



La nueva factura invisible del hogar español

La cesta digital ya supera a la luz y el gas juntos

Análisis del coste real de la cesta digital del hogar español a partir de datos oficiales de la CNMC, precios públicos de las grandes plataformas y datos internos del comparador Selectra (contratos cerrados y respuestas de usuarios), comparado con las estimaciones de Selectra sobre la factura de luz y gas que paga el hogar tipo en España.

Informe Selectra · Mayo de 2026

Departamento de Análisis · Selectra España

Contacto de prensa: Alejandra Caballero · alejandra.caballero@selectra.com

0. Resumen ejecutivo

Durante décadas, los grandes gastos recurrentes del hogar español tuvieron nombres familiares: luz, gas, agua, teléfono. La conectividad y el entretenimiento eran partidas pequeñas o directamente inexistentes. En menos de diez años, esa fotografía ha cambiado por completo. Hoy el hogar paga cada mes una nueva cesta, **la cesta digital**, formada por cuatro bloques (telco, vídeo, deporte y música) que se contratan por separado y que rara vez se piensan en conjunto.

Este informe combina datos oficiales de la CNMC y el INE, los precios públicos de las grandes plataformas y los datos internos del comparador Selectra (contratos cerrados e intención de compra de los usuarios) para responder a una pregunta sencilla: **¿cuánto cuesta hoy estar conectado en España, y cómo se compara con la cesta energética del hogar (luz y gas)?** La respuesta es incómoda.

La cesta digital del hogar español tipo, con un paquete convergente quíntuple (fibra, línea móvil, teléfono fijo, datos móviles y TV de pago, esta última con plataformas integradas a través del operador) y una cuenta familiar de música, cuesta hoy **99 €/mes**, lo que se traduce en casi **1.200 € al año**. Un hogar con perfil más austero (paquete cuádruple, sin TV de pago, con una plataforma con anuncios y plan individual de música) paga **60 €/mes**, unos **722 € anuales**, mientras que un hogar con perfil intensivo (paquete con fútbol completo y cuatro o más plataformas) llega a los **165 €/mes**, casi **2.000 € al año**. Frente a esas cifras, la cesta energética media del mismo hogar (luz más gas mensualizado) se sitúa en torno a **87 €/mes**, unos **1.044 € al año**. La cesta digital se mide ya de tú a tú con la energética en los tres perfiles: en el hogar medio la supera (99 € frente a 87 €) y en el perfil intensivo la rebasa con holgura, mientras que en el perfil más austero la reciente normalización de los impuestos de la luz y el gas ha vuelto a situar la cesta energética por delante (69 € frente a 60 €).

El crecimiento de la cesta digital se concentra en los bloques de vídeo y música. Las grandes plataformas de streaming han encadenado subidas que en algunos casos superan ampliamente al IPC general acumulado en España (**+13,4 %** entre abril de 2022 y abril de 2026, según el INE). **Amazon Prime Video** es el caso más extremo, con un encarecimiento del **150,8 %** de su suscripción anual desde 2016. **Netflix Premium** ha subido un **83,4 %**, **Disney+ Premium** un **128,8 %**, **HBO Max Premium** un **100,1 %**, **Apple TV+** un **100,2 %** y **Spotify Familiar** un **31 %** desde 2022. El único bloque de la cesta digital que ha bajado de precio en el último año es la conectividad: los paquetes cuádruples cayeron de **42,1 € a 39,2 €/mes (-6,9 %)** y los quíntuples de **80,3 € a 78,4 €/mes (-2,4 %)**, según los datos del Panel de Hogares de la CNMC del segundo trimestre de 2025.

Los datos internos del comparador Selectra confirman el peso creciente del convergente. El **39,35 % de los contratos** de telecomunicaciones cerrados a través de Selectra en los últimos 85 días son paquetes convergentes (fibra + móvil), la tipología más demandada del mercado. Y entre los hogares que han comparado tarifas en la web durante 2026, **más de 8 de cada 10 buscan ya un paquete convergente** (45,9 % Internet + móvil + TV y 37,2 % Internet + móvil). Además, el **28,4 %** demanda velocidades de fibra a partir de 600 MB y otro **27,5 %** directamente desde 1 Gb: una intensidad de uso que demuestra que la conectividad ha dejado de ser 'tener internet' para convertirse en 'tener mucho internet'.

La gran paradoja del informe es que, pese a su peso creciente, **el hogar no ve la cesta digital como un gasto único**. Puede llegar a repartirse entre 2 y 6 cargos mensuales, en varias fechas distintas y por distintas vías de cobro (domiciliación bancaria del operador, cargos en tarjeta de las plataformas, suscripciones integradas en los ecosistemas Apple o Google). Esa fragmentación, sumada a subidas atomizadas que individualmente pasan inadvertidas, ha convertido a la cesta digital en la primera gran partida del presupuesto familiar que el hogar paga sin verla nunca entera. El informe cierra con cuatro palancas concretas que el hogar puede activar hoy mismo para recuperar el control sobre esta nueva factura invisible.

1. El nuevo recibo invisible del hogar español

Durante décadas, los grandes gastos recurrentes del hogar español tuvieron nombres familiares: luz, gas, agua, teléfono. La cesta digital, lo que hoy se paga por estar conectado y entretenido, era una partida pequeña o directamente inexistente. Hoy esa partida ha cambiado de naturaleza: ha pasado de gasto opcional a gasto fijo, y ya compite en peso con los suministros básicos del hogar.

La pregunta que motiva este análisis es sencilla: **¿cuánto cuesta hoy estar conectado en España, y cómo se compara con lo que cuesta tener la luz y el gas en el hogar?** El recorrido pasa por cuatro bloques (telco, vídeo, deporte y música), por dos fuentes oficiales (CNMC^{1, 2} e INE⁴) y por una tesis incómoda. La cesta digital ya no es secundaria. En muchos hogares, ya pesa más en la factura mensual que la cesta energética completa.

Selectra observa este fenómeno desde una posición privilegiada. Como comparador independiente del sector energético y de telecomunicaciones en España, registra cada año cientos de miles de comparaciones y miles de contratos cerrados, lo que permite cruzar lo que el hogar dice que busca (datos de intención) con lo que efectivamente acaba contratando (datos de cierre). Este informe combina por primera vez ese pulso interno con los datos macro de la CNMC y los precios públicos de las grandes plataformas, y lo hace con un objetivo: **poner cifras al gasto que el hogar paga cada mes sin sumarlo nunca del todo.**

2. Cómo se compone hoy la cesta digital del hogar

La cesta digital del hogar español tiene cuatro bloques que se contratan por separado y que rara vez se piensan en conjunto. Por un lado, la **conectividad** (fibra, líneas móviles y, en su caso, televisión de pago). Por otro, las **plataformas de vídeo bajo demanda**, los **servicios deportivos** y las **plataformas de música**.

Lo distintivo de esta cesta es que el consumidor pocas veces la ve como un único gasto. La factura del operador llega con su importe claro y su fecha. Pero el resto de la cesta digital, Netflix, Disney+, HBO Max, Spotify y otros servicios de suscripción, se reparte entre cargos mensuales en tarjeta y servicios incluidos en el paquete de telco. **El hogar puede pagar fácilmente varios cargos sueltos cada mes y rara vez los suma mentalmente.**

Para reconstruir esa cifra, este informe combina dos tipos de datos: las facturas medias que publica la CNMC en su Panel de Hogares (lo que de verdad pagan los españoles por sus paquetes de telco) y los precios oficiales de las plataformas consultados en sus webs.

A esas dos fuentes se suman los datos internos del propio comparador Selectra, que permiten observar el comportamiento real de los hogares cuando comparan y contratan. Un indicio del peso creciente de la conectividad: el **28,4 % de los usuarios que comparan ofertas en Selectra durante 2026 demandan velocidades de fibra a partir de 600 MB** y, además, otro **27,5 % directamente desde 1 Gb**, frente a apenas un 11,1 % que se conforma con 300 MB y el resto de usuarios que no especifica la velocidad que busca⁸, una intensidad de uso que solo se explica si la conectividad sostiene en paralelo varios de los bloques que vienen a continuación: vídeo en streaming, gaming, teletrabajo y plataformas simultáneas. **La conectividad ha dejado de ser 'tener internet' para convertirse en 'tener mucho internet'.**

3. Los cuatro bloques de la cesta

Las próximas cuatro secciones analizan, uno a uno, los bloques que componen la cesta digital del hogar español, ordenados por su peso en el presupuesto y por la magnitud de las subidas registradas en la última década.

3.1. El bloque conectividad: la única partida que baja

Mientras todo sube, los paquetes convergentes bajan. Es el dato más sorprendente del último Panel de Hogares de la CNMC publicado en diciembre de 2025.

Según los datos oficiales del 2T 2025², **el paquete cuádruple medio** (fibra + línea móvil + teléfono fijo + datos móviles) **costó de media 39,2 €/mes**, frente a los 42,1 €/mes que registraba un año antes. El **paquete quíntuple** (cuádruple más TV de pago) **bajó de 80,3 € a 78,4 €/mes** en el mismo periodo.

Tipo de paquete	II-2024	II-2025	Variación
Paquete cuádruple (fibra + móvil + fijo + datos)	42,1 €/mes	39,2 €/mes	↓ 2,9 € (-6,9 %)
Paquete quíntuple (cuádruple + TV de pago)	80,3 €/mes	78,4 €/mes	↓ 1,9 € (-2,4 %)

Gráfico 1. Gasto medio por hogar en los paquetes de telecomunicaciones más contratados. Fuente: CNMC, Panel de Hogares 2T 2025. Elaboración propia.

Lectura

El bloque que durante años se percibió como 'el gasto digital duro' del hogar está siendo el más estable y, además, el único que ha visto recortes reales. La competencia entre operadores, la presión de los low-cost como Digi o Lowi y la consolidación de la fibra han comprimido márgenes y forzado bajadas selectivas en los paquetes más demandados.

Lo que vemos desde el comparador: el convergente ya no es una opción, es el formato dominante

Los datos de contratación del propio comparador Selectra confirman, con evidencia first-party, lo que insinúan los datos de la CNMC. En los últimos 85 días, sobre una muestra de **7.861 contratos** de telecomunicaciones cerrados a través de Selectra, el **39,35 % fueron paquetes convergentes que incluyen fibra y línea móvil**⁸. Es la tipología más contratada del comparador y confirma que el convergente se ha consolidado como el formato dominante del mercado español, por delante de cualquier otra modalidad.

Pero el dato más revelador llega del lado de la intención. De los **4.468 hogares** que durante 2026 han respondido en el cuestionario web de Selectra a la pregunta de qué paquete desean comparar, el **45,9 % buscaba un paquete Internet + móvil + TV** y el **37,2 % un paquete Internet + móvil**. Sumados, **más de 8 de cada 10 hogares que comparan en Selectra buscan ya un paquete convergente**⁸. Solo un 11,3 % busca exclusivamente internet y apenas un 2,2 % busca solo línea móvil como producto principal. Es decir: cuando un hogar español se sienta a comparar tarifas de telco en 2026, lo hace asumiendo que el paquete será convergente.

Lectura Selectra

La 'bajada' de los paquetes convergentes que recoge la CNMC no es una anomalía estadística sino la respuesta racional de los operadores ante una demanda que ya se ha estandarizado. En el momento en que más del 80 % del consumidor busca convergente, el operador puede comprimir márgenes en el ancla de fibra porque sabe que el hogar contratará también líneas móviles, datos y, en muchos casos, plataformas. El convergente no compite con sus alternativas: directamente las ha sustituido.

3.2. El bloque vídeo: la subida silenciosa que se dispara por encima del IPC

La fotografía cambia radicalmente cuando se entra en el segundo bloque. Las plataformas de vídeo bajo demanda han subido sus precios prácticamente desde su llegada a España, y lo han hecho a un ritmo que en muchos casos duplica o triplica la inflación general del país.

Netflix es el ejemplo más visible. Aterrizó en España en 2015 con un plan Estándar de 9,99 €, que hoy cuesta **14,99 € (+50 %)**⁵, ⁶. Su plan Premium ha pasado de 11,99 € a 21,99 €, un **83 %** más en una década. Y el plan con anuncios, presentado en 2022 como la alternativa accesible a 5,49 €, encadenó dos subidas hasta los 8,99 € actuales, lo que supone un encarecimiento del **64 %** desde su lanzamiento⁶.

El movimiento no es exclusivo de Netflix. **Amazon Prime Video** es uno de los casos más extremos: su suscripción anual pasó de 19,90 € en 2016 a 49,90 € en 2026, **un encarecimiento del 150 % en diez años**⁶. **Apple TV+** ha duplicado su tarifa desde su lanzamiento en 2019 (de 4,99 € a 9,99 €, **+100 %**). **Disney+ y HBO Max**, sin tocar su plan más básico, han desplegado planes Estándar y Premium que multiplican por más de dos su precio de lanzamiento⁵, ⁶.

Solo dos plataformas escapan a la regla. **HBO Max** ha bajado un **12,5 %** el precio de su plan con anuncios respecto al precio único que cobraba HBO España en 2016. Y **Filmin** se mantiene prácticamente inalterado en 16 años, en torno a los 10 €/mes⁶.

Como referencia, el **IPC general acumulado entre abril de 2022 y abril de 2026 fue del 13,4 %**, según el INE⁴. Cualquier comparación con la subida de las plataformas se distorsiona por la diferencia de ventanas temporales: mientras el IPC se mide aquí en cuatro años, los precios de lanzamiento de las plataformas se remontan a entre 6 y 16 años atrás. Aun así, la conclusión es clara: **las grandes plataformas de vídeo han subido a un ritmo muy superior al de la inflación general**.

Plataforma · Plan	Lanzamiento	Hoy (mayo 2026)	Variación
Netflix · Plan con anuncios (desde 2022)	5,49 €	8,99 €	▲ +63,8 %
Netflix · Plan Estándar (desde 2015)	9,99 €	14,99 €	▲ +50,1 %
Netflix · Plan Premium (desde 2015)	11,99 €	21,99 €	▲ +83,4 %
Disney+ · Plan con anuncios	6,99 €	6,99 €	Sin cambios
Disney+ · Plan Estándar (nuevo)	6,99 €	10,99 €	▲ +57,2 %
Disney+ · Plan Premium (nuevo)	6,99 €	15,99 €	▲ +128,8 %
HBO Max · Plan con anuncios (nuevo)	7,99 €	6,99 €	▼ -12,5 %
HBO Max · Plan Estándar	7,99 €	10,99 €	▲ +37,5 %
HBO Max · Plan Premium (nuevo)	7,99 €	15,99 €	▲ +100,1 %
Amazon Prime Video · Suscripción anual	19,90 €	49,90 €	▲ +150,8 %
Amazon Prime Video · Mensual con anuncios	—	4,99 €	Modalidad nueva
Amazon Prime Video · Mensual sin anuncios	—	6,98 €	Modalidad nueva
Apple TV+ · Plan mensual (desde 2019)	4,99 €	9,99 €	▲ +100,2 %
SkyShowtime · Plan Estándar (desde 2022)	5,99 €	6,99 €	▲ +16,7 %
SkyShowtime · Plan Premium (nuevo)	5,99 €	10,00 €	▲ +66,9 %
Filmin · Plan mensual (desde 2010)	10,00 €	9,99 €	Sin cambios

Gráfico 2. Comparativa entre el precio de lanzamiento en España y la tarifa vigente en mayo de 2026. Fuente: El País (9 de mayo de 2026) y webs oficiales de cada plataforma. Elaboración Selectra.

3.3. El bloque deporte: el verdadero abismo de la cesta digital

Si el vídeo es la subida silenciosa, el deporte es la fractura abierta. Ver todo el fútbol en casa en España no es un servicio independiente que se suma a la cesta digital, sino una pieza que reordena la propia factura de telecomunicaciones. El aficionado no puede contratar una suscripción exclusivamente futbolística como sí ocurre en Francia: **tiene que pasar obligatoriamente por un paquete convergente** con uno de los dos operadores que comercializan todo el fútbol en España, Movistar u Orange. El fútbol se ha convertido así en un producto 'ancla' para la venta de telecomunicaciones, no en un servicio independiente.

Las ofertas existentes lo dejan claro. La más barata para ver todo el fútbol en casa parte de **81 €/mes** (Orange Fibra 1Gb + Fútbol, sin línea móvil), y la mayoría de paquetes convergentes con fútbol completo arrancan en **107 €/mes**, subiendo en función de los servicios añadidos (líneas móviles adicionales, mayor velocidad de fibra, más datos móviles o canales de TV extra). Esa cifra sitúa a España como el **país europeo donde el acceso al fútbol supone un mayor esfuerzo sobre la renta familiar**, según un estudio previo de Selectra publicado en febrero de 2026⁹.

El motivo está en cómo se reparten los derechos audiovisuales. Los partidos de **LaLiga** se reparten entre Movistar Plus+ y DAZN, mientras que los derechos de la **Champions League** son exclusivos de Movistar Plus+, que también los comercializa a través de Orange gracias a un acuerdo entre ambos operadores. Eso significa que, en la práctica, **solo dos operadores en España permiten ver todo el fútbol en casa**: Movistar y Orange.

Las ofertas actuales del mercado:

- **Orange Fibra 1Gb + Fútbol** parte de **81 €/mes** e incluye fibra de 1 Gb y todo el fútbol (LaLiga + Champions), pero sin línea móvil ni otros servicios añadidos. Es la oferta más barata del mercado para ver el fútbol completo en casa.
- **Movistar Plus+** comercializa varios paquetes según el alcance. El más asequible parte de **91 €/mes** con Champions League, fibra y dos líneas móviles, y desde **107 €/mes** se puede acceder al fútbol completo (LaLiga + Champions) con paquete convergente.
- **DAZN suscripción directa** ofrece su plan Fútbol por **29,99 €/mes** (19,99 € con pago anual fraccionado), pero solo da acceso a **cinco partidos de LaLiga por jornada**, no a la competición completa.

El contraste con Europa es contundente. En **Francia**, todos los partidos se pueden ver por 35-40 €/mes (**1,3 % de la renta** mensual familiar). En **Reino Unido**, entre 80 y 100 €/mes (**2,8 %**). En **Portugal** representa el **3,6 %** de la renta familiar y en **Bélgica** el **1,35 %**. En **España, supera el 5 % de la renta mensual familiar, el porcentaje más alto de Europa**⁹.

El deporte es además la fractura social del consumo digital. Pagar el fútbol en casa es un lujo que solo un perfil concreto del hogar español asume, mientras que la mayoría recurre a la alternativa del bar o, en un porcentaje significativo, a vías irregulares. Como concluye el informe previo de Selectra, 'cuando el acceso completo al fútbol supera el 5 % de la renta mensual media del hogar, el producto se aproxima a la categoría de **bien premium**, alejándose del consumo masivo tradicional'⁹.

3.4. El bloque música: la cesta que casi nadie ve crecer

La música en streaming pasa desapercibida en el cómputo del hogar porque sus cifras absolutas son pequeñas, pero **su porcentaje de subida está entre los más altos de toda la cesta digital**. Y conviene no subestimar su peso: el **65 % de las escuchas de música en España en 2024 ya fueron en formato digital**, según AIE (frente al 60 % de seis años antes)¹¹, y de los más de 20 millones de españoles que usaron plataformas de streaming de audio ese año, **casi 7 millones lo hicieron con una suscripción premium**, un 14 % más que en 2023, según Promusicae¹². La música por suscripción no es ya un servicio accesorio del hogar: es una partida estructural en crecimiento.

Spotify, líder indiscutible del mercado español, ha movido sus tarifas tres veces desde 2022. El plan Individual pasó de 9,99 € a **11,99 € (+20 %)**, el Duo de 12,99 € a 16,99 €, y el Familiar de 15,99 € a **20,99 €**. El plan Estudiantes sigue siendo el único que se mantiene relativamente estable en torno a los **6,49 €/mes**.

Apple Music, YouTube Premium y Amazon Music Unlimited han seguido movimientos paralelos. La música es el bloque más barato del hogar digital pero también el que más se ha encarecido en proporción, y el primer indicador de que el modelo de suscripción ilimitada está alcanzando un techo de aceptación del consumidor.

4. La gran comparación: cesta digital frente a cesta energética

Llegados aquí, el informe llega al cruce que motiva su título. Si la luz y el gas son los arquetipos del gasto recurrente del hogar, **¿cómo se comparan con lo que hoy paga el hogar español por estar conectado y entretenido?**

Para que la comparación sea justa, este informe construye en ambos lados de la balanza una cesta agregada: en el lado energético, suma **luz y gas natural** (los dos suministros energéticos básicos del hogar español); en el lado digital, los servicios que componen la cesta de conectividad y entretenimiento. Se deja deliberadamente fuera el agua, en primer lugar porque no es estrictamente un gasto energético sino un consumo de bien físico, y en segundo lugar porque su tarificación varía mucho por municipio y en buena parte de los pisos viaja integrada en los gastos de comunidad, lo que distorsionaría la comparación.

Lo que pagas por la cesta energética

Para situar el coste energético en un hogar español, Selectra parte de un perfil de consumo de referencia: una **familia con dos hijos**, con un consumo eléctrico de 270 kWh al mes (49 % en horas valle, 26 % llano y 25 % punta), 4 kW de potencia contratada y una factura de 30 días⁷. En gas natural, se consideran dos escenarios típicos: un **consumo bajo (RL1, 500 kWh en 60 días)** y un **consumo medio-alto (RL2, 1.500 kWh en 60 días, propio de hogares con calefacción y/o agua caliente sanitaria con gas)**. Para hacer comparables los importes con la luz, las facturas de gas se presentan mensualizadas (importe del bimestre dividido entre dos), ya que el ciclo de facturación habitual del gas natural en España es de 60 días.

Combinando ambas partidas, la cesta energética del hogar español tipo se sitúa en tres escenarios:

- **Cesta energética modesta: 68,65 €/mes** (tarifa más barata del mercado libre 50,99 € + gas TUR RL1 mensualizado 17,66 €).
- **Cesta energética media: 86,97 €/mes** (tarifa popular del mercado libre 69,31 € + gas TUR RL1 mensualizado 17,66 €).
- **Cesta energética alta: 114,59 €/mes** (tarifa popular 69,31 € + gas TUR RL2 mensualizado 45,28 €).

El abanico realista de la cesta energética mensualizada se mueve, por tanto, **entre los 69 €/mes (perfil modesto, sin uso intensivo de gas) y los 115 €/mes (perfil alto, con calefacción y ACS de gas en invierno)**. El hogar medio se sitúa en torno a los **87 €/mes**.

Nota sobre los precios energéticos

Las cifras de luz y gas que se manejan en este informe corresponden a la **factura final** que paga el hogar, es decir, incluyen todos los impuestos y cargos regulados vigentes. Tras decaer las rebajas fiscales temporales que estuvieron en vigor a comienzos de 2026, el IVA aplicado a la electricidad ha vuelto a su tipo general del **21 %** y el Impuesto Especial sobre la Electricidad (IEE) a su nivel ordinario del **5,11 %**. Esa normalización fiscal se refleja ya en las cifras de este informe y explica buena parte del encarecimiento de la cesta energética y del estrechamiento de su distancia con la cesta digital.

Lo que pagas por estar conectado

En el otro lado de la balanza está la cesta digital. Para que la comparación sea justa, este informe define tres perfiles de hogar que cubren el rango realista del consumidor español actual, y los construye apoyándose en los datos del Panel de Hogares de la CNMC y en los datos internos del comparador Selectra.

Nota metodológica

Los tres perfiles no son escenarios hipotéticos: representan a colectivos reales del consumidor español. El perfil bajo refleja al hogar que usa una sola plataforma (34,6 % de los hogares con acceso a internet y que usan plataformas, según la CNMC) y contrata Internet y móvil sin TV de pago (37,24 % de las búsquedas en Selectra durante 2026). El perfil medio refleja al hogar mayoritario, que busca paquete con TV de pago (45,90 % de las búsquedas en Selectra) y combina 2-3 plataformas (44,9 % de los hogares con plataformas según CNMC). El perfil alto refleja al 20,4 % de los hogares con acceso a internet y que usan plataformas de streaming que combina 4 o más simultáneamente, y que típicamente contrata también fútbol completo. En el perfil medio no se suman las plataformas aparte porque el 41,9 % de los hogares CNMC ya las recibe dentro del paquete de telco; en los perfiles bajo y alto sí se contratan aparte, en sus planes correspondientes.

La música aparece en los tres perfiles porque el consumo digital es ya dominante en España: según la AIE, durante 2024 el formato digital concentró más del 65 % de las escuchas de música en España, consolidando una tendencia de crecimiento sostenido (el share digital ha pasado del 60 % al 65 % en los últimos seis años)¹¹. A esto se suman los datos de Promusicae: en 2024, más de 20 millones de españoles usaron plataformas de streaming de audio y casi 7 millones lo hicieron a través de una suscripción premium (+14 %

respecto a 2023)¹². Es decir, la música por suscripción no es ya un servicio marginal del hogar: forma parte estructural de su consumo audiovisual cotidiano. Por eso se incorpora a las tres cestas, ajustando solo el tipo de plan (Individual en el perfil bajo, Familiar en los perfiles medio y alto).

Cesta digital baja (perfil austero · 1 plataforma)

Un hogar con paquete cuádruple medio (**39,2 €/mes** según la CNMC², que incluye fibra, línea móvil, teléfono fijo y datos móviles, sin TV de pago), suscripción al plan con anuncios de Netflix (**8,99 €⁵**, la plataforma líder en España con un 44,6 % de cuota según la CNMC³) y una cuenta individual de Spotify (**11,99 €⁵**) paga **60,18 €/mes** por su cesta digital.

Cesta digital media (perfil mayoritario · quíntuple con plataformas incluidas)

Un hogar con paquete quíntuple medio (**78,4 €/mes** según la CNMC², que incluye fibra, línea móvil, teléfono fijo, datos móviles y TV de pago, esta última con una o varias plataformas integradas a través del operador) y una cuenta familiar de Spotify (**20,99 €⁵**) paga **99,39 €/mes** por su cesta digital.

Cesta digital alta (perfil intensivo · 4+ plataformas y fútbol completo)

Un hogar con paquete convergente que incluye fútbol completo (**107 €/mes**, Movistar Plus+¹⁰), suscripciones a tres grandes plataformas en sus planes estándar (Netflix 14,99 €, Disney+ 10,99 € y HBO Max 10,99 €, que suman **36,97 €⁵**) y una cuenta familiar de Spotify (**20,99 €⁵**) paga **164,95 €/mes**, muy por encima incluso del escenario energético más alto. Este perfil describe al 20,4 % de los hogares con acceso a internet y que usan plataformas de streaming que combina cuatro o más plataformas simultáneamente, ampliado con fútbol completo.

Conclusión

La cesta digital del hogar español se mide ya de tú a tú con la cesta energética en los tres perfiles, aunque la reciente normalización de los impuestos de la luz y el gas ha estrechado la diferencia. En el perfil bajo, la subida fiscal ha devuelto la cesta energética por delante: la modesta (69 €) supera ahora a la digital baja (60 €). En el perfil medio, la digital (99 €) sigue por encima de la energética media (87 €), si bien queda por debajo de la energética alta (115 €). Y en el perfil intensivo, la digital (165 €) rebasa con holgura cualquier escenario energético, consolidándose como la mayor partida recurrente del hogar.

Componente	Cesta baja	Cesta media	Cesta alta
Paquete convergente de telco	39,2 € (cuádruple, sin TV)	78,4 € (quíntuple con plataformas)	107,0 € (con fútbol completo)
Plataformas de vídeo	8,99 € (Netflix con anuncios)	incluidas en el paquete telco	36,97 € (Netflix + Disney+ + HBO Max)
Música (Spotify)	11,99 € (Individual)	20,99 € (Familiar)	20,99 € (Familiar)
Total cesta digital	60,18 €/mes	99,39 €/mes	164,95 €/mes

Tabla. Composición de las tres cestas digitales del hogar español tipo. Fuente: CNMC, webs de plataformas y estimaciones Selectra. Elaboración propia.

Comparando los tres perfiles digitales con los tres escenarios de cesta energética, el resultado es claro: **la cesta digital del hogar español se mide de tú a tú con la cesta energética en el perfil medio, al que supera, y la rebasa con holgura en el perfil intensivo; solo en el perfil más austero la reciente subida de los impuestos energéticos ha vuelto a situar la luz y el gas por delante.** Ese crecimiento, ocurrido en silencio en menos de una década, es la tesis central de este informe.

Cesta	Gasto mensual	Gasto anual
Cesta digital alta (fútbol + 3 plataformas + música)	164,95 €/mes	≈ 1.979 €/año
Cesta digital media (quíntuple + Spotify Familiar)	99,39 €/mes	≈ 1.193 €/año
Cesta digital baja (cuádruple + 1 plataforma + Spotify)	60,18 €/mes	≈ 722 €/año
Cesta energética alta (luz popular + gas RL2)	114,59 €/mes	≈ 1.375 €/año
Cesta energética media (luz popular + gas RL1)	86,97 €/mes	≈ 1.044 €/año
Cesta energética modesta (luz más barata + gas RL1)	68,65 €/mes	≈ 824 €/año

Gráfico 3. Comparativa entre la cesta digital y la cesta energética del hogar español tipo. Datos vigentes en mayo de 2026. Fuente: CNMC (Panel de Hogares 2T 2025), webs oficiales de plataformas y estimaciones Selectra. Elaboración propia.

5. ¿Por qué ha pasado esto? Cuatro fuerzas detrás de la subida

La pregunta que queda en el aire es por qué la cesta digital ha crecido tanto sin que el consumidor lo haya percibido claramente. Una factura de la luz que sube un 5 % desata titulares y protestas; un plan de Netflix que sube un euro pasa inadvertido. Y, sin embargo, **sumando todos los planes de la cesta digital, el aumento es comparable, cuando no superior, al de otros suministros básicos.**

La respuesta está en cuatro dinámicas que han operado en paralelo en los últimos años.

1. La fragmentación de las plataformas

Hace cinco años, un hogar con Netflix tenía cubierto el grueso de su consumo audiovisual. Hoy, Netflix tiene una cuota de penetración del **44,6 %** entre los hogares españoles que pagan por plataformas, según la CNMC¹, pero compite con Disney+, HBO Max, Movistar Plus+, Prime Video y SkyShowtime, cada una con catálogos exclusivos. El **65,4 % de los hogares con plataformas combina ya dos o más simultáneamente¹**, y un **20,4 % paga cuatro o más.**

2. La subida del 'plan con anuncios'

Lo que comenzó como una promesa de democratización del consumo (Netflix introdujo el plan con anuncios a 5,49 €/mes en 2022) se ha convertido en el plan que **más se ha encarecido en términos porcentuales**: hoy cuesta 8,99 €/mes, un **64 %** más que en su lanzamiento⁵, ⁶. La opción 'barata' del streaming ha dejado de ser barata.

3. La figura del 'suscriptor extra'

Netflix introdujo en 2023 la posibilidad de añadir a alguien fuera del hogar pagando 5,99 €/mes adicionales por persona⁵. El **14 % de los hogares españoles**, según la CNMC³, todavía accede a plataformas con claves de familiares o amigos, y todos ellos son candidatos a pagar ese extra o renunciar al servicio.

4. La integración con el operador

El **41,9 % de los hogares españoles recibe sus plataformas incluidas en el paquete de telco**, según la CNMC³. Esto explica por qué los paquetes quíntuples bajan a pesar de incluir contenidos cada vez más caros: el operador absorbe parte de la subida para no perder al cliente y lo compensa con su escala. La consecuencia es que **el coste real de la plataforma para el consumidor se vuelve opaco.**

Los datos internos de Selectra refuerzan esta lectura desde el otro lado del embudo: si la CNMC observa que cuatro de cada diez hogares ya reciben plataformas en su factura de telco, en Selectra vemos que el **39,35 % de los contratos cerrados son convergentes y más del 80 % de los hogares que comparan en la web buscan ya un paquete de este tipo**⁸. El operador no solo puede absorber la subida de las plataformas: la absorbe porque sabe que el convergente se ha convertido en el formato dominante y que perder al cliente del paquete implica perder también las líneas móviles, los datos y, en muchos casos, las suscripciones que viajan con él. La integración no es una estrategia comercial: **es ya la estructura por defecto del mercado.**

6. Conclusión: la factura que el hogar paga sin ver

El informe arranca con una pregunta sencilla (¿cuánto cuesta hoy estar conectado en España?) y termina con una conclusión incómoda: **el hogar español ya destina cada mes a estar conectado y entretenido lo mismo o más que a su cesta energética completa**. Y, sin embargo, ese gasto no aparece como tal en ninguna parte. No tiene una sola fecha de cobro, no tiene un solo recibo, no tiene una sola domiciliación. **Es la primera gran partida del presupuesto familiar que el hogar paga sin verla nunca entera.**

El recibo que nunca llega entero

A diferencia de la luz o el gas, que consolidan todo su importe en un único recibo mensual con fecha de vencimiento conocida, la cesta digital se reparte entre formas de cobro que nunca se cruzan. El paquete convergente se domicilia en la cuenta corriente. Las suscripciones a Netflix, Disney+ o HBO Max se cargan en tarjeta, cada una en su día. Spotify y Apple Music llegan como cargos recurrentes independientes. Y los servicios deportivos premium se confunden, según el operador, con la propia factura de telco.

El hogar puede llegar a repartir **entre 2 y 6 cargos mensuales**, en varias fechas distintas y por distintas vías de cobro, y rara vez los suma. La cesta digital es, probablemente, la única partida importante del presupuesto familiar que carece de un **momento de verdad mensual**: no hay un día del mes en el que el hogar reciba la cifra agregada y se enfrente a ella como sí ocurre con la factura de la luz o del gas. Esa ausencia de momento de verdad es la condición material que hace invisible el coste.

¿Ocio o suministro? Una frontera que se ha desdibujado

La objeción inmediata a la tesis de este informe es legítima: la luz y el gas son suministros básicos, irrenunciables, y por eso una subida en el recibo eléctrico o en el del gas abre titulares; la conectividad y las plataformas son ocio, y por eso un aumento de tres euros en Netflix pasa inadvertido. La distinción es razonable, **pero la frontera que la sustenta se ha ido borrando en la última década.**

Disponer de fibra y línea móvil ha dejado de ser un lujo: hoy es la condición de acceso al teletrabajo, a las sedes electrónicas de la administración pública, a la banca digital, a la sanidad y a una parte creciente de los servicios privados básicos. Sin internet en casa y sin un móvil con datos, un hogar queda funcionalmente desconectado tanto del Estado como

del mercado. **Ese tramo de la cesta digital, fibra y móvil, ha cruzado, de facto, la frontera del 'suministro básico'**, aunque la regulación y el debate público sigan tratándolo como ocio.

Las plataformas audiovisuales, deportivas y de música sí pertenecen a la categoría del ocio puro. Pero en un número creciente de hogares se han instalado como el primer canal de entretenimiento doméstico, sustituyendo a la televisión tradicional, ocupando horas de consumo y formando parte de la rutina diaria de niños, adolescentes y adultos. Pertenecen al ocio, sí, pero a un ocio fuertemente arraigado, difícil de cancelar de un día para otro sin alterar la dinámica del hogar. El resultado es una cesta que mezcla servicios irrenunciables con servicios de ocio profundamente instalados, y todos ellos llegan a la cuenta corriente con la misma etiqueta mental: **gasto fijo del hogar**.

Subidas atomizadas: cómo crece lo que nadie suma

A la fragmentación de los cobros se suma una fragmentación de las subidas. Mientras los paquetes convergentes de telco se han mantenido estables, o incluso han bajado en el último año, como recoge la CNMC, las plataformas de vídeo, música y deporte han ido encadenando incrementos pequeños, anuales o bianuales, de uno o dos euros cada vez. Visto plan a plan, ninguno es alarmante. **Visto en conjunto, el resultado es radicalmente distinto.**

Sumando los aumentos de solo tres servicios (Netflix Estándar +5 €, Spotify Individual +2 € y Disney+ Estándar +4 €) desde su precio de lanzamiento en España, el hogar paga hoy **11 € más al mes en esas tres líneas, unos 132 € al año**, sin que ningún titular lo haya recogido porque las subidas se anunciaron por separado, espaciadas en el tiempo y nunca presentadas en conjunto. Y eso solo en tres servicios de los varios que pueden convivir en la cesta de un hogar medio.

La traducción anual del gasto agregado es el ejercicio que más cuesta al consumidor hacer y, por eso mismo, el más revelador. Una cesta digital media de **99,39 €/mes** equivale a **1.193 € al año**. Una cesta digital baja de 60,18 €/mes son **722 € al año**. Y una cesta digital alta de 164,95 €/mes alcanza los **1.979 € anuales**. Como referencia, la cesta energética media del mismo hogar (luz + gas mensualizado) supone unos **1.044 € anuales**, la modesta unos 824 € y la alta unos 1.375 €. **En 2026, el hogar español tipo destina a estar conectado y entretenido algo más de lo que paga por mantener iluminada y caliente su vivienda durante todo el año (unos 1.193 € frente a 1.044 €), una diferencia que la reciente subida de los impuestos energéticos ha estrechado**; aun así, los hogares con perfil digital intensivo siguen gastando casi el doble que el hogar medio en energía.

La paradoja es que la única partida visible, el paquete convergente de telco, es justamente la que se ha mantenido bajo control, porque el operador comprime sus márgenes para retener al cliente. Esa estabilidad visible da, sin pretenderlo, la cobertura perfecta para que las plataformas suban sin que el hogar perciba el impacto agregado. La mecánica de la subida invisible se sostiene sobre esa asimetría: **lo que se ve no sube, lo que sube no se ve.**

La pregunta de fondo

La pregunta que queda abierta no es si el hogar español está pagando demasiado por su cesta digital (los datos no permiten una respuesta categórica) sino si la está pagando consciente. En ese terreno, las cifras del Panel de Hogares de la CNMC, las respuestas que vemos en los formularios de Selectra y el comportamiento de los hogares al rotar entre plataformas, contratar planes con anuncios o compartir cuentas apuntan todas en la misma dirección: el consumidor empieza a hacer cuentas. Si esa toma de conciencia llega a tiempo para abrir un debate sobre la cesta digital antes de que quede consolidada como una sexta gran factura del hogar (al lado de la luz, el gas, el agua, la comunidad y los seguros), o si llega cuando ya sea estructural e irreversible, es lo único que los datos de los próximos doce meses podrán confirmar.

7. Qué puede hacer el hogar: cuatro palancas concretas

El diagnóstico de este informe no es fatalista. Hay decisiones que el hogar español puede tomar hoy mismo para recuperar el control de su cesta digital sin renunciar a los servicios que valora. **La clave no es cancelar, sino ordenar**: visibilizar el gasto agregado, eliminar redundancias y aprovechar las herramientas de comparación que existen tanto en telco como en energía.

1. Sumar todos los cargos una vez al año

El primer paso es el más sencillo y el que más cuesta: en una sola hoja de papel o una pestaña del navegador, listar todos los servicios digitales que paga el hogar (paquete de telco, plataformas de vídeo, música y deporte) con su importe mensual y su importe anual. **La cifra final suele sorprender**. Una vez tenida esa fotografía, el hogar puede decidir con criterio dónde recortar; sin ella, cada decisión se toma en aislado y el agregado nunca se cuestiona.

2. Rotar plataformas en lugar de acumular

Las plataformas de vídeo no exigen permanencia. Un hogar puede contratar Netflix durante dos meses, ver lo que le interesa, darlo de baja y pasar a Disney+ o HBO Max el trimestre siguiente. **Esa rotación no merma la experiencia de consumo y reduce hasta un 50-60 % el gasto anual en plataformas** frente al modelo de tenerlas todas activas en paralelo. La única condición es organizarse: alternar suscripciones requiere una mínima planificación, pero las herramientas de gestión de suscripciones del propio banco o de la tarjeta facilitan el proceso.

3. Revisar si el paquete de telco ya incluye plataformas

Como recoge la CNMC, el **41,9 % de los hogares españoles ya tiene plataformas incluidas en su paquete de telco**, pero una parte importante no es consciente de ello y sigue pagando aparte la misma suscripción que su operador le ofrece sin coste adicional. Revisar el detalle del contrato convergente, llamar al operador o consultar la cuenta de cliente puede **ahorrar entre 10 y 30 €/mes en suscripciones duplicadas**. Es la palanca más rápida y más infrautilizada del hogar español.

Antes de contratar una plataforma de streaming por separado, conviene además **comparar cuánto cuesta hacerlo de forma independiente frente a incluirla en un paquete convergente** del operador. En muchos casos, el incremento del paquete por añadir la

plataforma es menor que el precio individual de la suscripción, e incluso algunos operadores la ofrecen sin coste adicional dentro de determinados planes. Comparar las dos opciones antes de firmar puede suponer un ahorro adicional significativo sobre la palanca anterior.

4. Compensar el peso digital con un comparador energético

Si la cesta digital es difícil de comprimir porque buena parte de sus componentes son ya irrenunciables (conectividad) o profundamente instalados (plataformas), la palanca de ajuste puede venir del otro lado del presupuesto. **Comparar la tarifa eléctrica con una herramienta independiente puede ahorrar al hogar entre 100 y 300 €/año**, una cifra que en muchos casos compensa una buena parte de la subida acumulada en plataformas. La cesta digital y la energética no son partidas independientes: forman parte del mismo presupuesto del hogar, **y cada euro ahorrado en una libera margen para la otra.**

Conclusión práctica

El hogar español no necesita renunciar a estar conectado y entretenido. Necesita verlo entero, decidir qué quiere mantener activo en cada momento y comparar tanto sus servicios digitales como sus suministros energéticos con la misma frecuencia con la que cualquier hogar revisa el seguro del coche o las condiciones del banco. Es ese acto de comparación periódica, más que cualquier renuncia, el que devuelve el control sobre la factura que hoy paga sin ver.

8. Notas y fuentes

Las referencias numeradas que aparecen a lo largo del informe en formato superíndice (¹, ², ³...) corresponden a las siguientes fuentes. Todos los datos provienen de organismos oficiales (CNMC, INE), medidores sectoriales o de las propias webs oficiales de cada plataforma. Cuando aplica, se indica también la metodología utilizada para reconstruir el dato.

[1] Hogares con plataformas audiovisuales de pago

Datos sobre el porcentaje de hogares con plataformas (63,1 %), número de plataformas combinadas (34,6 % una; 26,1 % dos; 18,8 % tres; 20,4 % cuatro o más) y cuotas de cada plataforma (Netflix 44,6 %, Amazon Prime Video 19,7 %, Movistar Plus+ 17,8 %, Disney+ 6,0 %, HBO Max 5,3 %). Fuente: **CNMC, Panel de Hogares 2T 2025 — sector audiovisual** (publicado el 21 de noviembre de 2025).

[2] Gasto medio en paquetes de telecomunicaciones

Cifras del paquete cuádruple (39,2 €/mes en 2T 2025 frente a 42,1 €/mes en 2T 2024) y del paquete quíntuple (78,4 €/mes frente a 80,3 €/mes). Fuente: **CNMC, Panel de Hogares 2T 2025 — telecomunicaciones** (publicado el 12 de diciembre de 2025). Nota metodológica: las cifras numéricas concretas se publican en el gráfico oficial de la nota de prensa (no aparecen en el cuerpo del texto). Las series temporales completas están disponibles en el portal CNMCDData.

[3] Formas de contratación de las plataformas

Datos sobre cómo contratan los hogares las plataformas: el 60,1 % directamente con la plataforma, el 41,9 % las recibe incluidas en su paquete de telecomunicaciones y el 14 % accede usando claves de un familiar o amigo. Fuente: **Blog CNMC — Panel de Hogares 2T 2025: cómo se contratan las plataformas audiovisuales**. Nota metodológica: los porcentajes suman más de 100 % porque un mismo hogar puede usar varias vías para acceder a distintas plataformas.

[4] IPC general acumulado abril 2022 – abril 2026

Variación del +13,4 % en el IPC general español entre abril de 2022 y abril de 2026. Fuente: **Instituto Nacional de Estadística — Calculadora de variaciones del IPC**. Nota metodológica: el dato se obtiene introduciendo los periodos 'abril 2022' como inicial y 'abril 2026' como final en la calculadora oficial del INE, que aplica el cálculo encadenado a partir

de las variaciones interanuales publicadas mensualmente. Las notas mensuales del IPC están disponibles en ine.es/prensa.

[5] Precios actuales de las plataformas (mayo de 2026)

Todos los precios vigentes citados en el informe se han tomado directamente de las páginas oficiales de cada plataforma, consultadas en mayo de 2026. Webs de referencia: Netflix (help.netflix.com), Disney+ (disneyplus.com), Max/HBO Max (hbomax.com), Amazon Prime (amazon.es/amazonprime), Apple TV+ (apple.com/es/apple-tv-plus), SkyShowtime (skyshowtime.com), Filmin (filmin.es), DAZN (dazn.com), Spotify (spotify.com), Apple Music (apple.com/es/apple-music), YouTube Premium (youtube.com/premium).

[6] Precios históricos de lanzamiento de las plataformas en España

Los precios de lanzamiento de cada plataforma (Netflix 2015, Amazon Prime 2016, HBO España 2016, Apple TV+ 2019, Disney+ 2020, SkyShowtime 2022, Filmin 2010) y la evolución de sus tarifas hasta hoy proceden del artículo '**Los precios de las plataformas se disparan: por qué y cuánto**', publicado por El País el 9 de mayo de 2026.

[7] Tarifas eléctricas y gas de referencia (estimaciones Selectra)

Tarifas eléctricas: las cifras de 50,99 €/mes (Tarifa Milenial de A Tu Lado Energía) y 55,82 €/mes (4 Estaciones Luz de TotalEnergies), las dos tarifas más baratas del mercado libre, y 69,31 €/mes (tarifa popular del mercado libre, correspondiente a la Tarifa Conecta de Endesa) proceden de estimaciones propias del comparador Selectra. Perfil de consumo de referencia: familia con dos hijos, consumo de 270 kWh al mes (49 % en horas valle, 26 % llano y 25 % punta), 4 kW de potencia contratada, factura de 30 días. Los importes se calculan a partir de las tarifas vigentes de los comercializadores en el mercado español.

Tarifas de gas: las cifras complementarias de 35,31 € (consumo RL1, 500 kWh en 60 días) y 90,56 € (consumo RL2, 1.500 kWh en 60 días) corresponden a la Tarifa de Último Recurso (TUR), el precio regulado de gas natural y la opción más extendida en el mercado español. Al facturarse el gas en ciclos de 60 días, estos importes se mensualizan dividiéndolos entre dos para hacerlos comparables con la factura eléctrica (17,66 € y 45,28 €/mes, respectivamente). Datos calculados por Selectra a partir de los precios TUR vigentes.

Naturaleza de los precios y carga fiscal aplicada: todas las cifras eléctricas y de gas que aparecen en el informe corresponden a la **factura final** del hogar, es decir, incluyen el término de energía, el término fijo de potencia y todos los impuestos y cargos regulados aplicables (alquiler del contador, impuesto sobre hidrocarburos en el gas, etc.). Tras decaer las rebajas fiscales temporales que estuvieron en vigor a comienzos de 2026, el IVA

aplicado a la electricidad ha vuelto a su **tipo general del 21 %** y el **Impuesto Especial sobre la Electricidad (IEE) a su tipo ordinario del 5,11 %**. Esta normalización fiscal, efectiva a lo largo de 2026, eleva sensiblemente la cesta energética del hogar respecto a estimaciones previas y estrecha su diferencia con la cesta digital reportada en este análisis.

[8] Datos internos del comparador Selectra (2026)

Distribución de contratos por tipología: los porcentajes del 39,35 % de contratos convergentes (fibra + móvil), 38,42 % de contratos 'solo móvil', 20,01 % de contratos 'solo internet' y 2,23 % de 'otros' proceden del **CRM interno de Selectra** y corresponden a los 7.861 contratos de telecomunicaciones cerrados a través del comparador en los últimos 85 días previos a la fecha de publicación del informe. Universo: contratos efectivamente firmados por usuarios finales que han pasado por el comparador Selectra para España.

Intención de comparación (Typeform web Selectra): los porcentajes del 45,9 % de hogares que buscan Internet + móvil + TV, 37,2 % que buscan Internet + móvil, 11,3 % que buscan solo internet, 3,3 % que buscan Internet + TV y 2,2 % que buscan solo móvil proceden de las respuestas registradas en el formulario web de Selectra durante 2026 (n = 4.468 respuestas válidas). Datos relativos a la velocidad de fibra demandada: 28,4 % a partir de 600 MB, 27,5 % desde 1 Gb, 11,1 % desde 300 MB, 8,7 % indiferente y 24,3 % de respuestas no clasificables. Nota metodológica: los datos de Typeform reflejan intención de compra, no contratación efectiva, y se presentan como complemento (no sustituto) de los datos de cierre del CRM. Ambas series son de uso interno del comparador Selectra y se publican aquí por primera vez de forma agregada con fines analíticos.

[9] Coste del fútbol en España frente a Europa

Datos sobre el esfuerzo económico que supone ver todo el fútbol en España (más del 5 % de la renta mensual familiar) y la comparativa con Francia (1,3 %), Reino Unido (2,8 %), Portugal (3,6 %) y Bélgica (1,35 %). Fuente: **Selectra — Informe 'Costes para ver el fútbol: España vs Europa'** (febrero de 2026). Nota metodológica: el estudio compara el coste de acceso al fútbol completo (LaLiga + competiciones internacionales) con la renta mensual media de los hogares de cada país, considerando una renta familiar estimada en España de unos 2.850 €/mes.

[10] Paquetes de fútbol de Movistar y Orange

Precios de los paquetes que permiten ver todo el fútbol nacional e internacional en España. Fuentes oficiales: **Orange Fibra 1Gb + Fútbol** (desde 81 €/mes, fibra + fútbol sin línea móvil) y **Movistar — Televisión y paquetes con fútbol** (desde 91 €/mes el paquete con

Champions League, fibra y dos líneas móviles; desde 107 €/mes con todo el fútbol y paquete convergente completo). Nota sobre comparabilidad: los precios de los paquetes con fútbol no son directamente comparables entre sí porque cada uno incluye servicios distintos. Los derechos de la Champions League son exclusivos de Movistar Plus+ en España, que los comercializa también a través de Orange gracias a un acuerdo entre ambos operadores. Los derechos de LaLiga se reparten entre Movistar Plus+ y DAZN, pero ningún operador distinto de Movistar y Orange comercializa paquetes con todo el fútbol nacional e internacional.

[11] Consumo digital de música en España (AIE)

Datos sobre el peso del formato digital en las escuchas de música en España. Durante 2024, el consumo digital superó el 65 % del total de escuchas, consolidando una tendencia de crecimiento sostenido (el share digital ha pasado del 60 % al 65 % en seis años). Fuente: **Entidad de Gestión de Artistas Intérpretes o Ejecutantes (AIE), 'Más que una moda pasajera: la música en español sigue liderando el streaming'** (publicado el 11 de noviembre de 2025).

[12] Suscriptores de música en streaming en España (Promusicae)

Datos sobre el número de usuarios de plataformas de música por suscripción en España. En 2024, más de 20 millones de españoles usaron plataformas de streaming de audio, de los cuales casi 7 millones lo hicieron a través de una suscripción premium, lo que supone un crecimiento del 14 % respecto a 2023. El consumo de pago representa ya el 57 % del total de escuchas de streaming de audio en España. Fuente: **Promusicae, 'Radiografía del mercado de la música grabada en España 2024'** (publicado en febrero de 2025).

Departamento de Análisis · Selectra España · Mayo de 2026

Contacto de prensa: Alejandra Caballero · alejandra.caballero@selectra.com