

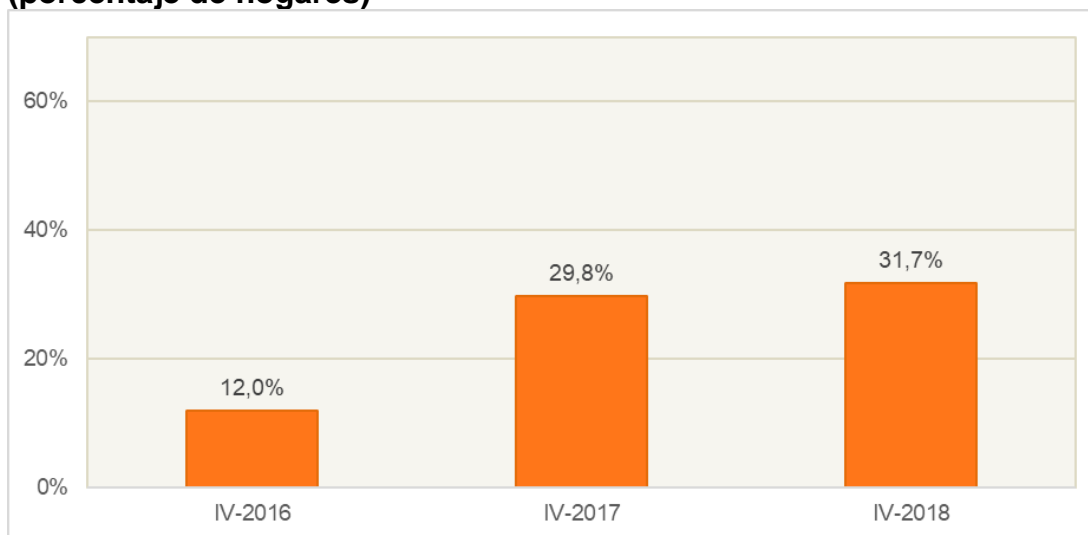
## NOTA DE PRENSA

### **Un tercio de los hogares pagó por ver contenidos online en 2018**

- Uno de cada cinco españoles vio programas ya emitidos bajo el formato “a la carta” en Internet, siendo Youtube la opción preferida.
- 8 de cada 10 individuos con Smartphone utilizaron la mensajería online varias veces al día; WhatsApp fue la aplicación más utilizada.
- Instagram es la red social con mayor crecimiento en 2018, aunque la más utilizada continúa siendo Facebook.

**Madrid, 31 de mayo de 2019.-** Un tercio de los hogares españoles utilizaron una plataforma de pago para consumir contenidos audiovisuales online a finales del cuarto trimestre de 2018. Es prácticamente el mismo número que un año antes según los últimos datos del [Panel de Hogares de la CNMC](#);

### **Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online (porcentaje de hogares)**

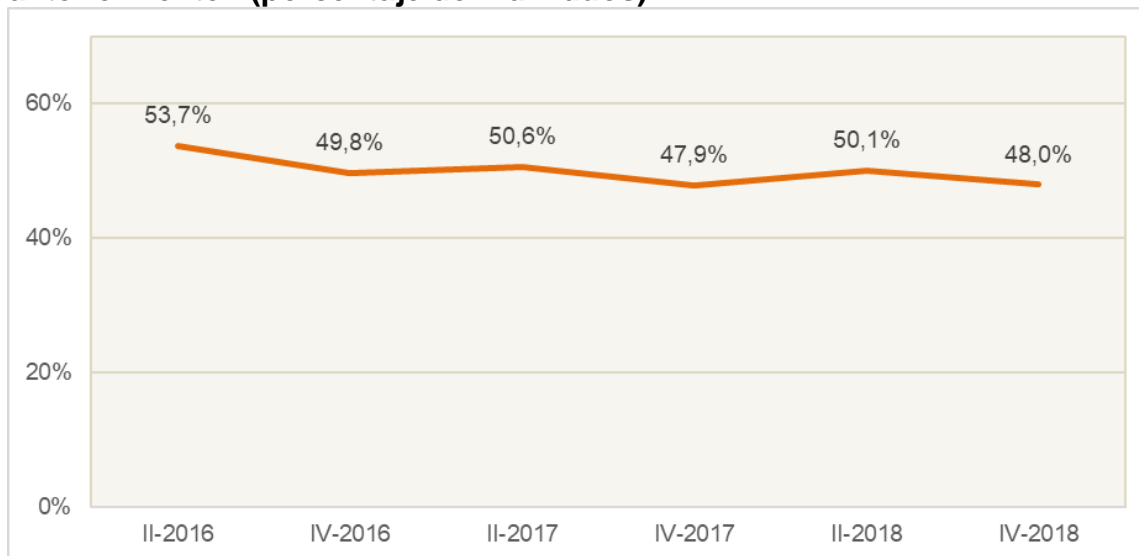


Universo: Hogares con acceso a Internet. Fuente:CNMCData.

También se mantiene estable la cifra de individuos que suelen ver en Internet programas de televisión ya emitidos a través de las plataformas “a la carta”. La mitad de los españoles confiesa optar por este tipo de consumo, dato que apenas varía en los últimos 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 pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente*

**¿Suele usted ver en Internet programas de televisión que ya han sido emitidos anteriormente? (porcentaje de individuos)**

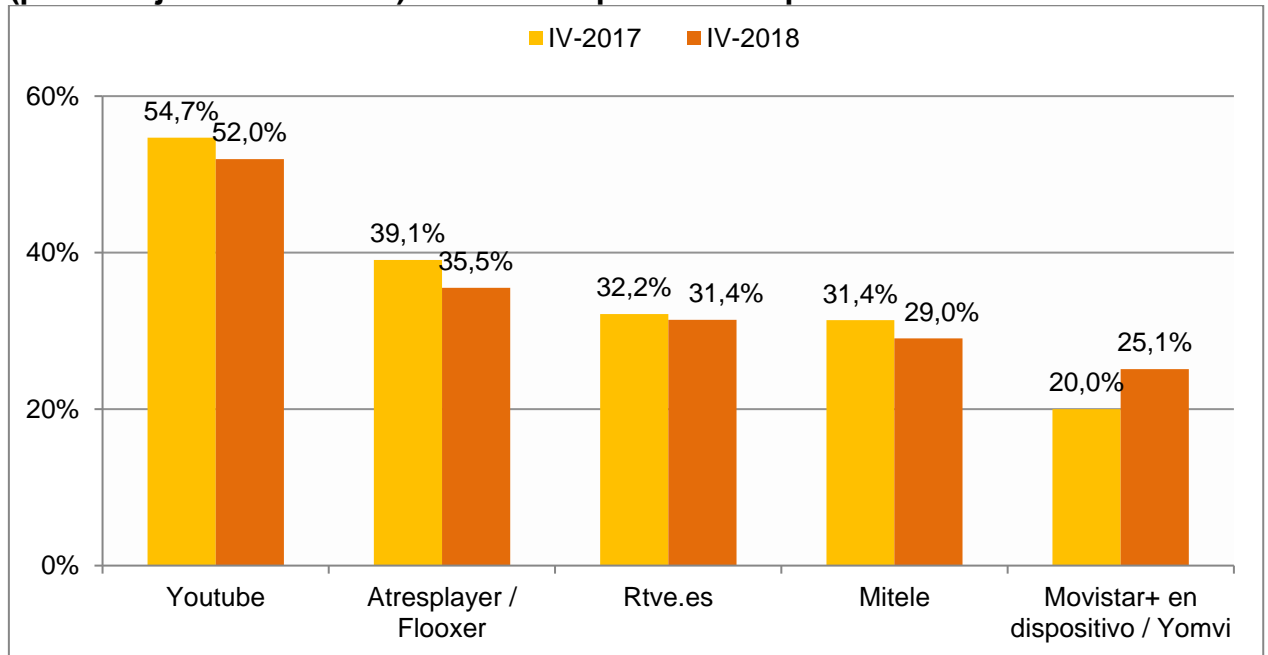


Universo: Individuos que consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana.  
Fuente: CNMCData.

En cuanto a las plataformas utilizadas, Youtube sigue siendo la preferida con un 52%, seguida por Atresplayer (35%), RTVE.es (31%), Mitele (29%) y Movistar + (25%).

*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 pueden 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**

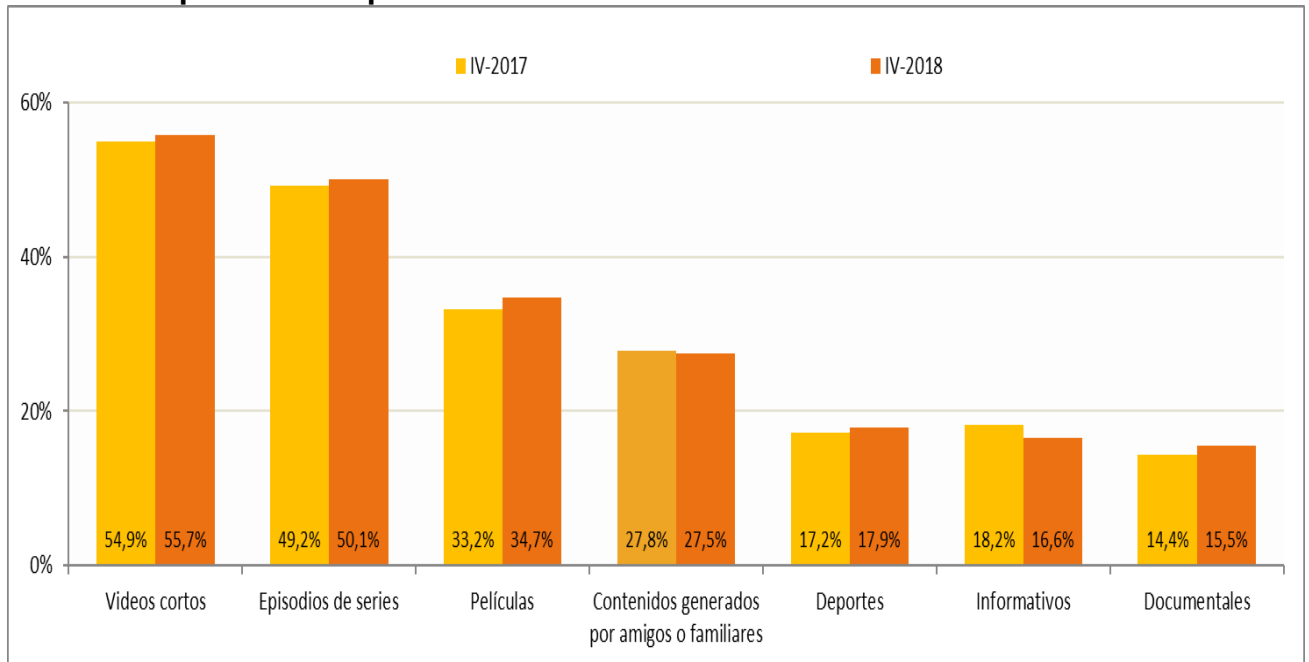


Universo: Individuos que consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana y suelen ver programas de TV a la carta por Internet. Fuente: CNMCData.

No obstante, la tendencia es que el consumo audiovisual online continúa su escalada: el 44% de los individuos declararon ver contenidos a través de Internet al menos una vez a la semana, un 8% más que a finales de 2017. ¿Y qué ven los españoles? Lo más consumido son vídeos cortos, seguido de episodios de series, películas y contenidos generados por amigos o familiares.

*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 pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente*

**Contenidos audiovisuales online más consumidos (porcentaje de individuos).  
Posible respuesta múltiple**

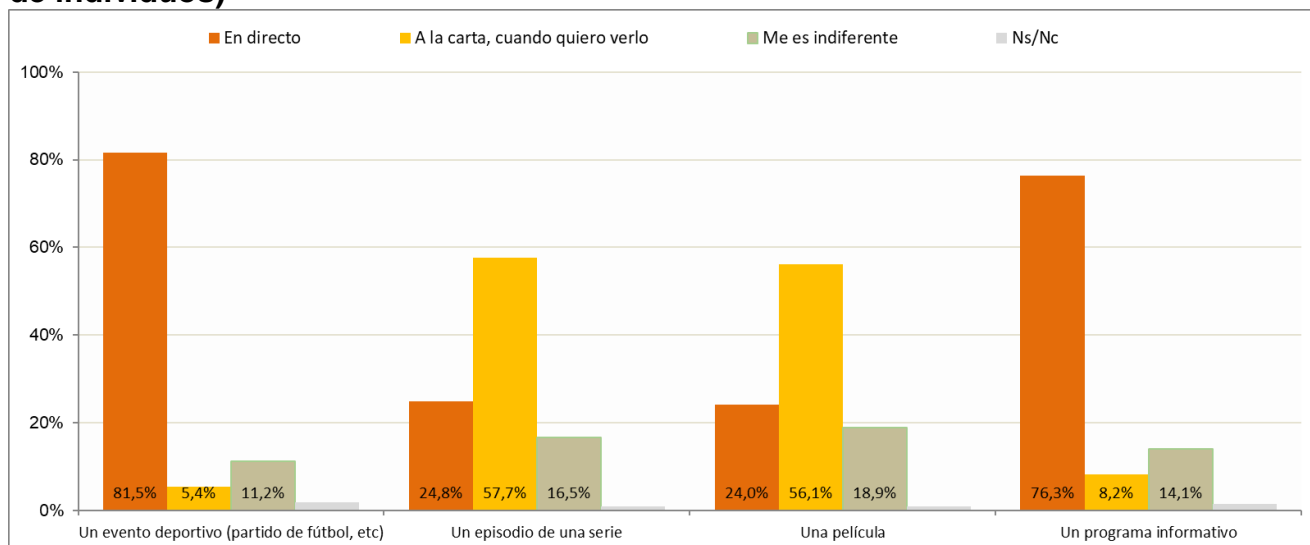


Universo: Individuos que consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana.  
Fuente: CNMCData.

Respecto a las preferencias sobre cómo ver los diferentes contenidos audiovisuales, las emisiones en directo son prácticamente exclusivas de los eventos deportivos, por ejemplo, partidos de fútbol, baloncesto, tenis, y de los programas informativos, mientras que las opciones clasificadas “a la carta” son las elegidas para ver episodios de series de televisión y películas.

*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 pueden 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)



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

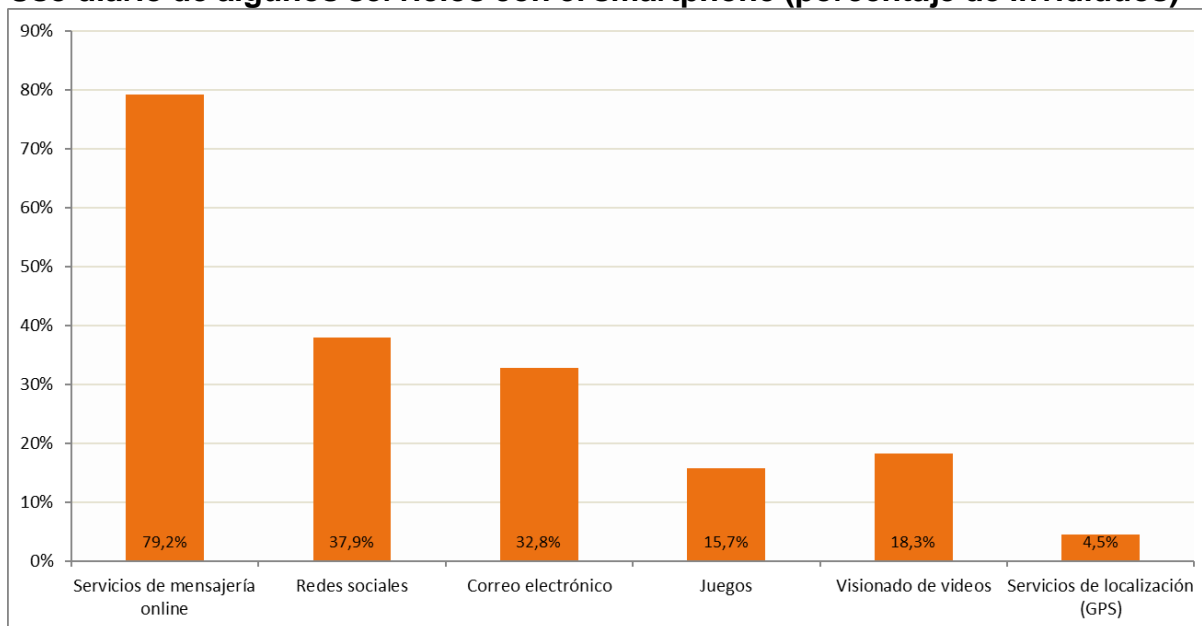
Por otra parte, casi 9 de cada 10 españoles navegaron por Internet en los últimos tres meses y, de estos, el 72% se conectaron varias veces al día, indicador que presenta una tendencia ascendente en los últimos años.

Teniendo en cuenta los datos, el teléfono móvil es la opción preferida para conectarse a Internet, así lo declararon el 87% de los individuos que usan Internet cada semana. La segunda opción es el ordenador portátil (52%) seguido del ordenador de mesa y de las tabletas, cuyo uso disminuyó en el último año.

Un 86% de los individuos con móvil tiene un smartphone y usaron su dispositivo para distintas funciones. Las más populares fueron los servicios de mensajería online (79%), las redes sociales (38%), el correo electrónico (33%), los juegos y el visionado de vídeos.

*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 pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente*

### Uso diario de algunos servicios con el smartphone (porcentaje de individuos)

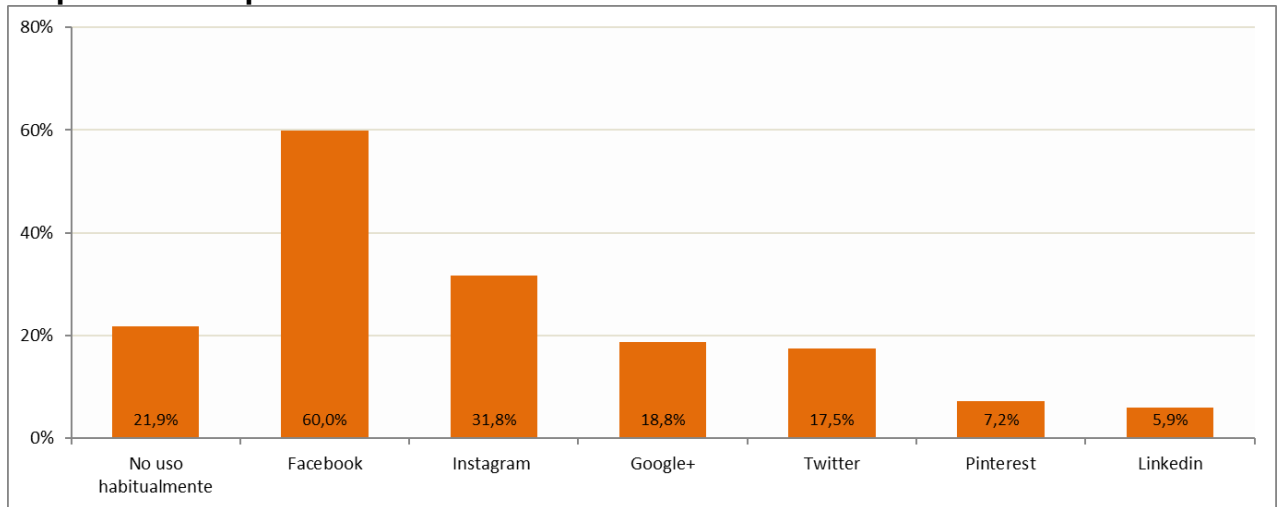


Universo: Individuos con smartphone. Fuente: CNMCData.

En cuanto a las redes sociales que más se utilizan, destacan Facebook e Instagram. La segunda fue la única que creció en usuarios durante 2018, pues a finales de 2017 fue utilizada por un 26% de individuos y un año después por un 32%.

*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 pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente*

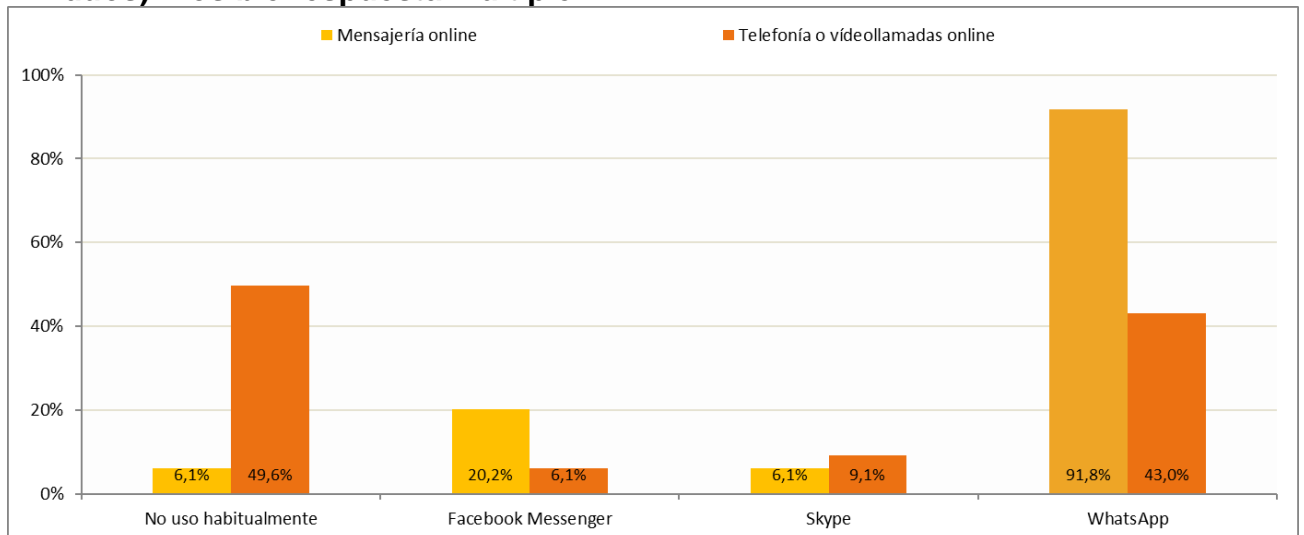
**Redes sociales usadas habitualmente (porcentaje de individuos). Posible respuesta múltiple**



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

Finalmente, el servicio de mensajería online más utilizado por los individuos fue WhatsApp, con un 92%, en segundo lugar, y de lejos, se situó Facebook Messenger (20%) seguido de Skype (6%).

**Servicios de mensajería online usados habitualmente (porcentaje de individuos). Posible respuesta múltiple**



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: 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 pueden 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 de la 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 2018 e incluyó a 4.987 hogares y 9.194 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 pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente*