

NOTA DE PRENSA

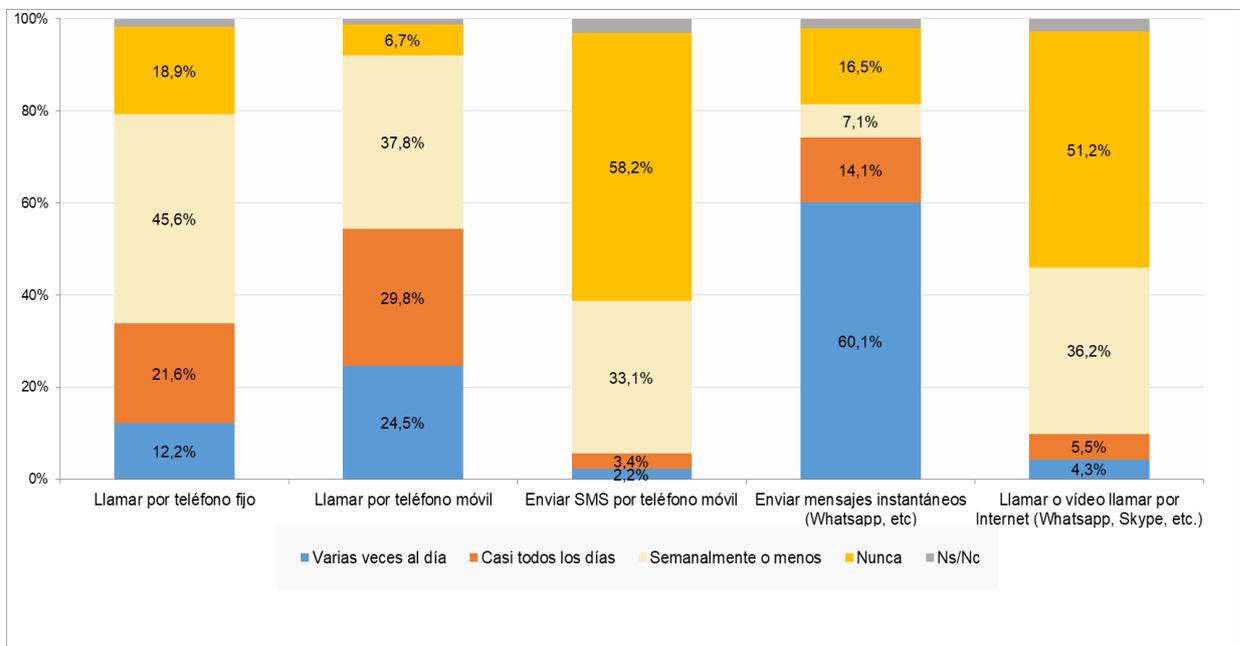
El uso diario de la mensajería instantánea casi duplica al de las llamadas por móvil y fijo

- Un 60% envía mensajes instantáneos varias veces al día, frente al 24% que llama desde el teléfono móvil y el 12% desde un fijo

Madrid, 1 de junio de 2018.- La mensajería instantánea sigue imparable ante el resto de servicios de comunicación tradicionales. Así se refleja en los datos del **Panel de Hogares CNMC del IV trimestre de 2017** y que compara la utilización de los servicios de comunicación tradicionales frente a los de las OTT.

La mensajería instantánea (como WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger...) es el servicio con mayor uso diario. Lo utilizan 6 de cada 10 españoles varias veces al día (60%), cifra muy superior al uso diario de las llamadas efectuadas desde móviles (24%), teléfonos fijos (12%) o llamadas online (4%). Los SMS han quedado casi en desuso y son utilizados en contadas ocasiones. Casi un 60% de los españoles nunca los envía.

Frecuencia de uso de las llamadas y mensajes mediante servicios de comunicación tradicionales y OTT (porcentaje de individuos, IV-2017)



Universo: Individuos. Fuente: CNMC.

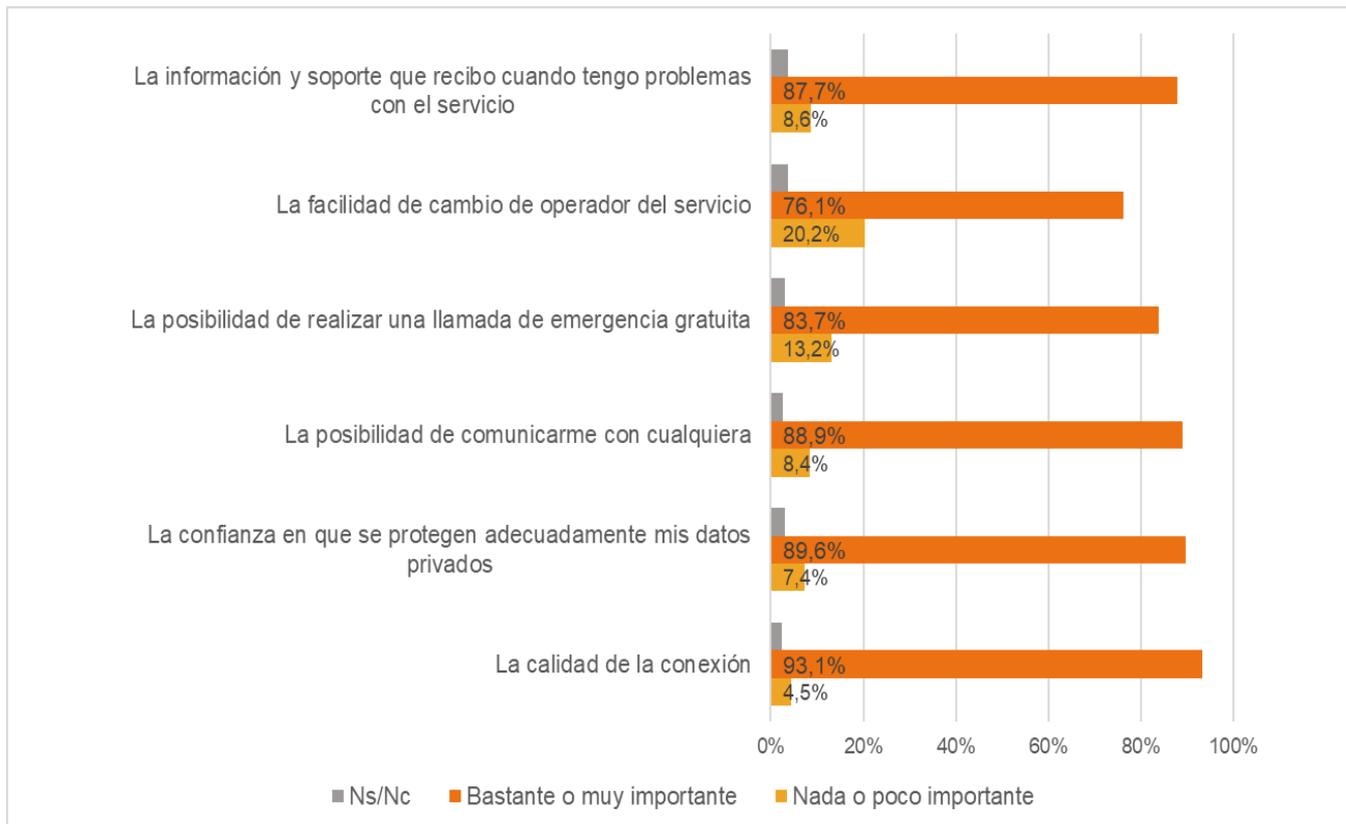
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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.

Según el [Panel de Hogares CNMC](#), un 93% de los españoles consideran bastante o muy importante la calidad de la conexión de los servicios y casi un 90% la confianza en la protección de sus datos personales . Por otro lado, dos de cada diez españoles declaran que les importa poco o nada la facilidad de cambio de operador del servicio.

Importancia de las características de las comunicaciones de voz (llamadas desde fijo, móvil o por Internet) para los usuarios (porcentaje de individuos, IV-2017)



Universo: Individuos. Fuente: CNMC

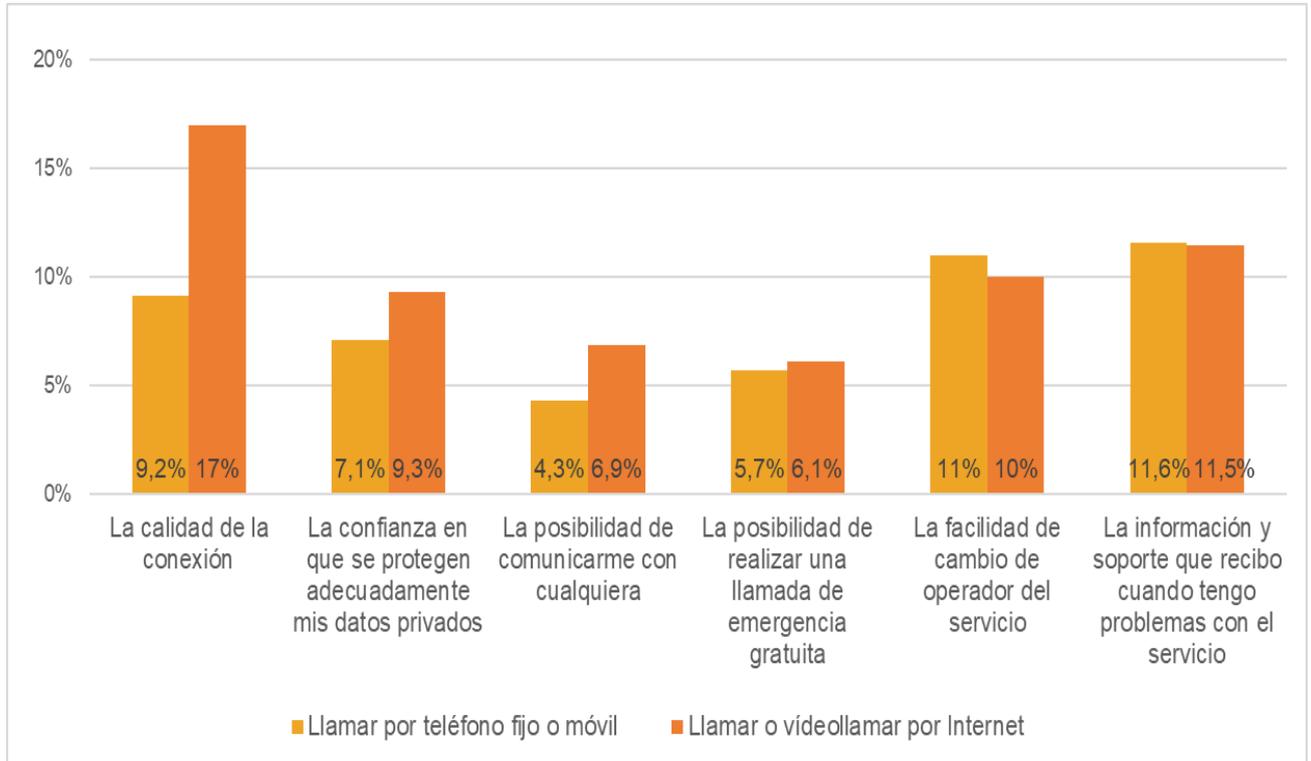
Un 17% de los usuarios regulares de llamadas o videollamadas por Internet se considera poco o nada satisfecho con la calidad en la conexión de las llamadas. En cambio, estos mismos usuarios se muestran más satisfechos con la calidad de las llamadas tradicionales (por móvil o por fijo). En este caso el porcentaje de usuarios insatisfechos por este motivo se reduce casi a la mitad (9%).

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-2017)



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

Finalmente, un 75% de 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 21%.

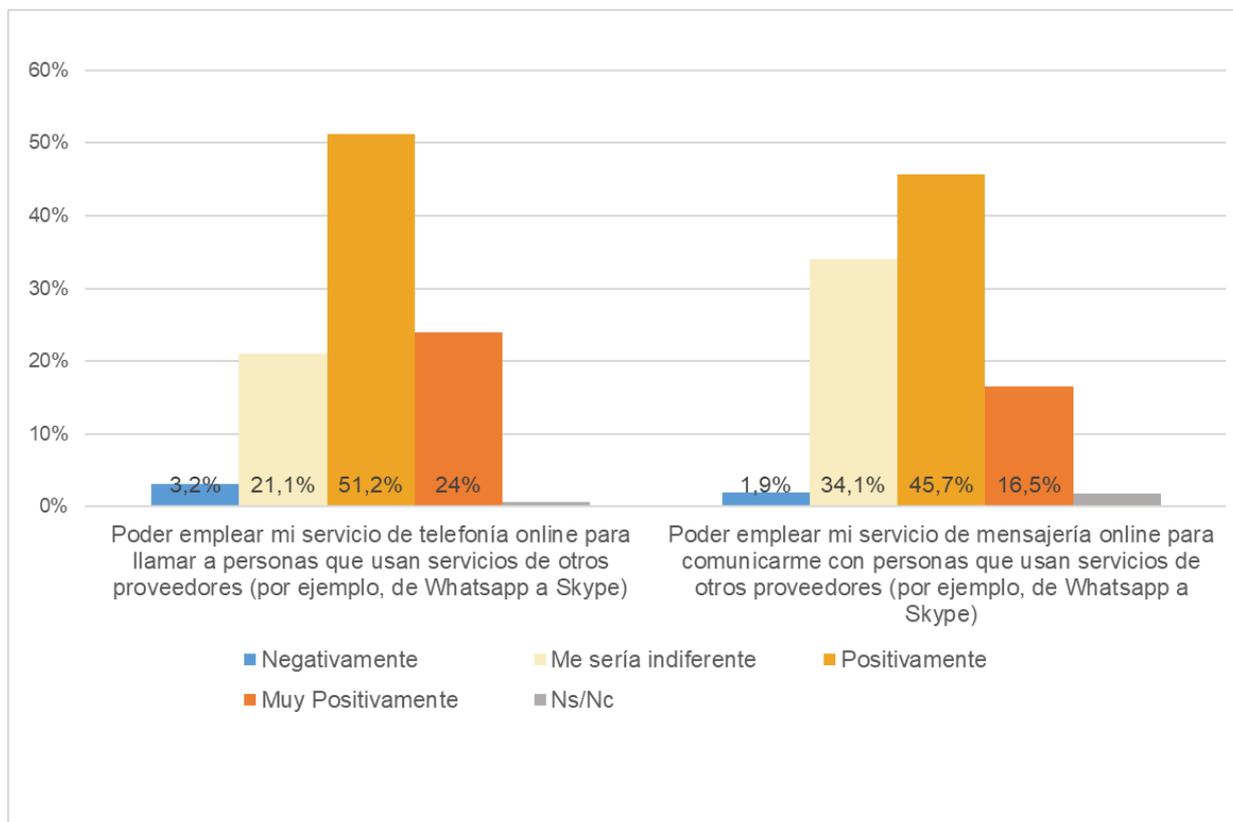
En cuanto a la interoperabilidad de plataformas en el caso de la mensajería online la valoración positiva del supuesto alcanza al 62% de los usuarios. Este caso supondría que desde, por ejemplo, Facebook Messenger, los usuarios pudieran enviar mensajes a usuarios de WhatsApp y Skype.

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-2017)



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 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.