

NOTA DE PRENSA

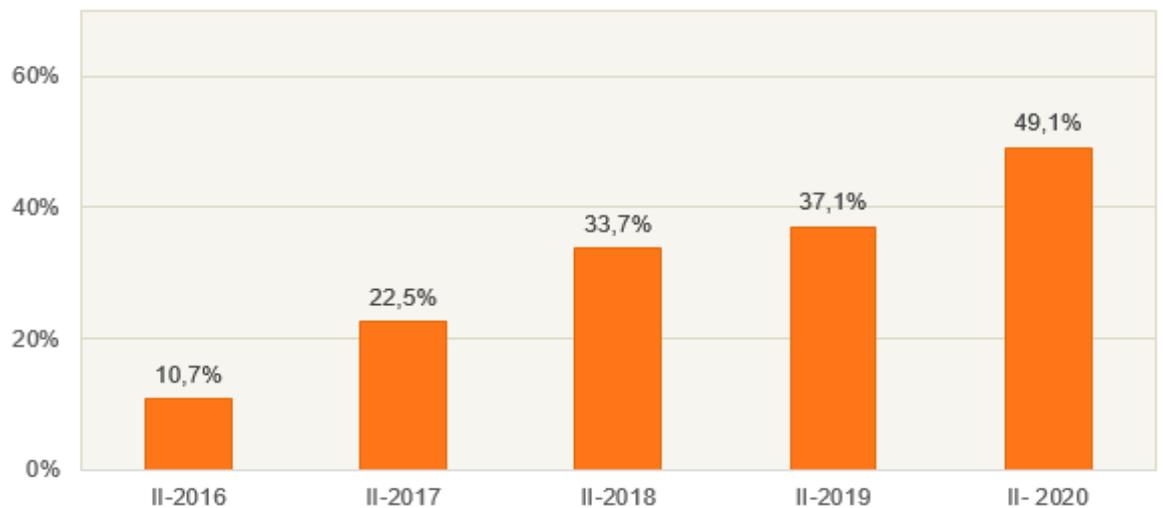
PANEL DE HOGARES 2T 2020

La mitad de hogares con Internet consumen contenidos audiovisuales en plataformas online de pago

- Los datos de esta encuesta reflejan la situación de mercado durante la pandemia de COVID-19. En plena pandemia, por ejemplo, casi se duplicó el uso de las **videollamadas** y las **llamadas por Internet**, mientras que el **visionado diario de vídeos creció un 37%**.
- La mensajería online es el servicio más utilizado por los usuarios para comunicarse, por delante de las llamadas con el móvil.

Madrid, 30 de octubre de 2020.- La CNMC ha analizado el consumo audiovisual de los españoles a través de plataformas online de pago, como Netflix, HBO o Amazon Prime Video. A mediados de 2020, este tipo de plataformas de pago estaban presentes en la mitad de los hogares con acceso a Internet. El crecimiento interanual fue de un 33%, según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC del segundo trimestre de 2020](#).

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



Universo: Hogares con acceso a Internet

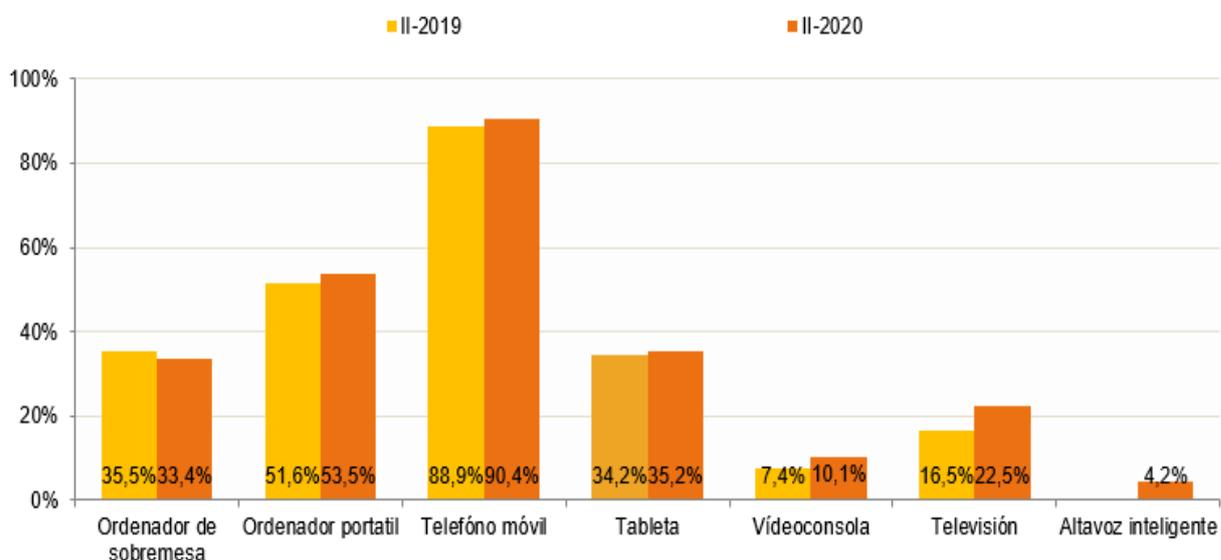
Es importante destacar que los datos de esta encuesta reflejan la situación de mercado **durante la pandemia de COVID-19 (trabajo de campo realizado en**

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

mayo y junio).

Los resultados del Panel también confirman el uso intensivo del **móvil para conectarse a Internet**: 9 de cada 10 internautas lo hace de manera habitual. Por cierto, en esta oleada aparece por primera vez el **altavoz inteligente** como dispositivo de conexión.

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



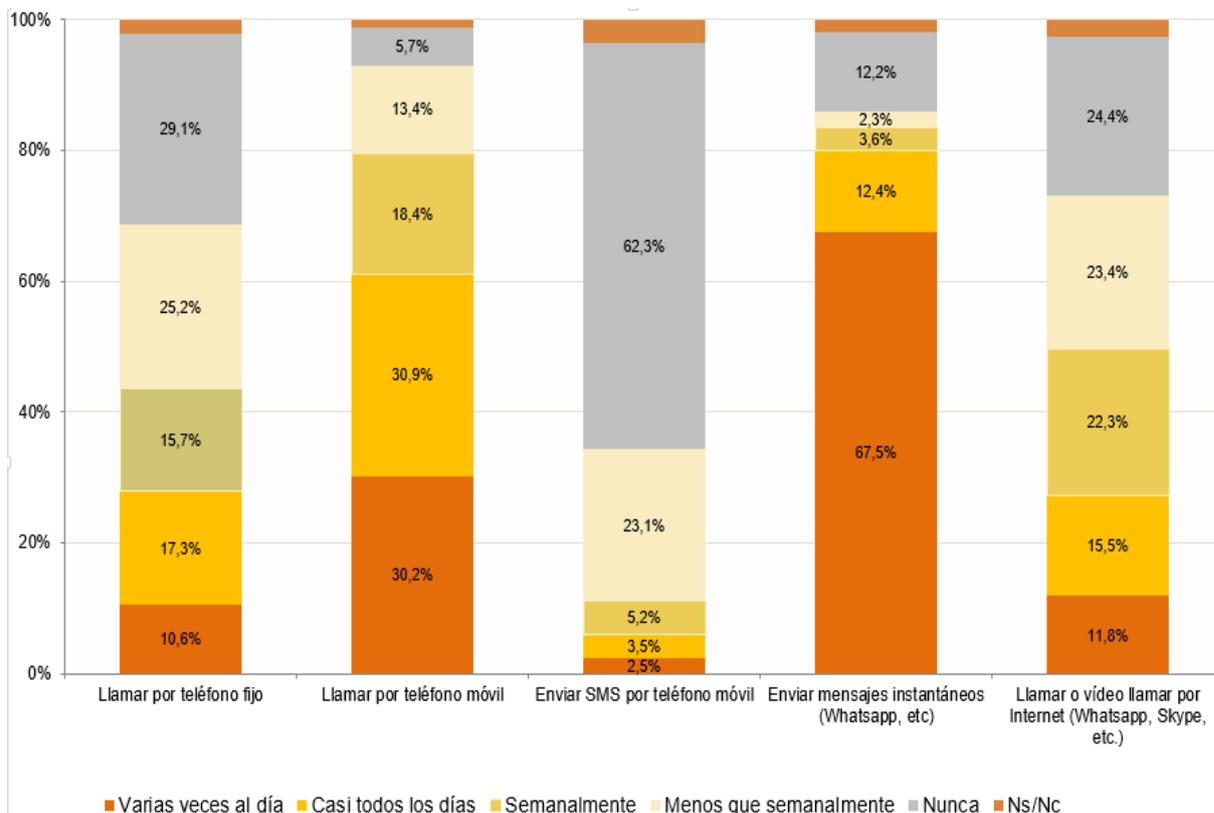
Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente

Aunque la **mensajería online** es el servicio más utilizado por los usuarios para comunicarse (ocho de cada diez los usa todos o casi todos los días), en esta oleada hay que destacar el crecimiento del uso de las **videollamadas** y las **llamadas por Internet que se han duplicado** respecto a los datos del año anterior: en el segundo trimestre de 2019 un 14,6% las usaba todos o casi todos los días mientras que en el segundo trimestre de 2020 este porcentaje alcanzó el 27,3%.

Como comentábamos antes, estos datos se tomaron entre mayo y junio de 2020, unas semanas en las que, a causa de las restricciones por la COVID-19, la población pasó más horas en casa, en muchas ocasiones, teletrabajando.

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

Frecuencia de uso de las llamadas y mensajes mediante servicios de comunicación tradicionales y OTT (porcentaje de individuos, II-2020)

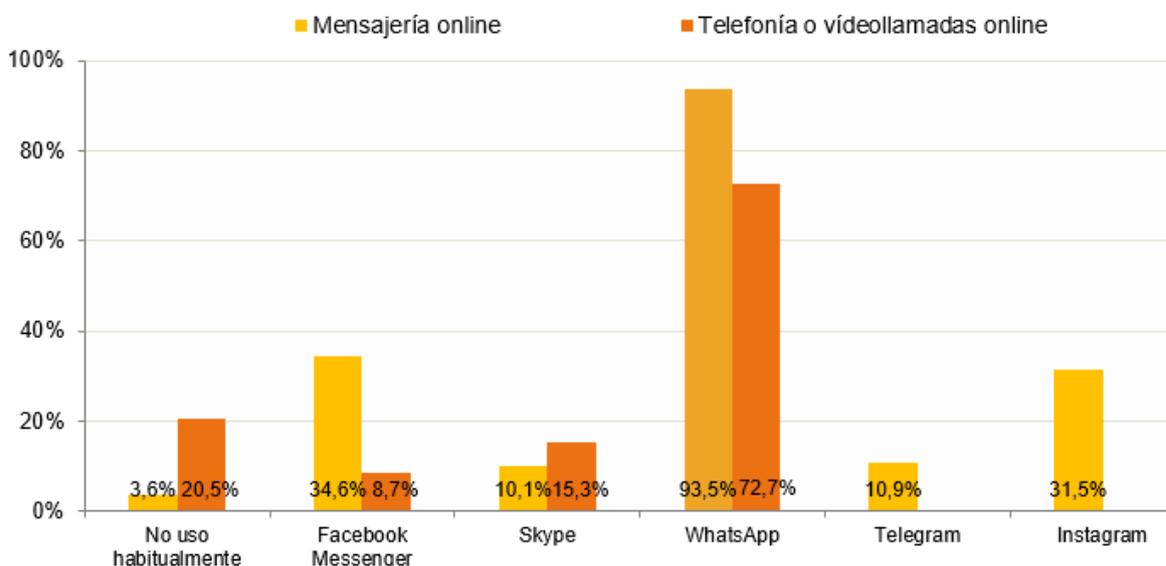


Universo: Individuos

Whatsapp continúa siendo el principal proveedor de servicios de comunicación online: un 93% de los usuarios habituales de Internet usa este servicio para mandar mensajes online y un 73% para efectuar llamadas o vídeo-llamadas.

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 online y de telefonía/vídeollamadas usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2020)

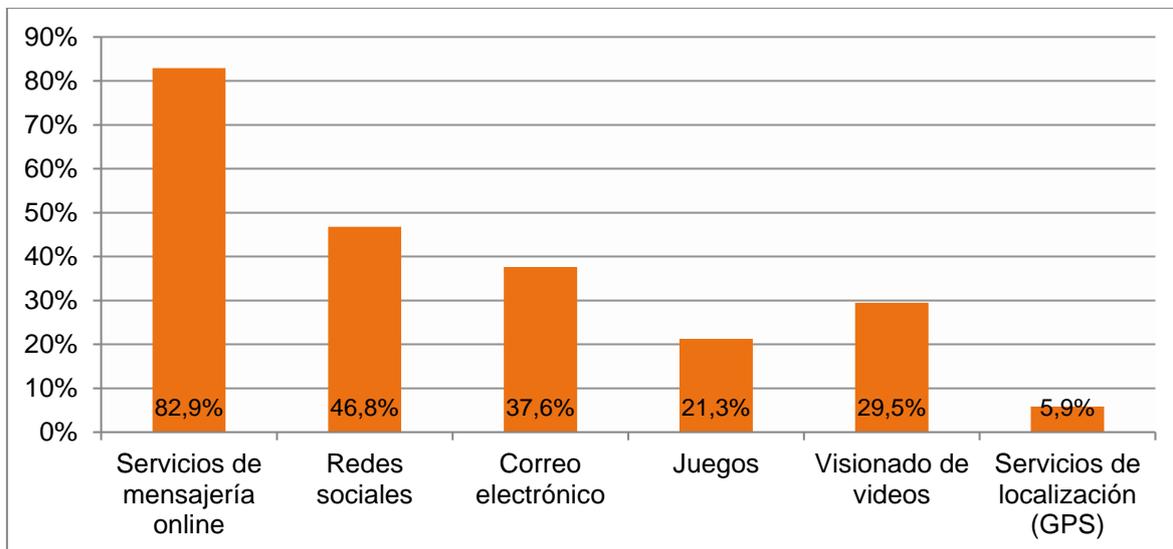


Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente

En lo referente a los usos del smartphone, el más habitual en el uso diario es la mensajería online, seguida de las redes sociales y el correo electrónico. Con la excepción de la mensajería online, que crece moderadamente, todos los servicios tienen tasas interanuales de crecimiento con más de dos dígitos. En el segundo trimestre de 2020, en plena pandemia, **el visionado diario de vídeos creció un 37% respecto a un año atrás** y jugar con el smartphone a diario un 21%.

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 diario de algunos servicios con el smartphone (porcentaje de individuos, II-2020)



Universo: Individuos con smartphone

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 segundo trimestre de 2020 e incluyó a 4.979 hogares y 9.355 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