

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

- Un 64,2 % de los hogares que consumen contenidos audiovisuales *online* de pago usan más de una plataforma. Netflix es la más utilizada.
- Un 59,3 % de estos hogares contrata directamente los contenidos con las plataformas.

Madrid, 31 de mayo de 2024.- 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 finales de 2023, este tipo de plataformas de pago estaban presentes en el 62 % de los hogares con acceso a Internet.

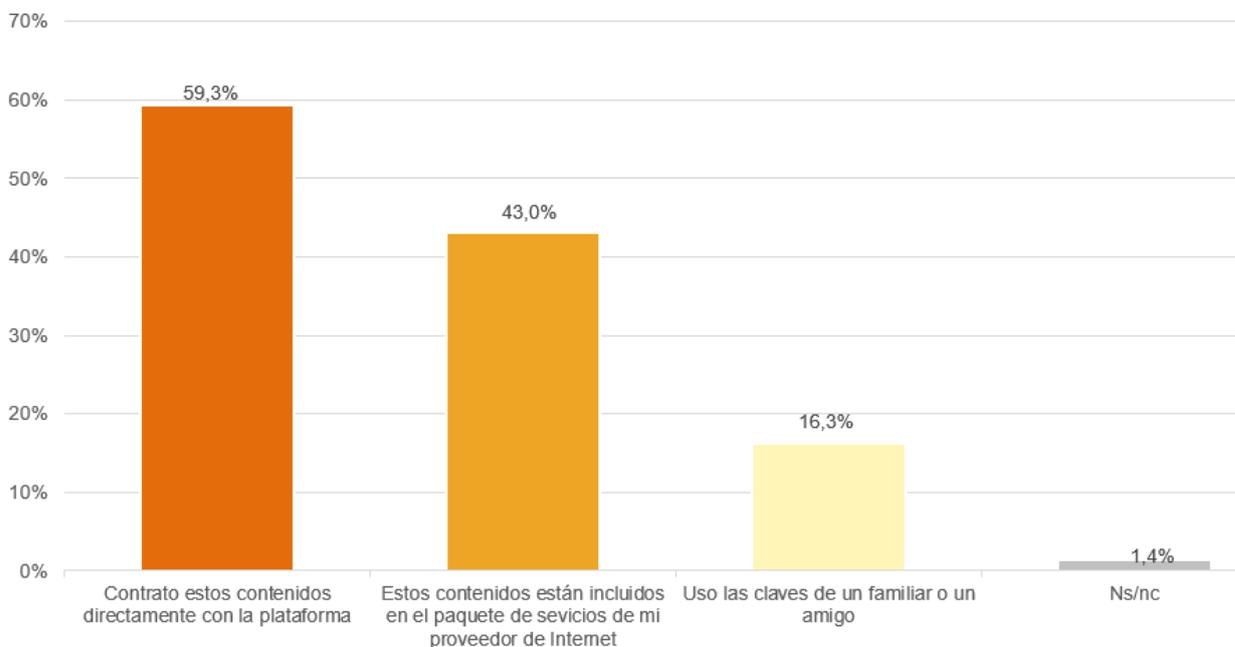
Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online (porcentaje de hogares)



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

Sobre la forma de contratación de estos contenidos audiovisuales online de pago, un 59,3 % de los hogares que los usan aseguraron contratarlos directamente con la plataforma. Un 43 %, en cambio, contestó que los contenidos estaban incluidos en un paquete de servicios de su proveedor de internet. Además, un 16,3 % aseguró que usaba las claves de un familiar o un amigo.

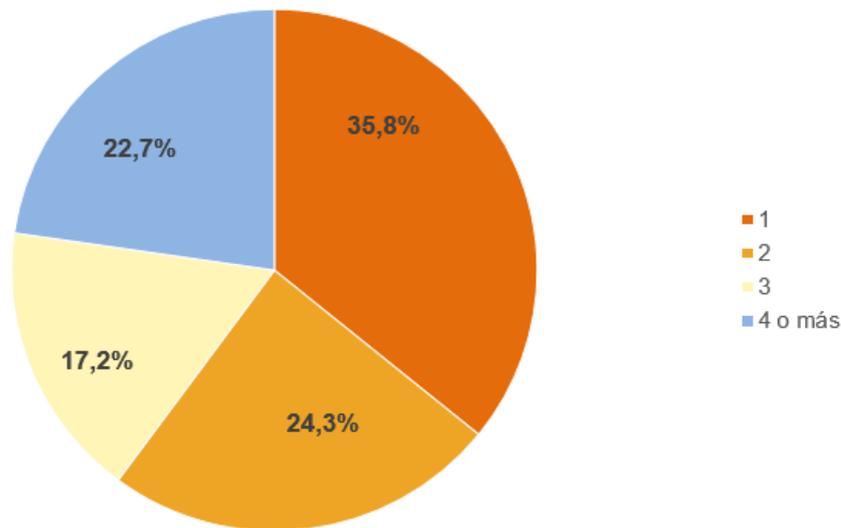
¿Qué situación describe mejor como accede usted a las plataformas de contenidos audiovisuales online de pago que usa? (porcentaje de hogares) 4T 2023. Posible respuesta múltiple



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

Un 64,2 % de los hogares que consumen contenidos audiovisuales *online* de pago usa más de una plataforma. En concreto, un 24,3 % afirma contar con dos; un 17,2 %, con tres y un 22,7 % asegura tener cuatro o más. Por el contrario, hay un 35,8 % de estos hogares que utiliza solo una.

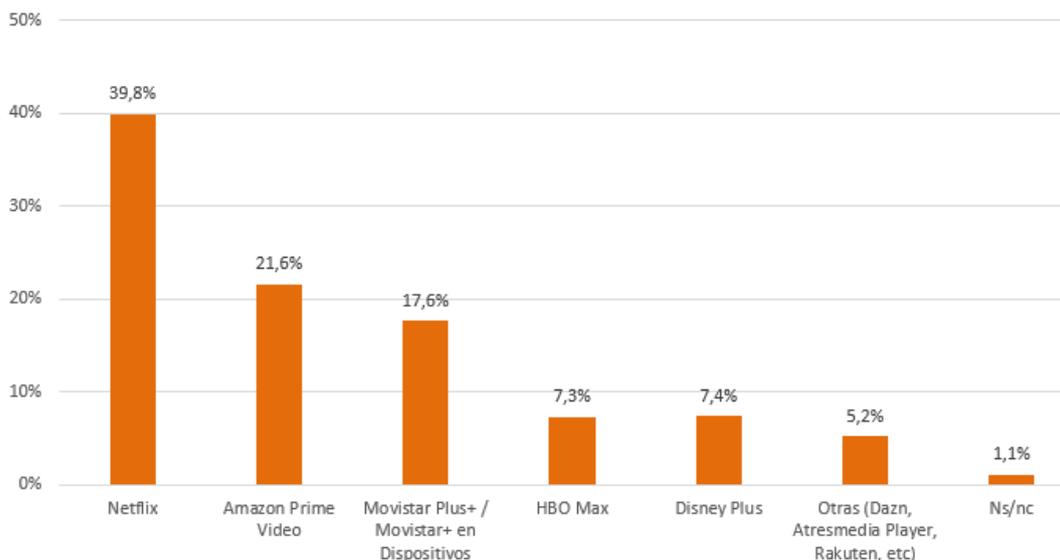
Número de plataformas para ver contenidos audiovisuales online de pago usadas por los hogares (porcentaje de hogares) 4T 2023



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 (21,6 %) y Movistar Plus+ (17,6 %).

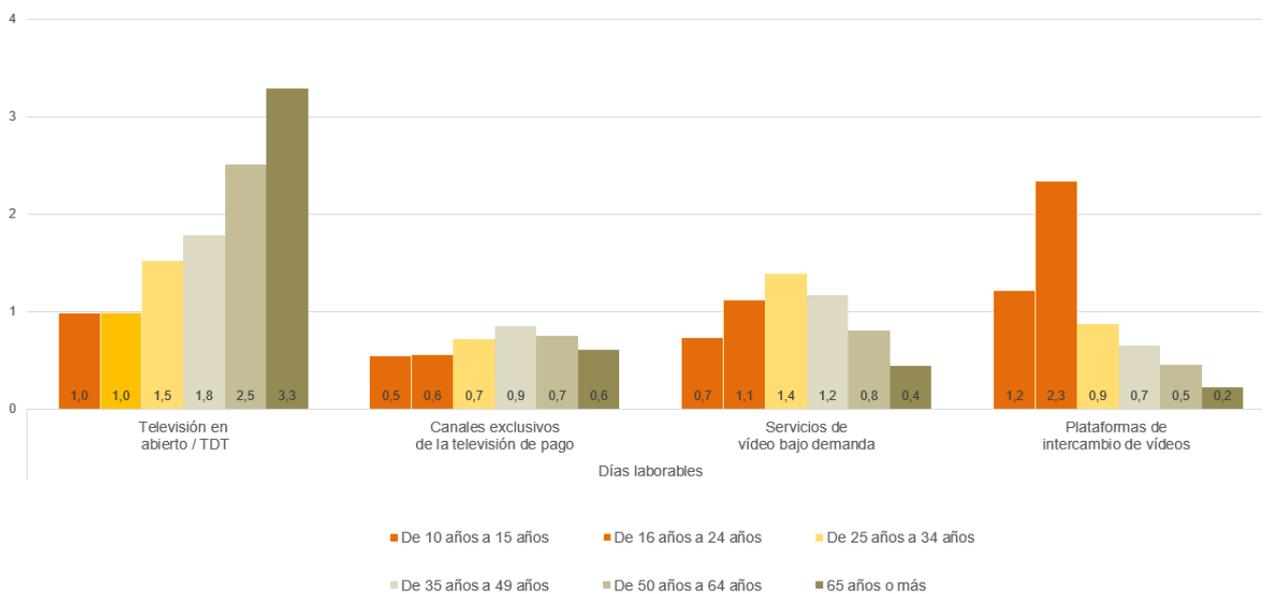
¿Cuál es la plataforma de pago de contenidos audiovisuales online que más utiliza? (porcentaje de hogares) 4T 2023



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

Los resultados del Panel confirman que la edad condiciona el servicio utilizado: durante los fines de semanas y festivos, los más jóvenes (10 a 24 años) pasan de media dos horas diarias en plataformas de intercambio de video. En cambio, los mayores (65 años o más) pasan 3,5 horas diarias viendo la televisión en abierto/TDT. Durante los días laborales, se mantienen las diferencias entre los tipos de consumo por edad, aunque en general las horas de consumo son algo menores.

Consumo de contenidos audiovisuales según servicio y edad durante los días laborales (media de horas al día) 4T 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 cuarto trimestre de 2023 e incluyó a 5.148 hogares y 8.601 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[CNMCData](#)