



**INFORME SOBRE LOS CONSUMOS Y GASTOS  
DE LOS HOGARES ESPAÑOLES EN LOS  
SERVICIOS DE COMUNICACIONES  
ELECTRÓNICAS.  
PRIMER SEMESTRE DE 2014**

**ESTAD/CNMC/0003/15**

**Marzo 2015**

# Índice

Resumen ejecutivo	3
<hr/>	
1. Introducción	4
1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas	4
1.2 Los hogares según los servicios que contratan	6
1.3 Gastos por hogar y mes de los servicios más contratados	7
<hr/>	
2. Servicios de voz	8
2.1 Penetración	8
2.2 Modo de facturación	8
2.3 Gastos en servicios telefónicos	10
2.4 Los hogares según los accesos telefónicos que contratan	12
<hr/>	
3. Internet	16
<hr/>	
4. Televisión de pago	17
4.1 Penetración	17
4.2 Gastos por hogar	18
<hr/>	
5. Fuente de datos y metodología	19

## RESUMEN EJECUTIVO

En el primer trimestre de 2014, la penetración de Internet en los hogares españoles creció moderadamente y alcanzó el 70%. También es destacable que en los municipios de menos de 10.000 habitantes dicha penetración superó el 55% en el primer trimestre de 2014, lo que implica un crecimiento superior al 25% desde el 2011.

La penetración de la televisión de pago se situó en el 21,9%. Como viene siendo habitual, el motivo más declarado por los hogares para no disponer de este servicio fue que la televisión en abierto les resultaba suficiente: casi ocho de cada diez hogares compartían esta opinión.

La combinación de servicios más habitual en los hogares españoles es la compuesta por la telefonía fija y móvil e Internet, con un 46,1% de hogares, seguida por los hogares que además de estos tres servicios contrataba la televisión de pago, un 17,5% del total. Por tanto, prácticamente dos de cada tres hogares disponen de una de estas dos combinaciones de servicios.

En cuanto a los gastos, en general, se mantiene la tendencia de descensos observada en algunos servicios en los últimos años. Así destaca el descenso en el gasto de los hogares que contratan un paquete triple (telefonía y banda ancha fija y televisión de pago) como el gasto en telefonía móvil de pospago, que en ambos casos superó el 10% interanual en el primer trimestre de 2014.

## 1. Introducción<sup>1</sup>

### 1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas

En el primer trimestre de 2014 la penetración de Internet en los hogares españoles alcanzó el 70%, con un incremento interanual del 2,5%. Aun así, tanto la telefonía fija como la móvil continúan teniendo unas penetraciones mayores en los hogares españoles.

En cambio, la televisión de pago sufrió un retroceso durante el último año, de más de un 2% interanual, con lo que sigue siendo el servicio con menor penetración de los analizados en este informe.

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

	IT - 14	IT - 13 <sup>2</sup>
Telefonía fija	83,3%	83,2%
Telefonía móvil	95,3%	94,8%
Internet	70,0%	68,3%
Televisión de pago	21,9%	22,4%

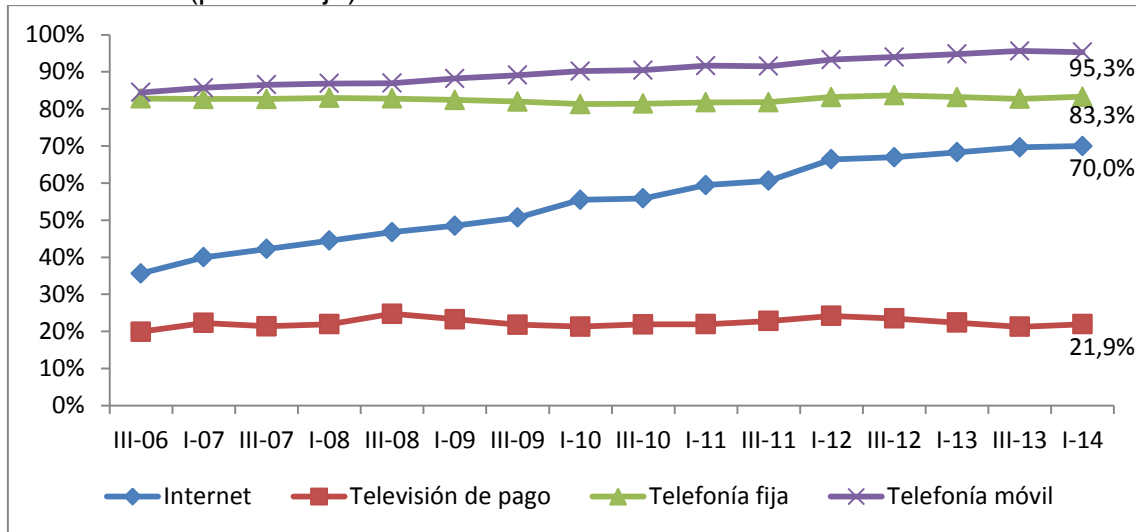
El servicio de Internet incluye tanto los servicios de banda ancha fija y banda ancha móvil como la banda estrecha. En particular, el 98,0% de los hogares con acceso a Internet dispusieron de una conexión de banda ancha, es decir, el 68,6% de los hogares contaron con este servicio.

El Gráfico 2 muestra la evolución de los servicios de comunicaciones electrónicas más habituales en los hogares durante los últimos años.

<sup>1</sup> 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 con informaciones derivadas del procesamiento de facturas cuyo trabajo de campo tuvo lugar durante el primer trimestre de 2014.

<sup>2</sup> Al no disponer de datos fuente recabados durante el primer trimestre de 2013, los indicadores relativos a la encuesta para este trimestre se han obtenido interpolando los resultados del tercer trimestre de 2012 y del tercer trimestre de 2013, cuando sí hubo datos fuente. De forma similar los valores reportados relativos a información de facturas se han obtenido promediando los resultados del cuarto trimestre de 2012 y del segundo trimestre de 2013.

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

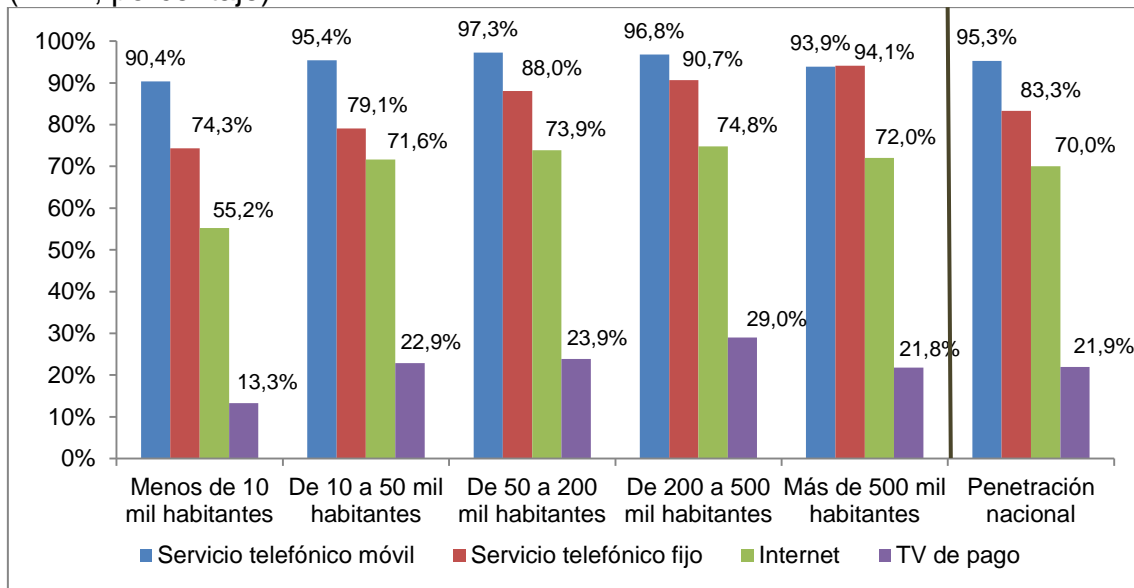


### 1.1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas según el tamaño de la población

La penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas en los hogares diverge según el tamaño del municipio donde reside el hogar. Por ejemplo, las tasas menos elevadas de penetración de los servicios se encuentran en los municipios con menos de 10.000 habitantes, cuyas penetraciones están por debajo del promedio nacional en los cuatro servicios informados.

Particularmente, las mayores diferencias en las tasas de penetración se observan en los servicios de televisión de pago e Internet, servicios ofertados mayoritariamente sobre conexiones de red fija. Las menores penetraciones de estos servicios en los municipios de menor tamaño podrían explicarse por variables socio-demográficas como la mayor edad o la menor renta de los hogares. Aun así, es destacable que la penetración de Internet en los municipios de menos de 10.000 habitantes superó el 55% en el primer trimestre de 2014, lo que supone que esta penetración ha experimentado un crecimiento superior al 25% en los últimos tres años.

Gráfico 3: Hogares que disponen de servicios según el tamaño de la población (IT-14, porcentaje)



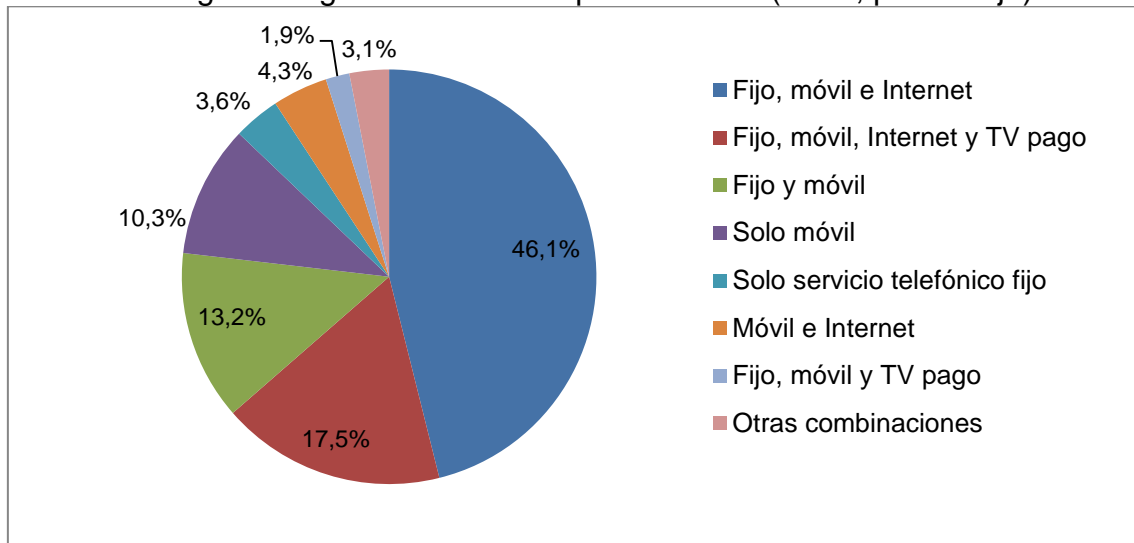
## 1.2 Los hogares según los servicios que contratan

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)<sup>3</sup>. 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).

La combinación de servicios más común en los hogares españoles es la de telefonía fija y móvil e Internet, un 46,1% de los hogares disponían de estos tres servicios exclusivamente. A continuación se sitúan los hogares que disponen de los todos los servicios analizados en este informe (telefonía fija y móvil, Internet y televisión de pago) con un 17,5%. En tercer lugar, se encuentran los hogares que tan solo disponen de telefonía fija y móvil, un 13,2% del total.

<sup>3</sup> 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 (IT-14, porcentaje)



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

La Tabla 5 muestra los gastos medios por hogar de los servicios de comunicaciones electrónicas más contratados<sup>4</sup>.

Durante el último año destaca el descenso en el gasto de los hogares tanto en el caso del paquete triple (telefonía y banda ancha fija y televisión de pago) como el gasto en telefonía móvil de pospago, que en ambos casos superó el 10% interanual.

En cambio, el gasto en el paquete cuádruple (telefonía fija y móvil, banda ancha fija y móvil y acceso fijo) aumentó moderadamente, un 3,4%. Esto podría deberse a migraciones de los consumidores a paquetes menos económicos pero con mayores prestaciones o basados en tecnología de fibra. Deberá esperarse a trimestres futuros para comprobar si dicha tendencia se consolida.

<sup>4</sup> 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)<sup>5</sup>

	IT - 14	IT - 13
Telefonía y banda ancha fija, televisión de pago y acceso fijo	43,2	50,3
Telefonía y banda ancha fija y acceso fijo	32,8	34,1
Telefonía fija y acceso fijo	19,6	19,3
Telefonía móvil de pospago	25,2	28,2
Telefonía fija y móvil, banda ancha fija y móvil y acceso fijo	42,3	40,9

## 2. Servicios de Voz

### 2.1. Penetración

La penetración de la telefonía fija en los hogares españoles se situó en el 83,3% y en el caso de la telefonía móvil la penetración llegó al 95,3% de los hogares.

### 2.2. Modo de facturación

#### 2.2.1. Telefonía fija

La aparición de los paquetes cuádruples y quíntuples, a finales de 2012, supuso una fuerte disrupción de la forma de contratación de los servicios fijos y móviles. De esta manera, en el primer trimestre de 2014, cerca de un 30% de los hogares con telefonía fija contrató este servicio junto con servicios móviles.

Muchos de estos hogares dejaron de contratar los paquetes dobles y triples, que no incluían servicios móviles, sustituyéndolos por estos nuevos paquetes (cuádruples y quíntuples) que sí los incorporan. Esto se refleja en la caída de hogares que contrataron la telefonía fija mediante un paquete doble o triple que fue de casi 20 puntos porcentuales entre el primer trimestre de 2013 y 2014.

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

	IT - 14	IT - 13
Sin empaquetar	27,9%	30,0%
Con banda ancha fija	36,0%	50,5%
Con banda ancha fija y televisión	6,9%	12,0%
Con banda ancha fija y servicios móviles	24,4%	5,4%
Con televisión de pago	1,0%	1,4%
Con banda ancha fija, televisión de pago y servicios móviles	3,7%	0,8%
Total	100,0%	100,0%

<sup>5</sup> 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 pospago.



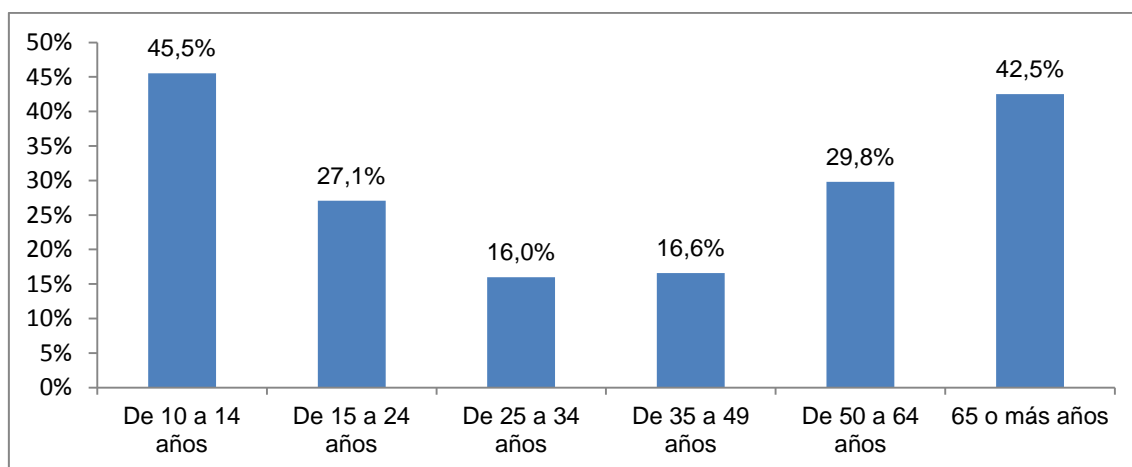
### 2.2.2. Telefonía móvil

A diferencia de los servicios fijos, cuyo uso comparten los miembros del hogar, la telefonía móvil se caracteriza por ser un servicio de uso individual. En el primer trimestre de 2014 el 86,5% de los individuos<sup>6</sup> disfrutaron de algún servicio de telefonía móvil.

Entre estos individuos, un 71,4% contrató un servicio móvil de postpago y un 25,3% contrató un servicio de prepago. Por último, el restante 3,3% de individuos contrató simultáneamente servicios de prepago y postpago.

La forma de contratación no fue igual según la edad o el tipo de actividad laboral de los individuos. Así, la modalidad de prepago fue más habitual en los individuos de 10 a 14 años, y en los de 65 o más años, comparativamente con los individuos de otras edades. Probablemente el control del gasto y de consumos que permite el prepago explique estas diferencias.

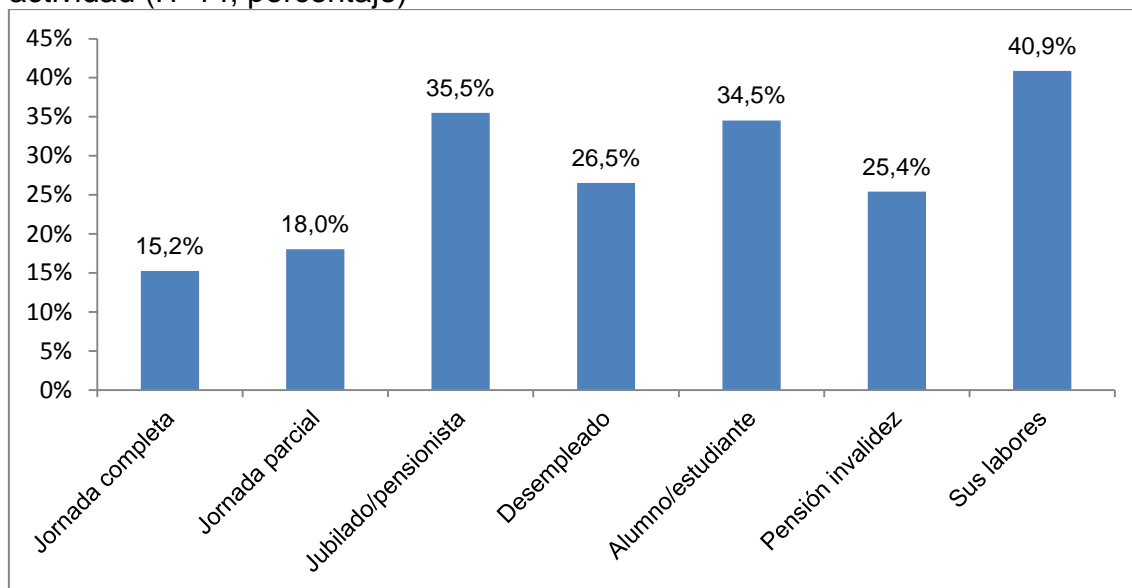
Gráfico 7. Individuos con solo prepago sobre individuos con móvil según edad (IT-14, porcentaje)



De forma similar, los individuos con mayores tasas de prepago son los estudiantes, los jubilados y los amos de casa.

<sup>6</sup> Se consideran a los individuos de 10 o más años.

Gráfico 8. Individuos con solo prepago sobre individuos con móvil según tipo de actividad (IT-14, porcentaje)



### 2.3 Gastos en servicios telefónicos

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

En el caso de la telefonía fija, la Tabla 9 reporta los gastos del servicio cuando este se contrata sin empaquetar, hecho que sucede en el 27,9% 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.

El gasto total en telefonía fija sin empaquetar en el primer trimestre de 2014 fue de 19,6 euros al mes. Este gasto ha sido relativamente estable durante los dos últimos años al situarse aproximadamente entre los 19 y los 20 euros mensuales.

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

	IT - 14	IT - 13
Gasto total	19,6	19,3
Cuota de abono	15,5	14,8
Tráficos <sup>7</sup>	4,1	4,5

<sup>7</sup> 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.

A diferencia de la tabla anterior que reporta los gastos de los hogares, la Tabla 10 presenta información relativa a los gastos mensuales en telefonía móvil de pospago por individuo y mes<sup>8</sup>.

Tal y como ha sucedido en los últimos periodos tanto el gasto en llamadas como el gasto en mensajes de texto se han visto reducidos sustancialmente, respectivamente un 46,6% y un 60,0%. También el gasto total por individuo ha experimentado un descenso de casi un 13% interanual, cifra menor a las anteriores ya que las caídas en llamadas y mensajes se compensan por el aumento del 6,1% del gasto bajo el epígrafe “Resto”, cuya componente principal es el gasto en banda ancha móvil.

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

	IT - 14	IT - 13
Gasto total	15,5	17,8
Gasto voz	3,2	6,0
Gasto SMS	0,2	0,5
Resto <sup>9</sup>	12,1	11,4

La banda ancha móvil continuó durante el primer trimestre de 2014 con su expansión: el porcentaje de individuos que contrataron tarifas planas de banda ancha móvil y voz sobre el total de individuos con móvil de pospago alcanzó el 63,8%, cifra que contrasta con el 3,0% correspondiente al segundo trimestre de 2011.

En cuanto a los gastos, tal y como muestra la Tabla 11, el gasto medio de los individuos que contrataron este tipo de ofertas se redujo considerablemente durante el último año. Así, el gasto medio en tarifas plana de banda ancha móvil se situó en los seis euros y medio al mes y el gasto medio en el paquete de banda ancha y voz móviles en 15,7 euros al mes.

<sup>8</sup> 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).

<sup>9</sup> 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.

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)

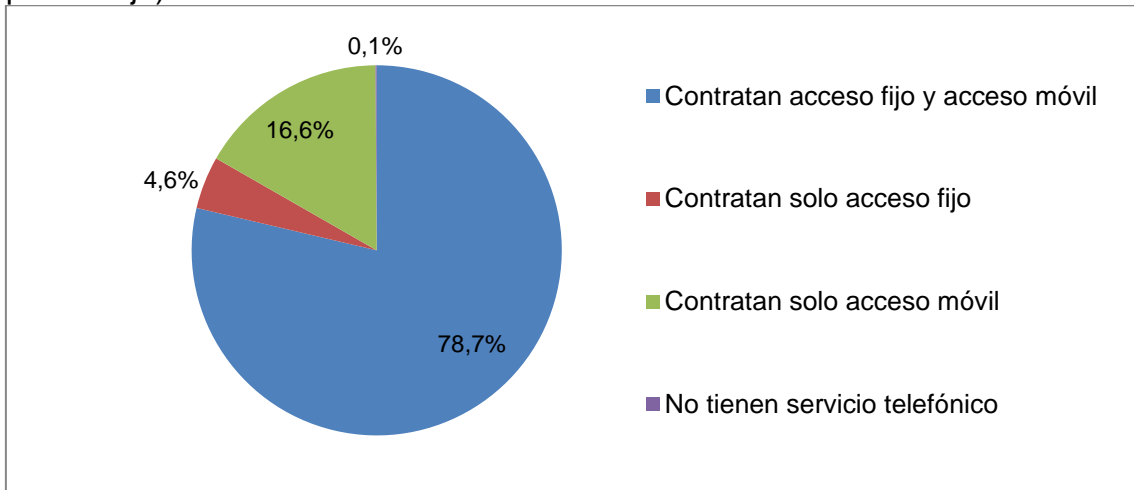
	IT - 14	IT - 13
Tarifa plana de banda ancha móvil <sup>10</sup>	6,5	10,4
Tarifa plana de banda ancha y voz móvil	15,7	20,4

Para acabar, 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 35,6%, o bien que lo habían utilizado pero mucho menos que en España, un 44,3%.

## 2.4 Los hogares según los accesos telefónicos que contratan

En el primer trimestre de 2014 un 78,7% de los hogares disponían tanto de acceso telefónico fijo como de acceso telefónico móvil y, en cambio, un 16,6% disponía solo de acceso móvil. Los hogares que disponían solo de acceso fijo fueron un 4,6% del total<sup>11</sup>. El número de hogares sin ningún acceso fue testimonial.

Gráfico 12. Hogares según la contratación de accesos telefónicos (IT-14, porcentaje)



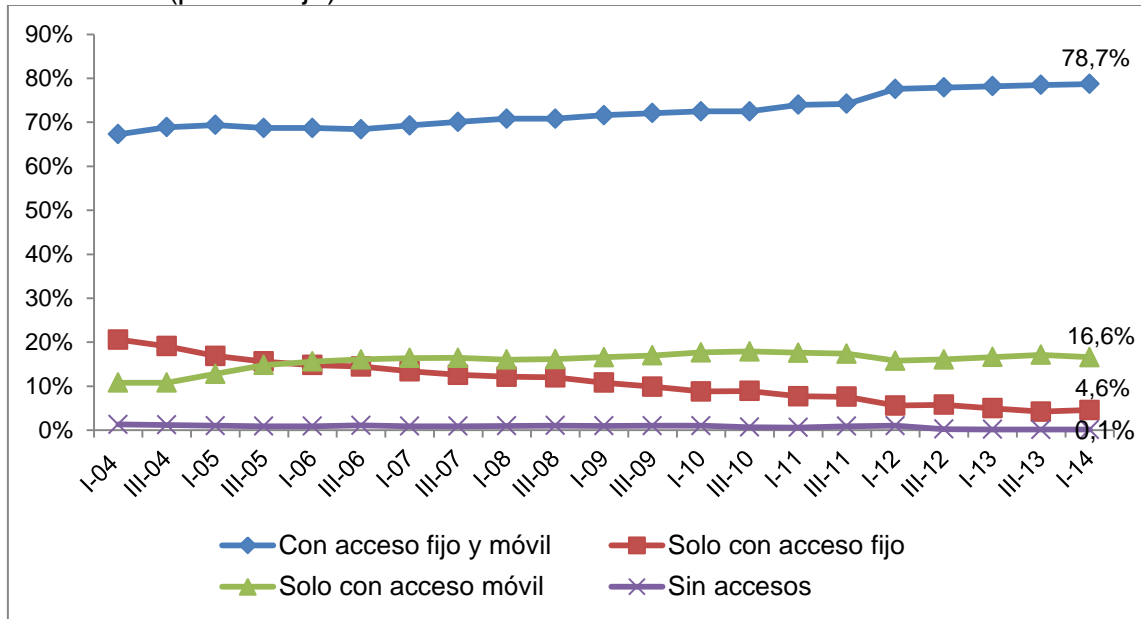
En el siguiente gráfico puede observarse la evolución de los hogares españoles según el tipo de acceso telefónico que tenían contratado entre el primer

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> 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.

trimestre de 2004 y el primer trimestre de 2014. En estos diez años, el porcentaje de hogares que disponen de los dos tipos de accesos telefónicos ha aumentado un 16,9%, el de los hogares que solo disponen de acceso móvil ha aumentado un 53,7% y, por el contrario, el porcentaje de hogares que disponen solo de acceso fijo ha disminuido un 77,7%.

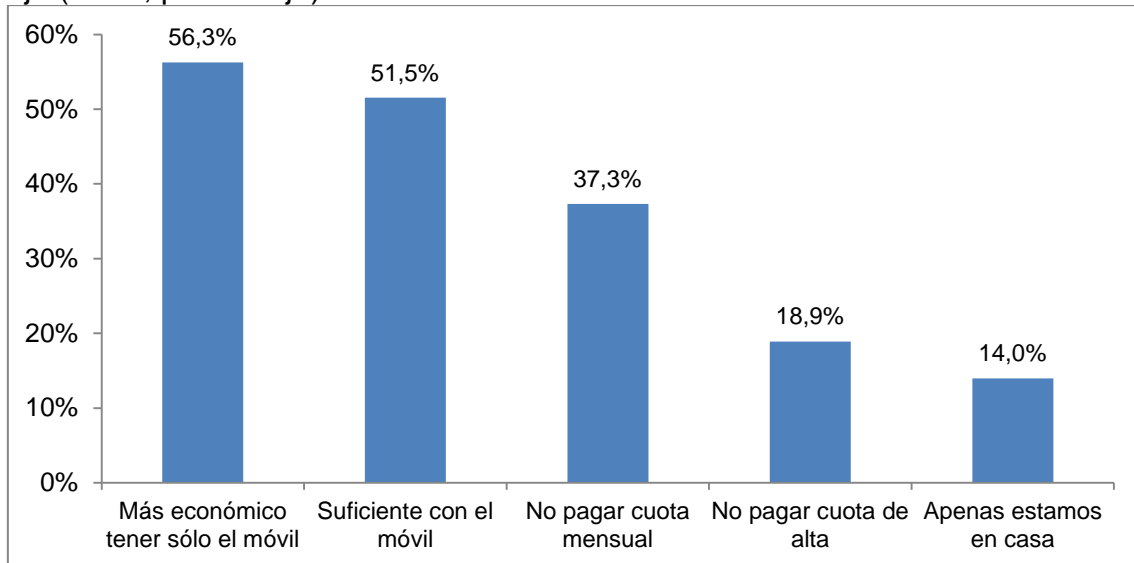
Gráfico 13. Evolución de los hogares según la contratación de accesos telefónicos (porcentaje)



Al preguntar a los hogares que no disponían de acceso fijo por los motivos de esta elección destacan los argumentos de índole económica: más de la mitad manifestaron que era más económico tener solo el móvil y casi cuatro de cada diez manifestaron que no querían pagar una cuota mensual.

De hecho, el evitar pagos de una cuota fija mensual también se corresponde con el hecho de que entre los individuos que solo tenían telefonía móvil era más frecuente disponer de servicio de prepago, un 35,2% de estos individuos tenían solo prepago, mientras que en los individuos con móvil que residían en hogares con telefonía fija este porcentaje era del 22,8%.

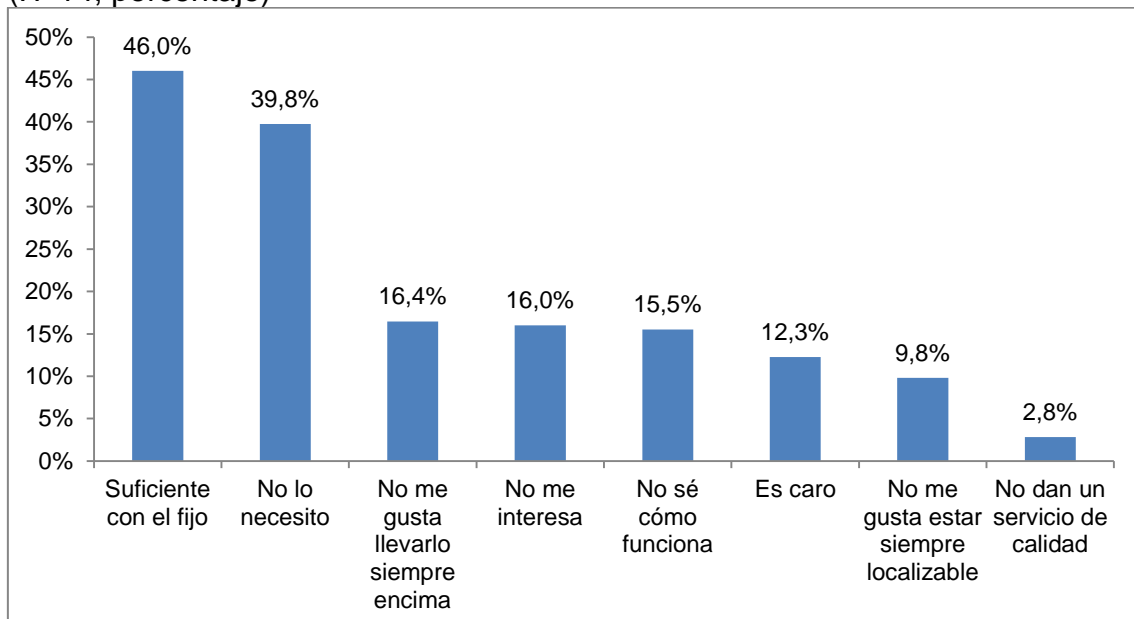
**Gráfico 14. Hogares según los argumentos que aducen para no tener acceso fijo (IT-14, porcentaje)\***



\*Este gráfico analiza respuestas múltiples.

En cambio, al preguntar a los individuos que no disponían de telefonía móvil por los motivos de esta elección los argumentos económicos tuvieron un peso menor: solo un 12,3% adujo que la telefonía móvil era cara. Los motivos más citados fueron tener suficiente con la telefonía fija, con un 46,0% y no necesitar el móvil con un 39,8%. De hecho, las declaraciones de los hogares en 2014 son similares a las obtenidas en el primer trimestre de 2011. Por ejemplo, entonces un 14,4% de los hogares declaraba que no disponían de servicio móvil por ser caro.

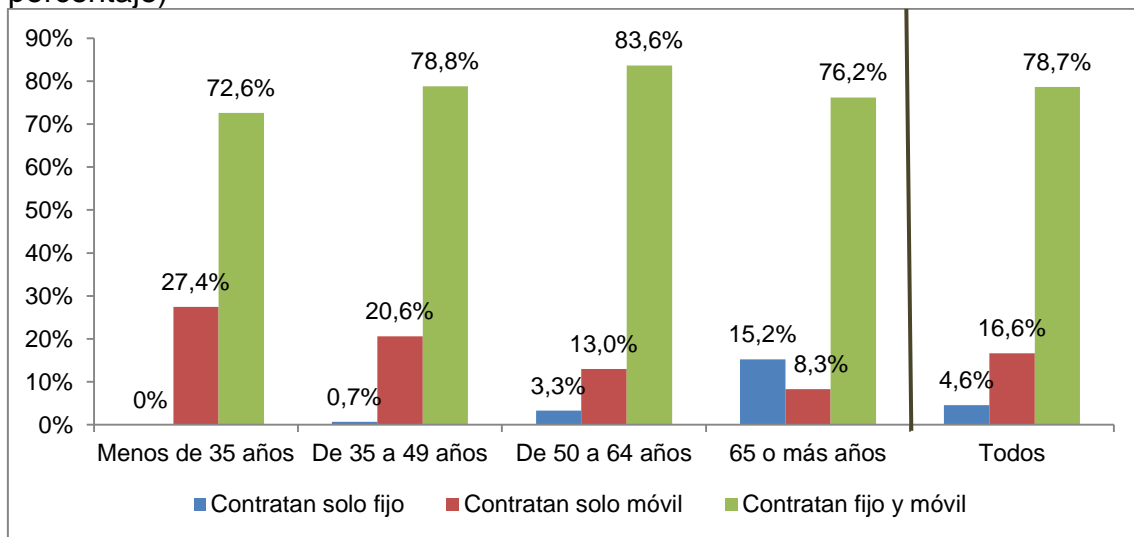
**Gráfico 15. Individuos según los argumentos que aducen para no tener móvil (IT-14, porcentaje)\***



\*Este gráfico analiza respuestas múltiples.

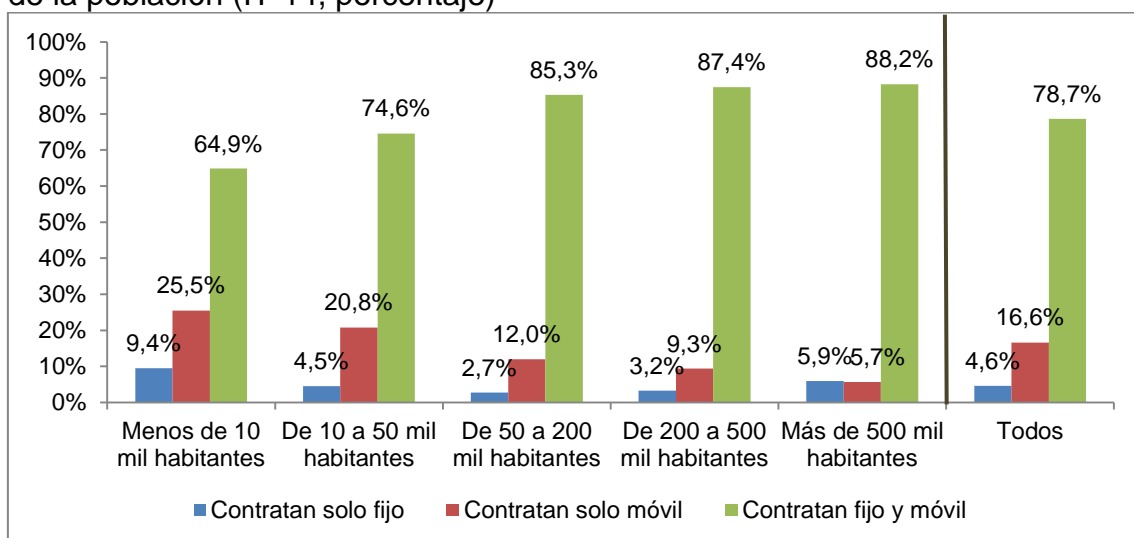
El Gráfico 16 muestra cómo la edad de los hogares influye en la elección de accesos. Los hogares con miembros de 65 o más años fueron los más proclives a disponer de solo acceso fijo, un 15,2% de estos disponían únicamente de este servicio. Por el contrario, en los hogares de menos de 35 años un 27,4% de los hogares solo disponía de acceso móvil, además, la opción de solo acceso fijo fue prácticamente inexistente en este rango de edad.

Gráfico 16. Contratación de accesos telefónicos según la edad (IT-14, porcentaje)



El Gráfico 17 muestra la disponibilidad de accesos de los hogares en función del tamaño del hábitat. El gráfico muestra cómo a medida que el tamaño del municipio aumenta lo hace también la disponibilidad simultánea de los accesos fijo y móvil por parte de los hogares.

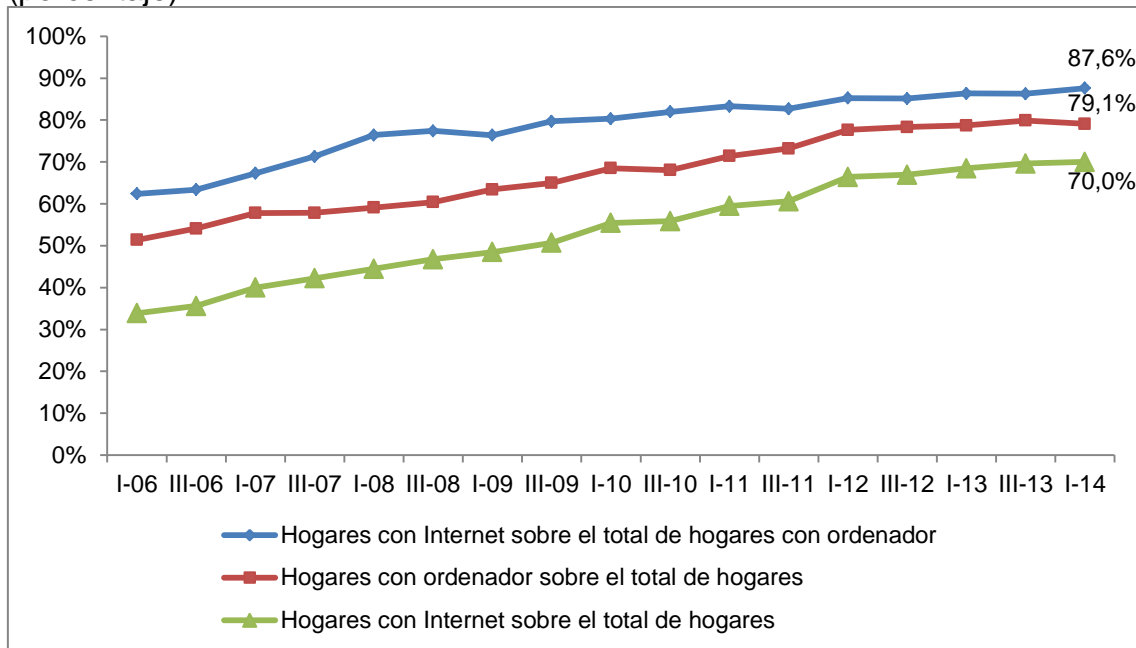
Gráfico 17. Hogares según la contratación de accesos telefónicos y el tamaño de la población (IT-14, porcentaje)



### 3. Internet

En el primer trimestre de 2014 siete de cada diez hogares disponían de servicios de acceso a Internet y casi ocho de cada diez disponía de ordenador. Además, el 87,6% de los hogares con ordenador contrataron algún servicio de Internet.

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

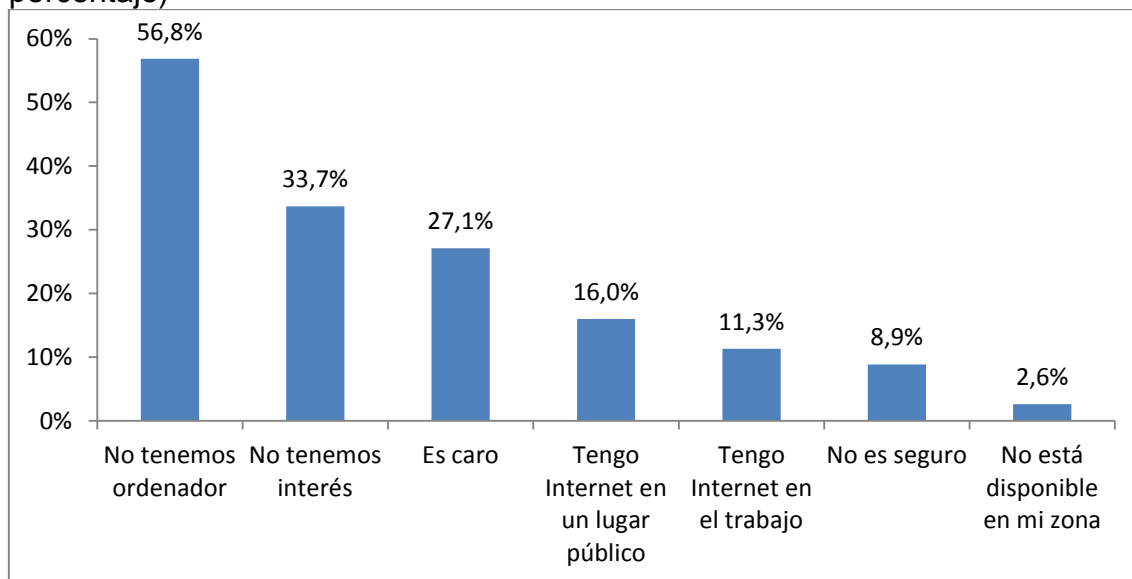


A pesar del crecimiento continuo de la penetración de Internet durante los últimos años, en el primer trimestre de 2014 tres de cada diez hogares no disponían todavía del servicio.

Al preguntar a estos hogares la razón por la que no contrataban el servicio, una vez más la razón más citada fue el no disponer de ordenador: en un 56,8% de los casos esta fue una de las razones declaradas. También son destacables los motivos relacionados con la falta de interés, esgrimidas por uno de cada tres hogares sin Internet y el precio del servicio, un 27,1% de los hogares sin Internet declararon que contratar el servicio era caro, porcentaje tres puntos superior al obtenido en el primer trimestre de 2011.



Gráfico 19. Razones mencionadas para no tener Internet en el hogar (IT-14, porcentaje)\*



\*Este gráfico analiza respuestas múltiples

Para finalizar esta sección, en el primer trimestre de 2014 las principales características socio-demográficas de los hogares que no contrataron Internet fueron: hogares ubicados en municipios de menos de 10.000 habitantes, hogares cuyos miembros superaron los 65 años de edad y hogares de clase social baja o media baja<sup>12</sup>.

Por ejemplo, en el grupo de edad de 65 años o más el porcentaje de hogares con Internet fue del 42,0%, contrastando con el dato del resto de hogares para los que el porcentaje superó el 70%. De forma similar, 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%.

## 4 Televisión de Pago

### 4.1 Penetración

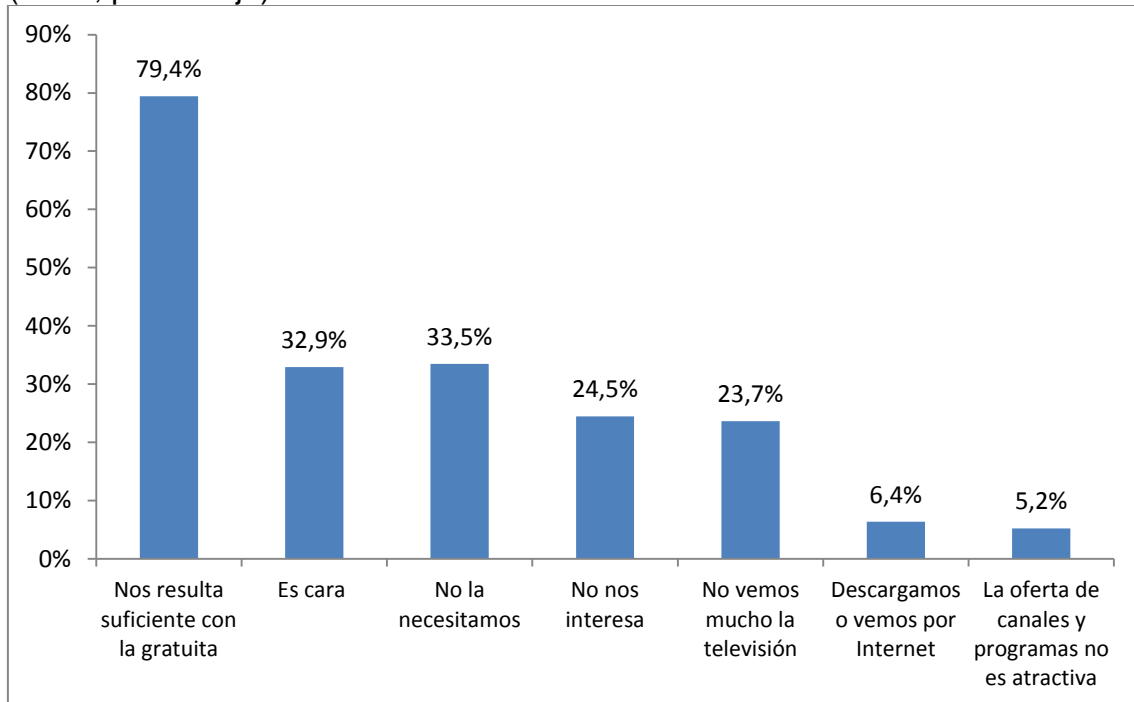
Un 21,9% de los hogares españoles contrataron servicios de televisión de pago en el primer trimestre de 2014, incluyendo las diferentes tecnologías de acceso a la televisión de pago: satélite, televisión-IP y cable.

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.

<sup>12</sup> 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.

El motivo más declarado por los hogares para no disponer de televisión de pago fue que la televisión gratuita era suficiente: casi ocho de cada diez hogares compartían esta opinión. También es destacable que casi uno de cada tres hogares declaró que la televisión de pago era cara, aproximadamente el mismo valor que en 2011.

Gráfico 20. Razones que los hogares aducen para no tener televisión de pago\* (IT-14, 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 mediante un paquete, fue de 40,6 euros al mes en el primer trimestre de 2014.

Tabla 21. Gastos medios por hogar y mes del hogar que contrata el servicio de televisión de pago sin empaquetar (euros/mes)

	IT -14	IT -13
Gasto total	40,6	38,9

## 5. Fuente de datos y metodología

Este estudio se centra en el segmento residencial del mercado y su ámbito es nacional<sup>13</sup>. 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 tanto las informaciones relativas a gastos y consumos (datos cuya fuente son las facturas) como las informaciones sobre penetraciones y motivaciones de los hogares (datos cuya fuente son las respuestas a los cuestionarios) corresponden al primer trimestre de 2014.

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 primer trimestre de 2014 la muestra neta de los cuestionarios fue de 3.180 hogares y de 6.636 individuos de 10 o más años y la muestra neta de facturas corresponde a 2.724 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.

---

<sup>13</sup> Se excluye a Ceuta y Melilla.

