

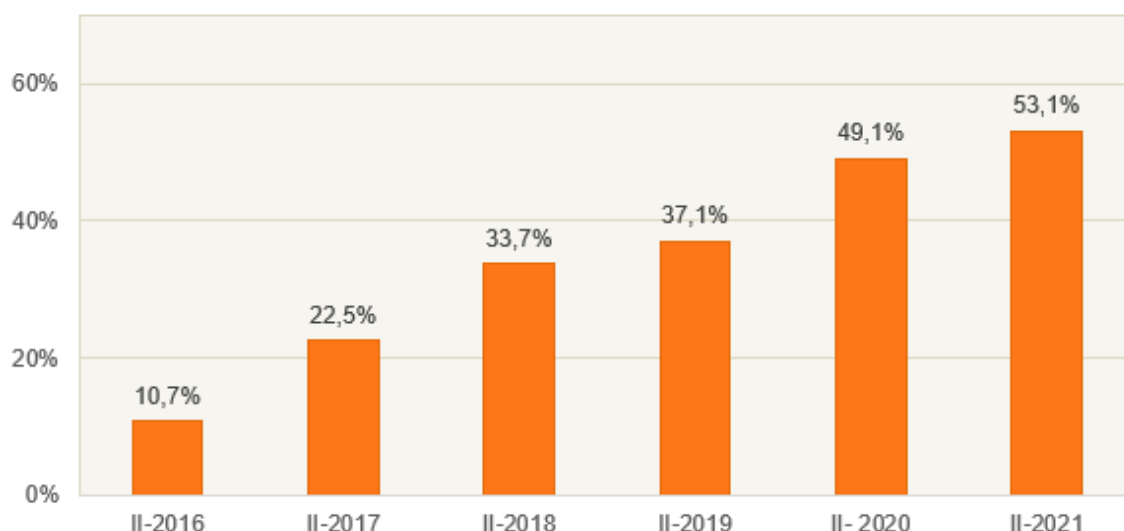
PANEL DE HOGARES 2T 2021

Más de la mitad de los hogares con Internet consumen contenidos audiovisuales en plataformas online de pago

- 8 de cada 10 usuarios con smartphone utilizó mensajería online varias veces al día y la aplicación de WhatsApp fue la que concentró más usuarios (92% de los internautas).

Madrid, 29 de octubre de 2021. - La CNMC ha analizado el consumo audiovisual de los españoles a través de plataformas online de pago, como Netflix, HBO o Amazon Prime Video. En el segundo trimestre de 2021, este tipo de plataformas de pago se usaban en un 53% de los hogares con acceso a Internet. La tasa de crecimiento interanual fue de un 8 %, según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC del segundo trimestre de 2021](#).

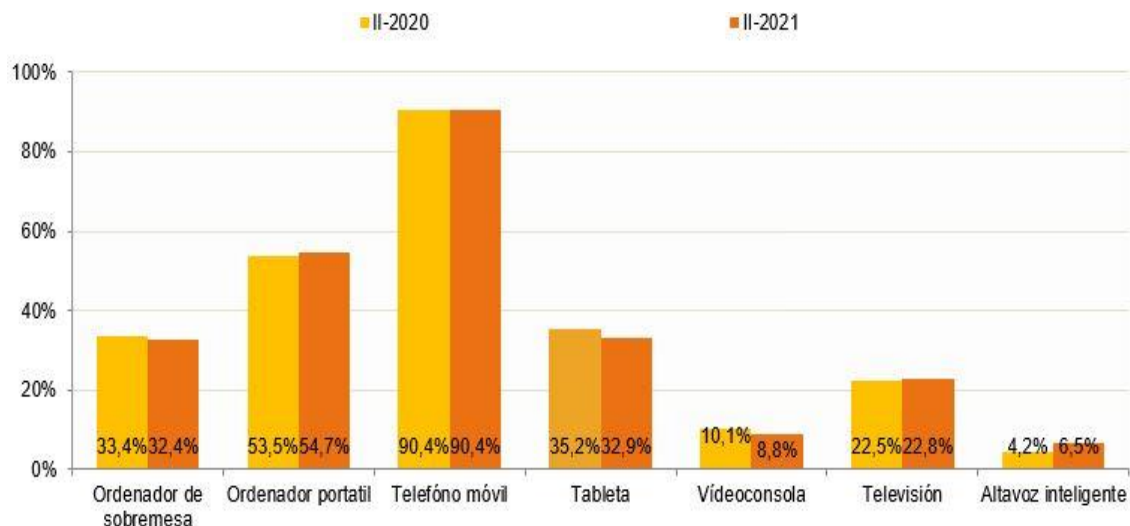
Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online (porcentaje de hogares)



Universo: Hogares con acceso a Internet. Fuente: CNMC

Los resultados del Panel también confirman que los españoles están enganchados al móvil: 9 de cada 10 internautas suelen conectarse a Internet a través de su teléfono móvil de manera habitual.

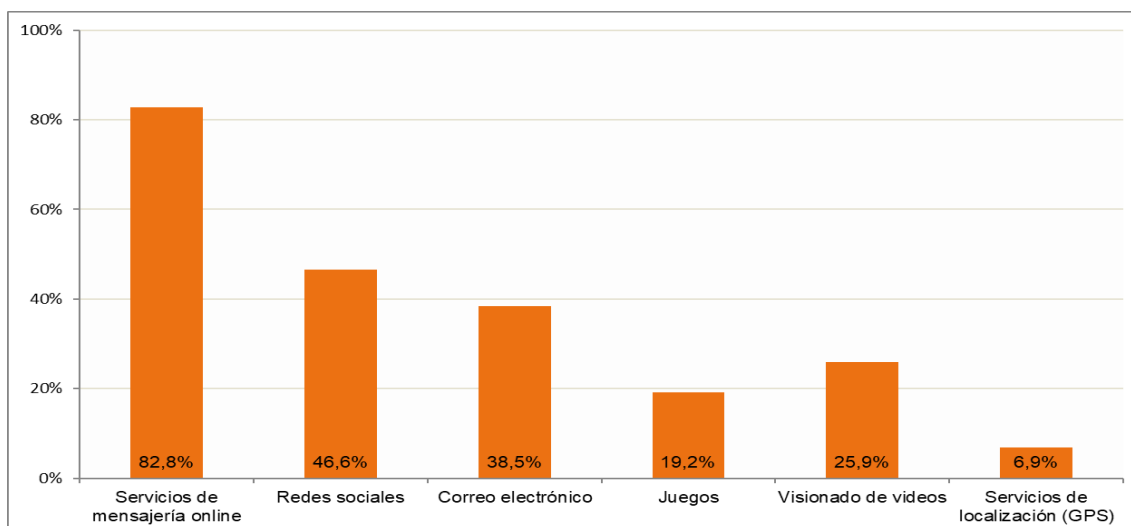
**Dispositivos con los que el usuario se suele conectar a Internet (porcentaje de individuos).
Posible respuesta múltiple.**



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

La **mensajería online** es el servicio más utilizado por los usuarios con smartphone (82,8% lo usa varias veces al día) y la aplicación de WhatsApp fue la que concentró más usuarios (91,8% de los internautas). Tras esta aplicación, le siguió en adeptos Instagram (31,5%), por encima de Facebook Messenger (28,4) o Telegram (14,8%).

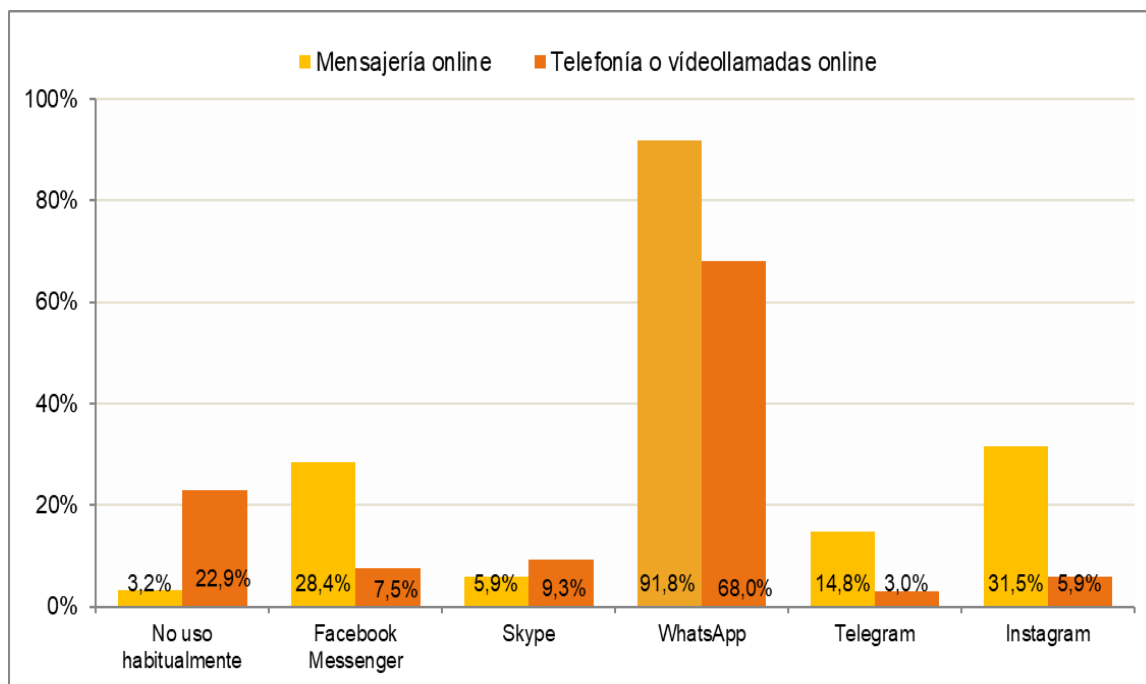
Uso diario de servicios con el smartphone (porcentaje de individuos, II-2021).



Universo: Individuos con smartphone. Fuente: CNMC

Además de mensajería, algunas de estas aplicaciones permiten realizar llamadas y videollamadas. De nuevo, WhatsApp fue la más popular (un 68% de internautas la usan por este motivo), seguida de Skype (9,3%) y Facebook Messenger (7,5%).

Servicios de mensajería online usados habitualmente (porcentaje de individuos, II-2021)



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 2021 e incluyó a 4.963 hogares y 9.006 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[CNMCData](#)