

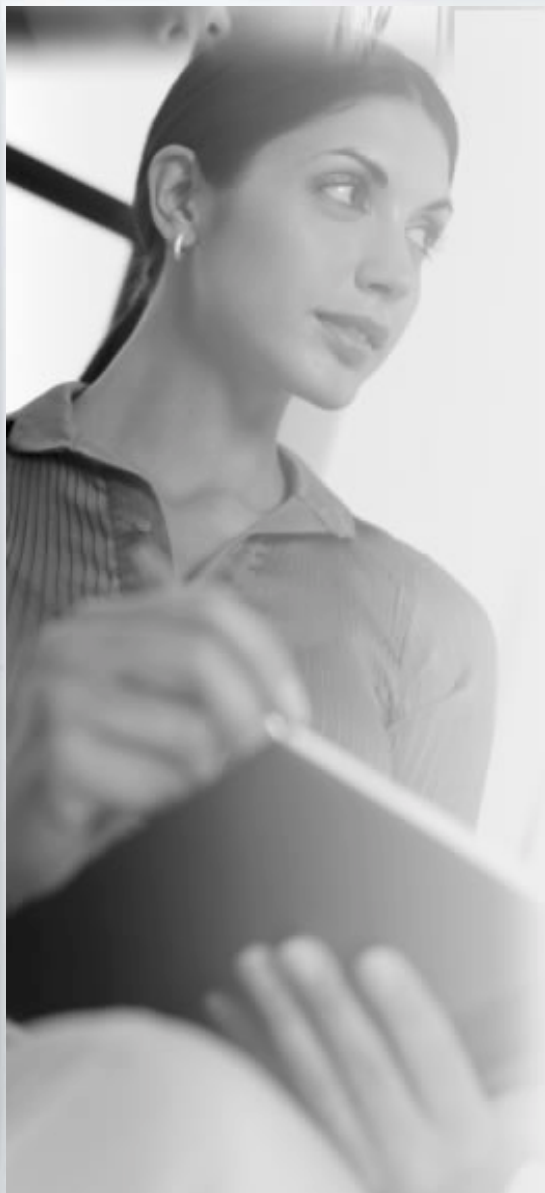


redes

TERCERA OLEADA

# Las TIC en los hogares españoles

Estudio de demanda de servicios de telecomunicaciones  
y Sociedad de la Información que se ofertan al segmento  
residencial en España



# red.es



- ◆ **Objetivos y metodología**
- ◆ Principales resultados
- ◆ Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- ◆ Equipamiento TIC
- ◆ Pirámide de servicios TIC
- ◆ Telefonía Fija
- ◆ Telefonía móvil
- ◆ Audiovisual
- ◆ Internet

ÍNDICE



# Objetivos y Metodología

## Alcance del Estudio

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

Red.es ha realizado un estudio que analiza la demanda de servicios de telecomunicaciones y Sociedad de la Información en los hogares españoles. Ofrece indicadores sobre penetración de equipos, servicios y tecnologías, niveles de consumo y gasto medio, estado de la competencia entre operadores, y motivaciones de uso en las familias, en 5 ámbitos:



Este análisis de la demanda por parte del segmento residencial, permitirá mejorar el conocimiento del sector completando los estudios e indicadores, ya realizados por otros organismos e instituciones sobre la oferta de servicios y el uso en el ámbito empresarial.

# Objetivos y Metodología

## Ficha técnica

**Universo:** 14.226.100 hogares Individuos 15 y más años: 36,560 millones. 10 y más años: 38,724 millones

**Muestra:** 3.306 hogares y 8.117 individuos

**Ámbito:** Península, Baleares y Canarias

**Diseño muestral:** Para cada CC.AA., estratificación proporcional por tipo de hábitat, con cuotas de clase social, número de personas en el hogar y presencia de niños menores de 16 años en el hogar. Se ha ajustado en esta ola la distribución muestral a la distribución del universo por tamaño del hogar, reconociendo el peso específico de los hogares unipersonales.

**Cuestionarios:** Además de la constante recogida de facturas cada seis meses tiene lugar una encuesta postal a los miembros del panel que incluye un cuestionario de hogar y otro individual. El primero recoge datos del equipamiento tecnológico del hogar y el segundo usos, hábitos y actitudes individuales.

**Trabajo de campo:** La recogida de facturas, del período enero-marzo, se ha dado por finalizada durante el mes de mayo.

**Error muestral:** Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ) y un nivel de confianza del 95.5%, los errores muestrales máximos cometidos son de  $\pm 1.74\%$  para hogares y de  $\pm 1.11\%$  para individuos



# Objetivos y Metodología

## Cambios

Se actualizó el **universo de hogares en la II Oleada** (de 13.616.700 a 14.226.100). Se mantiene el mismo universo para la **III Oleada**

En la tercera oleada **se ha realizado encuesta** (la frecuencia del envío y recepción de los cuestionarios es semestral) por lo que se actualiza la penetración de equipamiento y actitudes de los ciudadanos españoles.

En la primera oleada del Estudio, las cifras de gasto (totales y medias por hogar) en telefonía fija, móvil, televisión de pago e Internet, **no incluían el IVA**. En esta tercera oleada (al igual que en la segunda) en los gastos totales en los servicios durante el I trimestre de 2004, se mantiene el criterio de excluir el IVA (pues las cifras equivaldrían a ingresos de los operadores). Sin embargo, en los gastos medios por hogar se ha incluido el IVA pues refleja más fielmente el gasto real de los hogares españoles.

NOTA telefonía fija: Debido a una reasignación de conceptos en el tratamiento de las facturas, se han producido algunas variaciones de pequeña entidad en los resultados de tráfico de telefonía fija respecto a las oleadas anteriores.

NOTA televisión de pago: En la primera oleada, debido a la fusión de las plataformas digitales se detectó cierta confusión en la respuesta al cuestionario. Por este motivo, se ha reformulado la pregunta obteniendo resultados más acordes a la realidad. En el caso de acceso a TV de pago por cable, se ha consolidado el estudio detallando los hogares con acceso a TV de pago por cable local/ vídeo comunitario, consiguiendo resultados de mayor precisión que en la primera oleada.

NOTA actitudes: se presentan los resultados en una escala 1-5 (tal y como se pide a los usuarios la valoración en el cuestionario original)





# red.es

- ◆ Objetivos y metodología
- **Principales resultados**
- ◆ Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- ◆ Equipamiento TIC
- ◆ Pirámide de servicios TIC
- ◆ Telefonía Fija
- ◆ Telefonía móvil
- ◆ Audiovisual
- ◆ Internet



ÍNDICE



# Principales Resultados

## ACTITUDES

- Se mantiene la actitud positiva de los ciudadanos hacia las nuevas tecnologías. Destaca el aumento de la importancia que los ciudadanos dan a las nuevas tecnologías, especialmente en la educación.
- En la segmentación de la población realizada por edades se aprecia que para la población menor de 35 años las nuevas tecnologías (NNTT) son un requisito para las relaciones sociales. Así, a la pregunta 'Para relacionarse socialmente, ¿es importante saber algo de nuevas tecnologías?', la respuesta de la población más joven indica que ha incluido las NNTT en sus hábitos de relación cotidiana, con una percepción de su uso práctico creciente.
- Sin embargo, las personas de más de 50 años mantienen una posición personal bastante ajena a la tecnología, que no perciben como un elemento que facilite las relaciones sociales. Es de destacar que para este grupo de edad se aprecia una caída en la propensión al uso de las NNTT, incluso aunque se les formase en su uso de una manera adecuada.

## PIRÁMIDE DE EQUIPAMIENTO Y GASTO

- Mejora el equipamiento de servicios TIC en los hogares españoles. Considerando el número de servicios de los que el hogar dispone (telefonía fija, telefonía móvil, Internet y TV de pago) se detecta una migración de hogares con dos servicios a hogares con tres servicios.
- Tener un hogar 'equipado a la última' (con teléfono fijo, móvil, Internet y TV de pago) cuesta 91,8 €/mes (IVA incluido). El 34,7% de los hogares españoles disponen de tres ó cuatro servicios TIC.
- Hay un aumento importante en la penetración del DVD (del 28,1% en el III Trimestre del 2003 al 41,4% en el I Trimestre del 2004), la cámara de fotos digital (del 8,8% al 14,9% en el mismo periodo) y el Home Cinema (del 4,4% al 9,1%).



# Principales Resultados

## TELEFONÍA FIJA, MÓVIL, AUDIOVISUAL E INTERNET

### TELEFONÍA FIJA:

- El gasto total en telefonía fija aumenta en este trimestre hasta los 1.023,3 millones de euros. El gasto medio por hogar asciende a 31,6 €/mes (IVA incluido).
- Los operadores alternativos a Telefónica (cable y acceso indirecto) ganan cuota de mercado -21,5% del gasto I TRIM 04 frente al 16,7% del gasto en el III TRIM 03- y clientes en los hogares
- Se detecta una variación estacional, apreciándose un mayor porcentaje de minutos de llamadas interprovinciales (consumo navideño que se factura durante los meses de enero y febrero).
- Las llamadas fijo-móvil suponen el 6,3% de minutos cursados y un 29,3% del gasto correspondiente al tráfico

### TELEFONÍA MÓVIL:

- Aumenta la penetración de este servicio en los hogares (75,4% en el tercer trimestre del 2003, frente al 78,1% del 2004).
- Continúa la tendencia de trasvase de gasto de la modalidad de prepago a la de contrato, por la migración de usuarios entre estas modalidades. En concreto, la modalidad prepago pierde 91 M. € de mercado y el contrato gana 50 M. de € en seis meses.
- El gasto medio mensual se mantiene estable en torno a 30 € por hogar (IVA incluido).
- El 25% de los individuos renovó su móvil en los últimos seis meses.





# Principales Resultados

## TELEFONÍA FIJA, MÓVIL, AUDIOVISUAL E INTERNET

### AUDIOVISUAL:

■Es significativo el aumento del gasto del mercado doméstico de televisión de pago que alcanza un valor de 265 millones de € en el primer trimestre del 2004. El gasto medio por hogar se sitúa en 34,9 € (IVA incluido).

### INTERNET:

■La penetración de Internet en los hogares (hogares con acceso a Internet) aumenta del 25,4% al 26,9% mientras que en número de individuos mayores de 15 años que han utilizado Internet en el último mes crece del 27,3 al 31,8% desde la oleada anterior. El 41,8% de los individuos mayores de 15 años han utilizado Internet en alguna ocasión.

■Se detecta un aumento de los usuarios 'intensivos' –que han utilizado Internet en la última semana- (25,5% en el primer trimestre de 2004 frente al 21,4% del tercer trimestre de 2003) y de los usuarios con utilización muy esporádica (7,2% en el último trimestre frente al 3% del tercer trimestre de 2003).

■El gasto medio por hogar se mantiene estable en torno a los 23 € (IVA incluido).

■Casi ocho de cada diez internautas disponen de antivirus

■El ordenador portátil (que ya poseen un 6,3% de hogares) se convierte en el dispositivo de acceso a Internet en el 12% de los hogares.



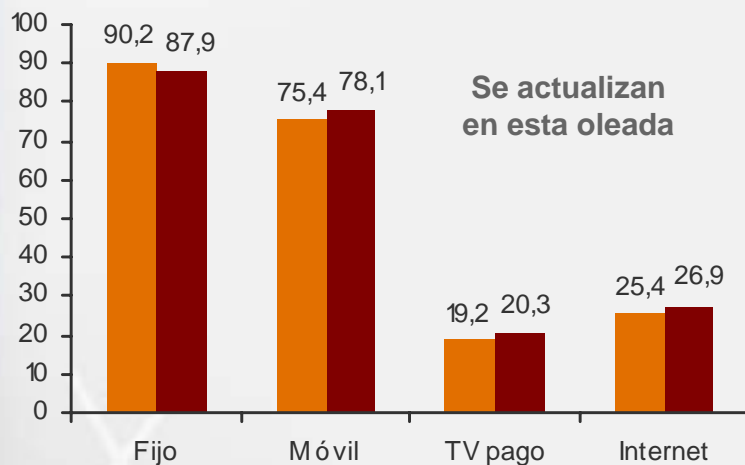
# Principales Resultados

Penetración y gasto mensual medio por servicio

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



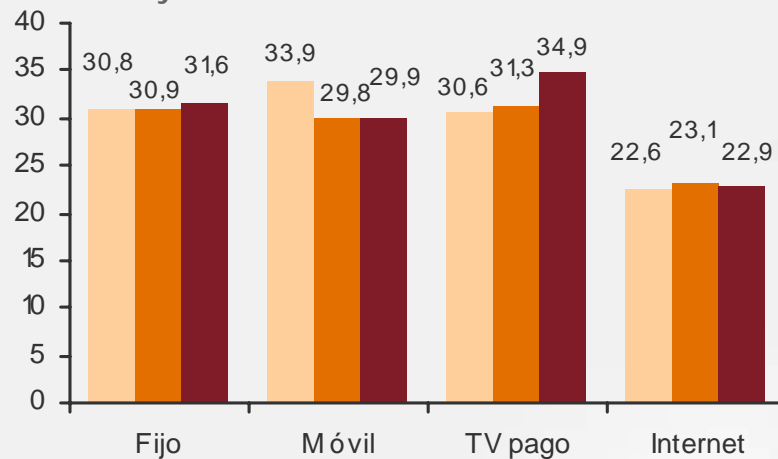
% de hogares que disponen



BASE: Total hogares



Gasto mensual medio por hogar (€)  
Incluye IVA



BASE: Hogares que disponen de cada servicio



# red.es

- ◆ Objetivos y metodología
- ◆ Principales resultados
- ◆ **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- ◆ Equipamiento TIC
- ◆ Pirámide de servicios TIC
- ◆ Telefonía Fija
- ◆ Telefonía móvil
- ◆ Audiovisual
- ◆ Internet



# ÍNDICE



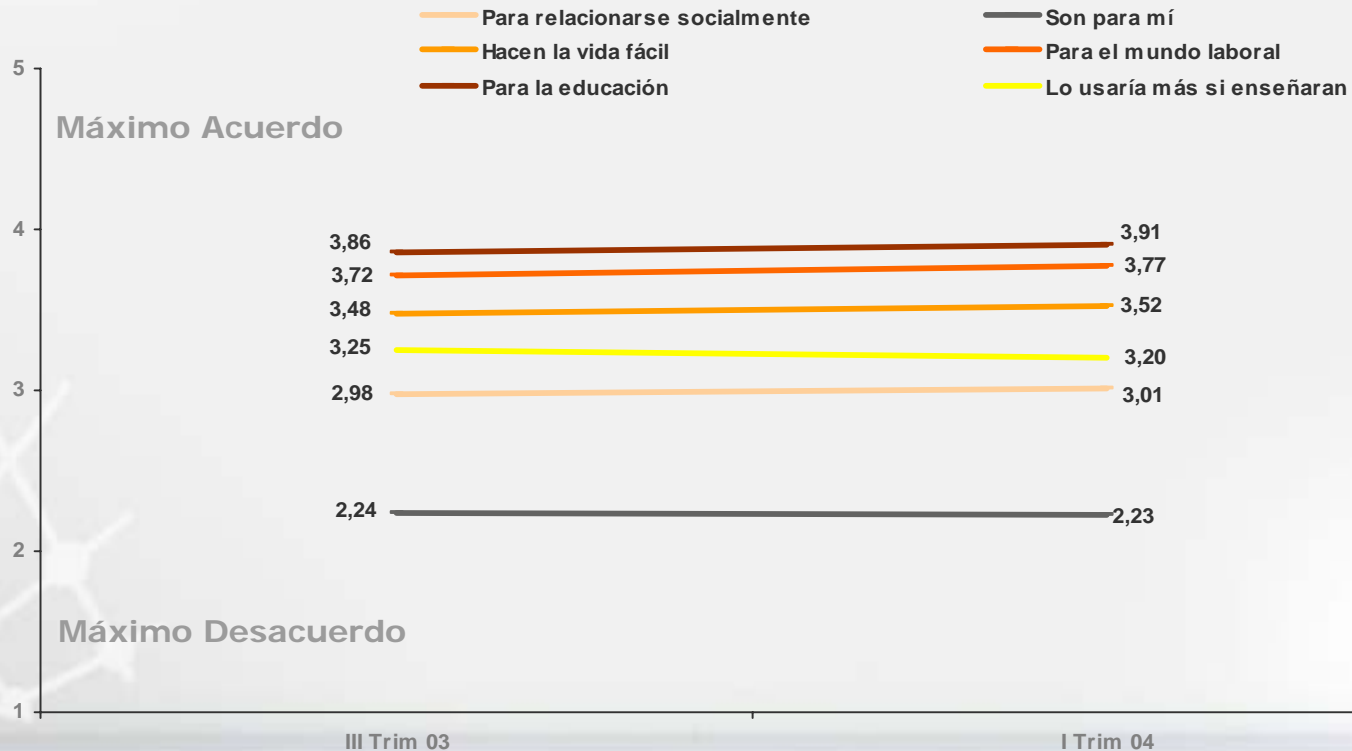
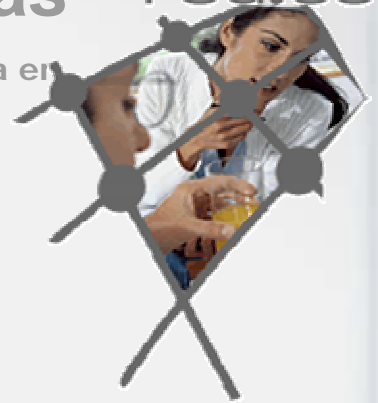
# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es

Se aprecia una ligera tendencia de mayor adhesión hacia la tecnología en todas las áreas de actividad de los individuos

Toda la población y todos los grupos de edades consideran que las Nuevas Tecnologías (NT) serán fundamentales en la educación en un futuro inmediato.

Por otra parte, no crecen las demandas de mayor formación para incentivar el uso

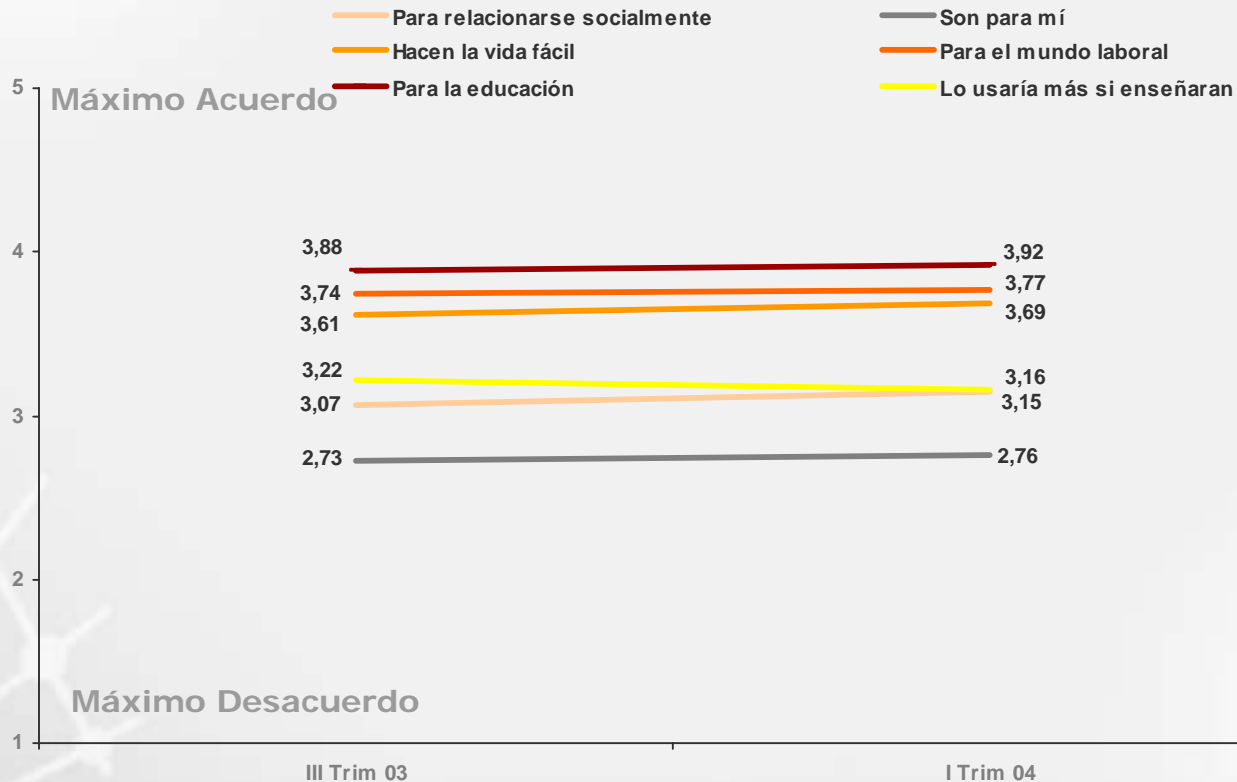
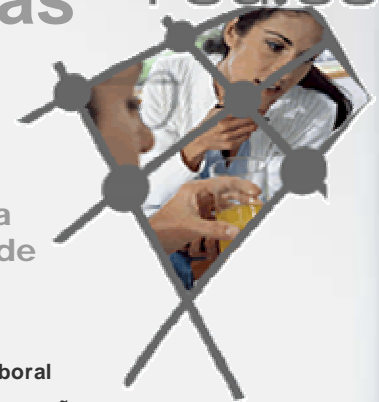


# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es

Hasta 35 años

Entre los jóvenes crece la percepción de que la tecnología es ya un requisito de las relaciones sociales, lo que indica el grado en el que la han incluido en su hábitos de relación cotidiana, como la percepción de practicidad creciente

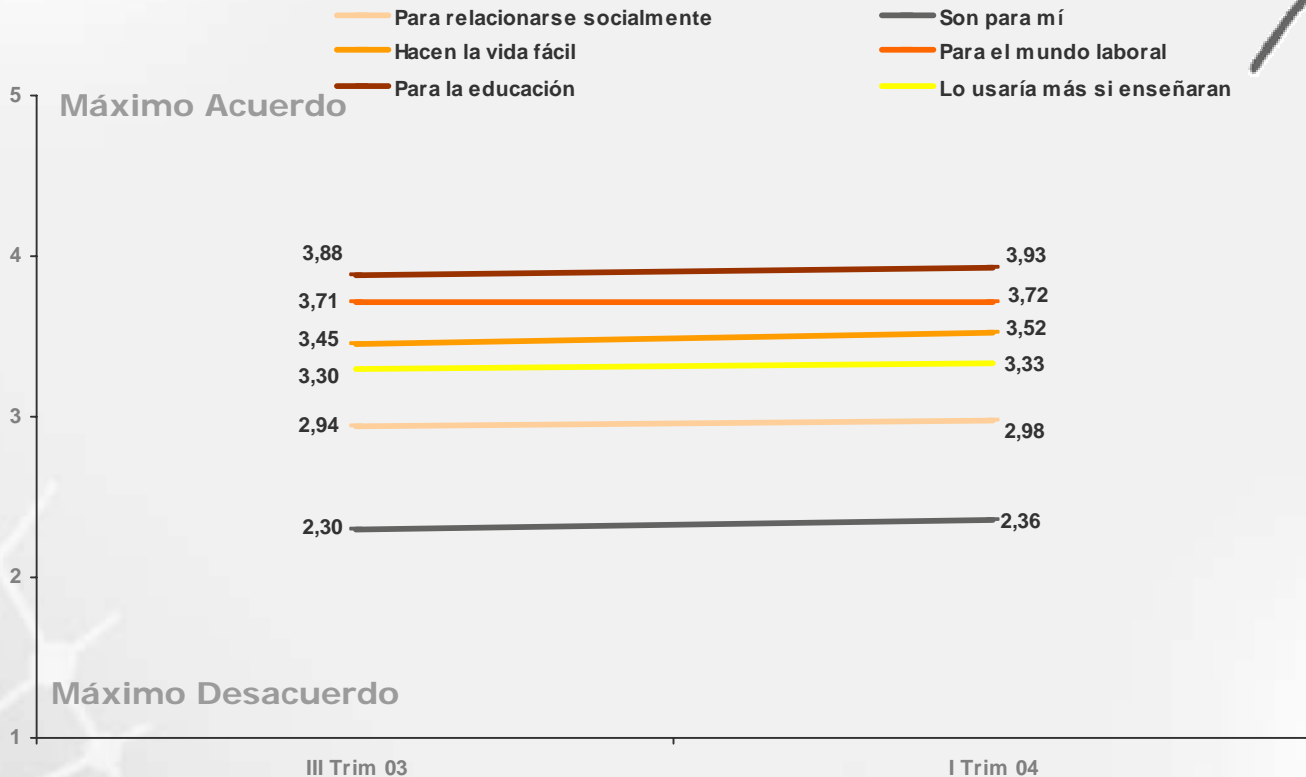
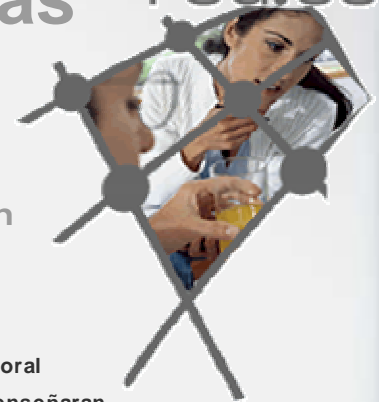


# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es

De 35 a 49 años

En el grupo de edad mantiene un adhesión progresiva hacia la tecnología. Se fortalecen las percepciones de practicidad y mantienen una cierta demanda de formación para incentivar el uso

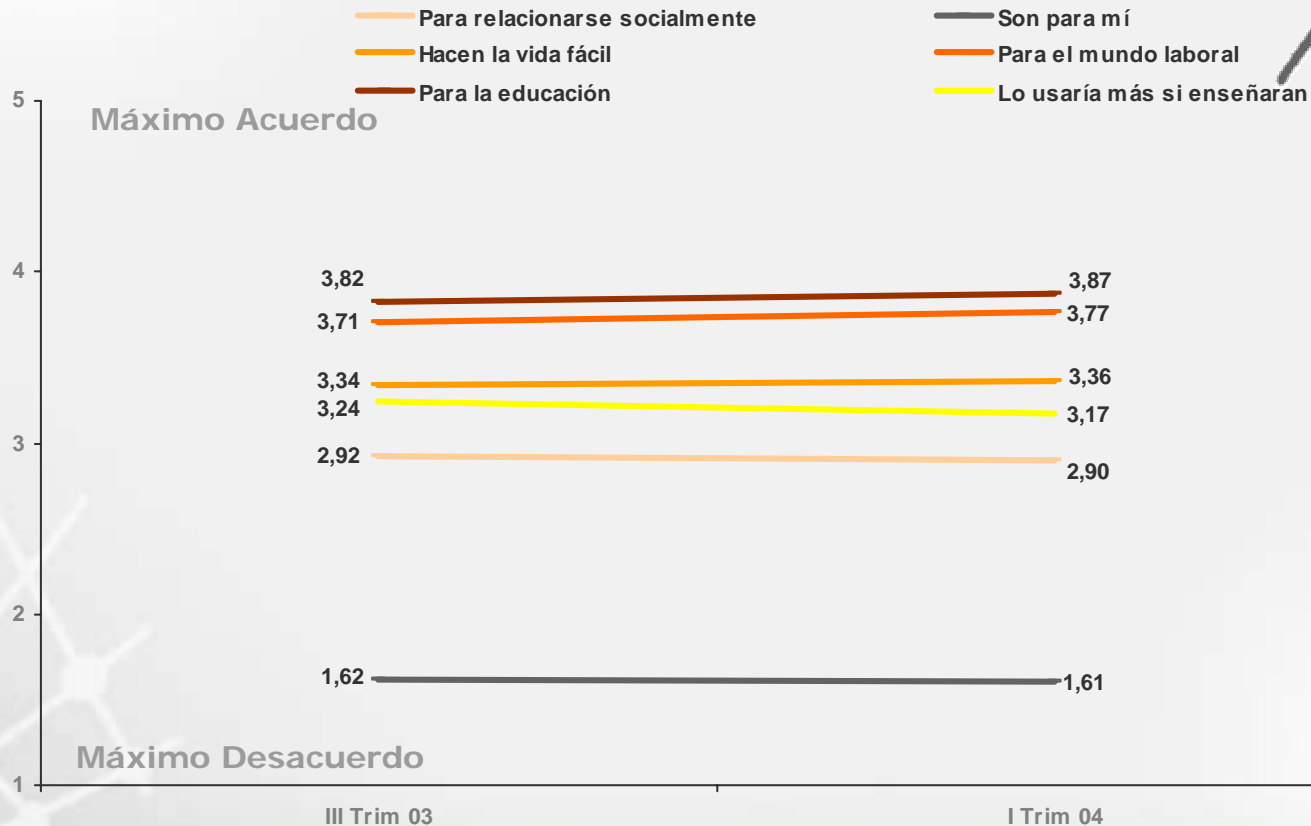


# Actitudes hacia las nuevas tecnologías

red.es

Más de 49 años

En el grupo de edad mayor se mantiene prácticamente inalterado en su posición bastante ajena a la tecnología. Incluso, se aprecia una caída en la propensión al uso de nuevas tecnologías aún con formación adecuada.

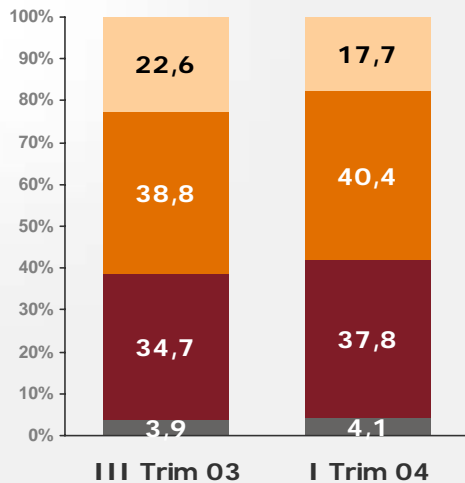


# Actitudes

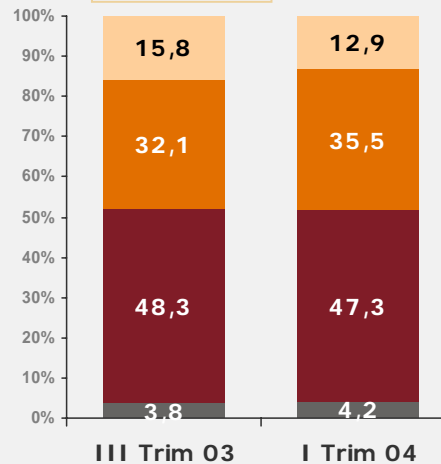
red.es

## Relación precio/utilidad de equipamientos

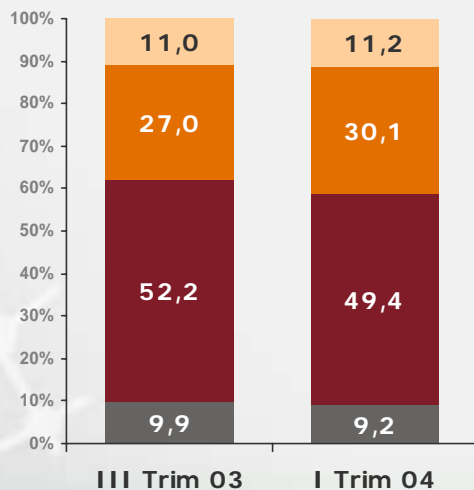
Telefonía fija



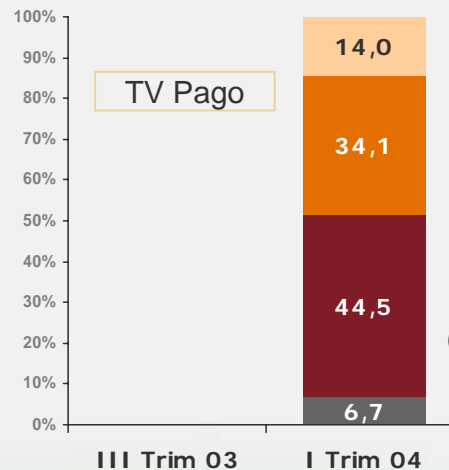
Telefonía móvil



Acceso Internet



TV Pago



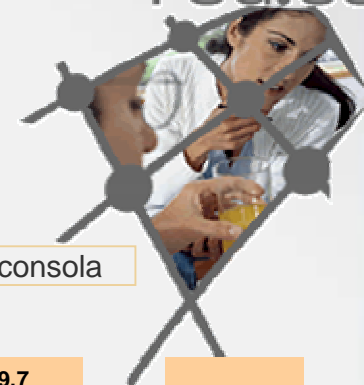
(\*) Sin dato en III TRIM 03



# Actitudes

red.es

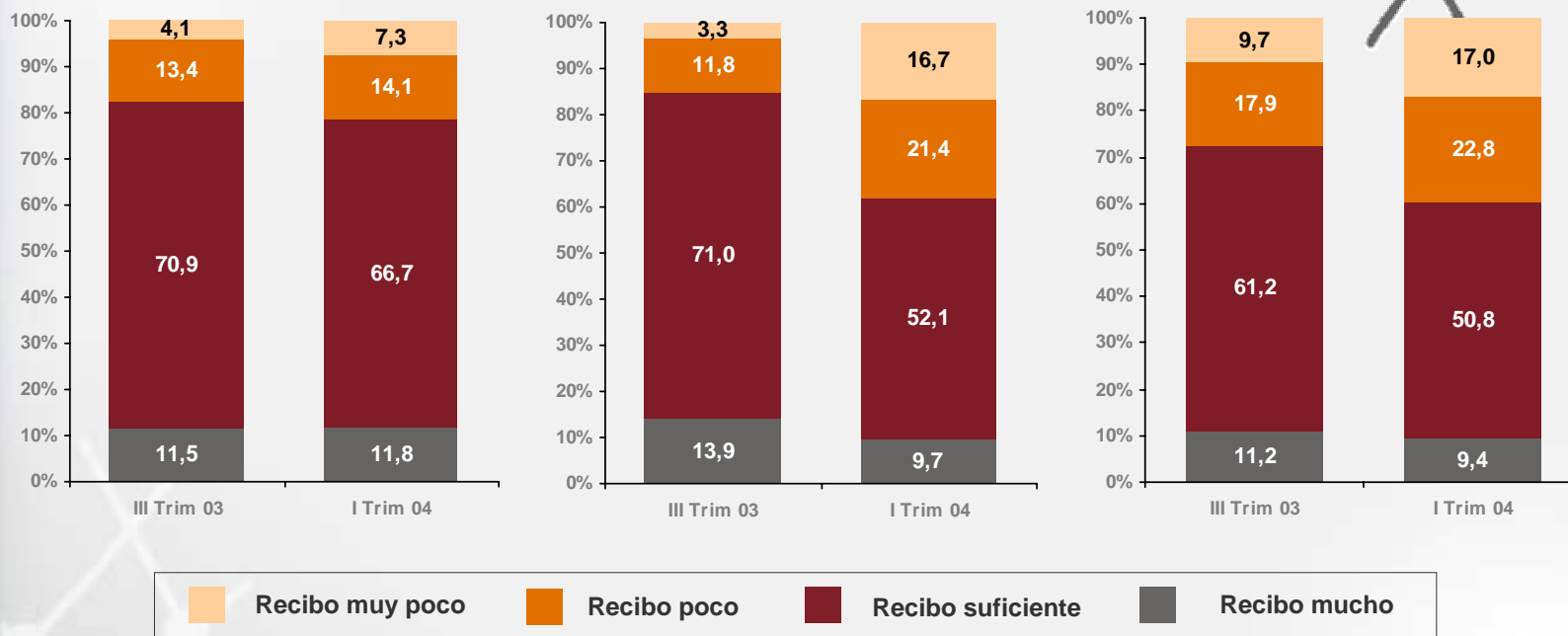
Relación precio/utilidad de equipamientos



DVD

Home Cinema

Videoconsola



BASE: Individuos de 15 ó más años



# red.es



- ◆ **Objetivos y metodología**
- ◆ **Principales resultados**
- ◆ **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- ◆ **Equipamiento TIC**
- ◆ **Pirámide de servicios TIC**
- ◆ **Telefonía Fija**
- ◆ **Telefonía móvil**
- ◆ **Audiovisual**
- ◆ **Internet**

ÍNDICE



# Equipamiento TIC en el hogar

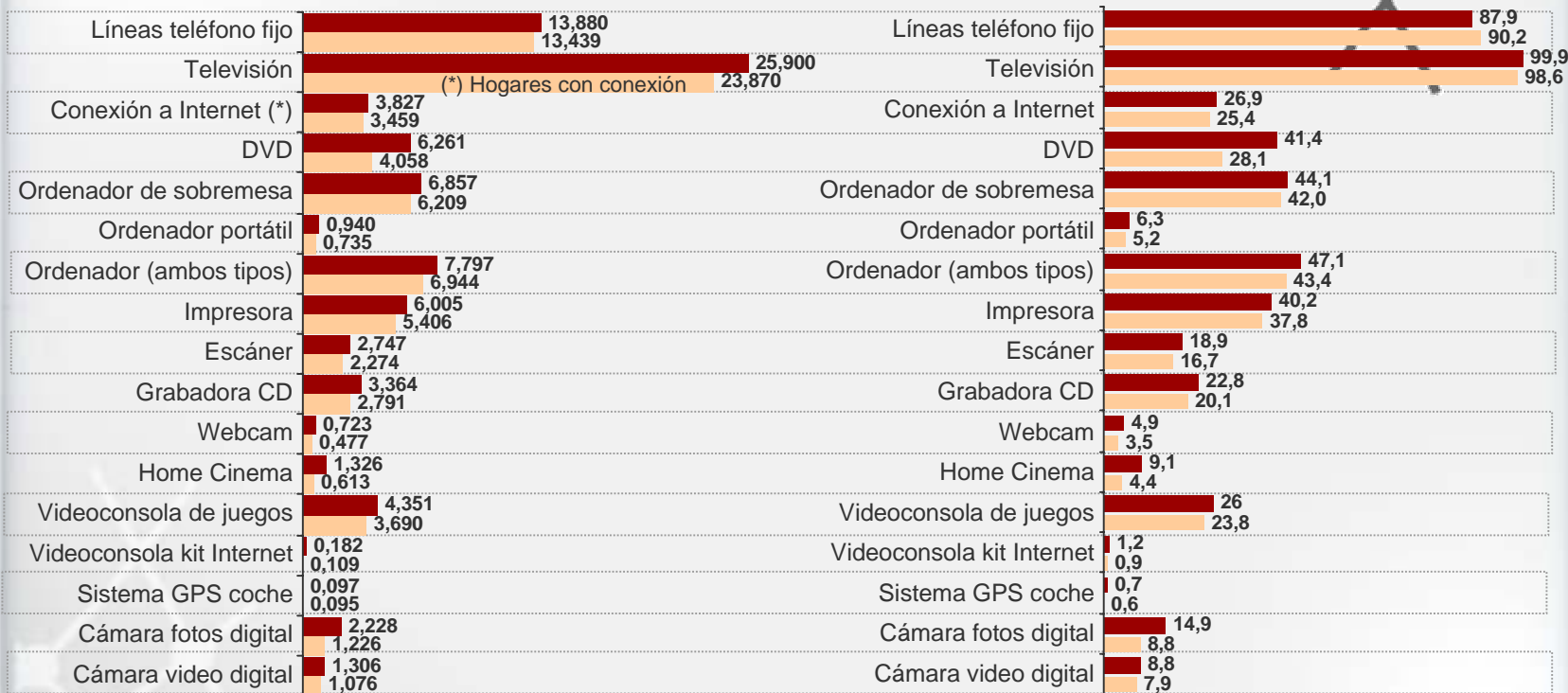
red.es

## Evolución equipamiento TIC en hogares



En absolutos  
(en millones de equipamientos)

En % hogares que disponen



I TRIM 2004

III TRIM 03

BASE: 14 226 100 hogares



# red.es



- ◆ Objetivos y metodología
- ◆ Principales resultados
- ◆ Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- ◆ Equipamiento TIC
- ◆ **Pirámide de servicios TIC**
- ◆ Telefonía Fija
- ◆ Telefonía móvil
- ◆ Audiovisual
- ◆ Internet

ÍNDICE



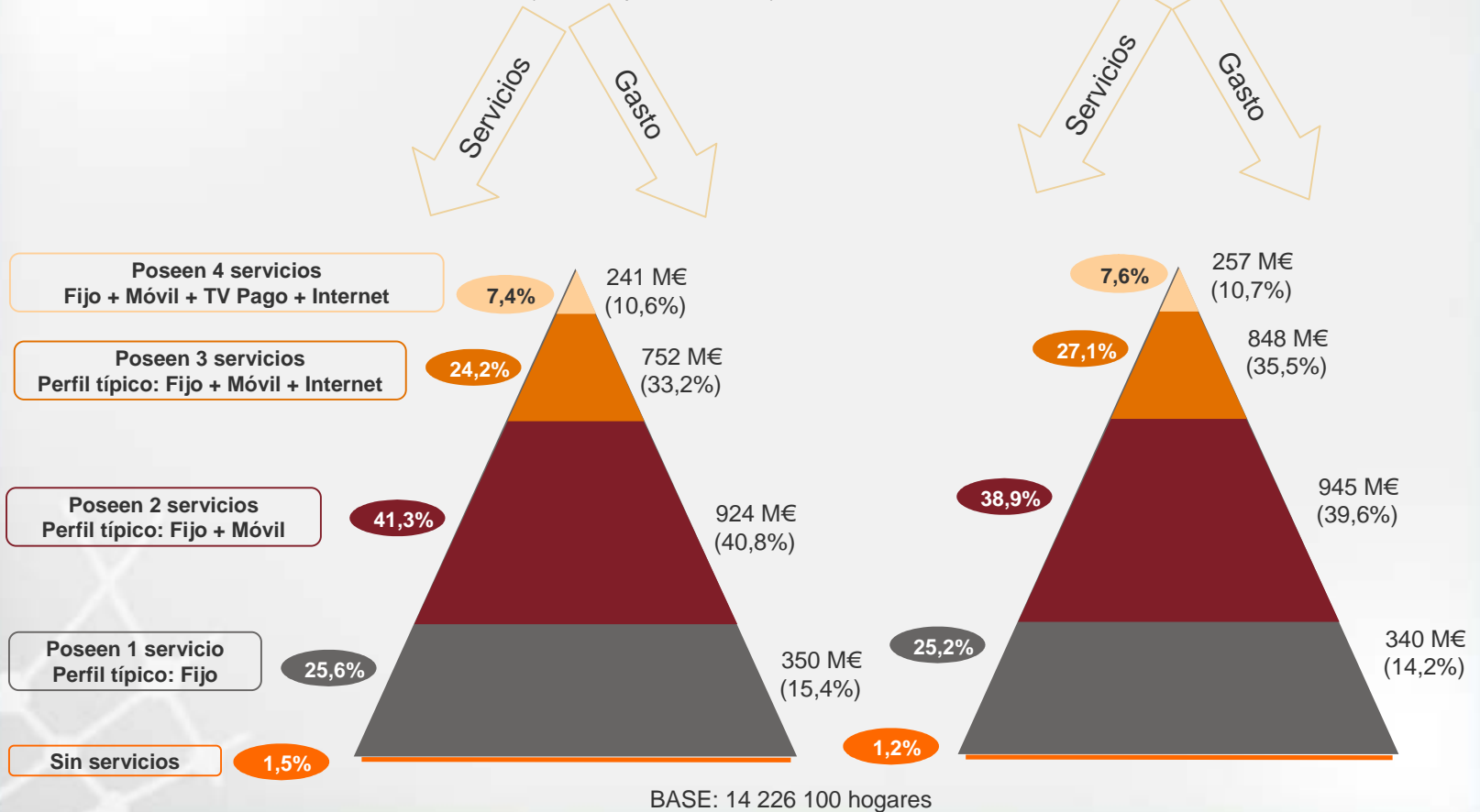


# Pirámide servicios TIC de los hogares

## Evolución servicios en hogares y gasto

PIRÁMIDE TIC DE LOS HOGARES  
 GASTO: TRIM4/03 (Octubre - Diciembre 2003)  
 EQUIPAMIENTO: TRIM3/03 (Julio - Septiembre 2003)

PIRÁMIDE TIC DE LOS HOGARES  
 TRIM1/04 (Enero - Marzo 2004)



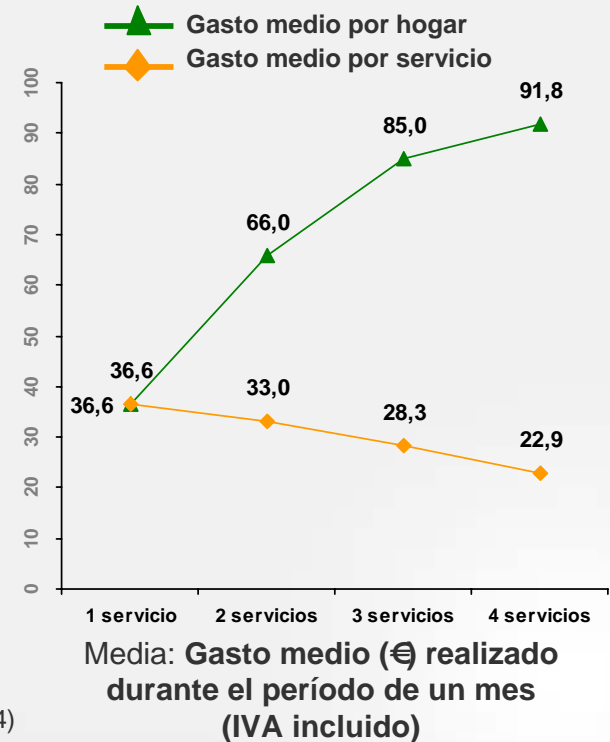
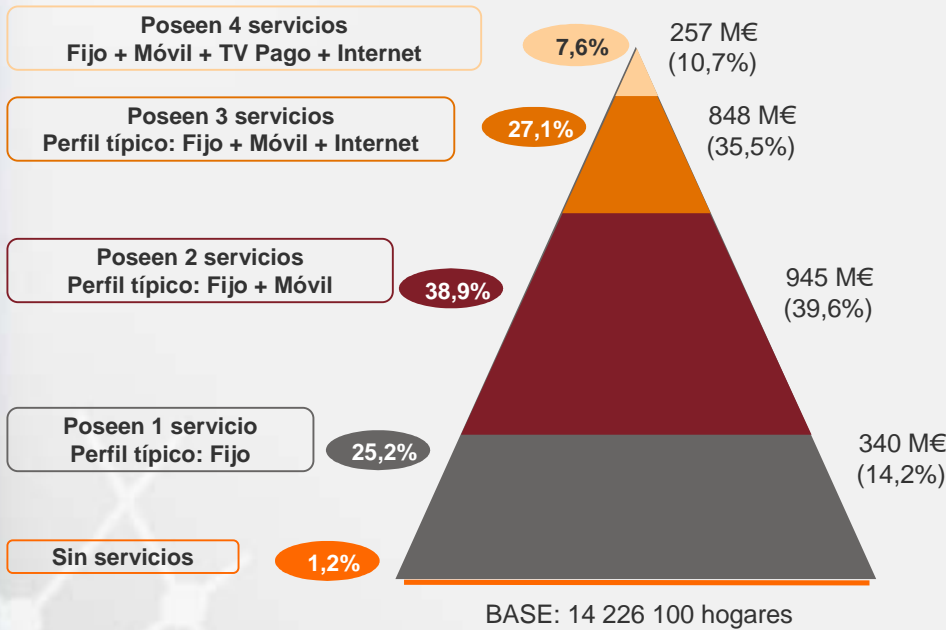
# Pirámide servicios TIC de los hogares

red.es



Gasto medio por hogar y por nº de servicios

*Cuestionario semestral*



Resultados TRIM1/04 (Ene- Mar 04)

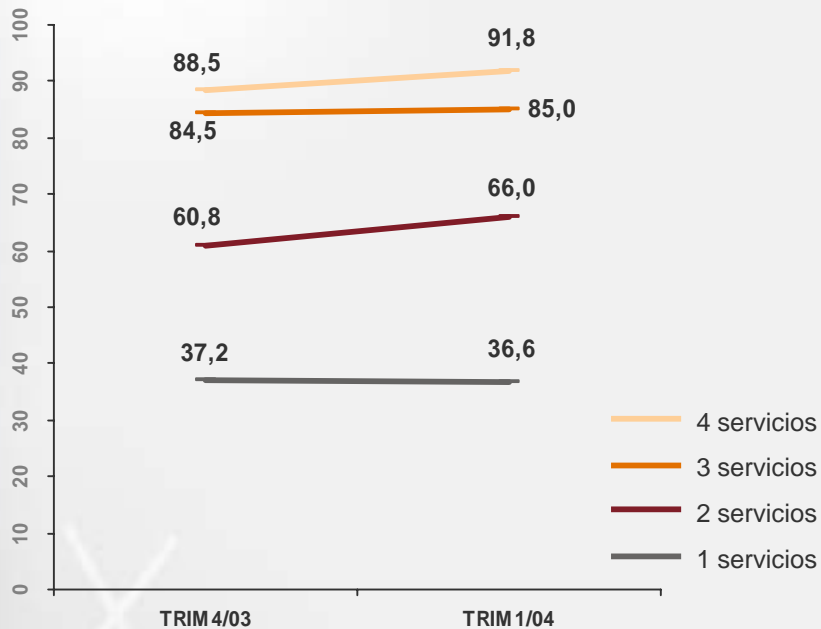
SERVICIOS TIC

# Pirámide servicios TIC de los hogares

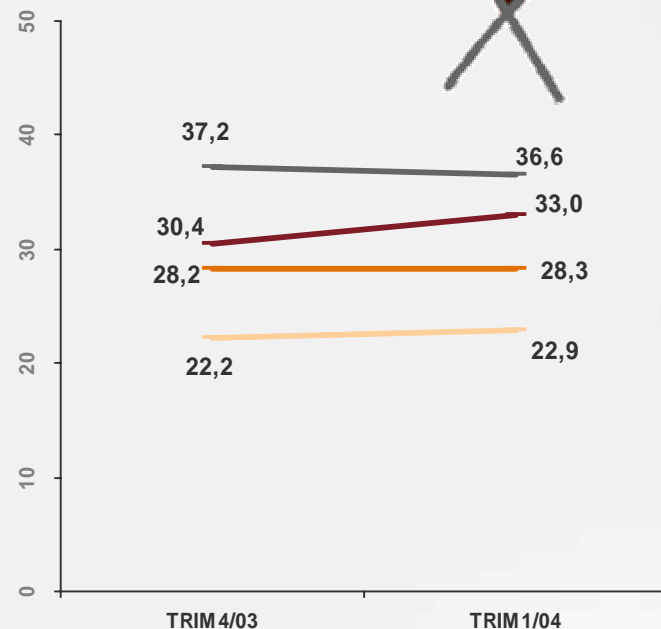
red.es



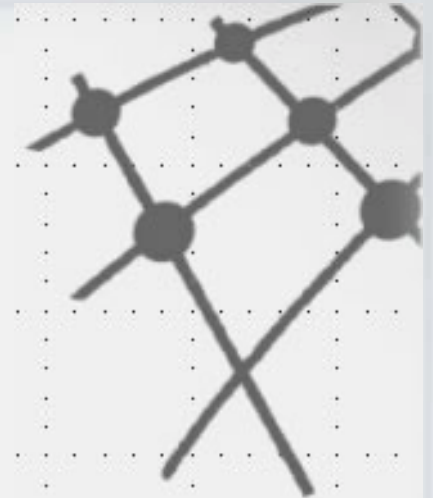
Gasto medio por hogar y por nº de servicios



Gasto medio por hogar (€)  
(IVA incluido)



Gasto medio por nº servicios (€)  
(IVA incluido)



- ◆ Objetivos y metodología
- ◆ Principales resultados
- ◆ Actitudes frente a las nuevas tecnologías
- ◆ Equipamiento TIC
- ◆ Pirámide de servicios TIC
- ◆ **Telefonía Fija**
- ◆ Telefonía móvil
- ◆ Audiovisual
- ◆ Internet

ÍNDICE





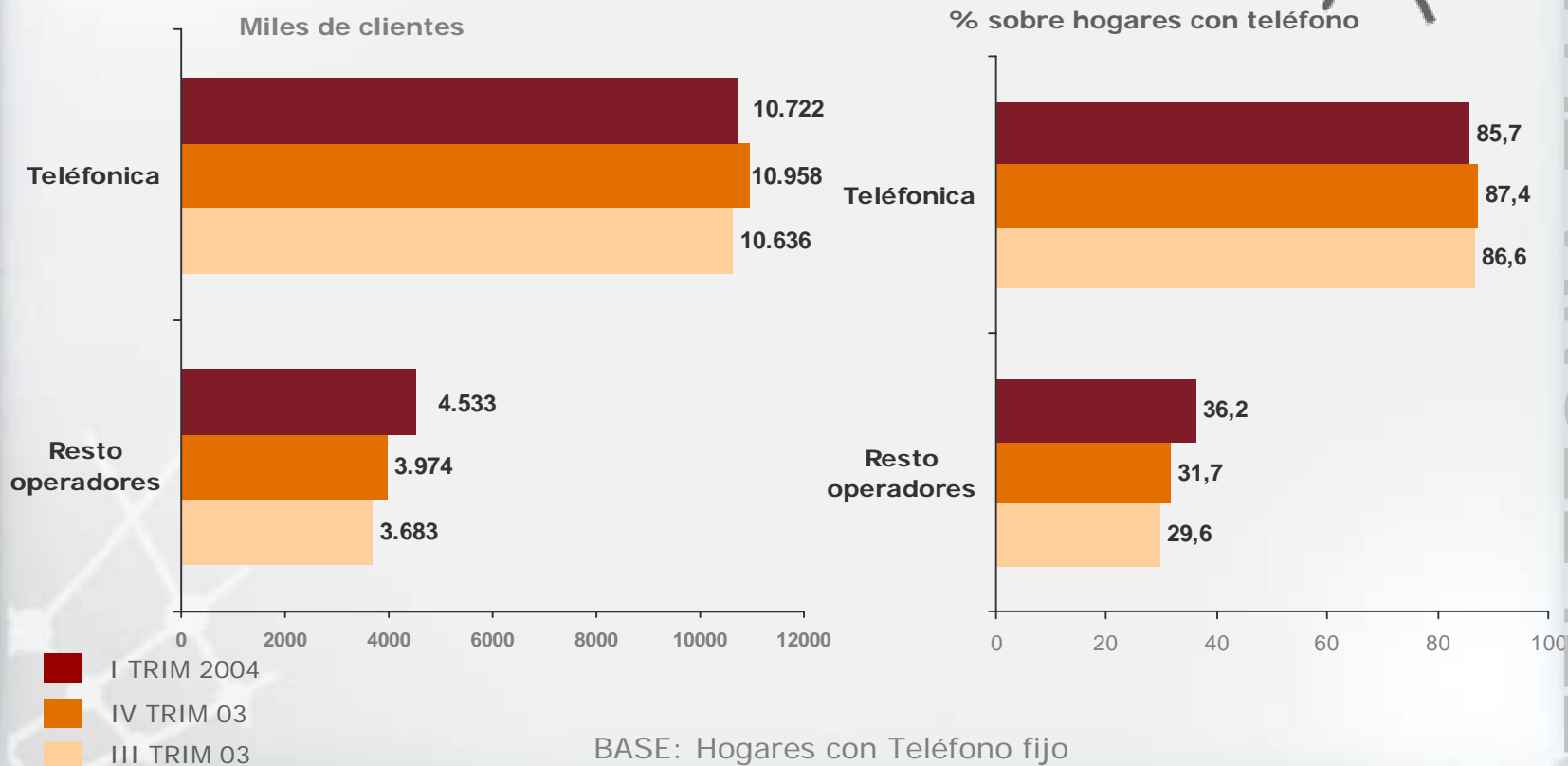
# Telefonía Fija

Clientes por Operador



## COMPETENCIA

*Facturas*



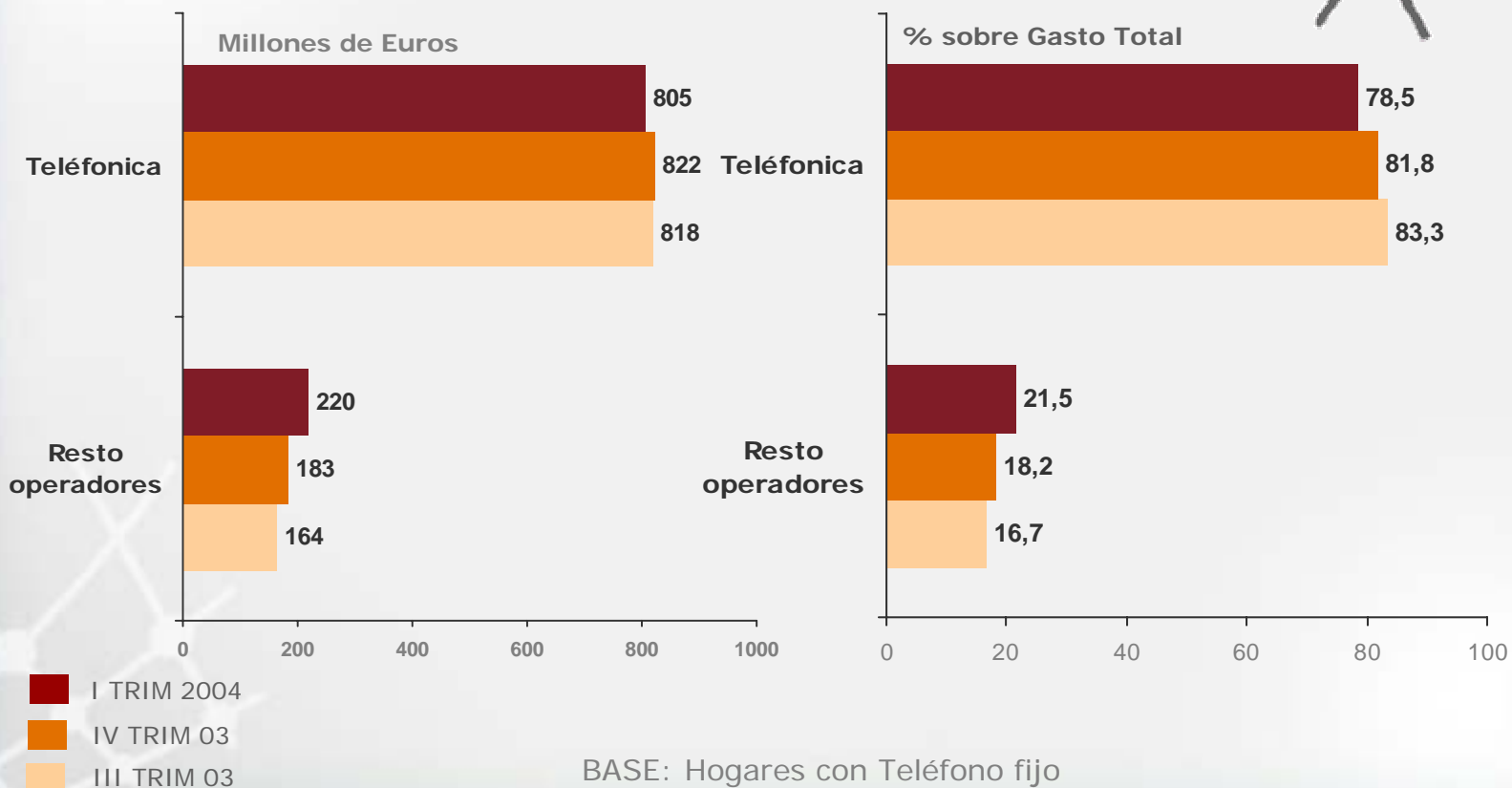
# Telefonía Fija

Gasto por operador



## COMPETENCIA

*Facturas*



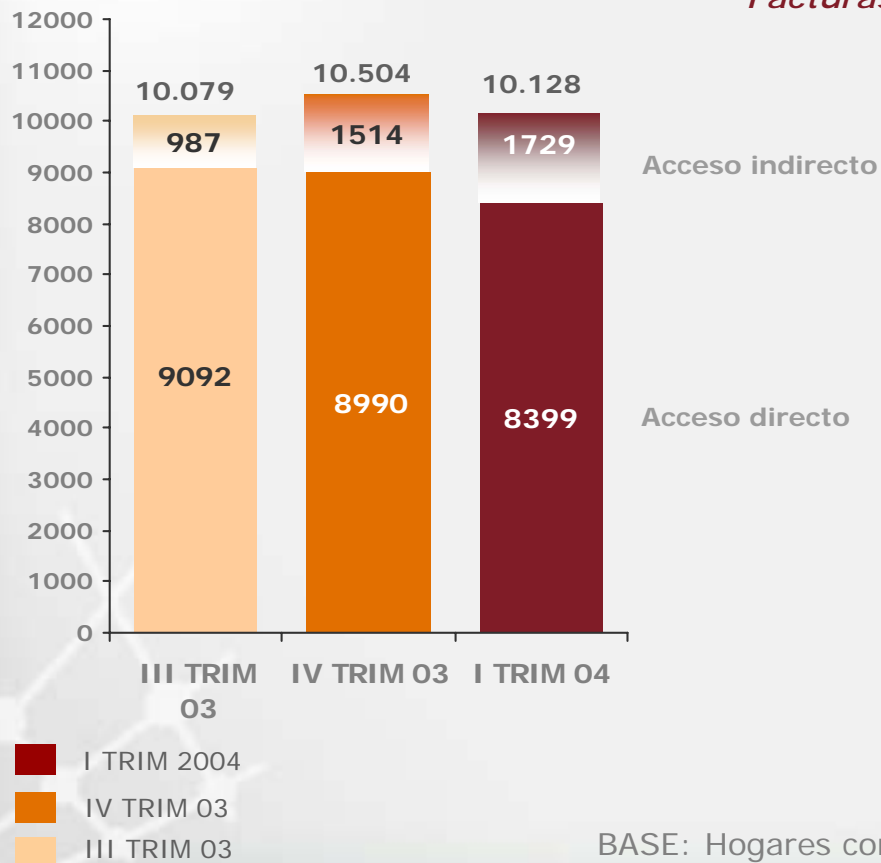
# Telefonía Fija

Minutos cursados

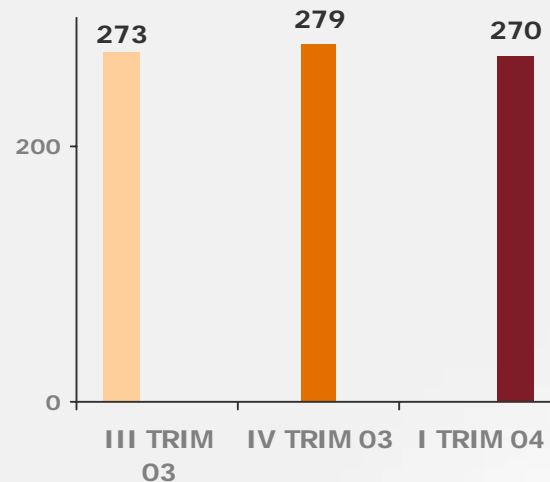
COMPETENCIA



Consumo Trimestral Total (millones de minutos)



Media mensual por hogar en minutos



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

BASE: Hogares con Teléfono fijo

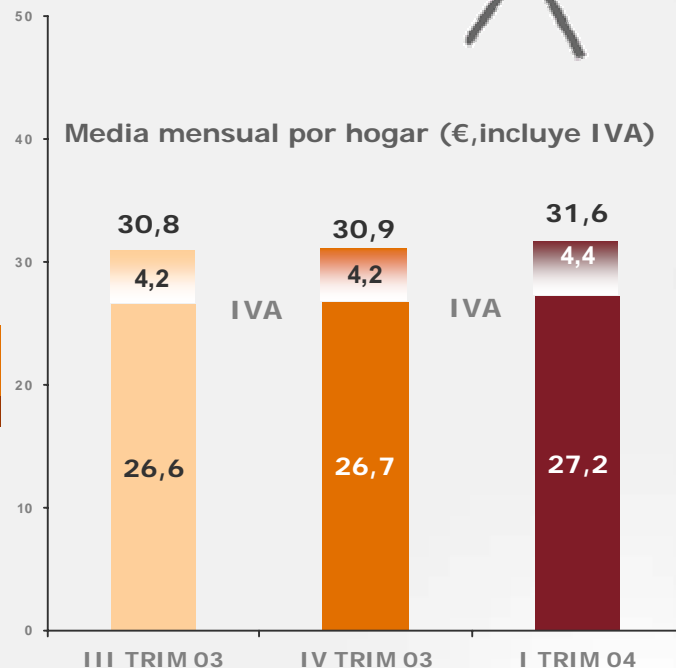
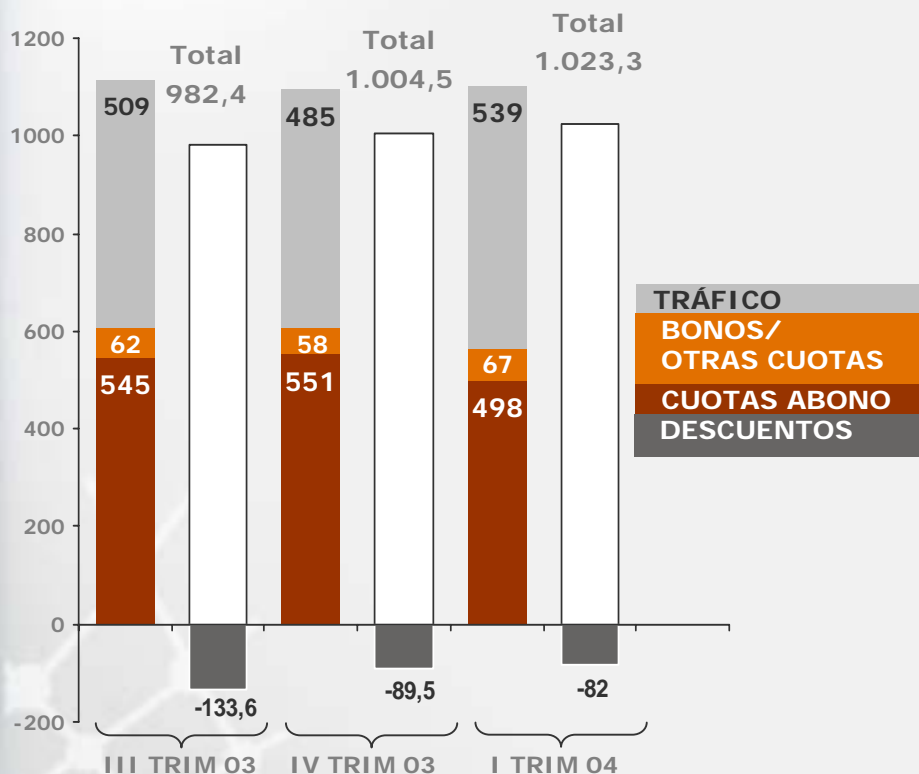
# Telefonía Fija

Gasto en servicios excluido acceso a Internet

Gasto Trimestral Total (millones €)

COMPETENCIA

Facturas



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

- I TRIM 2004
- IV TRIM 03
- III TRIM 03

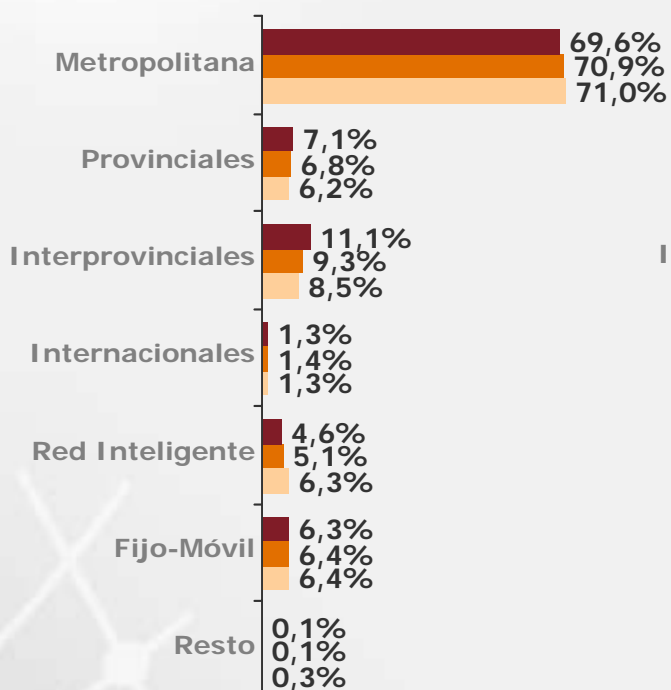
# Telefonía Fija

Minutos cursados y Gasto por tipo de llamada

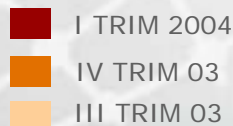
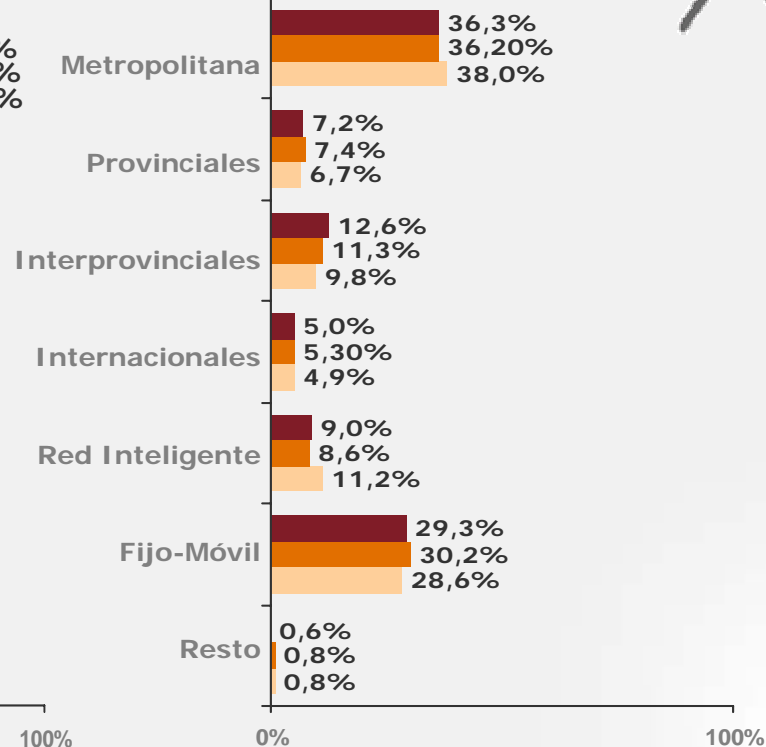
## COMPETENCIA

*Facturas*

En porcentaje sobre el total de minutos



En porcentaje sobre el total de gasto



BASE: Hogares con Teléfono fijo



# red.es

- ◆ **Objetivos y metodología**
- ◆ **Principales resultados**
- ◆ **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- ◆ **Equipamiento TIC**
- ◆ **Pirámide de servicios TIC**
- ◆ **Telefonía Fija**
- ◆ **Telefonía móvil**
- ◆ **Audiovisual**
- ◆ **Internet**



# ÍNDICE



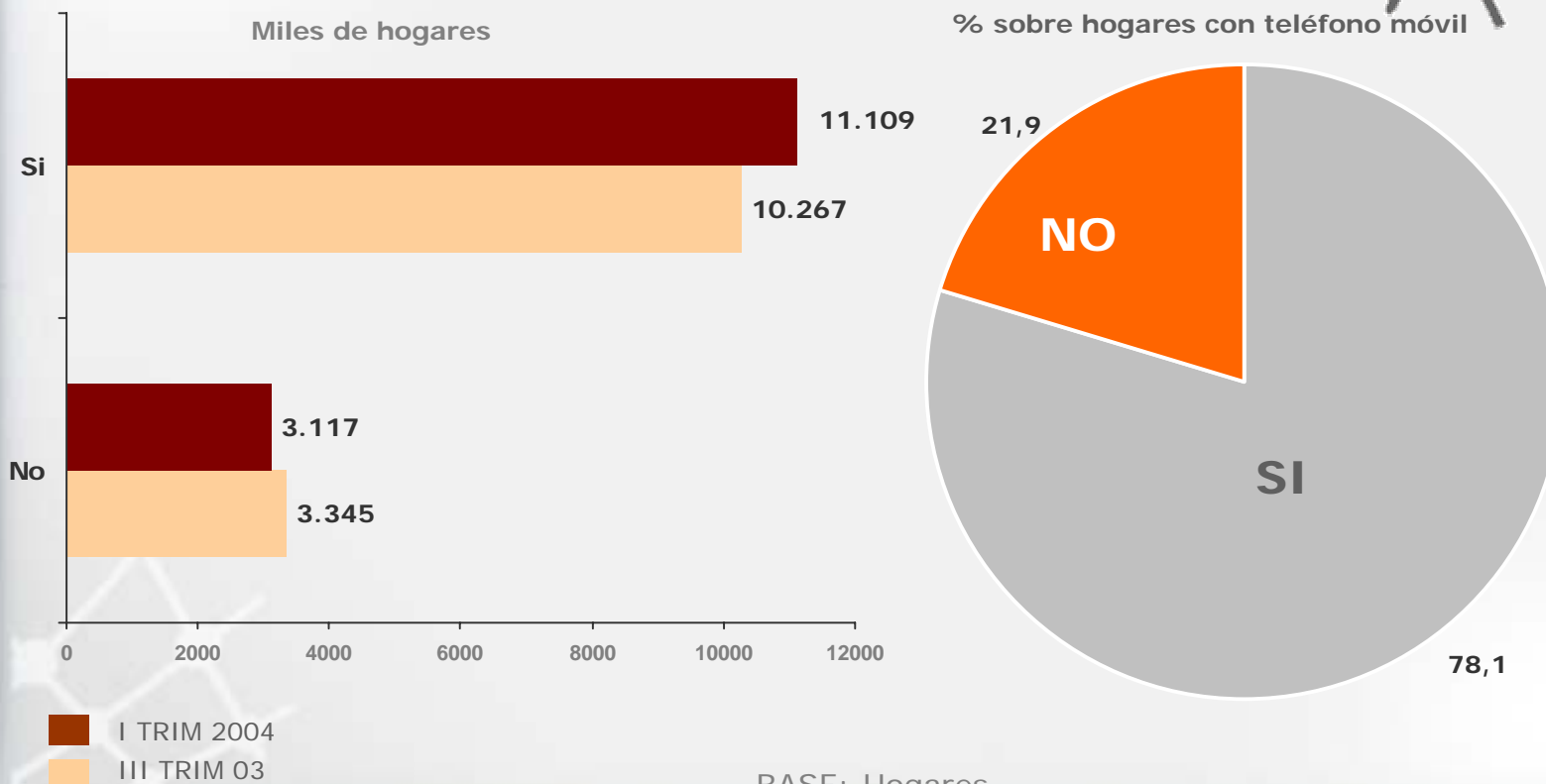
# Telefonía Móvil

Hogares con algún teléfono móvil activo (con uso en el último mes)



## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



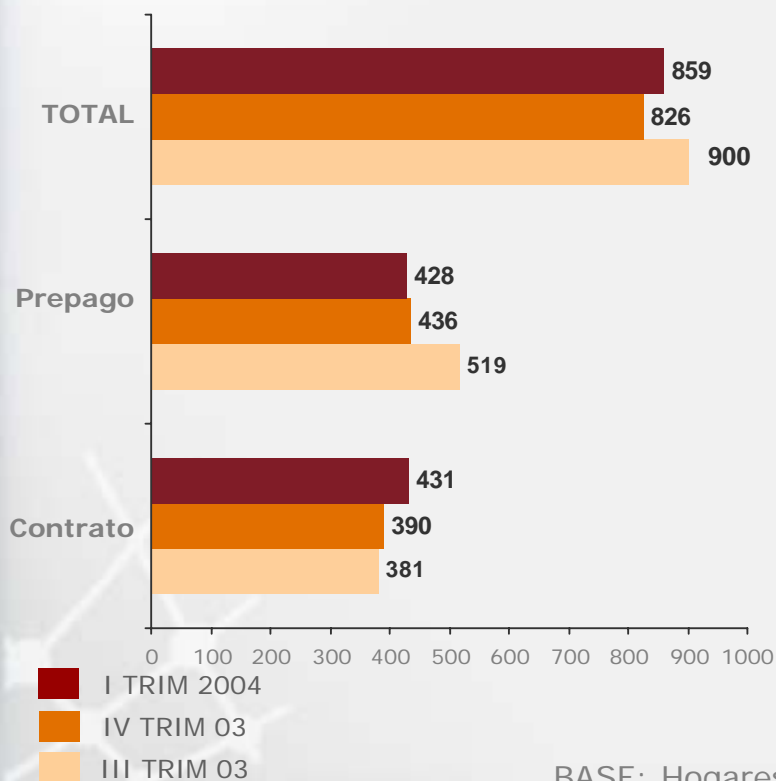
# Telefonía Móvil

Gasto servicios finales de tel. móvil por forma de pago

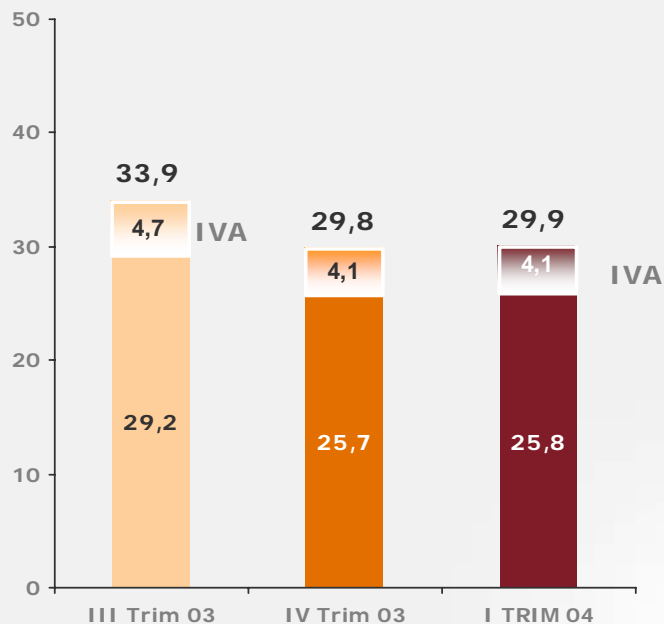
## CONSUMO

*Facturas*

Gasto Trimestral Total (millones €)



Media mensual por hogar  
(€, incluye IVA)



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

BASE: Hogares con móvil

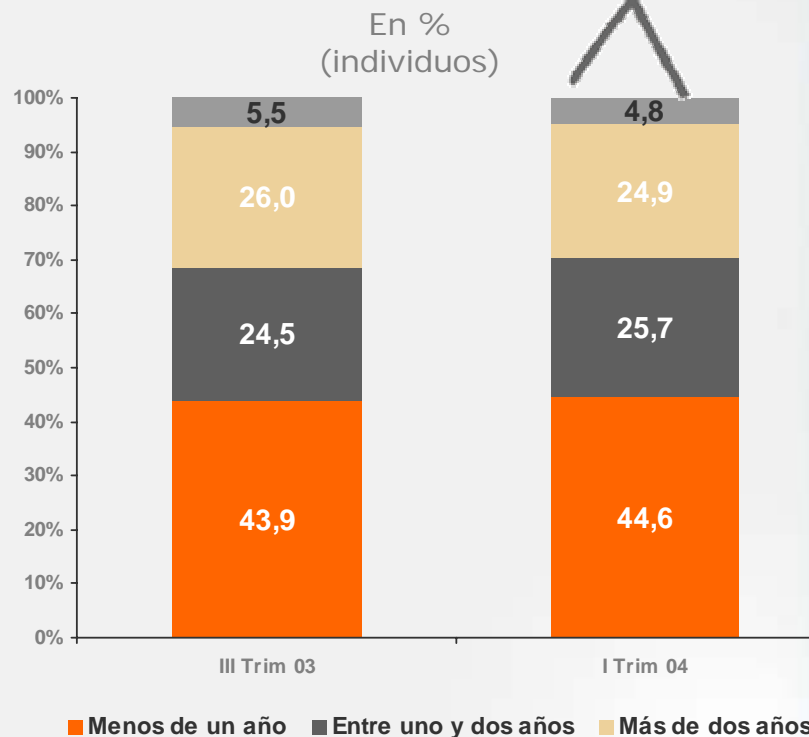
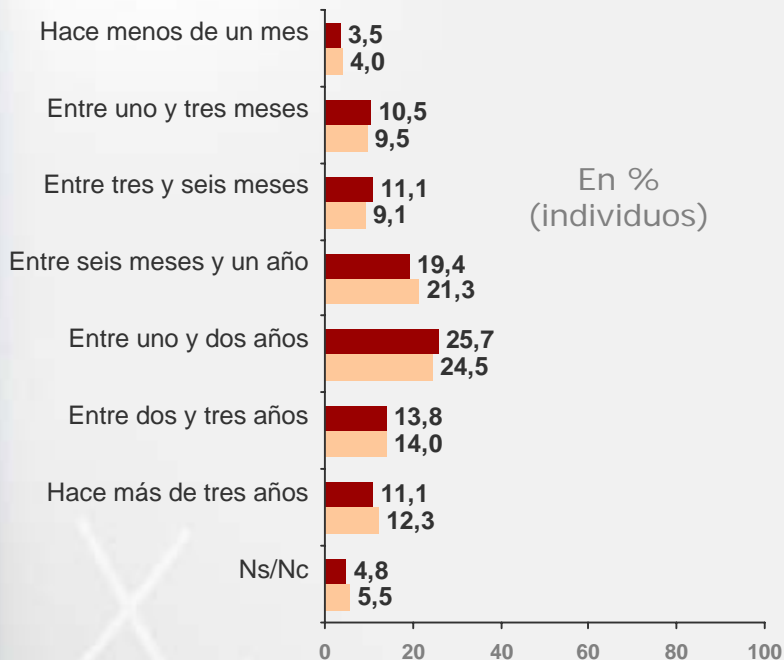


# Telefonía Móvil

Cuando compró su último móvil

Cuestionario

CONSUMO



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Individuos 15 y más usuarios de teléfono móvil

# Telefonía Móvil

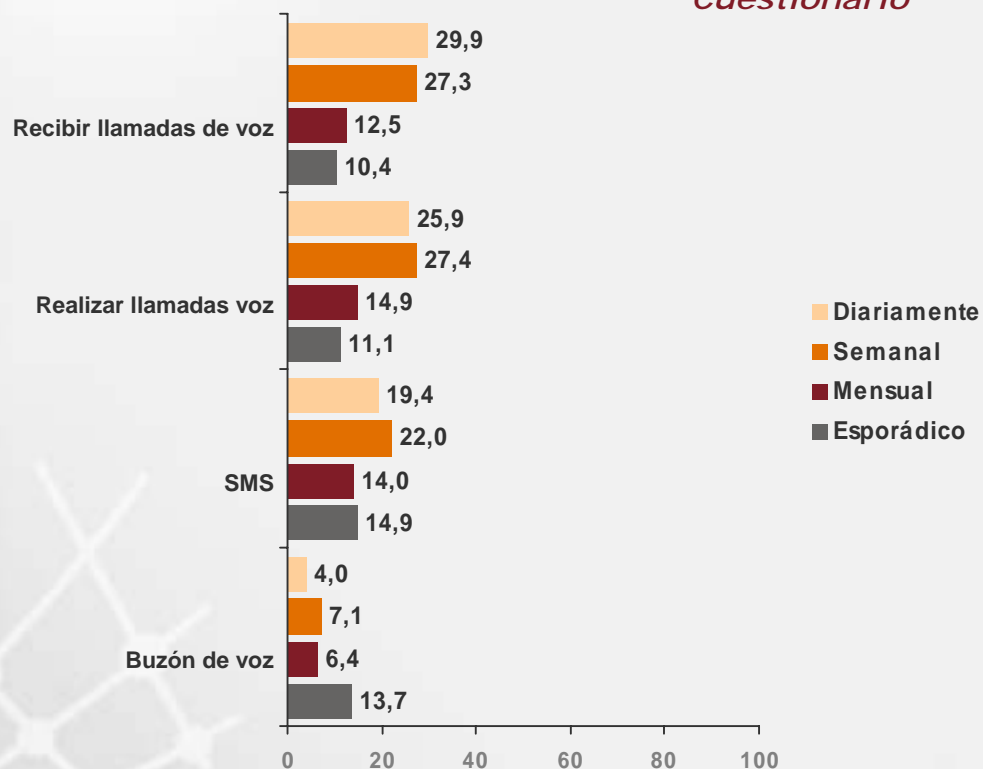
Principales usos de la telefonía móvil y su frecuencia



## USOS y MOTIVACIONES

*Cuestionario*

En %  
(individuos)



BASE: Individuos 15 y más usuarios de teléfono móvil

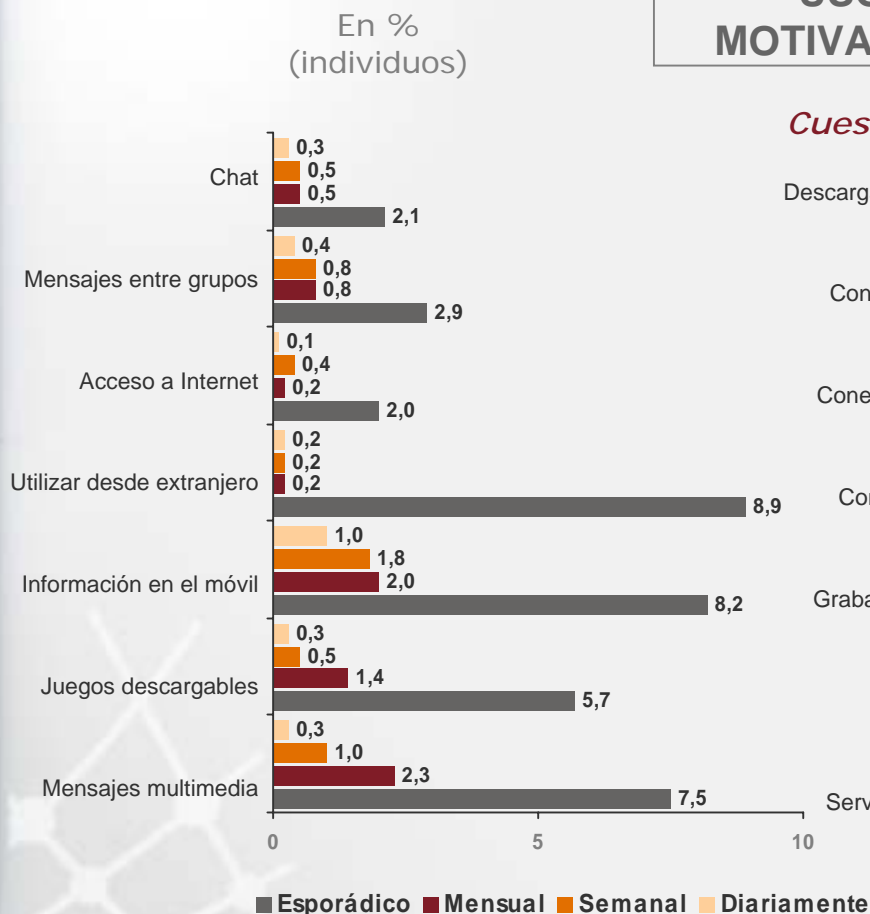
# Telefonía Móvil

BASE: Individuos 15 y más usuarios de teléfono móvil

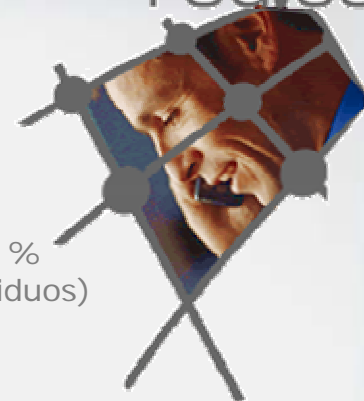
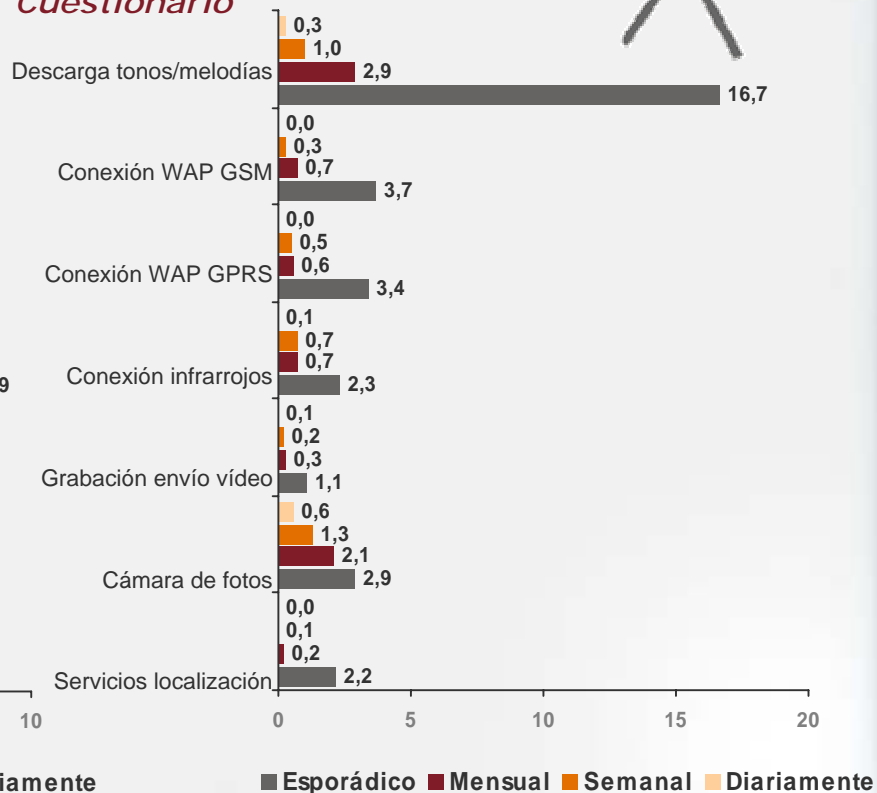
## Principales usos de la telefonía móvil y su frecuencia

### USOS y MOTIVACIONES

En %  
(individuos)



### Cuestionario





# red.es



- ◆ **Objetivos y metodología**
- ◆ **Principales resultados**
- ◆ **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- ◆ **Equipamiento TIC**
- ◆ **Pirámide de servicios TIC**
- ◆ **Telefonía Fija**
- ◆ **Telefonía móvil**
- **Audiovisual**
- ◆ **Internet**



# ÍNDICE

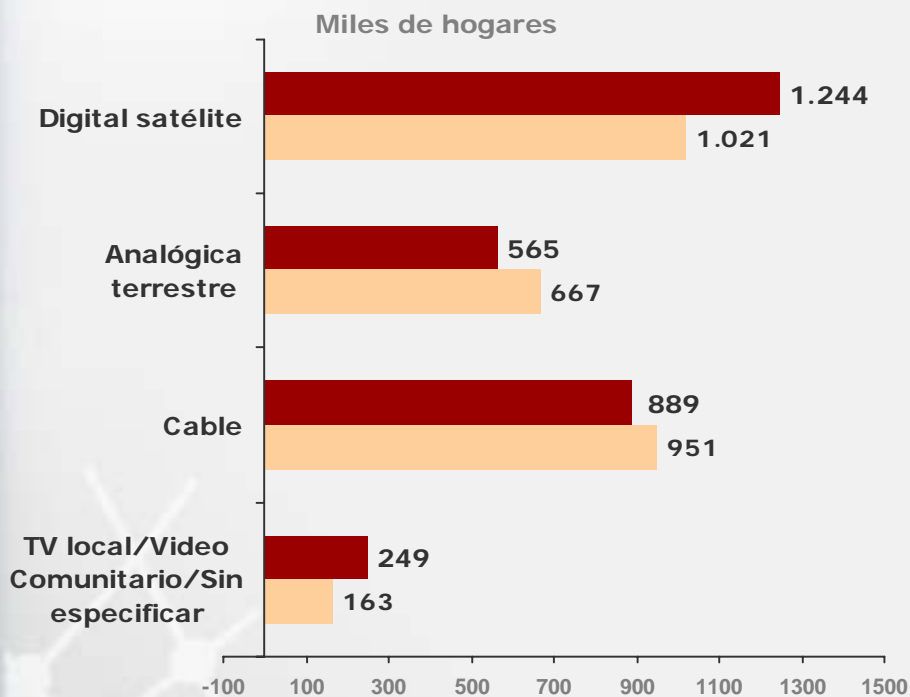


# Audiovisual

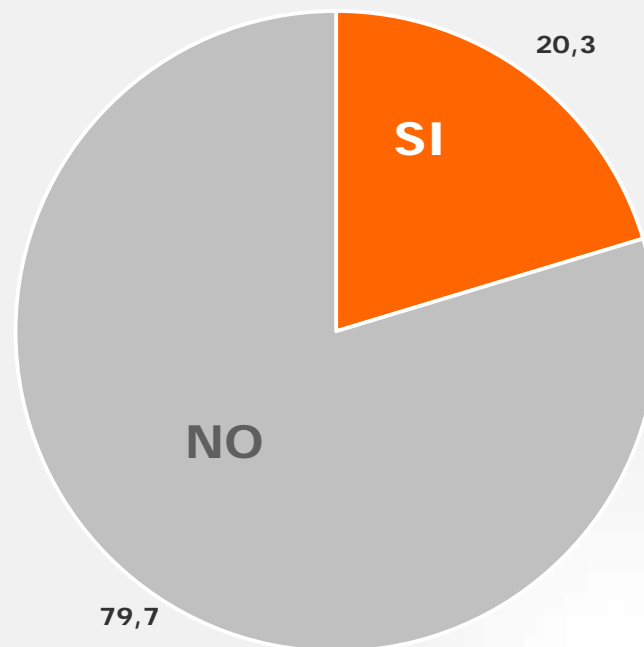
Hogares con TV de pago

## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



% de hogares con TV pago



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Hogares



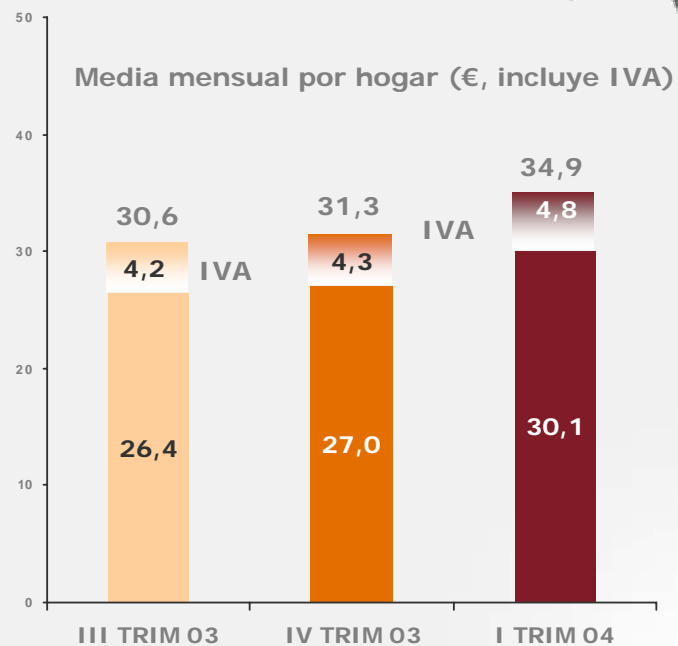
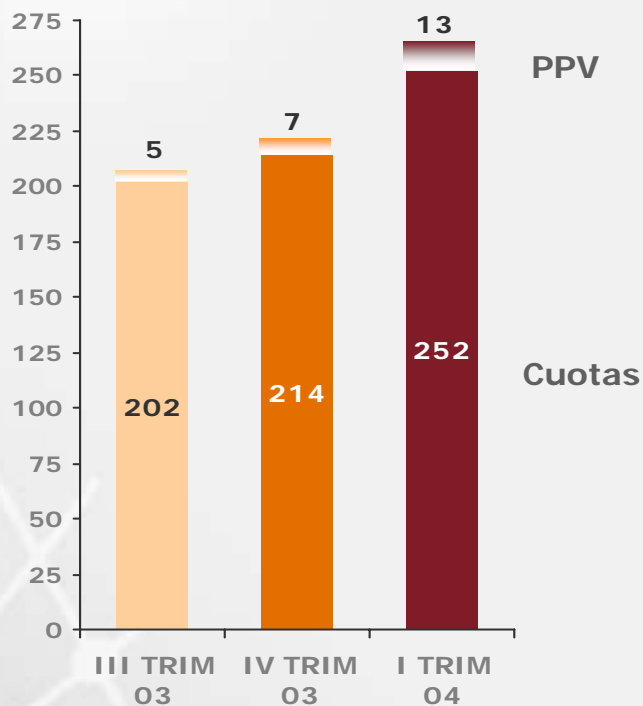
# Audiovisual

## Gasto en servicios de TV de Pago

Gasto Trimestral Total (millones €)

**CONSUMO**

*Facturas*



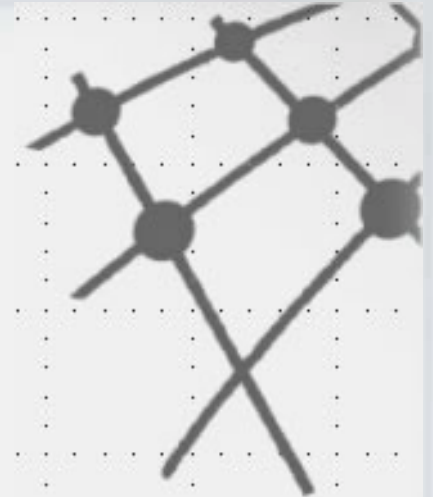
**Media:** Gasto medio mensual de un hogar durante el período

BASE: Hogares con televisión de pago

# red.es

A logo consisting of a grid of dots connected by lines, forming a network structure.

- ◆ **Objetivos y metodología**
- ◆ **Principales resultados**
- ◆ **Actitudes frente a las nuevas tecnologías**
- ◆ **Equipamiento TIC**
- ◆ **Pirámide de servicios TIC**
- ◆ **Telefonía Fija**
- **Telefonía móvil**
- ◆ **Audiovisual**
- ◆ **Internet**



# ÍNDICE



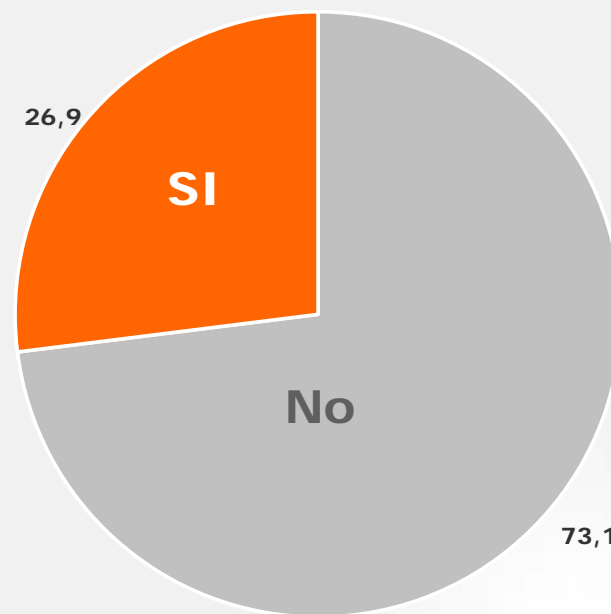
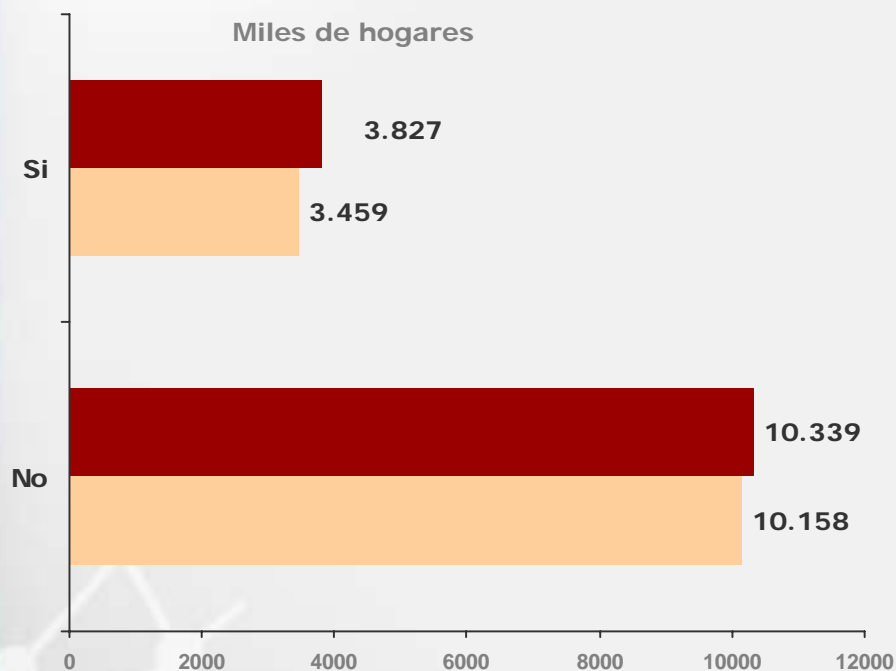
# Internet

Disponibilidad de acceso a Internet



## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



I TRIM 2004  
III TRIM 03

BASE: Hogares



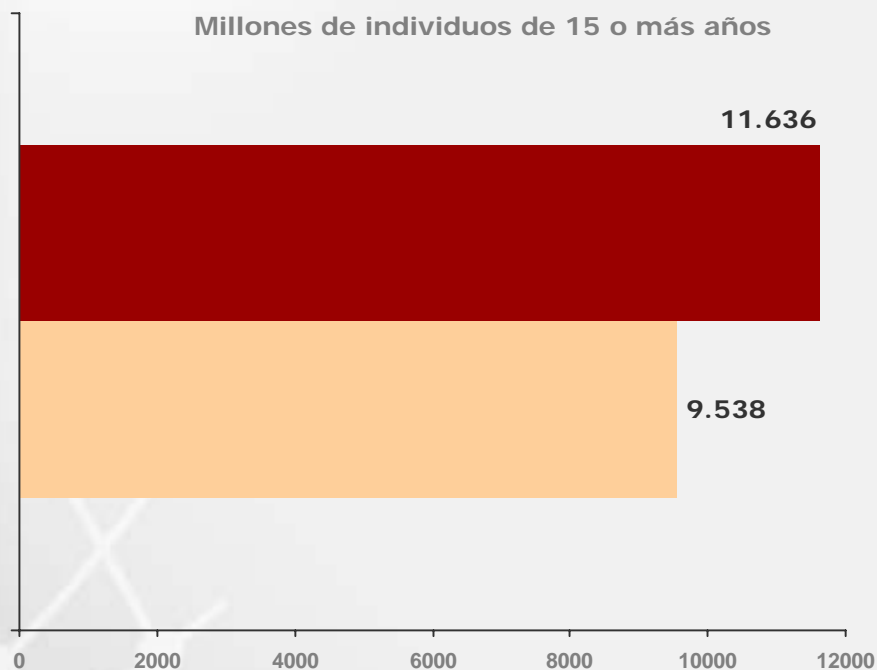


# Internet

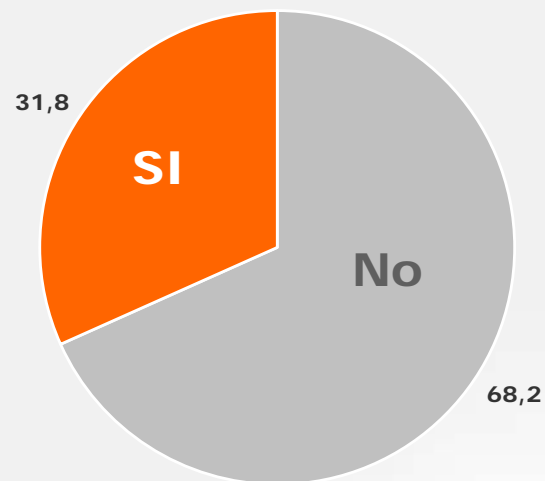
Usuarios de Internet (han accedido último mes)

## PENETRACIÓN

*Cuestionario*



% de individuos



I TRIM 2004  
III TRIM 03

BASE: Individuos de 15 ó más años



# Internet

## Dispositivo de acceso a Internet

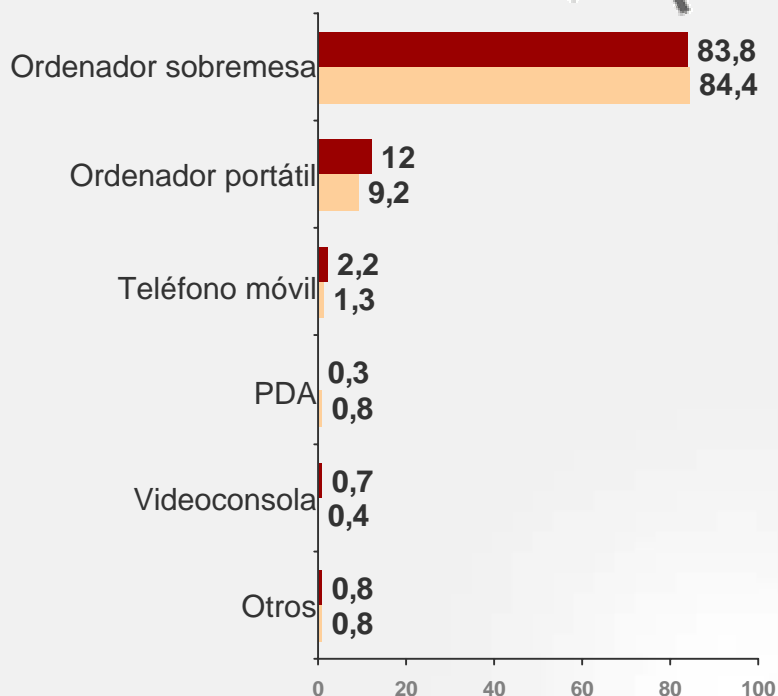
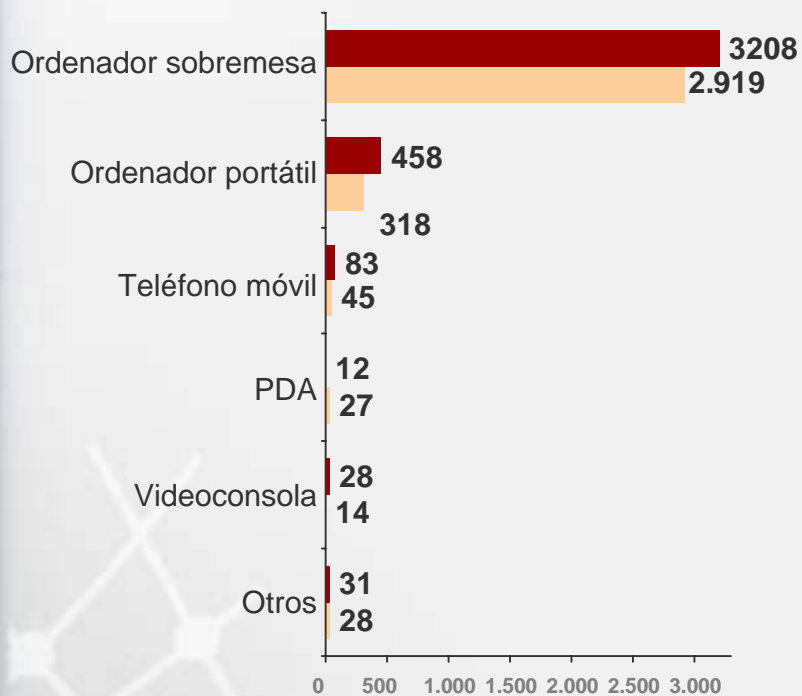


### PENETRACIÓN

En absolutos  
(en miles de hogares)

*Cuestionario*

En %



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Hogares con acceso a Internet



# Internet

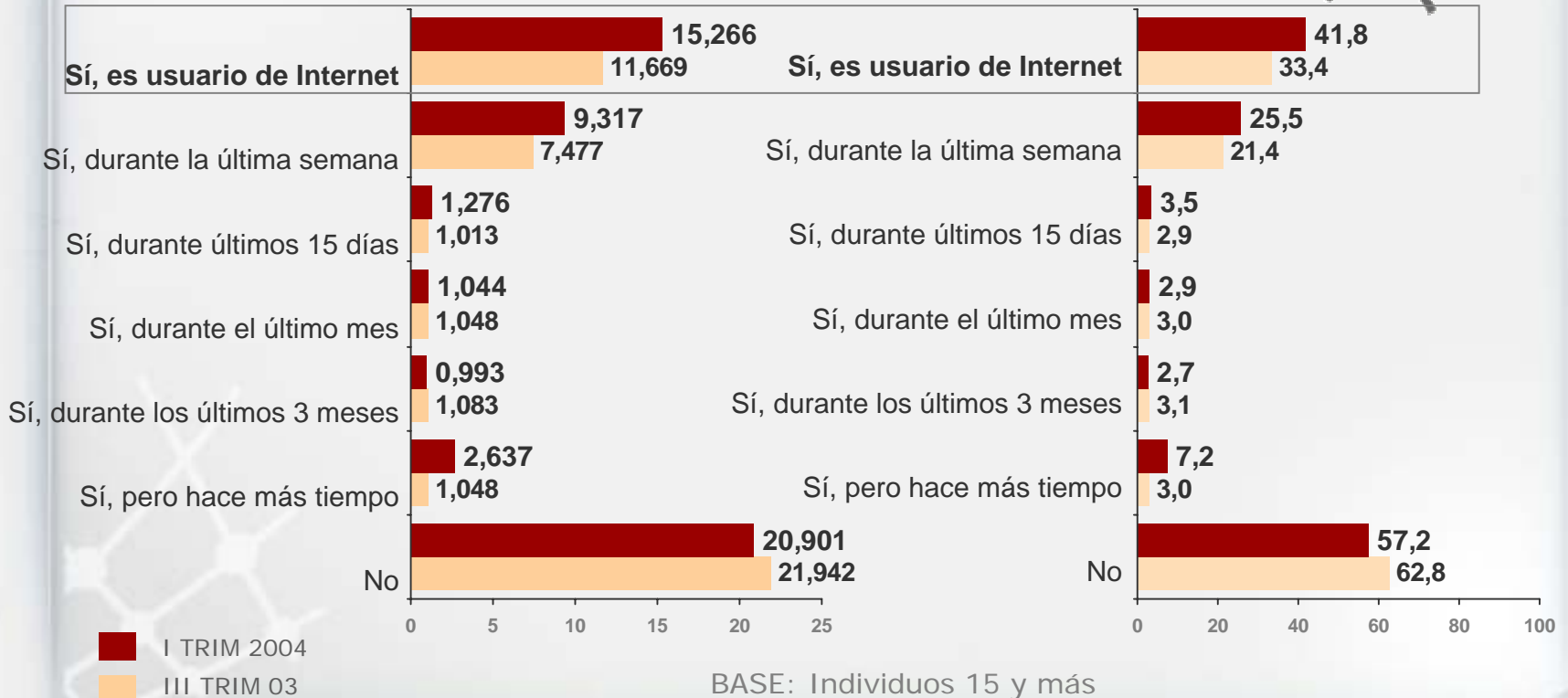
Usuarios de Internet, cuando ha utilizado Internet por última vez

## USOS Y MOTIVACIONES

*Cuestionario*

En absolutos  
(en miles de individuos)

En %



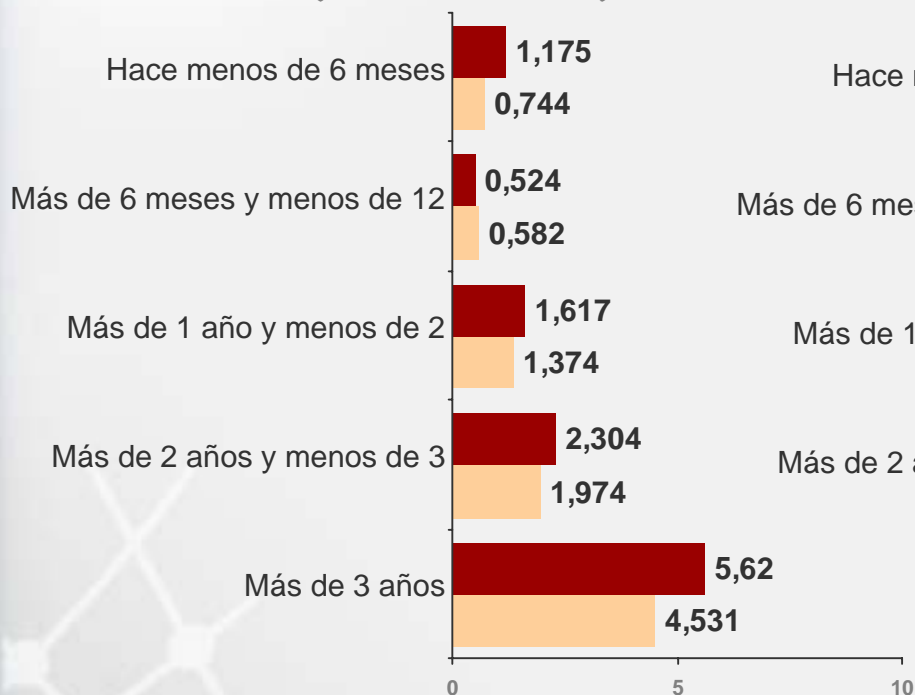
# Internet

Cuando utilizó Internet por primera vez

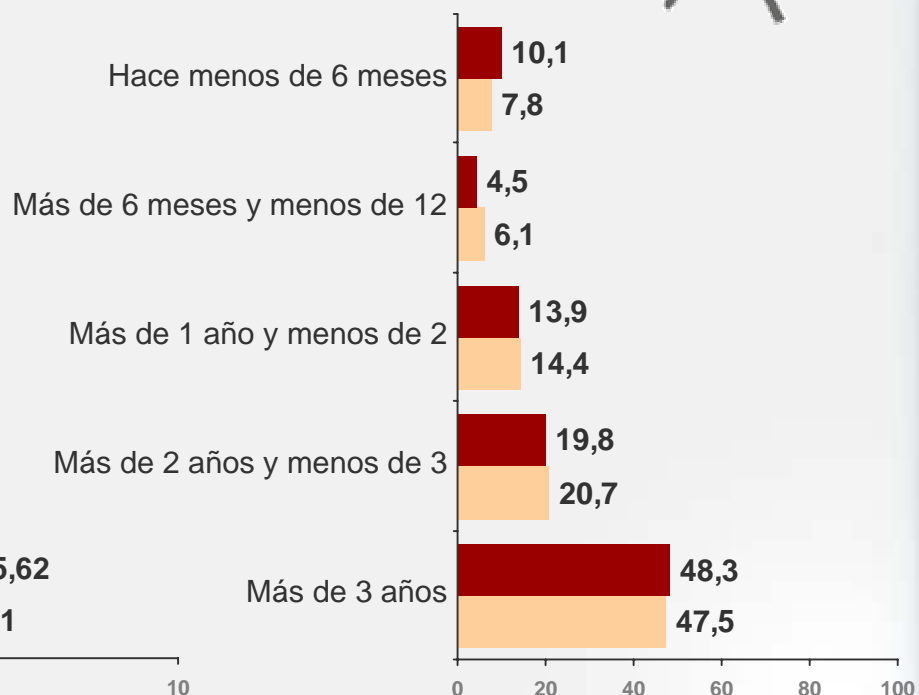
## USOS Y MOTIVACIONES

*Cuestionario*

En absolutos  
(millones individuos)



En %



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años

# Internet

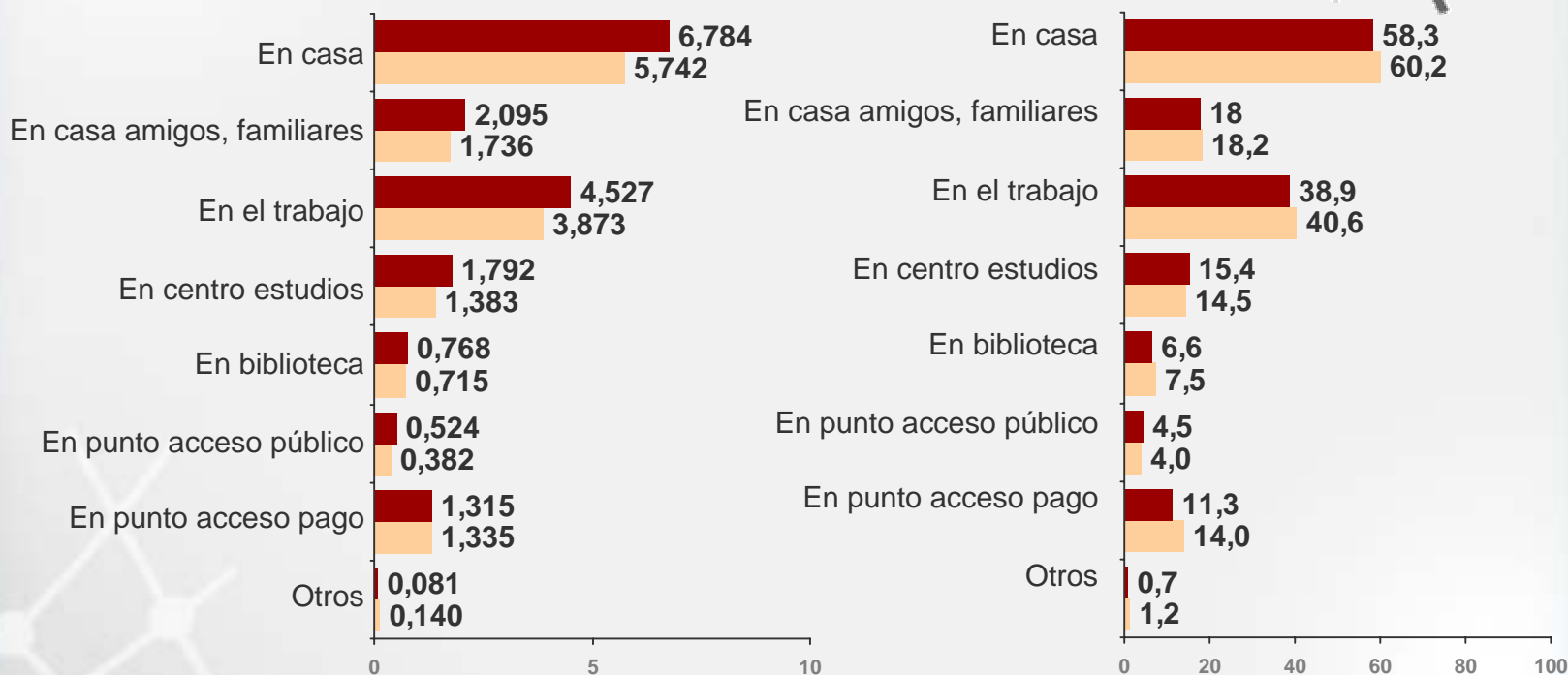
## Lugar de acceso a Internet

## Lugar de acceso

En %

En absolutos  
(millones individuos)

*Cuestionario*



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años

# Internet

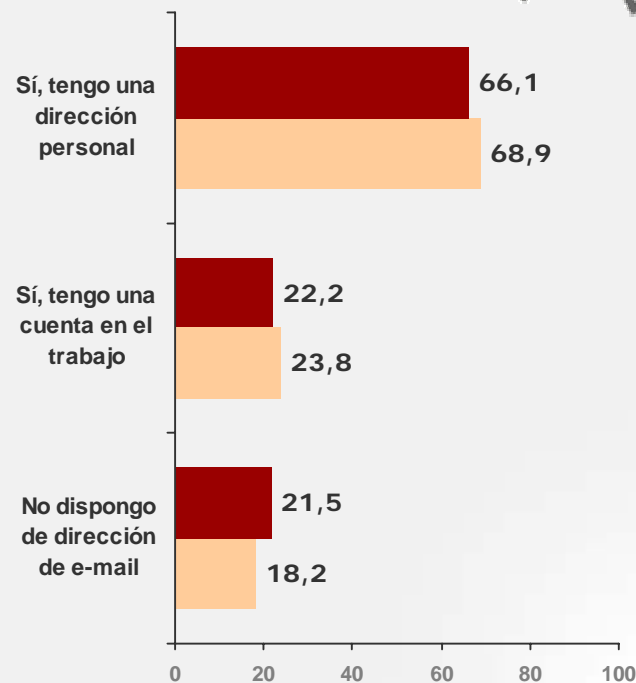
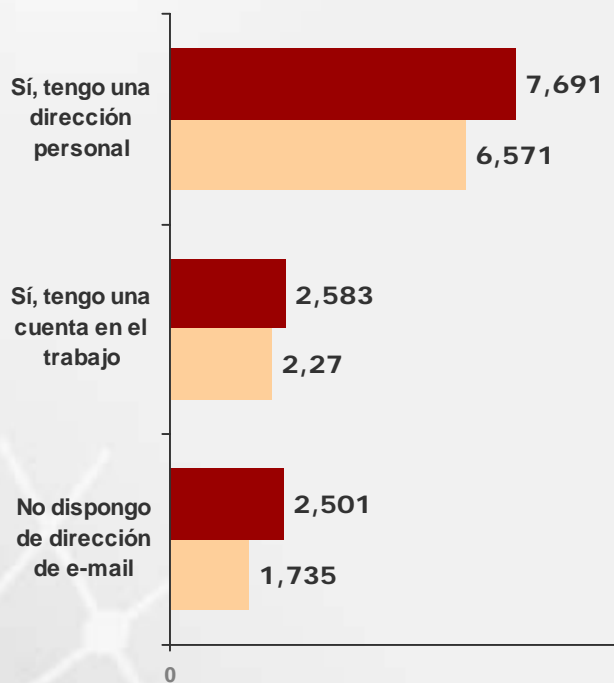
Dispone de dirección de e mail

Disponibilidad e mail

En %

En absolutos  
(millones individuos)

*Cuestionario*



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

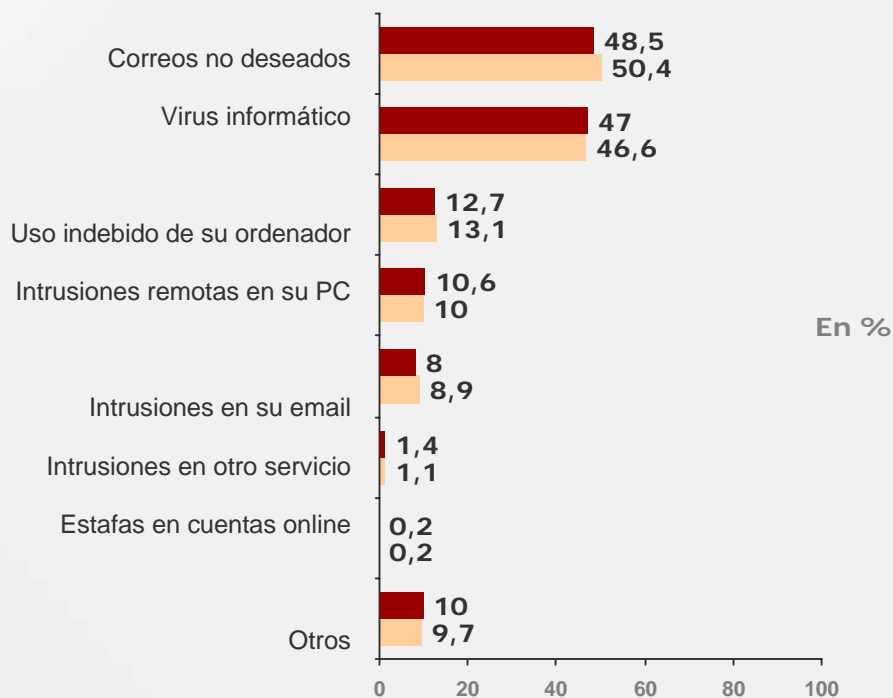
BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años

# Internet

Han experimentado problemas de seguridad

## Seguridad

### Cuestionario



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

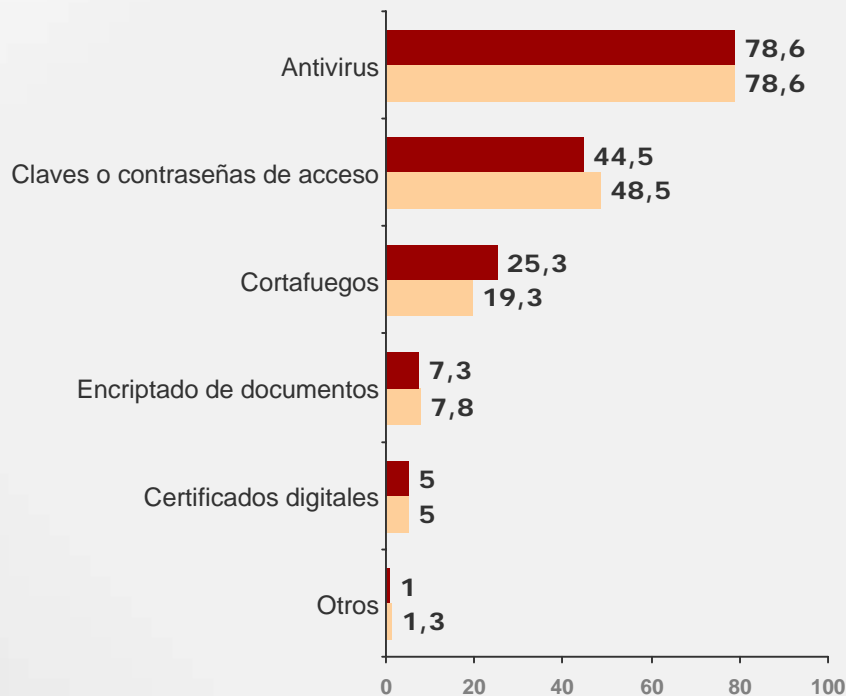
BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años

# Internet

Han tomado precauciones de seguridad

## Seguridad

*Cuestionario*



En %

■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años





# Internet

Han contactado con administración pública a través de Internet

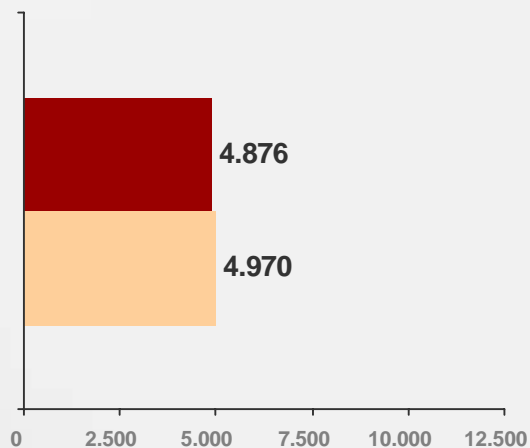
## Administración electrónica

*Cuestionario*

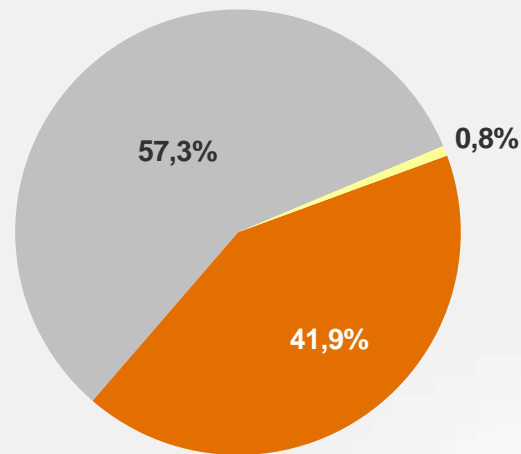
En %



En absolutos  
(millones individuos)



■ Ha contactado
 ■ No ha contactado
 ■ ns/nc



■ I TRIM 2004  
■ III TRIM 03

BASE: Usuarios Internet en el último mes de 15 y más años



# Internet

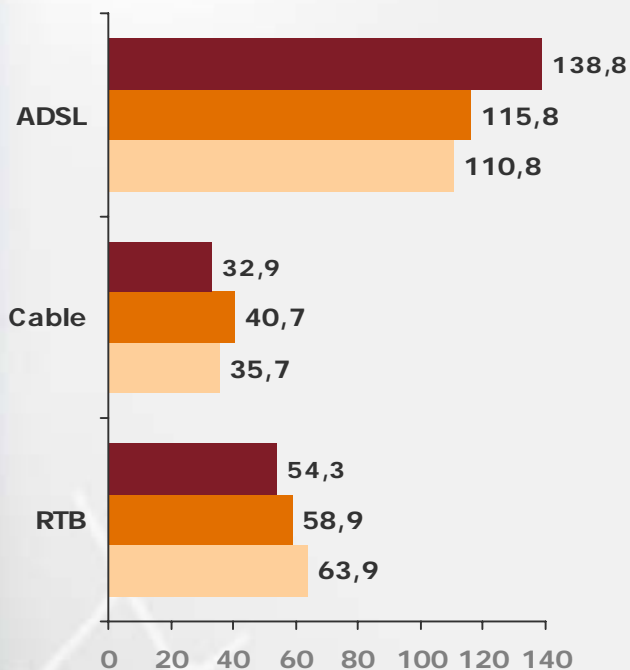
Gasto en Internet por tipo de tecnología

## CONSUMO

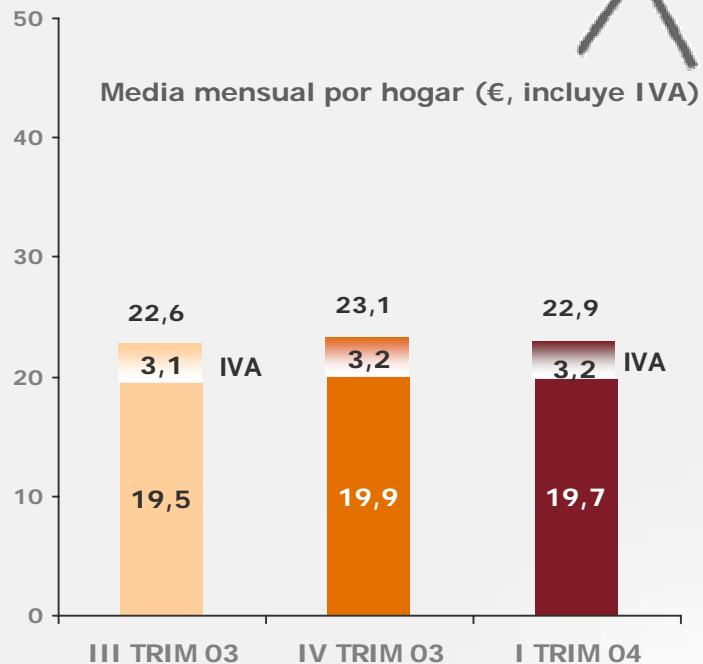
*Facturas*



Gasto Trimestral Total (millones €)



- I TRIM 2004
- IV TRIM 03
- III TRIM 03



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

BASE: Hogares con Internet



red.es

