

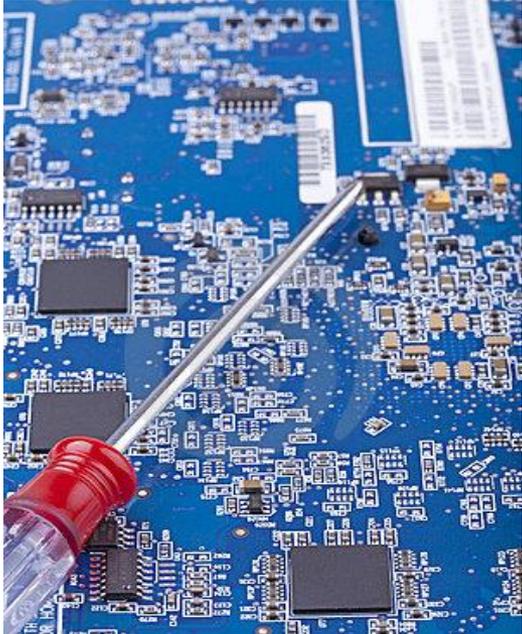
# Las TIC en los hogares españoles

Estudio de demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones  
y Sociedad de la Información



LXI Oleada  
Julio-Septiembre 2018  
Madrid, Marzo 2019

diap.



|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. <u>Equipamiento</u></b>                      | <b>2</b>  |
| <b>2. <u>Gasto</u></b>                             | <b>9</b>  |
| <b>3. <u>Conectividad</u></b>                      | <b>21</b> |
| <b>4. <u>Comunicación</u></b>                      | <b>29</b> |
| <b>5. <u>Información</u></b>                       | <b>36</b> |
| <b>6. <u>Entretenimiento</u></b>                   | <b>41</b> |
| <b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b> | <b>48</b> |
| <b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>            | <b>56</b> |
| <b>9. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>            | <b>60</b> |

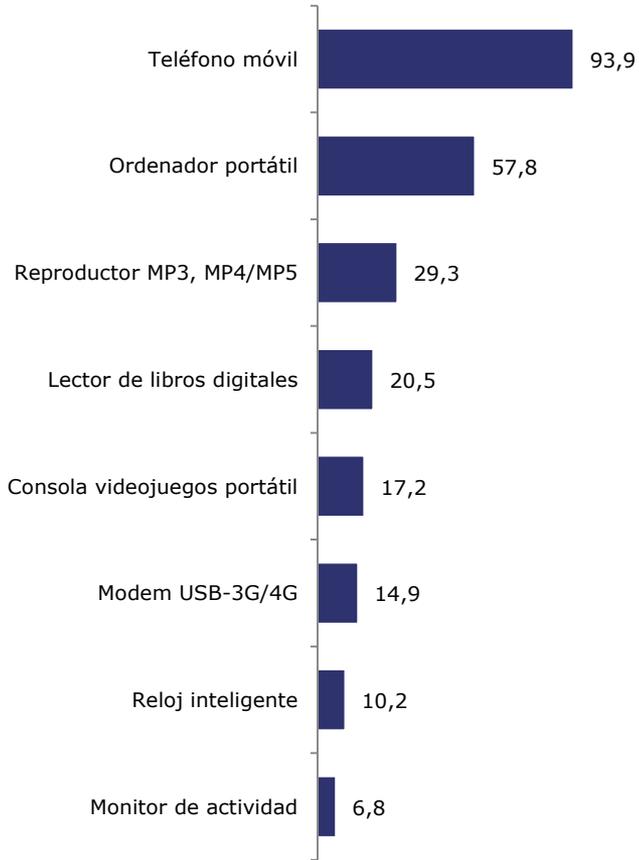
1



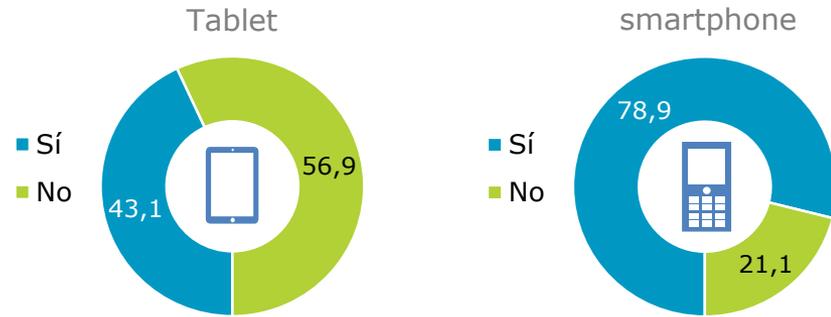
# Equipamiento de los individuos

%

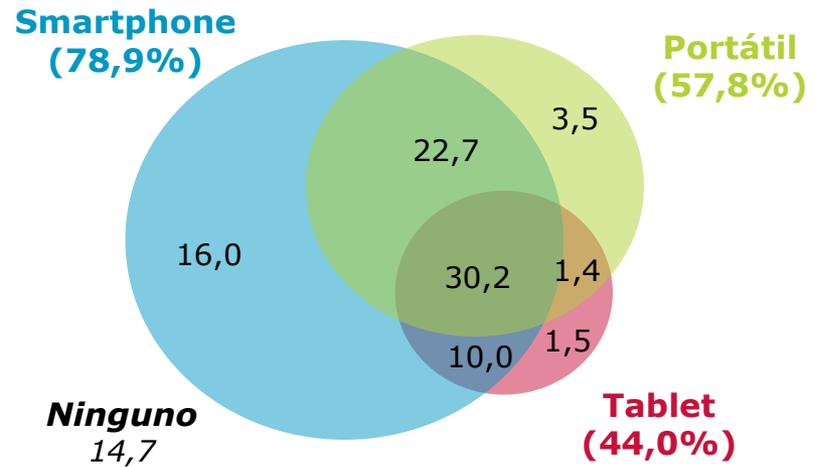
## Productos



## Penetración



## Convivencia dispositivos



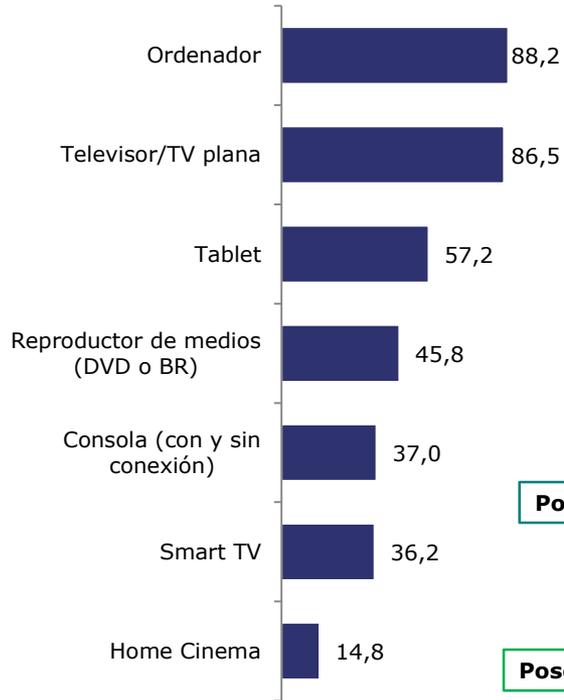
BASE: Individuos de 15 años o más que disponen de alguno de estos dispositivos



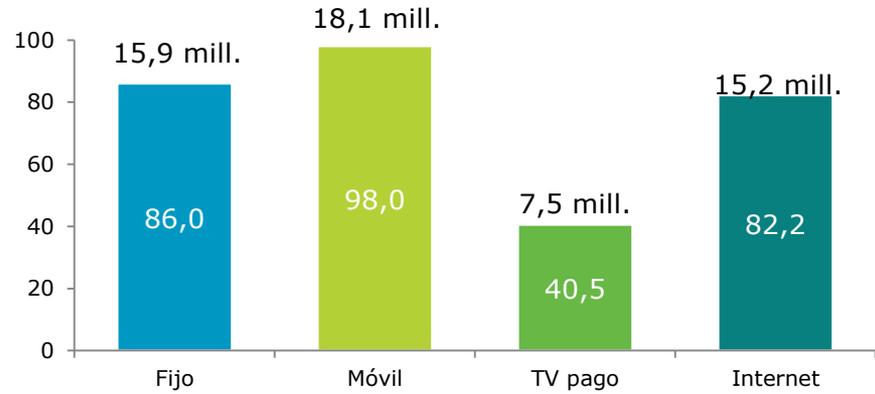
# Equipamiento de los hogares

%

## Productos

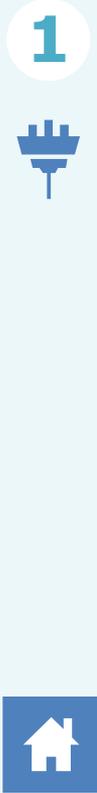
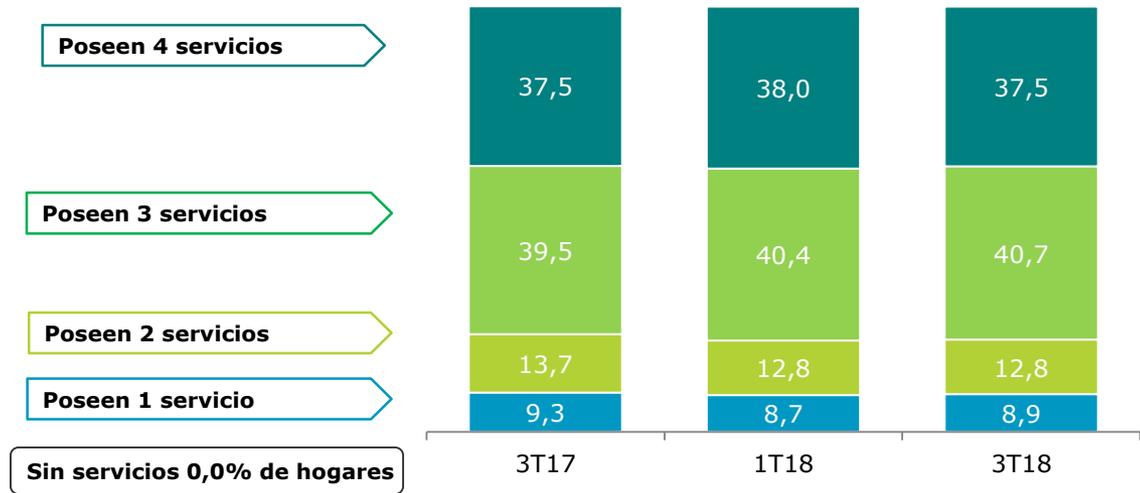


## Servicios



BASE: Total hogares  
Número de hogares que disponen del servicio

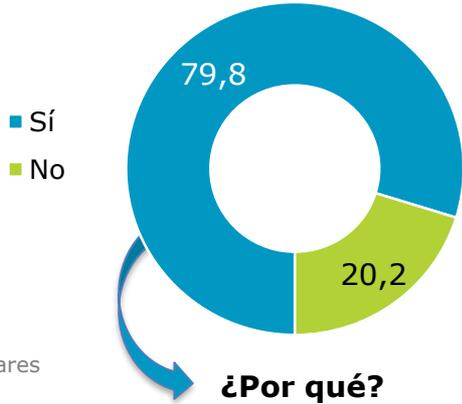
## Servicios por hogar



# Paquetización de servicios

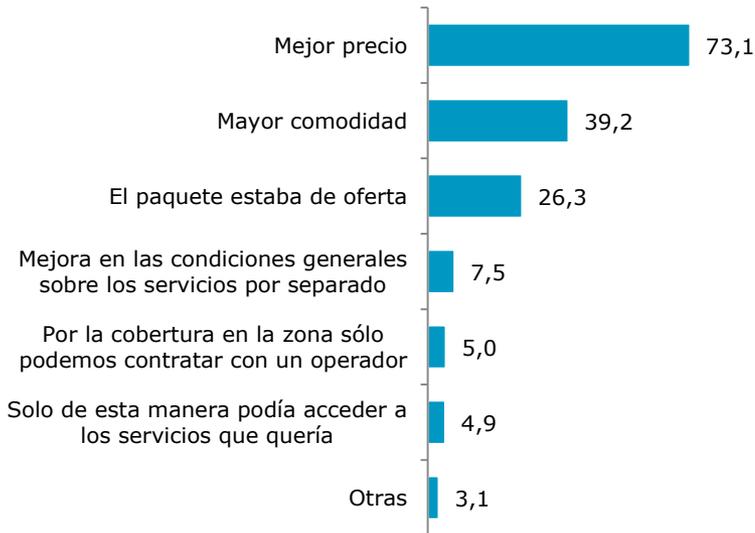
%

## ¿Contrata los servicios en forma de paquete?



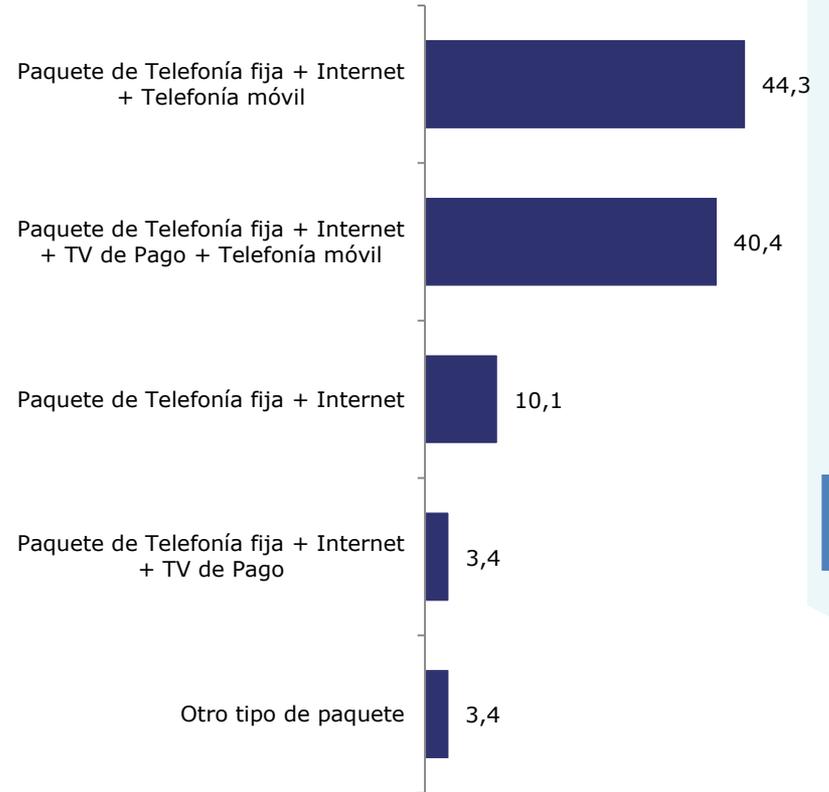
BASE: Total hogares

### ¿Por qué?



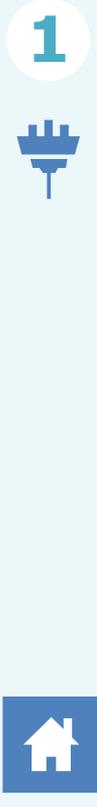
BASE: Hogares con paquete

## Paquetes más frecuentes



\* respuesta múltiple, en un mismo trimestre puede haber cambio en el tipo de paquete contratado

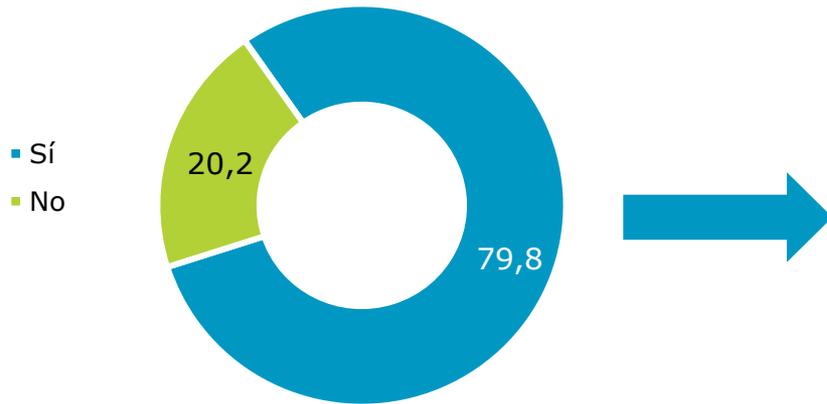
BASE: Hogares con paquete



# Paquetización de servicios

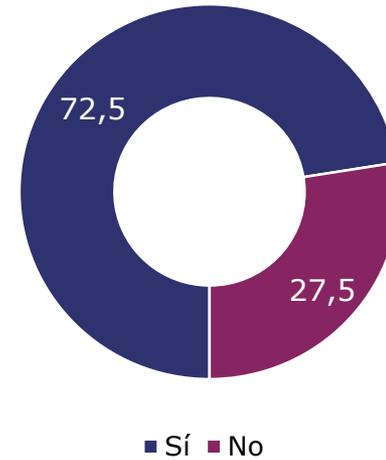
%

**¿Contrata los servicios en forma de paquete?**



BASE: Total hogares

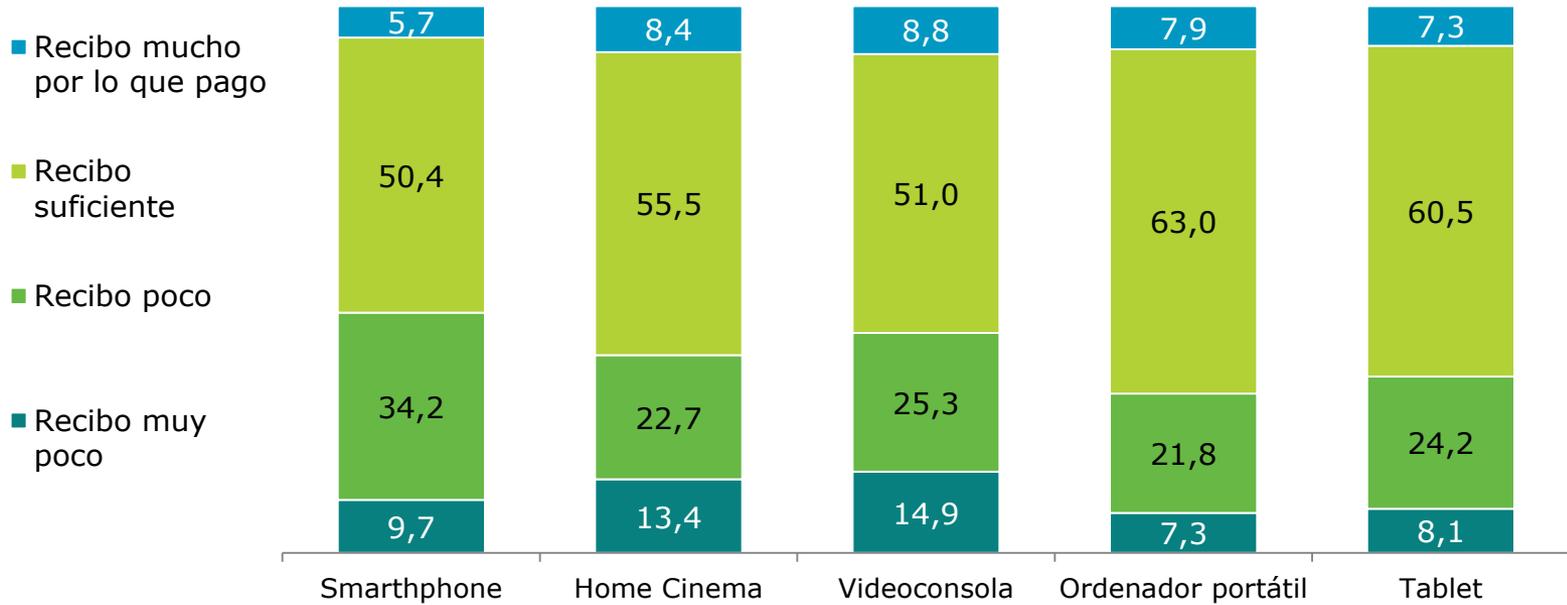
**Líneas móviles contratadas en paquete**



BASE: Líneas móviles

1

# Relación entre precio y utilidad de los equipamientos



1

# Conclusiones

## Equipamiento:

En el tercer trimestre de 2018, el **teléfono móvil** mantiene el dato de penetración entre las personas de 15 años o más, con el 93,9% de los individuos declarando poseer dicho dispositivo. El segundo accesorio con mayor penetración, aunque lejos del dispositivo móvil, es el ordenador portátil, que en esta oleada baja ligeramente (0,6 p.p) hasta el 57,8%.

En tercer y cuarto lugar se encuentran los dispositivos más asociados al ocio, como el reproductor MP3/MP4/MP5 (29,3% de penetración entre los individuos de 15 o más años de edad), el lector de libros digitales (20,5%) y las consolas de videojuegos portátiles (17,2%).

En cuanto al equipamiento en el hogar, la situación apenas cambia frente al trimestre anterior. Los ordenadores y televisores de pantalla plana se encuentran presentes en algo más de 4 de cada 5 hogares (con penetraciones del 88,2% y 86,5%, respectivamente). En casi 3 de cada 5 hogares (57,2%) hay al menos una tableta disponible.

En cuanto a la contratación de **servicios TIC** en los hogares españoles, 18,1 millones de hogares (98,0%) cuentan con **telefonía móvil** y 15,9 millones (86,0%) con servicios de **telefonía fija**. Algo menor es el porcentaje de hogares que disponen de **Internet**, 15,2 millones (82,2%). Por último, los servicios de **TV de pago** son contratados por 7,5 millones de hogares (40,5%).

En esta oleada, la forma de contratar estos servicios favorece ligeramente la agrupación de 3 servicios, con una subida 0,3 p.p hasta el 40,7% de los hogares, en detrimento de la contratación de la totalidad de los servicios disponibles (cuatro) que baja 0,5 p.p hasta el 37,5%. Además, la adquisición de servicios **conjuntamente** continúa aumentando; el 79,8% de los hogares optan por contratar algún tipo de paquete de servicios TIC. Se mantienen las preferencias por las combinaciones de telefonía fija + Internet + móvil (44,3%), así como de telefonía fija + Internet + móvil + televisión de pago (40,4%).

1



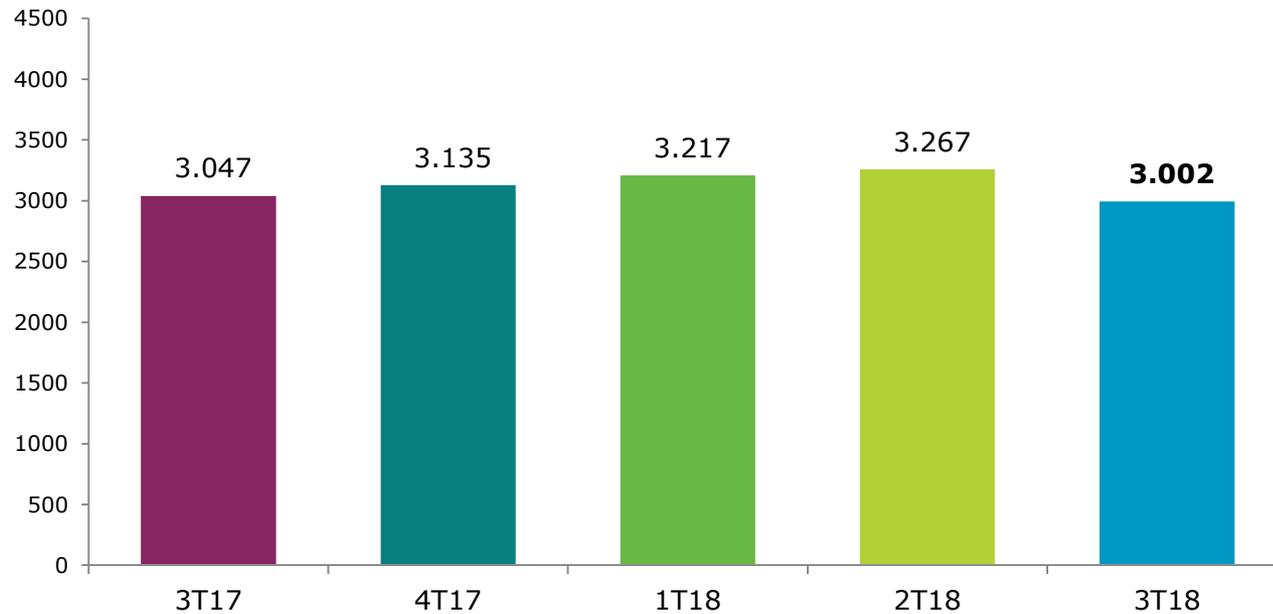


|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. <u>Equipamiento</u></b>                      | <b>2</b>  |
| <b>2. <u>Gasto</u></b>                             | <b>9</b>  |
| <b>3. <u>Conectividad</u></b>                      | <b>21</b> |
| <b>4. <u>Comunicación</u></b>                      | <b>29</b> |
| <b>5. <u>Información</u></b>                       | <b>36</b> |
| <b>6. <u>Entretenimiento</u></b>                   | <b>41</b> |
| <b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b> | <b>48</b> |
| <b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>            | <b>56</b> |
| <b>9. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>            | <b>60</b> |



# Gasto total nacional

## Gasto nacional (Millones de €) (Excluido IVA)



\* Datos en millones de Euros / Trimestre

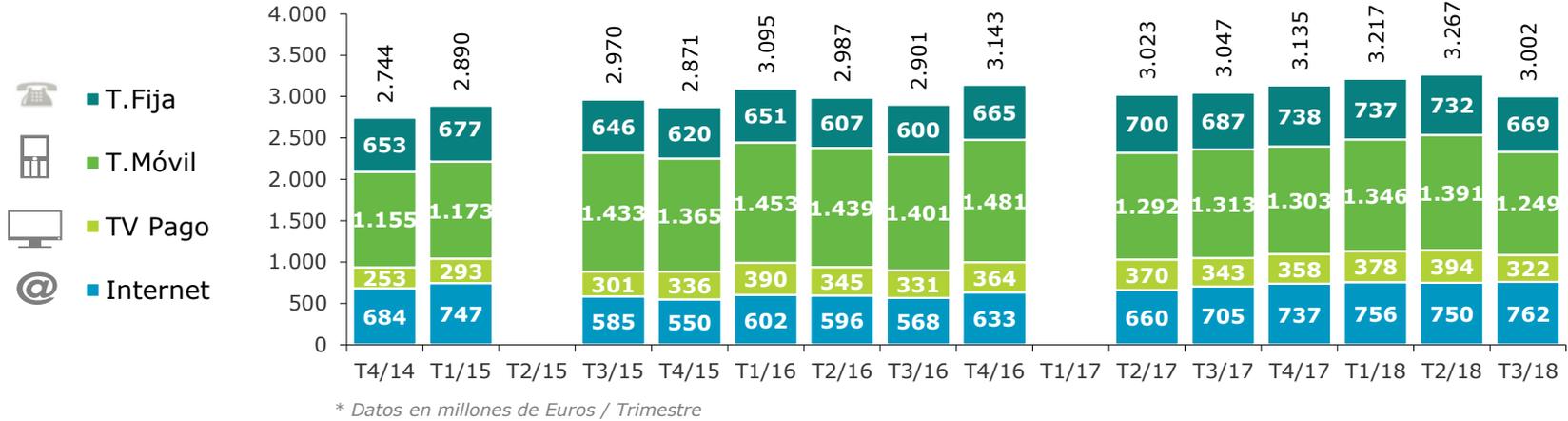
2



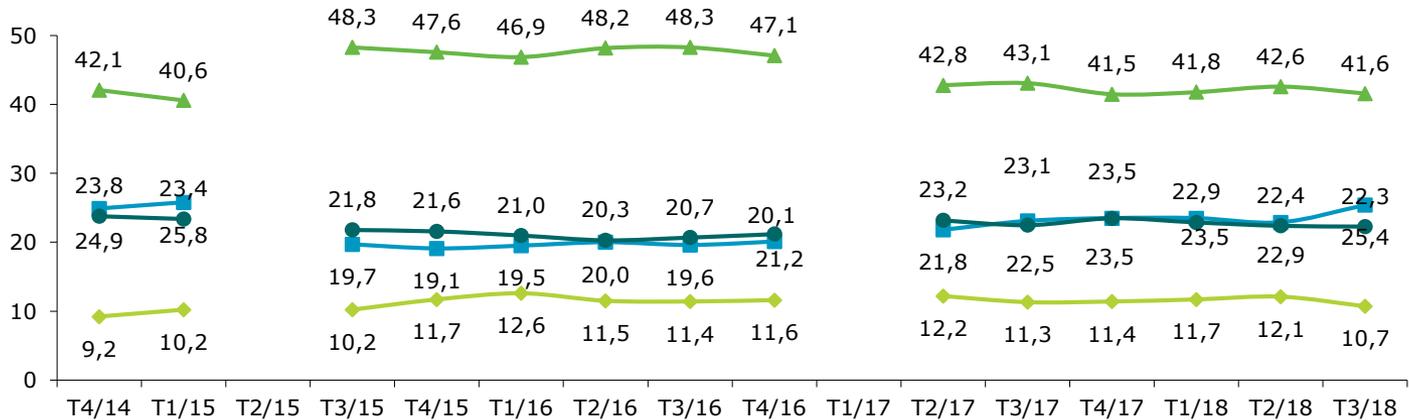
# Gasto total nacional | por mercado



## Gasto nacional por servicio (Millones de €) (Excluido IVA)



## Porcentaje de gasto TIC por servicio



# Gasto medio por hogar

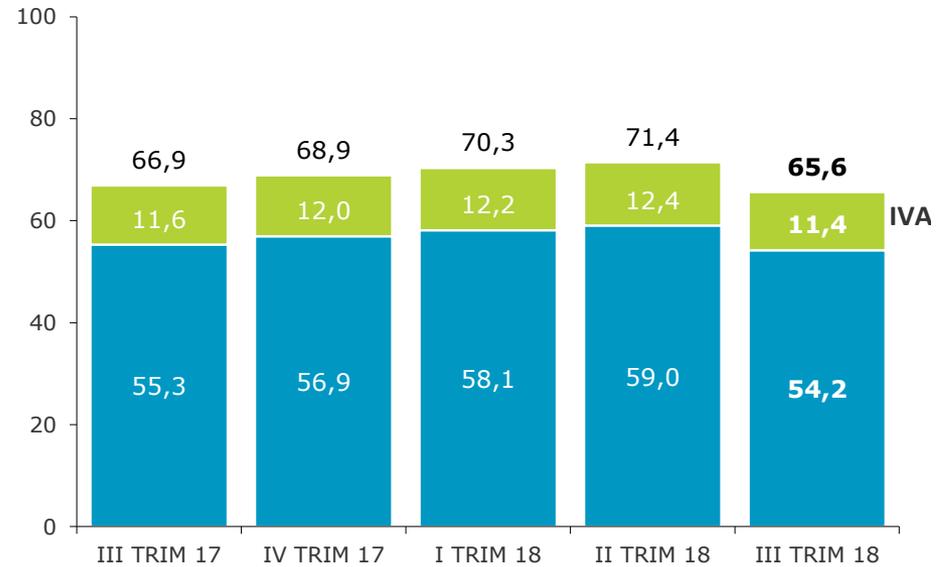


**Gasto medio por hogar (€)**  
(IVA Incluido)



\* Datos en Euros / Mes (con IVA)

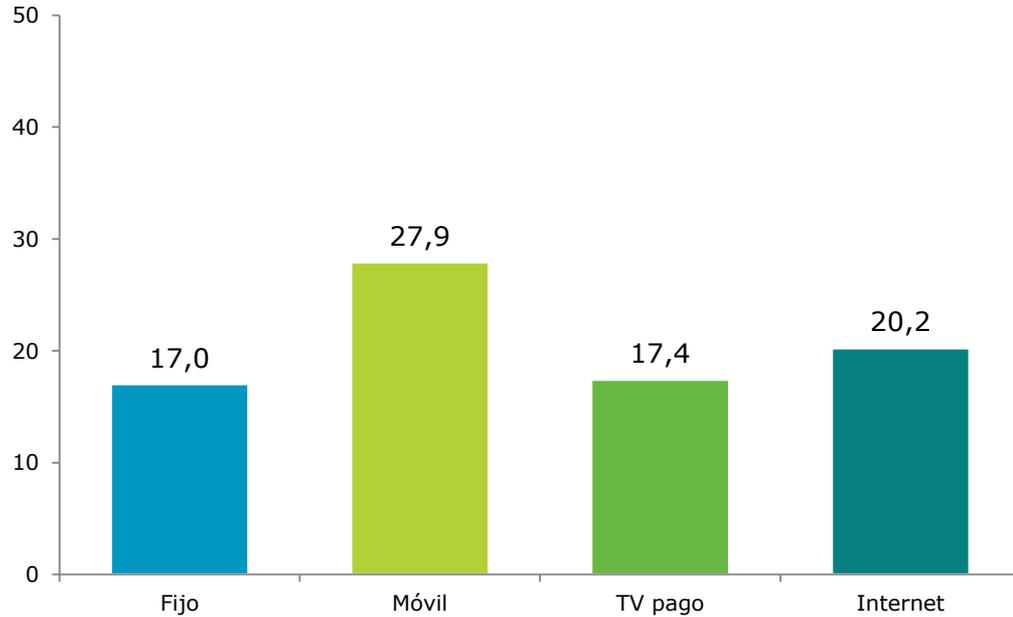
**Evolución del Gasto medio por hogar (€)**  
(IVA Incluido)



# Gasto medio por mercado

## Gasto medio por hogar (IVA incluido)

\* Datos en Euros / Mensuales

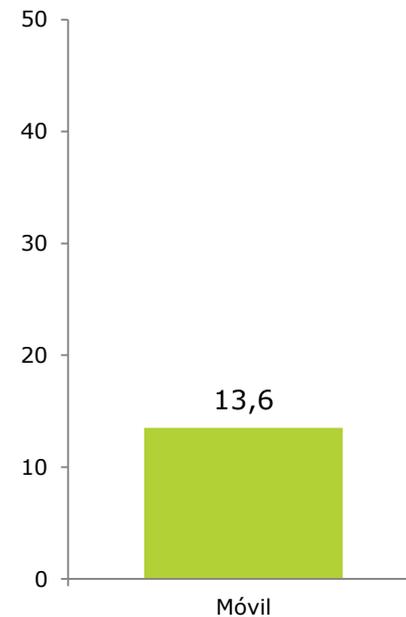


III TRIM 18

BASE: Hogares que disponen de cada servicio

## Gasto medio por individuo (IVA incluido)

\* Datos en Euros / Mensuales



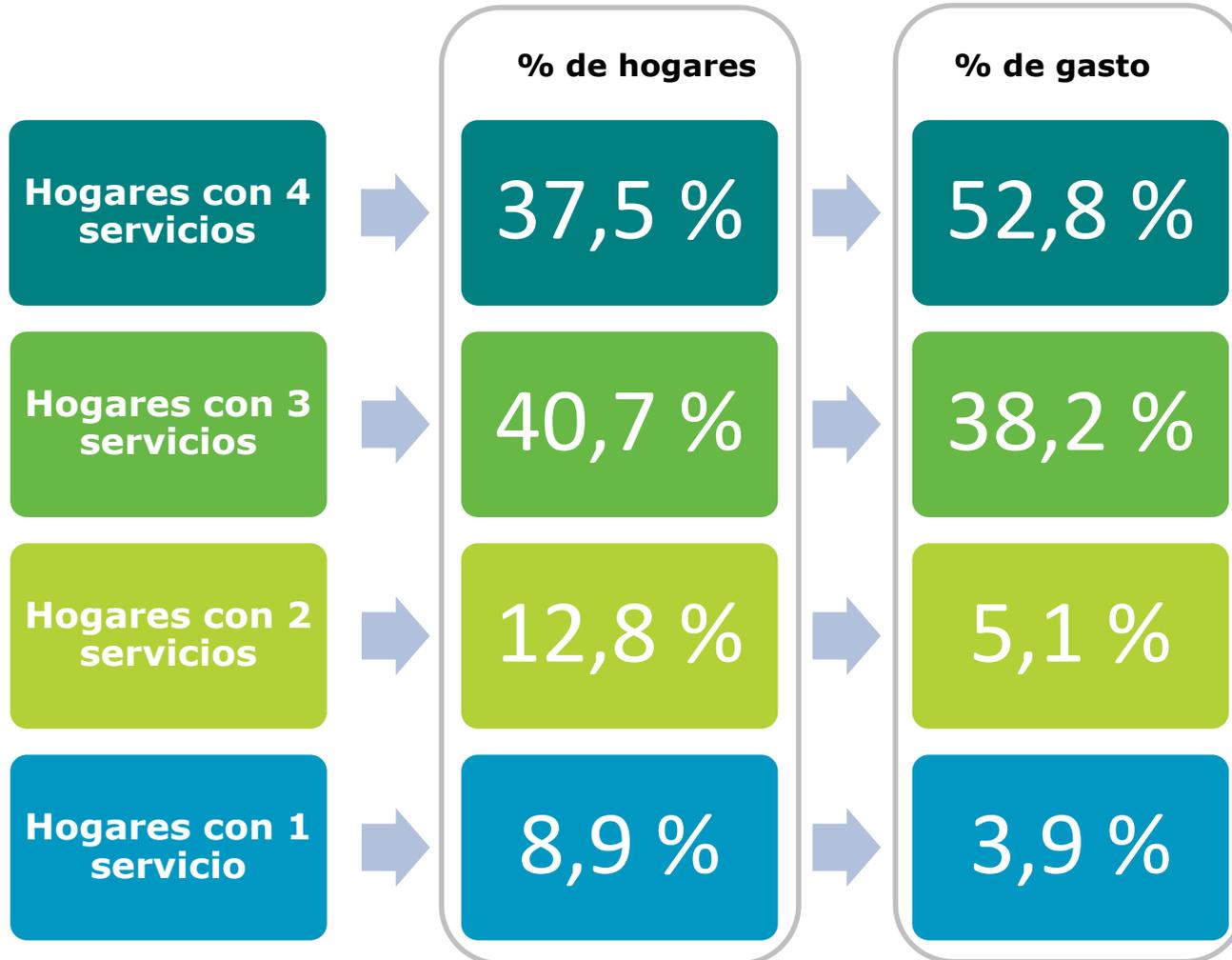
III TRIM 18

BASE: Individuos de 15 o más años  
que disponen de teléfono móvil

2



# Contratación de servicios TIC



Resultados III TRIM 18  
(Jul-Sep 18)

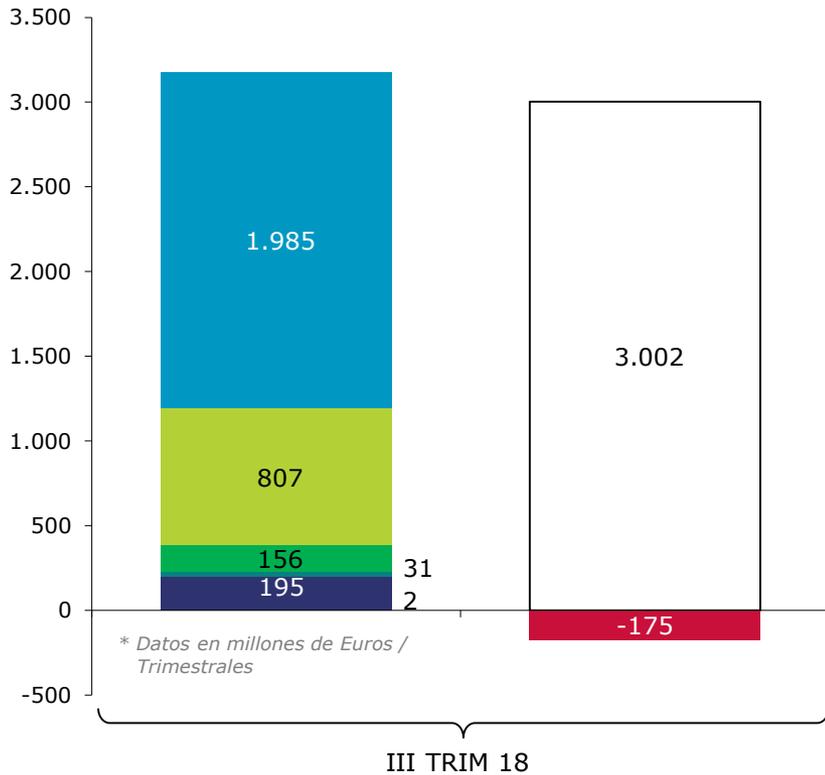
Resultados III TRIM 18  
(Jul-Sep 18)

2

# Gasto total nacional | por concepto



## Gasto total nacional desglosado por conceptos (Excluido IVA)



- Cuotas de Paquete
- Otras cuotas mensuales
- Otros conceptos
- Consumos fijo
- Consumos móvil
- Consumos TV
- Descuentos

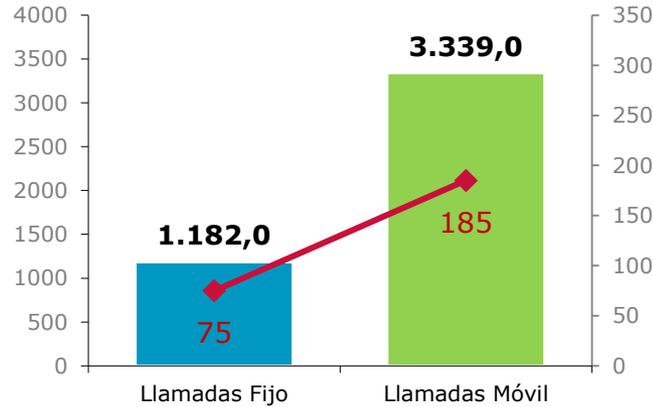


# Análisis del consumo

2

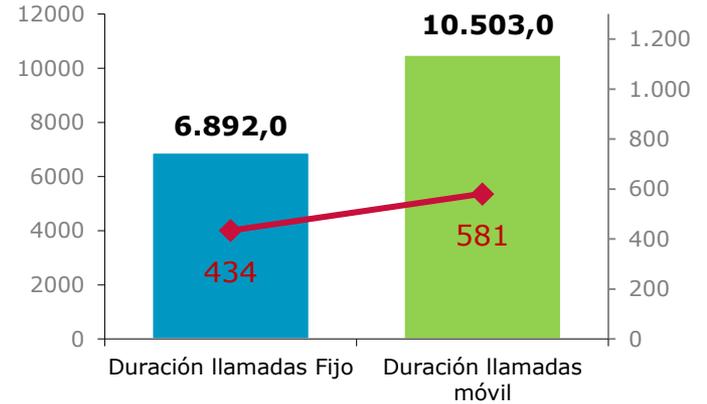


## Número de Llamadas



Nacional: Millones de Llamadas / Trimestre  
 Hogar: Llamadas / Trimestre  
 BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

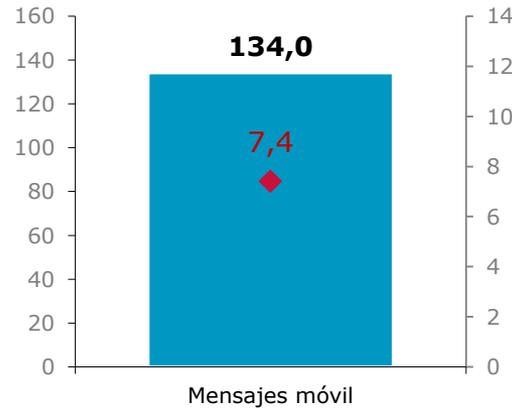
## Duración de Llamadas



Nacional: Millones de minutos / Trimestre  
 Hogar: Minutos / Trimestre  
 BASE: Total hogares con fijo o móvil respectivamente

Resultados I TRIM 18  
 (Ene-Mar 18)

## Consumo SMS



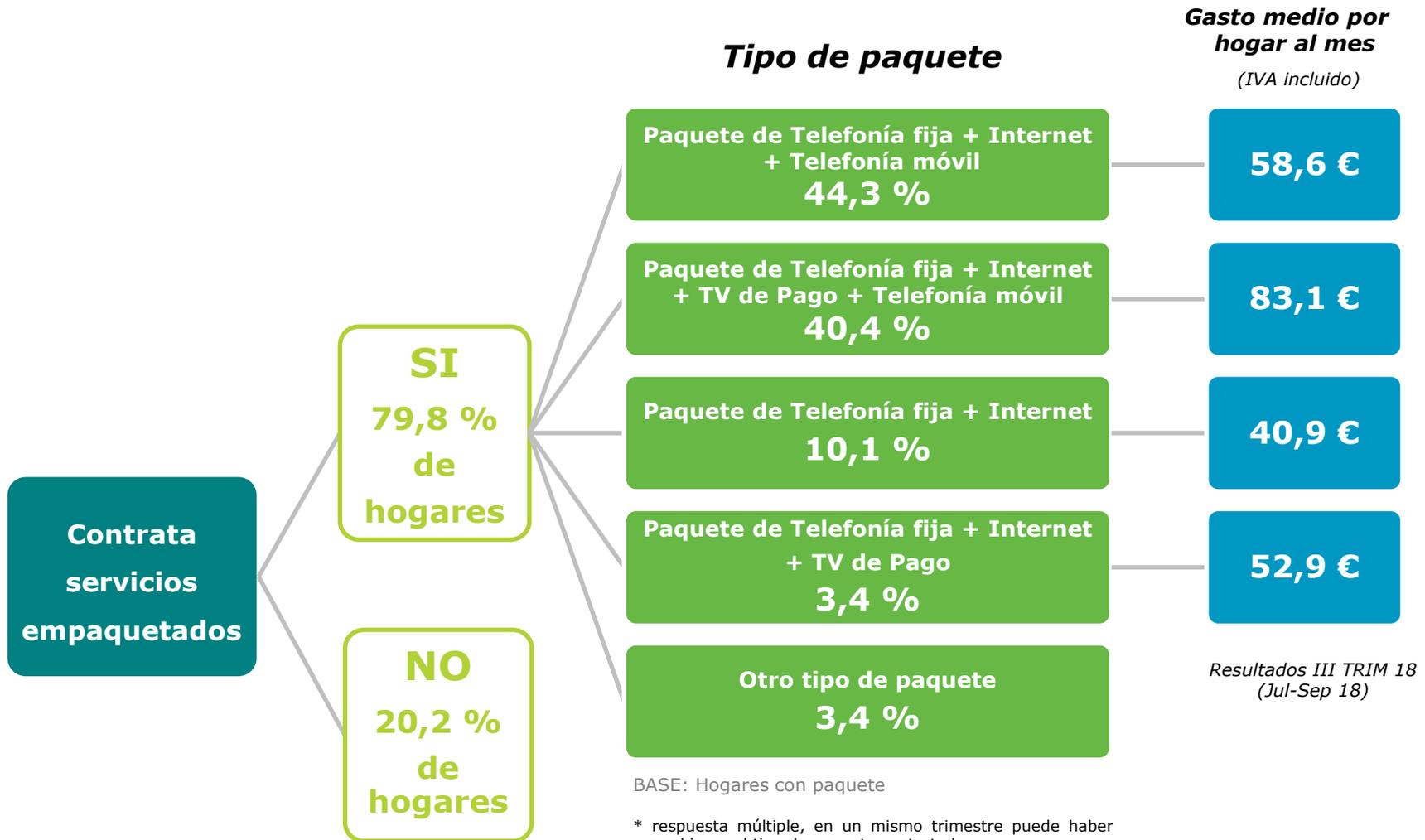
Nacional: Millones de mensajes / Trimestre  
 Hogar: Mensajes / Trimestre

BASE: Total hogares con móvil

■ Total Nacional  
 (Millones de unidades)  
 ◆ Hogar  
 (Unidades)

# Gasto en paquetización de servicios

2



Resultados III TRIM 18 (Jul-Sep 18)

BASE: Hogares con paquete

\* respuesta múltiple, en un mismo trimestre puede haber cambio en el tipo de paquete contratado

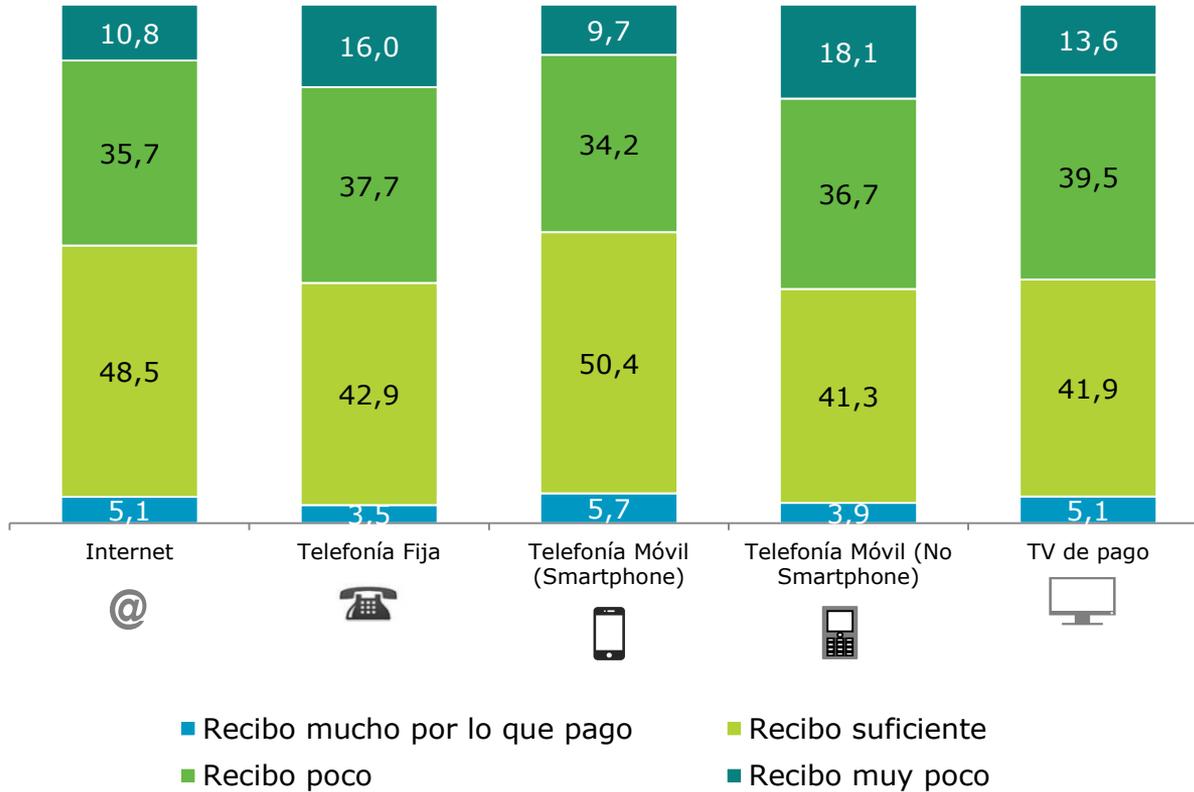
BASE: Total hogares

Resultados III TRIM 18 (Jul-Sep 18)

Resultados III TRIM 18 (Jul-Sep 18)

# Relación entre precio y utilidad de los servicios

2



Resultados III TRIM 18  
(Jul-Sep 18)



## Evolución del gasto:

El tercer trimestre del año 2018 muestra una bajada del **gasto total nacional** en servicios TIC hasta los **3.002 millones de euros** (frente a los 3.267 millones registrados el trimestre pasado), aunque interanualmente el descenso fue de 45 millones, un 1,5% menos.

Por partidas de gasto, la **TV de pago, telefonía móvil y telefonía fija** bajan un 18,2%, 10,2% y un 8,6%, respectivamente, frente al trimestre anterior. Sin embargo, el gasto asociado a **Internet** aumenta ligeramente (1,6%). La comparación con el mismo trimestre del año anterior también refleja descensos, aunque más moderados, de la TV de pago, telefonía móvil y telefonía fija (6,1%, 4,9% y 2,6%, respectivamente) y un incremento del gasto en Internet del 8,1%.

Después de cinco trimestres consecutivos al alza, el **gasto medio por hogar desciende situándose en los 65,6€**, de los cuales 11,4€ son en concepto de IVA. Esto supone una bajada de 1,4€ frente al importe medio registrado en el tercer trimestre de 2017 (66,9€ por hogar).

El grueso de gasto generado (91,0% del mismo) viene de un 78,2% de los hogares españoles, que son aquellos hogares que contratan 3 o 4 servicios TIC.

## Distribución de servicios por hogar:

La bajada de gasto total se traslada a los hogares españoles con descensos interanuales de los gastos medios en **telefonía móvil** y en **TV de pago**, situándose en 27,9€ y 17,4€ ( con bajadas de 1,4€ y 3,9€, respectivamente). La **telefonía fija** se mantiene bastante estable respecto al año anterior, con 17€ de media al mes. El **gasto medio en Internet** es el único que sube, alcanzando los 20,2€ de gasto por hogar este trimestre frente a los 19,4€ registrados durante el mismo trimestre del año anterior.





## Análisis de la paquetización de servicios:

La paquetización de los servicios TIC en los hogares sigue aumentando y pasa del 77,9% en el tercer trimestre de 2017 al 79,8% de los hogares en el tercer trimestre de 2018. Las combinaciones más contratadas continúan siendo, por una parte, la telefonía fija+Internet+móvil (44,3% de los hogares con paquetes contratados con un gasto medio por hogar asociado de 58,6€) y, por otra, el paquete de todos los servicios (40,4% de los hogares con paquetes contratados con un gasto medio por hogar asociado de 83,1€).

## Análisis del consumo:

Los 3.002 millones de euros del gasto total TIC se desglosan en distintos conceptos: el grueso del volumen del gasto proviene de **cuotas**, ya sean **cuotas de paquetes** (1.985 millones de euros), u **otras cuotas mensuales** (807 millones de euros).

En cuanto al gasto en **consumo**, 195 millones de euros se asocian al **móvil**, muy por encima de los 31 millones de euros de **fijo** y los 2 millones correspondientes a la **televisión**.

Quedaría por mencionar **otros conceptos** recogidos por valor de 156 millones de euros.

Por último, se restarían 175 millones de euros acumulados como **descuentos** sobre el gasto.





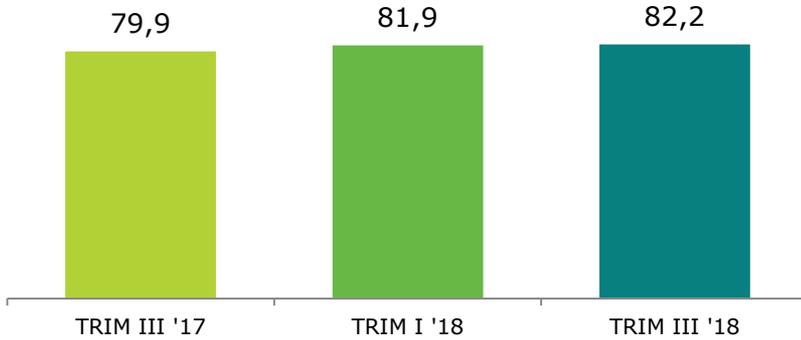
|   |    |
|---|----|
| 1. <u><a href="#">Equipamiento</a></u>                      | 2  |
| 2. <u><a href="#">Gasto</a></u>                             | 9  |
| 3. <u><a href="#">Conectividad</a></u>                      | 21 |
| 4. <u><a href="#">Comunicación</a></u>                      | 29 |
| 5. <u><a href="#">Información</a></u>                       | 36 |
| 6. <u><a href="#">Entretenimiento</a></u>                   | 41 |
| 7. <u><a href="#">Administración / Gestión personal</a></u> | 48 |
| 8. <u><a href="#">Seguridad y privacidad</a></u>            | 56 |
| 9. <u><a href="#">Anexo: Evolución datos</a></u>            | 60 |



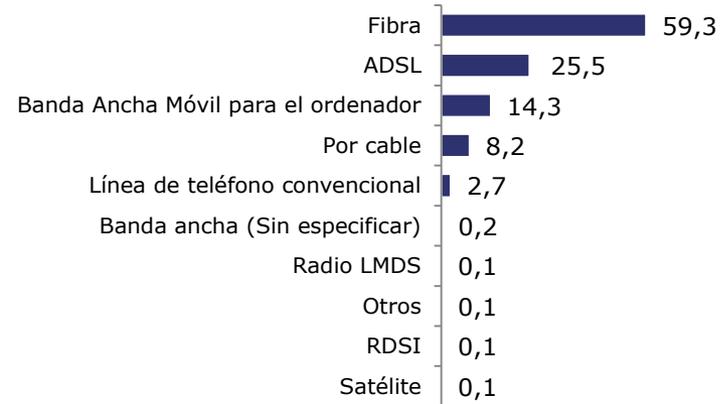
# Conectividad en el hogar

%

## Penetración de Internet

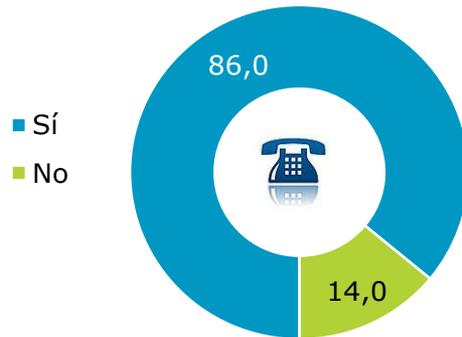


## Tipo de conexión

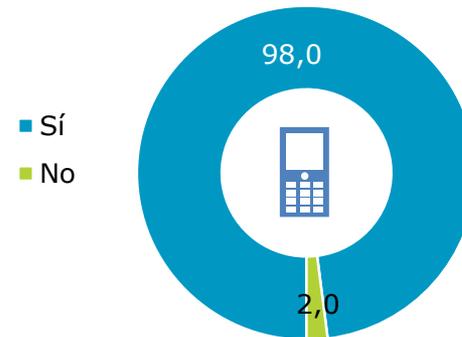


BASE: Total hogares con conexión a Internet

## Penetración Fijo



## Penetración Móvil

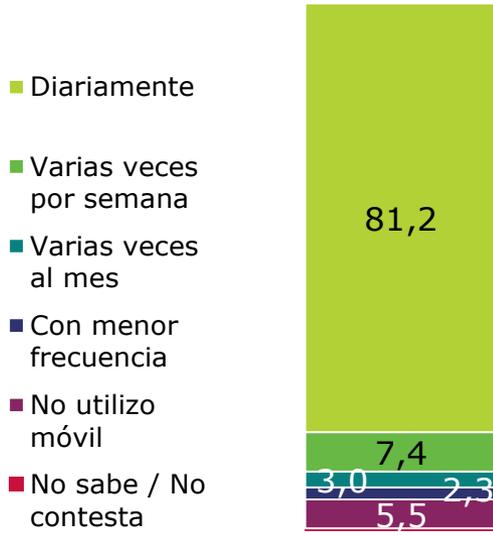


3

# Cómo se conecta la gente | móvil

%

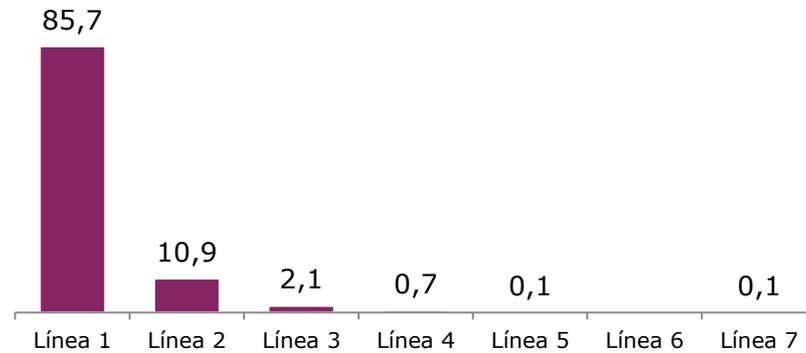
## Frecuencia Uso Móvil



## Usuarios Móvil

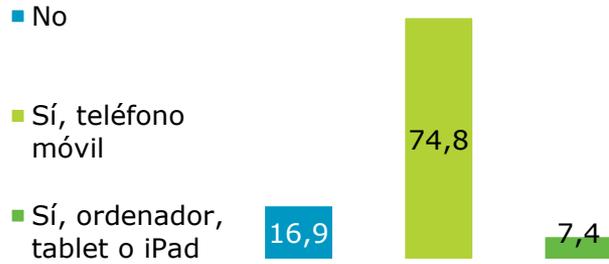
37.015.697 (93,9%)

## Nº líneas contratadas



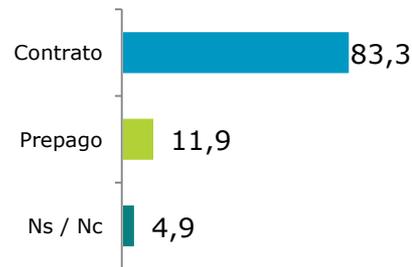
BASE: Usuarios de móvil

## Uso Internet móvil



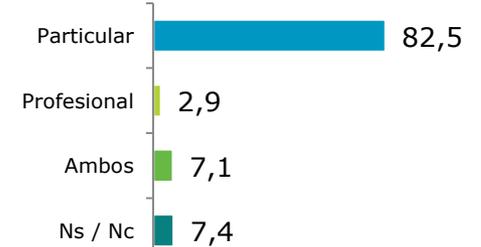
BASE: Individuos de 15 años o más

## Modalidad contratación (líneas)



BASE: Total líneas

## Uso (líneas)



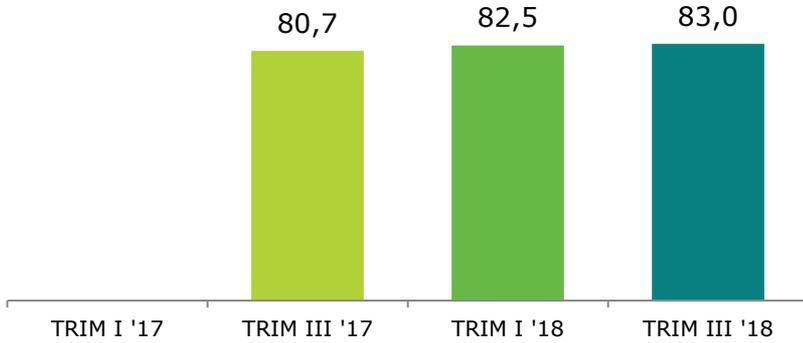
BASE: Total líneas



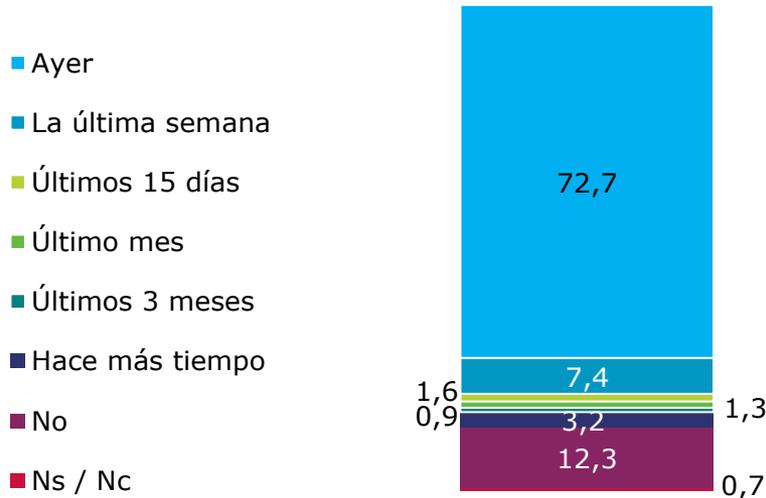
# Cómo se conecta la gente | Internet

%

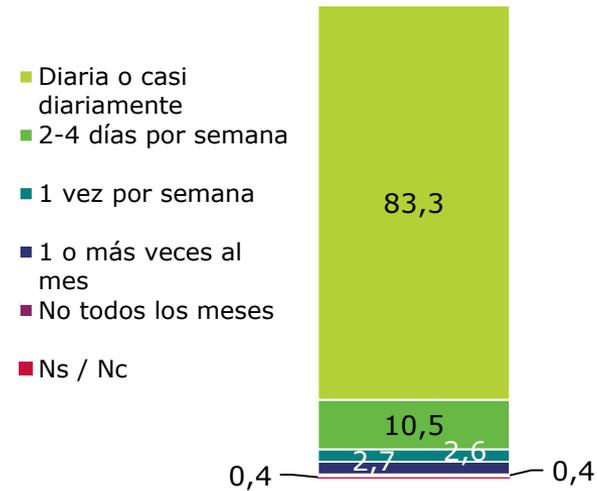
## Penetración de uso de Internet (Último mes)



## Último acceso



## Frecuencia de uso (Último trimestre)

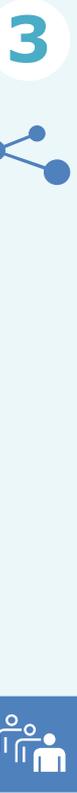


BASE: Usuarios de Internet en los últimos 3 meses

## Manejo y uso de Internet



BASE: Usuarios de Internet



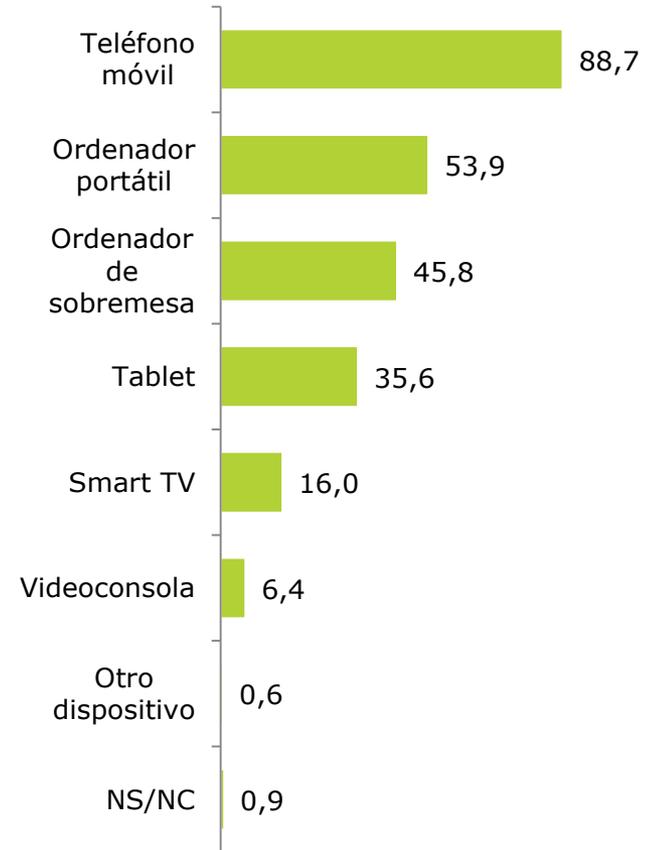
# Usos de Internet

%

## Lugares de acceso



## Dispositivos de acceso



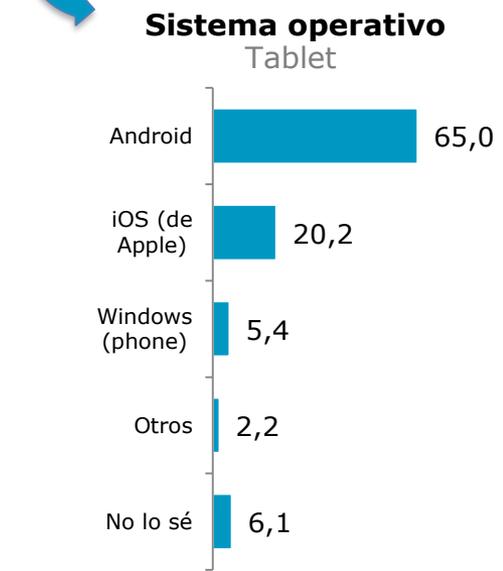
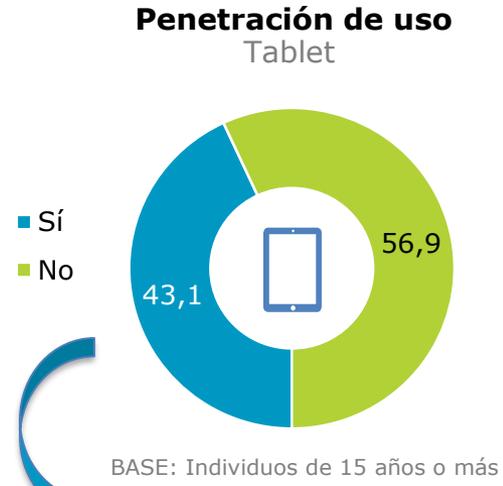
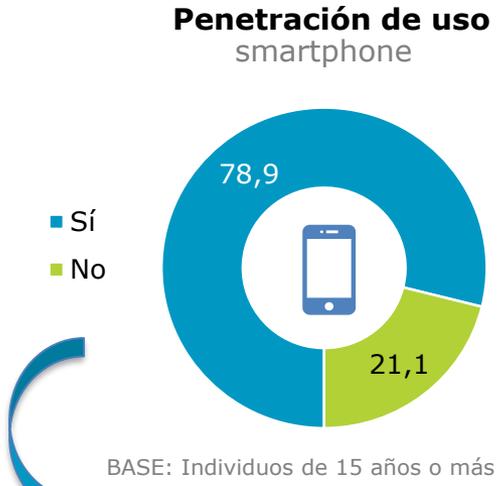
3



# Usos de smartphone / tablet

%

3

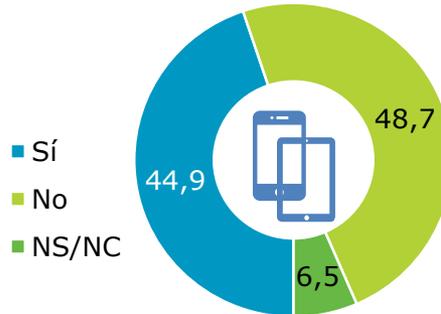


BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

BASE: Individuos de 15 años o más con Tablet

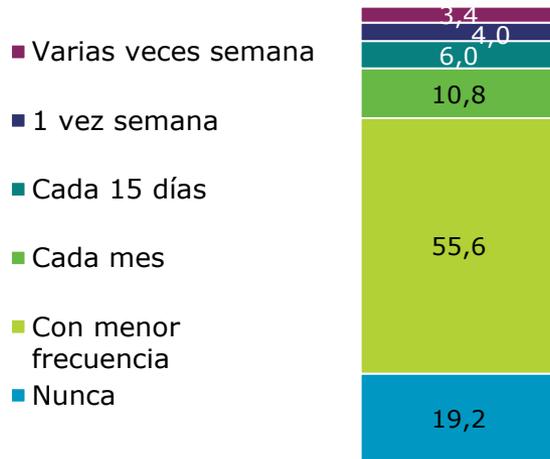
%

## Ha descargado aplicaciones para su smartphone / Tablet en el último mes



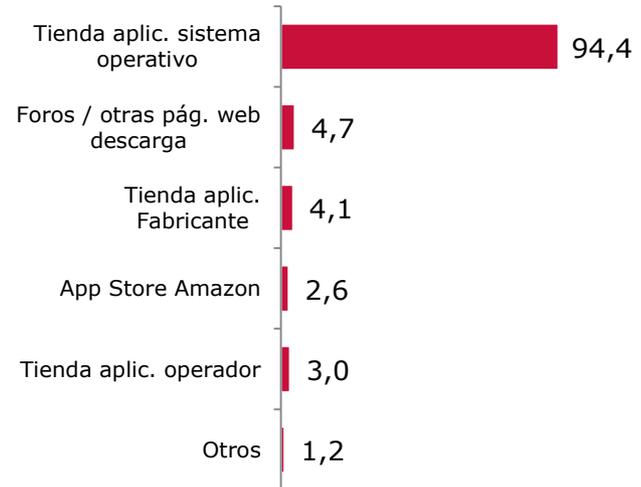
BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

## Frecuencia de descarga



BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet

## Tienda de descarga



BASE: Individuos de 15 años o más que dispone de smartphone y/o Tablet y han descargado apps

3



## Formas de conectarse

El acceso a **Internet** en los hogares españoles continúa aumentando, aunque en esta oleada se puede observar una ralentización del mismo, hasta alcanzar un 82,2%, lo que supone un aumento de 0,3 puntos porcentuales respecto a la oleada anterior. Se consolida la sustitución del ADSL por la fibra óptica, pudiéndose ver como esta llega a casi seis de cada 10 hogares españoles (59,3%).

La **frecuencia de uso de la Red** es bastante intensiva. Un **83,3% de los internautas** declaran acceder a Internet **a diario o casi a diario** y un **72,7%** el **día anterior**. Estas conexiones se siguen realizando desde los mismos lugares; la propia casa (93,5%), casa de amigos o familiares (39,9%) y desde el trabajo (40,1%).

**Se acentúa aún más la preferencia del teléfono móvil** como dispositivo de acceso a la Red. Un 87,7% de los usuarios de Internet en los 3 últimos meses manifiestan utilizarlo. Le siguen los ordenadores, tanto portátil como de sobremesa (53,9% y 45,8%, respectivamente), y, en cuarto lugar, las tabletas (35,6%).



## Smartphones y tabletas

Entre los individuos de 15 años o más, vuelve a aumentar la penetración del **smartphone** hasta el 78,9%. Por otro lado, la penetración de las **tabletas** cae ligeramente hasta el 43,1% (-0,9 p.p.).



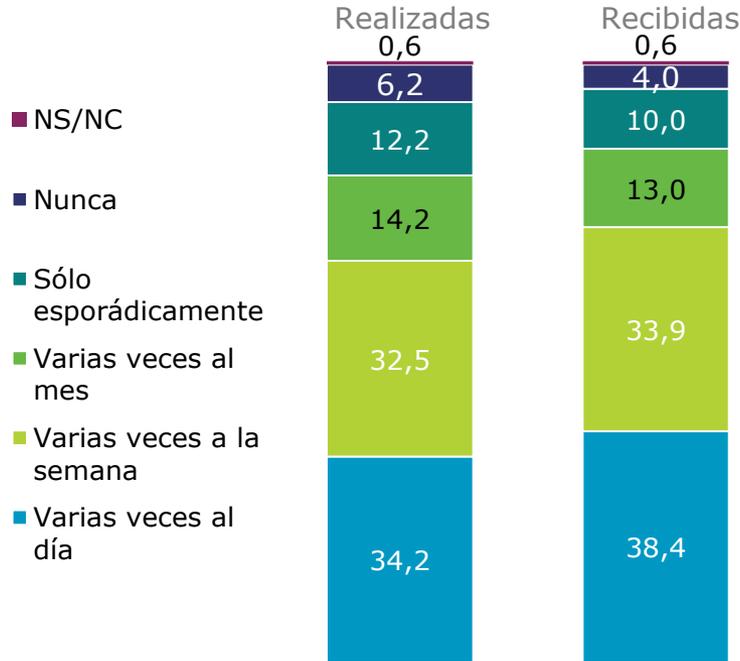
|   |    |
|---|----|
| 1. <u>Equipamiento</u>                      | 2  |
| 2. <u>Gasto</u>                             | 9  |
| 3. <u>Conectividad</u>                      | 21 |
| 4. <u>Comunicación</u>                      | 29 |
| 5. <u>Información</u>                       | 36 |
| 6. <u>Entretenimiento</u>                   | 41 |
| 7. <u>Administración / Gestión personal</u> | 48 |
| 8. <u>Seguridad y privacidad</u>            | 56 |
| 9. <u>Anexo: Evolución datos</u>            | 60 |



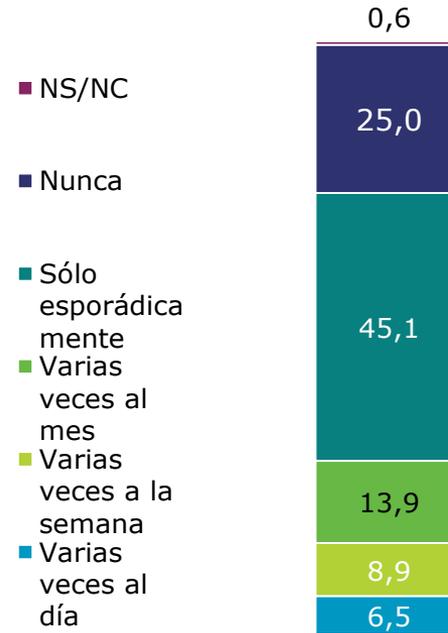
# Comunicación tradicional móvil

%

## Llamadas de voz móvil



## Mensajes de SMS



4

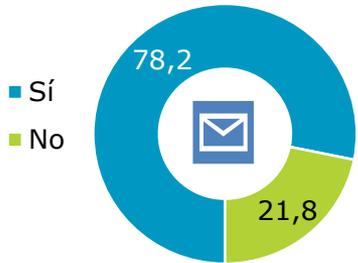


# Comunicación basada en Internet

%

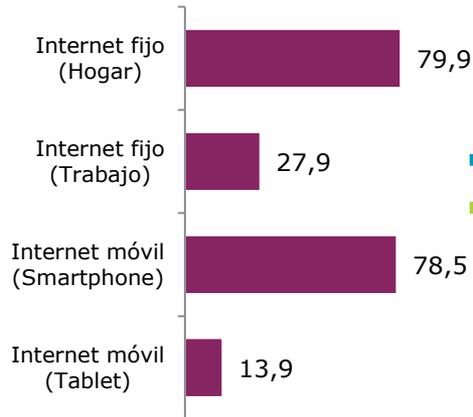
## Correo electrónico (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

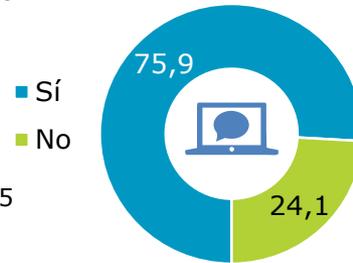
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

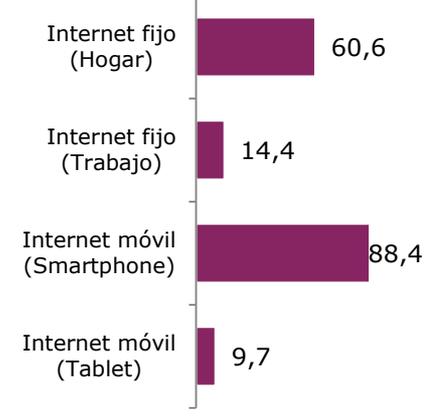
## Mensajería instantánea (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

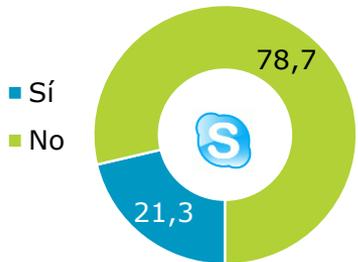
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

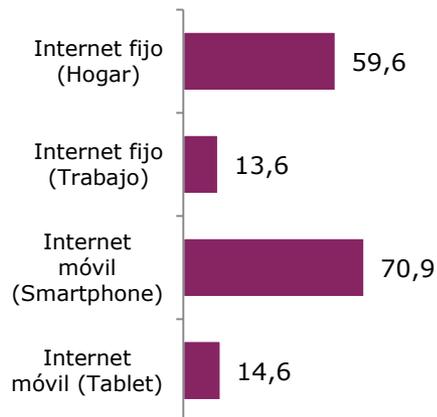
## Llamadas Skype (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

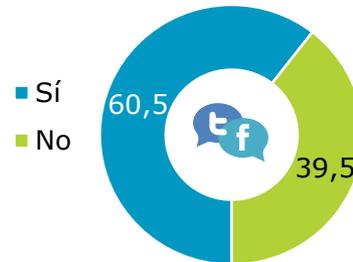
Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

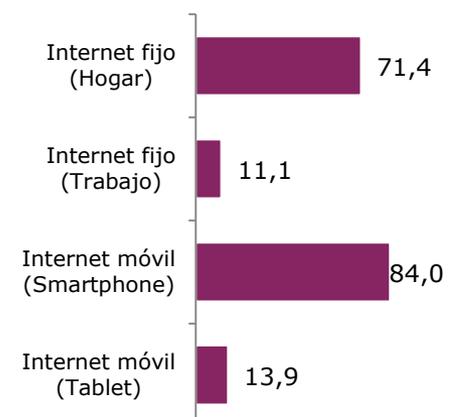
## Redes sociales (Últimos 3 meses)

Penetración



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

Tipo de Internet

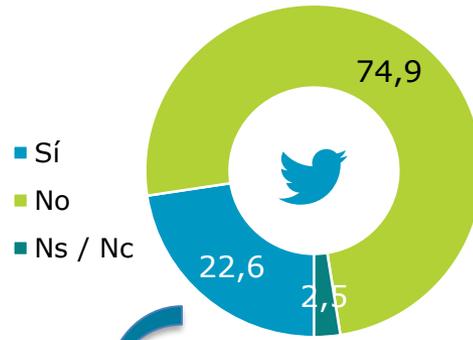


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio



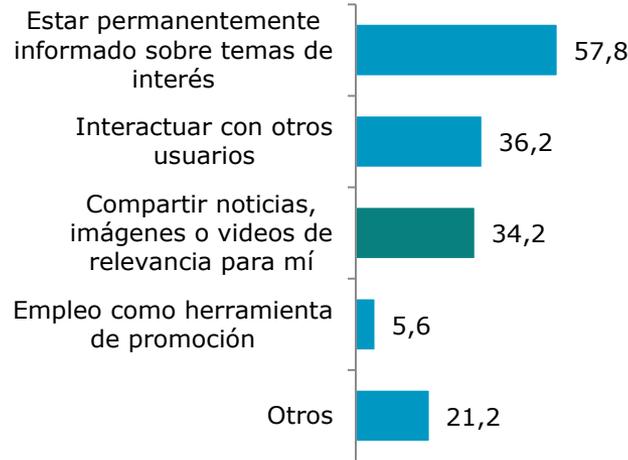
%

## Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

## Usos del microblogging



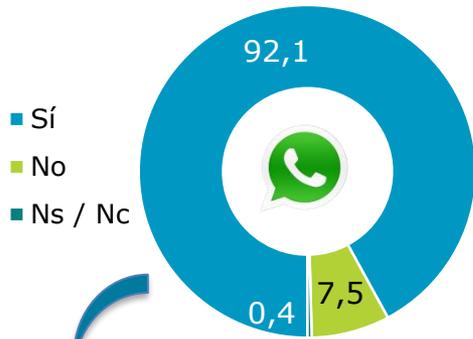
BASE: Usuarios de 15 años o más que usan microblogging



# Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

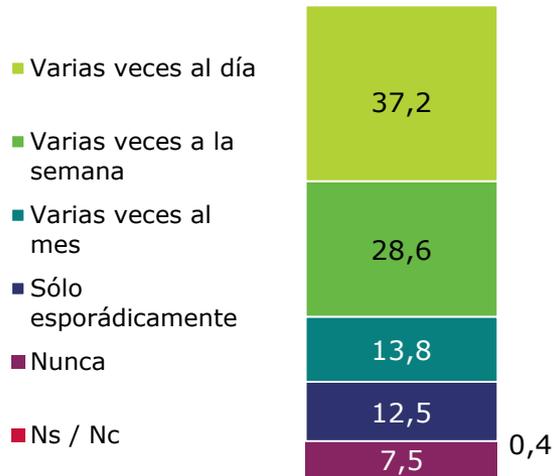
%

## Uso de mensajería tipo WhatsApp



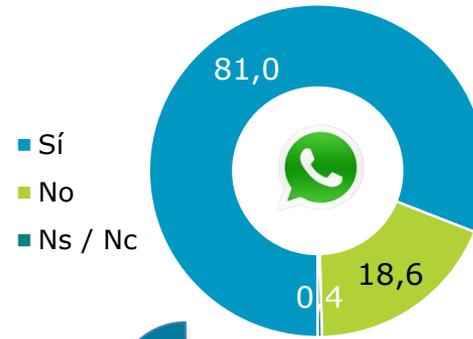
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Frecuencia de uso



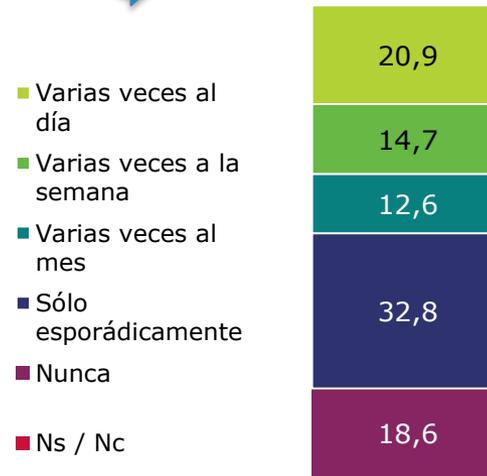
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Uso de llamadas de voz tipo WhatsApp



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Frecuencia de uso



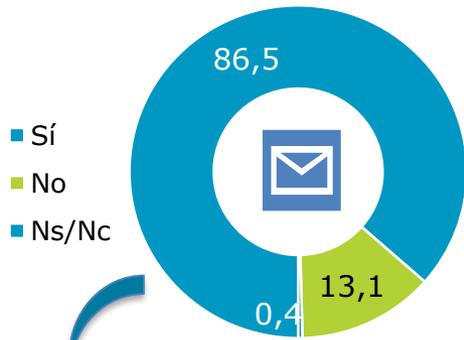
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone



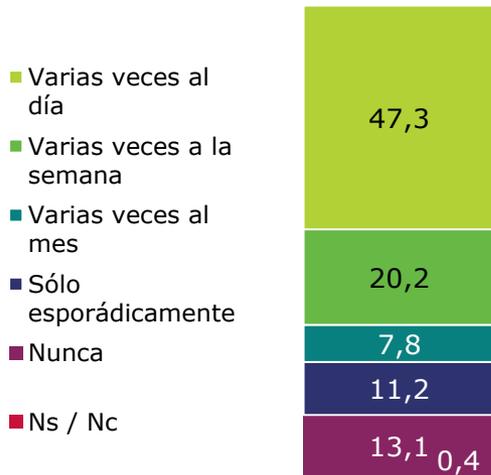
# Uso de apps de comunicación en el smartphone/tablet

%

## Uso de Correo electrónico

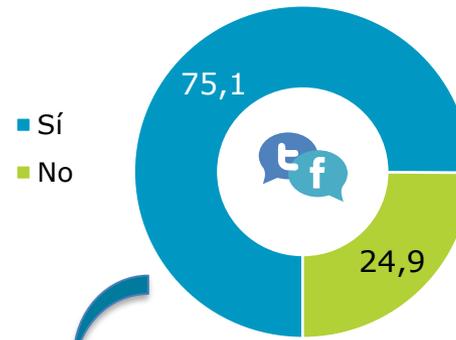


### Frecuencia de uso



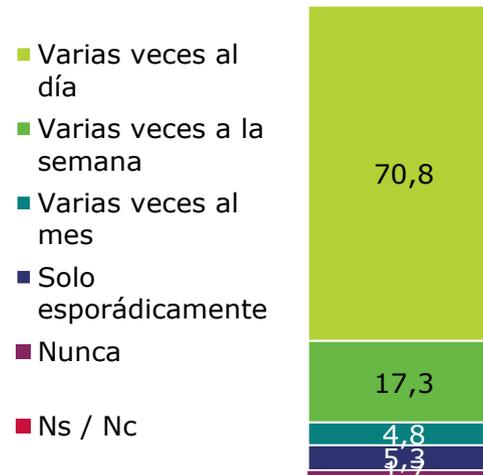
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

## Uso de apps de Redes sociales



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone

### Frecuencia de uso



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone



# Conclusiones

4



La categoría de comunicación comprende dos tipos: **comunicación tradicional** y **comunicación basada en Internet**.

El primer grupo se mantiene estable, con **más de un tercio** de los individuos de 15 o más años de edad **que declaran realizar llamadas a diario** (34,2%), y un 38,4% **recibir las**. Por otra parte, un 32,5% y 33,9% realizan y reciben llamadas semanalmente.

El segundo grupo, comprendido por aquellas formas de comunicación basadas en Internet, incluye como fórmulas alternativas el uso de correo electrónico (78,2%), la mensajería instantánea (75,9%), las redes sociales (60,5%), llamadas por Internet (21,3%) o incluso el uso de microblogging (22,6%).

Estas fórmulas se emplean, preferentemente, desde un smartphone y/o utilizando la conexión fija a Internet desde el propio hogar.

- El **correo electrónico** continúa siendo la alternativa de comunicación basada en Internet más empleada.
- La **mensajería instantánea** sigue aumentando y alcanza valores cercanos al de los usuarios de correo electrónico.
- El **microblogging** (herramientas tipo Twitter) es utilizado por un 22,6% de los internautas de 15 años y más.

Por último, haciendo foco en **aplicaciones de mensajería** específicas para **smartphone y tabletas**, se observa que la **mensajería vía WhatsApp**, por un lado, y las **llamadas de voz por WhatsApp**, por otro, mantienen cuotas del 92,1% y 81,0% de los individuos de 15 o más años con smartphone, respectivamente.



diap.



|   |    |
|---|----|
| 1. <u>Equipamiento</u>                      | 2  |
| 2. <u>Gasto</u>                             | 9  |
| 3. <u>Conectividad</u>                      | 21 |
| 4. <u>Comunicación</u>                      | 29 |
| 5. <u>Información</u>                       | 36 |
| 6. <u>Entretenimiento</u>                   | 41 |
| 7. <u>Administración / Gestión personal</u> | 48 |
| 8. <u>Seguridad y privacidad</u>            | 56 |
| 9. <u>Anexo: Evolución datos</u>            | 60 |

5



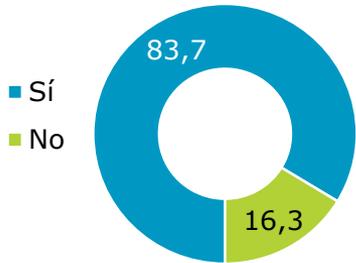
# Uso de Internet para informarse

%

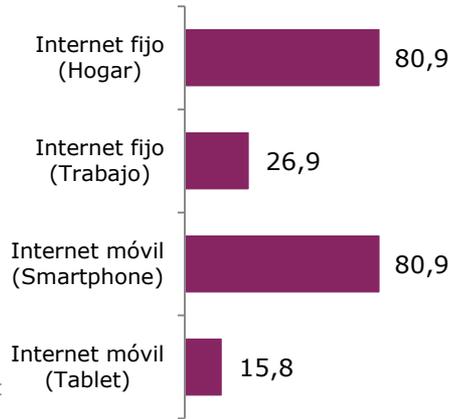
## Búsqueda de información (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

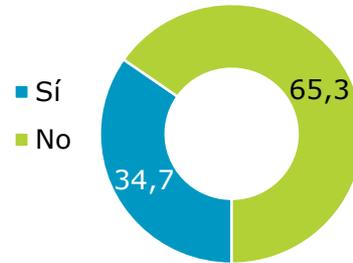


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

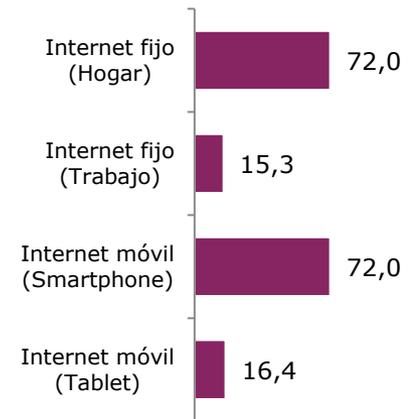
## Leer blogs / foros (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

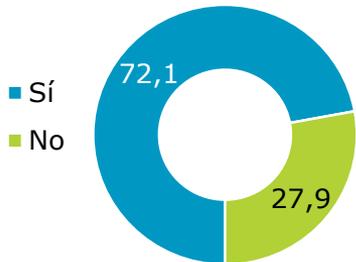


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

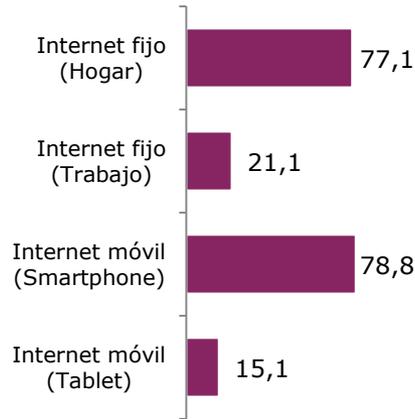
## Consultar noticias (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

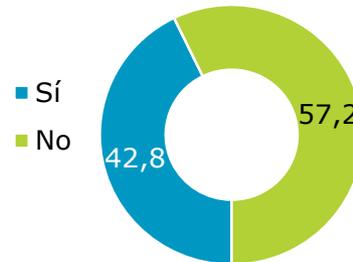


BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

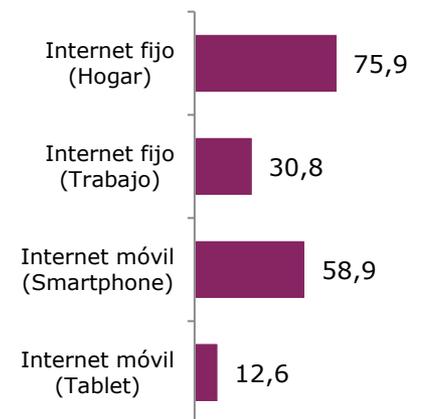
## Visitar webs de Administraciones Públicas (Últimos 3 meses)

Penetración

Tipo de Internet



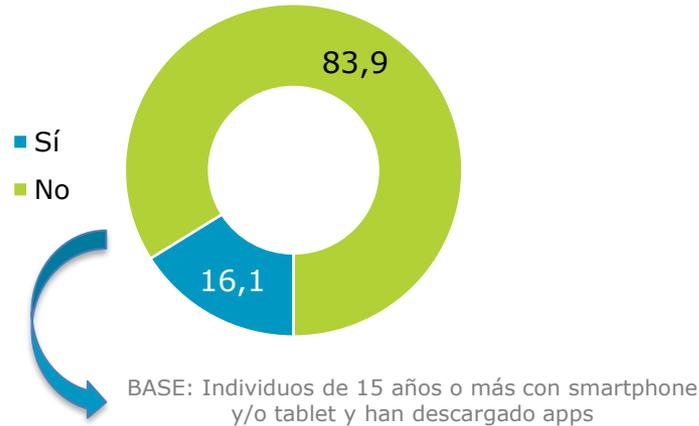
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más



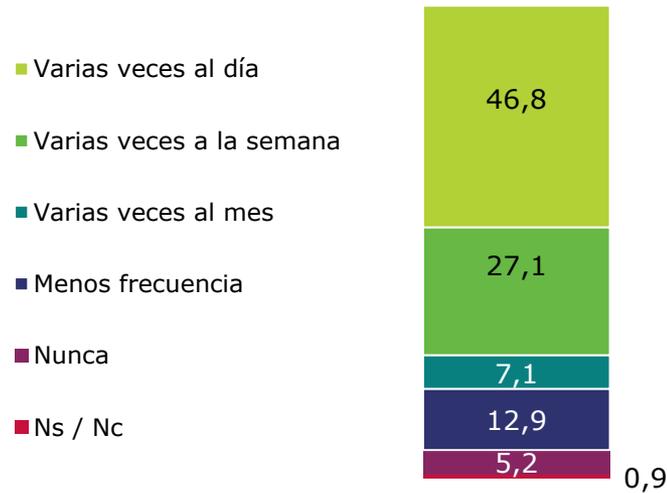
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

%

## Descarga de Apps de Noticias



## Frecuencia de uso

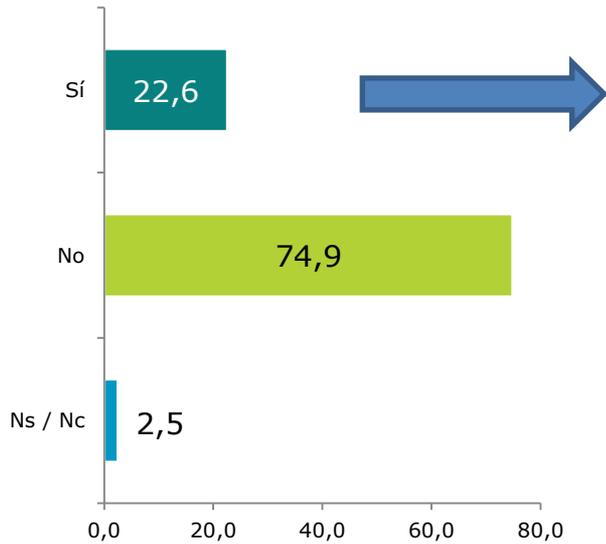


# Uso de microblogging en Internet | Información

%



## Usa Microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más

## Usos del microblogging



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan microblogging

5



# Conclusiones

En este capítulo se consideran algunas de las distintas alternativas de información disponibles para los internautas de 15 o más años a través de la Red.

Las actividades de información en la Red predominantes son la **búsqueda de información** (83,7% de los internautas de 15 o más años encuestados) y la **consulta de noticias** (72,1% de los mismos). La **lectura de blogs/foros**, así como la **visita a webs de las administraciones públicas**, son llevadas a cabo por un 34,7% y un 42,8% de los internautas de 15 o más años.

En cuanto a la consulta de noticias en un entorno más específico como el del smartphone o la tableta, se observa que un 16,1% de los internautas de 15 años o más descarga aplicaciones para leerlas. De ellos, un 46,8% señala un uso diario y un 27,1% semanal.

Por último, también se considera como medio de consulta de información a las herramientas de **microblogging** (ej. twitter); un 22,6% de los internautas declara tener cuentas y hacer uso de las mismas; De ellos, más de la mitad sostiene hacerlo para estar permanentemente informado (57,8%). Adicionalmente, el 36,2% de sus usuarios alegan utilizarlo por ser una nueva forma de interactuar con otros usuarios. En menor medida (un 34,2%) se sirven de dichas herramientas para compartir noticias, imágenes o vídeos que consideran de relevancia.



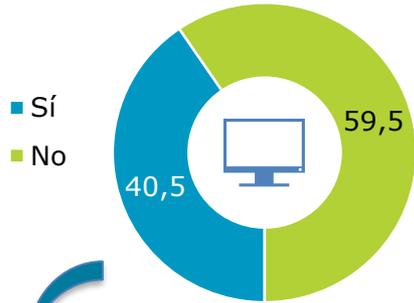
|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | <a href="#"><u>Equipamiento</u></a>                      | 2  |
| 2. | <a href="#"><u>Gasto</u></a>                             | 9  |
| 3. | <a href="#"><u>Conectividad</u></a>                      | 21 |
| 4. | <a href="#"><u>Comunicación</u></a>                      | 29 |
| 5. | <a href="#"><u>Información</u></a>                       | 36 |
| 6. | <a href="#"><u>Entretenimiento</u></a>                   | 41 |
| 7. | <a href="#"><u>Administración / Gestión personal</u></a> | 48 |
| 8. | <a href="#"><u>Seguridad y privacidad</u></a>            | 56 |
| 9. | <a href="#"><u>Anexo: Evolución datos</u></a>            | 60 |



# Contratación de contenidos de video en el hogar

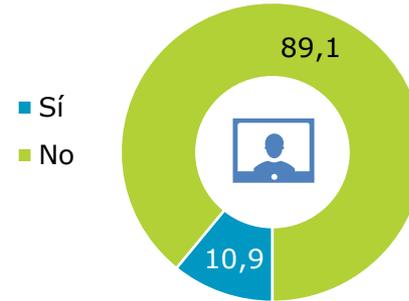
%

## TV pago en el hogar



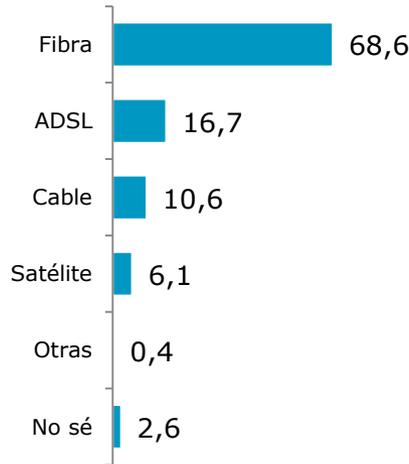
BASE: Total hogares

## Suscripción a video streaming en el hogar



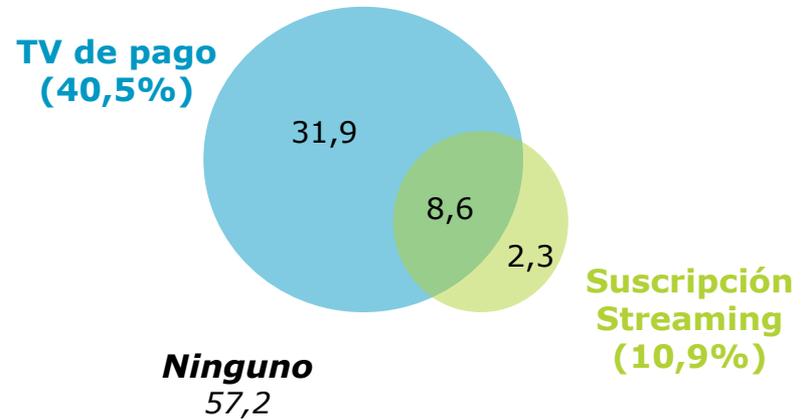
BASE: Total hogares

## Tecnología de acceso



BASE: Total hogares con TV de pago

## Convivencia TV de pago y Streaming



BASE: Total hogares

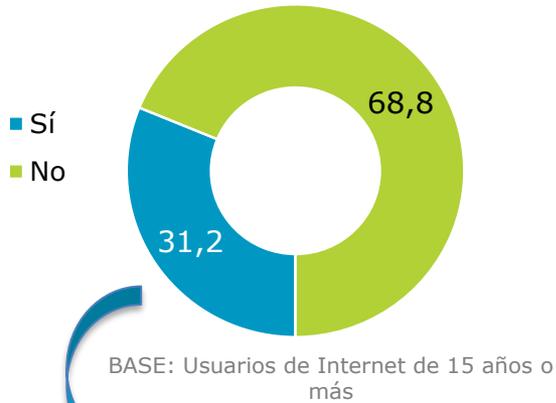
6



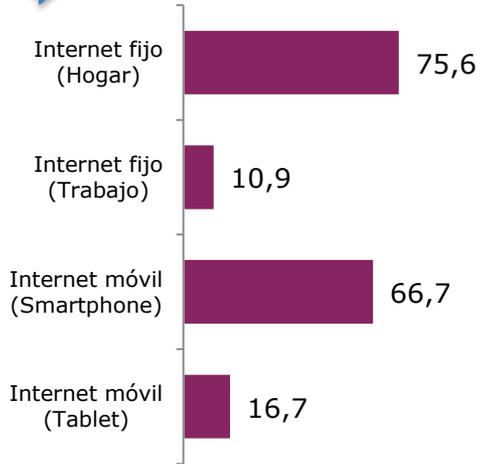
# Consumo de contenidos de video por los individuos

%

## Uso de video streaming OTT por Internet (En los últimos 3 meses)

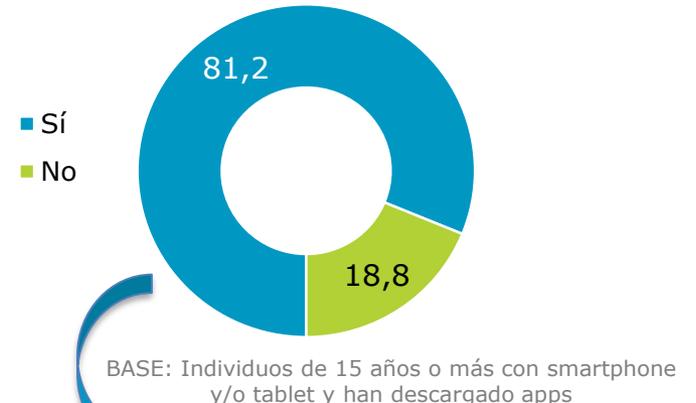


### Tipo de Internet

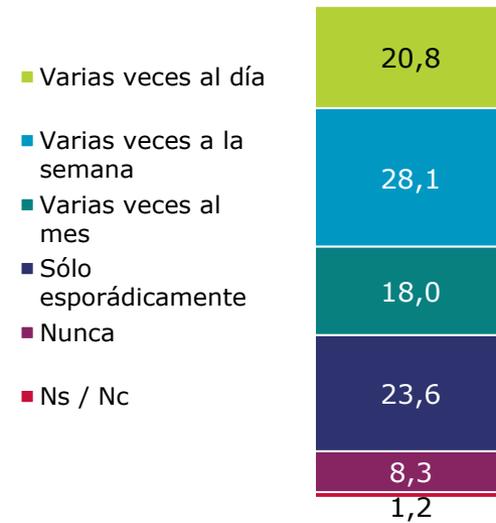


BASE: Usuarios de video streaming

## Descarga de apps de video en el smartphone / Tablet



### Frecuencia de uso



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de video

6

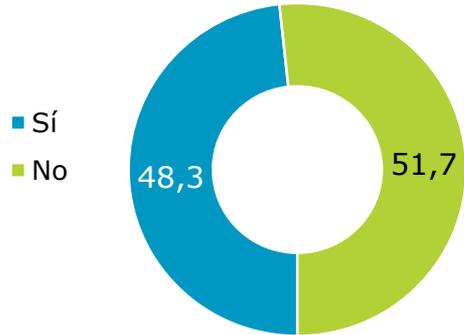
+ [Gamepad icon]

[Group of people icon]

# Posesión de dispositivos de videojuegos

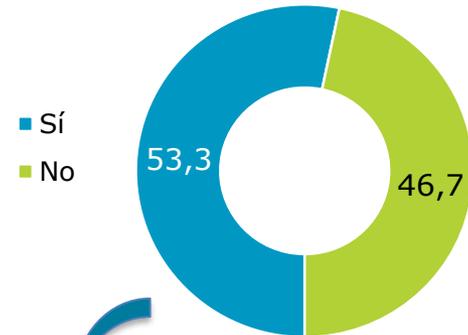
%

## Consola con o sin Internet y portátil



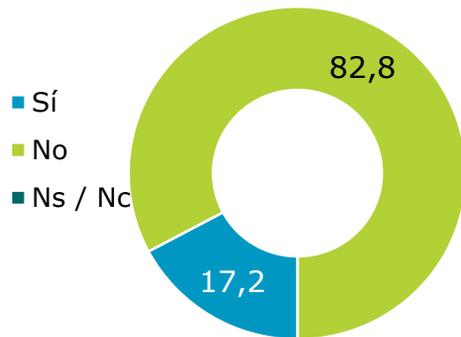
BASE: Individuos de 15 años o más

## Descarga de Juegos en el smartphone / Tablet



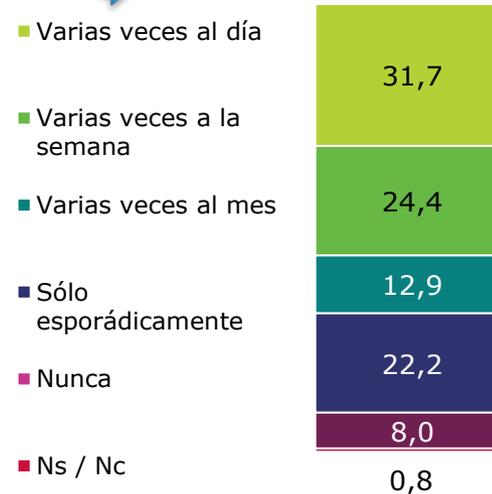
BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

## Consola portátil



BASE: Individuos de 15 años o más

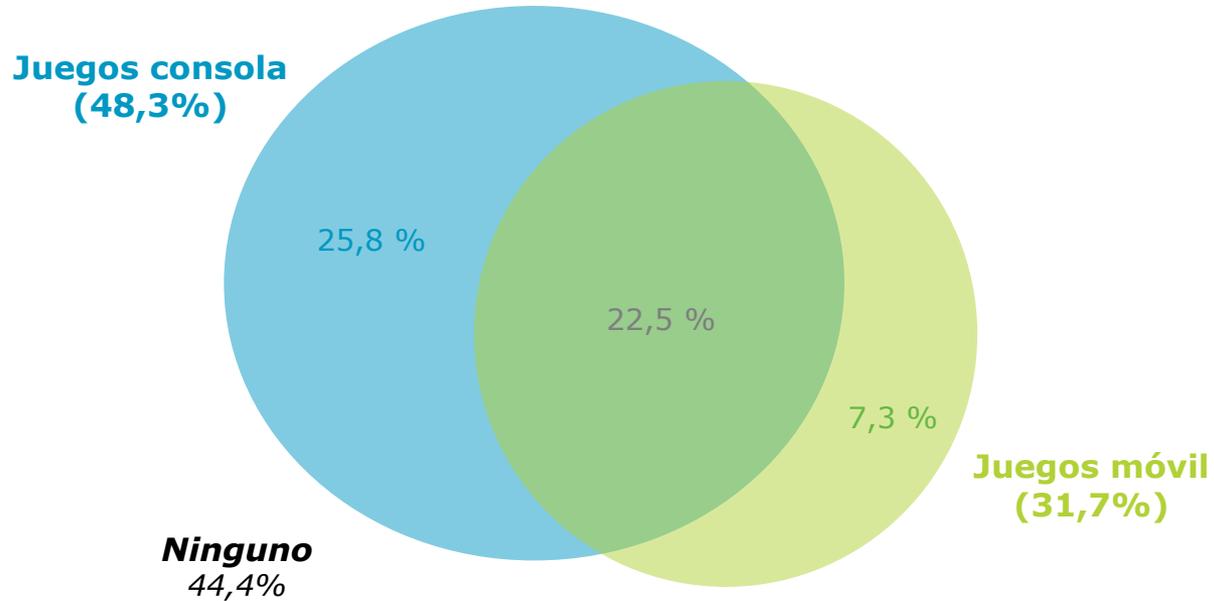
## Frecuencia de uso



6

# Convivencia dispositivos de videojuegos

%



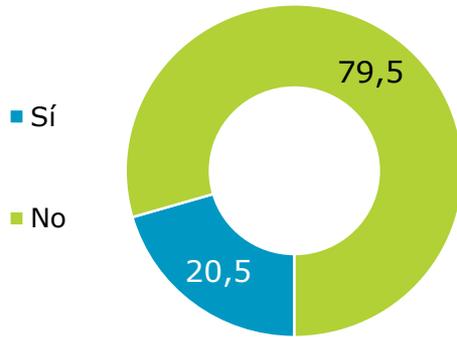
Juegos móvil – Juegos descargados en Móvil o Tablet  
 Juegos consola – Posesión de Videoconsola o consola portátil

6

# Otros contenidos (Música /Libros)

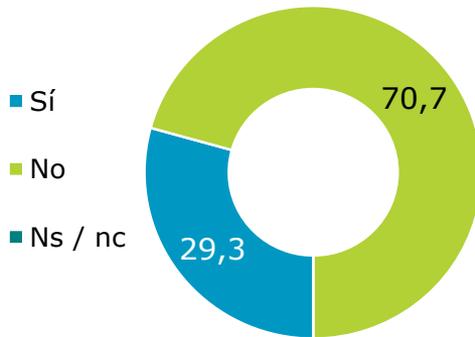
%

## Posesión de lector de libros digitales



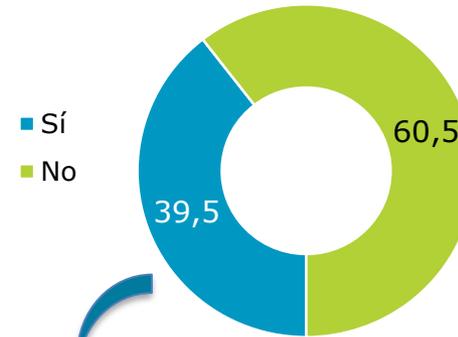
BASE: Individuos de 15 años o más

## Posesión de reproductor MP4



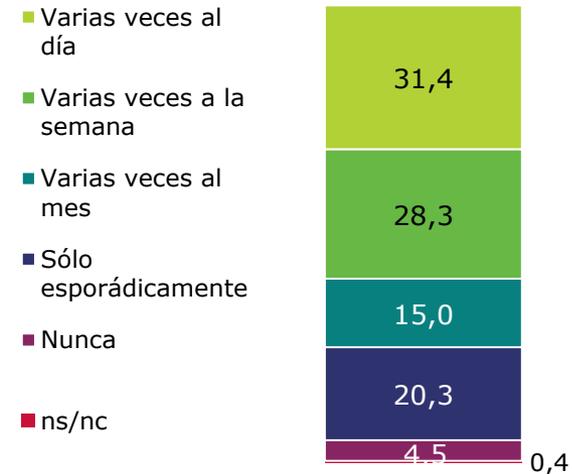
BASE: Individuos de 15 años o más

## Descarga de Apps de música en el smartphone/tablet



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

## Frecuencia de uso



BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps de música

6

+ [Gamepad icon]

[Group icon]

# Conclusiones

En el tercer trimestre de 2018, el servicio **de televisión de pago** se encuentra presente en dos de cada cinco hogares (40,5%). Entre ellos, la tecnología mayoritaria de acceso es la fibra (68,6% de los hogares con TV de pago), que continúa reemplazando al ADSL que baja a un 16,7%.

La **suscripción a contenidos de video streaming** en esta oleada se sitúa en el 10,9% de los hogares españoles, aumentando la convivencia de este servicio con los de televisión de pago; un 8,6% declara tener ambos servicios contratados.

El 31,2% de los internautas de 15 o más años de edad declara haber hecho uso en los últimos 3 meses de contenidos bajo demanda través de Internet, ya sean de audio, vídeo u otros contenidos multimedia. Sobre este porcentaje, un 81,2% confirma haber descargado aplicaciones de video en su smartphone o tablet.

En cuanto a la parte de entretenimiento orientada a **videojuegos** se observa:

- Un **48,3%** de los individuos de 15 o más años de edad declara poseer algún tipo de **consolas** (sean de sobremesa o portátil); un 17,2% si solo se consideran aquellas consolas de carácter portátil.
- Un **53,3%** de los usuarios que descargan aplicaciones en su **smartphone o tableta** declaran descargar algún juego para estos dispositivos.

Como ya se venía apuntando en ediciones anteriores y de forma similar a lo que se puede observar en la oferta de televisión de pago y en la suscripción a contenidos audiovisuales por Internet, existe un alto grado de convergencia entre los usuarios que optan por estos medios de entretenimiento.

Otras soluciones de entretenimiento tratadas en el informe, aunque con menores cuotas de penetración, serían la descarga de **aplicaciones de música** (39,5% de los individuos mayores de 15 años con smartphone y que descarga aplicaciones) o la posesión de dispositivos digitales como los **reproductores MP3/MP4 o los lectores de libros digitales**, con porcentajes del 29,3% y 20,5%, respectivamente, entre los individuos de 15 o más años de edad .



diap.



|   |    |
|---|----|
| 1. <u>Equipamiento</u>                      | 2  |
| 2. <u>Gasto</u>                             | 9  |
| 3. <u>Conectividad</u>                      | 21 |
| 4. <u>Comunicación</u>                      | 29 |
| 5. <u>Información</u>                       | 36 |
| 6. <u>Entretenimiento</u>                   | 41 |
| 7. <u>Administración / Gestión personal</u> | 48 |
| 8. <u>Seguridad y privacidad</u>            | 56 |
| 9. <u>Anexo: Evolución datos</u>            | 60 |

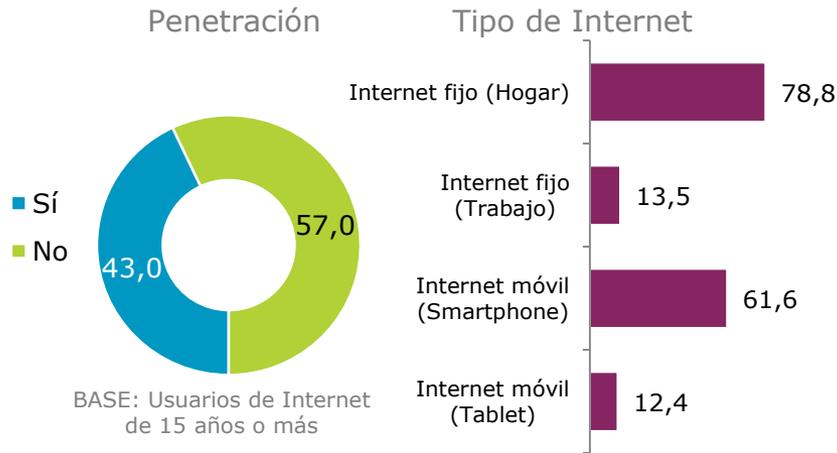
7



# E-Commerce y Finanzas (últimos 3 meses)

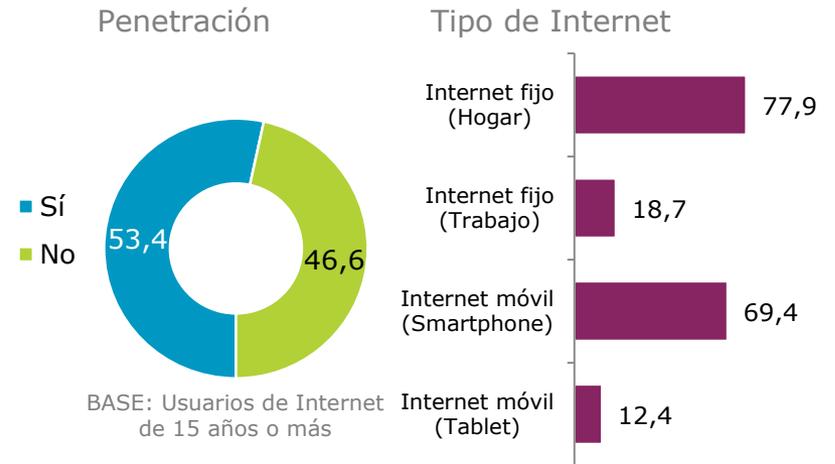
%

## Compra productos y servicios por Internet



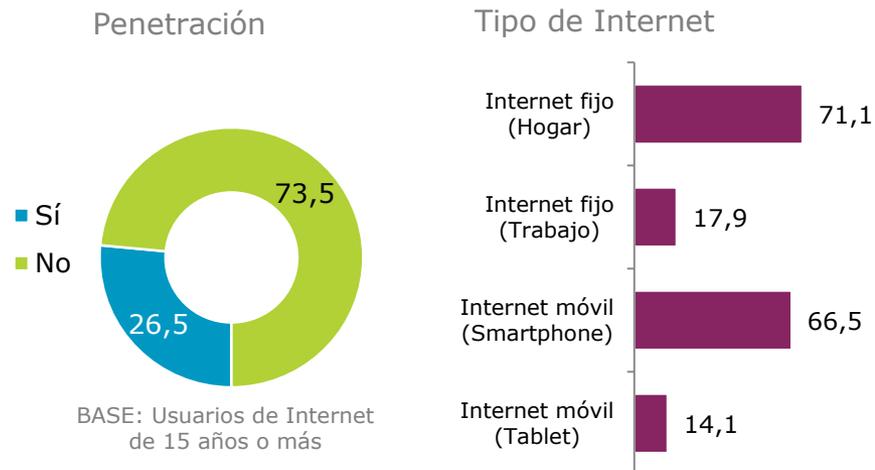
BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

## Banca electrónica



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio

## Descarga de Software



BASE: Usuarios de Internet de 15 años o más que usan este servicio



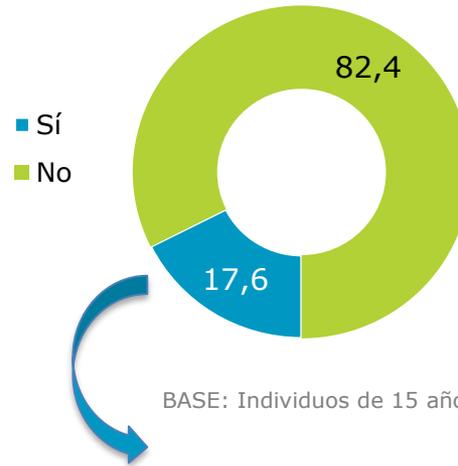
%

7

Entendemos por **economía de plataformas** aquellas plataformas digitales que establecen un marco, donde los usuarios pueden interactuar entre ellos y/o con la misma plataforma.

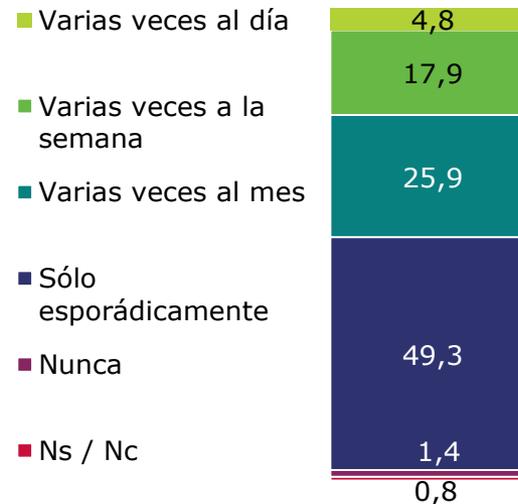
Los usuarios seleccionan el rol que desean en cada caso, pudiendo ejercer tanto de vendedores como de compradores.

## Descarga de aplicaciones de economía de plataformas



BASE: Individuos de 15 años o más

## Frecuencia de uso



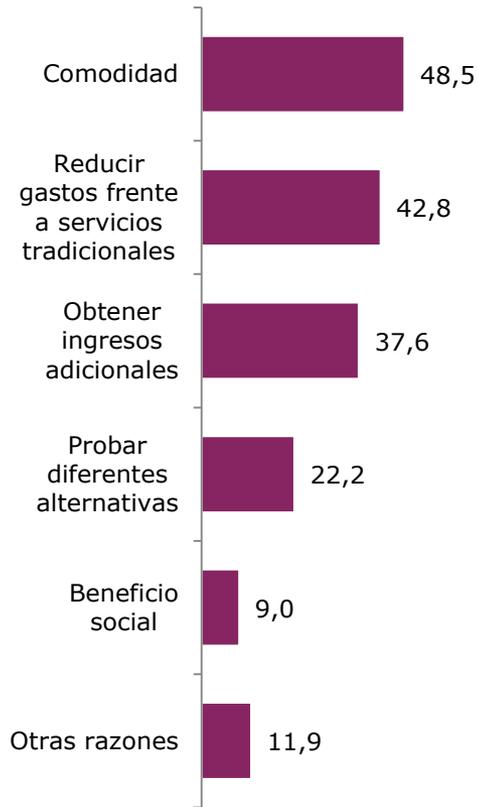
# Economía de plataformas

%

7



**Razones de uso**



BASE: Dispone de apps de economía de plataformas

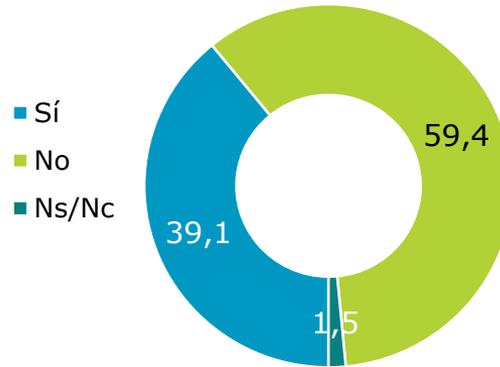
**Razones de NO uso**



BASE: No dispone de apps de economía de plataformas

%

## Penetración de uso de e-Administración

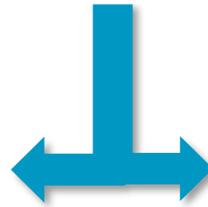


BASE: Individuos de 15 años o más

## Realización de trámites online



BASE: Utiliza e-Administración



## Descarga formularios

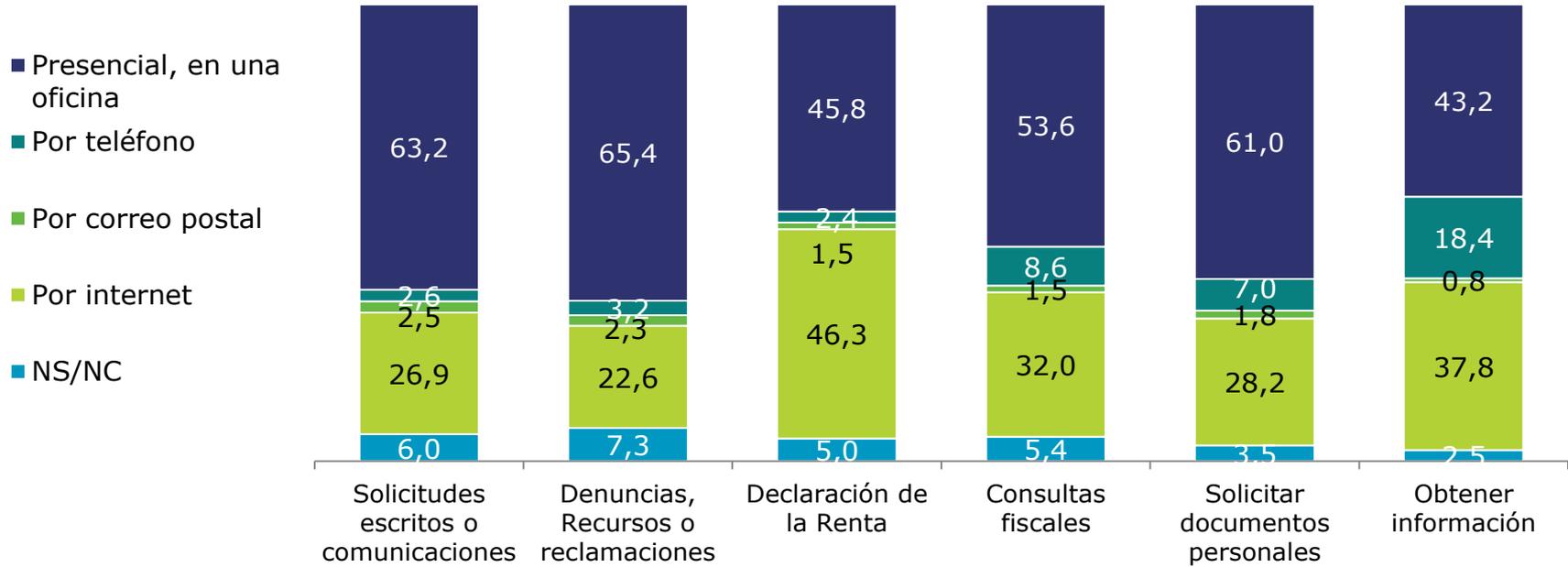


BASE: Utiliza e-Administración

%



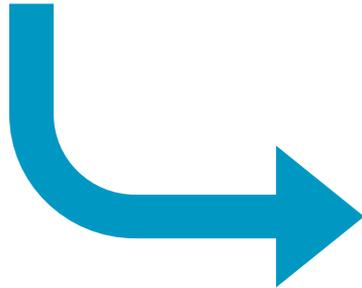
**Preferencia de contacto con la administración**



# Gestión general personal

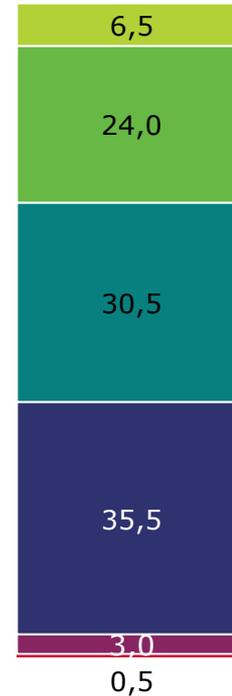
%

## Uso y frecuencia de uso de Mapas y Navegación en el móvil / tablet



## Frecuencia de uso

- Varias veces al día
- Varias veces a la semana
- Varias veces al mes
- Menos frecuencia
- Nunca
- Ns / Nc



Resultados III TRIM 18  
(Jul-Sep 18)

BASE: Individuos de 15 años o más con smartphone y/o tablet y han descargado apps

BASE: Individuos de 15 años o más que ha descargado apps de mapas y navegación

# Conclusiones

7



La compra de productos o servicios por Internet continúa aumentando, encadenando la sexta oleada consecutiva al alza, hasta situarse en el 43,0% durante el tercer trimestre de 2018.

De la misma manera, el uso de la **banca electrónica** se estabiliza en algo más de la mitad de los internautas de 15 o más años de edad declarando utilizar este servicio (53,4%).

En cuanto a la **economía de plataformas**, un 17,6% de los internautas de 15 o más años utiliza aplicaciones de este tipo (fundamentalmente de forma esporádica). La **razones de uso** declaradas se mantienen similares y estables; la **comodidad** es alegada por un 48,5% de los usuarios, un **medio de reducir gastos** por un 42,8% y una **forma de obtener ingresos adicionales** en un 37,6% de los casos.

El principal **freno** declarado por los individuos para no disponer de aplicaciones de economía de plataformas continúa siendo la preferencia por el método tradicional (42,9%).

El 39,1% de los individuos de 15 años o más utilizan Internet para contactar con la **administración pública**. Casi nueve de cada diez de estos usuarios de administración electrónica sostienen recurrir a ella para realizar trámites online (88,5%) y siete de cada diez para descargar formularios (72,2%).

Por último, respecto a las ayudas en la **gestión personal**, el 83,8% los internautas de 15 o más años de edad con un smartphone o tablet que han descargado aplicaciones han hecho uso **de herramientas de mapas y navegación**.



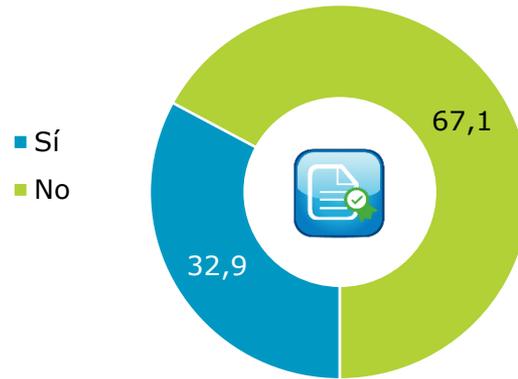


|   |    |
|---|----|
| 1. <u>Equipamiento</u>                      | 2  |
| 2. <u>Gasto</u>                             | 9  |
| 3. <u>Conectividad</u>                      | 21 |
| 4. <u>Comunicación</u>                      | 29 |
| 5. <u>Información</u>                       | 36 |
| 6. <u>Entretenimiento</u>                   | 41 |
| 7. <u>Administración / Gestión personal</u> | 48 |
| 8. <u>Seguridad y privacidad</u>            | 56 |
| 9. <u>Anexo: Evolución datos</u>            | 60 |



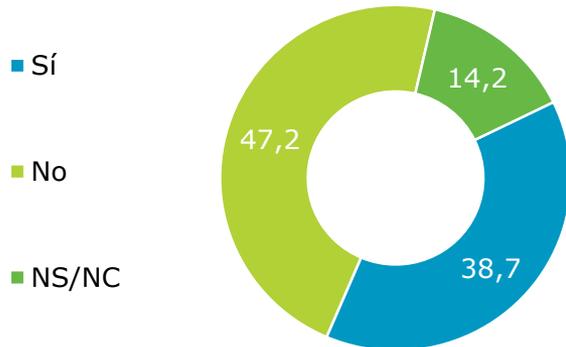
%

## Penetración del certificado electrónico



BASE: Internautas de 15 años o más

## Posesión del lector de la huella digital en el smartphone (Actual)



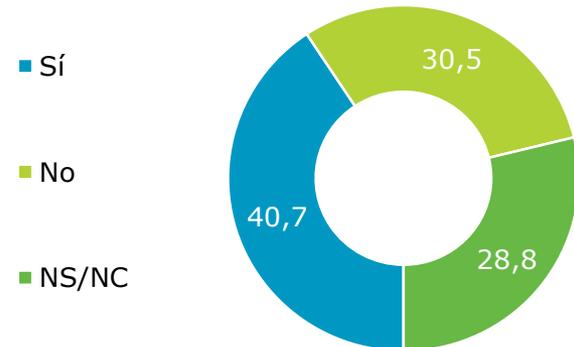
BASE: usuarios de móvil de 15 años o más

### Lo usa



BASE: usuarios que disponen de huella digital

## Desea tener lector de la huella digital en el smartphone (Futuro)



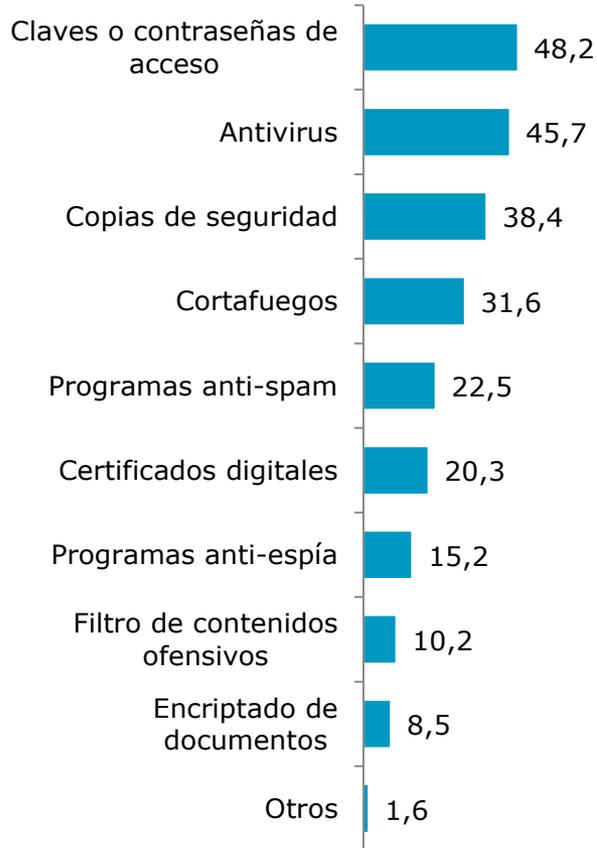
BASE: Usuarios de móvil de 15 años o más



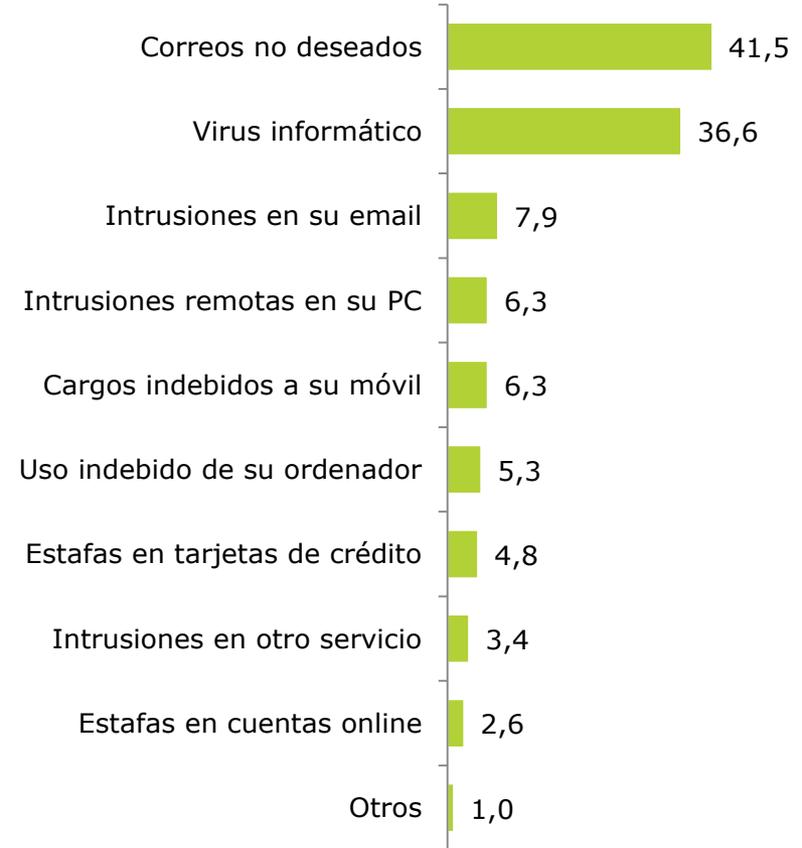
# Seguridad y privacidad

%

## Principales precauciones para prevenir problemas informáticos



## Problemas principales de seguridad en Internet



8



# Conclusiones

El uso de **certificados electrónicos**, aunque más lento, continúa con su aumento entre la población; este tercer trimestre del año 2018, el 32,9% de los internautas de 15 o más años de edad los utiliza.

Algo similar sucede con los **lectores de huella digital**, presentes en los smartphones del 38,7% de los individuos de 15 años o más. El uso de estos lectores se mantiene estable alrededor de tres de cada cuatro usuarios de móvil de 15 años o más (74,2%).

En relación a las **medidas de protección y prevención** de problemas informáticos, se observa que, por primera vez, el uso de **claves o contraseñas de acceso** (48,2%) supera al uso de **antivirus** (45,7%); le siguen otras medidas de seguridad con menor penetración como las copias de seguridad (38,4%) y los cortafuegos (31,6%).

Los **principales problemas informáticos** experimentados por los internautas de 15 años o más no han cambiado en los últimos trimestres; los **correos no deseados** (41,5%) continúan situándose a la cabeza, seguidos de cerca por los **virus informáticos** (36,6%). El resto de posibilidades mantienen una penetración muy escasa que en ningún caso supera el 8%

8





|  | diap.     |
|--|-----------|
| <b>1. <u>Equipamiento</u></b>                      | <b>2</b>  |
| <b>2. <u>Gasto</u></b>                             | <b>9</b>  |
| <b>3. <u>Conectividad</u></b>                      | <b>21</b> |
| <b>4. <u>Comunicación</u></b>                      | <b>29</b> |
| <b>5. <u>Información</u></b>                       | <b>36</b> |
| <b>6. <u>Entretenimiento</u></b>                   | <b>41</b> |
| <b>7. <u>Administración / Gestión personal</u></b> | <b>48</b> |
| <b>8. <u>Seguridad y privacidad</u></b>            | <b>56</b> |
| <b>9. <u>Anexo: Evolución datos</u></b>            | <b>60</b> |

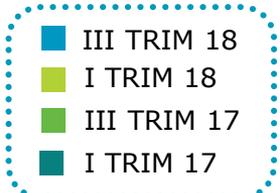
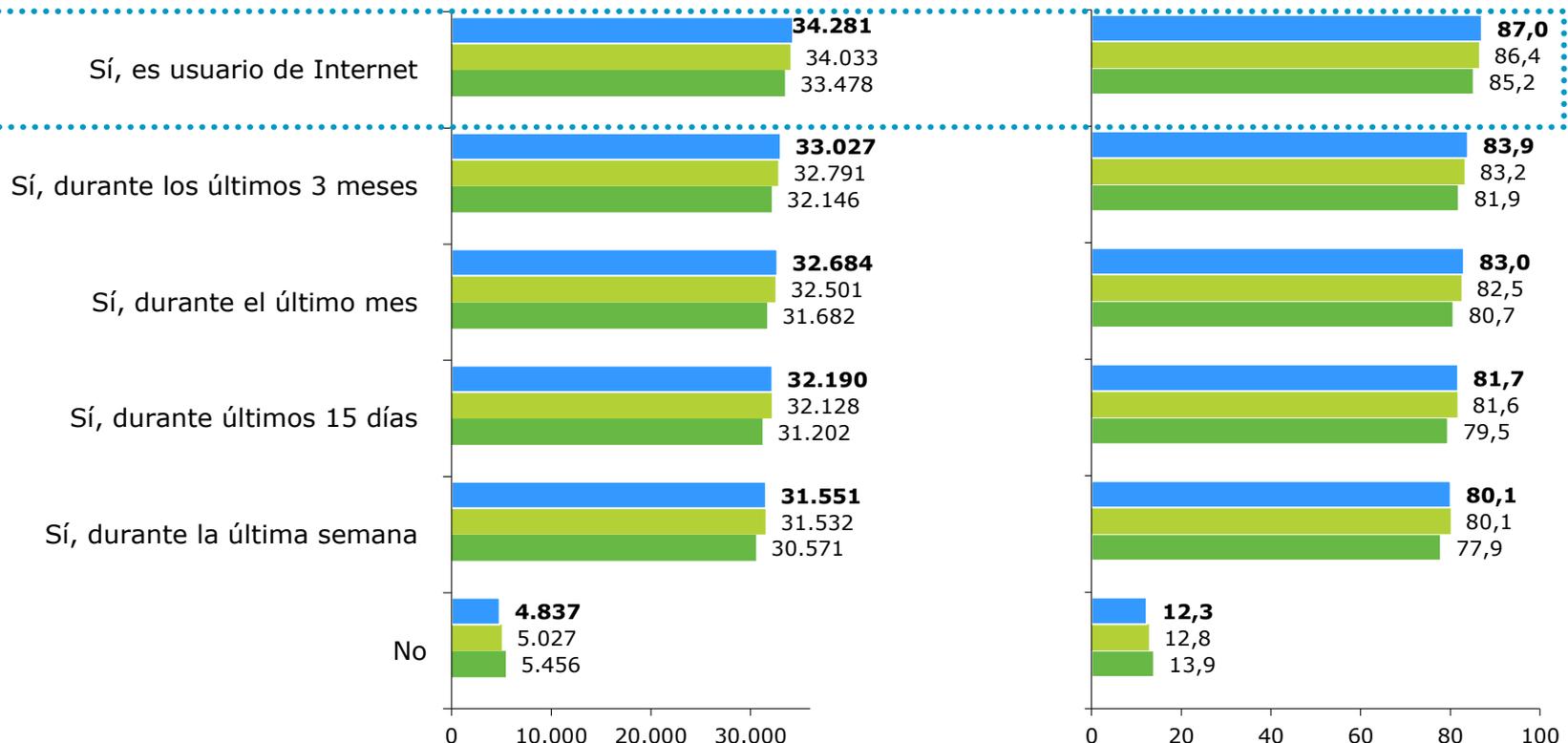




### Uso de Internet

Miles de individuos

% de individuos

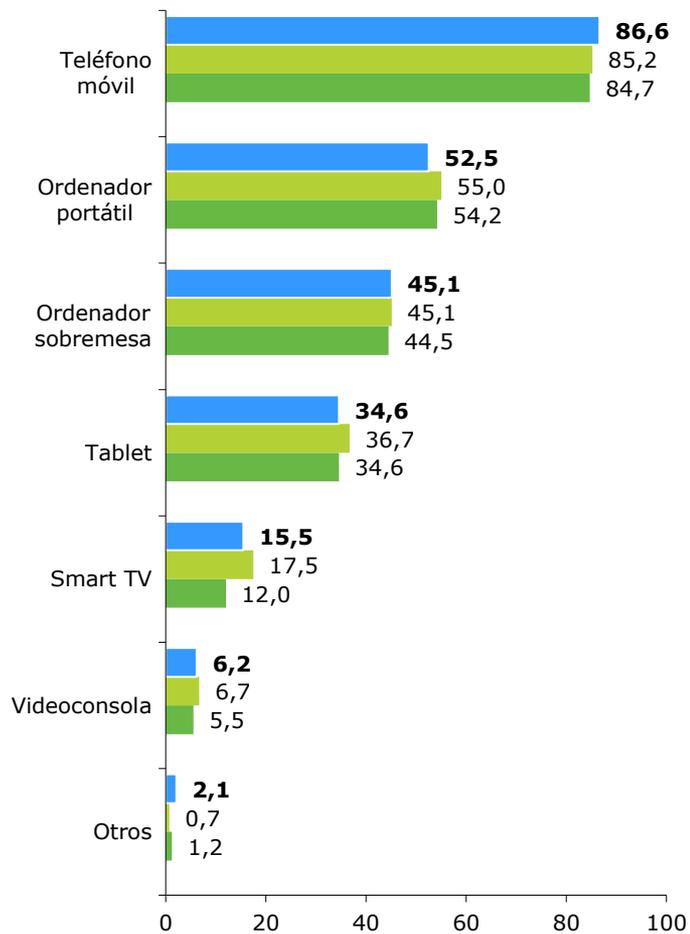


%

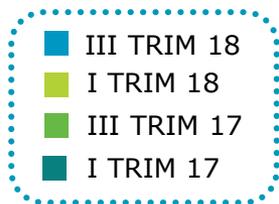
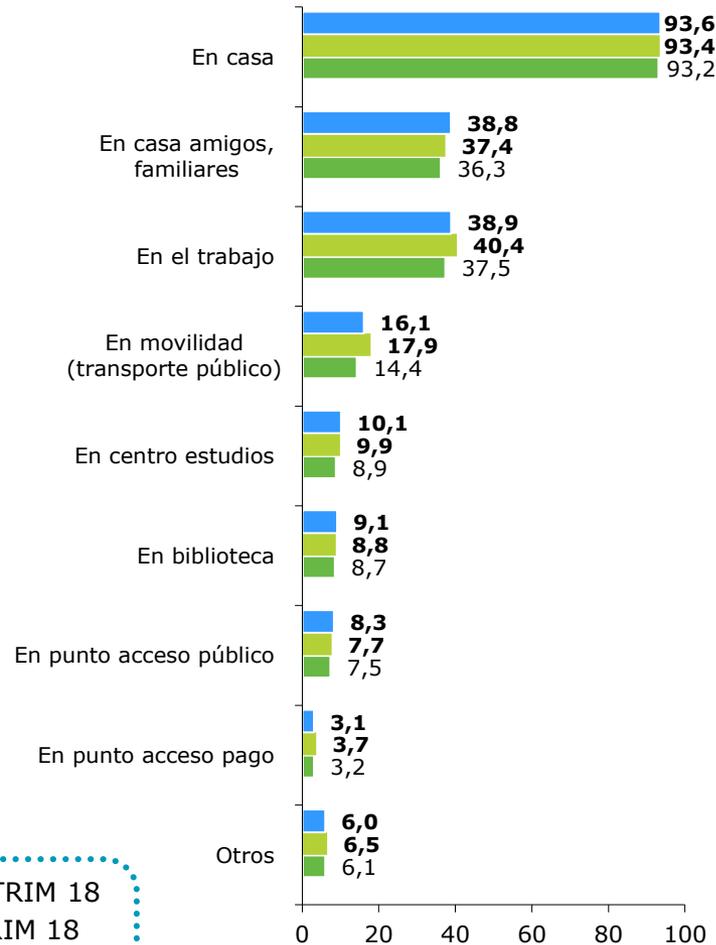
9



### Dispositivo de acceso a Internet



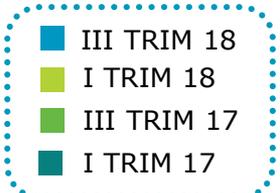
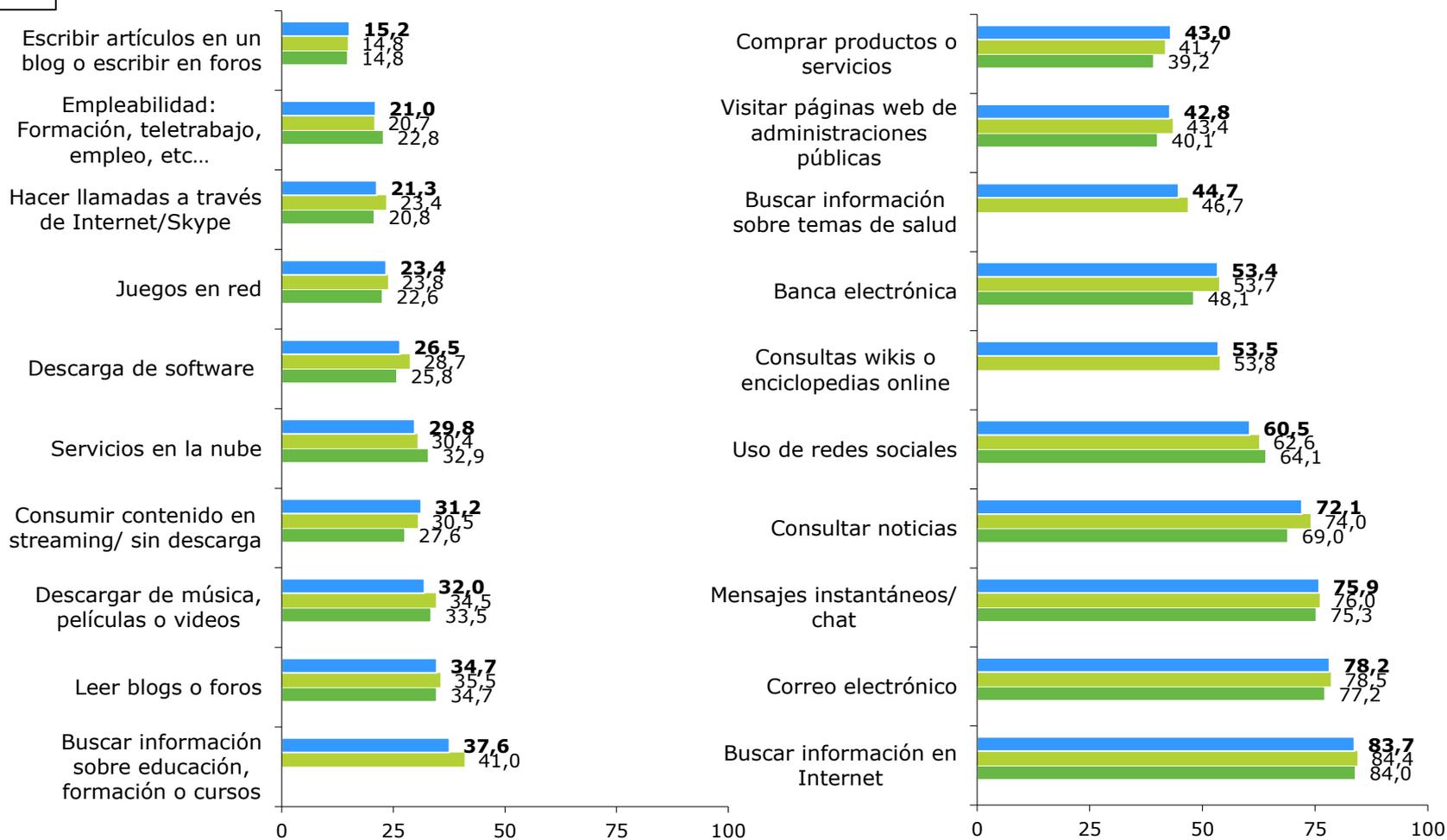
### Lugar de acceso a Internet





%

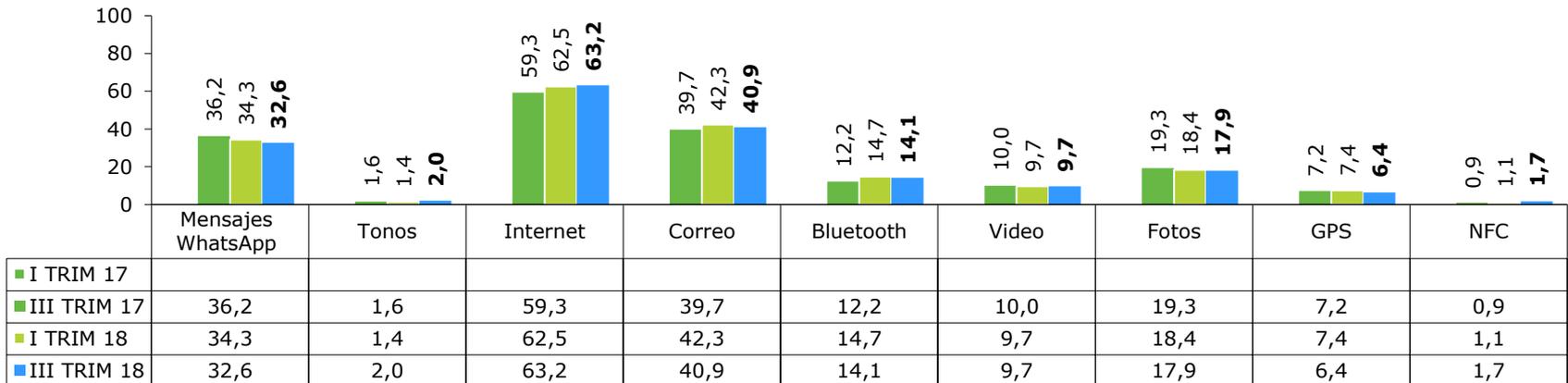
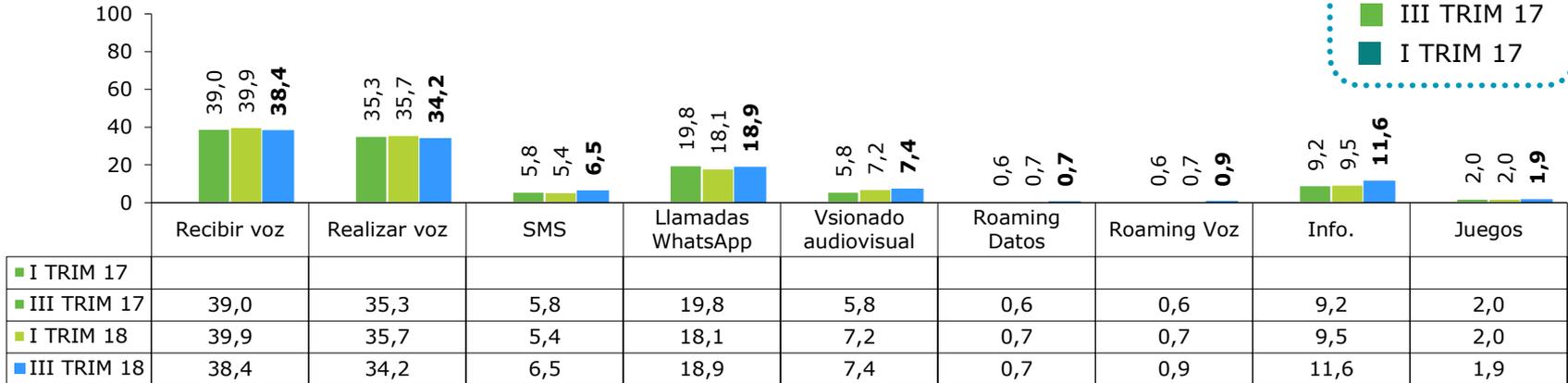
### Usos en los últimos 3 meses





% Uso diario

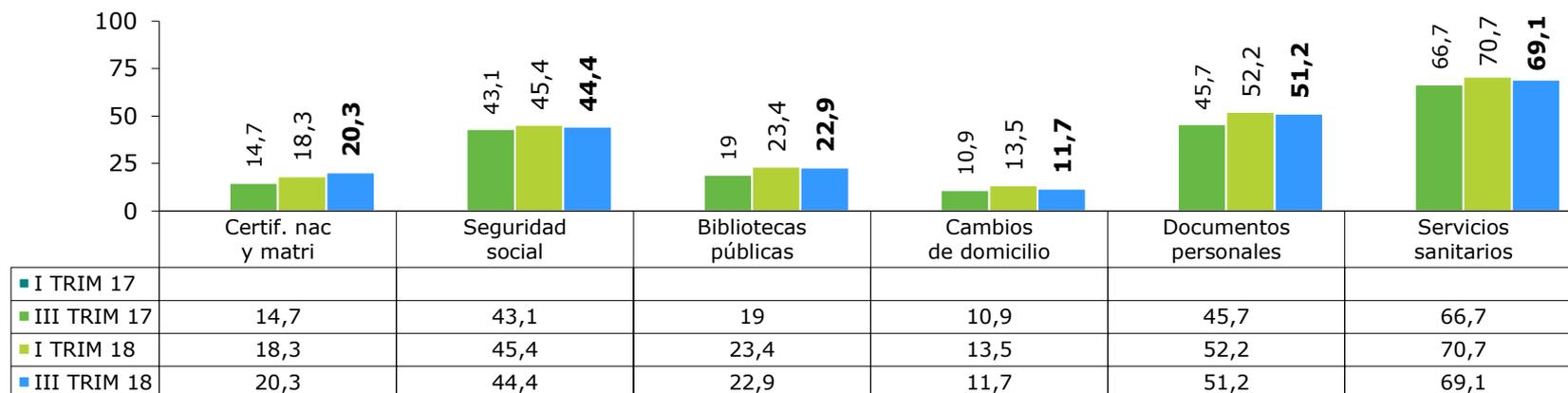
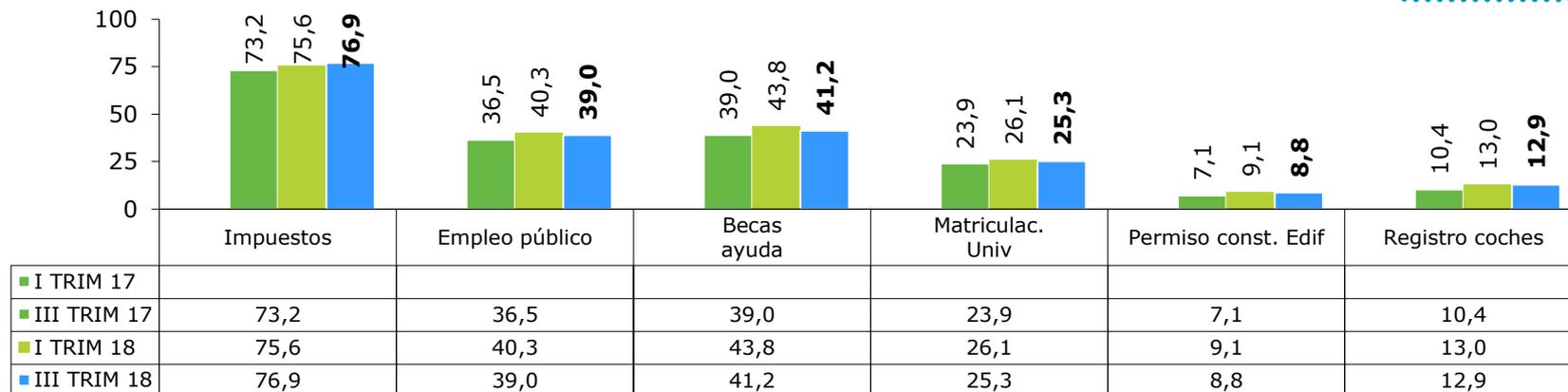
■ III TRIM 18  
■ I TRIM 18  
■ III TRIM 17  
■ I TRIM 17



%

9

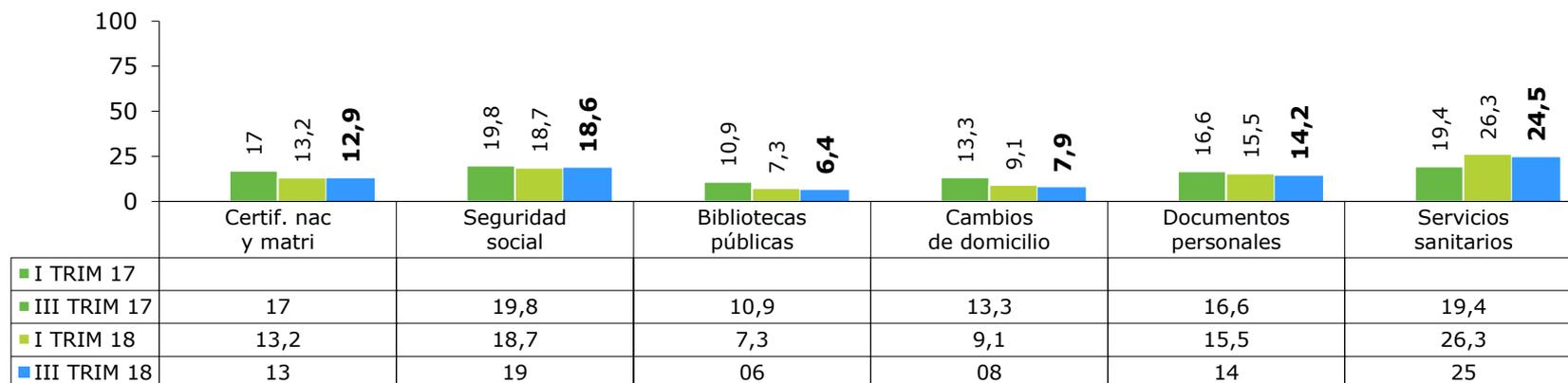
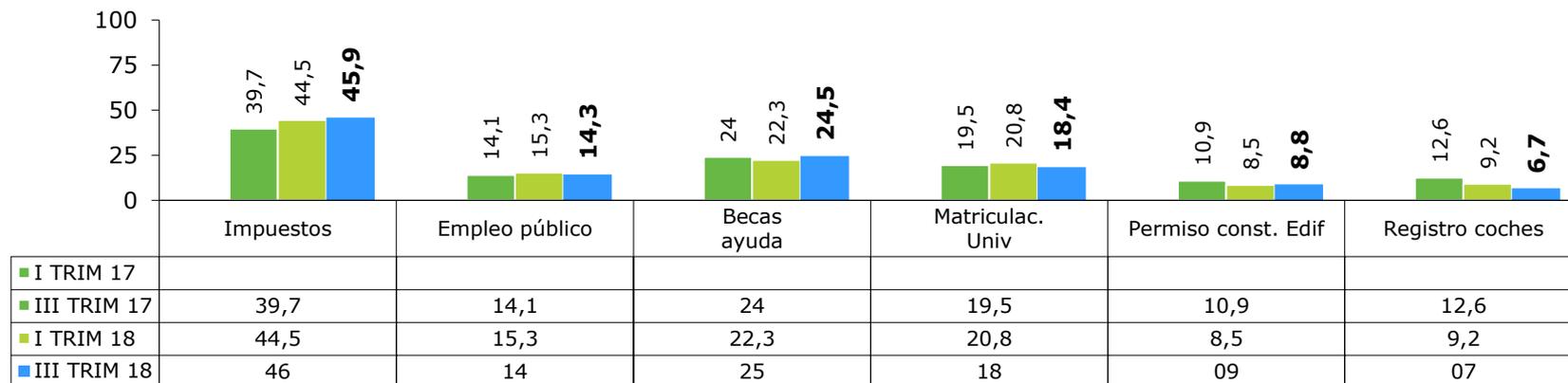
### Consulta información



%

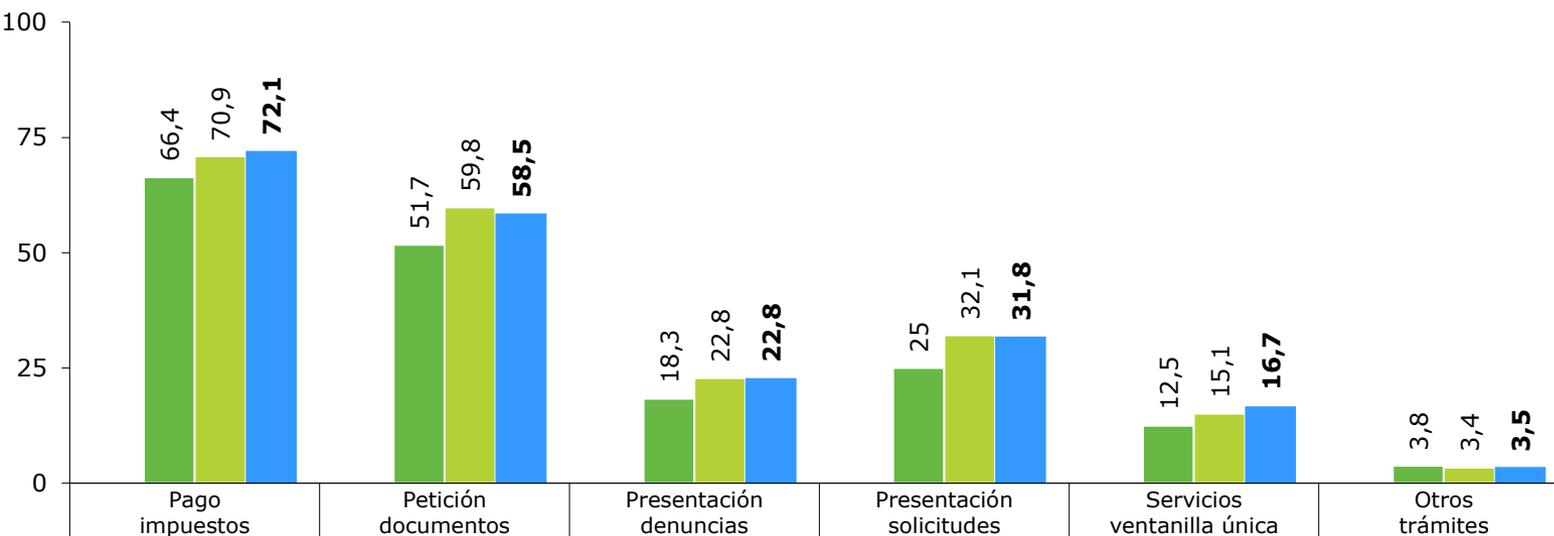
■ III TRIM 18  
■ I TRIM 18  
■ III TRIM 17  
■ I TRIM 17

### Descarga formularios



%

### Realización de trámites



|               | Pago impuestos | Petición documentos | Presentación denuncias | Presentación solicitudes | Servicios ventanilla única | Otros trámites |
|---------------|----------------|---------------------|------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------|
| ■ I TRIM 17   |                |                     |                        |                          |                            |                |
| ■ III TRIM 17 | 66,4           | 51,7                | 18,3                   | 25                       | 12,5                       | 3,8            |
| ■ I TRIM 18   | 70,9           | 59,8                | 22,8                   | 32,1                     | 15,1                       | 3,4            |
| ■ III TRIM 18 | 72             | 59                  | 23                     | 32                       | 17                         | 04             |

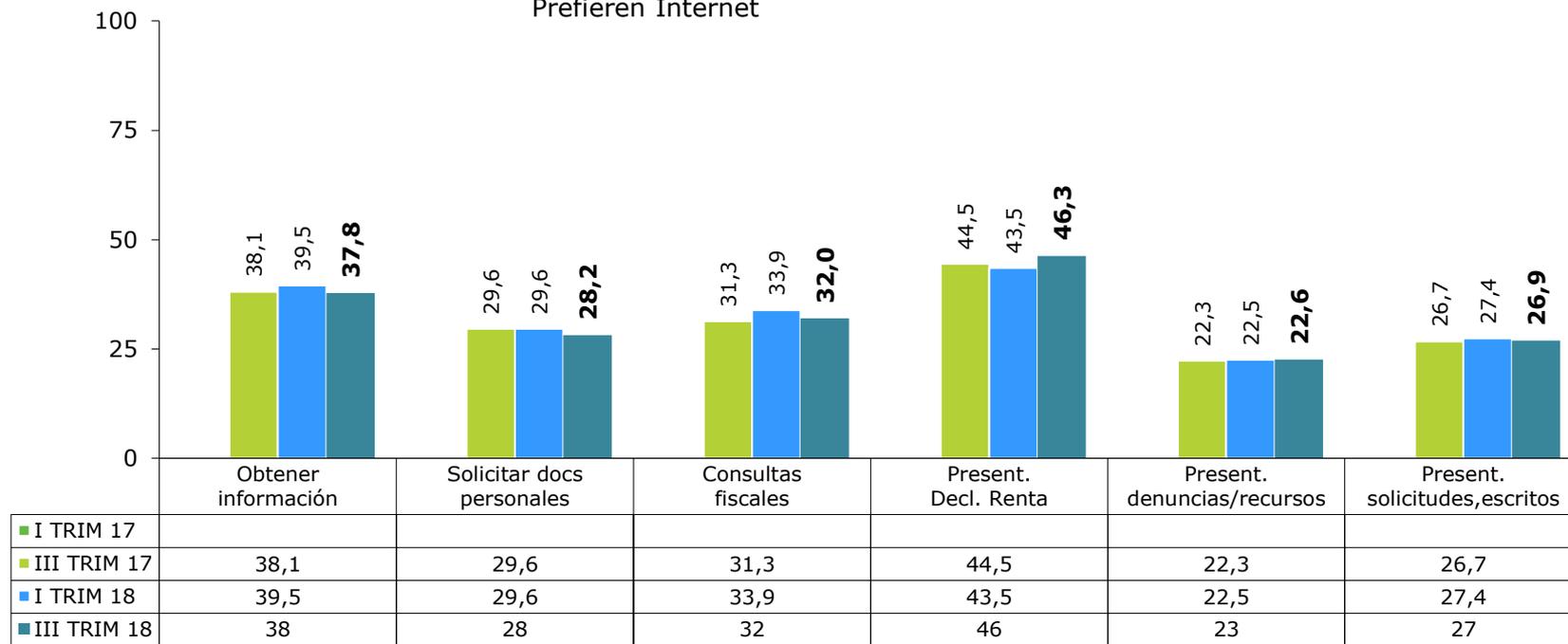


%

### Preferencia de contacto con la administración



Prefieren Internet



El **uso de Internet en el tercer trimestre de 2018** se cifra en algo más de 34,2 millones de internautas, dato que representa el 87,0% de la población y un aumento de 0,6 puntos porcentuales frente al dato registrado en el primer trimestre de 2018.

Las preferencias en cuanto a los **dispositivos** empleados para acceder a Internet se mantienen bastante estables, aunque el **teléfono móvil** gana peso frente al resto y alcanza el 86,6% de los usuarios de Internet de 15 años o más. Le siguen los ordenadores portátiles (que retroceden ligeramente al 52,5%) y el ordenador de sobremesa (45,1%). En cuarto lugar se posicionan las tabletas, pese al ligero descenso hasta un 34,6%.

**Los usos de Internet** muestran poco cambio. En este sentido, los usos predominantes entre los internautas continúan siendo la búsqueda de información (83,7% de los internautas de 15 o más años), el correo electrónico (78,2%), la mensajería instantánea (75,9%), y la consulta de noticias (72,1%). La banca electrónica mantiene cifras semejantes a las observadas en la oleada anterior quedando en un 53,4%.

Respecto a los **usos del teléfono móvil** y centrándonos en el uso diario, el acceso a Internet es la actividad más utilizada (63,2%). En segundo lugar se encuentra el uso del **correo electrónico**, cuyo dato de uso declarado cae ligeramente en esta oleada hasta el 40,9%. En siguiente lugar, con cifras de uso similares que rondan el tercio de los individuos de 15 o más años de edad con teléfono móvil, se encuentran la **recepción y realización de llamadas** de voz, con un 38,4% y un 34,2% de uso, respectivamente. Muy de cerca se encuentra el uso de mensajería tipo WhatsApp con un 32,6%.

Referente al uso de la **administración electrónica**, la **consulta** de información en relación a impuestos aumenta nuevamente en esta oleada hasta el 76,9% de los usuarios de Internet con 15 o más años de edad que ha contactado con la Administración por Internet. En cambio, el resto de actividades cae ligeramente; de esta forma, la segunda actividad más realizada, el uso de servicios sanitarios (para solicitar cita previa) baja 1,6 puntos porcentuales al 69,1%.

Por último, en cuanto a la **realización de trámites con la Administración a través de la Red**, el pago de impuestos, realizado por un 72% de los internautas de 15 o más años que han contactado con la administración pública a través de Internet, y la petición de documentos (59% de los mismos), son las dos actividades más frecuentes.



## Ficha técnica

**Universo:** 18.448.366 hogares. Individuos 15 y más años: 39,385 millones. 10 y más años: 41,775 millones.

**Muestra neta de hogares:** 3.224 hogares y 6.240 individuos 15+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.834 hogares reunieron los requisitos para entrar en tabulación de facturas.

**Ámbito:** Península, Baleares y Canarias.

**Diseño Muestral:** Para cada CC.AA., estratificación proporcional por tipo de hábitat, con cuotas de segmento social, número de personas en el hogar y presencia de niños menores de 16 años en el hogar.

**Trabajo de Campo:** El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa TNS. La recogida de facturas del período julio-septiembre 2018 se ha dado por finalizada durante el mes de noviembre 2018.

**Error Muestral:** Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ) y un nivel de confianza del 95%, los errores muestrales máximos cometidos en los datos de encuesta son de  $\pm 1,73\%$  para hogares y de  $\pm 1,24\%$  para individuos.



El informe del "*Las TIC en los hogares españoles, estudio de demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información*" ha sido elaborado por el equipo de trabajo del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es:



Dirección: Alberto Urueña López

Equipo técnico:

Eva Prieto

Jose Antonio Seco

María Pilar Ballesteros

Raquel Castro García-Muñoz

Santiago Cadenas Villaverde

Agradecer la colaboración en la realización de este estudio a:



ISSN 1989-7766

doi: 10.30923/1989-7766-LXI

Reservados todos los derechos. Se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras y no se realice ninguna modificación de las mismas