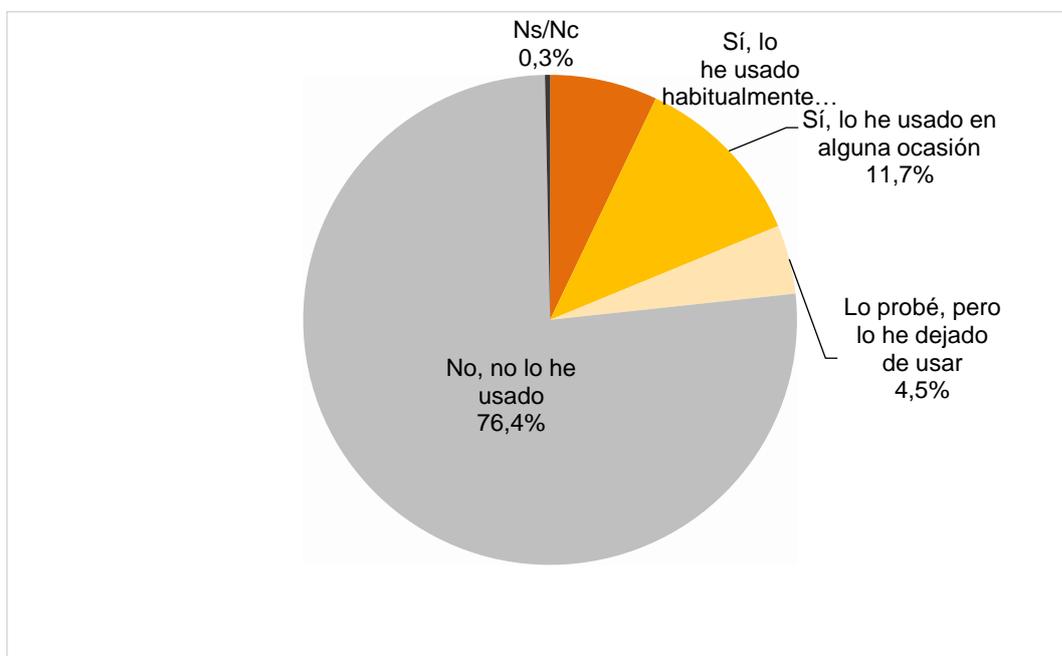


Más del 20 % de los españoles utilizó herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT

- Google fue el motor de búsqueda por Internet preferido por los usuarios.
- WhatsApp mantuvo el liderazgo como aplicación favorita para enviar mensajes y realizar videollamadas.
- Uno de cada tres individuos con teléfono inteligente usó reloj inteligente (*smartwatch*) o pulsera de actividad (*smartband*).

Madrid, 22 de noviembre de 2024.- Un 7 % de los internautas españoles utilizó habitualmente algún chatbox de inteligencia artificial durante los últimos seis meses, mientras que un 11,7 % lo utilizó en alguna ocasión, según los datos del [Panel de Hogares de la CNMC del II trimestre de 2024](#) que analizó los usos de Internet y los servicios OTT en España.

¿En los últimos seis meses ha utilizado algún chatbox de inteligencia artificial (por ejemplo, ChatGPT, Perplexity, Google Bard /Gemini, etc.)? (II-2024, porcentaje de individuos)

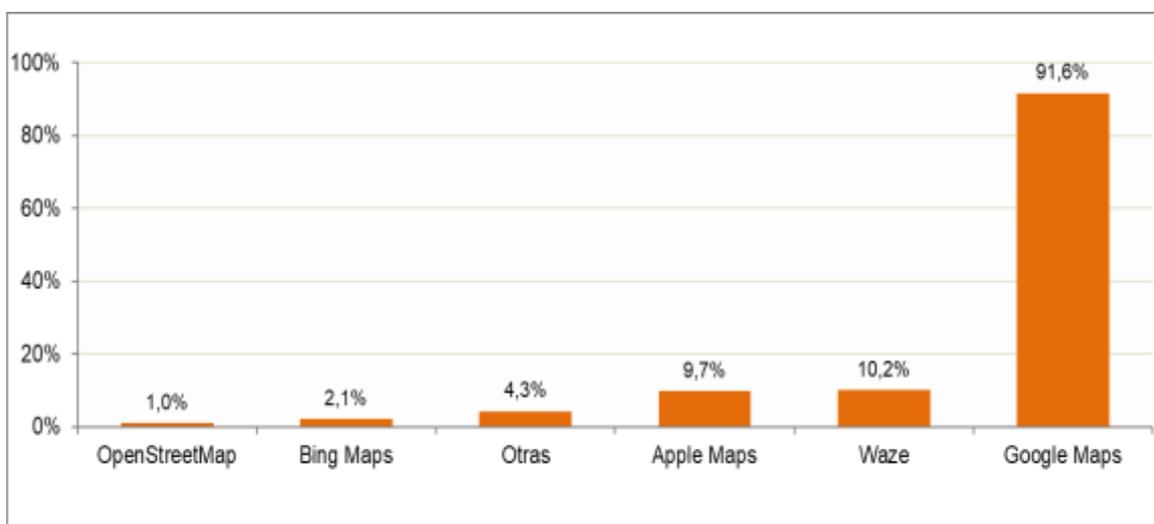


Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente. Fuente: CNMC.

En cuanto al uso del reloj inteligente (*smartwatch*) o de pulsera de actividad (*smartband*), un 34,8 % de los individuos con teléfono inteligente afirmó haberlos utilizado (frente a un 64,6 % que no).

Por otro lado, este Panel de Hogares también recoge el uso habitual de aplicaciones de **navegación GPS**, que lideró Google Maps (91,6 %), seguida de Waze (10,2 %) y Apple Maps (9,7 %).

Aplicaciones de navegación GPS usadas habitualmente (II-2024, porcentaje de individuos). Posible respuesta múltiple

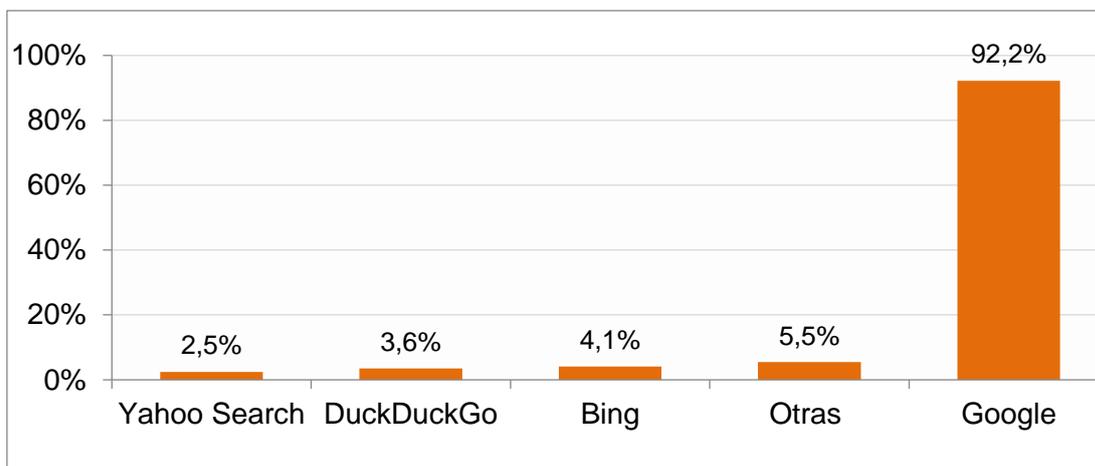


Universo: Individuos con smartphone que usan aplicaciones de navegación (GPS). Fuente: CNMC.

El uso de Internet continuó en aumento: más de nueve de cada diez personas se conectaron a la red al menos una vez en los últimos tres meses y casi el 80 % afirmó utilizarlo varias veces al día.

Entre los internautas, **Google** fue el motor de búsqueda por Internet más usado habitualmente, con un 92,2 %, seguido de Bing (4,1 %). Un 4,4 % de los individuos afirmó no usar habitualmente motores de búsquedas.

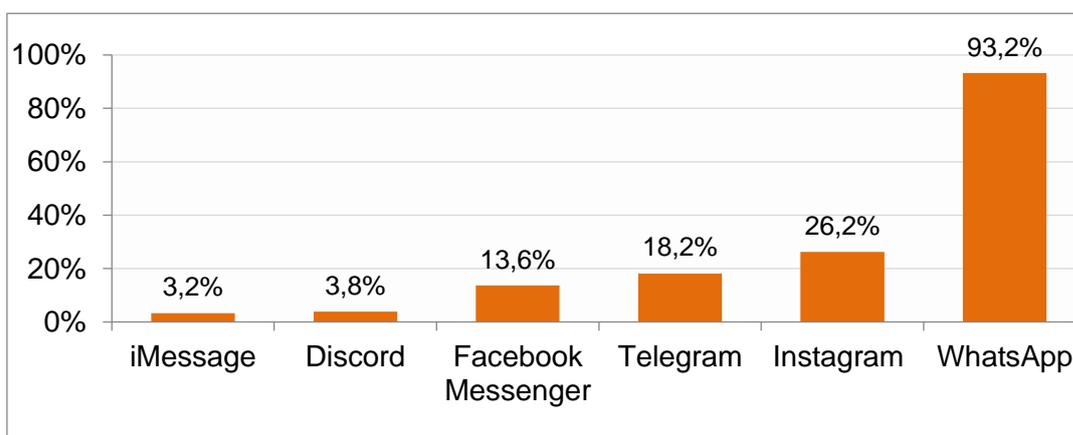
Motores de búsqueda por Internet más usados (II-2024, porcentaje de individuos). Posible respuesta múltiple



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

Entre los internautas, **WhatsApp** continuó siendo la aplicación por excelencia para mandar mensajes (93,2 %) y para realizar videollamadas (67,6 %). En cuanto a la mensajería *online*, detrás de WhatsApp se situaron Instagram (26,2 %), Telegram (18,2 %) y Facebook Messenger (13,6 %).

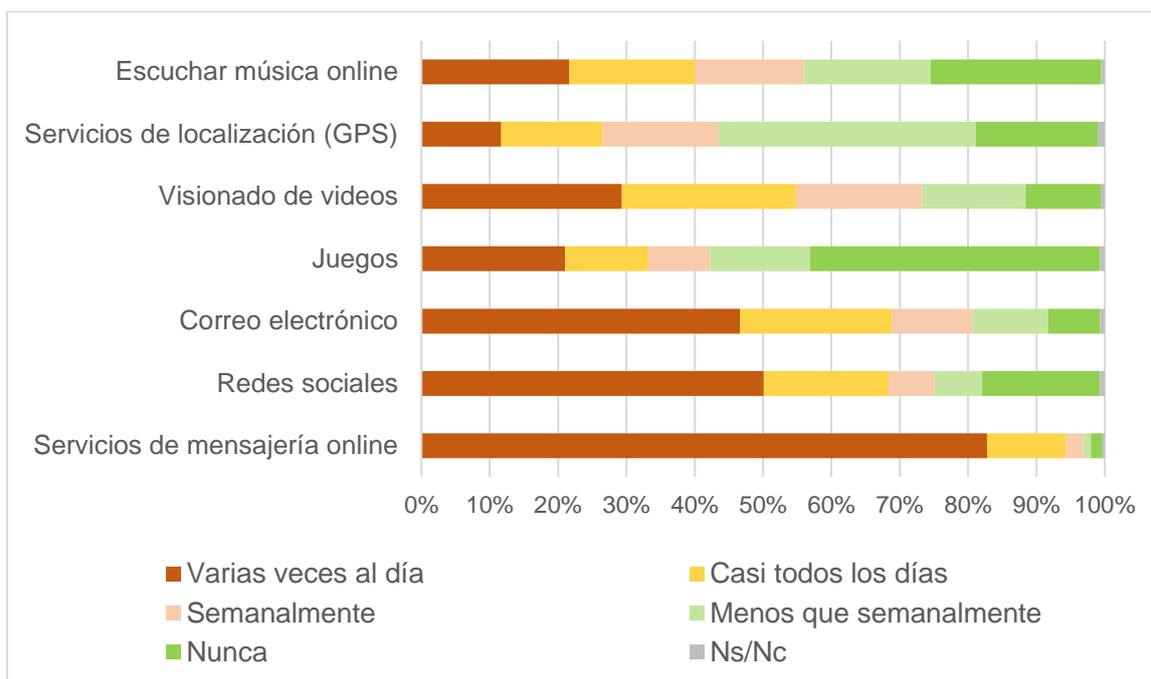
Servicios de mensajería *online* usados habitualmente (II-2024, porcentaje de individuos)



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

Más del 80 % de los individuos con *smartphone* lo utilizaron varias veces al día para enviar o recibir mensajes *online*. La mitad lo usó a diario para navegar por las redes sociales y un 46,6 % para revisar el correo electrónico. Los servicios menos usados con frecuencia diaria fueron los de visionado de vídeos (29,3 %), juegos (21,0 %) y GPS (11,7 %).

Frecuencia de uso de algunos servicios con el smartphone (II-2024, porcentaje de individuos)



Universo: Individuos con *smartphone*. Fuente: CNMC

El **sistema operativo** favorito fue Android (75,8 %), seguido de iOS, que subió hasta el 19,7 % (+3 puntos respecto al mismo trimestre de 2023). Un 1,0 % utilizó otro sistema operativo.

Entre los usuarios de iOS abundan los jóvenes, mientras que los de Android son de mayor edad. Casi la mitad de los que usaba iOS tenía entre 10 y 34 años, mientras que para Android la proporción era de uno de cada cuatro.

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 2024 e incluyó a 5.307 hogares y 9.016 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](#)