

NOTA DE PRENSA

El uso diario de la mensajería instantánea supera al de las llamadas por móvil y fijo

- **Un 57% envía mensajes instantáneos varias veces al día, frente al 22% que llama desde el teléfono móvil y el 13% desde un fijo**
- **La calidad de la conexión es lo más valorado por los usuarios en sus comunicaciones por voz**
- **3 de cada 5 usuarios valoran positivamente que hubiera interoperabilidad entre OTT, como por ejemplo llamadas de Skype a WhatsApp**

Madrid, 2 de junio de 2017.- La mensajería instantánea ganó la batalla a todos los servicios de comunicación tradicionales el año pasado. Así se refleja en los datos del [Panel de Hogares CNMC del IV trimestre de 2016](#) y que por primera vez compara la utilización de los servicios de comunicación tradicionales frente a los de las OTT y en el que se analiza la frecuencia de utilización de estos servicios, la satisfacción y sus características.

Los mensajes de texto tradicionales (SMS) y las llamadas desde el teléfono fijo han sido relegados a un más que segundo plano. Dos de cada diez españoles nunca hacen llamadas desde teléfonos fijos y cuatro de cada diez llaman semanalmente o menos.

Los SMS han quedado casi en desuso y son utilizados en contadas ocasiones. Más de la mitad de los españoles, un 56%, nunca los envía, y entre los que los usan 9 de cada diez solo envía alguno a la semana o menos.

En el otro lado encontramos la mensajería instantánea (como WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger...) que es el servicio con mayor uso diario. Lo utilizan más de la mitad de los españoles varias veces al día (57%), cifra muy superior al uso diario de las llamadas efectuadas desde móviles (22%), teléfonos fijos (13%) o llamadas online (4%).

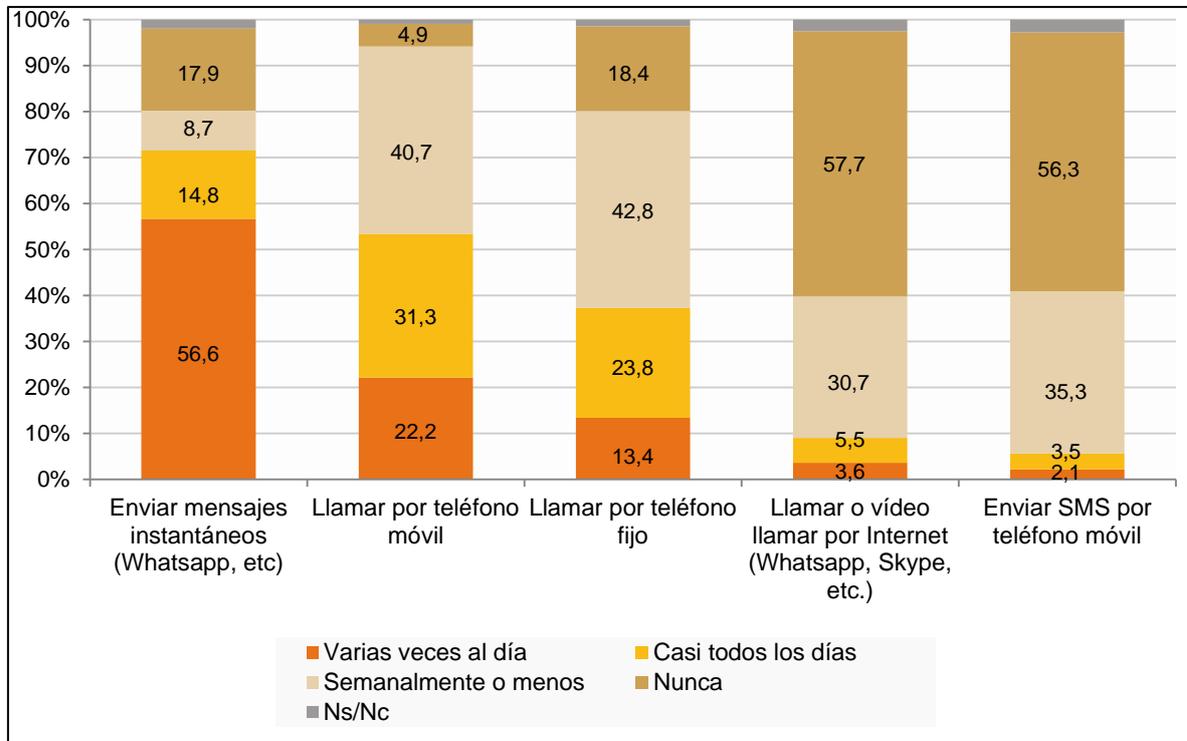
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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>

Frecuencia de uso de las llamadas y mensajes mediante servicios de comunicación tradicionales y OTT (porcentaje de individuos, IV-2016)



Universo: Individuos. Fuente: CNMC.

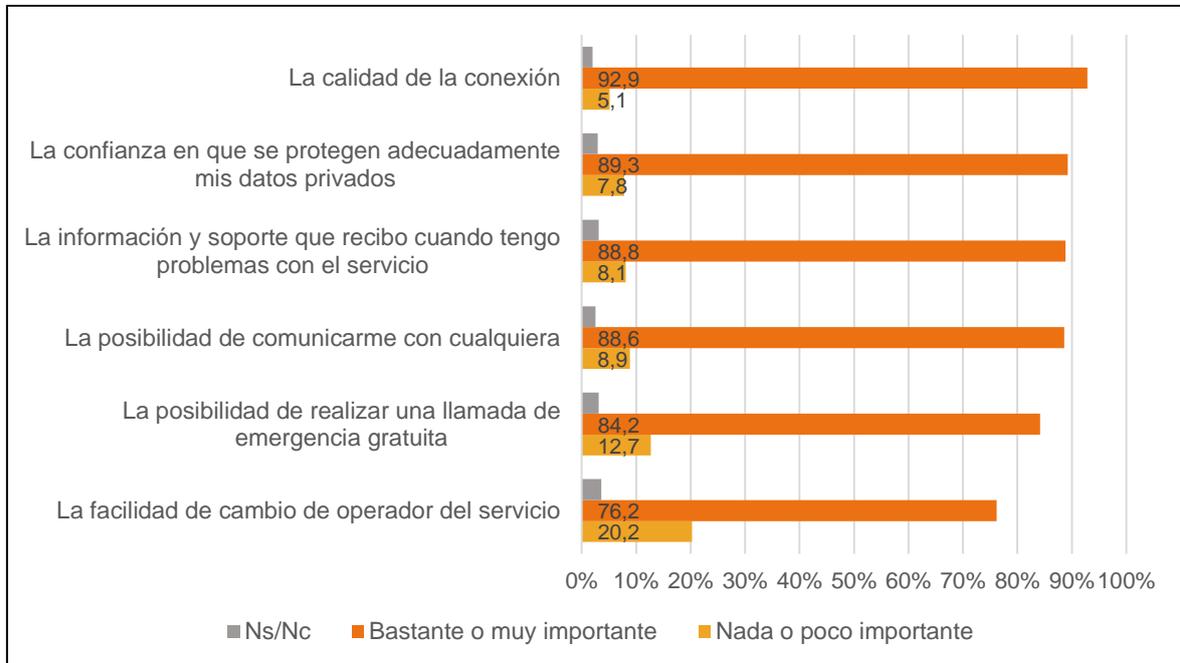
Según el [Panel de Hogares CNMC](#), casi 9 de cada 10 españoles consideran bastante o muy importante que se protejan adecuadamente sus datos privados en sus comunicaciones por voz, ya sea por red móvil, fija o Internet. Esta cifra es equiparable a la valoración de la importancia de la calidad de la conexión (93%). Por el contrario, dos de cada diez españoles declaran que les importa poco o nada la facilidad de cambio de operador de servicio.

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.

Importancia de las características de las comunicaciones de voz (llamadas desde fijo, móvil o por Internet) para los usuarios (porcentaje de individuos, IV-2016)



Universo: Individuos. Fuente: CNMC

Un 19% de los usuarios regulares de llamadas o videollamadas por Internet se considera poco o nada satisfecho con la calidad en la conexión de las llamadas. En cambio, estos mismos usuarios se muestran más satisfechos con la calidad de las llamadas tradicionales (por móvil o por fijo). En este caso el porcentaje de usuarios insatisfechos por este motivo se reduce a la mitad (9%).

Por el contrario entre los usuarios de llamadas o videollamadas online no existen grandes diferencias en cuanto a su confianza en que sus datos privados sean protegidos adecuadamente según si las llamadas son por Internet o tradicionales. Así, el 13% se mostraron como poco o nada satisfechos en el caso de las llamadas por Internet, frente a un 8% para las llamadas tradicionales.

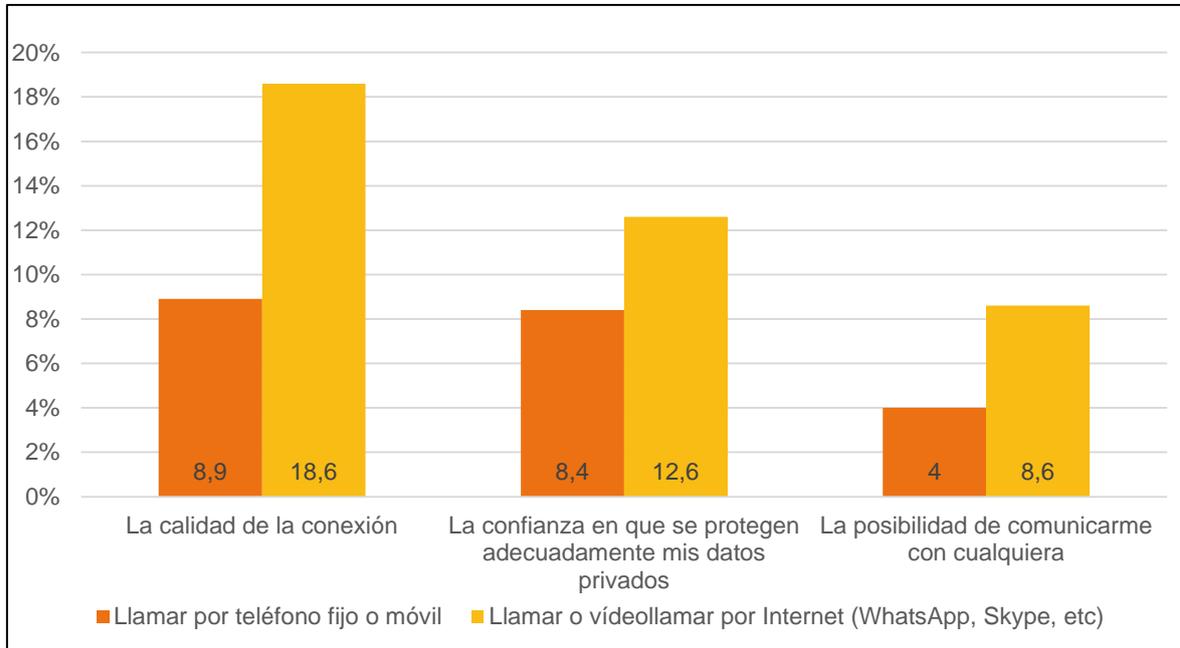
La imposibilidad de comunicarse con cualquiera no produjo un gran descontento entre los usuarios: lo señalaron un 9% en el caso de las llamadas y videollamadas por Internet y un 4% en las llamadas desde fijo o móvil.

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 poco o nada satisfechos con algunas características de las llamadas de voz tradicionales y online (porcentaje de individuos, IV-2016)



Universo: Individuos que llaman o videollaman por Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

Finalmente, siete de cada diez usuarios de llamadas de voz o videollamadas por Internet se muestran favorables a que se pueda utilizar este servicio entre diferentes plataformas OTT. Por ejemplo, recibir una llamada a WhatsApp desde Skype. Los usuarios que se muestran indiferentes ante este hipotético caso representan el 23%.

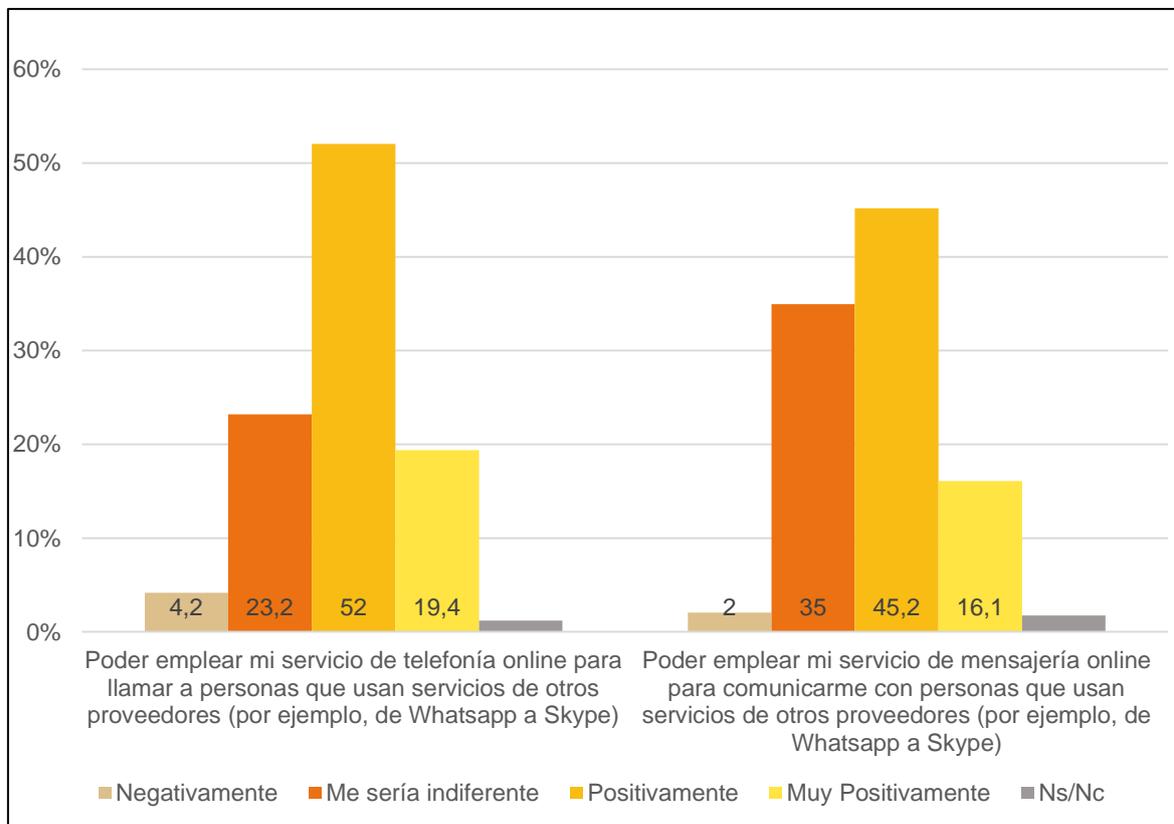
En cuanto a la interoperabilidad de plataformas en el caso de la mensajería online la valoración positiva del supuesto alcanza al 61% de los usuarios. Este caso supondría que desde, por ejemplo, Facebook Messenger, los usuarios pudieran enviar mensajes a usuarios de WhatsApp y Skype.

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.

Valoración de posibilidades de interoperabilidad de los servicios (porcentaje de individuos, IV-2016)



Universo: Individuos que usan el servicio al menos semanalmente. Fuente: CNMC.

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 encuesta 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.