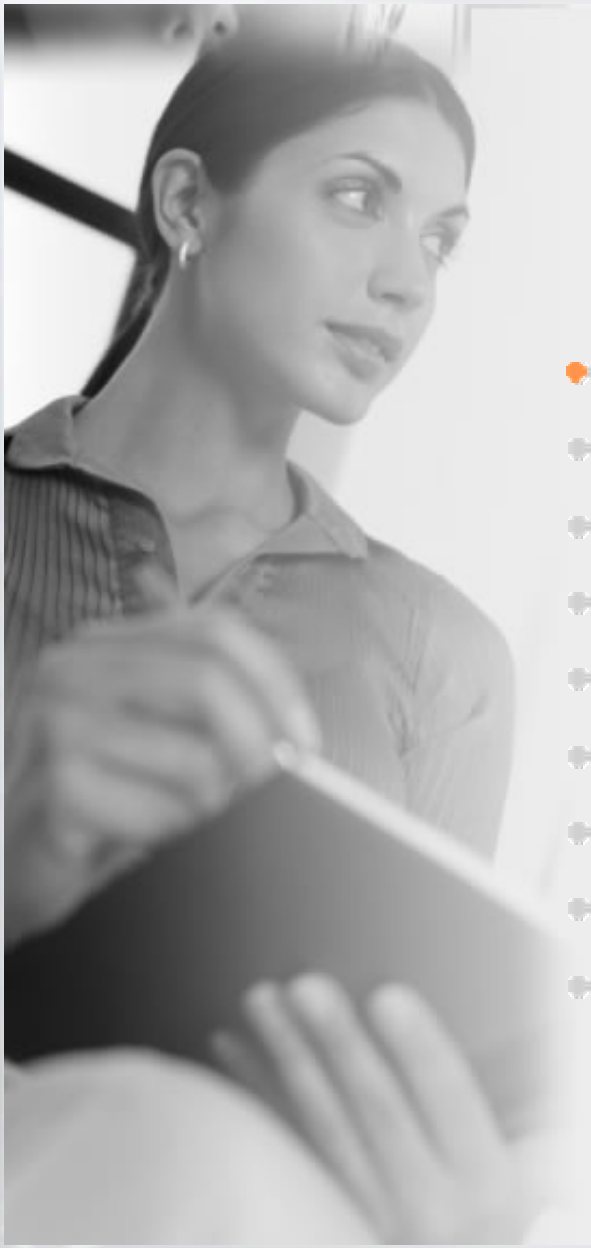
red.es

SEGUNDA OLEADA

# GASTO en TIC HOGARES

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



# ÍNDICE


- **Objetivos y metodología**
- **Principales resultados**
- **Pirámide de servicios TIC**
- **Telefonía Fija**
- **Telefonía móvil**
- **Audiovisual**
- **Internet**
- **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- **Análisis especial: relación fijo-móvil**

# 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 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:** 14.226.100 hogares

**Muestra:** 3.274 hogares y 7.876 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.

**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:** La recogida de facturas, del período octubre-diciembre, se ha dado por finalizada durante el mes de febrero.

**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 ±1.83 % para hogares y de ±1.13% para individuos

# Objetivos y Metodología

## Cambios respecto a la 1ª oleada

Se ha actualizado el **universo de hogares** (de 13.616.700 a 14.226.100).

En la segunda oleada, **no se ha realizado encuesta** (la frecuencia del envío y recepción de los cuestionarios es semestral) por tanto sólo se actualizan los indicadores obtenidos del procesado de las facturas, por lo que la penetración de equipos y servicios se mantiene sin variación respecto de la primera oleada**.**

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 esta segunda oleada, en los gastos totales en los servicios durante el IV trimestre de 2003, se mantiene el criterio de excluir el IVA (pues las cifras equivaldrían a ingresos de los operadores). Sin embargo, en los gastos medios por hogar se ha incluido el IVA pues refleja más fielmente el gasto real de los hogares españoles.

# ÍNDICE


- Objetivos y metodología
- **Principales resultados**
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Análisis especial: relación fijo-móvil

# Principales Resultados

## PIRÁMIDE DE EQUIPAMIENTO Y GASTO

**Aunque los hogares ven como aumenta su gasto conforme van contratando más servicios, se aprecia igualmente que el gasto medio por servicio va descendiendo.**

## TELEFONÍA FIJA, MÓVIL, AUDIOVISUAL E INTERNET

**TELEFONÍA FIJA:** Se aprecia una mayor utilización de los servicios de acceso indirecto en el otoño en las llamadas de voz

**TELEFONÍA MÓVIL:** En otoño se aprecia un ligero descenso del gasto en llamadas desde teléfonos móviles, especialmente en la modalidad de prepago. Hay un trasvase del gasto de modalidad de prepago a contrato.

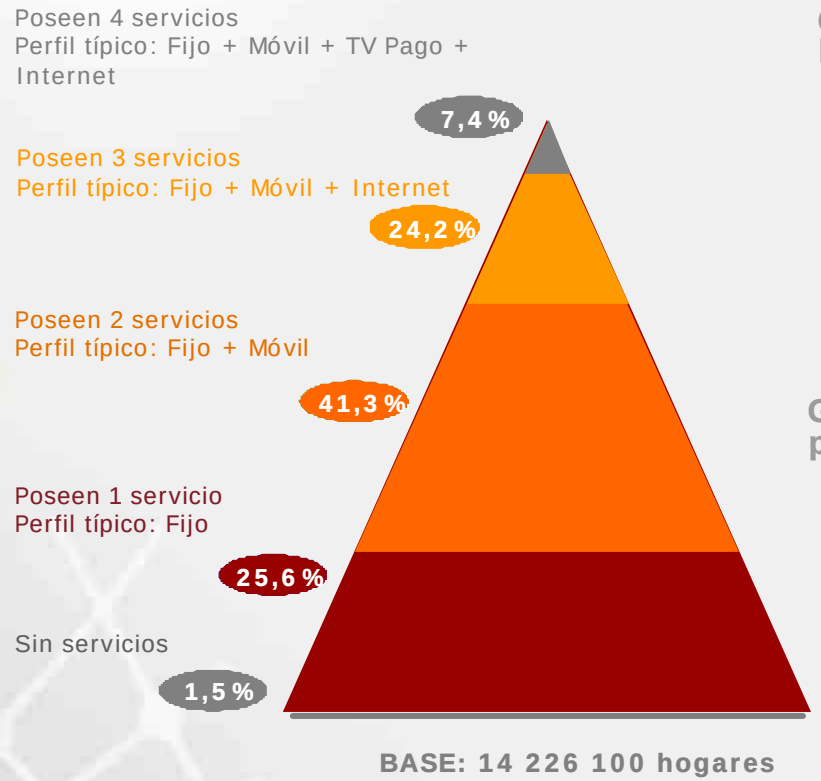
**AUDIOVISUAL:** En otoño ha aumentado el gasto en televisión de pago, tanto por lo que se refiere a cuotas como a pago por visión

**INTERNET:** En otoño ha crecido también el gasto en Internet. Sobre todo, por las altas en servicios ADSL, correspondientes a migraciones de usuarios con acceso a Internet por red telefónica a Internet de banda ancha.

# Principales Resultados

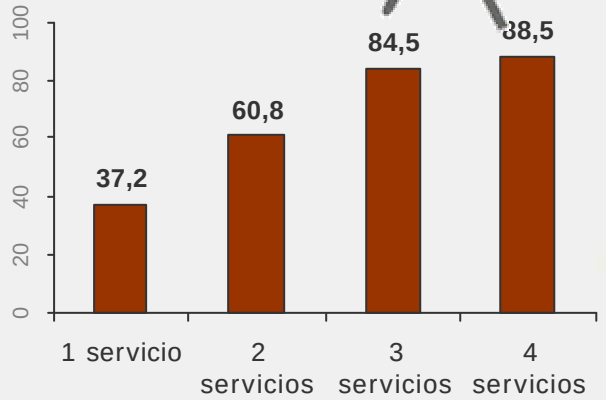
## Pirámide de equipamiento TIC de los hogares

**Gasto medio por hogar y por servicio.** ***Cuestionario semestral + Facturas***

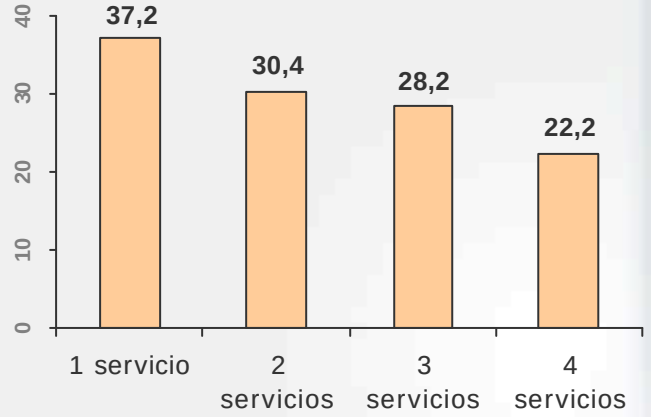



**BASE: 14 226 100 hogares**

Gasto medio por hogar




Gasto medio por servicio



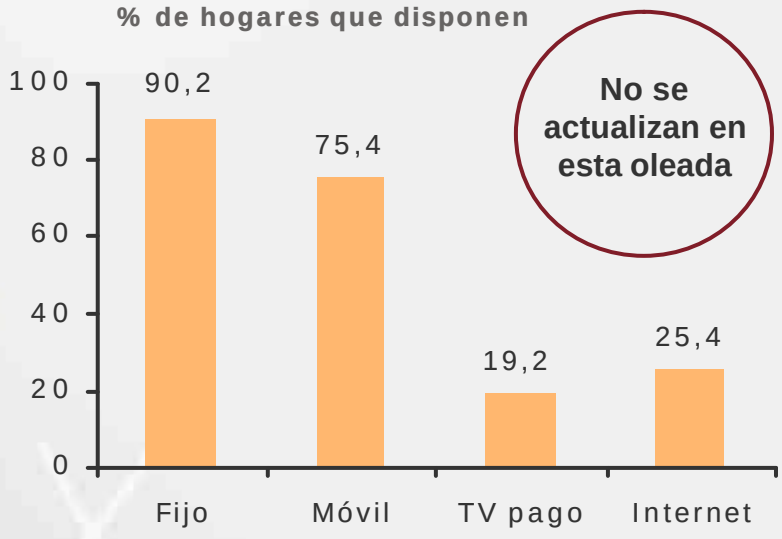

Media: **Gasto medio (€) realizado durante el período de un mes** (IVA incluido)

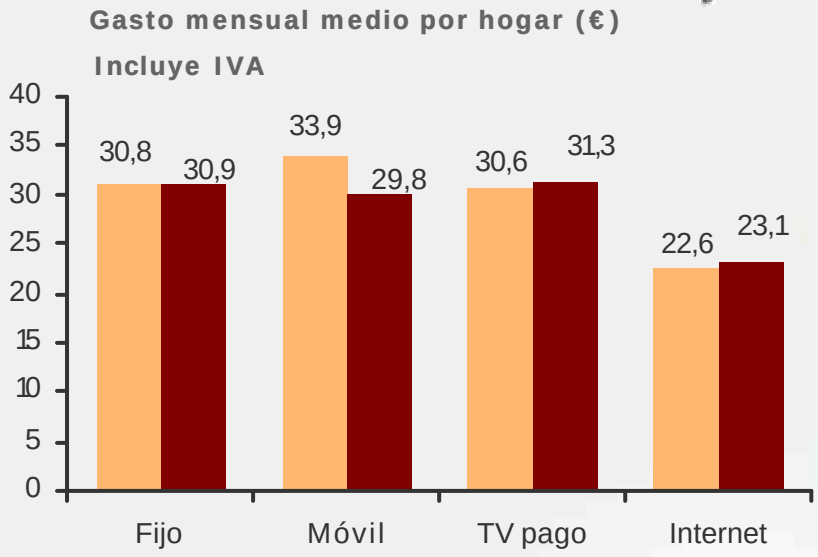
RESULTADOS

# Principales Resultados

## Penetración y gasto mensual medio por servicio

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



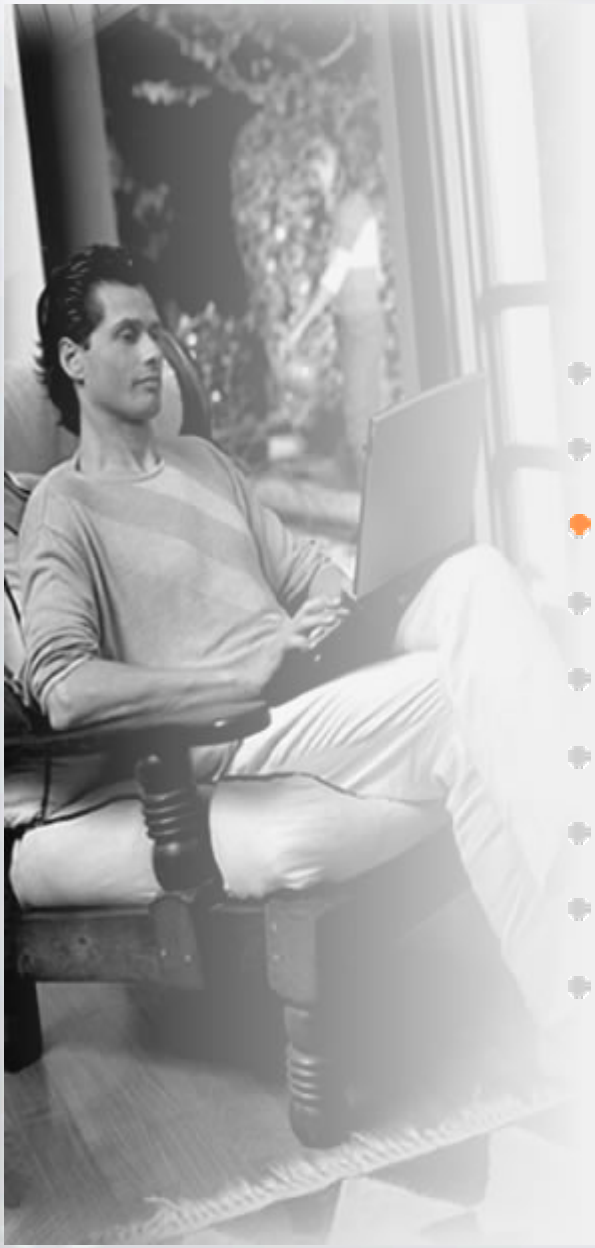




BASE: Total hogares

BASE: Hogares que disponen de cada servicio

IV TRIM 2003
III TRIM 2003

RESULTADOS



red.es

# ÍNDICE


- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- **Pirámide de servicios TIC**
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Análisis especial: relación fijo-móvil

# Principales Resultados

## PIRÁMIDE DE SERVICIOS

**El equipamiento tecnológico del hogar no parece depender del hábitat geográfico.**

**El equipamiento aumenta según la clase social:**
- **El 45,9% de clase baja posee un servicio**
- **El 44,4% de clase Media-Baja poseen dos servicios**
- **El 50,8% de la clase alta y media alta poseen tres ó 4 servicios**

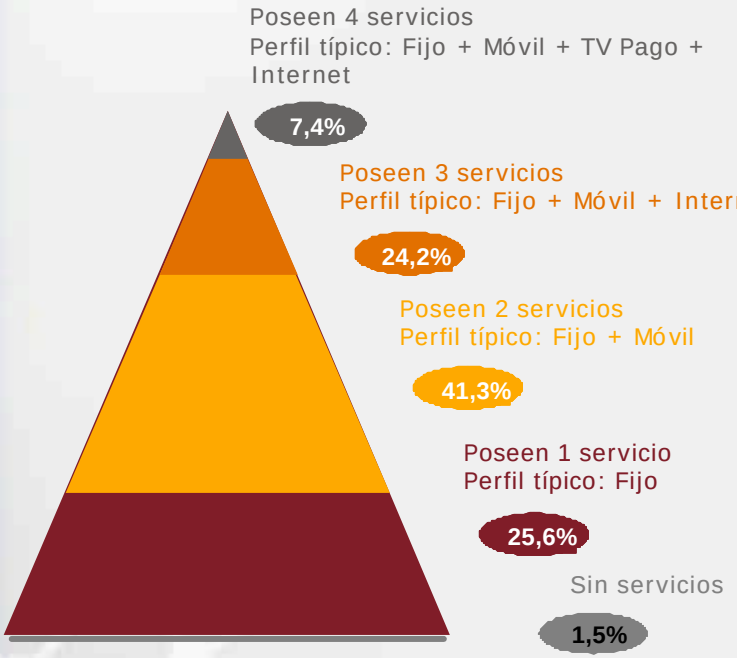
**El 65% de los hogares con 1 servicio están habitados por 1 ó 2 personas**

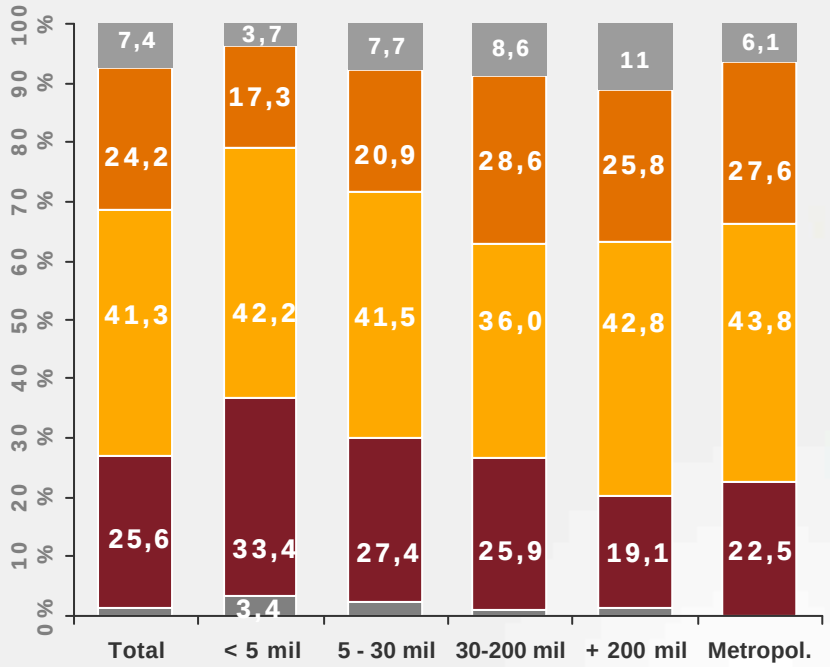
**El 75% de los hogares con bajo equipamiento no tienen presencia de niños**

# Servicios TIC en los hogares

## Equipamiento según tamaño de hábitat

***Cuestionario semestral***



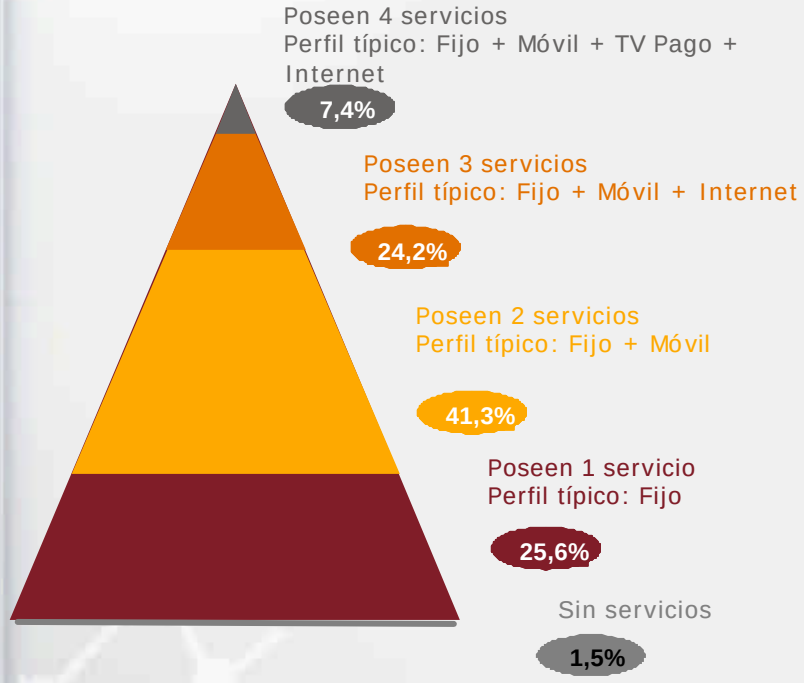



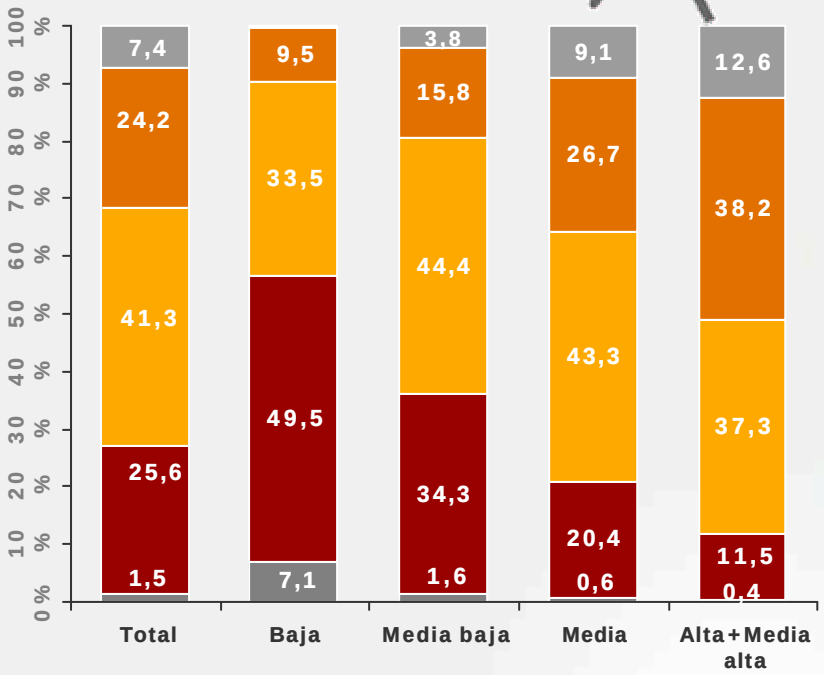

BASE: 14 226 100 hogares

# Servicios TIC en los hogares

## Equipamiento según clase social

***Cuestionario semestral***



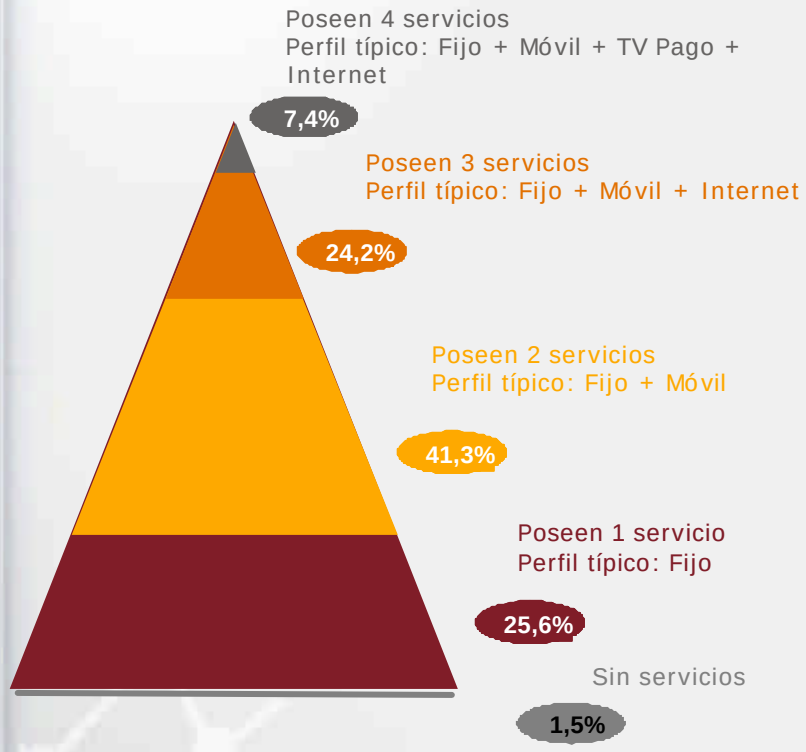



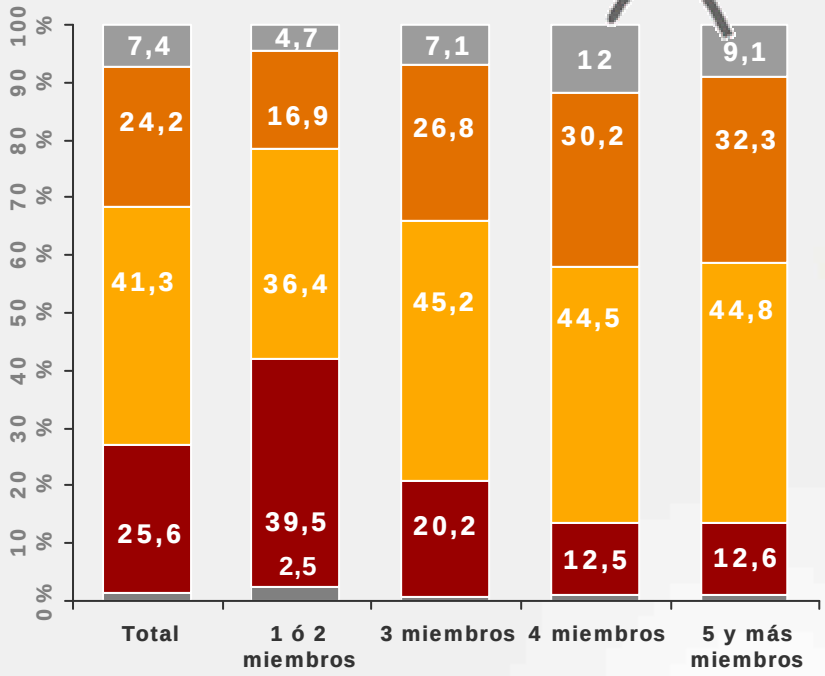

BASE: 14 226 100 hogares

# Servicios TIC en los hogares

## Equipamiento según tamaño del hogar

***Cuestionario semestral***



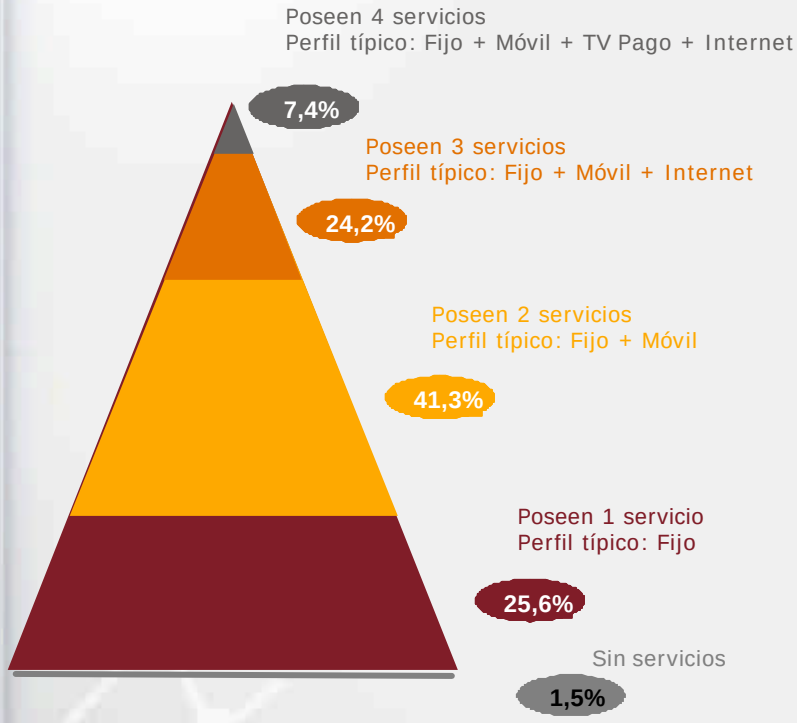



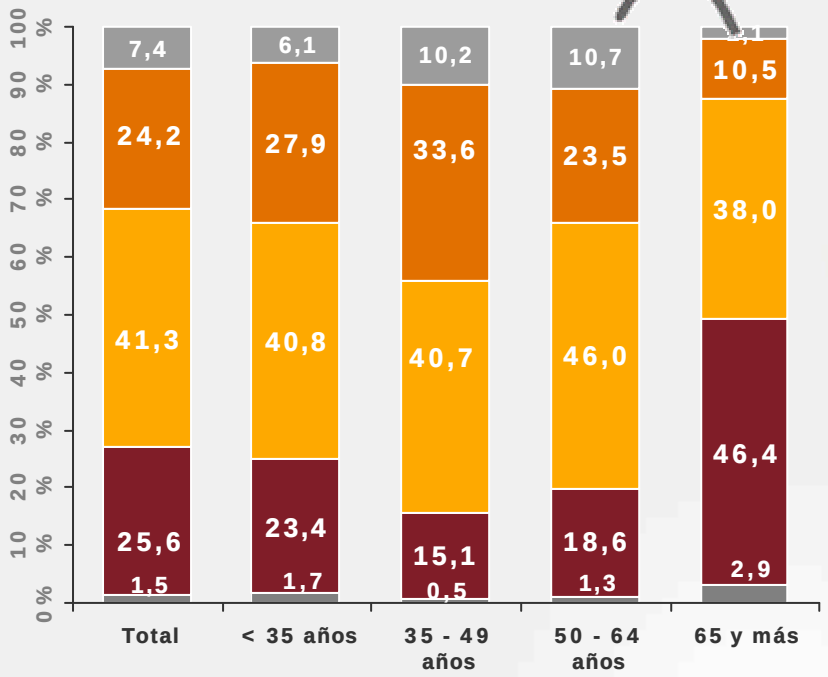

BASE: 14 226 100 hogares

# Servicios TIC en los hogares

## Equipamiento según edad ama de casa

***Cuestionario semestral***



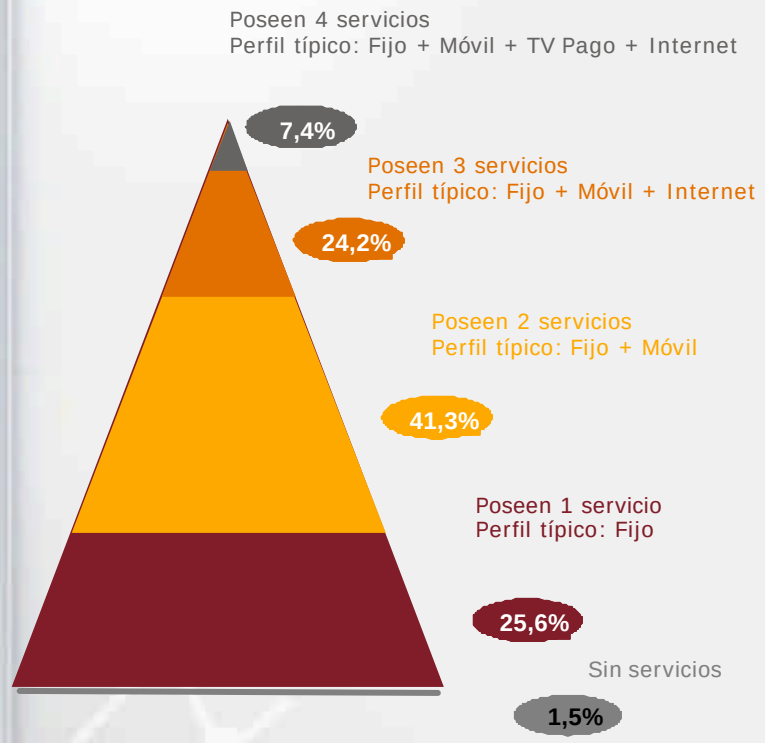



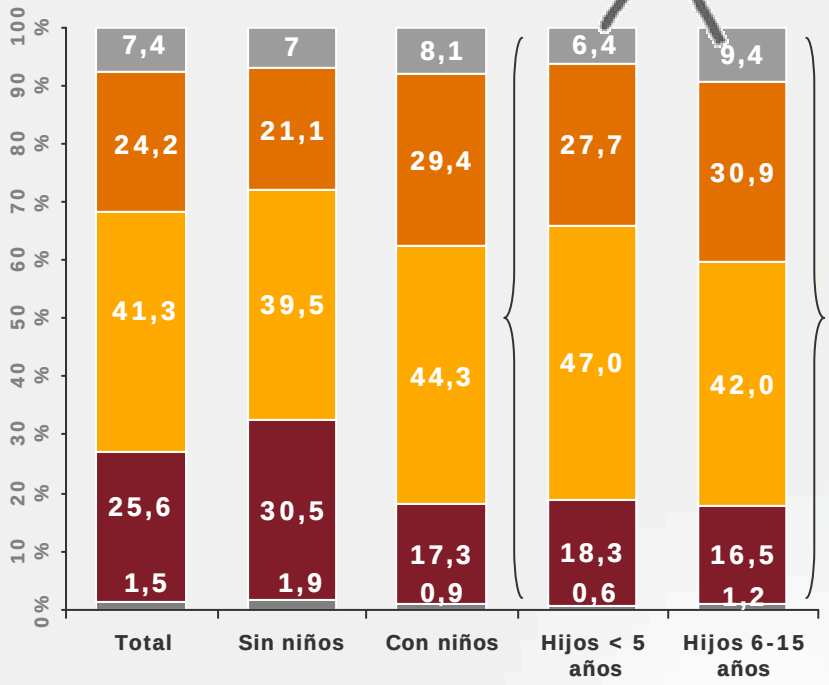

BASE: 14 226 100 hogares

# Servicios TIC en los hogares

## Equipamiento según presencia de niños

***Cuestionario semestral***



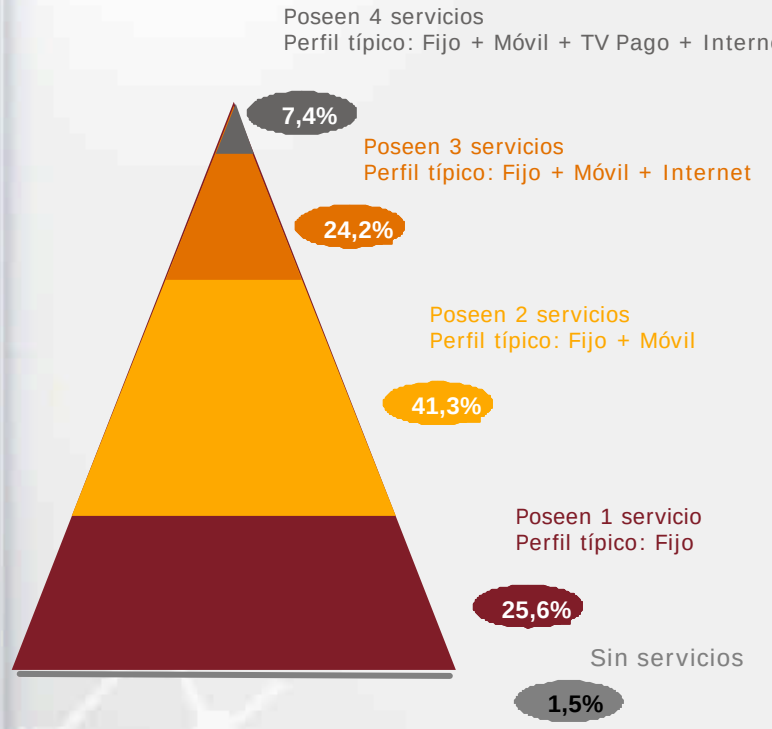




BASE: 14 226 100 hogares

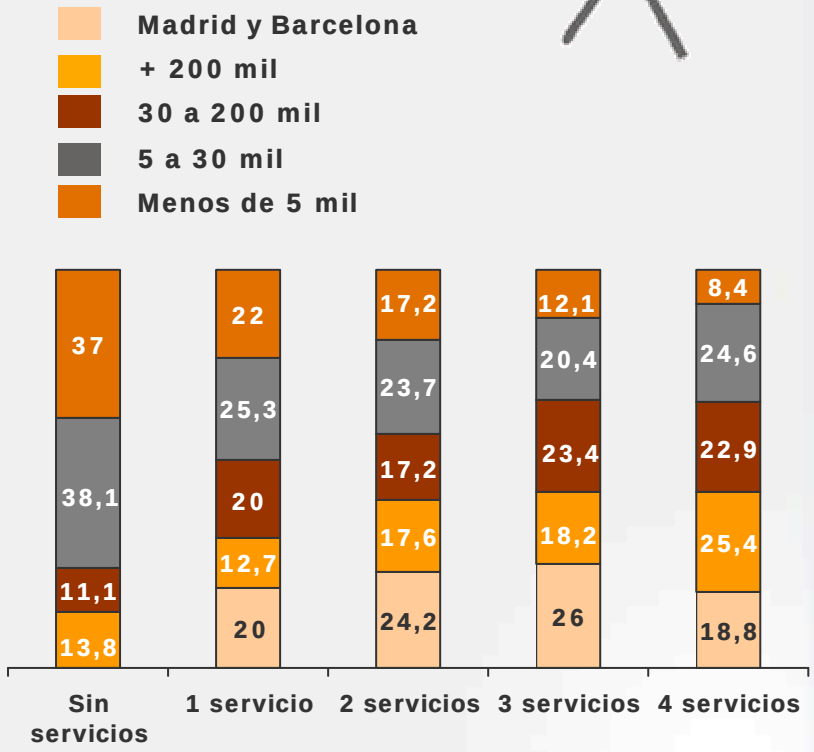
# Servicios TIC en los hogares

## Tamaño de hábitat por equipamiento

***Cuestionario semestral***



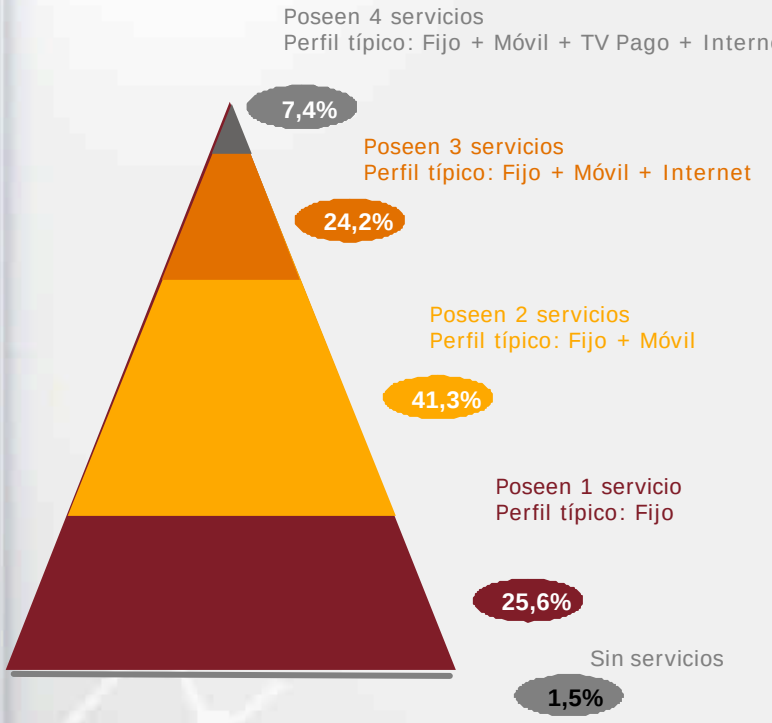

BASE: 14 226 100 hogares

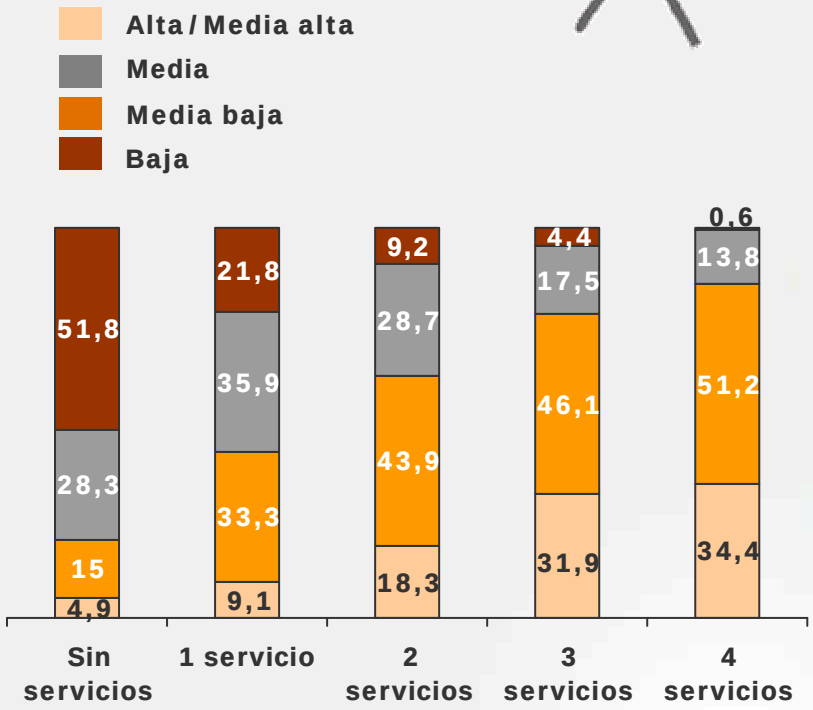


# Servicios TIC en los hogares

## Clase social por equipamiento

***Cuestionario semestral***



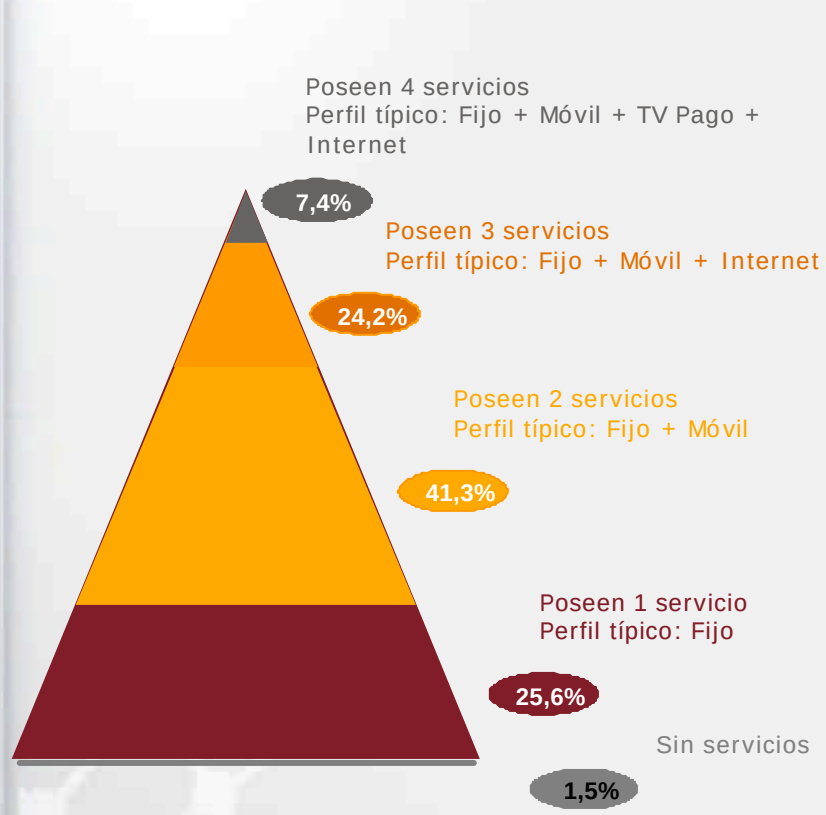



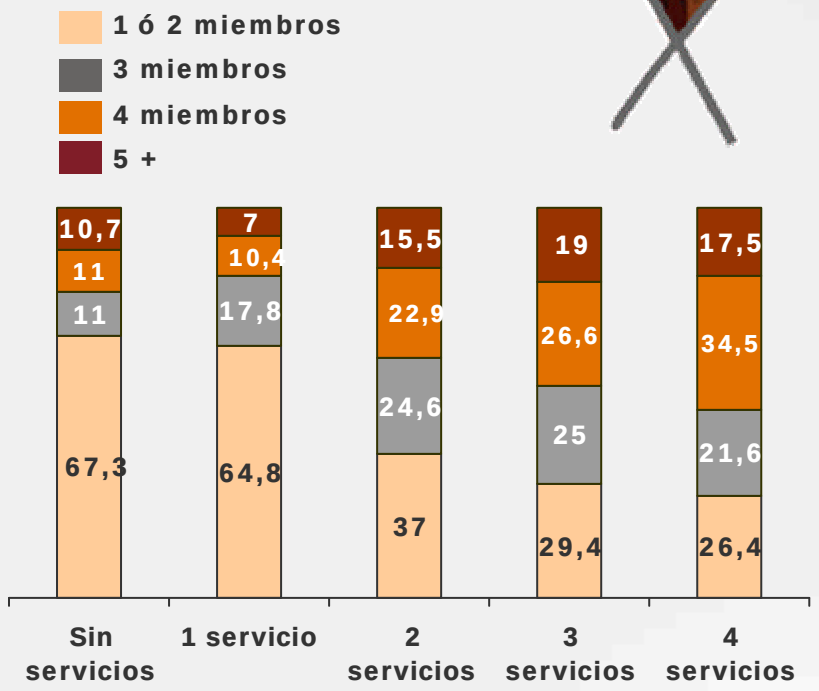

BASE: 14 226 100 hogares

# Servicios TIC en los hogares

## Tamaño del hogar por equipamiento

***Cuestionario semestral***



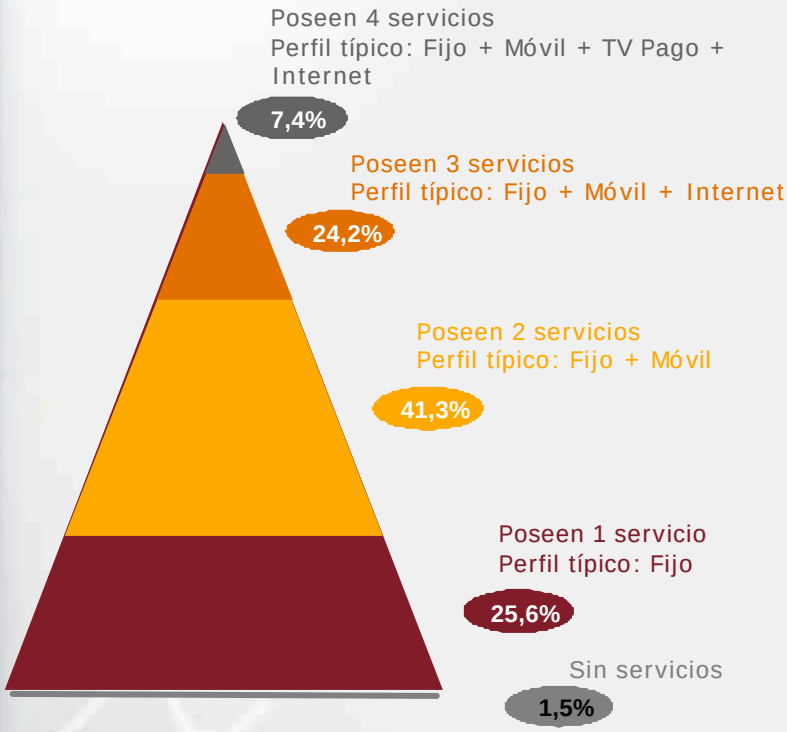




BASE: 14 226 100 hogares

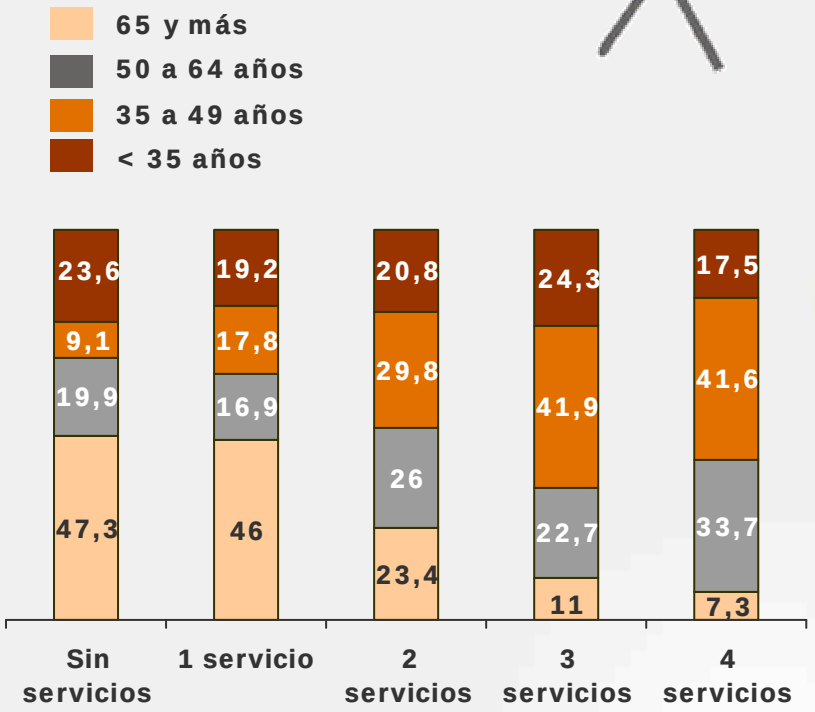
# Servicios TIC en los hogares

## Edad del ama de casa por equipamiento

***Cuestionario semestral***



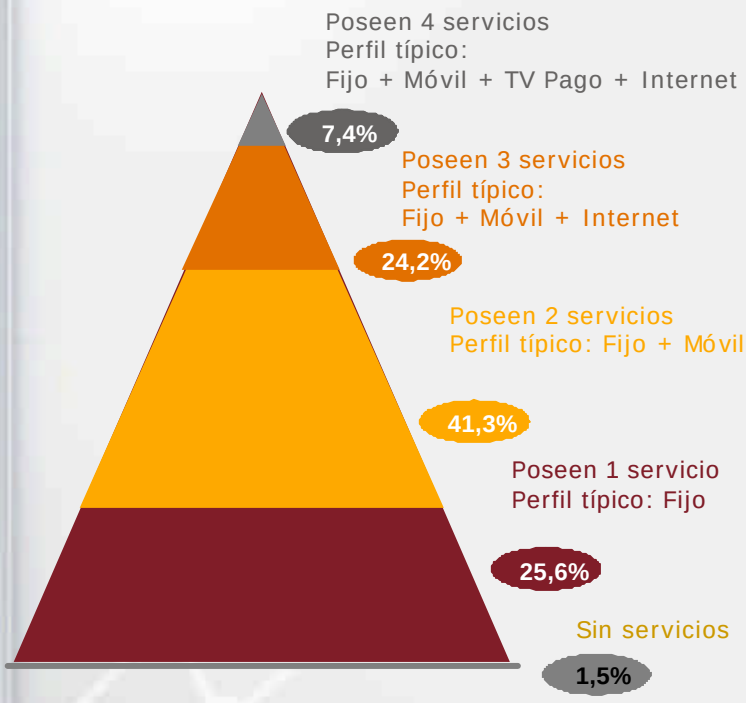

BASE: 14 226 100 hogares

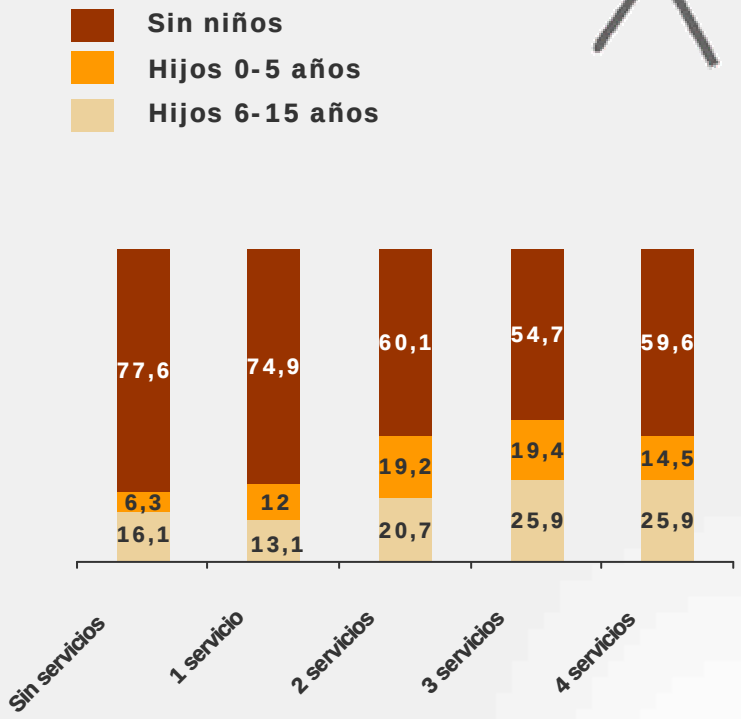


# Servicios TIC en los hogares

## Presencia de niños por equipamiento

***Cuestionario semestral***




BASE: 14 226 100 hogares

# ÍNDICE


- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- **Telefonía Fija**
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Análisis especial: relación fijo-móvil

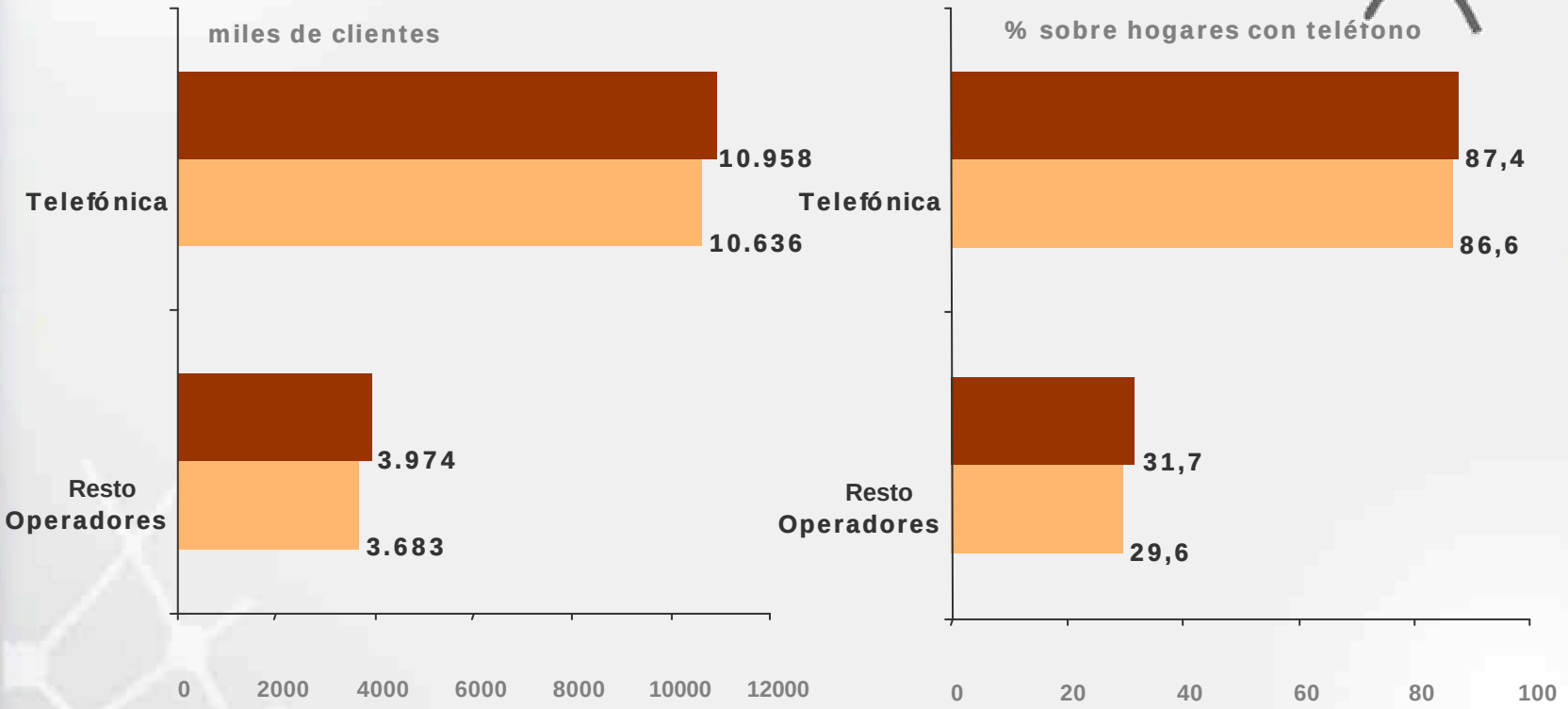
# Telefonía Fija

## Clientes por Operador

**NOTA: En la valoración en el aumento del número de clientes hay que tener en cuenta la actualización del universo de hogares (de 13.616.700 a 14.226.100).**

**COMPETENCIA**

***Facturas***




BASE: Hogares con Teléfono fijo

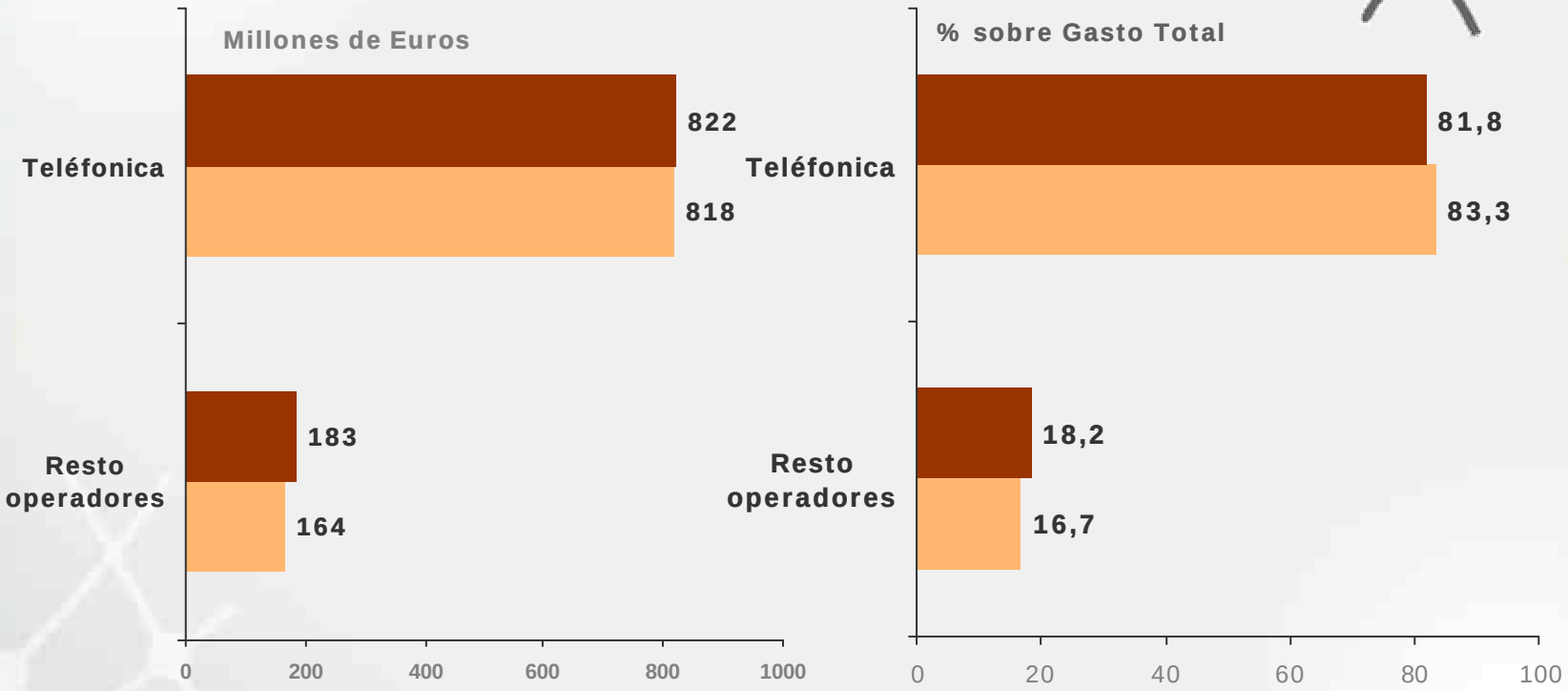
red.es

# Telefonía Fija

## Gasto por operador

**COMPETENCIA**

***Facturas***




BASE: Hogares con Teléfono fijo

red.es

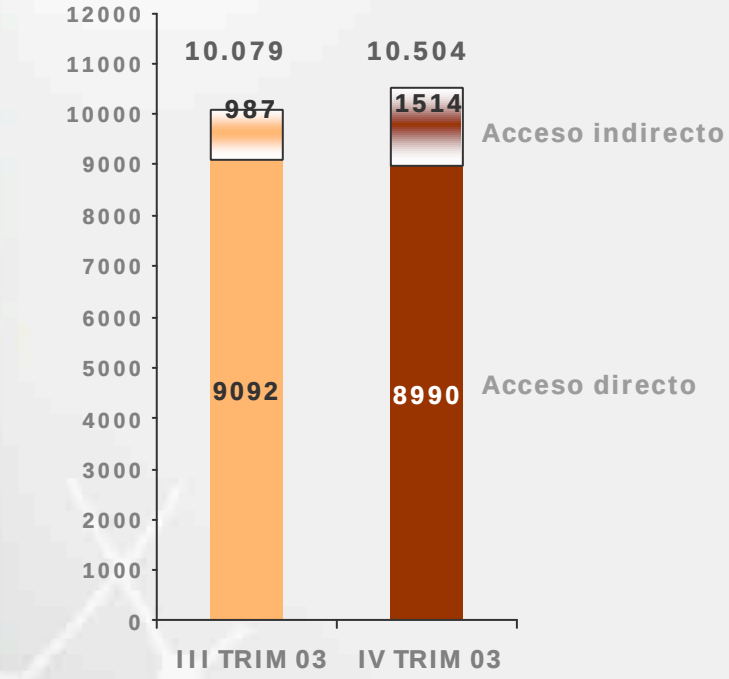
# Telefonía Fija

## Minutos cursados

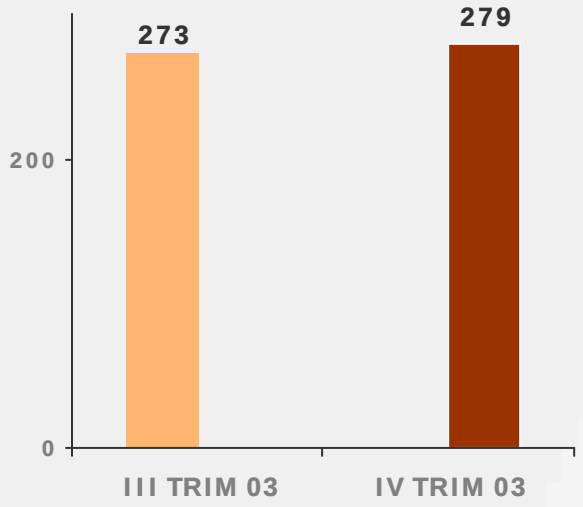
**COMPETENCIA**

***Facturas***

**Consumo Trimestral Total (millones de minutos)**




**Media mensual por hogar en minutos**




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

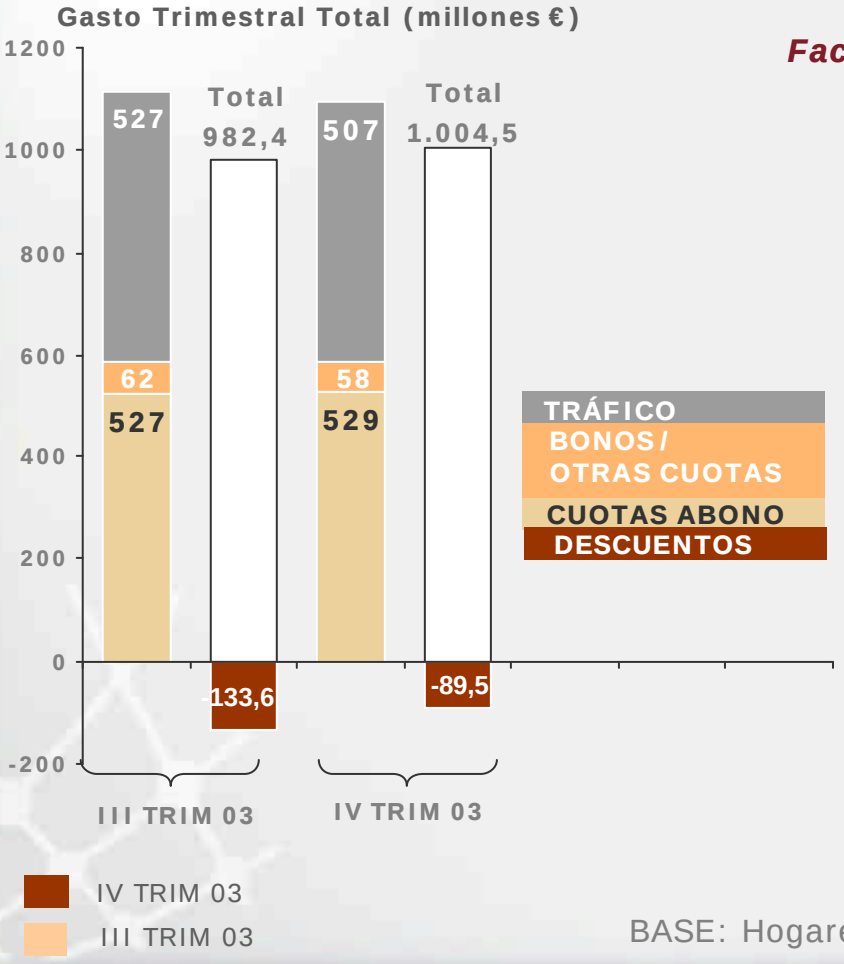
IV TRIM 03
III TRIM 03

BASE: Hogares con Teléfono fijo

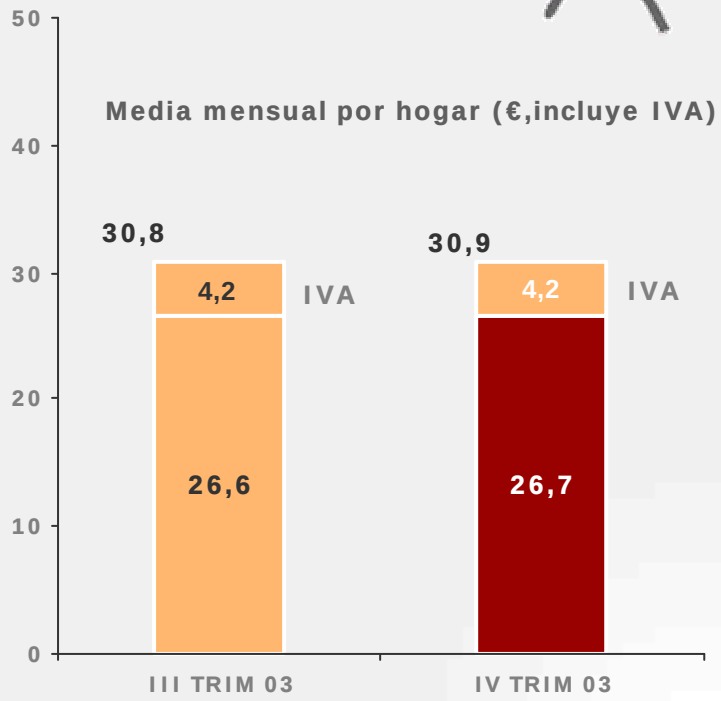
# Telefonía Fija

## Gasto en servicios excluido acceso a Internet

**COMPETENCIA**




***Facturas***




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

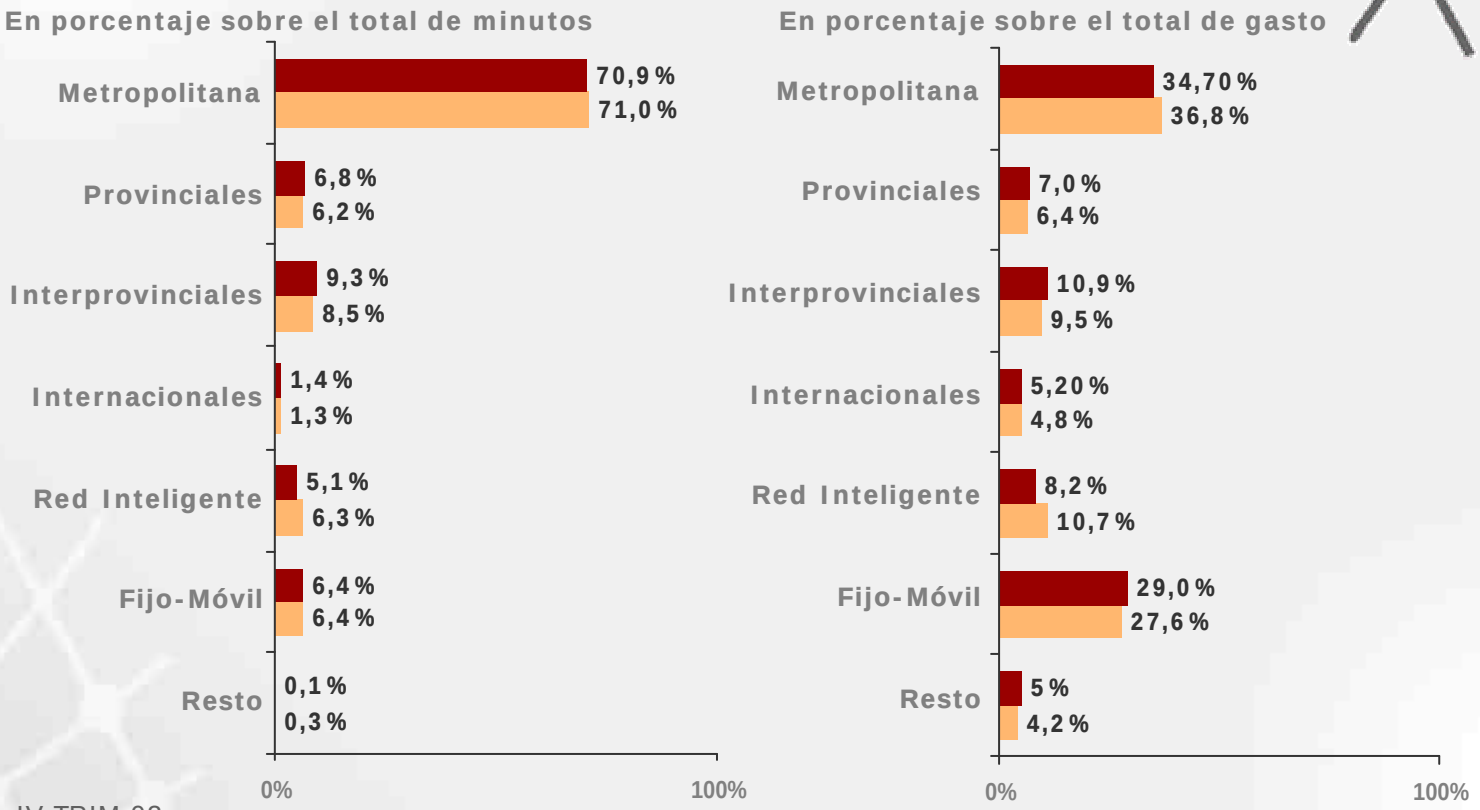
BASE: Hogares con Teléfono fijo

# Telefonía Fija

## Minutos cursados y Gasto por tipo de llamada

**COMPETENCIA**

***Facturas***




BASE: Hogares con Teléfono fijo

# ÍNDICE


- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- **Telefonía móvil**
- Audiovisual
- Internet
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Análisis especial: relación fijo-móvil

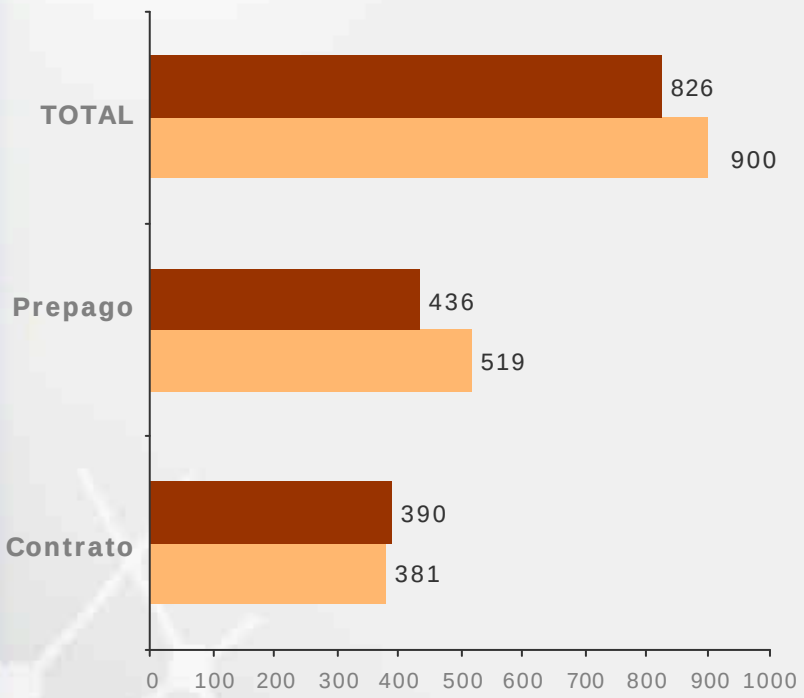
# Telefonía Móvil

## Gasto servicios finales de tel. móvil por forma de pago

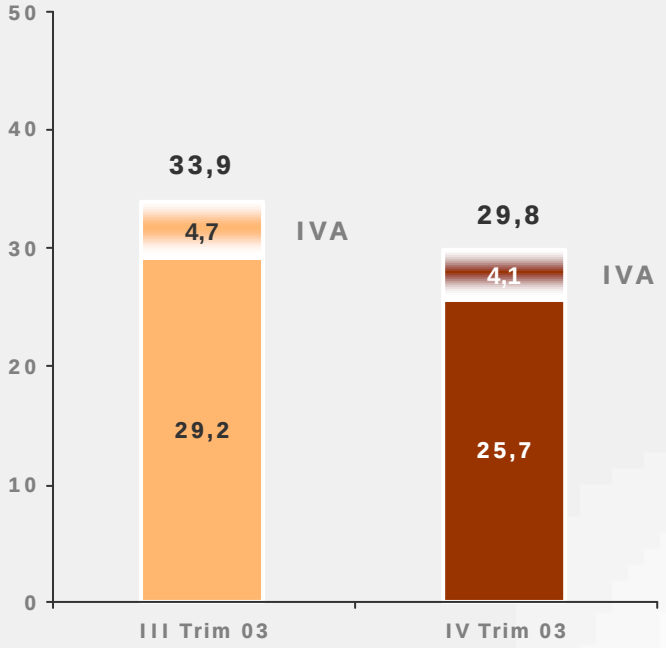
**CONSUMO**

***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

red.es

# ÍNDICE

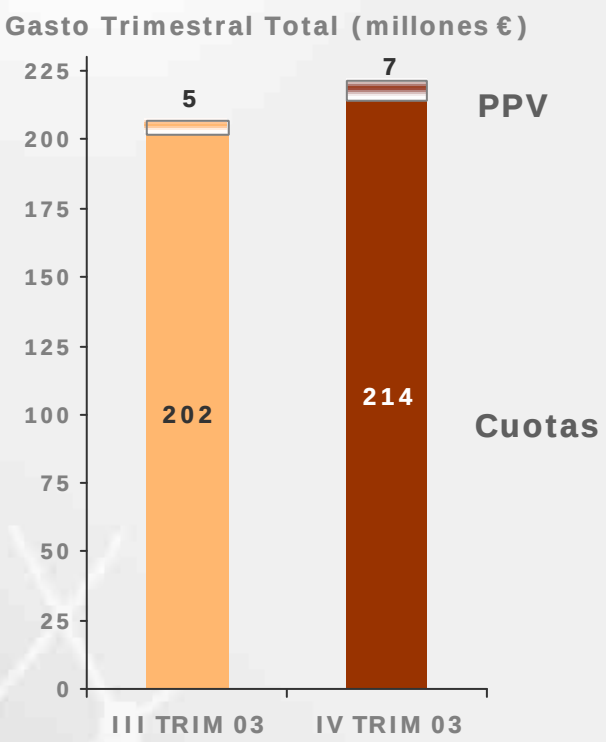

- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- **Audiovisual**
- Internet
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Análisis especial: relación fijo-móvil

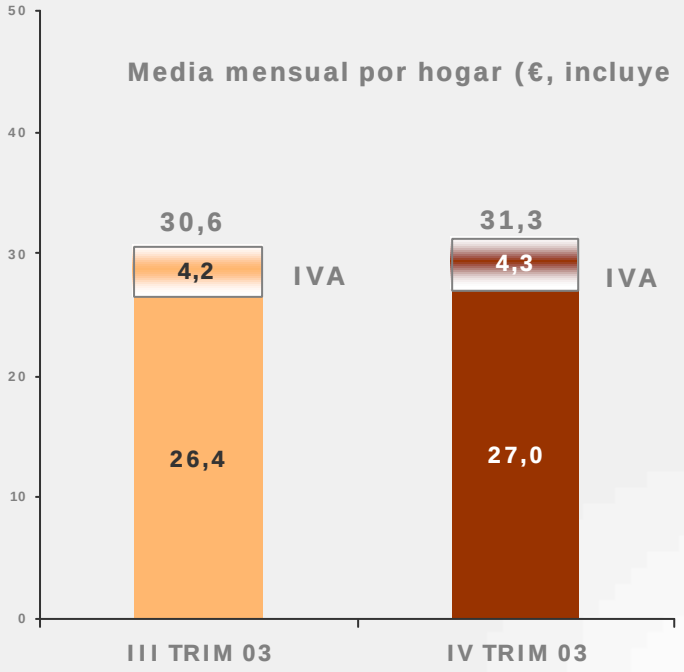
# Audiovisual

## Gasto en servicios de TV de Pago

**CONSUMO**

***Facturas***




**Gasto total:** 207 millones de € 221 millones de €

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

BASE: Hogares con televisión de pago

# ÍNDICE

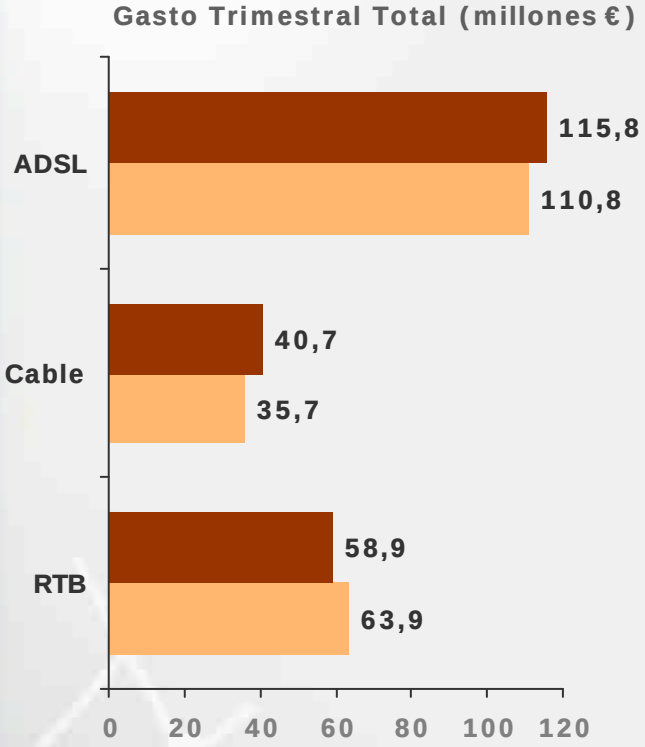

- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- **Internet**
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- Análisis especial: relación fijo-móvil

# Internet

## Gasto en Internet por tipo de tecnología

**CONSUMO**

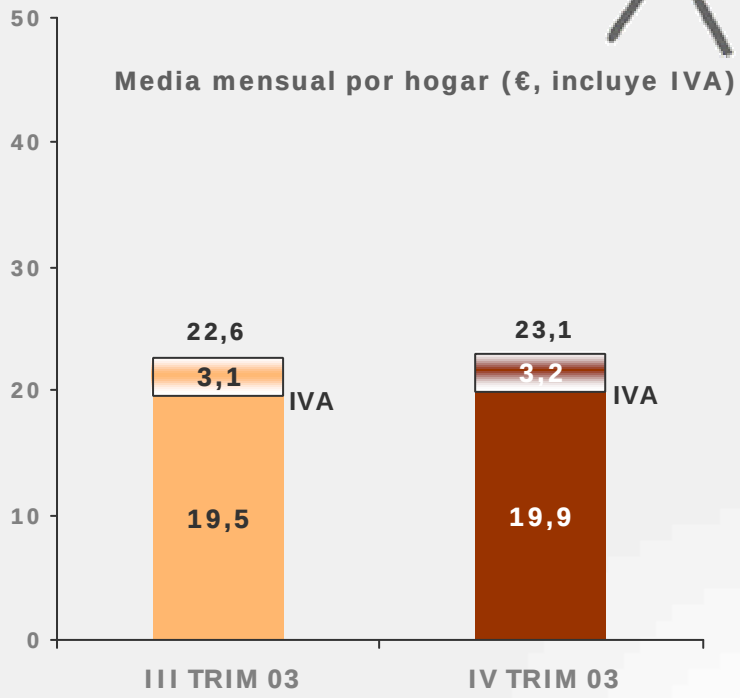
***Facturas***




**Gasto total:** 215,4 millones de €

IV TRIM 03

III TRIM 03




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

BASE: Hogares con Internet

# ÍNDICE

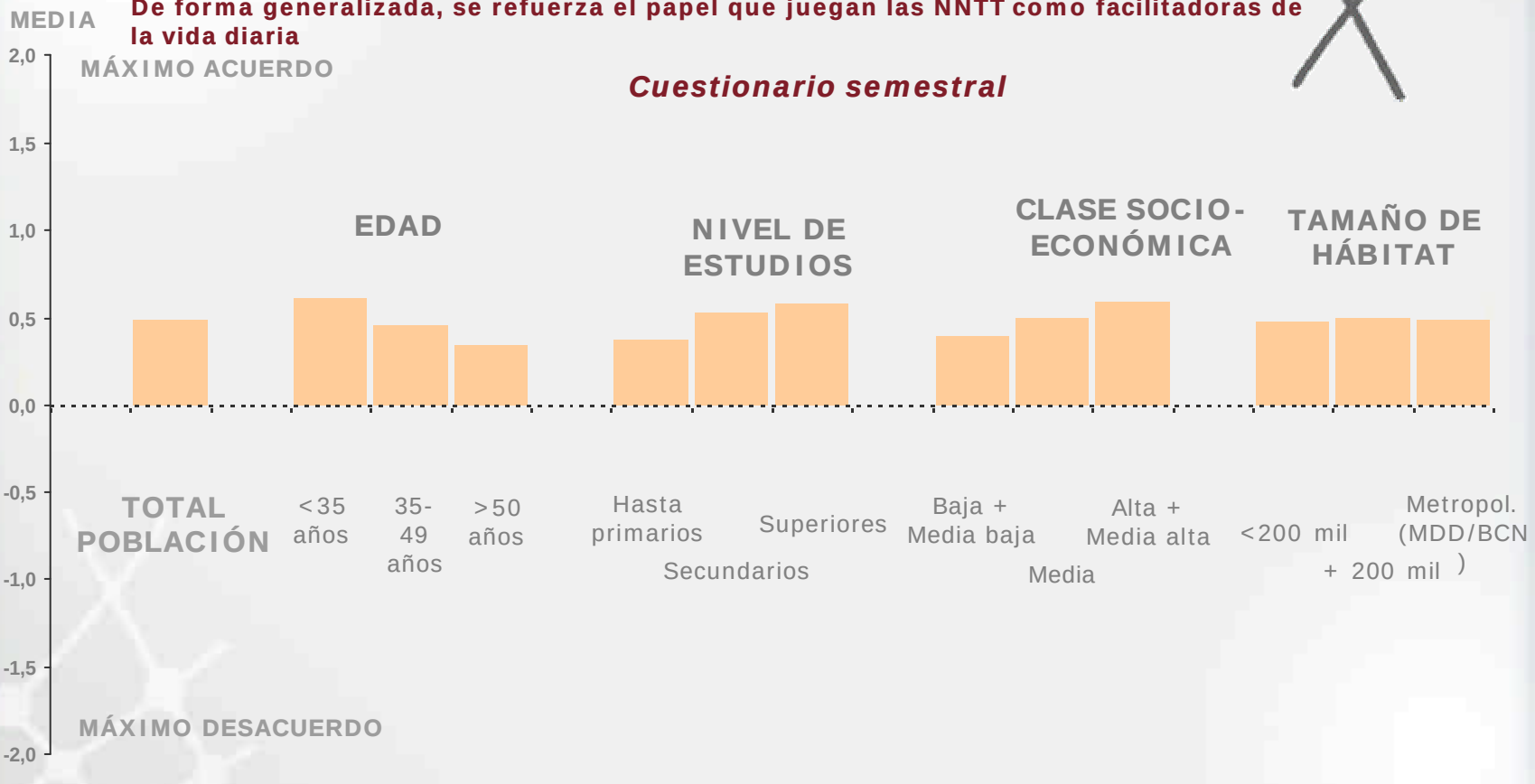

- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- Análisis especial: relación fijo-móvil

# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

" Las nuevas tecnologías contribuyen a hacer más fácil y cómoda la vida de las personas"

**De forma generalizada, se refuerza el papel que juegan las NNTT como facilitadoras de la vida diaria**

***Cuestionario semestral***



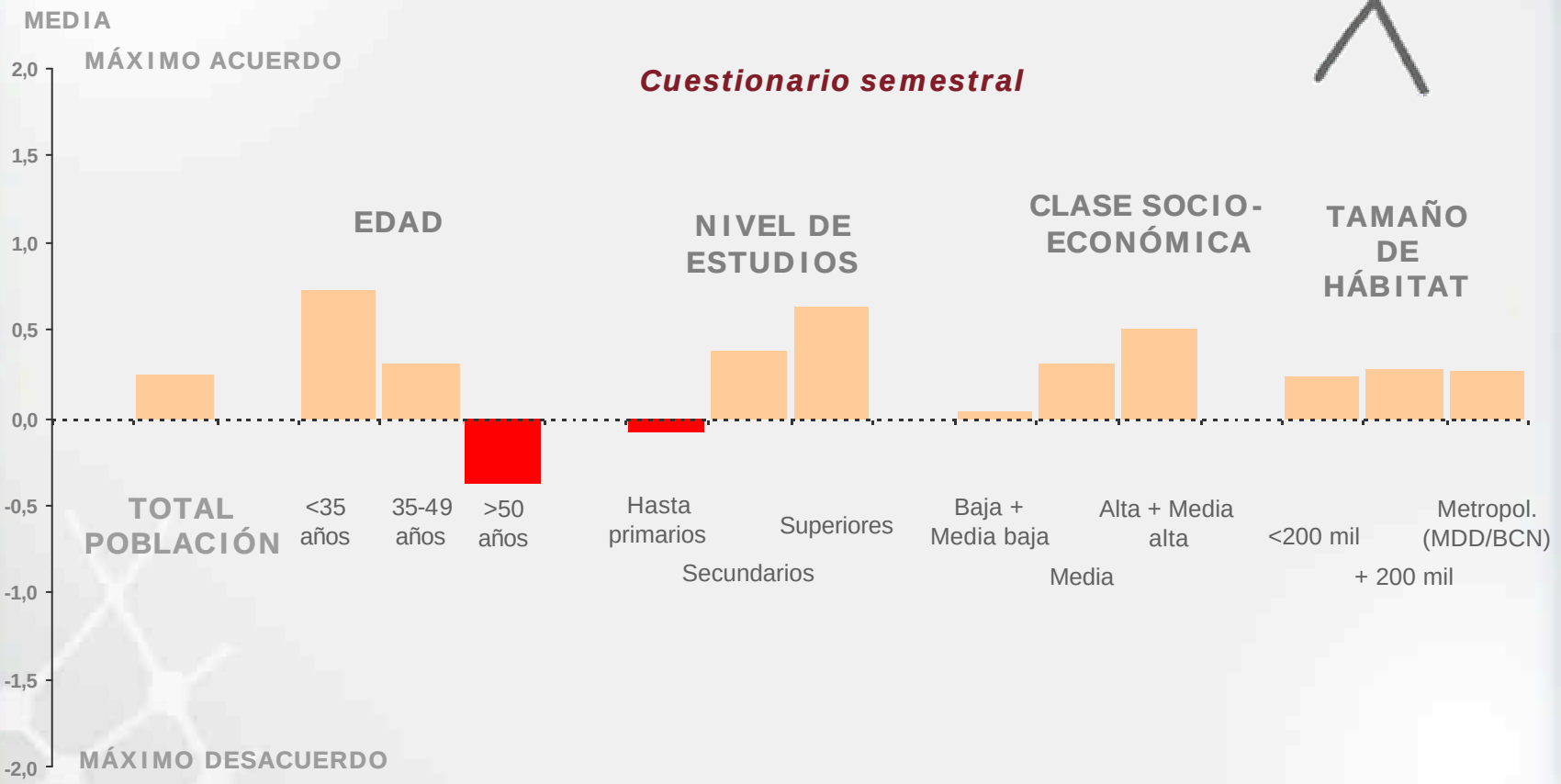

Escala -2 'Totalmente en desacuerdo' a +2 'Totalmente de acuerdo'

# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

## "Las nuevas tecnologías son para mi"

**La asimilación de las NNTT es creciente entre los más jóvenes y adultos, no así entre los más mayores**

*Cuestionario semestral*



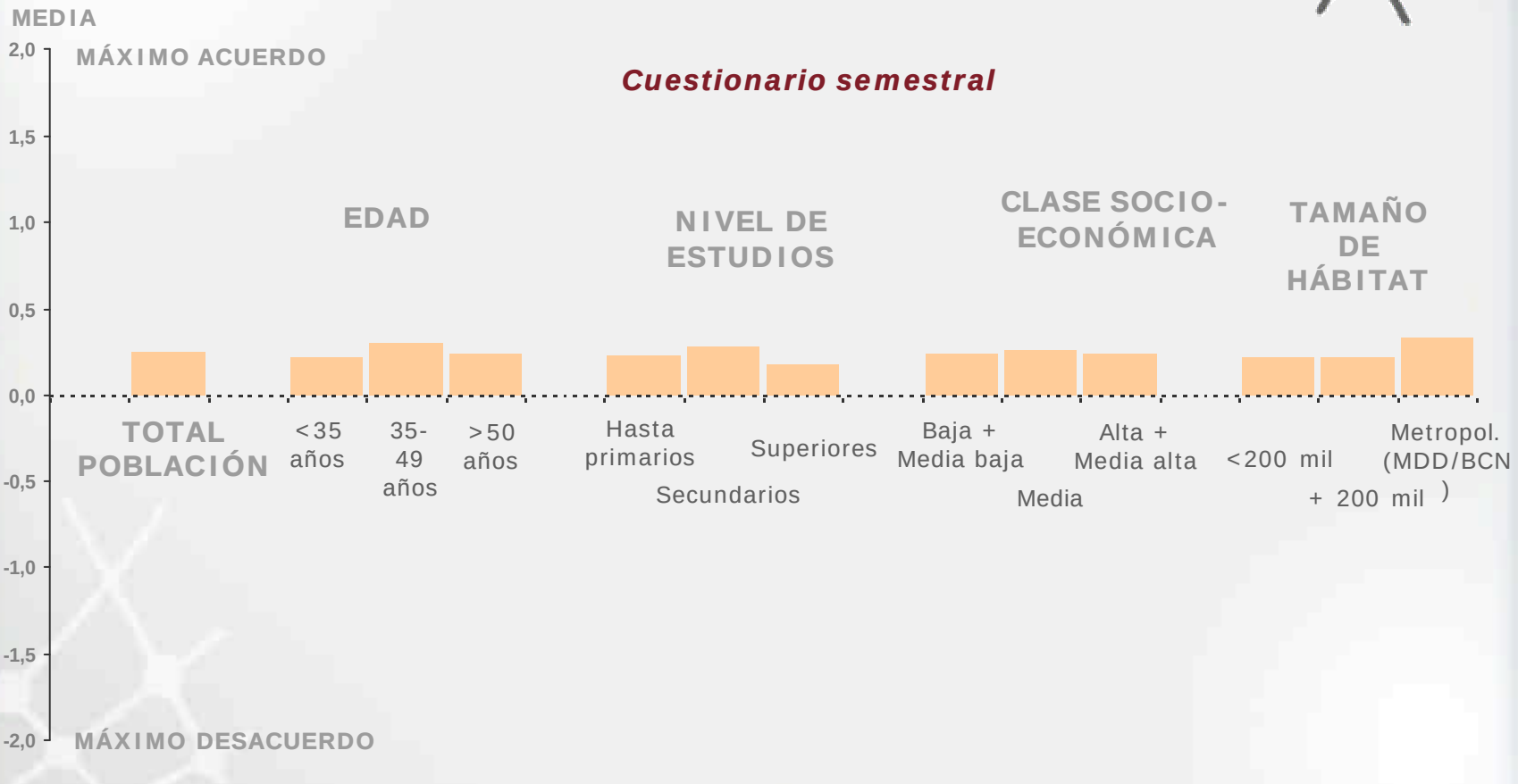

Escala -2 'Totalmente en desacuerdo' a +2 'Totalmente de acuerdo'

# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es

"Compraría y usaría más productos y servicios tecnológicos si me enseñaran a utilizarlos de manera sencilla"

**Se confirma el segmento entre 35 y 49 años como el más demandante de formación en NNTT**




Escala -2 'Totalmente en desacuerdo' a +2 'Totalmente de acuerdo'

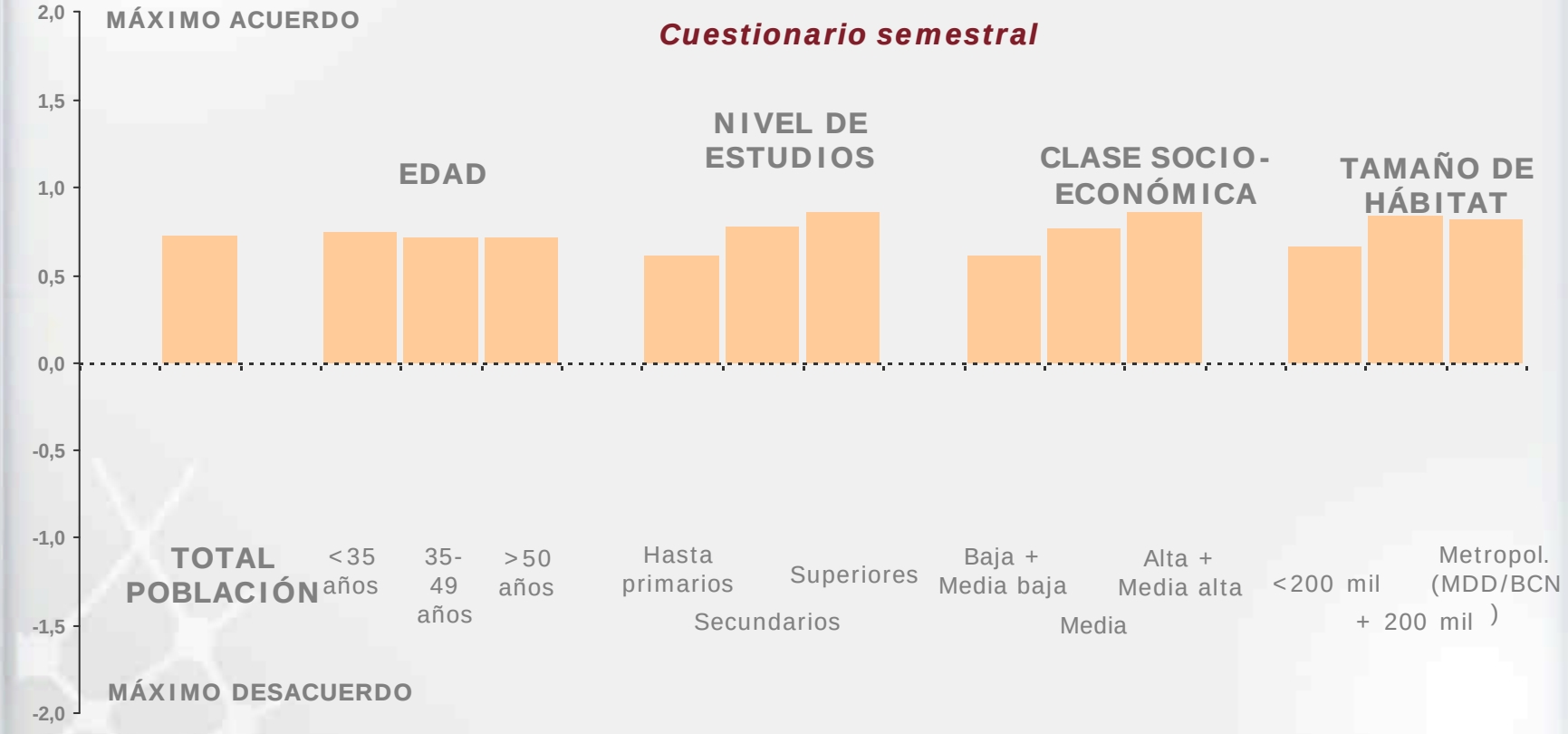
# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es

"Conocer bien las nuevas tecnologías es muy importante para tener éxito en el mundo laboral"

**La importancia de las NNTT en el desarrollo profesional se destaca especialmente entre quienes tienen mayor nivel de estudios y mayor nivel socio-económico**

*Cuestionario semestral*

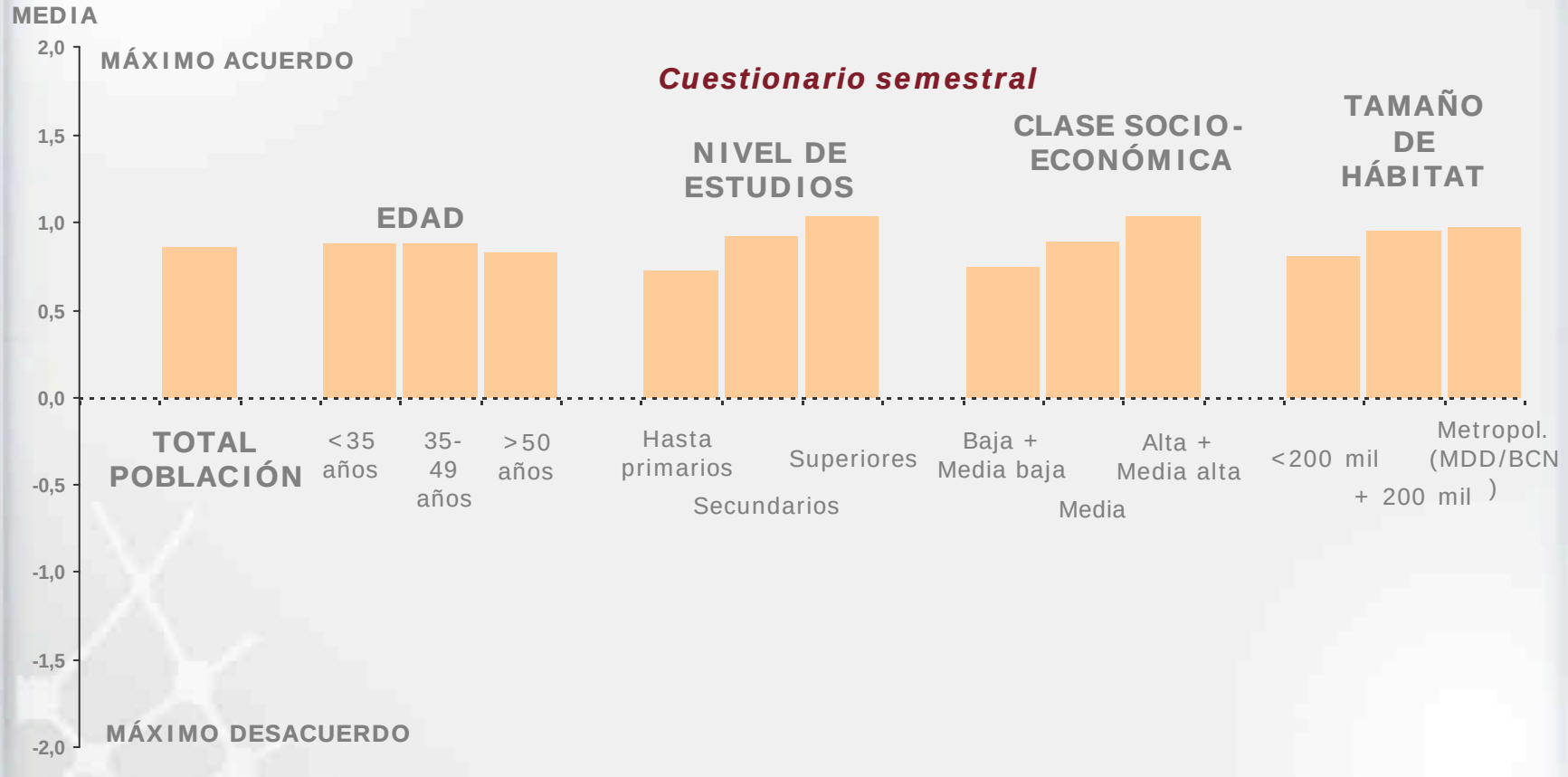



Escala -2 'Totalmente en desacuerdo' a +2 'Totalmente de acuerdo'

# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

"Conocer las nuevas tecnologías será fundamental en la educación en el futuro inmediato"

**Es unánime la importancia creciente concedida a las NNTT en la educación del futuro**

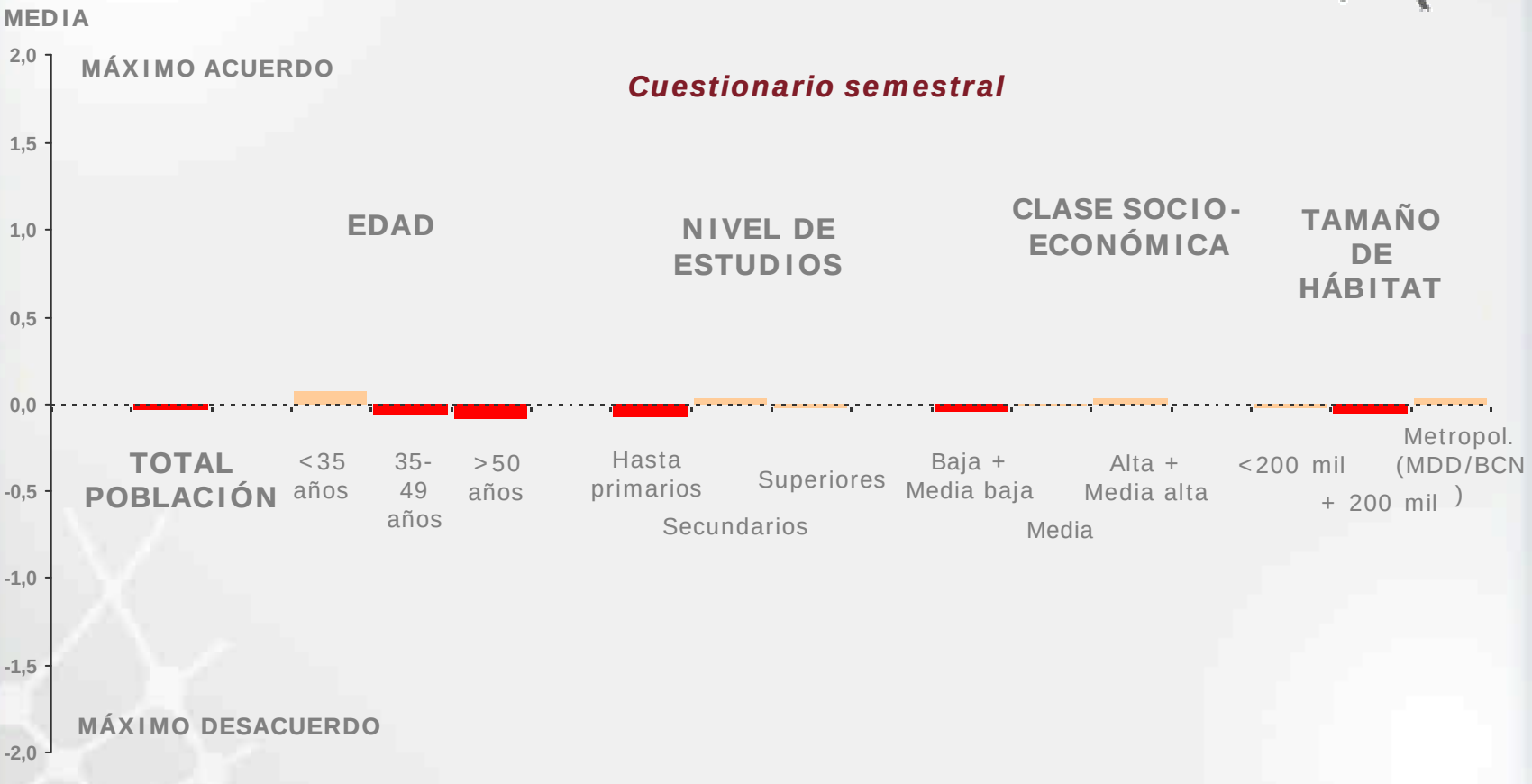



Escala -2 'Totalmente en desacuerdo' a +2 'Totalmente de acuerdo'

# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

"Para relacionarse socialmente, es importante saber algo de nuevas tecnologías"

**Se amplía la divergencia generacional en torno a la función social que desempeñan las NNTT**




Escala -2 'Totalmente en desacuerdo' a +2 'Totalmente de acuerdo'

# ÍNDICE


- Objetivos y metodología
- Principales resultados
- Pirámide de servicios TIC
- Telefonía Fija
- Telefonía móvil
- Audiovisual
- Internet
- Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- **Análisis especial: relación fijo-móvil**

# Principales Resultados

## TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL EN EL HOGAR

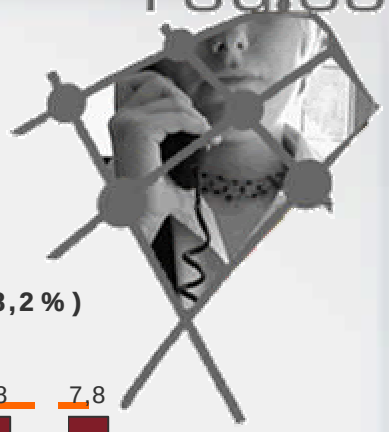
**El estudio "Telefonía fija y móvil en el hogar" está restringido a los hogares que disponen de fijo y/ó móvil:**

**Hogares sólo fija: 3.272.003**
**Hogares sólo móvil: 1.166.540**
**Hogares fija y móvil: 9.574.165**

**Las principales conclusiones son:**

- **Dos tercios de estos hogares disponen de ambos servicios**
- **Casi el 25% de estos hogares disponen sólo de fijo**
- **Los hogares unipersonales que sólo disponen de telefonía fija están habitados en el 97% de los casos por una persona mayor de 50 años (mayor de 65 años en el 79% de los casos)**
- **Los hogares que sólo disponen de telefonía móvil tienen un gasto medio muy superior a los hogares que disponen sólo de fijo. Sin embargo, existe una desviación típica considerable en ambos casos**
- **Se confirma para servicios de telefonía fija y móvil la conclusión enunciada en el epígrafe "Pirámide de Servicios TIC": el equipamiento de servicios aumenta según lo hace la clase social**

# Telefonía fija y móvil en el hogar



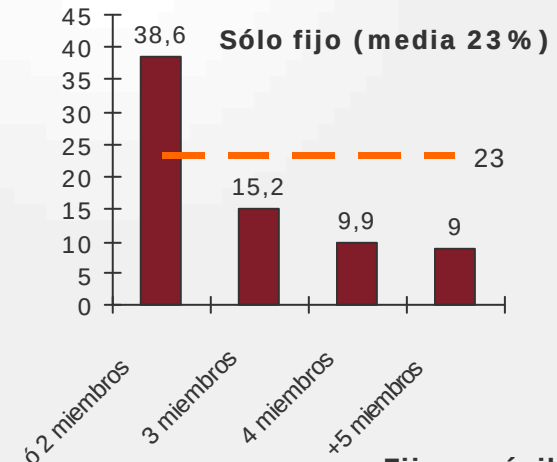
## Equipamiento por tamaño de hogar

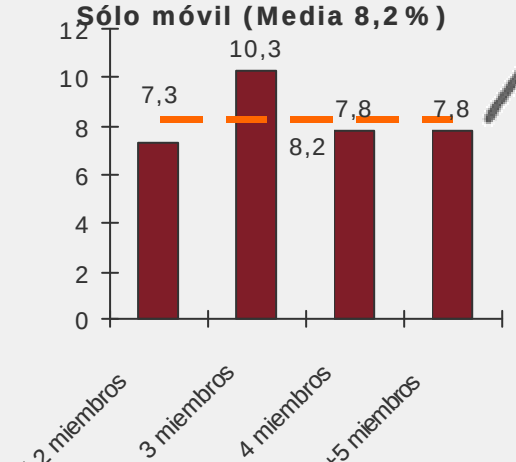
**En %**

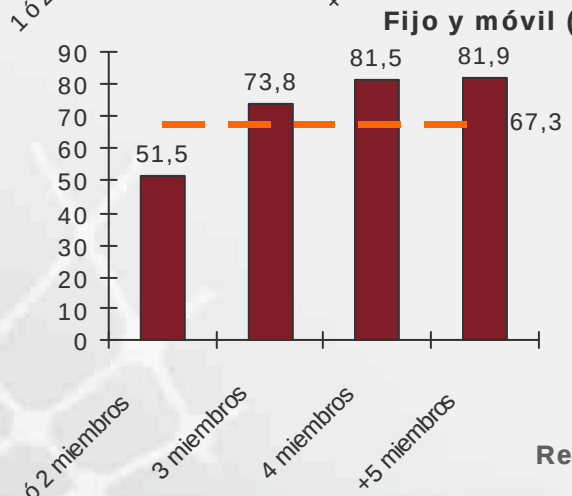
**hogares disponen**

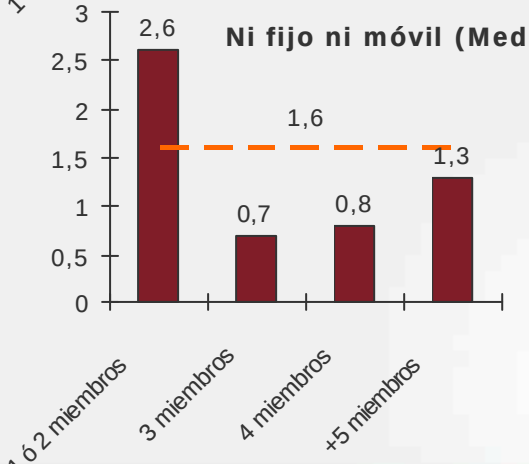
**PENETRACIÓN**

***Cuestionario semestral***




**Resultados III TRIM 03**
**(Jul-Sept 03)**

RELACIONES MÓVIL

# Telefonía fija y móvil en el hogar

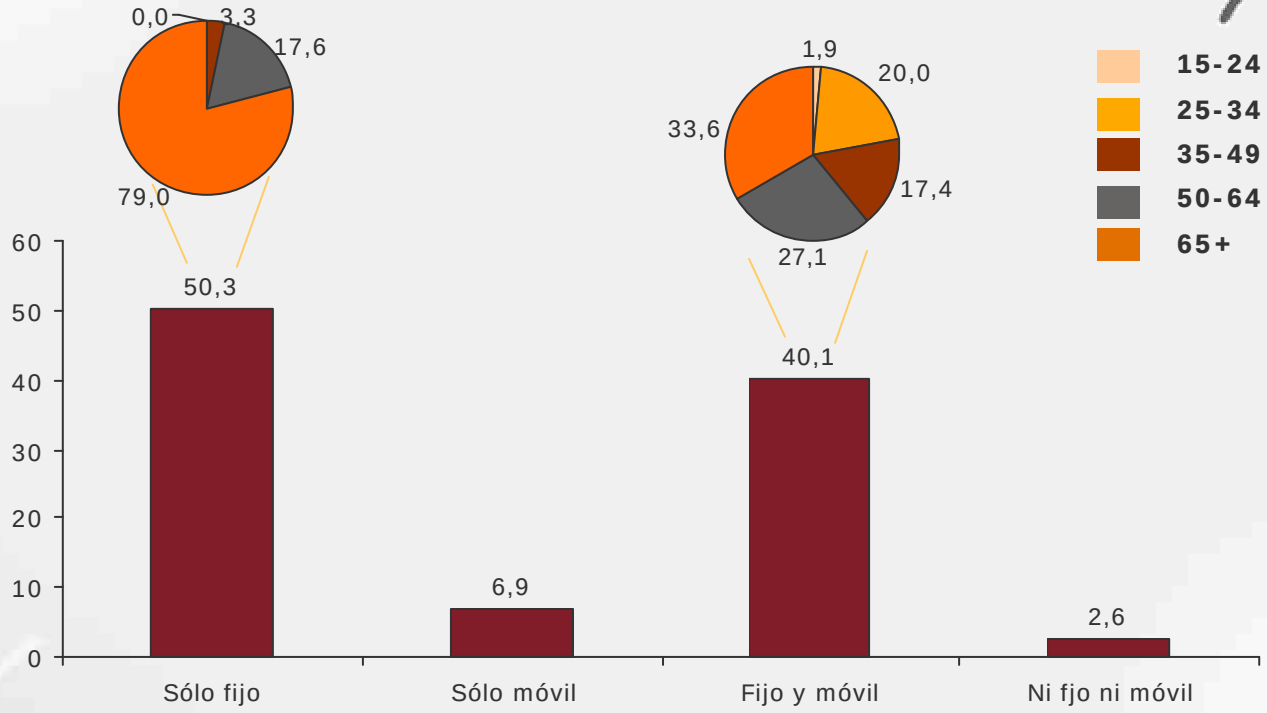
## Equipamiento en hogares de 1 solo miembro, según su edad

**En %**

**hogares disponen**

**PENETRACIÓN**

***Cuestionario semestral***




**Resultados III TRIM 03**

**(Jul-Sept 03)**

# Telefonía fija y móvil en el hogar

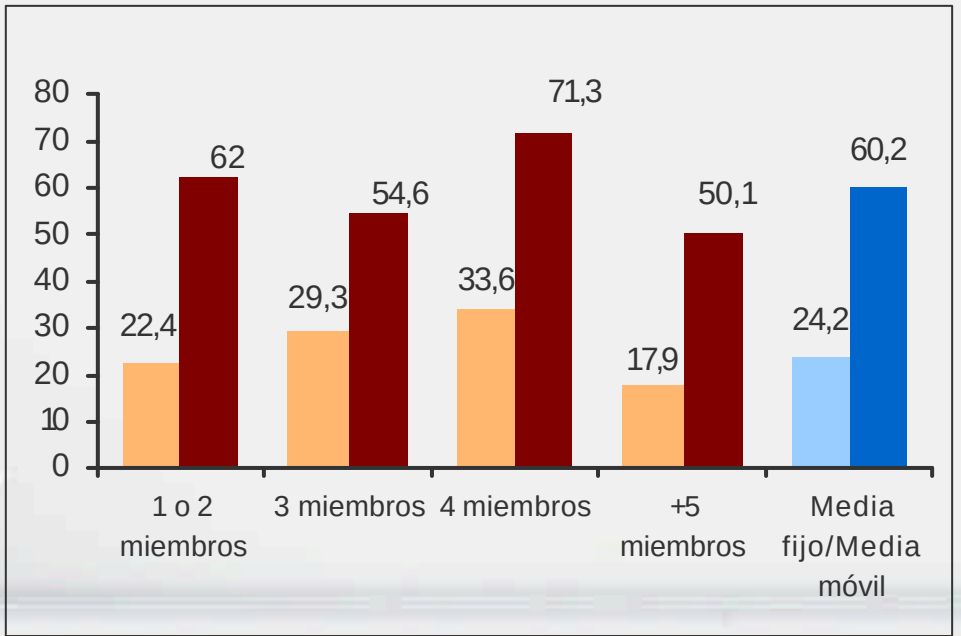
## Gasto por tamaño de hogar

**CONSUMO**

***Facturas***

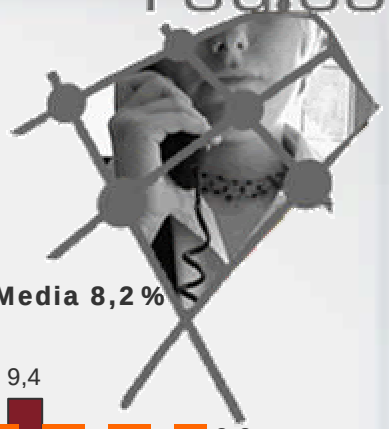
**Hogares sólo fija. Gasto medio mensual por tamaño del hogar (IVA incluido)**

**Hogares sólo móvil. Gasto medio mensual por tamaño del hogar (IVA incluido)**




RELACIÓN FIJO MÓVIL

# Telefonía fija y móvil en el hogar



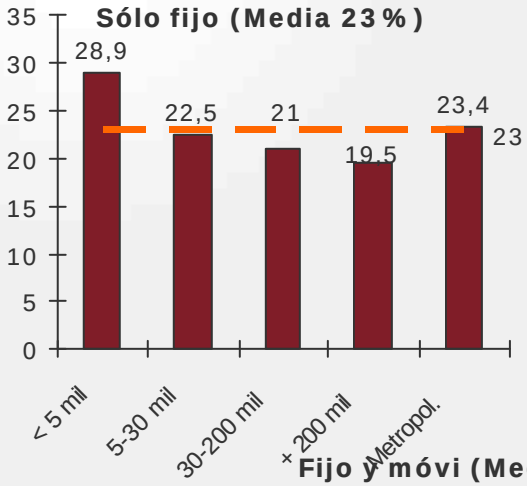
## Equipamiento por tamaño de hábitat

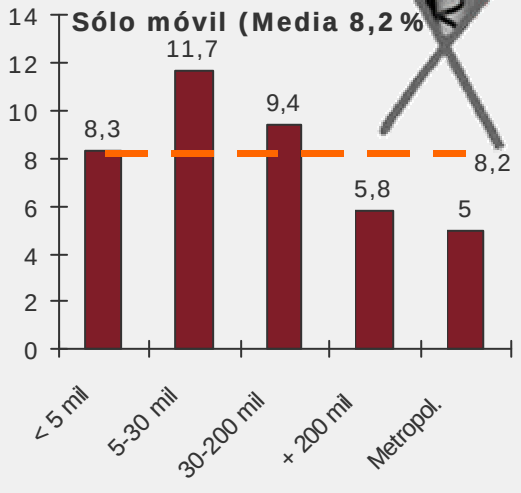
**En %**

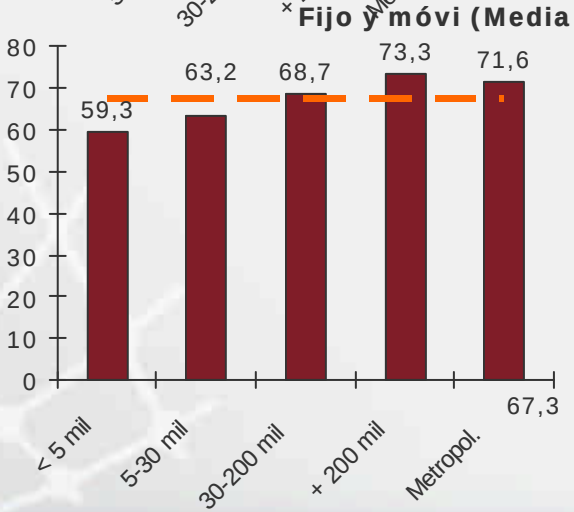
**(hogares disponen)**

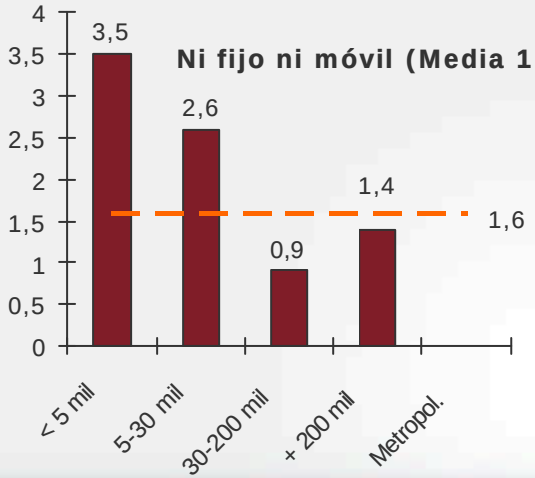
**PENETRACIÓN**

***Cuestionario semestral***




**Resultados III TRIM 03**
**(Jul-Sept 03)**

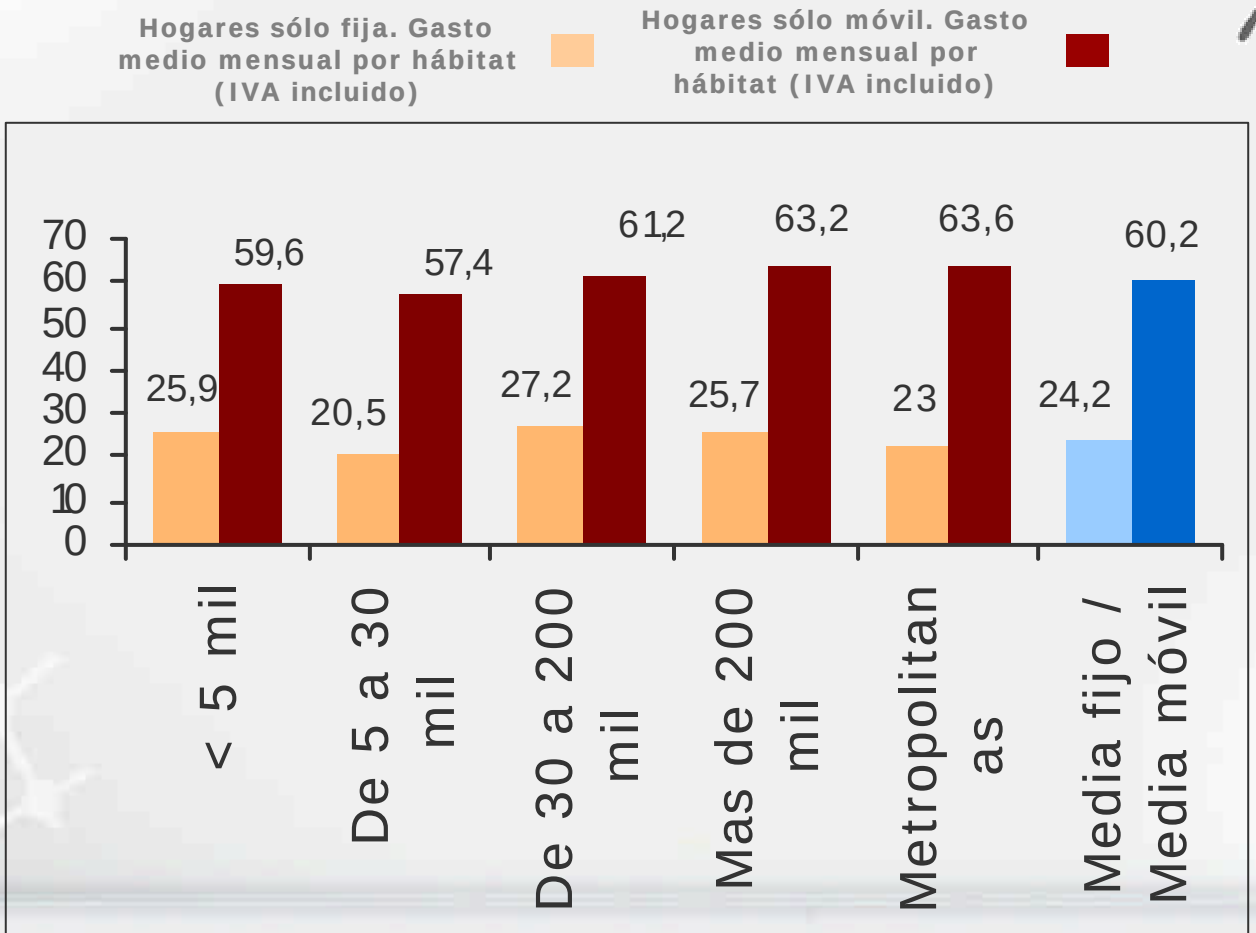
RELACIÓN FIJO MÓVIL

# Telefonía fija y móvil en el hogar

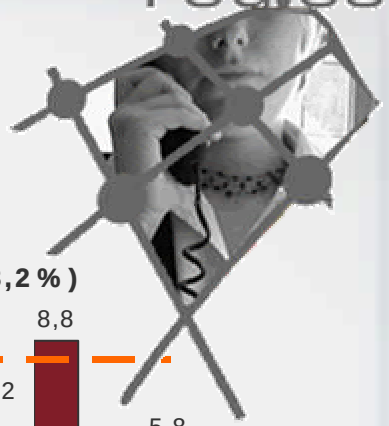
## Gasto por tamaño de hábitat

**CONSUMO**

***Facturas***



# Telefonía Fija y Móvil en el hogar



## Equipamiento por clase social EGM

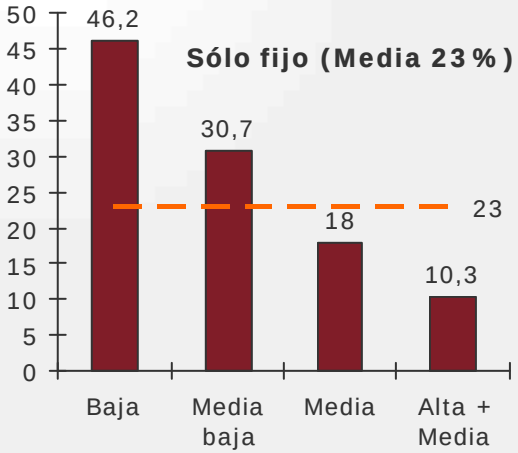
**En %**

**(hogares disponen)**

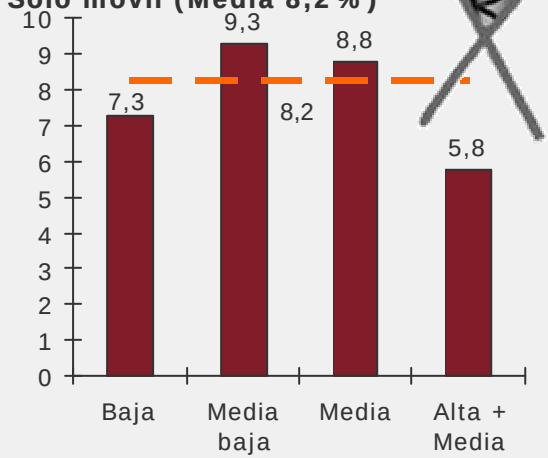
**PENETRACIÓN**

***Cuestionario semestral***

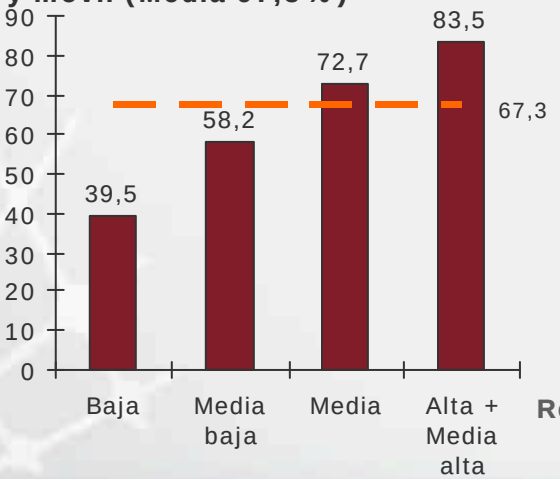
**Sólo fijo (Media 23%)**



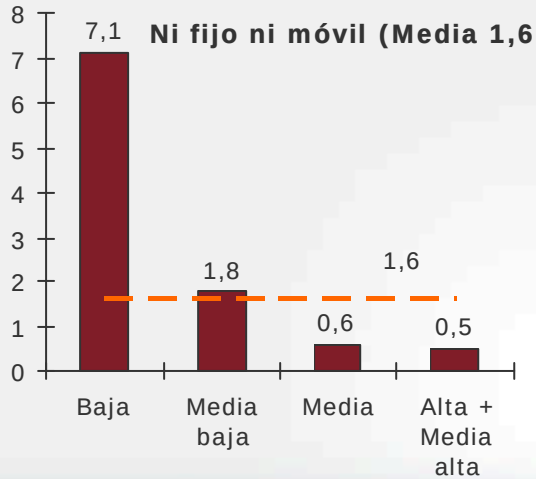

**Sólo móvil (Media 8,2%)**




**Fijo y móvil (Media 67,3%)**




**Ni fijo ni móvil (Media 1,6%)**




**Resultados III TRIM 03**

**(Jul-Sept 03)**

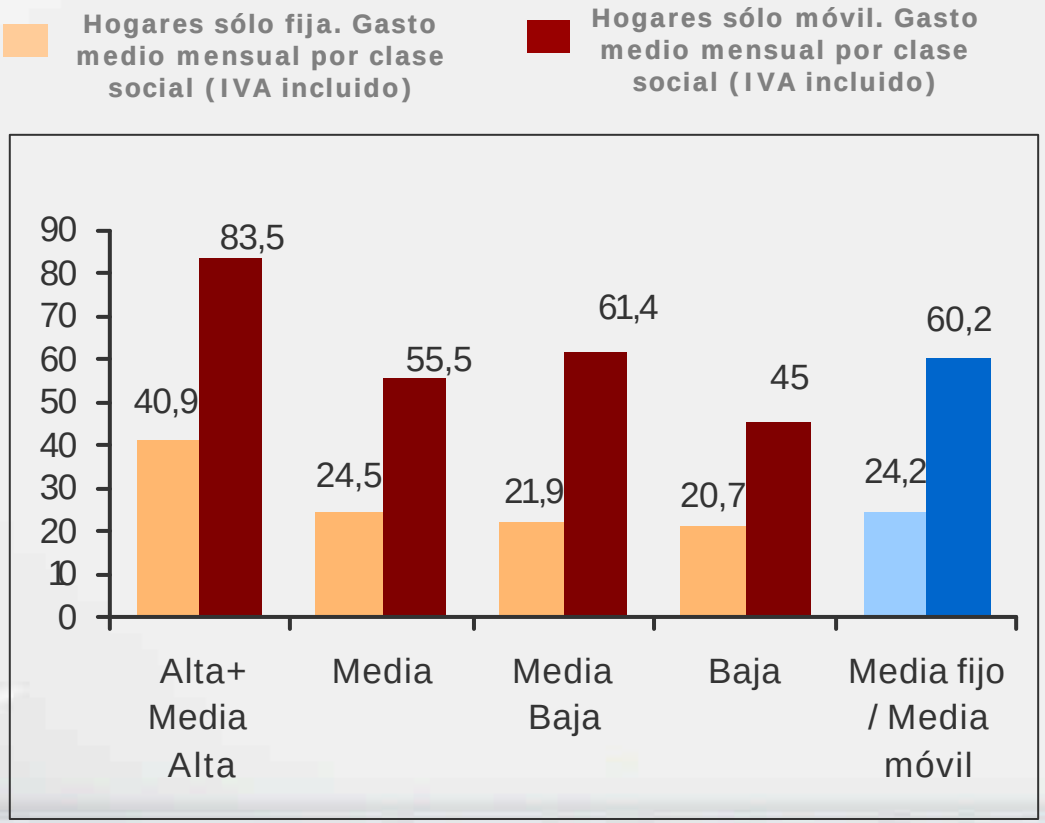
RELACIONES MÓVIL

# Telefonía fija y móvil en el hogar

## Gasto por clase social EGM

**CONSUMO**

***Facturas***



red.es