

# Las TIC en los hogares españoles

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



**L Oleada**  
**Octubre-Diciembre 2015**

Madrid, Junio de 2016

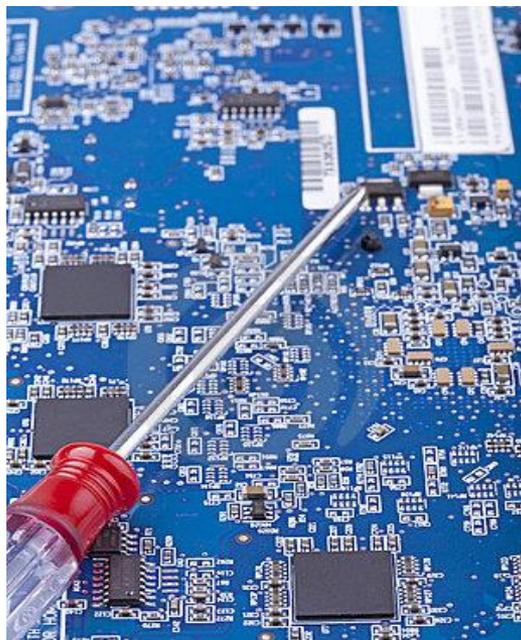
	diap.	
<b>1. <u>Equipamiento</u></b>	<b>4</b>	
<b>2. <u>Gasto</u></b>	<b>11</b>	
<b>3. <u>Conectividad</u></b>	<b>23</b>	
<b>4. <u>Comunicación</u></b>	<b>31</b>	
<b>5. <u>Información</u></b>	<b>38</b>	
<b>6. <u>Entretenimiento</u></b>	<b>43</b>	
<b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b>	<b>50</b>	
<b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>	<b>58</b>	
<b>9. <u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></b>	<b>62</b>	
<b>10. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>	<b>73</b>	



# NOTA:

- La información sobre gasto en servicios TIC se mide en cada oleada (en los cuatro trimestres del año).
- Los datos sobre penetraciones, usos de equipamiento, y servicios TIC se miden a través de cuestionarios en las oleadas impares (primer y tercer trimestre del año). Para el cuarto trimestre de 2015 no hubo recogida de información de cuestionario por lo que los datos referentes al mismo corresponden al tercer trimestre del año 2015.
- Por tanto en este informe los apartados que no hacen referencia al gasto recogen información del tercer trimestre de 2015, indicándose con la siguiente etiqueta al principio de esos capítulos:

49ª oleada  
Jul – Sep 2015



	diap.
<b>1. <u>Equipamiento</u></b>	<b>4</b>
<b>2. <u>Gasto</u></b>	<b>11</b>
<b>3. <u>Conectividad</u></b>	<b>23</b>
<b>4. <u>Comunicación</u></b>	<b>31</b>
<b>5. <u>Información</u></b>	<b>38</b>
<b>6. <u>Entretenimiento</u></b>	<b>43</b>
<b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b>	<b>50</b>
<b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>	<b>58</b>
<b>9. <u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></b>	<b>62</b>
<b>10. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>	<b>73</b>

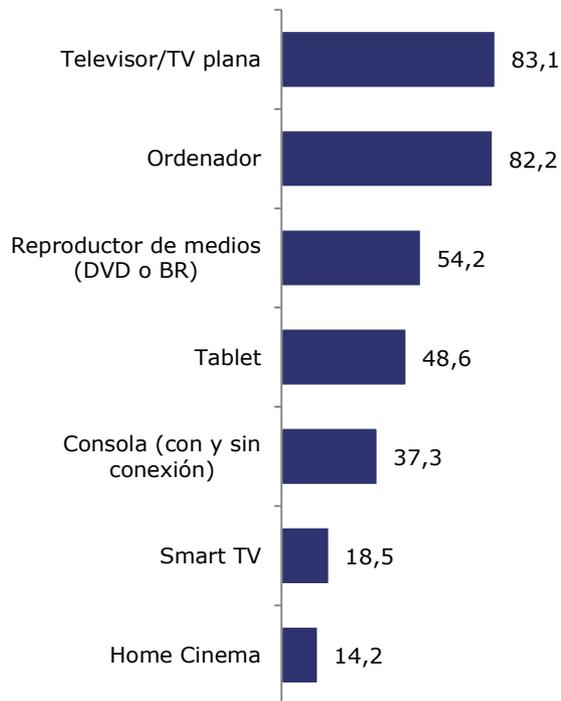
diap.

1

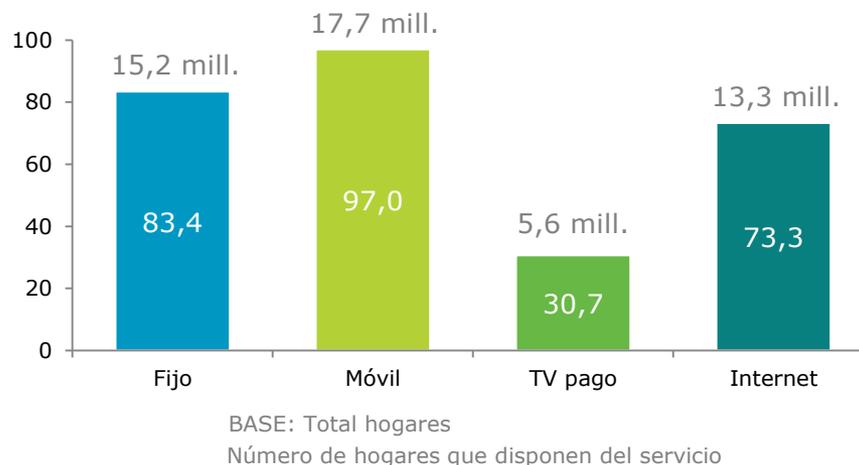


%

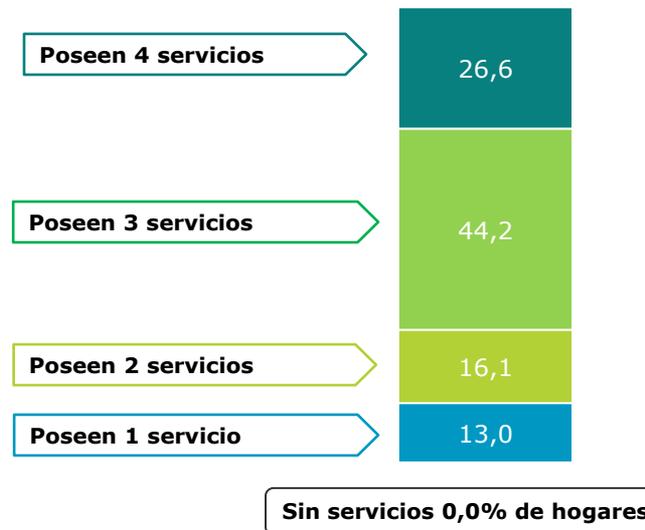
## Productos



## Servicios

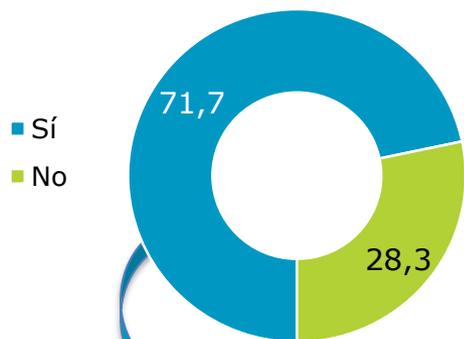


## Servicios por hogar



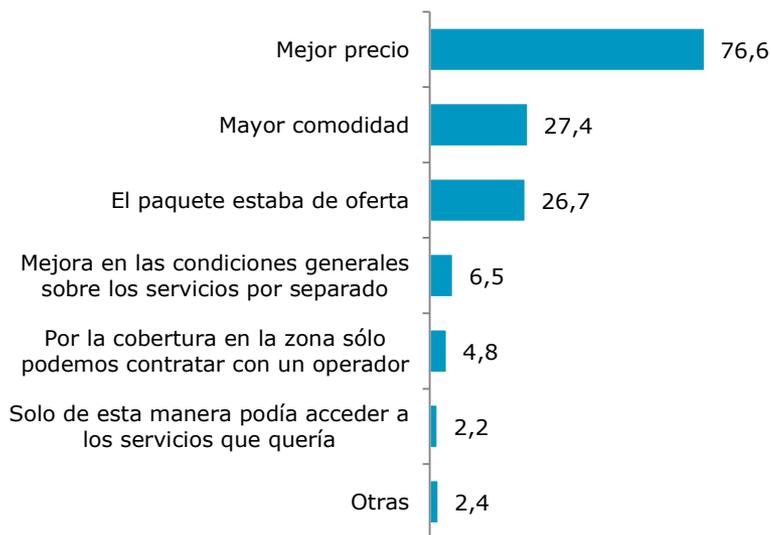
%

## ¿Contrata los servicios en forma de paquete?



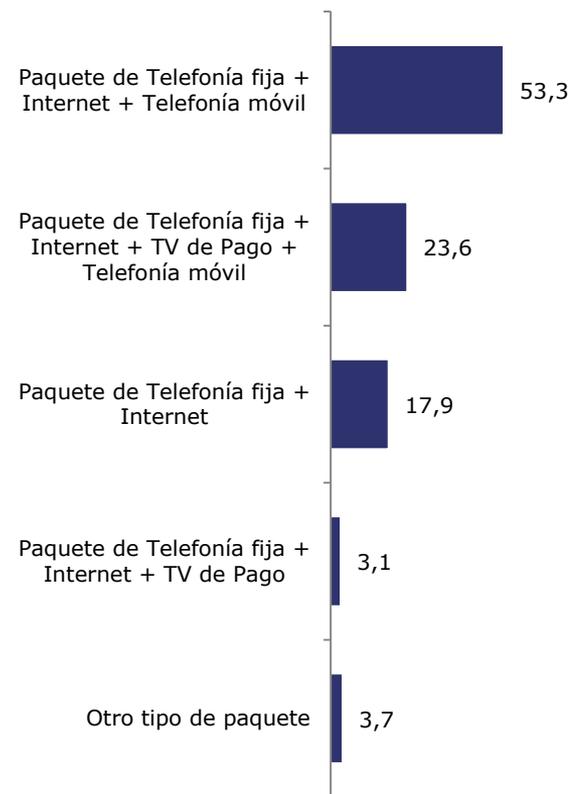
BASE: Total hogares

## ¿Por qué?



BASE: Hogares con paquete

## Paquetes más frecuentes



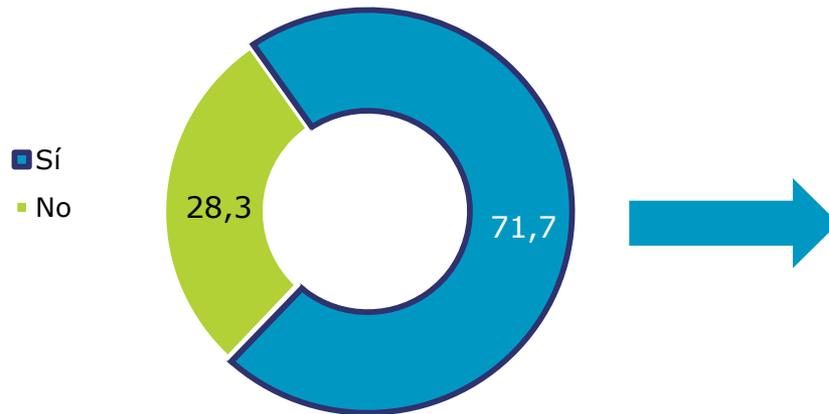
\* respuesta múltiple, en un mismo trimestre puede haber cambio en el tipo de paquete contratado

BASE: Hogares con paquete



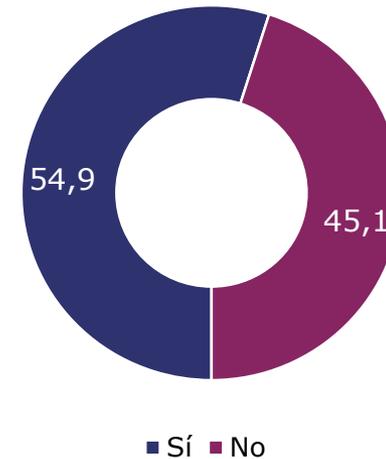
%

¿Contrata los servicios en forma de paquete?



BASE: Total hogares

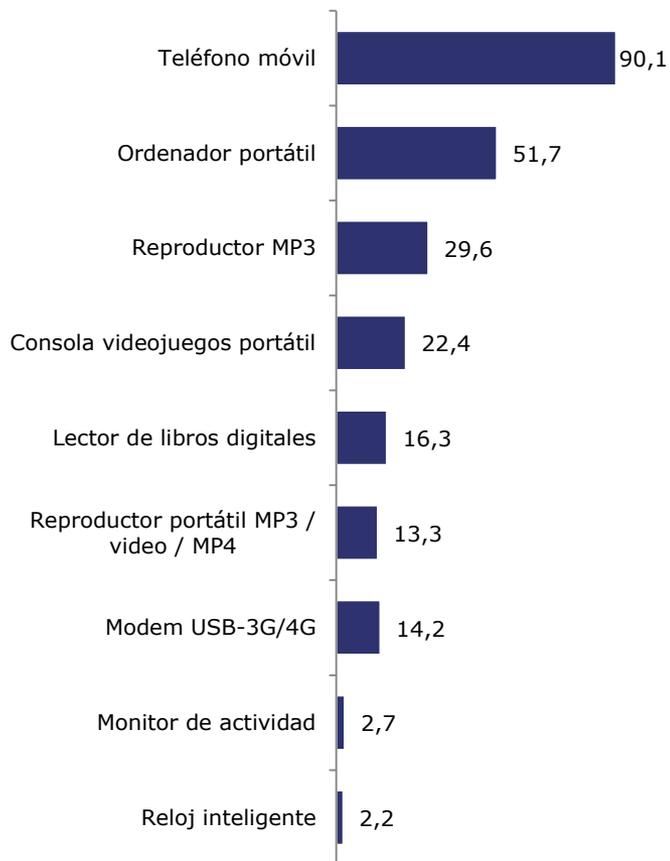
Líneas móviles contratadas en paquete



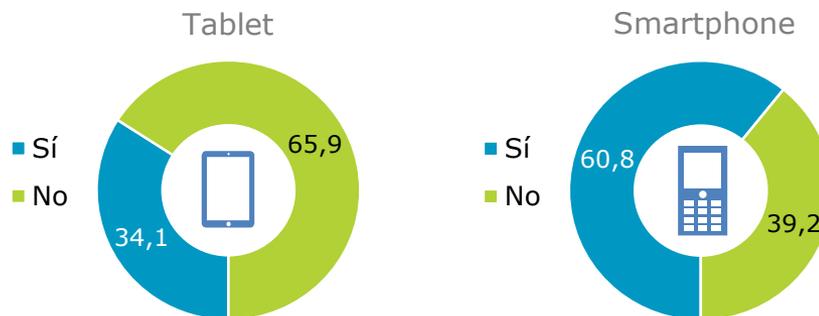
BASE: Hogares con paquete

%

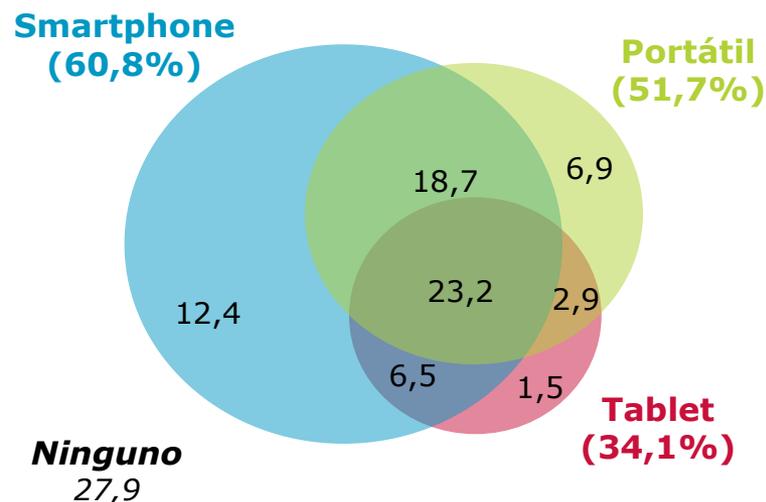
## Productos



## Penetración

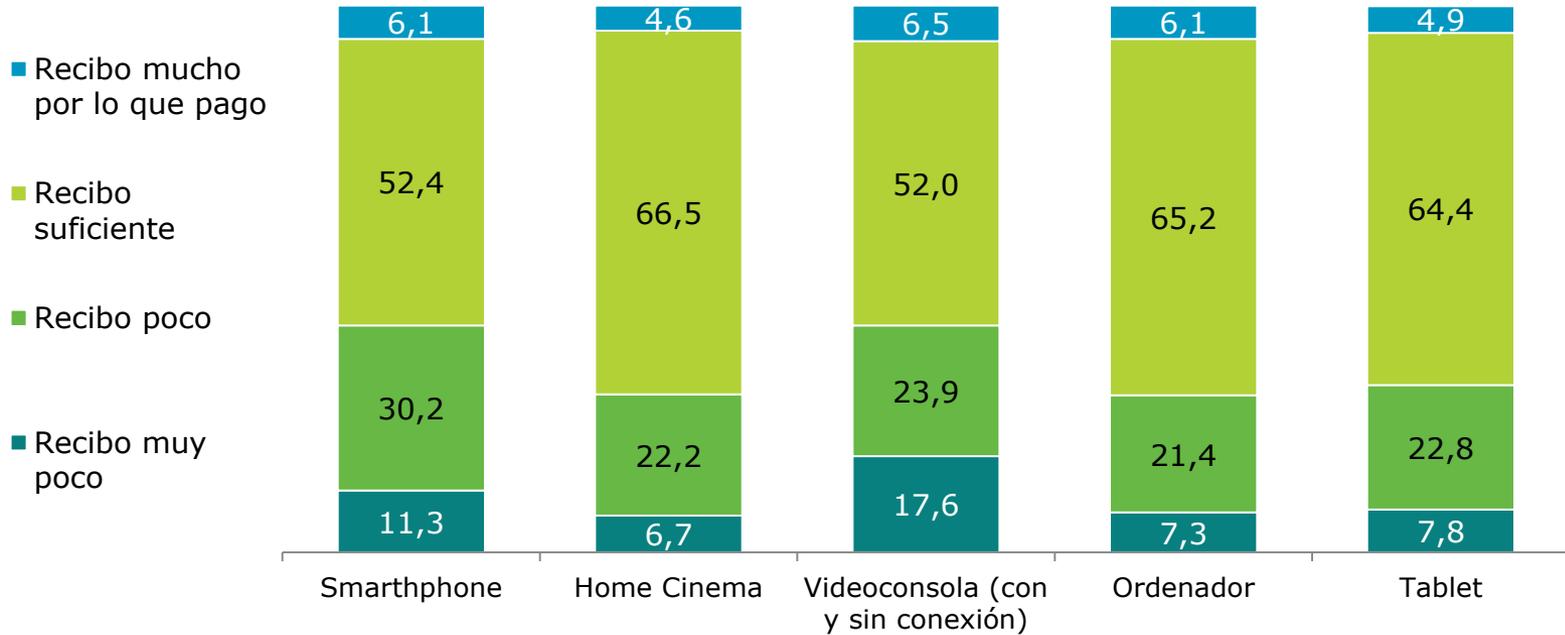
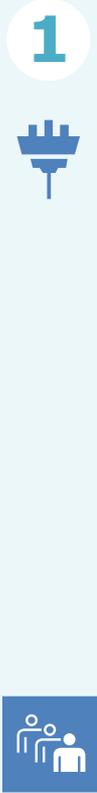


## Convivencia de dispositivos



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





## Contratación de servicios:

La tendencia en contratación de **servicios TIC** en el tercer trimestre de 2015 es a la **paquetización** de los servicios, practica realizada por un **71,7% de los hogares**. Entre las razones para dicha práctica, mejor precio, mayor comodidad y ofertas son las más relevantes.

El paquete más contratado por los hogares Españoles es **Telefonía Fija + Telefonía Móvil + Internet** (con un 53,3% de los mismos), seguido por el paquete con los cuatro servicios (23,6%), y el de fija e Internet (17,9%).

La distribución de servicios TIC adquiere mayor peso en los escalones con tres y cuatro servicios contratados, con un 44% de hogares que disponen de 3 servicios.

La disponibilidad de estos servicios en el hogar es: Móvil (97,0%), Fijo (83,4%), Internet (73,3%) y TV de pago (30,7%).

## Equipamiento:

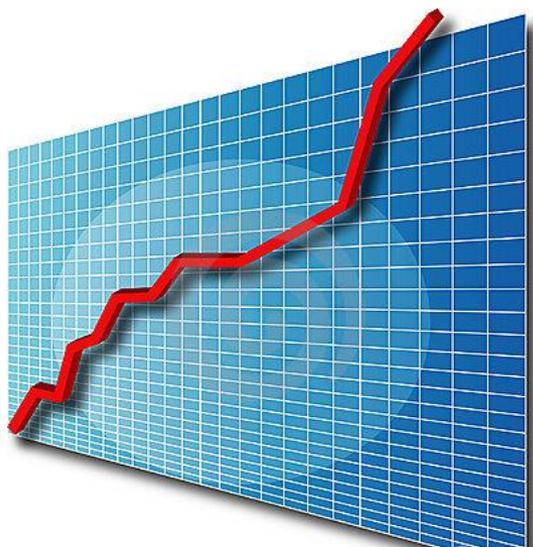
Se observa que prácticamente todos los hogares disponen de al menos un televisor (83,1%) y en menor medida, un ordenador (82,2%), uno de cada dos hogares tienen tabletas o reproductores de medios, y en uno de cada tres, consolas de videojuegos.

De la misma manera si atendemos al equipamiento por individuos nueve de cada diez disponen de teléfono móvil, también destacar que más del 50% de los individuos dispone de ordenador portátil.

Prácticamente dos tercios (60,8%) de los individuos disponen de smartphone, proporción que se invierte si hablamos de tabletas bajando a un tercio de la misma (34,1%).

Si atendemos a la convivencia de estos dispositivos podemos ver que es muy frecuente que los usuarios que tienen un smartphone disponen además de un portátil y una buena parte de estos, también una tableta.

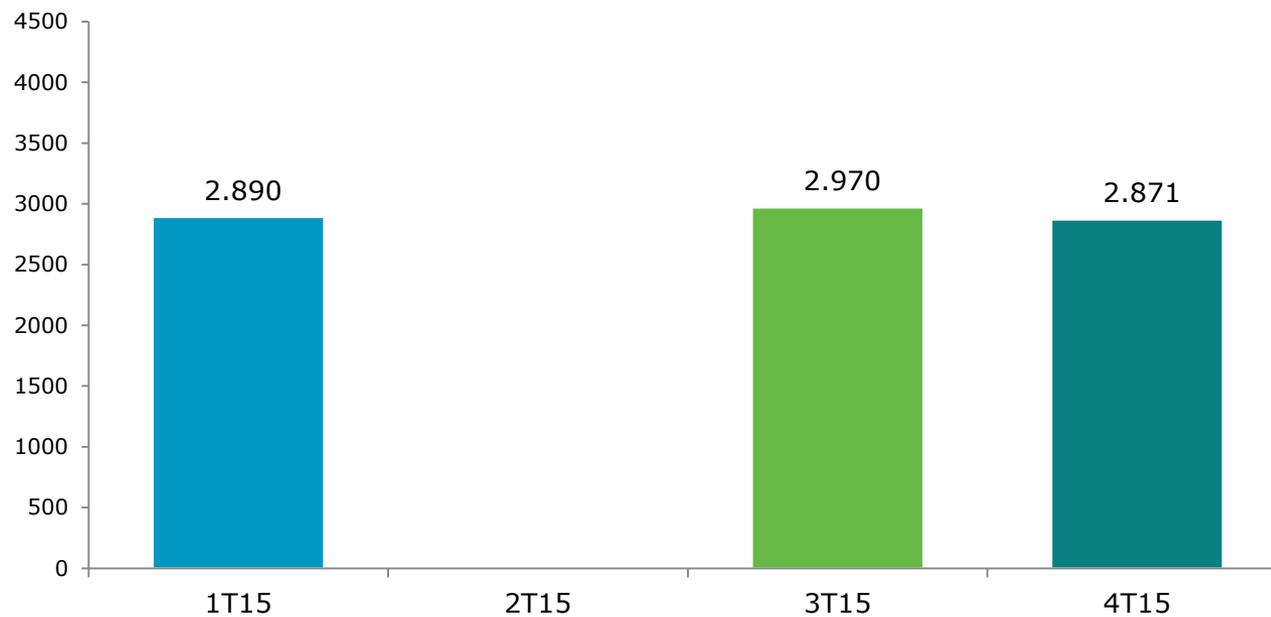




	diap.
1. <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>	4
2. <a href="#"><u>Gasto</u></a>	11
3. <a href="#"><u>Conectividad</u></a>	23
4. <a href="#"><u>Comunicación</u></a>	31
5. <a href="#"><u>Información</u></a>	38
6. <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>	43
7. <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a>	50
8. <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>	58
9. <a href="#"><u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></a>	62
10. <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>	73



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



\* Datos en millones de Euros / Trimestre

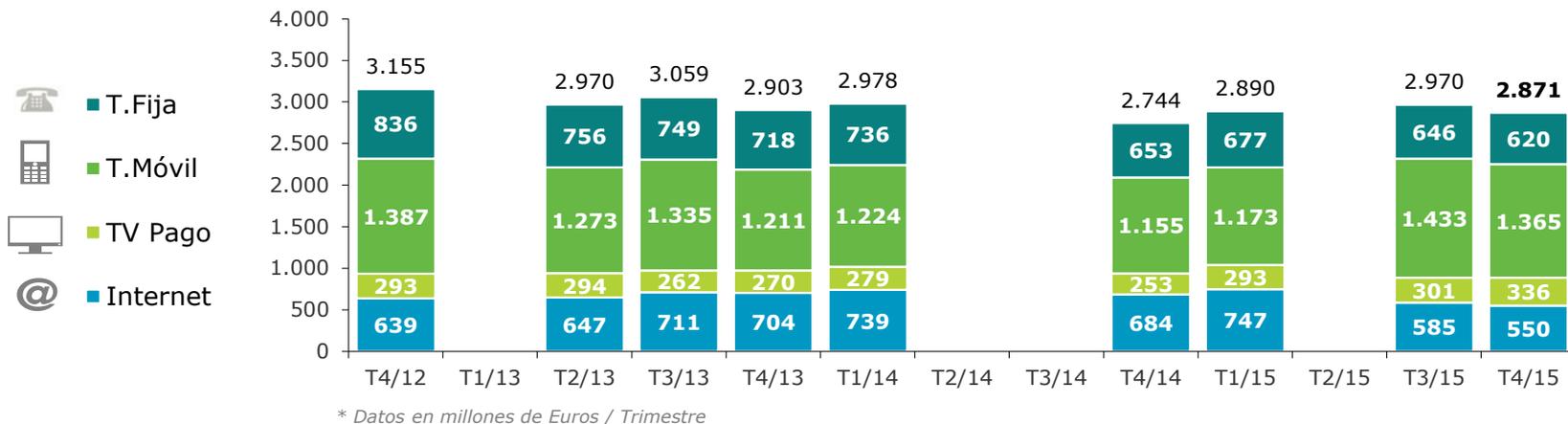


# Gasto total nacional | por mercado

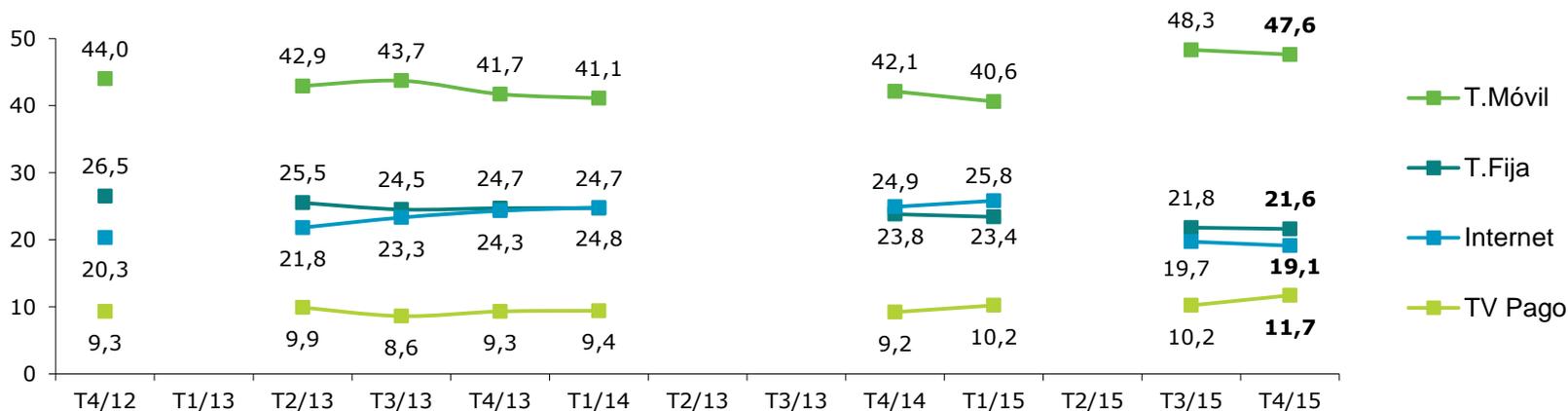
2



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



## Porcentaje de gasto TIC por servicio

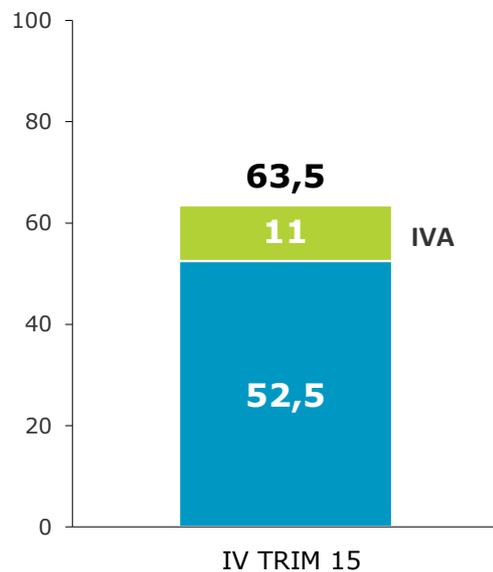


# Gasto medio por hogar

2

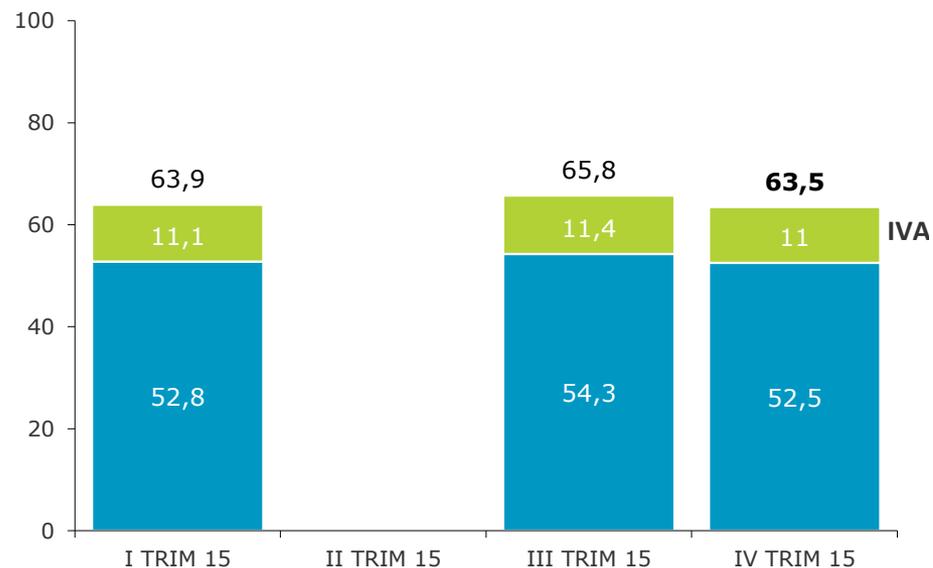


**Gasto medio por hogar (€)**  
(IVA Incluido)



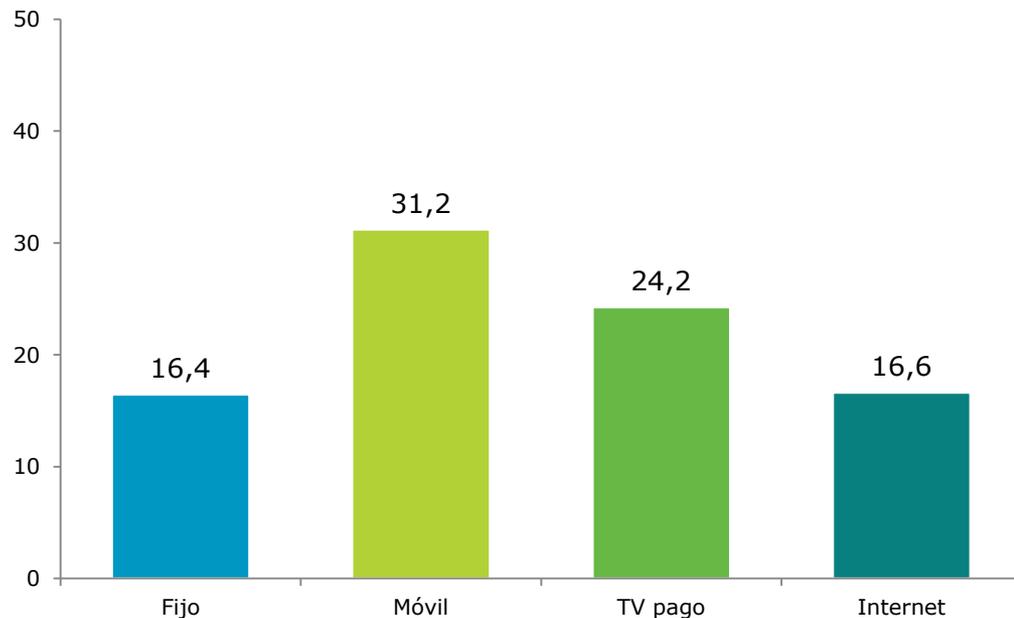
\* Datos en Euros / Mes

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



## Gasto medio por hogar (IVA incluido)

\* Datos en Euros / Mensuales

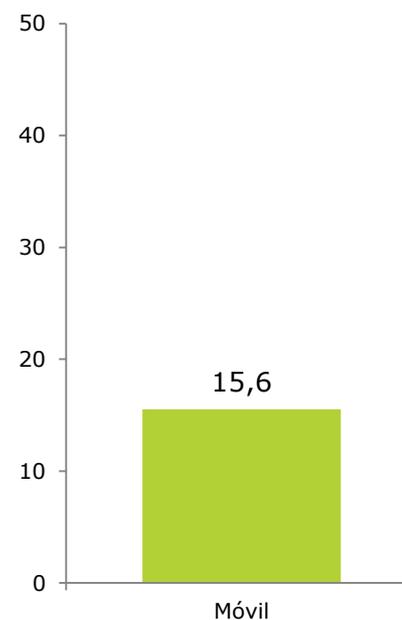


IV TRIM 15

BASE: Hogares que disponen de cada servicio

## Gasto medio por individuo (IVA incluido)

\* Datos en Euros / Mensuales



IV TRIM 15

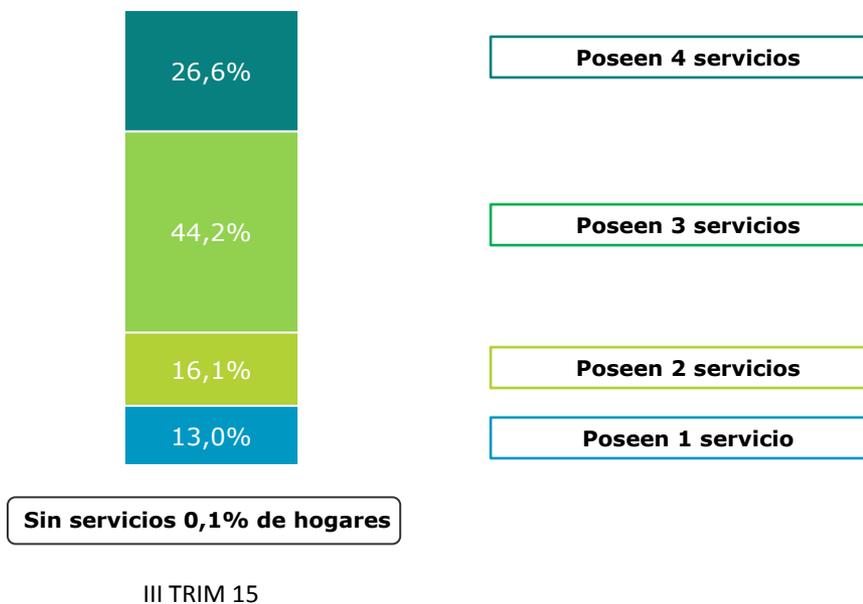
BASE: Individuos de 15 o más años  
que disponen de teléfono móvil

2

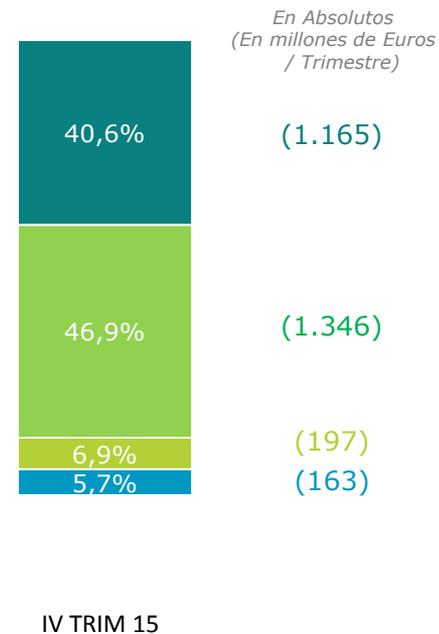




**% de hogares por número de servicios**



**% de gasto por número de servicios (IVA excluido)**





## Distribución de la contratación de servicios y gasto promedio (Excluido IVA)

49ª oleada  
Jul – Sep 2015

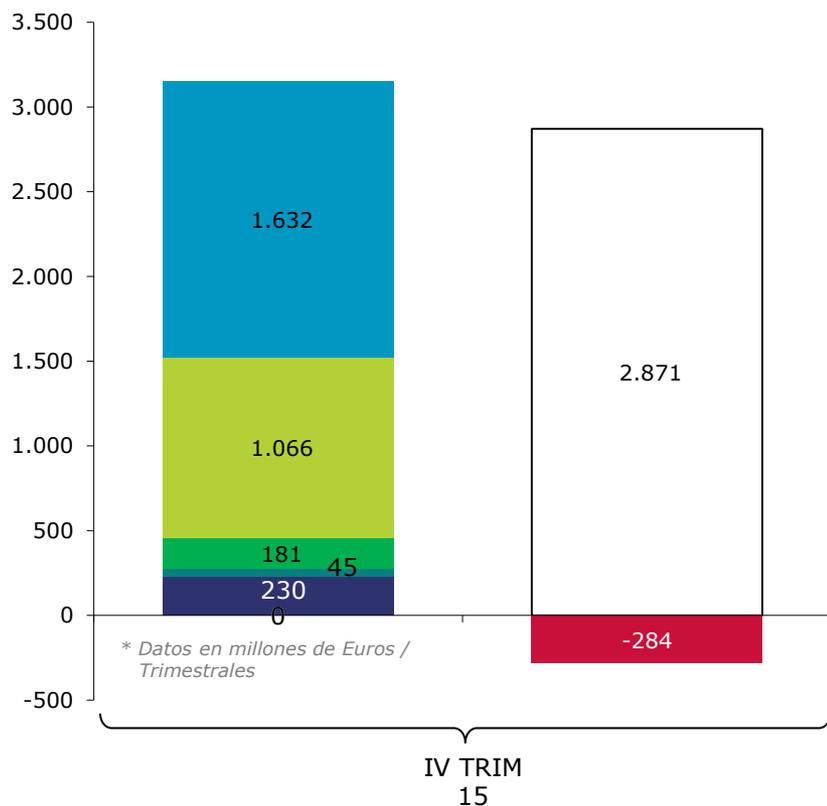
	Nº de Servicios				Total
	1	2	3	4	
% de hogares por número de servicios	13,0%	16,1%	44,2%	26,6%	
Incluye Fijo	14,4%	72,9%	99,7%	100%	83,7%
Incluye Internet	0,0%	11,4%	97,6%	100%	73,6%
Incluye TV	1,9%	19,3%	3,0%	100%	30,8%
Incluye Móvil	83,7%	96,4%	99,8%	100%	97,0%
% Empaquetado (total o parcialmente)	0,0 %	10,3 %	98,7 %	100 %	71,7%
Gasto medio empaquetado	-	22,9€	55,6€	80,1€	63,9€
Gasto medio no empaquetado	22,9€	22,3€	59,9€	-	23,3€
Gasto medio por hogar (con o sin paquete)	22,9€	22,4€	55,7€	80,1€	52,5€

\* Datos en Euros / Mensuales





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

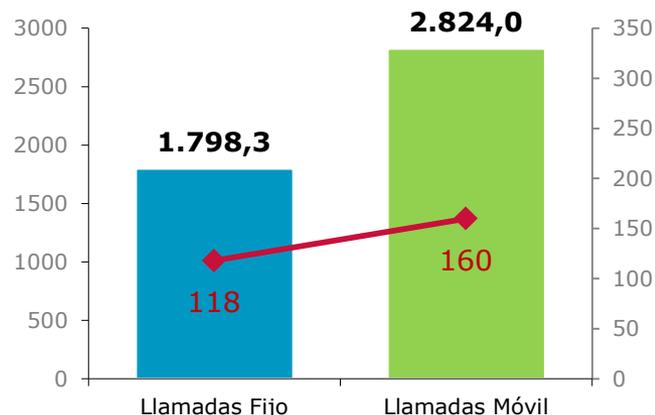


- Cuotas de Paquete
- Otras cuotas mensuales
- Otros conceptos
- Consumos fijo
- Consumos móvil
- Consumos TV
- Descuentos



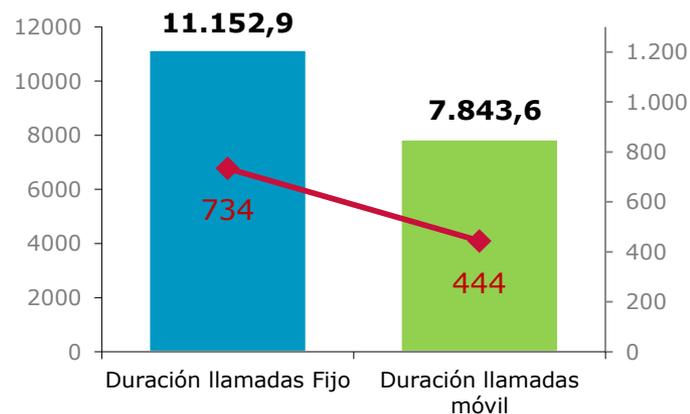


## Número de llamadas



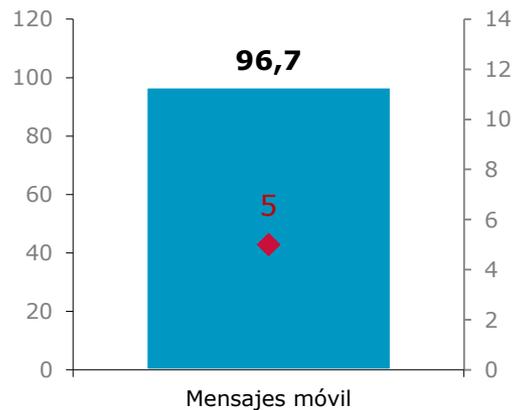
Nacional: Millones de llamadas / Trimestre  
 Hogar: Llamadas / Trimestre  
 BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

## Duración de llamadas



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

## Consumo SMS



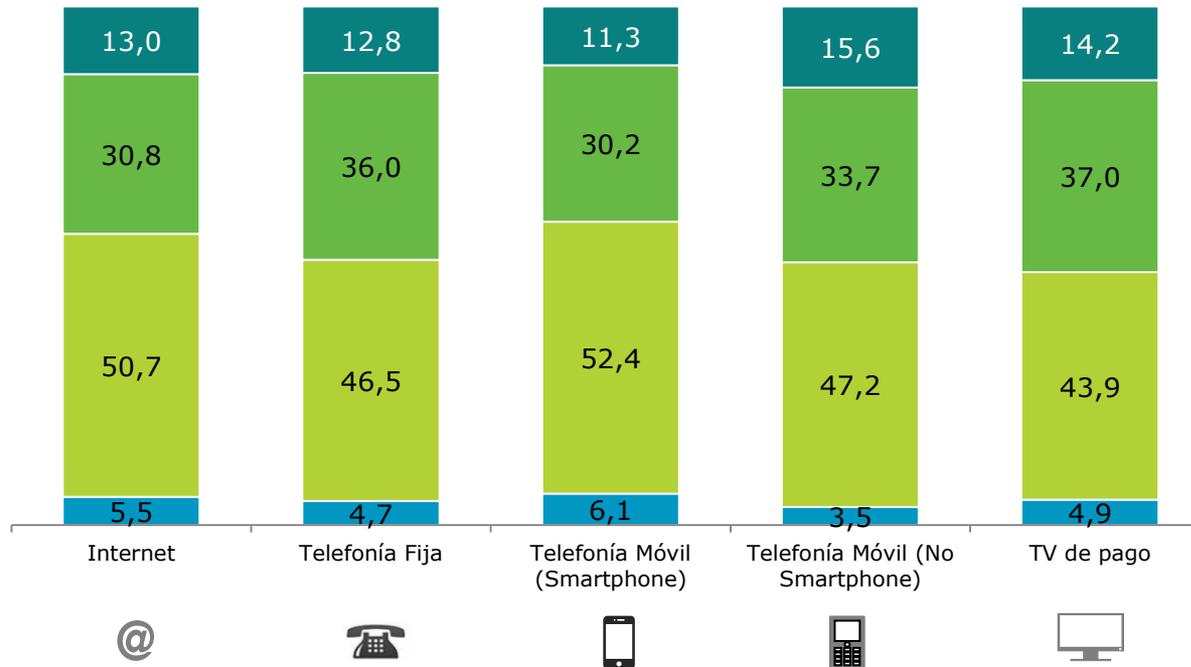
Nacional: Millones de mensajes / Trimestre  
 Hogar: Mensajes / Trimestre

BASE: Total hogares con móvil

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



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



## Evolución del gasto:

En el cuarto trimestre de 2015, el gasto total nacional en servicios TIC se situó en **2.871 millones de euros**, con un incremento interanual del 4,6%.

La mayor parte del gasto (47,6%) corresponde a la **telefonía móvil** con un gasto total de **1.365 millones de euros**, la **telefonía fija** acumula **620 millones de euros** (21,6%); el servicio de **Internet** alcanza los **550 millones de euros** (19,1%) y finalmente la **televisión de pago** obtiene los **336 millones de euros** restantes (11,7%).

El gasto medio por hogar en el cuarto trimestre de 2015 en servicios de telecomunicaciones es de 63,5€ al mes (IVA incluido), con un incremento de 2,5€ respecto al mismo trimestre del año anterior. Por servicios tecnológicos, el gasto medio mensual por hogar en telefonía fija es de 16,4€, el de telefonía móvil casi se duplica, siendo de 31,2€, el de televisión de pago es de 24,2€ y finalmente el de Internet se sitúa en los 16,6€. En el caso de la telefonía móvil, considerando el gasto medio mensual por usuario de este dispositivo es de 15,6€.

## Distribución de servicios por hogar:

49ª oleada  
Jul – Sep 2015

Los datos del tercer trimestre de 2015 muestran que el 44,2% de los hogares españoles disponen de 3 servicios contratados, que consiste generalmente en el trio con los servicios fijo, Internet y móvil. Otro porcentaje importante de hogares, un 26,6%, tiene los cuatro servicios TIC contratados en un paquete.

En cuanto a la distribución del gasto total en servicios TIC en el cuarto trimestre de 2015, los hogares con 1 y 2 servicios TIC suman el 12,6% del gasto total, los que disponen de 3 servicios acumulan el 46,9% y aquellos que tienen contratados los cuatro servicios TIC contabilizan el gasto restante, el 40,6% del gasto total.



## Paquetes:

Tal y como se observa en el cuarto trimestre de 2015, la tendencia a empaquetar aumenta respecto al trimestre anterior. Aun así, sigue siendo baja si se contratan dos servicios TIC (10,3% de los hogares), mientras que si contratan 3 el porcentaje de aquellos que empaquetan alcanza el 98,7% de este tipo de hogares. Todos los hogares con 4 servicios TIC los tienen contratados en un único paquete.

De esta manera se recoge que **el 71,7% de los hogares españoles el último trimestre de 2015 dispone de algún tipo de paquete** (generalmente entre 3 y 4 servicios), con un gasto medio de 52,5€ en servicios empaquetados por hogar y mes (IVA excluido).

## Análisis del consumo:

Los datos correspondientes al cuarto trimestre de 2015 reflejan que **gran parte del gasto total en servicios TIC corresponde a** las distintas cuotas, bien sea **cuotas de paquetes** (1.632 millones de euros) u **otras cuotas mensuales** (1.066 millones de euros). Le siguen las categorías de gasto en consumos móviles (230 millones de euros) y en otros conceptos como la compra del terminal o el seguro del mismo (181 millones de euros). Por último, destaca la existencia de un importante volumen de descuentos sobre el gasto total de 284 millones de euros.

Continúan realizándose mayor número de llamadas desde el dispositivo móvil que desde el teléfono fijo, aunque la duración de las mismas es considerablemente menor, 444 minutos al trimestre en telefonía móvil frente a 734 minutos en telefonía fija.

## Relación utilidad precio de los distintos servicios TIC:

**49ª oleada**  
**Jul – Sep 2015** Si bien la relación utilidad vs. precio entre los distintos servicios TIC es bastante similar, se observa que la **telefonía móvil (con el smartphone)** es uno de los **mejor valorados**, mostrando mejores puntuaciones que la telefonía móvil con un terminal tradicional.





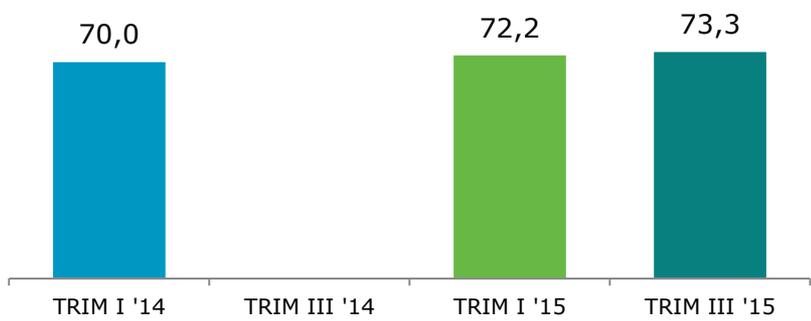
diap.

1. <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>	4
2. <a href="#"><u>Gasto</u></a>	11
3. <a href="#"><u>Conectividad</u></a>	23
4. <a href="#"><u>Comunicación</u></a>	31
5. <a href="#"><u>Información</u></a>	38
6. <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>	43
7. <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a>	50
8. <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>	58
9. <a href="#"><u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></a>	62
10. <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>	73

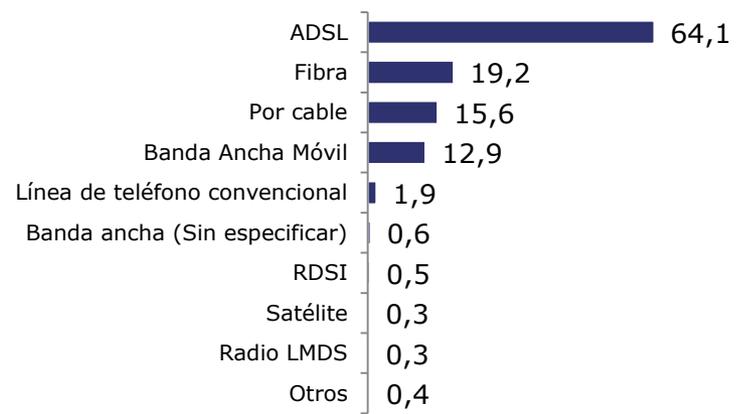


%

## Penetración de Internet

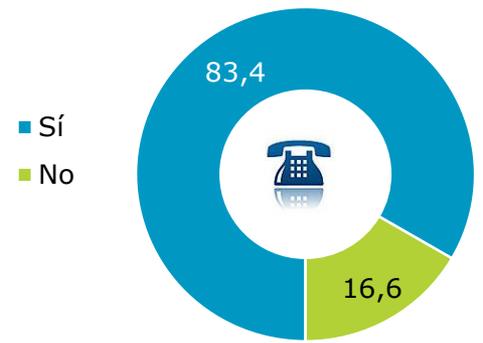


## Tipo de conexión

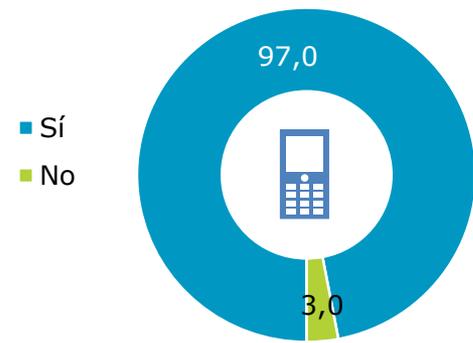


BASE: Total hogares con conexión a Internet

## Penetración Fijo



## Penetración Móvil

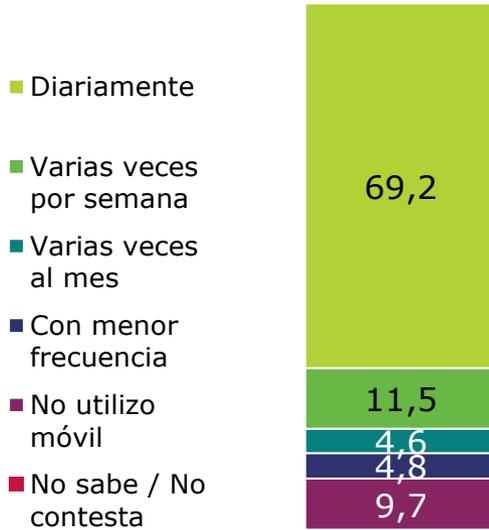


3



%

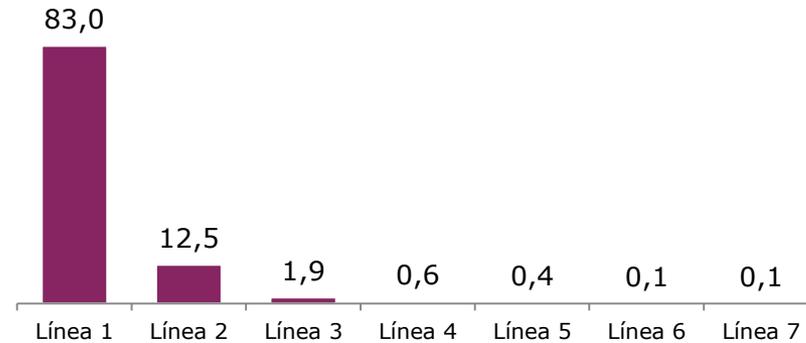
## Frecuencia Uso Móvil



## Usuarios Móvil

35.410.083 (90,1%)

## Nº líneas contratadas



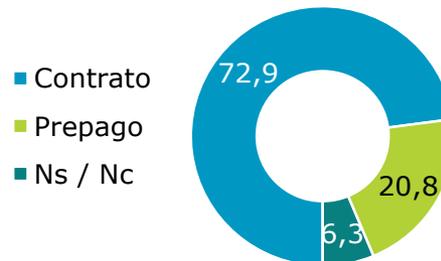
BASE: Usuarios de móvil

## Uso Internet móvil



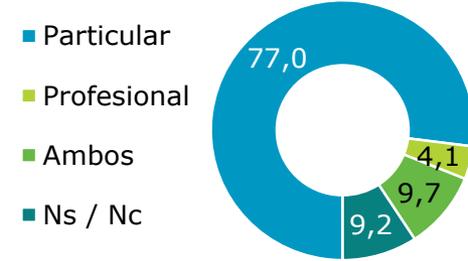
BASE: Individuos de 15 años o más

## Modalidad contratación (líneas)



BASE: Total líneas

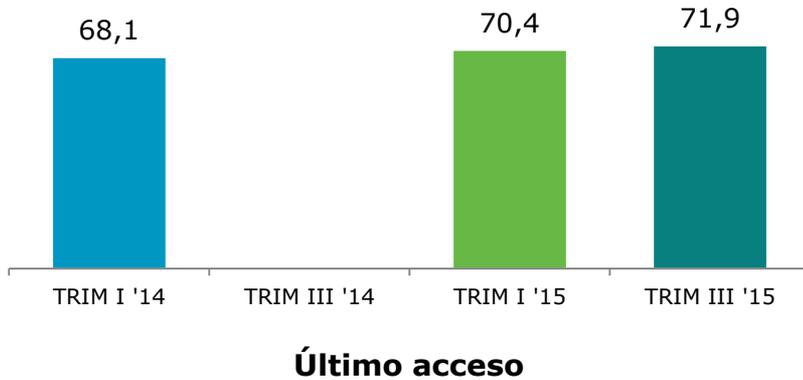
## Uso (líneas)



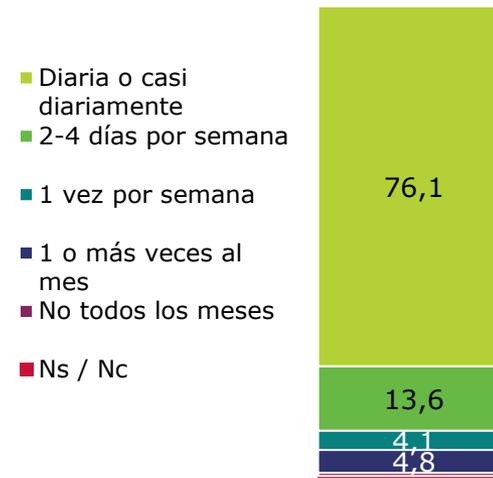
BASE: Total líneas

%

## Penetración de uso de Internet (Último mes)

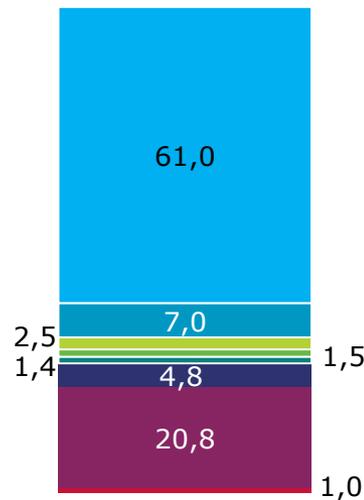


## Frecuencia de uso (Último trimestre)



BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

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



## Manejo y uso de Internet

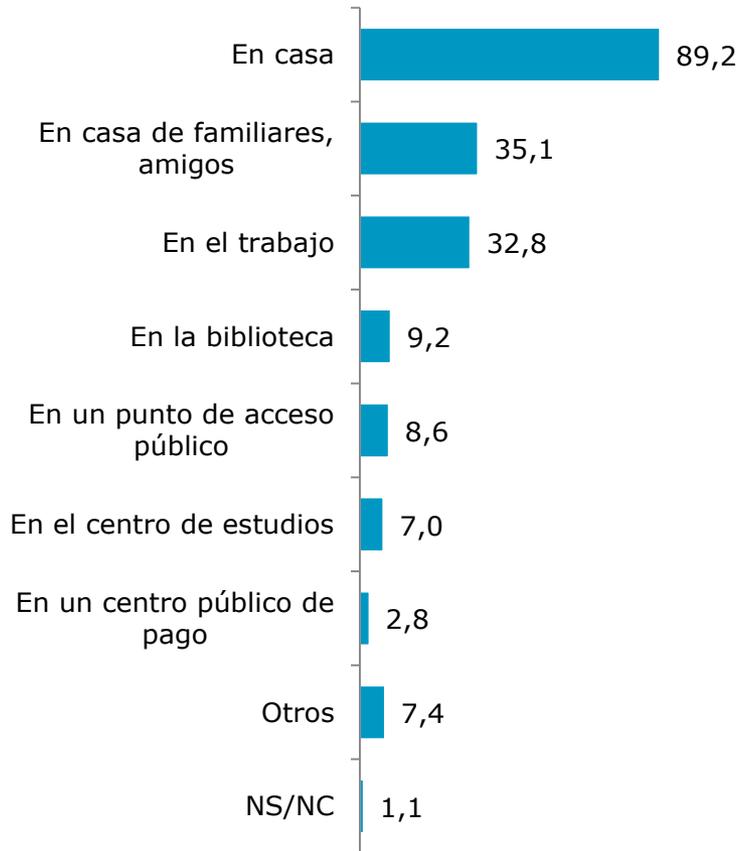


BASE: Usuarios de Internet

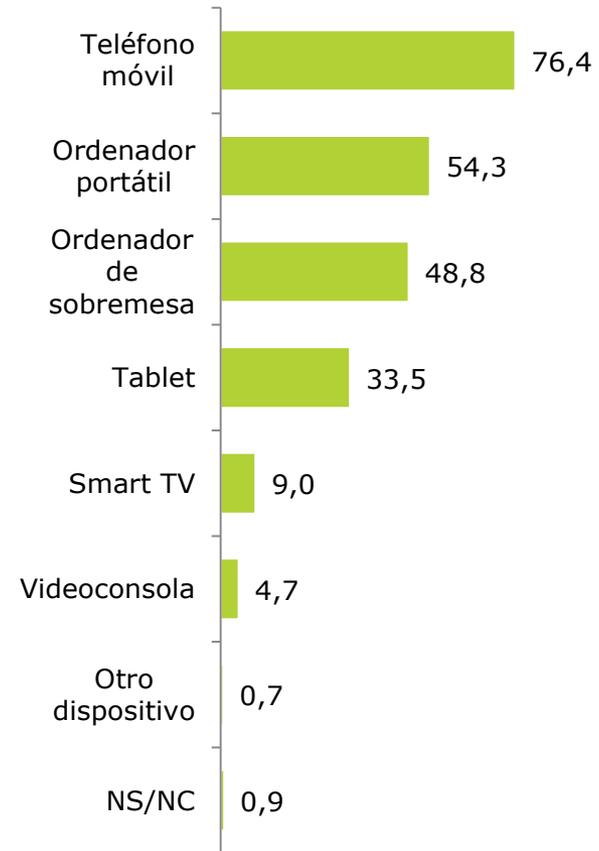


%

## Lugares de acceso



## Dispositivos de acceso



3

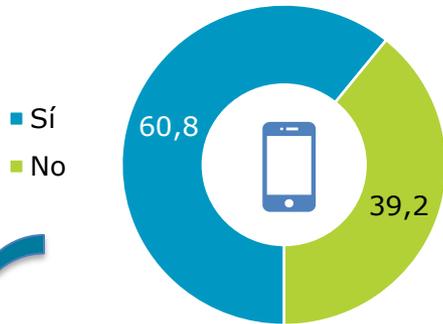


%

3

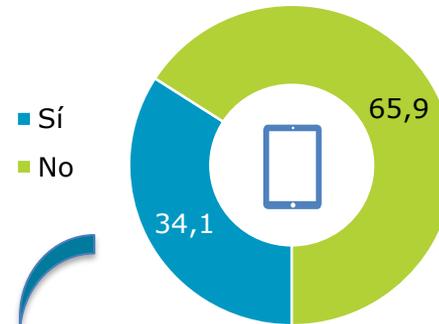


## Penetración de uso smartphone



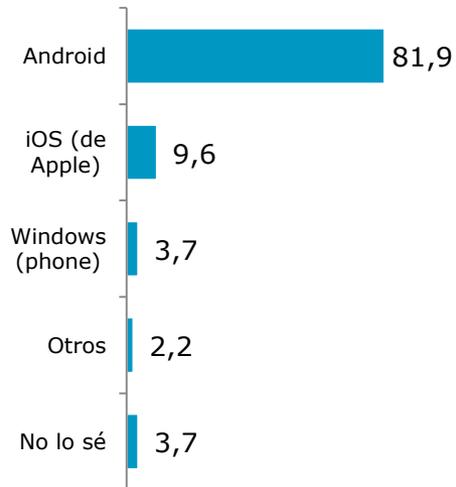
BASE: Individuos de 15 años o más

## Penetración de uso Tablet



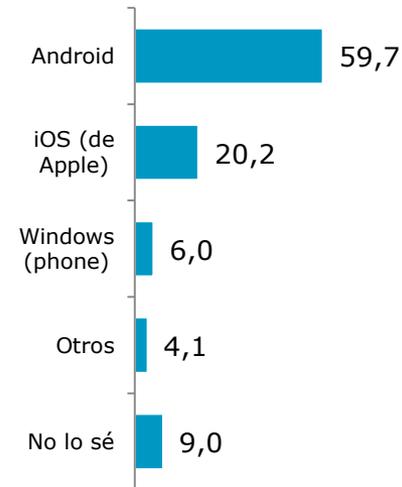
BASE: Individuos de 15 años o más

## Sistema operativo smartphone



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

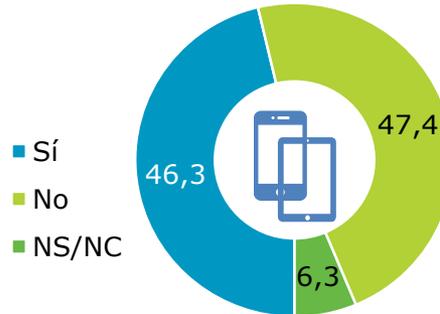
## Sistema operativo Tablet



BASE: Individuos de 15 años o más con Tablet

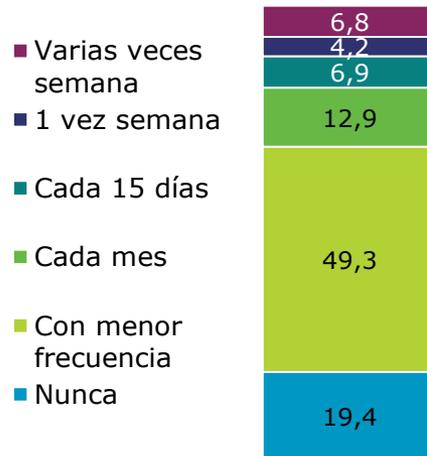
%

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



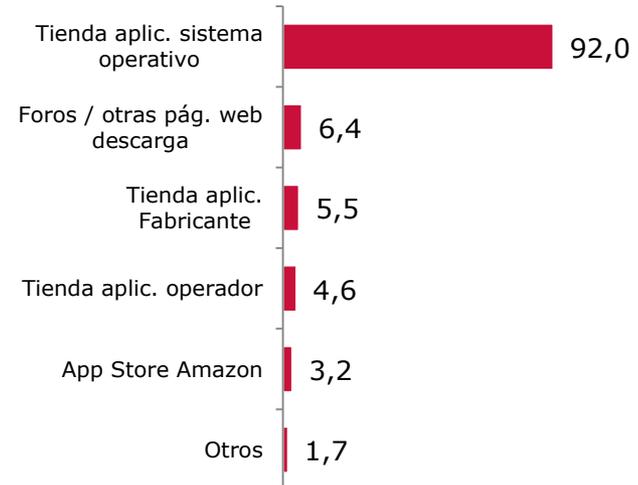
BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

## Frecuencia de descarga



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

## Tienda de descarga



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



## Formas de conectarse:

Tanto las líneas de **teléfono fijo** (83,4%) como las de **móvil** (97%), en el hogar, tienen índices de penetración muy altos, con la segunda llegando prácticamente a la totalidad de los hogares.

La mayoría de las personas (casi un 70%) hace **uso diario** del móvil, es un uso a nivel particular frente a la modalidad de contrato.

La penetración de **Internet** continua aumentando lentamente, siendo la conexión vía ADSL lo más habitual (64,1%) aunque otras tecnologías como la fibra, el cable o la BA móvil alcanzan ya porcentajes del 19,2%, el 15,6% y el 12,9% respectivamente.

Generalmente se utiliza Internet de forma muy regular, prácticamente un 90% de los internautas de los últimos tres meses lo utiliza varias veces a la semana (más de un 75% lo hace a diario).

Los **lugares de acceso** a Internet más frecuentes suele ser en **hogares**, ya sea el propio (89,2%) o el de amigos o familiares (35,1%), el **trabajo** (32,8%), y en menor medida se accede desde centros públicos, bibliotecas o sitios de acceso público.

Los **dispositivos preferidos** para ello son mayoritariamente el teléfono **móvil** (76,4%), seguido por los **ordenadores**, sean portátiles o de sobremesa (en torno al 50%), **y las tabletas** (33,5%). Otros dispositivos como las Smart TV y las videoconsolas son también utilizados para ello, aunque con menor frecuencia (entre el 5% y el 10%)

## smartphones y tabletas

Seis de cada diez personas de 15 años y más disponen de **smartphone**, proporción que se reduce si hablamos de **tabletas** bajando a un tercio de la misma (34,1%). La mayoría de los **smartphones**, tienen sistema operativo **Android** (más de un 80%) seguido de por iOS (casi un 10%) y Windows Phone (casi un 4%). En el ámbito de las **tabletas**, los dispositivos con iOS son un 20% mientras que los de **Android** son el 60%.

Prácticamente la mitad de usuarios de smartphone y/o Tablet han descargado aplicaciones, la mayoría (el 92%) lo hace desde la tienda de aplicaciones oficial del sistema operativo.



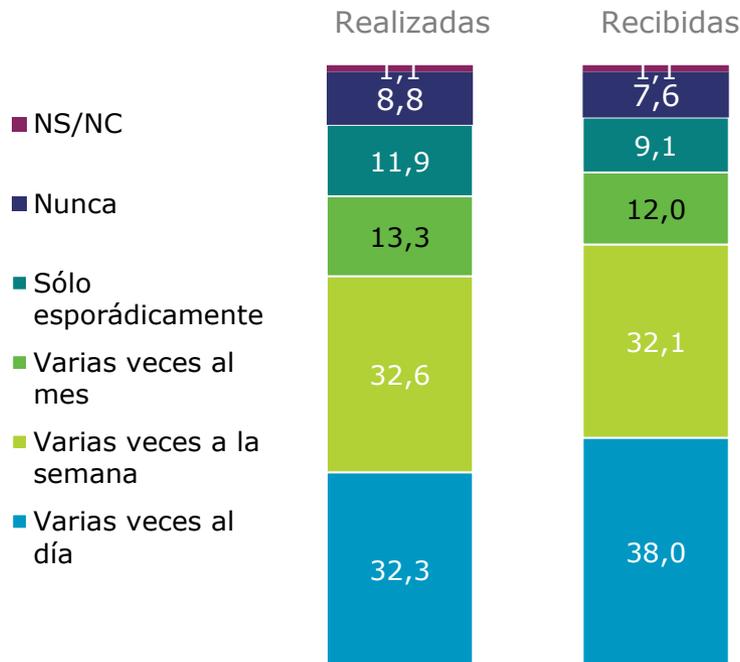


	diap.
1. <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>	4
2. <a href="#"><u>Gasto</u></a>	11
3. <a href="#"><u>Conectividad</u></a>	23
4. <a href="#"><u>Comunicación</u></a>	31
5. <a href="#"><u>Información</u></a>	38
6. <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>	43
7. <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a>	50
8. <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>	58
9. <a href="#"><u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></a>	62
10. <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>	73

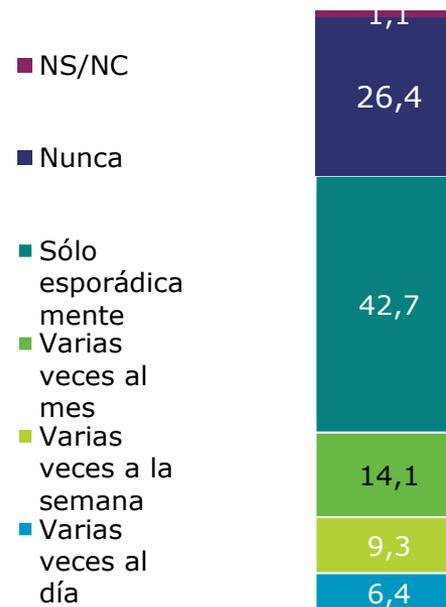


%

## Llamadas de voz móvil



## Mensajes de SMS



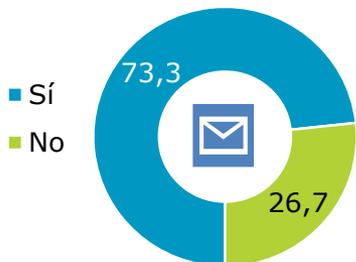
4



%

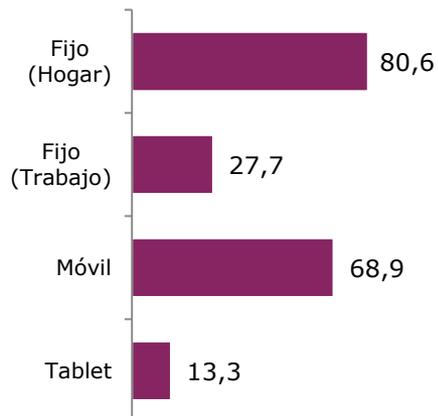
## Correo electrónico (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

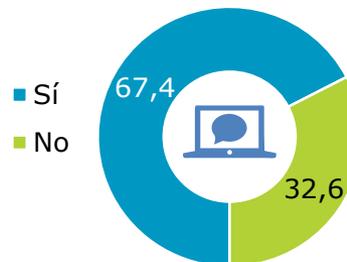
Tipo de Internet



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

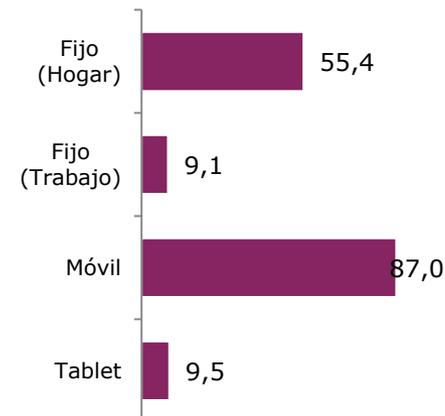
## Mensajería instantánea (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

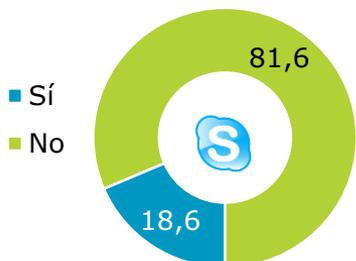
Tipo de Internet



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

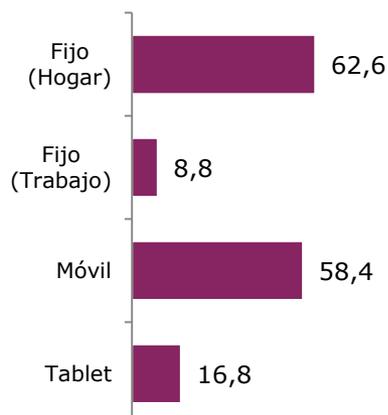
## Llamadas Skype (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

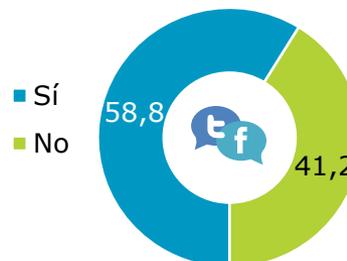
Tipo de Internet



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

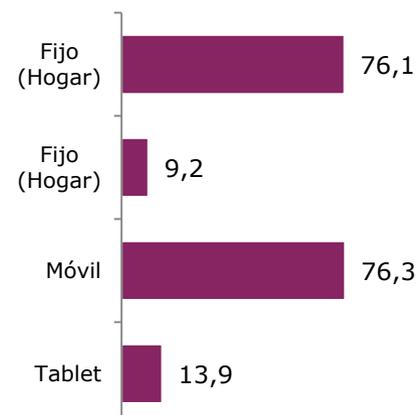
## Redes sociales (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet

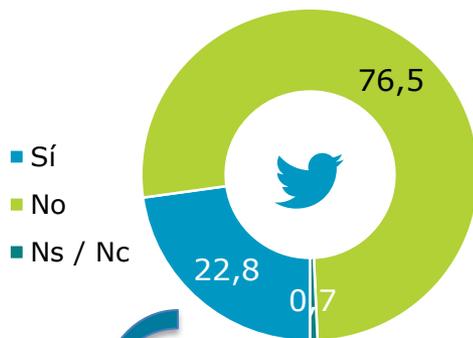


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio



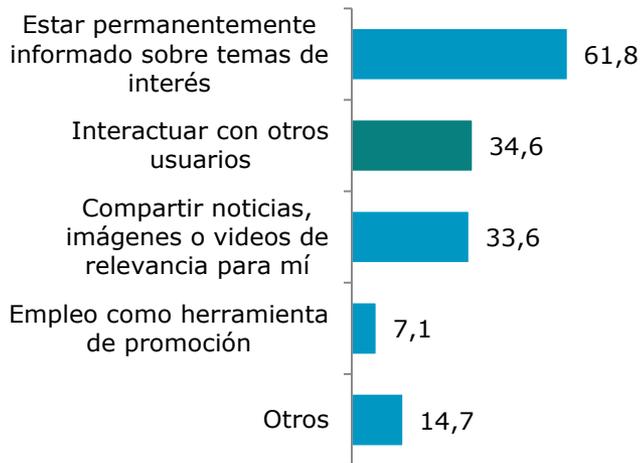
%

## Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

## Usos del microblogging



BASE: Usuarios de 15 años o más que usan microblogging



# Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

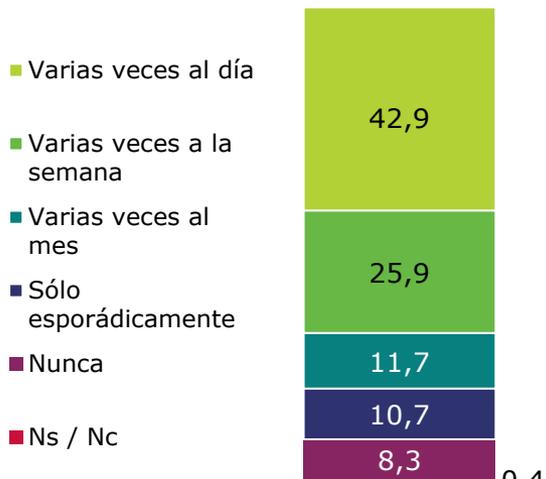
%

49ª oleada  
Jul – Sep 2015

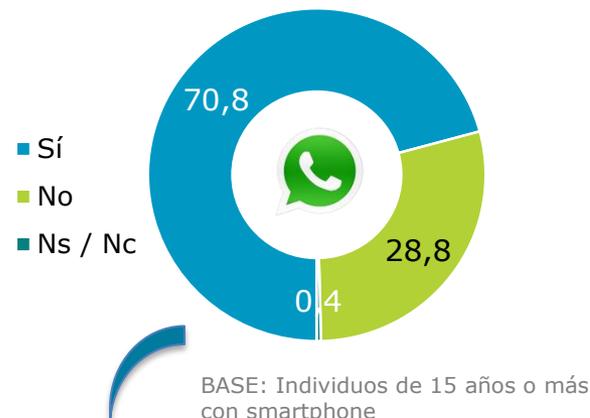
## Uso de mensajería tipo WhatsApp



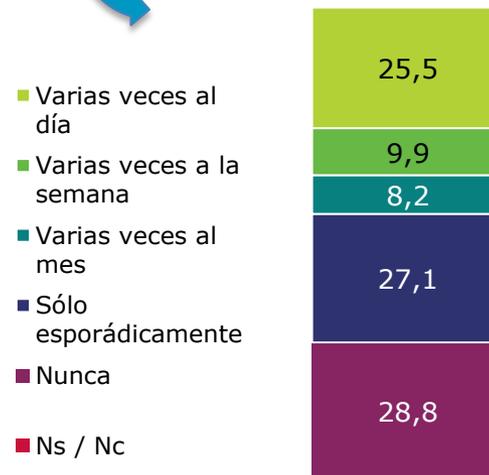
### Frecuencia



## Uso de llamadas de voz tipo WhatsApp



### Frecuencia



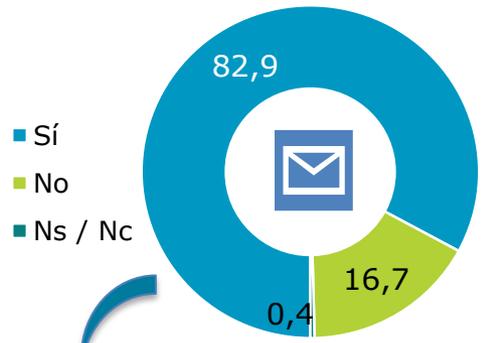
# Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

%

## Uso de Correo electrónico

49ª oleada  
Jul – Sep 2015

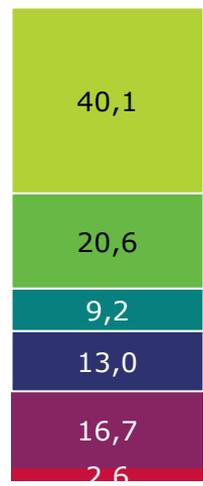
## Descarga de apps de Redes sociales



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

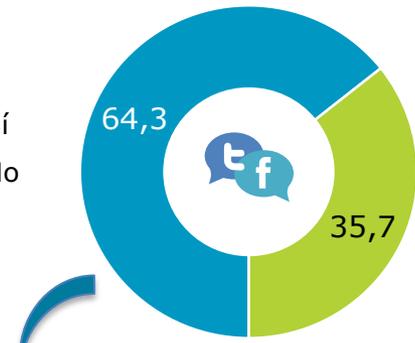
### Frecuencia

- Varias veces al día
- Varias veces a la semana
- Varias veces al mes
- Sólo esporádicamente
- Nunca
- Ns / Nc



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y usan correo electrónico en el móvil

- Sí
- No



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

### Frecuencia de uso

- Varias veces al día
- Varias veces a la semana
- Varias veces al mes
- Solo esporádicamente
- Nunca
- Ns / Nc



BASE: Descarga Apps de redes sociales



Dentro de las formas de **comunicación tradicional** podemos ver los **mensajes de texto** están relegados generalmente a un uso esporádico o ni se usan. No obstante la realización y recepción de **llamadas de voz** siguen teniendo bastante importancia con aproximadamente un 70% de la gente que las utiliza varias veces a la semana o a diario.

Dentro de las formas alternativas de **comunicación basada en Internet** nos encontramos con múltiples alternativas:

- **Correo electrónico**, empleado por más del 70% de los internautas, se consulta preferentemente desde hogares y móviles (80,6% y 68,9% respectivamente).
- **Mensajería instantánea** tiene algo menos de uso que el correo electrónico (67,4%) se utiliza preferentemente desde móviles.
- **Redes sociales** tienen una penetración del 58,8% entre los usuarios de Internet, inferior a la mensajería instantánea y al correo electrónico, se consulta preferentemente desde hogares y móviles.
- **Microblogging** es un medio menos extendido entre la población (22,8%) y sirve en algunos casos (34,4%) como medio de comunicación e interacción con otros usuarios.

Además de las opciones de comunicación basadas en Internet, tenemos **aplicaciones específicas para smartphone y tabletas**:

- **Mensajería y llamadas vía WhatsApp** aquí podemos ver un desglose del uso de esta aplicación tanto a nivel mensajes como a nivel llamadas, es una de las principales formas de comunicación entre las personas con smartphone (91,2%) y además con un uso generalmente bastante regular.





	diap.
1. <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>	4
2. <a href="#"><u>Gasto</u></a>	11
3. <a href="#"><u>Conectividad</u></a>	23
4. <a href="#"><u>Comunicación</u></a>	31
5. <a href="#"><u>Información</u></a>	38
6. <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>	43
7. <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a>	50
8. <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>	58
9. <a href="#"><u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></a>	62
10. <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>	73

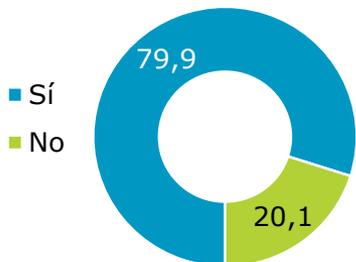


%

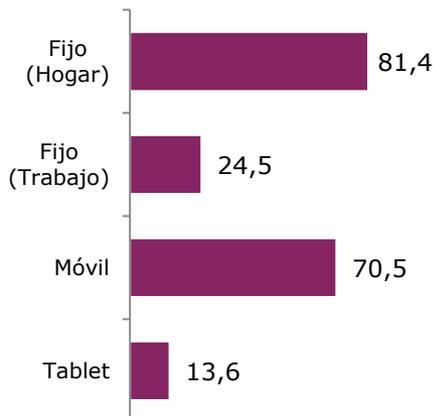
## Búsqueda de información (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

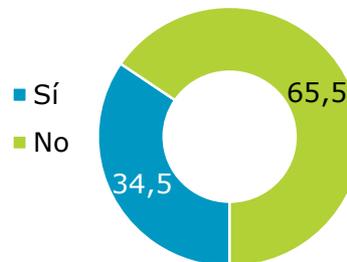


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

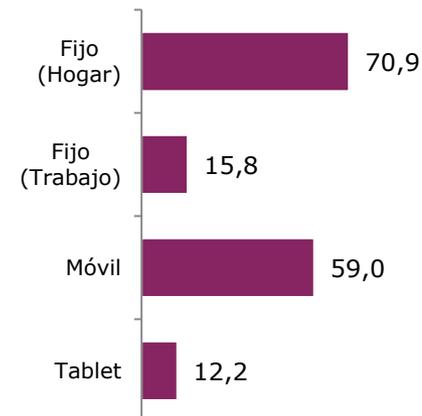
## Leer blogs / foros (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

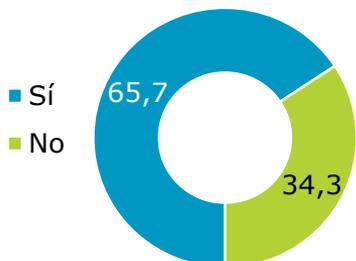


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

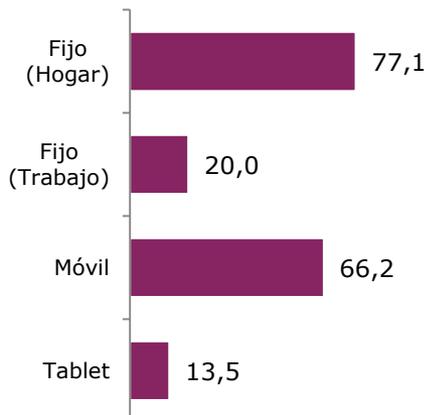
## Consultar noticias (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

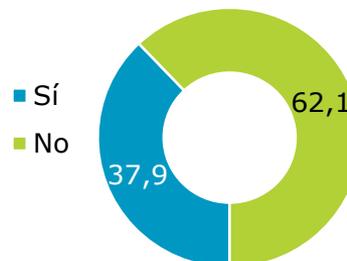


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

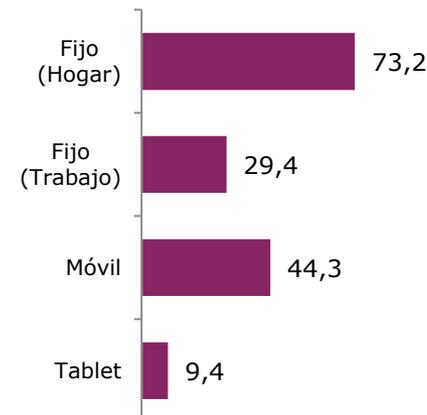
## Visitar webs de Administraciones Públicas (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

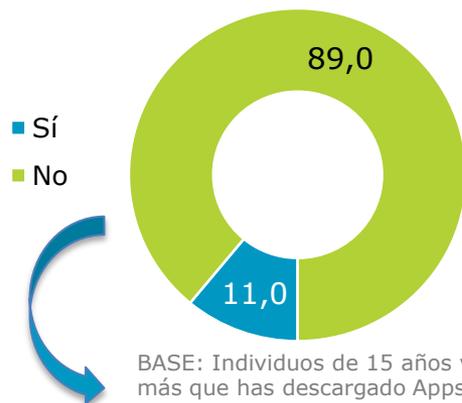


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

%

## Descarga de Apps de Noticias

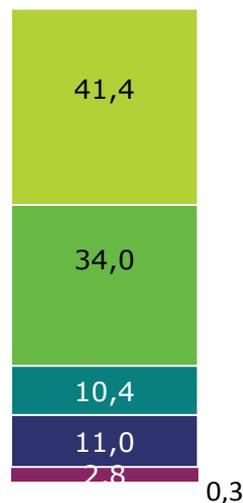
49ª oleada  
Jul – Sep 2015



BASE: Individuos de 15 años y más que has descargado Apps

## Frecuencia

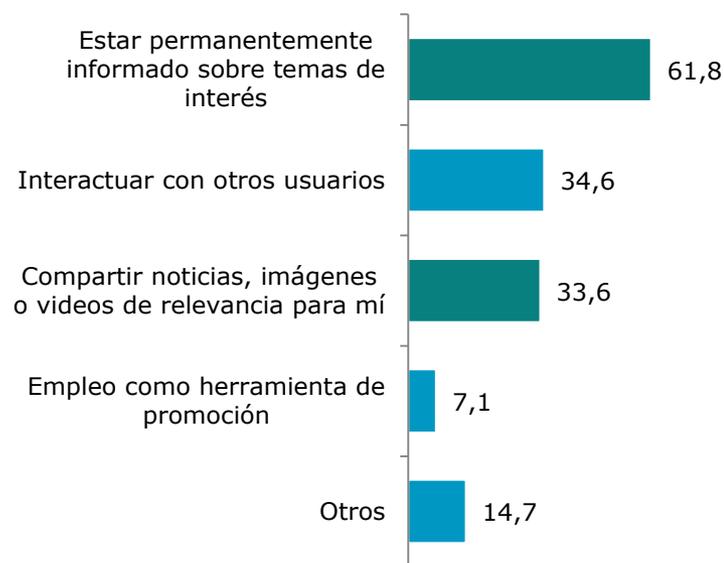
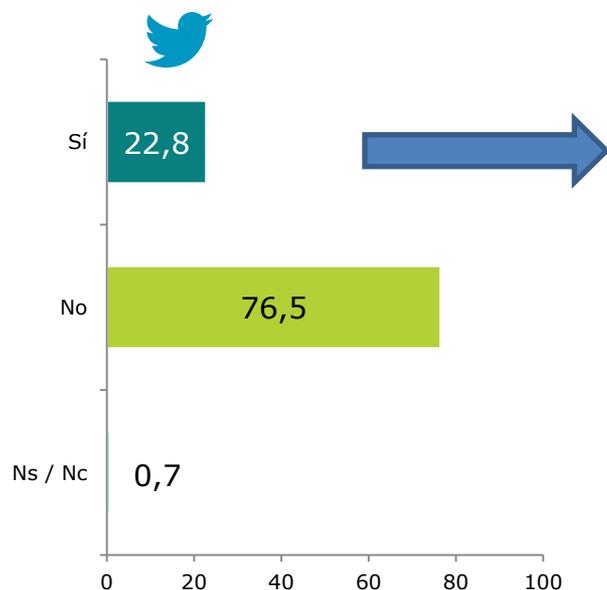
- Varias veces al día
- Varias veces a la semana
- Varias veces al mes
- Menos frecuencia
- Nunca
- Ns / Nc



BASE: Individuos de 15 años y más que has descargado Apps de noticias

%

## Usos del microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

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

En cuanto a Internet como herramienta de **información**, vemos que casi la mayor parte de los internautas (79,9%) lo utilizan para buscar información, siendo el **hogar** y desde el **móvil** (con un 81,4% y un 70,5% respectivamente) los medios de acceso preferidos.

La **consulta de noticias** ocupa el segundo puesto en cuanto a Internet como herramienta para mantenerse informado, con casi dos terceras partes de los internautas (un 65,7%). Para estos casos, aunque la plataforma preferida es Internet fijo en el hogar (más de tres cuartos de los internautas que consultan noticias) y el móvil, que también muestra cierta relevancia (con un 66,2%).

Si bien el uso de Apps de noticias en el smartphone facilita la tarea, la penetración de las mismas solo llega al 11,0% de individuos que han descargado Apps. Las personas que las descargan tienden a darles un uso bastante regular, diariamente (41,4%) o varias veces a la semana (34,0%)

Otro medio de información empleado por un 34,5% de los internautas es la lectura de **blogs y foros**, principalmente desde el dispositivo móvil y desde el hogar.

Un porcentaje similar de internautas (37,9%) hace uso de las **webs de administración pública** para obtener información.

Por último, los usuarios de **microblogging** (un 22,8% de los internautas) declaran utilizar dicha herramienta para estar permanentemente informados sobre temas de interés (61,8%) o compartir noticias, imágenes o videos de relevancia (33,6%).



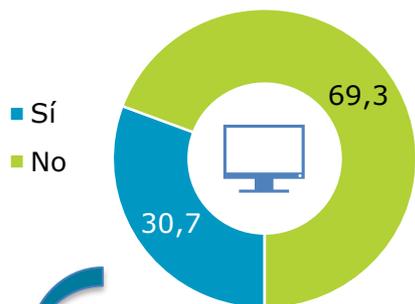


	diap.
1. <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>	4
2. <a href="#"><u>Gasto</u></a>	11
3. <a href="#"><u>Conectividad</u></a>	23
4. <a href="#"><u>Comunicación</u></a>	31
5. <a href="#"><u>Información</u></a>	38
6. <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>	43
7. <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a>	50
8. <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>	58
9. <a href="#"><u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></a>	62
10. <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>	73



%

## TV pago en el hogar



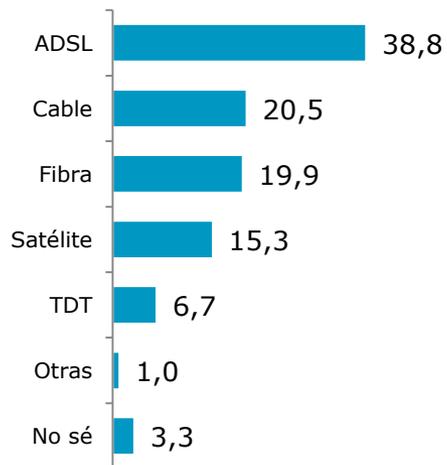
BASE: Total hogares

## Suscripción a video streaming en el hogar



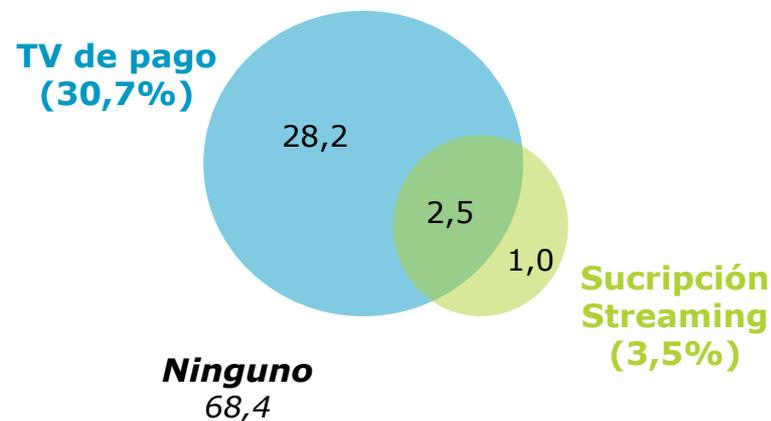
BASE: Total hogares

## Tecnología de acceso



BASE: Total hogares con TV de pago

## Convivencia TV de pago y Streaming

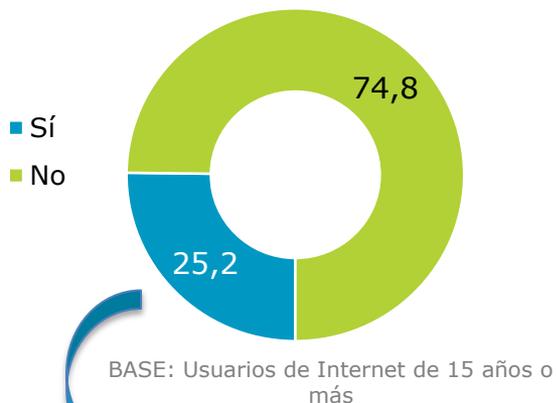


BASE: Total hogares

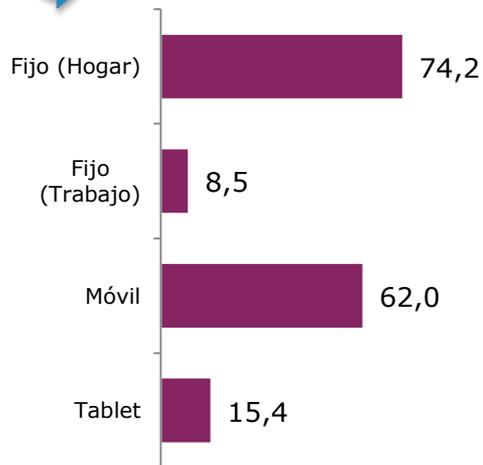
6

%

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

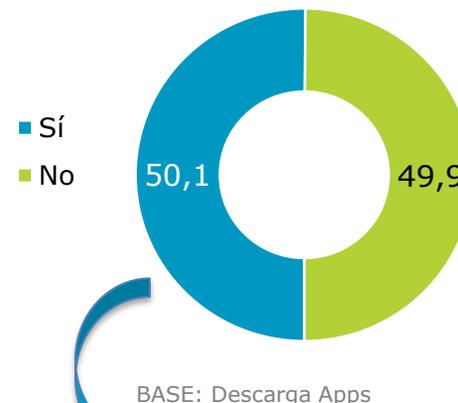


### Tipo de Internet

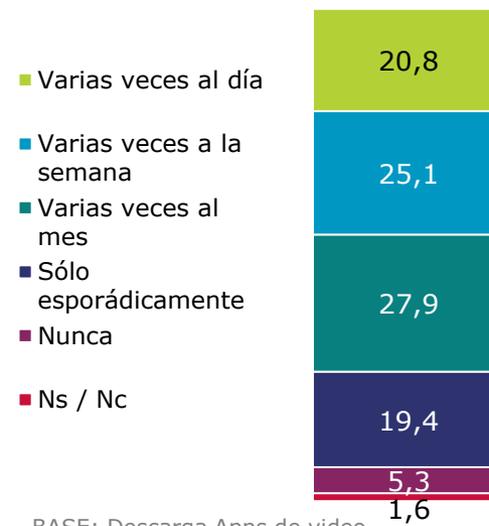


BASE: Usuarios de video streaming

## Descarga de apps de video en el smartphone / Tablet



### Frecuencia de uso

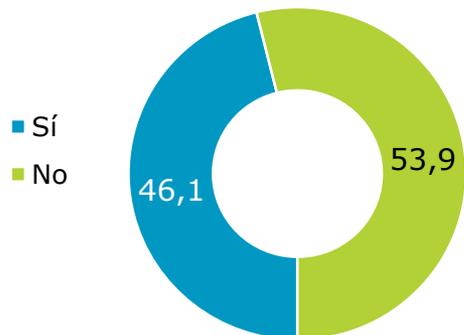


BASE: Descarga Apps de video

6

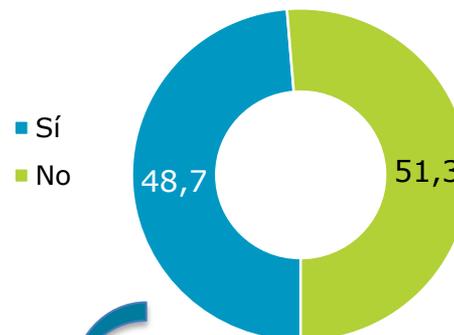
%

## Consola con o sin Internet y portátil



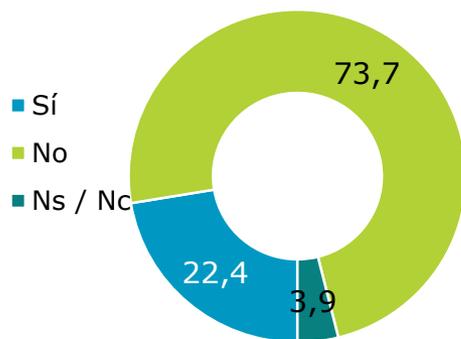
BASE: Individuos de 15 años o más

## Descarga de Juegos en el smartphone / Tablet



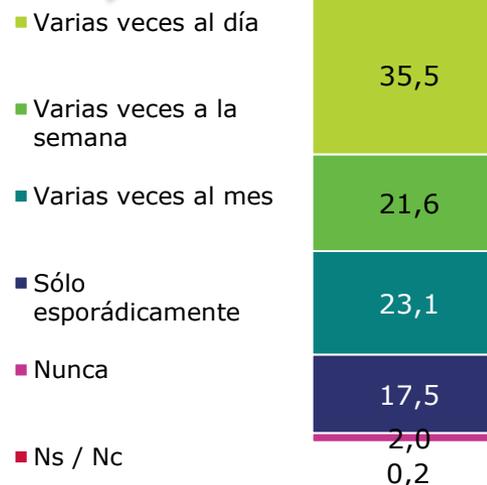
BASE: Descarga apps

## Consola portátil

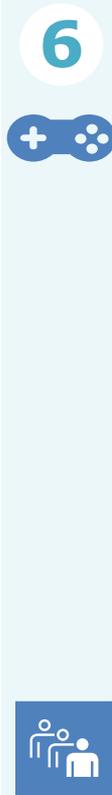


BASE: Individuos de 15 años o más

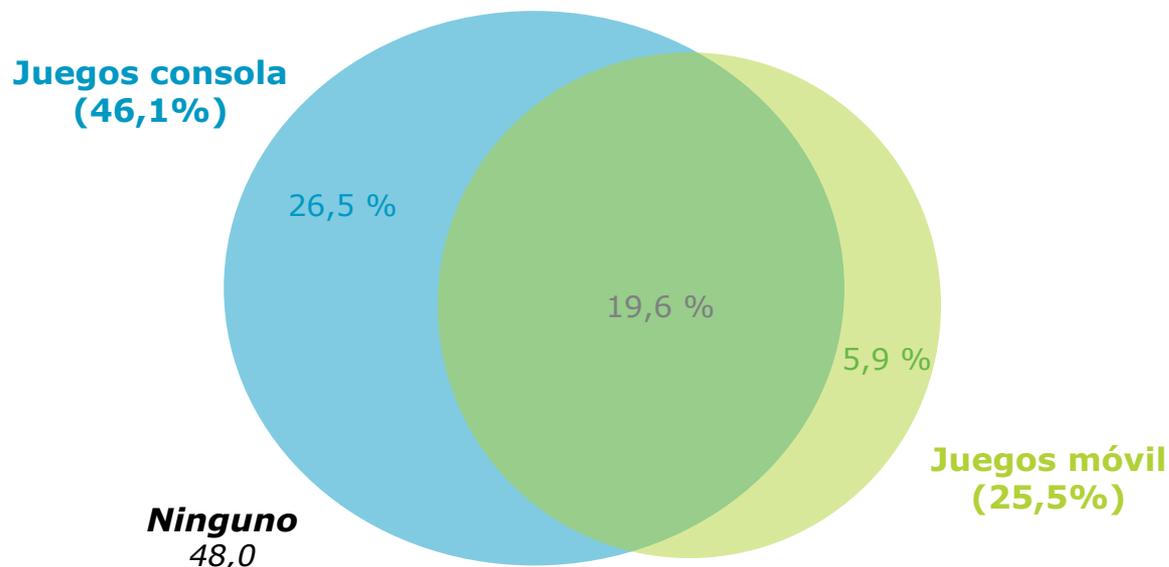
## Frecuencia



BASE: Descarga de Apps de juegos



%

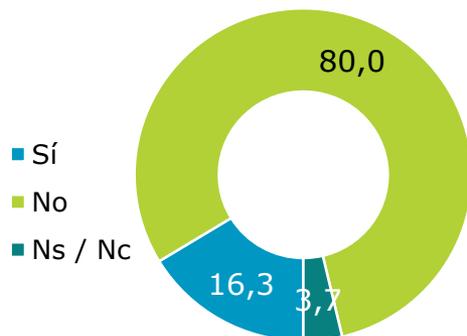


Juegos móvil – Juegos descargados en Móvil o Tablet  
Juegos consola – Posesión de Videoconsola o consola portátil



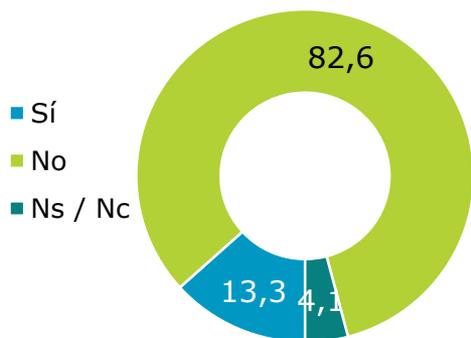
%

## Posesión de lector de libros digitales



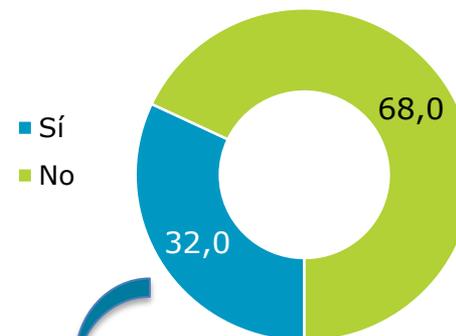
BASE: Individuos de 15 años o más

## Posesión de reproductor MP4



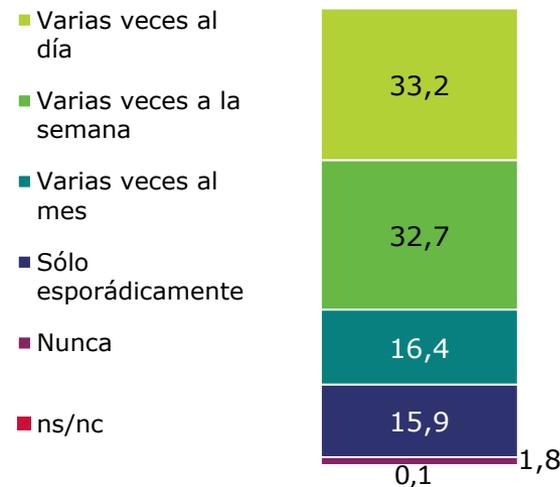
BASE: Individuos de 15 años o más

## Descarga de Apps de música en el smartphone/tablet

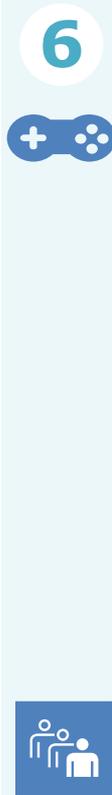


BASE: Descarga Apps

## Frecuencia



BASE: Descarga Apps de música



En cuanto a **medios audiovisuales**, durante el tercer trimestre del año 2015 la **televisión de pago** está presente en el 30,7% de los hogares españoles, mientras que el **video streaming bajo suscripción** se sitúa en el 3,5% de los mismos.

Referente a la tecnología de acceso de la televisión de pago, un 38,8% de los hogares la reciben a través de ADSL, el 20,5% mediante cable y un 19,9% por fibra.

La mitad de los usuarios que han descargado aplicaciones en su smartphone o tablet, han bajado una aplicación de video, además, dos de cada diez de ellos la usan varias veces al día.

Respecto a los **videojuegos**, el 46,1% de los individuos dispone de videoconsola en el hogar y el 22,4% es poseedor de una consola portátil. Por otro lado, tenemos el sector de juegos descargables en smartphones y tabletas con una penetración del 48,7% de los individuos de 15 años o más que descargan aplicaciones para estos dispositivos. Además la frecuencia de uso de estos juegos es bastante regular (35,5% lo hace diariamente y el 21,6% varias veces a la semana).

Entre **otros medios de entretenimiento** cabe destacar las aplicaciones de música, un 32% de los usuarios que han descargado aplicaciones en su smartphone o tablet, lo han hecho de música. Asimismo el uso de estas apps de música presenta una frecuencia diaria en el 33,2% de estos casos y semanal en el 32,7%.

Reproductores MP3, con un 13,3%, y lectores de libros digitales, con un 16,3%, son otros dispositivos que poseen los individuos aunque sea en menor proporción.





diap.

<b>1. <u>Equipamiento</u></b>	<b>4</b>
<b>2. <u>Gasto</u></b>	<b>11</b>
<b>3. <u>Conectividad</u></b>	<b>23</b>
<b>4. <u>Comunicación</u></b>	<b>31</b>
<b>5. <u>Información</u></b>	<b>38</b>
<b>6. <u>Entretenimiento</u></b>	<b>43</b>
<b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b>	<b>50</b>
<b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>	<b>58</b>
<b>9. <u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></b>	<b>62</b>
<b>10. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>	<b>73</b>

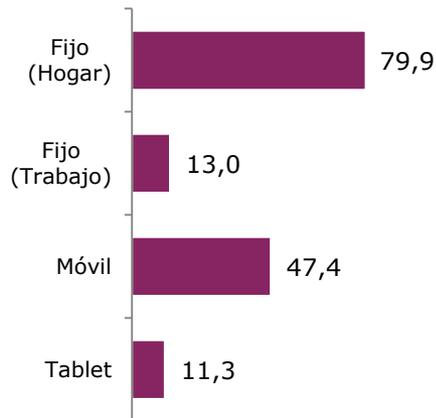
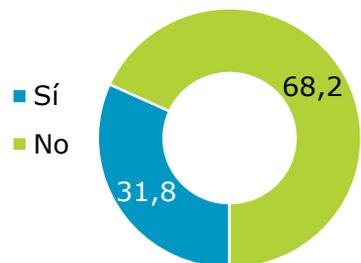


%

## Compra productos y servicios por Internet

Penetración

Tipo de Internet



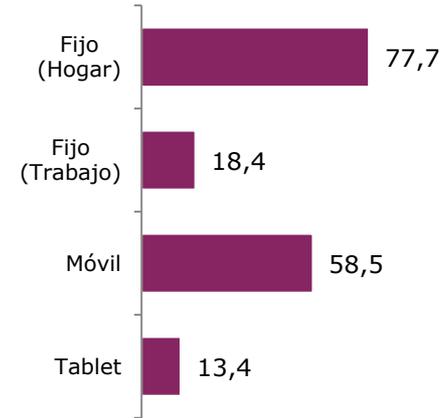
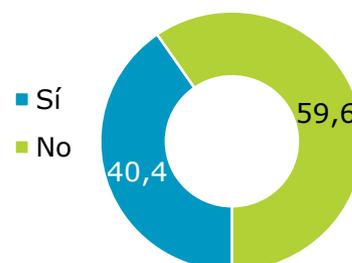
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

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

## Banca electrónica

Penetración

Tipo de Internet



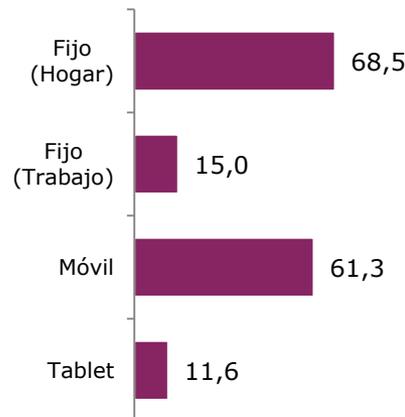
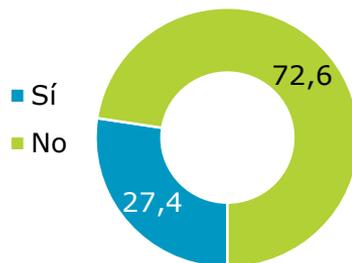
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

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

## Descarga de Software

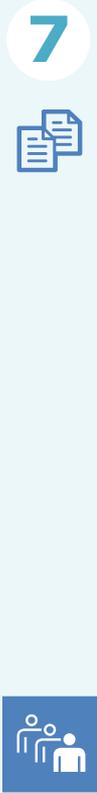
Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

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

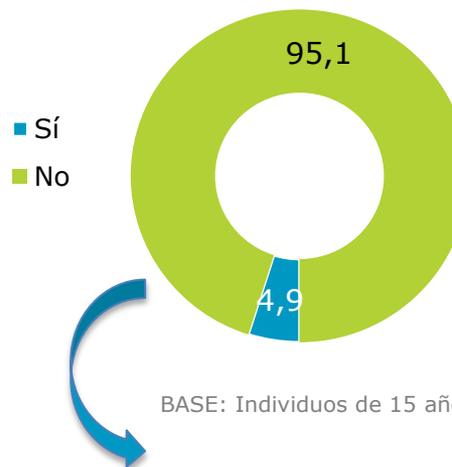


%

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

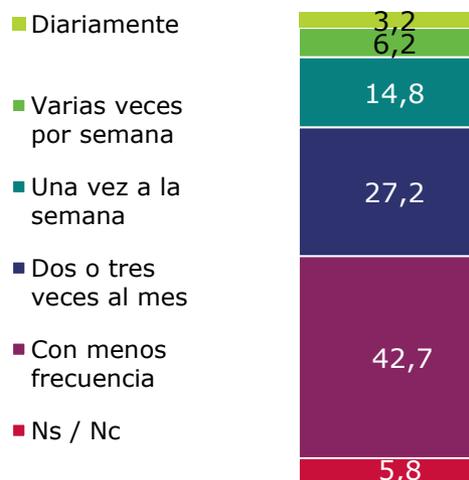
Los usuarios seleccionan el rol que desean en cada caso, pudiendo ejercer tanto de vendedores como de compradores.

## Descarga de aplicaciones de economía colaborativa



BASE: Individuos de 15 años o más

## Frecuencia de uso

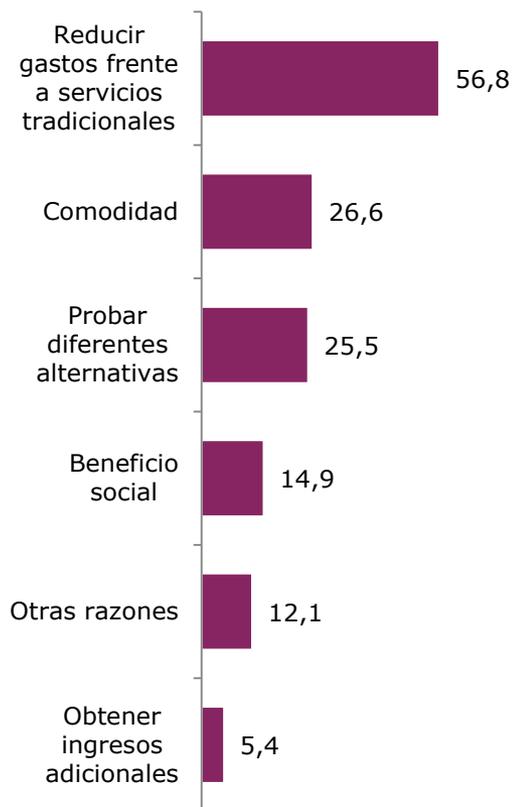


%

7



## Razones de uso



BASE: Dispone de apps de economía colaborativa

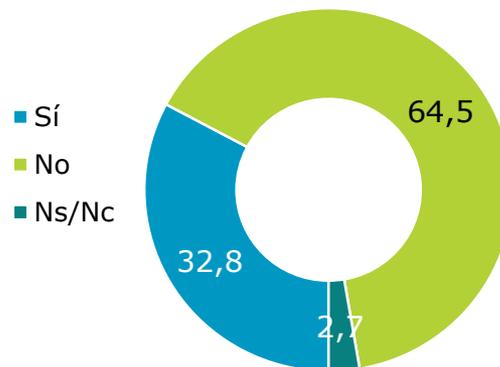
## Razones de NO uso



BASE: No dispone de apps de economía colaborativa

%

## Penetración de uso de e-Administración

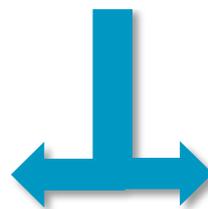


BASE: Individuos de 15 años o más

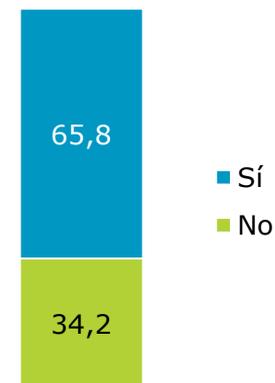
## Realización de trámites online



BASE: Utiliza e-Administración



## Descarga formularios



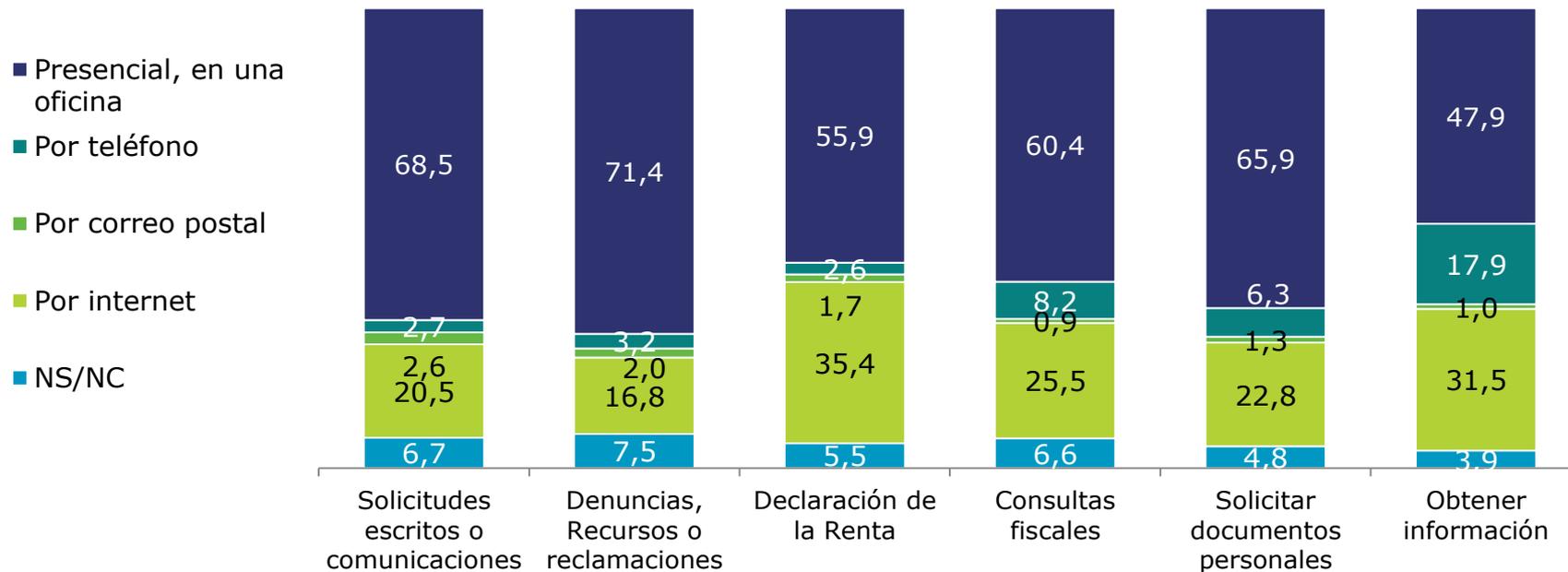
BASE: Utiliza e-Administración

%

7

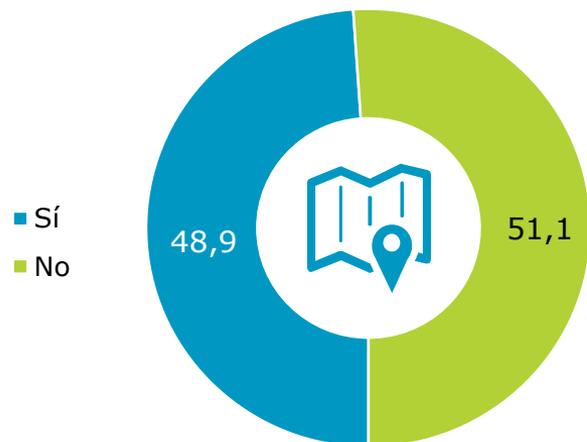


## Preferencia de contacto con la administración



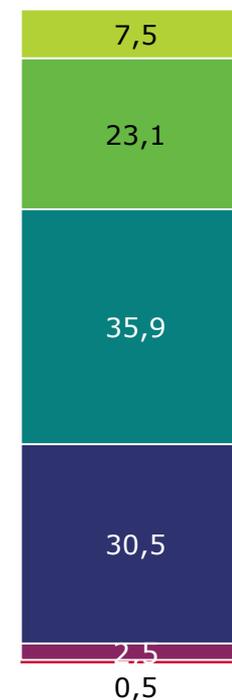
%

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



### Frecuencia

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



Resultados III TRIM 15  
(Jul-Sep 15)

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

7



La banca electrónica alcanza unos índices de penetración del 40,4% entre los Internautas que han hecho uso de la Red en los últimos 3 meses. A pesar de que la forma preferida para hacerlo es a través de la conexión fija del hogar, con un 77,7% de los usuarios de este servicio, el acceso a través de dispositivos móviles alcanza valores elevados, concretamente un 58,8%.

En cuanto al e-commerce, durante el tercer trimestre del 2015, el 31,8 % de los individuos declara haber realizado una compra de algún producto o servicio por Internet en los últimos tres meses.

La conocida como **Economía colaborativa** todavía muestra penetraciones comedidas puesto que está por debajo del 5% de los individuos, además de presentar un uso muy esporádico. No obstante, la principal razón de uso que han declarado los usuarios que han descargado una aplicación de economía colaborativa es la de reducir gastos frente a los servicios tradicionales (un 56,8% de ellos). Otros motivos de uso son la comodidad (26,6%) y el probar diferentes alternativas (25,5%).

El uso de la **administración pública** a través de Internet tiene una penetración del 32,8% entre los individuos de 15 años o más. El 81,5% de estos individuos que ha utilizado la e-administración ha realizado algún trámite online mientras que el 65,8% se ha descargado algún formulario oficial a través de la Red.

La forma de contacto con la administración más común continúa siendo mayoritariamente la presencial, no obstante, el contacto con las AA.PP. a través de la Red registra ya valores interesantes como refleja que el 35,4% de los españoles realice la declaración de la renta por Internet.

Por último, con lo que respecta a la **Gestión general personal**, se observa como el 48,9% de los españoles de 15 años o más que han descargado alguna aplicación en su móvil, utiliza herramientas de mapas y navegación a través del smartphone/Tablet.





	diap.
1. <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>	4
2. <a href="#"><u>Gasto</u></a>	11
3. <a href="#"><u>Conectividad</u></a>	23
4. <a href="#"><u>Comunicación</u></a>	31
5. <a href="#"><u>Información</u></a>	38
6. <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>	43
7. <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a>	50
8. <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>	58
9. <a href="#"><u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></a>	62
10. <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>	73



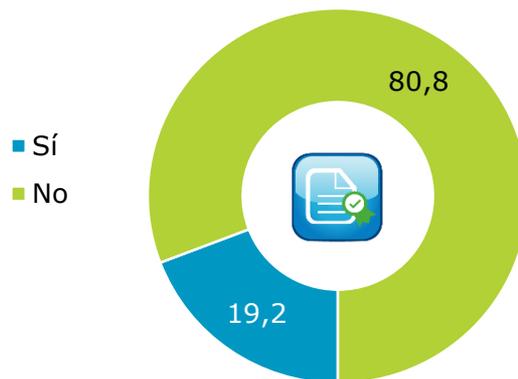
8





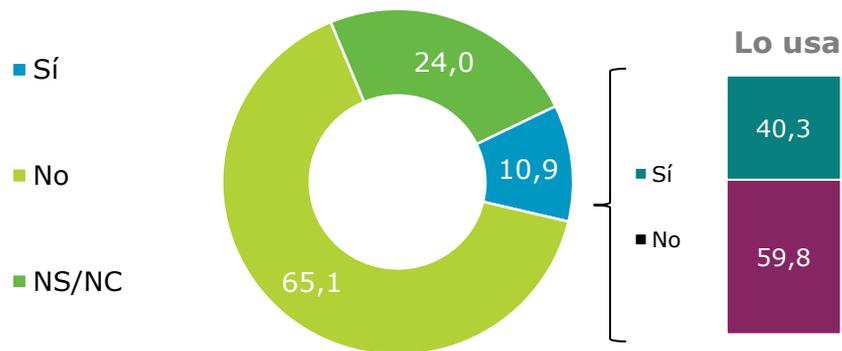
%

## Penetración del certificado electrónico



BASE: Internautas de 15 años o más

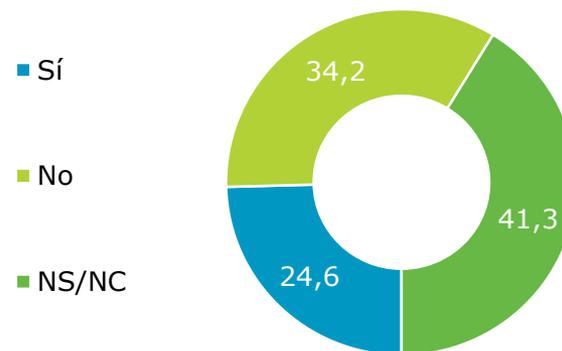
## Posesión del lector de la huella digital en el smartphone (Actual)



BASE: usuarios de móvil de 15 años o más

BASE: usuarios que disponen de huella digital

## Desea tener lector de la huella digital en el smartphone (Futuro)



BASE: Usuarios de móvil de 15 años o más

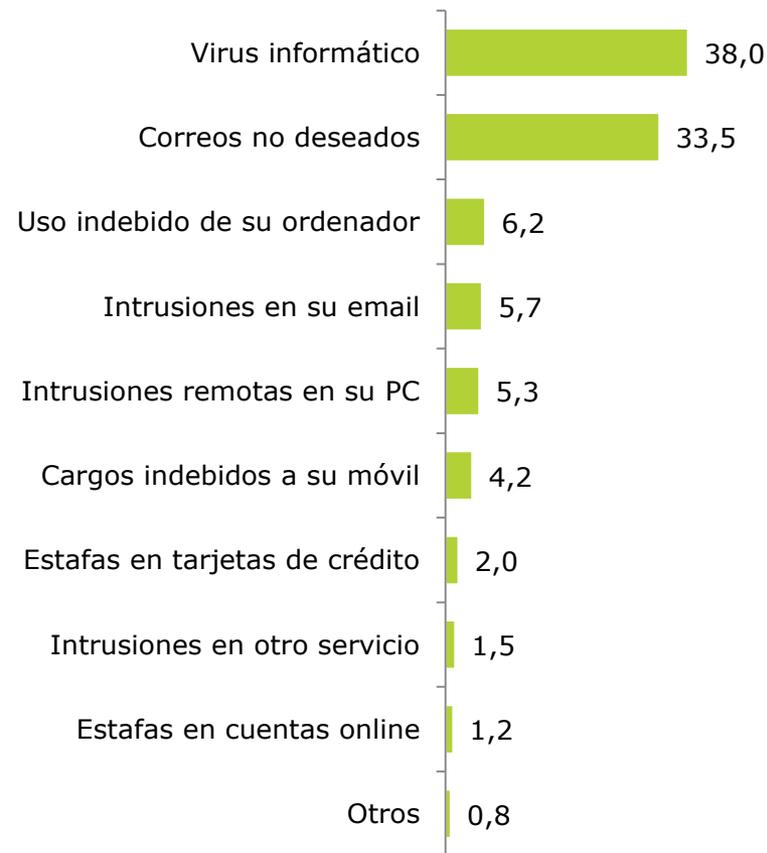


%

## Principales precauciones para prevenir problemas informáticos



## Problemas principales de seguridad en Internet



8



Las nuevas **medidas de seguridad** como el **certificado electrónico** tienen una penetración del 19,2% entre los usuarios de Internet de 15 años y más.

En lo que respecta a la seguridad en smartphones, el **lector de huella digital** está presente en los terminales de un 10,9% de los usuarios y es utilizado por el 40,3% de ellos. Además, uno de cada cuatro usuarios desearía disponer de dicho lector en su futuro terminal móvil.

Las **medidas de prevención de problemas informáticos** más empleadas por los individuos de 15 años y más son el **antivirus**, con un 46,3%, las claves o contraseñas de acceso, con un 34,4% y el cortafuegos y las copias de seguridad con valores cercanos al 29% de los individuos. Programas contra archivos espía o spam registran valores por debajo del 20%.

En cuanto a los **principales problemas informáticos detectados por** los usuarios destacar el **virus informático** (38%) y **correos no deseados** (33,5%). El resto de incidencias registran penetraciones del 6% o menos.





diap.

- 1. [Equipamiento](#) 4
- 2. [Gasto](#) 11
- 3. [Conectividad](#) 23
- 4. [Comunicación](#) 31
- 5. [Información](#) 38
- 6. [Entretenimiento](#) 43
- 7. [Administración / Gestión personal](#) 50
- 8. [Seguridad y privacidad](#) 58
- 9. [50 oleadas panel \(2003-2015\)](#) 62
- 10. [Anexo: Evolución datos](#) 73

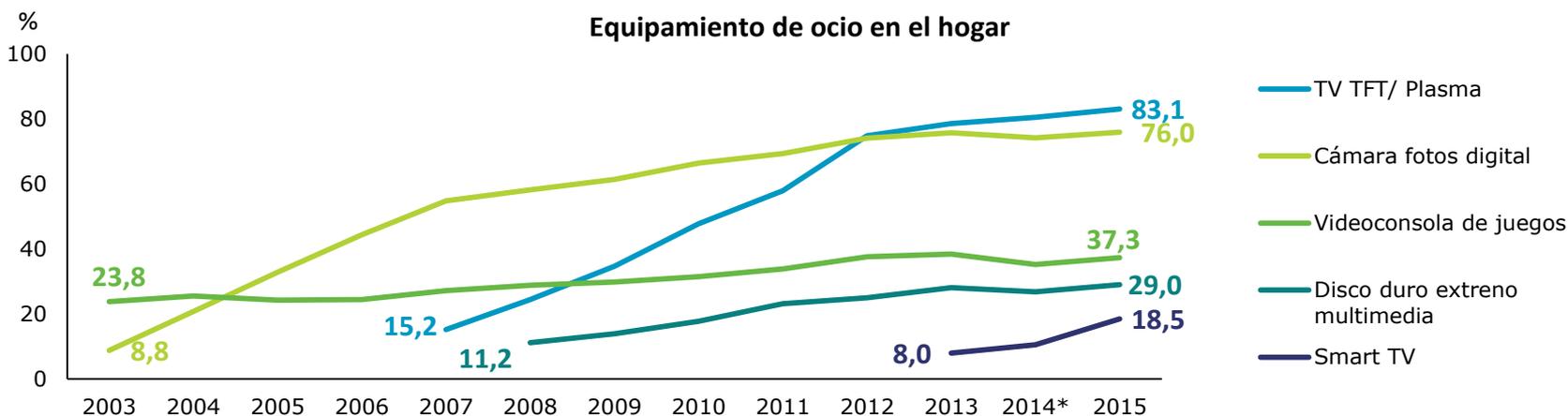
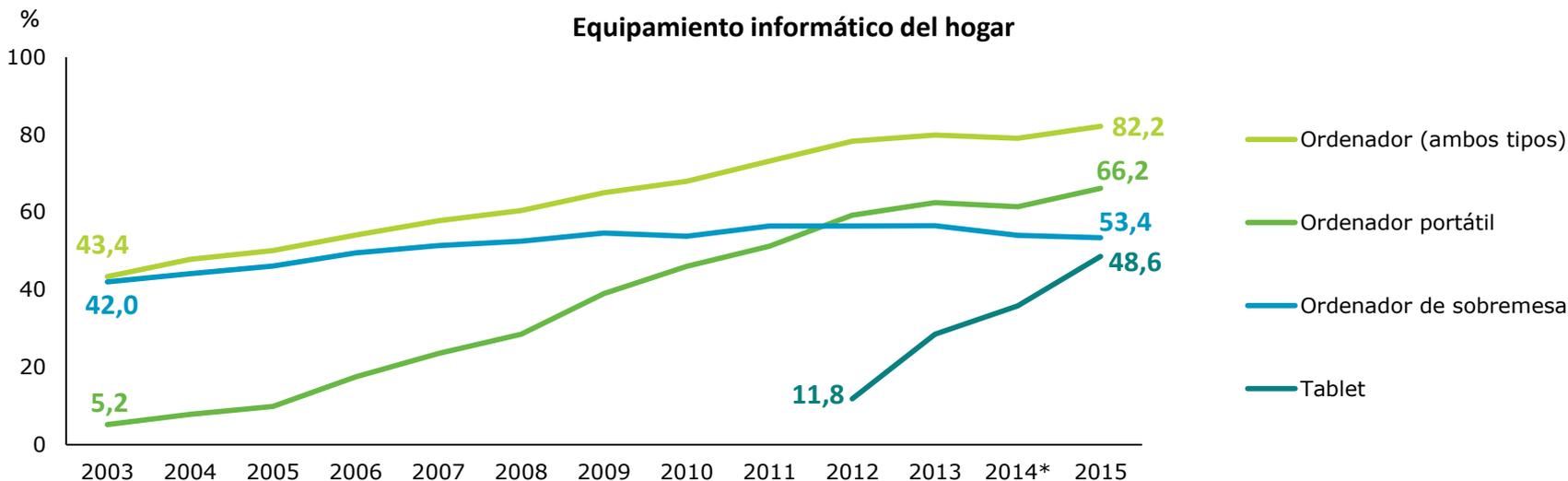


# Equipamiento (I)

## Evolución equipamiento en el hogar



Ocho de cada diez hogares disponen de algún tipo de ordenador y prácticamente la mitad de una tablet

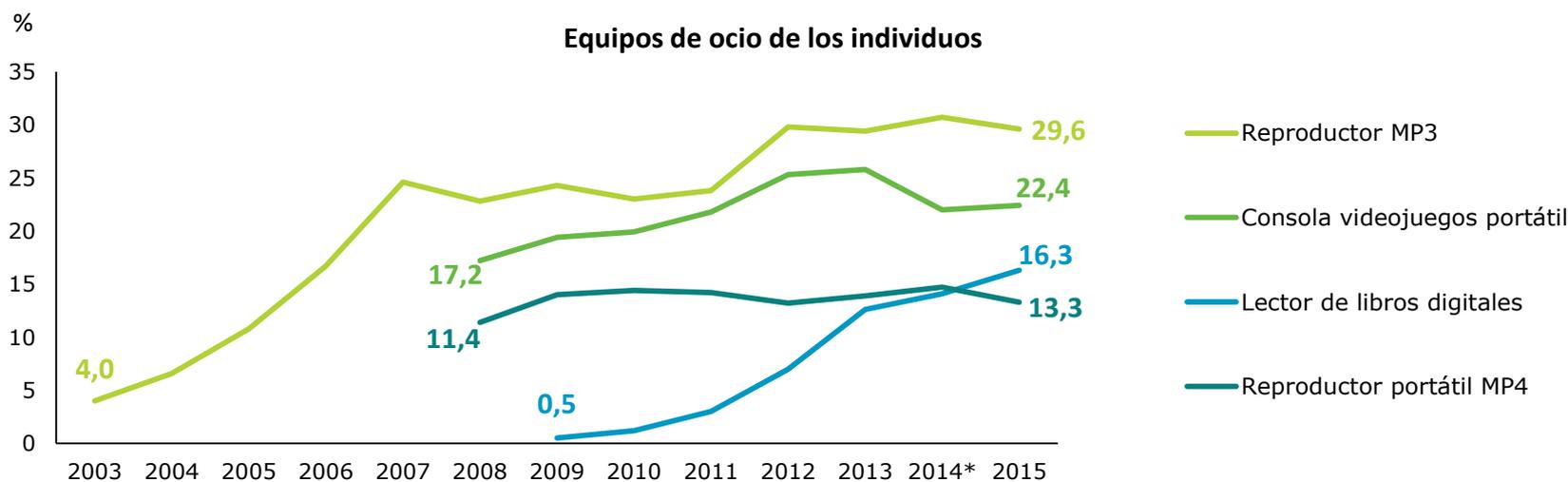
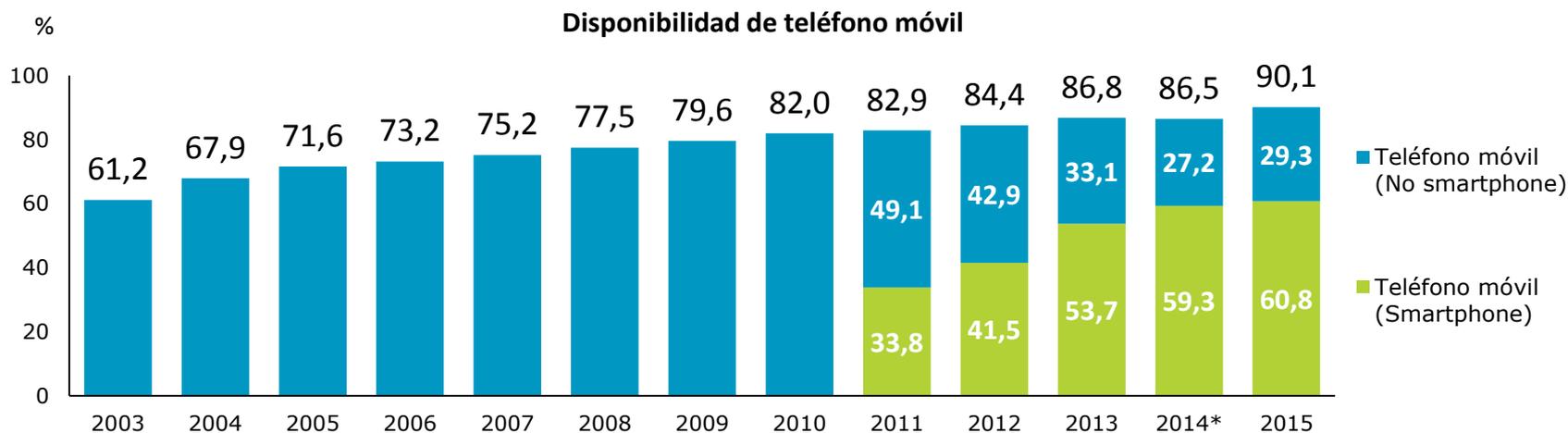


Base: Total hogares

\* Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre



A finales de 2015 nueve de cada diez individuos disponen de teléfono móvil, de los cuales seis son smartphone



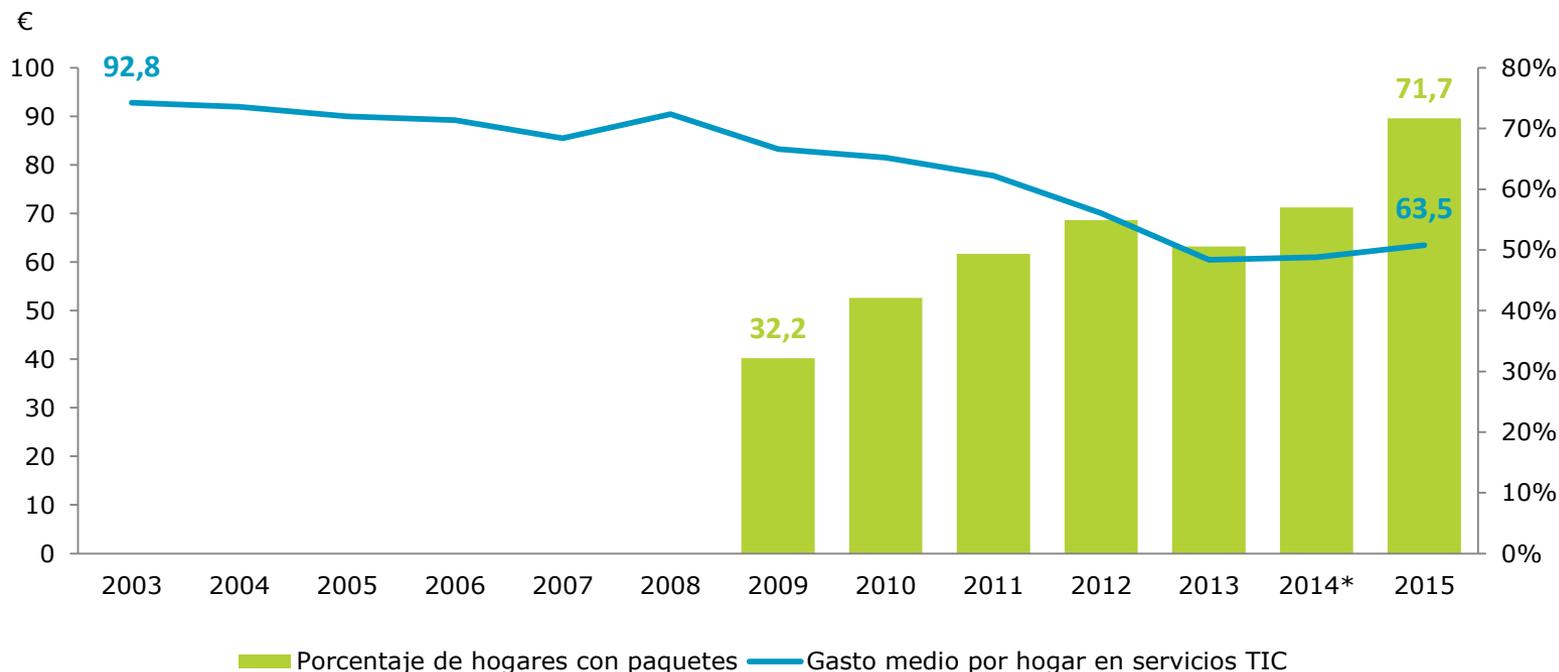
Base: Total individuos

\* Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre

La contratación conjunta de los servicios TIC en el hogar conlleva un aumento de la tendencia descendiente del gasto medio por hogar



### Hogares con paquetes vs. gasto medio por hogar en servicios TIC



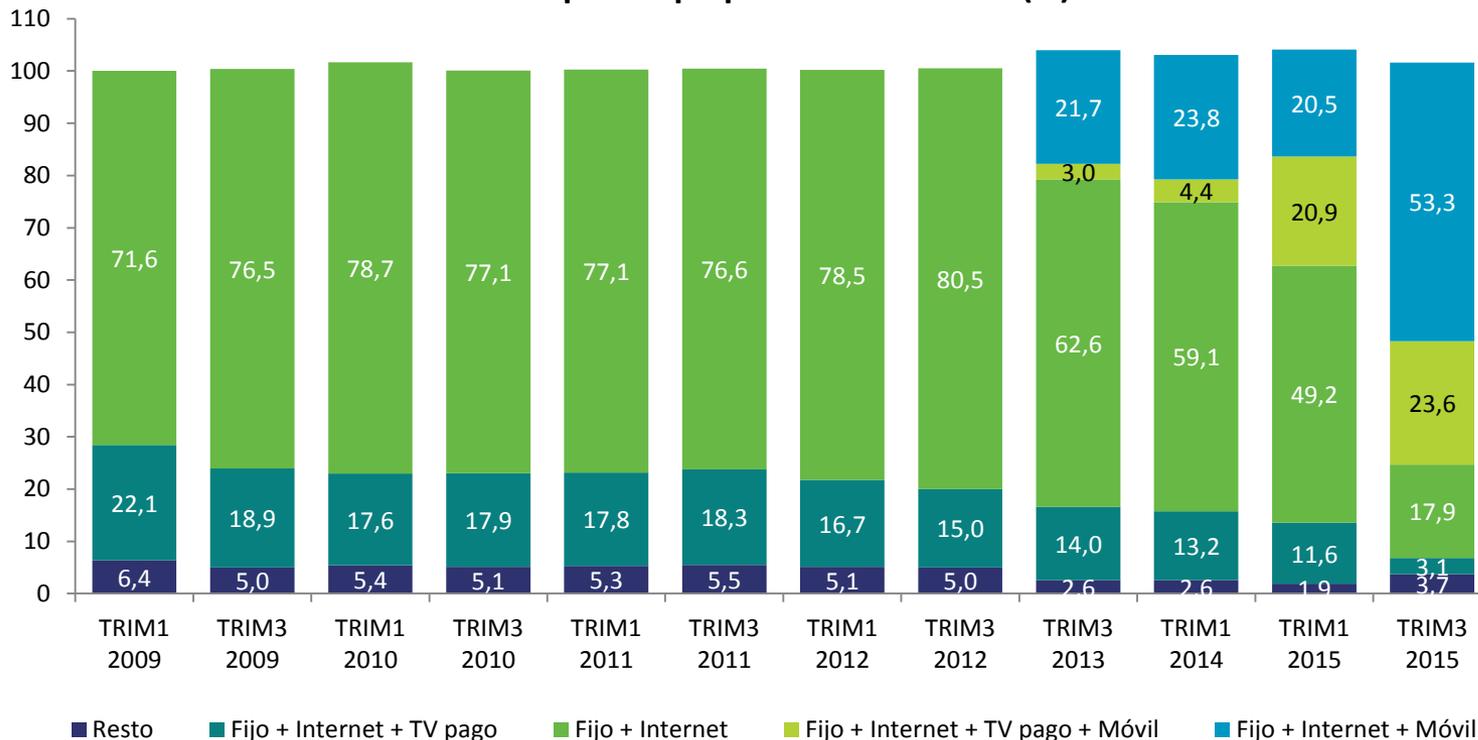
Base: Total hogares

\* Nota: todos los datos de gasto corresponden al cuarto trimestre de cada año y los de porcentaje de hogares corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre



La incorporación de la telefonía móvil a los paquetes de servicios TIC ha tenido una muy buena aceptación: en 2015 casi ocho de cada diez hogares con paquetes incluyen este servicio

**Tipos de paquetes contratados (%)**

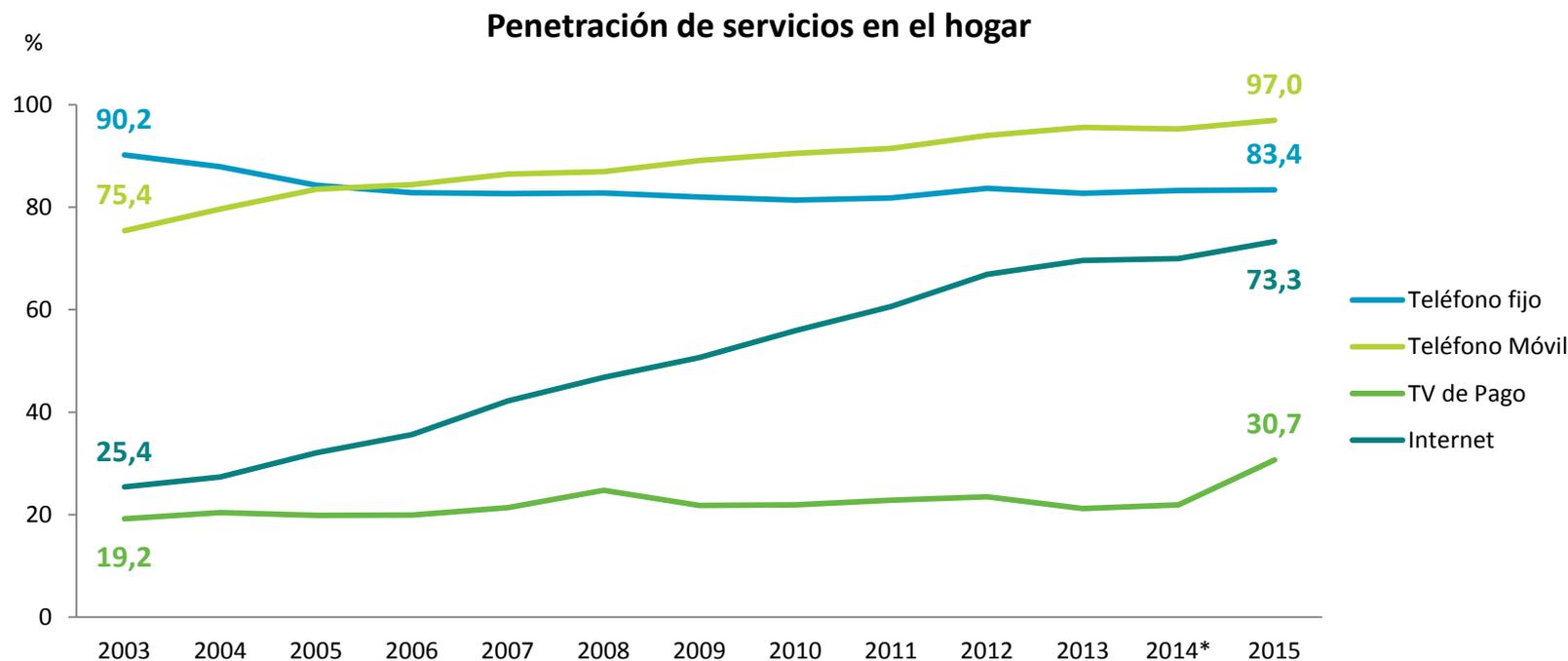


Base: Hogares con paquetes TIC

Nota: El total de hogares suma más de 100 por ser respuesta múltiple



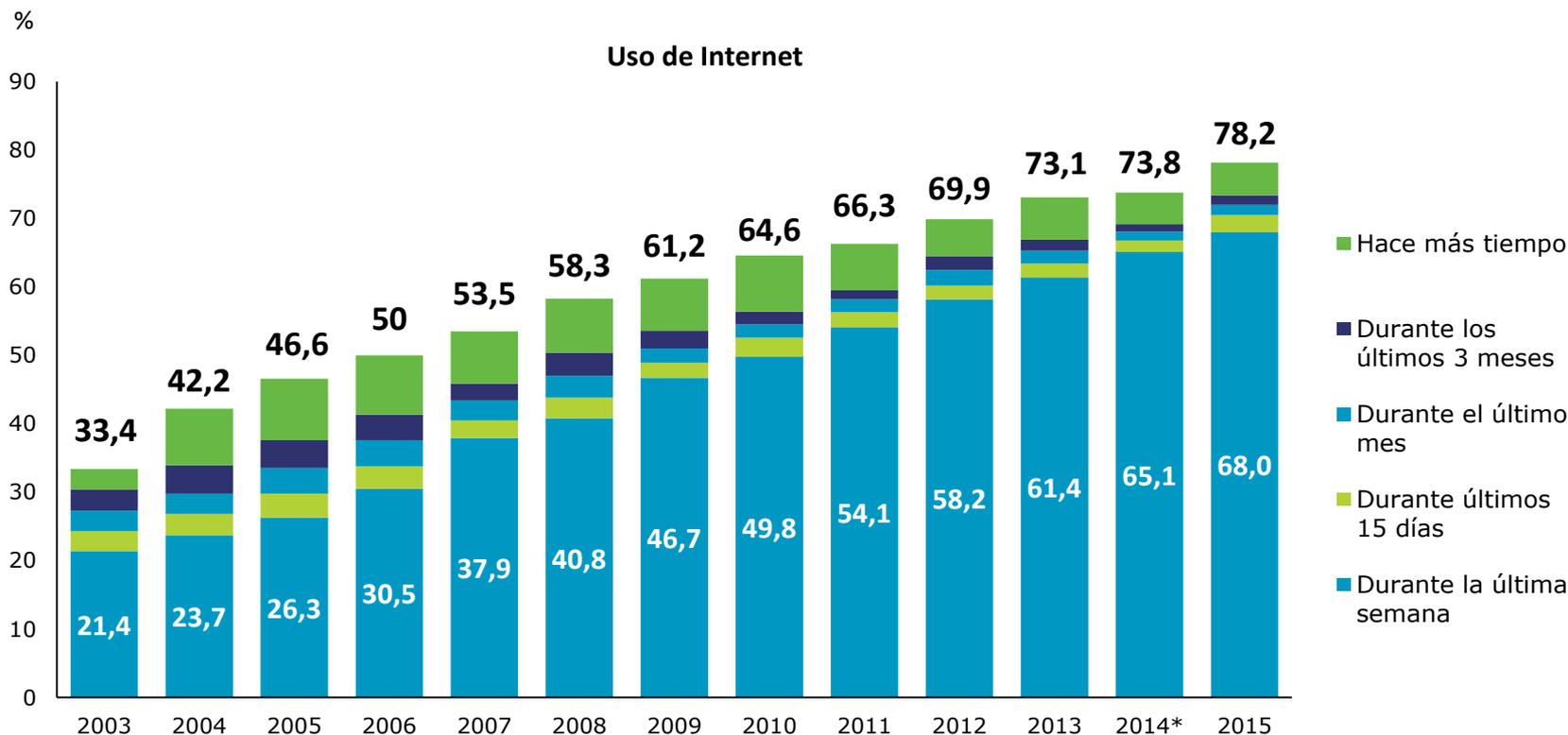
Desde el año 2003, Internet ha tenido un importante incremento en los hogares. En cuanto a los servicios de telefonía, a partir de 2006 el porcentaje de hogares con teléfono móvil supera al de hogares con teléfono fijo



Base: Total hogares

\* Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre

El acceso a Internet en la población española ha aumentado casi 45 puntos porcentuales desde el año 2003 alcanzando una penetración del 78,2% en 2015



Base: Individuos de 15 años o más

\* Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre

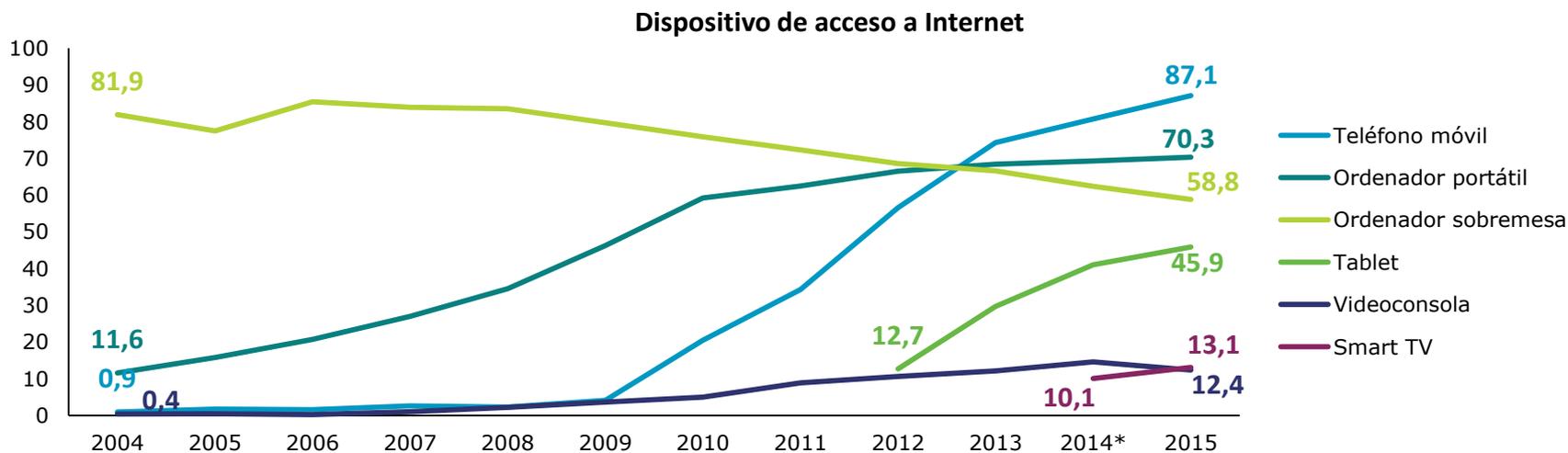
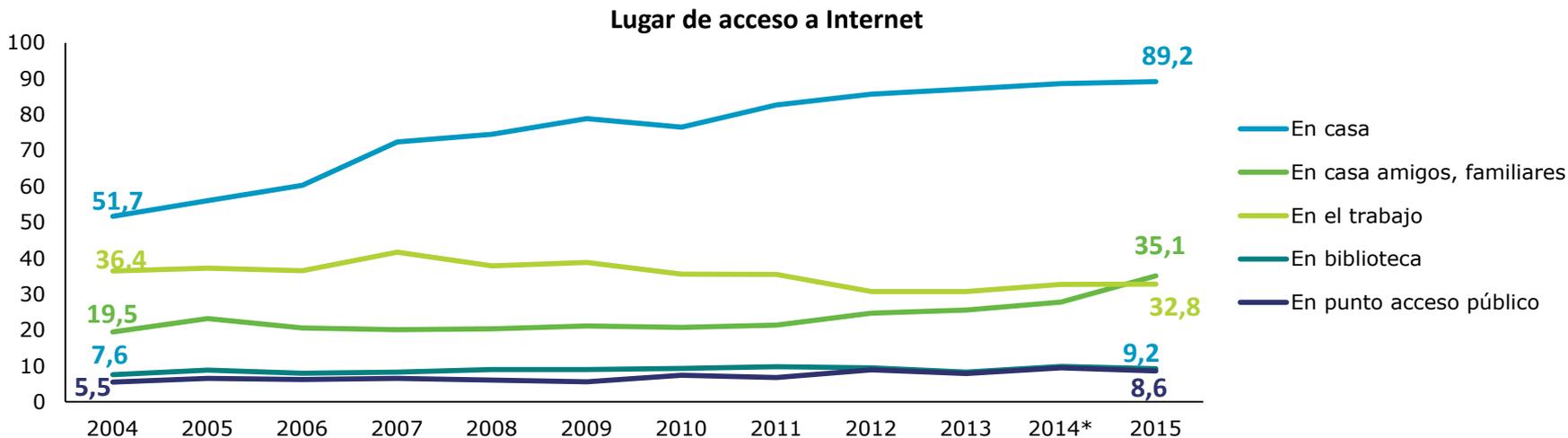


# Lugar y dispositivo de acceso a Internet

Evolución en los hogares



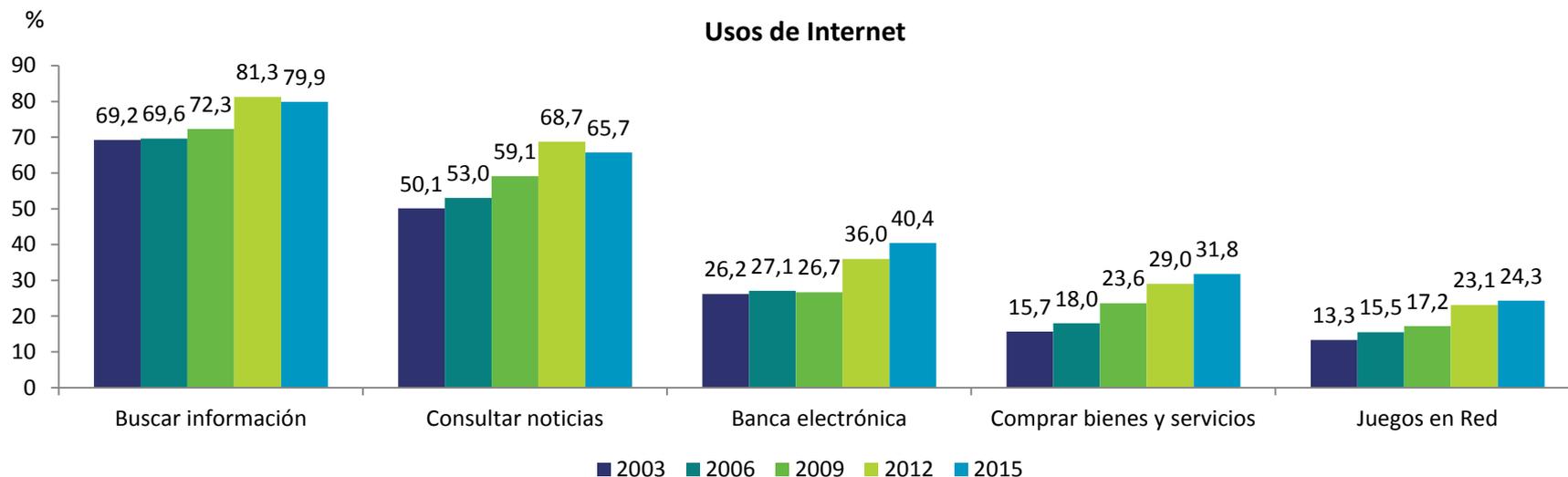
El teléfono móvil y la tablet experimentan incrementos notables como dispositivos de acceso a la Red en los últimos años



Base: Total hogares

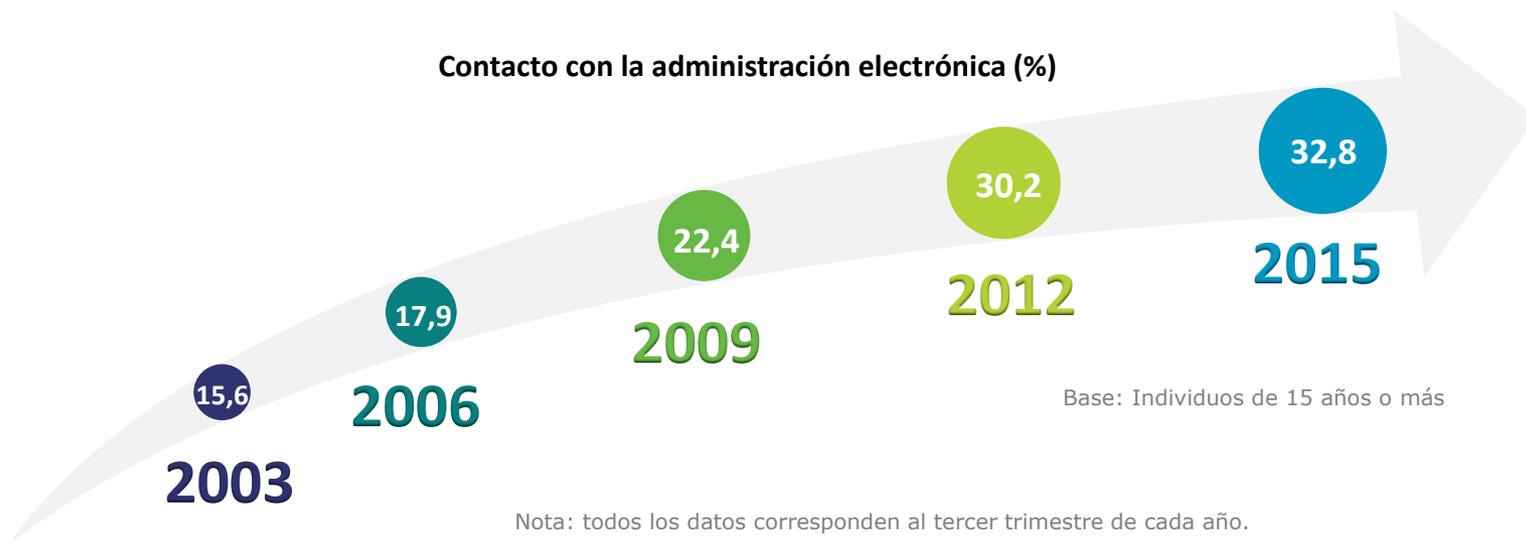
\* Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre

Se duplica el uso de la e-administración entre la población española



Base: Usuarios de Internet de 15 años o más

### Contacto con la administración electrónica (%)



Base: Individuos de 15 años o más

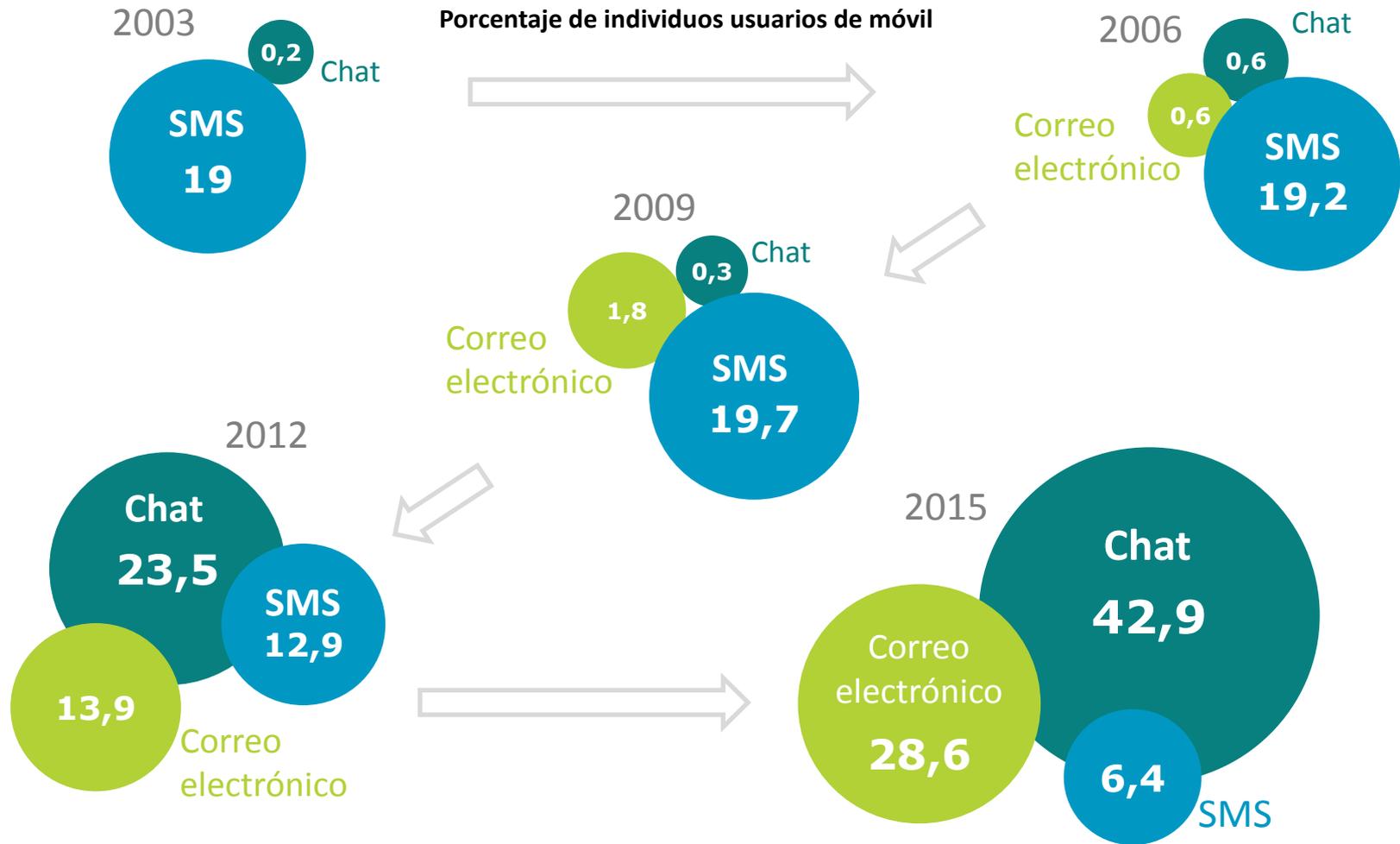
Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año.



# Formas de comunicación a través de la telefonía móvil

En 2012 el mensajería instantánea/whatsapp/chat va sustituyendo a los SMS. También aumenta progresivamente el uso del correo electrónico en el móvil.

9

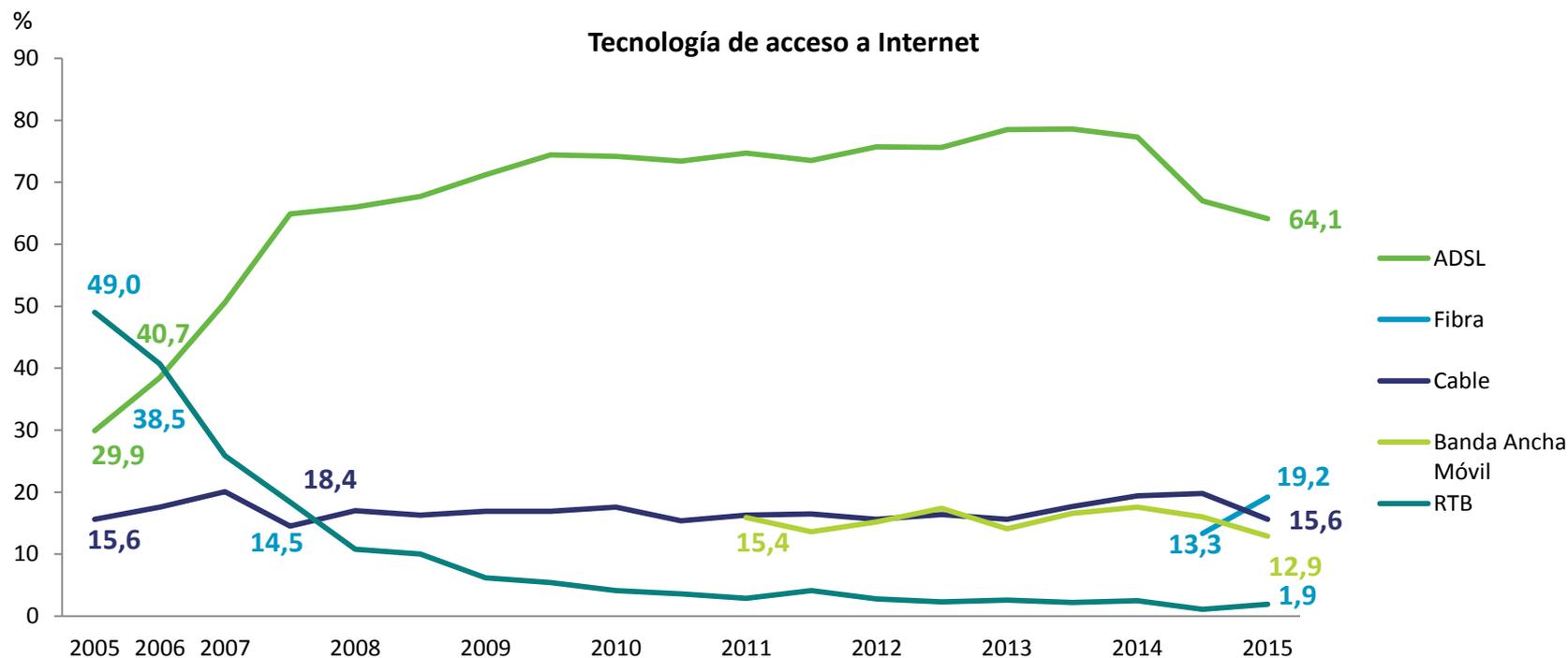


Base: Individuos con móvil

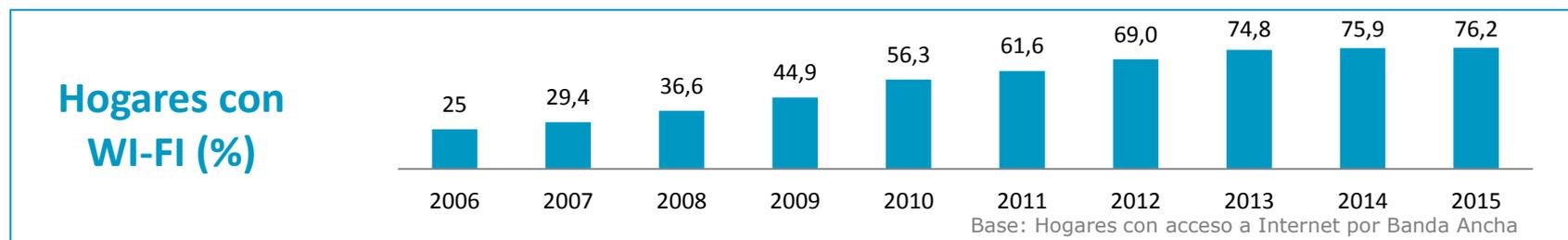
Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año.

# Evolución de la tecnología de acceso a Internet

La tecnología de acceso a Internet a través de fibra irrumpe en el mercado residencial restando cuota a la tecnología ADSL



Base: Hogares con acceso a Internet. En %



\* Nota: todos los datos corresponden al tercer trimestre de cada año excepto 2014 que corresponde al primer trimestre



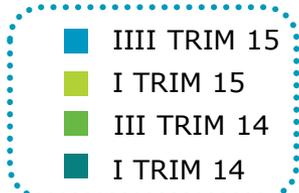
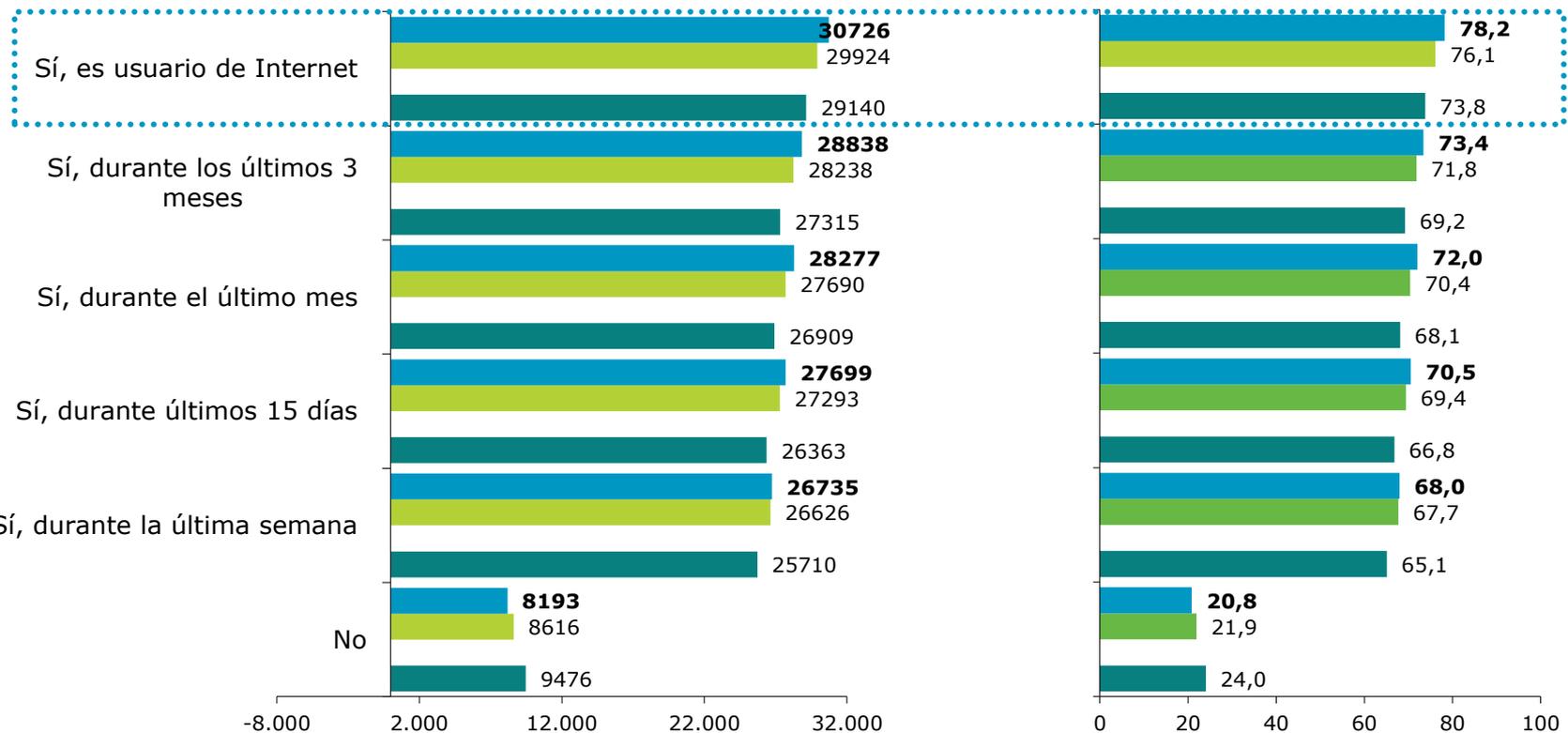
	diap.
<b>1. <u>Equipamiento</u></b>	<b>4</b>
<b>2. <u>Gasto</u></b>	<b>11</b>
<b>3. <u>Conectividad</u></b>	<b>23</b>
<b>4. <u>Comunicación</u></b>	<b>31</b>
<b>5. <u>Información</u></b>	<b>38</b>
<b>6. <u>Entretenimiento</u></b>	<b>43</b>
<b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b>	<b>50</b>
<b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>	<b>58</b>
<b>9. <u>50 oleadas panel (2003-2015)</u></b>	<b>62</b>
<b>10. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>	<b>73</b>



### Uso de Internet

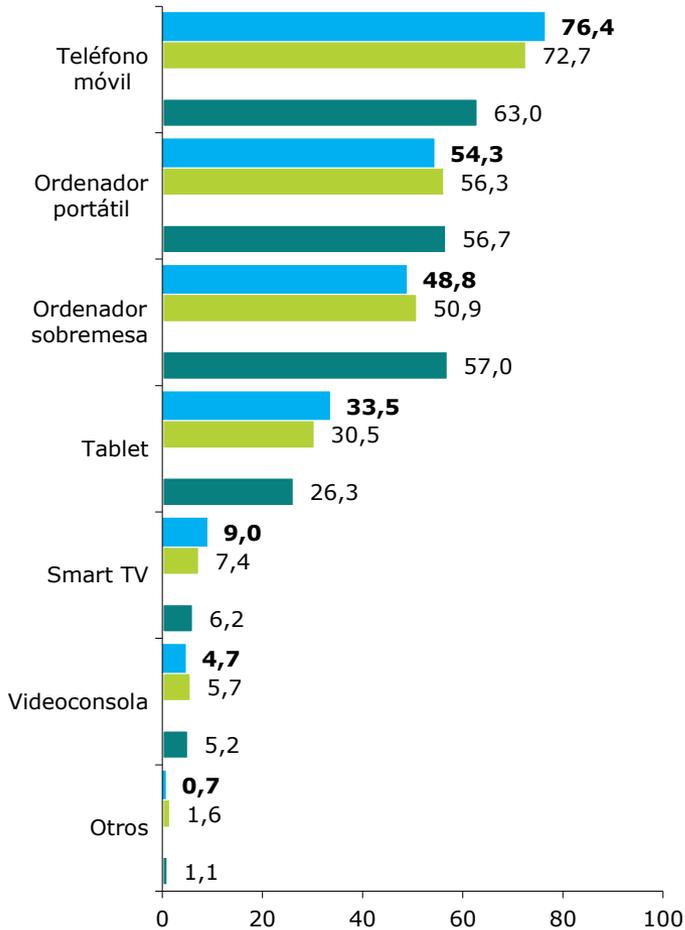
Miles de individuos

% de individuos



%

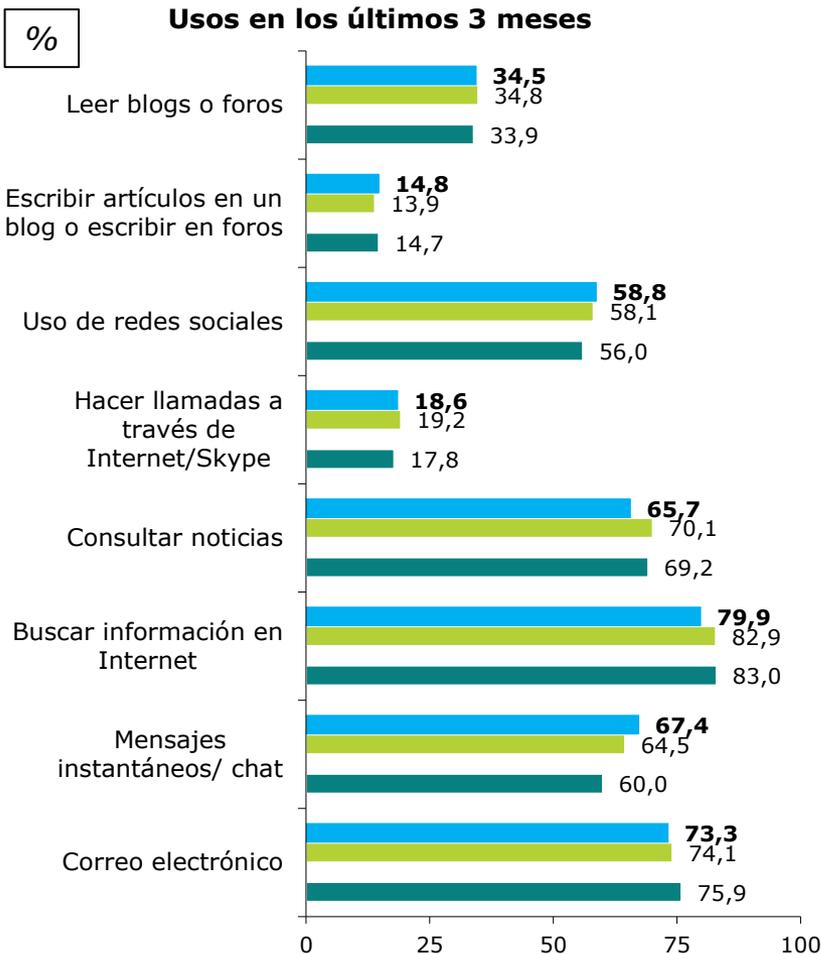
### Dispositivo de acceso a Internet



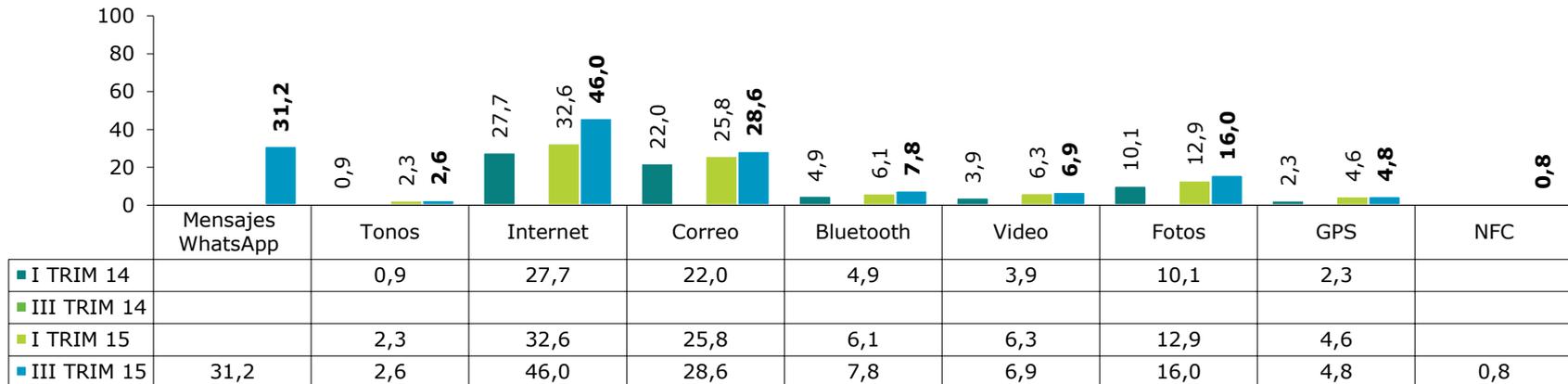
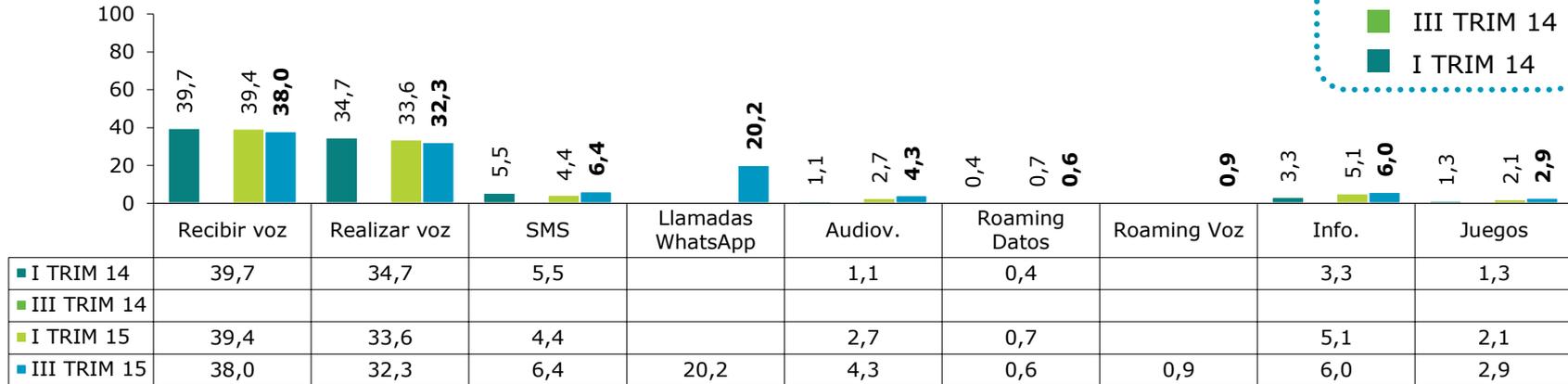
### Lugar de acceso a Internet



10

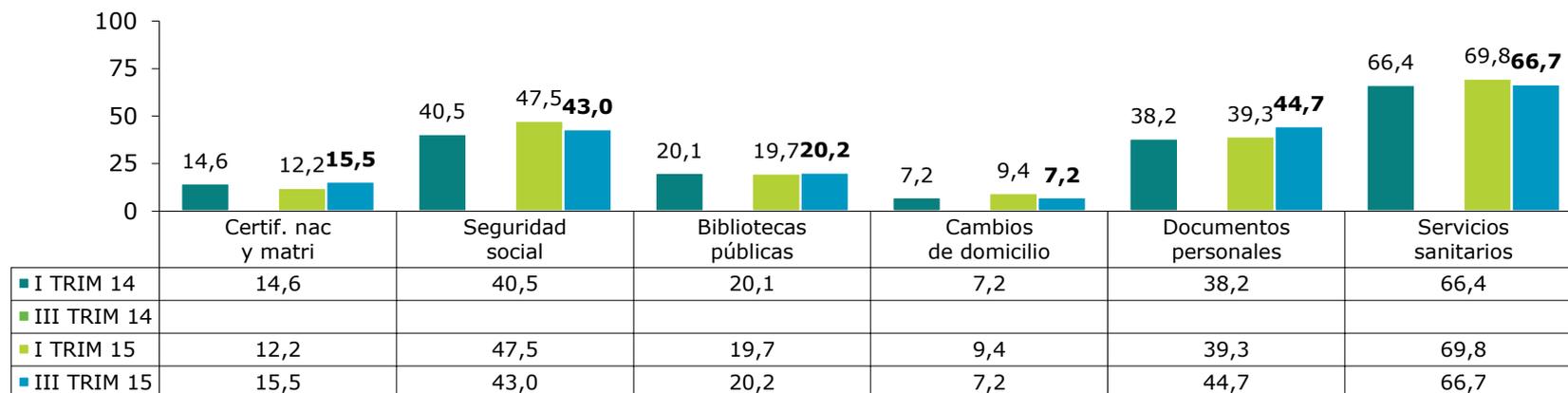
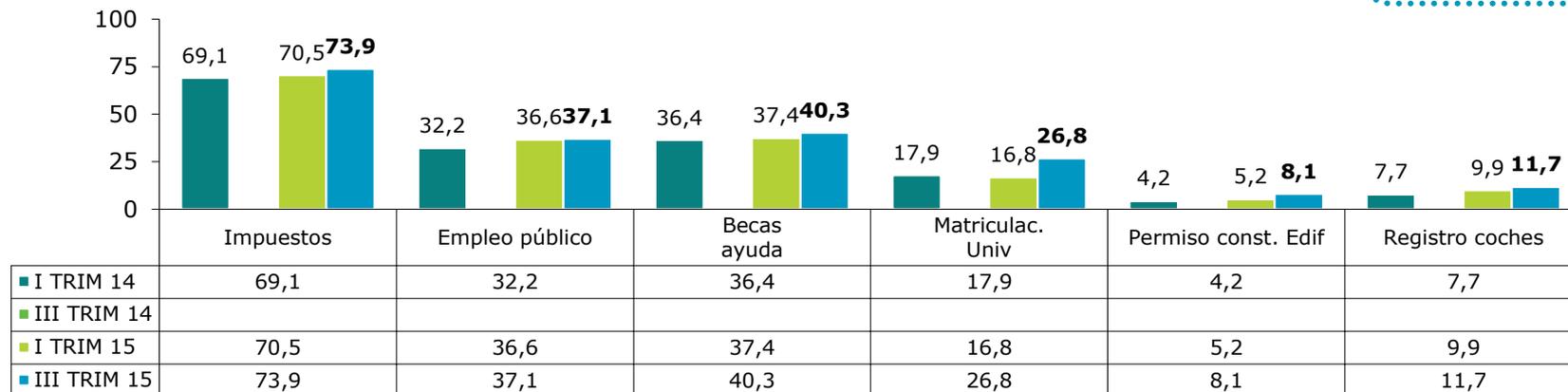


% Uso diario



%

### Consulta información

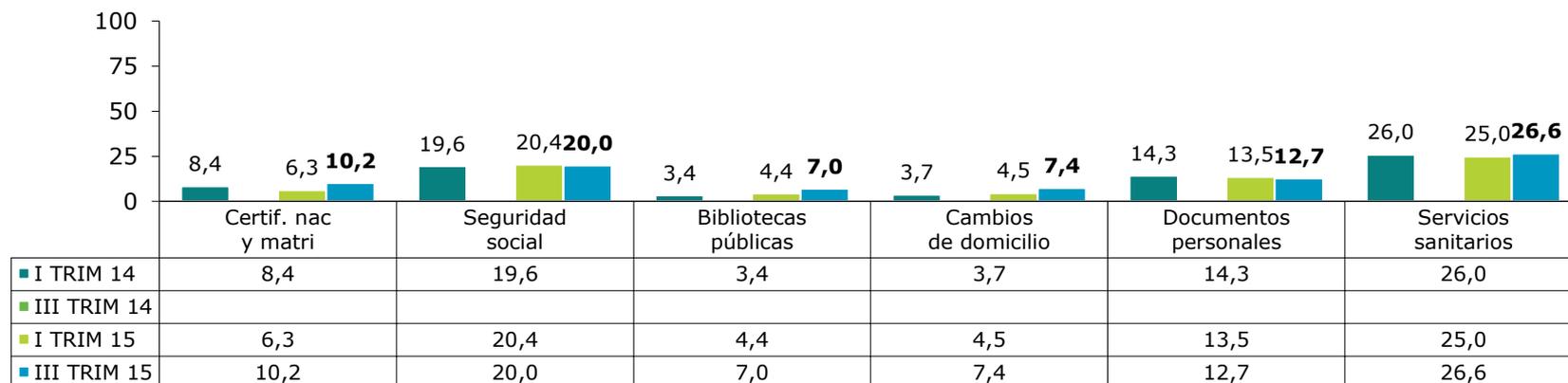
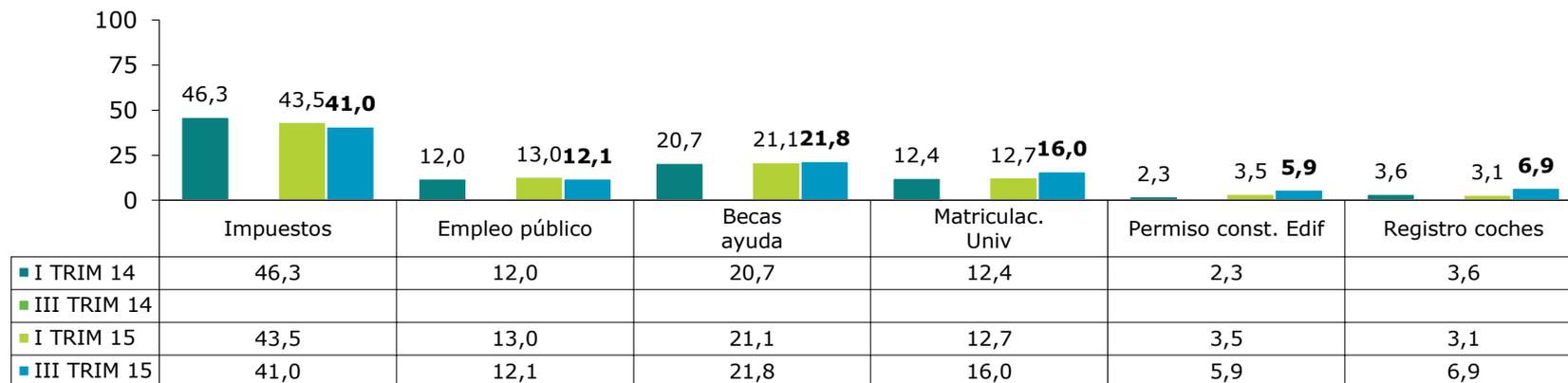


%

■ III TRIM 15  
■ I TRIM 15  
■ III TRIM 14  
■ I TRIM 14

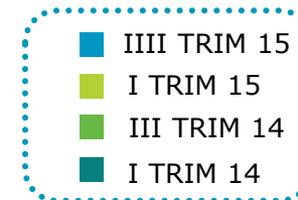
10

### Descarga formularios

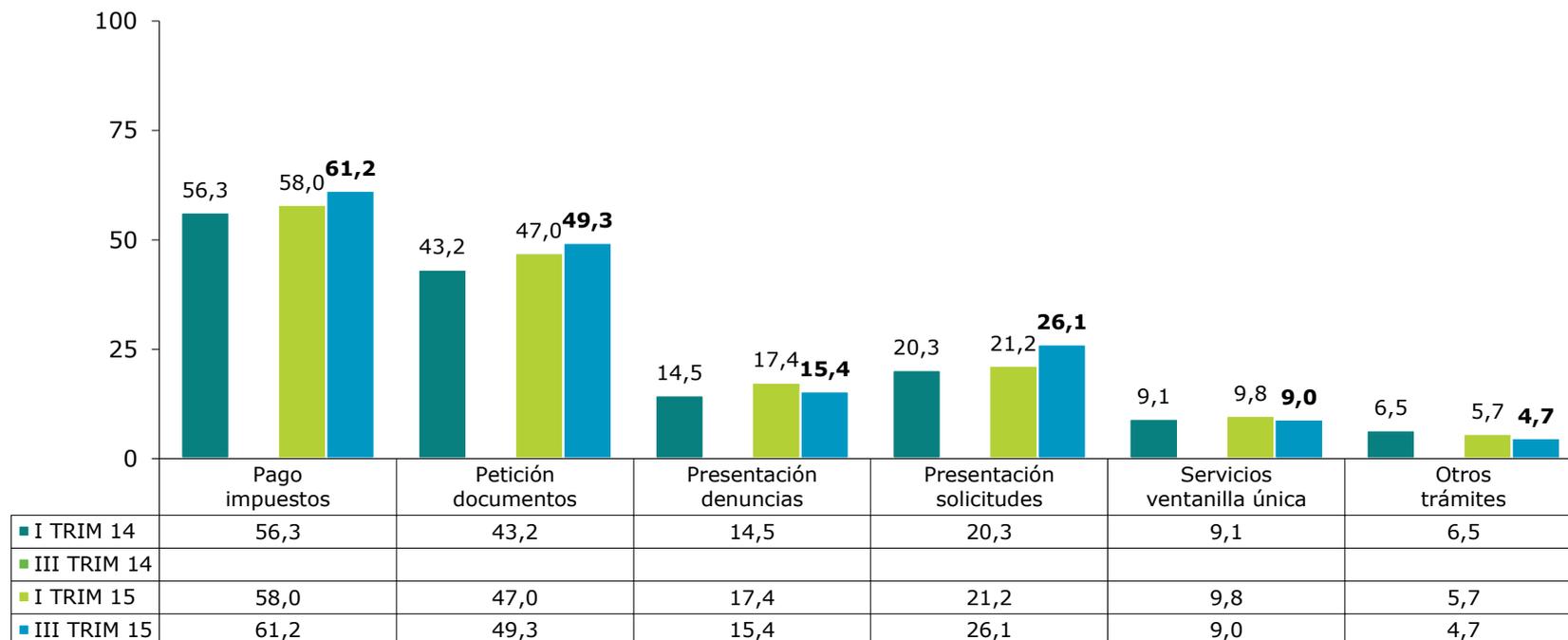


%

### Realización de trámites

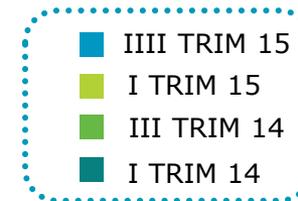


10

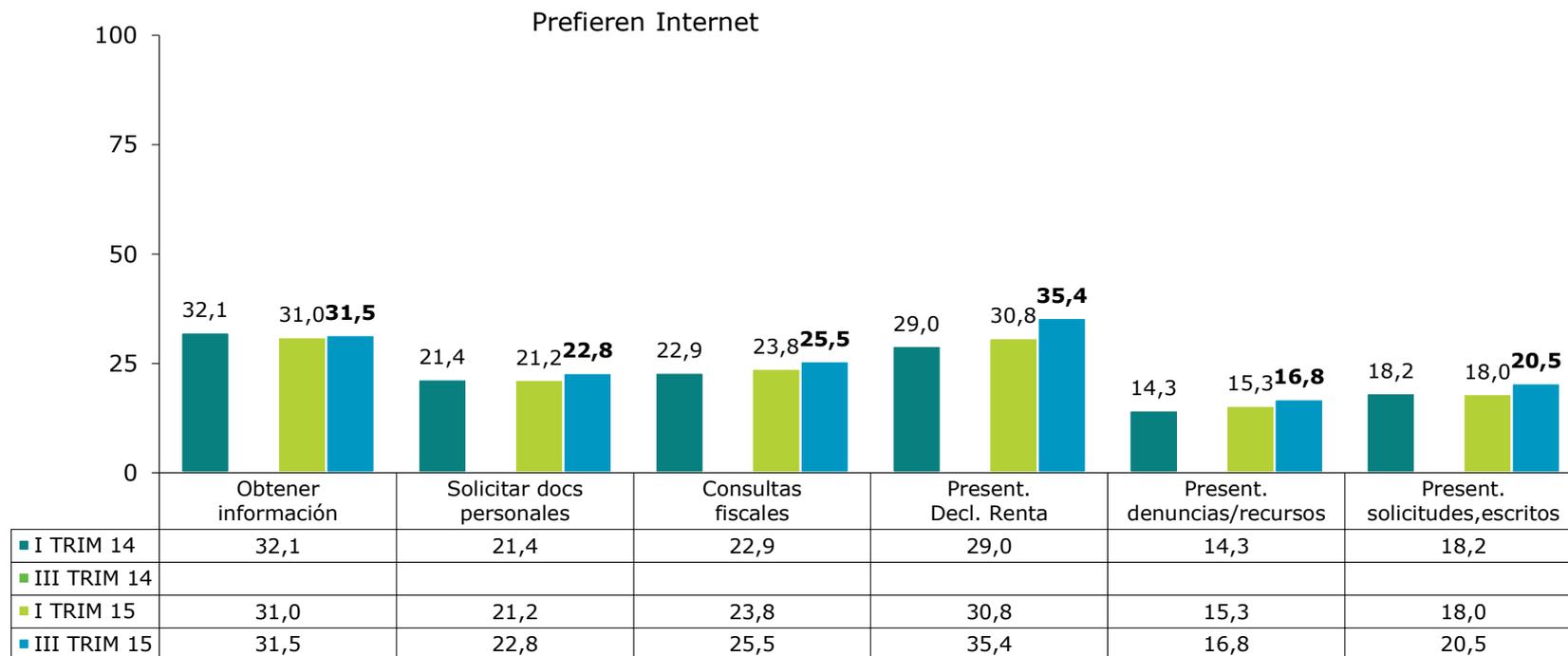


%

### Preferencia de contacto con la administración



10



El **uso de Internet** sigue su tendencia creciente, durante el tercer trimestre de 2015 se constata que el 78,2% de la población de 15 años y más ha hecho uso de la Red en alguna ocasión. Además es un uso frecuente puesto que el 68% de los individuos declara haber accedido a Internet durante la última semana.

En lo que respecta al **lugar de acceso a Internet**, el preferido es el domicilio particular (89%), seguido de la casa de familiares y/o amigos (35,1%).

En cuanto a los usos de Internet, la búsqueda de información, el uso de correo electrónico, la mensajería instantánea/chat, la consulta de noticias así como el uso de las redes sociales presentan las mayores penetraciones .

Sobre los **servicios de la telefonía móvil**, destaca el crecimiento del uso diario de Internet móvil puesto que alcanza una penetración del 46% entre los usuarios. Usos como correo electrónico o la cámara de fotos a través del terminal móvil crecen, aunque de forma mas moderada.

En el tercer trimestre de 2015 se comienzan a estudiar nuevos indicadores como las llamadas y los mensajes a través de WhatsApp. Estos, alcanzan penetraciones diarias del 20,2% y del 31,2% respectivamente.

En cuando a la **e-administración**, la consulta y descarga de formularios sobre impuestos y servicios sanitarios son los aspectos mas utilizados por los usuarios de la e-administración. Así pues, esto se traduce en que el pago de impuestos es el trámite mas realizado a través de la administración electrónica. Por último destacar que el 35,5% de los usuarios de la e-administración presentan la declaración de la renta a través de la Red.



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

## Ficha técnica

**Universo:** 18.220.771 hogares. Individuos 15 y más años: 39,311 millones. 10 y más años: 41,567 millones.

**Muestra neta de hogares:** 2.990 hogares y 6.155 individuos 10+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.827 hogares reunieron los requisitos para entrar en tabulación de facturas.

**Ámbito:** Península, Baleares y Canarias.

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

**Trabajo de Campo:** El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa TNS. La recogida de facturas del período Octubre-Diciembre 2015 se ha dado por finalizada durante el mes de Febrero 15.

**Error Muestral:** El Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ) y un nivel de confianza del 95%, los errores muestrales máximos cometidos en los datos de encuesta son de  $\pm 1,79\%$  para hogares y de  $\pm 1,25\%$  para individuos.

