

## NOTA DE PRENSA

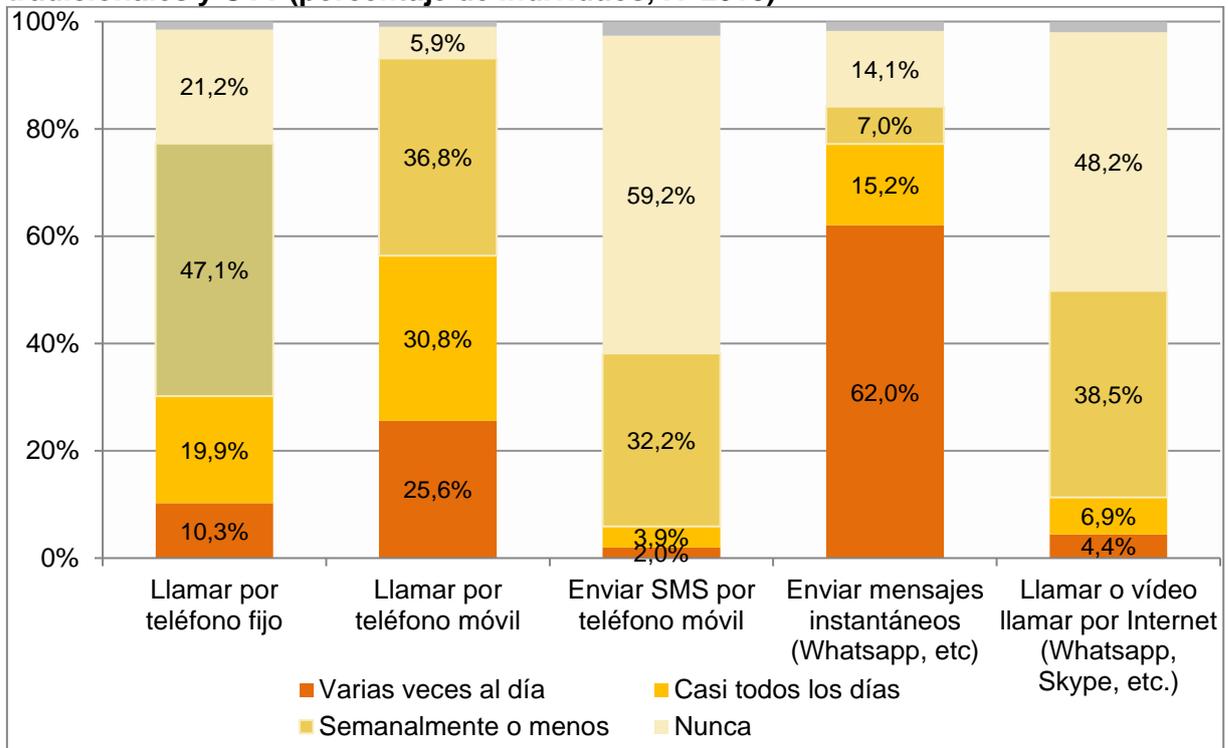
### El 85% de usuarios utiliza servicios de mensajería online como WhatsApp o Telegram

- El uso diario de la mensajería instantánea duplica al de las llamadas por móvil

**Madrid, 7 de junio de 2019.-** 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 2018](#) y que compara la utilización de los servicios de comunicación tradicionales frente a los de las OTT.

La mensajería instantánea, aplicaciones como WhatsApp, Telegram, Facebook y Messenger, es el servicio con mayor uso diario; 6 de cada 10 españoles la emplean varias veces al día (62%), cifra muy superior al uso diario de las llamadas desde móviles (25,6%), teléfonos fijos (10,3%) y llamadas online (4,4%). En cambio, los SMS están en desuso y alrededor del 60% de los españoles no recurre a ellos.

### Frecuencia de uso de las llamadas y mensajes mediante servicios de comunicación tradicionales y OTT (porcentaje de individuos, IV-2018)

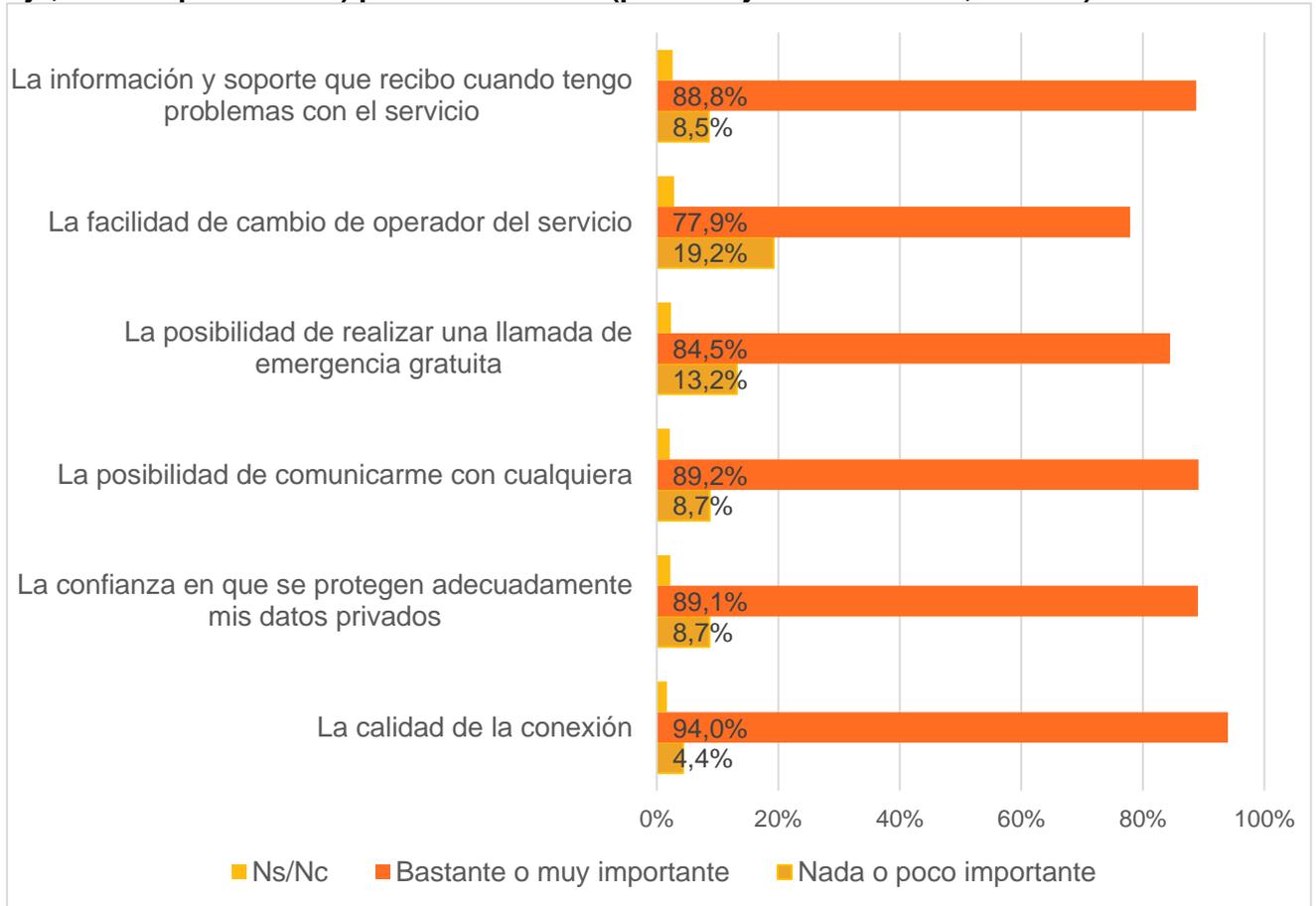


Universo: Individuos. Fuente: CNMC.

*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 94% 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.

**Importancia de las características de las comunicaciones de voz (llamadas desde fijo, móvil o por Internet) para los usuarios (porcentaje de individuos, IV-2018)**

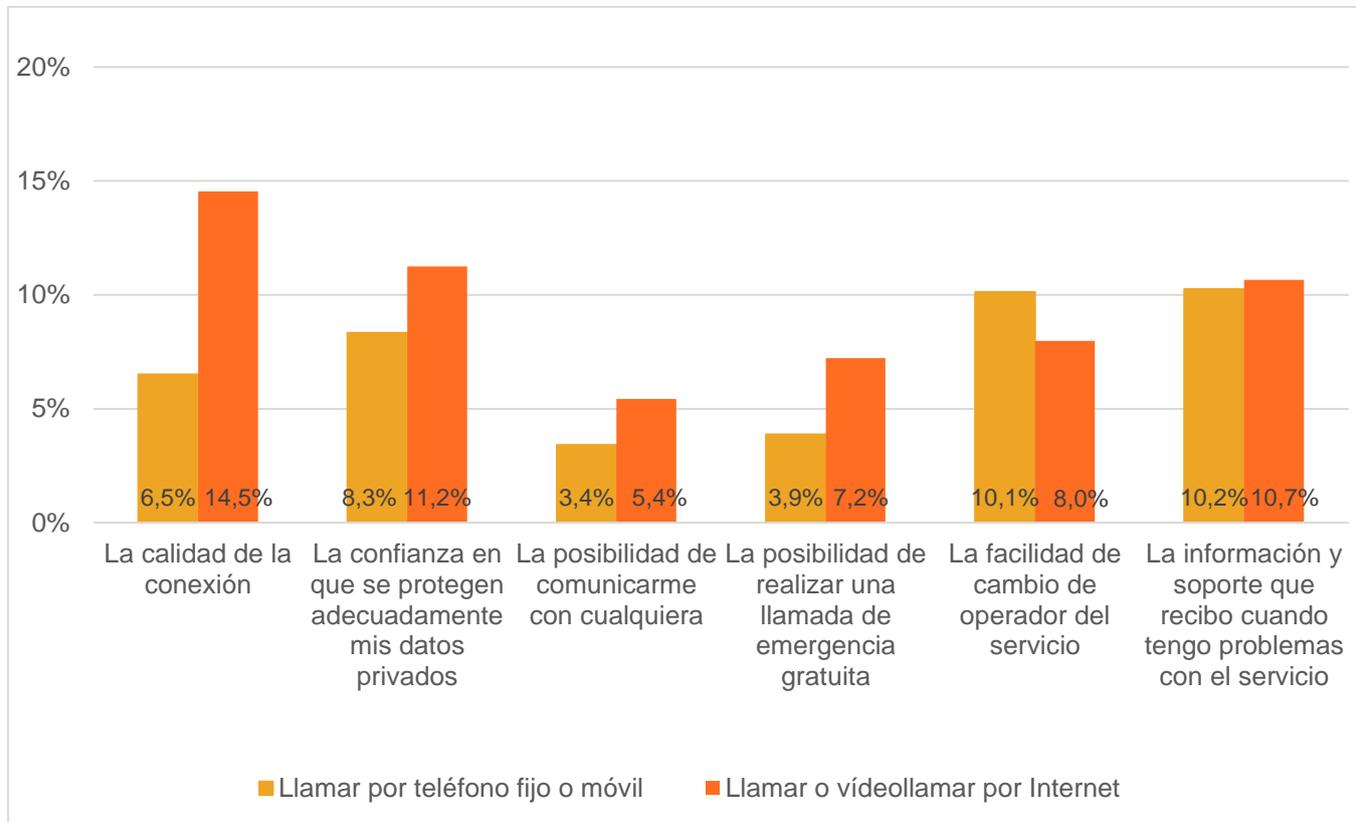


Universo: Individuos. Fuente: CNMC

Por otro lado, comparando el grado de satisfacción de las llamadas tradicionales con el de las vídeollamadas/llamadas por Internet, los datos del Panel indican que la calidad de conexión y la confianza en la protección de los datos personales generan mayor insatisfacción cuando se llama a través de Internet que cuando se realizan las llamadas tradicionales (por móvil o por fijo).

*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-2018)**



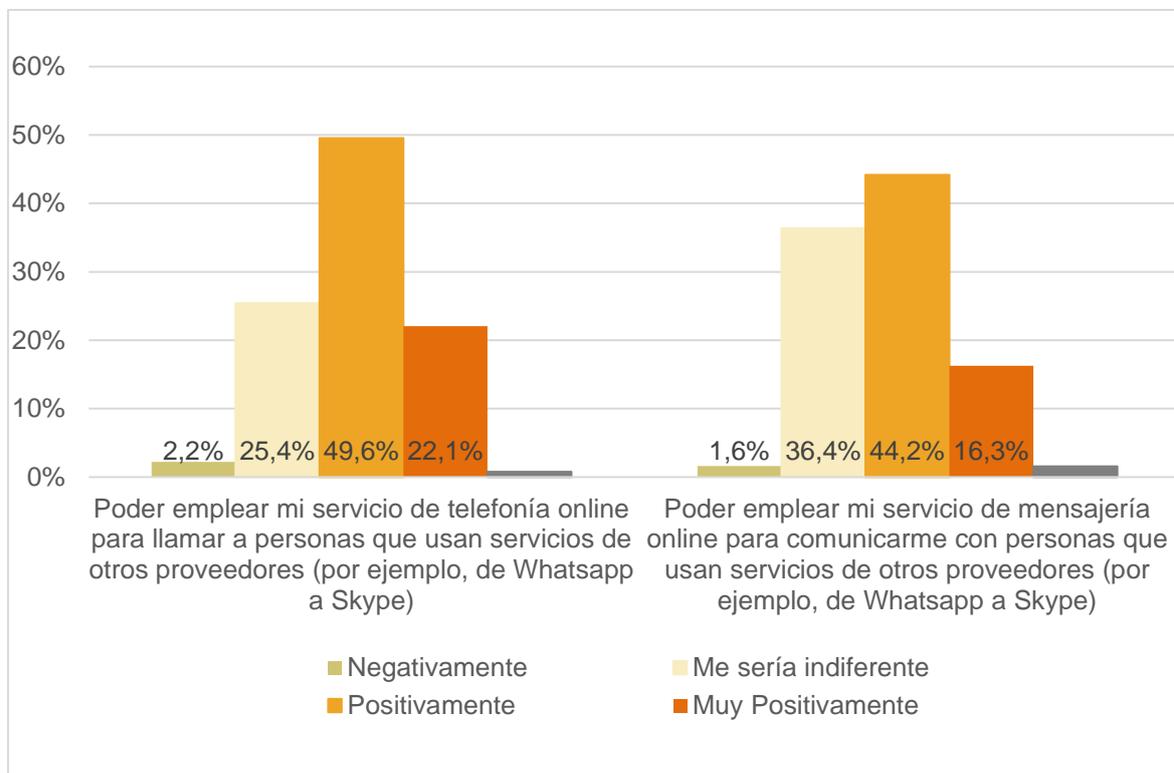
Universo: Individuos que llaman o vídeollaman por Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

Finalmente, más de un 70% de usuarios de llamadas o vídeollamadas 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 25%.

En el caso de la mensajería online, la valoración positiva de la interoperabilidad supera el 60%. Es decir, seis de cada diez valorarían, por ejemplo, que se pudiera enviar y recibir mensajes de Facebook Messenger desde WhatsApp o 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-2018)**



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