



Panel de hogares XVIII oleada

Octubre-Diciembre 2007



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es
observatorio

A DESTACAR

A lo largo de 2007 el gasto de los hogares españoles en servicios TIC se ha situado por encima de 3.000 millones de euros al trimestre

Durante el cuarto trimestre de 2007, los casi 16 millones de hogares españoles efectuaron un gasto total en servicios TIC (telefonía fija, móvil, Internet y TV pago) de 3.062 millones de euros, 9% más que en el mismo periodo del año anterior.

El gasto en Internet alcanza ya el 15% del gasto total en servicios TIC

Sigue su tendencia ascendente el gasto en Internet, con incrementos interanuales, en este 4º trimestre, del 42% en ADSL y 25% en cable, hasta alcanzar el 15% del gasto total en servicios TIC, en detrimento del peso de la telefonía fija sobre el gasto total.

El gasto medio por servicio es igual con tres y con cuatro servicios en el hogar

El gasto medio por servicio es igual con tres y con cuatro servicios en el hogar, 31,6 y 31,3 euros respectivamente en el 4º trimestre de 2007. Por otra parte el descenso del gasto en hogares con dos servicios convierte a este grupo en el de menor gasto por servicio.

Aumento del tráfico en minutos de telefonía fija, quebrándose la tendencia descendente interanual

Aumenta ligeramente el tráfico de minutos mensuales por hogar respecto a un año antes, rompiendo su tendencia de descenso interanual por trimestre, mientras sigue disminuyendo el gasto medio por hogar, tendencia inalterada.

El gasto total de mercado de la telefonía móvil ha experimentado un incremento interanual del 10%

Cada hogar gasta en telefonía móvil una media de 1,5 euros más al mes que hace un año, consumiendo en este servicio 37,3 euros mensuales en el último trimestre de 2007.

El gasto en servicios finales de TV de pago registra un aumento interanual del 12%

Este incremento frente a un año antes se produce en concepto de cuota, de 257 a 299 millones de euros, permaneciendo invariable el gasto en PPV (pago por visión) en 12 millones de euros.

XVII oleada
jul-sep 2007

Los epígrafes señalados contienen información de la oleada/ trimestre anterior, esto es, de la XVII oleada/ 3er trimestre.

Esto obedece a que el presente informe corresponde a una oleada sin encuesta, información que se obtiene semestralmente, en oleadas alternas y a través de cuestionario, mientras que se recoge trimestralmente la información de gasto por medio de facturas, como es el caso de esta XVIII oleada/ 4º trimestre.

ÍNDICE

1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	5
2. EQUIPAMIENTO TIC	9
3. GASTO TIC	11
4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC	12
5. TELEFONÍA FIJA	14
6. TELEFONÍA MÓVIL	19
7. TELEVISIÓN DE PAGO	24
8. INTERNET	27
9. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	39

1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

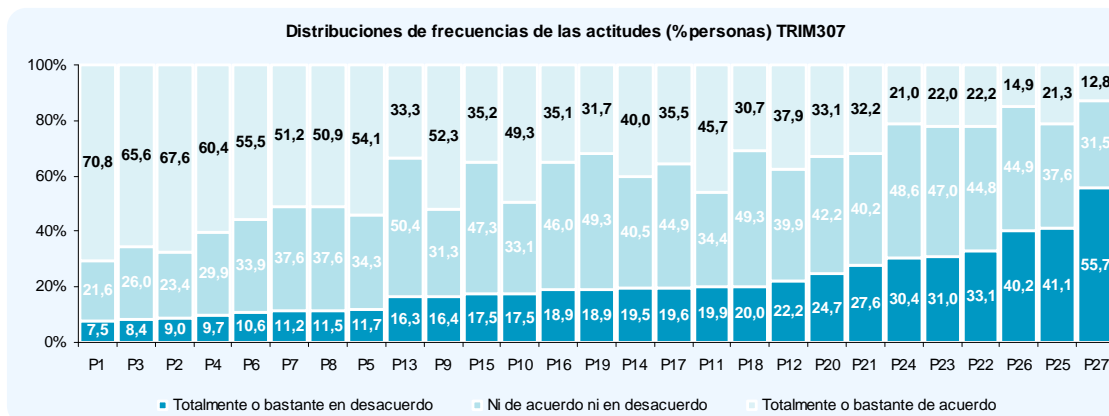
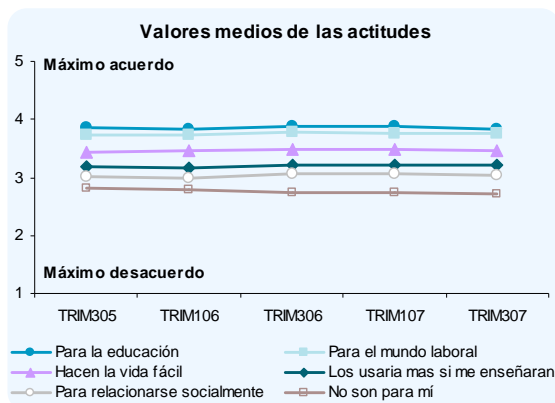
XVII oleada
jul-sep 2007

1.1. Actitudes

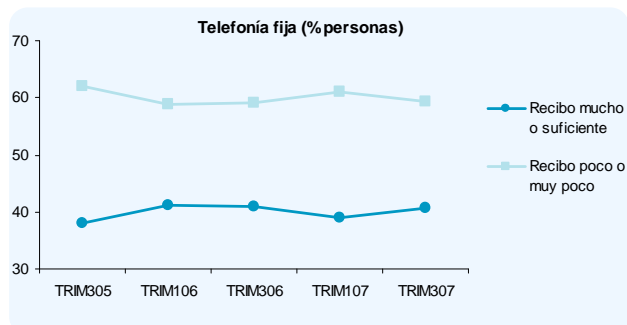
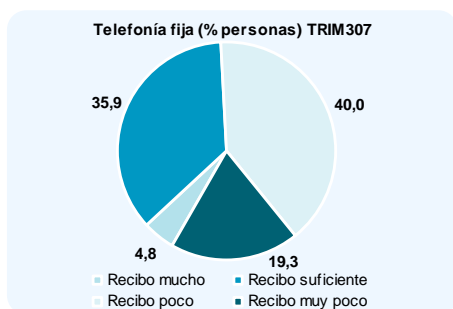
Valores medios (1 más desacuerdo- 5 más acuerdo)		TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
P1	Conocer las nuevas tecnologías será fundamental en la educación	3,85	3,84	3,89	3,88	3,84
P2	Las administraciones públicas deberían ayudar a conocerlas	3,85	3,86	3,84	3,86	3,81
P3	Conocer las nuevas tecnologías es importante en el mundo laboral	3,74	3,74	3,79	3,77	3,76
P4	Las nuevas tecnologías muchas veces no justifican su precio	3,68	3,66	3,66	3,65	3,64
P5	Quienes no se adapten a las nuevas tecnologías lo van a tener difícil	3,50	3,52	3,53	3,55	3,52
P6	Las nuevas tecnologías ayudan a resolver algunos problemas	3,49	3,49	3,50	3,51	3,51
P7	Las nuevas tecnologías hacen más fácil y cómoda la vida	3,44	3,46	3,49	3,48	3,47
P8	Las nuevas tecnologías hacen difícil separar el trabajo del tiempo libre	3,45	3,42	3,46	3,47	3,48
P9	Mi relación con las nuevas tecnologías es muy práctica	3,40	3,40	3,43	3,44	3,42
P10	Las nuevas tecnologías hacen que la gente se comunique menos	3,44	3,42	3,41	3,39	3,42
P11	Sólo me interesan tecnologías fáciles de poner en marcha y usar	3,28	3,33	3,32	3,32	3,28
P12	Para los niños Internet, tiene más desventajas que ventajas	3,20	3,22	3,18	3,22	3,21
P13	Las nuevas tecnologías no cumplen todas las promesas	3,24	3,20	3,20	3,22	3,21
P14	Usaría más productos y servicios tecnológicos si me enseñaran	3,20	3,17	3,21	3,22	3,22
P15	Las NNTT me permiten hacer lo que quiero, cuando y donde quiero	3,09	3,12	3,18	3,17	3,18
P16	Me interesan las nuevas tecnologías, pero son muy caras para mí	3,24	3,23	3,21	3,15	3,20
P17	El precio es lo más importante para mí a la hora de elegir	3,18	3,19	3,18	3,15	3,19
P18	Hasta que no bajen su precio, ni me planteo adquirir NNTT	3,17	3,14	3,13	3,12	3,12
P19	Me incorporo cuando están suficientemente probadas	3,15	3,15	3,15	3,11	3,11
P20	Para relacionarse socialmente es importante saber algo de NNTT	3,01	2,99	3,07	3,06	3,05
P21	Me gusta probar los nuevos avances tecnológicos	2,99	2,98	3,02	3,02	3,01
P22	No tengo claro lo que las nuevas tecnologías pueden hacer por mí	2,91	2,85	2,83	2,84	2,83
P23	Comienzo a usar NNTT cuando veo que varias personas lo hacen	2,76	2,77	2,81	2,79	2,83
P24	Las nuevas tecnologías me ayudan a desarrollarme como persona	2,75	2,77	2,83	2,77	2,83
P25	Las nuevas tecnologías no son para mí	2,82	2,79	2,73	2,74	2,72
P26	Comprar a través de Internet es seguro	2,49	2,52	2,52	2,58	2,60
P27	En mi entorno soy de los primeros en adquirir NNTT	2,29	2,30	2,34	2,33	2,36

La actitud positiva hacia las nuevas tecnologías se mantiene sin apenas variaciones en el tercer trimestre de 2007 respecto al mismo periodo del año anterior.

Destaca en esta oleada un ligero incremento (del 3,2%) en cuanto a la valoración de la seguridad de Internet como medio de compra, precisamente uno de los aspectos del uso de Internet que acapara una actitud menos favorable.

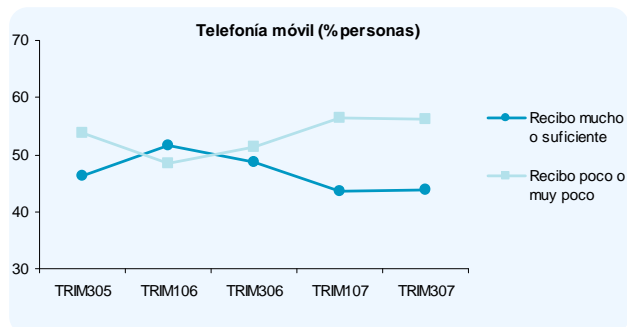
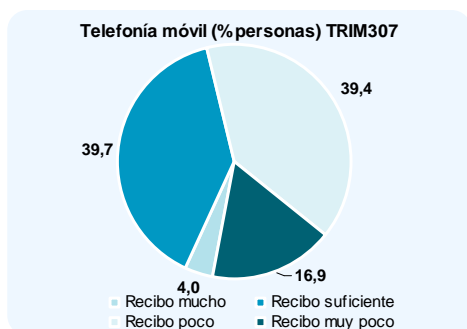


1.2. Relación precio/ utilidad de los servicios TIC



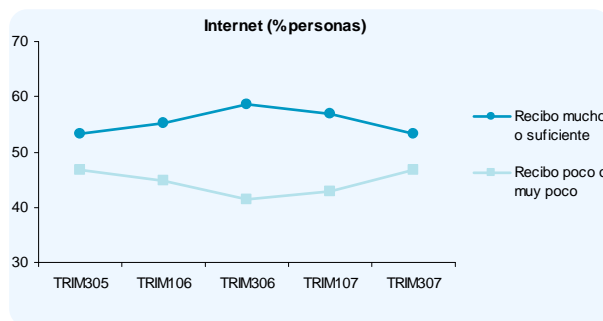
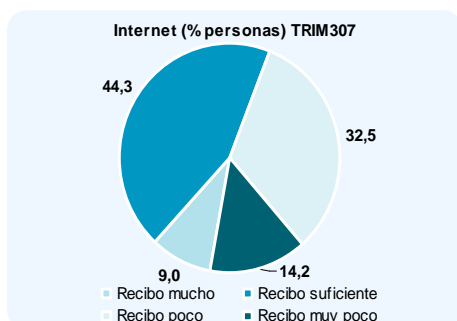
% individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Recibo mucho	4,7	4,2	4,4	4,2	4,8
Recibo suficiente	33,3	36,9	36,4	34,8	35,9
Recibo poco	41,4	38,5	39,8	40,8	40,0
Recibo muy poco	20,7	20,4	19,4	20,2	19,3

La telefonía fija sigue siendo el peor valorado de los cuatro servicios en la relación precio-utilidad: 59,3% de los individuos considera que recibe poco o muy poco por lo que paga.



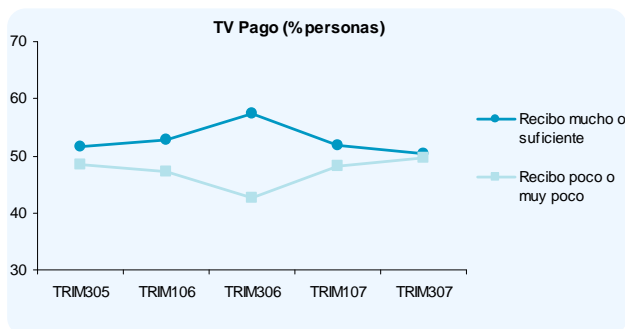
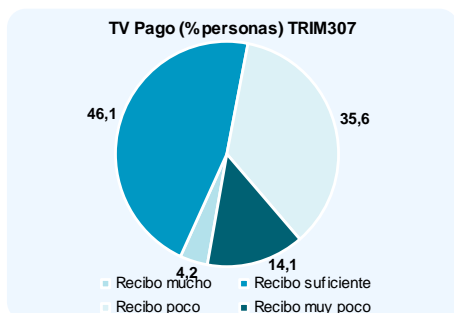
% individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Recibo mucho	4,9	4,1	4,5	3,2	4,0
Recibo suficiente	41,4	47,5	44,2	40,4	39,7
Recibo poco	39,6	34,9	38,3	39,5	39,4
Recibo muy poco	14,1	13,6	13,0	16,9	16,9

Se detecta un empeoramiento en la relación precio-utilidad de la telefonía móvil: en julio-septiembre'07 el 56,3% afirma recibir poco o muy poco por lo que paga, frente al 51,3% un año antes.



% individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Recibo mucho	8,4	8,6	8,8	8,0	9,0
Recibo suficiente	44,8	46,5	49,7	49,0	44,3
Recibo poco	34,4	32,1	29,8	29,3	32,5
Recibo muy poco	12,4	12,8	11,7	13,6	14,2

Internet se mantiene como servicio TIC con mejor relación precio-utilidad. El 53,3% de los individuos considera que recibe mucho o suficiente de Internet.



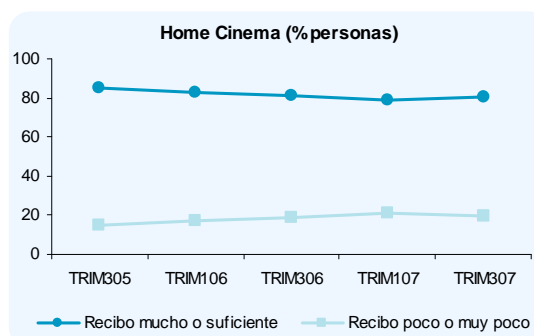
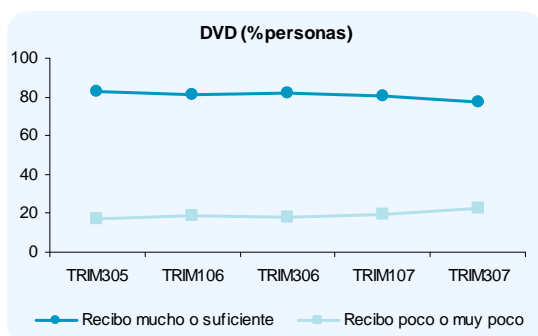
La TV de Pago es el segundo servicio TIC con mejor relación entre la percepción del servicio prestado y el precio. En el tercer trimestre de 2007 el 50,3% considera que recibe mucho o suficiente por lo que paga (57,4% un año antes).

% individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Recibo mucho	6,5	6,7	5,6	4,9	4,2
Recibo suficiente	45,0	46,1	51,8	47,0	46,1
Recibo poco	34,9	31,7	32,8	32,8	35,6
Recibo muy poco	13,6	15,6	9,8	15,4	14,1

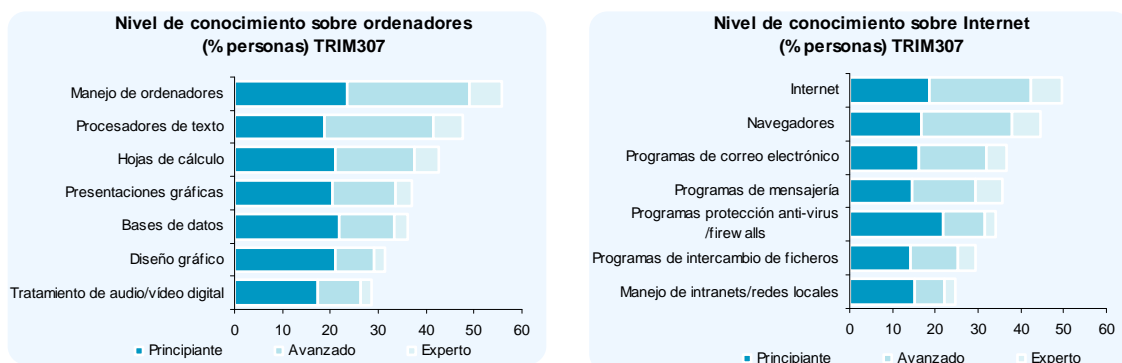
1.3. Relación precio/ utilidad de equipamientos TIC

	% individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
DVD	Recibo mucho	13,0	13,1	13,1	13,4	12,5	12,8
	Recibo suficiente	68,6	70,1	68,5	68,6	67,8	64,9
	Recibo poco	13,6	12,2	12,5	12,3	14,2	15,7
	Recibo muy poco	4,8	4,6	6,1	5,8	5,6	6,6
Home Cinema	Recibo mucho	11,1	15,9	15,8	11,9	12,9	16,7
	Recibo suficiente	70,6	69,0	67,2	69,0	65,9	63,8
	Recibo poco	11,3	10,6	12,6	15,6	14,1	14,5
	Recibo muy poco	7,0	4,6	4,4	3,5	7,1	5,0
Videoconsola	Recibo mucho	11,8	14,6	14,9	12,3	11,4	12,0
	Recibo suficiente	57,2	58,3	57,2	58,6	58,7	56,7
	Recibo poco	20,7	18,0	19,1	17,7	19,3	22,1
	Recibo muy poco	13,7	9,1	8,9	11,3	10,6	9,2

Se aprecia nuevamente en el tercer trimestre de 2007 cierta erosión en la buena relación utilidad/precio de la que gozan tanto DVD como Home Cinema y videoconsola. El 77,7% considera que recibe mucho o suficiente por lo que pagaron por el DVD, situándose por primera vez por debajo del 80%, así como por debajo del Home Cinema (80,5%).



1.4. Nivel de conocimientos sobre ordenadores e Internet



El 55,9% de la población española sabe manejar un ordenador, 3,2 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior, en el que este porcentaje era del 52,7%.

Por otro lado, el 49,4% de los individuos posee algún conocimiento sobre Internet, frente a 45,5% en el mismo periodo del año anterior (3,9 puntos porcentuales de incremento). Un 23,6% se considera usuario avanzado de Internet, un 7,3% se declara experto, y un 18,5% principiante.

Conocimientos sobre ordenadores

% individuos (TRIM307)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Manejo de ordenadores	23,5	25,7	6,7	34,0	10,2
Procesadores de texto	18,7	22,7	6,3	40,2	12,1
Hojas de cálculo	20,9	16,7	4,9	45,3	12,2
Presentaciones gráficas	20,6	13,2	3,3	50,2	12,8
Bases de datos	21,7	11,7	2,9	51,1	12,6
Diseño gráfico	20,9	8,2	2,3	55,9	12,6
Tratamiento de audio/vídeo digital	17,3	9,1	2,3	58,2	13,1

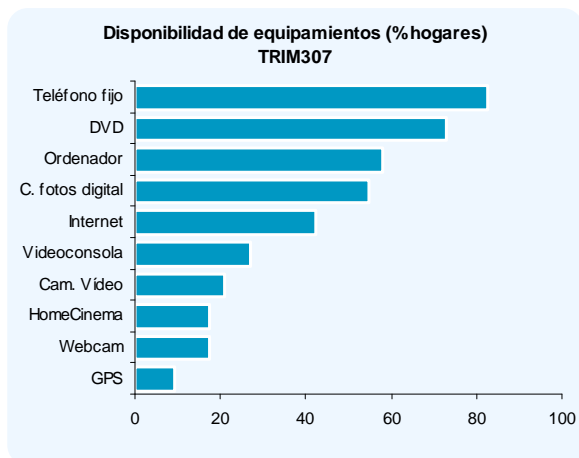
Conocimientos sobre Internet

% individuos (TRIM307)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Internet	18,5	23,6	7,3	38,0	12,5
Navegadores	16,7	21,3	6,4	42,8	12,8
Programas de correo electrónico	16,2	15,6	4,7	50,7	12,8
Programas de mensajería	14,6	14,8	6,4	51,5	12,6
Programas protección anti-virus /firewalls	21,8	9,9	2,5	53,1	12,7
Programas de intercambio de ficheros	14,3	10,8	4,4	57,8	12,7
Manejo de intranets/redes locales	15,1	7,1	2,4	62,2	13,2

2. EQUIPAMIENTO TIC

XVII oleada
jul-sep 2007

2.1. Equipamiento en el hogar

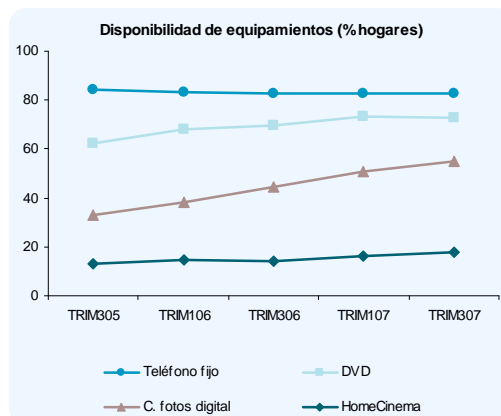


La cámara de fotos digital, con una penetración del 54,8% de los hogares, es el equipo que experimenta mayor incremento en el tercer trimestre de 2007 respecto al año anterior, con un aumento de 10,4 puntos porcentuales. Le siguen con 6,6 y 6,2 puntos porcentuales de incremento, Internet y la webcam, presentes en el 42,2% y 17,6% de los hogares respectivamente.

% hogares	Teléfono fijo	DVD	Ordenador	Cám. Fotos digital	Internet	Video consola	Cám. Vídeo digital	Home Cinema	Webcam	GPS
TRIM305	84,3	62,5	50,1		32,1	24,3	12,5	13,1	8,2	2,1
TRIM106	83,5	68,3	51,5	38,4	33,9	24,7	15,3	14,5	10,6	2,6
TRIM306	82,8	69,8	54,1	44,4	35,6	24,4	15,7	14,3	11,4	4,1
TRIM107	82,7	73,5	57,8	50,6	40,0	27,6	17,0	16,2	15,1	6,2
TRIM307	82,7	72,9	57,8	54,8	42,2	27,2	21,0	17,6	17,6	9,4

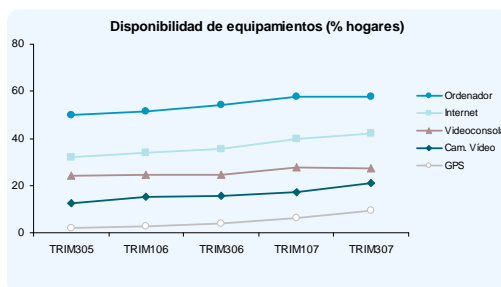
El teléfono fijo apenas experimenta variación respecto a hace un año, manteniéndose en torno al 83% de los hogares, con lo que parece detener su tendencia descendente.

puntos porcentuales de incremento	Teléfono fijo	DVD	C. fotos digital	Home Cinema
TRIM305 al TRIM106	-0,8	5,8	5,5	1,4
TRIM106 al TRIM306	-0,7	1,5	6,0	-0,2
TRIM306 al TRIM107	-0,1	3,7	6,2	1,9
TRIM107 al TRIM307	0,0	-0,6	4,2	1,4

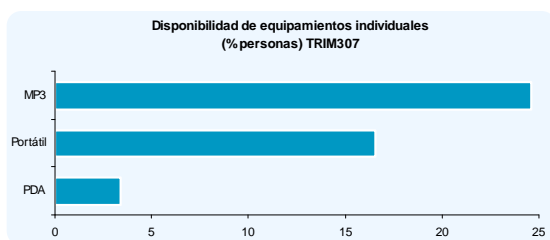


Considerando su penetración en el hogar -y no en población-, el dispositivo menos extendido, el sistema de navegación GPS del vehículo, se encuentra ya prácticamente en uno de cada diez hogares.

puntos porcentuales de incremento	Ordenador	Internet	Video consola	Camara vídeo	GPS
TRIM305 al TRIM106	1,4	1,8	0,4	2,8	0,5
TRIM106 al TRIM306	2,6	1,7	-0,3	0,4	1,5
TRIM306 al TRIM107	3,7	4,4	3,2	1,3	2,1
TRIM107 al TRIM307	0,0	2,2	-0,4	4,0	3,2

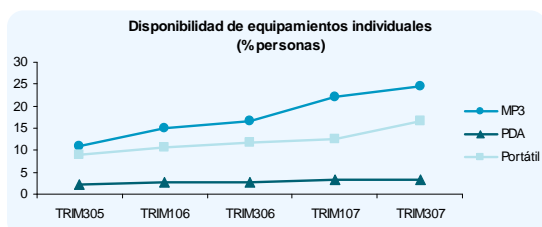


2.2. Equipamiento individual



% individuos	MP3	PDA	Portátil
TRIM305	10,8	2,2	9,1
TRIM106	14,9	2,7	10,7
TRIM306	16,7	2,7	11,8
TRIM107	22,1	3,2	12,5
TRIM307	24,6	3,4	16,6

Todos los dispositivos personales aumentan respecto al mismo periodo del año anterior, destacando el reproductor de MP3, que ya posee una de cada cuatro personas (24,6%), lo que supone un incremento interanual de 8 puntos porcentuales. En cuanto al ordenador portátil un 16,6% de individuos dispone de este equipo en julio-agosto de 2007, 4,1 puntos porcentuales más que hace un año.

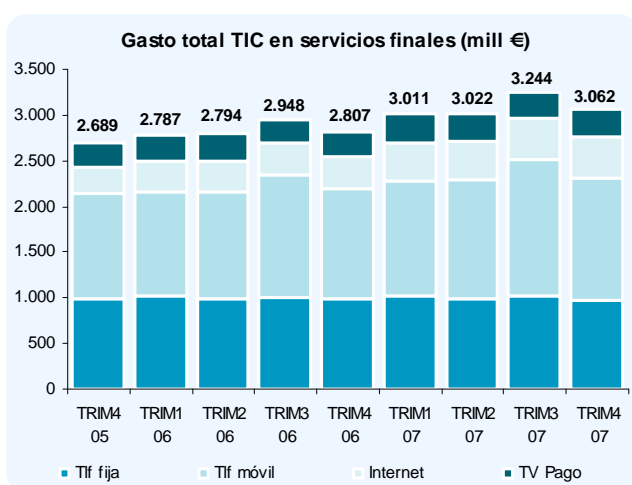


% de incremento porcentual	MP3	PDA	Portátil
TRIM305 al TRIM106	4,1	0,5	1,6
TRIM106 al TRIM306	1,8	0,0	1,1
TRIM306 al TRIM107	5,4	0,5	0,7
TRIM107 al TRIM307	2,6	0,2	4,0

3. GASTO TIC

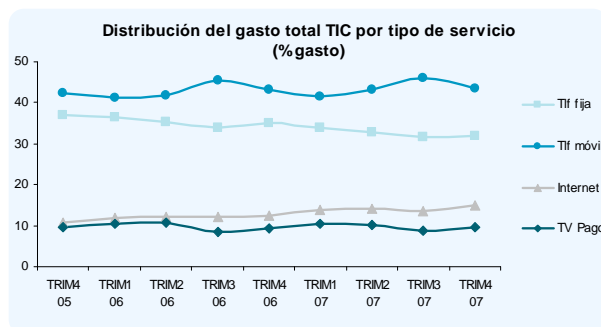
Gasto servicios TIC (TRIM407)	% de hogares	Nº de hogares (miles)	Gasto servicios TIC (millones €)
Telefonía fija	82,7	13.220	974
Telefonía móvil	86,5	13.833	1.335
Internet	42,2	6.754	459
TV pago	21,4	3.420	294
Total	100	15.992	3.062

El gasto total en servicios finales del sector TIC en los hogares españoles se sitúa en el 4º trimestre de 2007 en 3.062 millones de euros, 255 millones más que en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un 9% de incremento interanual.



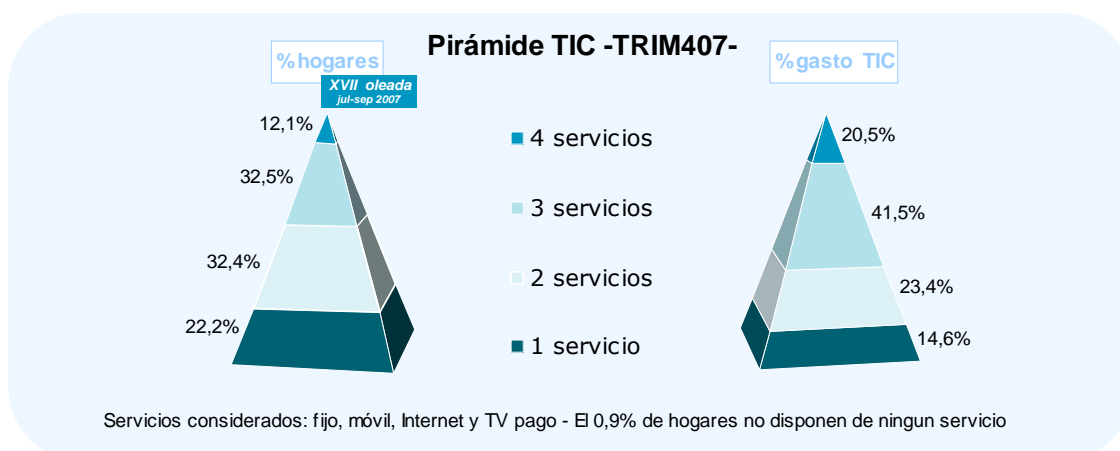
El gasto en telefonía fija se reduce ligeramente, y aunque se sitúa en registros similares a los de hace un año, sigue confirmándose un retroceso en lo referente al peso porcentual que representa sobre el gasto total (un 31,8%, cuando hace un año representaba el 35,1%). Por el contrario, aumenta la participación de Internet (del 12,4% al 15%), mientras telefonía móvil y TV de pago registran aumentos de 0,5 y 0,3 puntos porcentuales en el mercado total, respectivamente.

Gasto por servicios TIC	Millones de €					Porcentaje			
	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago	Total	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago
TRIM405	994	1.143	291	261	2.689	36,9	42,5	10,8	9,7
TRIM106	1.017	1.146	331	293	2.787	36,5	41,1	11,9	10,5
TRIM206	988	1.171	339	296	2.794	35,4	41,9	12,1	10,6
TRIM306	1.003	1.340	359	246	2.948	34,0	45,5	12,2	8,3
TRIM406	986	1.211	348	262	2.807	35,1	43,1	12,4	9,3
TRIM107	1.022	1.253	421	315	3.011	33,9	41,6	14,0	10,5
TRIM207	989	1.304	425	304	3.022	32,7	43,2	14,1	10,1
TRIM307	1.024	1.493	444	283	3.244	31,6	46,0	13,7	8,7
TRIM407	974	1.335	459	294	3.062	31,8	43,6	15,0	9,6



En el cuarto trimestre de 2007 los incrementos interanuales de los mercados de los servicios son, en términos relativos, del 32% para Internet, 12% en la televisión de pago, 10% en el caso de la telefonía móvil, e incremento negativo (1%) en la telefonía fija.

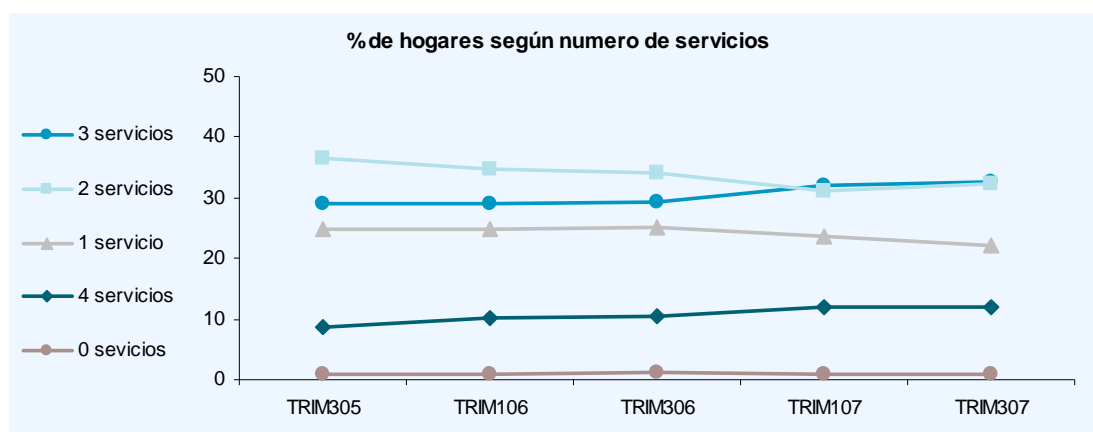
4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC



Los hogares con mayor equipamiento, aquellos que disponen de 3 y 4 servicios, representan el 12,1% y el 32,5% del total de hogares respectivamente, por tanto conjuntamente considerados suponen cerca del 45% del total, mientras que en relación al consumo realizan el 62% del gasto total.

Porcentaje de hogares según número de servicios

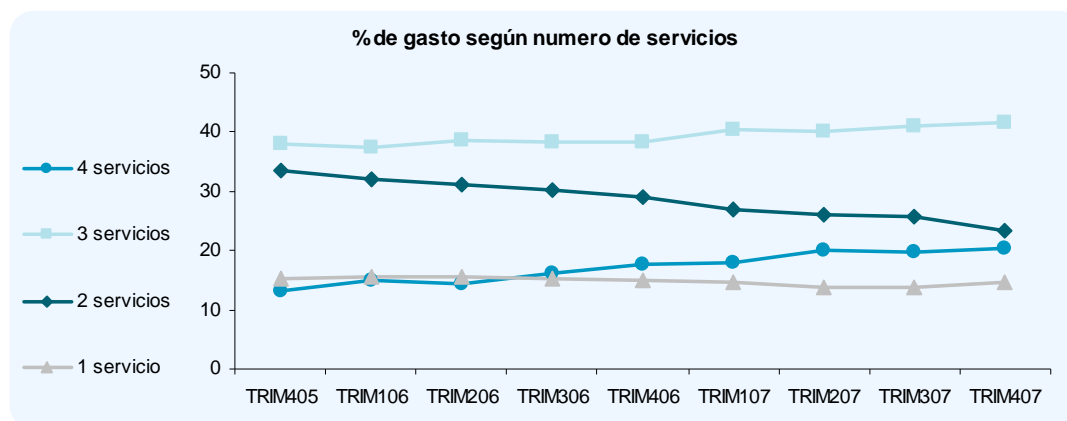
XVII oleada
jul-sep 2007



Desde los primeros meses de 2007 el número de hogares con tres servicios supera o iguala a los hogares con dos, lo que pone de manifiesto el progresivo desarrollo tecnológico en el mercado residencial.

% de hogares	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
4 servicios	8,8	10,3	10,4	12,1	12,1
3 servicios	29,0	29,1	29,4	32,1	32,5
2 servicios	36,4	34,8	34,0	31,1	32,4
1 servicio	25,0	25,0	25,2	23,8	22,2
0 servicios	0,9	0,8	1,1	0,9	0,9

Porcentaje de gasto según número de servicios



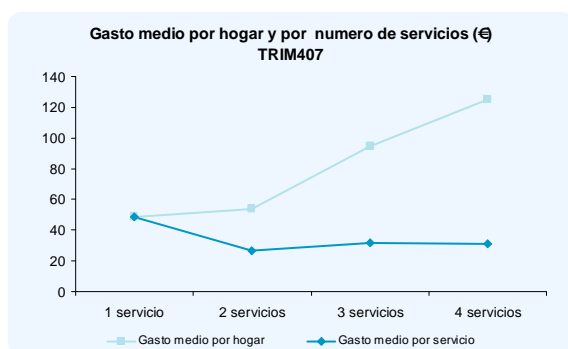
Los hogares con dos servicios han reducido notablemente su peso sobre el gasto total del cuarto trimestre de 2007, con un descenso de 5,6 puntos porcentuales respecto al año anterior.

% de gasto	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407
4 servicios	13,3	15,1	14,5	16,1	17,8	18,1	20,1	19,8	20,5
3 servicios	37,9	37,4	38,7	38,4	38,2	40,3	40	41	41,5
2 servicios	33,5	31,9	31,1	30,1	29,0	26,8	26	25,6	23,4
1 servicio	15,4	15,6	15,7	15,4	15,0	14,8	13,9	13,7	14,6

Evolución del gasto medio mensual por hogar (€) – IVA incluido -

Gasto medio (€)	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407
1 servicio	42,0	43,5	43,7	45,2	41,8	45,1	42,5	48,4	48,7
2 servicios	63,0	63,7	62,3	65,1	59,9	62,8	61,1	61,9	53,5
3 servicios	89,4	89,4	92,8	95,9	90,9	91,4	91,2	99,0	94,7
4 servicios	103,5	102,5	98,8	114,7	120,4	109,0	121,1	127,8	125,0

Tiende a equipararse el gasto medio por hogar de los grupos con uno y con dos servicios: en el primer caso este gasto ha aumentado un 17% en el 4º trimestre de 2007, hasta los 48,7 euros mensuales, lo que viene acompañado de un descenso del 11% en hogares de dos servicios, hasta los 53,5 euros al mes.



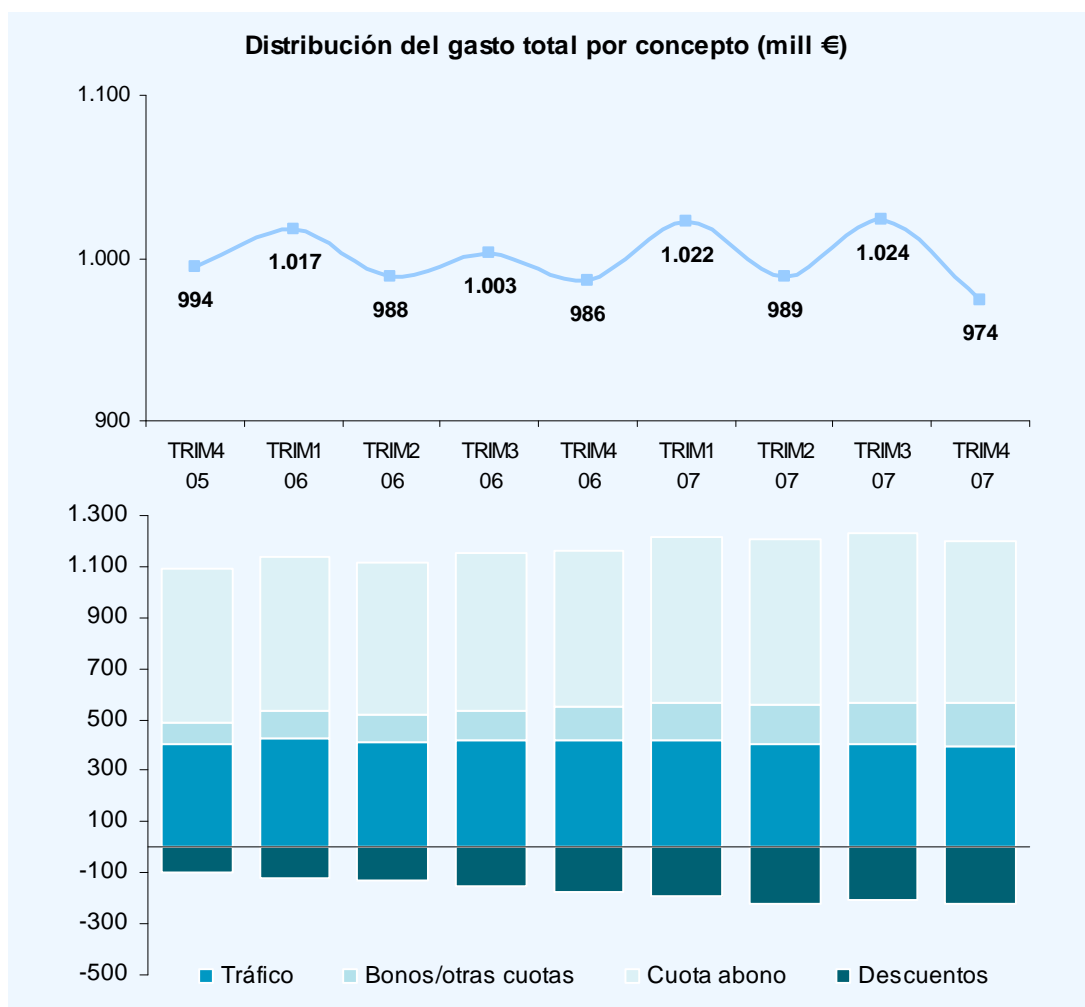
El gasto medio por servicio es prácticamente igual con tres y con cuatro servicios en el hogar, 31,6 y 31,3 euros respectivamente en el 4º trimestre de 2007. Por otra parte el descenso del gasto en hogares con dos servicios convierte a este grupo en el de menor gasto por servicio.

Evolución del gasto medio mensual por número de servicios (€) – IVA incluido -

Gasto medio (€)	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407
1 servicio	42,0	43,5	43,7	45,1	41,8	45,1	42,5	48,4	48,7
2 servicios	31,5	31,8	31,1	32,6	29,9	31,4	30,6	31,0	26,8
3 servicios	29,8	29,8	30,9	32,0	30,3	30,5	30,4	33,0	31,6
4 servicios	25,9	25,6	24,7	28,7	30,1	27,3	30,3	31,9	31,3

5. TELEFONÍA FIJA

5.1. Distribución del gasto

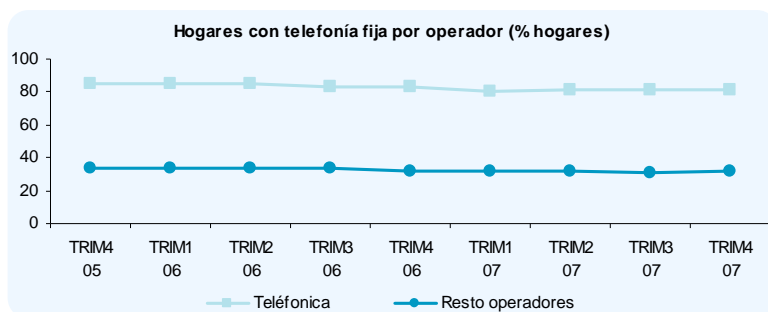


Millones €	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407
Tráfico	404	427	410	421	423	420	406	407	394
Bonos/otras cuotas	86	108	107	117	125	146	153	159	173
Cuota abono	600	604	601	615	611	649	651	664	632
Descuentos	-96	-122	-130	-150	-173	-193	-221	-207	-224
Gto total	994	1.017	988	1.003	986	1.022	989	1.024	974

La telefonía fija, con una penetración del 82,7% de los hogares, suma un gasto en el mercado residencial de 974 millones de euros en el 4º trimestre de 2007. La cuota de abono alcanza en este periodo 632 millones de euros y el tráfico cursado 394 millones. Los descuentos aplicados al gasto total de este mercado se incrementan un 29% respecto al mismo periodo de 2006. También experimenta un aumento importante el gasto en bonos y otras cuotas, en este caso un 38% de incremento, mientras en concepto de cuota de abono el incremento es del 3% y por tráfico se registra un descenso del 7%.

5.2. Hogares y gasto por operador

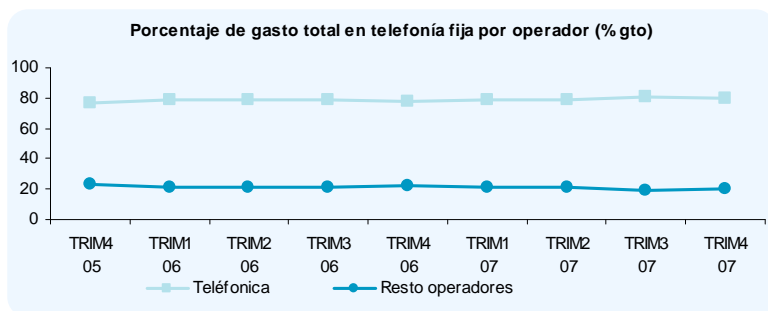
HOGARES	Porcentaje		Absolutos (miles hogares)	
	Teléfonoica	Resto operadores	Teléfonoica	Resto operadores
TRIM405	85,3	34,1	10.921	4.371
TRIM106	85,5	33,5	11.075	4.337
TRIM206	85,2	33,5	11.033	4.332
TRIM306	83,6	33,6	10.727	4.310
TRIM406	83,5	32,1	10.718	4.118
TRIM107	81,4	31,9	10.768	4.224
TRIM207	81,2	31,8	10.743	4.203
TRIM307	81,4	30,7	10.764	4.062
TRIM407	80,9	31,4	10.700	4.189



El número de abonados a telefonía fija a través de Telefónica de España se mantiene estable desde mediados de 2006 en torno a unos 10,7 millones de hogares, lo que supone un 80,9% del mercado en el cuarto trimestre de 2007.

Un 31,4% de los hogares tiene contratados servicios con otros operadores (bien de acceso indirecto o bien a través de un operador de cable).

GASTO	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Teléfonoica	Resto operadores	Teléfonoica	Resto operadores
TRIM405	76,9	23,1	763	230
TRIM106	78,3	21,7	797	220
TRIM206	79,1	20,9	782	206
TRIM306	79,2	20,8	794	208
TRIM406	77,9	22,1	768	218
TRIM107	78,8	21,2	806	217
TRIM207	78,3	21,7	774	215
TRIM307	80,5	19,5	824	200
TRIM407	79,5	20,5	775	200

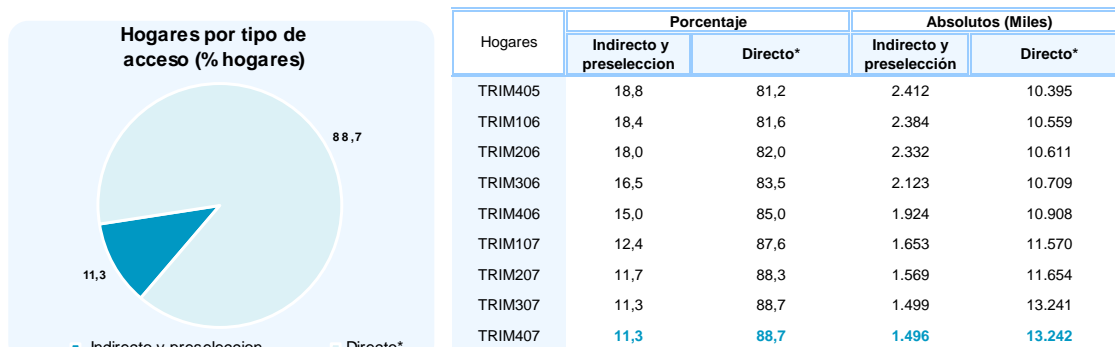


En cuanto al gasto, se observa en este periodo una cierta estabilización en el consumo.

Teléfonoica de España tiene una cuota de mercado en torno al 80% (cerca de 800 millones de euros). El resto de operadores acumulan un gasto de 200 millones de euros, lo que supone el 20,5% del mercado total de telefonía fija.

5.3. Hogares, minutos y gasto por tipo de acceso¹

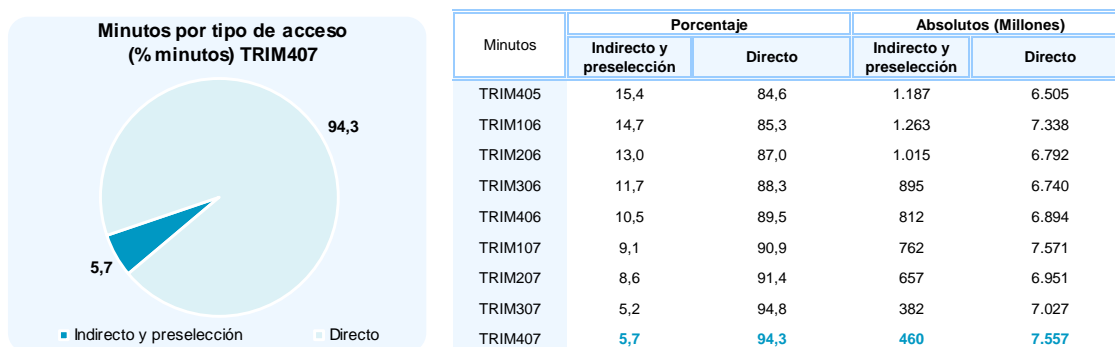
Hogares por tipo de acceso



* hogares sólo con acceso directo

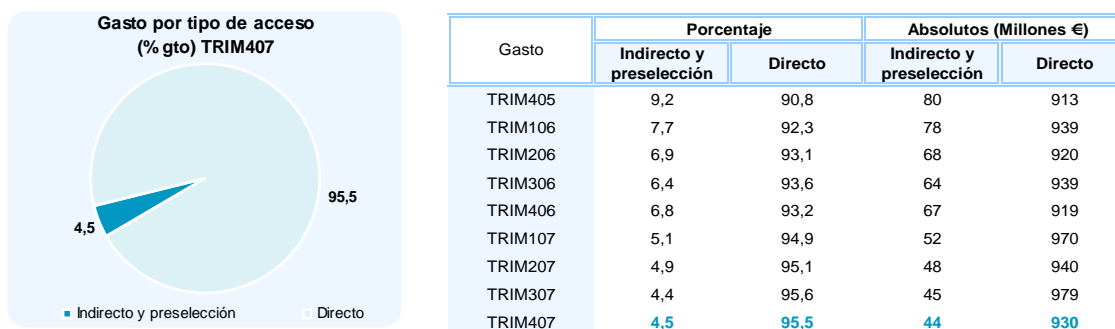
Se frena la tendencia descendente del número de hogares con acceso indirecto, aunque sigue en descenso respecto al mismo periodo del año anterior. Se puede explicar el descenso en los últimos años debido tanto al aumento de accesos directos por cable, como a que los operadores que tradicionalmente ofrecían estos servicios indirectos han ido migrando sus ofertas comerciales y a sus propios clientes a servicios directos de telefonía fija.

Minutos cursados por tipo de acceso



Aumenta el tráfico respecto al mismo periodo del año anterior, con un incremento del 10% en el número de minutos por acceso directo, acompañado de un decremento en el tráfico por acceso indirecto del 43%.

Gasto realizado por tipo de acceso



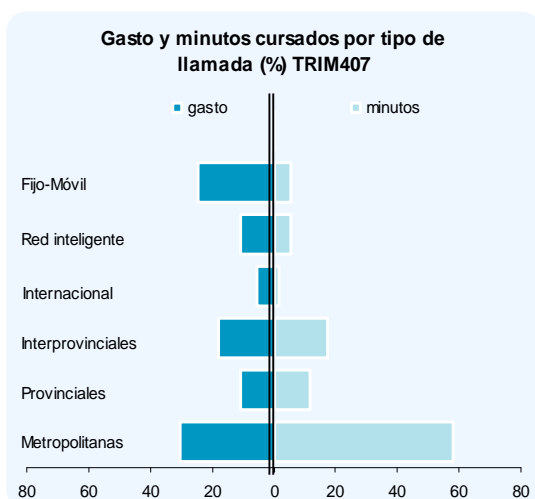
¹ No se incluyen los minutos ni el gasto asociado correspondientes a tarifas planas de telefonía fija

Así pues, más del 95% del consumo total residencial de la telefonía fija es realizado por los hogares con acceso directo, es decir, 930 millones de los 974 millones totales consumidos en este servicio, mientras el tráfico por acceso indirecto y su gasto asociado van reduciéndose progresivamente.

5.4. Minutos y gasto por tipo de llamada

Porcentaje de minutos cursados por tipo de llamada

% minutos	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM405	66,8	7,8	13,6	1,4	3,0	7,3	0,1
TRIM106	67,3	8,0	13,7	1,3	3,3	6,2	0,2
TRIM206	64,8	8,3	15,8	1,3	3,2	6,3	0,1
TRIM306	65,2	8,8	13,4	1,3	3,8	7,4	0,1
TRIM406	60,6	9,6	16,0	1,8	4,8	7,2	0,0
TRIM107	64,0	9,3	15,4	1,9	3,3	6,1	0,0
TRIM207	61,0	10,0	17,1	2,3	3,7	5,9	0,0
TRIM307	59,8	10,4	17,0	2,5	3,6	6,8	0,0
TRIM407	58,0	11,9	17,2	1,9	5,5	5,4	0,1



Sigue la tendencia descendente, en porcentaje sobre el tráfico total, de los minutos cursados en llamadas metropolitanas -ya por debajo del 60%- , así como de fijo a móvil. Mientras, aumenta el peso sobre el tráfico total de los otros tipos de llamadas sobretodo de las provinciales.

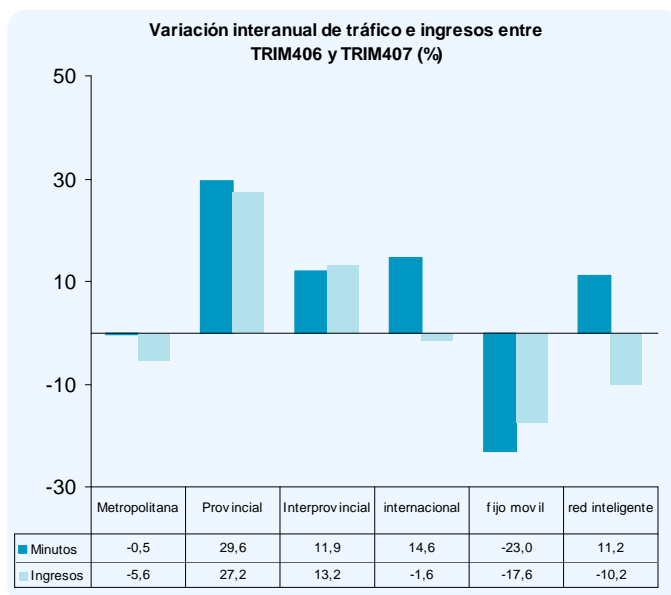
Aun así, las llamadas metropolitanas representan el 30% del gasto total y casi el 60% del número de minutos totales en telefonía fija.

En cuanto al tráfico fijo-móvil, éste ha supuesto en el último periodo el 5,4% de los minutos cursados y el 24,5% del gasto total en telefonía fija (el segundo mayor gasto, tras las metropolitanas).

Porcentaje de gasto realizado por tipo de llamada

% de gasto	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM405	34,2	7,1	14,2	4,6	7,8	31,6	0,6
TRIM106	36,0	7,7	15,0	4,5	8,6	27,6	0,5
TRIM206	34,1	7,5	16,0	4,5	10,0	27,5	0,5
TRIM306	32,2	7,8	13,5	3,9	12,3	29,8	0,6
TRIM406	30,7	8,2	15,4	5,4	11,5	28,6	0,2
TRIM107	34,0	8,8	15,8	4,7	10,4	26,1	0,2
TRIM207	30,9	9,1	17,4	5,7	10,9	25,4	0,6
TRIM307	30,2	9,1	16,6	5,6	11,2	27,0	0,4
TRIM407	30,1	10,8	18,1	5,5	10,8	24,5	0,2

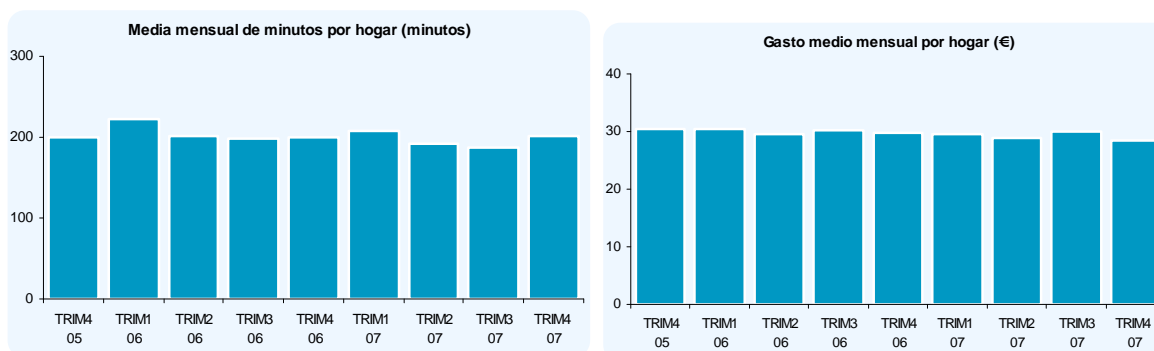
Variación interanual de tráfico e ingresos



En el cuarto trimestre de 2007 el incremento interanual del tráfico total de minutos (minutos con gasto imputado) ha sido del 4%, mientras los ingresos decrecen un 1,2%.

Destacan en incrementos, tanto de tráfico como de ingresos, las llamadas provinciales e interprovinciales, mientras que las llamadas internacionales y las de red inteligente crecen en minutos consumidos y disminuyen en ingresos.

5.5. Minutos y gastos medios por hogar



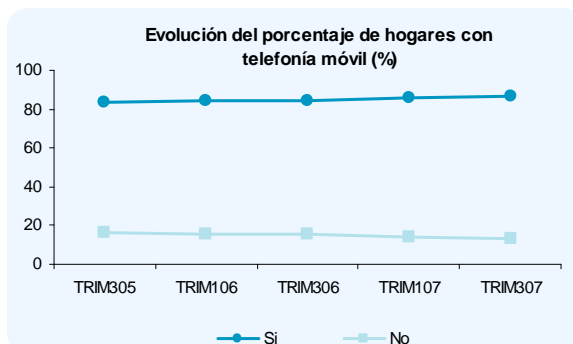
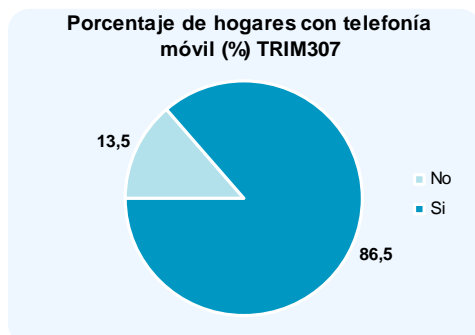
Aumenta ligeramente el tráfico de minutos mensuales por hogar respecto a un año antes, rompiendo su tendencia descendente, y sigue disminuyendo el gasto medio por hogar, tendencia inalterada. Durante el cuarto trimestre de 2007 ambos parámetros se situaron en una media mensual de 202 minutos cursados por hogar y 28,5 euros/mes (IVA incluido).

Media mensual por hogar	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107	TRIM207	TRIM307	TRIM407
Minutos	200	222	201	198	200	208	192	187	202
Euros	30,5	30,4	29,5	30,2	29,7	29,6	28,9	29,9	28,5

6. TELEFONÍA MÓVIL

6.1. Hogares con móvil

XVII oleada
jul-sep 2007

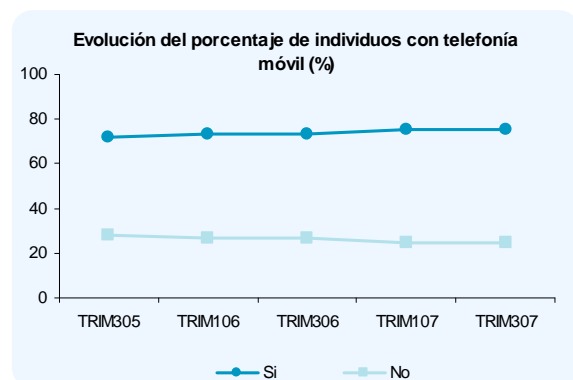
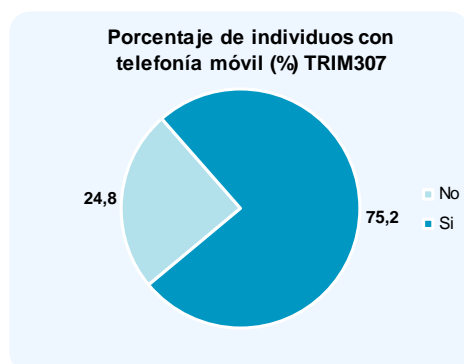


Durante el tercer trimestre de 2007, el 86,5% de los hogares españoles dispone de algún teléfono móvil. Con respecto al mismo periodo del año anterior, hay 751.000 hogares más con este servicio.

Hogares con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles hogares)
TRIM305	83,5	12.689
TRIM106	84,3	13.064
TRIM306	84,4	13.082
TRIM107	85,7	13.700
TRIM307	86,5	13.833

6.2. Individuos con móvil

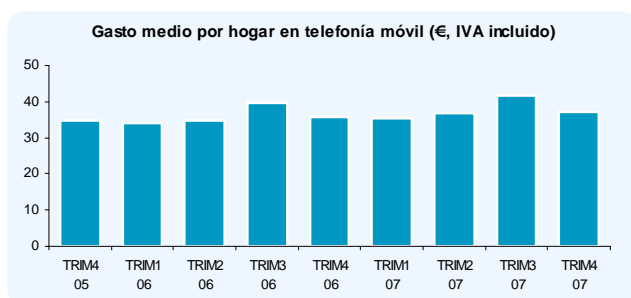
XVII oleada
jul-sep 2007



Individuos con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles individuos)
TRIM305	71,6	26.470
TRIM106	73,0	27.115
TRIM306	73,2	27.170
TRIM107	75,1	28.191
TRIM307	75,2	28.219

Tres de cada cuatro individuos de 15 y más años posee un móvil activo -usado en el último mes-. En términos absolutos en torno a 28,2 millones de individuos, lo que supone un millón más que en el mismo periodo del año anterior.

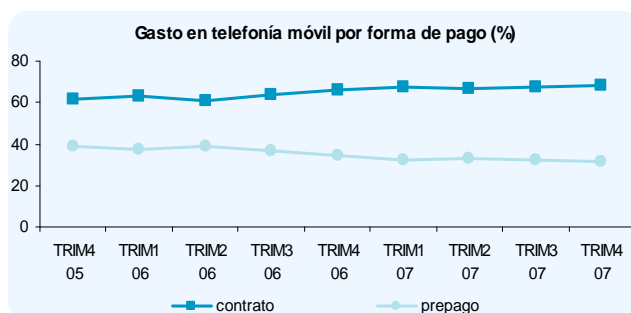
6.3. Gasto total y medio por hogar en telefonía móvil



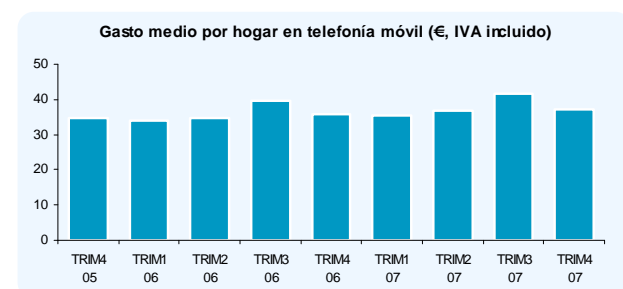
Gasto total (Millones €)	Gasto total		total
	contrato	prepago	
TRIM405	701	442	1.143
TRIM106	720	426	1.146
TRIM206	713	459	1.171
TRIM306	851	489	1.340
TRIM406	796	415	1.211
TRIM107	850	403	1.253
TRIM207	874	431	1.304
TRIM307	1.010	483	1.493
TRIM407	909	426	1.335

El gasto total del mercado de la telefonía móvil se ha situado en 1.335 millones de euros durante el cuarto trimestre de 2007, lo que supone un incremento interanual del 10%.

En cuanto a la modalidad de pago, la proporción de contrato (68%) frente a prepago (32%) muestra cómo se mantiene el avance lento de la primera opción en detrimento de la segunda, concretamente en octubre-diciembre de 2007 son 909 millones de euros en contrato, frente a los 426 millones consumidos en prepago.



Gasto móvil (%)	Gasto móvil (%)	
	contrato	prepago
TRIM405	61,3	38,7
TRIM106	62,8	37,2
TRIM206	60,9	39,2
TRIM306	63,5	36,5
TRIM406	65,7	34,3
TRIM107	67,8	32,2
TRIM207	67,0	33,0
TRIM307	67,6	32,4
TRIM407	68,1	31,9



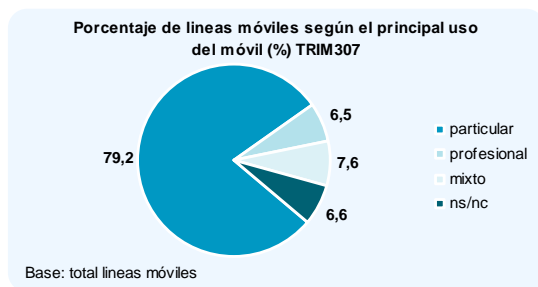
€ (IVA incluido)	Gasto medio por hogar	
	contrato	prepago
TRIM405	701	442
TRIM106	720	426
TRIM206	713	459
TRIM306	851	489
TRIM406	796	415
TRIM107	850	403
TRIM207	874	431
TRIM307	1.010	483
TRIM407	909	426

Por tanto, se refuerza la modalidad de contrato frente al prepago respecto al año anterior. El mercado de contrato crece 113 millones de euros, mientras el mercado de prepago desciende en 11 millones.

Cada hogar gasta en telefonía móvil una media de 1,5 euros más al mes que hace un año, consumiendo en este servicio 37,3 euros mensuales en el último trimestre de 2007.

6.4. Tipo de uso principal del teléfono móvil ²

XVII oleada
jul-sep 2007

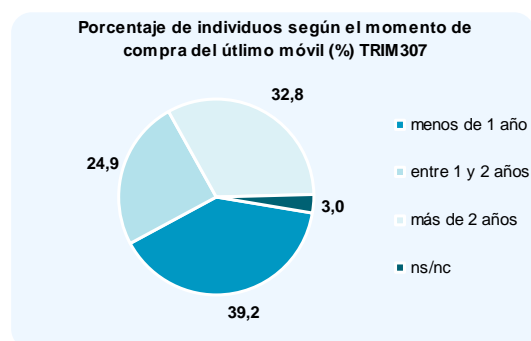


% de líneas	particular	profesional	mixto	ns/nc
TRIM107	79,7	5,9	7,5	6,9
TRIM307	79,2	6,5	7,6	6,6

Prácticamente el 80% de las líneas de telefonía móvil que poseen los individuos de 15 y más años, son de uso particular.

6.5. Momento de compra del último móvil

XVII oleada
jul-sep 2007

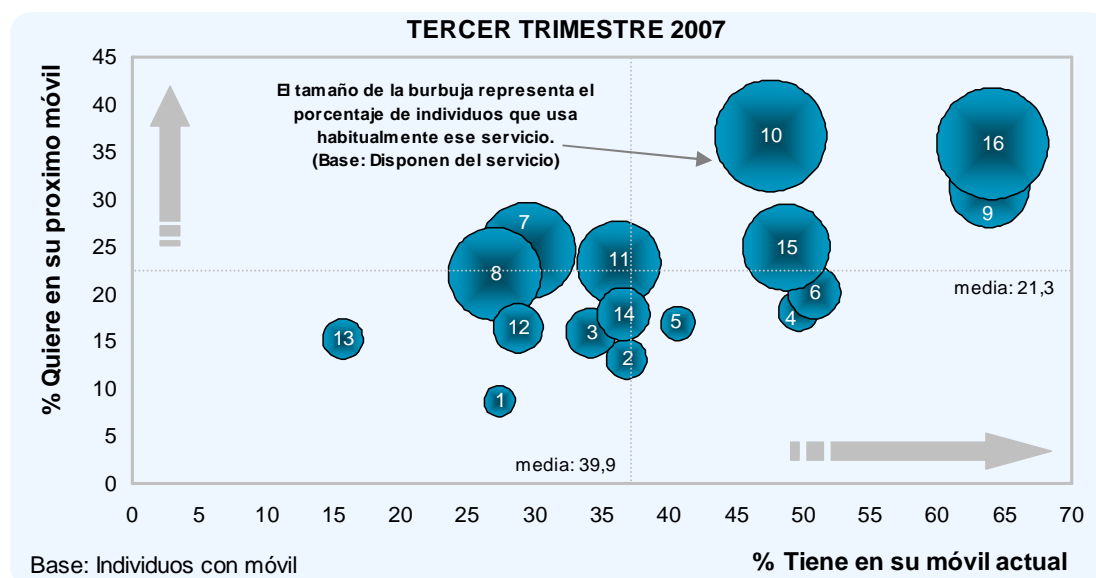


% de individuos	menos de 1 año	entre 1 y 2 años	más de 2 años	ns/nc
TRIM305	44,5	24,3	28,6	2,5
TRIM106	42,1	26,4	28,3	3,3
TRIM306	39,0	27,4	31,3	2,4
TRIM107	39,2	26,5	31,8	2,6
TRIM307	39,2	24,9	32,8	3,0

Cuatro de cada diez individuos poseen un terminal de telefonía móvil cuya antigüedad no supera el año.

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

XVII oleada
jul-sep 2007



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

² En este apartado se hace referencia al número de líneas de telefonía móvil, y no al número de individuos usuarios, como se venía recogiendo hasta la fecha en informes de oleadas precedentes.

nº	Servicios del móvil (% indiv.) TRIM307	Tiene	Usa	Quiere
1	Chat	27,4	4,3	8,7
2	Navegación WAP	36,8	7,7	13,1
3	Marcación por voz	34,2	11,4	15,9
4	Acceso a Internet	49,7	7,5	18,2
5	Acceso correo electrónico	40,7	5,5	16,9
6	Grabación de voz	50,8	12,9	20,2
7	MP3	29,5	39,8	24,5
8	Radio FM	27,0	36,8	22,1
9	MMS	63,9	28,7	31,2
10	Bluetooth	47,6	54,3	36,6
11	Infrarrojos	36,3	29,6	23,2
12	Videomensajes	28,8	10,9	16,3
13	Videollamada	15,7	7,5	15,3
14	Conexión de datos GPRS	36,6	12,7	17,8
15	Grabación de video	48,7	33,0	24,9
16	Cámara de fotos	64,1	54,1	35,9

Base: Tiene móvil servicio móvil Tiene móvil

La cámara de fotos y la mensajería multimedia (MMS) son los servicios de valor añadido más comunes en telefonía móvil ya que el 64% de los individuos que poseen móvil, dispone de estos servicios en su terminal.

Los servicios más usados coinciden con los servicios más deseados por los usuarios de la telefonía móvil, estos son, el bluetooth y la cámara de fotos, utilizados por el 54% de los usuarios que tienen dichos servicios y deseados por el 36% de los usuarios de móvil.

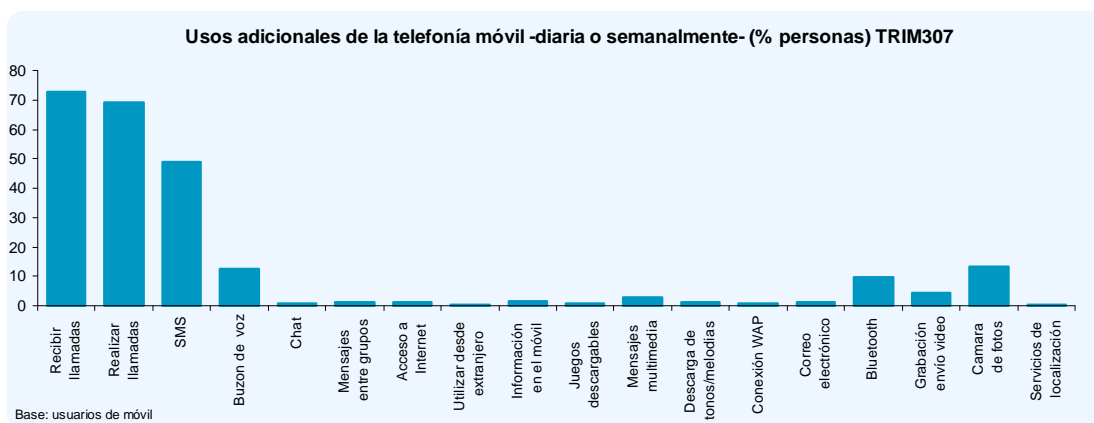
6.7. Principales usos de telefonía móvil

XVII oleada
jul-sep 2007

% individuos		TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Recibir llamadas	Diario o semanal	65,9	66,3	66,6	69,2	70,2	72,6
	Mensual o esporádico	19,3	16,8	17,0	15,2	16,3	14,1
Realizar llamadas	Diario o semanal	61,3	62,2	62,3	65,8	66,3	69,0
	Mensual o esporádico	23,7	20,0	20,6	17,7	18,9	16,7
SMS	Diario o semanal	44,2	47,2	45,1	46,0	48,3	48,9
	Mensual o esporádico	30,2	31,4	31,3	31,6	35,6	33,7
Buzon de voz	Diario o semanal	11,3	12,3	12,2	12,3	12,0	12,4
	Mensual o esporádico	18,4	22,9	20,0	20,4	26,3	24,0
Chat	Diario o semanal	0,9	0,5	0,6	1,4	0,9	0,9
	Mensual o esporádico	2,6	4,2	3,0	2,8	3,2	3,5
Mensajes entre grupos	Diario o semanal	1,5	0,8	1,2	1,4	1,4	1,3
	Mensual o esporádico	3,3	4,5	3,6	4,1	6,6	6,1
Acceso a Internet	Diario o semanal	0,5	0,6	0,8	1,1	0,6	1,3
	Mensual o esporádico	3,0	3,7	2,6	3,4	3,5	3,8
Utilizar desde extranjero	Diario o semanal	0,3	0,4	0,3	0,8	0,4	0,6
	Mensual o esporádico	11,3	13,9	13,3	14,8	17,9	22,0
Información en el móvil	Diario o semanal	1,9	2,6	2,0	2,2	2,0	1,6
	Mensual o esporádico	9,4	10,5	9,2	9,5	12,8	12,6
Juegos descargables	Diario o semanal	1,0	1,1	1,2	1,3	0,9	0,8
	Mensual o esporádico	10,0	12,3	10,3	12,6	14,9	14,7
Mensajes multimedia	Diario o semanal	2,2	2,5	2,6	3,4	1,6	2,9
	Mensual o esporádico	16,5	21,9	23,5	25,1	33,1	32,5
Descarga de tonos/melodías	Diario o semanal	1,0	1,3	1,3	2,0	1,6	1,2
	Mensual o esporádico	21,8	23,7	22,2	21,0	26,9	24,4
Conexión WAP	Diario o semanal	0,7	0,6	0,8	1,0	0,7	0,8
	Mensual o esporádico	6,7	9,7	7,8	9,3	11,1	9,4
Correo electrónico	Diario o semanal	0,6	0,7	1,1	1,6	1,4	1,2
	Mensual o esporádico	2,6	4,5	3,6	4,1	5,3	5,5
Bluetooth	Diario o semanal	1,8	3,9	6,2	8,1	9,1	9,8
	Mensual o esporádico	7,0	11,5	14,4	17,4	24,9	28,7
Grabación envío video	Diario o semanal	0,9	2,1	3,0	3,5	4,1	4,3
	Mensual o esporádico	4,9	8,0	9,9	13,7	19,7	24,3
Camara de fotos	Diario o semanal	5,7	9,3	10,5	11,8	12,1	13,2
	Mensual o esporádico	13,5	19,8	25,1	28,9	38,9	42,4
Servicios de localización	Diario o semanal	0,2	0,4	0,3	0,5	0,3	0,2
	Mensual o esporádico	2,7	3,4	2,6	3,4	3,6	3,6

Durante el tercer trimestre de 2007, el 72,6% de los usuarios de la telefonía móvil lo utilizaron diaria o semanalmente para recibir llamadas, y el 69% lo usaron para realizarlas. También es destacable que la mitad de los usuarios utilizó su móvil para enviar o recibir mensajes cortos por SMS durante el mismo periodo. Estos tres usos principales o básicos de la telefonía móvil mantienen así su tendencia ascendente de uso intensivo (uso diario o semanal).

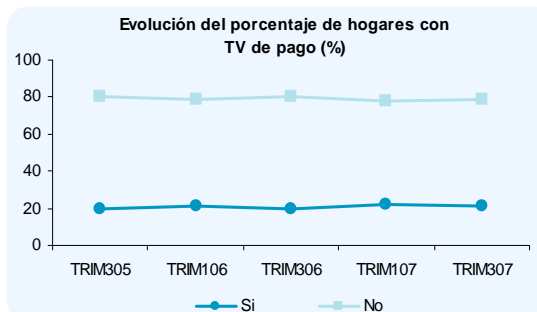
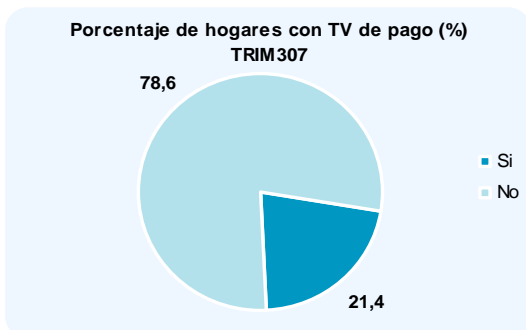
La cámara de fotos es utilizada por cuatro de cada diez usuarios de móvil y el bluetooth por tres de cada diez. El incremento interanual de estos usos ha sido de 17,3 y 14,3 puntos porcentuales, respectivamente.



7. TELEVISIÓN DE PAGO

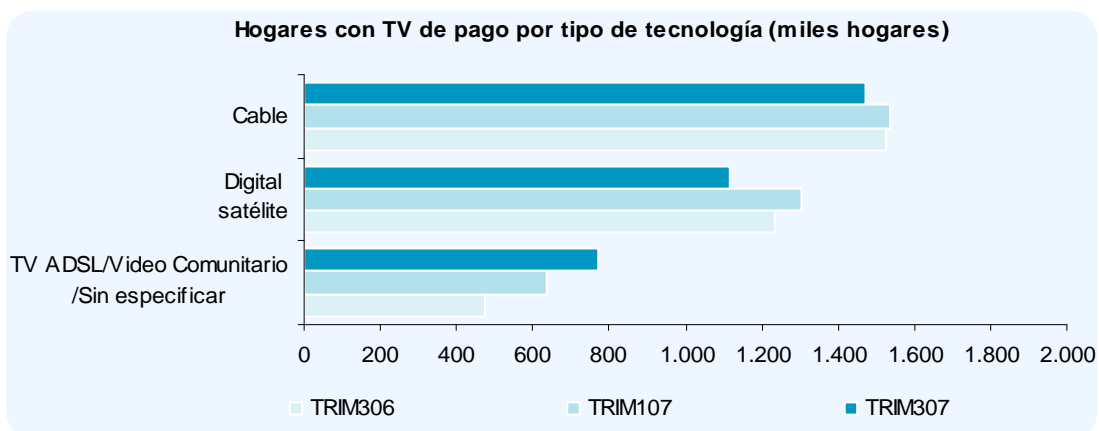
7.1. Hogares con TV de pago

XVII oleada
jul-sep 2007



Hogares con TV de Pago	Porcentaje	Absolutos (Miles)
TRIM305	19,9	3.019
TRIM106	21,2	3.288
TRIM306	19,9	3.084
TRIM107	22,3	3.563
TRIM307	21,4	3.420

La penetración de la TV de pago se sitúa en el 21,4% de los hogares en el tercer trimestre de 2007, lo que representa un incremento respecto al mismo periodo de 2006 de 336.000 hogares y 1,5 puntos porcentuales.

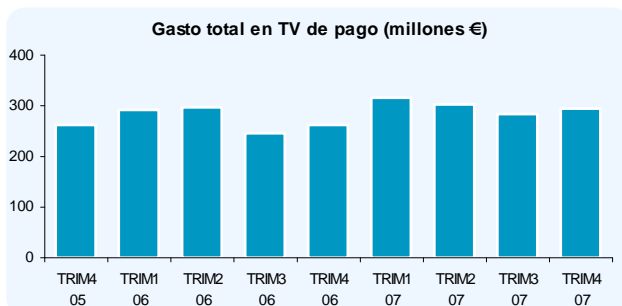


Miles de hogares	Cable	Digital satélite	Analógica terrestre	TV ADSL/Video Comunitario /Sin especificar
TRIM305	1.325	1.188	162	308
TRIM106	1.571	1.428	0	306
TRIM306	1.523	1.236	0	474
TRIM107	1.536	1.306	0	635
TRIM307	1.472	1.117	0	771

La recepción de TV de pago a través de ADSL muestra una expansión muy notable durante 2006 y 2007, situándose en el tercer trimestre de 2007 entre los 700.000 y 800.000 hogares (conjuntamente analizada con el vídeo comunitario o sin especificar).

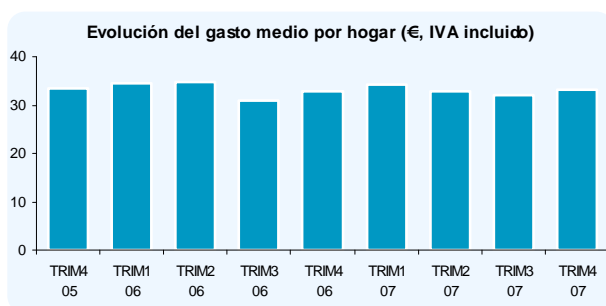
La extinción de la categoría Analógica Terrestre a partir de 2006 se explica por la supresión de la emisión analógica de Canal+.

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



Gasto total Millones de €	cuota	ppv	dcto. de cable	Total
TRIM405	256	17	12	261
TRIM106	277	20	4	293
TRIM206	290	17	11	296
TRIM306	247	8	9	246
TRIM406	257	12	7	262
TRIM107	316	20	21	315
TRIM207	302	12	10	304
TRIM307*	290	8	15	283
TRIM407	299	12	17	294

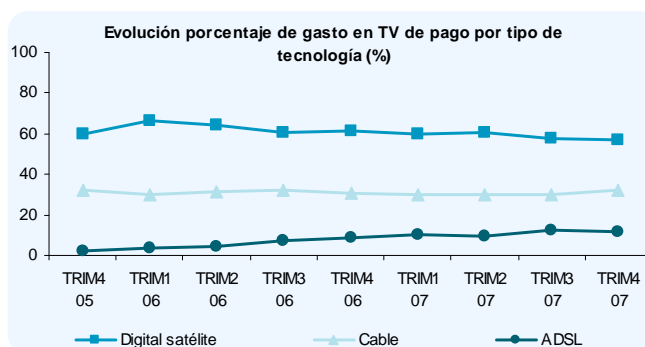
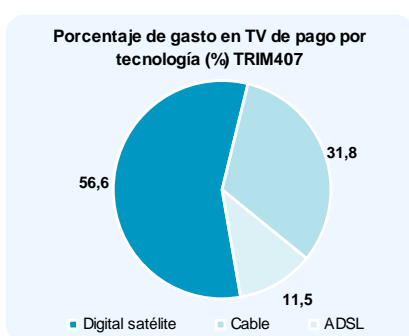
Se registra en este mercado un aumento del gasto del 12% en el cuarto trimestre de 2007. Este incremento respecto a un año antes se produce en concepto de cuota (de 257 pasa a 299 millones de euros), permaneciendo invariable el gasto en pago por visión, PPV (12 millones de euros).



Gasto medio por hogar	€ (IVA incluido)
TRIM405	33,3
TRIM106	34,5
TRIM206	34,9
TRIM306	30,9
TRIM406	32,8
TRIM107	34,2
TRIM207	32,9
TRIM307*	32,0
TRIM407	33,2

También el gasto medio por hogar ha aumentado en este periodo hasta situarse en 33,2€/mes, es decir 0,40 euros más que un año antes.

7.3. Gasto por tipo de tecnología



Ha aumentado respecto a hace un año el gasto en los tres tipos de tecnología. En porcentaje cede digital satélite, que obtiene 166 millones de euros, el 56,6% del total. El cable, con 94 millones crece hasta un 31,8% del gasto total y por último la tecnología ADSL alcanza 34 millones de euros, lo que representa un 11,5% del gasto en servicios finales de TV de pago.

* Datos corregidos respecto al informe de la XVII oleada

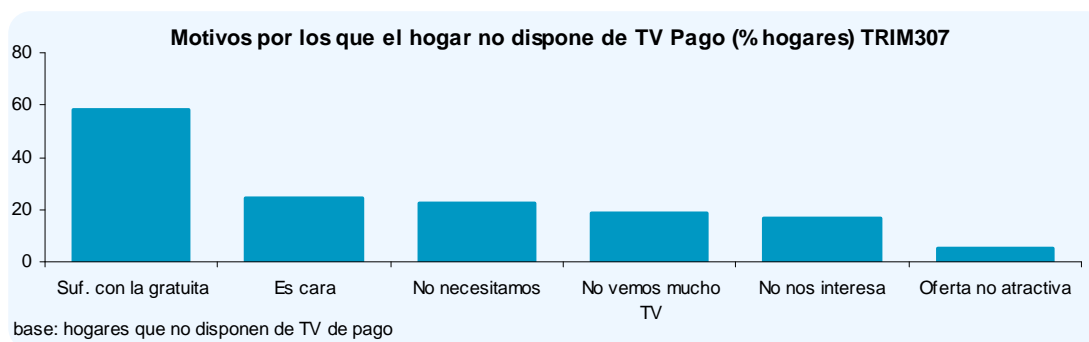
Gasto (%)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL
TRIM405	60,2	31,9	5,3	2,5
TRIM106	66,2	30,1	---	3,7
TRIM206	64,1	31,4	---	4,5
TRIM306	60,7	31,8	---	7,4
TRIM406	61,0	30,5	---	8,5
TRIM107	60,2	29,8	---	10,0
TRIM207	60,4	29,8	---	9,8
TRIM307*	57,4	30,2	---	12,4
TRIM407	56,6	31,8	---	11,5

Gasto (Mill €)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL	Total
TRIM405	157	83	14	7	261
TRIM106	194	88	---	11	293
TRIM206	190	93	---	13	296
TRIM306	150	78	---	18	246
TRIM406	159	80	---	22	261
TRIM107	190	94	---	31	315
TRIM207	183	91	---	30	304
TRIM307*	163	85	---	35	283
TRIM407	166	94	---	34	294

7.4. Motivos por los que el hogar no dispone de TV de pago XVII oleada jul-sep 2007

% de hogares	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Suf. con la gratuita	61,9	65,5	62,7	60,8	58,3
Es cara	27,5	29,5	24,9	24,9	24,3
No necesitamos	27,0	26,7	24,3	24,7	22,7
No vemos mucho TV	20,3	23,3	22,1	19,8	18,3
No nos interesa	19,4	20,3	19,5	17,7	16,7
Oferta no atractiva	5,1	6,9	5,2	5,1	5,2

Entre los hogares que no disponen de televisión de pago, la mayor parte (58,3%) declaran que les es suficiente con la televisión gratuita que reciben en la actualidad, casi una cuarta parte (24,3%) declaran que no disponen de ella porque es cara, y un 22,7% porque no la necesitan.

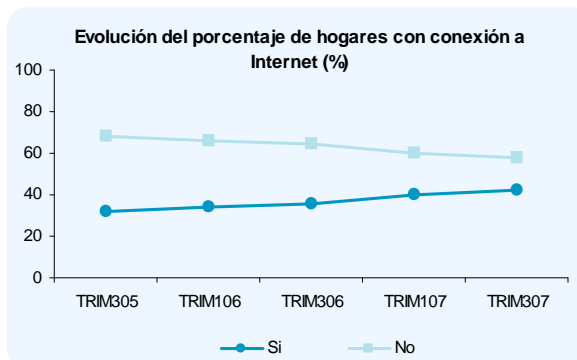
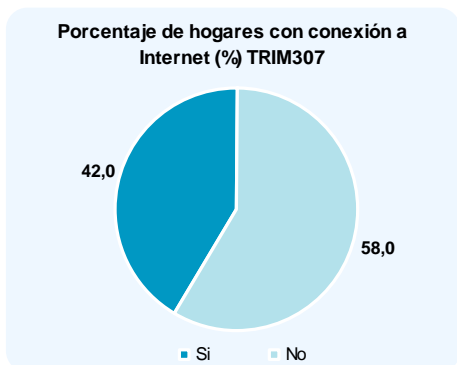


* Datos corregidos respecto al informe de la XVII oleada

8. INTERNET

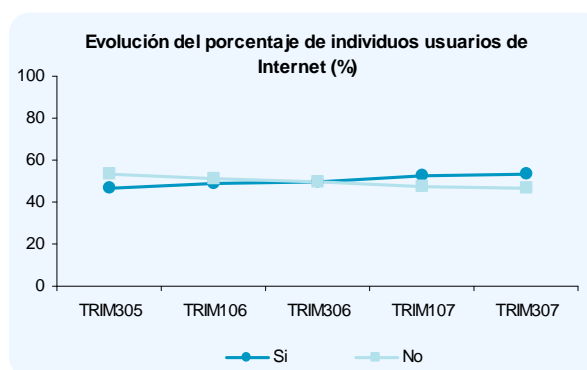
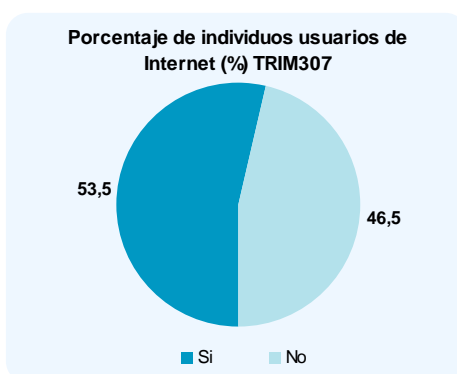
8.1. Hogares e individuos con Internet

XVII oleada
jul-sep 2007



El 42% de los hogares, 6,7 millones, ya se encuentran conectados a Internet. Se mantiene el alto ritmo de conexión a Internet en el hogar, con un incremento del 22,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

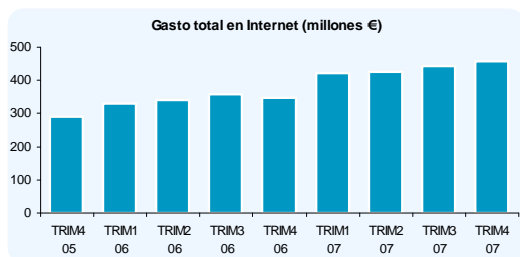
Hogares con conex. Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles hogares)
TRIM305	32,1	4.876
TRIM106	33,9	5.247
TRIM306	35,6	5.517
TRIM107	40,0	6.396
TRIM307	42,0	6.754



Se supera en el tercer trimestre de 2007 los 20 millones de individuos de 15 y más años que han accedido a Internet en alguna ocasión. Se alcanza así el 53,5% de la población que ha tenido al menos un contacto con la Red. La inmensa mayoría de estos individuos (81%) son internautas habituales -han accedido en el último mes-.

Usuarios de Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles individuos)
TRIM305	46,6	17.233
TRIM106	48,9	18.148
TRIM306	50,0	18.578
TRIM107	52,4	19.690
TRIM307	53,5	20.097

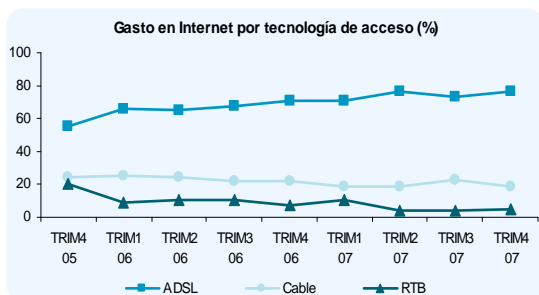
8.2. Gasto total y medio por hogar en Internet



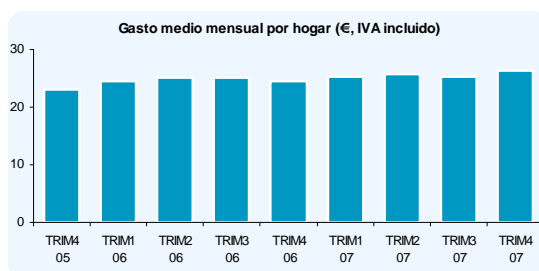
Absolutos (Millones €)	ADSL	Cable	RTB	Dto. cable	Total - Dto. cable
TRIM405	162	90	59	19	291
TRIM106	218	97	30	14	331
TRIM206	221	96	36	14	339
TRIM306	242	89	38	10	359
TRIM406	246	92	25	15	348
TRIM107	299	90	43	12	421
TRIM207	326	95	18	14	425
TRIM307*	326	117	17	16	444
TRIM407	350	115	8	14	459

El gasto efectuado en Internet sigue su tendencia ascendente, alcanzando durante el cuarto trimestre de 2007 un total de 459 millones de euros. Tanto el gasto realizado en ADSL como el realizado en cable aumentan significativamente, con incrementos interanuales en el cuarto trimestre de 2007 del 42% y 25% respectivamente.

Por primera vez más de tres cuartas partes (76,3%) del gasto total en Internet corresponden a tecnología ADSL, con un crecimiento cercano a 6 puntos porcentuales respecto al año anterior; en detrimento del peso de la tecnología RTB, cuyo gasto pasa a ser residual con un 1,7% del total. Mientras el cable mantiene la misma participación de un año atrás (22%) sobre el gasto en servicios finales en el mercado de Internet.



Gasto Internet (%)	ADSL	Cable	RTB
TRIM405	55,6	24,3	20,2
TRIM106	65,9	25,1	9,0
TRIM206	65,3	24,1	10,5
TRIM306	67,5	21,9	10,5
TRIM406	70,8	22,1	7,1
TRIM107	71,1	18,5	10,4
TRIM207	76,6	19,0	4,4
TRIM307*	73,4	22,7	3,8
TRIM407	76,3	22,0	1,7



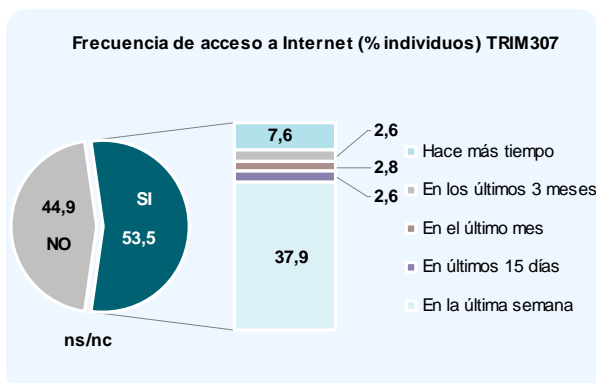
Gasto medio mensual por hogar	€ (IVA incluido)
TRIM405	23,1
TRIM106	24,4
TRIM206	25,0
TRIM306	25,2
TRIM406	24,4
TRIM107	25,4
TRIM207	25,7
TRIM307*	25,4
TRIM407	26,3

Se sitúa por encima de los 26 euros el gasto medio mensual realizado por hogar en Internet durante octubre-diciembre de 2007, lo que supone casi dos euros más que en el mismo periodo del año anterior.

* Datos corregidos respecto al informe de la XVII oleada

8.3. Frecuencia de acceso a Internet

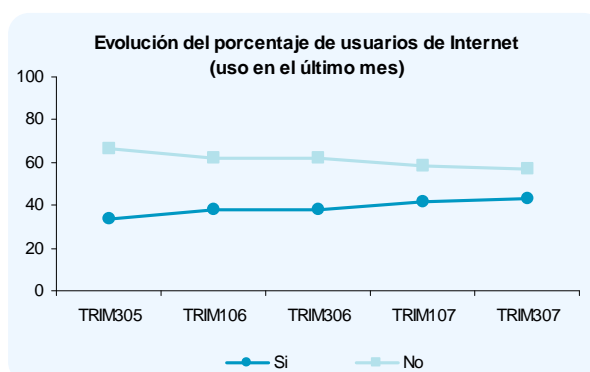
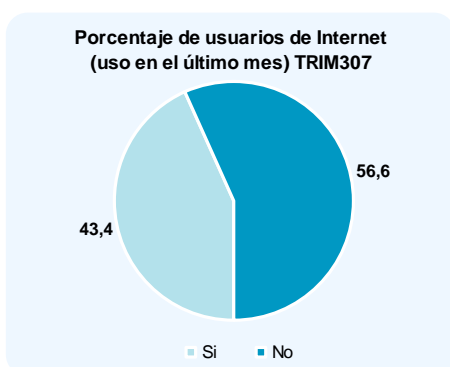
XVII oleada
jul-sep 2007



Un 53,5% de individuos de 15 y más años han accedido a Internet en alguna ocasión, de los cuales un 70,9% son internautas frecuentes -ya que lo hicieron en la última semana. Este grupo de internautas frecuentes representa el 37,9% de la población de 15 y más años.

Miles de individuos	Frecuencia de acceso a Internet					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM305	19.293	9.722	1.303	1.377	1.518	3.314
TRIM106	18.340	11.740	1.268	1.053	1.071	3.016
TRIM306	18.090	11.338	1.232	1.412	1.375	3.221
TRIM107	17.327	13.409	1.020	1.138	1.067	3.055
TRIM307	16.873	14.250	971	1.069	959	2.848

% de individuos	Frecuencia de acceso a Internet (acumuladas)					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM305	52,2	26,3	29,8	33,5	37,6	46,6
TRIM106	49,5	31,6	35,0	37,8	40,7	48,9
TRIM306	48,7	30,5	33,8	37,6	41,3	50,0
TRIM107	46,1	35,7	38,4	41,4	44,2	52,4
TRIM307	44,9	37,9	40,5	43,4	45,9	53,5

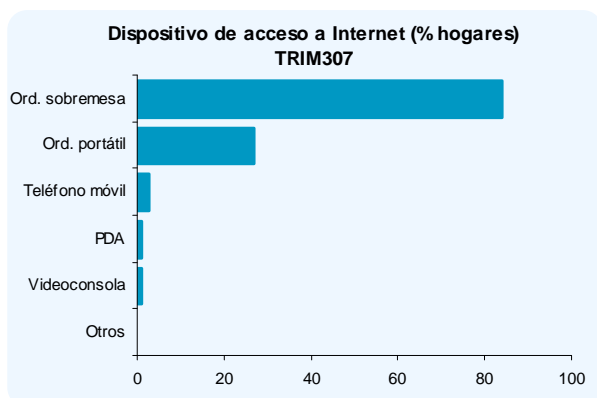


Entre julio y septiembre de 2007 cerca de 16,3 millones de personas han usado Internet en el último mes, lo que representa un 43,4% de la población de 15 y más años y más del 81% de los que han accedido alguna vez a la Red.

Usuarios de Internet (Ultimo Mes)	Porcentaje	Absolutos (miles indiv.)
TRIM305	33,5	12.401
TRIM106	37,8	14.061
TRIM306	37,6	13.982
TRIM107	41,4	15.568
TRIM307	43,4	16.290

8.4. Dispositivo y lugar de acceso a Internet

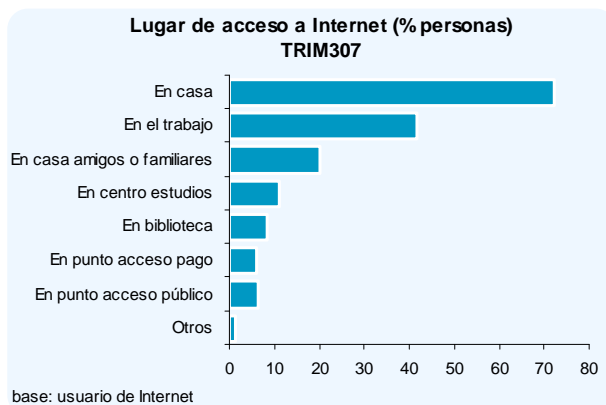
XVII oleada
jul-sep 2007



El principal dispositivo de acceso a Internet en el hogar es el ordenador de sobremesa (el 83,9% de los casos, cerca de 5,7 millones de hogares) con un incremento interanual del 20%. A su vez, el ordenador portátil aumenta más de 6 puntos porcentuales hasta alcanzar el 27% como medio de acceso. El escaso acceso a Internet con teléfono móvil se duplica.

Miles de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM305	3.777	770	85	28	24	36
TRIM106	4.181	965	146	48	41	7
TRIM306	4.714	1.143	88	35	10	16
TRIM107	5.474	1.442	86	46	106	3
TRIM307	5.669	1.824	172	61	67	2

% de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM305	77,5	15,8	1,7	0,6	0,5	0,7
TRIM106	79,7	18,4	2,8	0,9	0,8	0,1
TRIM306	85,4	20,7	1,6	0,6	0,2	0,3
TRIM107	85,6	22,5	1,3	0,7	1,7	0,0
TRIM307	83,9	27,0	2,6	0,9	1,0	0,0



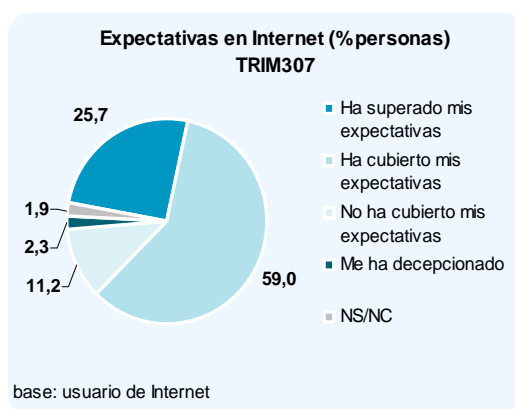
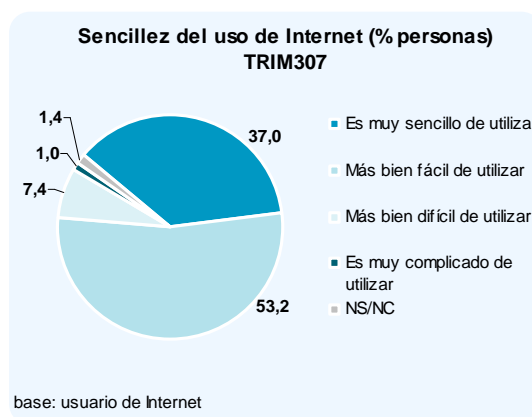
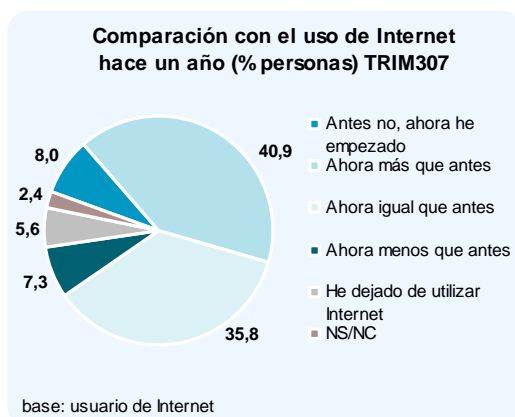
Lugares de acceso más esporádico pierden peso en favor de accesos más preferentes, como la propia casa (72%), y el centro de trabajo (42%), en ambos casos con importantes incrementos interanuales registrados en el tercer trimestre de 2007, de 12 y 5,2 puntos porcentuales respectivamente.

Miles de individuos	En casa	En el trabajo	En casa amigos o familiares	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso de pago	En punto de acceso público	Otros
TRIM305	9.654	6.410	4.006	2.409	1.517	2.195	1.112	283
TRIM106	10.343	6.398	3.902	2.534	1.599	1.934	1.183	221
TRIM306	11.205	6.779	3.835	2.270	1.488	1.702	1.148	221
TRIM107	13.195	8.251	4.166	2.504	1.648	1.445	1.181	291
TRIM307	14.548	8.379	4.035	2.226	1.660	1.226	1.309	273

% de individuos	En casa	En el trabajo	En casa amigos o familiares	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso de pago	En punto de acceso público	Otros
TRIM305	56,0	37,2	23,2	14,0	8,8	12,7	6,5	1,6
TRIM106	57,0	35,3	21,5	14,0	8,8	10,7	6,5	1,2
TRIM306	60,3	36,5	20,6	12,1	8,0	9,2	6,2	1,2
TRIM107	67,0	41,9	21,2	12,7	8,4	7,3	6,0	1,5
TRIM307	72,4	41,7	20,1	11,1	8,3	6,1	6,5	1,4

8.5. Uso, sencillez y expectativas de Internet

XVII oleada
jul-sep 2007



Sigue en aumento la valoración de Internet como medio fácil o muy fácil de utilizar (90,2% de los usuarios así lo considera en julio-septiembre de 2007); un medio que los usuarios utilizan cada vez más (76,7% lo usa igual o más que antes); y un medio que cubre o supera las expectativas depositadas con un 84,7% de usuarios satisfechos en estos términos.

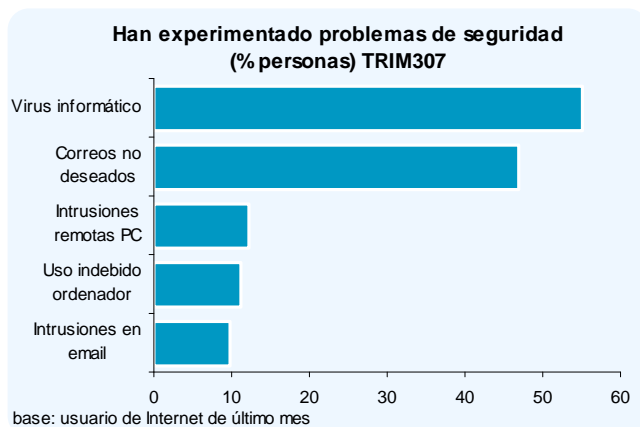
% de individuos	Comparación con el uso de Internet hace un año...					
	Antes no, ahora he empezado	Ahora más que antes	Ahora igual que antes	Ahora menos que antes	He dejado de utilizar Internet	NS/NC
TRIM305	8,8	35,5	36,1	9,9	8,5	1,2
TRIM106	10,8	33,7	36,5	8,4	7,8	2,8
TRIM306	9,7	34,3	37,0	9,4	7,6	2,1
TRIM107	10,7	38,9	34,8	6,8	6,5	2,2
TRIM307	8,0	40,9	35,8	7,3	5,6	2,4

% de individuos	Por su experiencia con Internet, diría que...				
	Es muy sencillo de utilizar	Más bien fácil de utilizar	Más bien difícil de utilizar	Es muy complicado de utilizar	NS/NC
TRIM305	33,2	56,0	8,3	1,7	0,8
TRIM106	34,3	54,1	7,8	2,1	1,7
TRIM306	34,5	54,5	7,8	1,8	1,4
TRIM107	36,7	52,1	7,9	1,9	1,4
TRIM307	37,0	53,2	7,4	1,0	1,4

% de individuos	Sobre las expectativas que tenía en Internet, diría que...				
	Ha superado mis expectativas	Ha cubierto mis expectativas	No ha cubierto mis expectativas	Me ha decepcionado	NS/NC
TRIM305	20,4	61,4	14,3	2,5	1,4
TRIM106	20,6	60,3	14,3	2,6	2,3
TRIM306	24,0	59,3	12,7	2,4	1,6
TRIM107	27,5	56,6	12,4	1,7	1,9
TRIM307	25,7	59,0	11,2	2,3	1,9

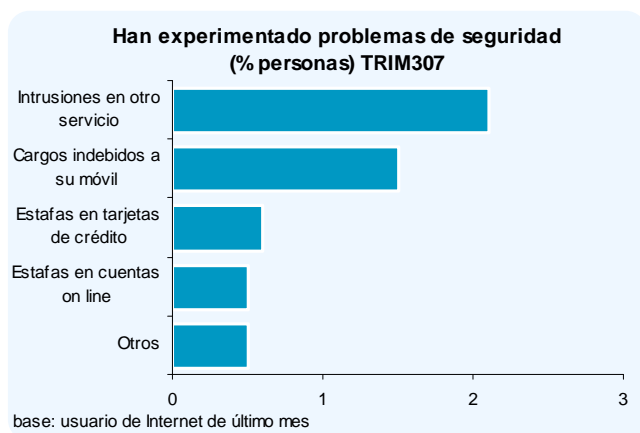
8.6. Incidencias de seguridad tecnológica

XVII oleada
jul-sep 2007



Se ha reducido la incidencia de todos los problemas de seguridad entre los usuarios habituales de Internet, es decir entre los que han hecho uso en el último mes. Las incidencias más frecuentes, el virus informático y el correo no deseado o solicitado, descienden 2,2 y 3,8 puntos porcentuales respectivamente respecto al mismo periodo del año anterior.

% individuos (usuarios último mes)	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107	TRIM 307
Virus informático	60,7	53,3	57,4	55,5	55,2
Correos no deseados	54,1	50,4	50,8	49,2	47,0
Intrusiones remotas PC	14,8	14,5	15,7	15,5	12,2
Uso indebido ordenador	11,9	12,9	14,4	13,5	11,3
Intrusiones en email	10,6	9,7	12,5	9,8	9,8

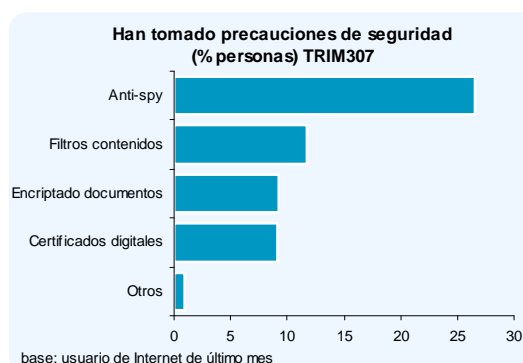
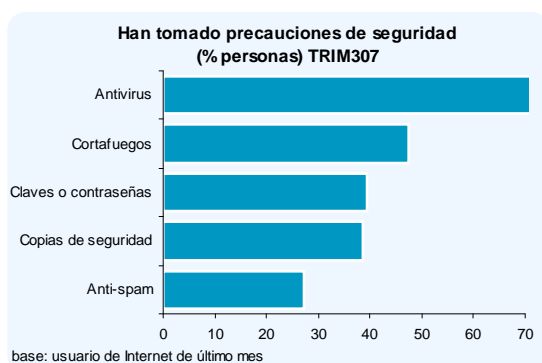


Otros problemas relacionados con la seguridad de las TIC, como son, por ejemplo, las estafas en cuentas on-line y estafas en tarjetas de crédito -todos ellos con una presencia marginal-, también muestran descensos en el tercer trimestre de 2007, o se mantienen en los mismos niveles del mismo periodo del año anterior.

% individuos (usuarios último mes)	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107	TRIM 307
Cargos indebidos a su móvil	2,5	1,6	1,8	2,8	1,5
Estafas en tarjetas de crédito	1,3	0,8	1,2	2,2	0,6
Intrusiones en otro servicio	2,5	2,1	2,1	2,2	2,1
Estafas en cuentas on line	0,5	0,2	0,5	0,8	0,5
Otros	0,4	0,5	0,7	1,0	0,5

8.7. Precauciones de seguridad en Internet

XVII oleada
jul-sep 2007



Se observa en julio-septiembre 2007, respecto al mismo trimestre del año anterior, un aumento generalizado en el uso de precauciones de seguridad informática, como consecuencia del cual se produce la disminución de los problemas de seguridad TIC señalados en el apartado anterior. Ello pone de manifiesto a su vez un mayor conocimiento de Internet por parte de los usuarios, y de sus posibles riesgos en esta materia en particular.

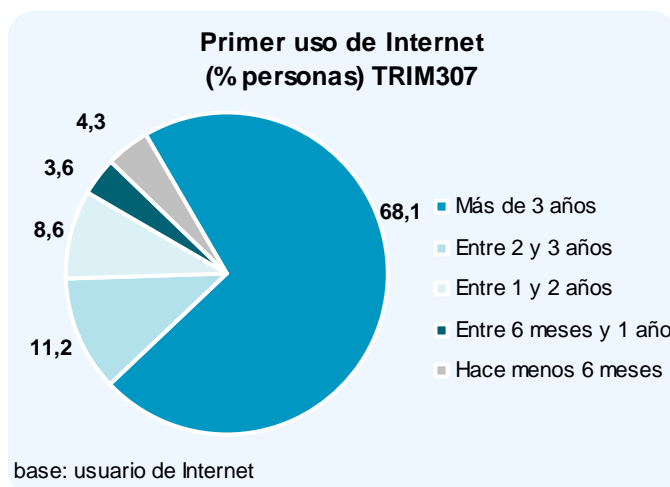
% individuos (usuarios último mes)	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107	TRIM 307
Antivirus (actualizado ult mes)	68,7	65,0	67,9	67,7	71,0
Cortafuegos	43,2	41,9	45,2	47,4	47,4
Claves o contraseñas	40,6	40,6	40,0	38,7	39,5
Copias de seguridad	37,5	36,5	39,1	38,2	38,5
Anti-spam	24,5	26,3	25,5	26,7	27,2

% individuos (usuarios último mes)	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107	TRIM 307
Anti-spy	21,7	25,1	26,1	26,3	26,6
Filtros contenidos	10,9	10,8	10,9	11,5	11,7
Encriptado documentos	7,0	7,8	8,3	8,3	9,2
Certificados digitales	7,0	6,1	6,7	7,8	9,1
Otros	0,5	0,9	1,0	1,1	0,9

El antivirus, actualizado al último mes, es la medida de seguridad que experimenta un mayor crecimiento en su implantación, habiendo sido adoptada por un 71% de usuarios de Internet en último mes en el tercer trimestre de 2007, con un incremento de 3,1 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior.

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

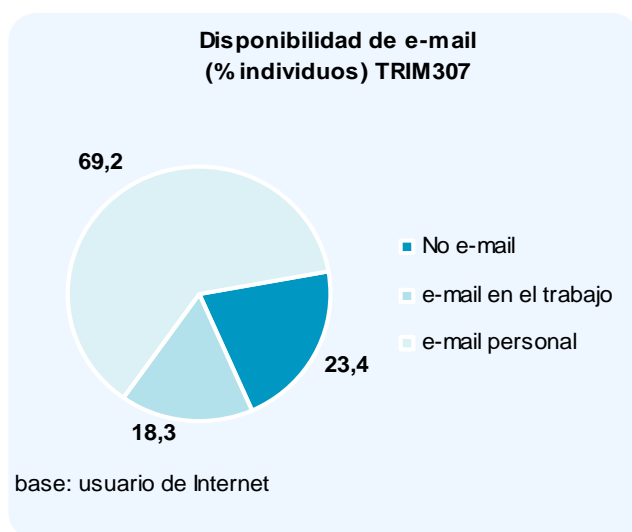
XVII oleada
jul-sep 2007



Junto a la continua expansión del uso de Internet, se observa la fidelización progresiva de los internautas, analizada aquí en función del aumento de su antigüedad en el medio: 68,1% declaran que usaron la Red por primera vez hace más de tres años, 6,5 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior.

% individuos (usuarios de Internet)	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM305	59,5	14,6	11,3	5,3	6,1
TRIM106	59,1	15,5	9,1	4,9	6,8
TRIM306	61,6	13,4	8,8	5,7	6,4
TRIM107	63,8	12,0	9,0	4,8	7,1
TRIM307	68,1	11,2	8,6	3,6	4,3

Miles de individuos	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM305	10.250	2.519	1.944	918	1.052
TRIM106	10.728	2.808	1.654	895	1.240
TRIM306	11.453	2.485	1.629	1.061	1.191
TRIM107	12.558	2.353	1.775	945	1.400
TRIM307	13.679	2.254	1.722	718	862



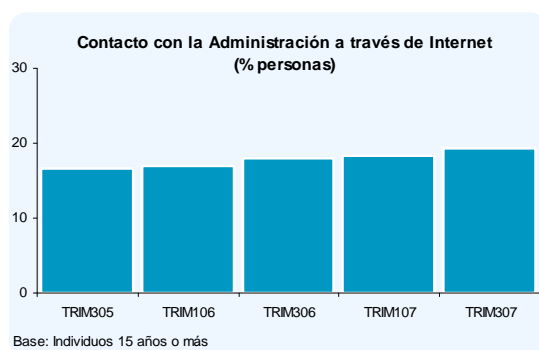
Importante incremento en la implantación de la dirección de correo electrónico: el 76,6% de los internautas dispone de dirección e-mail, existiendo claro predominio de direcciones personales (69%) sobre las de trabajo. Son precisamente las direcciones particulares las que han aumentado en el último año, con 3,5 puntos porcentuales más (2,2 millones más de usuarios con e-mail) entre el tercer trimestre de 2006 y 2007.

% individuos (usuarios de Internet)	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM305	30,1	18,9	59,4
TRIM106	29,6	18,9	60,3
TRIM306	27,8	19,0	62,8
TRIM107	25,3	16,8	65,7
TRIM307	23,4	18,3	69,2

Miles de individuos	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM305	5.180	3.250	10.239
TRIM106	5.374	3.431	10.947
TRIM306	5.161	3.525	11.665
TRIM107	4.990	3.313	12.927
TRIM307	4.702	3.683	13.903

8.9. Administración Pública a través de Internet

XVII oleada
jul-sep 2007



Contacto con Administración Pública	% de individuos	Miles de individuos
TRIM305	16,6	6.138
TRIM106	16,9	6.285
TRIM306	17,9	6.646
TRIM107	18,3	6.855
TRIM307	19,3	7.240

En julio-septiembre de 2007 se ha alcanzado los 7.240.000 personas de 15 y más años que han contactado con la Administración Pública a través de Internet en alguna ocasión (para un trámite, una consulta...). Suman así cerca de 600.000 individuos más de los que lo habían hecho hasta el mismo periodo del año anterior. Más de un 19,3% de la población de 15 y más años ya ha contactado con la Administración Pública (General, Autonómica o Local) a través de Internet.

Entre usuarios de Internet en el último mes, este porcentaje es del 40,6%.

8.10. Consulta de información de la Administración

XVII oleada
jul-sep 2007

% de individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Impuestos	57,9	62,1	63,5	64,5	66,2
Becas, ayudas	35,5	42,5	42,0	44,7	47,7
Empleo público	35,8	40,9	35,7	34,8	34,3
Seguridad social	23,6	22,4	20,7	28,2	22,8
Servicios sanitarios	11,3	14,4	17,0	21,6	25,7
Matriculación	18,2	17,5	19,4	16,5	18,1
Documentos personales	9,8	9,0	9,6	13,2	11,9
Certificados de nacimientos	4,3	5,5	6,2	8,2	9,0
Cambio de domicilio	4,6	4,5	4,4	6,2	7,1
Bibliotecas públicas	17,8	19,4	16,9	20,1	15,7
Registro coches	4,9	5,4	5,8	6,0	6,2
Permiso construcción	4,5	3,5	4,8	3,6	5,1

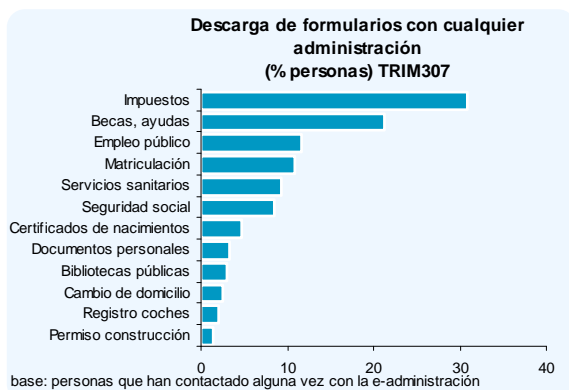


Un 66,2% de los que han contactado con la e-Administración han consultado información sobre impuestos, un 47,7% lo ha hecho para encontrar información sobre becas y ayudas, 34,3% sobre empleo público y un 25,7% y 22,8% han consultado información relacionada con servicios sanitarios y Seguridad Social respectivamente.

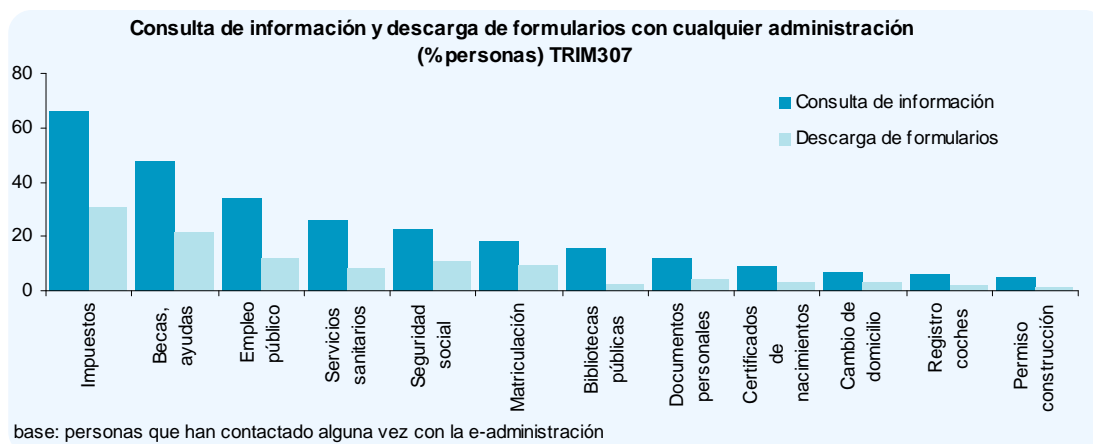
8.11. Descarga de formulario de la Administración

XVII oleada
jul-sep 2007

% de individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Impuestos	29,5	32,3	32,0	32,5	30,8
Becas, ayudas	12,7	16,5	16,3	17,9	21,3
Empleo público	10,9	13,3	11,6	11,9	11,7
Matriculación	7,8	9,4	9,9	8,9	10,8
Seguridad social	8,6	5,8	7,8	7,5	8,5
Servicios sanitarios	3,3	2,9	6,1	6,7	9,3
Certificados de nacimientos	1,4	3,0	3,8	4,2	4,7
Bibliotecas públicas	3,0	3,7	3,0	3,9	3,0
Documentos personales	1,7	3,2	2,7	2,5	3,3
Cambio de domicilio	1,8	1,9	2,0	2,3	2,5
Registro coches	1,3	1,0	2,6	2,3	2,0
Permiso construcción	1,3	1,4	1,8	1,1	1,4



Los formularios oficiales de las administraciones públicas más descargados son los referentes a impuestos, seguidos por los de becas/ayudas, y los de empleo público, con unos porcentajes de 30,8%, 21,3% y 11,7% sobre el total de internautas que han contactado con la e-Administración, respectivamente.

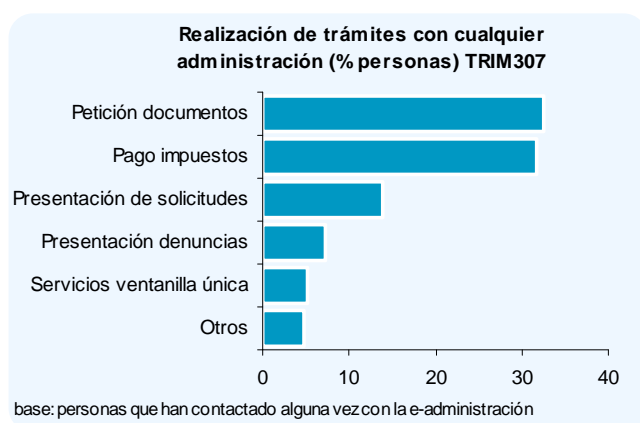


Aunque con niveles de descarga de formularios aún lejanos a los de consulta de información, se aprecia en general cierta proporcionalidad entre ambos, con mayores niveles de descarga en los servicios más consultados.

8.12. Realización de trámites con la Administración

XVII oleada
jul-sep 2007

% de individuos	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Petición documentos	24,5	29,0	26,9	31,5	32,5
Pago impuestos	26,6	26,9	30,5	30,7	31,8
Presentación de solicitudes	12,6	12,9	14,0	14,8	13,8
Presentación denuncias	5,5	7,0	7,7	9,2	7,3
Servicios ventanilla única	4,2	3,3	5,0	5,1	5,2
Otros	4,2	3,3	4,2	4,6	4,7



La solicitud de documentos oficiales y el pago de impuestos son los trámites llevados a cabo por Internet con mayor frecuencia. En ambos casos más del 30% de quienes han contactado con la *e-Administración* han realizado el trámite por esta vía, un 32,5% y 31,8% respectivamente.

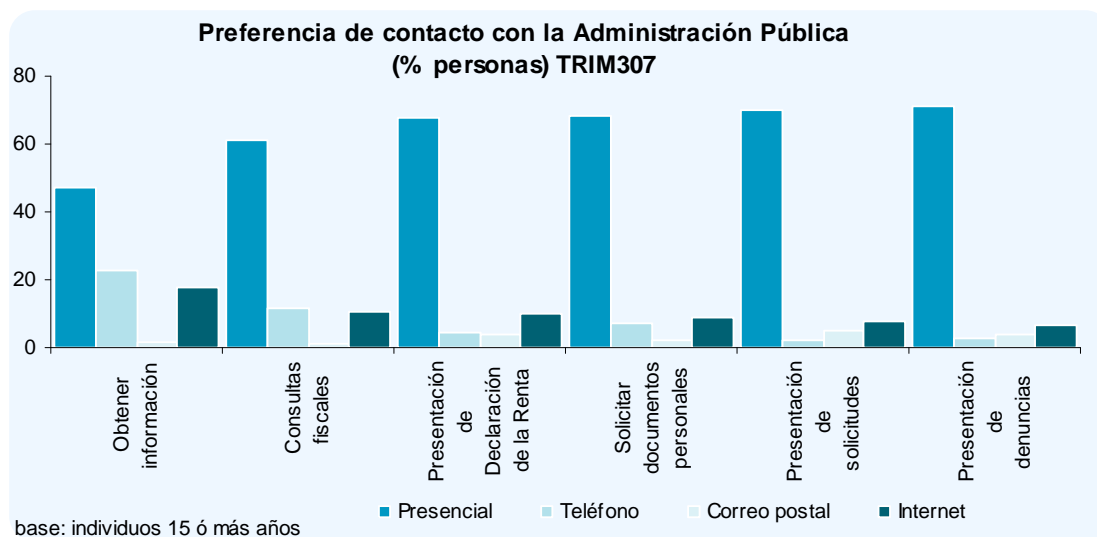
8.13. Preferencia de contacto con la Administración Pública

XVII oleada
jul-sep 2007

% de individuos	Tipo de contacto	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107	TRIM307
Obtener información	Presencial	50,2	48,2	47,4	46,3	47,1
	Teléfono	24,8	24,3	23,1	22,9	22,6
	Correo postal	2,9	2,0	2,0	2,0	1,7
	Internet	14,3	14,5	15,4	17,0	17,8
Presentación de Declaración de la Renta	Presencial	71,6	69,6	68,6	68,1	67,8
	Teléfono	3,5	3,5	3,8	3,4	4,3
	Correo postal	4,7	5,2	3,6	4,2	3,7
Consultas fiscales	Internet	7,6	7,5	8,4	9,4	10,1
	Presencial	65,1	64,5	62,6	62,0	61,1
	Teléfono	12,3	12,0	12,2	12,4	11,7
	Correo postal	1,6	1,5	1,2	1,2	1,3
Solicitar documentos personales	Internet	7,7	7,8	8,4	9,4	10,7
	Presencial	73,5	72,2	70,5	68,6	68,6
	Teléfono	7,7	7,1	6,6	7,8	7,0
	Correo postal	2,5	2,5	2,3	2,0	2,5
Presentación de solicitudes	Internet	5,6	5,7	6,4	7,6	8,8
	Presencial	74,0	72,4	70,9	70,1	70,2
	Teléfono	1,7	2,0	2,0	1,8	2,3
	Correo postal	5,3	5,6	4,6	5,5	4,9
Presentación de denuncias	Internet	5,3	5,8	6,3	7,0	7,7
	Presencial	74,8	73,5	72,2	71,0	71,2
	Teléfono	2,5	2,9	2,8	3,0	2,9
	Correo postal	4,6	4,4	3,8	4,4	3,8
	Internet	3,8	4,3	4,5	5,5	6,4

Si bien el contacto presencial sigue siendo preferido para relacionarse con la Administración Pública, no obstante se observa cómo el contacto de manera virtual a través de Internet experimenta un aumento continuo en las preferencias de contacto de los individuos.

En el tercer trimestre de 2007 el 17,8% del total individuos de 15 y más años manifiestan su preferencia por el contacto por Internet con la e-Administración para obtener información, más del 10% para la presentación de la declaración de la renta e igual porcentaje para consultas fiscales.



9. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

9.1. Alcance del estudio

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

Red.es realiza desde 2003 un estudio que analiza la demanda de servicios de telecomunicaciones y Sociedad de la Información en los hogares españoles. Ofrece indicadores sobre penetración de equipos, servicios y tecnologías, niveles de consumo y gasto medio y motivaciones de uso en las familias, en cinco ámbitos: telefonía fija, telefonía móvil, Internet, TV pago y equipamiento de dispositivos TIC.

Este análisis de la demanda del segmento residencial, permite 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 tanto en el ámbito residencial como empresarial.

9.2. Ficha técnica

Universos: Han sido actualizados para el año 2007, conforme al aumento de población en España, con los siguientes resultados: 15.991.763 hogares. Individuos de 15 y más años: 37,550 millones. Individuos de 10 y más años: 39,618 millones.

Nota: Los datos publicados en este informe hacen referencia a individuos de 15 y más años.

Muestra: 3.101 hogares y 6.774 individuos de 10 y más años entraron en tabulación de encuestas. 2.875 hogares reunieron los requisitos para entrar en tabulación de facturas.

Ámbito: Península, Baleares y Canarias

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

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

Trabajo de campo: El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa Taylor Nelson Sofres (TNS). La recogida de facturas, del período Octubre-Diciembre 2007, se ha dado por finalizada durante el mes de Febrero de 2008.

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 $\pm 1,79\%$ para hogares y de $\pm 1,22\%$ para individuos.