

Las TIC en los hogares españoles

Estudio de demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones
y Sociedad de la Información

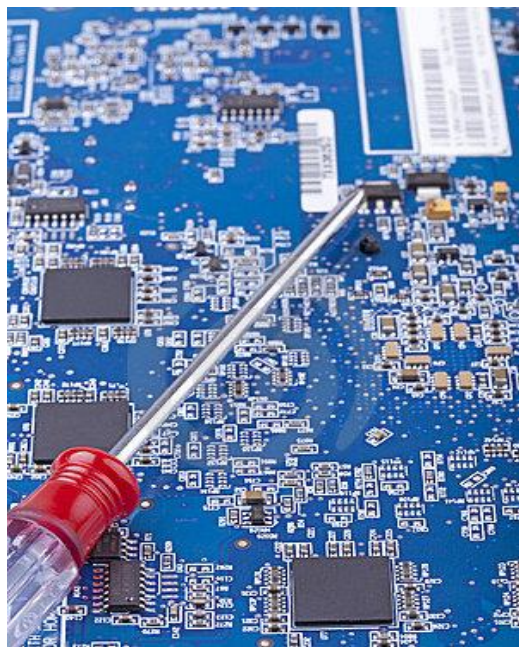


XLIX Oleada
Julio-Septiembre 2015

Madrid, Abril de 2016

	diap.	
1. <u>Equipamiento</u>	3	
2. <u>Gasto</u>	10	
3. <u>Conectividad</u>	22	
4. <u>Comunicación</u>	30	
5. <u>Información</u>	37	
6. <u>Entretenimiento</u>	42	
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49	
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57	
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61	
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69	





diap.

1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69

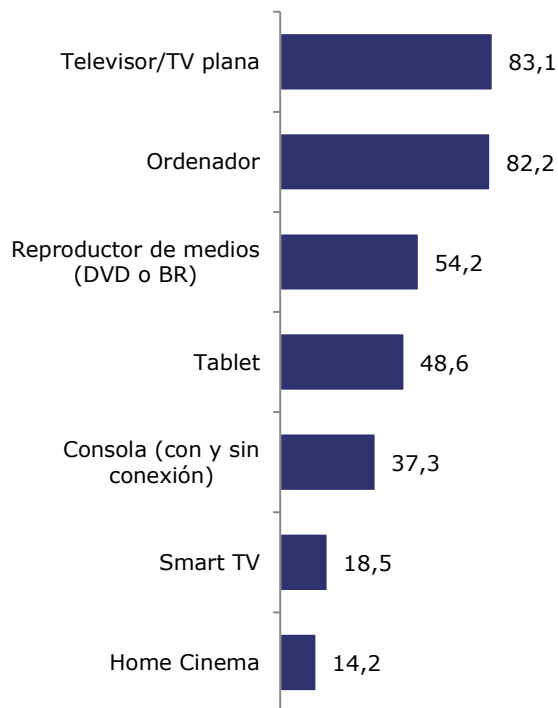
1



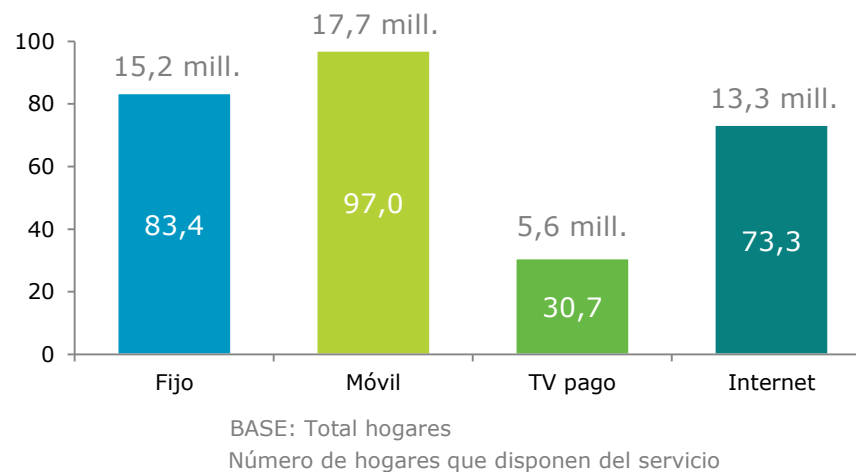
Equipamiento de los hogares

%

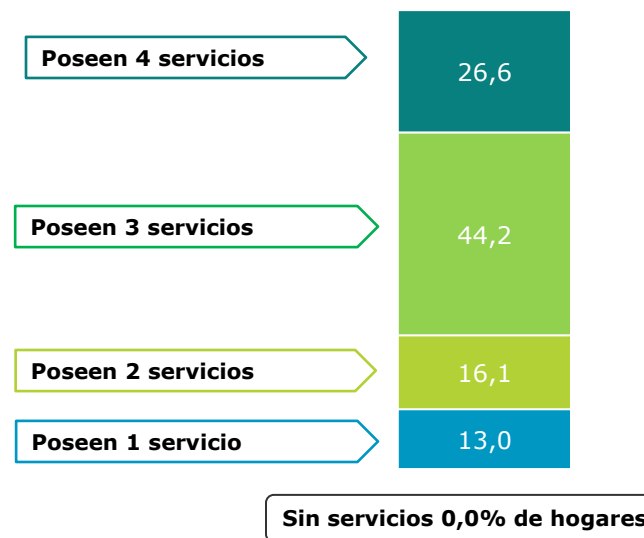
Productos



Servicios



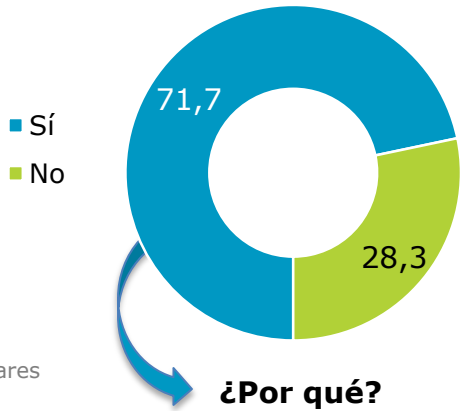
Servicios por hogar



Paquetización de servicios

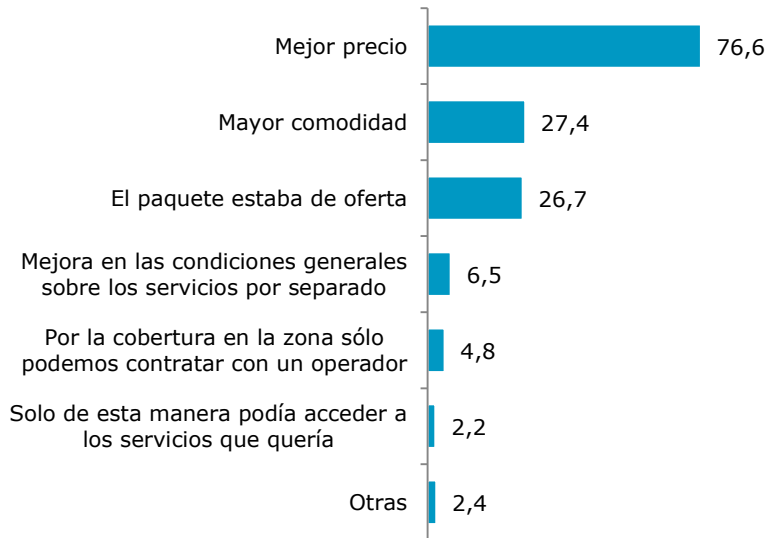
%

¿Contrata los servicios en forma de paquete?



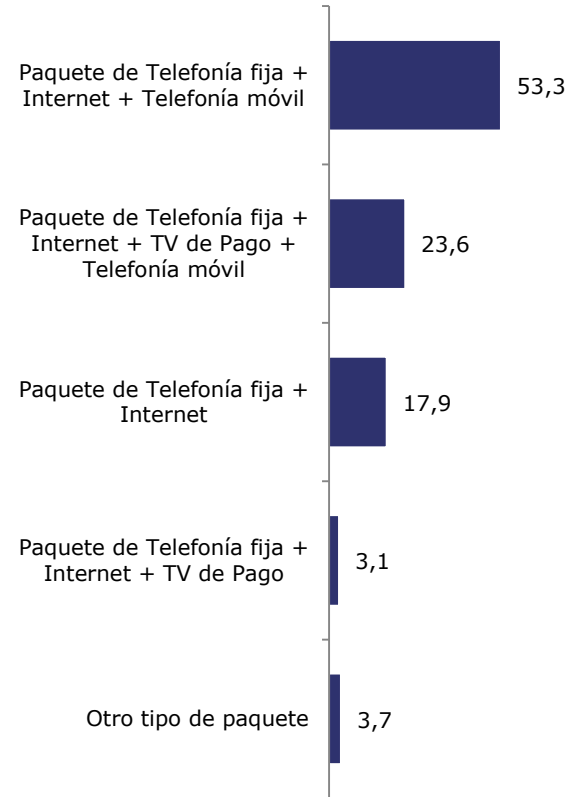
BASE: Total hogares

¿Por qué?



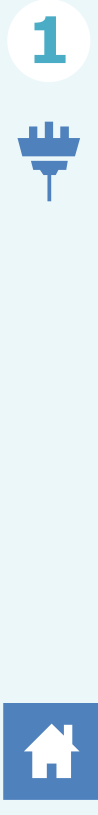
BASE: Hogares con paquete

Paquetes más frecuentes



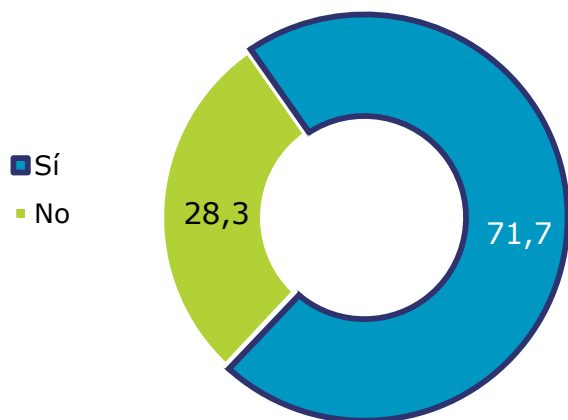
* respuesta múltiple, en un mismo trimestre puede haber cambio en el tipo de paquete contratado

BASE: Hogares con paquete



%

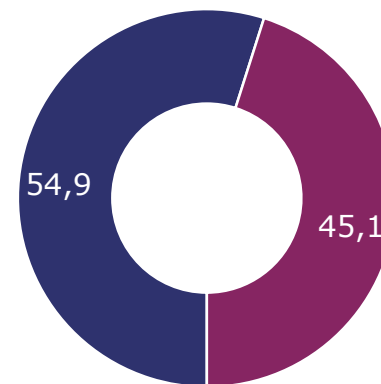
¿Contrata los servicios en forma de paquete?



BASE: Total hogares



Líneas móviles contratadas en paquete



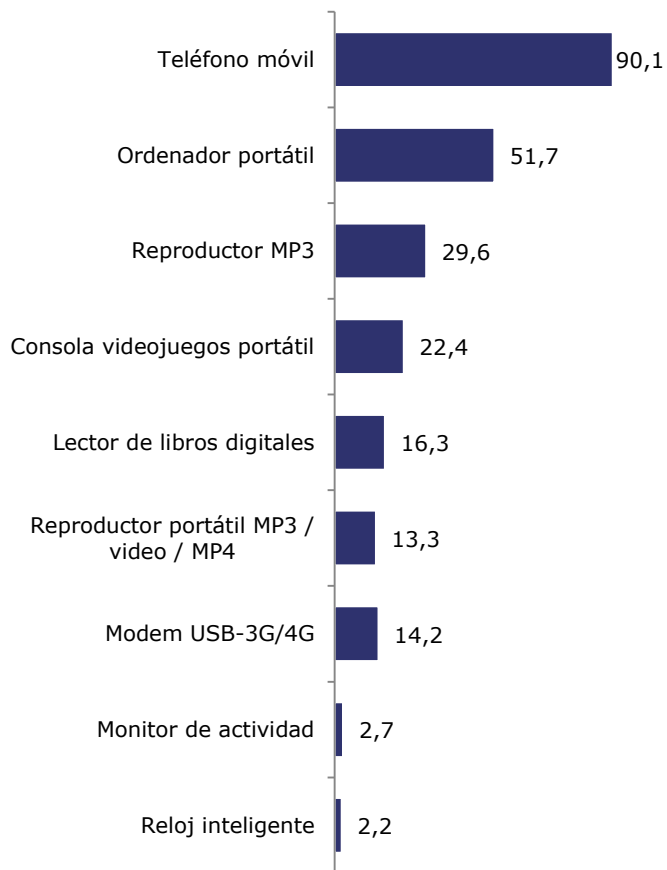
■ Sí ■ No

BASE: Hogares con paquete

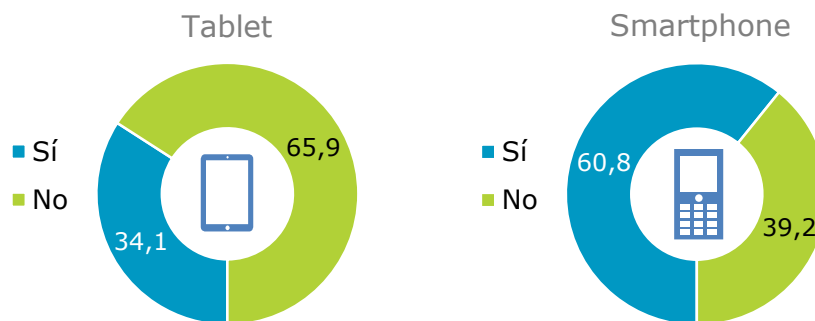
Equipamiento de los individuos

%

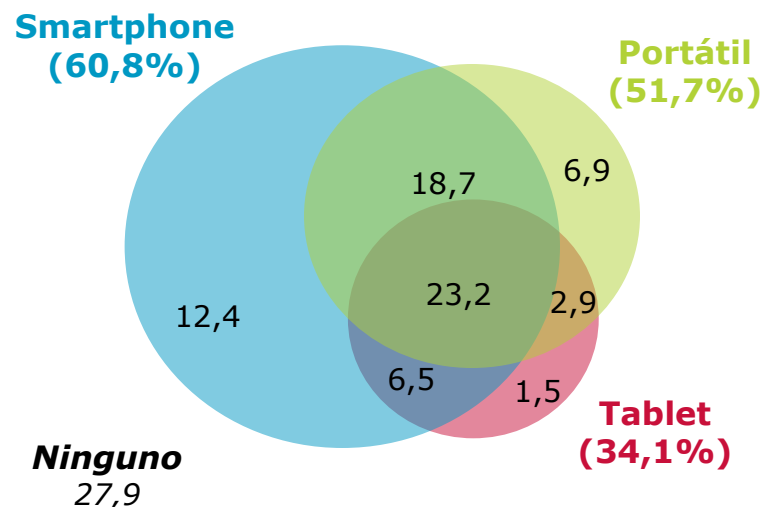
Productos



Penetración



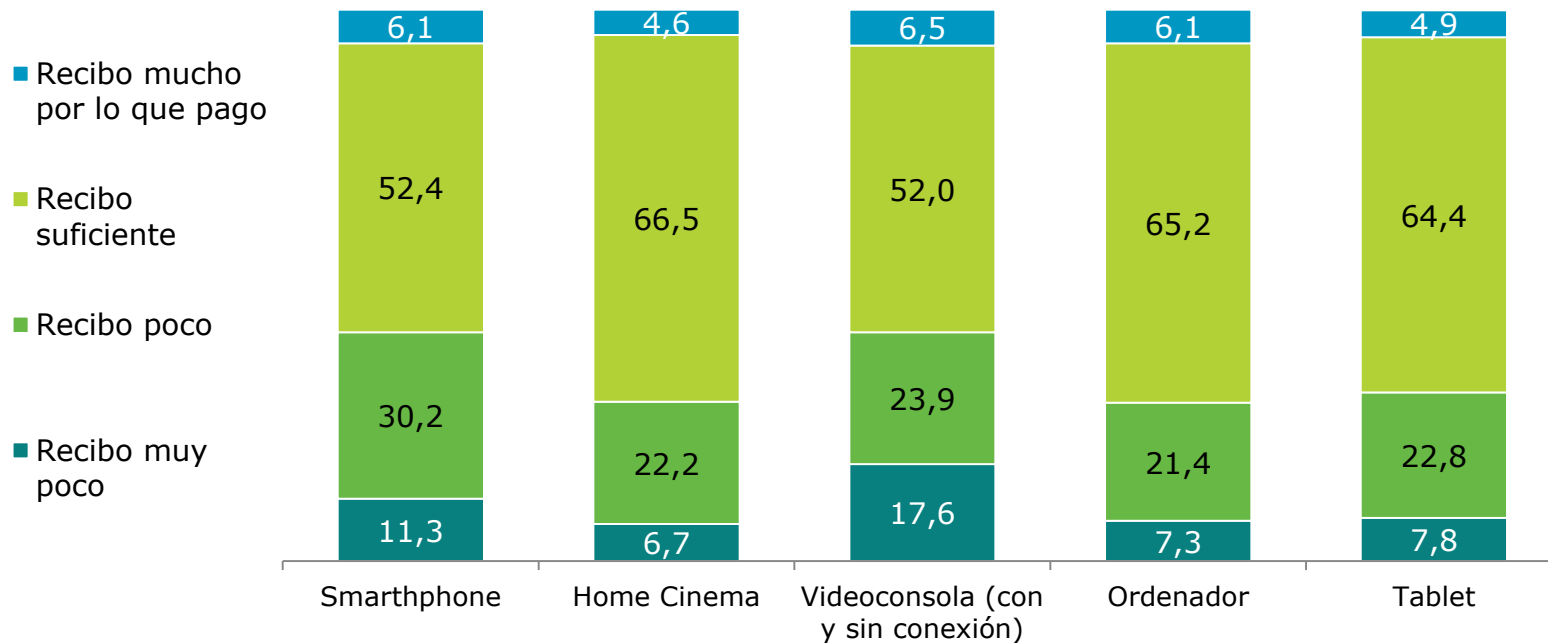
Convivencia de dispositivos



BASE: Individuos de 15 años o más que disponen de alguno de estos dispositivos



Relación entre precio y utilidad de los equipamientos



Contratación de servicios:

La tendencia en contratación de **servicios TIC** en el tercer trimestre de 2015 es a la **paquetización** de los mismos, practica realizada por un **71,7% de los hogares**. Entre las razones para dicha práctica, mejor precio, mayor comodidad y ofertas son las más relevantes.

El **paquete más contratado** por los hogares Españoles es **Telefonía Fija + Telefonía Móvil + Internet** (con un **53,3%** de los mismos), seguido por el paquete con los cuatro servicios TIC (23,6%), y el de Telefonía Fija + Internet (17,9%).

La distribución de los hogares por número de servicios TIC adquiere mayor peso en los escalones con tres y cuatro servicios TIC contratados, con un 44% de hogares que disponen de 3 y un 26% que disponen de 4 servicios.

La disponibilidad de estos servicios TIC en el hogar es un 97% la telefonía móvil, 83,4% la telefonía fija, 73,3% el servicio de Internet y un 30,7% la TV de pago.

Equipamiento:

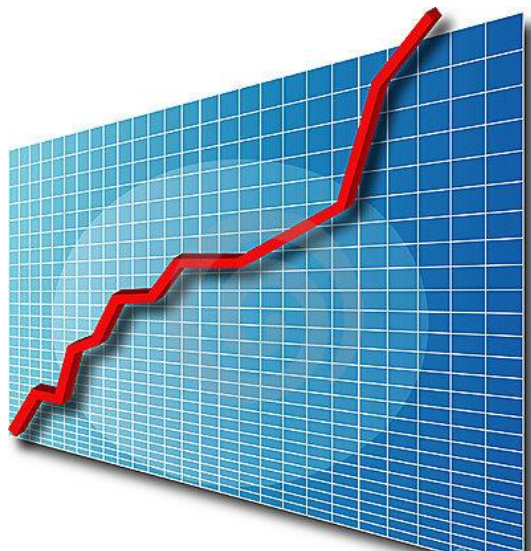
Se observa que prácticamente todos los hogares disponen de al menos un televisor (83,1%) y en menor medida, un ordenador (82,2%), uno de cada dos hogares tienen tabletas o reproductores de medios, y en uno de cada tres, consolas de videojuegos.

De la misma manera si atendemos al equipamiento por individuo, nueve de cada diez disponen de teléfono móvil, también destaca que más del 50% de los individuos dispone de ordenador portátil.

Prácticamente **dos tercios (60,8%) de los individuos disponen de smartphone**, proporción que se reduce a algo más de la mitad si hablamos de tabletas (34,1%).

Si atendemos a la convivencia de estos dispositivos individuales podemos ver que es muy frecuente que los usuarios que tienen un smartphone dispongan además de un portátil, y una buena parte de éstos poseen también una tableta.



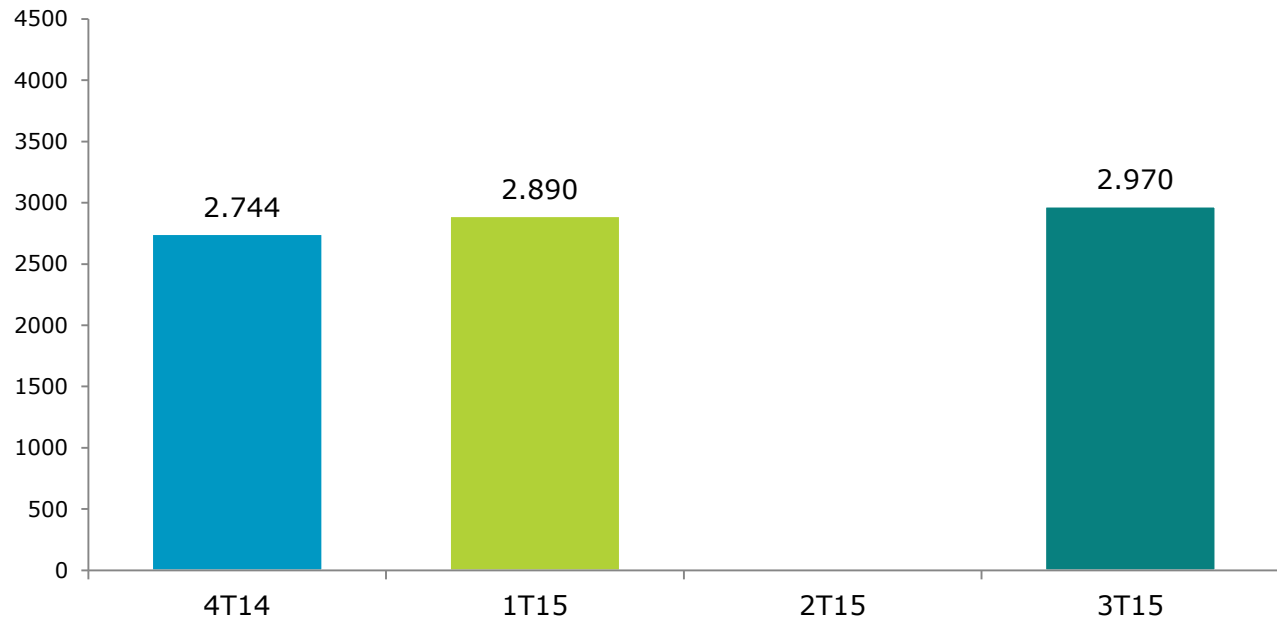


	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



Gasto total nacional

Gasto nacional (Millones de €) (Excluido IVA)



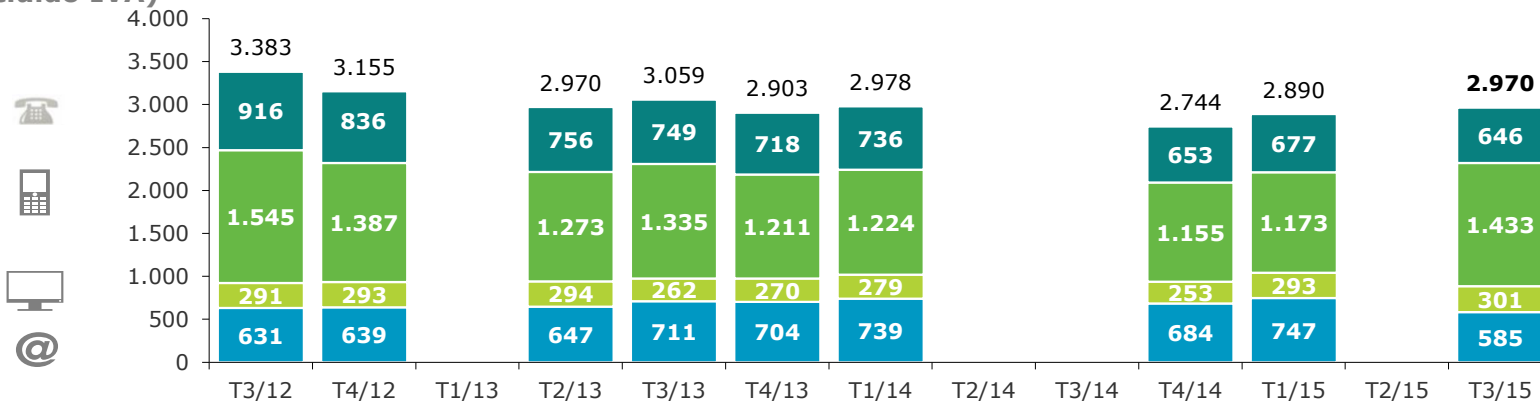
* Datos en millones de Euros / Trimestre



Gasto total nacional | por mercado

2

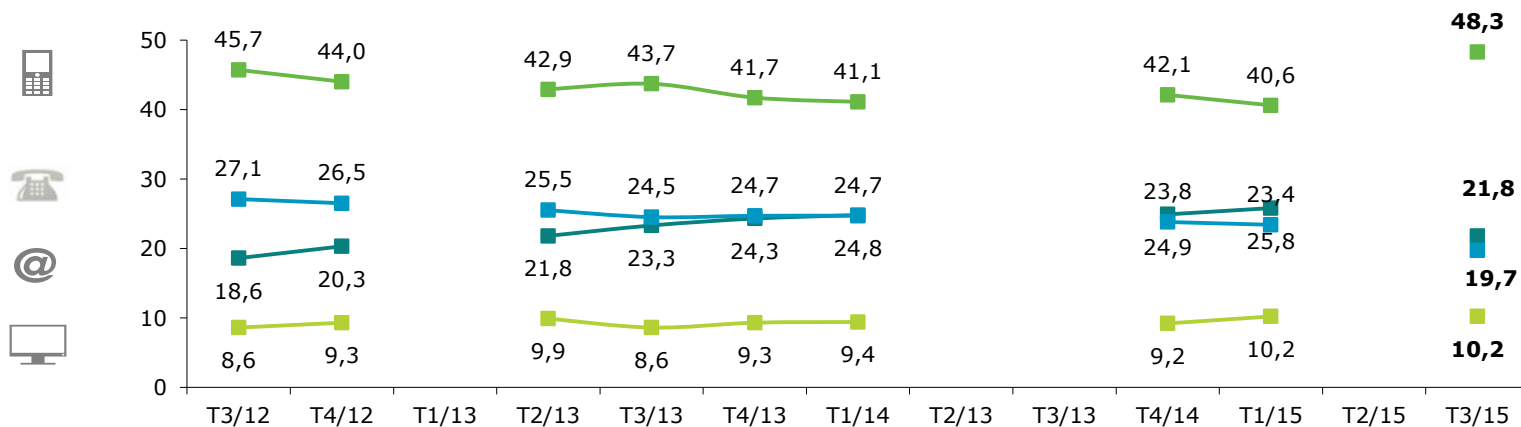
Gasto nacional por servicio (Millones de €) (Excluido IVA)



* Datos en millones de Euros / Trimestre

■ Internet ■ TV Pago ■ T.Móvil ■ T.Fija

Porcentaje de gasto TIC por servicio

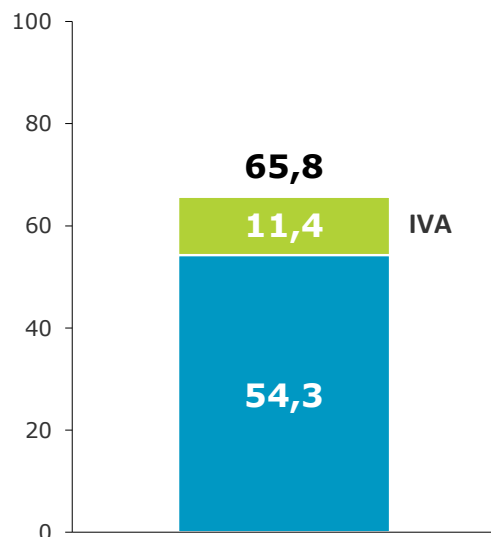


Gasto medio por hogar en servicios TIC

2

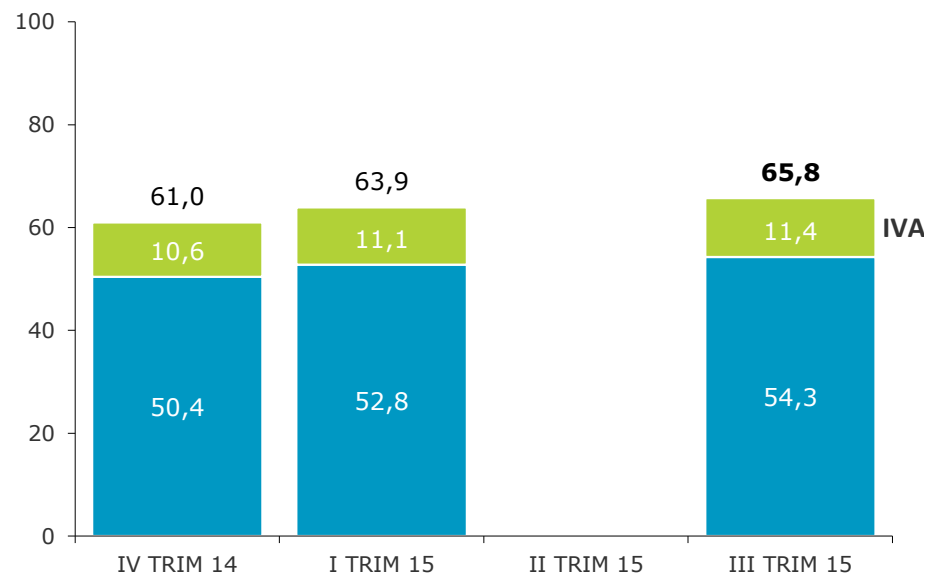


Gasto medio por hogar (€)
(IVA Incluido)



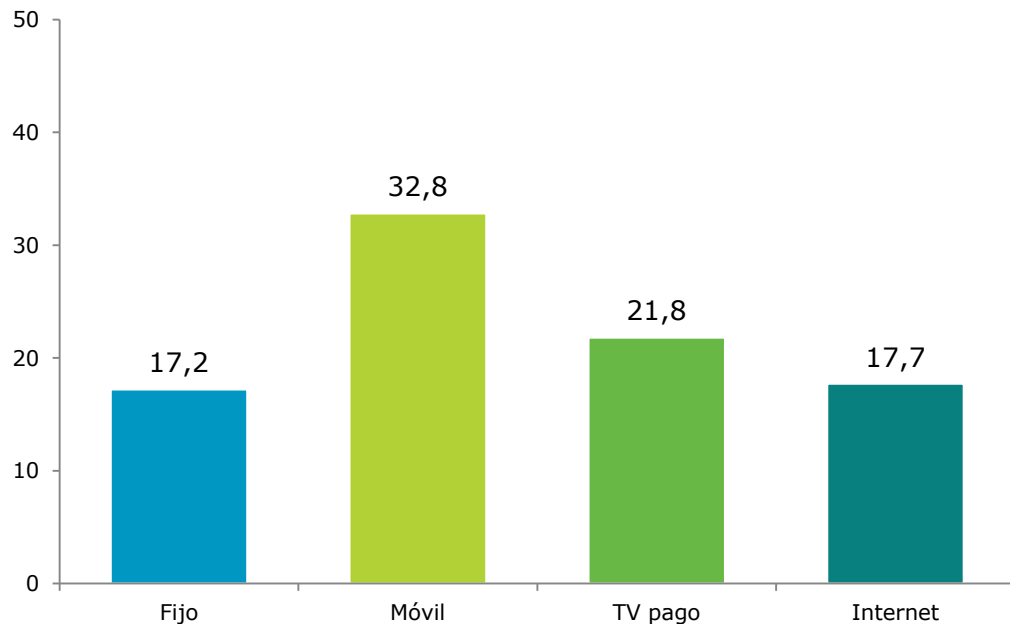
* Datos en Euros / Mes

Evolución del Gasto medio por hogar (€)
(IVA Incluido)



Gasto medio por hogar (IVA incluido)

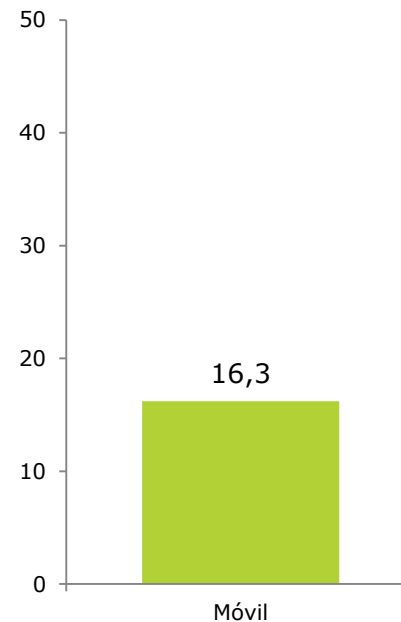
* Datos en Euros / Mensuales



BASE: Hogares que disponen de cada servicio

Gasto medio por individuo (IVA incluido)

* Datos en Euros / Mensuales



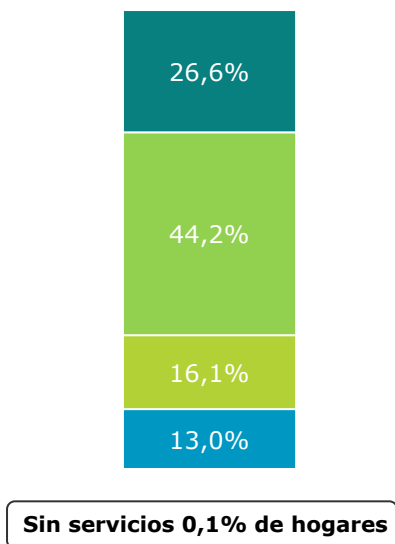
BASE: Individuos de 15 o más años
que usan teléfono móvil

2

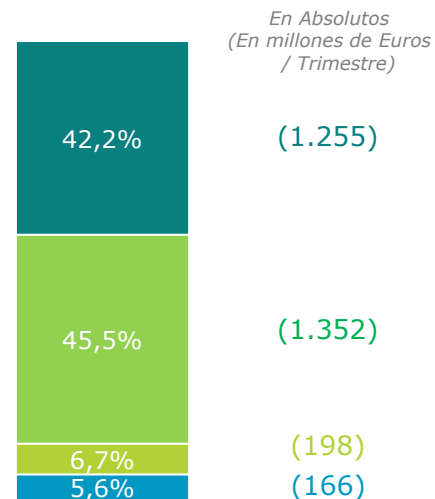




% de hogares por número de servicios



% de gasto por número de servicios (IVA excluido)





Distribución de la contratación de servicios y gasto promedio (Excluido IVA)

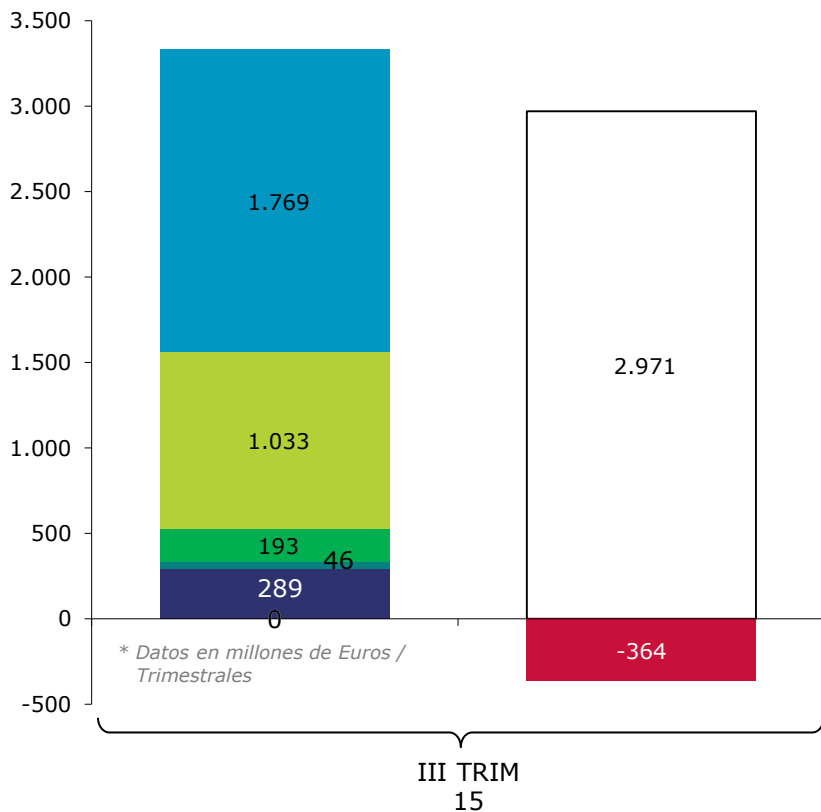
	Nº de Servicios				Total
	1	2	3	4	
% de hogares por número de servicios	13,0%	16,1%	44,2%	26,6%	
Incluye Fijo	14,8%	73,9%	99,7%	100%	84,0%
Incluye Internet	0,0%	16,7%	97,6%	100%	73,8%
Incluye TV	1,2%	13,1%	3,1%	100%	30,9%
Incluye Móvil	83,9%	96,2%	99,6%	100%	97,0%
% Empaquetado (total o parcialmente)	0,0 %	7,1 %	97,3 %	100 %	71,7%
Gasto medio empaquetado	-	24,0€	56,3€	86,3€	65,4€
Gasto medio no empaquetado	23,3€	22,3€	45,2€	-	25,1€
Gasto medio por hogar (con o sin paquete)	23,3€	22,4€	56,0€	86,3€	54,3€

* Datos en Euros / Mensuales





Gasto total nacional desglosado por conceptos (Excluido IVA)

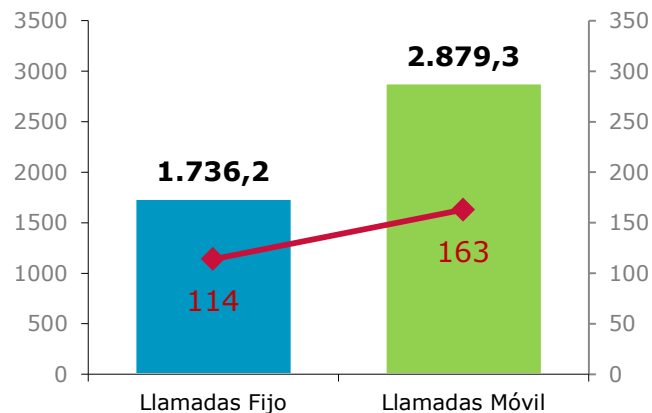


- Cuotas de Paquete
- Otras cuotas mensuales
- Otros conceptos
- Consumos fijo
- Consumos móvil
- Consumos TV
- Descuentos



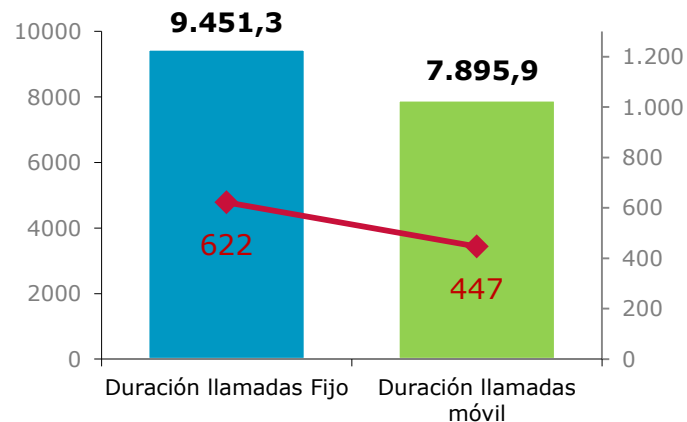


Número de llamadas



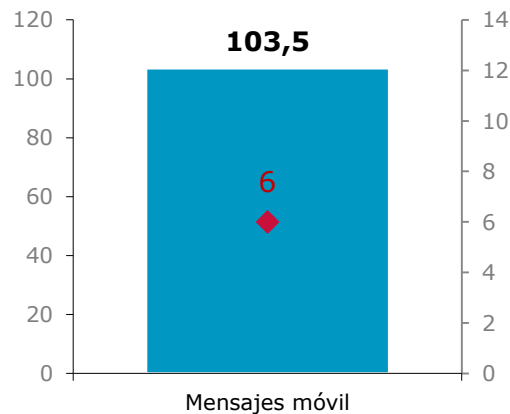
Nacional: Millones de llamadas / Trimestre
 Hogar: Llamadas / Trimestre
 BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

Duración de llamadas



Nacional: Millones de minutos / Trimestre
 Hogar: Minutos / Trimestre
 BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

Consumo SMS



Nacional: Millones de mensajes / Trimestre
 Hogar: Mensajes / Trimestre

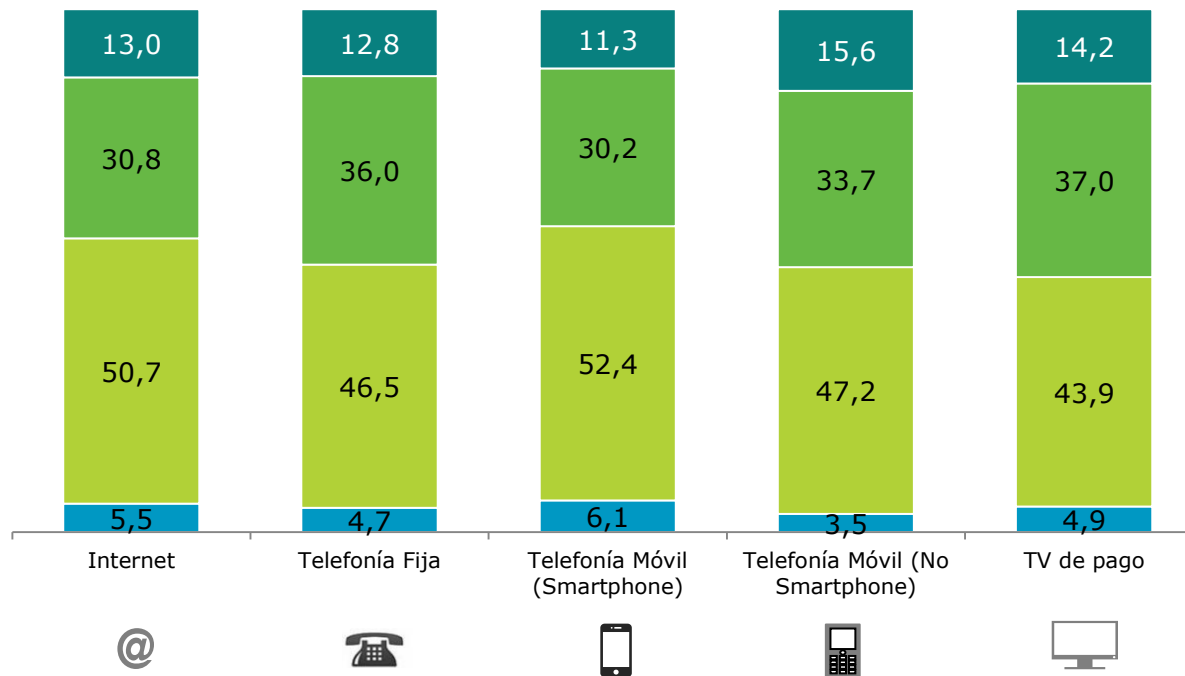
BASE: Total hogares con móvil

■ Total Nacional (Millones de unidades)
 ◆ Hogar (Unidades)



Relación entre precio y utilidad de los servicios

■ Recibo mucho por lo que pago ■ Recibo suficiente ■ Recibo poco ■ Recibo muy poco



Evolución del gasto:

En el tercer trimestre de 2015, el gasto total nacional en servicios TIC se situó en **2.970 millones de euros**, valor similar al registrado durante el primer trimestre del mismo año.

La distribución de este gasto por servicios es la siguiente: **Internet 585 millones de euros, telefonía fija 646 millones de euros, telefonía móvil 1.433 millones de euros y televisión de pago 301 millones de euros.**

El gasto medio mensual por hogar en servicios de telecomunicaciones es de 65,8 euros (IVA incluido), lo que supone un aumento de casi 2 puntos porcentuales respecto al primer trimestre del año, que fue de 63,9 euros al mes por hogar.

En cuanto al gasto medio mensual registrado en los distintos servicios, el de la telefonía móvil se sitúa en los 32,8 euros hogar/mes, seguido del de la televisión de pago que es de 21,8 euros/mes, el de Internet de 17,7 euros y por último el de la telefonía fija que se queda en los 17,2 euros por hogar y mes.

Distribución de servicios por hogar:

El 44,2% de los hogares españoles disponen de 3 servicios contratados, que generalmente corresponde a los servicios de telefonía fija, Internet y telefonía móvil. Otro porcentaje importante de hogares, un **26,6%, tiene los cuatro servicios TIC contratados en un paquete.**

En cuanto a la distribución del gasto total en servicios TIC, los hogares que tienen contratados 3 y 4 servicios suman el 87,7% del consumo absoluto (el 42,2% corresponde a los hogares con 4 servicios y el 45,5% a los que contratan 3 servicios).



Gasto: conclusiones

Paquetes:

La tendencia a empaquetar es baja si se contratan dos servicios (7,1% de los hogares), sin embargo cuando se contratan 3 o más servicios prácticamente la totalidad de los hogares (97,3% cuando son 3 y el 100% en el caso de 4) muestran disposición a empaquetar parte o todos los servicios.

De esta manera se recoge que **el 71,7% de los hogares españoles dispone de algún tipo de paquete** (generalmente 3 o 4 servicios), con un gasto medio de 65,4€ en servicios empaquetados por hogar y mes (IVA no incluido).

Análisis del consumo:

Una vez desglosado el gasto total en servicios TIC se observa como gran parte del mismo corresponde a las distintas cuotas, bien sea cuotas de paquetes (1.769 millones de euros) u otras cuotas mensuales (1.033 millones de euros). Le sigue el gasto en consumos móviles (289 millones de euros) y en otros conceptos como la compra del terminal o el seguro del mismo (193 millones de euros). Por último, destaca la existencia de un importante volumen de descuentos sobre el gasto total de casi 364 millones de euros.

Se realizan **más llamadas desde el dispositivo móvil** que desde el teléfono fijo, sin embargo la **duración** de las mismas es **menor** desde el teléfono móvil.

En cuanto a la mensajería de texto SMS, destacar que continua siendo utilizada como medio de comunicación aunque no de manera frecuente, durante el tercer trimestre de 2015 se contabilizaron 103,5 millones de mensajes. Relativizando este dato supone una media de 6 SMS por hogar al trimestre.

Relación precio/ utilidad de los distintos servicios TIC:

Si bien la relación precio vs. utilidad entre los distintos servicios TIC es bastante similar, se observa que la **telefonía móvil (con el smartphone)** es uno de los **mejor valorados**, mostrando mejores puntuaciones que la telefonía móvil con un terminal tradicional.



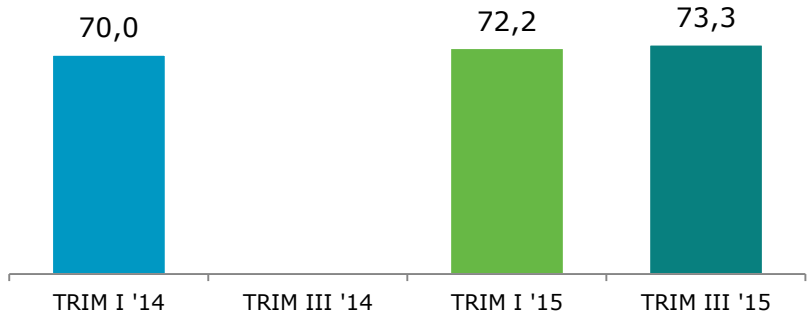


	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69

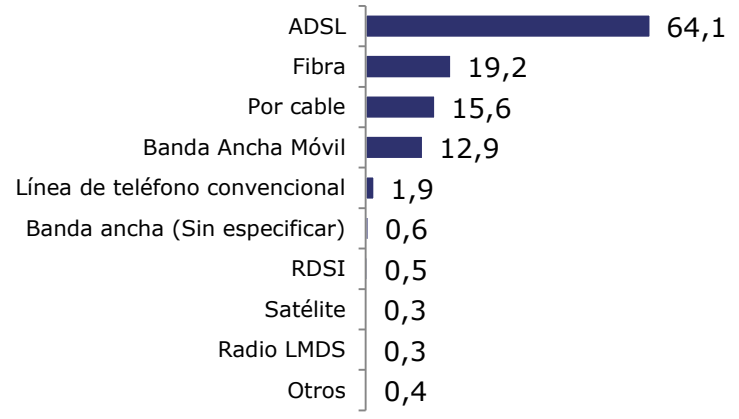


%

Penetración de Internet

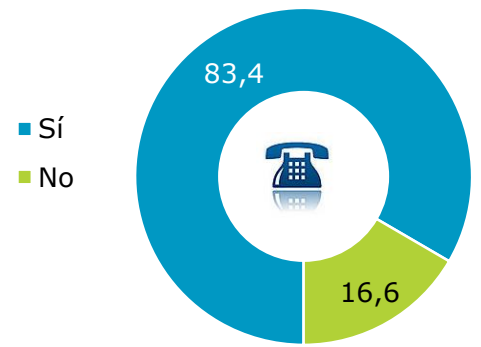


Tipo de conexión

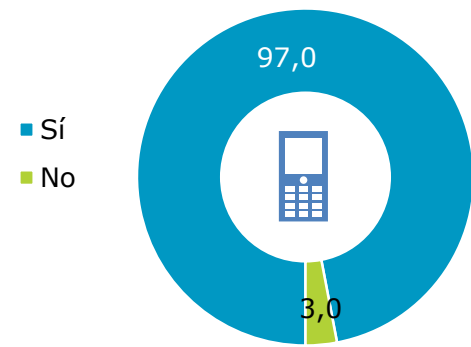


BASE: Total hogares con conexión a Internet

Penetración Fijo



Penetración Móvil



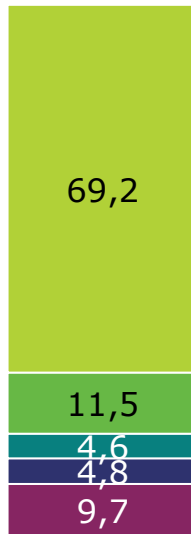
3



%

Frecuencia Uso Móvil

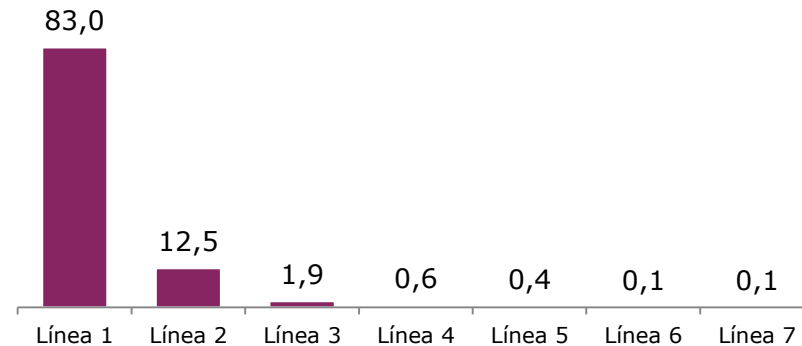
- Diariamente
- Varias veces por semana
- Varias veces al mes
- Con menor frecuencia
- No utilizo móvil
- No sabe / No contesta



Usuarios Móvil

35.410.083 (90,1%)

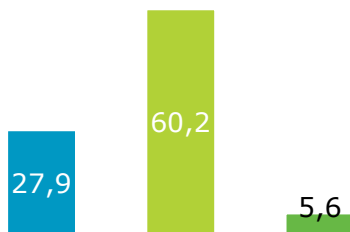
Nº líneas contratadas



BASE: Usuarios de móvil

Uso Internet móvil

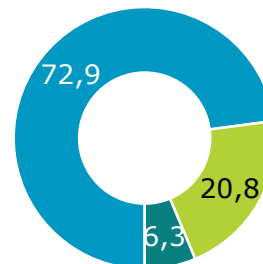
- No
- Sí, teléfono móvil
- Sí, ordenador, tablet o iPad



BASE: Individuos de 15 años o más

Modalidad contratación (líneas)

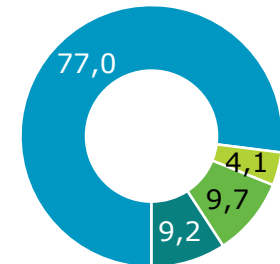
- Contrato
- Prepago
- Ns / Nc



BASE: Total líneas

Uso (líneas)

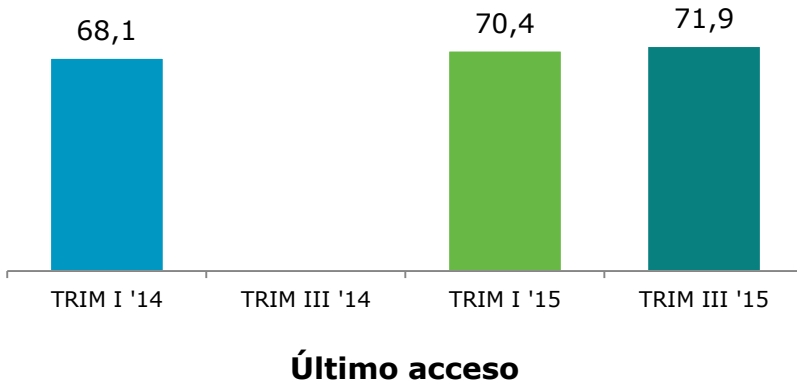
- Particular
- Profesional
- Ambos
- Ns / Nc



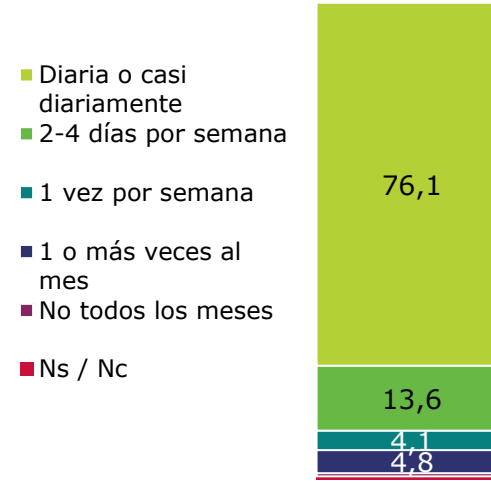
BASE: Total líneas

%

Penetración de uso de Internet (Último mes)

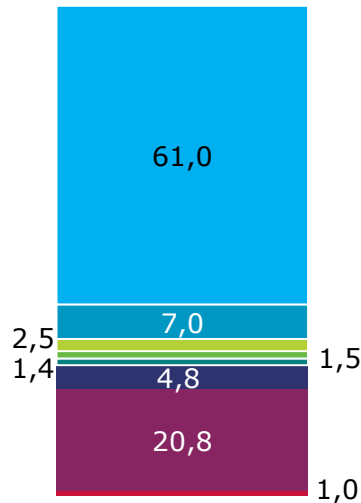


Frecuencia de uso (Último trimestre)



BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

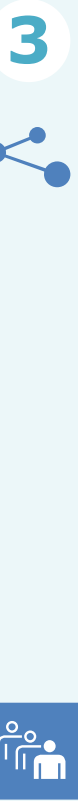
- Ayer
- La última semana
- Últimos 15 días
- Último mes
- Últimos 3 meses
- Hace más tiempo
- No
- Ns / Nc



Manejo y uso de Internet

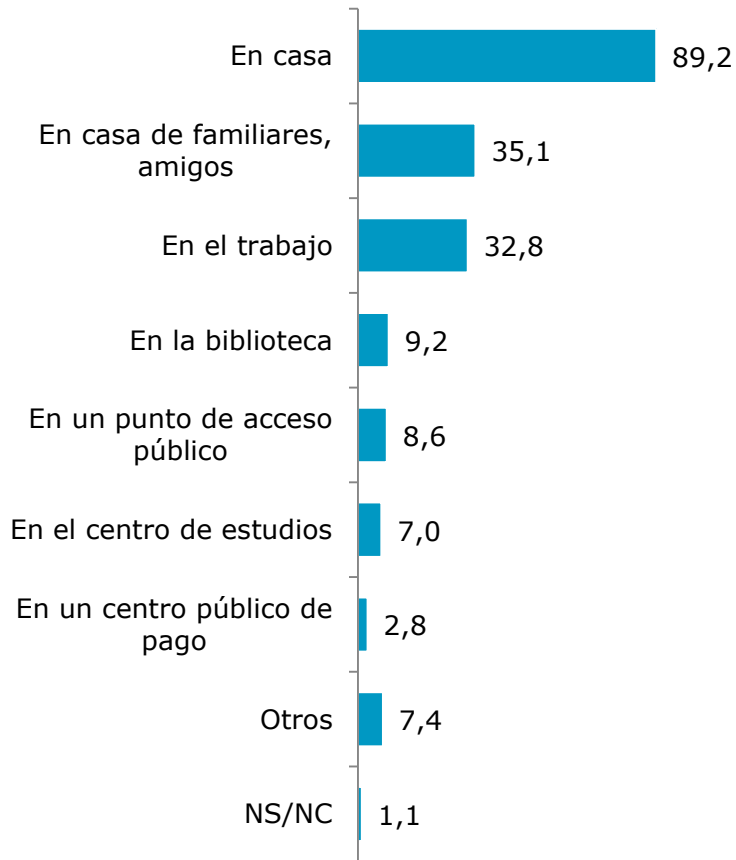


BASE: Usuarios de Internet

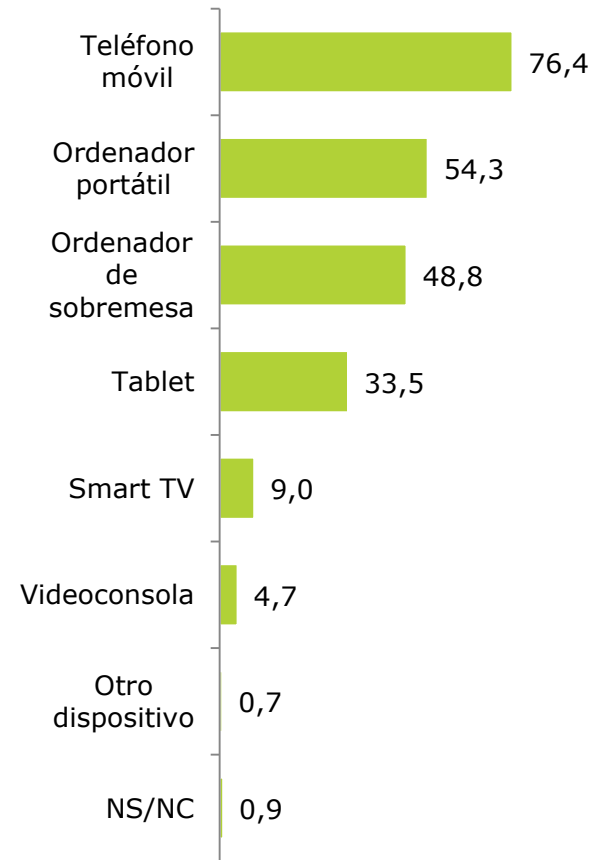


%

Lugares de acceso



Dispositivos de acceso



3

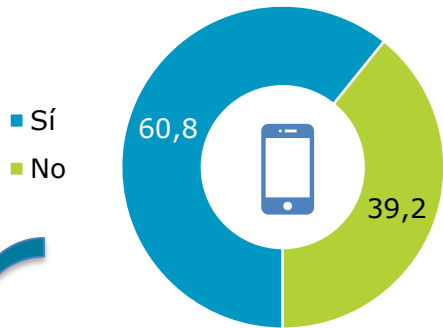


%

3

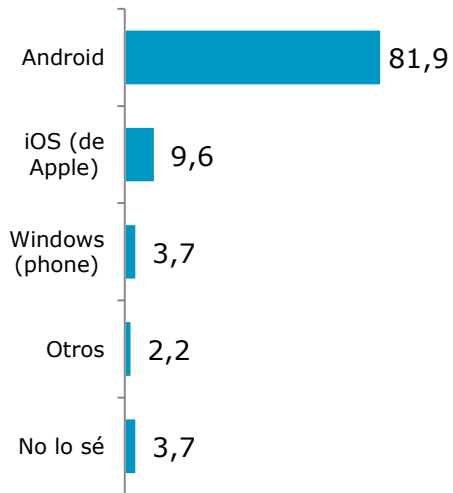


Penetración de uso smartphone



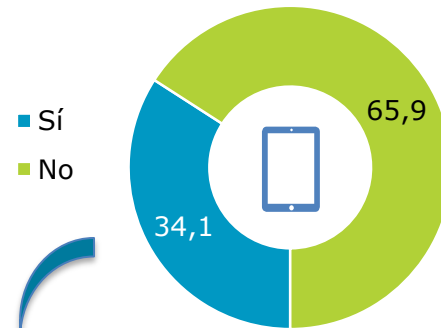
BASE: Individuos de 15 años o más

Sistema operativo smartphone



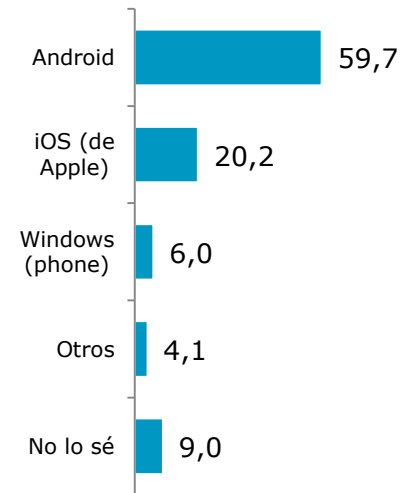
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Penetración de uso Tablet



BASE: Individuos de 15 años o más

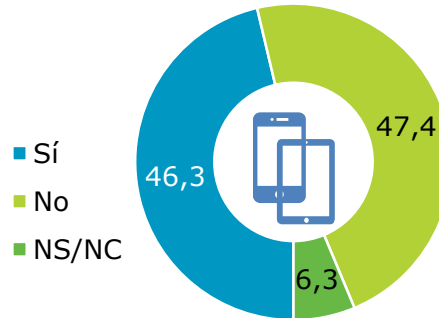
Sistema operativo Tablet



BASE: Individuos de 15 años o más con Tablet

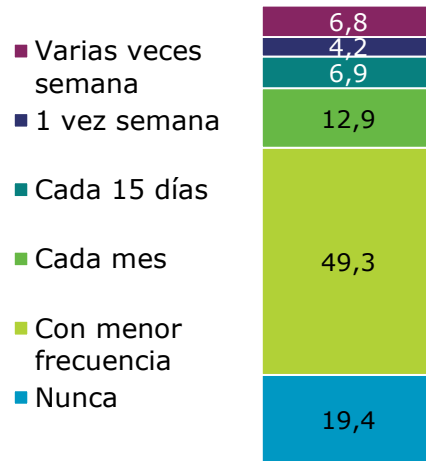
%

Ha descargado aplicaciones para su smartphone / Tablet en el último mes



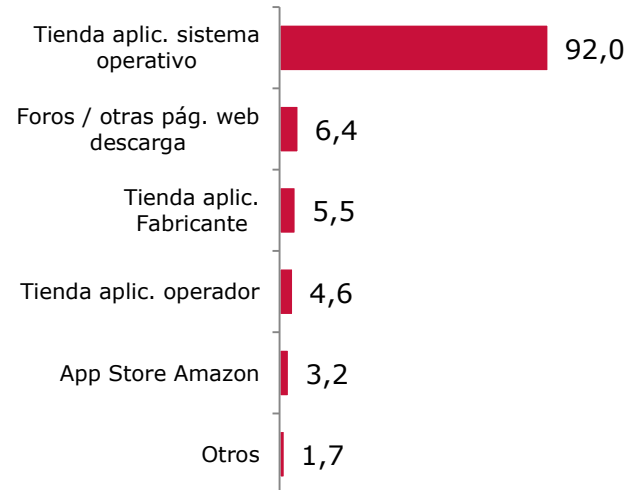
BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

Frecuencia de descarga



BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

Tienda de descarga



BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet y han descargado apps



Conectividad: conclusiones

Formas de conectarse:

Tanto las líneas de **teléfono fijo** (83,4%) como las de **móvil** (97%) en el hogar, tienen índices de penetración muy altos, con la segunda llegando prácticamente a la totalidad de los hogares.

La mayoría de las personas (casi un 70%) hace **uso diario** del móvil, principalmente un uso a nivel particular (frente al profesional) y con modalidad de contrato (frente a la modalidad de prepago).

La disponibilidad de **Internet** en el hogar continúa aumentando lentamente, siendo la conexión vía ADSL la más habitual (64,1%) aunque otras tecnologías como la fibra, el cable o la banda ancha móvil alcanzan ya porcentajes del 19,2%, el 15,6% y el 12,9% respectivamente.

Generalmente se utiliza Internet de forma muy regular, prácticamente un 90% de los internautas de los últimos tres meses lo utiliza varias veces a la semana (más de un 75% lo hace a diario).

Los **lugares de acceso** a Internet más frecuentes suelen ser el **hogar**, ya sea el propio (89,2%) o el de amigos o familiares (35,1%), el **trabajo** (32,8%), y en menor medida se accede desde centros públicos, bibliotecas o sitios de acceso público.

Los **dispositivos preferidos** para conectarse son el teléfono **móvil** (76,4%), seguido por los **ordenadores**, sean portátiles o de sobremesa (en torno al 50%), **y las tabletas** (33,5%). Otros dispositivos como las smart TV y las videoconsolas son también utilizados para ello, aunque con menor frecuencia (entre el 5% y el 10%)

Smartphones y tabletas

Seis de cada diez personas de 15 años y más disponen de **smartphone**, proporción que se reduce si hablamos de **tabletas** bajando a un tercio (34,1%). La mayoría de estos teléfonos inteligentes tienen sistema operativo **Android** (más de un 80%) seguido de por iOS (casi un 10%) y Windows Phone (casi un 4%). En cuanto a las **tabletas**, los dispositivos con iOS son un 20% mientras que los de **Android** son el 60%.

Prácticamente la mitad de usuarios de smartphone y/o tablet han descargado aplicaciones, la mayoría (el 92%) lo hace desde la tienda de aplicaciones oficial del sistema operativo.





diap.

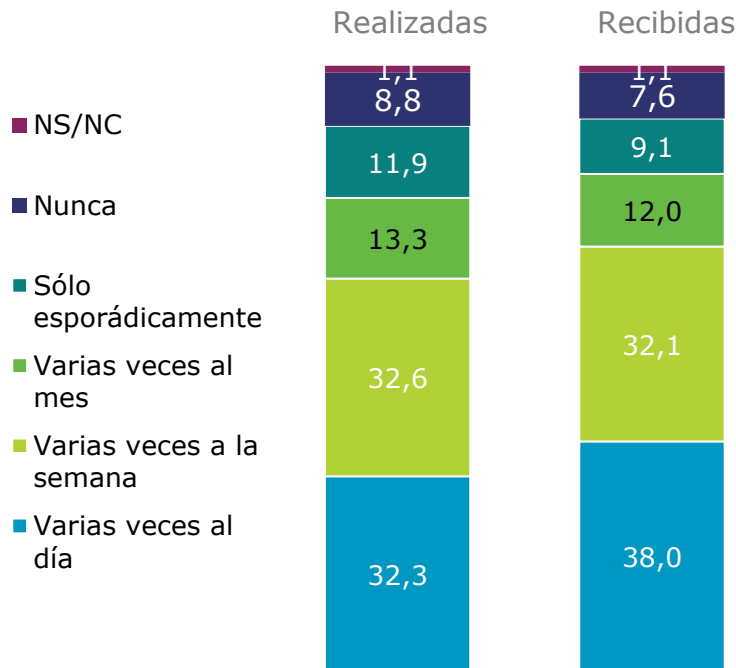
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



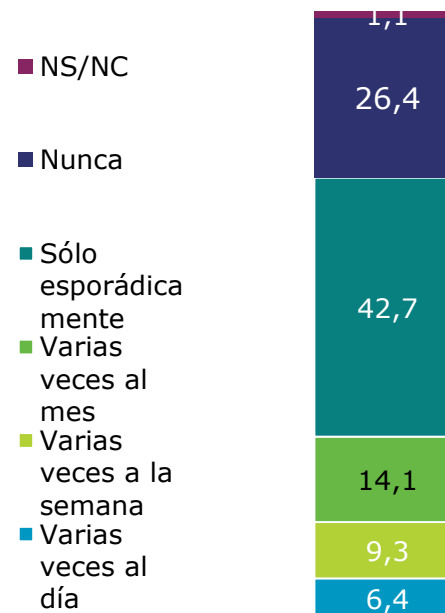
Comunicación tradicional móvil

%

Llamadas de voz móvil



Mensajes de SMS



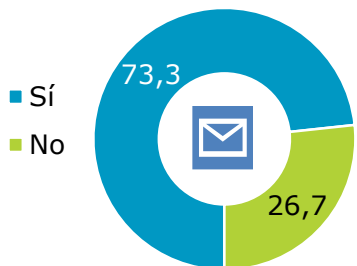
4



%

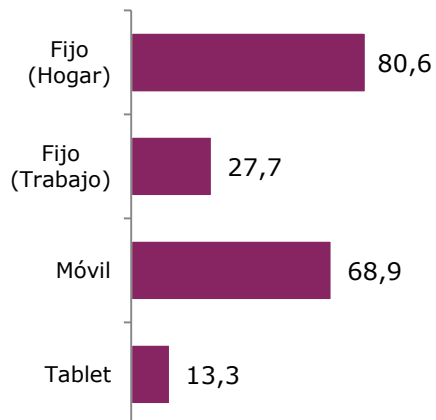
Correo electrónico (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

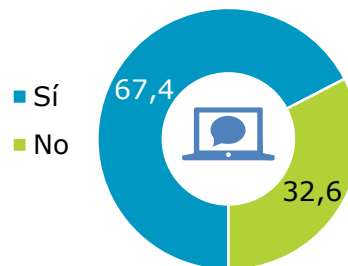
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

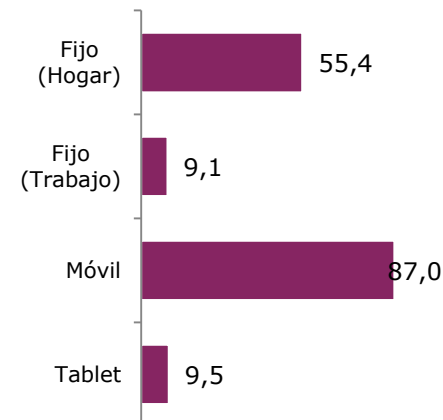
Mensajería instantánea (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

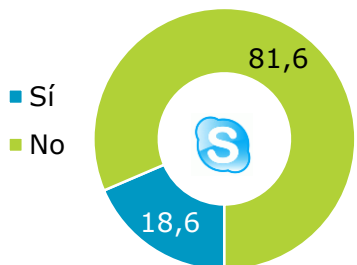
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

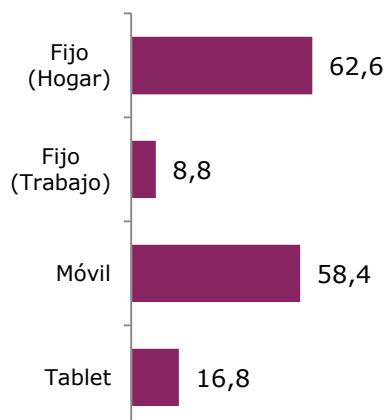
Llamadas Skype (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

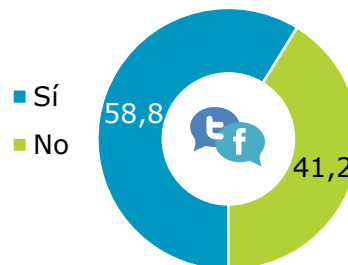
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

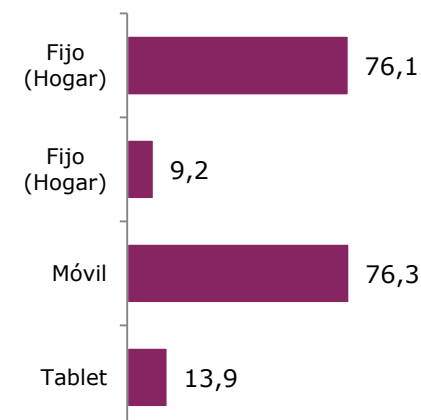
Redes sociales (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet

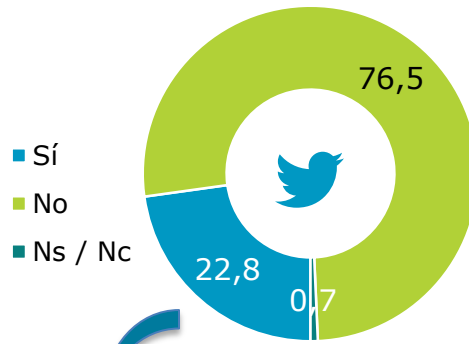


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio



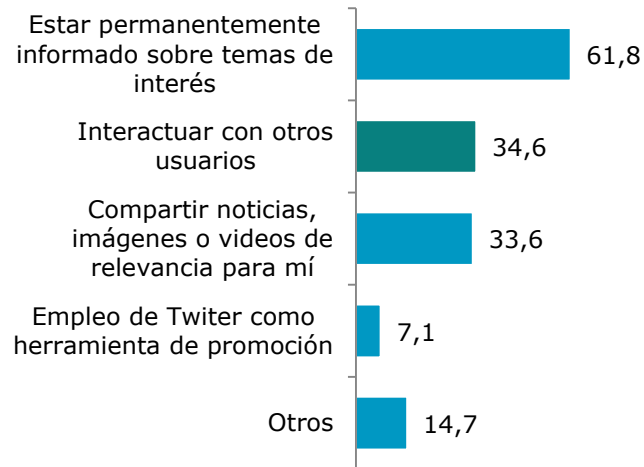
%

Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Usos del microblogging



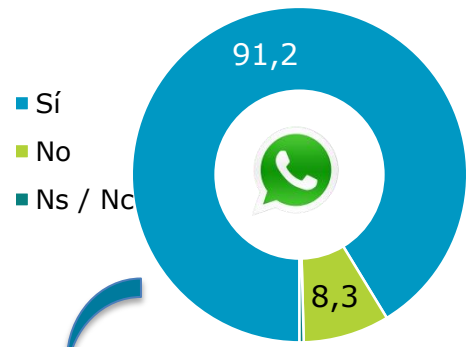
BASE: Usuarios de 15 años o más que usan microblogging



Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

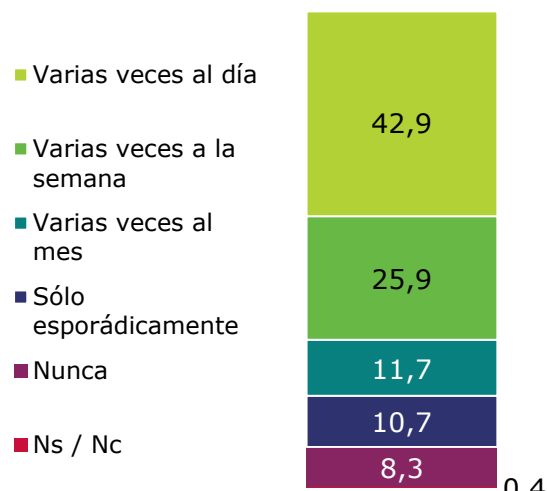
%

Uso de mensajería tipo WhatsApp



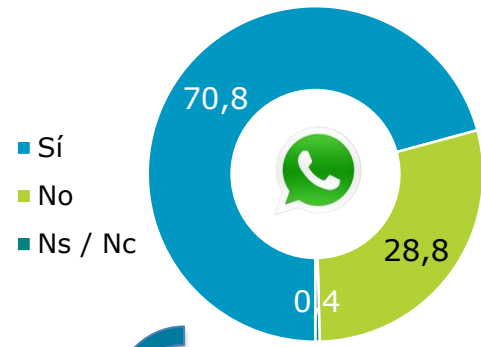
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia



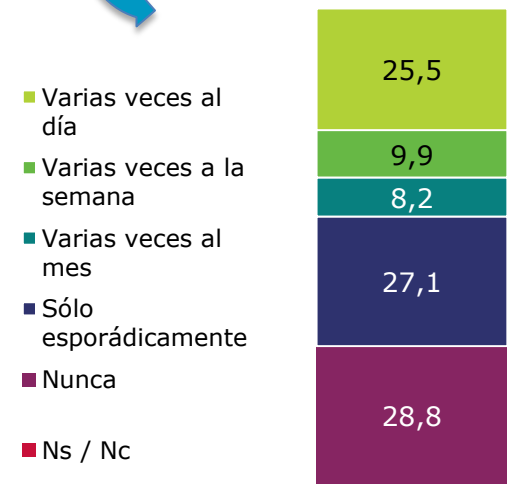
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y usan mensajería WhatsApp

Uso de llamadas de voz tipo WhatsApp



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia



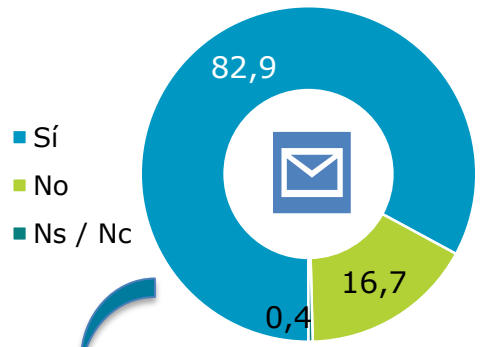
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y usan llamadas WhatsApp



Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

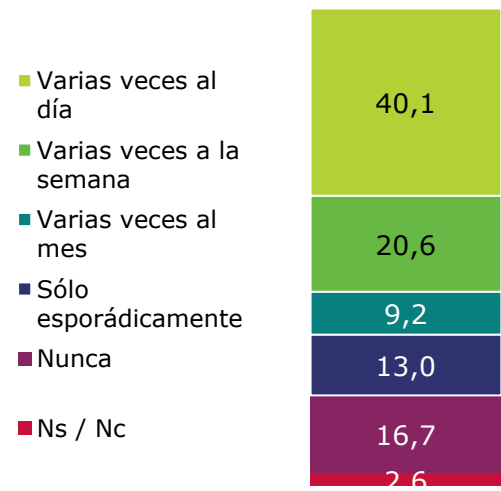
%

Uso de Correo electrónico



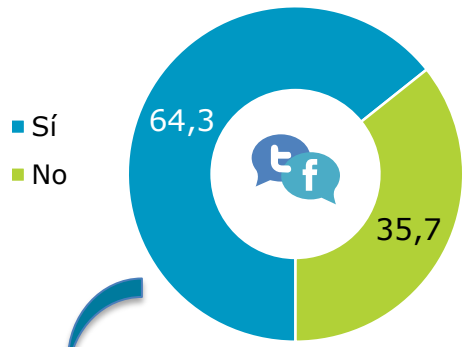
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia



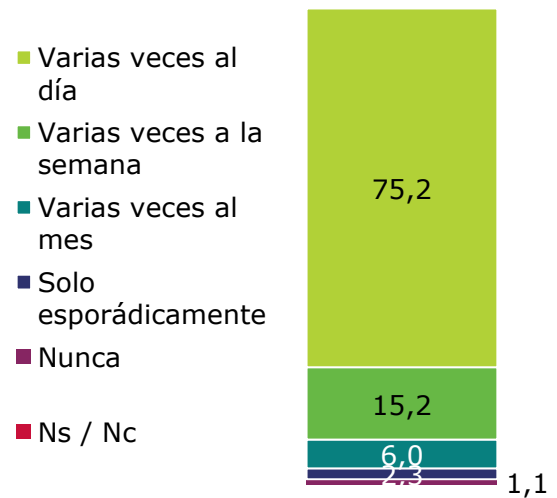
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y usan correo electrónico en el móvil

Descarga de apps de Redes sociales



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y ha descargado apps

Frecuencia de uso



BASE: Descarga Apps de redes sociales

Comunicación: conclusiones

Entre las formas de **comunicación tradicional a través del teléfono móvil** podemos ver que los **mensajes de texto** están relegados generalmente a un uso muy esporádico. No obstante la realización y recepción de **llamadas de voz** siguen teniendo bastante importancia, aproximadamente un 70% de los usuarios de telefonía móvil realiza o recibe llamadas de voz diariamente o varias veces a la semana.

Dentro de las formas alternativas de **comunicación basada en Internet** nos encontramos con múltiples posibilidades:

- **Correo electrónico**, empleado por más del 70% de los internautas, se consulta preferentemente desde hogares y dispositivos móviles (80,6% y 68,9% respectivamente).
- **Mensajería instantánea** tiene algo menos de uso que el correo electrónico (67,4%) se utiliza preferentemente desde móviles.
- **Redes sociales** tienen una penetración del 58,8% entre los usuarios de Internet usadas principalmente desde hogares y móviles.
- **Microblogging** es un medio menos extendido entre la población (22,8%) utilizado como medio de comunicación e interacción con otros usuarios (34,4%) .

Además de las opciones de comunicación basadas en Internet, tenemos **aplicaciones específicas para smartphone y tabletas**:

- **Mensajería y llamadas vía WhatsApp**, es una de las principales formas de comunicación entre las personas con smartphone (91,2% y 70,8% respectivamente) y además con un uso bastante frecuente ya que el 43% de los usuarios utilizan diariamente la mensajería y el 25% las llamadas.





	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



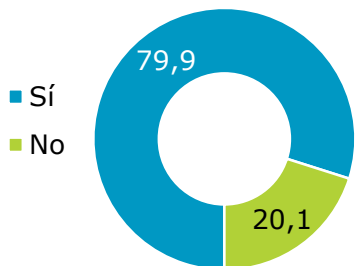
Uso de Internet para informarse

%

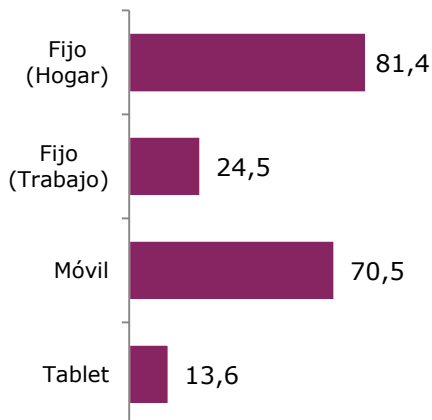
Búsqueda de información (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

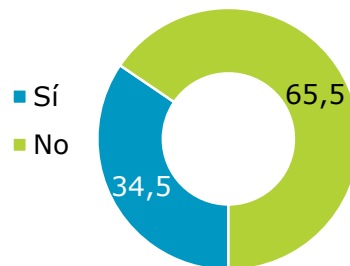


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

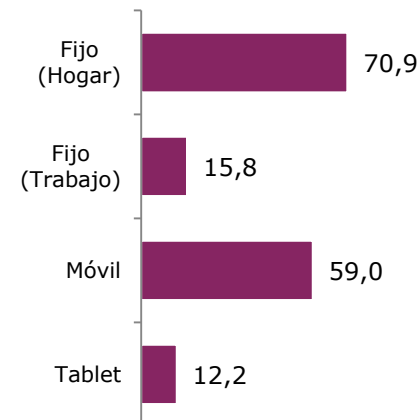
Leer blogs / foros (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

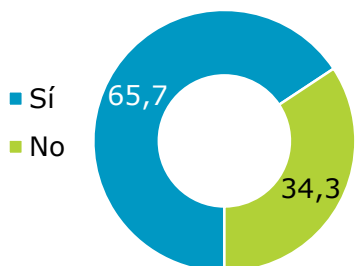


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

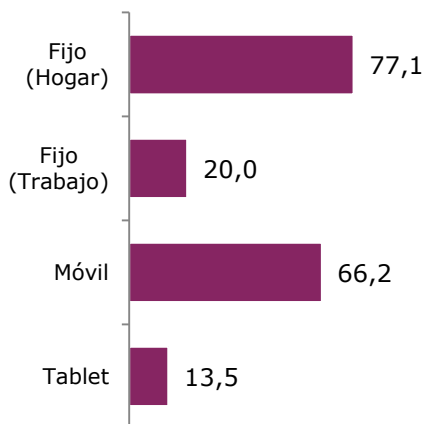
Consultar noticias (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

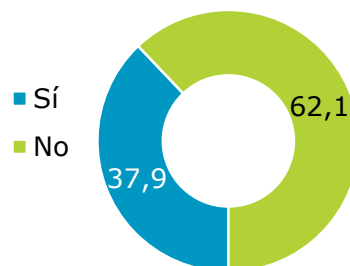


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

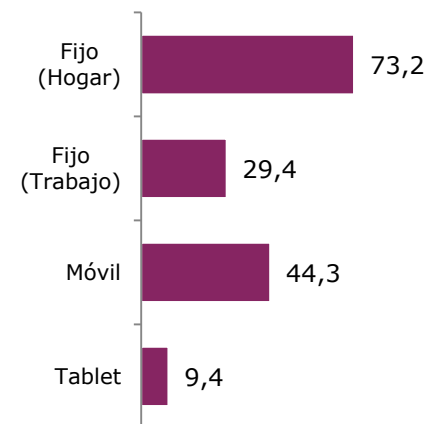
Visitar webs de Administraciones Públicas (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



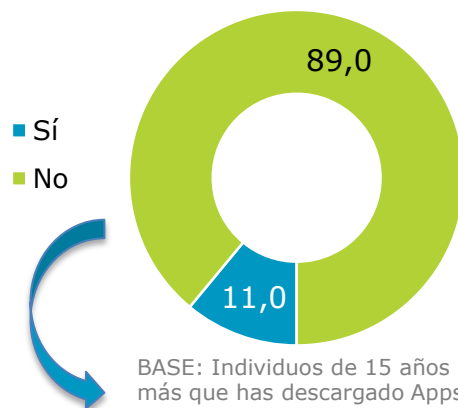
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

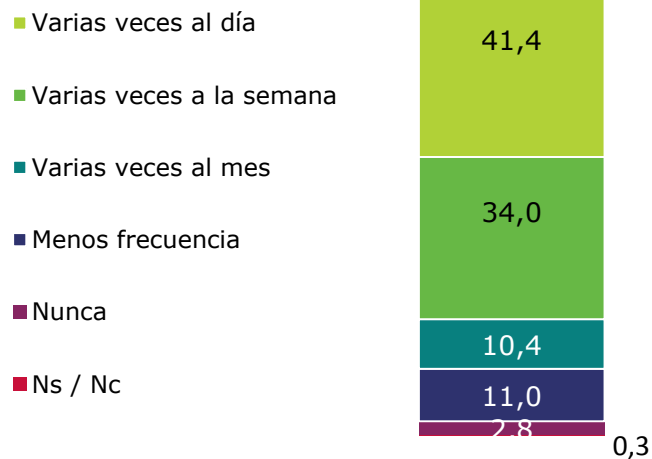
%

Descarga de Apps de Noticias



BASE: Individuos de 15 años y más que has descargado Apps

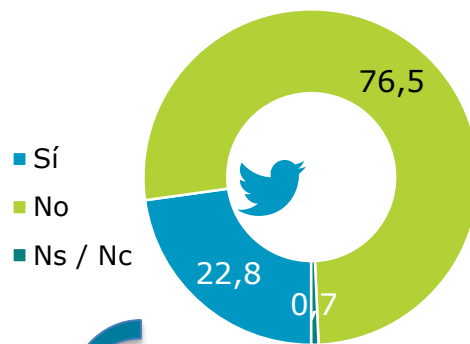
Frecuencia



BASE: Individuos de 15 años y más que has descargado Apps de noticias

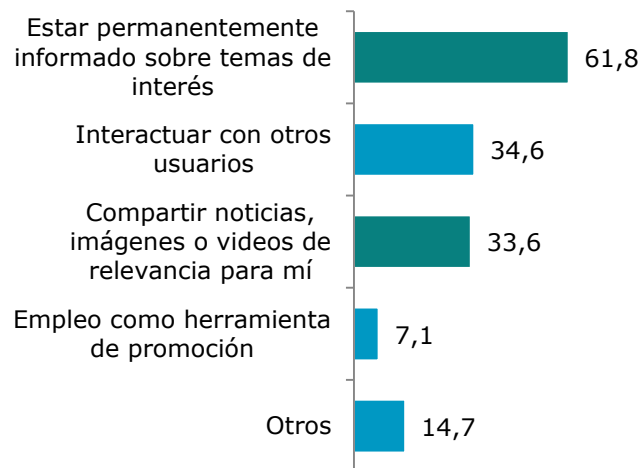
%

Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Usos del microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan microblogging



Información: conclusiones

En cuanto a Internet como herramienta de **información**, vemos que la mayor parte de los internautas (79,9%) lo utilizan para buscar información, principalmente desde el **hogar** y desde el **móvil** (con un 81,4% y un 70,5% respectivamente) los medios de acceso preferidos.

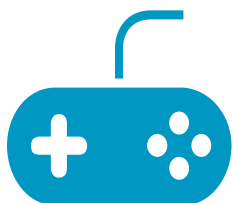
La **consulta de noticias** ocupa el segundo puesto en cuanto a Internet como herramienta para mantenerse informado, con casi dos terceras partes de los internautas (un 65,7%). Para estos casos, aunque la plataforma preferida es Internet fijo en el hogar (más de tres cuartos de los internautas que consultan noticias) y el móvil (un 66,2%).

La **visita a webs de las administraciones públicas** y la **lectura de blogs/foros** son actividades realizadas por el 37,9% y 34,5% de los internautas, igualmente se realizan desde la conexión fija del hogar y desde la conexión móvil en la mayoría de los casos.

Si bien el uso de Apps de noticias en el smartphone facilita la tarea, la penetración de las mismas solo llega al 11,0% de individuos que han descargado Apps.

Por último, los usuarios de **microblogging** (un 22,8% de los internautas) declaran utilizar dicha herramienta para estar permanentemente informados sobre temas de interés (61,8%), para interactuar con otros usuarios (34,6%) y compartir noticias, imágenes o videos de relevancia (33,6%).





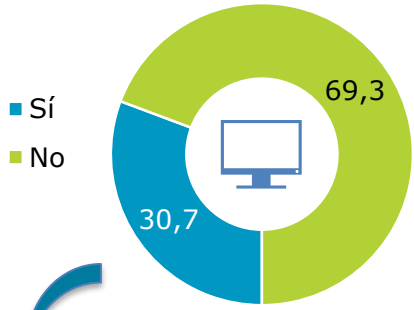
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



Contratación de contenidos de video en el hogar

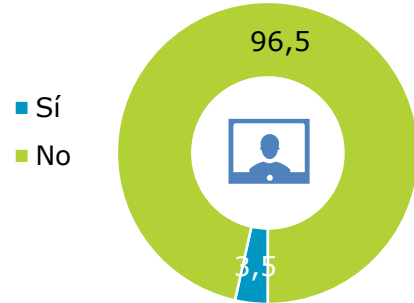
%

TV pago en el hogar



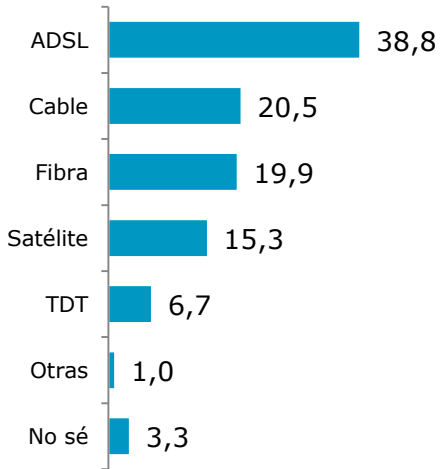
BASE: Total hogares

Suscripción a video streaming en el hogar



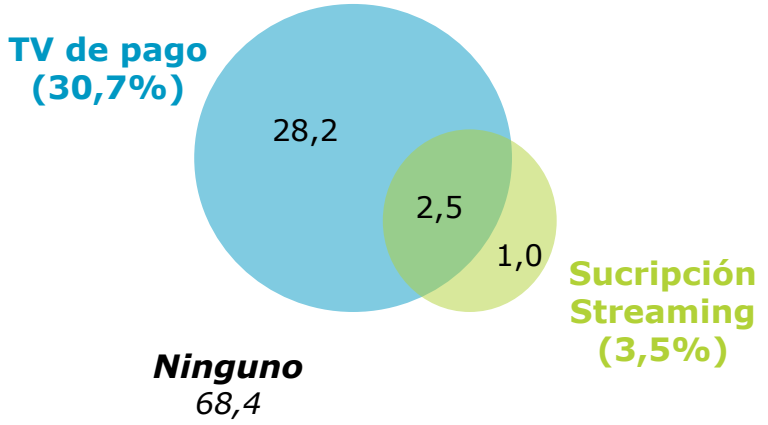
BASE: Total hogares

Tecnología de acceso



BASE: Total hogares con TV de pago

Convivencia TV de pago y Streaming



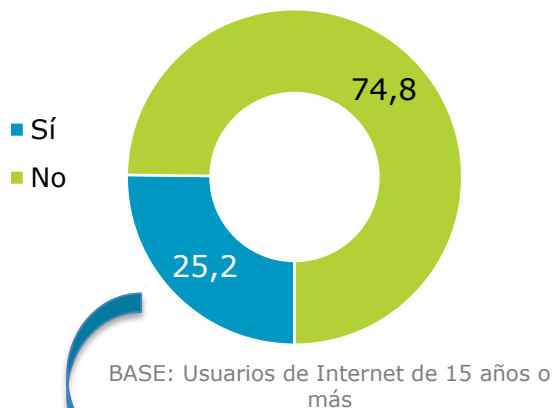
BASE: Total hogares

6

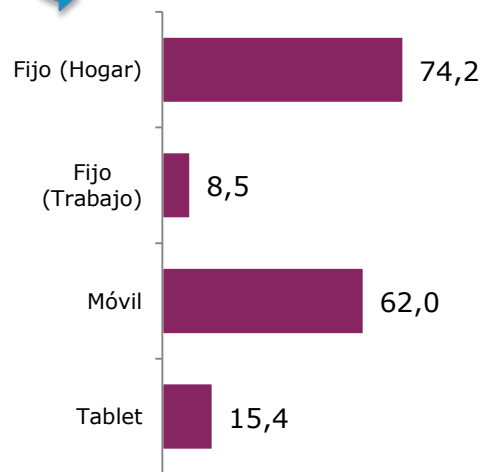
Consumo de contenidos de video por los individuos

%

Uso de video streaming OTT por Internet (En los últimos 3 meses)

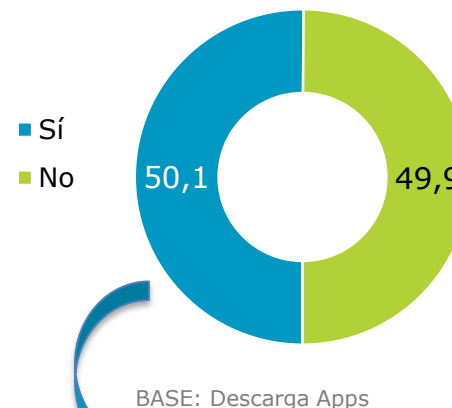


Tipo de Internet

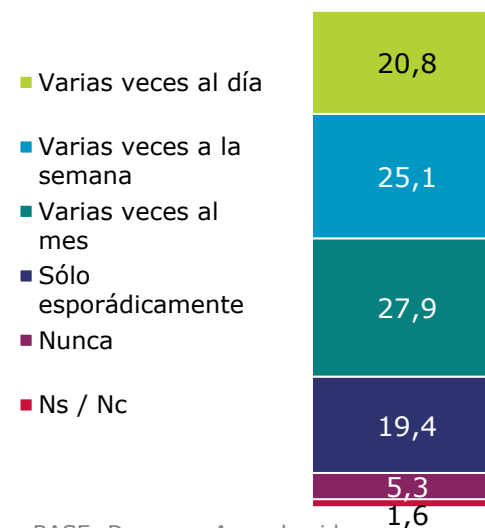


BASE: Usuarios de video streaming

Descarga de apps de video en el smartphone / Tablet



Frecuencia de uso



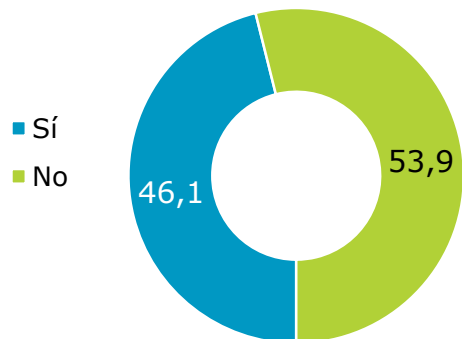
BASE: Descarga Apps de video

6

Posesión de dispositivos de videojuegos

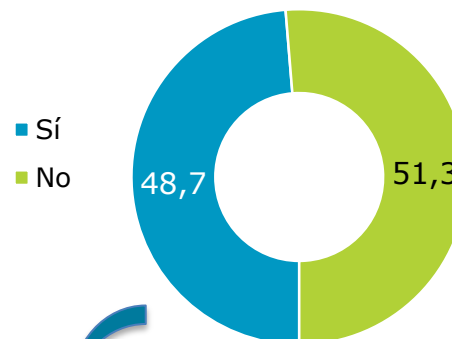
%

Consola con o sin Internet y portátil



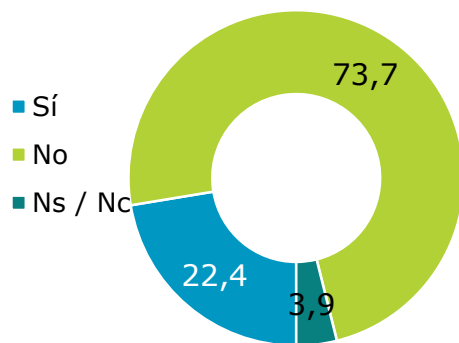
BASE: Individuos de 15 años o más

Descarga de Juegos en el smartphone / Tablet



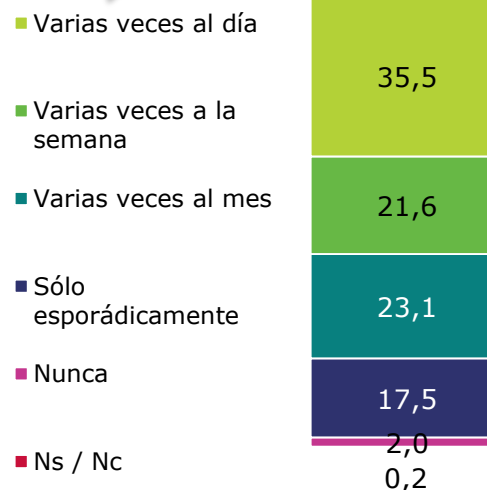
BASE: Descarga apps

Consola portátil

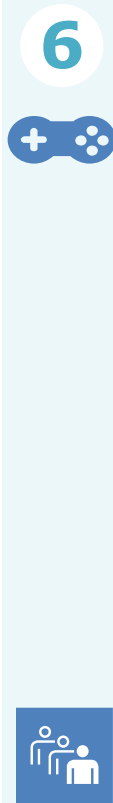


BASE: Individuos de 15 años o más

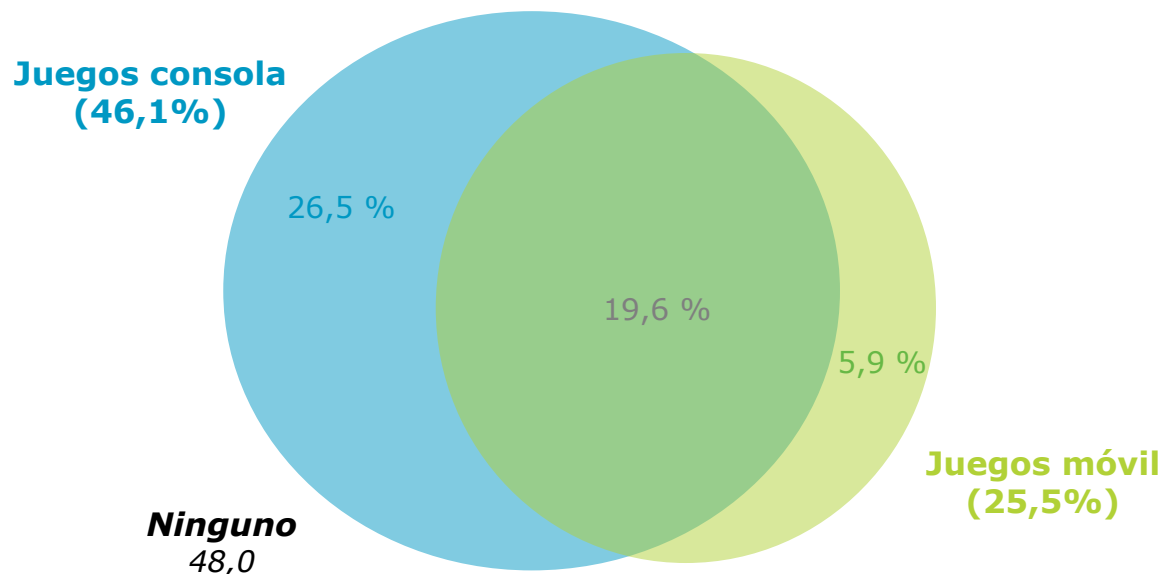
Frecuencia



BASE: Descarga de Apps de juegos



%



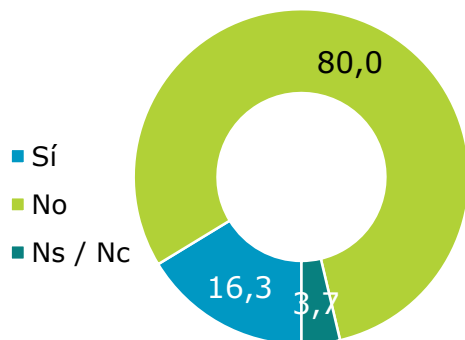
Juegos móvil – Juegos descargados en Móvil o Tablet
Juegos consola – Posesión de Videoconsola o consola portátil



Otros contenidos (Música / Libros)

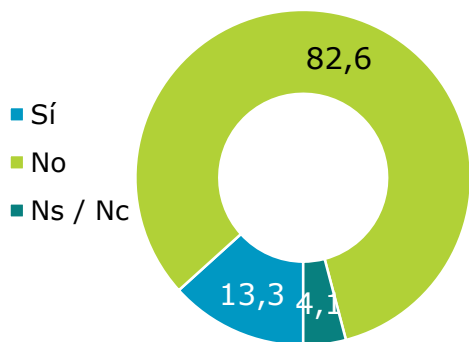
%

Posesión de lector de libros digitales



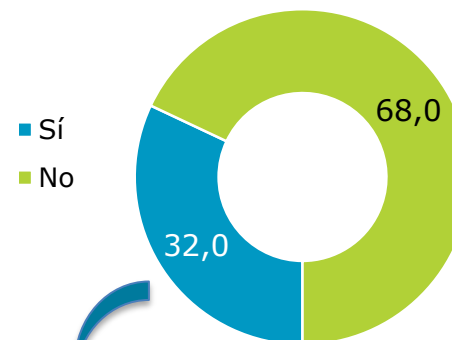
BASE: Individuos de 15 años o más

Posesión de reproductor MP3 / MP4



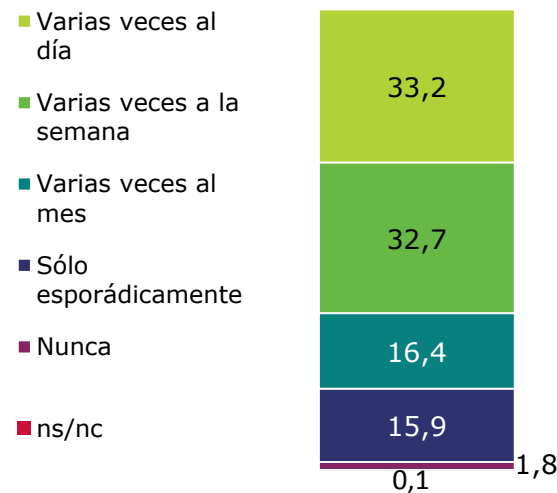
BASE: Individuos de 15 años o más

Descarga de Apps de música en el smartphone/tablet

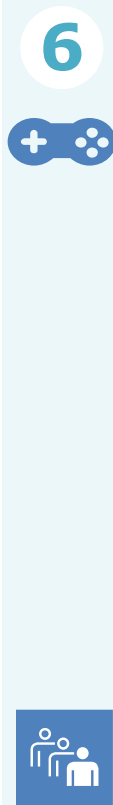


BASE: Descarga Apps

Frecuencia



BASE: Descarga Apps de música



Entretenimiento: conclusiones

En cuanto a **medios audiovisuales**, durante el tercer trimestre del año 2015 la **televisión de pago** está presente en el 30,7% de los hogares españoles, mientras que el **video streaming bajo suscripción** se sitúa en el 3,5% de los mismos.

En cuanto a la tecnología de acceso de la televisión de pago, un 38,8% de los hogares la reciben a través de ADSL, el 20,5% mediante cable y un 19,9% por fibra.

La mitad de los usuarios que han descargado aplicaciones en su smartphone o tablet han bajado una aplicación de video, y de ellos, dos de cada diez la usan varias veces al día.

Respecto a los **videojuegos**, el 46,1% de los individuos dispone de videoconsola en el hogar y el 22,4% posee una consola portátil. Por otro lado, tenemos el sector de juegos descargables en smartphones y tabletas con una penetración del 48,7% de los individuos de 15 años o más que descargan aplicaciones para estos dispositivos. Además la frecuencia de uso de estos juegos es bastante regular (35,5% lo hace diariamente y el 21,6% varias veces a la semana).

Entre **otros medios de entretenimiento** cabe destacar las aplicaciones de música, un 32% de los usuarios que han descargado aplicaciones en su smartphone o tablet, descargaban aplicaciones de música. Asimismo el uso de estas apps de música presenta una frecuencia diaria en el 33,2% de estos casos y semanal en el 32,7%.

Reproductores MP3/MP4, con un 13,3%, y lectores de libros digitales, con un 16,3%, son otros dispositivos de entretenimiento también disponibles por la población.

que poseen los individuos aunque sea en menor proporción.

Otros dispositivos de entretenimiento, con menor presencia entre la población son los lectores de libros digitales y los reproductores MP2/MP4, con una disponibilidad del 16,3% y del 13,3%.





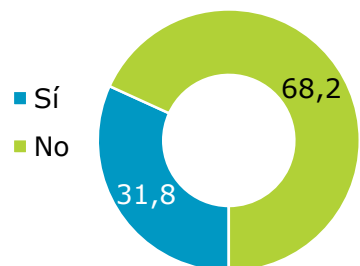
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



%

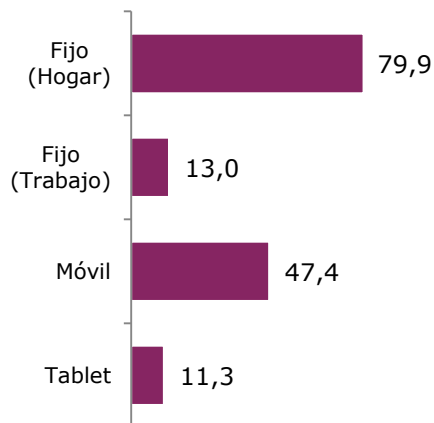
Compra productos y servicios por Internet

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

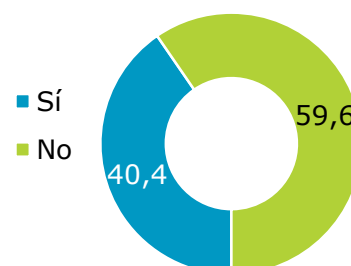
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

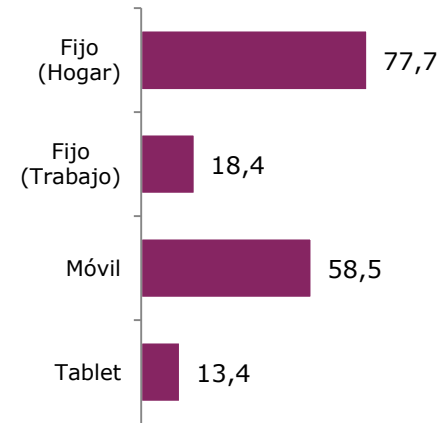
Banca electrónica

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

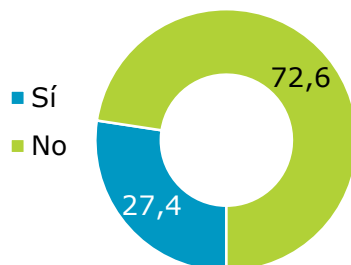
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

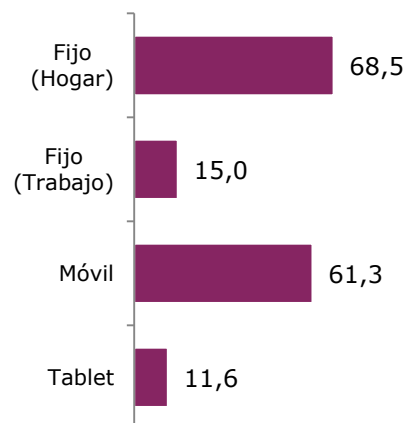
Descarga de Software

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

7

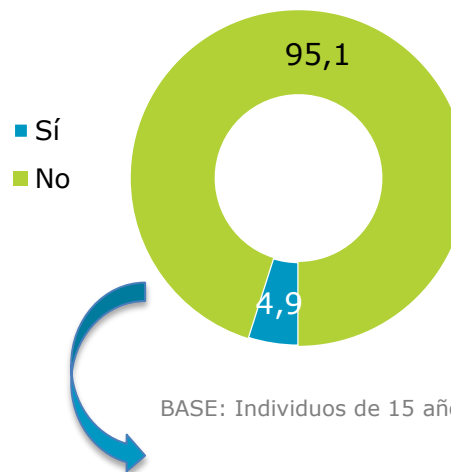


%

Entendemos por **economía colaborativa** aquellas plataformas digitales que establecen un marco, donde los usuarios pueden interactuar entre ellos y/o con la misma plataforma.

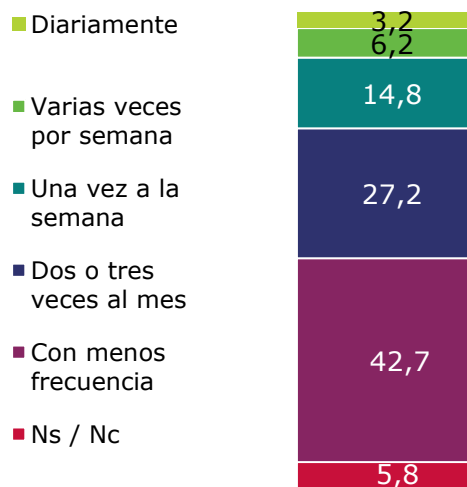
Los usuarios seleccionan el rol que desean en cada caso, pudiendo ejercer tanto como vendedores como compradores.

Descarga de aplicaciones de economía colaborativa



BASE: Individuos de 15 años o más

Frecuencia de uso

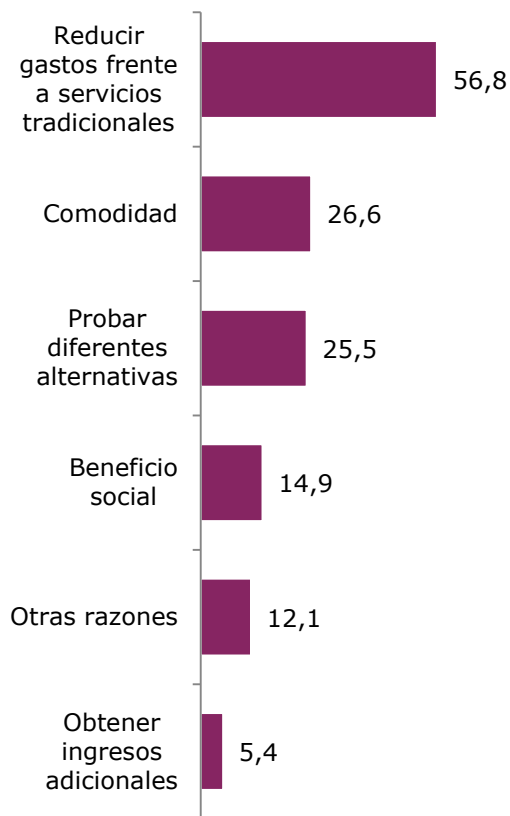


%

7



Razones de uso



BASE: Dispone de apps de economía colaborativa

Razones de NO uso



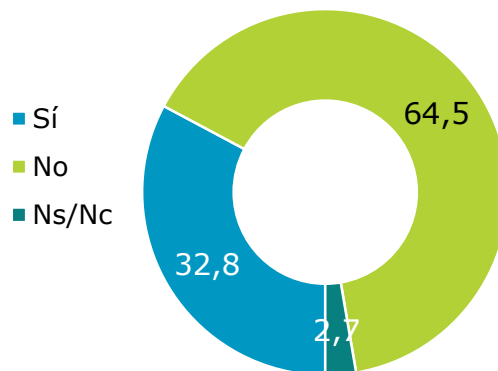
BASE: No dispone de apps de economía colaborativa

%

7

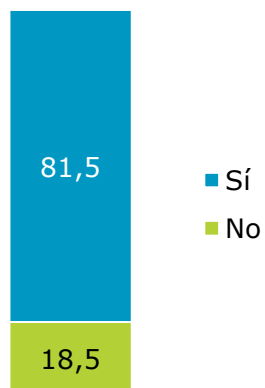


Penetración de uso de e-Administración

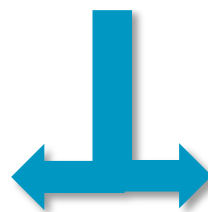


BASE: Individuos de 15 años o más

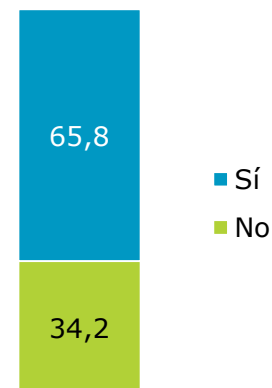
Realización de trámites online



BASE: Utiliza e-Administración



Descarga formularios



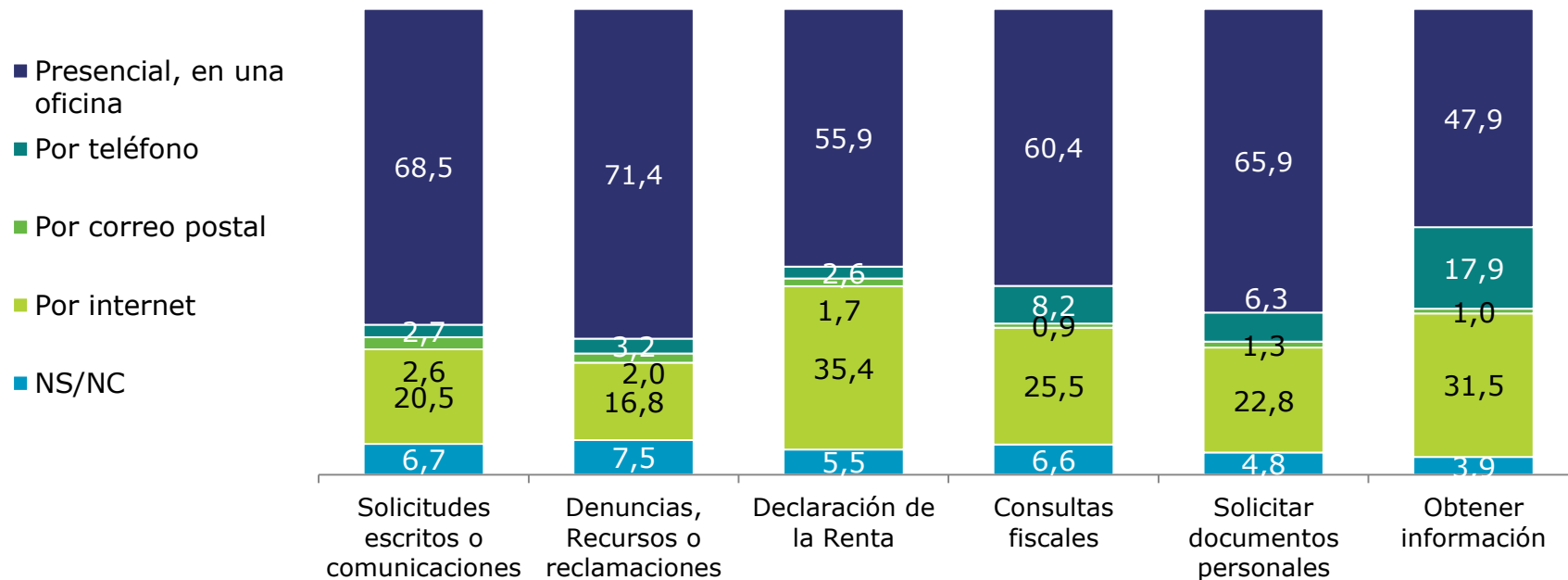
BASE: Utiliza e-Administración

%

7

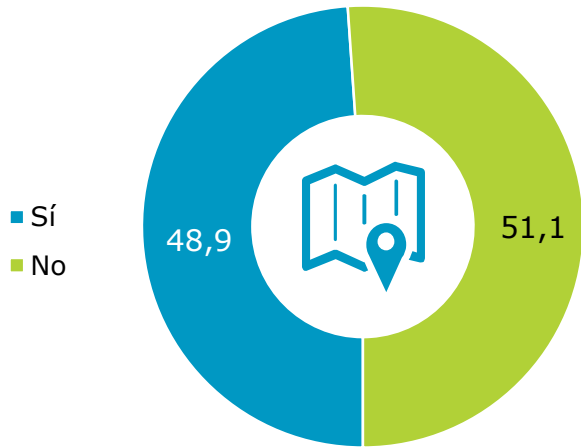


Preferencia de contacto con la administración



%

Uso y frecuencia de uso de Mapas y Navegación en el móvil / tablet



Frecuencia

- Varias veces al día
- Varias veces a la semana
- Varias veces al mes
- Menos frecuencia
- Nunca
- Ns / Nc



Resultados III TRIM 15
(Jul-Sep 15)

BASE: Individuos de 15 años o más que ha descargado apps de mapas y navegación

Administración/ gestión personal: conclusiones

La **banca electrónica** es utilizada por el 40,4% de los internautas que han hecho uso de la red en los últimos 3 meses. A pesar de que la forma preferida para hacerlo es a través de la conexión fija del hogar, con un 77,7% de los usuarios de este servicio, el acceso a través de dispositivos móviles alcanza también valores elevados, concretamente un 58,8%.

En cuanto al **comercio electrónico**, durante el tercer trimestre del 2015, el 31,8% de los individuos declara haber realizado la compra de algún producto o servicio por Internet en los últimos tres meses.

La conocida como **economía colaborativa** todavía muestra penetraciones comedidas puesto que está por debajo del 5% de los individuos, además de presentar un uso muy esporádico. No obstante, la principal razón de uso que han declarado los usuarios que han descargado una aplicación de economía colaborativa es la de reducir gastos frente a los servicios tradicionales (un 56,8% de ellos). Otros motivos de uso son la comodidad (26,6%) y el probar diferentes alternativas (25,5%).

El 32,8% de los individuos de 15 años o más ha utilizado la **administración pública** a través de Internet, el 81,5% de ellos ha realizado algún trámite online mientras que el 65,8% se ha descargado algún formulario oficial a través de la red.

La forma de contacto con la administración más común continúa siendo la presencial, no obstante, el contacto con las AA.PP. a través de la red registra valores por encima del 30% para obtener información y para hacer la declaración de la renta, concretamente el 35,4% de los españoles prefiere presentarla a través de Internet.

Por último, con lo que respecta a la **gestión general personal**, se observa como el 48,9% de los españoles de 15 años o más que han descargado alguna aplicación en su móvil, utiliza herramientas de mapas y navegación a través del smartphone/Tablet.



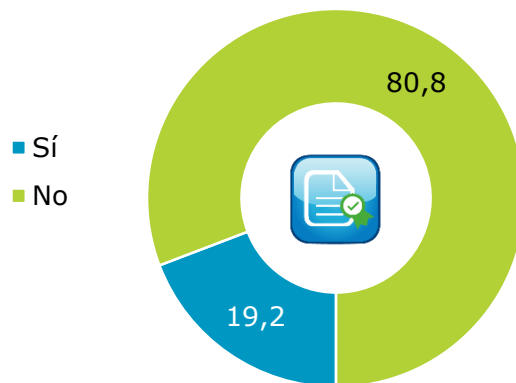


	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



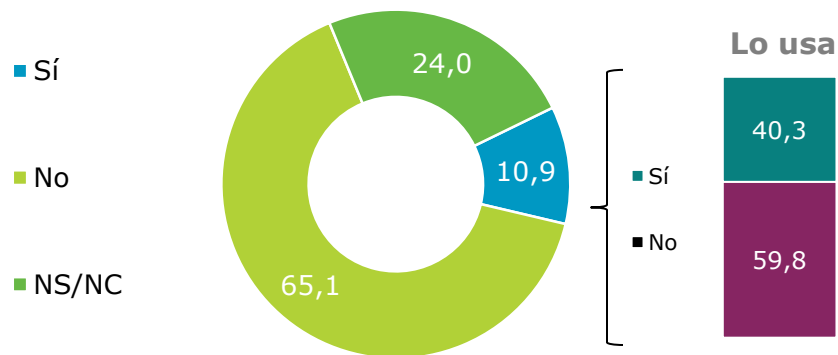
%

Penetración del certificado electrónico



BASE: Internautas de 15 años o más

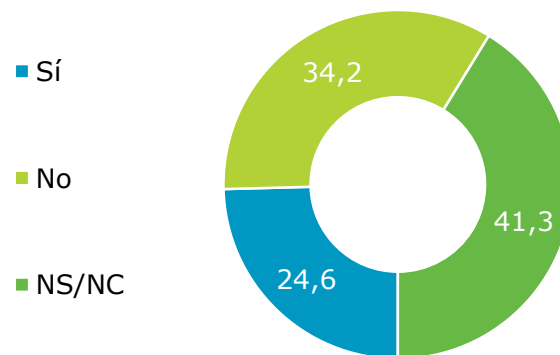
Posesión del lector de la huella digital en el smartphone (Actual)



BASE: usuarios de móvil de 15 años o más

BASE: usuarios que disponen de huella digital

Desea tener lector de la huella digital en el smartphone (Futuro)

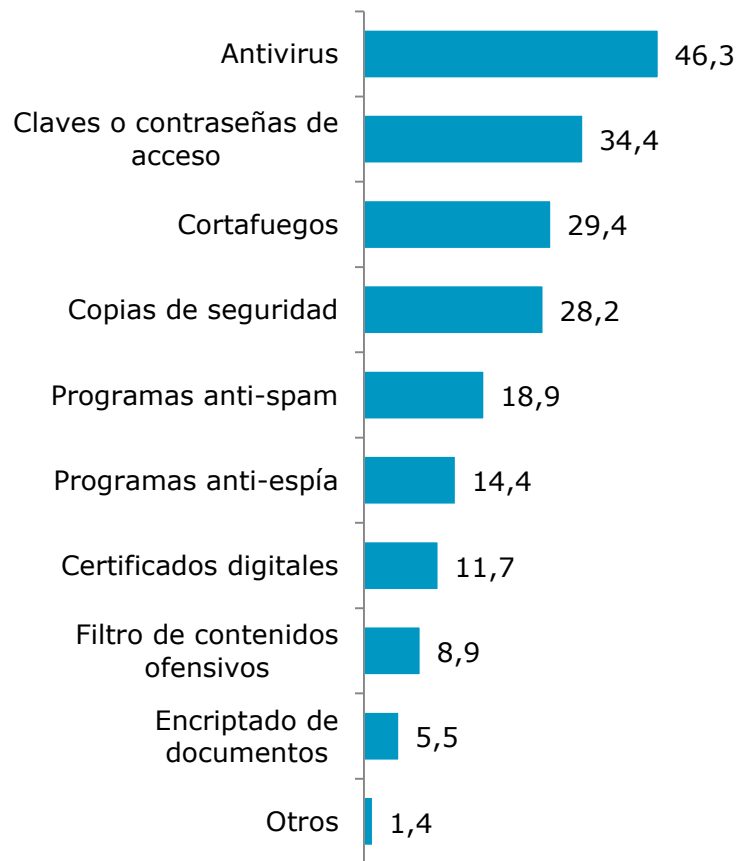


BASE: Usuarios de móvil de 15 años o más

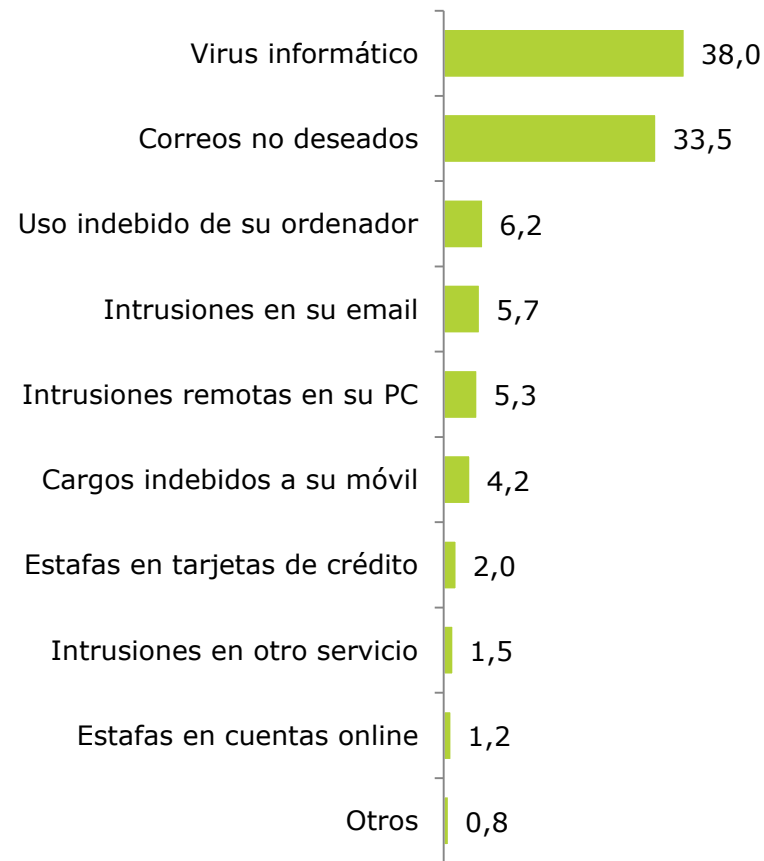


%

Principales precauciones para prevenir problemas informáticos



Problemas principales de seguridad en Internet



8



Seguridad y privacidad: conclusiones

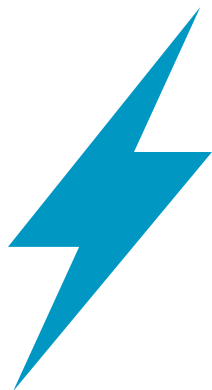
Las nuevas **medidas de seguridad** como el **certificado electrónico** tienen una penetración del 19,2% entre los usuarios de Internet de 15 años y más.

En lo que respecta a la seguridad en smartphones, el **lector de huella digital** está presente en los terminales de un 10,9% de los usuarios y es utilizado por el 40,3% de ellos. Además, uno de cada cuatro usuarios desearía disponer de dicho lector en su futuro terminal móvil.

Las **medidas de prevención de problemas informáticos** más empleadas por los individuos de 15 años y más son el **antivirus** con un 46,3%, las claves o contraseñas de acceso con un 34,4% y el cortafuegos y las copias de seguridad con valores cercanos al 29% de los individuos. Programas contra archivos espía o spam registran valores por debajo del 20%.

En cuanto a los **principales problemas informáticos detectados por** los usuarios destacar el **virus informático** (38%) y **correos no deseados** (33,5%). El resto de incidencias registran penetraciones del 6% o menos.






	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69



9

¿Quiénes son y cuántos hay?

La población no usuaria de Internet/Smartphone

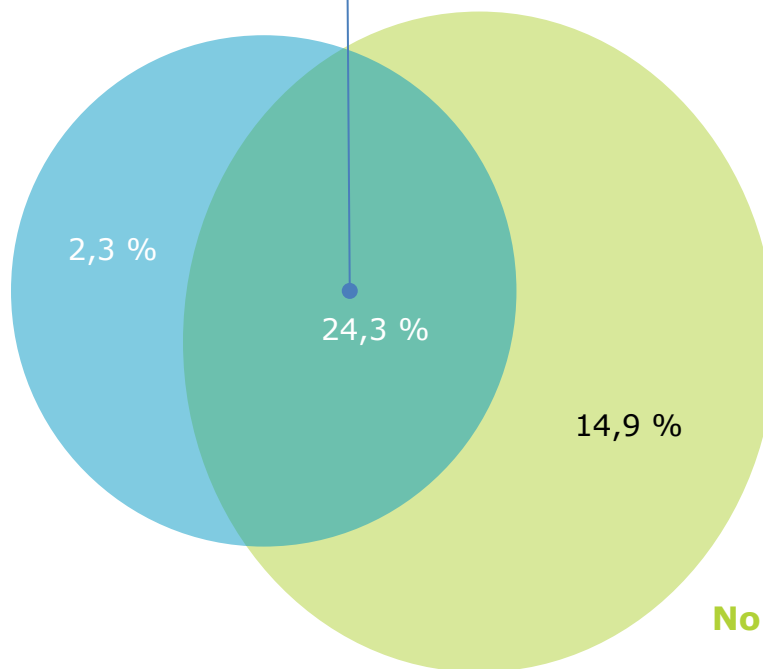
%

Población no usuaria de Internet/Smartphone: 24,3%
9.543.025

9



No usan Internet en los últimos 3 meses (26,6%)



No usan smartphone (39,2%)



¿Quiénes son y cuántos hay?

La población no usuaria de Internet/Smartphone

%

Razones para no usar Internet



Razones para no usar teléfono móvil



Resultados III TRIM 15
(Jul-Sep 15)

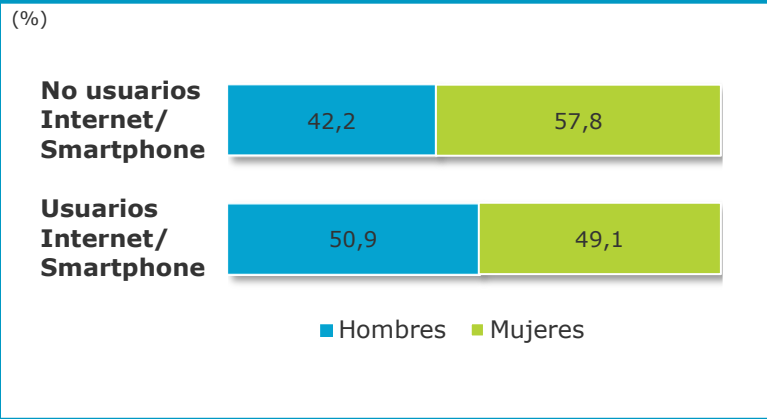


¿Quiénes son y cuántos hay?

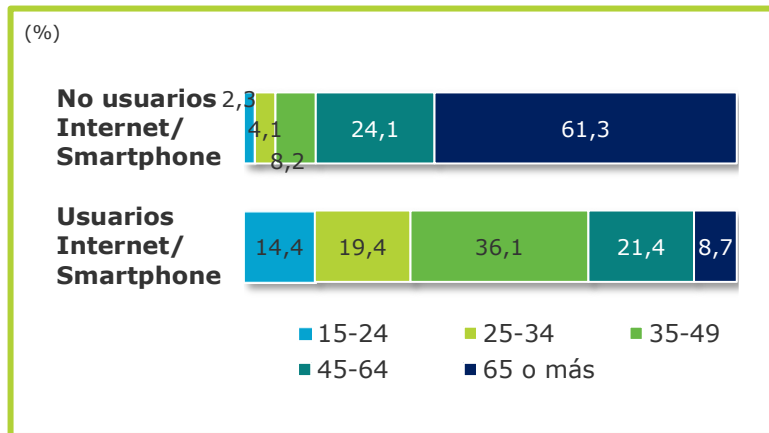
Perfil sociodemográfico



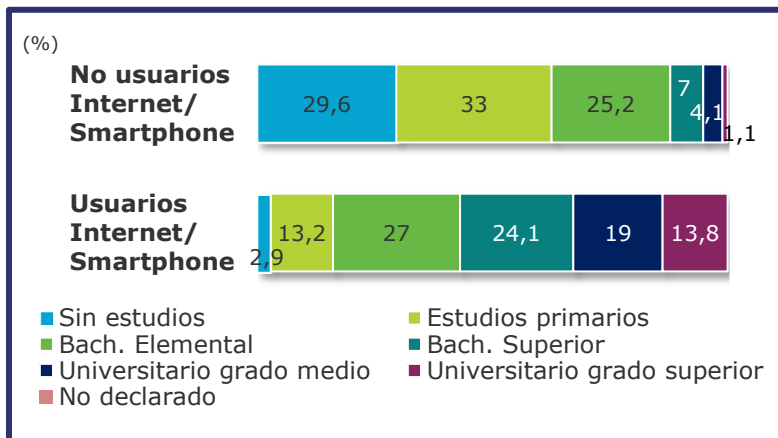
Sexo



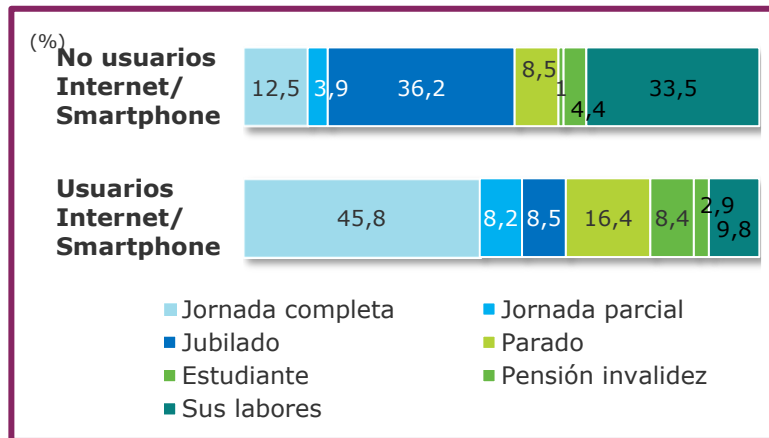
Edad



Estudios

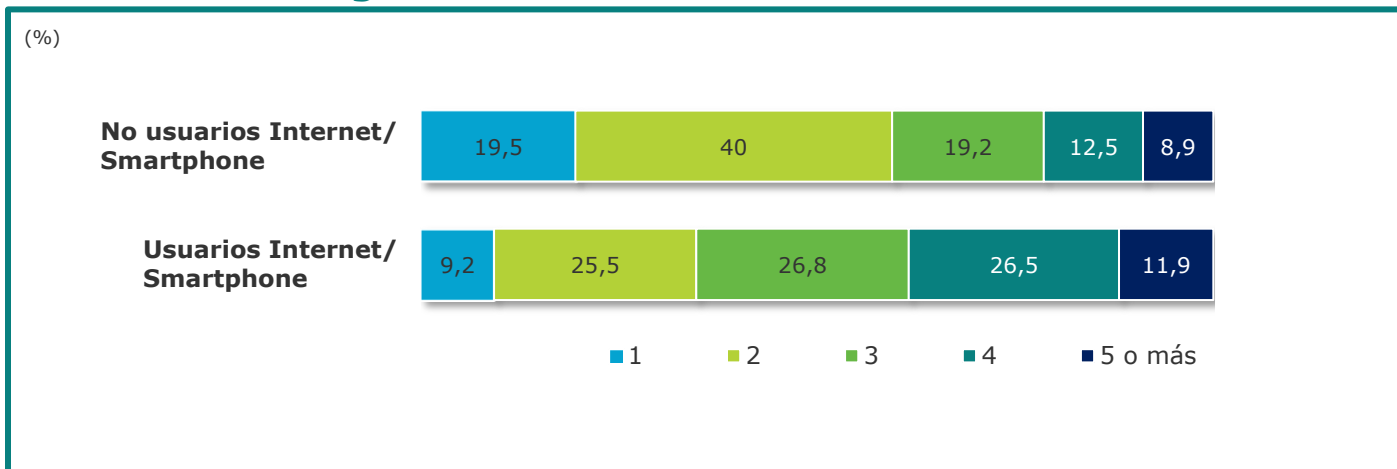


Actividad

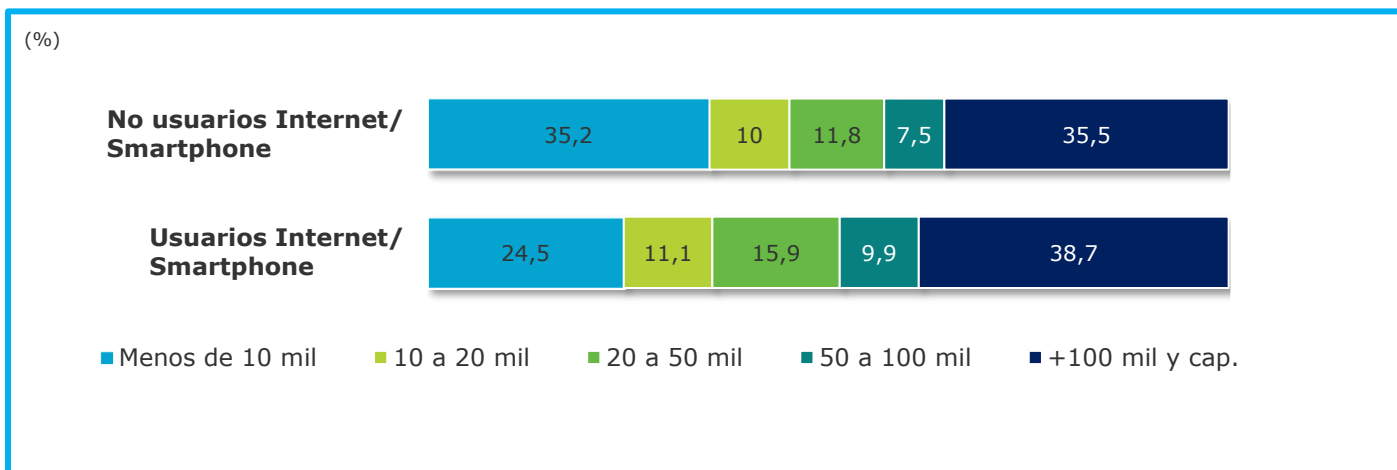




Tamaño del hogar



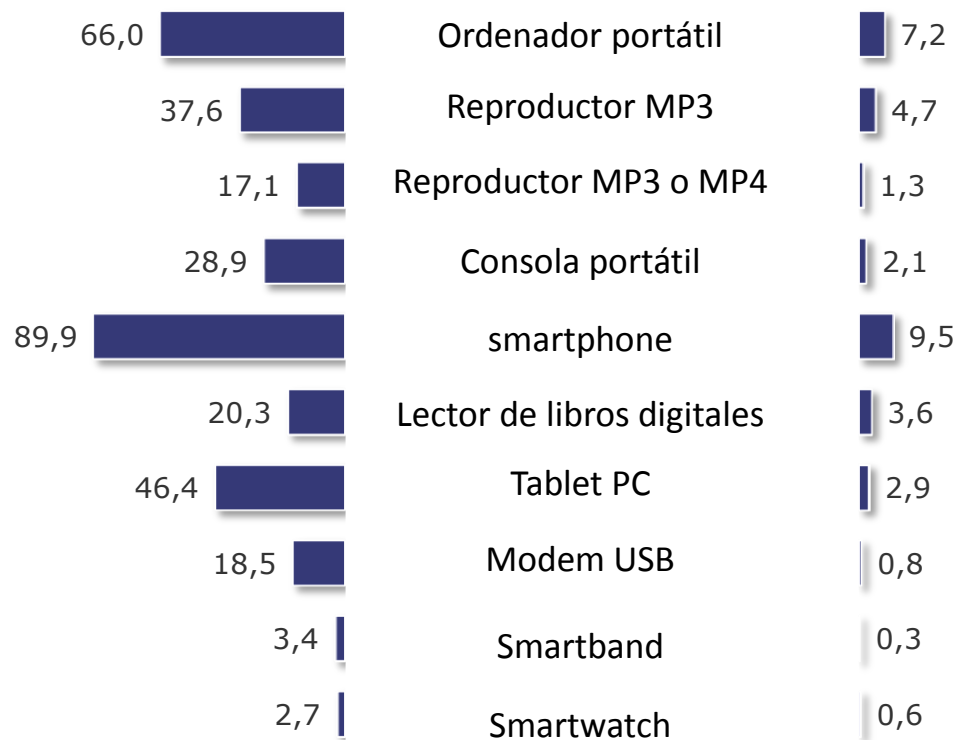
Habitat





Equipamiento de los individuos

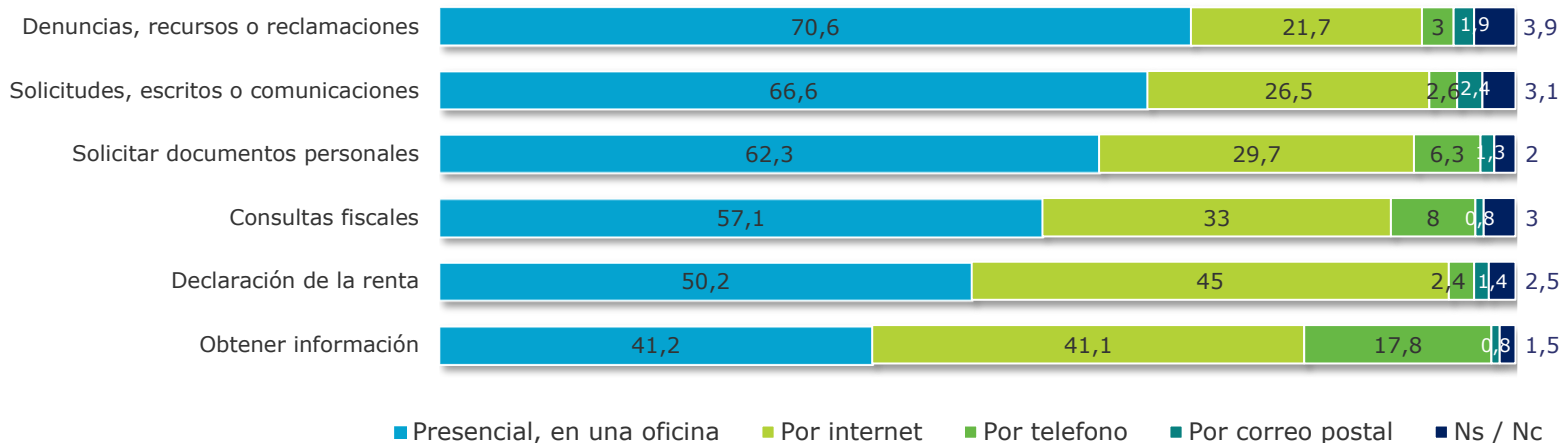
**Usuarios Internet/Smartphone vs
No usuarios Internet/Smartphone**



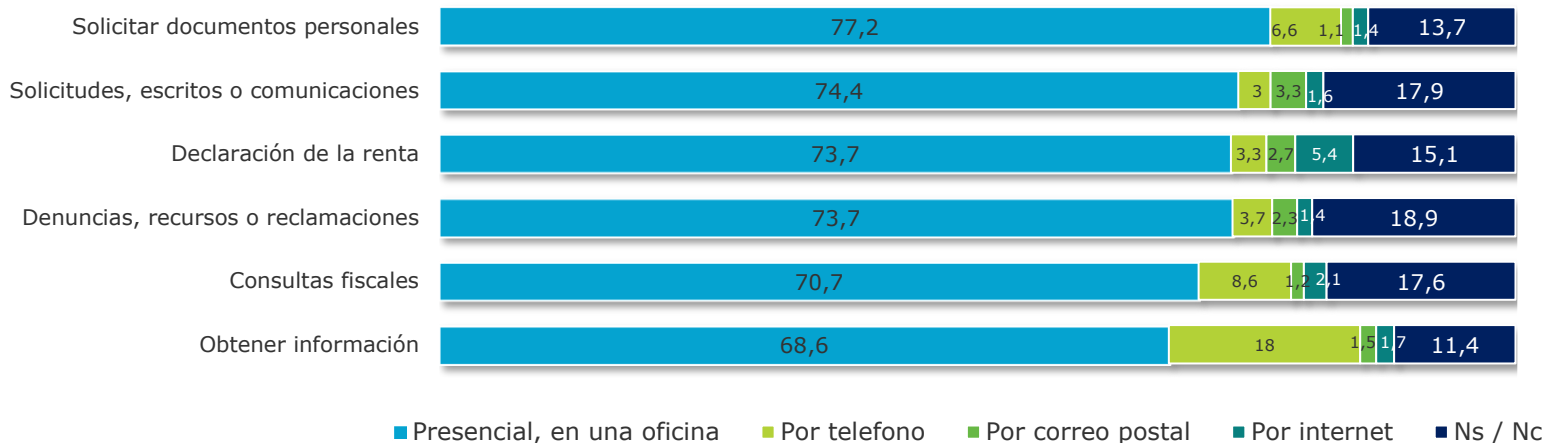
%

Preferencia de contacto con la administración

Usuarios Internet/Smartphone



No usuarios Internet/Smartphone



No usuarios de Internet/ smartphone: conclusiones

Este apartado se centra en el grupo de individuos que no hacen uso de Internet en los últimos 3 meses ni utilizan el teléfono móvil (smartphone). Son un total de 9.543.025 personas de las que se estudia su perfil sociodemográfico según las diferentes variables existentes.

Por **sexo**, si bien dentro del perfil de individuos usuarios no hay apenas diferencias entre hombres y mujeres, si se aprecia cierta diferencia que entre los hombres y mujeres que **no usuarios de Internet/Smartphone**.

En función de la **edad**, se distinguen dos grandes grupos, mientras que los usuarios se concentran entre la población de 25 a 49 años de edad, los no usuarios se aglutinan entre los mayores de 50 años.

La mayoría de los individuos de este segmento no usuario de Internet/Smartphone se dedica a labores del cuidado del hogar o bien son jubilados, mientras que la población usuaria es en la mayoría de los casos trabajador a jornada completa.

En lo que respecta a **estudios**, el perfil de la población no usuaria tiende a niveles de educación básica (hasta bachillerato elemental), mientras que la población usuaria presenta una distribución más igualada .

Si bien la variable de hábitat no presenta claras diferencias entre ambas poblaciones, a excepción de los pequeños núcleos urbanos (menos de 10.000 personas), si lo hace el **tamaño del hogar**, dándose con mayor frecuencia los **hogares unipersonales o con dos personas** en la población que no hace uso de Internet ni de Smartphone.

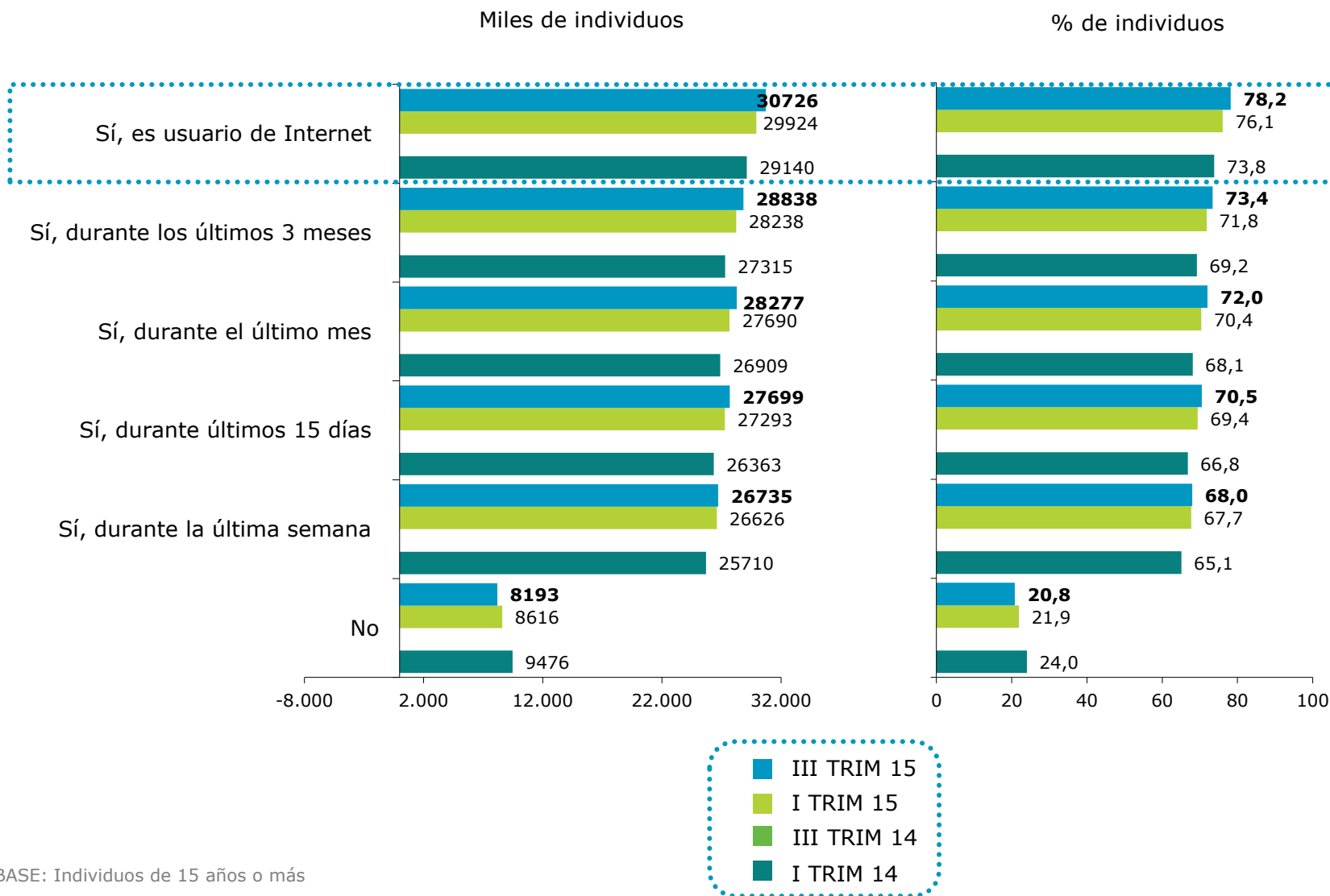




	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	3
2. <u>Gasto</u>	10
3. <u>Conectividad</u>	22
4. <u>Comunicación</u>	30
5. <u>Información</u>	37
6. <u>Entretenimiento</u>	42
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	49
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	57
9. <u>No usuarios de Internet/Smartphone</u>	61
10. <u>Anexo: Evolución datos</u>	69

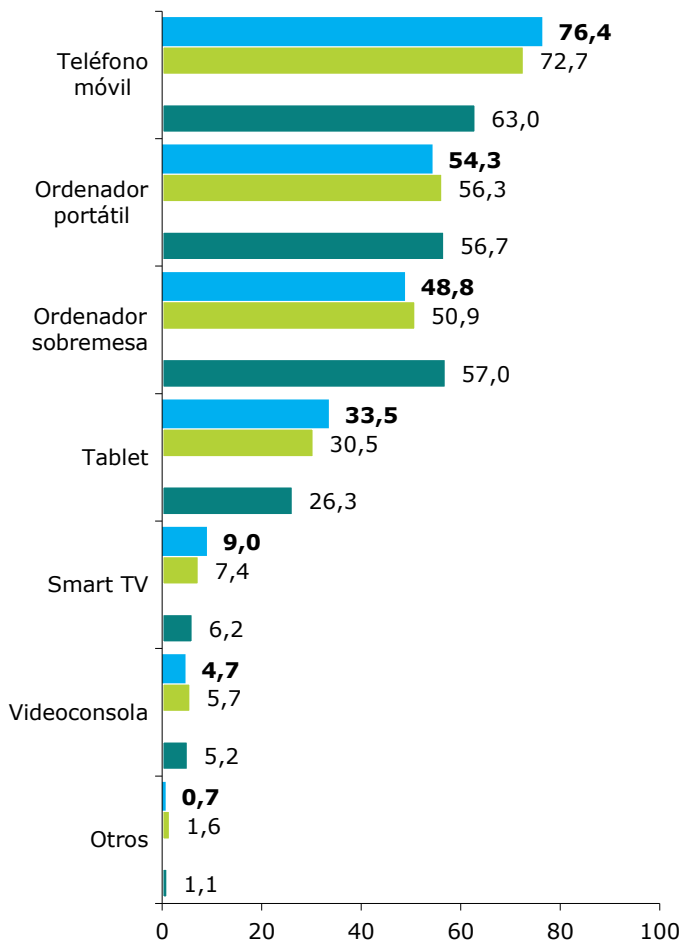


Uso de Internet

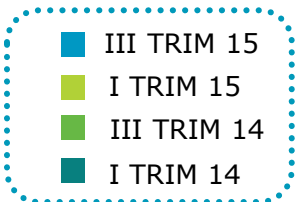
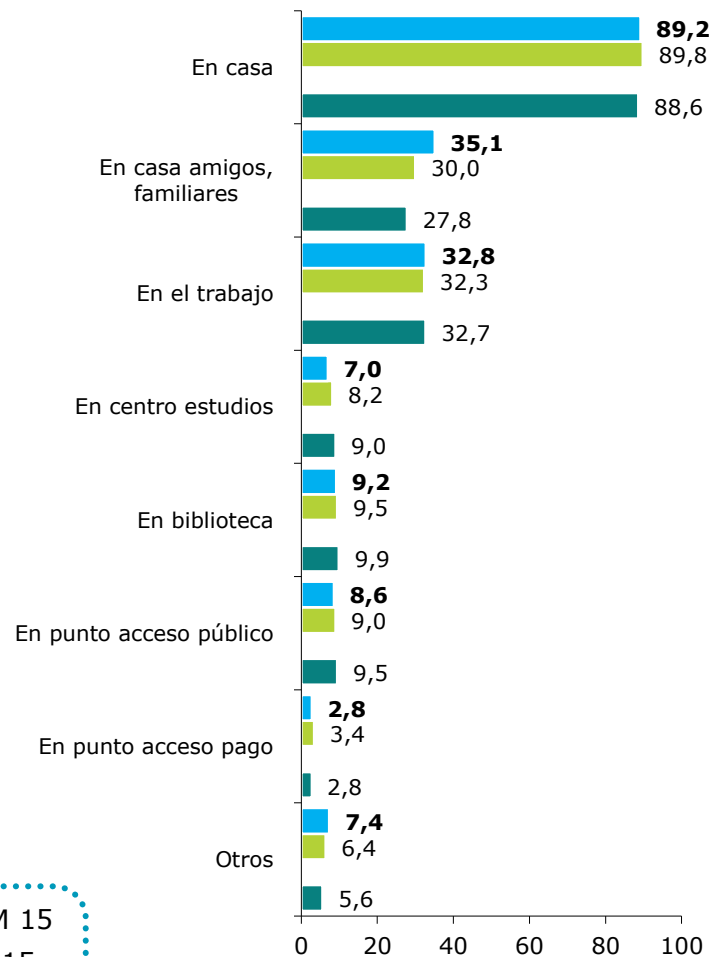


%

Dispositivo de acceso a Internet



Lugar de acceso a Internet

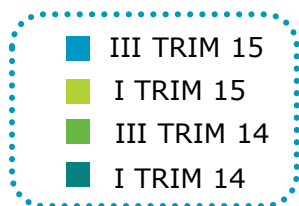
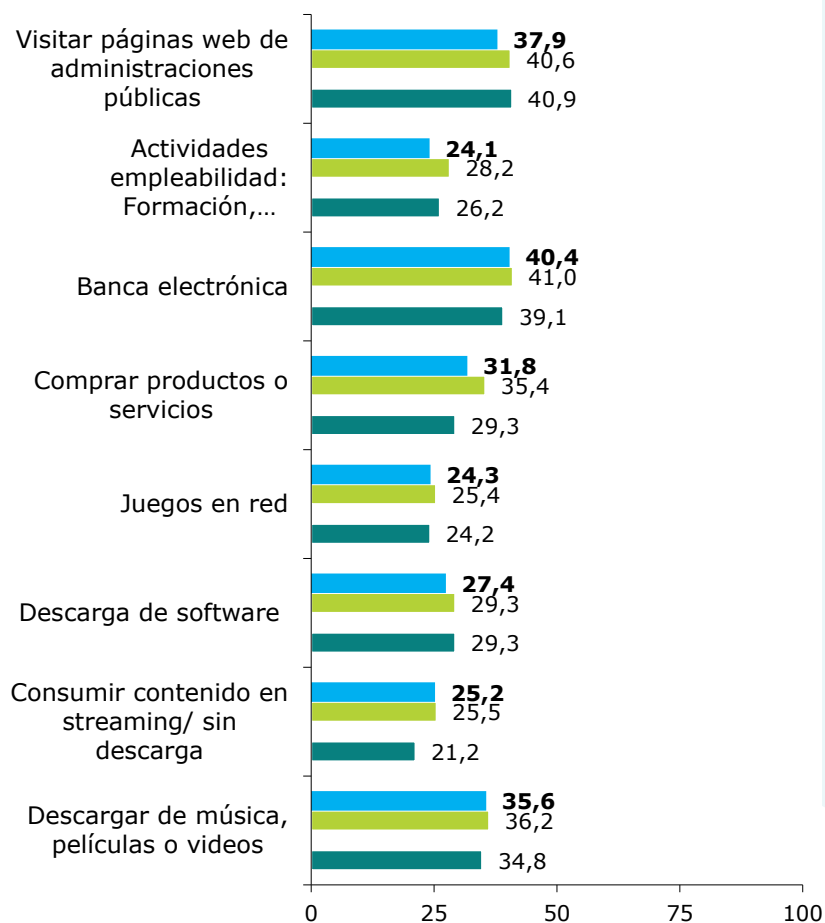
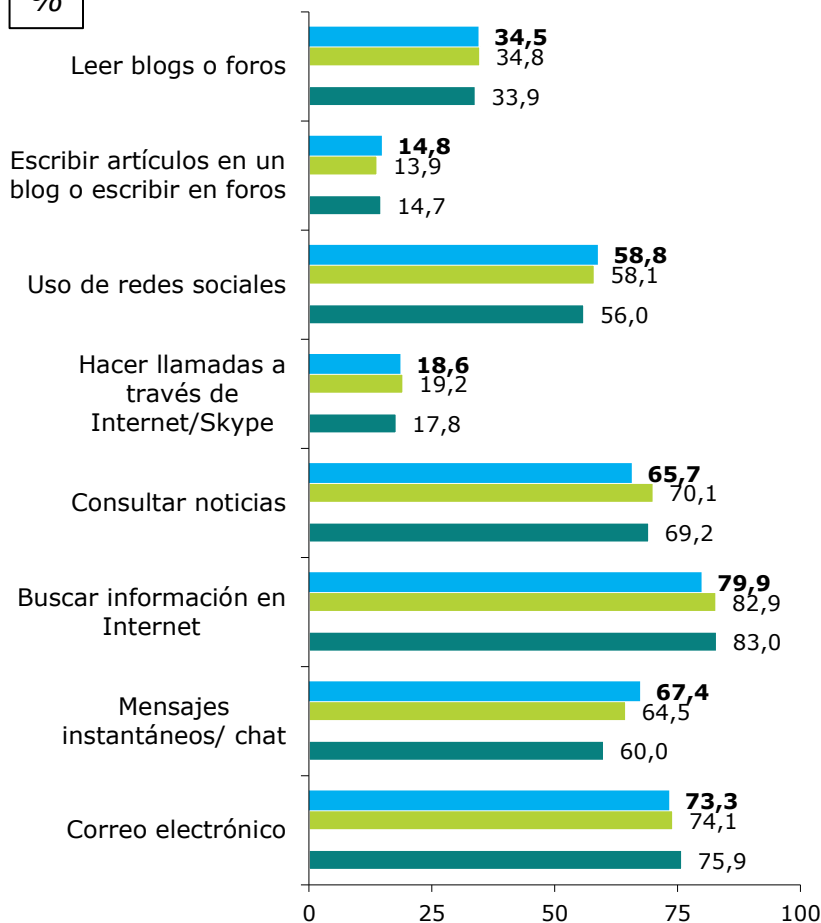


Usos del Internet (III)

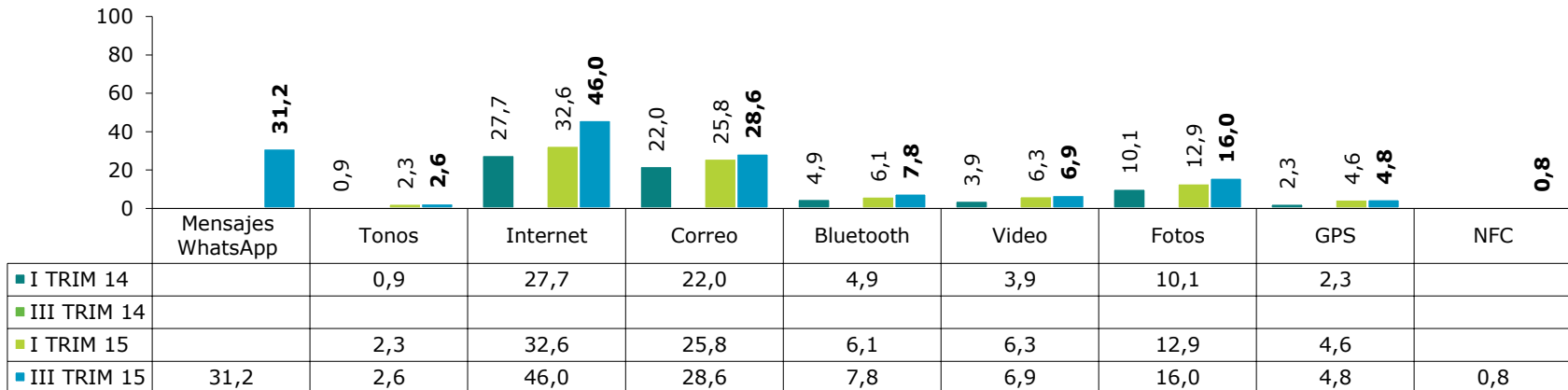
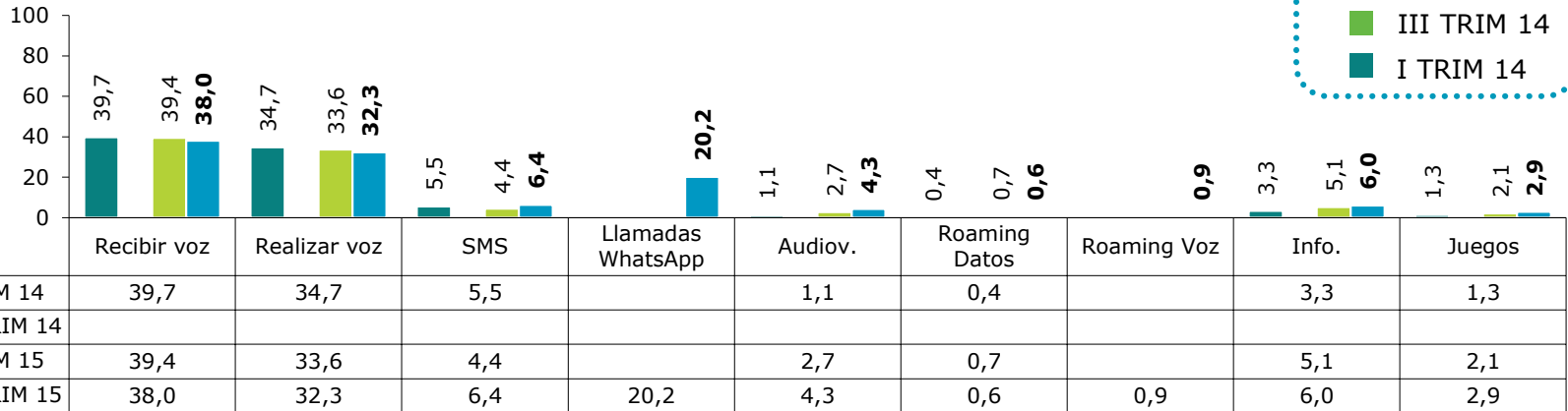
Evolución

%

Usos en los últimos 3 meses

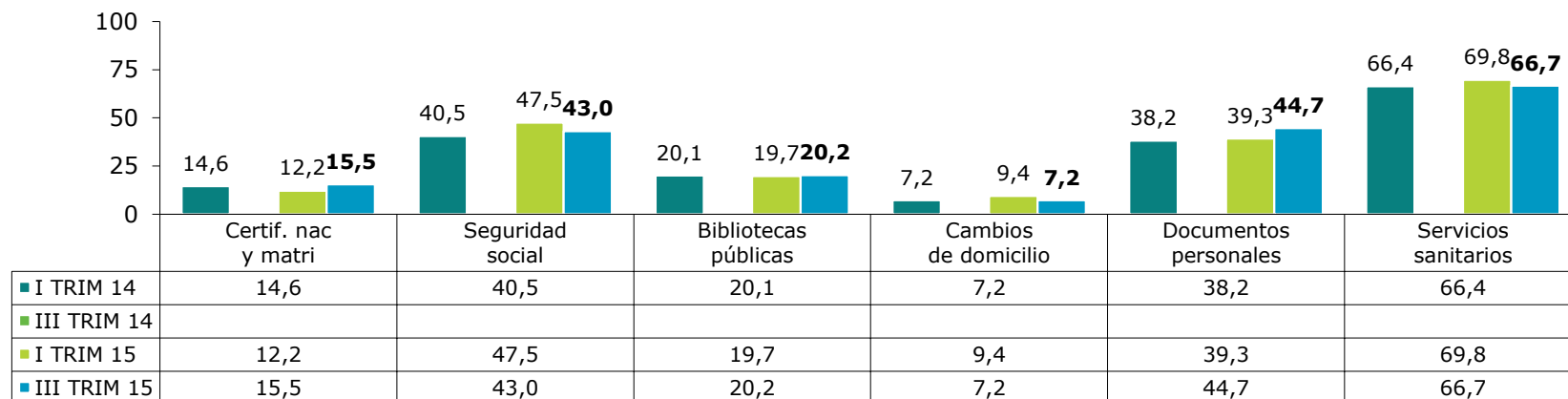
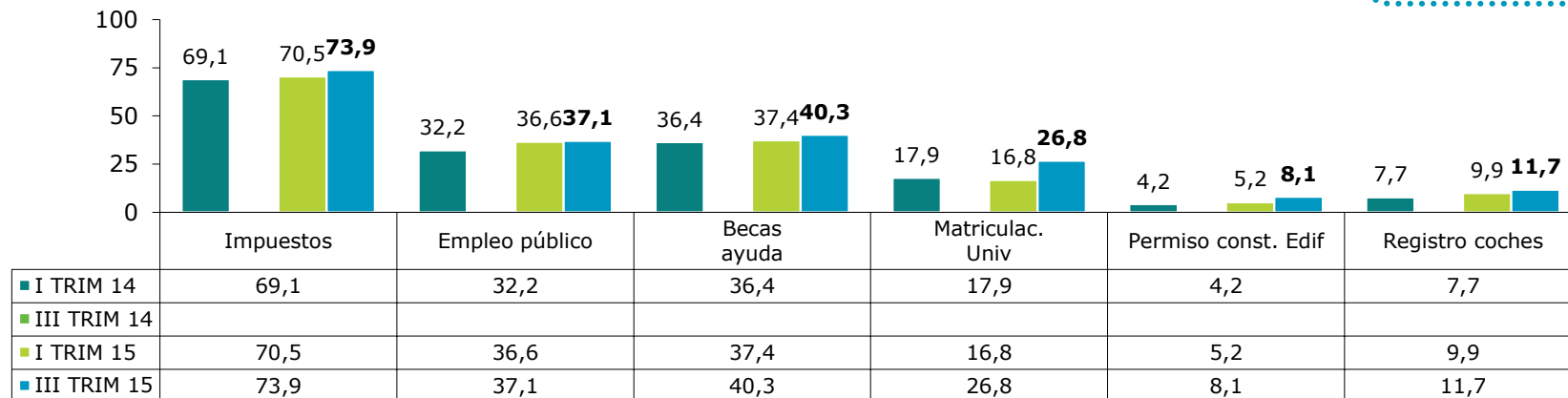
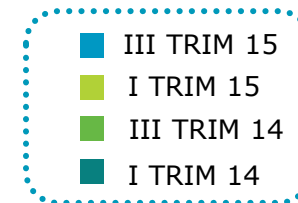


% Uso diario



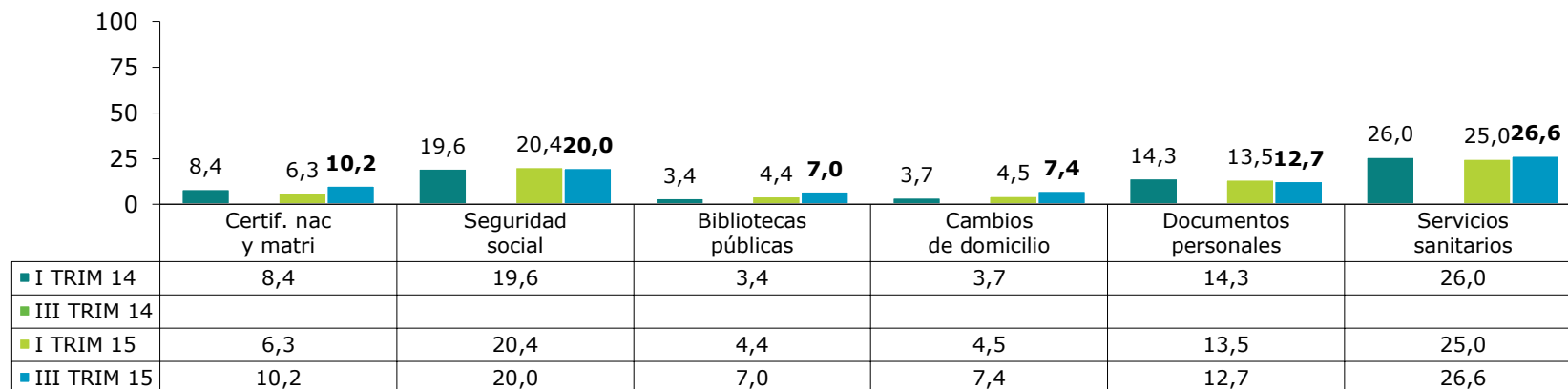
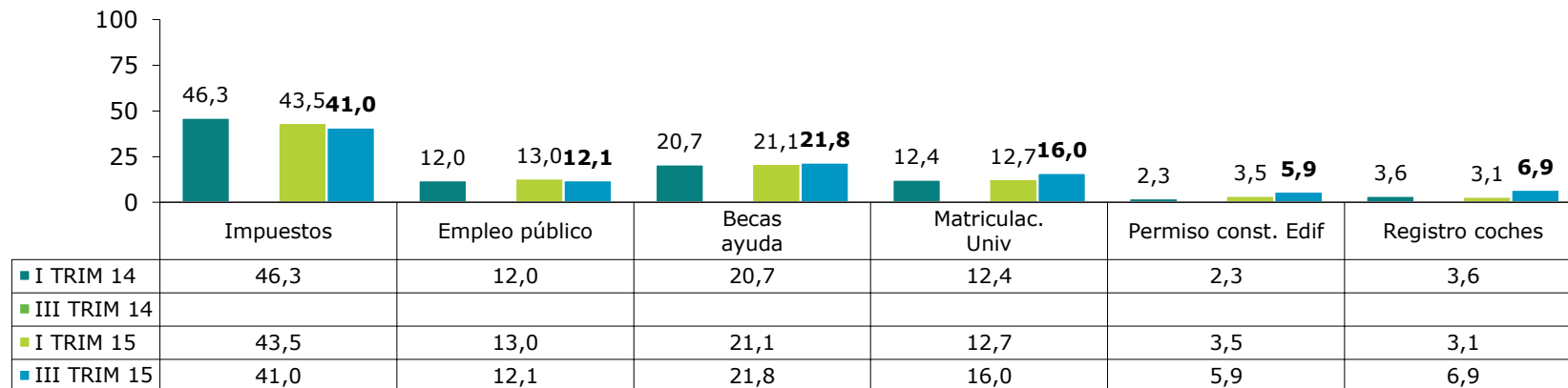
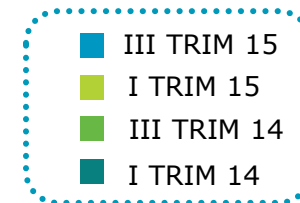
%

Consulta información



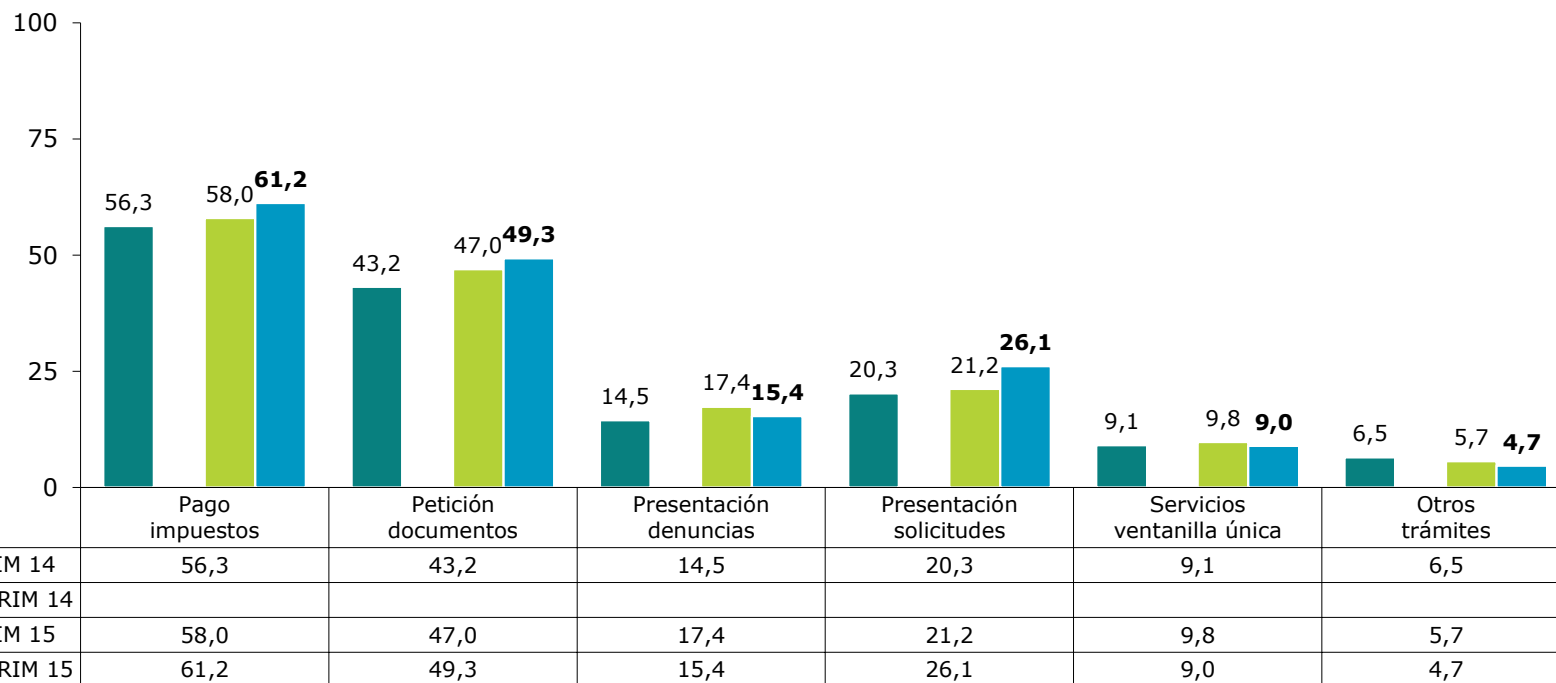
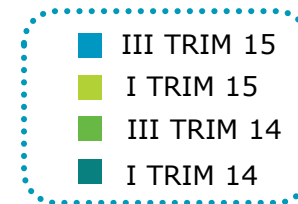
%

Descarga formularios



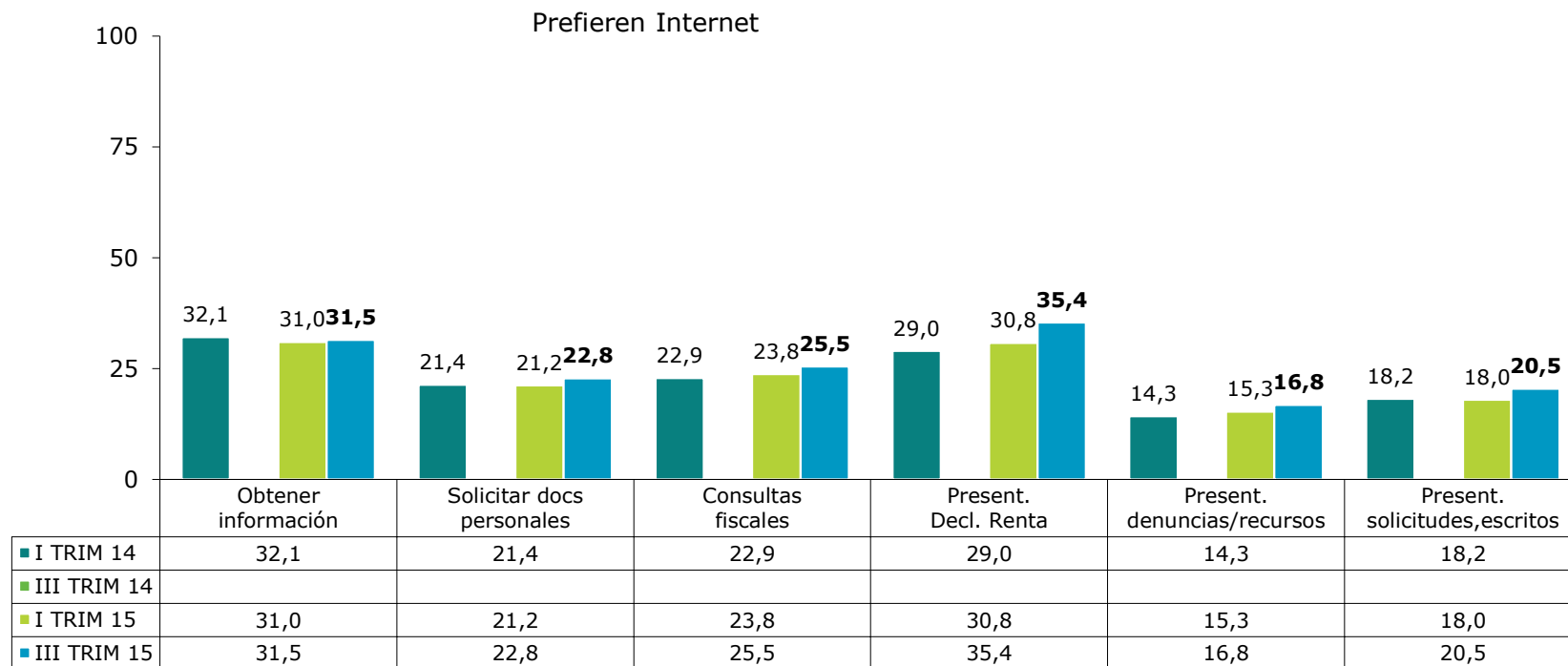
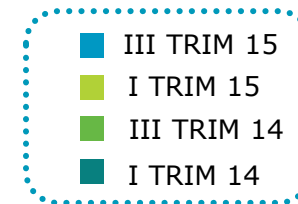
%

Realización de trámites



%

Preferencia de contacto con la administración



El **uso de Internet** sigue su tendencia creciente, durante el tercer trimestre de 2015 se constata que el 78,2% de la población de 15 años y más ha hecho uso de la Red en alguna ocasión, con un incremento en los últimos seis meses de 2,1 puntos porcentuales. Además es un uso frecuente puesto que el 68% de los individuos declara haber accedido a Internet durante la última semana.

En lo que respecta al **lugar de acceso a Internet**, el preferido es el domicilio particular (89%), seguido de la casa de familiares y/o amigos (35,1%), éste último con un incremento respecto al primer trimestre del año de más de cinco puntos porcentuales.

En cuanto a los usos de Internet, la búsqueda de información (79,9%), el uso de correo electrónico (73,3%), la mensajería instantánea/chat (67,4%), la consulta de noticias (65,7%) así como el uso de las redes sociales (58,8%), presentan los mayores valores.

Sobre los **servicios de la telefonía móvil**, destaca el crecimiento del uso diario de Internet móvil puesto que alcanza una penetración del 46% entre los usuarios. Usos como correo electrónico o la cámara de fotos a través del terminal móvil crecen, aunque de forma mas moderada.

En el tercer trimestre de 2015 se comienzan a analizar nuevos indicadores como las llamadas y los mensajes a través de WhatsApp. Estos, alcanzan valores de uso diario del 20,2% y del 31,2% respectivamente.

En cuando a la **e-administración**, la consulta y descarga de formularios sobre impuestos es el servicio mas utilizado por los usuarios de la e-administración. Esto se traduce en que el pago de impuestos es realizado por el 61,2% de ellos, con un incremento respecto al primer trimestre de 2015 de 3,2 puntos porcentuales. Por último, destacar que el 35,5% de los usuarios de la e-administración prefieren presentar la declaración de la renta a través de la Red.



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.

Ficha técnica

Universo: 18.220.771 hogares. Individuos 15 y más años: 39,311 millones. 10 y más años: 41,567 millones.

Muestra neta de hogares: 2.990 hogares y 6.155 individuos 10+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.568 hogares reunieron los requisitos para entrar en tabulación de facturas.

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 hogar.

Trabajo de Campo: El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa TNS. La recogida de facturas del período Julio-Septiembre 2015 se ha dado por finalizada durante el mes de Noviembre 15.

Error Muestral: El Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) y un nivel de confianza del 95%, los errores muestrales máximos cometidos en los datos de encuesta son de +1,79 % para hogares y de +1,25% para individuos.

