INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Chihuahua

Contenido

Ficha Técnica.....3

Resultados Estatales.....8

Niñas y Niños.....60

Urbano / Rural.....97

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Ficha Técnica

Ficha técnica

Metodología

- Entrevistas cara a cara en hogares.

Público objetivo

- Individuos de 7 años o más edad, habitantes de la República Mexicana.

Tamaño de muestra y error

- 4,141 casos finales con un margen de error teórico máximo del ± 1.8%, con un nivel de confianza del 95% y distribuidos de la siguiente forma por tipo de localidad:
  - ✓ **URBANA: 3,870 casos**
  - ✓ **RURAL: 271 casos**
- Se recomienda que todos los porcentajes y promedios calculados a partir de una base natural menor a 150 casos sean tomados de forma direccional dado el posible error muestral asociado.

Cuestionario

- Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 25 minutos de aplicación.

Ficha técnica

Levantamiento

- El levantamiento se llevó a cabo del 30 de noviembre de 2018 al 30 de enero del 2019 por parte de la empresa Planning Quant.

Ponderación

- Factores de extrapolación y de ponderación tanto para hogares como para personas fueron calculados para reflejar un diseño muestral polietápico y estratificado. Los factores arriba mencionados fueron a su vez corregidos por un método iterativo para reflejar la composición sociodemográfica (sexo y edad) de acuerdo con la encuesta intercensal 2015 y con las tasas de crecimiento a 2019 publicadas por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y la Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI).

- Los porcentajes y promedios reportados en este documento se presentan ponderados, mientras que las bases se presentan sin ponderar, con la intención de mostrar el número de casos levantados.

Perfil de personas entrevistadas

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

		Natural	Base	Ponderada
Género	Hombres	50.0%	2,069	49.1%
	Mujeres	50.0%	2,072	50.9%
Edad	De 7 a 11 años	9.9%	411	11.0%
	De 12 a 14 años	5.0%	207	5.8%
	De 15 a 17 años	5.8%	242	4.6%
	De 18 a 24 años	21.7%	899	16.7%
	De 25 a 34 años	16.3%	675	16.7%
	De 35 a 44 años	16.6%	689	16.6%
	De 45 a 54 años	12.5%	516	13.4%
	De 55 a 64 años	7.0%	290	7.6%
	De 65 o más años	5.1%	212	7.6%

Perfil de hogares entrevistados

		Natural	Base	Ponderada
Ámbito	Urbana	93.5%	3,870	86.7%
	Rural	6.5%	271	13.3%
Nivel Socioeconómico	AB	10.3%	475	11.5%
	C+	17.0%	713	17.2%
	C	18.4%	814	19.7%
	C-	20.3%	832	20.1%
	D+	15.8%	623	15.0%
	D	16.8%	626	15.1%
	E	1.4%	58	1.4%

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Resultados Estatales

Principales hallazgos

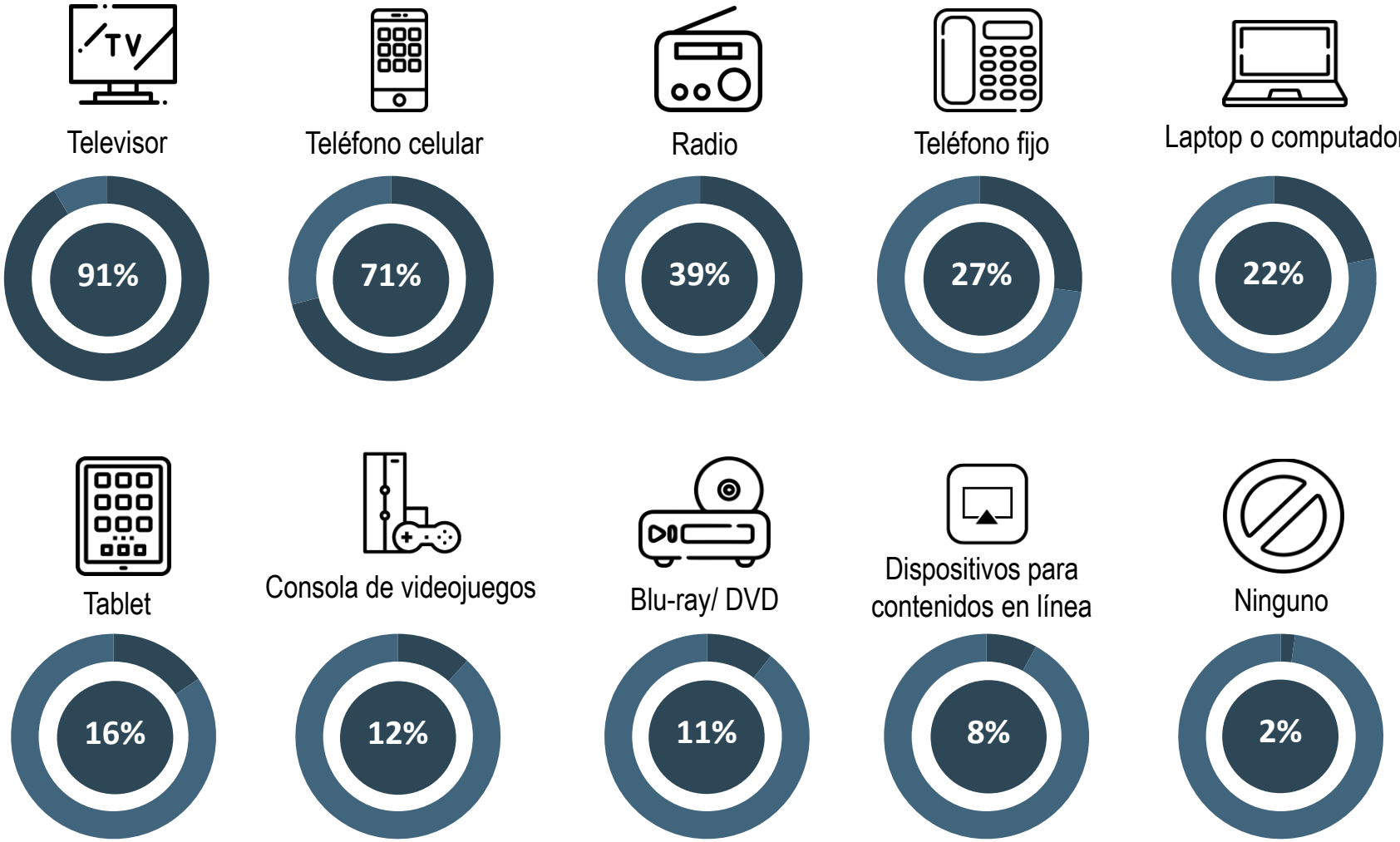
- **91%** de los hogares reporta tener **televisor**, en promedio **2** televisores.
- Cerca de **64% de los hogares** dijeron depender de la señal de **televisión abierta** para ver canales de televisión.
- **69%** de los entrevistados con televisor señalaron **ver contenidos de canales de TV abierta**, siendo **Las Estrellas** el que mayor número de menciones obtuvo.
- **Películas y noticias** son los tipos de programas de **televisión abierta** que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia.
- El **36%** de los hogares tienen contratado un sistema de **televisión de paga**, de los cuales **63%** consumen **canales de televisión abierta**.
- **Películas y series** son los tipos de contenidos de **televisión de paga** que las personas ven con mayor frecuencia.
- **34%** de las personas declararon **escuchar estaciones de radio**, siendo los programas **musicales** los más escuchados en un **73%** de las ocasiones.
- **74%** de las personas que escuchan la radio, lo hacen principalmente en su **casa y 52%** de ellas, a través de **estéreo / grabadora**.
- El **33%** de los entrevistados declararon ver **contenidos audiovisuales por internet**. **YouTube** es la plataforma más utilizada seguida por **Netflix**.

Principales hallazgos

- **39%** de los entrevistados que consumen contenidos por internet, ven con mayor frecuencia **películas**; seguido por **series** con el **26%** y **videos musicales** con el **21%**.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos** por internet en un **76%**.
- **18%** dijo **jugar videojuegos**, **el teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines.
- **73%** de las personas de 16 años o más declara **seguir las noticias**.
- Los **principales medios** para seguir las noticias son **televisión abierta, redes sociales y radio**.

Equipamiento del hogar

Base: 4,141 hogares
Promedio de 3 respuestas por hogar*



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

Infraestructura

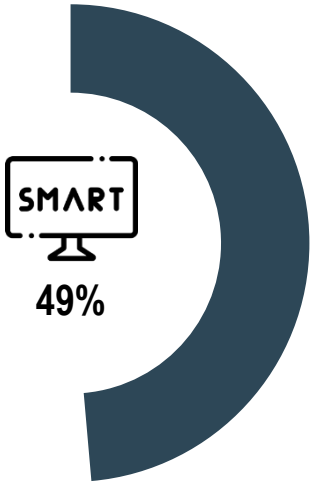
Promedio de televisores en el hogar

Base: 3,853 hogares con televisor

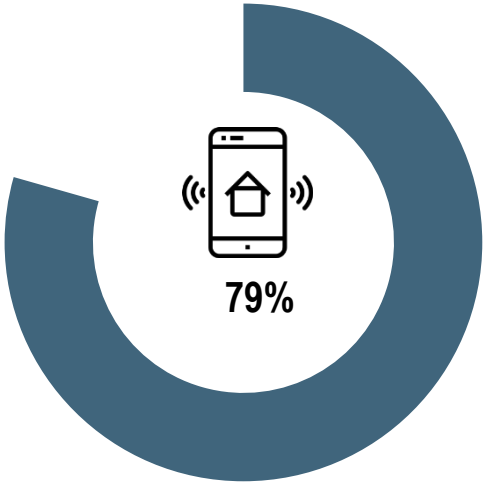
Promedio de radios en el hogar

Base: 1,654 hogares con radio

Presencia de smart tv y smartphone en el hogar

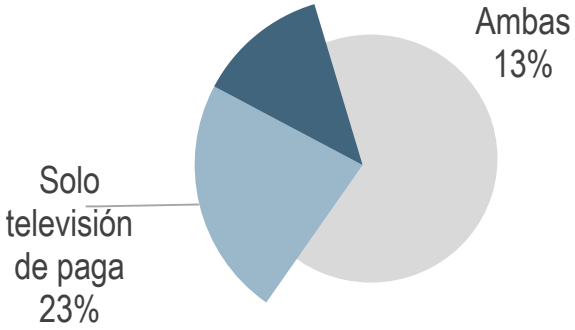


Base: 3,277 hogares que tienen televisor digital

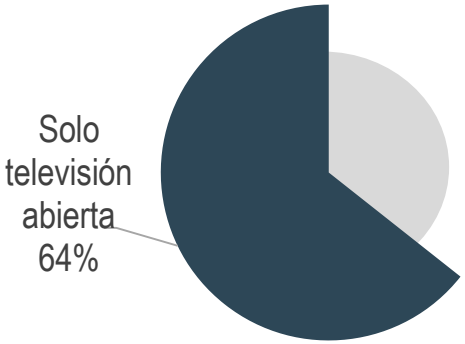


Base: 3,146 hogares que tienen teléfono celular

Tipo de señal en el hogar



Base: 3,853 hogares con televisor



Base: 3,853 hogares con televisor

Principal razón para contratar televisión de paga

Base: 1,394 hogares con televisión de paga

Promedio: 1 respuestas por hogar*

Tener más opciones de contenidos y canales	45%
Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor	14%
Precio accesible	11%
Transmiten programas que no puedo ver en otro lado	10%
No recibo o recibo mala señal de televisión abierta	10%
Puedo acceder a los contenidos en otras plataformas como internet	4%

Principal razón para no contratar televisión de paga

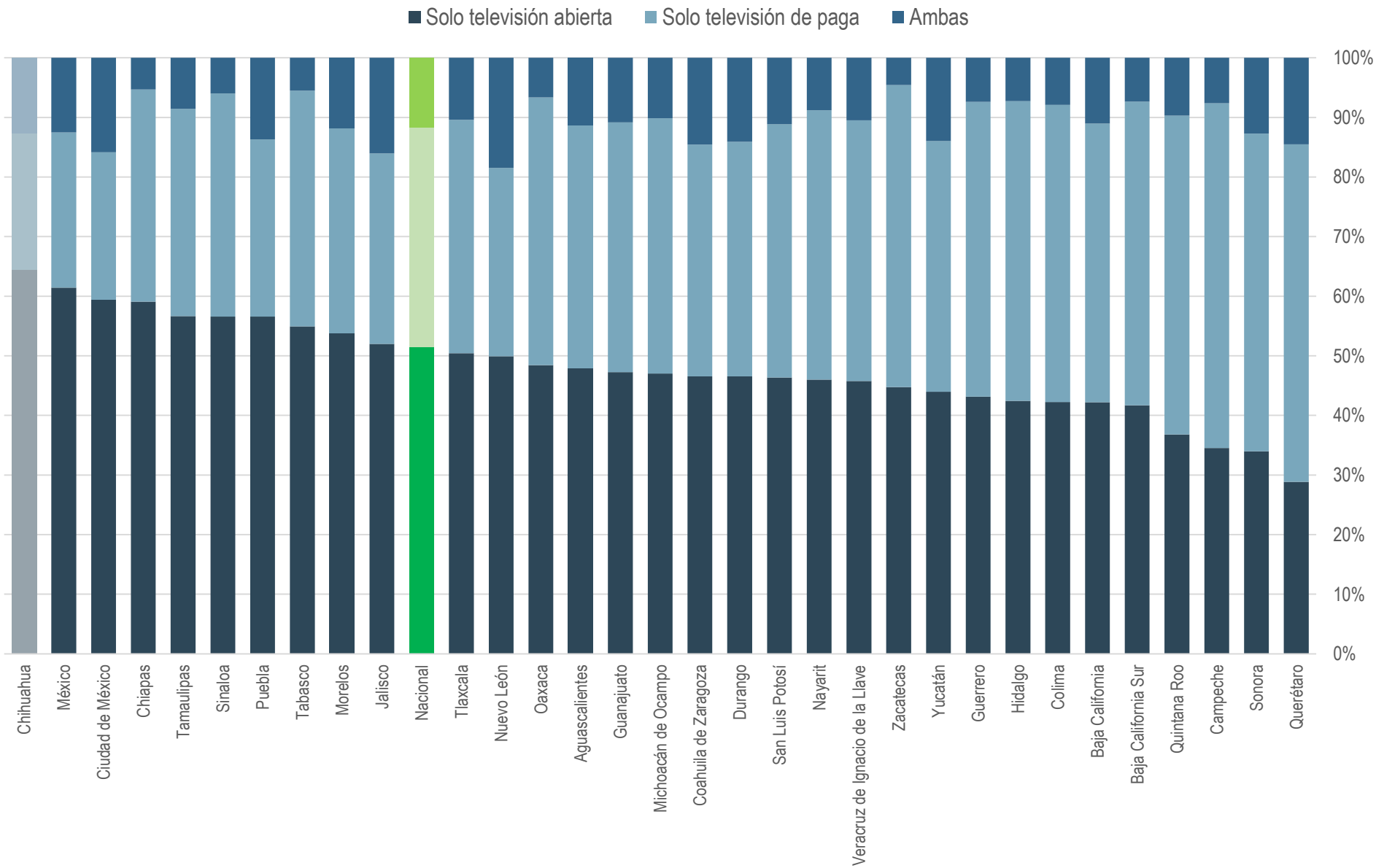
Base: 2,459 hogares con solo televisión abierta

Promedio: 1 respuestas por hogar*

Por el precio	66%
Veo poco tiempo la televisión	21%
Los canales de televisión abierta son suficientes	5%
Porque consumo contenidos por internet (YouTube, Netflix, etc)	3%
No hay un proveedor o servicio que me convenza	3%
No hay en mi localidad	1%

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

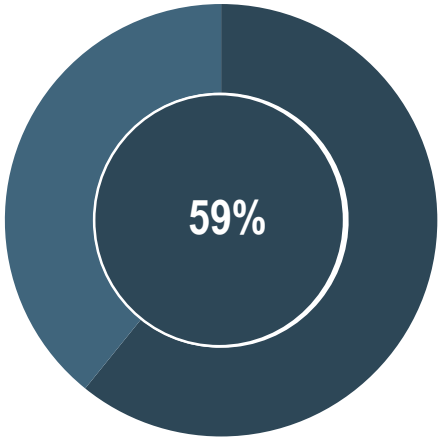
Tipo de señal en el hogar - Entidades



Uso de internet

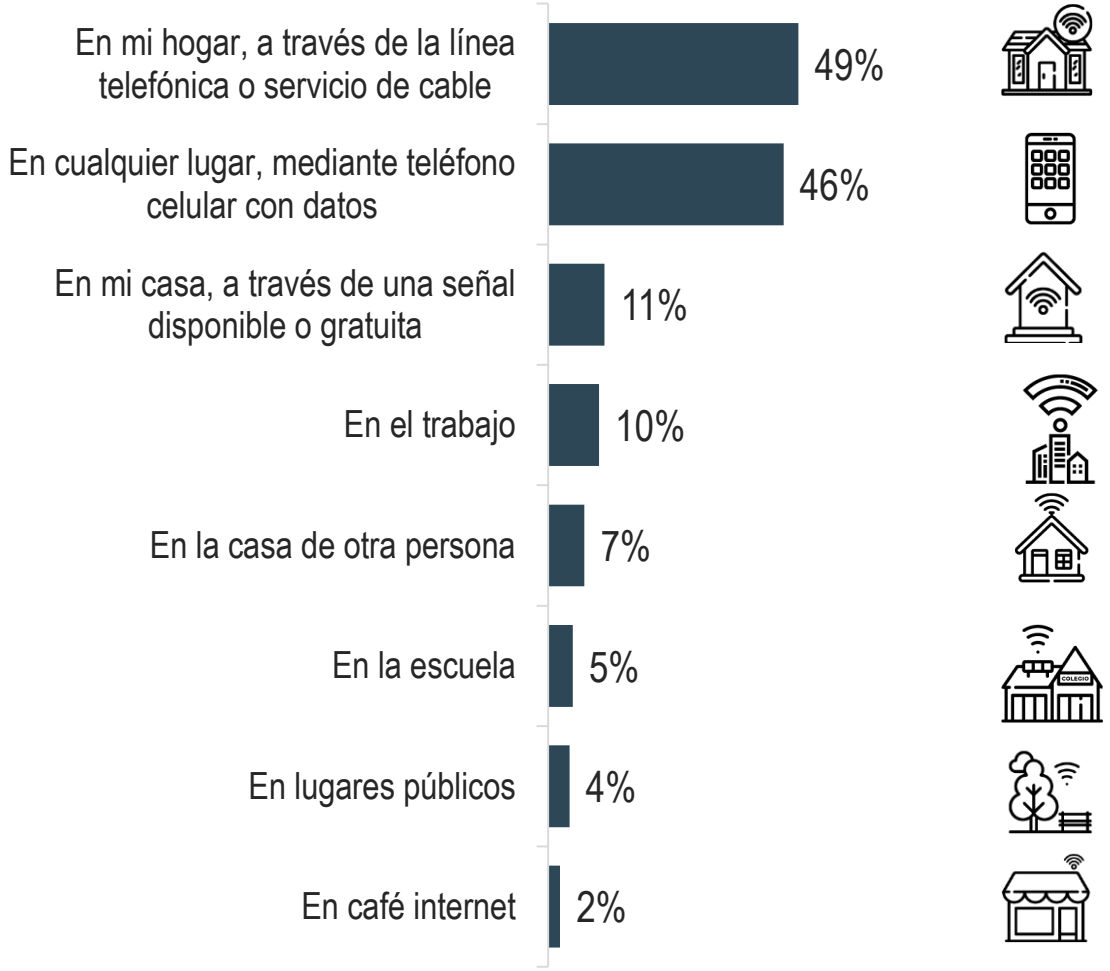
Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 4,141 personas



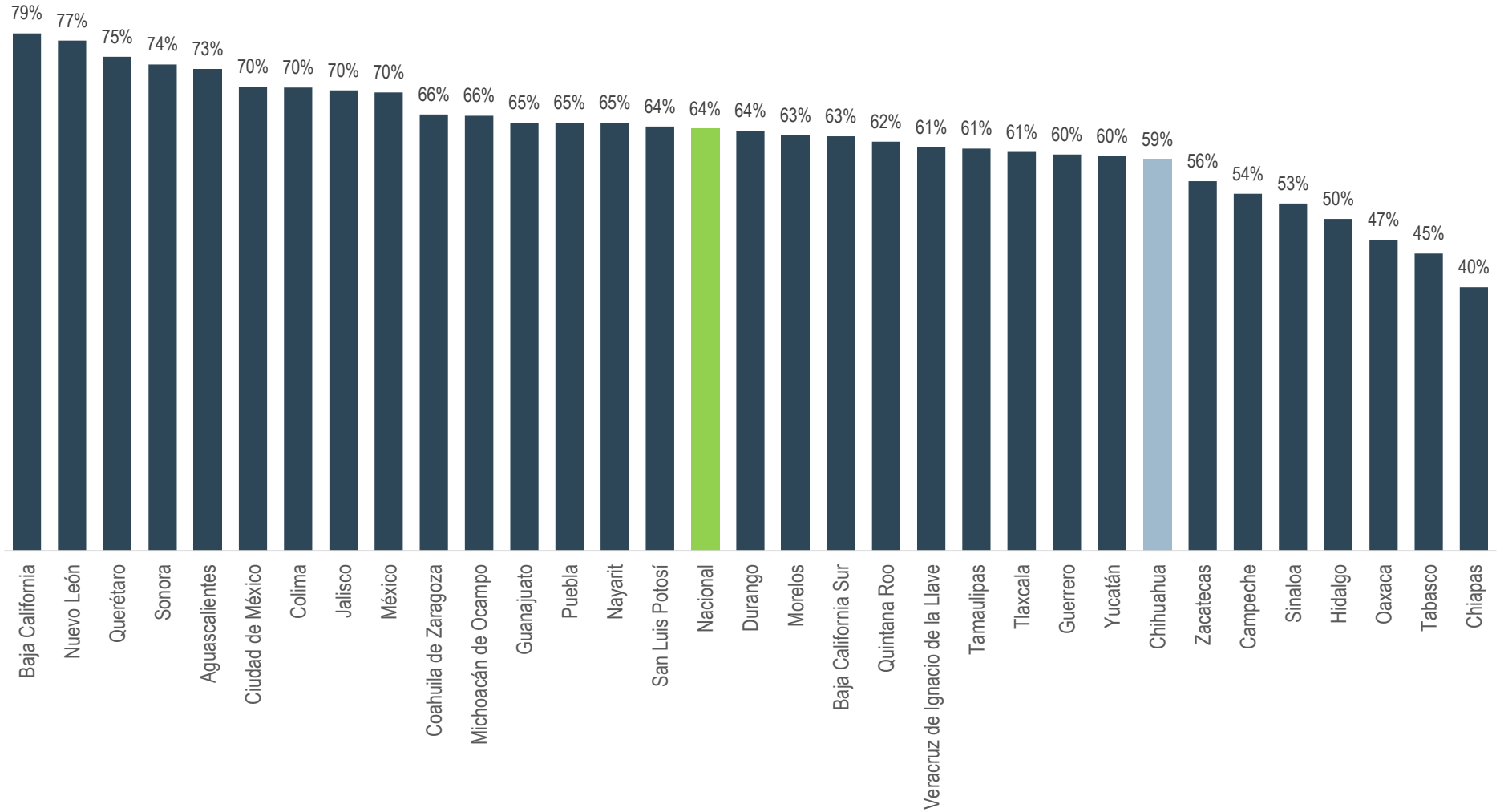
Lugares para acceder a internet

Base: 2,775 personas que usan internet
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

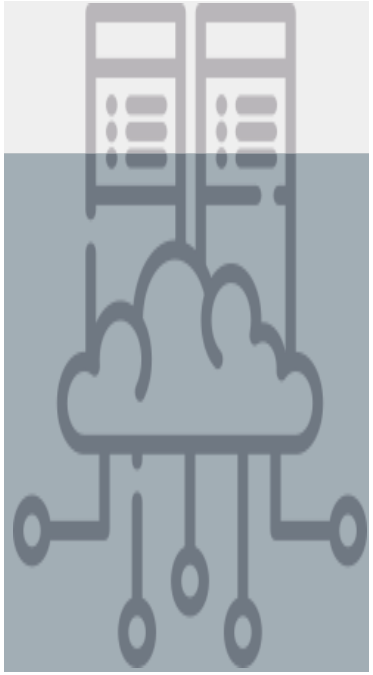
Uso de internet – Entidades



Redes sociales y mensajería instantánea

Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 2,775 personas que usan internet



77%

Redes sociales y mensajería instantánea

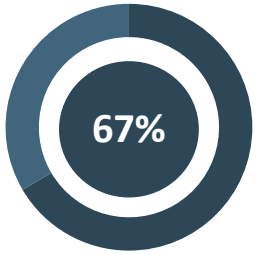
Base: 2,183 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea

Promedio: 2.7 respuestas por persona*

WhatsApp	76%
Facebook	75%
Facebook Messenger	40%
Instagram	19%
YouTube	19%

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

Televisión abierta



de las personas con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base: 3,853 personas que tienen televisor

Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

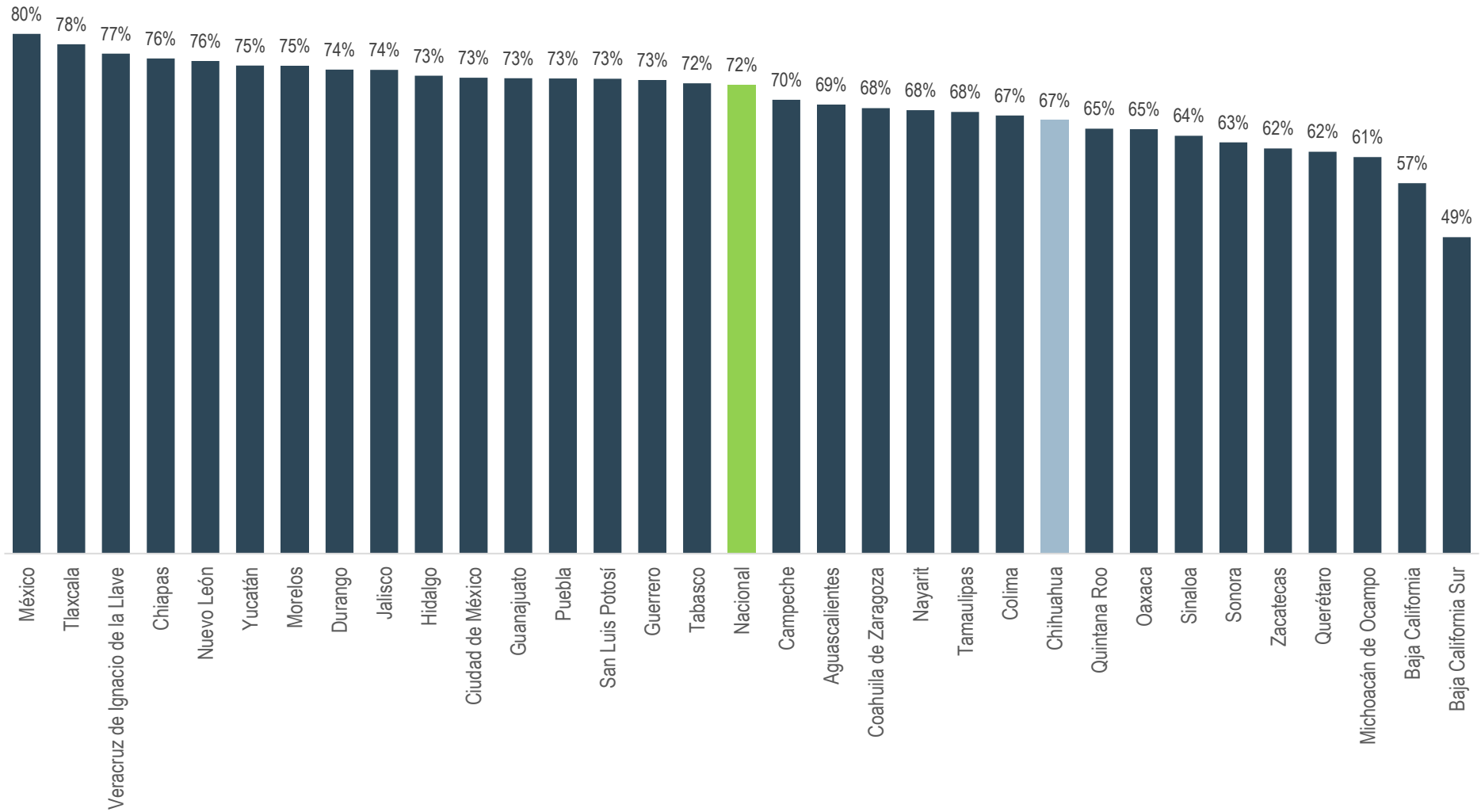
Base: 2,523 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.6 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Ven canales de televisión abierta – Entidades



Ficha técnica | Total | Niñas y niños | Urbano / Rural

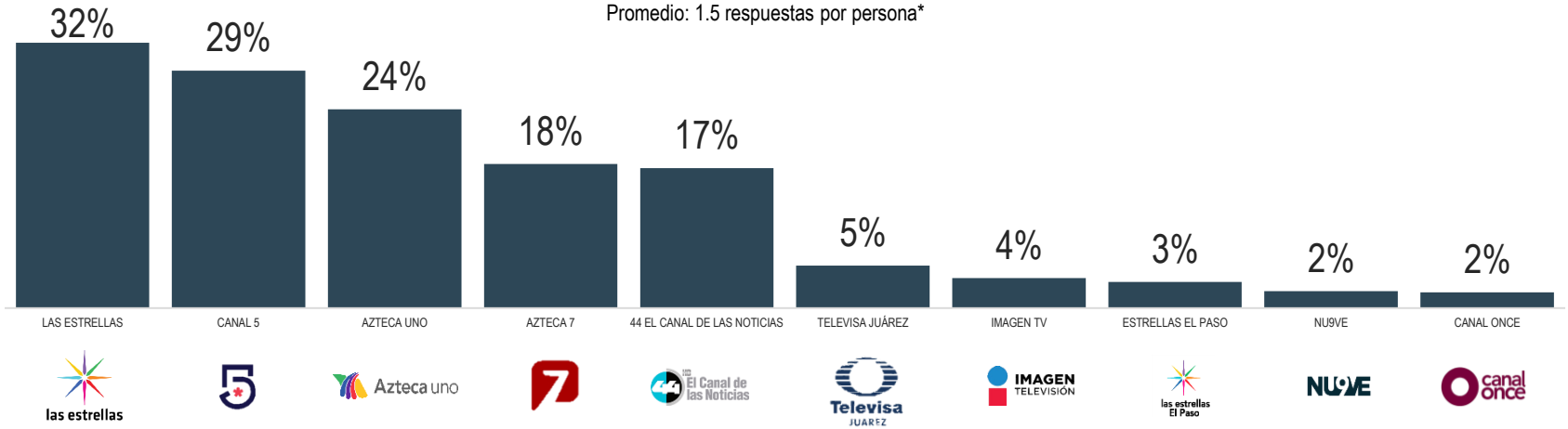
Televisión abierta

Personas que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta

Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base: 1,867 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

Promedio: 1.5 respuestas por persona*

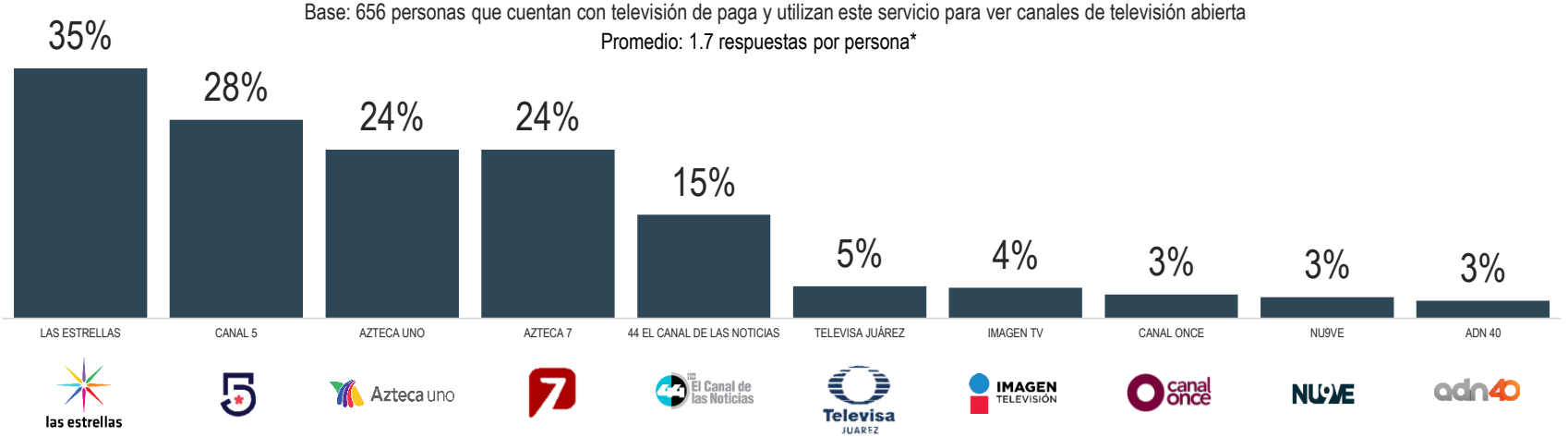


Personas con televisión de paga y que ven la televisión abierta a través de la televisión de paga

Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base: 656 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

Promedio: 1.7 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base: 2,523 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.6 respuestas por persona*

Películas	31%
Noticias	30%
Telenovelas	27%
Deportes	18%
Series	14%
Caricaturas / Programas infantiles	13%
Musicales	5%
Comedia / Cómicos	4%
Concursos	3%
Reality show	3%

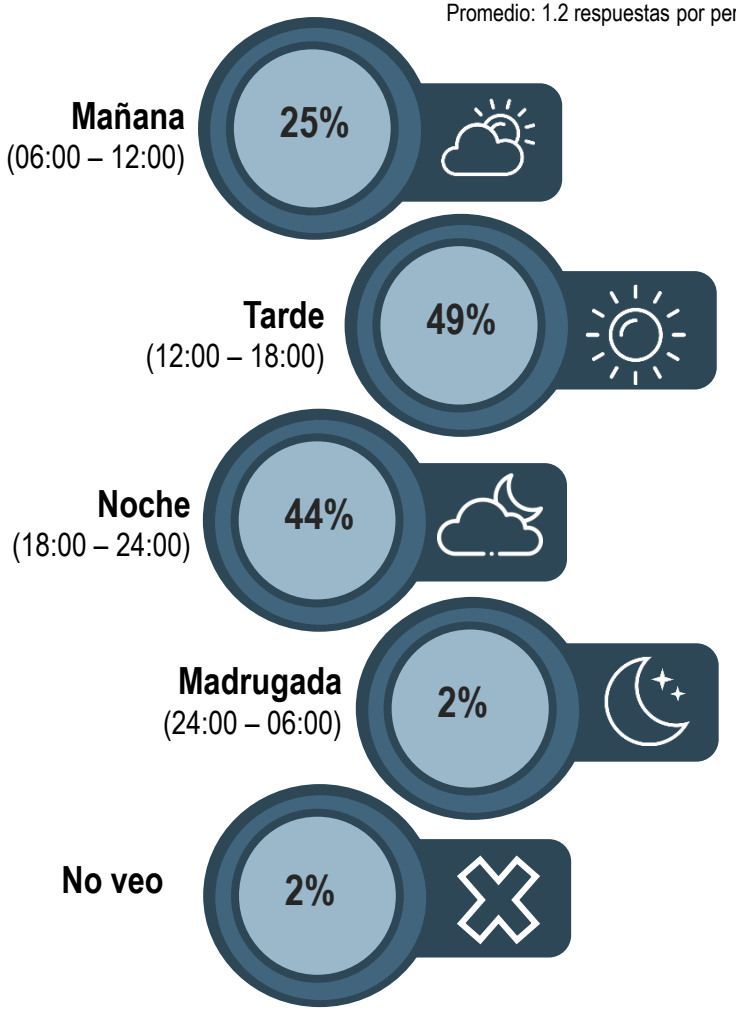
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Base: 2,523 personas que ven canales de televisión abierta

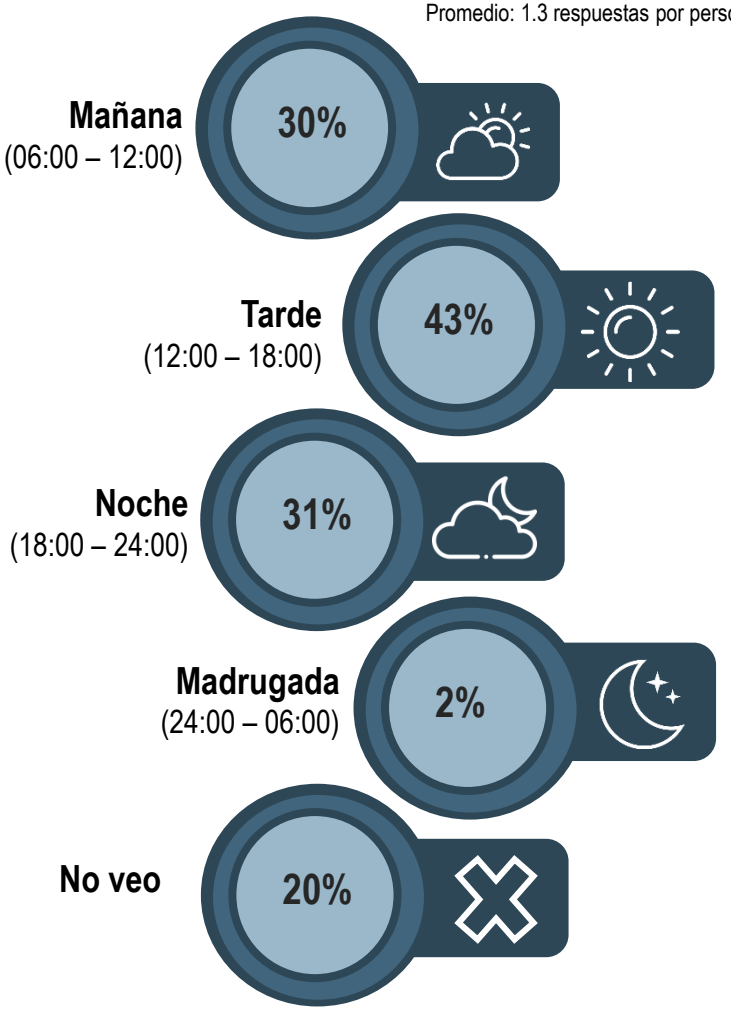
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



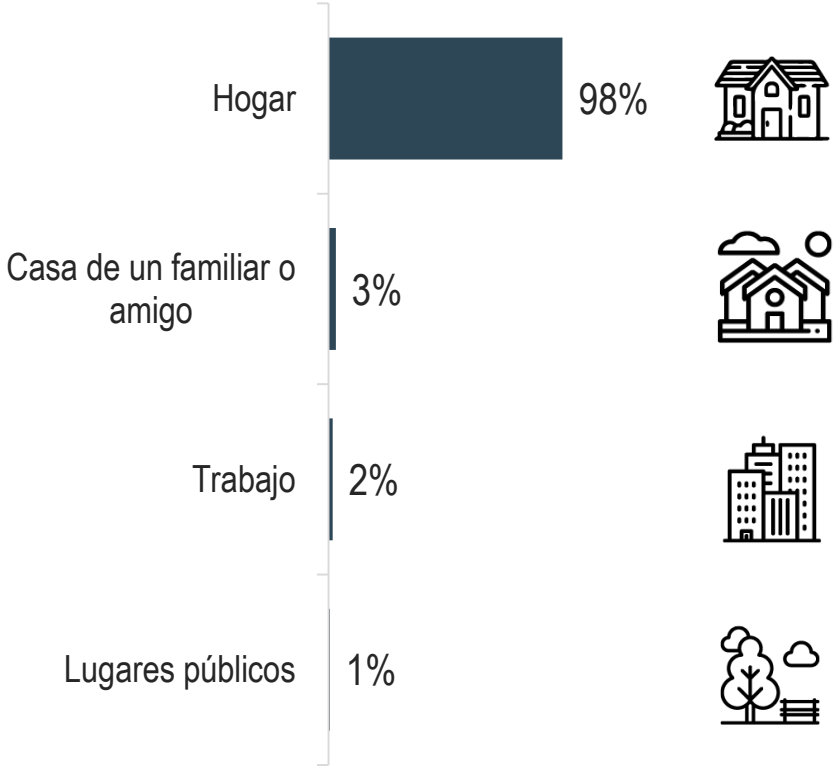
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

Lugares donde ve televisión abierta

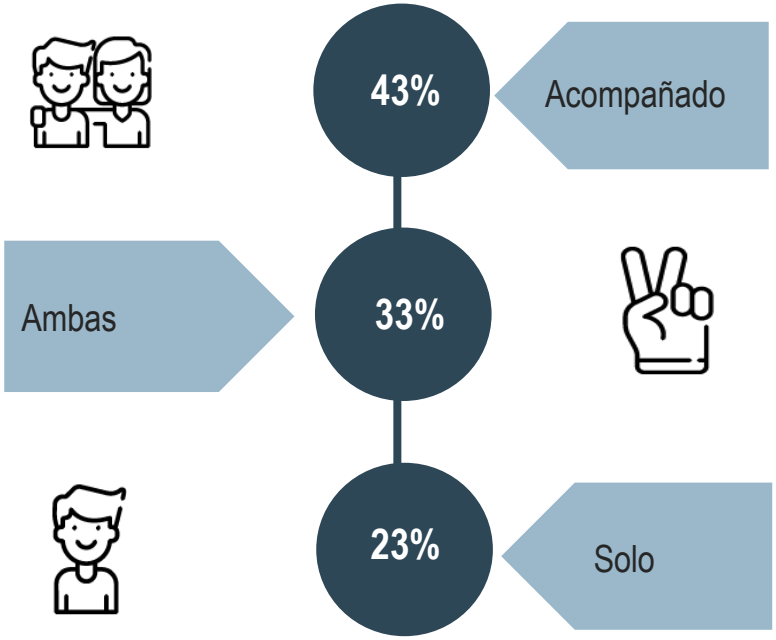
Base: 2,523 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión abierta?

Base: 2,523 personas que ven canales de televisión abierta



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

Televisión de paga

91%
de las personas en hogares con televisor

Base: 4,141 personas

36%
de las personas con televisión de paga o ambas

Base: 3,853 personas con televisor

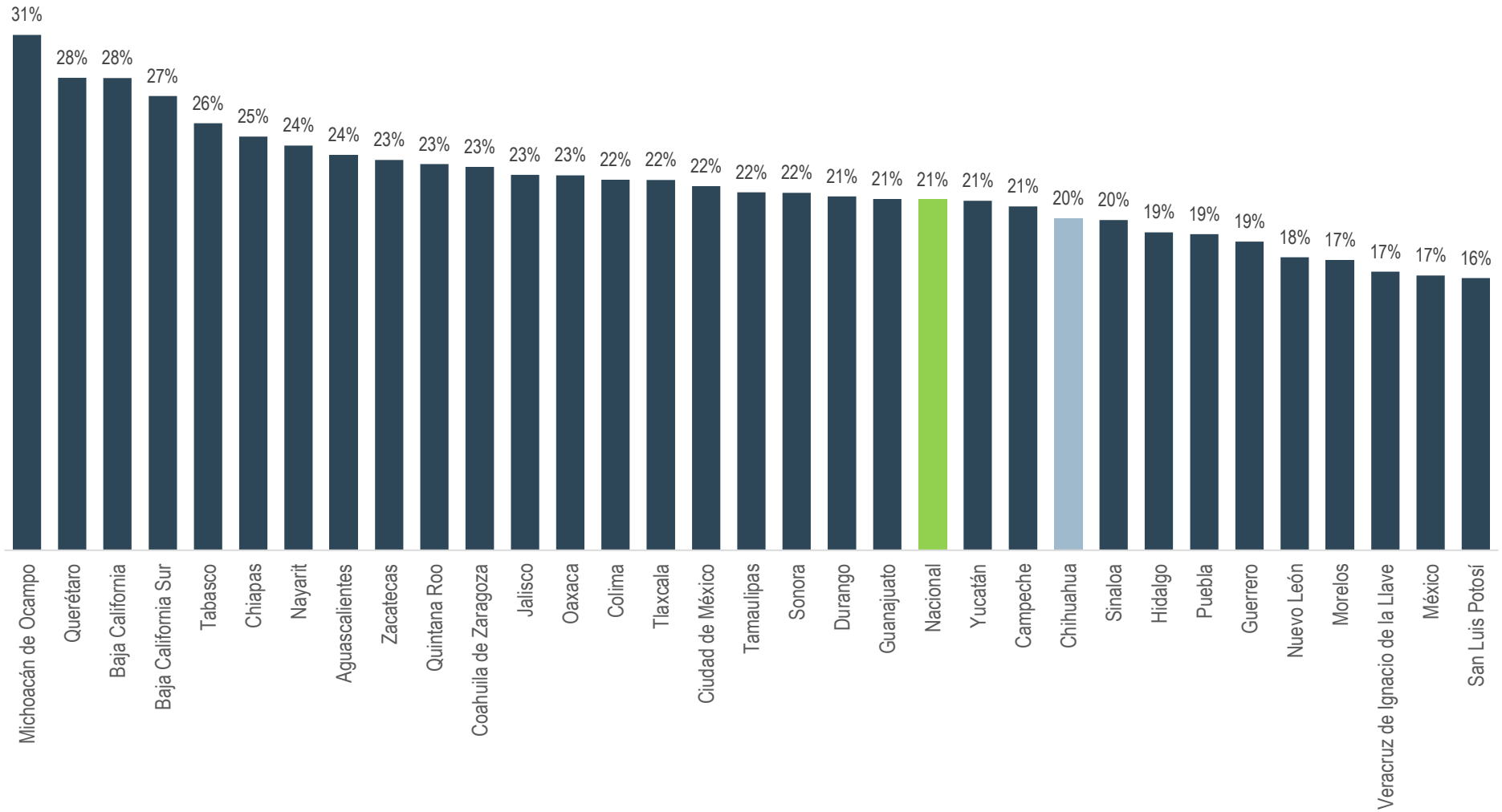
63%
ven canales de televisión abierta

Base: 1,394 personas con televisión de paga en su hogar

20%
solo ven canales de televisión de paga

Base: 1,394 personas con televisión de paga en su hogar

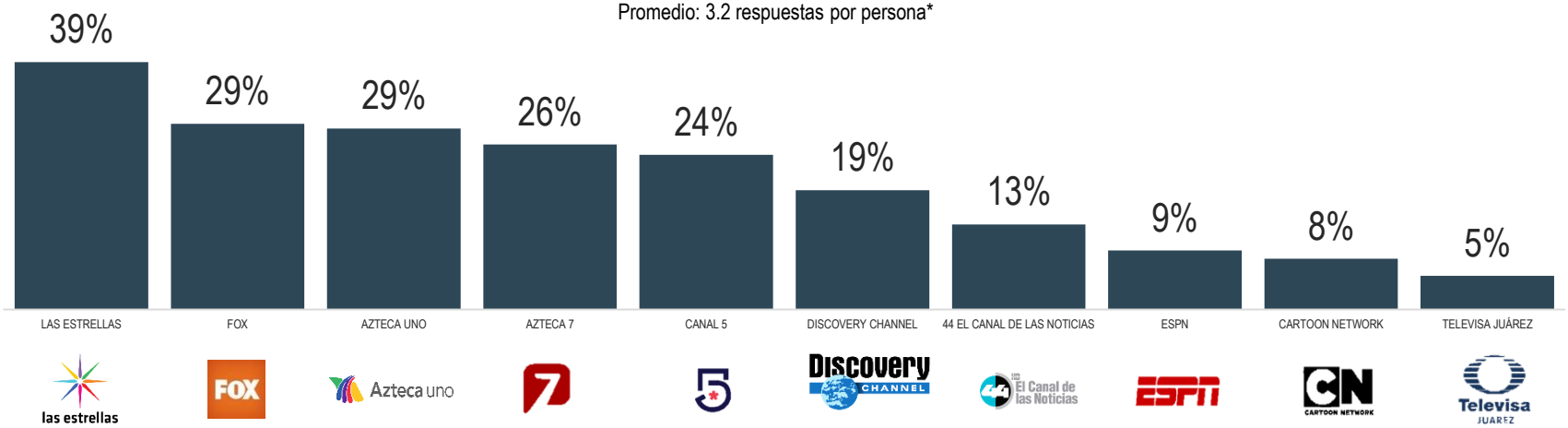
Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades



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

Base: 468 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta

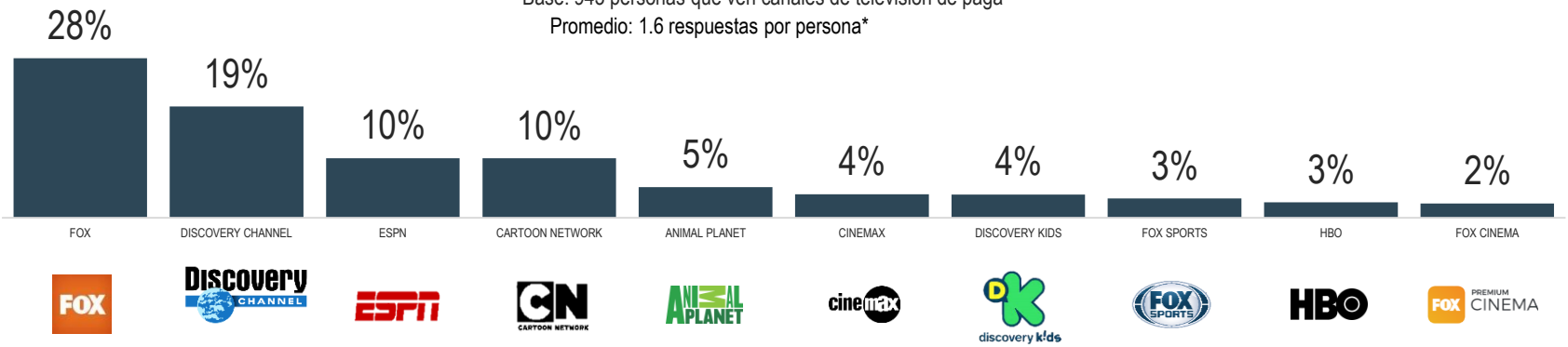
Promedio: 3.2 respuestas por persona*



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

Base: 943 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1.6 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base: 943 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1.8 respuestas por persona*

Películas	58%
Series	28%
Deportes	23%
Telenovelas	13%
Caricaturas / Programas infantiles	11%
Noticias	11%
Documentales, reportajes culturales y educativos	11%
Musicales	7%
Comedia / Cómicos	5%
Debate / Opinión	3%

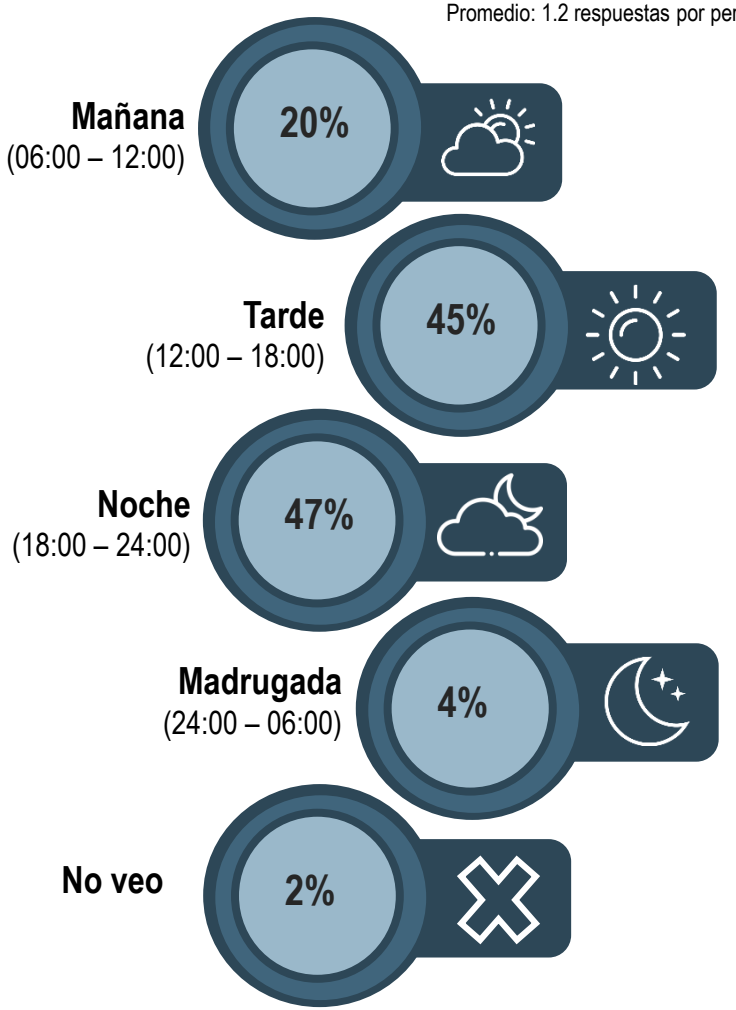
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver la televisión de paga

Base: 943 personas que ven canales de televisión de paga

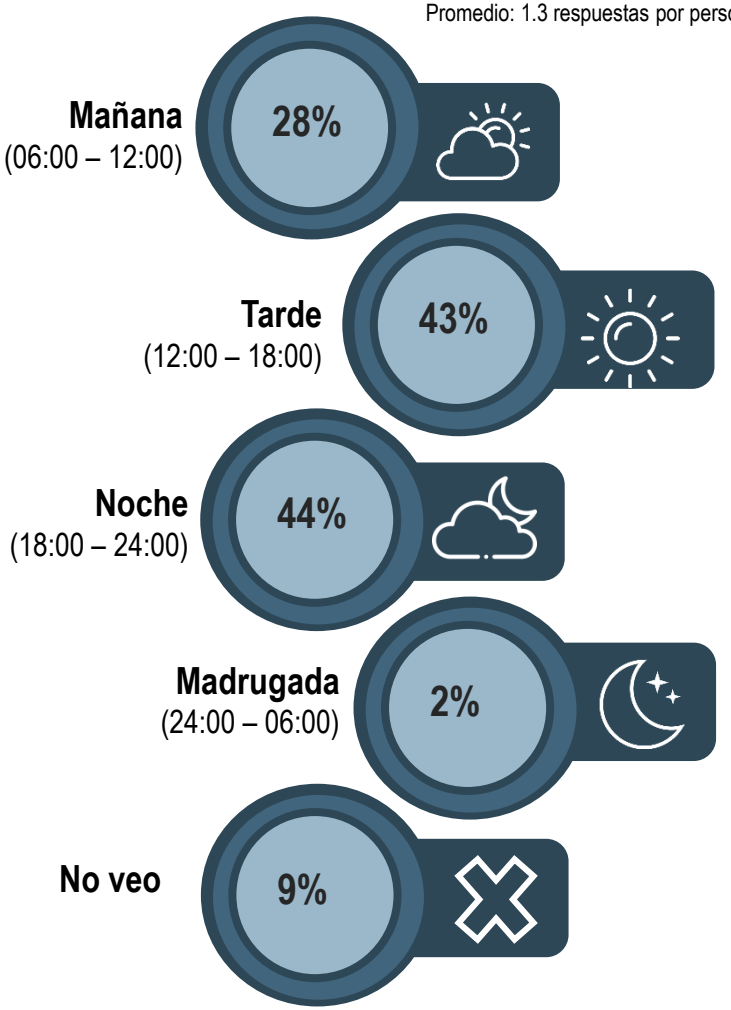
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



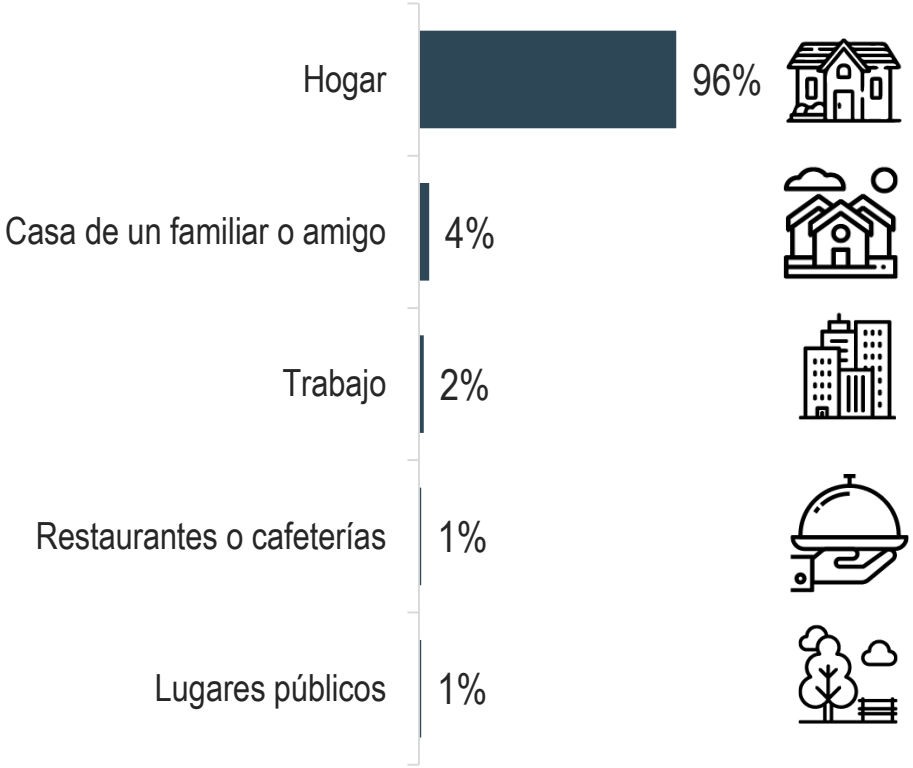
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión de paga

Lugares donde ve televisión de paga

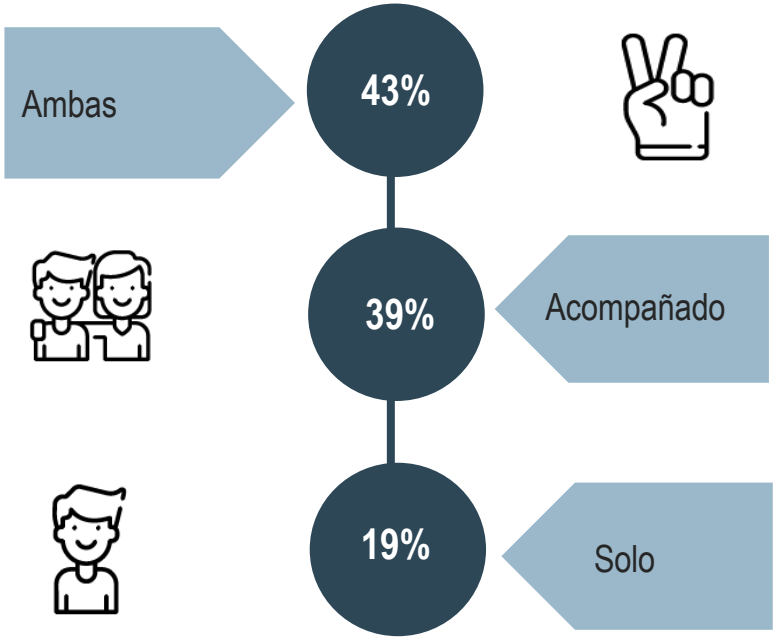
Base: 943 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión de paga?

Base: 943 personas que ven canales de televisión de paga



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

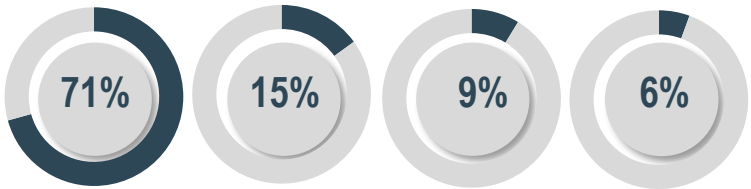
Radio

34%
de las personas escuchan radio

Base: 4,141 personas

Consumo por tipo de banda

Base: 1,393 personas que escuchan radio

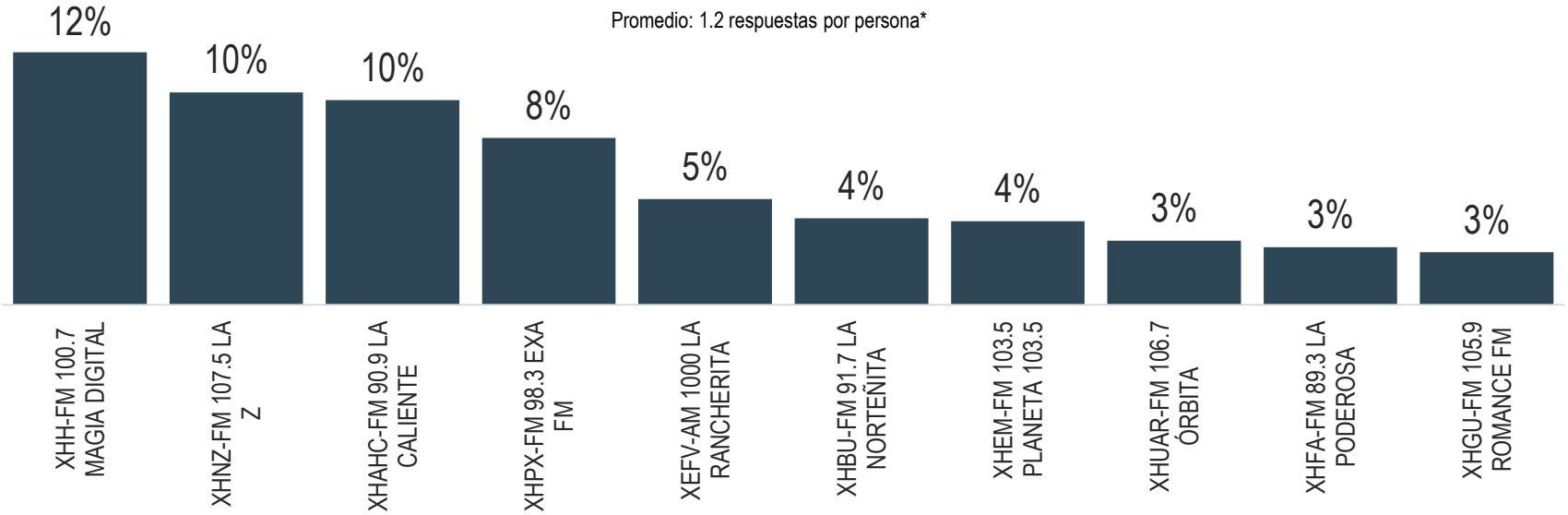


FM **AM** **Ambas** **No sabe**

Estaciones de radio que más escuchan**

Base: 1,393 personas que escuchan radio

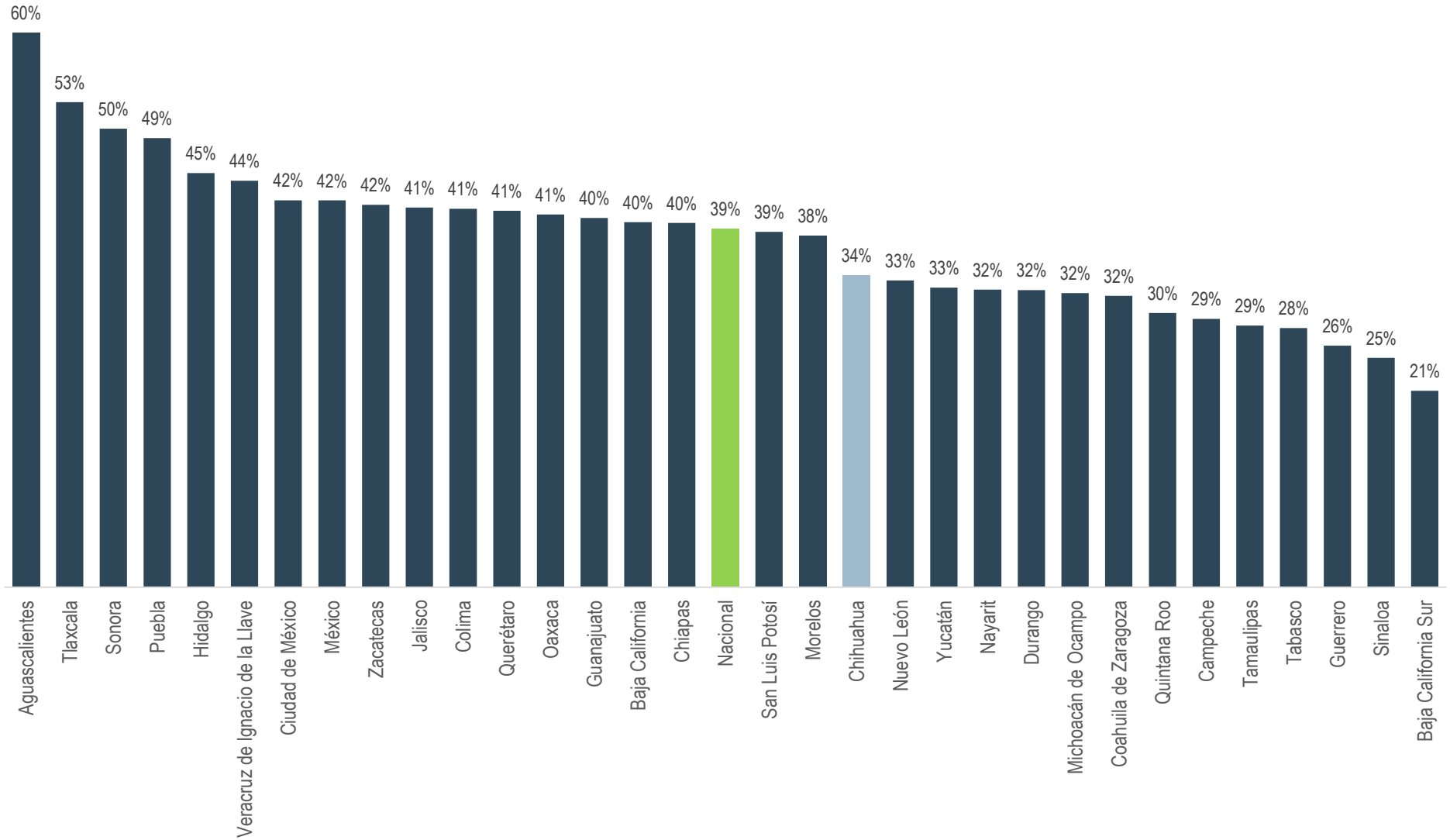
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

**Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

Escuchan estaciones de radio – Entidades



Tipo de programas de radio más escuchados

Base: 1,393 personas que escuchan radio

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

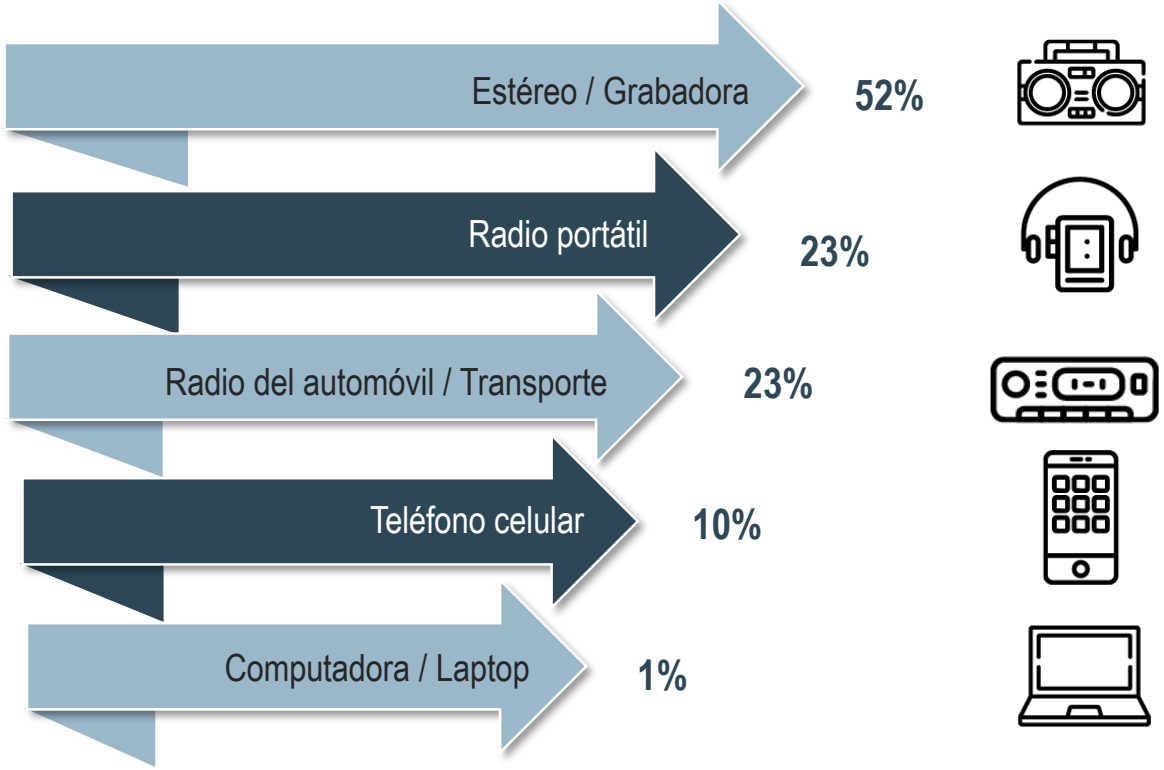
Musicales	73%
Noticias	26%
Deportes	8%
Humor / Cómicos	6%
Debate / Opinión	3%
Culturales / Científicos	3%
Estilo de vida / Programa de revista	2%
Radionovelas	1%

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

Dispositivos más utilizados para escuchar radio

Base: 1,393 personas que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



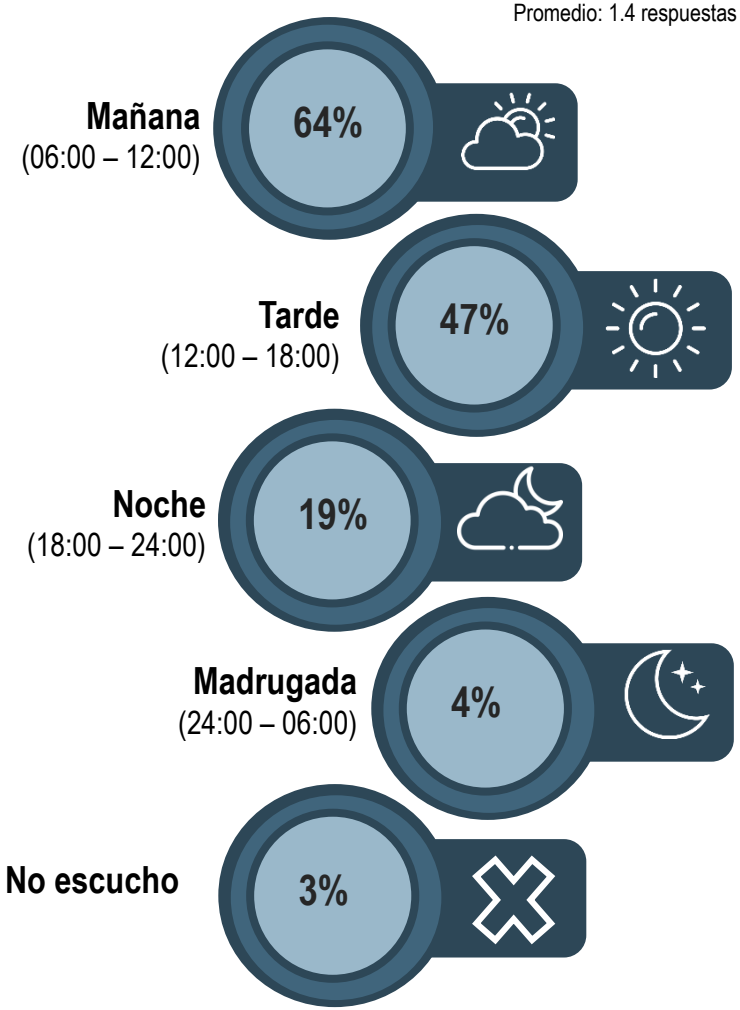
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra escuchar radio

Base: 1,393 personas que escuchan radio

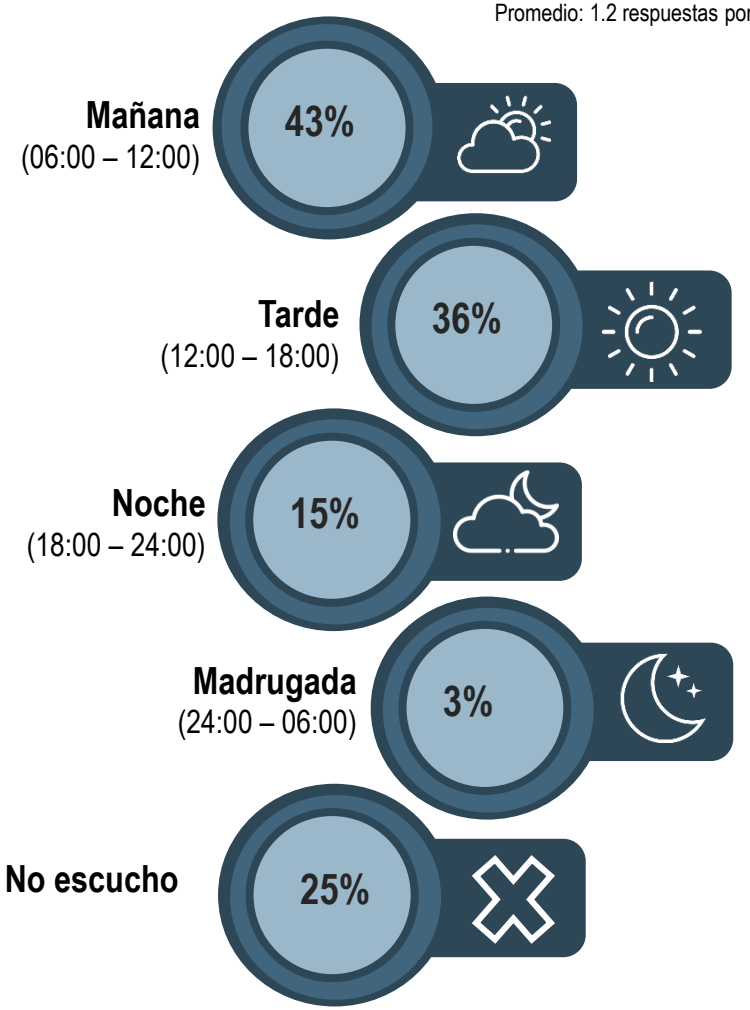
Lunes a viernes

Promedio: 1.4 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

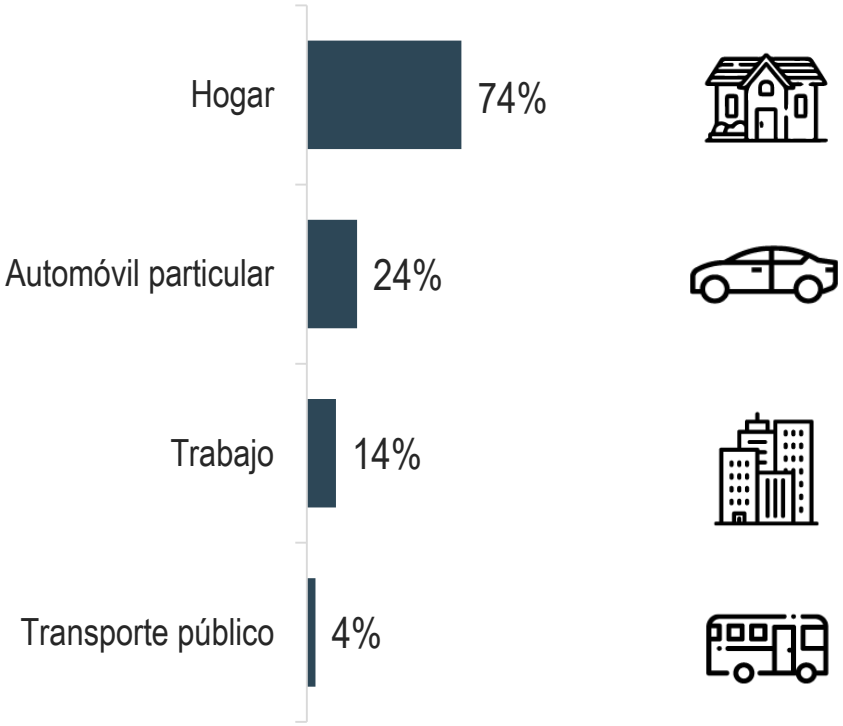


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Lugares donde escucha radio

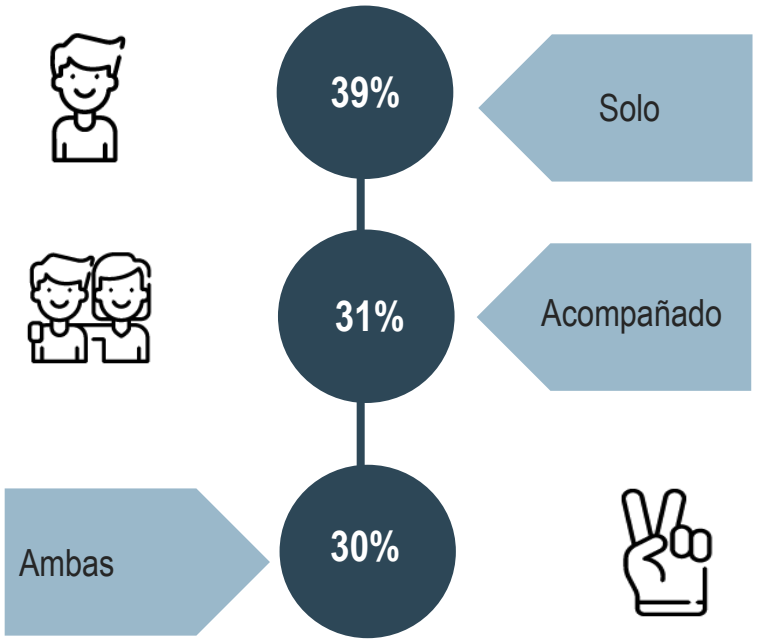
Base: 1,393 personas que escuchan radio

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

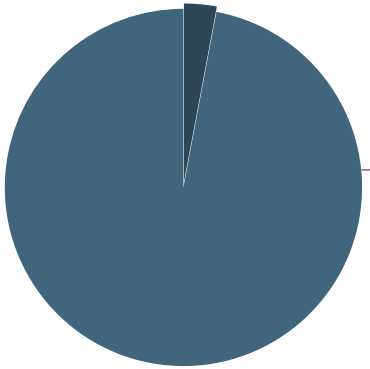


¿Con quién escucha la radio?

Base: 1,393 personas que escuchan radio



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



3%
de las personas escuchan radio por internet

Base: 1,393 personas que escuchan radio

Razones para escuchar radio por internet

Base: 52 personas que escuchan radio por internet

Promedio: 1 respuestas por persona*

- **38%** Puedo escuchar programas repetidos (Podcast)
- **24%** No tiene comerciales
- **20%** Se escucha mejor
- **10%** Solo se transmite en internet
- **7%** No tengo un aparato de radio disponible
- **1%** La señal de la estación que escucho, no llega a mi localidad

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

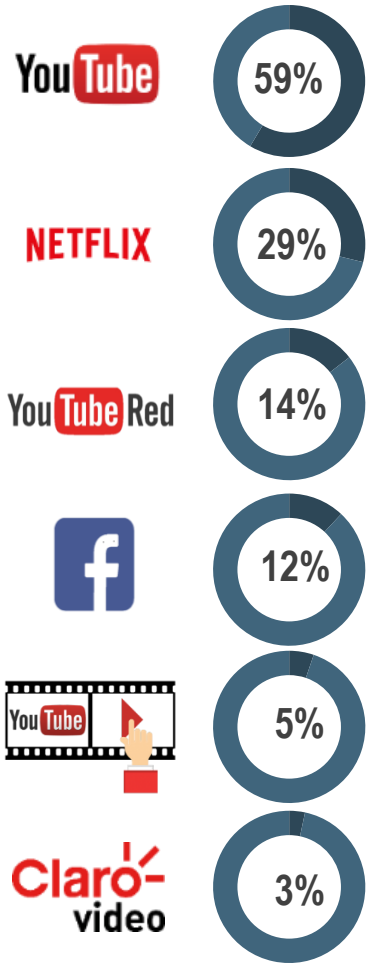
Contenidos por internet

33%
de las personas acostumbran ver contenidos por internet

Base: 4,141 personas

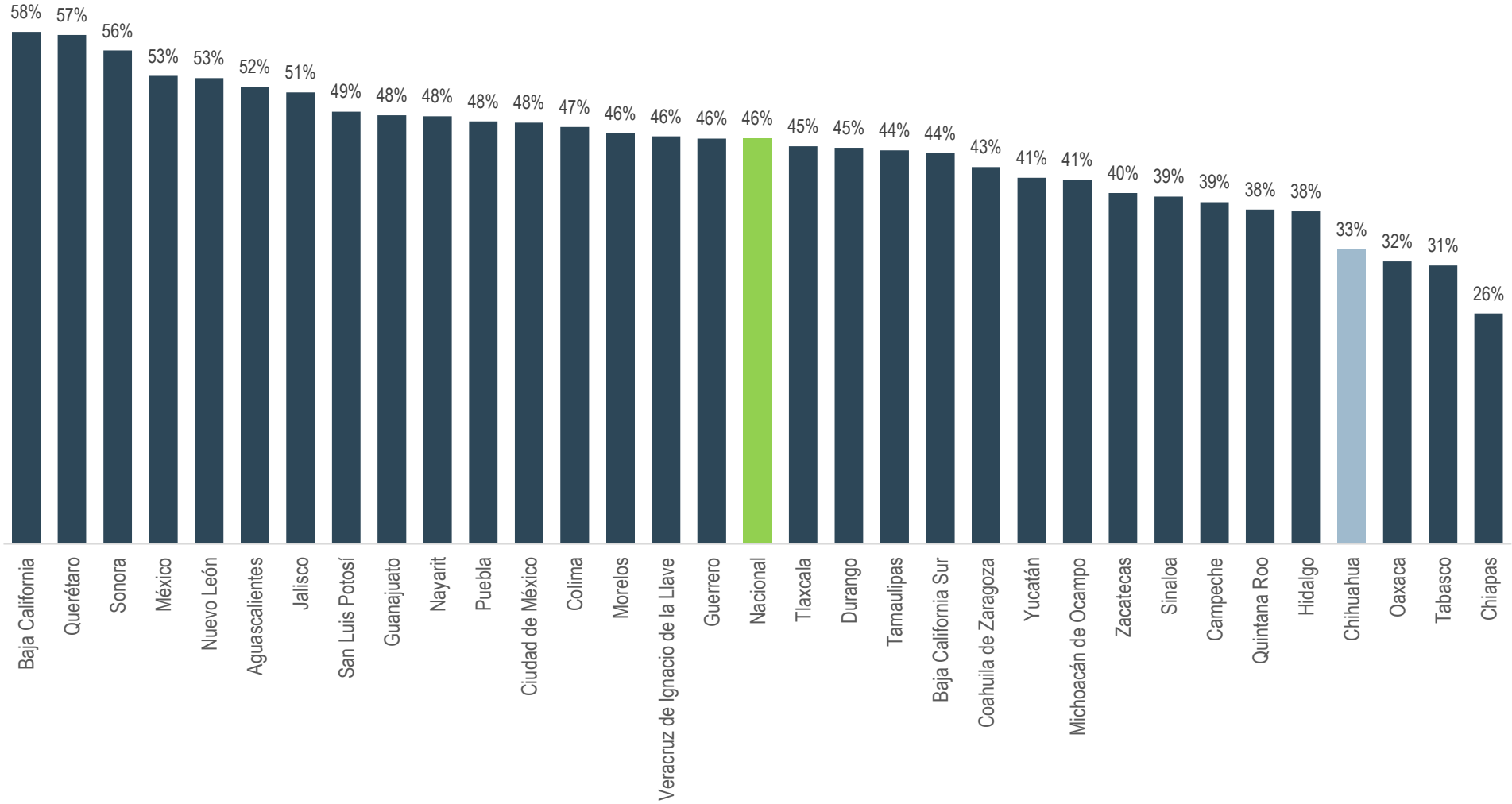
Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.4 respuestas por persona*



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

Consumen contenidos por internet – Entidades



Uso de plataformas que requieren pago

39%

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

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet

5%

de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones donde pagan una cuota por cada película, contenido o evento

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet

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

Base: 623 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	NETFLIX	86%	9.5
2	Claro video	12%	6.4
3	YouTube Red	6%	10.1
4	blim	4%	7.4
5	izzi	2%	6.2

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

Uso de plataformas que no requieren pago

80%

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

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas que no requieren pago utilizadas para ver contenidos por internet

Base: 1,231 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet
Promedio: 1.5 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	YouTube	80%	10.8
2		38%	15.5
3	Televisa DIGITAL	12%	8.2
4	tv azteca	8%	5.4
5	MULTIMEDIOS	3%	5.2

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

Contenidos por internet

Tipo de contenidos más vistos

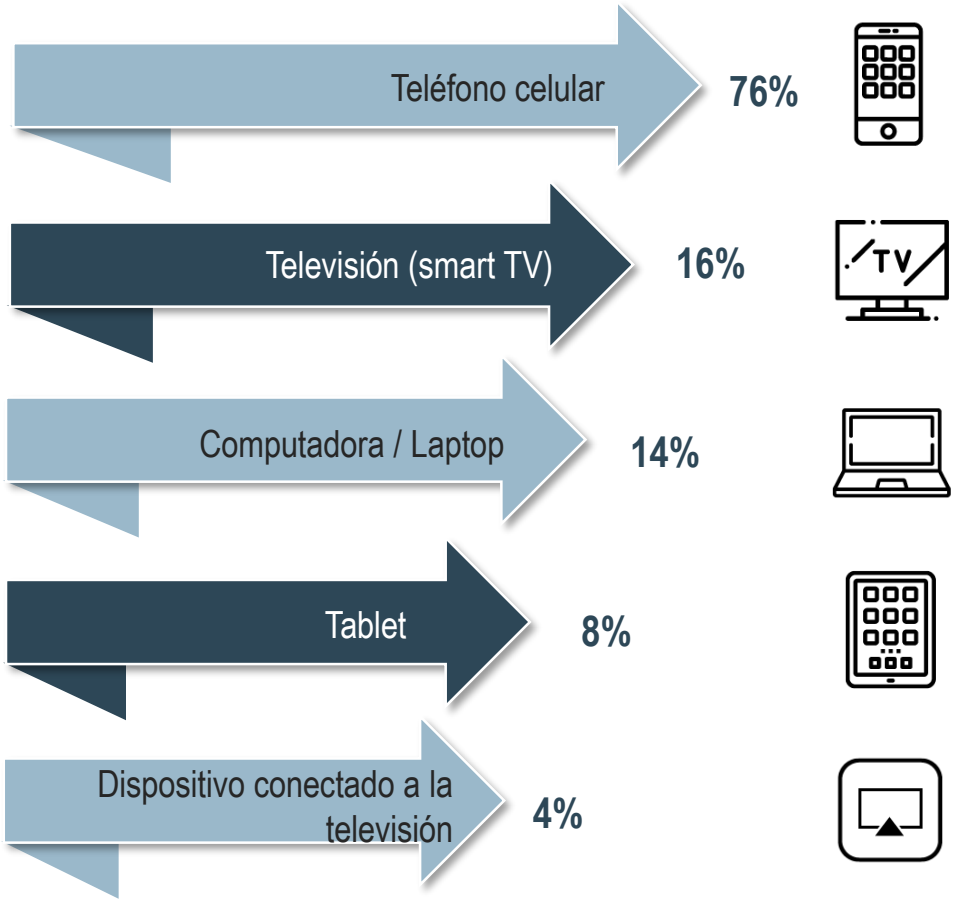
Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.6 respuestas por persona*

Películas	39%
Series	26%
Videos musicales	21%
Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc.)	18%
Deportes	12%
Documentales / Culturales	10%
Videos cómicos	9%
Noticias	9%
Telenovelas	5%
Videobloggers	5%

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

Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



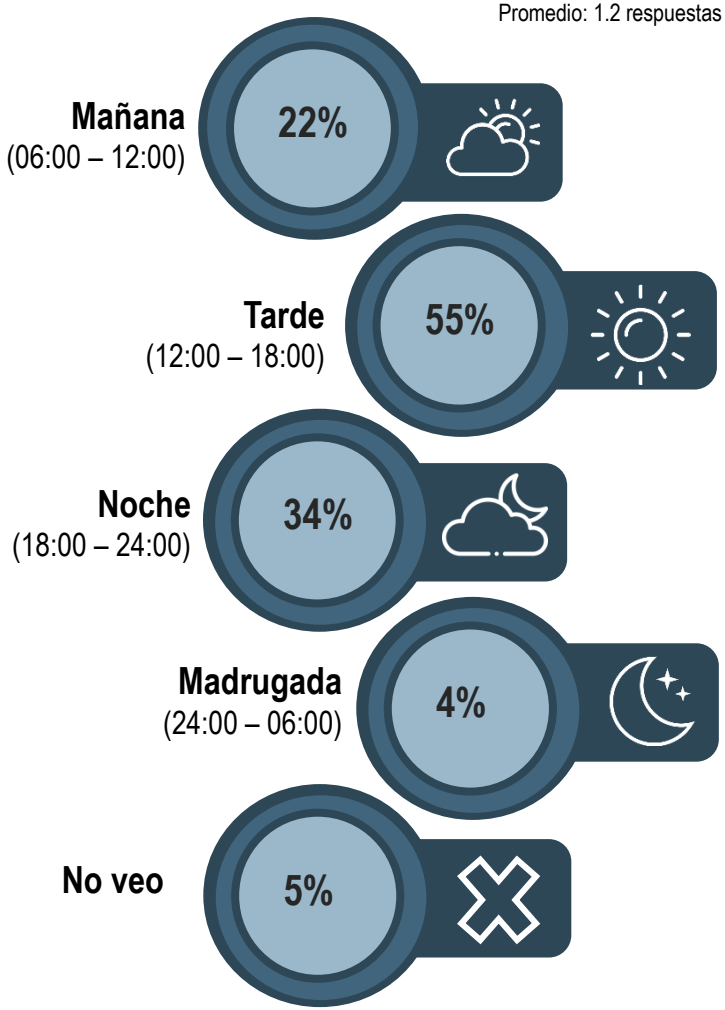
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet

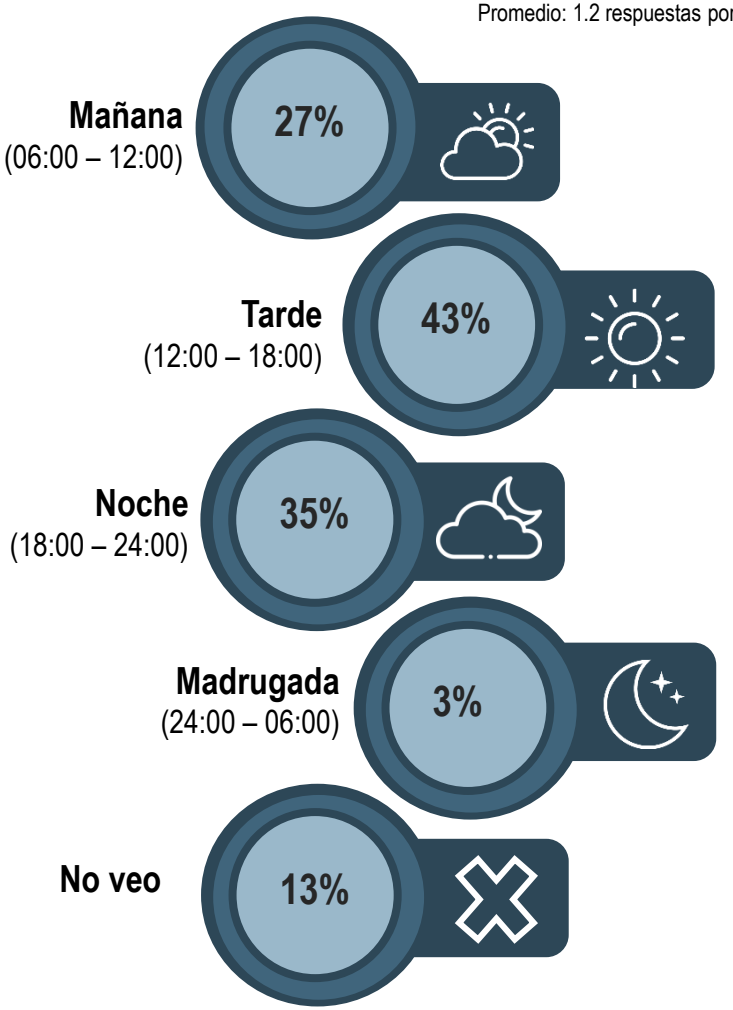
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

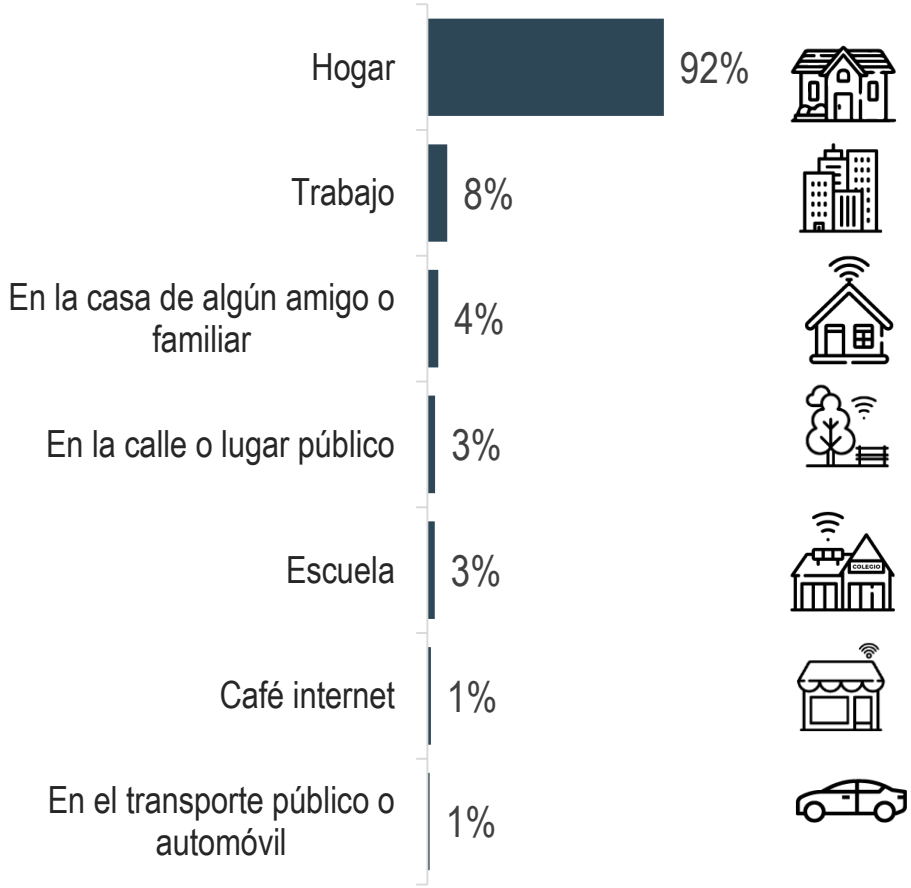


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

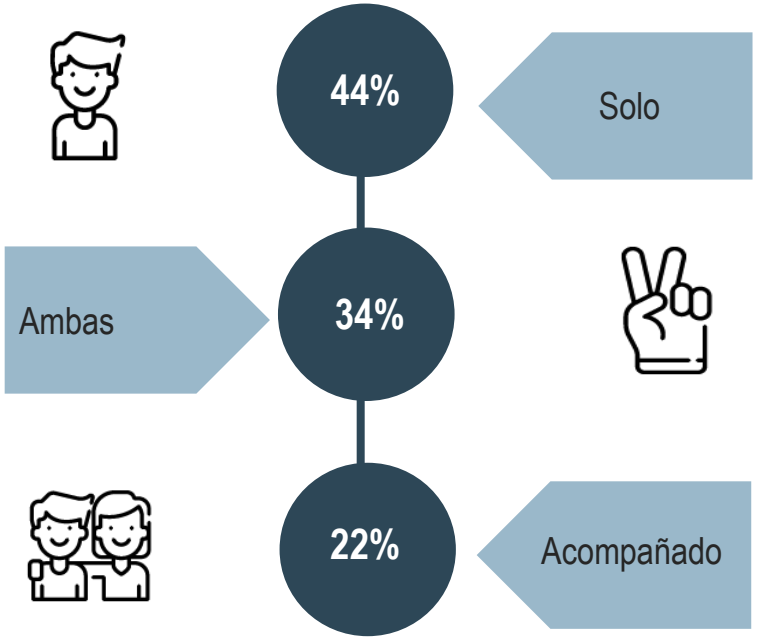
Lugares donde consume contenidos por internet

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién ve contenidos en internet?

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet



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

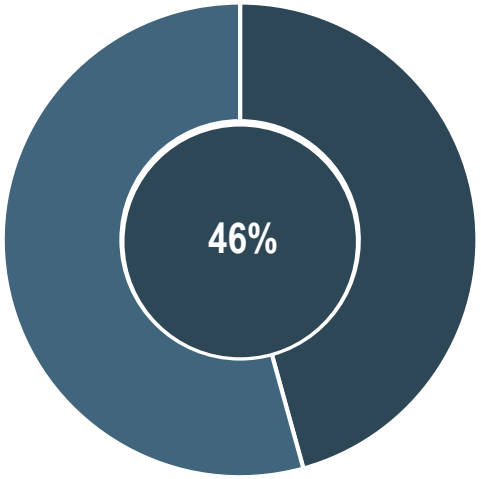
Escucha música o contenidos por internet

Base: 1,604 personas que consumen contenidos por internet

33%

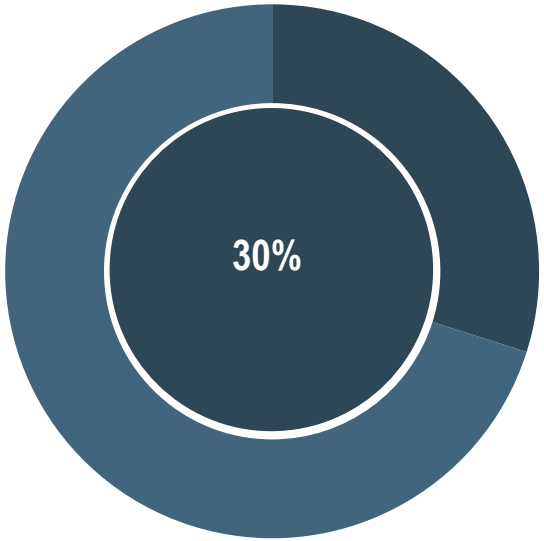
Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica

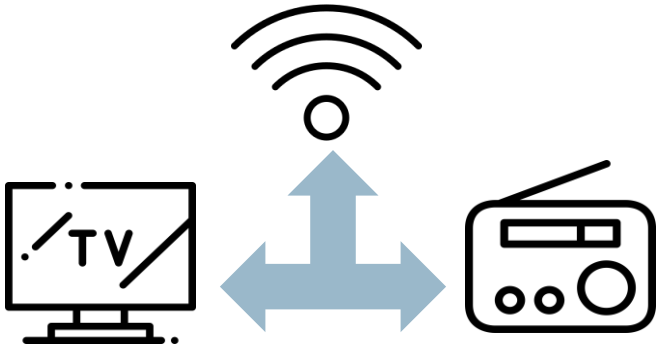
Base: 504 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet



Consumo simultáneo de contenidos por internet con radio y / o televisión

Base: 423 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

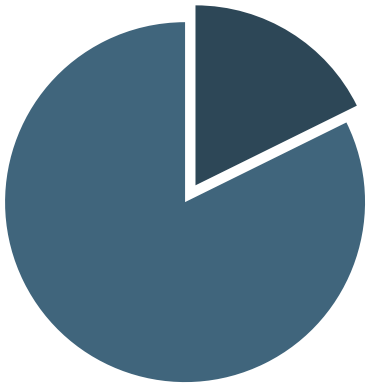




Videojuegos

Consumo de videojuegos

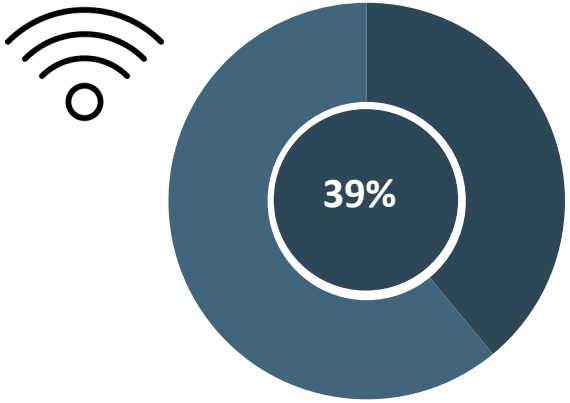
Base: 4,141 personas



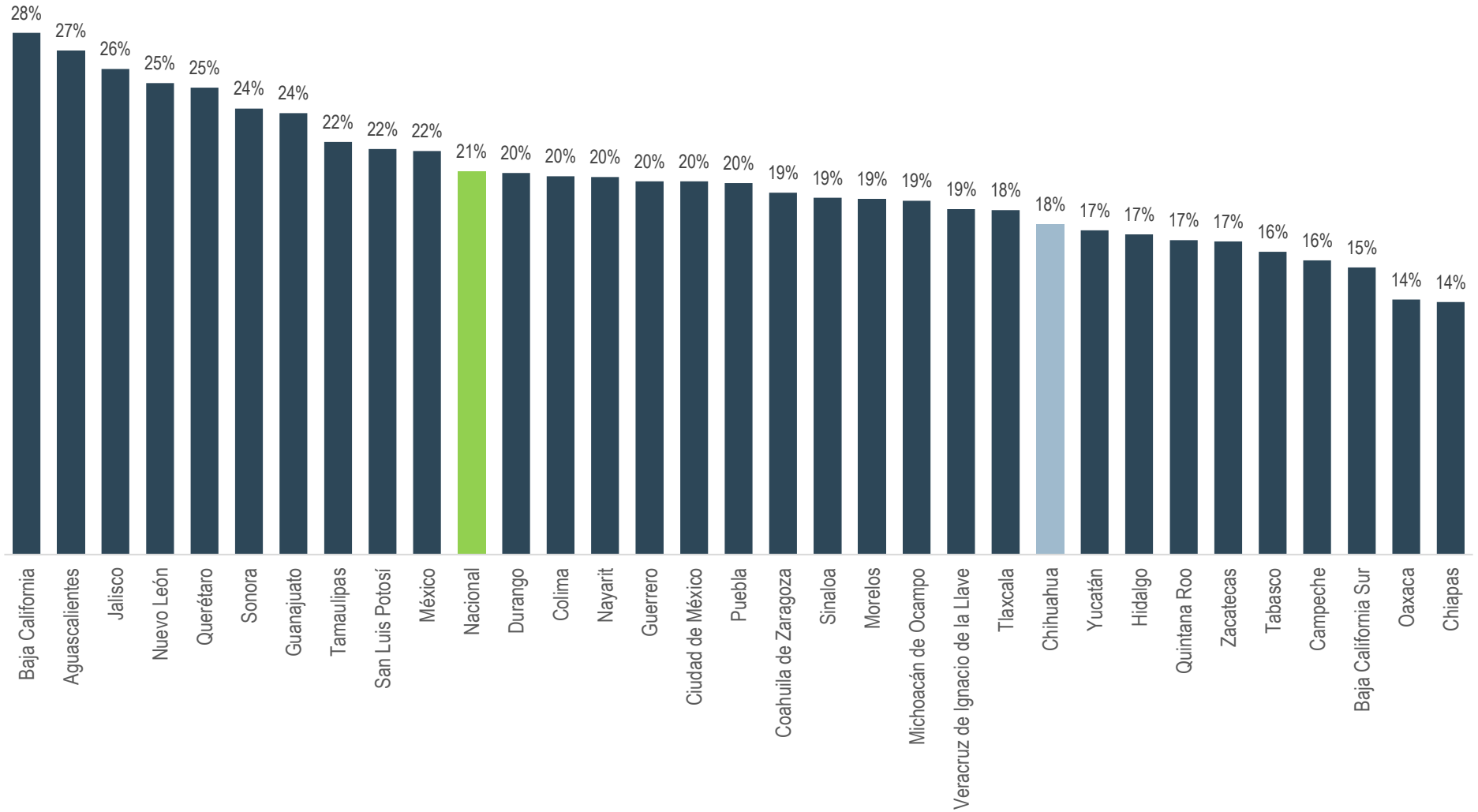
18%
de las personas juegan videojuegos

Acostumbra jugar videojuegos online

Base: 821 personas que juegan videojuegos



Consumo de videojuegos – Entidades



Tipo de videojuegos que más juega

Base: 821 personas que juegan videojuegos

Promedio: 1.4 respuestas por persona*

Peleas / Batallas / Lucha	35%
Deportes	27%
Carreras	23%
Aventura / RPG	16%
Estrategia	12%
Destreza / Rompecabezas	7%
Infantiles	6%
Música / Baile	5%
De dibujo	4%
Belleza / Moda	2%

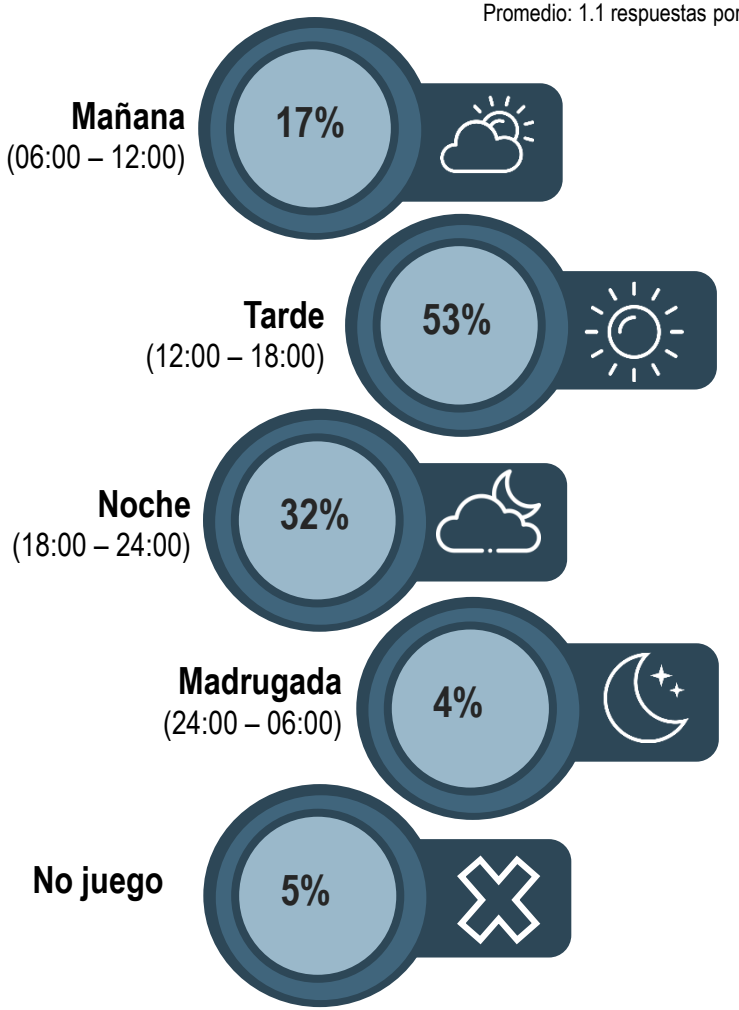
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Base: 821 personas que juegan videojuegos

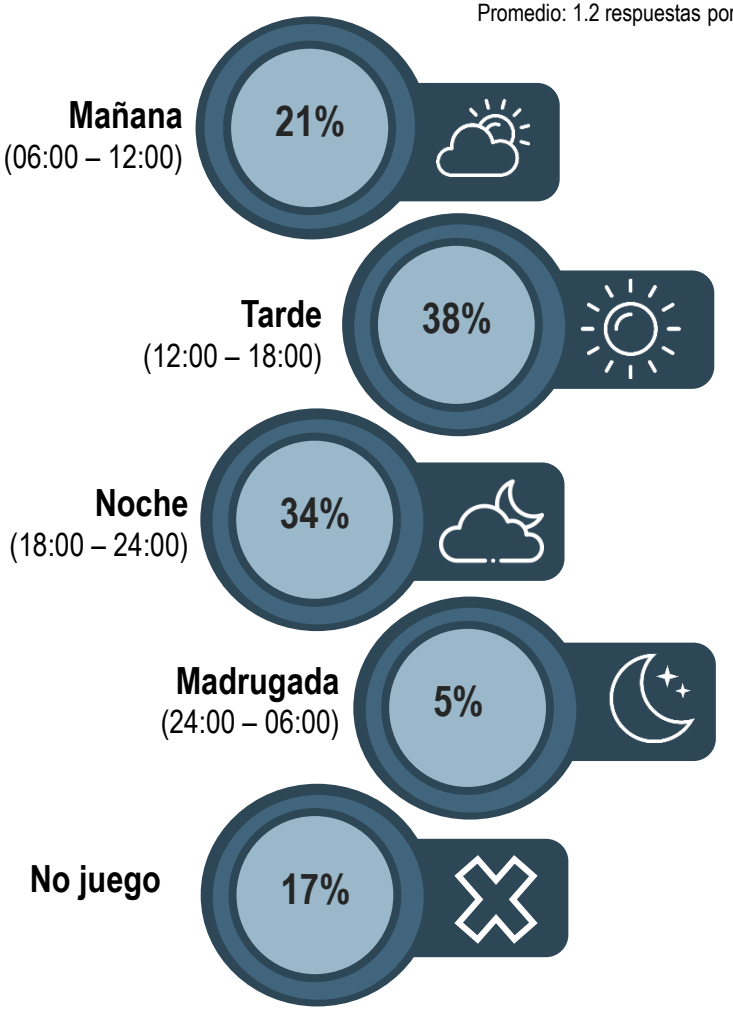
Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

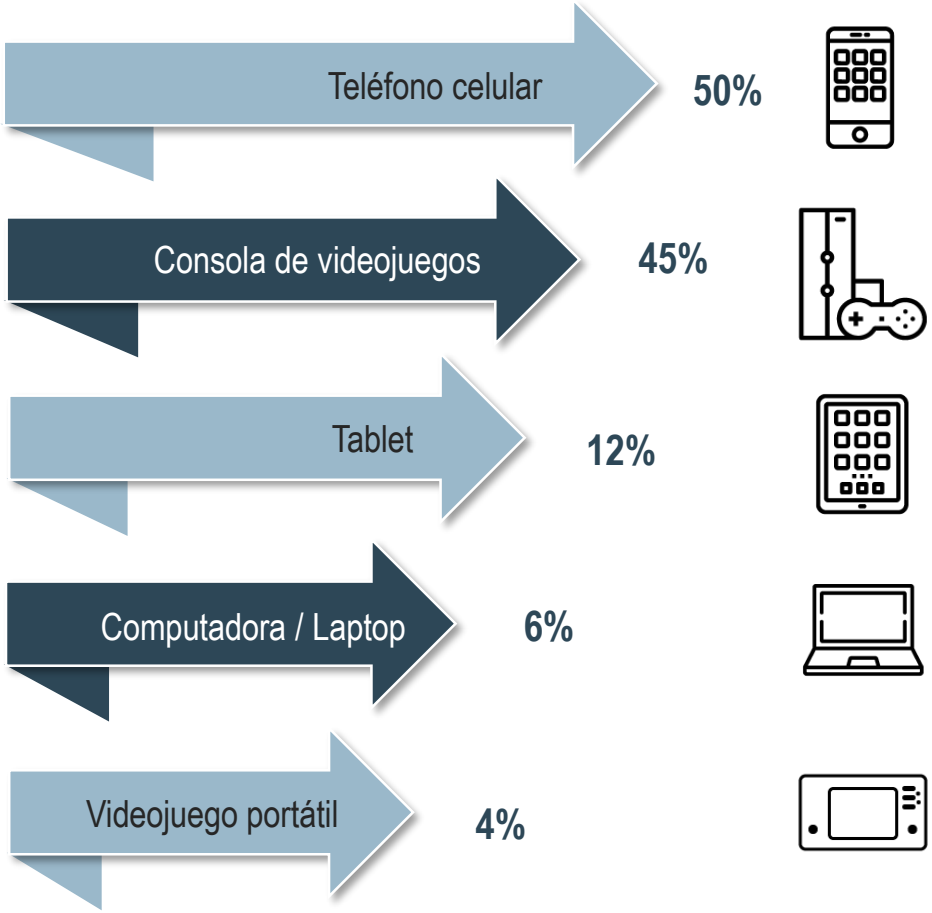


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

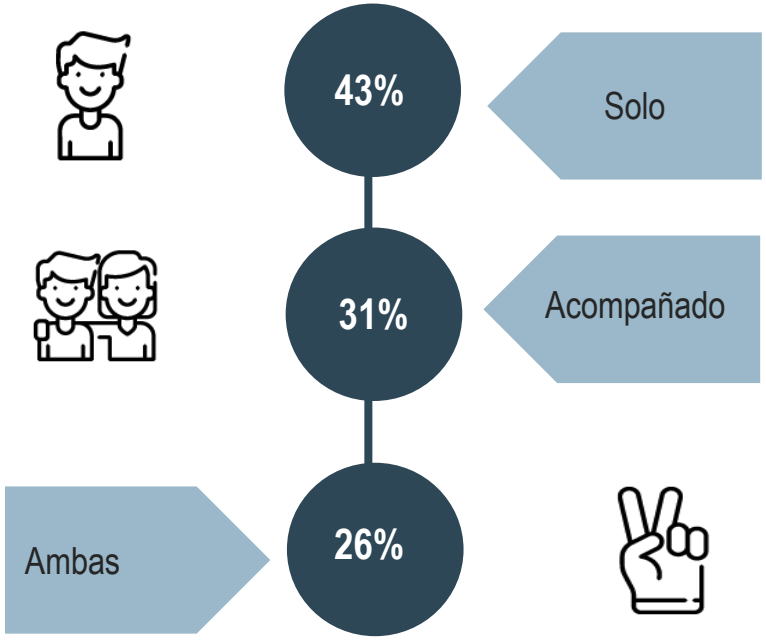
Base: 821 personas que juegan videojuegos

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



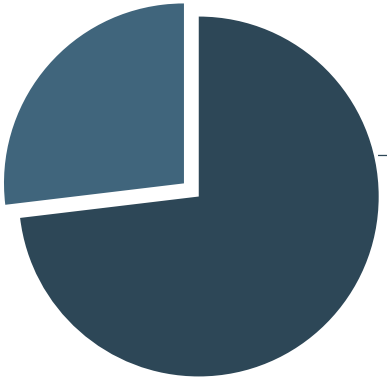
¿Con quién juega?

Base: 821 personas que juegan videojuegos



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

Consumo de noticias

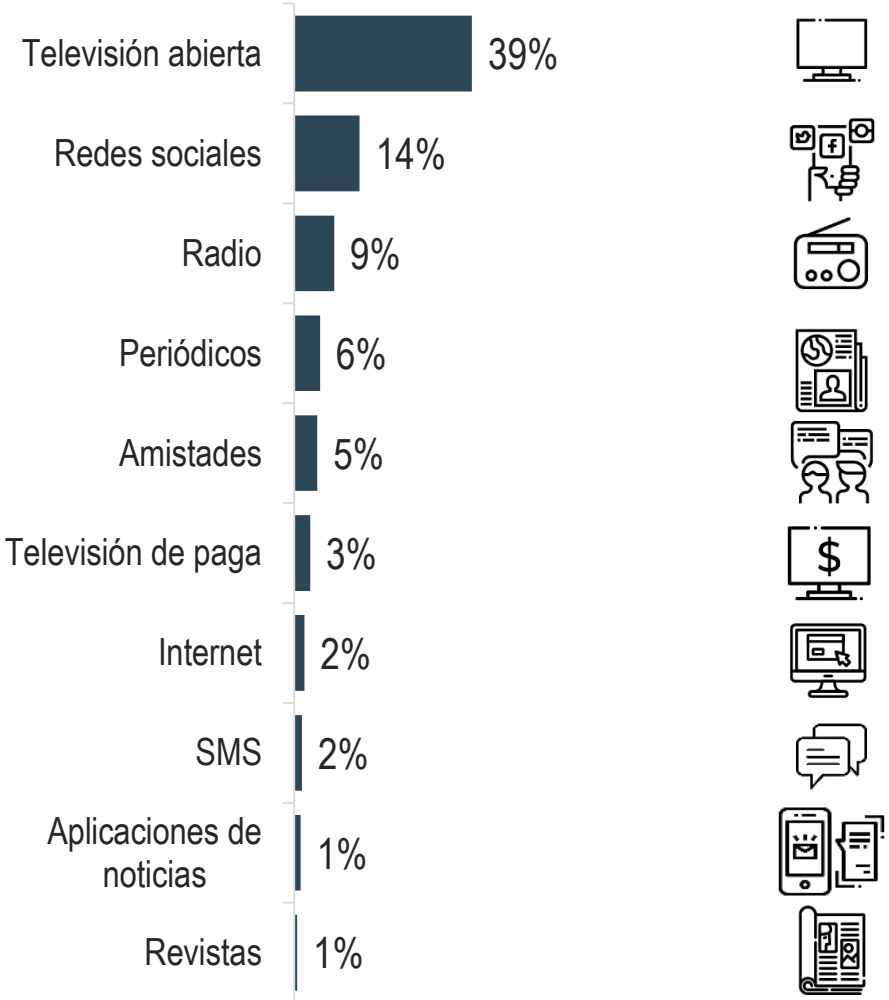


73%
de las personas siguen las noticias

Base: 3,431 personas de 16 años o más

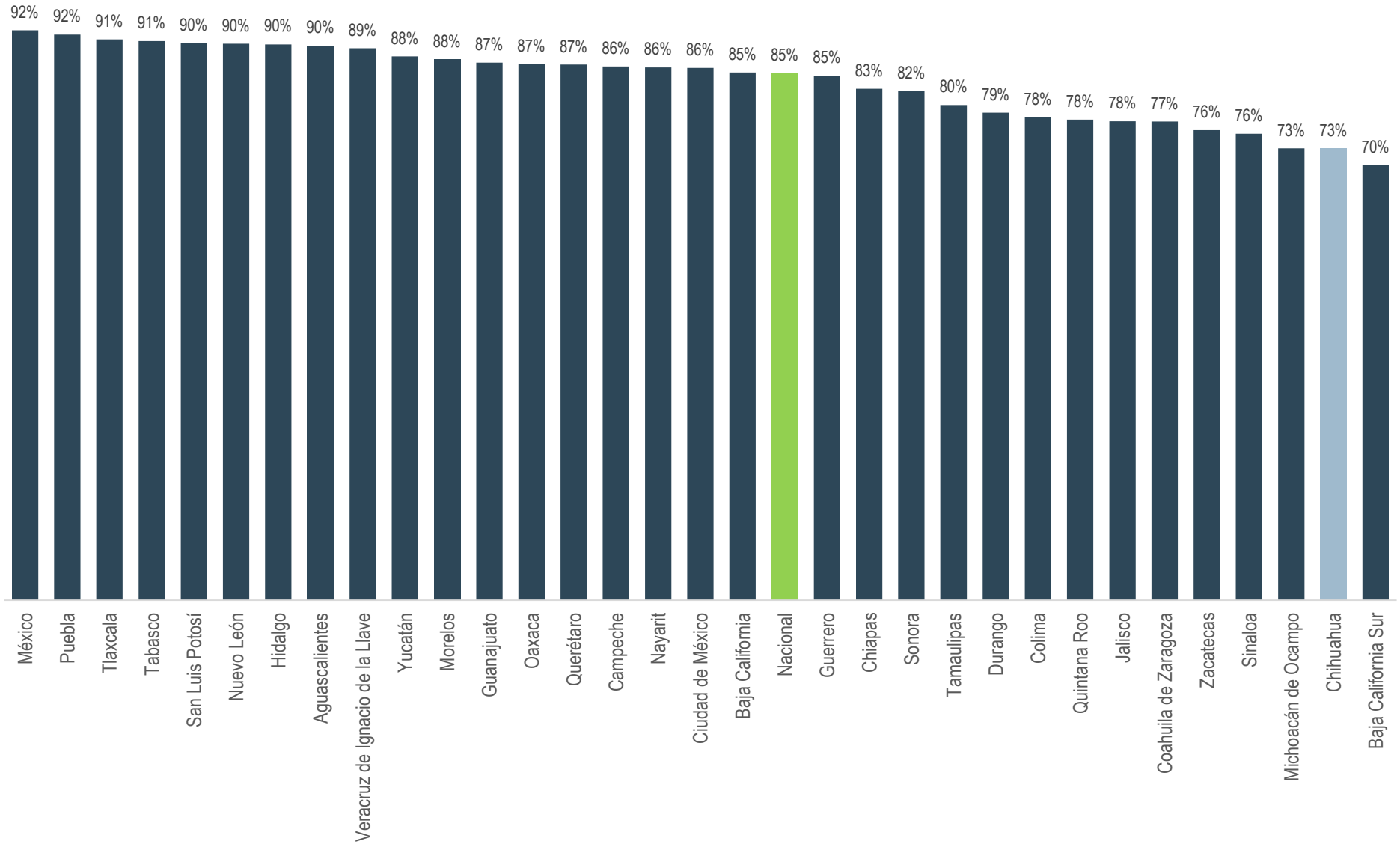
Medio a través del cuál las sigue

Base: 3,431 personas de 16 años o más
Promedio: 0.8 respuestas por persona*



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

Consumo de noticias – Entidades



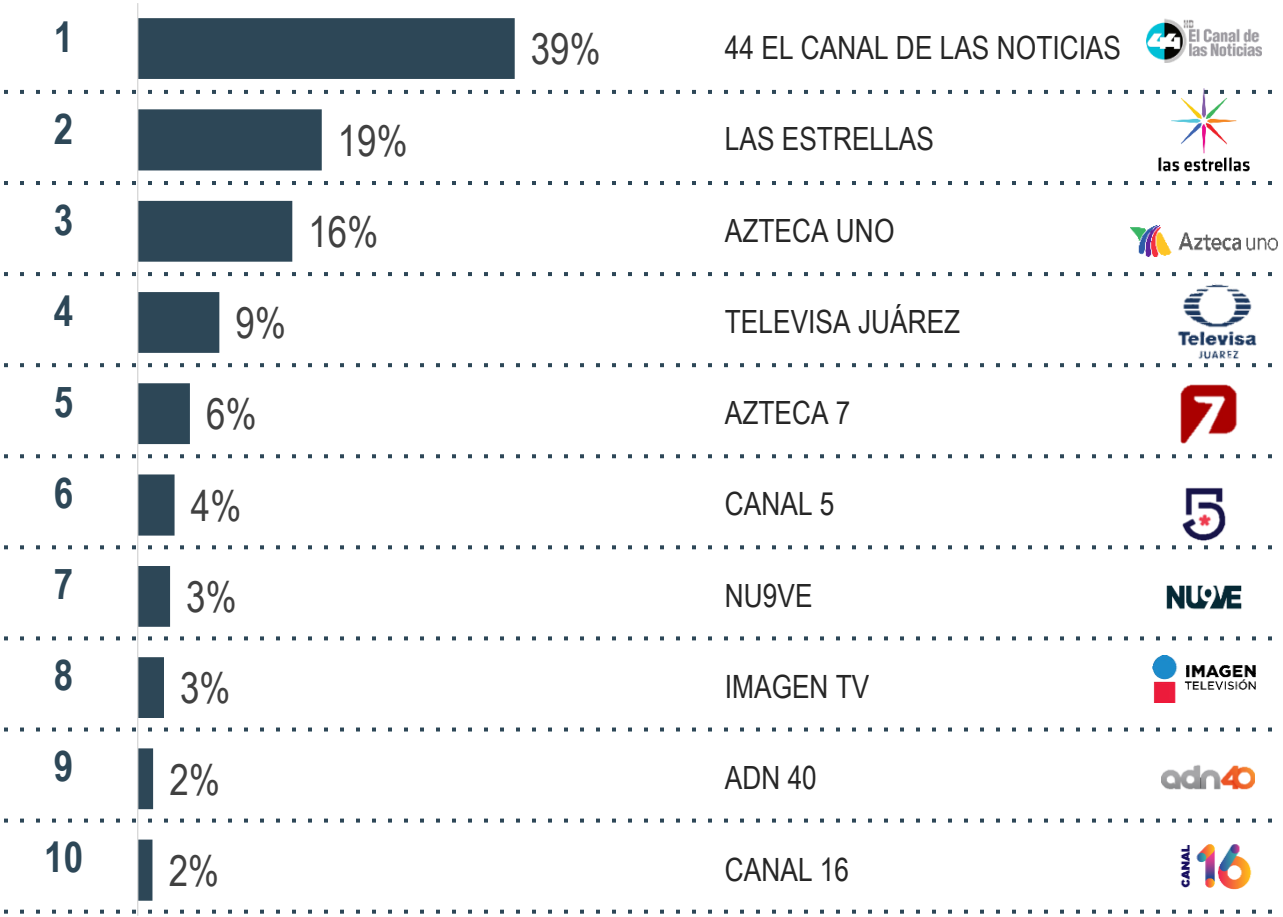
Ficha técnica
Total
Niñas y niños
Urbano / Rural

Consumo de noticias - canales de televisión abierta

Canales de televisión abierta en los que sigue las noticias*
Los más vistos

Base: 1,361 personas que siguen las noticias en televisión abierta

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

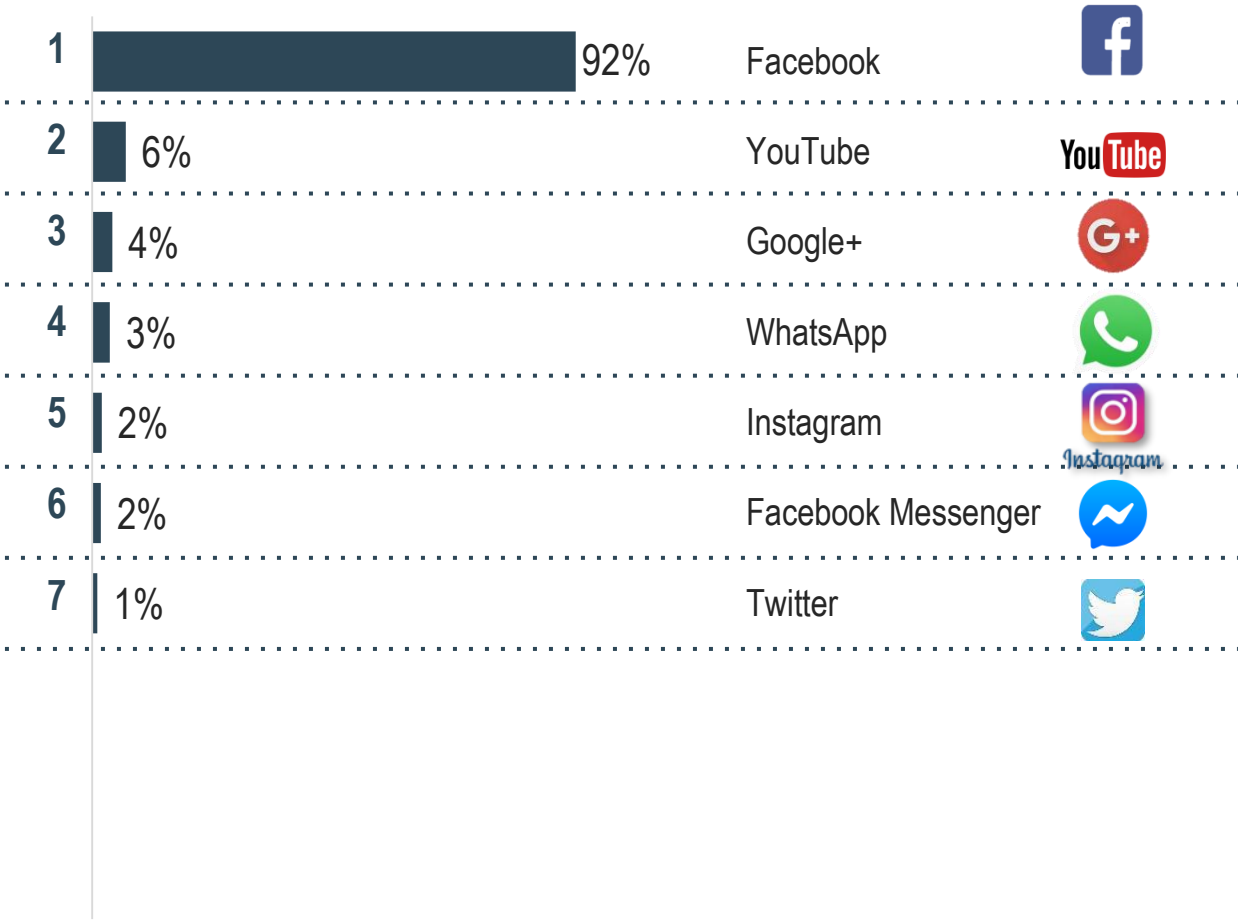
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumo de noticias - redes sociales

Redes sociales en las que sigue las noticias*
Las más utilizadas

Base: 547 personas que siguen las noticias en redes sociales

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



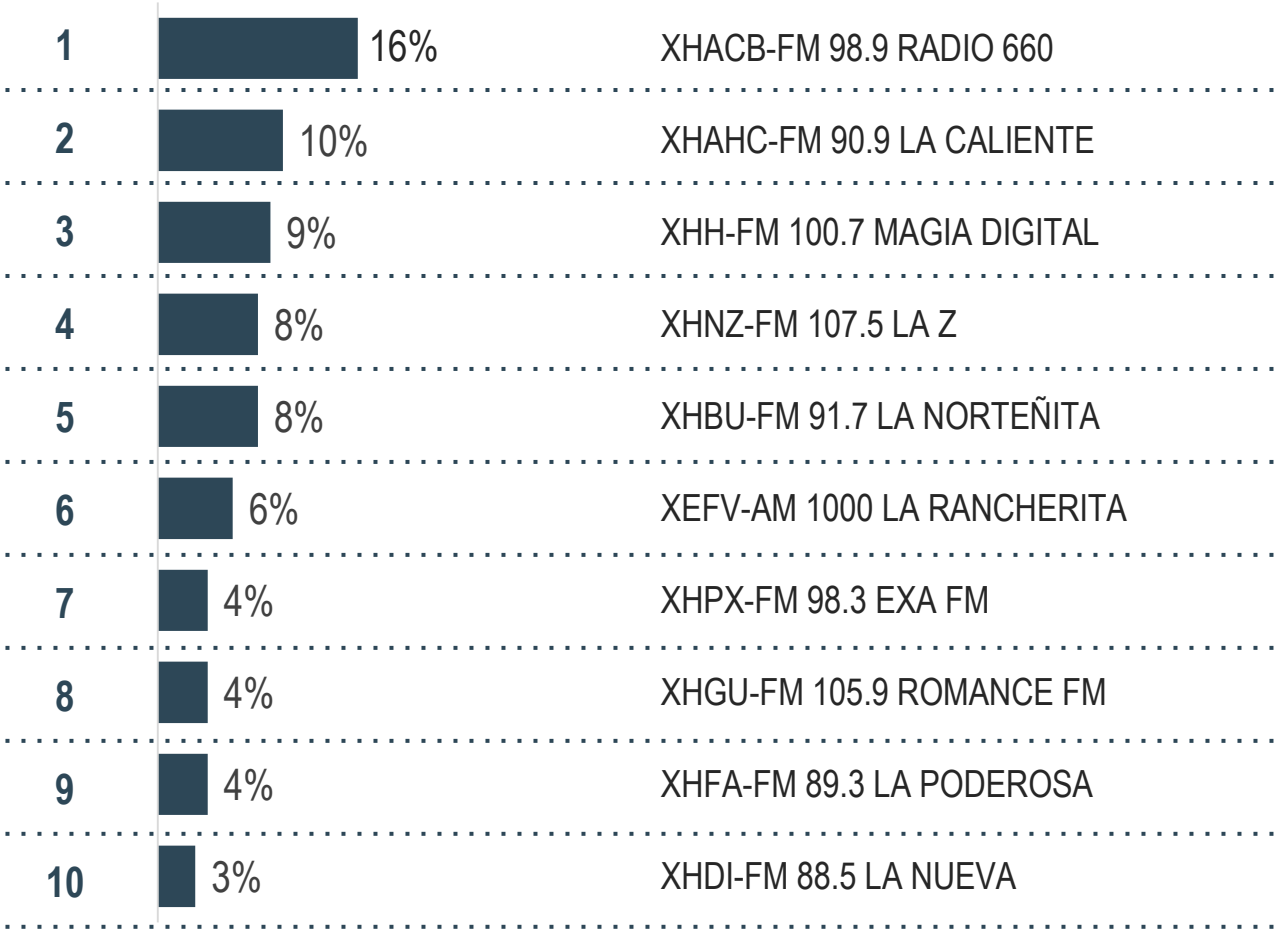
Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

Consumo de noticias - estaciones de radio

Estaciones de radio en las que sigue las noticias*
Las más escuchadas

Base: 258 personas que siguen las noticias en la radio
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

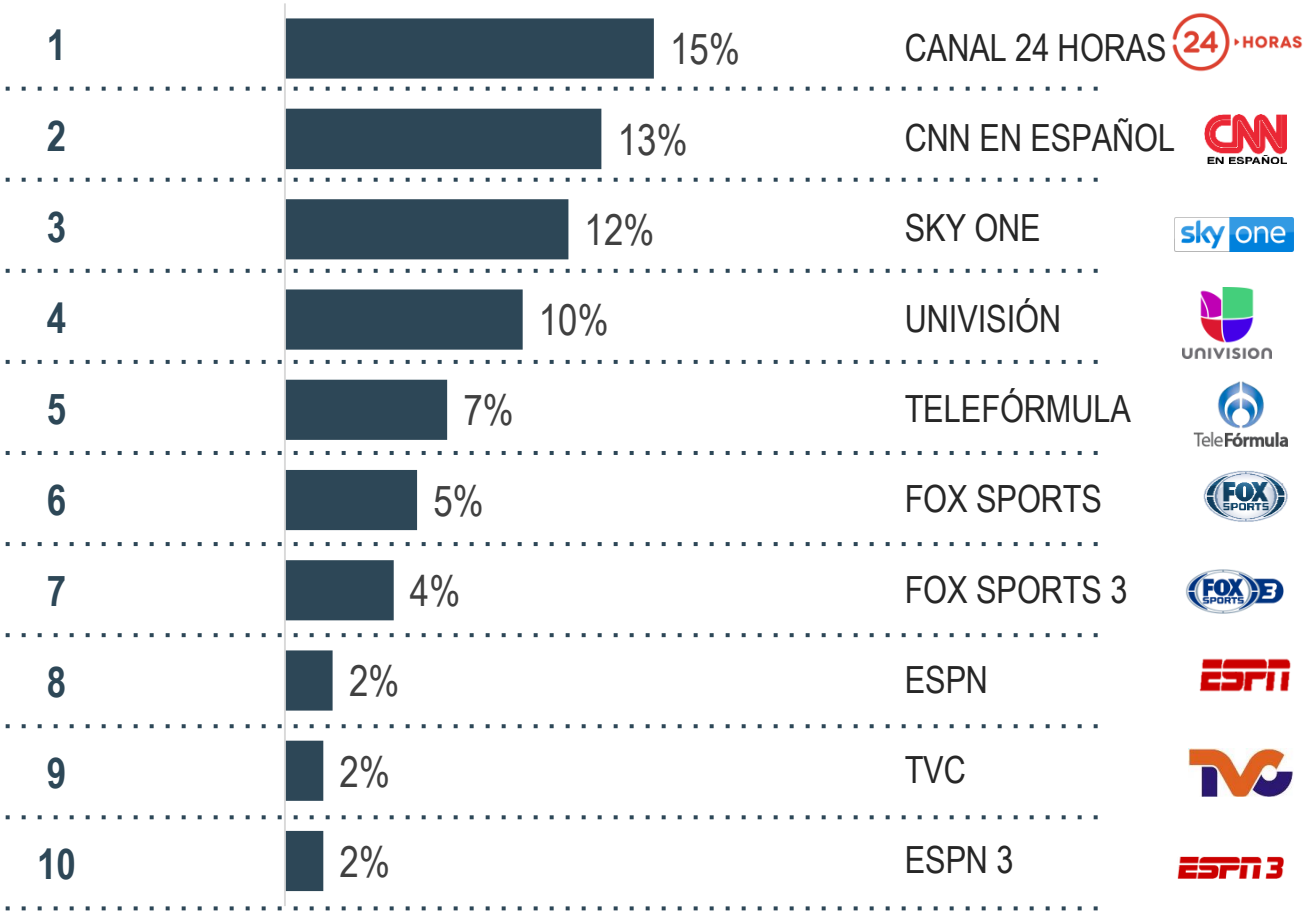
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumo de noticias - canales de televisión de paga

Canales de televisión de paga en los que sigue las noticias*
Los más vistos

Base: 147 personas que siguen las noticias en televisión de paga

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

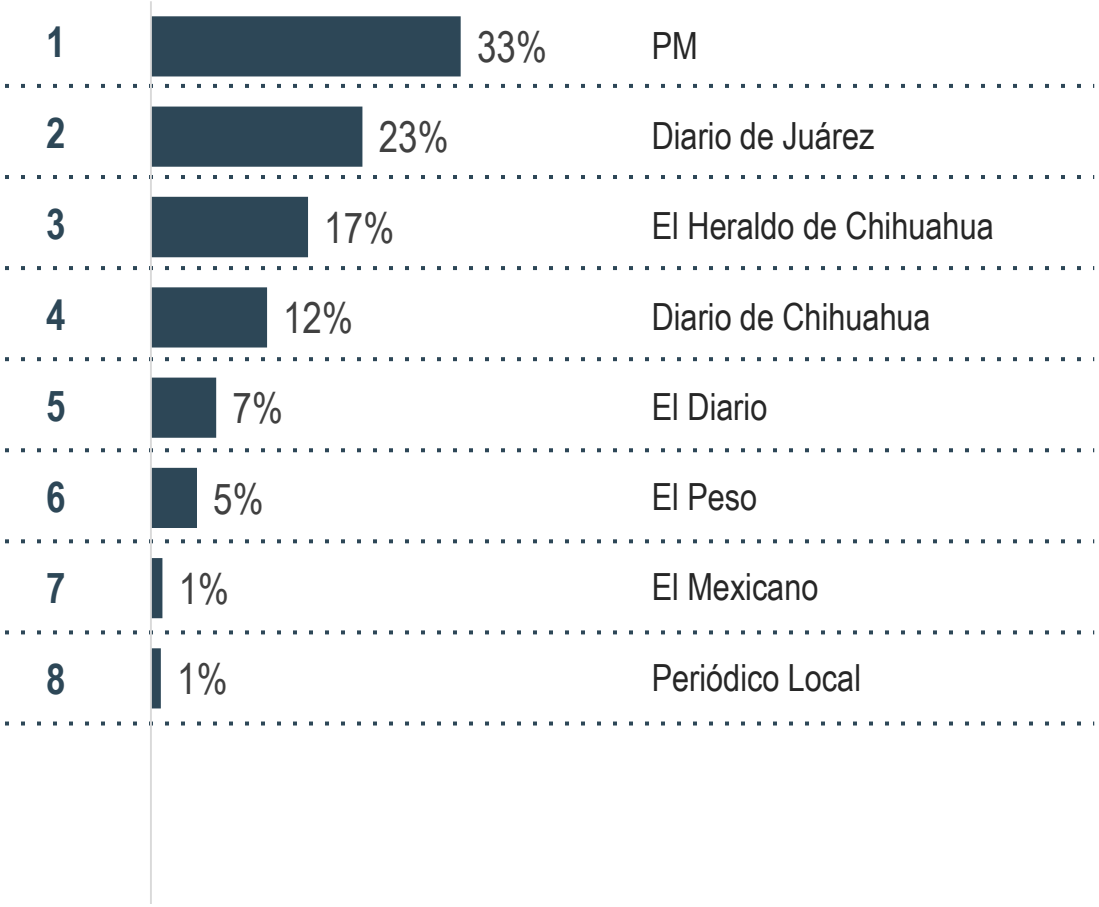
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumo de noticias - periódicos

Periódicos en los que sigue las noticias*
Los más leídos

Base: 221 personas que siguen las noticias en periódicos

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



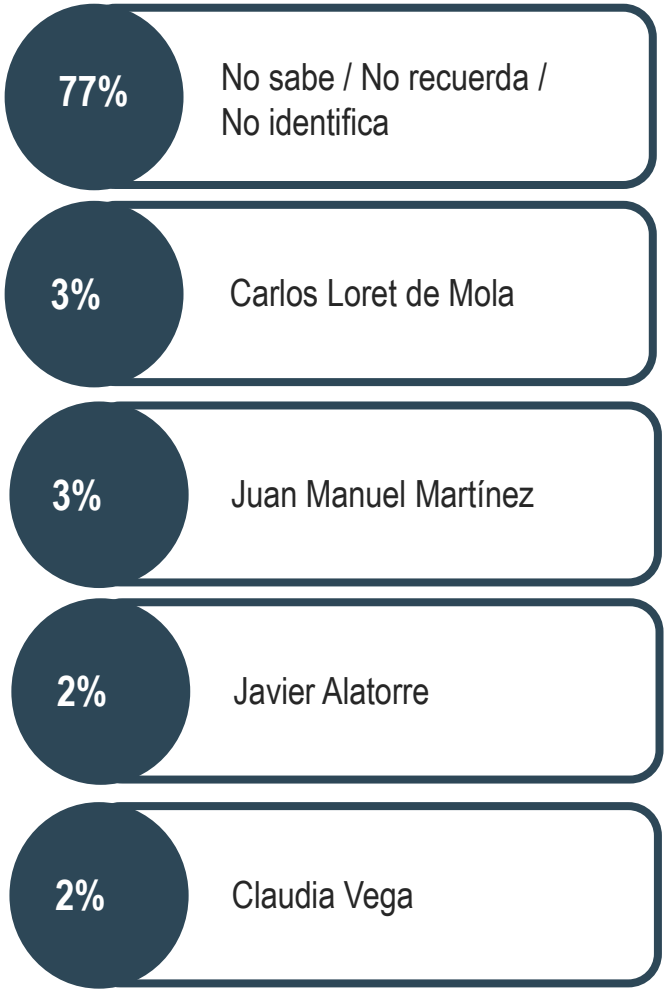
Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

Los conductores de noticias que más siguen*

Base: 2,513 personas de 16 años o más que siguen las noticias

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



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

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Niñas y Niños

Principales hallazgos

- **54%** las niñas y niños con televisor dijeron ver canales de **televisión abierta**.
- Los canales de la **televisión abierta** que ven con mayor frecuencia son **Canal 5, Las Estrellas y Azteca UNO**.
- El tipo de programas de **televisión abierta** más vistos entre niñas y niños son **Caricaturas / Programas infantiles** y **Películas**.
- **34%** de los niñas y los niños tienen servicio de **televisión de paga**; y, los canales exclusivos de la televisión de paga que ven con mayor frecuencia son **Cartoon Network, Discovery Kids** y **Fox.**
- **15%** de las niñas y niños acostumbran escuchar la **radio,** principalmente contenidos **musicales** con **79%** y **noticias** con **10%.**
- El **dispositivo** más utilizado para escuchar contenidos por la **radio** es **estéreo / grabadora** con **35%.**
- En el caso de las niñas y niños, **el hogar** es el **lugar** más frecuente para escuchar la radio con un **82%.**
- El **35%** de las niñas y niños dijeron consumir **contenidos audiovisuales por internet. YouTube** es la plataforma más utilizada con un **78%** de las preferencias, seguida por **Netflix (18%)**.

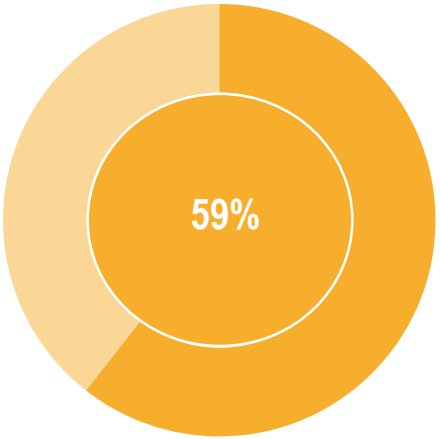
Principales hallazgos

- **Las películas,** seguidas de los las **series** y **Caricaturas / Programas infantiles** son los contenidos más vistos en internet en este grupo de edad.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos por internet** con un **69%** seguido de **la televisión** con un **17%.**
- **13%** de las niñas y niños escuchan **contenidos de audio o música por internet.**
- **46%** de las niñas y los niños dijeron jugar **videojuegos;** el **teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines en un **53%.**

Uso de internet

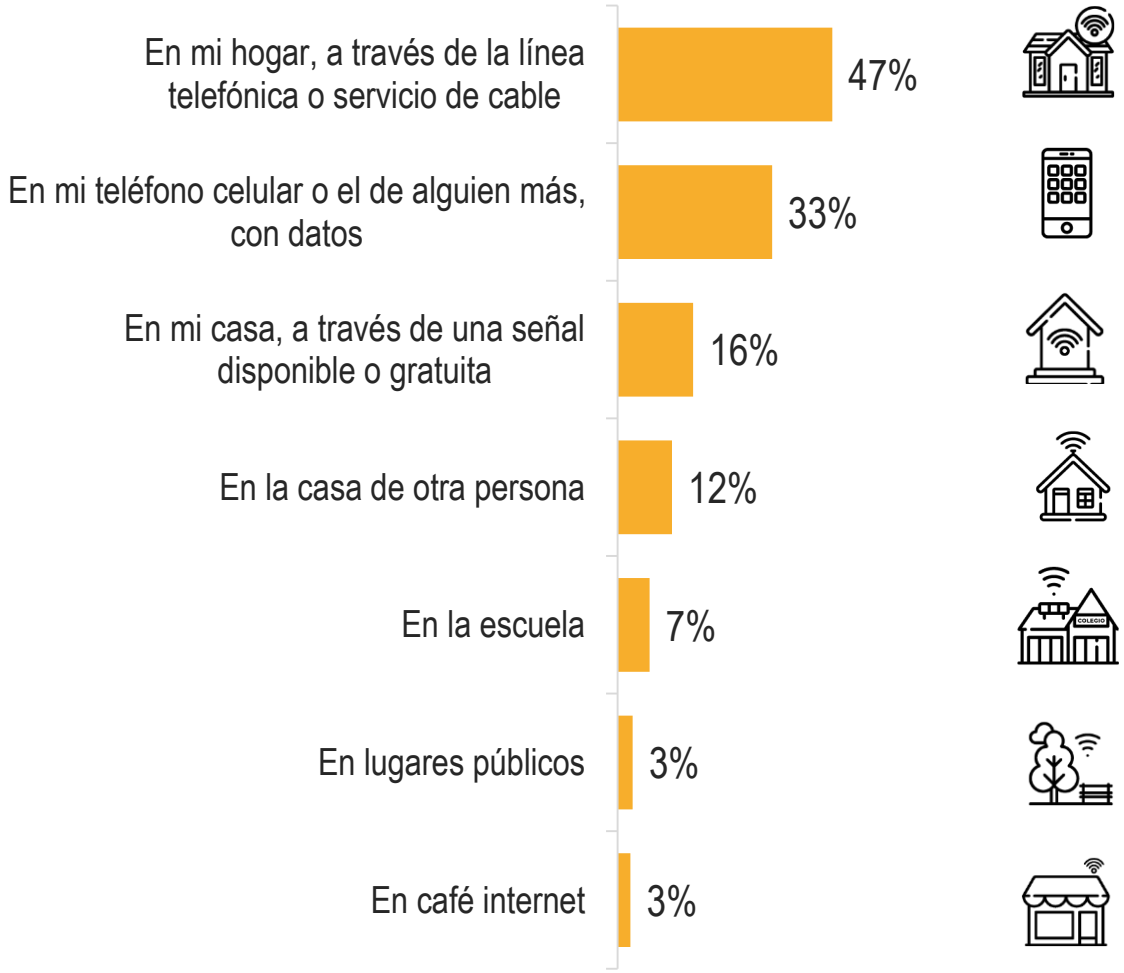
Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 411 niñas y niños



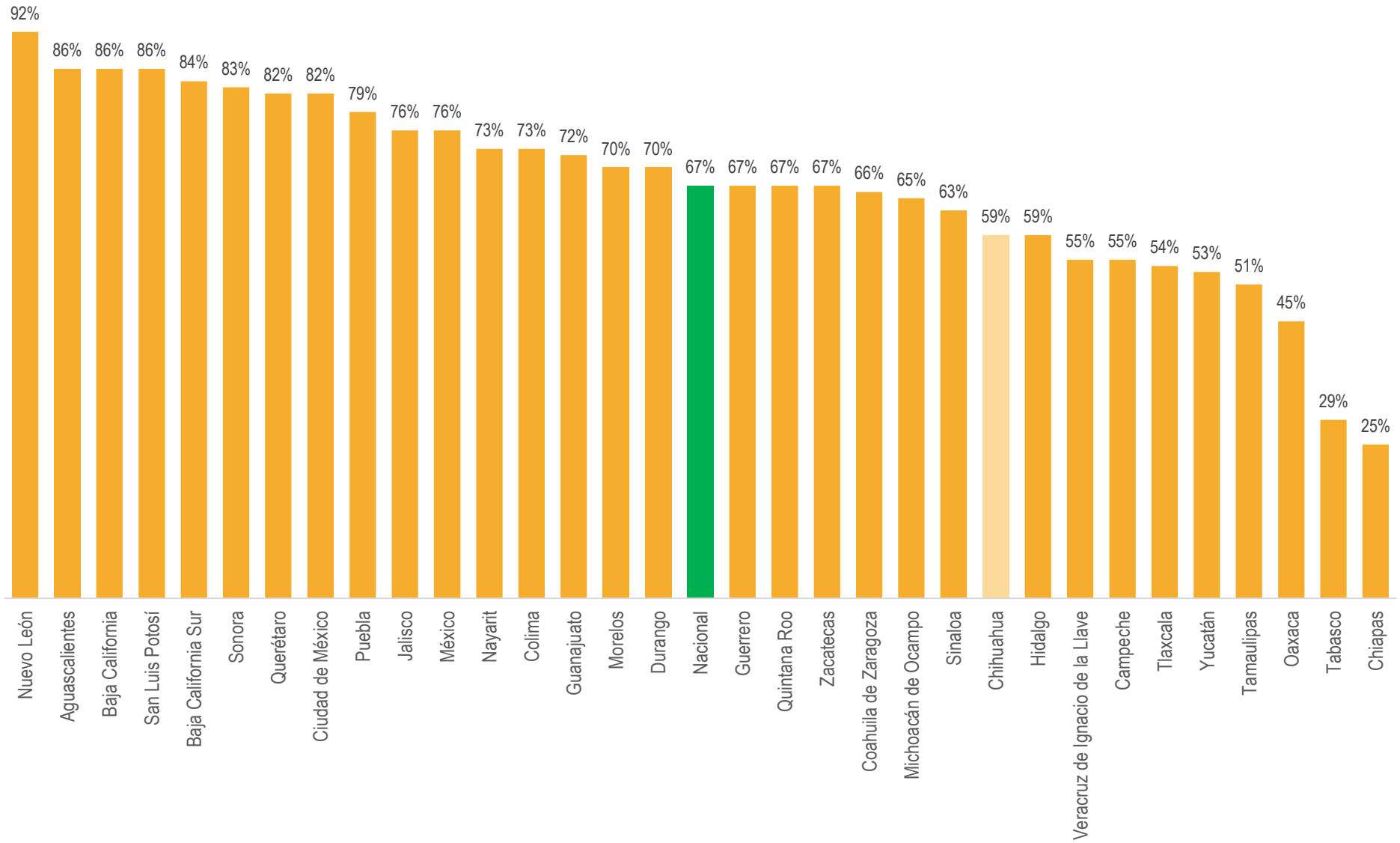
Lugares para acceder a internet

Base: 290 niñas y niños que usan internet
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

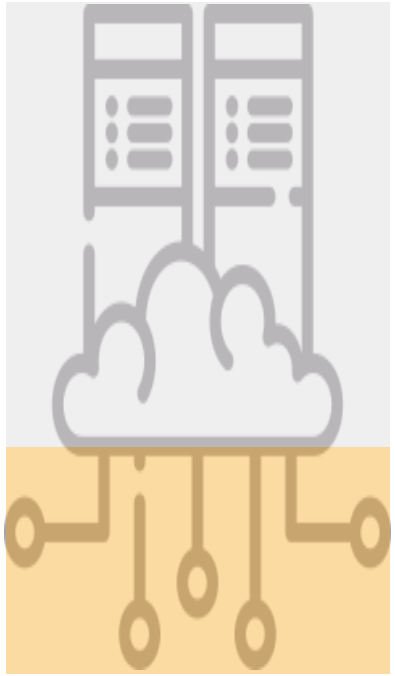
Uso de internet



Redes sociales y mensajería instantánea

Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 290 niñas y niños que usan internet



34%

Redes sociales y mensajería instantánea

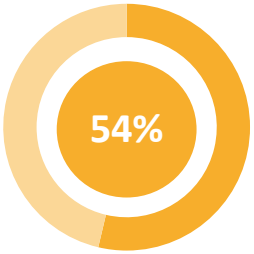
Base: 96 niñas y niños que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea

Promedio: 2.1 respuestas por persona*

WhatsApp	61%
Facebook	60%
YouTube	26%
Facebook Messenger	22%
Instagram	15%

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

Televisión abierta



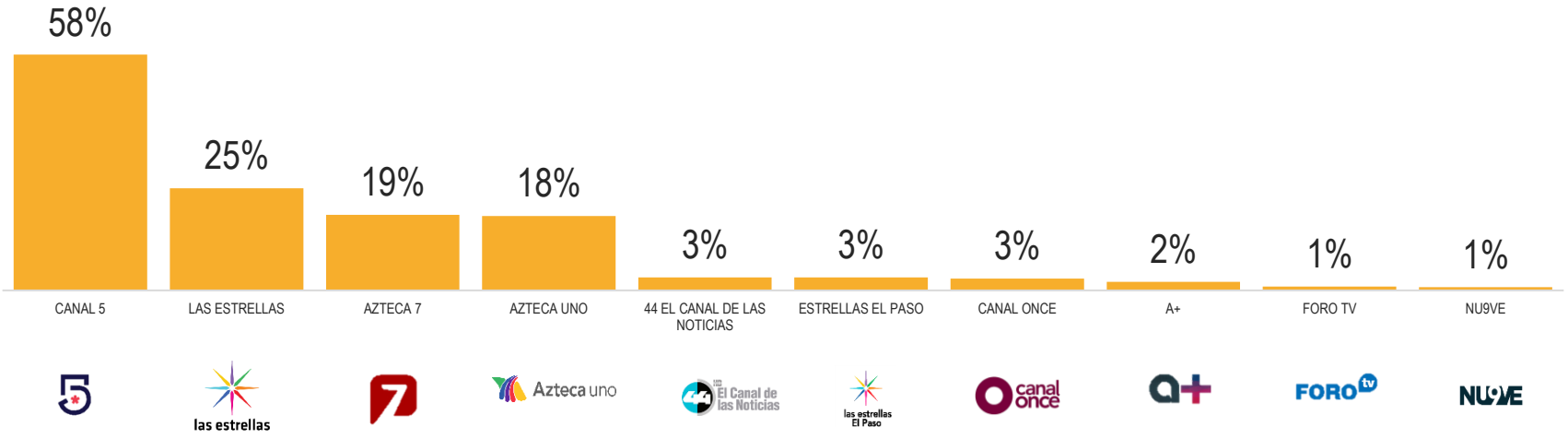
del total de niñas y niños con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base: 402 niñas y niños que tienen televisor

Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base: 236 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

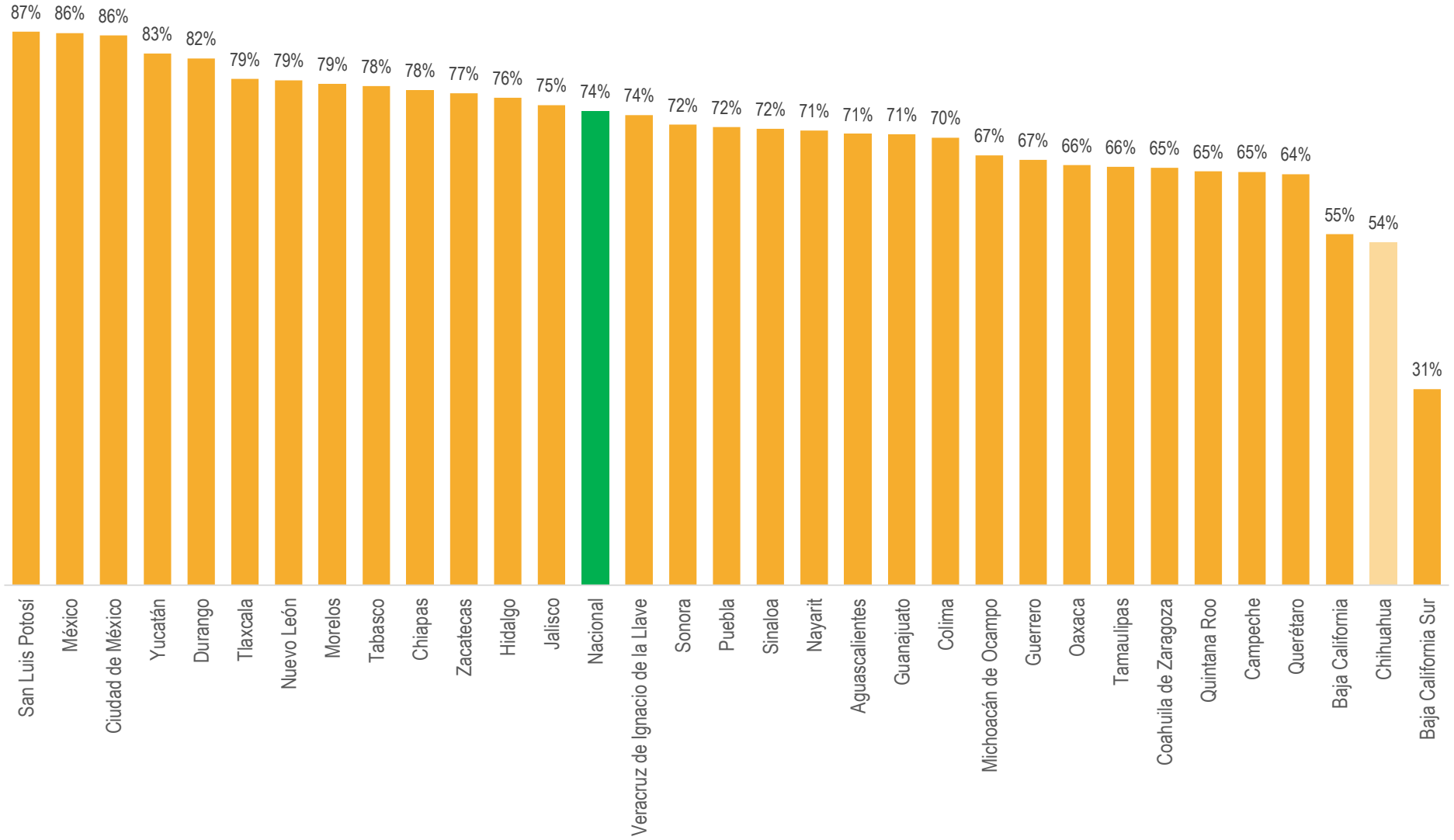
Promedio: 1.4 respuestas por persona*



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

**Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

Ven canales de televisión abierta – Entidades



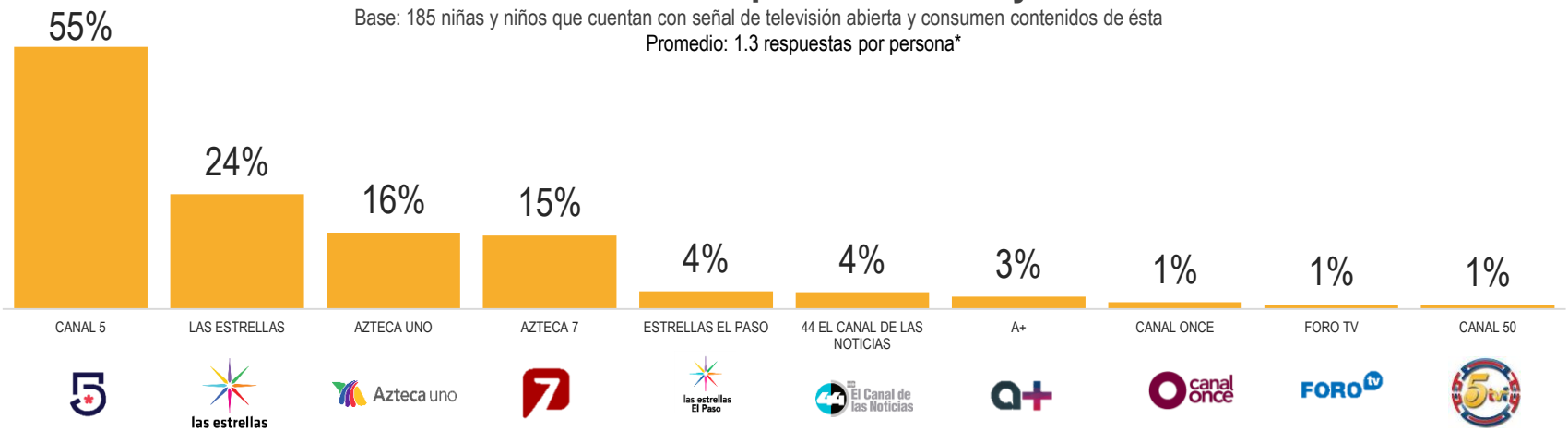
Televisión abierta

Niñas y niños que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta

Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base: 185 niñas y niños que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

Promedio: 1.3 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: 51 niñas y niños que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

Promedio: 1.7 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base: 236 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.4 respuestas por persona*

Caricaturas / Programas infantiles	58%
Películas	28%
Series	18%
Telenovelas	11%
Deportes	6%
Musicales	5%
Comedia / Cómicos	4%
Concursos	3%
Noticias	3%
Dramatizado unitario	1%

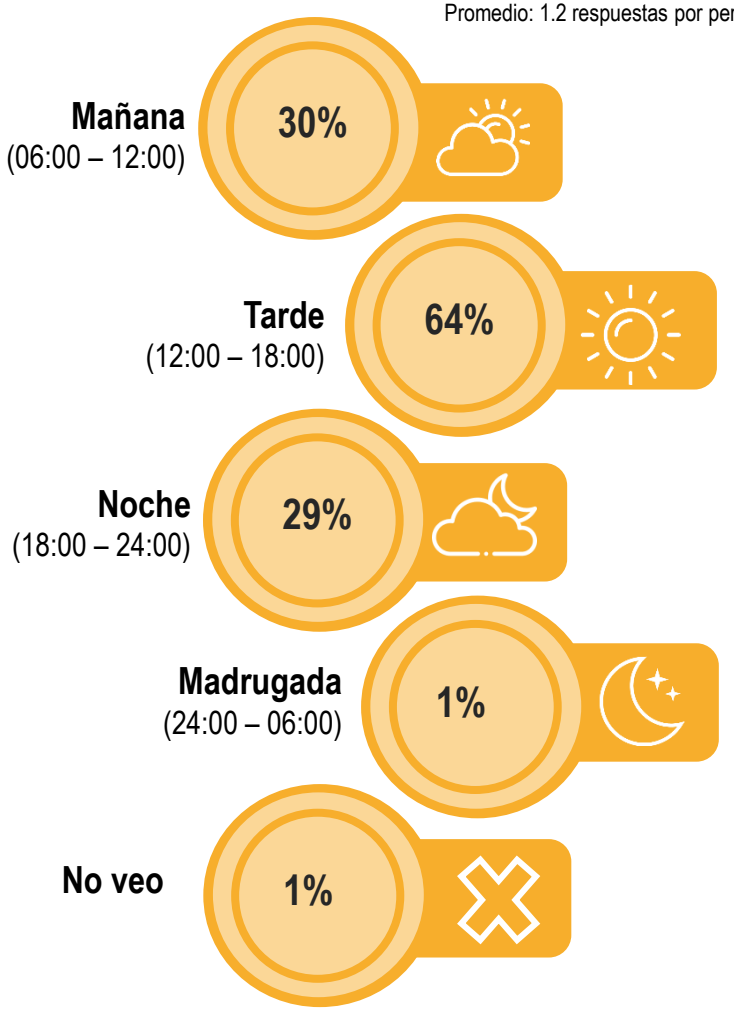
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Base: 236 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

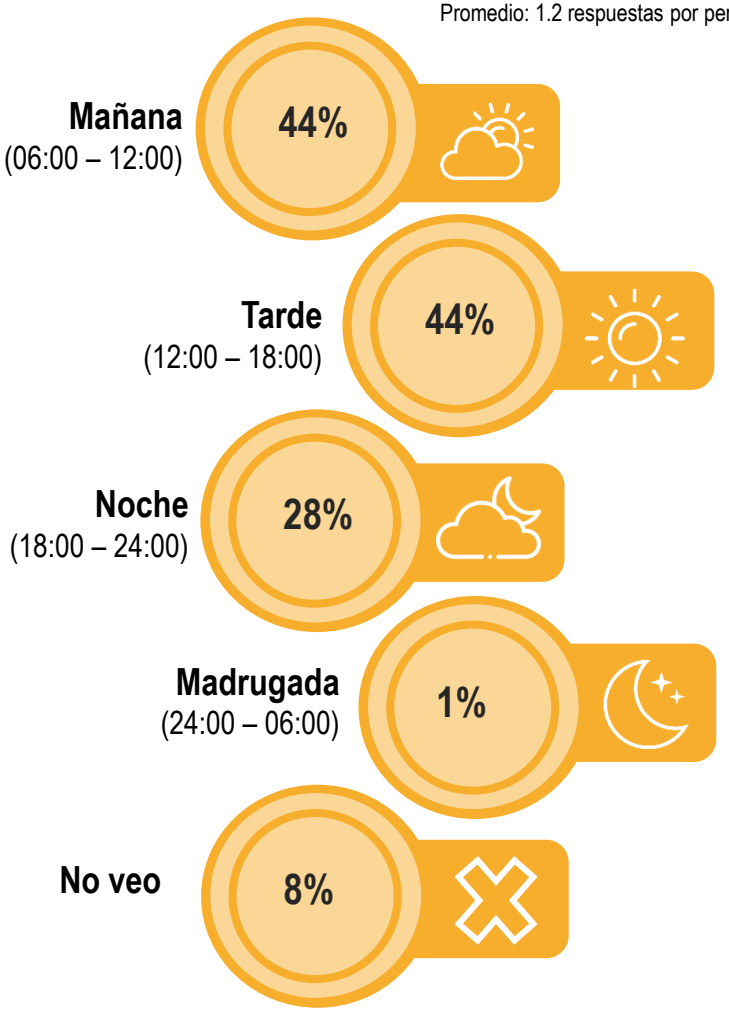
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



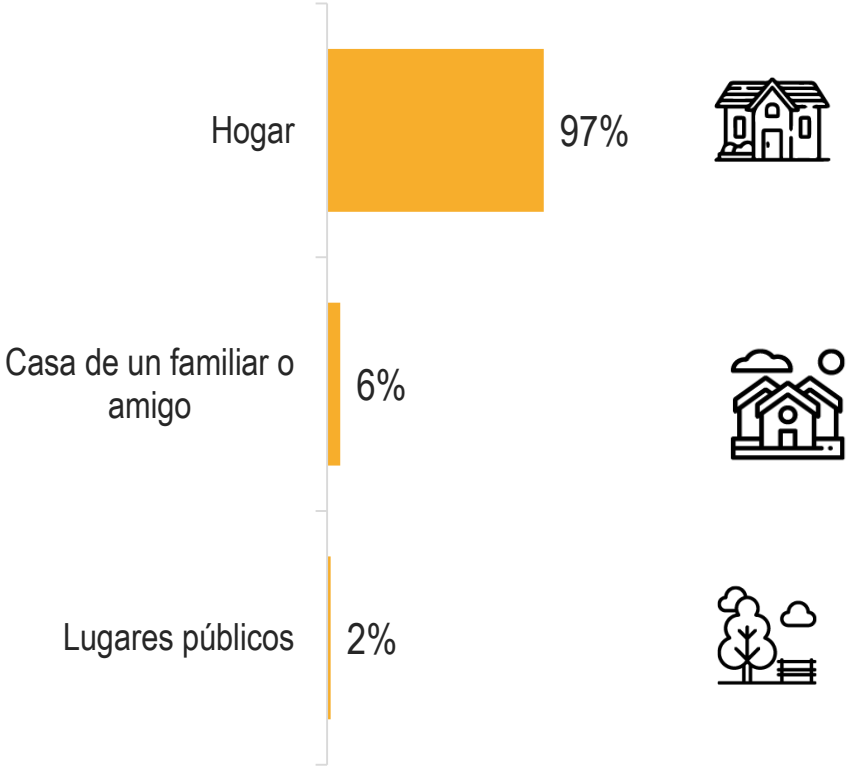
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

Lugares donde ve televisión abierta

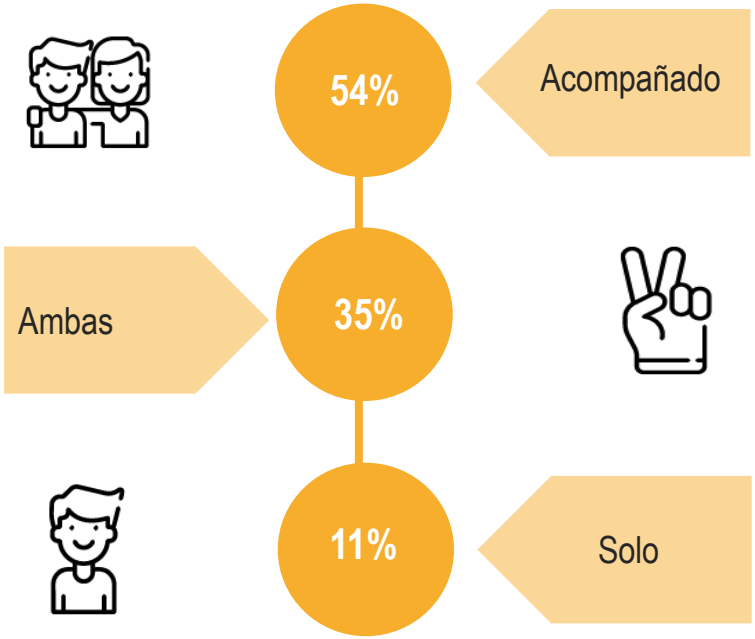
Base: 236 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión abierta?

Base: 236 niñas y niños que ven canales de televisión abierta



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

Televisión de paga

98%
de las niñas y niños viven en hogares con televisor

Base: 411 niñas y niños

34%
de las niñas y niños tienen televisión de paga o ambas

Base: 402 niñas y niños con televisor

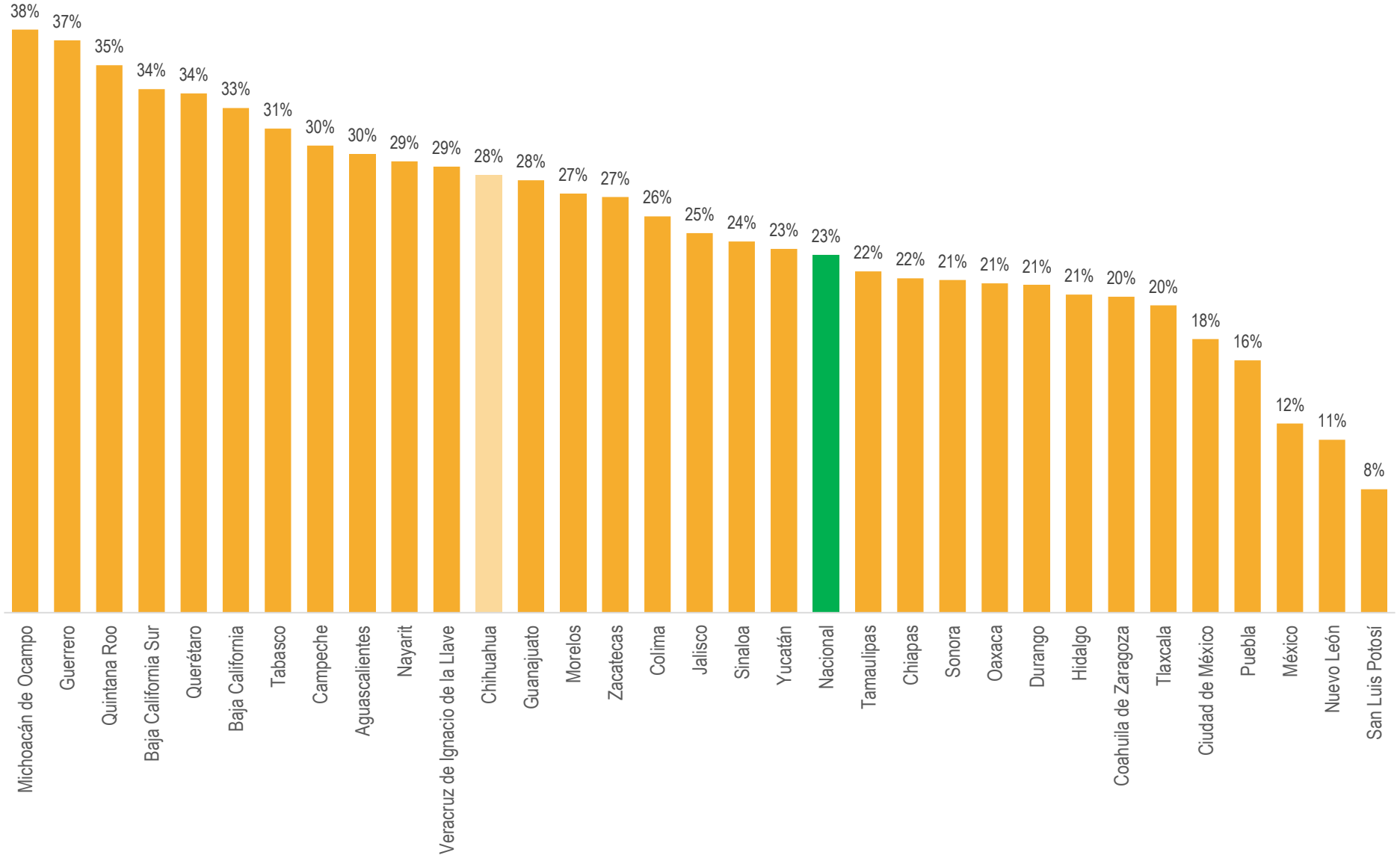
48%
ven canales de televisión abierta

Base: 132 niñas y niños con televisión de paga en su hogar

28%
solo ven canales de televisión de paga

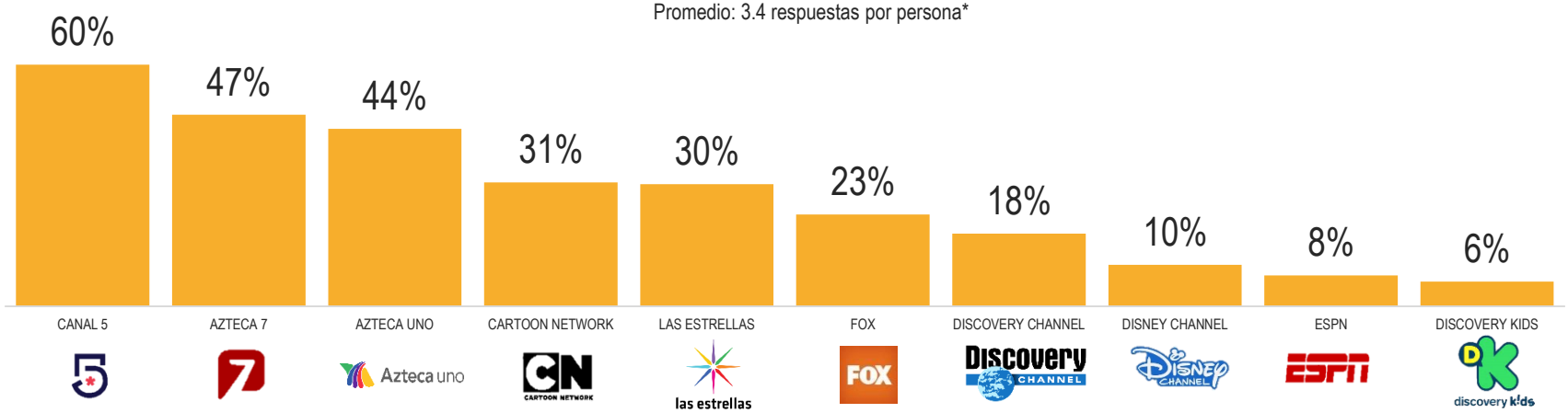
Base: 132 niñas y niños con televisión de paga en su hogar

Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades



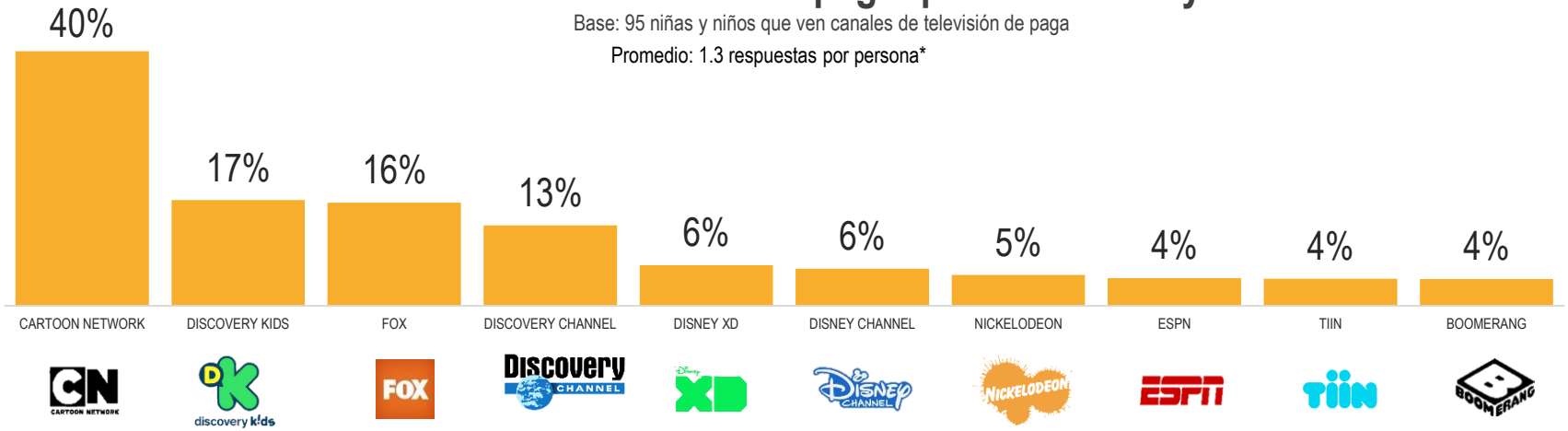
Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga**

Base: 38 niñas y niños que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta
Promedio: 3.4 respuestas por persona*



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

Base: 95 niñas y niños que ven canales de televisión de paga
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 estaciones con las mayores frecuencias.

Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base: 95 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1.5 respuestas por persona*

Caricaturas / Programas infantiles	55%
Películas	37%
Series	22%
Telenovelas	12%
Deportes	10%
Musicales	5%
Comedia / Cómicos	5%
Reality show	2%
Debate / Opinión	1%

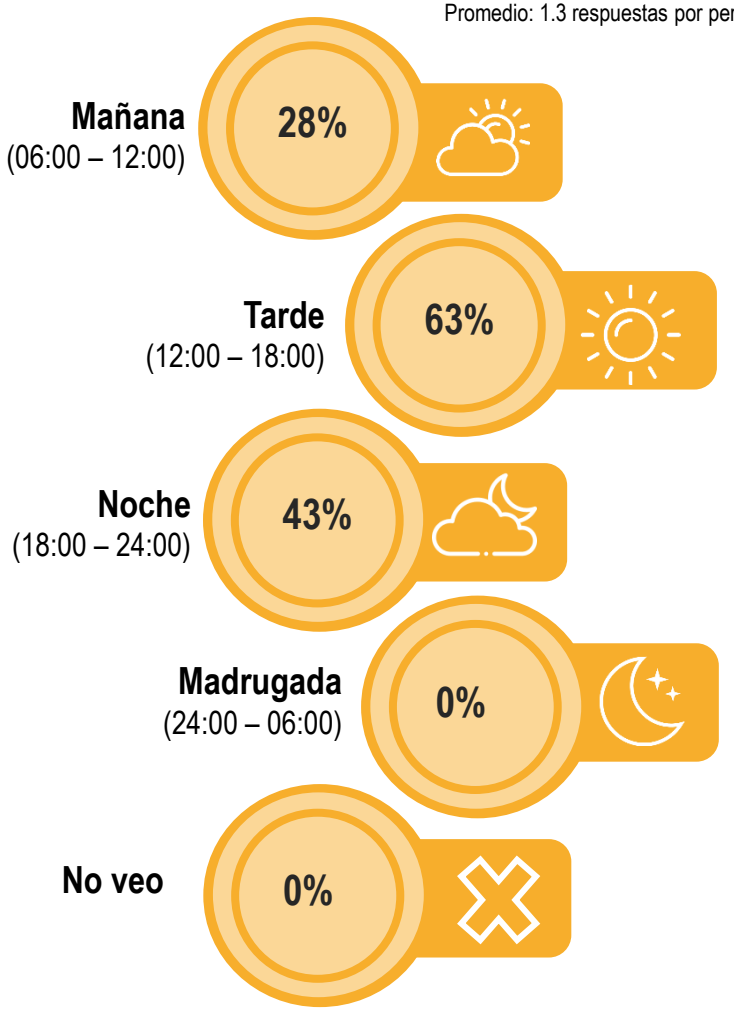
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver la televisión de paga

Base: 95 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

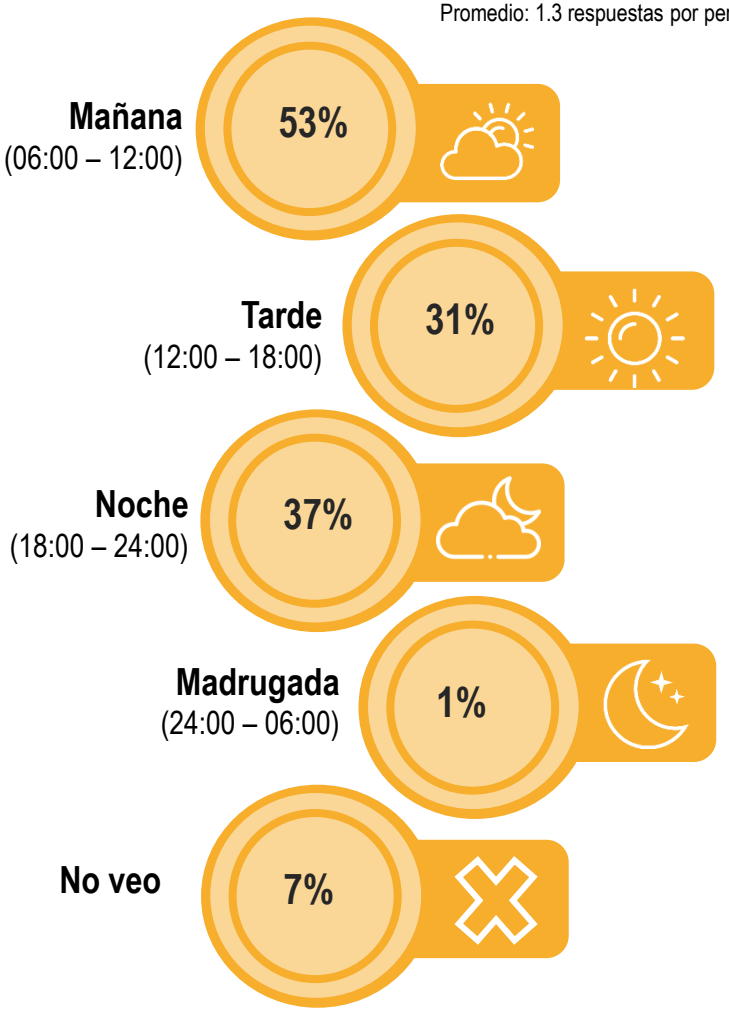
Lunes a viernes

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



Sábado y domingo

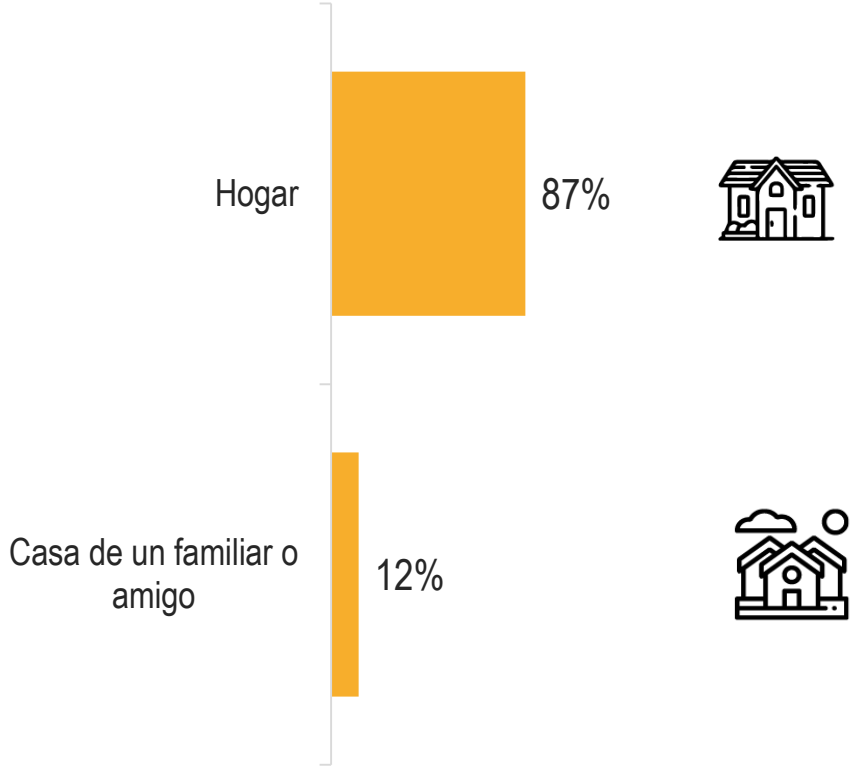
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

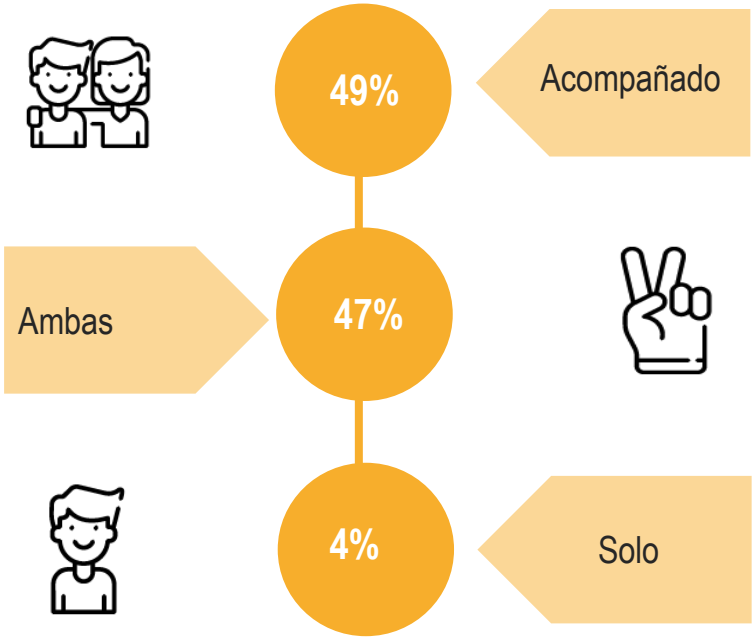
Lugares donde ve televisión de paga

Base: 95 niñas y niños que ven canales de televisión de paga
Promedio: 1 respuestas por persona*

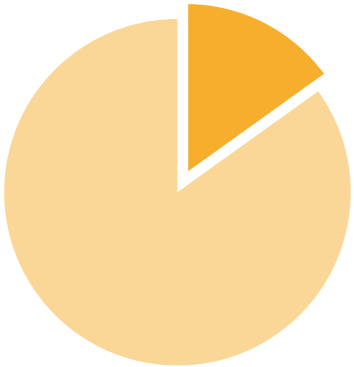


¿Con quién ve la televisión de paga?

Base: 95 niñas y niños que ven canales de televisión de paga



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

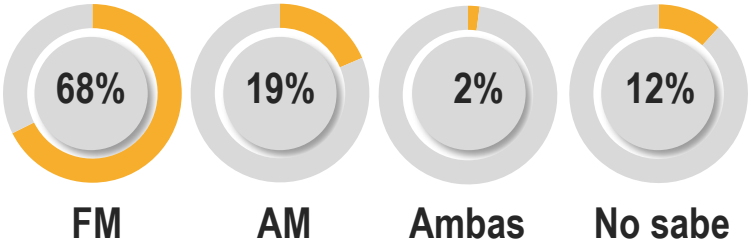


15%
de las niñas y niños escuchan radio

Base: 411 niñas y niños

Consumo por tipo de banda

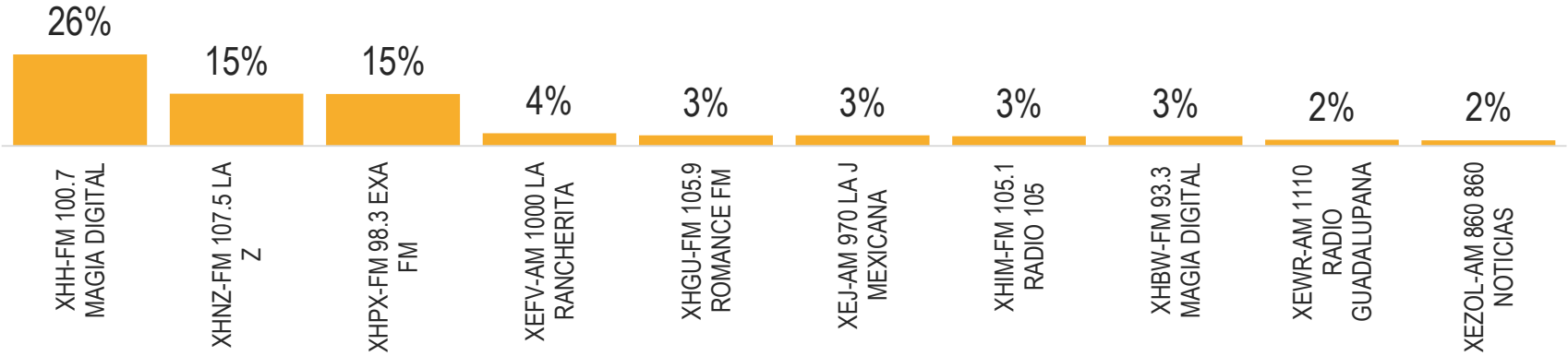
Base: 70 niñas y niños que escuchan radio



Estaciones de radio que más escucha**

Base: 70 niñas y niños que escuchan radio

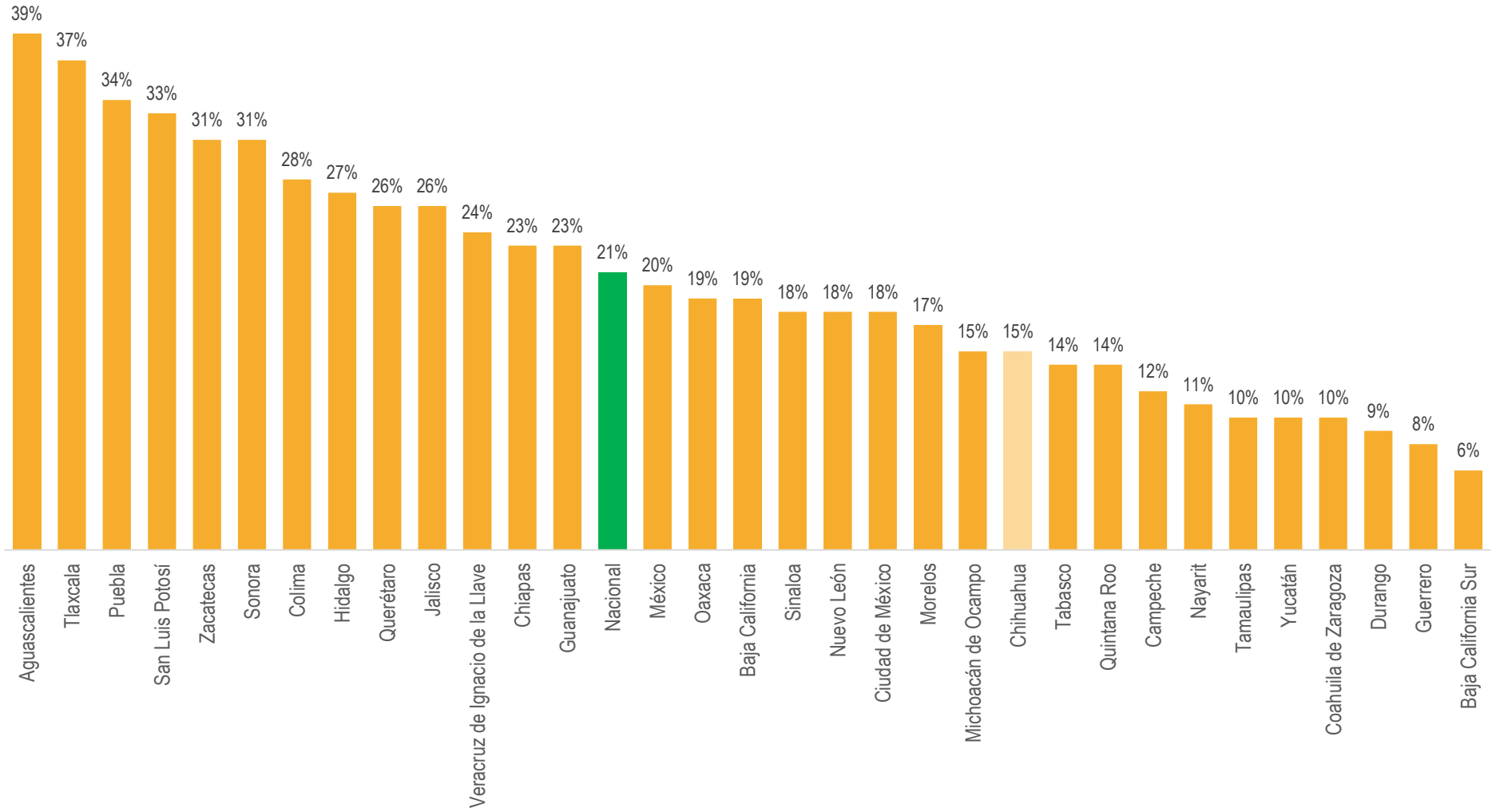
Promedio: 1 respuestas por persona*



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

**Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

Escuchan estaciones de radio – Entidades



Tipo de programas de radio más escuchados

Base: 70 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

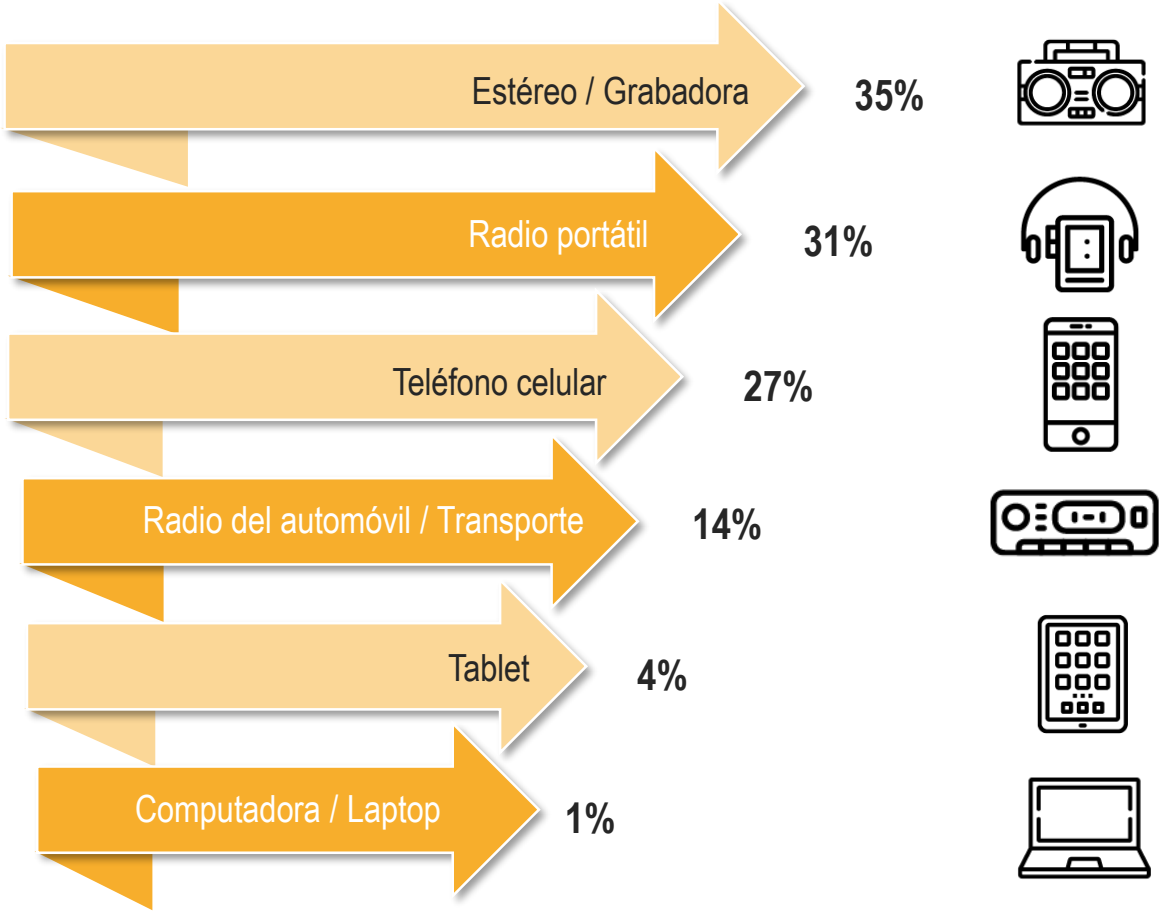
Musicales	79%
Noticias	10%
Deportes	8%
Humor / Cómicos	5%
Culturales / Científicos	2%
Programas infantiles	2%
Radionovelas	1%
Estilo de vida / Programa de revista	1%

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

Dispositivos más utilizados para escuchar radio

Base: 70 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



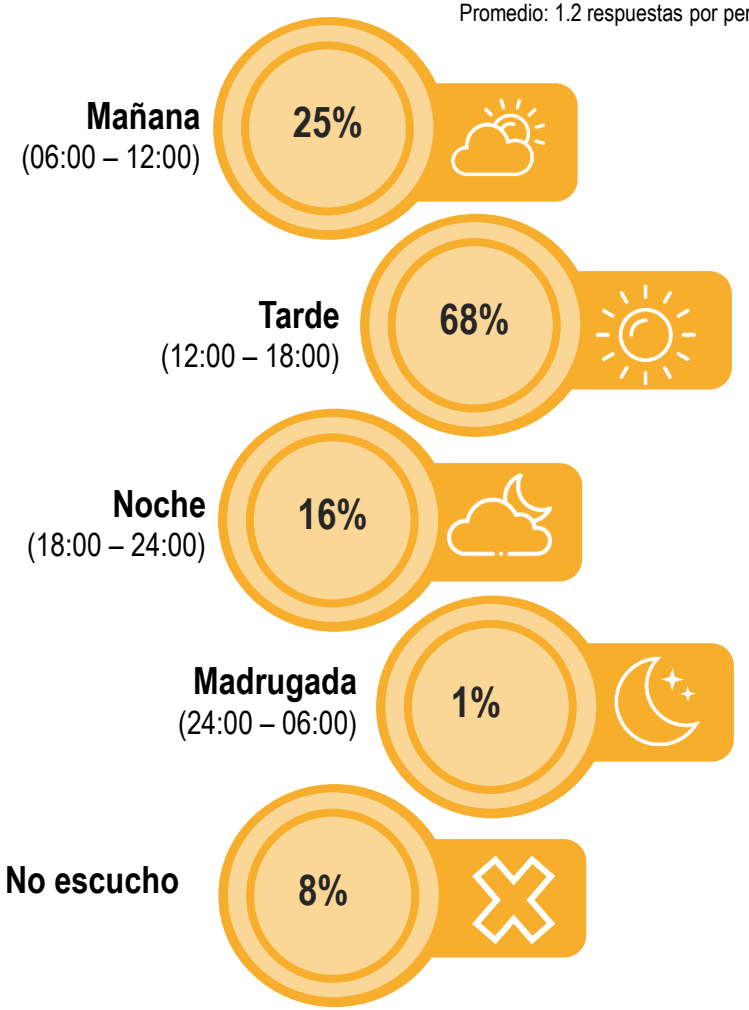
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra escuchar radio

Base: 70 niñas y niños que escuchan radio

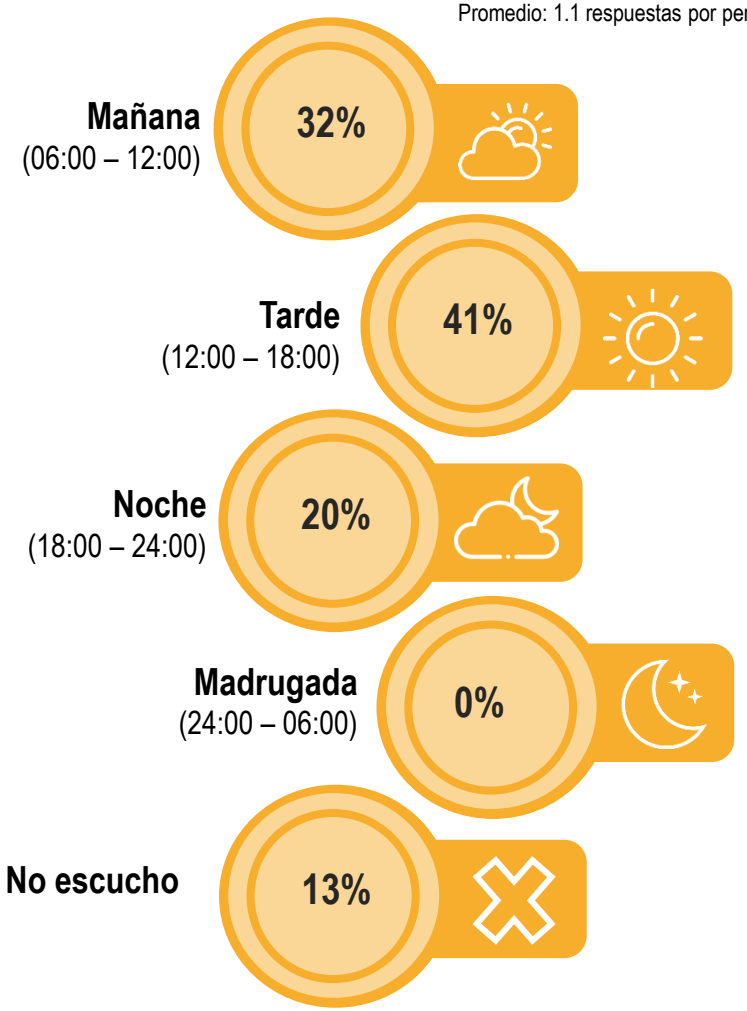
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

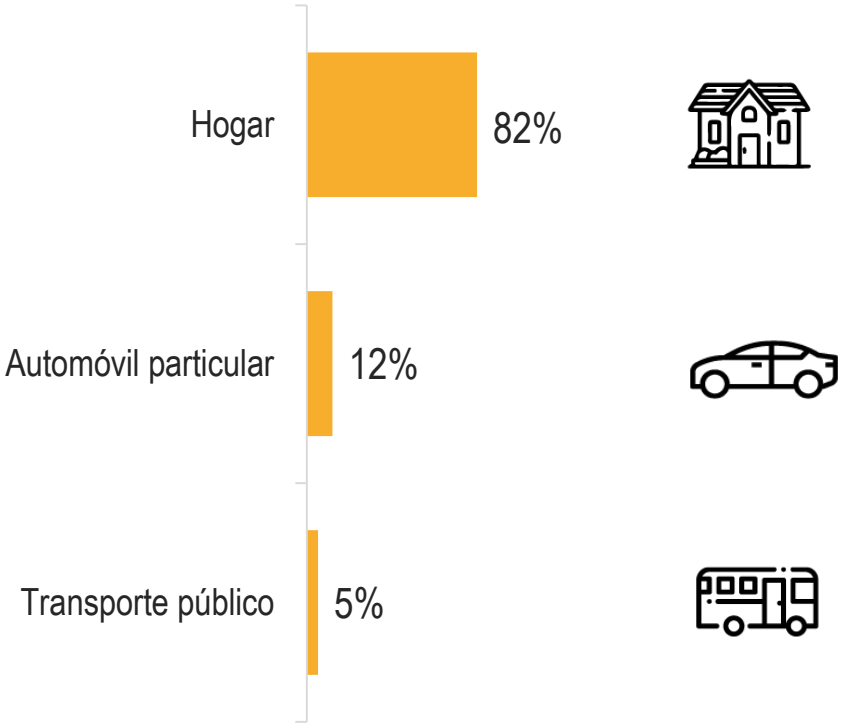


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Lugares donde escucha radio

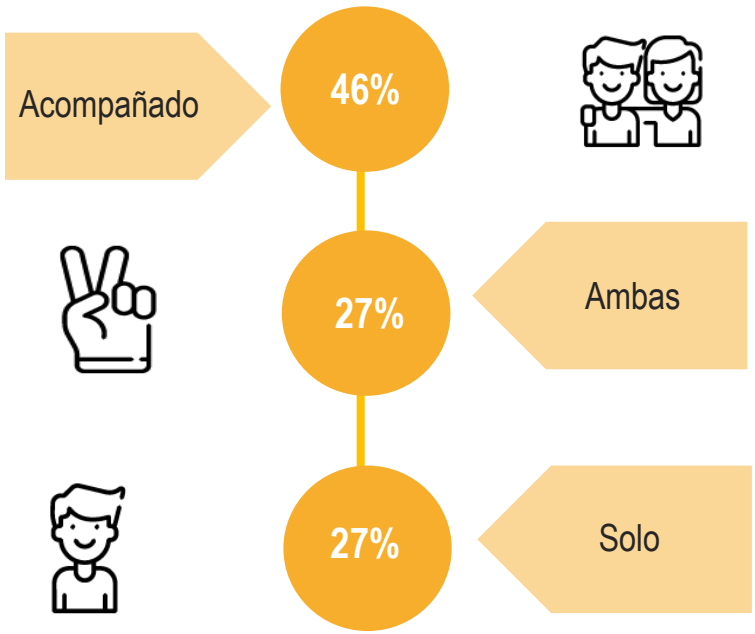
Base: 70 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

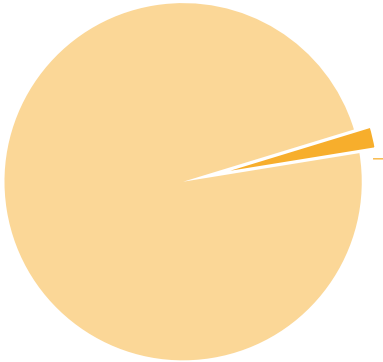


¿Con quién escucha la radio?

Base: 70 niñas y niños que escuchan radio



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



2%
de las niñas y niños escuchan radio por internet

Base: 70 niñas y niños que escuchan radio

Razones para escuchar radio por internet

Base: 2 niñas y niños que escuchan radio por internet

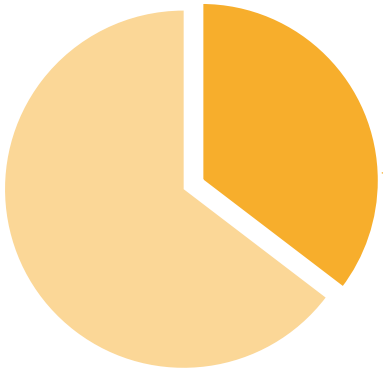
Promedio: 1 respuestas por persona*

56%	No tiene comerciales
44%	Puedo escuchar programas repetidos (Podcast)

**Base Insuficiente para análisis.

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

Contenidos por internet



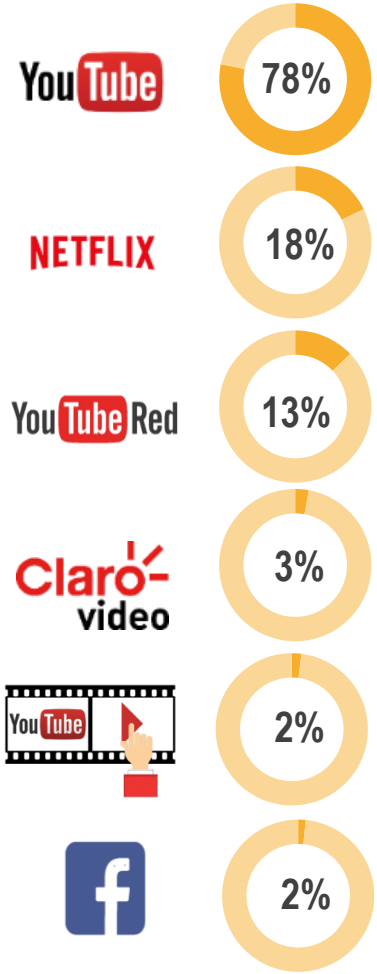
35%
de las niñas y niños acostumbran ver contenidos por internet

Base: 411 niñas y niños

Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

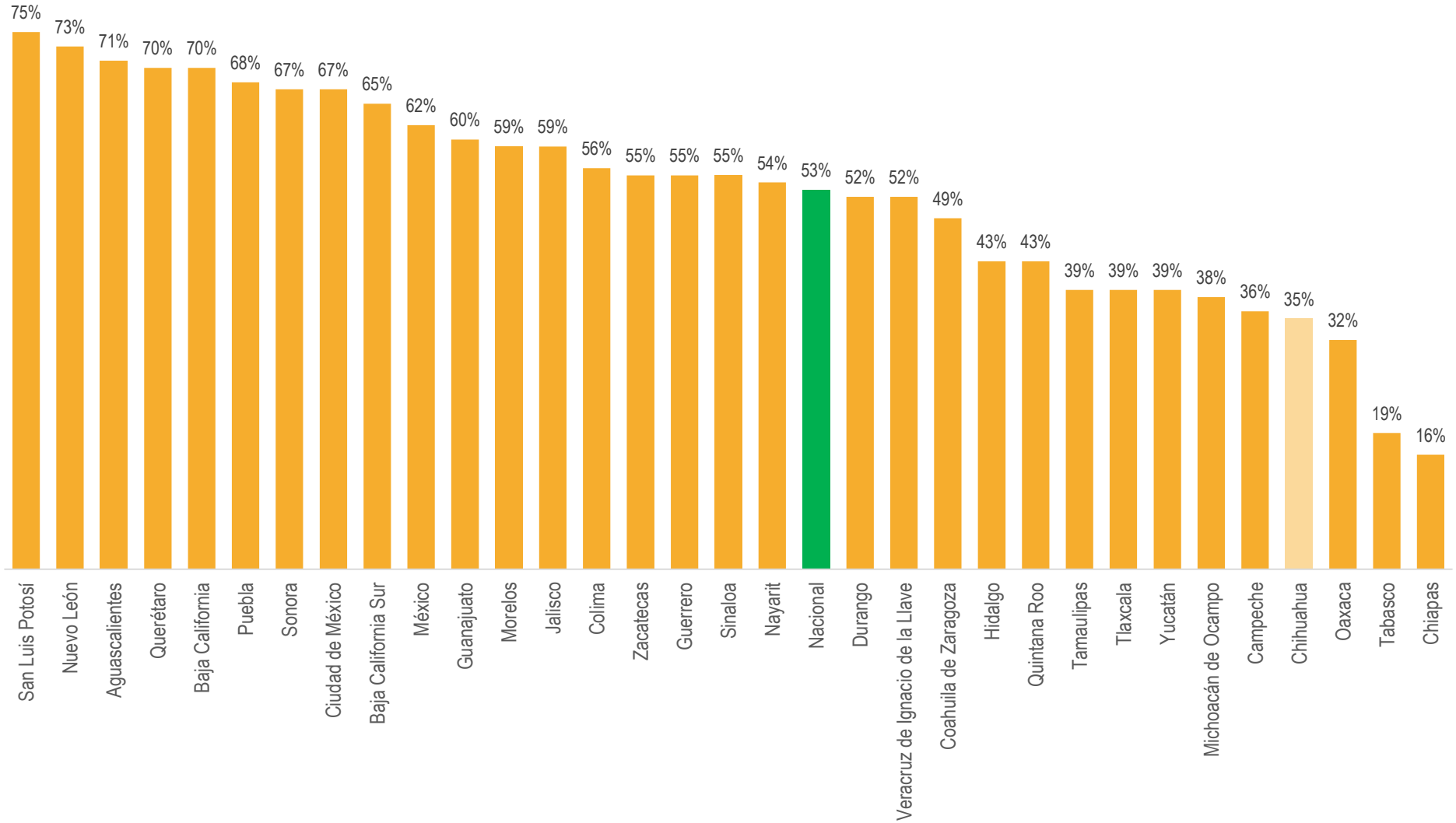
Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

Consumen contenidos por internet – Entidades



Tipo de contenidos más vistos

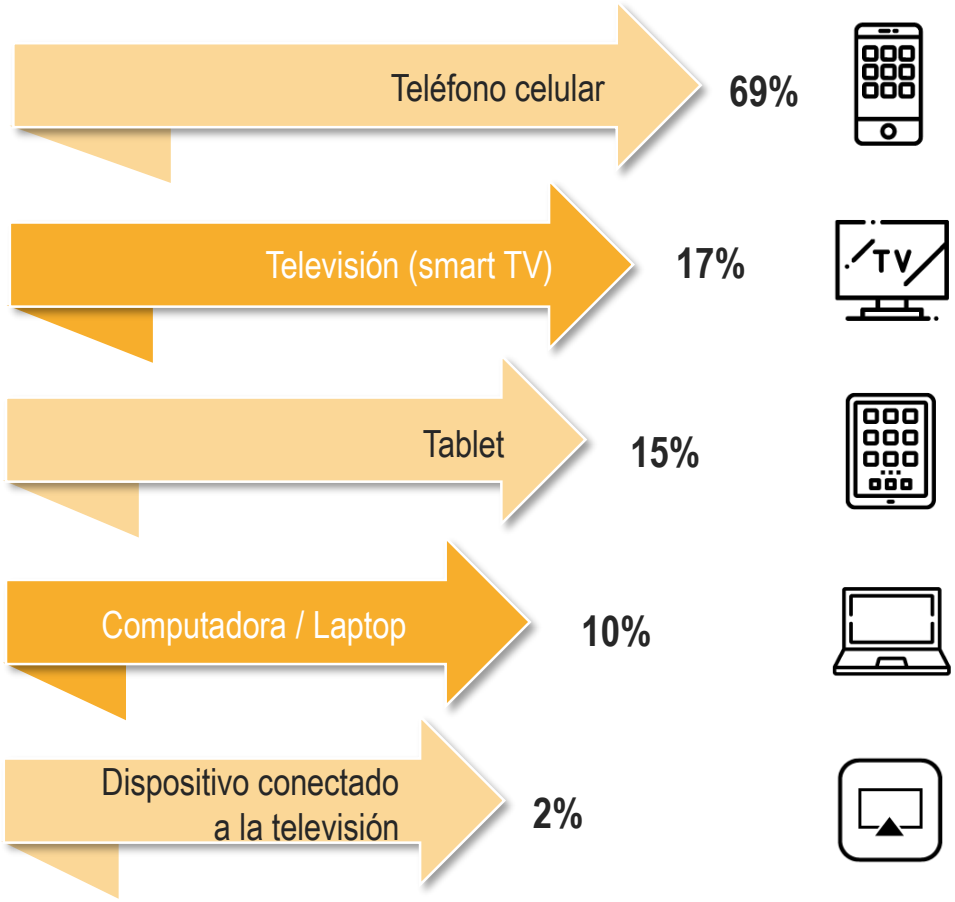
Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.4 respuestas por persona*

Películas	48%
Series	21%
Caricaturas / Programas infantiles	14%
Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc.)	11%
Animé	10%
Videos cómicos	8%
Videos musicales	8%
Deportes	7%
Telenovelas	6%
Videobloggers	5%

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

Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



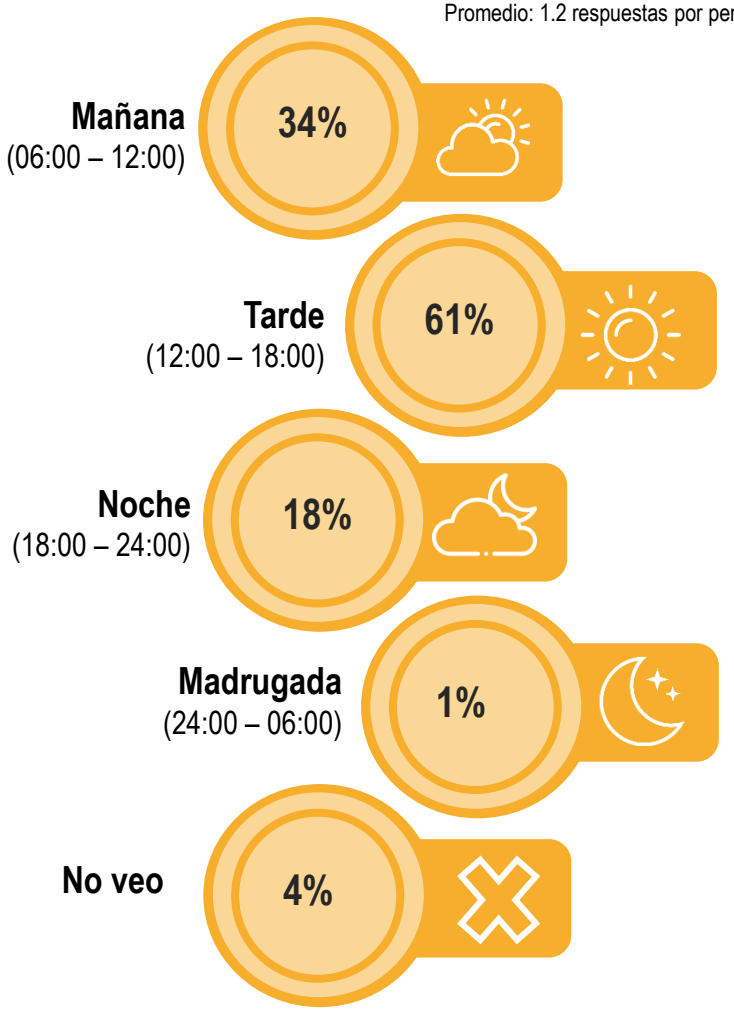
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet

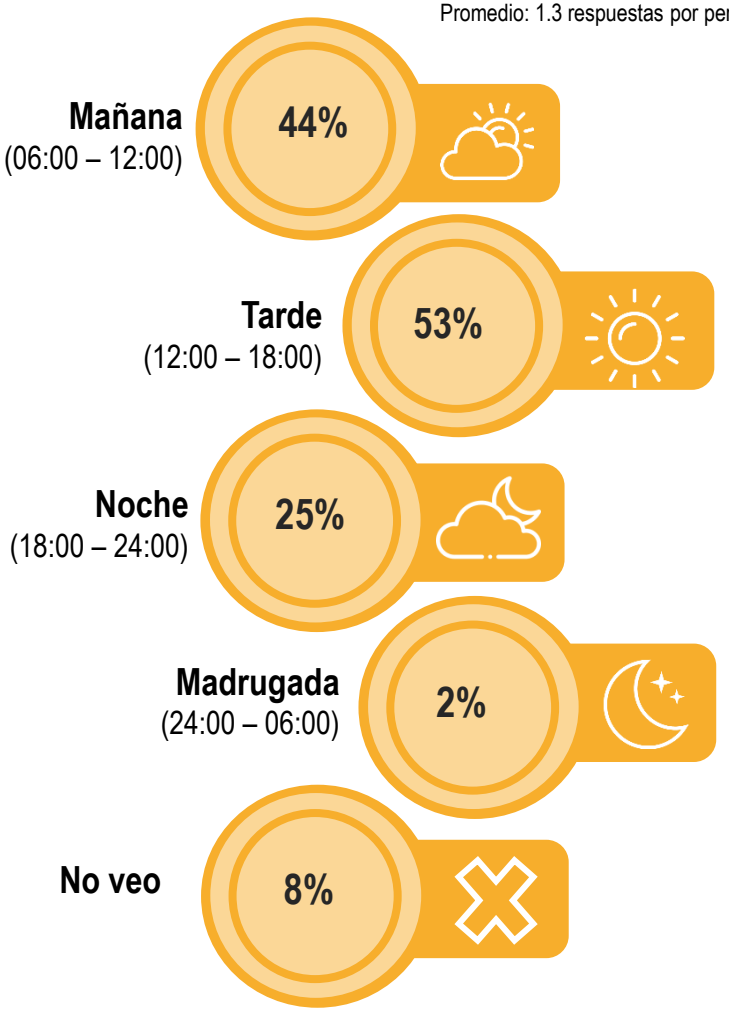
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona*

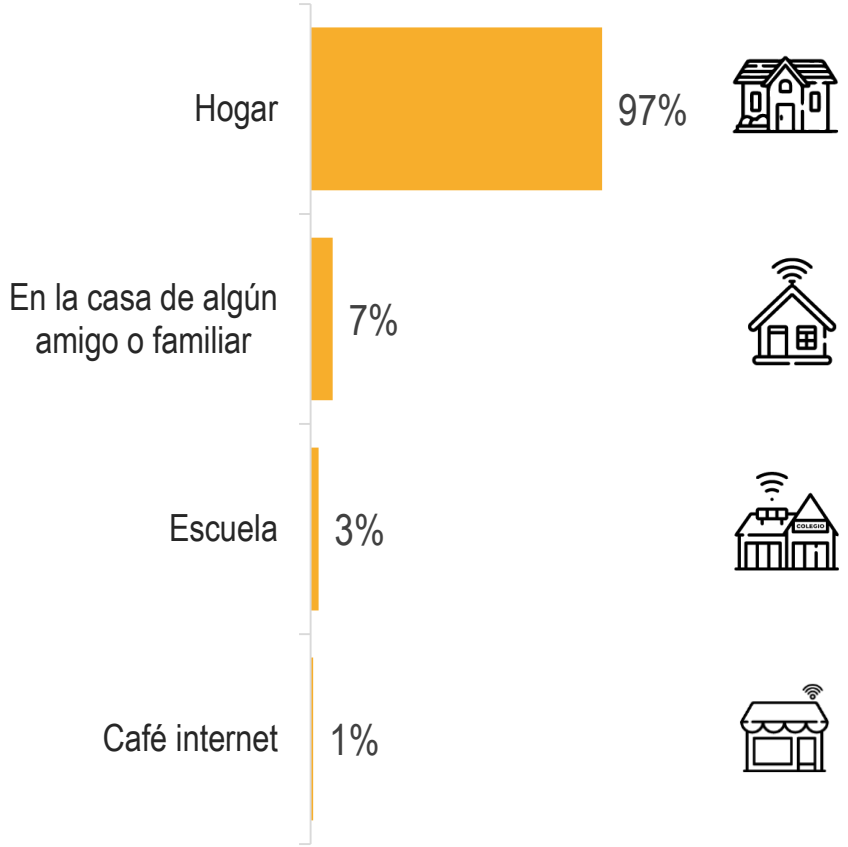


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

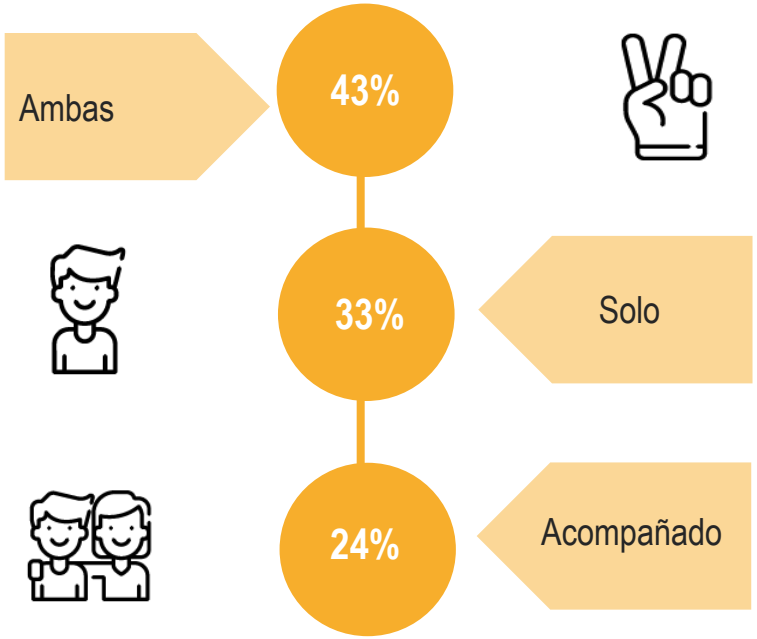
Lugares donde consume contenidos por internet

Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién ve programas en internet?

Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet

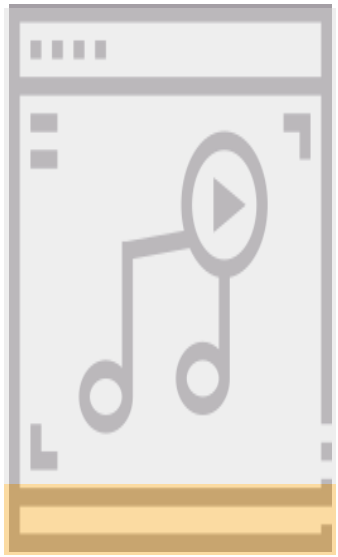


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

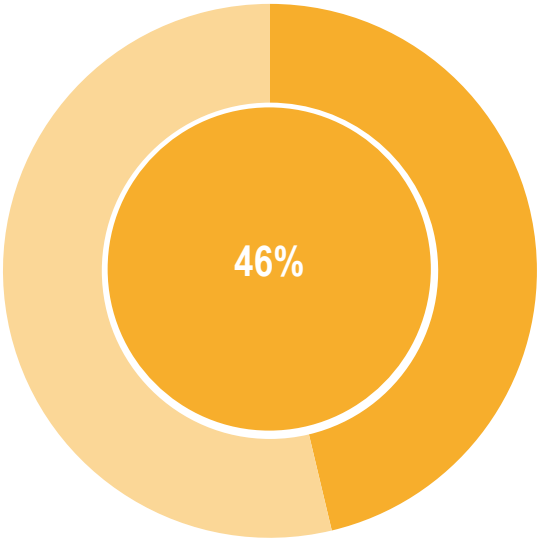
Escucha música o contenidos por internet

Base: 166 niñas y niños que consumen contenidos por internet



13%

Consumo simultáneo de internet con radio y / o televisión



Base: 23 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

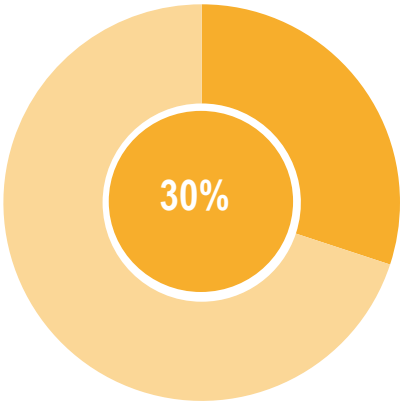
Consumo de videojuegos

Base: 411 niñas y niños

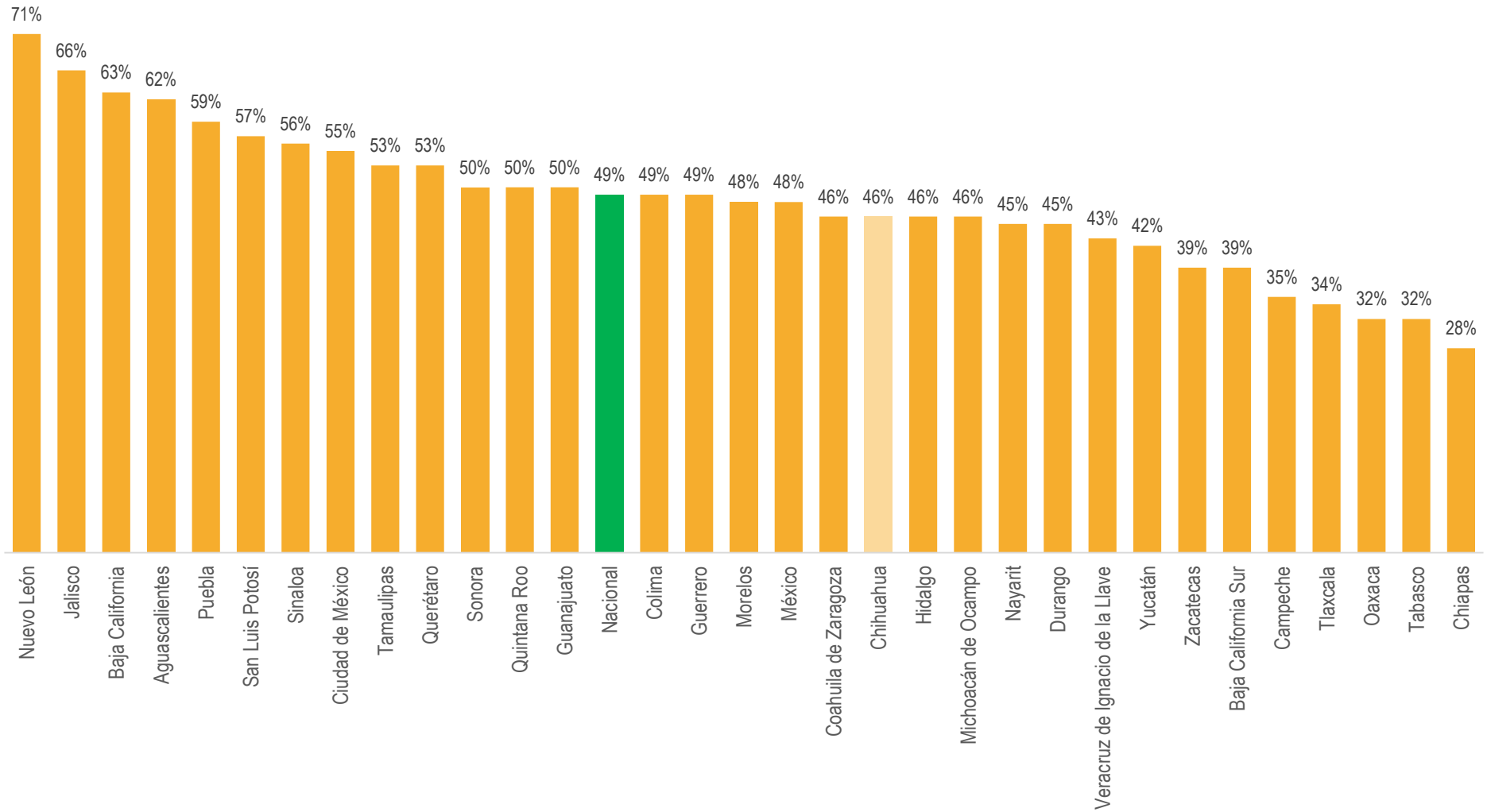
46%
de las niñas y niños juegan videojuegos

Acostumbra jugar videojuegos online

Base: 216 niñas y niños que juegan videojuegos



Juega videojuegos – Entidades



Tipo de videojuegos que más juega

Base: 216 niñas y niños que juegan videojuegos

Promedio: 1.4 respuestas por persona*

Peleas / Batallas / Lucha	37%
Deportes	25%
Carreras	20%
Aventura / RPG	16%
Infantiles	10%
De dibujo	6%
Música / Baile	6%
Belleza / Moda	6%
Estrategia	6%
Destreza / Rompecabezas	5%

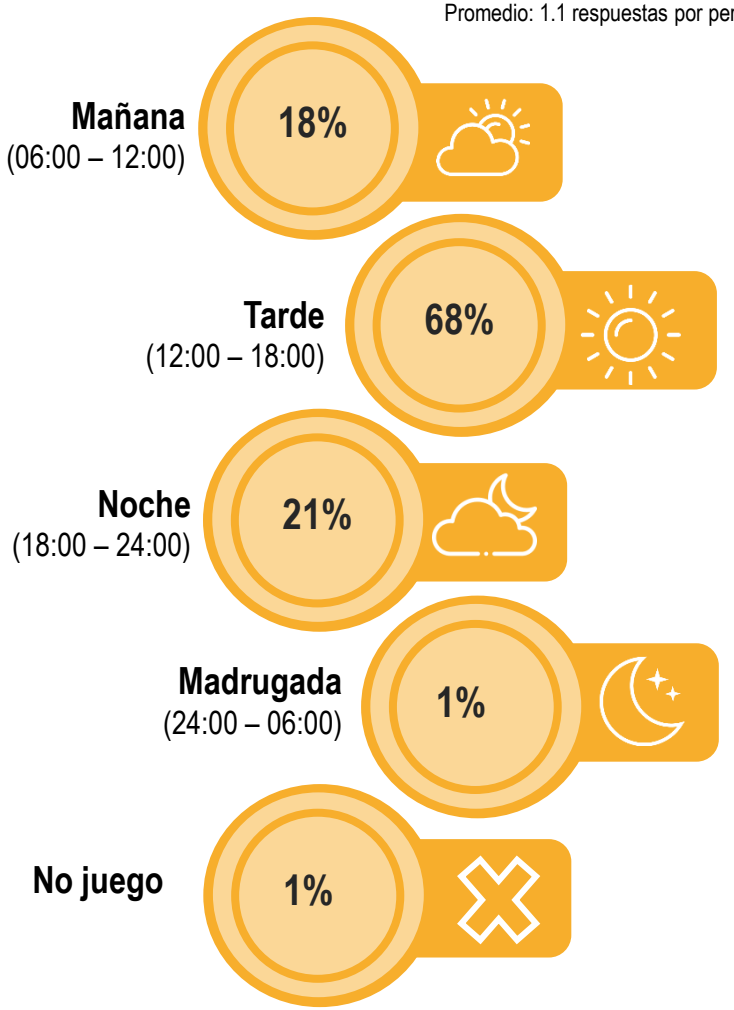
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Base: 216 niñas y niños que juegan videojuegos

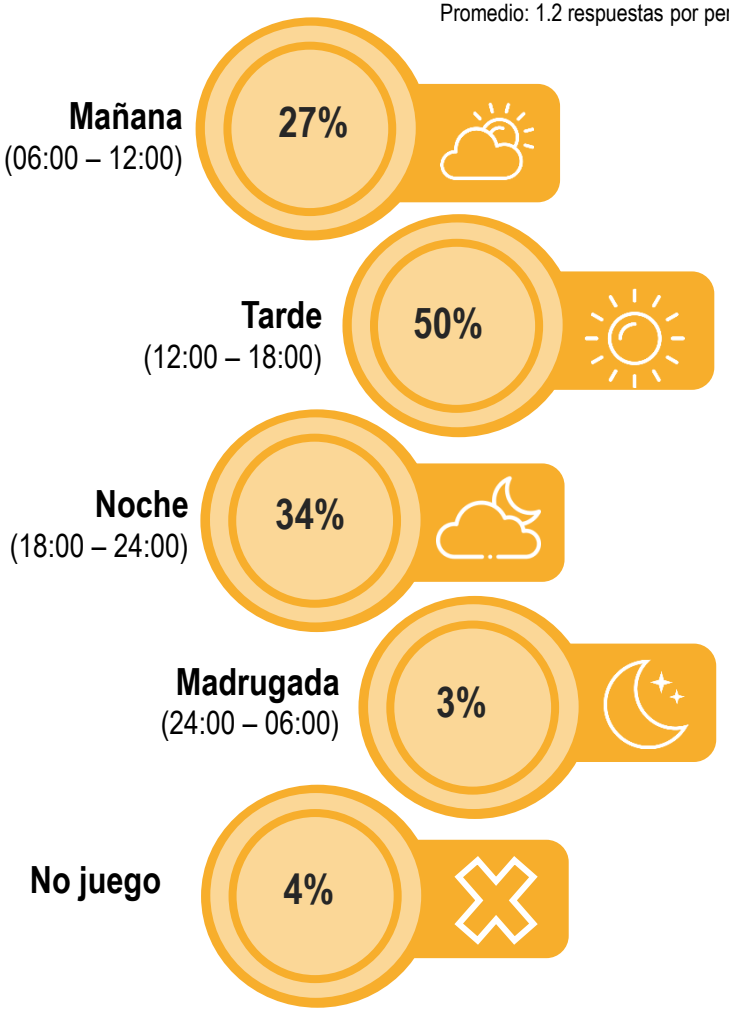
Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

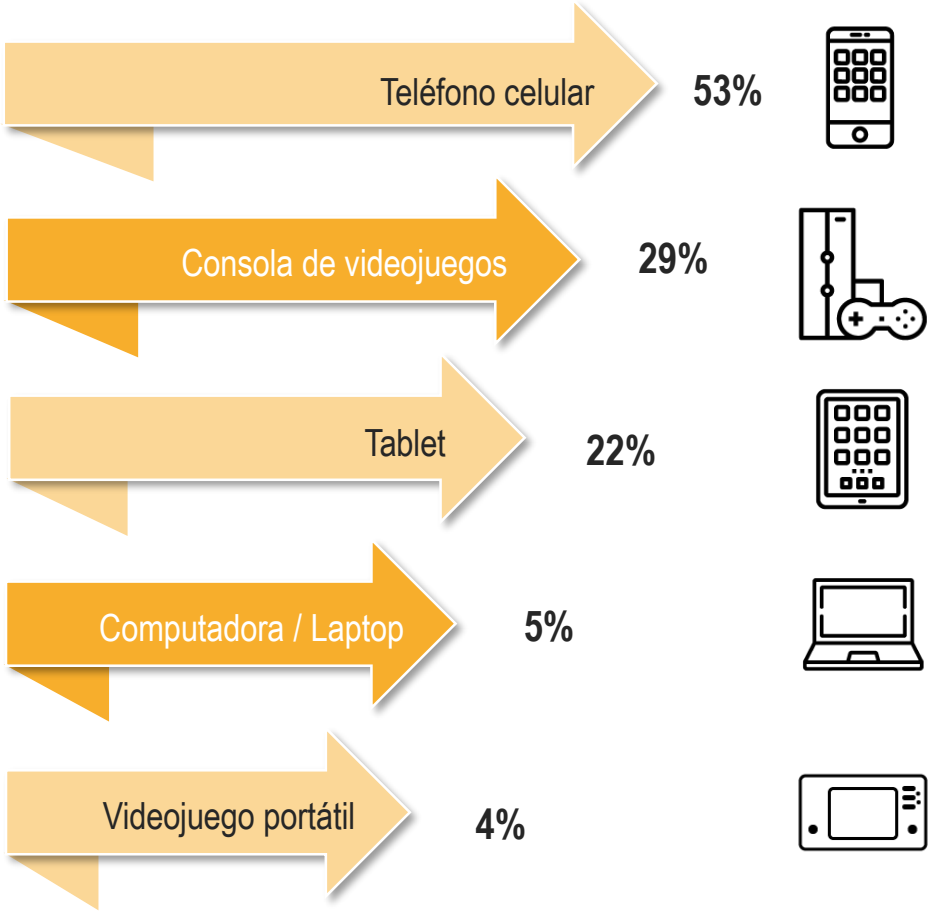


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

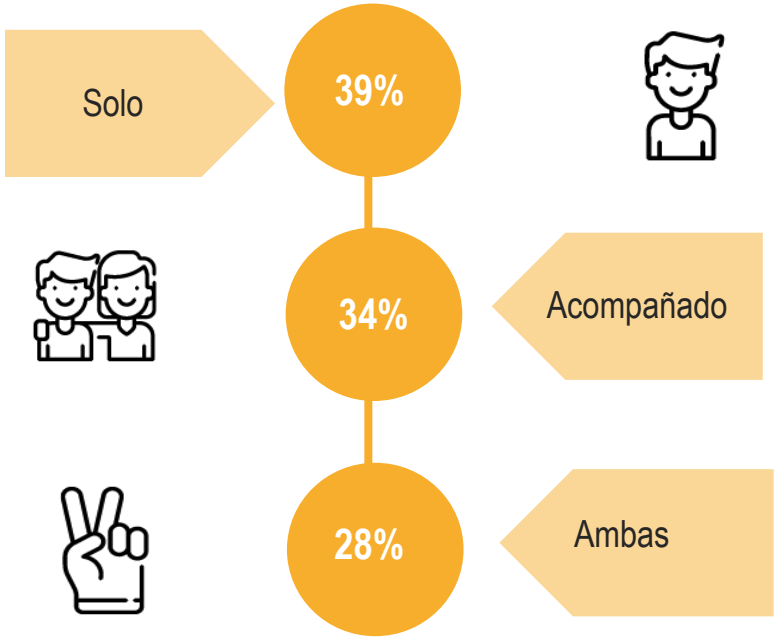
Base: 216 niñas y niños que juegan videojuegos

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién juega?

Base: 216 niñas y niños que juegan videojuegos



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

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Urbano y Rural

Principales hallazgos

- En localidades **urbanas** el **92%** de los hogares cuentan con al menos un **televisor**, frente al **85%** de las zonas **rurales**. El **número promedio de televisores** por hogar en el estrato **rural** es de **1.6** y de **2.1** en el **urbano**.
- El **71%** de los entrevistados con televisor en **zonas rurales** dijeron depender de la **televisión abierta**, mientras que este porcentaje es del **63%** en localidades **urbanas.**
- En el ámbito **urbano** la principal razón para **contratar televisión de paga** es contar con **mayores opciones de contenidos y canales**, mientras que en el segmento **rural** la principal razón es **tener más opciones de contenidos y canales**.
- Un **68%** de las personas con televisión en el sector **urbano**, dijo **ver contenidos de la televisión abierta**, este porcentaje es del **54%** para el caso **rural**.
- Los canales de televisión abierta **más vistos** en las localidades **urbanas** son **Las Estrellas**, **Canal 5** y **Azteca Uno**. En las localidades **rurales** los canales más vistos son **Las Estrellas**, **Azteca Uno y Canal 5**.
- Entre las personas que cuentan con **televisión de paga**, un **62% ve canales de televisión abierta** en el ámbito **urbano**, mientras que este porcentaje es **78%** para el ámbito **rural**.
- El **36%** de las personas en localidades **urbanas** escuchan la **radio**, comparado con el **18%** observado en **localidades rurales**.
- Los programas **musicales** y de **noticias** son los **tipos de programas** más escuchados tanto en localidades **rurales** como **urbanas**.

Principales hallazgos

- El porcentaje de personas que consumen **contenidos por internet** es mayor en zonas **urbanas** que en rurales, en una relación del **36%** frente a **14%**, respectivamente.
- **YouTube** es el portal **más usado** y el **teléfono celular** el **dispositivo** que **más se ocupa** para ver contenidos por internet, en ambos tipos de localidades.
- El **39%** de las personas de **zonas urbanas** que ven contenidos por internet lo hace en **plataformas de paga**; mientras que en el caso **rural** alcanza el **31%**.
- Respecto a **videojuegos**, **19%** de las personas de localidades **urbanas** indicaron que los consumen, comparado con **10%** en localidades **rurales**.
- El **dispositivo** que destaca para uso de **videojuegos** en localidades **urbanas** es **el teléfono celular**, con un **48%** respecto al **68%** para rurales.
- **77%** de las personas de 16 años o más que viven en **zonas urbanas** declaran **seguir las noticias**, mientras que en **zonas rurales**, este grupo alcanza el **50%**.
- Los **principales medios de comunicación** para seguir las noticias en zonas urbanas son **televisión abierta**, **redes sociales y radio**. En el caso de zonas rurales, son **televisión abierta**, **radio** y **amistades**.

Equipamiento del hogar

Urbano

Base urbano: 3,870 hogares
Promedio urbano: 3.1 respuestas por hogar*

Rural

Base rural: 271 hogares
Promedio rural: 2.0 respuestas por hogar*

	Urbano	Rural
Televisor	92	85
Teléfono celular	75	47
Radio	40	31
Teléfono fijo	30	11
Laptop o computadora	24	7
Tablet	17	6
Consola de videojuegos	13	4
Blu-ray/ DVD	11	8
Dispositivos para contenidos en línea	9	4
Ninguno	1	7

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

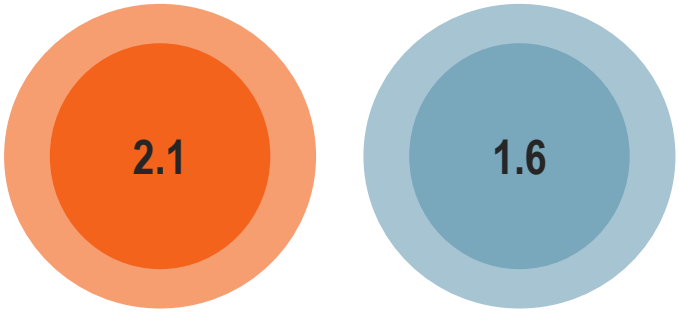
Urbano

Rural

Promedio de televisores en el hogar

Base urbano: 3,623 hogares con televisor

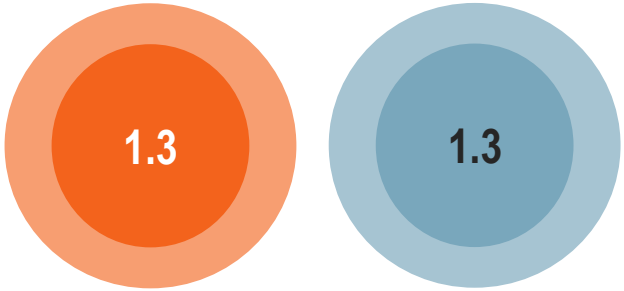
Base rural: 230 hogares con televisor



Promedio de radios en el hogar

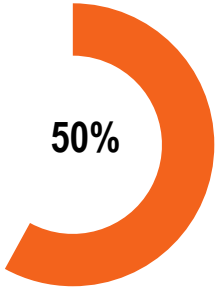
Base urbano: 1,553 hogares con radio

Base rural: 101 hogares con radio

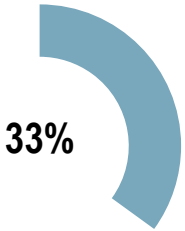


Presencia de smart tv y smartphone en el hogar

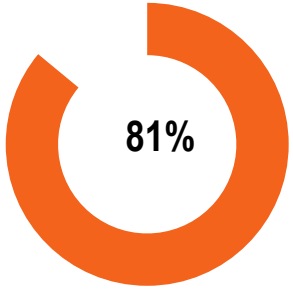
Base urbano: 3,125 hogares que tienen televisor digital



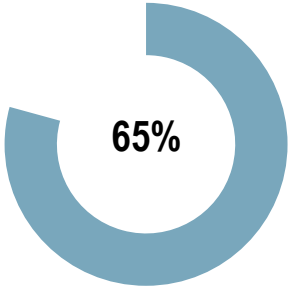
Base rural: 152 hogares que tienen televisor digital



Base urbano: 2,983 hogares que tienen teléfono celular

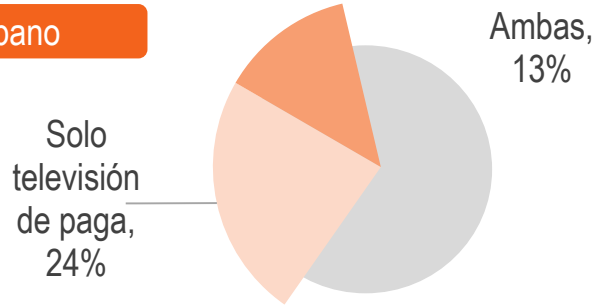


Base rural: 164 hogares que tienen teléfono celular

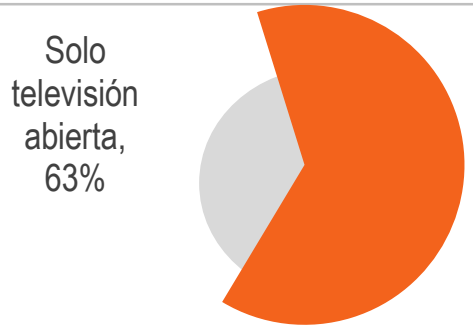


Tipo de señal en el hogar

Urbano



Base urbano: 3,623 hogares con televisor



Base urbano: 3,623 hogares con televisor

Principal razón para contratar televisión de paga

Base urbano: 1,322 hogares con televisión de paga
Promedio urbano: 1.0 respuestas por hogar*

Tener más opciones de contenidos y canales	46%
Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor	15%
Precio accesible	11%
Transmiten programas que no puedo ver en otro lado	10%
No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta	8%
Permite acceder a contenidos en otras plataformas	4%

Principal razón para no contratar televisión de paga

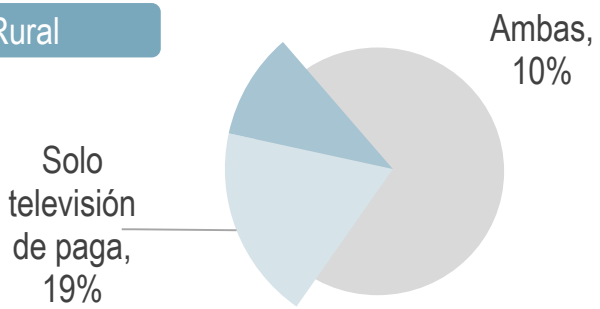
Base urbano: 2,301 hogares con solo televisión abierta
Promedio urbano: 1.0 respuestas por hogar*

Por el precio	63%
Veo poco tiempo la televisión	23%
Los canales de televisión abierta son suficientes	6%
Porque consumo contenidos por internet (YouTube, Netflix, etc)	3%
No hay un proveedor o servicio que me convenza	2%
No hay en mi localidad	1%

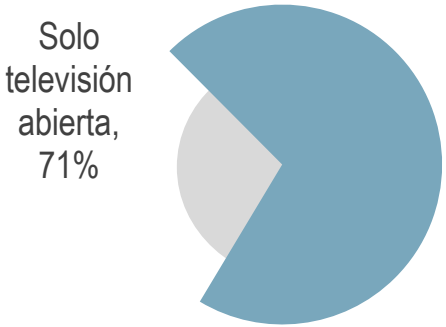
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Tipo de señal en el hogar

Rural



Base rural: 230 hogares con televisor



Base rural: 230 hogares con televisor

Principal razón para contratar televisión de paga

Base rural: 72 hogares con televisión de paga

Promedio rural: 1.0 respuestas por hogar*

Tener más opciones de contenidos y canales	36%
No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta	21%
Precio accesible	15%
Transmiten programas que no puedo ver en otro lado	9%
Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor	8%
Permite acceder a contenidos en otras plataformas	6%

Principal razón para no contratar televisión de paga

Base rural: 158 hogares con solo televisión abierta

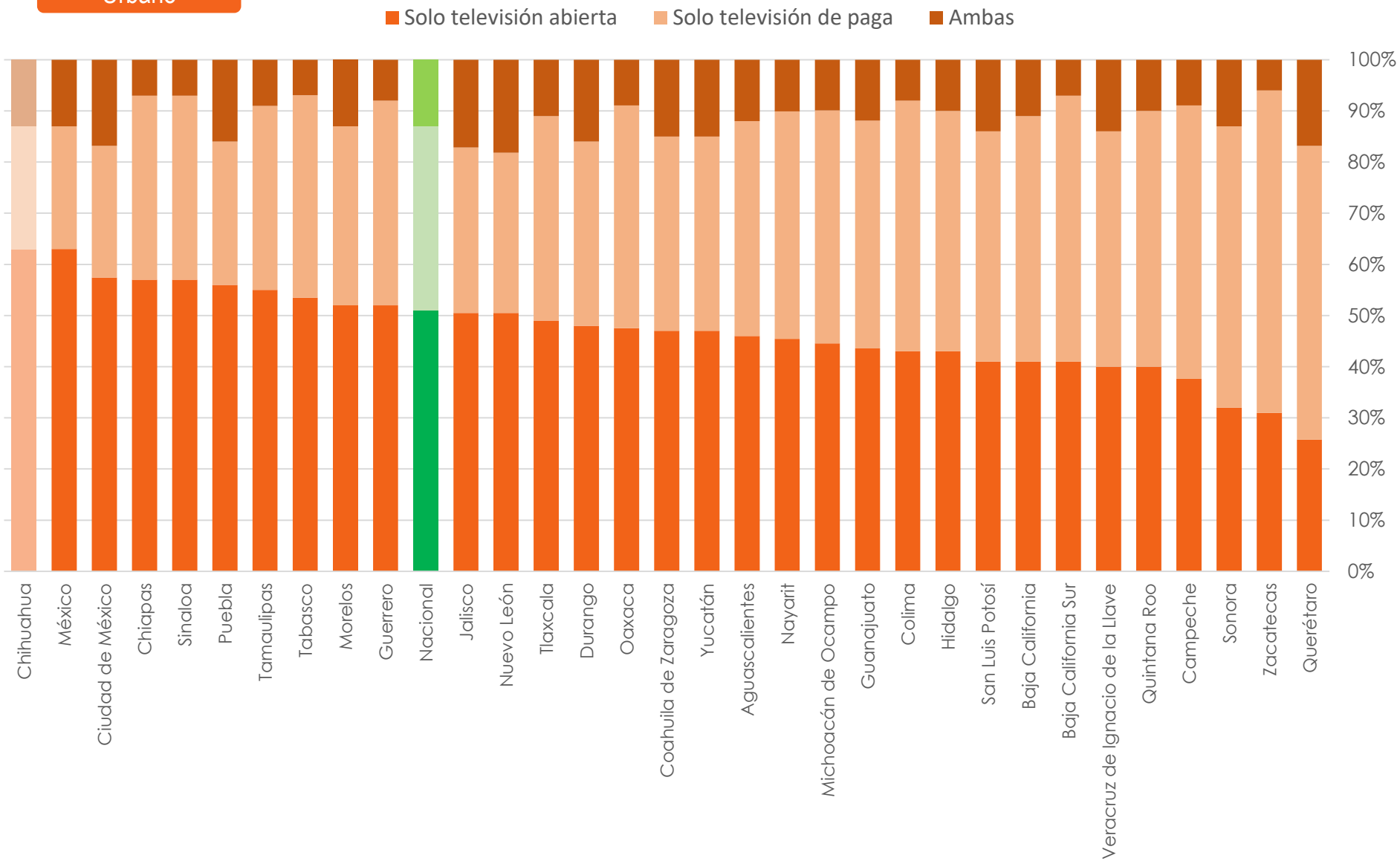
Promedio rural: 1.0 respuestas por hogar*

Por el precio	81%
Veo poco tiempo la televisión	13%
No hay un proveedor o servicio que me convenza	4%
No hay en mi localidad	2%
Los canales de televisión abierta son suficientes	1%

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

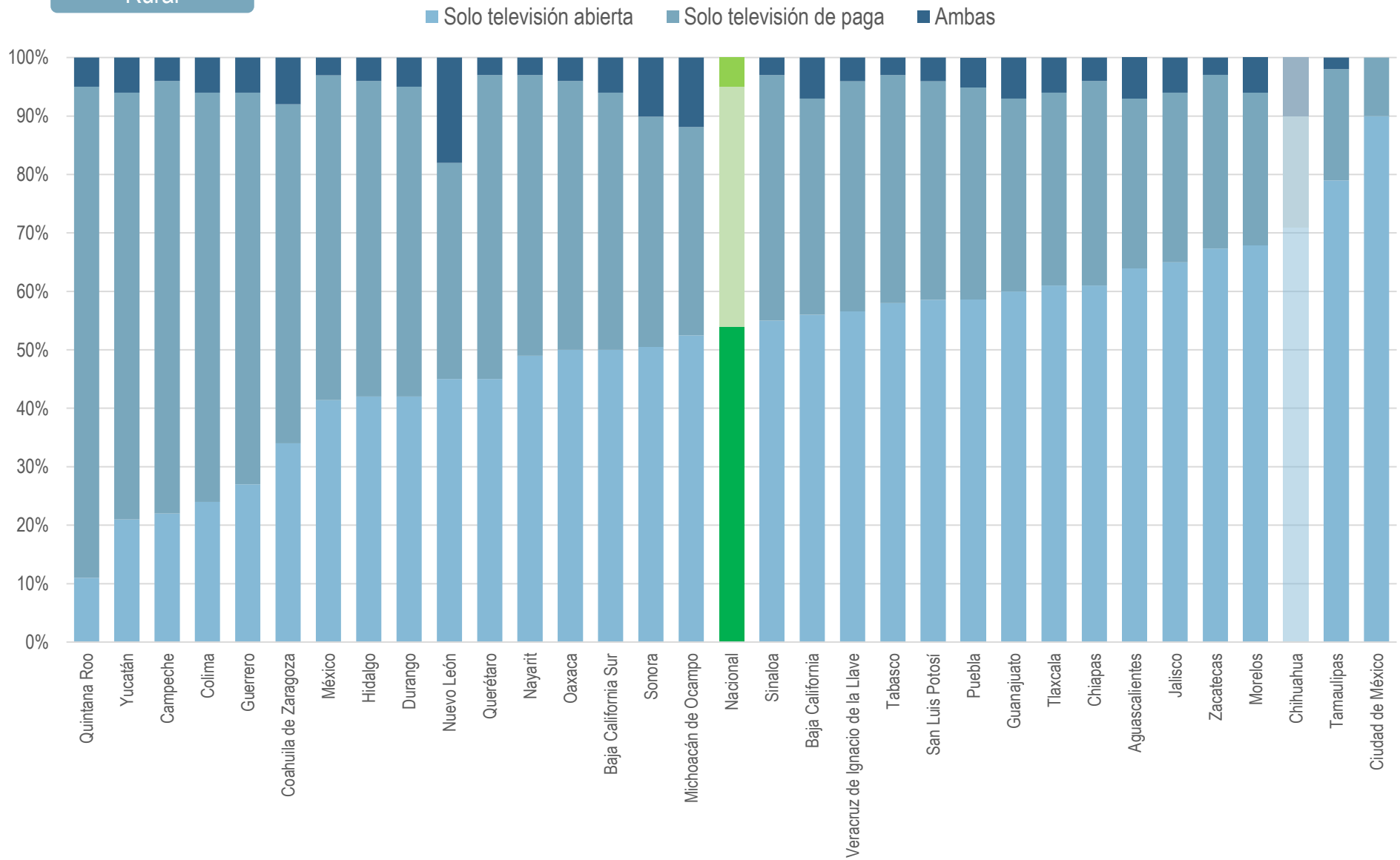
Tipo de señal en el hogar - Entidades

Urbano



Tipo de señal en el hogar - Entidades

Rural



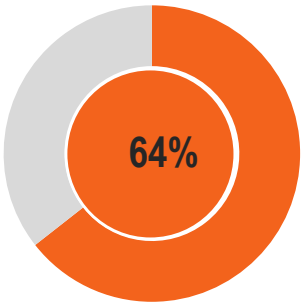
Uso de internet

Urbano

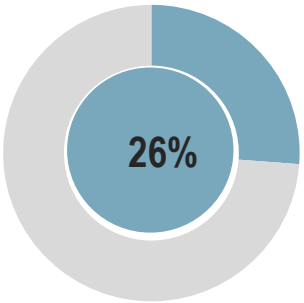
Rural

Uso de internet en la casa o en cualquier otro lugar

Base urbano: 3,870 personas



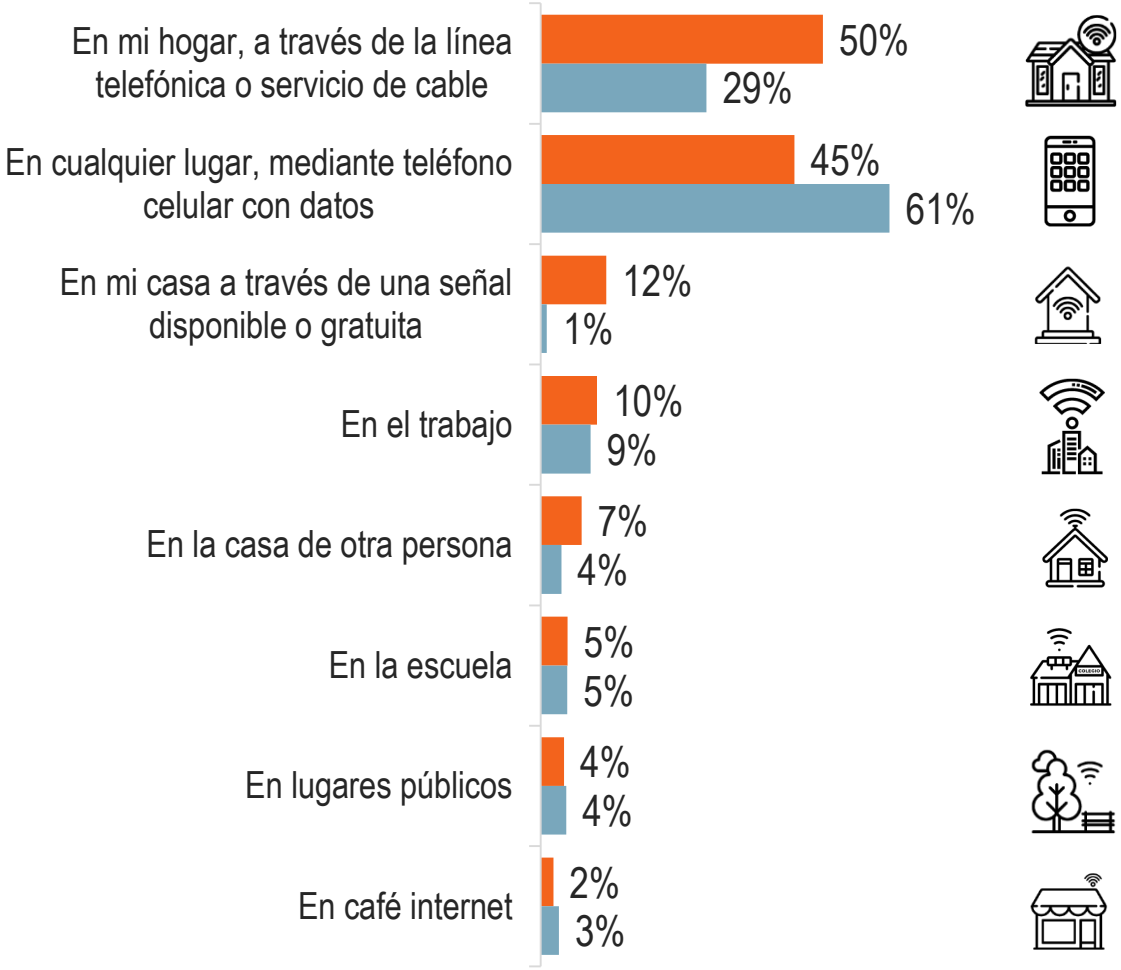
Base rural: 271 personas



Lugares para acceder a internet

Base urbano: 2,674 personas que usan internet
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

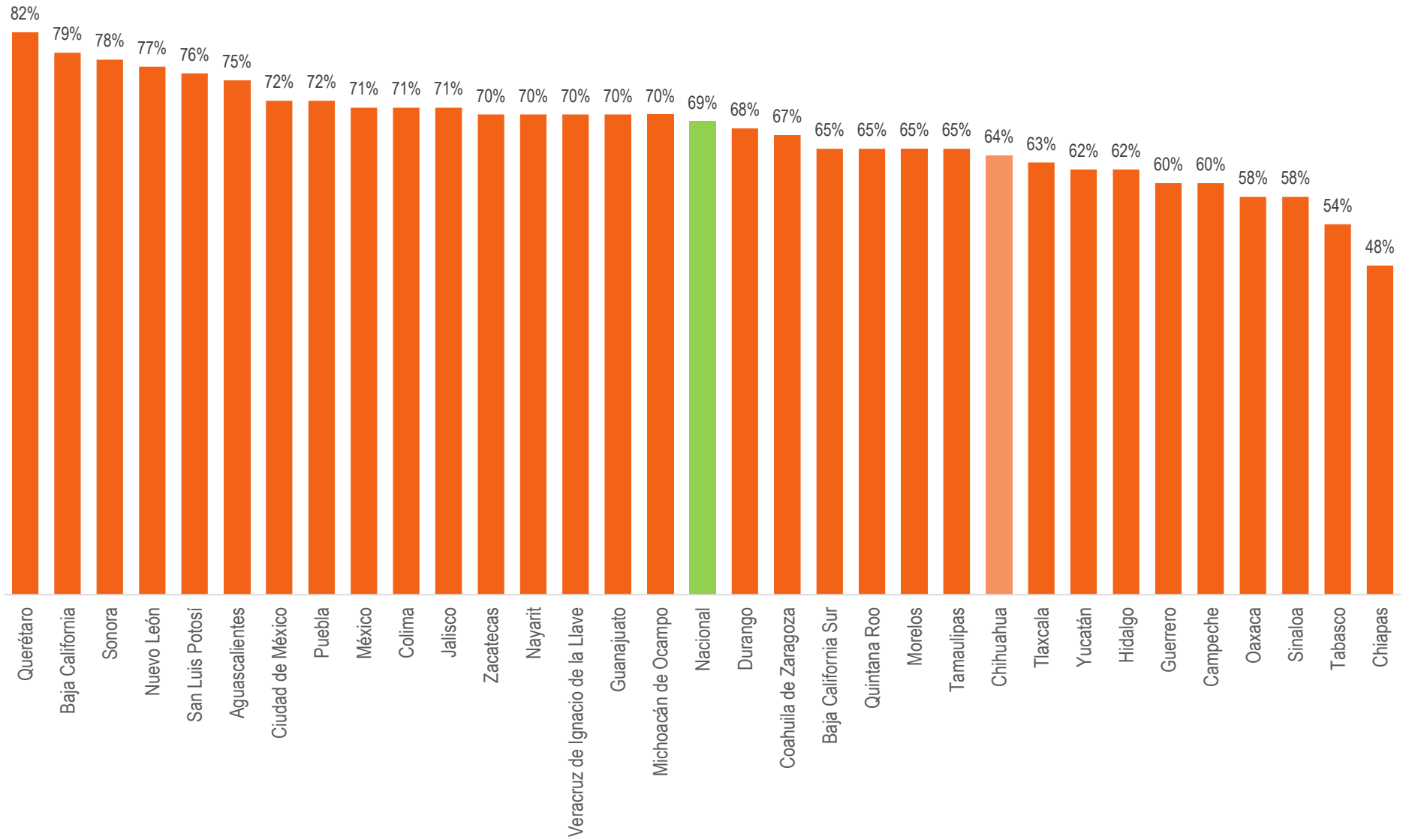
Base rural: 101 personas que usan internet
Promedio rural: 1.2 respuestas por persona*



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

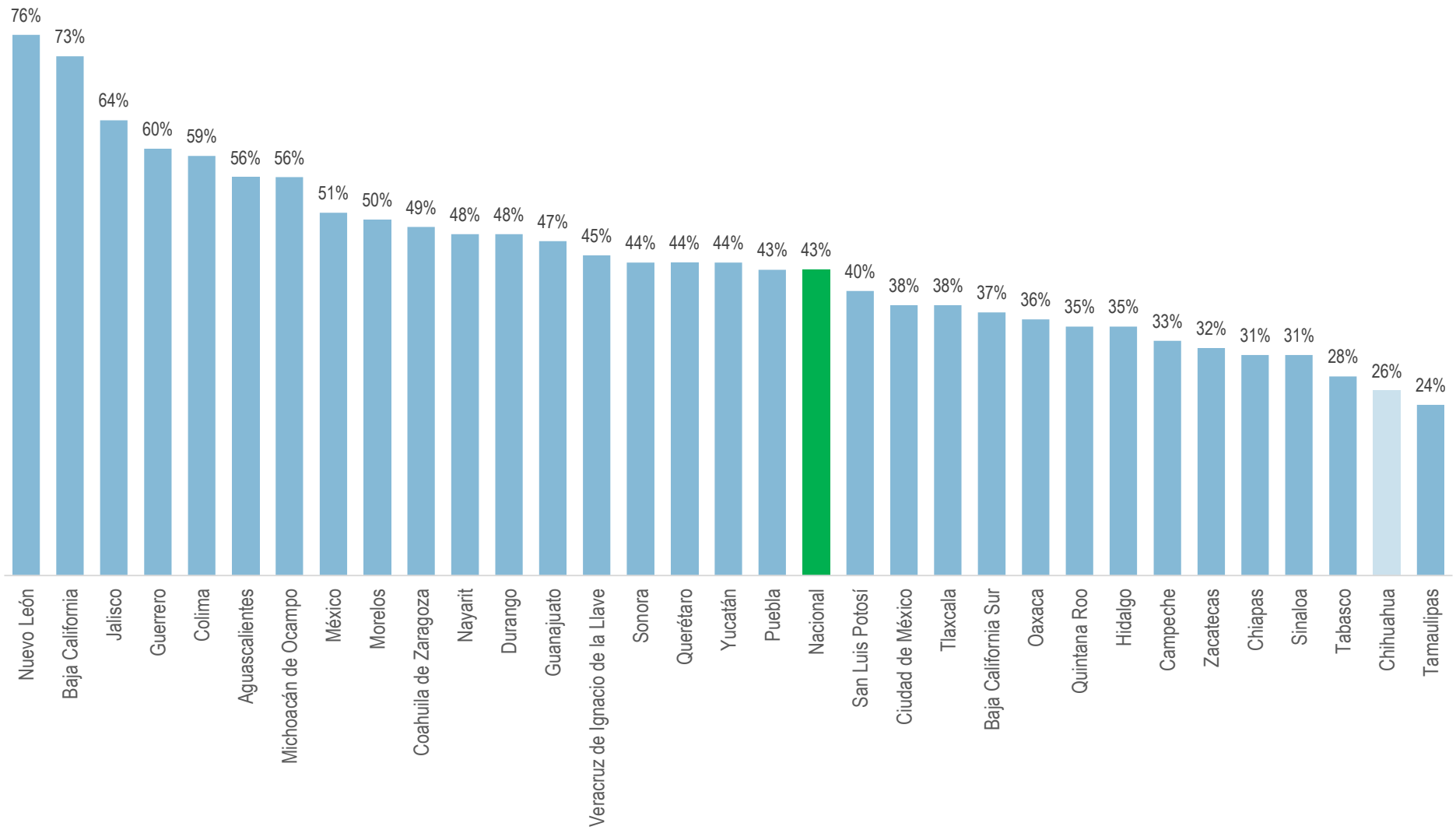
Uso de internet – Entidades

Urbano



Uso de internet – Entidades

Rural



Redes sociales y mensajería instantánea

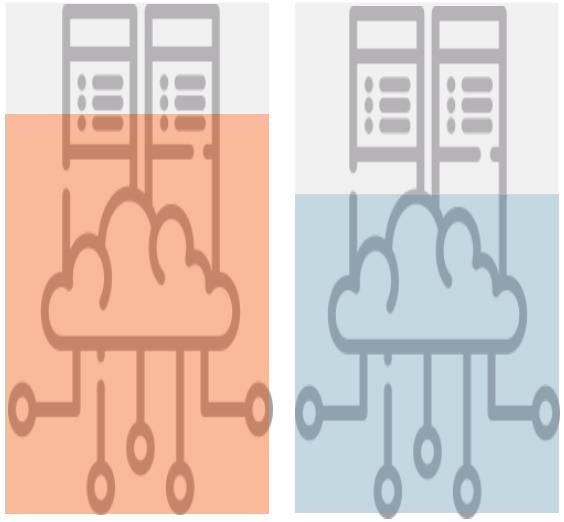
Urbano

Rural

Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 2,674 personas que usan internet

Base rural: 101 personas que usan internet



78%

62%

Redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 2,105 personas que utilizan redes sociales y mensajería instantánea

Promedio urbano: 2.7 respuestas por persona*

WhatsApp	76%
Facebook	75%
Facebook Messenger	40%
Instagram	19%
YouTube	18%

Base rural: 78 personas que utilizan redes sociales y mensajería instantánea

Promedio rural: 2.5 respuestas por persona*

Facebook	78%
WhatsApp	77%
Facebook Messenger	33%
YouTube	26%
Google+	13%

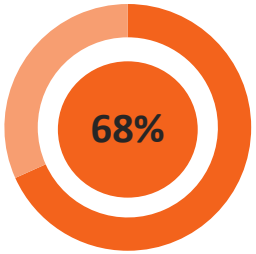
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

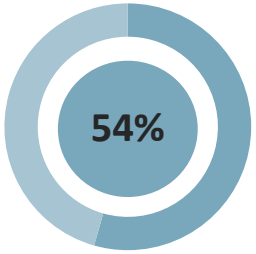
Urbano

Rural

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



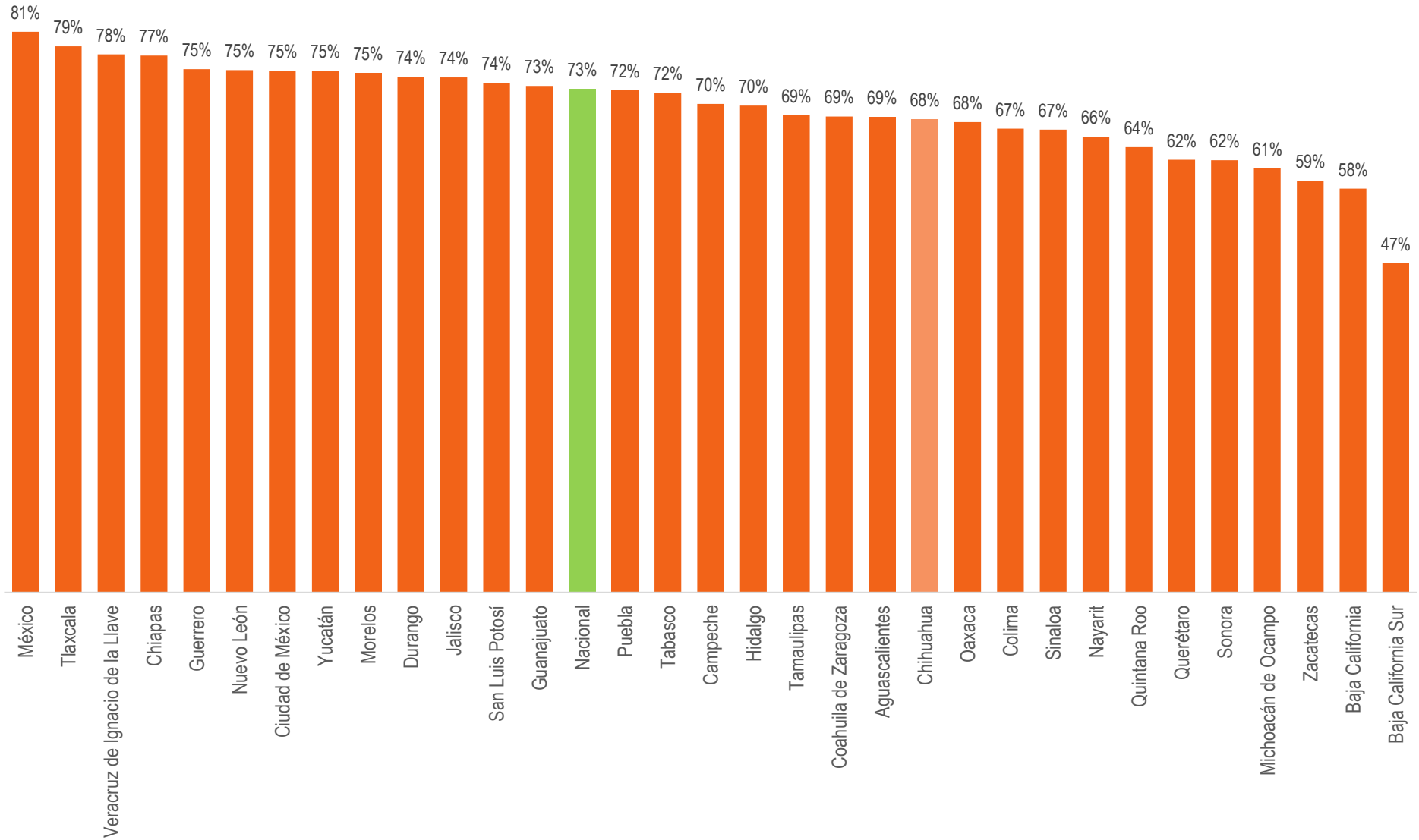
Base urbano: 3,623 personas que tienen televisor



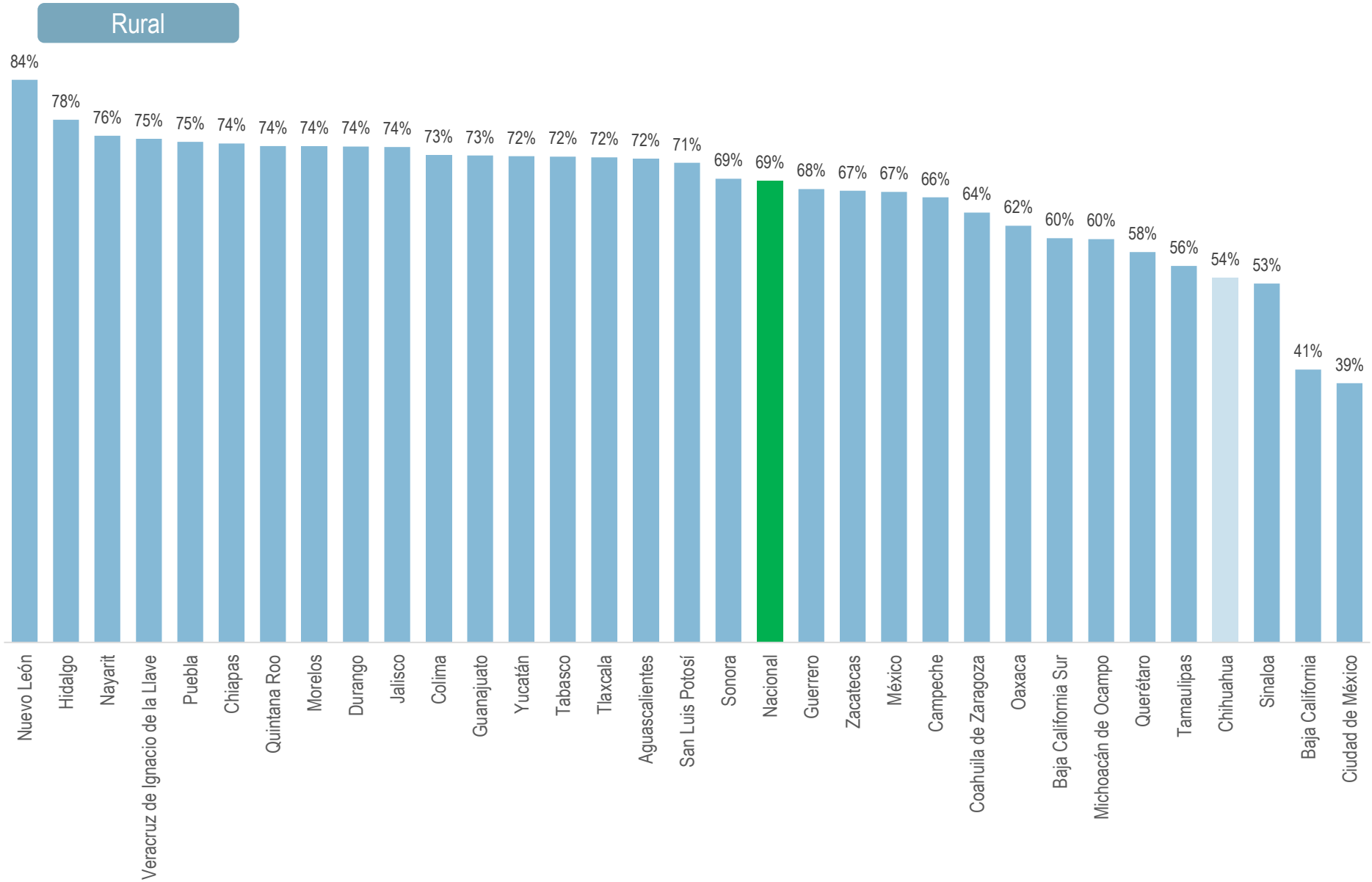
Base rural: 230 personas que tienen televisor

Ven canales de televisión abierta – Entidades

Urbano



Ven canales de televisión abierta – Entidades



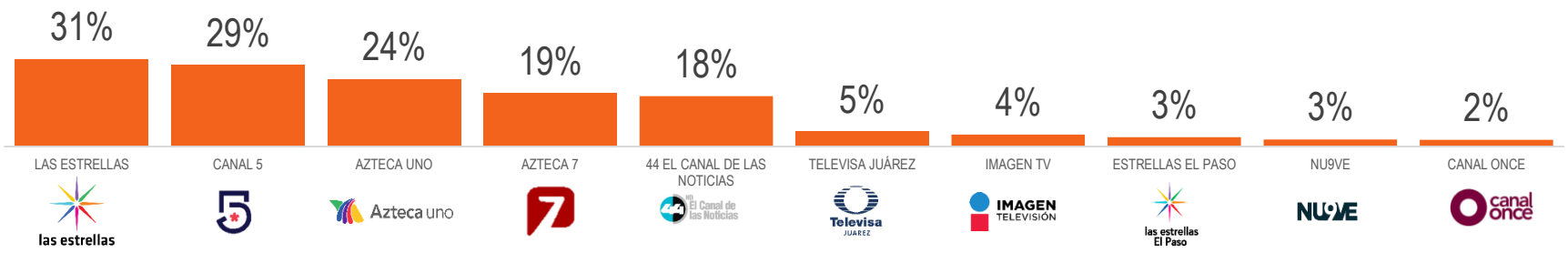
Televisión abierta

Urbano

Rural

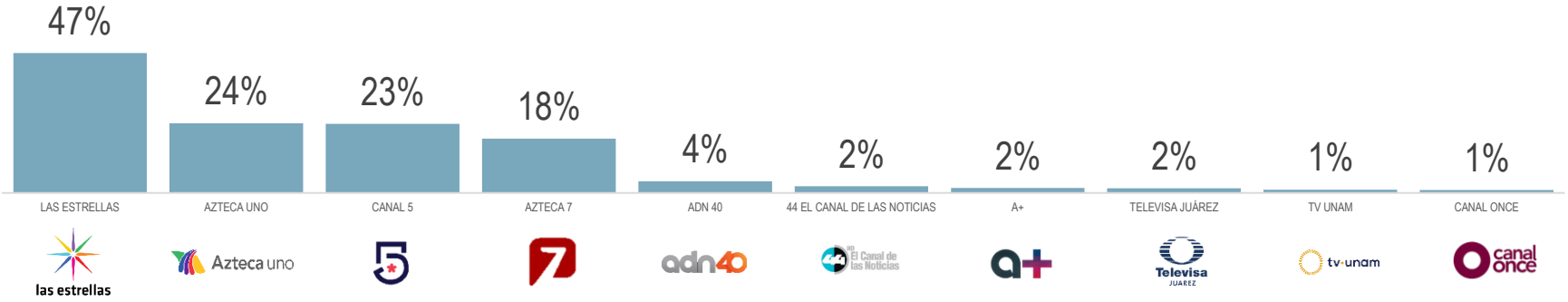
Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base urbano: 2,409 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona*



Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base rural: 114 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio rural: 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Televisión abierta

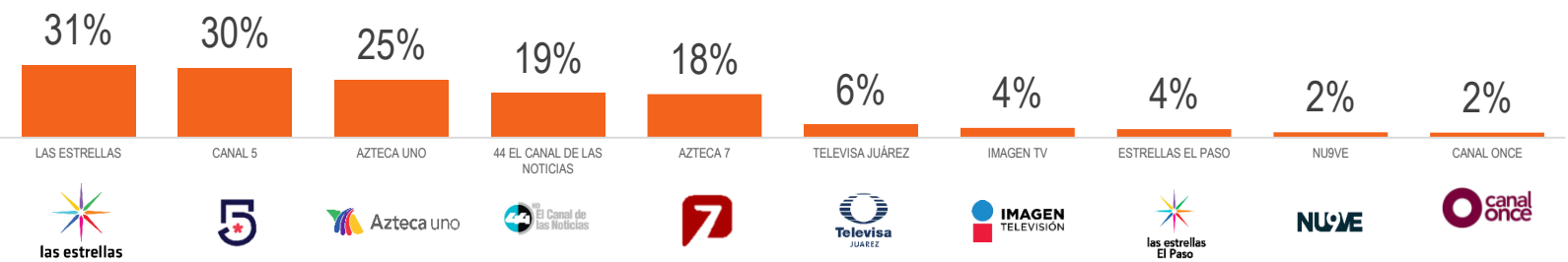
Urbano

Rural

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

Base urbano: 1,788 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

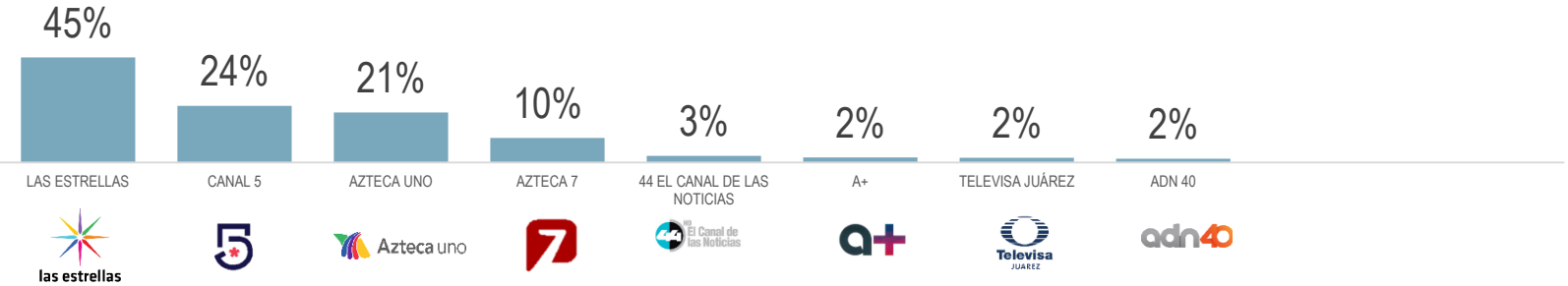
Promedio urbano: 1.6 respuestas por persona*



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

Base rural: 79 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

Promedio rural: 1.2 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Televisión abierta

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**

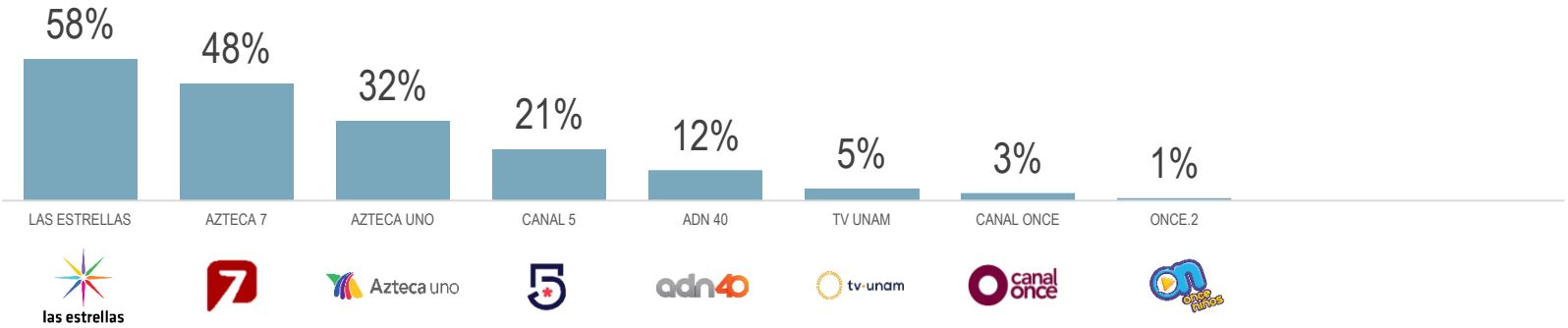
Base urbano: 621 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

Promedio urbano: 1.7 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: 35 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

Promedio rural: 1.9 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Urbano | Rural

Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base urbano: 2,409 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio urbano: 1.6 respuestas por persona*

Base rural: 114 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Películas	32%	23%
Noticias	31%	26%
Telenovelas	28%	23%
Deportes	18%	15%
Series	14%	10%
Caricaturas / Programas infantiles	13%	10%
Musicales	5%	7%
Comedia / Cómicos	4%	3%
Reality show	3%	0%
Concursos	3%	7%

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

Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Urbano

Base urbano: 2,409 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio urbano entre semana: 1.2 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.3 respuestas por persona*

Lunes a viernes

	Urbano	Rural
Mañana (06:00 – 12:00)	25%	24%
Tarde (12:00 – 18:00)	49%	49%
Noche (18:00 – 24:00)	44%	37%
Madrugada (24:00 – 06:00)	2%	5%
No veo	2%	2%

Rural

Base rural: 114 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio rural entre semana: 1.2 respuestas por persona*
Promedio rural fin de semana: 1.1 respuestas por persona*

Sábado y domingo

	Urbano	Rural
Mañana (06:00 – 12:00)	29%	33%
Tarde (12:00 – 18:00)	44%	33%
Noche (18:00 – 24:00)	31%	28%
Madrugada (24:00 – 06:00)	3%	2%
No veo	20%	18%

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

Televisión abierta

Urbano

Rural

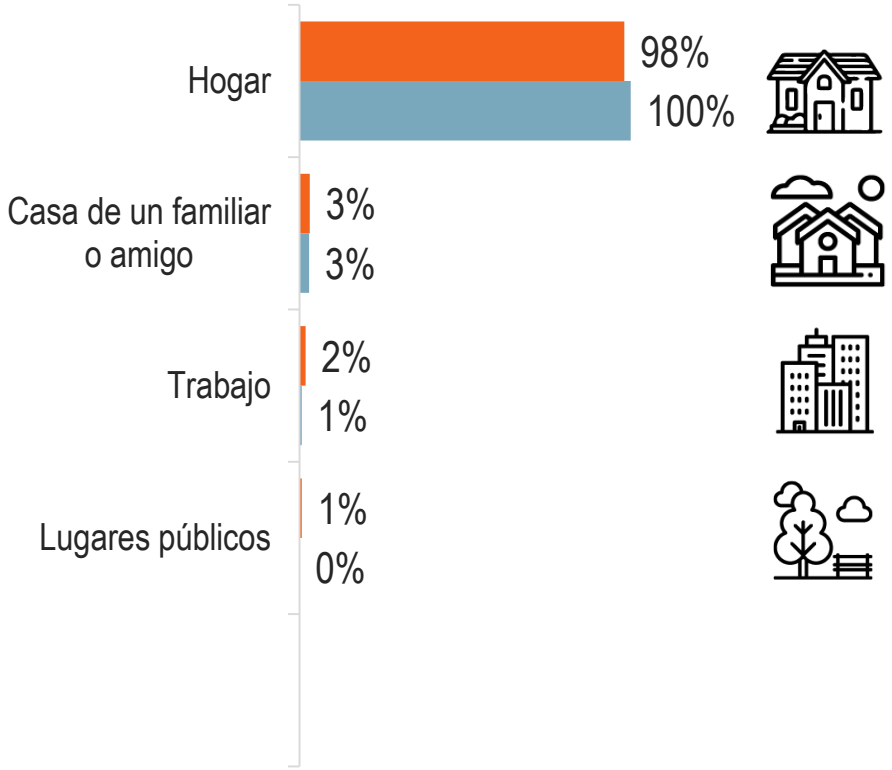
Lugares donde ve televisión abierta

Base urbano: 2,409 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio urbano: 1.0 respuestas por persona*

Base rural: 114 personas que ven canales de televisión abierta

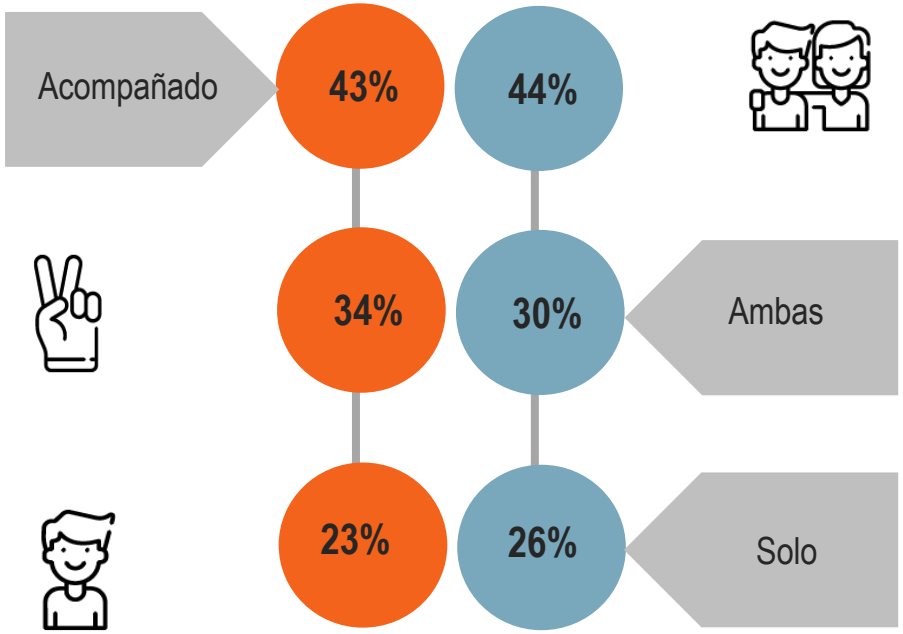
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión abierta?

Base urbano: 2,409 personas que ven canales de televisión abierta

Base rural: 114 personas que ven canales de televisión abierta



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

Televisión de paga

Urbano

92%
de los personas cuentan con televisor

Base urbano: 3,870 personas

37%
de las personas con televisión de paga o ambas

Base urbano: 3,623 personas con televisor

Base urbano: 1,322 personas con televisión de paga en su hogar

62%
ven canales de televisión abierta

21%
solo ven canales de televisión de paga

Base urbano: 1,322 personas con televisión de paga en su hogar

Rural

85%
de los personas cuentan con televisor

Base rural: 271 hogares

29%
de las personas con televisión de paga o ambas

Base rural: 230 hogares con televisor

Base rural: 72 personas con televisión de paga en su hogar

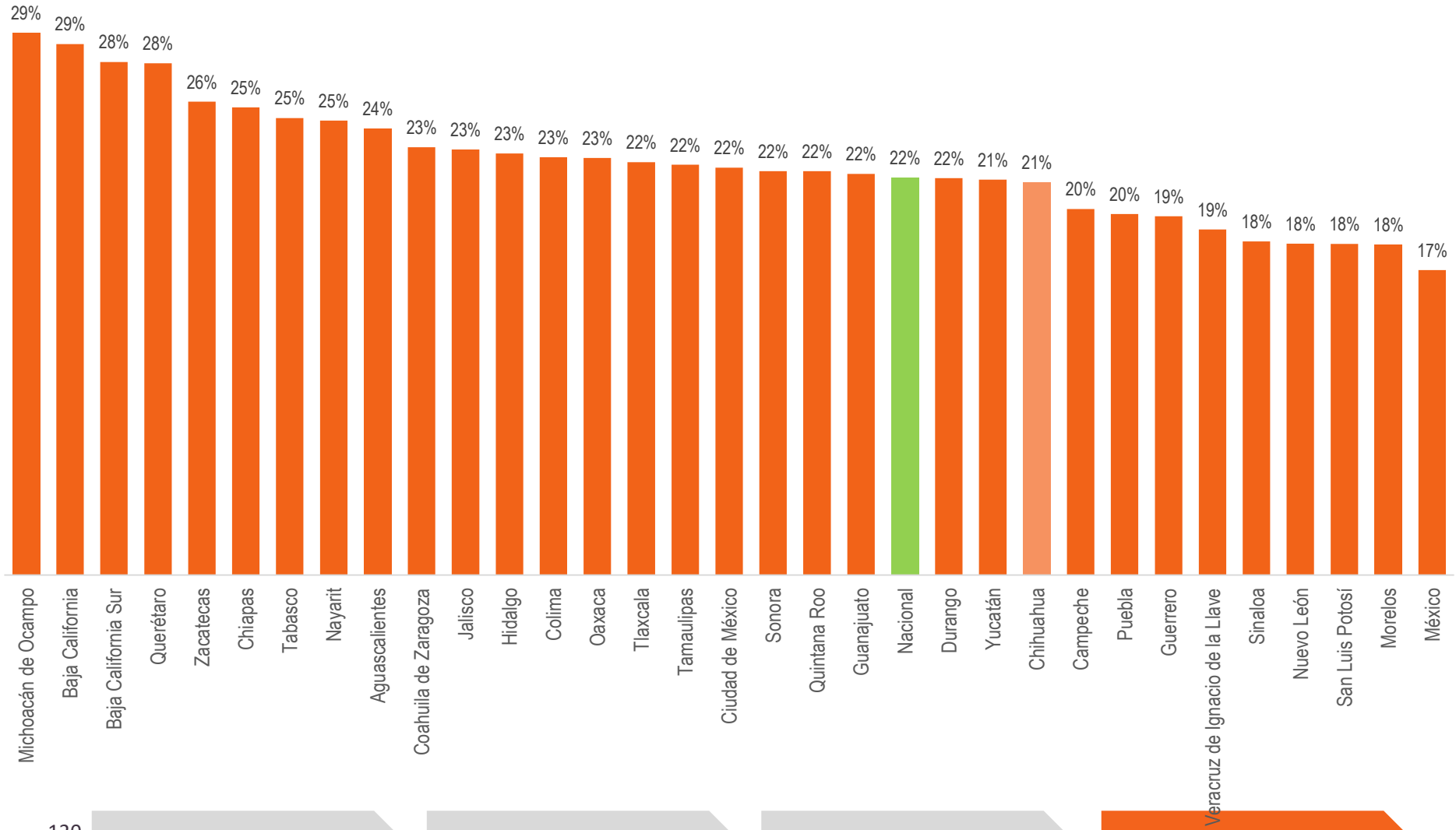
78%
ven canales de televisión abierta

7%
solo ven canales de televisión de paga

Base urbano: 72 personas con televisión de paga en su hogar

Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades

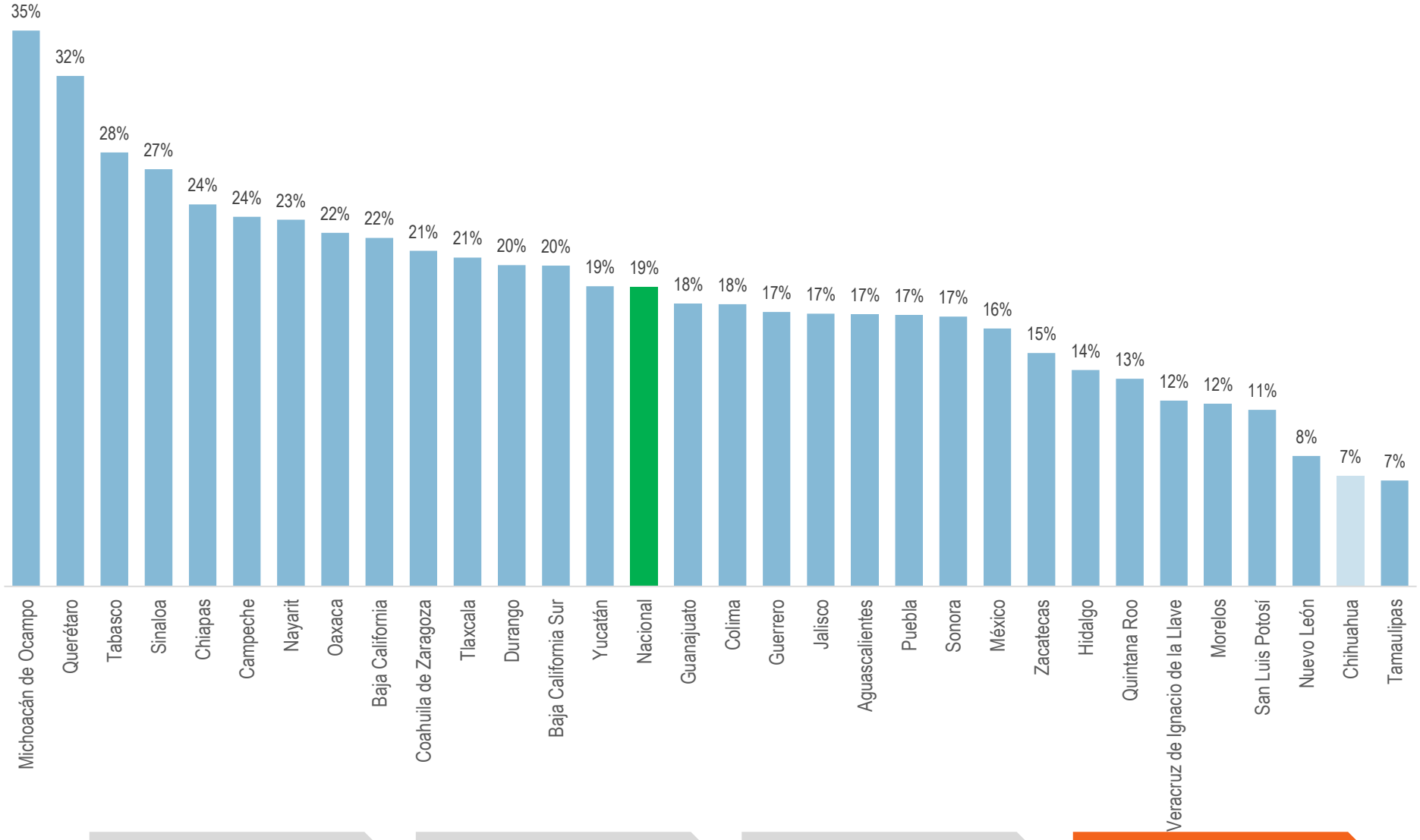
Urbano



Ficha técnica
Total
Niñas y niños
Urbano / Rural

Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades

Rural



Ficha técnica
Total
Niñas y niños
Urbano / Rural

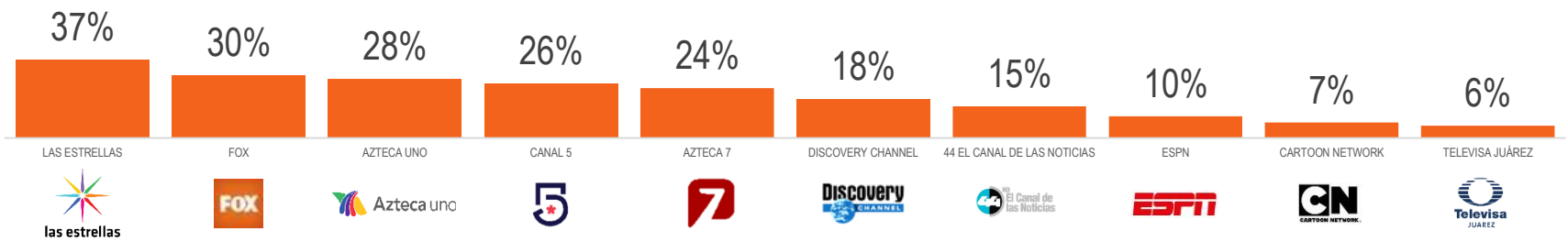
Urbano

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 urbano: 442 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta

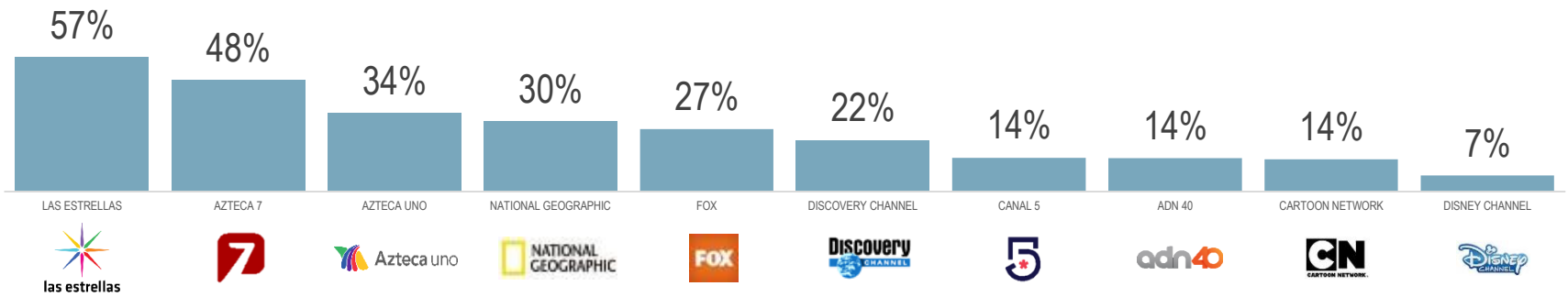
Promedio urbano: 3.1 respuestas por persona*



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: 26 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta

Promedio rural: 3.0 respuestas por persona*



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

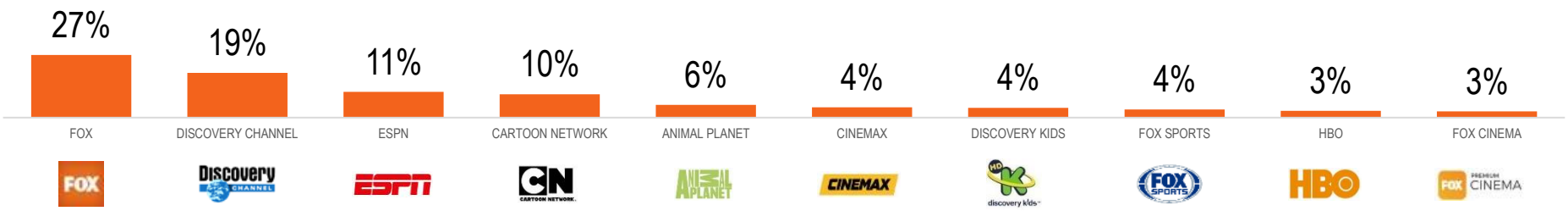
**Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

Urbano

Rural

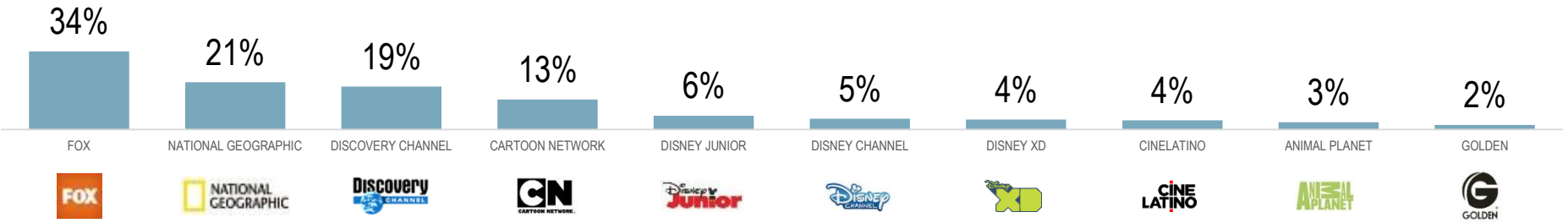
Canales exclusivos de televisión de paga que ven con mayor frecuencia**

Base urbano: 902 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio urbano: 1.6 respuestas por persona*



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

Base rural: 41 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio rural: 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 estaciones con las mayores frecuencias.

Tipos de contenidos de televisión de paga

Urbano | Rural

Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base urbano: 902 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio urbano: 1.8 respuestas por persona*

Base rural: 41 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio rural: 1.5 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Películas	60%	25%
Series	28%	28%
Deportes	24%	11%
Telenovelas	13%	14%
Caricaturas / Programas infantiles	11%	12%
Noticias	11%	7%
Documentales, reportajes culturales y educativos	11%	11%
Musicales	7%	14%
Comedia / Cómicos	6%	2%
Reality show	3%	1%

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

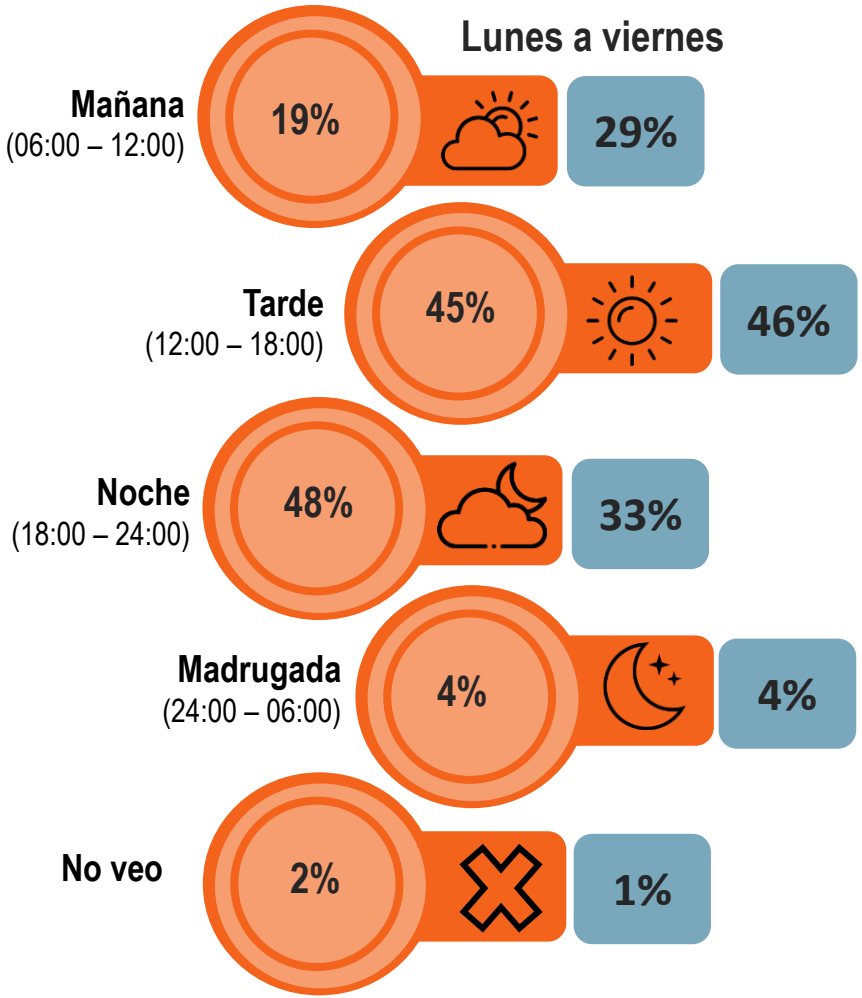
Urbano

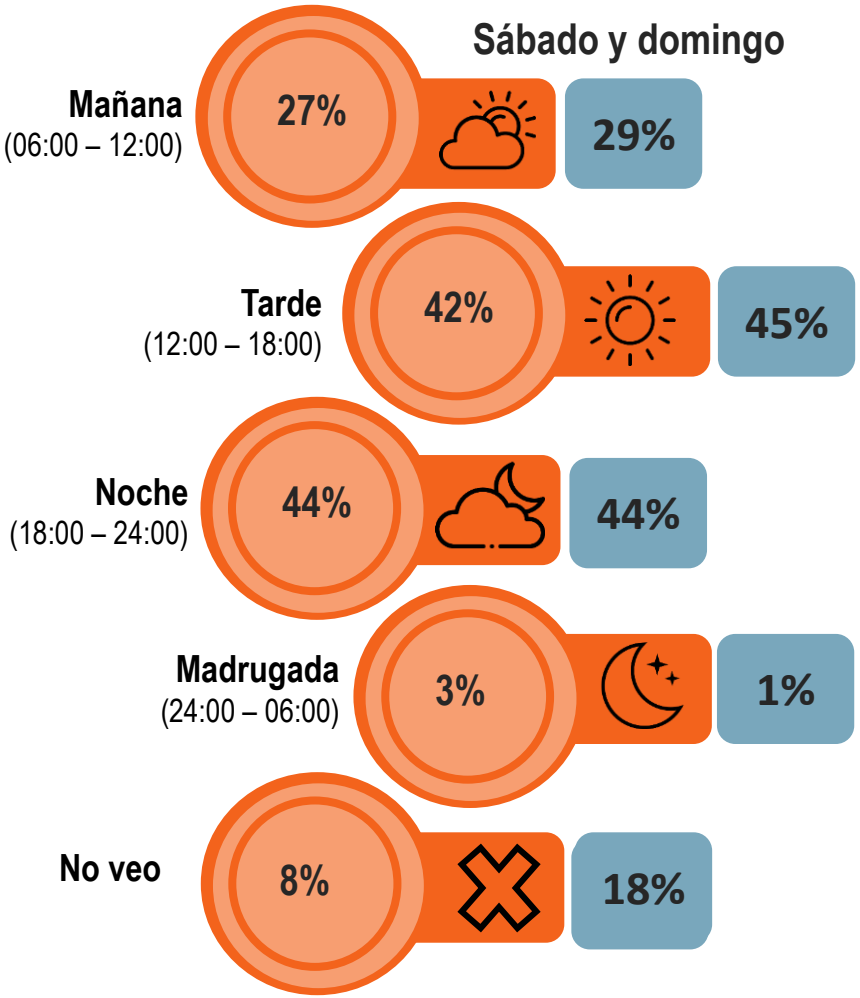
Horario en el que acostumbra ver la televisión de paga

Rural

Base rural: 41 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio urbano entre semana: 1.2 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 41 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio rural entre semana: 1.1 respuestas por persona*
Promedio rural fin de semana: 1.4 respuestas por persona*





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

Televisión de paga

Urbano

Rural

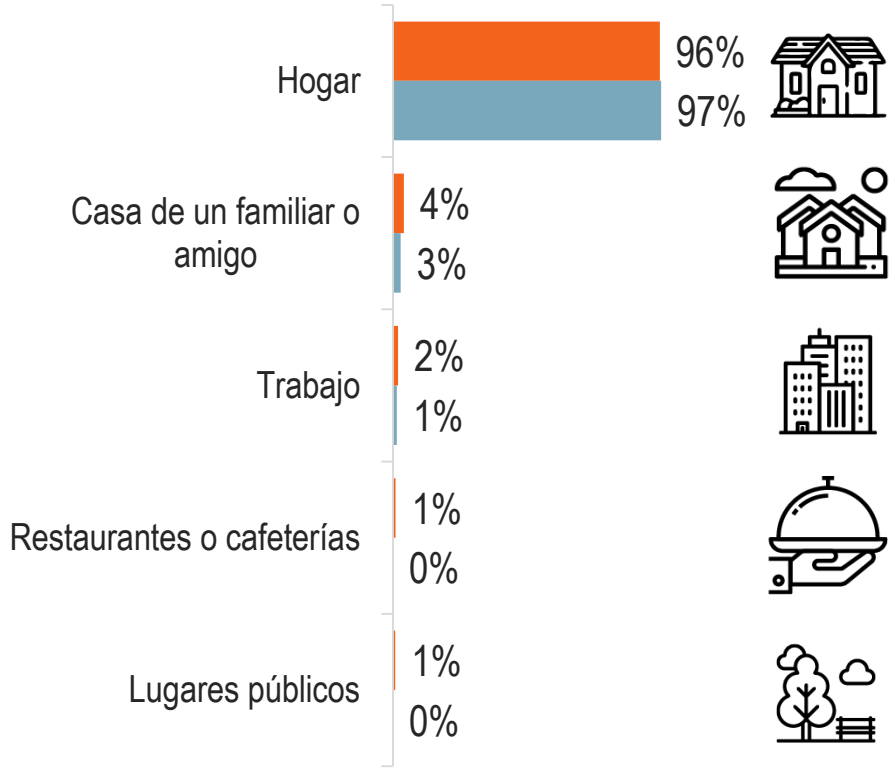
Lugares donde ve televisión de paga

Base urbano: 902 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio urbano: 1.0 respuestas por persona*

Base urbano: 41 personas que ven canales de televisión de paga

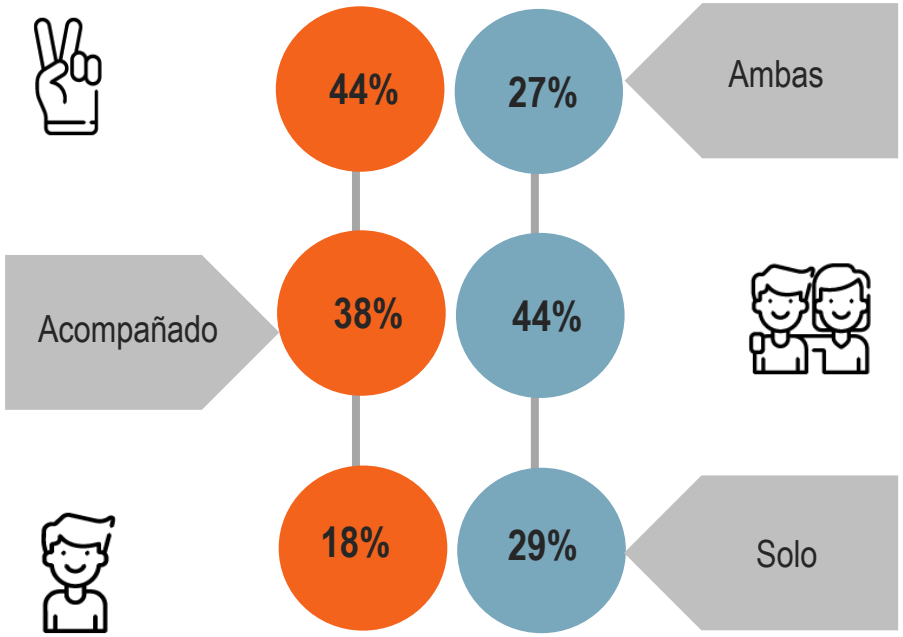
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión de paga?

Base urbano: 902 personas que ven canales de televisión de paga

Base rural: 41 personas que ven canales de televisión de paga



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

Radio

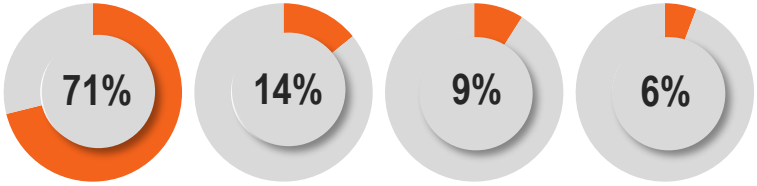
Urbano

36%
de las personas escuchan radio

Base: 3,870 personas

Consumo por tipo de banda

Base: 1,320 personas que escuchan radio



FM | AM | Ambas | No sabe

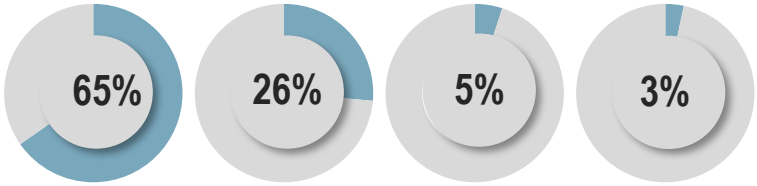
Rural

18%
de las personas escuchan radio

Base: 271 personas

Consumo por tipo de banda

Base: 73 personas que escuchan radio



FM | AM | Ambas | No sabe

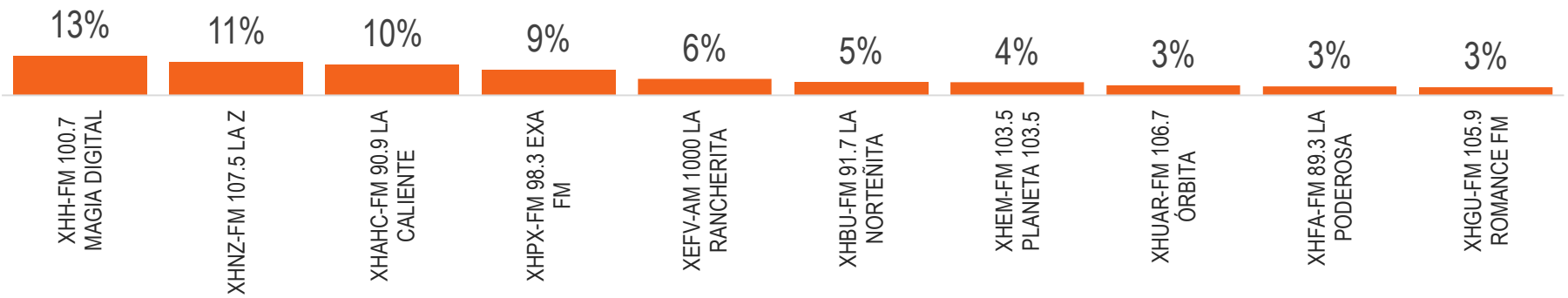
Urbano

Rural

Estaciones de radio que más escuchan**

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio

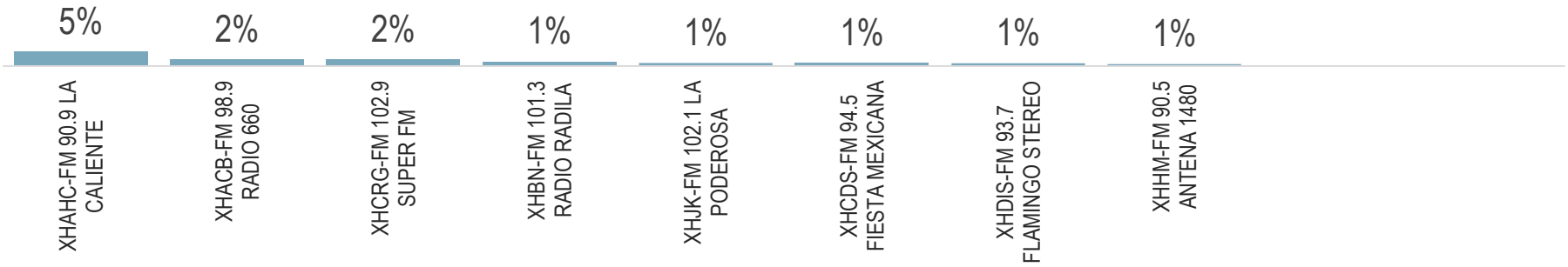
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*



Estaciones de radio que más escuchan**

Base rural: 73 personas que escuchan radio

Promedio rural: 1.2 respuestas por persona*

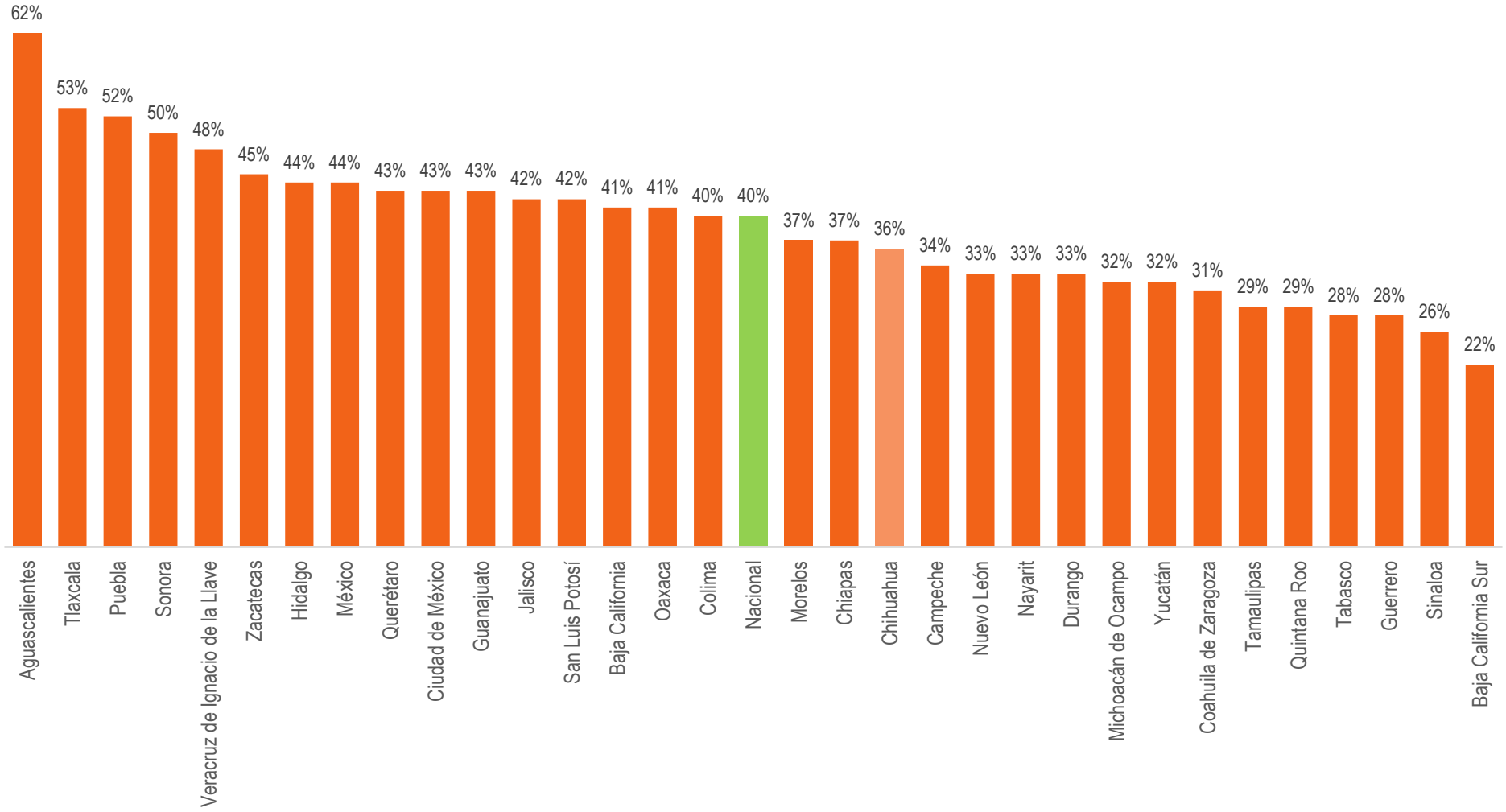


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

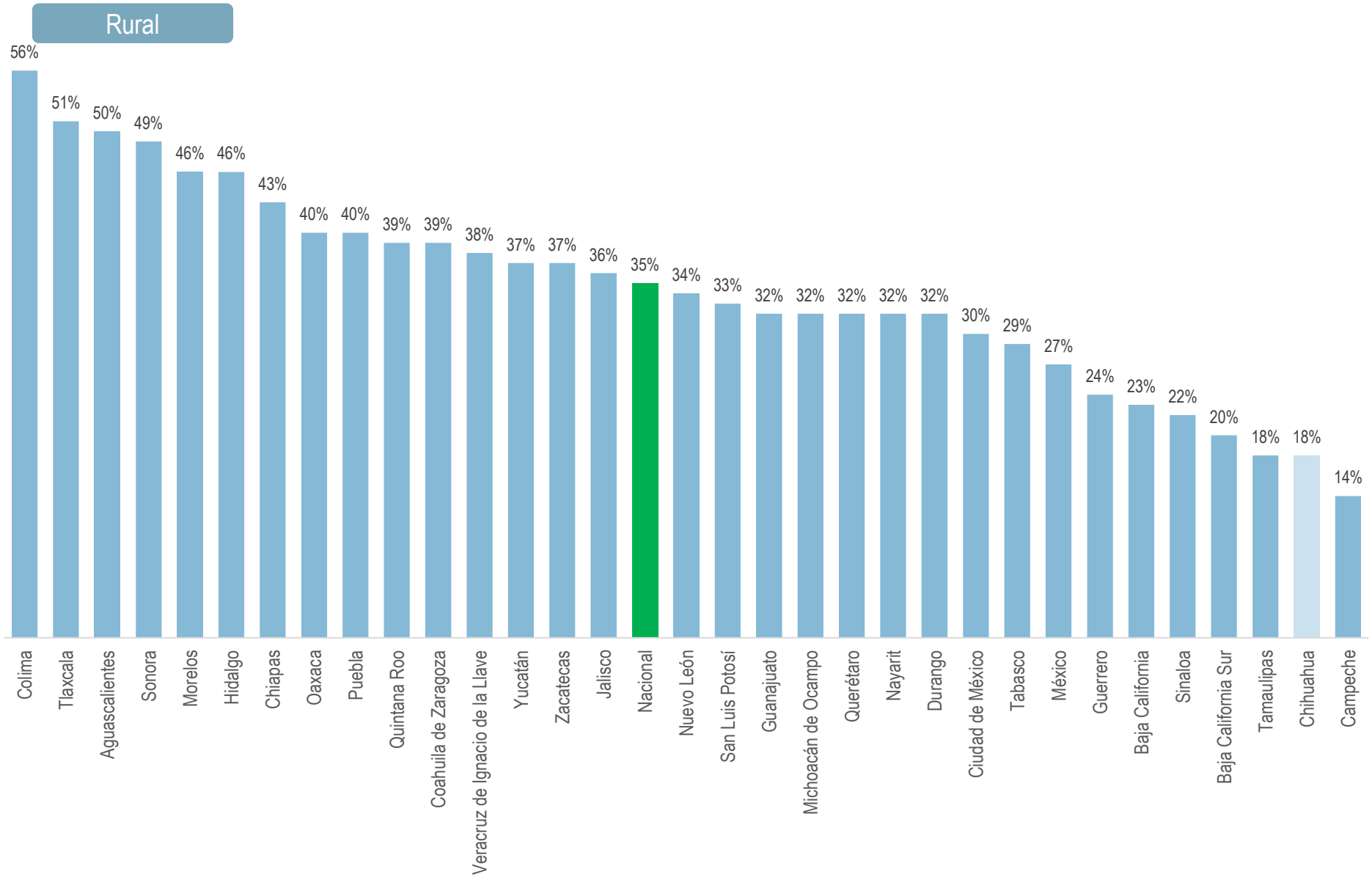
**Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

Escuchan estaciones de radio – Entidades

Urbano



Escuchan estaciones de radio – Entidades



Tipos de contenidos de radio

Urbano | Rural

Tipo de programas de radio más escuchados

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 73 personas que escuchan radio
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Musicales	74%	64%
Noticiarios	25%	28%
Deportes	9%	2%
Humor / Cómicos	6%	8%
Debate / Opinión	3%	1%
Culturales / Científicos	3%	1%
Estilo de vida / Programa de revista	2%	1%
Radionovelas	0%	5%

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

Urbano

Rural

Dispositivos más utilizados para escuchar radio

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 73 personas que escuchan radio
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Estéreo / Grabadora	52%	45%
Radio del automóvil / Transporte	24%	14%
Radio portátil	22%	39%
Teléfono celular	11%	5%
Computadora / Laptop	1%	0%

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

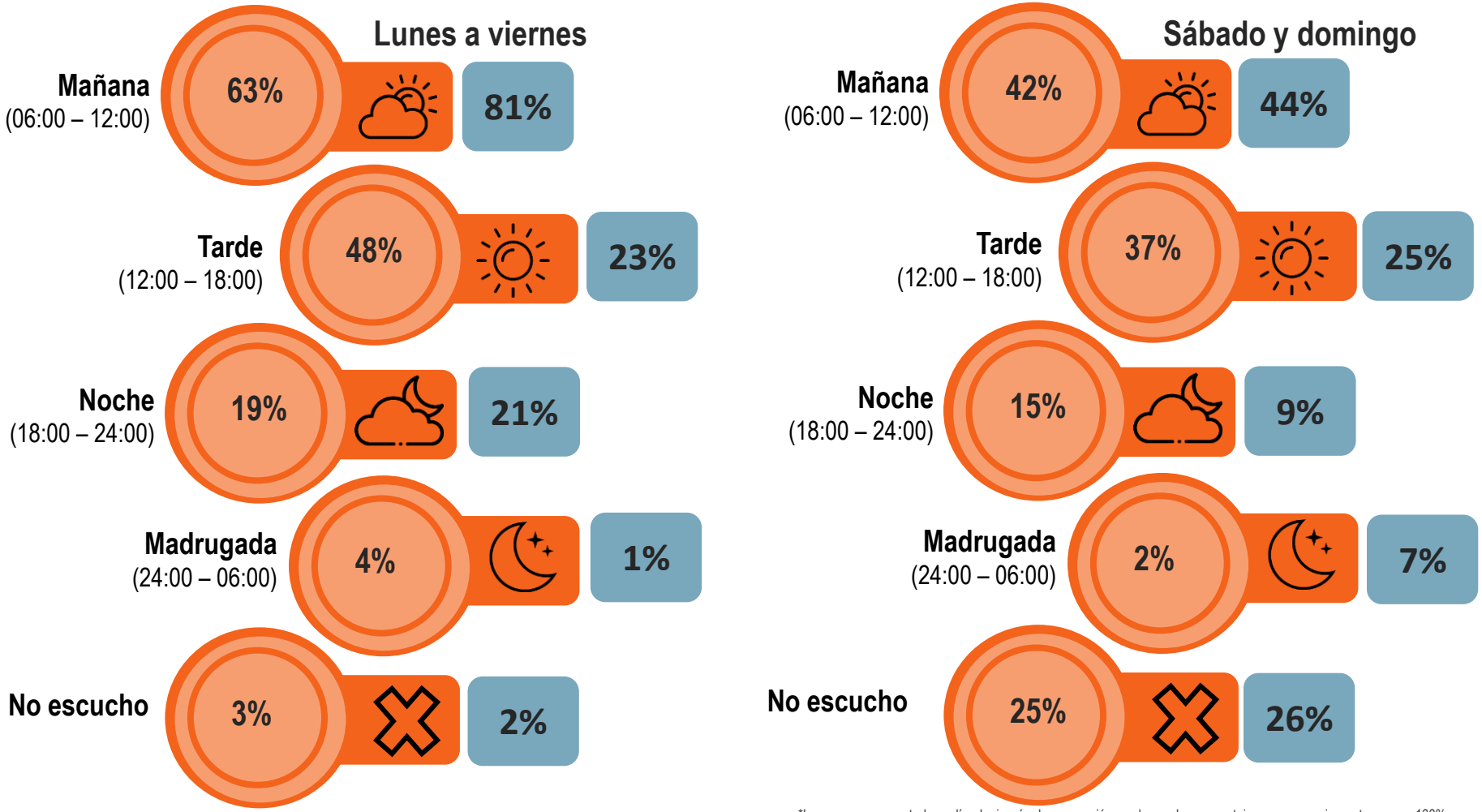
Urbano

Horario en el que acostumbra escuchar radio

Rural

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio
Promedio urbano entre semana: 1.4 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 73 personas que escuchan radio
Promedio rural entre semana: 1.3 respuestas por persona*
Promedio rural fin de semana: 1.1 respuestas por persona*



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

Urbano

Rural

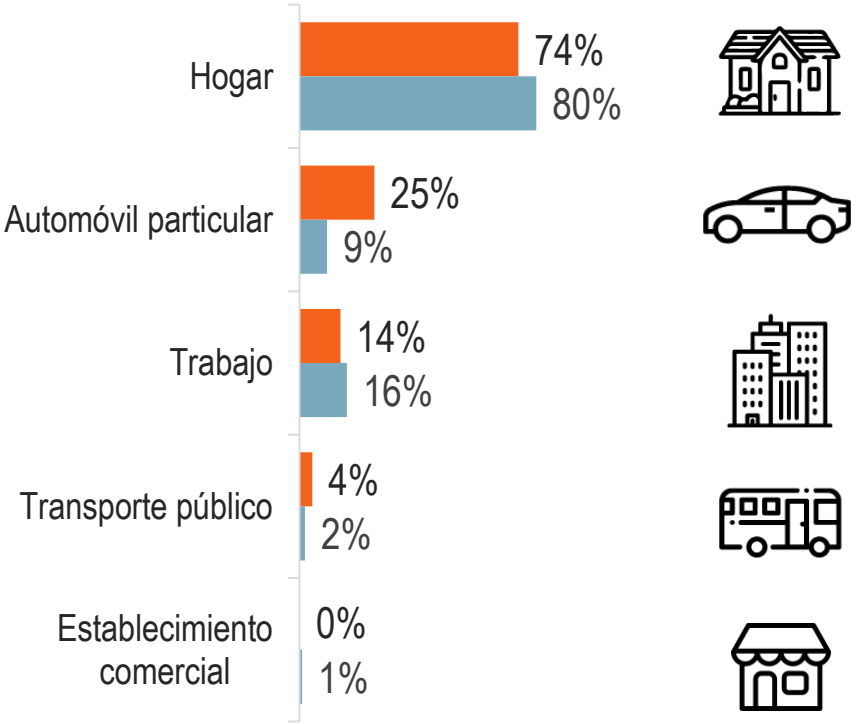
Lugares donde escucha radio

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio

Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 73 personas que escuchan radio

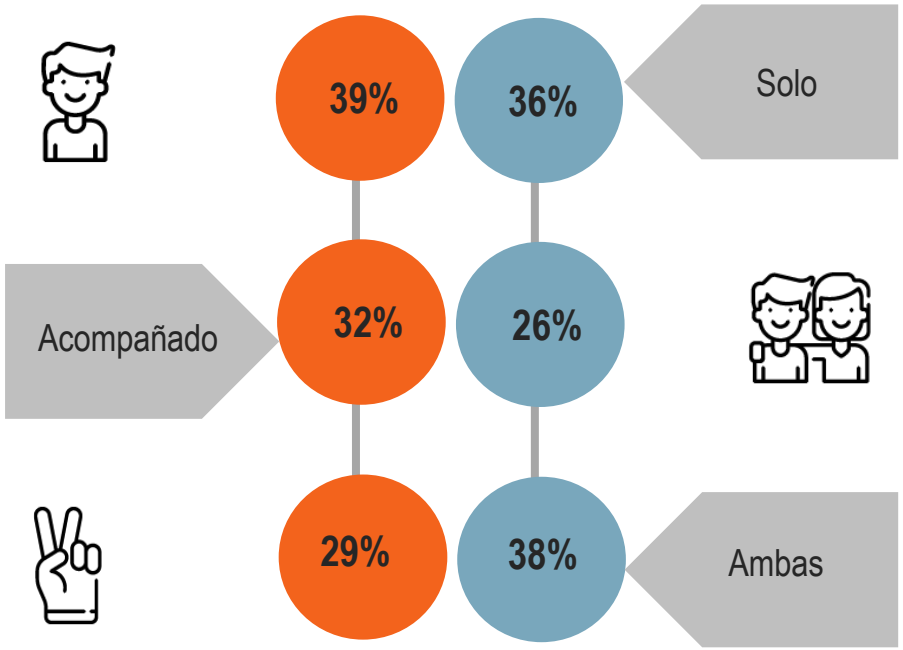
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién escucha la radio?

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio

Base rural: 73 personas que escuchan radio

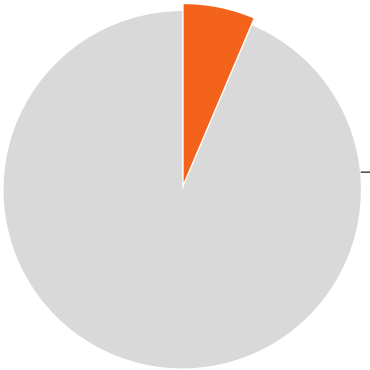


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Urbano

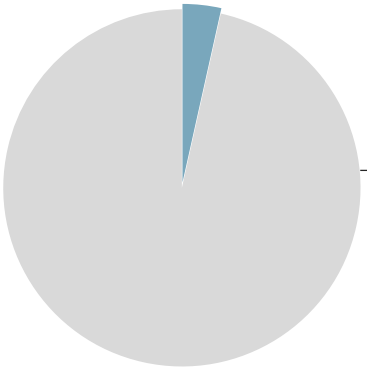
Rural

Razones para escuchar radio por internet



3%
de las personas escuchan radio por internet

Base urbano: 1,320 personas que escuchan radio



1%
de las personas escuchan radio por internet

Base rural: 73 personas que escuchan radio

Base urbano: 50 personas que escuchan radio por internet

Promedio urbano: 1.0 respuestas por persona*

Base rural: 2 personas que escuchan radio por internet

Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*

	Urbano		Rural
	38%	Puedo escuchar programas repetidos (Podcast)	45%
	25%	No tiene comerciales	0%
	19%	Se escucha mejor	55%
	10%	Solo se transmite en internet	0%
	8%	No tengo un aparato de radio disponible	0%
	1%	La señal de la estación que escucho, n llega a mi localidad	0%

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

Contenidos por Internet

Urbano

36%
de las personas acostumbran ver contenidos por internet

Base urbano: 3,870 personas

14%
de las personas acostumbran ver contenidos por internet

Base rural: 271 personas

Rural

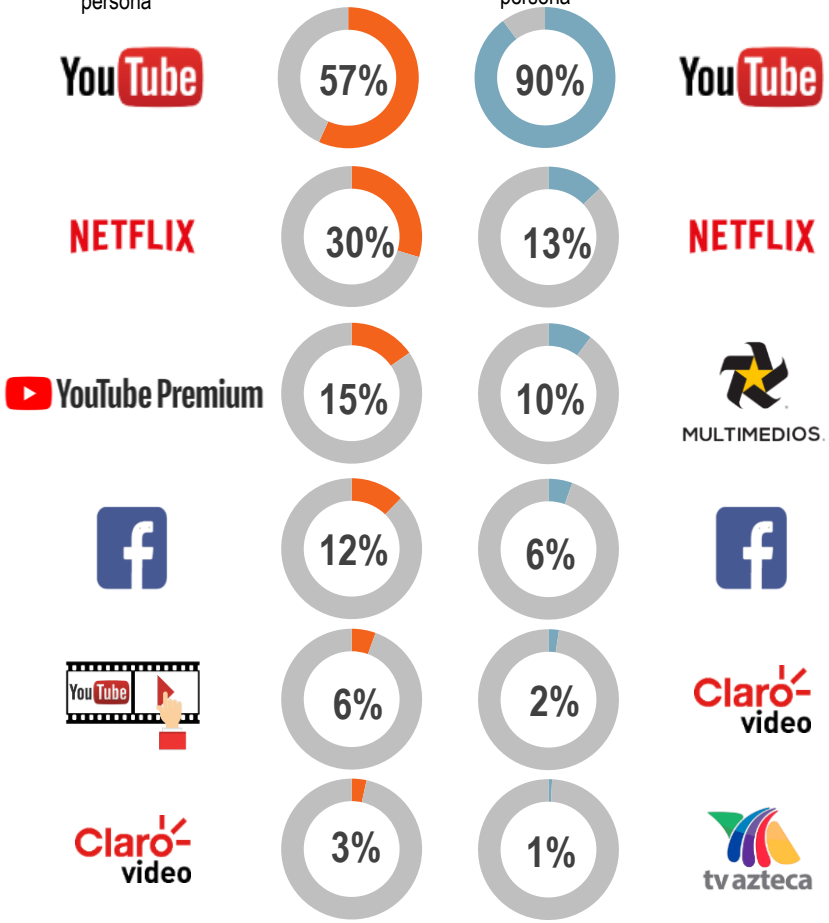
Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet

Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona*

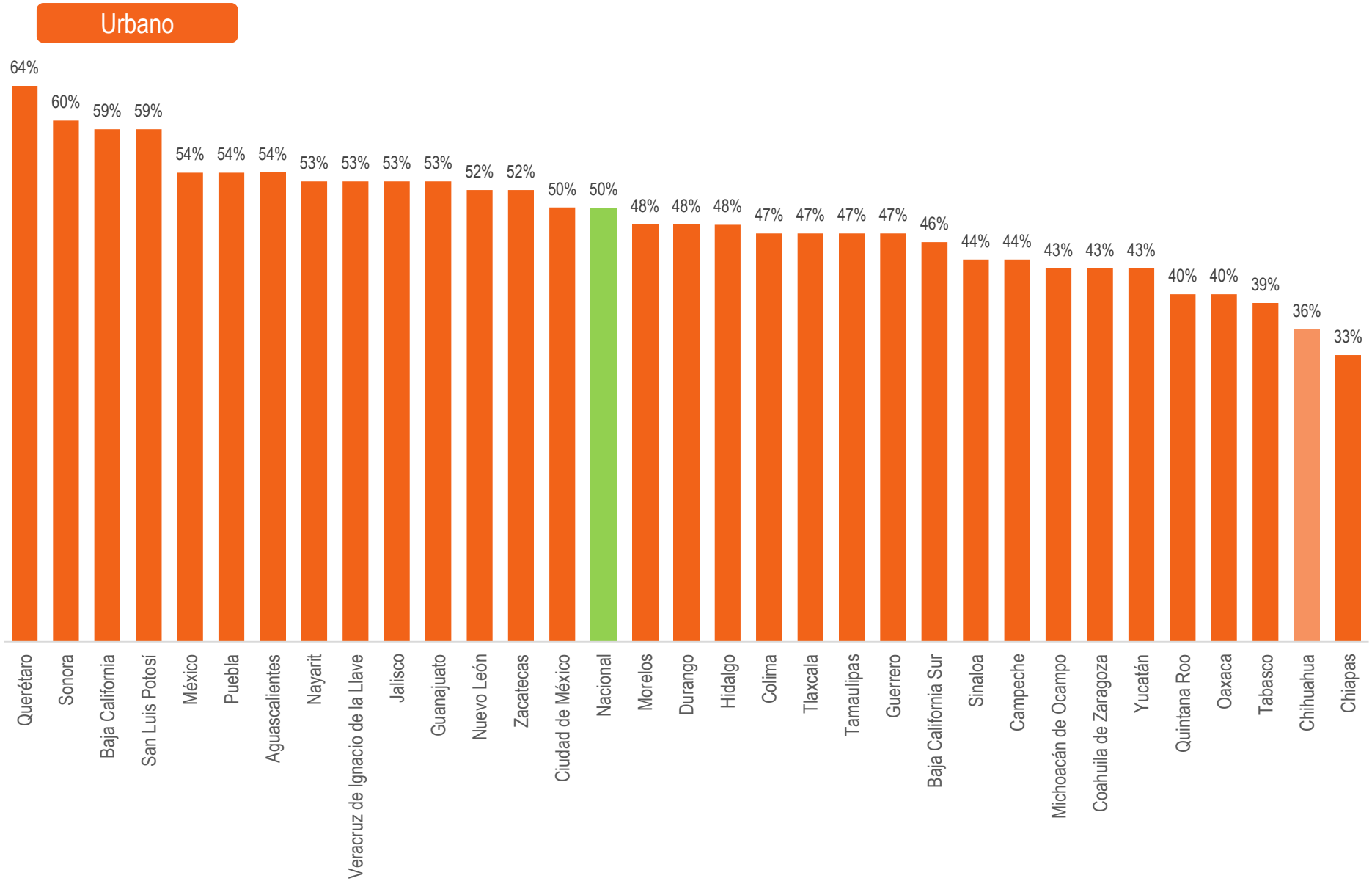
Base rural: 53 personas que consumen contenidos por internet

Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*



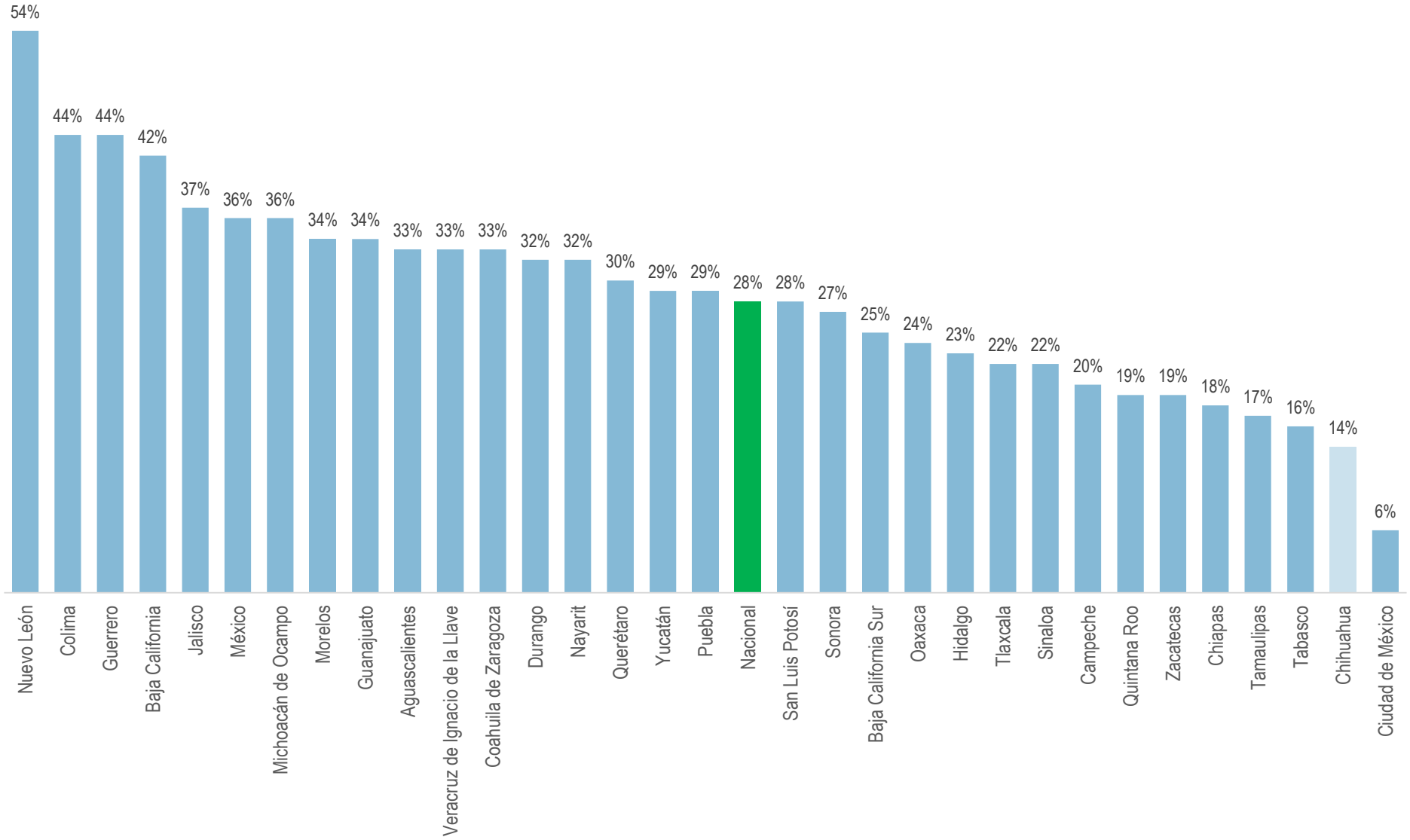
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumen contenidos por internet – Entidades



Consumen contenidos por internet – Entidades

Rural



Uso de plataformas que requieren pago

Urbano | Rural

39% **31%**

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

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por Internet
Base rural: 53 personas que consumen contenidos por Internet

5% **2%**

de las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones donde pagan una cuota por cada película, contenido o evento

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 53 personas que consumen contenidos por Internet

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

Base urbano: 605 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	NETFLIX	86%	9.7
2	Claro video	12%	6.4
3	YouTube Red	6%	9.9
4	blim	4%	7.7
5	izzi	2%	6.2

Base rural: 18 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet
Promedio rural: 1.2 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	NETFLIX	94%	6.5
2	YouTube Red	15%	11.3
3	blim	5%	1.0
4	Claro video	4%	4.4
5	HBO GO	1%	5.0

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

Uso de plataformas que no requieren pago

Urbano | Rural

Plataformas que no requieren pago utilizadas para ver contenidos por internet

80% **84%**

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

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 53 personas que consumen contenidos por Internet

Base urbano: 1,190 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet

Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	YouTube	80%	10.6
2	Facebook	38%	15.9
3	Televisa Digital	12%	8.2
4	tv azteca	9%	5.4
5	Multimedios	3%	5.2

Base rural: 41 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet

Promedio rural: 1.2 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	YouTube	86%	14.0
2	Facebook	33%	7.8
3	Páginas de periódicos	1%	1.0
4	Televisa Digital	1%	7.1
5	tv azteca	1%	10.0

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

Tipos de contenidos de internet

Urbano | Rural

Tipo de contenidos más vistos

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona*

Base rural: 53 personas que consumen contenidos por internet
Promedio rural: 1.5 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Películas	38%	50%
Series	27%	20%
Videos musicales	21%	5%
Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc.)	18%	18%
Deportes	12%	18%
Documentales / Culturales	10%	6%
Noticiarios	9%	0%
Videos cómicos	9%	7%
Videobloggers	5%	2%
Telenovelas	5%	9%

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

Urbano | Rural

Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

Base urbano: 53 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Teléfono celular	76%	71%
Televisión (smart TV)	16%	7%
Computadora / Laptop	13%	26%
Tablet	9%	2%
Dispositivo conectado a la televisión	4%	0%

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

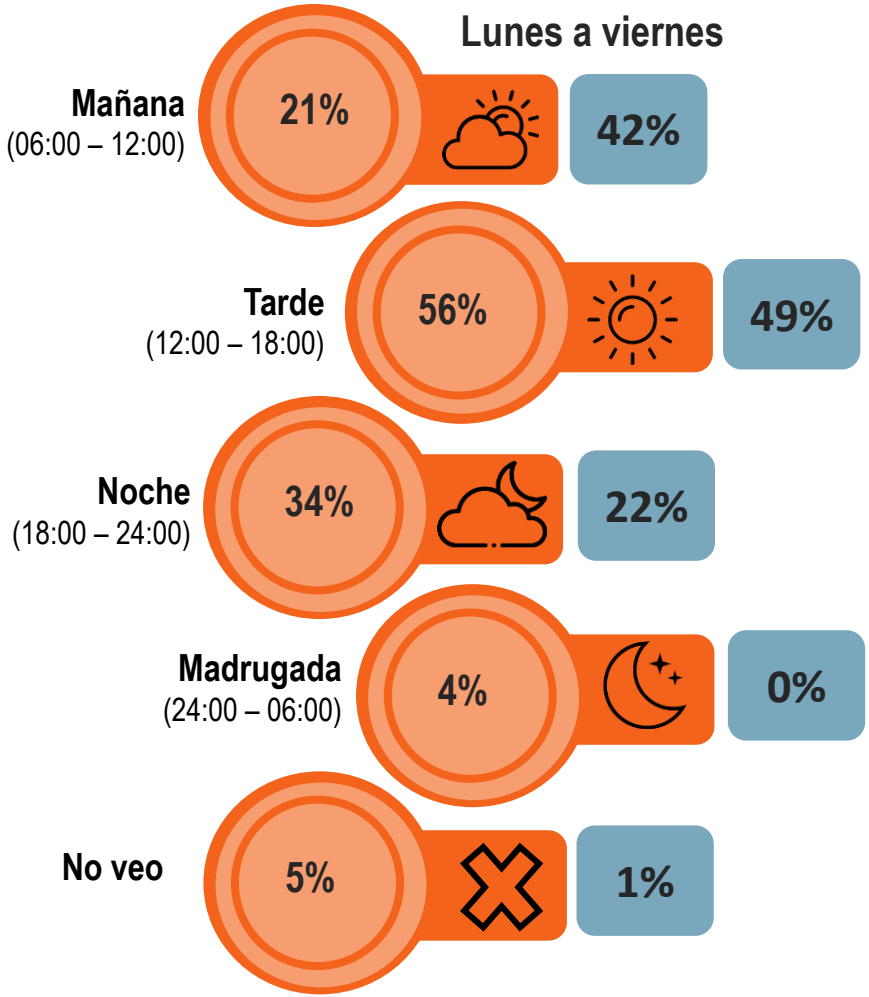
Urbano

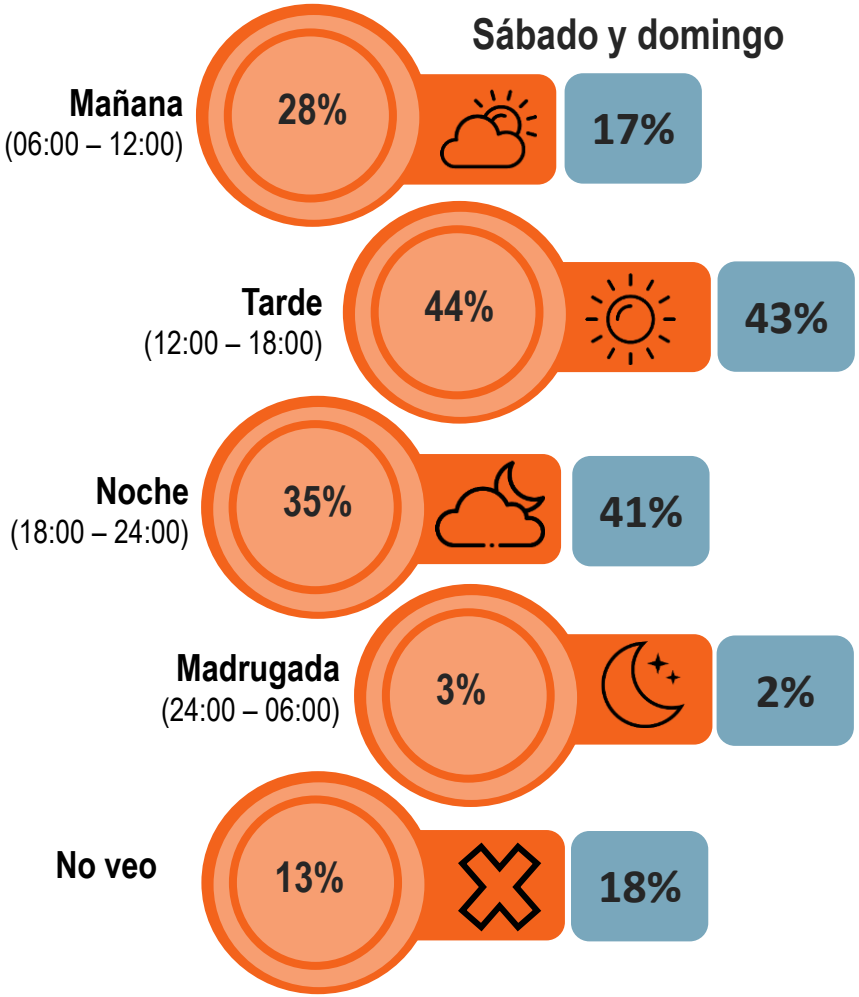
Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Rural

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano entre semana: 1.2 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 53 personas que consumen contenidos por internet
Promedio rural entre semana: 1.1 respuestas por persona*
Promedio rural fin de semana: 1.2 respuestas por persona*





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

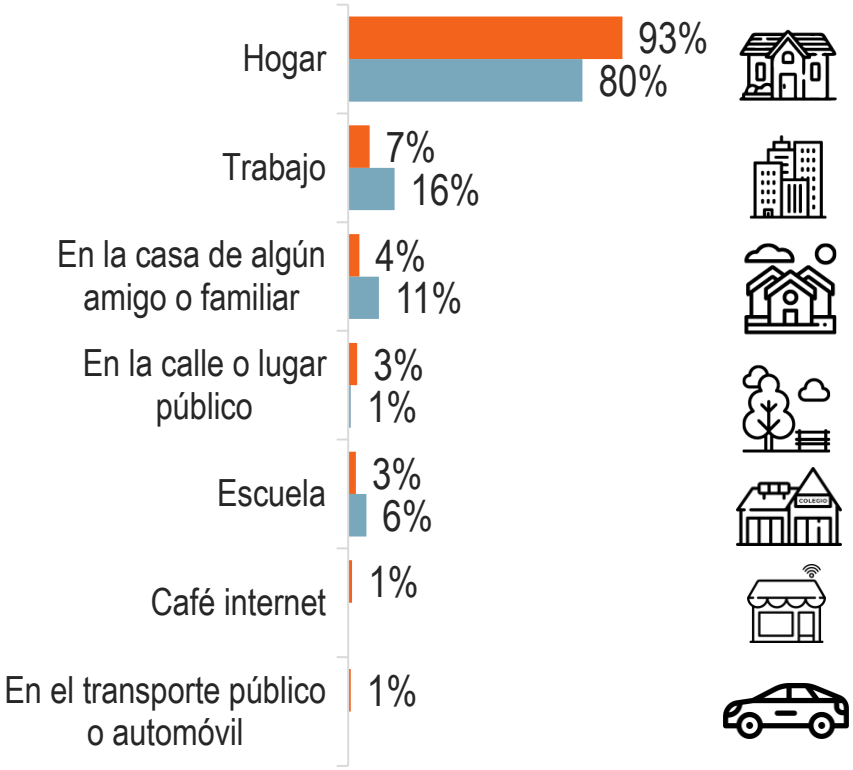
Contenidos por internet

Urbano | Rural

Lugares donde más consume contenidos por internet

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

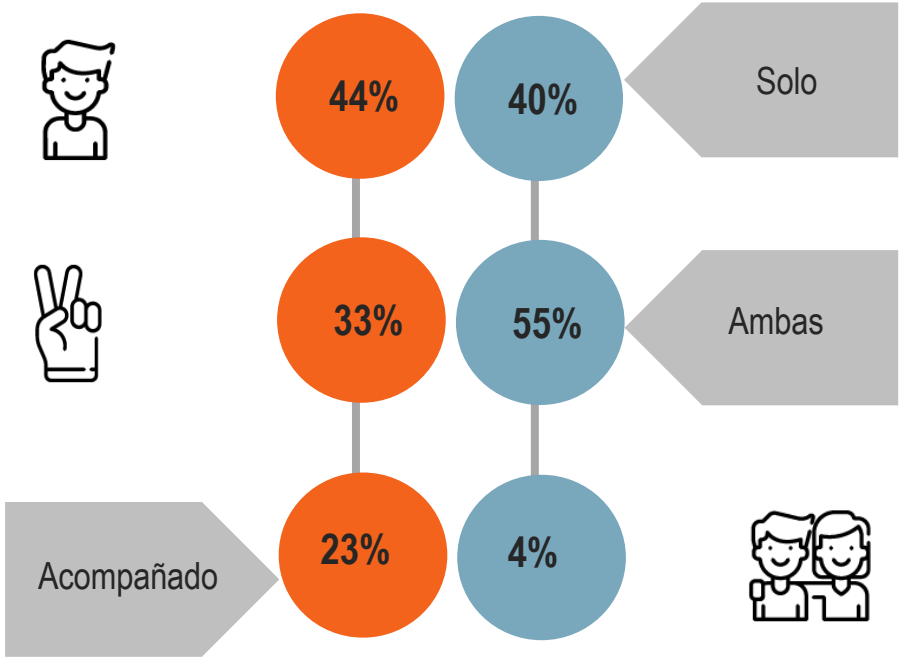
Base rural: 53 personas que consumen contenidos por internet
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién ve contenidos de internet?

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 53 personas que consumen contenidos por internet



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

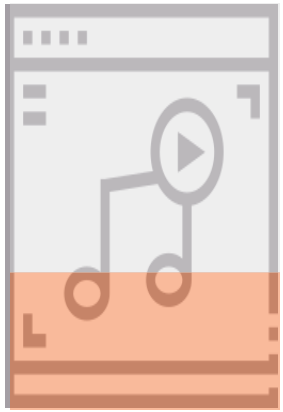
Contenidos por internet

Urbano

Rural

Personas que los escuchan

Base urbano: 1,551 personas que consumen contenidos por internet

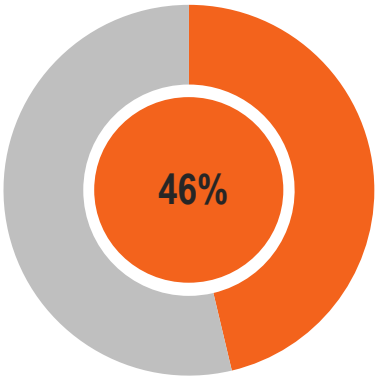


33%

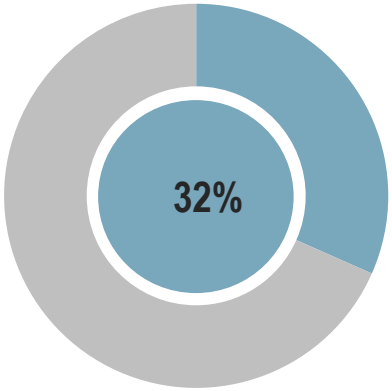
Base rural: 53 personas que consumen contenidos por internet

24%

Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica



Base urbano: 486 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet

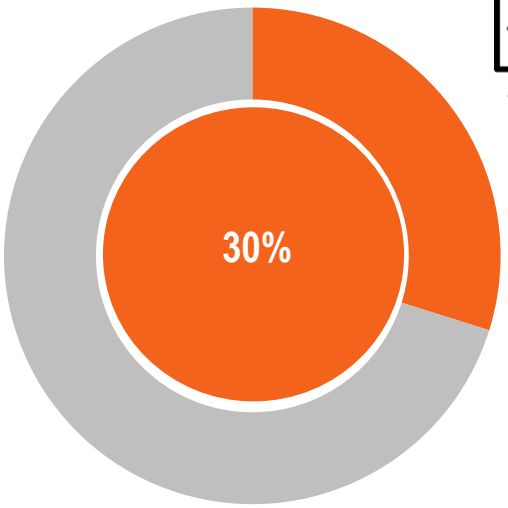


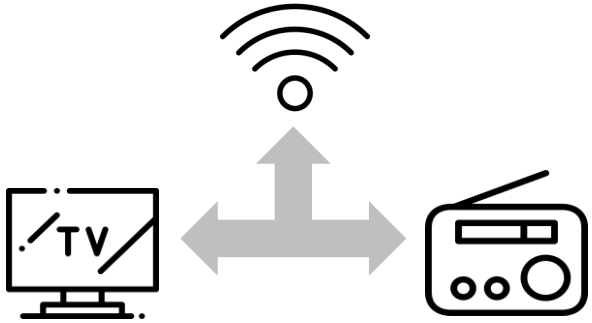
Base rural: 18 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet

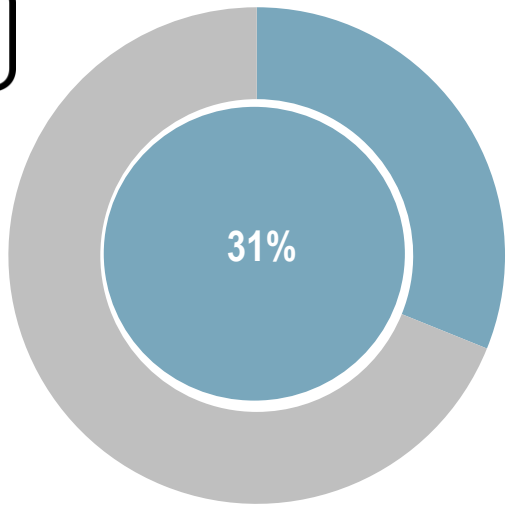
Urbano

Rural

Consumo simultáneo de contenidos por internet con radio y / o televisión







Base urbano: 412 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

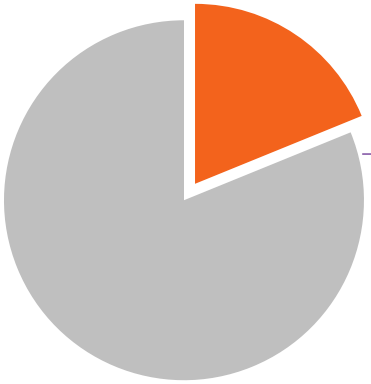
Base rural: 11 personas que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet

Videojuegos

Urbano

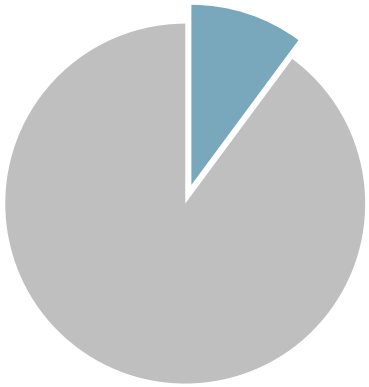
Rural

Consumo de videojuegos



19%
de las personas juegan videojuegos

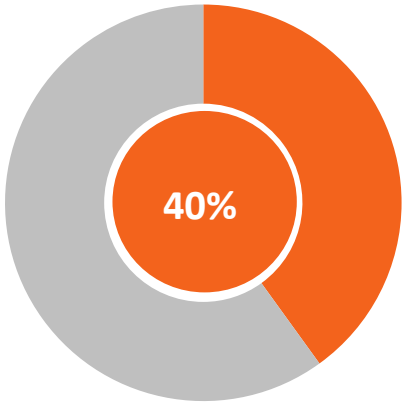
Base urbano: 3,870 personas



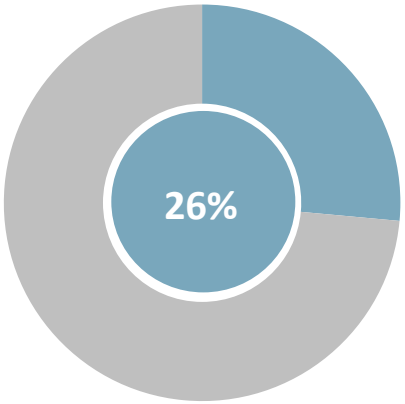
10%
de las personas juegan videojuegos

Base rural: 271 personas

Acostumbra jugar videojuegos online



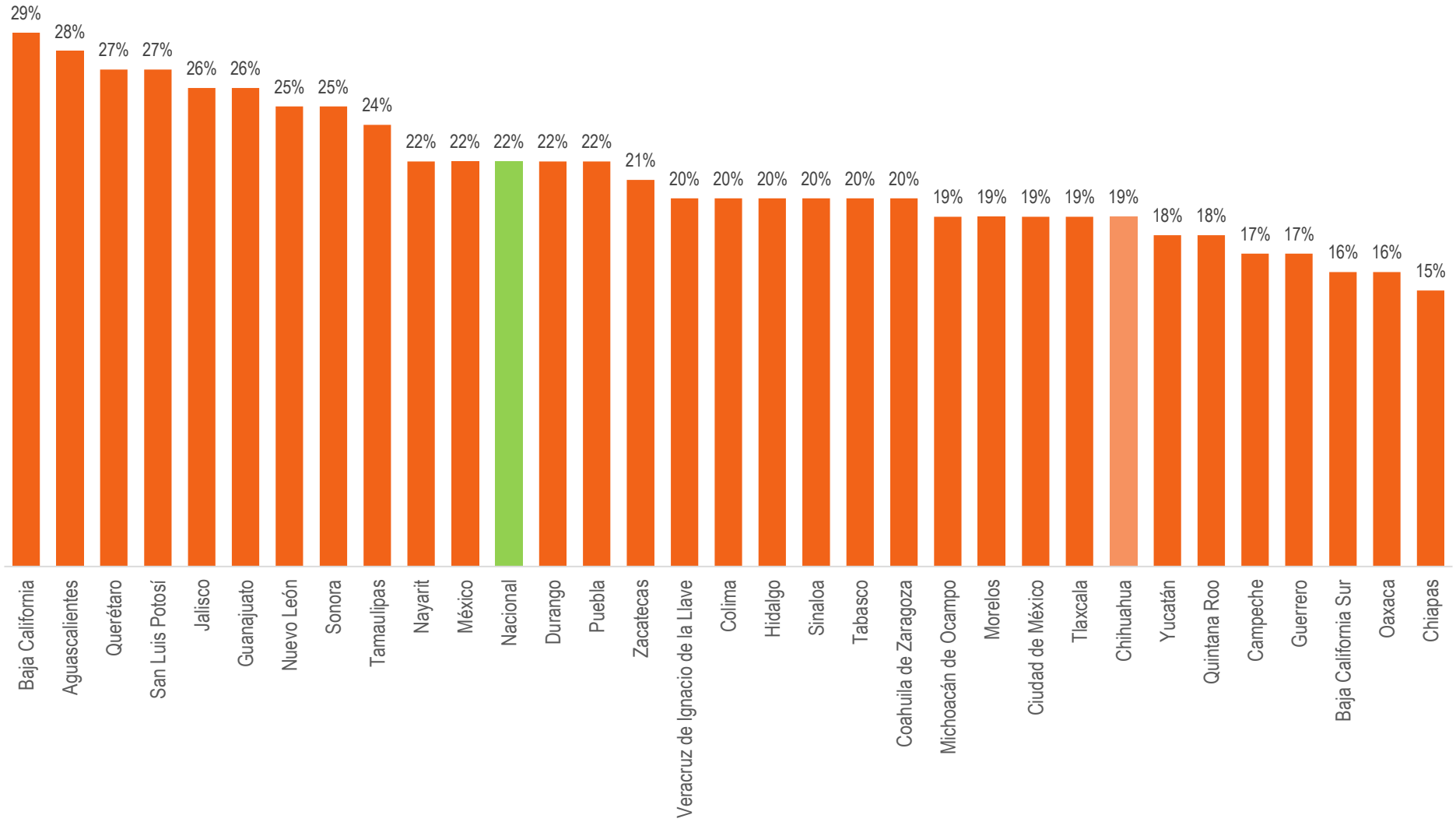
Base urbano: 794 personas que juegan videojuegos



Base rural: 27 personas que juegan videojuegos

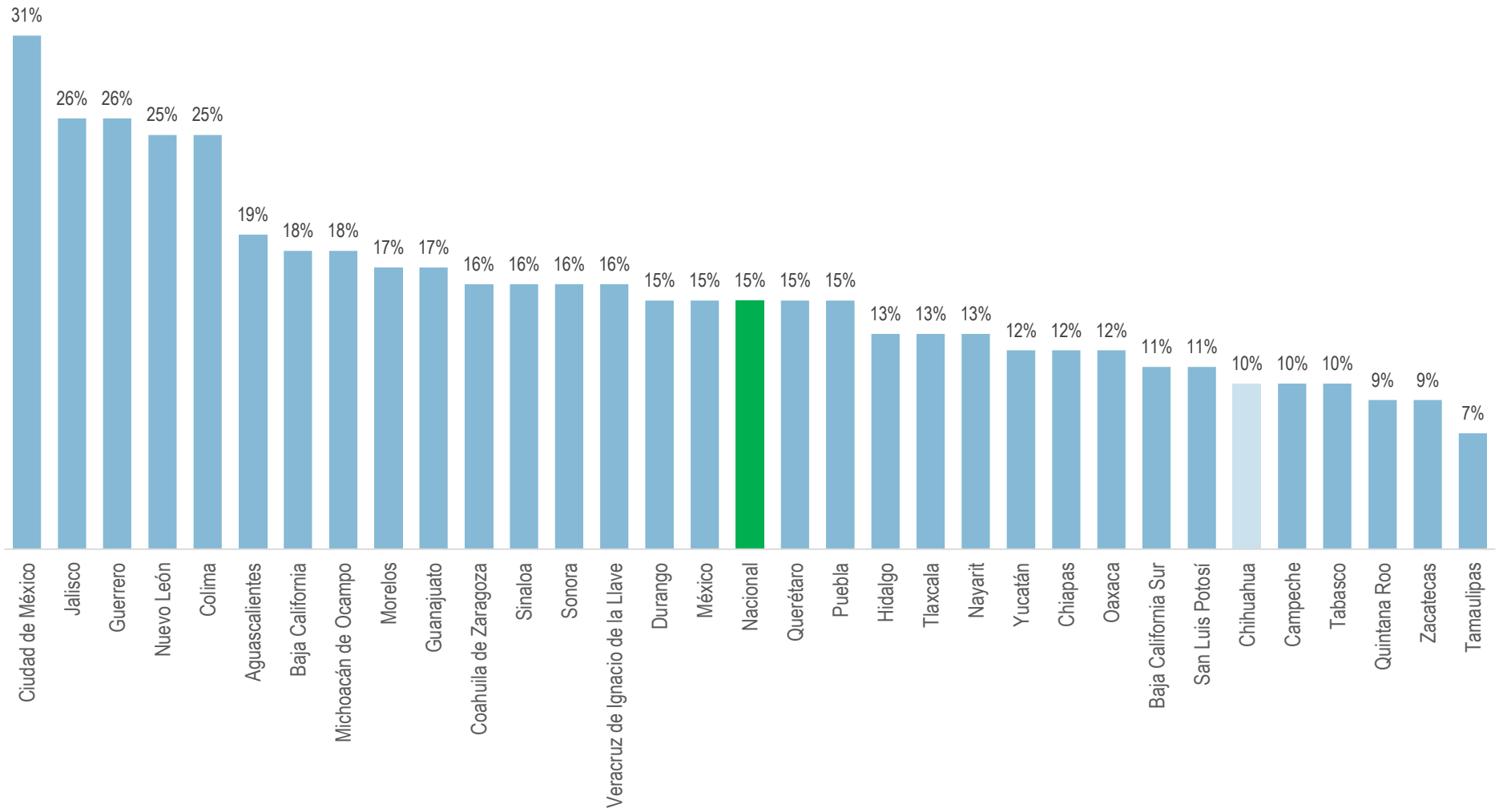
Juega videojuegos – Entidades

Urbano



Juega videojuegos – Entidades

Rural



Urbano

Tipo de videojuegos que más juega

Rural

Base urbano: 794 personas que juegan videojuegos
Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona*

Base rural: 27 personas que juegan videojuegos
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Peleas / Batallas / Lucha	35%	26%
Deportes	27%	29%
Carreras	24%	16%
Aventura / RPG	15%	25%
Estrategia	11%	19%
Destreza / Rompecabezas	7%	1%
Infantiles	6%	6%
Música / Baile	6%	0%
De dibujo	4%	6%
Belleza / Moda	3%	0%

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

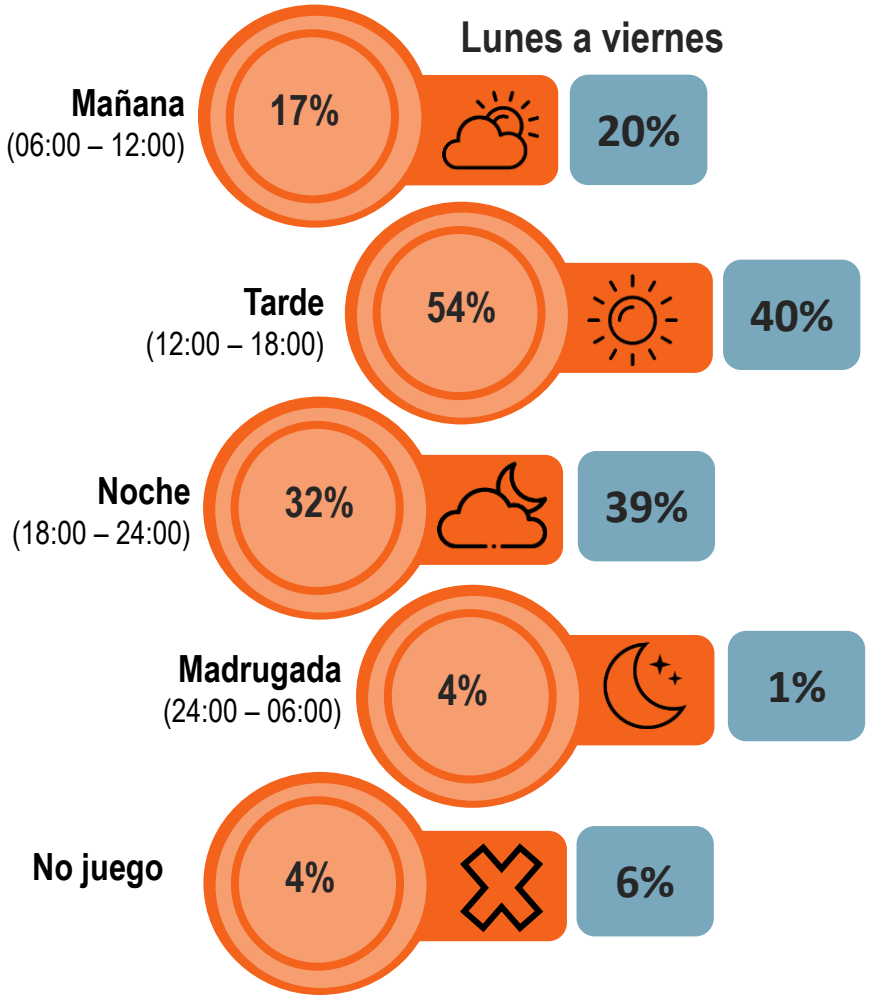
Urbano

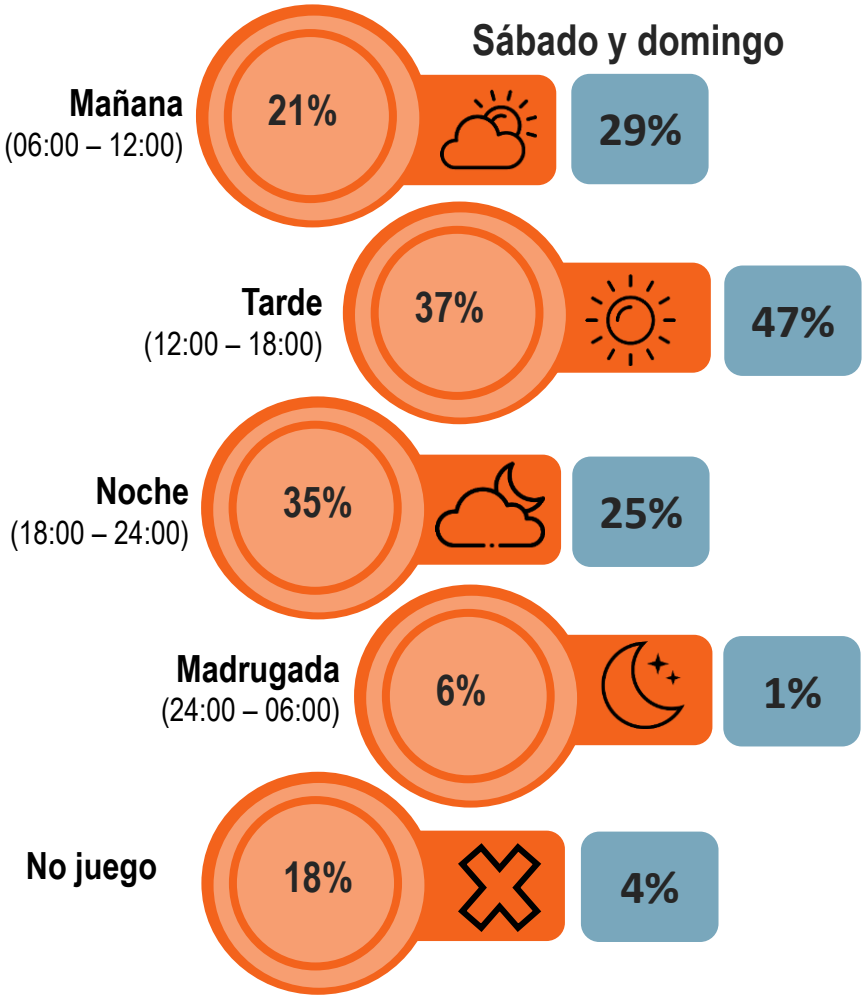
Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Rural

Base urbano: 794 personas que juegan videojuegos
Promedio urbano entre semana: 1.1 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 27 personas que juegan videojuegos
Promedio rural entre semana: 1.1 respuestas por persona*
Promedio rural fin de semana: 1.1 respuestas por persona*





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

Videojuegos

Urbano | Rural

Dispositivos más utilizados

Base urbano: 794 personas que juegan videojuegos
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

Base rural: 27 personas que juegan videojuegos
Promedio rural: 1.2 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Teléfono celular	48%	68%
Consola de videojuegos	46%	28%
Tablet	12%	17%
Computadora / Laptop	6%	10%
Videojuego portátil	4%	0%

¿Con quién juega?

Base urbano: 794 personas que juegan videojuegos

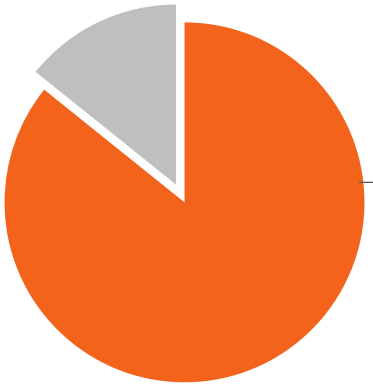
Base rural: 27 personas que juegan videojuegos

	Urbano	Rural
Solo	44%	38%
Acompañado	31%	30%
Ambas	25%	32%

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

Consumo de noticias

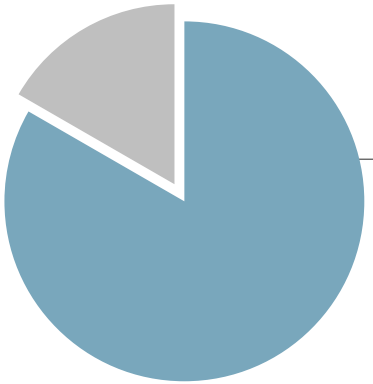
Urbano



77%
de las personas siguen las noticias

Base urbano: 3,187 personas de 16 años o más

Rural



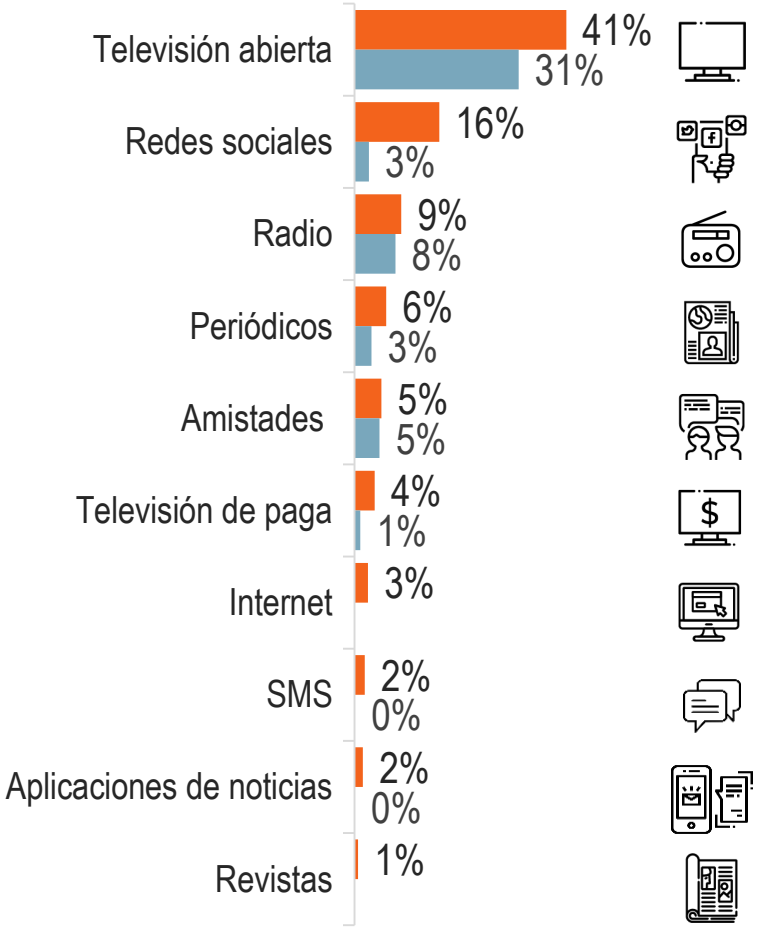
50%
de las personas siguen las noticias

Base rural: 244 personas de 16 años o más

Medio a través del cuál las sigue

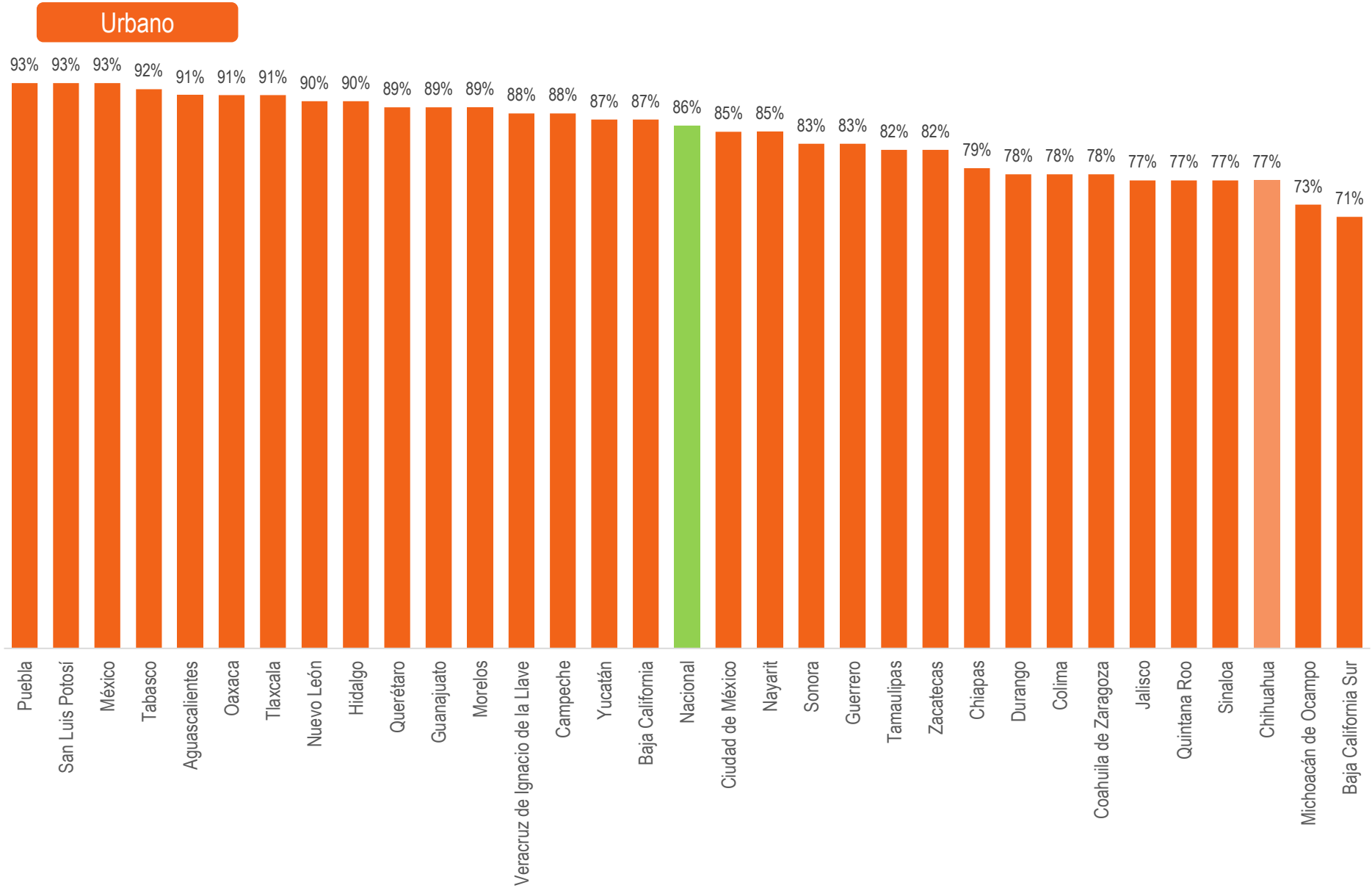
Base urbano: 3,187 personas de 16 años o más
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 244 personas de 16 años o más
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*



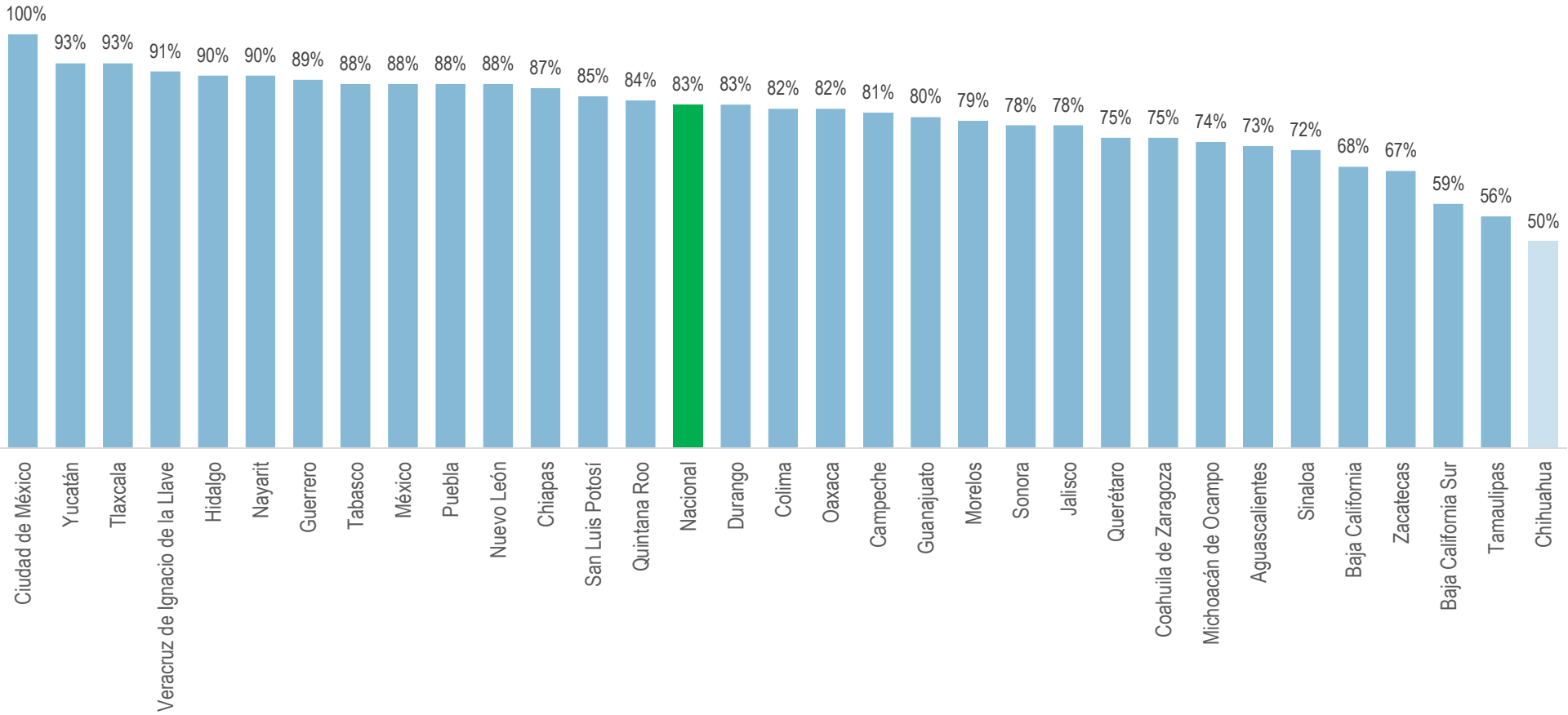
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumo de noticias – Entidades



Consumo de noticias – Entidades

Rural



Consumo de noticias - canales de televisión abierta

Urbano

Canales de televisión abierta en los que sigue las noticias*
Los más vistos

Rural

Base urbano: 1,296 personas que siguen las noticias en televisión abierta
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

Base rural: 65 personas que siguen las noticias en televisión abierta
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*

	Urbano		Rural	
1	43%	44 EL CANAL DE LAS NOTICIAS	41%	LAS ESTRELLAS
2	17%	LAS ESTRELLAS	16%	AZTECA UNO
3	16%	AZTECA UNO	7%	44 EL CANAL DE LAS NOTICIAS
4	10%	TELEVISA JUÁREZ	6%	CANAL 5
5	6%	AZTECA 7	5%	AZTECA 7
6	4%	NU9VE	4%	ADN 40
7	4%	CANAL 5	2%	TV UNAM
8	3%	IMAGEN TV	2%	CANAL 50
9	2%	CANAL 16		
10	1%	ADN 40		

Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

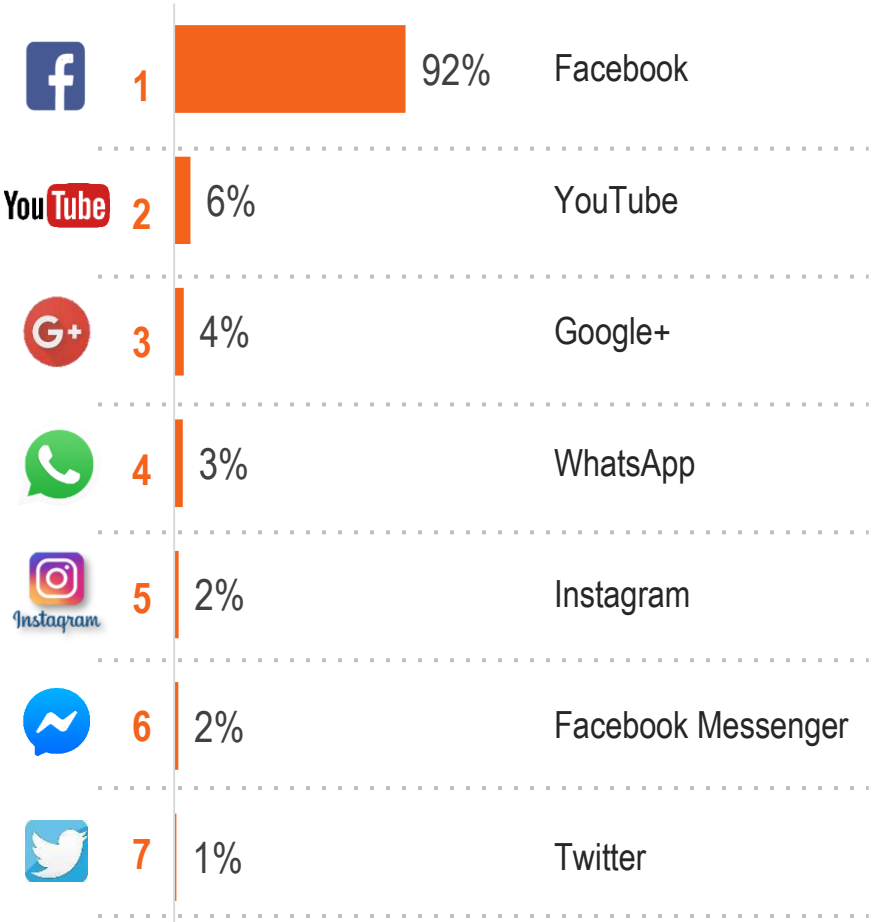
*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumo de noticias - redes sociales

Redes sociales en las que sigue las noticias*
Las más utilizadas

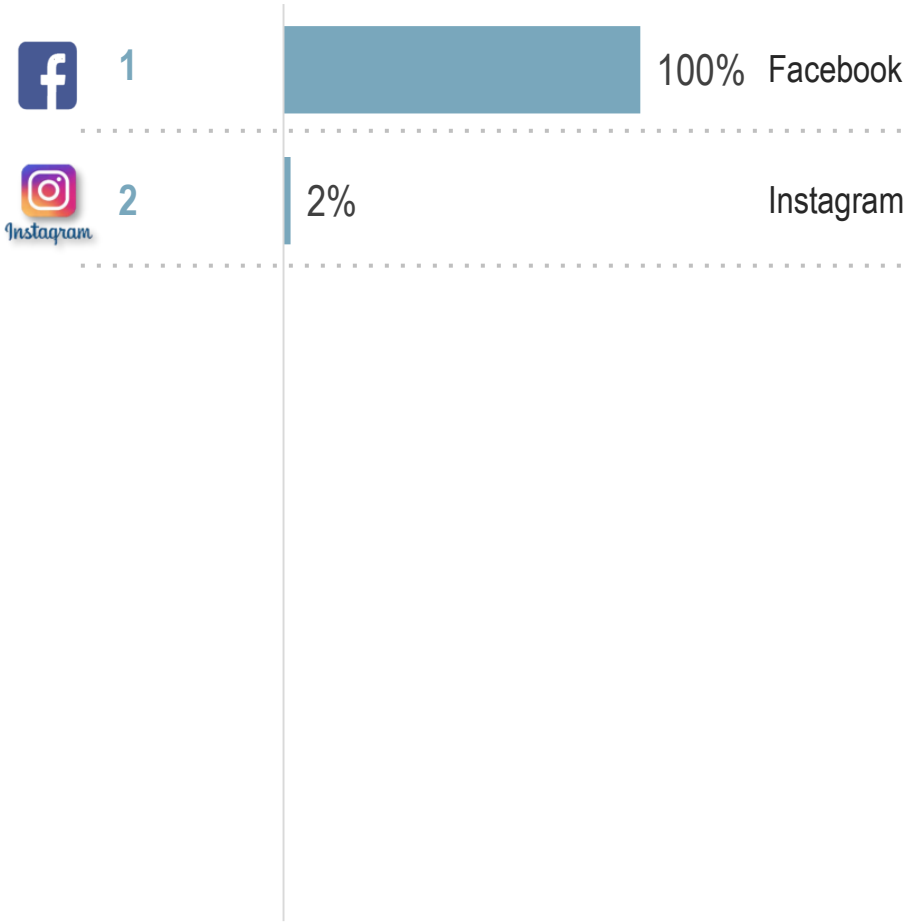
Urbano

Base urbano: 532 personas que siguen las noticias en redes sociales
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*



Rural

Base rural: 15 personas que siguen las noticias en redes sociales
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*



Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

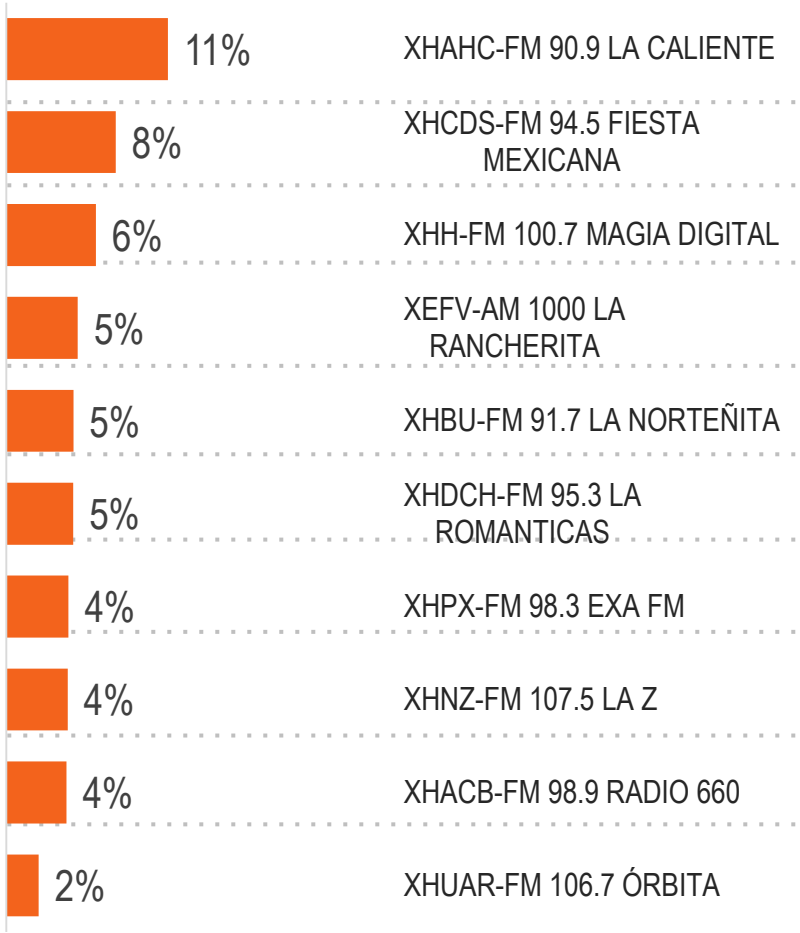
Consumo de noticias - estaciones de radio

Urbano

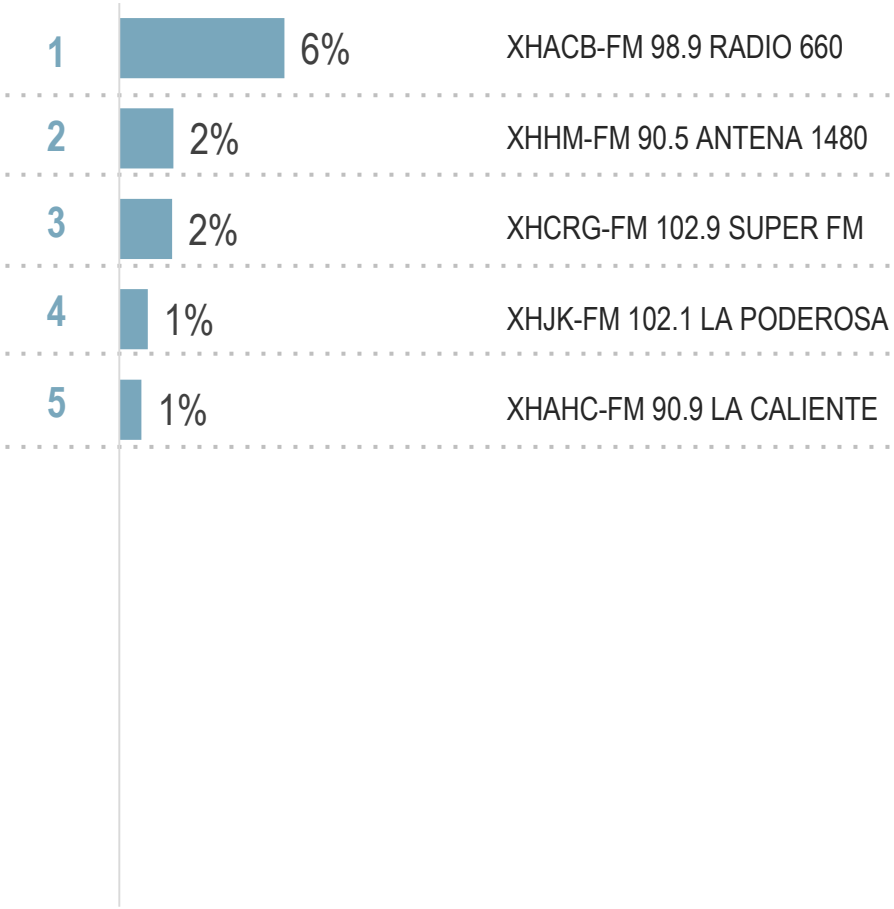
Estaciones de radio en las que sigue las noticias*
Las más escuchadas

Rural

Base urbano: 232 personas que siguen las noticias en la radio
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*



Base rural: 26 personas que siguen las noticias en la radio
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*



Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

Consumo de noticias - canales de televisión de paga

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Urbano

Canales de televisión de paga en los que sigue las noticias*
Los más vistos

Rural

Base urbano: 140 personas que siguen las noticias en televisión de paga
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

1	16%	CANAL 24 HORAS
2	12%	SKY ONE
3	12%	CNN EN ESPAÑOL
4	9%	UNIVISIÓN
5	7%	TELEFÓRMULA
6	6%	FOX SPORTS
7	5%	FOX SPORTS 3
8	2%	ESPN
9	2%	TVC
10	2%	ESPN 3

Base rural: 7 personas que siguen las noticias en televisión de paga
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*

1	33%	CNN EN ESPAÑOL
2	18%	TELEMUNDO
3	17%	UNIVISIÓN

Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

Consumo de noticias - periódicos

Urbano

Periódicos en los que sigue las noticias*
Los más leídos

Rural

Base urbano: 212 personas que siguen las noticias en periódicos
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

1	36%	PM
2	24%	Diario de Juárez
3	17%	El Heraldo de Chihuahua
4	12%	Diario de Chihuahua
5	8%	El Diario
6	5%	El Peso
7	1%	El Mexicano
8	1%	Periódico Local
9	1%	El siglo de Torreón

Base rural: 9 personas que siguen las noticias en periódicos
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*

1	16%	Diario de Chihuahua
2	12%	El Heraldo de Chihuahua
3	3%	El Peso
4	2%	Cualquier periódico

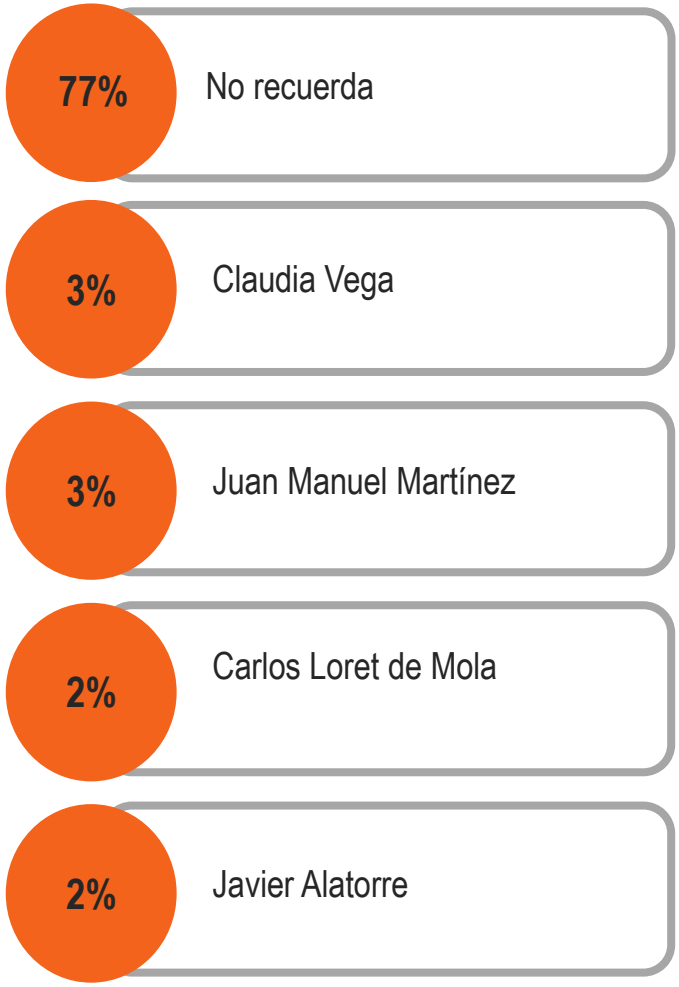
Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

Urbano

Los conductores de noticias que más siguen

Base urbano: 2,381 personas de 16 años o más que siguen las noticias
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

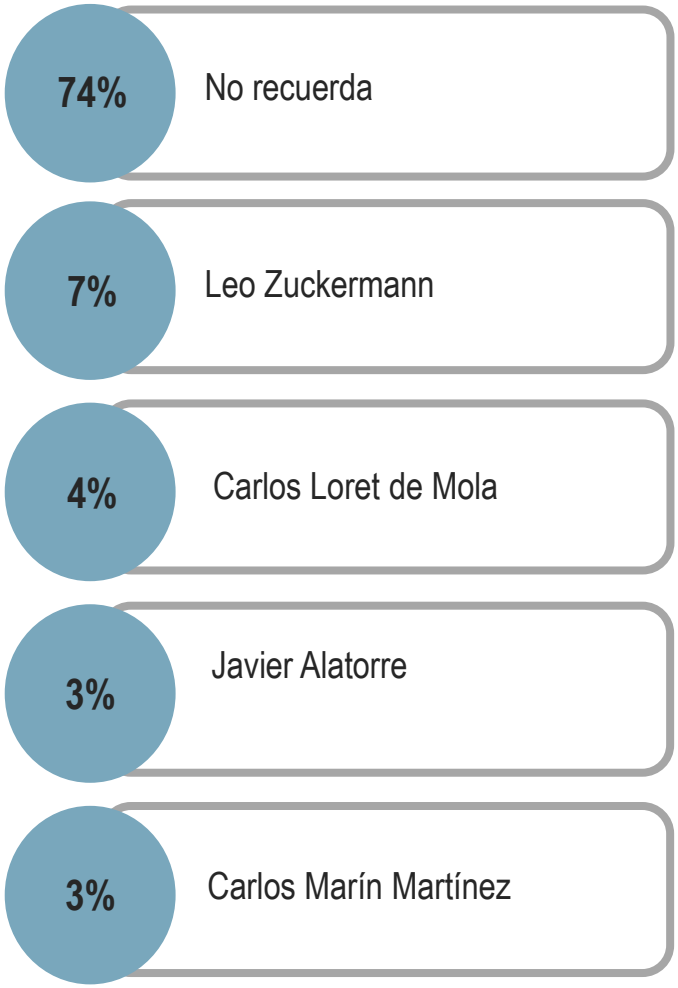


*La persona encuestada podía elegir más de una opción por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Rural

Los conductores de noticias que más siguen

Base rural: 132 personas de 16 años o más que siguen las noticias
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*



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

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena
Demarcación Territorial, Benito Juárez,
Ciudad de México,
México. CP. 03720
http://www.ift.org.mx