



redes

NOVENA OLEADA- JULIO-SEPTIEMBRE 2005

# Las TIC en los hogares españoles

Estudio de demanda de servicios de telecomunicaciones y  
sociedad de la información que se ofertan al segmento  
residencial en España





red.es



- **Principales resultados**
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Equipamiento TIC
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



# Principales Resultados

## ACTITUDES

- Se produce una importante caída en la relación precio/utilidad de la telefonía móvil. Un 53,7% de los individuos afirma recibir “poco” o “muy poco” en relación al precio pagado. Será necesario confirmar la tendencia en las próximas oleadas.
- El DVD es el equipamiento TIC más valorado. Más del 80% de usuarios declaran que reciben “mucho” o “suficiente” en relación a su precio



## PIRÁMIDE DE EQUIPAMIENTO Y GASTO

- Por primera vez hay más hogares con tres ó más servicios TIC (37,8%, +0,7 p.p. que el semestre anterior) que con dos servicios (36,4%, -1,3 p.p.).
- El ordenador personal está presente en más de la mitad de los hogares (50,1%). El portátil se sitúa en el 10% de los hogares y el ordenador de sobremesa en el 46,1%
- Se acentúa la tendencia que se viene observando en los últimos trimestres en lo referente a la digitalización del ocio: el 62,5% de los hogares dispone de DVD -4,7 puntos porcentuales (p.p.) más que el semestre anterior- y uno de cada tres hogares tiene cámara de fotos digital –en seis meses, la cámara digital ha pasado del 26% al 33% de los hogares-
- Si comparamos el gasto mensual interanual de los hogares según el número de servicios contratados:
  - El gasto en los hogares con un servicio crece desde los 36,3 € (III TRIM 04) hasta 42,7 € (III TRIM05)
  - Los hogares con dos servicios se mantienen en 66,7 € mensuales
  - Los hogares con cuatro y tres servicios han aumentado en 3 € su gasto, situándose en 98,4 y 94,2 € respectivamente

# Principales Resultados

## TELEFONÍA FIJA, MÓVIL, AUDIOVISUAL E INTERNET

### TELEFONÍA FIJA:

- El porcentaje de hogares con teléfono fijo disminuyó hasta situarse en el 84,3 %. Desde el arranque del panel en el III Trimestre de 2003, la penetración de la telefonía fija ha caído 6 p.p.
- El mercado de telefonía fija alcanza un montante en el trimestre de 1.029,5 Millones de €. El gasto medio por hogar se sitúa en 31,4 €/mes (IVA incluido)
- El número de minutos cursados en el trimestre se situó en casi 8.000 millones de minutos, con una media por hogar de 207 minutos/mes, la cifra más baja registrada hasta el momento
- Una tendencia destacada –y que se acusa aún más en los meses de verano- es el aumento del peso relativo del gasto de las llamadas fijo-móvil en la factura del tráfico cursado. Las llamadas fijo-móvil suponen en este trimestre el 8,5% de los minutos cursados y el 34,4% del gasto en tráfico, superando de manera clara el peso de las llamadas metropolitanas en la factura -65,7% de los minutos, 32,2% del gasto-

### TELEFONÍA MÓVIL:

- El 83,5% de los hogares españoles poseen móvil "activo" –con uso, al menos, mensual-, igualando prácticamente a la penetración de la telefonía fija. En dos años, la penetración del móvil ha crecido ocho puntos porcentuales
- El mercado de la telefonía móvil alcanza los 1.237 Millones de € trimestrales, casi un 20% más que el trimestre anterior, con lo que el gasto medio por hogar se incrementa hasta los 37,7 € mes (IVA incluido)
- El 65% de los usuarios de telefonía móvil declara realizar llamadas con frecuencia diaria ó semanal. Dos años atrás, en el III TRIM 03, la frecuencia se situaba en el 51,2%, 14 p.p. menos



# Principales Resultados

## TELEFONÍA FIJA, MÓVIL, AUDIOVISUAL E INTERNET

### AUDIOVISUAL:

- La penetración de la televisión de pago desciende hasta situarse en el 20% de los hogares. El descenso se acusa en todas las tecnologías analizadas (satélite, analógica, cable,...). Durante este período se ha producido un descenso acusado de clientes de televisión analógica de pago debido a la finalización de las emisiones con tecnología analógica el pasado 7 de Noviembre
- La caída en la penetración, unida al descenso estacional en el consumo de Pay Per View en los meses de verano, provocan que el mercado trimestral se sitúe en 255 millones de € y el gasto medio por hogar en 31,4 €/mes (IVA incluido). Es el trimestre con peor comportamiento de mercado desde el año 2004

### INTERNET:

- El 32,1% de los hogares dispone de acceso a Internet , frente al 25,4% que se registraba en el III Trimestre de 2003. Un 66% de los internautas acceden desde casa y un 43% desde el trabajo
- El mercado de Internet asciende este trimestre a un total de 274,1 M. €, con un gasto medio por hogar de 21,7 € mes (IVA incluido)
- El 46,6% de los individuos mayores de 15 años ha utilizado Internet en alguna ocasión. El efecto de las vacaciones de verano provoca que el porcentaje de usuarios de Internet durante la última semana descienda del 28% -I Trimestre 2005- al 26,3%, aumentando las frecuencias de uso de los últimos tres meses (37,6% III Trimestre 2005-36,7% I Trimestre 2005).



# Principales Resultados

## TELEFONÍA FIJA, MÓVIL, AUDIOVISUAL E INTERNET

### INTERNET:

■ El ordenador sigue siendo el dispositivo más usado para la conexión a Internet, con un peso cada vez más acusado del ordenador portátil (15,8% de los hogares con acceso a Internet lo utilizan)

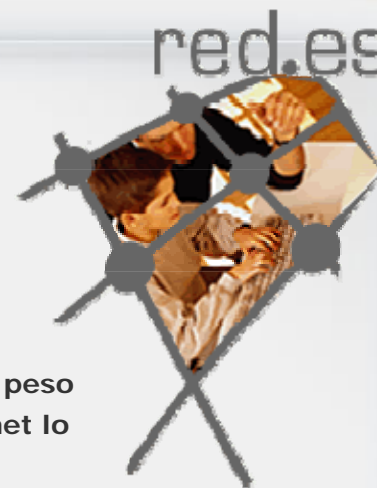
■ Casi tres de cada cuatro individuos disponen de dirección de e-mail, con un aumento de 6,5 p.p. desde el I Trimestre de 2005

■ Aumentan los problemas de seguridad y las precauciones que toman los usuarios:

- Un 60,7% de los usuarios declara haber sufrido problemas con los virus informáticos en el últimos mes y un 14,8% un uso indebido de su ordenador
- Un 43,2% de los usuarios utilizan cortafuegos y un 68,7% software antivirus

■ En cuanto al uso, sencillez de manejo y expectativas depositadas en Internet:

- Un 35,5% de los individuos mayores de 15 años declara utilizarlo más que hace un año
- Un 33,2% cree que es "muy sencillo" de utilizar
- Internet ha superado las expectativas de uso del 20,4% de los usuarios



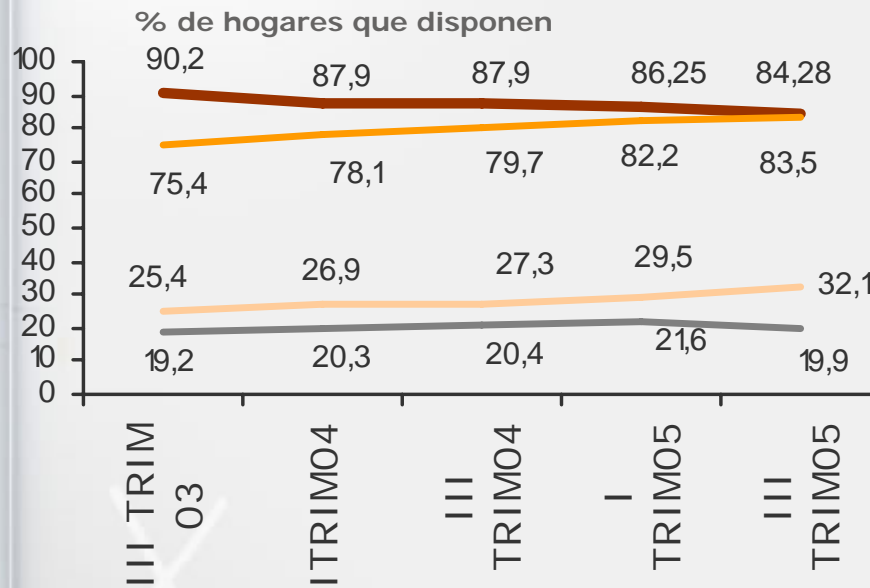


# Principales Resultados

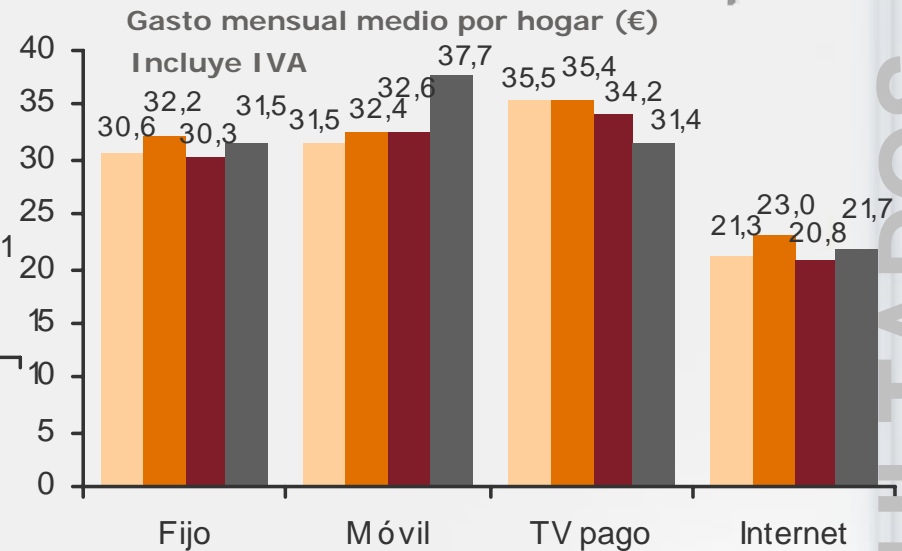
## Penetración y gasto mensual medio por servicio

### Penetración en los hogares y gasto mensual medio por servicio

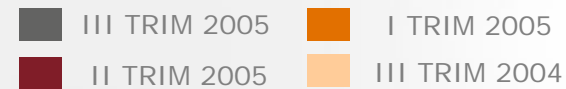
Se actualizan en esta oleada



BASE: Total hogares



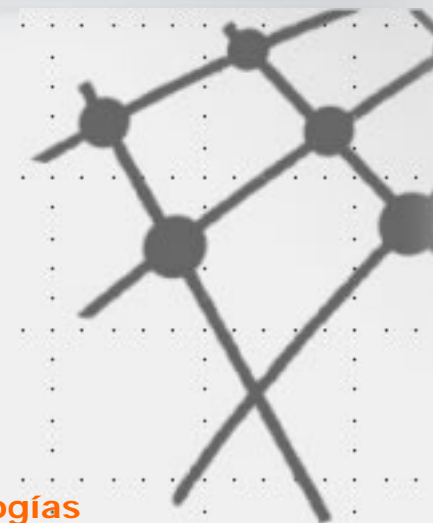
BASE: Hogares que disponen de cada servicio







# red.es



- Principales resultados
- **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- Equipamiento TIC
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

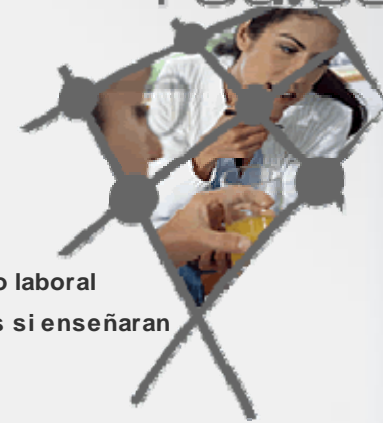
ÍNDICE



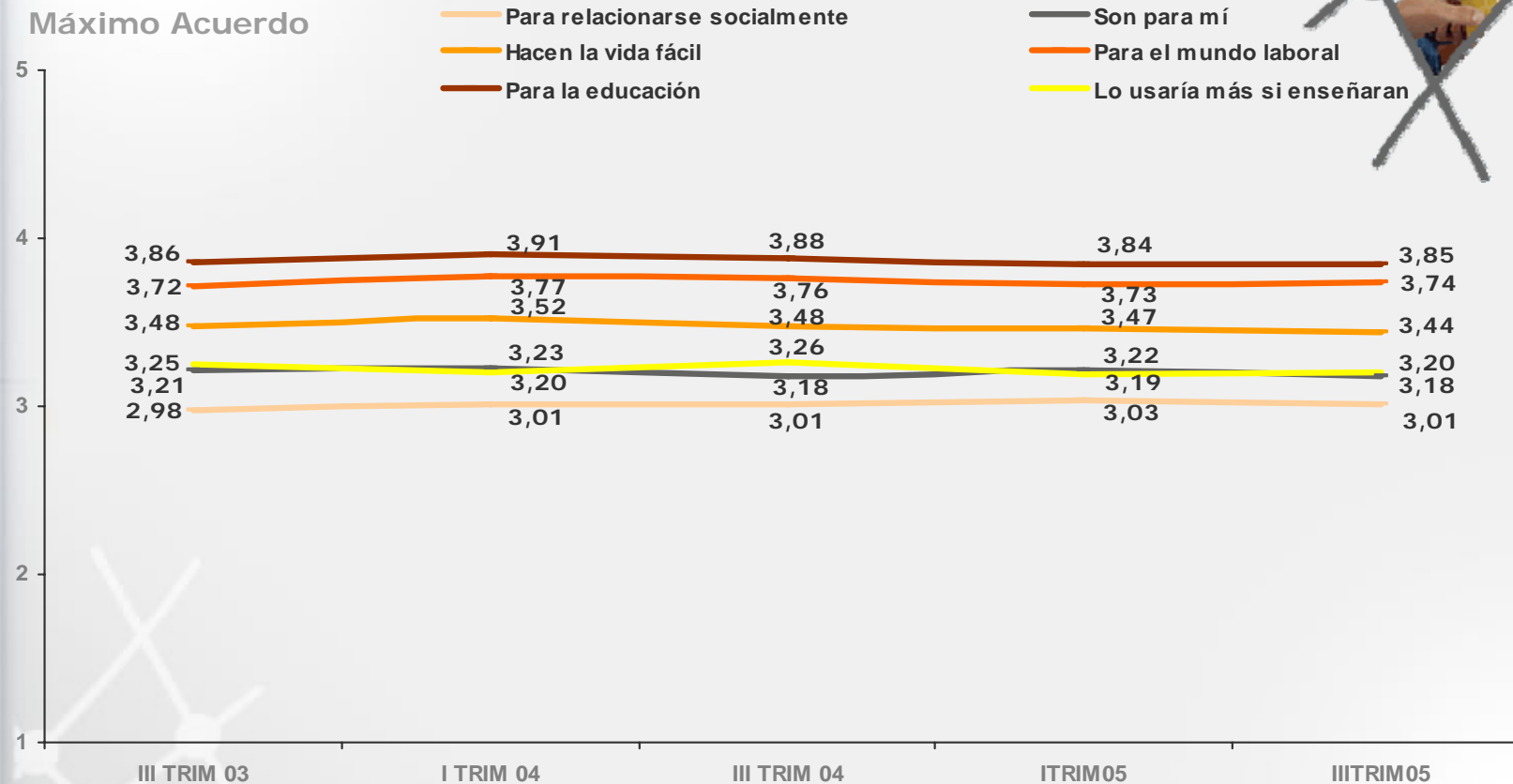


# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es



Máximo Acuerdo



Máximo Desacuerdo

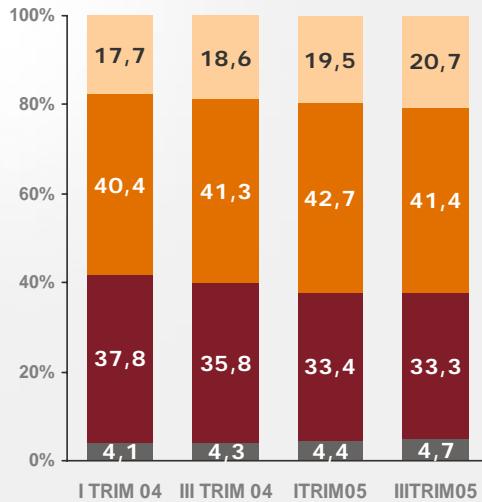
ACTITUDES



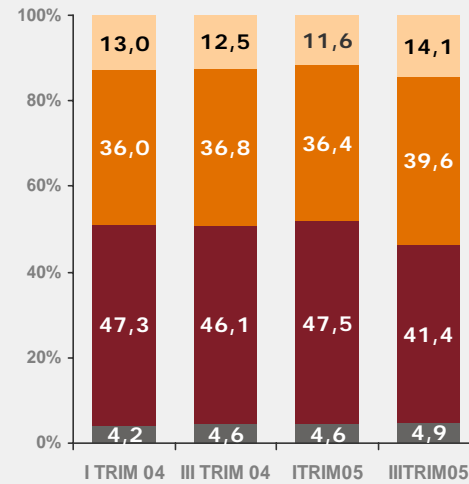
# Actitudes

## Relación precio/utilidad de equipamientos

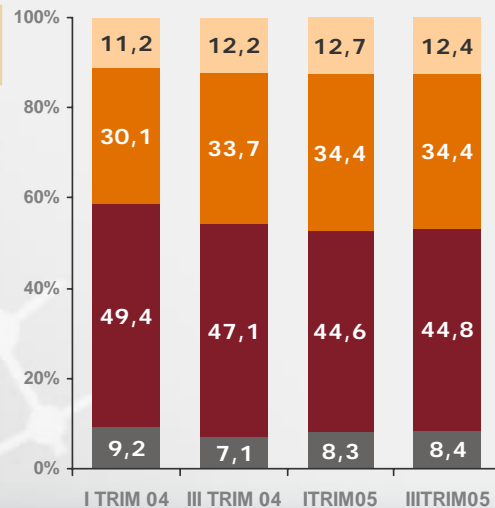
Telefonía fija



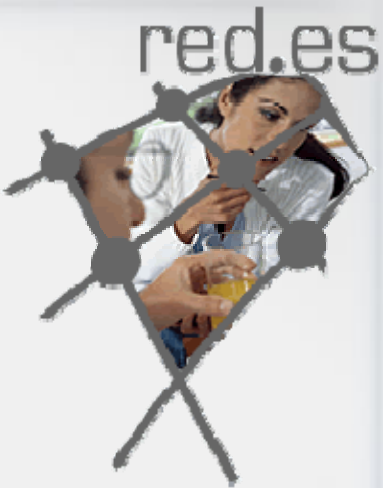
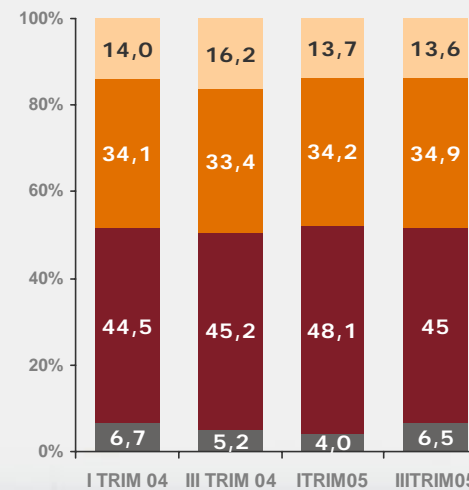
Telefonía móvil



Acceso Internet



TV Pago



- Recibo muy poco
- Recibo poco
- Recibo suficiente
- Recibo mucho

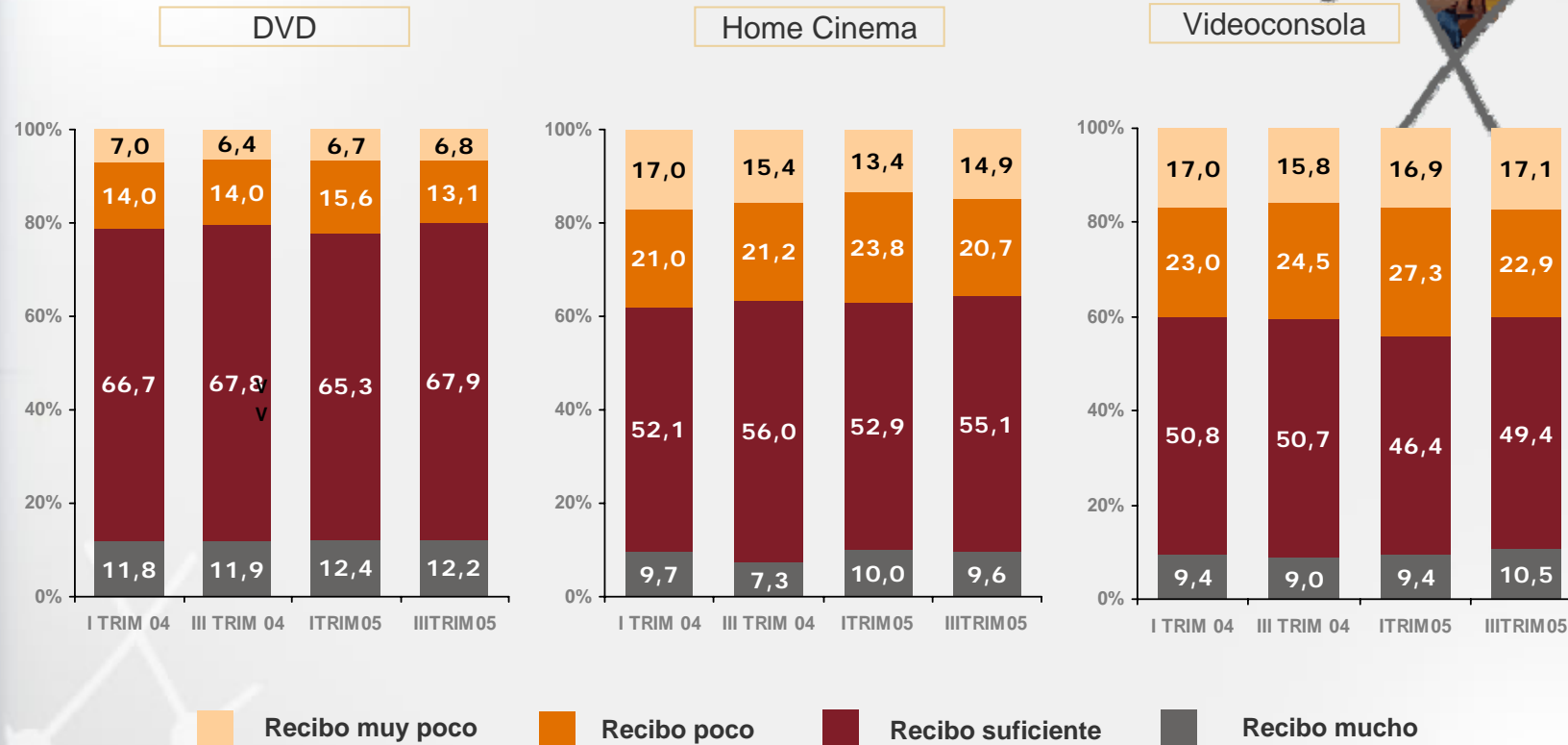
BASE: Individuos de 15 ó más años



# Actitudes

Relación precio/utilidad de equipamientos

red.es



BASE: Individuos de 15 ó más años

ACTITUDES





# red.es



- Principales resultados
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- **Equipamiento TIC**
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

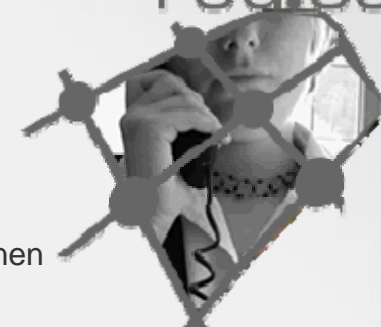
ÍNDICE



# Equipamiento TIC en el hogar

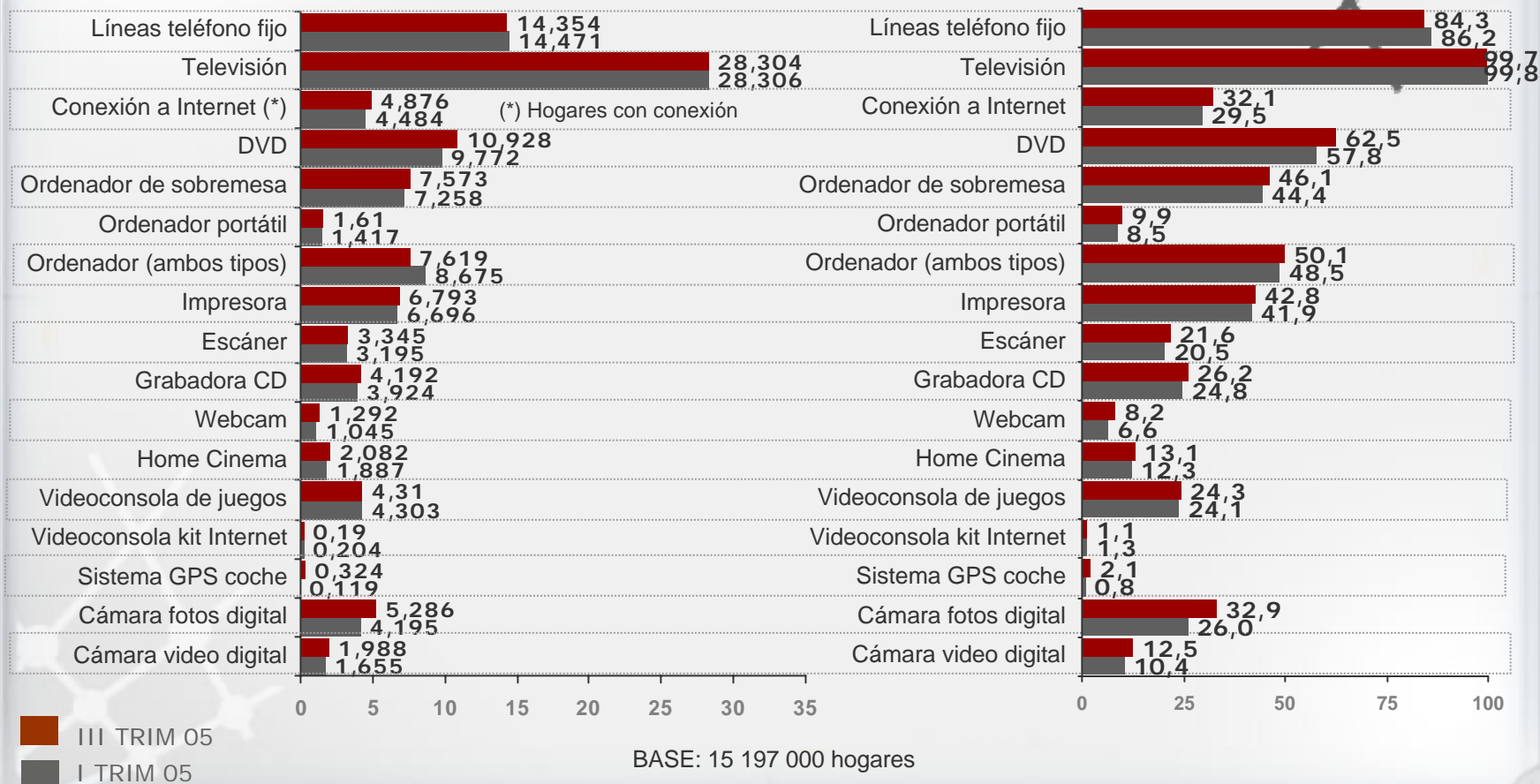
red.es

## Evolución equipamiento TIC en hogares



En absolutos  
(en millones de equipamientos)

En % hogares que disponen





red.es



- Principales resultados
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Equipamiento TIC
- **Pirámide de servicios TIC**
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



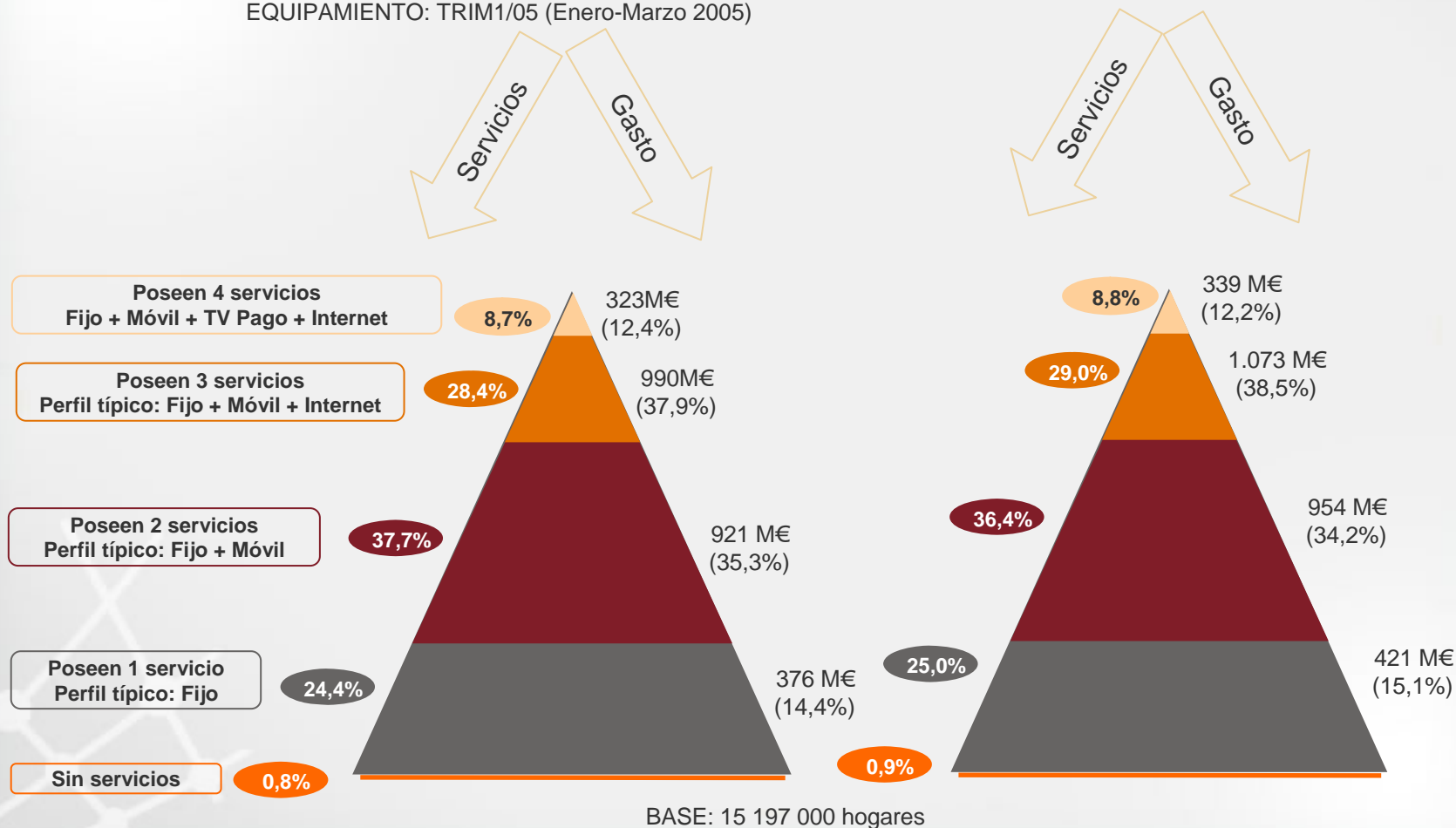


# Pirámide servicios TIC de los hogares

## Evolución servicios en hogares y gasto

PIRÁMIDE TIC DE LOS HOGARES  
 GASTO: TRIM2/05 (Abril-Junio 2005)  
 EQUIPAMIENTO: TRIM1/05 (Enero-Marzo 2005)

PIRÁMIDE TIC DE LOS HOGARES  
 TRIM3/05 (Julio-Septiembre 2005)



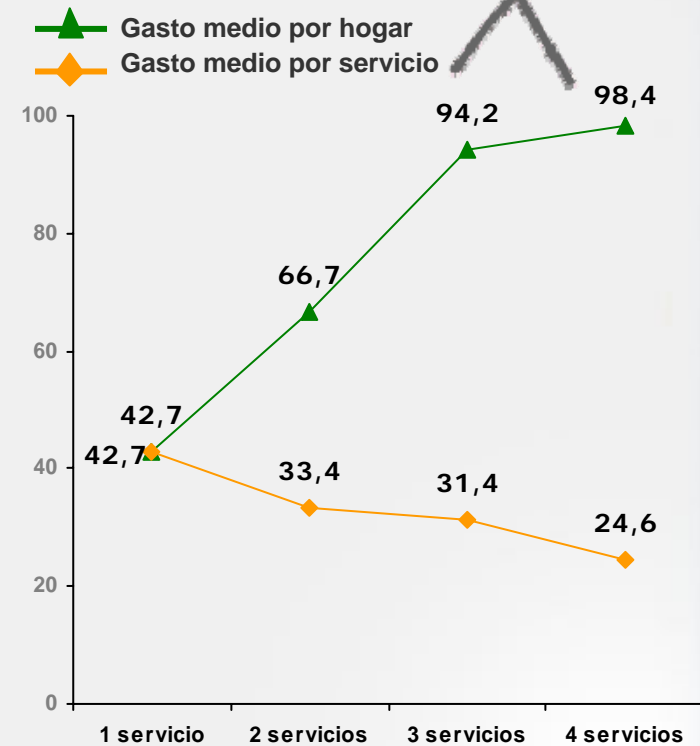
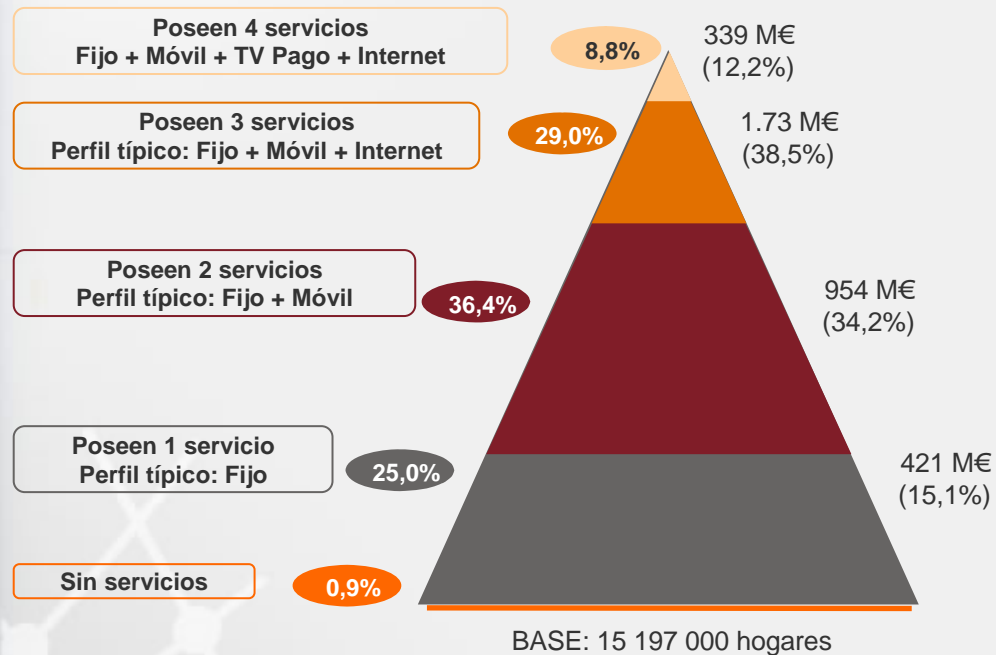




# Pirámide servicios TIC de los hogares

Gasto medio por hogar y por nº de servicios

*Cuestionario semestral*



Media: Gasto medio (€) realizado durante el período de un mes (IVA incluido)

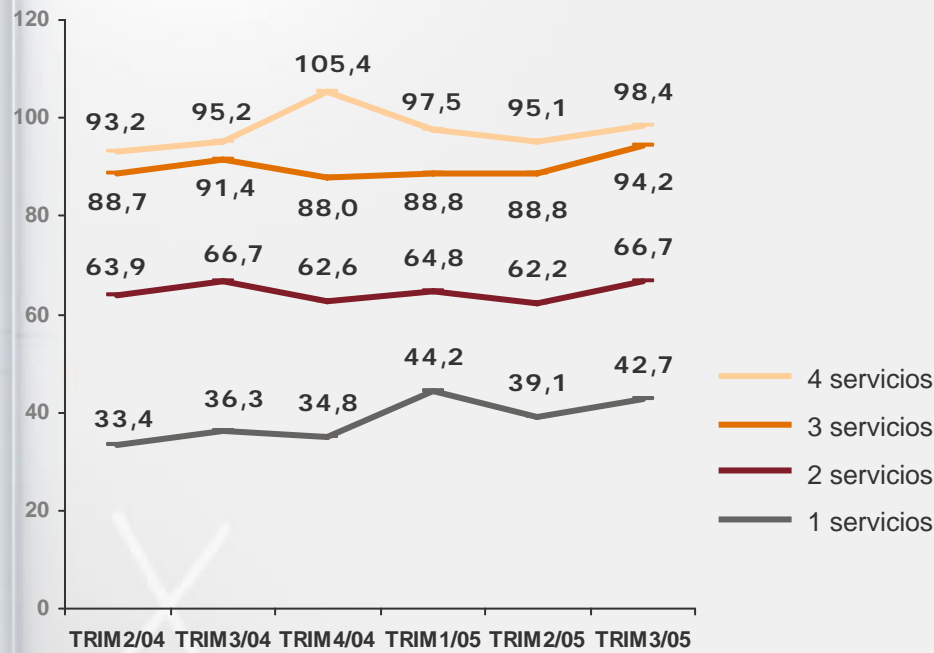
Resultados TRIM3/05 (Jul-Sep 05)



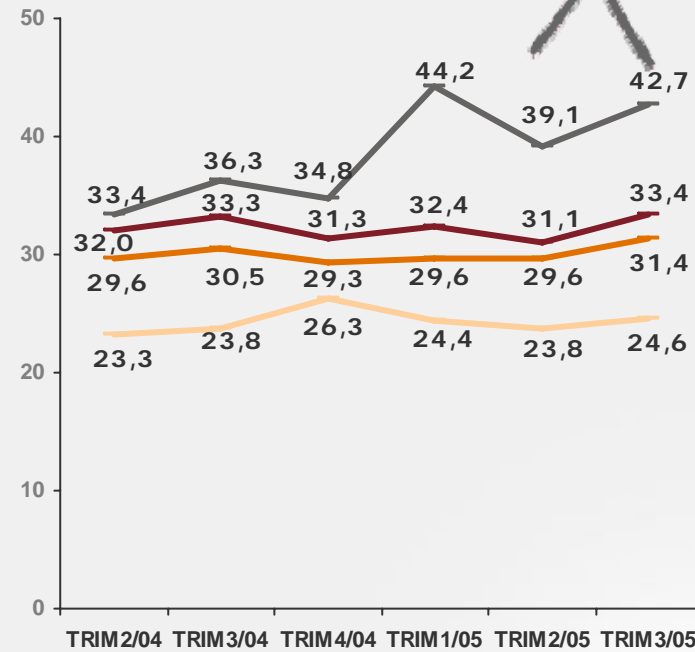


# Pirámide servicios TIC de los hogares

Gasto medio por hogar y por nº de servicios



Gasto medio por hogar (€)  
(IVA incluido)



Gasto medio por nº servicios (€)  
(IVA incluido)





red.es



- Principales resultados
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Equipamiento TIC
- Pirámide de servicios TIC
- **Telefonía Fija**
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE

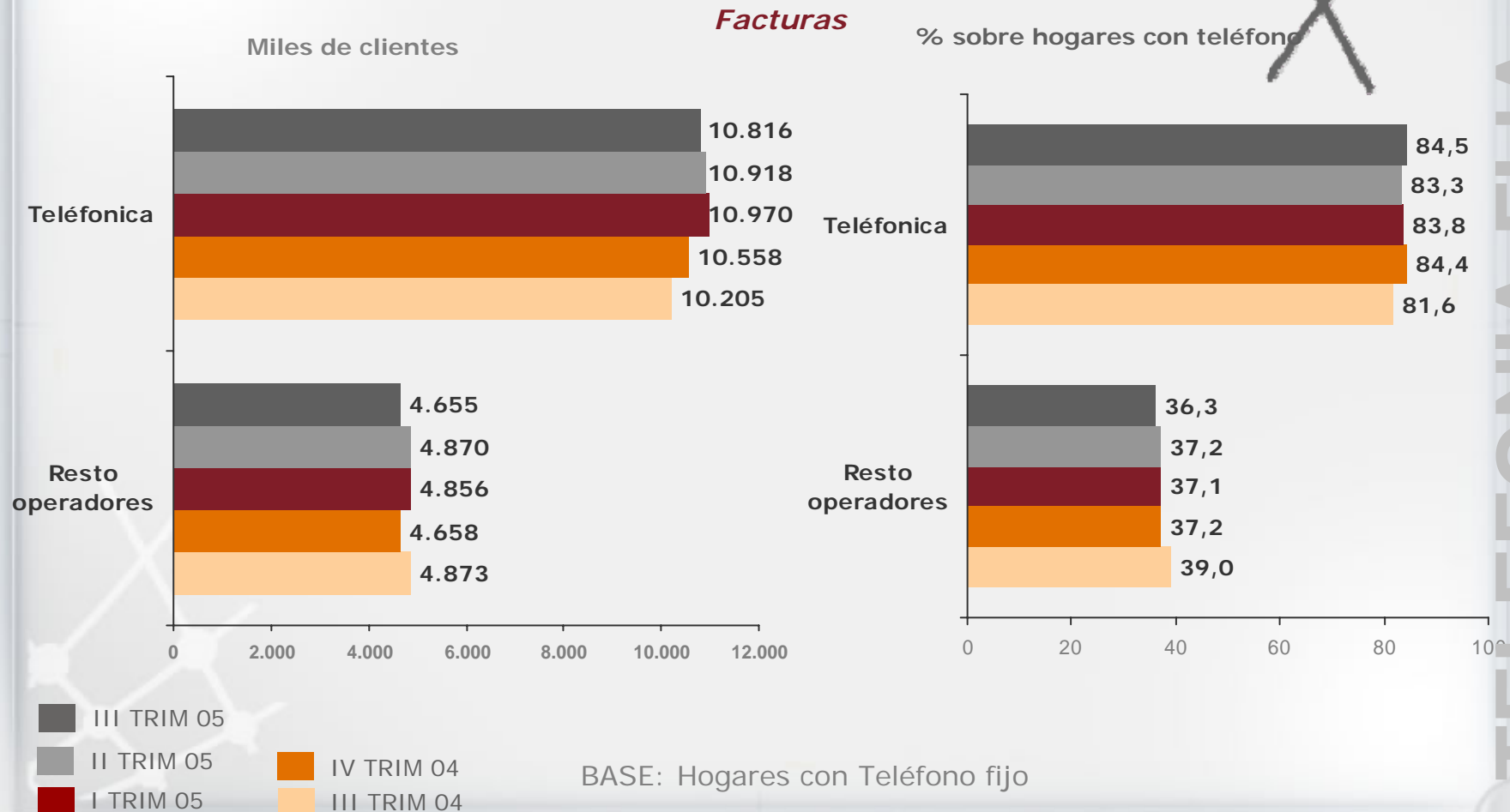




# Telefonía Fija

Clientes por Operador

## COMPETENCIA

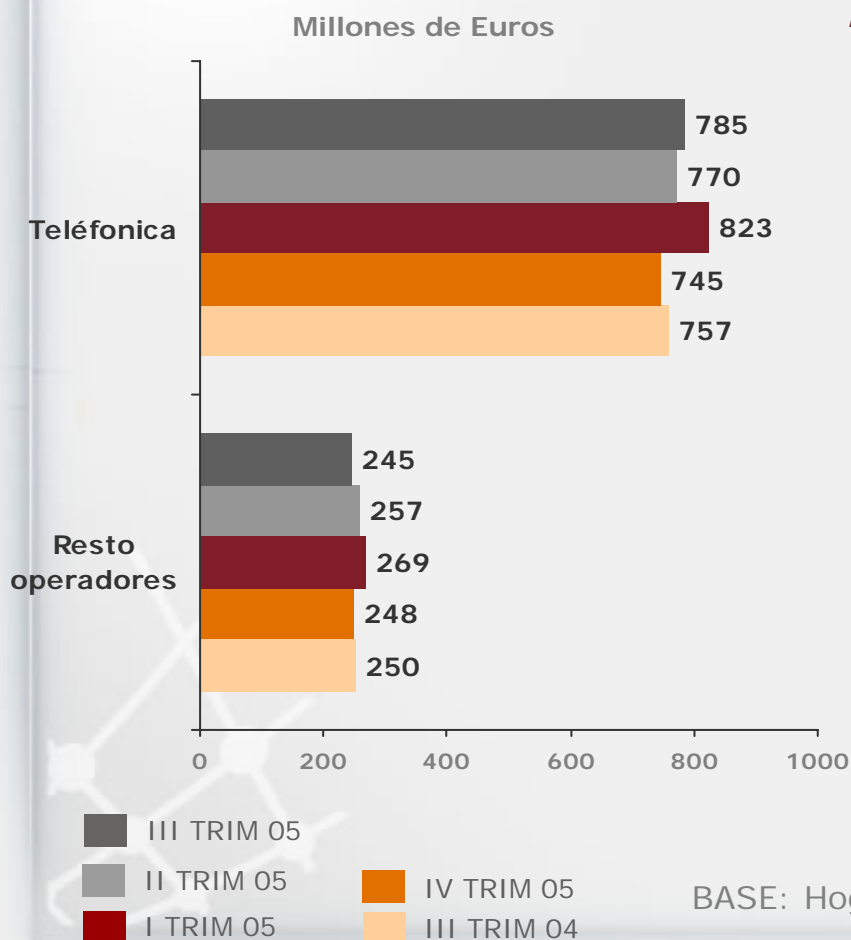




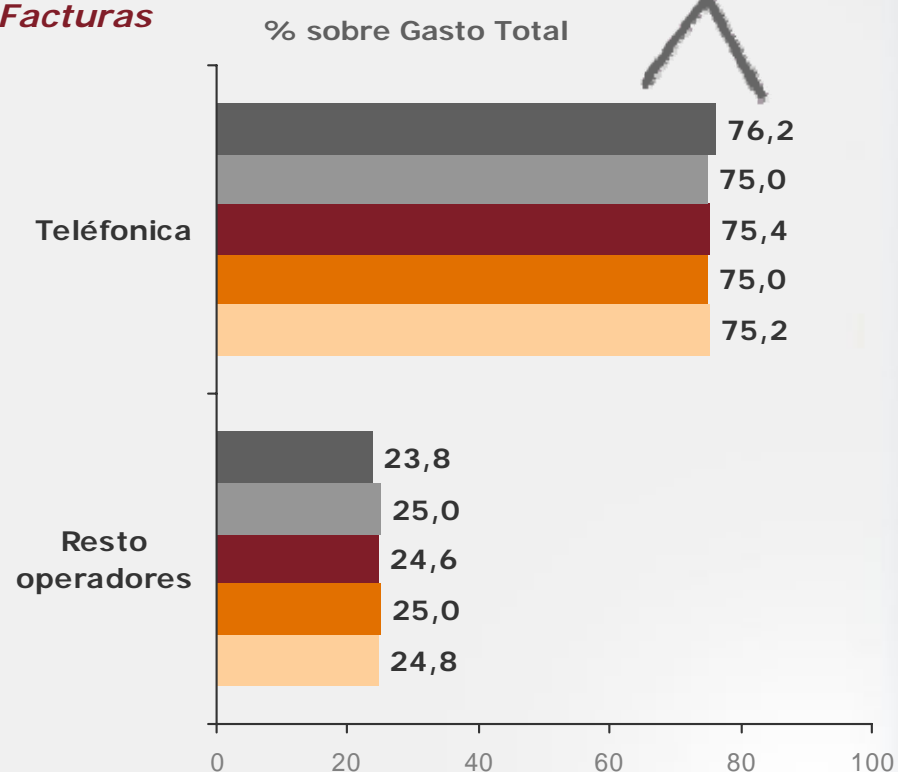
# Telefonía Fija

Gasto por operador

## COMPETENCIA



## Facturas



BASE: Hogares con Teléfono fijo



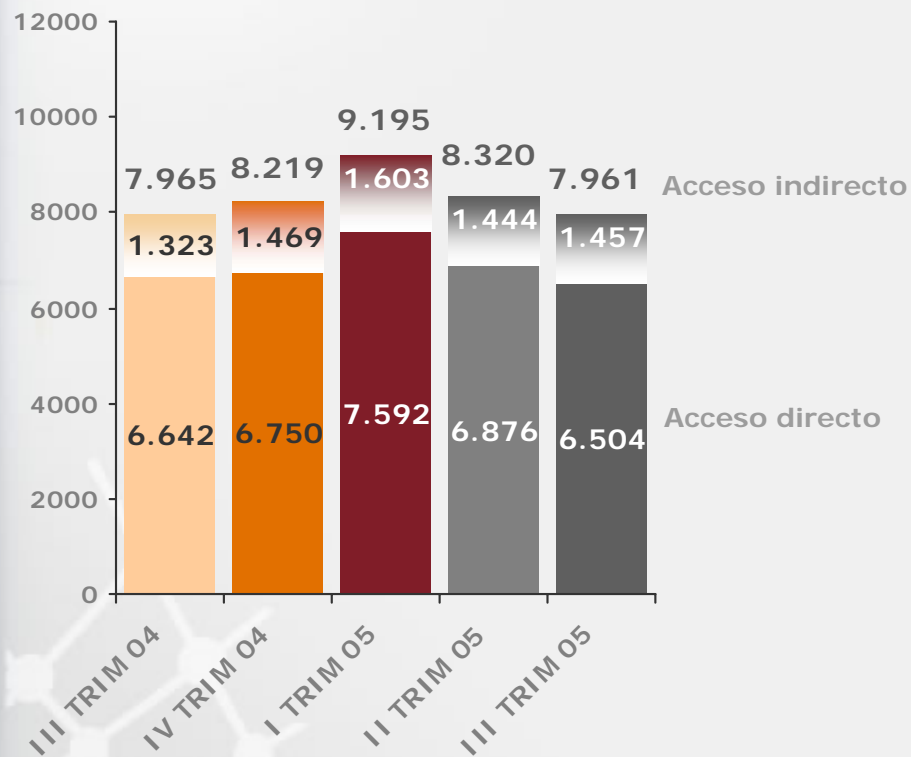


# Telefonía Fija

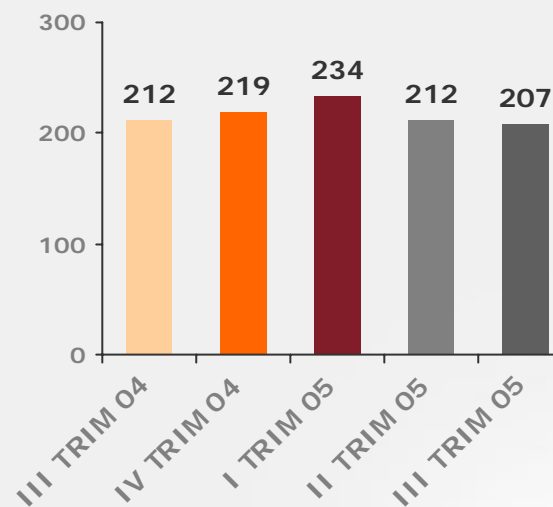
Minutos cursados

COMPETENCIA

Consumo Trimestral Total (millones de minutos) *Facturas*



Media mensual por hogar en minutos



**MEDIA:** Consumo medio mensual de minutos de un hogar durante el periodo (excluido acceso a Internet)

BASE: Hogares con Teléfono fijo

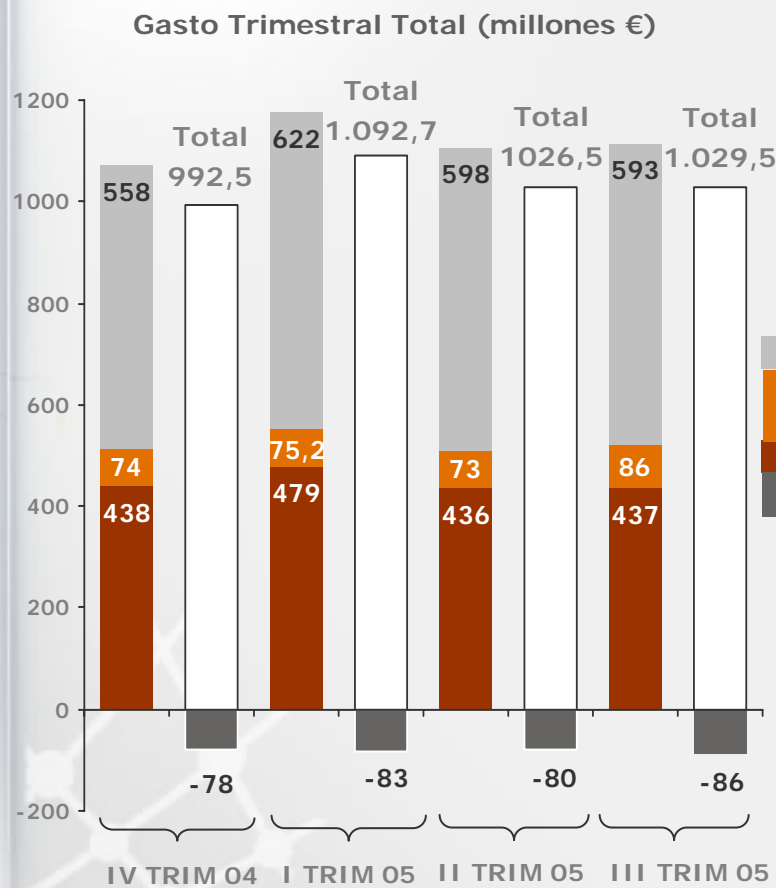


# Telefonía Fija

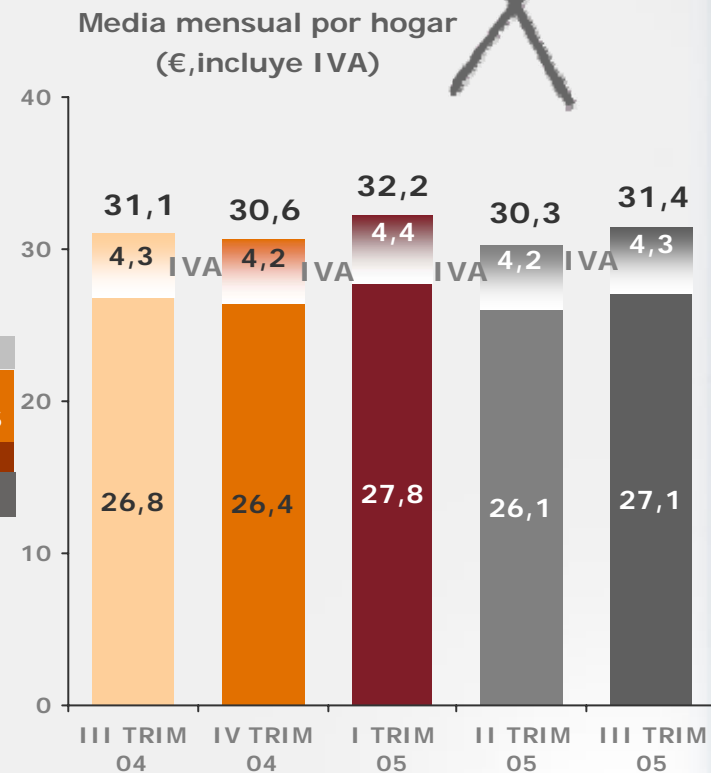
Gasto en servicios excluido acceso a Internet



## COMPETENCIA



### Facturas



**Media:** Gasto medio mensual de un hogar durante el período (excluido acceso a Internet)

BASE: Hogares con Teléfono fijo



# Telefonía Fija

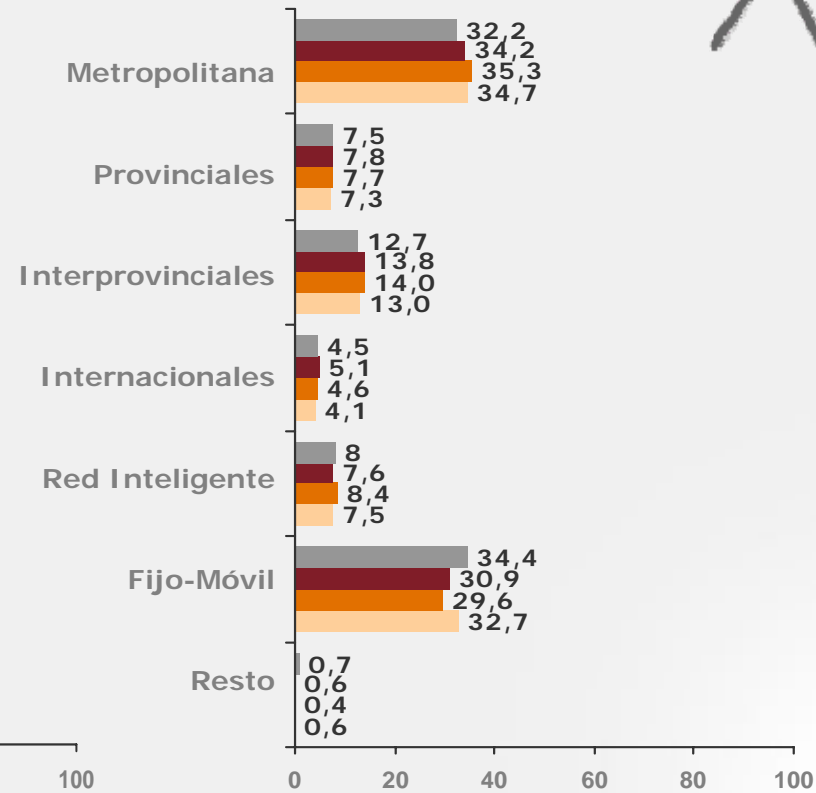
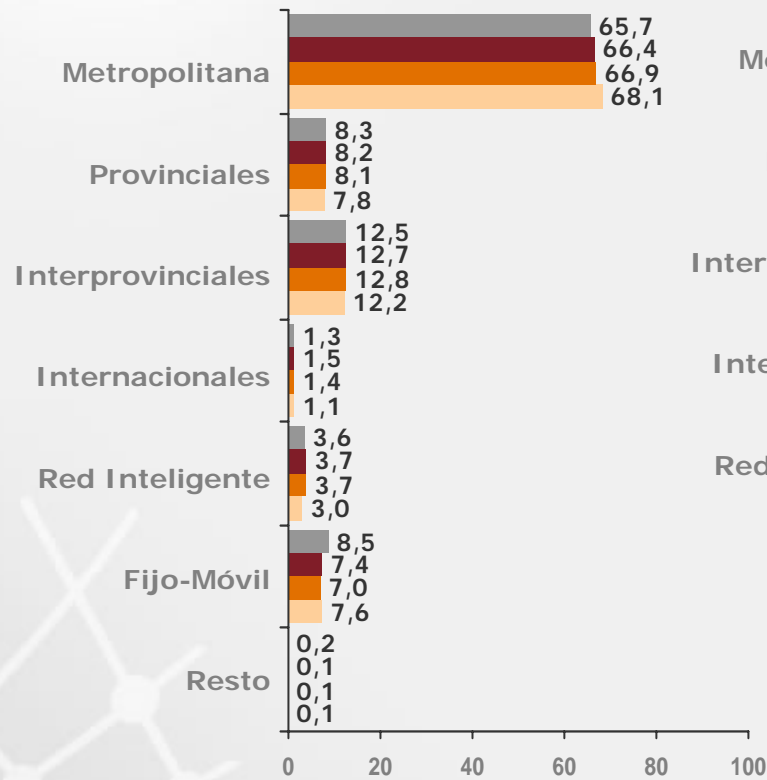
Minutos cursados y Gasto por tipo de llamada

## COMPETENCIA

### Facturas

En porcentaje sobre el total de minutos

En porcentaje sobre el total de gasto



III TRIM 05   
  I TRIM 05  
 II TRIM 05   
  IV TRIM 04

BASE: Hogares con Teléfono fijo





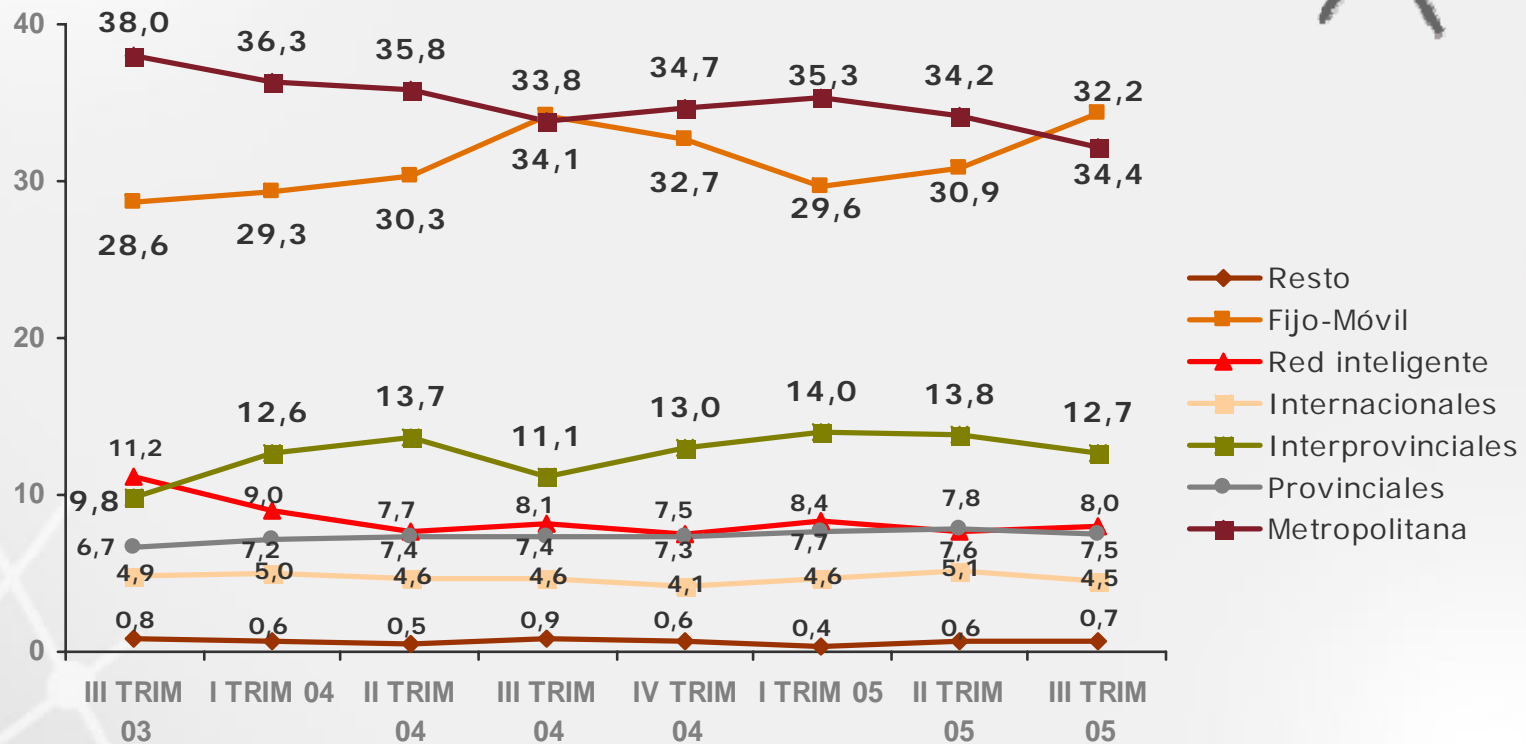
# Telefonía Fija

Evolución del gasto por tipo de llamada

## COMPETENCIA

*Facturas*

En porcentaje sobre el total de gasto en tráfico



BASE: Hogares con Teléfono fijo





# red.es



- Principales resultados
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Equipamiento TIC
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- **Telefonía móvil**
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE

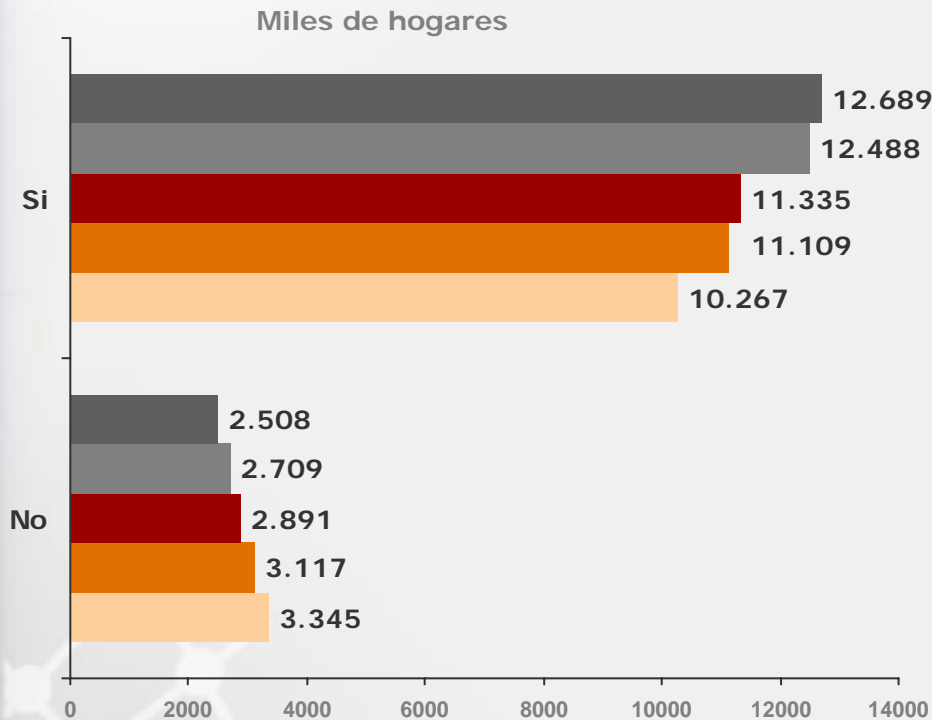


# Telefonía Móvil

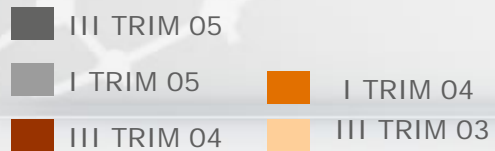
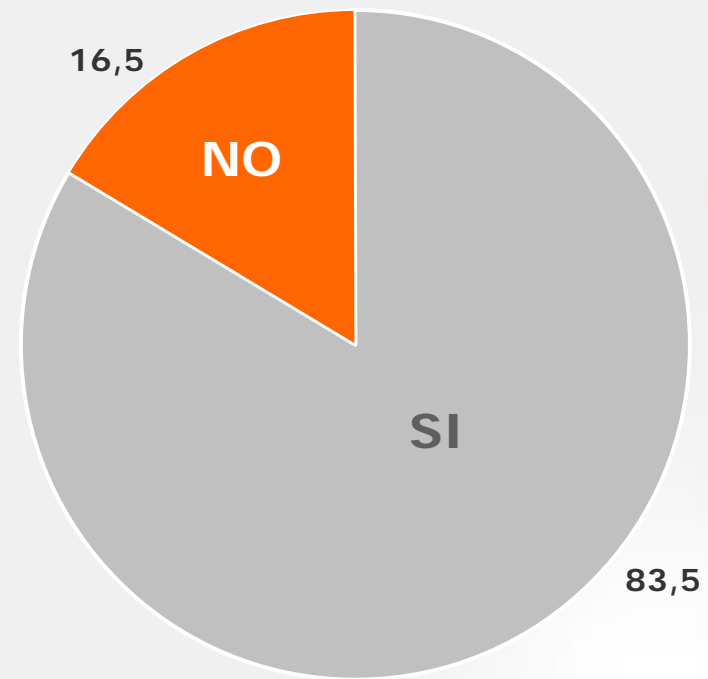
Hogares con algún teléfono móvil activo (con uso en el último mes)

## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



% sobre hogares con teléfono móvil



BASE: Hogares



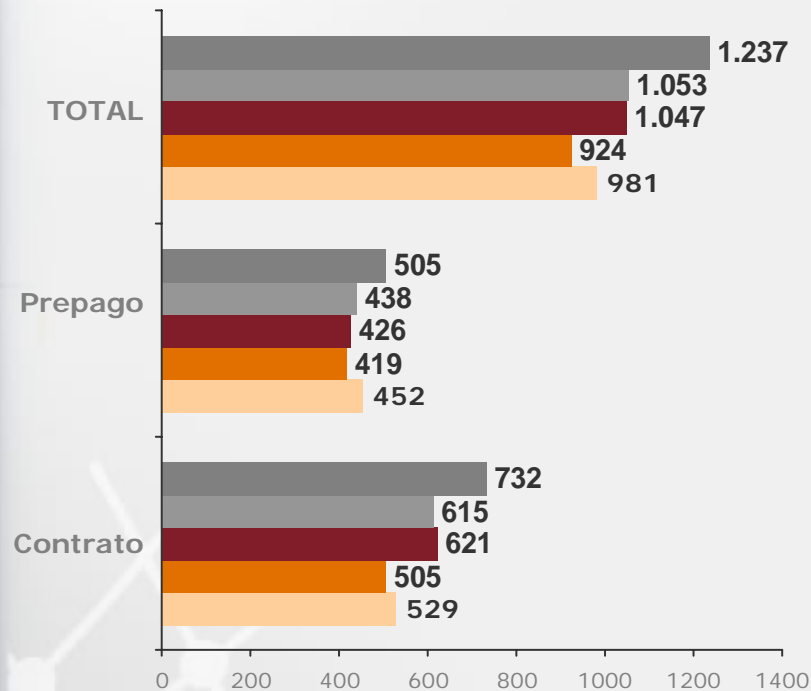
# Telefonía Móvil

Gasto servicios finales de tel. móvil por forma de pago

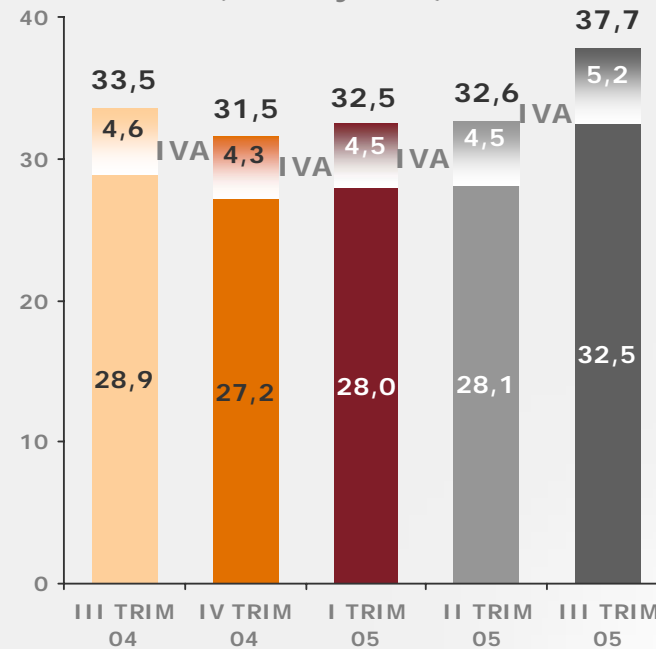
## CONSUMO

*Facturas*

Gasto Trimestral Total (millones €)



Media mensual por hogar (€, incluye IVA)



Media: Gasto medio mensual de un hogar durante el período

- III TRIM 05
- II TRIM 05
- I TRIM 05
- IV TRIM 04
- III TRIM 04

BASE: Hogares con móvil

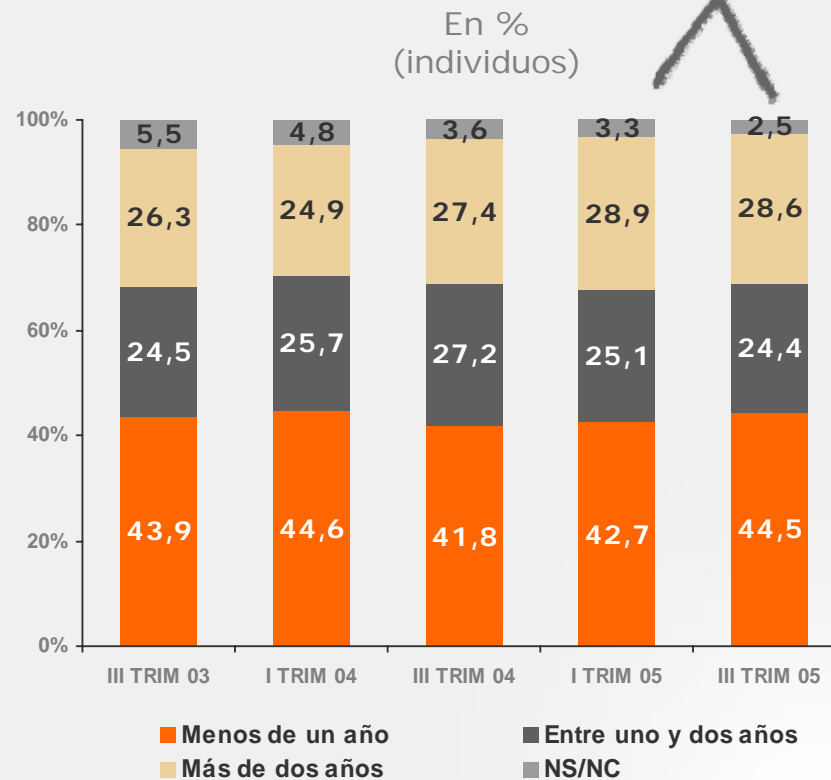
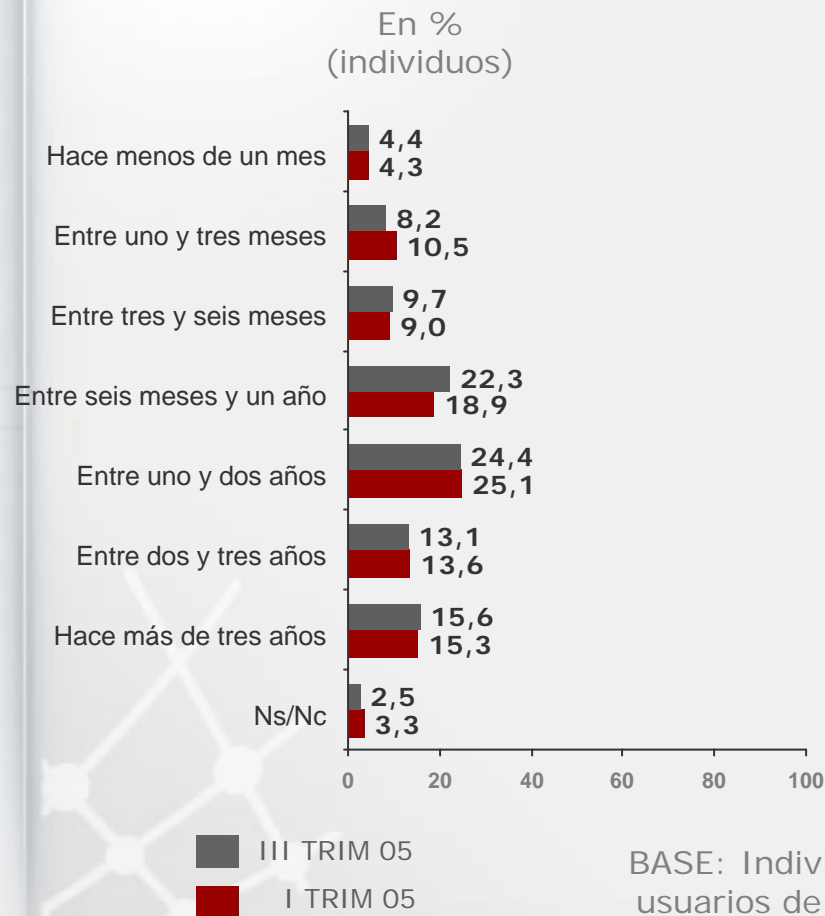


# Telefonía Móvil

Cuando compró su último móvil

Cuestionario

CONSUMO



BASE: Individuos 15 y más usuarios de teléfono móvil

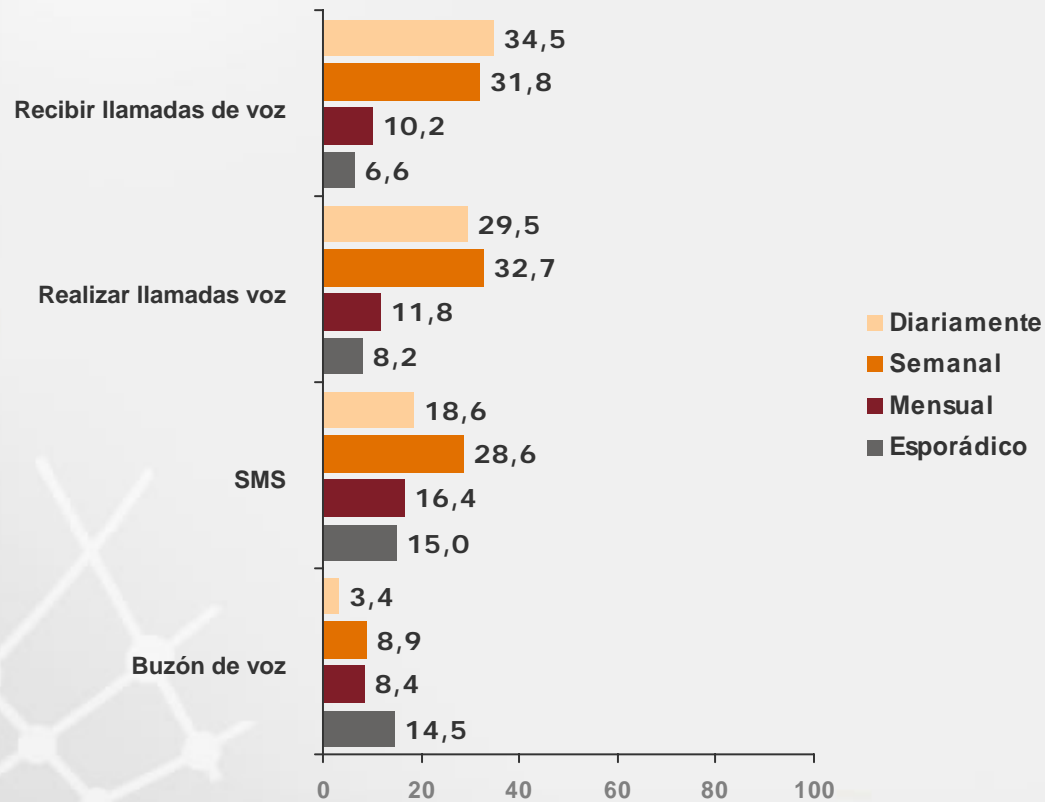
# Telefonía Móvil

Principales usos de la telefonía móvil y su frecuencia

En %  
(individuos)

## USOS y MOTIVACIONES

*Cuestionario*



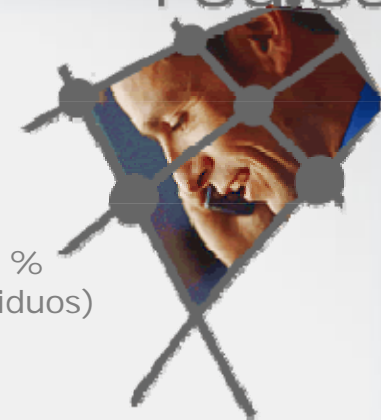
BASE: Individuos 15 y más  
usuarios de teléfono móvil



# Telefonía Móvil

BASE: Individuos 15 y más usuarios de teléfono móvil

red.es

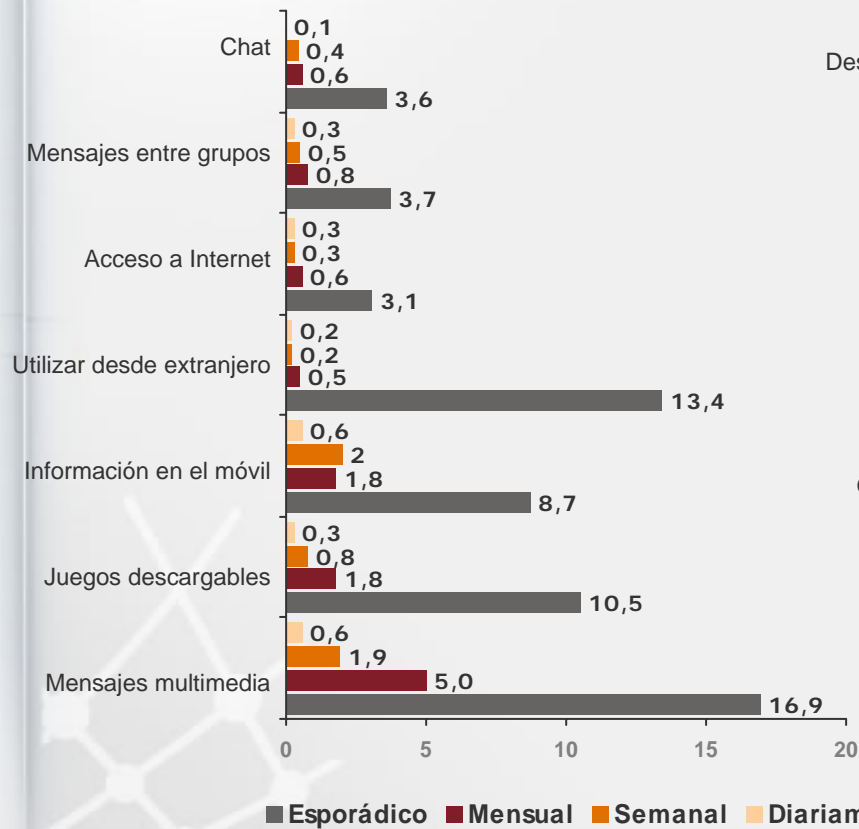


## Principales usos de la telefonía móvil y su frecuencia

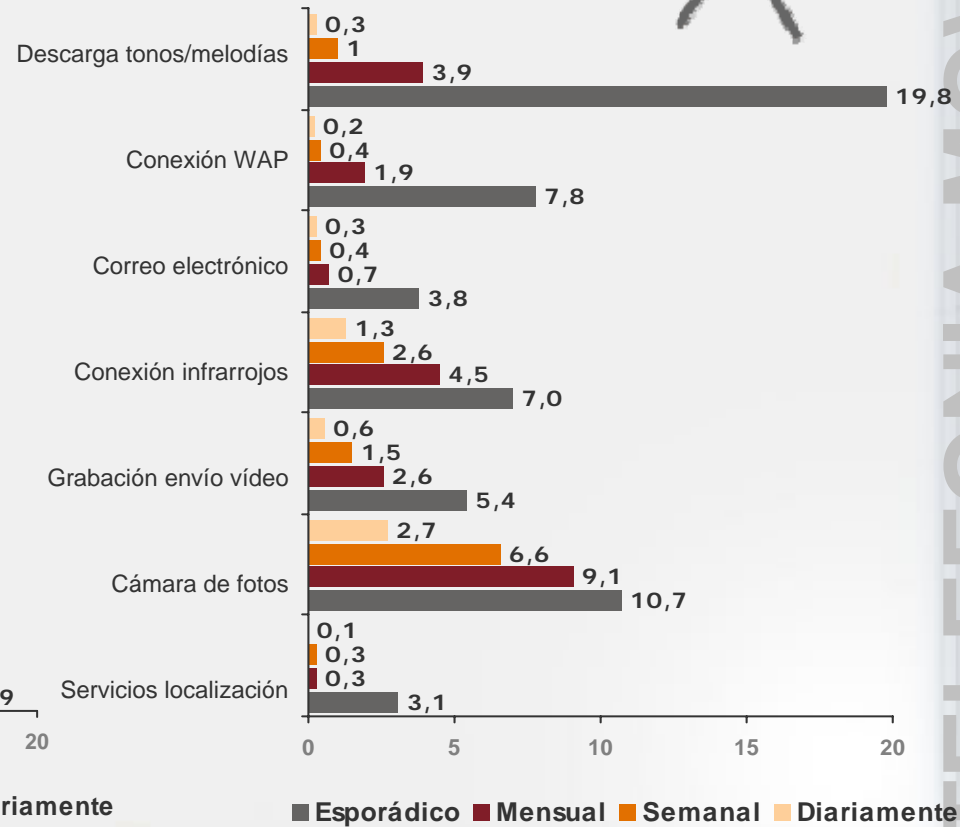
### USOS y MOTIVACIONES

En %  
(individuos)

En %  
(individuos)



### Cuestionario





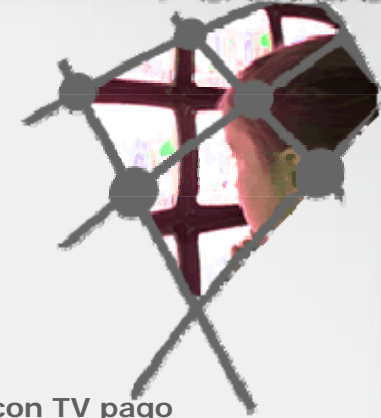
# red.es



- Principales resultados
  - Actitudes frente a las nuevas tecnologías
  - Equipamiento TIC
  - Pirámide de servicios TIC
  - Telefonía Fija
  - Telefonía móvil
  - **Audiovisual**
  - Internet
  - Objetivos y metodología
- 

# ÍNDICE



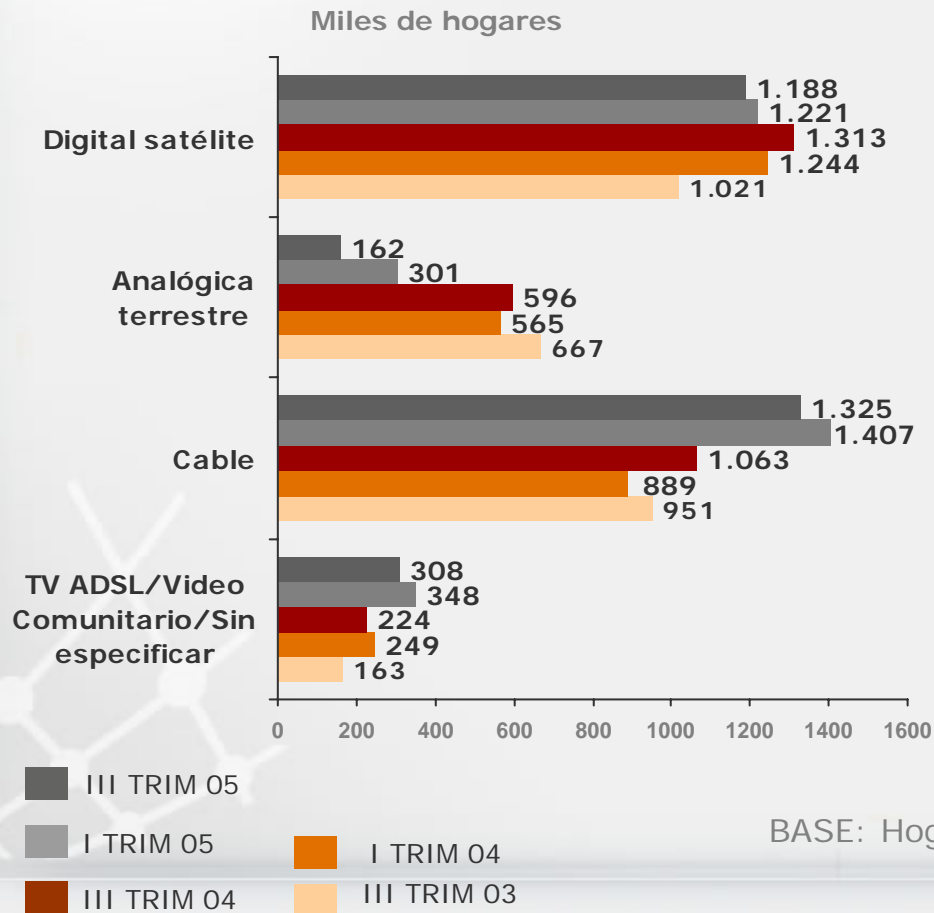


# Audiovisual

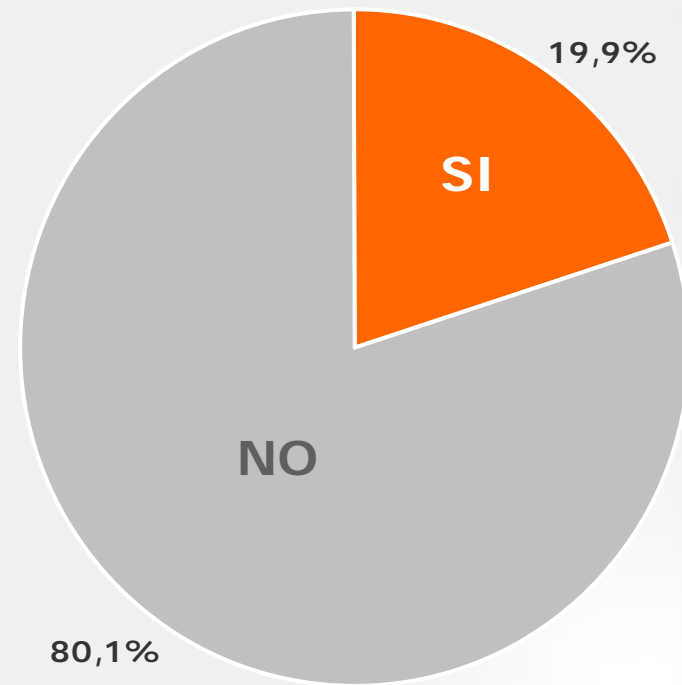
Hogares con TV de pago

## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



% de hogares con TV pago



BASE: Hogares



# Audiovisual

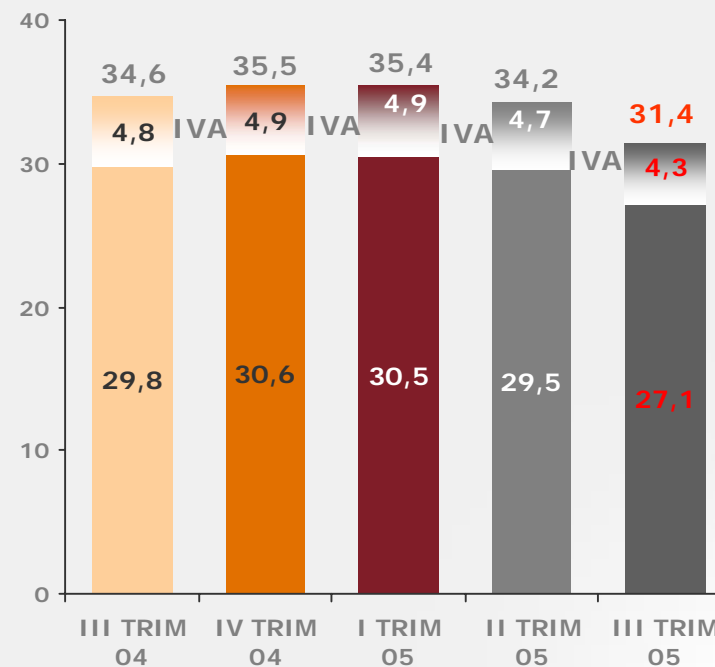
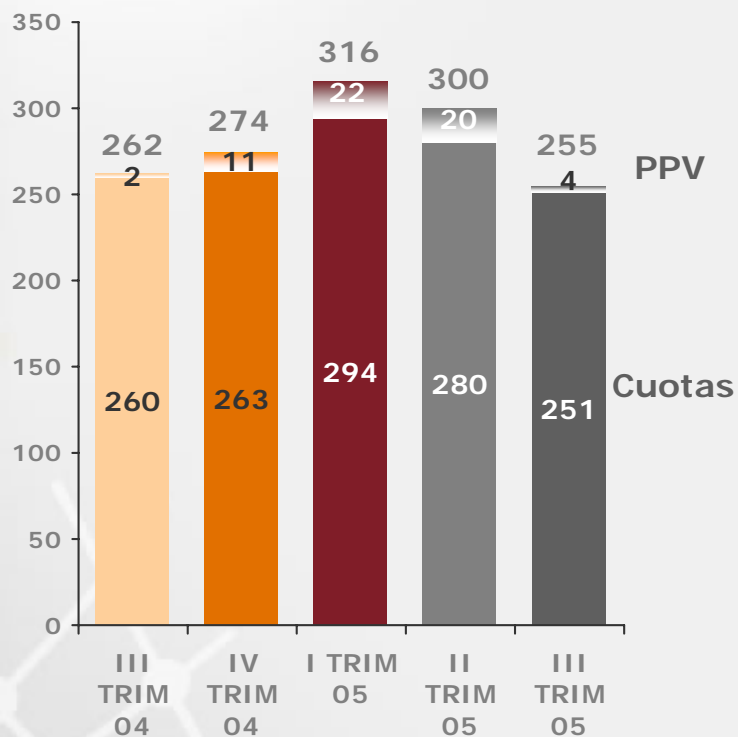
## Gasto en servicios de TV de Pago

### CONSUMO

#### Facturas

Gasto Trimestral Total (millones €)

Media mensual por hogar (€, IVA incluido)



Media: Gasto medio mensual de un hogar durante el periodo

BASE: Hogares con televisión de pago





red.es



- Principales resultados
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Equipamiento TIC
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- **Internet**
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



# Internet

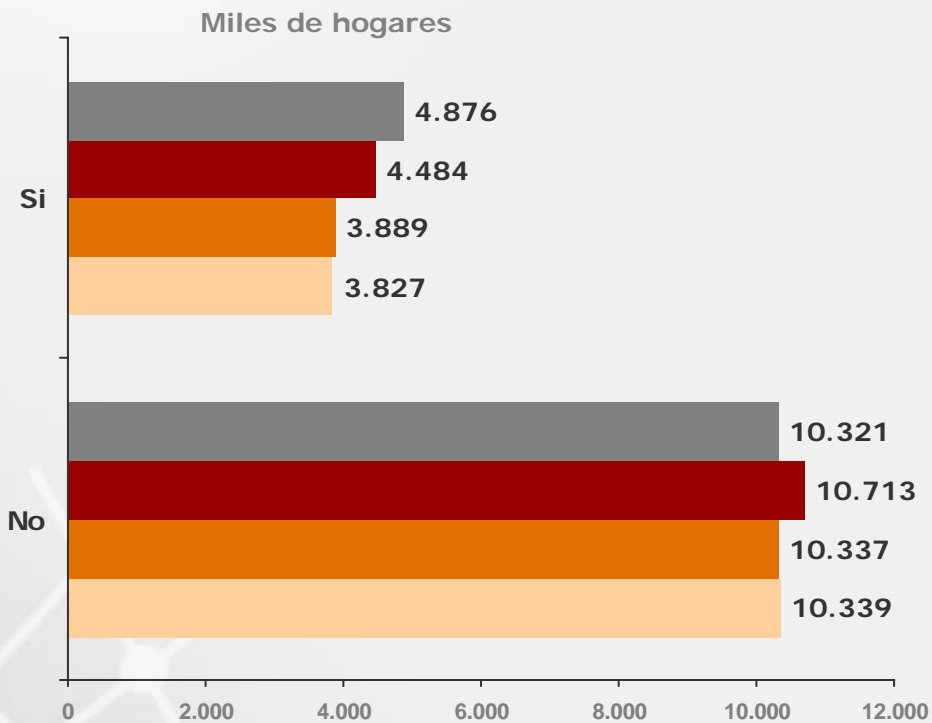
Disponibilidad de acceso a Internet

red.es

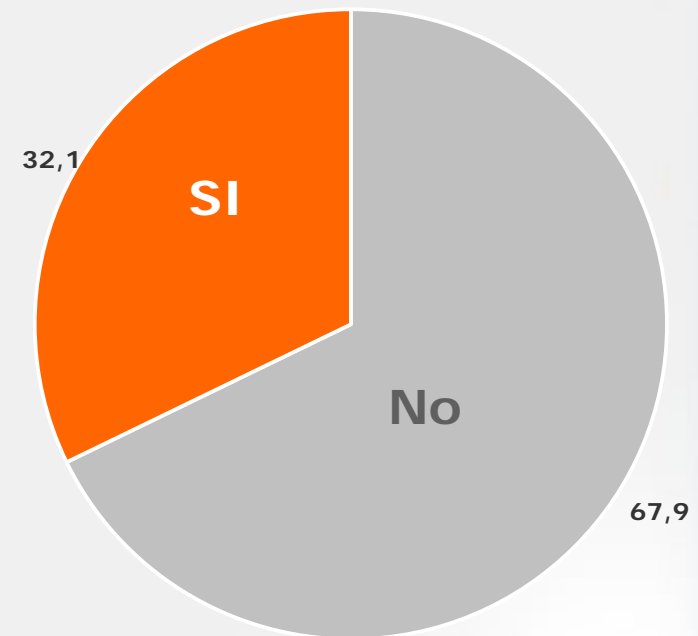


## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



% sobre total hogares



■ III TRIM 05  
■ I TRIM 05  
■ III TRIM 04  
■ I TRIM 04

BASE: Hogares

INTERNET



# Internet

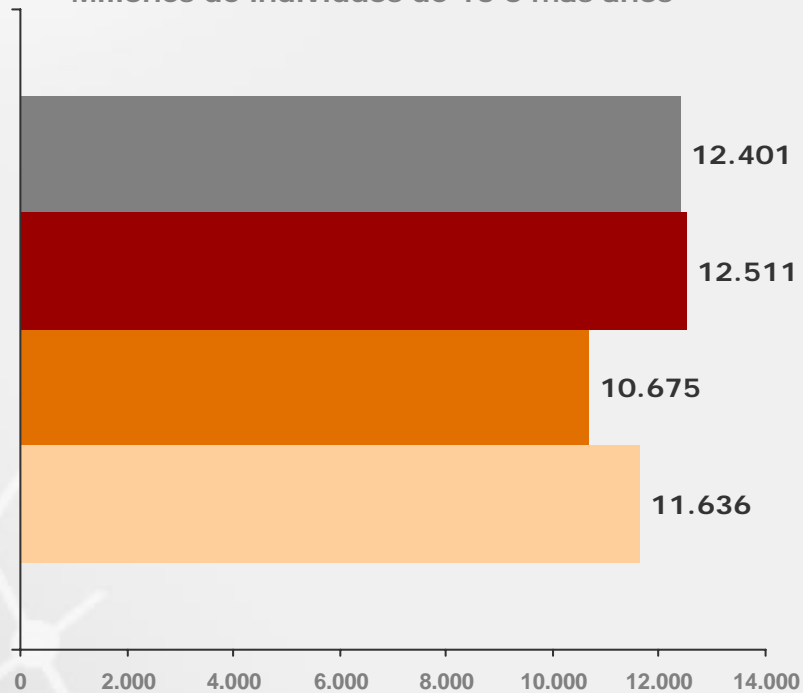
Usuarios de Internet (han accedido último mes)

## PENETRACIÓN

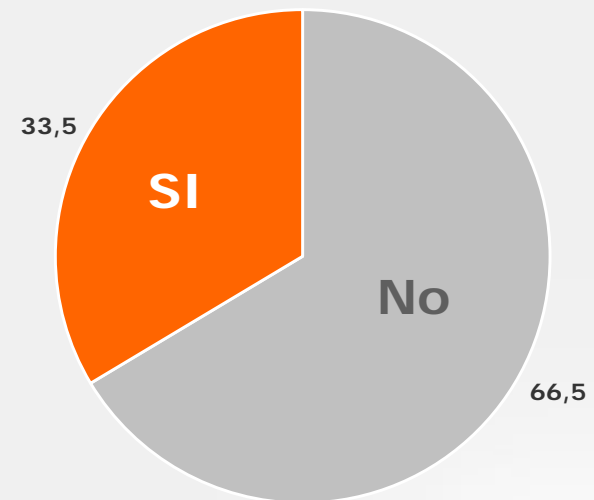
*Cuestionario*



Millones de individuos de 15 o más años



% de individuos



III TRIM 05

III TRIM 04

I TRIM 05

I TRIM 04

BASE: Individuos de 15 ó más años

INTERNET



# Internet

## Dispositivo de acceso a Internet

red.es

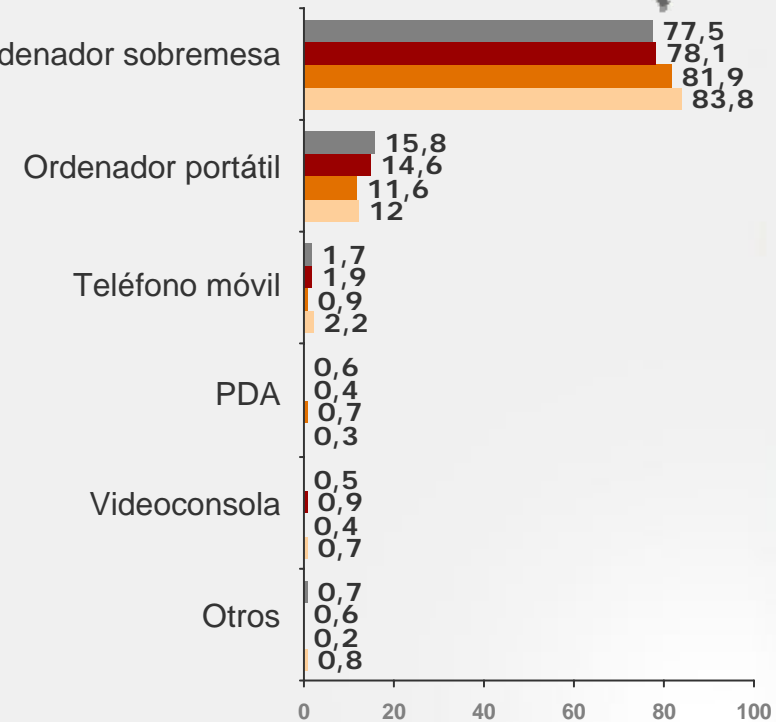
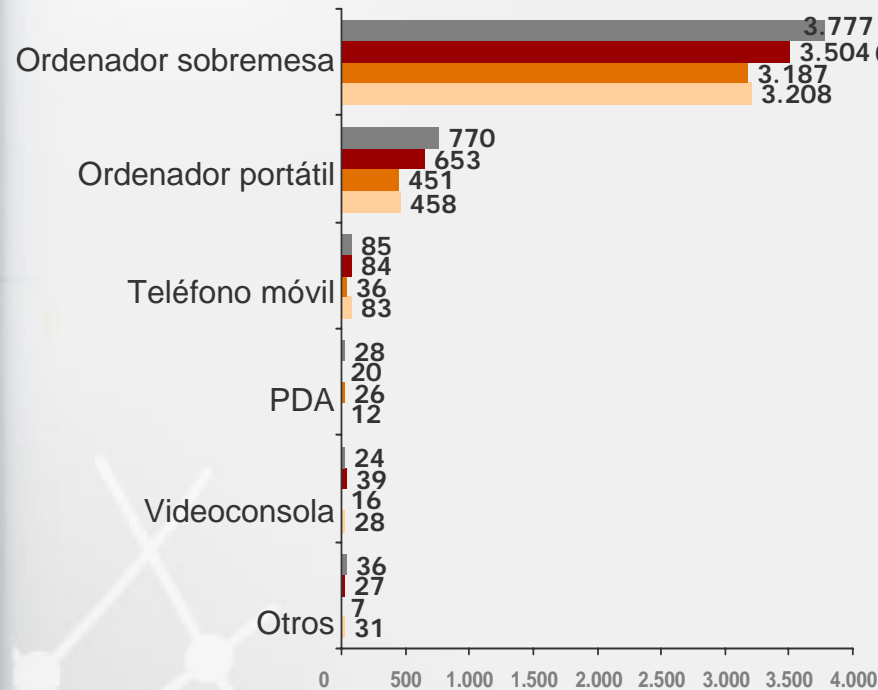


### PENETRACIÓN

En absolutos  
(en miles de hogares)

*Cuestionario*

En %



III TRIM 05  
 I TRIM 05  
 III TRIM 04  
 I TRIM 04

BASE: Hogares con acceso a Internet

INTERNET





# Internet

Usuarios de Internet, cuando ha utilizado Internet por última vez

red.es

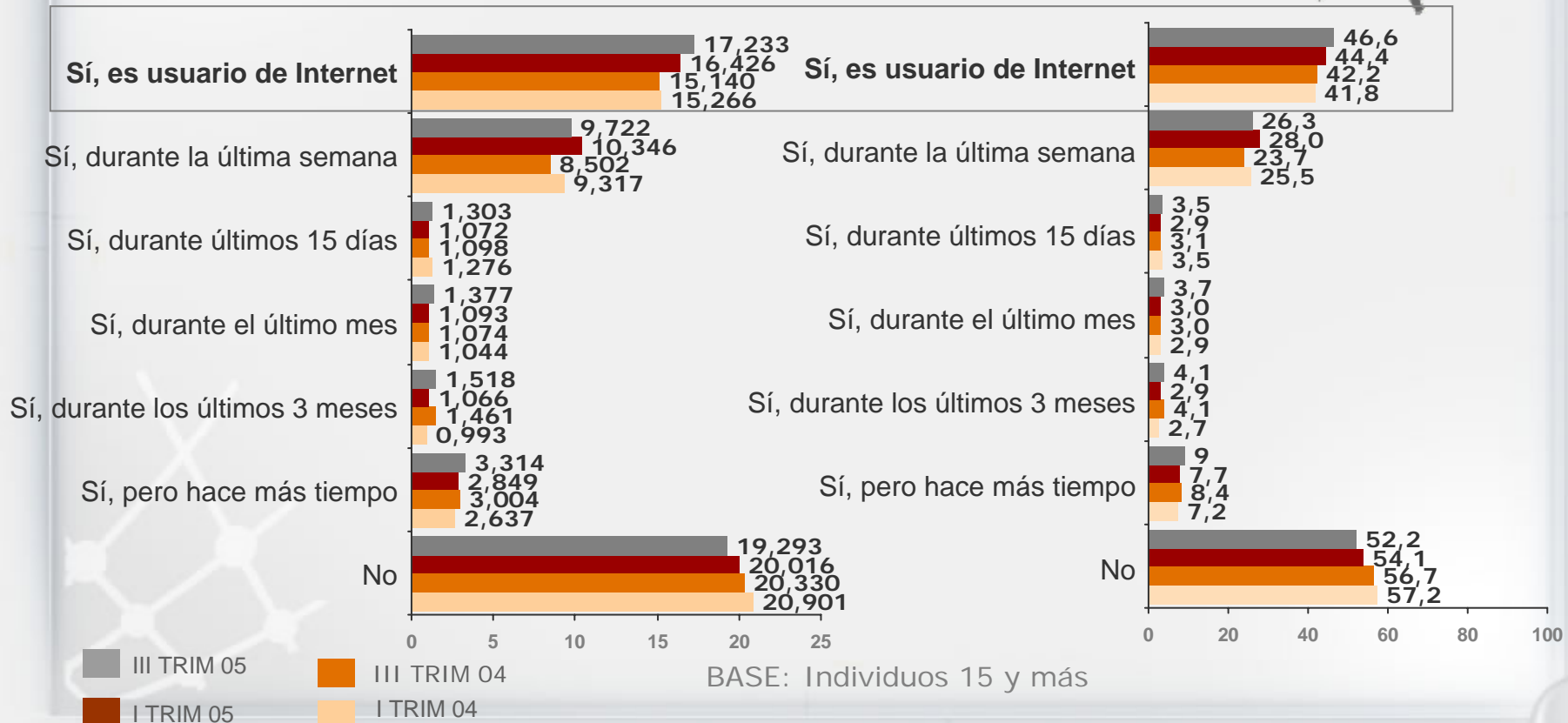


## USOS Y MOTIVACIONES

*Cuestionario*

En absolutos  
(en miles de individuos)

En %



INTERNET



# Internet

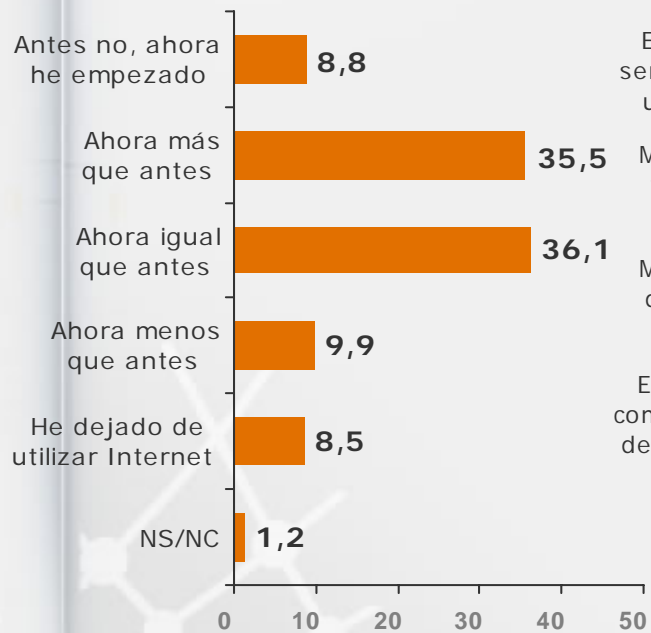
Uso, sencillez y expectativas de Internet

## USOS Y MOTIVACIONES

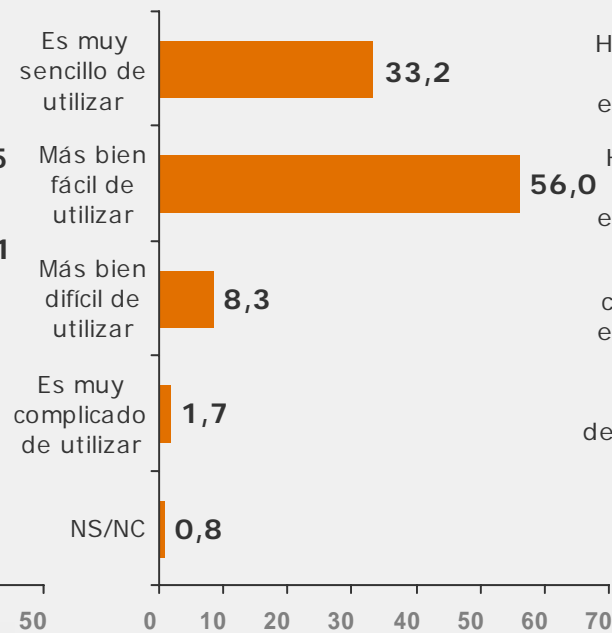
*Cuestionario*



Comparación con el uso de Internet hace un año...



Por su experiencia con Internet, diría usted que...



Sobre las expectativas que tenía en Internet, diría usted que...



BASE: Individuos 15 y más en III TRIM 05

INTERNET



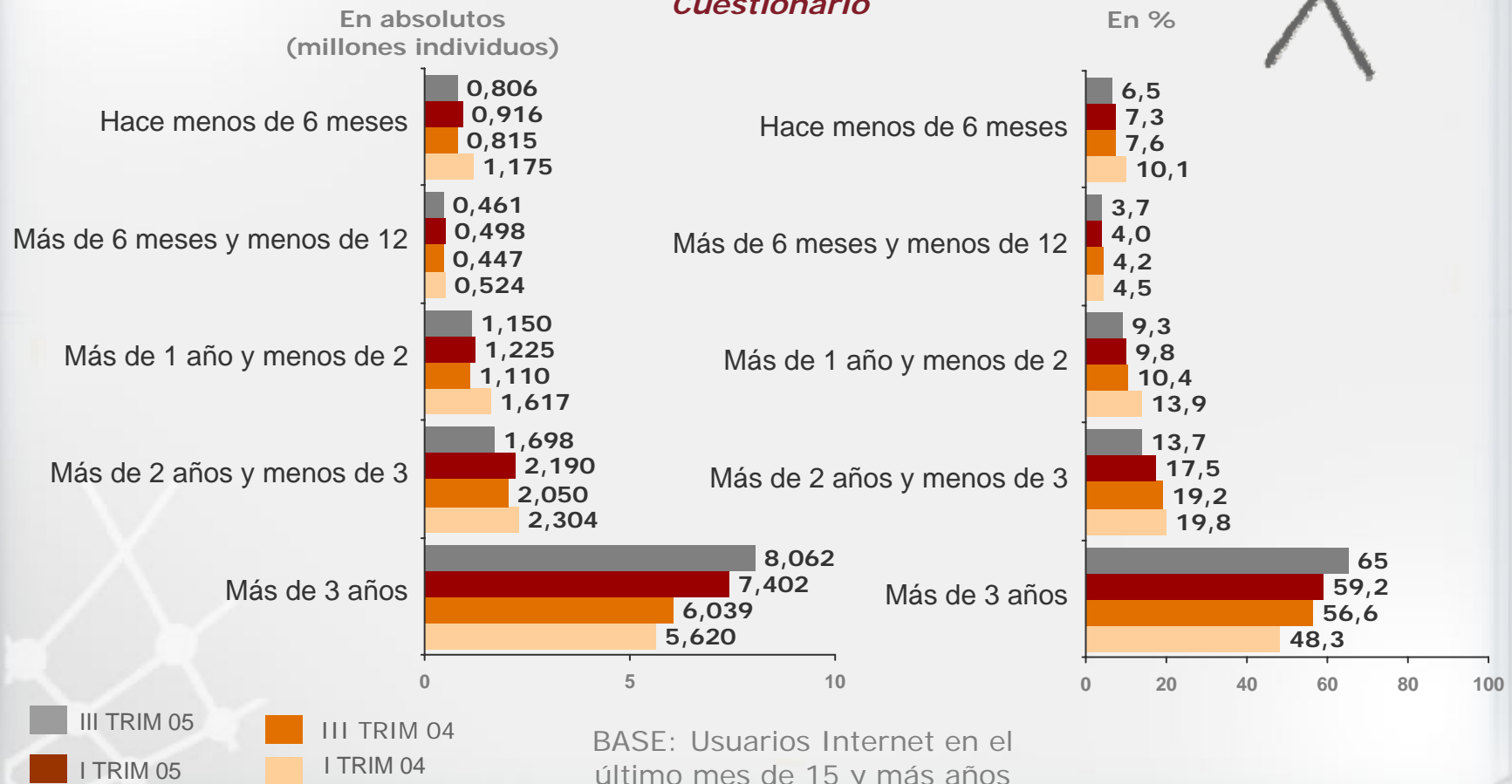


# Internet

Cuando utilizó Internet por primera vez

## USOS Y MOTIVACIONES

*Questionario*



# Internet

## Lugar de acceso a Internet

red.es

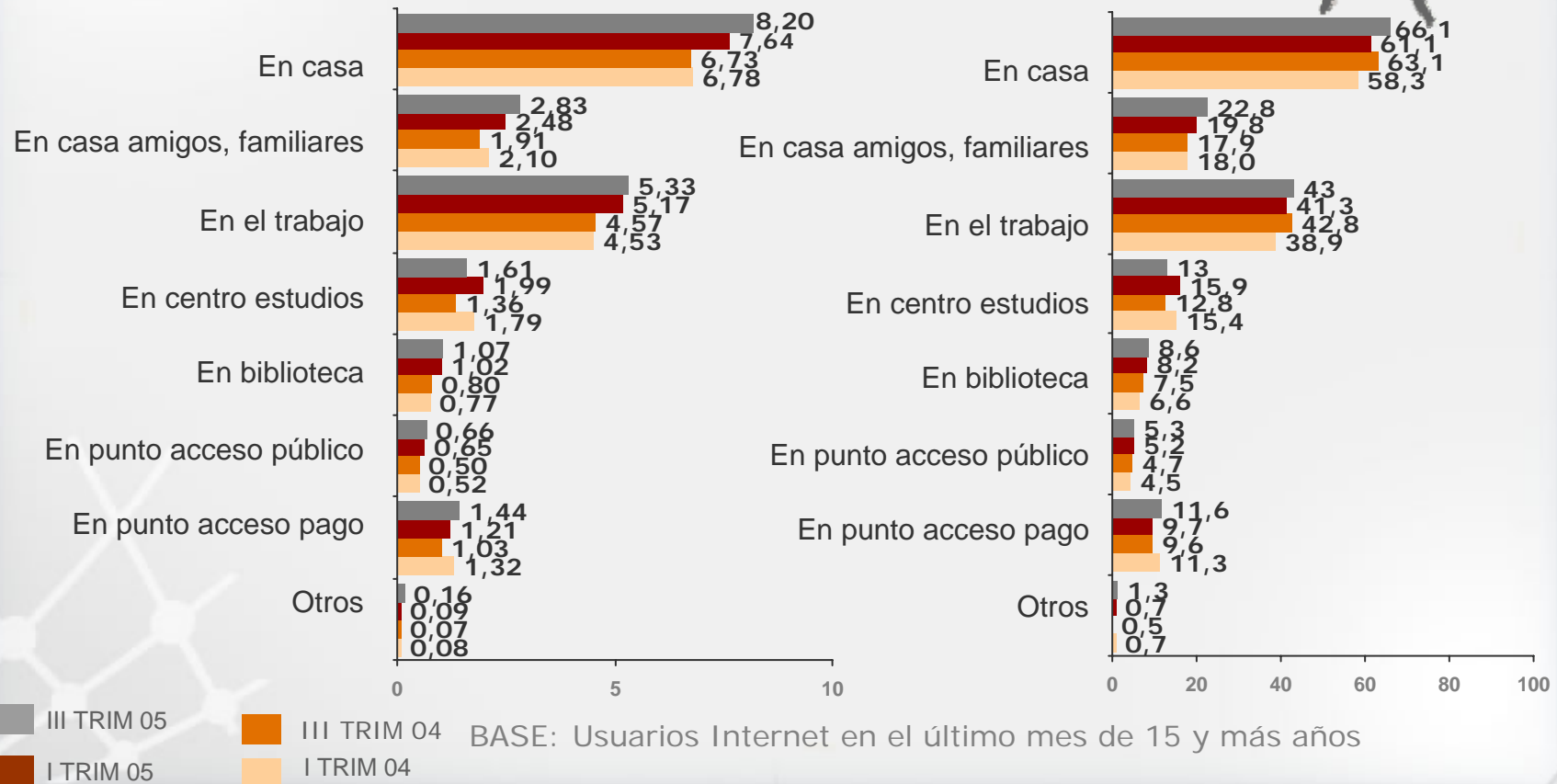


## Lugar de acceso

En absolutos  
(millones individuos)

*Questionario*

En %



INTERNET



# Internet

Dispone de dirección de e-mail

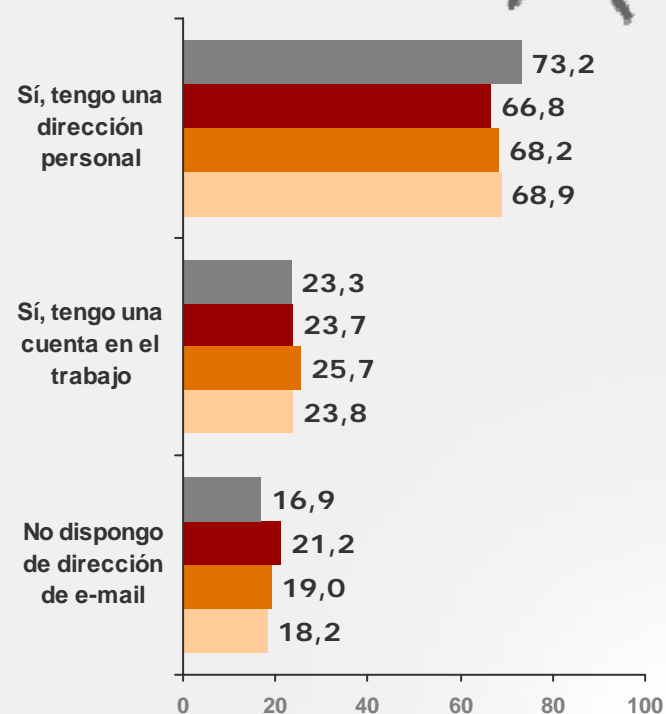
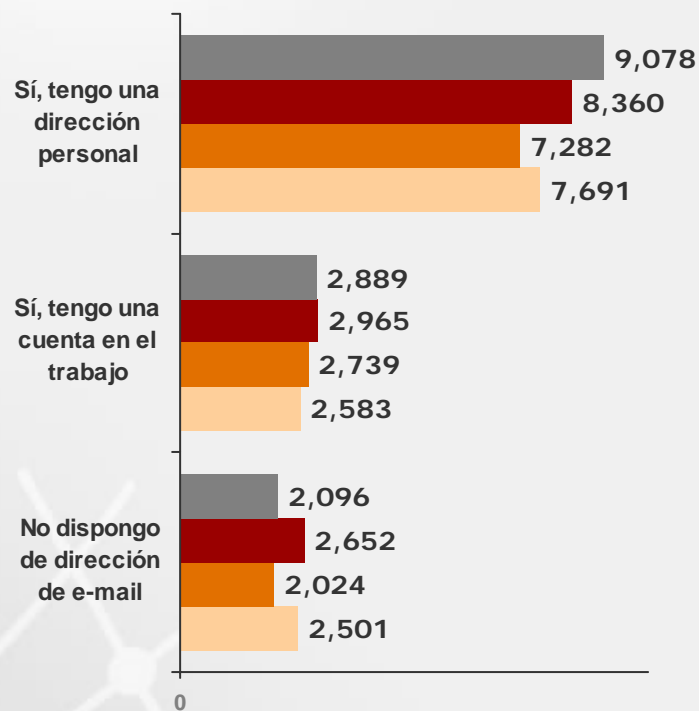
## Disponibilidad e-mail



En absolutos  
(millones individuos)

*Cuestionario*

En %



III TRIM 05  
 III TRIM 04  
 I TRIM 05  
 I TRIM 04

BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años



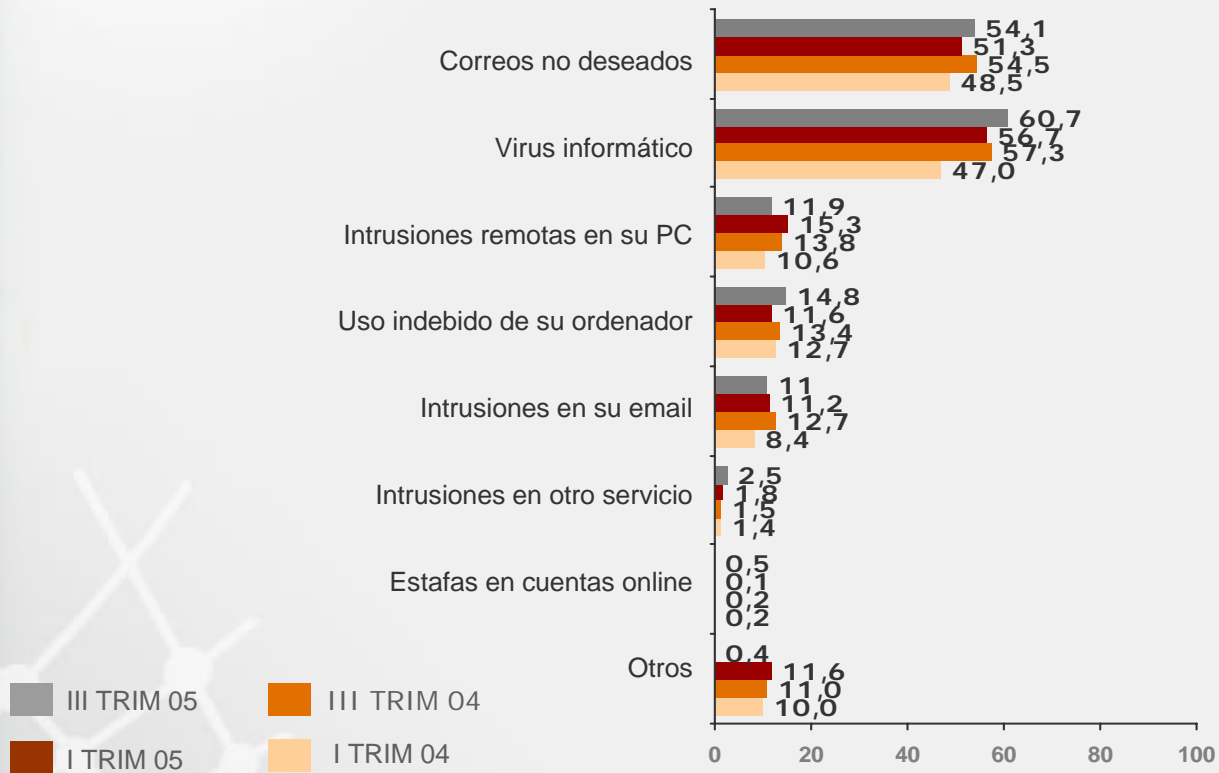
# Internet

Han experimentado problemas de seguridad

## Seguridad

### Cuestionario

En %



BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años

red.es



INTERNET



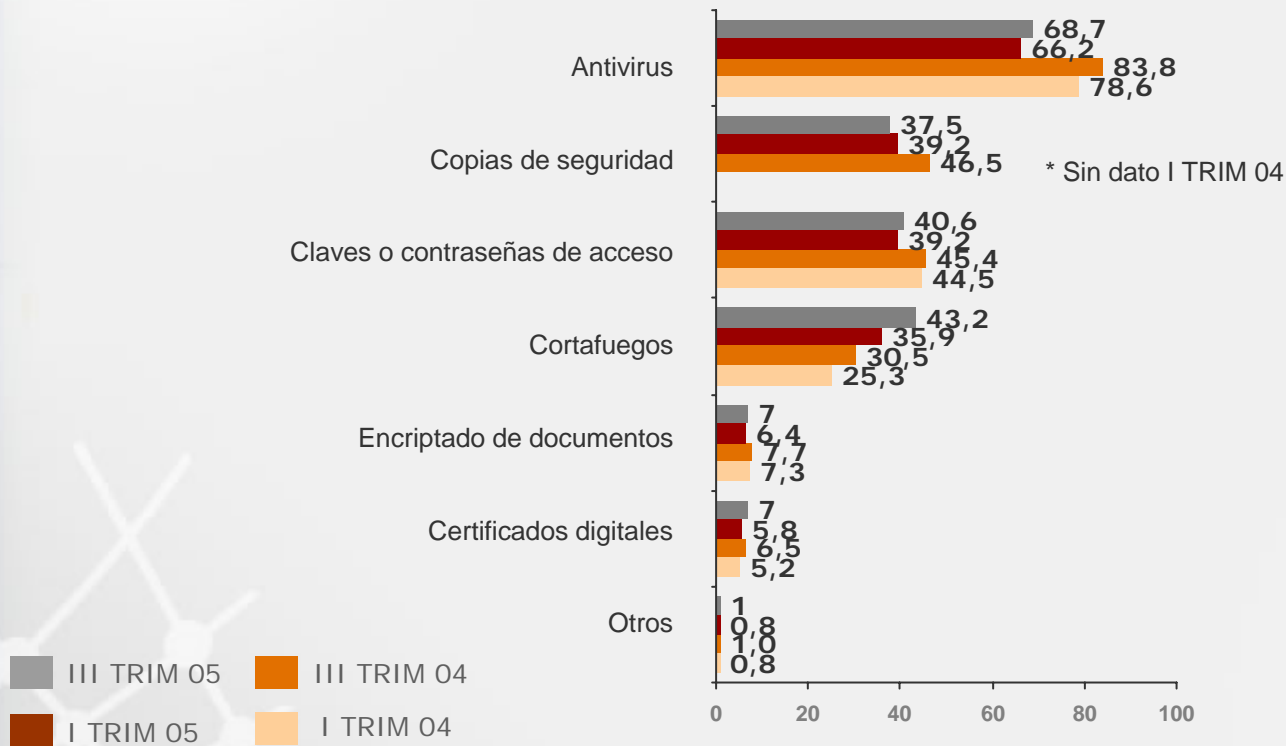
# Internet

Han tomado precauciones de seguridad

## Seguridad

*Cuestionario*

En %



BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años

Nota: desde el I TRIM de 2005 se pregunta si utiliza antivirus actualizado DURANTE EL ULTIMO MES

red.es



INTERNET



# Internet

Han contactado con administración pública a través de Internet

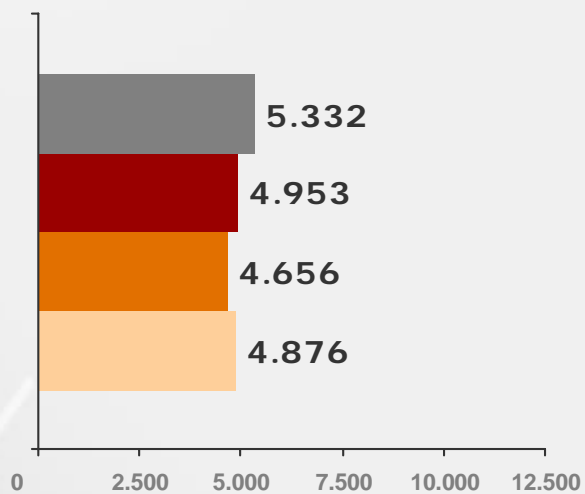
## Administración electrónica

*Cuestionario*

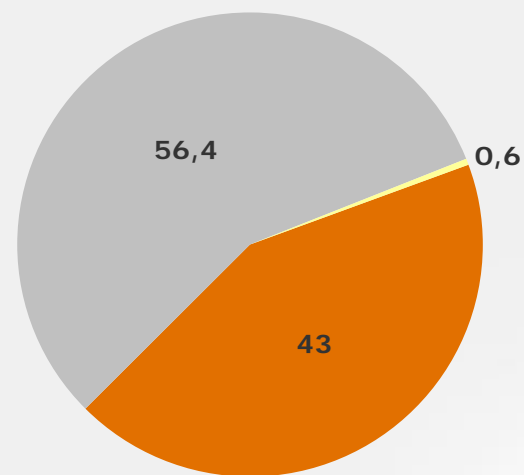


En absolutos  
(millones individuos)

En %



■ Ha contactado
 ■ No ha contactado  
■ ns/nc



III TRIM 05
  III TRIM 04  
 I TRIM 05
  I TRIM 04

BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años







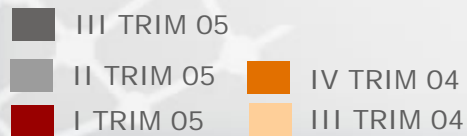
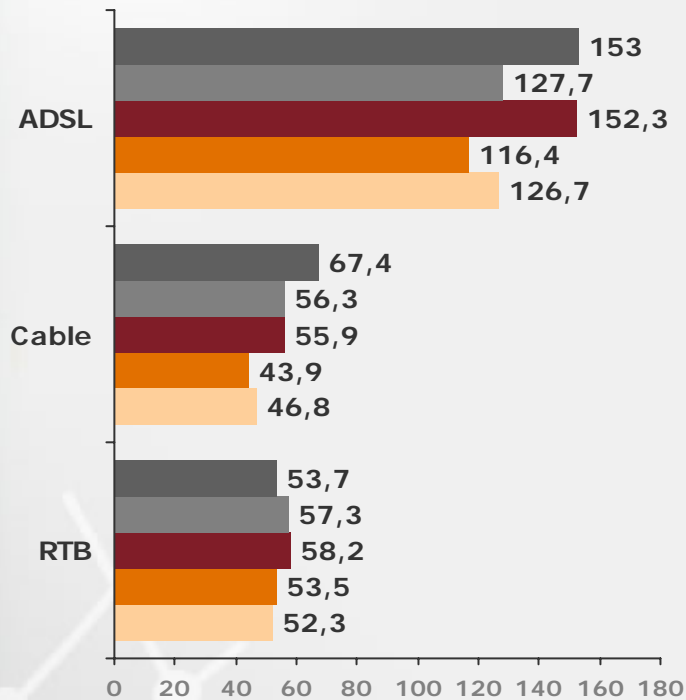
# Internet

Gasto en Internet por tipo de tecnología

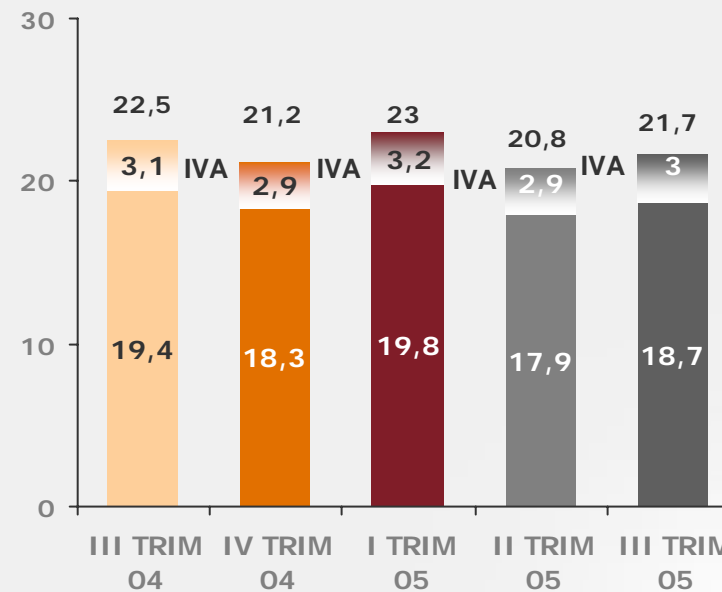
**CONSUMO**

*Facturas*

Gasto Trimestral Total (millones €)



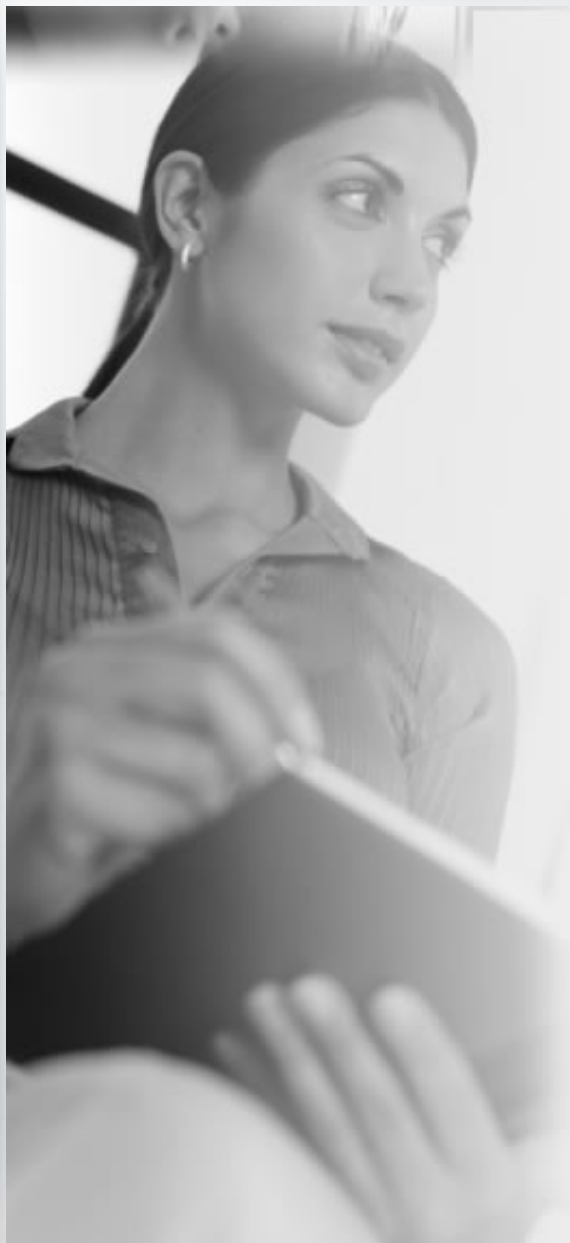
Media mensual por hogar (€, incluye IVA)



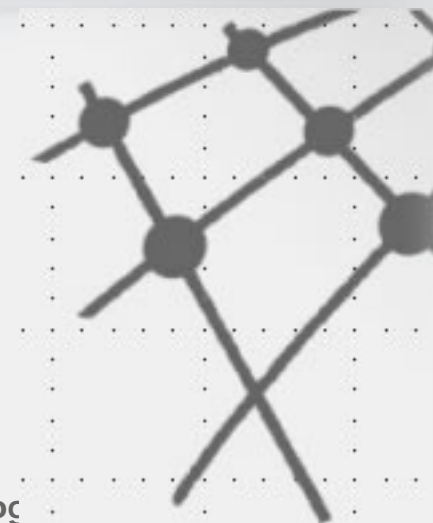
**Media:** Gasto medio mensual de un hogar durante el período

BASE: Hogares con Internet





# red.es



- Principales resultados
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Equipamiento TIC
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- **Objetivos y metodología**

ÍNDICE



# Objetivos y Metodología

## Alcance del Estudio

Un sector tan dinámico requiere de un conjunto de indicadores homogéneo, fiable y riguroso, que sea un referente para la adopción de iniciativas regulatorias, el diseño de políticas de promoción y el apoyo a la toma de decisiones empresariales.

Red.es ha realizado un estudio que analiza la demanda de servicios de telecomunicaciones y Sociedad de la Información en los hogares españoles. Ofrece indicadores sobre penetración de equipos, servicios y tecnologías, niveles de consumo y gasto medio, estado de la competencia entre operadores, y motivaciones de uso en las familias, en 5 ámbitos:



Este análisis de la demanda por parte del segmento residencial, permitirá mejorar el conocimiento del sector completando los estudios e indicadores, ya realizados por otros organismos e instituciones sobre la oferta de servicios y el uso en el ámbito empresarial.

# Objetivos y Metodología

## Ficha técnica

**Universo:** 15.197.000 hogares. Individuos 15 y más años: 36,965 millones. 10 y más años: 39,125 millones

**Muestra:** 3.066 hogares y 7.045 individuos

**Ámbito:** Península, Baleares y Canarias

**Diseño muestral:** Para cada CC.AA., estratificación proporcional por tipo de hábitat, con cuotas de clase social, número de personas en el hogar y presencia de niños menores de 16 años en el hogar. Se ha ajustado en esta ola la distribución muestral a la distribución del universo por tamaño del hogar, reconociendo el peso específico de los hogares unipersonales.

**Cuestionarios:** Además de la constante recogida de facturas cada seis meses tiene lugar una encuesta postal a los miembros del panel que incluye un cuestionario de hogar y otro individual. El primero recoge datos del equipamiento tecnológico del hogar y el segundo usos, hábitos y actitudes individuales.

**Trabajo de campo:** El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa Taylor Nelson Sofres (TNS). La recogida de facturas, del período Julio-Septiembre, se ha dado por finalizada durante el mes de **Noviembre**.

**Error muestral:** Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ) y un nivel de confianza del 95,5%, los errores muestrales máximos cometidos son de  $\pm 1,82\%$  para hogares y de  $\pm 1,20\%$  para individuos



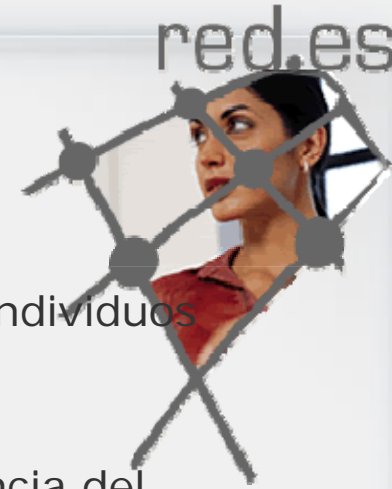
# Objetivos y Metodología

## Cambios

En la **IX Oleada** se mantiene el universo de hogares y de individuos respecto a la oleada anterior.

En la novena oleada **se ha realizado encuesta** (la frecuencia del envío y recepción de los cuestionarios es semestral) por lo que se actualiza la penetración de equipamiento y actitudes de los ciudadanos españoles.

En la primera oleada del Estudio, las cifras de gasto (totales y medias por hogar) en telefonía fija, móvil, televisión de pago e Internet, no incluían el IVA. En la novena oleada se mantiene el criterio de excluir el IVA de los gastos totales en los servicios (pues las cifras equivaldrían a ingresos de los operadores). Sin embargo, en los gastos medios por hogar se incluye el IVA pues refleja más fielmente el gasto real de los hogares españoles.



red.es

