



# Panel de hogares XIV oleada

octubre-diciembre 2006



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, TURISMO  
Y COMERCIO

red.es  
observatorio

## A DESTACAR

---

### **El gasto en servicios TIC que realizaron los hogares españoles es de 2.840 millones de euros**

En el cuarto trimestre de 2006, los 15,5 millones de hogares españoles realizaron un gasto total TIC (telefonía fija, telefonía móvil, Internet y TV pago) de 2.840 millones de euros, es decir, 150 millones más de los generados en el mismo periodo del año 2005.

---

### **Sigue descendiendo el gasto realizado por los hogares en telefonía fija**

Durante el cuarto trimestre de 2006, los hogares que disponen de telefonía fija realizaron un gasto total de 986 millones de euros, 8 millones menos que el gasto realizado durante el cuarto trimestre de 2005. El gasto medio por hogar se sitúa en 29,7€/mes.

---

### **El gasto en telefonía móvil registra un crecimiento interanual de 68 millones de euros**

Durante el cuarto trimestre de 2006, el gasto total en telefonía móvil se sitúa en 1.211 millones de euros, frente a los 1.143 realizados en el último trimestre del año 2005, lo que supone un incremento del 5,6%.

---

### **Se mantiene estable el gasto realizado por los hogares españoles en TV de pago**

El servicio de TV de pago reafirma su estacionalidad y en lo referente al gasto realizado durante el cuarto trimestre del 2006 repite valores prácticamente idénticos a los que se generaron en el último trimestre de 2004 y 2005, cercanos a los 262 millones de euros. El gasto medio por hogar con TV de pago ha sido de 32,8 € cada mes, durante este trimestre.

---

### **El gasto en Internet experimenta un crecimiento interanual del 31%**

---

En el cuarto trimestre de 2006, el gasto total del servicio de Internet se sitúa en 381 millones, un 30,9% más que el gasto que se realizó en el cuarto trimestre de 2005. Existe cierta estabilidad en el gasto medio por hogar durante el año 2006 situándose este trimestre en 26,7€/mes.

---

### **Seis de cada diez euros que los hogares gastan en internet, corresponden a ADSL**

---

De los 381 millones de euros consumidos por los hogares españoles navegando por la Red durante el último trimestre del año 2006, 239 millones (62,5%) se realizaron a través de la tecnología de acceso ADSL.

## ÍNDICE

<b>1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS</b>	<b>5</b>
<b>2. EQUIPAMIENTO TIC</b>	<b>9</b>
<b>3. GASTO TIC</b>	<b>11</b>
<b>4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC</b>	<b>12</b>
<b>5. TELEFONÍA FIJA</b>	<b>14</b>
<b>6. TELEFONÍA MÓVIL</b>	<b>19</b>
<b>7. AUDIOVISUAL</b>	<b>24</b>
<b>8. INTERNET</b>	<b>28</b>
<b>9. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b>	<b>41</b>

**XIII oleada**  
jul-sep 2006

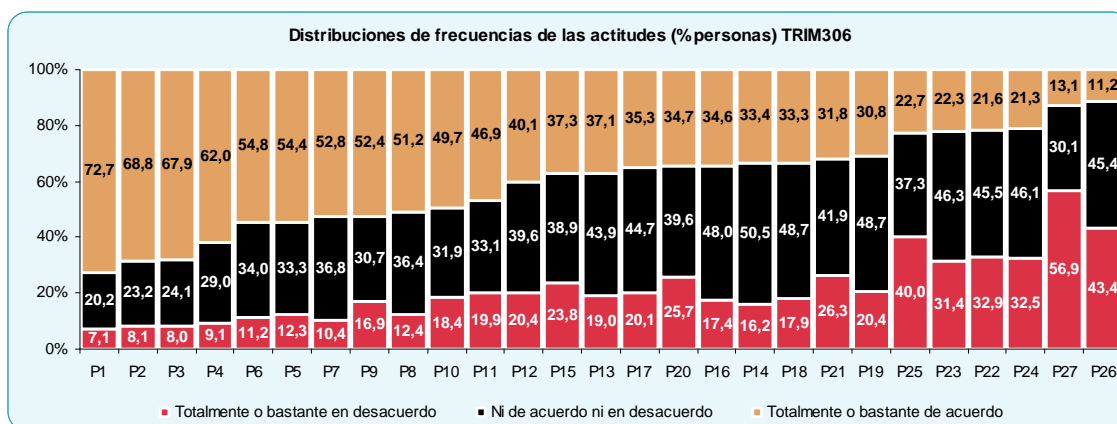
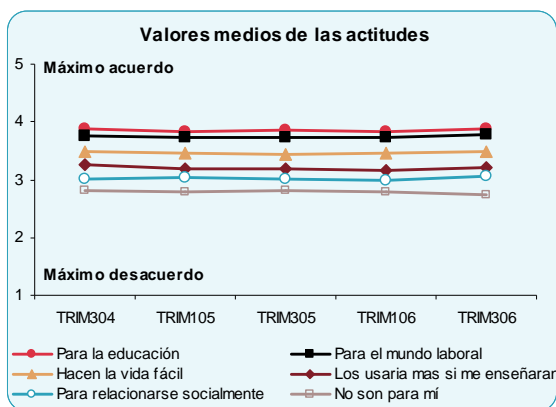
Los epígrafes señalados contienen información de la oleada o trimestre anterior; Esto obedece a que el presente informe corresponde a una oleada sin encuesta postal (cuestionarios) puesto que esta información se obtiene semestralmente, en oleadas alternas, mientras que se recoge trimestralmente la información de gasto (facturas), como es el caso de esta oleada.

## 1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

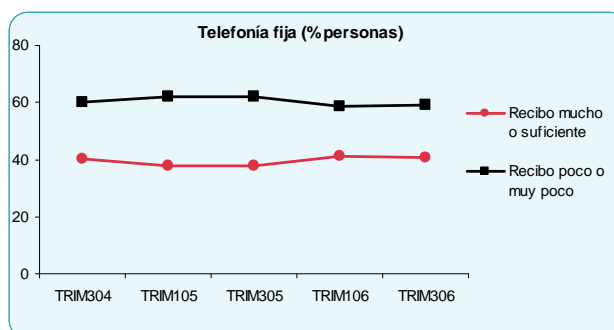
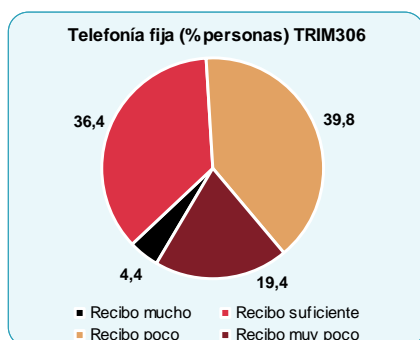
### 1.1. Actitudes

Valores medios (1 máx desacuerdo- 5 máx acuerdo)		TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
P1	Conocer las nuevas tecnologías será fundamental en la educación	3,88	3,84	3,85	3,84	3,89
P2	Las administraciones públicas deberían ayudar a conocerlas	3,87	3,82	3,85	3,86	3,84
P3	Conocer las nuevas tecnologías es importante en el mundo laboral	3,76	3,73	3,74	3,74	3,79
P4	Las nuevas tecnologías muchas veces no justifican su precio	3,68	3,64	3,68	3,66	3,66
P5	Quienes no se adapten a las nuevas tecnologías lo van a tener difícil	3,50	3,50	3,50	3,52	3,53
P6	Las nuevas tecnologías ayudan a resolver algunos problemas	3,48	3,49	3,49	3,49	3,50
P7	Las nuevas tecnologías hacen más fácil y cómoda la vida	3,48	3,47	3,44	3,46	3,49
P8	Las nuevas tecnologías hacen difícil separar el trabajo del tiempo libre	3,45	3,44	3,45	3,42	3,46
P9	Mi relación con las nuevas tecnologías es muy práctica	3,41	3,39	3,40	3,40	3,43
P10	Las nuevas tecnologías hacen que la gente se comunique menos	3,39	3,39	3,44	3,42	3,41
P11	Sólo me interesan tecnologías fáciles de poner en marcha y usar	3,31	3,33	3,28	3,33	3,32
P12	Usaría más productos y servicios tecnológicos si me enseñaran	3,26	3,19	3,20	3,17	3,21
P13	Me interesan las nuevas tecnologías, pero son muy caras para mí	3,26	3,24	3,24	3,23	3,21
P14	Las nuevas tecnologías no cumplen todas las promesas	3,20	3,20	3,24	3,20	3,20
P15	Para los niños Internet, tiene más desventajas que ventajas	3,21	3,21	3,20	3,22	3,18
P16	Las NNNT me permiten hacer lo que quiero, cuando y donde quiero	3,11	3,14	3,09	3,12	3,18
P17	El precio es lo más importante para mí a la hora de elegir	3,17	3,21	3,18	3,19	3,18
P18	Me incorporo cuando están suficientemente probadas	3,15	3,15	3,15	3,15	3,15
P19	Hasta que no bajen su precio, ni me planteo adquirir NNNT	3,15	3,14	3,17	3,14	3,13
P20	Para relacionarse socialmente es importante saber algo de NNNT	3,01	3,03	3,01	2,99	3,07
P21	Me gusta probar los nuevos avances tecnológicos	2,99	2,99	2,99	2,98	3,02
P22	No tengo claro lo que las nuevas tecnologías pueden hacer por mí	2,89	2,88	2,91	2,85	2,83
P23	Las nuevas tecnologías me ayudan a desarrollarme como persona	2,74	2,76	2,75	2,77	2,83
P24	Comienzo a usar NNNT cuando veo que varias personas lo hacen	2,74	2,77	2,76	2,77	2,81
P25	Las nuevas tecnologías no son para mí	2,82	2,78	2,82	2,79	2,73
P26	Comprar a través de Internet es seguro	2,51	2,54	2,49	2,52	2,52
P27	En mi entorno soy de los primeros en adquirir NNNT	2,26	2,31	2,29	2,30	2,34

En el tercer trimestre de 2006, los españoles presentan una actitud ligeramente más positiva hacia las nuevas tecnologías que la mostrada en el primer trimestre del año, especialmente su utilidad para la educación y el mundo laboral. Aún persiste cierta sensación de inseguridad en las compras a través de la Red, pero se sienten un poco más identificados con las NNNT.

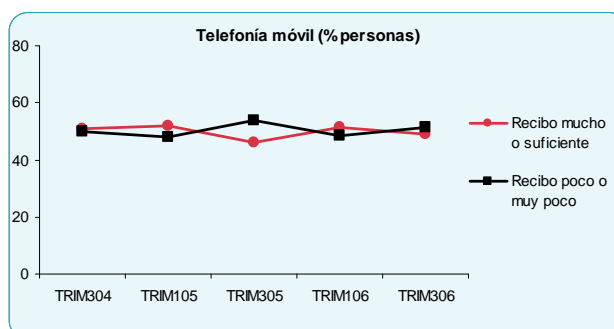
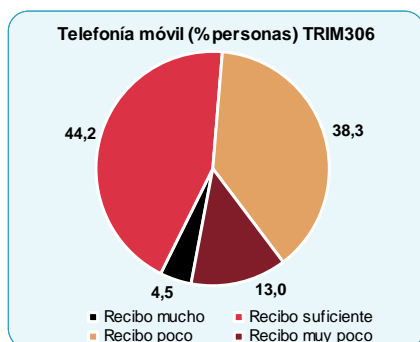


## 1.2. Relación precio/ utilidad de los servicios TIC.



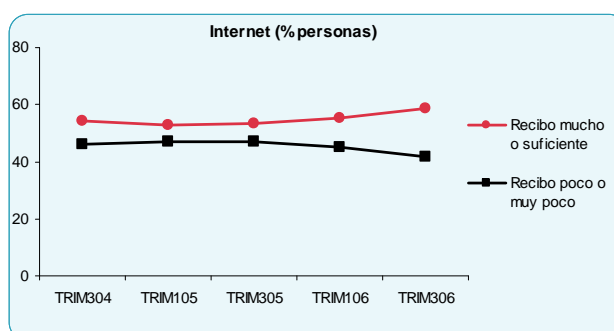
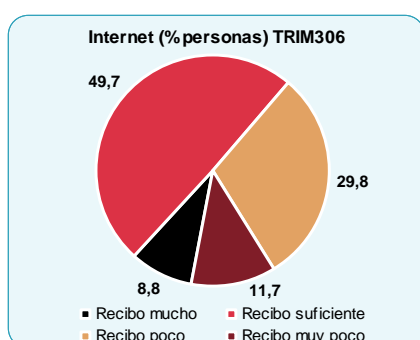
% individuos	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Recibo mucho	4,3	4,4	4,7	4,2	4,4
Recibo suficiente	35,8	33,4	33,3	36,9	36,4
Recibo poco	41,0	42,7	41,4	38,5	39,8
Recibo muy poco	19,0	19,5	20,7	20,4	19,4

El servicio de la telefonía fija se mantiene como el peor valorado. El 60% de la población considera que recibe poco o muy poco por lo que paga.



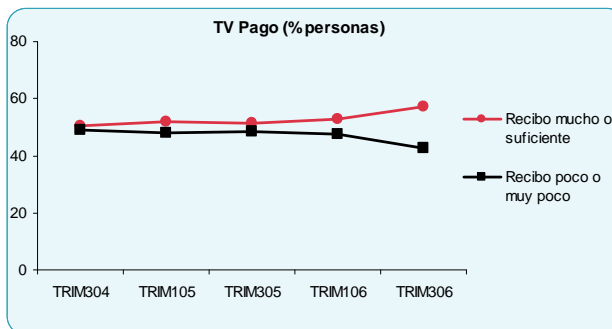
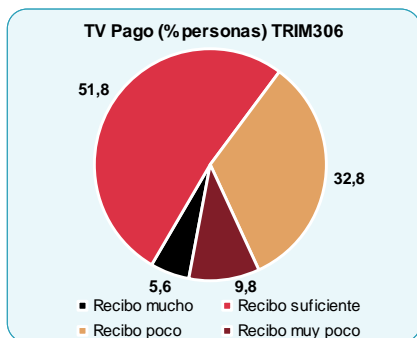
% individuos	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Recibo mucho	4,6	4,6	4,9	4,1	4,5
Recibo suficiente	46,1	47,5	41,4	47,5	44,2
Recibo poco	37,0	36,4	39,6	34,9	38,3
Recibo muy poco	13,0	11,6	14,1	13,6	13,0

Respecto al primer trimestre de 2006 la percepción precio/ utilidad de la telefonía móvil ha descendido levemente, aunque mejora respecto al año anterior.



% individuos	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Recibo mucho	7,1	8,3	8,4	8,6	8,8
Recibo suficiente	47,1	44,6	44,8	46,5	49,7
Recibo poco	34,0	34,4	34,4	32,1	29,8
Recibo muy poco	12,0	12,7	12,4	12,8	11,7

El 58,5% de las personas considera que recibe mucho o suficiente de Internet, 5,3 p.p. más que en el mismo trimestre del año anterior.



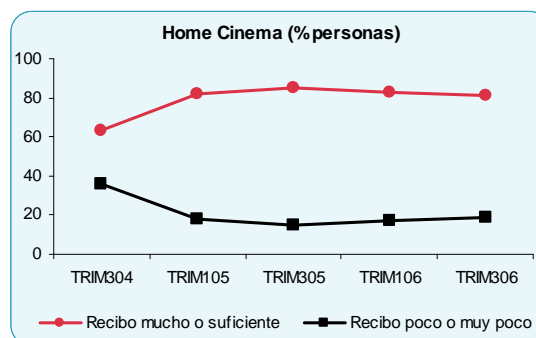
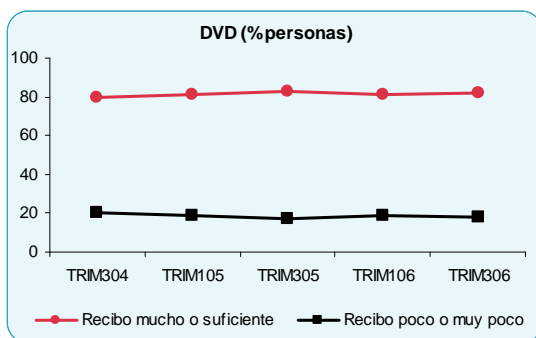
La relación entre la percepción del servicio prestado de TV de pago y su precio ha mejorado en el tercer trimestre de 2006. En este periodo decrece el número de hogares con TV de pago por lo que cabe entender que, al reducirse la base de hogares menos proclives, son los hogares fieles los causantes de la mejoría en la percepción de utilidad/precio.

% individuos	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Recibo mucho	5,0	3,9	6,5	6,7	5,6
Recibo suficiente	45,3	48,1	45,0	46,1	51,8
Recibo poco	33,0	34,2	34,9	31,7	32,8
Recibo muy poco	16,0	13,7	13,6	15,6	9,8

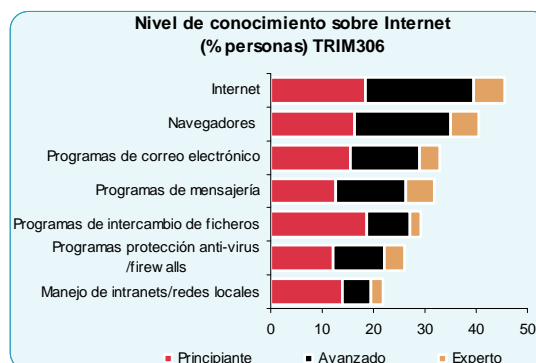
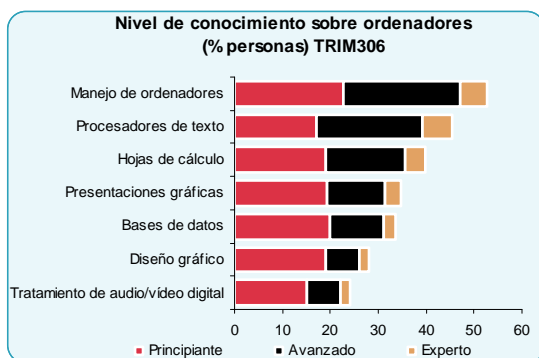
### 1.3. Relación precio/ utilidad de equipamientos TIC

% individuos		TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
DVD	Recibo mucho	11,9	13,0	13,1	13,1	13,4
	Recibo suficiente	67,8	68,6	70,1	68,5	68,6
	Recibo poco	14,0	13,6	12,2	12,5	12,3
	Recibo muy poco	6,0	4,8	4,6	6,1	5,8
Home Cinema	Recibo mucho	7,3	11,1	15,9	15,8	11,9
	Recibo suficiente	56,0	70,6	69,0	67,2	69,0
	Recibo poco	21,0	11,3	10,6	12,6	15,6
	Recibo muy poco	15,0	7,0	4,6	4,4	3,5
Videoconsola	Recibo mucho	9,0	11,8	14,6	14,9	12,3
	Recibo suficiente	50,7	57,2	58,3	57,2	58,6
	Recibo poco	25,0	20,7	18,0	19,1	17,7
	Recibo muy poco	16,0	13,7	9,1	8,9	11,3

Tanto el DVD como el Home Cinema tienen una buena relación utilidad/precio; ocho de cada diez personas mayores de 15 años que disponen de dichos equipamientos, consideran que reciben mucho o suficiente por lo que pagaron.



## 1.4. Nivel de conocimientos sobre ordenadores e Internet



El 52,7% de la población española sabe manejar un ordenador. De este porcentaje, un 24,3% del total de individuos, declara poseer un conocimiento avanzado.

Por otro lado, se constata que el 45,5% de los individuos encuestados posee algún tipo de conocimiento sobre Internet. Un 21% se considera usuario avanzado, un 6,1% se declara experto y un 18,4% principiante.

En cuanto a aplicaciones, un 28,3% declara ser usuario avanzado o experto de procesadores de texto y un 20,5% manifiesta serlo en el manejo de las hojas de cálculo.

### Conocimientos sobre ordenadores

% individuos (TRIM306)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Manejo de ordenadores	22,8	24,3	5,6	34,2	13,1
Procesadores de texto	17,1	22,0	6,3	40,1	14,5
Hojas de cálculo	19,2	16,4	4,1	45,6	14,7
Presentaciones gráficas	19,2	12,2	3,2	50,4	14,9
Bases de datos	19,8	11,2	2,7	51,0	15,2
Diseño gráfico	19,1	7,0	1,9	56,9	15,1
Tratamiento de audio/vídeo digital	15,2	7,0	1,8	60,5	15,5

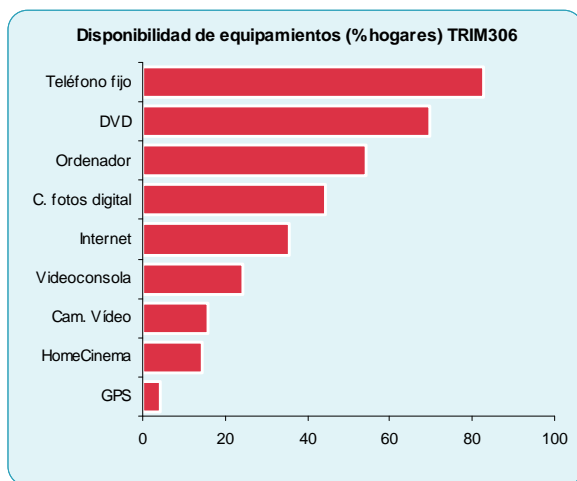
### Conocimientos sobre Internet

% individuos (TRIM306)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Internet	18,4	21,0	6,1	39,6	14,9
Navegadores	16,3	18,9	5,5	44,2	15,2
Programas de correo electrónico	15,6	13,4	3,9	51,8	15,4
Programas de mensajería	12,7	13,6	5,6	53,0	15,1
Programas de intercambio de ficheros	18,7	8,3	2,3	55,5	15,2
Programas protección anti-virus /firewall	12,0	10,2	3,7	59,0	15,1
Manejo de intranets/redes locales	13,9	5,6	2,3	62,6	15,5



## 2. EQUIPAMIENTO TIC

### 2.1. Equipamiento en el hogar

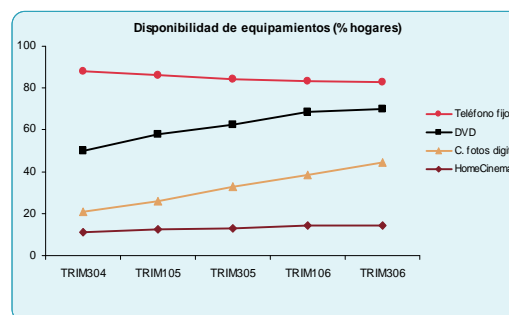


Continúa el descenso progresivo de los hogares que disponen de teléfono fijo. En el tercer trimestre del año 2006 se sitúa en el 82,8%. El 69,8% de los hogares españoles disponen de DVD y el 54,1% tienen ordenador en casa. En el 44,4% de los hogares alguno de sus miembros declara poseer cámara de fotos digital mientras que el porcentaje de hogares conectados a la Red en el tercer trimestre del año 2006 es del 35,6%.

% hogares	Teléfono fijo	DVD	Ordenador	C. fotos digital	Internet	Videoconsola	Cam. Video	HomeCinema	GPS
TRIM304	87,9	50,2	47,8	20,8	27,3	25,5	11,1	10,9	1,3
TRIM105	86,2	57,8	48,5	26,0	29,5	24,1	10,4	12,3	0,8
TRIM305	84,3	62,5	50,1	32,9	32,1	24,3	12,5	13,1	2,1
TRIM106	83,5	68,3	51,5	38,4	33,9	24,7	15,3	14,5	2,6
TRIM306	82,8	69,8	54,1	44,4	35,6	24,4	15,7	14,3	4,1

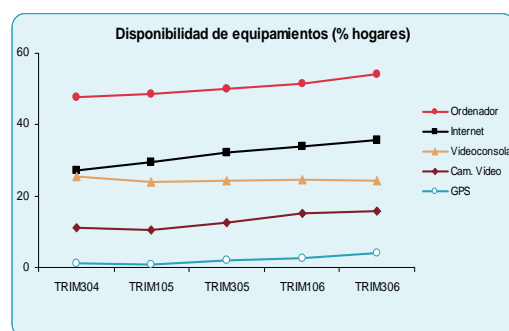
La cámara de fotos digital en el hogar, es el dispositivo con mayor crecimiento durante el tercer trimestre de 2006, sube 6 puntos porcentuales respecto al primer trimestre del mismo año.

puntos porcentuales de incremento	Teléfono fijo	DVD	C. fotos digital	Home Cinema
TRIM304 al TRIM105	-1,7	7,6	5,2	1,4
TRIM105 al TRIM305	-1,9	4,7	6,9	0,8
TRIM305 al TRIM106	-0,8	5,8	5,5	1,4
TRIM106 al TRIM306	-0,7	1,5	6,0	-0,2

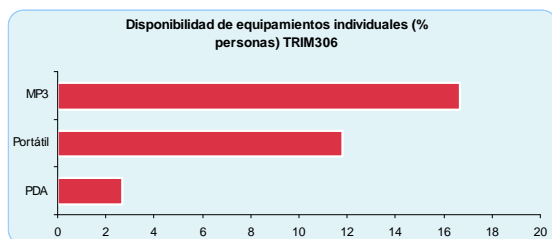


La posesión de ordenador en el hogar aumenta 2,6 puntos porcentuales en el tercer trimestre del año 2006. El crecimiento de Internet en el citado periodo de 1,7 puntos.

puntos porcentuales de incremento	Ordenador	Internet	Videoconsola	C. video	GPS
TRIM304 al TRIM105	0,7	2,2	-1,4	-0,7	-0,5
TRIM105 al TRIM305	1,6	2,6	0,2	2,1	1,3
TRIM305 al TRIM106	1,4	1,8	0,4	2,8	0,5
TRIM106 al TRIM306	2,6	1,7	-0,3	0,4	1,5

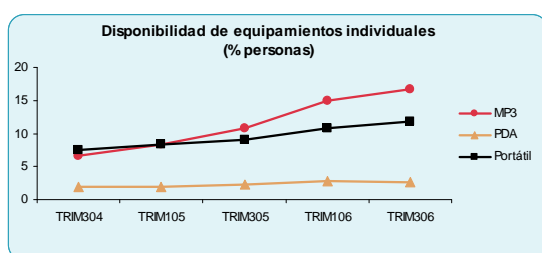


## 2.2. Equipamiento individual



% individuos	MP3	PDA	Portátil
TRIM304	6,6	1,9	7,4
TRIM105	8,4	1,9	8,3
TRIM305	10,8	2,2	9,1
TRIM106	14,9	2,7	10,7
TRIM306	16,7	2,7	11,8

Continúa el aumento de los dispositivos personales como el MP3 y el ordenador portátil, que experimentan respectivamente un incremento de 5,9 y 2,7 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior.

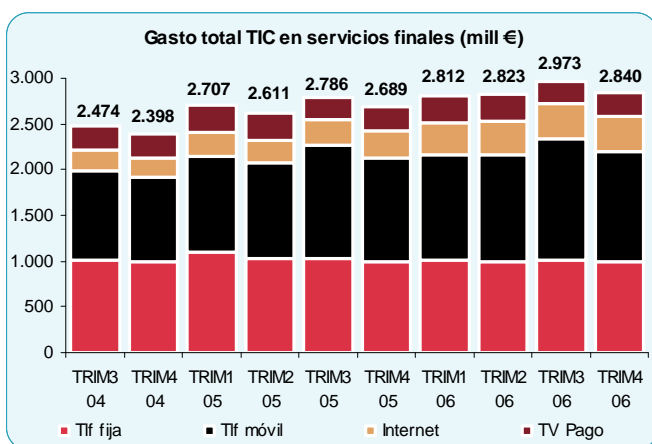


% de incremento porcentual	MP3	PDA	Portátil
TRIM304 al TRIM105	1,8	0,0	0,9
TRIM105 al TRIM305	2,4	0,3	0,8
TRIM305 al TRIM106	4,1	0,5	1,6
TRIM106 al TRIM306	1,8	0,0	1,1

### 3. GASTO TIC

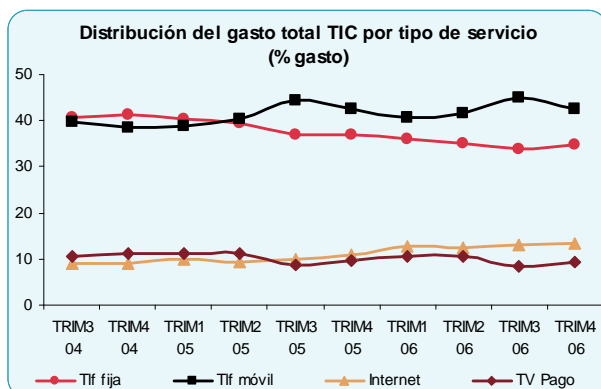
Gasto servicios TIC (TRIM406)	% de hogares	Nº de hogares (miles)	Gasto servicios TIC (millones €)
Telefonía fija	82,8	12.833	986
Telefonía móvil	84,4	13.082	1.211
Internet	35,6	5.517	381
TV pago	19,9	3.084	262
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>15.493</b>	<b>2.840</b>

En el cuarto trimestre de 2006, los 15,5 millones de hogares españoles realizan un gasto en servicios TIC de 2.840 millones de euros.



El gasto realizado en telefonía móvil en el cuarto trimestre de 2006, se sitúa en 1.211 millones de euros, mientras en el mercado de la telefonía fija alcanza 986 millones de euros. Por otro lado, el gasto realizado en Internet es de 381 millones de euros y el realizado en TV de pago alcanza los 262 millones.

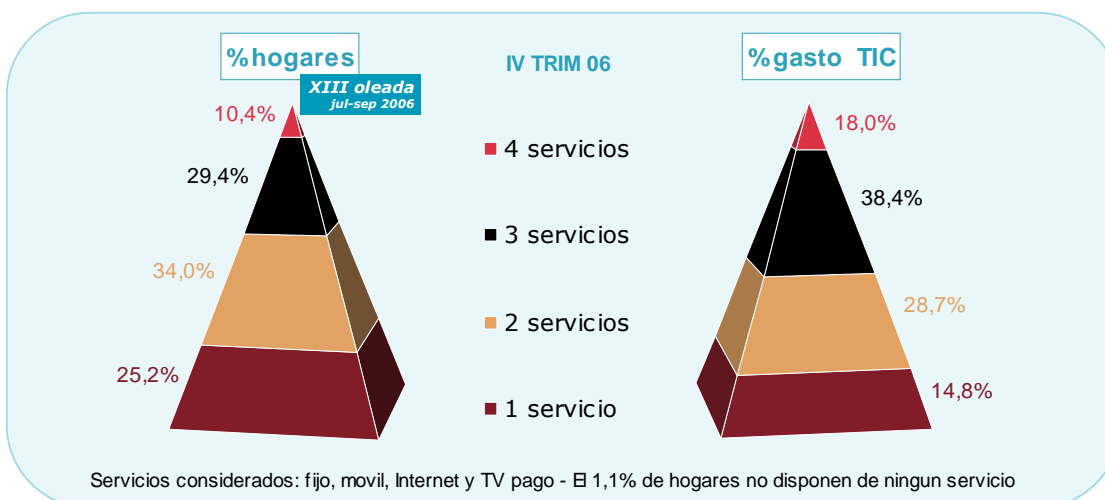
Gasto por servicios TIC	Millones de €					Porcentaje			
	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago	Total	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago
TRIM304	1.007	982	226	259	2.474	40,7	39,7	9,1	10,5
TRIM404	993	924	214	267	2.398	41,4	38,5	8,9	11,1
TRIM105	1.093	1.047	266	301	2.707	40,4	38,7	9,8	11,1
TRIM205	1.027	1.053	241	290	2.611	39,3	40,3	9,2	11,1
TRIM305	1.030	1.237	274	245	2.786	37,0	44,4	9,8	8,8
TRIM405	994	1.143	291	261	2.689	37,0	42,5	10,8	9,7
TRIM106	1.017	1.146	356	293	2.812	36,2	40,7	12,7	10,4
TRIM206	988	1.171	368	296	2.823	35,2	41,7	12,6	10,5
TRIM306	1.003	1.340	384	246	2.973	33,7	45,1	12,9	8,3
TRIM406	<b>986</b>	<b>1.211</b>	<b>381</b>	<b>262</b>	<b>2.840</b>	<b>34,7</b>	<b>42,6</b>	<b>13,4</b>	<b>9,2</b>



El consumo en telefonía móvil representa el 42,6% del gasto total en servicios TIC, 7,9 p.p. por encima del gasto realizado en telefonía fija que es del 34,7%.

El peso de Internet sobre el total de los cuatro servicios TIC vuelve a crecer, en este periodo hasta el 13,4% y la TV de pago representa el 9,2% del gasto total en servicios TIC.

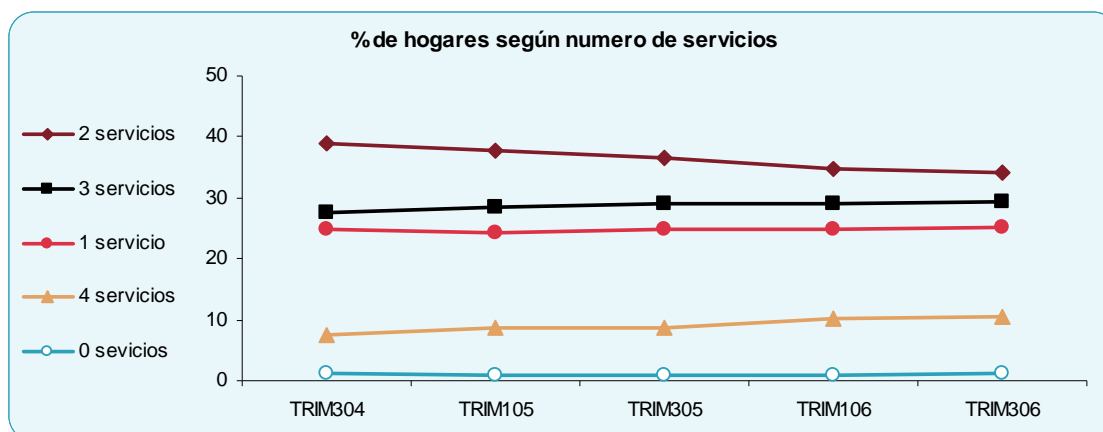
#### 4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC



En torno al 29% de los hogares españoles disponen de 3 servicios y realizan el 38,4% del gasto total TIC. También es destacado el gasto que realizan los hogares con 2 servicios, el 28,7% del gasto total. El resto del gasto se lo reparten los hogares con 1 y 4 servicios con un 14,8% y un 18%, respectivamente.

#### Porcentaje de hogares según número de servicios

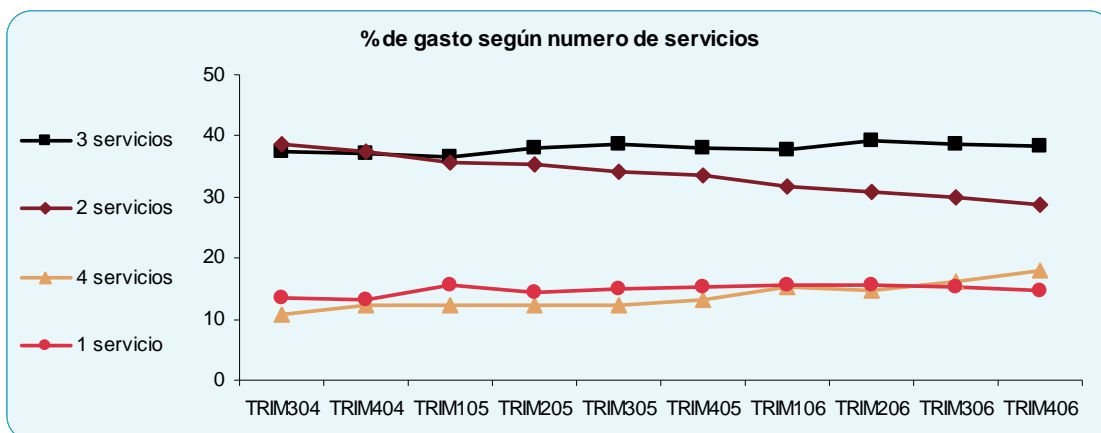
XIII oleada  
Jul-sep 2006



El aumento progresivo del equipamiento de los hogares españoles se evidencia, entre otras variables, en el descenso del porcentaje de hogares con 2 servicios, descenso constante desde hace dos años, en favor de los hogares con 3 y 4 servicios, que presentan una tendencia ligeramente positiva.

% de hogares	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
4 servicios	7,6	8,7	8,8	10,3	10,4
3 servicios	27,5	28,4	29,0	29,1	29,4
2 servicios	38,8	37,7	36,4	34,8	34,0
1 servicio	24,9	24,4	25,0	25,0	25,2
0 servicios	1,2	0,8	0,9	0,8	1,1

## Porcentaje de gasto según número de servicios

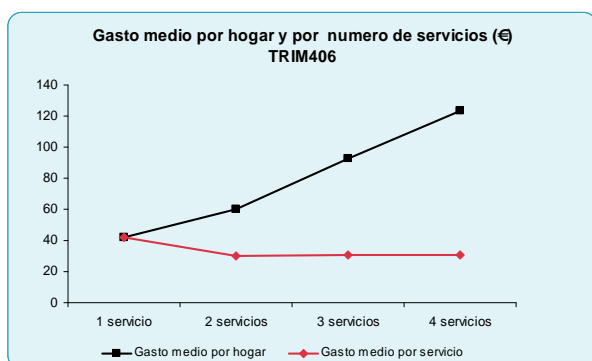


La tendencia creciente del número de hogares con 3 y 4 servicios se ve reflejada en el gasto TIC que realizan los mismos. Los hogares con 3 servicios se sitúan 9,7 puntos porcentuales por encima del gasto realizado por los hogares con 2 servicios contratados.

% de gasto	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406
4 servicios	10,8	12,3	12,2	12,4	12,2	13,3	15,2	14,6	16,3	18,0
3 servicios	37,3	37,1	36,6	37,9	38,5	37,9	37,6	39,1	38,6	38,4
2 servicios	38,5	37,3	35,5	35,3	34,2	33,5	31,6	30,9	29,8	28,7
1 servicio	13,4	13,3	15,7	14,4	15,1	15,4	15,5	15,5	15,3	14,8

## Evolución del gasto medio mensual por hogar (€) – IVA incluido -

Gasto medio (€)	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406
1 servicio	36,3	34,8	44,2	39,1	42,7	42,0	43,5	43,7	45,2	41,7
2 servicios	66,7	62,6	64,8	62,2	66,7	63,0	63,8	62,5	65,1	60,0
3 servicios	91,4	88,0	88,8	88,8	94,2	89,4	90,9	94,6	97,3	92,6
4 servicios	95,2	105,4	97,5	95,1	98,4	103,5	104,2	100,1	116,9	123,3



Durante el cuarto trimestre del año 2006, sólo aumenta el gasto medio mensual por hogar en los hogares con 4 servicios, alcanzando los 123,3 € de media.

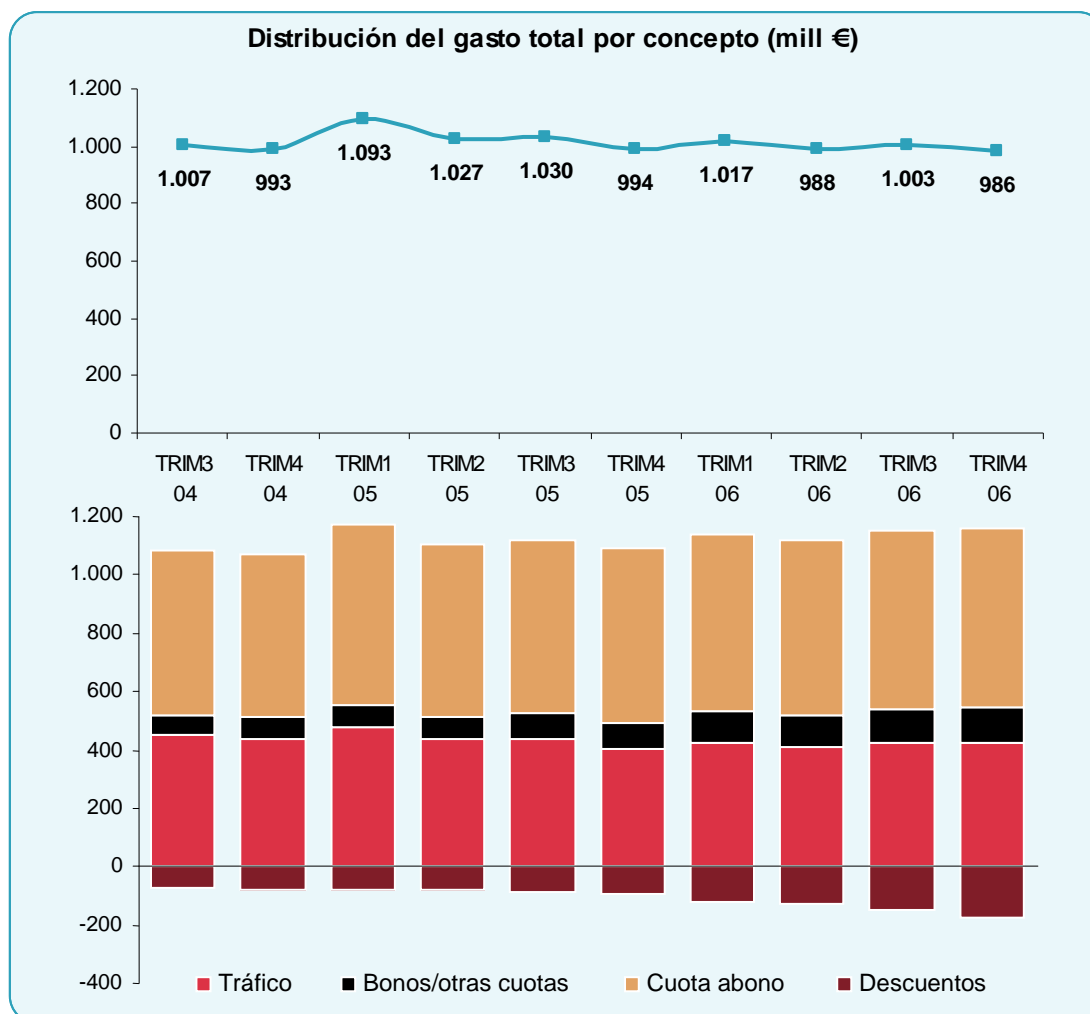
El gasto medio mensual por servicio ronda los 30€, independientemente de si se tienen contratados 2, 3 ó 4 servicios.

## Evolución del gasto medio mensual por número de servicios (€) – IVA incluido -

Gasto medio (€)	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406
1 servicio	36,3	34,8	44,2	39,1	42,7	42,0	43,5	43,7	45,2	41,7
2 servicios	33,3	31,3	32,4	31,1	33,4	31,5	31,9	31,2	32,6	30,0
3 servicios	30,5	29,3	29,6	29,6	31,4	29,8	30,3	31,5	32,4	30,9
4 servicios	23,8	26,3	24,4	23,8	24,6	25,9	26,1	25,0	29,2	30,8

## 5. TELEFONÍA FIJA

### 5.1. Distribución del gasto

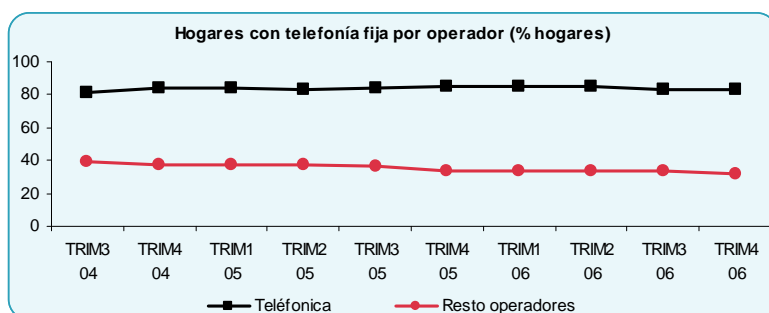


Millones €	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406
Tráfico	449	438	479	436	437	404	427	410	421	423
Bonos/otras cuotas	67	74	75	73	86	86	108	107	117	125
Cuota abono	565	558	622	598	593	600	604	601	615	611
Descuentos	-74	-77	-83	-80	-86	-96	-122	-130	-150	-173
<b>Gto total</b>	<b>1.007</b>	<b>993</b>	<b>1.093</b>	<b>1.027</b>	<b>1.030</b>	<b>994</b>	<b>1.017</b>	<b>988</b>	<b>1.003</b>	<b>986</b>

El mercado total residencial de telefonía fija en el cuarto trimestre de 2006 se sitúa en 986 millones de €. La cuota de abono suma 611 millones y el tráfico cursado es de 423 millones. Crecen los descuentos (80% de incremento respecto al mismo período de 2005) aplicados al total de este mercado residencial que ascienden a 173 millones de €, y crecen también, aunque en menor cuantía, el gasto en bonos y otras cuotas (45% de incremento –también respecto al cuarto trimestre de 2005-).

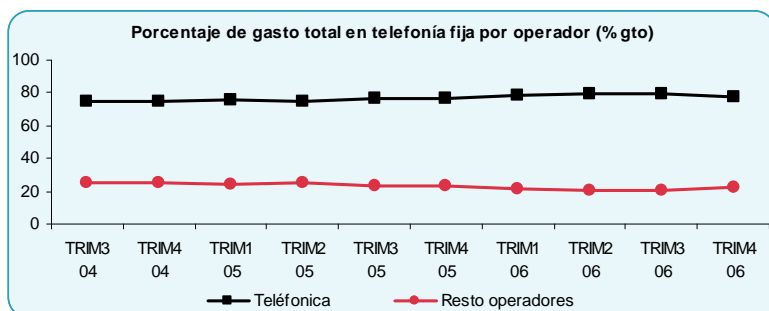
## 5.2. Hogares y gasto por operador

HOGARES	Porcentaje		Absolutos (miles hogares)	
	Teléfonoica	Resto operadores	Teléfonoica	Resto operadores
TRIM304	81,6	39,0	10.205	4.873
TRIM404	84,4	37,2	10.558	4.658
TRIM105	83,8	37,1	10.970	4.856
TRIM205	83,3	37,2	10.918	4.870
TRIM305	84,5	36,3	10.816	4.655
TRIM405	85,3	34,1	10.921	4.371
TRIM106	85,5	33,5	11.075	4.337
TRIM206	85,2	33,5	11.033	4.332
TRIM306	83,6	33,6	10.727	4.310
TRIM406	83,5	32,1	10.718	4.118



En el cuarto trimestre de 2006, 10,7 millones de hogares tienen contratado el servicio de telefonía fija con el operador incumbente, que suman el 83,5% de los hogares con telefonía fija. El 32,1% tienen contratados los servicios con otros operadores (o bien de acceso indirecto o bien a través de un operador de cable).

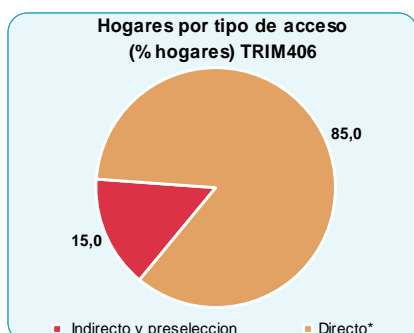
GASTO	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Teléfonoica	Resto operadores	Teléfonoica	Resto operadores
TRIM304	75,2	24,8	757	250
TRIM404	75,0	25,0	745	248
TRIM105	75,4	24,6	823	269
TRIM205	75,0	25,0	770	257
TRIM305	76,2	23,8	785	245
TRIM405	76,9	23,1	763	230
TRIM106	78,3	21,7	797	220
TRIM206	79,1	20,9	782	206
TRIM306	79,2	20,8	794	208
TRIM406	77,9	22,1	768	218



En el último trimestre del año 2006, desciende ligeramente el porcentaje del gasto del operador incumbente, que sitúa su cuota de mercado en 77,9% (768 M€). El resto de operadores acumulan un gasto de 218 millones de euros, lo que corresponde al 22,1% del total de mercado, cuota ligeramente superior a la del trimestre anterior.

### 5.3. Hogares, minutos y gasto por tipo de acceso

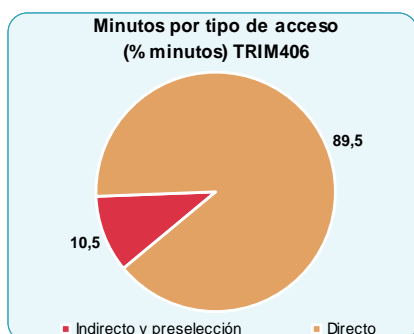
#### Hogares por tipo de acceso



Hogares	Porcentaje		Absolutos (Miles)	
	Indirecto y preselección	Directo*	Indirecto y preselección	Directo*
TRIM304	21,5	78,5	2.694	9.815
TRIM404	20,5	79,5	2.563	9.946
TRIM105	19,9	80,1	2.602	10.506
TRIM205	19,6	80,4	2.567	10.541
TRIM305	20,0	80,0	2.563	10.244
TRIM405	18,8	81,2	2.412	10.395
TRIM106	18,4	81,6	2.384	10.559
TRIM206	18,0	82,0	2.332	10.611
TRIM306	16,5	83,5	2.123	10.709
TRIM406	15,0	85,0	1.924	10.908

El porcentaje de hogares con telefonía fija de acceso indirecto representa sólo el 15% del total de hogares con teléfono fijo. Este porcentaje descendiendo lentamente, pero de forma constante.

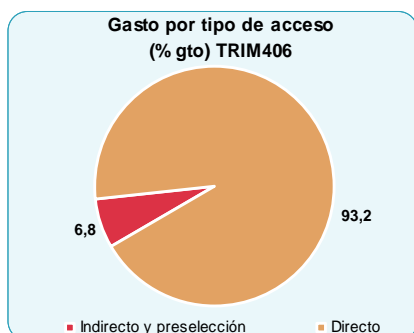
#### Minutos cursados por tipo de acceso



Minutos	Porcentaje		Absolutos (Millones)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM304	16,6	83,4	1.323	6.642
TRIM404	17,9	82,1	1.469	6.750
TRIM105	17,4	82,6	1.603	7.592
TRIM205	17,4	82,6	1.444	6.876
TRIM305	18,3	81,7	1.457	6.504
TRIM405	15,4	84,6	1.187	6.505
TRIM106	14,7	85,3	1.263	7.338
TRIM206	13,0	87,0	1.015	6.792
TRIM306	11,7	88,3	895	6.740
TRIM406	10,5	89,5	812	6.894

El descenso en el número de hogares con acceso indirecto se traduce en una caída del número de minutos realizados del 46,2% respecto a hace un año.

#### Gasto realizado por tipo de acceso



Gasto	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM304	9,8	90,2	89	917
TRIM404	8,9	91,1	91	901
TRIM105	9,2	90,8	90	1.003
TRIM205	8,2	91,8	82	944
TRIM305	8,0	92,0	95	934
TRIM405	9,2	90,8	80	913
TRIM106	7,7	92,3	78	939
TRIM206	6,9	93,1	68	920
TRIM306	6,4	93,6	64	939
TRIM406	6,8	93,2	67	919

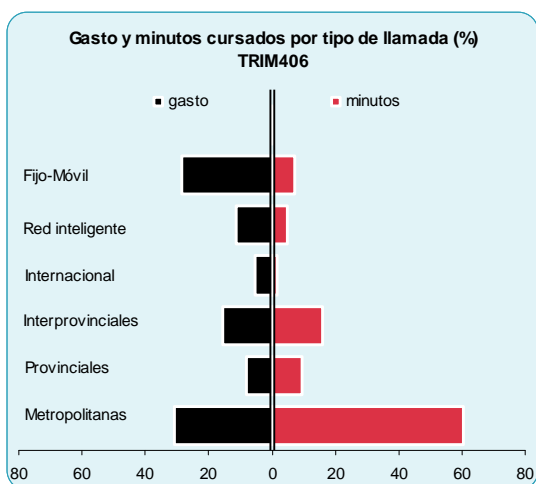
El gasto realizado en telefonía fija por tipo de acceso directo, supone un mercado de 919 millones de €, lo que representa el 93,2% del total del consumo realizado en la telefonía fija.



## 5.4. Minutos y gasto por tipo de llamada

### Porcentaje de *minutos* cursados por tipo de llamada

% minutos	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM304	68,4	8,0	10,8	1,3	2,9	8,5	0,1
TRIM404	68,1	7,8	12,2	1,1	3,0	7,6	0,1
TRIM105	66,9	8,1	12,8	1,4	3,7	7,0	0,1
TRIM205	66,4	8,2	12,7	1,5	3,7	7,4	0,1
TRIM305	65,7	8,3	12,5	1,3	3,6	8,5	0,2
TRIM405	66,8	7,8	13,6	1,4	3,0	7,3	0,1
TRIM106	67,3	8,0	13,7	1,3	3,3	6,2	0,2
TRIM206	64,8	8,3	15,8	1,3	3,2	6,3	0,1
TRIM306	65,2	8,8	13,4	1,3	3,8	7,4	0,1
TRIM406	60,6	9,6	16,0	1,8	4,8	7,2	0,1



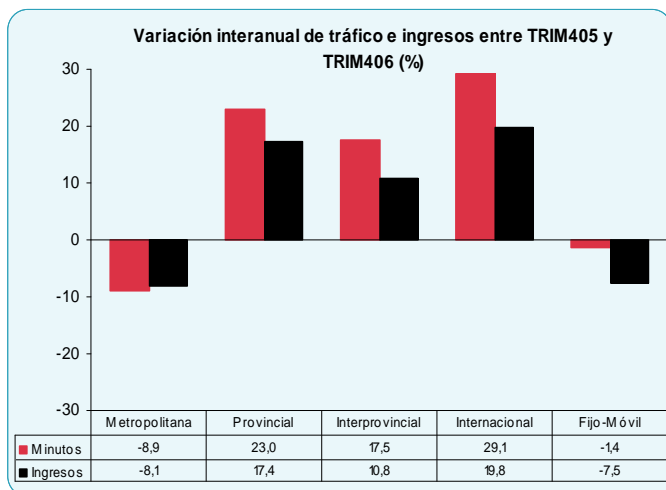
Por tipo de llamada, se observa que las interprovinciales experimentan un repunte de 2,6 puntos porcentuales respecto al tercer trimestre de 2006 en el consumo de minutos cursados, representado el 16% de todas las llamadas realizadas.

Aunque en el último trimestre del año 2006 desciende, tanto el porcentaje de minutos como el de gasto de las llamadas metropolitanas, son éstas, con un 30,7%, las llamadas con mayor participación en el porcentaje de gasto.

### Porcentaje de *gasto* realizado por tipo de llamada

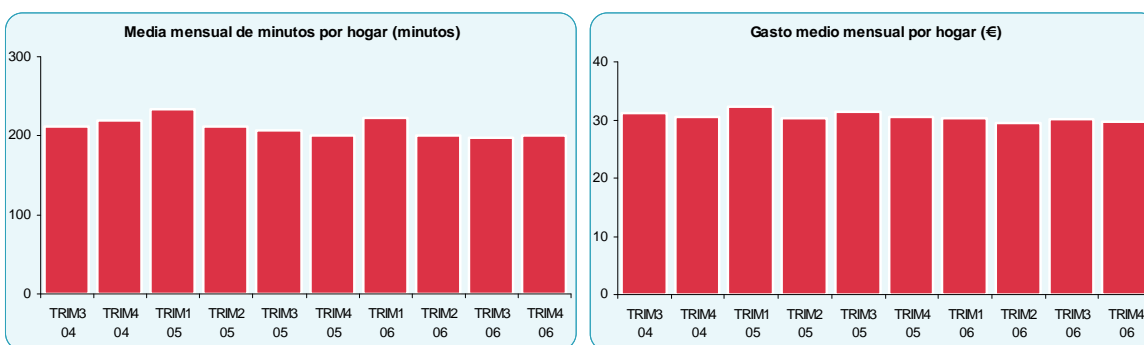
% de gasto	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM304	33,8	7,4	11,1	4,6	8,1	34,1	0,9
TRIM404	34,7	7,3	13,0	4,1	7,5	32,7	0,6
TRIM105	35,3	7,7	14,0	4,6	8,4	29,6	0,4
TRIM205	34,2	7,8	13,8	5,1	7,6	30,9	0,6
TRIM305	32,2	7,5	12,7	4,5	8,0	34,4	0,7
TRIM405	34,2	7,1	14,2	4,6	7,8	31,6	0,6
TRIM106	36,0	7,7	15,0	4,5	8,6	27,6	0,5
TRIM206	34,1	7,5	16,0	4,5	10,0	27,5	0,5
TRIM306	32,2	7,8	13,5	3,9	12,3	29,8	0,6
TRIM406	30,7	8,2	15,4	5,4	11,5	28,6	0,2

## Variación interanual de tráfico e ingresos



Del cuarto trimestre de 2005 al cuarto trimestre de 2006, las llamadas provinciales, interprovinciales e internacionales, han incrementado el número de minutos consumidos en un 23%, 17,5% y 29,1% respectivamente, lo que implica un incremento en los ingresos repercutidos correspondientes a dichas llamadas de 17,4%, 10,8% y 19,8% respectivamente.

## 5.5. Minutos y gastos medios por hogar



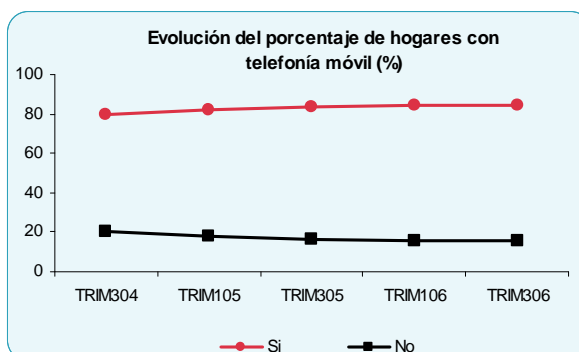
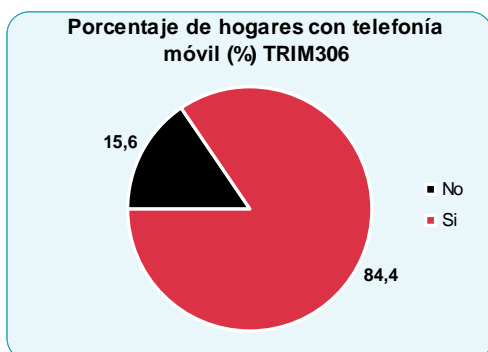
El gasto medio mensual por hogar de la telefonía fija durante el último trimestre del año 2006, se sitúa en 29,7 €/mes (IVA incluido) y la media mensual de minutos cursados por hogar es de 200 minutos.

Media mensual por hogar	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406
Minutos	212	219	234	212	207	200	222	201	198	200
Euros	31,1	30,6	32,2	30,3	31,4	30,5	30,4	29,5	30,2	29,7

## 6. TELEFONÍA MÓVIL

XIII oleada  
jul-sep 2006

### 6.1. Hogares con móvil

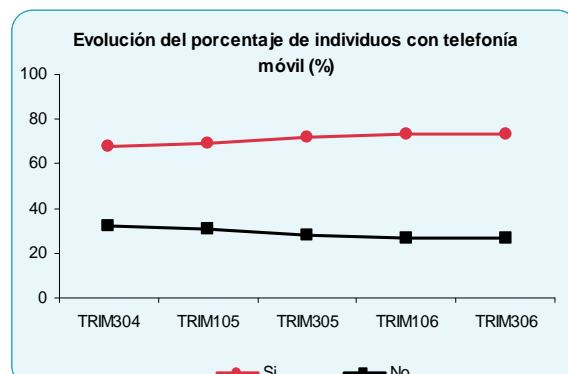
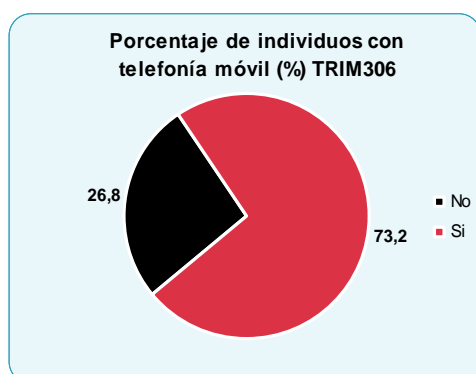


El porcentaje de hogares con servicio de telefonía móvil es de 84,4%. Supera al de la telefonía fija en 1,6 puntos porcentuales. Hay 400.000 hogares más con este servicio que hace un año.

Hogares con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles hogares)
TRIM304	79,7	11.335
TRIM105	82,2	12.488
TRIM305	83,5	12.689
TRIM106	84,3	13.064
TRIM306	84,4	13.082

XIII oleada  
jul-sep 2006

### 6.2. Individuos con móvil



El número de individuos con móvil activo, esto es, con uso en el último mes, es de 27,2 millones, lo que representa el 73,2% de la población de 15 y más años.

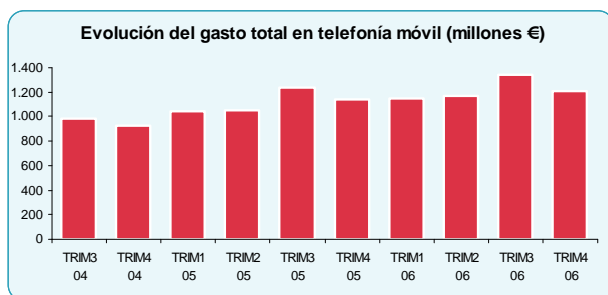
Individuos con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles individuos)
TRIM304	67,9	24.380
TRIM105	69,3	25.629
TRIM305	71,6	26.470
TRIM106	73,0	27.115
TRIM306	73,2	27.170

#### Forma de pago frente a tipo de uso

% de individuos (TRIM306)	contrato	prepago	contrato + prepago	ns/nc	Total
particular	37,5	36,4	2,0	0,9	76,8
profesional	4,5	0,8	0,0	0,2	5,5
particular + profesional	3,7	0,3	1,3	0,1	5,5
ns/nc	3,0	3,3	0,6	5,4	12,3
Total	48,7	40,8	4,0	6,6	100

La forma de pago más habitual en la telefonía móvil es el contrato, con un valor de 48,7%, superando a la de prepago en 7,9 puntos porcentuales.

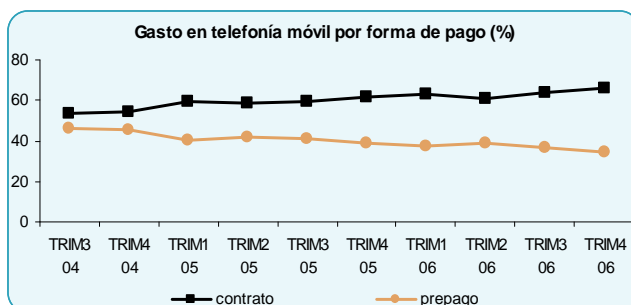
### 6.3. Gasto total y medio por hogar en telefonía móvil



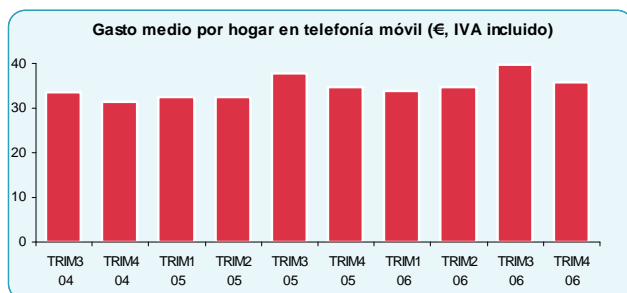
Gasto total (Millones €)	contrato	prepago	total
TRIM304	529	452	982
TRIM404	505	419	924
TRIM105	621	426	1,047
TRIM205	615	438	1,053
TRIM305	732	505	1,237
TRIM405	701	442	1,143
TRIM106	720	426	1,146
TRIM206	713	459	1,171
TRIM306	851	489	1,340
TRIM406	796	415	1,211

El gasto total de mercado de la telefonía móvil alcanza los 1.211 millones de euros.

El 65,7% del gasto realizado en telefonía móvil corresponde a la modalidad de contrato. Esta forma de pago continua ganando terreno al prepago desde hace dos años, diferencia que se consolida en el cuarto trimestre del año 2006.



Gasto móvil (%)	contrato	prepago
TRIM304	53,9	46,1
TRIM404	54,7	45,3
TRIM105	59,3	40,7
TRIM205	58,4	41,6
TRIM305	59,2	40,8
TRIM405	61,3	38,7
TRIM106	62,8	37,2
TRIM206	60,9	39,2
TRIM306	63,5	36,5
TRIM406	65,7	34,3

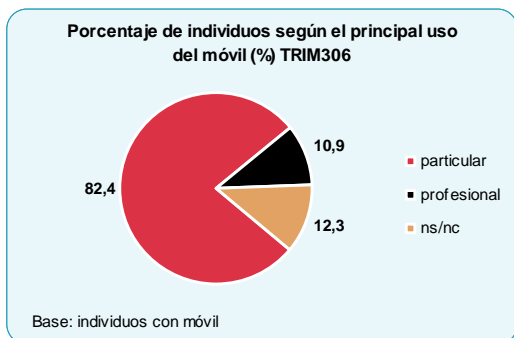


€ ( IVA incluido )	Gasto medio por hogar
TRIM304	33,6
TRIM404	31,5
TRIM105	32,4
TRIM205	32,6
TRIM305	37,7
TRIM405	34,8
TRIM106	33,9
TRIM206	34,7
TRIM306	39,6
TRIM406	35,8

En el cuarto trimestre del año 2006 el gasto medio en telefonía móvil de los hogares españoles es de 35,8 euros al mes. Esto corresponde a un crecimiento interanual de 1 euro con respecto al mismo periodo de 2005.

## 6.4. Tipo de uso del teléfono móvil

XIII oleada  
jul-sep 2006

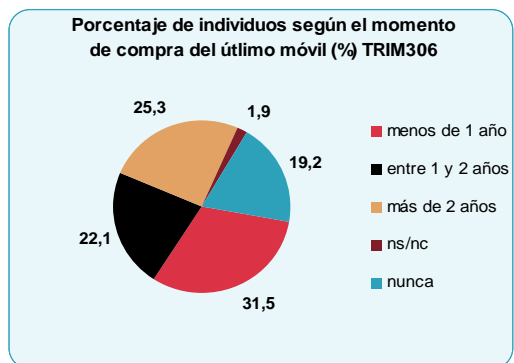


% de individuos	particular	profesional	ns/nc
TRIM304	81,7	12,1	10,8
TRIM105	80,9	13,0	11,3
TRIM305	82,4	11,7	11,1
TRIM106	82,5	10,9	11,5
TRIM306	82,4	10,9	12,3

El tipo de uso que los individuos dan a su móvil no ha variado en el año 2006, siendo el 82,4% de uso particular y el 10,9% profesional.

## 6.5. Momento de compra del último móvil

XIII oleada  
jul-sep 2006

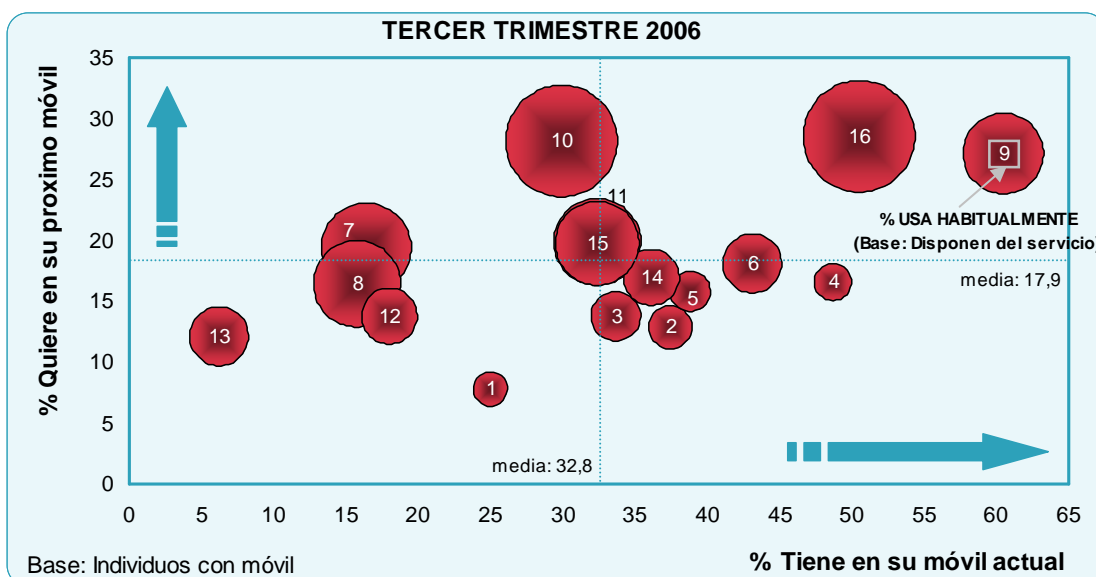


% de individuos	menos de 1 año	entre 1 y 2 años	más de 2 años	ns/nc
TRIM304	33,3	21,7	21,8	2,8
TRIM105	34,1	20,0	23,0	2,7
TRIM305	35,5	19,4	22,8	2,0
TRIM106	33,6	21,1	22,6	2,6
TRIM306	31,5	22,1	25,3	1,9

Aproximadamente, la tercera parte de los usuarios de telefonía móvil declaran poseer un terminal cuya antigüedad no supera el año.

## 6.6. Usos del móvil actual frente a usos del próximo móvil

XIII oleada  
jul-sep 2006



nº	Servicios del móvil (% indiv.) TRIM306	Tiene	Usa	Quiere
1	Chat	25,0	5,6	7,8
2	Navegación WAP	37,4	8,1	12,8
3	Marcación por voz	33,7	10,4	13,8
4	Acceso a Internet	48,7	6,5	16,6
5	Acceso correo electrónico	38,8	7,7	15,8
6	Grabación de voz	43,1	15,5	18,1
7	MP3	16,4	35,1	19,4
8	Radio FM	15,8	33,1	16,4
9	MMS	60,5	28,5	27,1
10	Bluetooth	29,9	52,3	28,1
11	Infrarrojos	32,4	32,5	19,8
12	Videomensajes	18,0	13,1	13,7
13	Videollamada	6,2	15,0	12,1
14	Conexión de datos GPRS	36,1	14,2	16,9
15	Grabación de vídeo	32,4	29,5	19,7
16	Cámara de fotos	50,5	53,7	28,5

Base: Tiene móvil      Tiene cada servicio móvil      Tiene móvil

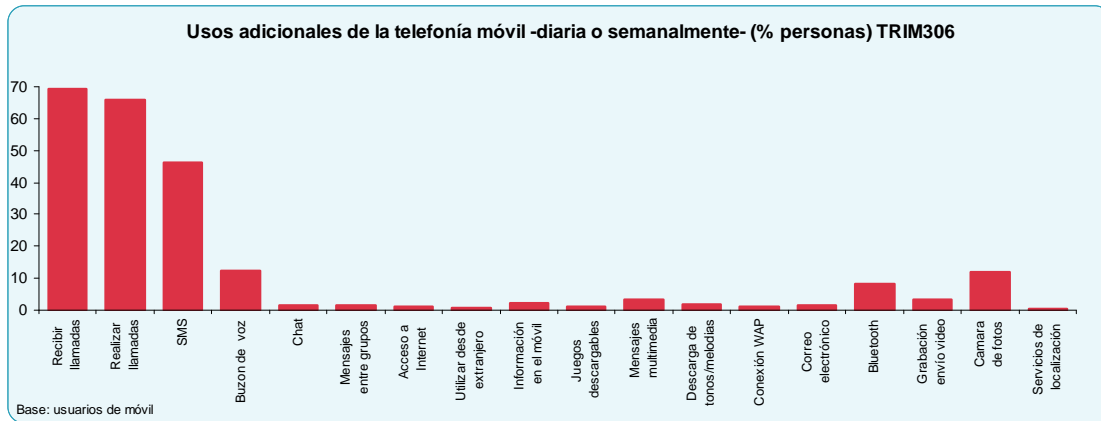
Los servicios de valor añadido más comunes en telefonía móvil son, MMS, cámara de fotos y acceso a Internet con 60,5%, 50,5% y 48,7% respectivamente. Los más usados son la cámara de fotos con un 53,7% y el bluetooth con 52,3% de quienes disponen de cada servicio, coincidiendo con los más deseados para un próximo terminal: cámara de fotos un 28,5% y bluetooth un 28,1%.

XIII oleada  
jul-sep 2006

## 6.7. Principales usos de telefonía móvil

% individuos		TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Recibir llamadas	Diario o semanal	61,9	65,9	66,3	66,6	69,2
	Mensual o esporádico	20,3	19,3	16,8	17,0	15,2
Realizar llamadas	Diario o semanal	57,3	61,3	62,2	62,3	65,8
	Mensual o esporádico	24,1	23,7	20,0	20,6	17,7
SMS	Diario o semanal	44,3	44,2	47,2	45,1	46,0
	Mensual o esporádico	28,3	30,2	31,4	31,3	31,6
Buzon de voz	Diario o semanal	10,9	11,3	12,3	12,2	12,3
	Mensual o esporádico	18,9	18,4	22,9	20,0	20,4
Chat	Diario o semanal	0,9	0,9	0,5	0,6	1,4
	Mensual o esporádico	2,6	2,6	4,2	3,0	2,8
Mensajes entre grupos	Diario o semanal	1,2	1,5	0,8	1,2	1,4
	Mensual o esporádico	3,0	3,3	4,5	3,6	4,1
Acceso a Internet	Diario o semanal	0,5	0,5	0,6	0,8	1,1
	Mensual o esporádico	2,6	3,0	3,7	2,6	3,4
Utilizar desde extranjero	Diario o semanal	0,4	0,3	0,4	0,3	0,8
	Mensual o esporádico	11,0	11,3	13,9	13,3	14,8
Información en el móvil	Diario o semanal	1,9	1,9	2,6	2,0	2,2
	Mensual o esporádico	9,0	9,4	10,5	9,2	9,5
Juegos descargables	Diario o semanal	0,9	1,0	1,1	1,2	1,3
	Mensual o esporádico	8,1	10,0	12,3	10,3	12,6
Mensajes multimedia	Diario o semanal	1,1	2,2	2,5	2,6	3,4
	Mensual o esporádico	12,5	16,5	21,9	23,5	25,1
Descarga de tonos/melodías	Diario o semanal	0,9	1,0	1,3	1,3	2,0
	Mensual o esporádico	20,9	21,8	23,7	22,2	21,0
Conexión WAP	Diario o semanal	0,4	0,7	0,6	0,8	1,0
	Mensual o esporádico	6,3	6,7	9,7	7,8	9,3
Correo electrónico	Diario o semanal	0,7	0,6	0,7	1,1	1,6
	Mensual o esporádico	2,5	2,6	4,5	3,6	4,1
Bluetooth	Diario o semanal	0,9	1,8	3,9	6,2	8,1
	Mensual o esporádico	4,1	7,0	11,5	14,4	17,4
Grabación envío vídeo	Diario o semanal	0,3	0,9	2,1	3,0	3,5
	Mensual o esporádico	2,1	4,9	8,0	9,9	13,7
Camara de fotos	Diario o semanal	2,8	5,7	9,3	10,5	11,8
	Mensual o esporádico	8,2	13,5	19,8	25,1	28,9
Servicios de localización	Diario o semanal	0,1	0,2	0,4	0,3	0,5
	Mensual o esporádico	2,4	2,7	3,4	2,6	3,4

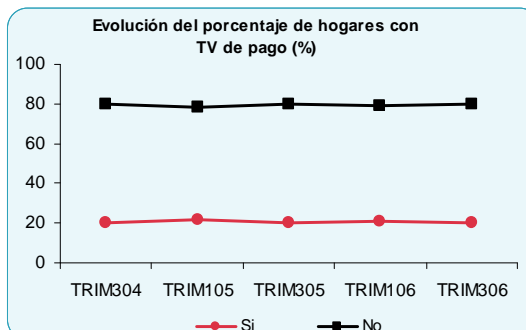
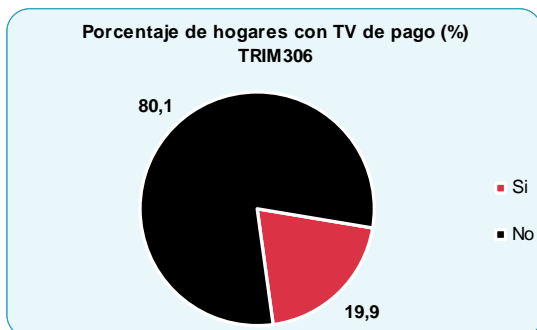
Prácticamente siete de cada diez usuarios de telefonía móvil lo utilizan diaria o semanalmente para recibir llamadas. La realización de llamadas es también un servicio muy común con un 65,8% de uso. El 46,0 % de usuarios utiliza el móvil para el envío y/o recepción de SMS. La utilización diaria o semanal de la cámara de fotos del móvil ha crecido 1,3 puntos porcentuales desde el primer trimestre de 2006. Todos ellos son servicios de uso cada vez más frecuentes.



## 7. AUDIOVISUAL

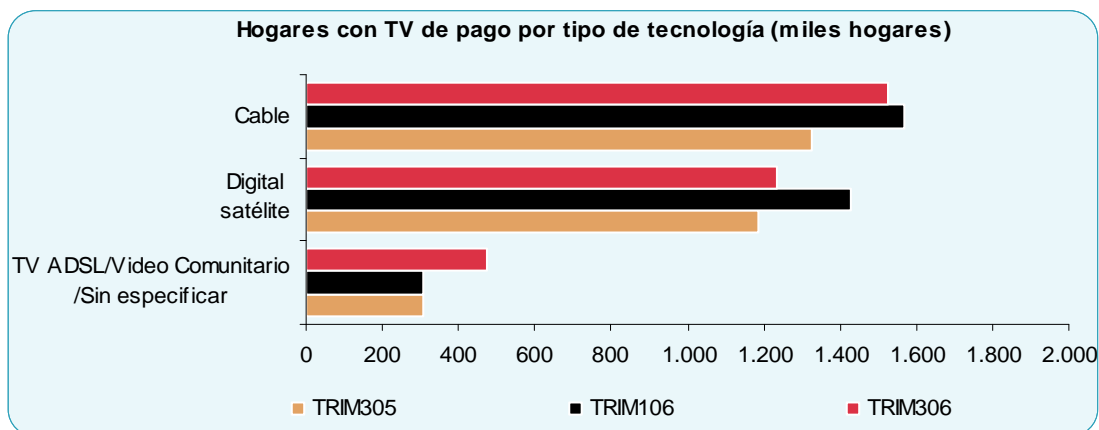
### 7.1. Hogares con TV de pago

XIII oleada  
jul-sep 2006



Hogares con TV de Pago	Porcentaje	Absolutos (Miles)
TRIM304	20,4	2.903
TRIM105	21,6	3.285
TRIM305	19,9	3.019
TRIM106	21,2	3.288
TRIM306	19,9	3.084

El porcentaje de hogares con televisión de pago desciende ligeramente y adquiere el mismo valor que tenía hace un año, el 19,9%, lo que representa a algo más de 3 millones de hogares.



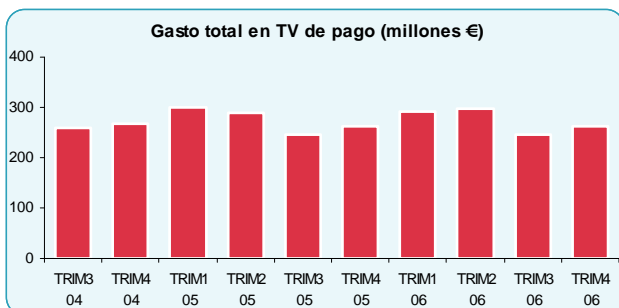
Miles de hogares	Cable	Digital satélite	Analógica terrestre	TV ADSL/Video Comunitario /Sin especificar
TRIM304	1.063	1.313	596	224
TRIM105	1.407	1.221	301	348
TRIM305	1.325	1.188	162	308
TRIM106	1.571	1.428	0	306
TRIM306	1.523	1.236	0	474

La recepción de TV de pago a través de ADSL ha aumentado un 54,9% desde el primer trimestre del 2006 hasta el tercer trimestre del mismo año.

La extinción de la categoría Analógica Terrestre a partir de 2006 se explica, -también en este contexto de TV de pago-, por la supresión de la emisión analógica de Canal+.

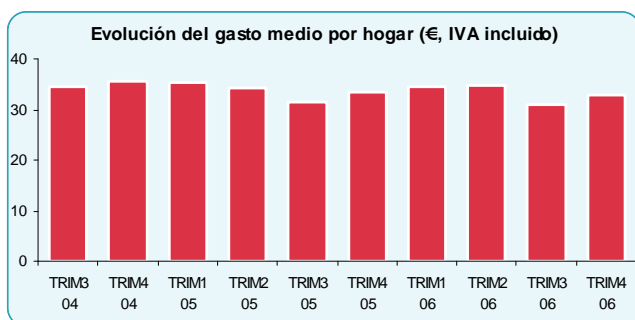


## 7.2. Gasto total y medio por hogar en TV de pago



Gasto total Millones de €	dcto. de			Total
	cuota	ppv	cable	
TRIM304	260	2	3	259
TRIM404	263	11	7	267
TRIM105	294	22	15	301
TRIM205	280	20	10	290
TRIM305	251	4	10	245
TRIM405	256	17	12	261
TRIM106	277	20	4	293
TRIM206	290	17	11	296
TRIM306	247	8	9	246
TRIM406	257	12	7	262

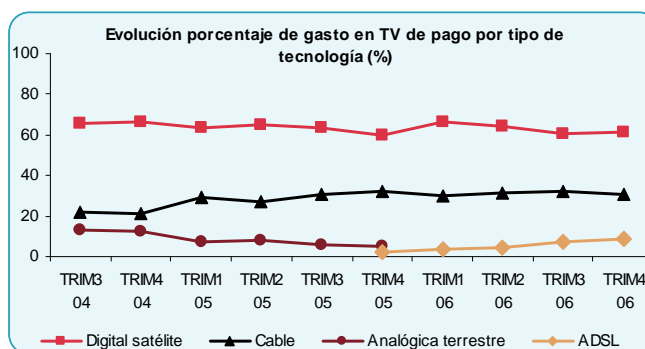
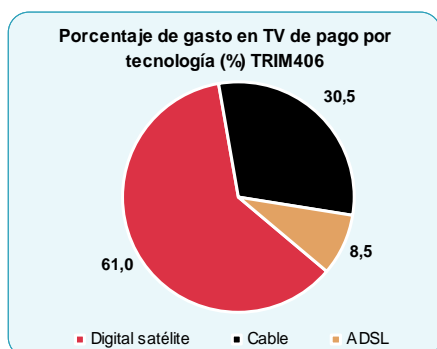
Durante el cuarto trimestre de 2006, el mercado de TV de pago recupera sus valores de gasto total después del periodo estival, hasta alcanzar 262 millones de euros, valor superior en 1 millón de euros al que se obtuvo en el mismo periodo del año 2005, y que refleja la estacionalidad de este servicio.



Gasto medio por hogar	€ (IVA incluido)
TRIM304	34,5
TRIM404	35,5
TRIM105	35,4
TRIM205	34,2
TRIM305	31,4
TRIM405	33,3
TRIM106	34,5
TRIM206	34,9
TRIM306	30,9
TRIM406	32,8

La recuperación del mercado de la TV de pago repercute en el gasto medio por hogar y mes, que lo sitúa en 32,8 euros, importe similar al realizado un año atrás.

## 7.3. Gasto por tipo de tecnología



El 61% del gasto en TV de pago corresponde al uso de tecnología vía satélite y el 30,5% es efectuado a través de la tecnología de cable. El gasto realizado mediante la tecnología de ADSL continua creciendo y se sitúa, en el ultimo trimestre del año 2006, en 22 millones de euros, es decir, un 8,5% del gasto total en TV de pago.

Gasto (%)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL
TRIM304	65,5	21,6	12,9	---
TRIM404	66,7	21,0	12,3	---
TRIM105	63,4	29,1	7,5	---
TRIM205	65,2	26,8	8,1	---
TRIM305	63,5	30,6	5,9	---
TRIM405	60,2	31,9	5,3	2,5
TRIM106	66,2	30,1	---	3,7
TRIM206	64,1	31,4	---	4,5
TRIM306	60,7	31,8	---	7,4
TRIM406	61,0	30,5	---	8,5

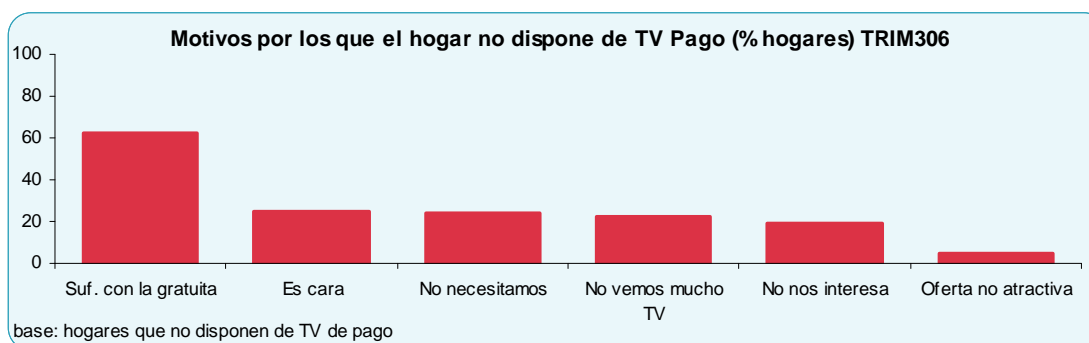
Gasto (Mill €)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL	Total
TRIM304	170	56	33	---	259
TRIM404	178	56	33	---	267
TRIM105	191	87	23	---	301
TRIM205	189	78	23	---	290
TRIM305	154	74	14	3	245
TRIM405	157	83	14	7	261
TRIM106	194	88	---	11	293
TRIM206	190	93	---	13	296
TRIM306	150	78	---	18	246
TRIM406	159	80	---	22	261

#### 7.4. Motivos por los que el hogar no dispone de TV de pago

XIII oleada  
jul-sep 2006

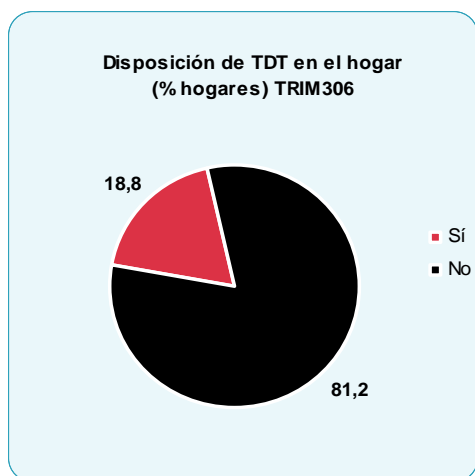
% de hogares	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Suficiente con la gratuita	60,0	60,4	61,9	65,5	62,7
Es cara	30,0	31,3	27,5	29,5	24,9
No necesitamos	24,8	24,7	27,0	26,7	24,3
No vemos mucho TV	22,0	22,1	20,3	23,3	22,1
No nos interesa	17,6	19,7	19,4	20,3	19,5
Oferta no atractiva	5,3	5,1	5,1	6,9	5,2

Seis de cada diez hogares que no disponen de televisión de pago declaran que les es suficiente con la televisión gratuita que reciben en la actualidad y una cuarta parte declaran que no disponen de ella porque es cara o no la necesitan.



XIII oleada  
Jul-sep 2006

## 7.5. Disponibilidad de decodificador TDT

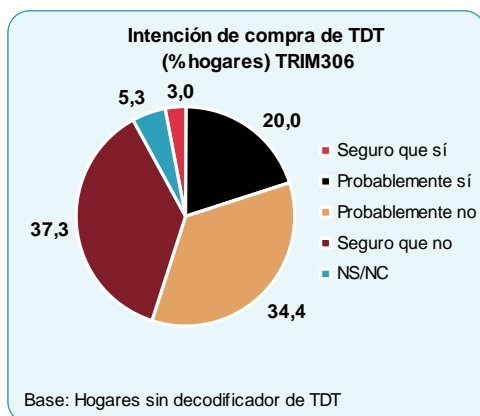


Hogares con TDT	% de hogares	Absolutos (miles de hogares)
TRIM106	9,9	1.545
TRIM306	<b>18,8</b>	<b>2.916</b>

Entre el primer trimestre de 2006 y el tercer trimestre del mismo año, la extensión de los aparatos decodificadores de señal de Televisión Digital Terrestre (TDT) ha sido muy notable, alcanzando el 18,8% de los hogares. En términos relativos el crecimiento ha sido del 88,7%.

## 7.6. Intención de compra de decodificador TDT

XIII oleada  
Jul-sep 2006



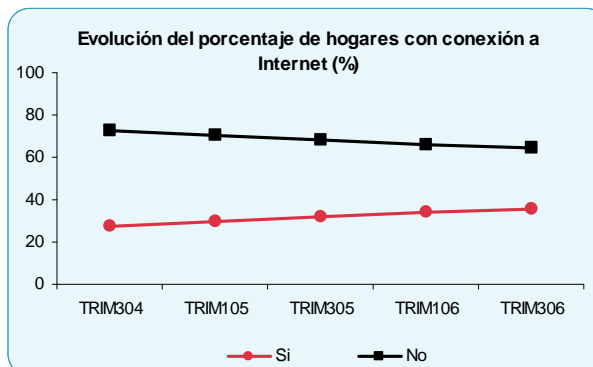
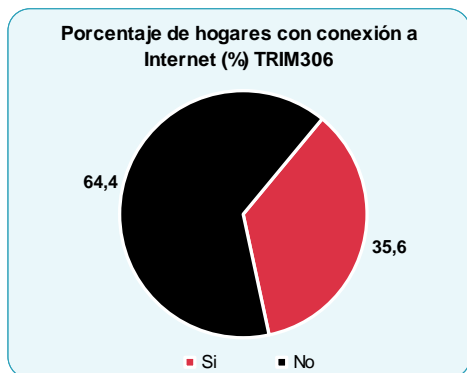
% de hogares	Intención de compra de decodificador de TDT en los próximos 6 meses	
	TRIM106	TRIM306
Seguro que sí	3,6	<b>3,0</b>
Probablemente sí	19,8	<b>20,0</b>
Probablemente no	35,3	<b>34,4</b>
Seguro que no	36,2	<b>37,3</b>
NS/NC	5,1	<b>5,3</b>

El 37,3% de los hogares sin decodificador de TDT aseguran no tener intención de adquirir uno en los próximos 6 meses.

## 8. INTERNET

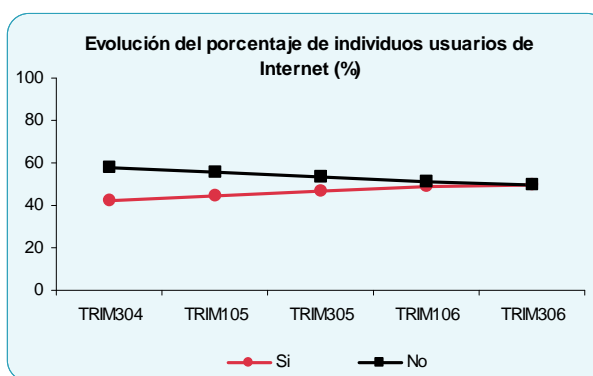
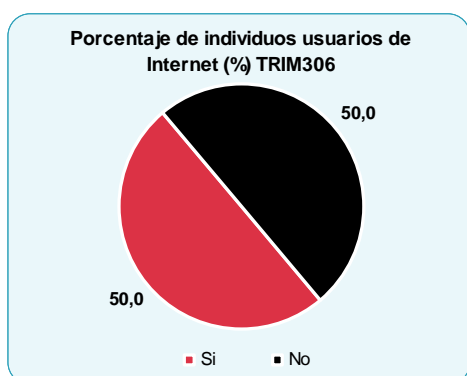
### 8.1. Hogares e individuos con Internet

XIII oleada  
Jul-sep 2006



El crecimiento de los hogares conectados a la red es incesante, superando ya el 35% de los hogares españoles, esto es, 5,5 millones de hogares

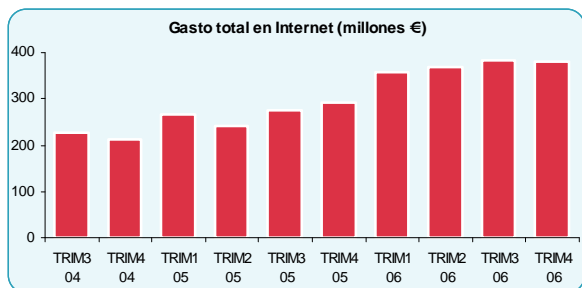
Hogares con conex. Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles hogares)
TRIM304	27,3	3.889
TRIM105	29,5	4.484
TRIM305	32,1	4.876
TRIM106	33,9	5.247
TRIM306	35,6	5.517



La mitad de los individuos encuestados declaran haber accedido a Internet en alguna ocasión.

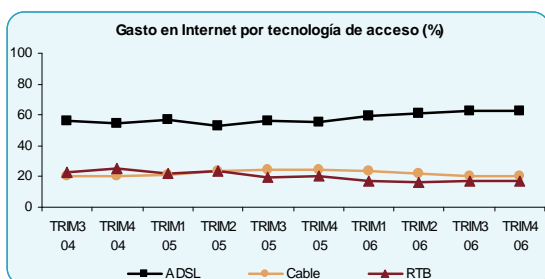
Usuarios de Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles individuos)
TRIM304	42,2	15.140
TRIM105	44,4	16.426
TRIM305	46,6	17.233
TRIM106	48,9	18.148
TRIM306	50,0	18.578

## 8.2. Gasto total y medio por hogar en Internet

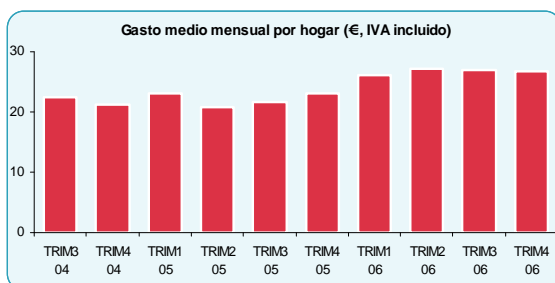


Absolutos (Millones €)	ADSL	Cable	RTB	dto cable	Total - dto cable
TRIM304	127	50	52	3	226
TRIM404	116	49	54	6	214
TRIM105	152	72	58	16	267
TRIM205	128	66	57	10	241
TRIM305	153	84	54	16	274
TRIM405	162	90	59	19	291
TRIM106	212	98	61	14	356
TRIM206	225	97	61	15	367
TRIM306	240	88	66	10	384
TRIM406	239	92	66	15	381

El gasto realizado en Internet durante el cuarto trimestre de 2006 es de 381 millones de euros, un 30,9% más que el que se realizó en el mismo trimestre del año 2005. De ellos, 239 millones (62,5%) corresponden al acceso mediante ADSL.



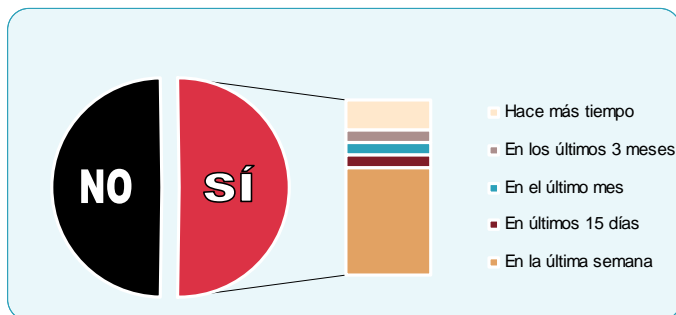
Gasto Internet (%)	ADSL	Cable	RTB
TRIM304	56,1	20,7	23,2
TRIM404	54,4	20,5	25,0
TRIM105	57,1	21,0	21,9
TRIM205	52,9	23,3	23,7
TRIM305	55,8	24,6	19,6
TRIM405	55,6	24,3	20,2
TRIM106	59,5	23,4	17,1
TRIM206	61,2	22,3	16,5
TRIM306	62,5	20,3	17,2
TRIM406	62,5	20,2	17,3



Gasto medio mensual por hogar	€ ( IVA incluido )
TRIM304	22,5
TRIM404	21,2
TRIM105	23,0
TRIM205	20,8
TRIM305	21,7
TRIM405	23,1
TRIM106	26,2
TRIM206	27,1
TRIM306	27,0
TRIM406	26,7

El gasto medio mensual realizado por los hogares en el servicio de Internet es de 26,7€ (IVA incluido) durante el cuarto trimestre de 2006.

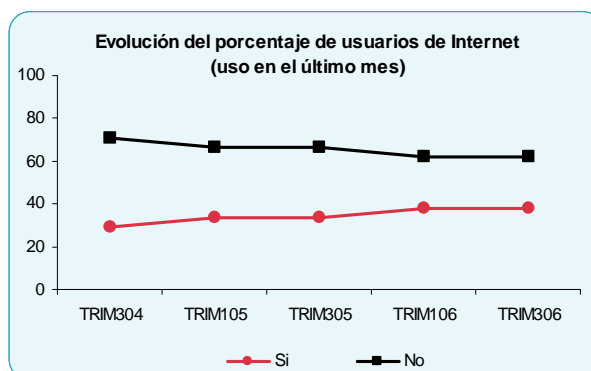
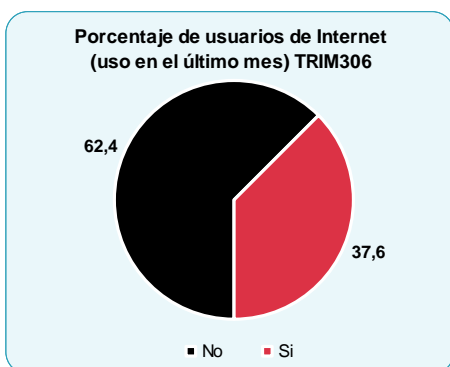
### 8.3. Frecuencia de acceso a Internet



La mitad de la población de 15 ó más años ha accedido en alguna ocasión a Internet, de los cuales el 61% son internautas intensivos, ya que lo hicieron en la última semana.

Miles de individuos	Frecuencia de acceso a Internet					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM304	20.330	8.502	1.098	1.074	1.461	3.004
TRIM105	20.016	10.346	1.072	1.093	1.066	2.849
TRIM305	19.293	9.722	1.303	1.377	1.518	3.314
TRIM106	18.340	11.740	1.268	1.053	1.071	3.016
TRIM306	18.090	11.338	1.232	1.412	1.375	3.221

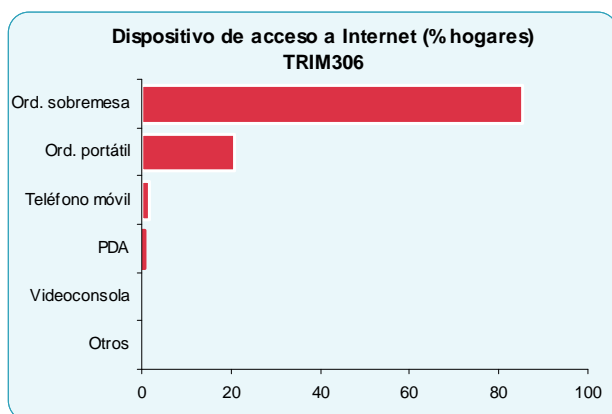
% de individuos	Frecuencia de acceso a Internet (acumuladas)					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM104	57,2	25,5	29,0	31,9	34,6	41,8
TRIM304	56,7	23,7	26,8	29,8	33,9	42,2
TRIM105	54,1	28,0	30,9	33,9	36,8	44,4
TRIM305	52,2	26,3	29,8	33,5	37,6	46,6
TRIM106	49,5	31,6	35,0	37,8	40,7	48,9
TRIM306	48,7	30,5	33,8	37,6	41,3	50,0



Cerca de 14 millones de personas afirman haber accedido a la Red durante el último mes, esto es, un 37,6% de la población total de 15 y más años.

Usuarios de Internet (Último Mes)	Porcentaje	Absolutos (Miles indiv.)
TRIM304	29,5	10.675
TRIM105	33,8	12.511
TRIM305	33,5	12.401
TRIM106	37,8	14.061
TRIM306	37,6	13.982

## 8.4. Dispositivo y lugar de acceso a Internet

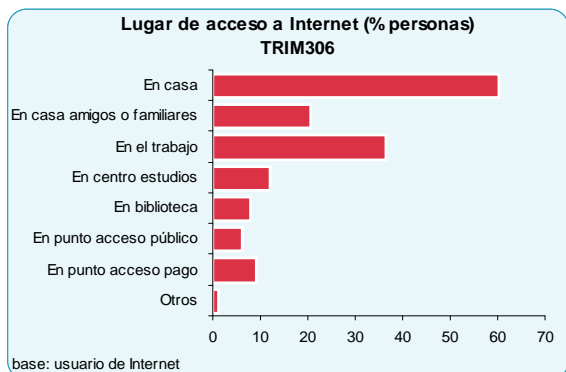


De los 5,5 millones de hogares conectados a la Red, 4,7 lo hacen a través de un ordenador de sobremesa. Representan el 85,4% de los hogares y es el principal dispositivo de acceso a Internet. Un 20,7% de los hogares se conecta a través de un ordenador portátil.

Miles de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM304	3.187	451	36	26	16	7
TRIM105	3.504	653	84	20	39	27
TRIM305	3.777	770	85	28	24	36
TRIM106	4.181	965	146	48	41	7
TRIM306	4.714	1.143	88	35	10	16

% de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM304	81,9	11,6	0,9	0,7	0,4	0,2
TRIM105	78,1	14,6	1,9	0,4	0,9	0,6
TRIM305	77,5	15,8	1,7	0,6	0,5	0,7
TRIM106	79,7	18,4	2,8	0,9	0,8	0,1
TRIM306	85,4	20,7	1,6	0,6	0,2	0,3



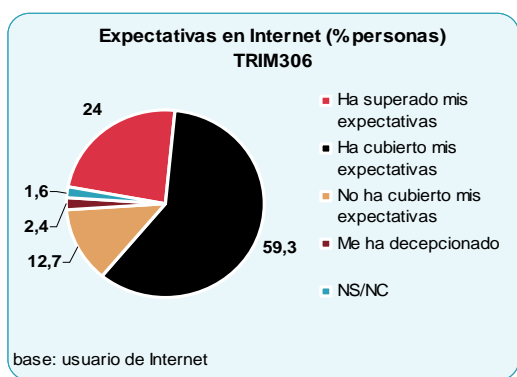
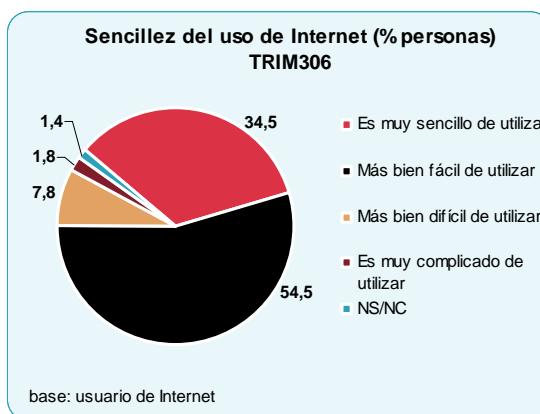
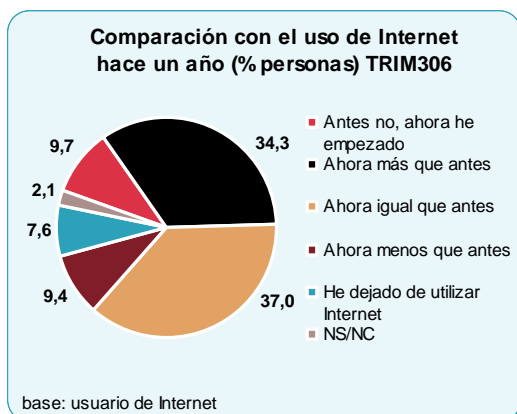
El 60,3% de los internautas se conectan desde su domicilio, el 36,5% lo hacen desde el centro de trabajo y algo más del 20% desde casa de familiares o amigos. Aumenta el acceso desde casa y desde el trabajo y disminuye el acceso desde casa de amigos, centro de estudios, bibliotecas o puntos de acceso públicos o de pago.

Miles de individuos	En casa	En casa amigos o familiares	En el trabajo	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso público	En punto de acceso de pago	Otros
TRIM304	7.785	2.948	5.503	2.226	1.152	834	1.702	197
TRIM105	8.619	3.431	5.992	2.492	1.344	1.091	1.914	202
TRIM305	9.654	4.006	6.410	2.409	1.517	1.112	2.195	283
TRIM106	10.343	3.902	6.398	2.534	1.599	1.183	1.934	221
TRIM306	11.205	3.835	6.779	2.270	1.488	1.148	1.702	221

% de individuos	En casa	En casa amigos o familiares	En el trabajo	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso público	En punto de acceso de pago	Otros
TRIM304	51,7	19,5	36,4	14,7	7,6	5,5	11,2	1,3
TRIM105	52,5	20,9	36,5	15,2	8,2	6,6	11,7	1,2
TRIM305	56,0	23,2	37,2	14,0	8,8	6,5	12,7	1,6
TRIM106	57,0	21,5	35,3	14,0	8,8	6,5	10,7	1,2
TRIM306	60,3	20,6	36,5	12,1	8,0	6,2	9,2	1,2

## 8.5. Uso, sencillez y expectativas de Internet



Siete de cada diez usuarios de Internet declararon que se conectaron a la Red igual o más que un año atrás, nueve de cada diez piensan que su uso es sencillo o muy sencillo y ocho de cada diez están satisfechos con lo que la Red les ha ofrecido, considerando que ha cubierto sus expectativas.

% de individuos	Comparación con el uso de Internet hace un año...					
	Antes no, ahora he empezado	Ahora más que antes	Ahora igual que antes	Ahora menos que antes	He dejado de utilizar Internet	NS/NC
TRIM305	8,8	35,5	36,1	9,9	8,5	1,2
TRIM106	10,8	33,7	36,5	8,4	7,8	2,8
TRIM306	9,7	34,3	37,0	9,4	7,6	2,1

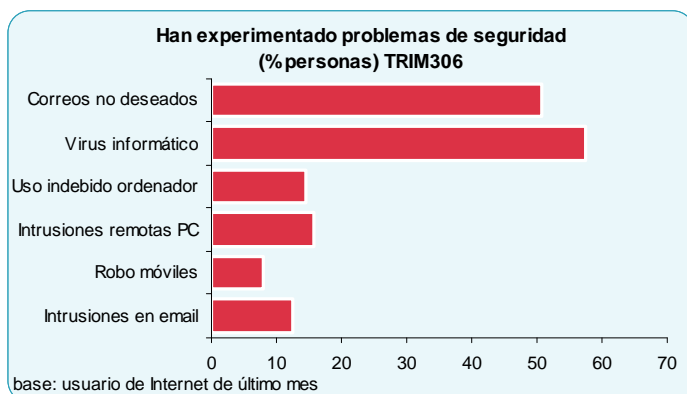
% de individuos	Por su experiencia con Internet, diría que...				
	Es muy sencillo de utilizar	Más bien fácil de utilizar	Más bien difícil de utilizar	Es muy complicado de utilizar	NS/NC
TRIM305	33,2	56,0	8,3	1,7	0,8
TRIM106	34,3	54,1	7,8	2,1	1,7
TRIM306	34,5	54,5	7,8	1,8	1,4

% de individuos	Sobre las expectativas que tenía en Internet, diría que...				
	Ha superado mis expectativas	Ha cubierto mis expectativas	No ha cubierto mis expectativas	Me ha decepcionado	NS/NC
TRIM305	20,4	61,4	14,3	2,5	1,4
TRIM106	20,6	60,3	14,3	2,6	2,3
TRIM306	24,0	59,3	12,7	2,4	1,6



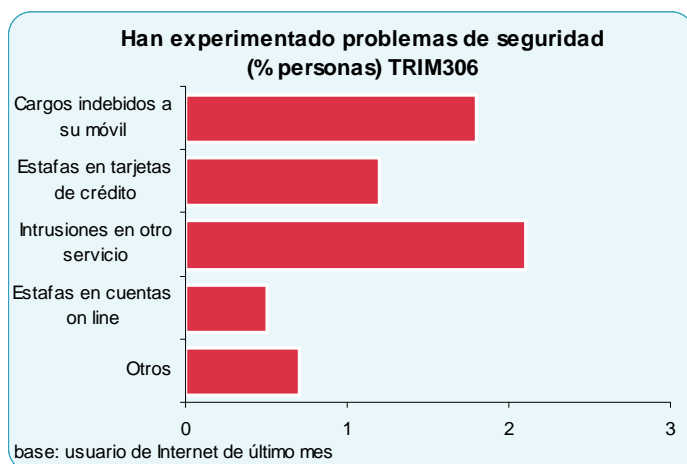
## 8.6. Han experimentado problemas de seguridad

XIII oleada  
jul-sep 2006



Más de la mitad de los usuarios de Internet habituales, es decir los usuarios de último mes, han experimentado problemas de seguridad con virus informáticos o han recibido correos no deseados.

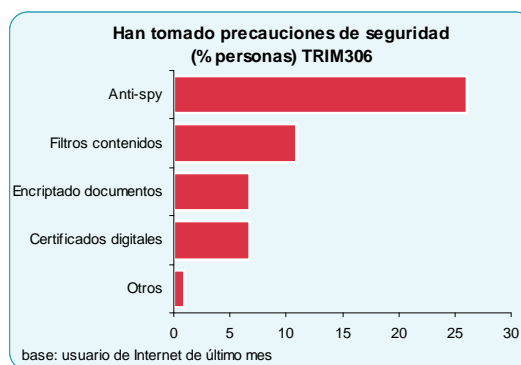
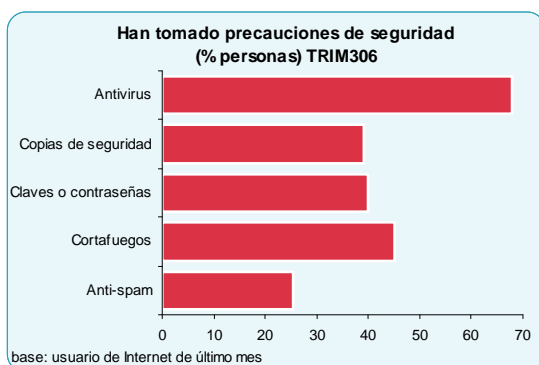
% individuos (usuarios último mes)	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Correos no deseados	51,3	51,3	54,1	50,4	50,8
Virus informático	56,7	56,7	60,7	53,3	57,4
Uso indebido ordenador	11,6	11,6	11,9	12,9	14,4
Intrusiones remotas PC	15,3	15,3	14,8	14,5	15,7
Robo móviles	6,5	6,5	7,5	6,5	7,9
Intrusiones en email	11,2	11,2	10,6	9,7	12,5



Las estafas en cuentas bancarias online y en tarjetas de crédito son los problemas de seguridad con menor incidencia entre los usuarios que han utilizado la Red en el último mes, aunque se incrementaron levemente en el tercer trimestre de 2006 alcanzando valores de 0,5% y 1,2%, respectivamente.

% individuos (usuarios último mes)	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Cargos indebidos a su móvil	3,1	3,1	2,5	1,6	1,8
Estafas en tarjetas de crédito	0,9	0,9	1,3	0,8	1,2
Intrusiones en otro servicio	1,8	1,8	2,5	2,1	2,1
Estafas en cuentas on line	0,1	0,1	0,5	0,2	0,5
Otros	1,0	1,0	0,4	0,5	0,7

## 8.7. Han tomado precauciones de seguridad



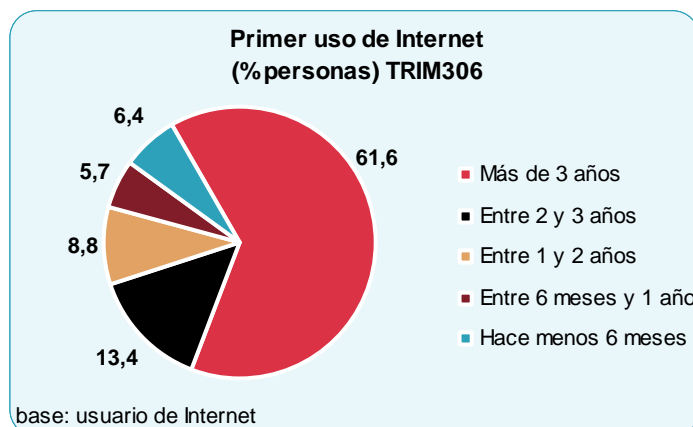
% individuos (usuarios último mes)	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Antivirus	83,8	66,2*	68,7*	65,0*	67,9*
Copias de seguridad	46,5	39,2	37,5	36,5	39,1
Claves o contraseñas	45,4	39,2	40,6	40,6	40,0
Cortafuegos	30,5	35,9	43,2	41,9	45,2
Anti-spam	s/d	18,0	24,5	26,3	25,5

\* antivirus actualizado en el último mes

% individuos (usuarios último mes)	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Anti-spy	s/d	17,0	21,7	25,1	26,1
Filtros contenidos	s/d	9,6	10,9	10,8	10,9
Encriptado documentos	7,7	6,4	7,0	7,8	8,3
Certificados digitales	6,5	5,8	7,0	6,1	6,7
Otros	1,0	0,8	0,5	0,9	1,0

El 67,9% de los usuarios de Internet habituales (usuarios de último mes) señala tener instalado algún tipo de antivirus actualizado en su ordenador. Sobre el 40% hace copias de seguridad, tiene instalado cortafuegos o dispone de claves o contraseñas.

## 8.8. Primer uso de Internet y disponibilidad de e-mail

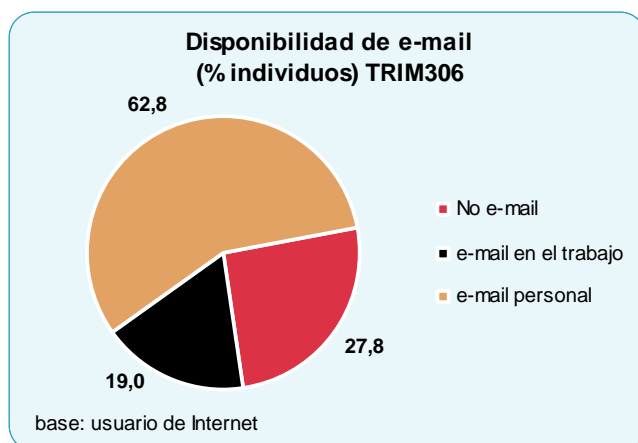


El 61,6% de los internautas declaran que usaron la Red por primera vez hace más de tres años, son usuarios fieles.

Por otro lado, el 6,4% de los internautas confiesan haberse iniciado en el uso de Internet durante el primer trimestre del año 2006.

% individuos (usuarios de Internet)	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM304	49,7	20,1	12,6	6,6	7,1
TRIM105	53,3	19,2	11,8	4,8	7,2
TRIM305	59,5	14,6	11,3	5,3	6,1
TRIM106	59,1	15,5	9,1	4,9	6,8
TRIM306	61,6	13,4	8,8	5,7	6,4

Miles de individuos	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM304	7.526	3.046	1.915	1.005	1.069
TRIM105	8.758	3.146	1.942	789	1.190
TRIM305	10.250	2.519	1.944	918	1.052
TRIM106	10.728	2.808	1.654	895	1.240
TRIM306	11.453	2.485	1.629	1.061	1.191



Seis de cada diez usuarios de Internet disponen de una dirección personal de correo electrónico.

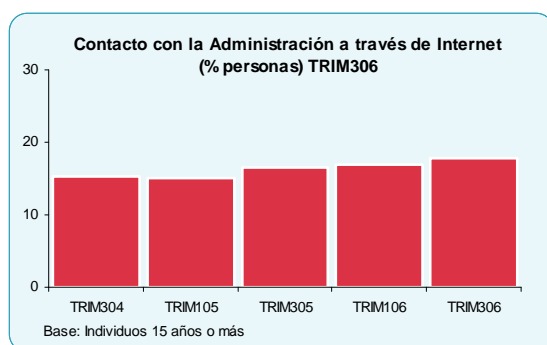
Cada vez son menos los usuarios de Internet que todavía no tienen una dirección e-mail, este trimestre representan el 27,8%.

% individuos (usuarios de Internet)	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM304	33,2	19,4	53,9
TRIM105	32,1	19,2	55,6
TRIM305	30,1	18,9	59,4
TRIM106	29,6	18,9	60,3
TRIM306	27,8	19,0	62,8

Miles de individuos	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM304	5.031	2.944	8.163
TRIM105	5.275	3.161	9.131
TRIM305	5.180	3.250	10.239
TRIM106	5.374	3.431	10.947
TRIM306	5.161	3.525	11.665

XIII oleada  
jul-sep 2006

## 8.9. Administración Pública a través de Internet

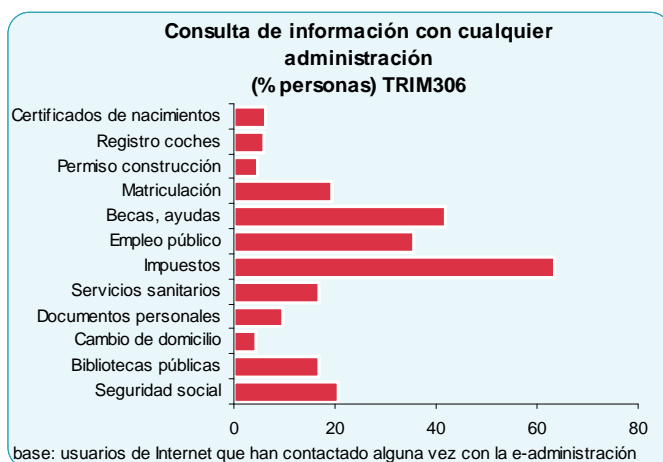


Contacto con Administración Pública	% de individuos	Miles de individuos
TRIM304	15,3	5.484
TRIM105	15,1	5.571
TRIM305	16,6	6.138
TRIM106	16,9	6.285
TRIM306	17,9	6.646

Durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2006, un total de 6,6 millones de personas de 15 y más años contactaron con la Administración a través de Internet por algún motivo. Son 500.000 individuos más que lo hicieron en los mismos meses del año 2005.

## 8.10. Consulta de información de la Administración

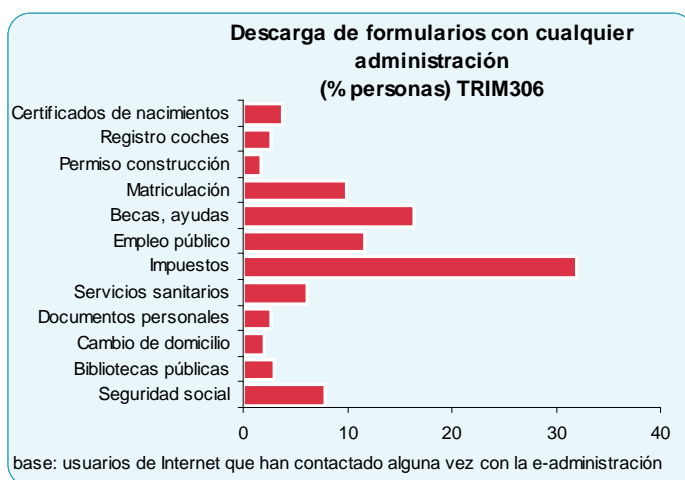
% de individuos	Tipo Administración	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Certificados de nacimientos	Administración Local	1,2	2,1	3,0	2,0	2,1
	CCAA	0,8	1,5	5,9	1,3	1,8
	Administración central	1,7	1,9	24,0	3,1	2,9
	Cualquier Administración	3,2	5,3	4,3	5,5	6,2
Registro coches	Administración Local	0,6	1,9	1,5	2,0	3,1
	CCAA	1,4	1,4	1,9	2,5	2,2
	Administración central	1,0	2,6	7,0	2,3	2,1
	Cualquier Administración	2,8	5,8	4,9	5,4	5,8
Permiso construcción	Administración Local	2,0	2,1	9,7	1,9	3,5
	CCAA	1,4	1,0	9,6	1,6	1,8
	Administración central	1,0	0,5	5,8	0,6	0,9
	Cualquier Administración	3,2	3,0	4,5	3,5	4,8
Matriculación	Administración Local	3,4	3,4	1,5	4,7	3,4
	CCAA	16,0	13,7	1,0	11,3	13,2
	Administración central	5,5	5,7	2,0	5,3	4,6
	Cualquier Administración	22,1	20,1	18,2	17,5	19,4
Becas, ayudas	Administración Local	7,9	8,3	2,5	13,0	13,0
	CCAA	23,9	28,6	2,1	32,0	31,9
	Administración central	16,0	18,5	0,6	20,6	17,3
	Cualquier Administración	33,0	38,6	35,5	42,5	42,0
Empleo público	Administración Local	14,7	16,0	7,2	19,1	14,7
	CCAA	26,6	22,1	25,9	27,9	25,6
	Administración central	15,2	14,4	16,3	15,5	14,5
	Cualquier Administración	37,0	35,0	35,8	40,9	35,7
Impuestos	Administración Local	8,1	9,6	10,0	17,8	15,7
	CCAA	14,3	13,2	14,5	22,3	22,1
	Administración central	47,2	41,7	46,1	47,1	46,7
	Cualquier Administración	57,0	51,4	57,9	62,1	63,5
Servicios sanitarios	Administración Local	2,6	3,3	0,1	3,3	4,1
	CCAA	6,0	6,6	0,4	10,6	12,3
	Administración central	1,1	1,5	1,3	1,9	2,3
	Cualquier Administración	8,5	11,0	11,3	14,4	17,0
Documentos personales	Administración Local	0,9	1,6	1,1	1,9	1,5
	CCAA	2,0	1,7	1,6	2,0	1,8
	Administración central	2,4	3,4	1,6	6,6	7,2
	Cualquier Administración	4,5	6,2	9,8	9,0	9,6
Cambio de domicilio	Administración Local	2,5	2,6	0,5	3,1	2,4
	CCAA	0,5	1,2	0,2	1,1	0,8
	Administración central	1,0	0,7	0,8	1,6	1,4
	Cualquier Administración	4,0	3,7	4,6	4,5	4,4
Bibliotecas públicas	Administración Local	9,9	9,7	0,6	12,5	8,9
	CCAA	11,0	10,6	0,6	11,4	10,3
	Administración central	6,3	6,7	0,1	5,4	4,3
	Cualquier Administración	19,0	19,8	17,8	19,4	16,9
Seguridad social	Administración Local	2,3	2,8	2,2	4,3	3,5
	CCAA	8,3	9,4	9,6	8,8	8,4
	Administración central	15,1	14,4	6,1	16,5	14,3
	Cualquier Administración	21,0	21,6	23,6	22,4	20,7



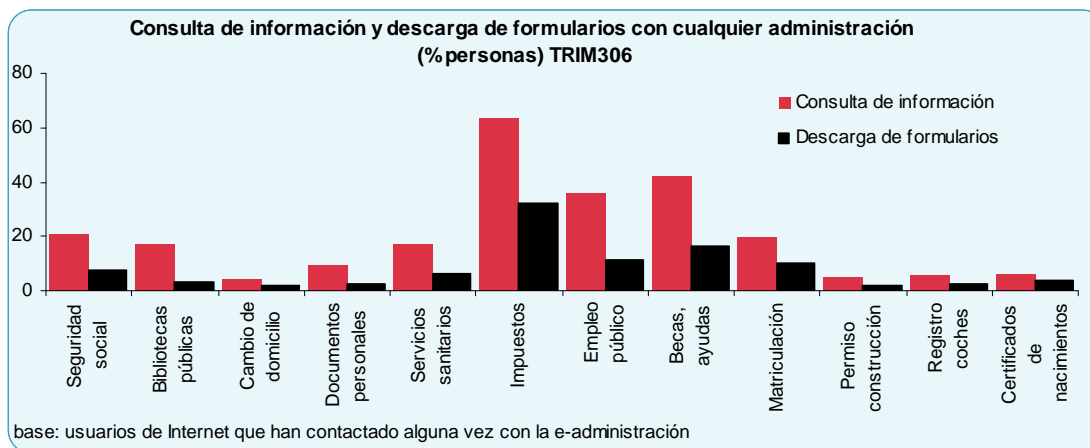
Un 63,5% de los usuarios de Internet que han contactado con la e-Administración en este periodo han consultado en la Red información referente a impuestos, el 42% lo hicieron para encontrar información sobre becas y/o ayudas y el 35,7% para informarse sobre temas concernientes a empleo público.

### 8.11. Descarga de formulario de la Administración

% de individuos	Tipo Administración	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Certificados de nacimientos	Administración Local	0,6	1,7	3,9	1,3	1,2
	CCAA	0,3	0,4	7,4	0,8	0,9
	Administración central	0,9	0,9	3,4	1,4	2,1
	Cualquier Administración	1,3	2,8	1,4	3,0	<b>3,8</b>
Registro coches	Administración Local	0,3	0,6	2,8	0,4	0,8
	CCAA	0,1	0,1	8,3	0,6	0,9
	Administración central	0,2	0,8	1,5	0,7	1,6
	Cualquier Administración	0,5	1,5	1,3	1,0	<b>2,6</b>
Permiso construcción	Administración Local	0,9	1,0	3,1	0,8	1,3
	CCAA	0,3	0,3	1,0	0,5	0,9
	Administración central	0,4	0,1	1,7	0,6	0,4
	Cualquier Administración	1,4	1,1	1,3	1,4	<b>1,8</b>
Matriculación	Administración Local	1,7	1,9	3,7	2,7	1,3
	CCAA	7,2	7,0	9,4	6,3	6,1
	Administración central	1,7	2,1	15,2	2,2	2,6
	Cualquier Administración	10,2	10,1	7,8	9,4	<b>9,9</b>
Becas, ayudas	Administración Local	2,3	1,8	2,2	4,3	3,9
	CCAA	8,4	10,5	1,4	11,9	12,2
	Administración central	4,2	4,1	2,6	6,8	7,2
	Cualquier Administración	11,0	13,5	12,7	16,5	<b>16,3</b>
Empleo público	Administración Local	3,3	3,7	3,3	4,2	4,6
	CCAA	9,1	6,6	13,0	8,9	8,0
	Administración central	3,4	3,1	4,4	4,6	4,0
	Cualquier Administración	11,0	9,3	10,9	13,3	<b>11,6</b>
Impuestos	Administración Local	3,5	1,7	14,2	6,2	6,4
	CCAA	5,1	5,1	26,0	8,6	9,1
	Administración central	26,6	24,2	14,3	26,2	25,0
	Cualquier Administración	31,0	27,6	29,5	32,3	<b>32,0</b>
Servicios sanitarios	Administración Local	0,5	0,4	0,7	0,6	0,7
	CCAA	0,7	1,4	2,5	2,4	5,0
	Administración central	0,3	0,1	0,1	0,3	0,7
	Cualquier Administración	1,3	1,8	3,3	2,9	<b>6,1</b>
Documentos personales	Administración Local	0,3	0,3	1,3	0,2	0,6
	CCAA	0,5	0,1	0,4	0,4	0,4
	Administración central	0,8	0,2	0,6	2,7	2,1
	Cualquier Administración	1,0	0,6	1,7	3,2	<b>2,7</b>
Cambio de domicilio	Administración Local	1,0	0,9	0,7	0,9	1,0
	CCAA	0,1	0,0	3,6	0,7	0,2
	Administración central	0,2	0,1	5,2	0,9	0,9
	Cualquier Administración	1,0	1,1	1,8	1,9	<b>2,0</b>
Bibliotecas públicas	Administración Local	2,1	1,3	0,6	2,1	1,2
	CCAA	2,1	1,6	0,1	2,2	2,0
	Administración central	1,8	1,1	0,7	1,2	0,6
	Cualquier Administración	4,0	2,9	3,0	3,7	<b>3,0</b>
Seguridad social	Administración Local	0,6	1,0	1,2	1,0	1,1
	CCAA	2,7	3,0	5,9	2,1	2,6
	Administración central	3,7	4,2	1,3	3,9	5,7
	Cualquier Administración	6,0	7,0	8,6	5,8	<b>7,8</b>



Los formularios oficiales de las administraciones públicas más descargados son los referentes a impuestos, becas/ayudas, y los de empleo público, con unos porcentajes de 32,0%, 16,3% y 11,6% sobre el total de usuarios de Internet que han contactado con la e-administración, respectivamente.

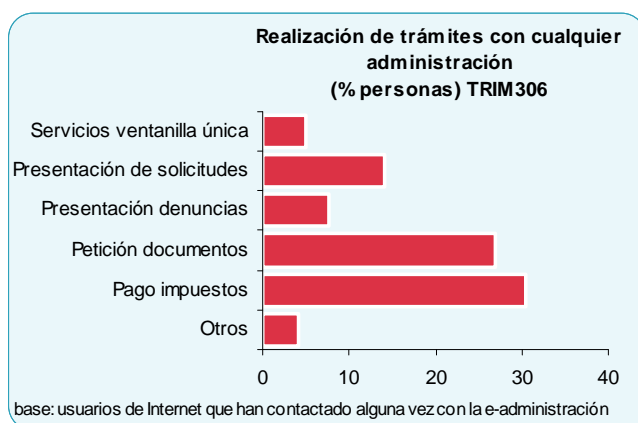


La consulta de información relativa a impuestos, becas, empleo público, etc. a través de la Red, lleva asociada la descarga de esos tipos de formularios a través de las páginas web de la Administración Pública, aunque con niveles de descarga aún lejanos a los de consulta.

XIII oleada  
jul-sep 2006

## 8.12. Realización de trámites con la Administración

% de individuos	Tipo Administración	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Servicios ventanilla única	Administración Local	1,3	1,1	1,1	0,8	1,6
	CCAA	3,8	3,2	2,1	2,1	3,7
Presentación de solicitudes	Administración central	1,7	1,5	1,6	0,8	1,0
	Cualquier Administración	4,7	4,6	4,2	3,3	5,0
	Administración Local	4,0	5,2	5,5	5,9	6,5
Presentación denuncias	CCAA	6,7	7,3	7,4	7,3	7,1
	Administración central	4,0	4,0	4,0	5,2	3,5
	Cualquier Administración	11,4	12,9	12,6	12,9	14,0
Petición documentos	Administración Local	2,9	2,4	2,2	3,8	2,8
	CCAA	1,8	2,0	2,4	3,0	3,3
	Administración central	2,8	1,7	1,8	1,8	2,9
Pago impuestos	Cualquier Administración	7,0	6,1	5,5	7,0	7,7
	Administración Local	5,5	8,2	6,7	6,9	7,3
	CCAA	8,6	8,4	9,5	10,0	10,8
Otros	Administración central	15,7	14,8	14,6	19,2	15,1
	Cualquier Administración	24,0	26,6	24,5	29,0	26,9
	Administración Local	3,4	2,1	3,2	2,9	4,0
Otros	CCAA	3,0	4,2	4,7	4,4	6,4
	Administración central	18,6	18,7	21,1	21,9	23,6
	Cualquier Administración	22,0	22,7	26,6	26,9	30,5
Otros	Administración Local	1,5	2,0	1,0	0,9	1,0
	CCAA	2,8	1,9	2,6	1,6	2,9
	Administración central	1,3	1,3	1,3	0,8	0,7
	Cualquier Administración	4,1	4,6	4,2	3,3	4,2



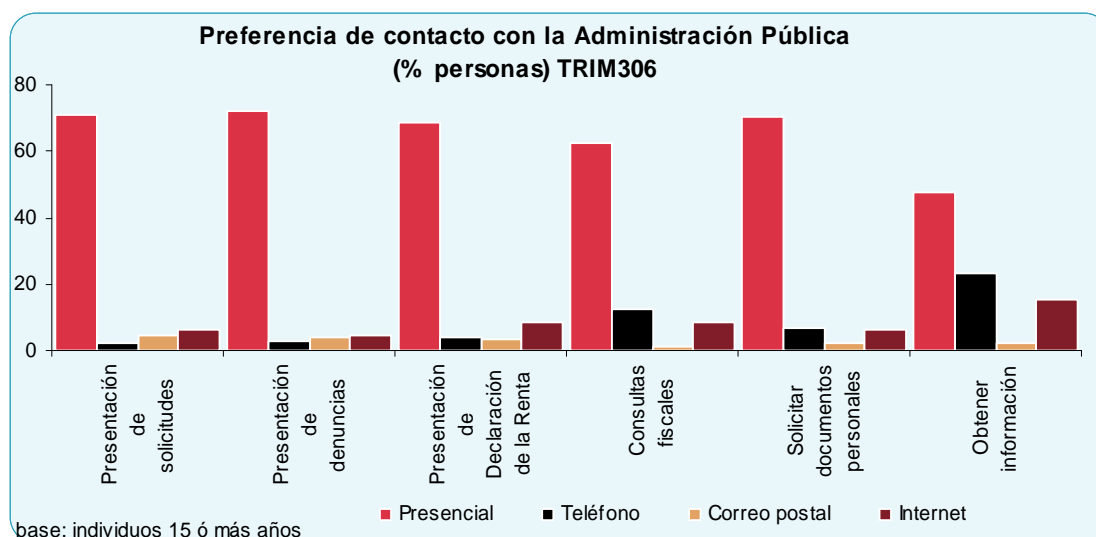
Tres de cada diez usuarios de Internet que han contactado con la e-administración han realizado algún tipo de pago de impuestos a través de la Red.

Un 27% de los usuarios de Internet que han contactado con la e-Administración ha solicitado algún tipo de documento oficial.

### 8.13. Preferencia de contacto con la Administración Pública

% de individuos	Tipo de contacto	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306
Presentación de solicitudes	Presencial	71,8	73,1	74,0	72,4	70,9
	Teléfono	2,1	1,8	1,7	2,0	2,0
	Correo postal	5,9	6,0	5,3	5,6	4,6
	Internet	5,1	5,2	5,3	5,8	6,3
Presentación de denuncias	Presencial	72,5	74,4	74,8	73,5	72,2
	Teléfono	2,9	2,6	2,5	2,9	2,8
	Correo postal	4,8	4,6	4,6	4,4	3,8
	Internet	3,7	3,9	3,8	4,3	4,5
Presentación de Declaración de la Renta	Presencial	71,2	73,3	71,6	69,6	68,6
	Teléfono	3,1	2,9	3,5	3,5	3,8
	Correo postal	4,5	5,0	4,7	5,2	3,6
	Internet	6,6	6,1	7,6	7,5	8,4
Consultas fiscales	Presencial	62,7	65,0	65,1	64,5	62,6
	Teléfono	13,8	13,3	12,3	12,0	12,2
	Correo postal	1,9	1,8	1,6	1,5	1,2
	Internet	6,7	6,4	7,7	7,8	8,4
Solicitar documentos personales	Presencial	72,3	72,7	73,5	72,2	70,5
	Teléfono	7,4	7,5	7,7	7,1	6,6
	Correo postal	2,9	3,0	2,5	2,5	2,3
	Internet	4,5	5,4	5,6	5,7	6,4
Obtener información	Presencial	48,8	50,5	50,2	48,2	47,4
	Teléfono	25,9	24,5	24,8	24,3	23,1
	Correo postal	2,7	3,1	2,9	2,0	2,0
	Internet	12,6	13,5	14,3	14,5	15,4

El contacto presencial sigue siendo el preferido para relacionarse con la Administración Pública, sin embargo el contacto vía Internet va aumentando progresivamente en las preferencias de los individuos. Así el 15,4% del total individuos de 15 ó más años manifiestan su preferencia por el contacto por Internet con la e-Administración para obtener información.





## 9. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

---

### 9.1. 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 realiza desde 2003 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 y motivaciones de uso en las familias, en 5 ámbitos: telefonía fija, telefonía móvil, Internet, TV pago y equipamiento TIC.

Este análisis de la demanda del segmento residencial, permite 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 tanto en el ámbito residencial como empresarial.

### 9.2. Ficha técnica

**Universo:** 15.493.933 hogares. Individuos de 15 y más años: 37,138 millones. Individuos de 10 y más años: 39,217 millones

Nota: Los datos publicados en este informe hacen referencia a individuos de 15 y más años.

**Muestra:** 3.263 hogares y 7.248 individuos

**Ámbito:** Península, Baleares y Canarias

**Diseño muestral:** Para cada CC.AA., estratificación proporcional por tipo de hábitat, con cuotas de segmento social, número de personas en el hogar y presencia de niños menores de 16 años en el mismo.

**Cuestionarios:** Además de la recogida trimestral de facturas, cada seis meses tiene lugar una encuesta postal a los miembros del panel que incluye un cuestionario de hogar y otro individual dirigido a todos sus miembros de 10 y más años. El primer cuestionario 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 octubre-diciembre 06, se ha dado por finalizada durante el mes de febrero 07.

**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 +1,75 % para hogares y de +1,17 % para individuos.