

Resultados de la Encuesta Nacional de Hogares Urbanos OSIPTEL

**Sub-Gerencia de Investigación
GPR**

Martes, 25 de julio de 2006

Contenido

- ✓ Descripción general
- ✓ Características socio-económicas de los hogares
- ✓ Indicadores de acceso a Servicios Públicos de Telecomunicaciones
- ✓ Caracterización de usuarios del servicio
- ✓ Temas pendientes

Contenido

- ✓ Descripción general
- ✓ Características socio-económicas de los hogares
- ✓ Indicadores de acceso a Servicios Públicos de Telecomunicaciones
- ✓ Caracterización de usuarios del servicio
- ✓ Temas pendientes

Descripción general (1)

Cobertura

- ✓ La encuesta se realizó a una muestra de más de **8,000 hogares** del ámbito **URBANO nacional** (Febrero 2006).
- ✓ Se definió como **urbanos** a los “conglomerados” con más de **400 viviendas o 2,000 habitantes**, según el Marco Muestral del Pre-censo de 1999 (aprox. 4 millones de hogares, 17.2 millones de personas).
- ✓ La muestra fue estratificada por etapas, dividiéndose cada departamento en dos estratos: conglomerado urbano capital y resto urbano.
- ✓ La muestra permite alcanzar representatividad a nivel de los 24 departamentos del país y de 8 dominios geográficos: Lima Metropolitana, Costa (Norte, Centro y Sur), Sierra (Norte, Centro y Sur) y Selva.

Descripción general (2)

Unidades de análisis

- ✓ La principal unidad de análisis de la encuesta fue el **hogar**, aunque la encuesta consideró también otros niveles para el relevo de la información.
- ✓ A **nivel de hogar** se relevó información sobre características socio-económicas del hogar y de la vivienda, acceso a telefonía fija, móvil, Internet y TV por cable.
- ✓ A **nivel de individuos** se relevó información sobre uso de telefonía de uso público y uso de Internet, aunque se restringieron las preguntas a personas de 14 o más años de edad.
- ✓ Adicionalmente, se consideraron como unidades de análisis, la línea de telefonía fija y la línea de telefonía móvil (información cualitativa).
- ✓ La información relevada para las líneas telefónicas será complementada con información cuantitativa solicitada a las empresas operadoras.

Descripción general (3)

Distribución de la muestra por departamentos

Departamento	Hogares		Departamento	Hogares	
Amazonas	284	3.5%	Lambayeque	250	3.1%
Ancash	267	3.3%	Lima	1,322	16.4%
Apurímac	311	3.9%	Loreto	255	3.2%
Arequipa	311	3.9%	Madre de Dios	292	3.6%
Ayacucho	291	3.6%	Moquegua	302	3.7%
Cajamarca	287	3.6%	Pasco	280	3.5%
Callao	252	3.1%	Piura	287	3.6%
Cusco	279	3.5%	Puno	324	4.0%
Huancavelica	310	3.8%	San Martín	270	3.4%
Huanuco	291	3.6%	Tacna	262	3.3%
Ica	252	3.1%	Tumbes	250	3.1%
Junín	261	3.2%	Ucayali	303	3.8%
La Libertad	278	3.4%	Total	8,071	100.0%

(continúa)

Descripción general (4)

Distribución de la muestra por dominios geográficos

Dominio geográfico	Hogares	
Lima Metropolitana	1,309	16%
Costa Norte	1,023	13%
Costa Centro	437	5%
Costa Sur	654	8%
Sierra Norte	271	3%
Sierra Centro	1,451	18%
Sierra Sur	1,387	17%
Selva	1,539	19%
Total	8,071	100%

Contenido

- ✓ Descripción general
- ✓ **Características socio-económicas de los hogares**
- ✓ Indicadores de acceso a Servicios Públicos de Telecomunicaciones
- ✓ Caracterización de usuarios del servicio
- ✓ Temas pendientes

Características socio-econ. de los hogares (1)

Distribución por nivel de gasto del hogar (soles de Lima Met.)

Niveles de gasto	Perú		Lima Metrop.	Costa Norte	Costa Centro	Costa Sur	Sierra Norte	Sierra Centro	Sierra Sur	Selva
Menos de 550 soles	791,543	20%	11%	21%	17%	18%	28%	30%	30%	35%
De 550 a 750 soles	740,181	18%	17%	19%	21%	21%	19%	19%	17%	21%
De 750 a 1,000 soles	853,734	21%	23%	20%	25%	18%	20%	20%	21%	16%
De 1,000 a 1,400 soles	856,850	21%	25%	24%	21%	19%	16%	18%	15%	16%
Más de 1,400	791,704	20%	24%	17%	16%	23%	18%	13%	18%	12%
Total	4,034,012		1,661,144	665,177	189,452	245,106	69,896	418,511	498,630	286,096

- ✓ El dominio Sierra Norte es el que cuenta con menor participación.
- ✓ Como es de esperarse, es en Lima Metropolitana que los estratos más altos de gasto alcanzan las mayores participaciones.
- ✓ Los dominios de Sierra y de Selva son los que alcanzan las mayores participaciones en el estrato más bajo.

Características socio-econ. de los hogares (2)

Otras características del hogar

	Perú	Lima Metrop.	Costa Norte	Costa Centro	Costa Sur	Sierra Norte	Sierra Centro	Sierra Sur	Selva
<i>Nivel educativo del jefe del hogar</i>									
Sin estudios	3%	2%	3%	4%	1%	8%	7%	5%	4%
Primaria	22%	16%	33%	37%	14%	33%	22%	22%	31%
Secundaria	41%	48%	36%	39%	46%	31%	35%	32%	35%
Pos-secundaria	33%	34%	27%	20%	39%	29%	37%	41%	29%
<i>Sexo del jefe del hogar</i>									
Femenino	20%	20%	22%	16%	19%	24%	21%	18%	20%
Masculino	80%	80%	78%	84%	81%	76%	79%	82%	80%
<i>Miembros del hogar</i>									
	4.1	4.0	4.3	4.1	3.9	4.4	4.2	3.7	4.2
<i>Características de la vivienda</i>									
Vivienda propia	79%	79%	85%	83%	84%	71%	74%	73%	80%
Ladrillo o bloque de cemento	69%	88%	66%	64%	74%	25%	44%	51%	50%
Agua potable en la vivienda	88%	89%	88%	97%	94%	93%	88%	78%	84%
Desagüe en la vivienda	82%	88%	77%	88%	91%	85%	71%	75%	67%
Luz eléctrica en la vivienda	97%	99%	95%	98%	98%	92%	96%	94%	92%
Gas o electricidad (combustible)	81%	92%	81%	85%	88%	50%	65%	66%	61%
Actividad económica en el hogar	17%	15%	15%	14%	10%	29%	23%	21%	25%

Contenido

- ✓ Descripción general
- ✓ Características socio-económicas de los hogares
- ✓ **Indicadores de acceso a Servicios Públicos de Telecomunicaciones**
- ✓ Caracterización de usuarios del servicio
- ✓ Temas pendientes

Indicadores de acceso a SPT (1)

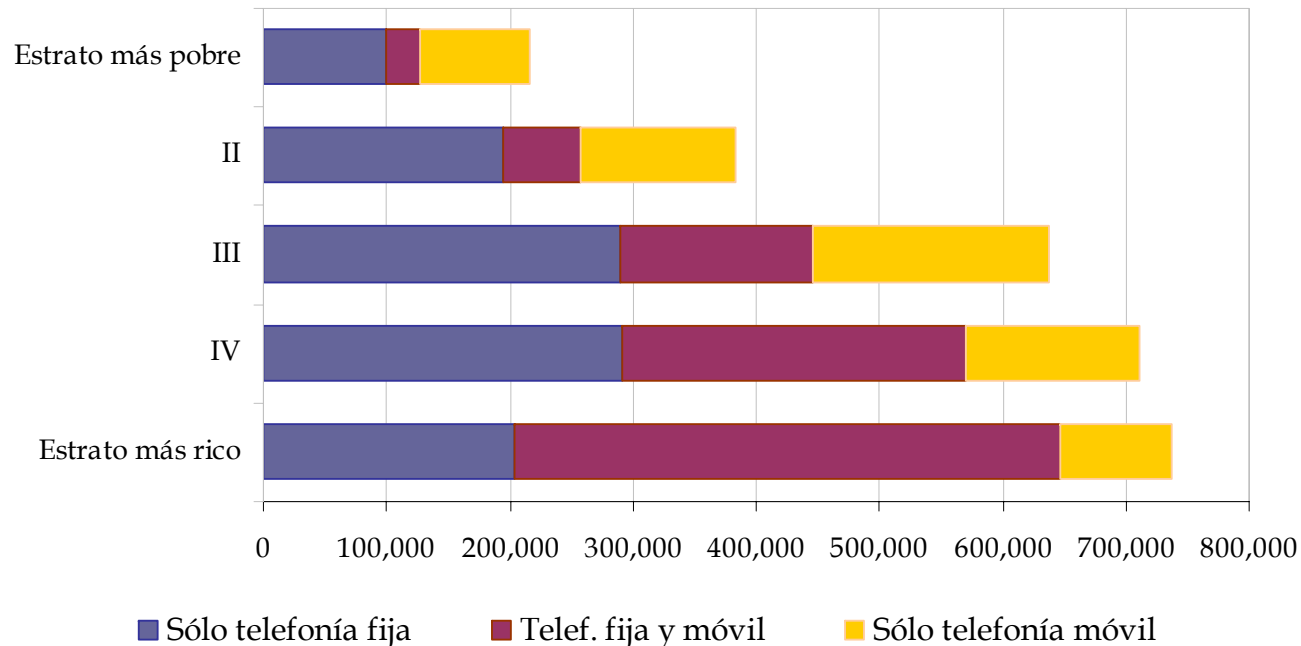
Acceso a nivel de hogares a los SPT

Niveles de gasto	Telefonía fija	Telefonía móvil	Telefonía fija o móvil	Internet	TV por cable	Distancia a TUP	Distancia a cabina de Internet
Menos de 550 soles	16%	15%	27%	1%	5%	5.3	8.4
De 550 a 750 soles	35%	26%	52%	0%	13%	4.3	6.7
De 750 a 1,000 soles	52%	41%	75%	1%	20%	3.6	6.2
De 1,000 a 1,400 soles	67%	49%	83%	6%	32%	3.3	5.0
Más de 1,400	82%	67%	93%	26%	49%	2.8	5.0
Total	51%	40%	67%	7%	24%	3.8	6.2

- ✓ Niveles de acceso a los servicios de telefonía altos para los estratos más ricos, pero claramente insuficientes para los estratos urbanos más pobres.
- ✓ Acceso a Internet por hogares es bastante bajos.
- ✓ Acceso a la TV por cable presenta una difusión considerable.

Indicadores de acceso a SPT (2)

Acceso a servicios de telefonía fija y móvil



- ✓ En el estrato más pobre, es claro que los hogares acceden a uno de ambos servicios, pero no a los dos (sustituibilidad?)
- ✓ En el estrato más rico, el porcentaje que accede a sólo móvil es relativamente bajo (complementariedad?)

Indicadores de acceso a SPT (3)

Acceso a SPT por dominios geográficos

Dominios	Telefonía fija	Telefonía móvil	Telefonía fija o móvil	Internet	TV por cable	Distancia a TUP	Distancia a cabina de Internet
Lima Metropolitana	68%	50%	82%	11%	32%	3.0	5.4
Costa Norte	48%	39%	68%	5%	19%	3.4	5.8
Costa Centro	42%	40%	63%	4%	40%	4.3	5.7
Costa Sur	44%	43%	67%	5%	19%	3.8	5.5
Sierra Norte	33%	22%	46%	2%	12%	3.4	5.1
Sierra Centro	33%	23%	44%	4%	12%	5.4	7.6
Sierra Sur	29%	34%	50%	4%	13%	5.8	8.0
Selva	36%	20%	45%	2%	20%	4.1	8.5
Perú	51%	40%	67%	7%	24%	3.8	6.2

- ✓ Sierra Sur presenta los más bajos niveles de acceso individuales, pero no es el dominio con más baja penetración.
- ✓ En acceso conjunto son la Sierra Centro, Selva y Sierra Norte los dominios con peores indicadores.

Indicadores de acceso a SPT (4)

Acceso a SPT por características del hogar

	Telefonía fija	Telefonía móvil	Telefonía fija o móvil	Internet	TV por cable
<i>Nivel de estudios del jefe del hogar</i>					
Sin estudios	19%	12%	26%	0%	6%
Primaria	40%	27%	54%	3%	15%
Secundaria	46%	36%	63%	3%	23%
Post-secundaria	67%	55%	84%	15%	34%
<i>Sexo del jefe del hogar</i>					
Femenino	54%	39%	68%	7%	20%
Masculino	50%	40%	66%	7%	25%
<i>Número de miembros del hogar</i>					
Hasta 3 miembros	49%	33%	64%	5%	23%
4 ó 5 miembros	51%	43%	68%	8%	25%
6 ó más miembros	53%	43%	69%	6%	24%
<i>Regimen de tenencia de la vivienda</i>					
Propia	54%	39%	68%	8%	24%
Otro	39%	42%	59%	4%	24%
Perú	51%	40%	67%	7%	24%

Indicadores de acceso a SPT (5)

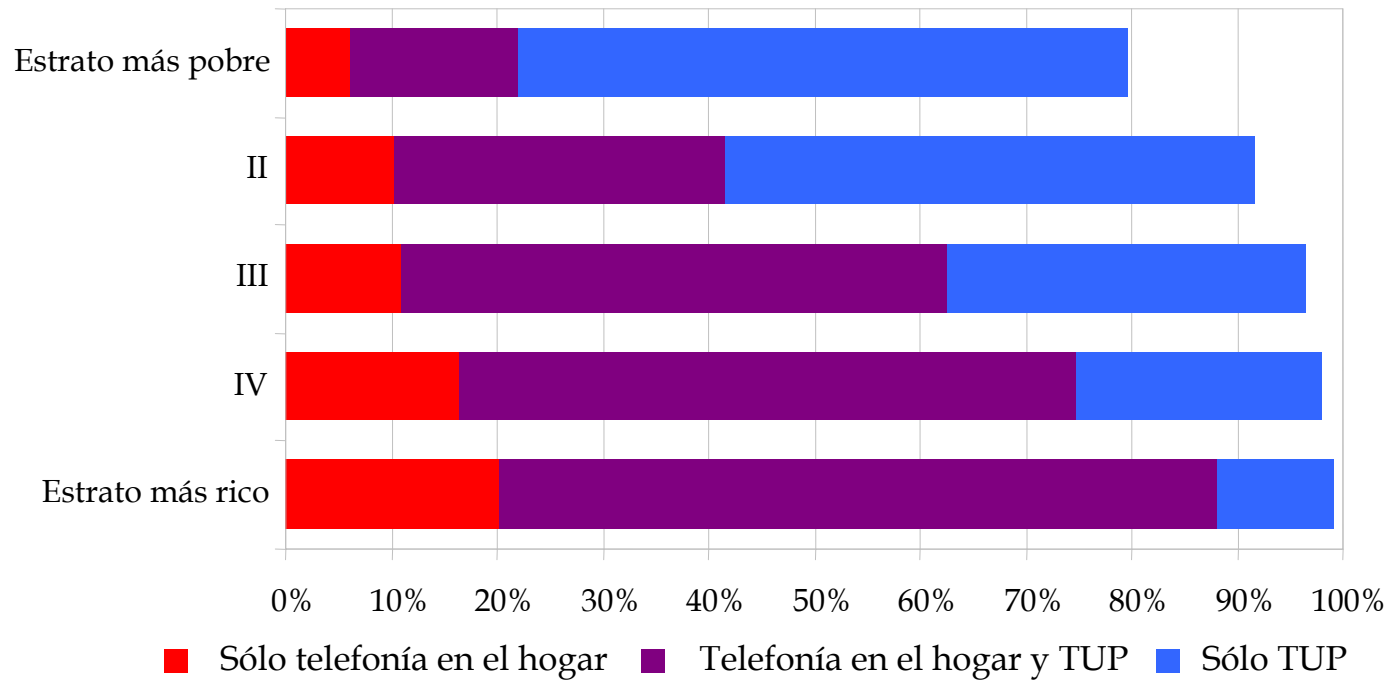
Acceso a SPT por individuos según gasto del hogar

Niveles de gasto	Personas > 13 años	Telefonía fija o móvil	Telefonía de uso público	Telefonía fija o móvil o TUP	Internet	TV por cable
Menos de 550 soles	2,041,274	22%	73%	80%	22%	5%
De 550 a 750 soles	2,227,473	41%	81%	92%	33%	12%
De 750 a 1,000 soles	2,799,380	63%	86%	96%	42%	20%
De 1,000 a 1,400 soles	3,163,182	75%	81%	98%	47%	29%
Más de 1,400	3,059,422	88%	79%	99%	60%	49%
Total	13,290,730	62%	81%	94%	43%	25%

- ✓ El acceso a telefonía móvil, uso de Internet y uso de TUP (6 meses) se relevó a nivel de individuos.
- ✓ Los resultados permiten cruces de acceso a servicios más apropiados, ya que el uso de la telefonía móvil y TUPs se realiza a nivel individual antes que a nivel del hogar.
- ✓ El uso de Internet incluye todas las posibilidades de acceso: cabina, trabajo, universidad, hogar, etc.

Indicadores de acceso a SPT (6)

Acceso a SPT por individuos: importancia de TUPs



- ✓ El uso de TUP cobra mayor importancia conforme disminuye el nivel de gasto del hogar y explica en buena cuenta el acceso de los estratos bajos.

Indicadores de acceso a SPT (7)

Acceso a SPT por individuos según características

	Telefonía fija o móvil	TUP (6 meses)	Telef. fija o móvil o TUP	Internet	TV por cable
<i>Nivel de estudios</i>					
Sin estudios	20%	46%	57%	2%	7%
Primaria	47%	71%	88%	6%	15%
Secundaria	56%	83%	94%	40%	24%
Post-secundaria	78%	83%	99%	65%	32%
<i>Sexo</i>					
Femenino	60%	33%	93%	40%	25%
Masculino	63%	32%	95%	46%	26%
<i>Número de miembros del hogar</i>					
Hasta 3 miembros	61%	76%	92%	38%	23%
4 ó 5 miembros	62%	81%	95%	43%	26%
6 ó más miembros	62%	83%	94%	45%	25%
Perú	62%	81%	94%	43%	25%

Contenido

- ✓ Descripción general
- ✓ Características socio-económicas de los hogares
- ✓ Indicadores de acceso a Servicios Públicos de Telecomunicaciones
- ✓ **Caracterización de usuarios del servicio**
- ✓ Temas pendientes

Caracterización de usuarios (1)

Sobre los hogares con acceso a telefonía fija

	Hogares sin telef. fija	Hogares con telef. fija	Todos
Número	1,986,725	2,047,287	4,034,012
Gasto mensual del hogar	765	1,276	1,024
Gasto mensual del hogar per cápita	215	345	281
Número de miembros del hogar	4	4.1	4.1
Años de educación del jefe de hogar	9.3	11.5	10.4
Hogares encabezados por hombres	81%	79%	80%
Número de cuartos de la vivienda	3.13	4.43	3.79
Cuenta con agua potable	79%	96%	88%
Cuenta con luz eléctrica	94%	99%	97%
Cocina con gas/electricidad	67%	94%	81%
Acceden a telefonía móvil	32%	47%	40%
Acceden a Internet en el hogar	0%	13%	7%
Acceden a TV por cable en el hogar	10%	38%	24%

Caracterización de usuarios (2)

Sobre las características del uso de las líneas fijas

- ✓ El 74% de líneas son declaradas como líneas “control” (incluye pre-pago), frente al 26% declaradas como “abiertas”.
- ✓ El 36% de los usuarios declaró conocer su plan tarifario (nombre y características).
- ✓ El 75% de líneas nunca han cambiado de plan y el 19% de líneas ha cambiado una sola vez (500,000 líneas han cambiado).
- ✓ Razones para el cambio de plan:

Reducir el gasto en llamadas	46%	Controlar el gasto en llamadas	19%
Pagar un monto fijo	12%	Pagaba por minutos que no usaba	10%
Por servicios adicionales	7%		
- ✓ Razones para elección del nuevo plan:

Valor de la renta básica	43%	Minutos libres incluidos	33%
Tarifa por minuto	7%	Servicios adicionales	7%
Libertad para hablar ilim.	4%	Otro	5%

Caracterización de usuarios (3)

- ✓ Uso de minutos libres dentro del plan: 71% declara usarlos siempre, 10% declara frecuentemente.
- ✓ Responsable del pago del recibo: 79% jefe del hogar, 15% otro miembro del hogar y 5% otro
- ✓ 61% de usuarios declaran realizar llamadas de LD desde el teléfono fijo.
- ✓ Uso de métodos para LD:
 - Pre-selección: 41%
 - Llamada por llamada 12%
 - Tarjetas 70%
- ✓ Razones para realizar llamadas:

Razones para llamadas	A locales fijos	A locales móviles	LDN	LDI
Trabajo o negocios	22%	23%	16%	8%
Motivos personales	72%	50%	75%	76%
Emergencias	6%	26%	9%	9%
Otro	0%	2%	1%	7%

Caracterización de usuarios (4)

- ✓ 17% de teléfonos fijos fueron usados por otras personas fuera del hogar para recibir llamadas.
- ✓ El gasto mensual en tarjetas pre-pago, para los hogares que las usan, se sitúa alrededor de los 21 soles.
- ✓ El principal destino al que se llama usando tarjetas pre-pago es:
 - Fijos locales 62%
 - Móviles locales 10%
 - LDN 22%
 - LDI 6%

Caracterización de usuarios (5)

Sobre los hogares con acceso a telefonía móvil

	Hogares sin telef. móvil	Hogares con telef. móvil	Todos
Número	2,428,857	1,605,155	4,034,012
Gasto mensual del hogar	842	1,300	1,024
Gasto mensual del hogar per cápita	239	344	281
Número de miembros del hogar	3.9	4.3	4.1
Años de educación del jefe de hogar	9.5	11.8	10.4
Sexo del jefe de hogar (1=hombre)	0.80	0.80	0.80
Número de cuartos de la vivienda	3.5	4.2	3.8
Cuenta con agua potable	86%	91%	88%
Cuenta con luz eléctrica	95%	99%	97%
Cocina con gas/electricidad	73%	92%	81%
Acceden a telefonía fija	44%	60%	51%
Acceden a Internet en el hogar	2%	14%	7%
Acceden a TV por cable en el hogar	16%	36%	24%

Caracterización de usuarios (6)

Sobre las características del uso de las líneas móviles

- ✓ El 92% de las líneas son usadas exclusivamente por sus usuarios principales.
- ✓ Casi el 89% de las líneas son pre-pago.
- ✓ El 8.5% de las líneas han cambiado de modalidad de pago alguna vez.
- ✓ El 23% recibió el celular de otra persona (no decidió la compra):
 - 36% del jefe del hogar.
 - 28% de otro miembro del hogar.
 - 14% de la empresa en que trabaja.
 - 23% de otros.
- ✓ Razón más importante para adquirir un celular:
 - 45% para recibir llamadas de familiares o amigos.
 - 24% para hacer llamadas a familiares o amigos.
 - 25% para recibir llamadas de trabajo o negocios.
 - 7% otras razones

Caracterización de usuarios (7)

- ✓ Razón para escoger un pre-pago:
 - 40% Para controlar el gasto en llamadas
 - 25% Es más barato
 - 23% No tengo que hacer pagos mensuales
 - 8% Es más fácil de obtener
 - 4% Otros
- ✓ Razón para escoger un post-pago:
 - 34% Menor tarifa por llamada
 - 43% Libertad para llamar sin restricciones
 - 12% Por las características del equipo
 - 12% Otro
- ✓ El 93% de los usuarios entrevistados no han cambiado nunca de operador.
- ✓ El 8% de usuarios no ha cambiado de operador para no perder su número.
- ✓ En promedio, cada usuario ha usado 1.87 equipos celulares.

Caracterización de usuarios (8)

✓ Razones para llamar desde móvil

Razones para llamadas	A locales fijos	A locales móviles	A Larga Distancia
Trabajo o negocios	31%	39%	21%
Motivos personales	54%	49%	58%
Emergencias	13%	11%	15%
Otro	1%	1%	6%

- ✓ Mensajes de texto enviados en un día típico: 4.2
- ✓ Mensajes de texto enviados en un día feriado: 4.7
- ✓ Gasto en tarjetas promedio al mes: 23.7 soles

Caracterización de usuarios (9)

Sobre los individuos que usan telefonía de uso público

- ✓ En promedio, las personas que usan TUP lo usan 3 veces a la semana.
- ✓ Razones para llamar a destinos fijos desde el TUP:
 - 71% Cuestiones familiares
 - 11% Información de negocios/empleo
 - 15% Emergencias
 - 2% Otros
- ✓ Duración promedio de las llamadas a fijos desde TUP:
 - 53% demora hasta 2 minutos
 - 34% demora entre 2 y 5 minutos
- ✓ Razones para llamar a destinos móviles desde el TUP:
 - 54% Cuestiones familiares
 - 16% Info de negocios/empleo
 - 28% Emergencias
 - 2% Otros
- ✓ Duración promedio de las llamadas a móviles desde TUP:
 - 56% hasta 50 segundos
 - 29% entre 50 segundos y 2 minutos

Caracterización de usuarios (10)

- ✓ 35% de las personas que usaron el TUP ha realizado llamadas de LDN.
- ✓ En promedio, lo hacen 1 vez a la semana.
- ✓ 5.6% de las personas que usaron el TUP ha realizado llamadas de LDI.
- ✓ En promedio, lo hacen 0.6 veces a la semana.
- ✓ El 31% de las personas que llamaron por TUP usaron tarjetas pre-pago.
- ✓ Razones para no uso de tarjetas pre-pago:
 - 26% desconfía del tiempo otorgado.
 - 26% considera difícil controlar el tiempo de las llamadas
 - 12.5% no sabe que se pueden usar desde TUPs
 - 21% no sabe cómo usarlas

Contenido

- ✓ Descripción general
- ✓ Características socio-económicas de los hogares
- ✓ Indicadores de acceso a Servicios Públicos de Telecomunicaciones
- ✓ Caracterización de usuarios del servicio
- ✓ **Temas pendientes**

Temas pendientes

- ✓ Entrega de información cuantitativa por parte de las empresas operadoras:
 - TdP (fijo y LD), TM, AM (móviles y LD), Telmex, IDT, Americatel (LD)
- ✓ Cruce de información cuantitativa con la información relevada en la encuesta:
 - Control de información declarada
- ✓ Análisis de información cuantitativa
- ✓ Estimación de modelos de demanda por el servicio de “telefonía de voz”:
 - Cálculo de elasticidades precio de la cantidad de minutos consumidos frente a variaciones de precios de los servicios.
 - Desagregaciones por dominios geográficos y niveles de gasto/ingreso.

Resultados de la Encuesta Nacional de Hogares Urbanos OSIPTEL

**Sub-Gerencia de Investigación
GPR**

Martes, 25 de julio de 2006