

Informe **TIC** hogares

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

Informe sobre los consumos y gastos de
los hogares españoles en los servicios de
comunicaciones electrónicas

Primer semestre 2011

CMT

Destacables

- 1)** A pesar del negativo contexto económico general, las penetraciones de los servicios de comunicaciones electrónicas (telefonía fija y móvil, televisión de pago e Internet) en los hogares españoles aumentaron en el último año. El incremento más destacado fue el del servicio de Internet que superó el 7% interanual. En particular, la banda ancha casi llegó a seis de cada diez hogares.
- 2)** La penetración de los servicios estuvo afectada por variables demográficas como el tamaño del municipio en el que está ubicado el hogar, por la edad de los miembros del hogar y por sus condicionantes socioeconómicos. Así, en el caso de Internet, el porcentaje de hogares con acceso a Internet ubicados en municipios de menos de 10.000 habitantes fue alrededor de veinte puntos inferior a los mismos porcentajes en municipios de mayor población. De forma similar, los hogares con miembros de 65 o más años y los de clase social baja presentaron penetraciones de este servicio muy por debajo de la media nacional.
- 3)** Los gastos de los hogares en los servicios de comunicaciones electrónicas descendieron acusadamente durante el último año. De esta forma, el gasto total facturado a hogares que contrataron un servicio empaquetado de banda ancha y telefonía fija descendió un 7,3%. Dos terceras partes de esta disminución se debieron al descenso en las cuotas de los servicios empaquetados de banda ancha y voz. Asimismo, en el caso de los hogares que contrataron servicios empaquetados de banda ancha, voz y televisión de pago la disminución del gasto total facturado fue de un 8,2%. Por otro lado, tanto el gasto de los hogares que contrataron el servicio telefónico fijo sin empaquetar como el gasto facturado por individuo en telefonía móvil de pospago descendió un 5%.

Informe **TIC** hogares

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

Índice

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas	4
1.2. Los hogares según los servicios que contratan	5
1.3. Gastos por hogar y mes de los servicios más contratados	6
2. SERVICIOS DE VOZ	7
2.1. Penetración	7
2.2. Modo de facturación	7
2.3. Gastos por hogar y mes en servicios telefónicos	8
2.4. Los hogares según los accesos telefónicos que contratan	10
3. INTERNET	14
3.1. Penetración	14
3.2. Tecnologías de acceso	15
4. TELEVISIÓN DE PAGO	16
4.1. Penetración	16
4.2. Gastos por hogar	16
5. METODOLOGÍA	17

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas

A pesar de la desfavorable coyuntura económica, la evolución de las penetraciones de los servicios de comunicaciones electrónicas en los hogares españoles en el último año fue, globalmente, positiva. La penetración de todos los servicios creció, lo que se debe en parte a los descensos en los precios de dichos servicios, parcialmente forzados por una mayor proactividad de los consumidores en los mercados, que buscan más y mejores ofertas. Una clara manifestación de esto son las altísimas cifras de portabilidad del primer trimestre de 2011. En el caso de la portabilidad fija, el promedio mensual de portabilidades en este trimestre superó en un 36,4% al promedio de las portabilidades mensuales de 2009 y 2010 y para la portabilidad móvil el mismo cálculo resulta en un incremento del 25,5%.

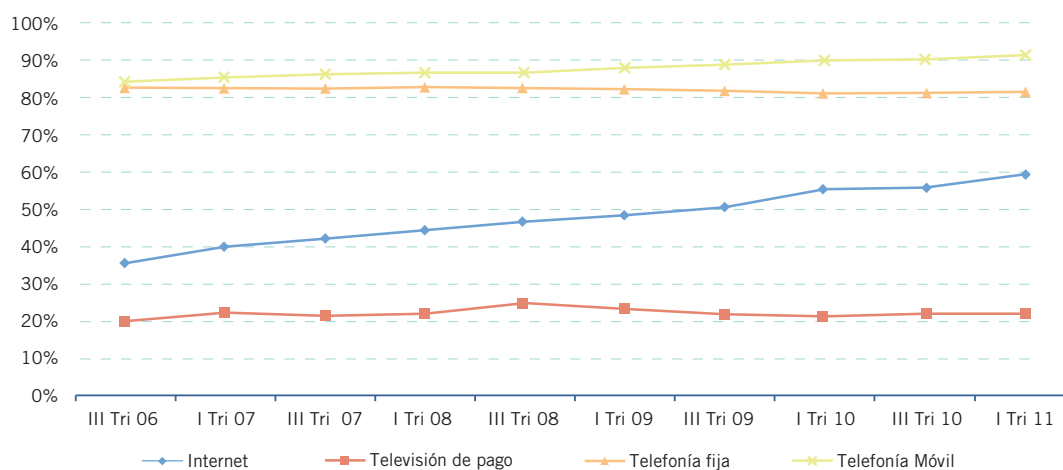
Tal y como viene sucediendo en los últimos años el aumento más significativo fue el de la penetración del servicio de Internet, que presentó un crecimiento interanual del 7,1% llegando este servicio a casi el 60% de los hogares españoles en el primer trimestre de 2011. La telefonía móvil también experimentó un crecimiento interanual positivo aunque menor al de Internet. Este menor crecimiento puede deberse a que la penetración de la telefonía móvil en los hogares españoles está cerca de la saturación: en el primer trimestre de 2011 el 91,7% de los hogares disponía de algún servicio de telefonía móvil. La televisión de pago también mostró una evolución positiva y la penetración de este servicio quedó en casi el 22%. Por último, la telefonía fija mostró un ligerísimo crecimiento interanual en línea con el estancamiento en su evolución en los últimos años. No obstante, más de ocho de cada diez hogares españoles continúa teniendo acceso a la telefonía fija.

TABLA 1. HOGARES ESPAÑOLES QUE DISPONEN DE SERVICIO (porcentaje)

	% Hogares	Tasa de crecimiento interanual
Telefonía fija	81,8%	0,6%
Telefonía móvil	91,7%	1,6%
Internet	59,5%	7,1%
Televisión de pago	21,9%	3%

En cuanto al servicio de Internet, el 96,3% de los hogares con Internet tenían una conexión de banda ancha. Es decir, un 57,3% de los hogares contaban con un servicio de banda ancha.

GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN DE LOS HOGARES QUE CONTRATAN SERVICIOS DE COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS (porcentaje)

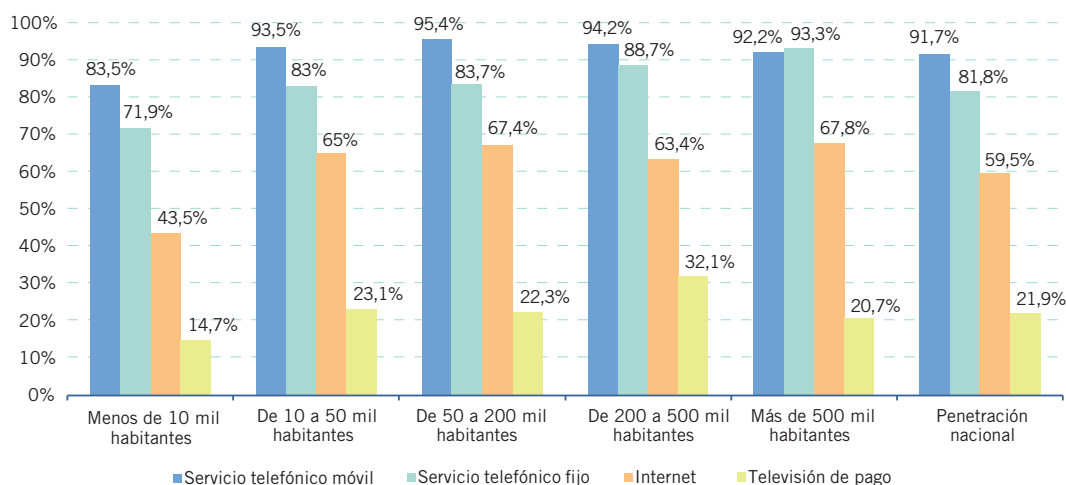


1.1.1. Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas según el tamaño de la población

La distribución de los servicios de comunicaciones electrónicas en los hogares no fue totalmente homogénea en términos de la ubicación de los mismos. Así, las tasas menos elevadas de penetración de los servicios se encontraron en las poblaciones con menos de 10.000 habitantes, que presentaron penetraciones por debajo del promedio nacional.

Las mayores diferencias en las tasas de penetración según el tamaño de la población se produjeron en los servicios que se soportan mayoritariamente sobre redes fijas: el servicio de Internet y el de televisión de pago. En parte los diferenciales de penetración en estos servicios se explican por las divergencias en la penetración de la telefonía fija. No obstante, la penetración de la red fija no es el único factor que afecta a la penetración de Internet, que se ve también influida por otras variables como la edad de los miembros del hogar. Así, las diferencias en la penetración de Internet entre poblaciones son mayores que en el servicio telefónico fijo.

GRÁFICO 3. HOGARES QUE DISPONEN DE SERVICIO SEGÚN EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN (porcentaje)

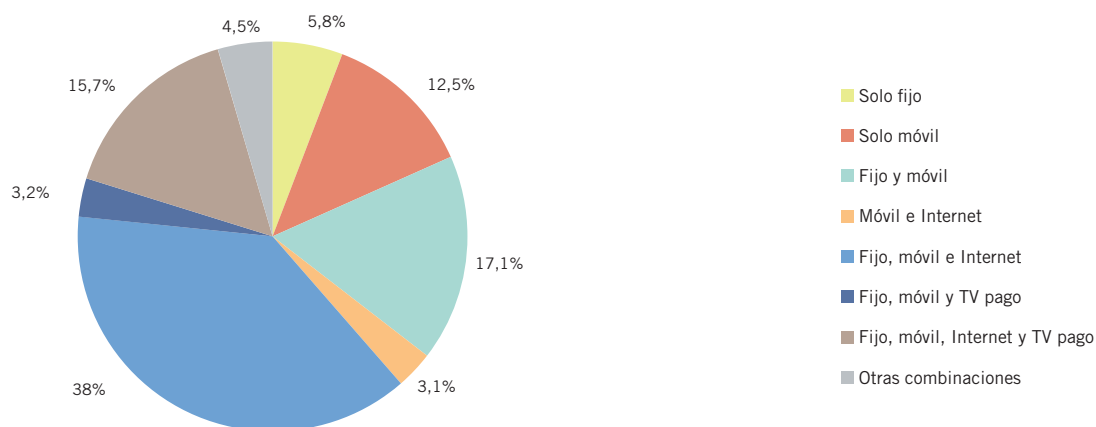


1.2. Los hogares según los servicios que contratan¹

La combinación de servicios más común en los hogares españoles es la disposición de servicios telefónicos fijo y móvil y también de un servicio de acceso a Internet: un 38% de los hogares disponen de estos tres servicios exclusivamente. Adicionalmente, el porcentaje de hogares con esta combinación ha crecido significativamente en los últimos años, y en el último año la tasa de crecimiento estuvo en torno al 8%.

¹ Esta sección se refiere a la contratación de servicios por parte de los hogares, que debe diferenciarse de la contratación conjunta o empaquetamiento. Los tipos de hogares mencionados en el gráfico incluyen tanto los que contratan los servicios empaquetados como los que no.

GRÁFICO 4. HOGARES SEGÚN LOS SERVICIOS QUE CONTRATAN (porcentaje)



1.3. Gastos por hogar y mes de los servicios más contratados

La Tabla 5 informa sobre los gastos medios por hogar de los servicios más contratados². Como puede observarse, los gastos de los hogares en los servicios referenciados descendieron durante el último año. Este hecho se debe, mayoritariamente, a las disminuciones en las tarifas finales, que han resultado en menores gastos para los hogares.

TABLA 5. GASTOS MEDIOS POR HOGAR Y MES DE LOS SERVICIOS MÁS CONTRATADOS (euros/mes)³

	II-11	II-10
Telefonía fija, banda ancha, televisión de pago y acceso fijo	54,5	55,4
Telefonía fija, banda ancha y acceso fijo	38,5	40,7
Telefonía fija y acceso fijo	20,9	21,9
Telefonía móvil de pospago	33	34,2

El gasto en telefonía fija, banda ancha y acceso fijo (y también el gasto en telefonía fija, banda ancha, televisión de pago y acceso fijo) informado en la Tabla 5 no incluye ningún consumo adicional a los de la cuota del paquete relevante y el servicio de acceso⁴. Algunos ejemplos de estos consumos adicionales son las llamadas cuyo ámbito no esté generalmente incluido en la tarifa plana nacional (a móviles e internacionales, por ejemplo), o los gastos en servicios de pago por visión o cualquier cobro por el alquiler de los equipos necesarios, como por ejemplo el decodificador de la señal de televisión⁵.

Si en vez de la cuota del paquete relevante y del acceso, se considera el montante global de la factura del hogar, en el caso de los servicios de telefonía fija, banda ancha y acceso el gasto por hogar y mes pasa a ser de 40,5 euros al mes, y al añadir a estos servicios también el servicio de televisión de pago el gasto pasa a ser de 60,7 euros al mes.

² Todos los gastos referenciados en este informe son gastos que no incluyen impuestos indirectos.

³ En el caso de la telefonía móvil se consideran todas las facturas de móvil de los distintos miembros del hogar con 10 o más años.

⁴ Así, por ejemplo, el gasto en telefonía fija, banda ancha y acceso es un promedio de los gastos que realizan los hogares por los servicios empaquetados relevantes, sumándole el gasto en el acceso fijo en caso de que este no esté incluido en el paquete.

⁵ En cambio, en el caso del servicio de telefonía fija y acceso fijo el gasto hace referencia a los hogares que contratan el servicio de telefonía fija sin empaquetar, e incluye tanto los gastos por el acceso como cualquier otro gasto adicional en dichas facturas. De forma similar, el gasto en el servicio de telefonía móvil de contrato de los hogares incluye todos los gastos facturados.

Estos dos últimos valores, que reflejan el montante íntegro de la factura del hogar y que por tanto incluyen cualquier pago por servicios adicionales a los del paquete y la cuota de acceso, han disminuido considerablemente en el último año. En el primer caso la disminución fue del 7,3% y en el segundo del 8,2%.

2. SERVICIOS DE VOZ

2.1. Penetración

El porcentaje de hogares españoles que contrató el servicio de telefonía fija fue del 81,8% y el porcentaje de hogares que contrató como mínimo un servicio de telefonía móvil fue del 91,7%.

2.2. Modo de facturación

2.2.1. Telefonía fija

En aproximadamente dos terceras partes de los hogares con telefonía fija, dicho servicio se facturó conjuntamente con otro servicio, mayoritariamente con el servicio de banda ancha. En el último año el porcentaje de hogares que contrató el servicio telefónico fijo empaquetado con otros aumentó en más de un 8%.

TABLA 6. HOGARES CON TELEFONÍA FIJA SEGÚN FACTURACIÓN DEL SERVICIO DE VOZ (porcentaje)	
Sin empaquetar	37,5%
Con TV	1,8%
Con banda ancha	48,8%
Con banda ancha y TV	11,9%
Total	100%

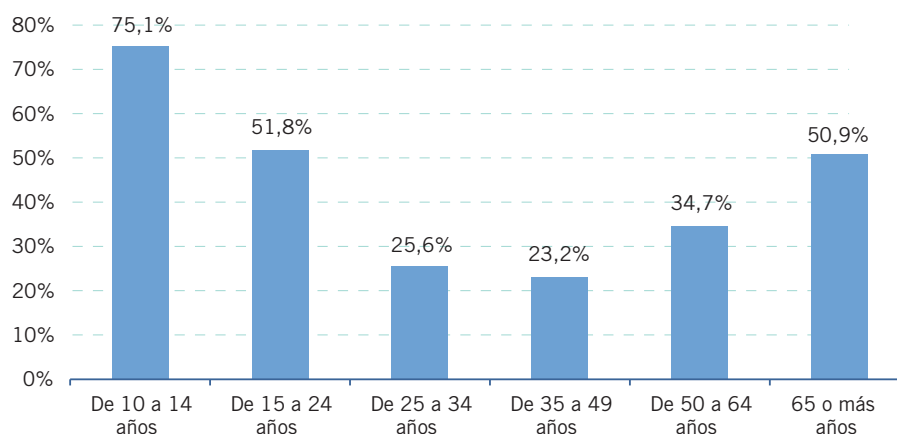
2.2.2. Telefonía móvil

En el primer trimestre de 2011 el 81% de los individuos de 10 o más años de edad disponían de algún servicio de telefonía móvil.

Adicionalmente, un 62,3% de los individuos con servicio móvil contrató un servicio de pospago y un 34,8% contrató un servicio de prepago. Por último, un 2,9% de individuos contrató servicios de prepago y pospago.

La distribución de los individuos según el tipo de servicio que contrataron- prepago y pospago- no fue homogénea, y dependió, entre otros factores, de la edad de los individuos. Así, en el grupo de individuos con menos de 25 años y en el de 65 o más años los individuos con solo prepago fueron mayoría.

GRÁFICO 7. INDIVIDUOS CON SOLO PREPAGO SOBRE INDIVIDUOS CON MÓVIL POR EDAD (porcentaje)



En la misma línea, la elección de tener solamente un acceso telefónico móvil de prepago también refleja condicionantes socio-económicos. Así, en el caso de los individuos con algún tipo de empleo a jornada completa el porcentaje con telefonía de prepago es del 23%, en cambio, en el caso de los individuos en situación de desempleo el mismo porcentaje es casi el doble, el 40,7%. Similarmente los porcentajes de individuos con telefonía móvil de prepago también varían según la clase social⁶ del hogar al que pertenezcan. Así, en la clase social alta el porcentaje de individuos con móvil de prepago era de un 24,2%, en la clase social media un 35,9% mientras que la clase social media-baja y baja presentaban porcentajes mayores, de un 40,5% y un 48,7% respectivamente.

2.3. Gastos por hogar y mes en servicios telefónicos

Las siguientes tablas informan sobre los gastos medios por hogar de los servicios telefónicos más contratados.

En el caso de la telefonía fija, la tabla solo reporta los gastos del servicio telefónico fijo cuando este está sin empaquetar. La razón para esta elección estriba en que cuando este servicio está empaquetado con otros, los operadores ofrecen, a cambio del pago de la cuota conjunta multiservicio, la gratuidad, o un fuerte descuento de los consumos telefónicos de algunos ámbitos. En estos casos resulta difícil determinar o aislar de una forma objetiva el gasto exacto en telefonía fija (dado que el pago de la cuota sufragará el coste de varios servicios, además del servicio de telefonía fija) o determinar qué parte de la cuota conjunta debe atribuirse como coste de las llamadas ofrecidas “gratuitamente” en la tarifa plana del paquete (normalmente las de ámbito nacional).

TABLA 8. GASTOS MEDIOS POR HOGAR Y MES EN EL SERVICIO TELEFÓNICO FIJO NO EMPAQUETADO (euros/mes)

	II-11	II-10
Gasto total servicio	20,9	21,9
Cuota de abono	14,3	13,7
Tráficos ⁷	5,9	7,3

⁶ La variable clase social se construye teniendo en cuenta el tipo de actividad y el nivel de estudios del informante principal del hogar, tomando como referencia la definición de la AIMC.

⁷ Estos gastos incluyen tanto los gastos asociados a todos los tráficos como, en el caso en que el hogar los contrate, los bonos o tarifas planas de voz.

Para terminar se presenta información relativa a los gastos mensuales en telefonía móvil de postpago por individuo y mes⁸.

Los gastos por individuo en el servicio de telefonía móvil presentaron un descenso interanual considerable. En el segundo trimestre de 2011 en promedio los individuos gastaron un 5% menos respecto a un año atrás.

TABLA 9. GASTOS MEDIOS POR INDIVIDUO Y MES EN SERVICIOS TELEFÓNICOS MÓVILES DE POSPAGO (euros/mes)

	II-11	II-10
Gasto total	19,5	20,6
Gasto voz	12,6	14,8
Gasto SMS	1,4	1,5
Resto	5,6	4,3

El epígrafe resto de la Tabla 9 incluye gastos adicionales como, por ejemplo, los gastos en banda ancha móvil, las tarifas planas de banda ancha móvil y voz, los gastos en itinerancia, los servicios MMS o los servicios GPRS. En general, el gasto promedio por individuo de los conceptos incluidos en este resto es menor a los importes referenciados en la tabla, dado que son servicios que la gran mayoría de los individuos con móvil de postpago no contratan. Por ejemplo, en el segundo trimestre de 2011 el porcentaje de individuos con gastos facturados de servicios de banda ancha móvil sobre el total de individuos con móvil de postpago fue un 11,6% y el porcentaje de individuos con gastos facturados bajo el concepto tarifa plana de banda ancha móvil y voz sobre el total de individuos que contratan un servicio de postpago fue un 3%. Si en lugar de considerar todos los individuos, se calcula la media solo sobre los individuos que efectuaron algún gasto en banda ancha móvil, se obtienen los siguientes gastos por individuo y mes.

TABLA 10. GASTOS MEDIOS POR INDIVIDUO Y MES EN SERVICIOS DE BANDA ANCHA MÓVIL DE POSPAGO (INDIVIDUOS QUE FUERON FACTURADOS POR ESTE CONCEPTO)⁹ (euros/mes)

	II-11	II-10
Gasto en banda ancha móvil	10,7	9,3
Tarifa plana de banda ancha móvil y voz	26,4	28,6 ¹⁰

El porcentaje de individuos que fueron facturados con algún servicio de itinerancia fue del 7,6%. Si se consideran los gastos promedio de los individuos que recibieron o originaron llamadas en itinerancia se obtienen los siguientes resultados:

TABLA 11. GASTOS MEDIOS POR INDIVIDUO Y MES EN SERVICIOS DE ITINERANCIA DE POSPAGO (INDIVIDUOS QUE FUERON FACTURADOS POR ESTE CONCEPTO) (euros/mes)¹¹

	II-11
Voz roaming	4,6
SMS roaming	0,8

En relación con los servicios de itinerancia, los individuos que habían viajado a algún país europeo en el último año declararon, en su mayoría, que bien no habían utilizado el teléfono móvil en estos viajes (un 28,2%) o bien que lo habían utilizado pero mucho menos que en España (un 43,3%). Estos dos tipos de individuos argumentaron mayoritariamente que la razón para utilizar poco o no utilizar el móvil era que el servicio de itinerancia era caro (un

⁸ La base de datos no permite desglosar los gastos de los servicios de prepago.

⁹ La base de datos no permite discernir entre gastos de banda ancha móvil de gran pantalla (módem USB) y gastos en banda ancha móvil que se emplea sobre el terminal móvil. Adicionalmente, los gastos recogidos bajo el epígrafe gasto en banda ancha móvil son tanto gastos por tarifas planas mensuales, como gastos por servicio, o incluso gastos por tarifas planas con una duración menor al mes (diarias o quincenales).

¹⁰ Muestra muy pequeña, menor a 70 observaciones.

¹¹ No se disponen de datos de itinerancia para el segundo trimestre de 2010.

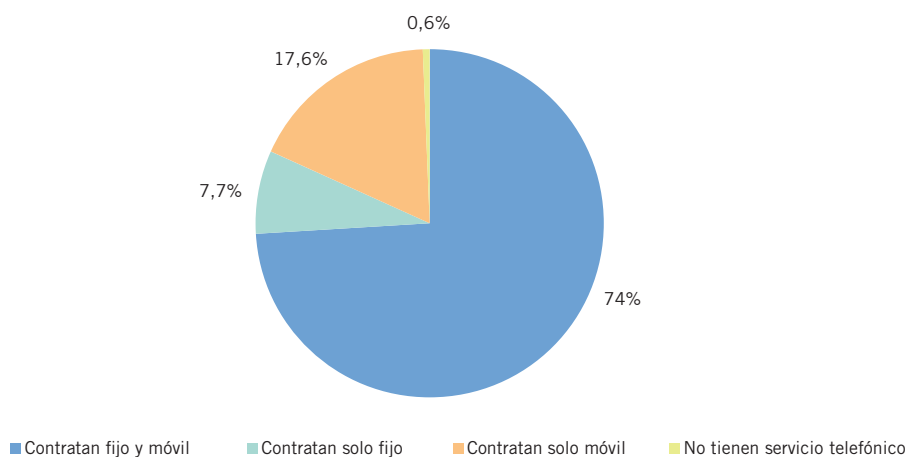
52,7%) o que, aunque desconocían el nivel de precios, sospechaban que el servicio era caro (un 19,8%). Por otro lado, el 28,6% restante de los individuos mencionó que su uso del móvil en itinerancia en Europa era mayor (un 9,8%), similar (un 7,2%) o un poco menor (un 11,6%) al uso que hacen en territorio nacional.

Entre todos los individuos que declararon haber utilizado el móvil para llamar desde Europa en el último año, un 48,3% declaró que como alternativa a las llamadas, enviaba SMS. En efecto, enviar SMS es la alternativa más utilizada por los individuos para abaratar y controlar sus gastos de telefonía móvil en itinerancia en Europa. Un 25,7% de los individuos declaró no usar alternativas para ahorrar dinero en llamadas.

2.4. Los hogares según los accesos telefónicos que contratan

En España un 17,6% de los hogares dispuso solamente de acceso móvil en el hogar. Este valor supera en casi 10 puntos porcentuales al porcentaje de hogares que dispusieron solo de teléfono fijo.

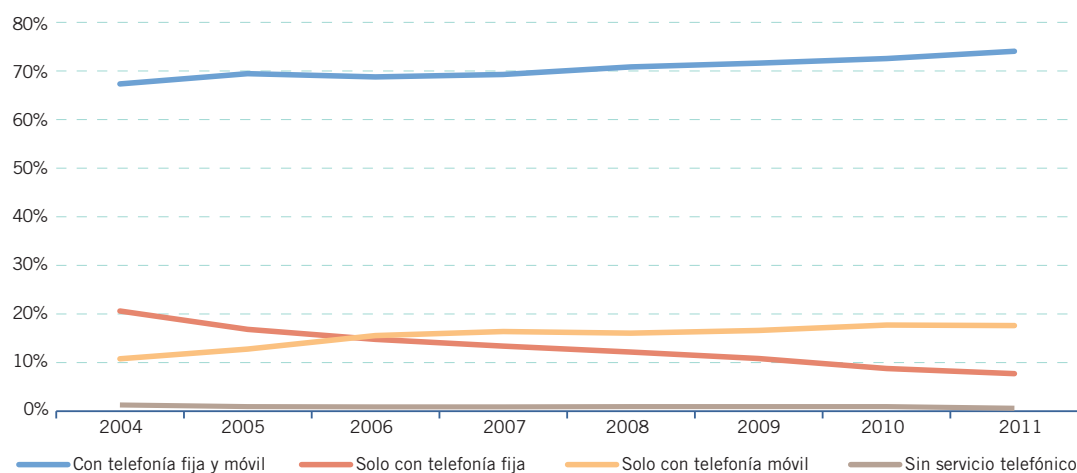
GRÁFICO 12. HOGARES SEGÚN LA CONTRATACIÓN DE ACCESOS TELEFÓNICOS (porcentaje)



Como puede observarse en el siguiente gráfico en España la situación actual de los porcentajes de hogares con solo fijo y de los hogares con solo móvil es prácticamente la inversa a la que existía hace siete años. No obstante, la evolución de estos porcentajes no permite evaluar el grado de sustitución entre el acceso fijo y el acceso móvil. Recientemente la CMT ha calculado que si se considera el periodo entre 2004 y 2010, la tasa media trimestral de sustitución entre el acceso fijo y el acceso móvil fue del 0,4%¹².

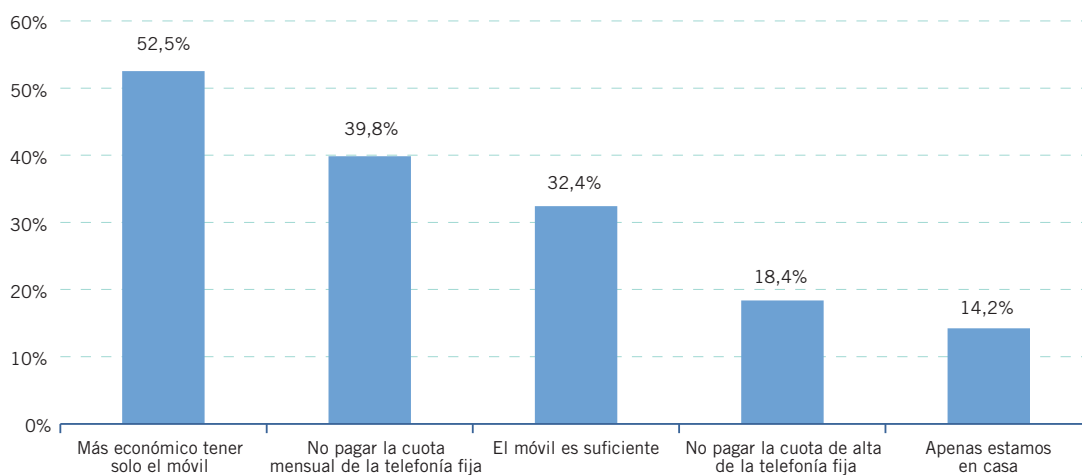
¹² Ver: http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=0f04729a-0bd8-4a91-8e55-0d3130f24205&groupId=10138

GRÁFICO 13. EVOLUCIÓN DE LOS HOGARES SEGÚN LA CONTRATACIÓN DE ACCESOS TELEFÓNICOS (porcentaje)



Al preguntar a los hogares sobre los motivos por los que no disponían de teléfono fijo, un 52,5% mencionó que era más económico tener solo el móvil y un 39,8% mencionó que así no pagaban la cuota de abono de la telefonía fija.

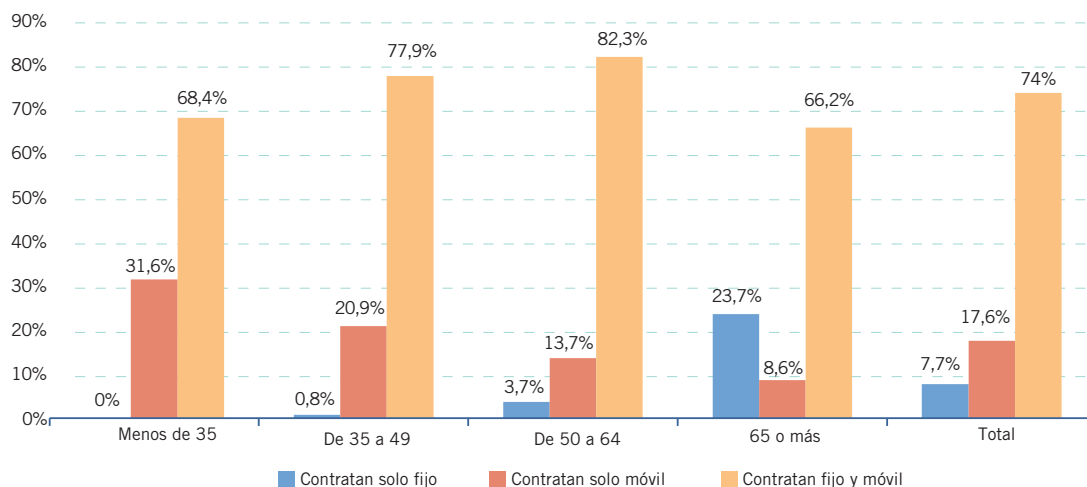
GRÁFICO 14. HOGARES SEGÚN LOS ARGUMENTOS QUE ADUCEN PARA NO TENER ACCESO FIJO* (porcentaje)



*Este gráfico analiza respuestas múltiples.

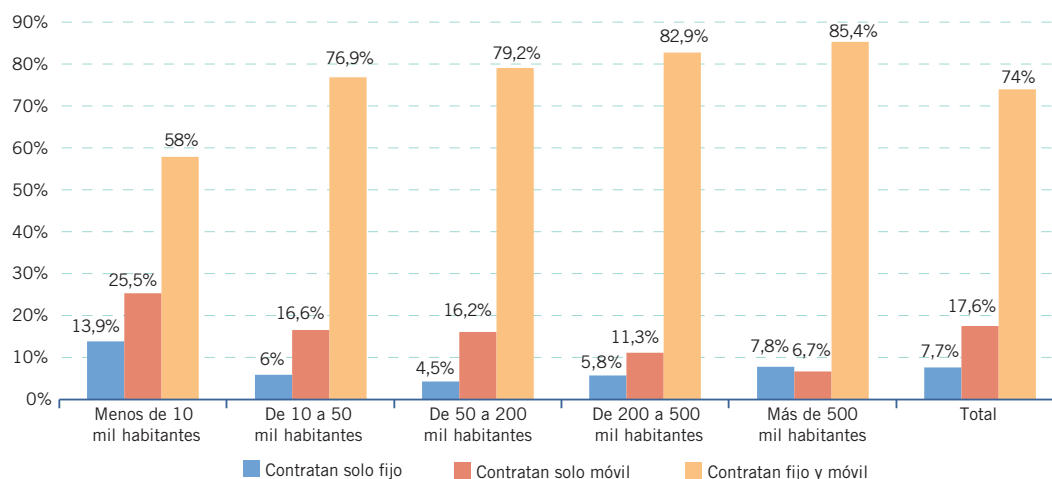
Por otro lado, la edad del informante principal, indicador que aproxima la edad media de los miembros del hogar, es un factor muy correlacionado con los tipos de accesos telefónicos contratados en el hogar. Así los perfiles de los hogares que contratan solamente telefonía fija o solamente telefonía móvil fueron claramente opuestos en términos de edad, siendo los primeros primordialmente hogares de edad avanzada y los segundos hogares jóvenes.

GRÁFICO 15. CONTRATACIÓN DE SERVICIOS TELEFÓNICOS SEGÚN LA EDAD (porcentaje)



Además, también se produjeron diferencias en los porcentajes atribuibles al tamaño del hábitat. En las poblaciones menores a 10.000 habitantes se observa un mayor porcentaje de hogares que solamente contrataron la telefonía móvil.

GRÁFICO 16. HOGARES SEGÚN LA CONTRATACIÓN DE ACCESOS TELEFÓNICOS Y EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN (porcentaje)



2.4.1. Consumos y gastos telefónicos según la contratación de accesos

En este apartado se comparan los consumos de los distintos tipos de hogares, es decir, aquellos que contratan solo el acceso fijo, los que contratan solo el acceso móvil y los que contratan los dos tipos de acceso.

En el caso de los servicios de telefonía móvil los hogares que contrataron solamente servicios de telefonía móvil generaron proporcionalmente mayores tráficos de voz que aquellos que consumieron los dos tipos de servicios telefónicos. En el primer caso, el gasto por hogar y mes en servicios de voz móvil fue de 19,1 euros al mes, gasto bastante parecido al de los hogares que contrataron tanto servicios de telefonía móvil como de telefonía fija: 20,7 euros al mes.

TABLA 17. CONSUMOS DE TELEFONÍA MÓVIL DE POSPAGO ¹³ (porcentaje de minutos)

II-11	Hogares que solo contratan telefonía móvil (27,3%)*	Hogares que contratan telefonía móvil y fija (72,7%)	Total hogares
Minutos	34,2 %	65,8%	100%
SMS	23%	77%	100%

* Porcentaje de hogares sin telefonía fija sobre el total de hogares con móvil de pospago

A diferencia de lo que sucede en el ámbito de la telefonía móvil, en el caso de la telefonía fija los consumos que generaron los hogares que contrataron únicamente un acceso fijo fueron proporcionalmente menores a los consumos que generaron los hogares con los dos tipos de servicio telefónico. En cambio los gastos por llamadas de los dos tipos de hogares fueron parecidos: 5,7 euros por hogar y mes en el caso de hogares que contrataron solo telefonía fija y 6 euros en el caso de hogares que contrataron tanto la telefonía fija como la móvil.

TABLA 18. CONSUMOS DE TELEFONÍA FIJA SIN EMPAQUETAR ¹⁴ (porcentaje de minutos)

Ámbito de llamadas	Hogares que solo contratan telefonía fija (27%)*	Hogares que contratan telefonía fija y móvil (73%)	Total hogares
Nacionales	20,2%	79,8%	100%
Internacionales	18,3%	81,7%	100%
Móviles	25%	75%	100%

*Porcentaje de hogares con solo fija sobre el total de hogares con fija sin empaquetar

¹³ Se han excluido de este análisis los hogares que contrataron tarifas planas de banda ancha móvil y voz móvil.

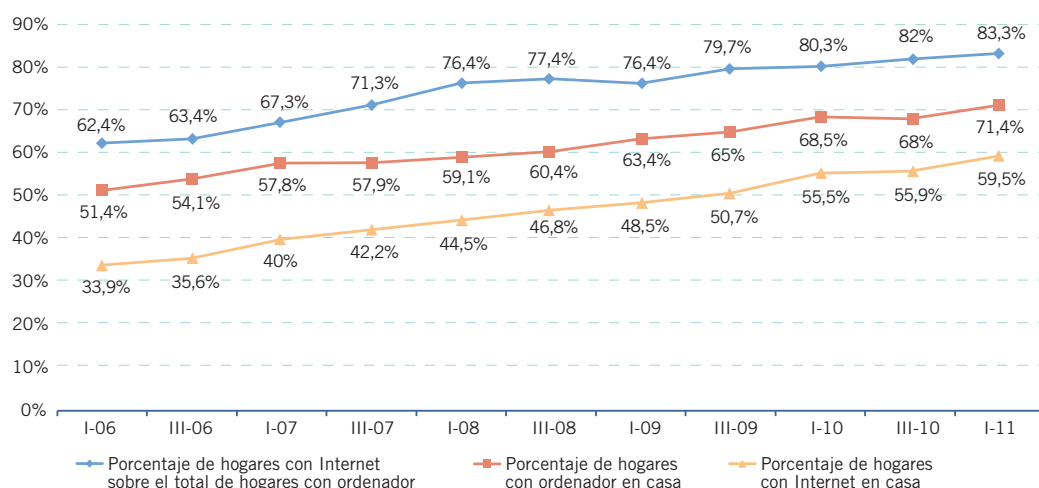
¹⁴ Se consideran únicamente los hogares que contratan el servicio telefónico fijo sin empaquetar.

3. INTERNET

3.1. Penetración

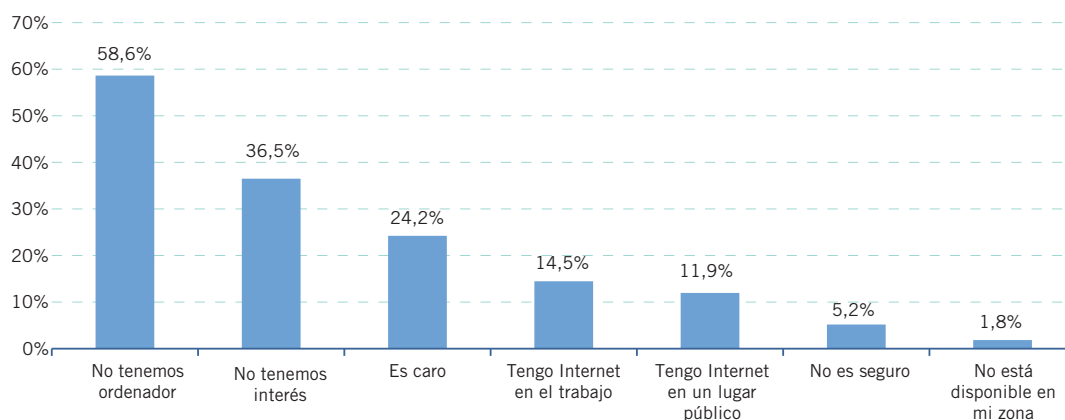
La proporción de hogares que contrataron servicios de Internet fue del 59,5%. Por otro lado, un 71,4% de los hogares disponía de al menos un ordenador en el hogar, lo que supone que un 83,3% de los hogares con ordenador en casa contrataron el servicio de Internet. Tal y como puede observarse en el siguiente gráfico la evolución más reciente de estas penetraciones estuvo en línea con lo sucedido en los últimos años: un crecimiento sostenido en el tiempo.

GRÁFICO 19. HOGARES CON INTERNET SOBRE EL TOTAL DE HOGARES CON ORDENADOR (porcentaje)



A pesar de este crecimiento todavía cuatro de cada diez hogares no disponían de Internet. Entre las razones por las que estos hogares no disponían de Internet, destacan, en más de la mitad de los casos el no tener ordenador y en un tercio de los casos el no tener interés en Internet. Es también destacable que una cuarta parte de los hogares sin Internet opinó que Internet es caro.

GRÁFICO 20. RAZONES MENCIONADAS PARA NO TENER INTERNET EN EL HOGAR* (porcentaje)



*Este gráfico analiza respuestas múltiples

Por último, si se consideran las características socio-demográficas de los hogares que contrataron el servicio de Internet, se identifica a los hogares que menos contrataron el servicio de Internet como aquellos localizados en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, aquellos cuya edad del informante principal superó los 64 años y los hogares de clase social baja o media baja¹⁵. Por ejemplo, mientras que los hogares con Internet en el grupo de edad de menos de 50 años era aproximadamente un 74%, en el grupo de edad de 65 o más años el porcentaje era del 29,8%. En las edades entre los 50 y 64 años el porcentaje era del 63,7%. Por otro lado, la penetración de Internet en el grupo de clase social alta, un 74,2% prácticamente doblaba la penetración en la clase social baja y media baja.

3.2. Tecnologías de acceso

La mayoría de los accesos residenciales a Internet se ofertaron mediante ADSL, la tecnología de acceso más común en España.

TABLA 21. TECNOLOGÍAS DE ACCESO A INTERNET EN EL HOGAR * (porcentaje) ¹⁶	
ADSL	73,5%
Cable	16,5%
Banda ancha móvil-USB	13,6%
Banda estrecha	4,1%
Otros	2,3%
No sabe/no contesta	1,9%

*Esta tabla analiza respuestas múltiples

¹⁵ Ver nota al pie 6.

¹⁶ En el cuestionario de los hogares se les pide cuál es su forma de conexión a Internet, siendo las opciones: Línea telefónica convencional, ADSL, Por cable, RDSI, Banda ancha móvil para emplearla con el ordenador, Otros, No sabe.

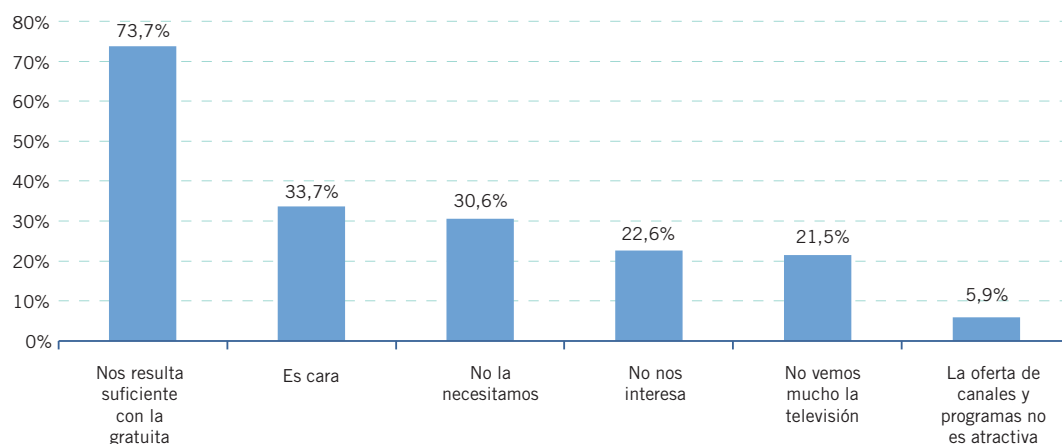
4. TELEVISIÓN DE PAGO

4.1. Penetración

Un 21,9% de los hogares en España contrataron servicios de TV de pago. Las mayores tasas de penetración del servicio se produjeron en las poblaciones con tamaño entre 200.000 y 500.000 habitantes y las menores en los municipios con poblaciones inferiores a los 10.000 habitantes (ver Gráfico 3).

La razón más declarada por los hogares como motivo para no disponer de televisión de pago fue que la televisión gratuita es suficiente: tres de cada cuatro hogares compartían esta opinión.

GRÁFICO 22. RAZONES QUE LOS HOGARES ADUCEN PARA NO TENER TELEVISIÓN DE PAGO* (porcentaje)



*Este gráfico analiza respuestas múltiples

4.2. Gastos por hogar

El gasto por hogar en servicios de televisión de pago, cuando estos no se contratan como parte de un paquete con otros servicios, fue de 40,5 euros mensuales.

TABLA 23. GASTOS MEDIOS POR HOGAR Y MES DEL HOGAR QUE CONTRATA EL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGO SIN EMPAQUETAR (euros/mes)

	II-11	II-10
Gasto total	40,5	37,5

Los servicios de pago por visión se facturan separadamente del paquete o servicio de televisión principal. En el segundo trimestre de 2011 el gasto por hogar con televisión de pago en estos servicios fue de 40 céntimos de euro al mes. Un 90% de los hogares que contrataron un servicio de televisión de pago no efectuaron compras de video bajo demanda o pago por visión. Si se considera, para el mismo trimestre, en lugar de todos los hogares que contrataron servicios de televisión de pago, solo aquellos que consumieron servicios de pago por visión, el gasto facturado por estos asciende a los 4 euros por hogar y mes¹⁷.

¹⁷ Muestra muy pequeña, menor a 70 observaciones.

5. METODOLOGÍA

Este estudio se centra en el segmento residencial del mercado y su ámbito es nacional¹⁸. La fuente en la que se basa es el “Panel de los Hogares” Red.es/CMT.

El Panel resulta de la recogida de información directa de una muestra de hogares e individuos. La empresa Taylor Nelson Sofres realiza el trabajo de campo y el procesamiento de datos que nutre al Panel: cada semestre los hogares responden a dos cuestionarios sobre su disponibilidad y uso de las tecnologías; y, cada trimestre, remiten todas sus facturas de servicios de telecomunicaciones. Estas informaciones, una vez tratadas, constituyen el Panel. En el caso de este informe las informaciones relativas a gastos y consumos corresponden al segundo trimestre de 2011 (datos cuya fuente son las facturas) y las informaciones sobre penetraciones y motivaciones de los hogares corresponden al primer trimestre de 2011 (datos cuya fuente son las respuestas a los cuestionarios).

El muestreo es poli-etápico, apropiado por tamaño de la Comunidad Autónoma, y estratificado proporcional por tamaño de población, clase social y número de personas en el hogar. En el primer trimestre de 2011 la muestra neta de los cuestionarios fue de 3.164 hogares y de 6.723 individuos de 10 o más años. La muestra neta de facturas corresponde a 2.772 hogares.

Los métodos de estimación varían de indicador a indicador: a efectos informativos para el caso de máxima indeterminación y un nivel de confianza del 95%, los errores muestrales máximos cometidos en los porcentajes nacionales de los cuestionarios son aproximadamente del 1,7% para los hogares y 1,2% para los individuos. En aras de la completitud del estudio se han reportado algunos indicadores con bases muestrales inferiores a 70 unidades. No obstante, estos resultados han de interpretarse con precaución.

¹⁸ Se excluye a Ceuta y Melilla.