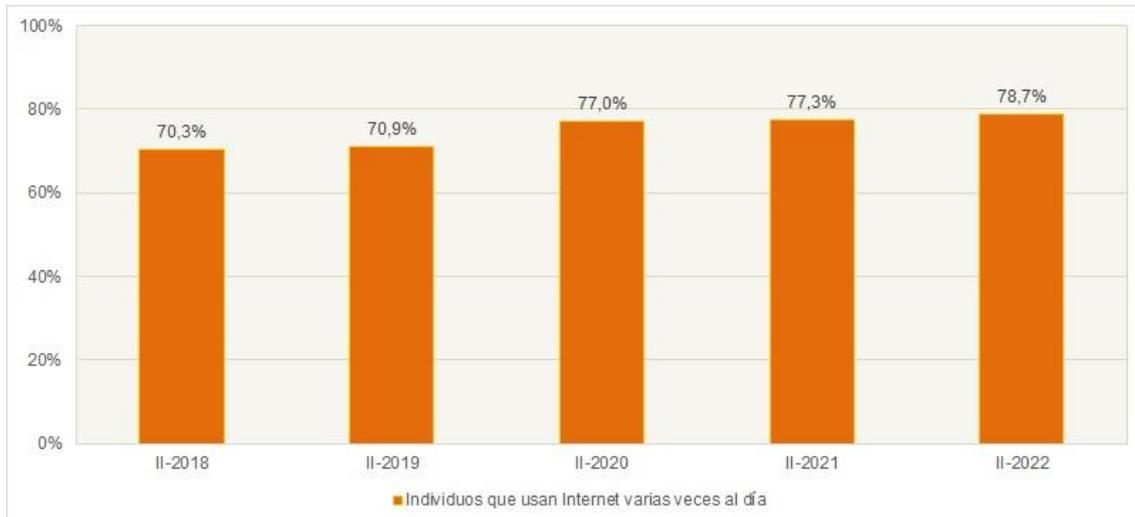


Seis de cada diez hogares con Internet pagan para ver contenidos audiovisuales online

- El uso de estas plataformas de vídeo ha crecido 5 puntos respecto al año anterior (de un 53,1% a un 58,3%).
- WhatsApp sigue siendo la aplicación de mensajería favorita (94%), seguido de Instagram (35,7%) y Facebook Messenger (28,1%).
- Los usuarios de *smartphones* consultan a diario los mensajes online (83,7%), sus redes sociales (48,1%) y el correo electrónico (41,8%).
- En cinco años, el uso del teléfono fijo se ha reducido en un 25%.

Madrid, 28 de octubre de 2022.- La CNMC ha analizado el consumo de Internet en España durante el segundo trimestre de 2022. Nueve de cada diez españoles usaron la red en los últimos tres meses y un 78,7% de ellos lo hicieron varias veces al día, según los resultados del [último Panel de Hogares de la CNMC](#).

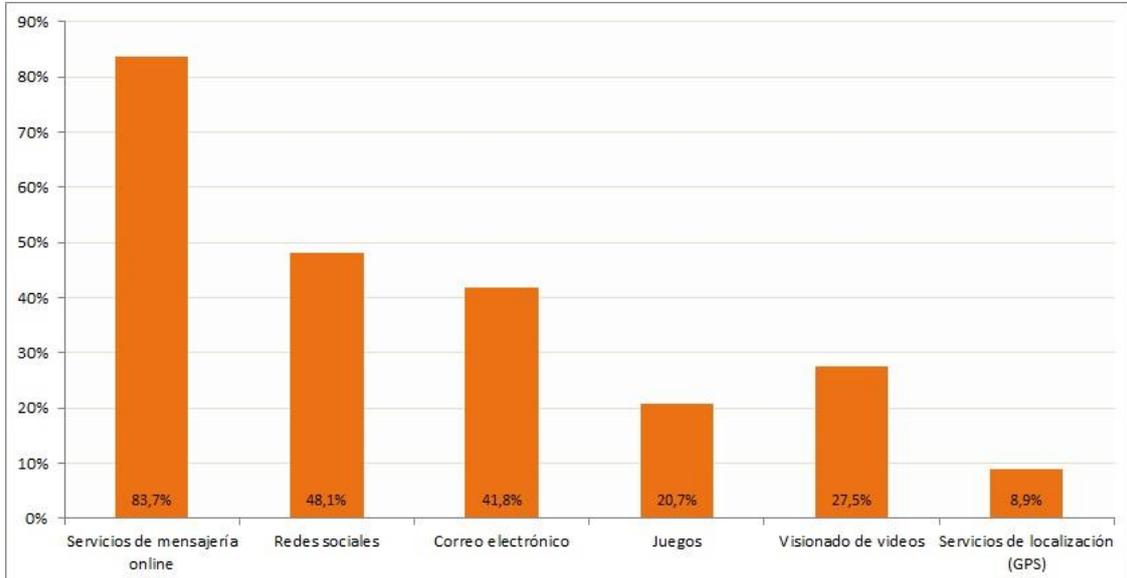
Frecuencia de uso diario de Internet (porcentaje de individuos, II-2022)



Universo: Individuos que han usado Internet en los últimos tres meses

Cada vez son más los españoles que tienen un *smartphone* (90%). A través de su teléfono inteligente, durante el segundo trimestre de 2022, los usuarios consultaron varias veces al día los mensajes online (83,7%), sus redes sociales (48,1%) y el correo electrónico (41,8%). Otros usos diarios fueron los juegos (20,7%), ver vídeos (27,5%) o los servicios de localización (8,9%).

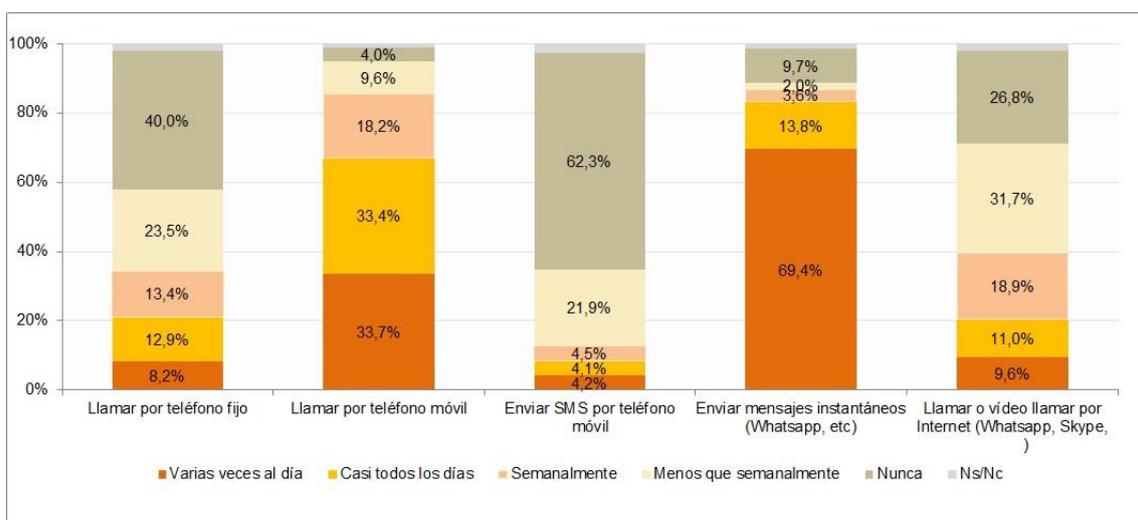
Uso diario de algunos servicios con el *smartphone* (porcentaje de individuos, II-2022)



Universo: Individuos con *smartphone*

Durante ese periodo, un 40% de los españoles no llamó desde su teléfono fijo, 21 puntos más que hace 5 años. Un 33,7%, en cambio, usó el móvil para llamar en más de una ocasión al día; y el 69,4% declaró haber mandado varios mensajes instantáneos al día.

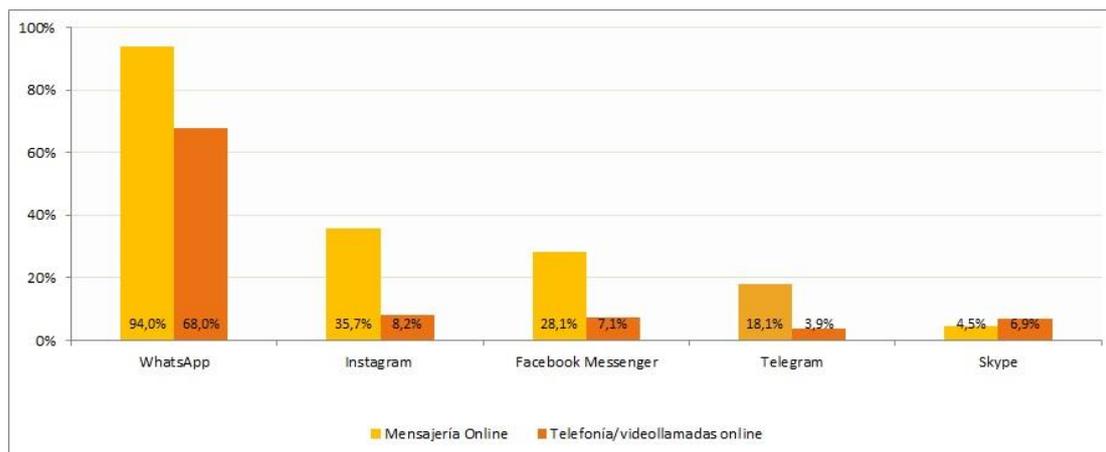
Frecuencia de uso de las llamadas y mensajes mediante servicios de comunicación tradicionales y OTT (porcentaje de individuos, II-2022)



Universo: Individuos

Durante el segundo trimestre de 2022, WhatsApp fue la aplicación de mensajería preferida de los internautas (94%), seguido de Instagram (35,7%) y Facebook Messenger (28,1%). Respecto a los servicios de telefonía y videollamadas, WhatsApp también volvió a ser la plataforma favorita de los usuarios.

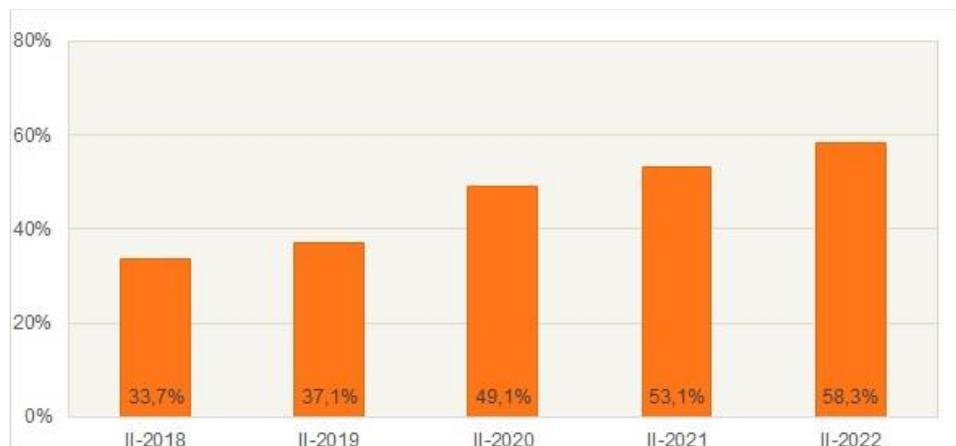
Servicios de mensajería online / videollamadas usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2022)



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente

En los últimos años, también ha crecido el uso de las plataformas audiovisuales de pago. En el segundo trimestre de 2022, un 58,3% de los hogares con Internet pagaron para ver contenidos audiovisuales, casi 5 puntos más que en el año anterior.

Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online (porcentaje de hogares, II-2022)



Universo: Hogares con acceso a Internet

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 segundo trimestre de 2022 e incluyó a 5.117 hogares y 8.560 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[CNMCData](#)