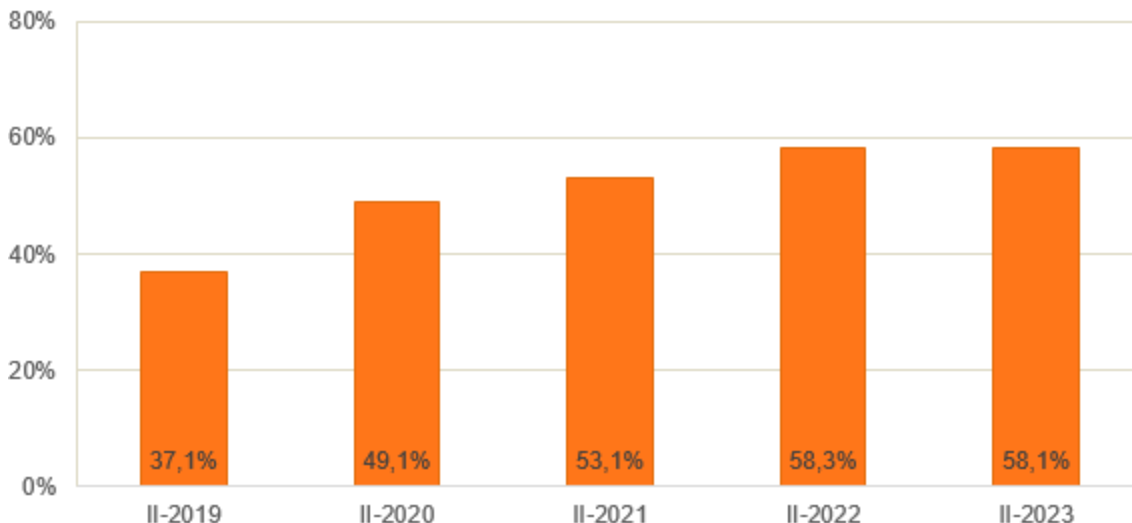


Dos de cada tres hogares que consumen contenidos audiovisuales *online* de pago usan más de una plataforma

- Netflix es la plataforma más utilizada en cuatro de cada diez hogares usuarios de plataformas de pago de contenidos audiovisuales online.
- Un 57,8 % de estos hogares contrata directamente los contenidos con las plataformas.

Madrid, 15 de diciembre de 2023.- La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha analizado el consumo audiovisual de los españoles a través de plataformas *online* de pago, como Netflix, HBO Max o Amazon Prime Video. Según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC](#), a mediados de 2023, este tipo de plataformas de pago estaban presentes en el 58,1% de los hogares con acceso a Internet.

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

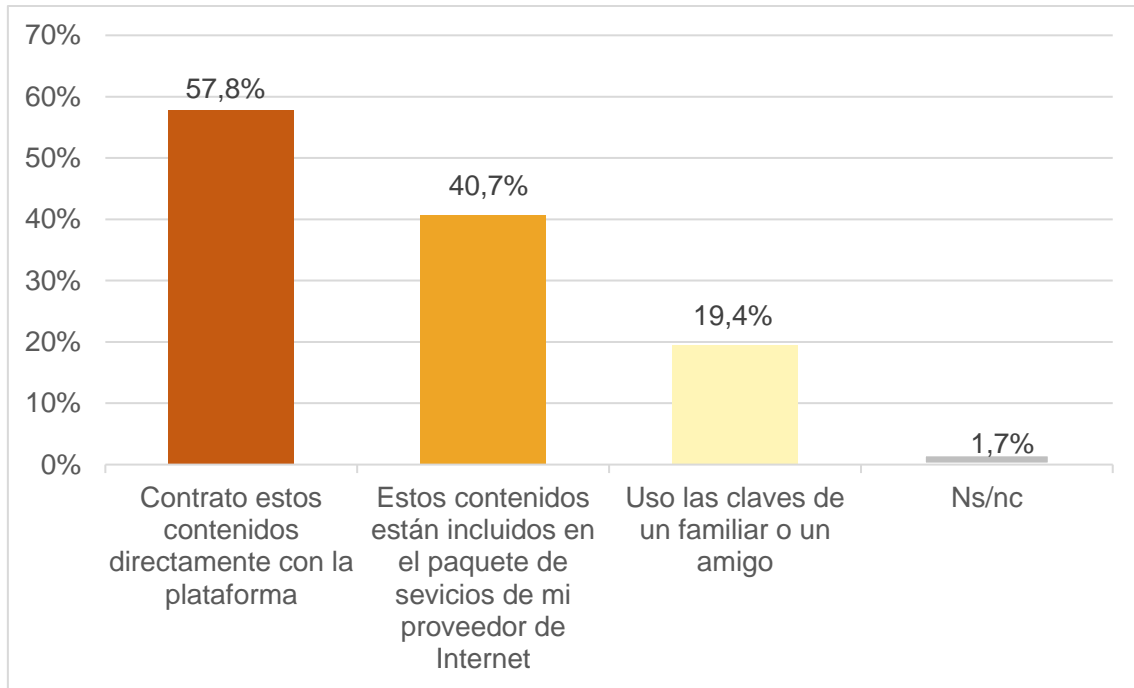


Universo: Hogares con acceso a Internet. Fuente: CNMCData.

Sobre la forma de contratación de estos contenidos audiovisuales online de pago, más de la mitad de los hogares que los usan aseguraron contratarlos directamente con la plataforma (un 57,8 %). Un 40,7 %, en cambio, contestó que los contenidos estaban incluidos en un paquete de servicios de su proveedor de

internet. Además, un 19,4 % aseguró que usaba las claves de un familiar o un amigo.

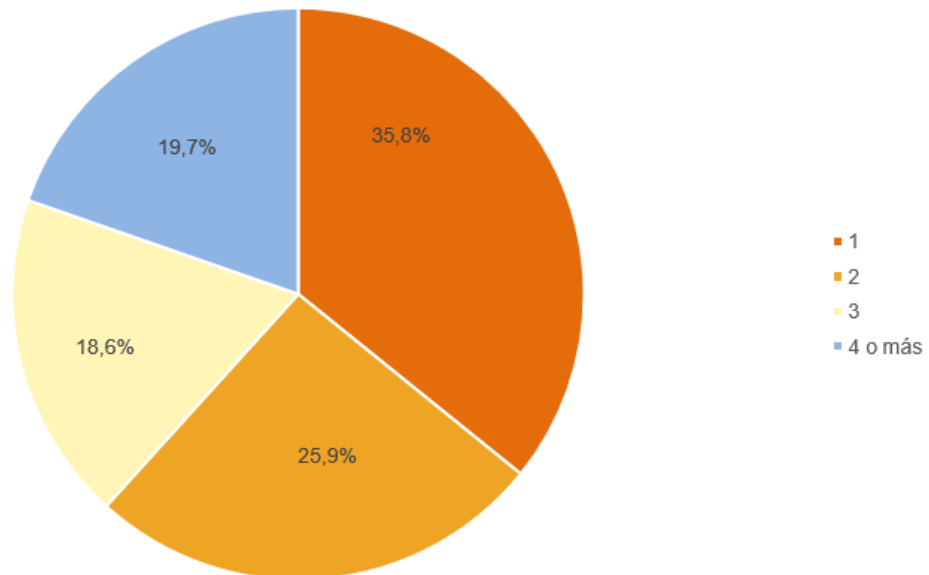
¿Qué situación describe mejor como accede usted a las plataformas de contenidos audiovisuales online de pago que usa? (porcentaje de hogares) 2T 2023. Posible respuesta múltiple



Universo: Hogares que usan plataformas audiovisuales online de pago. Fuente: CNMCData.

Un 35,8 % de los hogares con acceso a alguna plataforma de pago de contenidos online, asegura utilizar solo una, mientras que un 25,9 % utiliza dos, un 18,6 %, tres y un 19,7 % 4 o más.

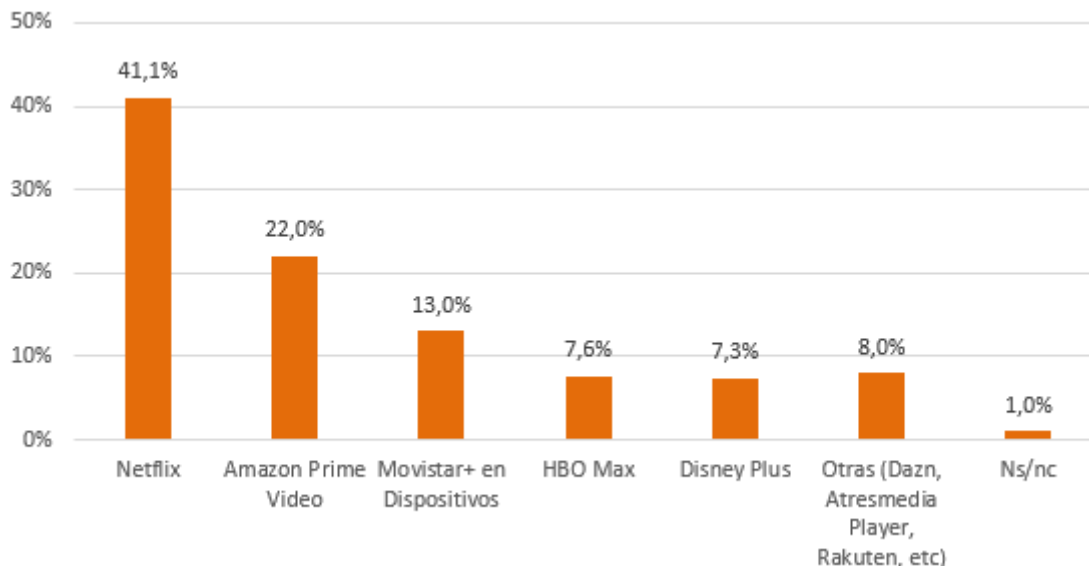
Número de plataformas para ver contenidos audiovisuales online de pago usadas por los hogares (porcentaje de hogares) 2T 2023



Universo: Hogares que usan plataformas audiovisuales online de pago. Fuente: CNMCData.

Entre los hogares usuarios de estas plataformas, Netflix es la preferida en cuatro de cada diez hogares, seguida de Amazon Prime Video (22 %) y Movistar+ (13 %).

¿Cuál es la plataforma de pago de contenidos audiovisuales online que más utiliza? (porcentaje de hogares) 2T 2023

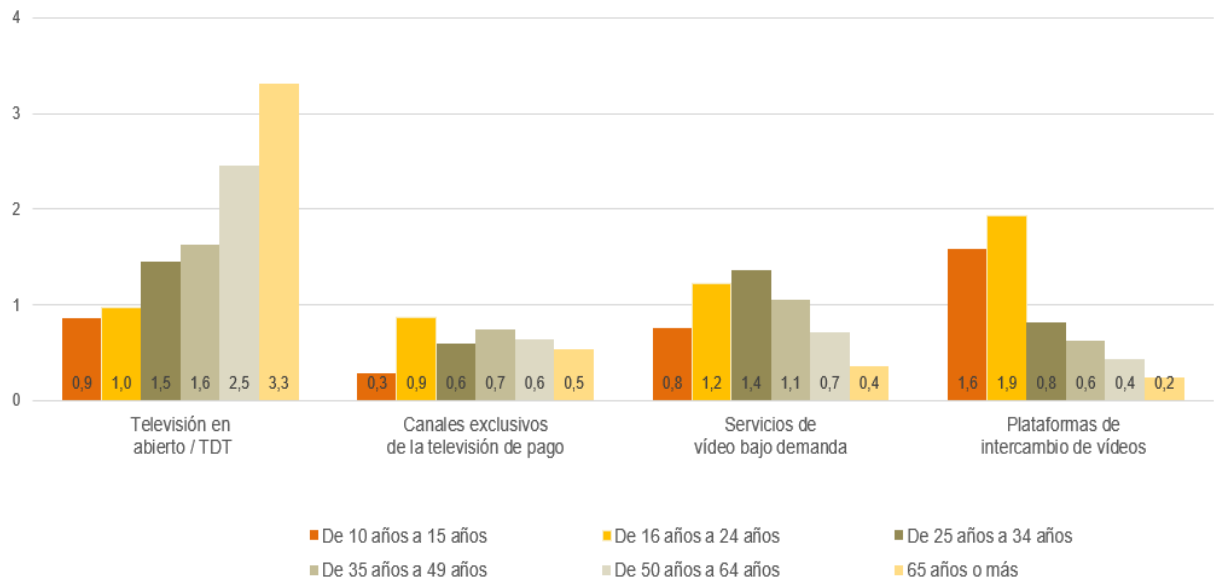


Universo: Hogares que usan plataformas audiovisuales online de pago. Fuente: CNMCData.

Consumo audiovisual por edad

La edad condiciona mucho el servicio audiovisual utilizado: durante los días laborables los más jóvenes (10 a 15 años) pasaron 1,6 horas diarias en plataformas de intercambio de video, y 0,8 horas en servicios de video bajo demanda. Los mayores (65 años o más), en cambio, apenas usaron estas opciones y, en cambio, pasaron 3,3 horas diarias viendo la televisión en abierto/TDT. Estas cifras se acentúan los fines de semana, durante los que, los más jóvenes pasan 2,5 horas al día en plataformas de intercambio de vídeo y 1,6 en servicios de vídeo bajo demanda.

Consumo de contenidos audiovisuales según servicio y edad durante los días laborales (media de horas al día) 2T 2023



Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

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 2023 e incluyó a 5.217 hogares y 9.095 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

Contenido relacionado:

- [CNMCData](#)