



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

ESTAD/SG/0004/14

Febrero 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	15
<hr/>	
3. Internet	19
3.1 Penetración	19
3.2 Tecnologías de acceso	21
<hr/>	
4. Televisión de pago	21
4.1 Penetración	21
4.2 Gastos por hogar	22
<hr/>	
5. Fuente de datos y metodología	23

Este documento actualiza los indicadores de gasto y consumo del “Informe sobre Consumos y Gastos” empleando datos de las facturas del segundo trimestre de 2013 de una muestra representativa de hogares españoles.

Tal y como viene sucediendo en los últimos años, los gastos de los hogares en las ofertas más populares, como la oferta doble de telefonía fija y banda ancha fija, o la oferta sin empaquetar de la telefonía móvil de pospago, descendieron de forma sustantiva: aproximadamente, y en todos los casos, un 8-9% interanual.

Adicionalmente, este Informe da por primera vez el dato de gasto medio por hogar y mes ocasionado por la contratación de un paquete cuádruple, que incluye la telefonía y banda ancha fijas y la telefonía y banda ancha móviles. Este gasto es de 62 euros al mes por hogar.

El paquete cuádruple, junto con la oferta empaquetada que añade a los anteriores servicios el servicio de televisión de pago se introdujo en el mercado en el último trimestre del año 2012. Este cambio en la comercialización de servicios se refleja en el descenso del porcentaje de paquetes de banda ancha y voz fijas sobre líneas fijas (un 10,7% interanual) que se corresponde con el aumento de paquetes cuádruples (un 10,8%). Se detecta así como los clientes migran de una oferta a otra.

Por último, los gastos en voz y mensajería de red móvil disminuyeron y de forma muy sustancial y su caída no fue compensada por el crecimiento del resto de gastos, en particular el gasto en banda ancha móvil. Así, el gasto por individuo en telefonía móvil de pospago disminuyó un 8%. La tarifa plana de banda ancha móvil cuyo gasto medio se mantenía sobre los 12 euros al mes desde 2011, disminuyó hasta los 8,9 euros mensuales y también se redujo el importe del paquete de banda ancha y voz móviles desde los 23 euros del segundo trimestre de 2012 hasta los 18,2 euros referenciados en este Informe.

1. Introducción¹

1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas

A pesar de la persistencia de la crisis y sus efectos adversos sobre la renta y los consumos de los hogares, en el tercer trimestre de 2012, todas las penetraciones de los servicios de comunicaciones electrónicas aumentaron.

Entre estos crecimientos destacó el experimentado por el acceso a Internet que superó el 10% interanual. A finales de 2012 la penetración de Internet: 66,9%, casi triplicó la penetración de la televisión de pago: 23,5%. Por otro lado, la demanda de la telefonía móvil y de la telefonía fija mantuvieron crecimientos más modestos, alrededor del 2,5%.

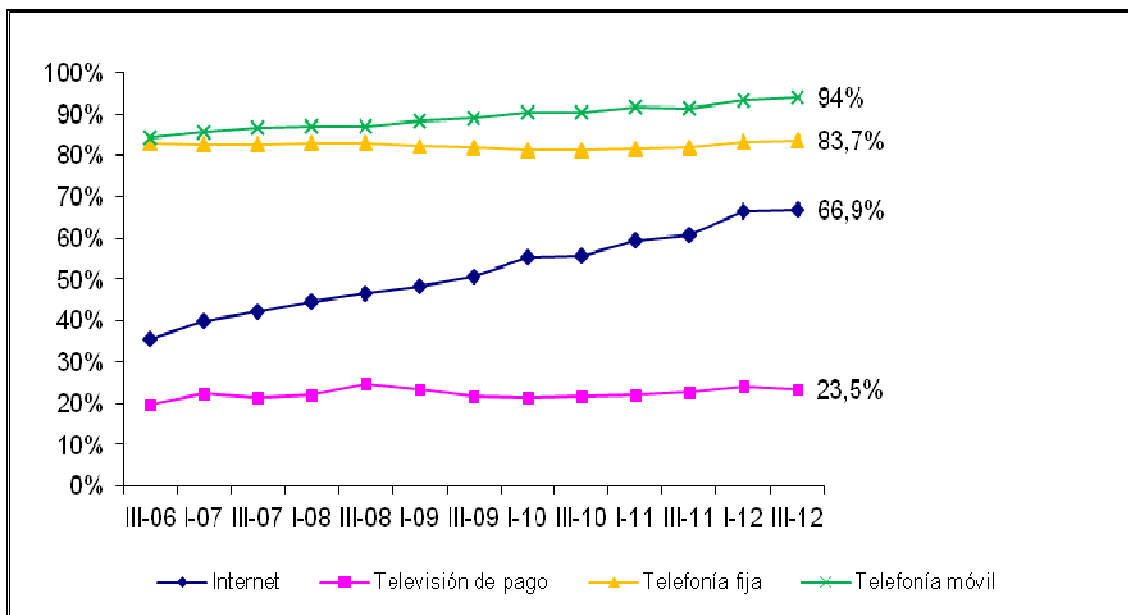
Tabla 1. Hogares españoles que disponen de servicios (III-12, porcentaje)

	III T-12	III T-11
Telefonía fija	83,7%	81,8%
Telefonía móvil	94%	91,5%
Internet	66,9%	60,6%
Televisión de pago	23,5%	22,8%

El servicio de Internet incluye tanto los servicios de banda ancha fija y móvil como cualquier servicio de banda estrecha. El 98% de los hogares con acceso a Internet disponían de una conexión de banda ancha, es decir, el 65,6% de los hogares contaban con este servicio, 6,4 puntos por encima del dato del año anterior.

¹ Este documento actualiza los indicadores del Informe sobre Consumos y Gastos empleando las facturas del segundo trimestre de 2013 de una muestra representativa de hogares. No obstante, al no disponer de datos recabados mediante encuesta, los indicadores de penetración, disponibilidad de los servicios y hábitos son datos no actualizados, que fechan del tercer trimestre de 2012.

Gráfico 2. Evolución de los hogares que contratan servicios de comunicaciones electrónicas (III-12, porcentaje)

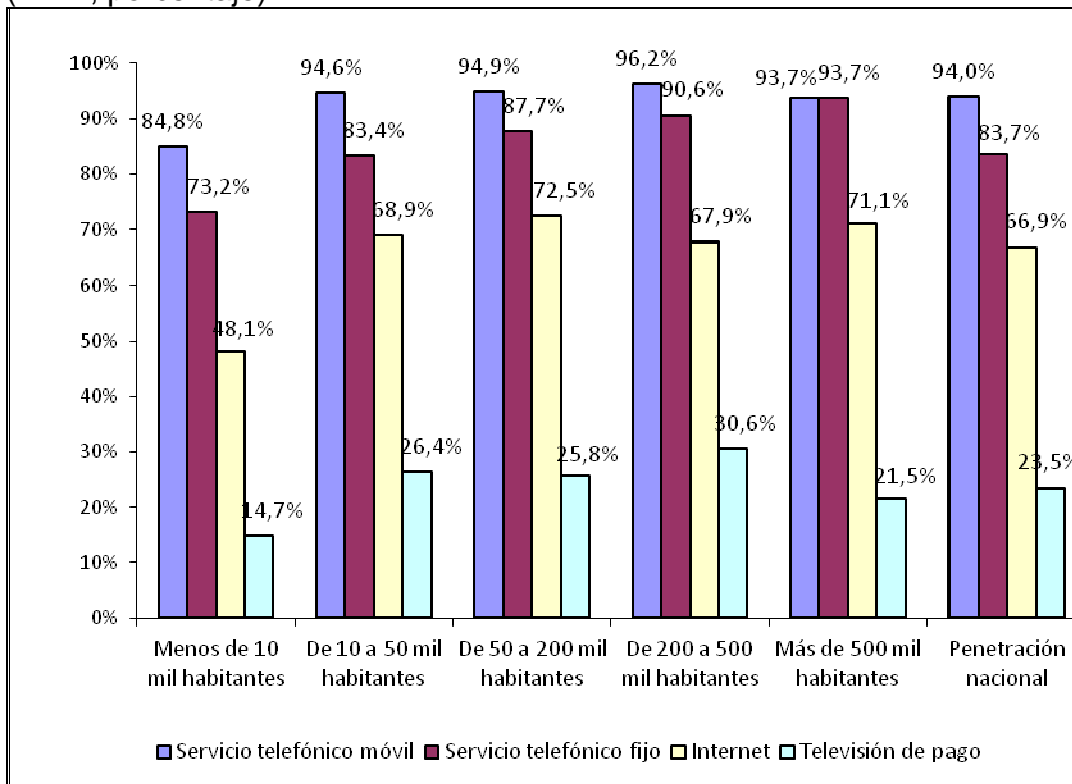


1.1.1 Penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas según el tamaño de la población

La penetración de los servicios de comunicaciones electrónicas no es homogénea en el territorio, dado que la contratación del servicio por parte de los hogares depende de variables socio-demográficas que varían geográficamente, como la edad de sus miembros y la renta del hogar. Además, pueden existir diferencias en la penetración debidas a diferencias en la calidad de servicio y cobertura de la red. Por norma general, los núcleos de población pequeños mayoritariamente ubicados en zonas no urbanas presentan penetraciones por debajo de la media.

Así, las menores penetraciones de Internet se encontraron en las poblaciones de menos de 10.000 habitantes, donde el 48,1% de los hogares disfrutaban del servicio, mientras que en el resto de poblaciones la penetración rondaba el 70%.

Gráfico 3: Hogares que disponen de servicios según el tamaño de la población (III-12, porcentaje)



1.2 Los hogares según los servicios que contratan

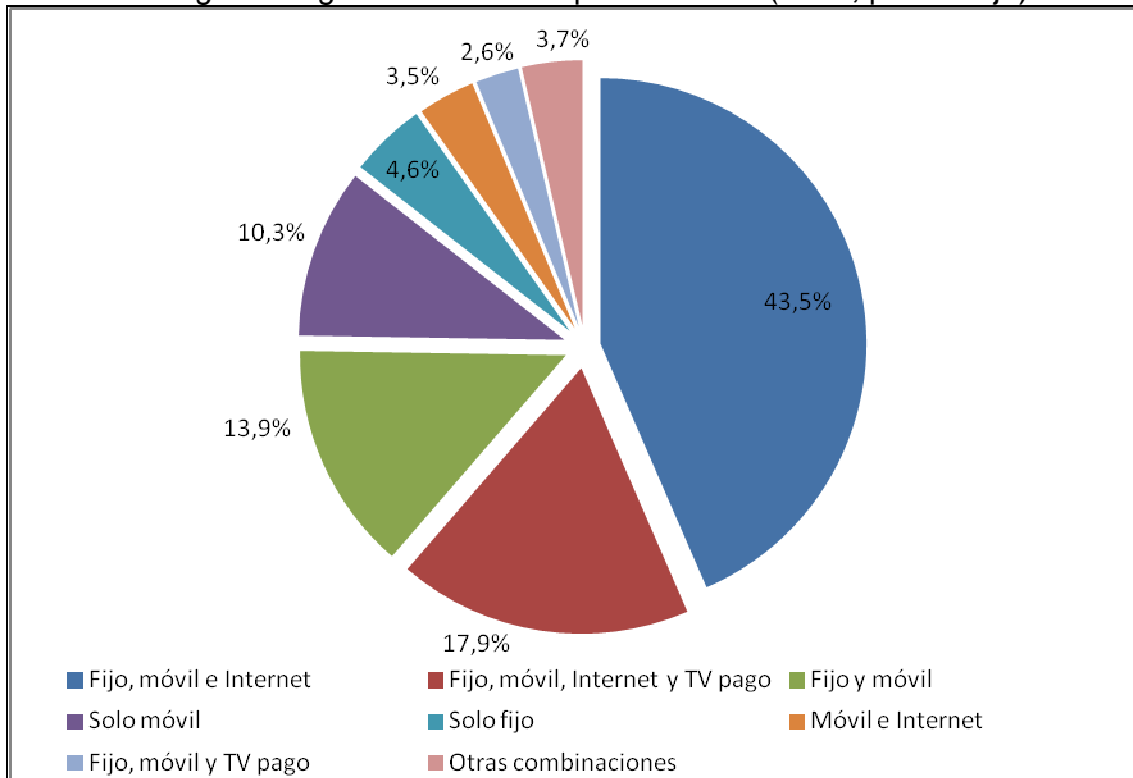
Esta sección clasifica a los hogares en función de los distintos servicios que contratan. Por ejemplo, los hogares de la categoría “Fijo y móvil” del Gráfico 4 contrataron la telefonía fija y la telefonía móvil mientras que los hogares de la categoría “Fijo, móvil e Internet” contrataron además algún servicio de acceso a Internet (banda ancha y/o estrecha sobre red fija y/o móvil)². Es importante recordar que esta clasificación atiende a la disponibilidad de servicios por parte del hogar, independientemente de con qué operador y como este 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 fue la de telefonía fija y móvil e Internet: un 43,5% de los hogares disponían de estos tres servicios exclusivamente. Además este es el grupo de hogares que más creció interanualmente, más que un 15%, mientras que, en el mismo periodo,

² Los hogares de la categoría “Solo fijo” contratan únicamente este servicio telefónico, del mismo modo que los hogares de la categoría “Solo móvil” contratan únicamente la telefonía móvil.

los porcentajes de “Solo fijo” y de “Fijo y móvil” decrecieron sustancialmente: un 23% y un 15% respectivamente.

Gráfico 4. Hogares según los servicios que contratan (III-12, 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 contratados³ e incluye por primera vez el gasto por hogar y mes de los hogares que contratan mediante un paquete los servicios de acceso y telefonía fija, telefonía móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil (paquete cuádruple).

En el último trimestre del año 2012 se produjeron cambios importantes en las estrategias de comercialización de los servicios de comunicaciones electrónicas, generalizándose la oferta de los denominados paquetes cuádruple y quíntuple, que combinan servicios de comunicaciones fijas y móviles.

³ Todos los gastos referenciados en este informe son gastos que no incluyen 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.

Telefónica lanzó en octubre Movistar Fusión, una oferta conjunta de los servicios de voz y banda ancha tanto fija como móvil, (y la televisión de pago en el caso del quintuple). La gran mayoría de sus rivales reaccionaron lanzando ofertas similares a lo largo del último trimestre del año. En el segundo trimestre de 2013 el gasto medio por hogar y mes ocasionado por la contratación de un paquete cuádruple fue de 62 euros al mes.

Tabla 5. Gastos medios por hogar y mes de los servicios más contratados (euros/mes)⁴

	II T-13	II T-12
Telefonía fija, banda ancha, televisión de pago y acceso fijo	48,9	52,6
Telefonía fija, banda ancha y acceso fijo	33,2	36,7
Telefonía fija y acceso fijo	18,9	20,7
Telefonía móvil de pospago	27,3	30,3
Telefonía fija y móvil, banda ancha fija y móvil y acceso fijo	62,0	ND

Adicionalmente, tal y como viene sucediendo en los últimos periodos, todos los gastos de los hogares descendieron en el último año de forma sustantiva: en todos los casos alrededor de un 8-9%.

2. Servicios de Voz

2.1. Penetración

El porcentaje de hogares con telefonía fija alcanzó el 83,7% mientras que el porcentaje de hogares que habían contratado como mínimo un servicio de telefonía móvil alcanzó el 94% (tercer trimestre de 2012).

2.2. Modo de facturación

2.2.1. Telefonía fija

Los servicios de telefonía fija se pueden contratar individualmente, en cuyo caso se suelen facturar según el número y duración de las distintas llamadas, o junto con otros servicios, en cuyo caso la voz suele tarificarse junto con otros servicios mediante un pago fijo al mes con independencia de los consumos efectuados.

⁴ 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.

El cambio en la comercialización de servicios del último trimestre de 2012, con la emergencia de los paquetes cuádruple y quíntuple, se refleja en los datos de la Tabla 6, en la que se observa en el segundo trimestre de 2013 un importante descenso de los paquetes de banda ancha y voz fijas (10,7%) que se corresponde con un aumento de los paquetes cuádruples que incluyen además de los anteriores servicios fijos, la voz y la banda ancha móviles (10,8%).

De hecho, la oferta de paquetes cuádruples se dirige a un amplio segmento del mercado, dado que aproximadamente la mitad de los hogares españoles disponen de servicios de telefonía fija, móvil y de banda ancha fija. Así, los hogares que contratan por primera vez este tipo de paquete, son hogares que simplemente sustituyen su oferta de paquete doble (voz y banda ancha fija) incorporando a este los servicios móviles que anteriormente contrataban separadamente y que así se benefician de una tarifa más económica. Es por ello que lo que se detecta es una migración de clientes del paquete doble al paquete cuádruple.

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

	II T-13	II T-12
Sin empaquetar	29,4%	31%
Con banda ancha fija	44,4%	55,1%
Con banda ancha fija y TV	12,3%	12,2%
Con banda ancha fija y servicios móviles	10,8%	0%
Con TV	1,6%	1,7%
Con banda ancha fija, televisión y servicios móviles	1,5%	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 2012 el 84,4% de los individuos⁵ disfrutaron de algún servicio de telefonía móvil, en contraste con el dato de un año atrás, el 81,7%.

El 67% de los individuos tenían contratado un servicio de telefonía móvil de pospago, el 29,8% disponía de un servicio de prepago y el 3,2% restante disponía de servicios tanto de pospago como de prepago.

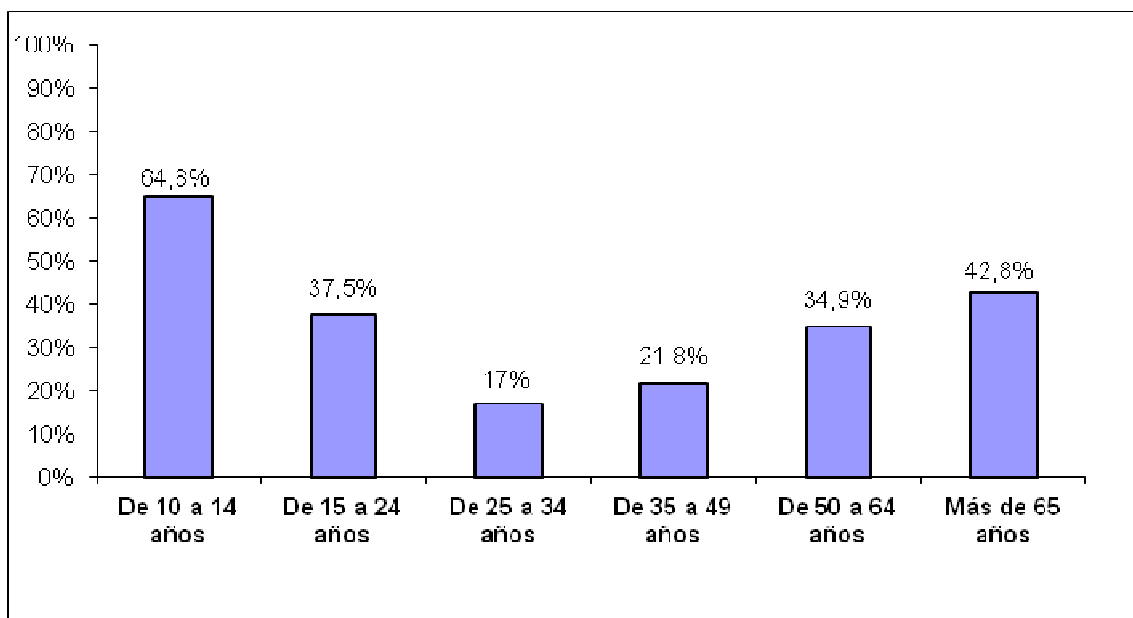
La distribución de los individuos según el tipo de servicio que disponían no fue homogénea, dependiendo, entre otros factores, de la edad de los individuos y del tipo de actividad laboral que estos ejercen. Por ejemplo, la modalidad de

⁵ Se consideran a los individuos de 10 años o más.

prepago fue mucho más popular en los individuos de entre 10 y 14 años que en el resto, probablemente debido al control de gasto y consumos que el prepago permite.

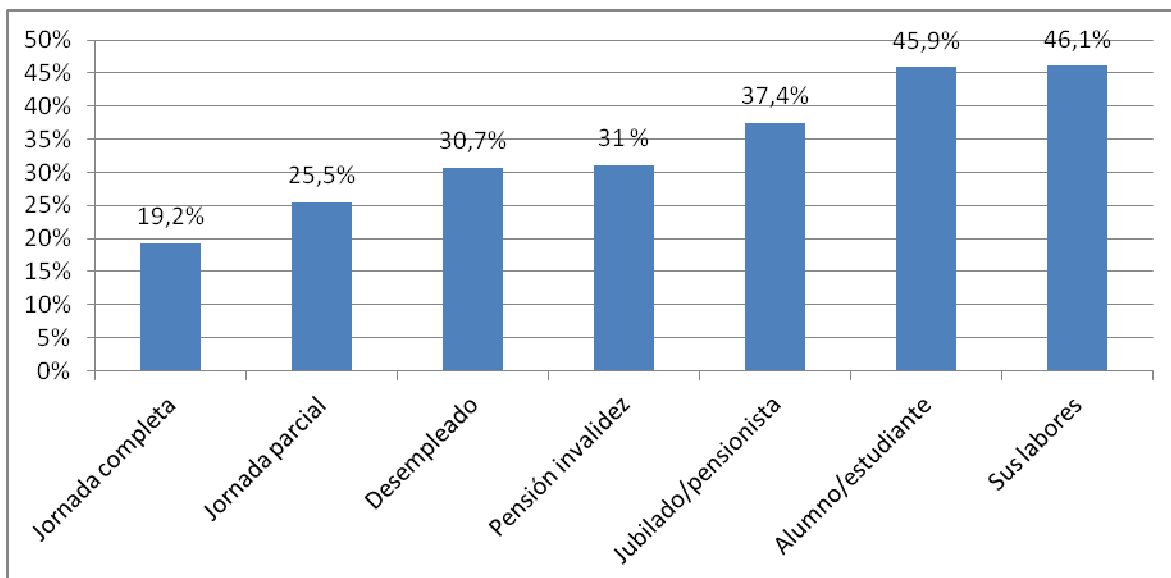
En cambio, el prepago fue muy poco habitual en las franjas desde los 25 a 34 años y desde los 34 a los 49 años. Este hecho puede deberse a que estos usuarios fueron los más proclives a emplear la banda ancha móvil, que mayoritariamente se vende bajo contrato. Los usuarios de prepago que contrataron una tarifa o bono de banda ancha móvil en media tenían aproximadamente unos 34 años de edad, mientras que los que no contrataron banda ancha móvil tenían una edad media de 48 años.

Gráfico 7. Individuos con solo prepago sobre individuos con móvil según edad (III-12, porcentaje)



Adicionalmente, 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-12, porcentaje)



2.3 Gastos en servicios telefónicos

En las siguientes tablas se reportan los gastos medios por hogar 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, que se corresponde con el 29% de los hogares. Este análisis se justifica en que no es posible cuantificar objetivamente el gasto que corresponde a la telefonía fija cuando está se vende empaquetada junto con otros servicios por los que el operador cobra un pago fijo. En estos casos resultaría subjetivo determinar el gasto exacto en telefonía fija o determinar que parte de la cuota debe atribuirse como coste de las llamadas ofrecidas “gratuitamente” en la tarifa plana del paquete.

En cambio, al tratar aquí separadamente los gastos de los hogares que no consumen servicios telefónicos empaquetados es posible detectar exactamente cuánto son esos gastos de telefonía. En este sentido, es destacable que los gastos asociados al servicio de voz disminuye desde hace dos años, y que así sucede también en el segundo trimestre de 2013, para el que la tasa interanual de decrecimiento es un 14,9%. Contrariamente, los servicios asociados a la cuota de abono y facilidades adicionales a este servicio presentan una evolución de gasto más estable.

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

	II T-13	II T-12
Gasto total servicio	18,9	19,7
Cuota abono	14,8	14,5
Tráficos ⁶	4,2	4,9

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 mes⁷. En línea con semestres anteriores, los gastos en voz y mensajería disminuyeron y de forma muy sustancial. En este semestre las caídas de estos servicios tradicionales no pudieron compensadas por el crecimiento del gasto bajo el concepto “resto”, cuya componente principal es el gasto en banda ancha móvil. Así, el gasto total individual en telefonía móvil de postpago disminuyó un 8%.

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

	II T-13	II T- 12
Gasto total	17,4	18,7
Gasto voz	5,1	8,9
Gasto SMS	0,4	0,8
Resto ⁸	11,9	9

⁶ 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.

⁷ La base de datos no permite desglosar los gastos en servicios de prepago.

⁸ 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.

La Tabla 11 informa sobre el porcentaje de individuos con telefonía móvil de pospago que contrataron un paquete que incluía voz móvil y banda ancha móvil, en total un 50,7% del total. De estos, el 27% son individuos que optaron por escoger un paquete de servicios fijos y móviles, disponibles en el mercado desde finales de 2012. El crecimiento de las tarifas que incluyen estos servicios es prominente: su número de usuarios se ha más que doblado en el último año.

Tabla 11. Individuos con móvil de pospago según su disponibilidad de una oferta empaquetada que incluye el servicio de voz y banda ancha móvil (porcentaje)

	II T-13	II T-12
Individuos sin paquete de voz y banda ancha móvil	49,3%	79,5%
Individuos con paquete exclusivamente de servicios móviles	37,1%	20,5%
Individuos con paquete de voz móvil, banda ancha móvil y además servicios fijos	13,6%	0%

Por el contrario, el porcentaje de individuos con tarifas planas de banda ancha móvil sobre el total de individuos con móvil de pospago fue del 11,1%, menor al 16,3% estimado en el segundo trimestre de 2012.

El gasto medio de los individuos que contrataron este tipo de ofertas se indica en la Tabla 12. La tarifa plana de banda ancha móvil cuyo gasto medio se mantenía sobre los 12 euros al mes desde 2011, ha disminuido hasta los 8,9 euros mensuales y también se ha reducido el importe del paquete de banda ancha y voz móviles hasta los 18,2 euros.

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

	II T-13	II T-12
Tarifa plana de banda ancha móvil ⁹	8,9	12,7
Paquete de banda ancha y voz móvil ¹⁰	18,2	23,2

Finalmente, el porcentaje de individuos que fueron facturados con algún gasto de itinerancia fue del 5%. La Tabla 13 muestra los gastos en itinerancia cuando

⁹ 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.

¹⁰ No se consideran en esta estimación los gastos de los hogares que contrataron el paquete cuádruple o quíntuple.

se consideran únicamente los individuos que recibieron u originaron llamadas en itinerancia.

Tabla 13. Gastos medios por individuo y mes en servicios de itinerancia de pospago (individuos que fueron facturados por este concepto) (euros/mes)

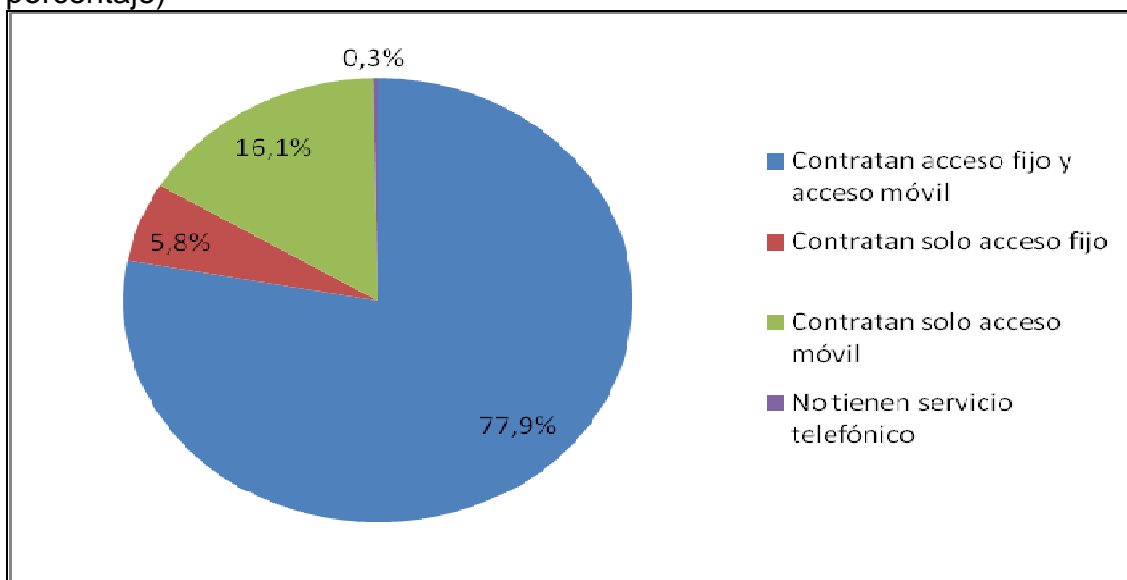
	II-T 13	II-T 12
Voz en itinerancia	1,3	2,1
SMS en itinerancia	0,3	0,3

2.4 Los hogares según los accesos telefónicos que contratan

Esta sección clasifica a los hogares según los accesos que contratan, estos servicios de acceso dan la opción a contratar otros. Por ejemplo, los hogares con acceso fijo pueden contratar sobre este un servicio de voz o de banda ancha fija. Lo mismo ocurre con el acceso móvil.

En el tercer trimestre de 2012 un 77,9% de los hogares disponían tanto de acceso telefónico fijo como de acceso telefónico móvil y, en cambio, un 16,1% disponía solo de acceso móvil. Los hogares que disponían solo de acceso fijo son un 5,8% del total¹¹.

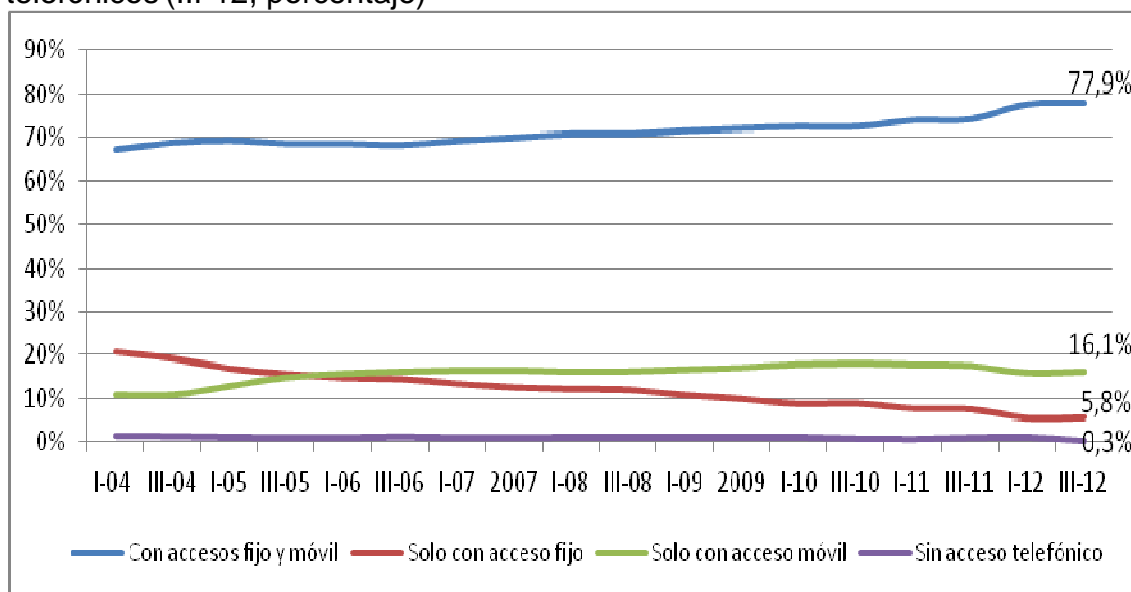
Gráfico 14. Hogares según la contratación de accesos telefónicos (III-12, porcentaje)



¹¹ En esta sección los hogares con solo acceso fija pueden tener contratados, adicionalmente, otros servicios de comunicaciones electrónicas excepto la telefonía móvil. Lo mismo ocurre con los hogares con solo acceso móvil.

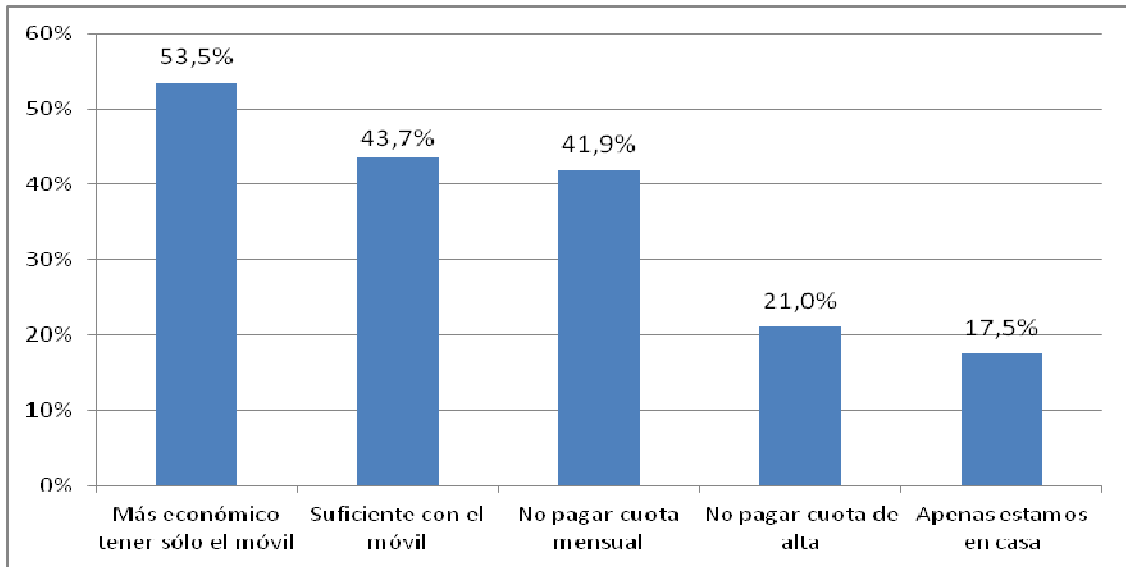
En el siguiente gráfico se presenta la evolución de los hogares españoles según el tipo de acceso telefónico que tenían contratado entre 2004 y 2012. Como puede observarse, los hogares que únicamente disponen de acceso fijo disminuyen en número año a año, en contraposición con la cifra de hogares que disponen de ambos accesos que aumentan paulatinamente.

Gráfico 15. Evolución de los hogares según la contratación de accesos telefónicos (III-12, porcentaje)



Al preguntar a los hogares que no disponían de acceso 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. En efecto, para estos hogares, que generalmente consumen menos, es más económico contratar servicios móviles que permiten recibir llamadas sin efectuar pagos fijos al mes, como por ejemplo, los servicios de prepago móvil. De hecho, en el universo de individuos con móvil, el porcentaje de individuos con móvil de prepago es de 27,8% si su hogar dispone de teléfono fijo, mientras que si el hogar no dispone de fijo, el porcentaje es de 38,3%.

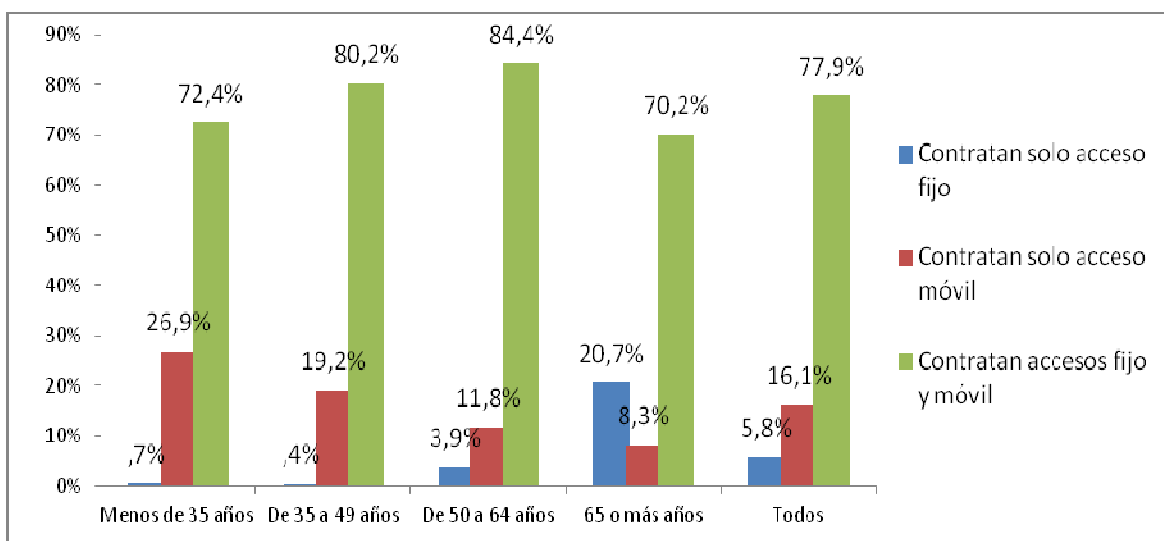
Gráfico 16. Hogares según los argumentos que aducen para no tener acceso fijo (III-12, porcentaje)*



*Este gráfico analiza respuestas múltiples.

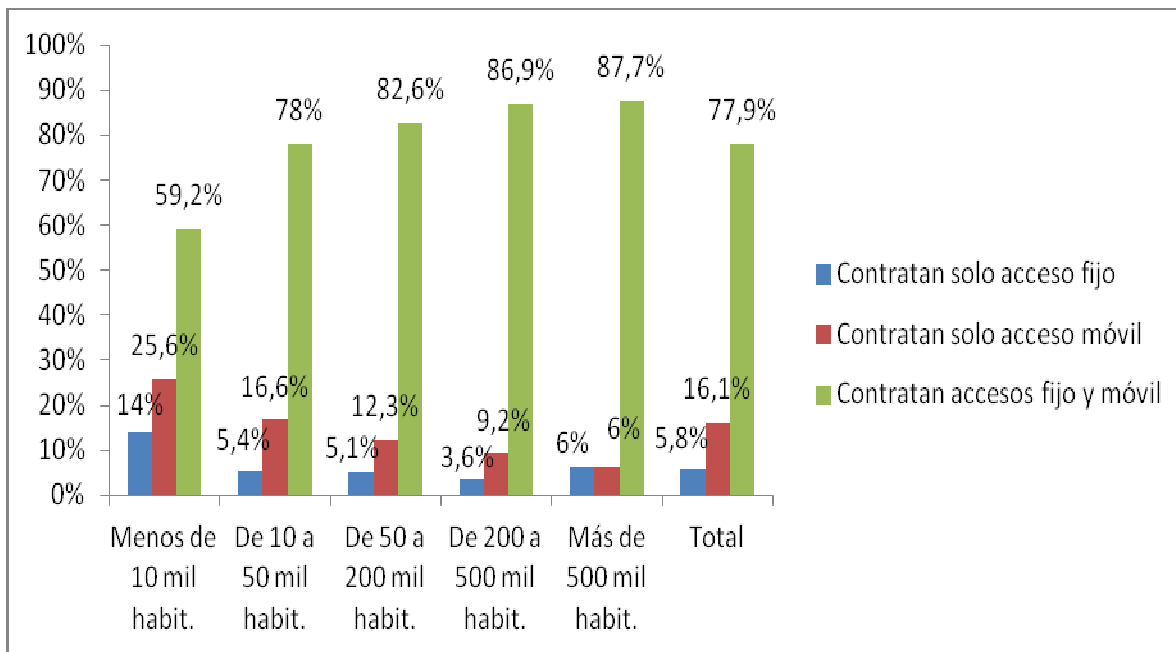
El Gráfico 17 muestra cómo la edad de los hogares incide sobre su elección de accesos. Los hogares con miembros de 65 o más años son los más proclives a disponer de solo acceso fijo (un 20,7% de estos disponían únicamente de este servicio contrastando con el 5,8% nacional). Por el contrario, los hogares de menos de 35 años se decantan más por tener únicamente acceso móvil (un 26,9% versus el 16,1% nacional).

Gráfico 17. Contratación de accesos telefónicos según la edad (III-12, porcentaje)



También existen diferencias en los porcentajes atribuibles al tamaño del hábitat. Así, en las poblaciones de menos de 10.000 habitantes, como ya se ha manifestado en las versiones previas de este informe, hay una mayor propensión a disponer únicamente de un tipo de acceso.

Gráfico 18. Hogares según la contratación de accesos telefónicos y el tamaño de la población (III-12, porcentaje)



2.4.1. Consumos y gastos telefónicos según la contratación de accesos

En este apartado se realiza una comparativa de los consumos telefónicos de los distintos tipos de hogares, según el tipo de acceso que contratan, es decir, clasificándolos según si contratan solo el acceso fijo, contratan solo el móvil o bien contratan ambos servicios.

En cuanto a la telefonía móvil, destaca que los hogares que disponían solo de acceso móvil generaron proporcionalmente un tráfico de voz superior respecto a lo consumido por los hogares que disponían tanto de acceso móvil como fijo. El gasto en servicios de voz móvil fue parecido en ambos grupos: 10,34 euros mensuales para los hogares que solo contrataron accesos móviles y 9,81 euros al mes en los hogares que contrataron tanto acceso fijo como móvil.

Tabla 19. Consumos de telefonía móvil de postpago¹² (porcentaje de minutos)

	Hogares que sólo contratan acceso móvil* (29,7%)	Hogares que contratan accesos móvil y fijo (70,3%)	Total hogares
Minutos	37,9%	62,1%	100%
SMS	30,7%	69,3%	100%

* Porcentaje de hogares sin acceso fijo sobre el total de hogares con móvil de postpago

A diferencia de lo que sucede en el caso de la telefonía móvil, en el caso de la telefonía fija, los hogares que contrataron solo el acceso fijo generaron en proporción menores tráficos de voz que aquellos hogares que disponían de ambos tipos de accesos. Adicionalmente, los gastos por llamadas de origen fijo fueron algo mayores en los hogares que solo disponían de acceso fijo, de 5,1 euros al mes respecto del gasto de 4,5 euros al mes de los hogares con los dos tipos de acceso.

Tabla 20. Consumos de telefonía fija sin empaquetar¹³ (porcentaje de minutos)

Ámbito de llamadas	Hogares que solo contratan acceso fijo (20,8%)*	Hogares que contratan acceso fijo y móvil (79,2%)	Total Hogares
Nacionales	16,5%	83,5%	100%
Internacionales	5,8%	94,2%	100%
Móviles	23,2%	76,8%	100%

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

3. Internet

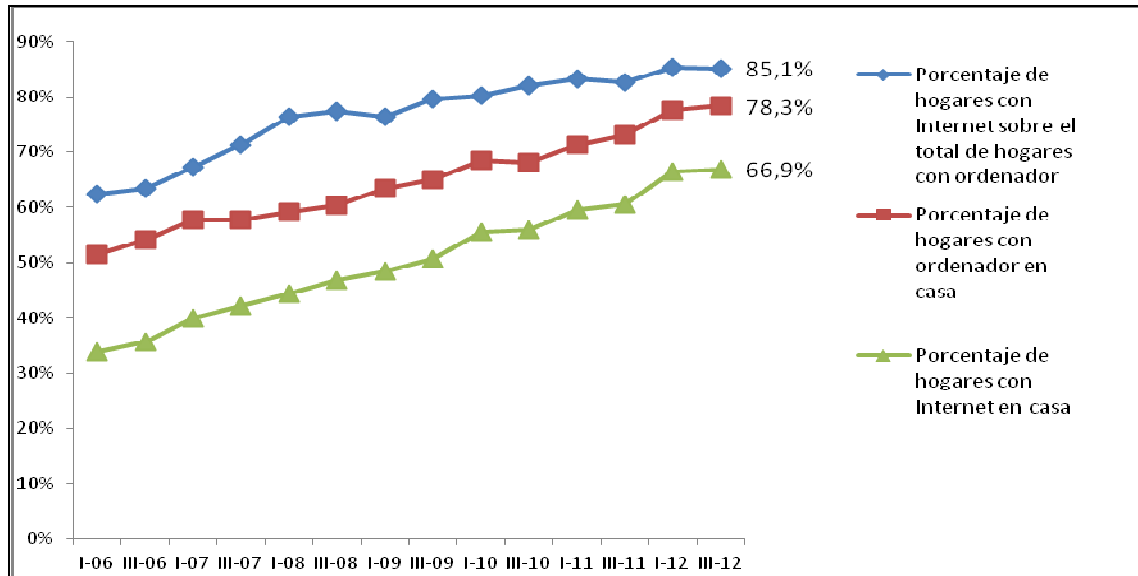
3.1 Penetración

En el tercer trimestre de 2012, un 66,9% de los hogares disponían de servicios de acceso a Internet (este concepto incluye servicios de banda estrecha y de banda ancha fija y móvil) y un 78,3% de los hogares disponía de al menos un ordenador. En consecuencia el 85,1% de los hogares con ordenador contrataron algún servicio de Internet.

¹² Se han excluido de este análisis los hogares que contrataron paquetes que incluían los servicios de banda ancha móvil y voz móvil.

¹³ Se consideran únicamente los hogares que contratan el servicio telefónico fijo sin empaquetar.

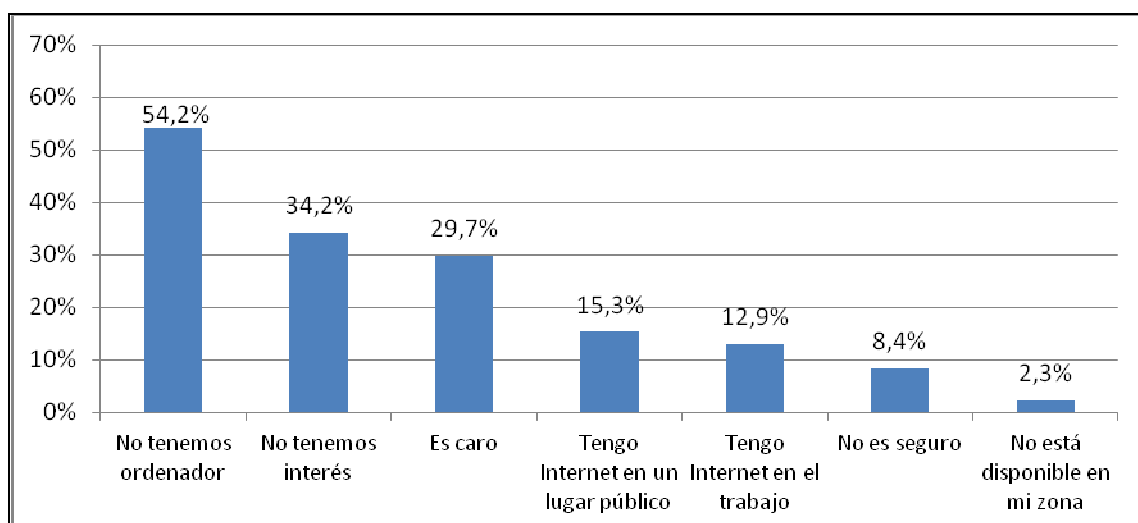
Gráfico 21. Hogares con Internet sobre el total de hogares con ordenador (III-12, porcentaje)



A pesar del crecimiento sostenido de la penetración de Internet, existía todavía un tercio de hogares que no disponía de Internet en casa y un 28,8% de individuos que declaraba no ser usuario de Internet.

Al preguntar a los hogares sin Internet la razón por la que no contrataban el servicio destaca que en más de la mitad de los casos esta era el no disponer de ordenador. En segundo lugar, un 34,2% de los hogares afirmó que Internet no era de su interés y un 29,7% argumentó era un servicio caro.

Gráfico 22. Razones mencionadas para no tener Internet en el hogar (III-12, porcentaje)*



*Este gráfico analiza respuestas múltiples

Finalmente, las características socio-demográficas de los hogares menos propensos a contratar este servicio son que estos están ubicados en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, tienen miembros cuya edad supera los 65 años y son de clase social baja o media baja¹⁴.

De este modo, en el grupo de edad de 65 años o más el porcentaje de hogares con Internet era tan solo un tercio, contrastando con el dato del resto de hogares, para los que el porcentaje superaba el 75%. De forma similar, la penetración del servicio en el grupo de hogares de clase social alta y media alta alcanzó el 80,2%, muy por encima de la media de 66,9% mientras que en los hogares de clase social baja y media baja la penetración fue de tan solo el 50,8%.

3.2 Tecnologías de acceso

Para finalizar, la Tabla 23 muestra las tecnologías de acceso a Internet utilizadas por los hogares en el tercer trimestre de 2012. Destaca que un 14,1% de los hogares declara disponer de un acceso a banda ancha móvil USB, es decir banda ancha móvil que no se disfruta sobre el teléfono o *smartphone*.

Tabla 23. Tecnologías de acceso a Internet en el hogar (III-12, porcentaje)^{*15}

ADSL	78,5%
Cable	15,6%
Banda ancha móvil-USB	14,1%
Banda estrecha	2,6%
Otros	1,7%
No sabe/ no contesta	1,1%

*Esta tabla analiza respuestas múltiples

4 Televisión de Pago

4.1 Penetración

Un 23,5% de los hogares contrataron un servicio de televisión de pago, incluyendo tanto servicios de televisión de pago que se ofertan sobre satélite, como televisión-IP y cable.

En consonancia con los resultados de informes anteriores, las mayores tasas de penetración se produjeron en los municipios con poblaciones entre los

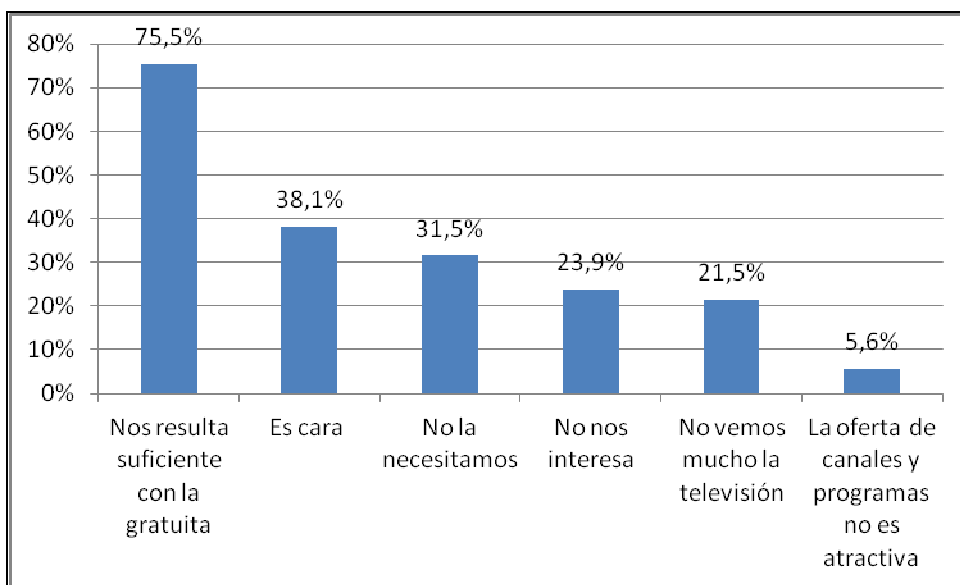
¹⁴ La variable clase social se construye teniendo en cuenta el tipo de actividad y el nivel de estudios, tomando como referencia la definición de la AIMC.

¹⁵ 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.

200.000 y 500.000 habitantes y las menores en los municipios menos poblados, los de menos de 10.000 habitantes.

Entre las razones por las que los hogares no disponen de un servicio de televisión de pago destaca que consideraban que la televisión gratuita les resultaba suficiente. La segunda razón fue considerar que la televisión de pago es cara: cerca de cuatro de cada diez hogares manifestaron que esta era el motivo para no disponer de televisión de pago.

Gráfico 24. Razones que los hogares aducen para no tener televisión de pago* (III-12, porcentaje)



*Este gráfico analiza respuestas múltiples

4.2 Gastos por hogar

En promedio, el gasto por hogar en televisión de pago, cuando esta no se contrató como parte de un paquete, fue de 39,1 euros al mes, una cifra parecida a la del segundo trimestre de 2012.

Tabla 25. Gastos medios por hogar y mes del hogar que contrata el servicio de televisión de pago sin empaquetar (euros/mes)

	II T-13	II T-12
Gasto total	39,1	40,5

Para finalizar, el 96% de los hogares con televisión de pago no llevaron a cabo compras de video bajo demanda o pago por visión. Ahora bien, el gasto de los

hogares que efectivamente consumieron servicios de pago por visión ascendió a 2,5 euros por hogar al mes¹⁶.

5. Fuente de datos y metodología

Este estudio se centra en el segmento residencial del mercado y su ámbito es nacional¹⁷. 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 segundo trimestre de 2013 (datos cuya fuente son las facturas) y las informaciones sobre penetraciones y motivaciones de los hogares corresponden al tercer trimestre de 2012 (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 2012 la muestra neta de los cuestionarios fue de 3.131 hogares y de 6.666 individuos de 10 o más años. La muestra neta de facturas en el segundo trimestre de 2013 corresponde a 2.863 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 50 unidades. No obstante, estos resultados han de interpretarse con precaución.

¹⁶ Muestra muy pequeña, menor a 50 observaciones.

¹⁷ Se excluye a Ceuta y Melilla.

