

Seis de cada diez hogares usuarios de plataformas para ver contenido audiovisual contrataron más de una

- Netflix fue la más utilizada, seguida de Amazon Prime Video y Movistar Plus +.
- Más del 60 % de hogares contrató estos servicios directamente con la plataforma.

Madrid, 9 de junio de 2025.- 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. A finales de 2024, según los últimos datos del [Panel de Hogares CNMC](#), el 63,3 % de los hogares con acceso a Internet afirmó usar alguna de estas plataformas audiovisuales de pago.

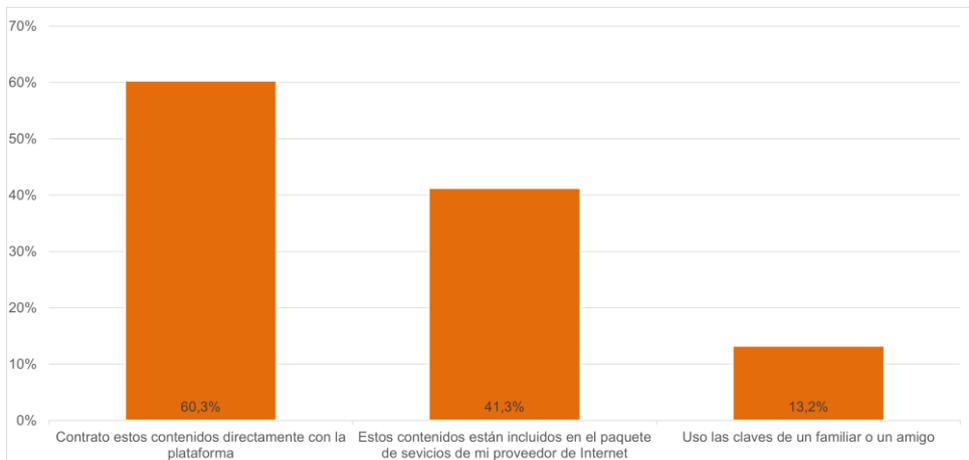
Uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online (porcentaje de hogares)



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

Entre los hogares que usan plataformas de pago, más del 60 % declaró contratarlas directamente con la plataforma. Un 41,3 %, en cambio, afirmó que los contenidos estaban incluidos en un paquete de servicios de su proveedor de internet, mientras que un 13,2 % aseguró que usaba las claves de un familiar o un amigo.

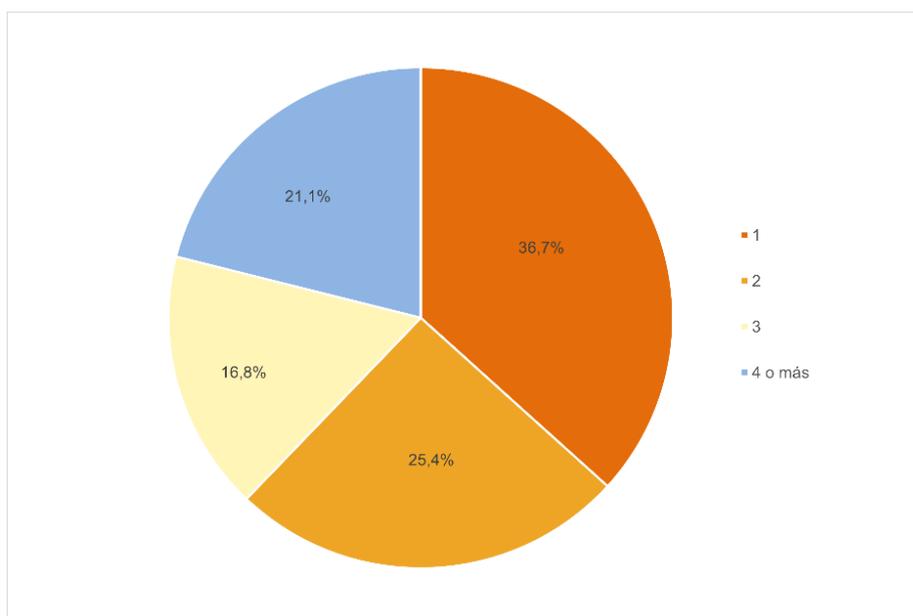
¿Qué situación describe mejor como accede usted a las plataformas de contenidos audiovisuales online de pago que usa? (porcentaje de hogares) 4T 2024. Posible respuesta múltiple



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

El uso combinado de varias plataformas se consolida: un 63,3 % de los hogares que consumieron contenidos audiovisuales *online* de pago usaron más de una plataforma. En concreto, un 25,4 % afirmó contar con dos; un 16,8 %, con tres, y un 21,1 % aseguró tener cuatro o más. Por otro lado, un 36,7 % de estos hogares utilizó solo una.

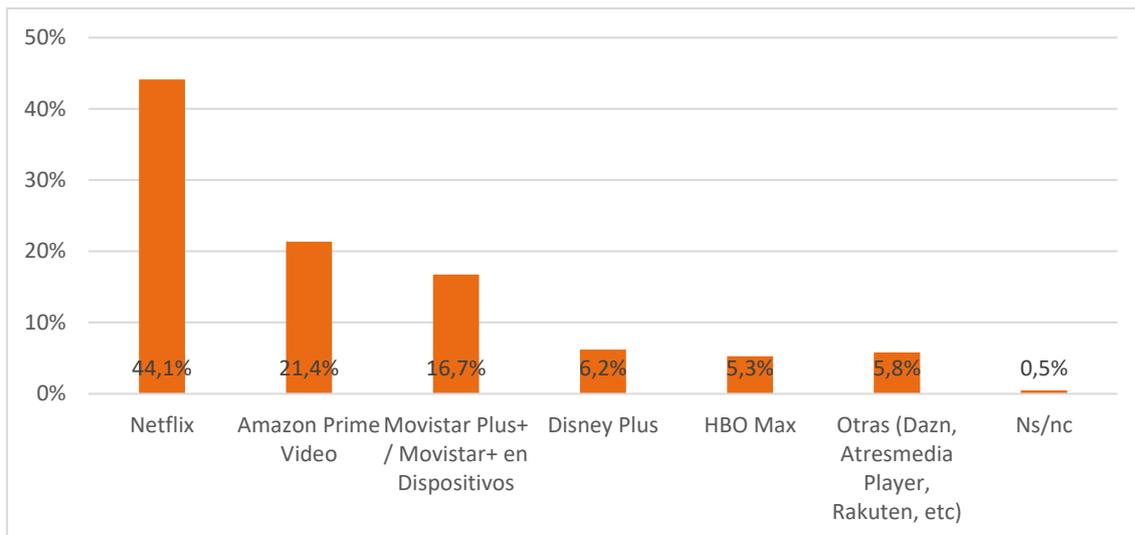
Número de plataformas para ver contenidos audiovisuales online de pago usadas por los hogares (porcentaje de hogares) 4T 2024



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

En cuanto a plataformas más utilizadas, Netflix se mantuvo líder y fue la preferida en más del 40 % de los hogares, seguida de Amazon Prime Video (21,4 %) y Movistar Plus+ (16,7 %).

¿Cuál es la plataforma de pago de contenidos audiovisuales online que más utiliza? (porcentaje de hogares) 4T 2024



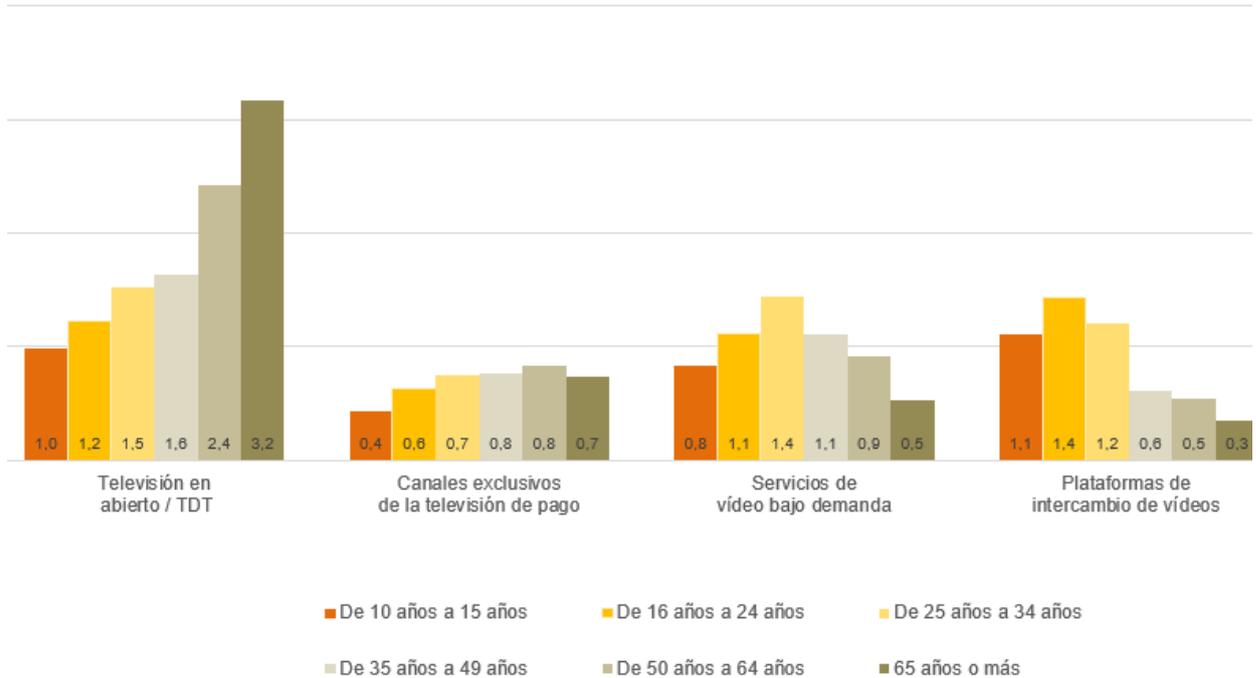
Universo: Hogares que usan plataformas audiovisuales online de pago. Fuente: CNMCData.

La edad condiciona el servicio utilizado. Así nos lo confirmaron los datos sobre consumo de contenidos audiovisuales según servicio y edad del Panel.

Durante los fines de semana, los más jóvenes (10 a 24 años) prefirieron las plataformas de intercambio de vídeos (YouTube, TikTok...) y los servicios de vídeo bajo demanda (plataformas como Netflix, Disney Plus o HBO Max, entre otras), mientras que los adultos mayores de 50 optaron, en su mayoría, por la televisión en abierto/TDT. Por otro lado, los adultos entre 25 y 49 años se dividieron entre los servicios de vídeo bajo demanda y la televisión en abierto/TDT.

Estos datos fueron similares en días laborales, aunque se redujeron en general las horas de consumo.

Consumo de contenidos audiovisuales según servicio y edad durante los días laborales (media de horas al día) 4T 2024



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 2024 e incluyó a 5.402 hogares y 9.139 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](#)