

# Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales

Reporte especial 2020-2021



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

|   |               |    |
|---|---------------|----|
|  | Ficha Técnica | 02 |
|---|---------------|----|

|   |                       |    |
|---|-----------------------|----|
|  | Resultados Nacionales | 08 |
|---|-----------------------|----|

|  |               |    |
|--|---------------|----|
|  | Niñas & Niños | 39 |
|--|---------------|----|

|   |                |    |
|---|----------------|----|
|  | Urbano & Rural | 64 |
|---|----------------|----|

# Ficha Técnica

---



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

## Metodología

- Entrevistas telefónicas a hogares utilizando como marco muestral el Plan Nacional de Numeración (PNN) del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), el cual permite identificar series de números telefónicos móviles y fijos asignados a zonas urbanas y a localidades rurales. El 60% de las marcaciones se realizaron a números móviles, mientras que el 40% restantes fueron a números fijos.

## Público objetivo

- Individuos de 7 años o más de edad, habitantes de la República Mexicana que tengan teléfono móvil o fijo.

## Tamaño de muestra y error

- 8750 casos finales con un margen de error teórico máximo de +/-1.1%, con un nivel de confianza de 95% y distribuidos de la siguiente forma por tipo de localidad:

✓ **URBANA: 6,125 casos**

✓ **RURAL: 2,625 casos**

## Cuestionario

- Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 20 minutos de aplicación.

## Levantamiento

- El levantamiento se llevó a cabo entre el 30 de noviembre y el 18 de diciembre del 2020; y, del 3 de marzo al 15 de abril del 2021 por parte de la empresa Planning Quant.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Estrategia operativa

- Como parte de las medidas extraordinarias adoptadas por el IFT ante el estado de emergencia sanitaria originada por el SARS-CoV-2 (COVID-19), se aplazó el levantamiento de esta encuesta en campo dada la imposibilidad de realizar entrevistas cara a cara. Derivado de lo anterior, con la finalidad de seguir ofreciendo información relativa al consumo de contenidos audiovisuales en el país, el IFT, diseñó de manera alternativa el instrumento de evaluación, en un formato de aplicación telefónico, que atiende las necesidades de información relevante y necesaria con una adecuada interpretación.

## Ponderación

- A fin de preservar la comparabilidad y confiabilidad de los resultados con el nuevo diseño de aplicación de la encuesta, se calculó un factor de ponderación considerando las variables de género, edad y ámbito del Censo en hogares 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- Los porcentajes y promedios reportados se presentan ponderados, mientras que las bases naturales se presentan con la intención de mostrar el número de casos levantados.
- El método de recolección telefónico utilizado en la edición especial 2020-2021 de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA), constituye una estrategia operativa ante las condiciones de confinamiento todavía prevalentes en el primer trimestre del año 2021 en México, por lo que las cifras que ofrece no son estrictamente comparables con los indicadores derivados de las ediciones anteriores.
- Se recomienda que todos los porcentajes y promedios calculados a partir de una base natural menor a 50 casos, sean tomados de forma discrecional dado el posible error muestral asociado.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Particularidades de la metodología telefónica

- Los levantamientos telefónicos, por su propia naturaleza, tienen variaciones en el alcance de los hogares o cobertura respecto a los levantamientos cara a cara, tales como, la exclusión de población que vive en hogares que carecen de teléfono móvil o teléfono fijo, con una posible mayor representación de hogares con mayor acceso a la tecnología; adaptaciones en la identificación y entrevista a menores de edad y población rural.

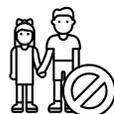
- Principales variaciones operativas efectuadas al realizar las entrevistas telefónicas:



- **Se realizaron preguntas abiertas que reemplazan el apoyo con tarjeta.** En las ediciones previas, se mostraba una tarjeta con posibles opciones de respuesta, en ciertos reactivos; sin embargo, para el presente ejercicio se realizaron como preguntas abiertas.



- **Se aplicaron preguntas de listados específicos que reemplazan el apoyo con tarjeta.** Son preguntas que en años anteriores se mostraba una tarjeta con posibles opciones de respuesta y, que en esta ocasión se realizó la pregunta específica para cada opción.



- **Se excluyeron preguntas al segmento de menores de 12 años.** Para la aplicación de la encuesta a niñas y niños, se decidió descartar preguntas potencialmente confusas para este grupo de edad, a fin de obtener respuestas declarativas efectivas.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Distribución de casos por sociodemográficos

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

|        | Natural   | Base  | Ponderada   |
|--------|---|---|---|
| Género | Hombres  47%<br>Mujeres  53%  | 4,120<br>4,630  | Hombres  48%<br>Mujeres  52%  |
| Edad   | De 7 a 11 años  8%<br>De 12 a 14 años  2%<br>De 15 a 17 años  4%<br>De 18 a 24 años  11%<br>De 25 a 34 años  21%<br>De 35 a 44 años  19%<br>De 45 a 54 años  17%<br>De 55 a 64 años  11%<br>De 65 o más años  7% | 706<br>155<br>325<br>999<br>1,866<br>1,639<br>1,454<br>971<br>635 | De 7 a 11 años  10%<br>De 12 a 14 años  6%<br>De 15 a 17 años  6%<br>De 18 a 24 años  13%<br>De 25 a 34 años  17%<br>De 35 a 44 años  16%<br>De 45 a 54 años  13%<br>De 55 a 64 años  9%<br>De 65 o más años  9% |
| NSE    | AB  19%<br>C+  23%<br>C  19%<br>C-  16%<br>D+  10%<br>D  12%<br>E  2%  | 1,635<br>1,982<br>1,681<br>1,375<br>894<br>1,015<br>168           | AB  7%<br>C+  14%<br>C  18%<br>C-  18%<br>D+  17%<br>D  21%<br>E  4%   |



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Distribución de casos por sociodemográficos

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

|                         | Natural   | Base  | Ponderada  |
|-------------------------|---|---|--|
| <b>Ámbito</b>           | Urbano  70%<br>Rural  30%  | 6,125<br>2,625  | Urbano  80%<br>Rural  20%  |
| <b>Zonas económicas</b> | Noroeste  4%<br>Norte  9%<br>Noreste  8%<br>Centronorte  4%<br>Centrooccidente  14%<br>Centroeste  41%<br>Este  7%<br>Península  4%<br>Sur  9% | 351<br>747<br>689<br>336<br>1,263<br>3,610<br>646<br>332<br>776 | Noroeste  4%<br>Norte  7%<br>Noreste  9%<br>Centronorte  3%<br>Centrooccidente  12%<br>Centroeste  45%<br>Este  11%<br>Península  3%<br>Sur  7% |



Inicio



Ficha Técnica



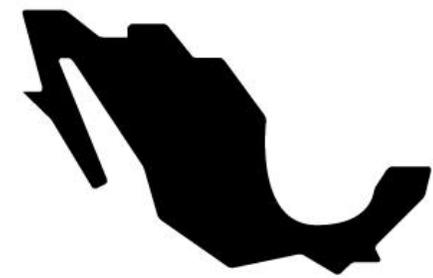
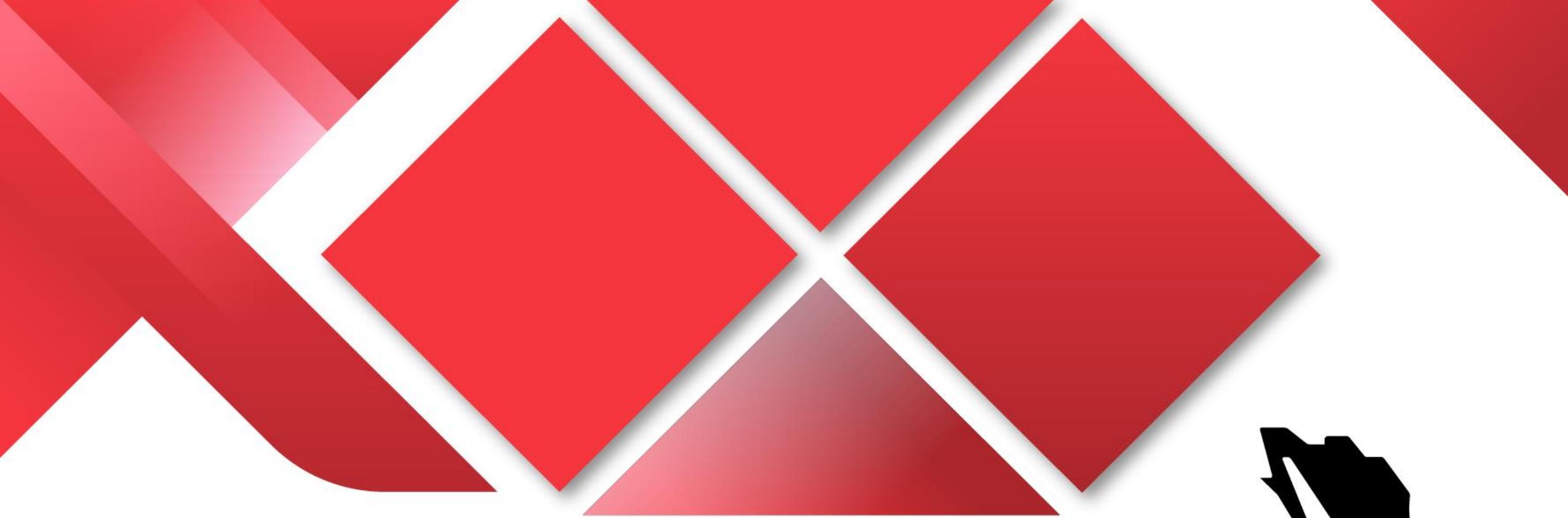
Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural



# Resultados Nacionales

---



# Principales hallazgos

- **94% de los hogares** reportan tener **televisión**, en promedio dicen tener **1.6** televisiones.
- Cerca de **54% de los hogares** dijeron contar únicamente con señal de **televisión abierta**.
- **75%** de los entrevistados señalaron **ver contenidos de canales de televisión abierta**, siendo **Las Estrellas** el que mayor número de menciones obtuvo.
- **Noticias y Películas** son los tipos de programas de **televisión abierta** que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia.
- El **46% de los hogares** con televisor cuentan con **señal de televisión de paga**. En estos hogares, el **68%** de las personas consume canales de televisión abierta.
- Entre quienes **cuentan con sistema de televisión de paga**, **56%** señalan que la principal razón para contratar el servicio es **tener más opciones de contenidos y canales**.
- **56% de los hogares** que **no** cuentan con **televisión de paga** argumentan que **el precio del servicio** es la razón principal para no contratarlo.
- **Películas y series** son los tipos de contenidos de **televisión de paga** que las personas ven con mayor frecuencia.
- **47%** de las personas declararon **escuchar estaciones de radio**, siendo los programas **musicales** los más escuchados en un **84%**.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Principales hallazgos

- **68%** de las personas que escuchan la radio, lo hacen exclusivamente en estaciones de **FM**.
- **80%** de los entrevistados declararon **utilizar internet** y un **91%** de ellos utiliza alguna **red social**.
- **59%** de los entrevistados declararon consumir **contenidos audiovisuales por internet**.
- **YouTube** es utilizado por el **79%** de las personas que consumen contenidos por internet, seguido por **Netflix** con un **44%**.
- **51%** de las personas que ven contenidos por internet pagan una suscripción periódica<sup>1</sup>, mientras que el **86%** usan páginas o aplicaciones que **no requieren de un pago**.
- **52%** de los entrevistados que consumen contenidos por internet, ven con mayor frecuencia **películas**; seguidos por **series** con el **42%**; y, **contenidos educativos** con el **40%**.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos por internet** en un **89%**, seguido de **Smart TV**, en un **28%**.
- **38%** de las personas escuchan **contenidos de audio o música por internet**.
- **24%** dijo jugar **videojuegos**, siendo el **teléfono celular** el dispositivo más utilizado para estos fines.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Equipamiento del hogar

Base: 8,750 hogares  
Promedio: 4.4 respuestas por hogar\*



Teléfono celular



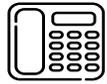
Televisor



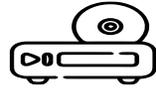
Radio/ Estéreo/  
Grabadora



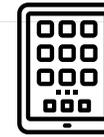
Computadora o  
laptop



Teléfono fijo



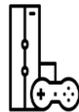
Blu-ray/ DVD



Tablet



Dispositivos  
inteligentes



Consola de  
videojuegos



Dispositivos para ver  
contenidos en línea



Dispositivos de  
realidad virtual



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

Promedio de televisores  
en el hogar



1.6

Base: 8,402 hogares con  
televisor

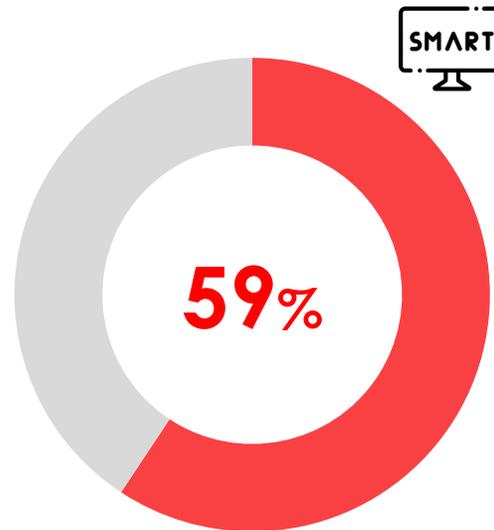
Promedio de radios  
en el hogar



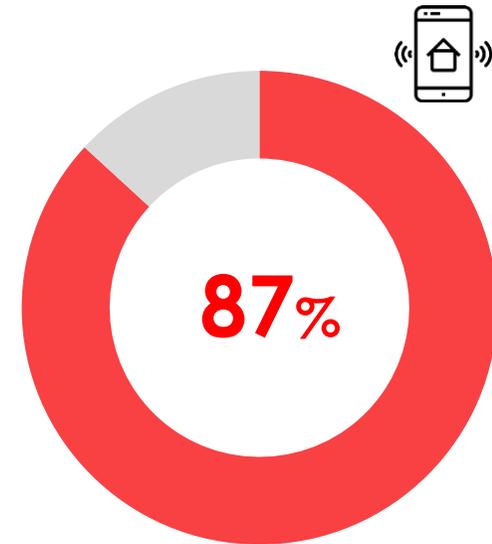
1.2

Base: 4,763 hogares con radio

## Presencia de Smart TV y Smartphone en el hogar



Base: 7,133 hogares con televisor digital



Base: 8,357 hogares que tienen teléfono celular



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños

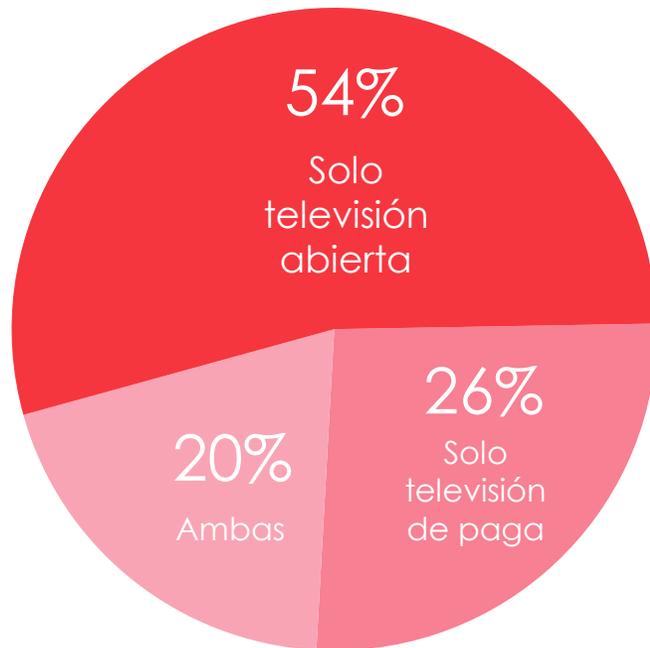


Urbano & Rural

# Tipo de señal de televisión en el hogar

## Tipo de señal de televisión en el hogar

Base: 8,402 hogares con televisor



## Principal razón para no contratar televisión de paga\*\*

Base: 3,820 hogares con solo televisión abierta

Promedio: 1.2 respuestas por hogar\*

- 56% Por el precio
- 23% Veo poco tiempo la televisión
- 15% No me interesa / No estoy familiarizado con la programación de la televisión de paga
- 7% Solo uso internet / Consumo contenidos por internet

## Principal razón para contratar televisión de paga\*\*

Base: 4,582 hogares con televisión de paga

Promedio: 1.2 respuestas por hogar\*

- 56% Tener más opciones de contenidos y canales
- 26% No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta
- 20% Tengo diferentes servicios con un mismo proveedor
- 12% Por las clases a distancia



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



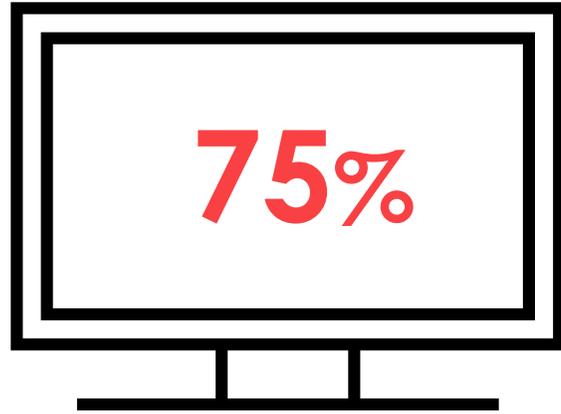
Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

\*\*Solo se muestran respuestas de razones con las mayores frecuencias.

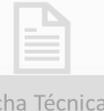
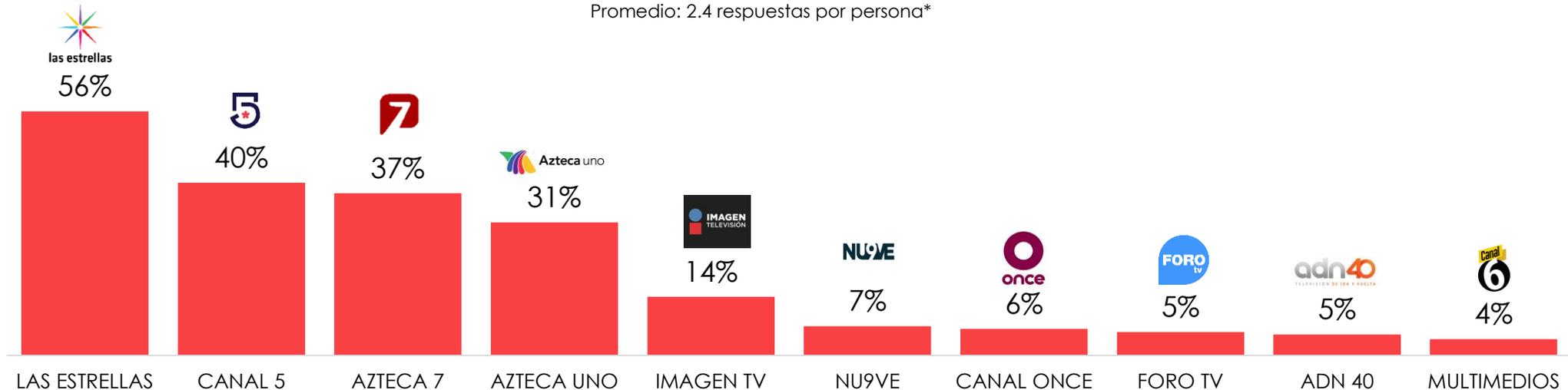


del total de personas con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base: 8,402 personas que tienen televisor

## Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 5,925 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.4 respuestas por persona\*

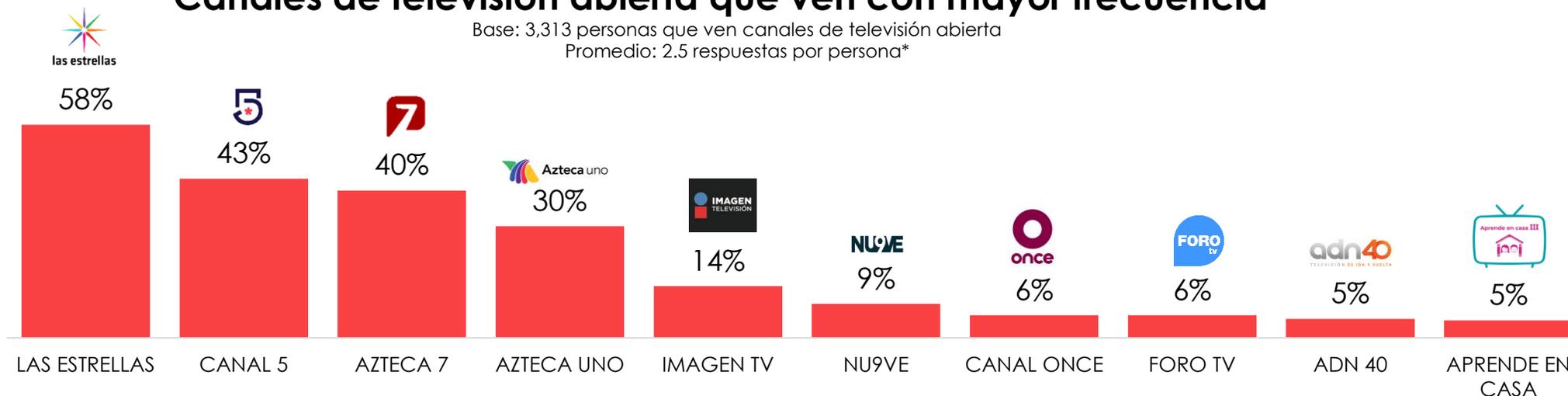


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

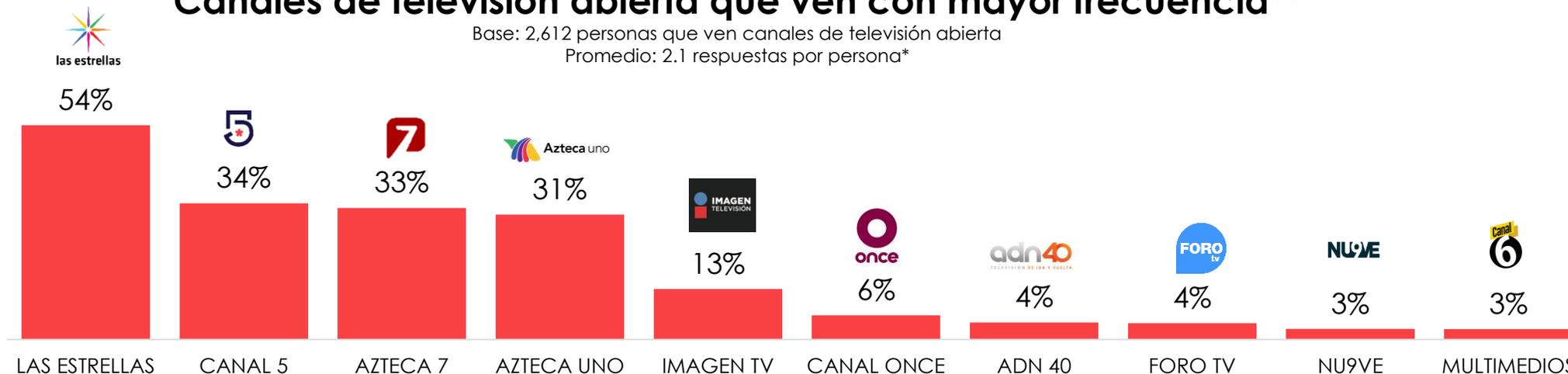
## Personas que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 3,313 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.5 respuestas por persona\*



## Personas con televisión de paga y que ven la televisión abierta a través de la televisión de paga Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 2,612 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.1 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

## Tipo de programas más vistos en televisión abierta\*\*

Base: 5,925 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



Noticias

64%



Deportes

12%



Películas

45%



Series

9%



Educativos

35%



Magazine / Programa de revista

9%



Telenovelas

22%



Reality show

6%



Caricaturas / Infantiles

20%



Comedia / Cómicos

6%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Horario en el que acostumbran ver la televisión abierta

Base: 5,925 personas que ven canales de televisión abierta

### Lunes a viernes

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*

32%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

47%



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

57%



**Noche**  
(18:00 – 24:00)

1%



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

1%



**No veo**

26%

45%

38%

1%

23%

### Sábado a domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional

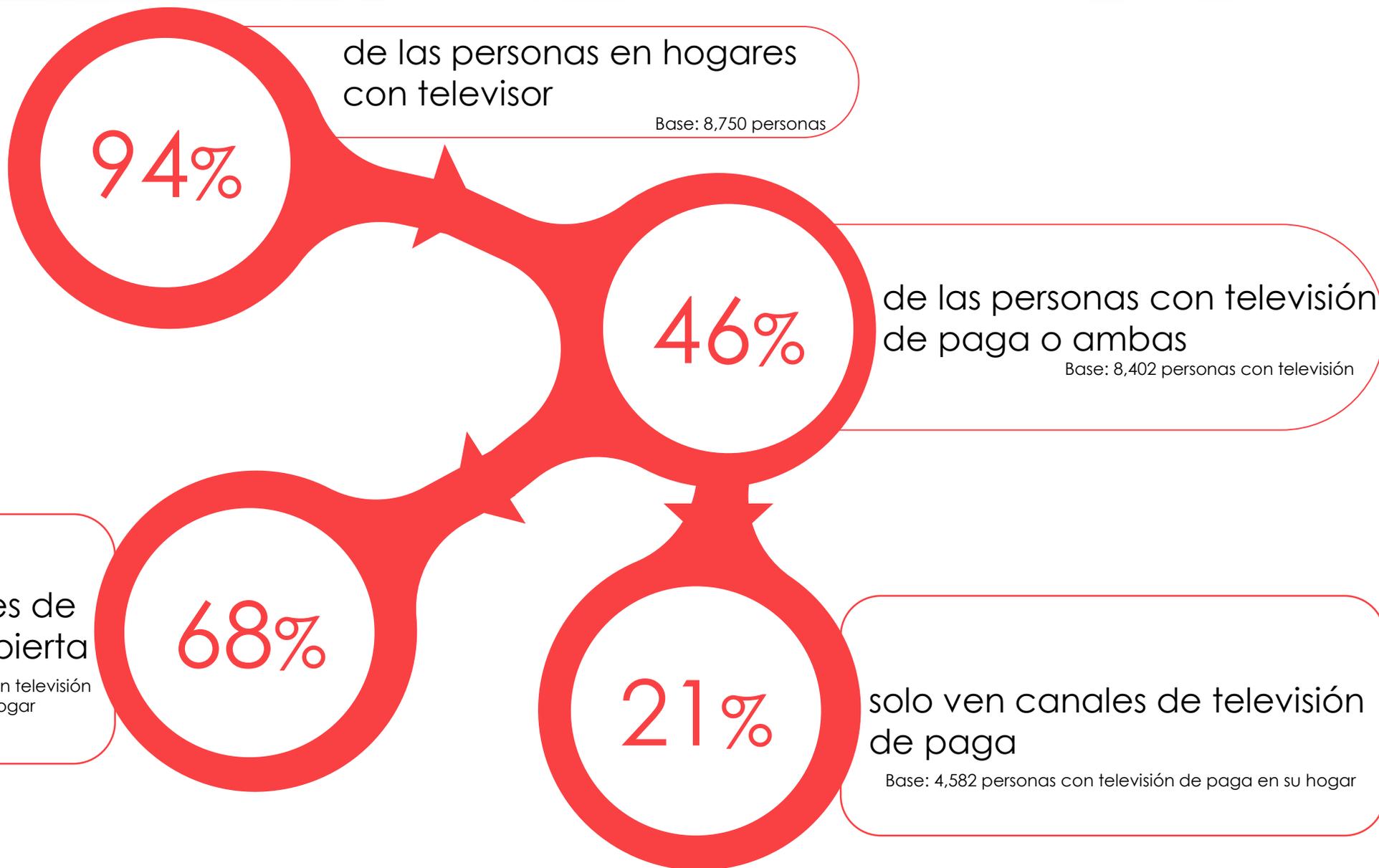


Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Televisión de paga



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



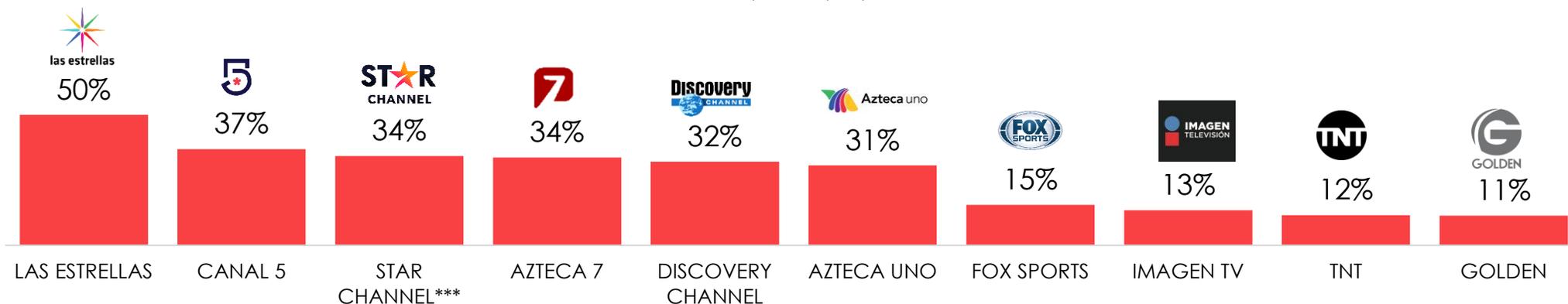
Niñas y Niños



Urbano & Rural

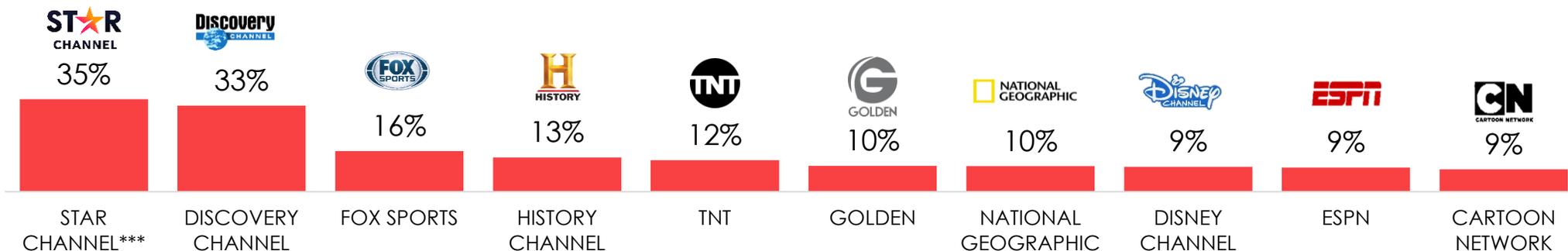
## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*

Base: 1,879 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio: 4.7 respuestas por persona\*



## Canales exclusivos de televisión de paga que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 3,178 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga  
Promedio: 2.6 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

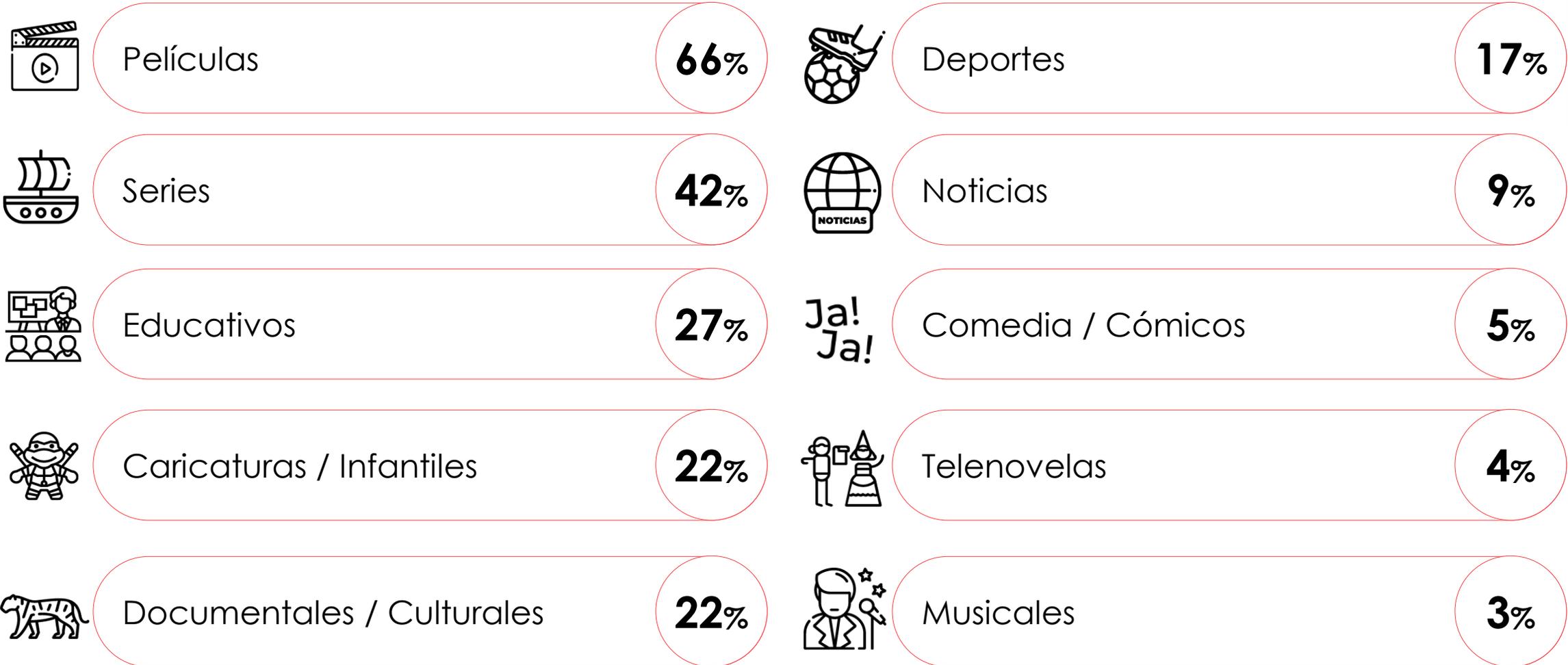
\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

\*\*\*Hasta febrero de 2021, conocido como Fox Channel



## Tipo de programas más vistos en televisión de paga\*\*

Base: 3,178 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de tipo de programas con las mayores frecuencias.

## Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Base: 3,178 personas que ven canales de televisión de paga

### Lunes a viernes

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*

17%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

48%



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

64%



**Noche**  
(18:00 – 24:00)

2%



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

3%



**No veo**

26%

52%

51%

2%

12%

### Sábado a domingo

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

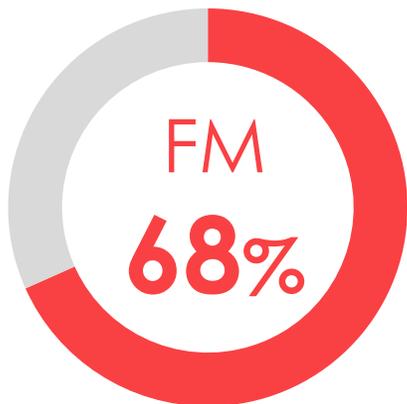


**47%**  
de las personas  
escuchan radio

Base: 8,750 personas

## Consumo por tipo de banda

Base: 4,330 personas que escuchan radio



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños

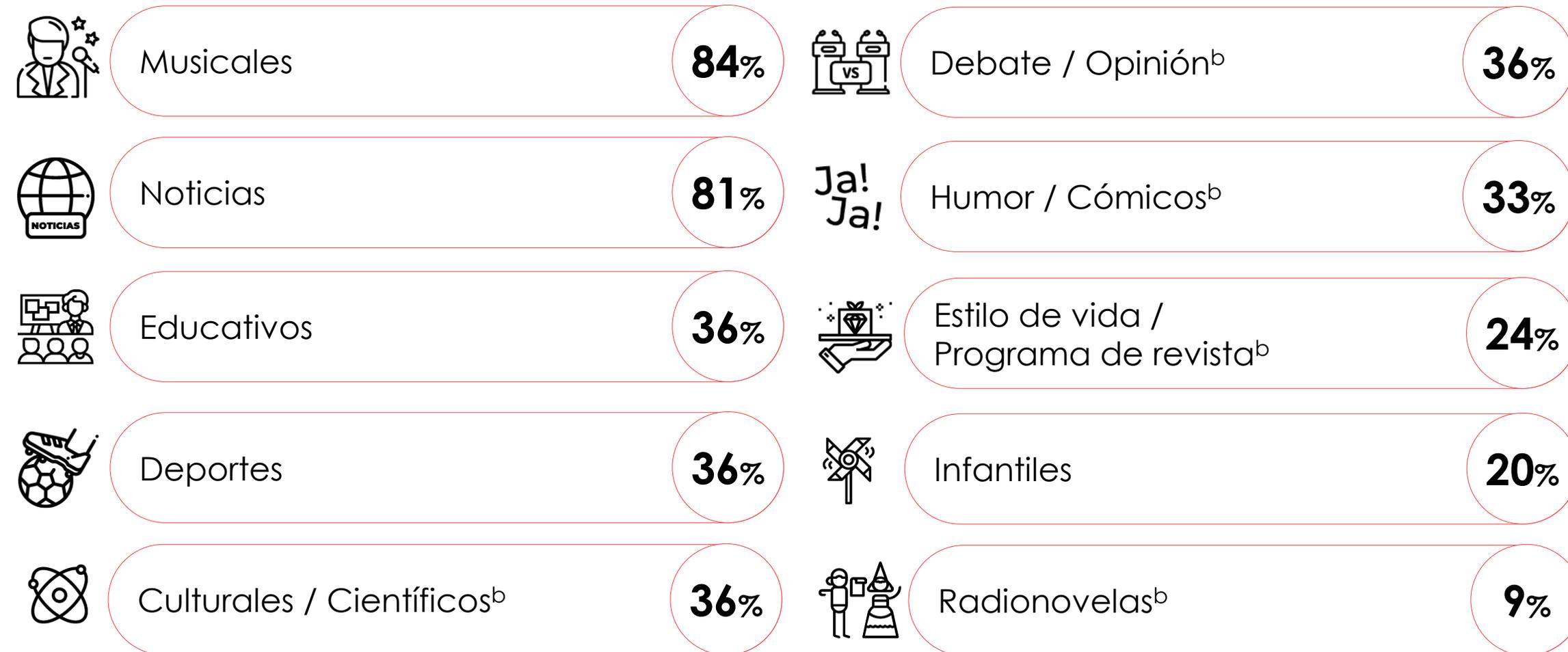


Urbano & Rural

## Tipo de programas de radio más escuchados\*\*

Base: 4,330 personas que escuchan radio  
Promedio: 2.6 respuestas por persona\*

Base<sup>b</sup>: 4,139 personas que escuchan radio, excepto niñas y niños  
Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Horario en el que acostumbran escuchar radio

Base: 4,330 personas que escuchan radio

### Lunes a viernes

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*

71%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

49%



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

19%



**Noche**  
(18:00 – 24:00)

1%



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

1%



**No escucho**

46%

### Sábado a domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*

34%

13%

1%

32%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 8,750 personas



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



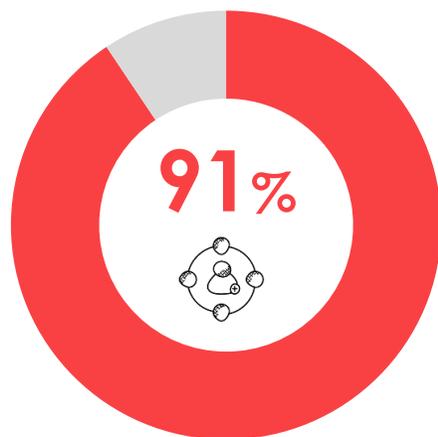
Niñas y Niños



Urbano & Rural

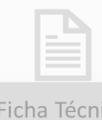
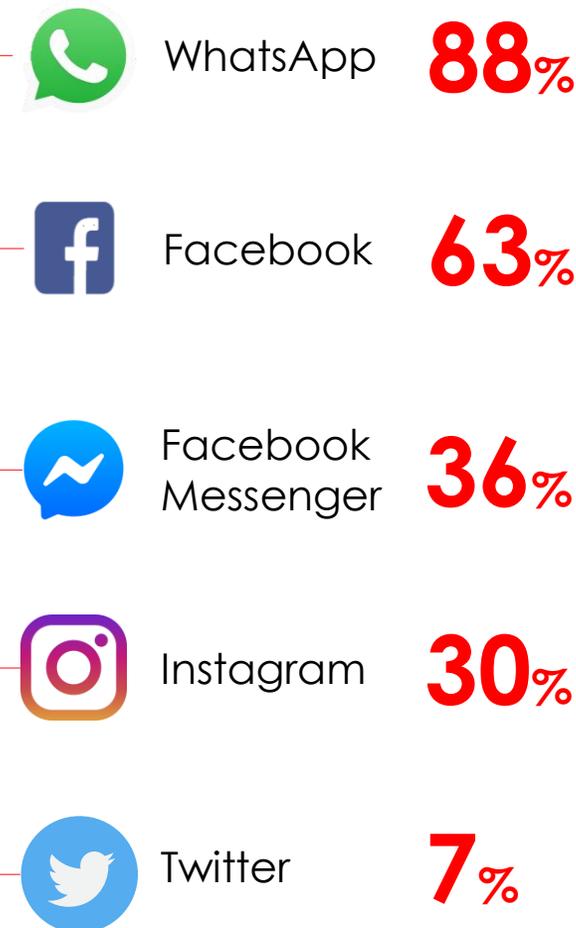
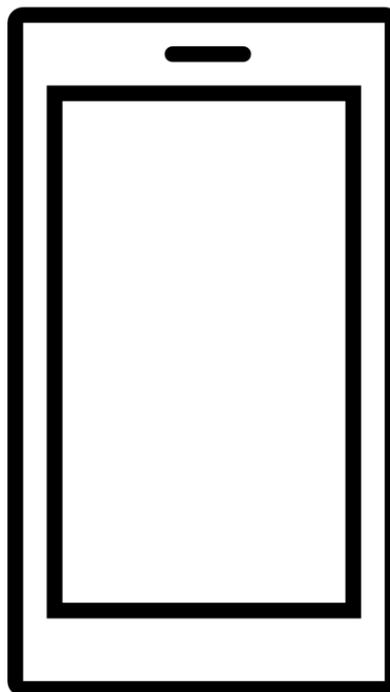
## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 7,475 personas que usan internet



## Redes sociales y mensajería instantánea\*\*

Base: 6,850 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea  
Promedio: 2.5 respuestas por persona\*

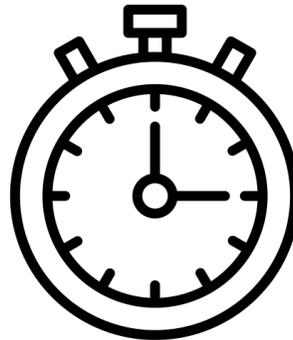




de las personas  
acostumbran ver  
contenidos por internet

Base: 8,750 personas

Consumen **3.3** horas  
diarias en promedio  
de **lunes a viernes**



Consumen **3.5** horas  
diarias en promedio los  
**fines de semana**

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños

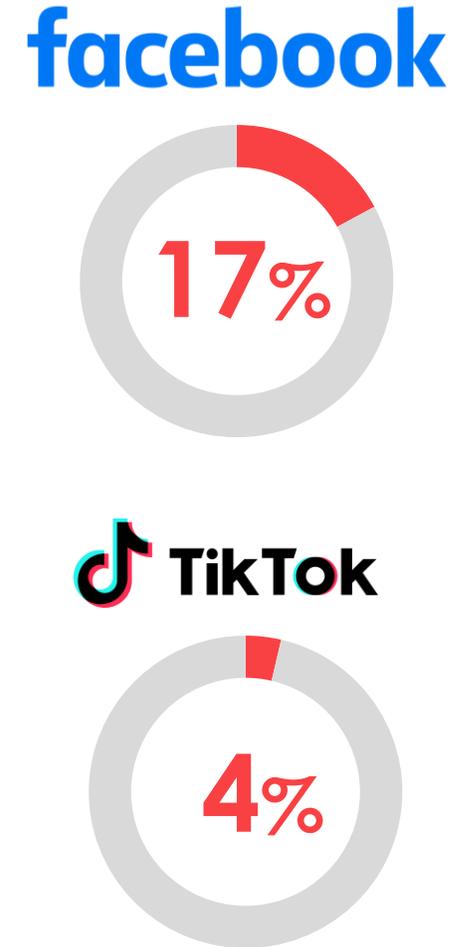
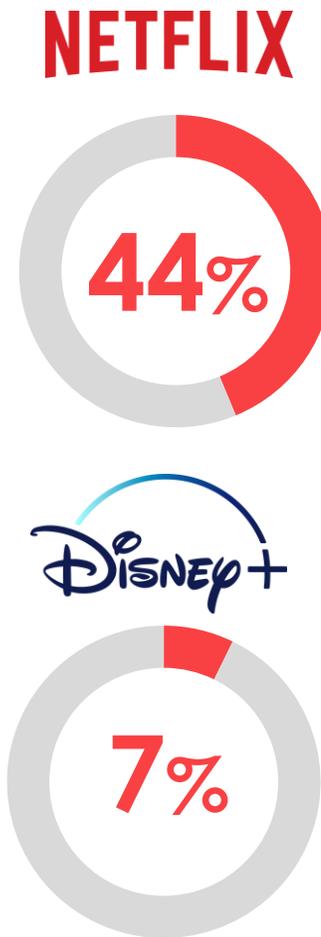


Urbano & Rural

# Contenidos por internet

## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet\*\*

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.9 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

# 51%

de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones donde se tiene que pagar una suscripción periódica

Base: 5,299 personas que consumen contenidos por internet, excepto niñas y niños

## Plataformas que requieren del pago de una suscripción utilizadas para ver contenidos por internet\*\*

Base: 3,171 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet, excepto niñas y niños  
Promedio: 1.6 respuestas por persona\*

|                        | Porcentaje de personas | Promedio de horas de consumo a la semana |
|------------------------|------------------------|--|
| <b>NETFLIX</b>         | 93%                    | 8.5                                      |
| <b>prime video</b>     | 26%                    | 6.0                                      |
| <b>DISNEY+</b>         | 20%                    | 6.1                                      |
| <b>YouTube Premium</b> | 4%                     | 9.2                                      |
| <b>Claro video</b>     | 3%                     | 3.4                                      |



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

# 86%

de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago

Base: 5,299 personas que consumen contenidos por internet, excepto niñas y niños

## Plataformas que no requieren pago utilizadas para ver contenidos por internet\*\*

Base: 4,548 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet, excepto niñas y niños

Promedio: 1.8 respuestas por persona\*

|   | Porcentaje de personas | Promedio de horas de consumo a la semana |
|---|------------------------|--|
|        | 83%                    | 9.3                                      |
|        | 50%                    | 9.8                                      |
|      | 27%                    | 6.9                                      |
|      | 9%                     | 8.2                                      |
|  *** | 2%                     | 3.9                                      |



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

\*\*\*Google fue la 5ta plataforma más mencionada con un 2%. No fue considerada debido a que es un buscador y no una plataforma para ver contenidos

# Contenidos por internet

## Tipo de contenidos más vistos en internet\*\*

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 2.6 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



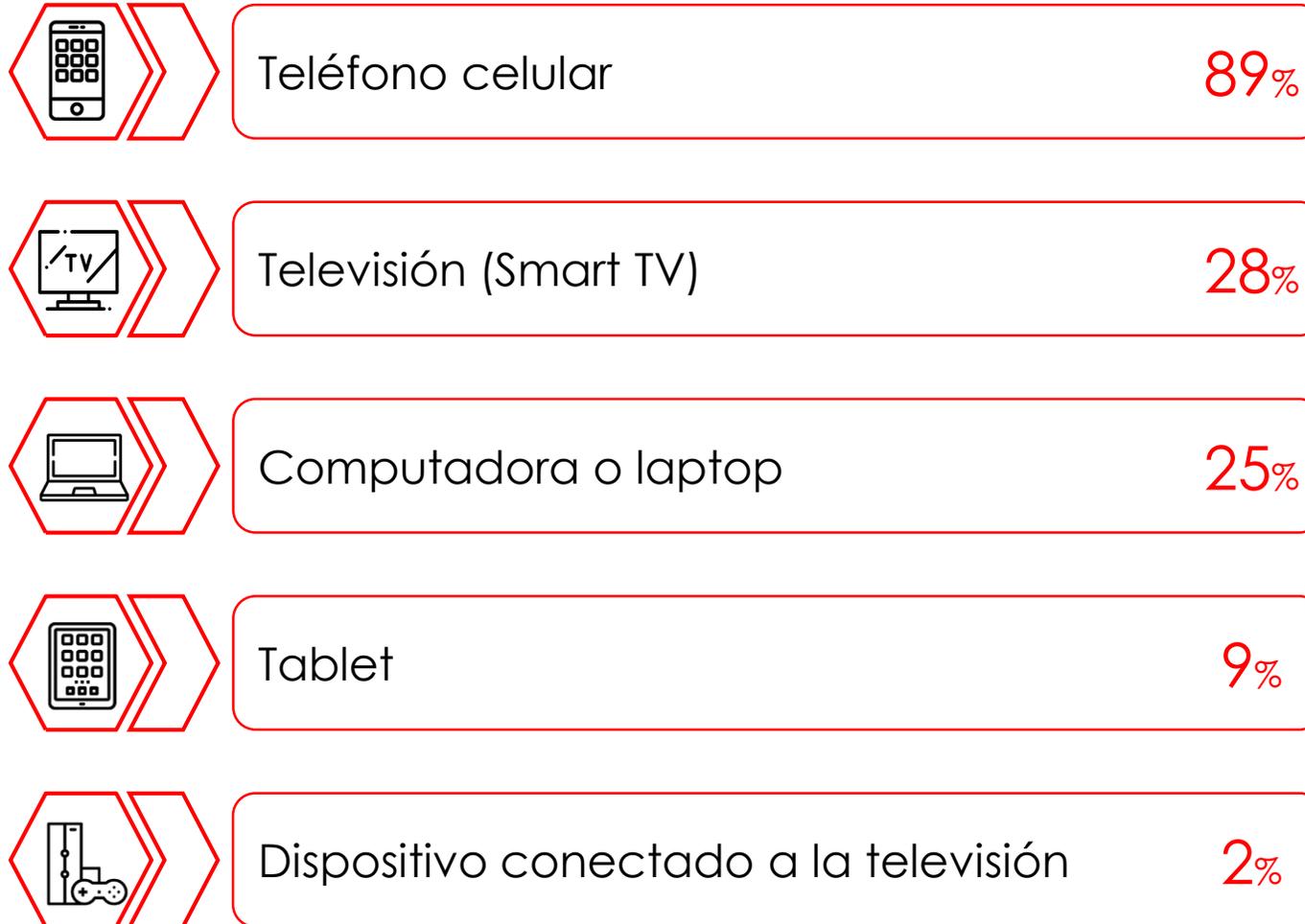
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet\*\*

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.5 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Contenidos por internet

## Horario en el que acostumbran ver contenidos de internet

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet

### Lunes a viernes

Promedio: 1.5 respuestas por persona\*

**31%**



**Mañana**

(06:00 – 12:00)

**58%**



**Tarde**

(12:00 – 18:00)

**53%**



**Noche**

(18:00 – 24:00)

**2%**



**Madrugada**

(24:00 – 06:00)

**0%**



**No veo**

**29%**

**58%**

**45%**

**3%**

**8%**

### Sábado a domingo

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



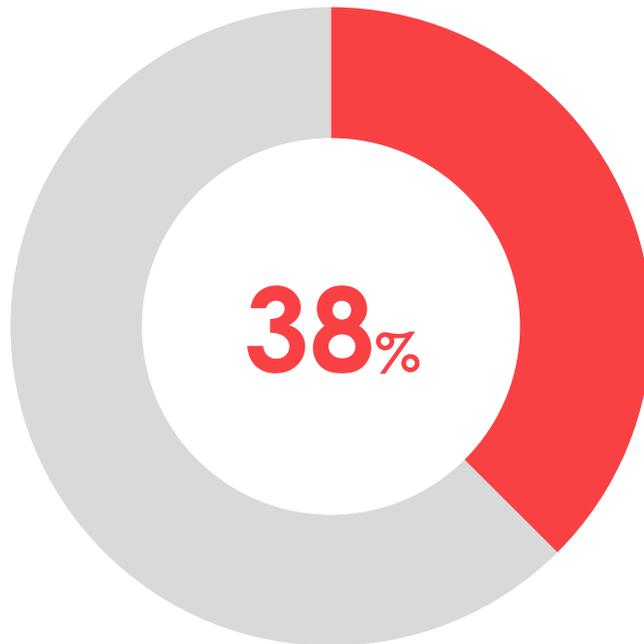
Niñas y Niños



Urbano & Rural

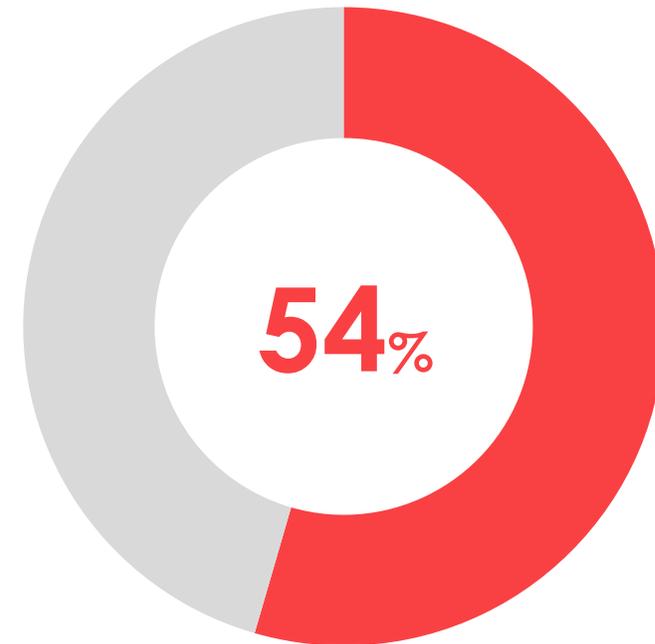
## Escuchan música o contenidos por internet

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet



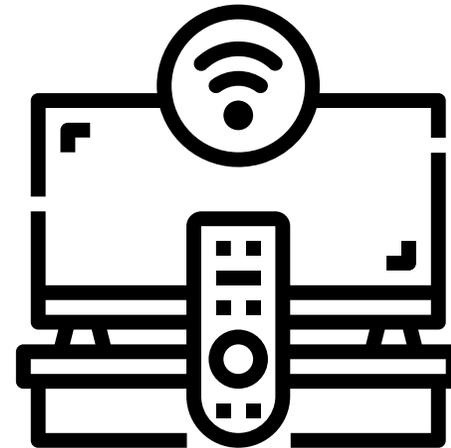
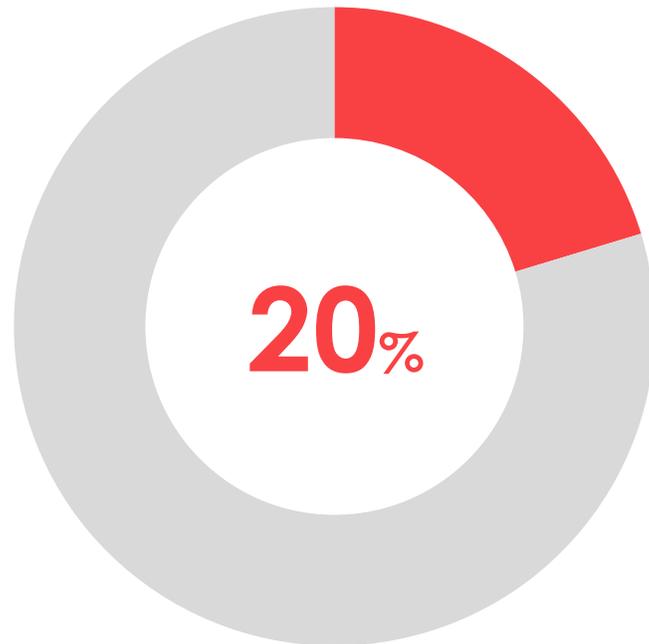
## Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica

Base: 2,350 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet, excepto niñas y niños



## Utiliza internet para ver canales de televisión abierta o canales de televisión de paga

Base: 5,855 personas que consumen contenidos por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



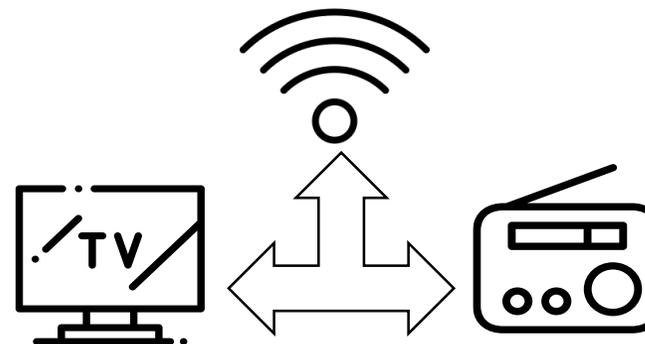
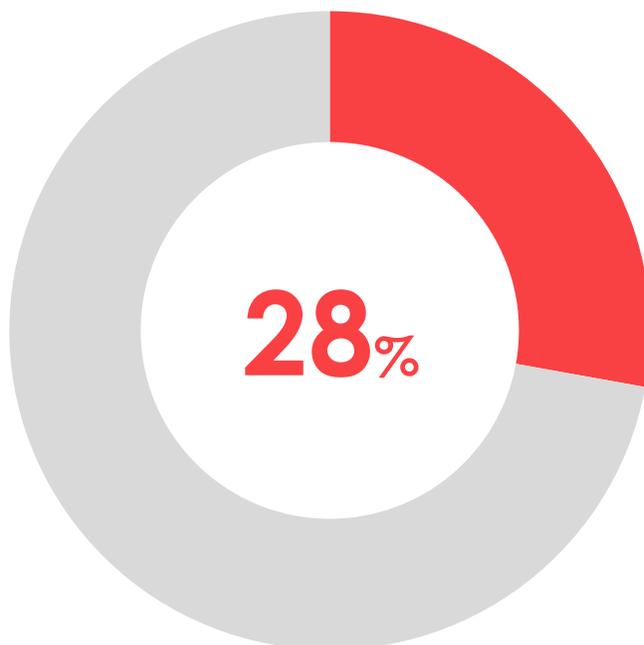
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Consumo simultáneo de internet con radio y / o televisión

Base: 5,100 personas que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet



## Acostumbra jugar videojuegos online



de las personas  
juegan videojuegos

Base: 8,750 personas



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



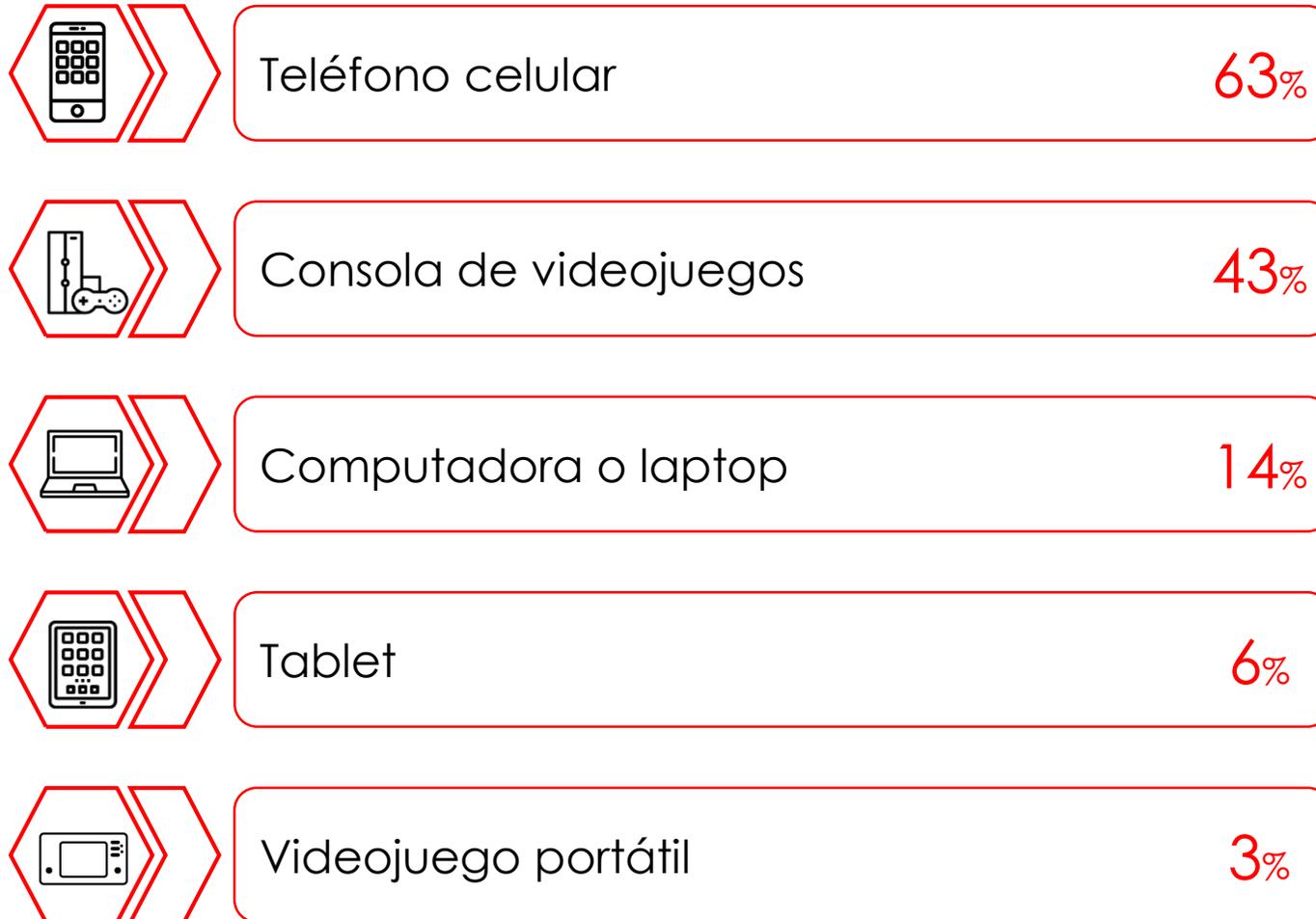
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos\*\*

Base: 2,102 personas que juegan videojuegos  
Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



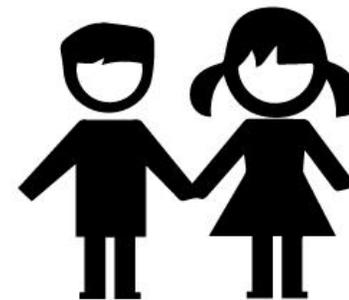
Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Niñas y Niños

---



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# Principales hallazgos

- **82%** de las niñas y niños con televisor mencionaron **ver canales de televisión abierta**, siendo **Canal 5** el que mayor número de menciones obtuvo, seguido de **Azteca 7** y **Las Estrellas**.
- Los tipos de programas de **televisión abierta** que los niños y niñas declararon ver con mayor frecuencia son **caricaturas/programas infantiles** y **programas educativos**.
- **48%** de las niñas y niños cuentan con servicio de televisión de paga; y, los canales exclusivos que ven con mayor frecuencia son **Discovery Kids, Cartoon Network y Disney Channel**.
- **30%** de las niñas y niños declararon **escuchar radio**, siendo los programas **musicales** los más escuchados en un **79%**.
- **83%** de las niñas y niños declararon **utilizar internet** y un **62%** de ellos utiliza alguna **red social**.
- **67%** de las niñas y niños declararon consumir **contenidos** audiovisuales **por internet**. **YouTube** es la plataforma más utilizada, con un **79%** de las preferencias, seguido por **Netflix (37%)**.
- **69%** de las niñas y niños que consumen contenidos por internet, ven con mayor frecuencia **programas educativos, películas** por el **50%**, y **36%** ven **series**.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para consumir **contenidos por internet** con un **77%**, seguido de **Smart TV**, con un **34%**.
- **52%** dijo jugar **videojuegos**, siendo el **teléfono celular** el dispositivo más utilizado.



Inicio



Ficha Técnica



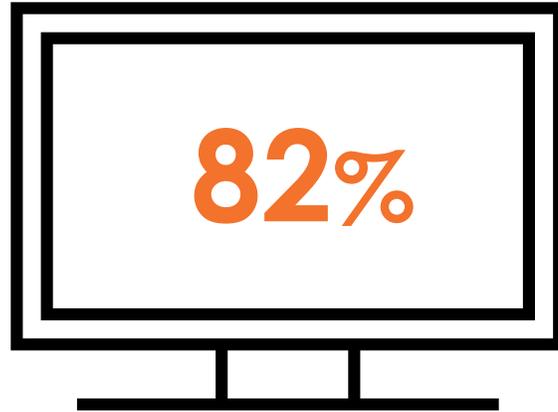
Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

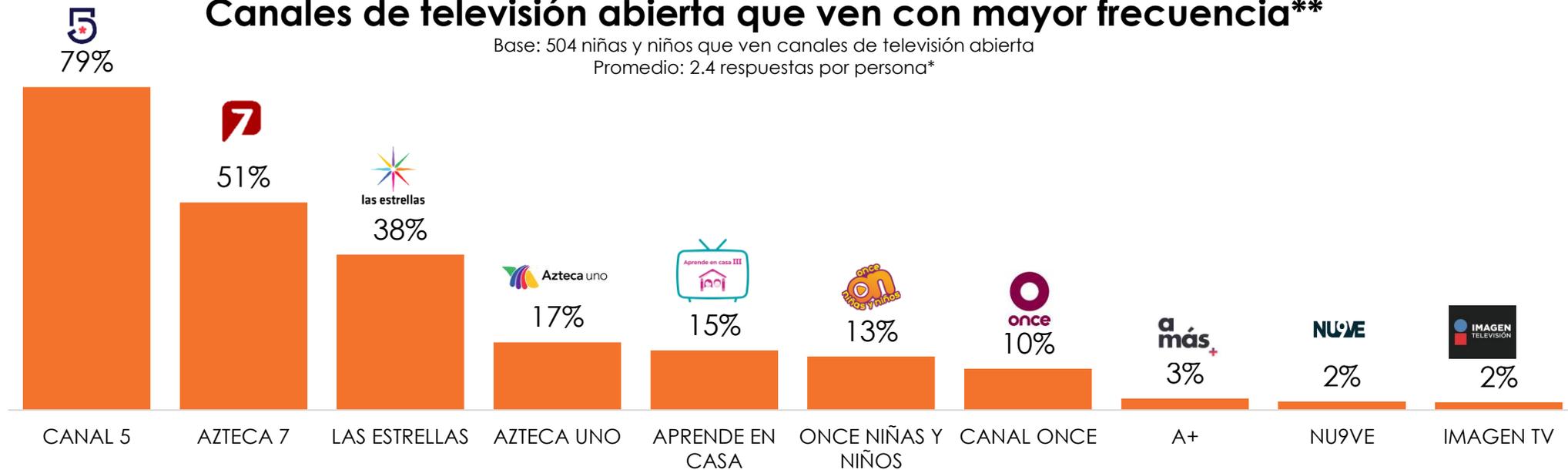


del total de niñas y niños con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base: 693 niñas y niños que tienen televisor

## Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 504 niñas y niños que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.4 respuestas por persona\*

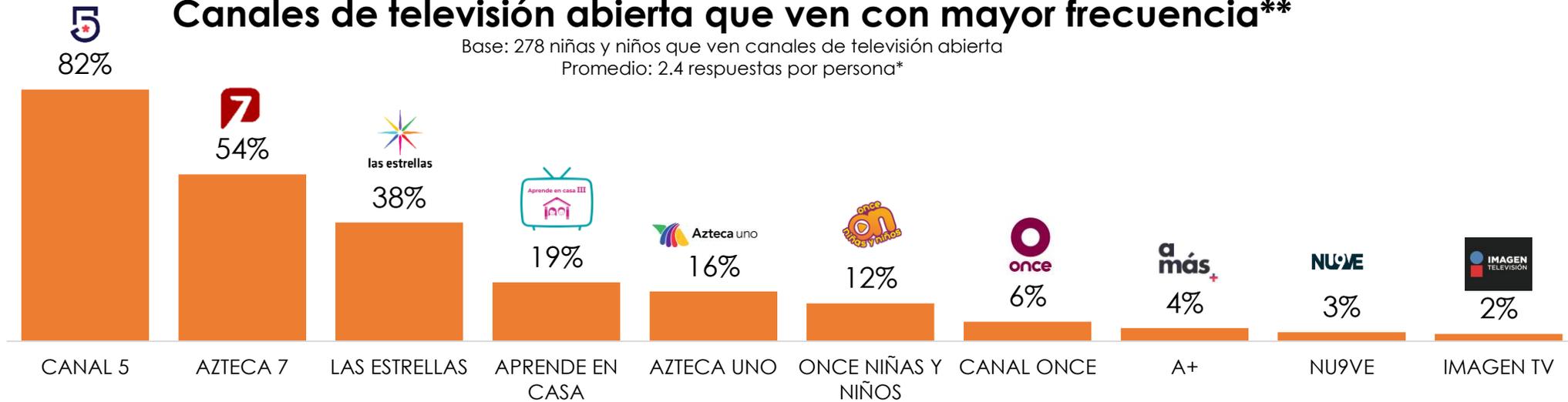


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

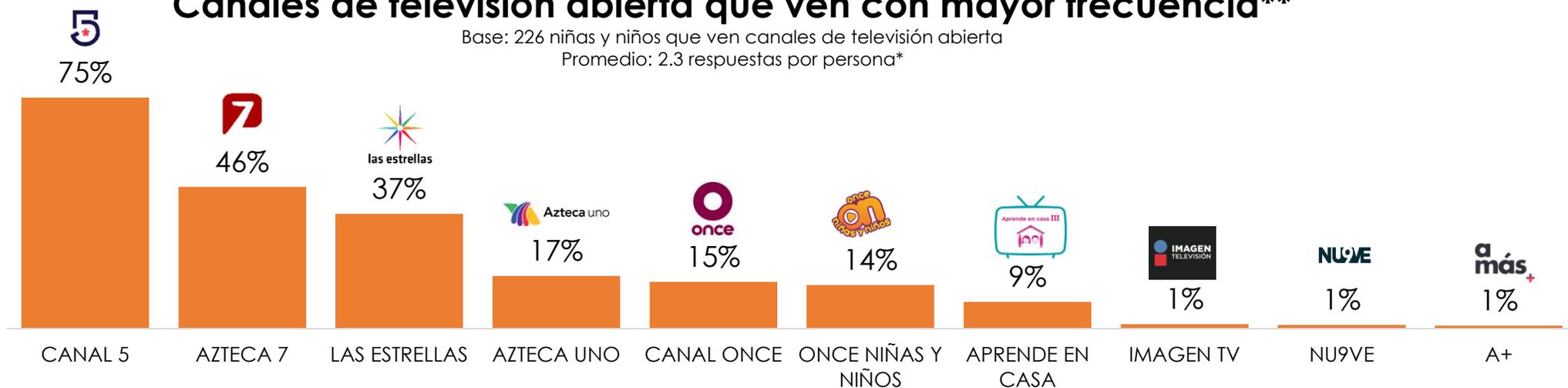
## Niñas y niños que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 278 niñas y niños que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



## Niñas y niños con televisión de paga y que ven la televisión abierta a través de la televisión de paga Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base: 226 niñas y niños que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.3 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

## Tipo de programas más vistos en televisión abierta\*\*

Base: 504 niñas y niños que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.5 respuestas por persona\*



Caricaturas / Infantiles

87%



Noticias

7%



Educativos

76%



Comedia / Cómicos

7%



Películas

43%



Reality show

6%



Series

10%



Magazine / Programa de revista

2%



Telenovelas

7%



Deportes

2%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Horario en el que acostumbran ver la televisión abierta

Base: 504 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

### Lunes a viernes

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*

37%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

73%



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

20%



**Noche**  
(18:00 – 24:00)

0%



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

1%



**No veo**

38%

52%

33%

0%

13%

### Sábado a domingo

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



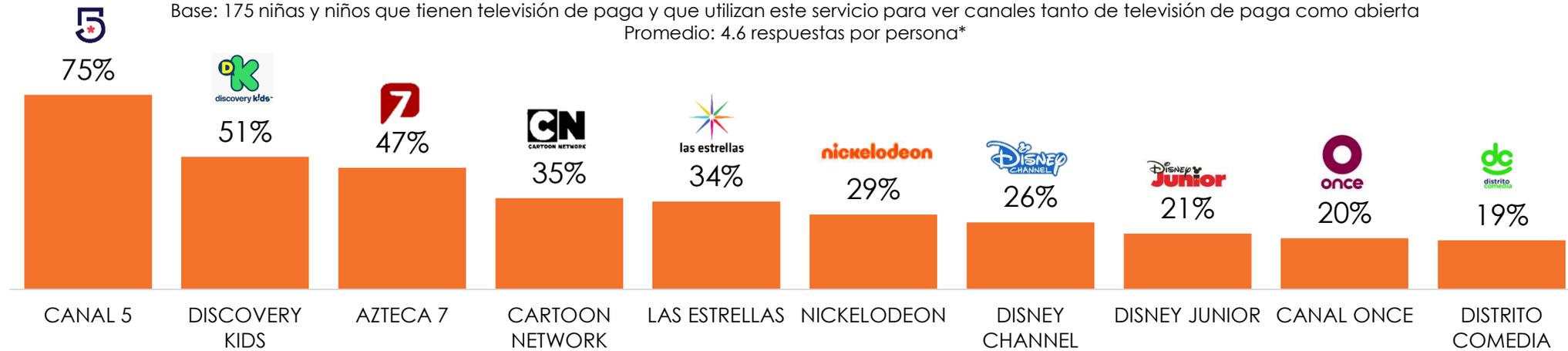
Niñas y Niños



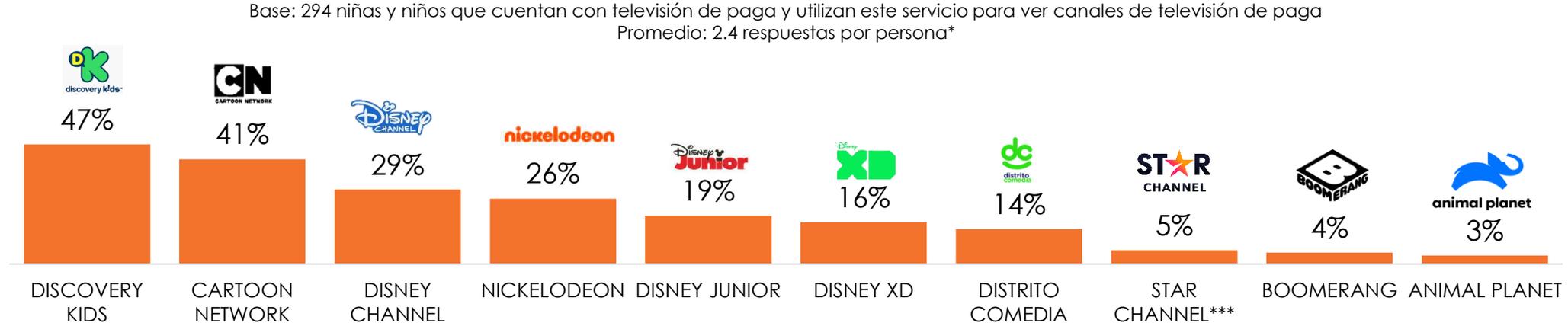
Urbano & Rural



## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*



## Canales exclusivos de televisión de paga que ven con mayor frecuencia\*\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

\*\*\*Hasta febrero de 2021, conocido como Fox Channel

# Televisión de paga

## Tipo de programas más vistos en televisión de paga\*\*

Base: 294 niñas y niños que ven canales de televisión de paga  
Promedio: 2.6 respuestas por persona\*



Caricaturas / Infantiles

86%



Noticias

7%



Educativos

65%



Comedia / Cómicos

6%



Películas

49%



Telenovelas

6%



Series

16%



Documentales / Culturales

4%



Deportes

8%



Concursos

3%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Base: 294 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

### Lunes a viernes

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*

32%

72%

32%

0%

0%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)



**Noche**  
(18:00 – 24:00)



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)



**No veo**

40%

53%

29%

0%

6%

### Sábado a domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural



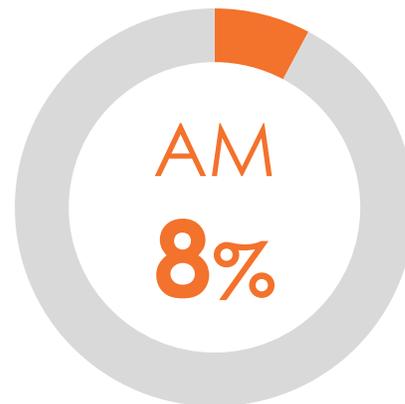
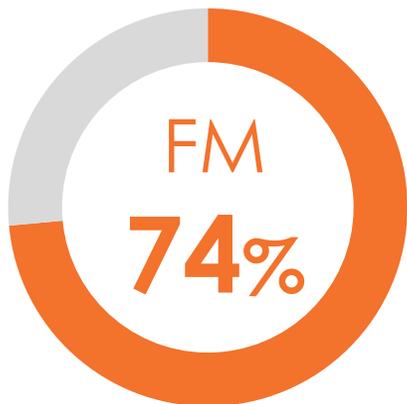
**30%**

de las niñas y niños  
escuchan radio

Base: 706 niñas y niños

## Consumo por tipo de banda

Base: 191 niñas y niños que escuchan radio



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Tipo de programas de radio más escuchados

Base: 191 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Horario en el que acostumbran escuchar radio

Base: 191 niñas y niños que escuchan radio

### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

64%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

44%



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

5%



**Noche**  
(18:00 – 24:00)

0%



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

3%



**No escucho**

45%

44%

5%

1%

16%

### Sábado a domingo

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 706 niñas y niños



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



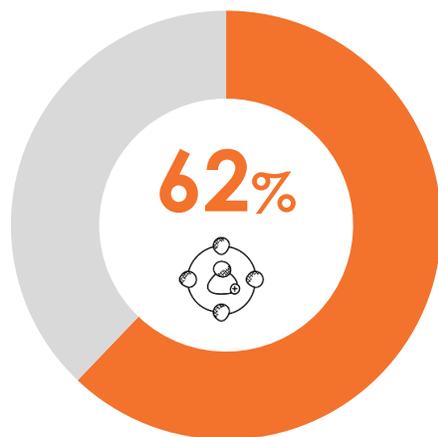
Niñas y Niños



Urbano & Rural

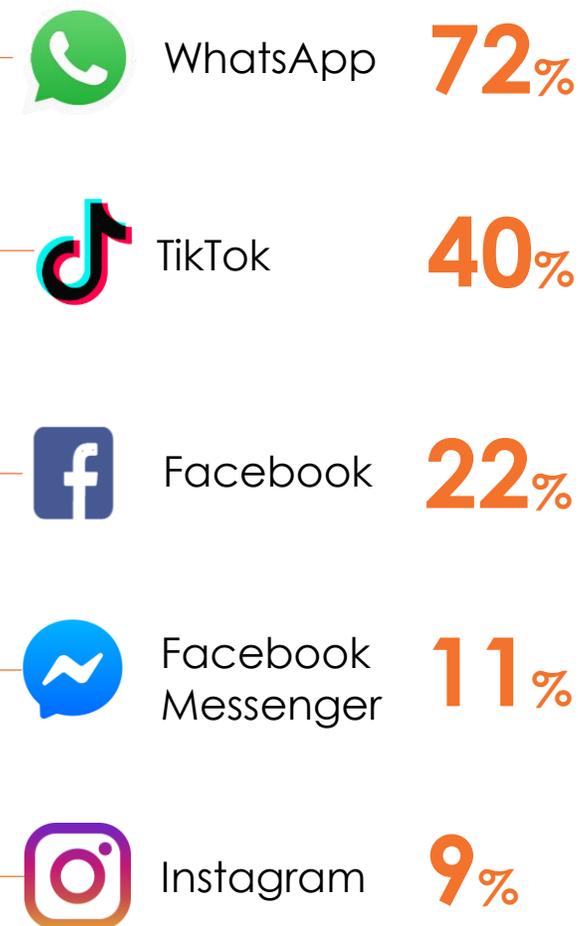
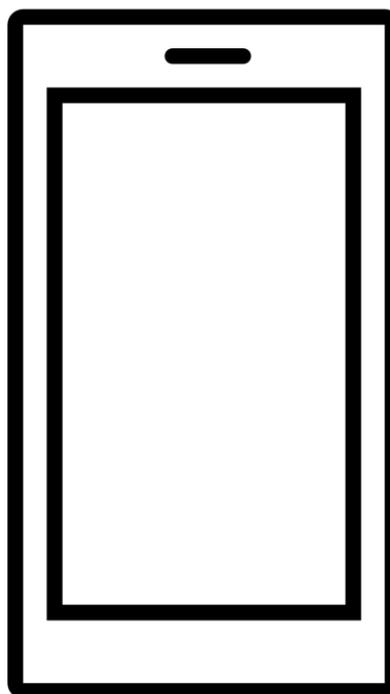
## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 638 niñas y niños que usan internet



## Redes sociales y mensajería instantánea\*\*

Base: 379 niñas y niños que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea  
Promedio: 1.7 respuestas por persona\*

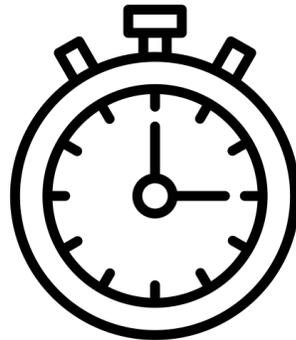




de las niñas y niños  
acostumbran ver  
contenidos por internet

Base: 706 niñas y niños

Consumen **2.6** horas  
diarias en promedio  
de **lunes a viernes**



Consumen **2.7** horas  
diarias en promedio los  
**fines de semana**

Base: 556 niñas y niños que consumen contenidos por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños

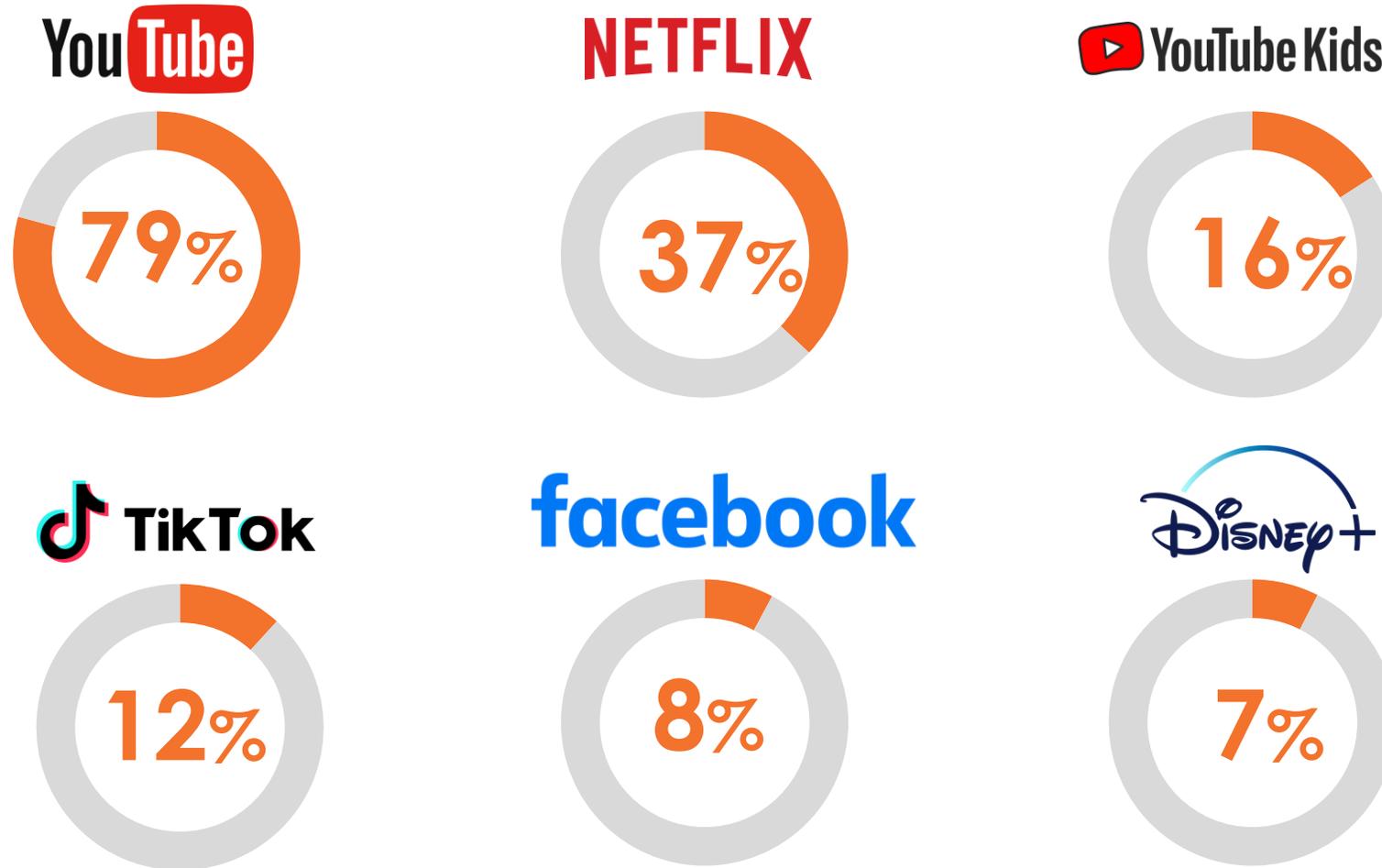


Urbano & Rural

# Contenidos por internet

## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet\*\*

Base: 556 niñas y niños que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.8 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

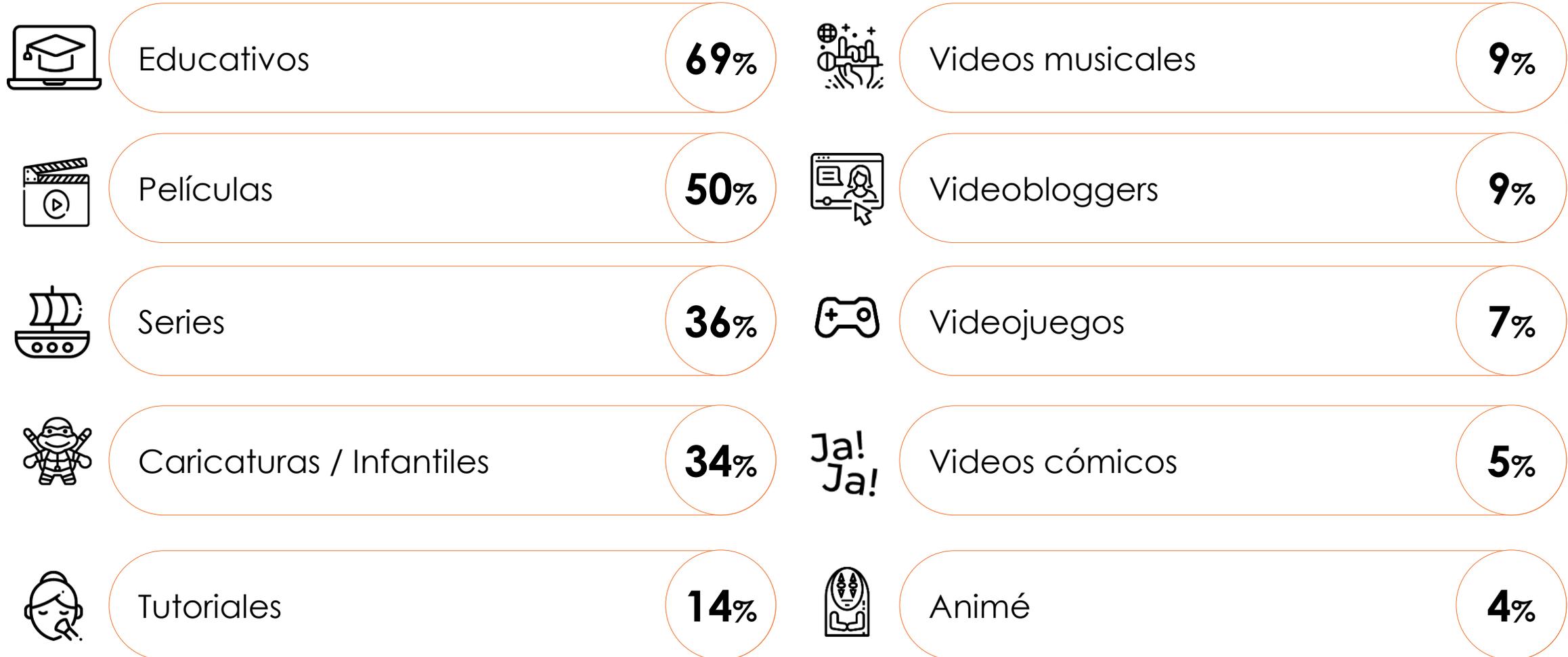
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

# Contenidos por internet

## Tipo de contenidos más vistos en internet\*\*

Base: 556 niñas y niños que ven contenidos por internet  
Promedio: 2.6 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



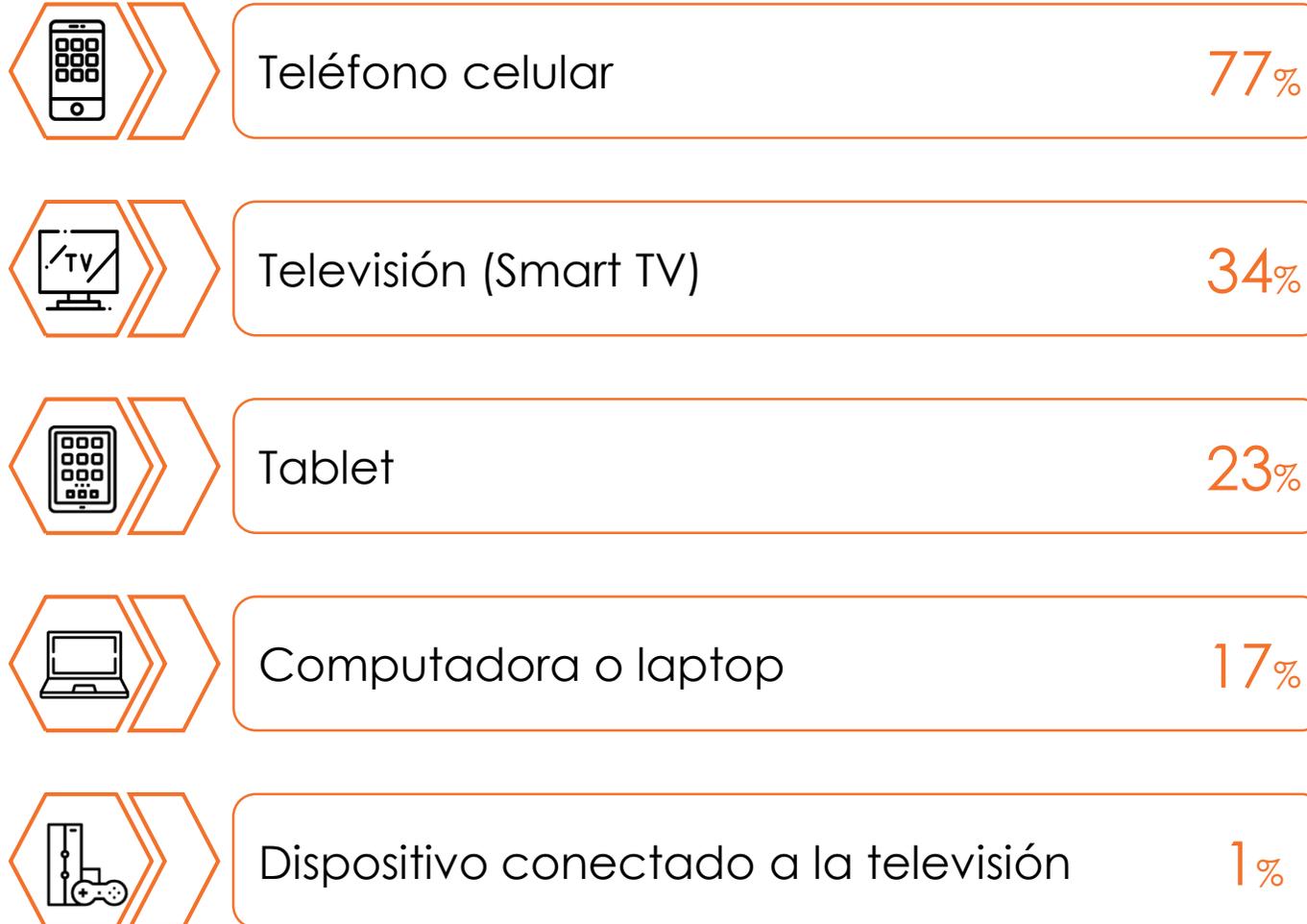
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet\*\*

Base: 556 niñas y niños que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.5 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Contenidos por internet

## Horario en el que acostumbran ver contenidos de internet

Base: 556 niñas y niños que consumen contenidos por internet

### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

28%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

69%



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

23%



**Noche**  
(18:00 – 24:00)

1%



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

0%



**No veo**

27%

66%

23%

1%

8%

### Sábado a domingo

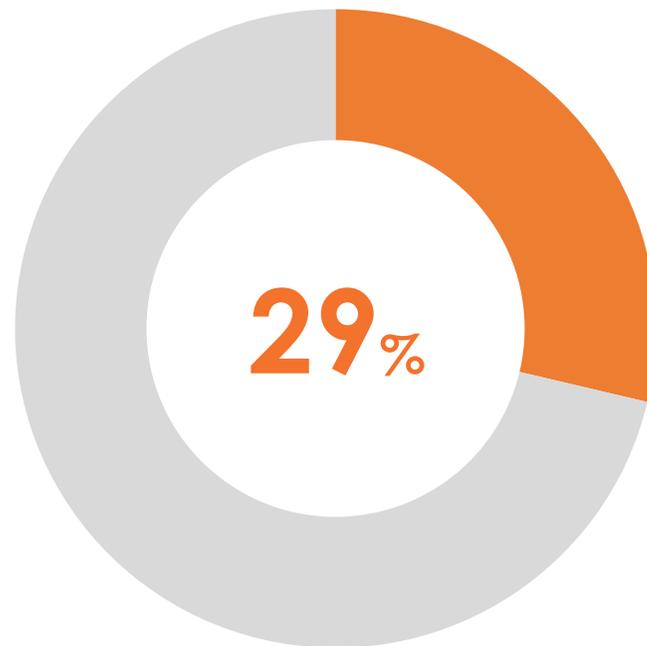
Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Escuchan música o contenidos por internet

Base: 556 niñas y niños que consumen contenidos por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



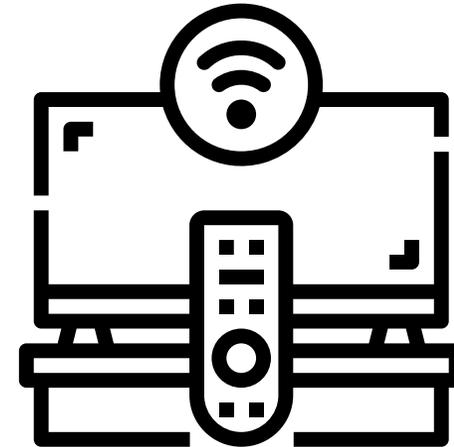
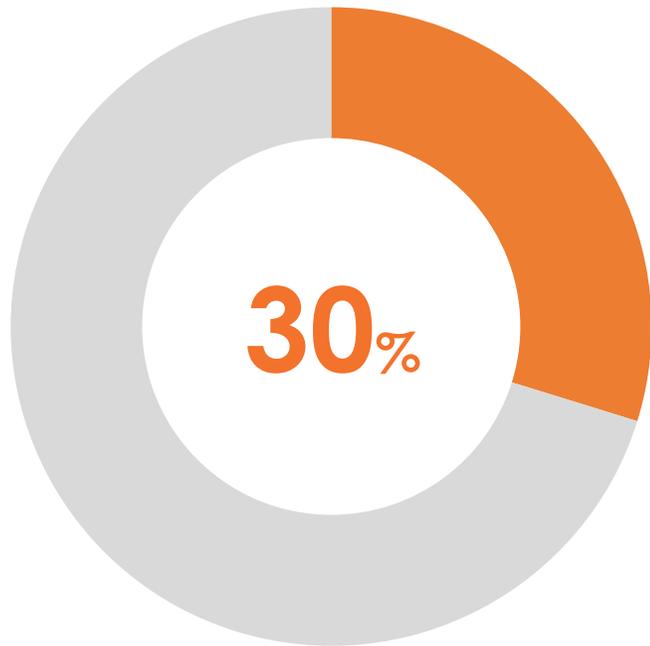
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Utiliza internet para ver canales de televisión abierta o canales de televisión de paga

Base: 556 niñas y niños que consumen contenidos por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



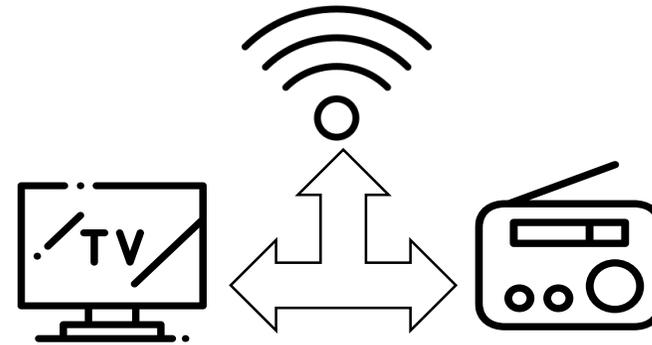
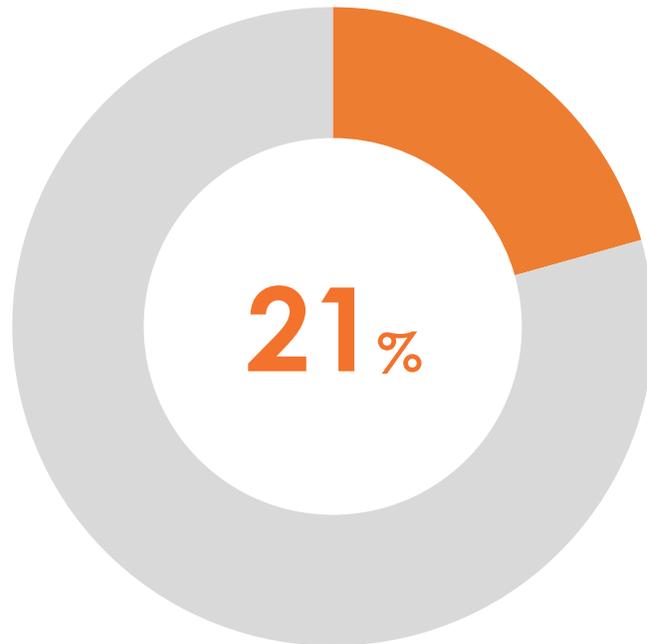
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Consumo simultáneo de internet con radio y / o televisión

Base: 502 niñas y niños que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Acostumbra jugar videojuegos online



de las niñas y niños  
juegan videojuegos

Base: 706 niñas y niños

**75%**

de las niñas y  
niños juegan  
videojuegos en  
internet

Base: 414 niñas y niños que juegan  
videojuegos

**68%**

Interactúan con  
otros jugadores

Base: 309 niñas y niños que  
juegan videojuegos en internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



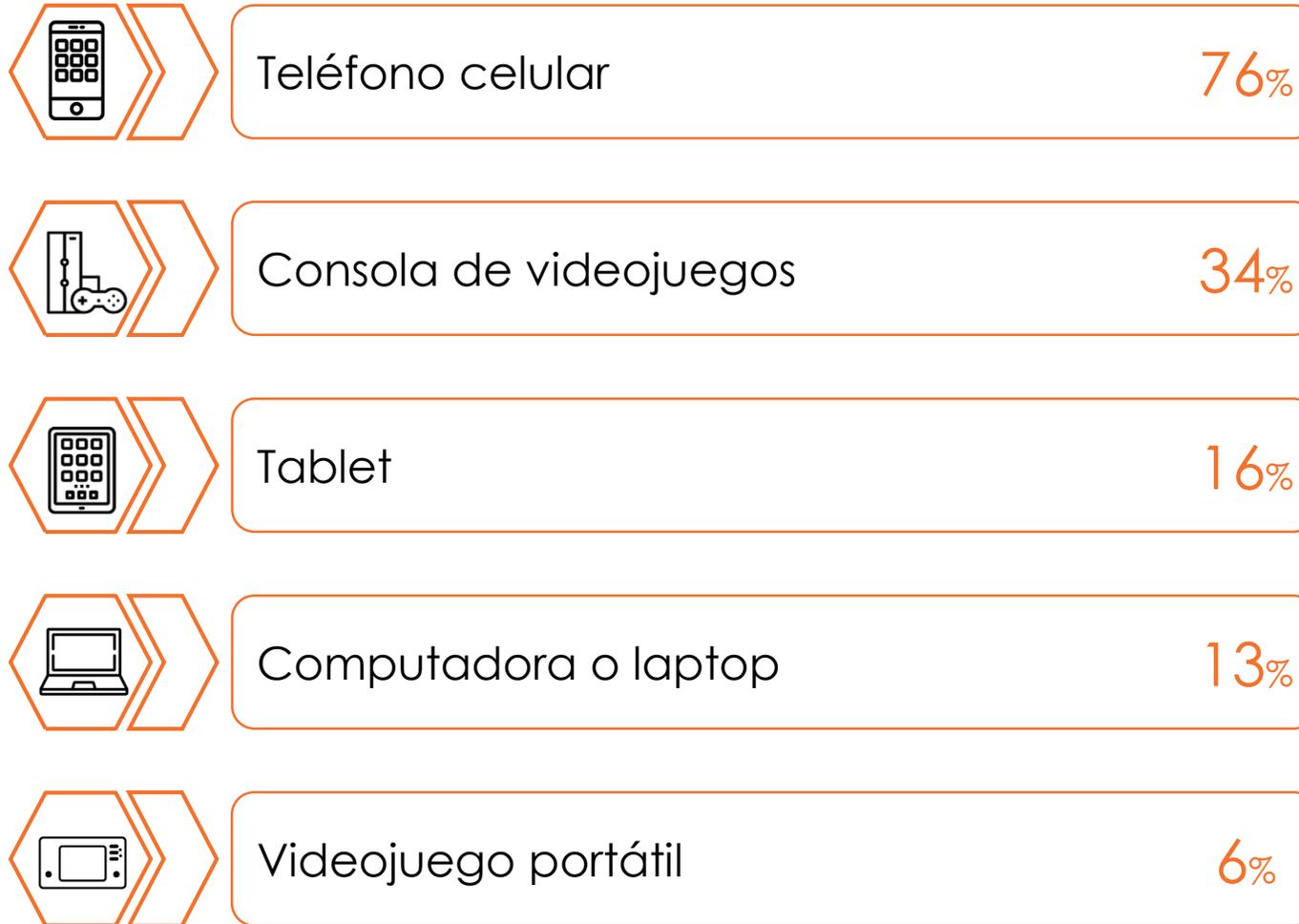
Niñas y Niños



Urbano & Rural

## Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos\*\*

Base: 414 niñas y niños que juegan videojuegos  
Promedio: 1.5 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



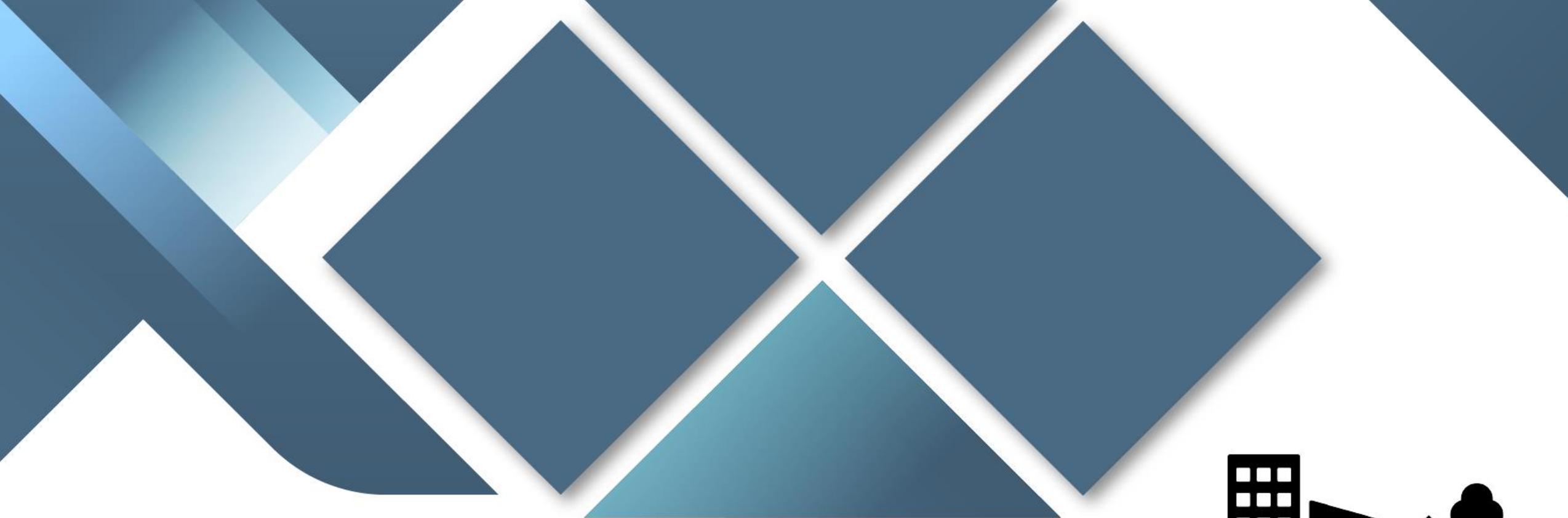
Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural



# Urbano & Rural

---



# Principales hallazgos

- En localidades **urbanas** el **95%** de los hogares cuentan con al menos un **televisor**, frente al **90%** de las zonas **rurales**.
- El **número promedio de televisores** por hogar en el estrato **rural** es de **1.4** y de **1.7** en el **urbano**.
- El **57%** de los **hogares rurales** entrevistados dependen **solo de la televisión abierta**, mientras que este porcentaje es del **53%** en localidades **urbanas**.
- Un **73%** de las personas con televisor en su hogar en el sector **urbano**, dijo **ver contenidos de la televisión abierta**, este porcentaje es del **80%** para el caso **rural**.
- En **televisión abierta**, tanto para las localidades **urbanas** como en las **rurales**, los contenidos más vistos son **los noticiarios, las películas y programas educativos**.
- Los canales de televisión abierta **más vistos** en las **localidades urbanas** y en las **localidades rurales** son **Las Estrellas, Canal 5 y Azteca 7**.
- En el ámbito **urbano** la principal razón para **tener televisión de paga** es **contar con mayores opciones de contenidos y canales** con **59%**; al igual que en la zona **rural** con **45%**.
- Entre las personas que cuentan con **televisión de paga**, un **66%** ve canales de televisión abierta en el **ámbito urbano**, mientras que este porcentaje es de **78%** para el **ámbito rural**.
- El **47%** de las personas en localidades **urbanas** escuchan la **radio**, comparado con el **45%** observado en **localidades rurales**.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Principales hallazgos

- Los programas **musicales** y de **noticias** son los tipos de programas más escuchados en radio, tanto en localidades **urbanas** como en **rurales**.
- En el sector **urbano 85%** de las personas declara **utilizar internet**, mientras que en las **zonas rurales 60%** de las personas lo utilizan.
- El porcentaje de personas que consumen **contenidos por internet** es mayor en zonas **urbanas** que en **rurales**, siendo **64%** frente a **39%**, respectivamente.
- En las localidades **urbanas**, **YouTube** es utilizado por el **79%** de las personas que consumen **contenidos por internet**, seguido por **Netflix** con un **46%**, y **Facebook** con **16%**.
- Las plataformas más utilizadas en las localidades **rurales** son **YouTube** con el **76%**, seguido por **Netflix** con **29%** y **Facebook** con un **23%**.
- El **54%** de las personas de zonas **urbanas** que ven **contenidos por internet** lo hace en **plataformas de paga**; para el caso **rural** el **30%**.
- Respecto a **videojuegos**, **26%** de las personas de localidades **urbanas** indicaron que los consumen, comparado con **16%** en localidades **rurales**.
- El **dispositivo** que destaca para uso de **videojuegos** en ambas localidades es el **teléfono celular**, con un **60%** en localidades urbanas y **76%** para **rurales**.



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

Urbano

Rural

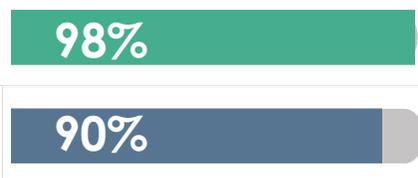
## Equipamiento del hogar

Base urbano: 6,125 hogares. Promedio: 4.7 respuestas por hogar\*

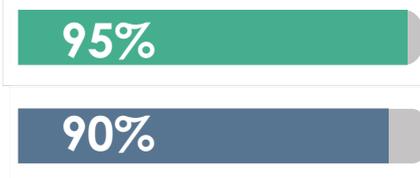
Base rural: 2,625 hogares. Promedio: 3.3 respuestas por hogar\*



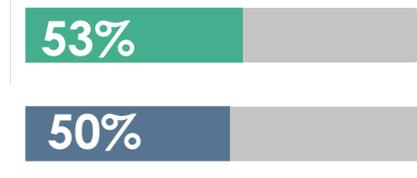
Teléfono celular



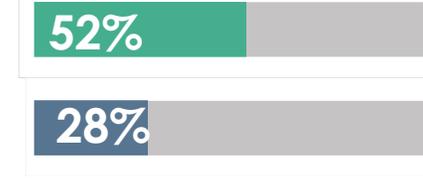
Televisor



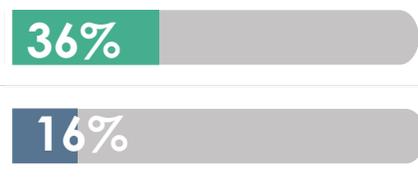
Radio/ Estéreo/ Grabadora



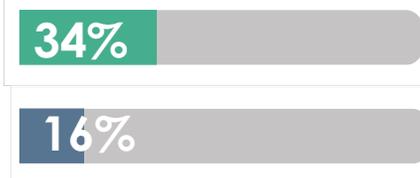
Computadora o laptop



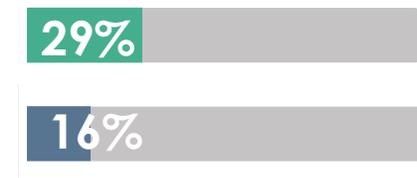
Teléfono fijo



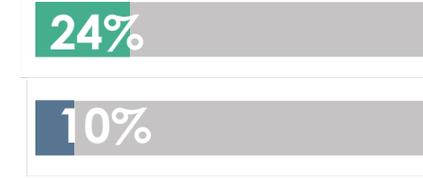
Blu-ray/ DVD



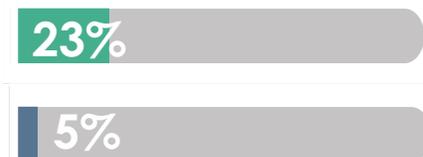
Tablet



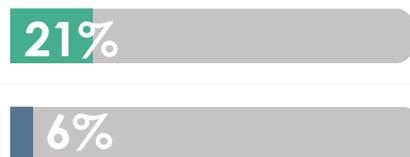
Dispositivos inteligentes



Consola de videojuegos



Dispositivos para ver contenidos en línea



Dispositivos de realidad virtual



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



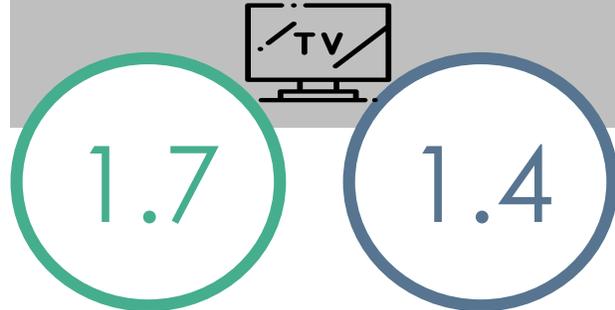
Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

Urbano

Rural

Promedio de televisores  
en el hogar



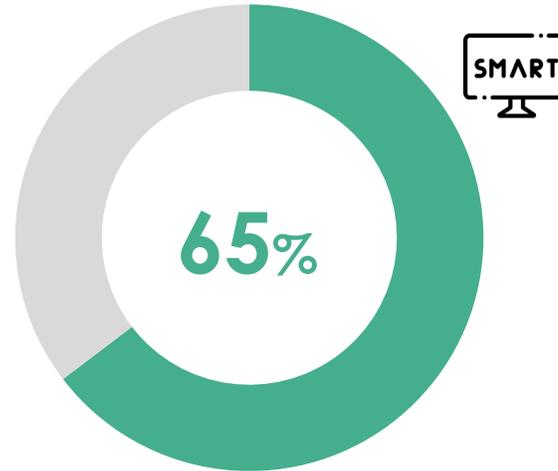
Base urbano: 5,912 hogares con televisor  
Base rural: 2,490 hogares con televisor

Promedio de radios  
en el hogar

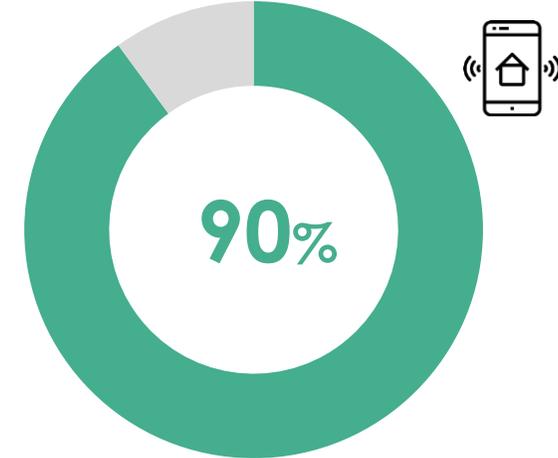


Base urbano: 3,416 hogares con radio  
Base rural: 1,347 hogares con radio

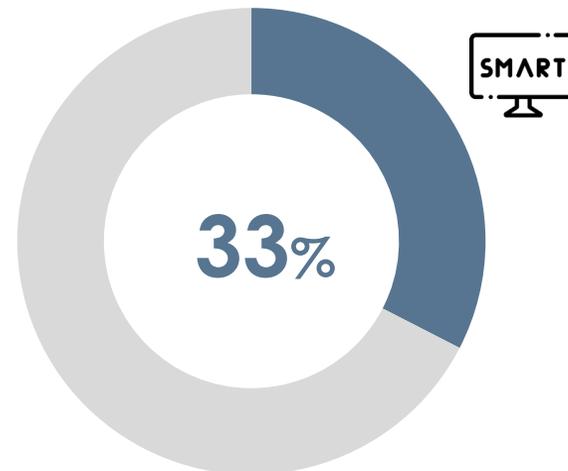
## Presencia de Smart TV y Smartphone en el hogar



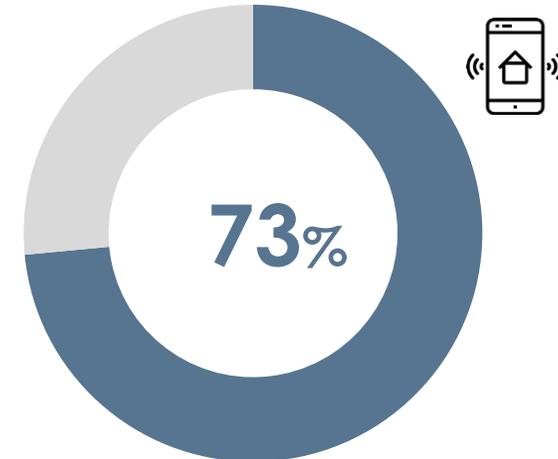
Base urbano: 5,184 hogares con televisor digital



Base urbano: 6,049 hogares que tienen teléfono celular



Base rural: 1,949 hogares con televisor digital



Base rural: 2,308 hogares que tienen teléfono celular



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



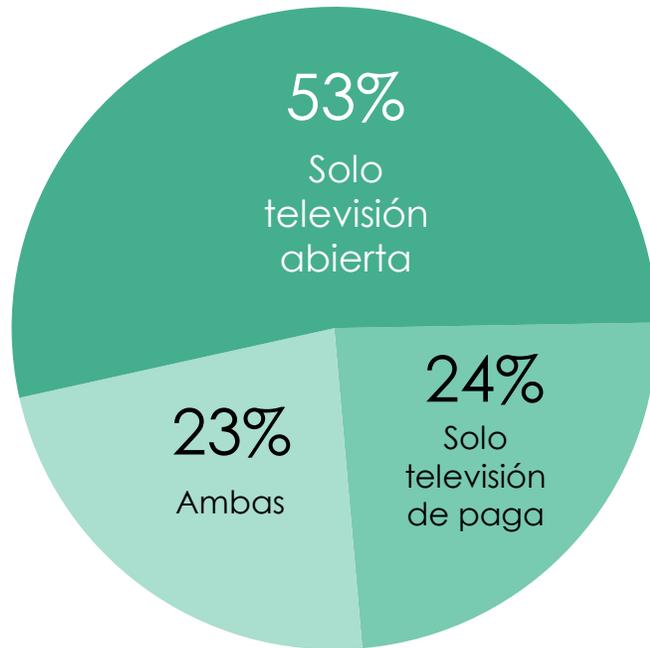
Urbano & Rural

# Tipo de señal de televisión en el hogar

Urbano

## Tipo de señal de televisión en el hogar

Base: 5,912 hogares con televisor



## Principal razón para no contratar televisión de paga\*\*

Base: 2,632 hogares con solo televisión abierta

Promedio: 1.2 respuestas por hogar\*

- 53% Por el precio
- 25% Veo poco tiempo la televisión
- 16% No me interesa / No estoy familiarizado con la programación de la televisión de paga
- 8% Solo uso internet / Consumo contenidos por internet

## Principal razón para contratar televisión de paga\*\*

Base: 3,280 hogares con televisión de paga

Promedio: 1.2 respuestas por hogar\*

- 59% Tener más opciones de contenidos y canales
- 24% Tengo diferentes servicios con un mismo proveedor
- 22% No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta
- 12% Por las clases a distancia



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



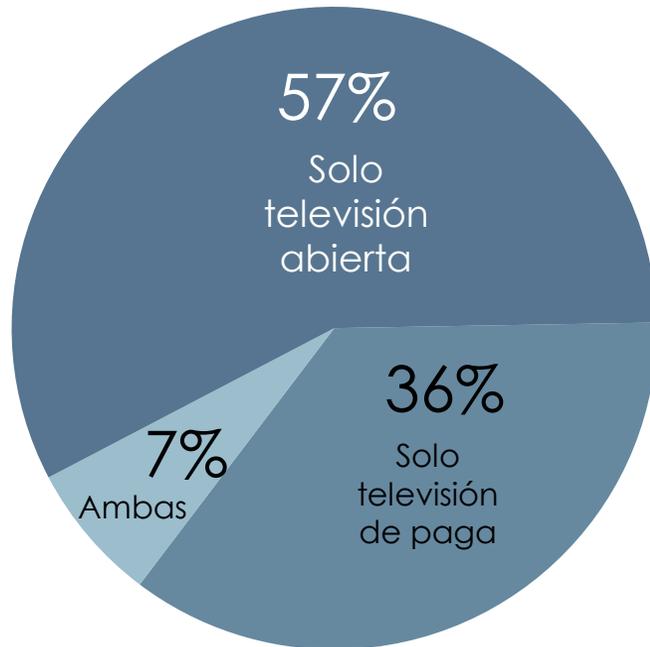
Urbano & Rural

# Tipo de señal de televisión en el hogar

Rural

## Tipo de señal de televisión en el hogar

Base: 2,490 hogares con televisor



## Principal razón para no contratar televisión de paga\*\*

Base: 1,188 hogares con solo televisión abierta  
Promedio: 1.2 respuestas por hogar\*

- 65% Por el precio
- 18% Veo poco tiempo la televisión
- 11% No me interesa / No estoy familiarizado con la programación de la televisión de paga
- 5% No existe ese servicio en mi localidad

## Principal razón para contratar televisión de paga\*\*

Base: 1,302 hogares con televisión de paga  
Promedio: 1.1 respuestas por hogar\*

- 45% Tener más opciones de contenidos y canales
- 44% No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta
- 13% Por las clases a distancia
- 4% Tengo diferentes servicios con un mismo proveedor



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



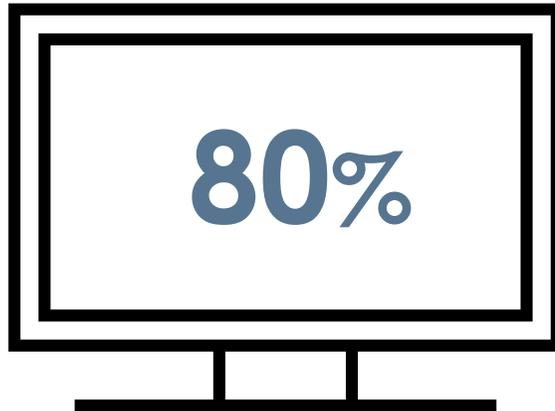
Urbano & Rural

Urbano



del total de personas con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base urbano: 5,912 personas que tienen televisor



del total de personas con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base rural: 2,490 personas que tienen televisor

Rural



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



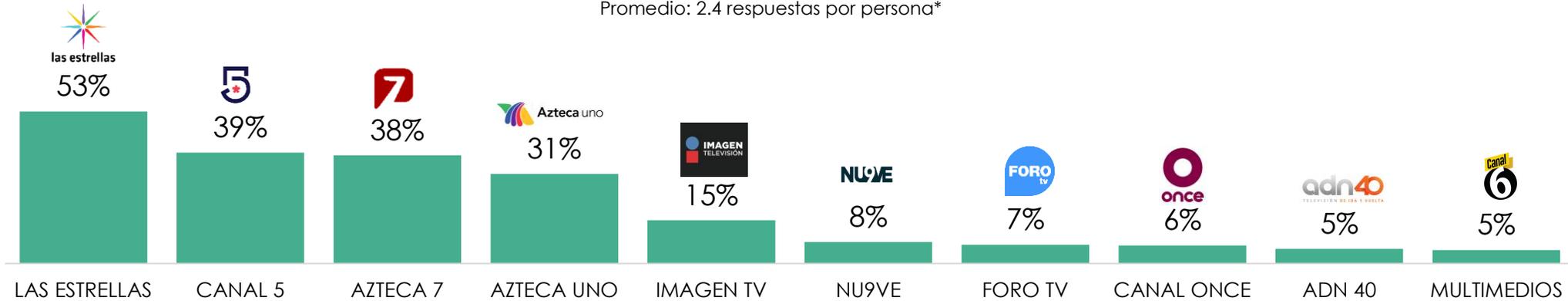
Urbano & Rural

Urbano

Rural

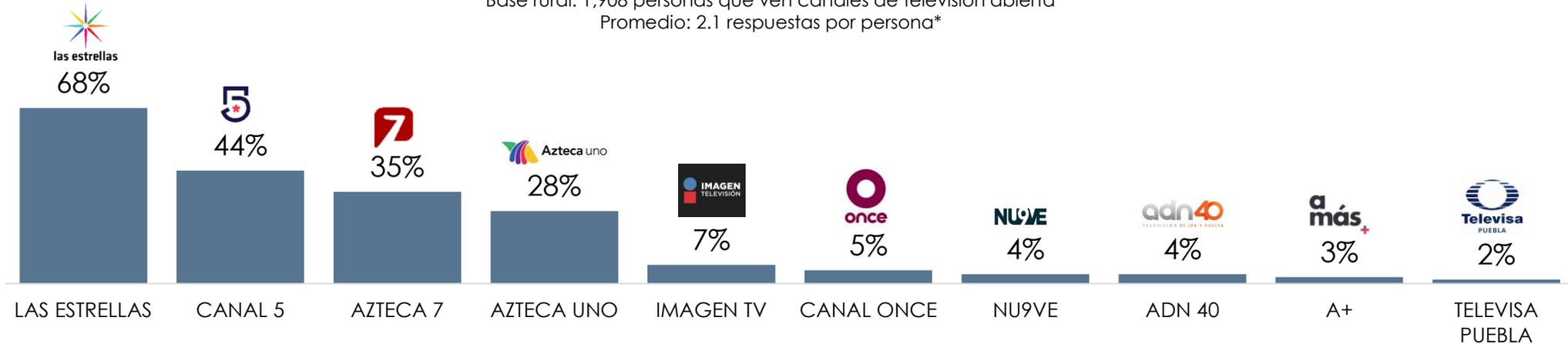
## Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base urbano: 4,017 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



## Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base rural: 1,908 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.1 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

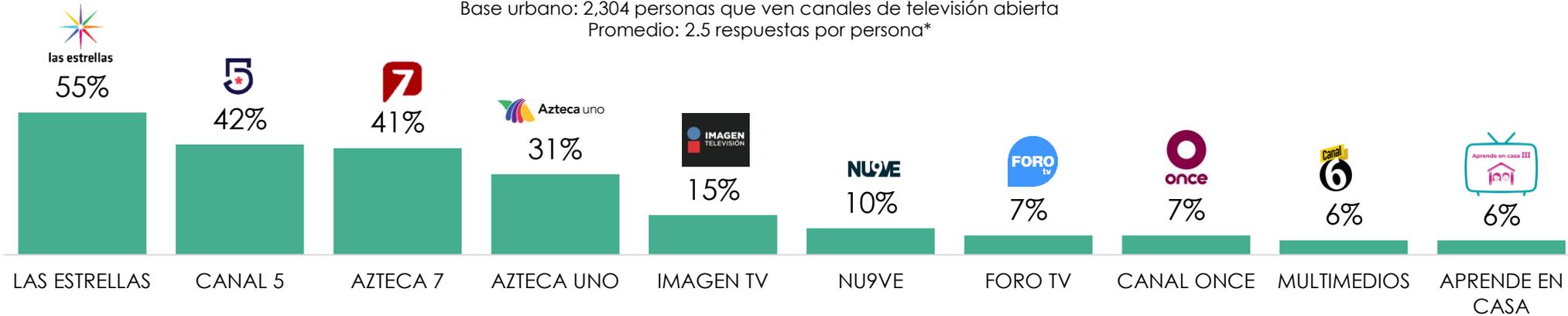
\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

Urbano

Rural

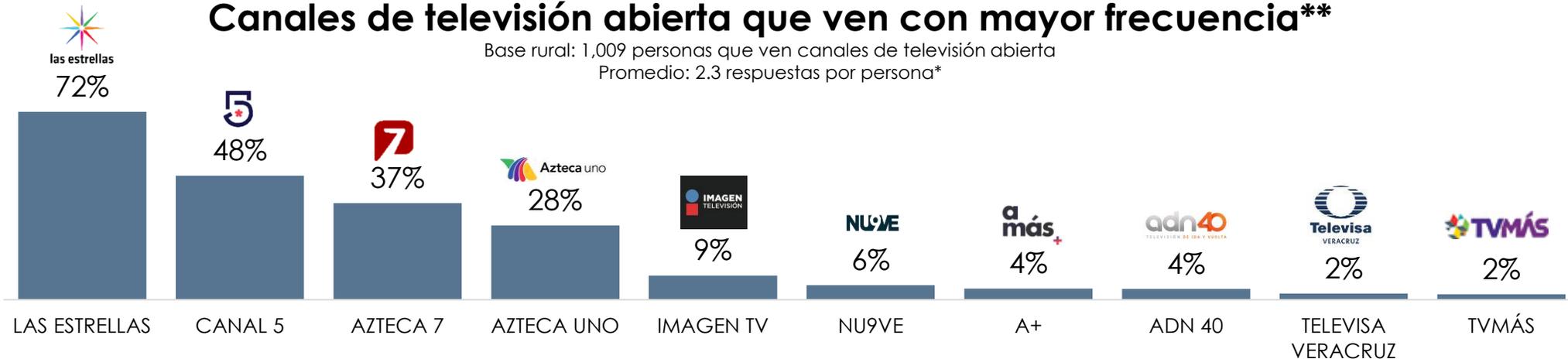
## Personas que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base urbano: 2,304 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.5 respuestas por persona\*



## Personas que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base rural: 1,009 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.3 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

Urbano

Rural

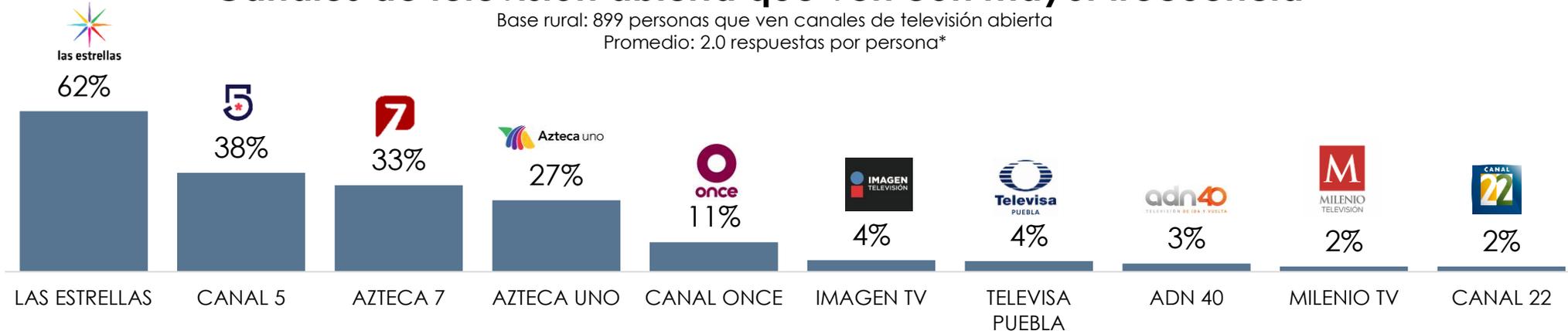
## Personas con televisión de paga y que ven la televisión abierta a través de la televisión de paga Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base urbano: 1,713 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



## Personas con televisión de paga y que ven la televisión abierta a través de la televisión de paga Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia\*\*

Base rural: 899 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio: 2.0 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

# Televisión abierta

Urbano

## Tipo de programas más vistos en televisión abierta\*\*

Base urbano: 4,017 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 2.5 respuestas por persona\*  
Base rural: 1,908 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 2.3 respuestas por persona\*

Rural



Noticias

66%

59%



Deportes

12%

11%



Películas

44%

46%



Series

10%

6%



Educativos

36%

32%



Magazine / Programa de revista

10%

5%



Telenovelas

21%

28%



Reality show

7%

1%



Caricaturas / Infantiles

20%

21%



Comedia / Cómicos

5%

7%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de tipos de programas con las mayores frecuencias.

Urbano

Rural

## Horario en el que acostumbran ver la televisión abierta

Base urbano: 4,017 personas que ven canales de televisión abierta  
Base rural: 1,908 personas que ven canales de televisión abierta

### Lunes a viernes

Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*  
Promedio rural: 1.4 respuestas por persona\*

33%

44%

58%

1%

1%

25%

59%

55%

0%

0%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

**Noche**  
(18:00 – 24:00)

**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

**No veo**

26%

44%

39%

1%

23%

23%

49%

38%

0%

23%

### Sábado a domingo

Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona\*  
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Televisión de paga

Urbano

95%

de las personas en hogares  
con televisor

Base: 6,125 personas

47%

de las personas con  
televisión de paga o ambas

Base: 5,912 personas con televisión

66%

ven canales de  
televisión abierta

Base: 3,280 personas con televisión  
de paga en su hogar

23%

solo ven canales de televisión  
de paga

Base: 3,280 personas con televisión de paga en su hogar



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Televisión de paga

Rural

90%

de las personas en hogares  
con televisor

Base: 2,625 personas

43%

de las personas con  
televisión de paga o ambas

Base: 2,490 personas con televisión

78%

ven canales de  
televisión abierta

Base: 1,302 personas con televisión  
de paga en su hogar

11%

solo ven canales de televisión  
de paga

Base: 1,302 personas con televisión de paga en su hogar



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



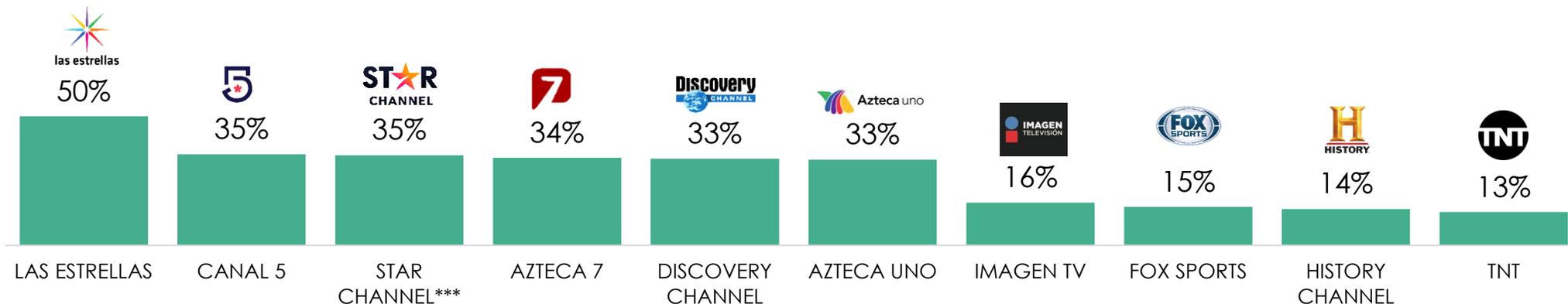
Urbano & Rural

# Televisión de paga

Urbano

## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*

Base urbano: 1,332 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio: 4.4 respuestas por persona\*



## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*

Base rural: 547 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio: 3.9 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

\*\*\*Hasta febrero de 2021, conocido como Fox Channel

Rural



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

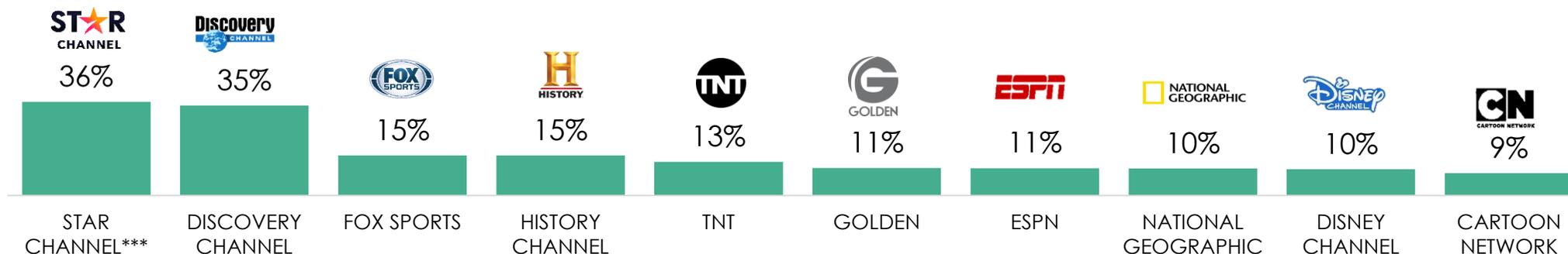
# Televisión de paga

Urbano

Rural

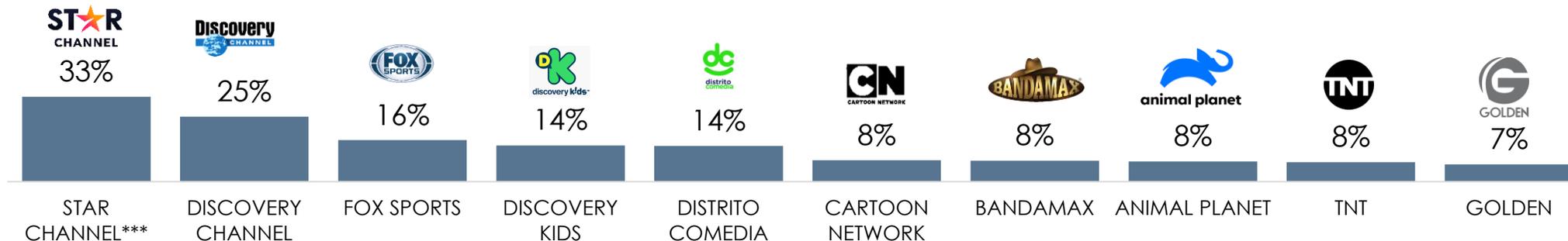
## Canales exclusivos de televisión de paga que ven con mayor frecuencia\*\*

Base urbano: 2,390 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga  
Promedio: 2.5 respuestas por persona\*



## Canales exclusivos de televisión de paga que ven con mayor frecuencia\*\*

Base rural: 788 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga  
Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

\*\*\*Hasta febrero de 2021, conocido como Fox Channel

# Televisión de paga

Urbano

Rural

## Tipo de programas más vistos en televisión de paga\*\*

Base urbano: 2,390 personas que ven canales de televisión de paga. Promedio: 2.5 respuestas por persona\*

Base rural: 788 personas que ven canales de televisión de paga. Promedio: 2.0 respuestas por persona\*



Películas

67%

59%



Deportes

18%

13%



Series

44%

31%



Noticias

8%

13%



Educativos

28%

25%



Comedia / Cómicos

6%

1%



Documentales / Culturales

24%

10%



Telenovelas

4%

7%



Caricaturas / Infantiles

22%

24%



Musicales

3%

1%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de tipos programas con las mayores frecuencias.

# Televisión de paga

Urbano

## Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Base urbano: 2,390 personas que ven canales de televisión de paga

Base rural: 788 personas que ven canales de televisión de paga

Rural

### Lunes a viernes

Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*

Promedio rural: 1.3 respuestas por persona\*

17%

48%

65%

2%

3%

18%

49%

60%

1%

2%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

**Noche**  
(18:00 – 24:00)

**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

**No veo**

28%

54%

52%

2%

12%

18%

44%

47%

0%

9%

### Sábado a domingo

Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona\*

Promedio rural: 1.2 respuestas por persona\*

- Inicio
- Ficha Técnica
- Nacional
- Niñas y Niños
- Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Urbano

Rural



# 47% 45%

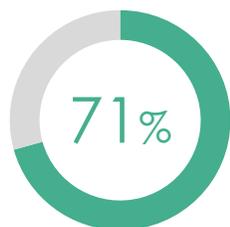
de las personas  
escuchan radio

Base urbano: 6,125 personas  
Base rural: 2,625 personas

## Consumo por tipo de banda

Base urbano: 3,162 personas que escuchan radio  
Base rural: 1,168 personas que escuchan radio

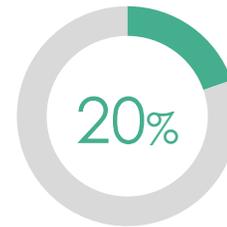
FM



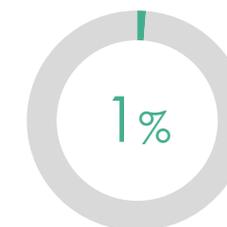
AM



Ambas



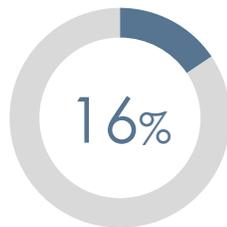
No sabe



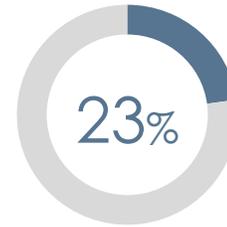
59%



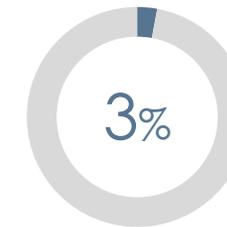
16%



23%



3%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

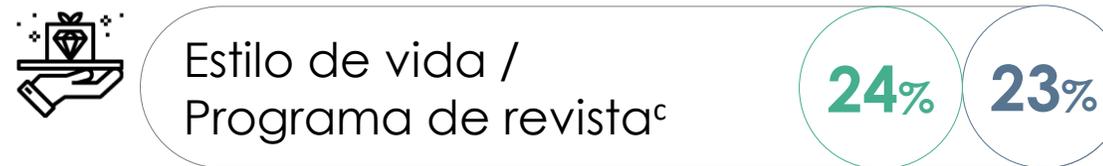
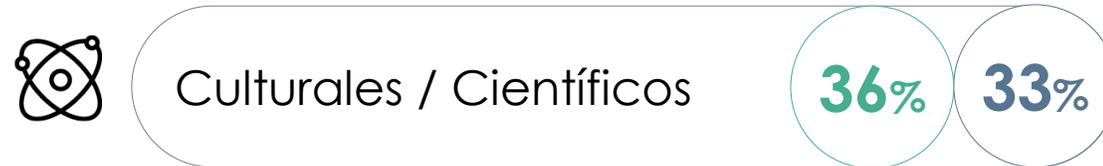
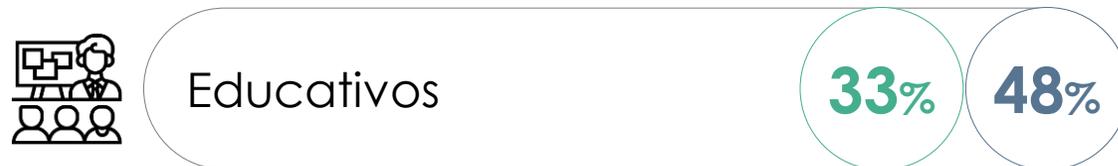
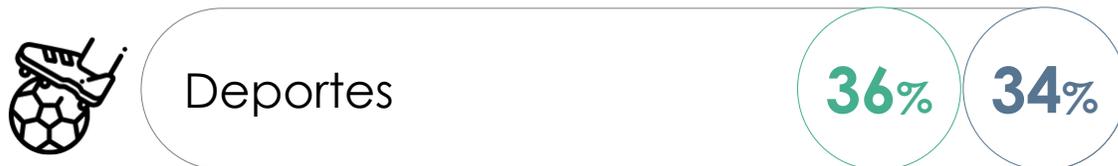
Urbano

Rural

## Tipo de programas de radio más escuchados\*\*

Base urbano: 3,162 personas que escuchan radio. Promedio: 2.5 respuestas por persona\*  
Base rural: 1,168 personas que escuchan radio. Promedio: 2.8 respuestas por persona\*

Base urbano<sup>c</sup>: 3,020 personas que escuchan radio, excepto niñas y niños. Promedio: 1.4 respuestas por persona\*  
Base rural<sup>c</sup>: 1,119 personas que escuchan radio, excepto niñas y niños. Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de tipo de programas con las mayores frecuencias.

Urbano

## Horario en el que acostumbran escuchar radio

Base urbano: 3,162 personas que escuchan radio  
Base rural: 1,168 personas que escuchan radio

Rural

### Lunes a viernes

Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*  
Promedio rural: 1.4 respuestas por persona\*

71%

48%

19%

1%

2%

70%

55%

18%

0%

0%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

**Noche**  
(18:00 – 24:00)

**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

**No escucho**

44%

33%

13%

1%

35%

53%

37%

15%

0%

23%

### Sábado a domingo

Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona\*  
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

Urbano

Rural

## Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base urbano: 6,125 personas  
Base rural: 2,625 personas



85%



60%



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños

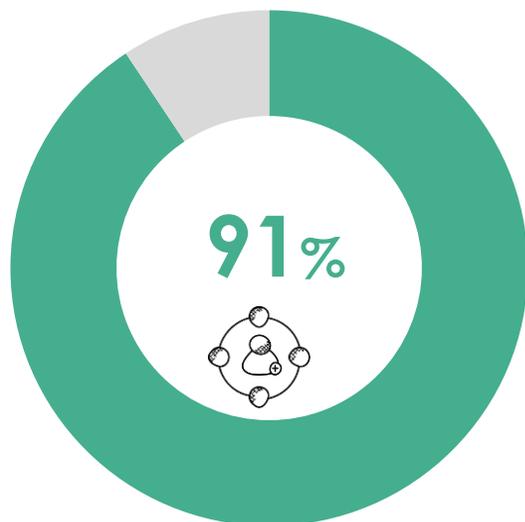


Urbano & Rural

Urbano

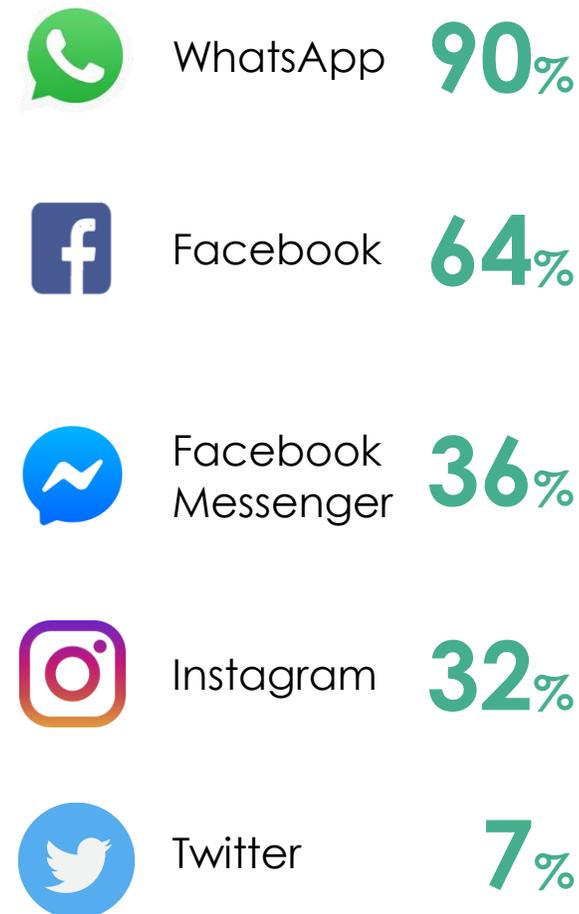
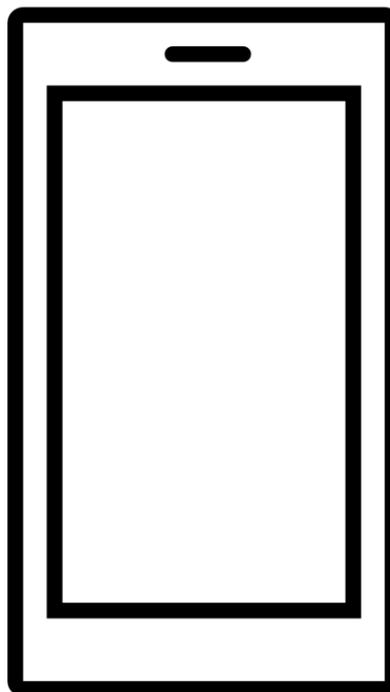
## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 5,569 personas que usan internet



## Redes sociales y mensajería instantánea\*\*

Base urbano: 5,143 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea  
Promedio urbano: 2.5 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

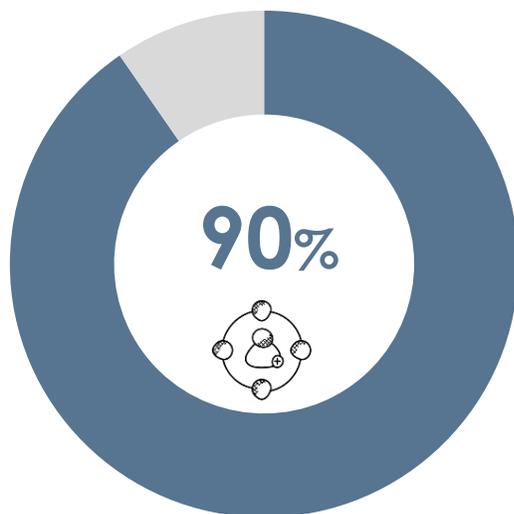
\*\*Solo se muestran respuestas de redes sociales con las mayores frecuencias.

# Redes sociales y mensajería instantánea

Rural

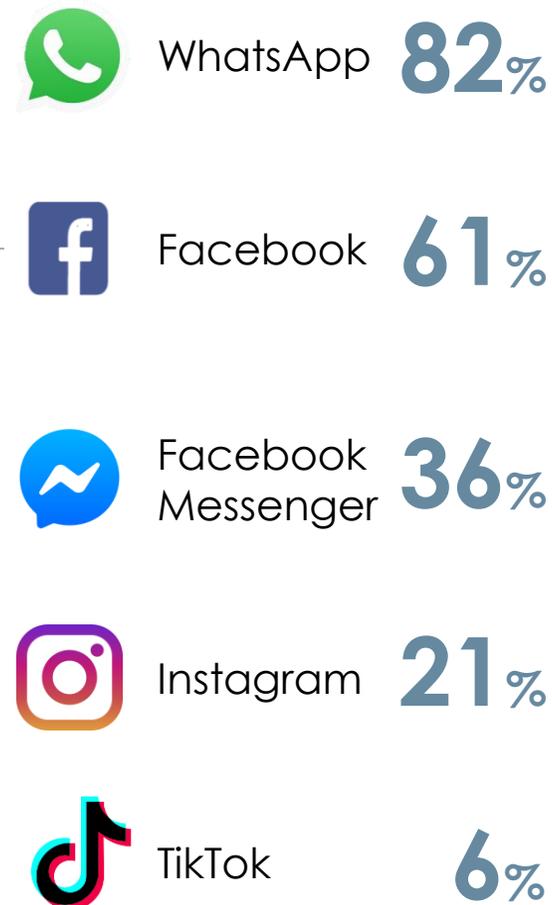
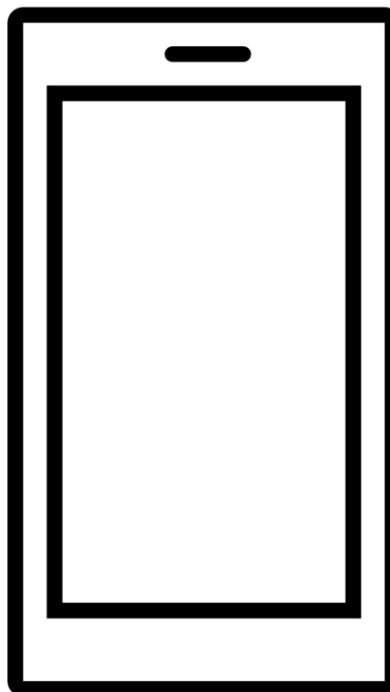
## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base rural: 1,906 personas que usan internet



## Redes sociales y mensajería instantánea\*\*

Base rural: 1,707 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea  
Promedio rural: 2.2 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Contenidos por internet

Urbano



64% 39%

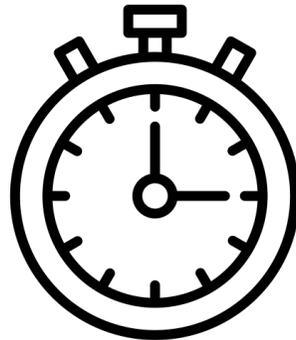
de las personas  
acostumbran ver  
contenidos por internet

Base urbano: 6,125 personas  
Base rural: 2,625 personas

Rural

Consumen **3.3**  
horas diarias en  
promedio de **lunes a**  
**viernes**

Consumen **2.9**  
horas diarias en  
promedio de **lunes a**  
**viernes**



Consumen **3.6**  
horas diarias en  
promedio los **fines de**  
**semana**

Consumen **2.9**  
horas diarias en  
promedio los **fines de**  
**semana**

Base urbano: 4,461 personas que consumen contenidos por internet  
Base rural: 1,394 personas que consumen contenidos por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

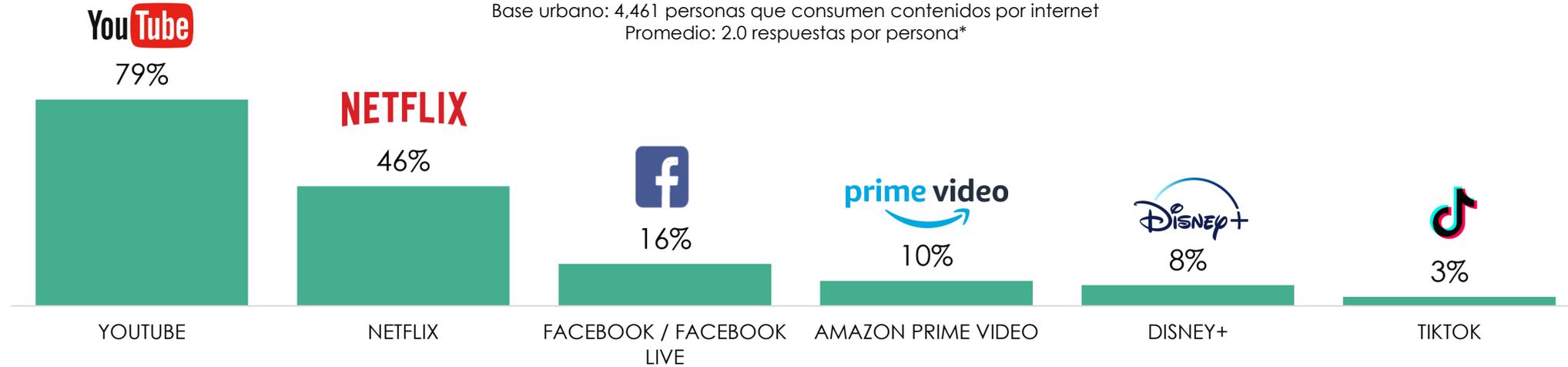
# Contenidos por internet

Urbano

Rural

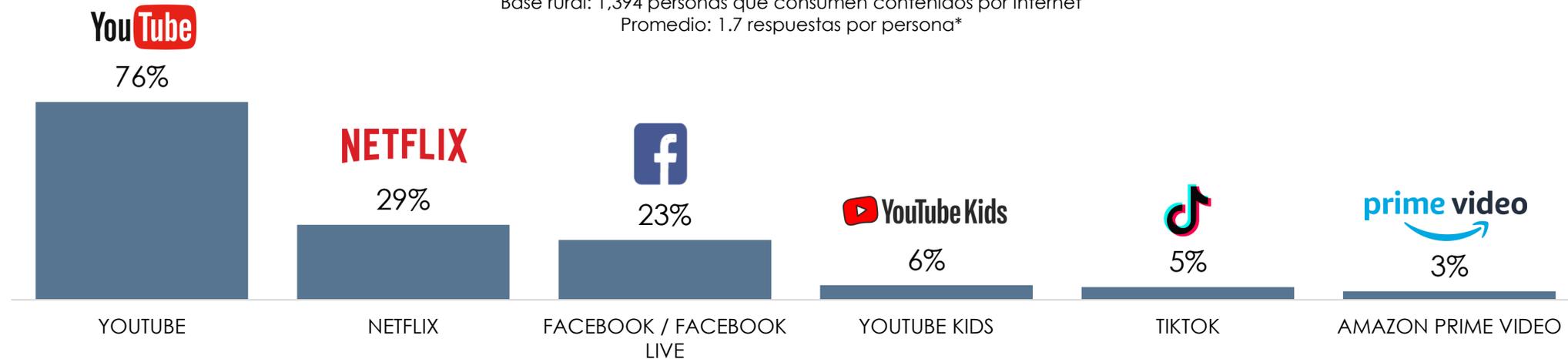
## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet\*\*

Base urbano: 4,461 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 2.0 respuestas por persona\*



## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet\*\*

Base rural: 1,394 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.7 respuestas por persona\*



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

Urbano

**54%** de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones donde se tiene que pagar una suscripción periódica

Base urbano: 4,017 personas que consumen contenidos por internet, excepto niñas y niños

## Plataformas que requieren del pago de una suscripción utilizadas para ver contenidos por internet\*\*

Base urbano: 2,571 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet, excepto niñas y niños.

Promedio: 1.7 respuestas por persona\*

|                        | Porcentaje de personas | Promedio de horas de consumo a la semana |
|------------------------|------------------------|--|
| <b>NETFLIX</b>         | 94%                    | 8.4                                      |
| <b>prime video</b>     | 27%                    | 6.0                                      |
| <b>DISNEY+</b>         | 21%                    | 6.1                                      |
| <b>YouTube Premium</b> | 4%                     | 9.3                                      |
| <b>HBOmax</b> ***      | 3%                     | 4.0                                      |



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

\*\*\*Hasta junio de 2021, conocido como HBO Go

**30%** de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones donde se tiene que pagar una suscripción periódica

Base rural: 1,282 personas que consumen contenidos por internet, excepto niñas y niños

## Plataformas que requieren del pago de una suscripción utilizadas para ver contenidos por internet\*\*

Base rural: 600 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet, excepto niñas y niños.  
Promedio: 1.3 respuestas por persona\*

|  | Porcentaje de personas | Promedio de horas de consumo a la semana |
|--|------------------------|--|
|  | 91%                    | 9.9                                      |
|  | 12%                    | 8.0                                      |
|  | 11%                    | 5.7                                      |
|  | 6%                     | 2.7                                      |
|  | 2%                     | 6.8                                      |

- Inicio
- Ficha Técnica
- Nacional
- Niñas y Niños
- Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

# Uso de plataformas que no requieren de un pago

Urbano

**86%** de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago

Base urbano: 4,017 personas que consumen contenidos por internet, excepto niñas y niños

## Plataformas que no requieren pago utilizadas para ver contenidos por internet\*\*

Base urbano: 3,428 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet, excepto niñas y niños

Promedio: 2.0 respuestas por persona\*

|   | Porcentaje de personas | Promedio de horas de consumo a la semana |
|---|------------------------|--|
|        | 83%                    | 9.0                                      |
|        | 50%                    | 10.0                                     |
|       | 26%                    | 6.6                                      |
|      | 9%                     | 7.7                                      |
|  *** | 2%                     | 4.1                                      |



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.

\*\*\*Google fue la 5ta plataforma más mencionada con un 2%. No fue considerada debido a que es un buscador y no una plataforma para ver contenidos

# Uso de plataformas que no requieren de un pago

Rural

**92%** de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago

Base rural: 1,282 personas que consumen contenidos por internet, excepto niñas y niños

## Plataformas que no requieren pago utilizadas para ver contenidos por internet\*\*

Base rural: 1,120 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet, excepto niñas y niños

Promedio: 1.9 respuestas por persona\*

|   | Porcentaje de personas | Promedio de horas de consumo a la semana |
|---|------------------------|--|
|    | 81%                    | 11.5                                     |
|    | 51%                    | 9.1                                      |
|   | 34%                    | 8.2                                      |
|  | 7%                     | 12.6                                     |
|  | 2%                     | 6.6                                      |



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Contenidos por internet

Urbano

## Tipo de contenidos más vistos\*\*

Rural

Base urbano: 4,461 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 2.5 respuestas por persona\*  
Base rural: 1,394 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



Inicio

Ficha Técnica

Nacional

Niñas y Niños

Urbano & Rural

# Contenidos por internet

Urbano

## Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet\*\*

Base urbano: 4,461 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.6 respuestas por persona\*

Base rural: 1,394 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



Rural



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

# Contenidos por internet

Urbano

## Horario en el que acostumbran ver contenidos por internet

Base urbano: 4,461 personas que ven contenidos por internet

Base rural: 1,394 personas que ven contenidos por internet

Rural

### Lunes a viernes

Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona\*

Promedio rural: 1.4 respuestas por persona\*

30%

57%

56%

3%

0%

37%

68%

38%

0%

0%



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)

**Tarde**  
(12:00 – 18:00)

**Noche**  
(18:00 – 24:00)

**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)

**No veo**

30%

57%

48%

3%

8%

28%

64%

32%

1%

8%

### Sábado a domingo

Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona\*

Promedio rural: 1.3 respuestas por persona\*



Inicio

Ficha Técnica

Nacional

Niñas y Niños

Urbano & Rural

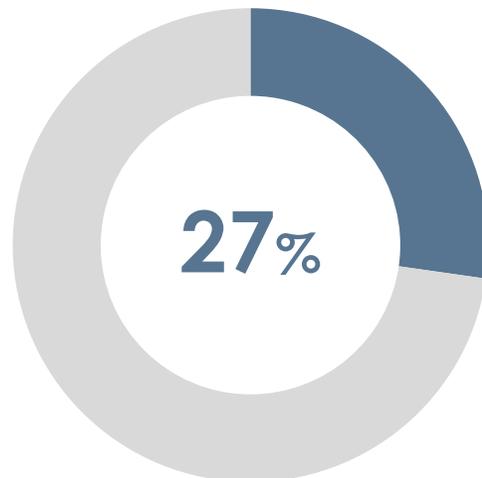
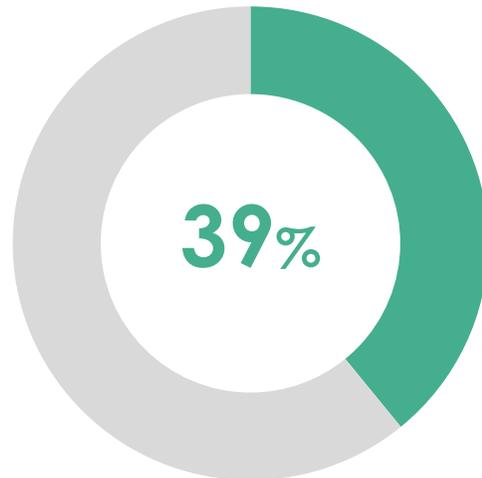
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

# Música o contenidos por internet

Urbano

## Escuchan música o contenidos por internet

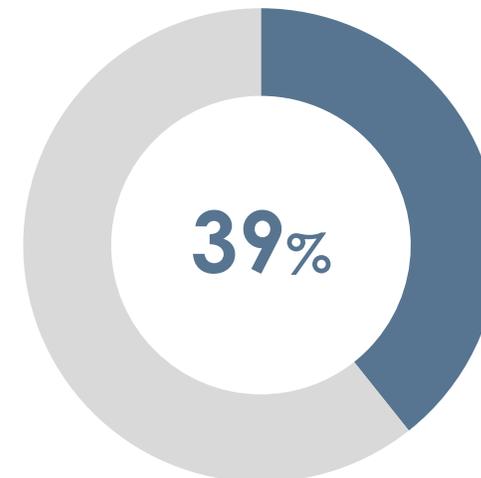
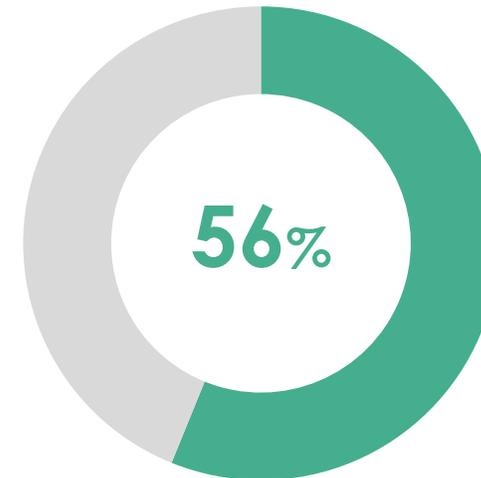
Base urbano: 4,461 personas que ven contenidos por internet  
Base rural: 1,394 personas que ven contenidos por internet



Rural

## Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica

Base urbano: 1,874 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet, excepto niñas y niños  
Base rural: 476 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet, excepto niñas y niños



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



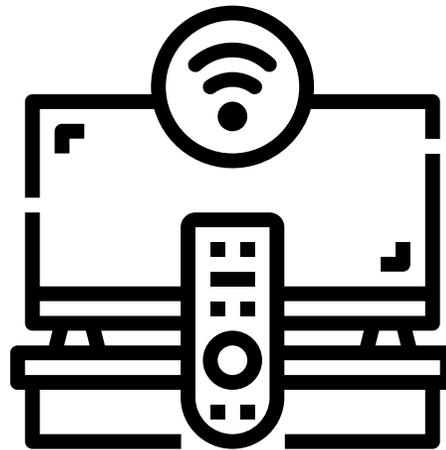
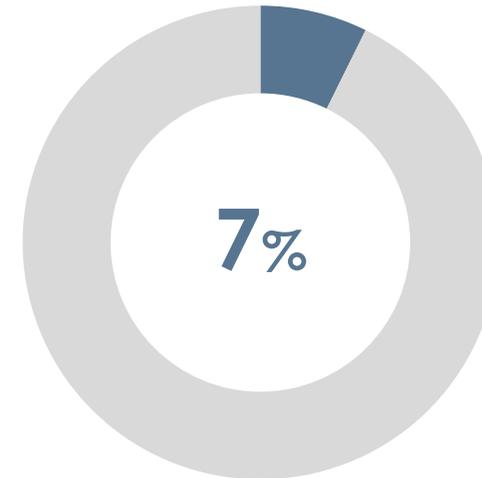
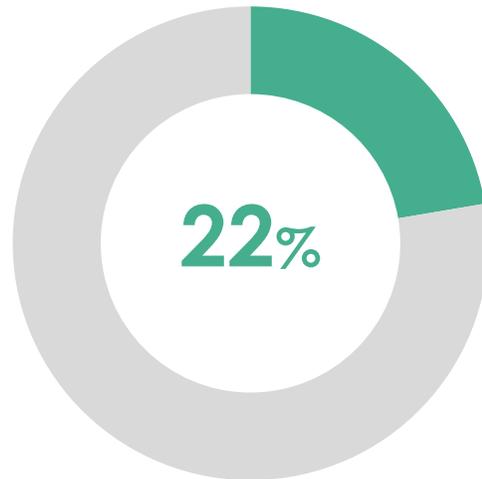
Urbano & Rural

# Contenidos por internet

Urbano

## Utiliza internet para ver canales de televisión abierta o canales de televisión de paga

Base urbano: 4,461 personas que ven contenidos por internet  
Base rural: 1,394 personas que ven contenidos por internet



Rural



# Consumo simultáneo de contenidos

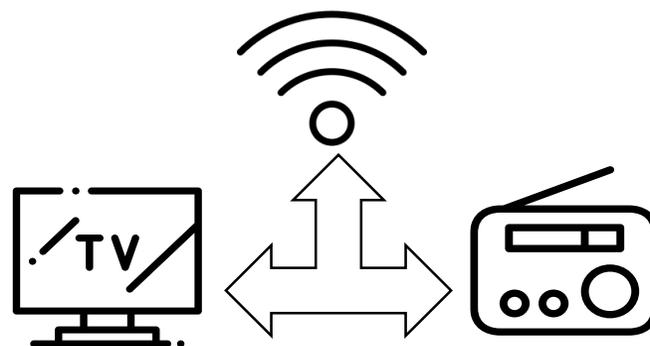
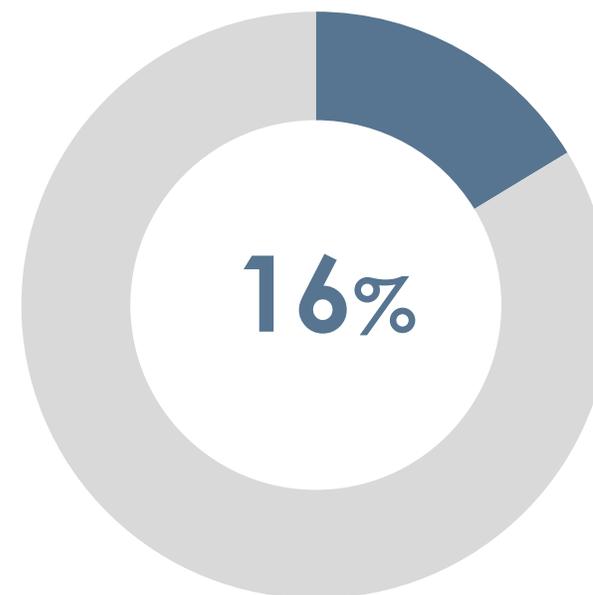
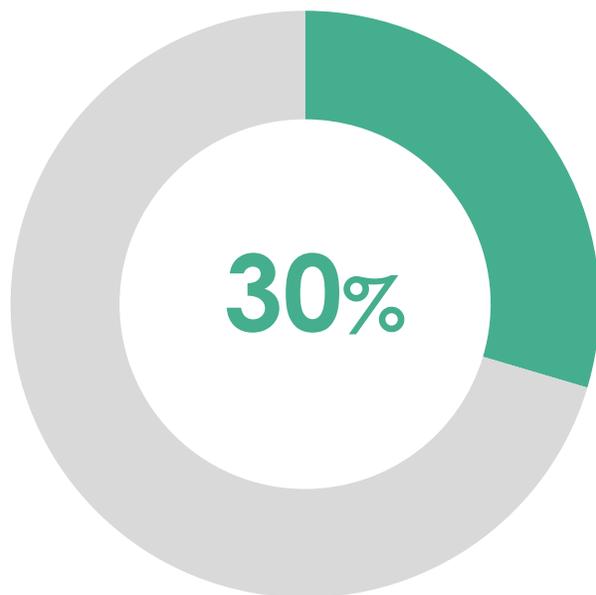
Urbano

Rural

## Consumo simultáneo de internet con radio y / o televisión

Base urbano: 4,461 personas que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet

Base rural: 1,394 personas que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños

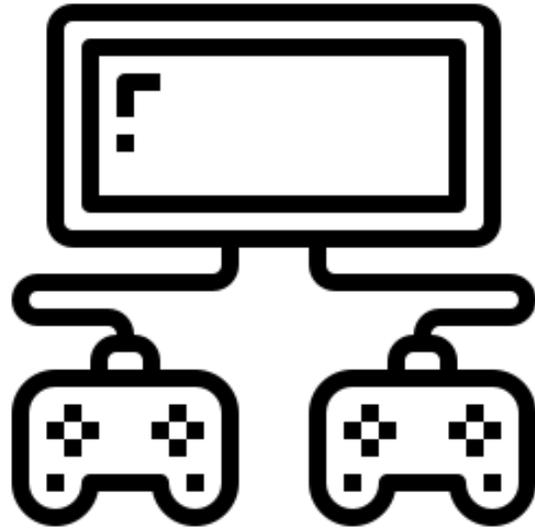


Urbano & Rural

Urbano

## Acostumbra jugar videojuegos online

Rural



**26%** **16%**

de las personas  
juegan videojuegos

Base urbano: 6,125 personas  
Base rural: 2,625 personas

**83%** **72%**

Interactúan con  
otros jugadores

Base urbano: 1,152 personas que juegan videojuegos en internet  
Base rural: 311 personas que juegan videojuegos en internet

**71%** **73%**

de las personas  
juegan  
videojuegos en  
internet

Base urbano: 1,680 personas que  
juegan videojuegos  
Base rural: 422 personas que juegan  
videojuegos



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



Niñas y Niños



Urbano & Rural

Urbano

## Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos\*\*

Base urbano: 1,680 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.4 respuestas por persona\*

Base rural: 422 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.5 respuestas por persona\*



Rural



Inicio



Ficha Técnica



Nacional



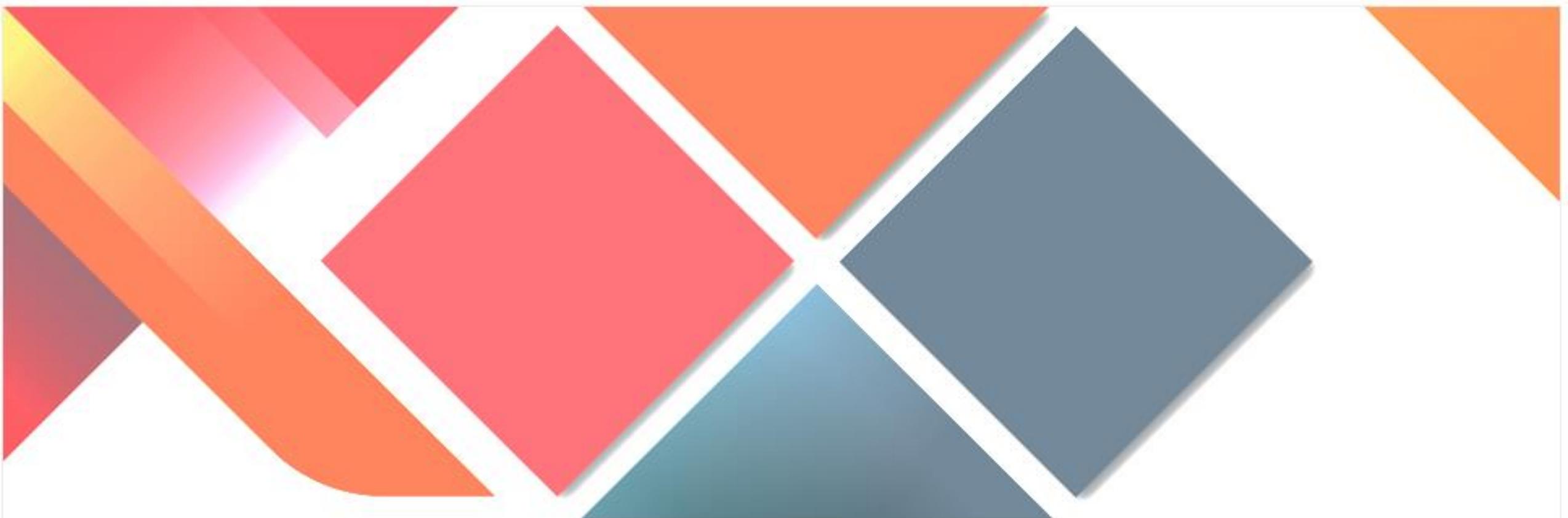
Niñas y Niños



Urbano & Rural

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

\*\*Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



# Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales

---



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

Reporte especial 2020-2021