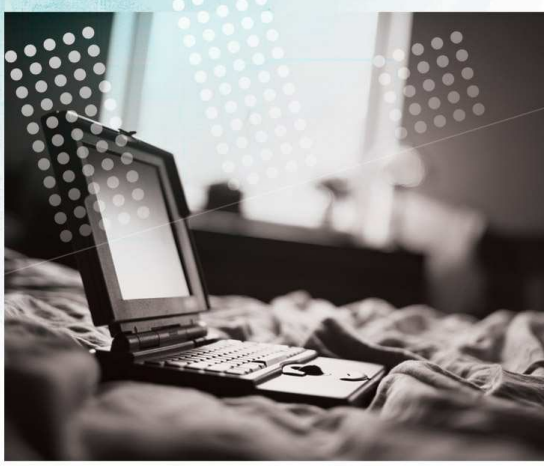


Las TIC en los hogares españoles

Encuesta panel 23ª oleada

I Trimestre 2009 Enero-Marzo

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES Y PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

PUNTOS DESTACADOS

Más de 24 millones de españoles de diez y más años de edad han accedido a Internet alguna vez

24,3 millones de individuos, el 60% de la población de diez y más años de edad, ha accedido a Internet en alguna ocasión. Considerando a individuos de quince y más años este indicador se sitúa en 22,5 millones (59,1% de la población adulta), con un incremento interanual del 6%.

Cerca del 80% de quienes han accedido alguna vez a Internet lo hicieron al menos una vez en la última semana

Ocho de cada diez personas (79,2%) que han accedido a Internet en alguna ocasión lo hicieron al menos una vez en la última semana y representan a su vez un 46,8% de la población total.

Mejora la relación precio-utilidad de los cuatro servicios analizados

La relación precio/utilidad percibida en ambas telefonías, fija y móvil, así como la de la TV de pago han mejorado frente al mismo trimestre del año anterior, y la de Internet, la más alta, respecto al trimestre anterior.

Se superan los 8 millones de hogares conectados a la Red en el primer trimestre de 2009

8,1 millones de hogares dispone de acceso a Internet, el 48,5% del total, con un 13% de incremento frente al mismo periodo del año anterior.

El ordenador portátil mantiene su marcada tendencia ascendente

Aunque el ordenador de sobremesa sigue siendo el dispositivo más frecuente de acceso a Internet en el hogar, 82,9% de los casos, el portátil se encuentra ya como dispositivo de acceso en el 42,1% de los hogares conectados, frente al 30,7% de un año antes.

Los usos en movilidad mantienen su tendencia creciente: en telefonía móvil tanto en servicios básicos como en Internet móvil

Los dos usos básicos de la telefonía móvil, realizar y recibir llamadas, acentúan su tendencia ascendente de uso diario o semanal, destacando además el incremento interanual del uso diario/semanal de Internet móvil, incipiente, que aumenta 1,9 puntos porcentuales hasta el 3,2%.

El 15,2% de los hogares dispone de los cuatro servicios TIC analizados

El porcentaje de hogares que cuenta con ambas telefonías, fija y móvil, Internet y TV de pago, alcanza el 15% tras el alto incremento interanual experimentado en el primer trimestre de 2009.

La seguridad percibida en la compra por Internet aumenta ligeramente frente al mismo periodo del año anterior

También en cuanto a actitudes entre la población total, experimenta un ligero aumento la valoración de los inconvenientes de Internet para los niños como ventana de acceso a determinados contenidos, aunque no aumenta el porcentaje de internautas usuarios de filtros de contenidos.

El gasto de los hogares españoles en servicios TIC se aproxima a 3.500 millones en el trimestre

El gasto acometido por el conjunto de los hogares españoles en servicios finales TIC se sitúa en el primer trimestre de 2009 en 3.497 millones de euros, 268 millones más que en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un 8,3% de incremento interanual.

La incidencia de virus informáticos registra un aumento interanual por segundo trimestre consecutivo

Sin embargo, aunque ha aumentado la incidencia de virus el último año, la instalación y actualización a último mes de antivirus es la precaución de mayor crecimiento, 3,8 puntos porcentuales más en el primer trimestre de 2009 que un año antes, disponible así entre un 74,3% de los internautas.

La información relacionada con salud más buscada en Internet está referida a enfermedades, seguida de la de nutrición

La información sobre salud más buscada habitualmente se refiere a enfermedades (78,7% de los que han usado Internet con este propósito). Otros temas de información más frecuentes son: nutrición, alimentación y estilos de vida saludables (58,5%) y medicamentos (43,9%).

ÍNDICE

PUNTOS DESTACADOS 2

1. ACTITUD HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 6

2. RELACIÓN PRECIO/UTILIDAD DE LAS TIC 7

3. HABILIDADES CON ORDENADORES E INTERNET 9

4. EQUIPAMIENTO TIC 10

5. GASTO TIC 12

6. PIRÁMIDE DE SERVICIOS TIC 13

7. TELEFONÍA FIJA 15

8. TELEFONÍA MÓVIL 20

9. TELEVISIÓN DE PAGO 25

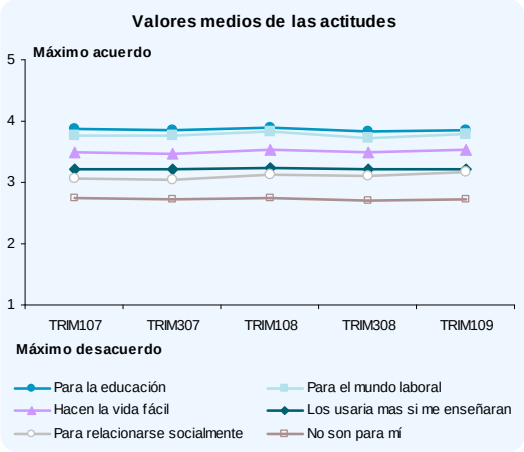
10. INTERNET 28

11. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA 42

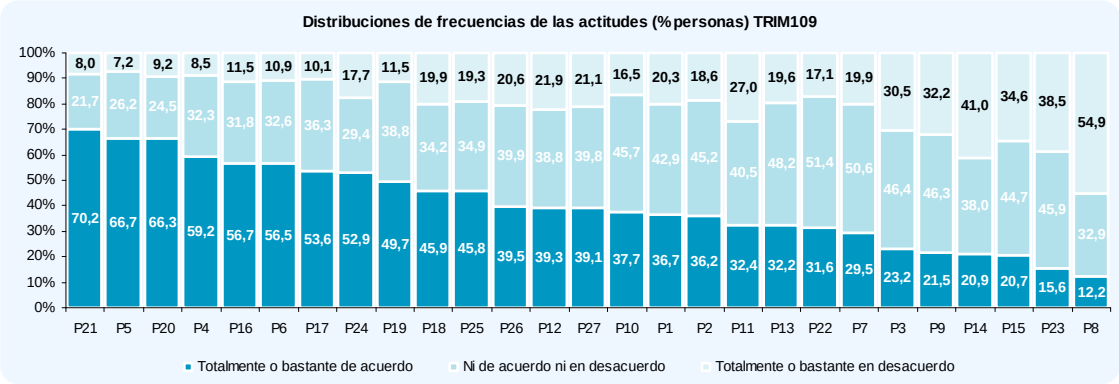
1. ACTITUD HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Valores medios (1 máx desacuerdo- 5 máx acuerdo)		TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
P21	Conocer las nuevas tecnologías será fundamental en la educación	3,88	3,84	3,88	3,82	3,86
P5	Las administraciones públicas deberían ayudar a conocerlas	3,86	3,81	3,80	3,81	3,83
P20	Conocer las nuevas tecnologías es importante en el mundo laboral	3,77	3,76	3,83	3,73	3,78
P4	Las nuevas tecnologías muchas veces no justifican su precio	3,65	3,64	3,63	3,62	3,68
P16	Quienes no se adapten a las nuevas tecnologías lo van a tener difícil	3,55	3,52	3,59	3,55	3,58
P6	Las nuevas tecnologías ayudan a resolver algunos problemas	3,51	3,51	3,50	3,51	3,53
P17	Las nuevas tecnologías hacen más fácil y cómoda la vida	3,48	3,47	3,52	3,48	3,53
P19	Las nuevas tecnologías hacen difícil separar el trabajo del tiempo libre	3,47	3,48	3,46	3,44	3,50
P24	Mi relación con las nuevas tecnologías es muy práctica	3,44	3,42	3,44	3,45	3,44
P18	Las nuevas tecnologías hacen que la gente se comunique menos	3,39	3,42	3,39	3,38	3,38
P25	Sólo me interesan tecnologías fáciles de poner en marcha y usar	3,32	3,28	3,32	3,30	3,32
P27	Para los niños Internet, tiene más desventajas que ventajas	3,22	3,21	3,19	3,21	3,28
P1	El precio es lo más importante para mi a la hora de elegir	3,15	3,19	3,20	3,19	3,23
P2	Me interesan las nuevas tecnologías, pero son muy caras para mí	3,15	3,20	3,19	3,18	3,22
P10	Las NNTT me permiten hacer lo que quiero, cuando y donde quiero	3,17	3,18	3,22	3,20	3,22
P26	Usaría más productos y servicios tecnológicos si me enseñaran	3,22	3,22	3,23	3,21	3,21
P22	Las nuevas tecnologías no cumplen todas las promesas	3,22	3,21	3,17	3,21	3,18
P12	Para relacionarse socialmente es importante saber algo de NNTT	3,06	3,05	3,14	3,11	3,17
P13	Me incorporo cuando están suficientemente probadas	3,11	3,11	3,08	3,11	3,13
P7	Hasta que no bajen su precio, ni me planteo adquirir NNTT	3,12	3,12	3,10	3,13	3,11
P11	Me gusta probar los nuevos avances tecnológicos	3,02	3,01	3,04	3,01	3,01
P3	Las nuevas tecnologías me ayudan a desarrollarme como persona	2,77	2,83	2,87	2,84	2,84
P9	Comienzo a usar NNTT cuando veo que varias personas lo hacen	2,79	2,83	2,80	2,82	2,82
P15	No tengo claro lo que las nuevas tecnologías pueden hacer por mí	2,84	2,83	2,81	2,82	2,81
P14	Las nuevas tecnologías no son para mí	2,74	2,72	2,75	2,71	2,72
P23	Comprar a través de Internet es seguro	2,58	2,60	2,57	2,63	2,63
P8	En mi entorno soy de los primeros en adquirir NNTT	2,33	2,36	2,36	2,38	2,33

La actitud positiva hacia las nuevas tecnologías se mantiene con variaciones mínimas en el primer trimestre de 2009. Frente al año anterior aumenta la seguridad percibida en la compra por Internet así como la valoración de los inconvenientes de Internet para los niños como ventana de acceso a cierto tipo de contenidos.

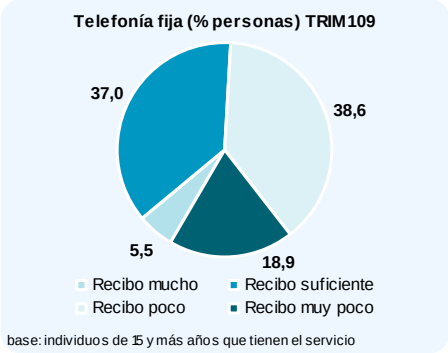


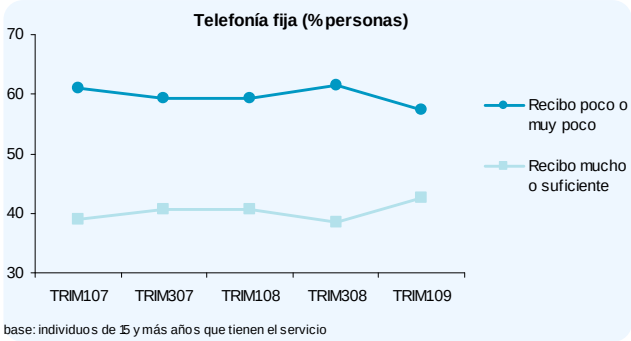
Siete de cada diez personas consideran las nuevas tecnologías fundamentales en el proyecto educativo, reconocen el papel de las Administraciones Públicas para ayudar a conocerlas, así como su importancia en el mundo laboral.



2. RELACIÓN PRECIO/UTILIDAD DE LAS TIC

2.1. Relación precio/utilidad de servicios TIC

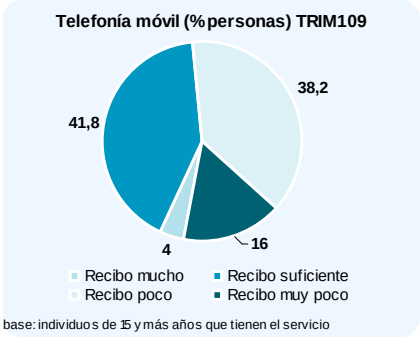


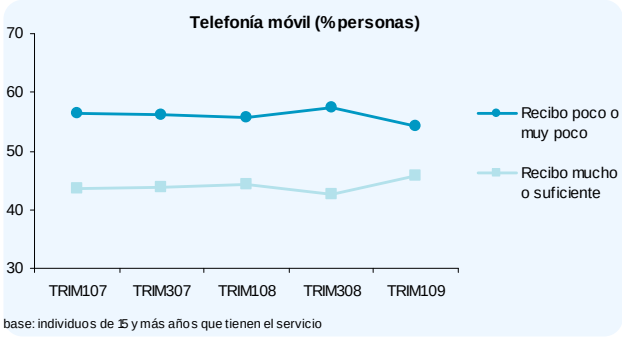


% individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Recibo mucho	4,2	4,8	4,6	5,0	5,5
Recibo suficiente	34,8	35,9	36,1	33,6	37,0
Recibo poco	40,8	40,0	39,1	40,4	38,6
Recibo muy poco	20,2	19,3	20,2	21,0	18,9

base: individuos de 15 y más años que tienen el servicio

Mejora en el último año la relación precio/utilidad de la telefonía fija, aunque siguen superando quienes reciben poco o muy poco a quienes lo consideran mucho o suficiente.

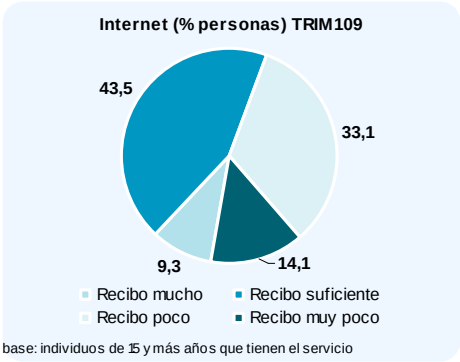


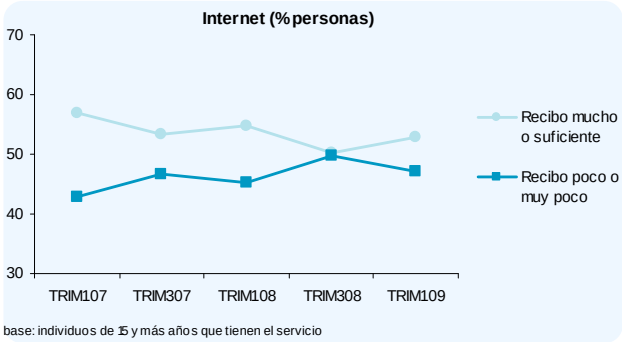


% individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Recibo mucho	3,2	4,0	4,2	3,3	4,0
Recibo suficiente	40,4	39,7	40,1	39,3	41,8
Recibo poco	39,5	39,4	40,5	41,1	38,2
Recibo muy poco	16,9	16,9	15,2	16,3	16,0

base: individuos de 15 y más años que tienen el servicio

Mejora sensible de la valoración del servicio de telefonía móvil respecto al año pasado al aumentar hasta el 45,8% quienes reciben mucho o suficiente.

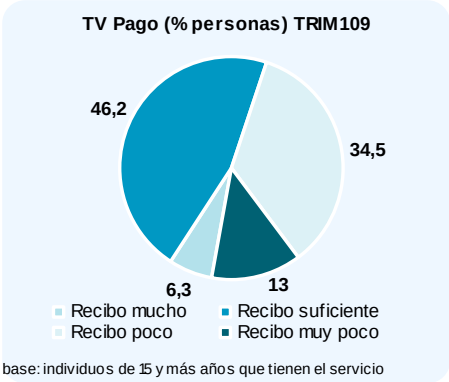


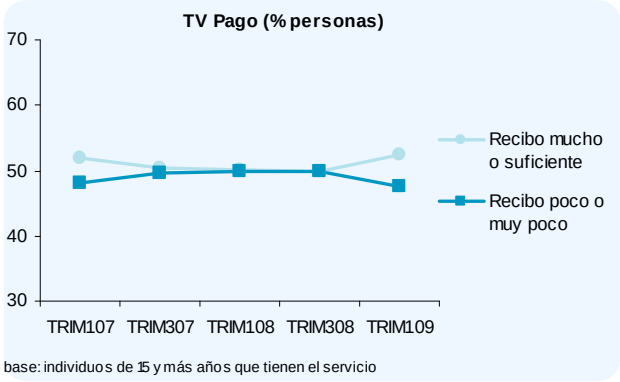


% individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Recibo mucho	8,0	9,0	8,4	7,7	9,3
Recibo suficiente	49,0	44,3	46,3	42,6	43,5
Recibo poco	29,3	32,5	30,3	33,8	33,1
Recibo muy poco	13,6	14,2	14,9	15,9	14,1

base: individuos de 15 y más años que tienen el servicio

La relación positiva precio-utilidad de Internet se refuerza frente al trimestre anterior, aunque se sitúa por debajo de un año atrás





En TV de pago mejora la valoración en el primer trimestre de 2009 frente al mismo periodo de años anteriores, con un aumento del porcentaje de quienes reciben mucho en relación a lo que pagan por este servicio.

% individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Recibo mucho	4,9	4,2	3,7	5,2	**6,3**
Recibo suficiente	47,0	46,1	46,4	44,8	**46,2**
Recibo poco	32,8	35,6	35,9	35,4	**34,5**
Recibo muy poco	15,4	14,1	14,0	14,6	**13,0**

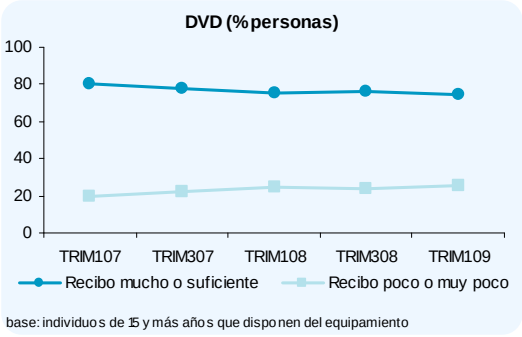
base: individuos de 15 y más años que tienen el servicio

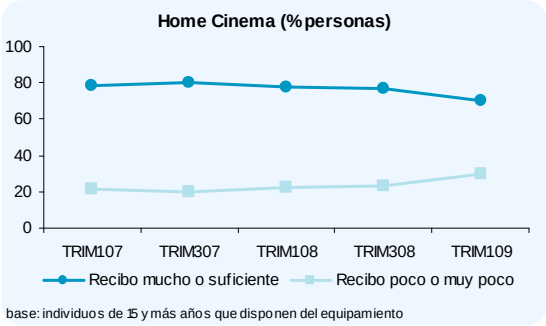
2.2. Relación precio/utilidad de dispositivos TIC

	% individuos	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
DVD	Recibo mucho	13,1	13,4	12,5	12,8	11,4	10,8	**13,8**
	Recibo suficiente	68,5	68,6	67,8	64,9	64,0	65,5	**60,9**
	Recibo poco	12,5	12,3	14,2	15,7	16,7	15,6	**18,0**
	Recibo muy poco	6,1	5,8	5,6	6,6	8,0	8,1	**7,3**
Home Cinema	Recibo mucho	15,8	11,9	12,9	16,7	13,1	11,6	**14,6**
	Recibo suficiente	67,2	69,0	65,9	63,8	64,7	65,4	**55,8**
	Recibo poco	12,6	15,6	14,1	14,5	14,2	14,9	**25,0**
	Recibo muy poco	4,4	3,5	7,1	5,0	8,0	8,1	**4,7**
Video consola	Recibo mucho	14,9	12,3	11,4	12,0	11,0	10,7	**14,7**
	Recibo suficiente	57,2	58,6	58,7	56,7	54,2	56,2	**55,9**
	Recibo poco	19,1	17,7	19,3	22,1	23,0	19,0	**20,0**
	Recibo muy poco	8,9	11,3	10,6	9,2	11,8	14,1	**9,5**

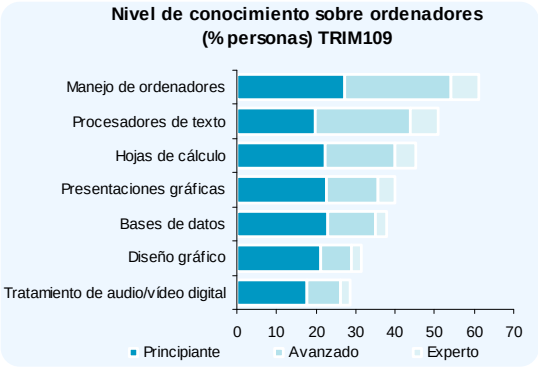
base: individuos de 15 y más años que disponen del equipamiento

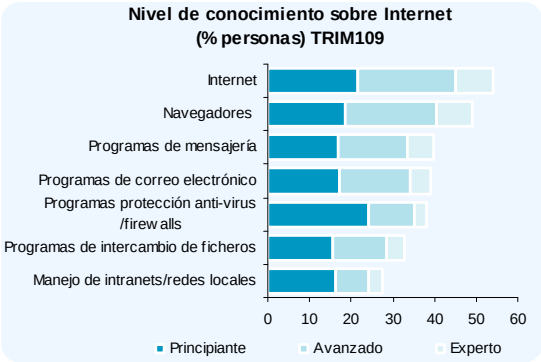
En cuanto al equipamiento de dispositivos TIC en el hogar, tres de cada cuatro individuos de 15 o más años de edad declaran recibir mucho o suficiente por lo que pagan por el DVD (74,7%), en los casos del *Home Cinema* y de la videoconsola, 70,4% y 70,6% respectivamente.





3. HABILIDADES CON ORDENADORES E INTERNET





El 61,3% de la población de 15 o más años de edad sabe manejar un ordenador, con porcentajes similares de principiantes y de usuarios avanzados. La mitad de la población (50,8%) posee conocimientos sobre procesadores de texto y el 45,4% sobre hojas de cálculo.

Destaca a su vez, que el 54,1% de los individuos tiene conocimientos sobre Internet, en mayor medida como usuarios avanzados (23,5%) que como principiantes (21,5%) y un 9,1% de ciudadanos expertos. Específicamente respecto a los navegadores, cerca de la mitad de la población (49%) tiene conocimientos sobre su uso.

Conocimientos sobre *ordenadores*

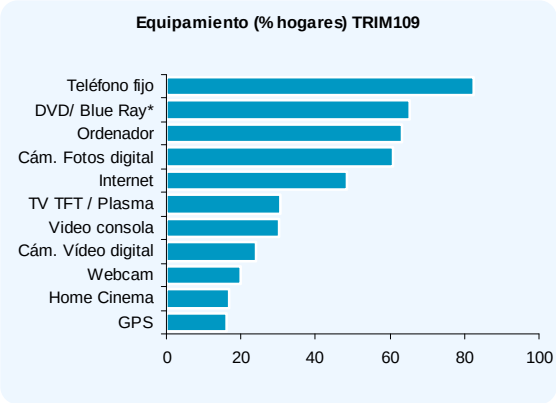
% individuos (TRIM109)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Manejo de ordenadores	27,3	26,9	7,1	29,4	9,2
Procesadores de texto	19,7	24,1	7	37,7	11,5
Hojas de cálculo	22,4	17,7	5,3	42,9	11,6
Presentaciones gráficas	22,6	13	4,3	48,3	11,8
Bases de datos	23,1	11,8	3	50,4	11,8
Diseño gráfico	21,3	7,8	2,3	56,7	11,8
Tratamiento de audio/vídeo digital	17,7	8,6	2,5	58,7	12,5

Conocimientos sobre *Internet*

% individuos (TRIM109)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Internet	21,5	23,5	9,1	34,2	11,7
Navegadores	18,6	22	8,4	39	12
Programas de correo electrónico	17,3	16,8	5,1	48,7	12,2
Programas de mensajería	16,9	16,5	6,5	48,1	12
Programas protección anti-virus /firewalls	24,1	11,1	2,8	49,9	12
Programas de intercambio de ficheros	15,7	12,8	4,3	55	12,1
Manejo de intranets/redes locales	16,4	7,9	3,1	60,2	12,4

4. EQUIPAMIENTO TIC

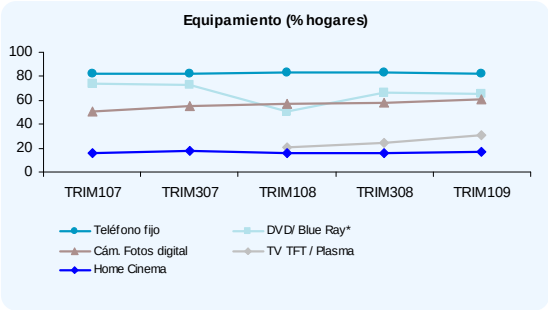
4.1. Equipamiento del hogar[1]



Entre los dispositivos, el DVD, el ordenador personal y la cámara de fotos digital son los de mayor penetración, entre un 60% y 70% de los hogares disponen de al menos uno. Uno de los mayores crecimientos en el primer trimestre de 2009 respecto a igual periodo del año anterior lo registra el televisor TFT o plasma, con un aumento de más de 10 puntos porcentuales, disponible ya en el 30,7% de los hogares.

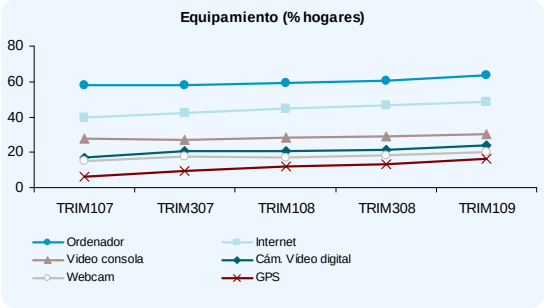
% hogares	Teléfono fijo	DVD/ Blue Ray*	Ordenador	Cám. Fotos digital	Internet	Video consola	Cám. Vídeo digital	TV TFT / Plasma	Home Cinema	Webcam	GPS
TRIM107	82,7	73,5	57,8	50,6	40,0	27,6	17,0	11,7	16,2	15,1	6,2
TRIM307	82,7	72,9	57,8	54,8	42,2	27,2	21,0	15,2	17,6	17,6	9,4
TRIM108	83,0	50,9	59,1	57,1	44,5	28,3	20,5	20,4	15,8	17,0	12,0
TRIM308	82,8	66,5	60,4	58,2	46,8	28,8	21,7	24,4	16,0	18,2	13,0
TRIM109	82,4	65,2	63,4	60,7	48,5	30,1	24,0	30,7	16,7	20,0	16,1

En cuanto a servicios destaca el aumento de Internet en 4 puntos porcentuales respecto al primer trimestre del año anterior, con una penetración cercana a la mitad de los hogares españoles (48,5%).



puntos porcentuales de incremento	Teléfono fijo	DVD/ Blue Ray*	C. fotos digital	Home Cinema	TV TFT / Plasma
TRIM107 al TRIM108	0,3	-22,6	6,5	-0,4	8,7
TRIM307 al TRIM308	0,1	-6,4	3,4	-1,6	9,2
TRIM108 al TRIM109	-0,6	14,3	3,6	0,9	10,3

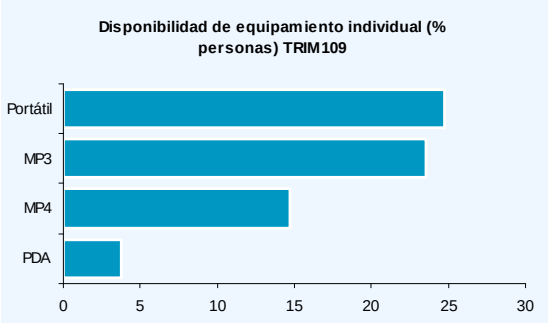
La penetración del ordenador alcanza ya el 63,4% de los hogares, manteniendo la tendencia positiva que permite anticipar nuevos incrementos de hogares conectados.



puntos porcentuales de incremento	Ordenador	Internet	Video consola	Camara vídeo digital	GPS	Webcam
TRIM107 al TRIM108	1,3	4,5	0,7	3,5	5,8	5,8
TRIM307 al TRIM308	2,6	4,6	1,6	0,7	3,6	3,6
TRIM108 al TRIM109	4,3	4,0	1,8	3,5	4,1	3,0

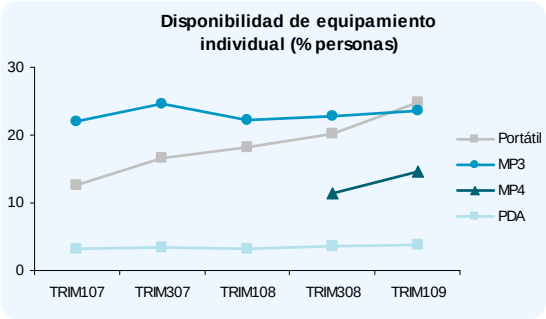
[1] (*) A partir del TRIM108 se introduce un cambio en el ítem "DVD" del cuestionario, al preguntar por "DVD/ Blue Ray/ DVD alta definición". Como consecuencia, a partir de ese periodo los datos obtenidos reflejan un descenso que no se corresponde con la tendencia de penetración. Por tanto, se ha reformulado el ítem para sucesivas oleadas de modo que explicite de forma más comprensible que se incluye en el mismo todo tipo de DVD.

4.2. Equipamiento individual



% individuos	MP3	MP4	PDA	Portátil
TRIM107	22,1	---	3,2	12,5
TRIM307	24,6	---	3,4	16,6
TRIM108	22,3	10,8	3,2	18,2
TRIM308	22,8	11,4	3,6	20,3
TRIM109	**23,6**	**14,7**	**3,8**	**24,8**

El ordenador portátil sigue mostrando incrementos interanuales muy relevantes, en una marcada tendencia ascendente que le sitúa ya a disposición de uno de cada cuatro individuos. Concretamente dispone del mismo un 24,8% de la población de 15 y más años, en el primer trimestre de 2009.

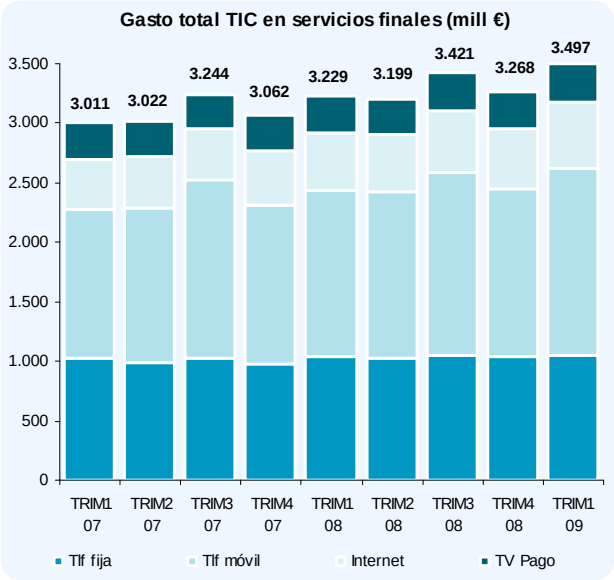


puntos porcentuales de incremento	MP3	MP4	PDA	Portátil
TRIM107 al TRIM108	0,2	---	0,0	5,7
TRIM307 al TRIM308	-1,8	---	0,2	3,7
TRIM108 al TRIM109	**1,3**	**3,9**	**0,6**	**6,6**

5. GASTO TIC

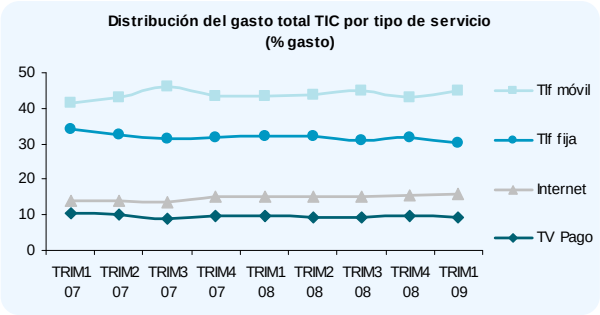
Gasto servicios TIC (TRIM109)	% de hogares	Nº de hogares (miles)	Gasto servicios TIC (millones €)
Telefonía fija	82,4	13.724	1.056
Telefonía móvil	88,2	14.688	1.570
Internet	48,5	8.071	550
TV pago	23,3	3.876	321
Total	100	16.071	3.497

El gasto acometido por el conjunto de los hogares españoles en servicios finales TIC se sitúa en el primer trimestre de 2009 en 3.497 millones de euros, 268 millones más que en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un 8,3% de incremento interanual.



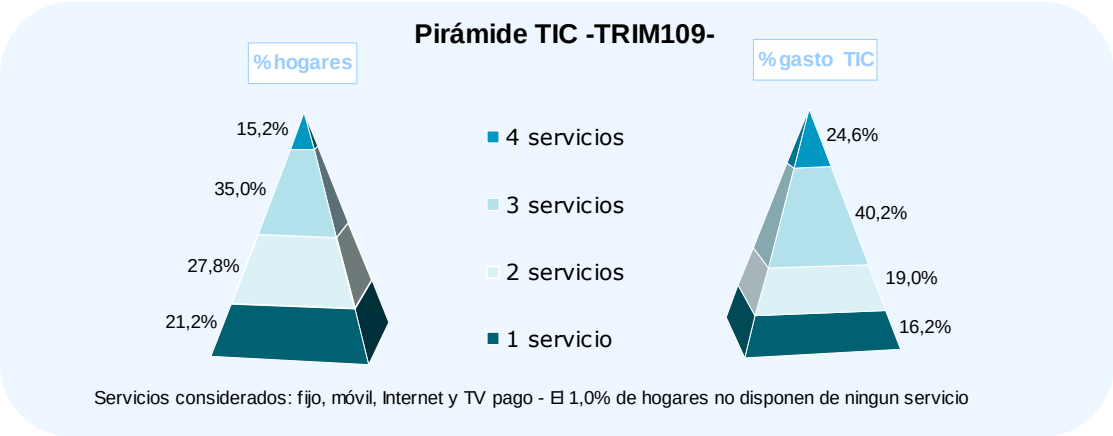
El incremento interanual del gasto total registrado en este trimestre se produce en los cuatro servicios analizados, siendo proporcionalmente mayor en el caso de Internet, que ha alcanzado los 550 millones de euros tras experimentar un aumento interanual del 13,6%. Este incremento en Internet eleva su peso sobre el gasto total en servicios TIC en 0,7 puntos, situándose en el 15,7%, mientras cede peso la telefonía fija.

Gasto por servicios TIC	Millones de Euros					Porcentaje			
	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago	Total	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago
TRIM107	1.022	1.253	421	315	3.011	33,9	41,6	14,0	10,5
TRIM207	989	1.304	425	304	3.022	32,7	43,2	14,1	10,1
TRIM307	1.024	1.493	444	283	3.244	31,6	46,0	13,7	8,7
TRIM407	974	1.335	459	294	3.062	31,8	43,6	15,0	9,6
TRIM108	1.038	1.397	484	310	3.229	32,1	43,3	15,0	9,6
TRIM208	1.028	1.401	478	292	3.199	32,1	43,8	14,9	9,1
TRIM308	1.055	1.533	512	321	3.421	30,8	44,8	15,0	9,4
TRIM408	1.037	1.412	505	314	3.268	31,7	43,2	15,5	9,6
TRIM109	**1.056**	**1.570**	**550**	**321**	**3.497**	**30,2**	**44,9**	**15,7**	**9,2**



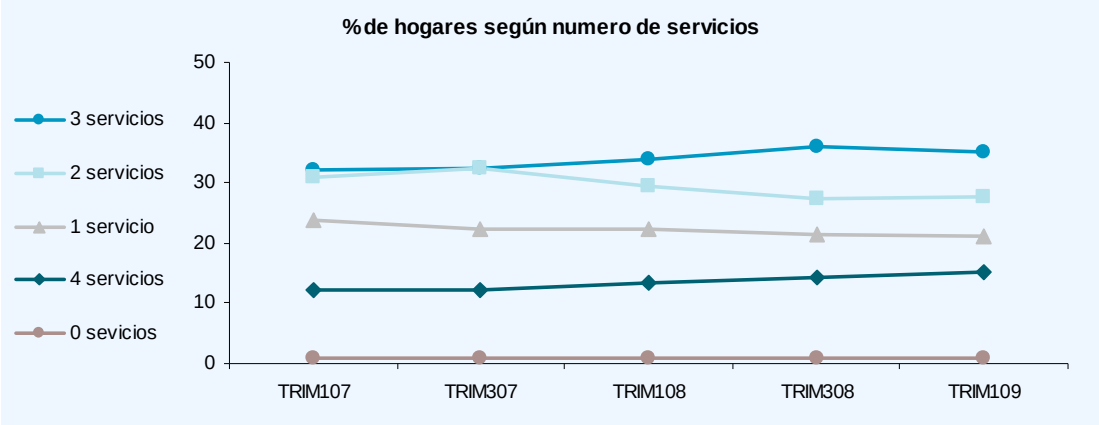
No obstante, tres cuartas partes del gasto total efectuado en el mercado residencial de servicios TIC corresponden a la suma de ambas telefonías, 44,9% a la telefonía móvil y 30,2% a la telefonía fija. Mientras la TV de pago sitúa su porcentaje sobre el gasto total en torno al 9%.

6. PIRÁMIDE DE SERVICIOS TIC



Los hogares con mayor equipamiento, aquellos que disponen de tres y cuatro servicios, representan el 35% y 15,2% del total de hogares respectivamente, por tanto conjuntamente considerados suponen el 50,2% del total, mientras en cuanto a consumo realizan el 64,8% del gasto TIC del sector residencial. Un año antes, sumaban el 47,2% de los hogares y realizaban el 62,1% del gasto.

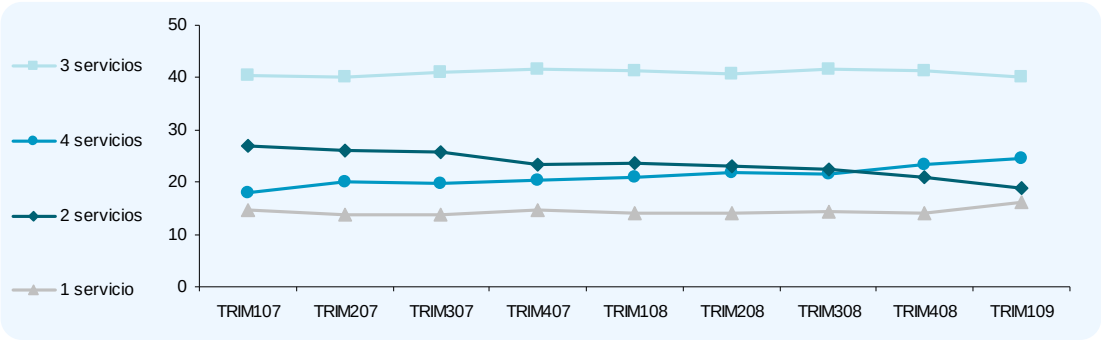
6.1. Porcentaje de hogares según número de servicios



La tendencia de equipamiento del hogar que se manifiesta en el creciente porcentaje de hogares con tres y cuatro servicios TIC contratados, se ve acentuada en el primer trimestre de 2009 en el porcentaje de hogares con cuatro servicios, que experimenta un incremento interanual superior al de los últimos años, de 1,9 puntos porcentuales. El de los hogares con tres servicios aumenta en 1,1 puntos porcentuales.

% de hogares	TRIM306	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
4 servicios	10,4	12,1	12,1	13,3	14,3	15,2
3 servicios	29,4	32,1	32,5	33,9	36,0	35,0
2 servicios	34,0	31,1	32,4	29,5	27,3	27,8
1 servicio	25,2	23,8	22,2	22,3	21,3	21,2
0 sevicios	1,1	0,9	0,9	1,0	1,0	0,9

6.2. Porcentaje de gasto según número de servicios



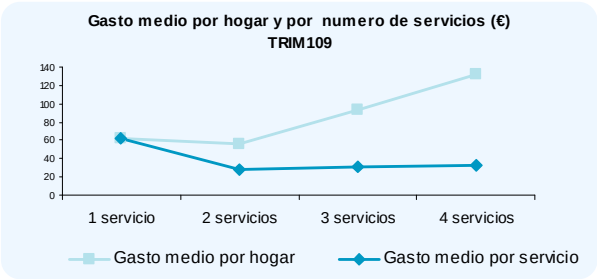
El gasto de los hogares con cuatro servicios TIC, que supone en el primer trimestre de 2009 el 24,6% del gasto total, muestra una tendencia inversamente proporcional al de aquellos con dos servicios (19%). Destaca asimismo el aumento del peso sobre el gasto total de los hogares con un único servicio TIC que alcanza el 16,2% del total.

% de gasto	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407	TRIM108	TRIM208	TRIM308	TRIM408	TRIM109
4 servicios	18,1	20,1	19,8	20,5	20,9	22	21,7	23,4	**24,6**
3 servicios	40,3	40	41	41,5	41,2	40,7	41,5	41,4	**40,2**
2 servicios	26,8	26	25,6	23,4	23,7	23,1	22,4	21	**19,0**
1 servicio	14,8	13,9	13,7	14,6	14,2	14,2	14,4	14,2	**16,2**

6.3. Evolución del gasto medio mensual por hogar y por número de servicios

Gasto medio (€)	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407	TRIM108	TRIM208	TRIM308	TRIM408	TRIM109
1 servicio	45,1	42,5	48,4	48,7	49,5	48,9	55,6	52,3	**62,1**
2 servicios	62,8	61,1	61,9	53,5	62,4	60,3	67,6	60,6	**55,6**
3 servicios	91,4	91,2	99,0	94,7	94,4	92,5	94,8	90,4	**93,3**
4 servicios	109,0	121,1	127,8	125,0	122,1	127,3	124,6	128,3	**131,8**

El gasto mensual por hogar ha experimentado un aumento interanual, en el primer trimestre de 2009, de 12€ en los hogares con un único servicio TIC, y de 10€ en los de cuatro servicios. Por el contrario con dos y tres servicios se registran descensos en el gasto mensual por hogar, de 7€ y 1€ respectivamente.

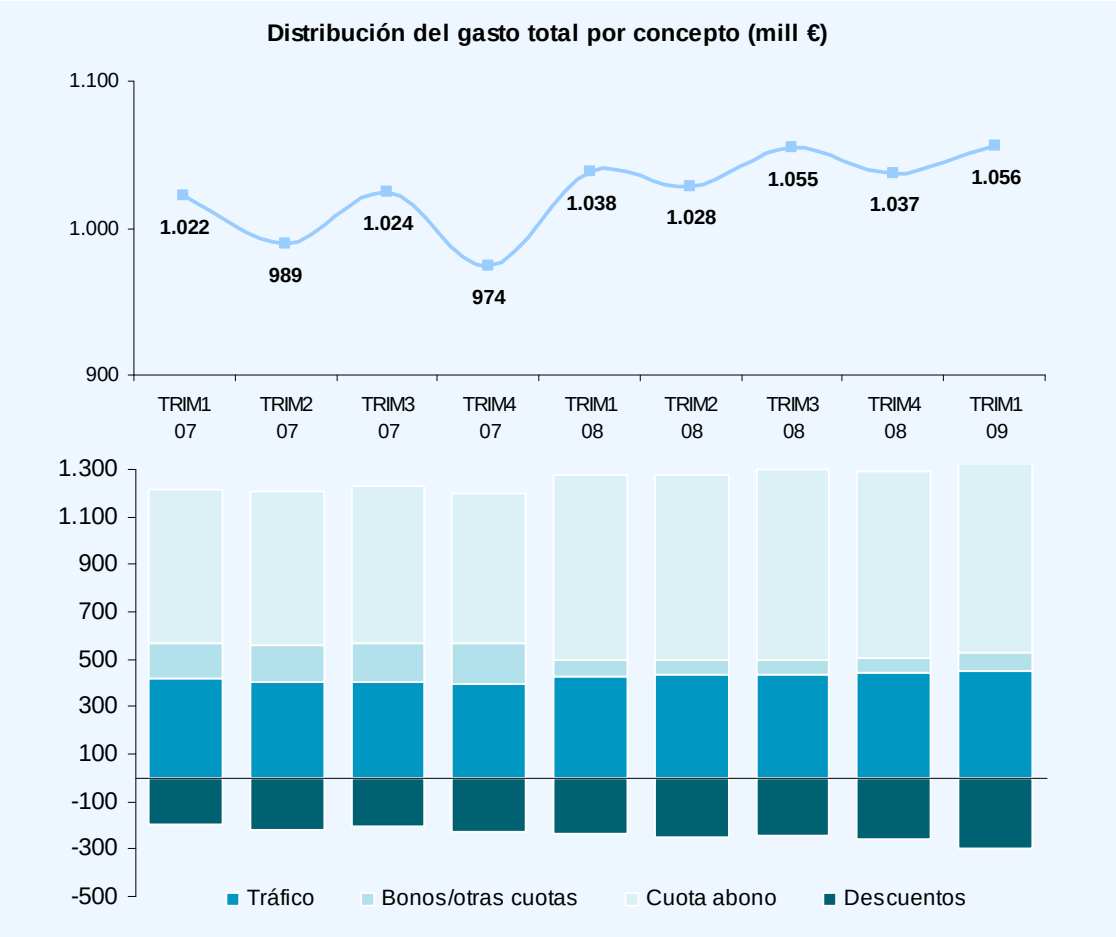


En cuanto al gasto por servicio contratado, mientras para los que tienen un único servicio dicho gasto es de 62€ IVA incluido, para los que disponen de cuatro y tres servicios el gasto por unidad se sitúa en 33€ y 31€ respectivamente y 28€ para los que disponen de dos.

Gasto medio (€)	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407	TRIM108	TRIM208	TRIM308	TRIM408	TRIM109
1 servicio	45,1	42,5	48,4	48,7	49,5	48,9	55,6	52,3	**62,1**
2 servicios	31,4	30,6	31,0	26,8	31,2	30,1	33,8	30,3	**27,8**
3 servicios	30,5	30,4	33,0	31,6	31,5	30,8	31,6	30,1	**31,1**
4 servicios	27,3	30,3	31,9	31,3	30,5	31,8	31,2	32,1	**32,9**

7. TELEFONÍA FIJA

7.1. Gasto total y distribución por concepto[2]



Durante los tres primeros meses del año 2009, el gasto en telefonía fija se sitúa en 1.056 millones de euros. Este servicio, con una penetración del 82,4% de los hogares, sigue presentando una tendencia de estabilización del gasto en el mercado residencial

Millones €	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407	TRIM108	TRIM208	TRIM308	TRIM408	TRIM109
Tráfico	420	406	407	394	429	436	434	439	**452**
Bonos/otras cuotas	146	153	159	173	68	65	66	67	**74**
Cuota abono	649	651	664	632	776	777	800	786	**827**
Descuentos	-193	-221	-207	-224	-236	-250	-245	-255	**-297**
Gto total	1.022	989	1.024	974	1.038	1.028	1.055	1.037	**1.056**

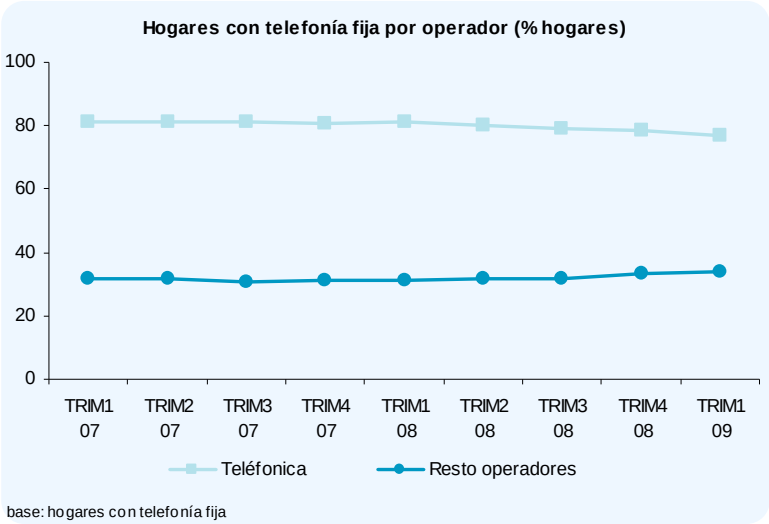
El consumo en tráfico supera los 450 millones de euros y la cuota de abono, con 827 millones de euros, representa más del 60% del gasto total sin tener en cuenta los descuentos. El gasto en bonos alcanza 74 millones de euros y los descuentos aplicados por los operadores de telefonía fija rozan los 300 millones de euros.

[2] A partir del primer trimestre de 2008 se modifica la clasificación del gasto de un paquete comercial de telefonía fija + Internet por ADSL, reasignándose el gasto en fija a cuota de abono, y no a cuota de bono como se venía haciendo anteriormente.

7.2. Hogares y gasto por operador

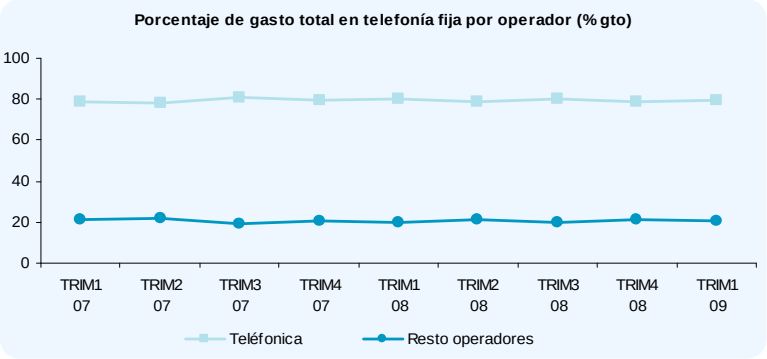
HOGARES	Porcentaje		Absolutos (miles hogares)	
	Teléfonica	Resto operadores	Teléfonica	Resto operadores
TRIM406	83,5	32,1	10.718	4.118
TRIM107	81,4	31,9	10.768	4.224
TRIM207	81,2	31,8	10.743	4.203
TRIM307	81,4	30,7	10.764	4.062
TRIM407	80,9	31,4	10.700	4.189
TRIM108	81,3	31,0	10.842	4.139
TRIM208	80,3	31,8	10.701	4.246
TRIM308	78,8	31,5	10.487	4.188
TRIM408	78,7	33,3	10.474	4.427
TRIM109	**76,8**	**34,1**	**10.540**	**4.683**

base: hogares con telefonía fija



El porcentaje de abonados a telefonía fija a través de Telefónica de España se sitúa en un 76,8%, soportando un descenso interanual de 4,5 puntos porcentuales.
Por el contrario, los hogares que tienen contratados servicios con otros operadores, bien de acceso indirecto o bien a través de un operador de cable, experimentan un incremento de 3,1 puntos porcentuales durante el último año.

GASTO	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Teléfonica	Resto operadores	Teléfonica	Resto operadores
TRIM306	79,2	20,8	794	208
TRIM406	77,9	22,1	768	218
TRIM107	78,8	21,2	806	217
TRIM207	78,3	21,7	774	215
TRIM307	80,5	19,5	824	200
TRIM407	79,5	20,5	775	200
TRIM108	80,3	19,7	833	205
TRIM208	78,7	21,3	810	219
TRIM308	79,9	20,1	843	212
TRIM408	78,6	21,4	815	222
TRIM109	**79,3**	**20,7**	**837**	**219**



El descenso en el número de hogares abonados a través de Telefónica no conlleva descenso en el gasto. Así, el gasto efectuado durante el primer trimestre de 2009 en telefonía fija a través de Telefónica de España se sitúo en 837 millones de euros, valor muy similar al obtenido un año atrás.

El resto de operadores suman 219 millones de euros.

7.3. Hogares, minutos y gasto por tipo de acceso[3]

Hogares por tipo de acceso

Hogares	Porcentaje		Absolutos (Miles)	
	Indirecto y preseleccion	Directo*	Indirecto y preselección	Directo*
TRIM107	12,4	87,6	1.653	11.570
TRIM207	11,7	88,3	1.569	11.654
TRIM307	11,3	88,7	1.499	11.720
TRIM407	11,3	88,7	1.496	11.723
TRIM108	10,9	89,1	1.455	11.878
TRIM208	10,5	89,5	1.403	11.930
TRIM308	9,2	90,8	1.225	12.081
TRIM408	9,4	90,6	1.247	12.059
TRIM109	**9,2**	**90,8**	**1.264**	**12.460**

base: hogares con telefonía fija ** hogares sólo con acceso directo*

Con un aumento interanual de unos 600.000 hogares en el primer trimestre del año 2009 se contabilizan cerca de 12,5 millones de hogares con acceso únicamente directo. Por el contrario, se registra un descenso de 191.000 hogares que disponen de telefonía fija a través de acceso indirecto.

Minutos cursados por tipo de acceso

Minutos	Porcentaje		Absolutos (Millones)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM107	9,1	90,9	762	7.571
TRIM207	8,6	91,4	657	6.951
TRIM307	5,2	94,8	382	7.027
TRIM407	5,7	94,3	460	7.557
TRIM108	6,0	94,0	522	8.201
TRIM208	6,0	94,0	526	8.006
TRIM308	4,4	95,6	369	8.013
TRIM408	5,2	94,8	447	8.065
TRIM109	**4,6**	**95,4**	**419**	**8.709**

Más del 95% del total de minutos cursados por los clientes de telefonía fija en el segmento residencial durante los tres primeros meses del año, han sido realizados a través de acceso directo, lo que representa un total de 8.709 millones de minutos consumidos.

Gasto realizado por tipo de acceso

Gasto	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM107	5,1	94,9	52	970
TRIM207	4,9	95,1	48	940
TRIM307	4,4	95,6	45	979
TRIM407	4,5	95,5	44	930
TRIM108	4,6	95,4	47	990
TRIM208	4,5	95,5	46	983
TRIM308	3,8	96,2	40	1014
TRIM408	3,9	96,1	40	997
TRIM109	**3,6**	**96,4**	**38**	**1.018**

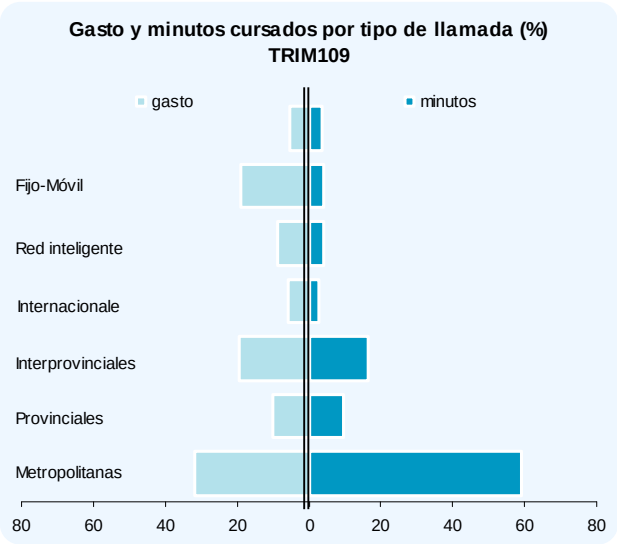
[3] No se incluyen los minutos ni el gasto asociado correspondientes a tarifas planas de telefonía fija.

Con un incremento interanual de 28 millones de euros, los hogares con acceso directo realizan el 96,4% del gasto total en telefonía fija situándolo en 1.018 millones de euros.

7.4. Minutos y gasto por tipo de llamada

Porcentaje de *minutos* cursados por tipo de llamada

% minutos	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM107	64,0	9,3	15,4	1,9	3,3	6,1	0,0
TRIM207	61,0	10,0	17,1	2,3	3,7	5,9	0,0
TRIM307	59,8	10,4	17,0	2,5	3,6	6,8	0,0
TRIM407	58,0	11,9	17,2	1,9	5,5	5,4	0,1
TRIM108	61,9	10,0	16,2	2,1	4,7	5,1	0,0
TRIM208	60,3	8,6	15,6	2,1	4,8	5,4	3,1
TRIM308	61,6	8,7	14,3	2,4	4,8	5,7	2,6
TRIM408	58,9	9,3	16,2	2,3	5,8	4,6	2,9
TRIM109	**59,3**	**9,8**	**16,5**	**2,7**	**4,2**	**3,9**	**3,6**



En el primer trimestre del año 2009, seis de cada diez minutos consumidos en telefonía fija corresponden a llamadas metropolitanas.
Las llamadas interprovinciales y las provinciales representan el 16,5% y el 9,8% del total de llamadas efectuadas, manteniendo valores similares a los obtenidos en el mismo periodo del año anterior.

Por último, las llamadas realizadas a móviles, cada vez con menor peso, apenas representan el 4% del total.

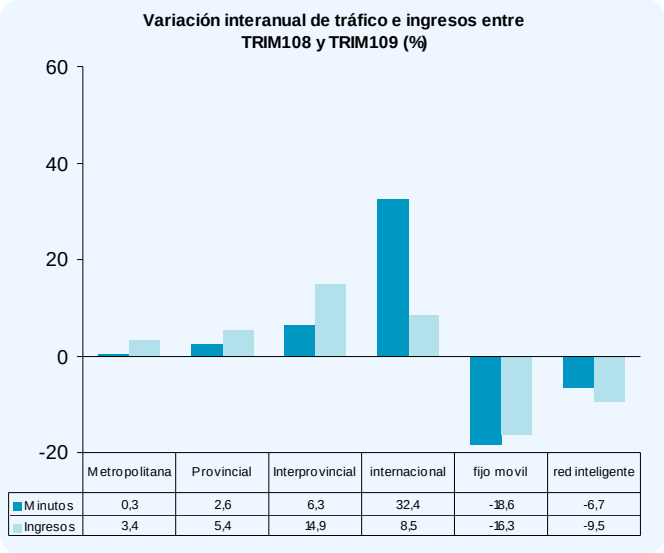
Al igual que en el caso de los minutos, la mayor parte del gasto en telefonía fija corresponde a las llamadas metropolitanas que acumulan un porcentaje del 31,7% del consumo total. No obstante, el gasto efectuado tanto en llamadas interprovinciales como a móviles, obtiene valores en torno al 19%.

Porcentaje de *gasto* realizado por tipo de llamada [4]

% de gasto	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM107	34,0	8,8	15,8	4,7	10,4	26,1	0,2
TRIM207	30,9	9,1	17,4	5,7	10,9	25,4	0,6
TRIM307	30,2	9,1	16,6	5,6	11,2	27,0	0,4
TRIM407	30,1	10,8	18,1	5,5	10,8	24,5	0,2
TRIM108	32,3	9,9	17,8	5,8	10,3	23,8	0,1
TRIM208	30,0	8,3	16,5	4,8	11,8	23,3	5,3
TRIM308	30,9	8,5	16,1	6,1	11,7	24,3	2,4
TRIM408	29,7	9,0	18,2	7,0	10,1	20,3	5,6
TRIM109	**31,7**	**9,9**	**19,4**	**5,9**	**8,8**	**18,9**	**5,3**

[4] Desde el último trimestre de 2008, también se recoge el gasto en llamadas Voz sobre IP (como por ejemplo Skype) y el gasto en tarjetas de prepago para llamadas desde fijo (típicas para llamadas internacionales). Para estos conceptos se recoge el gasto, pero no es posible recoger el tráfico. A lo largo del informe se agrupa con Resto.

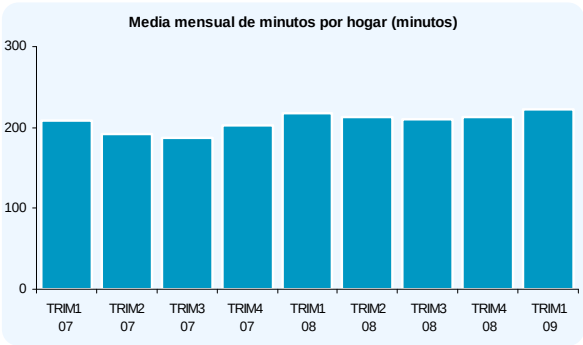
Variación interanual de tráfico e ingresos

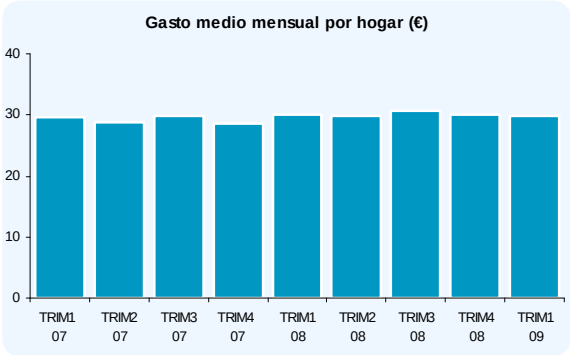


	Metropolitana	Provincial	Interprovincial	internacional	fijo movil	red inteligente
Minutos	0,3	2,6	6,3	32,4	-18,6	-6,7
Ingresos	3,4	5,4	14,9	8,5	-16,3	-9,5

La comparativa interanual de tráfico e ingresos respecto al primer trimestre del año 2008, muestra que las llamadas internacionales son las que mayor incremento experimentan en cuanto a minutos consumidos, con un 32,4%.
Respecto al gasto efectuado, las llamadas interprovinciales experimentan el mayor crecimiento interanual (15%).
Por el contrario, las llamadas a móviles caen un 18,6% en minutos y un 16,3% en gasto en un año.

7.5. Minutos y gastos medios por hogar



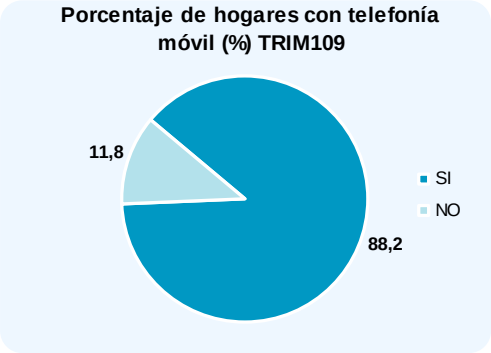


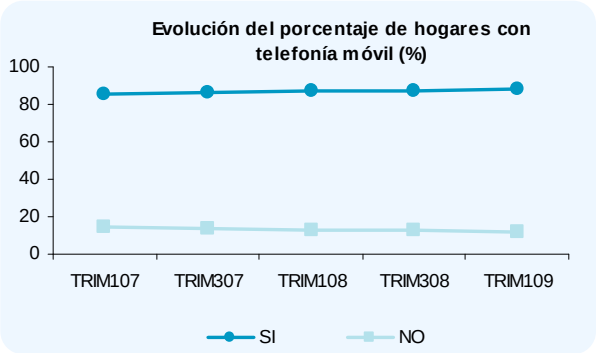
Los hogares españoles consumen una media de 222 minutos al mes, la media más alta registrada en los últimos años.
El gasto medio mensual por hogar continúa la tendencia constante cercana a los 30 euros, situándose en este primer trimestre del año en 29,8 euros mensuales.

Media mensual por hogar	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407	TRIM108	TRIM208	TRIM308	TRIM408	TRIM109
Minutos	208	192	187	202	218	213	210	213	**222**
Euros	29,6	28,9	29,9	28,5	30,1	29,8	30,7	30,1	**29,8**

8. TELEFONÍA MÓVIL

8.1. Hogares con móvil

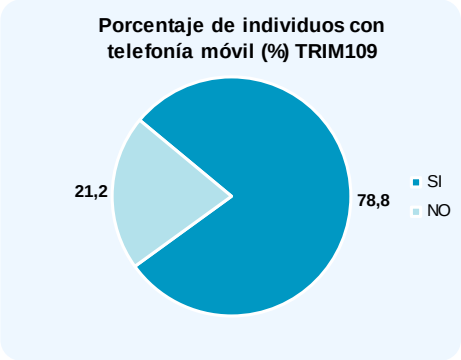


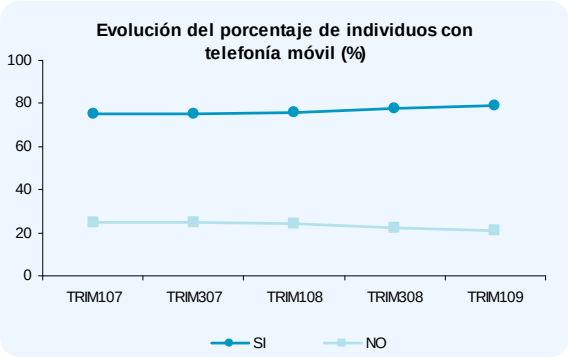


En el primer trimestre del año 2009 se contabilizan 14,7 millones de hogares con teléfono móvil. Este aumento en más de 700.000 hogares respecto al año anterior supone un incremento relativo del 5,2%.

Hogares con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles hogares)
TRIM106	84,3	13.064
TRIM306	84,4	13.082
TRIM107	85,7	13.700
TRIM307	86,5	13.833
TRIM108	86,9	13.961
TRIM308	87,0	13.975
TRIM109	**88,2**	**14.688**

8.2. Individuos con móvil

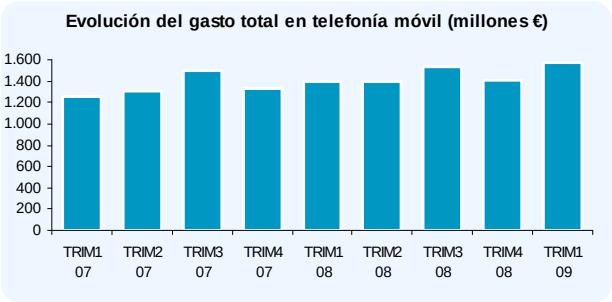




Individuos con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles individuos)
TRIM106	73,0	27.115
TRIM306	73,2	27.170
TRIM107	75,1	28.191
TRIM307	75,2	28.219
TRIM108	76,0	28.717
TRIM308	77,5	29.285
TRIM109	**78,8**	**30.052**

Durante este primer trimestre del año 2009 ya se registran más de 30 millones de individuos de 15 años y más con móvil activo –usado en el último mes-. Es un incremento del 4,6% respecto al mismo periodo del año anterior que se traduce en algo más de 1,3 millones de individuos. Así pues, el porcentaje de individuos en posesión de un terminal móvil activo ya se sitúa en el 78,8% de la población de 15 y más años.

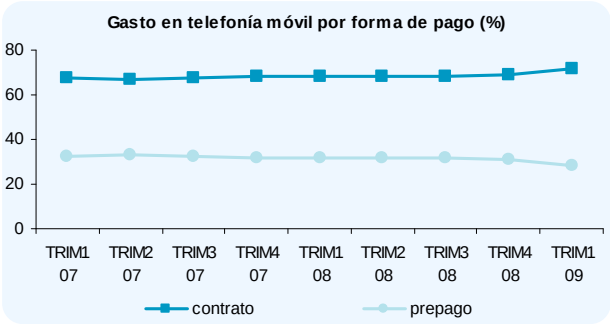
8.3. Gasto total y medio por hogar en telefonía móvil



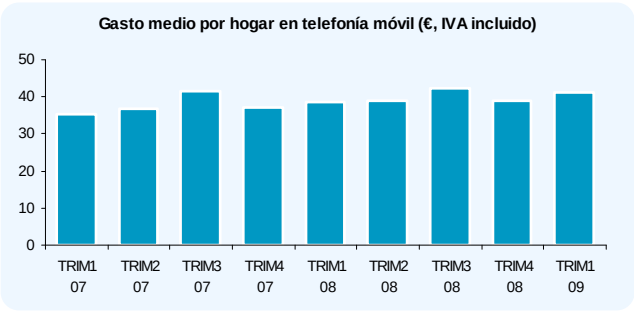
Gasto total (Millones €)	contrato	prepago	total
TRIM107	850	403	1.253
TRIM207	874	431	1.304
TRIM307	1.010	483	1.493
TRIM407	909	426	1.335
TRIM108	952	445	1.397
TRIM208	959	442	1.401
TRIM308	1.051	482	1.533
TRIM408	972	440	1.412
TRIM109	**1.127**	**443**	**1.570**

Desde el primer trimestre de 2008 hasta igual periodo de 2009, el gasto total realizado en telefonía móvil ha aumentado 173 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 12,4%.

La modalidad de pago causante de este crecimiento del gasto anual es la de contrato puesto que en el periodo analizado esta modalidad ha experimentado un crecimiento del 18,4%, o lo que es lo mismo, ha aumentado en 175 millones de euros. De esta manera, el gasto en telefonía móvil a través de la modalidad de contrato representa el 71,8% del gasto total.



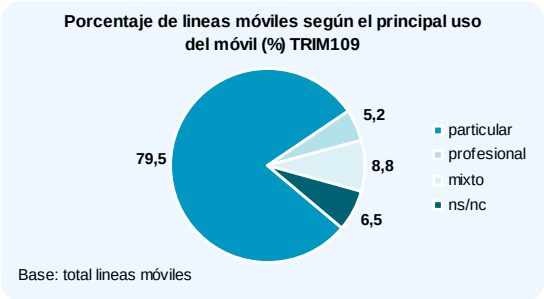
Gasto móvil (%)	contrato	prepago
TRIM107	67,8	32,2
TRIM207	67,0	33,0
TRIM307	67,6	32,4
TRIM407	68,1	31,9
TRIM108	68,1	31,9
TRIM208	68,5	31,5
TRIM308	68,6	31,4
TRIM408	68,9	31,1
TRIM109	**71,8**	**28,2**



€ (IVA incluido)	Gasto medio por hogar
TRIM107	35,3
TRIM207	36,8
TRIM307	41,7
TRIM407	37,3
TRIM108	38,7
TRIM208	38,8
TRIM308	42,4
TRIM408	39,1
TRIM109	**41,3**

El gasto medio realizado por hogar en el servicio de telefonía móvil es de 41,3 euros al mes, 2,6 euros más que hace un año, lo que en términos relativos se traduce en un incremento interanual del 6,7%.

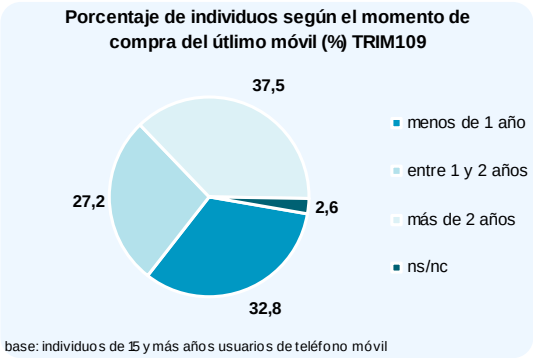
8.4. Tipo de uso principal del teléfono móvil [5]



% de líneas	particular	profesional	mixto	ns/nc
TRIM107	79,7	5,9	7,5	6,9
TRIM307	79,2	6,5	7,6	6,6
TRIM108	78,3	5,3	8,3	8,1
TRIM308	79,2	6,5	7,6	6,6
TRIM109	**79,5**	**5,2**	**8,8**	**6,5**

El tipo de uso de las líneas de telefonía móvil se mantiene constante durante el último año, cerca del 80% son de uso particular.

8.5. Momento de compra del último móvil

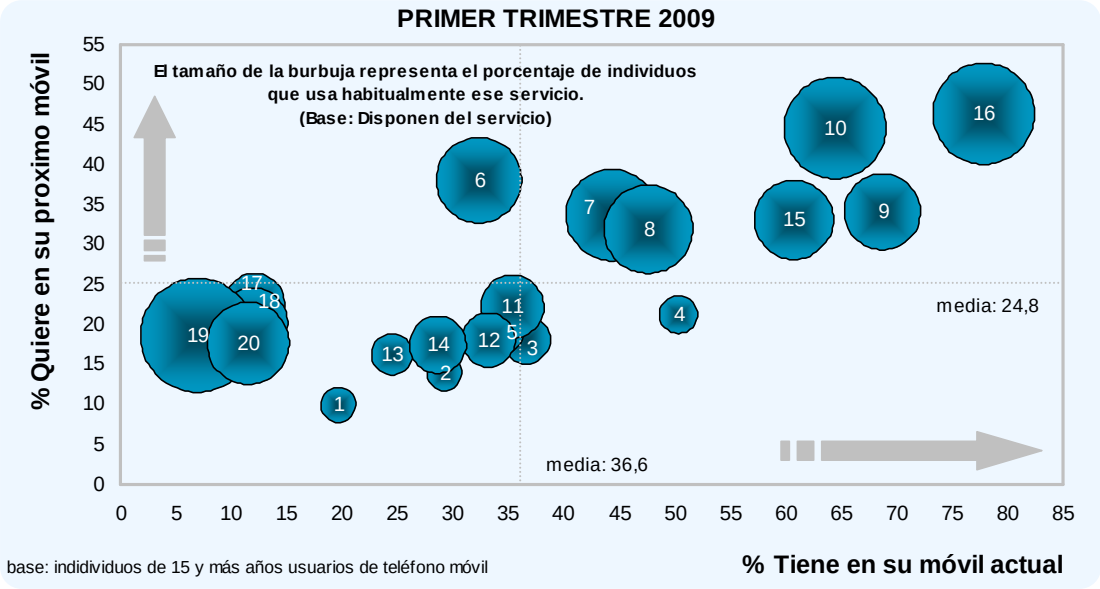


% de individuos	menos de 1 año	entre 1 y 2 años	más de 2 años	ns/nc
TRIM107	39,2	26,5	31,8	2,6
TRIM307	39,2	24,9	32,8	3,0
TRIM108	35,6	27,0	35,0	2,4
TRIM308	35,5	26,0	36,6	1,9
TRIM109	**32,8**	**27,2**	**37,5**	**2,6**

base: individuos de 15 y más años usuarios de teléfono móvil

El 37,5% de los individuos declaran poseer un terminal cuya antigüedad supera los dos años, mientras que un 32,8% declaran que su teléfono tiene menos de un año.

8.6. Usos del móvil actual frente a usos del próximo móvil



Véase en la tabla siguiente la relación de los servicios correspondientes a cada burbuja del gráfico

[5] En este apartado se hace referencia al número de líneas de telefonía móvil, y no al número de individuos usuarios, como se venía recogiendo en los informes anteriores al de la 18ª Oleada.

nº	Servicios del móvil (% indiv.) TRIM109	Tiene	Quiere	Usa
1	Chat	19,7	9,9	7,0
2	Navegación WAP	29,3	13,8	6,9
3	Marcación por voz	36,7	18,1	11,8
4	Acceso a Internet	50,4	21,1	8,5
5	Correo electrónico	34,4	18,9	10,7
6	manos libre coche	32,4	37,9	37,1
7	MP3	44,3	33,6	42,8
8	Radio FM	47,7	31,9	39,9
9	MMS	68,7	34,0	30,1
10	Bluetooth	64,5	44,5	51,9
11	Infrarrojos	35,3	22,1	21,2
12	Videomensajes	33,3	18,0	14,8
13	Videollamada	24,5	16,2	9,5
14	Conexión 3G	28,7	17,4	16,7
15	Grabación de vídeo	60,8	33,0	31,9
16	Cámara de fotos	77,8	46,2	54,9
17	GPS	12,1	22,6	19,1
18	Wifi	12,0	20,2	26,6
19	Pantalla Táctil	7,0	18,6	68,8
20	Agenda electrónica	11,5	17,7	34,3
	Base:	Tiene móvil	Tiene móvil	Tiene servicio

Los servicios del teléfono móvil más frecuentes en los actuales terminales son la cámara de fotos (77,8%), la mensajería multimedia o MMS (68,7) y la conexión bluetooth (64,5%). Dos de ellos son también los servicios más deseados, puesto que el 46,2% de los individuos quiere que su próximo terminal disponga de cámara de fotos, y un 44,5% de bluetooth.

En cuanto al uso, destaca el de la pantalla táctil, ya que si bien sólo dispone de dicho servicio el 7% de los usuarios de móvil, es usado por cerca del 70% de quienes tienen este tipo de interfaz.

8.7. Principales usos de telefonía móvil

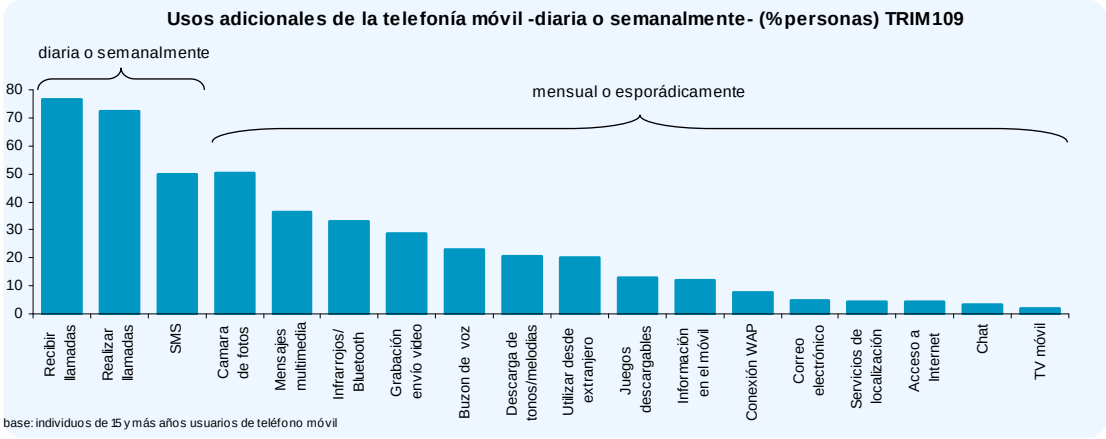
% individuos		TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Recibir llamadas	Diario o semanal	66,6	69,2	70,2	72,6	72,8	73,6	76,6
	Mensual o esporádico	17,0	15,2	16,3	14,1	14,1	14,5	12,9
Realizar llamadas	Diario o semanal	62,3	65,8	66,3	69,0	69,4	70,1	72,1
	Mensual o esporádico	20,6	17,7	18,9	16,7	16,2	16,7	16,3
SMS	Diario o semanal	45,1	46,0	48,3	48,9	50,5	48,9	50,0
	Mensual o esporádico	31,3	31,6	35,6	33,7	32,9	35,7	35,0
Buzon de voz	Diario o semanal	12,2	12,3	12,0	12,4	12,8	11,3	10,1
	Mensual o esporádico	20,0	20,4	26,3	24,0	23,6	24,4	22,8
Chat	Diario o semanal	0,6	1,4	0,9	0,9	1,2	1,1	1,1
	Mensual o esporádico	3,0	2,8	3,2	3,5	3,5	3,0	3,2
Mensajes entre grupos	Diario o semanal	1,2	1,4	1,4	1,3	1,5	-	-
	Mensual o esporádico	3,6	4,1	6,6	6,1	6,5	-	-
Acceso a Internet	Diario o semanal	0,8	1,1	0,6	1,3	1,3	1,6	3,2
	Mensual o esporádico	2,6	3,4	3,5	3,8	4,1	4,5	4,1
Utilizar desde extranjero	Diario o semanal	0,3	0,8	0,4	0,6	0,6	0,7	0,8
	Mensual o esporádico	13,3	14,8	17,9	22,0	19,9	21,6	20,1
Información en el móvil	Diario o semanal	2,0	2,2	2,0	1,6	1,7	2,6	2,2
	Mensual o esporádico	9,2	9,5	12,8	12,6	12,0	12,7	11,8
Juegos descargables	Diario o semanal	1,2	1,3	0,9	0,8	0,9	1,1	0,9
	Mensual o esporádico	10,3	12,6	14,9	14,7	14,0	14,6	12,7
Mensajes multimedia	Diario o semanal	2,6	3,4	1,6	2,9	3,4	3,8	3,0
	Mensual o esporádico	23,5	25,1	33,1	32,5	32,9	36,4	36,2
Descarga de tonos/melodias	Diario o semanal	1,3	2,0	1,6	1,2	1,6	1,4	1,3
	Mensual o esporádico	22,2	21,0	26,9	24,4	23,5	24,4	20,8
Conexión WAP	Diario o semanal	0,8	1,0	0,7	0,8	1,2	1,5	2,0
	Mensual o esporádico	7,8	9,3	11,1	9,4	8,6	8,4	7,9
Correo electrónico	Diario o semanal	1,1	1,6	1,4	1,2	1,4	1,8	2,6
	Mensual o esporádico	3,6	4,1	5,3	5,5	5,5	5,5	5,0
Infrarrojos/ Bluetooth	Diario o semanal	6,2	8,1	9,1	9,8	10,9	10,9	12,2
	Mensual o esporádico	14,4	17,4	24,9	28,7	30,7	34,8	33,2
Grabación envío video	Diario o semanal	3,0	3,5	4,1	4,3	4,3	5,2	5,3
	Mensual o esporádico	9,9	13,7	19,7	24,3	25,4	27,4	28,8
Camara de fotos	Diario o semanal	10,5	11,8	12,1	13,2	13,6	14,9	16,1
	Mensual o esporádico	25,1	28,9	38,9	42,4	44,8	47,8	50,3
Servicios de localización	Diario o semanal	0,3	0,5	0,3	0,2	0,7	1,2	0,9
	Mensual o esporádico	2,6	3,4	3,6	3,6	4,0	3,7	4,3
TV móvil	Diario o semanal	-	-	-	-	-	0,7	0,7
	Mensual o esporádico	-	-	-	-	-	2,4	1,9

base: individuos de 15 y más años usuarios de teléfono móvil

Durante el primer trimestre de 2009 y con una frecuencia diaria o semanal, tres de cada cuatro usuarios han utilizado su teléfono móvil para atender una llamada recibida. Con la misma frecuencia aunque en menor porcentaje lo han usado para realizar alguna llamada (72,1%), y la mitad lo han usado para realizar o recibir mensajes cortos por SMS.

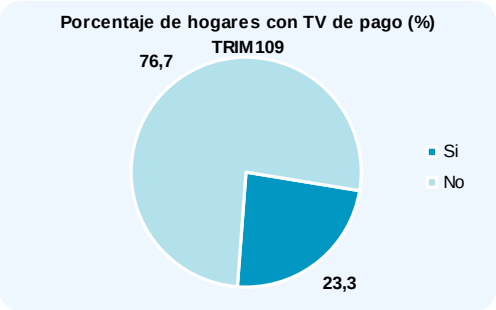
En cuanto a los usos más frecuentes realizados de forma puntual destacan la cámara de fotos, utilizada por más de la mitad de los usuarios (50,3%) así como los mensajes multimedia y el uso de infrarrojos/ bluetooth, usados por uno de cada tres usuarios (36,2% y 33,2% respectivamente).

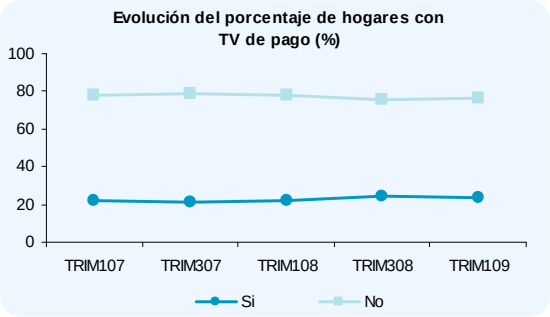
Los dos usos básicos, realizar y recibir llamadas, acentúan su tendencia ascendente de uso intensivo (uso diario o semanal), y destacan especialmente los crecimientos de la cámara de fotos y la grabación y envío de vídeos en cuanto al uso esporádico, con incrementos de 5,5 y 3,4 puntos porcentuales respectivamente en el último año.



9. TELEVISIÓN DE PAGO

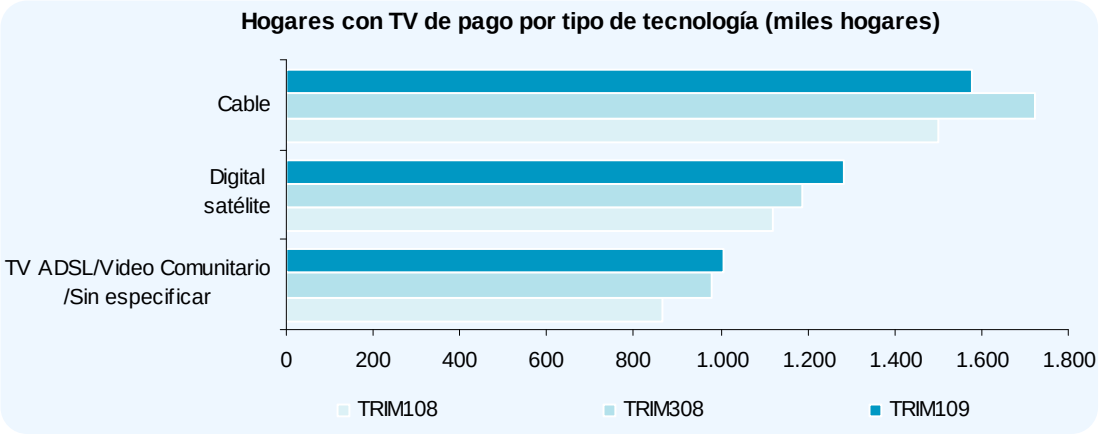
9.1. Hogares con TV de pago





Hogares con TV de Pago	Porcentaje	Absolutos (Miles)
TRIM107	22,3	3.563
TRIM307	21,4	3.420
TRIM108	21,9	3.528
TRIM308	24,8	3.981
TRIM109	**23,3**	**3.876**

La penetración de la TV de pago experimenta un notable incremento en el último año, disponiendo de este servicio el 23,3% de los hogares, cerca de 3,9 millones, si bien desciende ligeramente entre el tercer trimestre de 2008 y el primero de 2009.

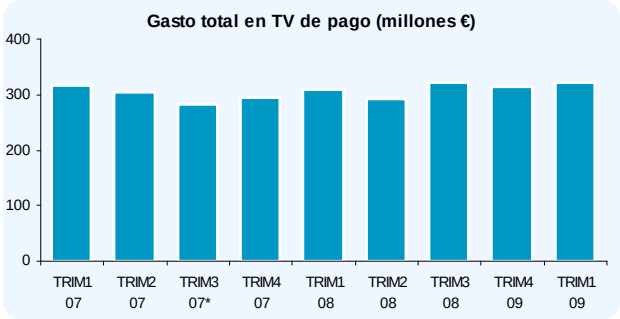


Miles de hogares	Cable	Digital satélite	TV ADSL/Video Comunitario /Sin especificar
TRIM107	1.536	1.306	635
TRIM307	1.472	1.117	771
TRIM108	1.501	1.122	868
TRIM308	1.721	1.186	981
TRIM109	**1.580**	**1.285**	**1.005**

Aunque todas las tecnologías de acceso a TV de pago han incrementado su penetración en el último año, y la más frecuente es la red de cable, las tendencias de crecimiento son más marcadas en digital satélite y ADSL.

La penetración de digital satélite se aproxima a 1,3 millones de hogares mientras la conexión a través de ADSL ha crecido en torno a un 16% en los últimos doce meses de estudio, superando así el millón de hogares.

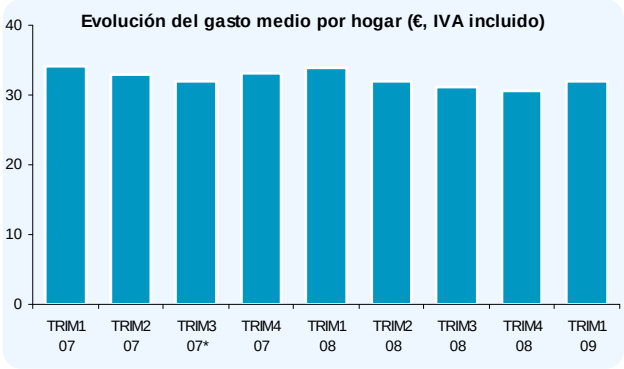
9.2. Gasto total y medio por hogar en TV de pago



Gasto total Millones de €	cuota	ppv	descuentos	Total
TRIM107	316	20	21	315
TRIM207	302	12	10	304
TRIM307*	290	8	15	283
TRIM407	299	12	17	294
TRIM108	311	25	26	310
TRIM208	297	15	20	292
TRIM308	332	8	19	321
TRIM408	322	13	21	314
TRIM109	**332**	**12**	**23**	**321**

** Datos corregidos respecto al informe correspondiente a la XVII oleada*

Durante el primer trimestre de 2009, el gasto en televisión de pago alcanza los 321 millones de euros una vez deducidos los descuentos aplicados por los operadores. El incremento interanual registrado en el gasto total de televisión de pago es del 4%, principalmente debido al incremento interanual del gasto en cuota que es del 7%. Por el contrario el gasto en pago por visión, PPV, se reduce a la mitad en el primer trimestre de 2009 vs. igual periodo del año anterior.

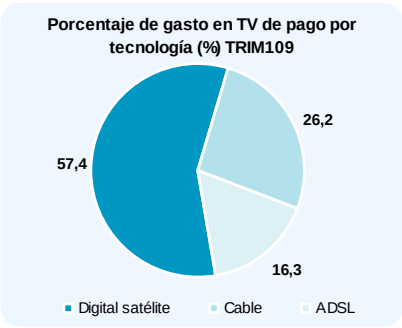


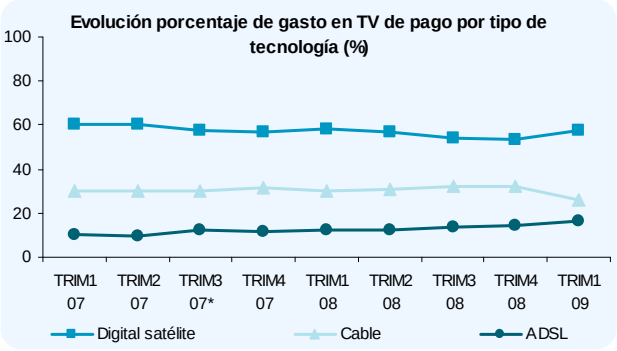
Gasto medio por hogar	€ (IVA incluido)
TRIM107	34,2
TRIM207	32,9
TRIM307*	32,0
TRIM407	33,2
TRIM108	34,0
TRIM208	32,0
TRIM308	31,2
TRIM408	30,5
TRIM109	**32,0**

** Datos corregidos respecto al informe correspondiente a la XVII oleada*

Salvando las diferencias trimestrales por estacionalidad, se mantiene inalterable la tendencia del gasto medio por hogar en TV de pago, decreciente interanual trimestre a trimestre. Desciende 2 euros/mes respecto al periodo enero-marzo de 2008, situándose en 32 euros por hogar y mes en igual periodo de 2009.

9.3. Gasto por tipo de tecnología





El gasto en TV de pago por tecnología digital satélite mantiene su predominio con un 57,4% del gasto total, mientras el efectuado en cable cede peso en favor de la tecnología ADSL, con un incremento interanual de 4 puntos porcentuales que sitúa su peso en el 16,3% del gasto total.

Gasto (%)	Digital satélite	Cable	ADSL
TRIM107	60,2	29,8	10,0
TRIM207	60,4	29,8	9,8
TRIM307*	57,4	30,2	12,4
TRIM407	56,6	31,8	11,5
TRIM108	57,9	30,0	12,1
TRIM208	56,9	30,5	12,6
TRIM308	53,9	32,1	14,0
TRIM408	53,5	32,1	14,3
TRIM109	**57,4**	**26,2**	**16,3**

Gasto (Mill €)	Digital satélite	Cable	ADSL	Total
TRIM107	190	94	31	315
TRIM207	183	91	30	304
TRIM307*	163	85	35	283
TRIM407	166	94	34	294
TRIM108	180	93	37	310
TRIM208	166	89	37	292
TRIM308	173	103	45	321
TRIM408	168	101	45	314
TRIM109	**184**	**84**	**52**	**321**

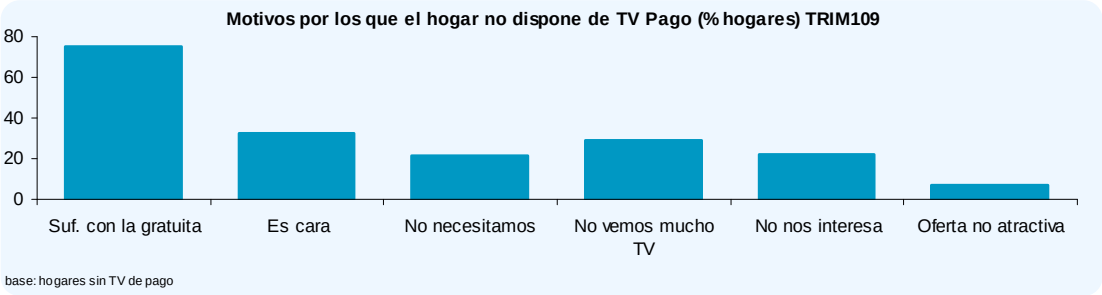
** Datos corregidos respecto al informe correspondiente a la XVII oleada*

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

% de hogares	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Suf. con la gratuita	60,8	58,3	59,1	62,1	**75,3**
Es cara	24,9	24,3	25,6	24,6	**32,1**
No necesitamos	24,7	22,7	22,8	22,7	**21,5**
No vemos mucho TV	19,8	18,3	19,4	19,1	**28,8**
No nos interesa	17,7	16,7	14,7	16,2	**22,0**
Oferta no atractiva	5,1	5,2	5,6	5,1	**6,7**

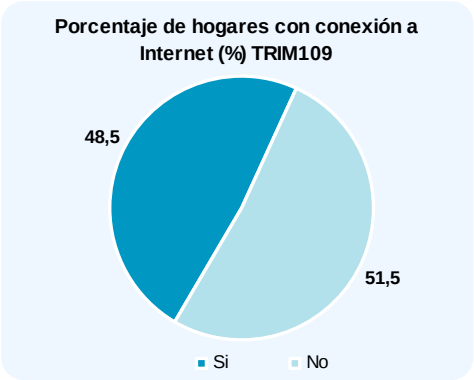
base: hogares sin TV de pago

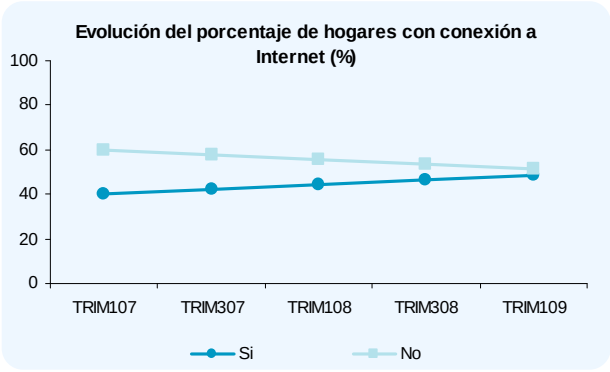
Tres de cada cuatro hogares que no disponen de televisión de pago, es decir un 75,3%, declaran que les es suficiente con la televisión gratuita que reciben en la actualidad, mientras cerca de un tercio, el 32,1%, declara no disponer de ella porque es cara. Ambos motivos han aumentado notablemente su frecuencia, así como los motivos que aluden al hábito de ver más o menos televisión y al interés por la misma.



10. INTERNET

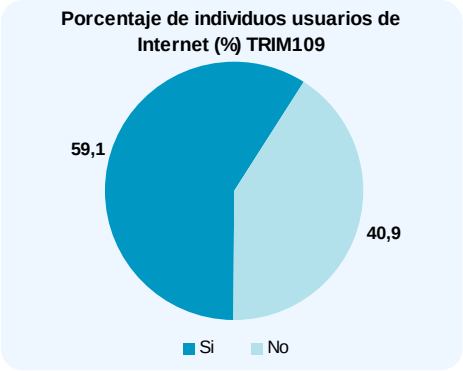
10.1. Hogares con Internet e individuos usuarios

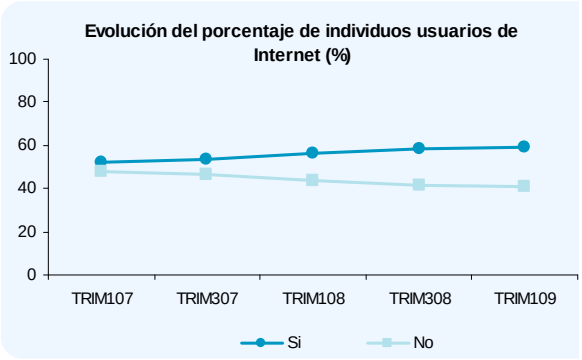




En el primer trimestre de 2009 se superan los 8 millones de hogares conectados a Internet lo que supone el 48,5% de los hogares españoles, con un 13% de incremento frente al mismo periodo del año anterior.

Hogares con conex. Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles hogares)
TRIM107	40,0	6.396
TRIM307	42,2	6.754
TRIM108	44,5	7.145
TRIM308	46,8	7.518
TRIM109	**48,5**	**8.071**



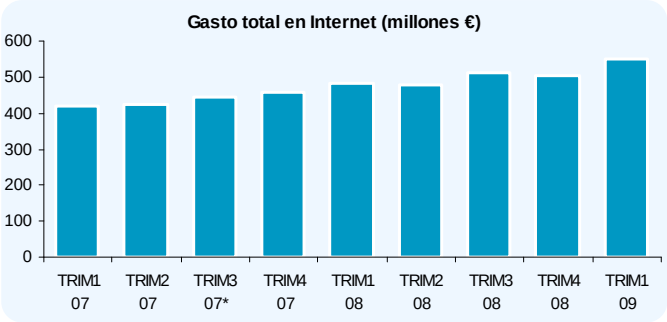


En los primeros meses de 2009 se superan los 22,5 millones de individuos de 15 y más años de edad (sin considerar por tanto a niños) que han usado alguna vez Internet, esto es, el 59,1% de la población adulta, con un incremento del 6% frente al mismo periodo del año anterior. Si se consideran los individuos de 10 y más años de edad han sido 24,3 millones, el 60,5% de esta población.

Usuarios de Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles individuos)
TRIM107	52,4	19.690
TRIM307	53,5	20.097
TRIM108	56,3	21.271
TRIM308	58,3	22.034
TRIM109	**59,1**	**22.538**

10.2. Gasto total y medio por hogar en Internet

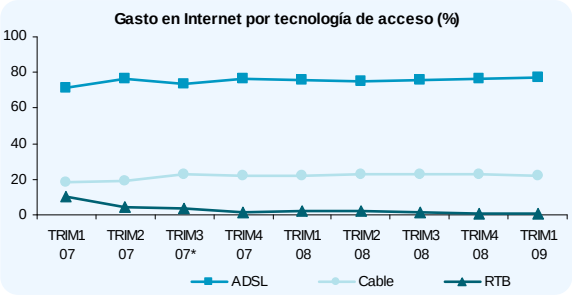
El gasto total de los hogares en servicios de Internet sigue en ascenso, alcanzando en el primer trimestre de 2009 un total de 550 millones de euros, lo que supone un 14% de incremento respecto al mismo periodo del año anterior.



Absolutos (Millones €)	ADSL	Cable	RTB	Dto. cable	Total - Dto. cable
TRIM107	299	90	43	12	421
TRIM207	326	95	18	14	425
TRIM307*	326	117	17	16	444
TRIM407	350	115	8	14	459
TRIM108	368	127	10	21	484
TRIM208	360	134	9	25	478
TRIM308	387	129	9	13	512
TRIM408	387	132	4	18	505
TRIM109	**426**	**140**	**4**	**20**	**550**

El gasto efectuado en ADSL aumenta un 16% hasta los 426 millones de euros, mientras el gasto por cable se sitúa en 140 millones de euros, con un incremento de 13%, una vez aplicados los descuentos de los operadores de esta tecnología.

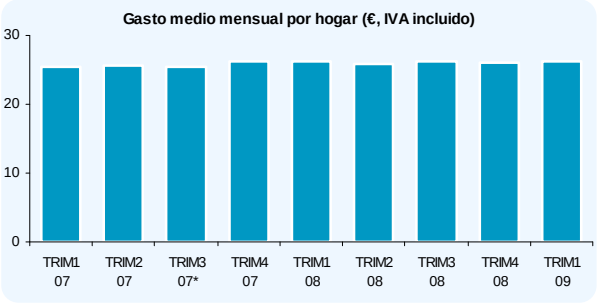
El gasto en servicios de Internet a través de la Red de Telefonía Básica sigue en descenso frente a igual trimestre del año anterior.



Gasto Internet (%)	ADSL	Cable	RTB
TRIM107	71,1	18,5	10,4
TRIM207	76,6	19,0	4,4
TRIM307*	73,4	22,7	3,8
TRIM407	76,3	22,0	1,7
TRIM108	76,0	21,9	2,1
TRIM208	75,3	22,8	1,9
TRIM308	75,6	22,7	1,8
TRIM408	76,6	22,6	0,8
TRIM109	**77,5**	**21,8**	**0,7**

** Datos corregidos respecto a informe 17ª Oleada*

Más de tres cuartas partes del gasto total en Internet (77,5%) corresponden a ADSL, peso superior al año anterior. La tecnología de cable en cambio no ha aumentado en este primer trimestre de 2009 su participación en el gasto en Internet, cercana al 22%. La tecnología RTB sigue cediendo peso con un gasto por debajo del 1% del total.

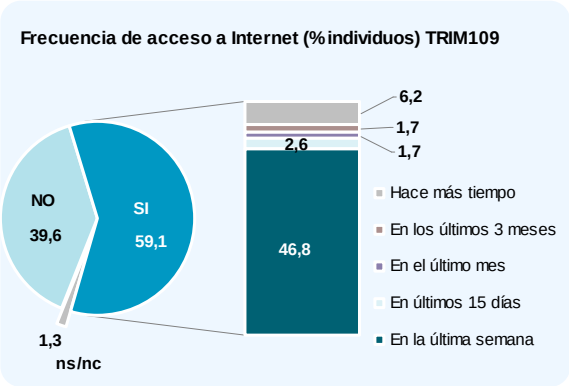


Gasto medio mensual por hogar	€ (IVA incluido)
TRIM107	25,4
TRIM207	25,7
TRIM307*	25,4
TRIM407	26,3
TRIM108	26,2
TRIM208	25,9
TRIM308	26,3
TRIM408	26,0
TRIM109	**26,3**

** Datos corregidos respecto a informe 17ª Oleada*

El gasto medio mensual por hogar en Internet se sitúa en valores similares a trimestres anteriores: 26,3 euros (IVA incluido).

10.3. Frecuencia de acceso – último acceso a Internet

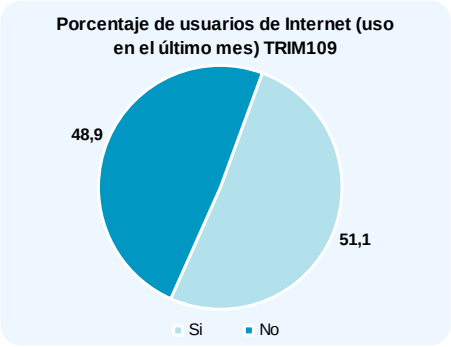


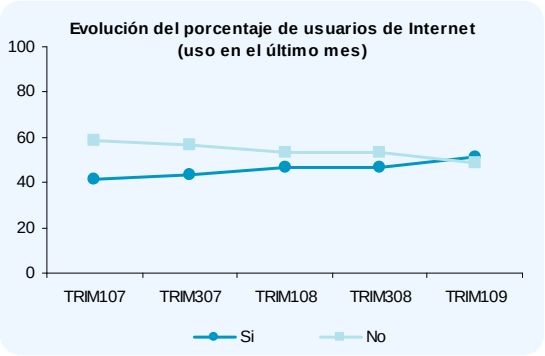
Del 59,1% de la población de 15 y más años que ha accedido a Internet en alguna ocasión (unos 22.538.000 individuos), cerca del 80% lo hizo en la última semana.

Este grupo de internautas con acceso más frecuente representa a su vez el 46,8% de la población de 15 y más años de edad.

Miles de individuos	Frecuencia de acceso a Internet					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM107	17.327	13.409	1.020	1.138	1.067	3.055
TRIM307	16.873	14.250	971	1.069	959	2.848
TRIM108	16.047	15.578	1.194	870	778	2.851
TRIM308	15.300	15.429	1.114	1.222	1.300	2.968
TRIM109	**15.100**	**17.847**	**1.007**	**667**	**662**	**2.355**

% de individuos	Frecuencia de acceso a Internet (acumuladas)					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM107	46,1	35,7	38,4	41,4	44,2	52,4
TRIM307	44,9	37,9	40,5	43,4	45,9	53,5
TRIM108	42,4	41,2	44,4	46,7	48,7	56,2
TRIM308	40,5	40,8	43,8	47,0	50,4	58,3
TRIM109	**39,6**	**46,8**	**49,3**	**51,1**	**52,8**	**59,1**

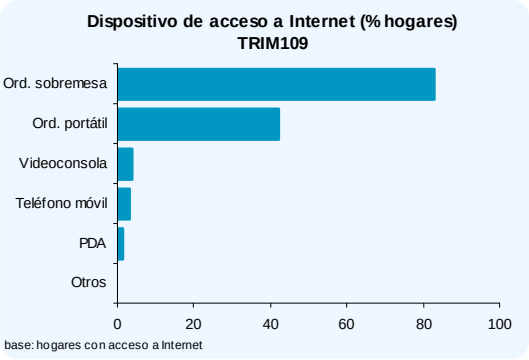




Entre enero y marzo de 2009 unos 19,5 millones de personas han usado Internet en el último mes, lo que representa un 51,1% de la población de 15 y más años y el 86,6% de los que han accedido alguna vez a la Red.

Usuarios de Internet (Ultimo Mes)	Porcentaje	Absolutos (miles indiv.)
TRIM306	37,6	13.982
TRIM107	41,4	15.568
TRIM307	43,4	16.290
TRIM108	46,7	17.642
TRIM308	47,0	17.765
TRIM109	**51,1**	**19.521**

10.4. Dispositivo y lugar de acceso a Internet

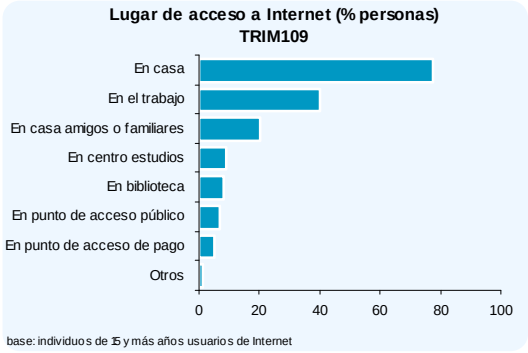


El ordenador de sobremesa sigue siendo el dispositivo más frecuente de acceso a Internet en el hogar, lo es en el 82,9% de los casos. No obstante el ordenador portátil presenta una tendencia muy positiva con altos incrementos interanuales, encontrándose ya como dispositivo de acceso en el 42,1% de los hogares conectados.

Miles de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM107	5.474	1.442	86	46	106	3
TRIM307	5.669	1.824	172	61	67	2
TRIM108	6.109	2.197	131	71	156	27
TRIM308	6.274	2.594	173	96	164	41
TRIM109	**6.688**	**3.401**	**255**	**115**	**302**	**30**

% de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM107	85,6	22,5	1,3	0,7	1,7	0,0
TRIM307	83,9	27,0	2,6	0,9	1,0	0,0
TRIM108	85,5	30,7	1,8	1,0	2,2	0,4
TRIM308	83,5	34,5	2,3	1,3	2,2	0,5
TRIM109	**82,9**	**42,1**	**3,2**	**1,4**	**3,7**	**0,4**

base: hogares con acceso a Internet



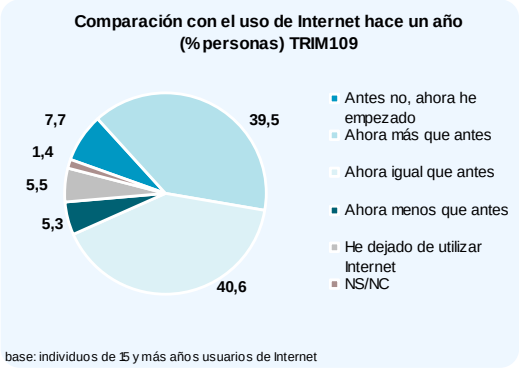
El número de individuos que accede a Internet desde el hogar asciende a 17.542.000 en el primer trimestre de 2009, esto es, el 77,8% de quienes han accedido a Internet en alguna ocasión. Desde el centro de trabajo lo hacen más de 9 millones de individuos, el 40% de los que han usado Internet alguna vez.

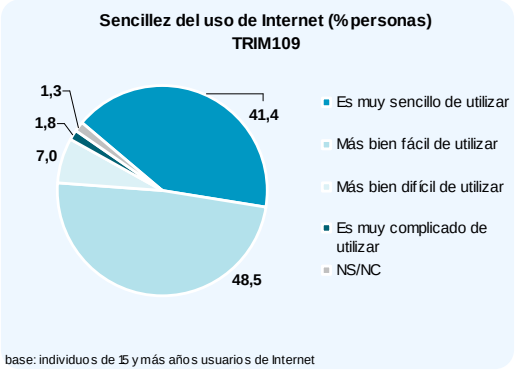
Miles de individuos	En casa	En el trabajo	En casa amigos o familiares	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso de pago	En punto de acceso público	Otros
TRIM107	13.195	8.251	4.166	2.504	1.648	1.445	1.181	291
TRIM307	14.548	8.379	4.035	2.226	1.660	1.226	1.309	273
TRIM108	15.445	8.667	3.845	2.408	2.074	1.292	1.278	368
TRIM308	16.422	8.353	4.475	2.347	1.977	1.102	1.343	342
TRIM109	**17.542**	**9.005**	**4.541**	**2.039**	**1.884**	**1.140**	**1.561**	**326**

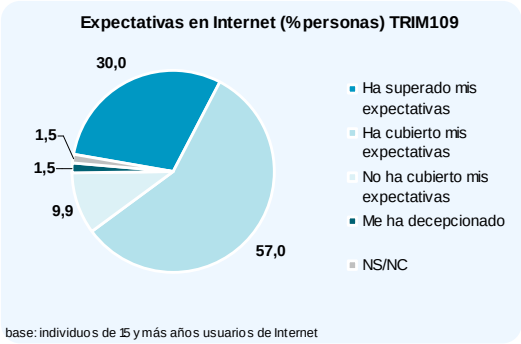
% de individuos	En casa	En el trabajo	En casa amigos o familiares	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso de pago	En punto de acceso público	Otros
TRIM107	67,0	41,9	21,2	12,7	8,4	7,3	6,0	1,5
TRIM307	72,4	41,7	20,1	11,1	8,3	6,1	6,5	1,4
TRIM108	72,6	40,7	18,1	11,3	9,8	6,1	6,0	1,7
TRIM308	74,5	37,9	20,3	10,7	9,0	5,0	6,1	1,6
TRIM109	**77,8**	**40,0**	**20,1**	**9,0**	**8,4**	**5,1**	**6,9**	**1,4**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

10.5. Uso, sencillez y expectativas de Internet







Internet sigue en aumento como medio que cubre o supera las expectativas depositadas en él, con un 87% de usuarios que así lo consideran. Sigue también en aumento entre los usuarios la percepción de que lo utilizan igual o más que antes (80,1%). Y se mantiene como un medio fácil o muy fácil de utilizar, con un 89,9% de los usuarios que así lo considera.

% de individuos	Comparación con el uso de Internet hace un año...					
	Antes no, ahora he empezado	Ahora más que antes	Ahora igual que antes	Ahora menos que antes	He dejado de utilizar Internet	NS/NC
TRIM107	10,7	38,9	34,8	6,8	6,5	2,2
TRIM307	8,0	40,9	35,8	7,3	5,6	2,4
TRIM108	9,3	39,0	38,1	6,5	5,3	1,8
TRIM308	8,6	38,8	39,2	6,4	5,3	1,7
TRIM109	**7,7**	**39,5**	**40,6**	**5,3**	**5,5**	**1,4**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

% de individuos	Por su experiencia con Internet, diría que...				
	Es muy sencillo de utilizar	Más bien fácil de utilizar	Más bien difícil de utilizar	Es muy complicado de utilizar	NS/NC
TRIM107	36,7	52,1	7,9	1,9	1,4
TRIM307	37,0	53,2	7,4	1,0	1,4
TRIM108	36,4	52,7	7,2	2,1	1,6
TRIM308	36,2	53,2	7,7	1,6	1,3
TRIM109	**41,4**	**48,5**	**7,0**	**1,8**	**1,3**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

% de individuos	Sobre las expectativas que tenía en Internet, diría que...				
	Ha superado mis expectativas	Ha cubierto mis expectativas	No ha cubierto mis expectativas	Me ha decepcionado	NS/NC
TRIM107	27,5	56,6	12,4	1,7	1,9
TRIM307	25,7	59,0	11,2	2,3	1,9
TRIM108	27,9	58,0	10,9	1,5	1,7
TRIM308	27,3	59,4	9,6	2,0	1,6
TRIM109	**30,0**	**57,0**	**9,9**	**1,5**	**1,5**

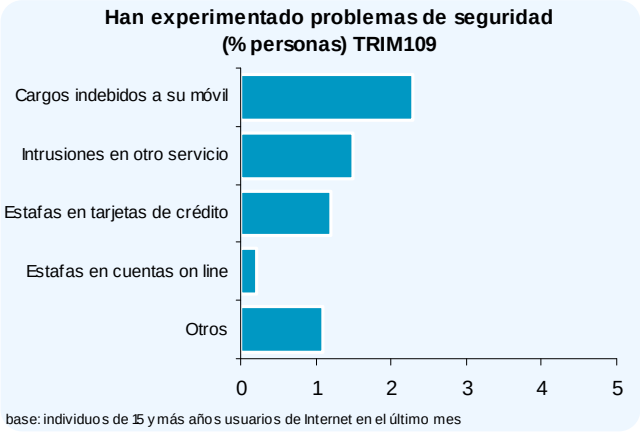
base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

10.6. Incidencias de seguridad tecnológica

Como en el trimestre anterior se observa, de nuevo en el primero de 2009, un crecimiento relevante en la incidencia de virus informáticos. Estos dos aumentos interanuales han sido de 3 y 4,8 puntos porcentuales en el tercer trimestre de 2008 y el primero de 2009 respectivamente, afectando en éste último al 59,6% de los usuarios habituales de Internet (los que han hecho uso en el último mes).

% individuos (usuarios último mes)	TRIM 107	TRIM 307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Virus informático	55,5	55,2	54,8	58,2	**59,6**
Correos no deseados	49,2	47,0	45,6	49,5	**46,2**
Intrusiones remotas PC	15,5	12,2	12,6	14,5	**11,4**
Uso indebido ordenador	13,5	11,3	11,8	11,7	**10,3**
Intrusiones en email	9,8	9,8	9,2	9,3	**9,8**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet en el último mes

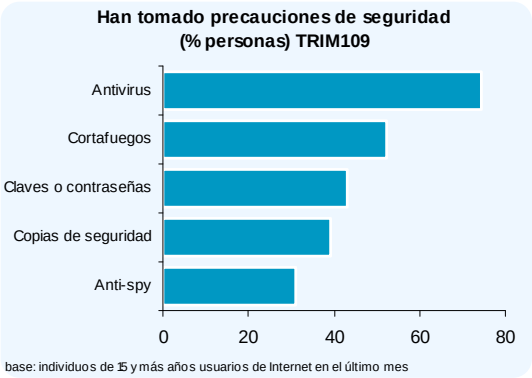


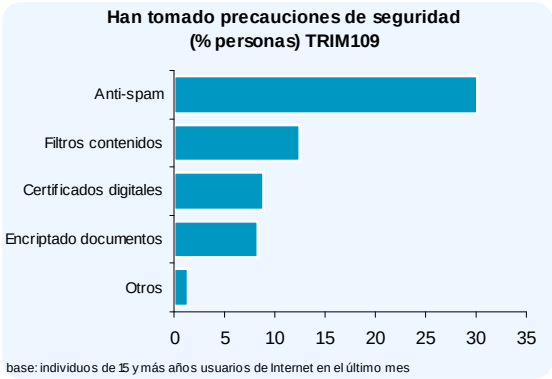
Otros problemas relacionados con la seguridad de las TIC experimentan variaciones mucho más ligeras y en general reduciendo su incidencia, en concreto aquellos con incidencia marginal como por ejemplo las estafas en tarjetas de crédito, ven, todos ellos, disminuir su frecuencia en el último año.

% individuos (usuarios último mes)	TRIM 107	TRIM 307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Cargos indebidos a su móvil	2,8	1,5	2,4	1,8	**2,3**
Intrusiones en otro servicio	2,2	2,1	2,7	2,0	**1,5**
Estafas en tarjetas de crédito	2,2	0,6	1,5	1,3	**1,2**
Estafas en cuentas on line	0,8	0,5	0,7	0,5	**0,2**
Otros	1,0	0,5	0,6	0,7	**1,1**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet en el último mes

10.7. Precauciones de seguridad en Internet





Aunque ha aumentado la incidencia de virus en el último año, sin embargo la instalación y actualización a último mes de los programas antivirus es precisamente la medida de seguridad que experimenta un mayor crecimiento en su implantación en el primer trimestre de 2009, con 3,8 puntos porcentuales de aumento respecto al mismo periodo del año anterior, hasta encontrarse disponible entre un 74,3% de los internautas.

Le siguen en magnitud de incremento los cortafuegos y las claves o contraseñas, que aumentan cerca de 3 puntos porcentuales cada una, y se encuentran presentes entre el 52,4% y 43,1% de los internautas de último mes.

% individuos (usuarios último mes)	TRIM 107	TRIM 307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Antivirus (actualizado ult	67,7	71,0	70,5	72,3	**74,3**
Cortafuegos	47,4	47,4	49,6	50,1	**52,4**
Claves o contraseñas	38,7	39,5	40,3	41,0	**43,1**
Copias de seguridad	38,2	38,5	39,0	39,4	**39,1**
Anti-spy	26,3	26,6	29,0	30,4	**31,0**

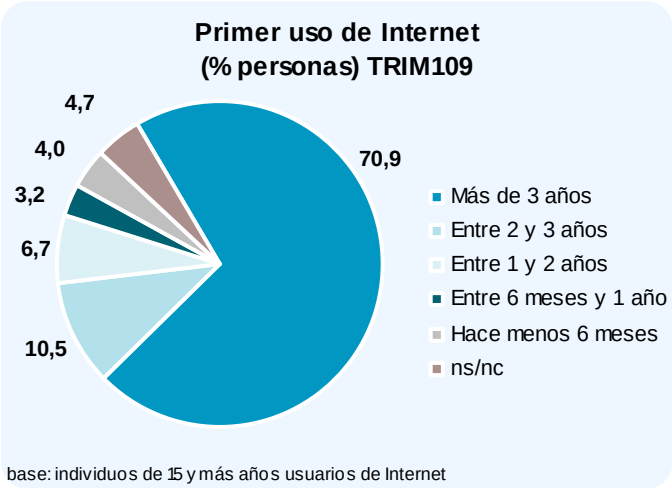
base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet en el último mes

% individuos (usuarios último mes)	TRIM 107	TRIM 307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Anti-spam	26,7	27,2	31,2	30,3	**30,2**
Filtros contenidos	11,5	11,7	14,3	14,4	**12,5**
Certificados digitales	7,8	9,1	10,6	10,1	**8,9**
Encriptado documentos	8,3	9,2	10,1	8,8	**8,4**
Otros	1,1	0,9	1,1	0,8	**1,4**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet en el último mes

Las precauciones de seguridad menos extendidas, cuya frecuencia se encuentra entre el 30% y el 8% de los internautas, como el anti-spam, los filtros de contenidos, los certificados digitales y el encriptado de documentos, experimentan descensos interanuales de entre uno y dos puntos porcentuales en el primer trimestre de 2009 frente a igual periodo del año anterior.

10.8. Primer uso de Internet y disponibilidad de e-mail

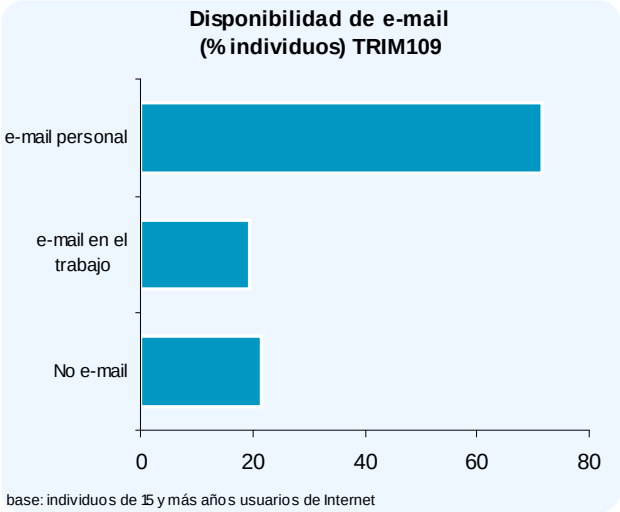


En el primer trimestre de 2009 hay ya unos 16 millones de usuarios que lo utilizan desde hace más de tres años, el 70,9% de la población de 15 y más años. Junto a la continua expansión del uso de Internet, se observa la progresiva fidelización de los internautas, analizada aquí en función de su antigüedad en el uso.

% individuos (usuarios de Internet)	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos 6 meses	ns/nc
TRIM306	61,6	13,4	8,8	5,7	6,4	4,1
TRIM107	63,8	12,0	9,0	4,8	7,1	3,3
TRIM307	68,1	11,2	8,6	3,6	4,3	4,3
TRIM108	66,9	10,3	7,7	3,5	6,6	5,0
TRIM308	68,1	10,2	7,2	4,2	5,2	5,1
TRIM109	**70,9**	**10,5**	**6,7**	**3,2**	**4,0**	**4,7**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

Miles de individuos	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos 6 meses
TRIM306	11.453	2.485	1.629	1.061	1.191
TRIM107	12.558	2.353	1.775	945	1.400
TRIM307	13.679	2.254	1.722	718	862
TRIM108	14.223	2.185	1.629	747	1.405
TRIM308	15.000	2.249	1.587	933	1.155
TRIM109	**15.983**	**2.368**	**1.521**	**728**	**901**



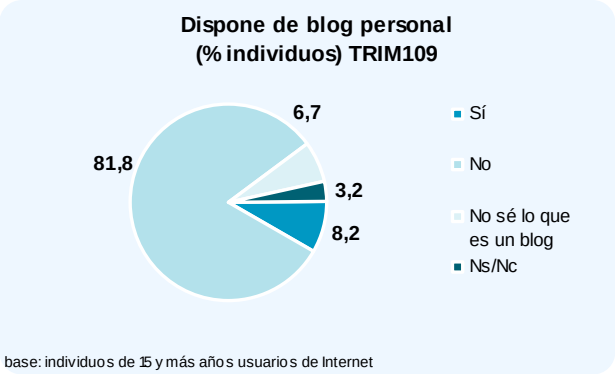
La disponibilidad de dirección de correo electrónico avanza un trimestre más: en este primero de 2009 el porcentaje de internautas que carecen de e-mail se reduce en 2,6 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior. El claro predominio de direcciones personales, 71,6% de los usuarios, sobre las de trabajo, 19,4%, se ve reforzado respecto a un año atrás.

% individuos (usuarios de Internet)	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM107	25,3	16,8	65,7
TRIM307	23,4	18,3	69,2
TRIM108	24,2	17,9	68,3
TRIM308	22,6	16,9	69,9
TRIM109	21,6	19,4	71,6

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

Miles de individuos	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM107	4.990	3.313	12.927
TRIM307	4.702	3.683	13.903
TRIM108	5.139	3.803	14.538
TRIM308	4.981	3.713	15.393
TRIM109	4.858	4.367	16.141

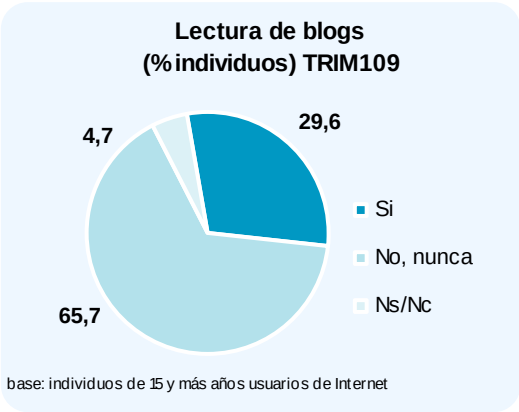
10.9. Disponibilidad, lectura y escritura de blogs

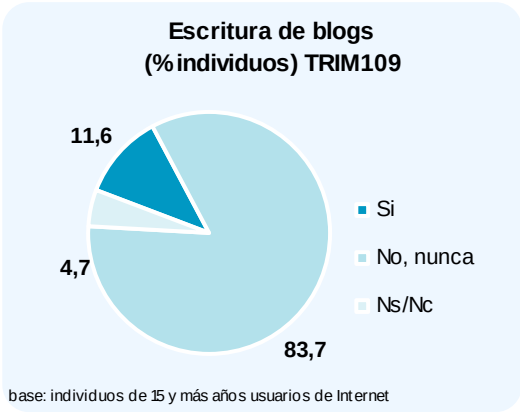


En el primer trimestre de 2009 dispone de uno o más blogs el 8,2% de quienes han usado Internet alguna vez, esto es 0,8 y 2,5 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior y que dos años atrás, respectivamente.

% individuos (usuarios de Internet)	Ns/Nc	No sé lo que es un blog	No	Sí
TRIM107	2,2	23,1	68,9	5,7
TRIM307	2,5	17,3	72,6	7,6
TRIM108	1,9	12,1	78,6	7,4
TRIM308	2,1	7,4	83,7	6,8
TRIM109	3,2	6,7	81,8	8,2

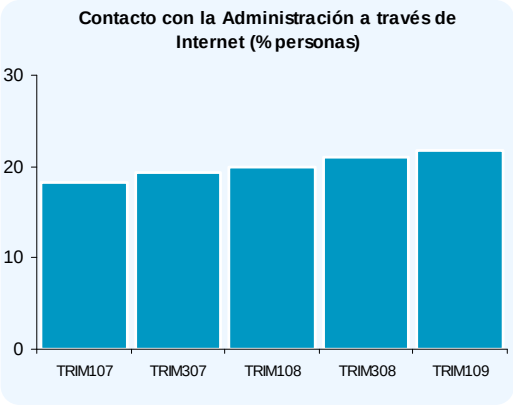
base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet





La lectura de blogs ha sido realizada por el 29,6% de los individuos de 15 y más años que han usado alguna vez Internet, lo que supone que progresivamente va extendiéndose como un canal masivo. En cuanto a la escritura de un blog propio (y/o participación en uno ajeno) esta actividad ha sido realizada por un 11,6% de la población usuaria.

10.10. Administración Pública a través de Internet



Contacto con Administración Pública	% de individuos	Miles de individuos
TRIM107	18,3	6.855
TRIM307	19,3	7.240
TRIM108	20,0	7.557
TRIM308	21,0	7.925
TRIM109	**21,8**	**8.334**

Un 21,8% de la población de 15 y más años ha contactado al menos en una ocasión con la Administración Pública (General, Autonómica y/o Local) a través de Internet para una consulta, un trámite, etc. Suman así un total de 8,3 millones de personas, cerca de 800.000 individuos más de los que lo habían hecho hasta el mismo periodo del año anterior.

10.11. Consulta de información de la Administración

% de individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Impuestos	64,5	66,2	59,8	62,1	60,9
Empleo público	34,8	34,3	34,7	31,0	37,9
Becas, ayudas	44,7	47,7	43,2	39,6	36,8
Seguridad social	28,2	22,8	31,0	32,5	36,0
Servicios sanitarios	21,6	25,7	31,3	32,9	34,2
Documentos personales	13,2	11,9	16,1	28,3	22,8
Bibliotecas públicas	20,1	15,7	23,1	22,5	21,6
Matriculación universitaria	16,5	18,1	17,4	15,3	14,0
Certificados de nacimientos	8,2	9,0	8,9	11,3	9,5
Registro coches	6,0	6,2	7,0	6,9	6,5
Permiso construcción	3,6	5,1	5,4	6,9	6,1
Cambio de domicilio	6,2	7,1	7,5	5,6	5,1

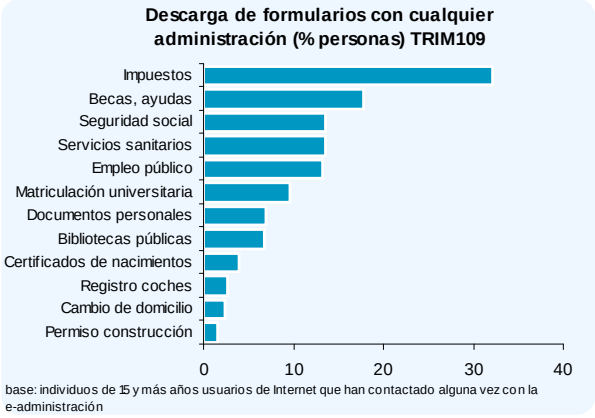
base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet que han contactado alguna vez con la e-administración

En el primer trimestre de 2009 un 60,9% de quienes han contactado con la e-Administración ha consultado información sobre impuestos, casi un 40% se ha informado sobre empleo público, un 36,8% sobre becas, y un 36% y 34,2% lo han hecho en relación con la Seguridad Social y los servicios sanitarios, respectivamente. Pero el mayor incremento interanual lo registra la información sobre documentos personales.

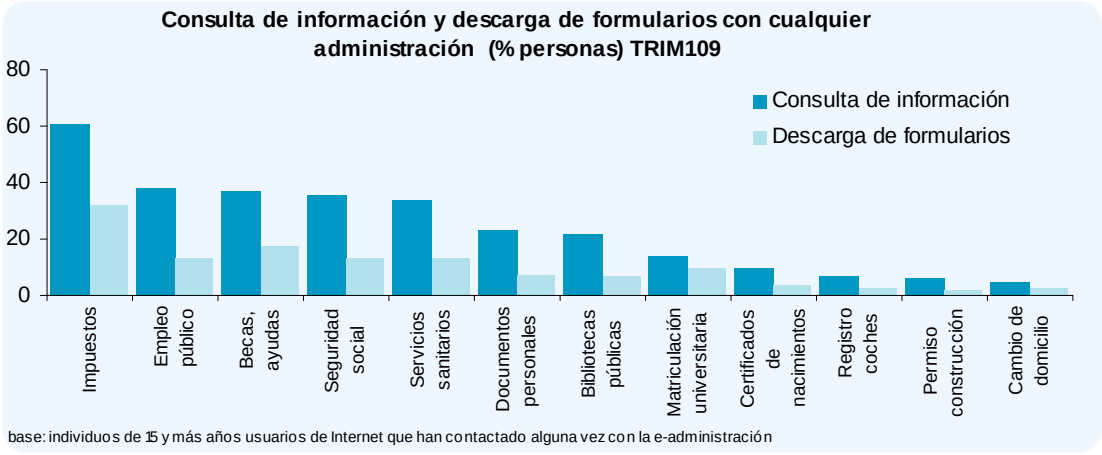
10.12. Descarga de formularios de la Administración

% de individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Impuestos	32,5	30,8	31,0	30,7	32,1
Becas, ayudas	17,9	21,3	18,5	17,2	17,8
Seguridad social	7,5	8,5	7,8	10,7	13,6
Servicios sanitarios	6,7	9,3	10,8	9,6	13,5
Empleo público	11,9	11,7	11,2	9,9	13,3
Matriculación universitaria	8,9	10,8	10,4	9,8	9,6
Documentos personales	2,5	3,3	3,1	4,8	7,0
Bibliotecas públicas	3,9	3,0	4,7	5,6	6,8
Certificados de nacimientos	4,2	4,7	4,3	4,0	3,9
Registro coches	2,3	2,0	4,0	2,1	2,7
Cambio de domicilio	2,3	2,5	3,1	2,0	2,3
Permiso construcción	1,1	1,4	2,1	1,5	1,6

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet que han contactado alguna vez con la e-administración



Los formularios oficiales más descargados son los de impuestos, descarga realizada por un 32,1% de quienes han contactado en alguna ocasión con la e-Administración, seguidos por los de becas, ayudas y subvenciones, así como por los de Seguridad Social, servicios sanitarios, empleo público y matriculación universitaria.

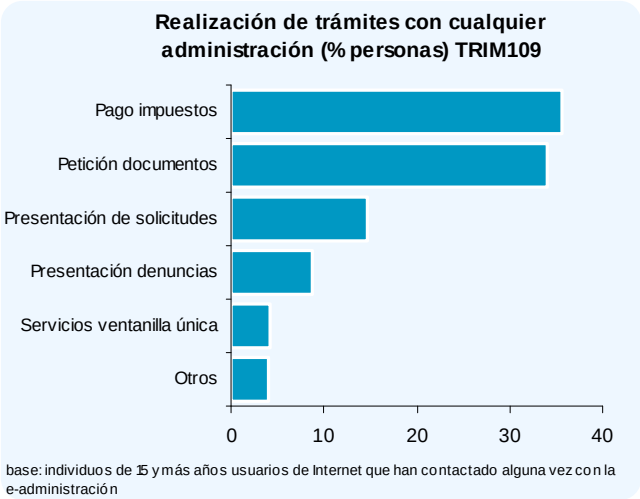


Con niveles de descarga de formularios distantes a los de consulta de información, se aprecia en general cierta proporcionalidad entre ambos, con mayores niveles de descarga en los servicios más consultados. La matriculación universitaria es el de mayor porcentaje de descarga respecto a la consulta de información previamente efectuada.

10.13. Realización de trámites con la Administración

% de individuos	TRIM107	TRIM307	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Pago impuestos	30,7	31,8	31,6	37,5	35,6
Petición documentos	31,5	32,5	29,2	31,8	34,0
Presentación de solicitudes	14,8	13,8	12,5	12,9	14,6
Presentación denuncias	9,2	7,3	9,2	10,1	8,7
Servicios ventanilla única	5,1	5,2	5,1	4,3	4,2
Otros	4,6	4,7	3,5	3,7	4,0

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet que han contactado alguna vez con la e-administración



El pago de impuestos y la petición de documentos oficiales son los trámites llevados a cabo por Internet con mayor frecuencia. En el primer caso un 35,6% de quienes han contactado con la e-Administración ha realizado el trámite por esa misma vía telemática, en el segundo caso un 34%, siendo ambos los de mayor aumento respecto al mismo periodo del año anterior.

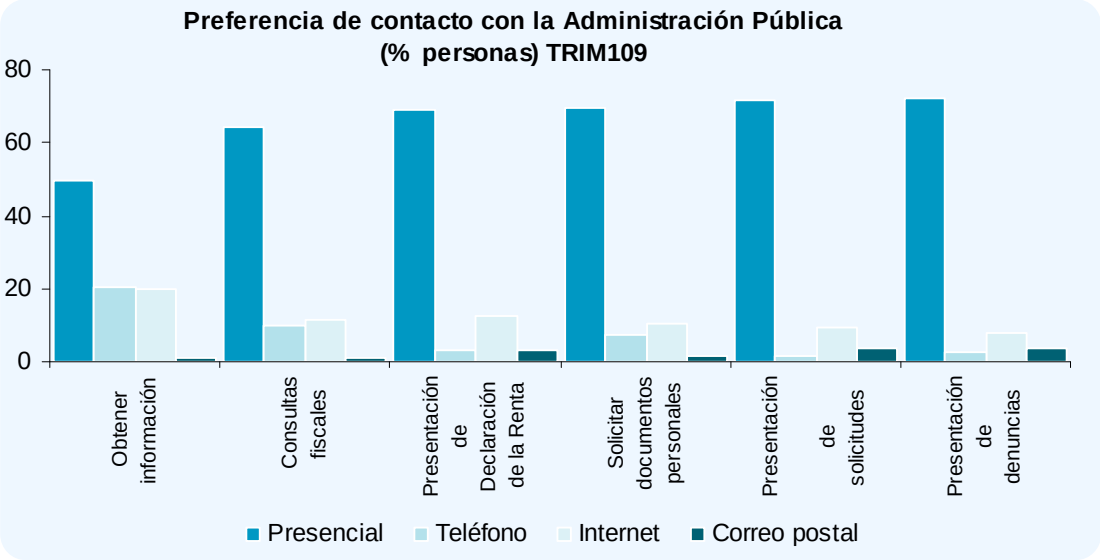
10.14. Preferencia de contacto con la Administración Pública

% de individuos	Tipo de contacto	TRIM107	TRIM307	TRIM108*	TRIM308	TRIM109
Obtener información	Presencial	46,3	47,1	45,8	49,2	49,6
	Teléfono	22,9	22,6	22,7	21,5	20,6
	Correo postal	2,0	1,7	1,7	1,2	1,1
	Internet	17,0	17,8	19,0	19,3	19,9
Presentación de Declaración de la Renta	Presencial	68,1	67,8	67,9	68,7	69,2
	Teléfono	3,4	4,3	3,4	3,0	3,1
	Correo postal	4,2	3,7	3,9	2,7	3,0
	Internet	9,4	10,1	10,5	13,7	12,6
Consultas fiscales	Presencial	62,0	61,1	62,3	64,6	64,5
	Teléfono	12,4	11,7	11,2	9,9	9,7
	Correo postal	1,2	1,3	1,5	1,3	1,3
	Internet	9,4	10,7	10,6	11,1	11,5
Solicitar documentos personales	Presencial	68,6	68,6	67,8	71,4	69,7
	Teléfono	7,8	7,0	7,8	6,6	7,2
	Correo postal	2,0	2,5	2,0	1,6	1,7
	Internet	7,6	8,8	9,6	9,8	10,2
Presentación de solicitudes	Presencial	70,1	70,2	69,5	73,0	71,5
	Teléfono	1,8	2,3	2,1	1,7	1,6
	Correo postal	5,5	4,9	4,8	3,7	3,6
	Internet	7,0	7,7	8,3	8,0	9,6
Presentación de denuncias	Presencial	71,0	71,2	70,8	74,1	72,1
	Teléfono	3,0	2,9	3,2	2,5	2,6
	Correo postal	4,4	3,8	3,6	3,0	3,4
	Internet	5,5	6,4	6,3	6,2	7,6

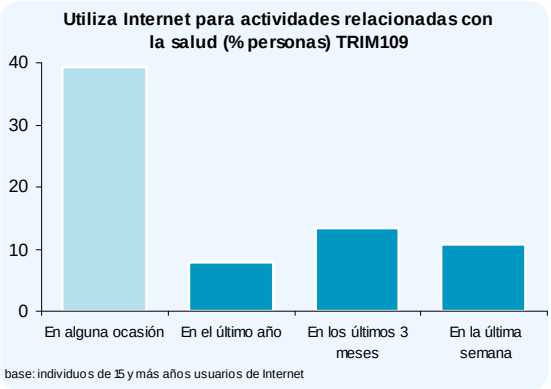
** Datos corregidos respecto al informe correspondiente a la XX oleada*

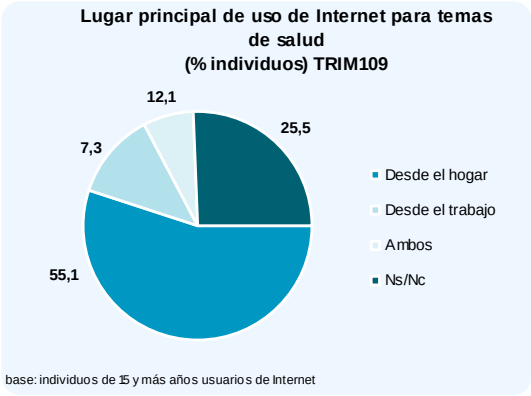
Si bien el contacto presencial sigue siendo el preferido para relacionarse con la Administración Pública, no sólo para realizar trámites sino incluso para obtener información, y aunque en el último trimestre de estudio se refuerza de nuevo esta preferencia, se observa no obstante cómo el contacto virtual a través de Internet experimenta un aumento continuo en las preferencias de los ciudadanos para contactar con la Administración.

En el primer trimestre de 2009 la preferencia de Internet como medio para obtener información de la Administración Pública alcanza un 19,9% de la población de 15 y más años.



10.15. Uso de Internet para temas relacionados con la salud





El 39,3% de los usuarios de Internet de 15 y más años de edad ha usado Internet para temas relacionados con la salud, 5 puntos porcentuales más que el año anterior. Un 13,5% lo ha hecho en los últimos tres meses y un 10,8% en la última semana.

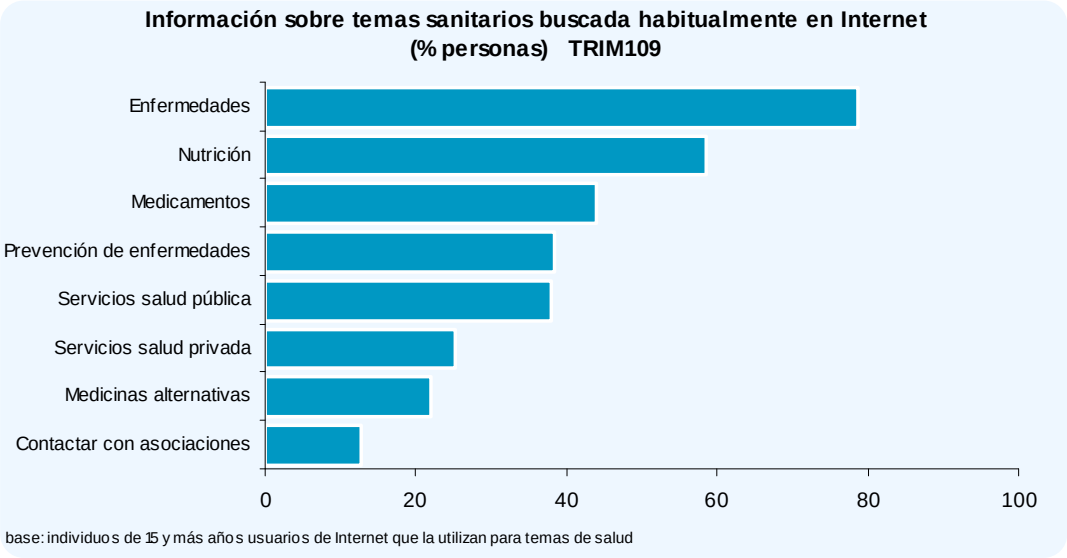
Entre quienes utilizan Internet con este fin el 55,1% lo hace desde el hogar, el 12,1% desde el trabajo y un 7,3% desde ambos lugares.

% de individuos	TRIM108	TRIM308	TRIM109
En alguna ocasión	34,4	38,8	**39,3**
En el último año	7,2	8,6	**7,9**
En los últimos 3 meses	11,9	14,3	**13,5**
En la última semana	9,1	8,3	**10,8**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet

	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Desde el hogar	53,1	52,6	**55,1**
Desde el trabajo	14,1	12,2	**12,1**
Ambos	6,2	6,7	**7,3**
Ns/Nc	26,6	28,5	**25,5**

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet



La información relacionada con la salud más buscada habitualmente en Internet es la referida a enfermedades, lo cual es realizado por el 78,7% de los que han usado Internet con este propósito. Los siguientes tipos de información sobre salud más frecuentes son: la relacionada con la nutrición, la alimentación y los estilos de vida saludables (58,5%), con los medicamentos (43,9%), con la prevención de enfermedades y promoción de la salud (38,5%) y sobre instituciones y servicios de salud pública (38%) y de salud privada (25,3%).

% de individuos	TRIM108	TRIM308	TRIM109
Enfermedades	79,9	84,1	78,7
Nutrición	57,9	60,6	58,5
Medicamentos	39,0	44,9	43,9
Prevención de enfermedades	33,9	38,5	38,5
Servicios salud pública	36,3	38,0	38,0
Servicios salud privada	25,8	24,3	25,3
Medicinas alternativas	22,3	25,8	21,9
Contactar con asociaciones	9,3	10,1	12,8

base: individuos de 15 y más años usuarios de Internet que lo utilizan para temas de salud

11. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

11.1. Alcance del estudio

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

Red.es realiza desde 2003 un estudio que analiza la demanda de servicios de telecomunicaciones y Sociedad de la Información en los hogares españoles. Ofrece indicadores sobre penetración de equipos, servicios y tecnologías, niveles de consumo y gasto medio, así como usos y actitudes hacia la tecnología, clasificados en cinco ámbitos: telefonía fija, telefonía móvil, Internet, Audiovisual y TV de pago, y equipamiento de dispositivos TIC.

Este análisis de la demanda del segmento residencial y de los usos por los individuos dentro y fuera del hogar, permite mejorar el conocimiento del sector completando los estudios e indicadores realizados por otros organismos e instituciones sobre la oferta de servicios y el uso tanto en el ámbito residencial como empresarial.

11.2. Ficha técnica

***Universos*:** Han sido actualizados para el año 2009 conforme al aumento de población en España, con los siguientes resultados: 16.650.518 hogares. Individuos de 15 y más años de edad: 38,145 millones. Individuos de 10 y más años: 40,203 millones.
Los datos publicados en este informe trimestral hacen referencia a individuos de 15 y más años, excepto en algún caso en el que se especifica que se hace referencia a la población de 10 y más años.

***Muestra**:* 3.124 hogares y 6.657 individuos de 10 y más años entraron en tabulación de encuestas. 2.805 hogares reunieron los requisitos para entrar en tabulación de facturas.

Ámbito: Península, Baleares y Canarias

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

Cuestionarios: Además de la recogida trimestral de facturas, cada seis meses tiene lugar una encuesta postal a los miembros de la muestra panel que incluye un cuestionario de hogar y otro individual dirigido a todos sus miembros de 10 y más años de edad. El primer cuestionario recoge datos del equipamiento tecnológico del hogar y el segundo usos, hábitos y actitudes de los individuos.

Trabajo de campo: El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa Taylor Nelson Sofres (TNS). La recogida de facturas del período Enero-Marzo 2009, se ha dado por finalizada durante el mes de Mayo de 2009.

Error muestral: 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 son de ±1,75% para hogares y de ±1,2% para individuos.