



Panel de hogares XV oleada

Enero-Marzo 2007



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es
observatorio

A DESTACAR

Cerca de 20 millones de españoles han accedido a Internet en alguna ocasión y el 40% de los hogares están conectados

El 40% de los hogares españoles dispone ya de conexión a Internet y cerca de 20 millones de españoles han accedido a la Red en alguna ocasión, de los cuales un 68% son internautas intensivos.

Por primera vez los hogares con tres servicios TIC superan en número a los hogares con dos

El aumento progresivo del equipamiento de los hogares españoles se evidencia en el primer trimestre de 2007 en que el porcentaje de hogares con tres servicios TIC (32,1%) supera al de hogares con dos (31,1%).

Internet se consolida como servicio TIC con mejor relación precio-utilidad

El 57% de los individuos considera que recibe mucho o suficiente de Internet, en relación a lo que paga por este servicio, frente a un 29% y un 14% que lo considera poco y muy poco, respectivamente.

El gasto en servicios TIC efectuado por los hogares españoles supera los 3.000 millones de euros

Durante el primer trimestre de 2007, los casi 16 millones de hogares españoles efectuaron un gasto total en servicios TIC (telefonía fija, móvil, Internet y TV pago) de 3.011 millones de euros, 7% más que en el mismo periodo del año anterior.

El gasto en Internet sigue su tendencia al alza

Con 421 millones de euros el gasto en Internet experimenta en este primer trimestre de 2007 un incremento interanual del 12,7%, y su peso sobre el gasto total de los cuatro servicios TIC alcanza ya el 14%.

La telefonía móvil por contrato continúa ganando terreno a la de prepago

Por primera vez dos de cada tres euros que se gastan en telefonía móvil pertenecen a la modalidad de contrato.

Tres de cada cuatro internautas dispone de dirección e-mail

La implantación de la dirección de correo electrónico avanza entre particulares, existiendo claro predominio de direcciones personales sobre las de trabajo.

La preferencia de contacto con la Administración Pública a través de Internet aumenta progresivamente

Aunque el preferido sigue siendo el contacto presencial, Internet va aumentando progresivamente: el 17% de los individuos de 15 y más años lo prefieren para obtener información, cerca del 10% para la presentación de la declaración de la renta, e igual porcentaje para consultas fiscales.

Crece a ritmo alto el gasto en TV de pago mediante ADSL

El gasto realizado en TV de pago mediante tecnología de ADSL continúa creciendo, alcanzando en el primer trimestre de 2007 el 10% del gasto total en TV de pago con 31 millones de euros.

ÍNDICE

1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	5
2. EQUIPAMIENTO TIC	9
3. GASTO TIC	11
4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC	12
5. TELEFONÍA FIJA	14
6. TELEFONÍA MÓVIL	19
7. AUDIOVISUAL	24
8. INTERNET	27
9. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	39

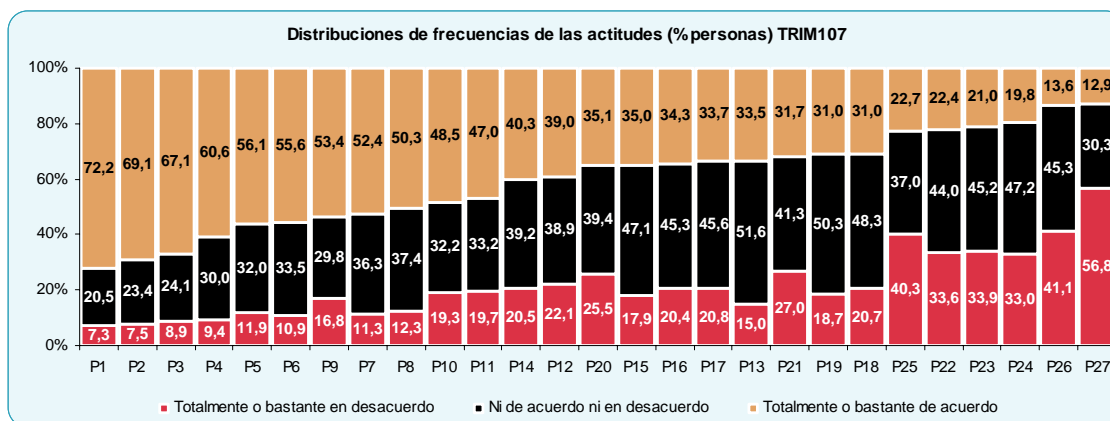
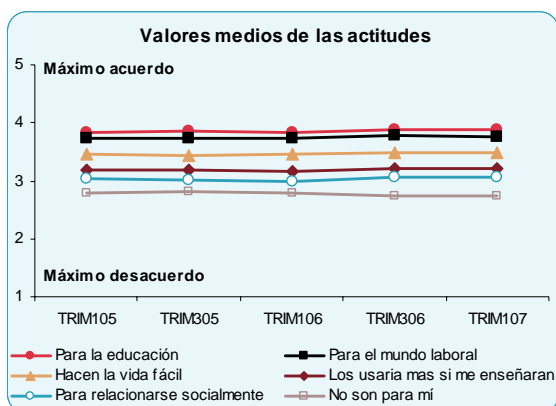
1. ACTITUDES HACIA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

1.1. Actitudes

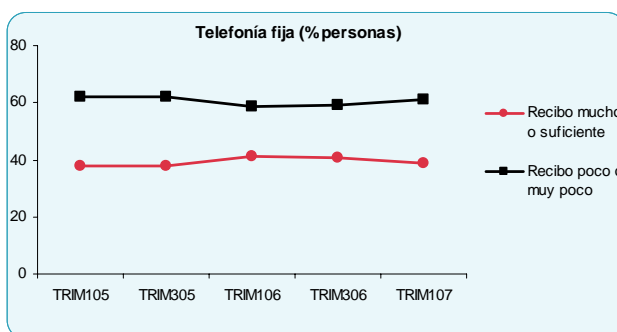
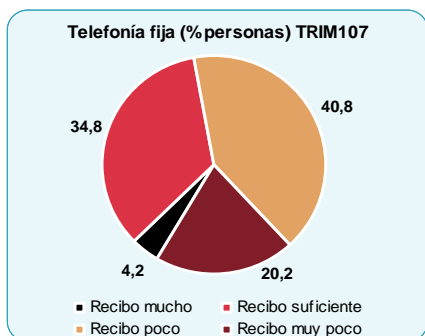
Valores medios (1 máx desacuerdo- 5 máx acuerdo)

	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
P1	3,84	3,85	3,84	3,89	3,88
P2	3,82	3,85	3,86	3,84	3,86
P3	3,73	3,74	3,74	3,79	3,77
P4	3,64	3,68	3,66	3,66	3,65
P5	3,50	3,50	3,52	3,53	3,55
P6	3,49	3,49	3,49	3,50	3,51
P7	3,47	3,44	3,46	3,49	3,48
P8	3,44	3,45	3,42	3,46	3,47
P9	3,39	3,40	3,40	3,43	3,44
P10	3,39	3,44	3,42	3,41	3,39
P11	3,33	3,28	3,33	3,32	3,32
P12	3,21	3,20	3,22	3,18	3,22
P13	3,20	3,24	3,20	3,20	3,22
P14	3,19	3,20	3,17	3,21	3,22
P15	3,14	3,09	3,12	3,18	3,17
P16	3,24	3,24	3,23	3,21	3,15
P17	3,21	3,18	3,19	3,18	3,15
P18	3,14	3,17	3,14	3,13	3,12
P19	3,15	3,15	3,15	3,15	3,11
P20	3,03	3,01	2,99	3,07	3,06
P21	2,99	2,98	2,98	3,02	3,02
P22	2,88	2,91	2,85	2,83	2,84
P23	2,77	2,76	2,77	2,81	2,79
P24	2,76	2,75	2,77	2,83	2,77
P25	2,78	2,82	2,79	2,73	2,74
P26	2,54	2,49	2,52	2,52	2,58
P27	2,31	2,29	2,30	2,34	2,33

En el primer trimestre de 2007 la actitud hacia las nuevas tecnologías, en general positiva, se refuerza ligeramente respecto al mismo periodo del año anterior. Entre las ligeras variaciones de un año a otro, destaca el aumento de la importancia que se atribuye a las nuevas tecnologías para relacionarse socialmente y por otro lado que los individuos se sienten un poco más identificados con las mismas.

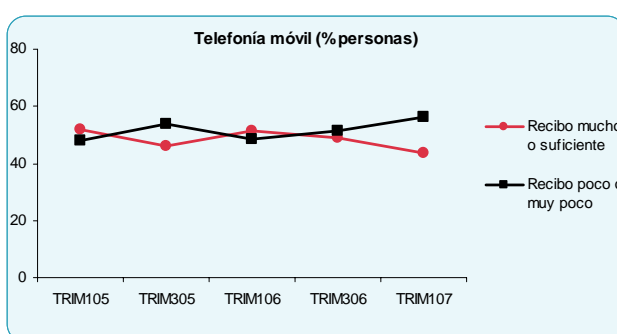
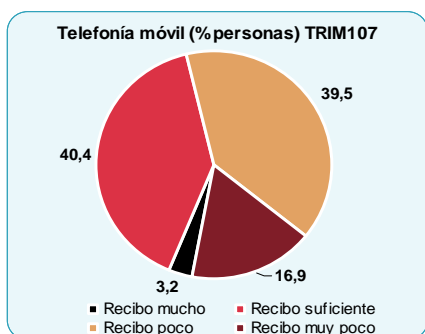


1.2. Relación precio/ utilidad de los servicios TIC.



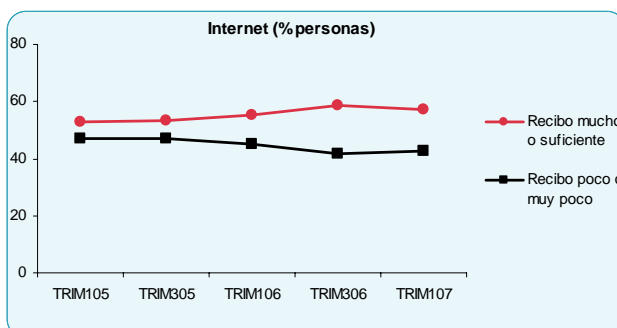
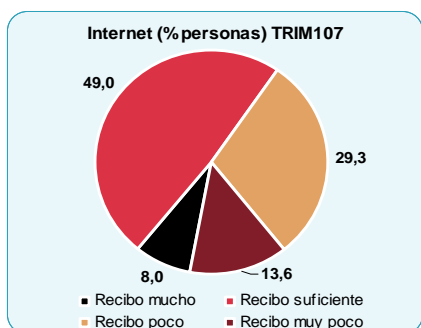
% individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Recibo mucho	4,4	4,7	4,2	4,4	4,2
Recibo suficiente	33,4	33,3	36,9	36,4	34,8
Recibo poco	42,7	41,4	38,5	39,8	40,8
Recibo muy poco	19,5	20,7	20,4	19,4	20,2

De los cuatro servicios TIC la telefonía fija se mantiene como peor valorado en la relación precio-utilidad: 61% de la población considera que recibe poco o muy poco por lo que paga.



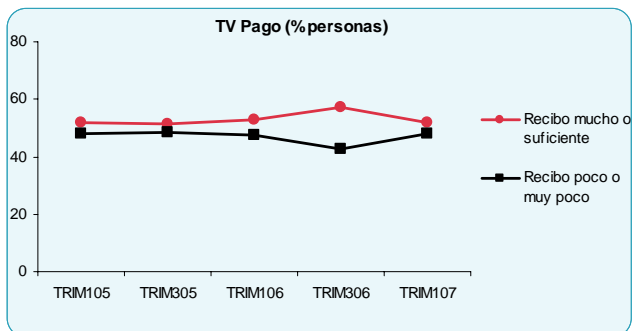
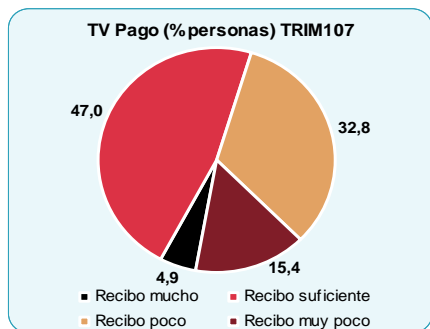
% individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Recibo mucho	4,6	4,9	4,1	4,5	3,2
Recibo suficiente	47,5	41,4	47,5	44,2	40,4
Recibo poco	36,4	39,6	34,9	38,3	39,5
Recibo muy poco	11,6	14,1	13,6	13,0	16,9

Progresivo empeoramiento en la relación precio-utilidad de la telefonía móvil: en enero-marzo'07 el 56,4% afirma recibir poco o muy poco por lo que paga, versus 48,5% un año antes (16% incremento).



% individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Recibo mucho	8,3	8,4	8,6	8,8	8,0
Recibo suficiente	44,6	44,8	46,5	49,7	49,0
Recibo poco	34,4	34,4	32,1	29,8	29,3
Recibo muy poco	12,7	12,4	12,8	11,7	13,6

Internet se consolida como servicio TIC con mejor relación precio-utilidad. El 57% de las personas considera que recibe mucho o suficiente de Internet



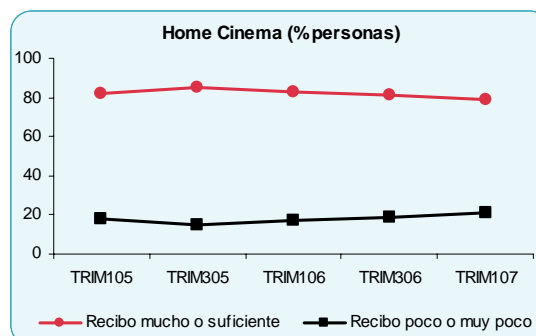
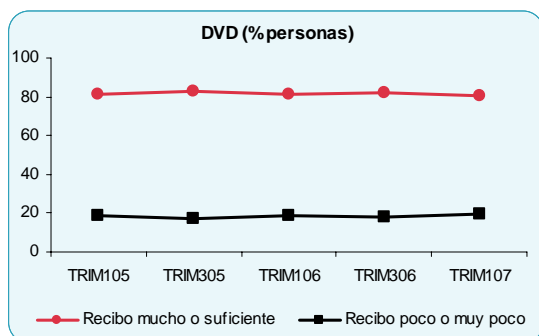
La TV de Pago es el segundo servicio TIC con mejor relación entre la percepción del servicio prestado y el precio. En el primer trimestre de 2007 el 51,9% considera que recibe mucho o suficiente por lo que paga (52,8% un año antes).

% individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Recibo mucho	3,9	6,5	6,7	5,6	4,9
Recibo suficiente	48,1	45,0	46,1	51,8	47,0
Recibo poco	34,2	34,9	31,7	32,8	32,8
Recibo muy poco	13,7	13,6	15,6	9,8	15,4

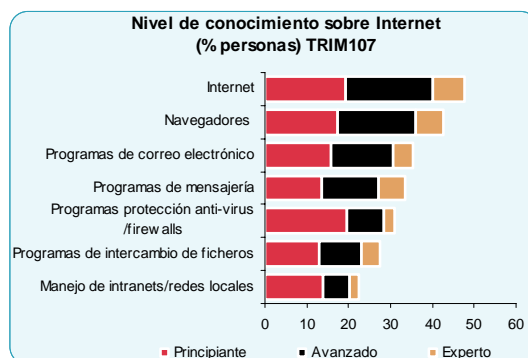
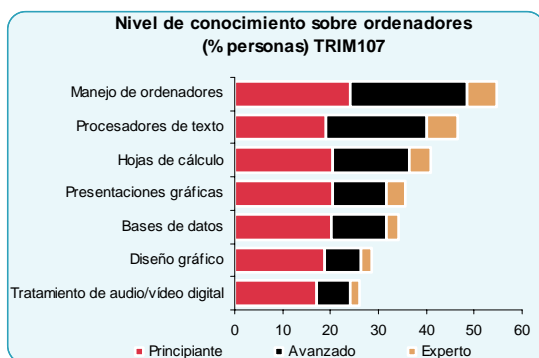
1.3. Relación precio/ utilidad de equipamientos TIC

% individuos		TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
DVD	Recibo mucho	13,0	13,1	13,1	13,4	12,5
	Recibo suficiente	68,6	70,1	68,5	68,6	67,8
	Recibo poco	13,6	12,2	12,5	12,3	14,2
	Recibo muy poco	4,8	4,6	6,1	5,8	5,6
Home Cinema	Recibo mucho	11,1	15,9	15,8	11,9	12,9
	Recibo suficiente	70,6	69,0	67,2	69,0	65,9
	Recibo poco	11,3	10,6	12,6	15,6	14,1
	Recibo muy poco	7,0	4,6	4,4	3,5	7,1
Videoconsola	Recibo mucho	11,8	14,6	14,9	12,3	11,4
	Recibo suficiente	57,2	58,3	57,2	58,6	58,7
	Recibo poco	20,7	18,0	19,1	17,7	19,3
	Recibo muy poco	13,7	9,1	8,9	11,3	10,6

Se aprecia en este primer trimestre de 2007 cierta erosión en la buena relación utilidad/precio de la que gozan tanto DVD como Home Cinema y videoconsola. Para el DVD se mantiene la proporción de ocho de cada diez personas que consideran que reciben mucho o suficiente por lo que pagaron. El mayor deterioro lo sufre la videoconsola y, sobre todo, el Home Cinema.



1.4. Nivel de conocimientos sobre ordenadores e Internet



El 54,7% de la población española sabe manejar un ordenador, 2,3 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior, en el que este porcentaje era del 52,4%.

Por otro lado, el 47,6% de los individuos encuestados posee algún conocimiento sobre Internet, frente a 44,4 en el mismo periodo del año anterior (3,2 puntos porcentuales de incremento). Un 21% se considera usuario avanzado, un 7,4% se declara experto, y un 19,2% principiante.

Conocimientos sobre ordenadores

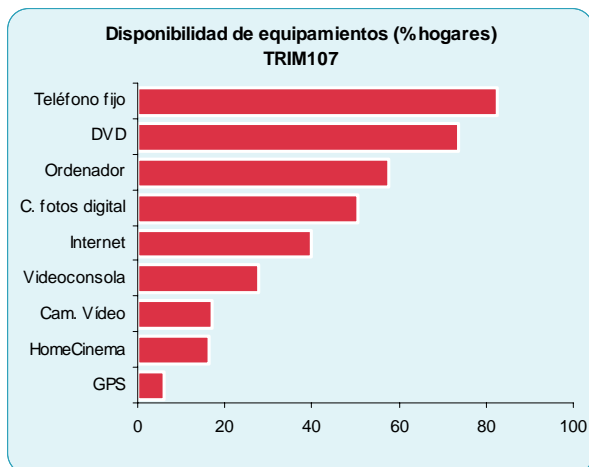
% individuos (TRIM107)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Manejo de ordenadores	24,1	24,5	6,1	33,9	11,4
Procesadores de texto	19,1	20,8	6,4	40,4	13,2
Hojas de cálculo	20,3	16,0	4,6	45,8	13,3
Presentaciones gráficas	20,4	11,4	3,8	50,9	13,5
Bases de datos	20,2	11,3	2,8	52,1	13,5
Diseño gráfico	18,8	7,5	2,3	57,6	13,8
Tratamiento de audio/vídeo digital	17,2	6,9	2,0	59,7	14,2

Conocimientos sobre Internet

% individuos (TRIM107)	Principiante	Avanzado	Experto	No soy usuario	Ns/ Nc
Internet	19,2	21,0	7,4	39,2	13,2
Navegadores	17,2	18,7	6,6	43,7	13,8
Programas de correo electrónico	15,8	14,9	4,5	51,1	13,6
Programas de mensajería	13,5	13,7	6,4	52,7	13,7
Programas protección anti-virus /firewall	19,7	8,8	2,4	55,2	13,8
Programas de intercambio de ficheros	12,9	10,2	4,3	58,9	13,8
Manejo de intranets/redes locales	14,0	6,3	2,2	63,3	14,2

2. EQUIPAMIENTO TIC

2.1. Equipamiento en el hogar

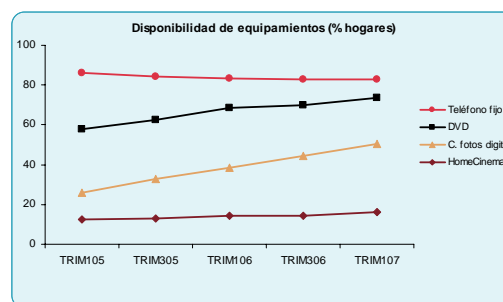


Se han registrado importantes aumentos en el equipamiento del hogar en el primer trimestre de 2007, al igual que en años anteriores, a excepción del teléfono fijo, que continúa su descenso progresivo en el mercado residencial, situándose en el 82,7%. El porcentaje de hogares con ordenador se sitúa en el 57,8% y el de hogares conectados a la Red alcanza ya el 40%.

% hogares	Teléfono fijo	DVD	Ordenador	C. fotos digital	Internet	Videoconsola	Cam. Vídeo	HomeCinema	GPS
TRIM105	86,2	57,8	48,5	26,0	29,5	24,1	10,4	12,3	0,8
TRIM305	84,3	62,5	50,1	32,9	32,1	24,3	12,5	13,1	2,1
TRIM106	83,5	68,3	51,5	38,4	33,9	24,7	15,3	14,5	2,6
TRIM306	82,8	69,8	54,1	44,4	35,6	24,4	15,7	14,3	4,1
TRIM107	82,7	73,5	57,8	50,6	40,0	27,6	17,0	16,2	6,2

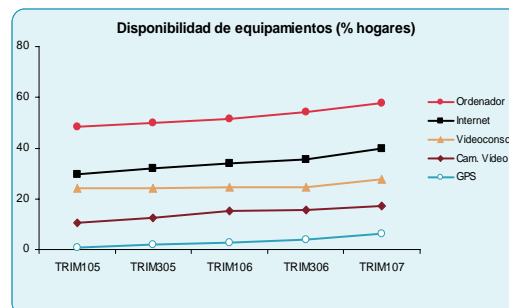
El incremento de la penetración de DVD en el hogar, superior a 5 puntos porcentuales en el último año, lo sitúa ya en el 73,5%: casi tres de cada cuatro hogares. El mayor incremento se produce en Cámara de fotos digital (12,2 puntos porcentuales en primer trimestre de 2007 vs. 2006), presente ya en la mitad de los hogares.

puntos porcentuales de incremento	Teléfono fijo	DVD	C. fotos digital	Home Cinema
TRIM105 al TRIM305	-1,9	4,7	6,9	0,8
TRIM305 al TRIM106	-0,8	5,8	5,5	1,4
TRIM106 al TRIM306	-0,7	1,5	6,0	-0,2
TRIM306 al TRIM107	-0,1	3,7	6,2	1,9



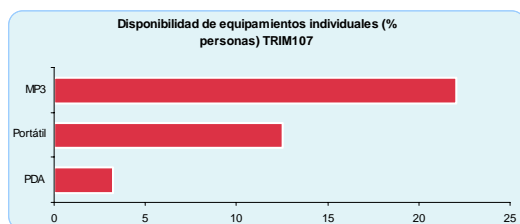
Le siguen con mayor crecimiento ordenador e Internet (6,3 y 6,1 puntos porcentuales más, respectivamente).

puntos porcentuales de incremento	Ordenador	Internet	Videoconsola	C. video	GPS
TRIM105 al TRIM305	1,6	2,6	0,2	2,1	1,3
TRIM305 al TRIM106	1,4	1,8	0,4	2,8	0,5
TRIM106 al TRIM306	2,6	1,7	-0,3	0,4	1,5
TRIM306 al TRIM107	3,7	4,4	3,2	1,3	2,1



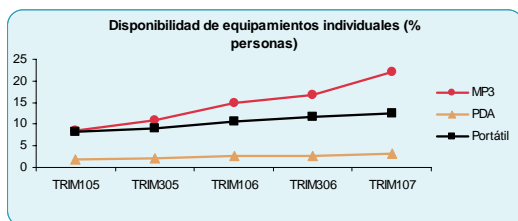
En esta oleada se incorpora al estudio la medición de la penetración de televisores TFT y plasma (versus televisores de tubo catódico, que han dejado de fabricarse en España precisamente en este periodo) registrándose una penetración de TFT/plasma en el 11,7% de los hogares españoles.

2.2. Equipamiento individual



% individuos	MP3	PDA	Portátil
TRIM105	8,4	1,9	8,3
TRIM305	10,8	2,2	9,1
TRIM106	14,9	2,7	10,7
TRIM306	16,7	2,7	11,8
TRIM107	22,1	3,2	12,5

En dispositivos personales aumenta la penetración del ordenador portátil y especialmente del reproductor MP3, que experimentan respectivamente incrementos de 1,8 y 7,2 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior y sobre el universo de individuos. Si consideramos el ordenador portátil sobre universo de hogares, su penetración es del 20,9%.

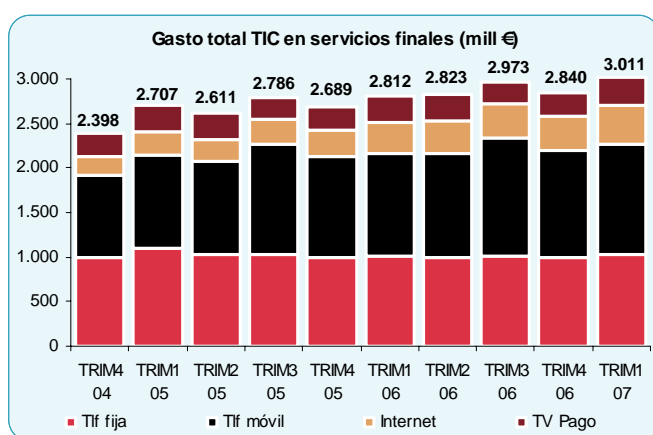


% de incremento porcentual	MP3	PDA	Portátil
TRIM105 al TRIM305	2,4	0,3	0,8
TRIM305 al TRIM106	4,1	0,5	1,6
TRIM106 al TRIM306	1,8	0,0	1,1
TRIM306 al TRIM107	5,4	0,5	0,7

3. GASTO TIC

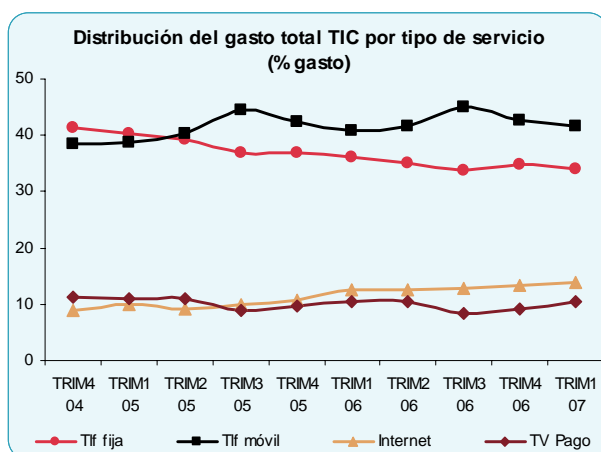
Gasto servicios TIC (TRIM107)	% de hogares	Nº de hogares (miles)	Gasto servicios TIC (millones €)
Telefonía fija	82,7	13.224	1.022
Telefonía móvil	85,7	13.701	1.253
Internet	40,0	6.396	421
TV pago	22,3	3.563	315
Total	100	15.992	3.011

El gasto en servicios TIC realizado por los hogares españoles en enero-marzo de 2007 ha sido de 3.011 millones de euros, casi 200 millones más que en el mismo periodo de 2006, lo que supone un incremento interanual del 7,1%, y del 6% respecto del trimestre inmediatamente anterior.



El gasto en telefonía móvil muestra cierta estabilización en el primer trimestre de 2007, al situarse en 1.253 MM de euros, lo que supone un 41,6% del total gasto TIC, frente al 40,7% hace un año. Mientras el gasto en telefonía fija fue de 1.022 MM, un 18% inferior al de T. Móvil, cayendo su participación del 36,2% del gasto total hace un año al 33,9% en este primer trimestre de 2007.

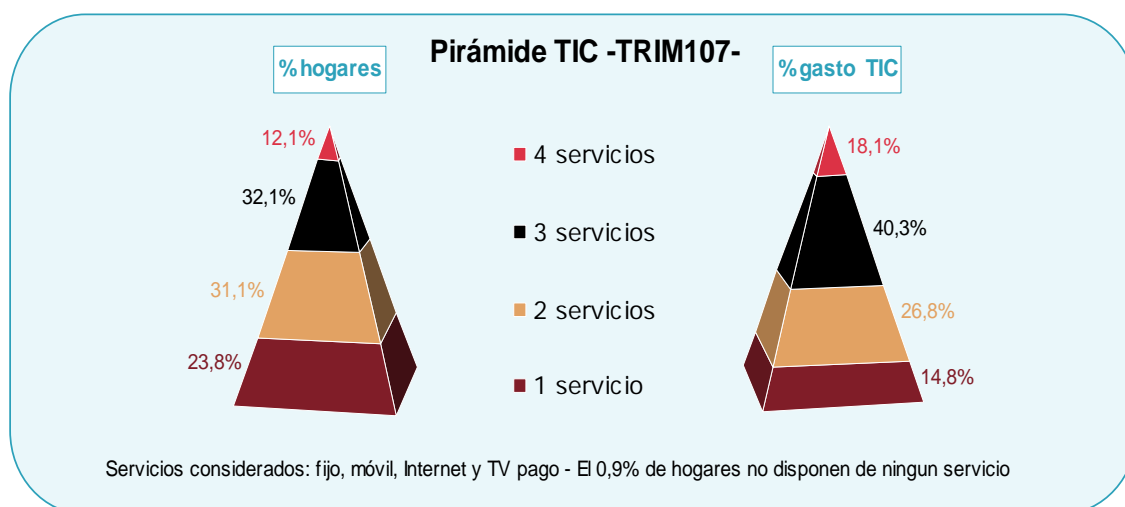
Gasto por servicios TIC	Millones de €					Porcentaje			
	Tif fija	Tif móvil	Internet	TV Pago	Total	Tif fija	Tif móvil	Internet	TV Pago
TRIM404	993	924	214	267	2.398	41,4	38,5	8,9	11,1
TRIM105	1.093	1.047	267	301	2.707	40,4	38,7	9,8	11,1
TRIM205	1.027	1.053	241	290	2.611	39,3	40,3	9,2	11,1
TRIM305	1.030	1.237	274	245	2.786	37,0	44,4	9,8	8,8
TRIM405	994	1.143	291	261	2.689	36,9	42,5	10,8	9,7
TRIM106	1.017	1.146	356	293	2.812	36,2	40,8	12,7	10,4
TRIM206	988	1.171	367	296	2.823	35,2	41,7	12,6	10,5
TRIM306	1.003	1.340	384	246	2.973	33,7	45,1	12,9	8,3
TRIM406	986	1.211	381	262	2.840	34,7	42,6	13,4	9,2
TRIM107	1.022	1.253	421	315	3.011	33,9	41,6	14,0	10,5



El gasto en Internet sigue su tendencia al alza: con 421 millones de euros experimenta en este primer trimestre de 2007 un incremento interanual del 12,7%, y su peso sobre el total de los cuatro servicios TIC alcanza ya el 14%.

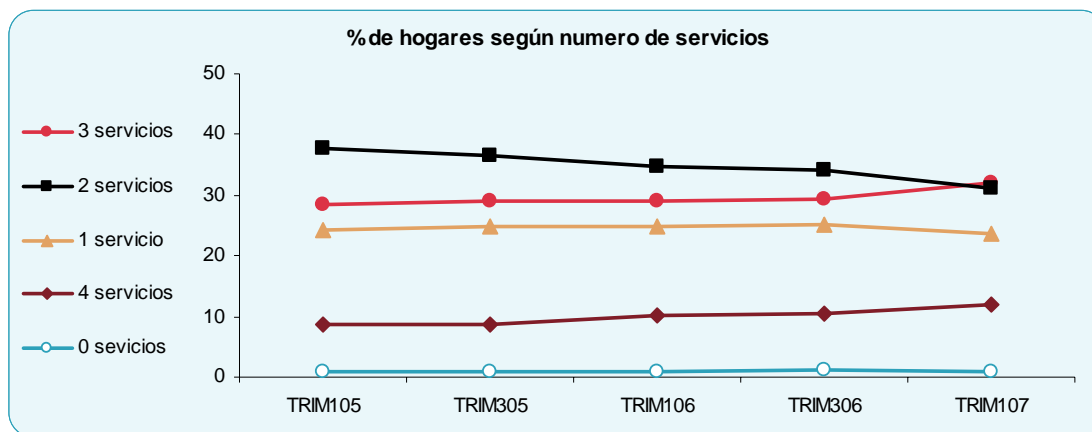
El gasto en TV de pago experimenta un aumento hasta los 315 millones de euros y 10,5% del gasto total TIC.

4. PIRAMIDE DE SERVICIOS TIC



Los hogares más equipados, los que disponen de 3 ó 4 servicios, son ya el 44,2% del total (casi 5 puntos porcentuales más que el año anterior) y realizan el 58,4% del gasto total TIC (entonces representaban el 52,8%). Por el contrario, los hogares que más han visto disminuir su gasto son los que tienen dos equipamientos, pasando de un 36,1% de participación en el total gasto TIC el primer trimestre de 2006, al 26,8% en 2007 (sensiblemente superior al descenso en número de hogares).

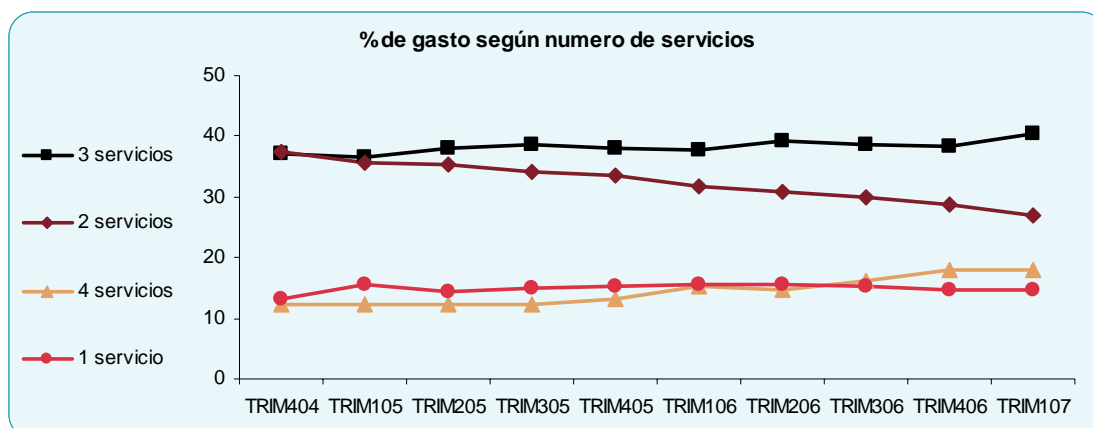
Porcentaje de hogares según número de servicios



El aumento progresivo del equipamiento de los hogares españoles se evidencia igualmente, en el periodo enero-marzo de 2007, en que el porcentaje de hogares con tres servicios TIC ha superado por primera vez al de hogares con dos servicios.

% de hogares	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
4 servicios	8,7	8,8	10,3	10,4	12,1
3 servicios	28,4	29,0	29,1	29,4	32,1
2 servicios	37,7	36,4	34,8	34,0	31,1
1 servicio	24,4	25,0	25,0	25,2	23,8
0 servicios	0,8	0,9	0,8	1,1	0,9

Porcentaje de gasto según número de servicios

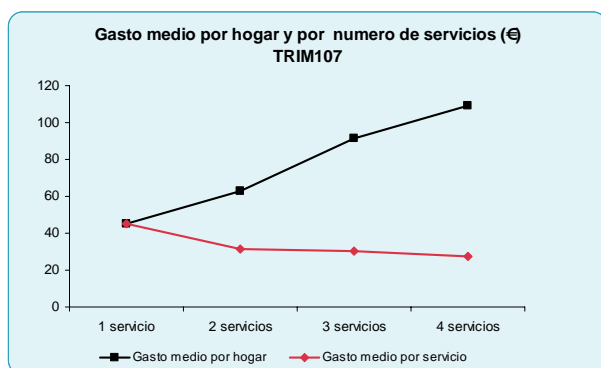


La tendencia creciente del número de hogares con 3 y 4 servicios, reflejada asimismo en el gasto TIC que realizan los mismos, muestra cómo los hogares con 3 servicios se sitúan 13,5 puntos porcentuales por encima del gasto realizado por los hogares con 2 servicios contratados.

% de gasto	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107
4 servicios	12,3	12,2	12,4	12,2	13,3	15,2	14,6	16,3	18	18,1
3 servicios	37,1	36,6	37,9	38,5	37,9	37,6	39,1	38,6	38,4	40,3
2 servicios	37,3	35,5	35,3	34,2	33,5	31,6	30,9	29,8	28,7	26,8
1 servicio	13,3	15,7	14,4	15,1	15,4	15,5	15,5	15,3	14,8	14,8

Evolución del gasto medio mensual por hogar (€) – IVA incluido -

Gasto medio (€)	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107
1 servicio	34,8	44,2	39,1	42,7	42,0	43,5	43,7	45,2	41,7	45,1
2 servicios	62,6	64,8	62,2	66,7	63,0	63,8	62,5	65,1	60,0	62,8
3 servicios	88,0	88,8	88,8	94,2	89,4	90,9	94,6	97,3	92,6	91,4
4 servicios	105,4	97,5	95,1	98,4	103,5	104,2	100,1	116,9	123,3	109,0



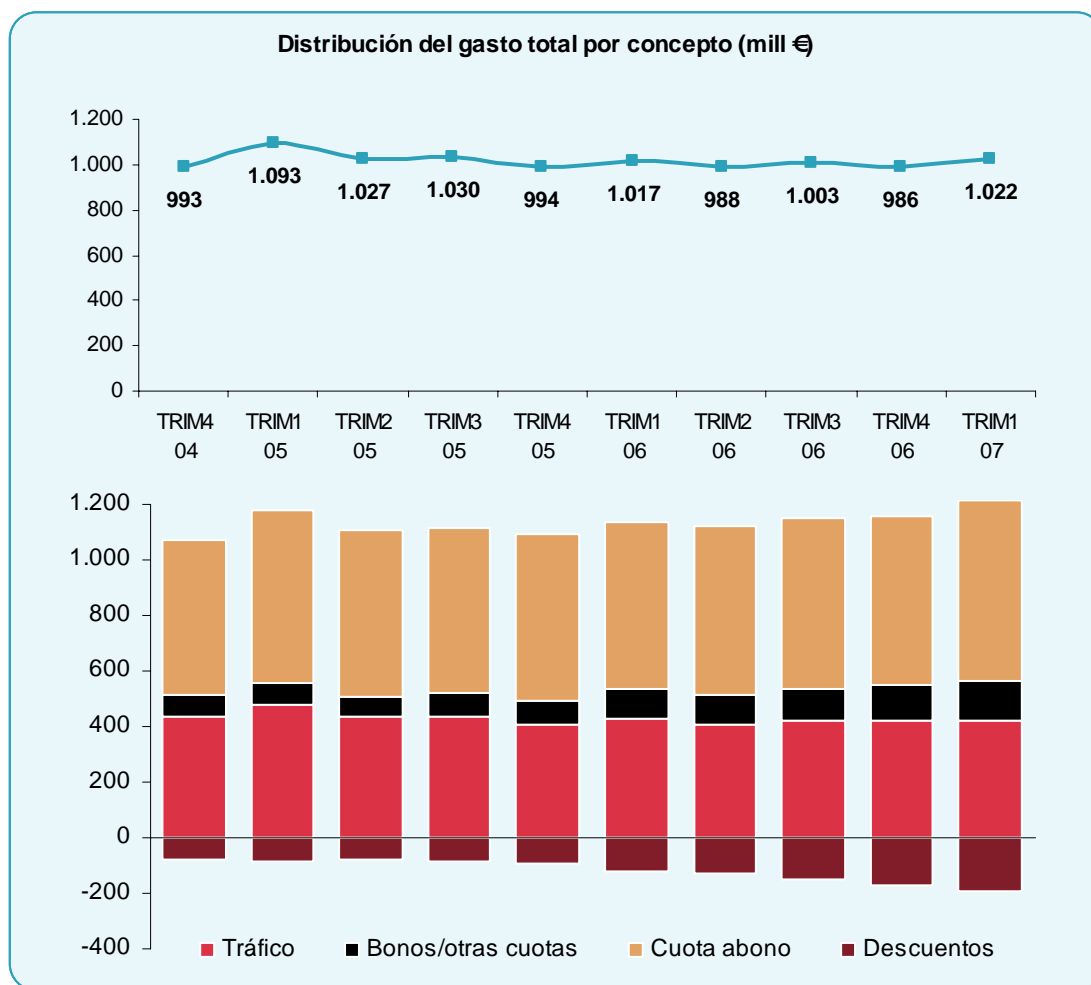
En el primer trimestre de 2007 el gasto medio mensual por hogar aumenta ligeramente respecto al mismo periodo del año anterior, en los hogares con 1 y 4 servicios contratados, se reduce en los de 2 servicios contratados y se mantiene igual que el año anterior en los de 3 servicios.

Evolución del gasto medio mensual por número de servicios (€) – IVA incluido -

Gasto medio (€)	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107
1 servicio	34,8	44,2	39,1	42,7	42,0	43,5	43,7	45,2	41,7	45,1
2 servicios	31,3	32,4	31,1	33,4	31,5	31,9	31,2	32,6	30,0	31,4
3 servicios	29,3	29,6	29,6	31,4	29,8	30,3	31,5	32,4	30,9	30,5
4 servicios	26,3	24,4	23,8	24,6	25,9	26,1	25,0	29,2	30,8	27,3

5. TELEFONÍA FIJA

5.1. Distribución del gasto

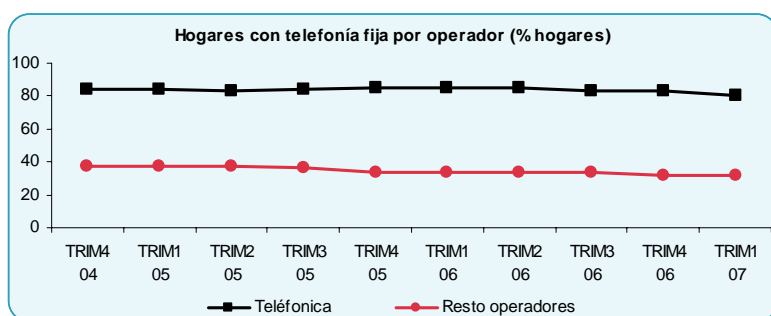


Millones €	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107
Tráfico	438	479	436	437	404	427	410	421	423	420
Bonos/otras cuotas	74	75	73	86	86	108	107	117	125	146
Cuota abono	558	622	598	593	600	604	601	615	611	649
Descuentos	-77	-83	-80	-86	-96	-122	-130	-150	-173	-193
Gto total	993	1.093	1.027	1.030	994	1.017	988	1.003	986	1.022

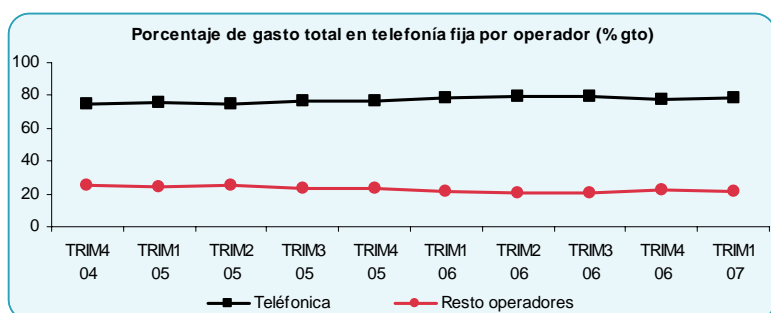
La telefonía fija, con una penetración del 82,7% en los hogares, sigue presentando una tendencia de estabilización en el gasto en el mercado total residencial, el cual se sitúa en el primer trimestre de 2007 en 1.022 millones de euros. La cuota de abono suma 649 millones y el tráfico cursado 420 MM. Crecen los descuentos (58% de incremento respecto al mismo período de 2006) aplicados al gasto total de este mercado, que ascienden a 193 millones de euros, y crecen también, aunque en menor cuantía, el gasto en bonos y otras cuotas (35% de incremento, también respecto al primer trimestre de 2006).

5.2. Hogares y gasto por operador

HOGARES	Porcentaje		Absolutos (miles hogares)	
	Teléfonoica	Resto operadores	Teléfonoica	Resto operadores
TRIM404	84,4	37,2	10.558	4.658
TRIM105	83,8	37,1	10.970	4.856
TRIM205	83,3	37,2	10.918	4.870
TRIM305	84,5	36,3	10.816	4.655
TRIM405	85,3	34,1	10.921	4.371
TRIM106	85,5	33,5	11.075	4.337
TRIM206	85,2	33,5	11.033	4.332
TRIM306	83,6	33,6	10.727	4.310
TRIM406	83,5	32,1	10.718	4.118
TRIM107	81,4	31,9	10.768	4.224



GASTO	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Teléfonoica	Resto operadores	Teléfonoica	Resto operadores
TRIM404	75,0	25,0	745	248
TRIM105	75,4	24,6	823	269
TRIM205	75,0	25,0	770	257
TRIM305	76,2	23,8	785	245
TRIM405	76,9	23,1	763	230
TRIM106	78,3	21,7	797	220
TRIM206	79,1	20,9	782	206
TRIM306	79,2	20,8	794	208
TRIM406	77,9	22,1	768	218
TRIM107	78,8	21,2	806	217

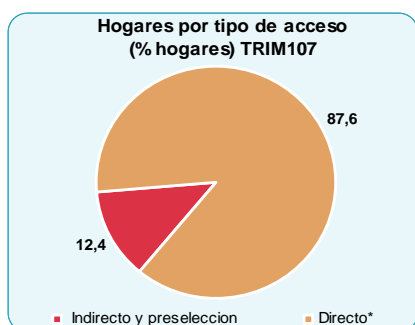


En el primer trimestre de 2007, 10,77 millones de hogares tienen contratado el servicio de telefonía fija con el operador con poder significativo de mercado, que suman un 81,4% de los hogares con telefonía fija. Un 31,9% tienen contratados servicios con otros operadores (bien de acceso indirecto o bien a través de un operador de cable).

En el primer trimestre de 2007 crece ligeramente el porcentaje del gasto del operador incumbente, que sitúa su cuota de mercado en 78,8% (806 MM€). El resto de operadores acumulan un gasto de 217 millones de euros, lo que corresponde al 21,2% del total de mercado, cuota ligeramente inferior al trimestre anterior y al mismo periodo del año anterior.

5.3. Hogares, minutos y gasto por tipo de acceso

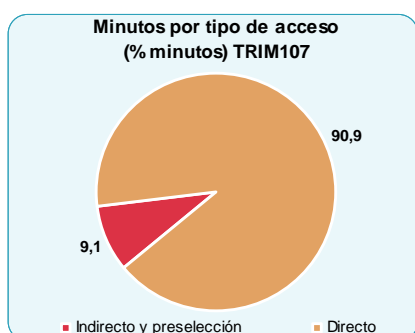
Hogares por tipo de acceso



Hogares	Porcentaje		Absolutos (Miles)	
	Indirecto y preselección	Directo*	Indirecto y preselección	Directo*
TRIM404	20,5	79,5	2.563	9.946
TRIM105	19,9	80,1	2.602	10.506
TRIM205	19,6	80,4	2.567	10.541
TRIM305	20,0	80,0	2.563	10.244
TRIM405	18,8	81,2	2.412	10.395
TRIM106	18,4	81,6	2.384	10.559
TRIM206	18,0	82,0	2.332	10.611
TRIM306	16,5	83,5	2.123	10.709
TRIM406	15,0	85,0	1.924	10.908
TRIM107	12,4	87,6	1.653	11.570

Se observa un acusado descenso de hogares con telefonía fija de acceso indirecto, situándose en 1,6 millones, lo que representa el 12,4% de los hogares con fijo). Esto es en parte debido al aumento de accesos directos por cable, y principalmente a que los operadores que tradicionalmente ofrecían estos servicios indirectos han ido migrando sus ofertas comerciales y a sus propios clientes a servicios directos de telefonía fija e Internet, a través de la desagregación total del bucle de abonado.

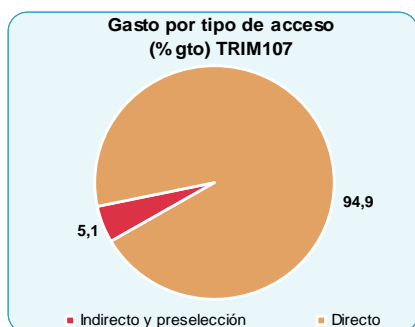
Minutos cursados por tipo de acceso



Minutos	Porcentaje		Absolutos (Millones)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM404	17,9	82,1	1.469	6.750
TRIM105	17,4	82,6	1.603	7.592
TRIM205	17,4	82,6	1.444	6.876
TRIM305	18,3	81,7	1.457	6.504
TRIM405	15,4	84,6	1.187	6.505
TRIM106	14,7	85,3	1.263	7.338
TRIM206	13,0	87,0	1.015	6.792
TRIM306	11,7	88,3	895	6.740
TRIM406	10,5	89,5	812	6.894
TRIM107	9,1	90,9	762	7.571

El descenso de hogares con acceso indirecto se traduce en un 60% de caída interanual del número de minutos realizados por este tipo de acceso.

Gasto realizado por tipo de acceso



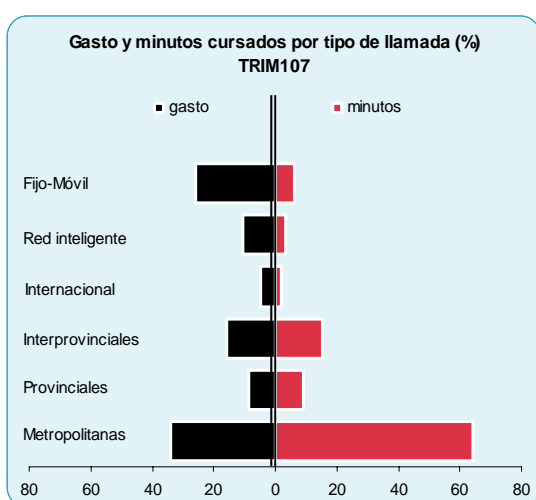
Gasto	Porcentaje		Absolutos (Millones €)	
	Indirecto y preselección	Directo	Indirecto y preselección	Directo
TRIM404	8,9	91,1	91	901
TRIM105	9,2	90,8	90	1.003
TRIM205	8,2	91,8	82	944
TRIM305	8,0	92,0	95	934
TRIM405	9,2	90,8	80	913
TRIM106	7,7	92,3	78	939
TRIM206	6,9	93,1	68	920
TRIM306	6,4	93,6	64	939
TRIM406	6,8	93,2	67	919
TRIM107	5,1	94,9	52	970

Los accesos directos han supuesto 970 millones de euros en enero-marzo 07, que representan el 95% del consumo total residencial de telefonía fija.

5.4. Minutos y gasto por tipo de llamada

Porcentaje de minutos cursados por tipo de llamada

% minutos	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM404	68,1	7,8	12,2	1,1	3,0	7,6	0,1
TRIM105	66,9	8,1	12,8	1,4	3,7	7,0	0,1
TRIM205	66,4	8,2	12,7	1,5	3,7	7,4	0,1
TRIM305	65,7	8,3	12,5	1,3	3,6	8,5	0,2
TRIM405	66,8	7,8	13,6	1,4	3,0	7,3	0,1
TRIM106	67,3	8,0	13,7	1,3	3,3	6,2	0,2
TRIM206	64,8	8,3	15,8	1,3	3,2	6,3	0,1
TRIM306	65,2	8,8	13,4	1,3	3,8	7,4	0,1
TRIM406	60,6	9,6	16,0	1,8	4,8	7,2	0,1
TRIM107	64,0	9,3	15,4	1,9	3,3	6,1	0,1



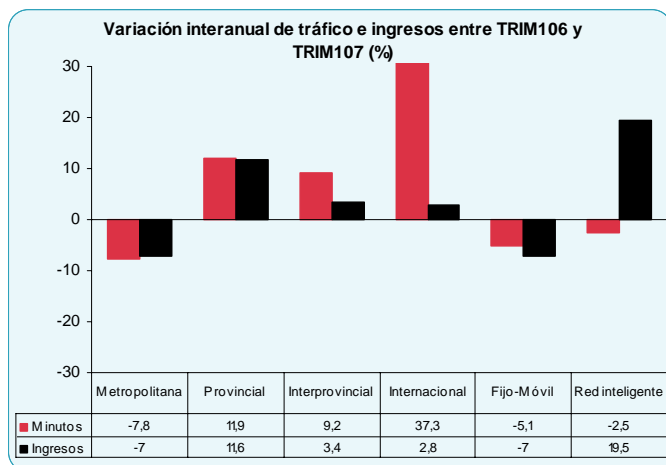
Por tipo de llamada, se observa cómo interprovinciales y provinciales experimentan un repunte interanual de 1,7 y 1,3 puntos porcentuales respectivamente en el reparto de minutos cursados por tipo de llamada, representando el 15,4% y 9,3% de todas las llamadas realizadas. Mientras las llamadas internacionales, que también experimentan un crecimiento interanual, de 0,3 puntos porcentuales, sólo suponen el 1,9% del tiempo cursado.

Aunque en este primer trimestre de 2007 se registran descensos interanuales tanto del porcentaje de minutos como del porcentaje de gasto de las llamadas metropolitanas, son éstas, con un 34%, las de mayor participación en el gasto de telefonía fija, y las de mayor número de minutos cursados, el 64%.

Porcentaje de gasto realizado por tipo de llamada

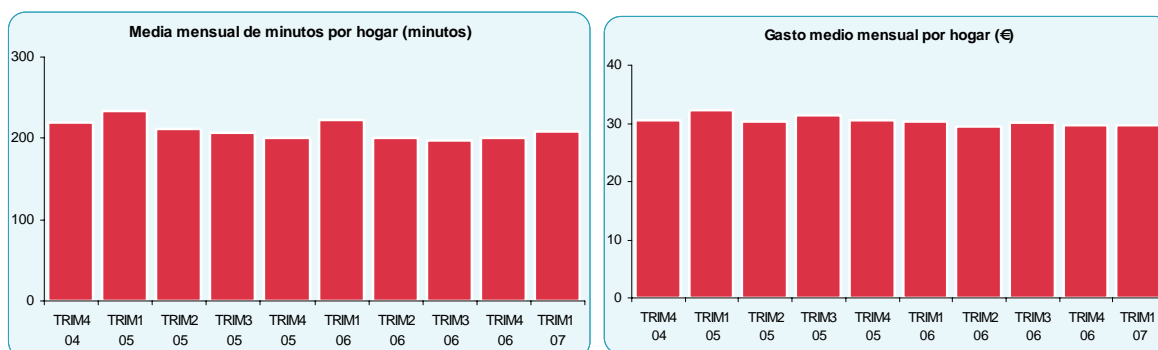
% de gasto	Metropolitana	Provinciales	Interprovinciales	Internacionales	Red inteligente	Fijo-Móvil	Resto
TRIM404	34,7	7,3	13,0	4,1	7,5	32,7	0,6
TRIM105	35,3	7,7	14,0	4,6	8,4	29,6	0,4
TRIM205	34,2	7,8	13,8	5,1	7,6	30,9	0,6
TRIM305	32,2	7,5	12,7	4,5	8,0	34,4	0,7
TRIM405	34,2	7,1	14,2	4,6	7,8	31,6	0,6
TRIM106	36,0	7,7	15,0	4,5	8,6	27,6	0,5
TRIM206	34,1	7,5	16,0	4,5	10,0	27,5	0,5
TRIM306	32,2	7,8	13,5	3,9	12,3	29,8	0,6
TRIM406	30,7	8,2	15,4	5,4	11,5	28,6	0,2
TRIM107	34,0	8,8	15,8	4,7	10,4	26,1	0,2

Variación interanual de tráfico e ingresos



Las llamadas provinciales, interprovinciales e internacionales, registraron incrementos interanuales en el número de minutos consumidos del 12%, 9% y 37% respectivamente, lo que supuso incrementos en los ingresos repercutidos correspondientes a dichas llamadas del 12%, 3,4% y 2,8% respectivamente. El tráfico de teléfono fijo a móvil desciende un 5% y los ingresos asociados un 7%.

5.5. Minutos y gastos medios por hogar

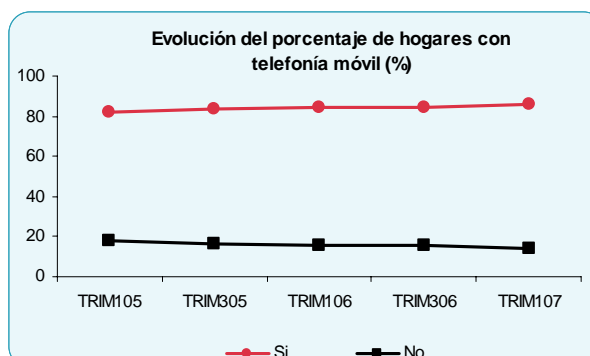
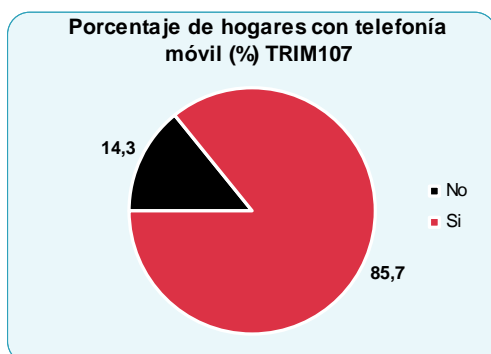


Sigue disminuyendo ligeramente el gasto medio mensual por hogar de la telefonía fija que, durante el primer trimestre de 2007, se situó en 29,6 euros/mes (IVA incluido), con una media mensual de 208 minutos cursados por hogar.

Media mensual por hogar	TRIM404	TRIM105	TRIM205	TRIM305	TRIM405	TRIM106	TRIM206	TRIM306	TRIM406	TRIM107
Minutos	219	234	212	207	200	222	201	198	200	208
Euros	30,6	32,2	30,3	31,4	30,5	30,4	29,5	30,2	29,7	29,6

6. TELEFONÍA MÓVIL

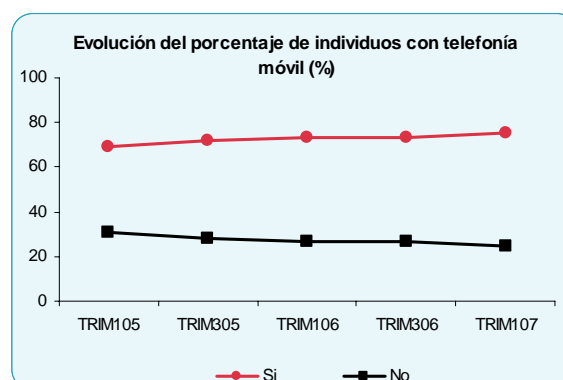
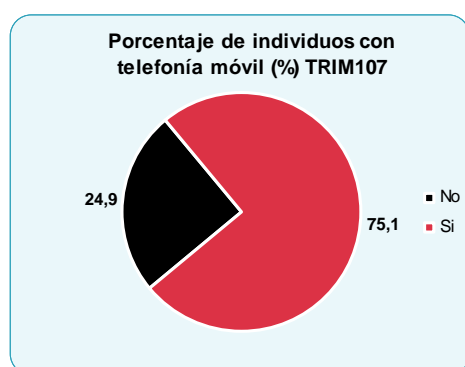
6.1. Hogares con móvil



El porcentaje de hogares con servicio de telefonía móvil alcanza el 85,7%, superando al de telefonía fija en 3 puntos porcentuales. Hay 636.000 hogares más con este servicio que el año anterior.

Hogares con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles hogares)
TRIM105	82,2	12.488
TRIM305	83,5	12.689
TRIM106	84,3	13.064
TRIM306	84,4	13.082
TRIM107	85,7	13.700

6.2. Individuos con móvil



El número de individuos con móvil activo –uso en último mes-, es de 28,2 millones, lo que representa el 75,1% de la población de 15 y más años. Este incremento interanual supera el millón de individuos.

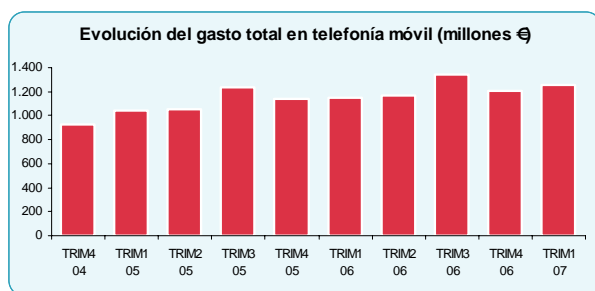
Individuos con móvil	Porcentaje	Absolutos (miles individuos)
TRIM105	69,3	25.629
TRIM305	71,6	26.470
TRIM106	73,0	27.115
TRIM306	73,2	27.170
TRIM107	75,1	28.191

Forma de pago frente a tipo de uso

% de individuos (TRIM107)	contrato	prepago	contrato + prepago	ns/nc	Total
particular	36,6	34,0	2,9	0,8	74,3
profesional	2,4	0,0	0,0	0,2	2,6
particular + profesional	2,8	0,0	0,8	0,1	3,8
ns/nc	8,3	1,9	0,1	9,0	19,4
Total	50,1	35,9	3,9	10,1	100,0

La forma de pago más habitual en telefonía móvil es el contrato, con un valor de 50,1%, superando a la de prepago en 14,2 puntos porcentuales.

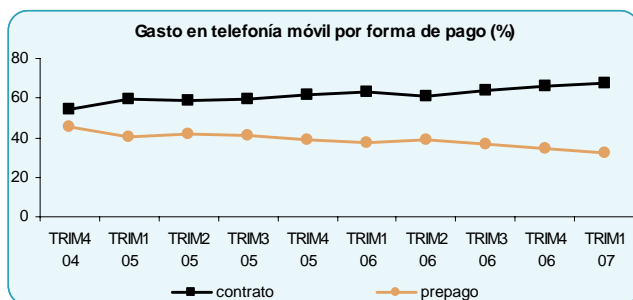
6.3. Gasto total y medio por hogar en telefonía móvil



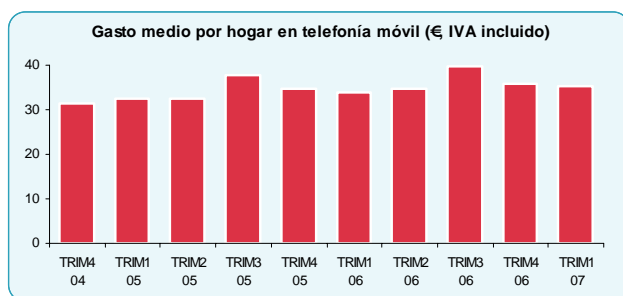
Gasto total (Millones €)	contrato	prepago	total
TRIM404	505	419	924
TRIM105	621	426	1.047
TRIM205	615	438	1.053
TRIM305	732	505	1.237
TRIM405	701	442	1.143
TRIM106	720	426	1.146
TRIM206	713	459	1.171
TRIM306	851	489	1.340
TRIM406	796	415	1.211
TRIM107	850	403	1.253

El gasto total de mercado de la telefonía móvil alcanza los 1.253 millones de euros en el primer trimestre de 2007.

La modalidad de contrato continúa ganando terreno al prepago. Por primera vez, dos de cada tres euros que se gastan en telefonía móvil pertenecen a la modalidad de contrato, que totaliza 850 millones de euros, frente a los 403 millones de euros de la telefonía móvil prepago.



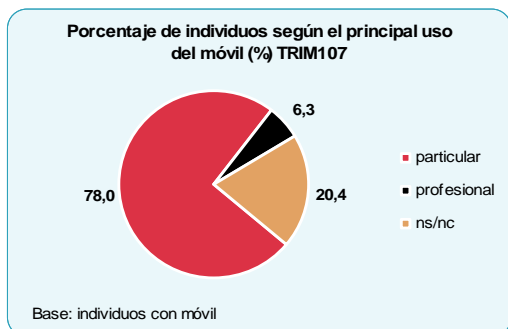
Gasto móvil (%)	contrato	prepago
TRIM404	54,7	45,3
TRIM105	59,3	40,7
TRIM205	58,4	41,6
TRIM305	59,2	40,8
TRIM405	61,3	38,7
TRIM106	62,8	37,2
TRIM206	60,9	39,2
TRIM306	63,5	36,5
TRIM406	65,7	34,3
TRIM107	67,8	32,2



€ (IVA incluido)	Gasto medio por hogar
TRIM404	31,5
TRIM105	32,4
TRIM205	32,6
TRIM305	37,7
TRIM405	34,8
TRIM106	33,9
TRIM206	34,7
TRIM306	39,6
TRIM406	35,8
TRIM107	35,3

El gasto medio en telefonía móvil de los hogares españoles en el primer trimestre de 2007 ha sido de 35,3 euros al mes por hogar, lo que supone un crecimiento interanual de 1,4 euros.

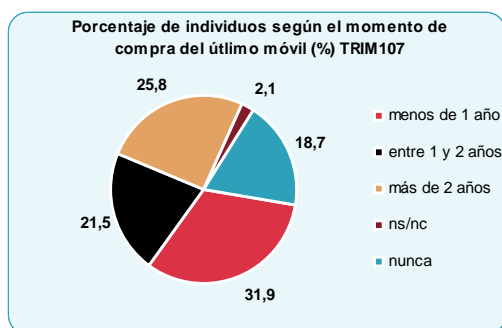
6.4. Tipo de uso del teléfono móvil



% de individuos	particular	profesional	ns/nc
TRIM105	80,9	13,0	11,3
TRIM305	82,4	11,7	11,1
TRIM106	82,5	10,9	11,5
TRIM306	82,4	10,9	12,3
TRIM107	78,0	6,3	20,4

Se mantiene el claro predominio del tipo de uso que los individuos dan a su móvil, siendo preferentemente particular, 78%.

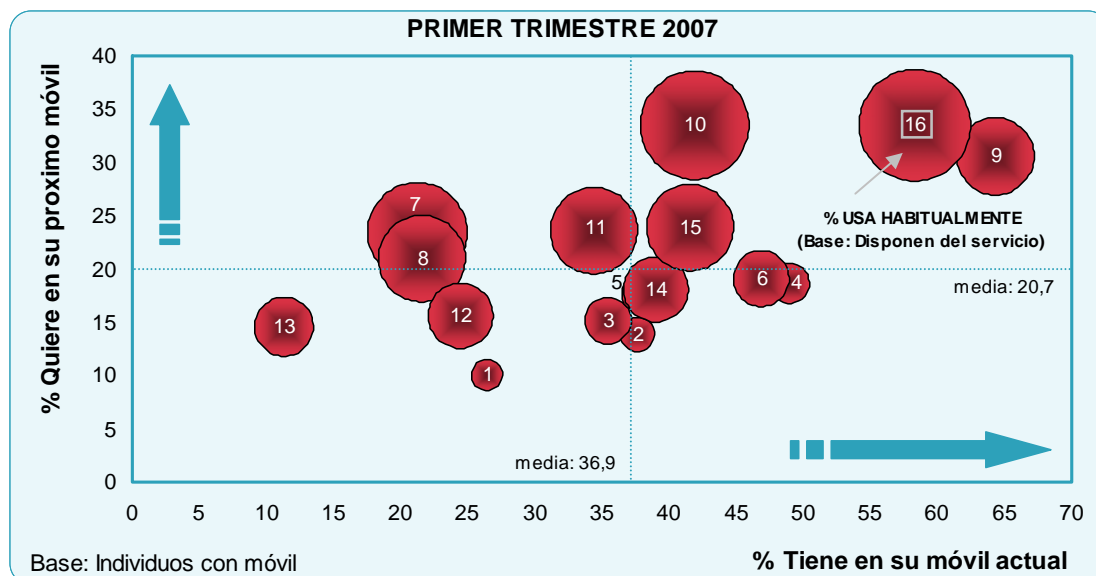
6.5. Momento de compra del último móvil



% de individuos	menos de 1 año	entre 1 y 2 años	más de 2 años	ns/nc
TRIM105	34,1	20,0	23,0	2,7
TRIM305	35,5	19,4	22,8	2,0
TRIM106	33,6	21,1	22,6	2,6
TRIM306	31,5	22,1	25,3	1,9
TRIM107	31,9	21,5	25,8	2,1

Aproximadamente, la tercera parte de los usuarios de telefonía móvil declaran poseer un terminal cuya antigüedad no supera el año.

6.6. Usos del móvil actual frente a usos del próximo móvil



nº	Servicios del móvil (% indiv.) TRIM107	Tiene	Usa	Quiere
1	Chat	26,5	4,5	10,1
2	Navegación WAP	37,6	5,4	13,8
3	Marcación por voz	35,5	9,6	15,2
4	Acceso a Internet	49,0	7,0	18,6
5	Acceso correo electrónico	37,9	6,3	17,6
6	Grabación de voz	46,9	12,9	19,1
7	MP3	21,2	40,2	23,4
8	Radio FM	21,6	32,1	20,9
9	MMS	64,3	26,0	30,5
10	Bluetooth	41,9	48,6	33,5
11	Infrarrojos	34,4	31,7	23,6
12	Videomensajes	24,5	18,0	15,6
13	Videollamada	11,3	14,8	14,5
14	Conexión de datos GPRS	39,0	17,1	18,0
15	Grabación de vídeo	41,6	31,0	23,8
16	Cámara de fotos	58,3	52,5	33,4

Base: Tiene móvil Tiene cada servicio móvil Tiene móvil

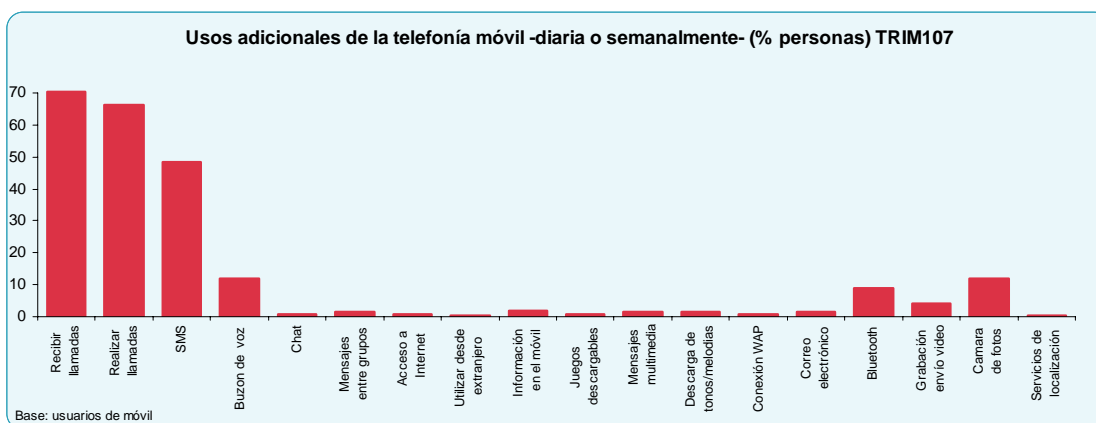
Los servicios de valor añadido más comunes en telefonía móvil son, los mensajes multimedia (MMS), la cámara de fotos y acceso a Internet con 64%, 58% y 49% respectivamente. Los más usados en este primer trimestre de 2007 han sido la cámara de fotos con un 52,5% y el bluetooth con 48,6% de quienes disponen de cada servicio; coincidiendo con las dos prestaciones con mayor capacidad de movilización para un próximo terminal: cámara de fotos, un 33,4%, y bluetooth un 33,5%.

6.7. Principales usos de telefonía móvil

% individuos		TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Recibir llamadas	Diario o semanal	65,9	66,3	66,6	69,2	70,2
	Mensual o esporádico	19,3	16,8	17,0	15,2	16,3
Realizar llamadas	Diario o semanal	61,3	62,2	62,3	65,8	66,3
	Mensual o esporádico	23,7	20,0	20,6	17,7	18,9
SMS	Diario o semanal	44,2	47,2	45,1	46,0	48,3
	Mensual o esporádico	30,2	31,4	31,3	31,6	35,6
Buzon de voz	Diario o semanal	11,3	12,3	12,2	12,3	12,0
	Mensual o esporádico	18,4	22,9	20,0	20,4	26,3
Chat	Diario o semanal	0,9	0,5	0,6	1,4	0,9
	Mensual o esporádico	2,6	4,2	3,0	2,8	3,2
Mensajes entre grupos	Diario o semanal	1,5	0,8	1,2	1,4	1,4
	Mensual o esporádico	3,3	4,5	3,6	4,1	6,6
Acceso a Internet	Diario o semanal	0,5	0,6	0,8	1,1	0,6
	Mensual o esporádico	3,0	3,7	2,6	3,4	3,5
Utilizar desde extranjero	Diario o semanal	0,3	0,4	0,3	0,8	0,4
	Mensual o esporádico	11,3	13,9	13,3	14,8	17,9
Información en el móvil	Diario o semanal	1,9	2,6	2,0	2,2	2,0
	Mensual o esporádico	9,4	10,5	9,2	9,5	12,8
Juegos descargables	Diario o semanal	1,0	1,1	1,2	1,3	0,9
	Mensual o esporádico	10,0	12,3	10,3	12,6	14,9
Mensajes multimedia	Diario o semanal	2,2	2,5	2,6	3,4	1,6
	Mensual o esporádico	16,5	21,9	23,5	25,1	33,1
Descarga de tonos/melodías	Diario o semanal	1,0	1,3	1,3	2,0	1,6
	Mensual o esporádico	21,8	23,7	22,2	21,0	26,9
Conexión WAP	Diario o semanal	0,7	0,6	0,8	1,0	0,7
	Mensual o esporádico	6,7	9,7	7,8	9,3	11,1
Correo electrónico	Diario o semanal	0,6	0,7	1,1	1,6	1,4
	Mensual o esporádico	2,6	4,5	3,6	4,1	5,3
Bluetooth	Diario o semanal	1,8	3,9	6,2	8,1	9,1
	Mensual o esporádico	7,0	11,5	14,4	17,4	24,9
Grabación envío vídeo	Diario o semanal	0,9	2,1	3,0	3,5	4,1
	Mensual o esporádico	4,9	8,0	9,9	13,7	19,7
Camara de fotos	Diario o semanal	5,7	9,3	10,5	11,8	12,1
	Mensual o esporádico	13,5	19,8	25,1	28,9	38,9
Servicios de localización	Diario o semanal	0,2	0,4	0,3	0,5	0,3
	Mensual o esporádico	2,7	3,4	2,6	3,4	3,6

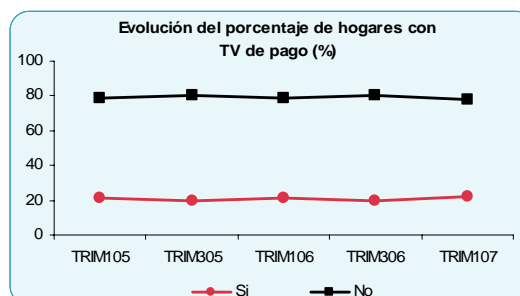
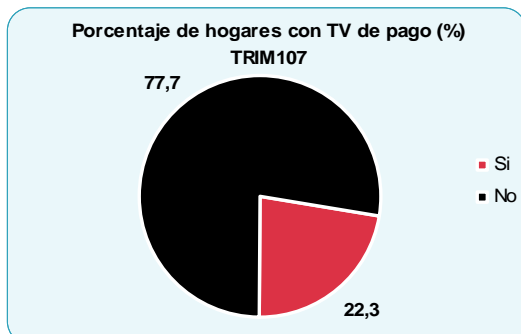
El uso diario del móvil para realizar y recibir llamadas de voz sigue su aumento paulatino. Siete de cada diez usuarios de teléfono móvil lo utilizan diaria o semanalmente para recibir llamadas; mientras que para realizar llamadas el uso semanal o diario alcanza un 66,3% de los usuarios de telefonía móvil. En este primer trimestre de 2007 el 48,3% de usuarios utilizó el móvil para el envío y/o recepción de mensajes cortos por SMS.

En cuanto a la cámara de fotos del móvil su utilización mensual o esporádica ha obtenido un crecimiento interanual de 13,8 puntos porcentuales, habiendo sido utilizada en el primer trimestre de 2007 por el 38,9% de usuarios de móvil, frente al 25,1% el año anterior. Destaca también el incremento interanual de las conexiones inalámbricas, con especial protagonismo del bluetooth, en más de 10 puntos porcentuales alcanzando así el 24,9% de los usuarios de móvil.



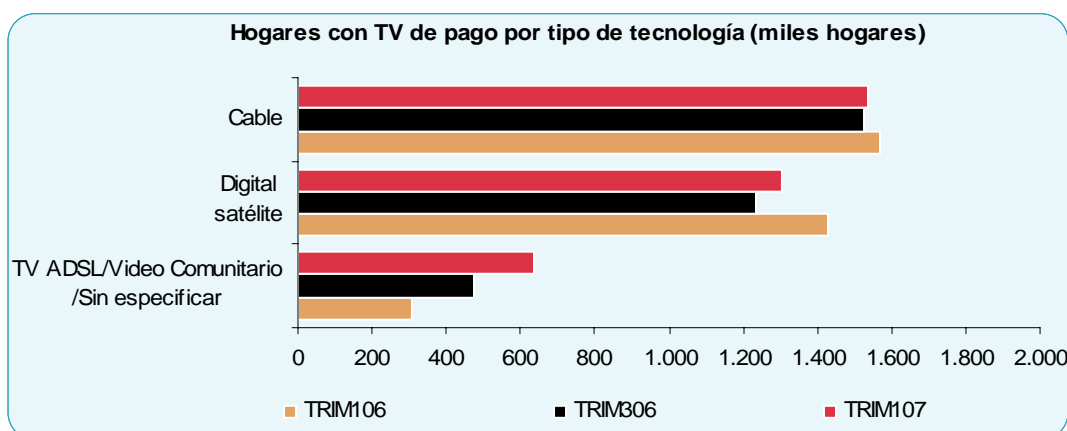
7. AUDIOVISUAL

7.1. Hogares con TV de pago



Hogares con TV de Pago	Porcentaje	Absolutos (Miles)
TRIM105	21,6	3.285
TRIM305	19,9	3.019
TRIM106	21,2	3.288
TRIM306	19,9	3.084
TRIM107	22,3	3.563

La penetración de la TV de pago en hogares aumenta hasta el 22,3% en el primer trimestre de 2007, que representa un incremento interanual de 275.000 hogares y 1,1 puntos porcentuales.

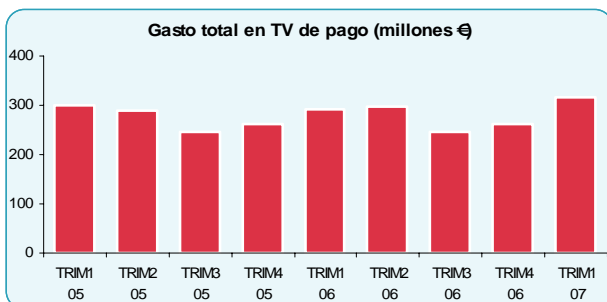


Miles de hogares	Cable	Digital satélite	Analógica terrestre	TV ADSL/Video Comunitario /Sin especificar
TRIM105	1.407	1.221	301	348
TRIM305	1.325	1.188	162	308
TRIM106	1.571	1.428	0	306
TRIM306	1.523	1.236	0	474
TRIM107	1.536	1.306	0	635

La recepción de TV de pago a través de ADSL muestra una expansión muy notable durante 2006, habiéndose duplicado entre los primeros trimestres de 2006 y 2007, alcanzando los 635.000 hogares.

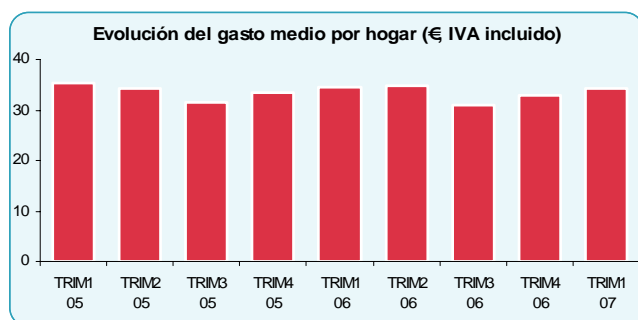
En cuanto a TV de pago a través de Cable y de Digital satélite se han experimentado crecimientos si se comparan con el último trimestre de 2006, relacionados con la estacionalidad propia de este mercado. La reciente extinción de la categoría Analógica Terrestre a partir de 2006 se explica por la supresión de la emisión analógica de Canal+.

7.2. Gasto total y medio por hogar en TV de pago



Gasto total Millones de €	dcto. de			Total
	cuota	ppv	cable	
TRIM105	294	22	15	301
TRIM205	280	20	10	290
TRIM305	251	4	10	245
TRIM405	256	17	12	261
TRIM106	277	20	4	293
TRIM206	290	17	11	296
TRIM306	247	8	9	246
TRIM406	257	12	7	262
TRIM107	316	20	21	315

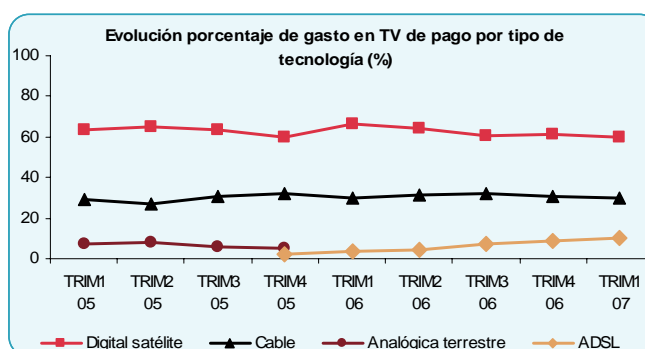
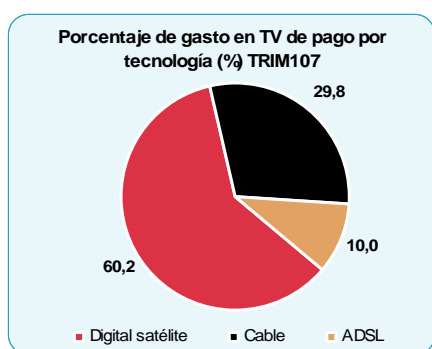
Acorde con el ligero aumento en penetración se produce una recuperación del gasto total en TV de pago en el primer trimestre de 2007, con un incremento interanual del 7,5% (22 millones de euros más) alcanzando así los 315 millones de euros.



Gasto medio por hogar	€(IVA incluido)
TRIM105	35,4
TRIM205	34,2
TRIM305	31,4
TRIM405	33,3
TRIM106	34,5
TRIM206	34,9
TRIM306	30,9
TRIM406	32,8
TRIM107	34,2

El gasto medio por hogar ha aumentado hasta los 34,2 euros/mes, importe similar al del mismo periodo del año anterior.

7.3. Gasto por tipo de tecnología



El gasto realizado mediante la tecnología de ADSL continúa creciendo, alcanzando ya el 10% del gasto total en TV de pago al situarse en el primer trimestre de 2007 en 31 millones de euros.

El 60,2% del gasto en TV de pago corresponde al uso de tecnología vía satélite y el 29,8% es efectuado a través de la tecnología de cable. Esta última tecnología incrementa el gasto realizado, y el realizado por tecnología satélite se mantiene estable respecto al año anterior.

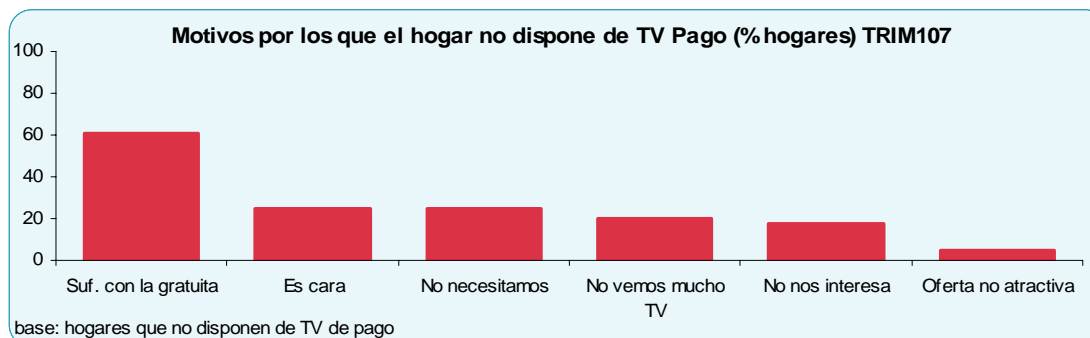
Gasto (%)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL
TRIM105	63,4	29,1	7,5	---
TRIM205	65,2	26,8	8,1	---
TRIM305	63,5	30,6	5,9	---
TRIM405	60,2	31,9	5,3	2,5
TRIM106	66,2	30,1	---	3,7
TRIM206	64,1	31,4	---	4,5
TRIM306	60,7	31,8	---	7,4
TRIM406	61,0	30,5	---	8,5
TRIM107	60,2	29,8	---	10,0

Gasto (Mill €)	Digital satélite	Cable	Analógica terrestre	ADSL	Total
TRIM105	191	87	23	---	301
TRIM205	189	78	23	---	290
TRIM305	154	74	14	3	245
TRIM405	157	83	14	7	261
TRIM106	194	88	---	11	293
TRIM206	190	93	---	13	296
TRIM306	150	78	---	18	246
TRIM406	159	80	---	22	261
TRIM107	190	94	---	31	315

7.4. Motivos por los que el hogar no dispone de TV de pago

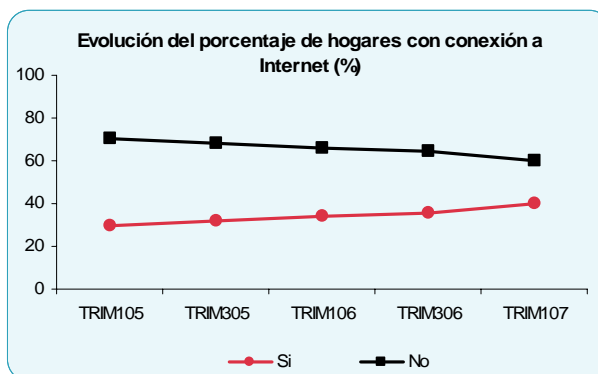
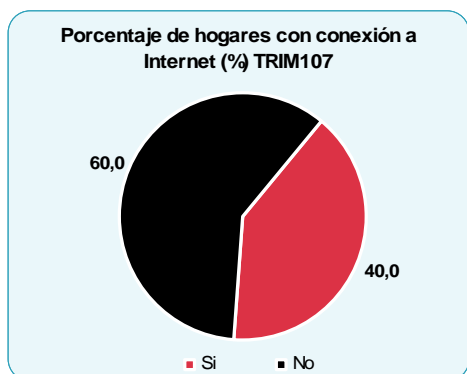
% de hogares	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Suf. con la gratuita	60,4	61,9	65,5	62,7	60,8
Es cara	31,3	27,5	29,5	24,9	24,9
No necesitamos	24,7	27,0	26,7	24,3	24,7
No vemos mucho TV	22,1	20,3	23,3	22,1	19,8
No nos interesa	19,7	19,4	20,3	19,5	17,7
Oferta no atractiva	5,1	5,1	6,9	5,2	5,1

Seis de cada diez hogares que no disponen de televisión de pago declaran que les es suficiente con la televisión gratuita que reciben en la actualidad y una cuarta parte declaran que no disponen de ella porque es cara o no la necesitan.



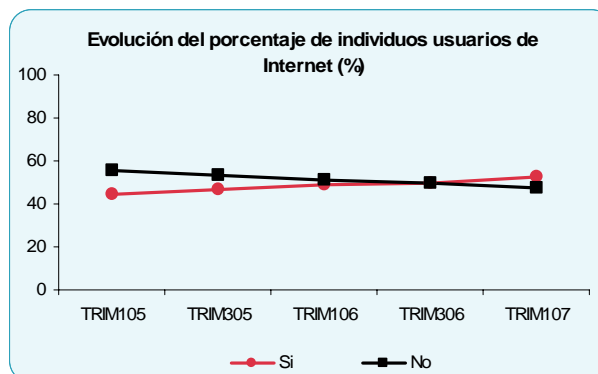
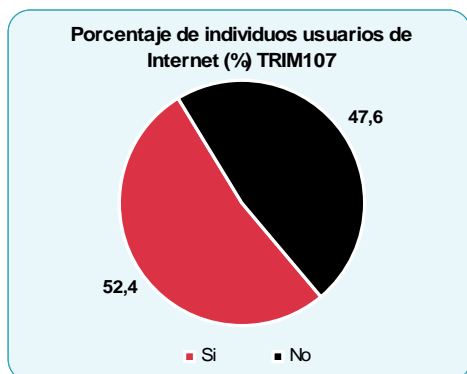
8. INTERNET

8.1. Hogares e individuos con Internet



Se mantiene el alto ritmo de crecimiento de la conexión a Internet en el hogar, alcanzando ya el 40% de los hogares españoles, esto es, 6,4 millones.

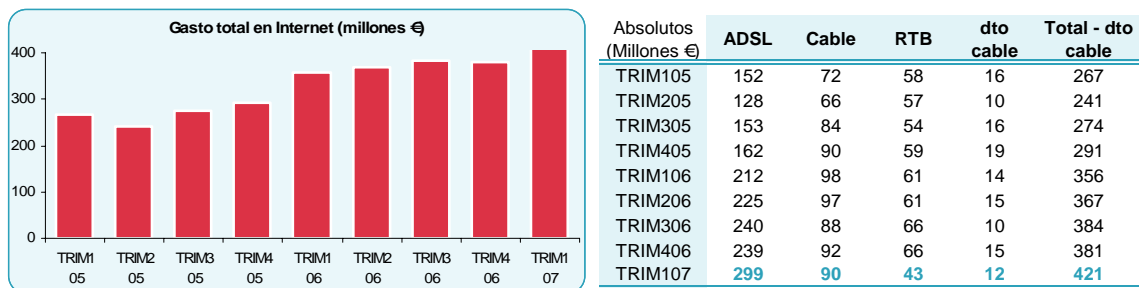
Hogares con conex. Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles hogares)
TRIM105	29,5	4.484
TRIM305	32,1	4.876
TRIM106	33,9	5.247
TRIM306	35,6	5.517
TRIM107	40,0	6.396



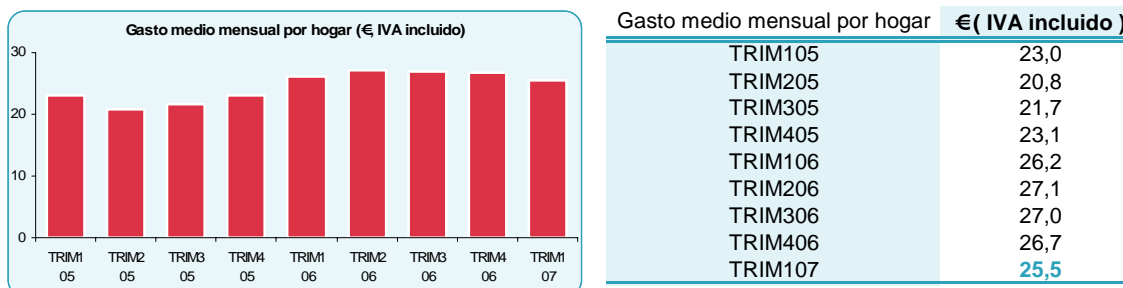
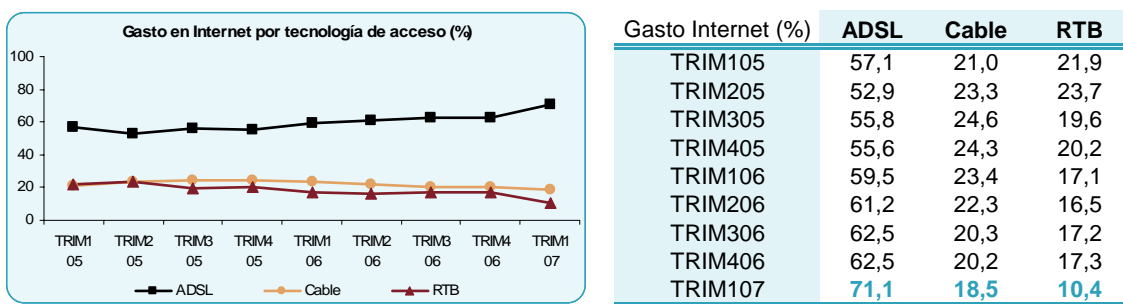
En torno a 19.690.000 individuos de 15 y más años declaran haber accedido a Internet en alguna ocasión. Se supera así en este primer trimestre de 2007 el 50% de la población que ha tenido algún contacto con la Red. La mayor parte de estos individuos son internautas habituales -acceso en último mes- (cerca del 80%).

Usuarios de Internet	Porcentaje	Absolutos (Miles individuos)
TRIM105	44,4	16.426
TRIM305	46,6	17.233
TRIM106	48,9	18.148
TRIM306	50,0	18.578
TRIM107	52,4	19.690

8.2. Gasto total y medio por hogar en Internet

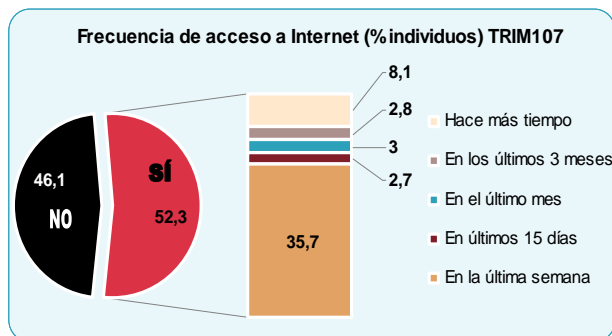


El gasto efectuado en Internet durante el primer trimestre de 2007 asciende a 421 millones de euros. De ellos, la parte correspondiente al acceso mediante ADSL aumenta hasta llegar prácticamente hasta los 300 millones de euros, lo que supone ya el 71,1% del total.



Se reduce el gasto medio mensual realizado por los hogares en el servicio de Internet, que es de 25,5 € (IVA incluido) durante el primer trimestre de 2007.

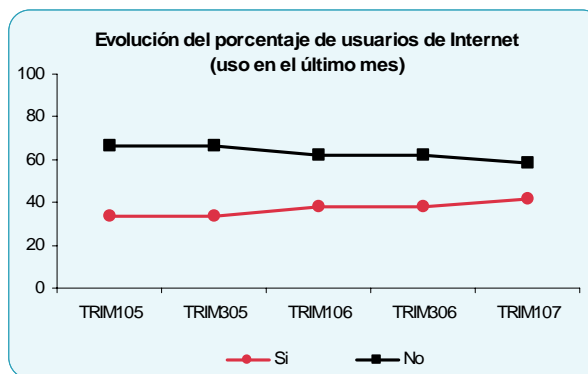
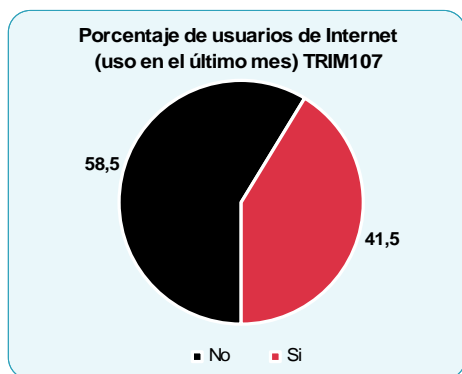
8.3. Frecuencia de acceso a Internet



Un 52,4% de individuos de 15 y más años han accedido a Internet en alguna ocasión, de los cuales un 68% son internautas intensivos -ya que lo hicieron en la última semana-. Este grupo de internautas intensivos representa el 35,7% de la población de 15 y más años.

Miles de individuos	Frecuencia de acceso a Internet					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM105	20.016	10.346	1.072	1.093	1.066	2.849
TRIM305	19.293	9.722	1.303	1.377	1.518	3.314
TRIM106	18.340	11.740	1.268	1.053	1.071	3.016
TRIM306	18.090	11.338	1.232	1.412	1.375	3.221
TRIM107	17.327	13.410	1.020	1.138	1.067	3.055

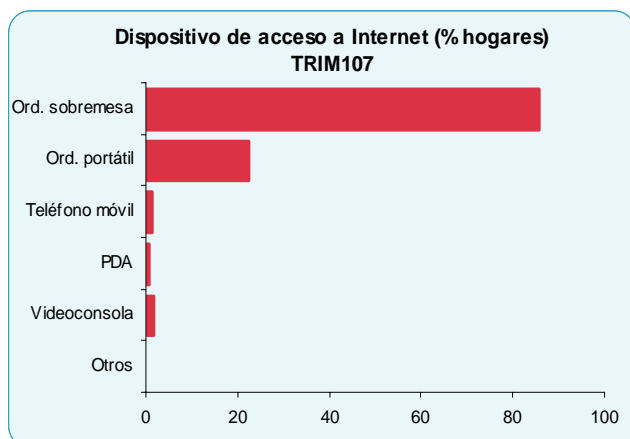
% de individuos	Frecuencia de acceso a Internet (acumuladas)					
	Nunca	En la última semana	En últimos 15 días	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más tiempo
TRIM105	54,1	28,0	30,9	33,9	36,8	44,4
TRIM305	52,2	26,3	29,8	33,5	37,6	46,6
TRIM106	49,5	31,6	35,0	37,8	40,7	48,9
TRIM306	48,7	30,5	33,8	37,6	41,3	50,0
TRIM107	46,1	35,7	38,4	41,5	44,3	52,4



Entre enero y marzo de 2007 cerca de 15,6 millones de personas han usado Internet en el último mes, lo que representa un 41,5% de la población de 15 y más años y casi el 80% de los que han accedido alguna vez a la Red.

Usuarios de Internet (Ultimo Mes)	Porcentaje	Absolutos (Miles indiv.)
TRIM105	33,8	12.511
TRIM305	33,5	12.401
TRIM106	37,8	14.061
TRIM306	37,6	13.982
TRIM107	41,5	15.568

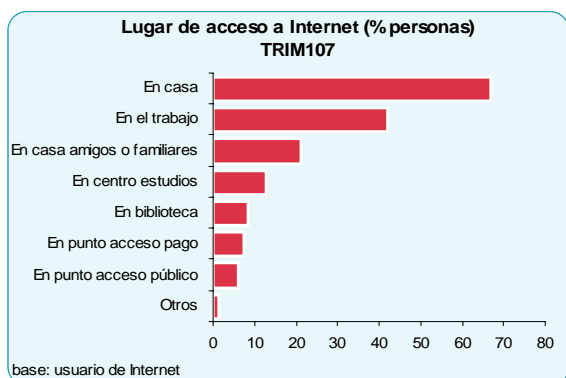
8.4. Dispositivo y lugar de acceso a Internet



El principal dispositivo de acceso a Internet en el hogar es el ordenador de sobremesa, 85,6%, cerca de 5,5 millones de hogares, experimentando un incremento interanual del 31%. A través de ordenador portátil se accede a Internet en el 22,5% de los hogares, siendo el dispositivo con mayor incremento interanual relativo, un 49%.

Miles de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM105	3.504	653	84	20	39	27
TRIM305	3.777	770	85	28	24	36
TRIM106	4.181	965	146	48	41	7
TRIM306	4.714	1.143	88	35	10	16
TRIM107	5.474	1.442	86	46	106	3

% de hogares	Ord. sobremesa	Ord. portátil	Teléfono móvil	PDA	Videoconsola	Otros
TRIM105	78,1	14,6	1,9	0,4	0,9	0,6
TRIM305	77,5	15,8	1,7	0,6	0,5	0,7
TRIM106	79,7	18,4	2,8	0,9	0,8	0,1
TRIM306	85,4	20,7	1,6	0,6	0,2	0,3
TRIM107	85,6	22,5	1,3	0,7	1,7	0,0

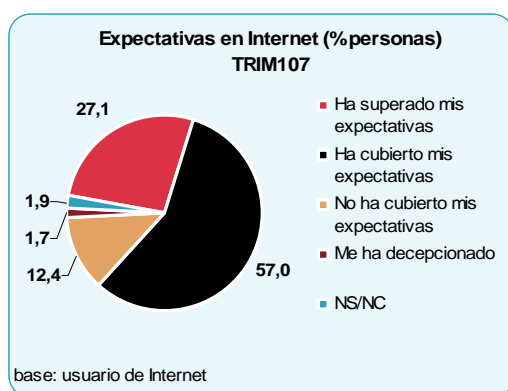
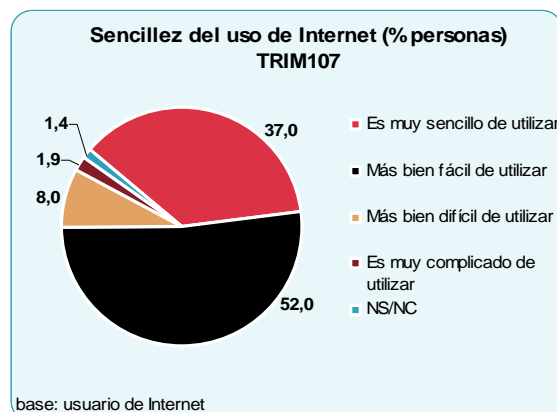
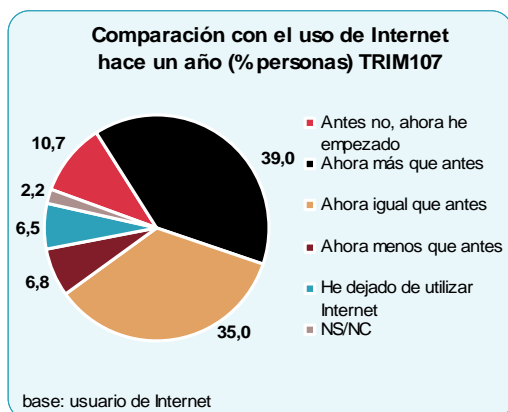


Los lugares que implican accesos más esporádicos pierden peso a favor de accesos más preferentes, como son la propia casa (67%), y el centro de trabajo (42%), en ambos casos con importantes incrementos interanuales registrados en el primer trimestre de 2007, de 10 y 6,6 puntos porcentuales respectivamente.

Miles de individuos	En casa	En el trabajo	En casa amigos o familiares	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso de pago	En punto de acceso público	Otros
TRIM105	8.619	5.992	3.431	2.492	1.344	1.914	1.091	202
TRIM305	9.654	6.410	4.006	2.409	1.517	2.195	1.112	283
TRIM106	10.343	6.398	3.902	2.534	1.599	1.934	1.183	221
TRIM306	11.205	6.779	3.835	2.270	1.488	1.702	1.148	221
TRIM107	13.195	8.251	4.166	2.504	1.648	1.445	1.181	291

% de individuos	En casa	En el trabajo	En casa amigos o familiares	En centro estudios	En biblioteca	En punto de acceso de pago	En punto de acceso público	Otros
TRIM105	52,5	36,5	20,9	15,2	8,2	11,7	6,6	1,2
TRIM305	56,0	37,2	23,2	14,0	8,8	12,7	6,5	1,6
TRIM106	57,0	35,3	21,5	14,0	8,8	10,7	6,5	1,2
TRIM306	60,3	36,5	20,6	12,1	8,0	9,2	6,2	1,2
TRIM107	67,0	41,9	21,2	12,7	8,4	7,3	6,0	1,5

8.5. Uso, sencillez y expectativas de Internet



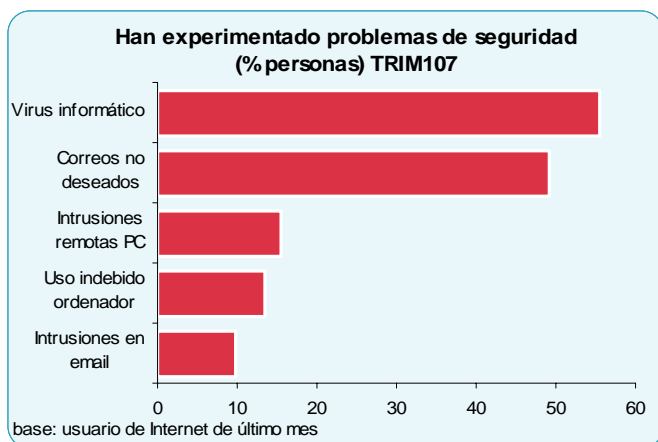
Internet se consolida cada vez más como un medio fácil o muy fácil de utilizar (89% de los usuarios así lo valora en enero-marzo de 2007); un medio que los usuarios utilizan cada vez más; y un medio que cubre o incluso supera las expectativas depositadas (56,6% y 27,5% de los usuarios considera que las cubre o supera respectivamente), por tanto con un 84% de usuarios satisfechos en estos términos.

% de individuos	Comparación con el uso de Internet hace un año...					
	Antes no, ahora he empezado	Ahora más que antes	Ahora igual que antes	Ahora menos que antes	He dejado de utilizar Internet	NS/NC
TRIM305	8,8	35,5	36,1	9,9	8,5	1,2
TRIM106	10,8	33,7	36,5	8,4	7,8	2,8
TRIM306	9,7	34,3	37,0	9,4	7,6	2,1
TRIM107	10,7	38,9	34,8	6,8	6,5	2,2

% de individuos	Por su experiencia con Internet, diría que...				
	Es muy sencillo de utilizar	Más bien fácil de utilizar	Más bien difícil de utilizar	Es muy complicado de utilizar	NS/NC
TRIM305	33,2	56,0	8,3	1,7	0,8
TRIM106	34,3	54,1	7,8	2,1	1,7
TRIM306	34,5	54,5	7,8	1,8	1,4
TRIM107	36,7	52,1	7,9	1,9	1,4

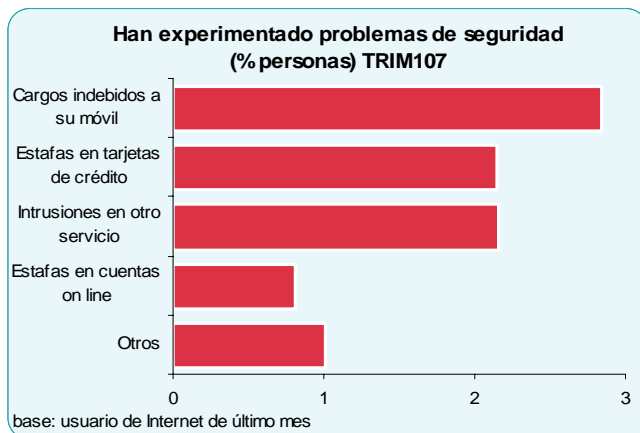
% de individuos	Sobre las expectativas que tenía en Internet, diría que...				
	Ha superado mis expectativas	Ha cubierto mis expectativas	No ha cubierto mis expectativas	Me ha decepcionado	NS/NC
TRIM305	20,4	61,4	14,3	2,5	1,4
TRIM106	20,6	60,3	14,3	2,6	2,3
TRIM306	24,0	59,3	12,7	2,4	1,6
TRIM107	27,5	56,6	12,4	1,7	1,9

8.6. Han experimentado problemas de seguridad



Entre los usuarios habituales de Internet, es decir, los usuarios de último mes, el tipo de incidencia de seguridad que ha experimentado un mayor incremento interanual -ligero, en todo caso-, es el virus informático (aumento de 2,2 puntos porcentuales).

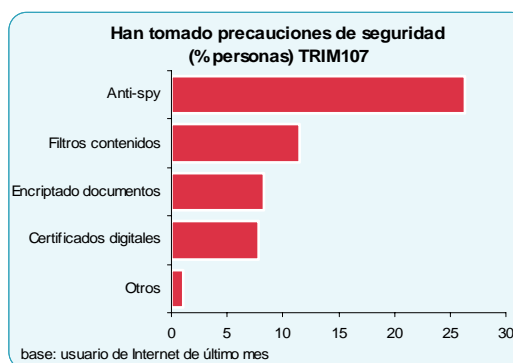
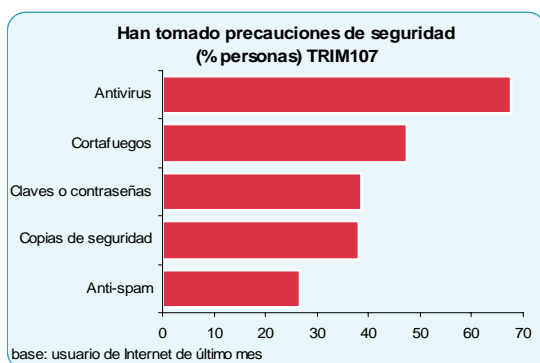
% individuos (usuarios último mes)	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107
Virus informático	56,7	60,7	53,3	57,4	55,5
Correos no deseados	51,3	54,1	50,4	50,8	49,2
Intrusiones remotas PC	15,3	14,8	14,5	15,7	15,5
Uso indebido ordenador	11,6	11,9	12,9	14,4	13,5
Intrusiones en email	11,2	10,6	9,7	12,5	9,8
Robo móviles	6,5	7,5	6,5	7,9	7,7



Las incidencias relacionadas con la seguridad TIC -con una presencia muy marginal-, apenas muestran crecimiento en el primer trimestre de 2007, con excepción quizá de los cargos indebidos en el móvil que aumentan 1,2 puntos porcentuales y se aproximan a una incidencia del 3% de los usuarios de último mes, y las estafas en tarjetas de crédito que pasan de 0,8% a 2,2% de incidencia.

% individuos (usuarios último mes)	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107
Cargos indebidos a su móvil	3,1	2,5	1,6	1,8	2,8
Estafas en tarjetas de crédito	0,9	1,3	0,8	1,2	2,2
Intrusiones en otro servicio	1,8	2,5	2,1	2,1	2,2
Estafas en cuentas on line	0,1	0,5	0,2	0,5	0,8
Otros	1,0	0,4	0,5	0,7	1,0

8.7. Han tomado precauciones de seguridad

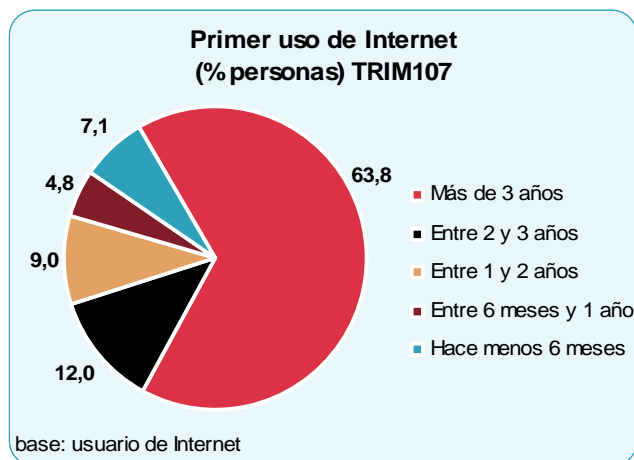


% individuos (usuarios último mes)	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107
Antivirus	66,2*	68,7*	65,0*	67,9	67,7
Cortafuegos	35,9	43,2	41,9	45,2	47,4
Claves o contraseñas	39,2	40,6	40,6	40,0	38,7
Copias de seguridad	39,2	37,5	36,5	39,1	38,2
Anti-spam	18,0	24,5	26,3	25,5	26,7

% individuos (usuarios último mes)	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM 107
Anti-spy	17,0	21,7	25,1	26,1	26,3
Filtros contenidos	9,6	10,9	10,8	10,9	11,5
Encriptado documentos	6,4	7,0	7,8	8,3	8,3
Certificados digitales	5,8	7,0	6,1	6,7	7,8
Otros	0,8	0,5	0,9	1,0	1,1

El cortafuegos es la medida de seguridad que experimenta un mayor crecimiento en su implantación, pasando de 41,9% de usuarios de Internet en último mes en el primer trimestre de 2006, a un 47,4% en el mismo periodo de 2007.

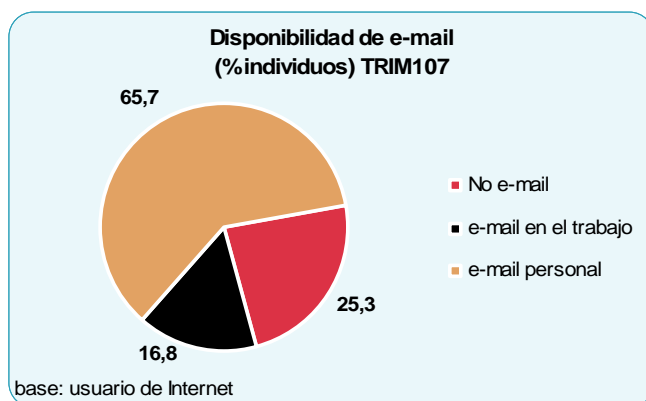
8.8. Primer uso de Internet y disponibilidad de e-mail



Junto a la continua incorporación a Internet que se registra entre los diferentes periodos de estudio se observa paralelamente la fidelización progresiva de los internautas, por el aumento de la antigüedad en el medio: así el 63,8% de internautas declaran que usaron la Red por primera vez hace más de tres años.

% individuos (usuarios de Internet)	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM105	53,3	19,2	11,8	4,8	7,2
TRIM305	59,5	14,6	11,3	5,3	6,1
TRIM106	59,1	15,5	9,1	4,9	6,8
TRIM306	61,6	13,4	8,8	5,7	6,4
TRIM107	63,8	12,0	9,0	4,8	7,1

Miles de individuos	Más de 3 años	Entre 2 y 3 años	Entre 1 y 2 años	Entre 6 meses y 1 año	Hace menos de 6 meses
TRIM105	8.758	3.146	1.942	789	1.190
TRIM305	10.250	2.519	1.944	918	1.052
TRIM106	10.728	2.808	1.654	895	1.240
TRIM306	11.453	2.485	1.629	1.061	1.191
TRIM107	12.558	2.353	1.775	945	1.400

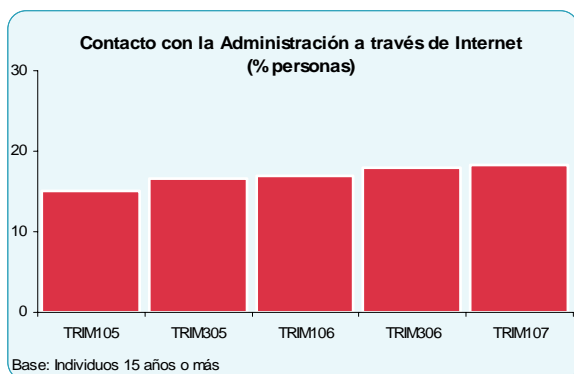


La dirección de correo electrónico se implanta cada vez más entre los particulares: tres de cada cuatro internautas dispone de una dirección e-mail, existiendo un claro predominio de las direcciones personales sobre las de trabajo. Los usuarios de Internet que todavía no tienen dirección e-mail suponen este primer trimestre de 2007 el 25% de los internautas.

% individuos (usuarios de Internet)	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM105	32,1	19,2	55,6
TRIM305	30,1	18,9	59,4
TRIM106	29,6	18,9	60,3
TRIM306	27,8	19,0	62,8
TRIM107	25,3	16,8	65,7

Miles de individuos	No e-mail	e-mail en el trabajo	e-mail personal
TRIM105	5.275	3.161	9.131
TRIM305	5.180	3.250	10.239
TRIM106	5.374	3.431	10.947
TRIM306	5.161	3.525	11.665
TRIM107	4.990	3.313	12.927

8.9. Administración Pública a través de Internet

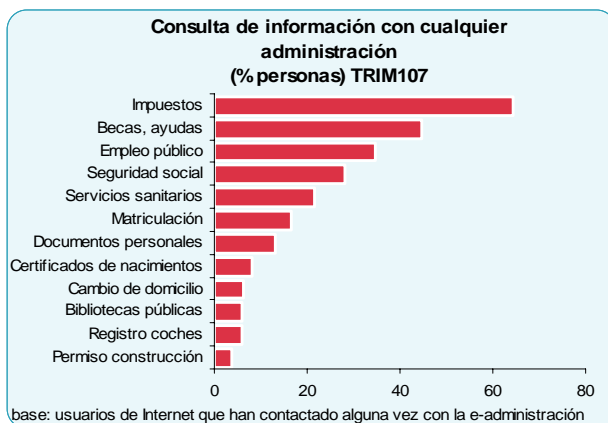


Contacto con Administración Pública	% de individuos	Miles de individuos
TRIM105	15,1	5.571
TRIM305	16,6	6.138
TRIM106	16,9	6.285
TRIM306	17,9	6.646
TRIM107	18,3	6.855

En enero-marzo de 2007 se ha alcanzado en torno a 6.855.000 personas de 15 y más años que han contactado con la Administración Pública a través de Internet en alguna ocasión (para un trámite, una consulta...). Suman así 570.000 individuos más de los que lo habían hecho hasta el mismo periodo del año anterior. Más de un 18% de la población de 15 y más años ya ha contactado con la Administración Pública (General, Autonómica o Local) a través de Internet.

8.10. Consulta de información de la Administración

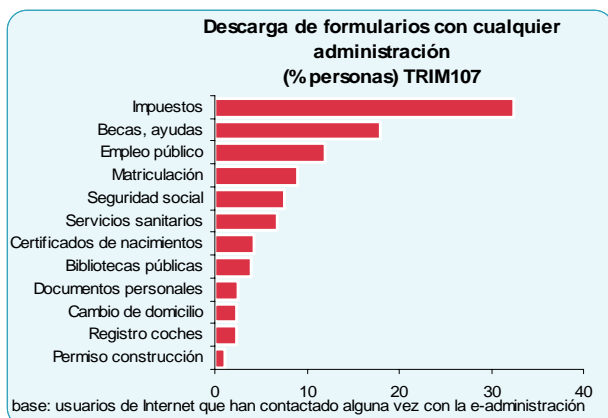
% de individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Impuestos	51,4	57,9	62,1	63,5	64,5
Becas, ayudas	38,6	35,5	42,5	42,0	44,7
Empleo público	35,0	35,8	40,9	35,7	34,8
Seguridad social	21,6	23,6	22,4	20,7	28,2
Servicios sanitarios	11,0	11,3	14,4	17,0	21,6
Matriculación	20,1	18,2	17,5	19,4	16,5
Documentos personales	6,2	9,8	9,0	9,6	13,2
Certificados de nacimientos	5,3	4,3	5,5	6,2	8,2
Cambio de domicilio	3,7	4,6	4,5	4,4	6,2
Bibliotecas públicas	19,8	17,8	19,4	16,9	20,1
Registro coches	5,8	4,9	5,4	5,8	6,0
Permiso construcción	3,0	4,5	3,5	4,8	3,6



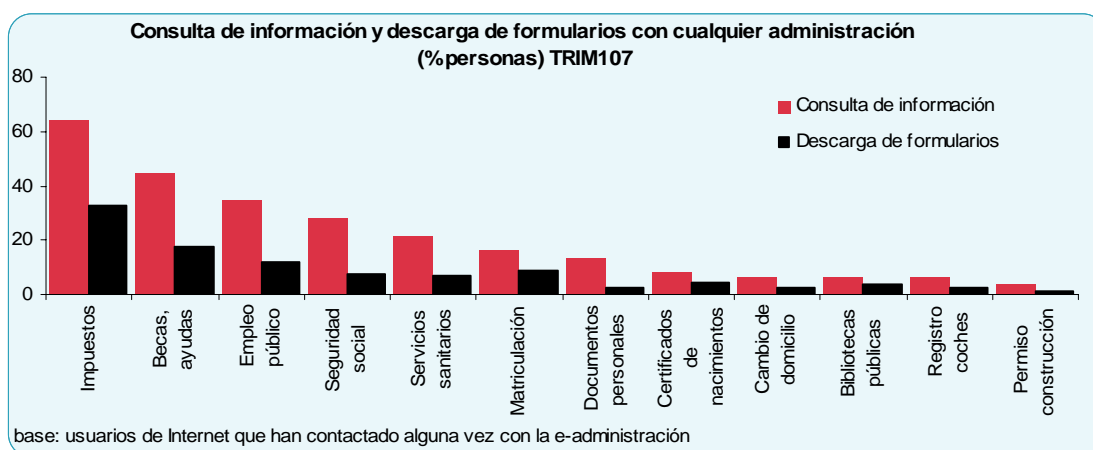
Un 64,5% de los individuos que han contactado con la e-Administración en este periodo han consultado información referente a impuestos, un 44,7% lo hicieron para encontrar información sobre becas y/o ayudas y un 34,8% para informarse sobre temas concernientes a empleo público.

8.11. Descarga de formulario de la Administración

% de individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Impuestos	27,6	29,5	32,3	32,0	32,5
Becas, ayudas	13,5	12,7	16,5	16,3	17,9
Empleo público	9,3	10,9	13,3	11,6	11,9
Matriculación	10,1	7,8	9,4	9,9	8,9
Seguridad social	7,0	8,6	5,8	7,8	7,5
Servicios sanitarios	1,8	3,3	2,9	6,1	6,7
Certificados de nacimientos	2,8	1,4	3,0	3,8	4,2
Bibliotecas públicas	2,9	3,0	3,7	3,0	3,9
Documentos personales	0,6	1,7	3,2	2,7	2,5
Cambio de domicilio	1,1	1,8	1,9	2,0	2,3
Registro coches	1,5	1,3	1,0	2,6	2,3
Permiso construcción	1,1	1,3	1,4	1,8	1,1



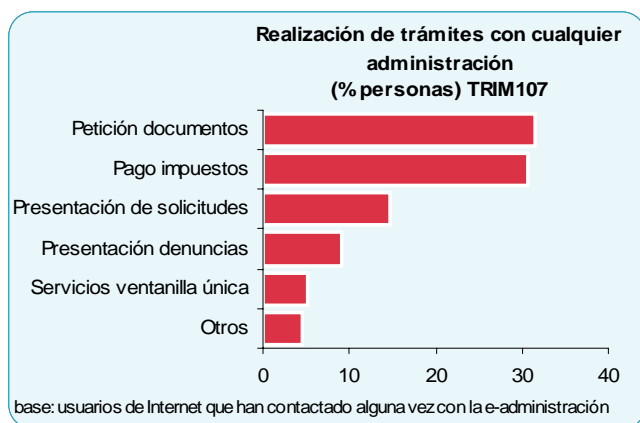
Los formularios oficiales de las administraciones públicas más descargados son los referentes a impuestos, becas/ayudas, y los de empleo público, con unos porcentajes de 32,5%, 17,9% y 11,9% sobre el total de internautas que han contactado con la e-Administración, respectivamente.



Aunque con niveles de descarga de formularios aún lejanos a los de consulta de información, se aprecia en general cierta proporcionalidad entre ambos, con mayores niveles de descarga en los servicios más consultados.

8.12. Realización de trámites con la Administración

% de individuos	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Petición documentos	26,6	24,5	29,0	26,9	31,5
Pago impuestos	22,7	26,6	26,9	30,5	30,7
Presentación de solicitudes	12,9	12,6	12,9	14,0	14,8
Presentación denuncias	6,1	5,5	7,0	7,7	9,2
Servicios ventanilla única	4,6	4,2	3,3	5,0	5,1
Otros	4,6	4,2	3,3	4,2	4,6

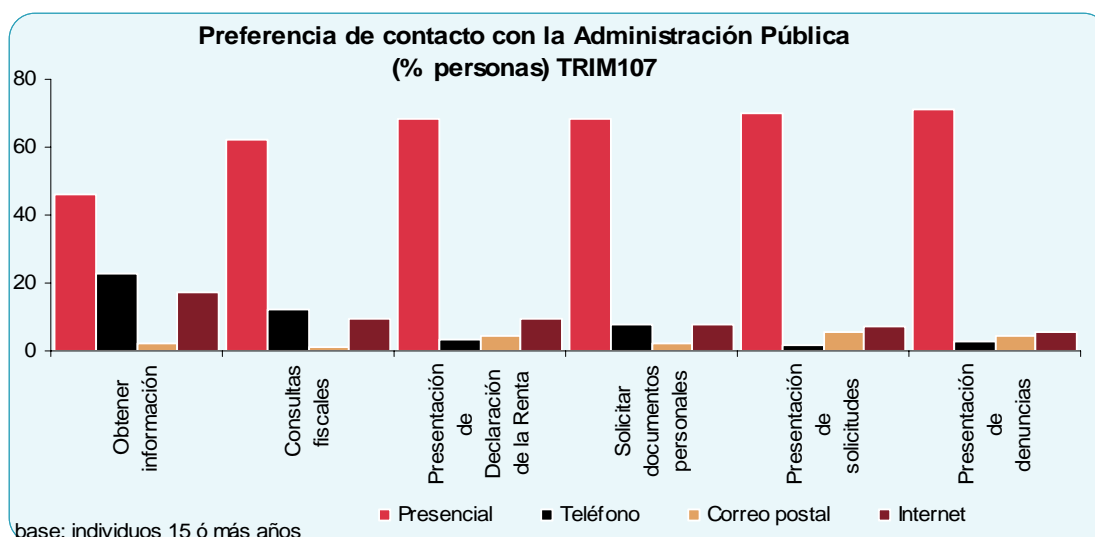


La solicitud de documentos oficiales y el pago de impuestos son los trámites llevados a cabo por Internet con mayor frecuencia. En ambos casos más del 30% de quienes han contactado con la eAdministración han realizado el trámite por esta vía, un 31,5% y 30,7% respectivamente.

8.13. Preferencia de contacto con la Administración Pública

% de individuos	Tipo de contacto	TRIM105	TRIM305	TRIM106	TRIM306	TRIM107
Obtener información	Presencial	50,5	50,2	48,2	47,4	46,3
	Teléfono	24,5	24,8	24,3	23,1	22,9
	Correo postal	3,1	2,9	2,0	2,0	2,0
	Internet	13,5	14,3	14,5	15,4	17,0
Presentación de Declaración de la Renta	Presencial	73,3	71,6	69,6	68,6	68,1
	Teléfono	2,9	3,5	3,5	3,8	3,4
	Correo postal	5,0	4,7	5,2	3,6	4,2
	Internet	6,1	7,6	7,5	8,4	9,4
Consultas fiscales	Presencial	65,0	65,1	64,5	62,6	62,0
	Teléfono	13,3	12,3	12,0	12,2	12,4
	Correo postal	1,8	1,6	1,5	1,2	1,2
	Internet	6,4	7,7	7,8	8,4	9,4
Solicitar documentos personales	Presencial	72,7	73,5	72,2	70,5	68,6
	Teléfono	7,5	7,7	7,1	6,6	7,8
	Correo postal	3,0	2,5	2,5	2,3	2,0
	Internet	5,4	5,6	5,7	6,4	7,6
Presentación de solicitudes	Presencial	73,1	74,0	72,4	70,9	70,1
	Teléfono	1,8	1,7	2,0	2,0	1,8
	Correo postal	6,0	5,3	5,6	4,6	5,5
	Internet	5,2	5,3	5,8	6,3	7,0
Presentación de denuncias	Presencial	74,4	74,8	73,5	72,2	71,0
	Teléfono	2,6	2,5	2,9	2,8	3,0
	Correo postal	4,6	4,6	4,4	3,8	4,4
	Internet	3,9	3,8	4,3	4,5	5,5

Si bien el contacto presencial sigue siendo el preferido para relacionarse con la Administración Pública, se observa no obstante cómo el contacto vía Internet va aumentando progresivamente en las preferencias de los individuos. En el primer trimestre de 2007 el 17% del total individuos de 15 y más años manifiestan su preferencia por el contacto por Internet con la e-Administración para obtener información, y cerca del 10% para la presentación de la declaración de la renta, igual porcentaje que para consultas fiscales.



9. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

9.1. Alcance del estudio

Un sector tan dinámico requiere de un conjunto de indicadores homogéneo, fiable y riguroso, que sea un referente para la adopción de iniciativas regulatorias, el diseño de políticas de promoción y el apoyo a la toma de decisiones empresariales.

Red.es realiza desde 2003 un estudio que analiza la demanda de servicios de telecomunicaciones y Sociedad de la Información en los hogares españoles. Ofrece indicadores sobre penetración de equipos, servicios y tecnologías, niveles de consumo y gasto medio y motivaciones de uso en las familias, en cinco ámbitos: telefonía fija, telefonía móvil, Internet, TV pago y equipamiento de dispositivos TIC.

Este análisis de la demanda del segmento residencial, permite mejorar el conocimiento del sector completando los estudios e indicadores ya realizados por otros organismos e instituciones sobre la oferta de servicios y el uso tanto en el ámbito residencial como empresarial.

9.2. Ficha técnica

Universos: Han sido actualizados para el año 2007, conforme al aumento de población en España, con los siguientes resultados: 15.991.763 hogares. Individuos de 15 y más años: 37,550 millones. Individuos de 10 y más años: 39,618 millones.

Nota: Los datos publicados en este informe hacen referencia a individuos de 15 y más años.

Muestra: 3.126 hogares y 6.861 individuos de 10y+ años entraron en tabulación de encuestas. 2.792 hogares reunieron los requisitos para entrar en tabulación de facturas.

Ámbito: Península, Baleares y Canarias

Diseño muestral: Para cada una de las 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 mismo.

Cuestionarios: Además de la recogida trimestral de facturas, cada seis meses tiene lugar una encuesta postal a los miembros del panel que incluye un cuestionario de hogar y otro individual dirigido a todos sus miembros de 10 y más años. El primer cuestionario recoge datos del equipamiento tecnológico del hogar y el segundo usos, hábitos y actitudes individuales.

Trabajo de campo: El trabajo de campo y procesamiento de los datos ha sido realizado por la empresa Taylor Nelson Sofres (TNS). La recogida de facturas, del período enero-marzo 07, se ha dado por finalizada durante el mes de Mayo 07.

Error muestral: Asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, para el caso de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) y un nivel de confianza del 95,5%, los errores muestrales máximos cometidos son de +1,79% para hogares y de +1,21 % para individuos.