

NOTA DE PRENSA

La mensajería online y las redes sociales, lo más utilizado por los españoles desde su smartphone

- 8 de cada diez utiliza varias veces al día su terminal para comunicarse a través de aplicaciones OTT y el 40% para actualizar sus redes sociales
- Instagram es la red social que más creció en 2016 (5 puntos), y ha superado en número de usuarios a Twitter aunque Facebook es la preferida por los usuarios
- Los jóvenes entre 16 y 24 años consumen más contenido audiovisual a través del móvil que de la televisión
- Los hogares usuarios de Netflix se duplican en seis meses y alcanzan los 540.000

Madrid, 26 de mayo de 2017.- La mensajería *online* es el principal uso que le dan los españoles a su smartphone. Según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC del IV trimestre de 2016](#) , el 77% de los usuarios que tienen un smartphone lo utilizan varias veces al día. Sin duda, WhatsApp es el rey, y es empleado por 9 de cada diez internautas. Además, la aplicación no tiene rival en nuestro país en mensajería porque el 24% usó Facebook Messenger y el 8% Skype.

La telefonía online y las videollamadas van cogiendo el vuelo, y en 2016, este servicio fue utilizado habitualmente por casi la mitad de los internautas, sin embargo hay más usuarios de WhatsApp (30%), que entre Skype (15%) y Facebook Messenger (8%) juntas.

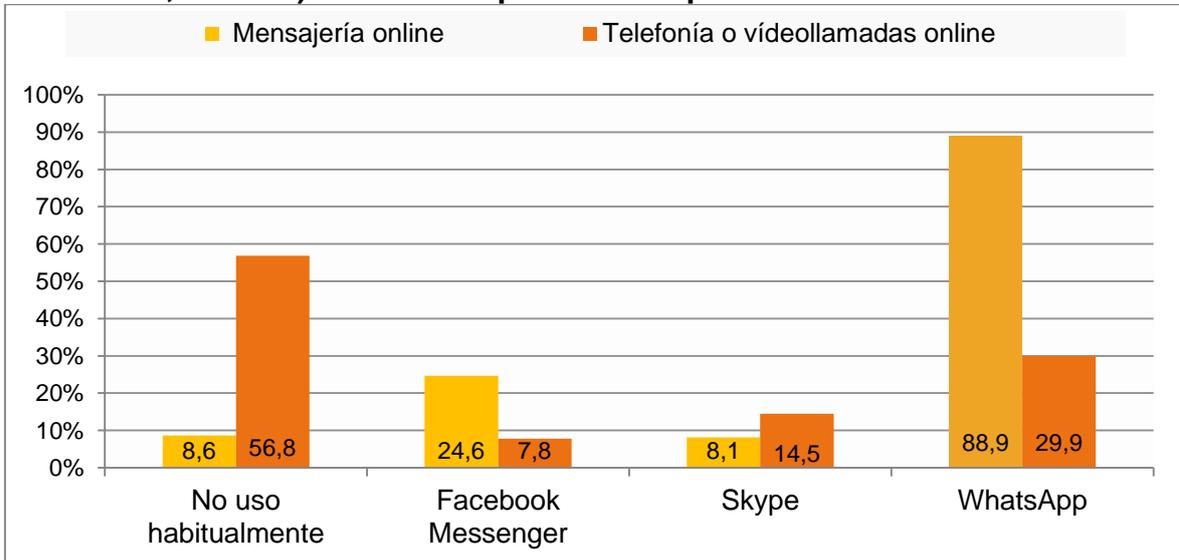
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

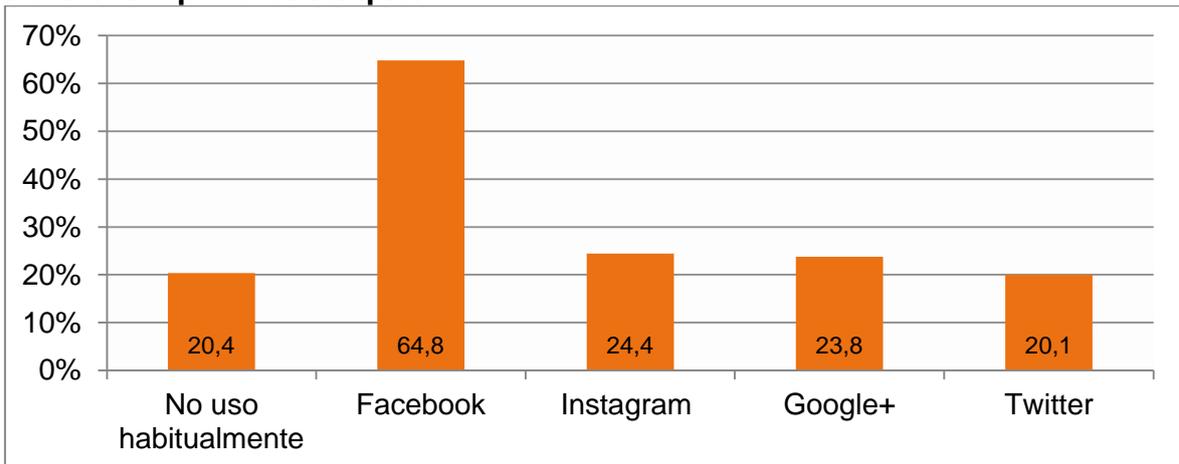
Servicios de mensajería online usados habitualmente (porcentaje de individuos, IV-2016). Posible respuesta múltiple.



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC.

Ocho de cada diez internautas usan las redes sociales habitualmente y en este caso, Facebook fue la aplicación preferida (65%). Le sigue Instagram (24%), cuyos usuarios crecieron en 2016 (5,4 puntos porcentuales) y que ocupa por primera vez la segunda plaza en este apartado. Con cifras similares se encuentran Google+ y Twitter que prácticamente no variaron en el último año.

Redes sociales usadas habitualmente (porcentaje de individuos, IV-2016). Posible respuesta múltiple.



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

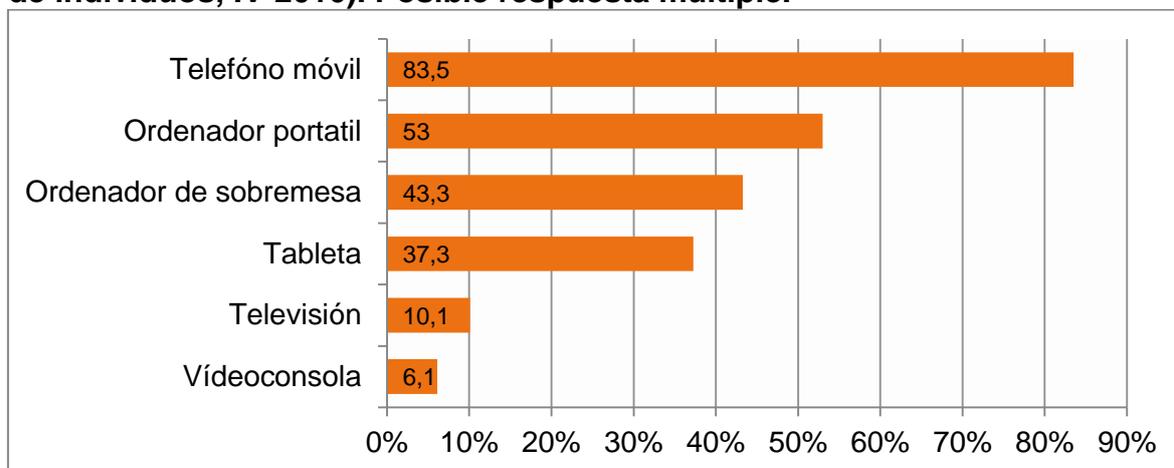
Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

El uso de Internet entre los españoles continúa al alza: se sitúa en el 82%, y en 2016 los usuarios crecieron en 6 puntos.

En cuanto al dispositivo desde el que se conectan, el teléfono móvil lidera la lista y es usado por 8 de cada 10 internautas; seguido por los portátiles (53%), el ordenador de sobremesa (43%) y la tableta (37%). Sin embargo, un 10% de los usuarios ya navegan por la Red desde su televisor, y son 2 puntos más que el año anterior.

Dispositivos con los que el usuario se suele conectar a Internet (porcentaje de individuos, IV-2016). Posible respuesta múltiple.



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC.

El [Panel de Hogares CNMC](#) sobre usos de Internet audiovisual y OTT recoge por primera vez la utilización de bloqueadores de publicidad por parte de los internautas: casi 2 de cada diez confiesan que los usan, y un número algo mayor (23,3%) desconoce su existencia.

Consumo de contenidos audiovisuales.

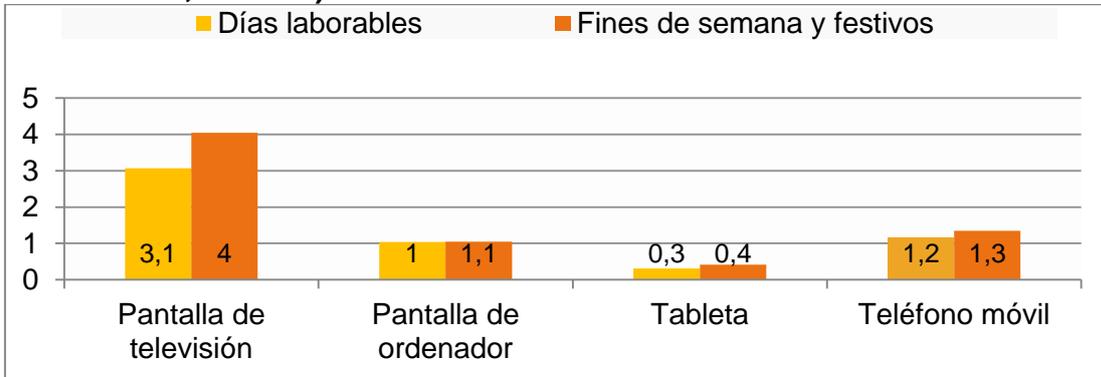
El tiempo dedicado por parte de los españoles a ver contenidos audiovisuales prácticamente no ha variado en el último año y oscila entre las 3 o 4 horas al día de la televisión y los 20-25 minutos de la tableta.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

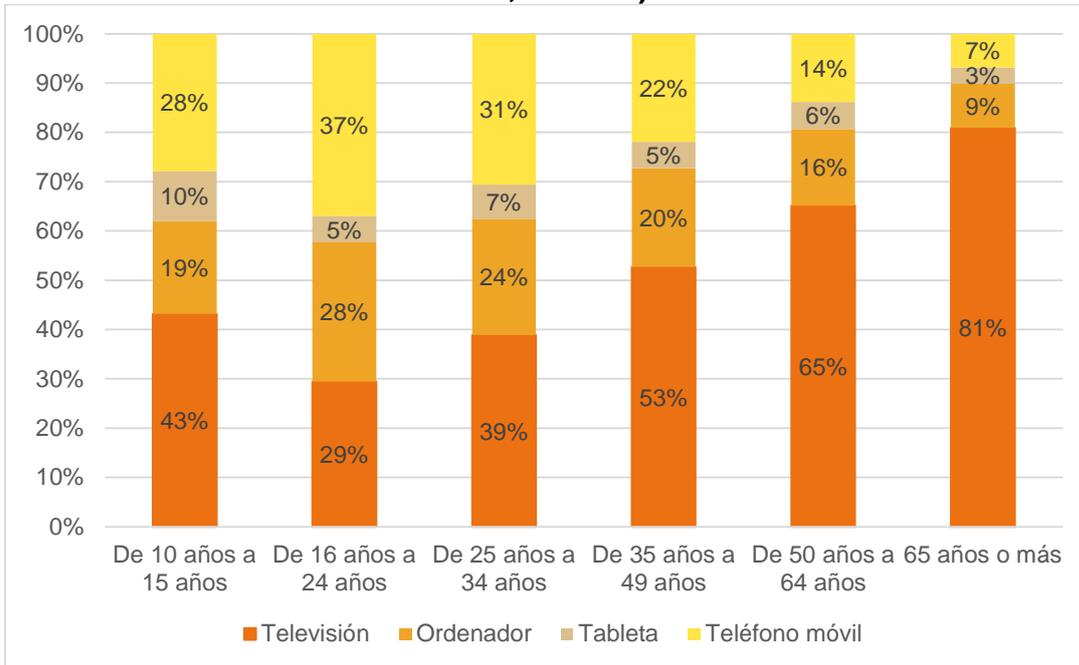
Consumo de contenidos audiovisuales según equipo/terminal (media de horas al día, IV-2016)



Universo: Individuos. Fuente: CNMC.

Cuanto mayores son los individuos más horas se pasan frente a la televisión y menos tiempo dedican a las pantallas de ordenadores, tabletas o móviles para consumir contenido audiovisual. Por ejemplo, los jóvenes de 16 a 24 años se pasan más horas con el teléfono móvil que con la televisión.

Consumo de contenidos audiovisuales según equipo/terminal y edad (porcentaje de horas sobre el total de horas de visualización de contenidos audiovisuales en días laborables, IV-2016)



Universo: Individuos. Fuente: CNMC.

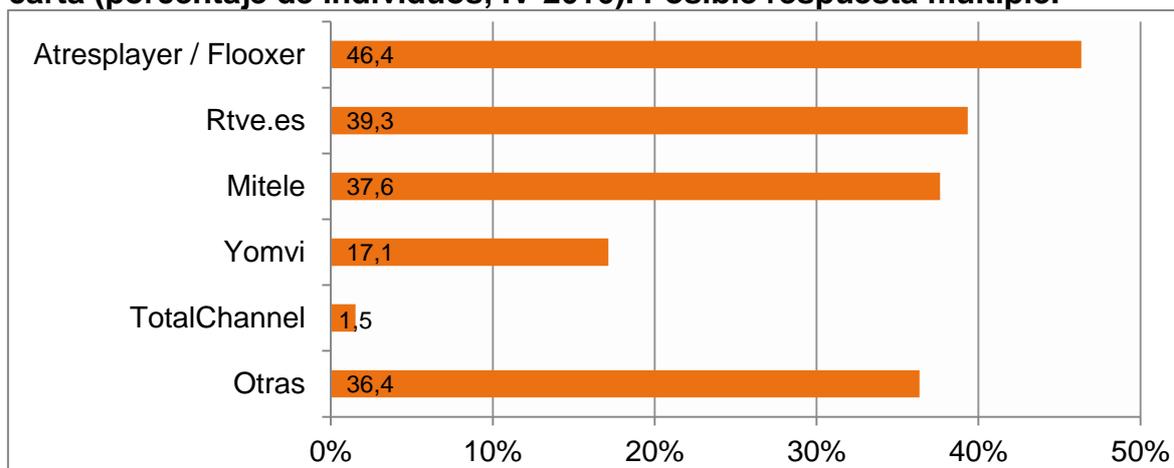
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Además, según el [Panel de Hogares CNMC](#), casi cuatro de cada diez españoles vieron contenidos audiovisuales por Internet al menos una vez a la semana, y la mitad de ellos vieron reemisiones de programas de televisión. En cuanto a las plataformas de televisión a la carta más utilizadas, Atresplayer continúa en el primer puesto (46%), seguido de RTVE.es (39%) y MiTele (37%).

Plataformas utilizadas para ver por Internet programas de televisión a la carta (porcentaje de individuos, IV-2016). Posible respuesta múltiple.



Universo: Individuos que consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana y suelen ver programas de TV a la carta por Internet. Fuente: CNMC.

Por otro lado, en cuanto a los servicios de pago para ver contenidos audiovisuales online la plataforma de Movistar, Yomvi (o Movistar+ en los dispositivos), sigue siendo la más utilizada por los hogares (7,6%). Sin embargo, es especialmente llamativo el comportamiento de Netflix que prácticamente ha duplicado sus usuarios en medio año y es usada por un 3,4% de los hogares con acceso a Internet, es decir, por unos 540.000 hogares en España. En tercer lugar se sitúa Wuaki, que prácticamente no ha variado en los últimos seis meses.

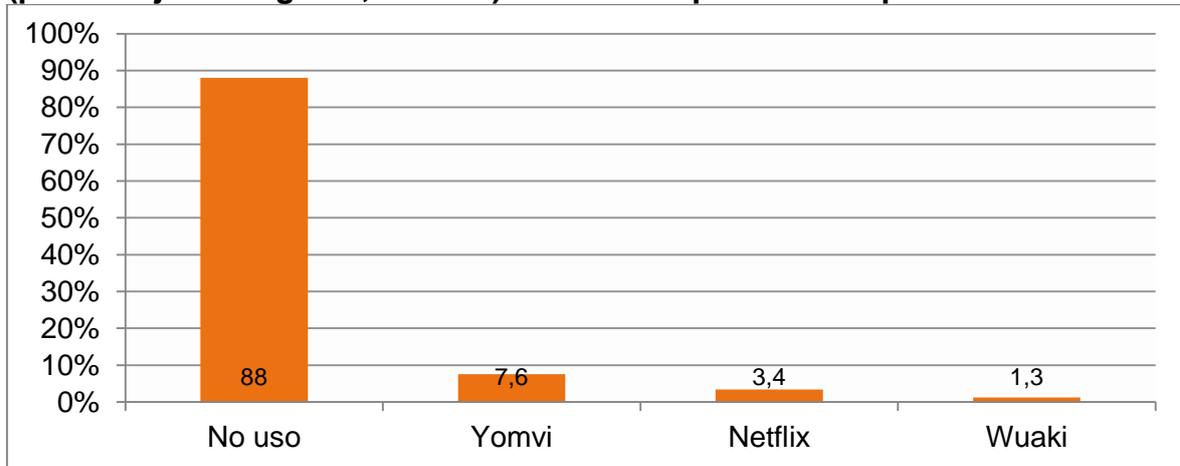
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online (porcentaje de hogares, IV-2016). Posible respuesta múltiple.



Universo: Hogares con acceso a Internet. Fuente: CNMC.

Finalmente, a la pregunta de por qué motivos ven los españoles la televisión, 9 de cada 10 aseguran que por puro ocio y entretenimiento. Los que se conectan a la tele para información son un 62% y para aprender apenas 2 de cada 10. Todas ellas son cifras similares a las de la oleada anterior.

Metodología.

Estos resultados forman parte del [Panel de Hogares CNMC](#), una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta cuarta oleada se llevó a cabo en el cuarto trimestre de 2016 e incluyó a 4.814 hogares y 9.163 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[CNMCData](#)

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>