

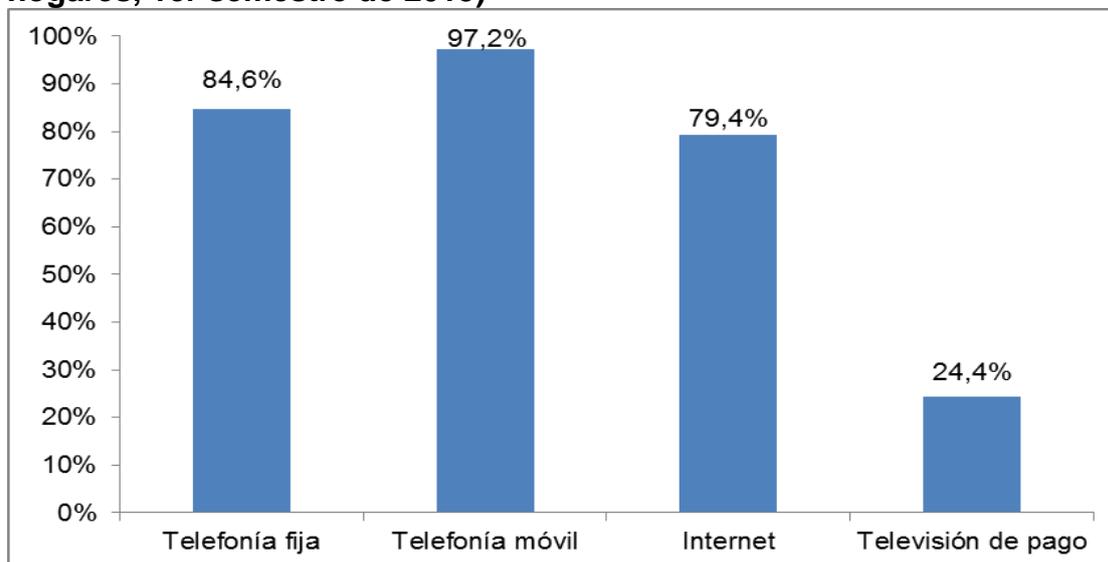
## NOTA DE PRENSA

### **Ocho de cada diez hogares españoles tiene Internet y uno de cada cuatro, televisión de pago**

- Un 22,8% de los hogares con banda ancha fija disponen de fibra óptica.
- Los gastos medios por hogar y mes en los paquetes de telecomunicaciones más contratados disminuyeron.
- Casi la mitad de los individuos con telefonía móvil de postpago tienen una cláusula de permanencia asociada al servicio.

**Madrid, 4 de diciembre de 2015.** – Los hogares que disponen de Internet alcanzaron un 79,4% del total<sup>1</sup>, según los datos del Panel de Hogares CNMC correspondientes al primer semestre de 2015. Todos los servicios de comunicaciones electrónicas aumentaron en penetración: Internet y la televisión de pago, muy significativamente, con porcentajes de crecimiento elevados desde el primer semestre de 2014: un 13,4% en el caso de Internet y un 11,4% para la televisión de pago.

### **Disponibilidad de servicios de comunicaciones electrónicas (porcentaje de hogares, 1er semestre de 2015)**



Universo: Hogares

Un 72,7% de los hogares disponían de banda ancha fija, de los cuales un 22,8% disponían de fibra óptica. Aunque aproximadamente un 16% de los hogares con banda ancha fija desconocen la velocidad de bajada de su servicio.

---

<sup>1</sup> Todos los resultados de gasto y los anteriores al primer semestre de 2015 se han obtenido del Panel de Hogares CNMC-Red.es.

## Gastos de los hogares<sup>2</sup>

Los gastos medios por hogar en los paquetes y servicios de telecomunicaciones más contratados disminuyeron. El que más descendió fue el gasto en telefonía móvil de pospago de los hogares que no contratan servicios fijos y móviles empaquetados, cuyo importe cayó unos cuatro euros al mes desde principios de 2014.

También el gasto en paquete cuádruple presenta un importante descenso interanual, del 8%

### Gastos medios por hogar en los servicios de comunicaciones electrónicas más contratados (euros al mes)

	I SEM. 2015	I SEM. 2014
Paquete cuádruple (telefonía fija y móvil, banda ancha fija y móvil y acceso fijo)	47,1	51,2
Paquete quintuple (telefonía fija y móvil, banda ancha fija y móvil, acceso fijo y televisión de pago)	65,9	67,9*
Paquete doble fijo (telefonía y banda ancha fija y acceso fijo)	38,2	39,7
Telefonía fija y acceso fijo	23,4	23,7
Telefonía móvil de pospago (contratada sin empaquetar con servicios fijos)	26,3	30,5

Universo: Hogares con paquete o servicio. \*Dato del segundo semestre de 2014

## Combinación de servicios de telecomunicaciones

Un 49,4% de los hogares disfrutó de servicios de telefonía fija, telefonía móvil e Internet, que es la combinación de servicios más popular entre los hogares españoles. En segundo lugar, un 21,9% de los hogares añade a los anteriores servicios la televisión de pago. El resto de combinaciones de servicios alcanzan porcentajes bastante menores que, además, descendieron sustancialmente, con la excepción de los hogares con telefonía móvil e internet. Es notorio, por ejemplo, el descenso de los distintos tipos de hogares que solo disponen de telefonía (sea fija, móvil u ambas).

---

<sup>2</sup> Todos los gastos reportados en esta nota incluyen los impuestos indirectos.

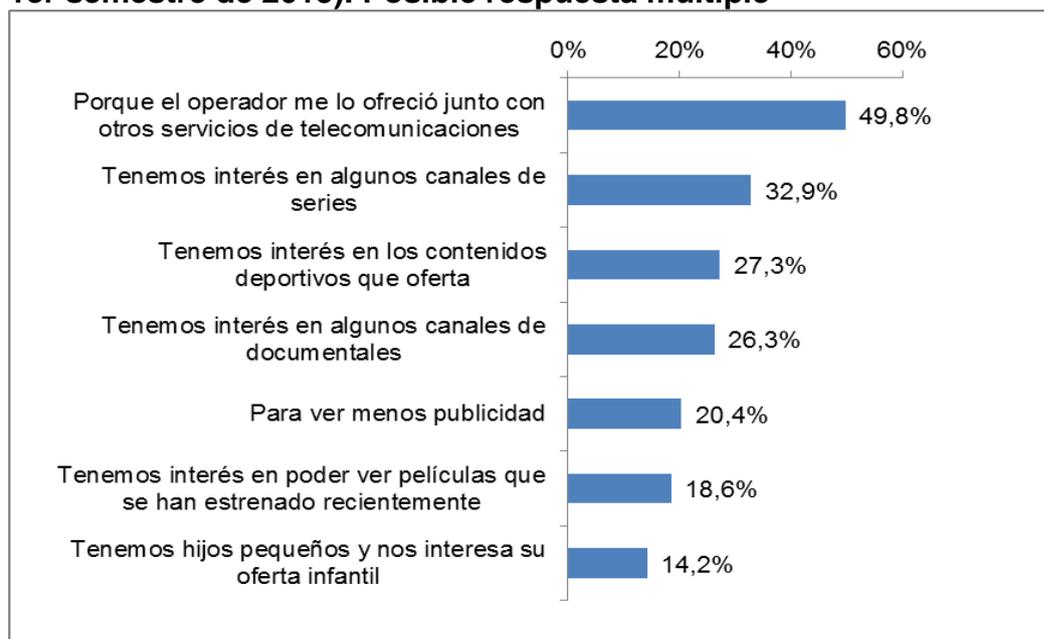
### Hogares según combinación de servicios de comunicaciones electrónicas (porcentaje de hogares)

	I SEM 2015	I SEM 2014
Telefonía fija, telefonía móvil e Internet	49,4%	46,1%
Telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión de pago	21,9%	17,5%
Telefonía fija y telefonía móvil	9,8%	13,2%
Solo telefonía móvil	7,1%	10,3%
Solo telefonía fija	1,7%	3,6%
Telefonía móvil e Internet	6,7%	4,3%
Telefonía fija, telefonía móvil y televisión de pago	1,1%	1,9%
Otras combinaciones	2,2%	3,1%

Universo: Hogares

El tipo de hogares que más crece, en términos absolutos, es el que cuenta con telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión de pago, como resultado de la venta conjunta de estos servicios a precios más favorables para el consumidor. Así, según los hogares con televisión de pago, el principal motivo para la contratación del servicio fue que su operador de telecomunicaciones les hizo una oferta que incorporaba la televisión de pago al resto de servicios de telecomunicaciones contratados. Otros atractivos destacados en la contratación de la televisión de pago son las series y los contenidos deportivos.

### Principales razones para tener televisión de pago (porcentaje de hogares, 1er semestre de 2015). Posible respuesta múltiple

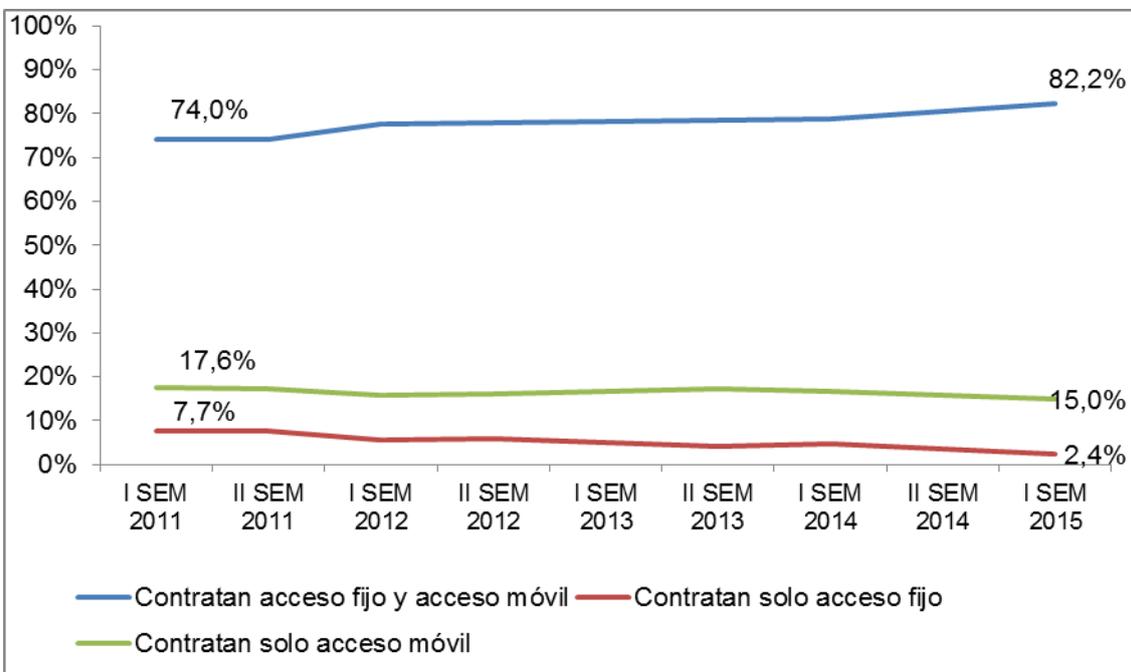


Universo: Hogares con televisión de pago

### Tipos de accesos telefónicos contratados por los hogares

La gran mayoría de hogares españoles (un 82,2%) contrata tanto accesos telefónicos fijos como móviles, mientras que los hogares con un único tipo de acceso caen paulatinamente. No obstante, todavía persiste un 15% de los hogares que solamente disponen de teléfono móvil. Entre los motivos de estos hogares para no disponer de teléfono fijo destacan: es más económico disponer únicamente de acceso móvil (46,3%) y no querer confrontar pagos fijos al mes, (34,6%).

### Hogares según los accesos telefónicos que contratan (porcentaje de hogares)



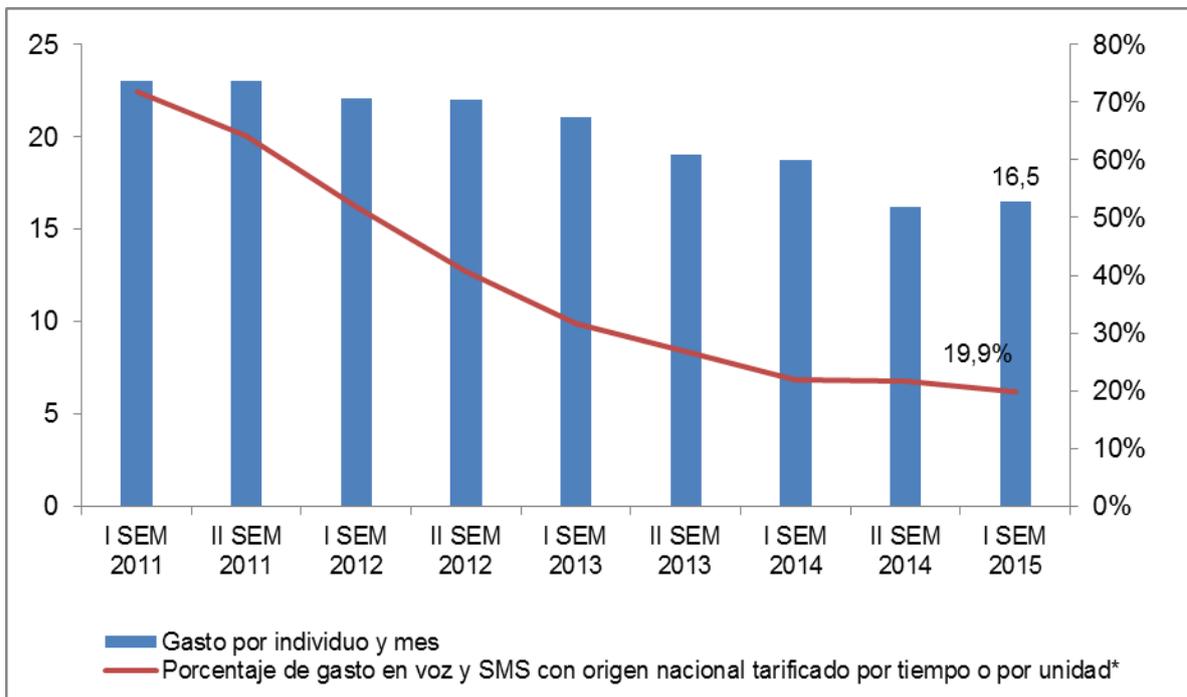
Universo: Hogares

### Servicios móviles

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 semestre de 2015, el 90,5% de los individuos disfrutaron de algún servicio de telefonía móvil, 4 puntos más respecto al primer semestre de 2014. Entre estos individuos, un 74% contrató un servicio móvil de postpago y un 22,8% contrató un servicio de prepago. Por último, el restante 3,2% de individuos contrató simultáneamente servicios de prepago y postpago.

El gasto por individuo y mes en servicios de telefonía de postpago fue de 16,5 euros al mes, inferior al de inicios de 2014 (18,8 euros al mes) pero ligeramente superior al de finales de 2014 (16,2 euros mensuales). Tan sólo una quinta parte de este importe se originó en servicios de voz y mensajería con origen nacional.

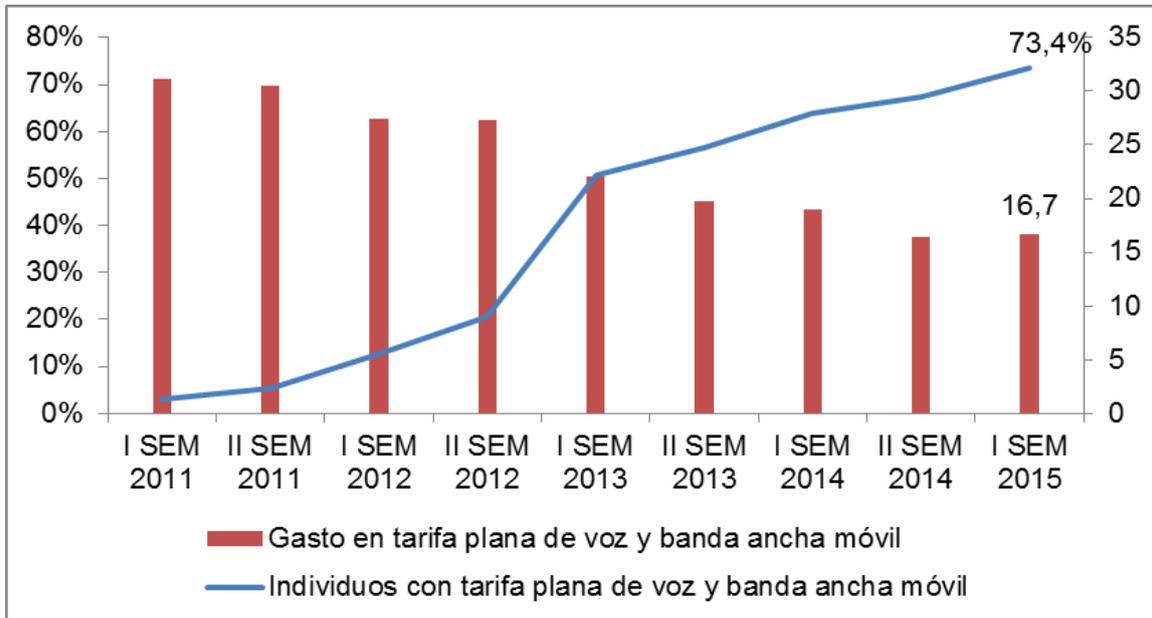
**Gasto por individuo en servicios de telefonía de postpago (euros al mes) y proporción del gasto en voz y SMS (porcentaje sobre el gasto total)**



Universo: Individuos con telefonía móvil contratada sin empaquetar con servicios fijos. \*Excluye llamadas de tarificación adicional.

Un 73,4% de los individuos con telefonía de postpago contrataron tarifas planas o semiplanas de voz y banda ancha móvil. En promedio el gasto medio de estos individuos en estas tarifas planas fue de 16,7 euros al mes.

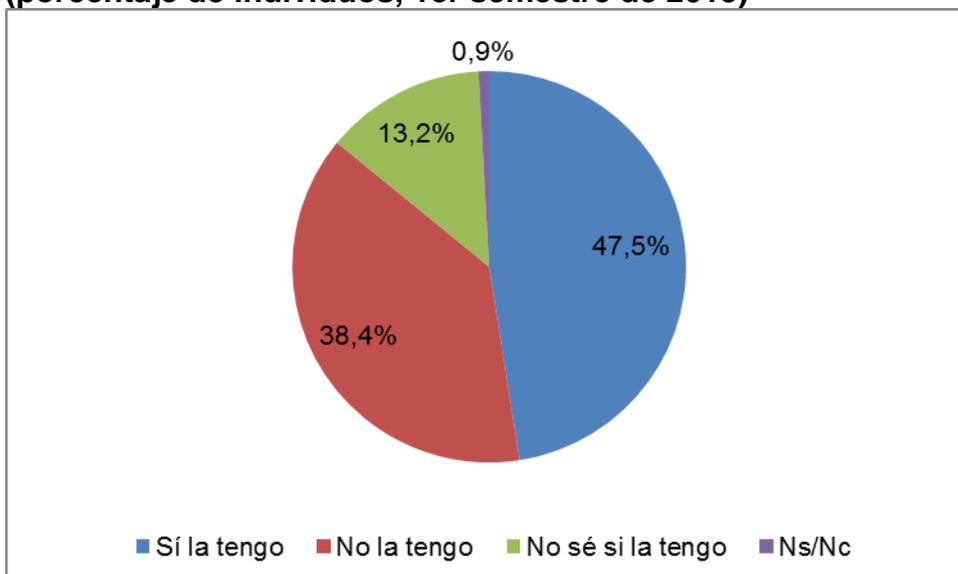
**Gasto por individuo en tarifa plana de telefonía móvil y banda ancha móvil (euros al mes) e individuos que contratan estas tarifas planas (proporción de individuos sobre el total de individuos que contratan un servicio de telefonía de postpago sin empaquetar con servicios fijos)**



Universo de gasto: Individuos con tarifa plana de voz móvil y banda ancha móvil. Universo porcentaje: Individuos con telefonía móvil de postpago no empaquetada con servicios fijos

Por último, un 47,5% de los individuos con telefonía móvil de postpago tiene una cláusula de permanencia asociada al servicio, un 38,4% no la tiene y un 13,2% desconoce si la tienen.

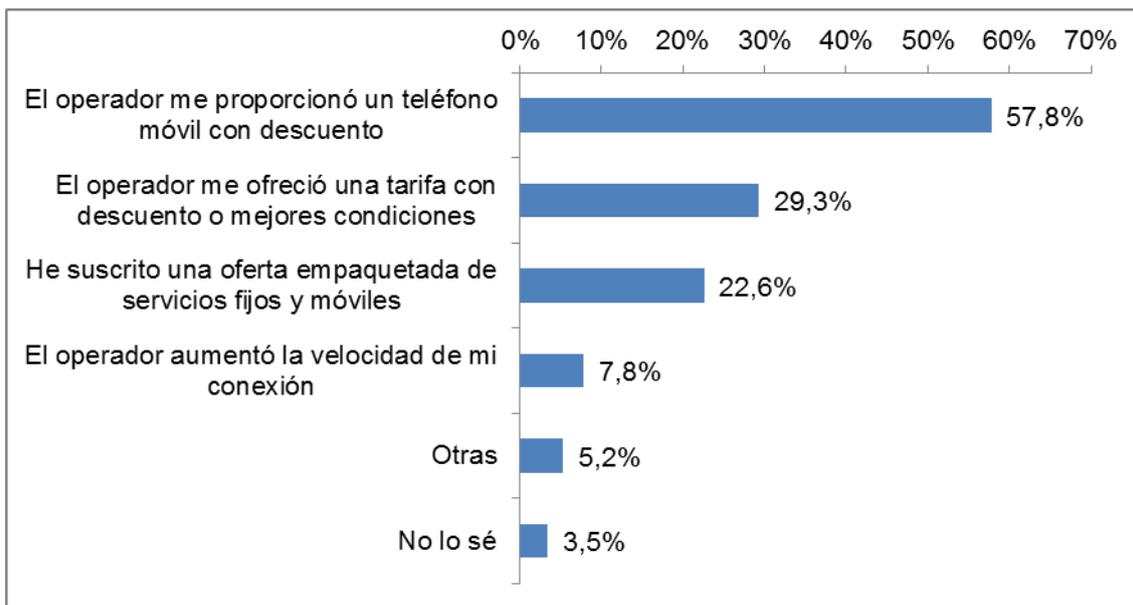
**Cláusula de permanencia vigente asociada a la telefonía móvil de postpago (porcentaje de individuos, 1er semestre de 2015)**



Universo: Individuos con servicio móvil de postpago

Más de la mitad de los individuos con cláusula de permanencia la tienen por haberse beneficiado de un descuento en la adquisición de un teléfono móvil y casi un tercio por haber obtenido una tarifa con descuento o mejores condiciones.

**Motivos por los que se tiene una cláusula de permanencia vigente asociada a la telefonía móvil de postpago (porcentaje de individuos, 1er semestre de 2015). Posible respuesta múltiple.**



Universo: Individuos con servicio móvil de postpago con cláusula de permanencia vigente

**Metodología**

Estos resultados forman parte del Panel de Hogares CNMC, una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC busca recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas, el análisis de las facturas de los servicios y grupos focales. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal, transporte y competencia. La encuesta se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2015 e incluyó a 3.929 hogares y 7.979 individuos de 10 o más años.

[Más datos en CNMCData](#)