

NOTA DE PRENSA

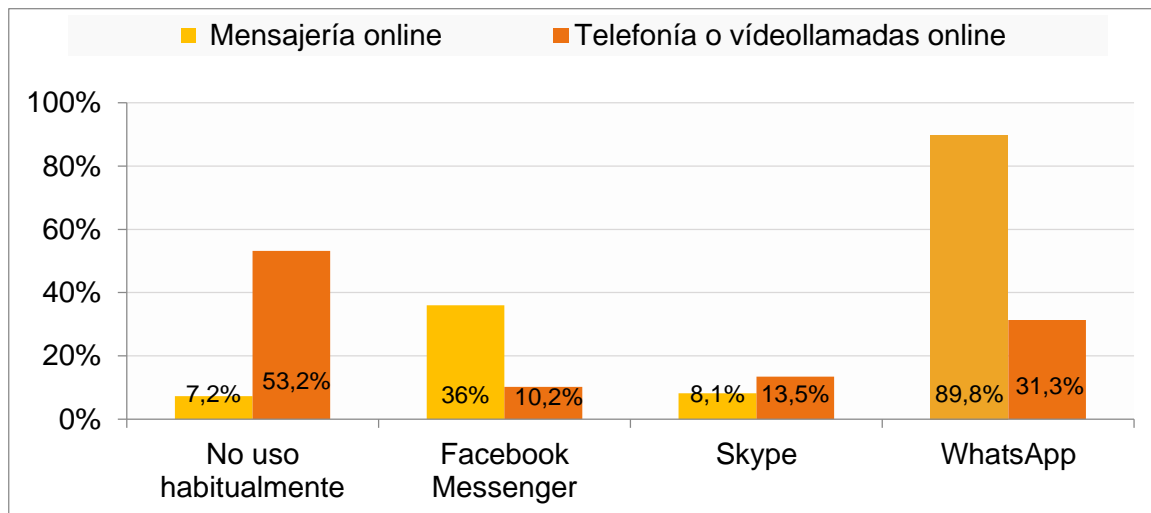
La mitad de los internautas en España usa aplicaciones para llamar a través de Internet

- WhatsApp se consolida como la aplicación más empleada para enviar mensajes (9 de cada 10 internautas) y realizar llamadas (1 de cada 3 internautas) a través de Internet, por delante de Facebook Messenger y Skype
- Los jóvenes entre 16 y 24 años pasan casi tantas horas consumiendo contenidos audiovisuales por el móvil como por el televisor
- Yomvi, Netflix y Wuaki son las plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales on-line más utilizadas

Madrid, 11 de noviembre de 2016. – La mensajería y la telefonía a través de Internet se consolidan entre los hábitos de los españoles, como refleja el [Panel de Hogares CNMC](#) del segundo trimestre de 2016. Más de 9 de cada 10 internautas emplea aplicaciones OTT (over the top) para enviar mensajes, mayoritariamente WhatsApp (89,8%), seguida de Facebook Messenger (36%). Ambas aplicaciones han aumentado sus penetraciones en el último año, en 5 y 11 puntos porcentuales, respectivamente.

Casi la mitad de los internautas usa aplicaciones para llamar a través de Internet. WhatsApp también es la principal aplicación, empleada por el 31,3% de los internautas. Le siguen Skype, usada por el 13,5% de los internautas y Facebook Messenger, con un 10,2%. No obstante, el uso de estas aplicaciones para llamar por Internet no ha aumentado durante el último año.

Uso de servicios de telefonía/videollamadas online y de mensajería online y aplicaciones más utilizadas (porcentaje de individuos, II-2016). Posible respuesta múltiple

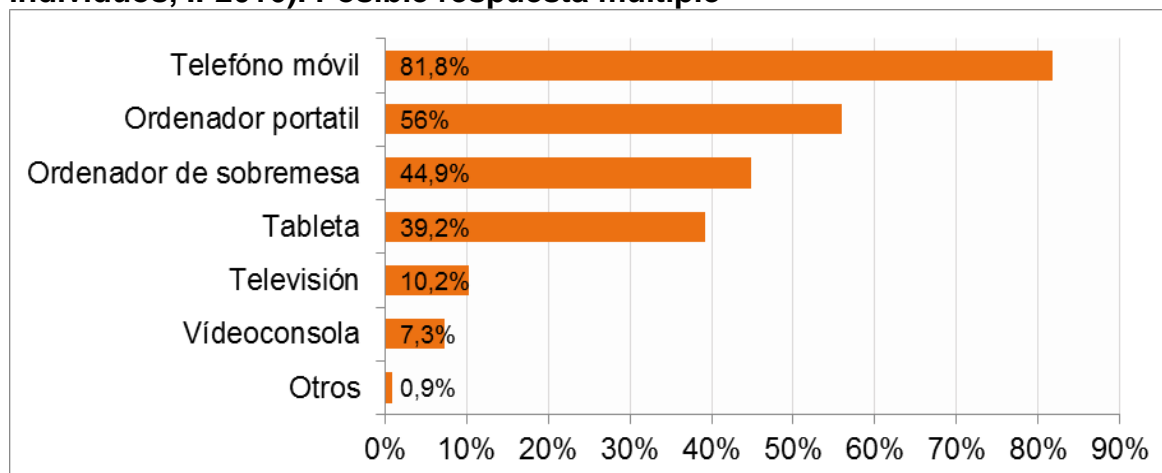


Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC.

El porcentaje de españoles que han usado Internet en los últimos tres meses ha aumentado casi cinco puntos porcentuales durante el último año hasta alcanzar el 78,7%.

Este incremento ha venido acompañado de un aumento similar de los individuos con *smartphone*. En el segundo trimestre de 2015 un 72,4% de los individuos con móvil disponía de un *smartphone*, mientras que en el segundo trimestre de 2016 este porcentaje alcanzó el 77,5%. Así, el móvil se afianza como el dispositivo más usado para acceder a Internet, empleado por un 81,8% de los internautas.

Dispositivos empleados para conectarse a Internet (porcentaje de individuos, II-2016). Posible respuesta múltiple



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

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

Entre los usos más frecuentes del *smartphone* se encuentran: la mensajería online (78,2% de uso diario), las redes sociales (35,6%) y el correo electrónico (28,4%). Menos frecuentes son el visionado de videos y los servicios de localización.

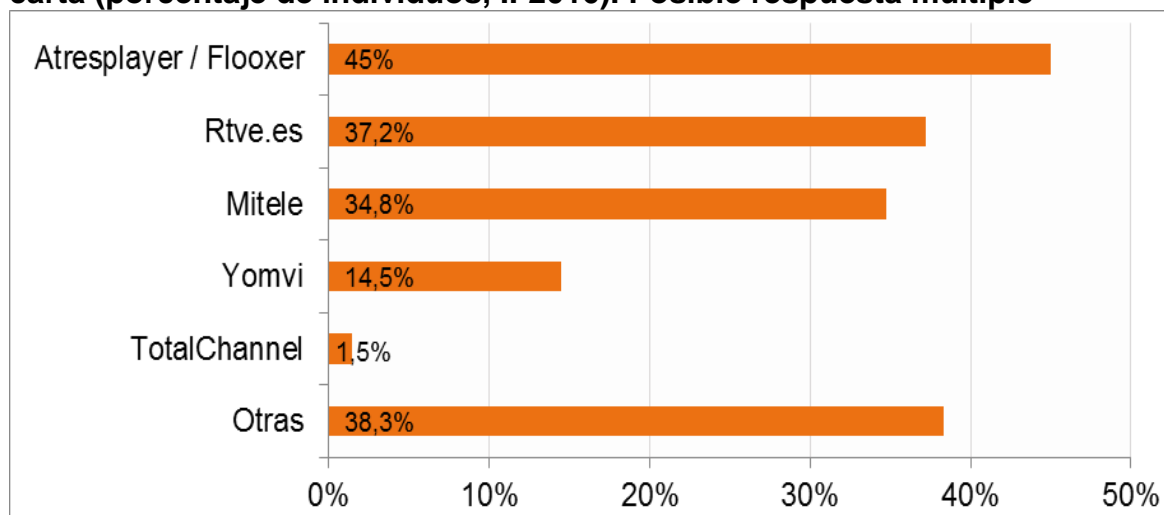
El 77,1% de los usuarios con *smartphone* se conecta habitualmente a redes wifi y únicamente el 7,2% recurre exclusivamente a las redes de banda ancha móvil para acceder a Internet.

Servicios audiovisuales online

El equipo más habitual para ver contenidos audiovisuales sigue siendo la televisión, con consumos medios diarios de 3 horas en los días laborables y 4 en los festivos, cifras muy similares a las de un año atrás. De promedio, el número de horas diarias empleadas en ver el televisor triplica el número de horas que se emplean en consumir contenidos audiovisuales sobre el móvil. De todas formas, los jóvenes entre 16 y 24 años ya pasan casi tantas horas delante de la televisión como viendo contenidos a través de su móvil.

El acceso a Internet permite la visión de contenidos a la carta y las veces que se quiera; de hecho, cerca de un 20% de los individuos reconoce que suele ver por Internet programas de televisión que ya han sido emitidos anteriormente. En cuanto a las plataformas utilizadas para ver televisión a la carta destaca el uso de Atresplayer (45%), Rtv.es (37%) y Mitele (35%).

Plataformas utilizadas para ver por Internet programas de televisión a la carta (porcentaje de individuos, II-2016). Posible respuesta múltiple

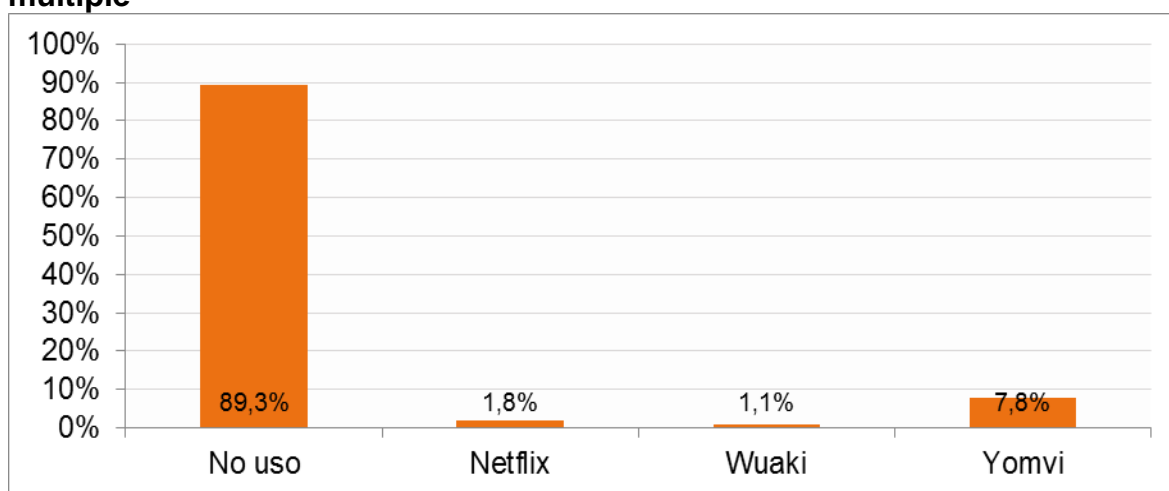


Universo: Individuos que consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana y suelen ver programas de TV a la carta. Fuente: CNMC

Por otro lado, algo más de un 10% de los hogares con acceso a Internet declara que usa plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales on-line. Entre estas destacan Yomvi (7,8% de los hogares con Internet), Netflix (1,8%) y Wuaki (1,1%).

Estas modalidades de consumo han venido acompañadas de un incremento notable del acceso a Internet a través de la televisión en el último año: de un 7,6% en 2015 a un 10,2% en el 2016.

Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online y principales plataformas (porcentaje de hogares, II-2016). Posible respuesta múltiple



Universo: Hogares con acceso a Internet. Fuente: CNMC

Por último, destacar que al consultar a los hogares por los motivos para ver la televisión 9 de cada 10 se decantan por el entretenimiento y el ocio. En segundo lugar citan estar informados: 6 de cada 10. Otras razones citadas son para aprender (18,5%) o estar acompañado (16,2%).

Metodología

Estos resultados forman parte del Panel de Hogares CNMC, una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC busca recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y el análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisual, energía, postal y transporte entre otros. La encuesta de esta tercera oleada se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2016 e incluyó a 4.685 hogares y 9.317 individuos.

[Más datos en CNMCData](#)

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>