



Panel de hogares XII oleada, abril-junio 2006



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es
observatorio

A DESTACAR

El gasto en servicios TIC que realizan los hogares españoles es de 2.808 millones de euros

El segundo trimestre de 2006, los 15,5 millones de hogares españoles realizaron un gasto total TIC (tlf fija, tlf móvil, Internet y TV pago) de 2.808 millones de euros.

Se reduce el gasto de los hogares en telefonía fija

El gasto total en telefonía fija se ha reducido el segundo trimestre de 2006 hasta los 988 millones de euros, viéndose reflejado en una caída del gasto medio por hogar, hasta los 29,5€/mes.

Cada hogar gasta 34,7€/mes en telefonía móvil

El gasto medio por hogar y mes el segundo trimestre de 2006 asciende hasta los 34,7€/mes. El gasto total alcanza los 1.171 millones de euros, de los cuales, el 60% corresponde a la modalidad de contrato y el 40% a prepago.

Se mantiene estable el gasto en TV de pago

El gasto en TV de pago se mantiene entre los 250 y los 300 millones de euros desde 2004. Este gasto es de 296 millones de euros el segundo trimestre de 2006, es decir, un gasto medio por hogar de 34,9€/mes.

El 60% del gasto total en Internet corresponde al acceso mediante ADSL

El segundo trimestre de 2006, el gasto total del servicio de Internet es de 353 millones de euros, del cual un 63,7% corresponde al ADSL. Esto supone un gasto medio por hogar de 27,1€/mes.

La cámara de fotos es uno de los servicios adicionales del teléfono móvil más utilizados

La cámara de fotos en el móvil es uno de los servicios adicionales más utilizados y también de los más deseados en próximos móviles, junto con la posibilidad de enviar MMS (mensajes multimedia) y la disponibilidad de bluetooth.

El 90% de los internautas considera que es fácil o muy fácil la navegación por Internet

Dos tercios de los internautas se conectan igual o más que un año atrás, el 90% considera sencillo su uso y ocho de cada diez están satisfechos con lo que la Red les ofrece, considerando cubiertas sus expectativas.

ÍNDICE

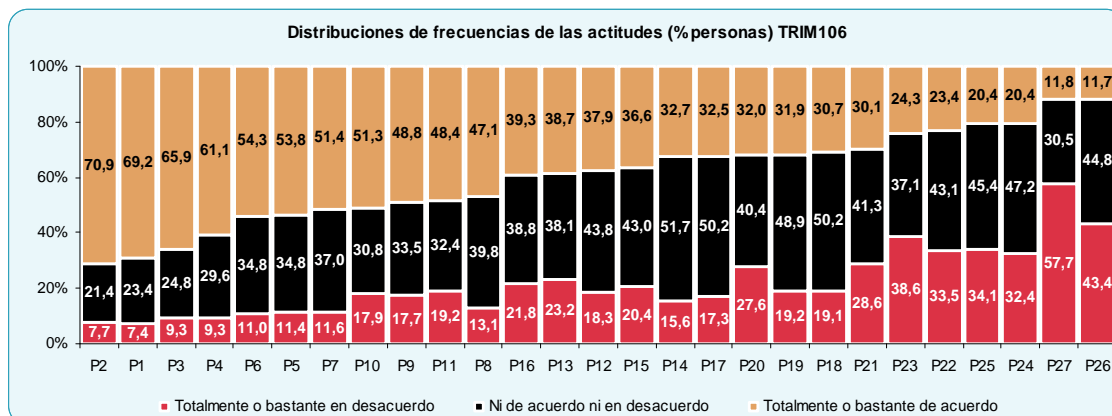
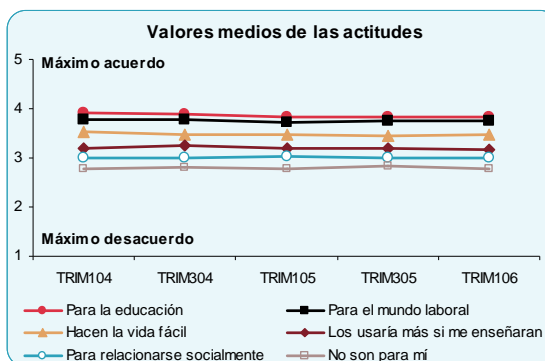
Actitudes frente a las nuevas tecnologías	6
Equipamiento TIC	10
Gasto TIC	12
Pirámide de servicios TIC	13
Telefonía Fija	14
Telefonía móvil	19
Audiovisual	23
Internet	29
Objetivos y metodología	42

1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

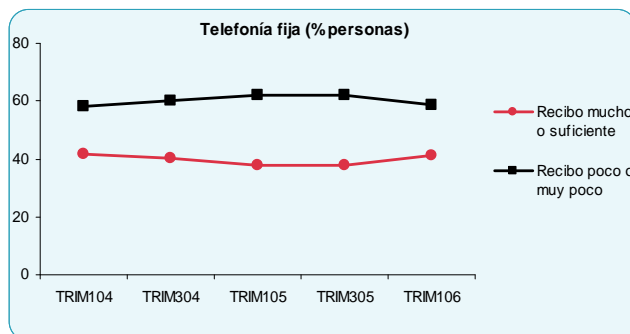
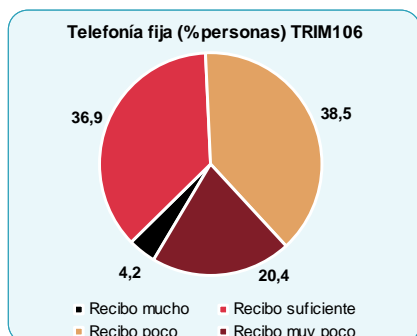
1.1. Actitudes

Valores medios (1 máx desacuerdo- 5 máx acuerdo)	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
P1. Las administraciones públicas deberían ayudar a conocerlas	3,87	3,87	3,82	3,85	3,86
P2. Conocer las nuevas tecnologías será fundamental en la educación	3,91	3,88	3,84	3,85	3,84
P3. Conocer las nuevas tecnologías es importante en el mundo laboral	3,77	3,76	3,73	3,74	3,74
P4. Las nuevas tecnologías muchas veces no justifican su precio	3,66	3,68	3,64	3,68	3,66
P5. Quienes no se adaptan a las nuevas tecnologías lo van a tener difícil	3,52	3,50	3,50	3,50	3,52
P6. Las nuevas tecnologías ayudan a resolver algunos problemas	3,52	3,48	3,49	3,49	3,49
P7. Las nuevas tecnologías hacen más fácil y cómoda la vida	3,52	3,48	3,47	3,44	3,46
P8. Las nuevas tecnologías hacen difícil separar el trabajo del tiempo libre	3,40	3,45	3,44	3,45	3,42
P9. Las nuevas tecnologías hacen que la gente se comunique menos	3,37	3,39	3,39	3,44	3,42
P10. Mi relación con las nuevas tecnologías es muy práctica	3,36	3,41	3,39	3,40	3,40
P11. Sólo me interesan tecnologías fáciles de poner en marcha y usar	3,28	3,31	3,33	3,28	3,33
P12. Me interesan las nuevas tecnologías, pero son muy caras para mí	3,28	3,26	3,24	3,24	3,23
P13. Para los niños Internet, tiene más desventajas que ventajas	3,19	3,21	3,21	3,20	3,22
P14. Las nuevas tecnologías no cumplen todas las promesas	3,20	3,20	3,20	3,24	3,20
P15. El precio es lo más importante para mí a la hora de elegir	3,18	3,17	3,21	3,18	3,19
P16. Usaría más productos y servicios tecnológicos si me enseñaran	3,20	3,26	3,19	3,20	3,17
P17. Me incorporo cuando están suficientemente probadas	3,14	3,15	3,15	3,15	3,15
P18. Hasta que no bajen su precio, ni me planteo adquirir NNTT	3,18	3,15	3,14	3,17	3,14
P19. Las NNTT me permiten hacer lo que quiero, cuando y donde quiero	3,11	3,11	3,14	3,09	3,12
P20. Para relacionarse socialmente es importante saber algo de NNTT	3,01	3,01	3,03	3,01	2,99
P21. Me gusta probar los nuevos avances tecnológicos	3,02	2,99	2,99	2,99	2,98
P22. No tengo claro lo que las nuevas tecnologías pueden hacer por mí	2,87	2,89	2,88	2,91	2,85
P23. Las nuevas tecnologías no son para mí	2,77	2,82	2,78	2,82	2,79
P24. Las nuevas tecnologías me ayudan a desarrollarme como persona	2,76	2,74	2,76	2,75	2,77
P25. Comienzo a usar NNTT cuando veo que varias personas lo hacen	2,67	2,74	2,77	2,76	2,77
P26. Comprar a través de Internet es seguro	2,46	2,51	2,54	2,49	2,52
P27. En mi entorno soy de los primeros en adquirir NNTT	2,24	2,26	2,31	2,29	2,30

Los españoles dan importancia a las nuevas tecnologías, especialmente en su uso para la educación y el mundo laboral. Aún persiste una sensación de inseguridad en las compras a través de la Red, y cierta reticencia a ser de los primeros en utilizar las nuevas tecnologías.

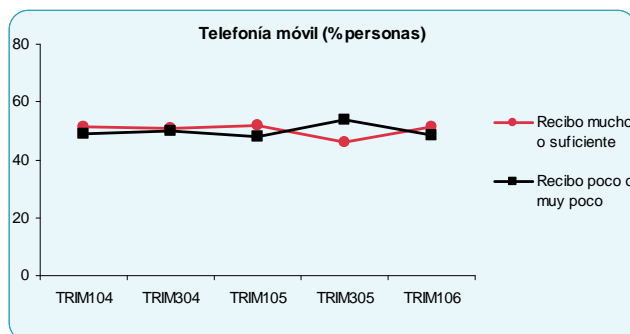
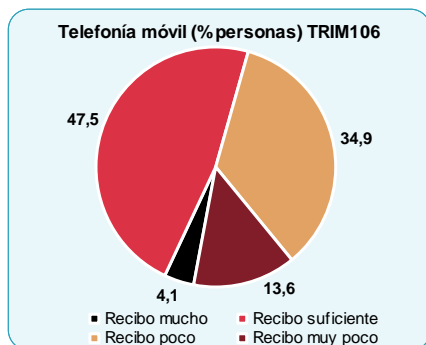


1.2. Relación precio/ utilidad de los servicios TIC.



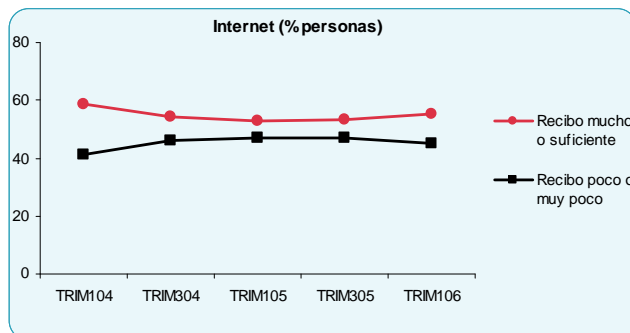
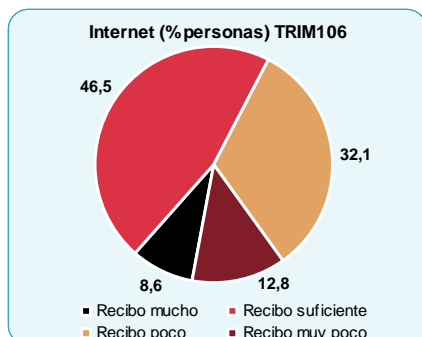
% individuos	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Recibo mucho	4,1	4,3	4,4	4,7	4,2
Recibo suficiente	37,8	35,8	33,4	33,3	36,9
Recibo poco	40,4	41,0	42,7	41,4	38,5
Recibo muy poco	17,7	19,0	19,5	20,7	20,4

La telefonía fija es el servicio peor valorado. En torno al 60% de la población considera que recibe poco o muy poco por lo que paga.



% individuos	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Recibo mucho	4,2	4,6	4,6	4,9	4,1
Recibo suficiente	47,3	46,1	47,5	41,4	47,5
Recibo poco	36,0	37,0	36,4	39,6	34,9
Recibo muy poco	13,0	13,0	11,6	14,1	13,6

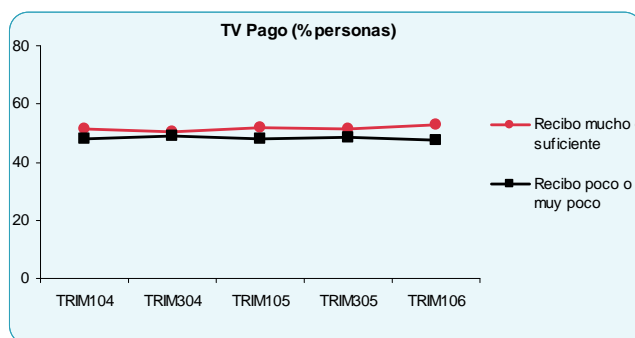
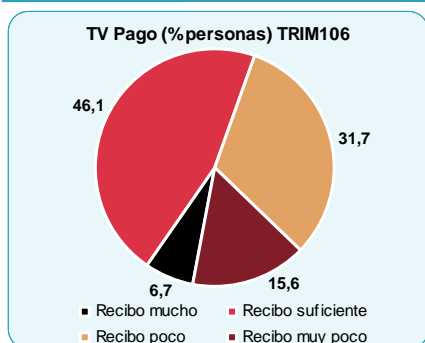
En cuanto a la telefonía móvil, prácticamente la mitad de las personas están satisfechas con el servicio recibido, teniendo en cuenta la relación utilidad/ precio.



En el primer trimestre de 2006, cinco de cada diez personas consideraban que recibían mucho o suficiente

% individuos	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Recibo mucho	9,2	7,1	8,3	8,4	8,6
Recibo suficiente	49,4	47,1	44,6	44,8	46,5
Recibo poco	30,0	34,0	34,4	34,4	32,1
Recibo muy poco	11,0	12,0	12,7	12,4	12,8

de Internet por lo que pagaban.



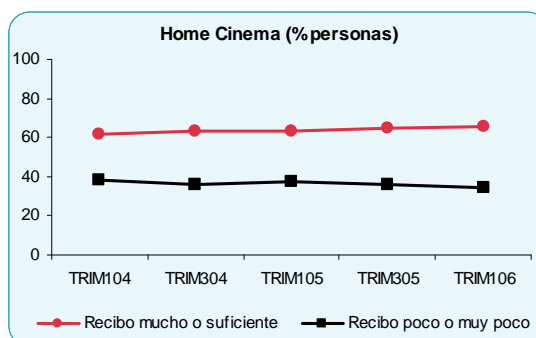
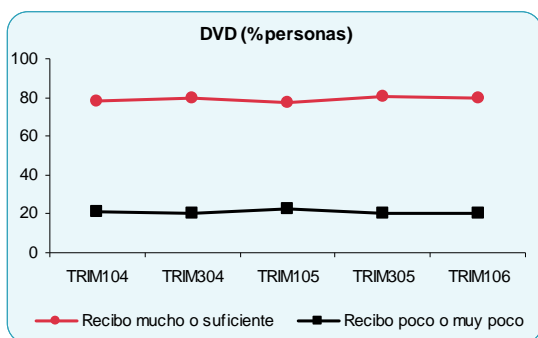
La relación entre la percepción del servicio prestado de TV de pago y su precio apenas ha variado en los dos últimos años. El porcentaje de personas satisfechas con este servicio está ligeramente por encima del 50%.

% individuos	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Recibo mucho	6,7	5,0	3,9	6,5	6,7
Recibo suficiente	44,5	45,3	48,1	45,0	46,1
Recibo poco	34,0	33,0	34,2	34,9	31,7
Recibo muy poco	14,0	16,0	13,7	13,6	15,6

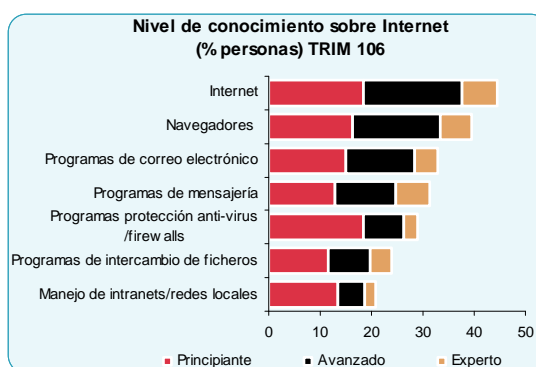
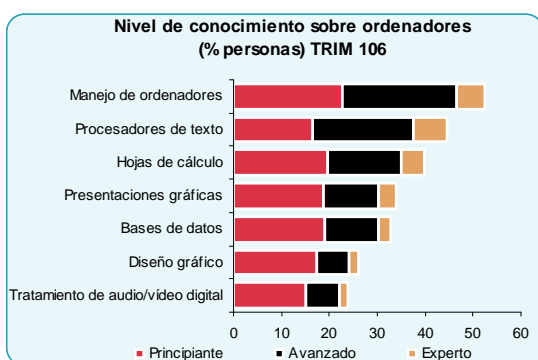
1.3. Relación precio/ utilidad de equipamientos TIC

% individuos		TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
DVD	Recibo mucho	11,8	11,9	12,3	12,2	12,4
	Recibo suficiente	66,7	67,8	65,3	67,9	67,3
	Recibo poco	14,0	14,0	15,6	13,1	13,1
	Recibo muy poco	7,0	6,0	6,7	6,9	7,2
Home Cinema	Recibo mucho	9,7	7,3	10,1	9,6	9,8
	Recibo suficiente	52,1	56,0	52,9	55,1	56,0
	Recibo poco	21,0	21,0	23,9	20,7	20,2
	Recibo muy poco	17,0	15,0	13,5	14,9	14,0
Videoconsola	Recibo mucho	9,4	9,0	9,4	10,5	10,4
	Recibo suficiente	50,8	50,7	46,4	49,4	49,7
	Recibo poco	23,0	25,0	27,3	22,9	22,1
	Recibo muy poco	17,0	16,0	16,9	17,1	17,8

De los tres equipamientos TIC analizados, el DVD tiene la mejor relación utilidad/precio; ocho de cada diez personas consideran que reciben mucho o suficiente por lo que pagaron. También el Home Cinema está bien valorado.



1.4. Nivel de conocimientos sobre ordenadores e Internet



Más de la mitad de la población sabe utilizar un ordenador y casi el 45% se maneja en Internet, aunque en distintos grados. El 25% se considera un usuario avanzado o experto en Internet. En cuanto a las aplicaciones informáticas, un 27,9% declara ser usuario avanzado o experto de procesadores de texto. Respecto al manejo de las hojas de cálculo, este porcentaje se sitúa en el 20,2%.

Conocimientos sobre ordenadores

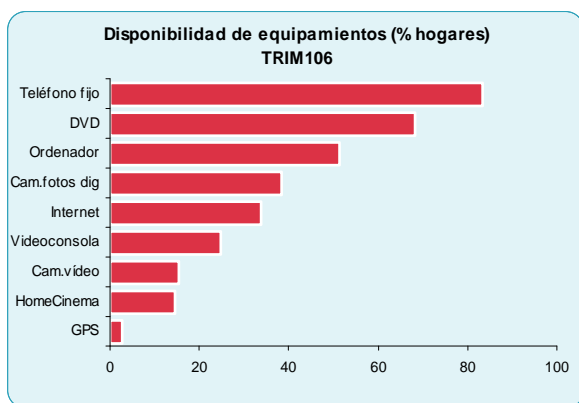
% individuos (TRIM106)	No soy usuario	Principiante	Avanzado	Experto	Ns/ Nc
Manejo de ordenadores	36,8	22,7	23,8	5,9	10,8
Procesadores de texto	42,8	16,6	21,1	6,8	12,7
Hojas de cálculo	47,3	19,5	15,5	4,7	13,1
Presentaciones gráficas	52,9	18,8	11,6	3,5	13,2
Bases de datos	53,7	19,2	11,2	2,5	13,4
Diseño gráfico	60,4	17,3	6,9	2,0	13,4
Tratamiento de audio/vídeo digital	62,3	15,2	6,9	1,7	13,8

Conocimientos sobre Internet

% individuos (TRIM106)	No soy usuario	Principiante	Avanzado	Experto	Ns/ Nc
Internet	42,6	18,5	19,1	6,8	13,0
Navegadores	47,1	16,2	17,1	6,2	13,5
Programas de correo electrónico	53,7	15,0	13,4	4,5	13,4
Programas de mensajería	55,5	12,8	12,0	6,6	13,2
Programas protección anti-virus /firewalls	57,7	18,5	7,9	2,5	13,3
Programas de intercambio de ficheros	62,8	11,5	8,3	4,1	13,3
Manejo de intranets/redes locales	65,5	13,5	5,2	2,0	13,8

2. EQUIPAMIENTO TIC

2.1. Equipamiento en el hogar



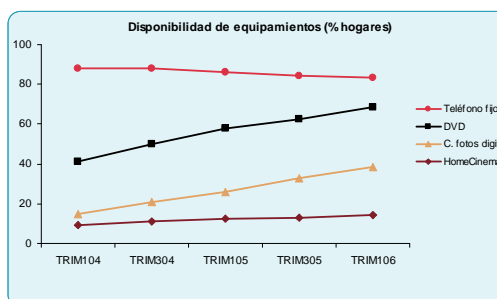
El equipamiento con mayor penetración sigue siendo el teléfono fijo, aunque su porcentaje continúa disminuyendo progresivamente de semestre en semestre. Casi 7 de cada 10 hogares disponen de DVD y más de la mitad tienen ordenador en casa.

El 38,4% de las familias declara poseer cámara de fotos digital en su hogar. El porcentaje de hogares conectados a la Red en el primer trimestre del año 2006 es del 33,9%.

% hogares	Teléfono fijo	DVD	Ordenador	C. fotos digital	Internet	Videoconsola	Cam. Vídeo	HomeCinema	GPS
TRIM104	87,9	41,4	47,1	14,9	26,9	26,0	8,8	9,1	0,7
TRIM304	87,9	50,2	47,8	20,8	27,3	25,5	11,1	10,9	1,3
TRIM105	86,2	57,8	48,5	26,0	29,5	24,1	10,4	12,3	0,8
TRIM305	84,3	62,5	50,1	32,9	32,1	24,3	12,5	13,1	2,1
TRIM106	83,5	68,3	51,5	38,4	33,9	24,7	15,3	14,5	2,6

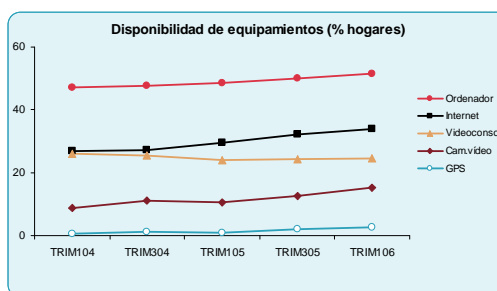
Tanto el DVD como la cámara de fotos digital son equipamientos que han tenido un crecimiento importante en los dos últimos años. La caída del teléfono fijo es lenta pero constante.

% de incremento porcentual	Teléfono fijo	DVD	C. fotos digital	Home Cinema
TRIM104 al TRIM304	0,0	8,8	5,9	1,8
TRIM304 al TRIM105	-1,7	7,6	5,2	1,4
TRIM105 al TRIM305	-1,9	4,7	6,9	0,8
TRIM305 al TRIM106	-0,8	5,8	5,5	1,4

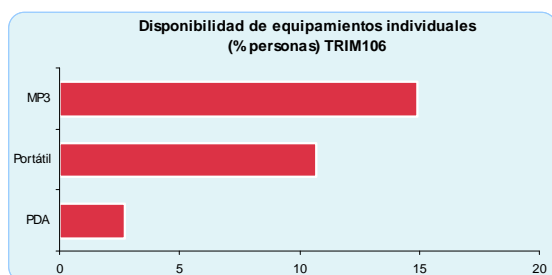


Más de la mitad de los hogares disponen de ordenador, presentando un crecimiento intersemestral de 3 puntos porcentuales en el último año. La conexión a Internet en el hogar ha crecido 4,4 puntos porcentuales en los últimos 12 meses.

% de incremento porcentual	Ordenador	Internet	Videoconsola	C. vídeo	GPS
TRIM104 al TRIM304	0,7	0,4	-0,5	2,3	0,6
TRIM304 al TRIM105	0,7	2,2	-1,4	-0,7	-0,5
TRIM105 al TRIM305	1,6	2,6	0,2	2,1	1,3
TRIM305 al TRIM106	1,4	1,8	0,4	2,8	0,5

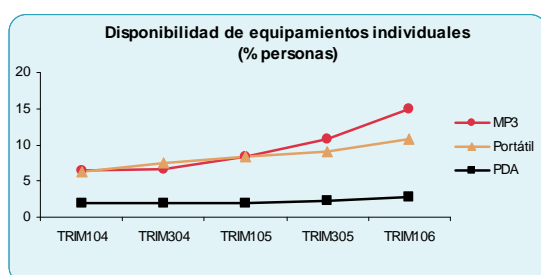


2.2. Equipamiento individual



% individuos	MP3	PDA	Portátil
TRIM104	6,4	1,9	6,2
TRIM304	6,6	1,9	7,4
TRIM105	8,4	1,9	8,3
TRIM305	10,8	2,2	9,1
TRIM106	14,9	2,7	10,7

El equipamiento personal más extendido es el reproductor MP3, que ha crecido 8,5 puntos porcentuales desde el primer trimestre de 2004 hasta ese mismo trimestre de 2006. El crecimiento del porcentaje de disponibilidad de portátiles en el mismo periodo es de 4,5 puntos porcentuales.

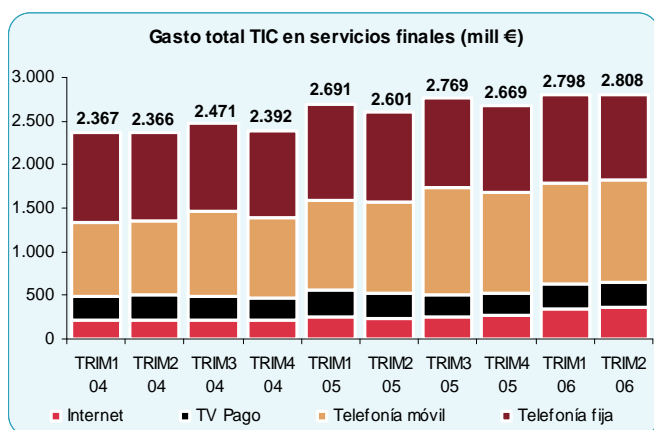


% de incremento porcentual	MP3	PDA	Portátil
TRIM104 al TRIM304	0,2	0,0	1,2
TRIM304 al TRIM105	1,8	0,0	0,9
TRIM105 al TRIM305	2,4	0,3	0,8
TRIM305 al TRIM106	4,1	0,5	1,6

3. GASTO TIC

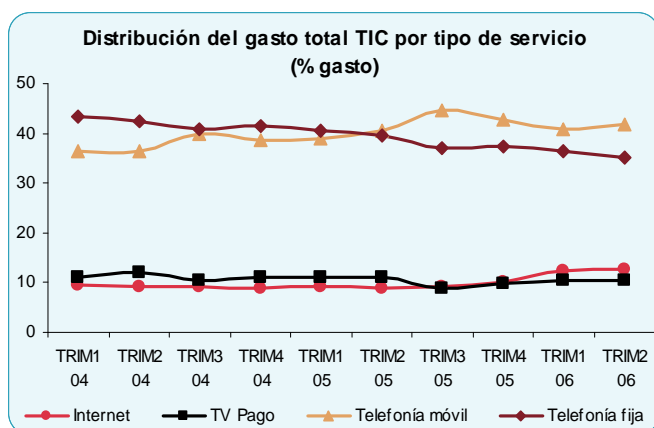
Gasto servicios TIC (TRIM206)	% de hogares	Nº de hogares (miles)	Gasto servicios TIC (millones €)
Telefonía fija	83,5	12.942	988
Telefonía móvil	84,3	13.064	1.171
Internet	33,9	5.247	353
TV pago	21,2	3.288	296
Total	100	15.493	2.808

En el segundo trimestre de 2006, los 15,5 millones de hogares españoles realizan un gasto en servicios TIC de 2.808 millones de euros.



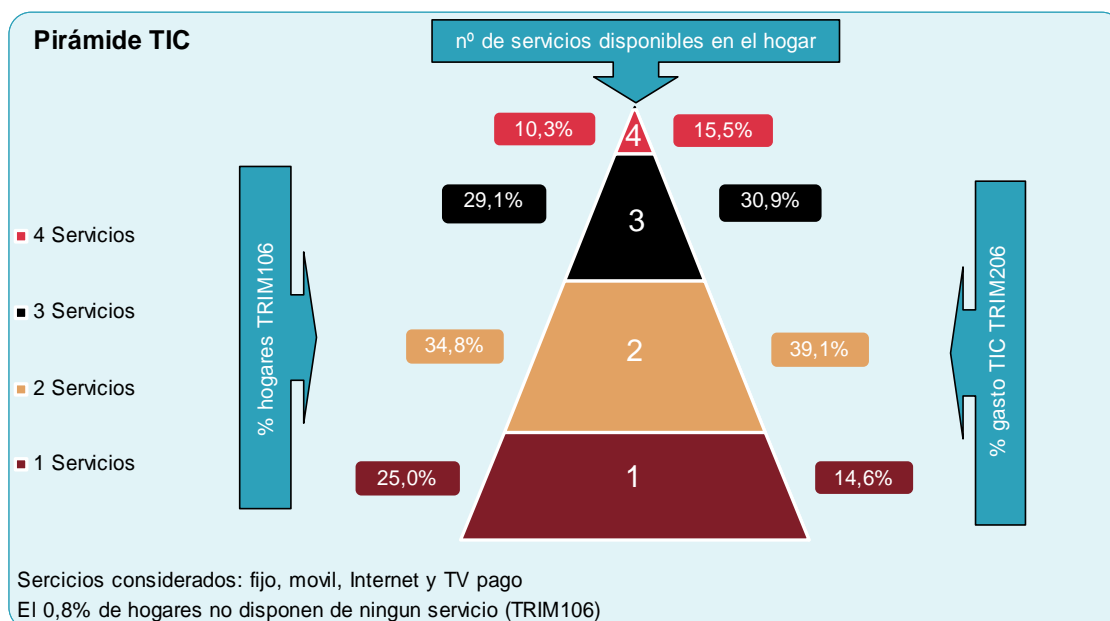
En los últimos 2 años el gasto en telefonía móvil ha experimentado un crecimiento del 36%. El gasto en Internet supera al de la TV de pago, aunque ambos se mueven en valores similares, en torno a los 300 millones de euros para la TV de pago y 350 millones para Internet.

Gasto por servicios TIC	Millones de €					Porcentaje			
	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago	Total	Tlf fija	Tlf móvil	Internet	TV Pago
TRIM104	1.023	859	225	260	2.367	43,2	36,3	9,5	11,0
TRIM204	1.004	861	218	283	2.366	42,4	36,4	9,2	12,0
TRIM304	1.007	982	223	259	2.471	40,7	39,7	9,0	10,5
TRIM404	993	924	208	267	2.392	41,5	38,6	8,7	11,2
TRIM105	1.093	1.047	251	301	2.691	40,6	38,9	9,3	11,2
TRIM205	1.027	1.053	232	290	2.601	39,5	40,5	8,9	11,1
TRIM305	1.030	1.237	258	245	2.769	37,2	44,7	9,3	8,8
TRIM405	994	1.143	272	261	2.670	37,2	42,8	10,2	9,8
TRIM106	1.017	1.146	342	293	2.798	36,4	41,0	12,2	10,5
TRIM206	988	1.171	353	296	2.808	35,2	41,7	12,6	10,5



Los servicios TIC que acumulan mayor gasto son la telefonía móvil y la fija, con unos porcentajes en torno al 40% y al 35% del gasto total en TIC, respectivamente. El porcentaje de gasto del servicio de Internet, con un crecimiento continuo, alcanza el 12,6% en el segundo trimestre de 2006 respecto al total, por encima del de la TV de pago que apenas supera el 10%.

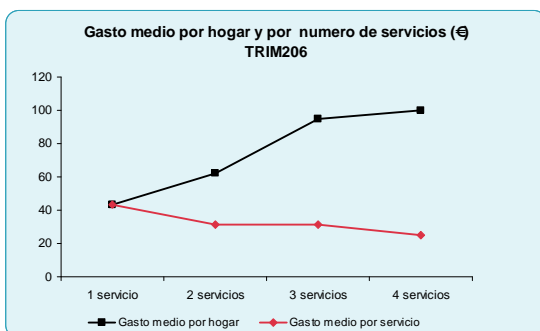
4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC



El 34,8% de los hogares disponen de 2 servicios y realizan el 39,1% del gasto total TIC. También es destacado el gasto que hacen los hogares con 3 servicios: el 30,9% del gasto total TIC. El resto del gasto se lo reparten de manera muy pareja los hogares con 1 y 4 servicios, con un 14,6% y un 15,5%, respectivamente.

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

Gasto medio (€)	TRIM204	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206
1 servicio	33,4	36,3	34,8	44,2	39,1	42,7	42,0	43,5	43,7
2 servicios	63,9	66,7	62,6	64,8	62,2	66,7	63,0	63,8	62,5
3 servicios	88,7	91,4	88,0	88,8	88,8	94,2	89,4	90,9	94,6
4 servicios	93,2	95,2	105,4	97,5	95,1	98,4	103,5	104,2	100,1



El gasto medio mensual de los hogares con 4 servicios disminuye el segundo trimestre, situándose en 100€ por hogar.

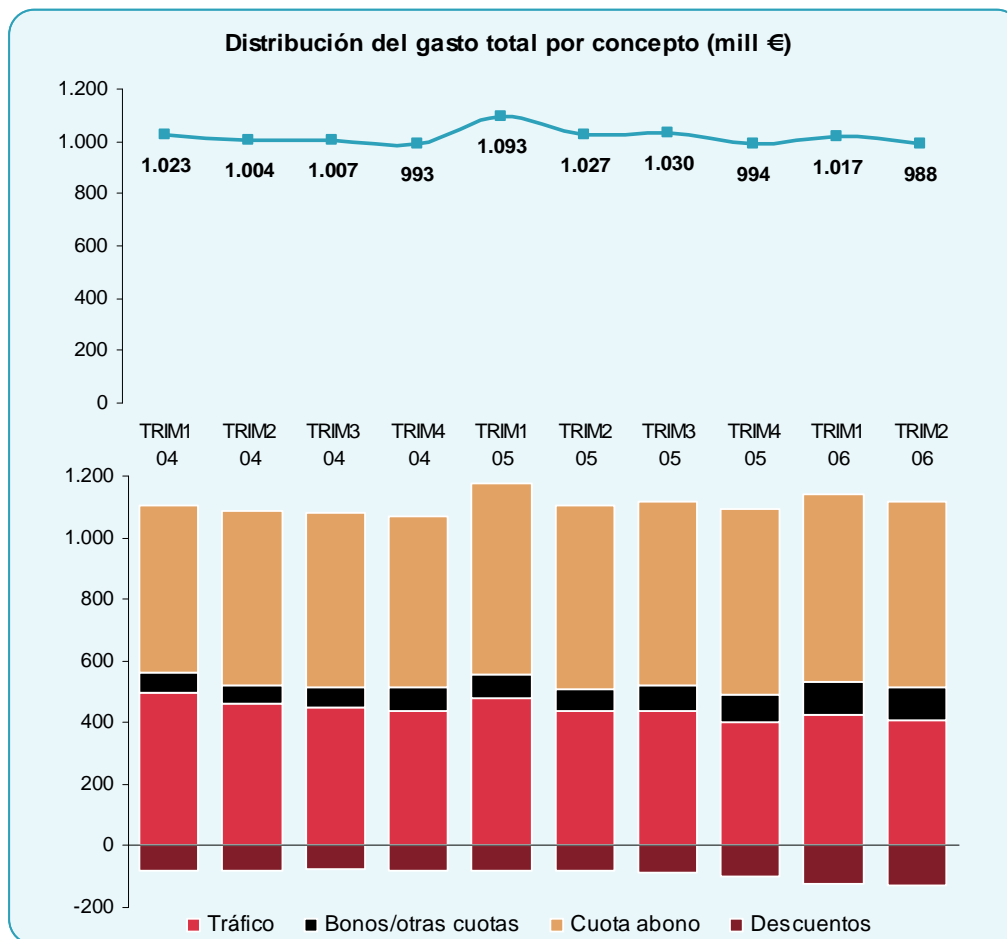
Por contra, aumenta el gasto medio mensual de los hogares equipados con 3 servicios hasta los 94,6€ por hogar, y se estabiliza el gasto realizado por los hogares que tienen 1 y 2 servicios en 43,7 y 62,5€/hogar, respectivamente.

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

Gasto medio (€)	TRIM204	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206
1 servicio	33,4	36,3	34,8	44,2	39,1	42,7	42,0	43,5	43,7
2 servicios	32,0	33,3	31,3	32,4	31,1	33,4	31,5	31,9	31,2
3 servicios	29,6	30,5	29,3	29,6	29,6	31,4	29,8	30,3	31,5
4 servicios	23,3	23,8	26,3	24,4	23,8	24,6	25,9	26,1	25,0

5. TELEFONÍA FIJA

5.1. Distribución del gasto

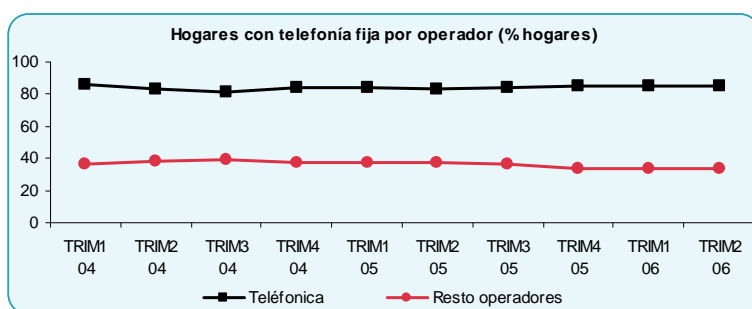


Millones €	TRIM104	TRIM204	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206
Tráfico	498	460	449	438	479	436	437	404	427	410
Bonos/otras cuotas	67	63	67	74	75	73	86	86	108	107
Cuota abono	539	563	565	558	622	598	593	600	604	601
Descuentos	-81	-82	-74	-77	-83	-80	-86	-96	-122	-130
Gto total	1.023	1.004	1.007	993	1.093	1.027	1.030	994	1.017	988

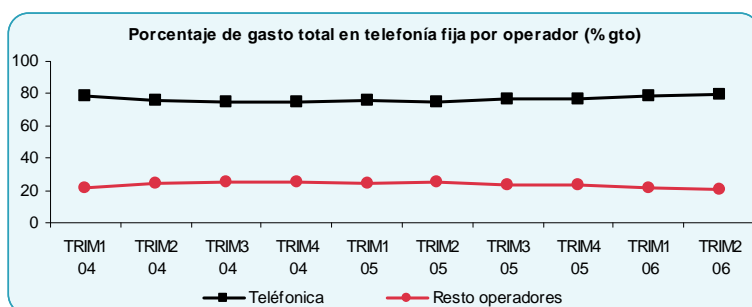
El total de mercado de la telefonía fija en el segundo trimestre de 2006 se sitúa en el nivel más bajo de los últimos dos años. Esta reducción es producida en gran medida por el aumento de los descuentos, aunque también se observa una ligera disminución del tráfico cursado.

5.2. Hogares y gasto por operador

HOGARES	Porcentaje		Absolutos (miles hogares)	
	Teléfonica	Resto operadores	Teléfonica	Resto operadores
TRIM104	85,7	36,2	10.722	4.533
TRIM204	83,2	37,9	10.406	4.735
TRIM304	81,6	39,0	10.205	4.873
TRIM404	84,4	37,2	10.558	4.658
TRIM105	83,8	37,1	10.970	4.856
TRIM205	83,3	37,2	10.918	4.870
TRIM305	84,5	36,3	10.816	4.655
TRIM405	85,3	34,1	10.921	4.371
TRIM106	85,5	33,5	11.075	4.337
TRIM206	85,2	33,5	11.033	4.332



GASTO	Porcentaje		Absolutos (millones €)	
	Teléfonica	Resto operadores	Teléfonica	Resto operadores
TRIM104	78,5	21,5	805	220
TRIM204	76,0	24,0	763	241
TRIM304	75,2	24,8	757	250
TRIM404	75,0	25,0	745	248
TRIM105	75,4	24,6	823	269
TRIM205	75,0	25,0	770	257
TRIM305	76,2	23,8	785	245
TRIM405	76,9	23,1	763	230
TRIM106	78,3	21,7	797	220
TRIM206	79,1	20,9	782	206

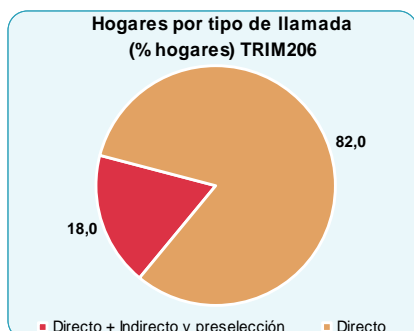


En los últimos trimestres se ha producido un suave crecimiento del número de hogares que tienen contratado el servicio de telefonía fija con el operador dominante, que son aproximadamente el 85% de los hogares con telefonía fija; casi el 20% también tienen contratados los servicios de otros operadores (o bien de acceso indirecto o bien a través de un operador de cable).

Se ha producido un cambio en la tendencia del gasto de telefonía fija del operador dominante, aumentando su cuota de mercado hasta el 79,1% (782 millones de euros) en el segundo trimestre de 2006. El resto de operadores acumulan un gasto de 206 millones de euros, lo que corresponde, aproximadamente, al 21% del total de mercado.

5.3. Hogares, gasto y minutos por tipo de acceso

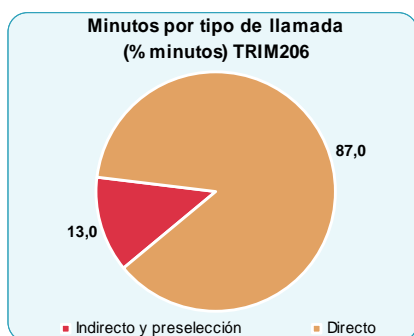
Hogares por tipo de llamada



Hogares	Porcentaje		Absolutos (Miles)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM104	21,7	78,3	2.716	12.505
TRIM204	20,9	79,1	2.611	12.505
TRIM304	21,5	78,5	2.694	12.509
TRIM404	20,5	79,5	2.563	12.509
TRIM105	19,9	80,1	2.602	13.108
TRIM205	19,6	80,4	2.567	12.807
TRIM305	20,0	80,0	2.563	12.807
TRIM405	18,8	81,2	2.412	12.807
TRIM106	18,4	81,6	2.384	12.942
TRIM206	18,0	82,0	2.332	12.943

El porcentaje de hogares con teléfono fijo y que poseen acceso indirecto se reduce el segundo trimestre de 2006 al 18%.

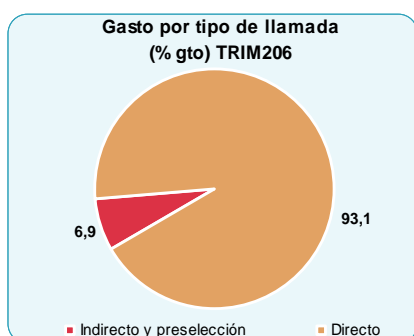
Minutos cursados por tipo de llamada



Minutos	Porcentaje		Absolutos (Millones)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM104	17,1	82,9	1.729	8.399
TRIM204	17,4	82,6	1.580	7.489
TRIM304	16,6	83,4	1.323	6.642
TRIM404	17,9	82,1	1.469	6.750
TRIM105	17,4	82,6	1.603	7.592
TRIM205	17,4	82,6	1.444	6.876
TRIM305	18,3	81,7	1.457	6.504
TRIM405	15,4	84,6	1.187	6.505
TRIM106	14,7	85,3	1.263	7.338
TRIM206	13,0	87,0	1.015	6.792

El 13% del total de minutos consumidos se realizan por acceso indirecto. El número de minutos cursados por este tipo de acceso se ha reducido un 29,7%.

Gasto realizado por tipo de llamada



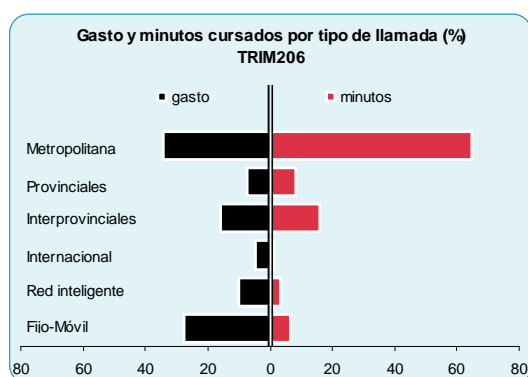
Gasto	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM104	8,8	91,2	99	924
TRIM204	9,8	90,2	98	906
TRIM304	9,8	90,2	89	917
TRIM404	8,9	91,1	91	901
TRIM105	9,2	90,8	90	1.003
TRIM205	8,2	91,8	82	944
TRIM305	8,0	92,0	95	934
TRIM405	9,2	90,8	80	913
TRIM106	7,7	92,3	78	939
TRIM206	6,9	93,1	68	920

La disminución tanto de hogares con acceso indirecto como de minutos cursados a través de acceso indirecto, lleva asociada una reducción del gasto en las llamadas realizadas por acceso indirecto que el último trimestre representa el 6,9% del gasto total.

5.4. Minutos y gasto por tipo de llamada

Porcentaje de minutos cursados por tipo de llamada

% minutos	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM104	69,6	7,1	11,1	1,3	4,6	6,3	0,1
TRIM204	68,3	7,5	12,0	1,2	4,3	6,5	0,1
TRIM304	68,4	8,0	10,8	1,3	2,9	8,5	0,1
TRIM404	68,1	7,8	12,2	1,1	3,0	7,6	0,1
TRIM105	66,9	8,1	12,8	1,4	3,7	7,0	0,1
TRIM205	66,4	8,2	12,7	1,5	3,7	7,4	0,1
TRIM305	65,7	8,3	12,5	1,3	3,6	8,5	0,2
TRIM405	66,8	7,8	13,6	1,4	3,0	7,3	0,1
TRIM106	67,3	8,0	13,7	1,3	3,3	6,2	0,2
TRIM206	64,8	8,3	15,8	1,3	3,2	6,3	0,1

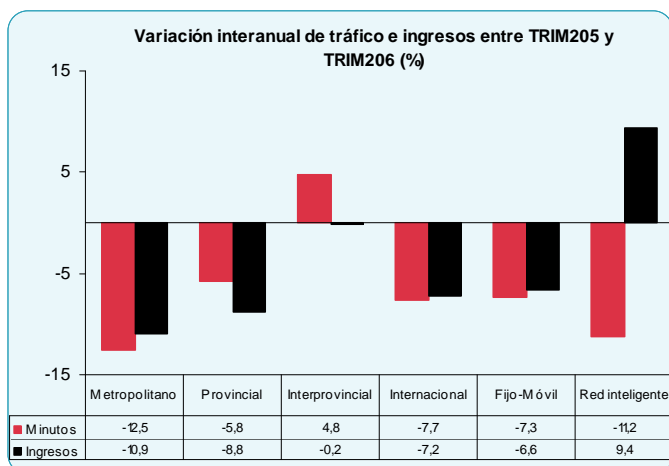


Por tipo de llamada, se observa que las interprovinciales experimentan un crecimiento de 2,1 puntos porcentuales respecto al primer trimestre de 2006 en el consumo de minutos cursados, llegando a representar el 15,8% de todas las llamadas realizadas. En cuanto al porcentaje de gasto, son las metropolitanas y las realizadas a móviles las llamadas con mayor porcentaje, un 34,1% y un 27,5% del gasto total, respectivamente.

Porcentaje de gasto realizado por tipo de llamada

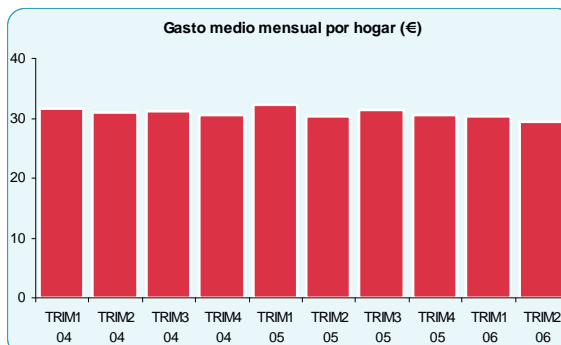
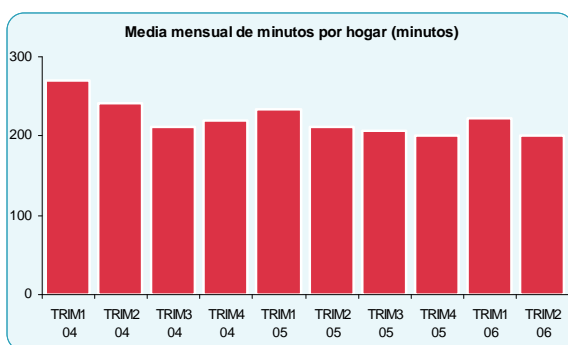
% de gasto	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM104	36,3	7,2	12,6	5,0	9,0	29,3	0,6
TRIM204	35,8	7,4	13,7	4,6	7,7	30,3	0,5
TRIM304	33,8	7,4	11,1	4,6	8,1	34,1	0,9
TRIM404	34,7	7,3	13,0	4,1	7,5	32,7	0,6
TRIM105	35,3	7,7	14,0	4,6	8,4	29,6	0,4
TRIM205	34,2	7,8	13,8	5,1	7,6	30,9	0,6
TRIM305	32,2	7,5	12,7	4,5	8,0	34,4	0,7
TRIM405	34,2	7,1	14,2	4,6	7,8	31,6	0,6
TRIM106	36,0	7,7	15,0	4,5	8,6	27,6	0,5
TRIM206	34,1	7,5	16,0	4,5	10,0	27,5	0,5

Variación interanual de tráfico e ingresos



Del segundo trimestre de 2005 al segundo trimestre de 2006, las únicas llamadas que ha incrementado el número de minutos consumidos han sido las llamadas interprovinciales. También en este periodo las llamadas de red inteligente han descendido un 11,2% en cuanto al número de minutos cursados, sin embargo, sus ingresos han crecido un 9,4%.

5.5. Minutos y gastos medios por hogar

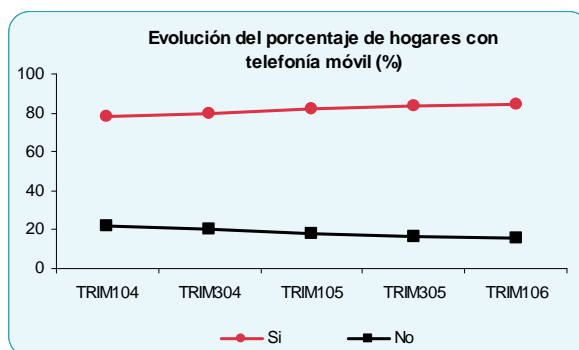
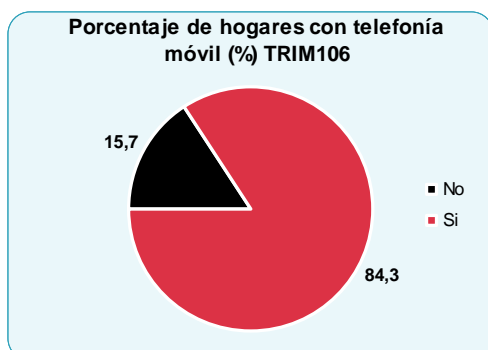


El gasto medio mensual por hogar de la telefonía fija se ha situado en 29,5€/mes (IVA incluido). La media mensual de minutos cursados por hogar también se reduce en un 9,5% en el segundo trimestre de 2006.

Media mensual por hogar	TRIM104	TRIM204	TRIM304	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206
Minutos	270	242	212	219	234	212	207	200	222	201
Euros	31,6	31,0	31,1	30,6	32,2	30,3	31,4	30,5	30,4	29,5

6. TELEFONÍA MÓVIL

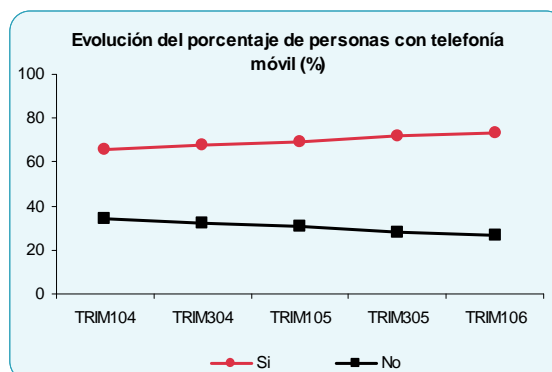
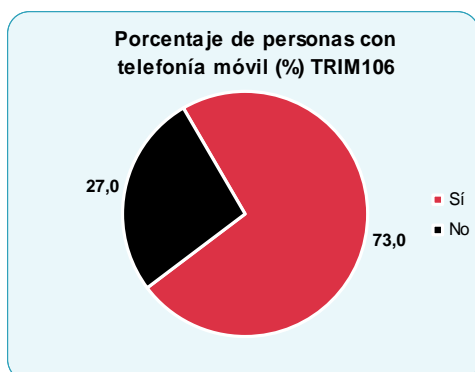
6.1. Hogares con móvil



El porcentaje de hogares con servicio de telefonía móvil ha crecido más de 6 puntos porcentuales en los últimos dos años hasta alcanzar el 84,3% en el primer trimestre de 2006, superando a la telefonía fija.

Hogares con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles hogares)
TRIM104	78,1	11.109
TRIM304	79,7	11.335
TRIM105	82,2	12.488
TRIM305	83,5	12.689
TRIM106	84,3	13.064

6.2. Individuos con móvil



En el primer trimestre de 2006, el 73% de los individuos disponen de un teléfono móvil activo (uso en el último mes), 7 puntos porcentuales más que dos años atrás.

Individuos con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles individuos)
TRIM104	66,0	24.134
TRIM304	67,9	24.380
TRIM105	69,3	25.629
TRIM305	71,6	26.470
TRIM106	73,0	27.115

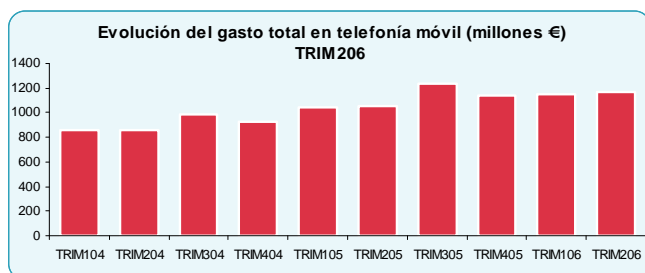
Forma de pago frente a tipo de uso

% de individuos (TRIM106)	contrato	prepago	contrato + prepago	ns/nc
particular	35,6	38,0	2,6	1,4
profesional	4,9	0,7	0,0	0,4
particular + profesional	3,5	0,3	1,0	0,1
ns/nc	2,9	2,5	0,1	6,0
Total	46,9	41,5	3,7	7,9

El porcentaje de personas con contrato de telefonía móvil supera en 5,4 puntos porcentuales al de prepago y casi un 4% dispone de ambas formas

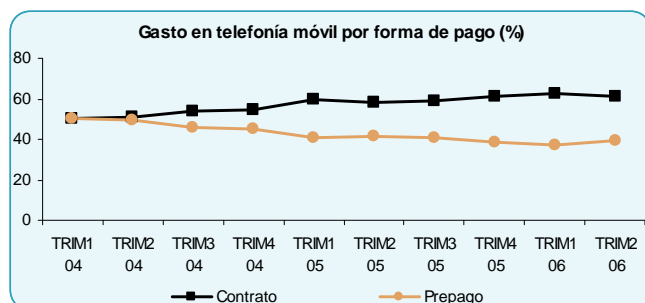
de pago.

6.3. Gasto total y medio por hogar en telefonía móvil

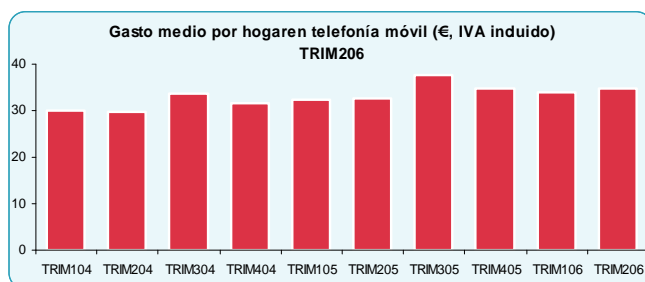


Gasto total (Millones €)	contrato	prepago	total
TRIM104	431	428	859
TRIM204	437	424	861
TRIM304	529	452	982
TRIM404	505	419	924
TRIM105	621	426	1.047
TRIM205	615	438	1.053
TRIM305	732	505	1.237
TRIM405	701	442	1.143
TRIM106	720	426	1.146
TRIM206	713	459	1.171

El gasto total de mercado de la telefonía móvil alcanza los 1.171 millones de euros el segundo trimestre de 2006, del cual, el 60% corresponde a la modalidad de contrato. Esta forma de pago viene ganando terreno al prepago desde hace dos años, aunque en el último trimestre ha sufrido un ligero retroceso.



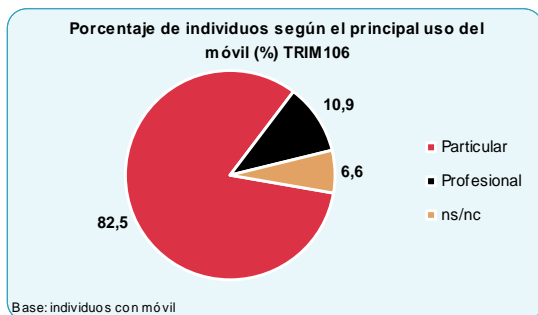
Gasto móvil (%)	contrato	prepago
TRIM104	50,2	49,8
TRIM204	50,8	49,2
TRIM304	53,9	46,1
TRIM404	54,7	45,3
TRIM105	59,3	40,7
TRIM205	58,4	41,6
TRIM305	59,2	40,8
TRIM405	61,3	38,7
TRIM106	62,8	37,2
TRIM206	60,9	39,2



€ (IVA incluido)	Gasto medio por hogar
TRIM104	29,9
TRIM204	29,8
TRIM304	33,6
TRIM404	31,5
TRIM105	32,4
TRIM205	32,6
TRIM305	37,7
TRIM405	34,8
TRIM106	33,9
TRIM206	34,7

Cada hogar ha gastado una media de 34,7 euros al mes en el segundo trimestre de 2006, lo que corresponde a un crecimiento interanual de 2,1 euros con respecto al mismo periodo de 2005.

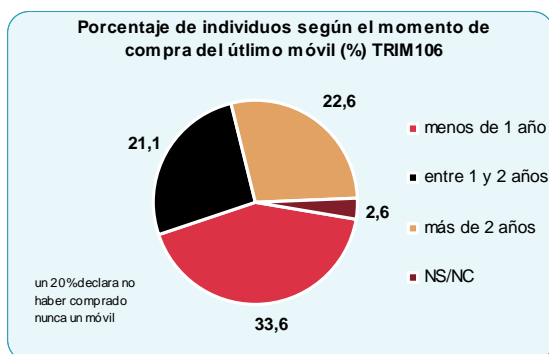
6.4. Tipo de uso del teléfono móvil



% de individuos	particular	profesional	ns/nc
TRIM104	80,6	12,3	12,1
TRIM304	81,7	12,1	10,8
TRIM105	80,9	13,0	11,3
TRIM305	82,4	11,7	11,1
TRIM106	82,5	10,9	11,5

Más del 80% de los usuarios de móvil lo utilizan para fines particulares, y únicamente para el 10% tiene carácter exclusivamente profesional.

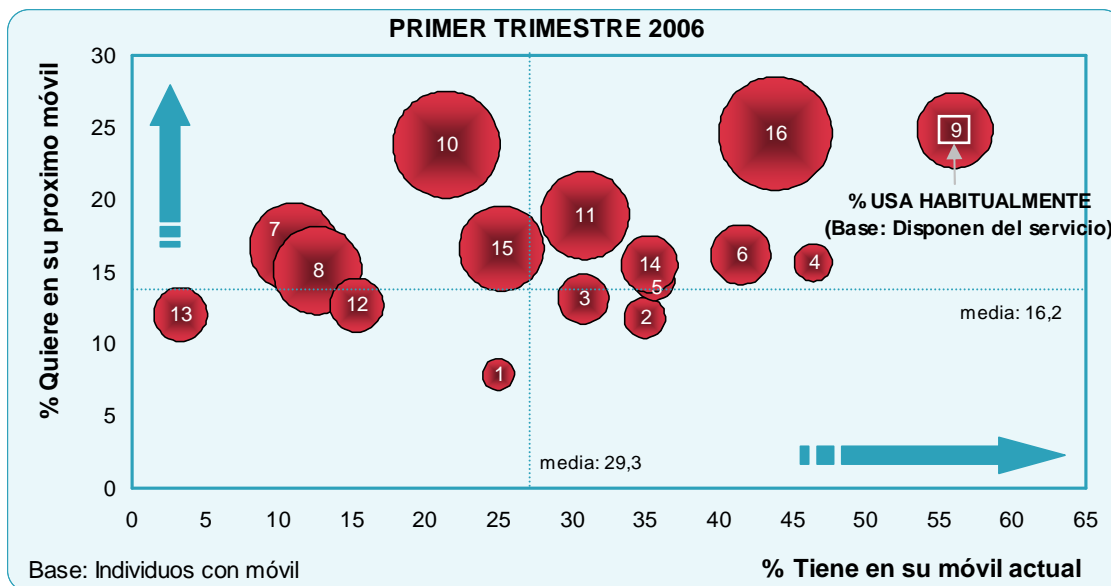
6.5. Momento de compra del último móvil



% de individuos	menos de 1 año	entre 1 y 2 años	más de 2 años	ns/nc
TRIM104	40,6	23,4	22,7	4,4
TRIM304	33,3	21,7	21,8	2,8
TRIM105	34,1	20,0	23,0	2,7
TRIM305	35,5	19,4	22,8	2,0
TRIM106	33,6	21,1	22,6	2,6

La mitad de los usuarios de telefonía móvil compraron su móvil en los últimos dos años, de ellos más del 33% lo hicieron en los últimos 12 meses.

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



nº	Servicios del móvil (% indiv.) TRIM106	Base:		
		Tiene	Usa	Quiere
		Tiene móvil	Tiene cada servicio móvil	Tiene móvil
1	Chat	25,0	4,8	7,9
2	Navegación WAP	35,0	7,3	11,8
3	Marcación por voz	30,8	12,2	13,1
4	Acceso a Internet	46,4	7,1	15,6
5	Acceso correo electrónico	35,6	7,9	14,4
6	Grabación de voz	41,5	15,4	16,1
7	MP3	11,0	35,5	16,7
8	Radio FM	12,7	34,5	15,1
9	MMS	56,1	25,4	24,8
10	Bluetooth	21,4	49,8	23,8
11	Infrarrojos	30,9	34,2	18,9
12	Videomensajes	15,3	13,7	12,7
13	Videoconferencia	3,3	12,5	12,0
14	Conexión de datos GPRS	35,3	14,0	15,5
15	Grabación de vídeo	25,2	31,4	16,6
16	Cámara de fotos	43,9	57,4	24,6

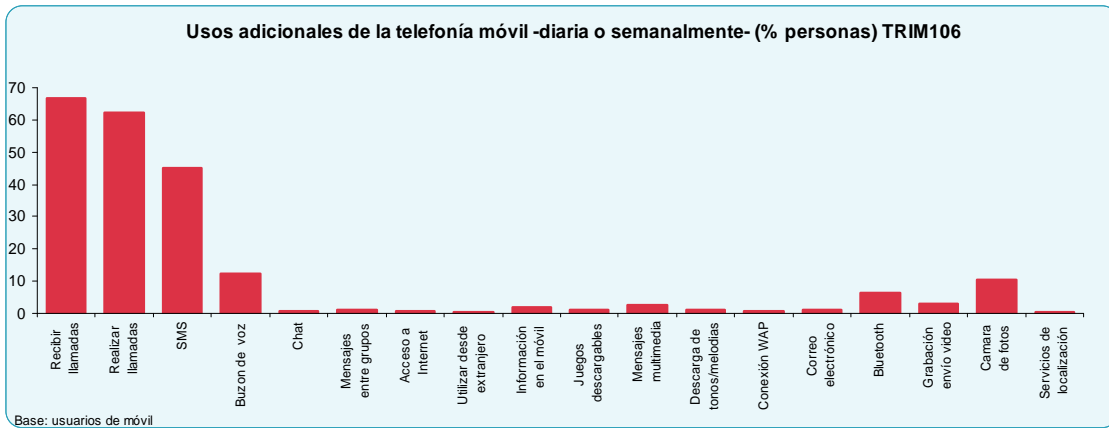
Los servicios de valor añadido más comunes de que se dispone en telefonía móvil son los mensajes multimedia, el acceso a Internet y la cámara de fotos, siendo este último servicio, el más utilizado por los usuarios de telefonía móvil.

Los servicios más deseados para un próximo terminal móvil son los MMS, la cámara de fotos y el bluetooth, con un 24,8%, un 24,6% y un 23,8%, respectivamente.

6.7. Principales usos de telefonía móvil

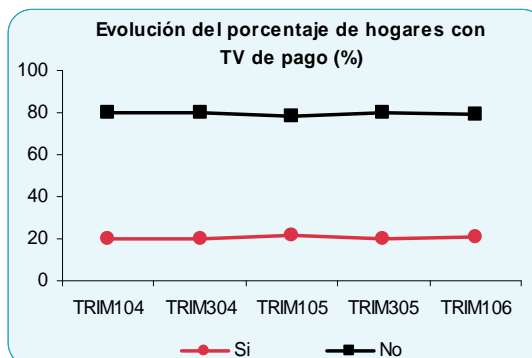
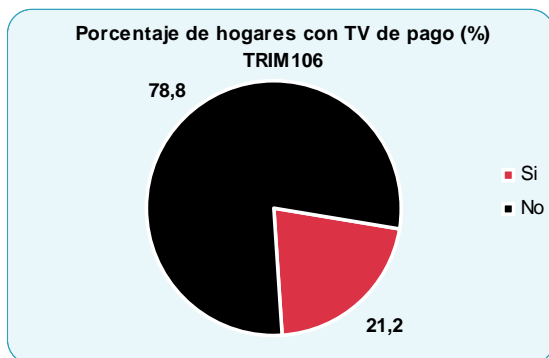
% individuos		TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Recibir llamadas	Diario o semanal	57,2	61,9	65,9	66,3	66,6
	Mensual o esporádico	22,9	20,3	19,3	16,8	17,0
Realizar llamadas	Diario o semanal	53,3	57,3	61,3	62,2	62,3
	Mensual o esporádico	26,0	24,1	23,7	20,0	20,6
SMS	Diario o semanal	41,4	44,3	44,2	47,2	45,1
	Mensual o esporádico	28,9	28,3	30,2	31,4	31,3
Buzon de voz	Diario o semanal	11,1	10,9	11,3	12,3	12,2
	Mensual o esporádico	20,1	18,9	18,4	22,9	20,0
Chat	Diario o semanal	0,8	0,9	0,9	0,5	0,6
	Mensual o esporádico	2,6	2,6	2,6	4,2	3,0
Mensajes entre grupos	Diario o semanal	1,2	1,2	1,5	0,8	1,2
	Mensual o esporádico	3,7	3,0	3,3	4,5	3,6
Acceso a Internet	Diario o semanal	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8
	Mensual o esporádico	2,2	2,6	3,0	3,7	2,6
Utilizar desde extranjero	Diario o semanal	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3
	Mensual o esporádico	9,1	11,0	11,3	13,9	13,3
Información en el móvil	Diario o semanal	2,8	1,9	1,9	2,6	2,0
	Mensual o esporádico	10,2	9,0	9,4	10,5	9,2
Juegos descargables	Diario o semanal	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2
	Mensual o esporádico	7,1	8,1	10,0	12,3	10,3
Mensajes multimedia	Diario o semanal	1,3	1,1	2,2	2,5	2,6
	Mensual o esporádico	9,8	12,5	16,5	21,9	23,5
Descarga de tonos/melodías	Diario o semanal	1,3	0,9	1,0	1,3	1,3
	Mensual o esporádico	19,6	20,9	21,8	23,7	22,2
Conexión WAP	Diario o semanal	0,3	0,4	0,7	0,6	0,8
	Mensual o esporádico	4,4	6,3	6,7	9,7	7,8
Correo electrónico	Diario o semanal	0,5	0,7	0,6	0,7	1,1
	Mensual o esporádico	4,0	2,5	2,6	4,5	3,6
Bluetooth	Diario o semanal	0,8	0,9	1,8	3,9	6,2
	Mensual o esporádico	3,0	4,1	7,0	11,5	14,4
Grabación envío vídeo	Diario o semanal	0,3	0,3	0,9	2,1	3,0
	Mensual o esporádico	1,4	2,1	4,9	8,0	9,9
Camara de fotos	Diario o semanal	1,9	2,8	5,7	9,3	10,5
	Mensual o esporádico	5,0	8,2	13,5	19,8	25,1
Servicios de localización	Diario o semanal	0,1	0,1	0,2	0,4	0,3
	Mensual o esporádico	2,4	2,4	2,7	3,4	2,6

El 66,6% de los usuarios de telefonía móvil lo utilizan diaria o semanalmente para recibir llamadas y el 62,3% para realizarlas. El 45 % lo usa para el envío y/o recepción de SMS. Son servicios que muestran una evolución positiva y constante. La utilización de la cámara de fotos diaria o semanalmente del móvil ha experimentado un crecimiento del 84,2% en el último año, consolidándose como uno de los servicios más deseados de los terminales móviles.



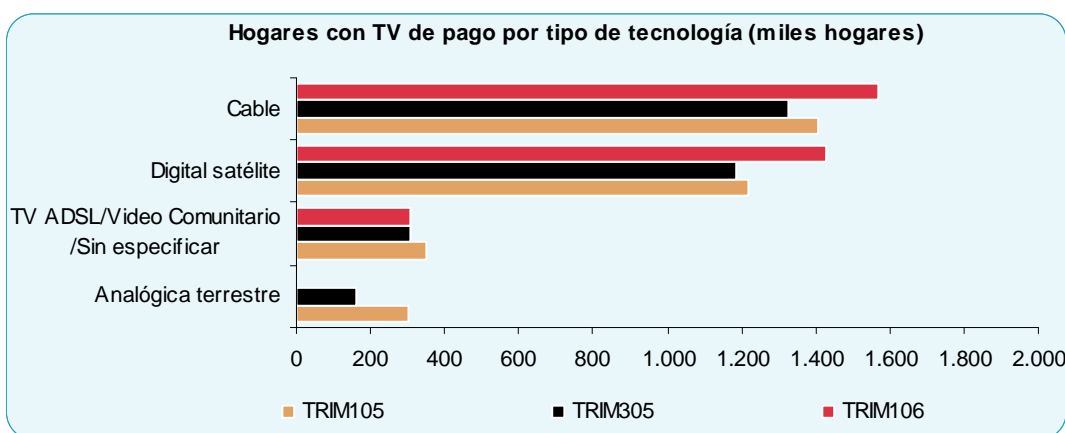
7. AUDIOVISUAL

7.1. Hogares con TV de pago



Hogares con TV de Pago	Porcentaje	Absolutos (Miles)
TRIM104	20,3	2.947
TRIM304	20,4	2.903
TRIM105	21,6	3.285
TRIM305	19,9	3.019
TRIM106	21,2	3.288

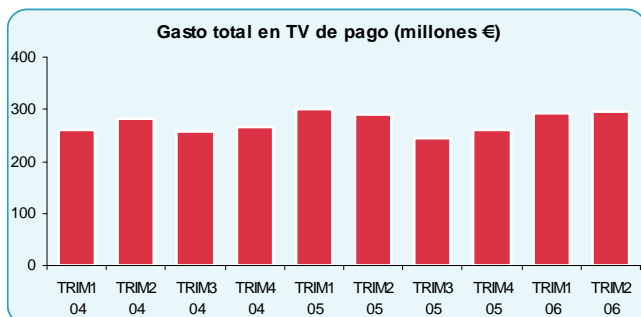
El porcentaje de hogares con televisión de pago se ha mantenido estable en los últimos dos años. En el primer trimestre de 2006, el 21,2% de los hogares tenían televisión de pago (3,3 millones).



Miles de hogares	Cable	Digital satélite	Analógica terrestre	TV ADSL/Video Comunitario /Sin especificar
TRIM104	889	1.244	565	249
TRIM304	1.063	1.313	596	224
TRIM105	1.407	1.221	301	348
TRIM305	1.325	1.188	162	308
TRIM106	1.571	1.428	0	306

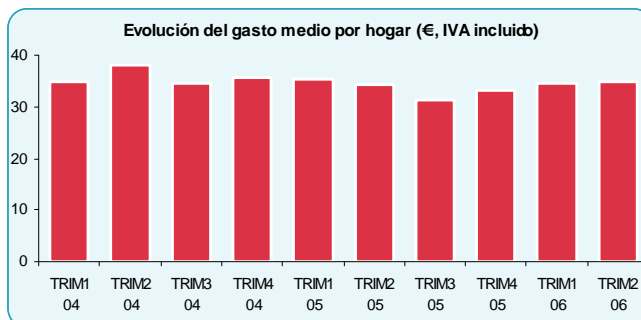
El número de hogares con TV de pago mediante ADSL se estanca en los 300 mil hogares desde el tercer trimestre de 2005.

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



Millones de €	cuota	ppv	dcto. de cable	Total
TRIM104	252	13	5	260
TRIM204	271	19	7	283
TRIM304	260	2	3	259
TRIM404	263	11	7	267
TRIM105	294	22	15	301
TRIM205	280	20	10	290
TRIM305	251	4	10	245
TRIM405	256	17	12	261
TRIM106	277	20	4	293
TRIM206	290	17	11	296

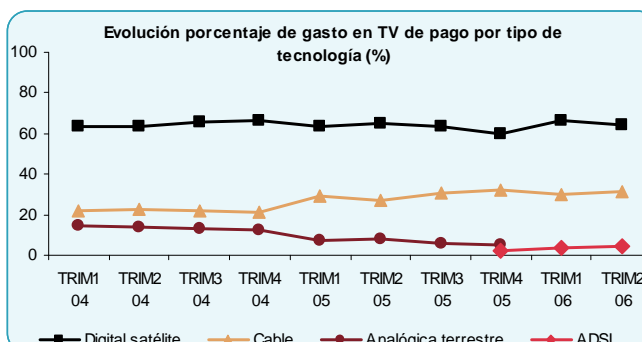
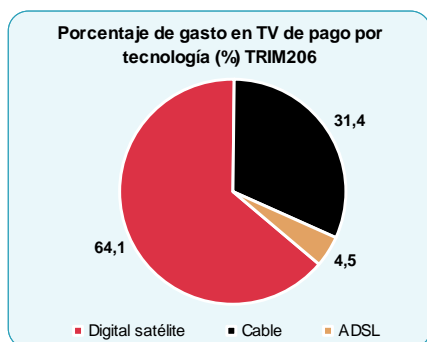
El mercado de TV de pago en el segundo trimestre de 2006 casi alcanza los 300 millones de euros, de los cuales 290 corresponden a cuota de abono. El gasto en televisión de pago se ha mantenido estable en los dos últimos años, entre los 250 y 300 millones de euros, con variaciones estacionales.



€ (IVA incluido)	Gasto medio por hogar
TRIM104	34,9
TRIM204	38,0
TRIM304	34,5
TRIM404	35,5
TRIM105	35,4
TRIM205	34,2
TRIM305	31,4
TRIM405	33,3
TRIM106	34,5
TRIM206	34,9

La estabilidad del gasto en TV de pago se refleja también, lógicamente, en el gasto medio por hogar y mes. En los dos últimos años, este gasto se ha situado entre los 30 y los 35 €/mes, colocándose en los 34,9 €/mes el segundo trimestre de 2006.

7.3. Gasto por tipo de tecnología



Casi el 65% del gasto corresponde a la TV de pago vía satélite, en torno al 30% está asociada a la tecnología de cable. La TV de pago mediante ADSL va aumentando su gasto poco a poco. En el segundo trimestre de 2006, 13 millones de euros del gasto en TV de pago corresponden a la tecnología ADSL, que representa el 4,5% del total de mercado.

Gasto (%)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL
TRIM104	63,5	21,9	14,6	---
TRIM204	63,7	22,4	13,9	---
TRIM304	65,5	21,6	12,9	---
TRIM404	66,7	21,0	12,3	---
TRIM105	63,4	29,1	7,5	---
TRIM205	65,2	26,8	8,1	---
TRIM305	63,5	30,6	5,9	---
TRIM405	60,2	31,9	5,3	2,5
TRIM106	66,2	30,1	---	3,7
TRIM206	64,1	31,4	---	4,5

Gasto (Mill €)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL	Total
TRIM104	165	57	38	---	260
TRIM204	180	64	39	---	283
TRIM304	170	56	33	---	259
TRIM404	178	56	33	---	267
TRIM105	191	87	23	---	301
TRIM205	189	78	23	---	290
TRIM305	154	74	14	3	245
TRIM405	157	83	14	7	261
TRIM106	194	88	---	11	293
TRIM206	190	93	---	13	296

7.4. Motivos por los que el hogar no dispone de TV de pago

% de hogares	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Suficiente con la gratuita	66,0	60,0	60,4	61,9	65,5
Es cara	33,0	30,0	31,3	27,5	29,5
No necesitamos	22,3	24,8	24,7	27,0	26,7
No vemos mucho TV	23,0	22,0	22,1	20,3	23,3
No nos interesa	21,2	17,6	19,7	19,4	20,3
Oferta no atractiva	5,7	5,3	5,1	5,1	6,9

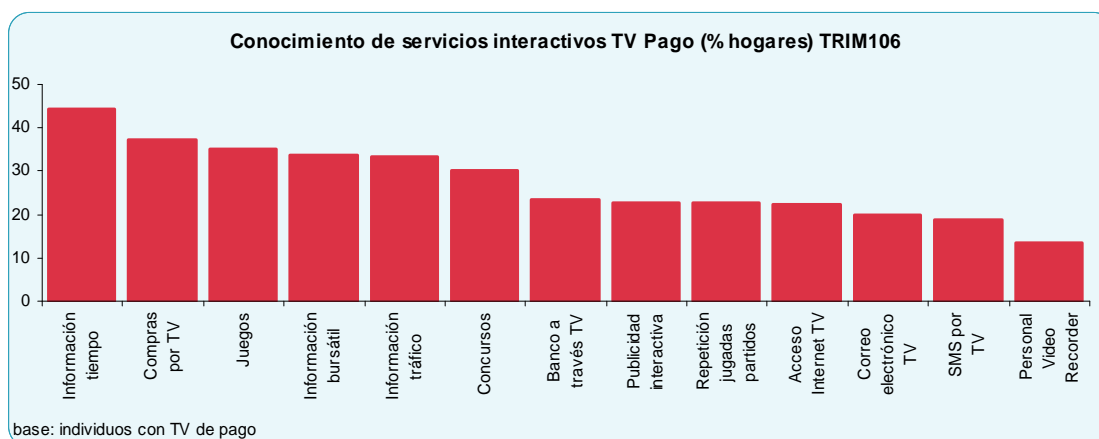
El 65,5 % de los hogares que no disponen de televisión de pago declaran que les es suficiente con la televisión gratuita que reciben en la actualidad. Otros motivos de peso por los que no se dispone de televisión de pago son el precio y la carencia de necesidad, con unos porcentajes del 29,5% y del 26,7%, respectivamente.



7.5. Conocimiento de servicios interactivos de TV de pago

% de hogares	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Información tiempo	48,0	49,0	46,8	48,7	44,2
Compras por TV	36,0	39,0	38,0	39,8	37,2
Juegos	34,0	35,0	34,0	39,3	35,2
Información bursátil	33,9	33,5	33,7	35,8	33,7
Información tráfico	35,2	37,0	37,2	37,6	33,4
Concursos	34,3	36,2	33,2	36,3	30,0
Banco a través TV	25,0	26,6	26,2	25,9	23,4
Publicidad interactiva	21,0	23,0	23,5	28,8	22,8
Repetición jugadas partidos	25,0	25,0	26,5	28,5	22,7
Acceso Internet TV	23,0	25,0	23,7	25	22,5
Correo electrónico TV	20,4	22,7	21,9	22,6	19,9
SMS por TV	20,1	22,0	21,9	23	18,7
Personal Video Recorder	12,7	13,1	14,9	16,8	13,6

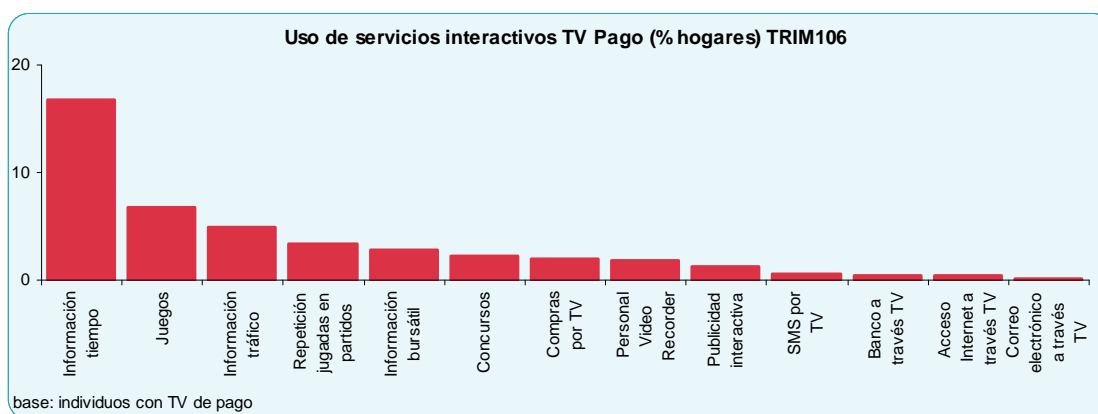
El 44,2% de los individuos que disponen en su hogar de televisión de pago conocen la existencia del servicio de consulta sobre información del tiempo. Los servicios interactivos de compra a través de la televisión, juegos, información de la bolsa, información de tráfico o concursos, son conocidos por 3 de cada 10 hogares con televisión de pago.



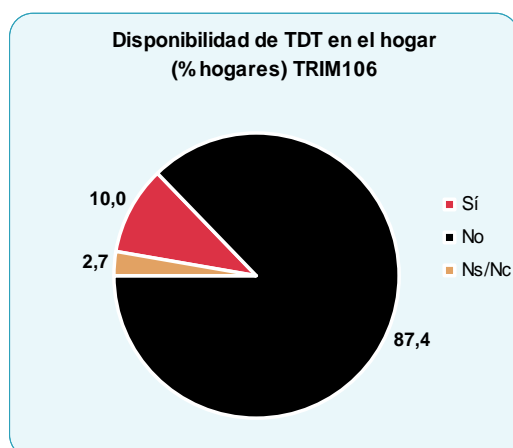
7.6. Uso de servicios interactivos de TV de pago

% de hogares	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Información tiempo	18,0	17,0	15,6	18,6	16,7
Juegos	4,3	5,0	5,0	7,8	6,8
Información tráfico	4,9	5,4	5,2	6,9	5,0
Repetición jugadas en partidos	4,5	2,9	3,4	4,6	3,4
Información bursátil	3,2	3,0	4,0	4,5	2,8
Concursos	2,4	2,5	2,8	4,4	2,3
Compras por TV	2,0	2,0	2,8	2,6	2,0
Personal Video Recorder	1,0	1,0	0,7	1,6	1,8
Publicidad interactiva	0,8	1,5	1,9	3,1	1,2
SMS por TV	1,3	0,6	0,6	0,9	0,6
Banco a través TV	1,0	2,0	0,5	0,4	0,4
Acceso Internet a través TV	0,3	0,4	0,7	1,0	0,4
Correo electrónico a través TV	0,5	0,3	0,3	0,8	0,2

El servicio interactivo más usado por los individuos con televisión de pago es el de la consulta de información sobre el tiempo, utilizado por el 16,7% de los hogares. Otros servicios utilizados son los juegos y la información del tráfico con el 6,8% y el 5,0%, respectivamente.



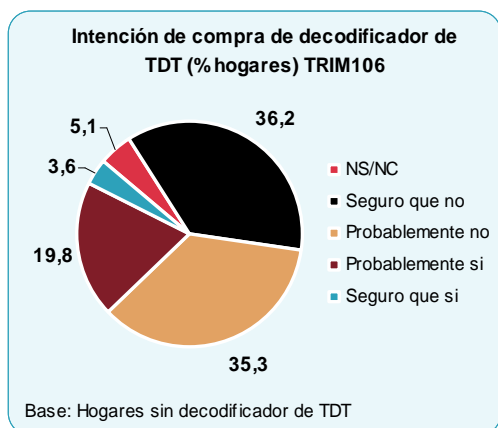
7.7. Disponibilidad de decodificador TDT



I TRIM 06	Disponibilidad de TDT en el hogar	
	Nº de hogares (Miles)	% de hogares
Sí	1.545	9,9
No	13.537	87,4
Ns/Nc	413	2,7

El 10% de los hogares españoles del primer trimestre de 2006 posee un aparato decodificador con el que poder ver la Televisión Digital Terrestre (TDT).

7.8. Intención de compra de decodificador TDT

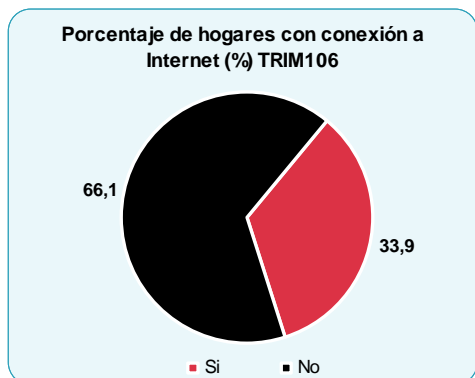


I TRIM 06	Intención de compra de decodificador de TDT en los próximos 6 meses	
	Nº de hogares (Miles)	% de hogares
Seguro que sí	118	3,6
Probablemente sí	651	19,8
Probablemente no	1.161	35,3
Seguro que no	1.190	36,2
NS/NC	168	5,1

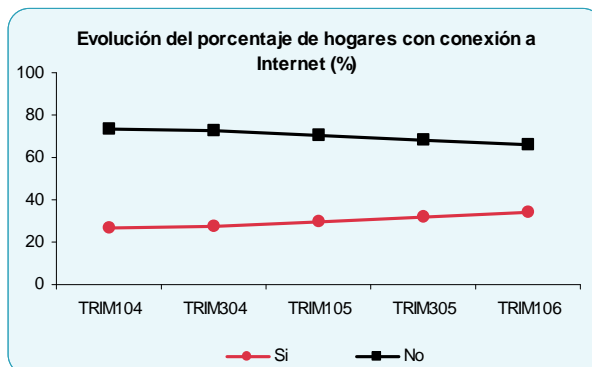
El 23,4% de hogares que no dispone de decodificador TDT muestra una actitud positiva para su adquisición y declara que lo comprará, probablemente, en los próximos seis meses.

8. INTERNET

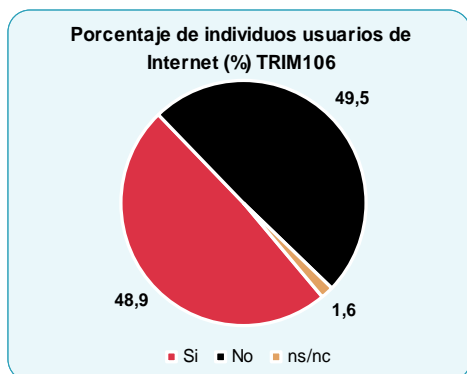
8.1. Hogares e individuos con Internet



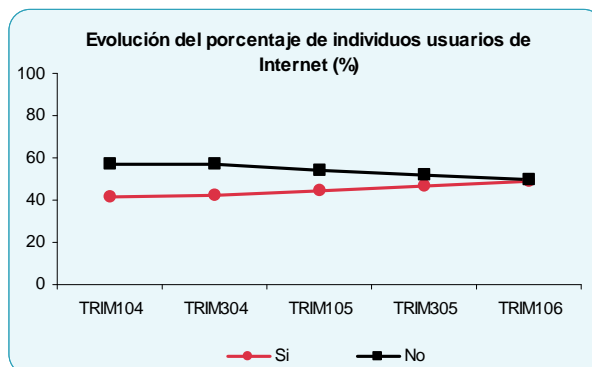
El primer trimestre de 2006, el 33,9% de los hogares tienen conexión a Internet. De esta forma, continúa con su tendencia creciente. Hay 1,42 millones de hogares conectados más que dos años atrás.



Hogares con conex. Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles hogares)
TRIM104	26,9	3.827
TRIM304	27,3	3.889
TRIM105	29,5	4.484
TRIM305	32,1	4.876
TRIM106	33,9	5.247

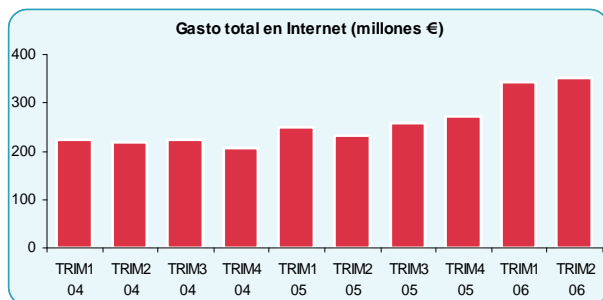


Casi la mitad de los individuos encuestados durante el primer trimestre de 2006 declaran haber accedido a Internet en alguna ocasión.



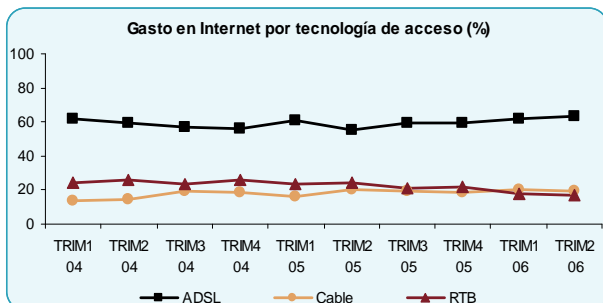
Usuarios de Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles indiv.)
TRIM104	41,8	15.300
TRIM304	42,2	15.100
TRIM105	44,4	16.400
TRIM305	46,6	17.200
TRIM106	48,9	18.148

8.2. Gasto total y medio por hogar en Internet

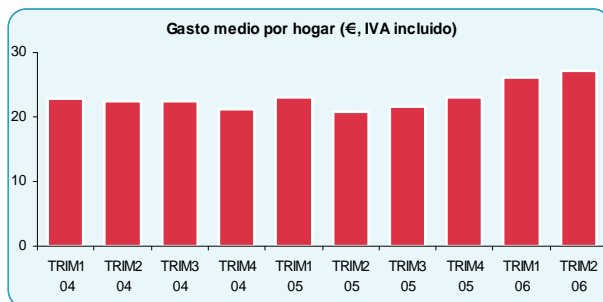


Absolutos (Millones €)	ADSL	Cable	RTB	dto cable	Total
TRIM104	139	33	55	1	225
TRIM204	129	36	57	4	218
TRIM304	127	47	52	3	223
TRIM404	116	44	54	6	208
TRIM105	152	56	58	16	251
TRIM205	128	56	57	10	232
TRIM305	153	67	54	16	258
TRIM405	162	71	59	19	272
TRIM106	212	83	61	14	342
TRIM206	225	82	61	15	353

El gasto en Internet ha tenido un aumento considerable, especialmente el último año, superando los 350 millones de euros el segundo trimestre de 2006. Más del 60% del gasto corresponde al acceso mediante ADSL, el 19,1% mediante cable y un 17,2% con la red telefónica básica.



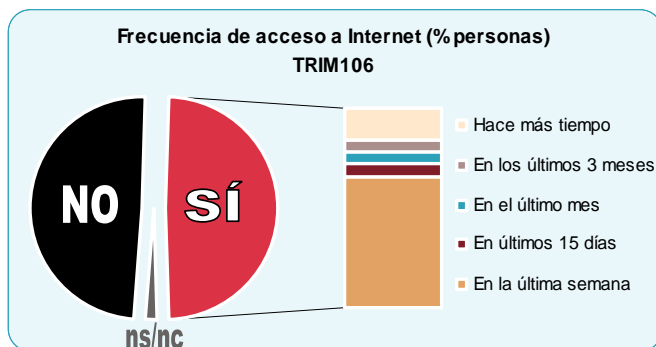
Gasto Internet (%)	ADSL	Cable	RTB
TRIM104	61,7	14,0	24,2
TRIM204	59,1	14,9	26,0
TRIM304	56,8	19,8	23,4
TRIM404	55,9	18,4	25,7
TRIM105	60,7	16,0	23,3
TRIM205	55,1	20,1	24,7
TRIM305	59,3	19,8	20,8
TRIM405	59,4	19,1	21,5
TRIM106	62,0	20,2	17,8
TRIM206	63,7	19,1	17,2



€ (IVA incluido)	Gasto medio por hogar
TRIM104	22,9
TRIM204	22,4
TRIM304	22,5
TRIM404	21,2
TRIM105	23,0
TRIM205	20,8
TRIM305	21,7
TRIM405	23,1
TRIM106	26,2
TRIM206	27,1

Los hogares han tenido un gasto medio por el servicio de Internet de 27,1€ al mes en el segundo trimestre de 2006. Este gasto ha aumentado casi 5€ en dos años.

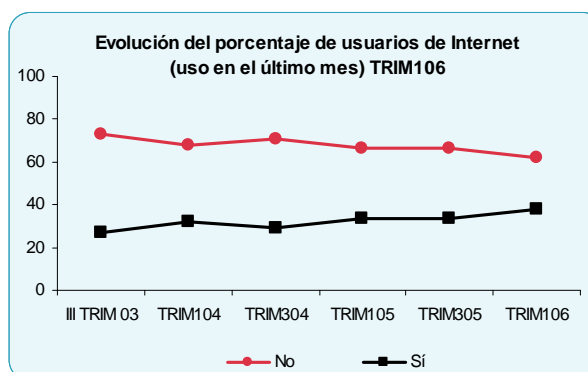
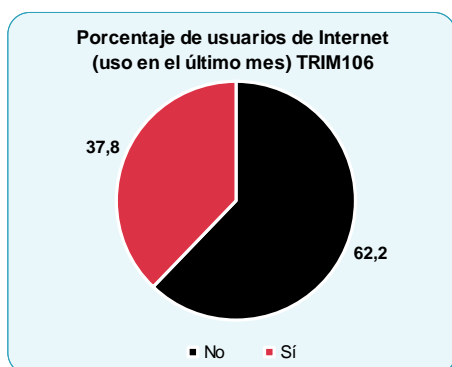
8.3. Frecuencia de acceso a Internet



Casi la mitad de la población de 15 ó más años ha accedido en alguna ocasión a Internet, de los cuales más del 60% son internautas intensivos, ya que lo hicieron en la última semana.

Miles de individuos	Frecuencia de acceso a Internet					
	No	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM104	20.901	9.317	1.276	1.044	993	2.637
TRIM304	20.330	8.502	1.098	1.074	1.461	3.004
TRIM105	20.016	10.346	1.072	1.093	1.066	2.849
TRIM305	19.293	9.722	1.303	1.377	1.518	3.314
TRIM106	18.340	11.740	1.268	1.053	1.071	3.016

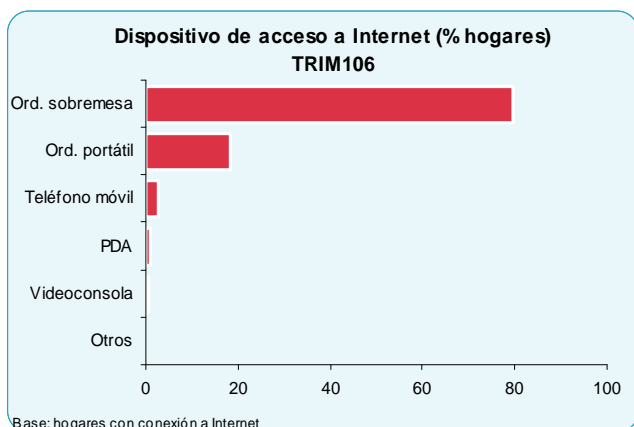
% de individuos	Frecuencia de acceso a Internet (acumuladas)					
	No	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM104	57,2	25,5	29,0	31,9	34,6	41,8
TRIM304	56,7	23,7	26,8	29,8	33,9	42,2
TRIM105	54,1	28,0	30,9	33,9	36,8	44,4
TRIM305	52,2	26,3	29,8	33,5	37,6	46,6
TRIM106	49,5	31,6	35,0	37,8	40,7	48,9



Casi el 40% de la población de 15 ó más años ha accedido a la Red en el último mes, esto es, más de 14 millones de personas.

Usuarios de Internet (Ult. Mes)	Porcentaje	Absolutos (Miles indiv.)
TRIM104	31,8	11.636
TRIM304	29,5	10.675
TRIM105	33,8	12.511
TRIM305	33,5	12.401
TRIM106	37,8	14.061

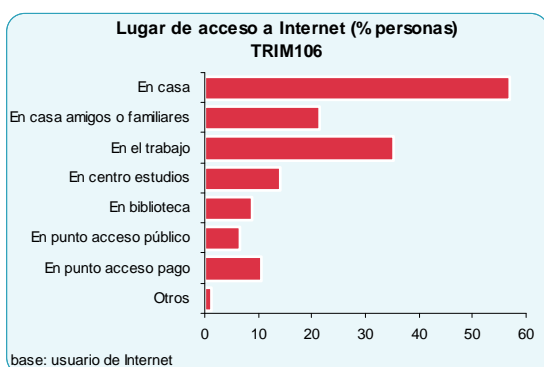
8.4. Dispositivo y lugar de acceso a Internet



El principal dispositivo de acceso a Internet es el ordenador de sobremesa; casi el 80% de los hogares se conecta a través de este equipamiento. El 18,4% se conectan con el ordenador portátil y la conexión mediante el teléfono móvil alcanza, este último trimestre, casi el 3%, es decir, unos 150.000 hogares.

Miles de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM104	3.208	458	83	12	28	31
TRIM304	3.187	451	36	26	16	7
TRIM105	3.504	653	84	20	39	27
TRIM305	3.777	770	85	28	24	36
TRIM106	4.181	965	146	48	41	7

% de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM104	83,8	12,0	2,2	0,3	0,7	0,8
TRIM304	81,9	11,6	0,9	0,7	0,4	0,2
TRIM105	78,1	14,6	1,9	0,4	0,9	0,6
TRIM305	77,5	15,8	1,7	0,6	0,5	0,7
TRIM106	79,7	18,4	2,8	0,9	0,8	0,1

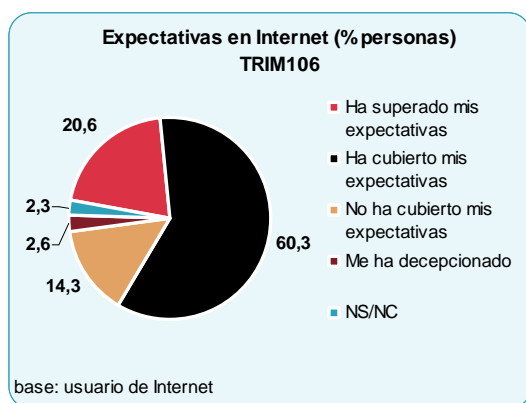
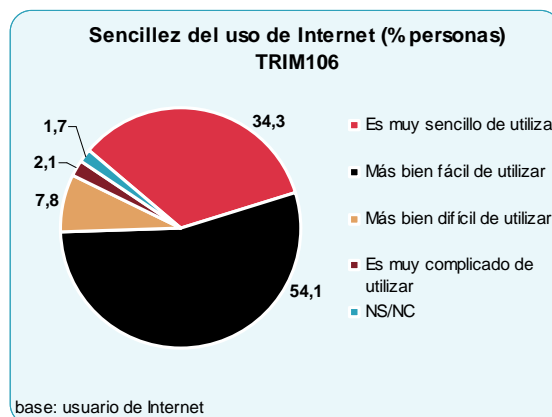
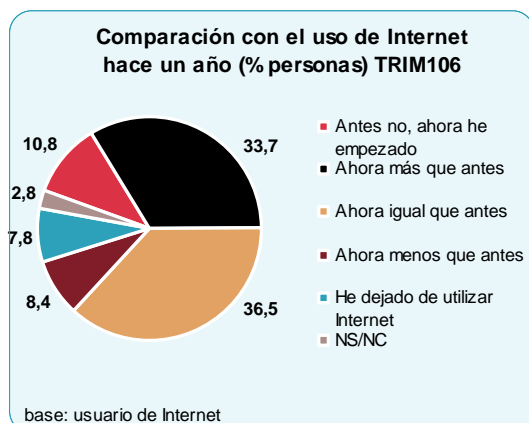


El lugar de acceso a Internet más frecuente es el propio hogar: casi el 60% de los internautas se conectan desde él, el 35% acceden desde el centro de trabajo y algo más del 20% desde casa de familiares o amigos. Con el aumento del número de hogares conectados a Internet, disminuye el acceso desde el centro de trabajo, puntos de acceso público de pago y desde casa de familiares o amigos.

Miles de individuos	En casa	En casa amigos o familiares	En el trabajo	En centro estudios	En biblioteca	En punto acceso público	En punto acceso pago	Otros
TRIM104	7.681	2.837	5.100	2.322	1.027	836	1.962	192
TRIM304	7.785	2.948	5.503	2.226	1.152	834	1.702	197
TRIM105	8.619	3.431	5.992	2.492	1.344	1.091	1.914	202
TRIM305	9.654	4.006	6.410	2.409	1.517	1.112	2.195	283
TRIM106	10.343	3.902	6.398	2.534	1.599	1.183	1.934	221

% de individuos	En casa	En casa amigos o familiares	En el trabajo	En centro estudios	En biblioteca	En punto acceso público	En punto acceso pago	Otros
TRIM104	50,3	18,6	33,4	15,2	6,7	5,5	12,8	1,3
TRIM304	51,7	19,5	36,4	14,7	7,6	5,5	11,2	1,3
TRIM105	52,5	20,9	36,5	15,2	8,2	6,6	11,7	1,2
TRIM305	56,0	23,2	37,2	14,0	8,8	6,5	12,7	1,6
TRIM106	57,0	21,5	35,3	14,0	8,8	6,5	10,7	1,2

8.5. Uso, sencillez y expectativas de Internet



Dos tercios de los usuarios de Internet se conectan igual o más que un año atrás, y el 10,8% ha comenzado a usarlo en los últimos seis meses.

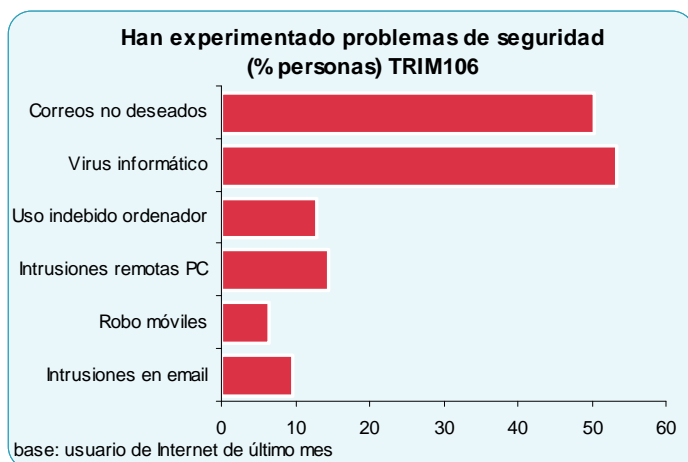
El 90% considera que es fácil o muy fácil el uso de Internet, y el 80% está satisfecho con lo que la Red le ha ofrecido, considerando cubiertas sus expectativas. Sólo el 2,6% se siente decepcionado con lo que Internet les ha proporcionado.

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

% de individuos	Por su experiencia con Internet, diría que...				
	Es muy sencillo de utilizar	Más bien fácil de utilizar	Más bien difícil de utilizar	Es muy complicado de utilizar	NS/NC
TRIM305	33,2	56,0	8,3	1,7	0,8
TRIM106	34,3	54,1	7,8	2,1	1,7

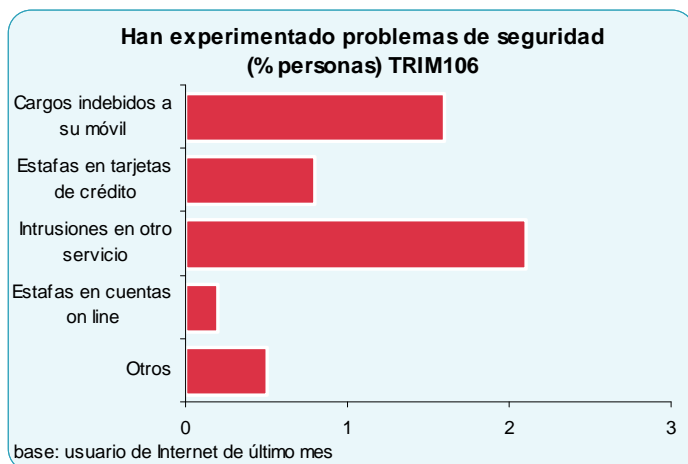
% de individuos	Sobre las expectativas que tenía en Internet, diría que...				
	Ha superado mis expectativas	Ha cubierto mis expectativas	No ha cubierto mis expectativas	Me ha decepcionado	NS/NC
TRIM305	20,4	61,4	14,3	2,5	1,4
TRIM106	20,6	60,3	14,3	2,6	2,3

8.6. Han experimentado problemas de seguridad



El 53,3% de los internautas habituales (usuarios de último mes), han experimentado problemas de seguridad con virus informáticos. También más de la mitad de estos usuarios de Internet declaran recibir correos no deseados.

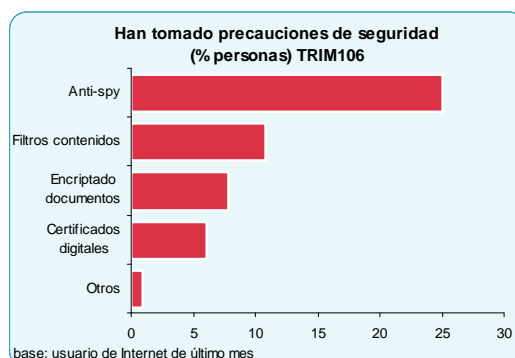
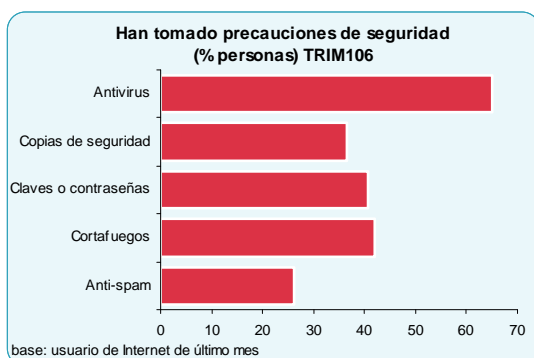
% indiv. (usuarios ult. mes)	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Correos no deseados	54,5	51,3	51,3	54,1	50,4
Virus informático	57,3	56,7	56,7	60,7	53,3
Uso indebido ordenador	13,4	11,6	11,6	11,9	12,9
Intrusiones remotas PC	13,8	15,3	15,3	14,8	14,5
Robo móviles	7,0	6,5	6,5	7,5	6,5
Intrusiones en email	12,7	11,2	11,2	10,6	9,7



Las estafas en cuentas bancarias online y en tarjetas de crédito son los problemas de seguridad con menor incidencia entre los usuarios que han utilizado la Red en el último mes, con valores de 0,2% y 0,8%, respectivamente.

% indiv. (usuarios ult. mes)	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Cargos indebidos a su móvil	2,0	3,1	3,1	2,5	1,6
Estafas en tarjetas de crédito	1,0	0,9	0,9	1,3	0,8
Intrusiones en otro servicio	1,5	1,8	1,8	2,5	2,1
Estafas en cuentas on line	0,2	0,1	0,1	0,5	0,2
Otros	1,0	1,0	1,0	0,4	0,5

8.7. Han tomado precauciones de seguridad



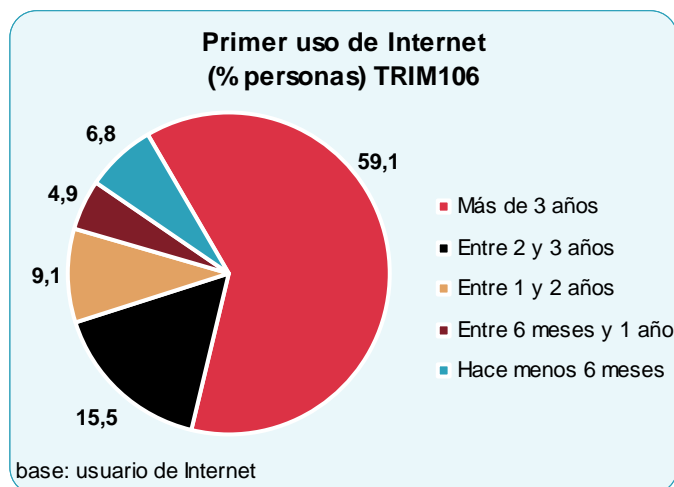
% indiv. (usuarios ult. mes)	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Antivirus	78,6	83,8	66,2*	68,7*	65,0*
Copias de seguridad	s/d	46,5	39,2	37,5	36,5
Claves o contraseñas	44,5	45,4	39,2	40,6	40,6
Cortafuegos	25,3	30,5	35,9	43,2	41,9
Anti-spam	s/d	s/d	18,0	24,5	26,3

* antivirus actualizado en el último mes

% indiv. (usuarios ult. mes)	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Anti-spy	s/d	s/d	17,0	21,7	25,1
Filtros contenidos	s/d	s/d	9,6	10,9	10,8
Encriptado documentos	7,3	7,7	6,4	7,0	7,8
Certificados digitales	5,2	6,5	5,8	7,0	6,1
Otros	0,8	1,0	0,8	0,5	0,9

El primer trimestre de 2006, el 65 % de los usuarios de Internet habituales (usuarios de último mes) señala tener instalado algún tipo de antivirus actualizado en su ordenador. Alrededor del 40% tiene instalados cortafuegos y claves o contraseñas y el 36,5 % declara hacer copias de seguridad.

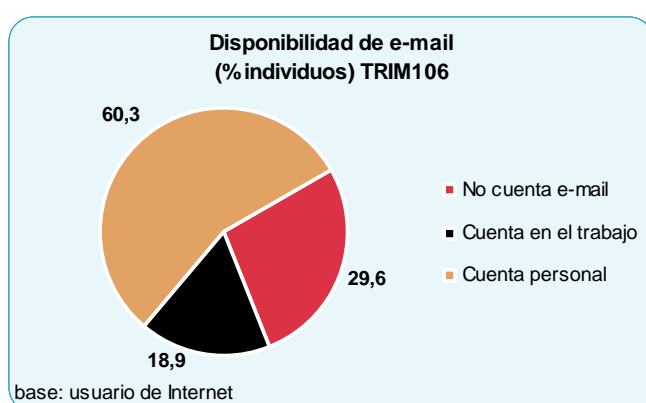
8.8. Primer uso de Internet y disponibilidad de e-mail



El 59,1 % de los internautas encuestados durante el primer trimestre del año 2006 declaran haber usado por primera vez Internet hace más de 3 años. El 15,5% expresan que lo hicieron entre 2 y 3 años atrás y el 9,1% que lo hicieron hace más de un año y menos de dos. Solo el 6,8 % de los internautas dicen haberse iniciado en el uso de la Red hace menos de 6 meses.

% indiv. (usuarios ult. mes)	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM104	43,5	19,7	16,2	5,7	9,4
TRIM304	49,7	20,1	12,6	6,6	7,1
TRIM105	53,3	19,2	11,8	4,8	7,2
TRIM305	59,5	14,6	11,3	5,3	6,1
TRIM106	59,1	15,5	9,1	4,9	6,8

Miles de individuos	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM104	6.641	3.011	2.475	865	1.430
TRIM304	7.526	3.046	1.915	1.005	1.069
TRIM105	8.758	3.146	1.942	789	1.190
TRIM305	10.250	2.519	1.944	918	1.052
TRIM106	10.728	2.808	1.654	895	1.240



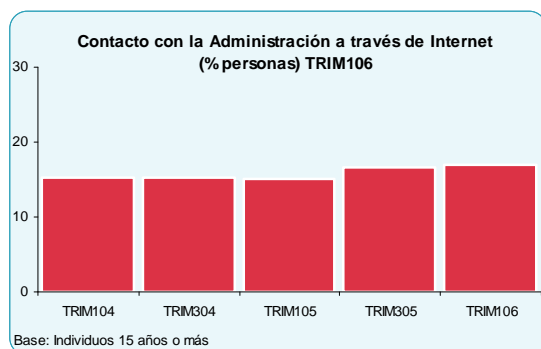
El 60,3 % de los usuarios de Internet disponen de una dirección de e-mail personal y el 18,9 % de los usuarios posee una cuenta e-mail en el trabajo.

El 29,6 % de los individuos que han utilizado alguna vez la Red todavía no tiene una dirección e-mail propia.

% indiv. (usuarios ult. mes)	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM104	32,1	18,3	54,5
TRIM304	33,2	19,4	53,9
TRIM105	32,1	19,2	55,6
TRIM305	30,1	18,9	59,4
TRIM106	29,6	18,9	60,3

Miles de individuos	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM104	4.901	2.788	8.318
TRIM304	5.031	2.944	8.163
TRIM105	5.275	3.161	9.131
TRIM305	5.180	3.250	10.239
TRIM106	5.374	3.431	10.947

8.9. Administración Pública a través de Internet

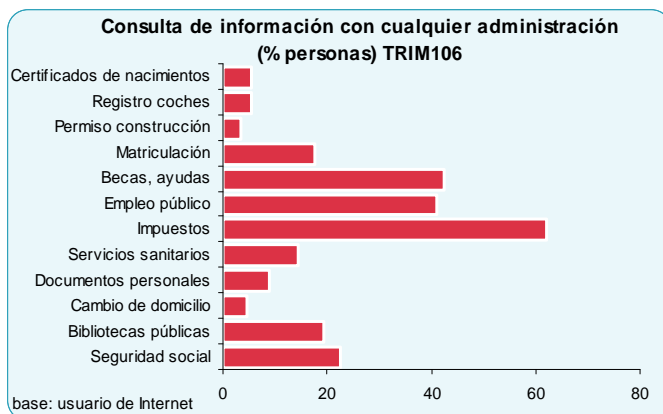


Contacto con Admon. Publica	% de individuos	Miles de individuos
TRIM104	15,2	5.547
TRIM304	15,3	5.484
TRIM105	15,1	5.571
TRIM305	16,6	6.138
TRIM106	16,9	6.285

El porcentaje de personas que han contactado con la Administración a través de Internet apenas ha variado desde el primer trimestre de 2004, situándose en el 17% el primer trimestre de 2006.

8.10. Consulta de información de la Administración

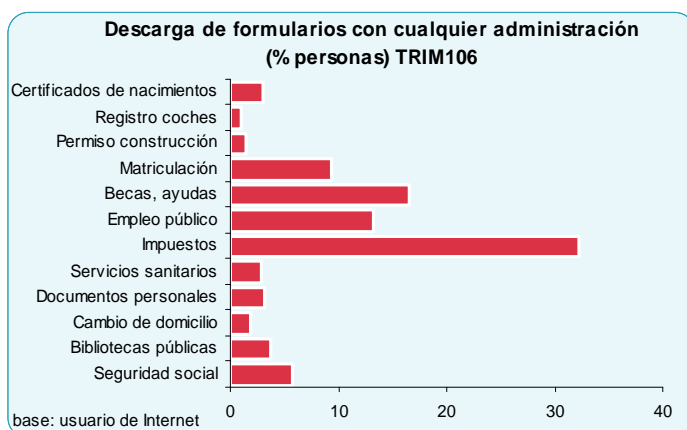
% de individuos	Tipo Administración	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	
Certificados de nacimientos	Admon Local	1,5	1,2	2,1	3,0	2,0	
	CCAA	0,9	0,8	1,5	5,9	1,3	
	Admon central	1,0	1,7	1,9	24,0	3,1	
	Cualquier Admon	2,9	3,2	5,3	4,3	5,5	
Registro coches	Admon Local	0,8	0,6	1,9	1,5	2,0	
	CCAA	0,4	1,4	1,4	1,9	2,5	
	Admon central	1,1	1,0	2,6	7,0	2,3	
	Cualquier Admon	2,1	2,8	5,8	4,9	5,4	
Permiso construcción	Admon Local	1,7	2,0	2,1	9,7	1,9	
	CCAA	1,1	1,4	1,0	9,6	1,6	
	Admon central	0,7	1,0	0,5	5,8	0,6	
Cualquier Admon		2,9	3,2	3,0	4,5	3,5	
	Matriculación	Admon Local	4,1	3,4	3,4	1,5	4,7
		CCAA	12,4	16,0	13,7	1,0	11,3
Admon central		7,0	5,5	5,7	2,0	5,3	
Cualquier Admon		19,9	22,1	20,1	18,2	17,5	
Becas, ayudas	Admon Local	5,8	7,9	8,3	2,5	13,0	
	CCAA	25,2	23,9	28,6	2,1	32,0	
	Admon central	18,6	16,0	18,5	0,6	20,6	
	Cualquier Admon	35,0	33,0	38,6	35,5	42,5	
Empleo público	Admon Local	15,6	14,7	16,0	7,2	19,1	
	CCAA	29,0	26,6	22,1	25,9	27,9	
	Admon central	14,1	15,2	14,4	16,3	15,5	
	Cualquier Admon	38,0	37,0	35,0	35,8	40,9	
Impuestos	Admon Local	10,8	8,1	9,6	10,0	17,8	
	CCAA	16,2	14,3	13,2	14,5	22,3	
	Admon central	40,1	47,2	41,7	46,1	47,1	
	Cualquier Admon	53,0	57,0	51,4	57,9	62,1	
Servicios sanitarios	Admon Local	2,5	2,6	3,3	0,1	3,3	
	CCAA	6,7	6,0	6,6	0,4	10,6	
	Admon central	1,5	1,1	1,5	1,3	1,9	
	Cualquier Admon	9,5	8,5	11,0	11,3	14,4	
Documentos personales	Admon Local	0,9	0,9	1,6	1,1	1,9	
	CCAA	1,3	2,0	1,7	1,6	2,0	
	Admon central	3,1	2,4	3,4	1,6	6,6	
Cualquier Admon		5,0	4,5	6,2	9,8	9,0	
	Cambio de domicilio	Admon Local	2,2	2,5	2,6	0,5	3,1
		CCAA	0,8	0,5	1,2	0,2	1,1
Admon central		0,1	1,0	0,7	0,8	1,6	
Cualquier Admon		3,0	4,0	3,7	4,6	4,5	
Bibliotecas públicas	Admon Local	10,3	9,9	9,7	0,6	12,5	
	CCAA	10,5	11,0	10,6	0,6	11,4	
	Admon central	5,7	6,3	6,7	0,1	5,4	
	Cualquier Admon	20,0	19,0	19,8	17,8	19,4	
Seguridad social	Admon Local	3,3	2,3	2,8	2,2	4,3	
	CCAA	8,1	8,3	9,4	9,6	8,8	
	Admon central	15,3	15,1	14,4	6,1	16,5	
	Cualquier Admon	22,0	21,0	21,6	23,6	22,4	



La información de la Administración Pública más consultada a través de la Red por lo usuarios de Internet es la información sobre impuestos, con un 62,1 %. Le sigue la consulta de información sobre becas y/o ayudas y la información de empleo público con un 42,5% y un 40,9%, respectivamente.

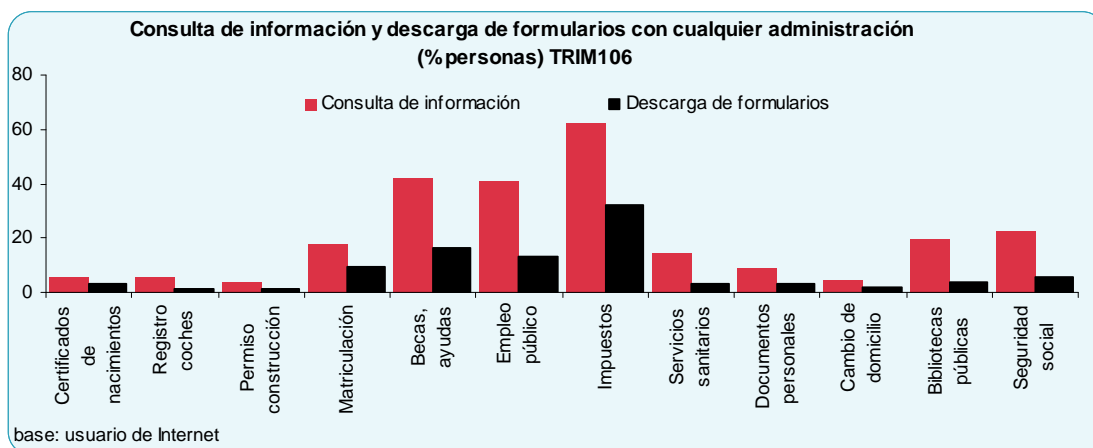
8.11. Descarga de formulario de la Administración

% de individuos	Tipo Administración	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106	
Certificados de nacimientos	Admon Local	0,7	0,6	1,7	3,9	1,3	
	CCAA	0,2	0,3	0,4	7,4	0,8	
	Admon central	0,4	0,9	0,9	3,4	1,4	
	Cualquier Admon	1,1	1,3	2,8	1,4	3,0	
Registro coches	Admon Local	0,0	0,3	0,6	2,8	0,4	
	CCAA	0,1	0,1	0,1	8,3	0,6	
	Admon central	0,1	0,2	0,8	1,5	0,7	
	Cualquier Admon	0,1	0,5	1,5	1,3	1,0	
Permiso construcción	Admon Local	0,1	0,9	1,0	3,1	0,8	
	CCAA	0,3	0,3	0,3	1,0	0,5	
	Admon central	0,1	0,4	0,1	1,7	0,6	
Cualquier Admon		0,5	1,4	1,1	1,3	1,4	
	Matriculación	Admon Local	1,6	1,7	1,9	3,7	2,7
		CCAA	4,8	7,2	7,0	9,4	6,3
Admon central		1,8	1,7	2,1	15,2	2,2	
Cualquier Admon		8,0	10,2	10,1	7,8	9,4	
Becas, ayudas	Admon Local	2,2	2,3	1,8	2,2	4,3	
	CCAA	8,2	8,4	10,5	1,4	11,9	
	Admon central	5,1	4,2	4,1	2,6	6,8	
	Cualquier Admon	11,0	11,0	13,5	12,7	16,5	
Empleo público	Admon Local	2,8	3,3	3,7	3,3	4,2	
	CCAA	6,9	9,1	6,6	13,0	8,9	
	Admon central	3,0	3,4	3,1	4,4	4,6	
	Cualquier Admon	9,0	11,0	9,3	10,9	13,3	
Impuestos	Admon Local	3,7	3,5	1,7	14,2	6,2	
	CCAA	5,4	5,1	5,1	26,0	8,6	
	Admon central	20,5	26,6	24,2	14,3	26,2	
	Cualquier Admon	26,0	31,0	27,6	29,5	32,3	
Servicios sanitarios	Admon Local	0,6	0,5	0,4	0,7	0,6	
	CCAA	2,1	0,7	1,4	2,5	2,4	
	Admon central	0,2	0,3	0,1	0,1	0,3	
	Cualquier Admon	2,5	1,3	1,8	3,3	2,9	
Documentos personales	Admon Local	0,1	0,3	0,3	1,3	0,2	
	CCAA	0,2	0,5	0,1	0,4	0,4	
	Admon central	0,2	0,8	0,2	0,6	2,7	
Cualquier Admon		0,5	1,0	0,6	1,7	3,2	
	Cambio de domicilio	Admon Local	0,4	1,0	0,9	0,7	0,9
		CCAA	0,1	0,1	0,0	3,6	0,7
Admon central		0,0	0,2	0,1	5,2	0,9	
Cualquier Admon		0,0	1,0	1,1	1,8	1,9	
Bibliotecas públicas	Admon Local	1,4	2,1	1,3	0,6	2,1	
	CCAA	1,4	2,1	1,6	0,1	2,2	
	Admon central	0,7	1,8	1,1	0,7	1,2	
	Cualquier Admon	3,0	4,0	2,9	3,0	3,7	
Seguridad social	Admon Local	0,3	0,6	1,0	1,2	1,0	
	CCAA	2,0	2,7	3,0	5,9	2,1	
	Admon central	3,9	3,7	4,2	1,3	3,9	
	Cualquier Admon	5,0	6,0	7,0	8,6	5,8	



Los tipos de formularios más habituales que descargan los usuarios de la Red a través de las páginas web de la Administración son los formularios relativos a impuestos, con un 32,3%, los formularios para solicitar becas y/o ayudas, con un 16,5% y los referentes al empleo

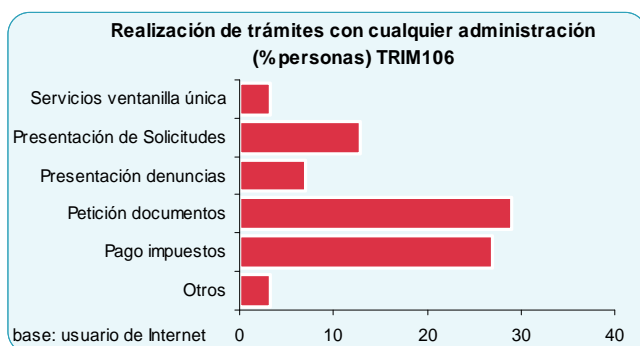
público, con un 13,3%.



El gráfico anterior muestra claramente cómo una mayor búsqueda o consulta de información relativa a impuestos, becas o empleo público a través de la Red, lleva asociada una mayor descarga de esos tipos de formularios a través de las páginas web de la Administración Pública.

8.12. Realización de trámites con la Administración

% de individuos	Tipo Administración	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Servicios ventanilla única	Admon Local	0,8	1,3	1,1	1,1	0,8
	CCAA	1,9	3,8	3,2	2,1	2,1
	Admon central	1,0	1,7	1,5	1,6	0,8
Presentación de Solicitudes	Cualquier Admon	2,8	4,7	4,6	4,2	3,3
	Admon Local	4,0	4,0	5,2	5,5	5,9
	CCAA	5,8	6,7	7,3	7,4	7,3
Presentación denuncias	Admon central	2,9	4,0	4,0	4,0	5,2
	Cualquier Admon	10,3	11,4	12,9	12,6	12,9
	Admon Local	2,4	2,9	2,4	2,2	3,8
Petición documentos	CCAA	1,9	1,8	2,0	2,4	3,0
	Admon central	1,0	2,8	1,7	1,8	1,8
	Cualquier Admon	5,0	7,0	6,1	5,5	7,0
Pago impuestos	Admon Local	6,1	5,5	8,2	6,7	6,9
	CCAA	8,9	8,6	8,4	9,5	10,0
	Admon central	14,8	15,7	14,8	14,6	19,2
Otros	Cualquier Admon	24,0	24,0	26,6	24,5	29,0
	Admon Local	2,8	3,4	2,1	3,2	2,9
	CCAA	3,7	3,0	4,2	4,7	4,4
Otros	Admon central	13,9	18,6	18,7	21,1	21,9
	Cualquier Admon	18,0	22,0	22,7	26,6	26,9
	Admon Local	2,0	1,5	2,0	1,0	0,9
Otros	CCAA	3,3	2,8	1,9	2,6	1,6
	Admon central	2,2	1,3	1,3	1,3	0,8
	Cualquier Admon	6,1	4,1	4,6	4,2	3,3



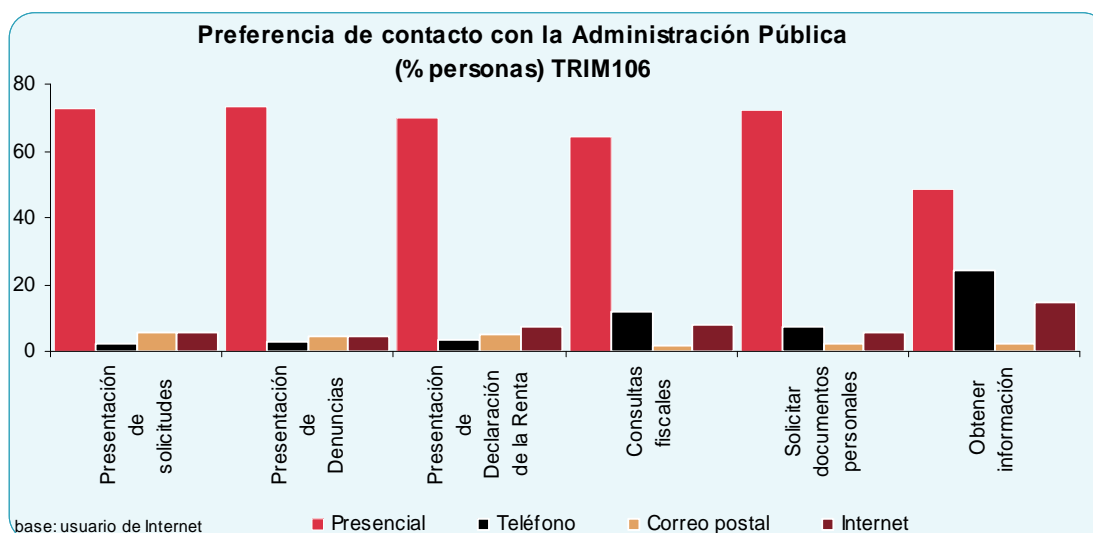
Los trámites más frecuentes realizados por los usuarios de

Internet con la Administración Pública por la Red son la petición de documentos, con un 29%, y el pago de impuestos, con un 26,9%. Algo menos habitual es la presentación de solicitudes, con un 12,9%.

8.13. Preferencia de contacto con la Administración Pública

% de individuos	Tipo de contacto	TRIM104	TRIM304	TRIM105	TRIM305	TRIM106
Presentación de Solicitudes	Presencial	69,0	71,8	73,1	74,0	72,4
	Teléfono	2,0	2,1	1,8	1,7	2,0
	Correo postal	7,0	5,9	6,0	5,3	5,6
	Internet	5,0	5,1	5,2	5,3	5,8
Presentación de Denuncias	Presencial	70,4	72,5	74,4	74,8	73,5
	Teléfono	2,7	2,9	2,6	2,5	2,9
	Correo postal	5,0	4,8	4,6	4,6	4,4
	Internet	3,7	3,7	3,9	3,8	4,3
Presentación de Declaración de la Renta	Presencial	70,2	71,2	73,3	71,6	69,6
	Teléfono	2,7	3,1	2,9	3,5	3,5
	Correo postal	4,7	4,5	5,0	4,7	5,2
	Internet	5,9	6,6	6,1	7,6	7,5
Consultas fiscales	Presencial	60,7	62,7	65,0	65,1	64,5
	Teléfono	13,3	13,8	13,3	12,3	12,0
	Correo postal	1,8	1,9	1,8	1,6	1,5
	Internet	6,7	6,7	6,4	7,7	7,8
Solicitar documentos personales	Presencial	68,5	72,3	72,7	73,5	72,2
	Teléfono	8,4	7,4	7,5	7,7	7,1
	Correo postal	3,1	2,9	3,0	2,5	2,5
	Internet	4,9	4,5	5,4	5,6	5,7
Obtener información	Presencial	46,2	48,8	50,5	50,2	48,2
	Teléfono	26,6	25,9	24,5	24,8	24,3
	Correo postal	2,7	2,7	3,1	2,9	2,0
	Internet	12,8	12,6	13,5	14,3	14,5

Casi el 15% de los usuarios de Internet prefieren contactar con la Administración Pública a través de la Red a la hora de obtener información de la misma. Esta vía es elegida como segunda opción a la hora de presentar solicitudes oficiales o la declaración de la renta.



9. OBJETIVOS Y METODOLOGIA

9.1. Alcance del estudio

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

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

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.

9.2. Ficha técnica

Universo: 15.493.933 hogares. Individuos de 15 y más años: 37,138 millones. Individuos de 10 y más años: 39,217 millones

Nota: Todos los datos publicados hacen referencia a individuos de 15 años o más.

Muestra: 3.194 hogares y 7.138 individuos

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.

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

Trabajo de campo: El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa Taylor Nelson Sofres (TNS). La recogida de facturas, del período abril-junio 06, se ha dado por finalizada durante el mes de agosto 06.

Error muestral: Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) y un nivel de confianza del 95,5%, los errores muestrales máximos cometidos son de $\pm 1,73\%$ para hogares y de $\pm 1,16\%$ para individuos.