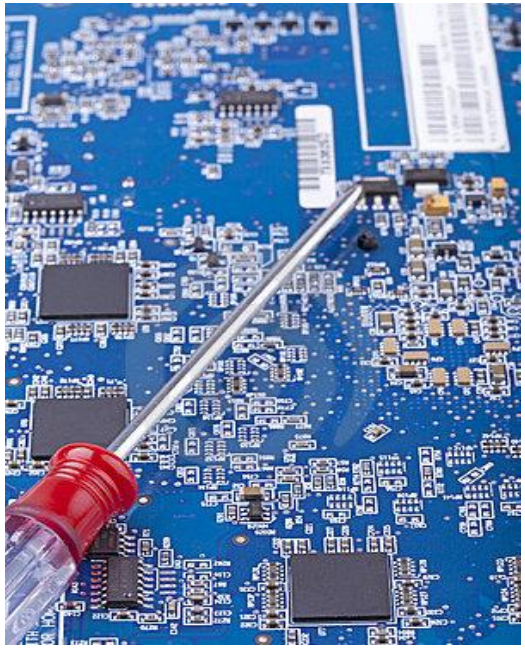
Las TIC en los hogares españoles

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

LVI Oleada
Abril - Junio 2017

Madrid, noviembre de 2017

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ENERGÍA, TURISMO Y AGENDA DIGITAL
ontsi observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI
red.es

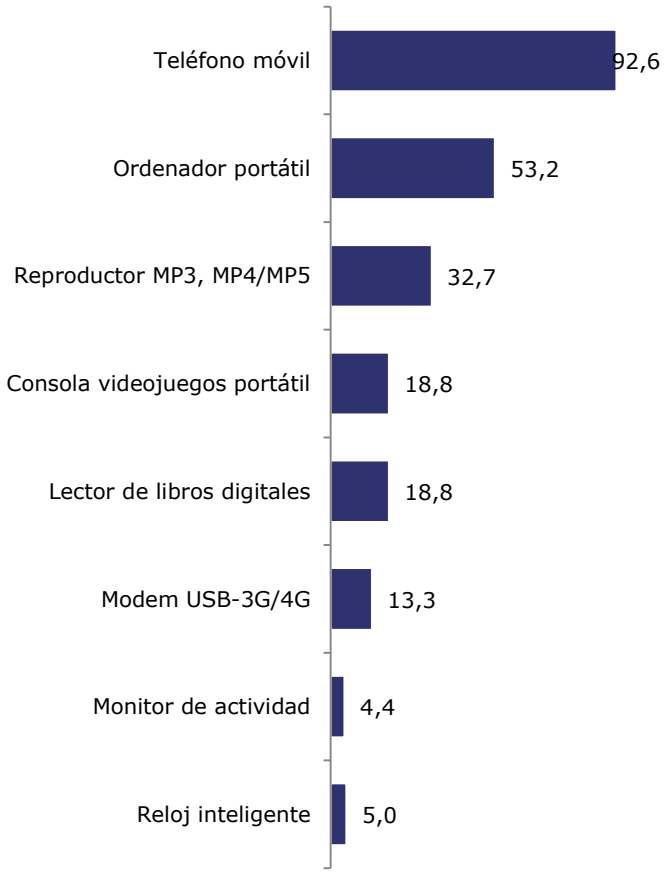


		diap.
1.	Equipamiento	2
2.	Gasto	9
3.	Conectividad	21
4.	Comunicación	29
5.	Información	36
6.	Entretenimiento	41
7.	Administración / Gestión personal	48
8.	Seguridad y privacidad	56
9.	Hábitos y medidas de seguridad	60
10.	Anexo: Evolución datos	70

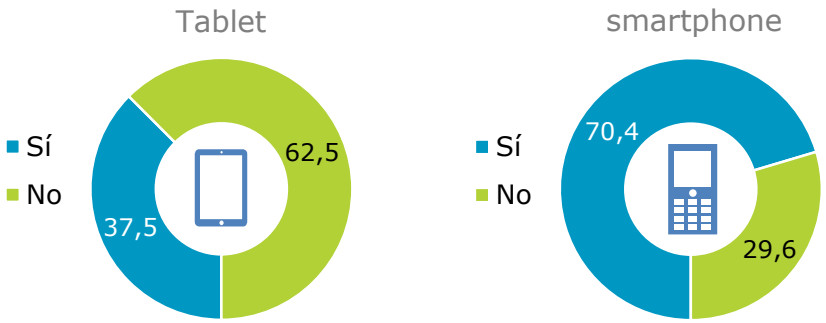
Equipamiento de los individuos

%

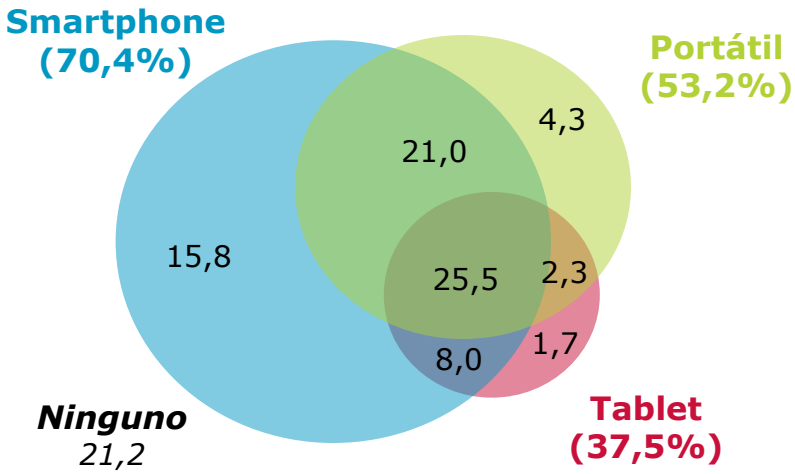
Productos



Penetración



Convivencia dispositivos



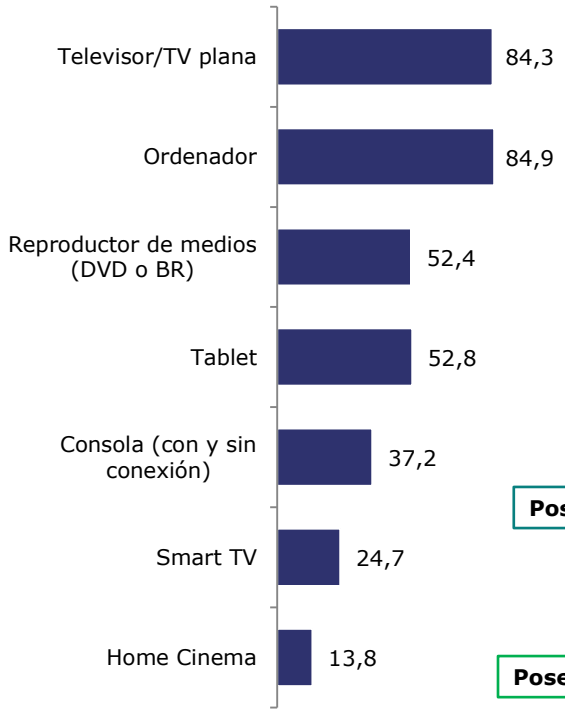
BASE: Individuos de 15 años o más que disponen de alguno de estos dispositivos

BASE: Individuos de 15 años o más

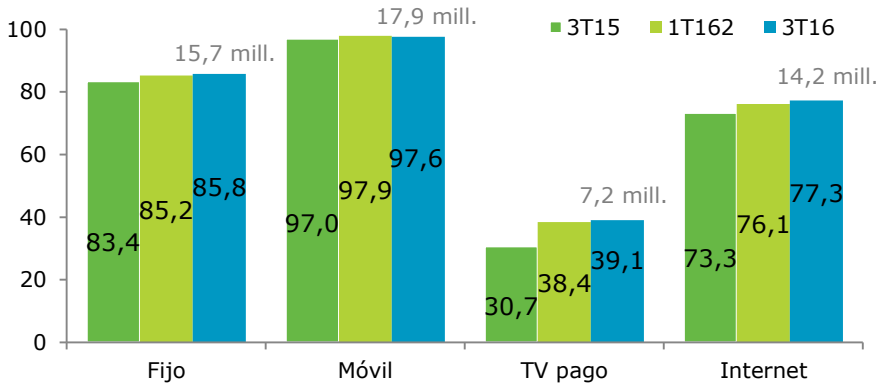
Equipamiento de los hogares

%

Productos

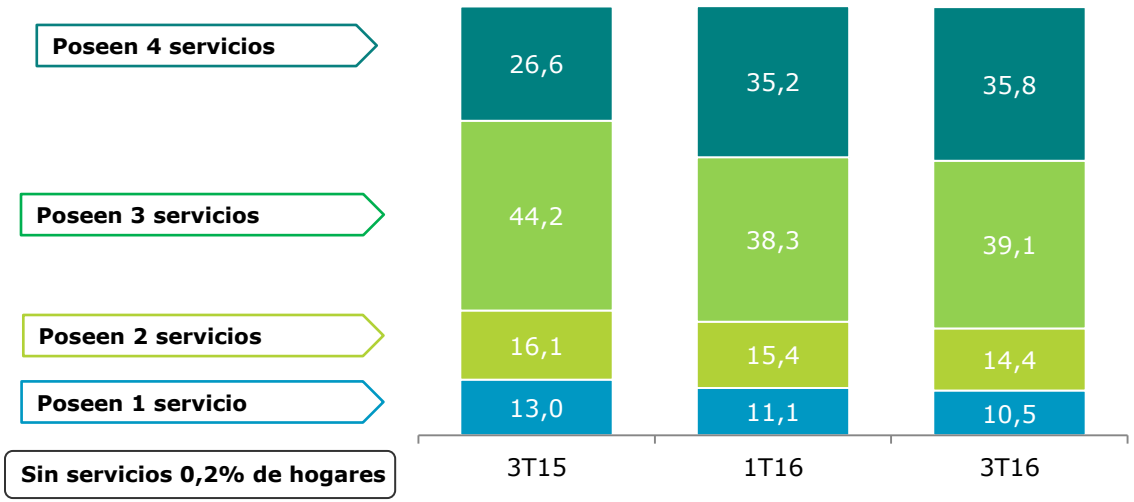


Servicios



BASE: Total hogares
Número de hogares que disponen del servicio

Servicios por hogar

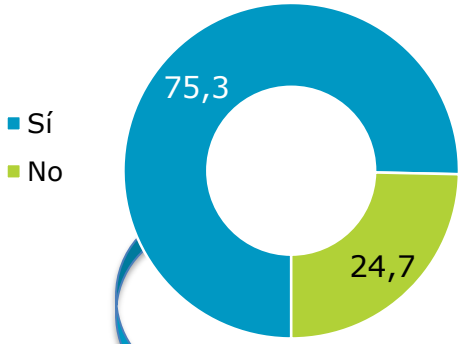


BASE: Total hogares

Paquetización de servicios

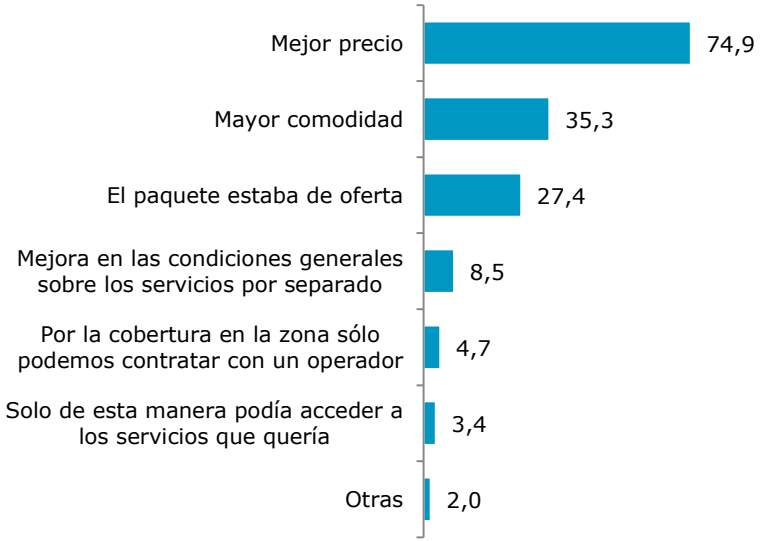
%

¿Contrata los servicios en forma de paquete?



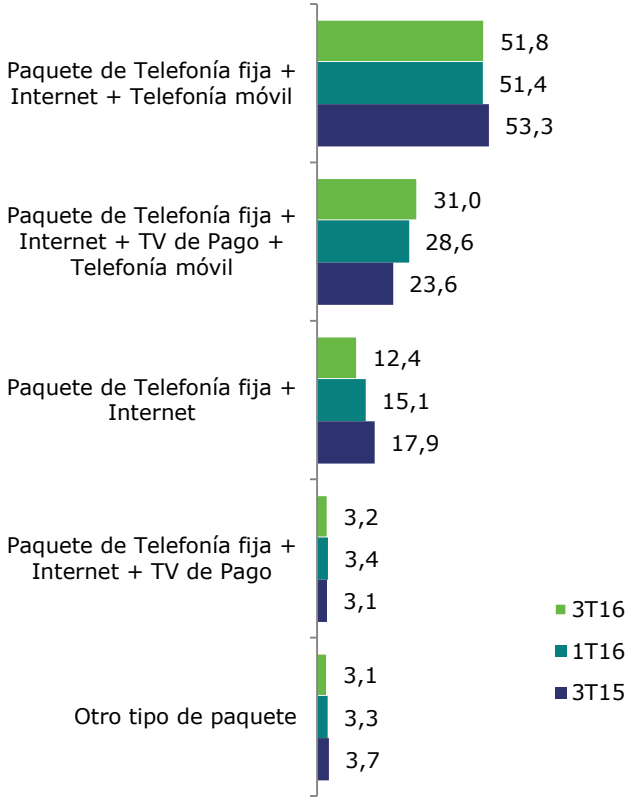
BASE: Total hogares

¿Por qué?



BASE: Hogares con paquete

Paquetes más frecuentes

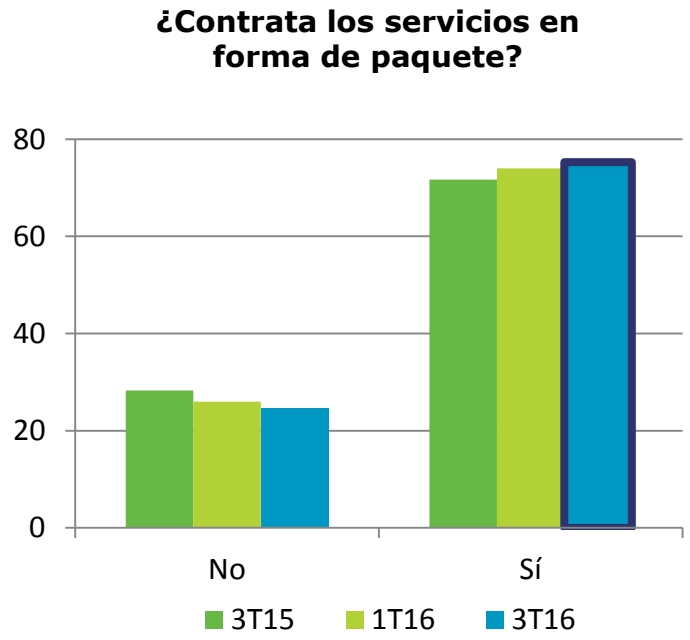


* respuesta múltiple, en un mismo trimestre puede haber cambio en el tipo de paquete contratado

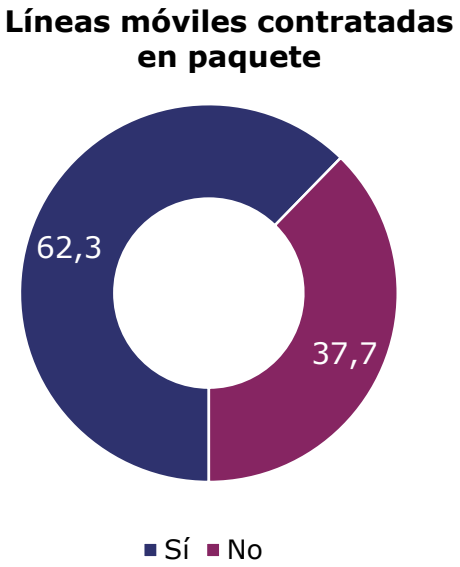
BASE: Hogares con paquete

Paquetización de servicios

%

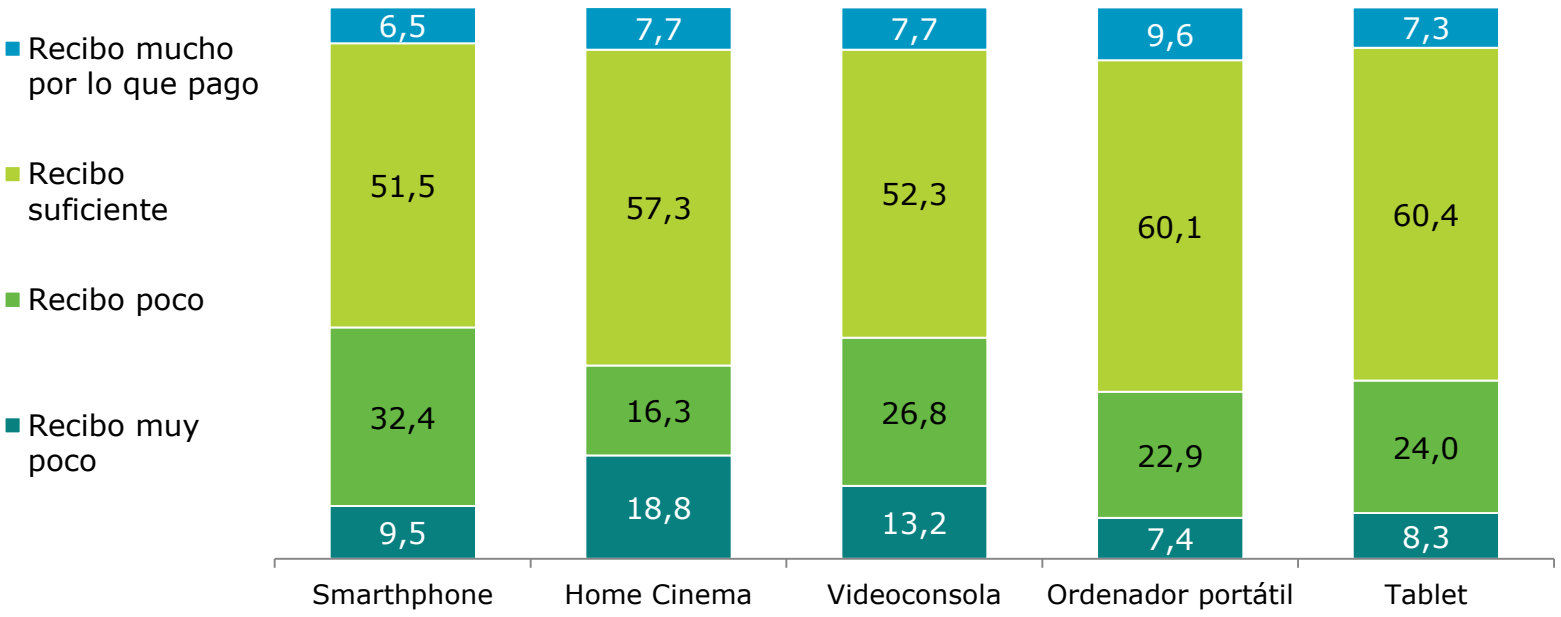


BASE: Total hogares



BASE: Líneas móviles

Relación entre precio y utilidad de los equipamientos



BASE: Individuos de 15 años o más que disponen del equipamiento

Equipamiento:

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

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

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

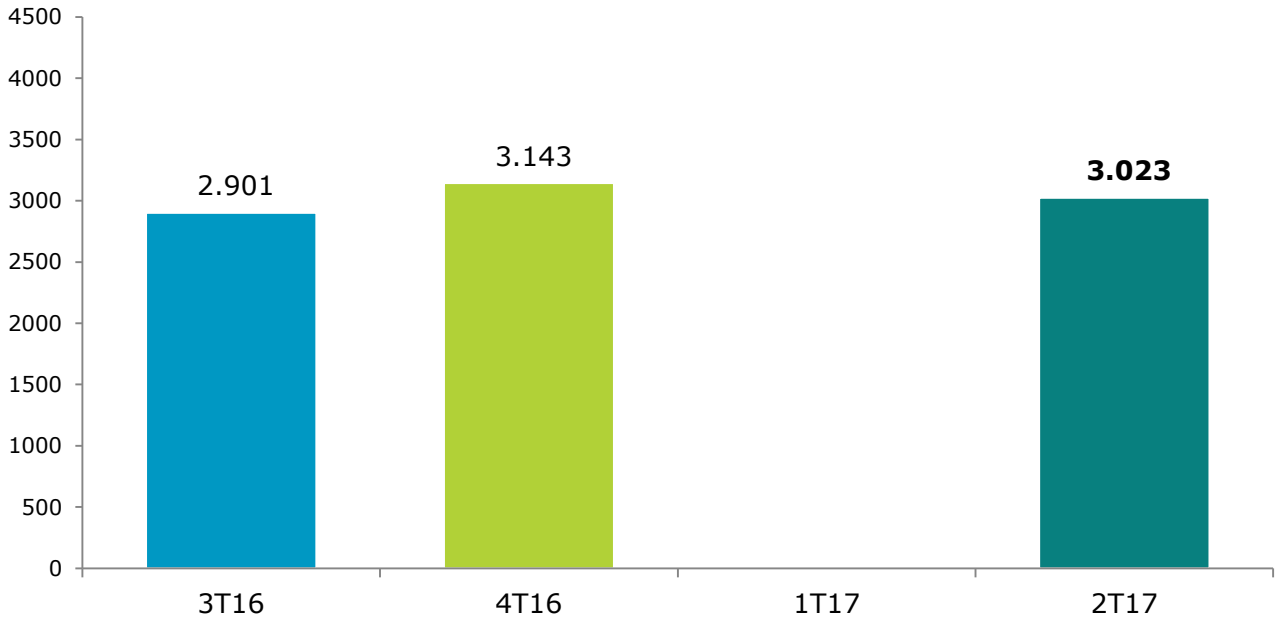
Esta convivencia de servicios TIC en el hogar, en la mayoría de los casos, se hace bajo contratación conjunta, así tres de cada cuatro hogares (75,3%) tiene contratado algún paquete de servicios TIC. Esto se hace principalmente por la mejora de los precios y por comodidad. Los paquetes que con mayor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

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

		diap.
1.	Equipamiento	2
2.	Gasto	9
3.	Conectividad	21
4.	Comunicación	29
5.	Información	36
6.	Entretenimiento	41
7.	Administración / Gestión personal	48
8.	Seguridad y privacidad	56
9.	Hábitos y medidas de seguridad	60
10.	Anexo: Evolución datos	70

Gasto total nacional

Gasto nacional (Millones de €)
(Excluido IVA)

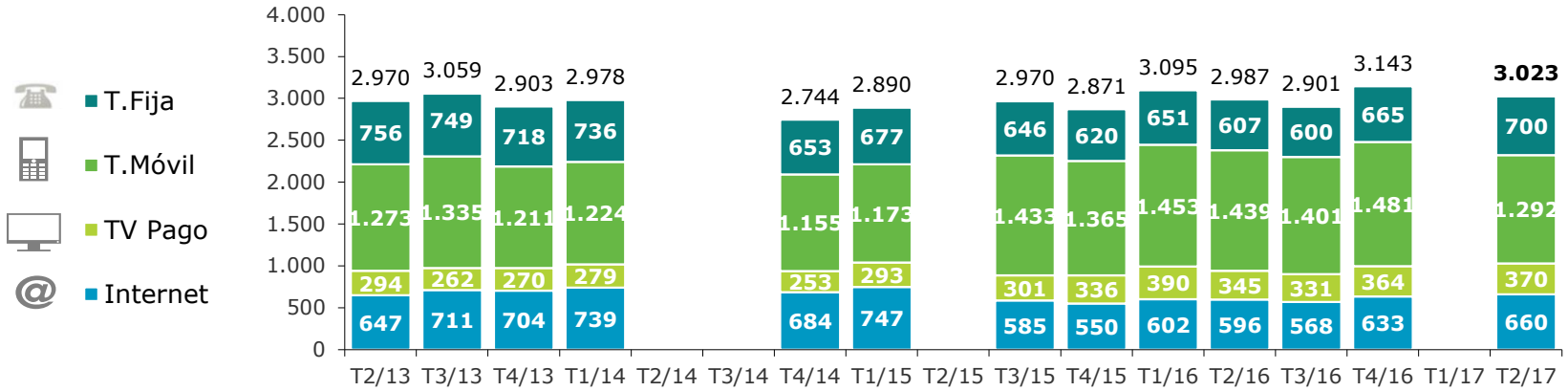


** Datos en millones de Euros / Trimestre*

BASE: Total hogares

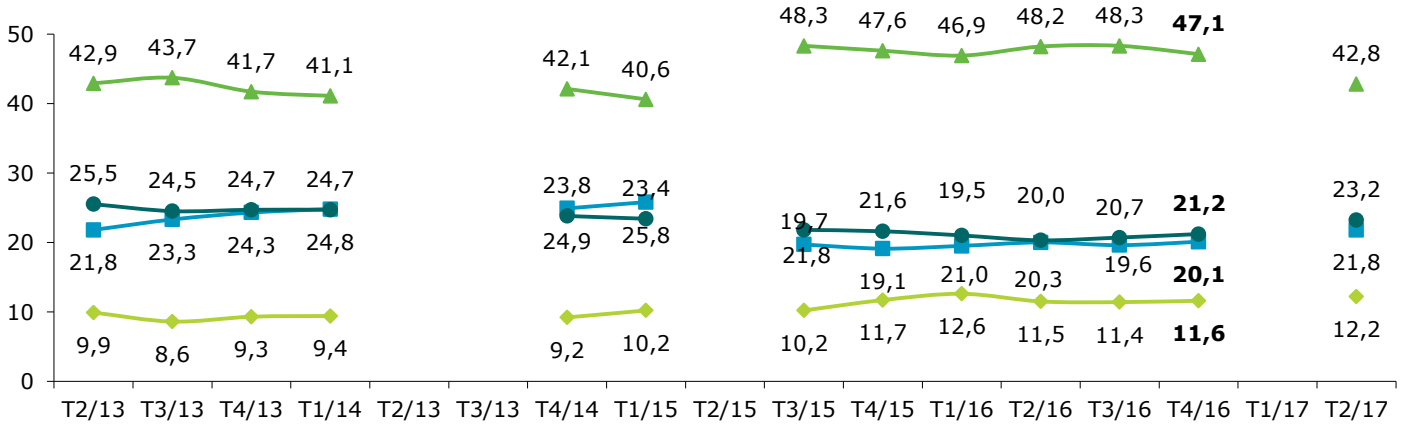
Gasto total nacional | por mercado

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



** Datos en millones de Euros / Trimestre*

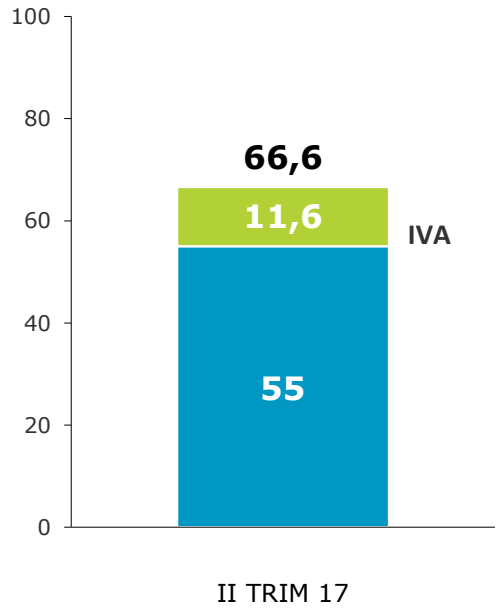
Porcentaje de gasto TIC por servicio



BASE: Total hogares

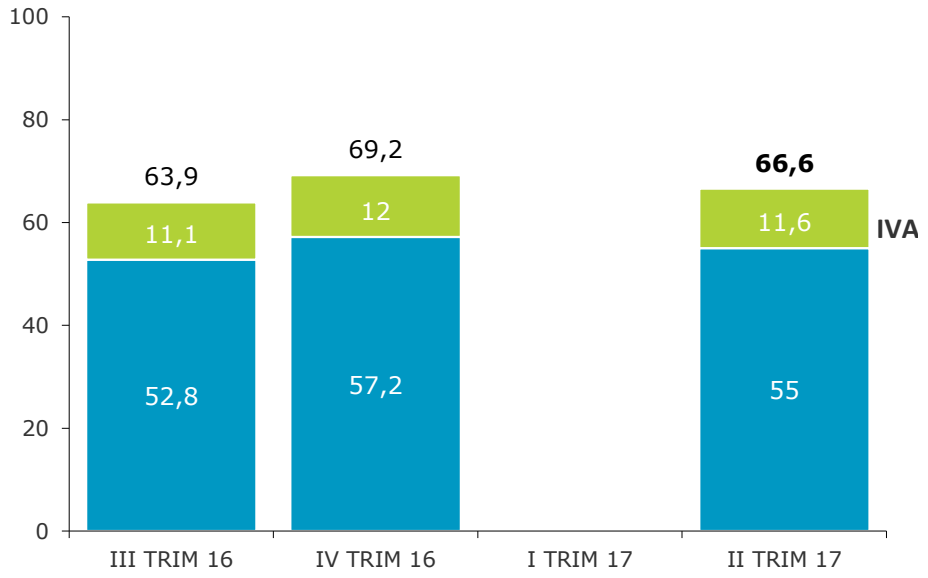
Gasto medio por hogar

Gasto medio por hogar (€)
(IVA Incluido)



** Datos en Euros / Mes (con IVA)*

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

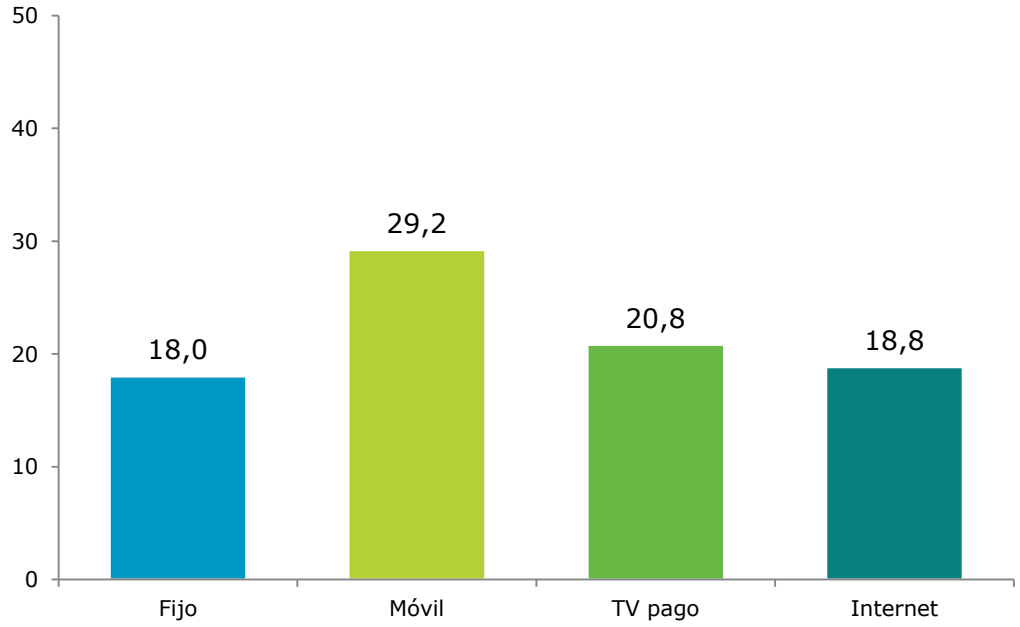


BASE: Total hogares

Gasto medio por mercado

Gasto medio por hogar
(IVA incluido)

** Datos en Euros / Mensuales*

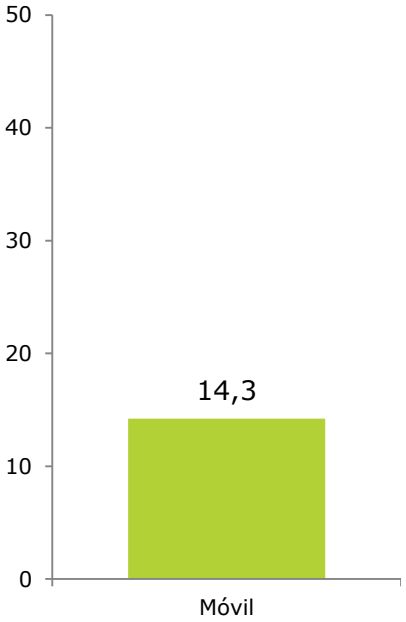


II TRIM 17

BASE: Hogares que disponen de cada servicio

Gasto medio por individuo
(IVA incluido)

** Datos en Euros / Mensuales*



II TRIM 17

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

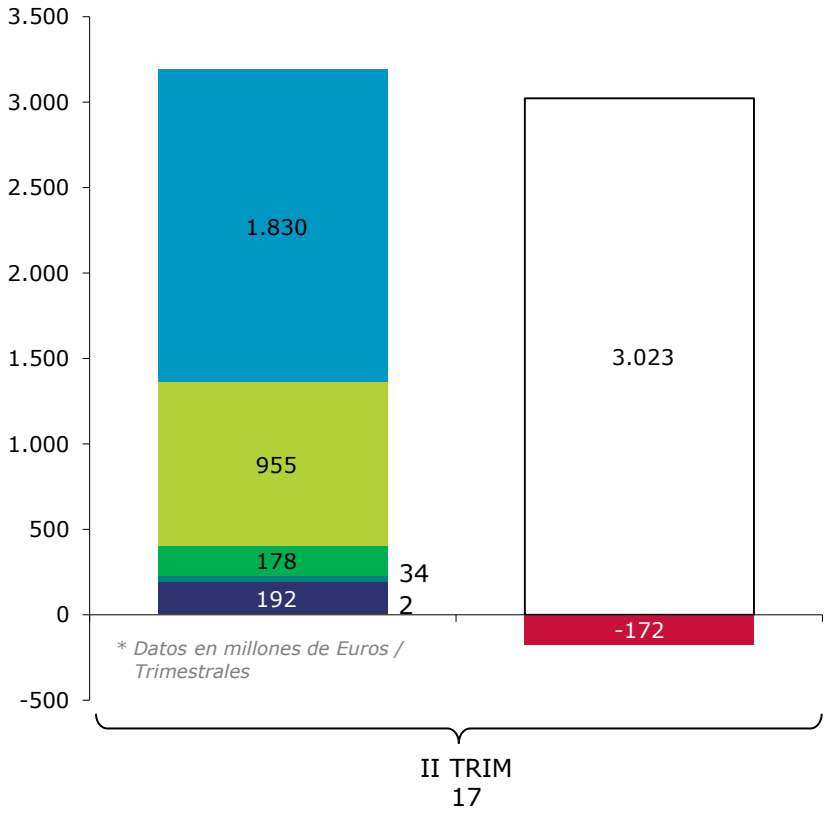
Contratación de servicios TIC

	% de hogares	% de gasto
Hogares con 4 servicios	35,8 %	49,7 %
Hogares con 3 servicios	39,1 %	38,3 %
Hogares con 2 servicios	14,4 %	7,6 %
Hogares con 1 servicio	10,5 %	4,4 %
	Resultados III TRIM 16 (Jul-Sept 16)	*Resultados II TRIM 17 (Abr-Jun 17)*

BASE: Total hogares

Gasto total nacional | por concepto

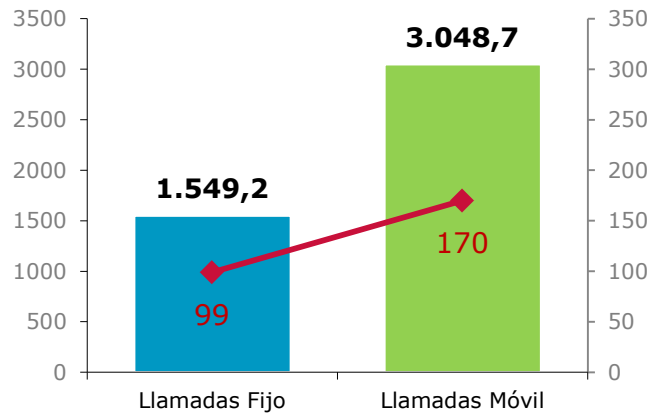
Gasto total nacional desglosado por conceptos
(Excluido IVA)



BASE: Total hogares

Análisis del consumo

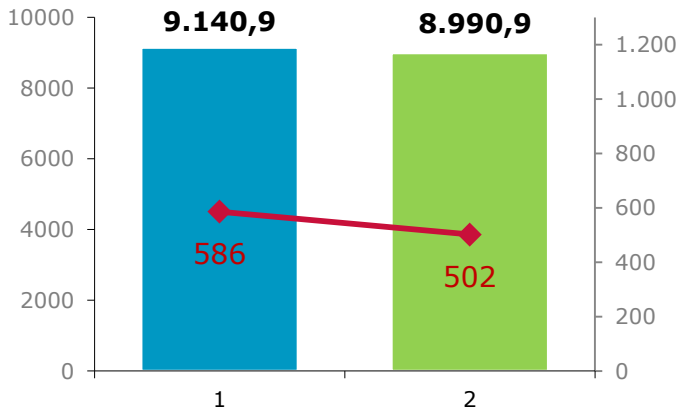
Número de llamadas



Nacional: Millones de llamadas / Trimestre
Hogar: Llamadas / Trimestre

BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

Duración de llamadas

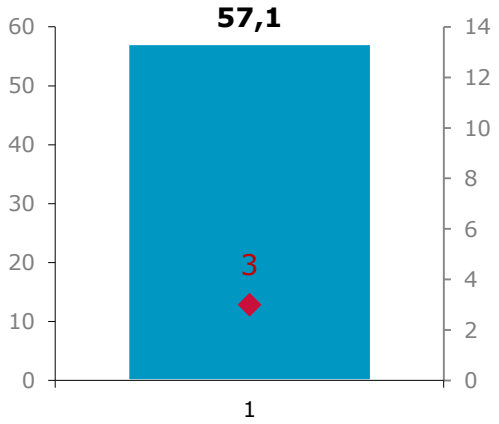


Nacional: Millones de minutos / Trimestre
Hogar: Minutos / Trimestre

BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

Resultados II TRIM 17
(Abr-Jun 17)

Consumo SMS



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

BASE: Total hogares con móvil

Total Nacional (Millones de unidades)

Hogar (Unidades)

Gasto en paquetización de servicios

Contrata servicios empaquetados

- **SI** 75,3 % de hogares
- **NO** 24,7 % de hogares

BASE: Total hogares

Resultados III TRIM 16 (Jul-Sept 16)

Tipo de paquete	***Gasto medio por hogar al mes*** *(IVA incluido)*
Paquete de Telefonía fija + Internet + Telefonía móvil 51,8 %	**54,5 €**
Paquete de Telefonía fija + Internet + TV de Pago + Telefonía móvil 31 %	**80,8 €**
Paquete de Telefonía fija + Internet 12,4%	**38,0 €**
Paquete de Telefonía fija + Internet + TV de Pago 3,2%	**52,0 €**
Otro tipo de paquete 3,1%	

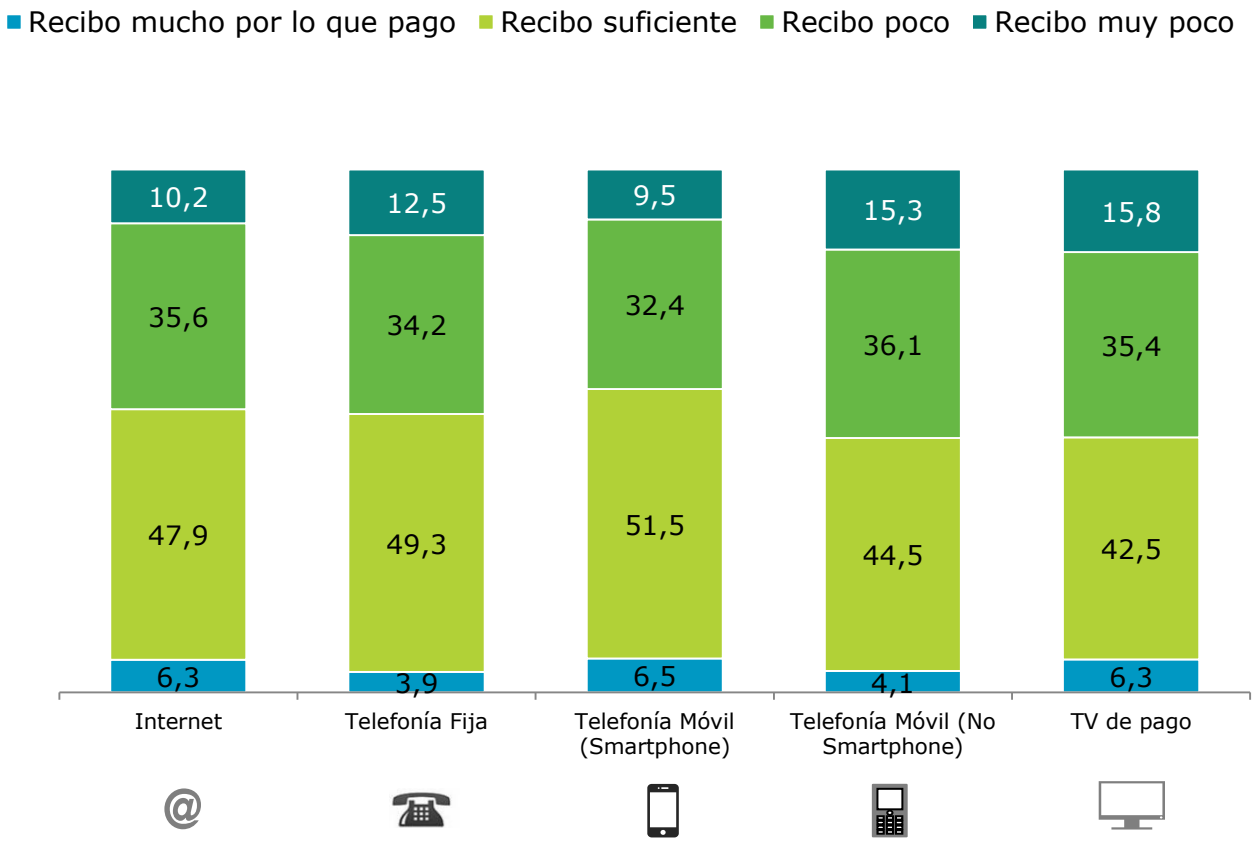
BASE: Hogares con paquete

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

Resultados III TRIM 16 (Jul-Sept 16)

Resultados IITRIM 17 (Abr-Jun 17)

Relación entre precio y utilidad de los servicios



Resultados III TRIM 16
(Jul-Sept 16)

BASE: Individuos de 15 o más años

Evolución del gasto:

En el segundo trimestre de 2017, el gasto total nacional en servicios TIC alcanza un valor de **3.023 millones de euros**, una cifra ligeramente superior al valor del mismo trimestre del año pasado (2.987 millones de €).

El teléfono móvil concentra el 42,8% de este volumen de gasto, si bien ha visto reducido su peso en 5,4 puntos porcentuales desde el segundo trimestre de 2016. El **Internet** y la **telefonía fija** mantienen sus cuotas ligeramente por encima del **20%** (con 21,8% y 23,2% respectivamente), ambos al alza con respecto a mediciones anteriores. Por último, la **televisión de pago** se sitúa en el 12,2% del total de gasto en servicios TIC.

Estas cifras se traducen en el siguiente volumen de gasto: 660 millones en Internet, 370 millones en televisión de pago, 1.292 millones la telefonía móvil y 700 millones la telefonía fija.

Distribución de servicios por hogar:

A nivel de hogar, se observa que el gasto medio en servicios TIC durante el segundo trimestre de 2.017 alcanza los 66,6€ por hogar al mes (IVA incluido). Por tipo de servicio, a la telefonía móvil le corresponde una media 29,2€ medios mensuales, 20,8€ a la televisión de pago, 18,8€ a Internet y 18,0€ al teléfono fijo.

Análisis del consumo:

El gasto total en servicios TIC de 3.023 millones de euros se distribuye mayoritariamente en **cuotas de paquetes** (1.830 millones de euros) y **otras cuotas mensuales** (955 millones de euros).

Con cantidades próximas a los 200 millones de euros, se encuentran Otros conceptos (178 millones de euros) y consumos de móvil (192 millones de euros). Un escalón por debajo en cuanto a volumen de gasto aparecen Otros consumos asociados a telefonía fija (con 34 millones de euros) y por último con el gasto asociado a la TV (2 millones de euros)

Por último cabe señalar que el volumen de descuento sobre el gasto se sitúa en este trimestre en 172 millones de euros.

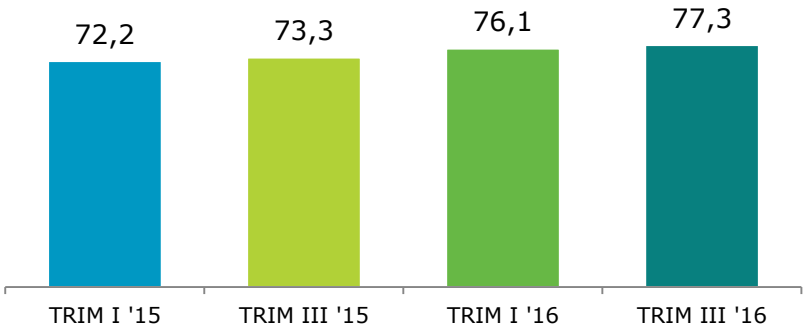
diap.

1. Equipamiento 2
2. Gasto 9
3. Conectividad 21
4. Comunicación 29
5. Información 36
6. Entretenimiento 41
7. Administración / Gestión personal 48
8. Seguridad y privacidad 56
9. Hábitos y medidas de seguridad 60
10. Anexo: Evolución datos 70

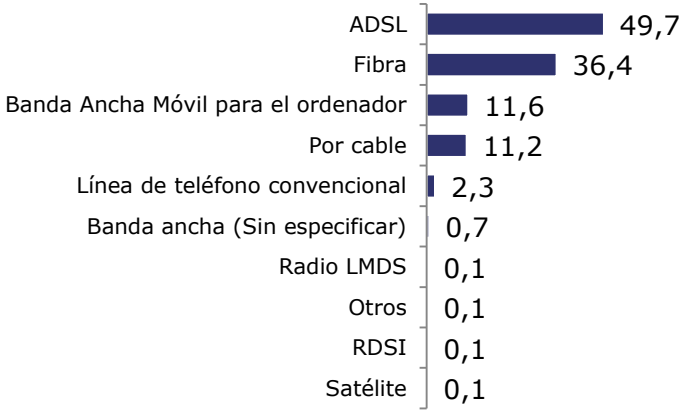
Conectividad en el hogar

%

Penetración de Internet

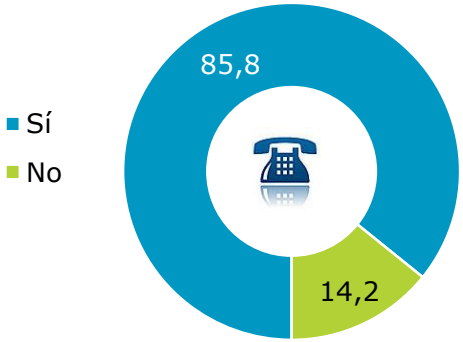


Tipo de conexión

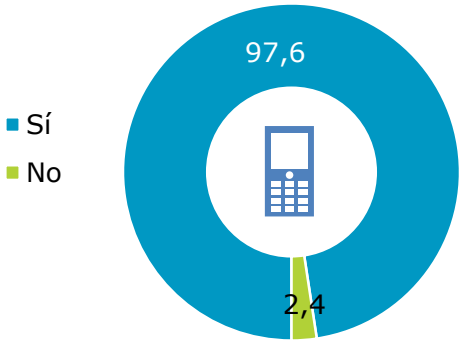


BASE: Total hogares con conexión a Internet

Penetración Fijo



Penetración Móvil

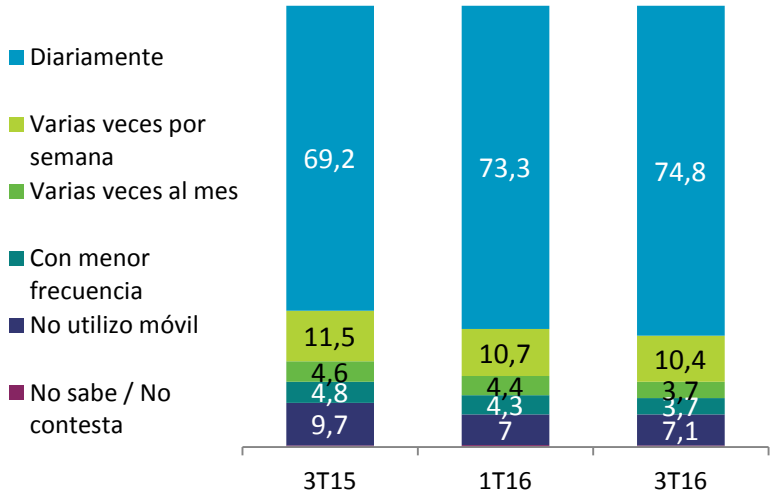


BASE: Total hogares

Cómo se conecta la gente | móvil

%

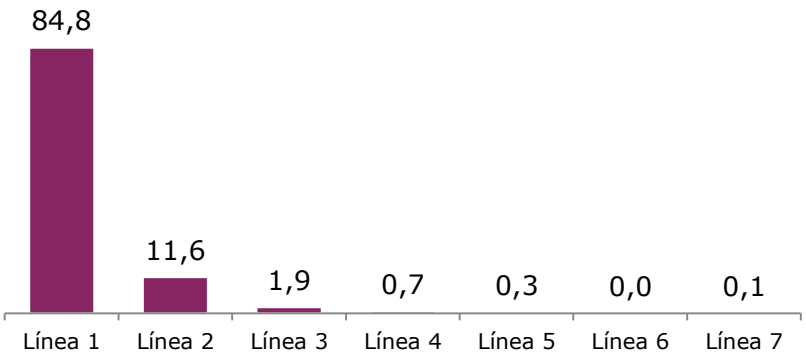
Frecuencia Uso Móvil



Usuarios Móvil

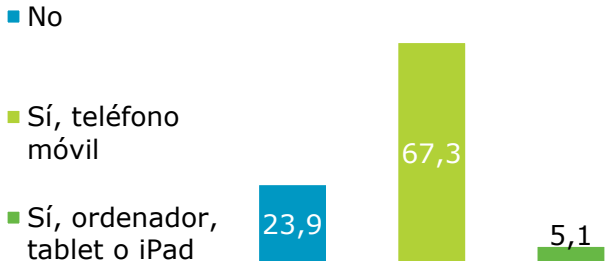
36.374.231 (92,6%)

Nº líneas contratadas

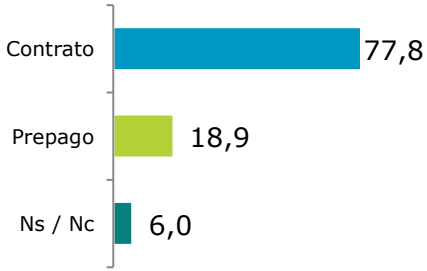


BASE: Usuarios de móvil

Uso Internet móvil

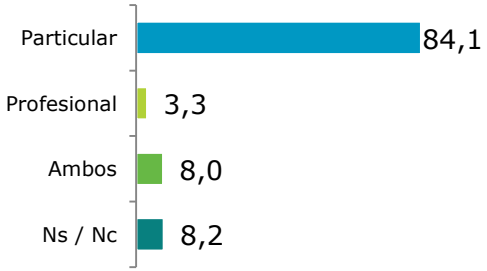


Modalidad contratación (líneas)



BASE: Total líneas

Uso (líneas)



BASE: Total líneas

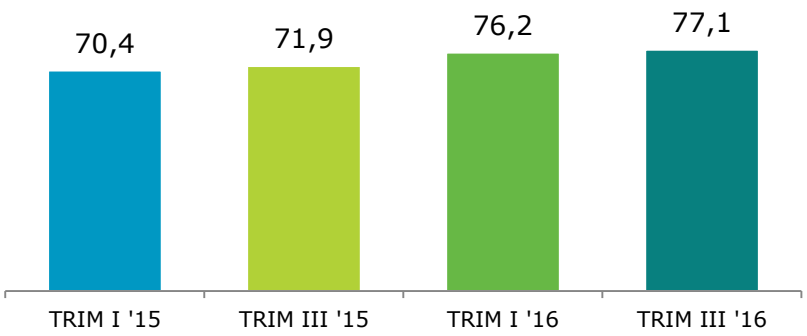
BASE: Individuos de 15 años o más

Resultados III TRIM 16 (Jul-Sept 16)

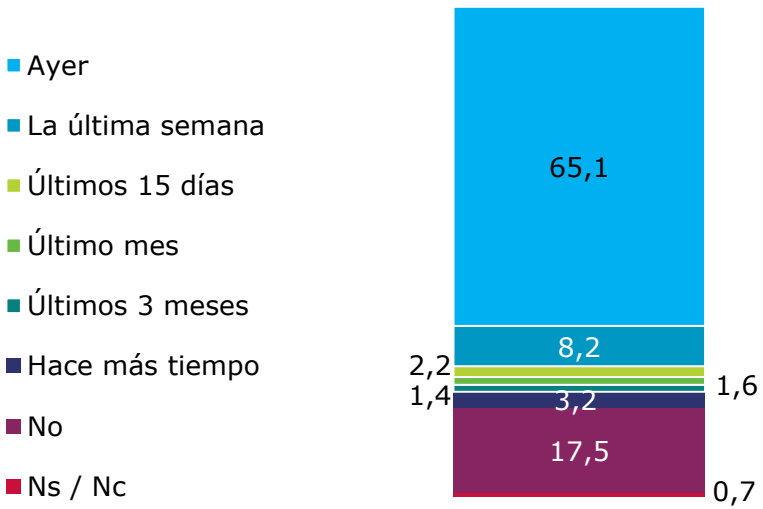
Cómo se conecta la gente | Internet

%

Penetración de uso de Internet (Último mes)

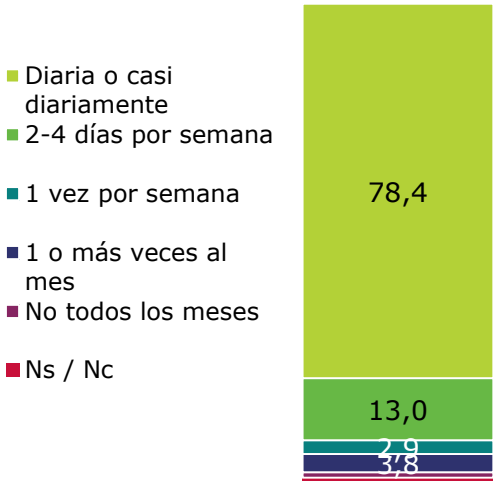


Último acceso



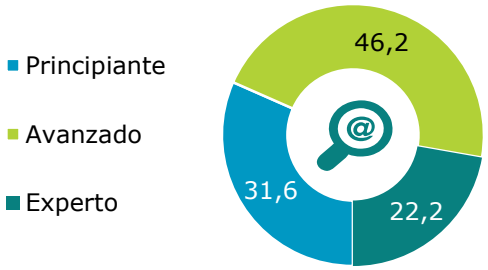
BASE: Individuos de 15 años o más

Frecuencia de uso (Último trimestre)



BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

Manejo y uso de Internet

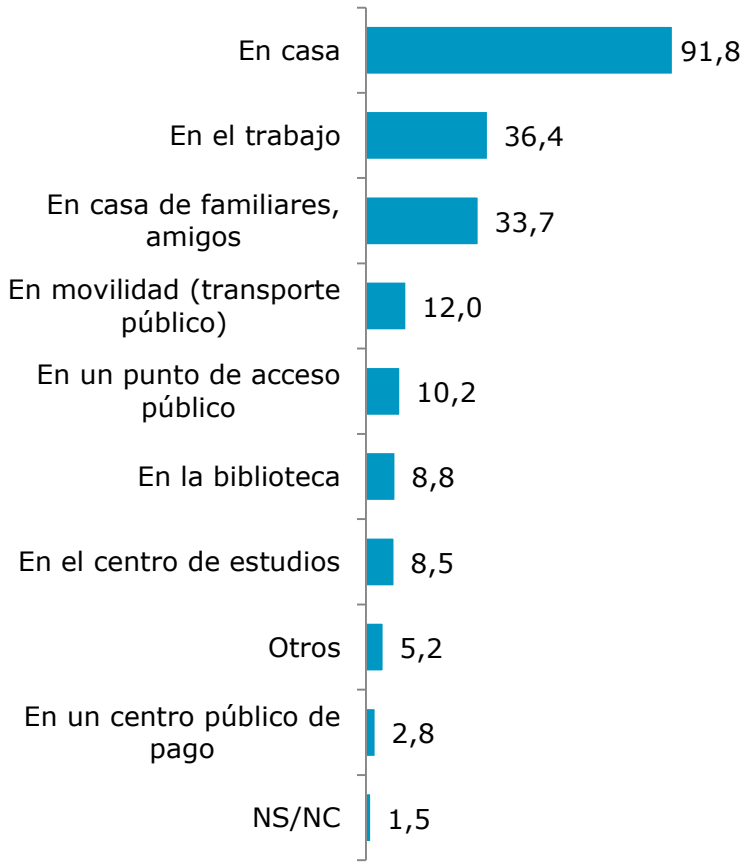


BASE: Usuarios de Internet

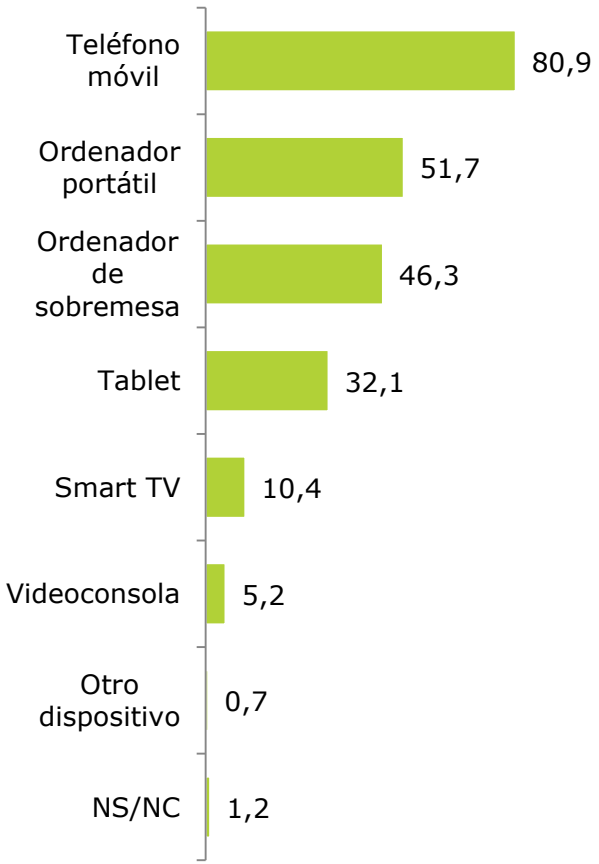
Usos de Internet

%

Lugares de acceso



Dispositivos de acceso

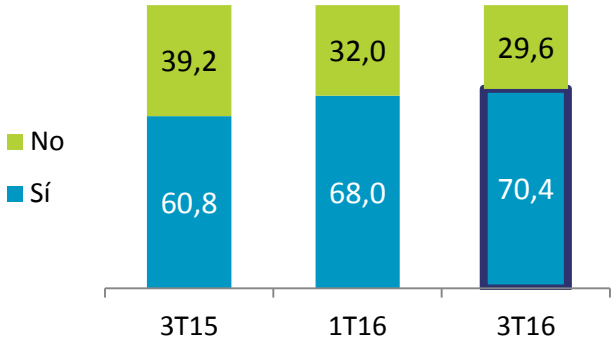


BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

Usos de smartphone / tablet

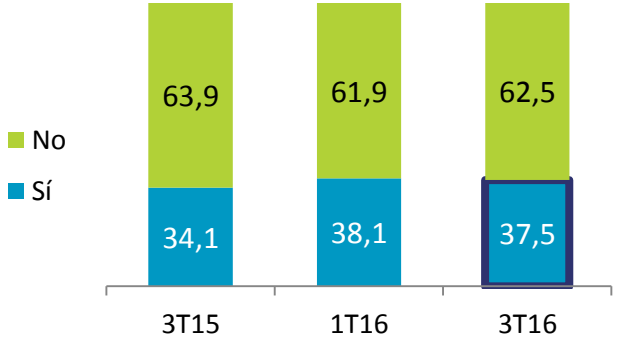
%

Penetración de uso
smartphone



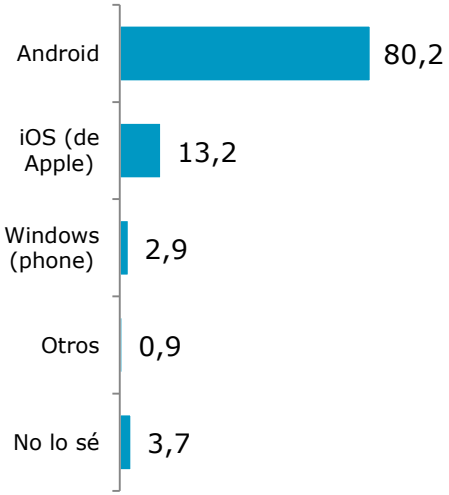
BASE: Individuos de 15 años o más

Penetración de uso
Tablet



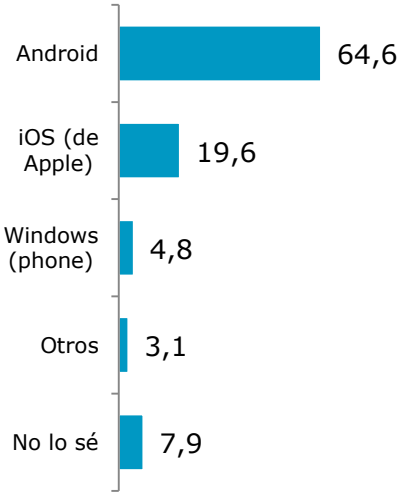
BASE: Individuos de 15 años o más

Sistema operativo
smartphone



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Sistema operativo
Tablet

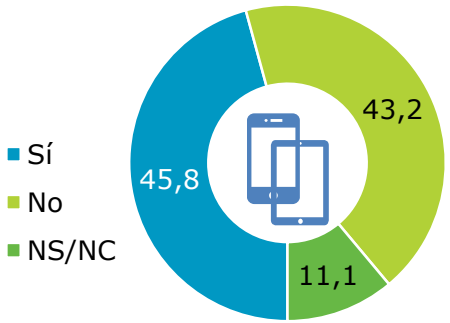


BASE: Individuos de 15 años o más con Tablet

Usos de smartphone / tablet

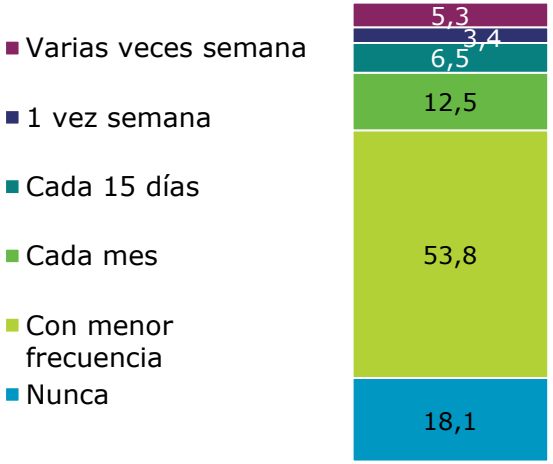
%

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



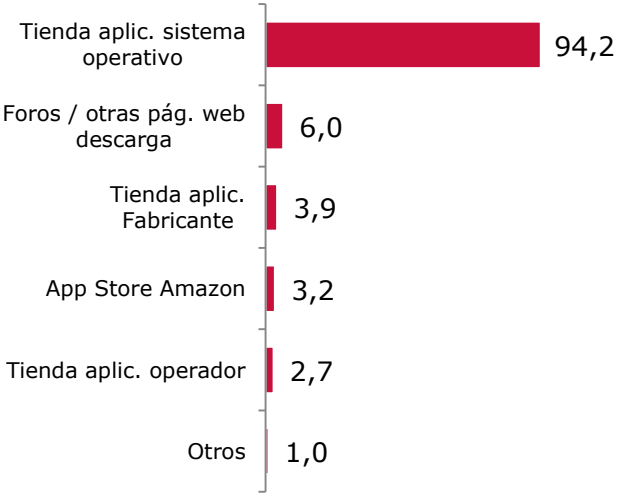
BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

Frecuencia de descarga



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

Tienda de descarga



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

Formas de conectarse

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

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

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

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

Smartphones y tabletas

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

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

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

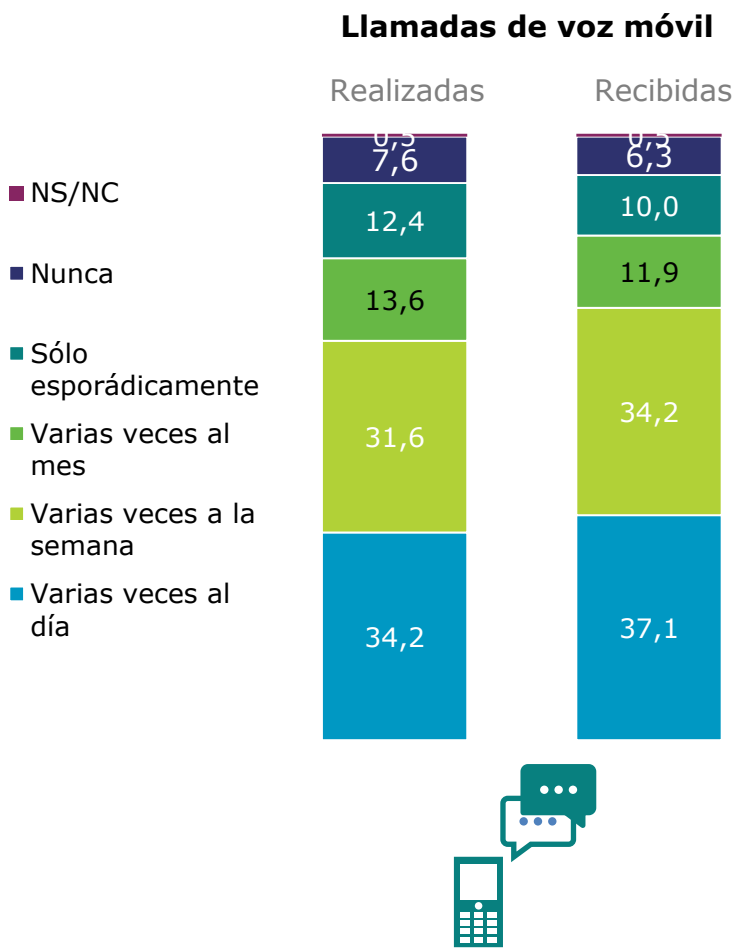
4

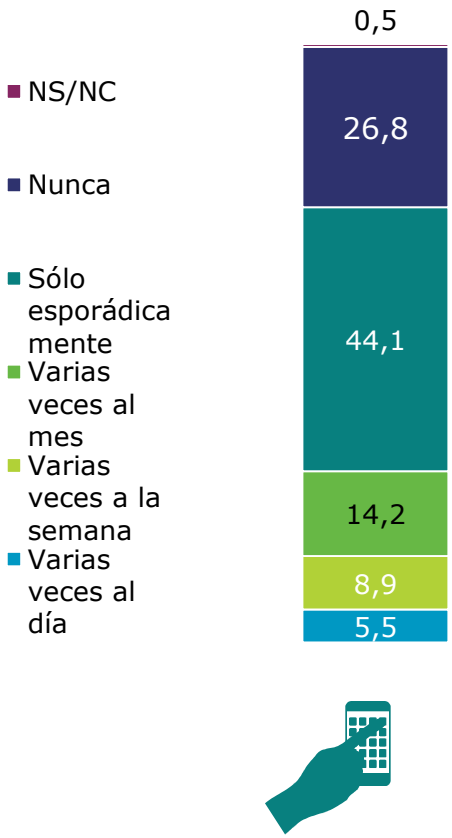
diap.

1. Equipamiento 2
2. Gasto 9
3. Conectividad 21
4. Comunicación 29
5. Información 36
6. Entretenimiento 41
7. Administración / Gestión personal 48
8. Seguridad y privacidad 56
9. Hábitos y medidas de seguridad 60
10. Anexo: Evolución datos 70

Comunicación tradicional móvil

%



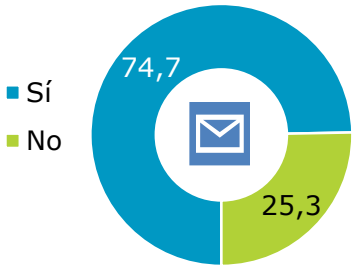


Comunicación basada en Internet

%

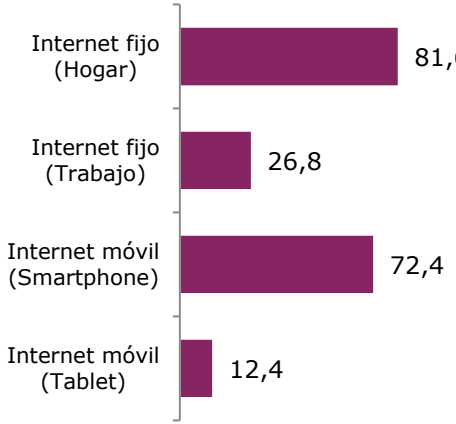
Correo electrónico (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

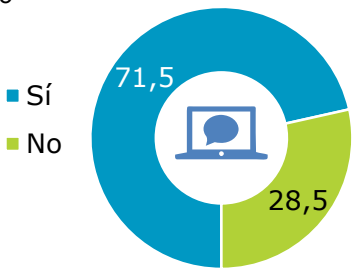
Tipo de Internet



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

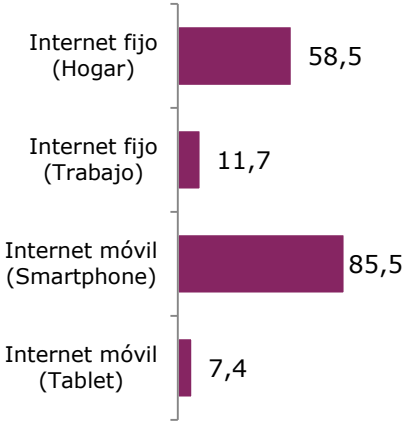
Mensajería instantánea (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

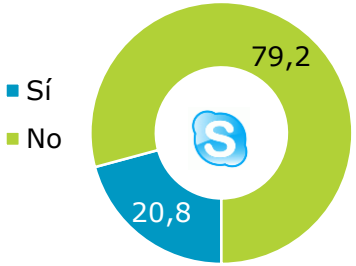
Tipo de Internet



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

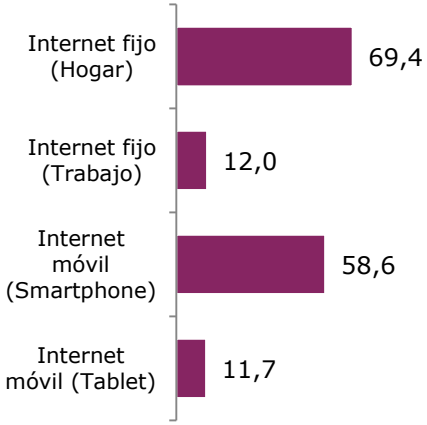
Llamadas Skype (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

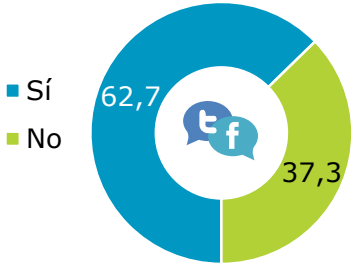
Tipo de Internet



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

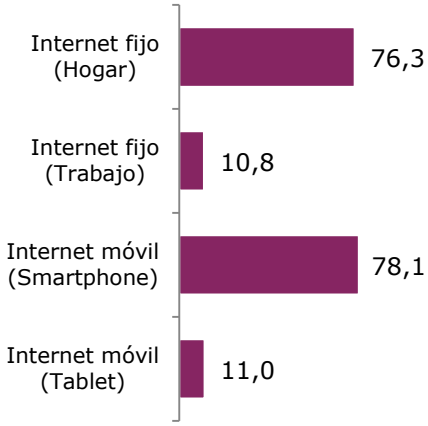
Redes sociales (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet



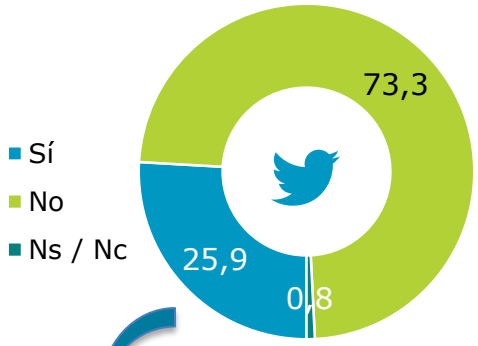
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

Resultados III TRIM 16 (Jul-Sept 16)

Uso de microblogging en Internet | Comunicación

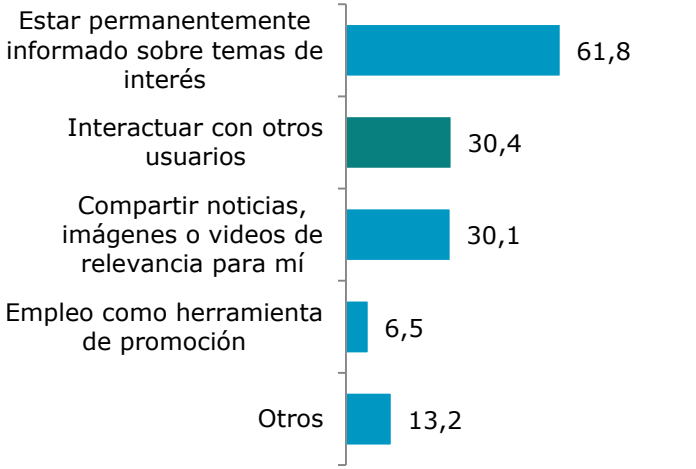
%

Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Usos del microblogging



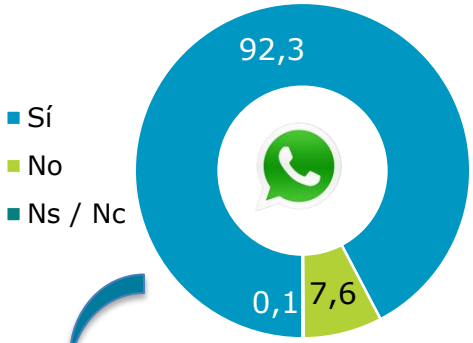
BASE: Usuarios de 15 años o más que usan microblogging

Resultados III TRIM 16
(Jul-Sept 16)

Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

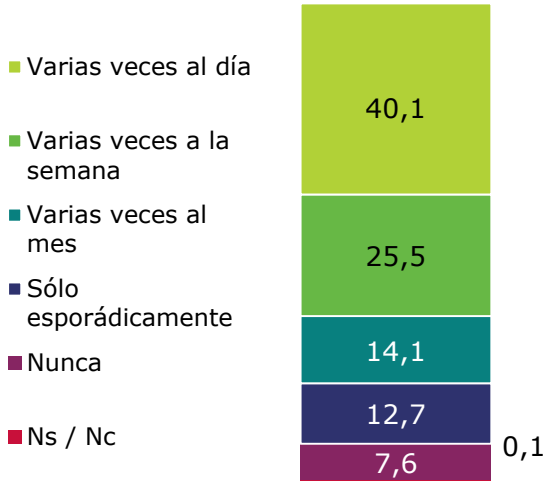
%

Uso de mensajería tipo WhatsApp



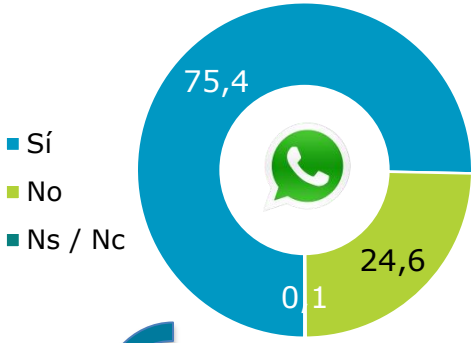
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia de uso



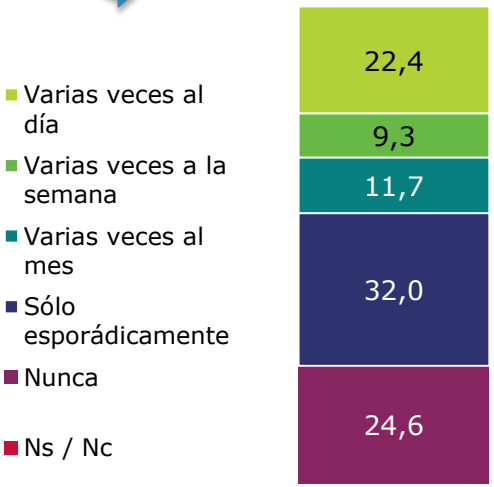
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Uso de llamadas de voz tipo WhatsApp



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Frecuencia de uso

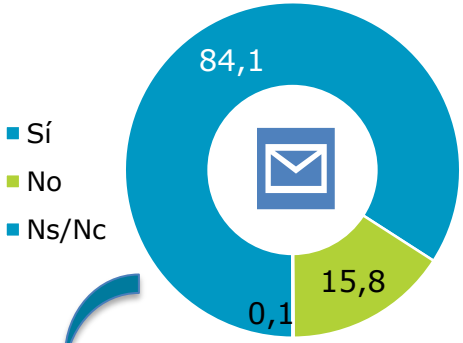


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

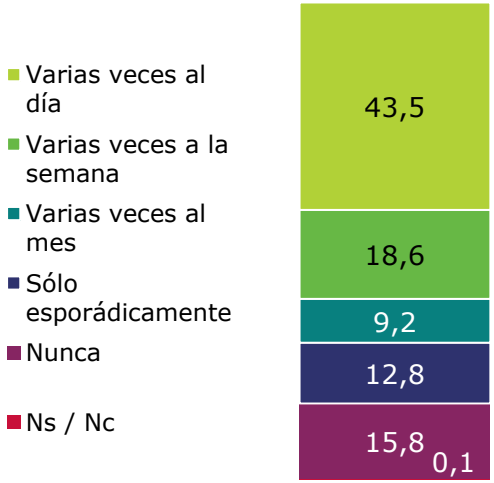
Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

%

Uso de Correo electrónico

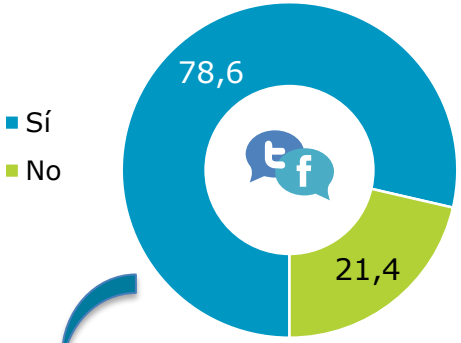


Frecuencia de uso



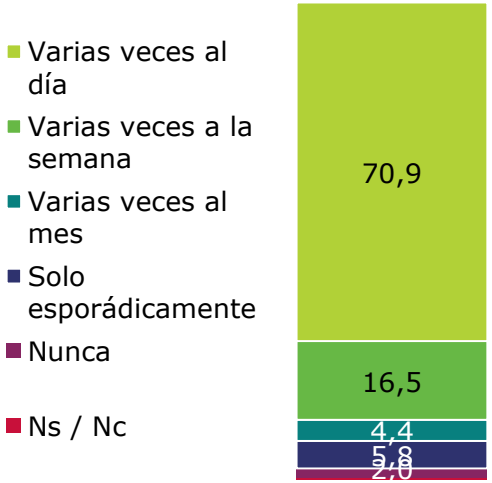
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

Uso de apps de Redes sociales



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

Frecuencia de uso



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

Conclusiones

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

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

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

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

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

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

5

diap.

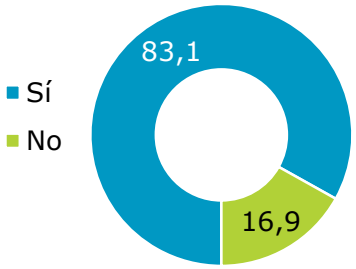
1.	Equipamiento	2
2.	Gasto	9
3.	Conectividad	21
4.	Comunicación	29
5.	Información	36
6.	Entretenimiento	41
7.	Administración / Gestión personal	48
8.	Seguridad y privacidad	56
9.	Hábitos y medidas de seguridad	60
10.	Anexo: Evolución datos	70

Uso de Internet para informarse

%

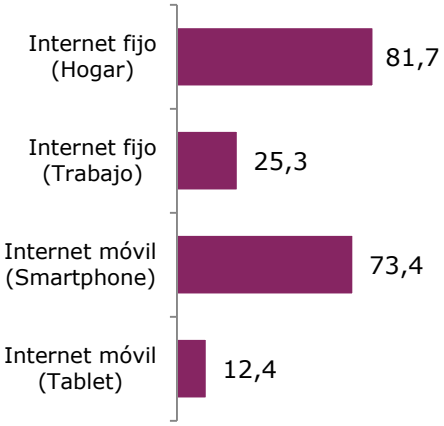
Búsqueda de información (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

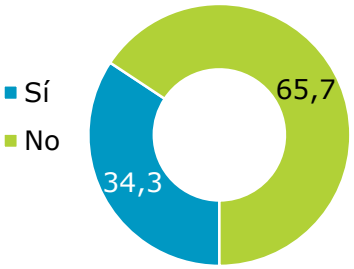
Tipo de Internet



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

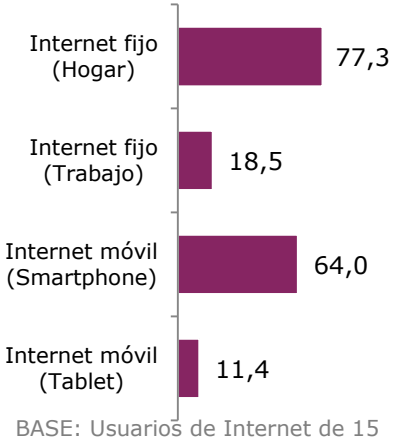
Leer blogs / foros (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

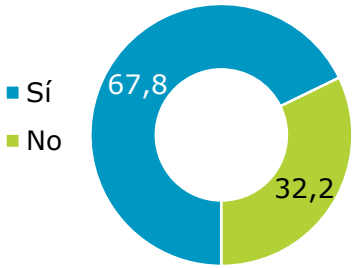
Tipo de Internet



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

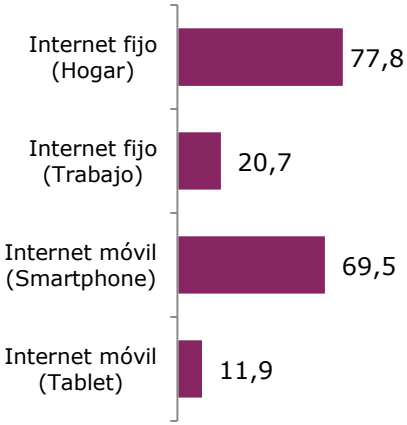
Consultar noticias (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

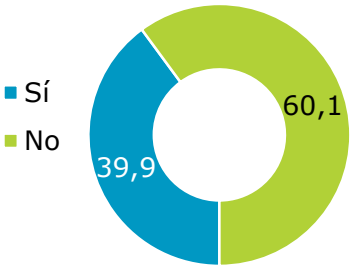
Tipo de Internet



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

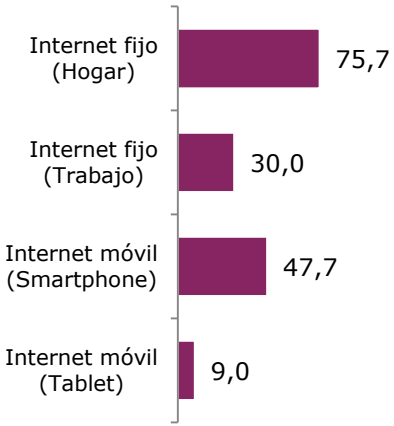
Visitar webs de Administraciones Públicas (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet



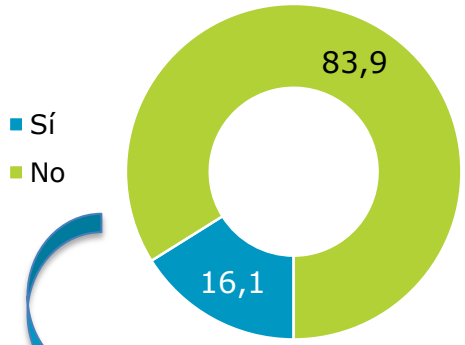
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

Resultados III TRIM 16 (Jul-Sept 16)

Descarga y uso de apps de información en el smartphone / tablet

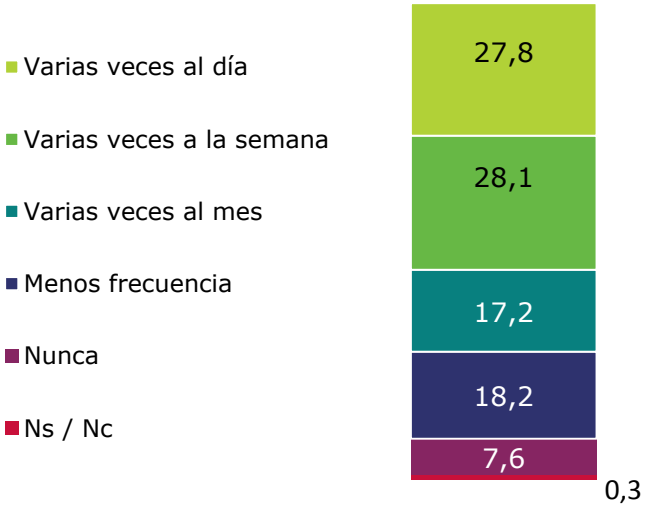
%

Descarga de Apps de Noticias



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

Frecuencia de uso



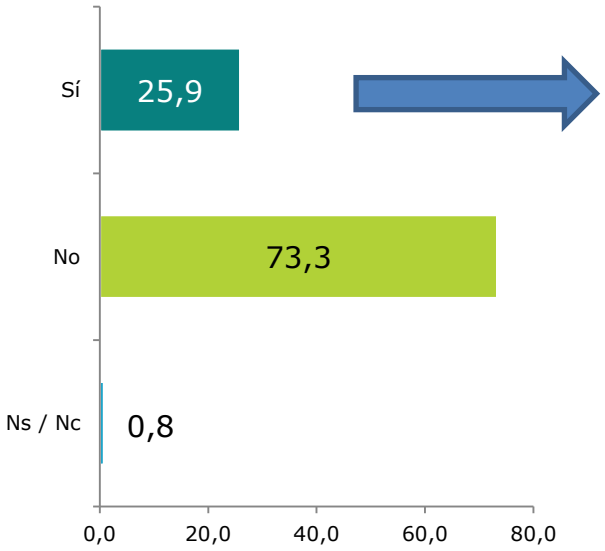
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de noticias

Resultados III TRIM 16
(Jul-Sept 16)

Uso de microblogging en Internet | Información

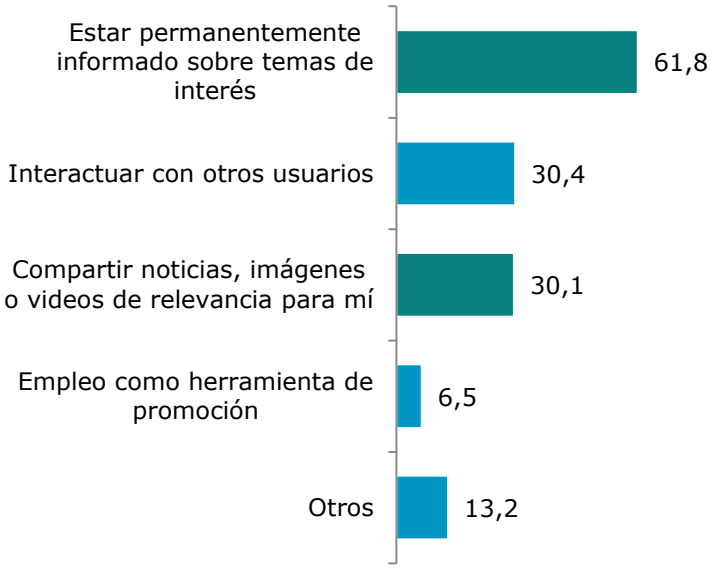
%

Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Usos del microblogging



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

Conclusiones

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

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

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

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

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

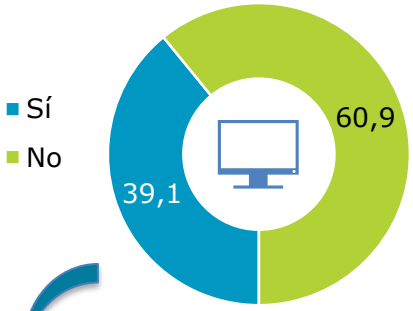
diap.

1. Equipamiento 2
2. Gasto 9
3. Conectividad 21
4. Comunicación 29
5. Información 36
6. Entretenimiento 41
7. Administración / Gestión personal 48
8. Seguridad y privacidad 56
9. Hábitos y medidas de seguridad 60
10. Anexo: Evolución datos 70

Contratación de contenidos de video en el hogar

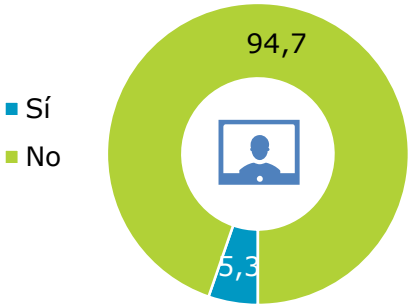
%

TV pago en el hogar



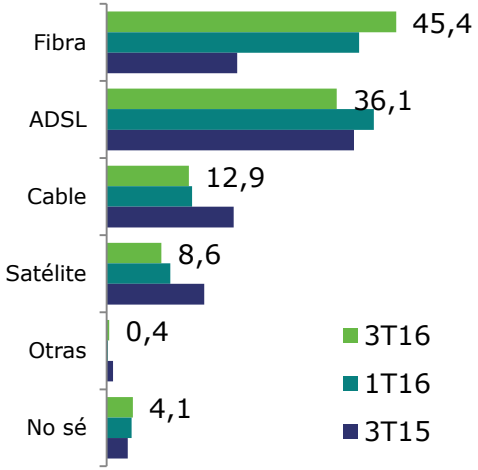
BASE: Total hogares

Suscripción a video streaming en el hogar



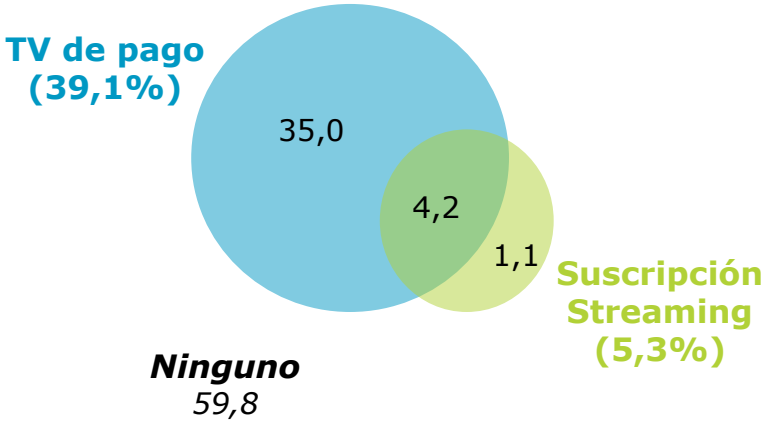
BASE: Total hogares

Tecnología de acceso



BASE: Total hogares con TV de pago

Convivencia TV de pago y Streaming

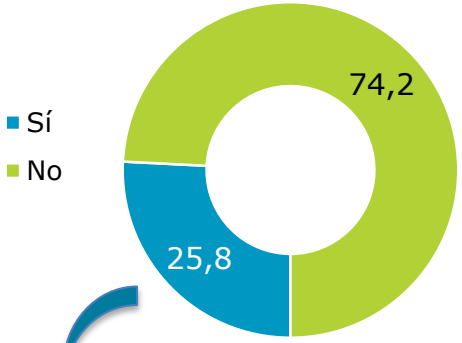


BASE: Total hogares

Consumo de contenidos de video por los individuos

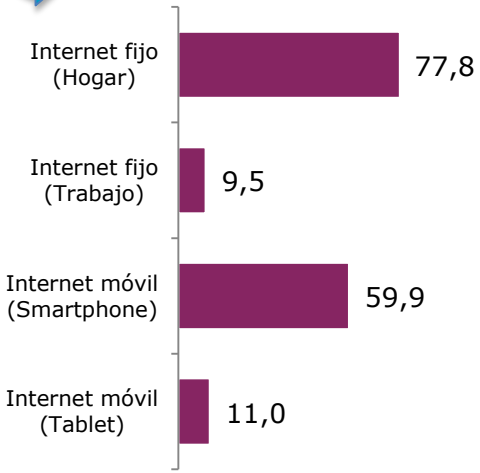
%

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



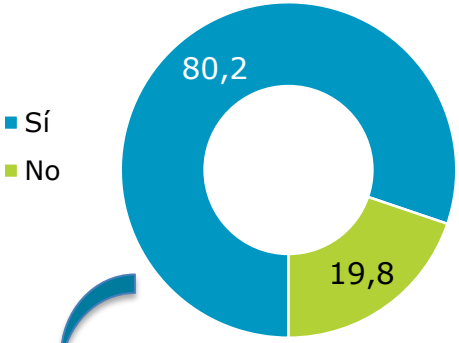
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet



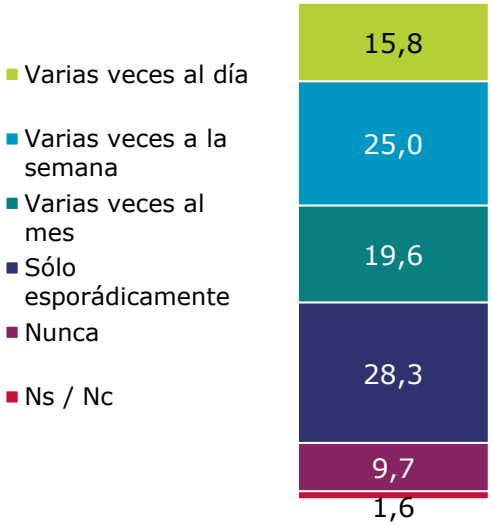
BASE: Usuarios de video streaming

Descarga de apps de video en el smartphone / Tablet



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

Frecuencia de uso

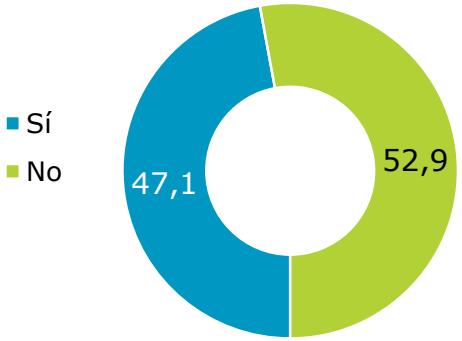


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de video

Posesión de dispositivos de videojuegos

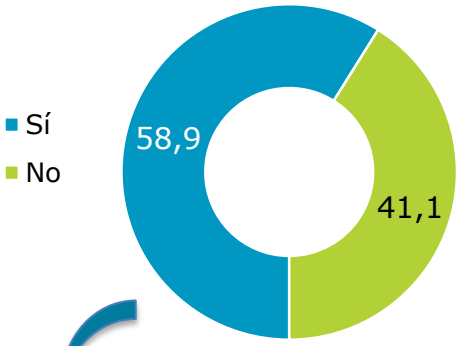
%

Consola con o sin Internet y portátil



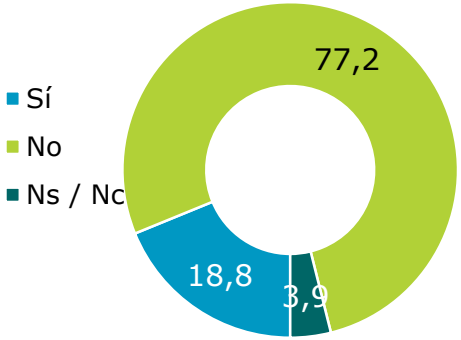
BASE: Individuos de 15 años o más

Descarga de Juegos en el smartphone / Tablet



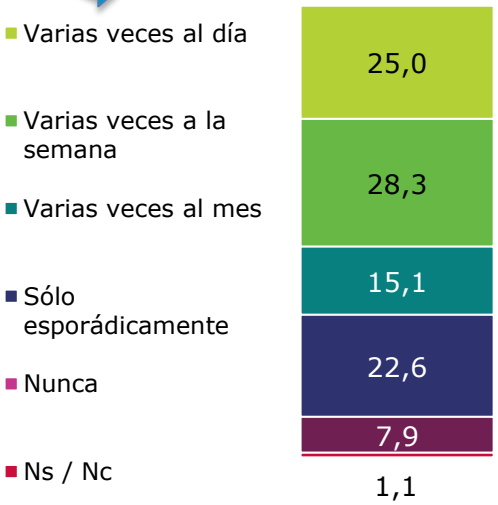
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

Consola portátil



BASE: Individuos de 15 años o más

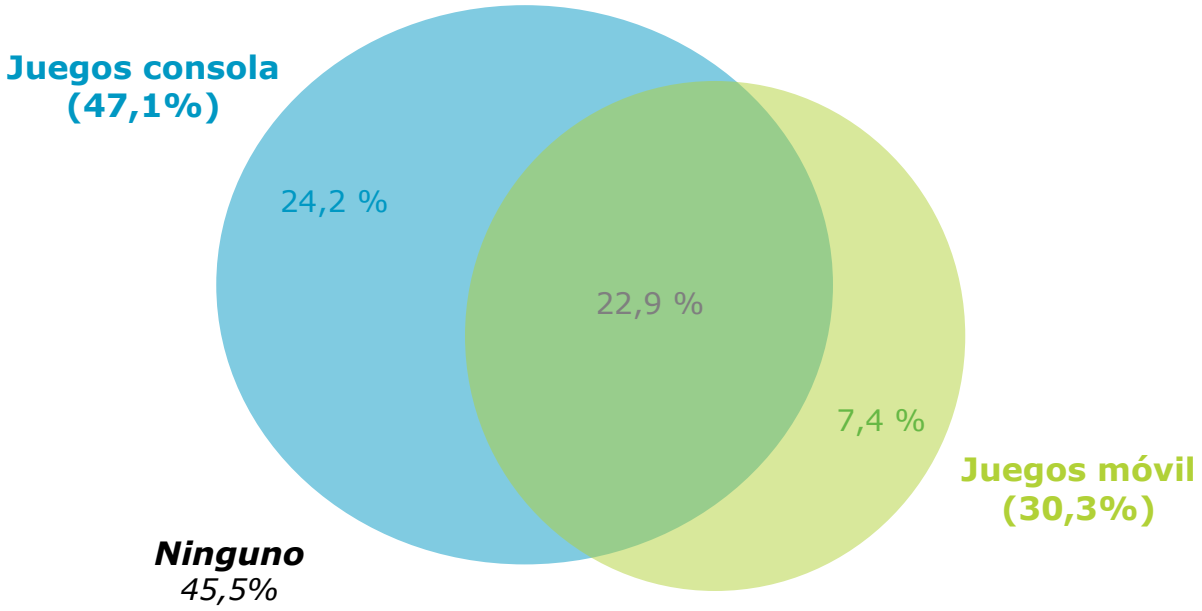
Frecuencia de uso



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

Convivencia dispositivos de videojuegos

%

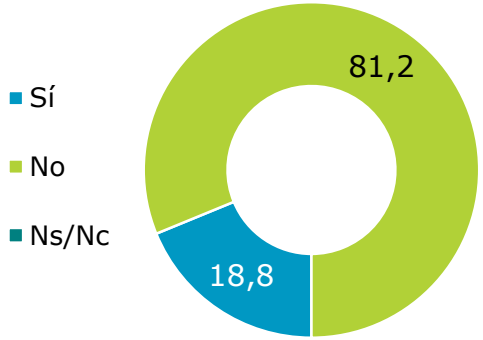


Juegos móvil – Juegos descargados en Móvil o Tablet
Juegos consola – Posesión de Videoconsola o consola portátil

Otros contenidos (Música /Libros)

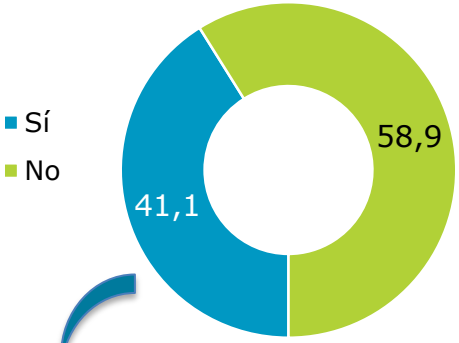
%

Posesión de lector de libros digitales



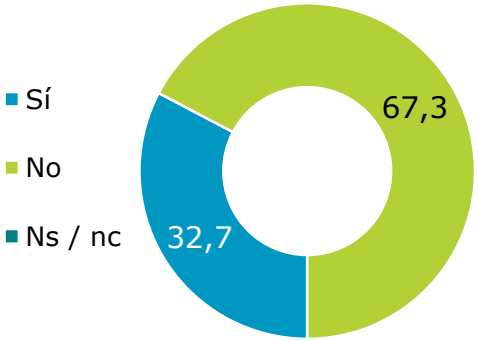
BASE: Individuos de 15 años o más

Descarga de Apps de música en el smartphone/tablet



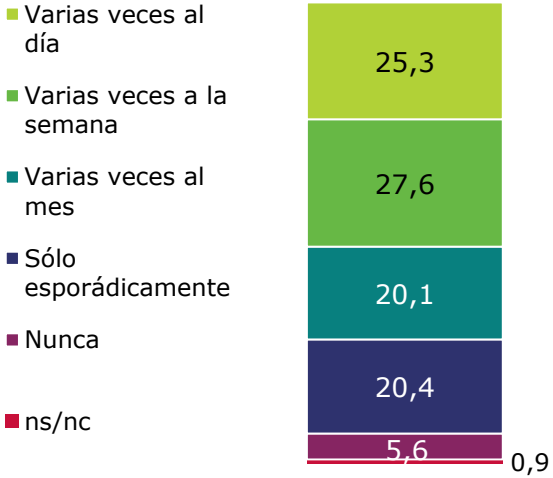
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

Posesión de reproductor MP4



BASE: Individuos de 15 años o más

Frecuencia de uso



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

Conclusiones

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

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

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

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

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

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

diap.

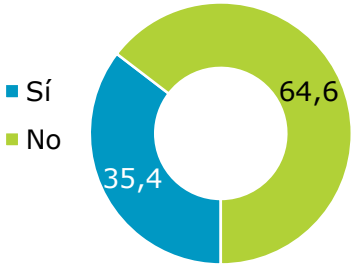
1. Equipamiento 2
2. Gasto 9
3. Conectividad 21
4. Comunicación 29
5. Información 36
6. Entretenimiento 41
7. Administración / Gestión personal 48
8. Seguridad y privacidad 56
9. Hábitos y medidas de seguridad 60
10. Anexo: Evolución datos 70

E-Commerce y Finanzas (últimos 3 meses)

%

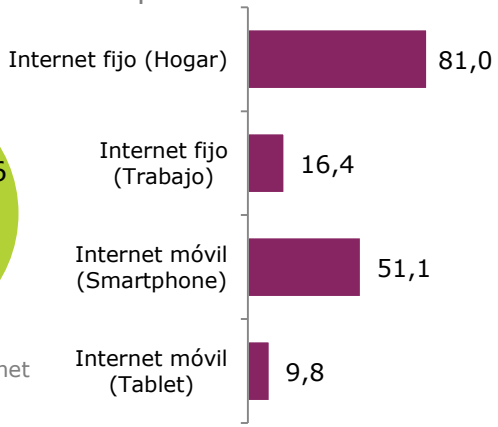
Compra productos y servicios por Internet

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

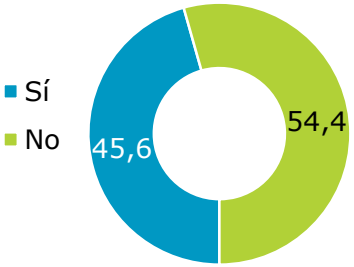
Tipo de Internet



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

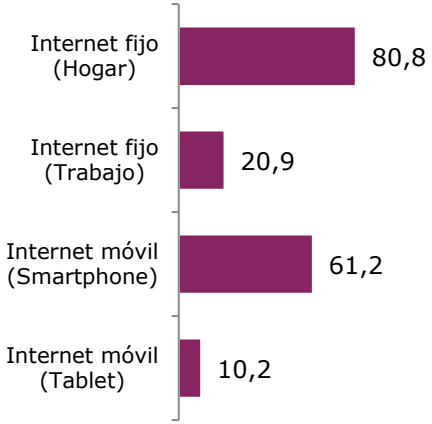
Banca electrónica

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

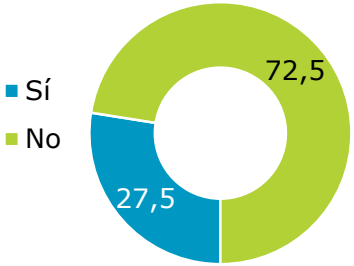
Tipo de Internet



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

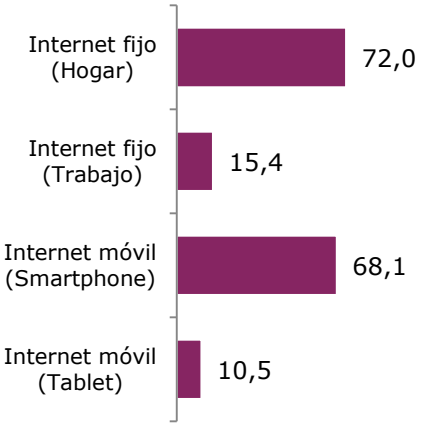
Descarga de Software

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

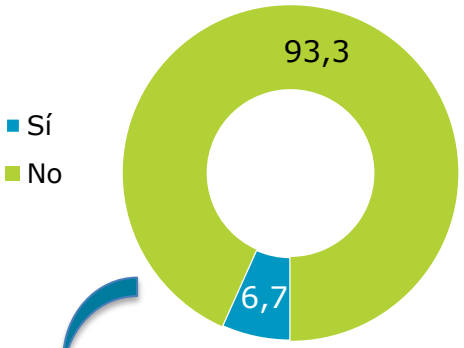
Economía colaborativa

%

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

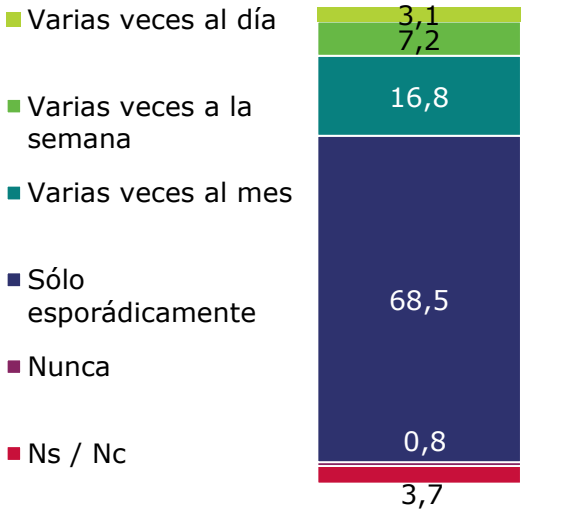
Los usuarios seleccionan el rol que desean en cada caso, pudiendo ejercer tanto de vendedores como de compradores.

Descarga de aplicaciones de economía colaborativa



BASE: Individuos de 15 años o más

Frecuencia de uso

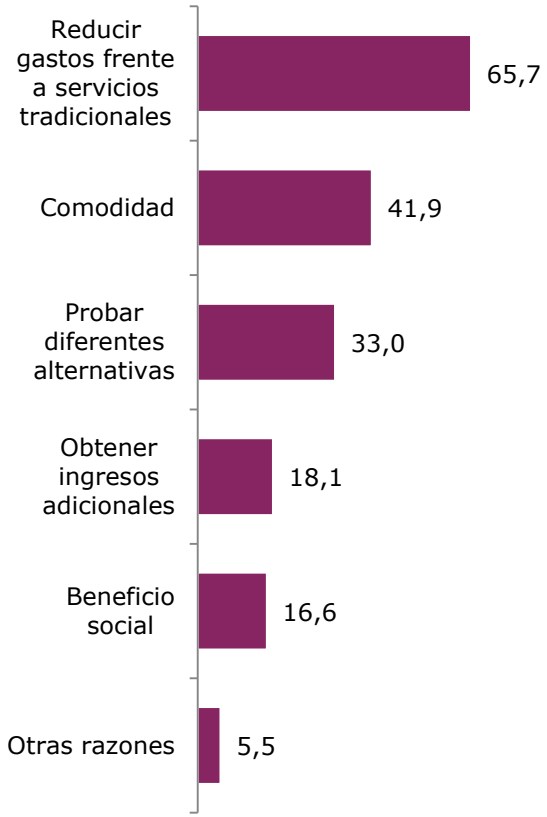


BASE: Descarga de Apps de economía colaborativa

Economía colaborativa

%

Razones de uso



BASE: Dispone de apps de economía colaborativa

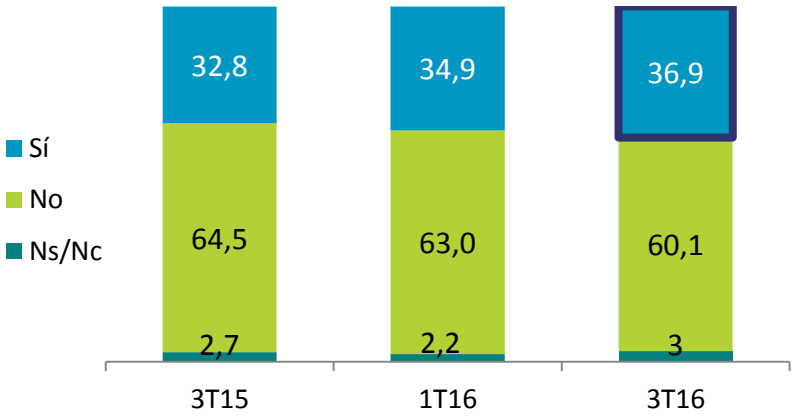
Razones de NO uso

BASE: No dispone de apps de economía colaborativa

Administración pública

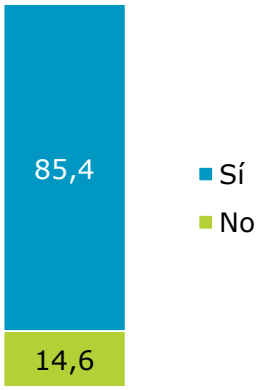
%

Penetración de uso de e-Administración



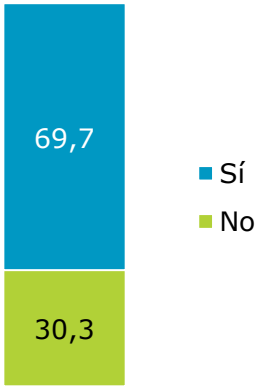
BASE: Individuos de 15 años o más

Realización de trámites online



BASE: Utiliza e-Administración

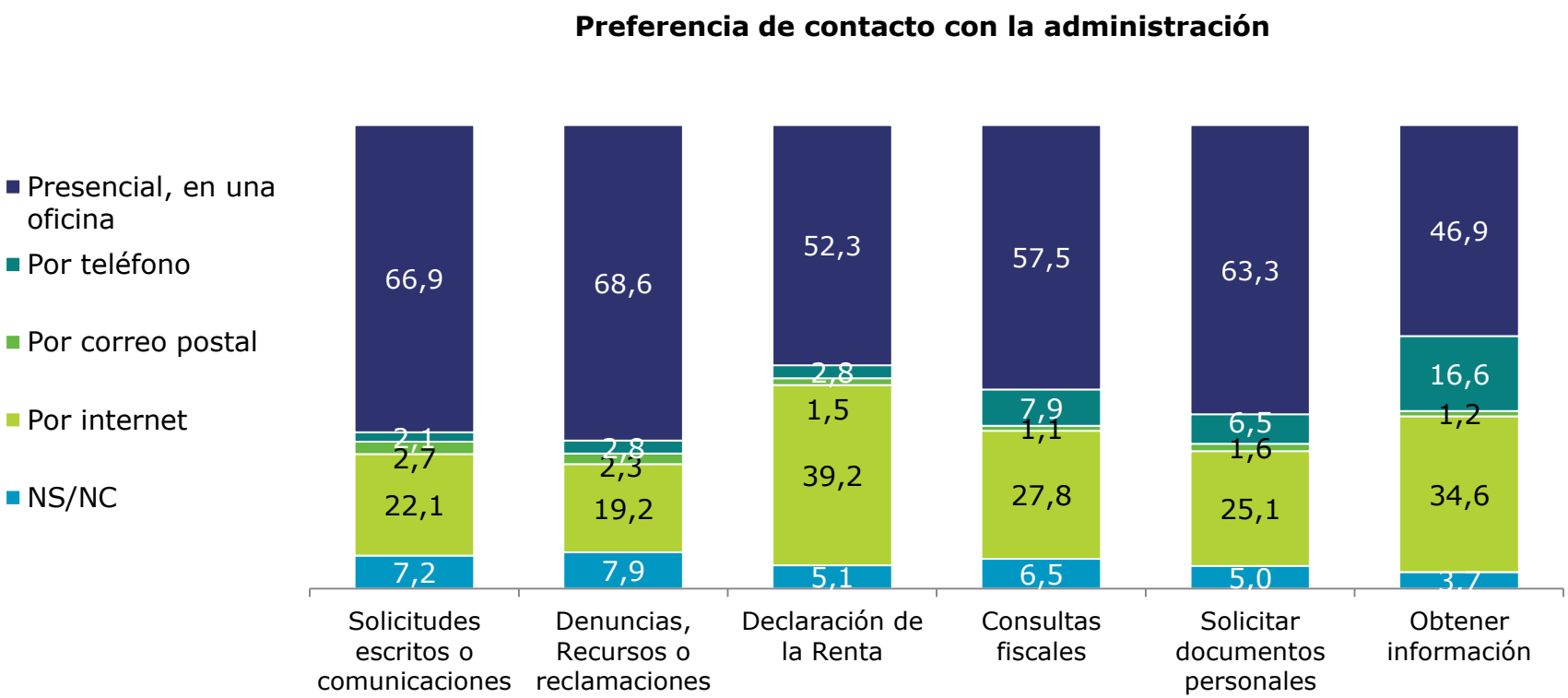
Descarga formularios



BASE: Utiliza e-Administración

Administración pública

%

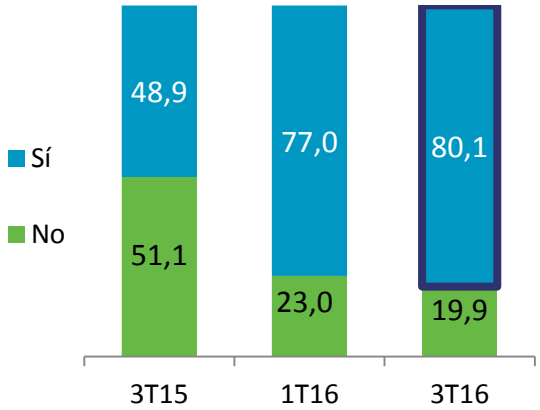


BASE: Individuos de 15 años o más

Gestión general personal

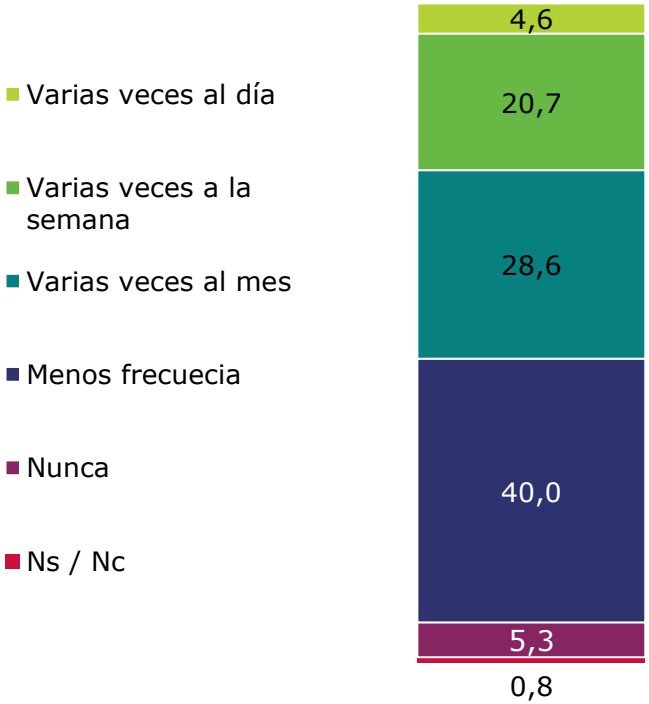
%

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



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

Frecuencia de uso



Resultados III TRIM 16 (Jul-sept 16)

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

Conclusiones

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

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

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

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

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

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

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

8

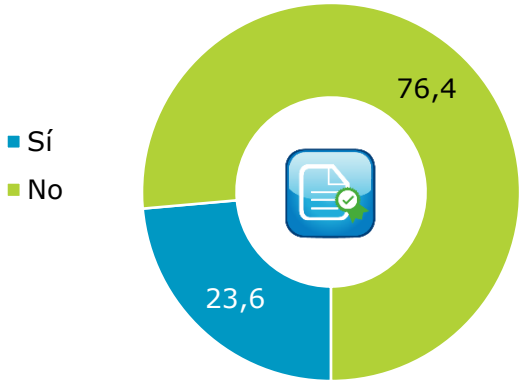
diap.

1. Equipamiento 2
2. Gasto 9
3. Conectividad 21
4. Comunicación 29
5. Información 36
6. Entretenimiento 41
7. Administración / Gestión personal 48
8. Seguridad y privacidad 56
9. Hábitos y medidas de seguridad 60
10. Anexo: Evolución datos 70

Seguridad y privacidad

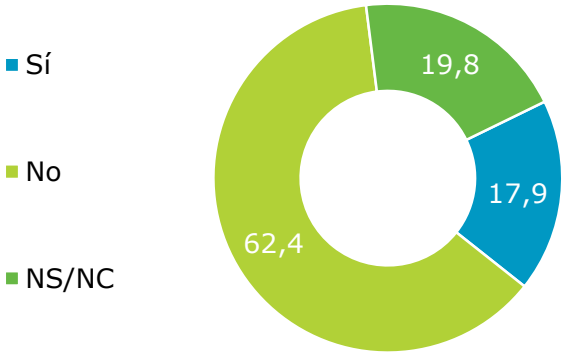
%

Penetración del certificado electrónico

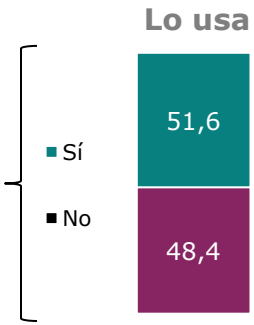


BASE: Internautas de 15 años o más

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

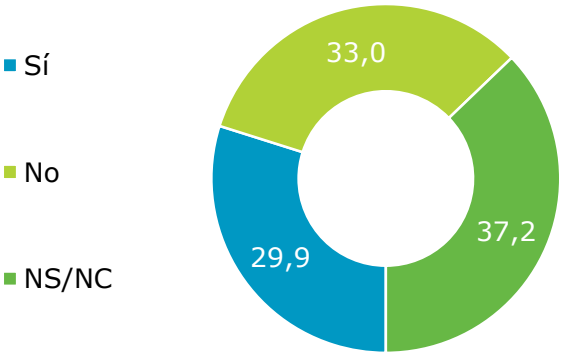


BASE: usuarios de móvil de 15 años o más



BASE: usuarios que disponen de huella digital

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



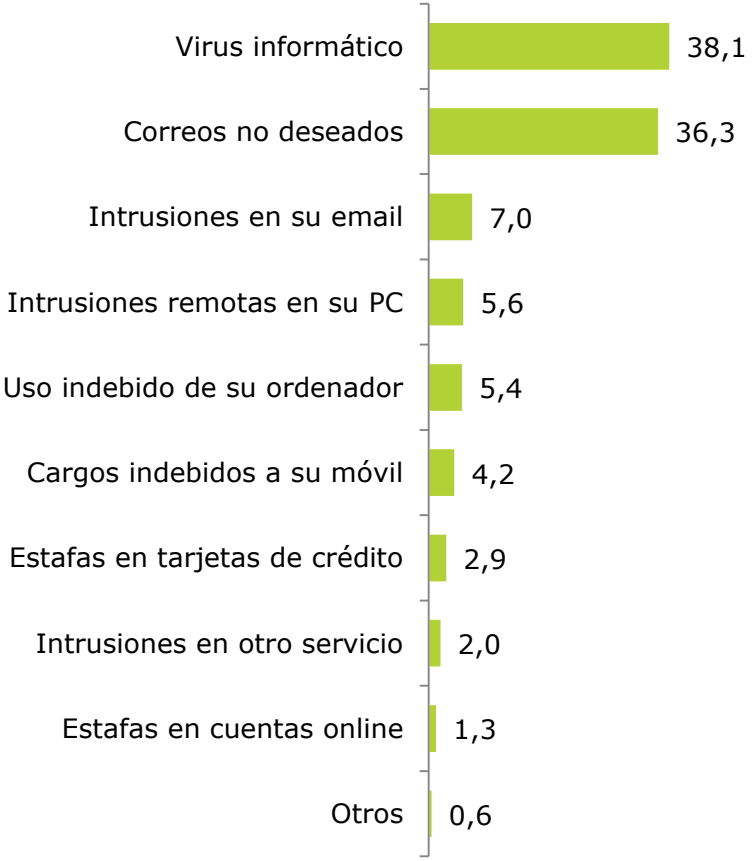
BASE: Usuarios de móvil de 15 años o más

Seguridad y privacidad

%

Principales precauciones para prevenir problemas informáticos

Problemas principales de seguridad en Internet



BASE: Individuos de 15 años o más

Conclusiones

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

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

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

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

diap.

1. Equipamiento 2
2. Gasto 9
3. Conectividad 21
4. Comunicación 29
5. Información 36
6. Entretenimiento 41
7. Administración / Gestión personal 48
8. Seguridad y privacidad 56
9. Hábitos y medidas de seguridad 60
10. Anexo: Evolución datos 70

Hábitos y medidas de seguridad de los usuarios de internet

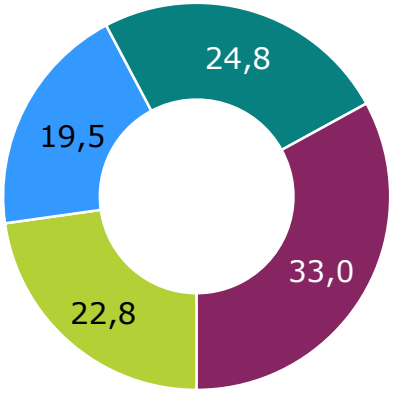
De quién hablamos

El objetivo de este capítulo es analizar la actitud de los internautas españoles en cuanto a los hábitos de seguridad en la red. Para ello, se ha clasificado a los individuos en cuatro niveles, atendiendo a su cualificación o preparación sobre los siguientes aspectos relacionados con la gestión y protección de información en red:

- Ajustes y configuración de la privacidad.
- Qué información es susceptible de ser compartida en la red.
- Cuando se debe compartir dicha información.

Para realizar esta clasificación, se ha utilizado una de las preguntas del cuestionario (la P21c), que solicita a los informantes su grado de familiarización con respecto a los aspectos mencionados, utilizando una escala de 1 a 5, en la que 1 es "nada familiarizado" y 5 "completamente familiarizado". Mediante la agregación de las respuestas a estas tres cuestiones, se han generado los cuatro niveles siguientes:

¿Qué tipos de usuarios hay?



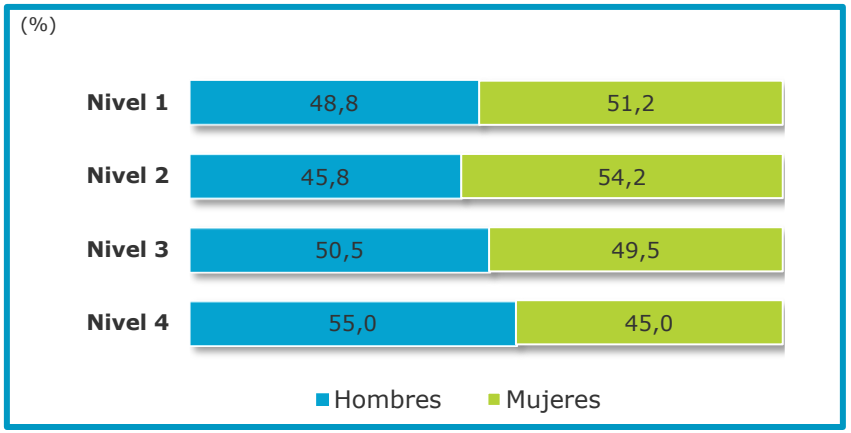
- Usuarios con pocas o nulas nociones
- Usuarios con nociones básicas
- Usuarios con nociones avanzadas
- Usuarios expertos

Nivel 1 (Usuarios con puntuación entre 1 y 6)
Nivel 2 (Usuarios con puntuación entre 7 y 9)
Nivel 3 (Usuarios con puntuación entre 10 y 12)
Nivel 4 (Usuarios con puntuación entre 13 y 15)

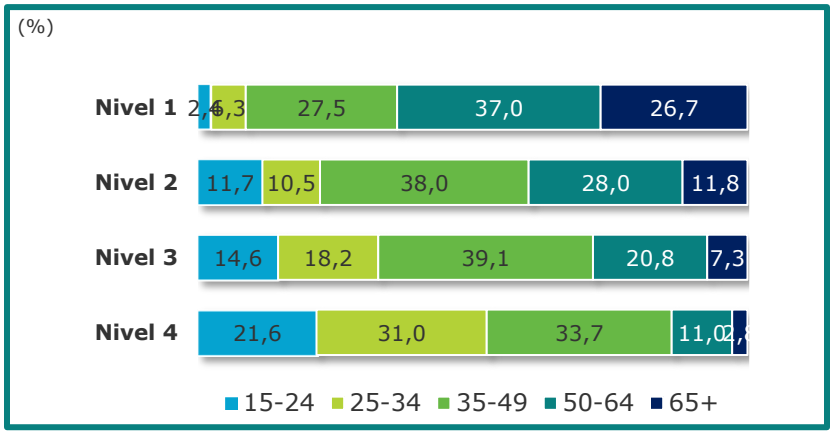
BASE: Internautas de 15 o más años

¿Qué tipos de usuarios hay?

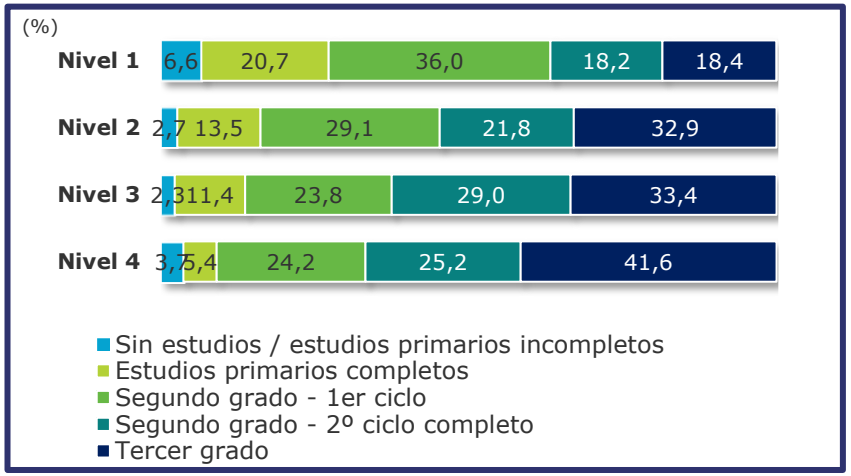
Sexo



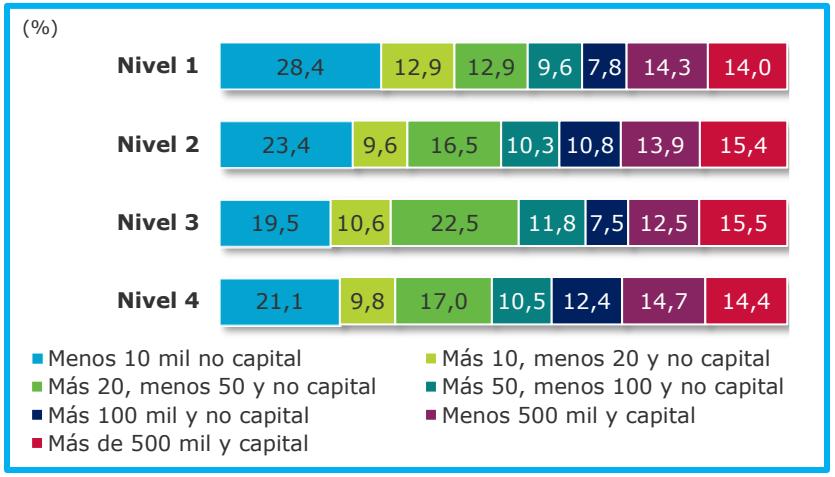
Edad



Estudios



Habitat

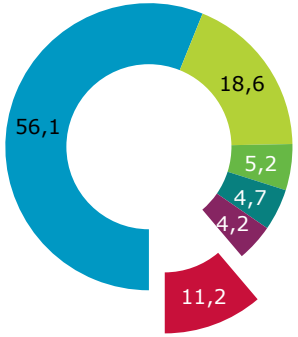


ontsi observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI
red.es

9

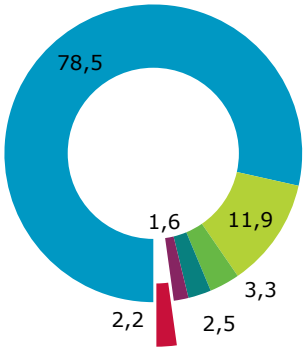
% Uso y frecuencia de conexión a Internet

Nivel 1



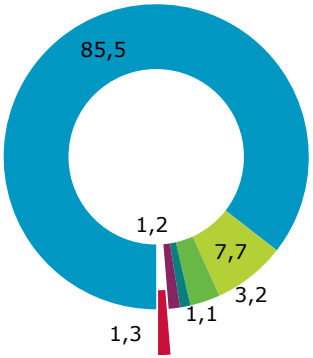
- Sí, ayer
- Sí, durante los últimos quince días
- Sí, durante los últimos tres meses

Nivel 2

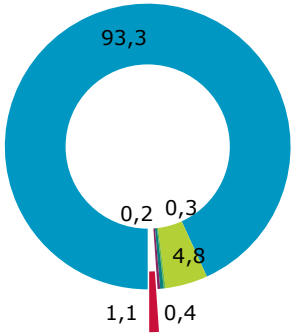


- Sí, durante la última semana
- Sí, durante el último mes
- Sí, pero hace más tiempo

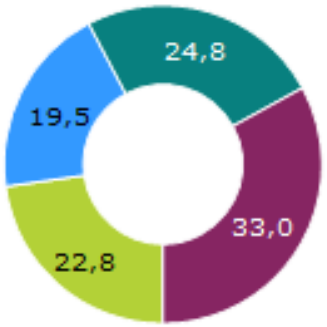
Nivel 3



Nivel 4



Segmentos

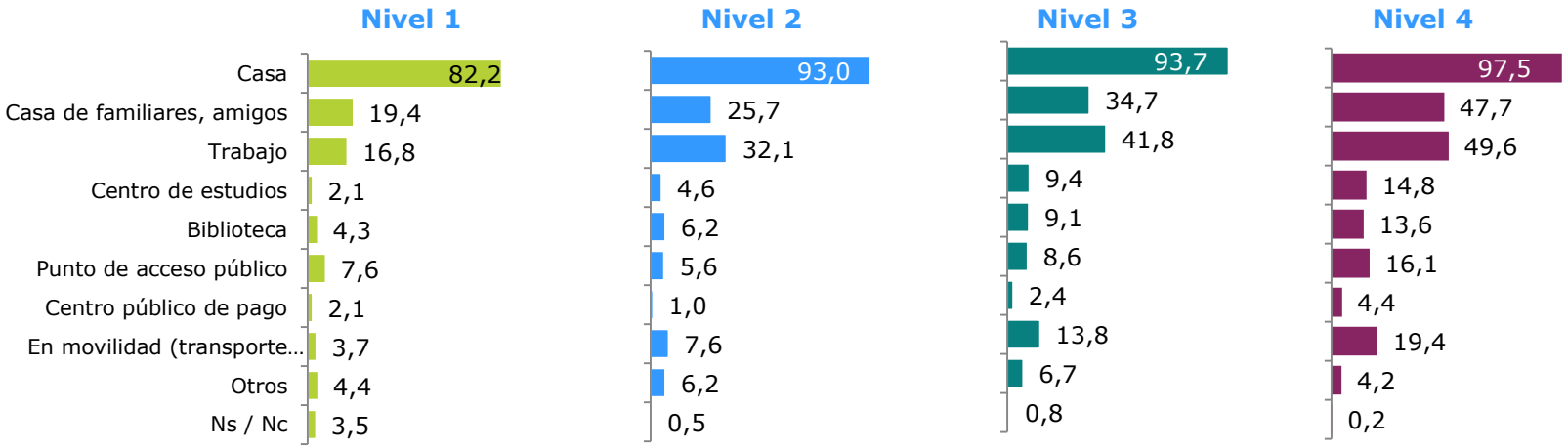


BASE: Internautas de 15 años o más

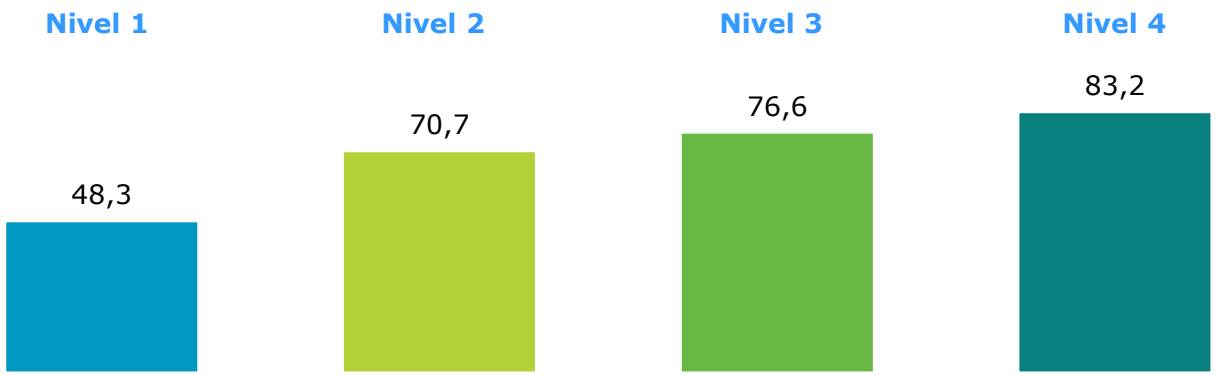
Resultados III TRIM 16
(Jul-Sep 16)

9

% Desde dónde acceden a Internet



% Posesión de Smartphone



Individuos de 15 o más años

Resultados III TRIM 16
(Jul-Sep 16)

** Proporción de internautas que pertenece a cada segmento*

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

9

% Usos de internet en los últimos 3 meses

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Búsqueda de información	67,1%	83,7%	90,6%	91,1%
Mensajes instantáneos/chat	48,2%	69,6%	79,0%	86,2%
Consultar noticias	48,1%	67,6%	76,3%	77,6%
Correo electrónico	45,3%	74,0%	85,1%	90,1%
Redes sociales	33,8%	58,4%	72,3%	80,3%
Banca electrónica	21,4%	40,3%	53,1%	61,8%
E-Admin	16,9%	37,6%	41,3%	57,6%
Comprar productos o servicios	12,7%	28,3%	38,8%	54,2%
Leer blogs o foros	11,8%	31,5%	34,6%	52,7%
Descarga multimedia	10,5%	25,3%	35,4%	55,7%
Juego en Red	10,5%	18,1%	24,3%	31,5%
Llamadas por internet	9,2%	17,9%	18,8%	32,9%
Servicios en la Nube	8,6%	24,2%	31,7%	47,5%
Empleabilidad	8,2%	21,0%	23,7%	38,2%
Streaming	7,4%	18,3%	27,4%	42,9%
Descarga de software	6,5%	21,3%	26,7%	47,6%
Escribir blogs o foros	5,3%	13,9%	14,8%	27,8%

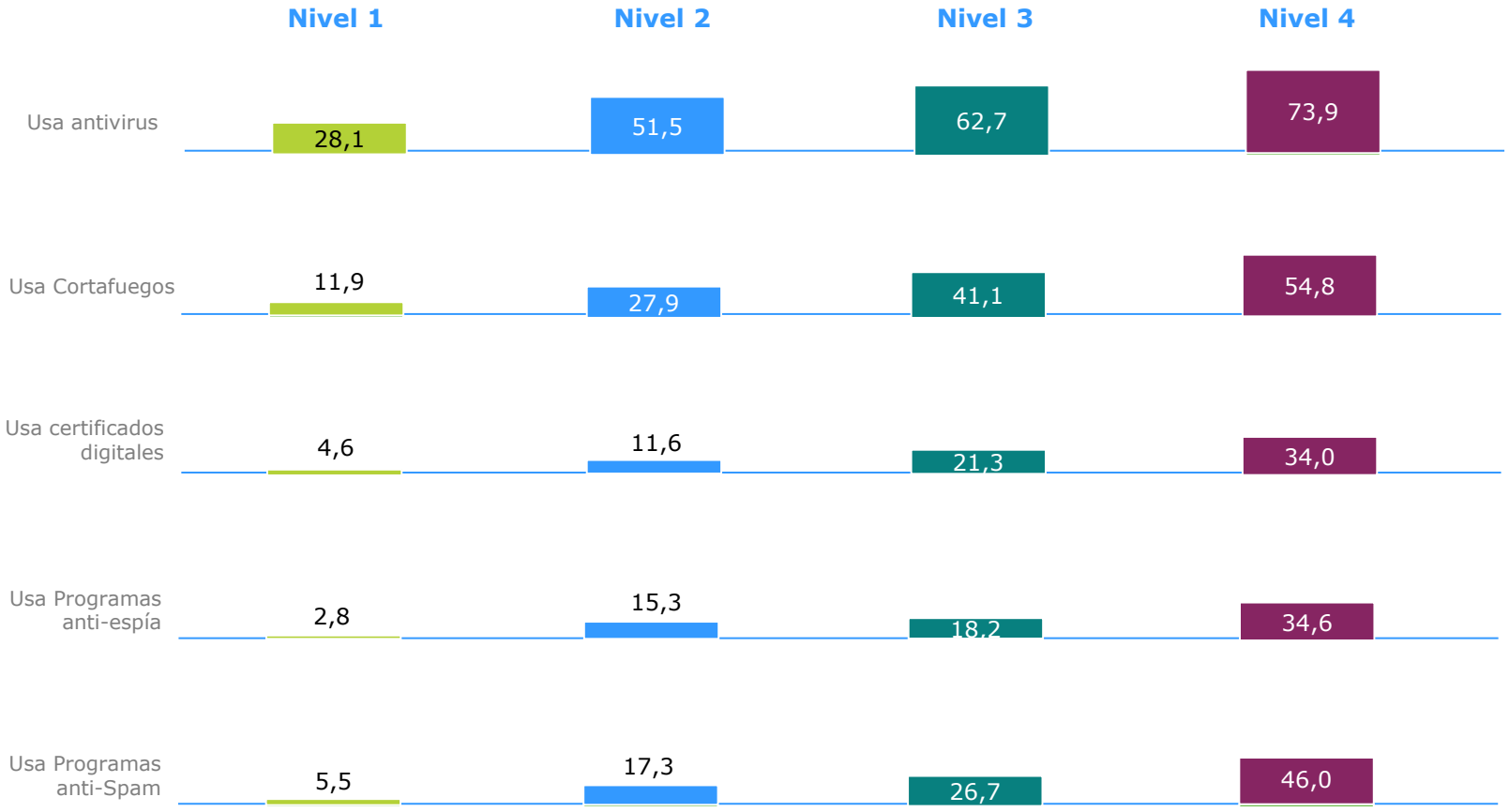
Resultados III TRIM 16
(Jul-Sep 16)

* *Proporción de individuos que utiliza Internet*

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

9

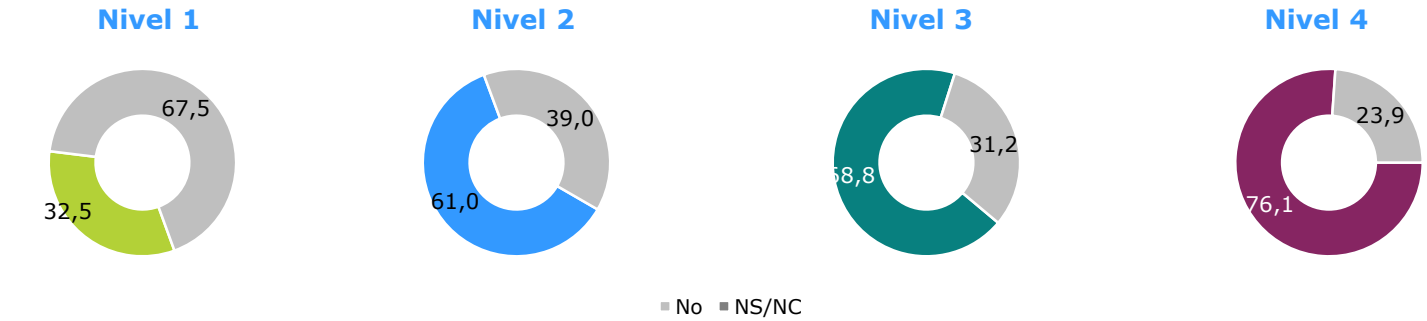
% Medidas de prevención utilizadas



Resultados III TRIM 16
(Jul-Sep 16)

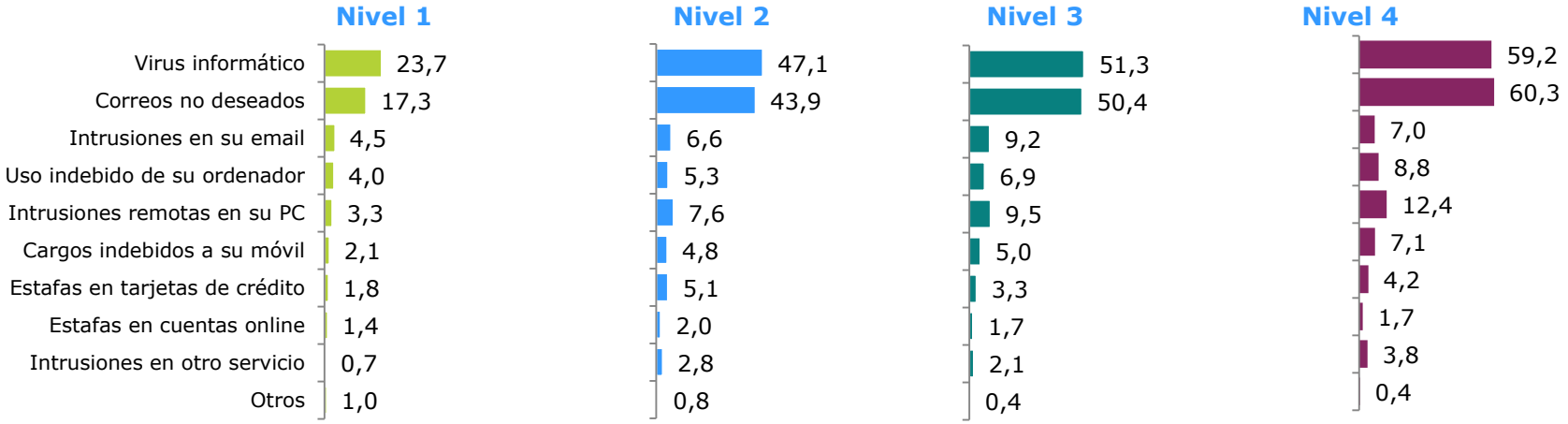
* *Proporción de internautas que pertenece a cada segmento*

% Incidencias



Si **32,5%** **61,0%** **68,8%** **76,1%**

% Tipo de incidencia



Resultados III TRIM 16
(Jul-Sep 16)

* *Proporción de internautas que pertenece a cada segmento*

Conclusiones

Siguiendo el criterio de clasificación comentado anteriormente se observa que, entre los internautas españoles de 15 o más años prácticamente 1 de cada 3 (33%) tendría un nivel muy alto (experto) en cuanto a la privacidad y la información que comparte en Internet. El 24,8% estaría bastante familiarizado (usuario con nociones avanzadas), el 19,5% serían usuarios con conocimientos básicos, y por último un 22,8% estaría muy poco familiarizado con estos conceptos.

Por **características sociodemográficas** se aprecian diferencias significativas, principalmente en cuanto a la edad y al nivel de estudios. El grupo 4, que e el más familiarizado con la seguridad y privacidad en la red, tiene población más joven y con mayor nivel de estudios que el resto (más del 50% tienen menos de 35 años y casi el 42% tienen estudios de tercer grado). En las variables sexo y tamaño de hábitat no se hallan diferencias significativas.

En cuanto a la **frecuencia de uso de Internet,** salvo el primer colectivo (con un 56,1%) los otros colectivos usan internet casi a diario (cifras cercanas o superiores al 80%), si bien el **lugar de acceso** predominante es el hogar, conforme aumenta la familiarización aumenta el uso de otros puntos de acceso o conexión a la red. La conexión en movilidad (transporte público) por ejemplo llega a alcanzar casi un 20% entre los usuarios más familiarizados en esta materia.

La posesión de Smartphone aumenta de forma gradual en los diferentes niveles analizados, partiendo de un 48,3% de posesión de smartphone en el nivel 1 y llegando al 83,2% en el nivel 4.

Respecto a las **actividades** realizadas en red, el nivel de conocimiento sobre privacidad y seguridad no parece afectar a la realización de actividades que podrían considerarse más “peligrosas” es este sentido: en los usuarios muy avanzados, el uso de redes sociales aumenta hasta alcanzar cifras del 80,3%, y ya en el nivel 2 lo usa casi un 60% de la población (58,4%). El uso de servicios en la nube es del 47,5% en el nivel 4, y ya en el nivel 2 lo usa un 24,2% de la población.

Conclusiones

Las medidas de prevención utilizadas parecen estar más extendidas entre los usuarios más concienciados con la seguridad y privacidad en la red. Se observa que entre los usuarios de mayor nivel aumentan significativamente las medidas de prevención y protección empleadas, destacando programas anti-spam (46%) y anti-espía (34,6%).

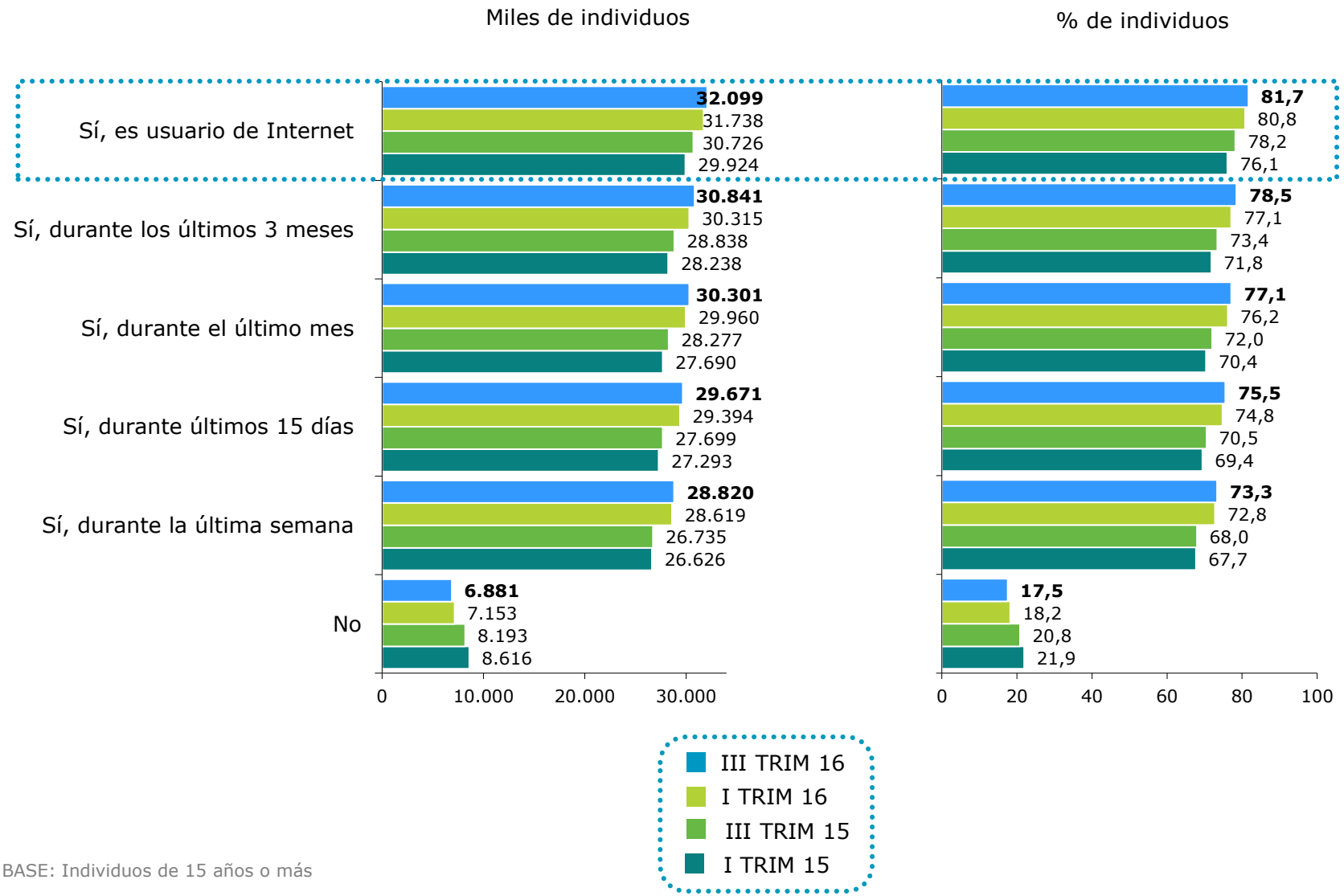
Si bien se puede observar que el dato de **incidencias** aumentan según aumenta el grado de concienciación sobre la privacidad y la información compartida (de un 32,5% para el primer nivel a un a un 76,1% del nivel 4), hay que tener en cuenta el hecho de que también aumenta la exposición a incidencias por la frecuencia de uso que se hace de Internet, sobre todo en los primeros niveles.

En cambio se aprecia como entre los usuarios más concienciados en este ámbito, a pesar de llevar a cabo usos más intensivos y "arriesgados" (más acceso desde lugares públicos de pago, uso de redes sociales o servicios en la nube), las medidas de prevención limitan el impacto de las incidencias.

	diap.
1. Equipamiento	2
2. Gasto	9
3. Conectividad	21
4. Comunicación	29
5. Información	36
6. Entretenimiento	41
7. Administración / Gestión personal	48
8. Seguridad y privacidad	56
9. Hábitos y medidas de seguridad	60
10. Anexo: Evolución datos	70

Usos del Internet (I)
Evolución

Uso de Internet

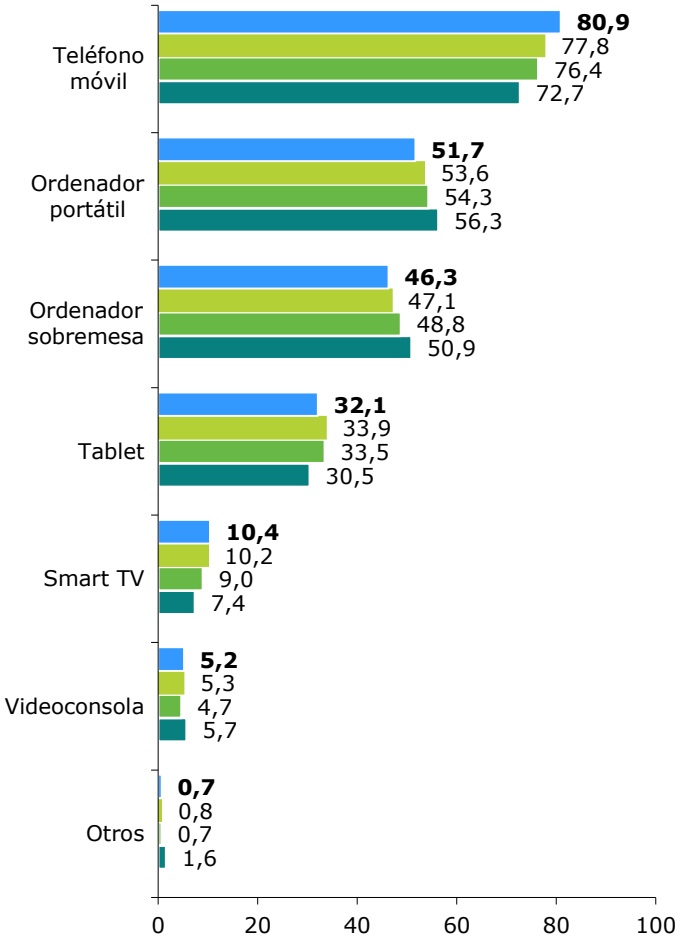


BASE: Individuos de 15 años o más

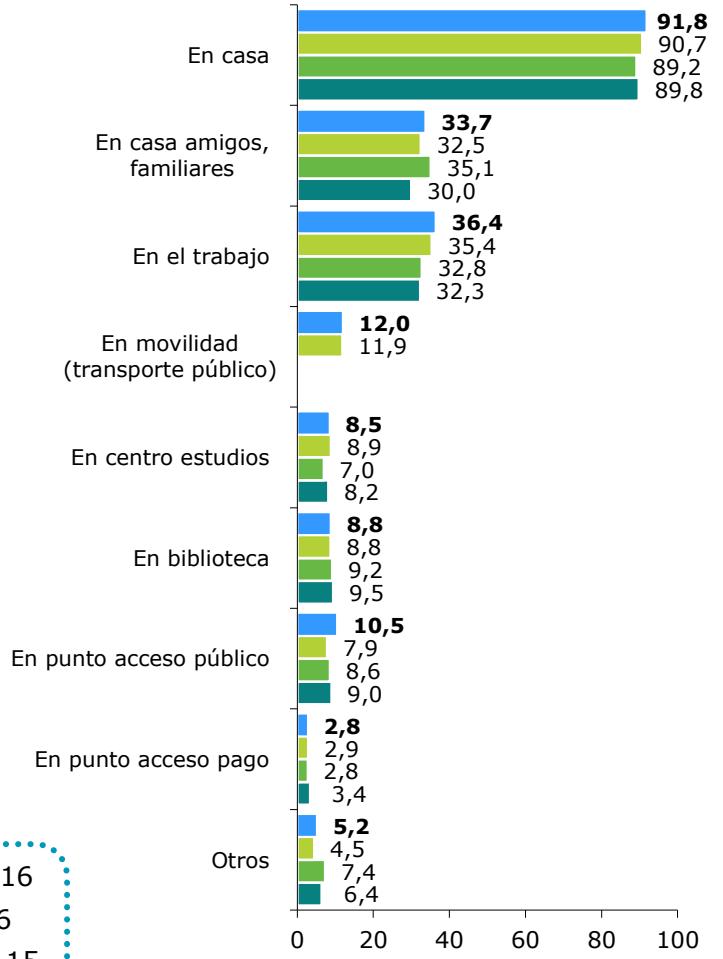
Usos del Internet (II)
Evolución

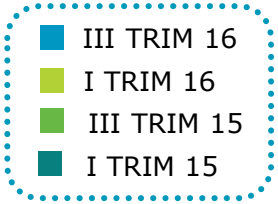
%

Dispositivo de acceso a Internet



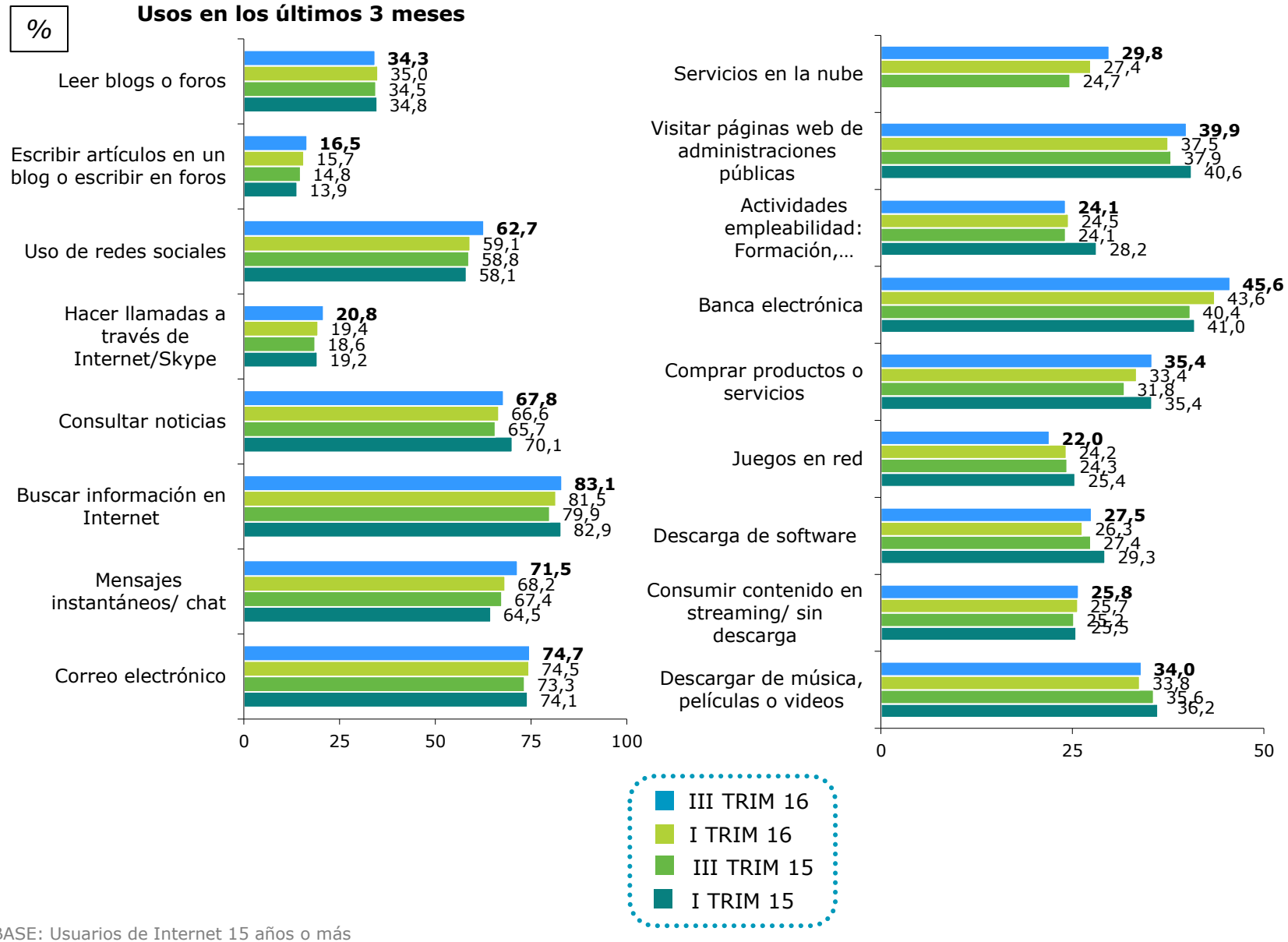
Lugar de acceso a Internet





BASE: Usuarios de Internet 15 años o más

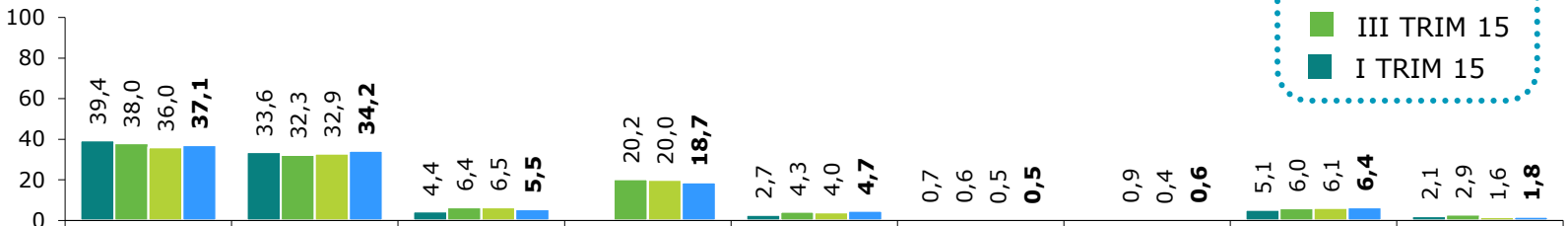
Usos del Internet (III)
Evolución



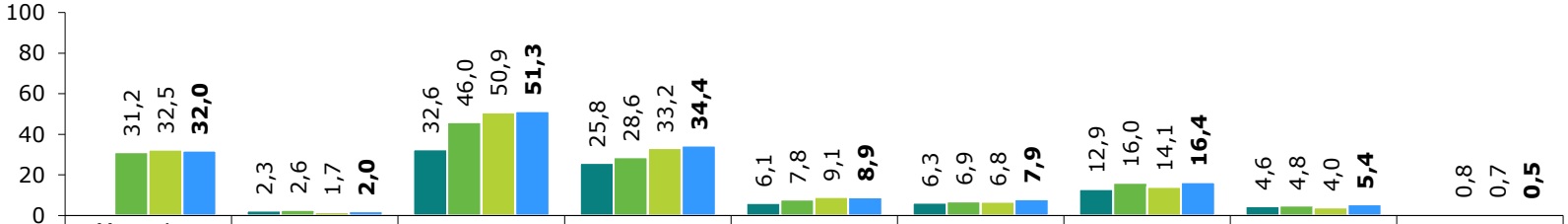
BASE: Usuarios de Internet 15 años o más

Usos del móvil
Evolución

% Uso diario



	Recibir voz	Realizar voz	SMS	Llamadas WhatsApp	Vsionado audiovisual	Roaming Datos	Roaming Voz	Info.	Juegos
I TRIM 15	39,4	33,6	4,4		2,7	0,7		5,1	2,1
III TRIM 15	38,0	32,3	6,4	20,2	4,3	0,6	0,9	6,0	2,9
I TRIM 16	36,0	32,9	6,5	20,0	4,0	0,5	0,4	6,1	1,6
III TRIM 16	37,1	34,2	5,5	18,7	4,7	0,5	0,6	6,4	1,8



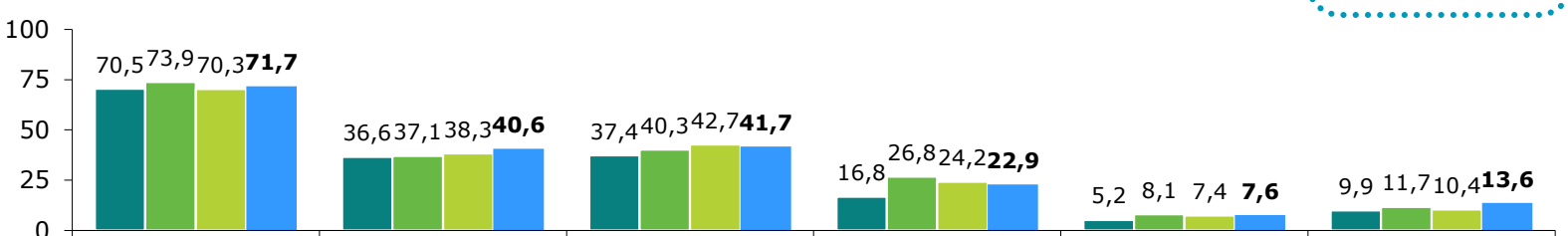
	Mensajes WhatsApp	Tonos	Internet	Correo	Bluetooth	Video	Fotos	GPS	NFC
I TRIM 15		2,3	32,6	25,8	6,1	6,3	12,9	4,6	
III TRIM 15	31,2	2,6	46,0	28,6	7,8	6,9	16,0	4,8	0,8
I TRIM 16	32,5	1,7	50,9	33,2	9,1	6,8	14,1	4,0	0,7
III TRIM 16	32,0	2,0	51,3	34,4	8,9	7,9	16,4	5,4	0,5

BASE: Individuos de 15 años o más usuarios de teléfono móvil

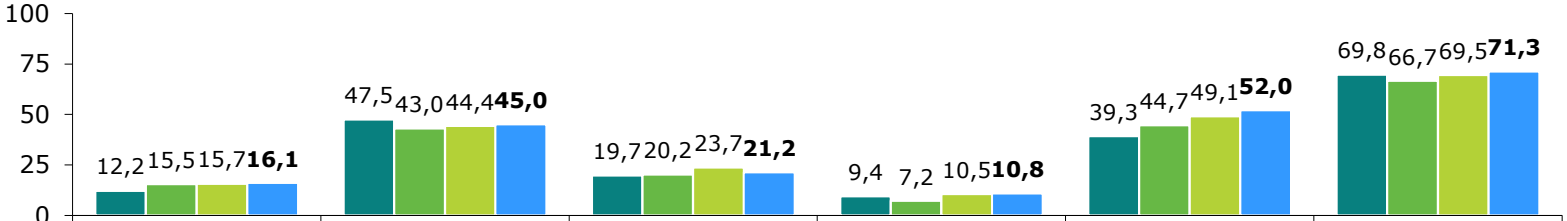
Administración electrónica (Consulta)
Evolución

%

Consulta información



	Impuestos	Empleo público	Becas ayuda	Matriculac. Univ	Permiso const. Edif	Registro coches
I TRIM 15	70,5	36,6	37,4	16,8	5,2	9,9
III TRIM 15	73,9	37,1	40,3	26,8	8,1	11,7
I TRIM 16	70,3	38,3	42,7	24,2	7,4	10,4
III TRIM 16	71,7	40,6	41,7	22,9	7,6	13,6



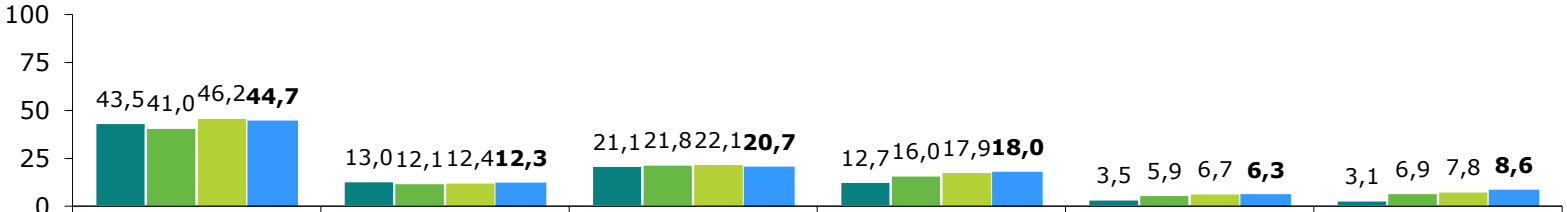
	Certif. nac y matri	Seguridad social	Bibliotecas públicas	Cambios de domicilio	Documentos personales	Servicios sanitarios
I TRIM 15	12,2	47,5	19,7	9,4	39,3	69,8
III TRIM 15	15,5	43,0	20,2	7,2	44,7	66,7
I TRIM 16	15,7	44,4	23,7	10,5	49,1	69,5
III TRIM 16	16,1	45,0	21,2	10,8	52,0	71,3

BASE: Usuarios de Internet 15 años o más y ha contactado Adm. por Internet

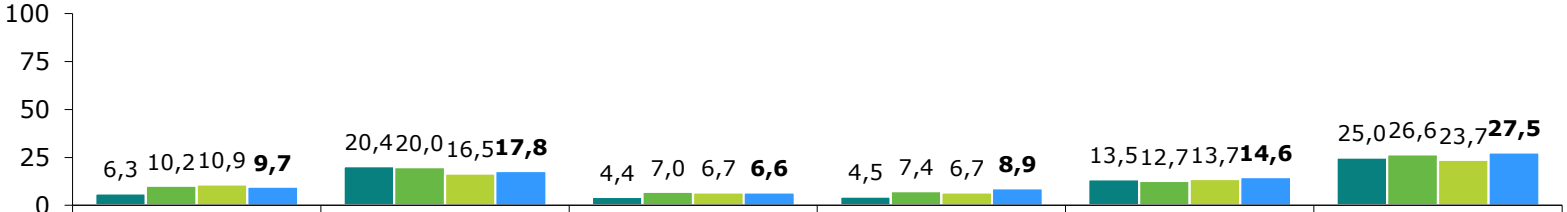
Administración electrónica (Descarga)
Evolución

%

Descarga formularios



	Impuestos	Empleo público	Becas ayuda	Matriculac. Univ	Permiso const. Edif	Registro coches
I TRIM 15	43,5	13,0	21,1	12,7	3,5	3,1
III TRIM 15	41,0	12,1	21,8	16,0	5,9	6,9
I TRIM 16	46,2	12,4	22,1	17,9	6,7	7,8
III TRIM 16	44,7	12,3	20,7	18,0	6,3	8,6



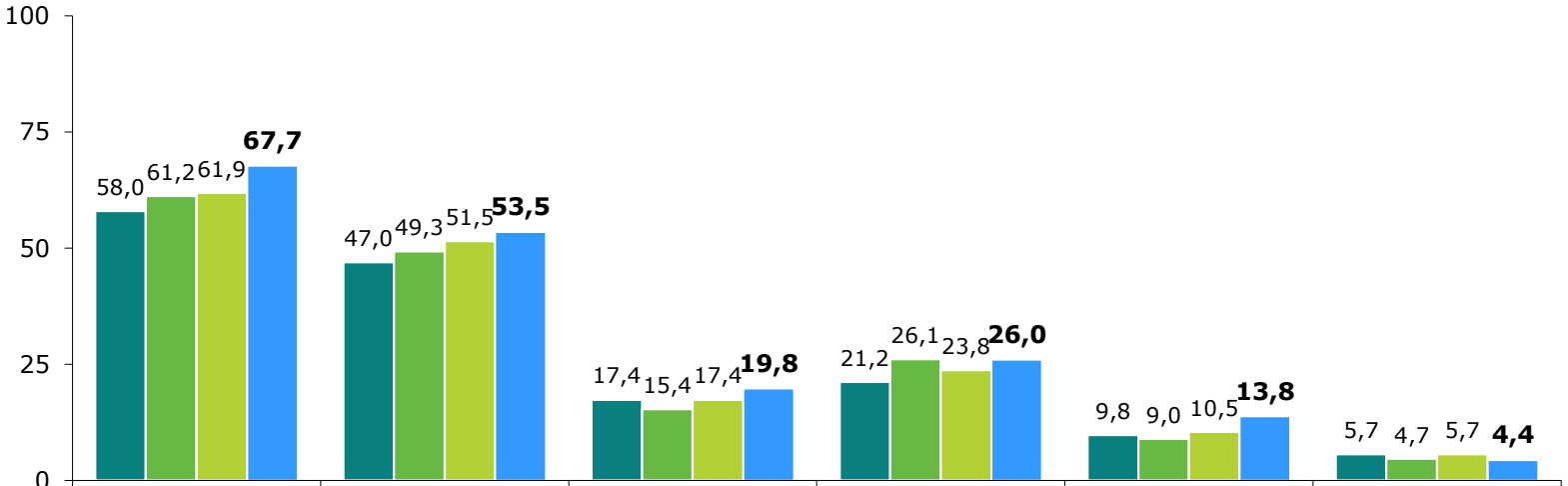
	Certif. nac y matri	Seguridad social	Bibliotecas públicas	Cambios de domicilio	Documentos personales	Servicios sanitarios
I TRIM 15	6,3	20,4	4,4	4,5	13,5	25,0
III TRIM 15	10,2	20,0	7,0	7,4	12,7	26,6
I TRIM 16	10,9	16,5	6,7	6,7	13,7	23,7
III TRIM 16	9,7	17,8	6,6	8,9	14,6	27,5

BASE: Usuarios de Internet 15 años o más y ha contactado Adm. por Internet

Administración electrónica (Trámites)
Evolución

%

Realización de trámites



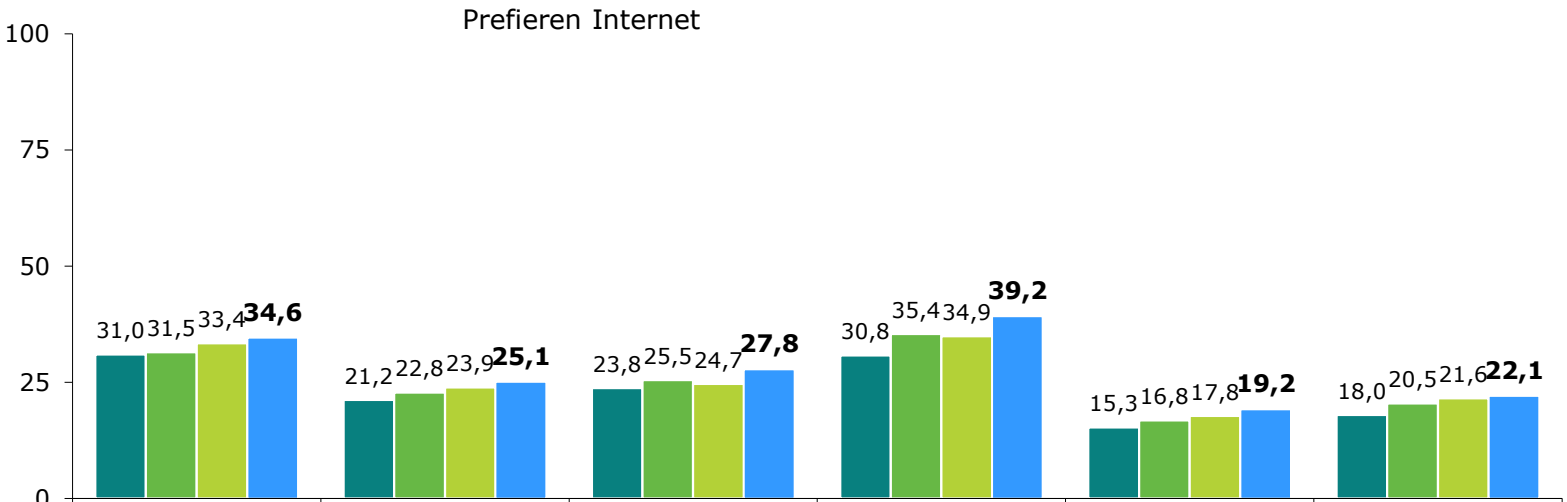
	Pago impuestos	Petición documentos	Presentación denuncias	Presentación solicitudes	Servicios ventanilla única	Otros trámites
I TRIM 15	58,0	47,0	17,4	21,2	9,8	5,7
III TRIM 15	61,2	49,3	15,4	26,1	9,0	4,7
I TRIM 16	61,9	51,5	17,4	23,8	10,5	5,7
III TRIM 16	67,7	53,5	19,8	26,0	13,8	4,4

BASE: Usuarios de Internet 15 años o más y ha contactado Adm. por Internet

Administración electrónica (Preferencia)
Evolución

%

Preferencia de contacto con la administración



	Obtener información	Solicitar docs personales	Consultas fiscales	Present. Decl. Renta	Present. denuncias/recursos	Present. solicitudes,escritos
I TRIM 15	31,0	21,2	23,8	30,8	15,3	18,0
III TRIM 15	31,5	22,8	25,5	35,4	16,8	20,5
I TRIM 16	33,4	23,9	24,7	34,9	17,8	21,6
III TRIM 16	34,6	25,1	27,8	39,2	19,2	22,1

BASE: Usuarios de Internet 15 años o más

Conclusiones

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

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

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

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

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

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

Alcance del Estudio

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

Ficha técnica

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

Muestra neta de hogares: 3.182 hogares y 6.564 individuos 10+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.909 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 Abril-Junio 2017 se ha dado por finalizada durante el mes de Agosto 2017.

Error Muestral: El Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación (p=q=50%) y un nivel de confianza del 95%, los errores muestrales máximos cometidos en los datos de encuesta son de $\pm$1,74 % para hogares y de $\pm$1,21% para individuos.

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

Dirección: Alberto Urueña López

Equipo técnico:

Eva Prieto
María Pilar Ballestero
Raquel Castro García-Muñoz
Santiago Cadenas Villaverde

Agradecer la colaboración en la realización de este estudio a: KANTAR TNS

ISSN 1989-7766

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

www.ontsi.red.es

observatorio@red.es

@ONTSI