

NOTA DE PRENSA

Tres de cada diez hogares con Internet consumen contenidos audiovisuales online de pago

- Los hogares usuarios de Netflix se triplican en un año y rozan el millón y medio
- Los jóvenes entre 16 y 24 años consumen más contenido audiovisual a través del móvil que de la televisión
- 8 de cada 10 usuarios utiliza varias veces al día su terminal para comunicarse a través de aplicaciones OTT y el 36% para actualizar sus redes sociales
- Facebook es la red social preferida (61%), aunque ha perdido casi 4 puntos en un año

Madrid, 25 de mayo de 2018.- Crece el número de hogares españoles que contratan servicios de pago para ver contenidos audiovisuales online. Según el [Panel de Hogares CNMC](#), con datos del cuarto trimestre de 2017, tres de cada diez hogares con acceso a Internet usa plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online.

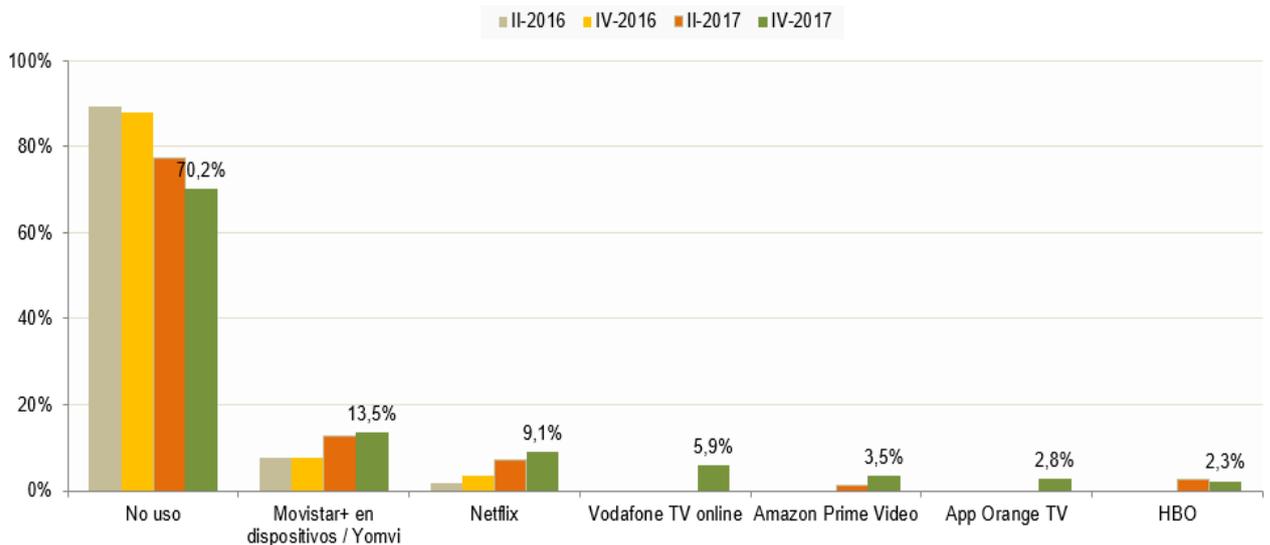
La plataforma más utilizada entre los hogares con Internet es la de Movistar, Yomvi (o Movistar+ en los dispositivos), que sumaría 2,16 millones de hogares (un 13,5% de los hogares, casi el doble que un año antes), seguida de Netflix que triplicaría usuarios en un año sumando casi 1,5 millones (un 9,1% de los hogares). En tercer lugar se sitúa Vofafone Tv online, con un 5,9% de hogares y a continuación Amazon Prime Video, con un 3,5%.

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.

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



Universo: Hogares con acceso a Internet. Fuente: CNMC

También es destacable que el tiempo dedicado por parte de los españoles a ver contenidos audiovisuales empieza a igualarse entre el dedicado delante de la pantalla de televisión y el que se pasa ante otro dispositivo (móvil, tableta, ordenador). Así, si de media un día laborable se consumen casi 3 horas en la pantalla de TV, las horas que pasamos ante otro dispositivo viendo contenidos audiovisuales suman 2 y media. Evidentemente, si nos fijamos en los datos por edades, en la franja comprendida entre los 16 y los 24 años, el consumo audiovisual en ordenador/tableta y móvil (4,7 horas) duplica al consumo delante de la tele (2,2 horas).

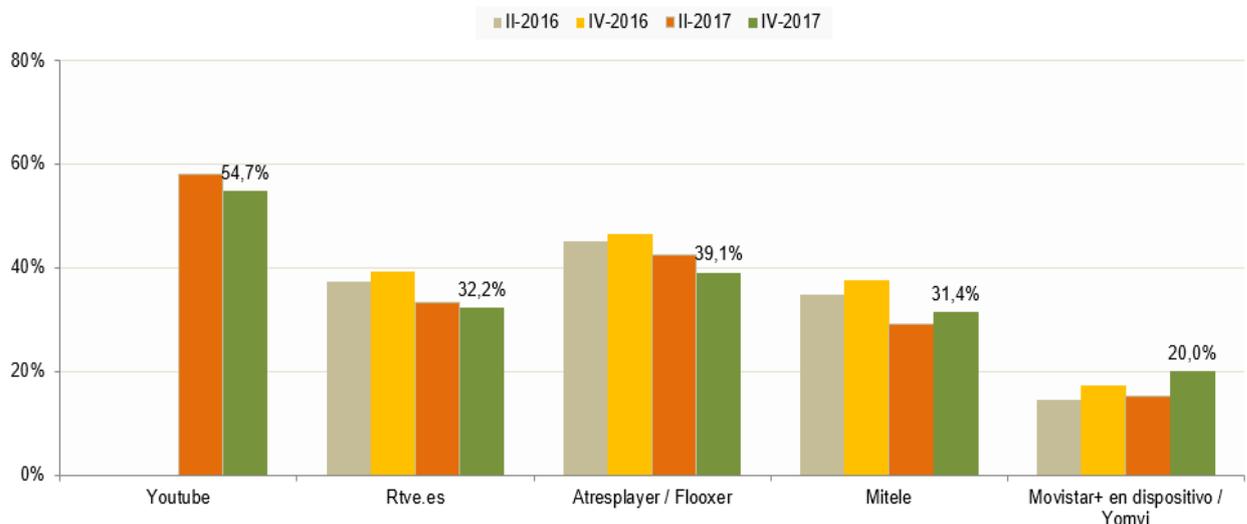
Además, según el [Panel de Hogares CNMC](#), cuatro de cada diez españoles vieron contenidos audiovisuales por Internet al menos una vez a la semana, y la mitad de ellos vieron reemisiones de programas de televisión. En cuanto a las plataformas, Youtube es la más utilizada (55%), seguida de Atresplayer (39%), RTVE.es (32%) y MiTele (31%).

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.

Plataformas utilizadas para ver por Internet programas de televisión a la carta (porcentaje de individuos). 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.

El [Panel de Hogares CNMC](#) sobre usos de Internet audiovisual y OTT recoge también la utilización de bloqueadores de publicidad por parte de los internautas: 2 de cada diez confiesan que los usan, aunque casi un 19% desconoce su existencia.

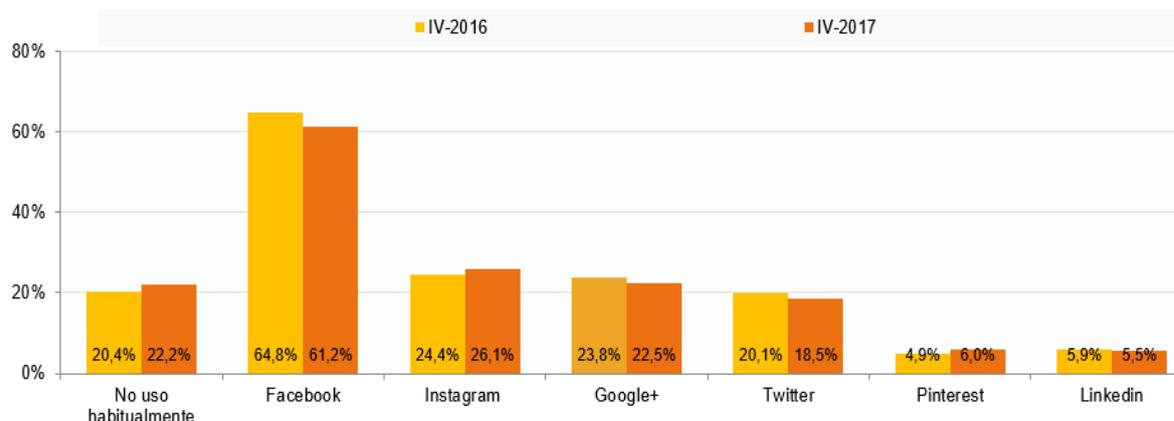
Si hablamos de redes sociales, ocho de cada diez internautas las usan habitualmente. En este campo, Facebook continúa siendo la aplicación preferida (61%), aunque ha perdido casi 4 puntos en un año. Le sigue Instagram (26%) y con cifras similares se encuentran Google+ y Twitter.

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.

Redes sociales usadas habitualmente (porcentaje de individuos). Posible respuesta múltiple.



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

La mensajería *online* es el principal uso que le dan los españoles a su Smartphone. Aquí, WhatsApp es el rey, y es empleado por 9 de cada diez internautas. Además, la aplicación no tiene rival en nuestro país en mensajería: el 21% usó Facebook Messenger y el 8% Skype.

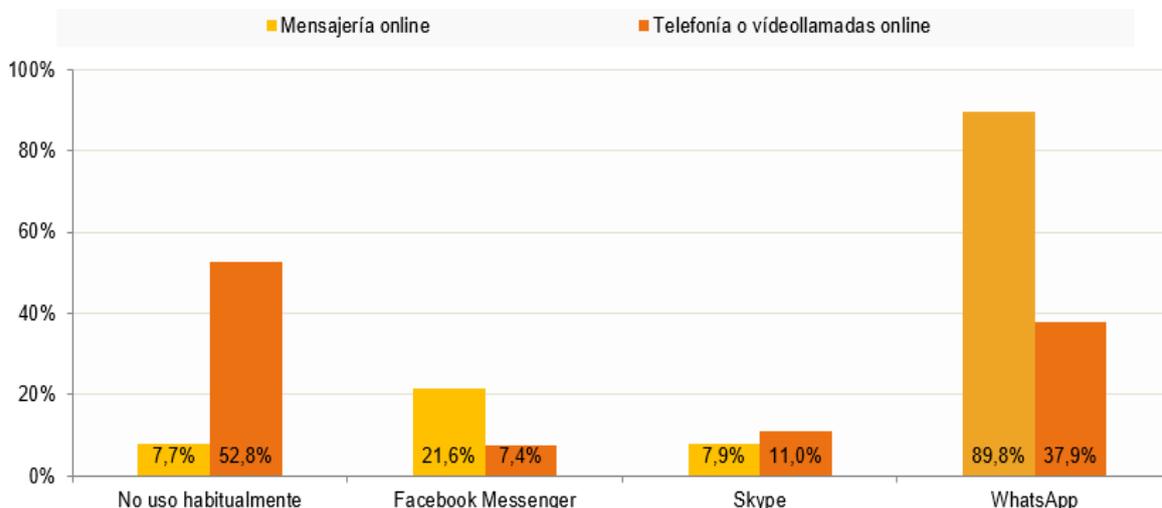
La telefonía online y las videollamadas fueron utilizados habitualmente por casi la mitad de los internautas en 2017, que se reparten entre WhatsApp (38%), Skype (11%) y Facebook Messenger (7,4%).

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.

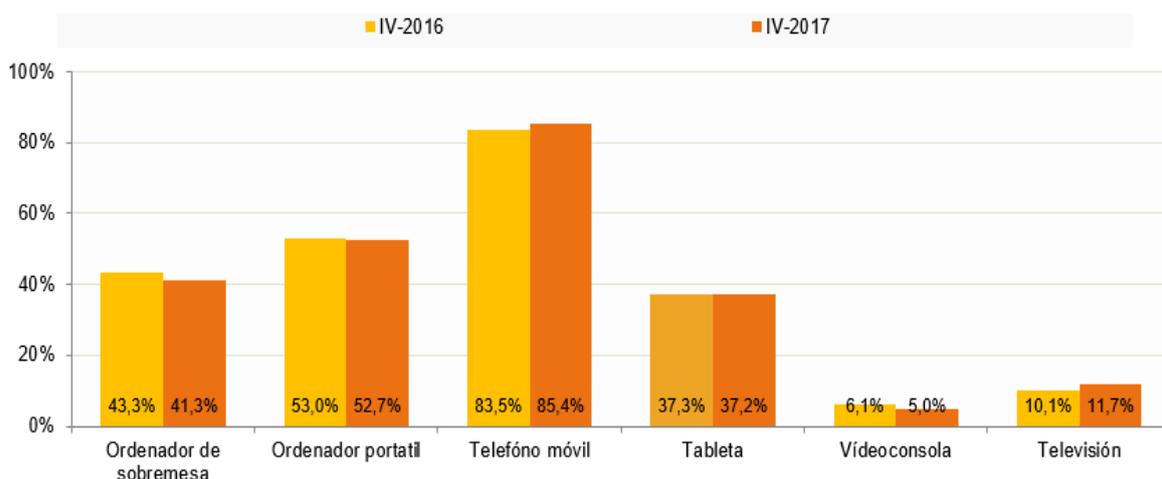
Servicios de mensajería/telefonía online usados habitualmente (porcentaje de individuos, IV-2017). Posible respuesta múltiple.



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

En cuanto al dispositivo desde el que se conectan los internautas, el teléfono móvil lidera la lista y es usado por más del 85%; seguido por los portátiles (53%), el ordenador de sobremesa (41%) y la tableta (37%).

Dispositivos con los que el usuario se suele conectar a Internet (porcentaje de individuos). 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.

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 oleada se llevó a cabo en el cuarto trimestre de 2017 e incluyó a 4.811 hogares y 8.974 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[Más datos en 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.