

# Las TIC en los hogares españoles

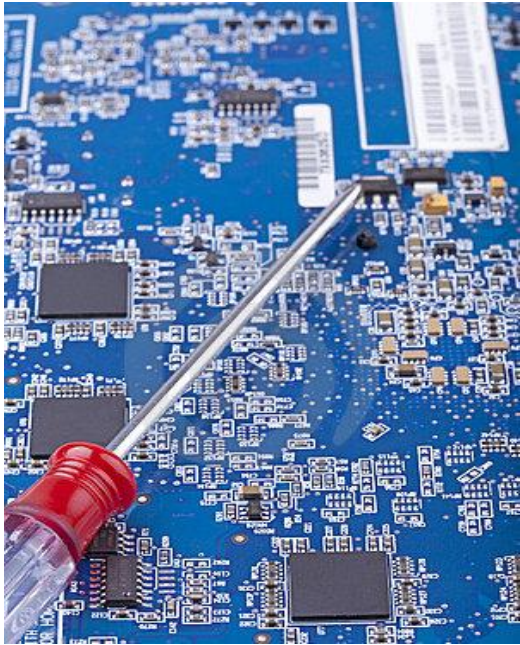
Estudio de demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones  
y Sociedad de la Información



LIX Oleada  
Enero-Marzo 2018  
Madrid, Octubre 2018



onsi  
observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI  
red.es



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

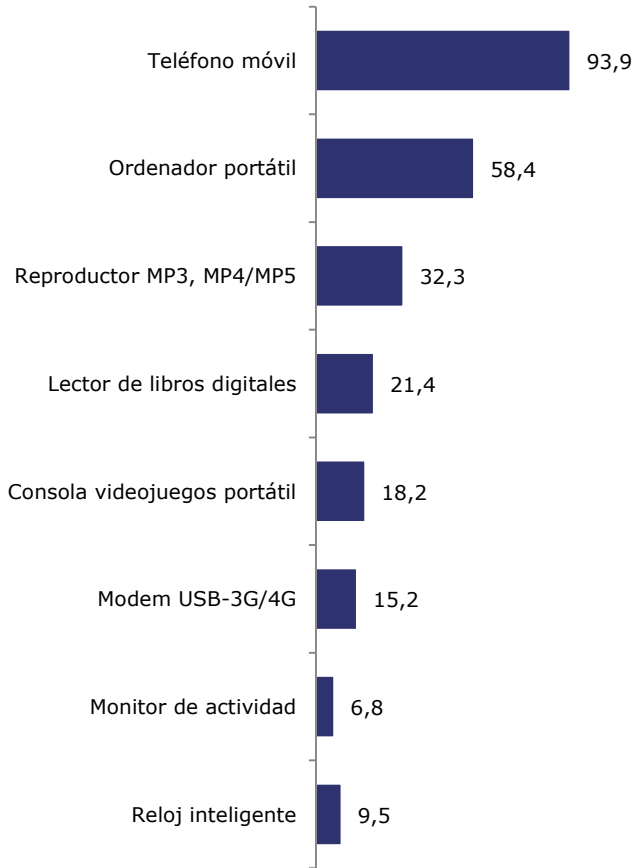
1



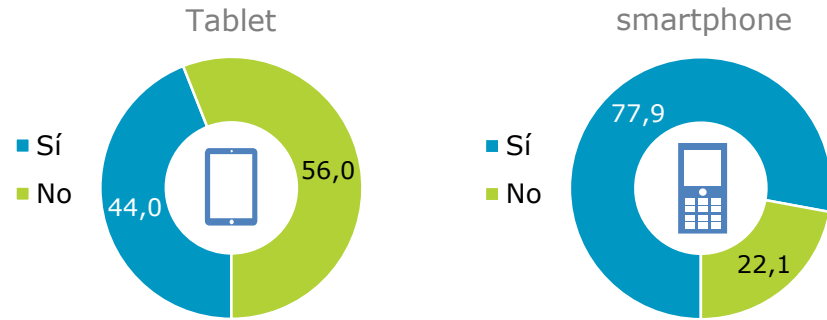
# Equipamiento de los individuos

%

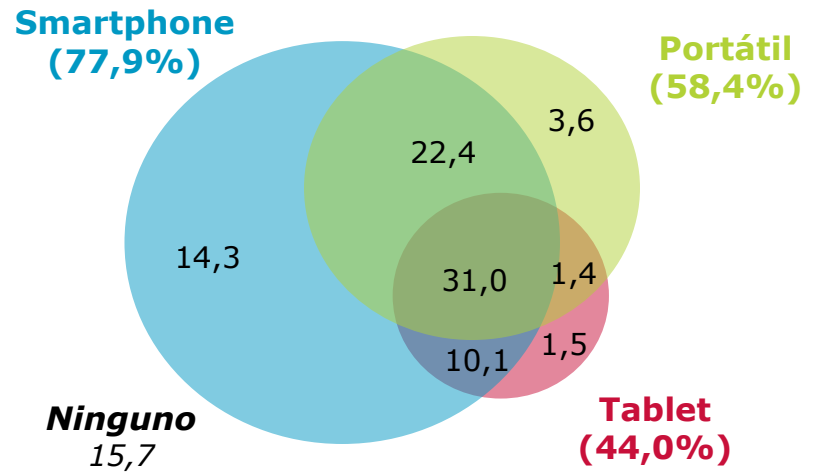
## Productos



## Penetración



## Convivencia dispositivos



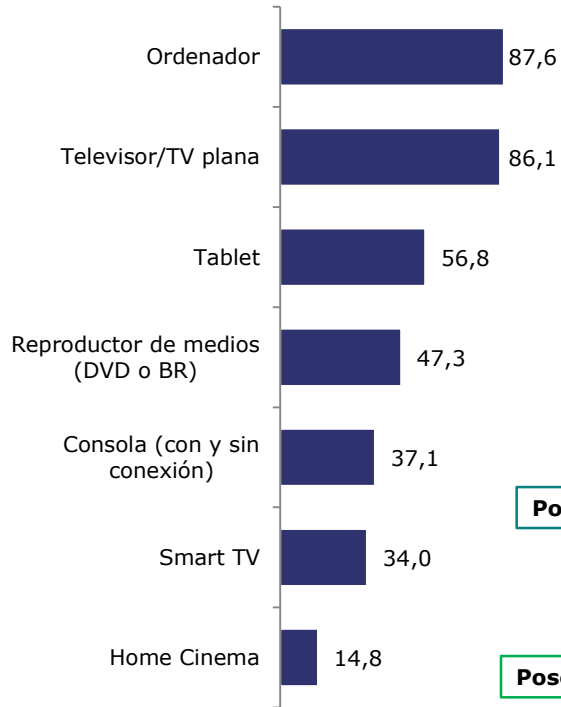
BASE: Individuos de 15 años o más que disponen de alguno de estos dispositivos

1

# Equipamiento de los hogares

%

## Productos



Poseen 4 servicios

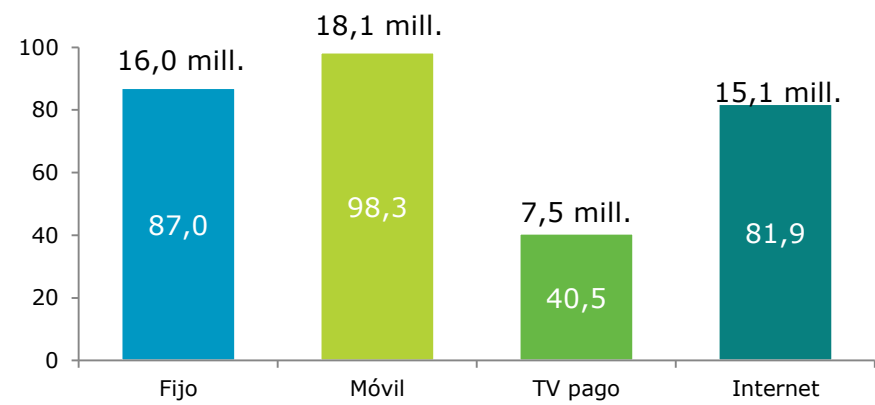
Poseen 3 servicios

Poseen 2 servicios

Poseen 1 servicio

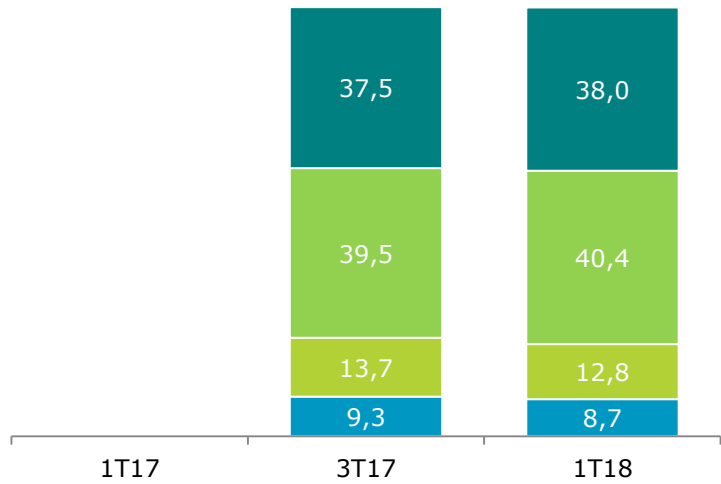
Sin servicios 0,0% de hogares

## Servicios



BASE: Total hogares  
Número de hogares que disponen del servicio

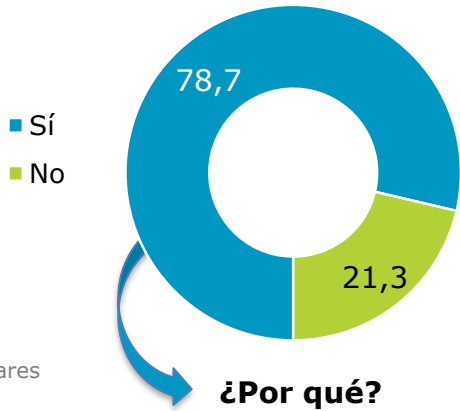
## Servicios por hogar



# Paquetización de servicios

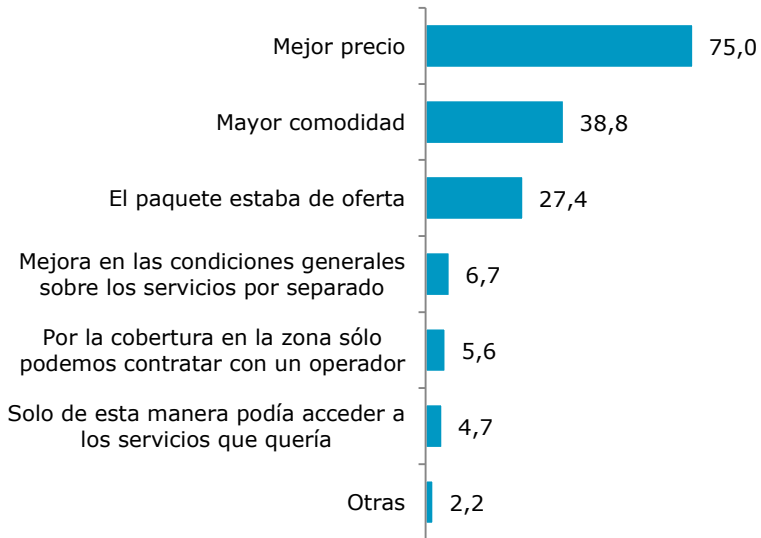
%

## ¿Contrata los servicios en forma de paquete?



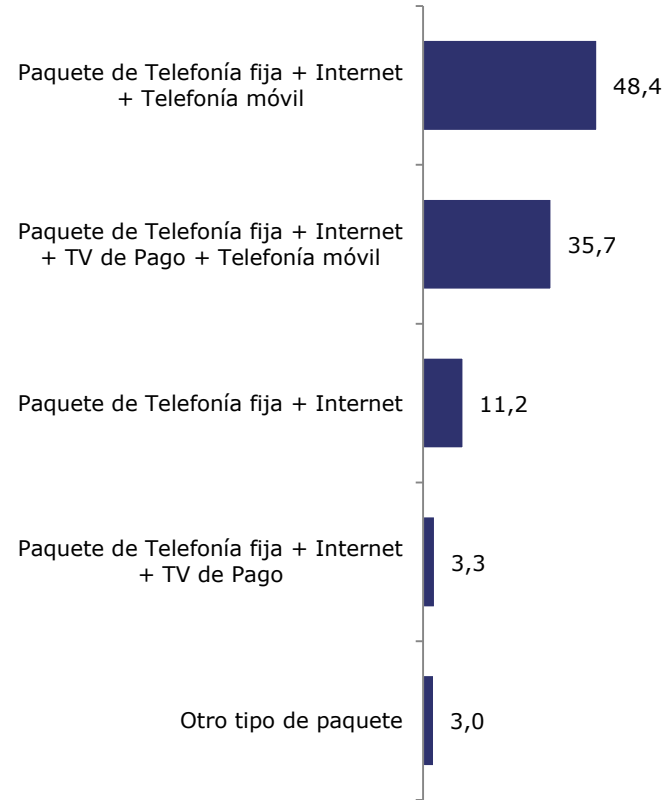
BASE: Total hogares

### ¿Por qué?



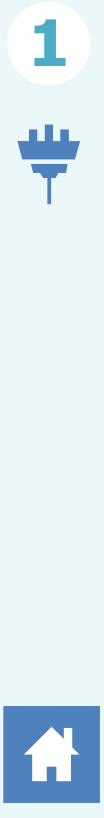
BASE: Hogares con paquete

## Paquetes más frecuentes



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

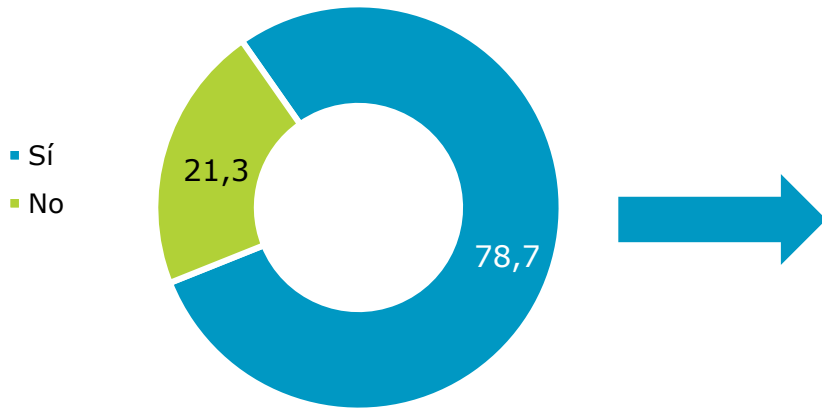
BASE: Hogares con paquete



# Paquetización de servicios

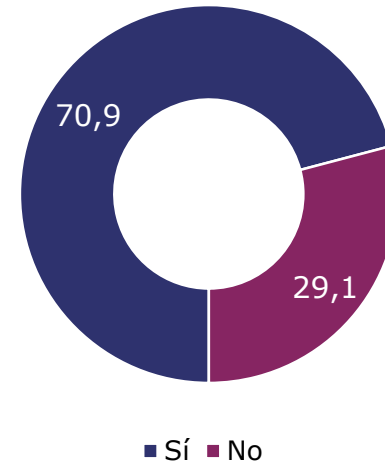
%

**¿Contrata los servicios en forma de paquete?**



BASE: Total hogares

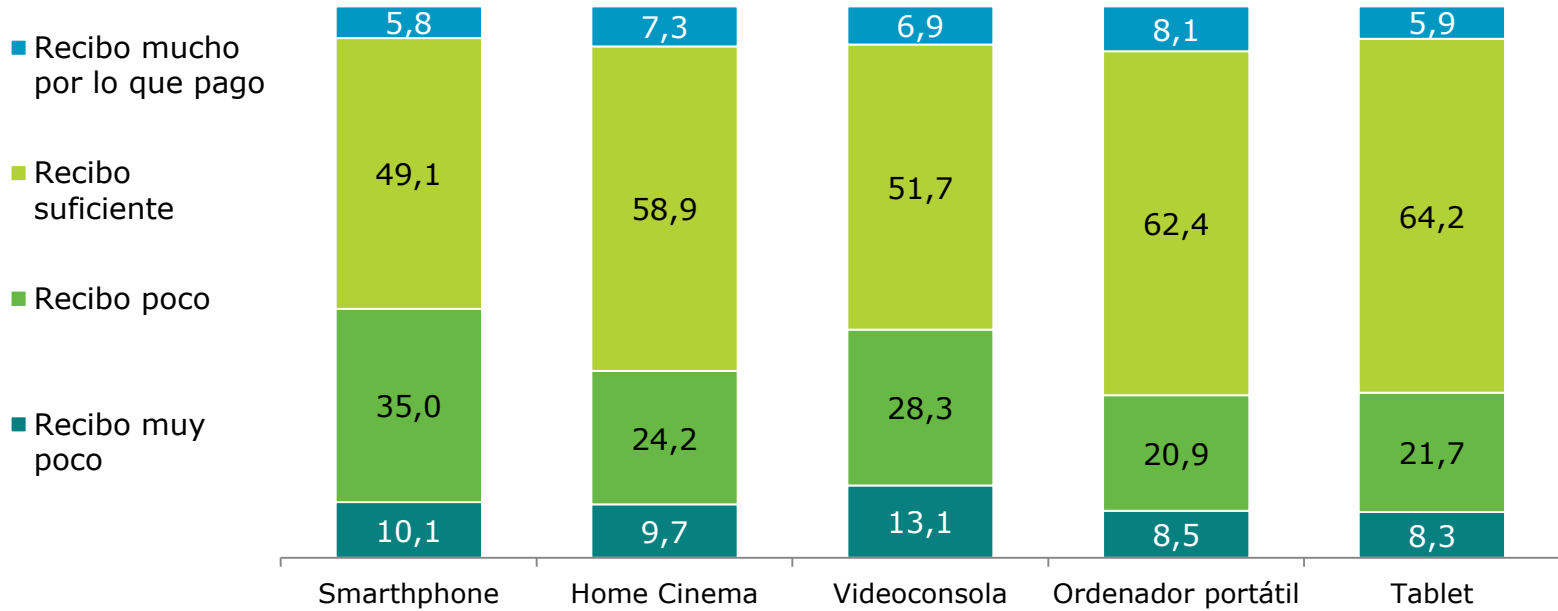
**Líneas móviles contratadas en paquete**



BASE: Líneas móviles

1

# Relación entre precio y utilidad de los equipamientos



1

## Conclusiones

### Equipamiento:

Durante el primer trimestre de 2018, el **teléfono móvil** continúa aumentando su presencia entre las personas de 15 años o más, aunque ralentiza su crecimiento seguramente debido a su elevada penetración, ya que está presente en el 93,9% de la citada población. Otro equipamiento individual que se recoge en el este estudio es el ordenador portátil y que presenta una penetración del 58,4% entre los individuos, valor similar al del trimestre anterior.

Otros dispositivos para el ocio que presentan penetraciones significativas son el reproductor MP3/MP4/MP5, el lector de libros digitales y la consola de videojuegos portátil, con penetraciones del 32,3%, 21,4% y 18,2%, respectivamente, si bien el único que presenta cierta evolución en su crecimiento es el lector de libros digital.

En cuanto al equipamiento en el hogar, la situación apenas cambia frente al trimestre anterior, donde la penetración de ordenadores y televisores de pantalla plana se encuentran presentes en más del 86% de los hogares. Además, el 56,8% de hogares disponen ya de al menos una tableta.

Los **reproductores de medios** (DVD o BluRay) continúan con su **descenso**, pasando del pico mostrado en el 3er trimestre de 2015 de un 54,2%, al 47,3% registrado en primer trimestre de 2018.

La contratación de **servicios TIC** en los hogares españoles según los resultados de la encuesta, cifra 18,1 millones de hogares (98,3%) con **telefonía móvil** y los servicios de **telefonía fija** en 16,0 millones de hogares (87,0%). Algo menor son los hogares españoles que disponen de **Internet**, 15,1 millones (81,9%) y por último, los servicios de **TV de pago** se contratan en 7,5 millones de hogares (40,5%).

La mayoría de estos hogares contratan 3 y 4 de estos servicios (40,4% y 38,0% respectivamente). Además la **contratación** de servicios conjuntamente se realiza de forma mayoritaria, puesto que **un 78,7%** de los hogares tiene algún tipo de paquete de servicios TIC, manteniendo las preferencias de contratación con paquetes de Telefonía fija + Internet + móvil (48,4%) y paquetes de Telefonía fija + Internet + móvil + televisión de pago (35,7%).

Las razones declaradas para tener los servicios TIC contratados en paquetes son el precio (75,0%) y comodidad (38,8%).





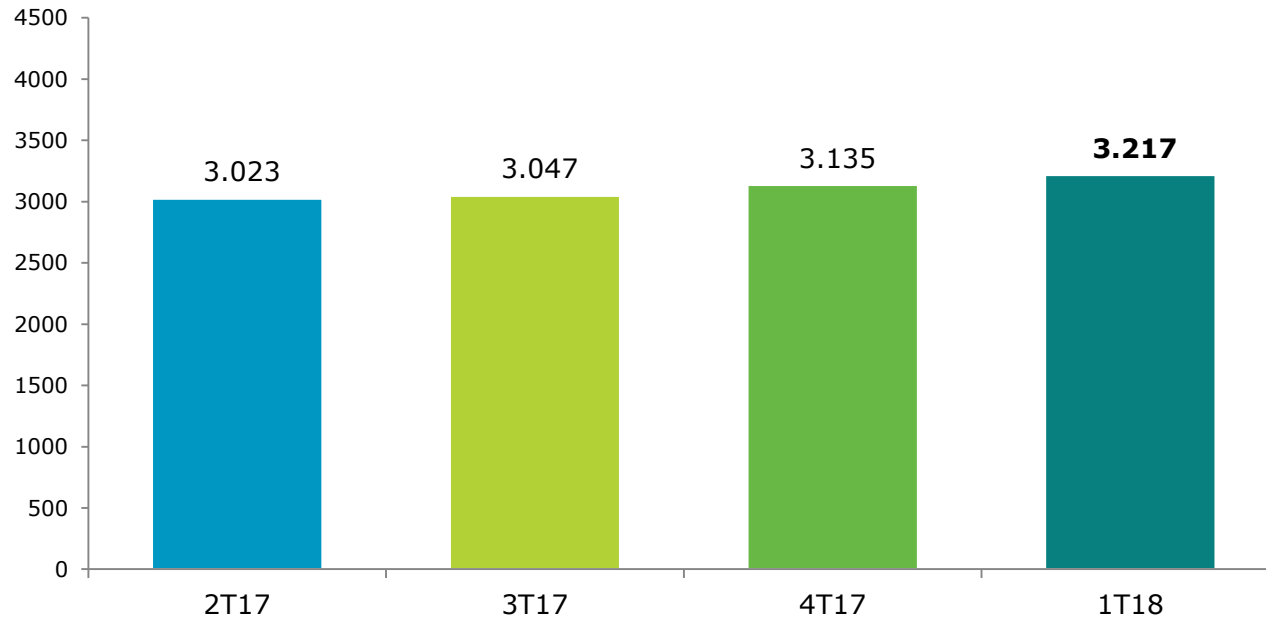


	diap.
<b>1. <u>Equipamiento</u></b>	<b>2</b>
<b>2. <u>Gasto</u></b>	<b>9</b>
<b>3. <u>Conectividad</u></b>	<b>21</b>
<b>4. <u>Comunicación</u></b>	<b>29</b>
<b>5. <u>Información</u></b>	<b>36</b>
<b>6. <u>Entretenimiento</u></b>	<b>41</b>
<b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b>	<b>48</b>
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



# Gasto total nacional

## Gasto nacional (Millones de €) (Excluido IVA)



\* Datos en millones de Euros / Trimestre

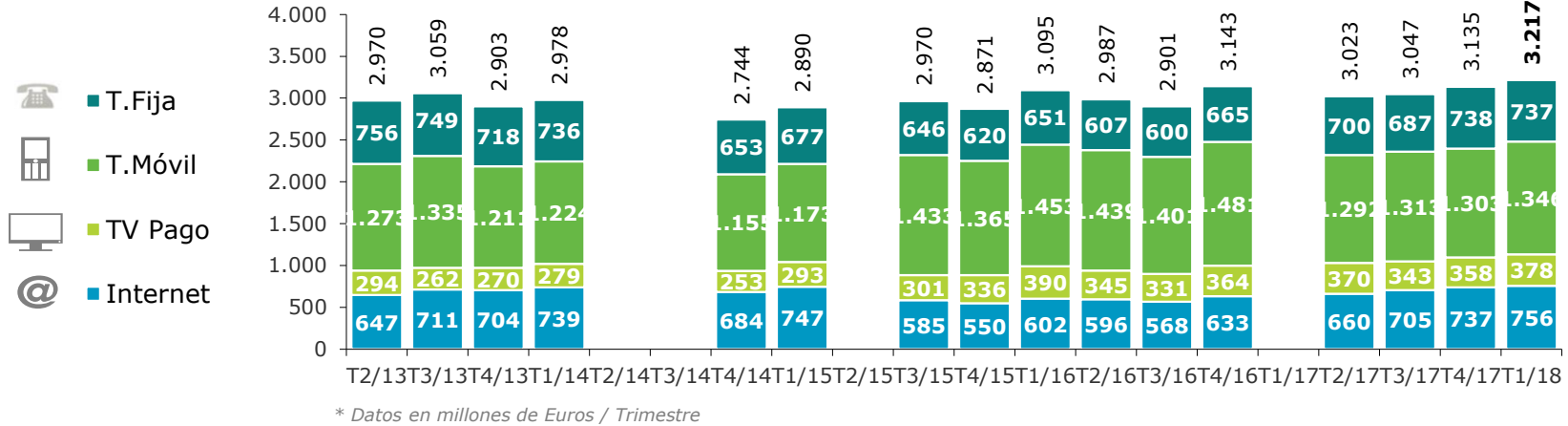
2



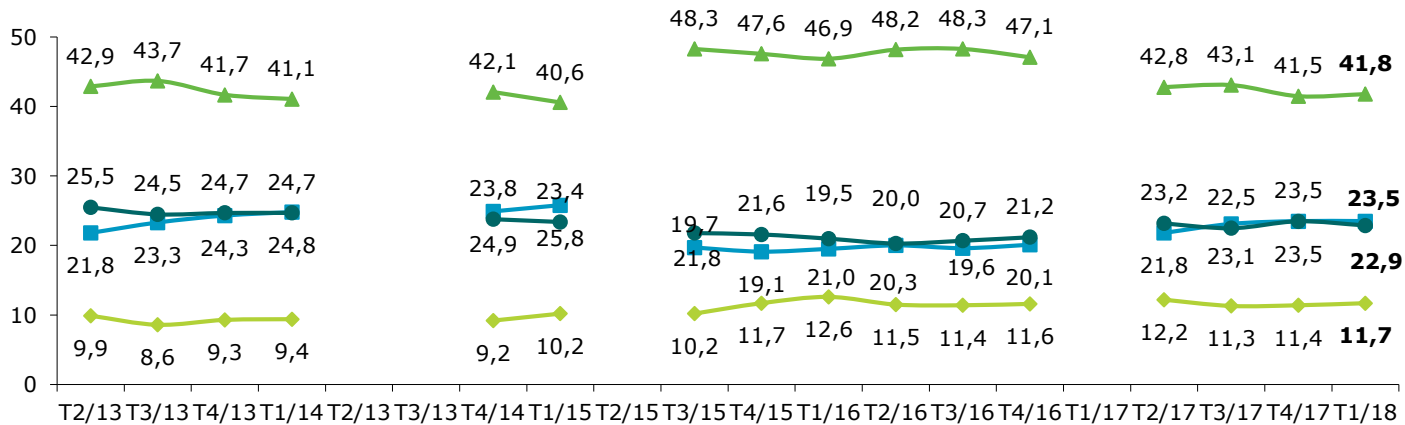
# Gasto total nacional | por mercado



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



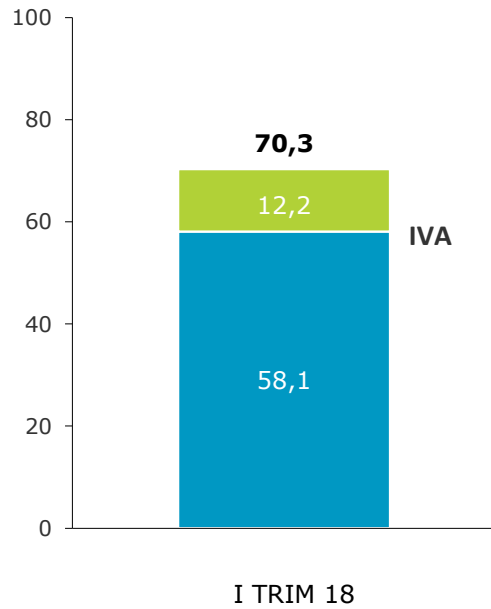
## Porcentaje de gasto TIC por servicio



# Gasto medio por hogar

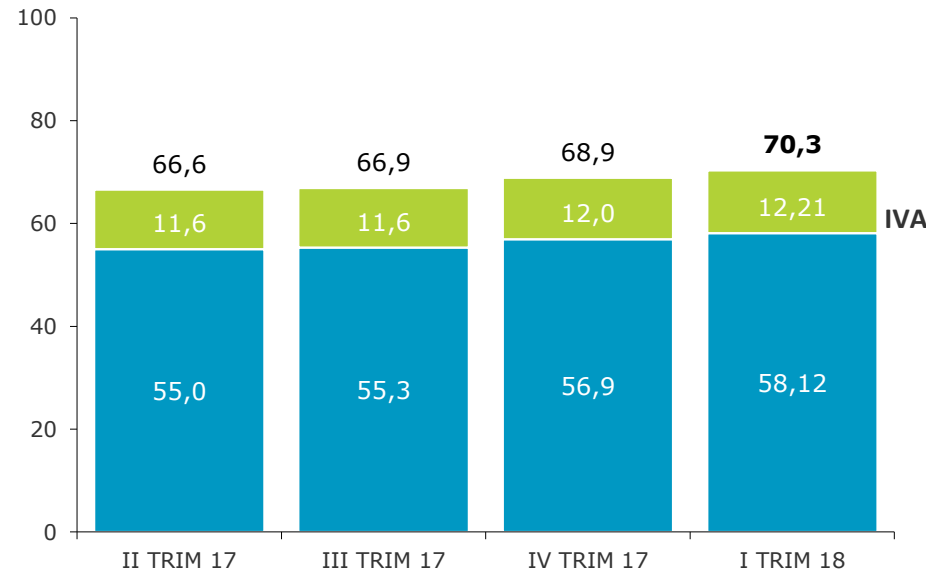


**Gasto medio por hogar (€)**  
(IVA Incluido)



\* Datos en Euros / Mes (con IVA)

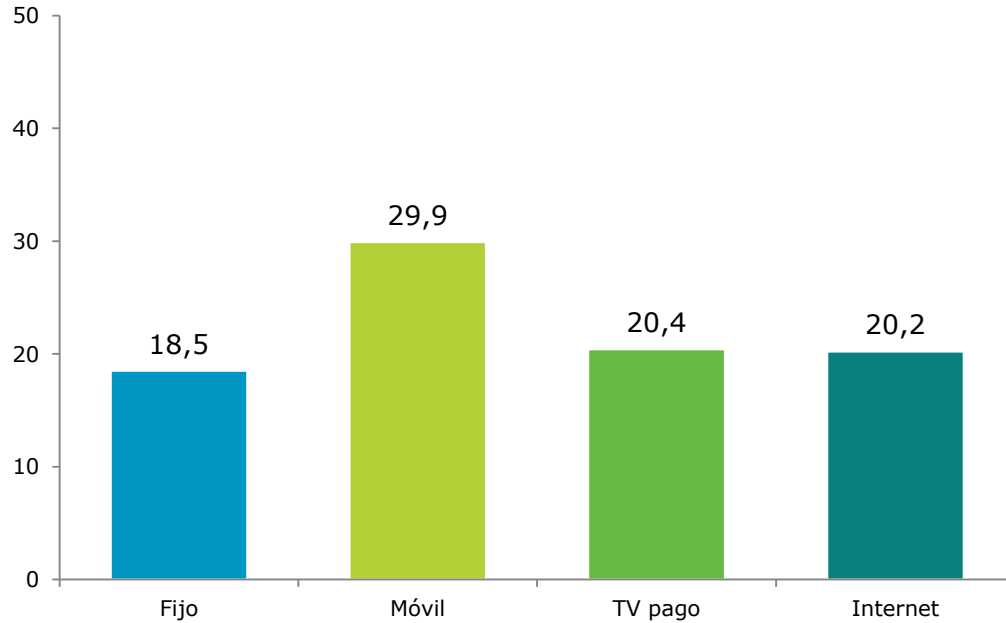
**Evolución del Gasto medio por hogar (€)**  
(IVA Incluido)



# Gasto medio por mercado

## Gasto medio por hogar (IVA incluido)

\* Datos en Euros / Mensuales

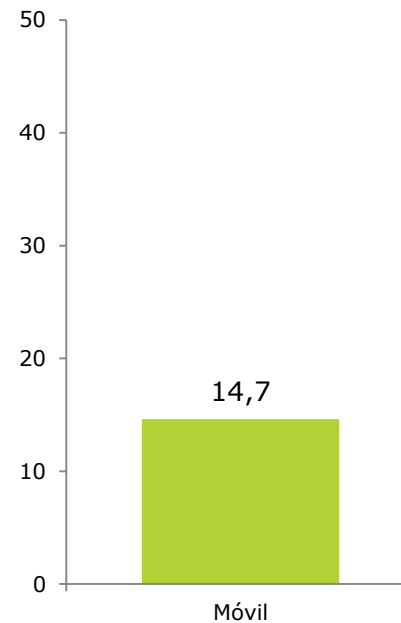


I TRIM 18

BASE: Hogares que disponen de cada servicio

## Gasto medio por individuo (IVA incluido)

\* Datos en Euros / Mensuales



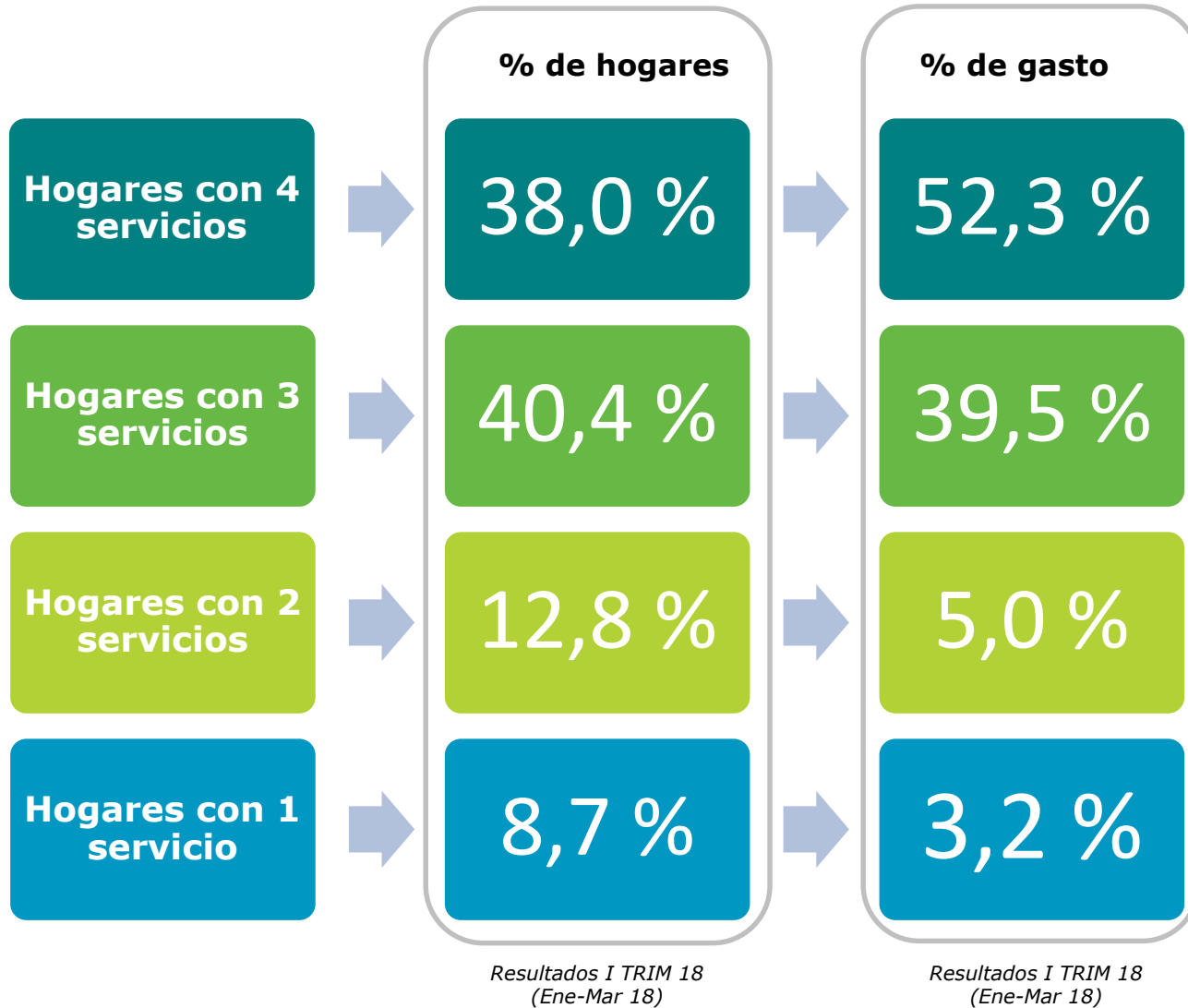
I TRIM 18

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

2



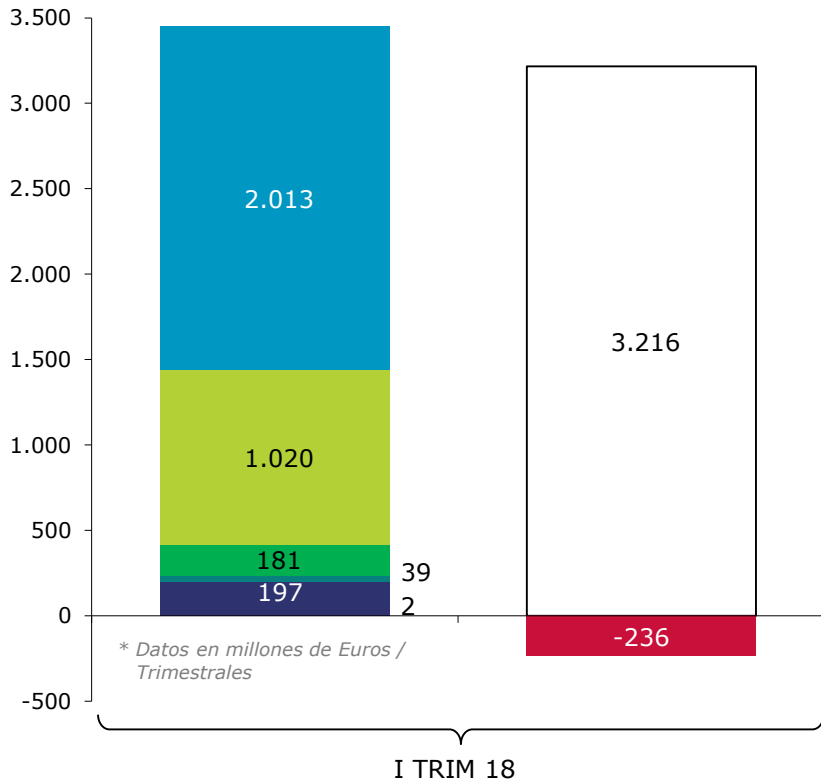
# Contratación de servicios TIC



# Gasto total nacional | por concepto



## Gasto total nacional desglosado por conceptos (Excluido IVA)



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

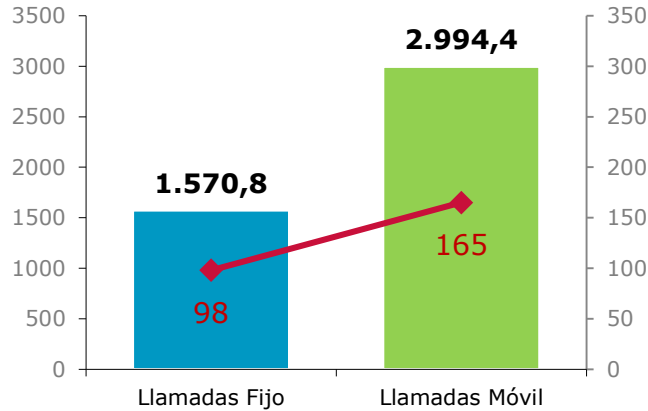


# Análisis del consumo

2

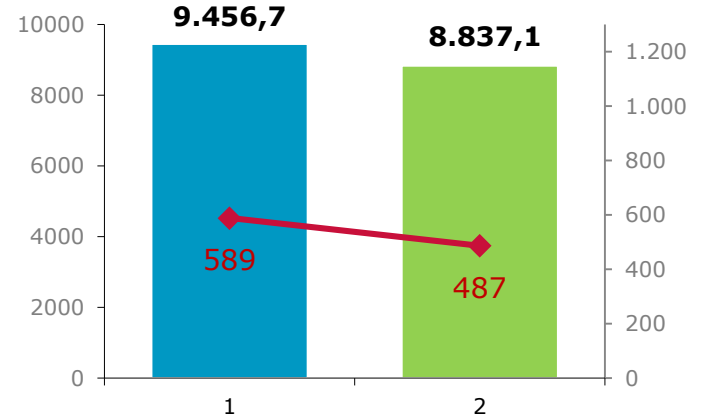


## Número de llamadas



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

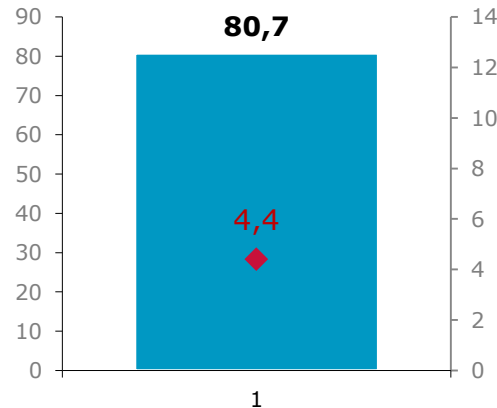
## Duración de llamadas



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

Resultados I TRIM 18  
 (Ene-Mar 18)

## Consumo SMS



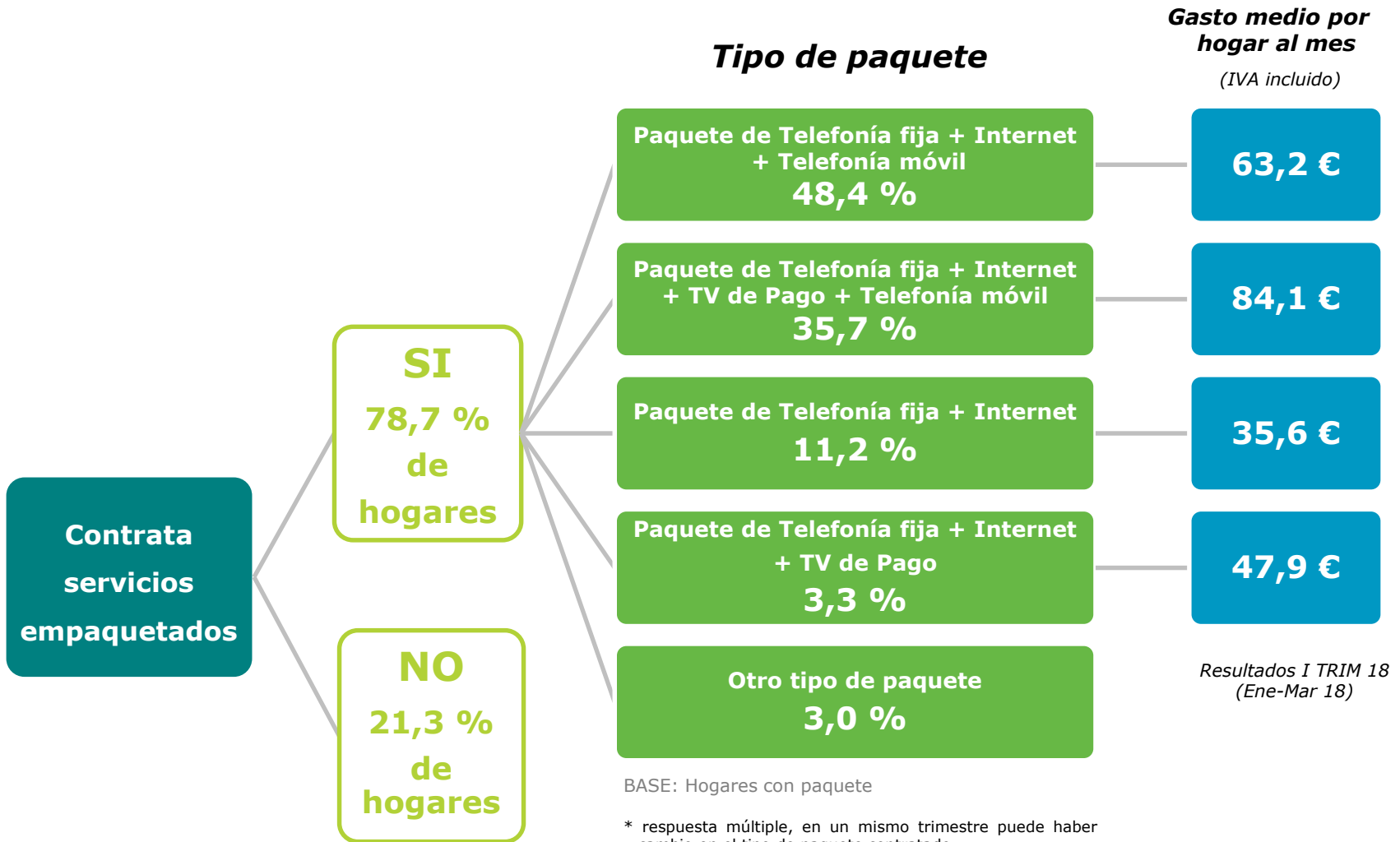
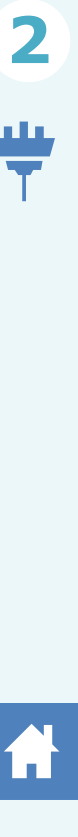
Nacional: Millones de mensajes / Trimestre  
 Hogar: Mensajes / Trimestre

BASE: Total hogares con móvil

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



# Gasto en paquetización de servicios



Resultados I TRIM 18  
(Ene-Mar 18)

BASE: Hogares con paquete

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

BASE: Total hogares

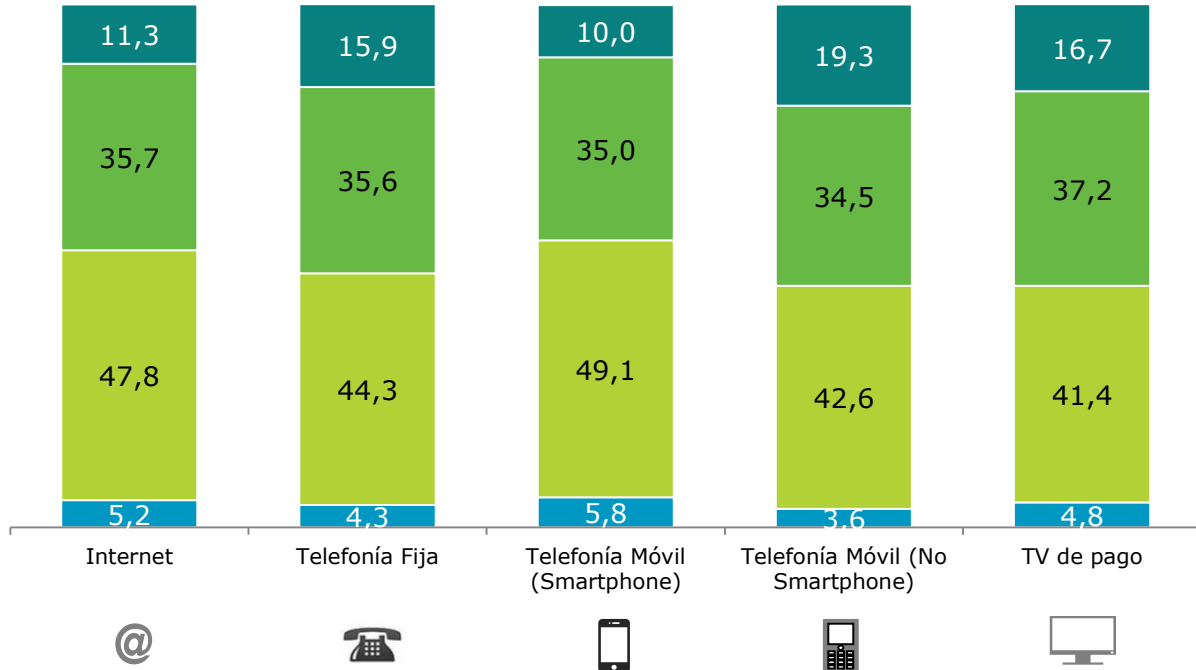
Resultados I TRIM 18  
(Ene-Mar 18)

Resultados I TRIM 18  
(Ene-Mar 18)

# Relación entre precio y utilidad de los servicios

2

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



Resultados I TRIM 18  
(Ene-Mar 18)

# Conclusiones

2

## Evolución del gasto:

El año 2018 comienza con una subida del **gasto total nacional** en servicios TIC hasta los **3.217 millones de euros** (frente a los 3.135 millones registrados a finales de 2017), lo que supone un incremento trimestral del 2,6%.

Esta cifra se descompone de la siguiente manera; un 41,8% (1.346 millones de euros) en gasto **móvil**, que supone una subida de un 3,3% frente al gasto del trimestre anterior, el gasto en **Internet** se mantiene en 23,5% (lo que equivale a 756 millones de euros), el asociado a la **telefonía fija** baja a un 22,9% (lo que equivale a 737 millones de euros). Por último, la **televisión de pago** representa el 11,7% restante del total, es decir, 378 millones de euros.

El **gasto medio por hogar asciende** una vez más, por cuarto trimestre consecutivo, **hasta alcanzar los 70,3€**, incrementando así 1,4€ la cantidad registrada en el último trimestre de 2017 (68,9,9€ por hogar).

El grueso de gasto generado (un 91,8% del mismo) lo realizan el 78,4% de los hogares españoles; estos son los que tienen contratados 3 o 4 servicios TIC.

## Distribución de servicios por hogar:

Referente a gasto medio por hogar de cada servicio TIC, se observa que la **telefonía fija** se sitúa en 18,5 €/mes durante el primer trimestre de 2018 y el gasto en **Internet** se mantiene constante en 20,2 €/mes por hogar. El **gasto** medio en **móvil** sube hasta los 29,9€ frente a los 29,1€ registrados en el anterior trimestre. Por último, la **TV de pago** incrementa su gasto medio por hogar y mes a 20,4€ frente a los 19,5€ del trimestre anterior.



## Análisis de la paquetización de servicios:

Durante el primer trimestre de 2018, la paquetización de los servicios TIC continúa aumentando y alcanza ya el 78,7% de los hogares españoles. Los paquetes contratados más frecuentes continúan siendo la telefonía fija, Internet y móvil (que suponen un 48,4% de los paquetes contratados, con un gasto medio por hogar asociado de 63,2€) y aquellos paquetes que incluyen todos los servicios (que representan el 35,7% y suponen un gasto medio por hogar asociado de 84,1€).

## Análisis del consumo:

El gasto total de **3.217 millones de euros**, desglosado por conceptos queda de la siguiente manera:

**Cuotas**, ya sean **cuotas de paquetes** (que suponen 2.013 millones de euros), o de **otras cuotas mensuales** (1.020 millones de euros).

**Consumos**, asociados al **móvil** por valor de 197 millones de euros, significativamente mayores que los **consumos fijos** registrados, que suponen un total de 39 millones de euros y por último un total de 2 millones de euros asociados a **consumos de televisión**.

Quedaría por mencionar **otros conceptos** recogidos por valor de 181 millones de euros y 236 millones de euros que se acumulan como **descuentos** sobre el gasto.



diap.



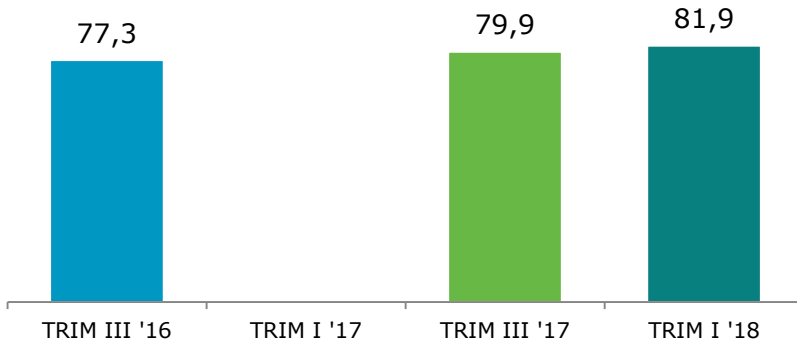
<b>1. <u>Equipamiento</u></b>	<b>2</b>
<b>2. <u>Gasto</u></b>	<b>9</b>
<b>3. <u>Conectividad</u></b>	<b>21</b>
<b>4. <u>Comunicación</u></b>	<b>29</b>
<b>5. <u>Información</u></b>	<b>36</b>
<b>6. <u>Entretenimiento</u></b>	<b>41</b>
<b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b>	<b>48</b>
<b>8. 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



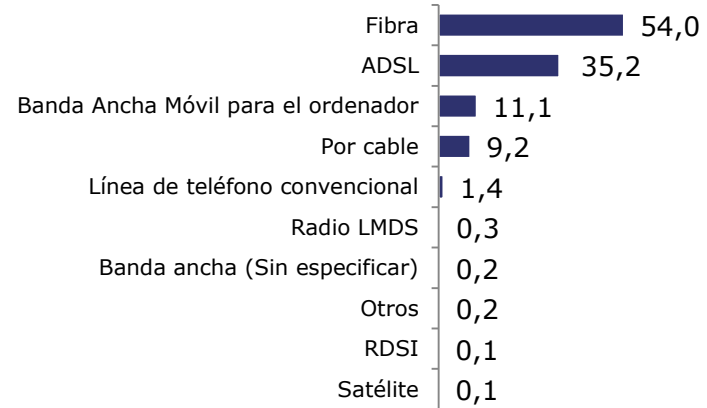
# Conectividad en el hogar

%

## Penetración de Internet

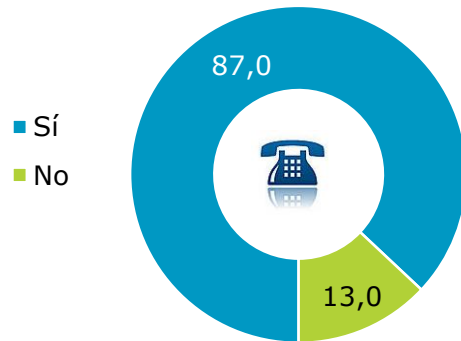


## Tipo de conexión

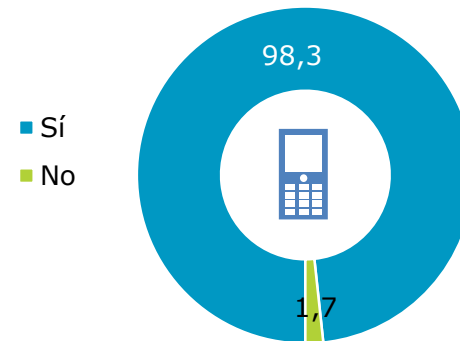


BASE: Total hogares con conexión a Internet

## Penetración Fijo



## Penetración Móvil



3

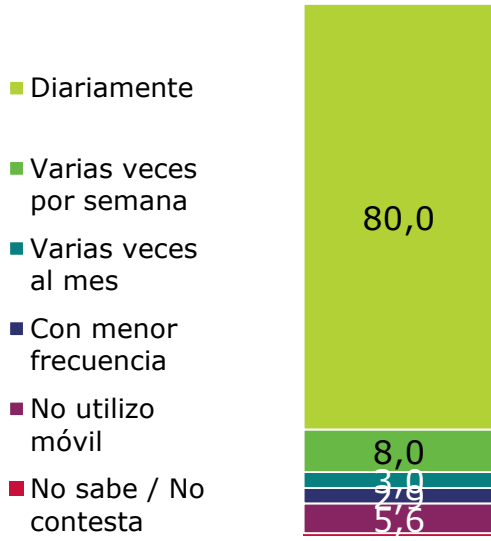
# Cómo se conecta la gente | móvil

3



%

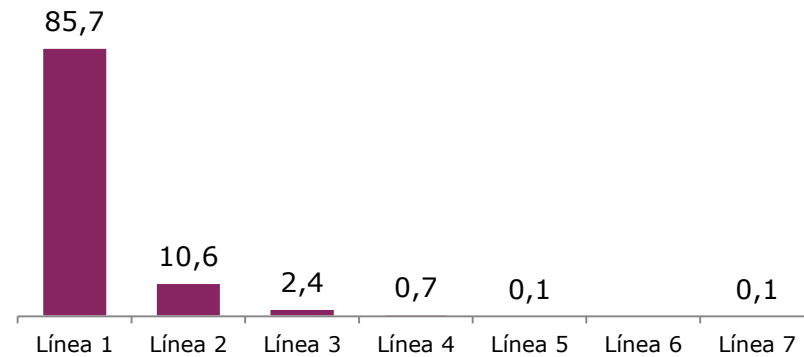
## Frecuencia Uso Móvil



## Usuarios Móvil

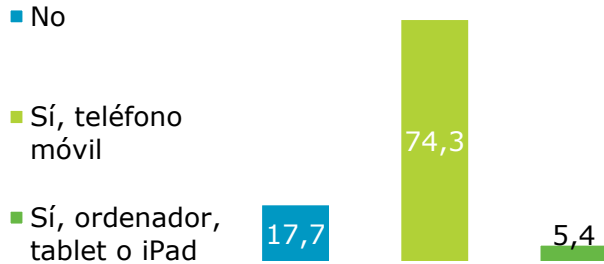
36.987.731 (93,9%)

## Nº líneas contratadas



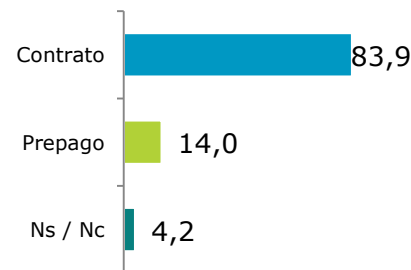
BASE: Usuarios de móvil

## Uso Internet móvil



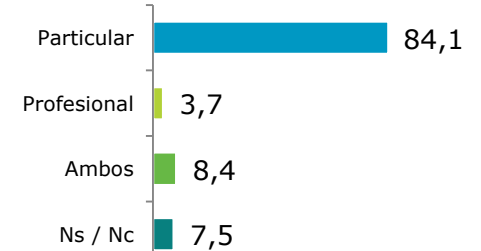
BASE: Individuos de 15 años o más

## Modalidad contratación (líneas)



BASE: Total líneas

## Uso (líneas)

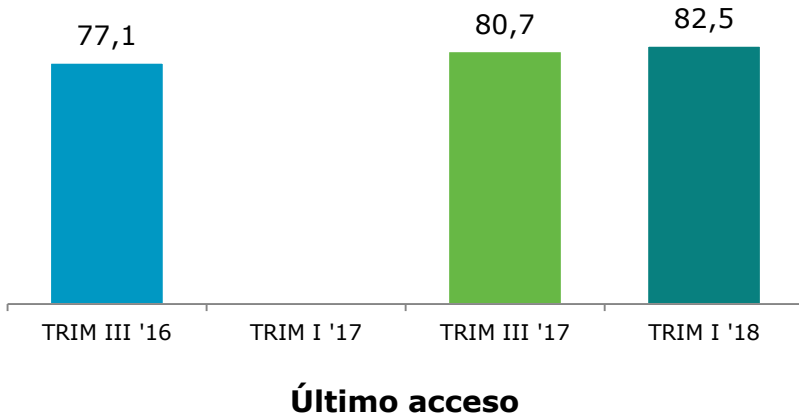


BASE: Total líneas

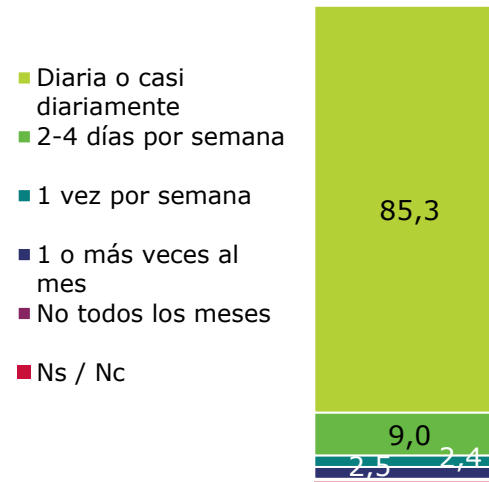
# Cómo se conecta la gente | Internet

%

## Penetración de uso de Internet (Último mes)

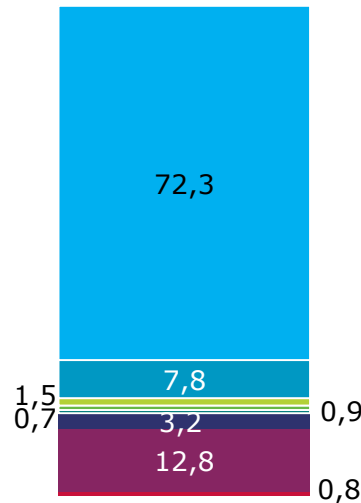


## Frecuencia de uso (Último trimestre)



BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

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



## Manejo y uso de Internet



BASE: Usuarios de Internet

BASE: Individuos de 15 años o más

Resultados I TRIM 18  
(Ene-Mar 18)

3

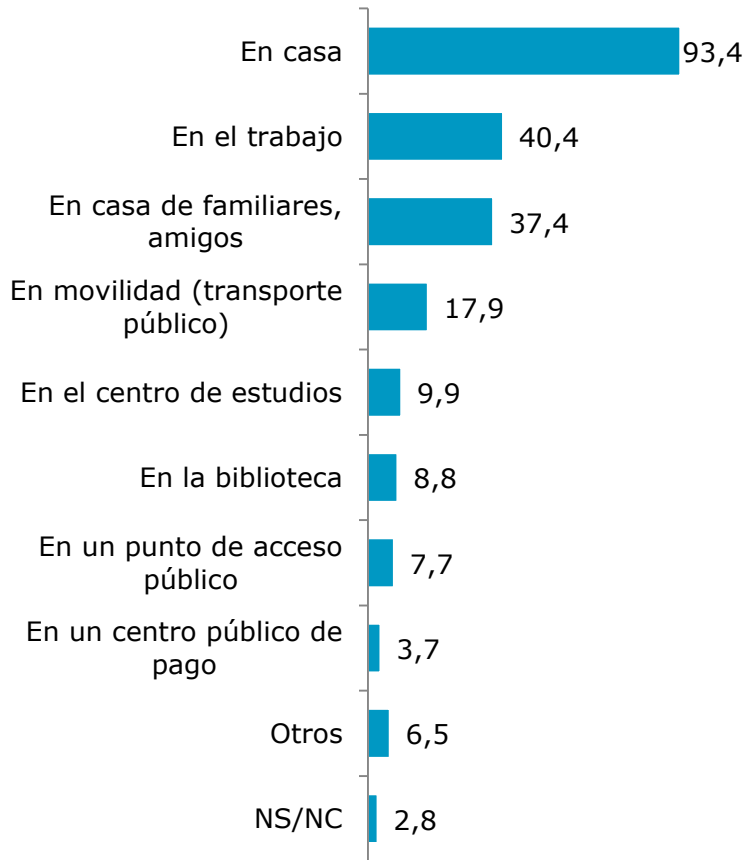




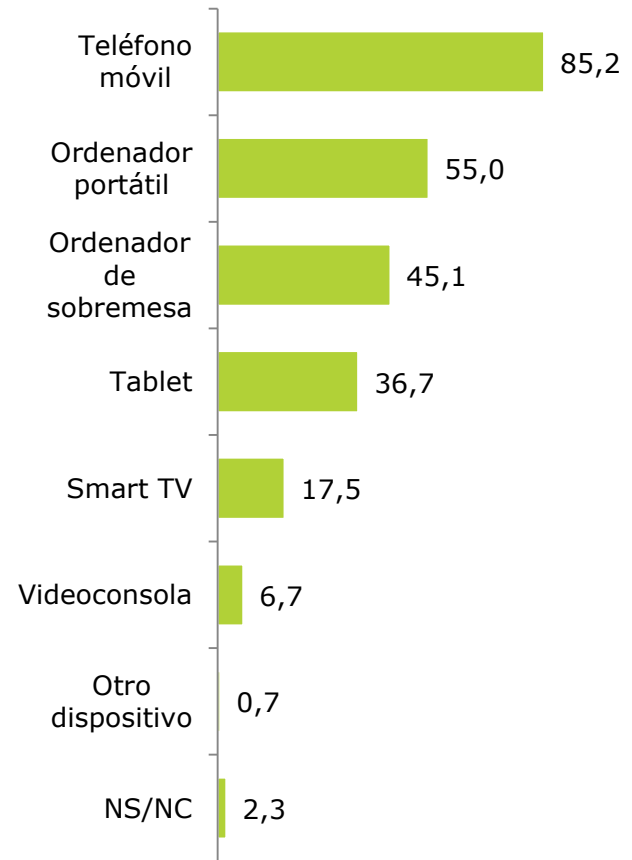
# Usos de Internet

%

**Lugares de acceso**



**Dispositivos de acceso**



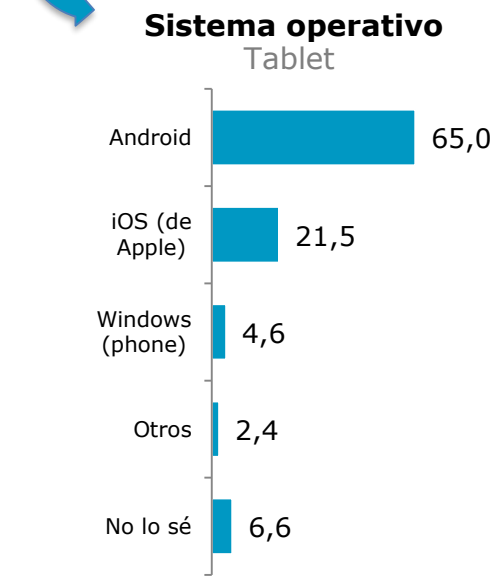
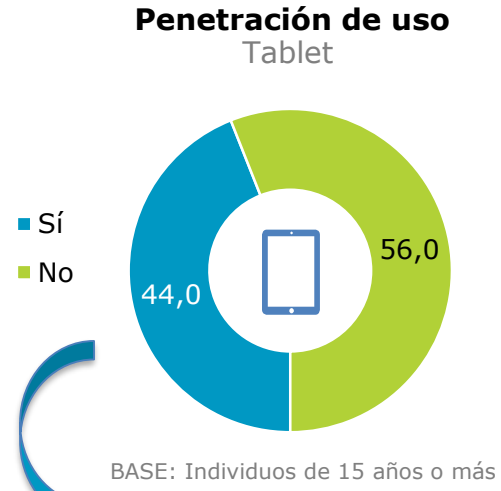
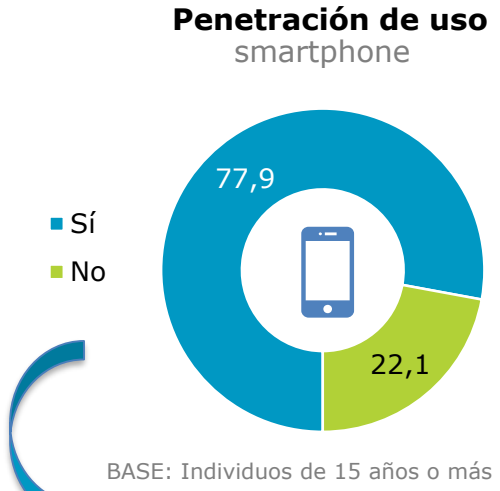
3



# Usos de smartphone / tablet

%

3



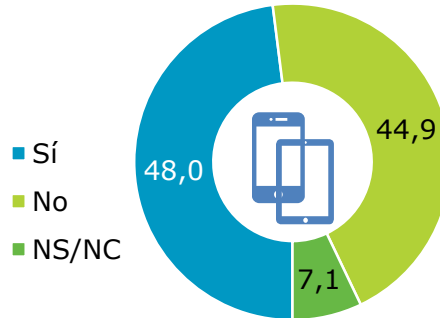
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

BASE: Individuos de 15 años o más con Tablet

# Usos de smartphone / tablet

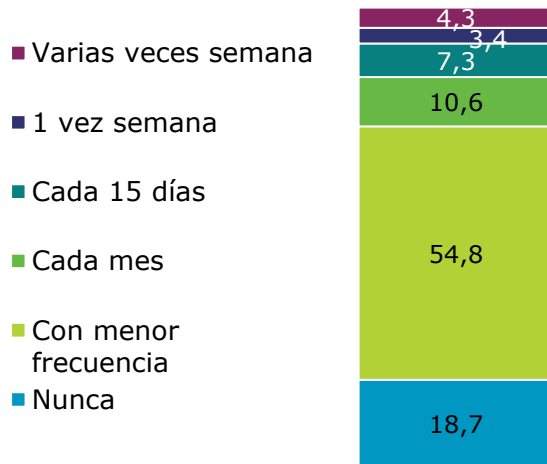
%

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



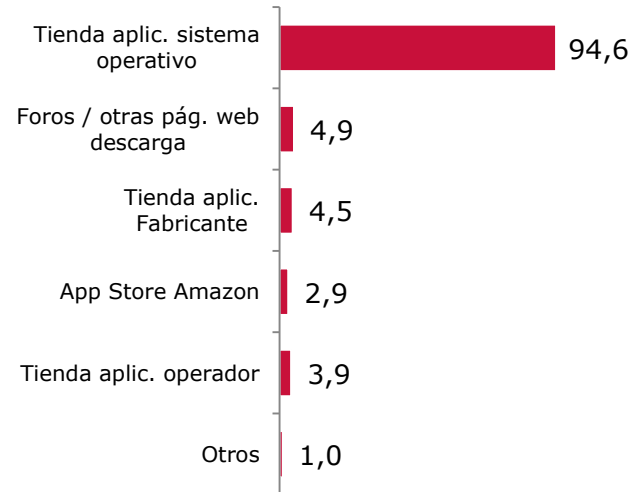
BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

## 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

3

## Formas de conectarse

El acceso a **Internet** continua en aumento, de esta forma, ya está disponible en algo más de cuatro de cada cinco hogares españoles (81,9%). La sustitución de fibra óptica por ADSL mantiene su curso, más de la mitad de los accesos en el hogar son a través de la fibra con un 54,0%, frente al acceso mediante ADSL que es del 35,2%.

La **frecuencia de uso diario de la Red** también sigue aumentando y alcanza un valor de **85,3% entre los internautas** que han accedido a Internet **en los últimos 3 meses**. Estas conexiones se siguen realizando desde los mismos sitios; desde casa (93,4%), casa de amigos o familiares (37,54%) y desde el trabajo (40,4%). También destaca el acceso en movilidad (transporte público), que ya es realizado por el 18% de los internautas.

**Se acentúa aún más la preferencia del móvil** como dispositivo de acceso a la Red (85,2%), le siguen los ordenadores, tanto portátil como fijo (55,0% y 45,1% respectivamente), como tabletas (36,7%).

Este aumento de acceso y uso de internet a través del **móvil**, presente en el 98,3% de los individuos españoles de 15 o más, conlleva a que ya, ocho de cada diez de estos individuos declare que realiza un uso **diario** del terminal. Además, tres de cada cuatro también declaran acceder a Internet a través del teléfono móvil.

## Smartphones y tabletas

El **smartphone** continúa con su expansión entre los individuos de 15 o más años llegando al 77,9% de los mismos, (un aumento de 10 puntos porcentuales desde el dato registrado en el primer trimestre de 2016). Por otro lado, la penetración de las **tabletas** entre los españoles también sigue aumentando y ya alcanza el 44,0% (en este caso 6 p.p. más que hace dos años).

El **sistema operativo más frecuente** de ambos terminales continúa siendo Android, con un 80,3% en el caso de smartphones y 65,0% en el caso de las tabletas.





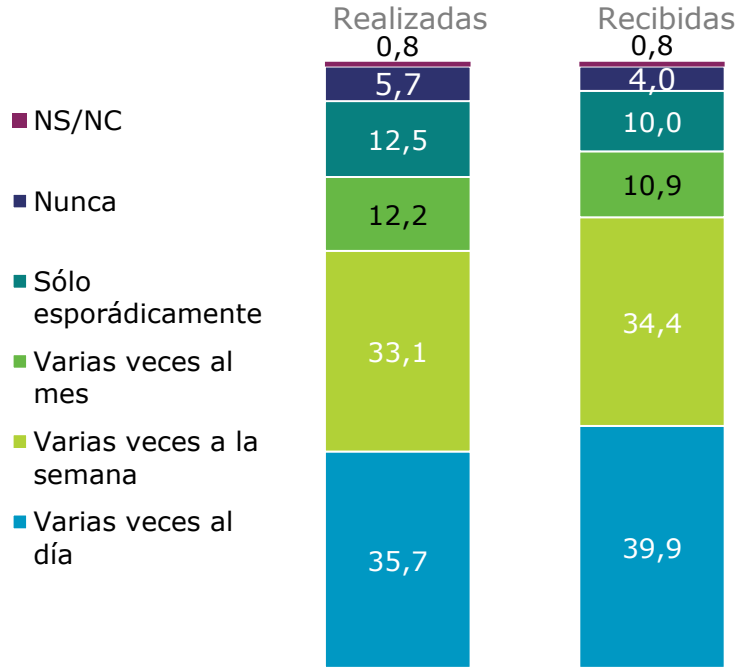
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



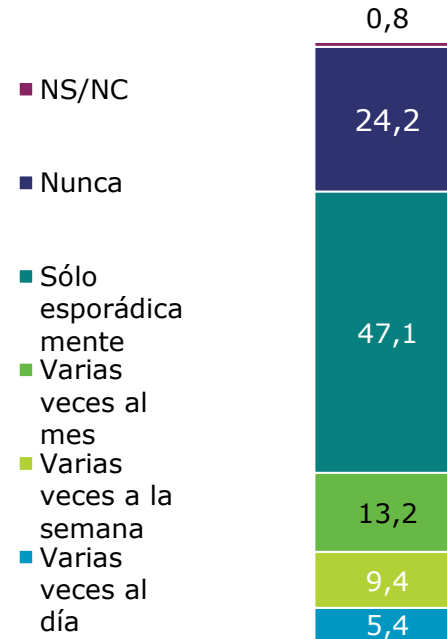
# Comunicación tradicional móvil

%

## Llamadas de voz móvil



## Mensajes de SMS



4



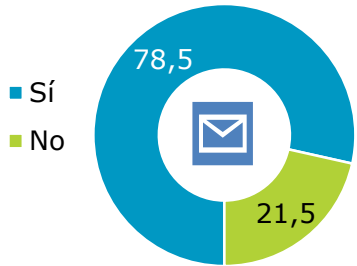
# Comunicación basada en Internet

%

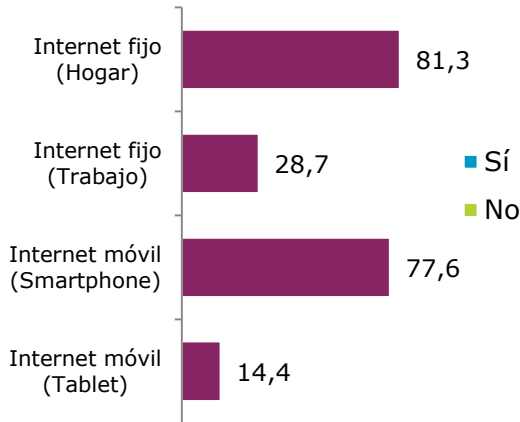
## Correo electrónico (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

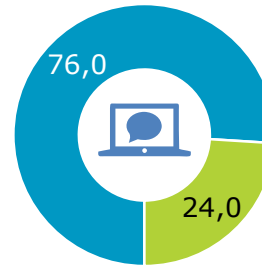


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

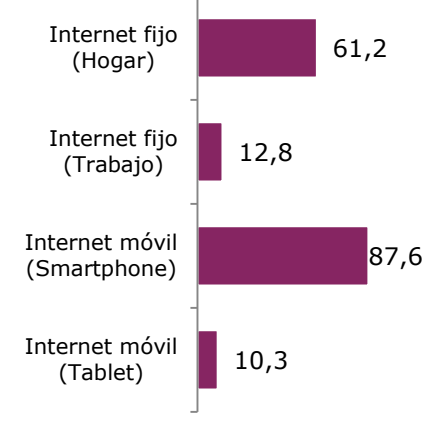
## Mensajería instantánea (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

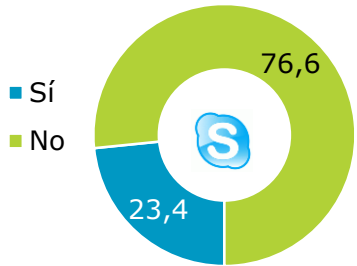


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

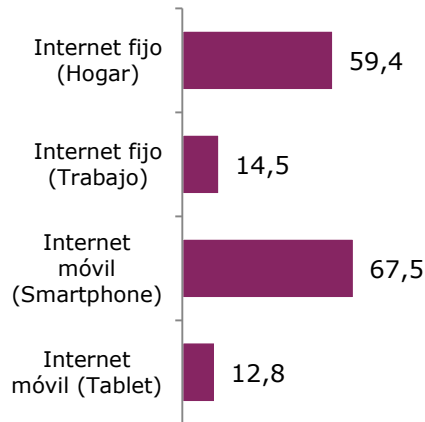
## Llamadas Skype (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

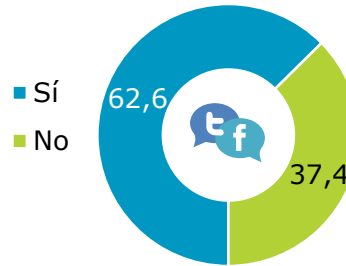


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

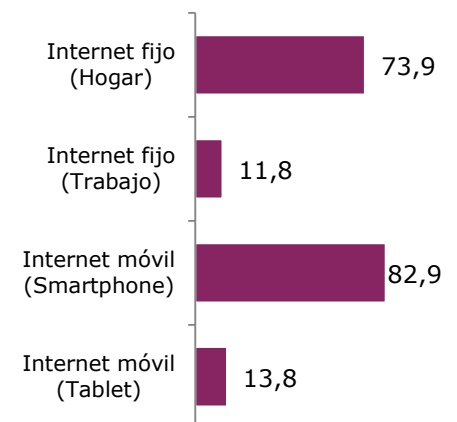
## Redes sociales (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

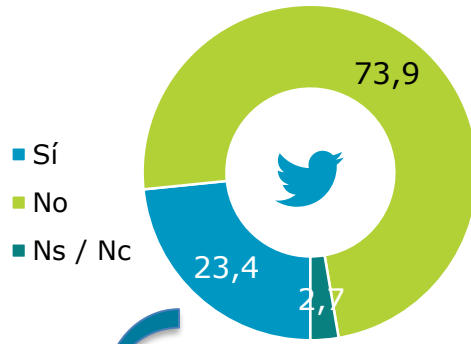


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio



%

## Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

## Usos del microblogging



BASE: Usuarios de 15 años o más que usan microblogging

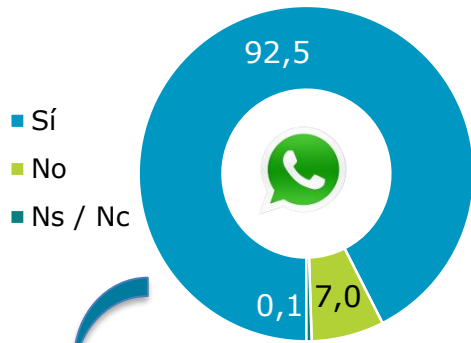




# Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

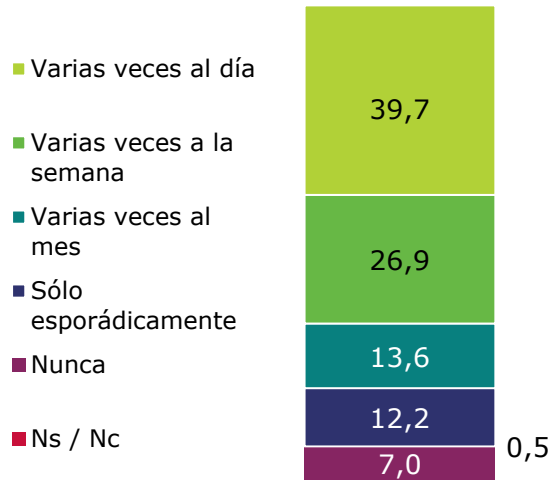
%

## Uso de mensajería tipo WhatsApp



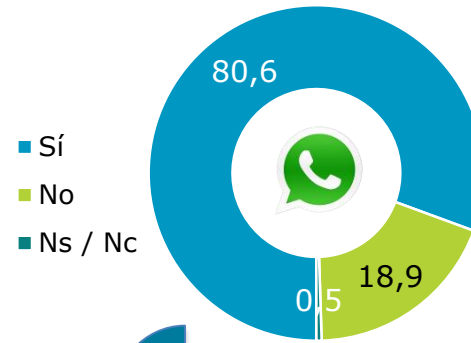
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Frecuencia de uso



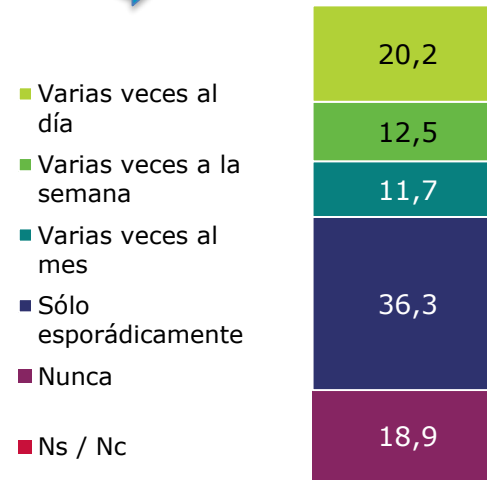
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Uso de llamadas de voz tipo WhatsApp



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Frecuencia de uso



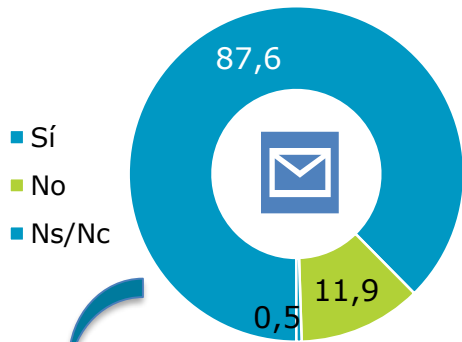
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone



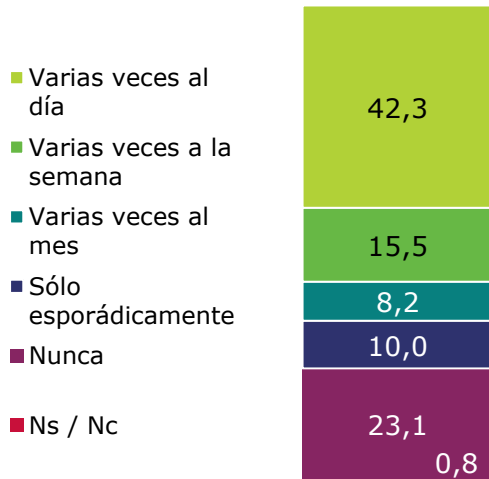
# Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

%

## Uso de Correo electrónico

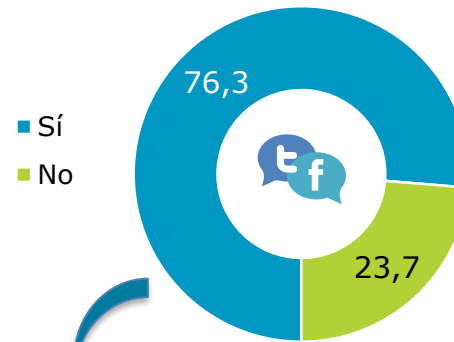


### Frecuencia de uso



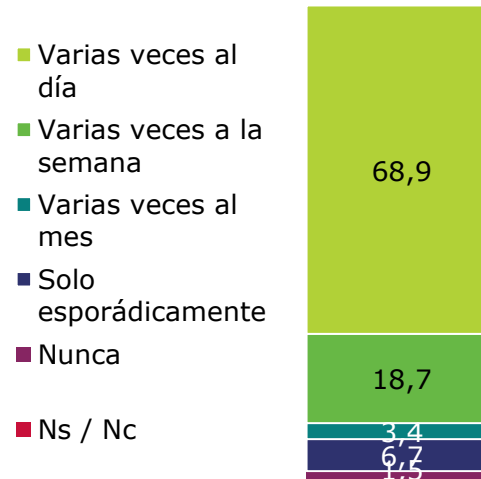
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## 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



# Conclusiones

4

La categoría de comunicación comprende dos tipos, la **comunicación tradicional y la comunicación basada en internet**.

El primer grupo se mantiene estable, con **más de un tercio** de los individuos de 15 o más años de edad **que declaran realizar llamadas a diario** (35,7%), **y un 39,9% recibirlas**. Un 33,1% y 34,4% respectivamente realizan esta misma actividad con una frecuencia semanal.

El segundo grupo, comprendido por aquellas formas de comunicación basadas en internet, incluye el uso de correo electrónico (78,5%), la mensajería instantánea (76%), uso de redes sociales (62,6%), llamadas por internet (23,4%) o incluso el uso de microblogging (23,4%) como fórmulas alternativas de comunicación.

Estas fórmulas se emplean preferentemente desde un smartphone y/o utilizando el internet fijo del hogar propio.

- El **Correo electrónico** continua siendo la alternativa de comunicación basada en internet más empleada.
- La **mensajería instantánea** continua aumentando el volumen de uso declarado, y alcanza valores cercanos al de los usuarios de correo electrónico.
- El uso de **microblogging**, un 35,5% de sus usuarios declaran utilizarlo por ser una nueva forma de interactuar con otros usuarios.

Por último, haciendo foco en **aplicaciones de mensajería** específicas para **smartphone y tabletas**, se observa como la **Mensajería vía WhatsApp** y las **llamadas de voz** a través del mismo, aumentan su uso hasta alcanzar cuotas del 92,5% y 80,6% respectivamente, entre los individuos de 15 o más años con smartphone.





	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



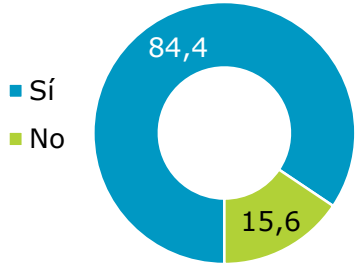
# Uso de Internet para informarse

%

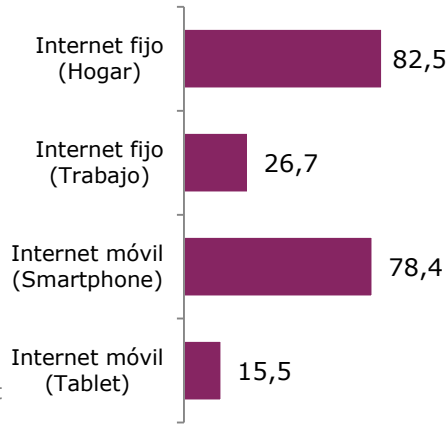
## Búsqueda de información (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

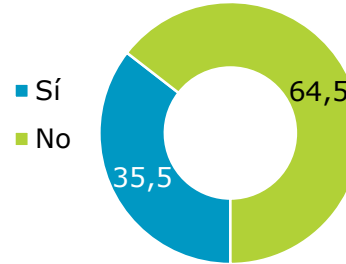


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

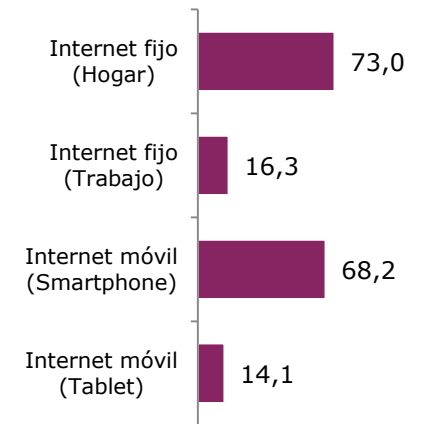
## Leer blogs / foros (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

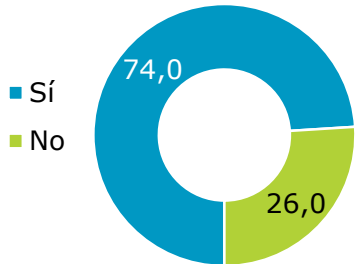


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

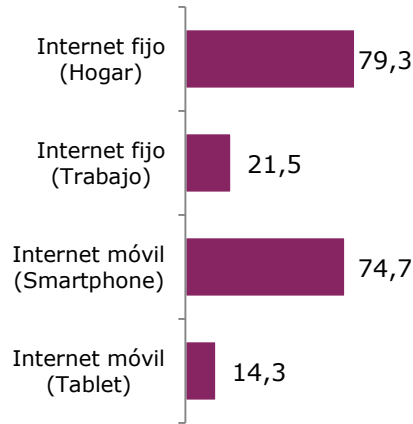
## Consultar noticias (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

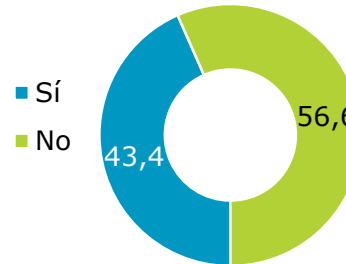


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

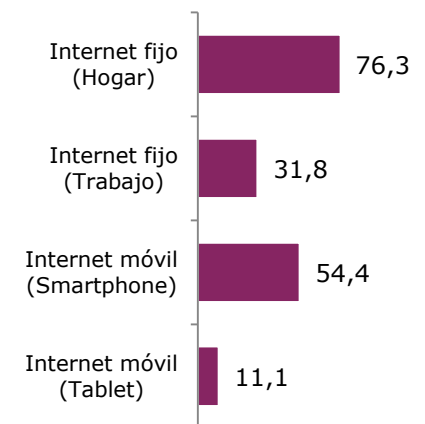
## Visitar webs de Administraciones Públicas (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



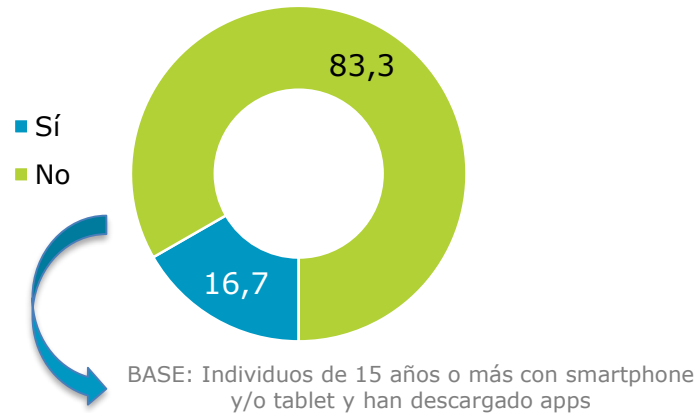
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más



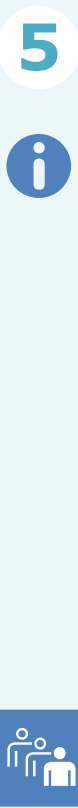
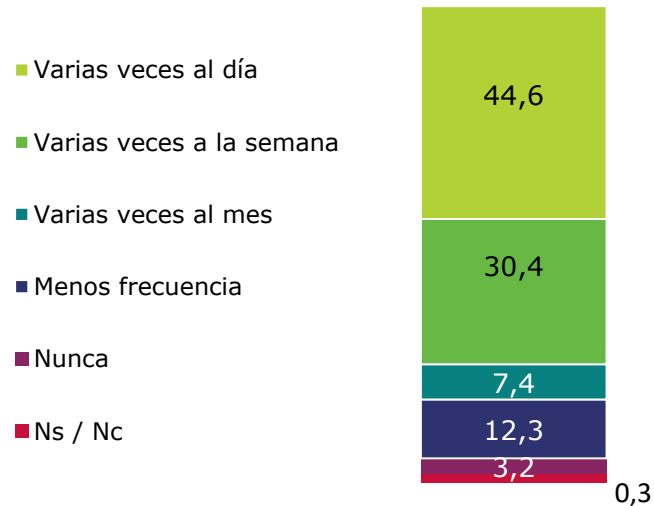
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

%

## Descarga de Apps de Noticias



## Frecuencia de uso

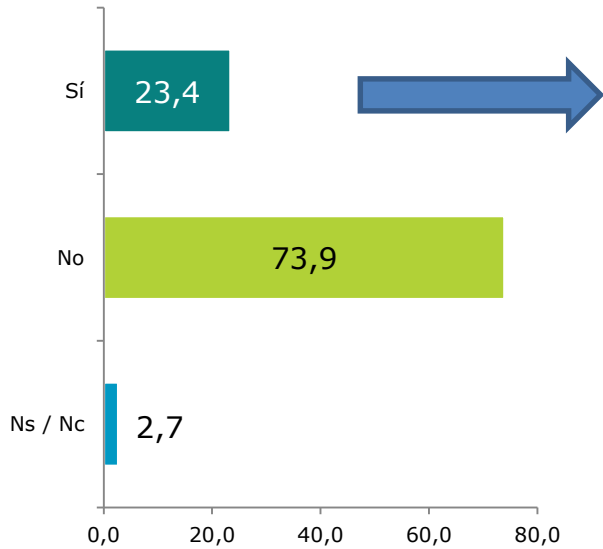


# Uso de microblogging en Internet | Información

%

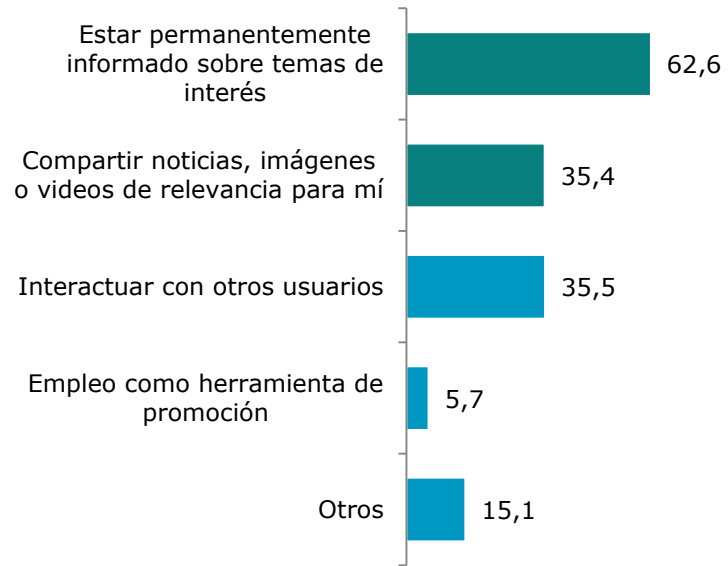


## Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

## Usos del microblogging



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

5



# Conclusiones

5

En este capítulo se consideran algunas de las distintas alternativas disponibles de información de los internautas de 15 o más años a través de la Red.

La más común, según el 84,4% de los usuarios de internet de 15 o más años encuestados, es la **búsqueda de información**, seguida de la **consulta de noticias** realizada por el 74% de los internautas.

El 16,7% de los individuos mayores de 15 años descarga **aplicaciones** específicas para la **consulta de noticias** desde el smartphone. El uso de estas aplicaciones es bastante frecuente, un 44,6% señala un uso diario y un 30,4% lo hace con frecuencia semanal.

Otra posibilidad para conseguir información es **acudir a blogs y foros**, se trata de una actividad a la que recurren un tercio de los individuos de 15 o más que declaran ser usuarios de internet (35,5%).

Por otro lado, el 43,4% de los internautas de 15 o más años declara haber accedido a las webs de la administración para **consultar información**, se observa una preferencia por conexiones desde el hogar que sobre las conexiones desde móviles (un 76,3% frente al 54,4%).

La última alternativa de información considerada es el empleo de **microblogging**, herramienta de la que disponen un 23,4% de los internautas; para un 62,6% de ellos, ésta sirve para estar permanentemente informado sobre temas de interés mientras que un 35,4% lo considera un medio para compartir noticias, imágenes o vídeos que consideran de relevancia.







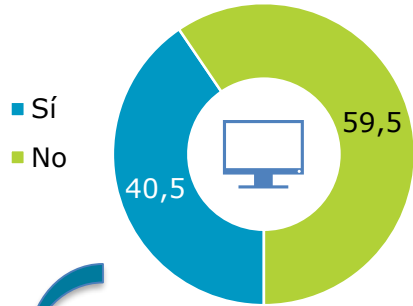
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60



# Contratación de contenidos de video en el hogar

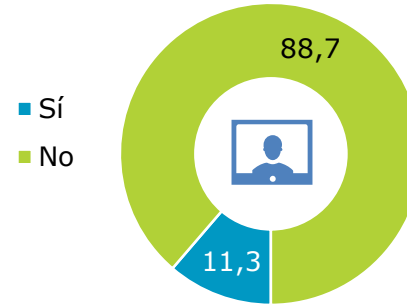
%

## TV pago en el hogar



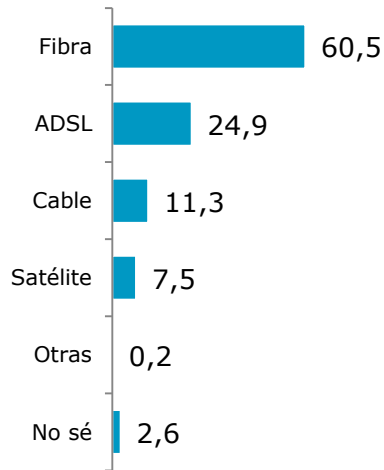
BASE: Total hogares

## Suscripción a video streaming en el hogar



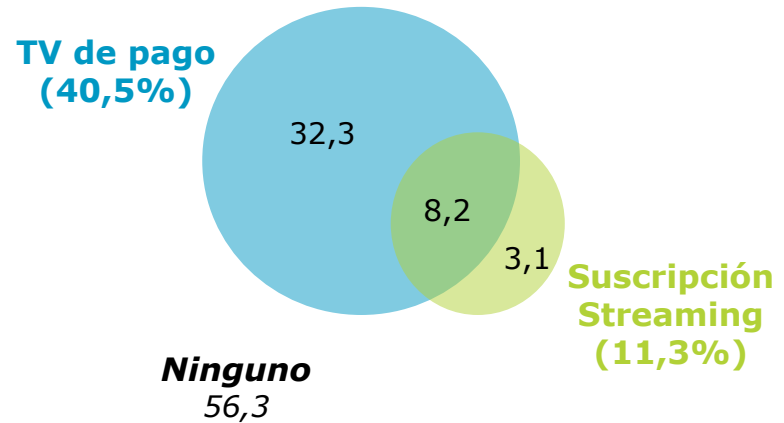
BASE: Total hogares

## Tecnología de acceso



BASE: Total hogares con TV de pago

## Convivencia TV de pago y Streaming



BASE: Total hogares

6

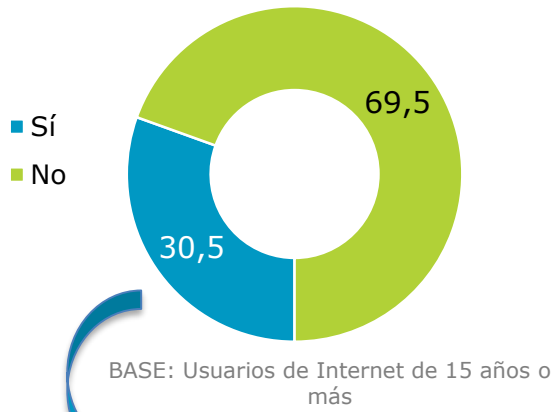
+ [Gamepad icon]

[Home icon]

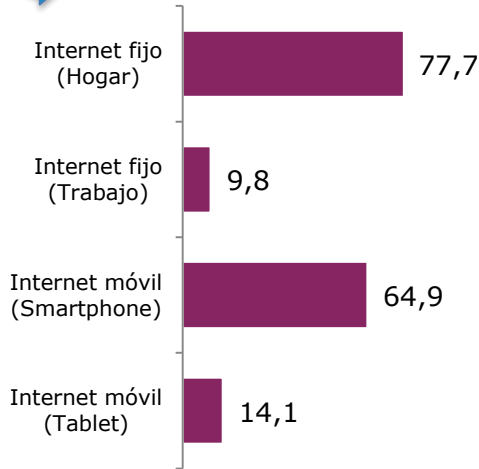
# Consumo de contenidos de video por los individuos

%

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

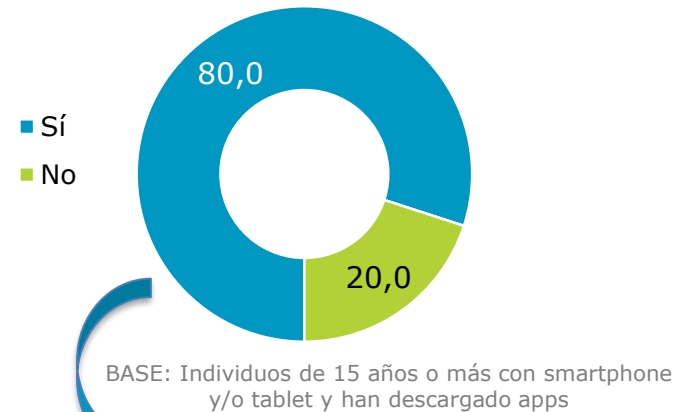


### Tipo de Internet

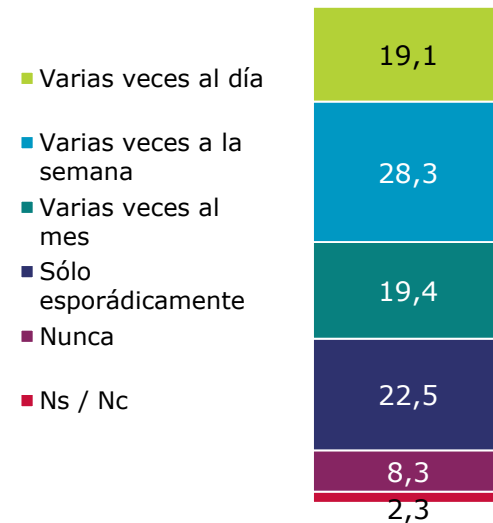


BASE: Usuarios de video streaming

## 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

6

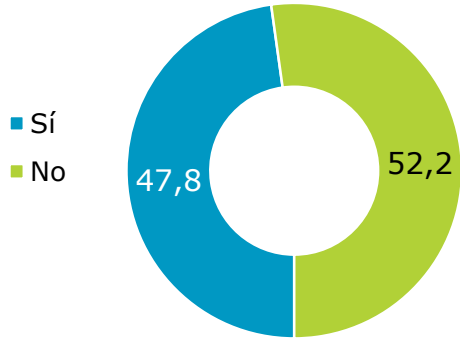
+ [Gamepad icon]

[Group of people icon]

# Posesión de dispositivos de videojuegos

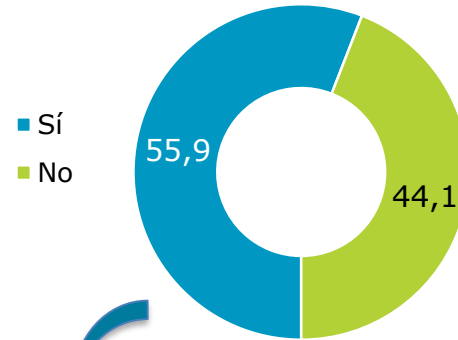
%

## Consola con o sin Internet y portátil



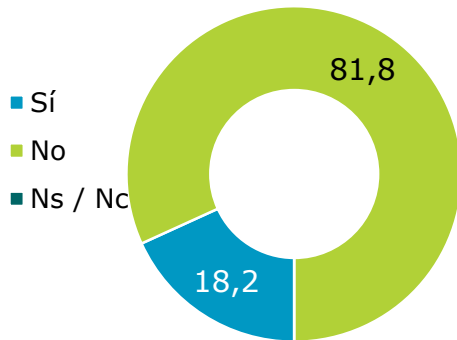
BASE: Individuos de 15 años o más

## Descarga de Juegos en el smartphone / Tablet



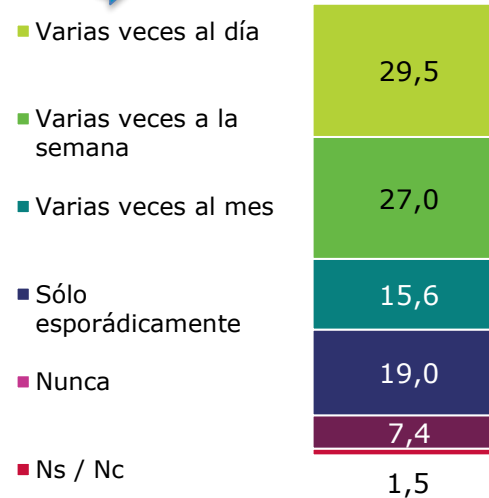
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

## Consola portátil



BASE: Individuos de 15 años o más

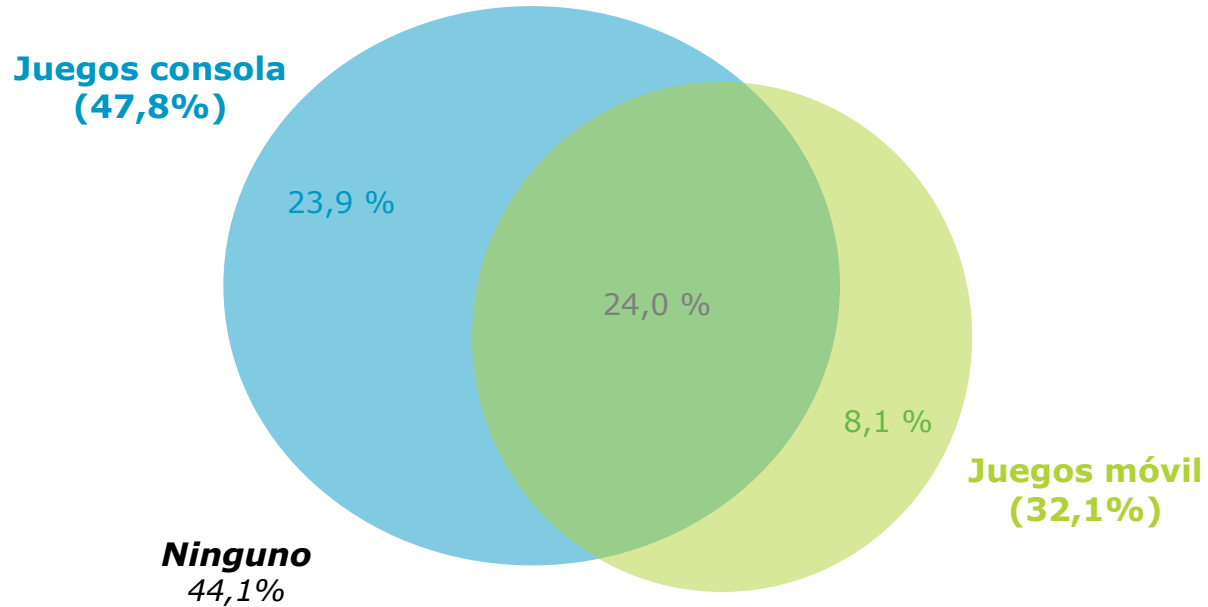
## Frecuencia de uso



6

# Convivencia dispositivos de videojuegos

%



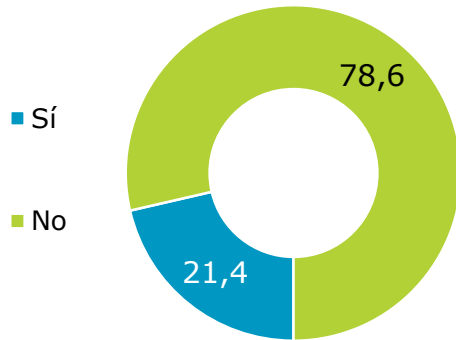
Juegos móvil – Juegos descargados en Móvil o Tablet  
 Juegos consola – Posesión de Videoconsola o consola portátil

6

# Otros contenidos (Música /Libros)

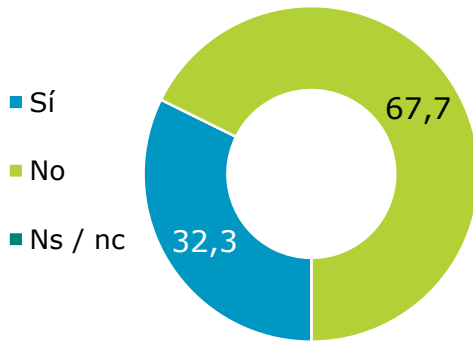
%

## Posesión de lector de libros digitales



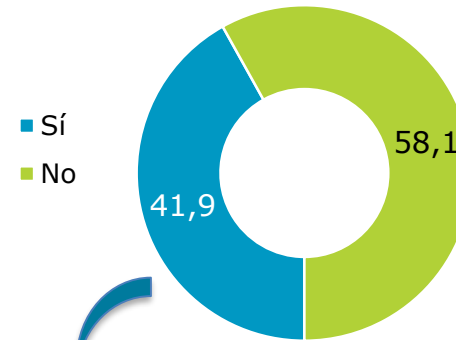
BASE: Individuos de 15 años o más

## Posesión de reproductor MP4



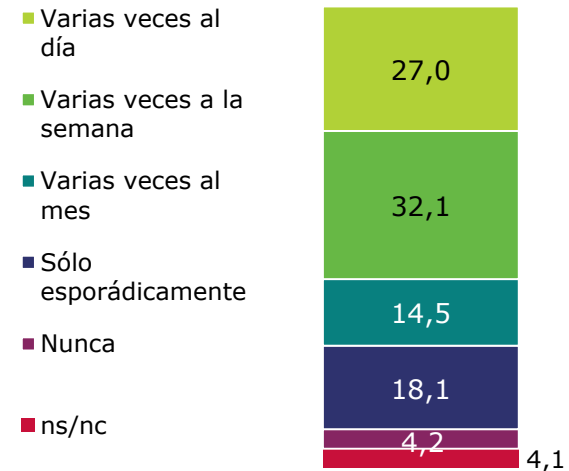
BASE: Individuos de 15 años o más

## 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

6

+ [Gamepad icon]

[Group of people icon]

# Conclusiones

6

Durante el primer trimestre de 2018, dos de cada cinco hogares poseen **televisión de pago**. La tecnología de acceso más frecuente es a través de fibra con una penetración del 60,5%, seguido del acceso a través de ADSL con un 24,9%.

La **suscripción a contenidos de video streaming** aumenta de nuevo durante esta oleada y se sitúa en el 11,3% de los hogares. Gran parte de estos (un 8,2%), contrata la TV de pago de forma complementaria junto con la suscripción a streaming.

El 30,5% de los internautas de 15 o más años de edad, declara hacer uso de la libre transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet, mientras que un 80% (de los internautas de 15 o más años con smartphone o tableta) declara haber descargado apps de video en su smartphone o tablet.

En cuanto a **juegos**, se distinguen dos colectivos;

- Usuarios de **consolas en general** (sobremesa o portátil), con un 47,8% entre los individuos mayores de 15 años o usuarios de consolas portátiles que representarían un 18,2%.
- Usuarios que descargan y juegan ya sea desde su **smartphone o tablet**, son un 55,9% de los internautas de 15 o más años que poseen alguno de estos dispositivos.

De forma similar a lo observado en la televisión de pago y la suscripción de contenidos audiovisuales por internet, existe un alto grado de convergencia entre los usuarios que han descargado juegos y los poseedores de consolas.

En cuanto a lo relacionado con la **música**, un 41,9% de los individuos mayores de 15 años descarga **aplicaciones** de música para su Smartphone / tableta y un 32,3% declara **poseer reproductores** MP3/MP4.

El uso de lectores de libros digitales es declarado por un 21,4% de los entrevistados mayores de 15 años.





	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

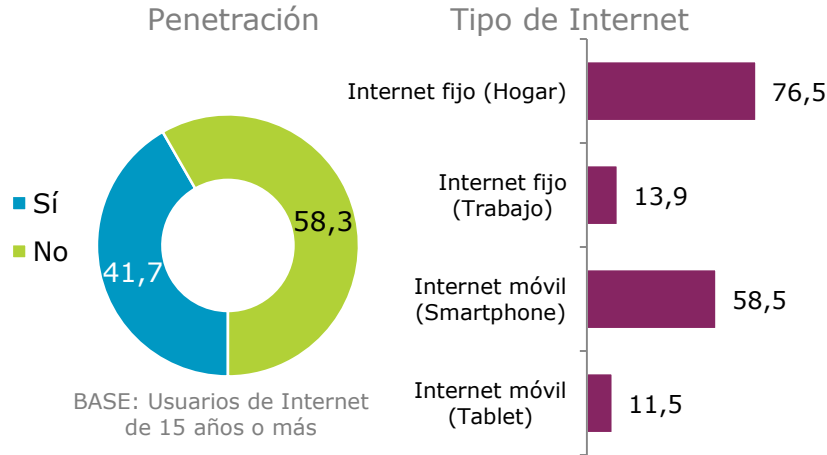




# E-Commerce y Finanzas (últimos 3 meses)

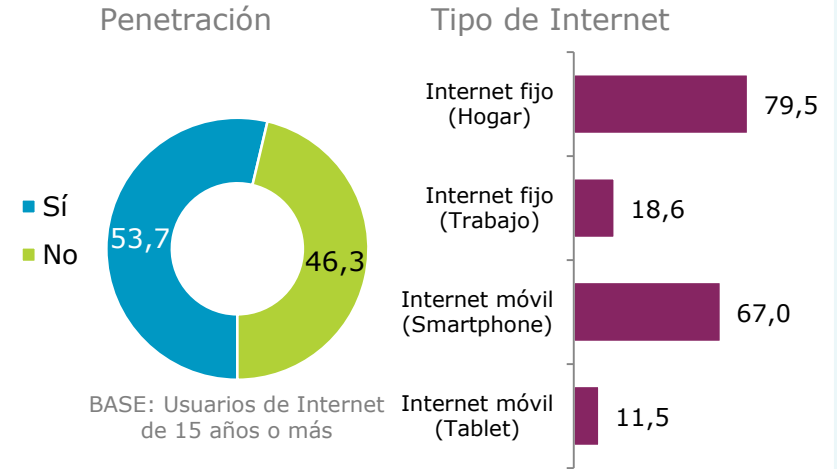
%

## Compra productos y servicios por Internet



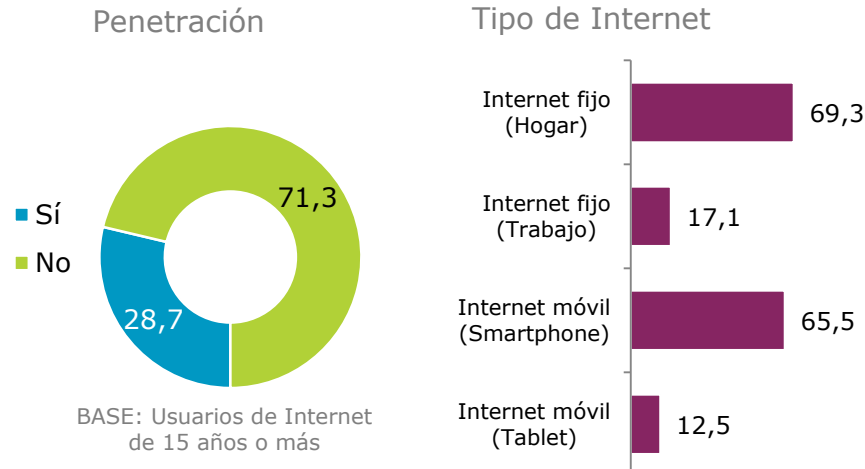
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

## Banca electrónica

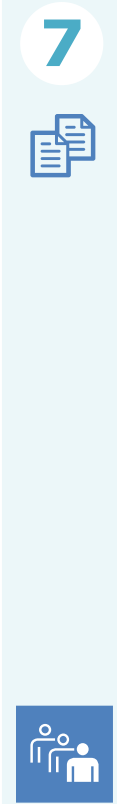


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

## Descarga de Software



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

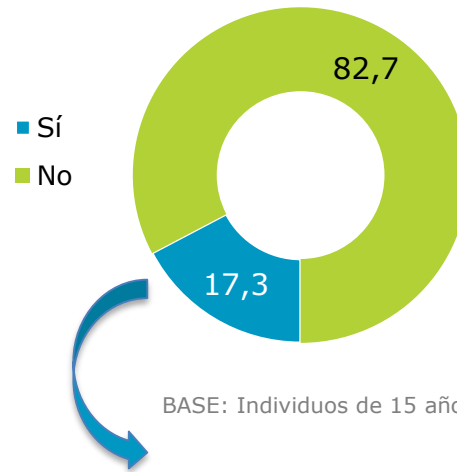


%

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

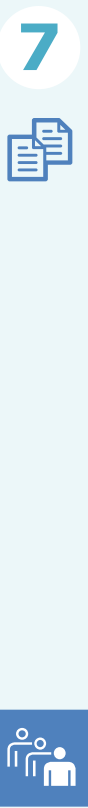
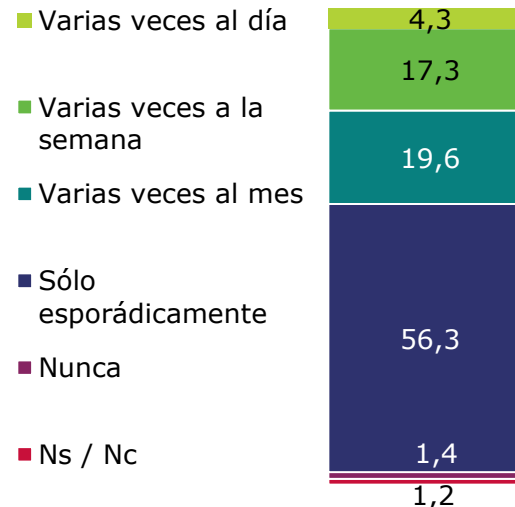
Los usuarios seleccionan el rol que desean en cada caso, pudiendo ejercer tanto de vendedores como de compradores.

## Descarga de aplicaciones de economía colaborativa



BASE: Individuos de 15 años o más

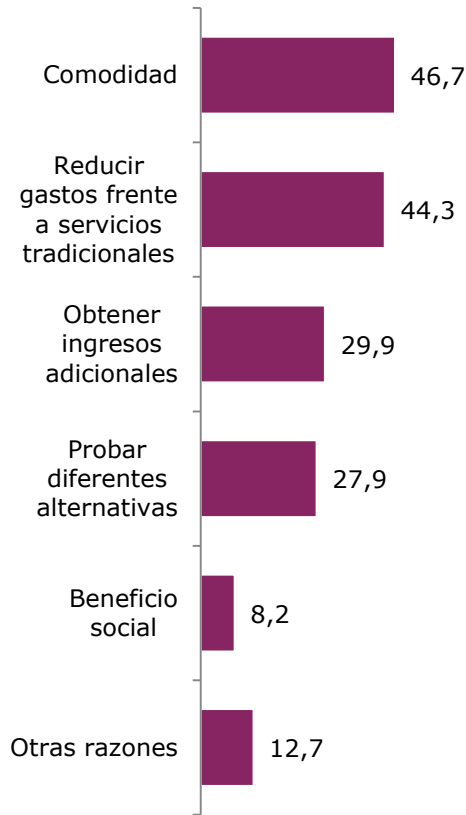
## Frecuencia de uso



%



## Razones de uso



BASE: Dispone de apps de economía colaborativa

## Razones de NO uso



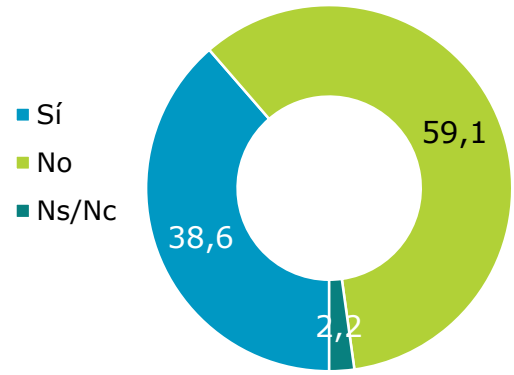
BASE: No dispone de apps de economía colaborativa



%

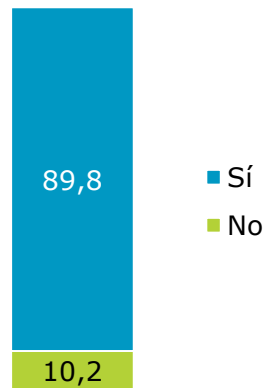


## Penetración de uso de e-Administración

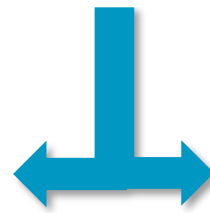


BASE: Individuos de 15 años o más

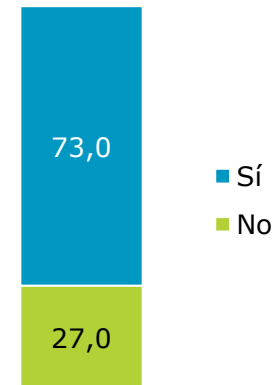
## Realización de trámites online



BASE: Utiliza e-Administración



## Descarga formularios



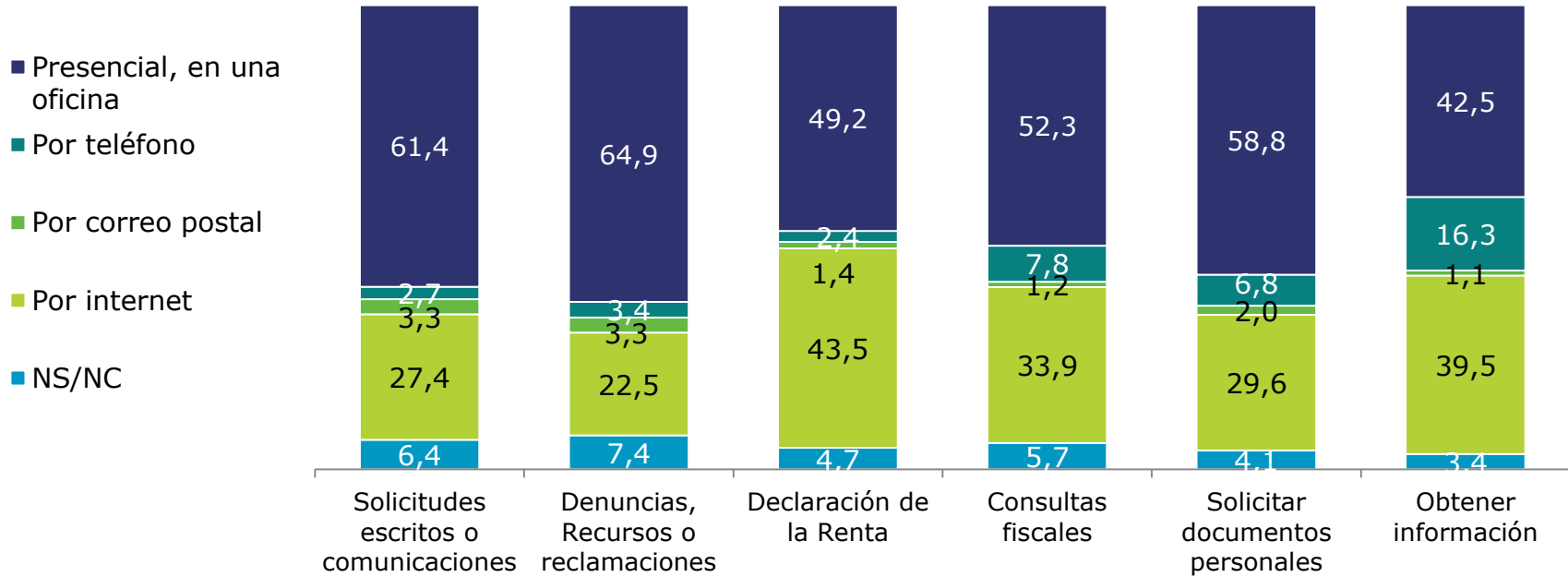
BASE: Utiliza e-Administración



%



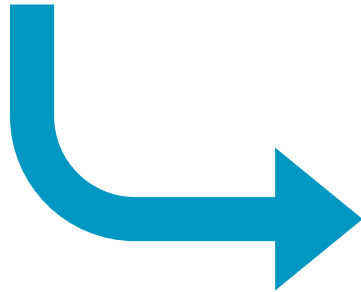
**Preferencia de contacto con la administración**



# Gestión general personal

%

## 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 I TRIM 18 (Ene-Mar 18)

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



# Conclusiones

7

La compra de productos o servicios por internet aumenta por quinto trimestre consecutivo, desde el 31,8% del tercero del 2015 hasta el 41,7% del primero de 2018.

De la misma manera, la **banca electrónica** que sobrepasa ya la mitad de los internautas de 15 o más años de edad (53,7%), continua con la tendencia al alza de oleadas anteriores.

En cuanto a la **economía colaborativa**, el uso declarado se frena durante esta oleada en el 17,3% de los individuos encuestados; La **razones de uso** declarado se mantienen, suponiendo una mayor **comodidad** para un 46,7% de los usuarios, un medio de reducir gastos para un 44,3% y una **forma de obtener ingresos adicionales** en un 29,9% de los casos.

El principal **freno** declarado por los individuos para no disponer aplicaciones de economía colaborativa, continúa siendo la preferencia por el método tradicional (un 44,4%).

La **administración pública** vía Internet se mantiene como forma contacto válida para el 38,6% de los individuos de 15 años o más. Nueve de cada diez declara hacer uso de la misma para realizar trámites online (89,8%), mientras que siete de cada diez recurre a ella para descargar formularios a través de la Red (73,0%) .

A la hora de realizar este **contacto con la administración**, internet tiene ya importantes penetraciones a la hora de realizar la declaración de la renta (43,5% de los internautas de 15 o más años declara preferir internet), así como para obtener información (un 39,5%) o realizar consultas fiscales (un 33,9%).

Por último, como ayudas a la **gestión personal**, se recoge información sobre el uso de **herramientas de mapas y navegación**, que se mantiene similar al declarado en la oleada anterior con un 82,7% de penetración.





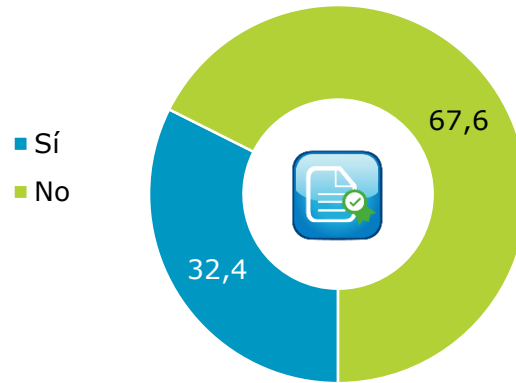
	diap.
1. <u>Equipamiento</u>	2
2. <u>Gasto</u>	9
3. <u>Conectividad</u>	21
4. <u>Comunicación</u>	29
5. <u>Información</u>	36
6. <u>Entretenimiento</u>	41
7. <u>Administración / Gestión personal</u>	48
8. <u>Seguridad y privacidad</u>	56
9. <u>Anexo: Evolución datos</u>	60





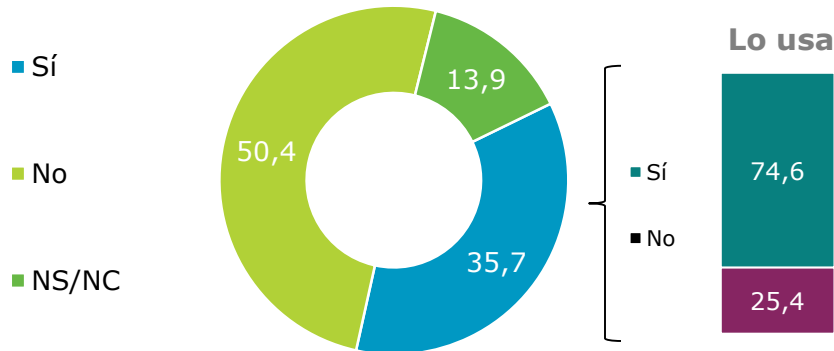
%

## Penetración del certificado electrónico



BASE: Internautas de 15 años o más

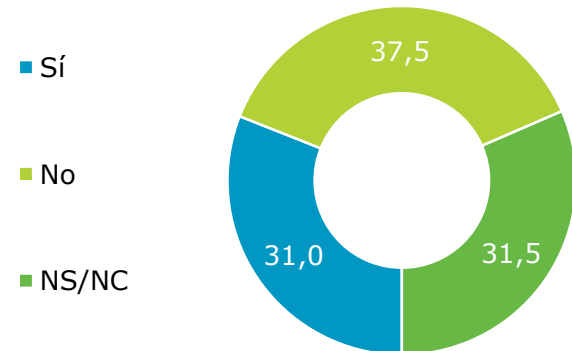
## Posesión del lector de la huella digital en el smartphone (Actual)



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)



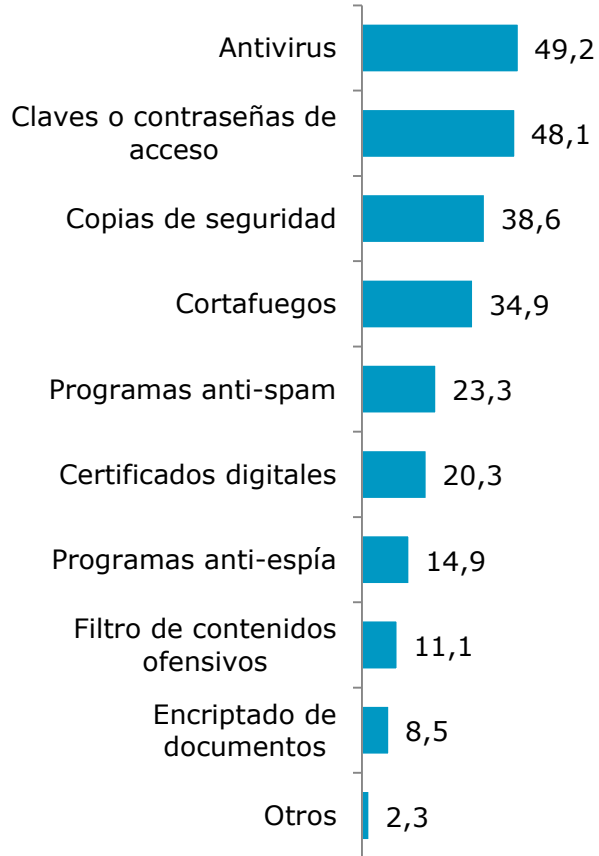
BASE: Usuarios de móvil de 15 años o más



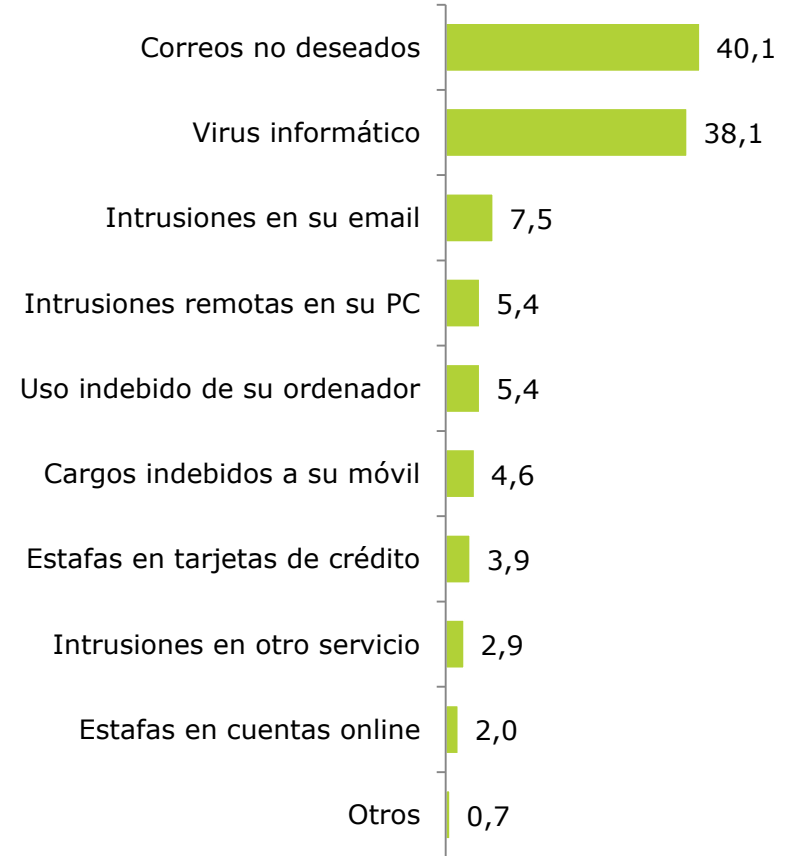
# Seguridad y privacidad

%

## Principales precauciones para prevenir problemas informáticos



## Problemas principales de seguridad en Internet



8



# Conclusiones

8

El uso de **certificados electrónicos** aumenta durante el primer trimestre del año 2018 y ya es utilizado por un tercio de los internautas hasta situarse en el 32,4% de los internautas durante el primer trimestre de 2018, siendo empleados ya casi por un tercio de los internautas de 15 años o más encuestados.

De igual forma, la presencia de **lectores de huella digital** aumenta hasta el 35,7% de individuos de 15 años o más. Aumento que se traslada al uso de los mismos, puesto que es utilizado por tres de cada cuatro encuestados (74,6%).

En relación a **medidas de protección y prevención** se mantienen bastante estables, con los **antivirus** y las **claves o contraseñas de acceso** como medidas de prevención más comunes empleadas por la población (un 49,2% y 48,1% respectivamente), seguidas de otras medidas de seguridad con menor penetración como las copias de seguridad (38,6%) y los cortafuegos (34,9%).

Los **principales problemas informáticos** experimentados por los entrevistados continúan siendo similares a los de oleadas anteriores, con los **correos no deseados** a la cabeza (un 40,1%) y los **virus informáticos** (38,1%). El resto de problemas siguen con incidencias por debajo del 10%.





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

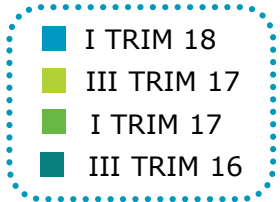
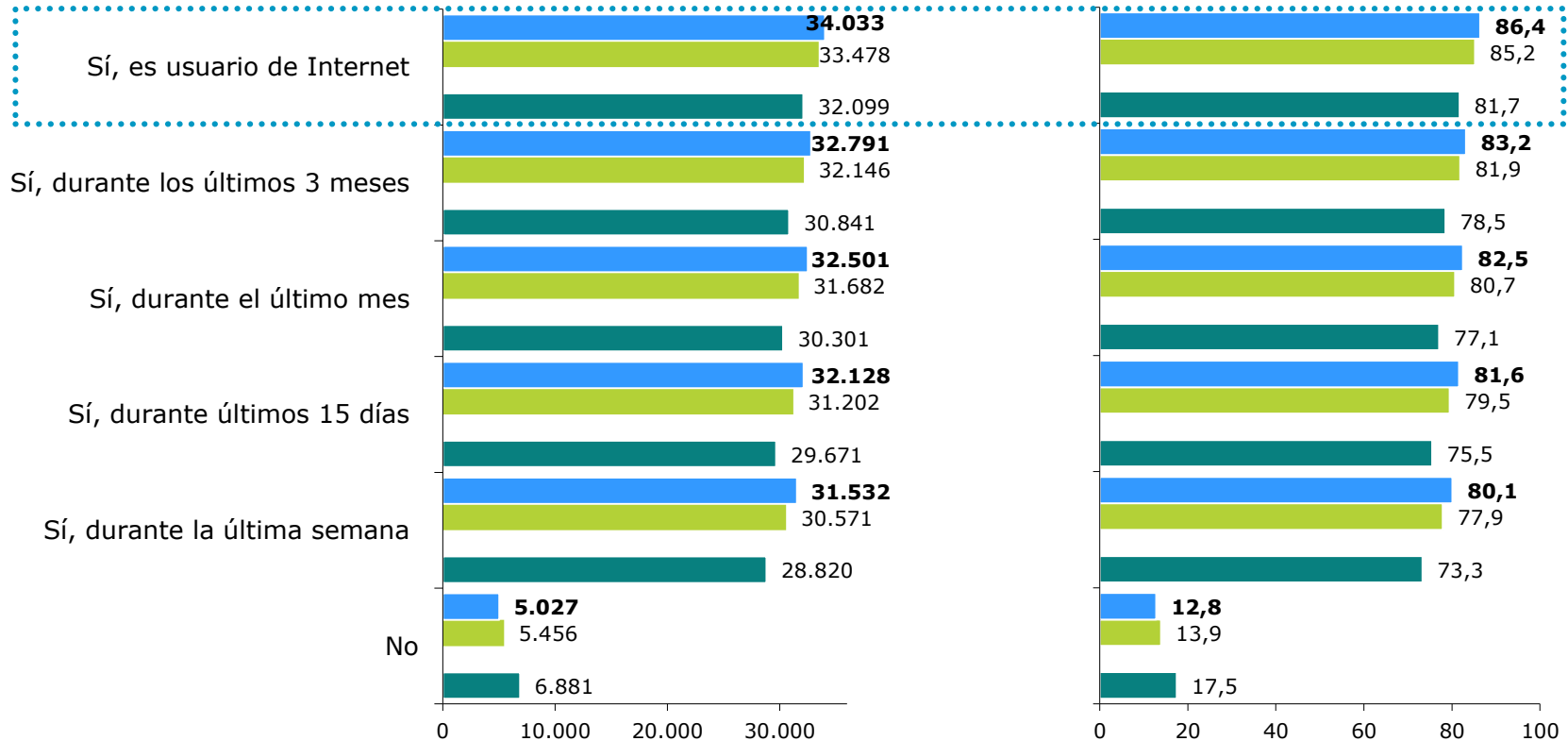




### Uso de Internet

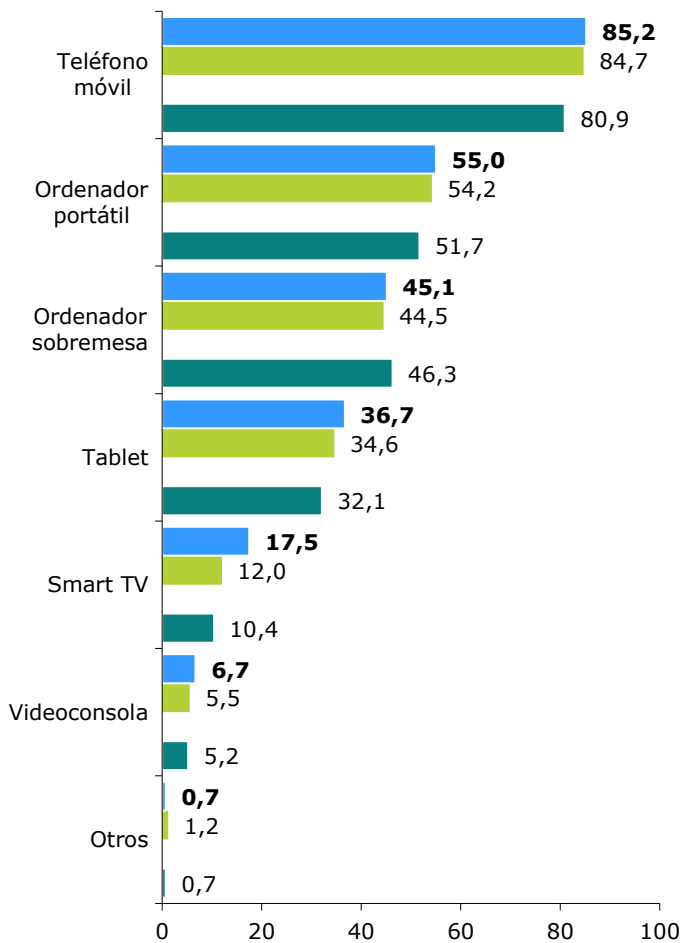
Miles de individuos

% de individuos

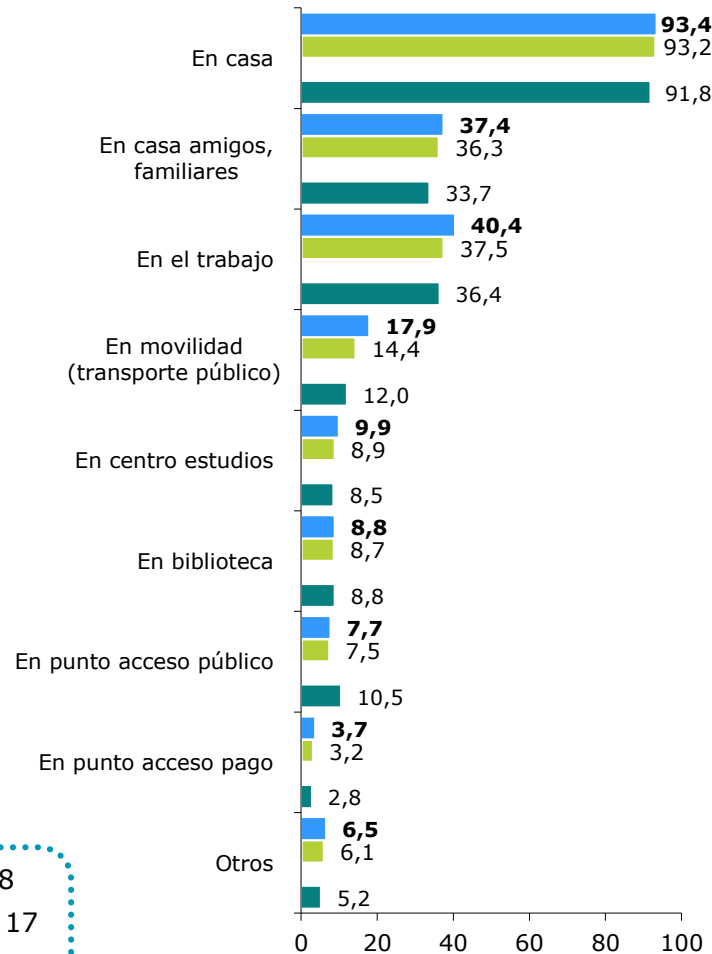


%

### Dispositivo de acceso a Internet



### Lugar de acceso a Internet



■ I TRIM 18  
■ III TRIM 17  
■ I TRIM 17  
■ III TRIM 16

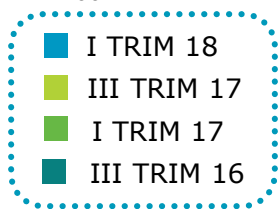
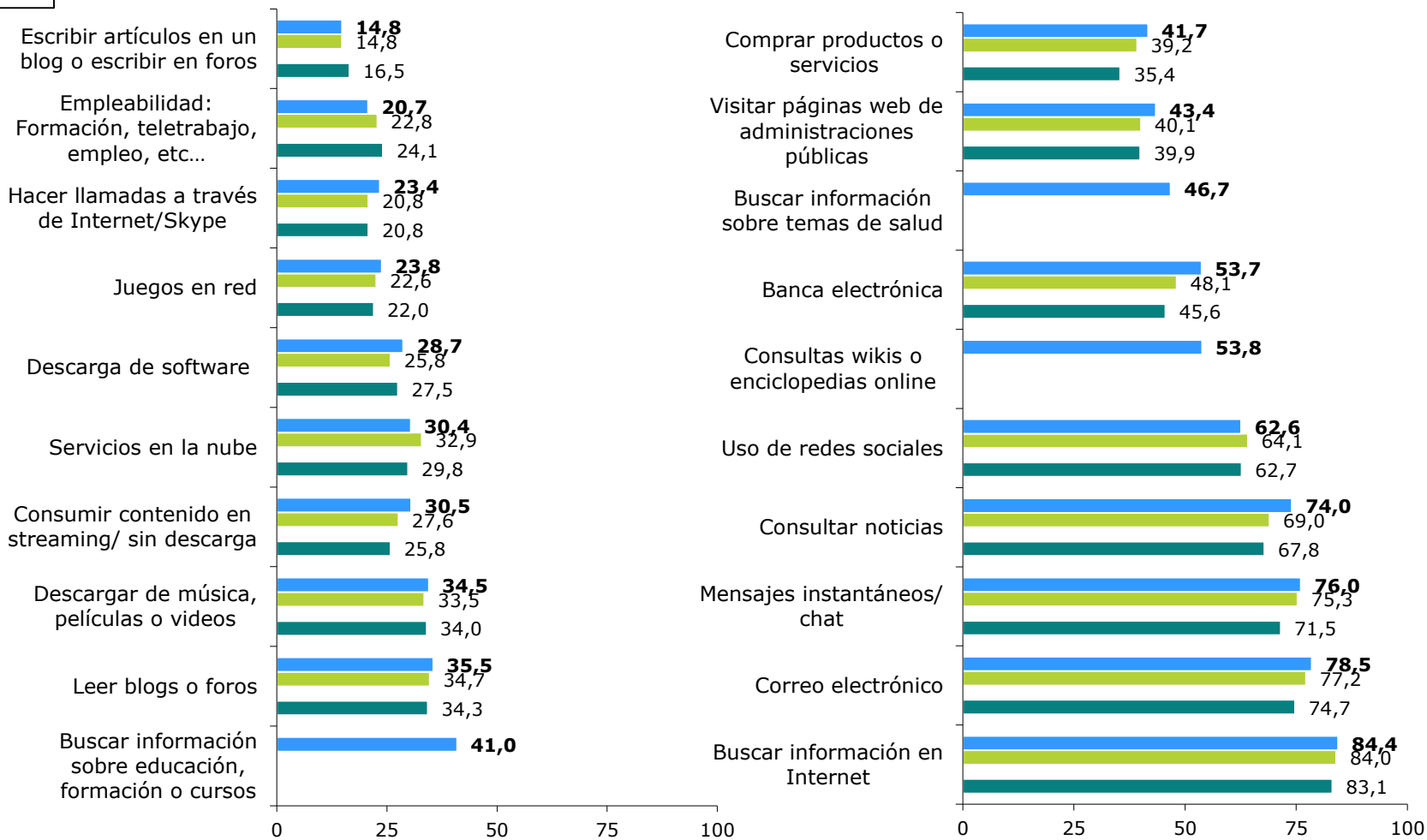
9



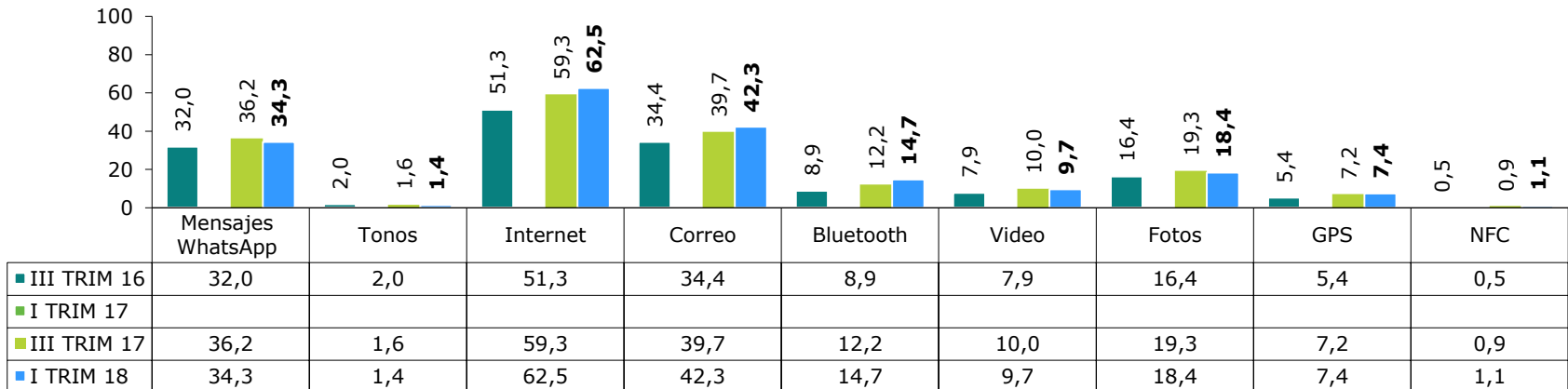
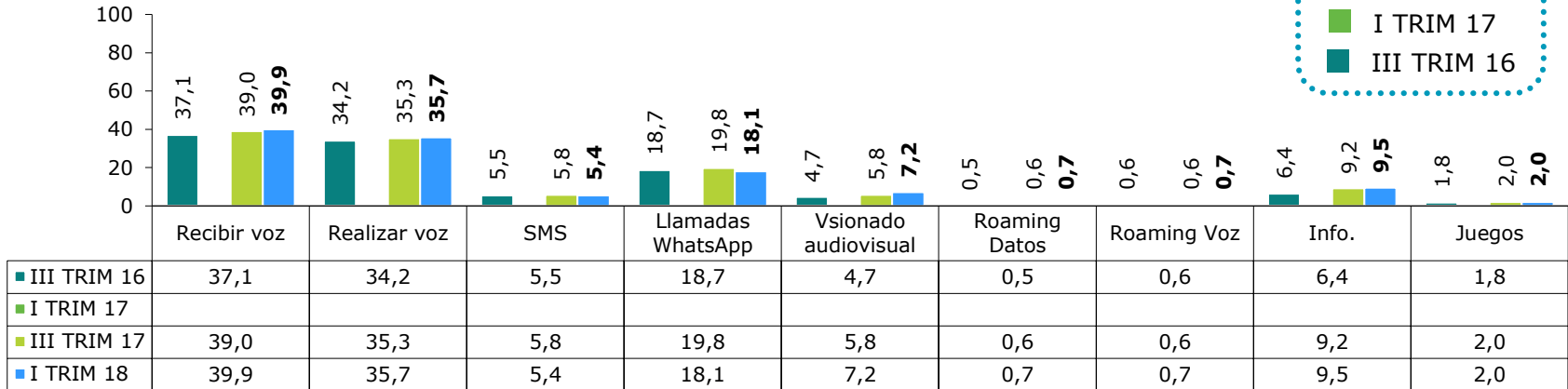
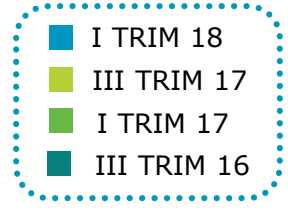


%

### Usos en los últimos 3 meses



% Uso diario

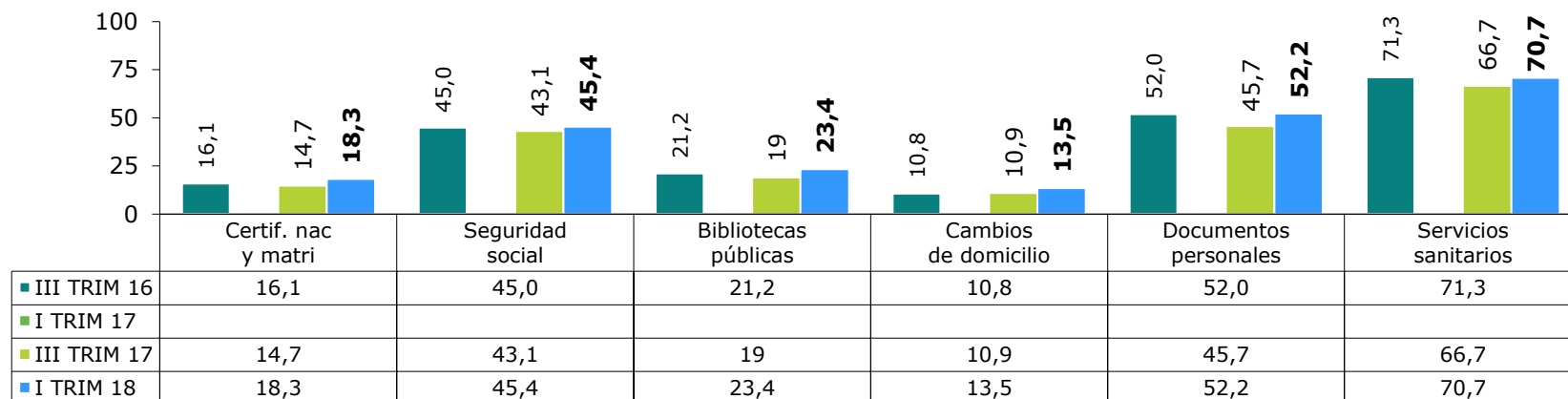
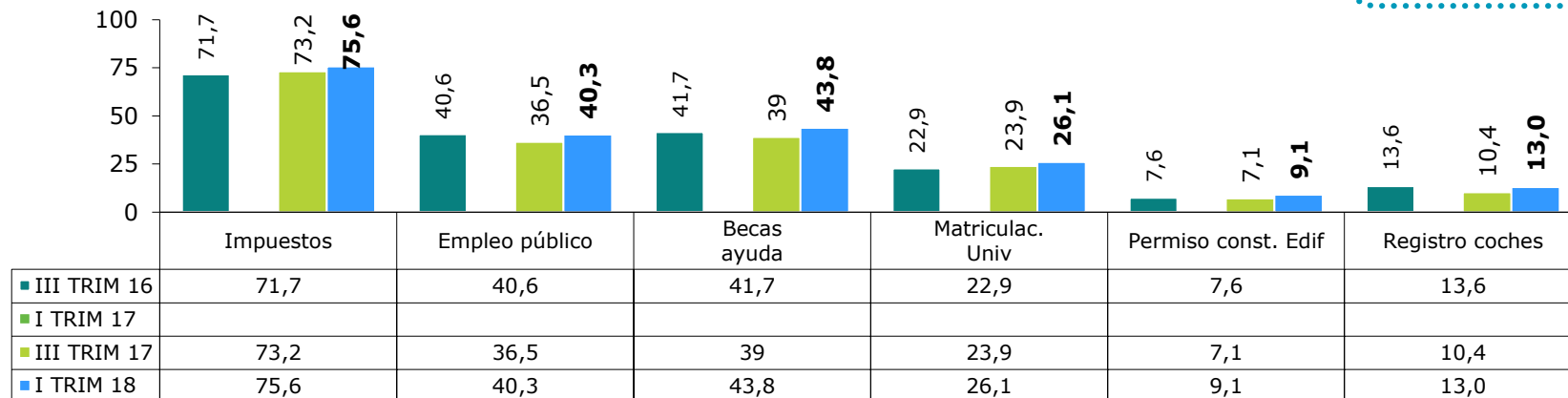
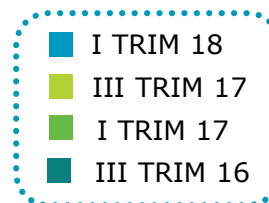




%

9

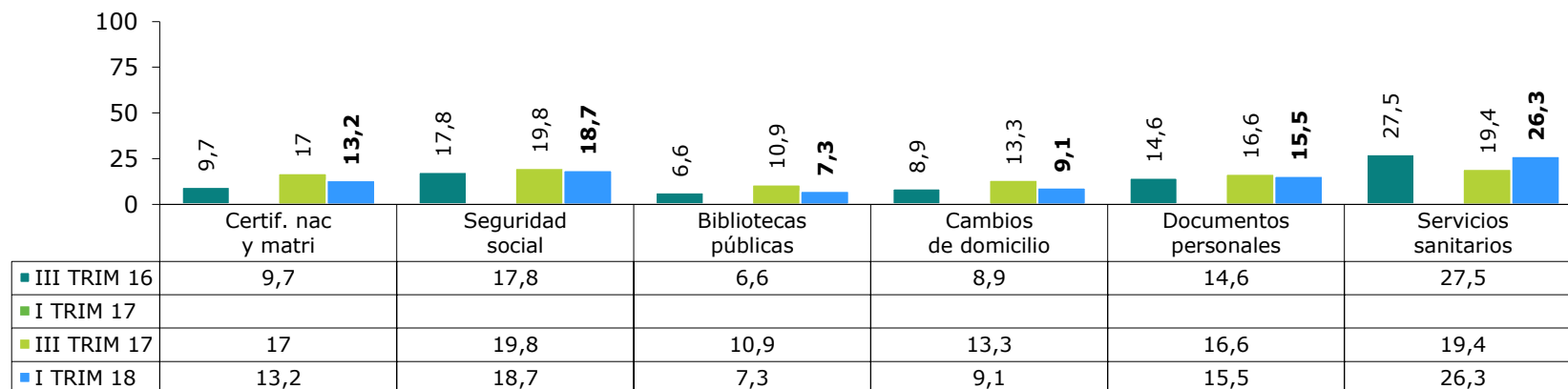
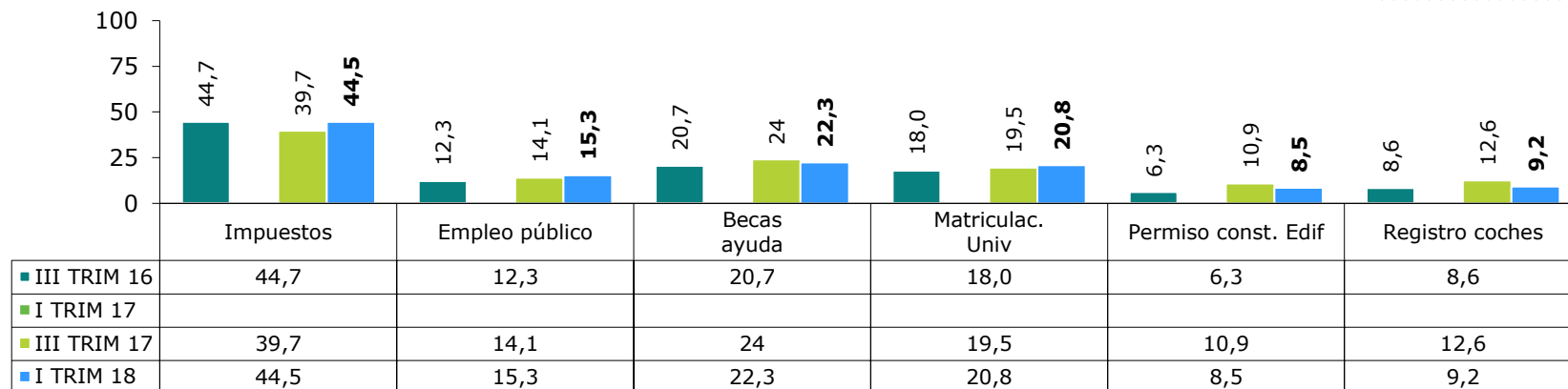
### Consulta información



%

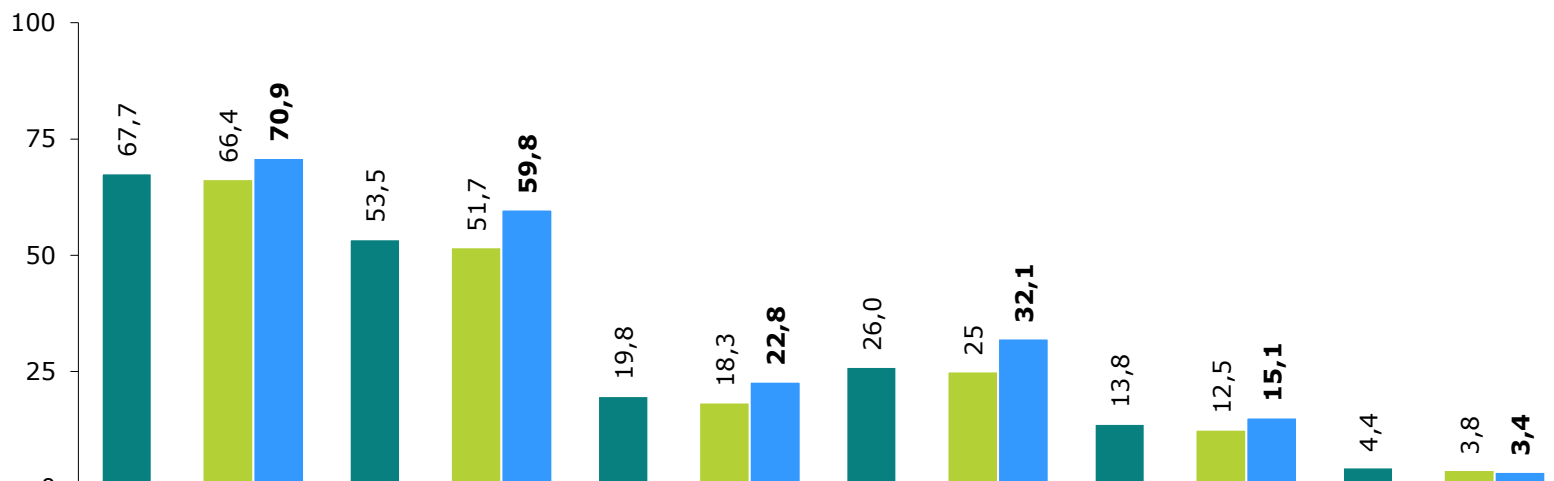
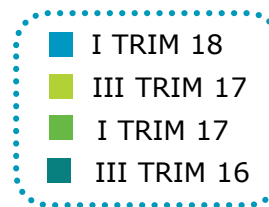
■ I TRIM 18  
■ III TRIM 17  
■ I TRIM 17  
■ III TRIM 16

### Descarga formularios



%

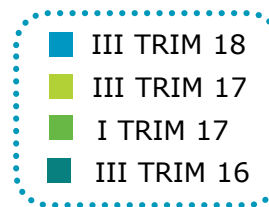
### Realización de trámites



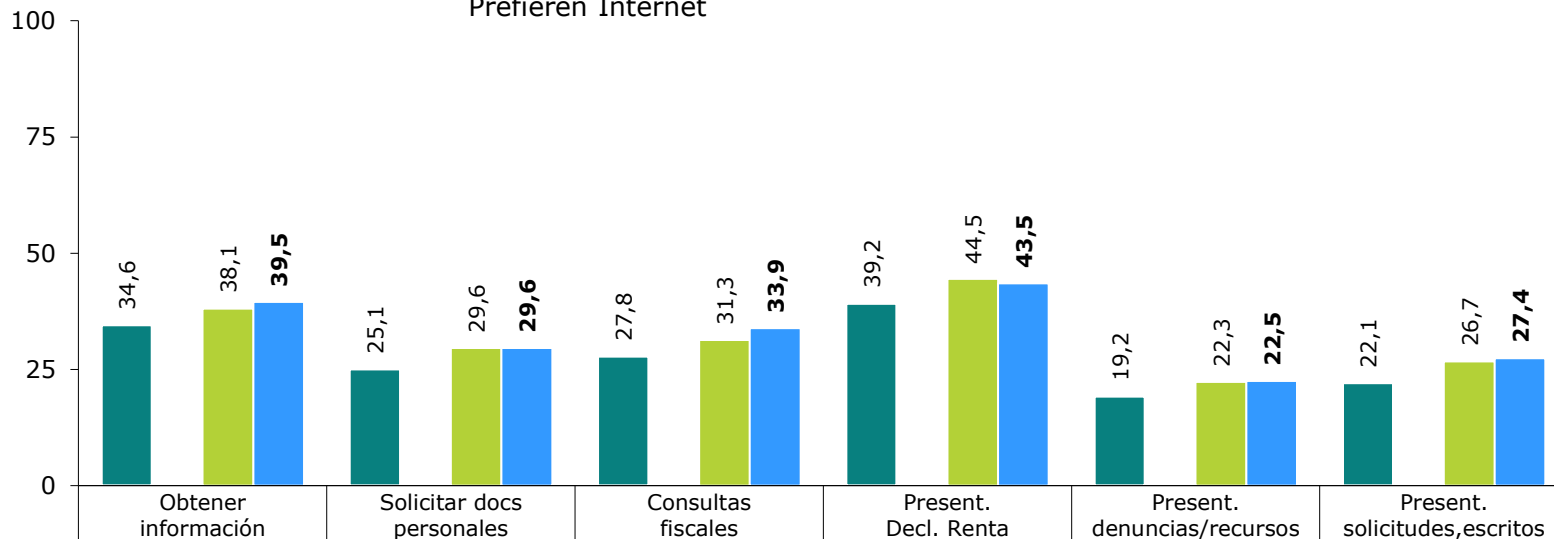
	Pago impuestos	Petición documentos	Presentación denuncias	Presentación solicitudes	Servicios ventanilla única	Otros trámites
■ III TRIM 16	67,7	53,5	19,8	26,0	13,8	4,4
■ I TRIM 17						
■ III TRIM 17	66,4	51,7	18,3	25	12,5	3,8
■ I TRIM 18	70,9	59,8	22,8	32,1	15,1	3,4

%

### Preferencia de contacto con la administración



Prefieren Internet



■ III TRIM 16	34,6	25,1	27,8	39,2	19,2	22,1
■ I TRIM 17						
■ III TRIM 17	38,1	29,6	31,3	44,5	22,3	26,7
■ I TRIM 18	39,5	29,6	33,9	43,5	22,5	27,4

El **uso de Internet** muestra un **aumento continuado** hasta alcanzar los 34 millones de internautas (el 86,4% de la población), lo que supone un aumento de 1,2 puntos porcentuales sobre el dato registrado en el tercer trimestre de 2017.

En cuanto a los **dispositivos** más frecuentes para acceder a internet, el **teléfono móvil** ya alcanza el 85,2% de uso entre la población, frente al 55,0% del ordenador **portátil** y el 45,1% del ordenador de **sobremesa** que se sitúan en segunda y tercera posición, respectivamente. Las tabletas, con un 36,7% de uso, se acercan un poco más pero aún quedan lejos del PC como dispositivo de acceso.

**Los usos de Internet** más destacados continúan siendo la búsqueda de información (84,4%), el correo electrónico (78,5%), la mensajería instantánea (76,0%), y la consulta de noticias (74,0%). La banca electrónica es uno de los usos que más crece en esta oleada, pasa de un 48,1% a un 53,7%.

Respecto a los **usos del teléfono móvil** y centrándonos en el uso diario, la actividad más utilizada e incluso vuelve a aumentar este trimestre hasta el 62,5%, es **el acceso a Internet**, el uso del **correo electrónico**, al igual que ocurre con el acceso a la Red, también aumenta esta oleada hasta alcanzar el 42,3% de penetración entre los individuos de 15 años o más. Le siguen la **recepción** y **realización de llamadas** de voz, con un 39,0% y un 35,7% de uso respectivamente y muy de cerca, el uso de mensajería tipo WhatsApp con un 34,3%.

Referente al uso de la **Administración pública** online, la **consulta** de información en líneas generales aumenta ligeramente en esta oleada. Nuevamente se observa como los usos más comunes son la consulta de impuestos (75,6%) así como los servicios sanitarios para solicitar cita previa (70,7%). En cuanto a realizar **descargas**, la categoría de **impuestos** es la más concurrida (44,5%), seguida de la relacionada con servicios sanitarios para solicitar cita previa (con un 26,3%).

Por último, en cuanto a la **realización de trámites con la Administración a través de la Red**, son dos las actividades que realizan los internautas de 15 años o más con mayor frecuencia; pago de impuestos (70,9,4%) y petición de documentos (59,8%).



# Alcance del Estudio

---

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:** 18.448.366 hogares. Individuos 15 y más años: 39,385 millones. 10 y más años: 41,775 millones.

**Muestra neta de hogares:** 3.210 hogares y 6.588 individuos 10+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.749 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 Enero-Marzo 2018 se ha dado por finalizada durante el mes de Mayo 2018.

**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  $\pm 1,25\%$  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

Jose Antonio Seco

María Pilar Ballesteros

Raquel Castro García-Muñoz

Santiago Cadenas Villaverde

Agradecer la colaboración en la realización de este estudio a:



ISSN 1989-7766

doi: 10.30923/1989-7766-LIX

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