

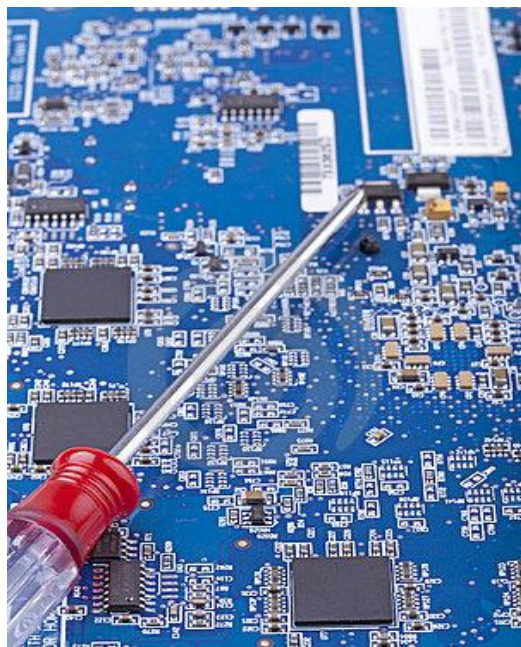
Las TIC en los hogares españoles

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



LIII Oleada
Julio-Septiembre 2016

Madrid, Febrero de 2017



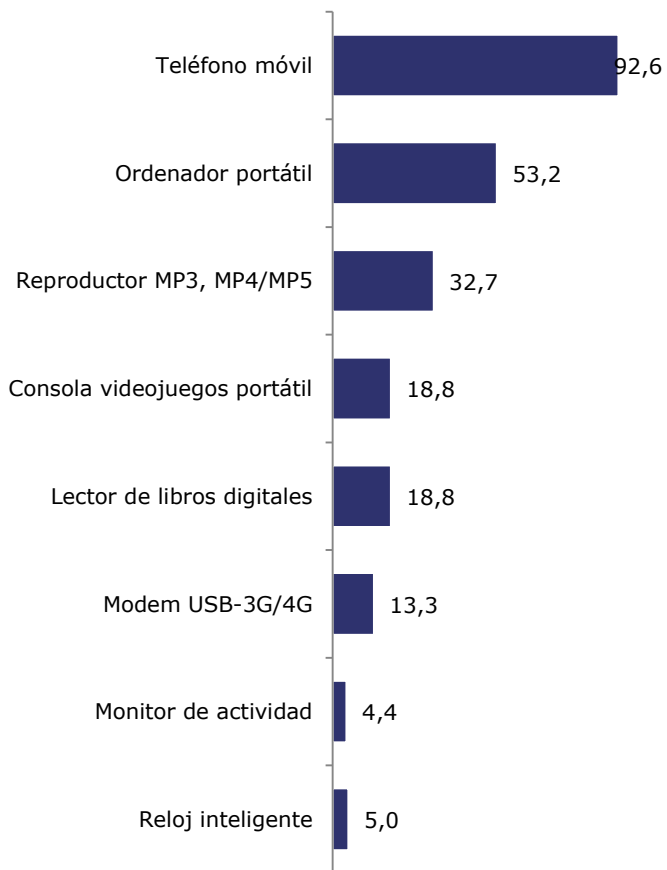
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	78



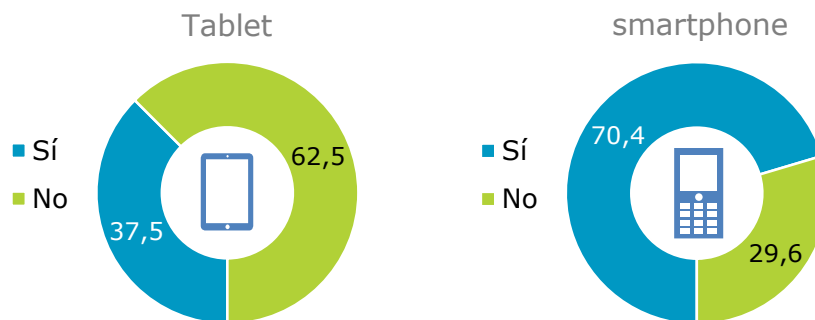
Equipamiento de los individuos

%

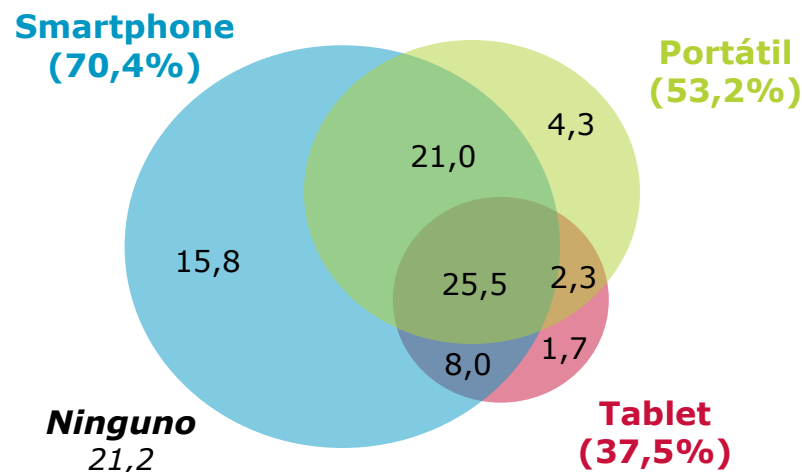
Productos



Penetración



Convivencia dispositivos



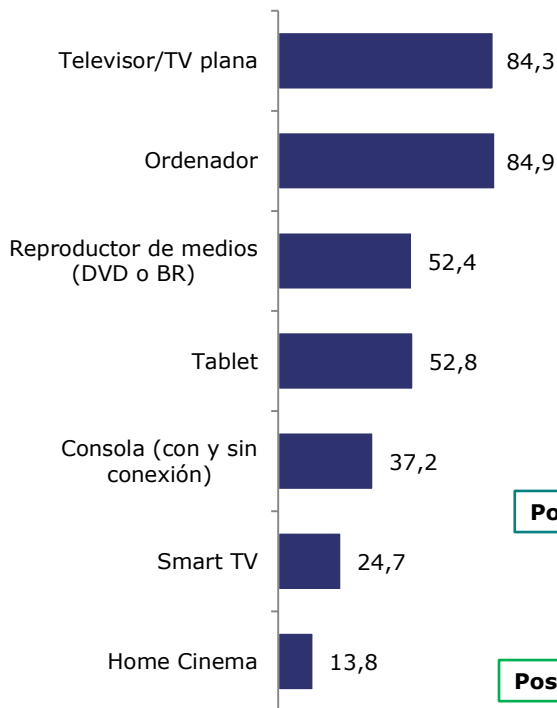
BASE: Individuos de 15 años o más que disponen de alguno de estos dispositivos



Equipamiento de los hogares

%

Productos



Poseen 4 servicios

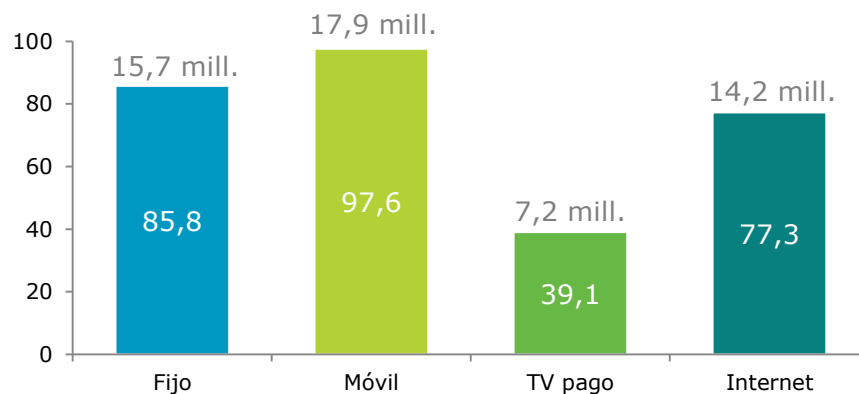
Poseen 3 servicios

Poseen 2 servicios

Poseen 1 servicio

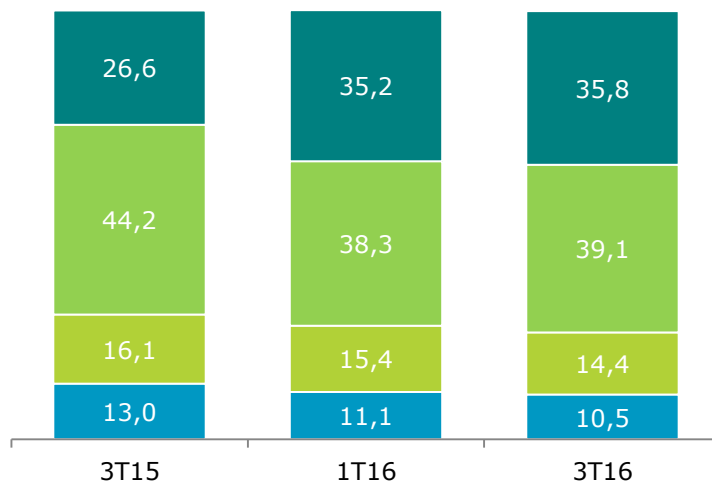
Sin servicios 0,2% de hogares

Servicios



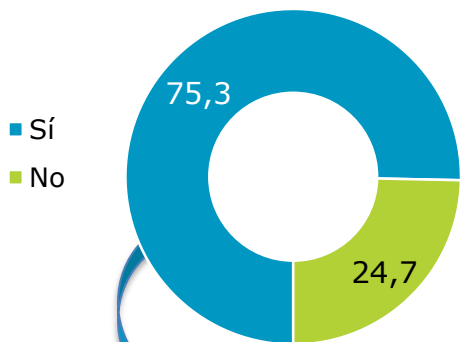
BASE: Total hogares
Número de hogares que disponen del servicio

Servicios por hogar



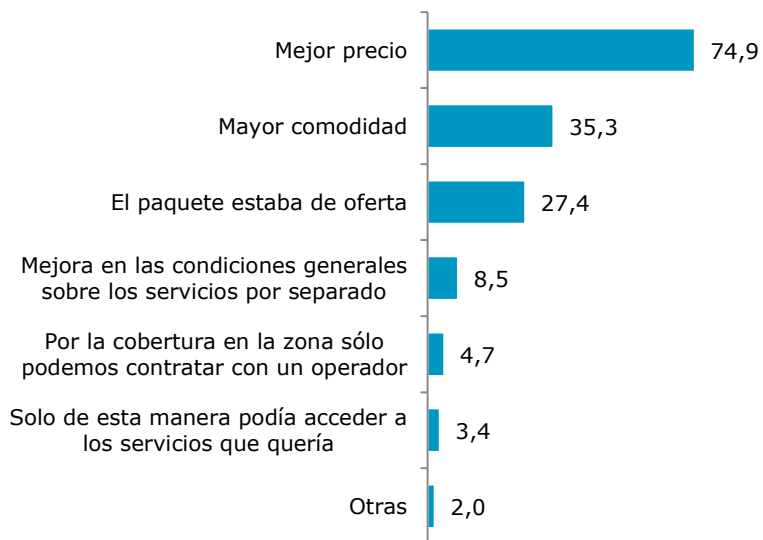
%

¿Contrata los servicios en forma de paquete?



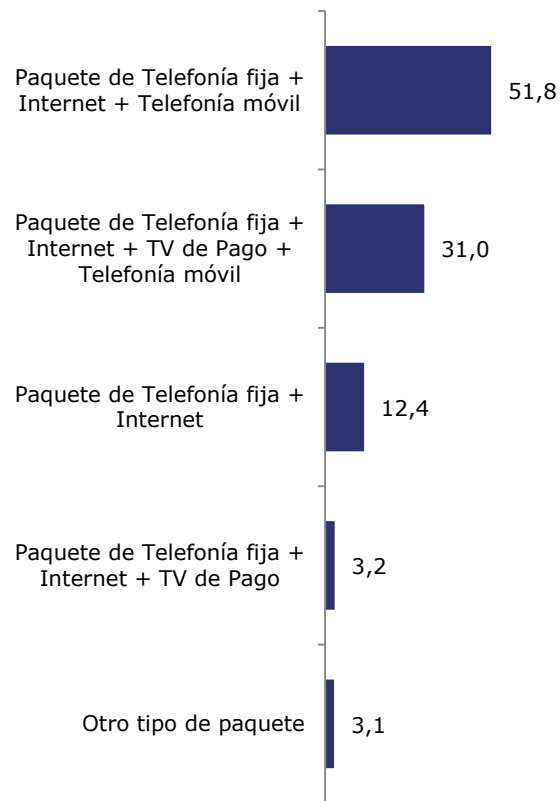
BASE: Total hogares

¿Por qué?



BASE: Hogares con paquete

Paquetes más frecuentes



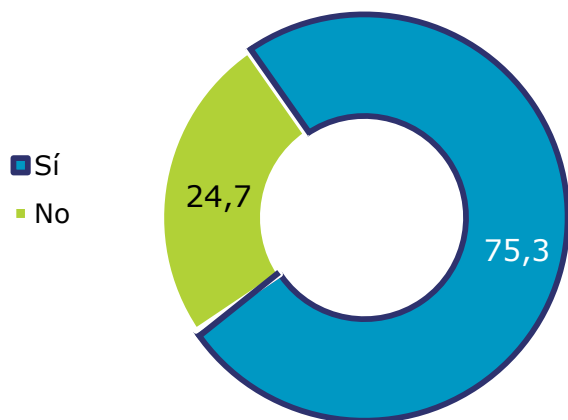
* respuesta múltiple, en un mismo trimestre puede haber cambio en el tipo de paquete contratado

BASE: Hogares con paquete



%

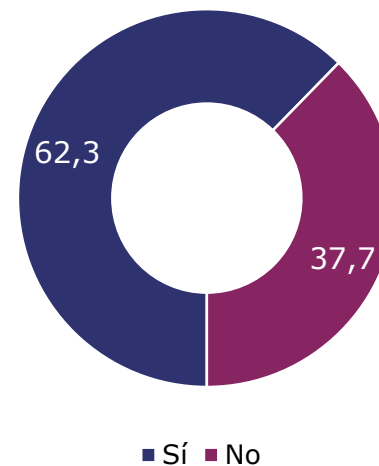
¿Contrata los servicios en forma de paquete?



BASE: Total hogares



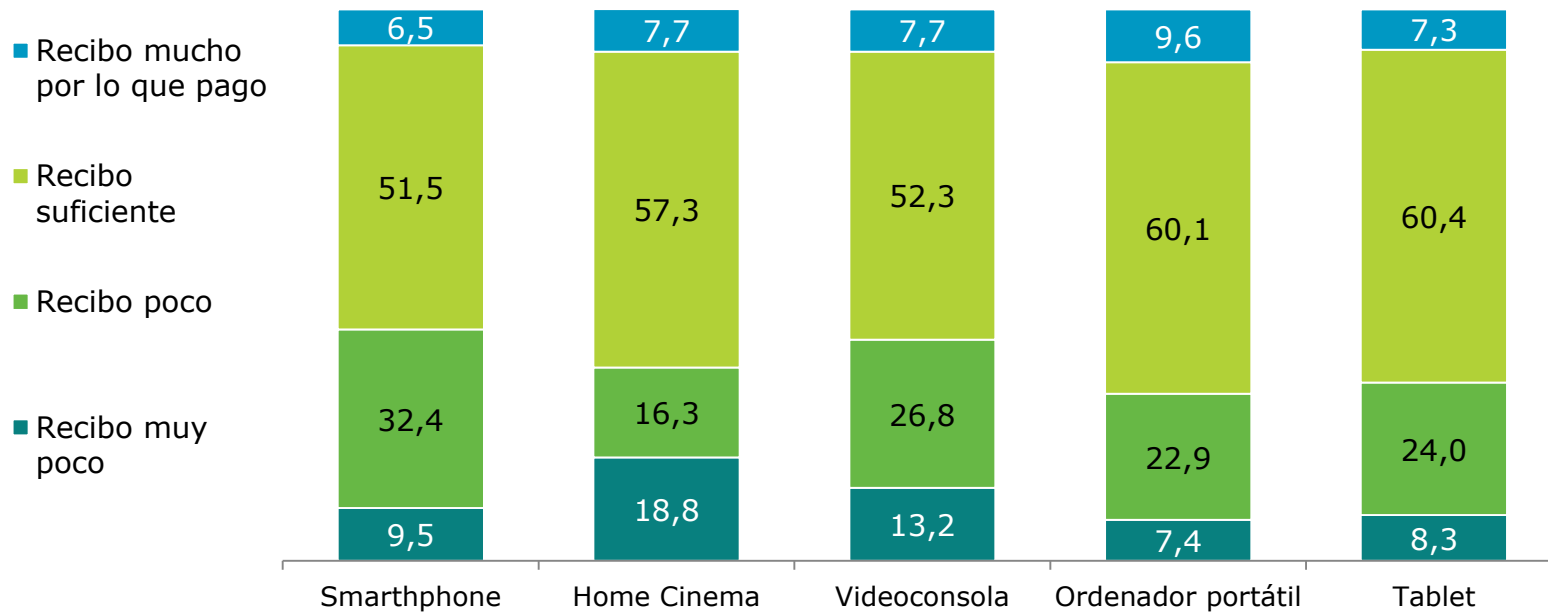
Líneas móviles contratadas en paquete



BASE: Líneas móviles



Relación entre precio y utilidad de los equipamientos



Equipamiento:

A nivel individuo, el **teléfono móvil** es el dispositivo con **mayor penetración** ya que nueve de cada diez individuos (92,6%) disponen de al menos uno. Le sigue el **ordenador portátil**, más de la mitad de la población. El reproductor MP3/MP4/MP5 está disponible para el 32,7% de las personas de 15 años o más. El resto de equipamientos analizados a nivel individuo como la consola de videojuegos portátil, el lector de libros digitales o el modem USB-3G/4G tienen penetraciones por debajo del 20%.

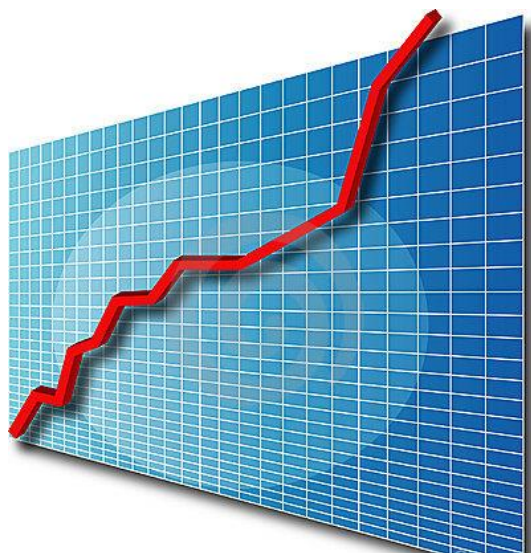
A nivel hogar, los equipamientos más presentes son el **televisor de pantalla plana y el ordenador**, disponibles en casi el 85% de los hogares. Más de la mitad de los hogares tienen reproductor de medios (DVD/Blue Ray) o tablet (52,4% y 52,8% respectivamente). El 37,2% de los hogares posee consola de videojuegos y casi uno de cada cuatro disponen de Smart TV.

De los cuatro servicios TIC analizados en el hogar, la telefonía móvil alcanza el 97,6% de penetración, la telefonía fija el 85,8%, Internet el 77,3% y la televisión de pago el 39,1%. En el tercer trimestre de 2016 aumenta el número de servicios contratados en el hogar: el 35,8% tiene contratados los cuatro servicios TIC y el 39,1% dispone de tres.

Esta convivencia de servicios TIC en el hogar, en la mayoría de los casos, se hace bajo contratación conjunta, así tres de cada cuatro hogares (75,3%) tiene contratado algún paquete de servicios TIC. Esto se hace principalmente por la mejora de los precios y por comodidad. Los paquetes que con mayor frecuencia se contratan en el hogar son: el que incluye telefonía fija, telefonía móvil e Internet (51,8%), y el que incluye los cuatro servicios TIC (31%). Tres de cada cuatro hogares tienen paquetizado el servicio de telefonía móvil.

Los dispositivos que mejor valorados están en relación precio-utilidad siguen siendo el ordenador portátil y la tableta, de forma que un **69,7%** y un **67,7%** respectivamente de la población considera que reciben mucho o suficiente por lo que pagan por estos dispositivos.

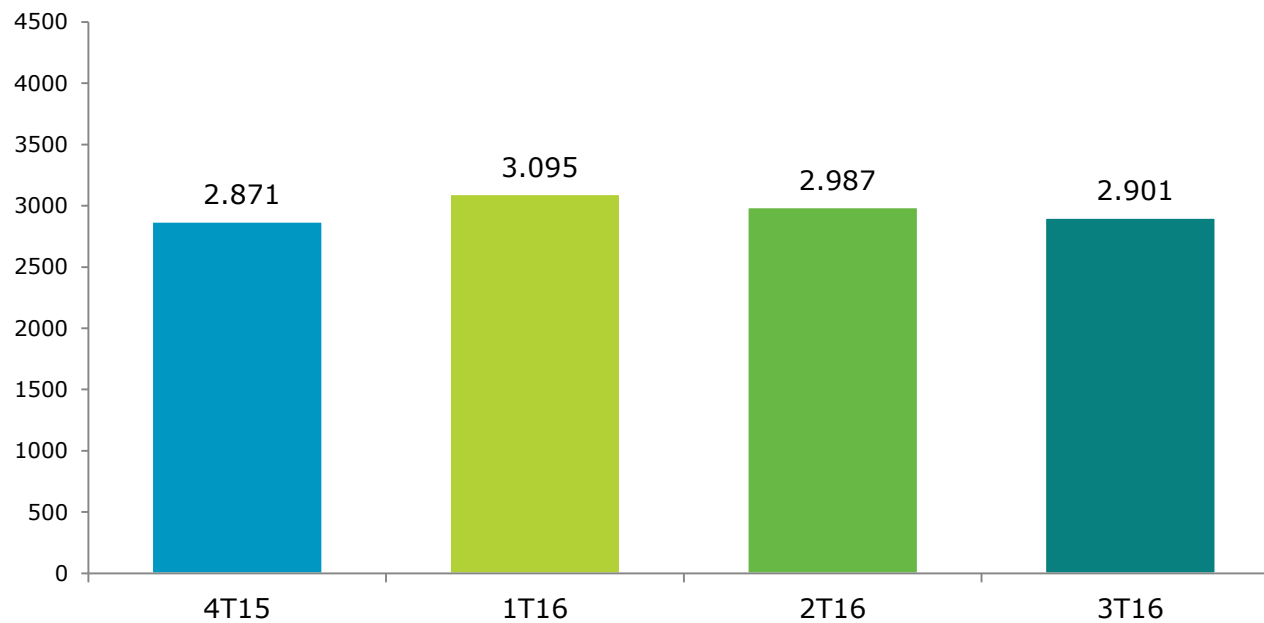




	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



Gasto nacional (Millones de €) (Excluido IVA)



* Datos en millones de Euros / Trimestre

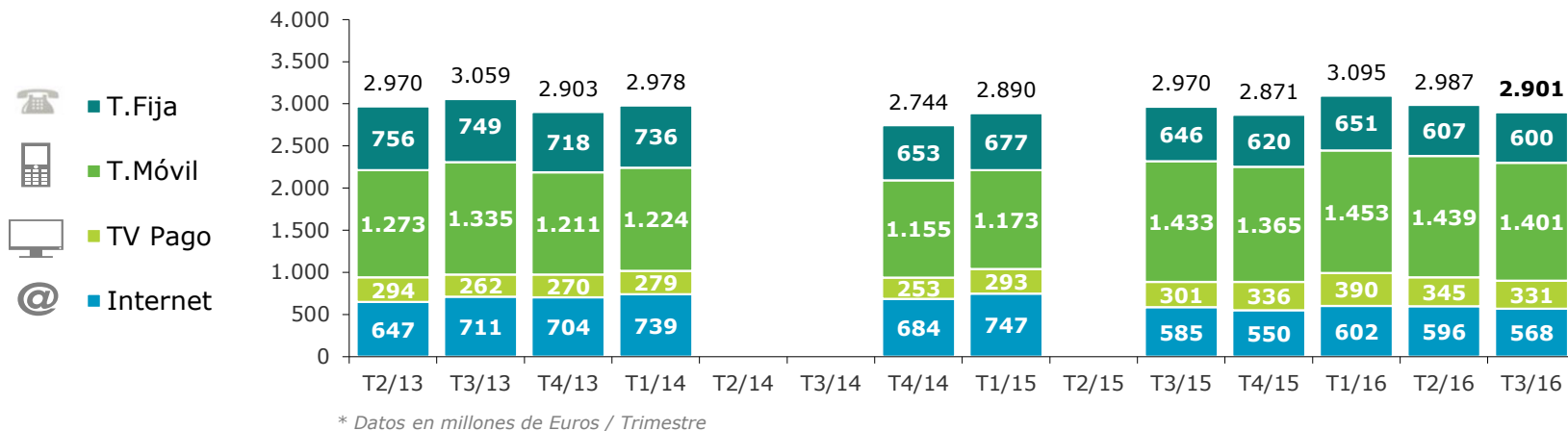


Gasto total nacional | por mercado

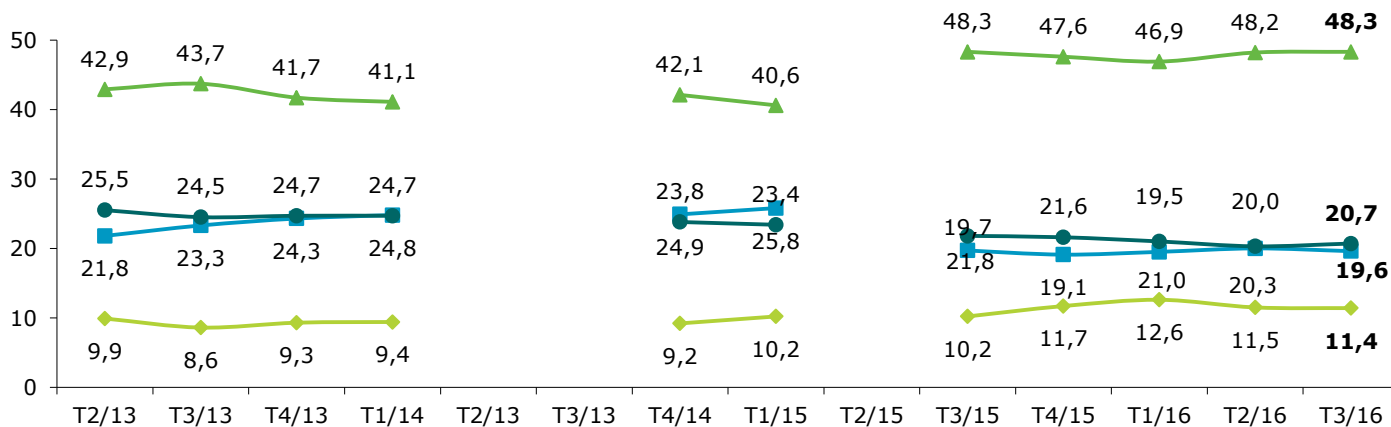
2



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



Porcentaje de gasto TIC por servicio

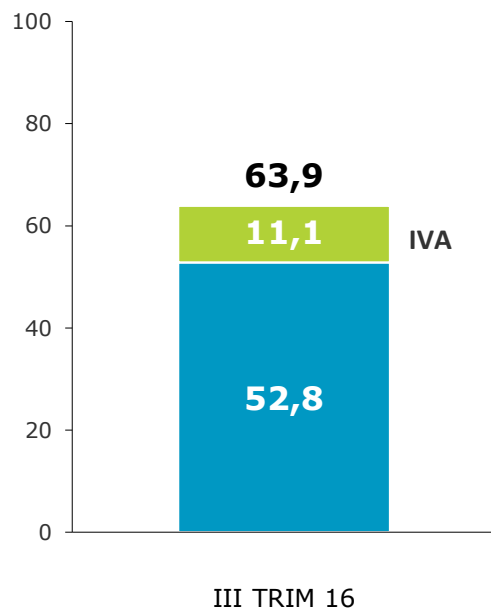


Gasto medio por hogar

2

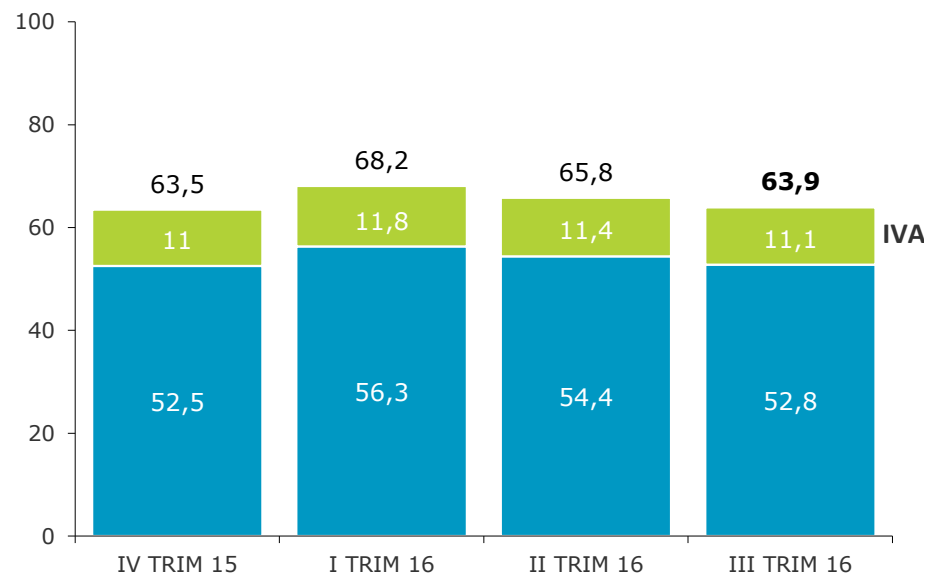


Gasto medio por hogar (€)
(IVA Incluido)



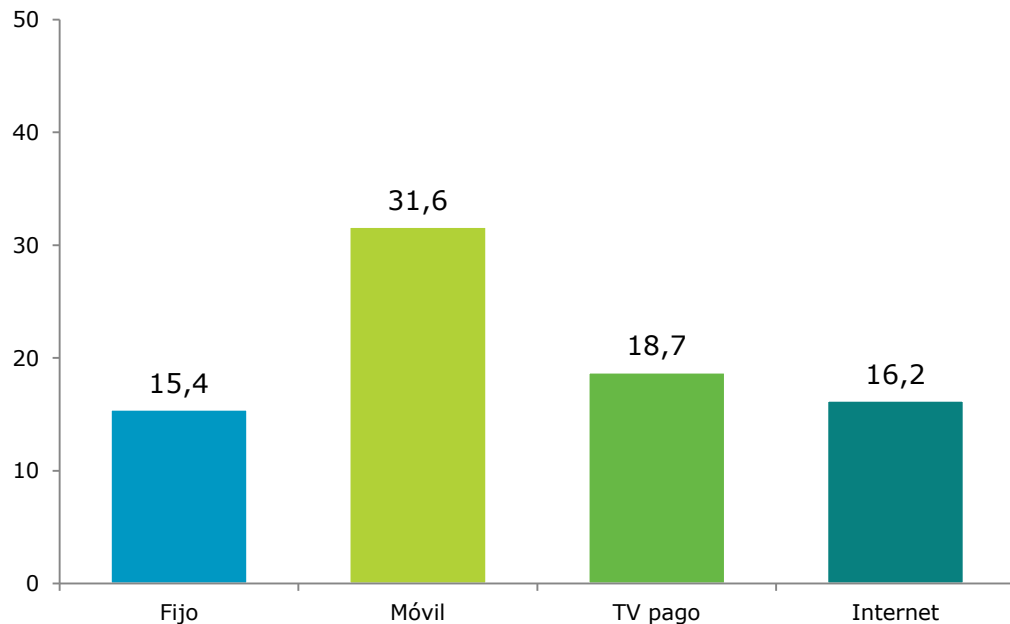
* Datos en Euros / Mes (con IVA)

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



Gasto medio por hogar (IVA incluido)

* Datos en Euros / Mensuales

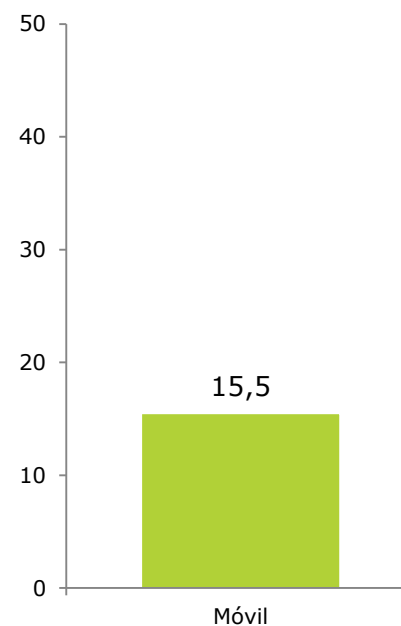


III TRIM 16

BASE: Hogares que disponen de cada servicio

Gasto medio por individuo (IVA incluido)

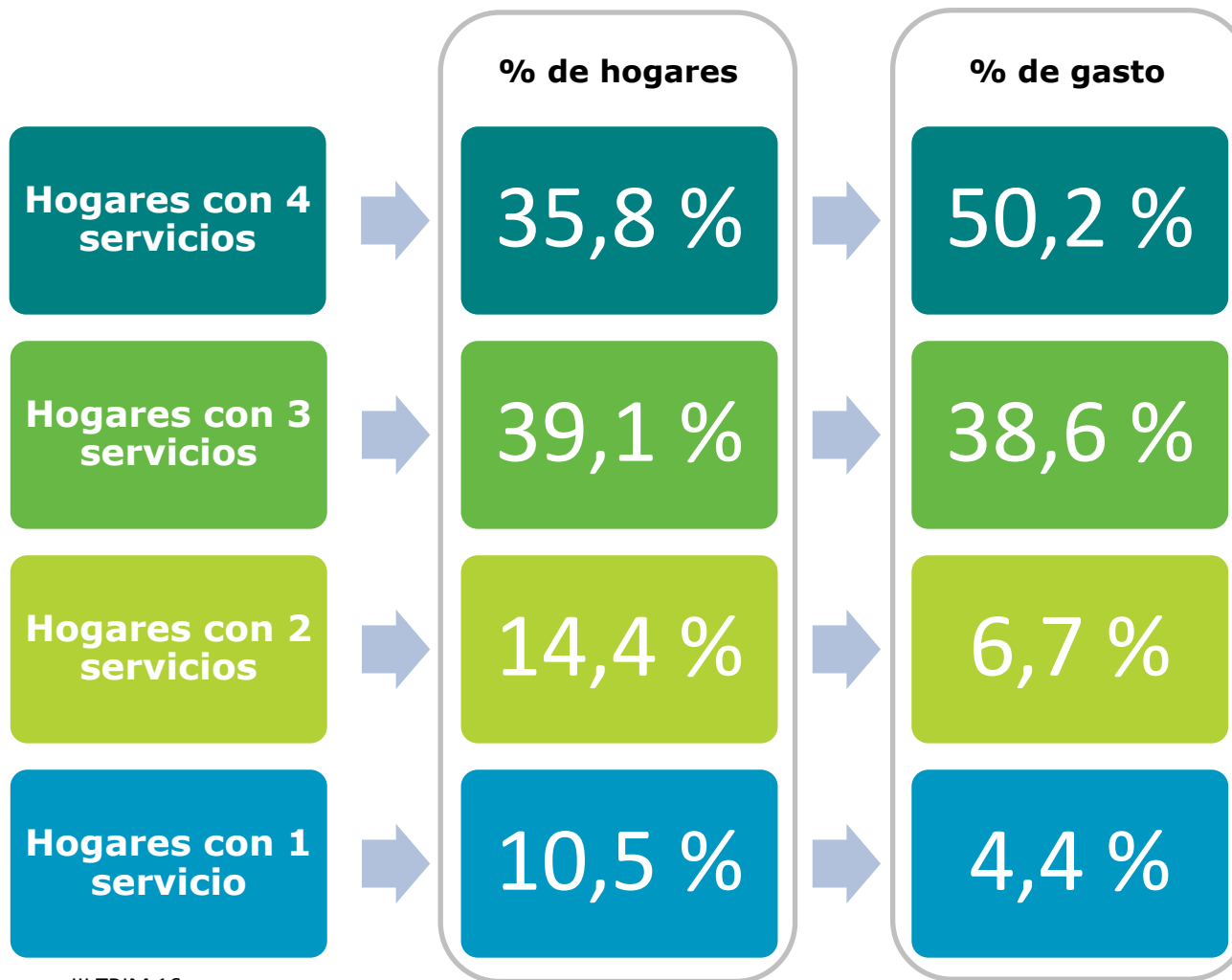
* Datos en Euros / Mensuales



III TRIM 16

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

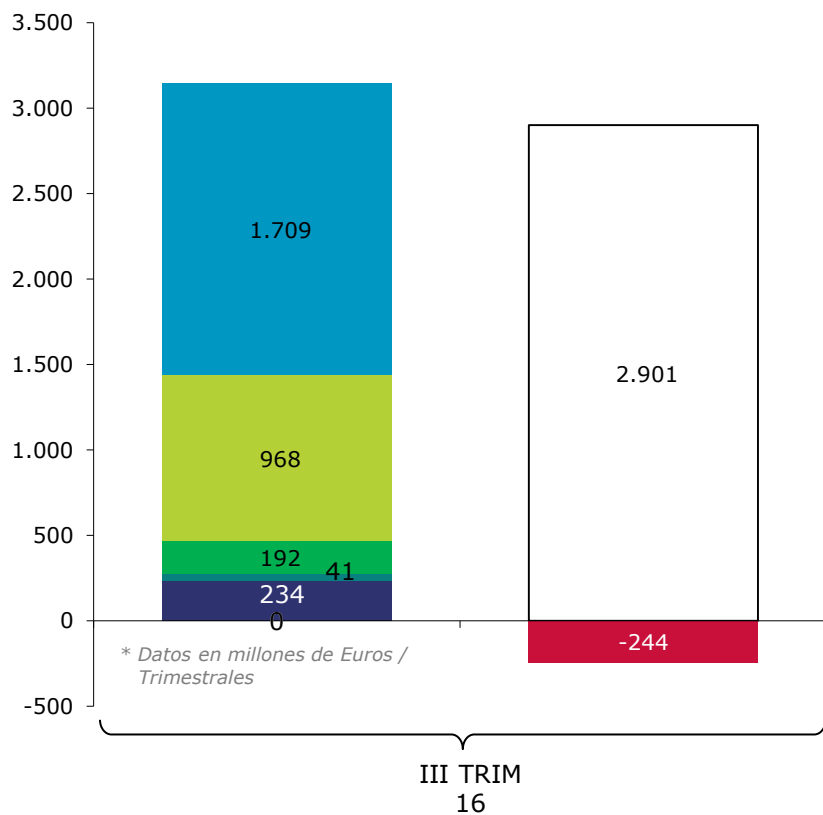




III TRIM 16



Gasto total nacional desglosado por conceptos (Excluido IVA)

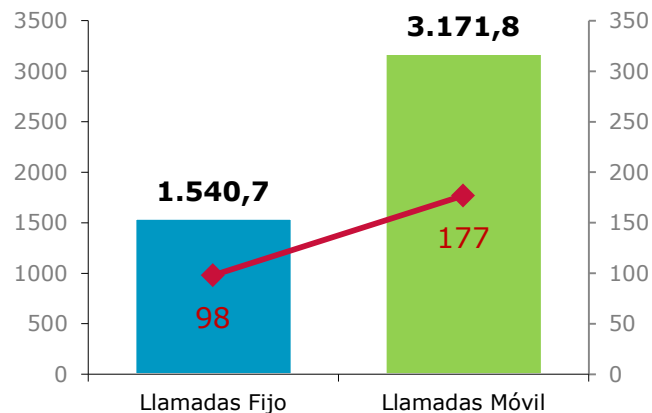


- Cuotas de Paquete
- Otras cuotas mensuales
- Otros conceptos
- Consumos fijo
- Consumos móvil
- Consumos TV
- Descuentos



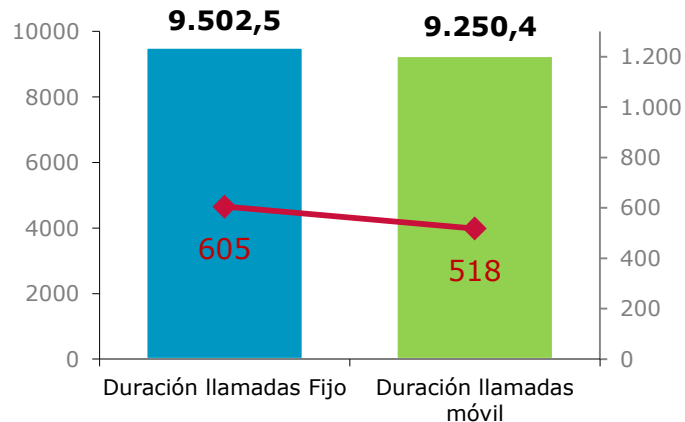


Número de llamadas



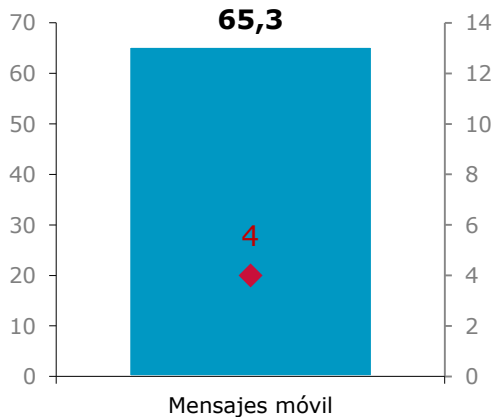
Nacional: Millones de llamadas / Trimestre
 Hogar: Llamadas / Trimestre
 BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

Duración de llamadas



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

Consumo SMS/MMS



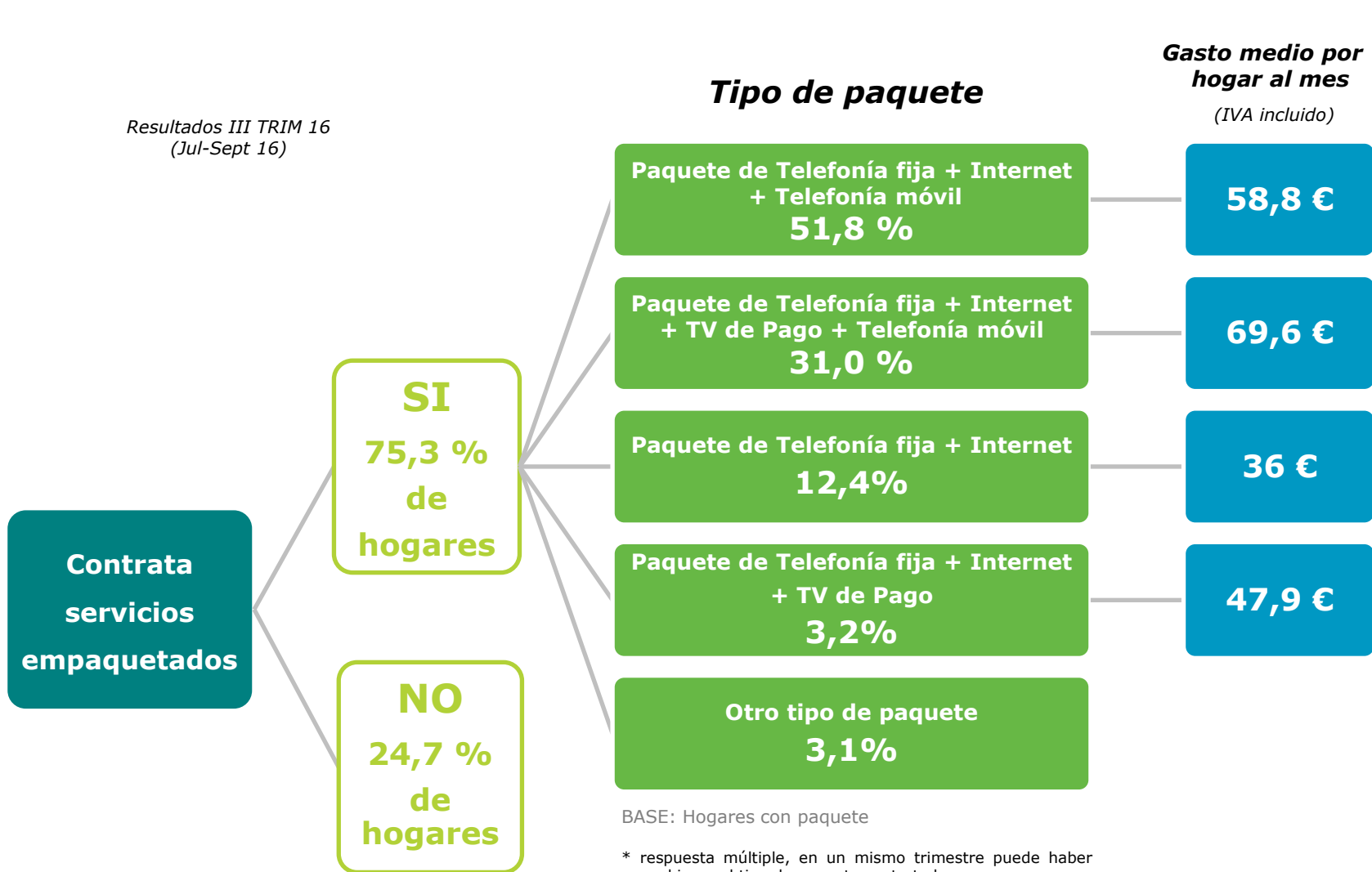
Nacional: Millones de mensajes / Trimestre
 Hogar: Mensajes / Trimestre

BASE: Total hogares con móvil

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



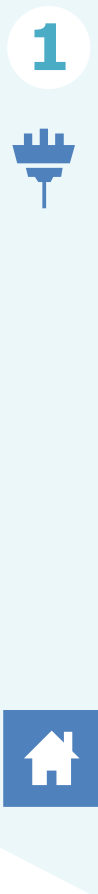
Resultados III TRIM 16
(Jul-Sept 16)



BASE: Total hogares

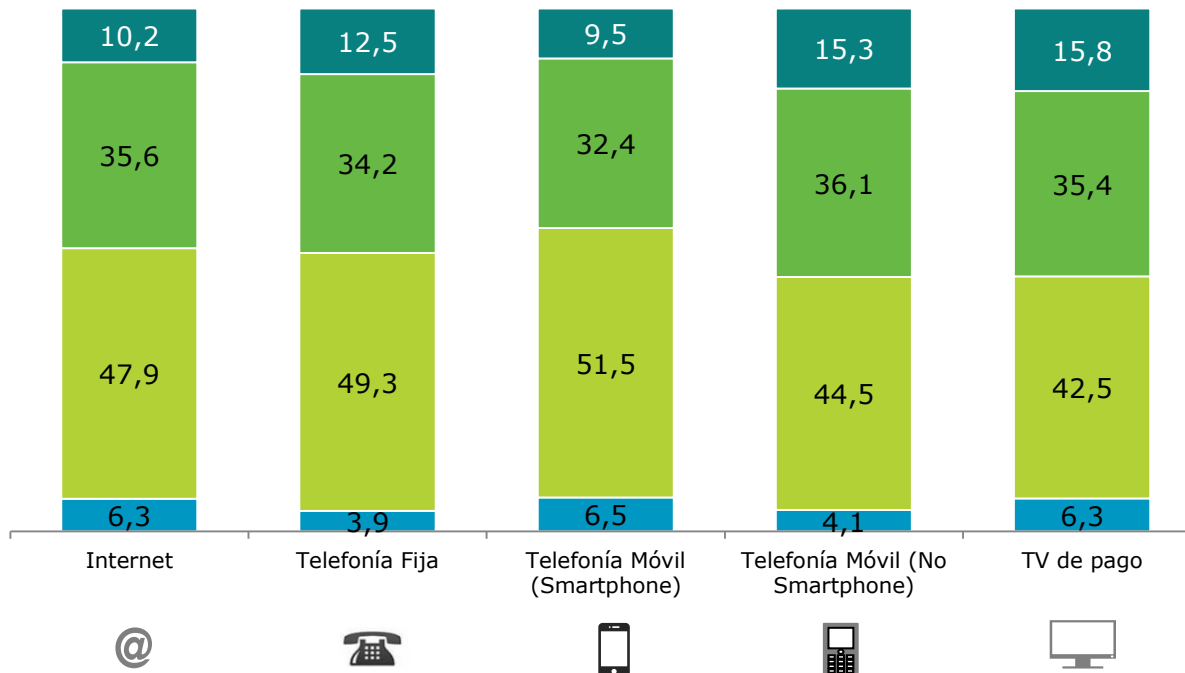
BASE: Hogares con paquete

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



Relación entre precio y utilidad de los servicios

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



Resultados III TRIM 16
(Jul-Sept 16)

Evolución del gasto:

En el tercer trimestre de 2016, el gasto total nacional en servicios TIC desciende 2,3% respecto al mismo trimestre del año anterior situándose en **2.901 millones de euros**.

Un 48,3% de ese gasto corresponde a la **telefonía móvil** mientras que **Internet** y la **telefonía fija** representan en torno al 20% del gasto cada uno, la **televisión de pago** pierde un poco de relevancia en lo que se refiere a volumen de gasto sobre las TIC apenas superando el 10% del mismo.

En términos absolutos, la TV de pago alcanza los 331 millones de euros (9,9% de crecimiento interanual); la telefonía fija baja respecto al año anterior un 7,1% y se sitúa en los 600 millones de euros; Internet y la telefonía móvil tienen valores de 568 y 1.401 millones de euros, con descensos de 2,9% y 2,2% respectivamente.

Distribución de servicios por hogar:

A nivel hogar, el **gasto medio** en el tercer trimestre de 2016 en servicios TIC es de **63,9€**. Desglosado por tipo de servicio contratado, el gasto mensual en telefonía fija es de 15,4€; el de telefonía móvil es de 31,6€; 18,7€ el de televisión de pago y 16,2€ el de Internet; siendo el gasto promedio por individuo en telefonía móvil de 15,5€ al mes.

En cuanto a la penetración y gasto de servicios TIC contratados en el hogar, se observa que el 39,1% de los hogares tienen tres servicios contratados y acumulan el 38,6% del gasto total TIC, mientras que el 35,8% de los hogares cuenta con los cuatro servicios TIC y tienen un gasto asociado del 50,2% del total.

En cuanto a la **paquetización o contratación conjunta de servicios TIC**, se observa como el gasto medio asociado a los hogares con el paquete más frecuente contratado (telefonía fija + Internet + telefonía móvil) asciende a 58,8 euros al mes, mientras que el paquete que incluye los cuatro servicios TIC tiene un gasto medio de 69,6 €, IVA incluido.



Análisis del consumo:

El desglose del gasto total en servicios TIC esta fundamentalmente distribuido en cuotas, ya sean **cuotas de paquetes** (1.709 millones de euros) u **otras cuotas mensuales** (968 millones de euros).

Siguen siendo significativos tanto el gasto que se realiza en consumos móviles (234 millones de euros) y otros conceptos como la compra del terminal o el seguro del mismo (192 millones de euros). El volumen de descuentos sobre el gasto es de 244 millones de euros.

Como el trimestre anterior, aunque se realizan mayor número de llamadas desde el dispositivo móvil que desde el teléfono fijo, éstas tienden a ser más breves.



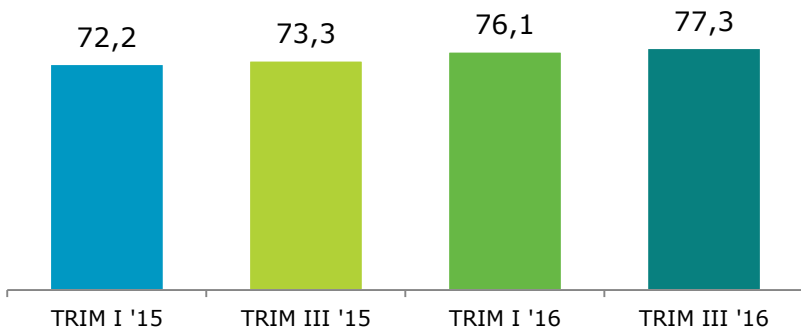


	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60

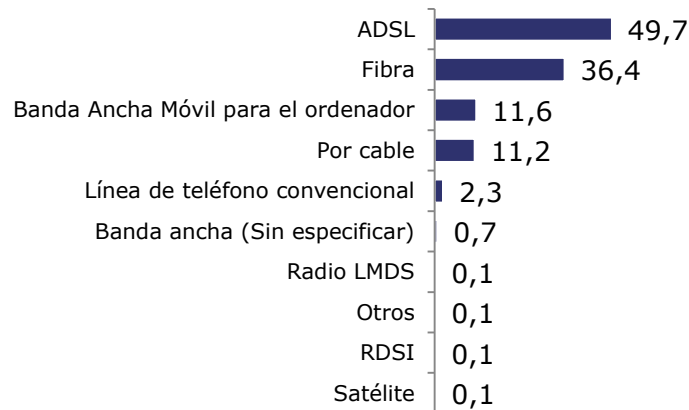


%

Penetración de Internet

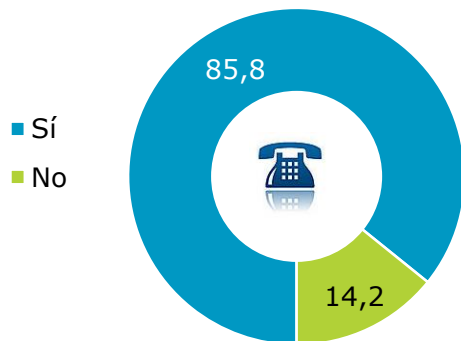


Tipo de conexión

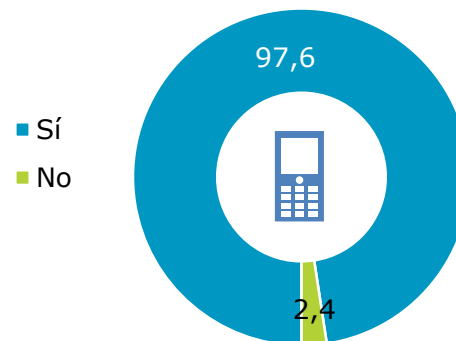


BASE: Total hogares con conexión a Internet

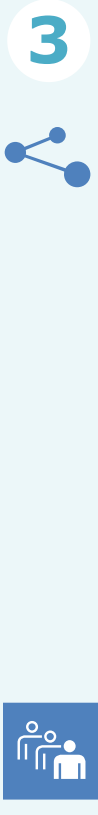
Penetración Fijo



Penetración Móvil

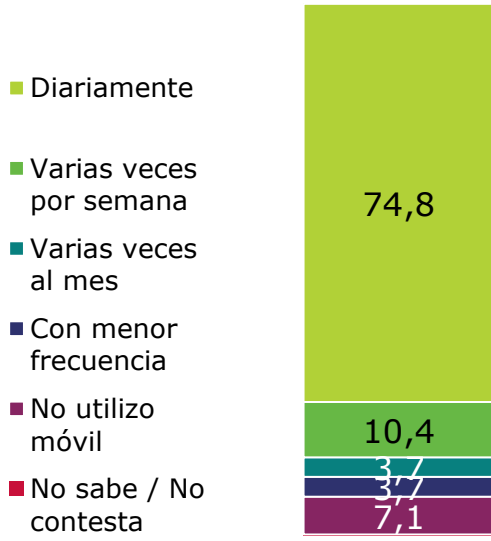


3



%

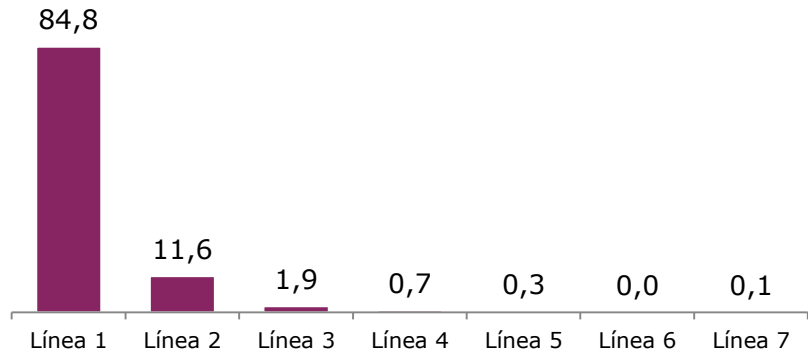
Frecuencia Uso Móvil



Usuarios Móvil

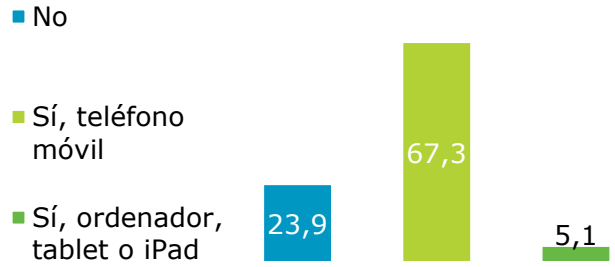
36.374.231 (92,6%)

Nº líneas contratadas



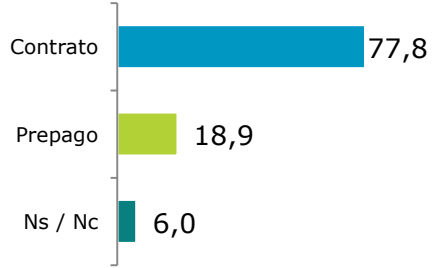
BASE: Usuarios de móvil

Uso Internet móvil



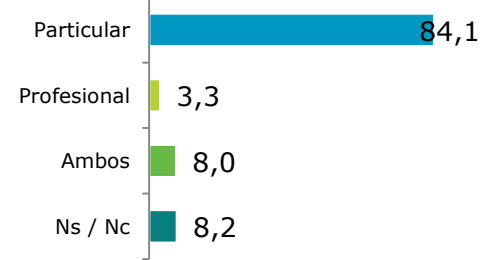
BASE: Individuos de 15 años o más

Modalidad contratación (líneas)



BASE: Total líneas

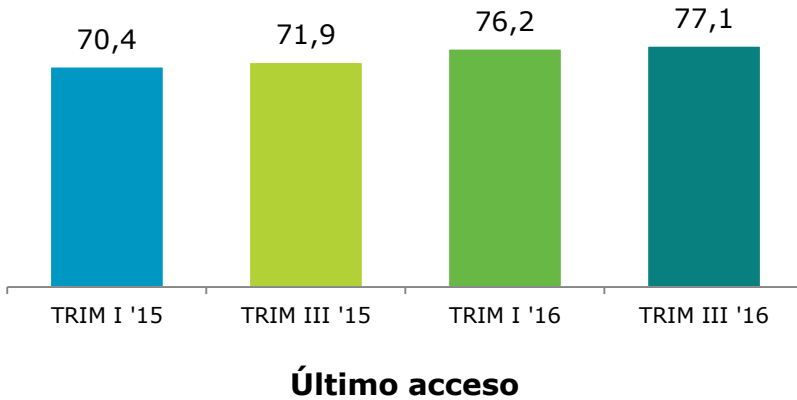
Uso (líneas)



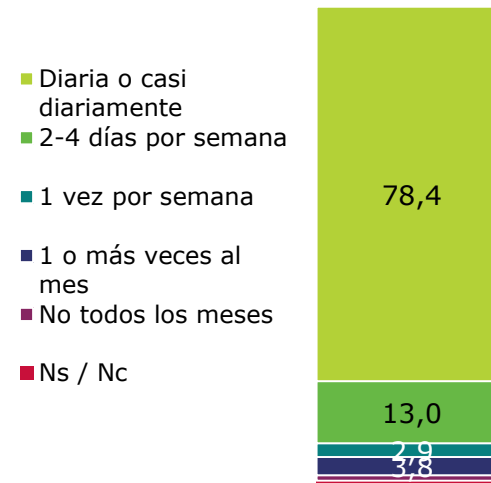
BASE: Total líneas

%

Penetración de uso de Internet (Último mes)

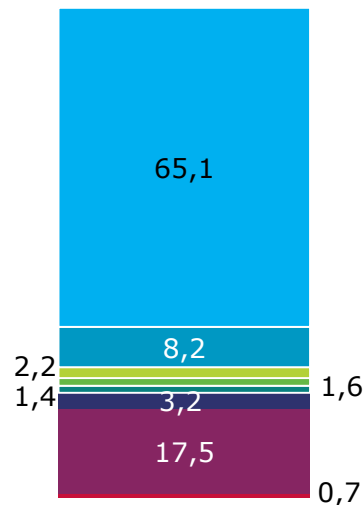


Frecuencia de uso (Último trimestre)



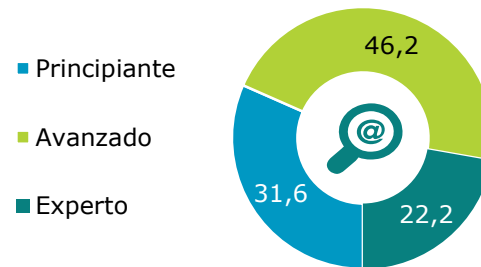
BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

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



BASE: Individuos de 15 años o más

Manejo y uso de Internet

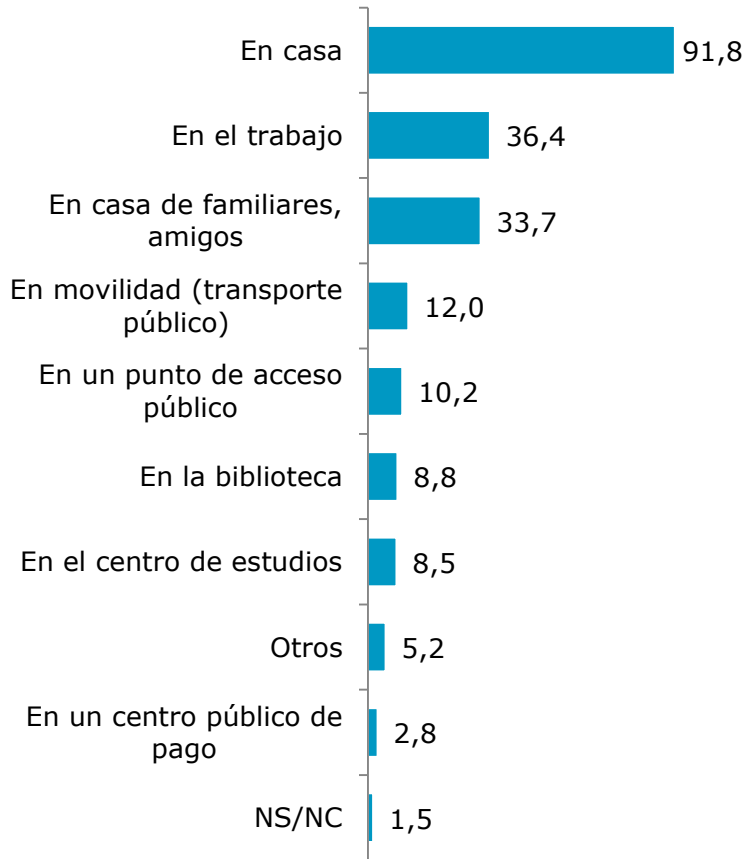


BASE: Usuarios de Internet

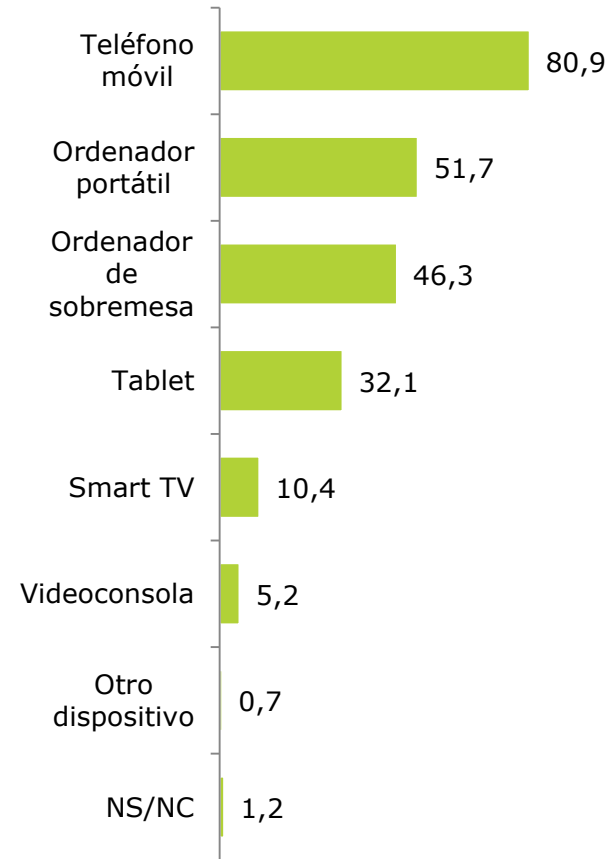


%

Lugares de acceso



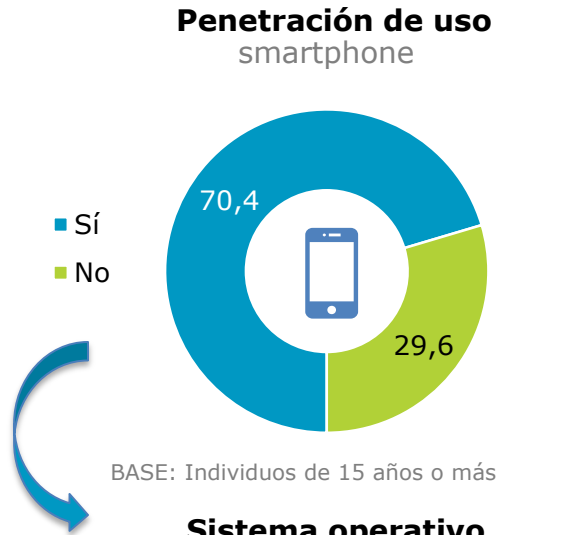
Dispositivos de acceso



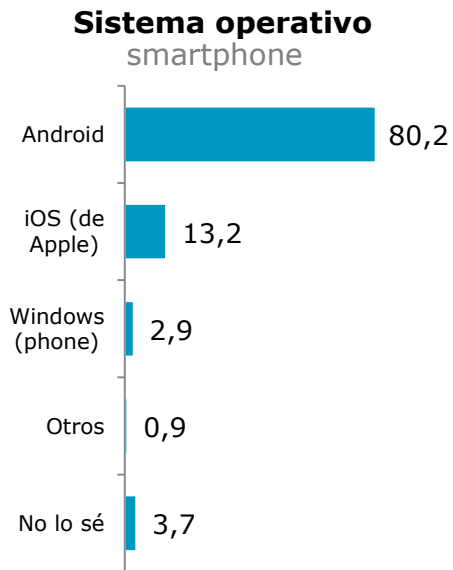
3



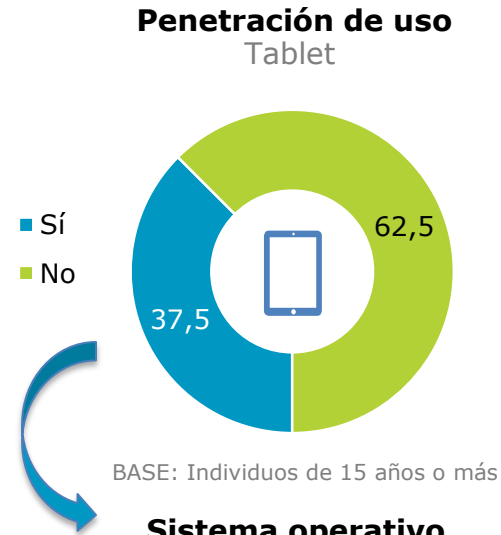
%



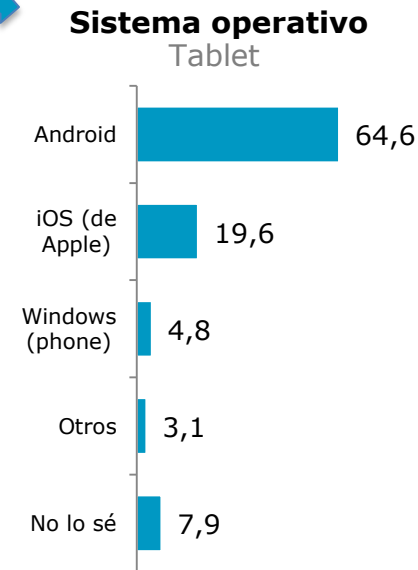
BASE: Individuos de 15 años o más



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone



BASE: Individuos de 15 años o más

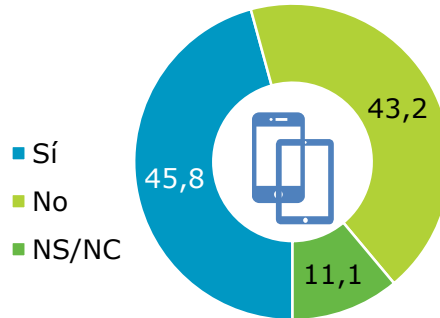


BASE: Individuos de 15 años o más con Tablet



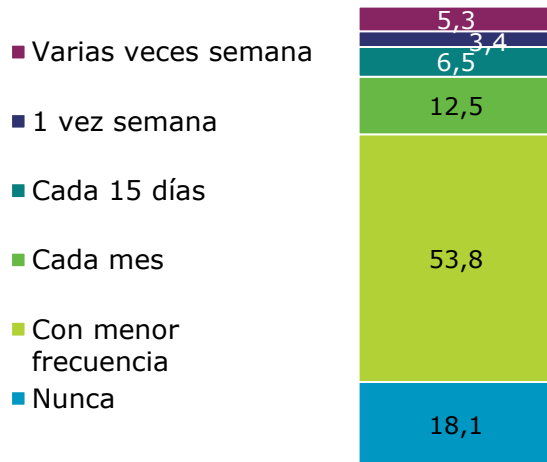
%

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



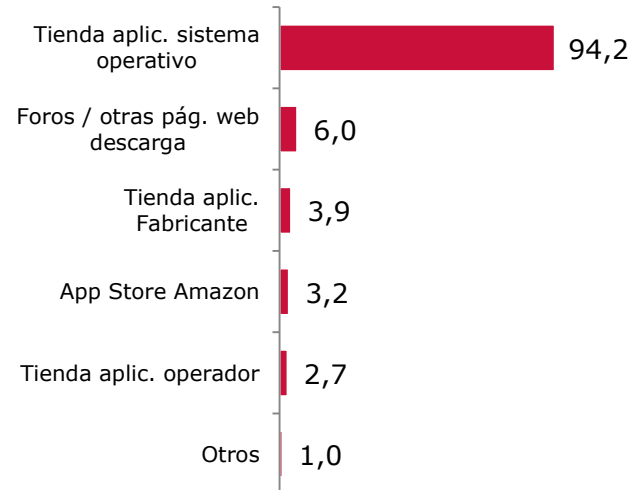
BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

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



Formas de conectarse

La conexión a **Internet** continua aumentando, y alcanza ya el 77,3% de penetración entre los hogares españoles. El acceso es generalmente vía **ADSL** (49,7%) aunque poco a poco se va sustituyendo por el acceso a través de **fibra óptica** (36,4%).

Prácticamente tres de cada cuatro individuos de 15 o más años usa el teléfono **móvil a diario** (74,8%). El 67,3% de la población utiliza su terminal para **acceder a Internet**. Sigue habiendo una clara preferencia por contratar la telefonía móvil (77,8%) frente a la modalidad de prepago (18,9%).

El 78,4% de los usuarios de Internet de los últimos tres meses acceden diariamente a la Red, y en cuanto al dispositivo de acceso, el teléfono móvil es el más frecuente (80,9%), seguido por el ordenador, tanto portátil como fijo (51,7% y 46,3% respectivamente) y la tableta (32,1%). El resto de dispositivos tienen un uso más marginal, no superando el 11%.

El lugar de acceso suele ser el propio hogar con mayor frecuencia (91,8%), el trabajo y las casas de amigos o familiares suelen ser otros lugares también frecuentes para conectarse a Internet (36,4% y 33,7% respectivamente).

Smartphones y tabletas

Los smartphones siguen ganando protagonismo, siete de cada diez personas de 15 o más años (70,4%) poseen uno de estos dispositivos, de los cuales más del 80% funcionan con sistema operativo **Android**.

Las **tabletas** están en manos de uno de cada tres individuos de 15 o más años (37,5%). Aunque no tan claramente como con los smartphone, en las tabletas también domina **Android** (64,6%) como sistema operativo, **iOS** llega casi a una de cada cinco tabletas.

Casi la mitad de usuarios con smartphone o tablet (45,8%) descarga aplicaciones en su dispositivo en el último mes.





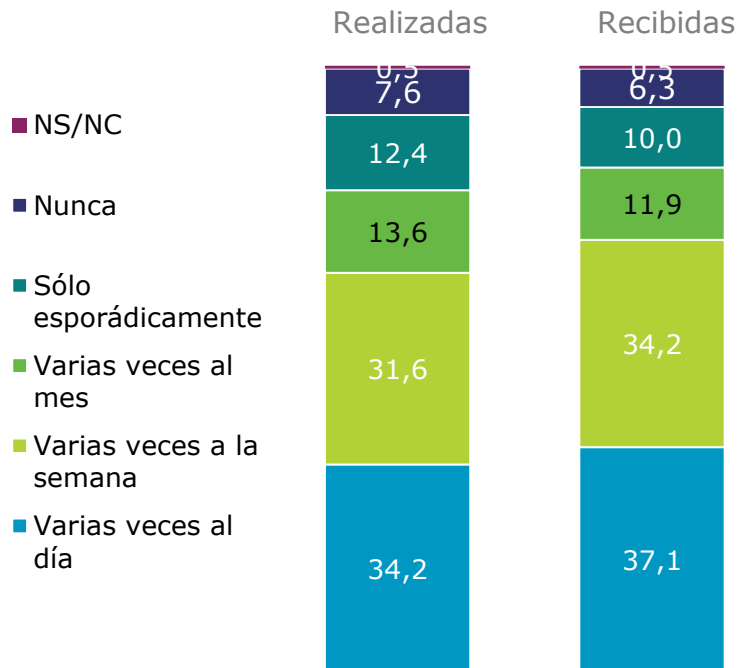
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



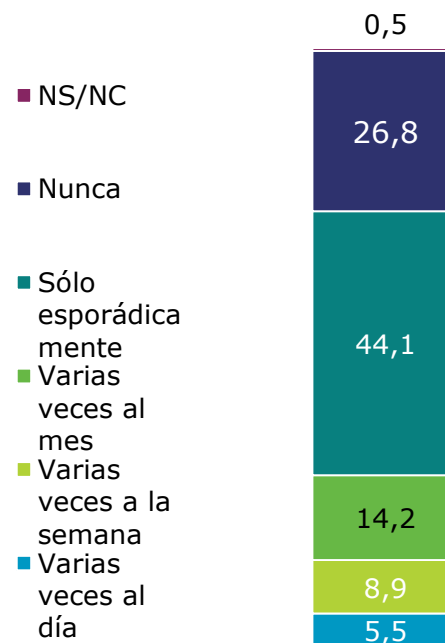
Comunicación tradicional móvil

%

Llamadas de voz móvil



Mensajes de SMS



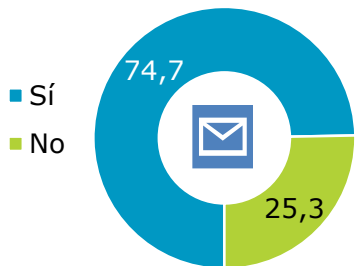
4



%

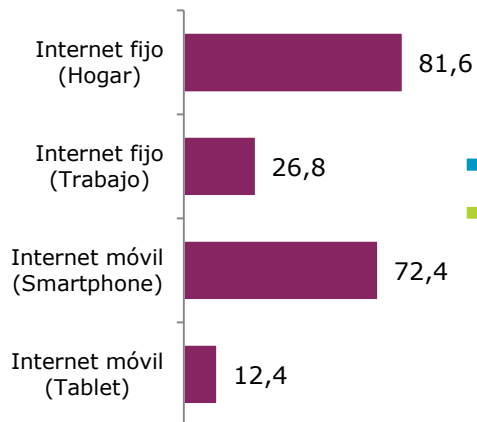
Correo electrónico (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

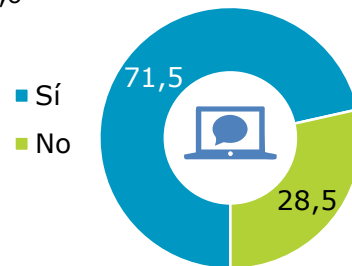
Tipo de Internet



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

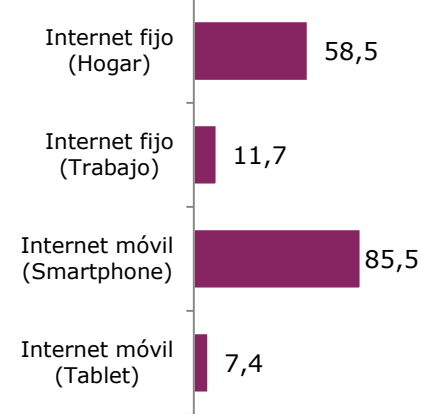
Mensajería instantánea (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

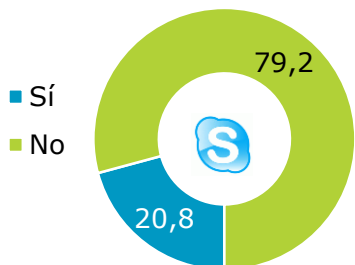
Tipo de Internet



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

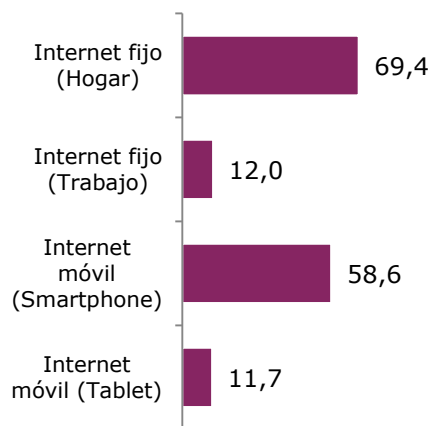
Llamadas Skype (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

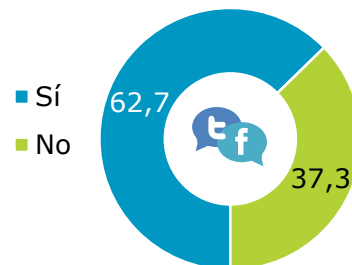
Tipo de Internet



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

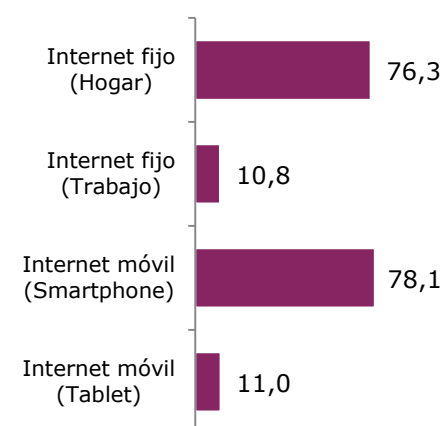
Redes sociales (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet

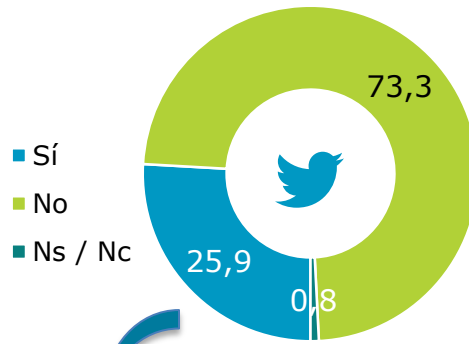


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio



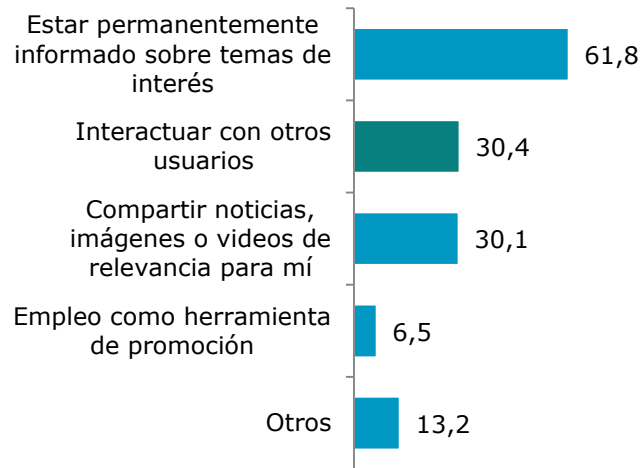
%

Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Usos del microblogging



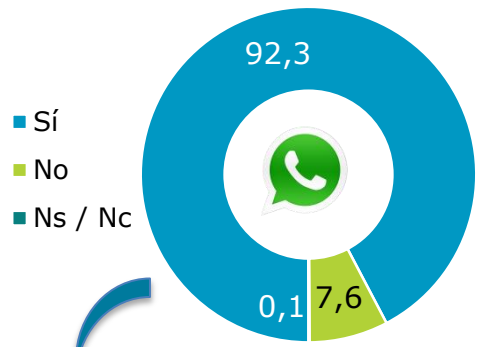
BASE: Usuarios de 15 años o más que usan microblogging



Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

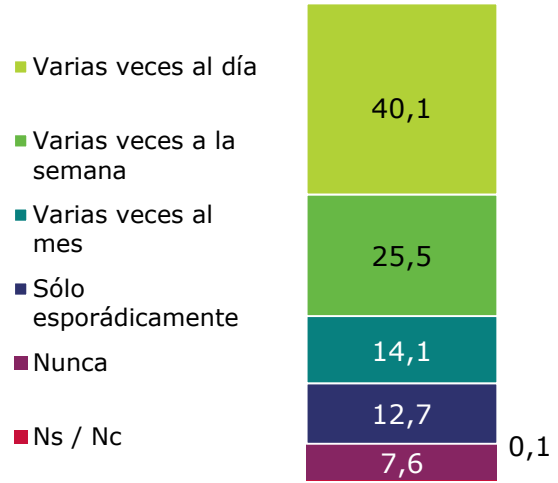
%

Uso de mensajería tipo WhatsApp



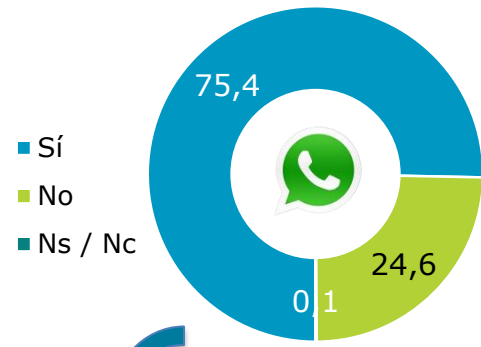
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia de uso



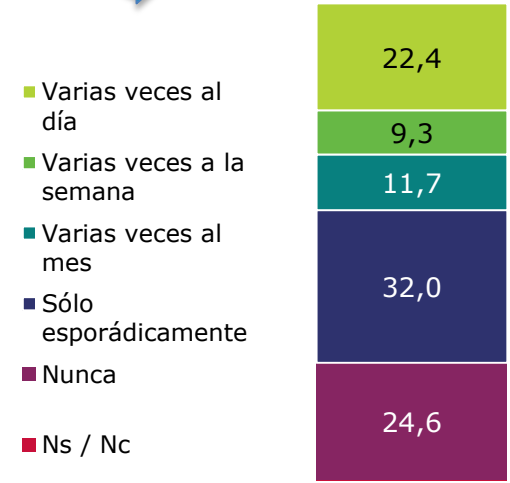
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Uso de llamadas de voz tipo WhatsApp



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia de uso



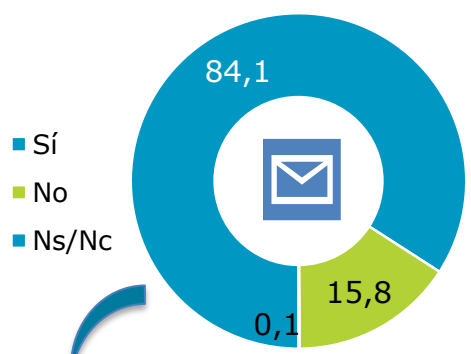
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone



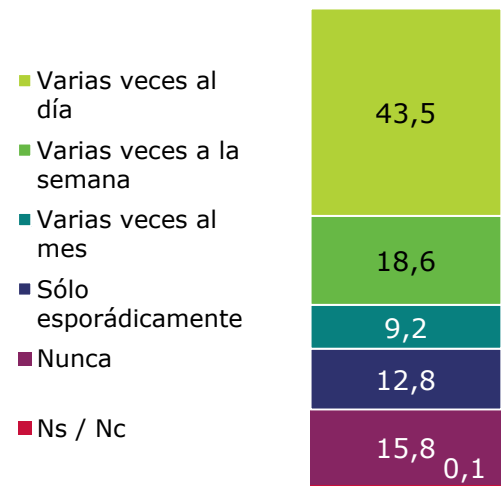
Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

%

Uso de Correo electrónico

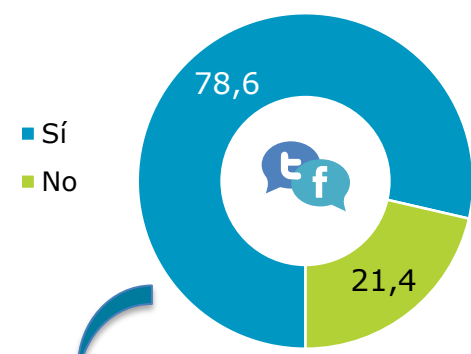


Frecuencia de uso



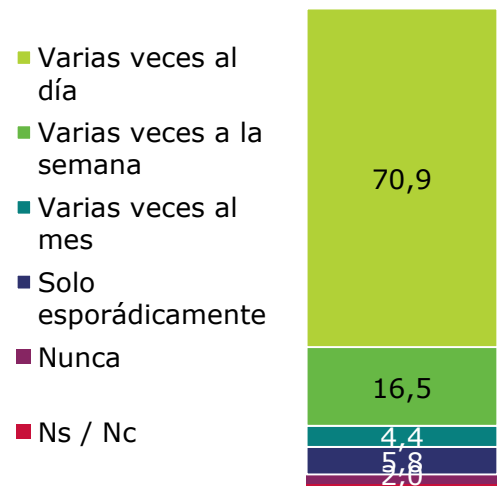
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Uso de apps de Redes sociales



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

Frecuencia de uso



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

Dentro de las formas de **comunicación tradicional**, más de dos tercios de los individuos recibe o realiza **llamadas de voz** varias veces a la semana (31,6% realizadas y 34,2% recibidas) o a diario (34,3% realizadas y 37,1% recibidas).

Un porcentaje similar es el que declara no usar nunca (26,8%) o usar muy esporádicamente (44,1%) los **mensajes de texto (SMS)**.

Las nuevas soluciones de **comunicación basada en Internet** nos proponen alternativas que alcanzan distinto calado entre los usuarios de Internet de 15 años o más:

- **Correo electrónico**, es la forma de comunicación más empleada, usándose por casi tres de cada cuatro (74,7%) internautas de más de 15 años, se consulta preferentemente desde hogares y móviles (81,6% y 72,4% respectivamente).
- La **mensajería instantánea** alcanza casi la misma penetración que el correo electrónico (71,5%), en cambio, en este caso, los internautas prefieren acceder a ésta desde el teléfono móvil (85,5%).
- Las **redes sociales** muestran también un peso significativo (62,7%) en las formas de comunicación de los internautas de 15 o más años, en este caso no hay una clara preferencia entre la red fija del hogar o la red móvil.
- Las **llamadas por Internet** las utilizan uno de cada cinco individuos.
- Por último, **microblogging**, medio que utiliza uno de cada cuatro internautas de 15 o más años, se usa en algunos casos (30,4%) como medio de comunicación e interacción con otros usuarios.

Haciendo foco en **aplicaciones específicas para smartphone y tabletas** nos encontramos con:

- **Mensajería vía WhatsApp** sigue siendo una alternativa que usa nueve de cada diez individuos con smartphone (92,3%), algo menos si hablamos de llamadas a través de WhatsApp (tres de cada cuatro – 75,4%).
- **Correo electrónico y redes sociales** son aplicaciones utilizadas ampliamente por la población que dispone de smartphone o de tablet (84,1% y 78,6% respectivamente).





	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



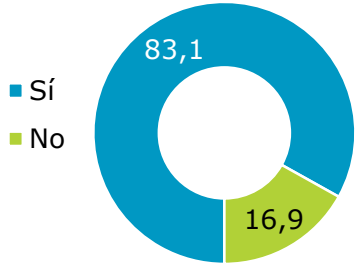
Uso de Internet para informarse

%

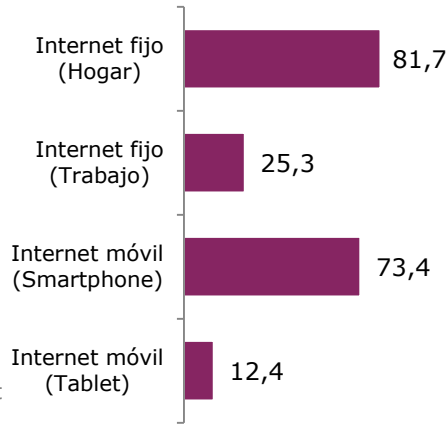
Búsqueda de información (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

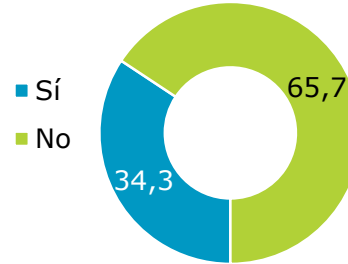


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

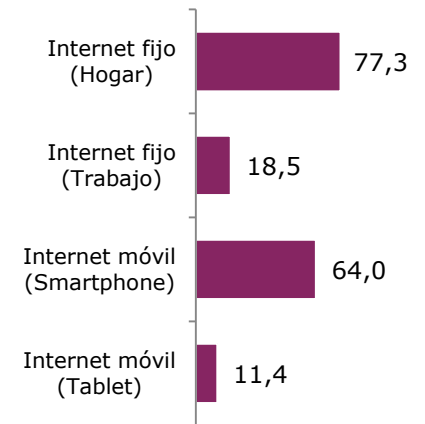
Leer blogs / foros (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

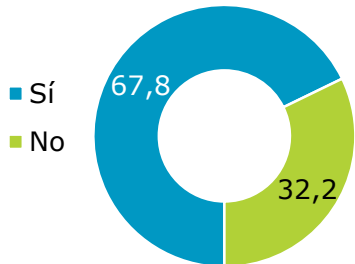


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

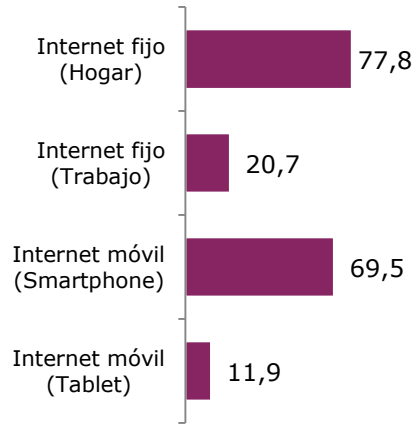
Consultar noticias (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

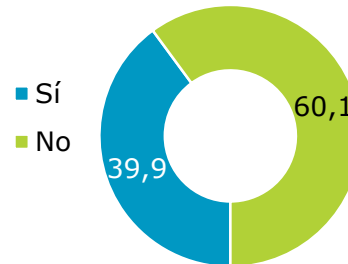


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

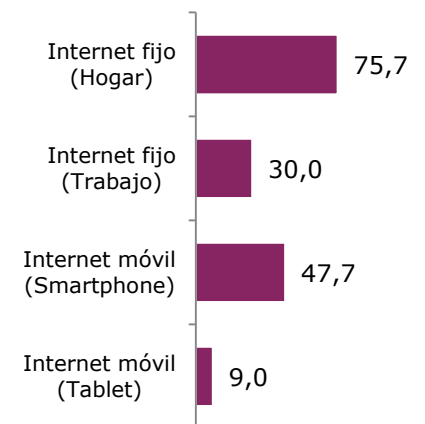
Visitar webs de Administraciones Públicas (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



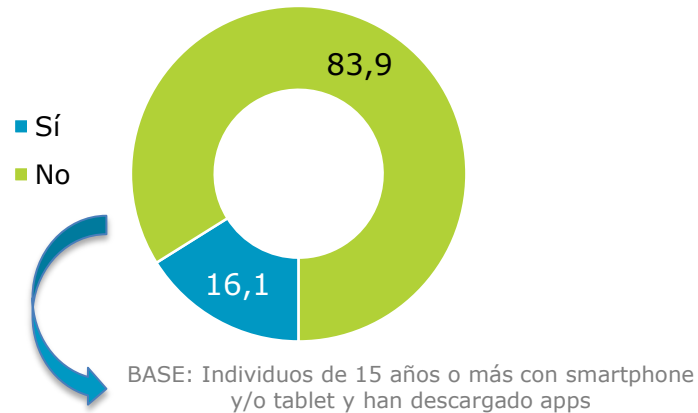
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más



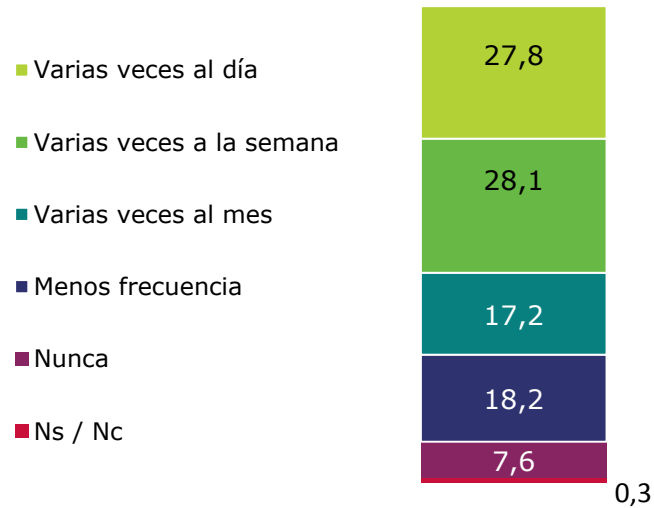
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

%

Descarga de Apps de Noticias



Frecuencia de uso

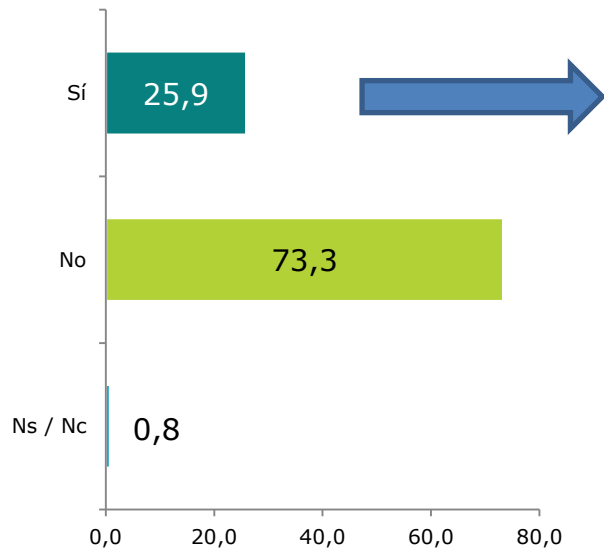


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de noticias

%

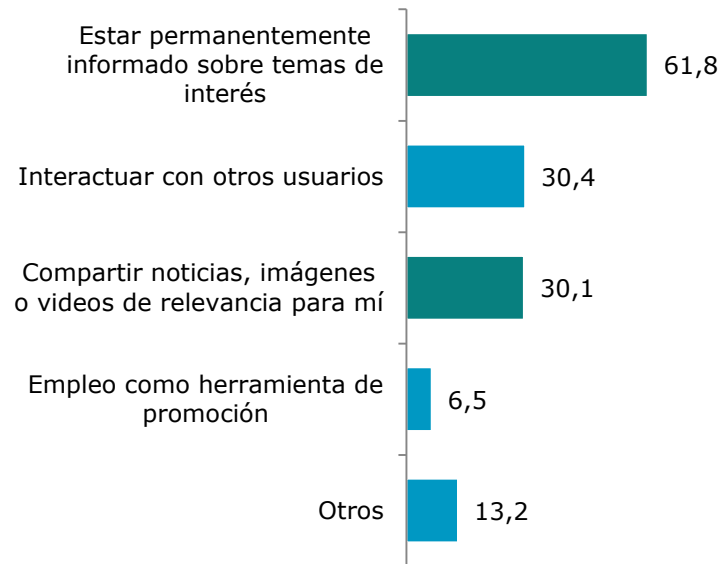


Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Usos del microblogging



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

Entre los usos más comunes de Internet están la **búsqueda de información** (83,1%) y la **consulta de noticias** (67,8%). Ambas actividades suelen realizarse mayoritariamente desde una conexión fija desde el hogar o a bien a través de la red móvil utilizando para ello un smartphone.

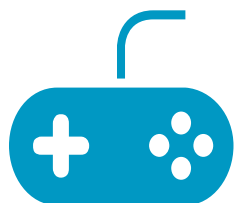
Otra fuente de información, aunque con menor penetración, es la lectura de **blogs/foros**, así lo declaran en este caso dos terceras partes de los usuarios de la Red de 15 años o más. Al igual que ocurre con la búsqueda de información y la consulta de noticias, es una actividad que se realiza principalmente desde la conexión fija del hogar y/o desde el smartphone.

Aunque la consulta de noticias es bastante frecuente, son pocos los que disponen de smartphone o tableta y descargan aplicaciones dedicadas a ello (16,1%), estas personas sin embargo, dan un uso bastante frecuente a dichas aplicaciones; diario (27,8%) o semanal (28,1%).

Por otro lado y durante el tercer trimestre de 2016, cuatro de cada diez usuarios de Internet han visitado webs de las Administraciones Publicas; para ello han utilizado en mayor medida la conexión fija del hogar (75% de los usuarios de la e-administración).

Por último, y en ese mismo periodo, se observa que una cuarta parte de los usuarios de la Red dispone de una cuenta en twitter (o microblogging). De ellos, el 62% lo hace para estar permanentemente informados sobre temas de interés, un 30,4% lo hace para interactuar con otros usuarios y otro 30% declara hacerlo para compartir noticias, imágenes o videos que tienen relevancia para ellos.





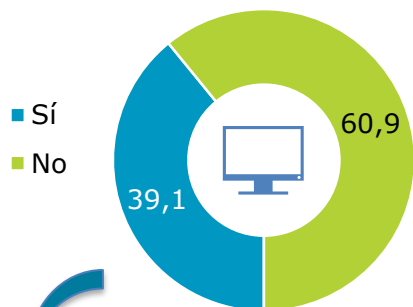
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



Contratación de contenidos de video en el hogar

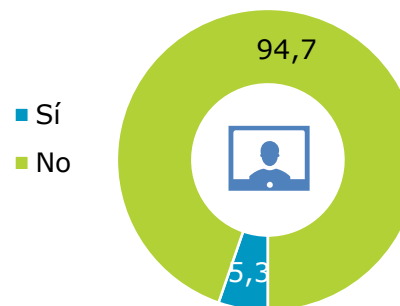
%

TV pago en el hogar



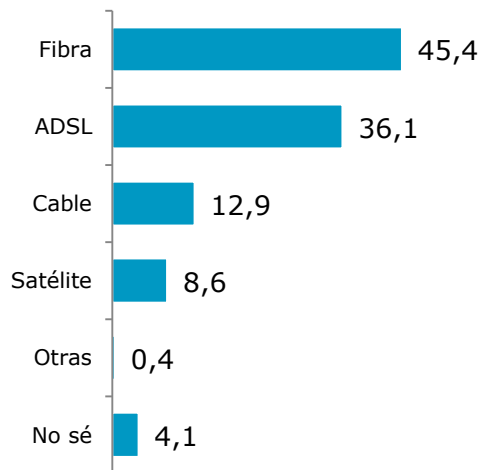
BASE: Total hogares

Suscripción a video streaming en el hogar



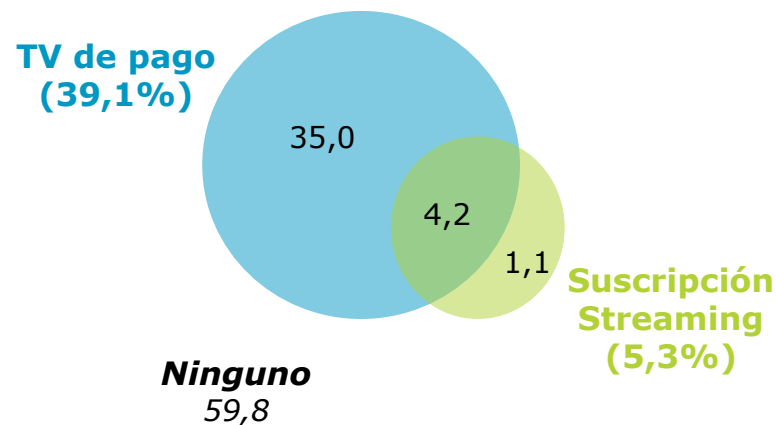
BASE: Total hogares

Tecnología de acceso



BASE: Total hogares con TV de pago

Convivencia TV de pago y Streaming



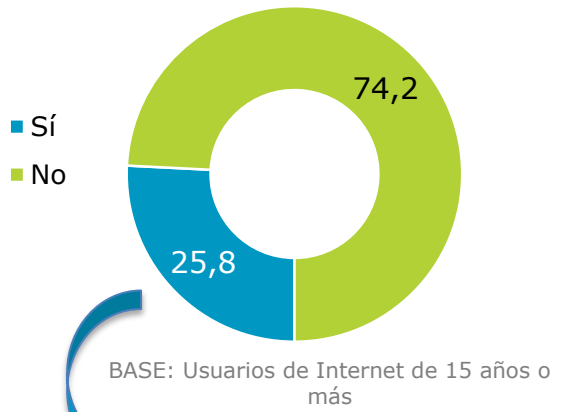
BASE: Total hogares



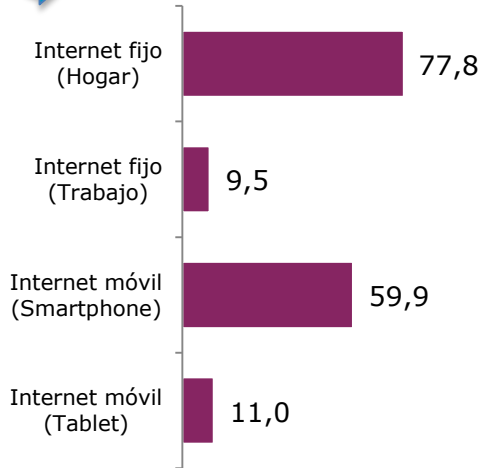
Consumo de contenidos de video por los individuos

%

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

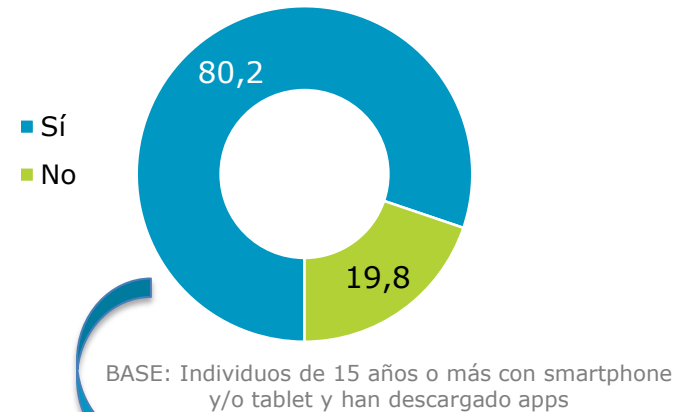


Tipo de Internet

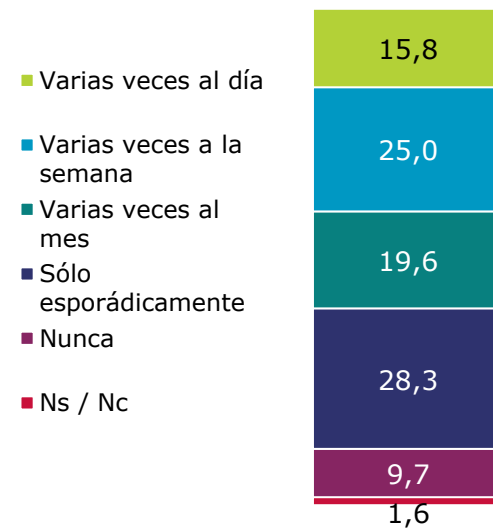


BASE: Usuarios de video streaming

Descarga de apps de video en el smartphone / Tablet



Frecuencia de uso

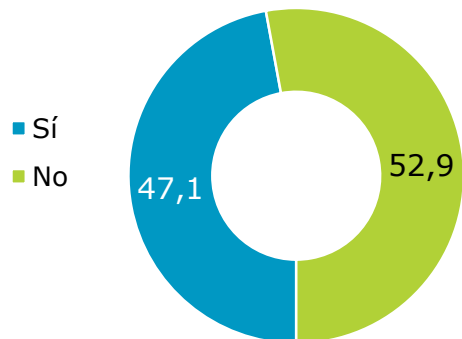


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de video

Posesión de dispositivos de videojuegos

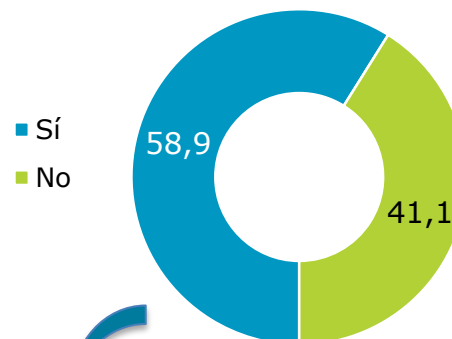
%

Consola con o sin Internet y portátil



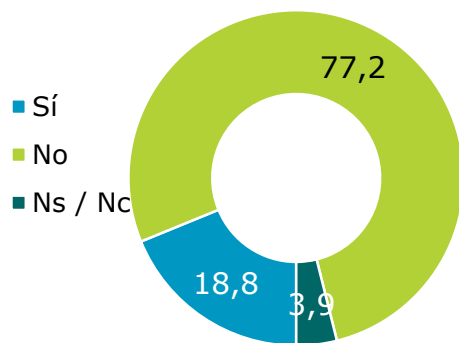
BASE: Individuos de 15 años o más

Descarga de Juegos en el smartphone / Tablet



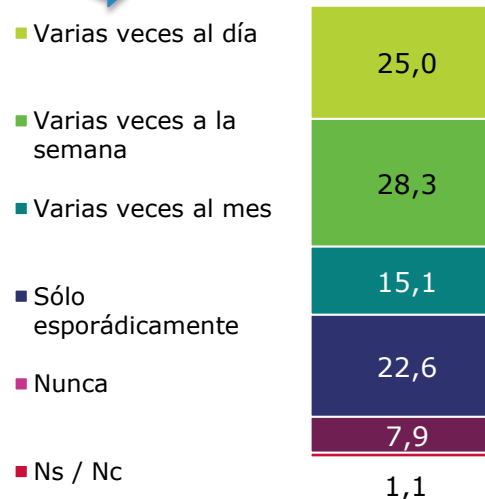
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

Consola portátil



BASE: Individuos de 15 años o más

Frecuencia de uso

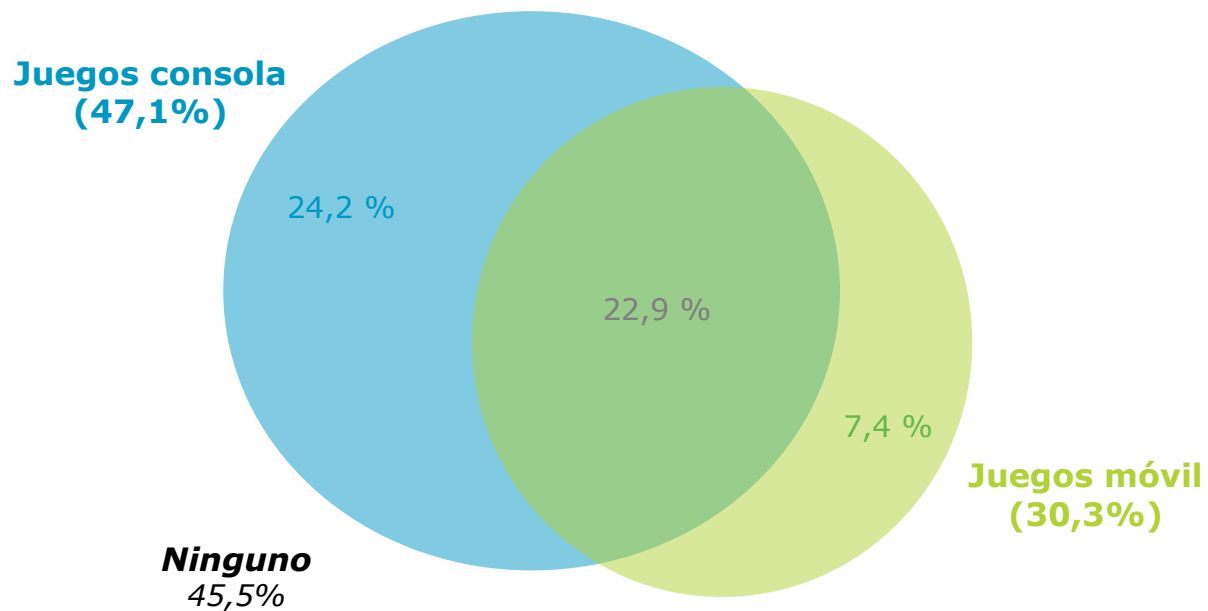


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de juegos

6

%

6



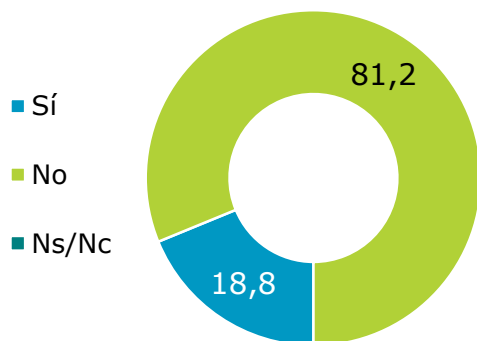
Juegos móvil – Juegos descargados en Móvil o Tablet
Juegos consola – Posesión de Videoconsola o consola portátil



Otros contenidos (Música /Libros)

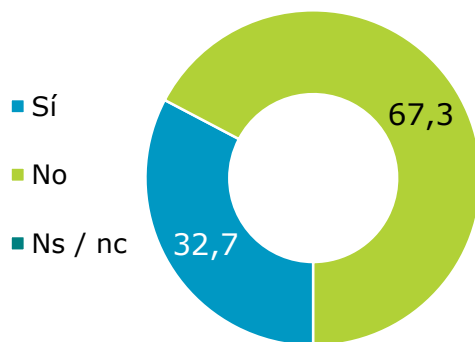
%

Posesión de lector de libros digitales



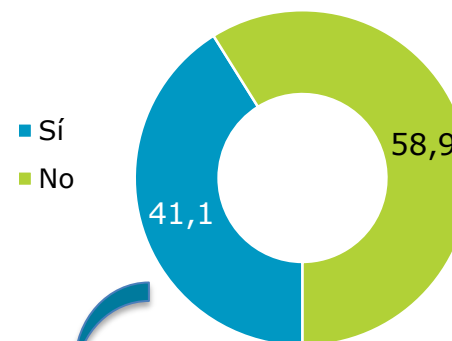
BASE: Individuos de 15 años o más

Posesión de reproductor MP4



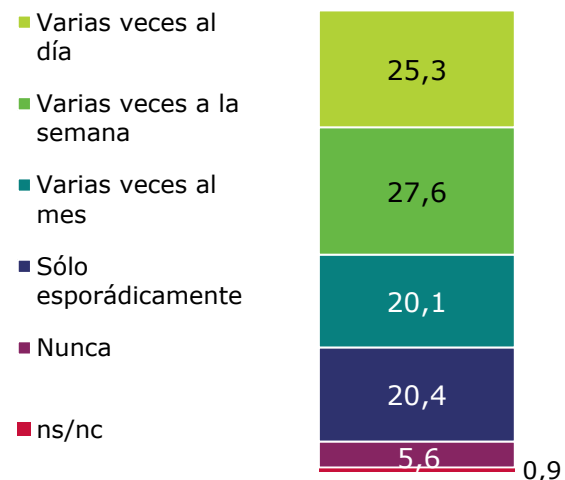
BASE: Individuos de 15 años o más

Descarga de Apps de música en el smartphone/tablet

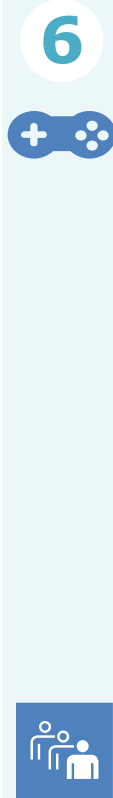


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

Frecuencia de uso



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de música



En el tercer trimestre del año 2016, la **televisión de pago** ya se encuentra en cuatro de cada diez hogares españoles (39,1%). Por otro lado, la suscripción al **video streaming** se sitúa en el 5,3% de los mismo, ambas cifras muestran un lento desarrollo.

La fibra pasa a ser, tras un incremento respecto al primer trimestre del año de 5,8 puntos porcentuales, la tecnología de acceso más frecuente y se sitúa en el 45,4% de los hogares con TV de pago contratada. En segundo lugar, con el 36,1 % de los hogares, está la tecnología ADSL (36,1%), que experimenta un descenso de 5,8 puntos porcentuales (los mismos que aumenta la fibra). Otras conexiones a la Red se hacen a través de cable (12,9%) o por satélite (8,6%).

Una buena parte de los usuarios de móvil y/o tableta (58,9%), declaran descargar **juegos** en sus dispositivos móviles, algo más de la mitad de estos individuos declara jugar frecuentemente (25,0% varias veces al día y 28,3% varias veces a la semana).

También se aprecia que un 41,1% de los usuarios de móvil y/o tableta instala aplicaciones de música en sus dispositivos y un 80,2% descarga aplicaciones de reproducción de video.

En cuanto a **videojuegos**, el 44,2% de los individuos tiene a su disposición algún tipo de videoconsola en el hogar ya sea con o sin conexión a Internet. Ésta cifra se reduce al 18,8% en el caso de la consola portátil. Además, la mayoría de los que disponen de videoconsola declaran descargar juegos también en su dispositivo móvil.

En cuanto a **otros medios de entretenimiento digital**, un tercio de los individuos de 15 o más años (32,7%), declara tener un reproductor MP4, cifra que desciende al 18,8% en el caso del lector de libro digital.



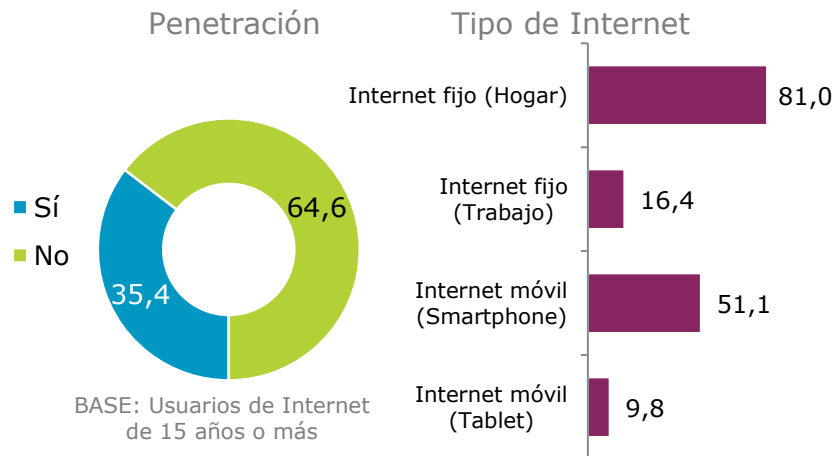


	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



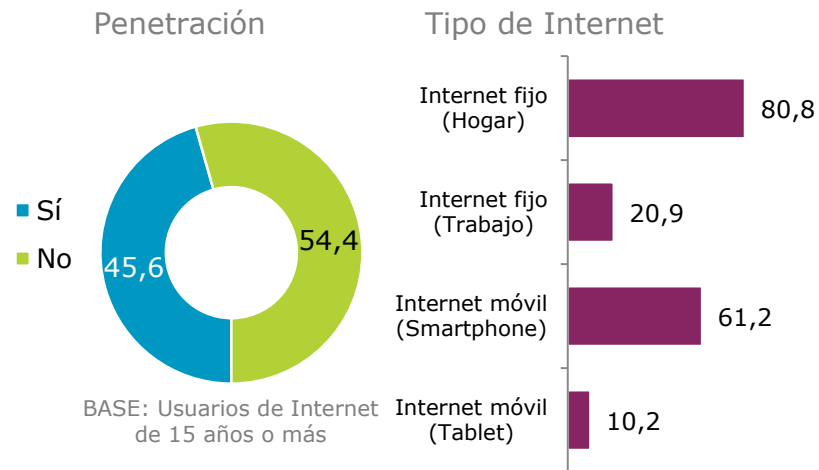
%

Compra productos y servicios por Internet



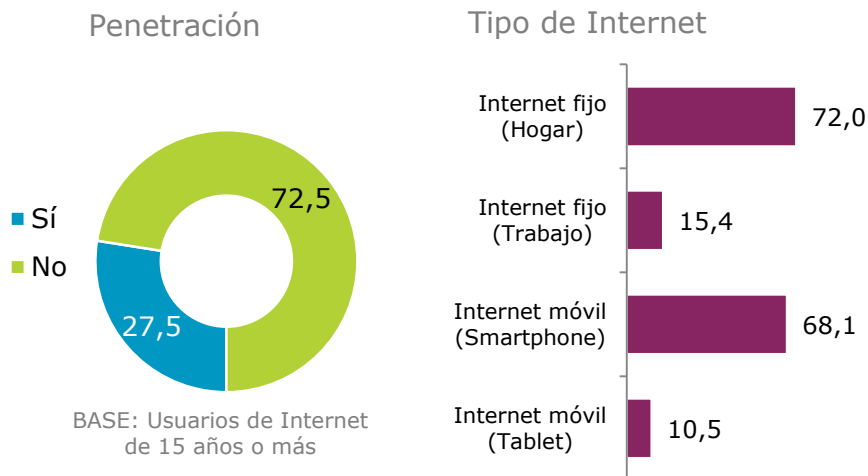
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

Banca electrónica



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

Descarga de Software



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



%

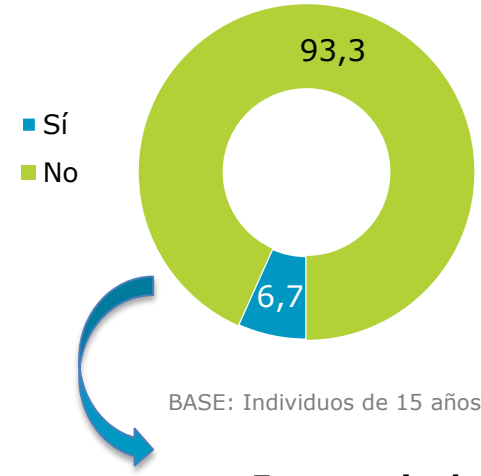
7



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

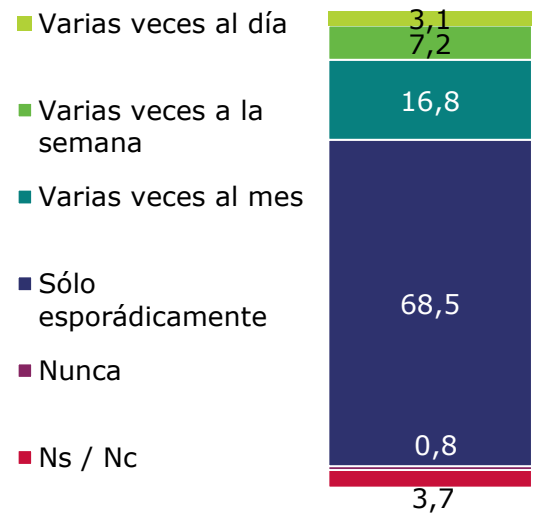
Los usuarios seleccionan el rol que desean en cada caso, pudiendo ejercer tanto de vendedores como de compradores.

Descarga de aplicaciones de economía colaborativa



BASE: Individuos de 15 años o más

Frecuencia de uso

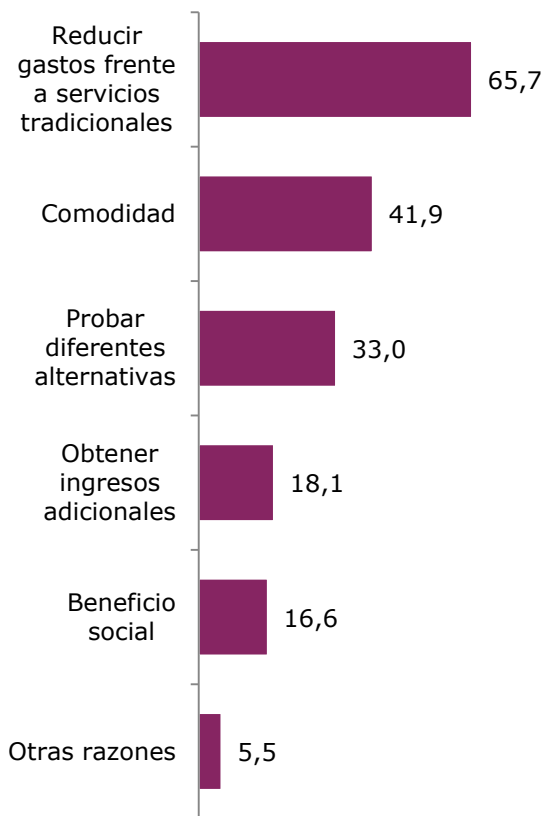


%

7

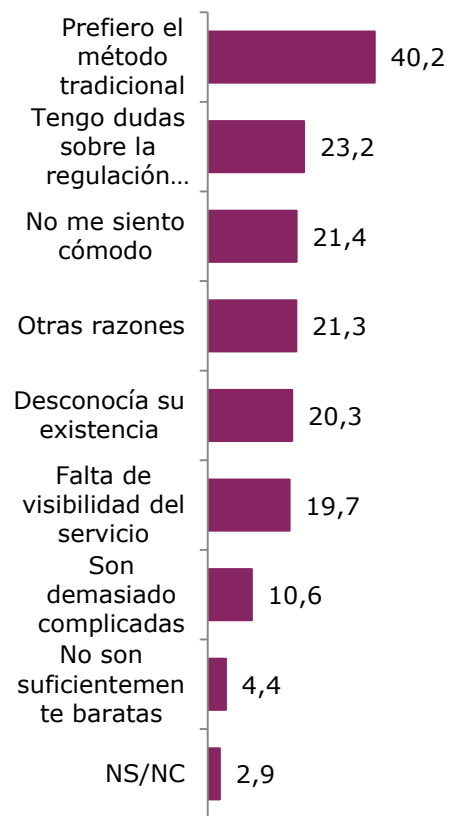


Razones de uso



BASE: Dispone de apps de economía colaborativa

Razones de NO uso



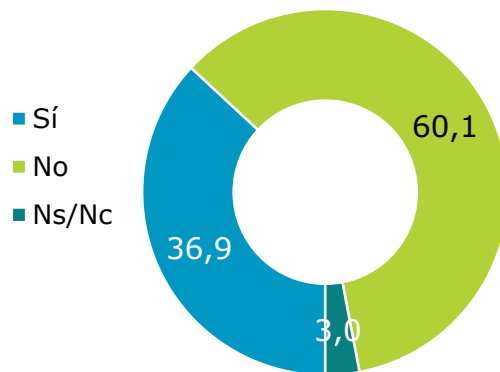
BASE: No dispone de apps de economía colaborativa

%

7

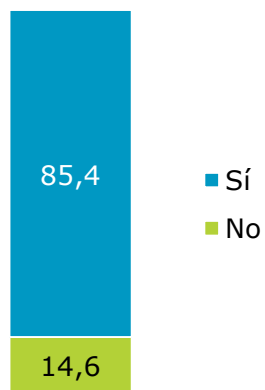


Penetración de uso de e-Administración

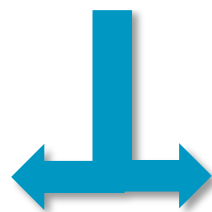


BASE: Individuos de 15 años o más

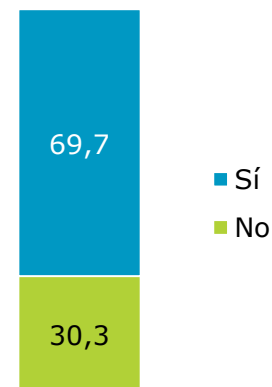
Realización de trámites online



BASE: Utiliza e-Administración



Descarga formularios



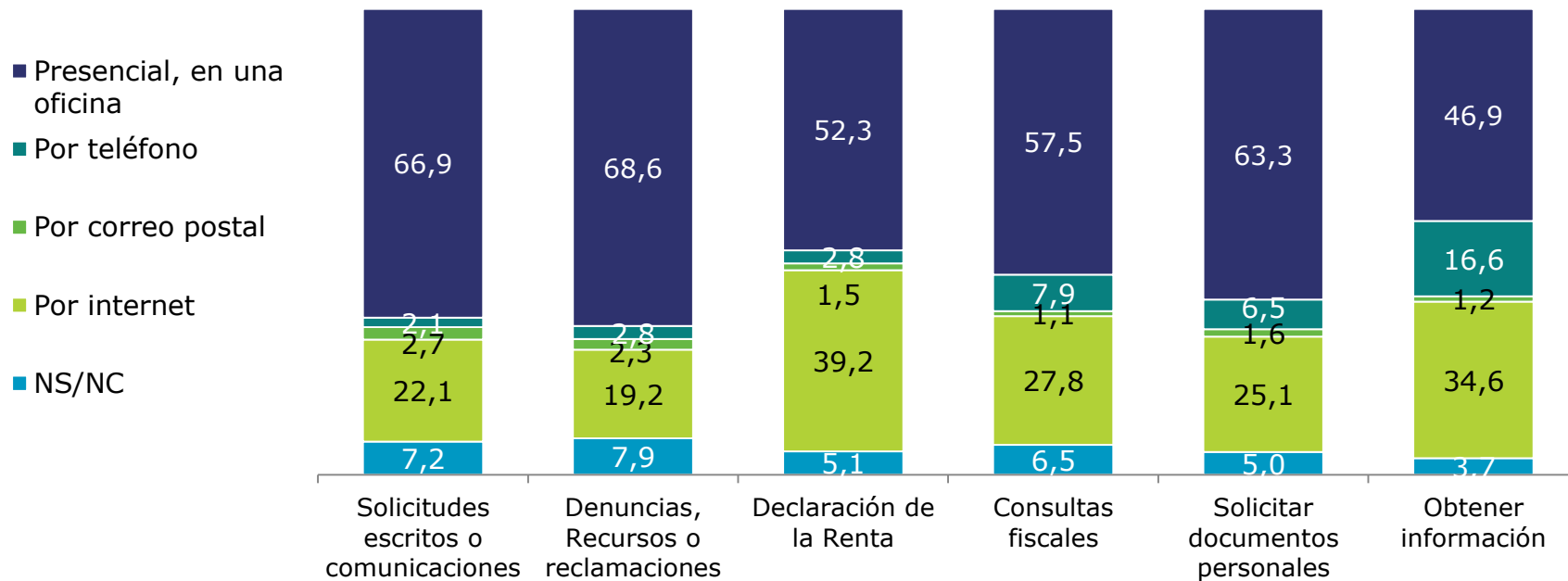
BASE: Utiliza e-Administración

%

7

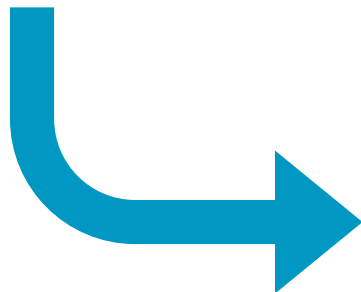
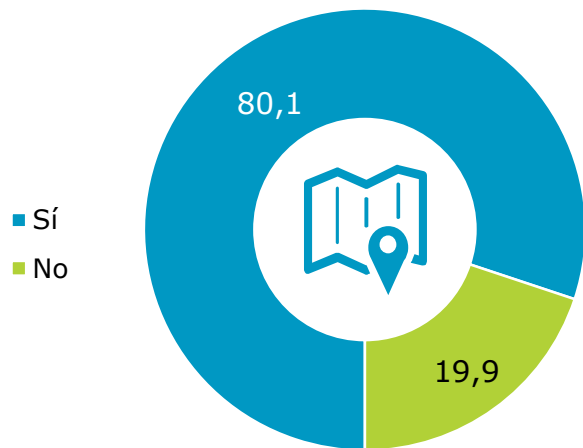


Preferencia de contacto con la administración



%

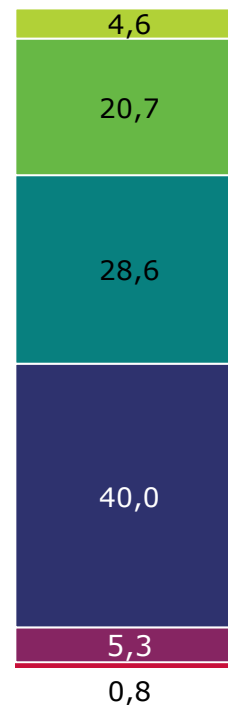
Uso y frecuencia de uso de Mapas y Navegación en el móvil / tablet



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

Frecuencia de uso

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



Resultados III TRIM 16
(Jul-sept 16)

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



El 45,6% de los internautas que han hecho uso de la Red en los últimos 3 meses acceden a la **banca electrónica**. La forma preferida de acceso es a través de la red fija del hogar (80,8%), aunque la conexión móvil desde el smartphone tiene también bastante peso (61,2%).

El 35,4% de los internautas que se conectaron en los últimos 3 meses, realizó **compras online**, nuevamente, el tipo de conexión más frecuente utilizado para realizar dicha actividad es la red fija del hogar (81,0%). En este caso, la mitad de los compradores también optan por la red móvil (51,1%).

El 6,7% de los individuos de 15 o más años que disponen de smartphone o tablet han descargado aplicaciones de **economía colaborativa**, y realizan un uso bastante esporádico de las mismas (68,5%), usándose mayoritariamente para reducir gastos frente a servicios tradicionales (65,7%) y por comodidad (41,9%).

Las personas que aun no han descargado este tipo de aplicaciones de economía colaborativa, generalmente no lo hacen porque prefieren el método tradicional (40,2%), o bien tienen dudas sobre su regulación (23,2%), no se sienten cómodos (21,4%), desconocían su existencia (20,3%) o piensan que el servicio carece de visibilidad (19,7%).

La **administración pública** vía Internet es ya una elección para un 36,9% de los individuos mayores de 15 años, esta cifra supone un incremento interanual en este indicador de más de 4 p.p. De estos individuos, el 85,4% ha utilizado la e-administración para realizar trámites online y el 69,7% para descargar algún formulario oficial.

A la hora de contactar con la administración pública, la población española prefiere hacerlo de manera presencial, no obstante, el contacto a través de la Red cada vez es más utilizado, prácticamente cuatro de cada diez individuos hacen la declaración de la renta de forma online.

Por último, hay que destacar que aplicaciones de **gestión personal**, como el uso de mapas y navegación en el móvil, ha experimentado en el último año un considerable incremento de más de 30 p.p. Esto se traduce en que durante el tercer trimestre de 2016, este tipo de aplicaciones han sido descargadas en su smartphone o tablet por el 80% de los individuos de 15 años o más.



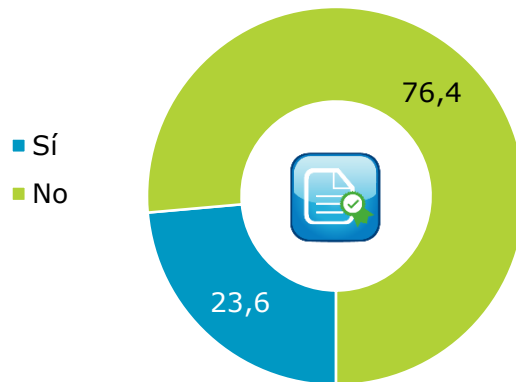


	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	60
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	78



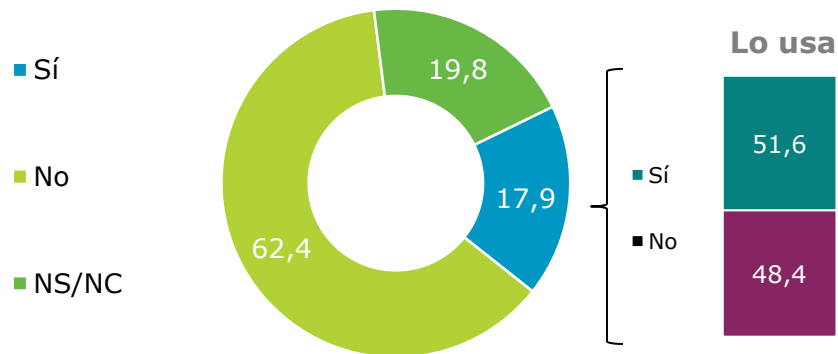
%

Penetración del certificado electrónico



BASE: Internautas de 15 años o más

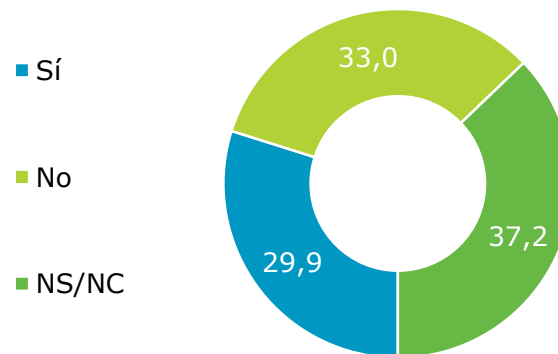
Posesión del lector de la huella digital en el smartphone (Actual)



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

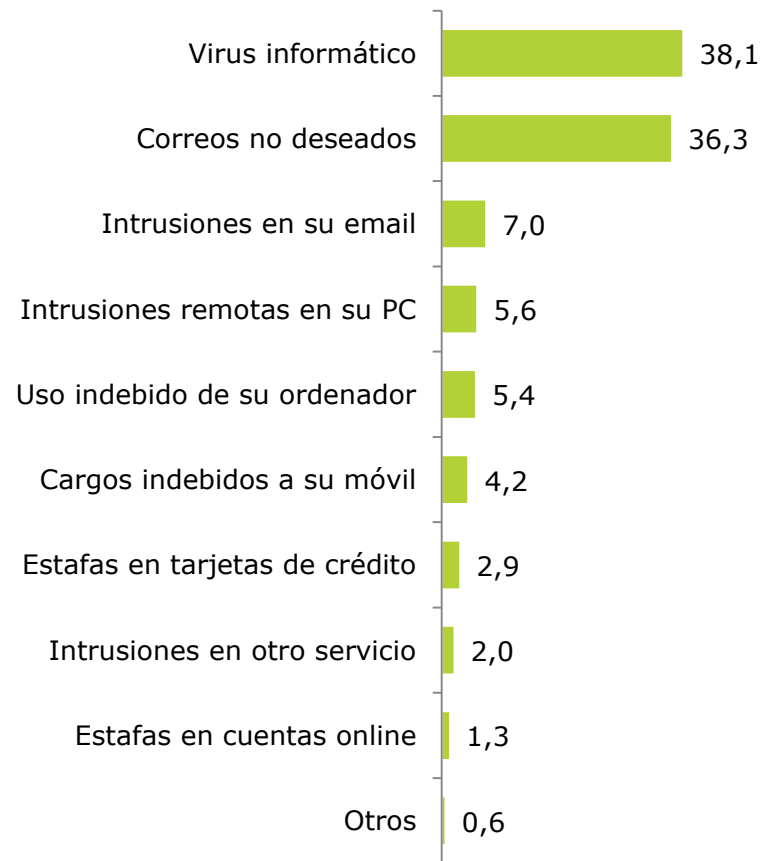


%

Principales precauciones para prevenir problemas informáticos



Problemas principales de seguridad en Internet



8



En la segunda mitad del año 2016, uno de cada cuatro internautas utiliza el **certificado electrónico** (23,6%). Es un uso que presenta un leve pero constante incremento.

El lector de huella digital está presente en el 17,9% de los terminales de los internautas de 15 o más años, y más de la mitad de ellos declara usarlo (51,6%). Por otro lado, prácticamente un 30% de los internautas desearía disponer de dicho lector de huellas en su próximo terminal.

Durante el tercer trimestre de 2016, el **antivirus** y las **claves o contraseñas de acceso** son las **medidas de prevención de problemas informáticos** más frecuentes empleadas por la población (un 46,2% y 42,2% respectivamente) . Un tercio recurre a copias de seguridad (33,9%) y algo menos a los cortafuegos (29,6%).

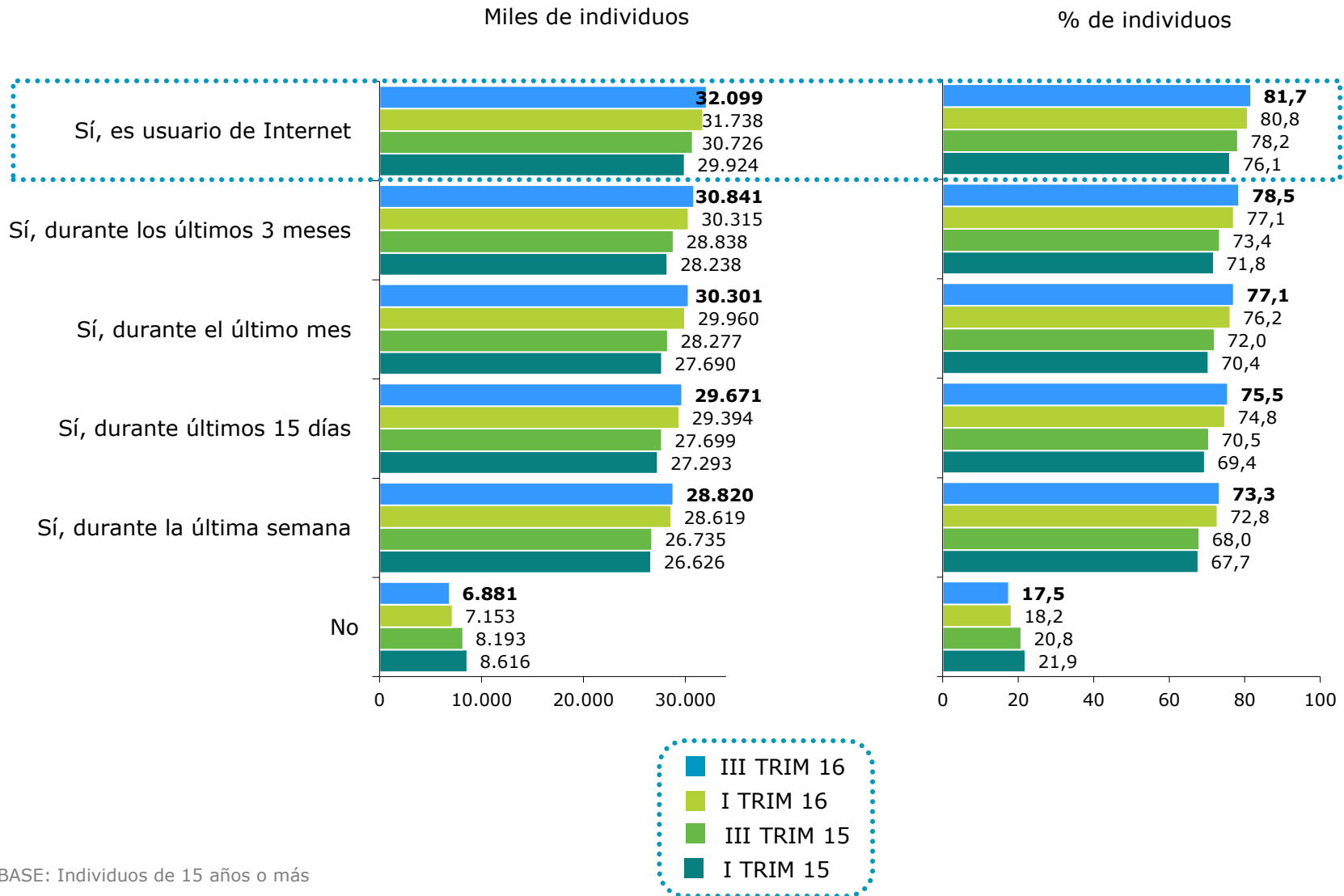
Por otro lado, los **principales problemas informáticos** detectados por los usuarios siguen siendo **virus informáticos** (38,1%) y los **correos no deseados** (36,3%). El resto de problemas, como intrusiones en cuentas de email, uso indebido del ordenador, intrusiones remotas o estafas en tarjetas de crédito muestran incidencias por debajo del 10%.



	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60

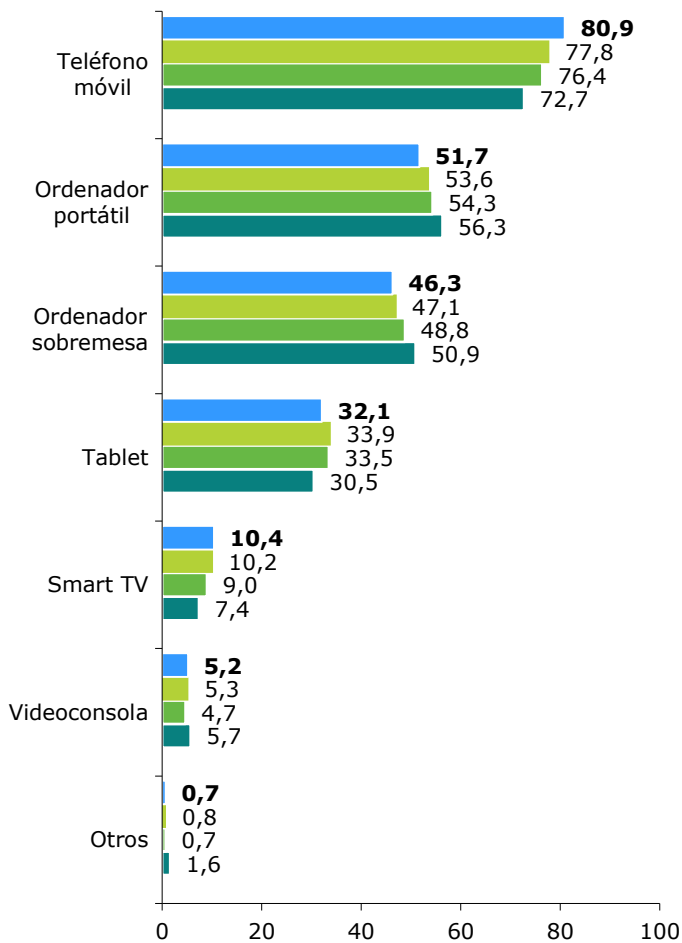


Uso de Internet

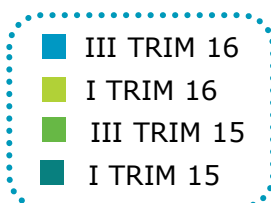
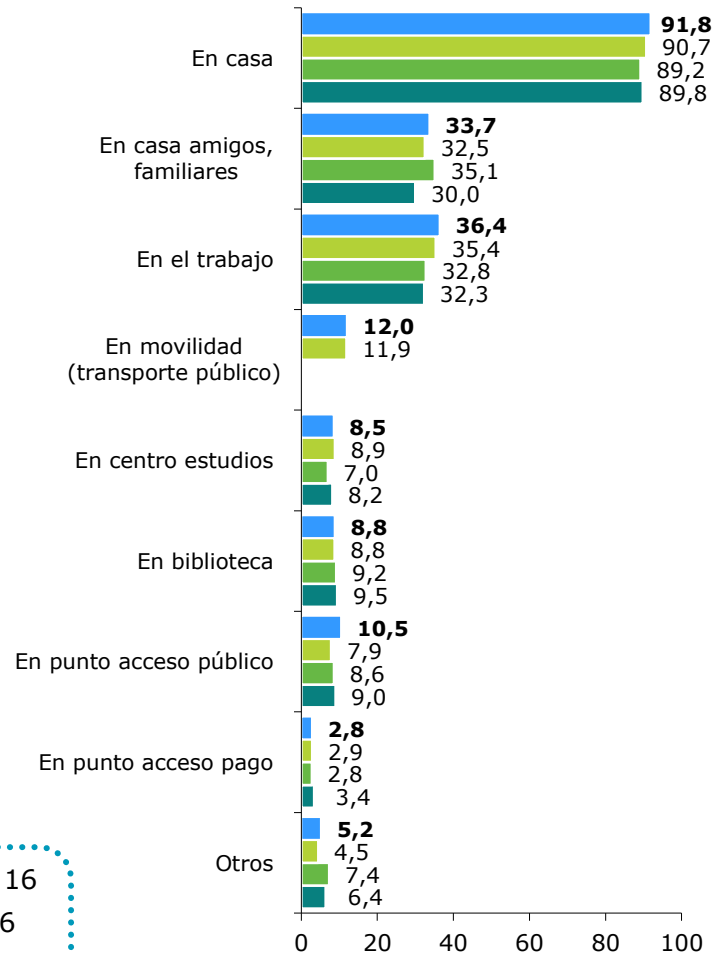


%

Dispositivo de acceso a Internet



Lugar de acceso a Internet

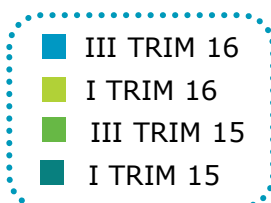
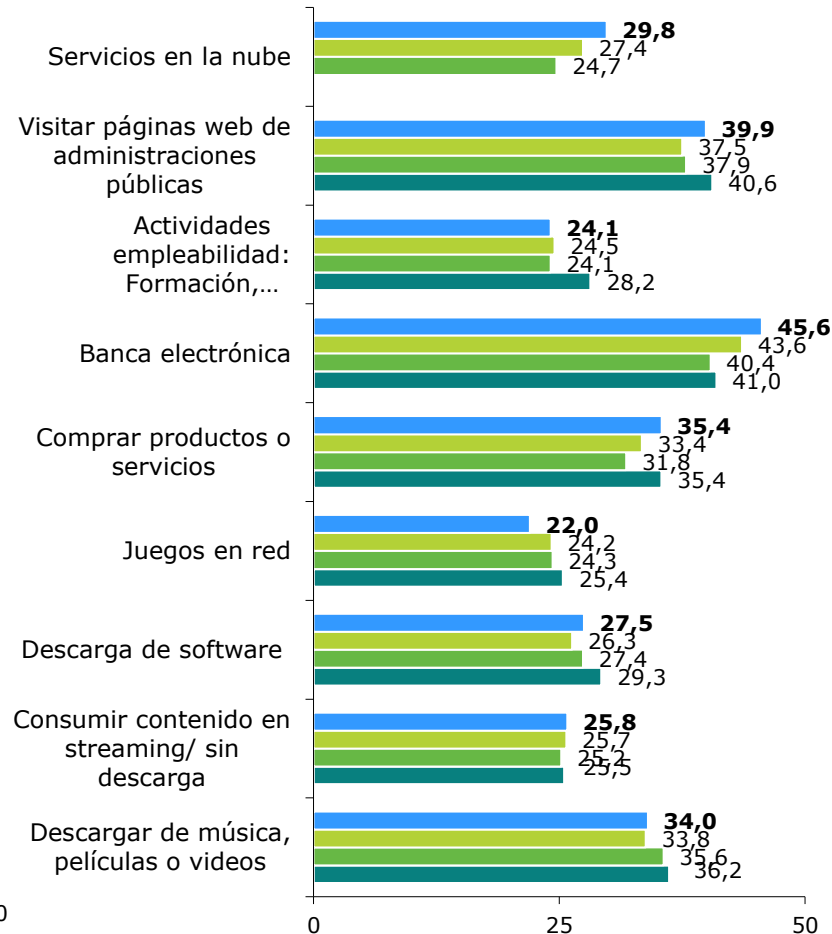
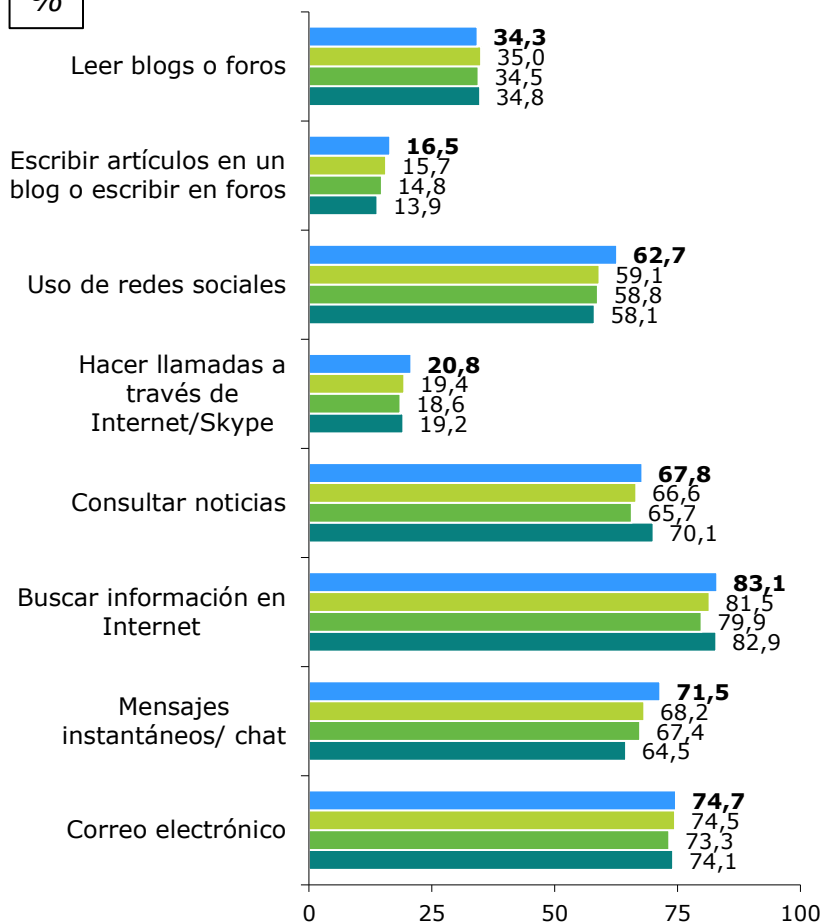


Usos del Internet (III)

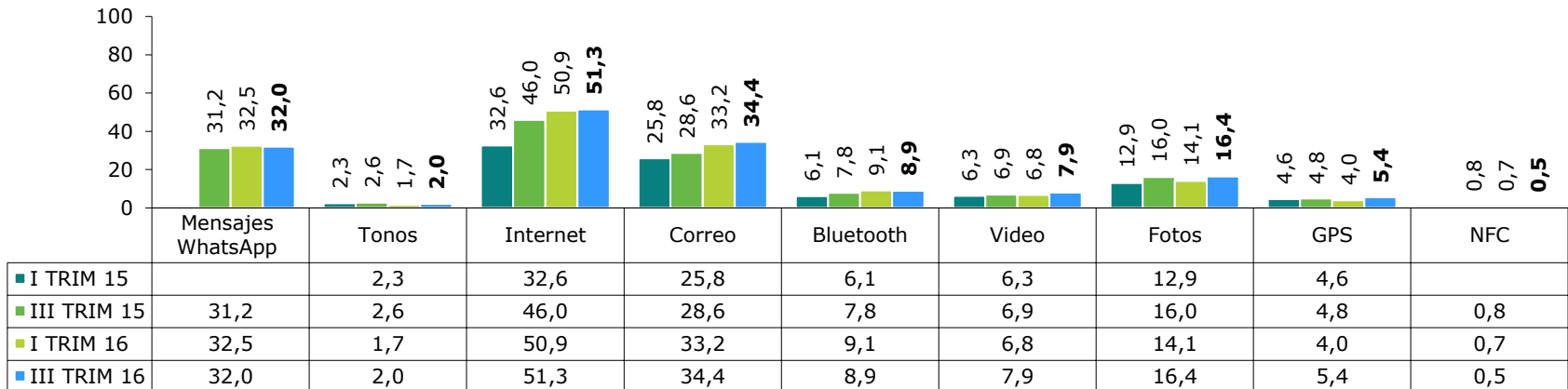
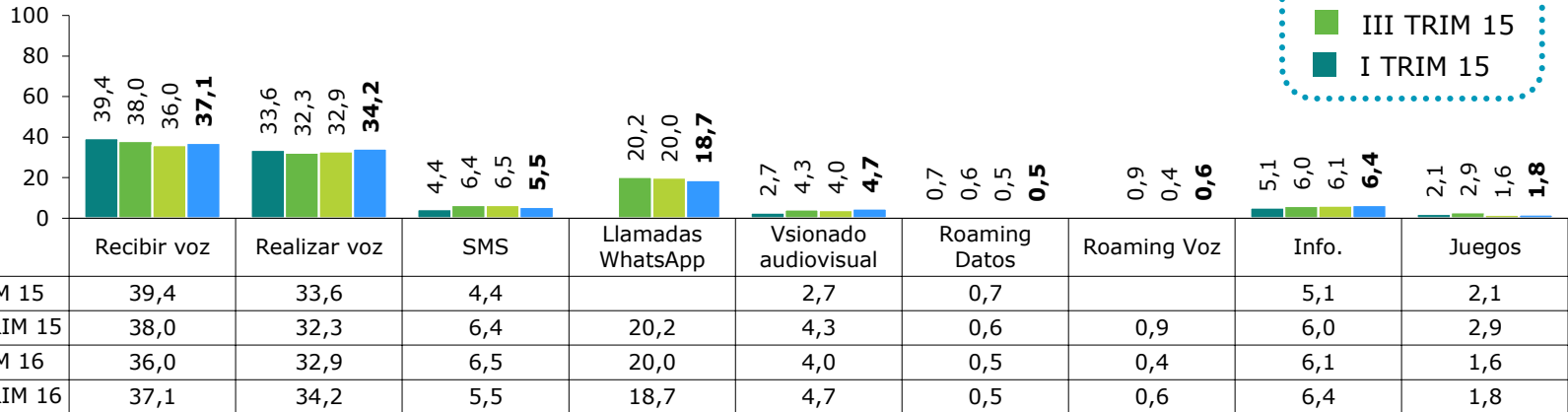
Evolución

%

Usos en los últimos 3 meses

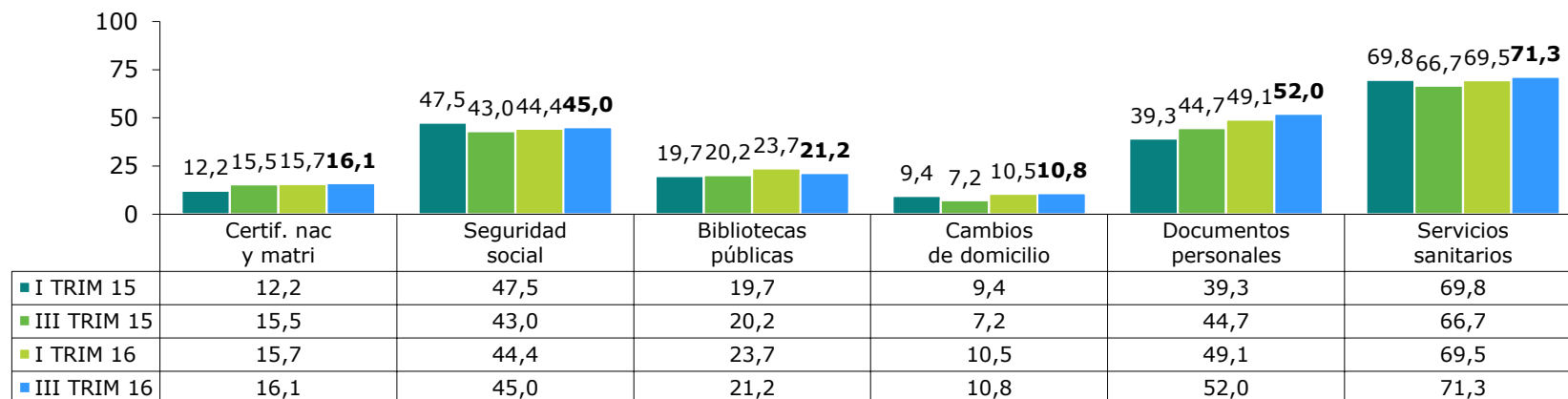
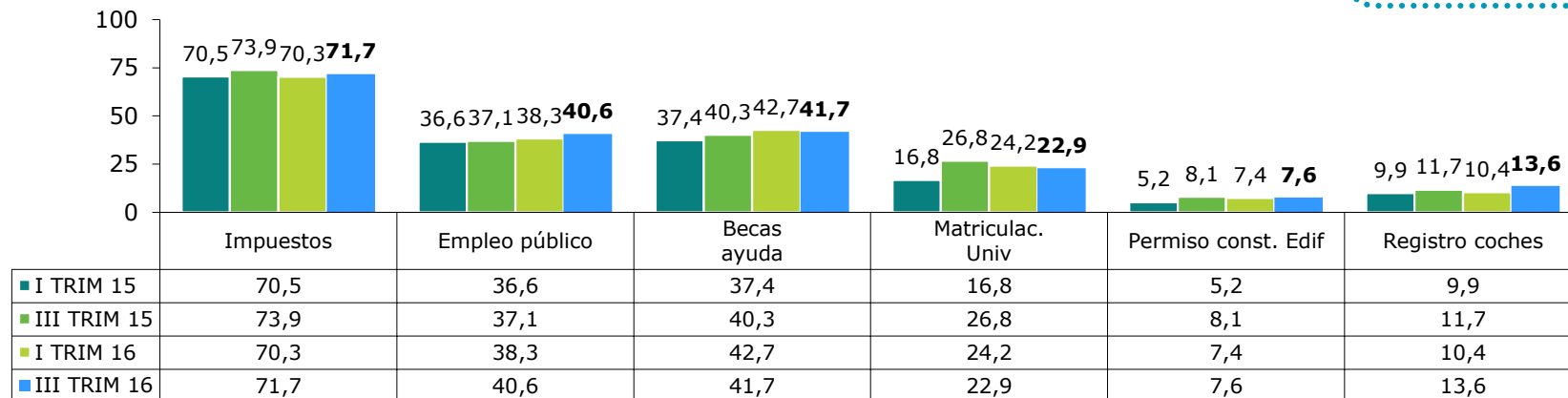


% Uso diario



%

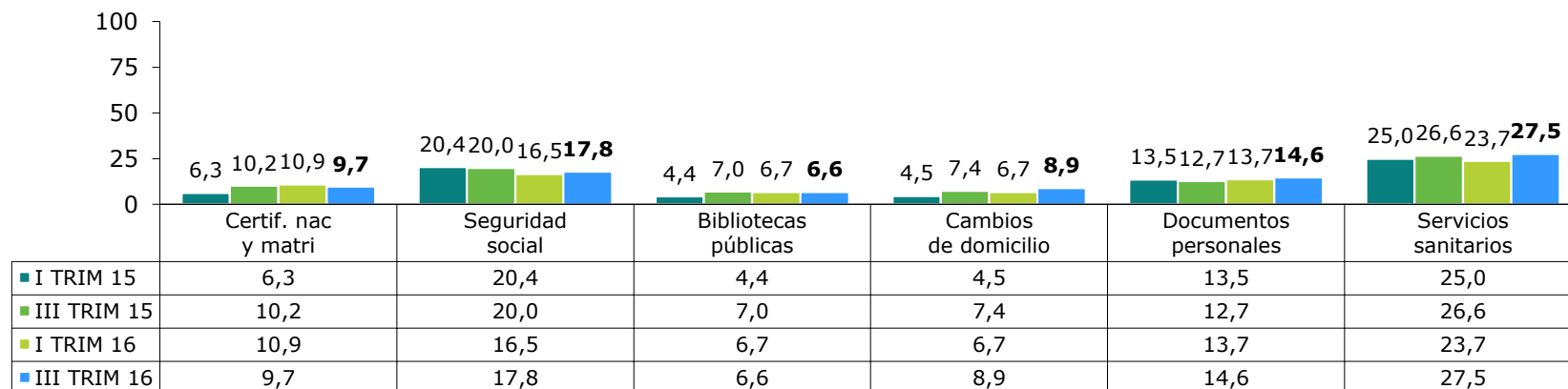
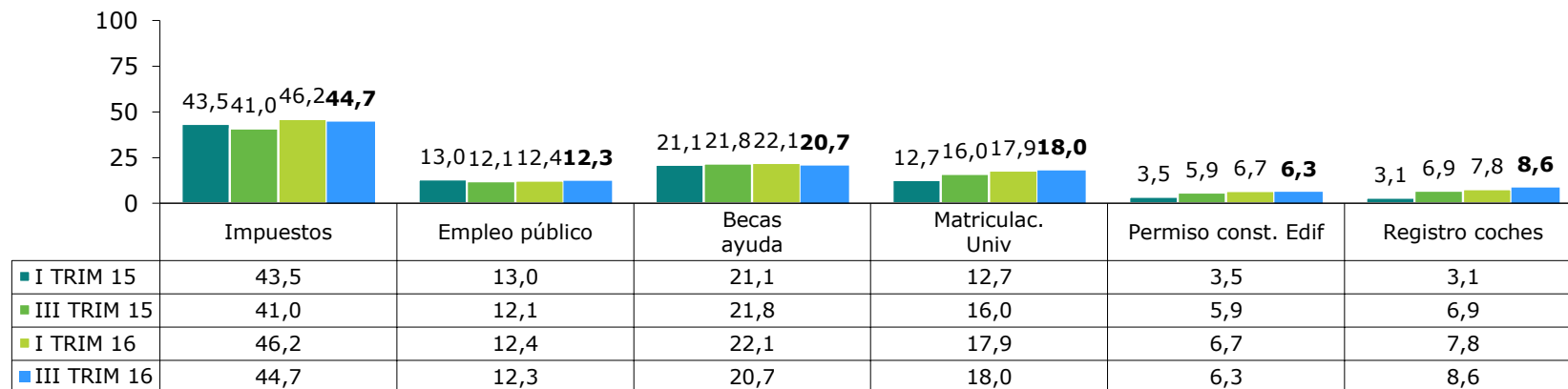
Consulta información



%

■ III TRIM 16
■ I TRIM 16
■ III TRIM 15
■ I TRIM 15

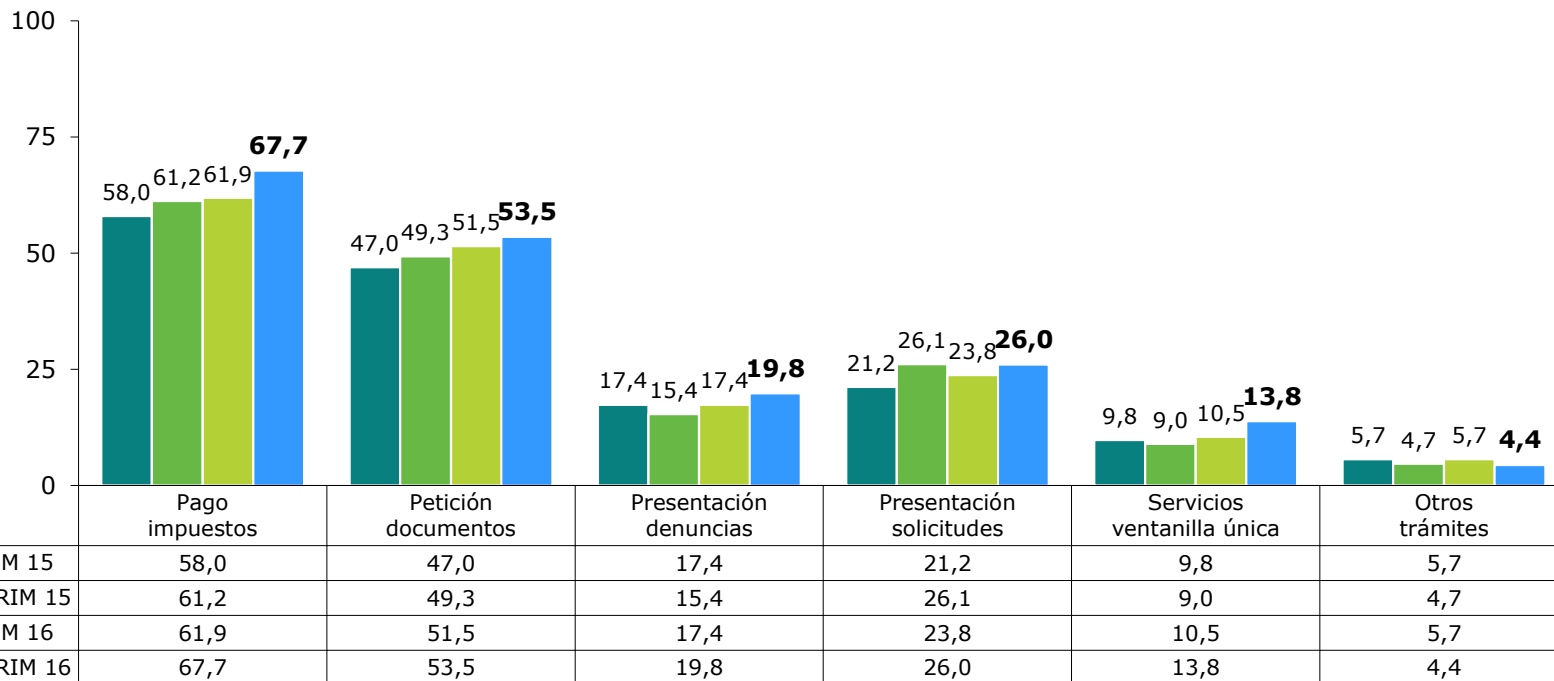
Descarga formularios



%

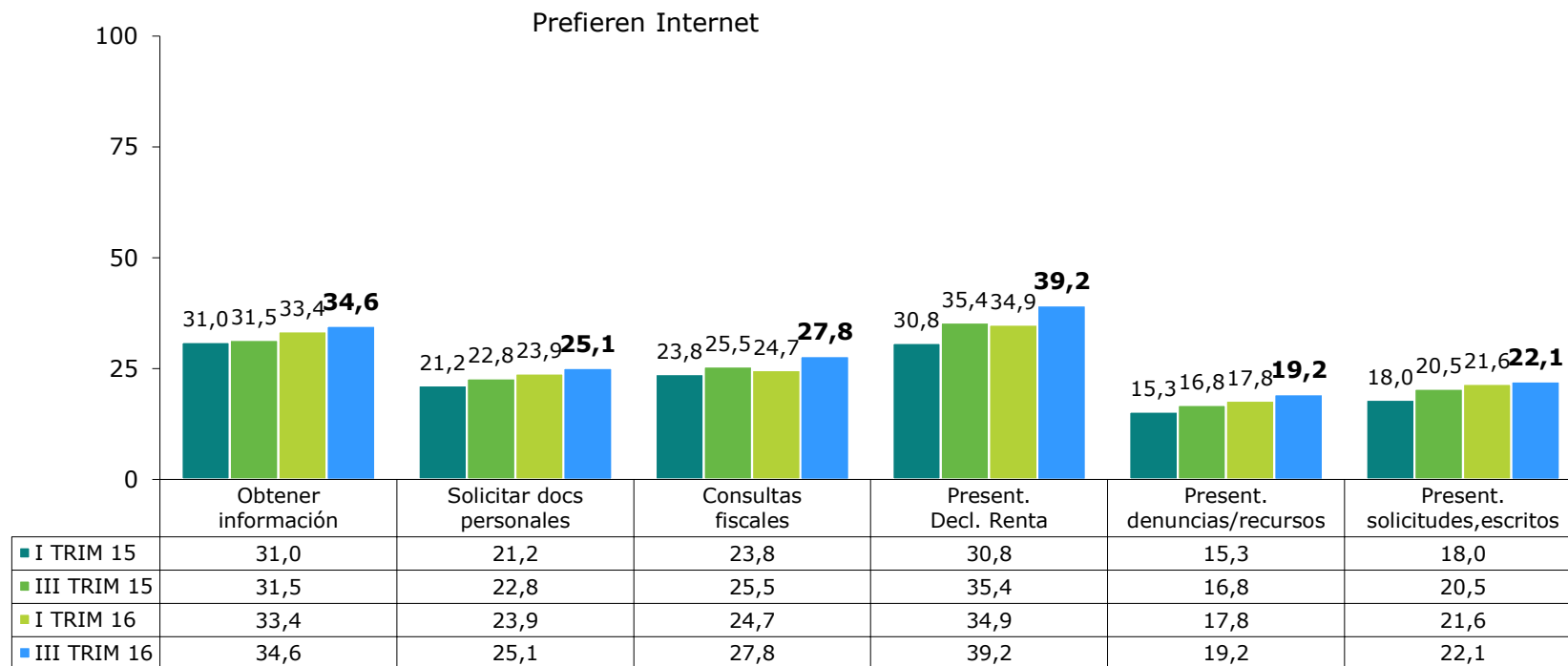
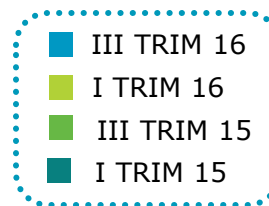
■ III TRIM 16
■ I TRIM 16
■ III TRIM 15
■ I TRIM 15

Realización de trámites



%

Preferencia de contacto con la administración



El **uso de Internet** continua aumentando tanto en número de usuarios como en frecuencia de uso, así, en el tercer trimestre de 2016, el 81,7% de la población de 15 años o más ha hecho uso de la Red en alguna ocasión y prácticamente tres de cada cuatro individuos (73,3%), declara haber accedido a Internet en la última semana.

Se mantienen las tendencias respecto al **lugar de acceso a Internet**; por parte de los usuarios, se muestra una clara preferencia por el domicilio particular con 91,8%, seguido del trabajo 36,4% y la casa de familiares y/o amigos con un 33,7%.

En cuanto al **dispositivo utilizado para acceder a Internet**, continua la tendencia creciente de hacerlo mediante el teléfono móvil, aumenta por cuarto trimestre consecutivo y se sitúa en el 80,9%. Sin embargo, otros medios más tradicionales como los ordenadores, tanto portátiles como de sobremesa, continúan registrando una tendencia decreciente en los últimos trimestres.

Referente a los **usos de Internet**, en este trimestre suben los servicios en la nube (29,8%), el uso de redes sociales (62,7%), la mensajería instantánea/chat (71,5%) y la banca electrónica (45,6%). El resto de los usos estudiados se mantienen estables.

La consulta de información a través de la administración electrónica muestra una tendencia con un ligero crecimiento, acentuándose aún más en el caso de la realización de tramites. En el tercer trimestre de 2016 y tras un incremento interanual de más de 6 puntos porcentuales, el 67,7% de los usuarios de la eAdministración ha realizado pagos de impuestos a través de la Red.

De forma semejante, se aprecia cómo la preferencia por Internet a la hora de realizar tramites con la Administración Pública a es cada vez mayor; así, la tramitación de la declaración de la renta ya es realizada de manera online por cuatro de cada diez usuarios.



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: 18.312.555 hogares. Individuos 15 y más años: 39,271 millones. 10 y más años: 41,565 millones.

Muestra neta de hogares: 3.182 hogares y 6.564 individuos 10+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.836 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 2016 se ha dado por finalizada durante el mes de Noviembre 2016.

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 $\pm 1,74\%$ para hogares y de $\pm 1,21\%$ para individuos.



El informe del "*Las TIC en los hogares españoles, estudio de demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información*" ha sido elaborado por el siguiente equipo de trabajo del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es:



Dirección: Alberto Urueña López

Equipo técnico:

Eva Prieto

María Pilar Ballesteros

Jose Antonio Seco

Raquel Castro García-Muñoz

Santiago Cadenas Villaverde

Agradecer la colaboración en la realización de este estudio a:

KANTAR TNS

ISSN 1989-7766

Reservados todos los derechos. Se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras y no se realice ninguna modificación de las mismas



Edificio Bronce
Plaza Manuel Gómez Moreno s/n
28020 Madrid. España

Tel.: 91 212 76 20 / 25
www.ontsi.red.es
observatorio@red.es