

NOTA DE PRENSA

El teléfono móvil, el dispositivo más utilizado para conectarse a Internet por los españoles

- El 85% de los internautas utilizan su smartphone para acceder a la Red, superando a ordenadores, portátiles y tabletas
- La mensajería online y las redes sociales son lo más utilizado diariamente por los individuos con smartphone
- 4 de cada 10 españoles consumen contenidos audiovisuales online semanalmente
- Netflix alcanza 1.163.000 hogares usuarios y HBO ronda los 414.000

Madrid, 17 de noviembre de 2017.- El teléfono inteligente continúa siendo el dispositivo preferido entre los individuos que usan Internet al menos semanalmente: un 85% lo utilizó para acceder a la Red según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC](#) del segundo trimestre de 2017. Todo ello, en detrimento de los portátiles (53%) y ordenadores de sobremesa (40%) cuyo uso disminuyó en los últimos dos años; y de las tabletas (37%) con un uso que aumentó ligeramente. También es destacable el aumento del uso de la televisión para acceder a Internet con un crecimiento del 50% en dos años.

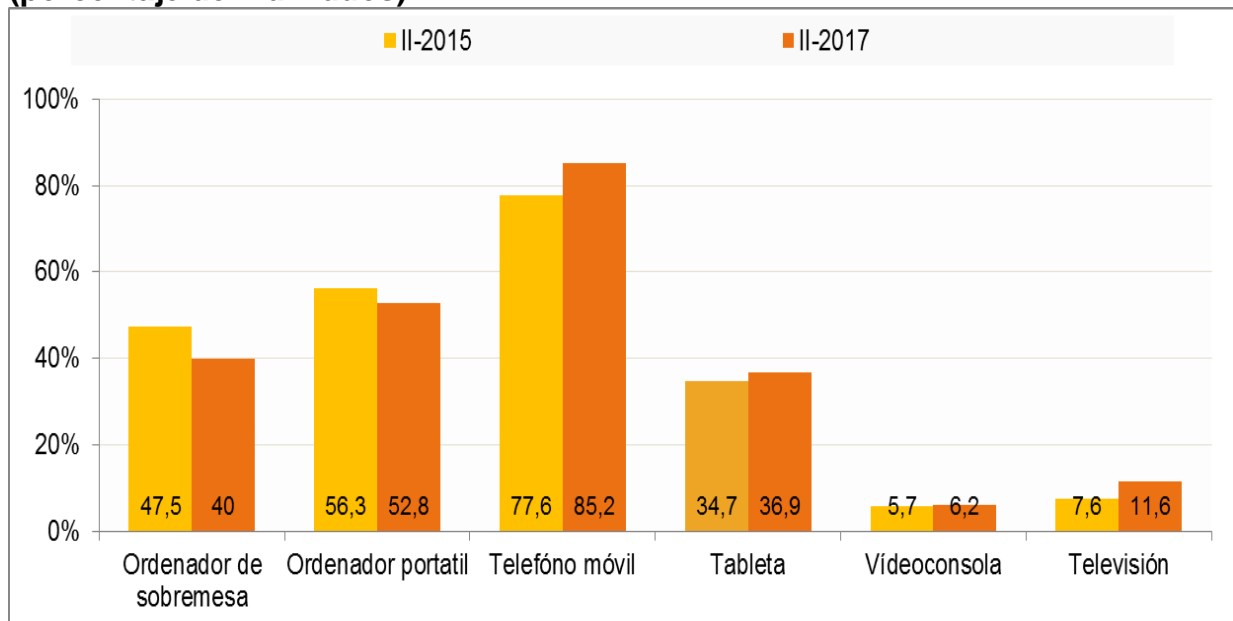
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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>

Dispositivos con los que los usuarios se suelen conectar a Internet (porcentaje de individuos).



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

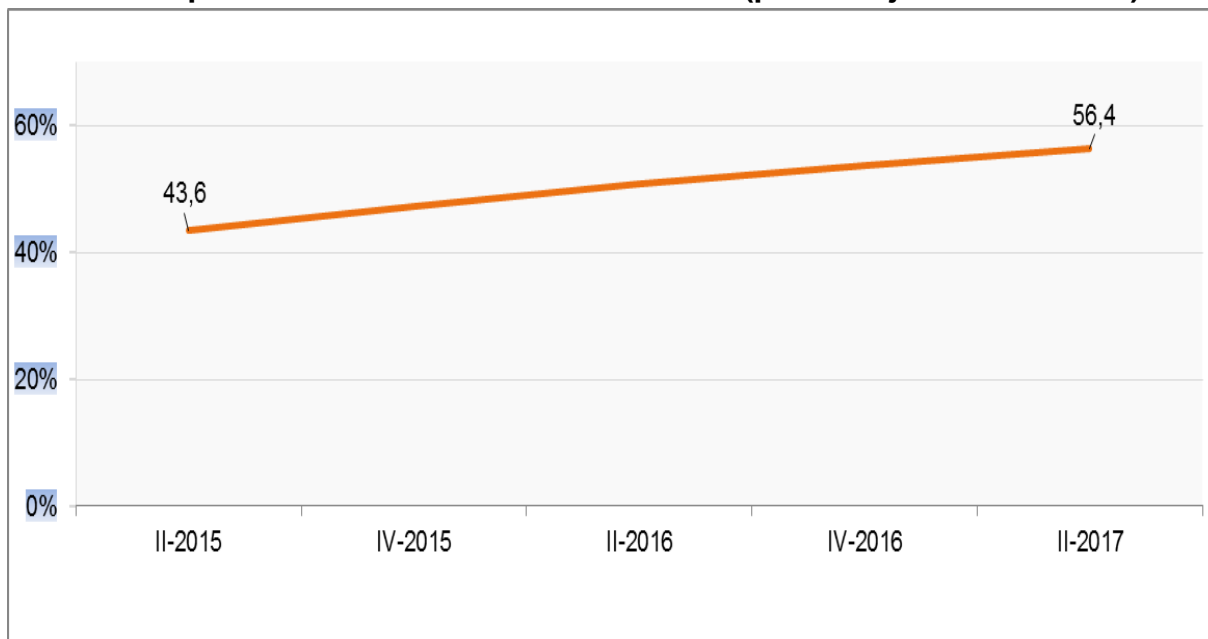
El porcentaje de individuos que utilizaron Internet fue del 83%, y el de los que lo usaron varias veces al día alcanzó el 56%, casi tres puntos más que en la anterior oleada. Además, casi 3 de cada 4 españoles con móvil utilizan Internet en su terminal.

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.

Individuos que usan Internet varias veces al día (porcentaje de individuos).



Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

Según el [Panel de Hogares CNMC](#), 8 de cada 10 españoles con móvil tienen un smartphone, y para lo que más lo utilizan es para la mensajería instantánea (78% la usan a diario), seguido de las redes sociales (39%) y del correo electrónico (31%). Lo que menos: ver vídeos (con un uso diario del 17%), los juegos (15%) o los servicios de localización (4%).

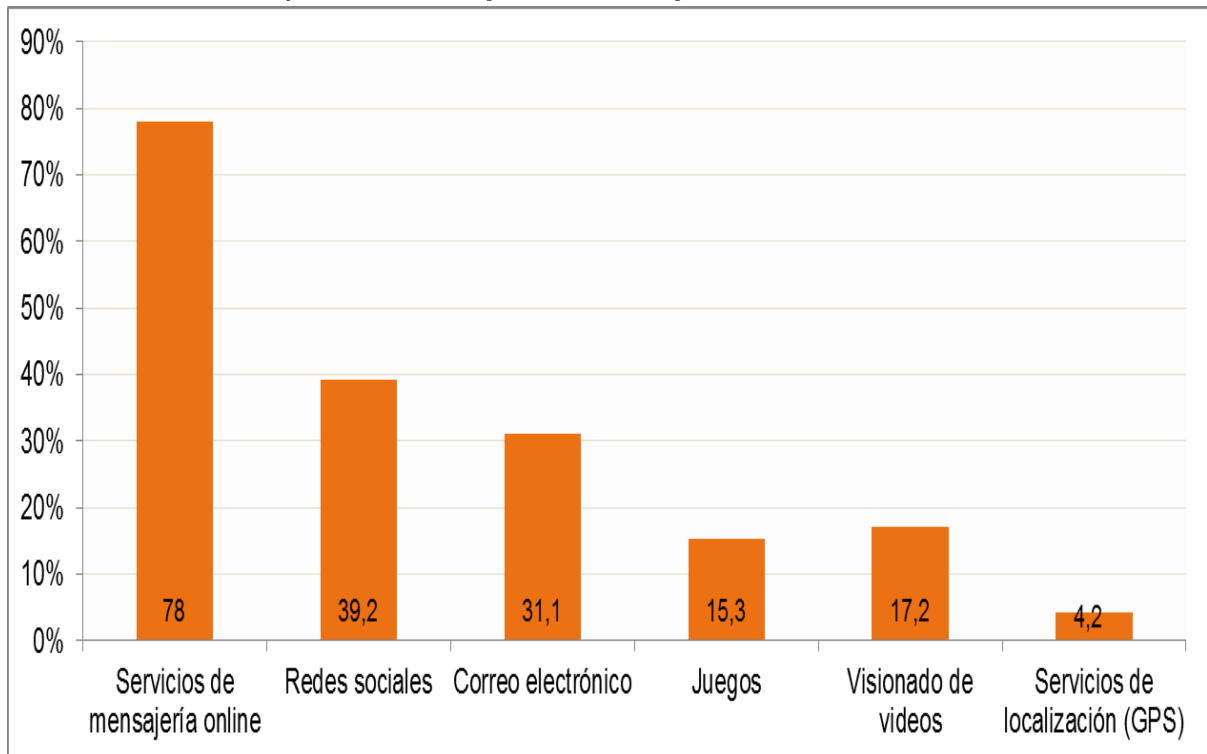
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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 diario de algunos servicios con el Smartphone (porcentaje de individuos, II-2017). Posible respuesta múltiple.



Universo: Individuos con Smartphone. Fuente: CNMCDData.

Dentro de los servicios de mensajería online WhatsApp es lo más utilizado (90%) por los internautas, seguido de Facebook Messenger (35%) y Skype (8%); los que no usan ninguno de estos servicios apenas representa el 7%. Por otra parte, la mitad de los internautas declararon realizar llamadas y vídeollamadas online, siendo WhatsApp, de nuevo, la aplicación más utilizada, seguida de Skype y Facebook Messenger.

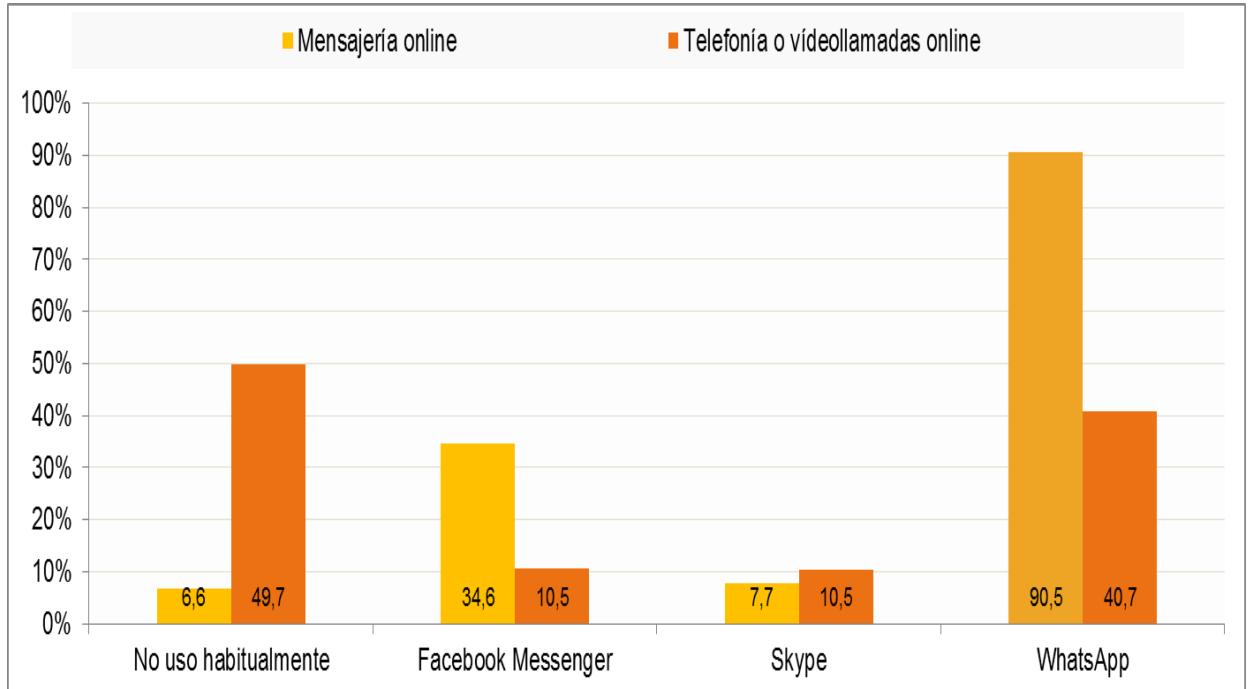
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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 y telefonía online usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2017). Posible respuesta múltiple.



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

Consumo de contenidos audiovisuales

Los españoles declararon dedicar una media de 3 horas al día entre semana a consumir contenidos audiovisuales a través de la televisión; 1 hora por ordenador y otra por el teléfono móvil. No obstante, según los datos del segundo trimestre de 2017 del [Panel de Hogares CNMC](#), ya son 4 de cada 10 españoles los que ven contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana, una cifra que va en aumento.

El contenido online preferido por este tipo de usuarios fueron los vídeos cortos (54%), seguido de las series (46%) y películas (32%).

Por otro lado, más de la mitad de los individuos que ven contenidos audiovisuales online utilizan plataformas para ver programas de televisión a la carta por Internet. En cuanto a los medios para ver televisión a la carta, Youtube es lo más utilizado (58%), seguido de Atresplayer (42%), Rtve.es (33%) y Mitele (29%).

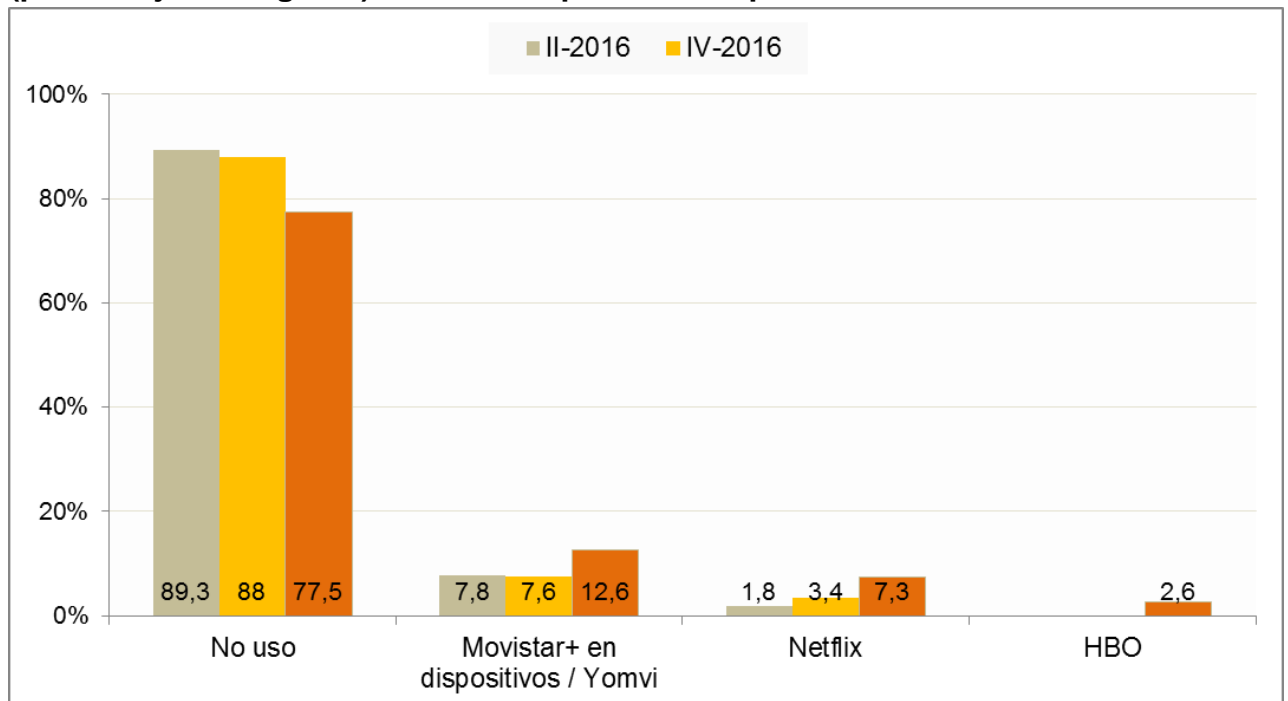
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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 Panel de Hogares de la CNMC también aprecia el rápido aumento de las plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online: casi 1 de cada 4 hogares con acceso a Internet es usuario de alguno de estos servicios de vídeo en streaming. El crecimiento más llamativo es el de Netflix, que de nuevo, y en tan sólo 6 meses (diciembre 2016 – junio 2017) ha vuelto a duplicar su número de usuarios: ya son 1.163.000 hogares con este servicio. HBO, que llegó a España hace un año, acumuló hasta el segundo trimestre de 2017 alrededor de unos 414.000 hogares. No obstante, la que más usuarios acumula es Movistar+ en los dispositivos.

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



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

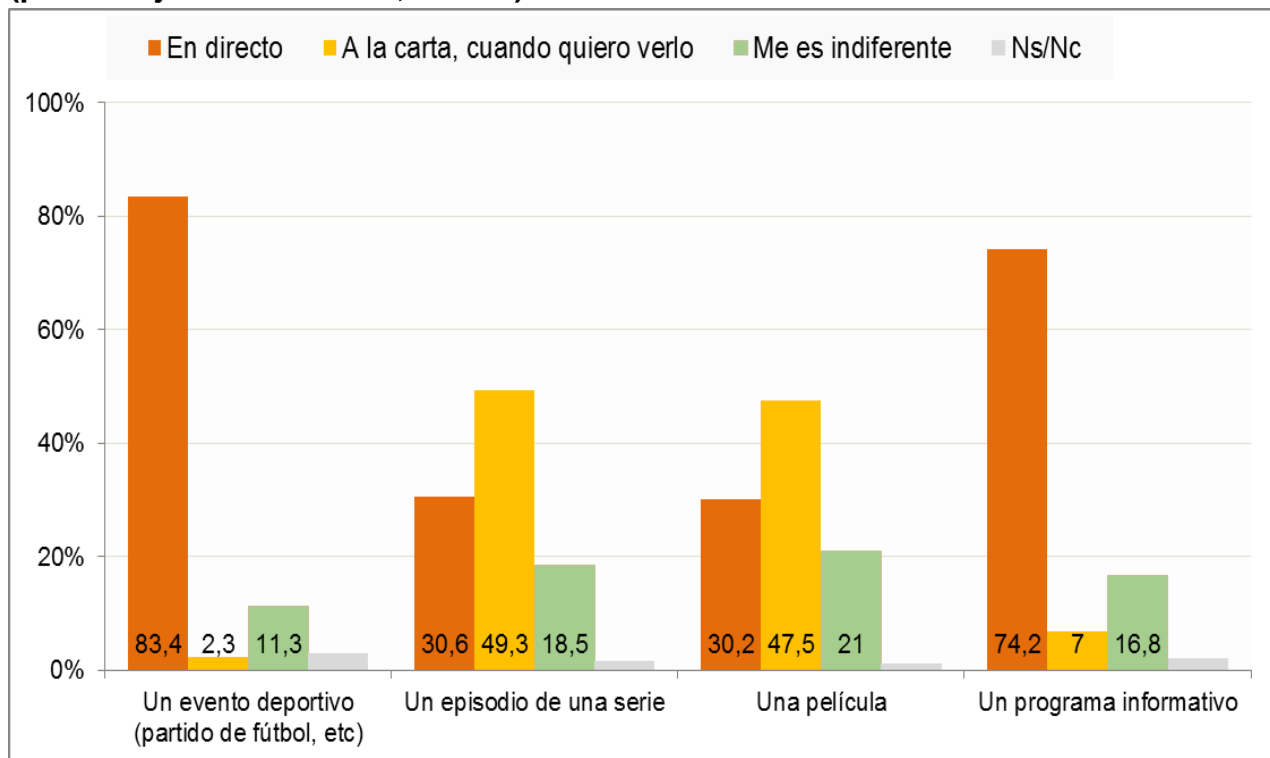
En cuanto a las preferencias de cómo ver los diferentes contenidos audiovisuales, la opción de ‘a la carta’ es la preferida para episodios de series (49%) y películas (47%). Mientras que los españoles prefieren ver en directo los eventos deportivos (83%) y los informativos (74%).

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.

Preferencias sobre cómo ver diferentes contenidos audiovisuales (porcentaje de individuos, II-2017).



Universo: Individuos que consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana y suelen ver el tipo de contenido. Fuente: CNMCData.

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 quinta oleada se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2017 e incluyó a 4.937 hogares y 8.839 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.