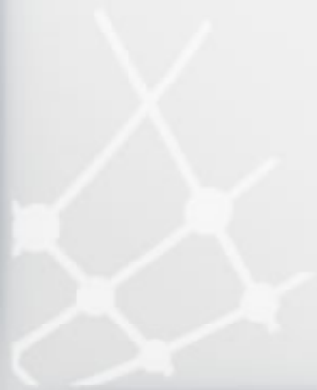


OCTAVA OLEADA

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





- **Principales resultados**
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



Principales Resultados

PIRÁMIDE DE EQUIPAMIENTO Y GASTO

- Durante el período Abril-Junio de 2005 se ha reducido respecto al trimestre anterior –debido al efecto estacional de las Navidades- el gasto total de mercado de los hogares en los servicios de telefonía fija, televisión de pago e Internet. En el caso de la telefonía móvil, el gasto total realizado por los hogares supera, por primera vez, al efectuado en servicios de telefonía fija en el trimestre.
- El consumo medio por hogar y por número de servicios contratados refleja que la caída de los gastos de mercado repercute principalmente en aquellos con 1 y 2 servicios contratados, reduciendo las medias por hogar hasta los 39,1 €/mes y 62,2 €/mes (IVA incluido). Sin embargo, estos niveles están ligeramente por encima de los que había un año atrás.

TELEFONÍA FIJA

- Se observa una ligera reducción del mercado de telefonía fija, fundamentalmente causada por la caída del tráfico de voz tras el periodo navideño. Así el gasto del mercado de telefonía fija alcanza los 1.026,5 Millones de €.
- Los minutos cursados se han reducido un 9,5% tras el período navideño. El tráfico a través de acceso directo e indirecto disminuyen prácticamente en la misma proporción.
- El peso de los minutos en llamadas metropolitanas continúa su tendencia decreciente, mientras que aumenta el peso de las llamadas a móvil.

Principales Resultados

TELEFONÍA MÓVIL:

- El gasto total del mercado de telefonía móvil asciende hasta los 1.053 Millones de Euros, superando por primera vez al mercado doméstico de telefonía fija (1026,5 Millones de Euros). Aunque el gasto medio por hogar en telefonía móvil había superado al de la fija, es la primera vez que, en un trimestre, el gasto total de los hogares españoles en telefonía móvil supera a las comunicaciones fijas
- El consumo en telefonía móvil de contrato frente al prepago se estabiliza en 60%-40%.

AUDIOVISUAL:

- El mercado audiovisual del trimestre registra un ligero descenso –influye también la caída en el consumo tras las Navidades que se factura a lo largo del primer trimestre del 2005- situándose en 300 Millones de Euros. Este descenso se produce principalmente en la televisión de pago a través de cable, que se reduce un 10,3%.
- El gasto medio por hogar se sitúa en 34,2 €/mes (IVA incluido).

INTERNET:

- El gasto total en el mercado de Internet se ve reducido, fundamentalmente, por el descenso del gasto en Internet a través de ADSL de un 16,2% con respecto al trimestre pasado. Este hecho se debe a que las cuotas de alta de las líneas ADSL vendidas en la campaña navideña se facturan durante el primer trimestre del año (Enero-Marzo). Con todo, el gasto total en Internet supone 241,3 Millones de euros trimestrales.
- Este hecho se ve reflejado en la caída del gasto medio por hogar que es de 2,2 € hasta situarse en los 20,8 €/mes (IVA incluido).

Principales Resultados

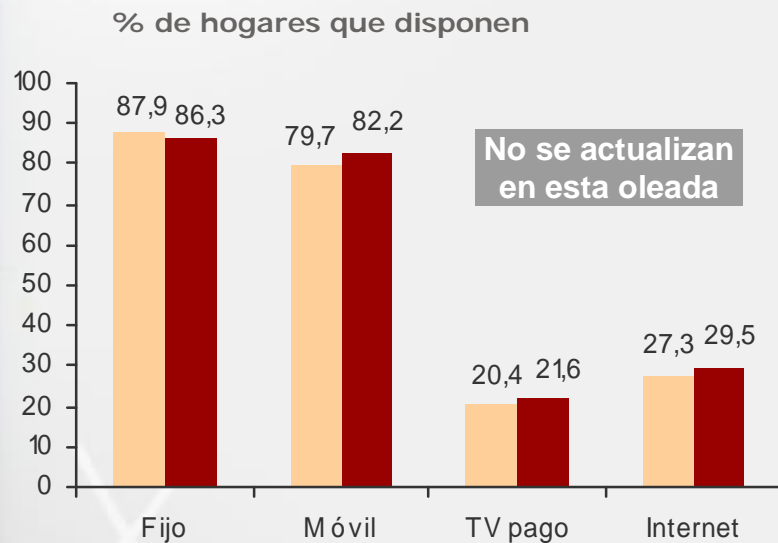
NOTA VIII Oleada

- A la hora de interpretar los resultados de esta VIII Oleada (II trimestre del año 2005) hay que tener en cuenta los siguientes factores:
 - El descenso del gasto en los mercados de fija, internet y TV de pago se produce, aparentemente, por un efecto estacional de descenso del consumo tras el período navideño. Hay que tener en cuenta que el consumo realizado entre las últimas semanas de diciembre y primeras de Enero es facturado por los operadores durante el I trimestre del año-
 - Para el cálculo del gasto medio por hogar se utiliza el mismo universo que en la oleada anterior, es decir los mismos porcentajes de penetración de servicios que en el primer trimestre del 2005

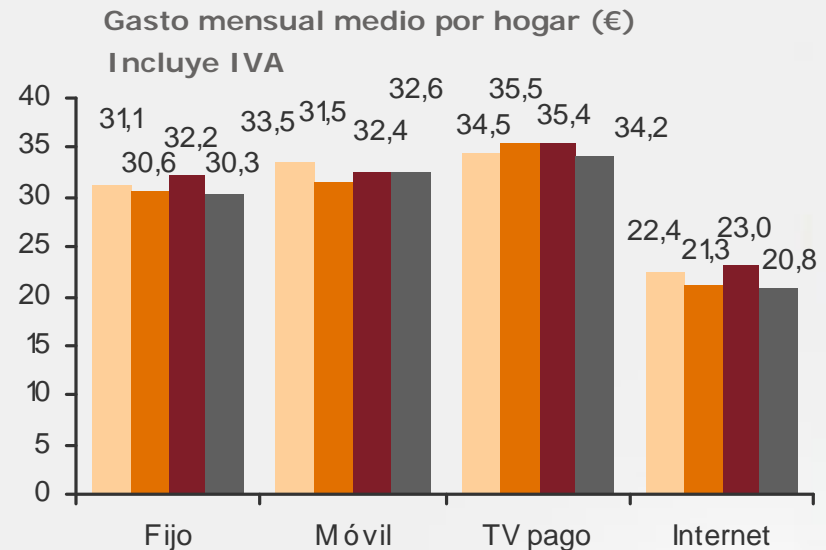
Principales Resultados

Penetración y gasto mensual medio por servicio

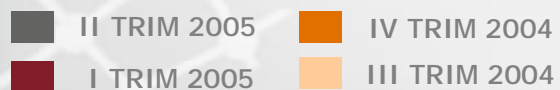
Penetración en los hogares y gasto mensual medio por servicio



BASE: Total hogares



BASE: Hogares que disponen de cada servicio



red.es

A logo consisting of a grid of interconnected nodes and lines, resembling a network or a molecular structure, positioned below the text 'red.es'.

- Principales resultados
- **Pirámide de servicios TIC**
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE

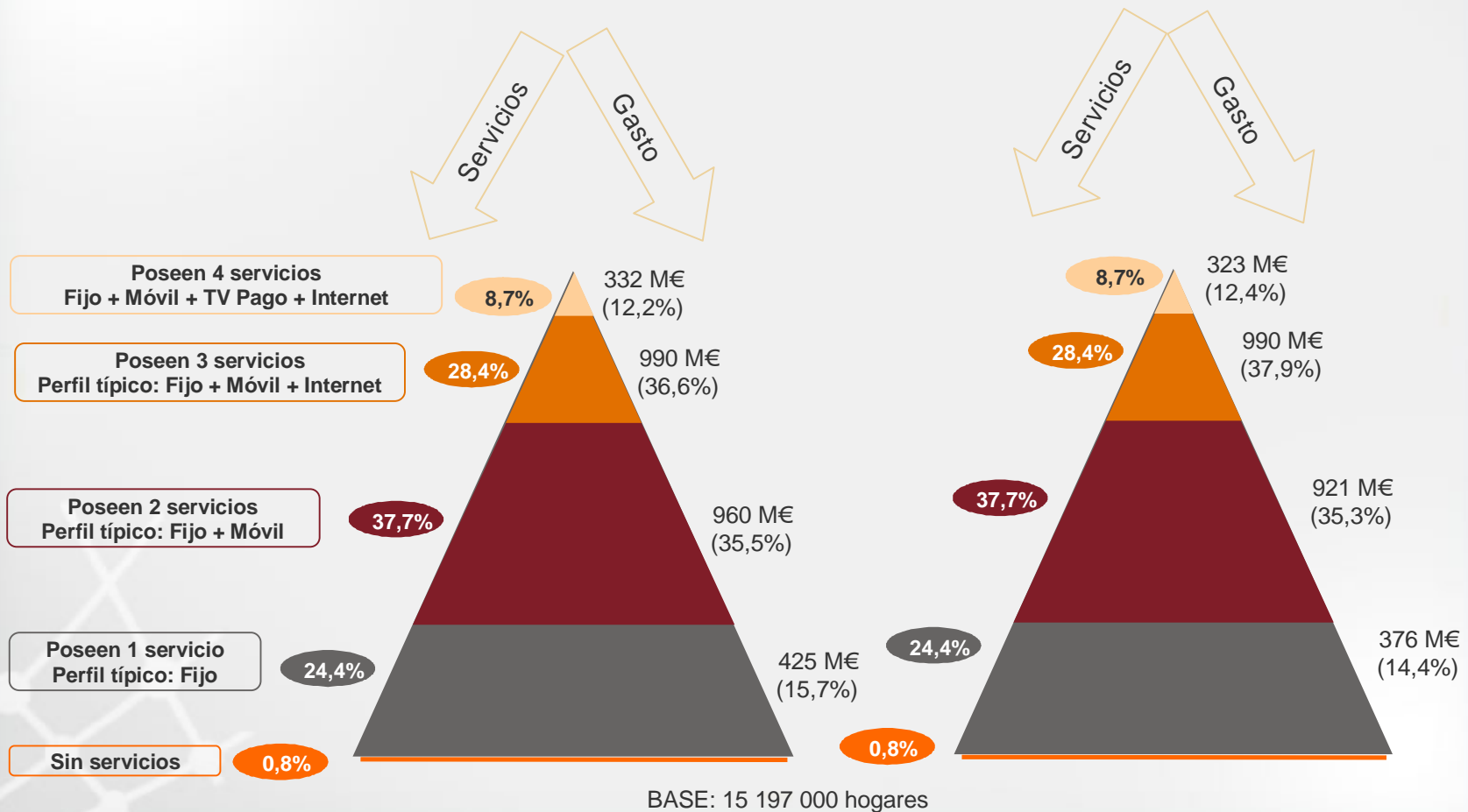


Pirámide servicios TIC de los hogares

Evolución servicios en hogares y gasto

PIRÁMIDE TIC DE LOS HOGARES
TRIM1/05 (Enero - Marzo 2005)

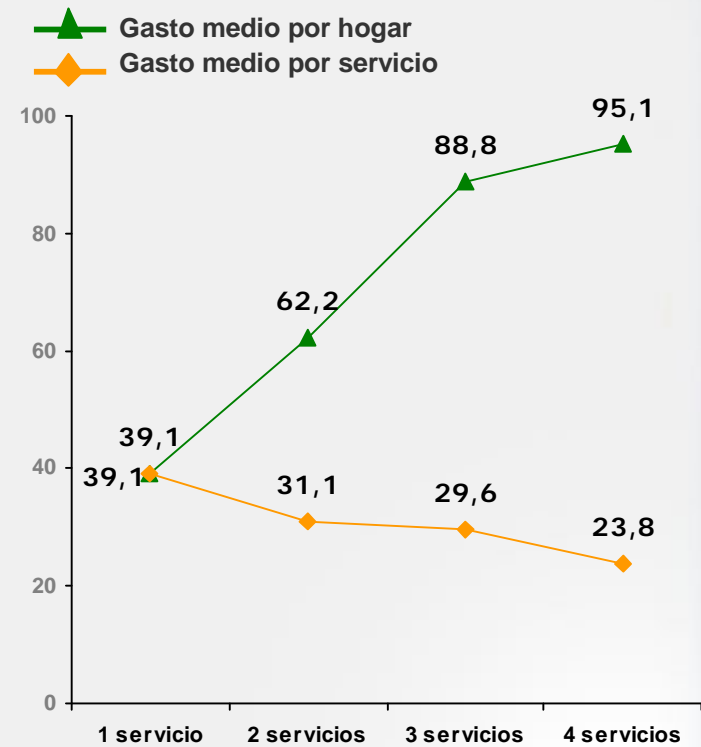
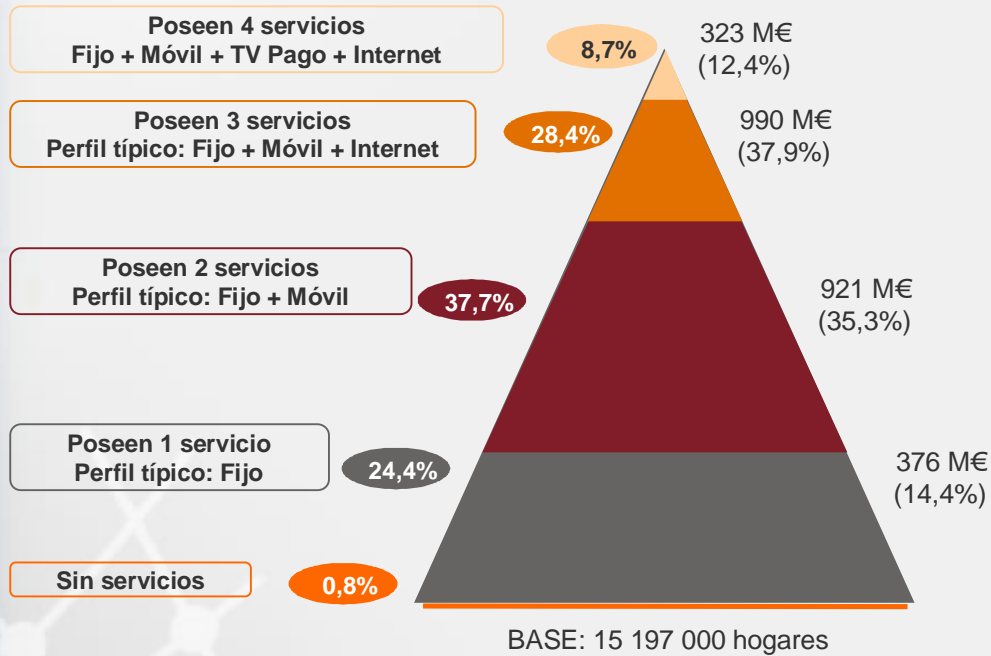
PIRÁMIDE TIC DE LOS HOGARES
GASTO: TRIM2/05 (Abril - Junio 2005)
EQUIPAMIENTO: TRIM1/05 (Ene - Mar 2005)



Pirámide servicios TIC de los hogares

Gasto medio por hogar y por nº de servicios

Cuestionario semestral

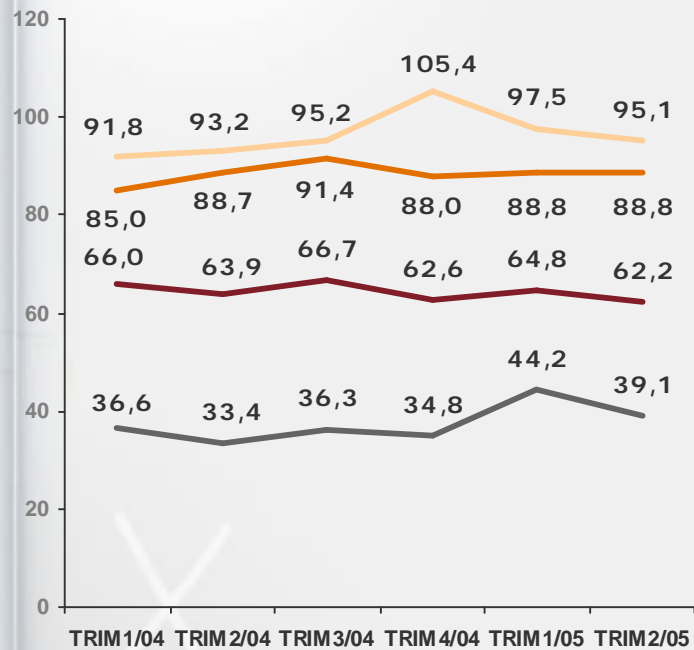


Media: Gasto medio (€) realizado durante el período de un mes (IVA incluido)

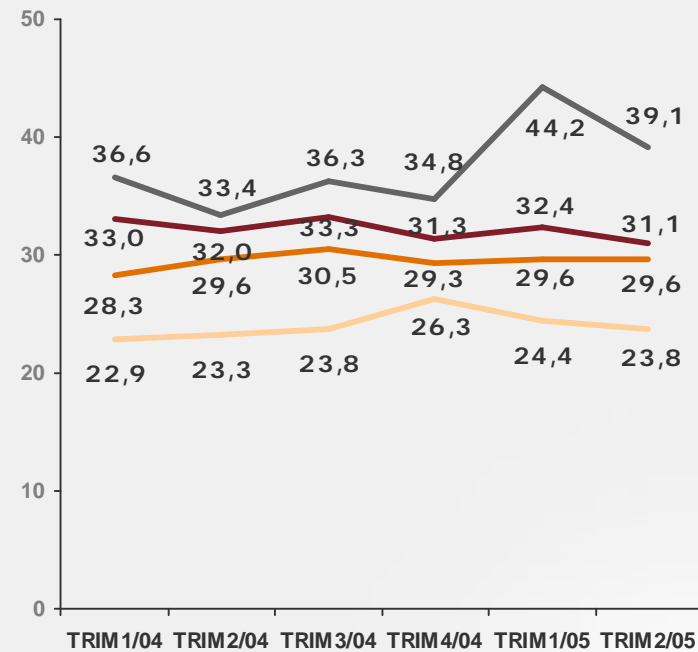
Resultados TRIM2/05 (Abril - Junio 05)

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)



- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- **Telefonía Fija**
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE

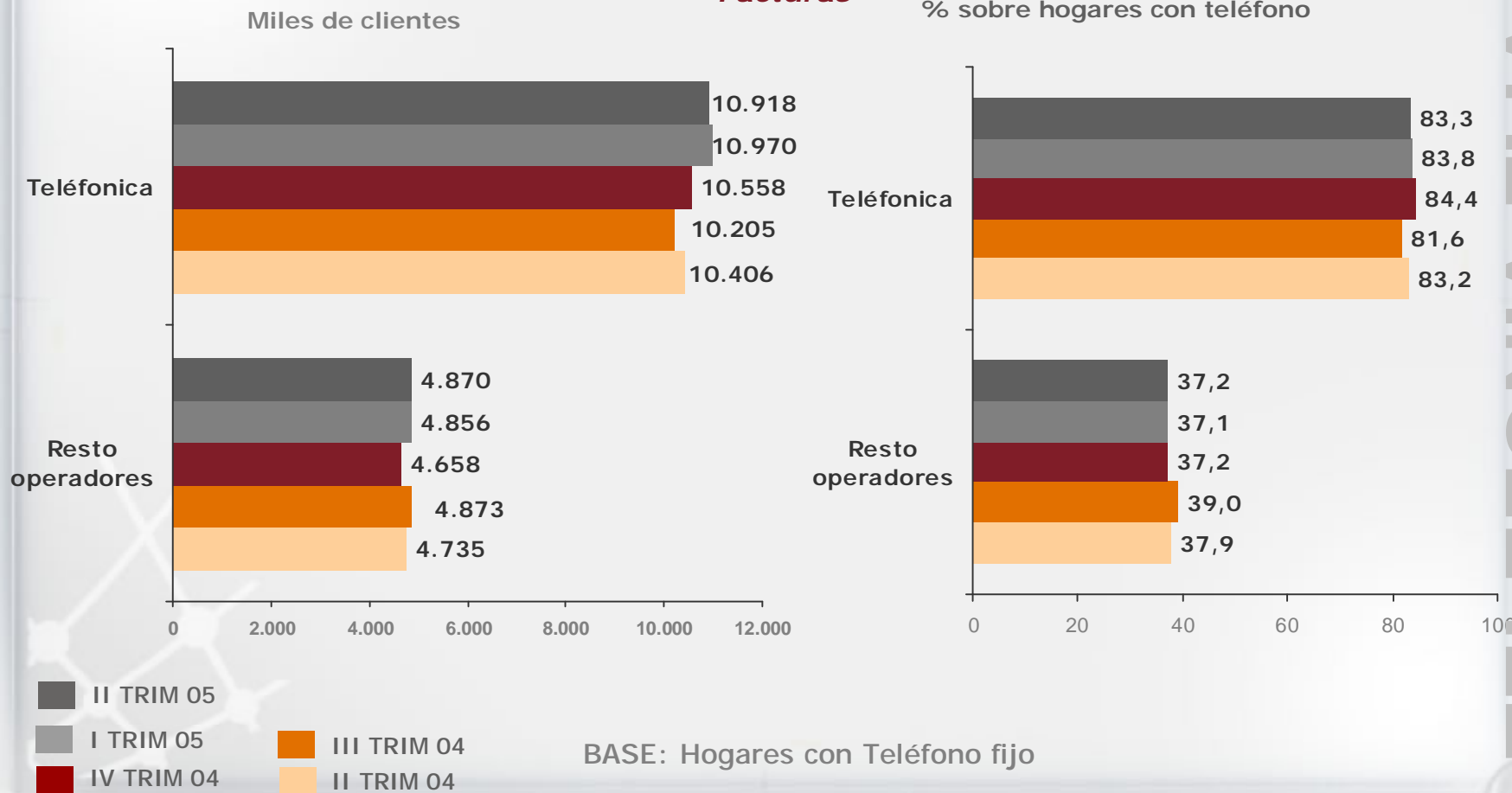


Telefonía Fija

Clientes por Operador

COMPETENCIA

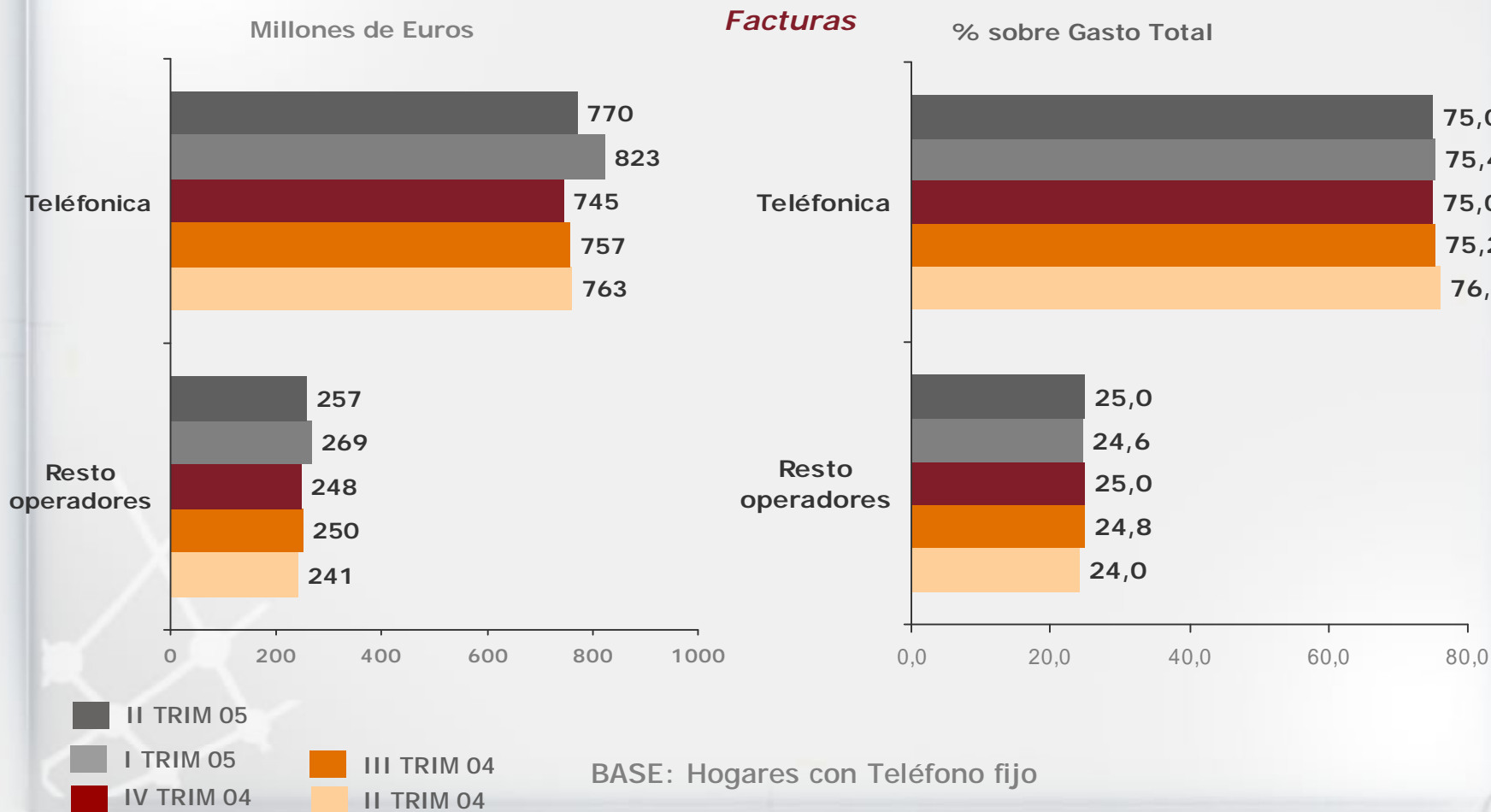
Facturas



Telefonía Fija

Gasto por operador

COMPETENCIA

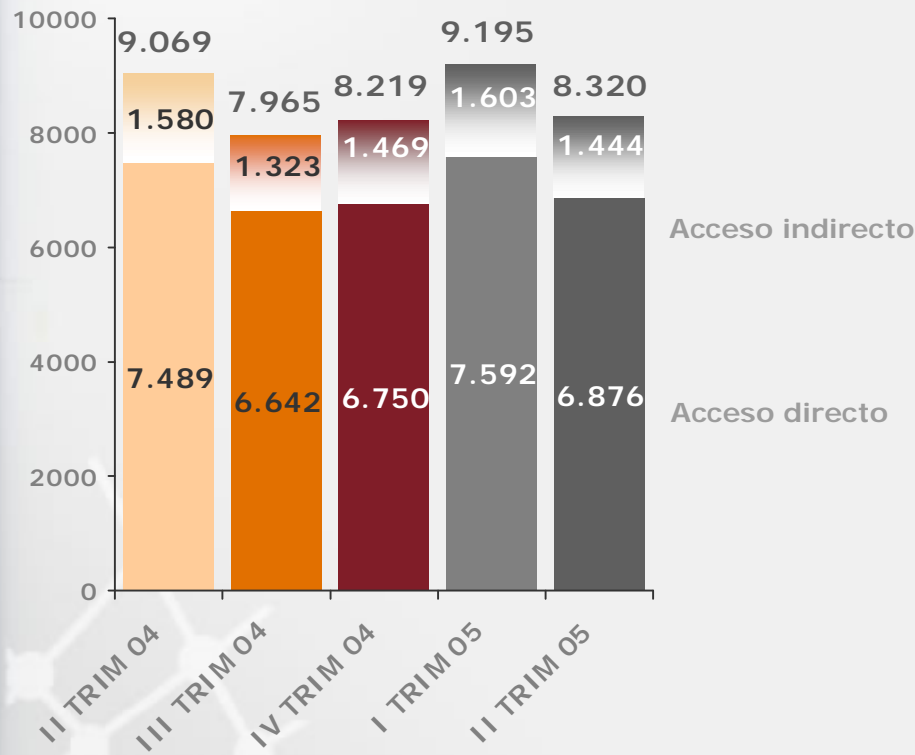


Telefonía Fija

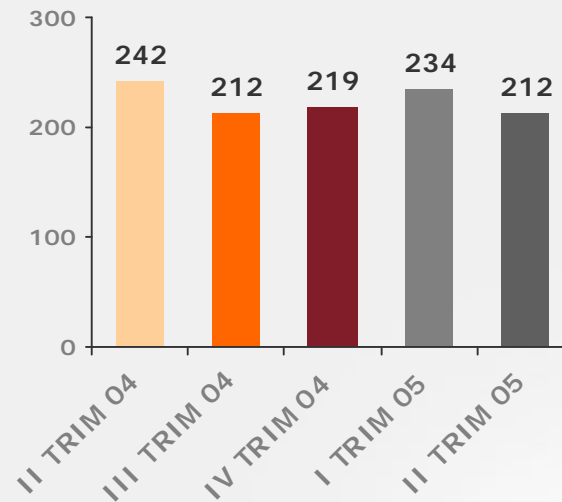
Minutos cursados

COMPETENCIA

Consumo Trimestral Total (millones de minutos) *Facturas*



Media mensual por hogar en minutos



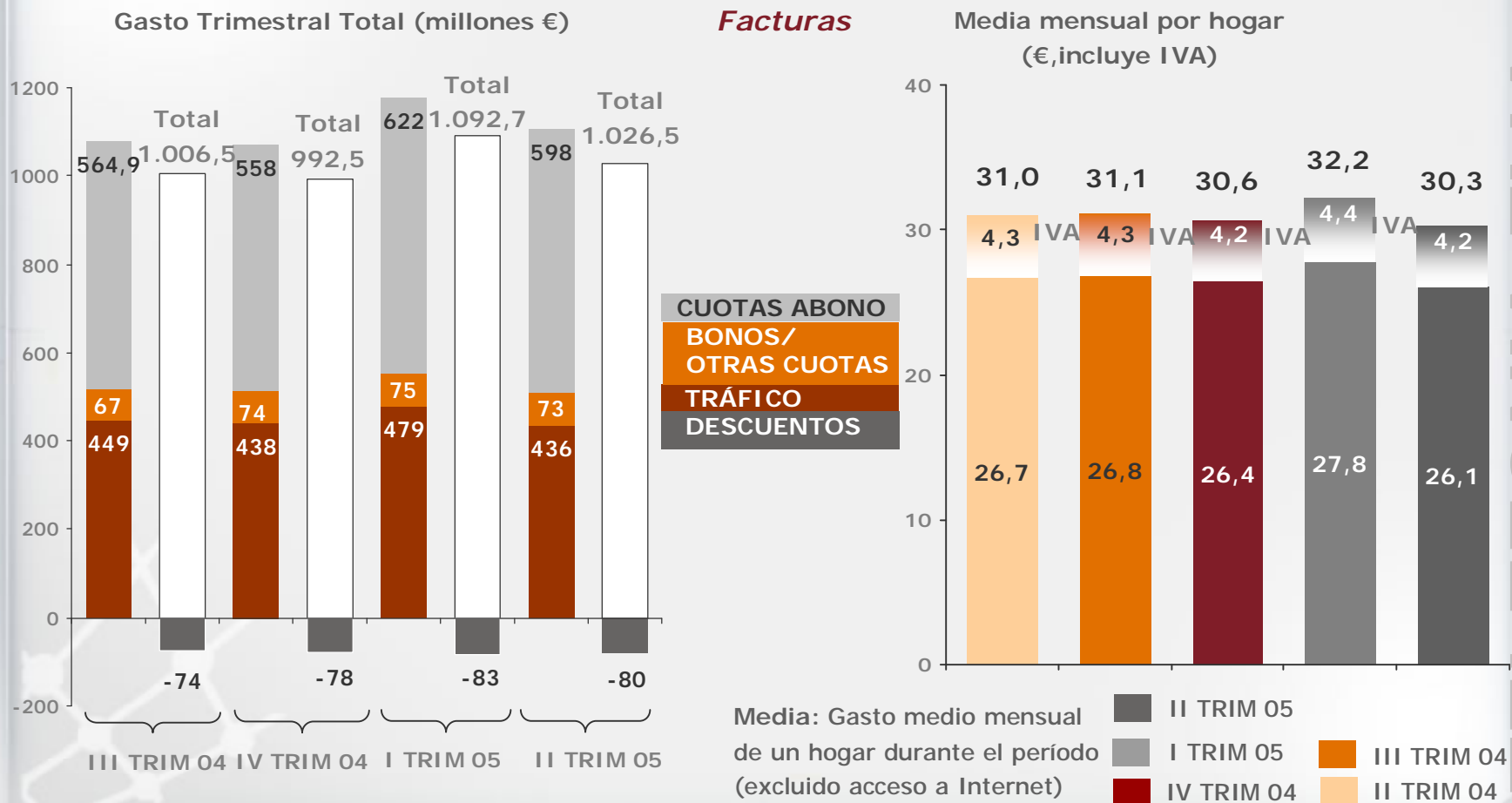
MEDIA: Consumo medio mensual de minutos de un hogar durante el período (excluido acceso a Internet)

BASE: Hogares con Teléfono fijo

Telefonía Fija

Gasto en servicios excluido acceso a Internet

COMPETENCIA



BASE: Hogares con Teléfono fijo

Telefonía Fija

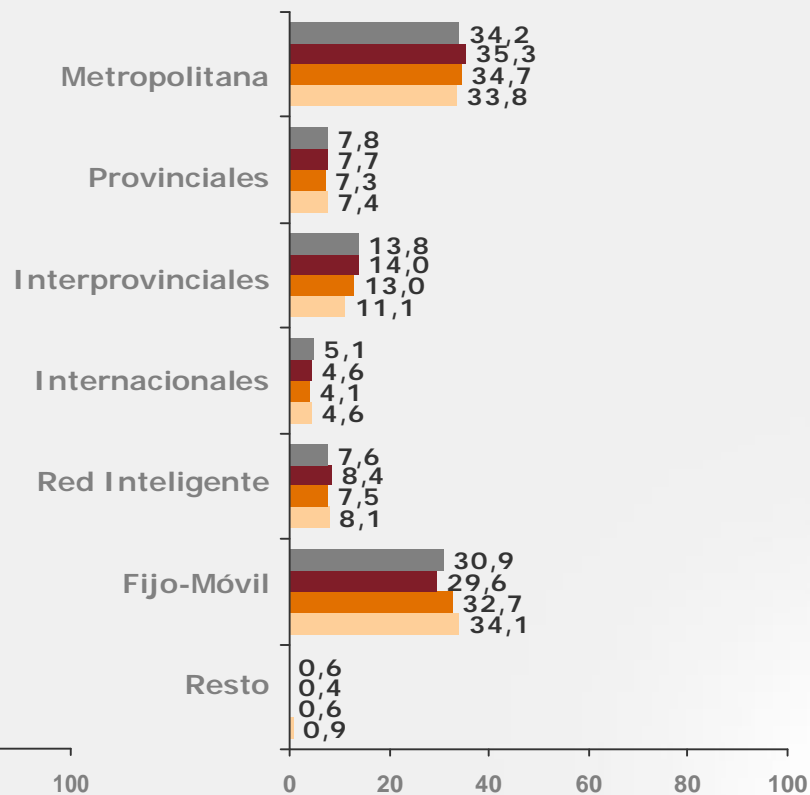
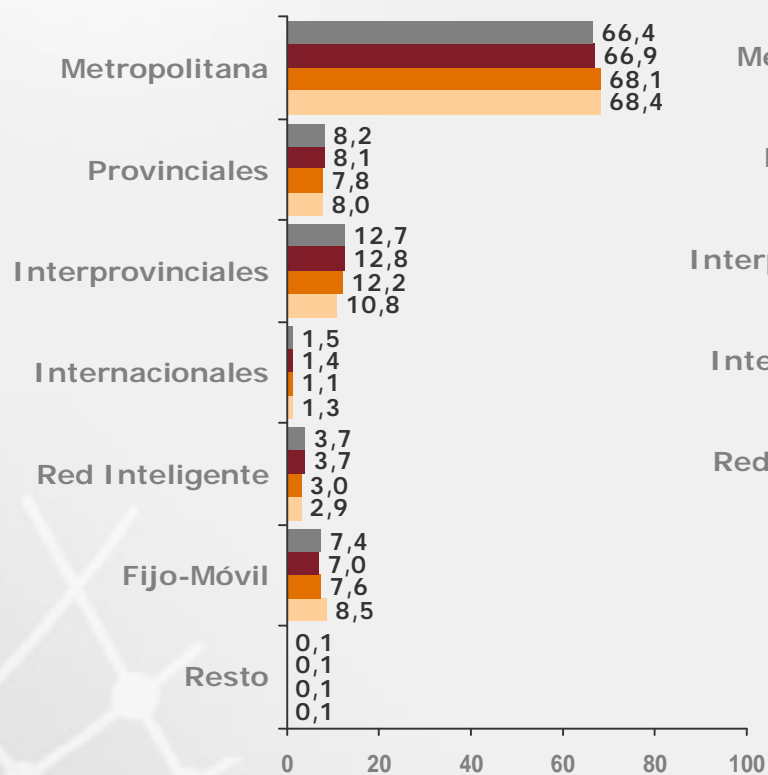
Minutos cursados y Gasto por tipo de llamada

COMPETENCIA

Facturas

En porcentaje sobre el total de minutos

En porcentaje sobre el total de gasto



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

BASE: Hogares con Teléfono fijo





- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- **Telefonía móvil**
- Audiovisual
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



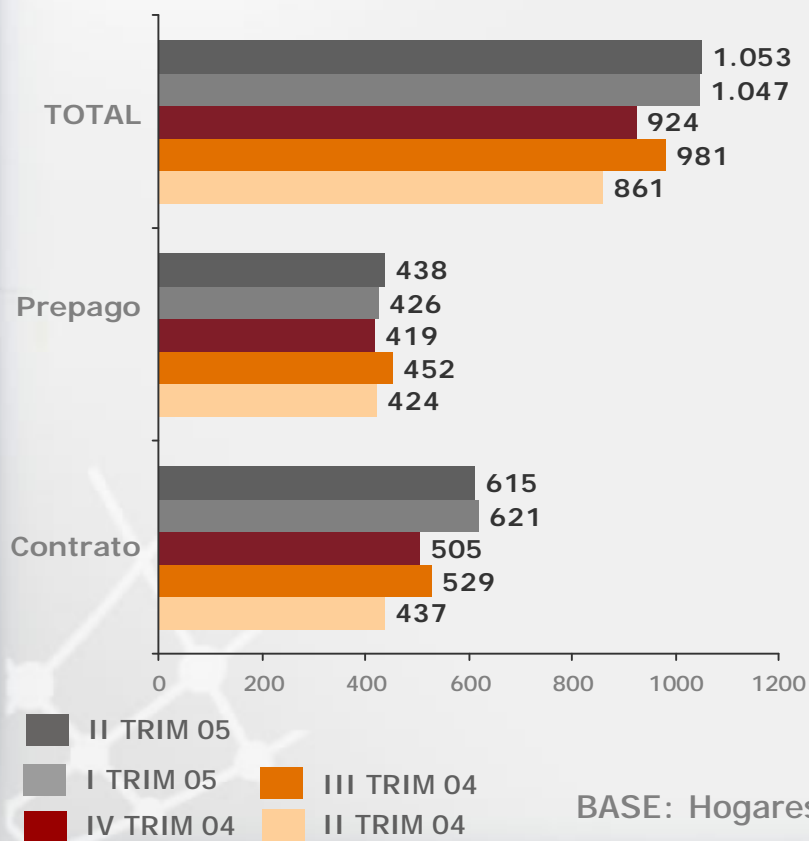
Telefonía Móvil

Gasto servicios finales de tel. móvil por forma de pago

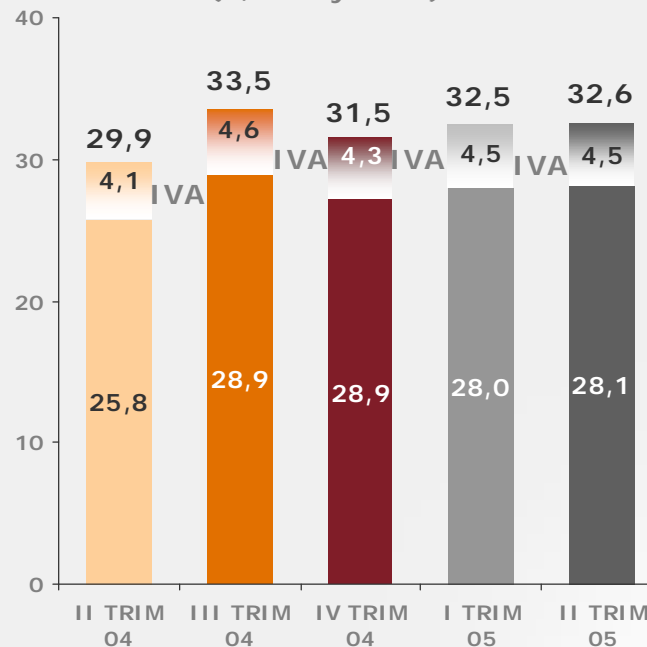
CONSUMO

Facturas

Gasto Trimestral Total (millones €)



Media mensual por hogar (€, incluye IVA)



Media: Gasto medio mensual de un hogar durante el período

BASE: Hogares con móvil



- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- **Audiovisual**
- Internet
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



Audiovisual

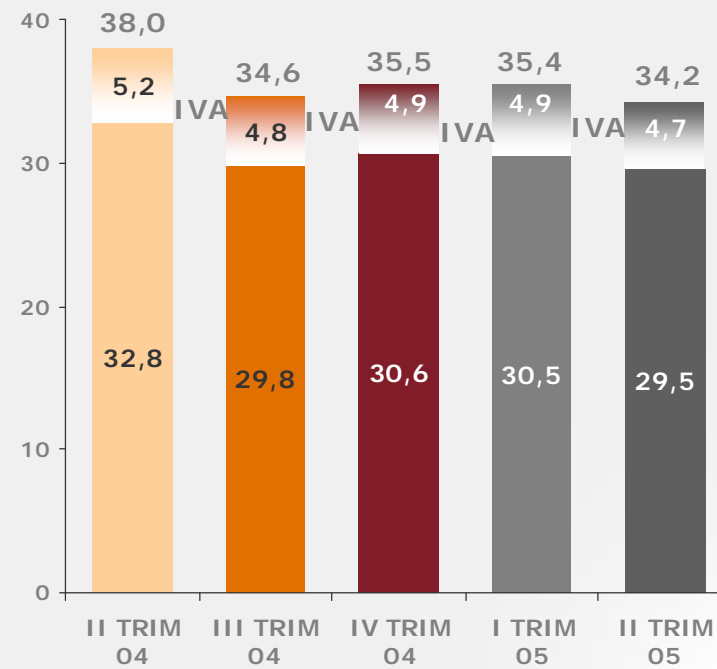
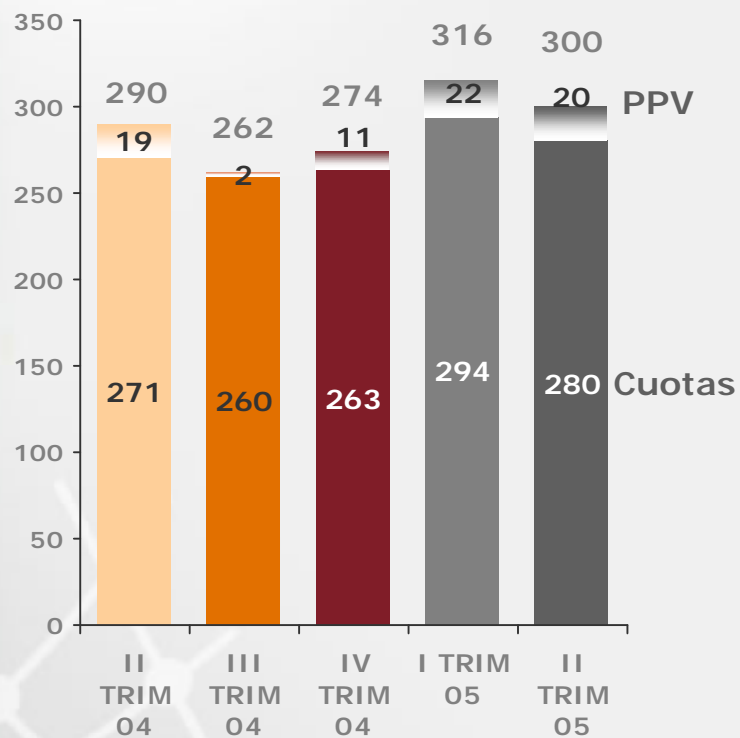
Gasto en servicios de TV de Pago

CONSUMO

Facturas

Gasto Trimestral Total (millones €)

Media mensual por hogar (€, IVA incluido)



Media: Gasto medio mensual de un hogar durante el período

BASE: Hogares con televisión de pago



- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- **Internet**
- Objetivos y metodología

ÍNDICE



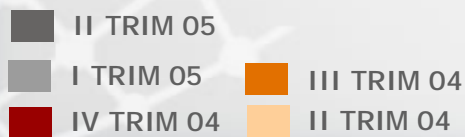
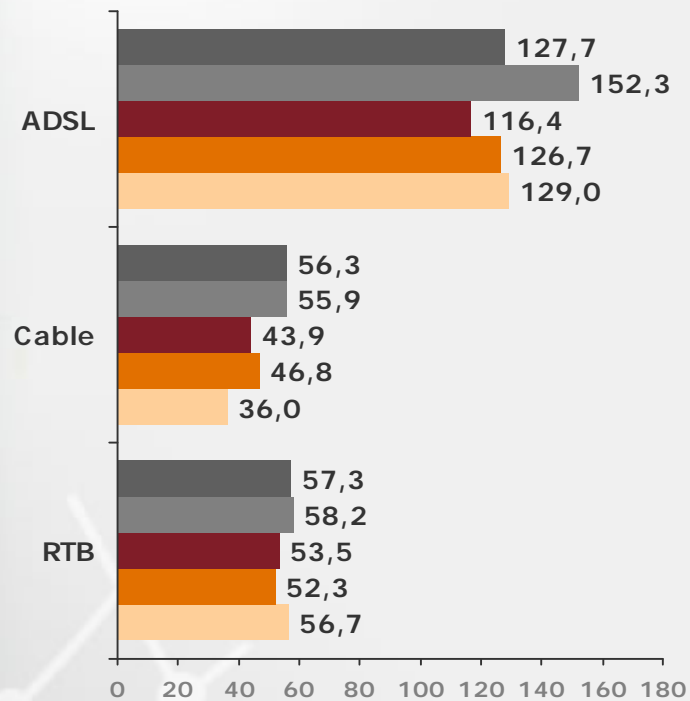
Internet

Gasto en Internet por tipo de tecnología

CONSUMO

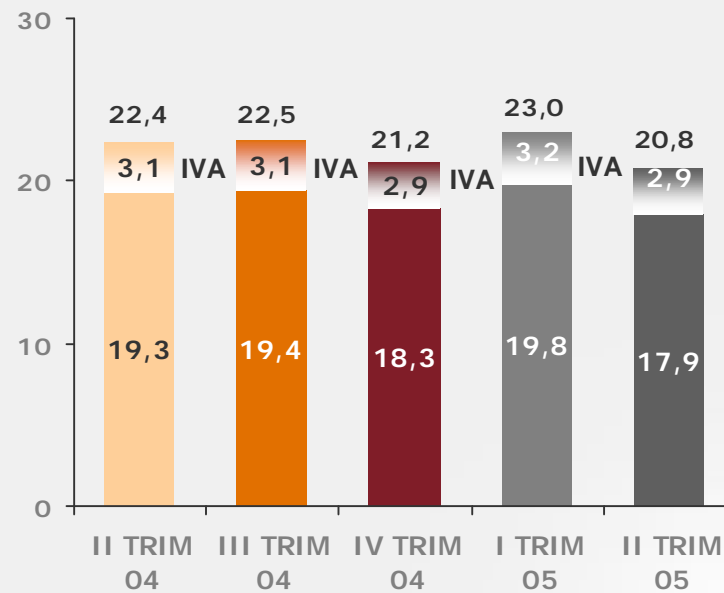
Facturas

Gasto Trimestral Total (millones €)



BASE: Hogares con Internet

Media mensual por hogar (€, incluye IVA)



Media: Gasto medio mensual de un hogar durante el período





- Principales resultados
- 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: 2.690 hogares.

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.

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 abril-junio, se ha dado por finalizada durante el mes de agosto.

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 $\pm 1,89\%$ para hogares.

NOTA: Para valorar los resultados hay que tener en cuenta que para los cálculos de gasto y de total de mercado se utilizan datos de las facturas de Abril-Junio y los datos de penetración corresponden al trimestre anterior Enero-Marzo. Esta consideración es aplicable al análisis de los mercados por separado.

red.es

