

## NOTA DE PRENSA

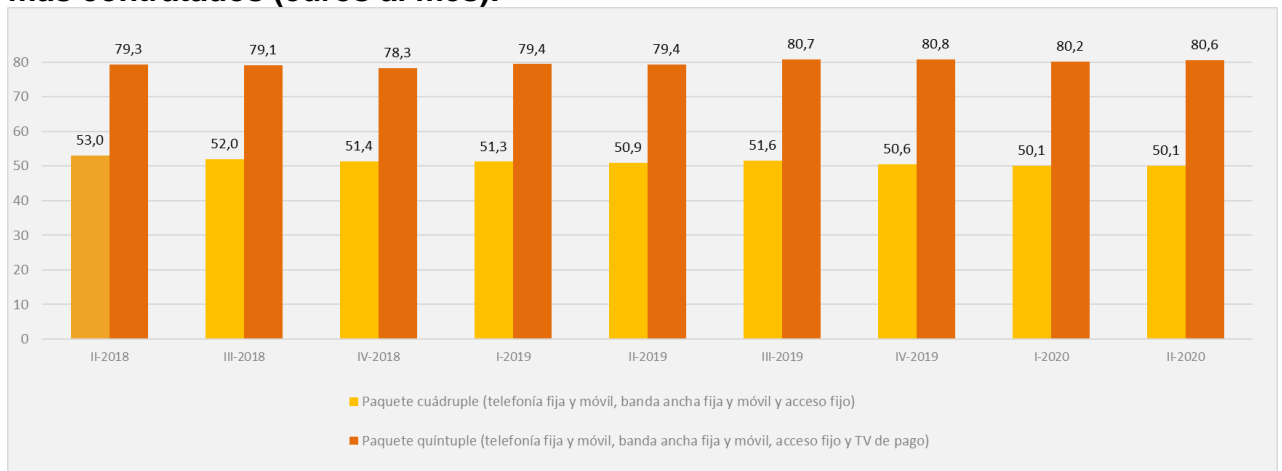
### **El gasto medio de los hogares españoles en servicios de telecomunicaciones se mantuvo estable en el inicio de la pandemia**

- Durante el confinamiento, la contratación de la televisión de pago aumentó más de 6 puntos porcentuales y alcanzó el 45% de hogares.
- La fibra (FTTH) continúa en expansión y ya se conectan con esta tecnología siete de cada diez hogares con banda ancha fija.

**Madrid, 11 de diciembre de 2020.-** El gasto de los hogares españoles en ofertas empaquetadas de telecomunicaciones (paquetes cuádruples y quíntuples) se mantuvo estable en el inicio de la pandemia de Covid-19, según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC](#) y del II trimestre de 2020.

En el caso de los paquetes cuádruples (que incluyen telefonía fija y móvil, y banda ancha fija y móvil) el gasto mensual fue de unos 50 euros, lo mismo que el trimestre anterior (I trimestre de 2020) y ochenta céntimos menos que hace un año. En cuanto a las ofertas quíntuples (igual que el paquete cuádruple, pero con TV de pago) el gasto medio fue de 80,6 euros, prácticamente la misma cantidad que en el trimestre anterior, y un euro con veinte céntimos más que en 2019.

### **Gastos medios por hogar en los paquetes y servicios de telecomunicaciones más contratados (euros al mes).**



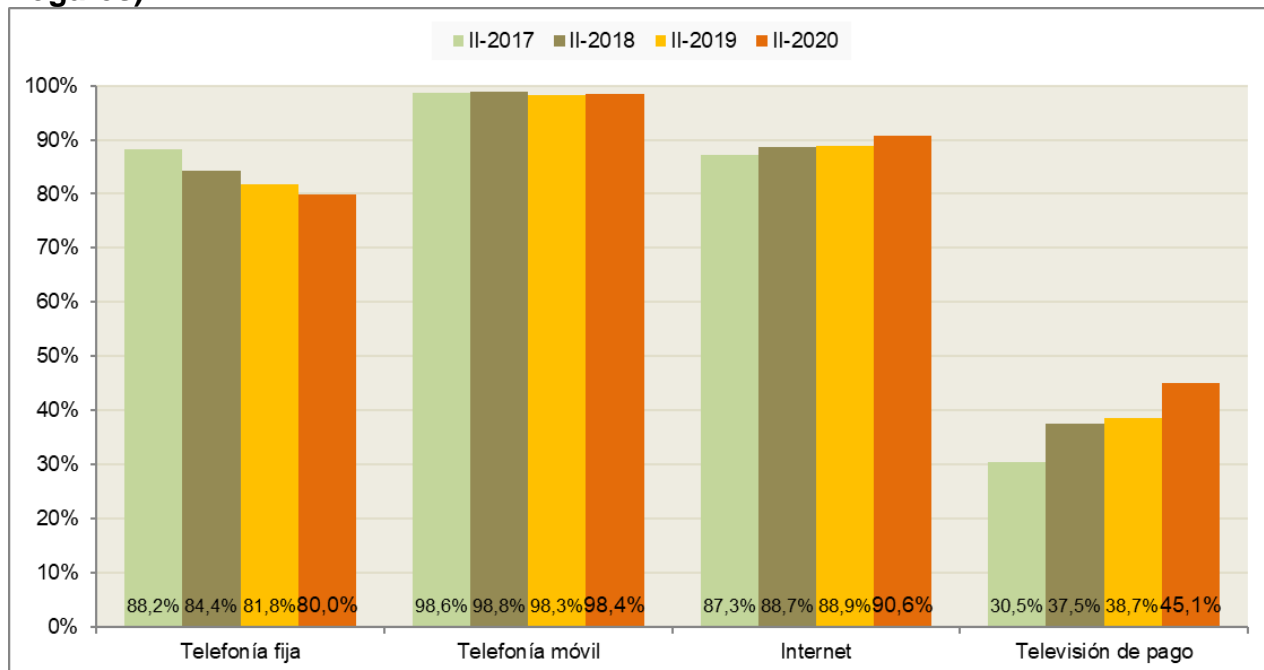
Universo: Hogares con cada tipo de paquete. (El gasto se obtiene de las facturas de los hogares e individuos. Incluye impuestos indirectos). Fuente: CNMCData.

En cuanto a la disponibilidad de los servicios, lo que más aumentó en el segundo trimestre de 2020 fue la contratación de la televisión de pago: creció más de 6 puntos porcentuales al pasar del 38,7% al 45,1% en un año. Un hecho que coincidió

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMCData y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

con los meses de confinamiento domiciliario derivados del estado de alarma decretado por la crisis sanitaria de Covid-19. Respecto al resto de servicios, la contratación de Internet aumentó cerca de 2 puntos porcentuales, mientras que la telefonía móvil permaneció invariable y la telefonía fija disminuyó casi 2 puntos porcentuales.

### Disponibilidad de servicios de comunicaciones electrónicas (porcentaje de hogares)

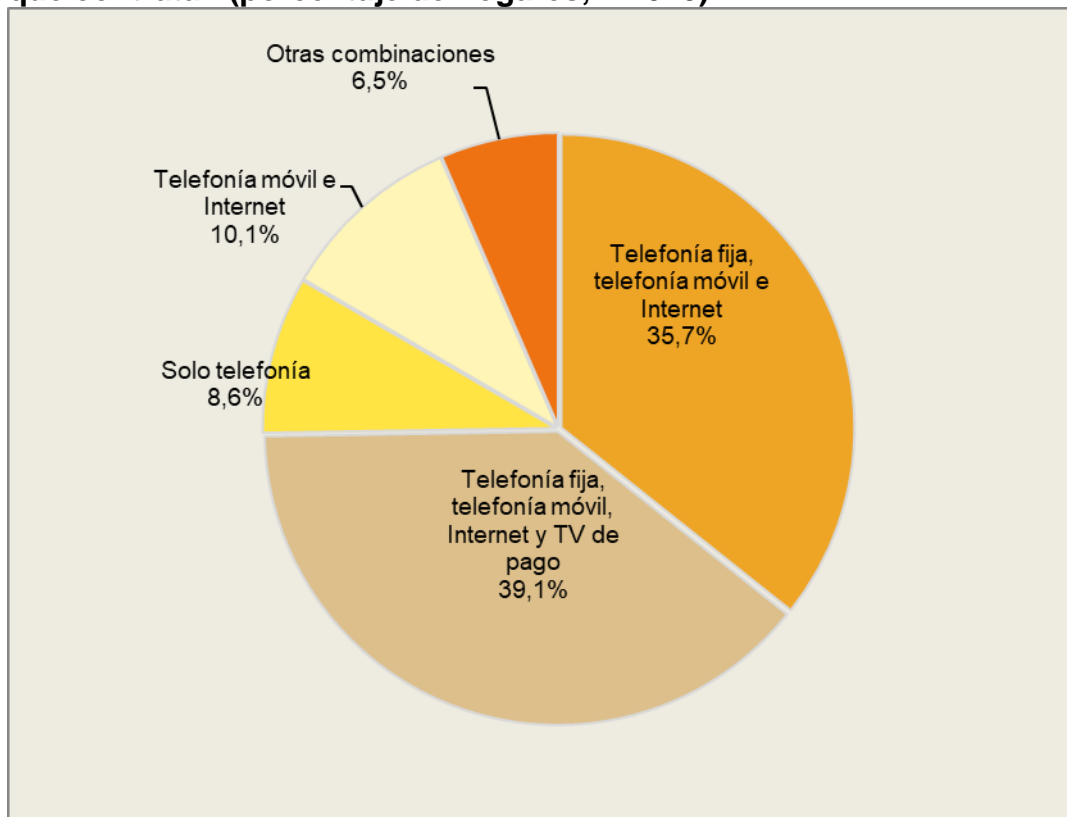


Universo: Hogares. Fuente: CNMCData.

Casi cuatro de cada diez hogares españoles tienen contratados la telefonía fija y móvil, Internet y la televisión de pago. Los hogares que solo tienen telefonía móvil e Internet son uno de cada diez, y los que tienen solo telefonía aún menos, un 8,6%.

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMCData y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

### Hogares según combinación de servicios de comunicaciones electrónicas que contratan (porcentaje de hogares, II-2020)

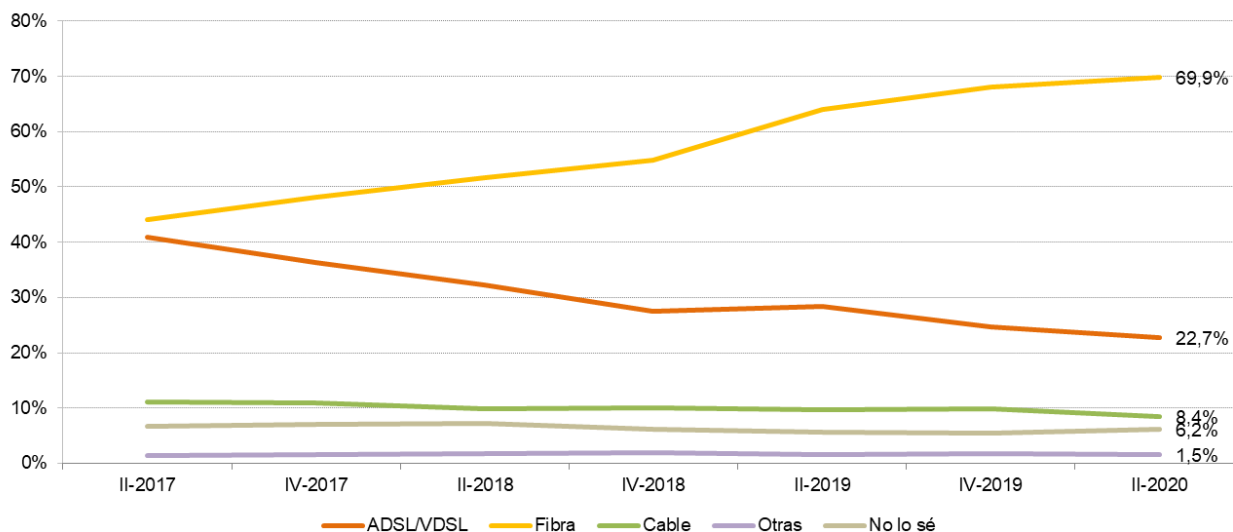


Universo: Hogares. Fuente: CNMCData.

En cuanto a la tipología de banda ancha fija, casi 7 de cada 10 hogares tienen instalada fibra óptica (FTTH). Los clientes con tecnología xDSL continuaron a la baja y apenas representan el 22% del total de hogares con banda ancha fija.

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMCData y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

### Tipos de banda ancha fija (porcentaje de hogares).



Universo: Hogares con banda ancha fija. Fuente: CNMCDData.

### 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.

[CNMCDData](#).

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMCDData y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*