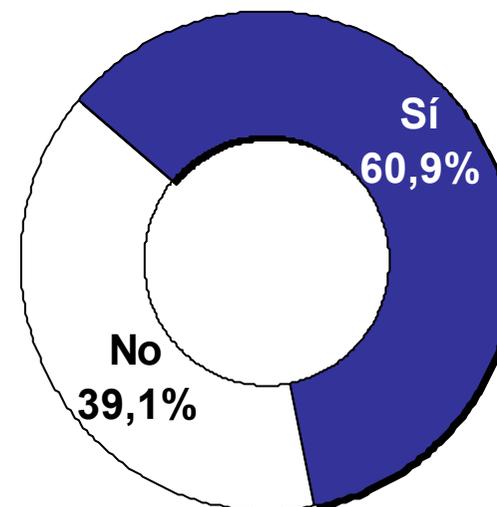
P7. ¿Considera rápida su conexión a Internet?



La velocidad de la conexión es considerada rápida sólo por el 37% de los internautas.

### Satisfacción con el operador

P8. ¿Está satisfecho con el operador que utiliza para conectarse a Internet?



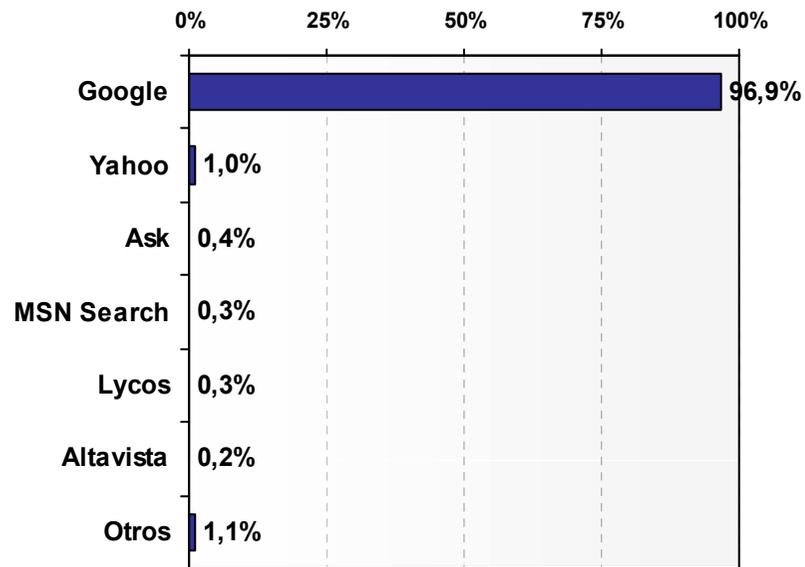
Sin embargo, sólo el 39% reconoce no estar satisfecho con su operador de Internet. Es decir, aunque la relación precio/velocidad general no es buena, ni tampoco la consideración de la rapidez de la conexión, los internautas se muestran en general satisfechos con sus operadores de Internet.



## 2. Conexión de Internet y Navegación

### Buscador utilizado

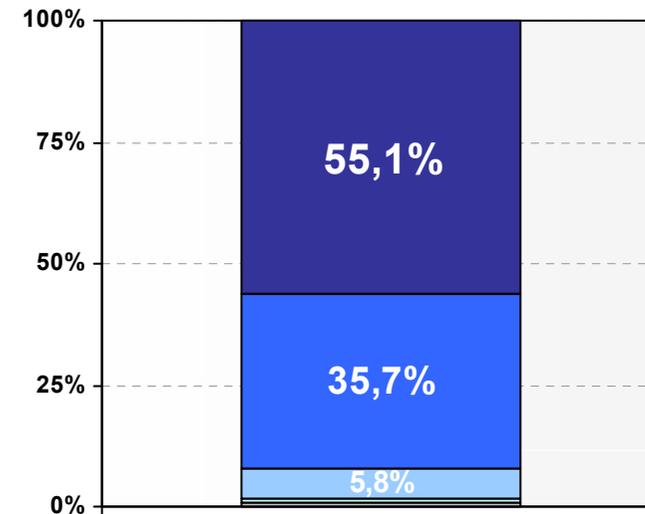
P10. ¿Qué buscador emplea en Internet?



Google se posiciona como el buscador dominante entre los internautas de habla hispana con un 97% de uso.

### Valoración del buscador

P11 ¿Cómo valoraría el funcionamiento del buscador que emplea normalmente?



Valoración del funcionamiento

Muy mal  
  Mal  
  Regular  
  Bien  
  Muy bien

Además, se observa una **elevada satisfacción** con el funcionamiento del buscador utilizado. Más del 90% considera el funcionamiento de su buscador como bueno o muy bueno.



## Contacto para medios de comunicación

DM DIMA Comunicación  
María Herrero / Raúl Ortiz  
mherrero@dmdima.com / rortiz@dmdima.com  
Telf. 91.386 67 30 - Fax: 91.316 34 53  
C/ Islas Galápagos, 12 - 28035 Madrid

