

PANEL DE HOGARES 2T 2025

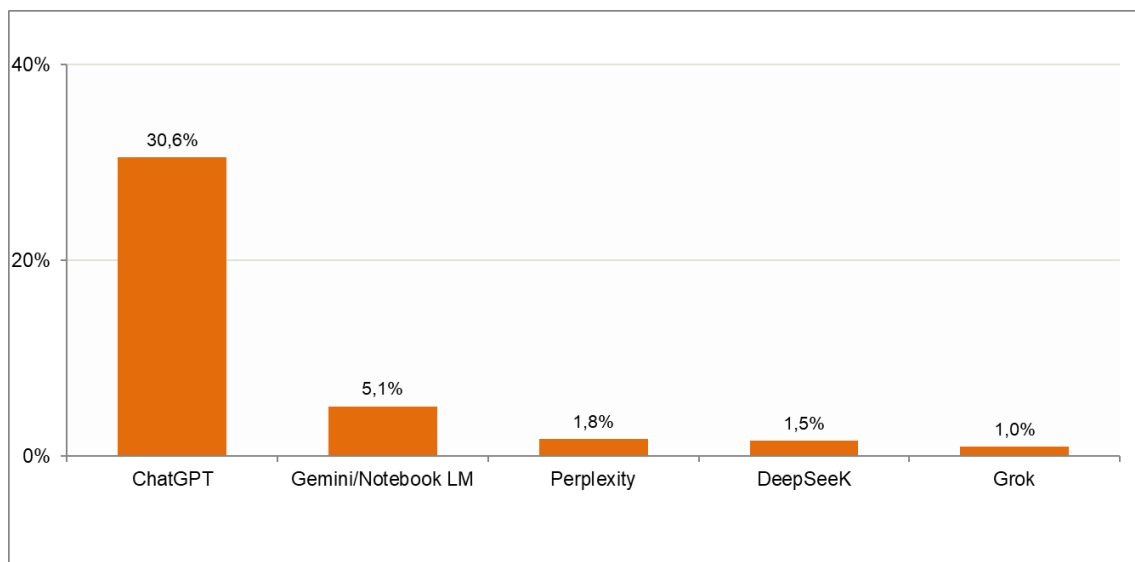
Uno de cada tres internautas utilizó herramientas de inteligencia artificial como *ChatGPT*

- El 8,2 % de los usuarios de *chatbots* de inteligencia artificial (IA) pagaron por sus servicios.
- *Instagram* y *TikTok* fueron las redes sociales que crecieron respecto al segundo trimestre de 2024.
- *WhatsApp* fue la aplicación favorita para enviar mensajes y hacer videollamadas.

Madrid, 31 de octubre de 2025.- Más del 35 % de los usuarios de Internet utilizaron habitualmente algún *chatbot* de inteligencia artificial, según los datos del [Panel de Hogares de la CNMC del segundo trimestre de 2025](#) sobre los usos de Internet y los servicios OTT en España.

La herramienta de IA más utilizada fue *ChatGPT* con un 30,6 %, seguida de *Gemini/Notebook LM* (5,1 %), *Perplexity* (1,8%), *DeepSeek* (1,5 %) y *Grok* (1 %).

Chatbots de inteligencia artificial usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2025)



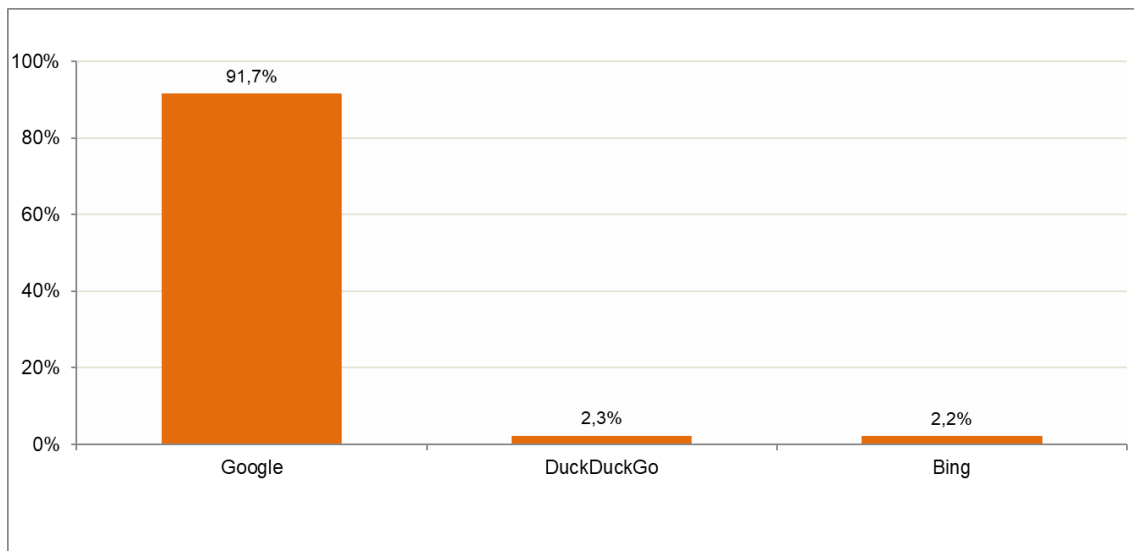
Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

Además, el [Panel de Hogares](#) recoge por primera vez información sobre los usuarios que pagaron por el uso de estas herramientas de inteligencia artificial. El 8,2 % de los individuos que usan habitualmente IA pagó por ella.

Por otro lado, el uso de Internet siguió creciendo: el 93,8 % de los españoles se conectaron a la red al menos una vez en los últimos tres meses y, el 81 % de estos, lo hizo varias veces al día.

En cuanto a los motores de búsqueda más empleados por los internautas, destacó *Google* con un 91,7 % seguido de *DuckDuckGo* (2,3 %) y *Bing* (2,2 %).

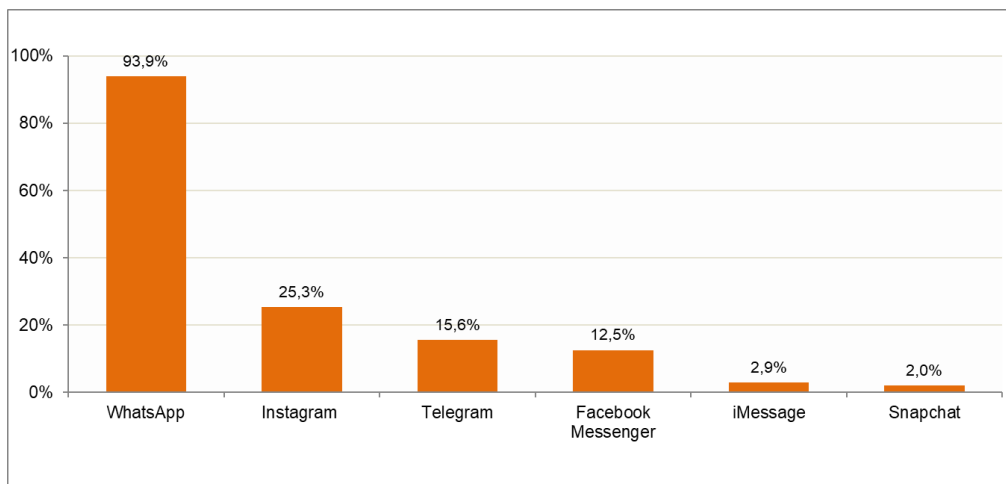
Motores de búsqueda por Internet usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2025)



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

WhatsApp volvió a ser la aplicación preferida por los internautas para enviar mensajes (93,9 %) y realizar videollamadas (68,7 %). En mensajería *online*, *Instagram* y *Telegram* completaron el pódium con el 25,3 % y el 15,6 %, respectivamente.

Servicios de mensajería *online* usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2025)

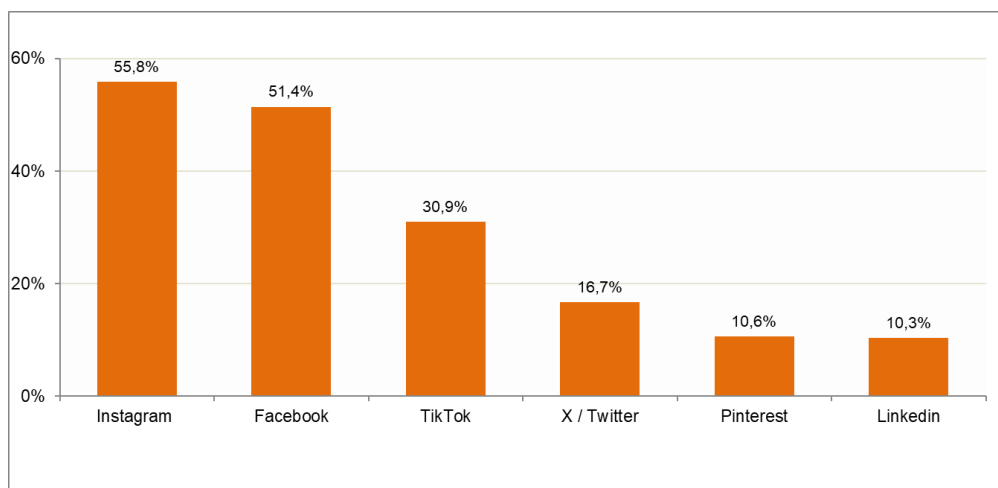


Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

En redes sociales, *Instagram* lideró el ranking. De hecho, al igual que *TikTok*, siguió ganando adeptos.

Si comparamos con el mismo periodo de 2024, *TikTok* (30,9 %) ganó 3,5 puntos e *Instagram* (55,8 %) subió 1,9. Por su parte, *Facebook* (51,4 %) continuó con su evolución decreciente y perdió 2,7 puntos.

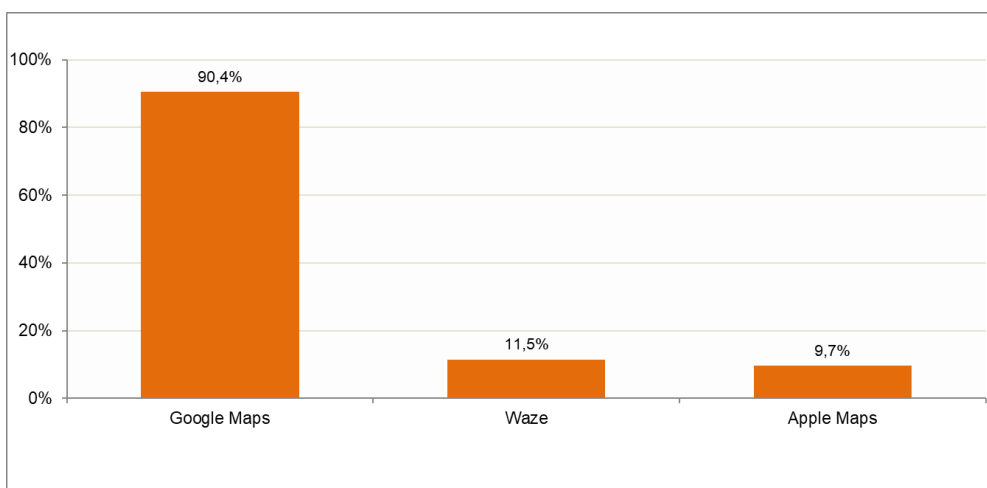
Redes sociales usadas habitualmente (porcentaje de individuos, II-2025)



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

La aplicación de navegación por excelencia volvió a ser *Google Maps* (90,4 %) con un amplio margen frente a sus competidores. *Waze* y *Apple Maps* se quedaron en torno al 10 %.

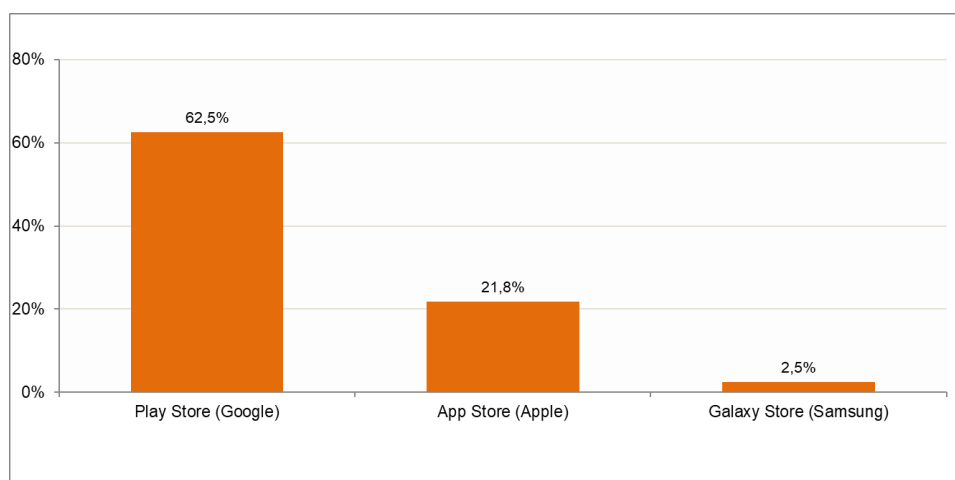
Aplicaciones de navegación GPS usadas habitualmente (porcentaje de individuos, II-2025)



Universo: Individuos con smartphone que usan aplicaciones de navegación (GPS)

Por último, la tienda favorita para descargar aplicaciones fue *Play Store*. Seis de cada diez internautas escogieron la plataforma de *Google*, mientras que el 21,8 % prefirió bajarse aplicaciones en *App Store*, la tienda de Apple.

Plataformas/ tiendas para descargar aplicaciones usadas habitualmente (porcentaje de individuos, II-2025)



Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC

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 2025 e incluyó a 5.176 hogares y 8.709 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](#)