



**INFORME SOBRE LOS CONSUMOS Y
GASTOS DE LOS HOGARES
ESPAÑOLES EN LOS SERVICIOS DE
COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS
SEGUNDO SEMESTRE DE 2013**

ESTAD/SG/0010/14

Junio 2014

Índice

Resumen ejecutivo	4
<hr/>	
1. Introducción	5
1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas	5
1.2 Los hogares según los servicios que contratan	7
1.3 Gastos por hogar y mes de los servicios más contratados	8
<hr/>	
2. Servicios de voz	9
2.1 Penetración	9
2.2 Modo de facturación	9
2.3 Gastos en servicios telefónicos	12
2.4 Los hogares según los accesos telefónicos que contratan	14
<hr/>	
3. Internet	17
3.1 Penetración	17
3.2 Tecnologías de acceso	19
<hr/>	
4. Televisión de pago	19
4.1 Penetración	19
4.2 Gastos por hogar	20
<hr/>	
5. Fuente de datos y metodología	21

En el tercer trimestre de 2013, la penetración de Internet en los hogares españoles rozó el 70% con un incremento interanual del 4%, en cambio, la televisión de pago sufrió un retroceso cercano al 10% interanual, dejando la penetración de dicho servicio en un 21,2%.

La combinación de servicios más habitual en los hogares españoles fue la compuesta por la telefonía fija y móvil e Internet, con un crecimiento durante el año del 8%. Así, casi la mitad de los hogares disponían exclusivamente de estos tres servicios.

En el periodo 2012 - 2013 el porcentaje de individuos con telefonía móvil de pospago que contrataron tarifas planas de banda ancha móvil y voz experimentó un crecimiento superior al 100%, de forma que más de la mitad de estos individuos tenía contratado este tipo de servicios a finales de 2013. Además, el gasto medio en estos servicios se situó en los 16,3 euros al mes.

Adicionalmente, en el cuarto trimestre de 2013 una cuarta parte de los hogares con telefonía fija tenía este servicio empaquetado con servicios móviles mediante paquetes convergentes cuádruples o quíntuples. El gasto medio por hogar en paquetes cuádruples fue de 42,8 euros al mes.

Tal y como viene siendo habitual desde que se dispone de datos para estos indicadores (2010), los gastos medios registrados de los hogares en los servicios más habituales continuaron descendiendo durante el 2013. El servicio que experimentó una mayor disminución interanual fue el de telefonía móvil de pospago, cuyo descenso medio fue del 13,1%, seguido por los servicios empaquetados de telefonía, banda ancha fija y televisión de pago cuyo gasto disminuyó de media un 7% durante el año.

Por último, el 1,5% de los hogares con televisión de pago llevaron a cabo compras de video bajo demanda o de pago por visión. Este porcentaje se ha ido reduciendo paulatinamente desde el 10% reportado en el segundo trimestre de 2011.

1. Introducción¹

1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas

En el tercer trimestre de 2013 la penetración de Internet en los hogares españoles rozó el 70%, con un incremento interanual del 4%, y la telefonía móvil superó el 95% de penetración con un incremento interanual cercano al 2%.

En cambio, tanto la telefonía fija como la televisión de pago retrocedieron durante el último año, destacando el descenso de casi un 10% interanual en la televisión de pago.

Tabla 1. Hogares españoles que disponen de servicios (porcentaje)

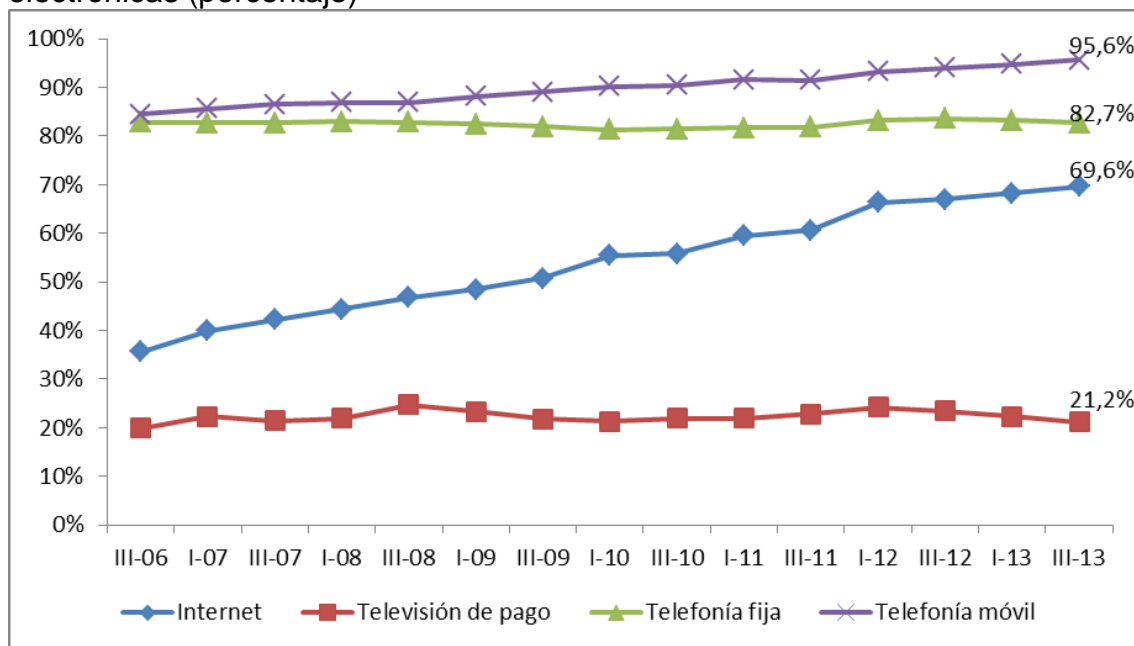
	III - 13	III - 12
Telefonía fija	82,7%	83,7%
Telefonía móvil	95,6%	94%
Internet	69,6%	66,9%
Televisión de pago	21,2%	23,5%

El servicio de Internet incluye tanto los servicios de banda ancha fija y móvil como la banda estrecha. En particular, el 98,1% de los hogares con acceso a Internet dispusieron de una conexión de banda ancha, es decir, el 68,3% de los hogares contaron con este servicio, 2,7 puntos porcentuales más que en el tercer trimestre de 2012.

El Gráfico 2 muestra la evolución de los servicios de comunicaciones electrónicas más habituales en los hogares durante los últimos años. Es interesante observar la evolución de estos servicios desde el inicio de la crisis económica, en el tercer trimestre de 2008, hasta cinco años después, el tercer trimestre de 2013. La incidencia de la crisis económica ha sido desigual en la penetración de los diferentes servicios. Por un lado, durante dicho periodo, destaca el crecimiento de Internet, de casi un 50%, y en menor medida de la telefonía móvil, con un 10%. Por otro lado la telefonía fija mantiene prácticamente la misma penetración y la televisión de pago ha descendido 3,5 puntos porcentuales.

¹ La fuente de información en la que se basa este informe es el Panel de Hogares CNMC-Red.es (ver la sección 5 de metodología para más detalles). En particular, el informe combina informaciones de encuesta, cuyo trabajo de campo tuvo lugar durante el tercer trimestre de 2013 e informaciones derivadas del procesamiento de facturas del último trimestre de 2013.

Gráfico 2. Evolución de los hogares que contratan servicios de comunicaciones electrónicas (porcentaje)²



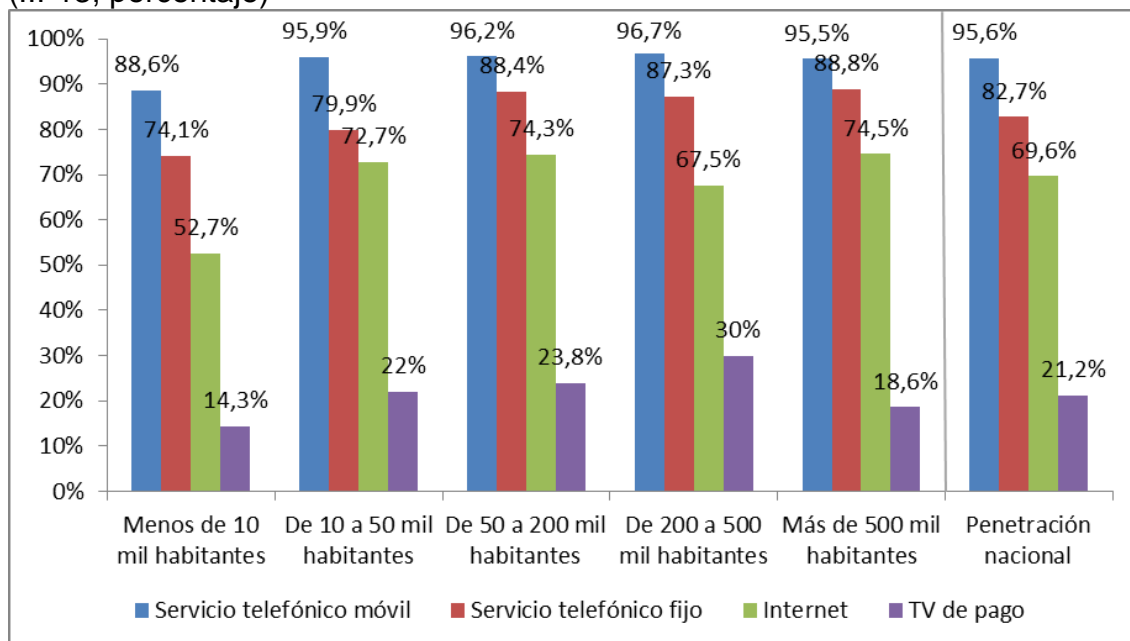
1.1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas según el tamaño de la población

La distribución de los servicios de comunicaciones electrónicas en los hogares no es completamente homogénea en términos del tipo de hábitat. Así, las tasas menos elevadas de penetración de los servicios se encuentran en las poblaciones con menos de 10.000 habitantes, que presentan penetraciones por debajo del promedio nacional en todos los servicios.

En particular, las mayores diferencias en las tasas de penetración se observan en los servicios de Internet y de televisión de pago. Estas menores penetraciones podrían explicarse por una menor calidad de servicio y cobertura de las redes en zonas rurales, así como por variables socio-demográficas como la edad o la renta de los hogares. No obstante, la penetración de Internet en los municipios de menos de 10.000 habitantes superó el 52% en el tercer trimestre de 2013.

² Al no disponerse de los datos recabados mediante encuesta para el primer trimestre de 2013, los valores para este trimestre en los gráficos de este informe han sido interpolados promediando las cifras obtenidas en el tercer trimestre de 2012 y el tercer trimestre de 2013.

Gráfico 3: Hogares que disponen de servicios según el tamaño de la población (III-13, porcentaje)



1.2 Los hogares según los servicios que contratan

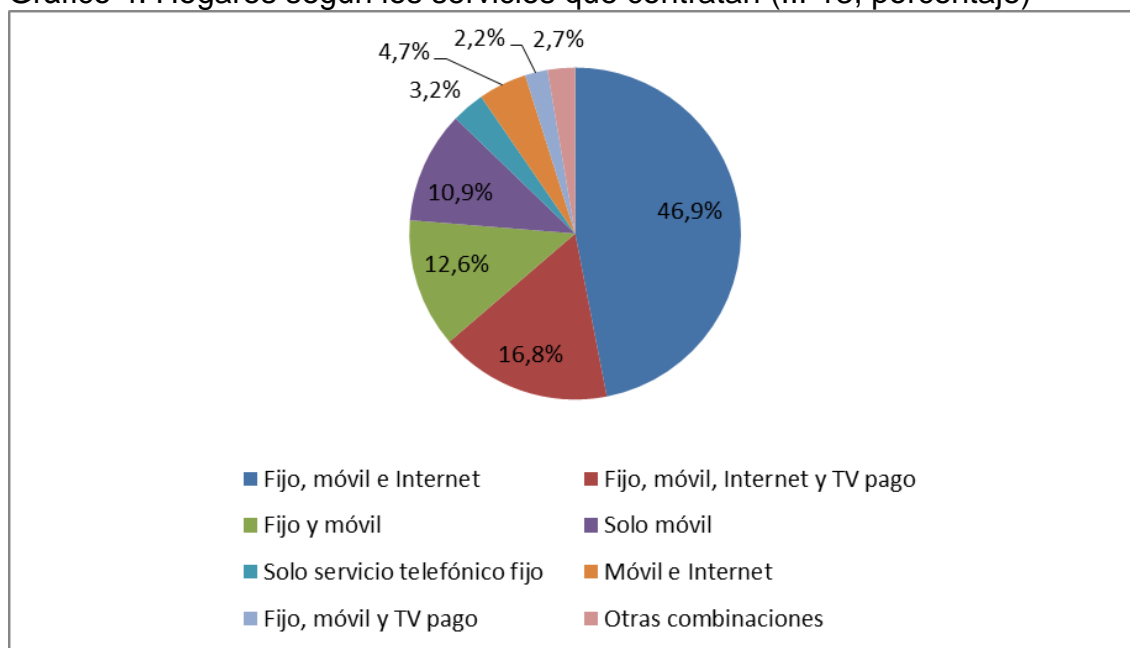
Esta sección clasifica a los hogares en función de los distintos servicios que contratan. Por ejemplo, los hogares de la categoría “Fijo y móvil” del Gráfico 4 contrataron la telefonía fija y la telefonía móvil mientras que los hogares de la categoría “Fijo, móvil e Internet” contrataron además algún servicio de acceso a Internet (banda ancha y/o estrecha sobre red fija y/o móvil)³. Es importante recordar que esta clasificación atiende a la disponibilidad de servicios por parte del hogar, independientemente de con qué operador y de qué forma los contrate (por ejemplo, empaquetados, es decir, por el pago de una tarifa fija al mes, o sin empaquetar).

Una vez más, la combinación de servicios más común en los hogares españoles fue la de telefonía fija y móvil e Internet: un 46,9% de los hogares disponían de estos tres servicios exclusivamente, experimentando este grupo de hogares un crecimiento interanual del 8%.

Por otro lado, destacan también las evoluciones contrarias de los grupos “Solo servicio telefónico fijo” y “Móvil e Internet” durante el último año. En el primer caso el porcentaje de hogares cayó del 4,6% en 2012 al 3,2% en 2013, en cambio, en el segundo aumentó del 3,5% en 2012 al 4,7% en 2013.

³ Los hogares de la categoría “Solo servicio telefónico fijo” contratan únicamente este servicio telefónico, del mismo modo que los hogares de la categoría “Solo móvil” contratan únicamente la telefonía móvil.

Gráfico 4. Hogares según los servicios que contratan (III-13, porcentaje)



1.3 Gastos por hogar y mes de los servicios más contratados

La Tabla 5 muestra los gastos totales medios por hogar de los servicios de comunicaciones electrónicas más contratados⁴.

Durante el último año todos los gastos de los hogares analizados descendieron. Tal y como viene sucediendo en los últimos años, el servicio que experimentó una mayor disminución interanual fue el de telefonía móvil de pospago, cuyo descenso fue del 13,1%. En segundo lugar se encuentra el gasto en los servicios empaquetados de telefonía fija, banda ancha fija y televisión de pago, incluyendo los gastos de acceso fijo, que disminuyó un 7% durante el año.

⁴ Todos los gastos referenciados en este informe **no incluyen los impuestos indirectos**. El gasto en telefonía fija, banda ancha, televisión de pago y acceso fijo hace referencia al gasto en que incurren los hogares por la contratación de un paquete triple, incluyendo los gastos asociados al acceso fijo. De la misma manera, el gasto en telefonía fija, banda ancha y acceso fijo hace referencia al gasto en que incurren los hogares por la contratación de un paquete doble, incluyendo los gastos asociados al acceso fijo.

Tabla 5. Gastos medios por hogar y mes de los servicios más contratados (euros/mes)⁵

	IV - 13	IV - 12
Telefonía y banda ancha fija, televisión de pago y acceso fijo	48,1	51,7
Telefonía y banda ancha fija y acceso fijo	33	35
Telefonía fija y acceso fijo	19,4	19,6
Telefonía móvil de postpago	25,3	29,1
Telefonía fija y móvil, banda ancha fija y móvil y acceso fijo	42,8	40,9 ⁶

2. Servicios de Voz

2.1. Penetración

El porcentaje de hogares españoles que tenía contratado el servicio de telefonía fija fue del 82,7% y el porcentaje de hogares que tenía contratado como mínimo un servicio de telefonía móvil fue del 95,6%.

2.2. Modo de facturación

2.2.1. Telefonía fija

La irrupción de los paquetes cuádruples y quíntuples, a finales de 2012, ha cambiado de forma sustancial la forma de contratación de la telefonía fija (y móvil). Así, a finales de 2013, una cuarta parte de los hogares con telefonía fija tenía contratado este servicio junto con servicios móviles (además de la banda ancha fija y, en algunos casos, la televisión de pago).

Una parte sustancial de estos hogares ha migrado de los paquetes dobles y triples, que no incluyen la telefonía móvil, a estos nuevos paquetes (cuádruples y quíntuples) que sí la incorporan. Este hecho se refleja en la caída de hogares que contrataron la telefonía fija mediante un paquete doble o triple que fue de más de 20 puntos porcentuales durante el último año.

⁵ 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, excluyéndose los hogares que contratan paquetes que incorporan la telefonía fija y móvil de postpago.

⁶ Dado que estos paquetes empezaron a comercializarse a finales de 2012, no se dispone de información para el cuarto trimestre de 2012. El gasto reportado corresponde al segundo trimestre de 2013.

Por último, destaca la continuación en la caída de la contratación de la telefonía fija sin empaquetar: en el cuarto trimestre de 2013 poco más de una cuarta parte de los hogares contrataron la telefonía fija individualmente.

Tabla 6. Hogares con telefonía fija según facturación del servicio de voz (porcentaje)

	IV - 13	IV - 12
Sin empaquetar	25,9%	30,6%
Con banda ancha fija	38,7%	56,6%
Con banda ancha fija y televisión	9,1%	11,6%
Con banda ancha fija y servicios móviles	22,6%	0%
Con televisión de pago	1,0%	1,2%
Con banda ancha fija, televisión de pago y servicios móviles	2,7%	0%
Total	100%	100%

2.2.2. Telefonía móvil

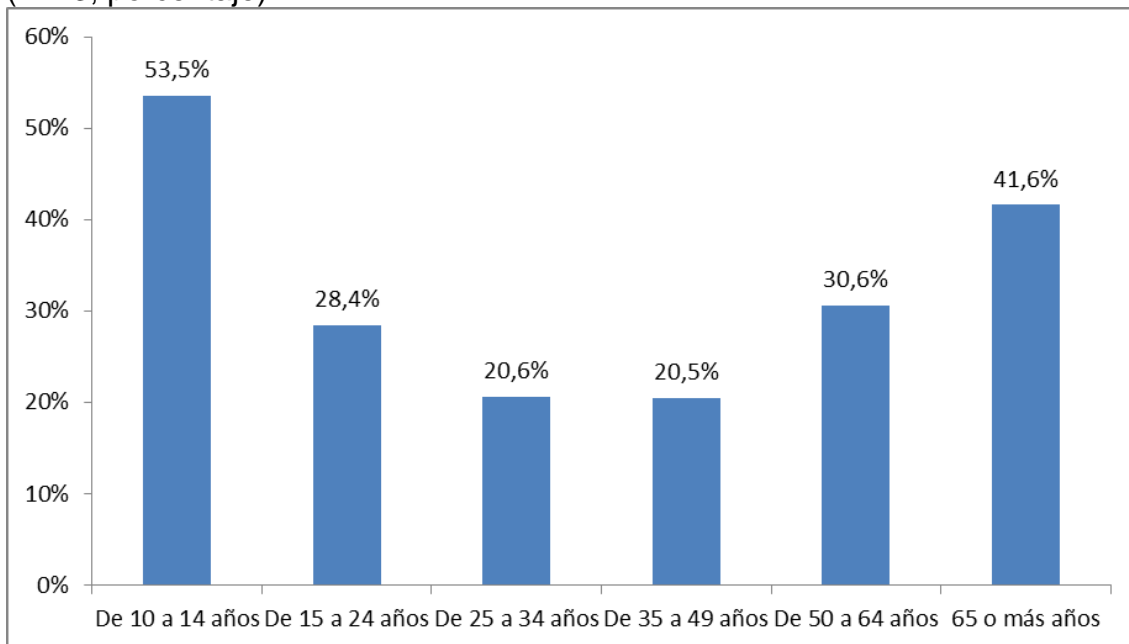
A diferencia de los servicios fijos, cuyo uso comparten todos los miembros del hogar, la telefonía móvil se caracteriza por ser un servicio de consumo individual. En el tercer trimestre de 2013 el 86,8% de los individuos⁷ disfrutaron de algún servicio de telefonía móvil, lo que supone 2,4 puntos porcentuales más que un año atrás.

Adicionalmente, un 68,7% de los individuos con servicio móvil contrató un servicio de pospago y un 27,8% contrató un servicio de prepago. Por último, el 3,6% de individuos restante contrató simultáneamente servicios de prepago y pospago.

La distribución de los individuos según el tipo de servicio que disponían no fue homogénea, dependiendo, entre otros factores, de la edad de los individuos y del tipo de actividad laboral que estos ejercen. Por ejemplo, la modalidad de prepago fue más popular en los individuos de entre 10 y 14 años, y en los de 65 o más años, probablemente debido al control de gasto y consumos que el prepago permite. En cambio, el prepago fue menos habitual en las franjas desde los 25 hasta los 49 años.

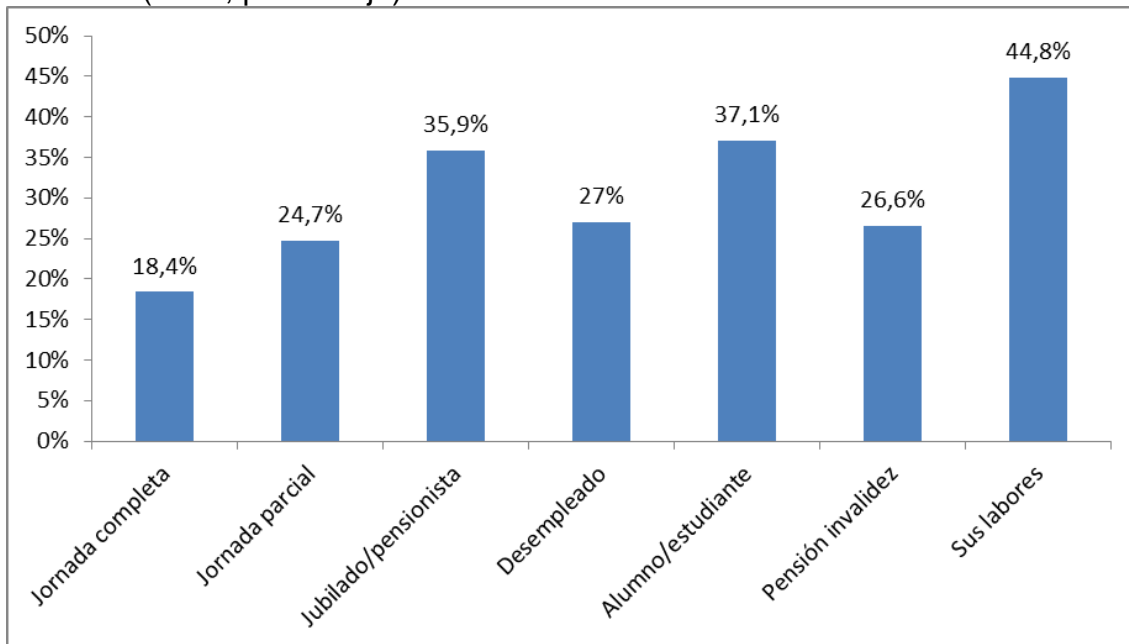
⁷ Se consideran a los individuos de 10 o más años.

Gráfico 7. Individuos con solo prepago sobre individuos con móvil según edad (III-13, porcentaje)



Además, los individuos con mayores tasas de prepago son los estudiantes, los jubilados y las amas de casa.

Gráfico 8. Individuos con solo prepago sobre individuos con móvil según tipo de actividad (III-13, porcentaje)



2.3 Gastos en servicios telefónicos

En las siguientes tablas se reportan los gastos medios por hogar e individuo de los servicios telefónicos más habituales.

En el caso de la telefonía fija, la Tabla 9 informa de los gastos del servicio cuando este se contrata sin empaquetar, hecho que sucede en el 25,9% de los hogares con telefonía fija. Este análisis se justifica porque no es posible cuantificar adecuadamente el gasto que corresponde a la telefonía fija cuando esta se vende empaquetada junto con otros servicios por los que el operador cobra un único precio.

Aunque el gasto total en telefonía fija sin empaquetar descendió ligeramente durante el último año, resulta destacable la distinta evolución de los dos principales componentes de este gasto total. Así, mientras el gasto en tráfico descendió más de un 15% interanual, el gasto en la cuota de abono (o cuota de línea) subió más de un 4%.

Tabla 9. Gastos medios por hogar y mes en el servicio telefónico fijo no empaquetado (euros/mes)

	IV - 13	IV - 12
Gasto total	19,4	19,6
Cuota de abono	15,5	14,8
Tráficos ⁸	3,9	4,7

A diferencia de la tabla anterior que informa sobre los gastos de los hogares, la Tabla 10 presenta información relativa a los gastos mensuales en telefonía móvil de postpago por individuo y mes⁹.

Tal y como viene sucediendo en los últimos periodos tanto el gasto en voz como el gasto en SMS se vieron reducidos, así como el gasto total por individuo, que descendió aproximadamente un 13% interanual. En cambio, el gasto medio bajo el epígrafe “Resto”, cuya componente principal es el gasto en banda ancha móvil, aumentó un 6,5% en el año.

⁸ 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.

⁹ La base de datos no permite desglosar los gastos en servicios de prepago. Adicionalmente, se han excluido de estos análisis los individuos de los hogares que contrataron un paquete que contiene servicios fijos y móviles (paquetes cuádruples y quíntuples).

Tabla 10. Gastos medios por individuo y mes en servicios telefónicos móviles de pospago (euros/mes)

	IV - 13	IV - 12
Gasto total	15,7	18,2
Gasto voz	3,9	6,8
Gasto SMS	0,3	0,6
Resto ¹⁰	11,5	10,8

La banda ancha móvil experimentó un fuerte crecimiento durante el año 2013, ya que el porcentaje de individuos que contrataron tarifas planas de banda ancha móvil y voz sobre el total de individuos con móvil de pospago pasó del 20,5% en el cuarto trimestre de 2012 al 56,7% en el mismo periodo de 2013.

Adicionalmente, tal y como muestra la Tabla 11, el gasto medio de los individuos que contrataron este tipo de ofertas se redujo significativamente durante el último año. Así, el gasto medio en tarifas plana de banda ancha móvil superó ligeramente los 7 euros al mes y el gasto medio en el paquete de banda ancha y voz móviles los 16 euros al mes.

Tabla 11. Gastos medios por individuo y mes en servicios de banda ancha móvil de pospago (individuos que fueron facturados por este concepto) (euros/mes)

	IV - 13	IV - 12
Tarifa plana de banda ancha móvil ¹¹	7,1	11,9
Tarifa plana de banda ancha y voz móvil	16,3	22,6

El 4,5% de los individuos con móvil de pospago fueron facturados con algún gasto de itinerancia. La Tabla 12 muestra los gastos en itinerancia cuando se consideran únicamente los individuos que hicieron uso de este servicio.

Tabla 12. Gastos medios por individuo y mes en servicios de itinerancia de pospago (individuos que fueron facturados por este concepto) (euros/mes)

	IV - 13	IV - 12
Voz en itinerancia	1,5	3,6
SMS en itinerancia	0,6	0,6

¹⁰ Este concepto incluye gastos adicionales como, por ejemplo, servicios MMS, servicios GPRS, gastos en itinerancia o los gastos en banda ancha móvil y en las tarifas planas de banda ancha móvil y voz.

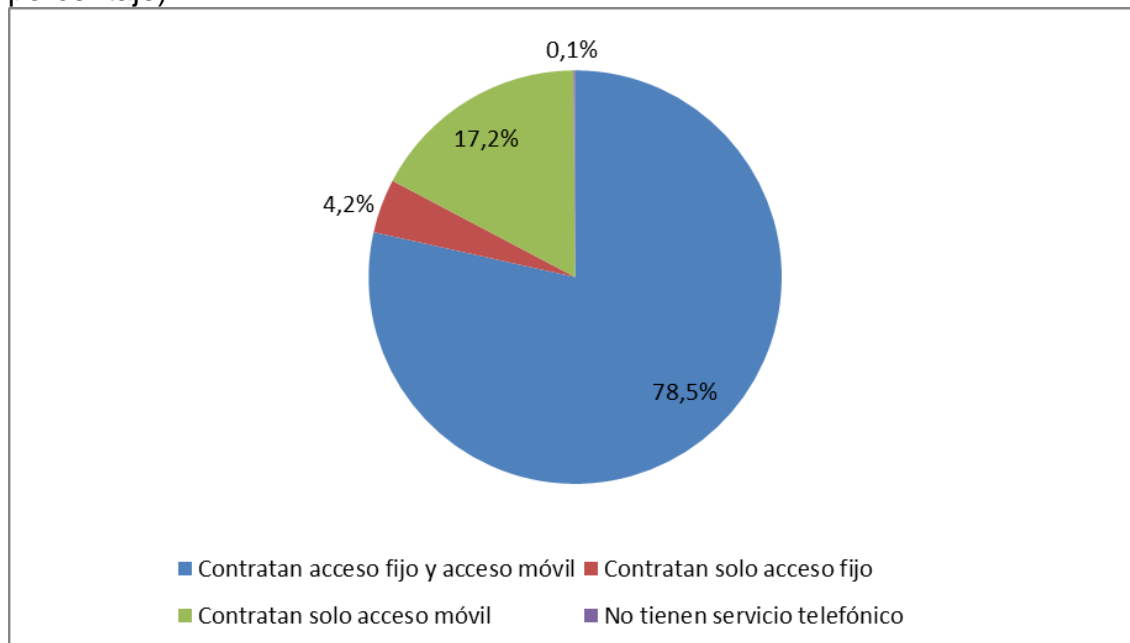
¹¹ La base de datos no permite discernir entre gastos de la banda ancha móvil de gran pantalla (módem USB) y gastos en banda ancha móvil que se emplea sobre el terminal móvil.

Finalmente, 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 o bien no habían utilizado el teléfono móvil durante su estancia en el extranjero, un 41,2%, o bien que lo habían utilizado pero mucho menos que en España, un 38,3%.

2.4 Los hogares según los accesos telefónicos que contratan

En el tercer trimestre de 2013 un 78,5% de los hogares disponían tanto de acceso telefónico fijo como de acceso telefónico móvil y, en cambio, un 17,2% disponía solo de acceso móvil. Los hogares que disponían solo de acceso fijo fueron un 4,2% del total¹². El número de hogares sin ningún tipo de acceso fue residual.

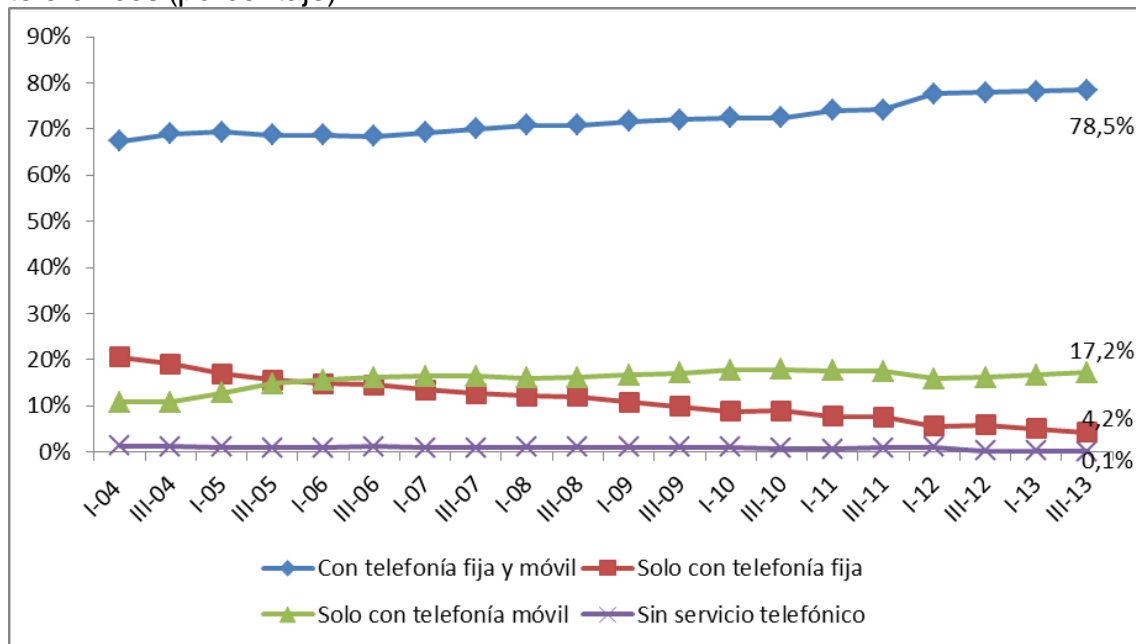
Gráfico 13. Hogares según la contratación de accesos telefónicos (III-13, porcentaje)



En el siguiente gráfico se muestra la evolución de los hogares españoles según el tipo de acceso telefónico que tenían contratado entre 2004 y 2013. Durante el último año se ha mantenido la tendencia de los años anteriores: los hogares que únicamente disponen de acceso fijo disminuyen, en contraposición con los hogares que disponen de ambos accesos que aumentan ligeramente.

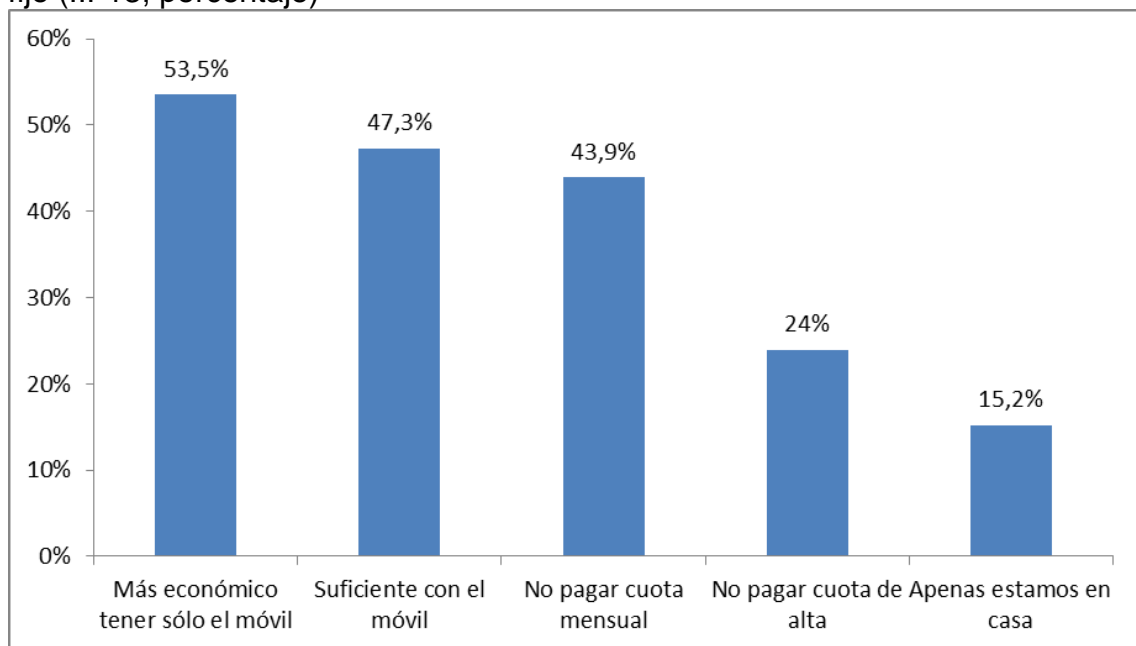
¹² En esta sección los hogares con solo acceso fijo pueden tener contratados, adicionalmente, otros servicios de comunicaciones electrónicas excepto la telefonía móvil. Lo mismo ocurre con los hogares con solo acceso móvil.

Gráfico 14. Evolución de los hogares según la contratación de accesos telefónicos (porcentaje)



Al preguntar a los hogares que no disponían de telefonía fija por las razones de esta elección destacan los argumentos económicos: algo más de la mitad manifestaron que era más económico tener solo el móvil y más de cuatro de cada diez manifestaron que no querían pagar una cuota mensual.

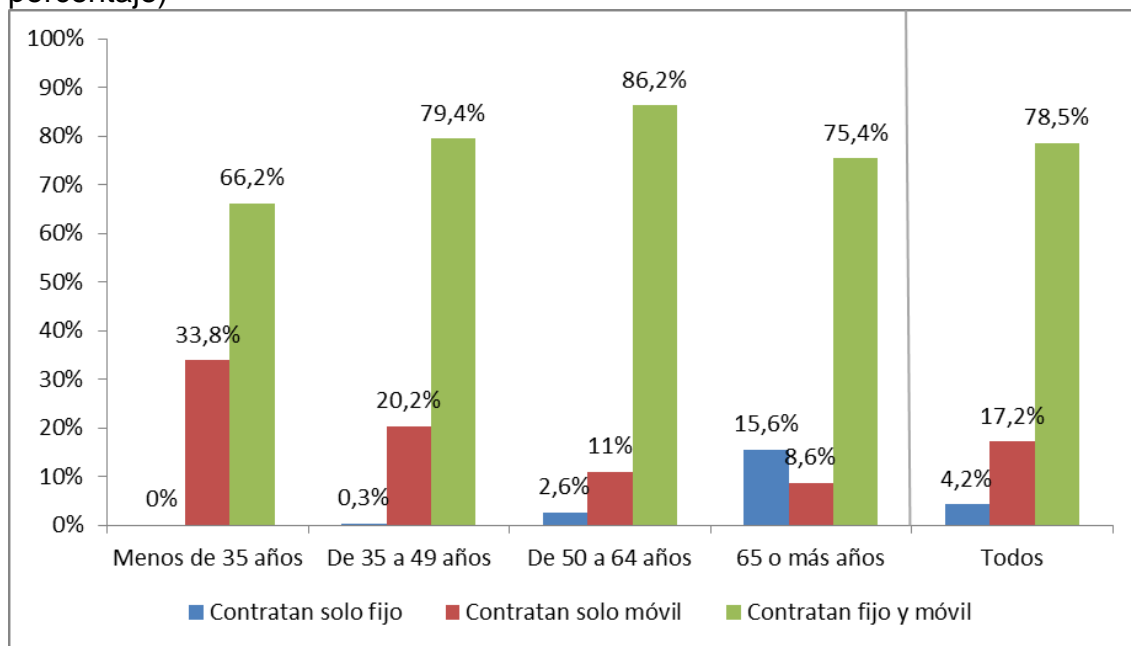
Gráfico 15. Hogares según los argumentos que aducen para no tener acceso fijo (III-13, porcentaje)*



*Este gráfico analiza respuestas múltiples.

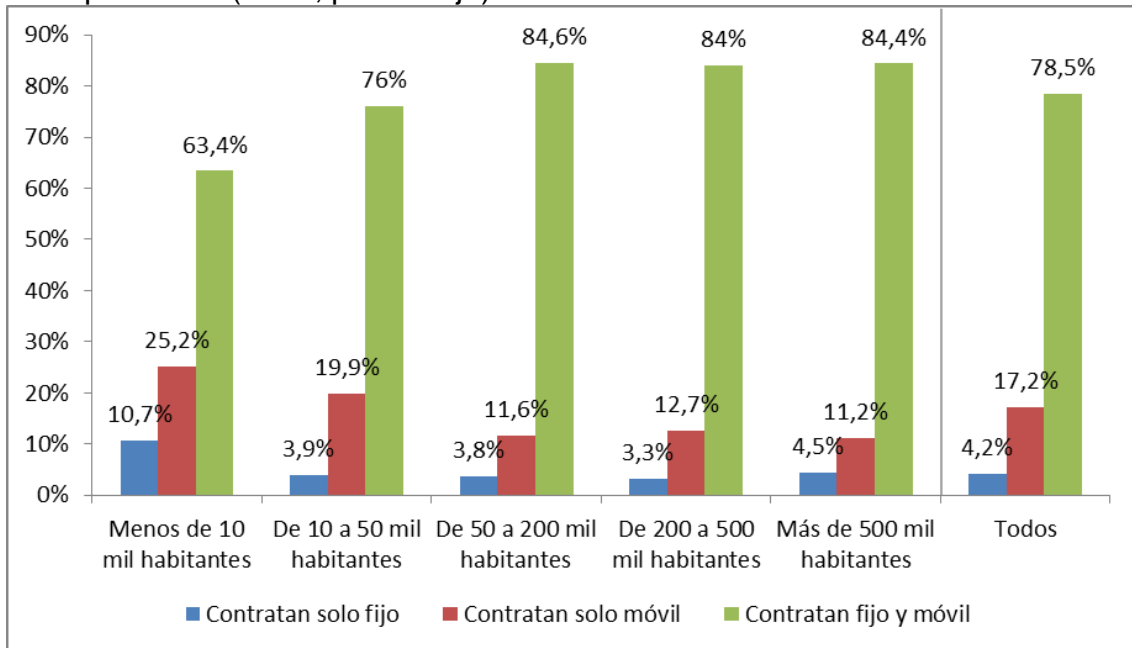
El Gráfico 16 muestra la incidencia de la edad de los hogares sobre la elección de accesos. Los hogares con miembros de 65 o más años fueron los más proclives a disponer de solo acceso fijo, un 15,6% de estos disponían únicamente de este servicio. En cambio, en los hogares de menos de 35 años uno de cada tres hogares solo disponía de acceso móvil, además, la opción de solo acceso fijo fue prácticamente inexistente en esta franja de edad.

Gráfico 16. Contratación de accesos telefónicos según la edad (III-13, porcentaje)



El Gráfico 17 muestra la disponibilidad de accesos de los hogares en función del tamaño del hábitat. Respecto a las cifras del tercer trimestre de 2012 destaca el hecho que durante el último año los porcentajes de hogares que disponían solo de telefonía fija descendieron en todos los grupos analizados.

Gráfico 17. Hogares según la contratación de accesos telefónicos y el tamaño de la población (III-13, porcentaje)

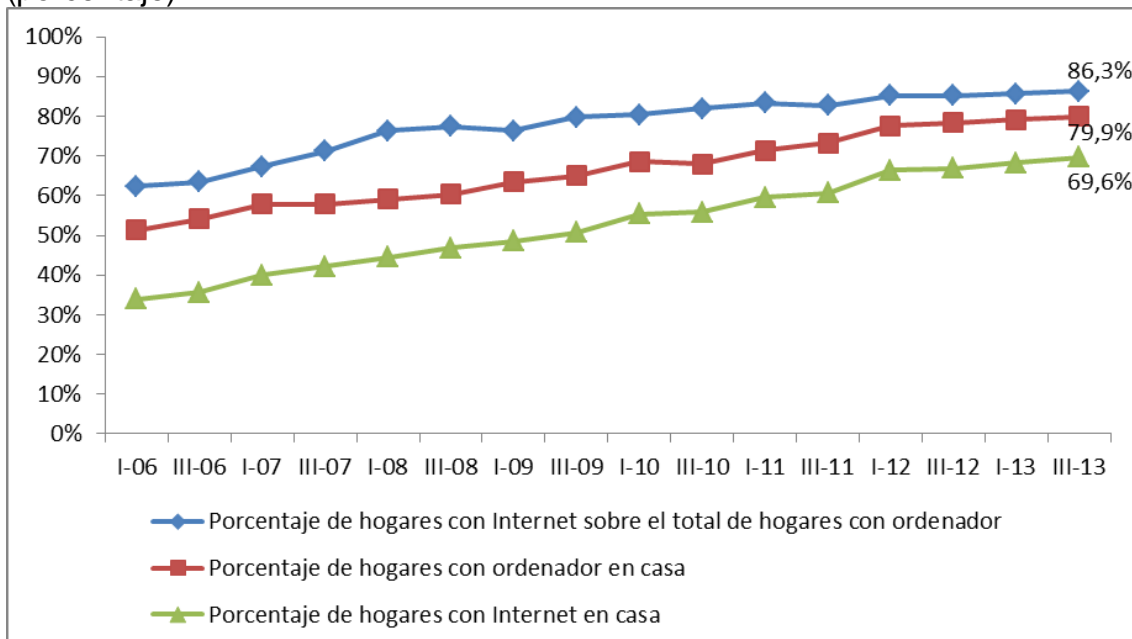


3. Internet

3.1 Penetración

En el tercer trimestre de 2013 un 69,6% de los hogares disponían de servicios de acceso a Internet y ocho de cada diez hogares disponía de ordenador. Así el 86,3% de los hogares con ordenador contrataron algún servicio de Internet.

Gráfico 18. Hogares con Internet sobre el total de hogares con ordenador (porcentaje)



Informe sobre los consumos y gastos de los hogares en los servicios de comunicaciones electrónicas. Segundo semestre de 2013.

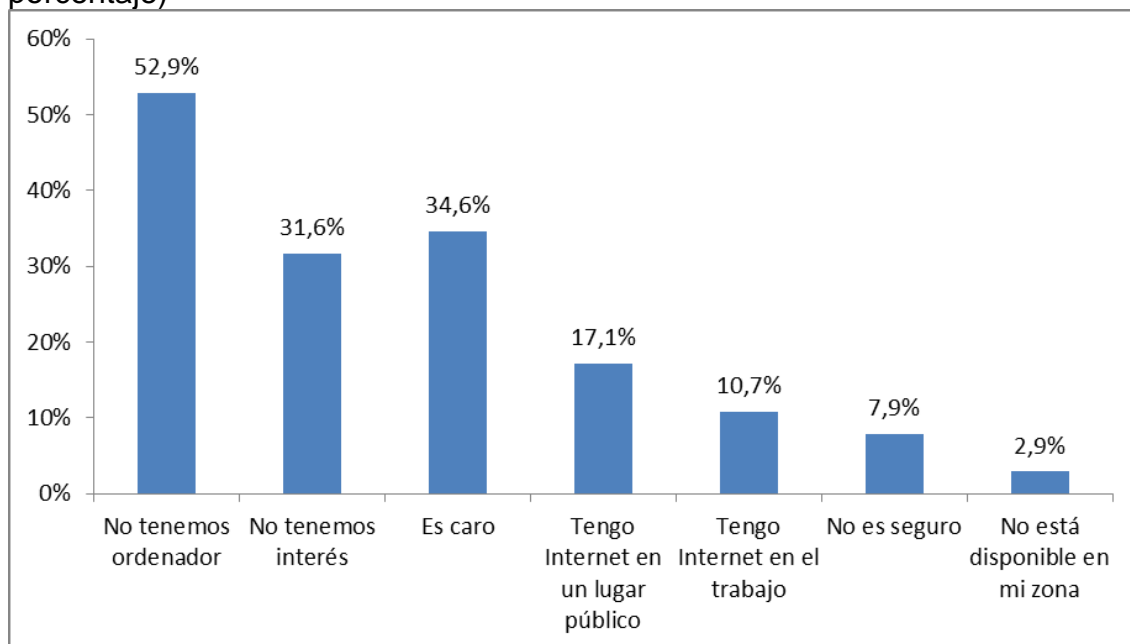
Aunque el crecimiento de la penetración de Internet en los últimos años ha sido constante, en el tercer trimestre de 2013 tres de cada diez hogares no disponían del servicio y uno de cada cuatro individuos declaraba no ser usuario de Internet.

Al preguntar a los hogares sin Internet por la razón por la que no contrataban el servicio, una vez más la razón más citada fue el no disponer de ordenador: en más de la mitad de los casos esta fue una de las razones esgrimidas. Ahora bien, por primera vez desde el primer trimestre de 2011 la segunda razón más citada fue que Internet es caro: un 34,6% de los hogares citó este motivo, cuando en el primer trimestre de 2011 este porcentaje fue de solo el 24,2%.

Debe destacarse que el aumento de este motivo para no contratar Internet ha sido contemporáneo a una reducción importante de los precios del servicio. Por ejemplo, el gasto medio en el paquete doble que incluye la banda ancha fija (además de la telefonía fija y el acceso) ha descendido aproximadamente un 10% durante este periodo.

No obstante, la mitad de los hogares sin Internet pertenecen a las clases sociales baja y media baja, que han sido aquéllas en las que la crisis económica ha tenido un mayor impacto en términos de renta disponible en el hogar.

Gráfico 19. Razones mencionadas para no tener Internet en el hogar (III-13, porcentaje)*



*Este gráfico analiza respuestas múltiples

Por último, en el tercer trimestre de 2013 las principales características socio-demográficas de los hogares que no contrataron Internet fueron: hogares ubicados en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, hogares cuyos miembros superaron los 65 años de edad y hogares de clase social baja o media baja¹³.

Así, en el grupo de edad de 65 años o más el porcentaje de hogares con Internet fue del 40,8%, contrastando con el dato del resto de hogares para los que el porcentaje superó el 70%. De forma análoga, la penetración de Internet en los hogares de clase social alta y media alta se situó en el 82,7%, mientras que en los hogares de clase social baja y media baja dicha penetración fue ligeramente inferior al 50%.

3.2 Tecnologías de acceso

Para concluir, la Tabla 20 muestra las tecnologías de acceso a Internet utilizadas por los hogares. Prácticamente ocho de cada diez hogares accedieron a Internet mediante la tecnología ADSL.

Tabla 20. Tecnologías de acceso a Internet en el hogar (III-13, porcentaje)*¹⁴

ADSL	78,6%
Cable	17,7%
Banda ancha móvil-USB	16,6%
Banda estrecha	2,2%
Otros	1,9%
No sabe/ no contesta	1,1%

*Esta tabla analiza respuestas múltiples

4 Televisión de Pago

4.1 Penetración

Un 21,2% de los hogares españoles contrataron servicios de televisión de pago en el tercer trimestre de 2013, incluyendo las diferentes tecnologías de acceso a la televisión de pago: satélite, televisión-IP y cable.

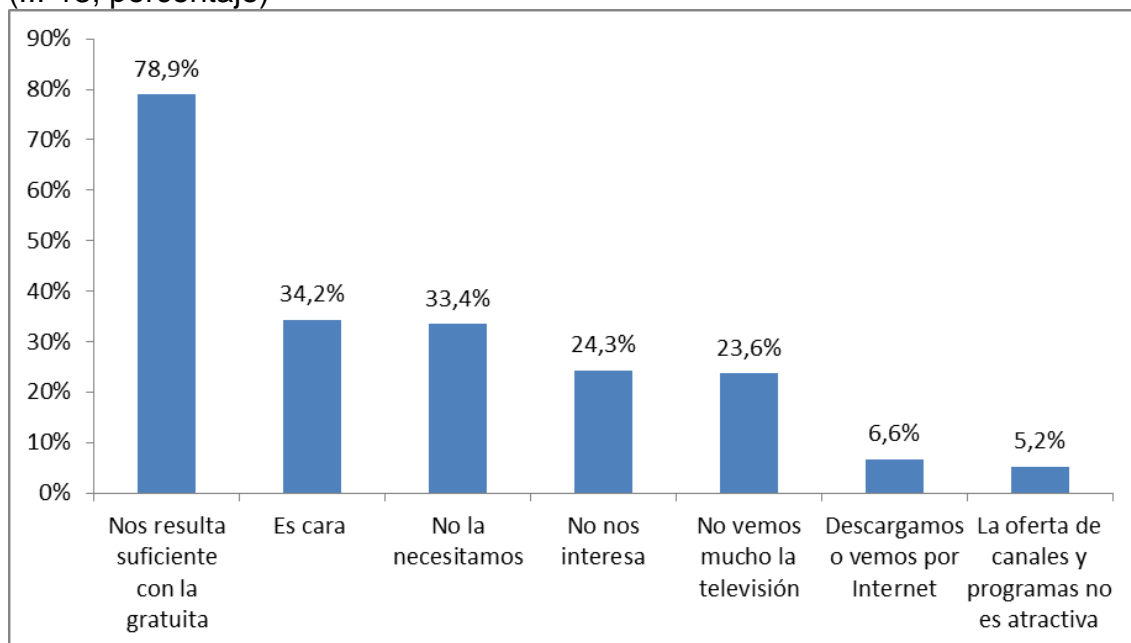
¹³ La variable clase social se construye teniendo en cuenta el tipo de actividad y el nivel de estudios, tomando como referencia la definición de la AIMC.

¹⁴ En el cuestionario de los hogares se les pide cuál es su forma de conexión a Internet, siendo las opciones: Línea telefónica convencional, ADSL, Cable, RDSI, Banda ancha móvil para emplearla con el ordenador, Otros, No sabe.

De nuevo, las mayores tasas de penetración se produjeron en los municipios con poblaciones entre los 200.000 y 500.000 habitantes y las menores en los municipios más pequeños, los de menos de 10.000 habitantes.

La razón más declarada por los hogares como motivo para no disponer de televisión de pago fue que la televisión gratuita era suficiente: cerca de ocho de cada diez hogares compartían esta opinión. Como novedad respecto a anteriores informes, en esta ocasión se añadió la opción “descargamos o vemos contenidos por Internet”, que fue citada por casi siete de cada cien hogares.

Gráfico 21. Razones que los hogares aducen para no tener televisión de pago* (III-13, porcentaje)



*Este gráfico analiza respuestas múltiples

4.2 Gastos por hogar

El gasto medio por hogar en televisión de pago cuando esta no se contrató como parte de un paquete, fue de 40 euros al mes en el cuarto trimestre de 2013. Esta cifra se mantiene relativamente estable durante los últimos años.

Tabla 22. Gastos medios por hogar y mes del hogar que contrata el servicio de televisión de pago sin empaquetar (euros/mes)

	IV -13	IV -12
Gasto total	40	38,6

Para finalizar, el 1,5% de los hogares con televisión de pago llevaron a cabo compras de video bajo demanda o de pago por visión. Este porcentaje se ha ido reduciendo paulatinamente desde el 10% reportado en el segundo trimestre de 2011.

5. Fuente de datos y metodología

Este estudio se centra en el segmento residencial del mercado y su ámbito es nacional¹⁵. La fuente en la que se basa es el “Panel de los Hogares” CNMC-Red.es.

El Panel resulta de la recogida de información directa de una muestra de hogares e individuos. La empresa TNS Investigación 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 cuarto trimestre de 2013 (datos cuya fuente son las facturas) y las informaciones sobre penetraciones y motivaciones de los hogares corresponden al tercer trimestre de 2013 (datos cuya fuente son las respuestas a los cuestionarios).

El muestreo es poli-etápico, aporportional por tamaño de la Comunidad Autónoma y estratificado proporcional por tamaño de población, clase social y número de personas en el hogar. En el tercer trimestre de 2013 la muestra neta de los cuestionarios fue de 3.054 hogares y de 6.553 individuos de 10 o más años. La muestra neta de facturas en el cuarto trimestre de 2013 corresponde a 2.619 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 del 1,2% para los individuos.

¹⁵ Se excluye a Ceuta y Melilla.

