INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Guerrero

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

- 3,137 casos finales con un margen de error teórico máximo del ± 2%, con un nivel de confianza del 95% y distribuidos de la siguiente forma por tipo de localidad:
  - ✓ **URBANA : 2,417 casos**
  - ✓ **RURAL : 720 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

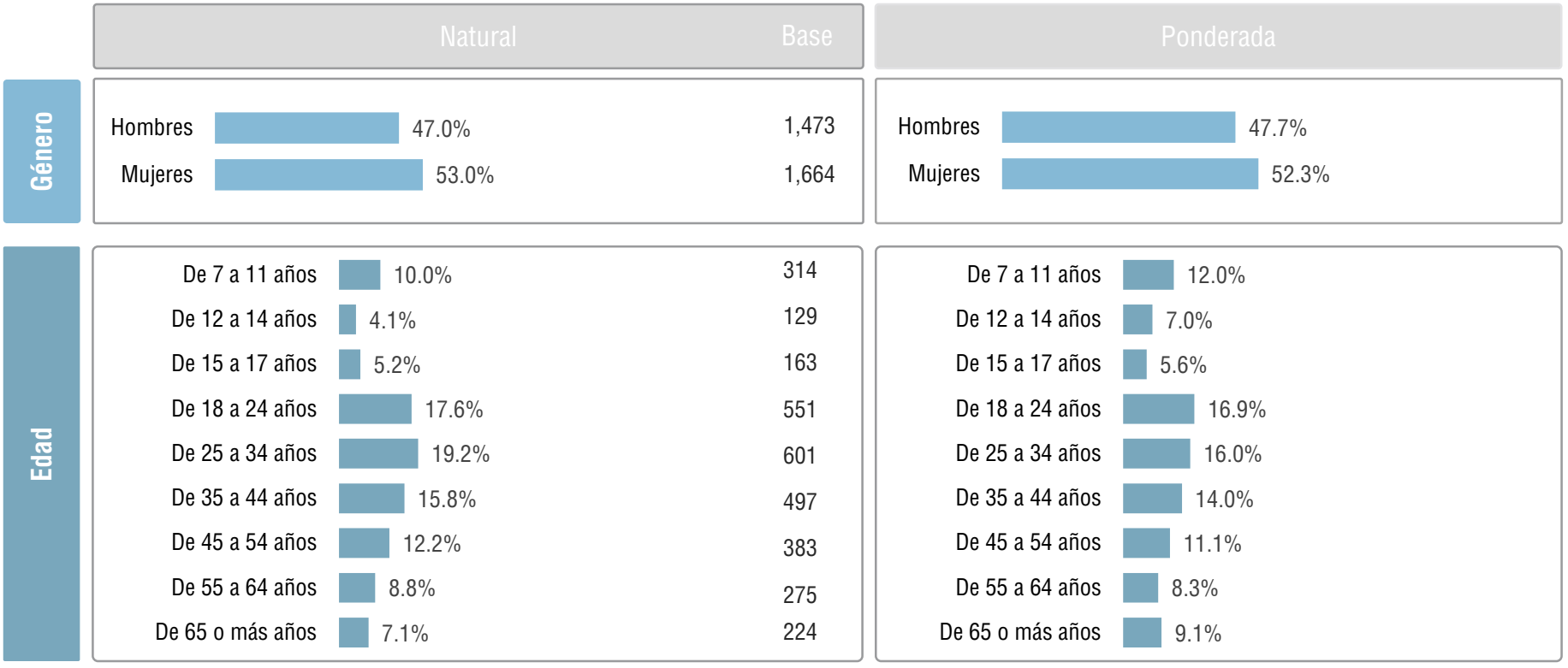
- El levantamiento se llevó a cabo del 30 de noviembre de 2018 al 30 de enero del 2019 por parte de la empresa Planning Quant.

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



Perfil de hogares entrevistados

	Natural	Base	Ponderada
Ámbito	Urbana	77.0%	2,417	62.9%
	Rural	23.0%	720	37.1%
Nivel Socioeconómico	AB	5.8%	157	5.0%
	C+	10.5%	353	11.3%
	C	15.7%	511	16.3%
	C-	16.6%	538	17.2%
	D+	17.4%	523	16.7%
	D	26.7%	848	27.0%
	E	7.3%	207	6.6%

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Resultados Estatales

Principales hallazgos

- **89%** de los hogares reporta tener **televisor**, en promedio **1.5** televisores.
- Cerca de **43% de los hogares** dijeron depender de la señal de **televisión abierta** para ver canales de televisión.
- **73%** de los entrevistados con televisor señalaron **ver contenidos de canales de TV abierta**, siendo **Las Estrellas** el que mayor número de menciones obtuvo.
- **Noticias y películas** son los tipos de programas de **televisión abierta** que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia.
- El **57%** de los hogares tienen contratado un sistema de **televisión de paga**, de los cuales **68%** consumen **canales de televisión abierta**.
- **Películas y deportes** son los tipos de contenidos de **televisión de paga** que las personas ven con mayor frecuencia.
- **26%** de las personas declararon **escuchar estaciones de radio**, siendo los programas **musicales** los más escuchados en un **74%** de las ocasiones.
- **83%** de las personas que escuchan la radio, lo hacen principalmente en su **hogar** y **52%** de ellas, a través de **estéreo / grabadora**.
- El **46%** de los entrevistados declararon ver **contenidos audiovisuales por internet**. **YouTube** es la plataforma más utilizada seguida por **Facebook**.

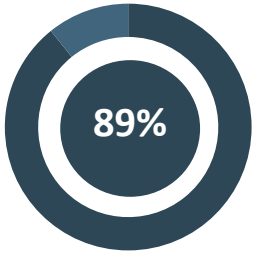
Principales hallazgos

- **40%** de los entrevistados que consumen contenidos por internet, ven con mayor frecuencia **películas**; seguido por **videos musicales** con el **32%** y **series** con el **31%**.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos** por internet en un **87%**.
- **20**% dijo **jugar videojuegos**, **el teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines.
- **85%** 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 canales de tv de paga**.

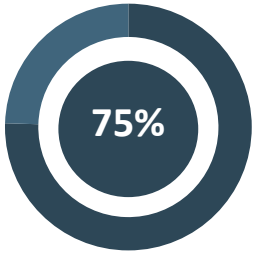
Equipamiento del hogar

Base: 3,137 hogares
Promedio de 2.9 respuestas por hogar*

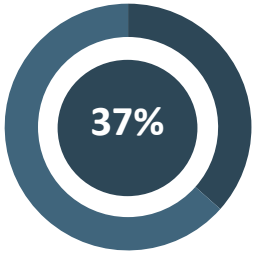
Televisor



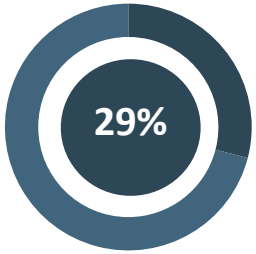
Teléfono celular



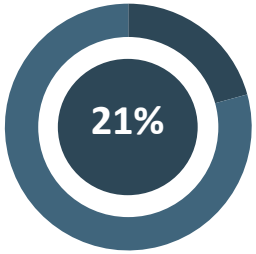
Radio



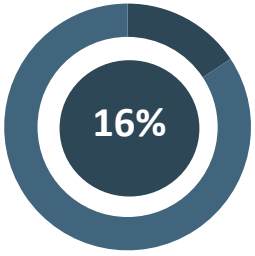
Teléfono fijo



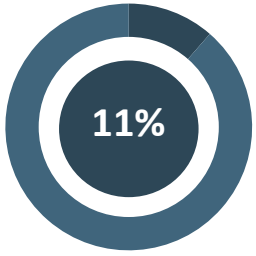
Laptop o computadora



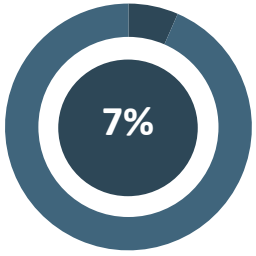
Blu-ray/ DVD



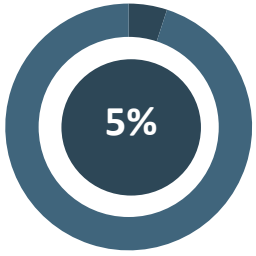
Tablet



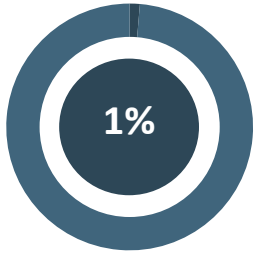
Consola de videojuegos



Dispositivos para contenidos en línea



Ninguno



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

Infraestructura

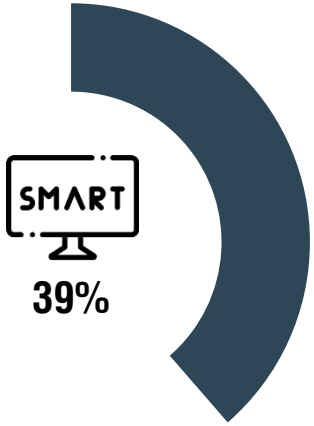
Promedio de televisores en el hogar

Base: 2,843 hogares con televisor

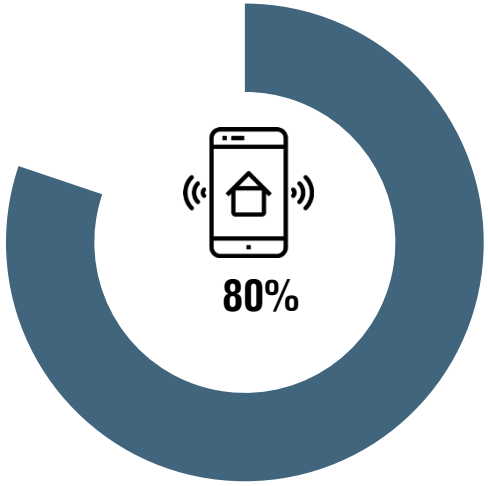
Promedio de radios en el hogar

Base: 1,084 hogares con radio

Presencia de smart tv y smartphone en el hogar

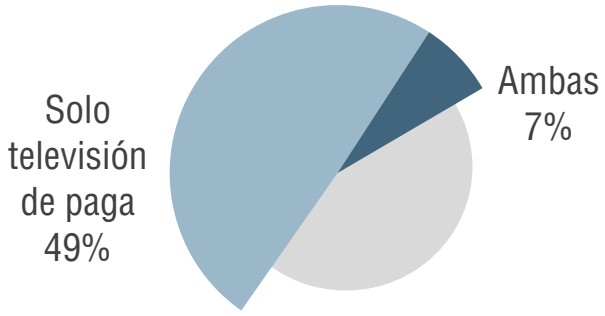


Base: 2,264 hogares que tienen televisor digital

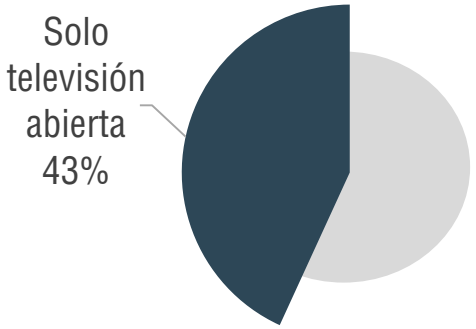


Base: 2,435 hogares que tienen teléfono celular

Tipo de señal en el hogar



Base: 2,843 hogares con televisor



Base: 2,843 hogares con televisor

Principal razón para contratar televisión de paga

Base: 1,464 hogares con televisión de paga

Promedio: 1.1 respuestas por hogar*

No recibo o recibo mala señal de televisión abierta	33%
Tener más opciones de contenidos y canales	28%
Transmiten programas que no puedo ver en otro lado	11%
Precio accesible	11%
Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor	11%
Tienen canales de televisión abierta en horario/programación diferida	7%

Principal razón para no contratar televisión de paga

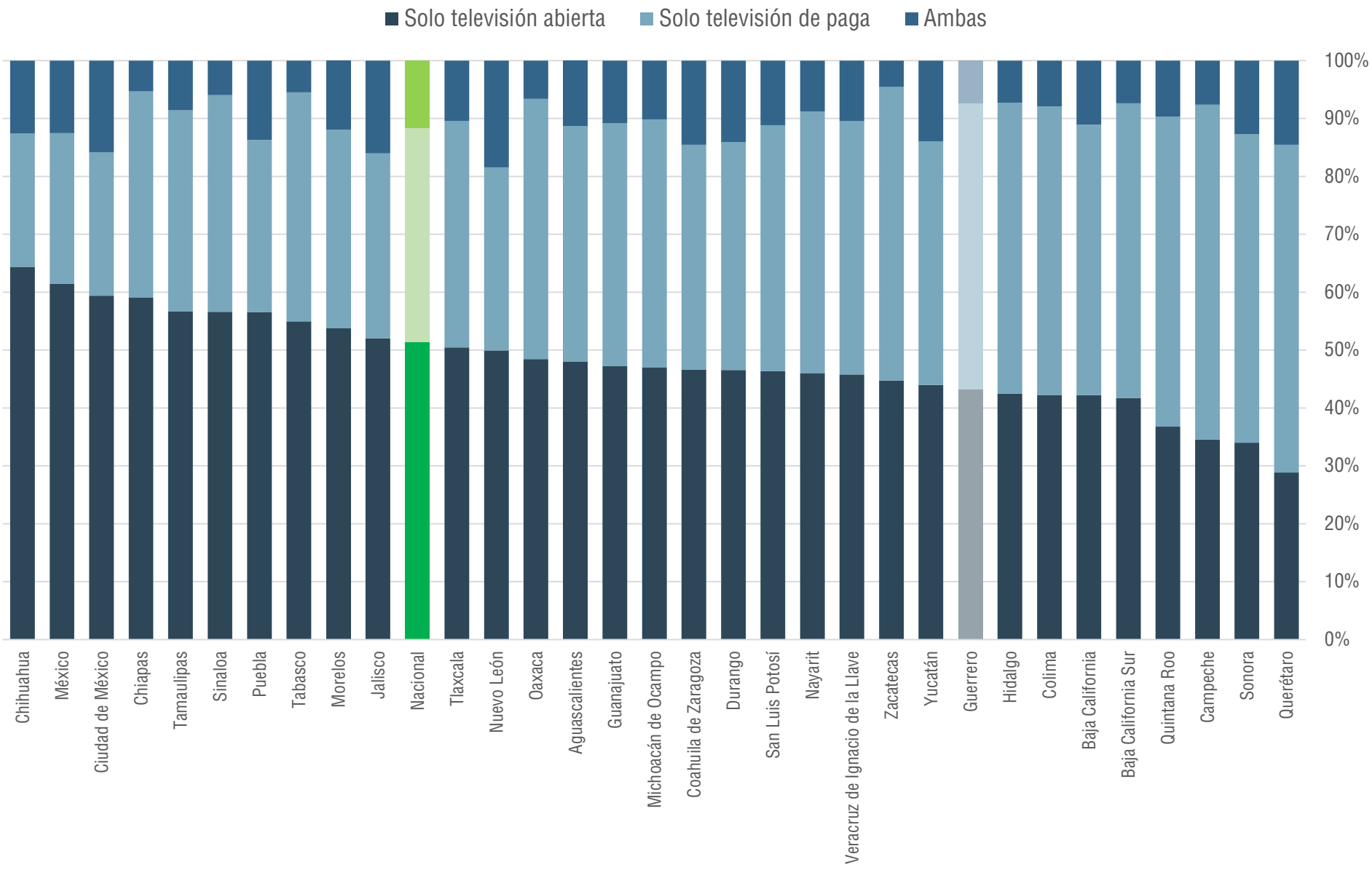
Base: 1,379 hogares con solo televisión abierta

Promedio: 1.1 respuestas por hogar*

Por el precio	61%
Veo poco tiempo la televisión	27%
Los canales de televisión abierta son suficientes	6%
Porque consumo contenidos por internet (YouTube, Netflix, etc)	4%
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%.

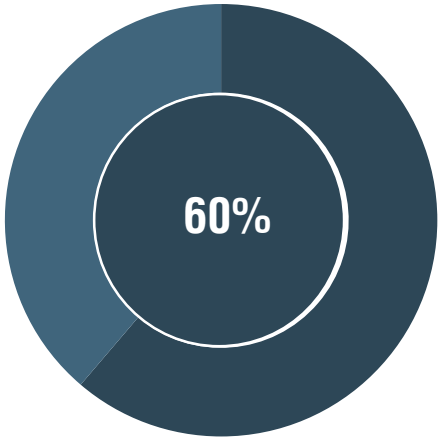
Tipo de señal en el hogar - Entidades



Uso de internet

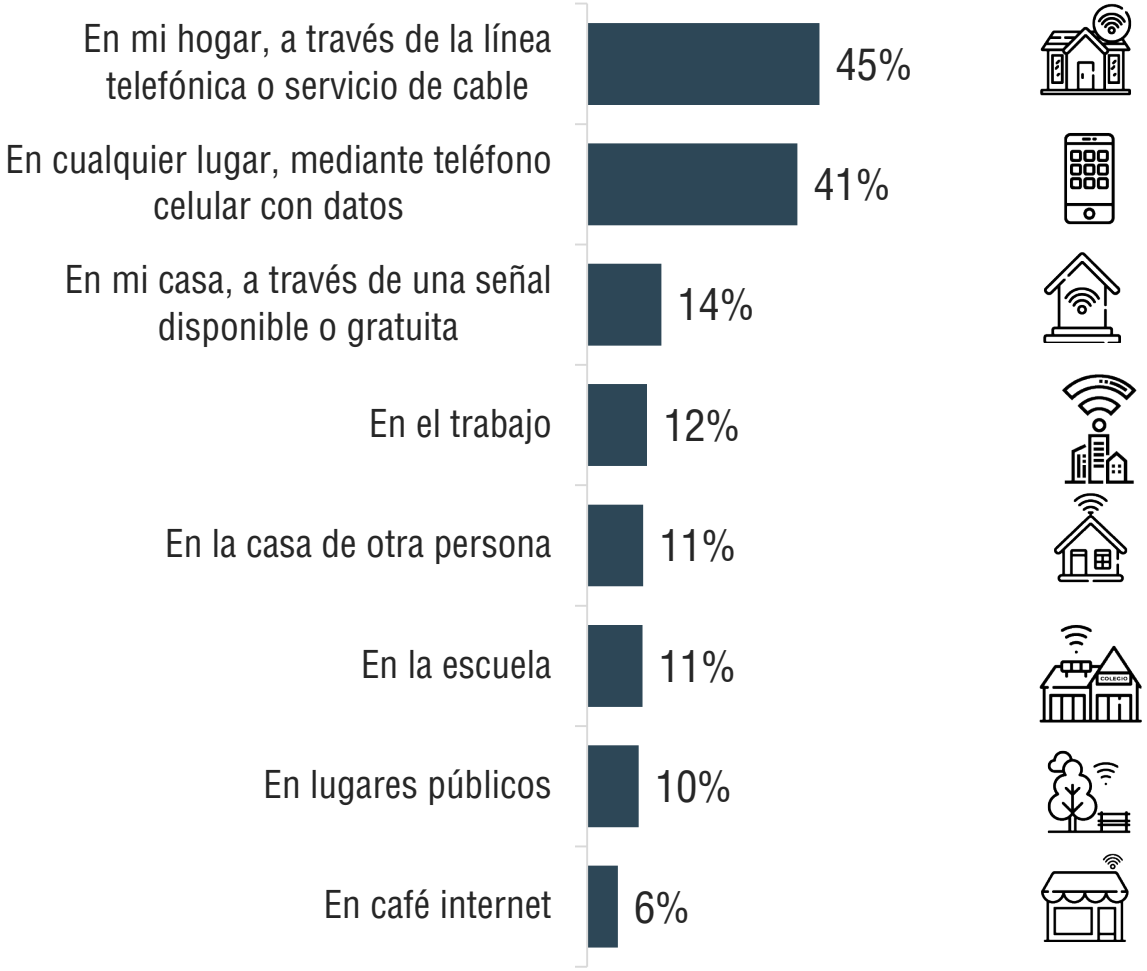
Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 3,137 personas



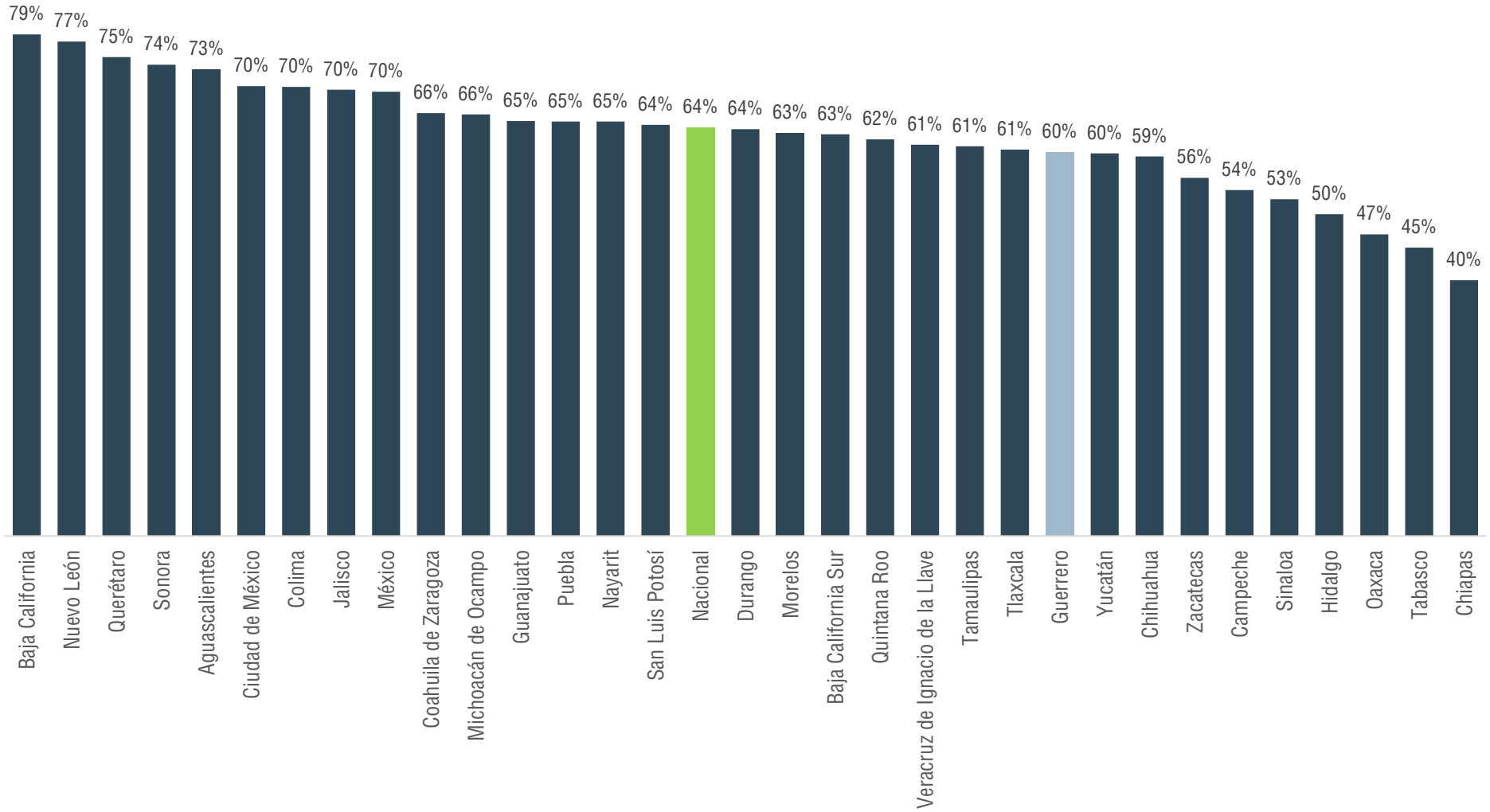
Lugares para acceder a internet

Base: 1,909 personas que usan internet
Promedio: 1.5 respuestas por persona*



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

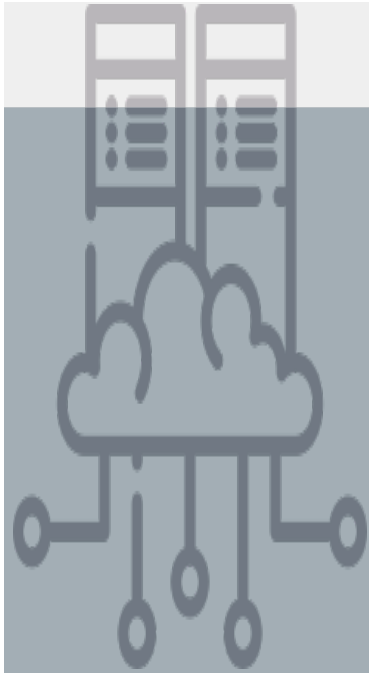
Uso de internet – Entidades



Redes sociales y mensajería instantánea

Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 1,909 personas que usan internet



84%

Redes sociales y mensajería instantánea

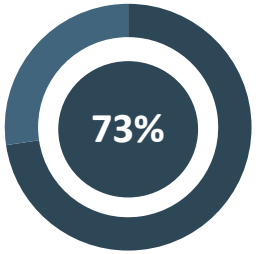
Base: 1,639 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea

Promedio: 2.8 respuestas por persona*

WhatsApp	85%
Facebook	74%
Facebook Messenger	31%
YouTube	28%
Instagram	19%

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

Televisión abierta



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

Base: 2,843 personas que tienen televisor

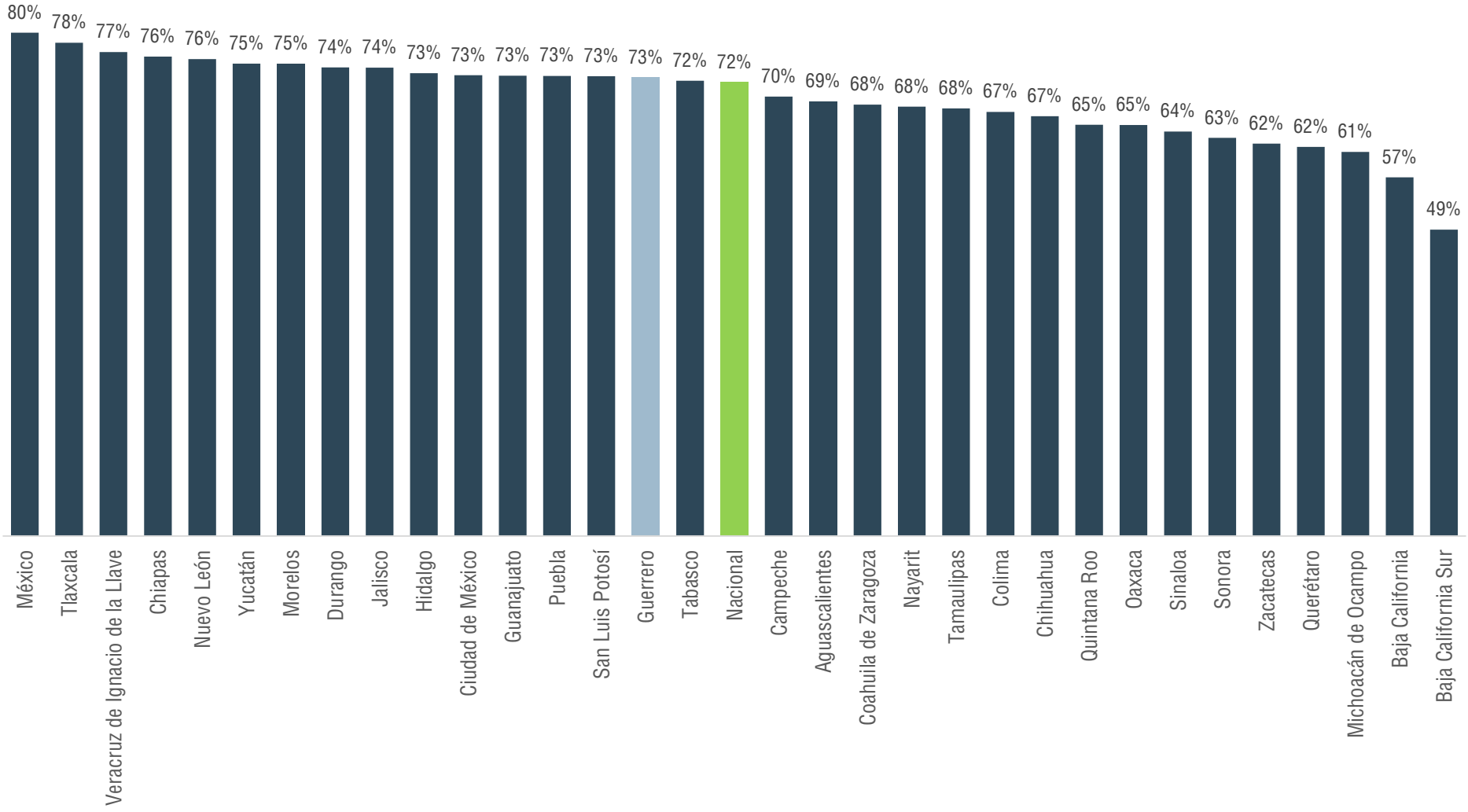
Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base: 2,098 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 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 canales con las mayores frecuencias.

Ven canales de televisión abierta – Entidades

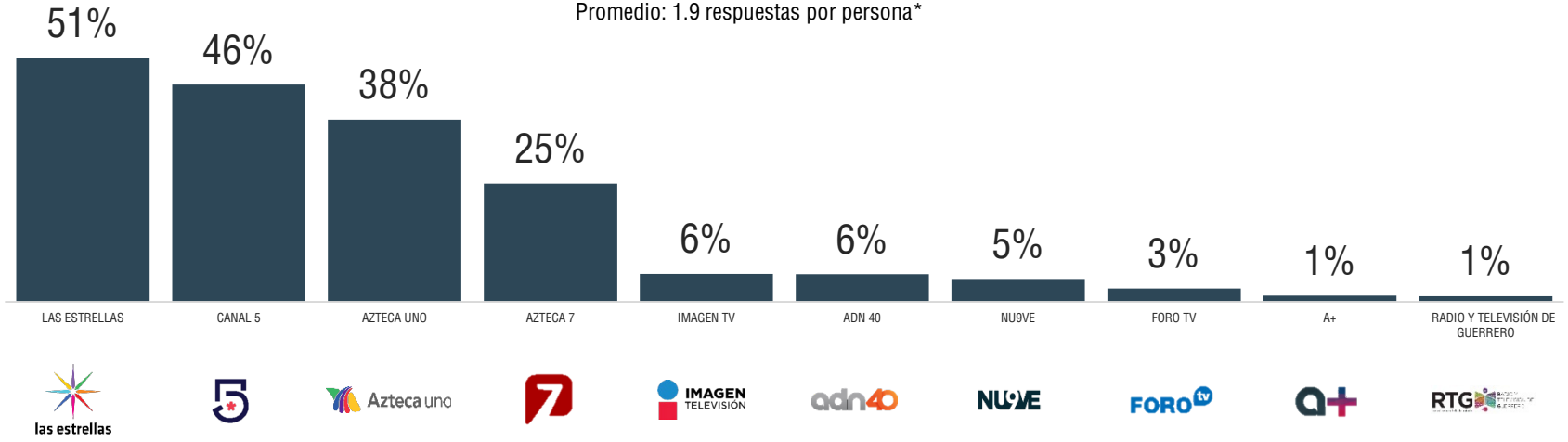


Televisión abierta

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

Base: 1,123 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

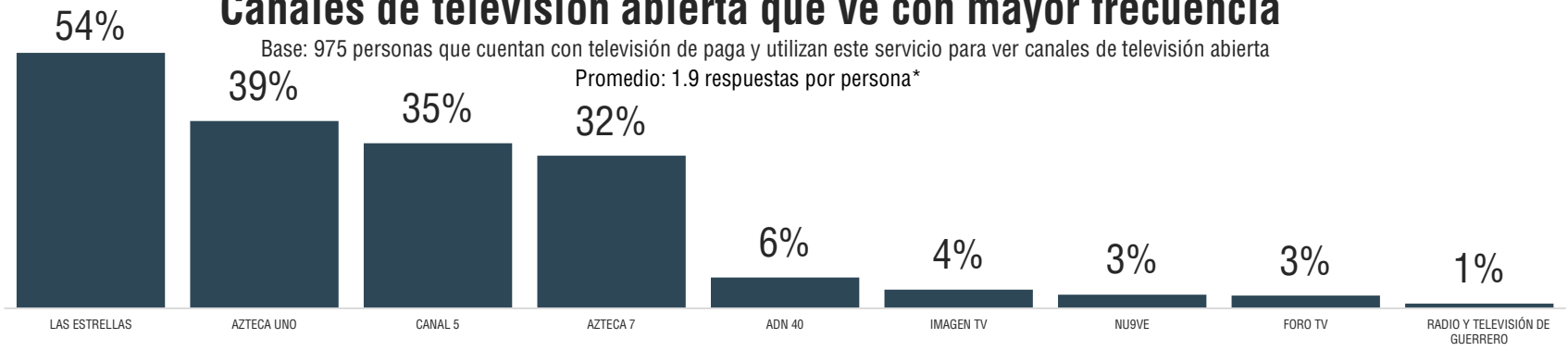
Promedio: 1.9 respuestas por persona*



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

Promedio: 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 canales con las mayores frecuencias.

Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base: 2,098 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 2.3 respuestas por persona*

Noticias	46%
Películas	40%
Telenovelas	32%
Deportes	28%
Series	18%
Caricaturas / Programas infantiles	16%
Comedia / Cómicos	11%
Musicales	9%
Dramatizado unitario	8%
Concursos	5%

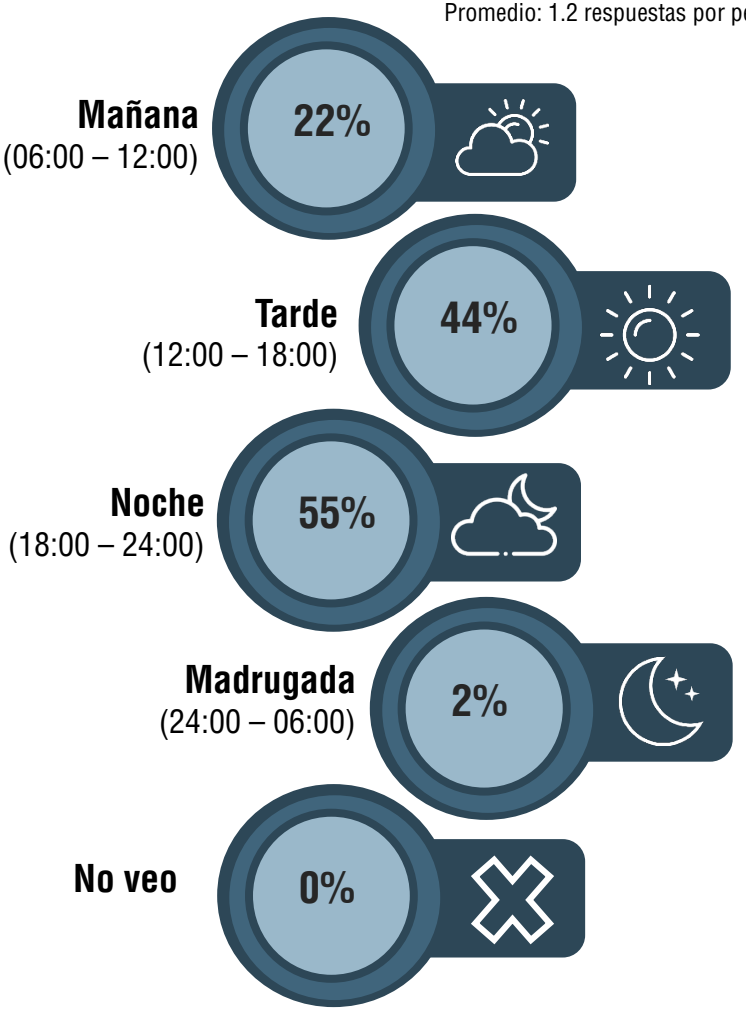
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Base: 2,098 personas que ven canales de televisión abierta

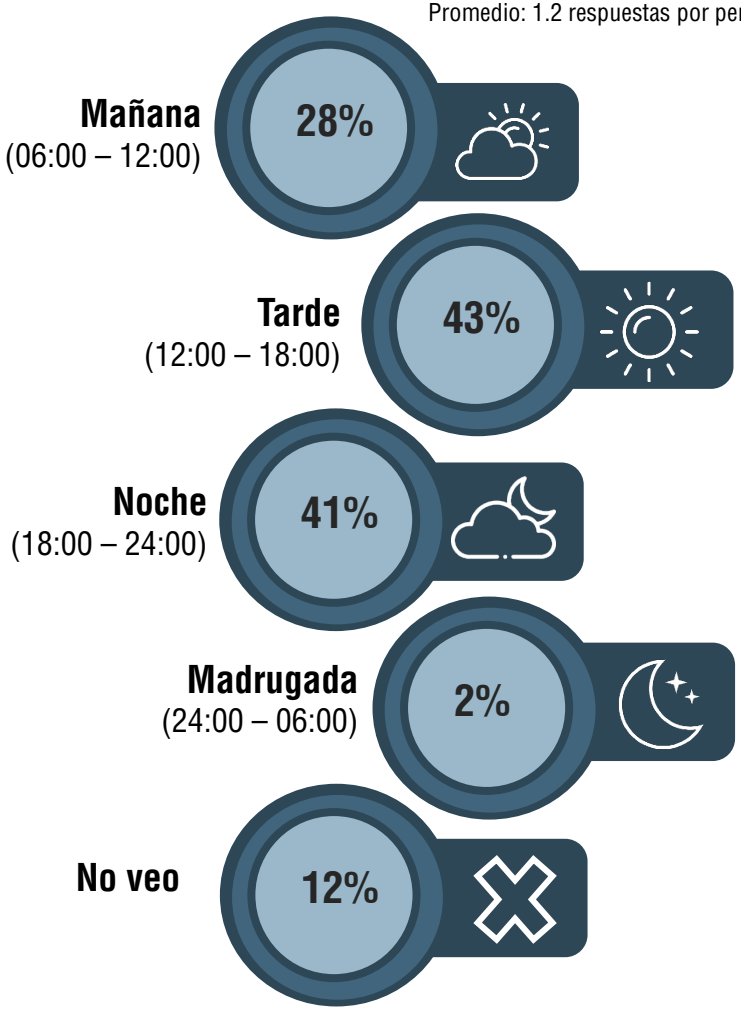
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



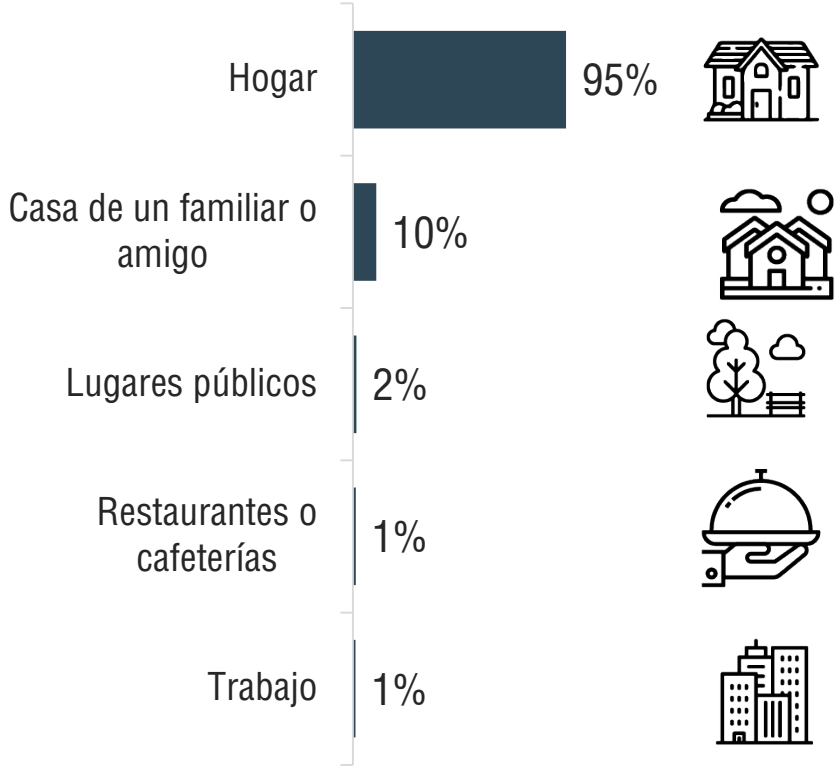
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

Lugares donde ve televisión abierta

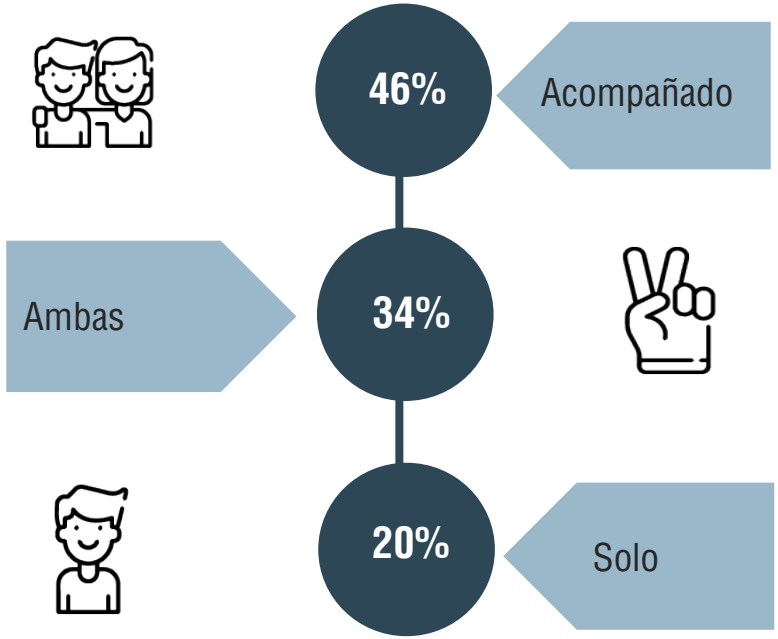
Base: 2,098 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



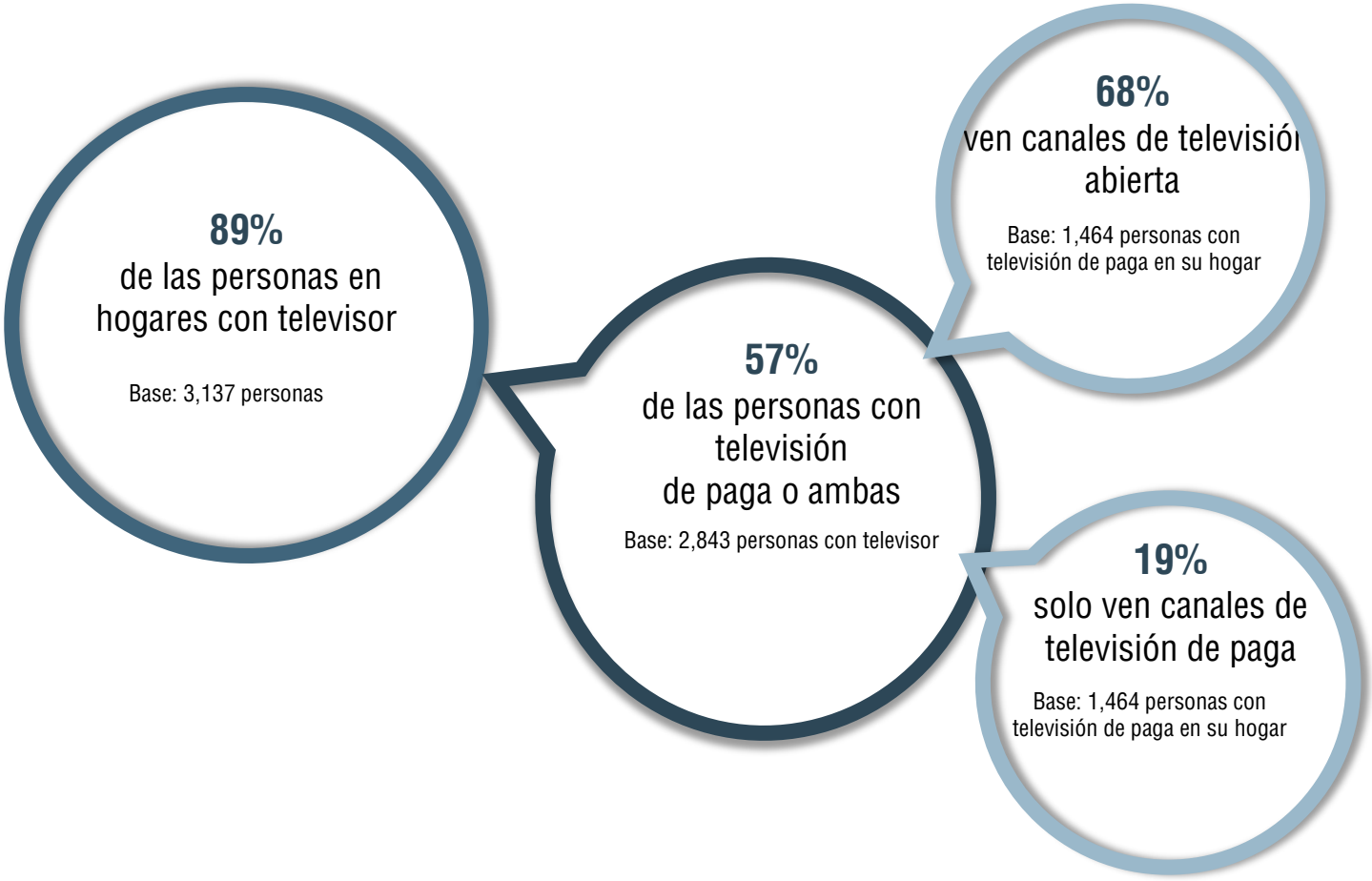
¿Con quién ve la televisión abierta?

Base: 2,098 personas que ven canales de televisión abierta

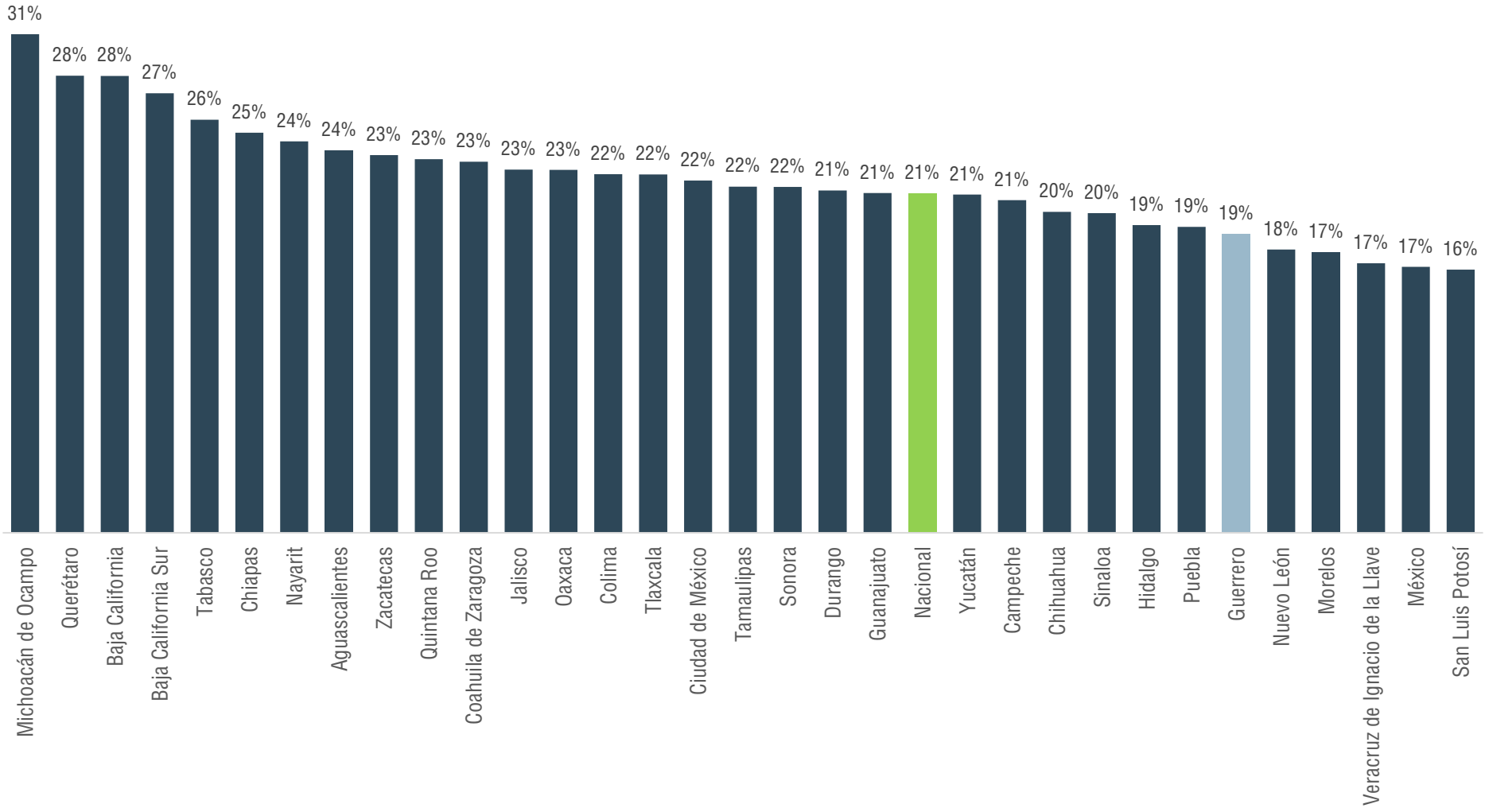


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión de paga



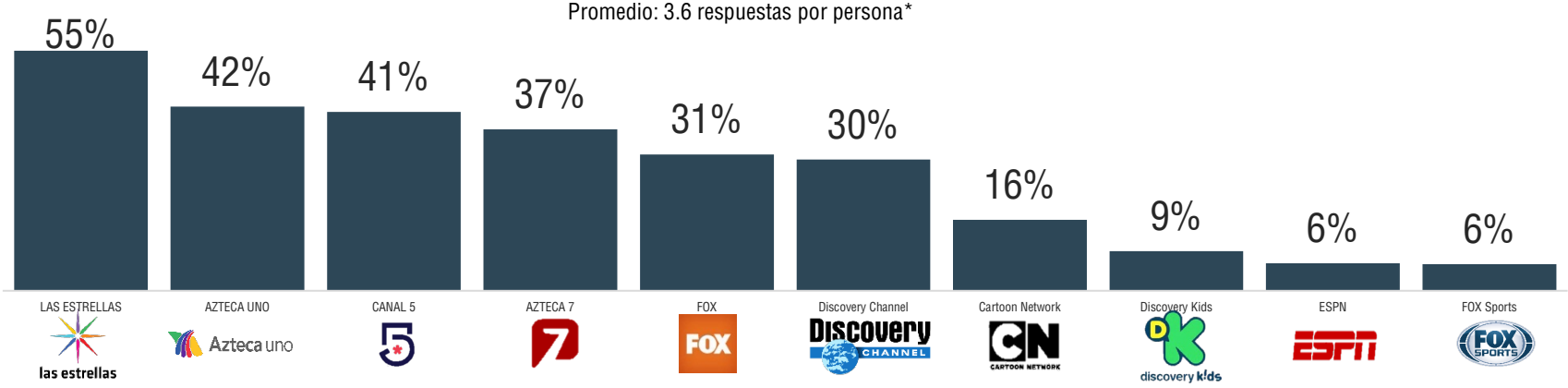
Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades



Televisión de paga

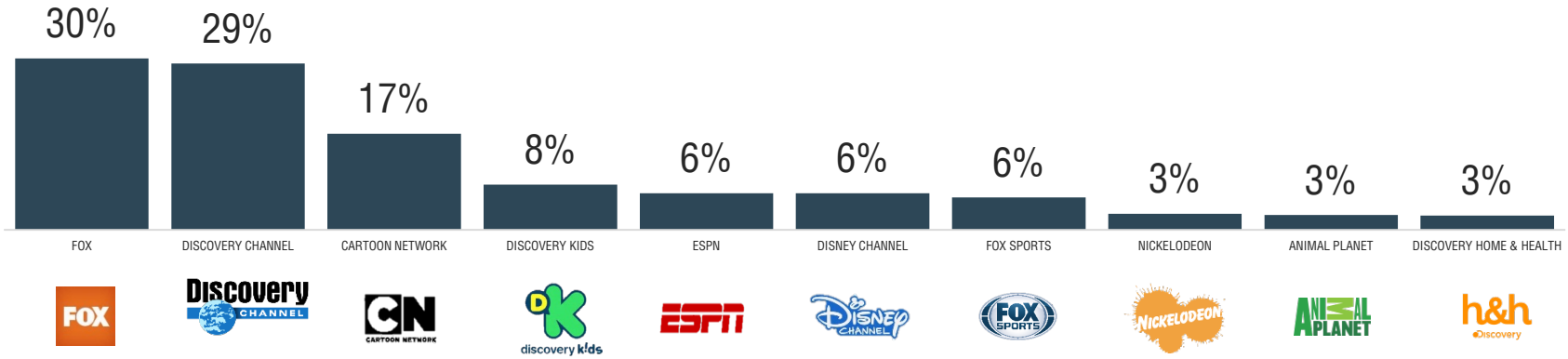
Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga**

Base: 624 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta
Promedio: 3.6 respuestas por persona*



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

Base: 958 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 canales con las mayores frecuencias.

Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base: 958 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 2.3 respuestas por persona*

Películas	53%	Telenovelas	19%
Deportes	30%	Musicales	16%
Noticias	26%	Comedia / Cómicos	13%
Series	26%	Documentales, reportajes culturales y educativos	12%
Caricaturas / Programas infantiles	21%	Dramatizado unitario	4%

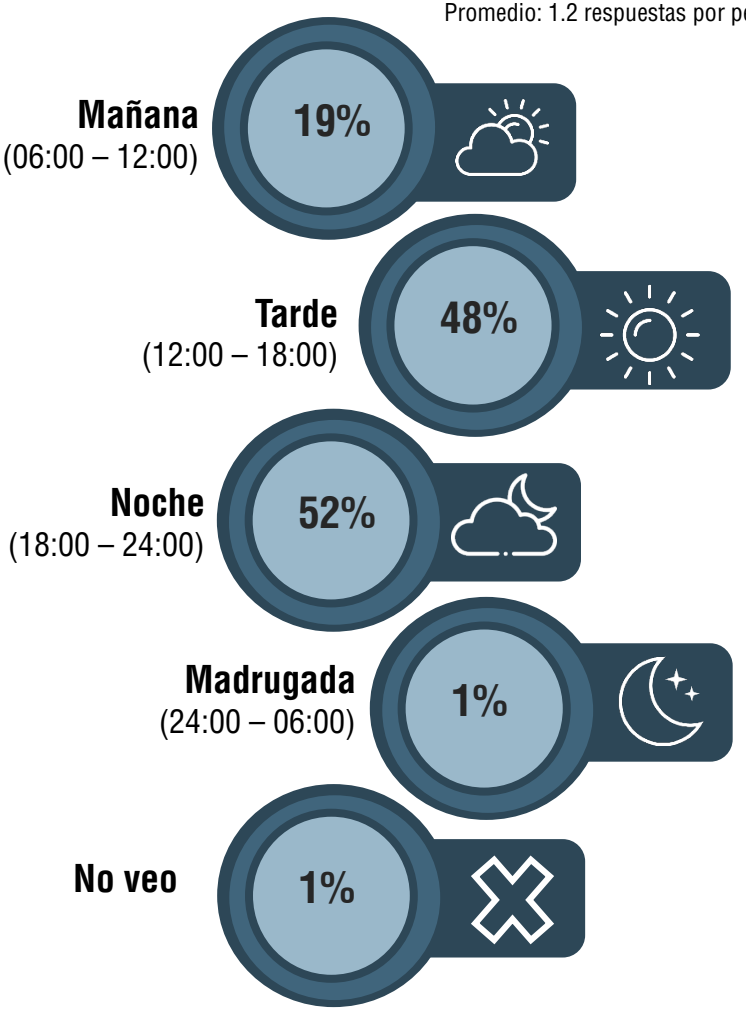
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver la televisión de paga

Base: 958 personas que ven canales de televisión de paga

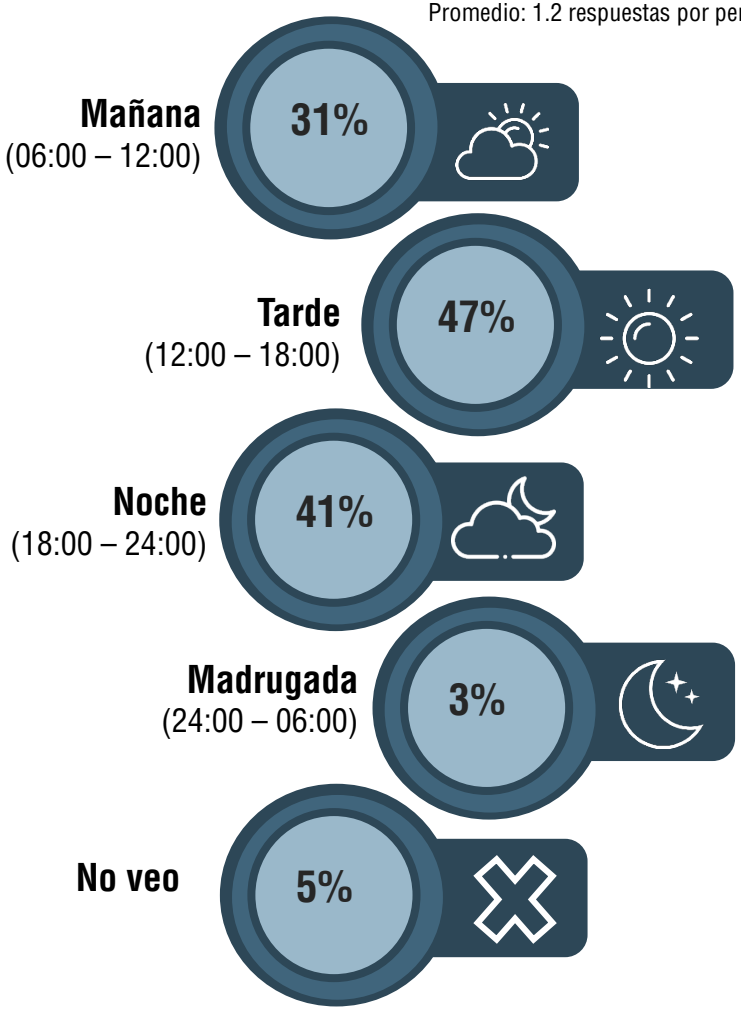
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



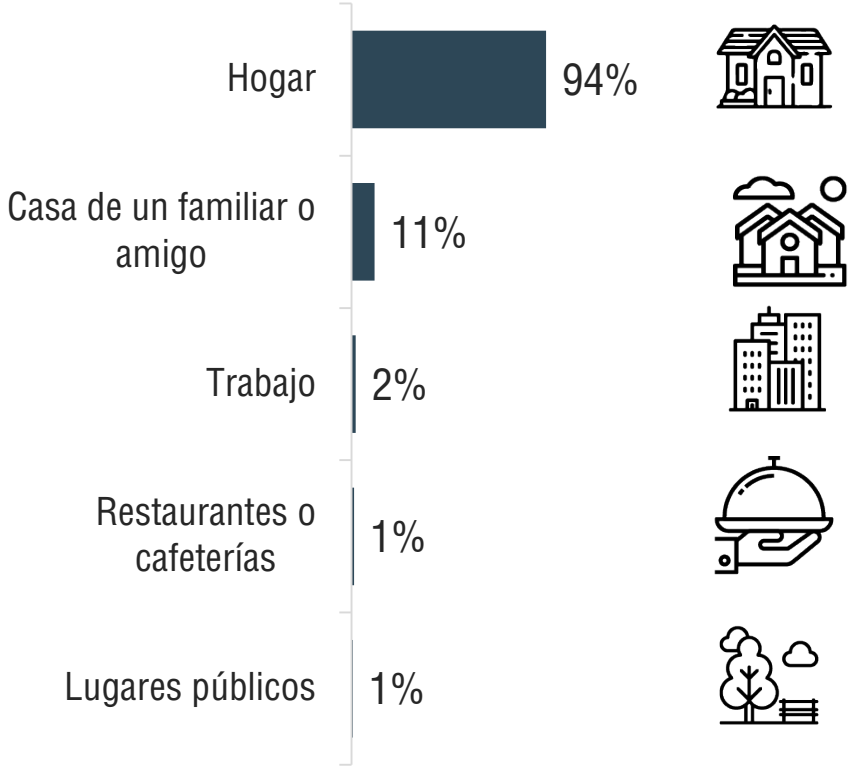
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión de paga

Lugares donde ve televisión de paga

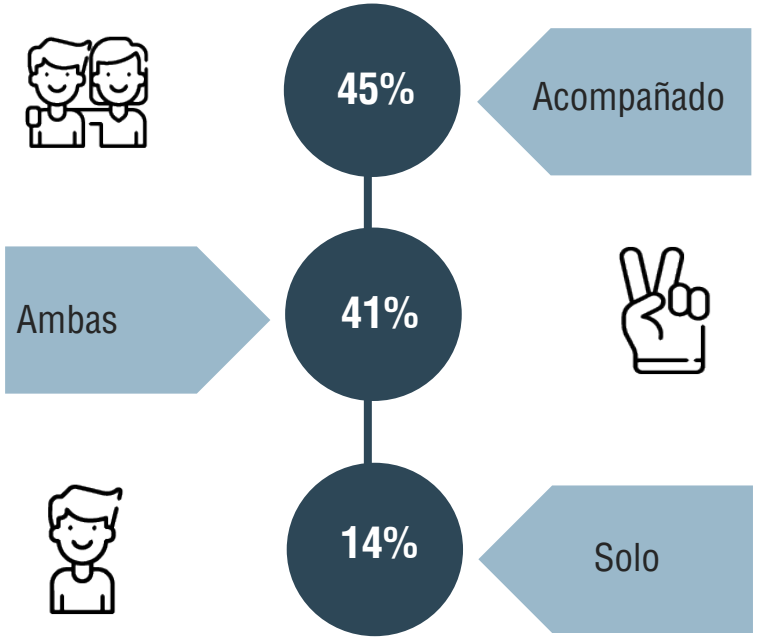
Base: 958 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión de paga?

Base: 958 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%.

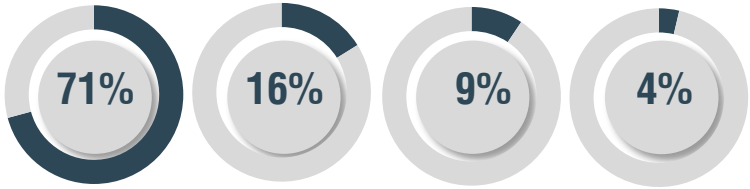
Radio

26%
de las personas escuchan radio

Base: 3,137 personas

Consumo por tipo de banda

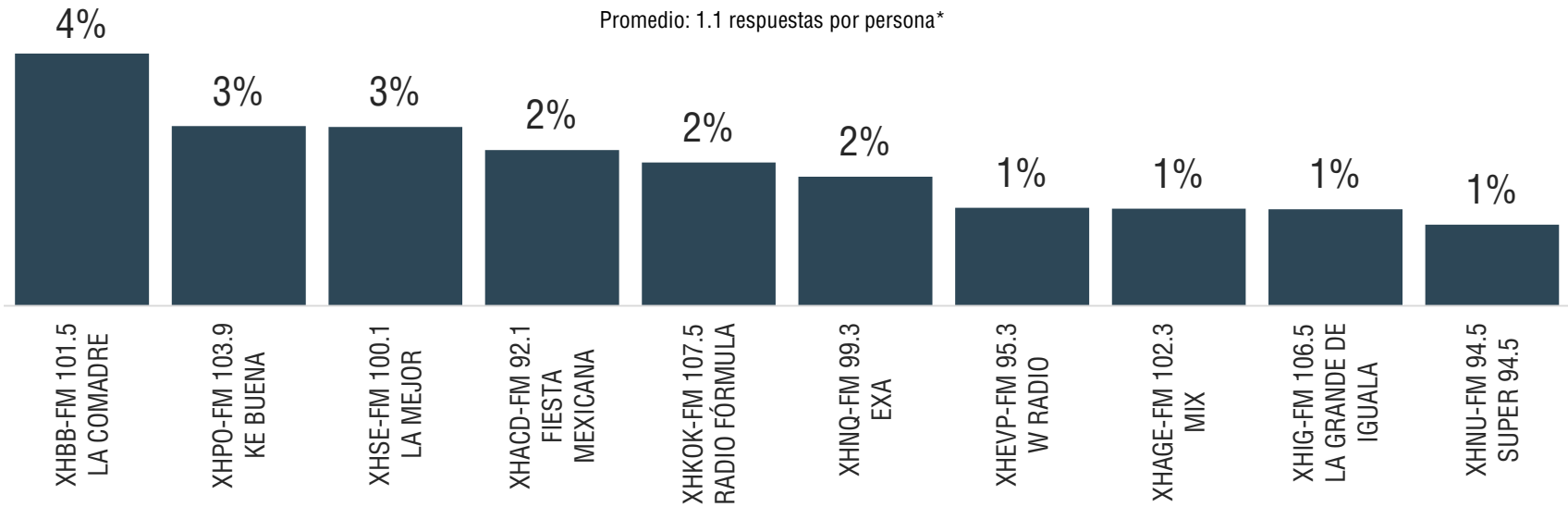
Base: 815 personas que escuchan radio



Estaciones de radio que más escuchan**

Base: 815 personas que escuchan radio

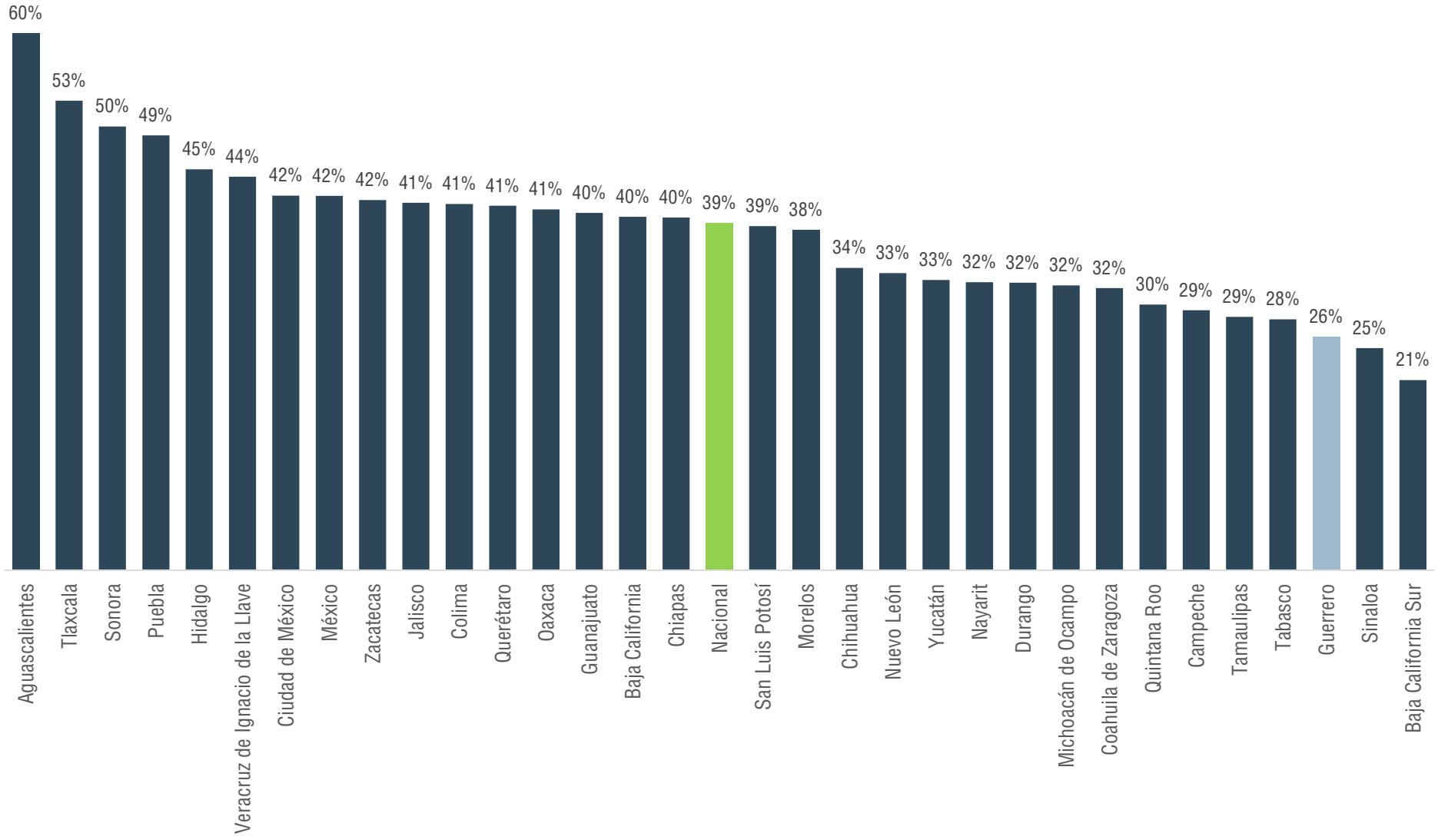
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



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

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

Escuchan estaciones de radio – Entidades



Tipo de programas de radio más escuchados

Base: 815 personas que escuchan radio
Promedio: 1.5 respuestas por persona*

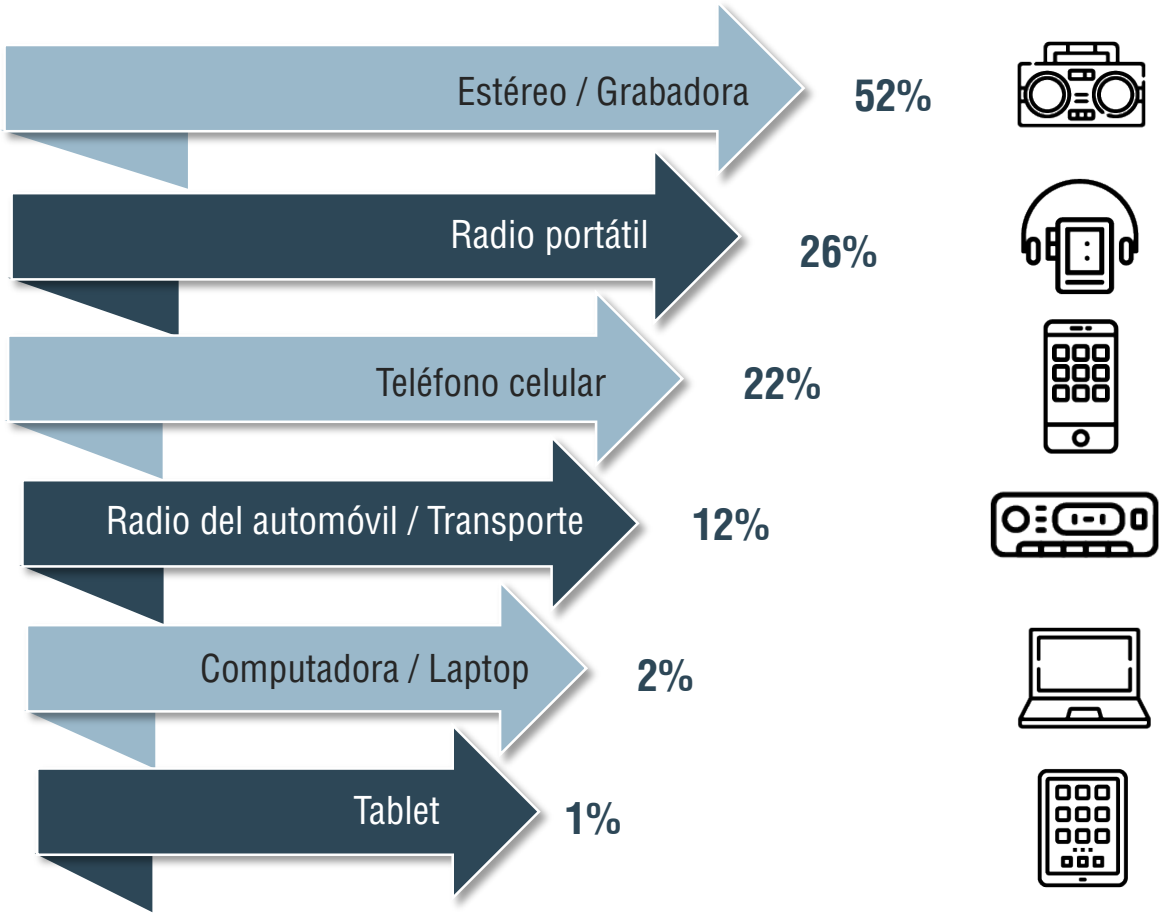
Musicales	74%
Noticias	44%
Deportes	11%
Debate / Opinión	6%
Programas infantiles	4%
Culturales / Científicos	4%
Radionovelas	3%
Estilo de vida / Programa de revista	2%
Humor / Cómicos	2%

*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: 815 personas que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



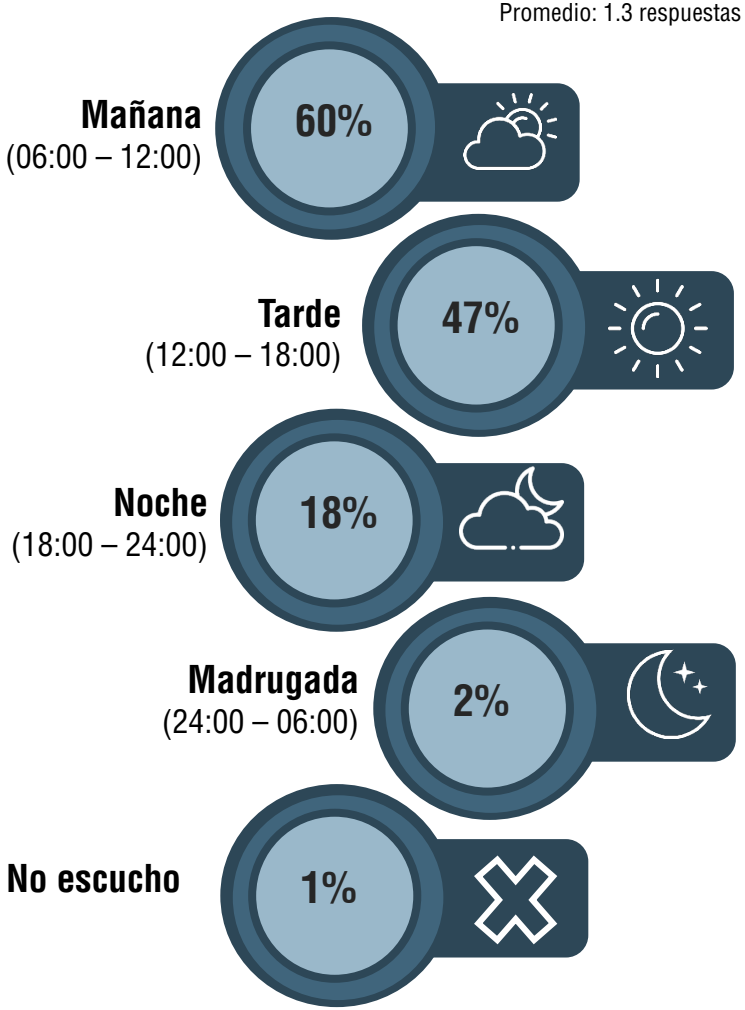
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra escuchar radio

Base: 815 personas que escuchan radio

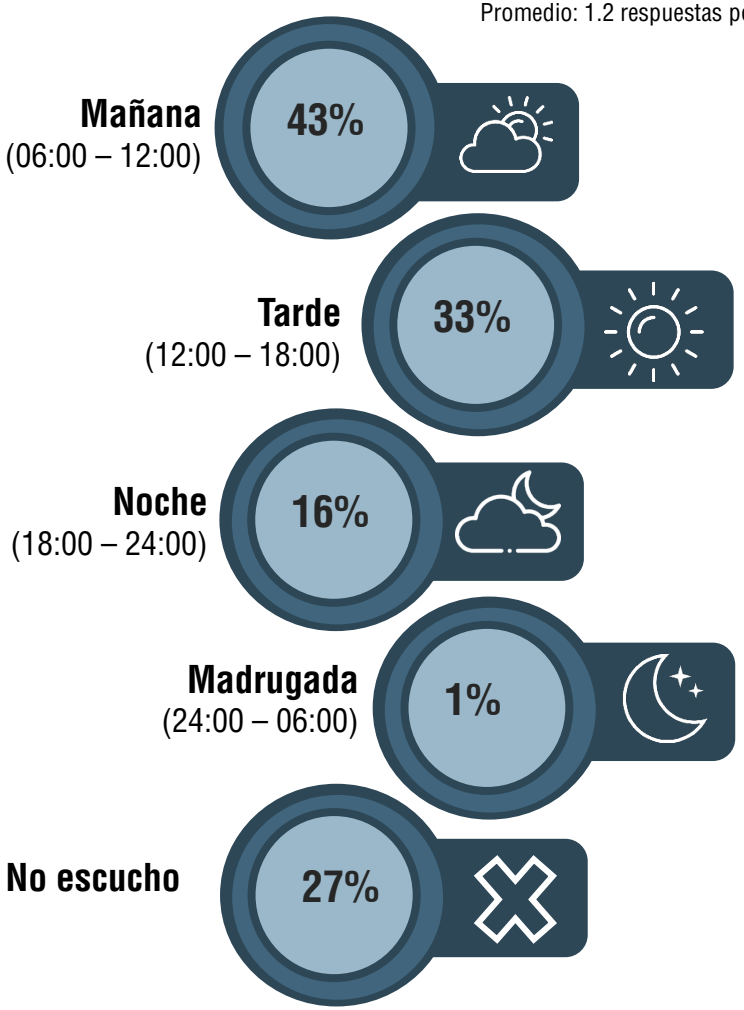
Lunes a viernes

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

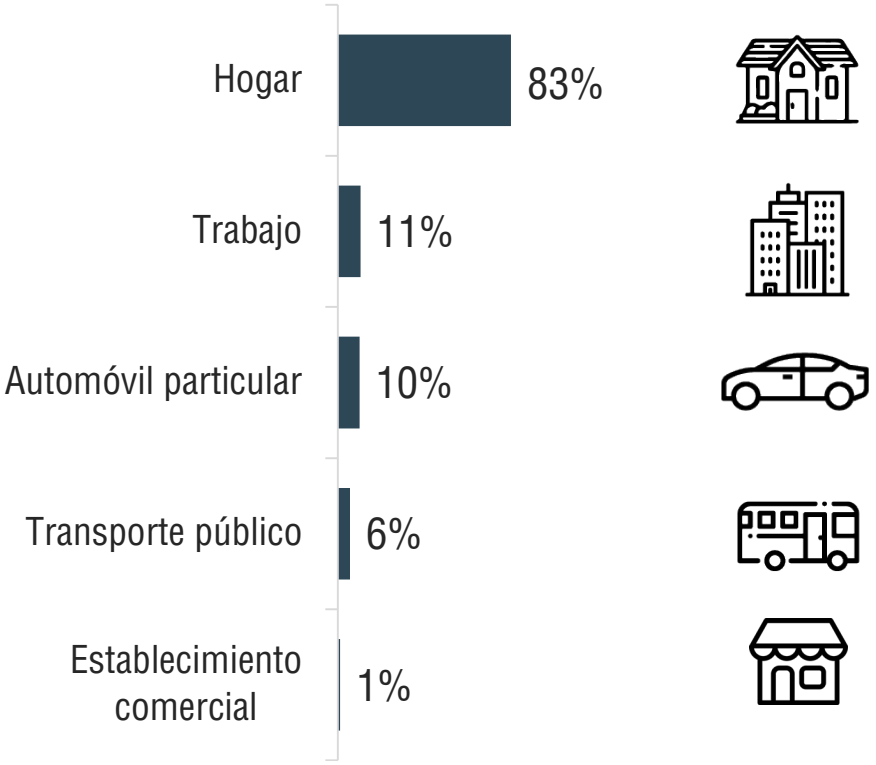


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Lugares donde escucha radio

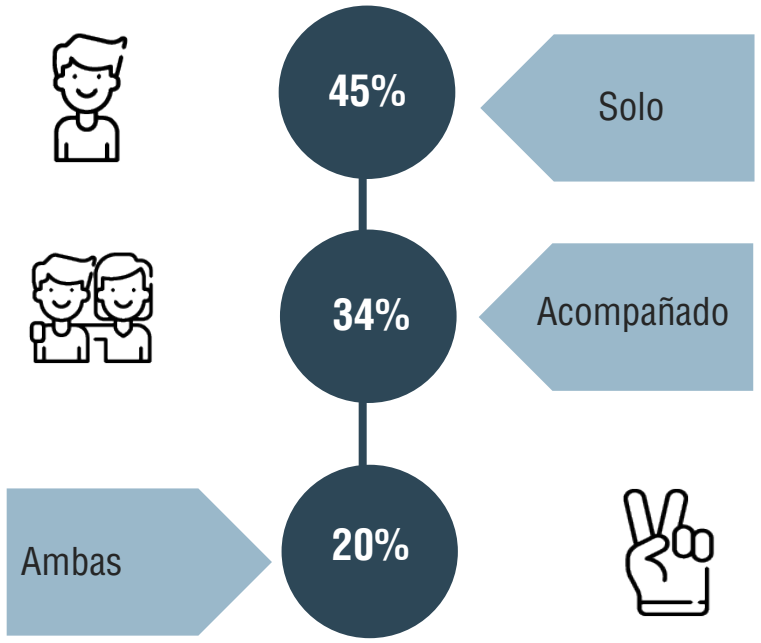
Base: 815 personas que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

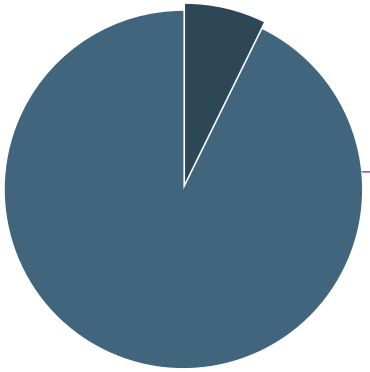


¿Con quién escucha la radio?

Base: 815 personas que escuchan radio



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



7%
de las personas escuchan radio por internet

Base: 815 personas que escuchan radio

Razones para escuchar radio por internet

Base: 58 personas que escuchan radio por internet

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

- **36%** No tiene comerciales
- **20%** La señal de la estación que escucho, no llega a mi localidad
- **18%** Se escucha mejor
- **15%** No tengo un aparato de radio disponible
- **13%** Puedo escuchar programas repetidos (Podcast)
- **8%** Solo se transmite en internet

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

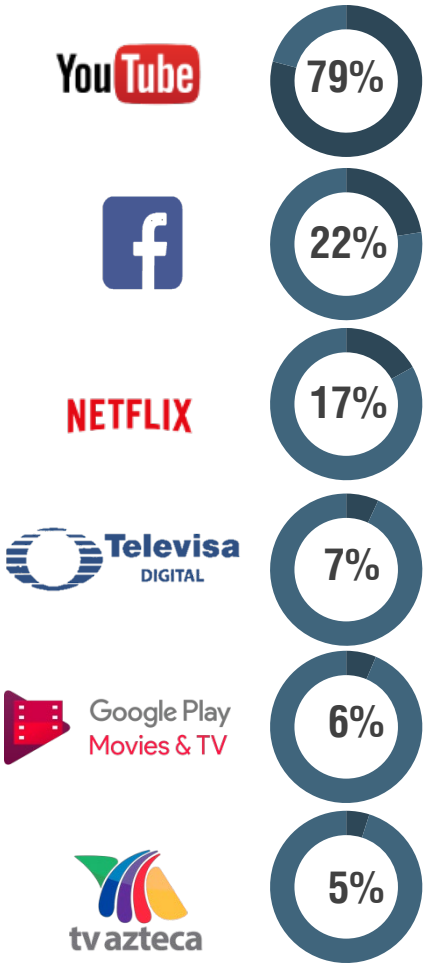
Contenidos por internet

46%
de las personas acostumbran ver contenidos por internet

Base: 3,137 personas

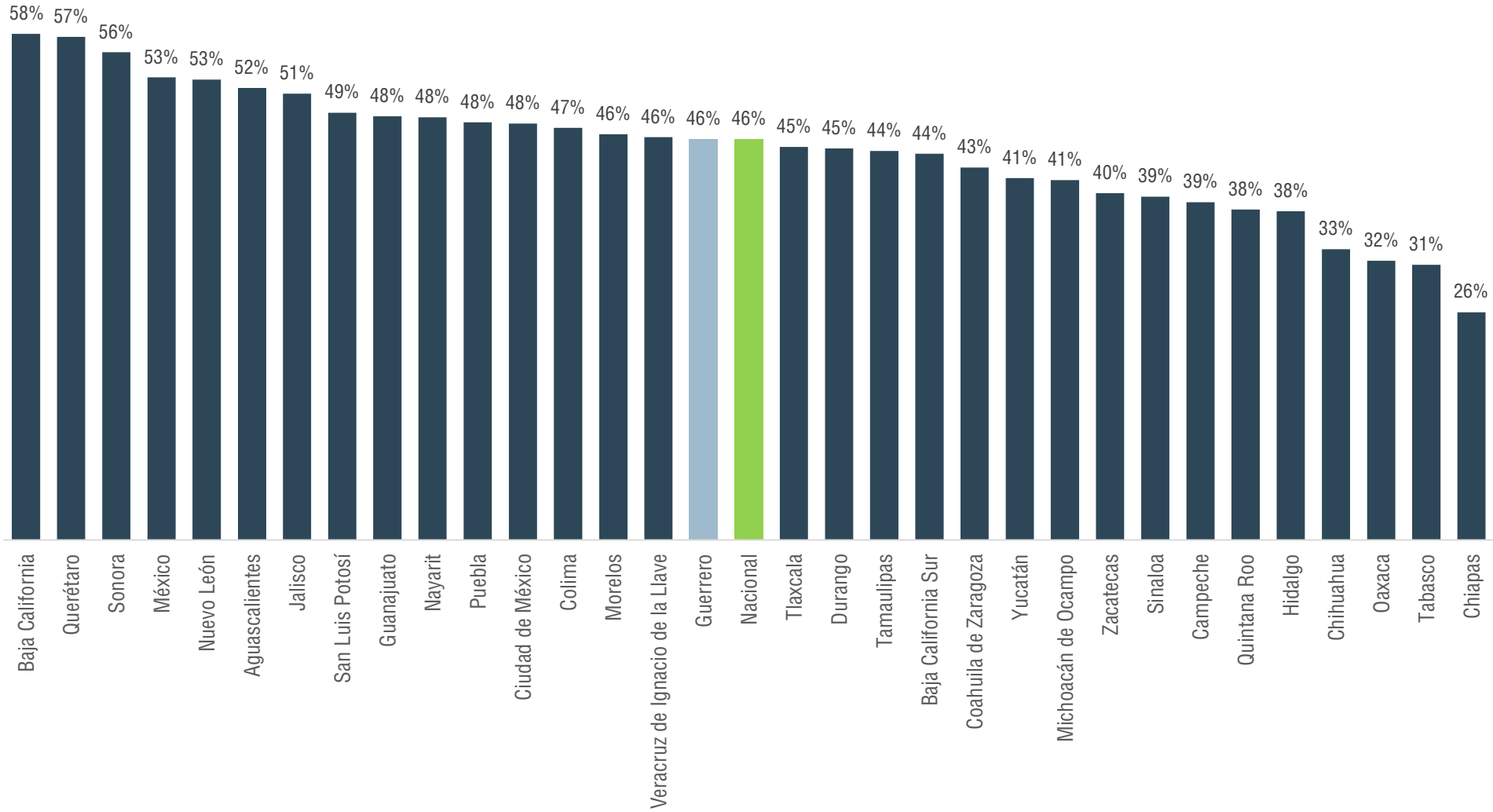
Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

Base: 1,446 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.6 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

20%

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

Base: 1,446 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: 1,446 personas que consumen contenidos por internet

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

Base: 335 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	89%	8.9
2	YouTube Red	11%	12.9
3	Claro video	8%	3.8
4	blim	4%	6.3
5	FOX PREMIUM	2%	8.5

*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

87%

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

Base: 1,446 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas que no requieren pago utilizadas para ver contenidos por internet

Base: 1,241 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet
Promedio: 1.7 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	YouTube	90%	9.0
2		44%	11.9
3	Televisa DIGITAL	12%	7.6
4	tvazteca	10%	7.5
5	Radio Fórmula	3%	3.9

*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: 1,446 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 2.2 respuestas por persona*

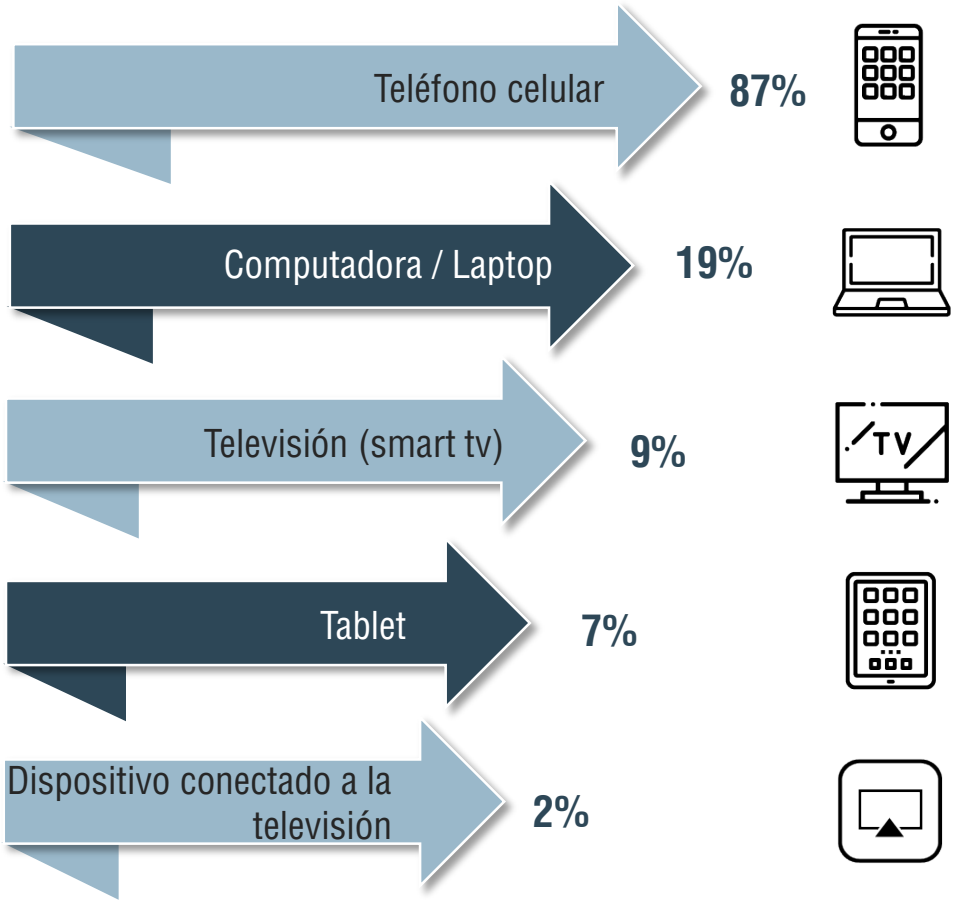
Películas	40%	Noticias	15%
Videos musicales	32%	Videos cómicos	15%
Series	31%	Caricaturas / Programas infantiles	13%
Deportes	21%	Documentales / Culturales	12%
Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc.)	19%	Telenovelas	8%

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

Contenidos por internet

Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base: 1,446 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%.

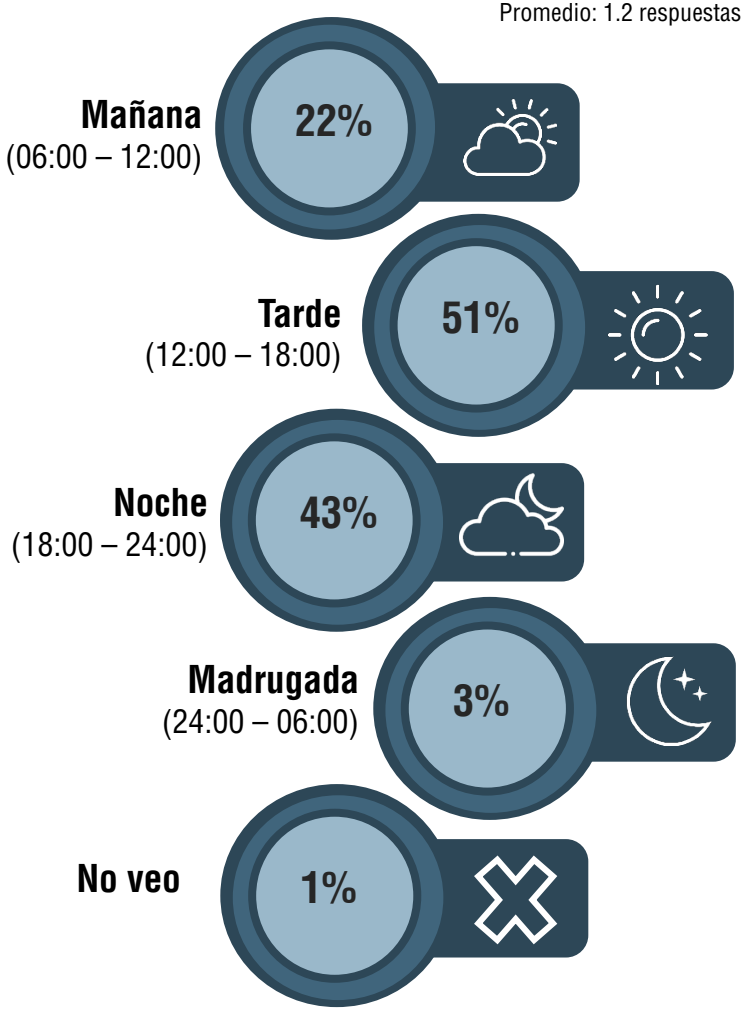
Contenidos por internet

Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Base: 1,446 personas que consumen contenidos por internet

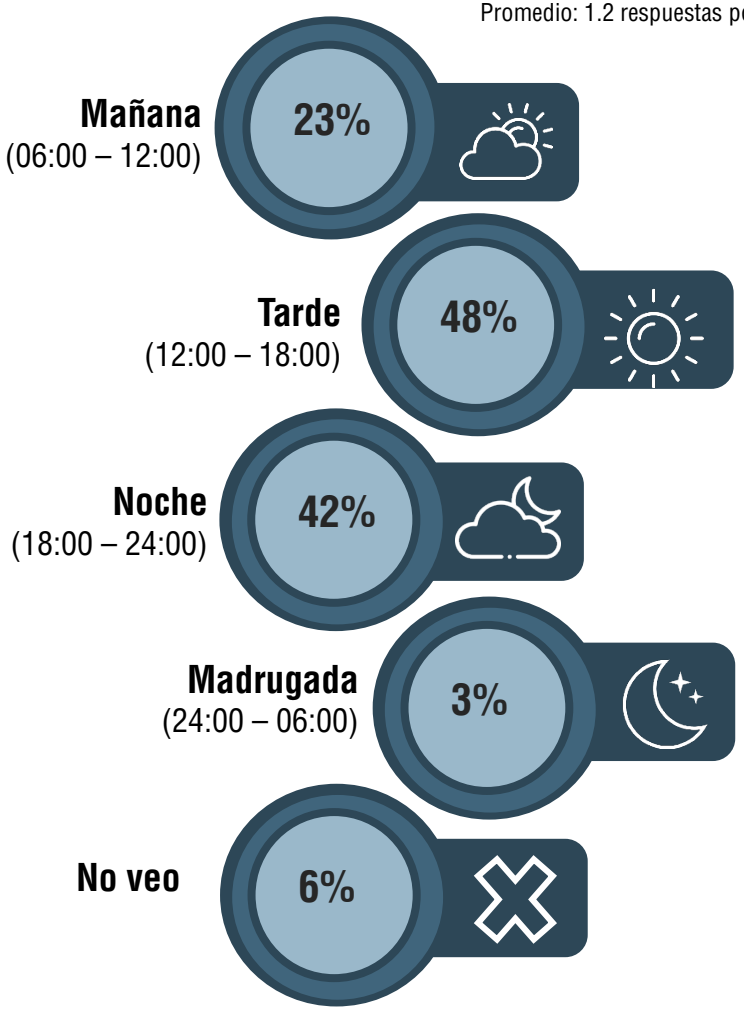
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

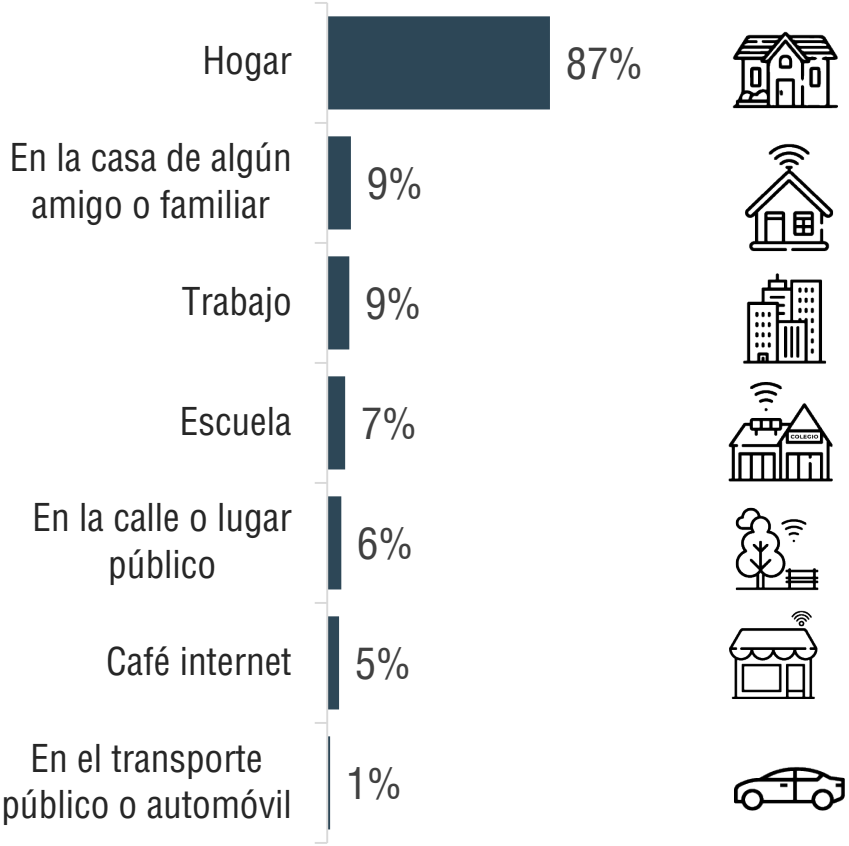


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

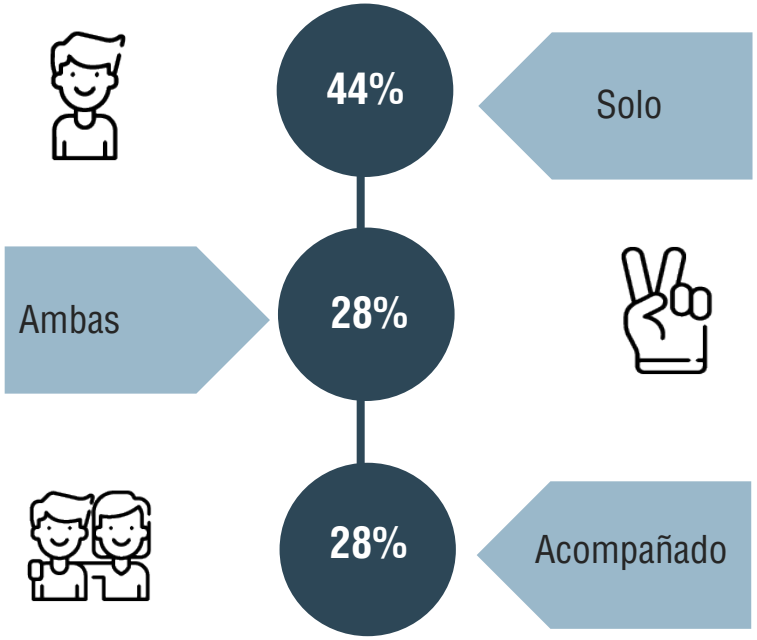
Lugares donde consume contenidos por internet

Base: 1,446 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



¿Con quién ve programas en internet?

Base: 1,446 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

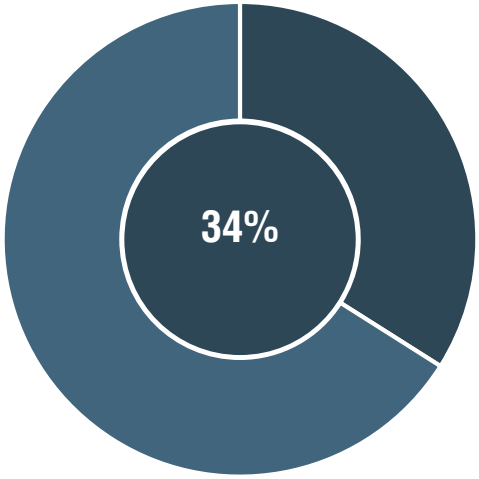
Escucha música o contenidos por internet

Base: 1,446 personas que consumen contenidos por internet

31%

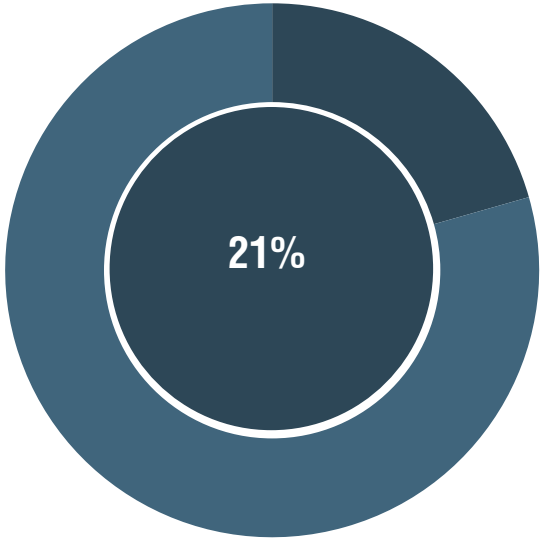
Utiliza plataformas donde se paga una suscripción periódica

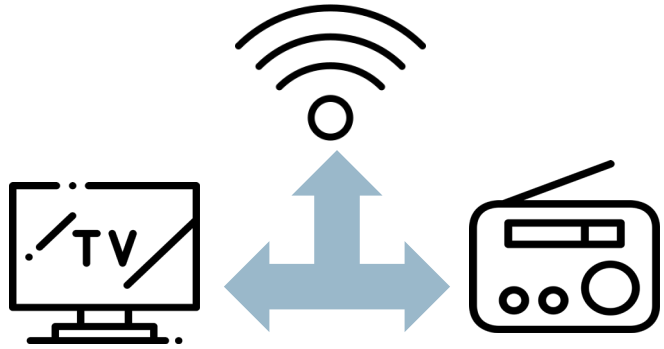
Base: 437 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet



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

Base: 385 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

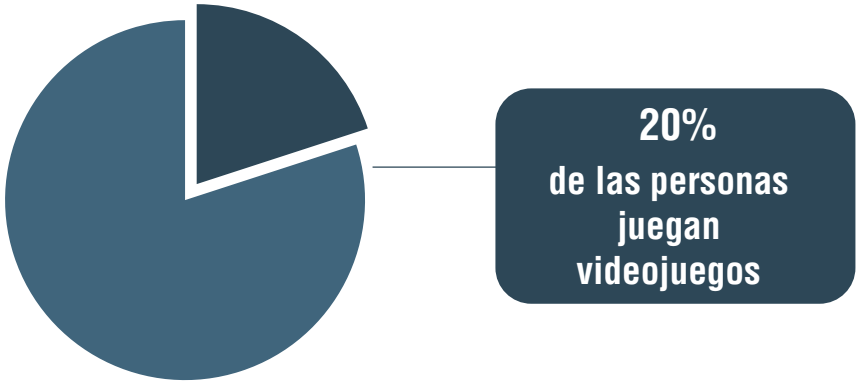




Videojuegos

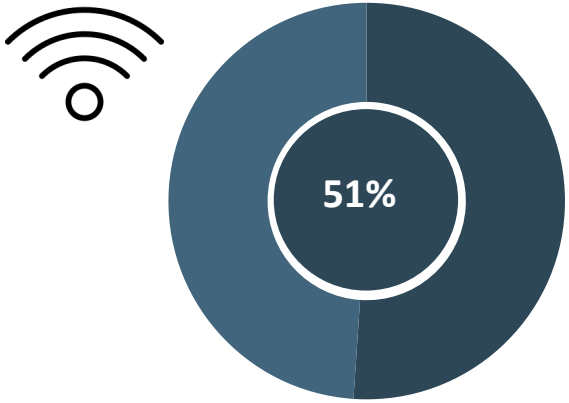
Consumo de videojuegos

Base: 3,137 personas

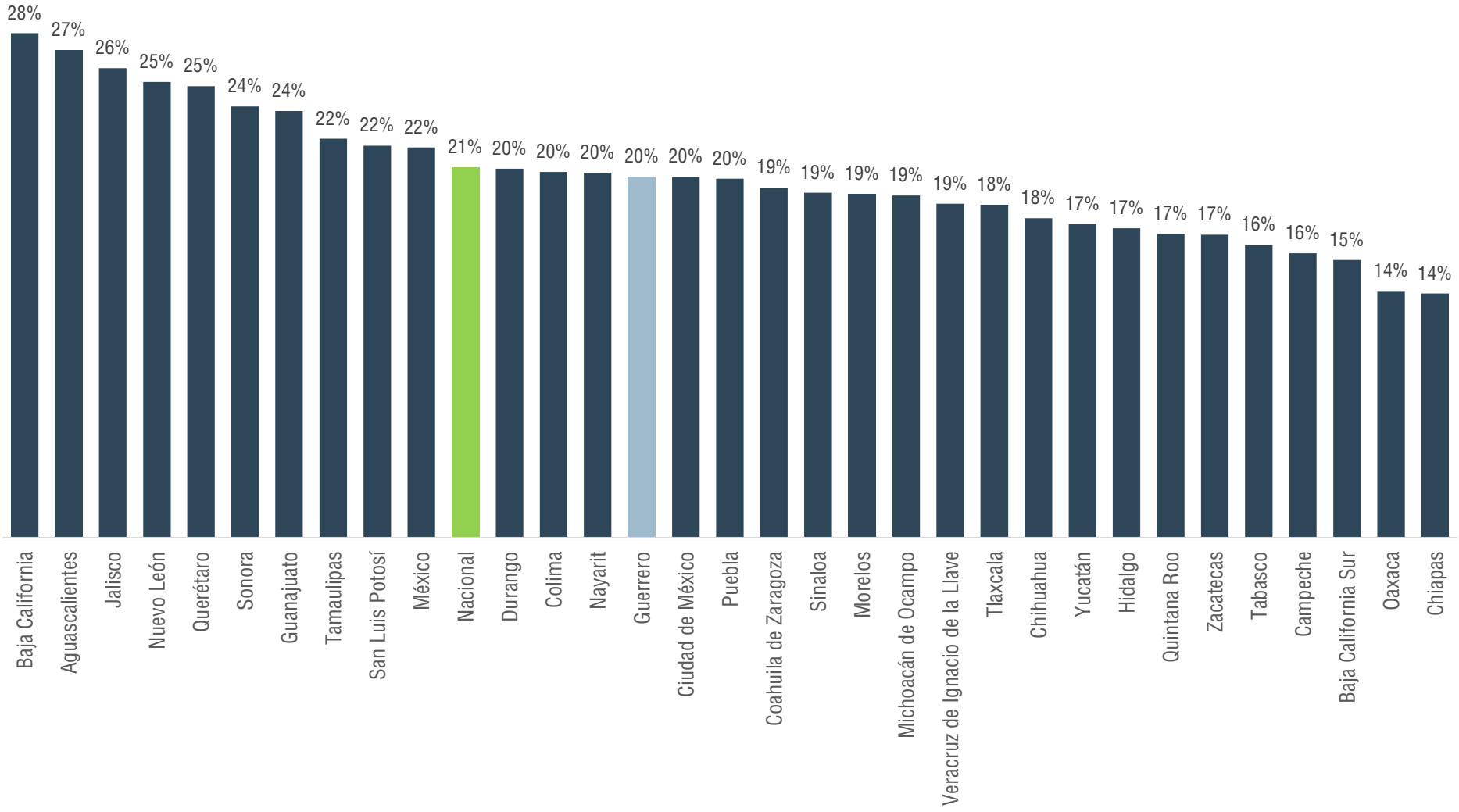


Acostumbra jugar videojuegos online

Base: 606 personas que juegan videojuegos



Consumo de videojuegos – Entidades



Tipo de videojuegos que más juegan

Base: 606 personas que juegan videojuegos
Promedio: 1.7 respuestas por persona*

Peleas / Batallas / Lucha	32%	Destreza / Rompecabezas	8%
Deportes	30%	De dibujo	7%
Carreras	28%	Infantiles	7%
Estrategia	20%	Música / Baile	5%
Aventura / RPG	19%	Educativos	4%

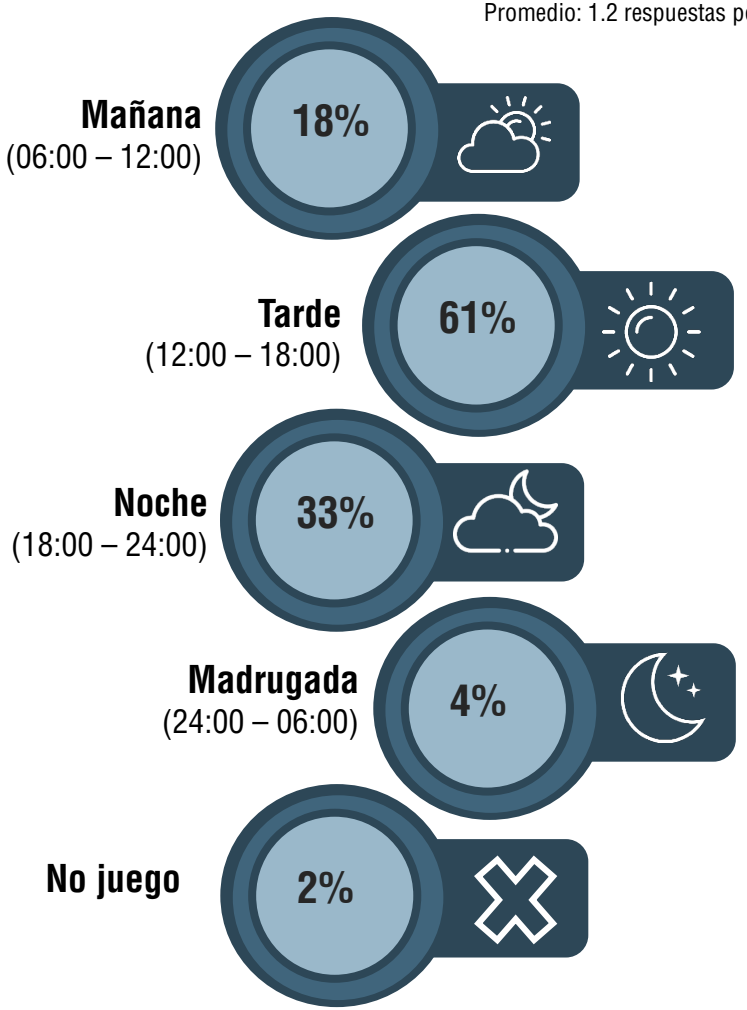
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Base: 606 personas que juegan videojuegos

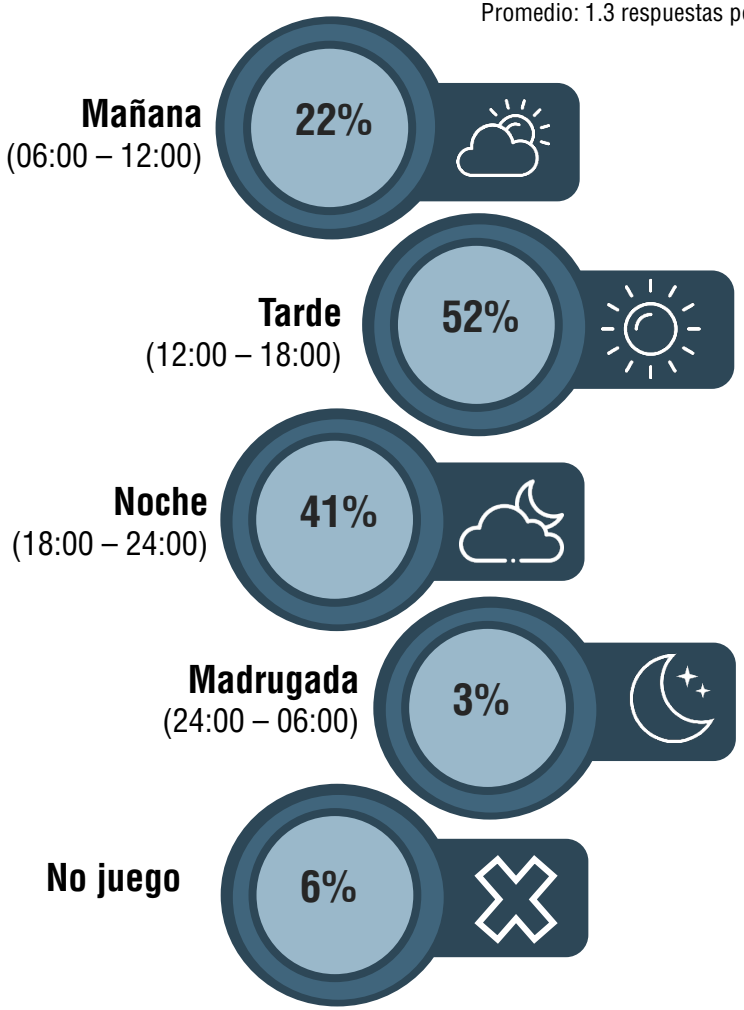
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



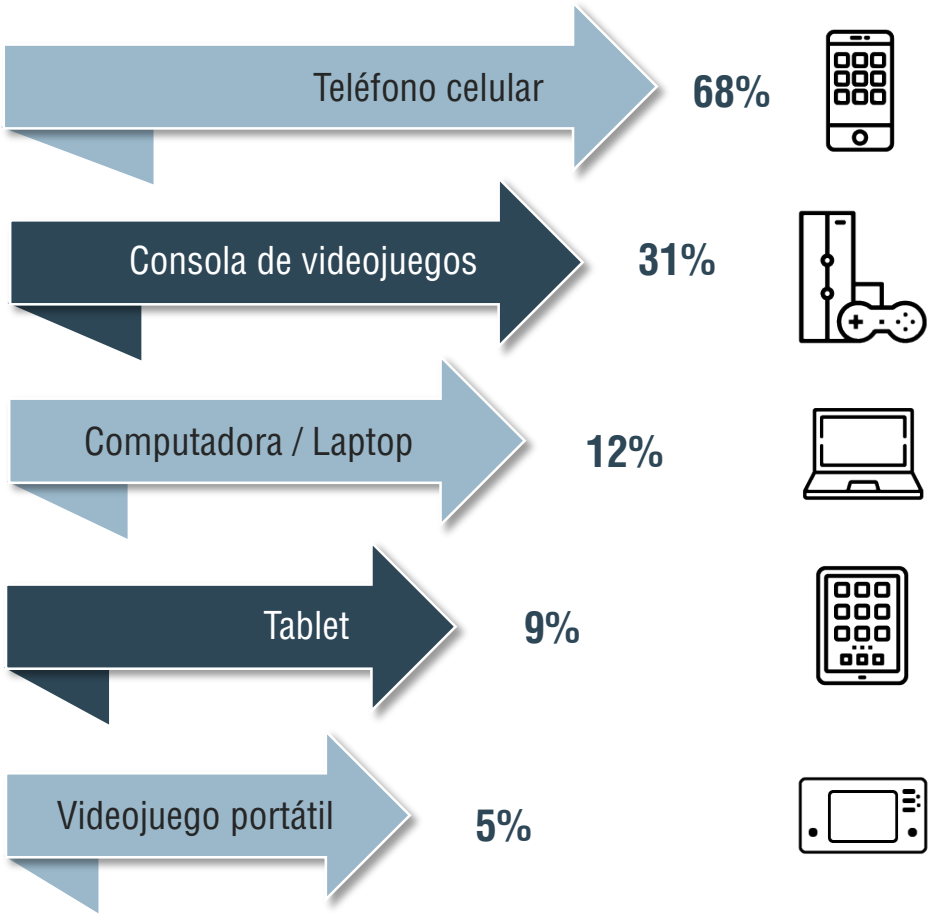
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Videojuegos

Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

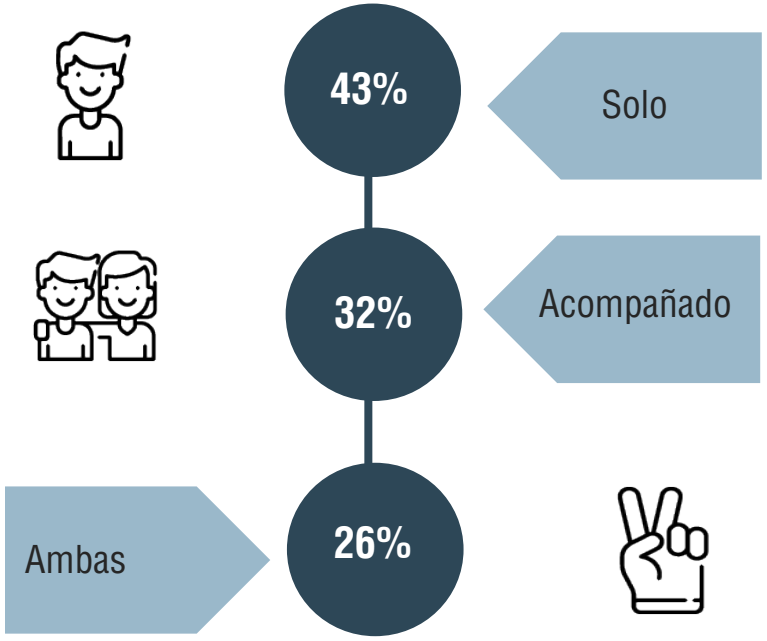
Base: 606 personas que juegan videojuegos

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



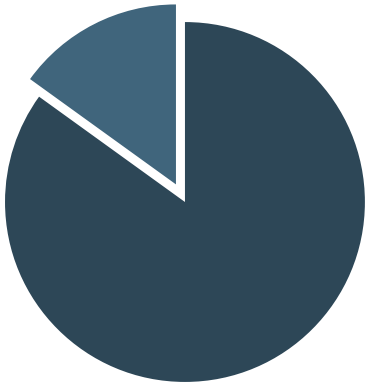
¿Con quién juega?

Base: 606 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

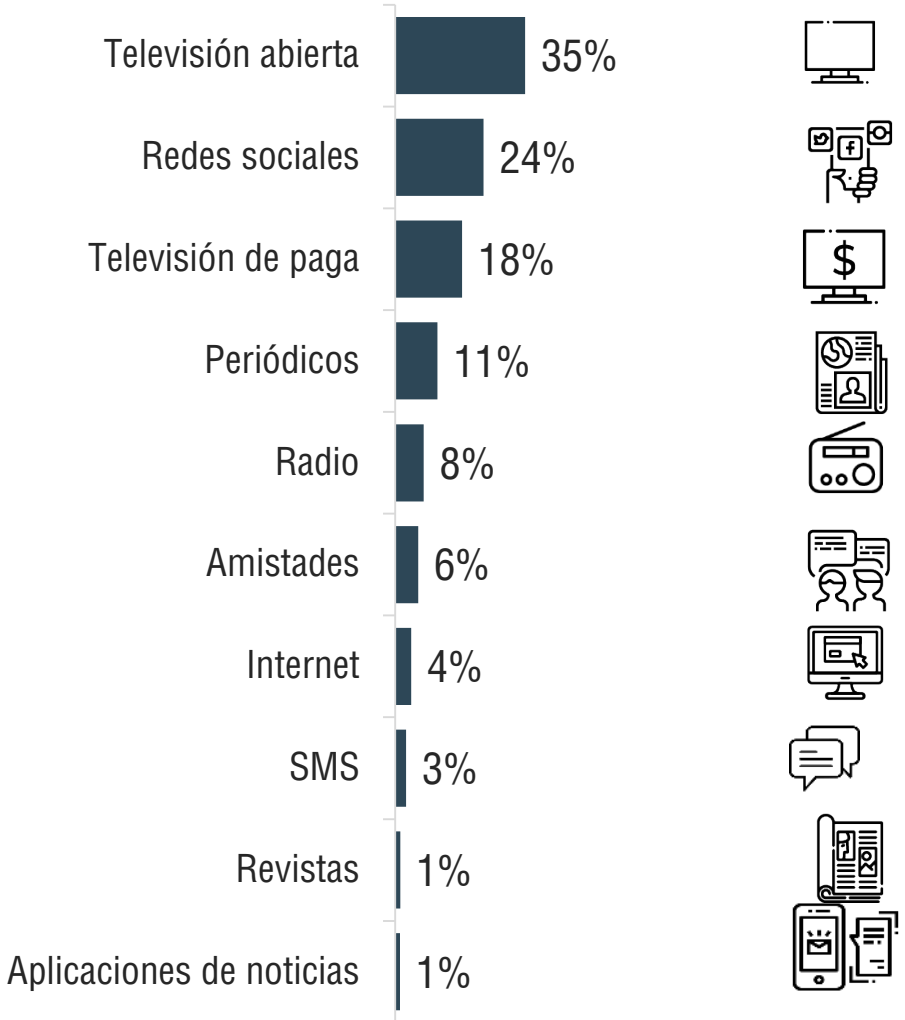


85%
de las personas siguen las noticias

Base: 2,643 personas de 16 años o más

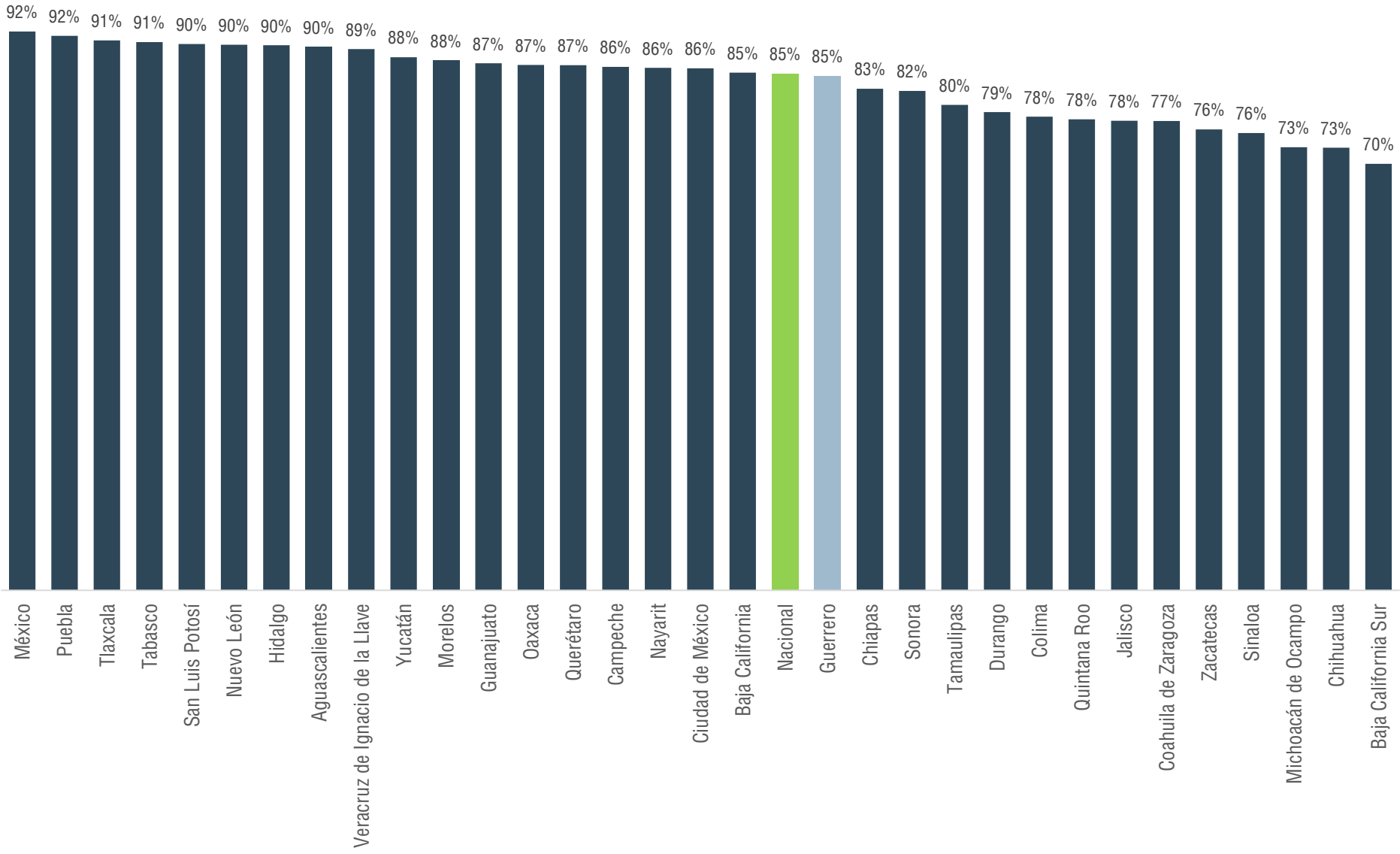
Medio a través del cuál las sigue

Base: 2,643 personas de 16 años o más
Promedio: 1.1 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

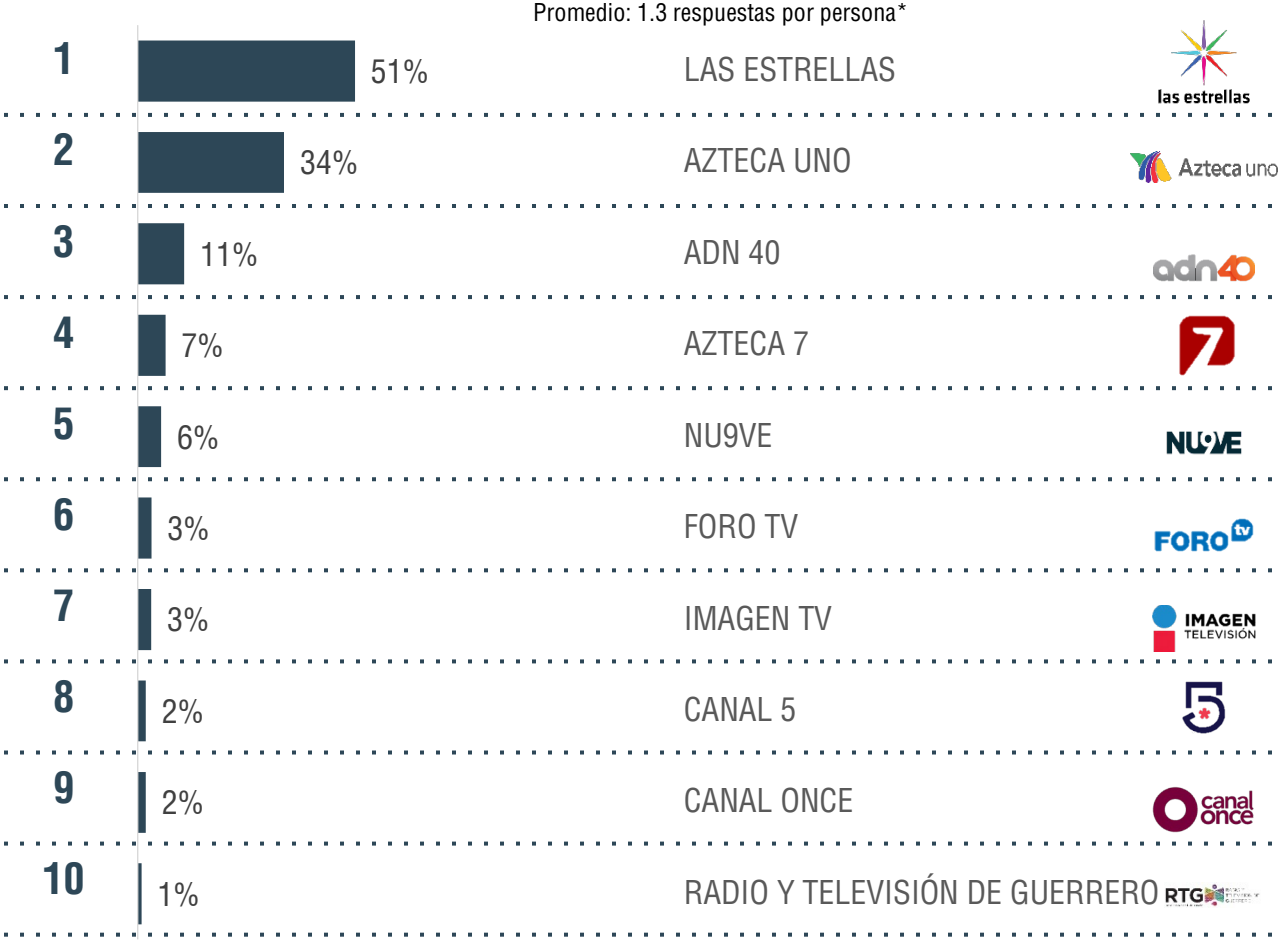


Consumo de noticias - canales de televisión abierta

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

Base: 1,010 personas que siguen las noticias en televisión abierta

Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

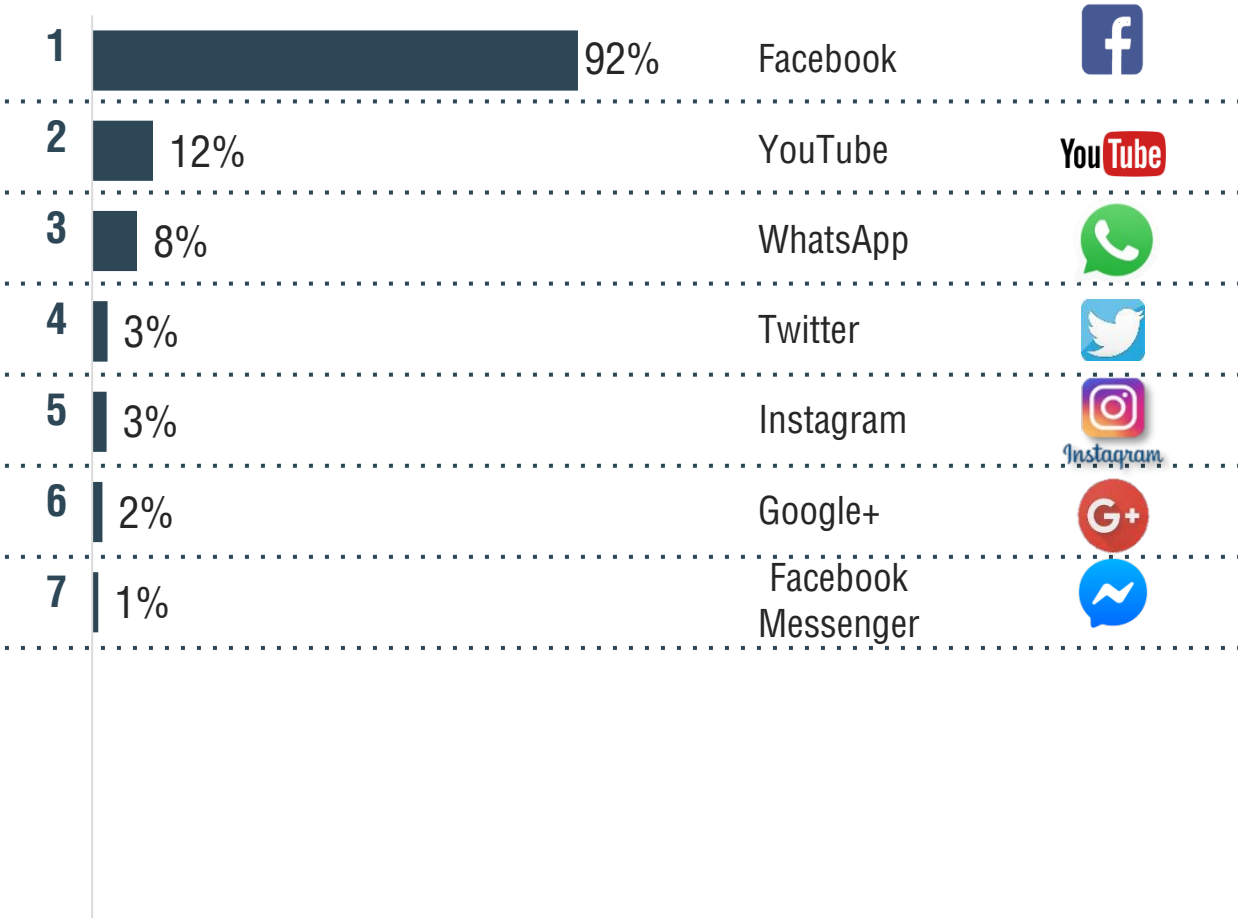
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Consumo de noticias - redes sociales

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

Base: 653 personas que siguen las noticias en redes sociales

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 - estaciones de radio

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

Base: 189 personas que siguen las noticias en la radio
Promedio: 1.1 respuestas por persona*

1	6%	XHCHG-FM 107.1 KE BUENA (COMBO)
2	4%	XHSE-FM 100.1 LA MEJOR
3	3%	XHPO-FM 103.9 KE BUENA
4	2%	XHNQ-FM 99.3 EXA
5	2%	XHAGE-FM 102.3 MIX
6	2%	XEBB-AM 600 LA COMADRE
7	1%	XHACD-FM 92.1 FIESTA MEXICANA
8	1%	XHBB-FM 101.5 LA COMADRE
9	1%	XHKJ-FM 89.7 LA RANCHERITA
10	1%	XHPA-FM 93.7 STEREO MEXICANA

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%.

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Canales de televisión de paga en los que sigue las noticias*

Los más vistos

Base: 412 personas que siguen las noticias en televisión de paga

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

1	7%	SKY ONE
2	5%	CNN EN ESPAÑOL
3	2%	CANAL 24 HORAS
4	2%	UNIVISIÓN
5	2%	FOX SPORTS 2
6	1%	TELEMUNDO
7	1%	FOX
8	1%	TELEFÓRMULA
9	1%	FOX SPORTS
10	1%	CNN USA

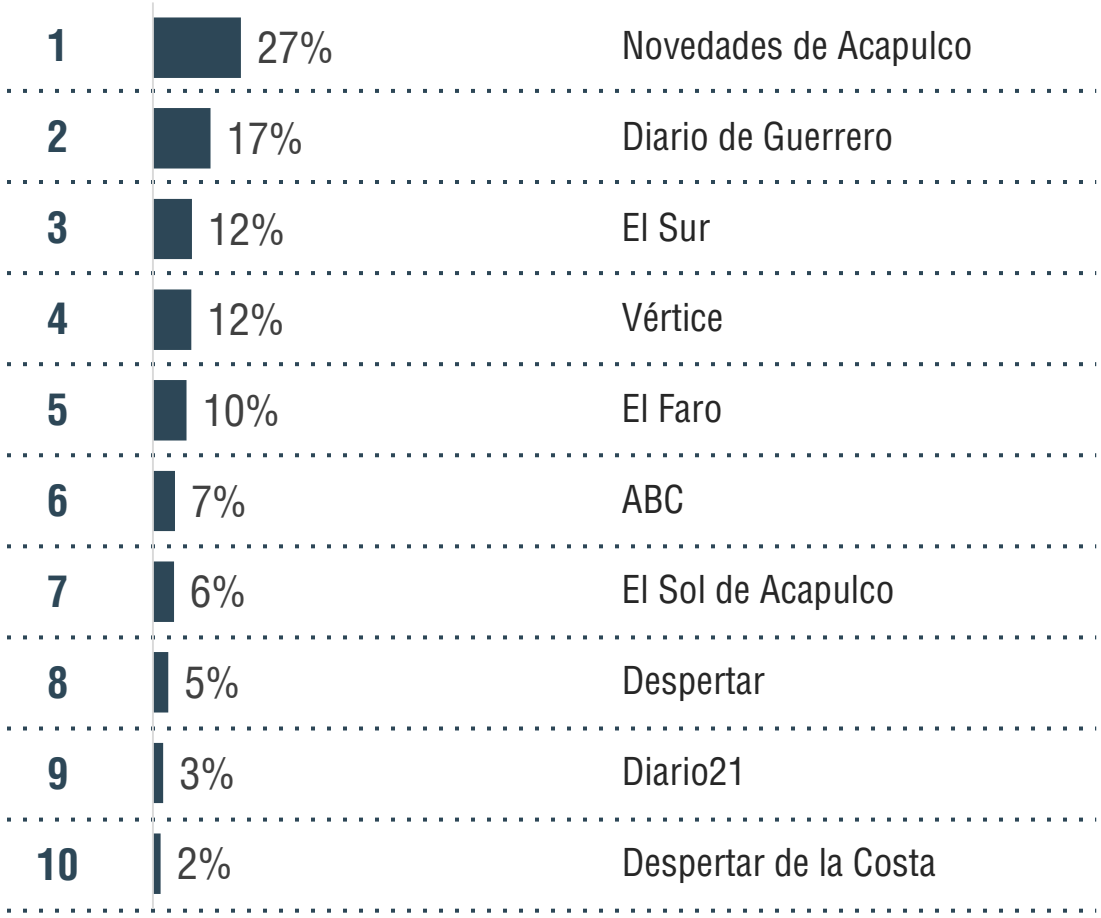
Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

*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: 268 personas que siguen las noticias en periódicos
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



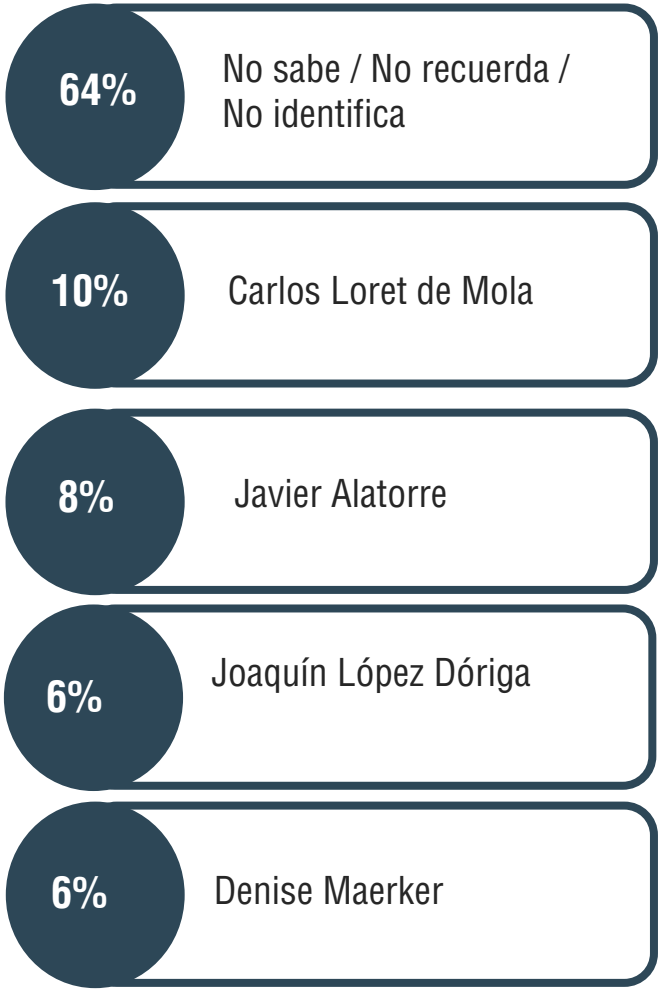
Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

*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: 2,296 personas de 16 años o más que siguen las noticias

Promedio: 1.2 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

- El **67%** de 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 7**.
- El tipo de programas de **televisión abierta** más vistos entre niñas y niños son **caricaturas** / **programas infantiles** y **películas**.
- **50%** 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 **Discovery Channel**.
- **8%** de las niñas y niños acostumbran escuchar la **radio**, principalmente **contenidos musicales** con **59%** y **Programas infantiles** con **30%**.
- El **dispositivo** más utilizado para escuchar contenidos por **la radio** es **estéreo** / **grabadora** con **54%**.
- En el caso de las niñas y niños, **el hogar** es el **lugar** más frecuente para escuchar la radio con un **100%**.
- **55%** de las niñas y niños dijeron consumir **contenidos audiovisuales por internet**. **YouTube** es la plataforma más utilizada, con un **83%** de las preferencias, seguido por **Netflix (9%)**.

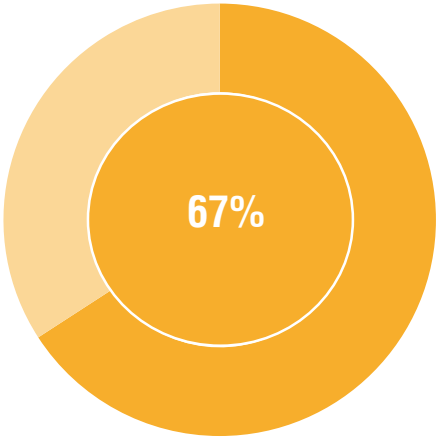
Principales hallazgos

- **Caricaturas / programas infantiles,** seguidas de **Las películas** y **series** 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 **83%** seguido de **la tablet** con un **19%**.
- **19%** de las niñas y niños escuchan **contenidos de audio o música por internet**.
- **49%** de las niñas y los niños dijeron jugar **videojuegos**; el **teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines en un **66%**.

Uso de internet

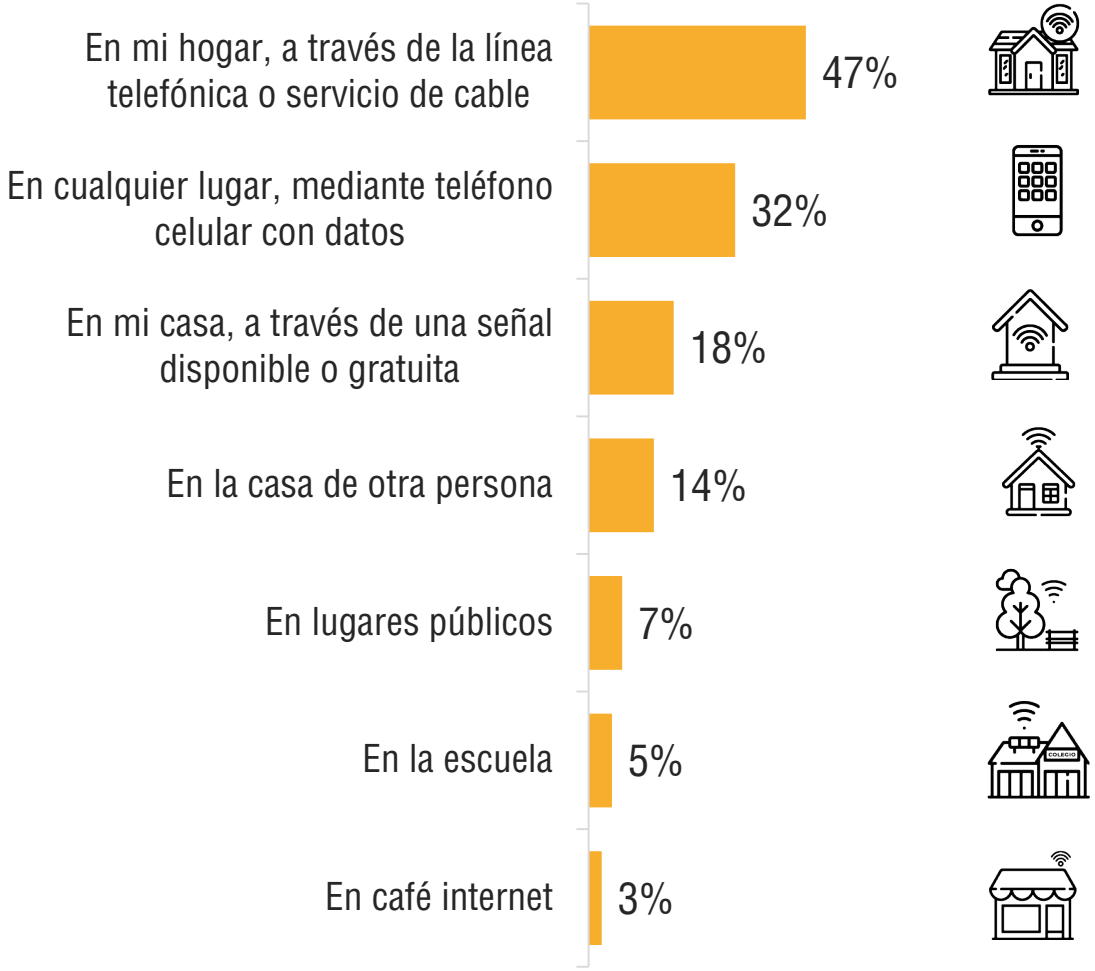
Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 314 niñas y niños



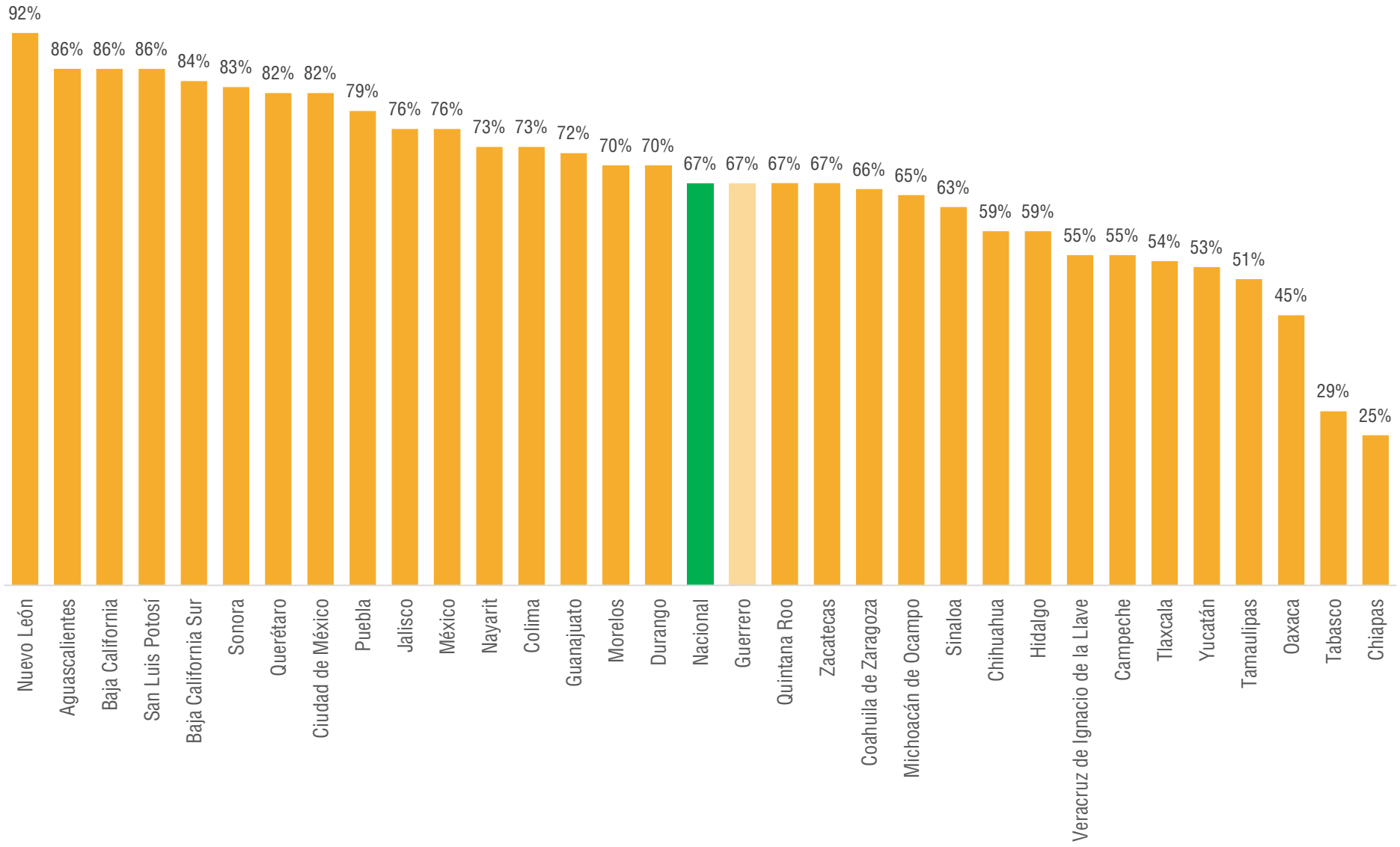
Lugares para acceder a internet

Base: 194 niñas y niños 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%.

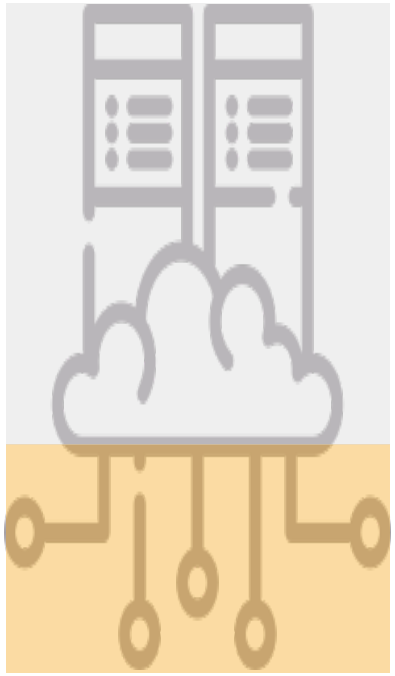
Uso de internet



Redes sociales y mensajería instantánea

Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 194 niñas y niños que usan internet



34%

Redes sociales y mensajería instantánea

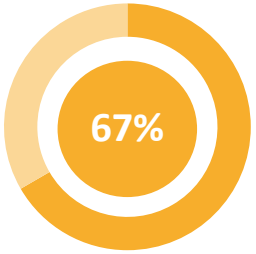
Base: 71 niñas y niños que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea

Promedio: 1.8 respuestas por persona*

WhatsApp	65%
Facebook	58%
YouTube	26%
Facebook Messenger	17%
Google+	10%

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

Televisión abierta



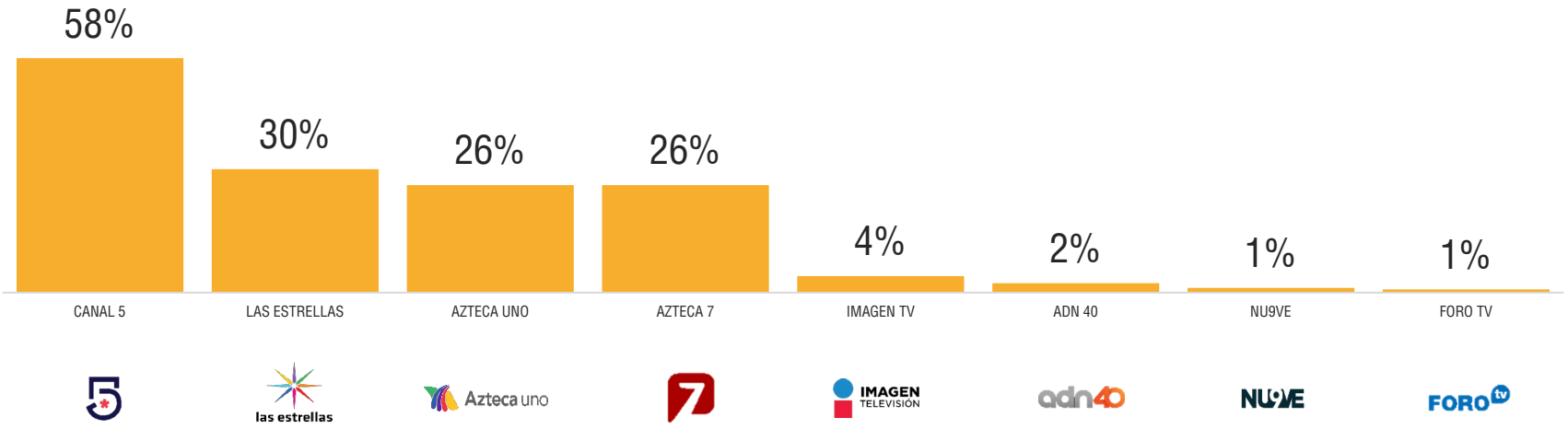
del total de niñas y niños con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de televisión abierta

Base: 301 niñas y niños que tienen televisor

Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base: 220 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

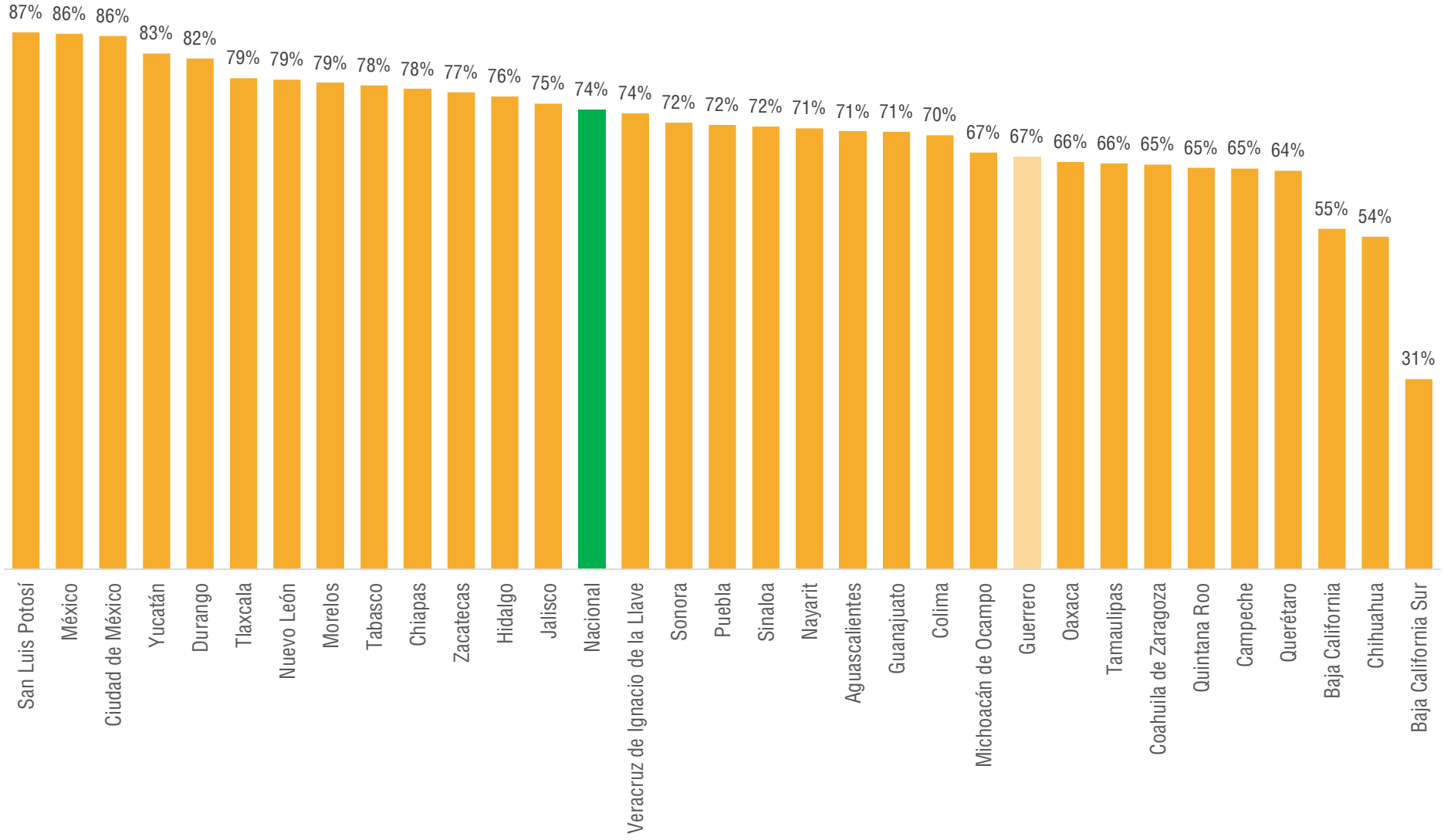
Promedio: 1.6 respuestas por persona*



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

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

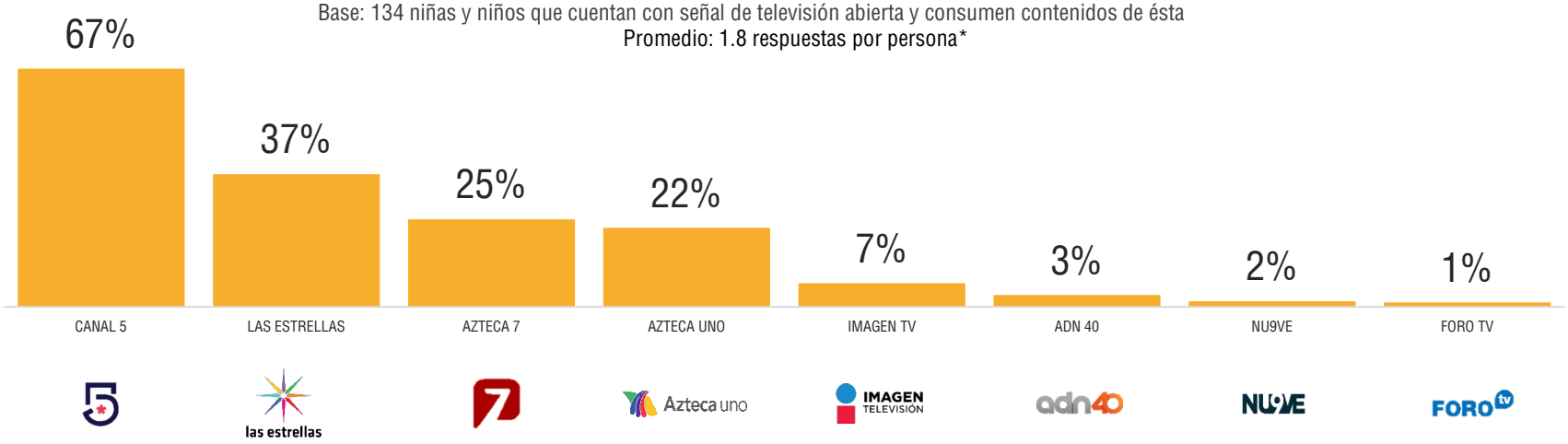
Ven canales de televisión abierta – Entidades



Televisión abierta

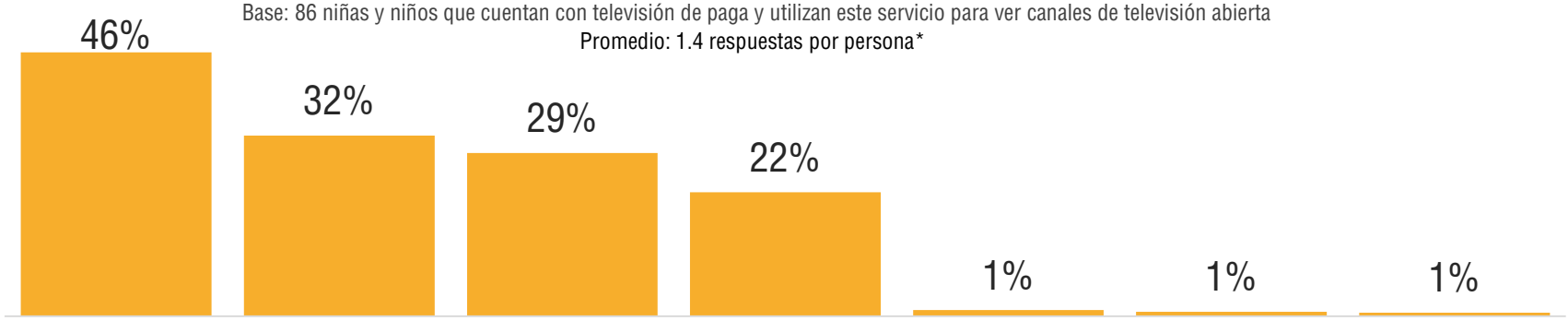
Niñas y niños que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta
Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base: 134 niñas y niños que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta
Promedio: 1.8 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 ve con mayor frecuencia**

Base: 86 niñas y niños que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver 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 canales con las mayores frecuencias.

Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base: 220 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.7 respuestas por persona*

Caricaturas / Programas infantiles	60%
Películas	34%
Series	17%
Deportes	16%
Telenovelas	8%
Noticias	7%
Dramatizado unitario	6%
Concursos	6%
Comedia / Cómicos	6%
Musicales	4%

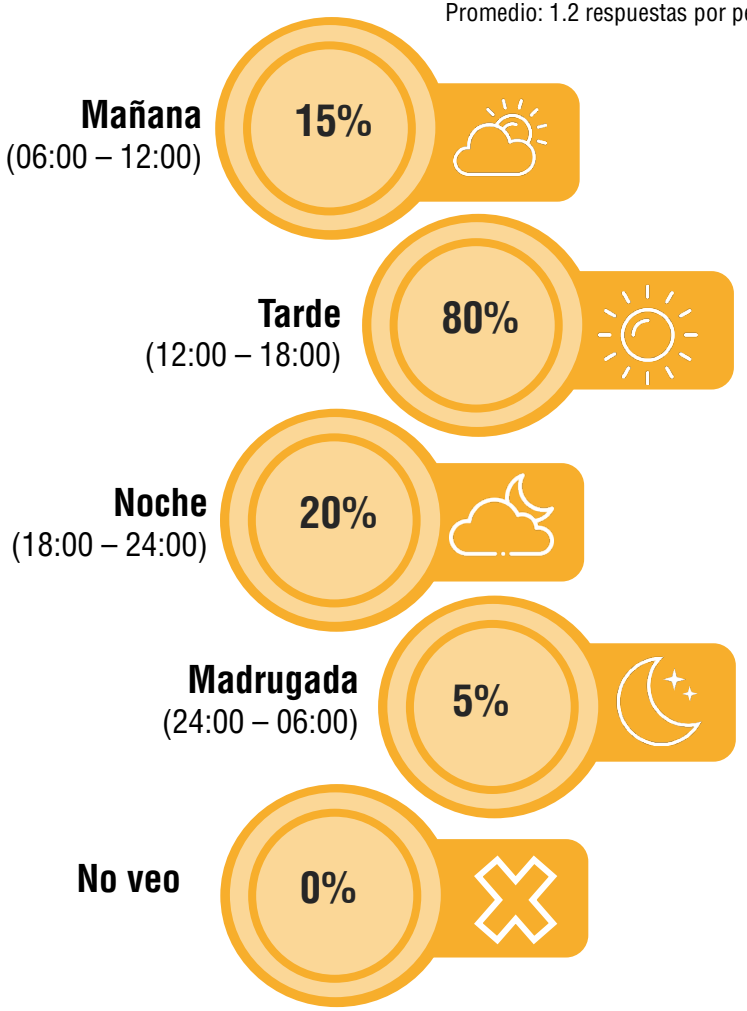
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Base: 220 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

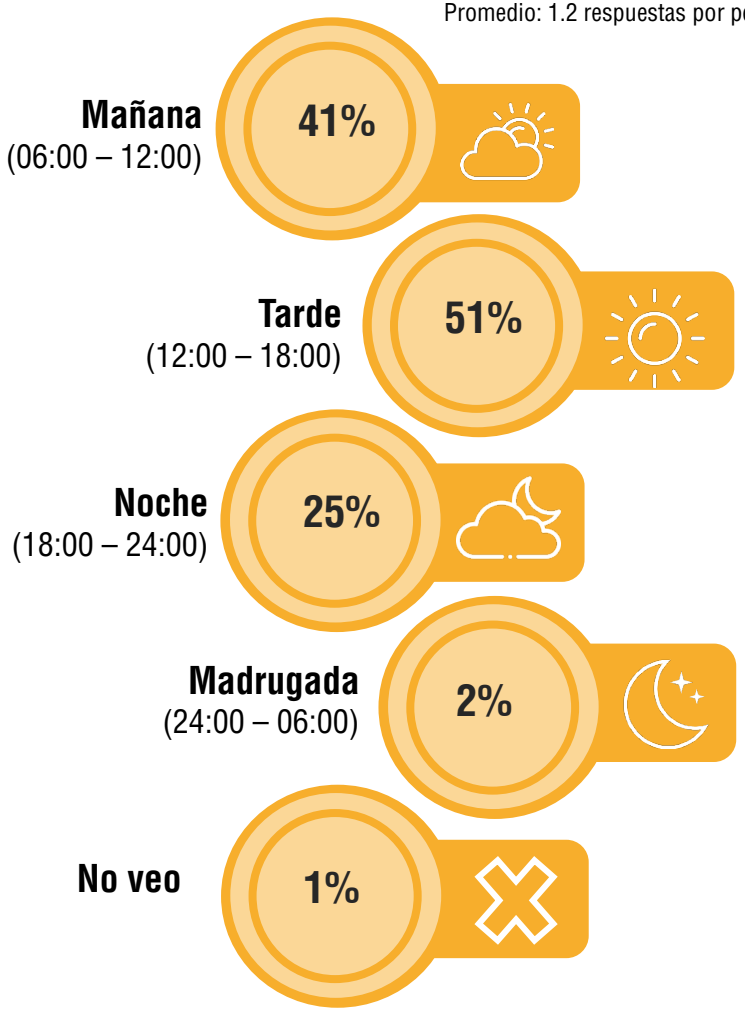
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

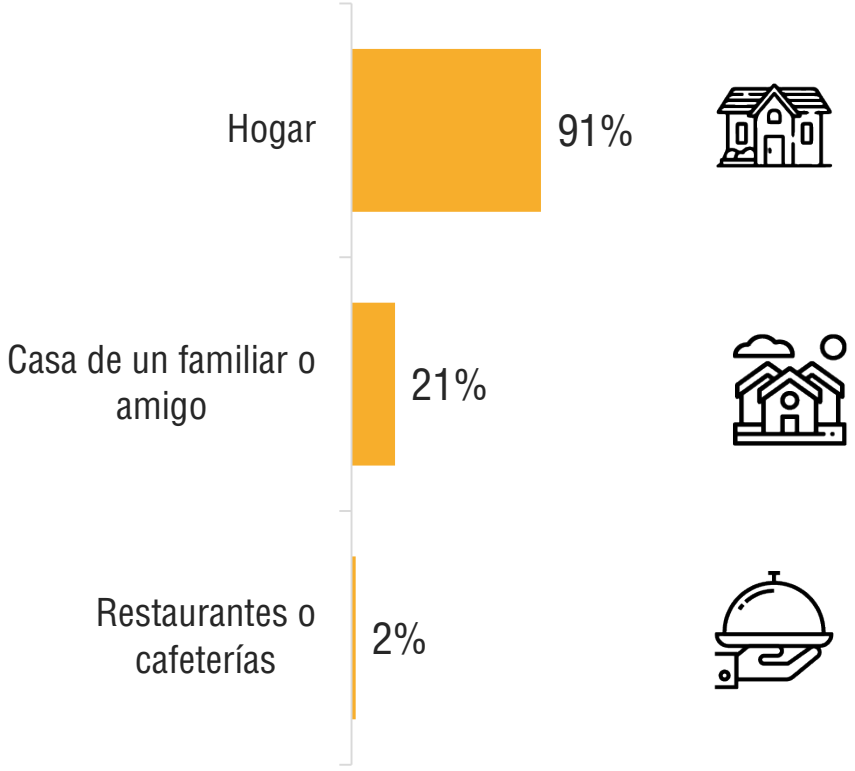


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

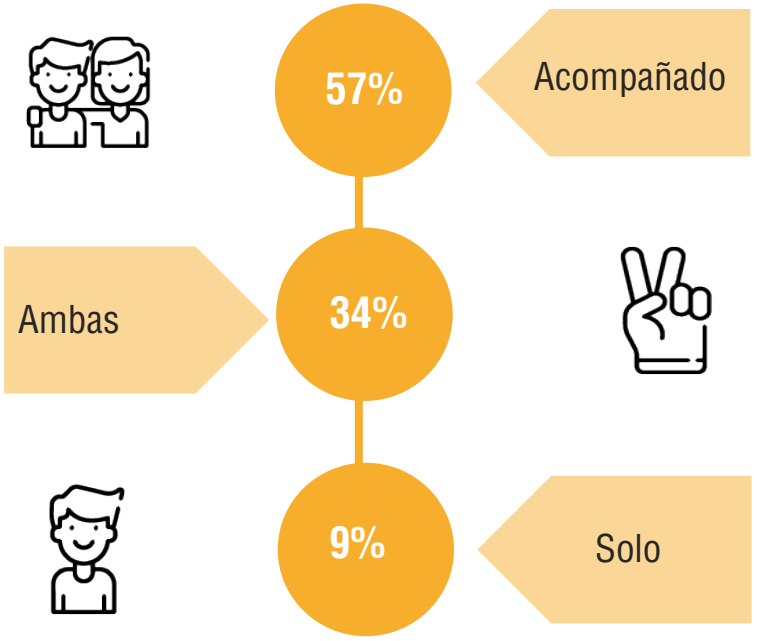
Lugares donde ve televisión abierta

Base: 220 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



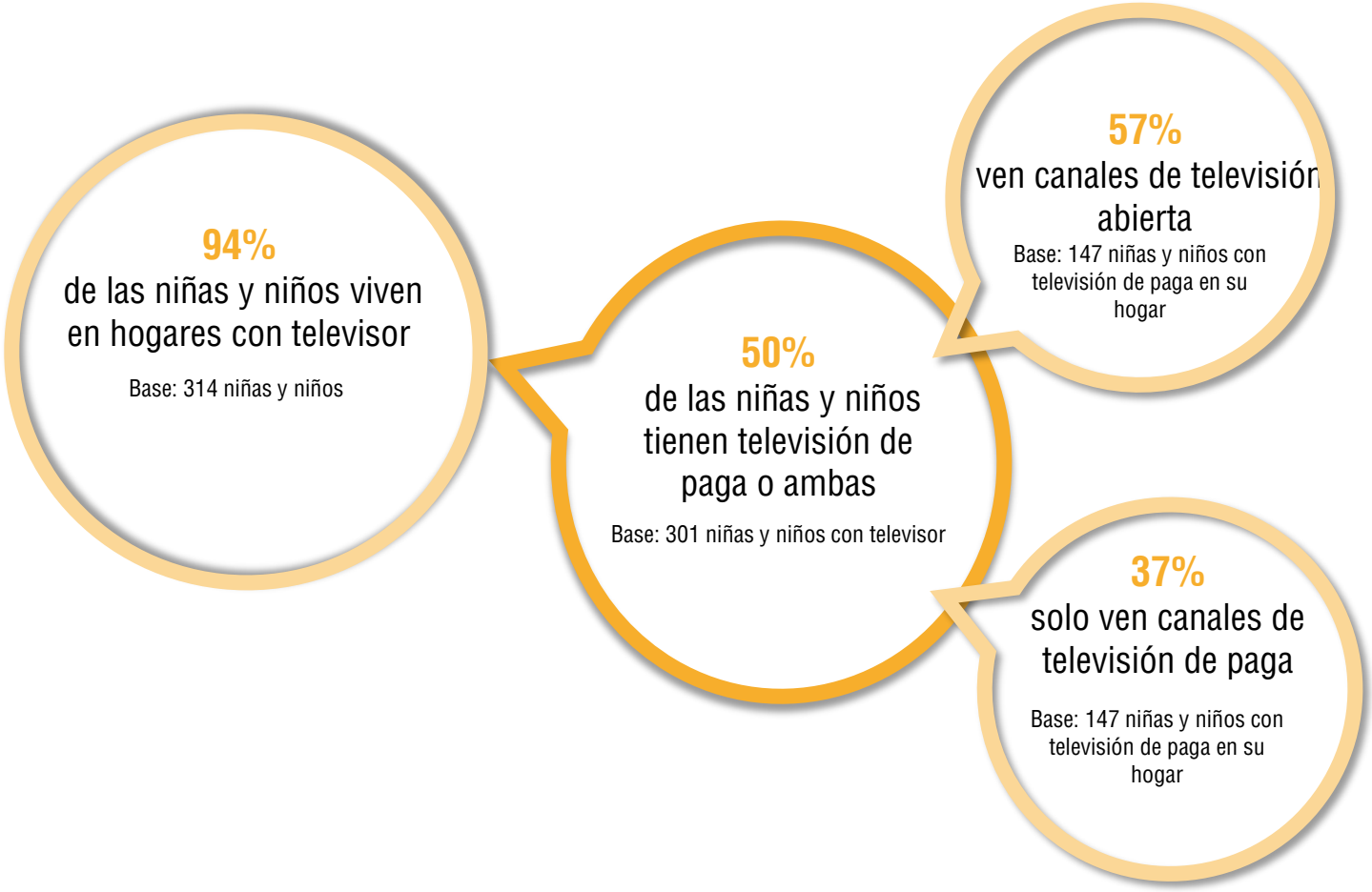
¿Con quién ve la televisión abierta?

Base: 220 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

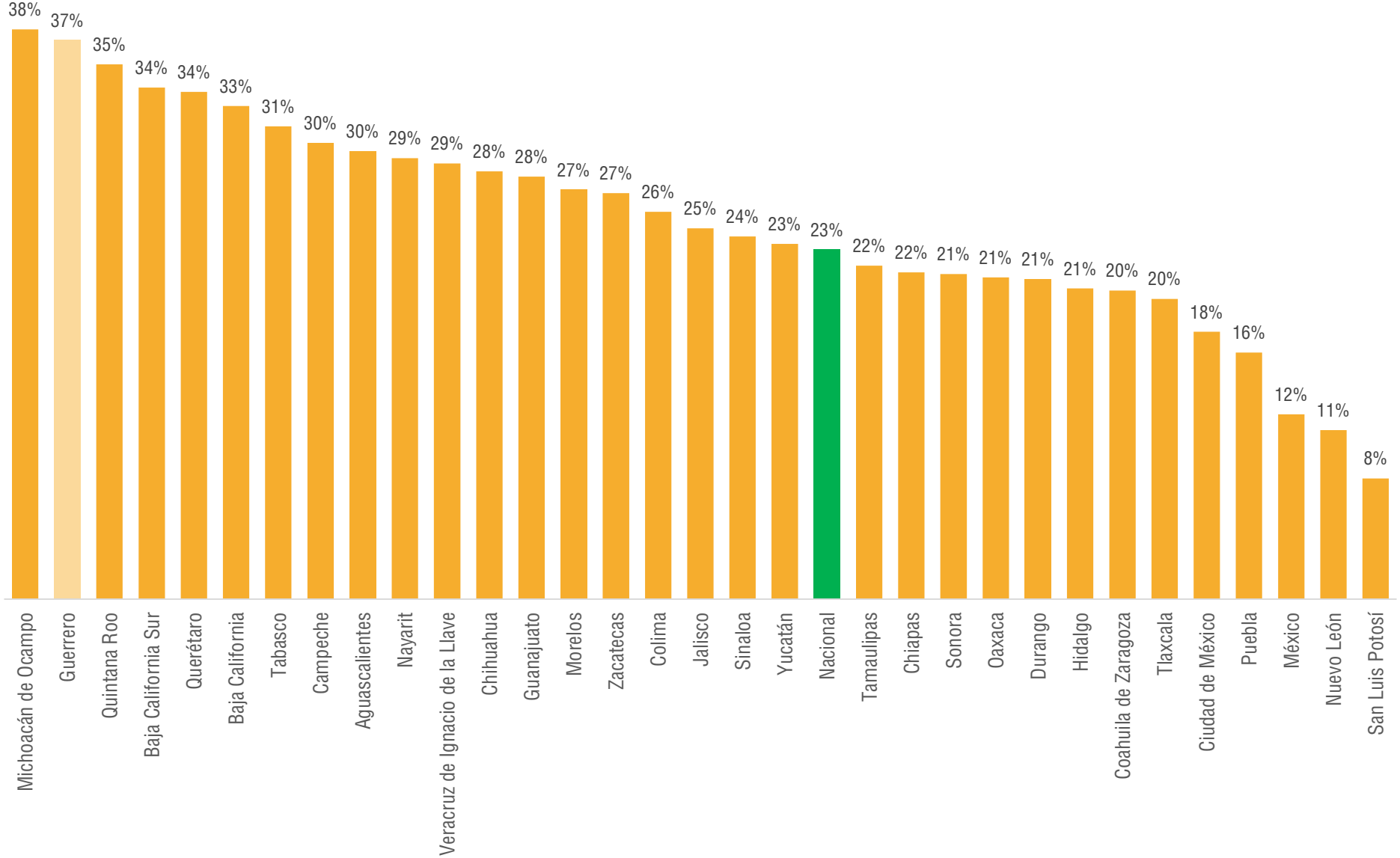


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión de paga

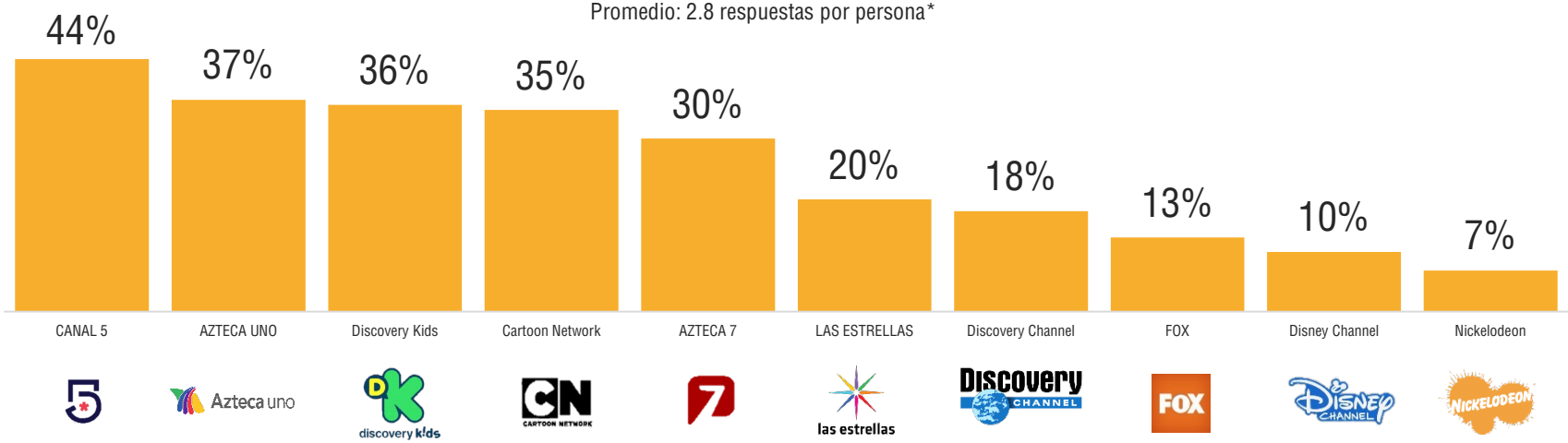


Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades



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

Base: 62 niñas y niños que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta
Promedio: 2.8 respuestas por persona*



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

Base: 114 niñas y niños que ven canales de televisión de paga
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 canales con las mayores frecuencias.

Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base: 114 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1.6 respuestas por persona*

Caricaturas / Programas infantiles	58%
Películas	36%
Series	26%
Deportes	20%
Comedia / Cómicos	8%
Musicales	5%
Telenovelas	3%
Noticias	3%
Documentales, reportajes culturales y educativos	3%

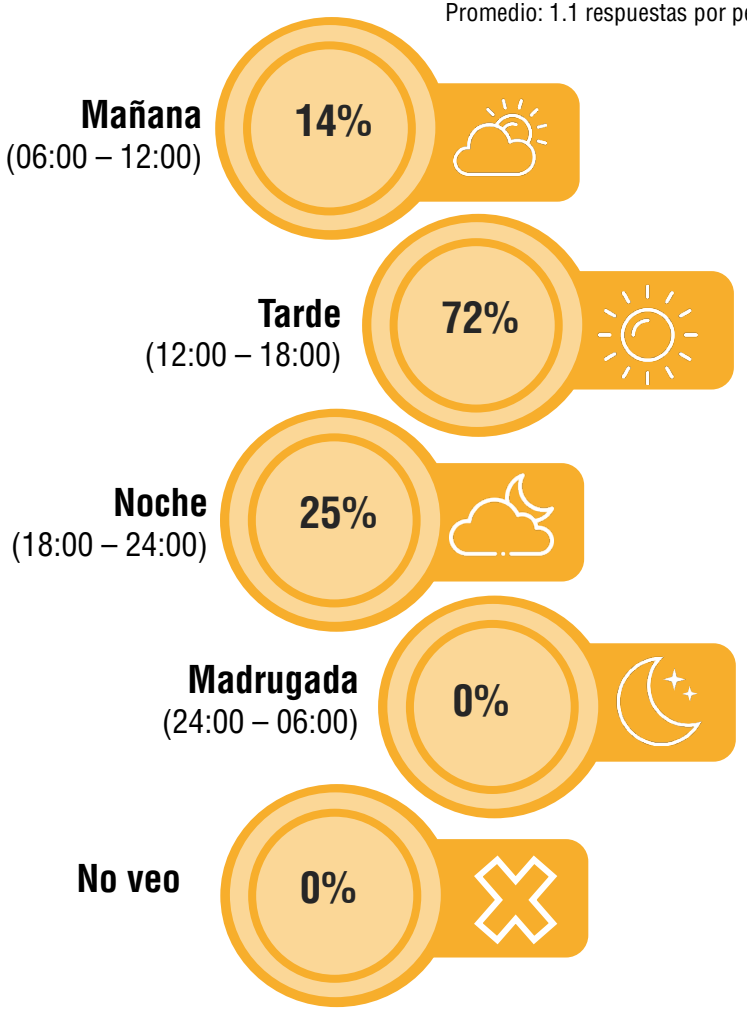
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver la televisión de paga

Base: 114 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

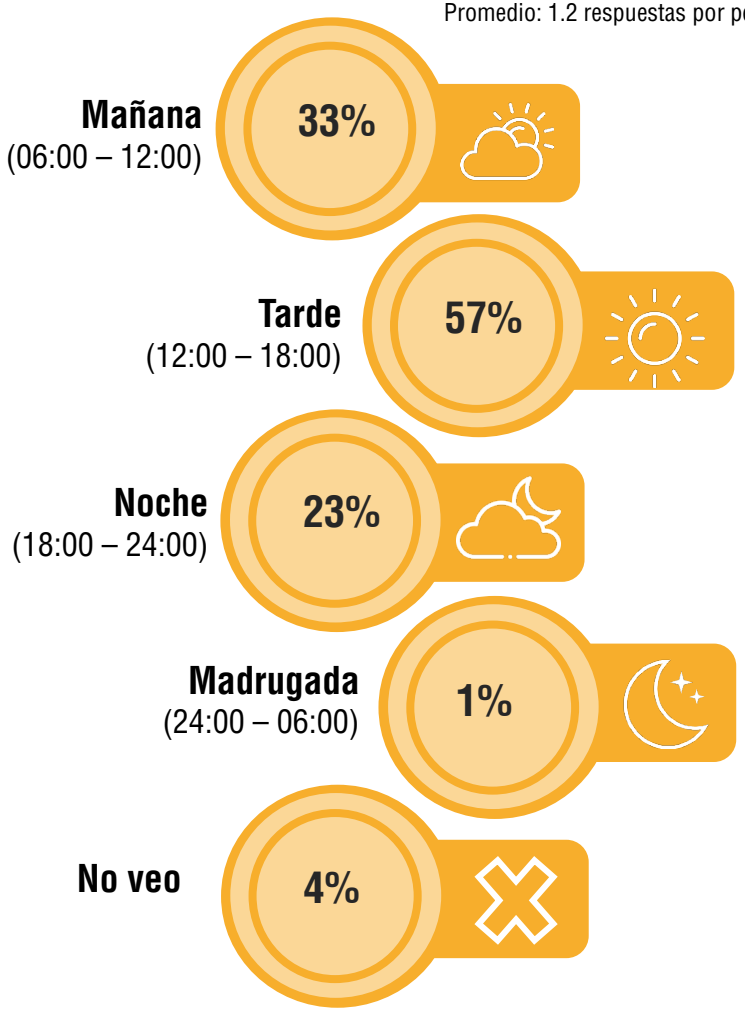
Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



Sábado y domingo

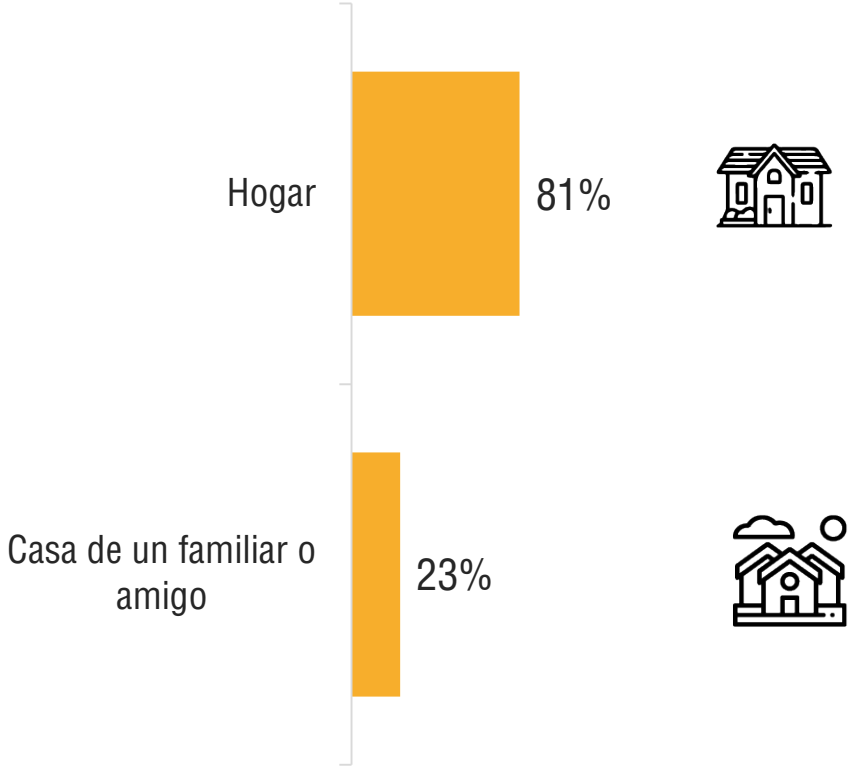
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

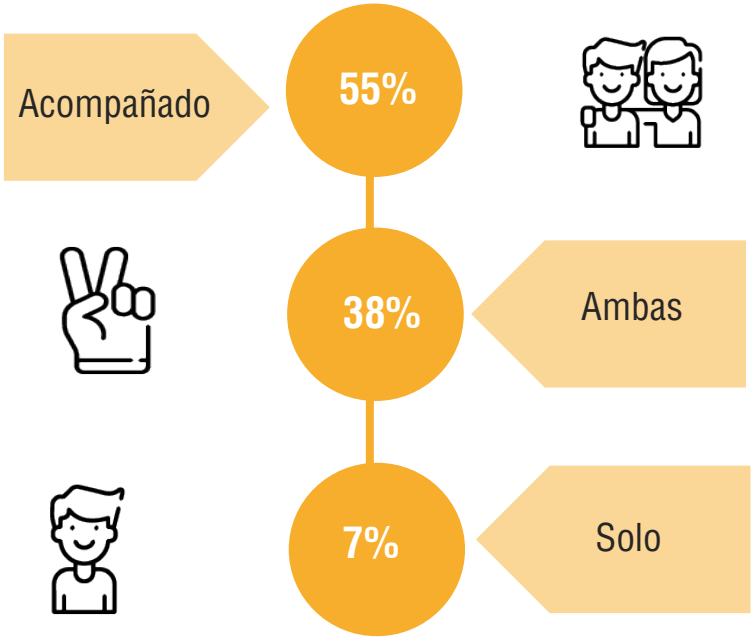
Lugares donde ve televisión de paga

Base: 114 niñas y niños que ven canales de televisión de paga
Promedio: 1 respuestas por persona*

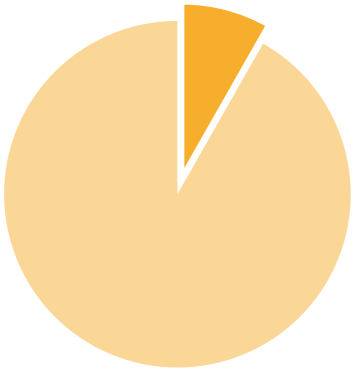


¿Con quién ve la televisión de paga?

Base: 114 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%.

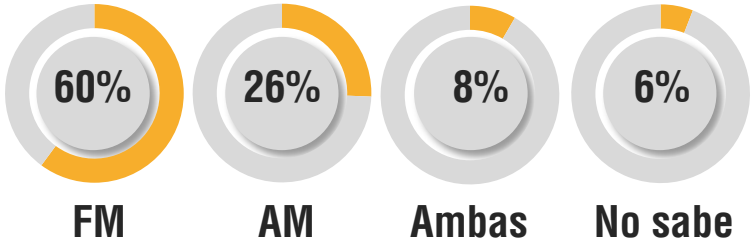


8%
de las niñas y niños escuchan radio

Base: 314 niñas y niños

Consumo por tipo de banda

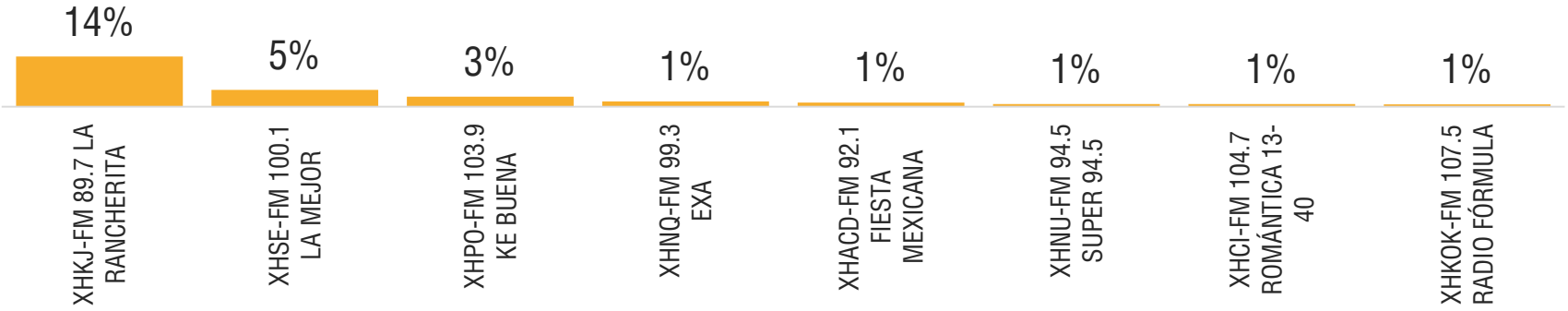
Base: 39 niñas y niños que escuchan radio



Estaciones de radio que más escuchan**

Base: 39 niñas y niños que escuchan radio

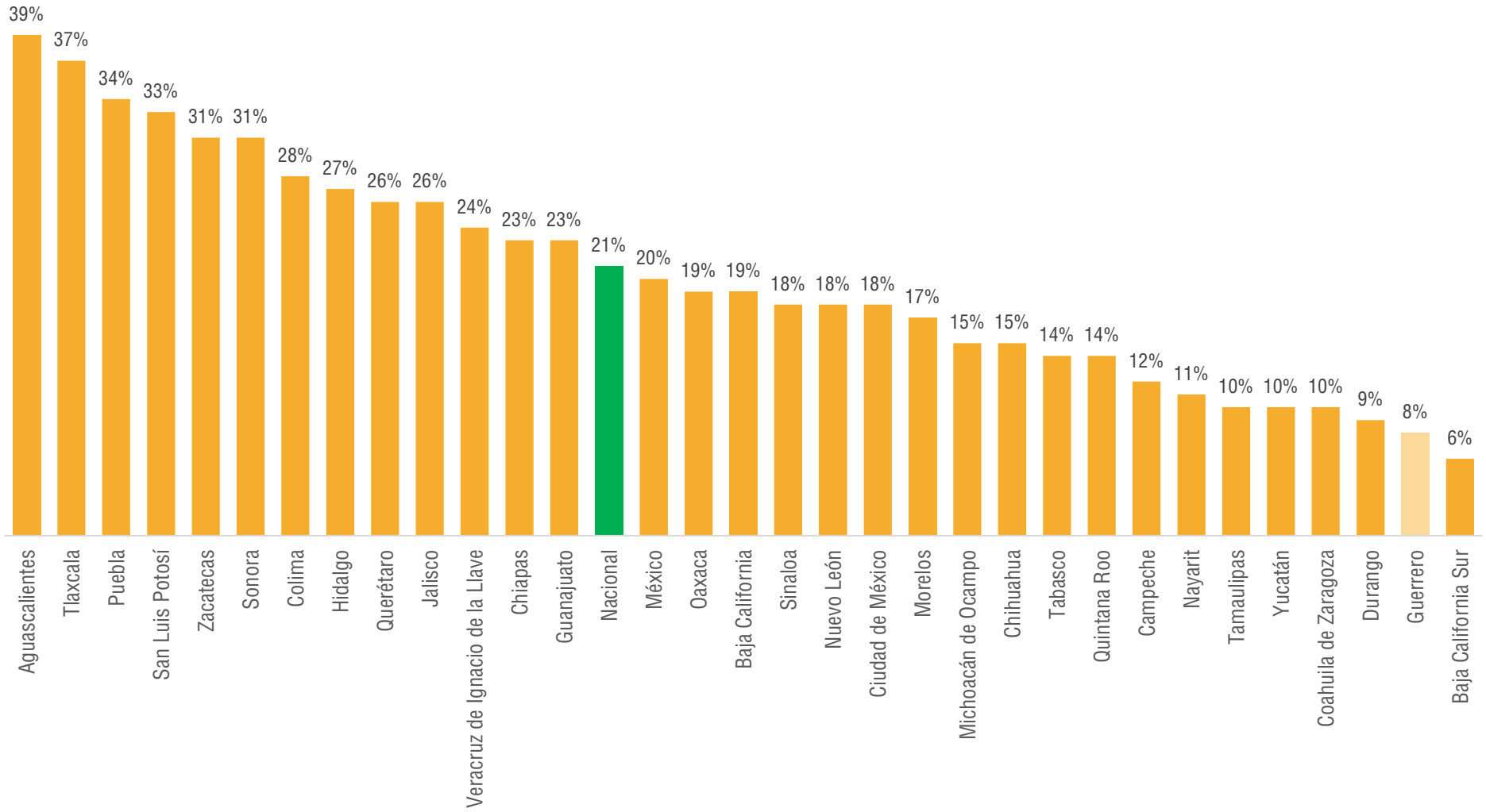
Promedio: 0.7 respuestas por persona*



*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.

Escuchan estaciones de radio – Entidades



Tipo de programas de radio más escuchados

Base: 39 niñas y niños que escuchan radio
Promedio: 1.3 respuestas por persona*

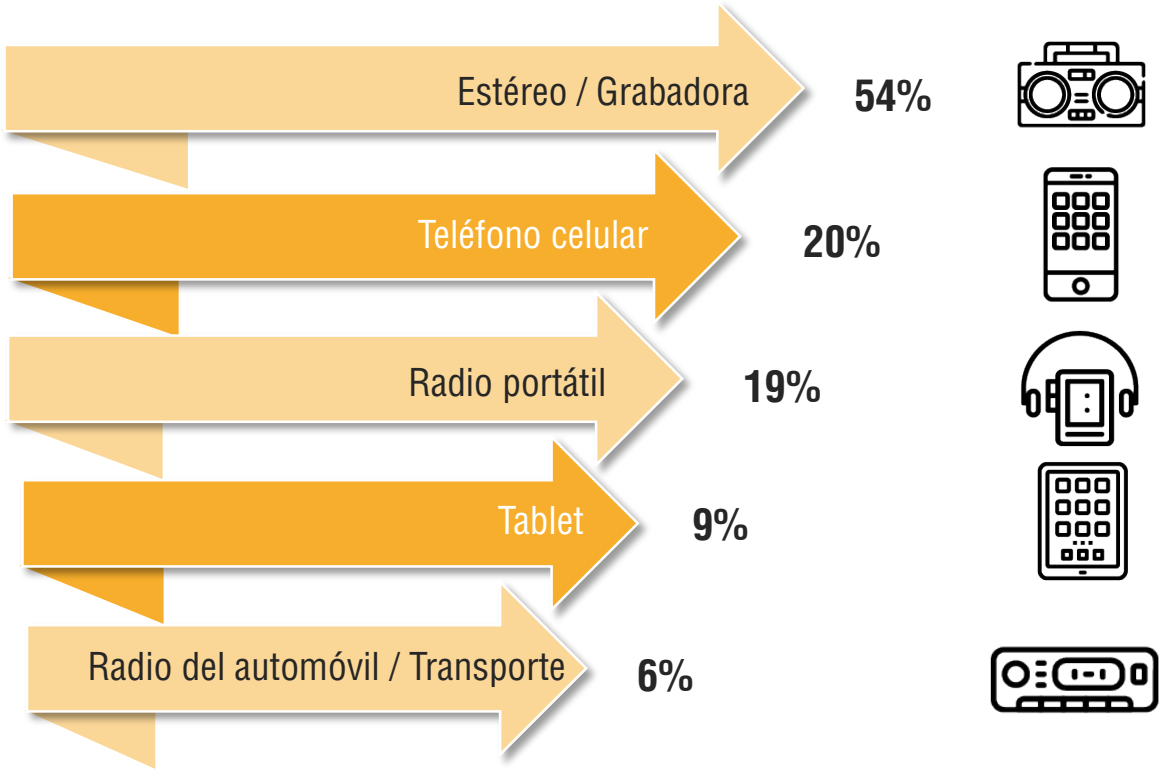
Musicales	59%
Programas infantiles	30%
Noticias	28%
Deportes	3%
Humor / Cómicos	2%
Radionovelas	1%
Culturales / Científicos	1%

*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: 39 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*



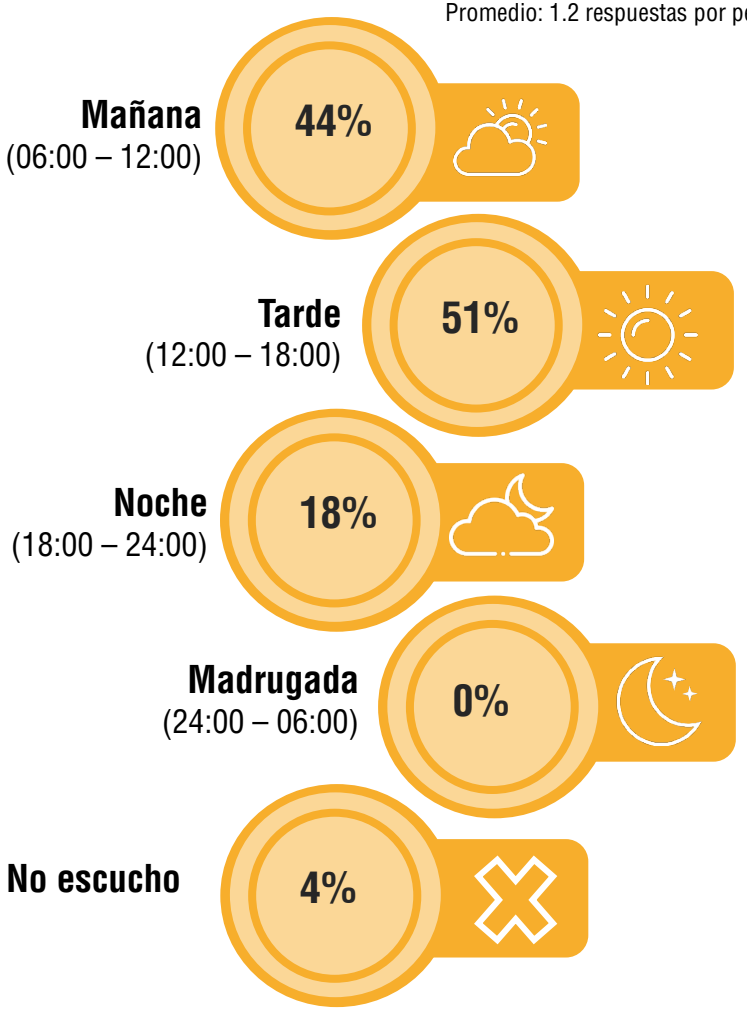
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra escuchar radio

Base: 39 niñas y niños que escuchan radio

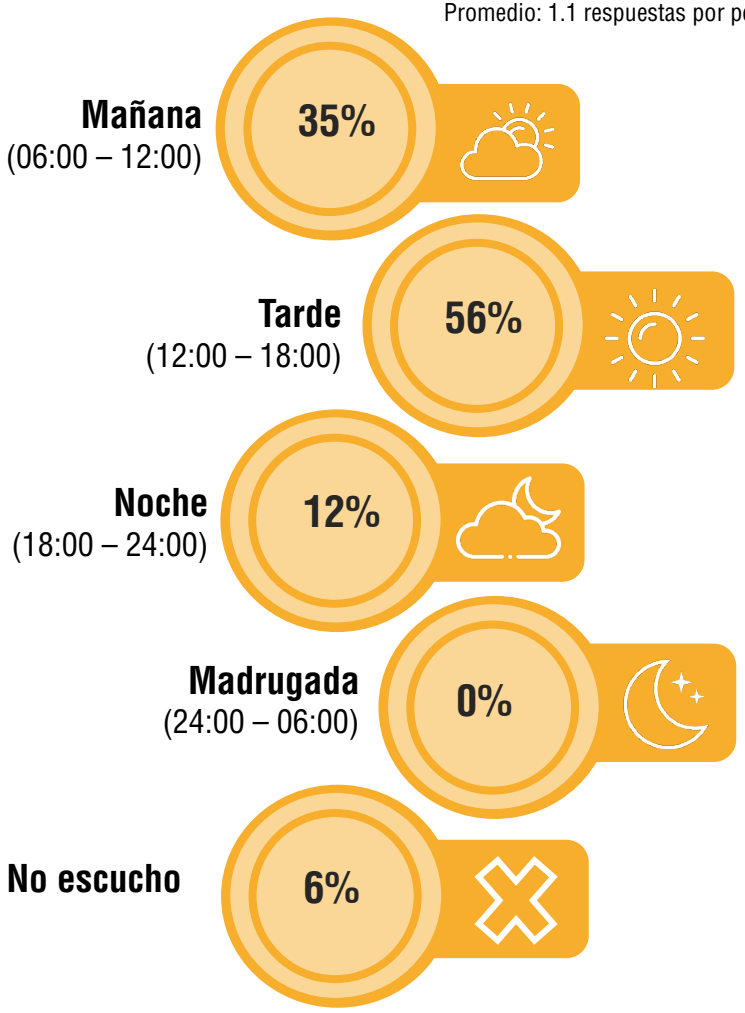
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

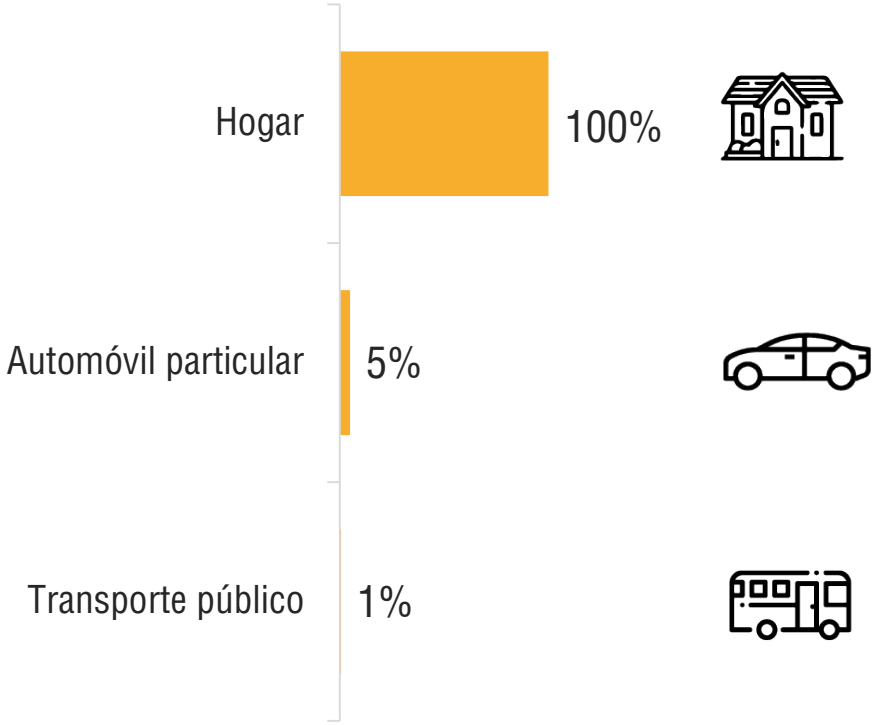


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Lugares donde escucha radio

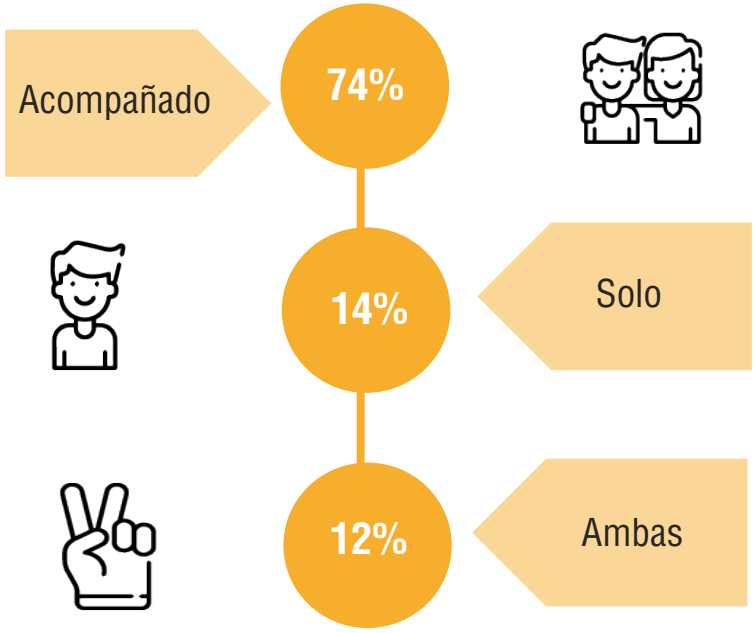
Base: 39 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

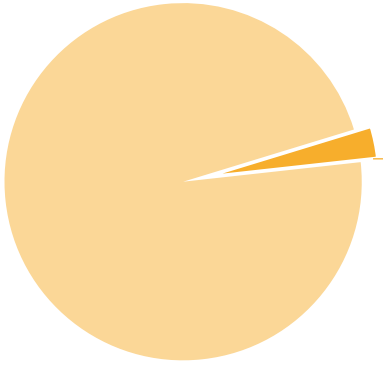


¿Con quién escucha la radio?

Base: 39 niñas y niños que escuchan radio



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



3%
de las niñas y niños escuchan radio por internet

Base: 39 niñas y niños que escuchan radio

Razones para escuchar radio por internet

Base: 4 niñas y niños que escuchan radio por internet**
Promedio: 1 respuestas por persona*

100% Solo se transmite en internet

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

**Base Insuficiente para análisis.

Contenidos por internet

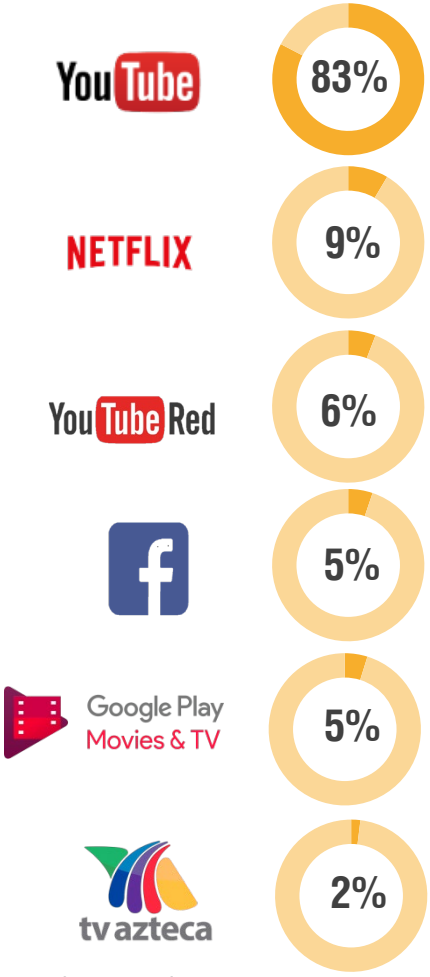
55%
de las niñas y niños acostumbran ver contenidos por internet

Base: 314 niñas y niños

Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

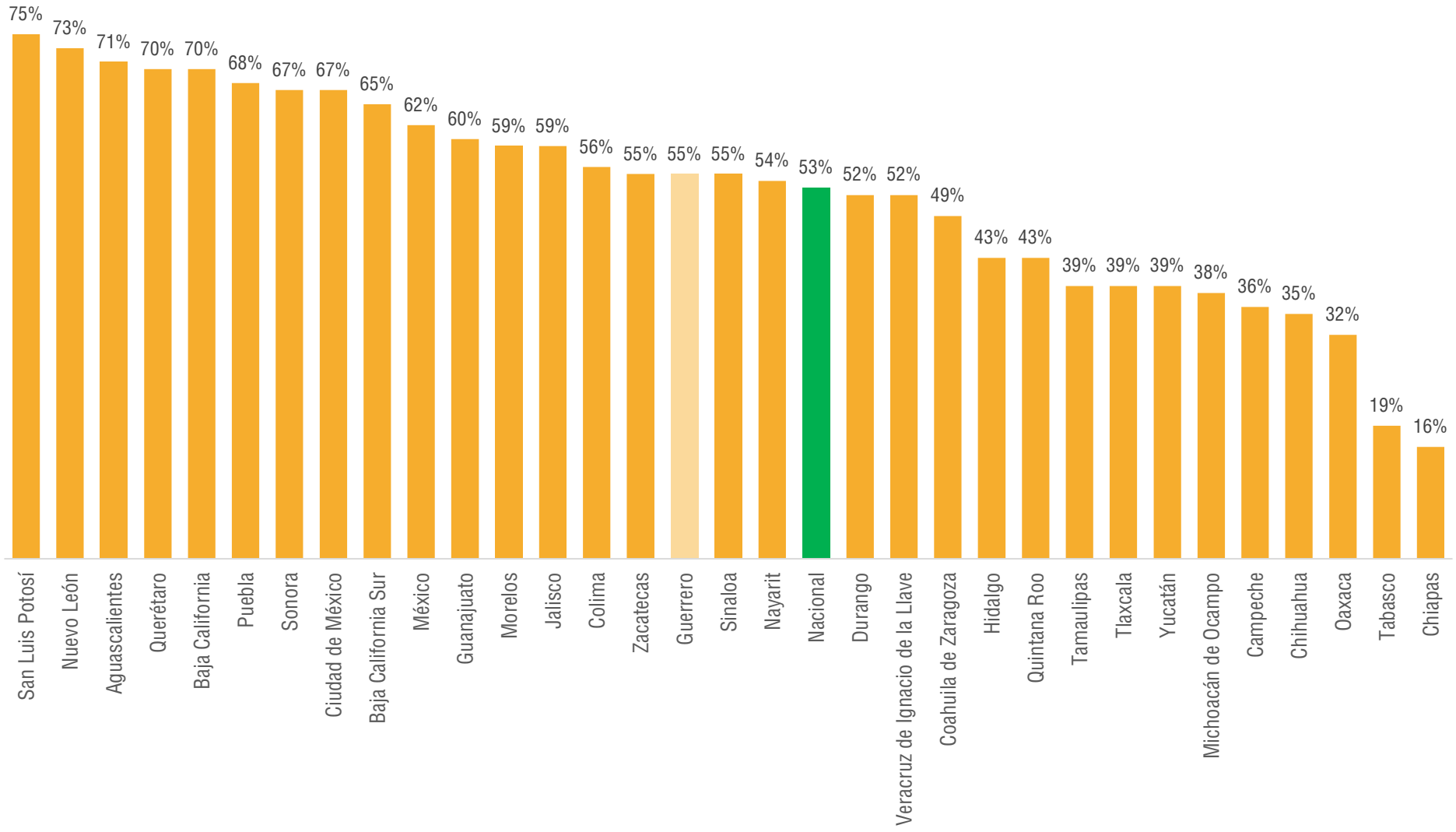
Base: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet

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



Contenidos por internet

Tipo de contenidos más vistos

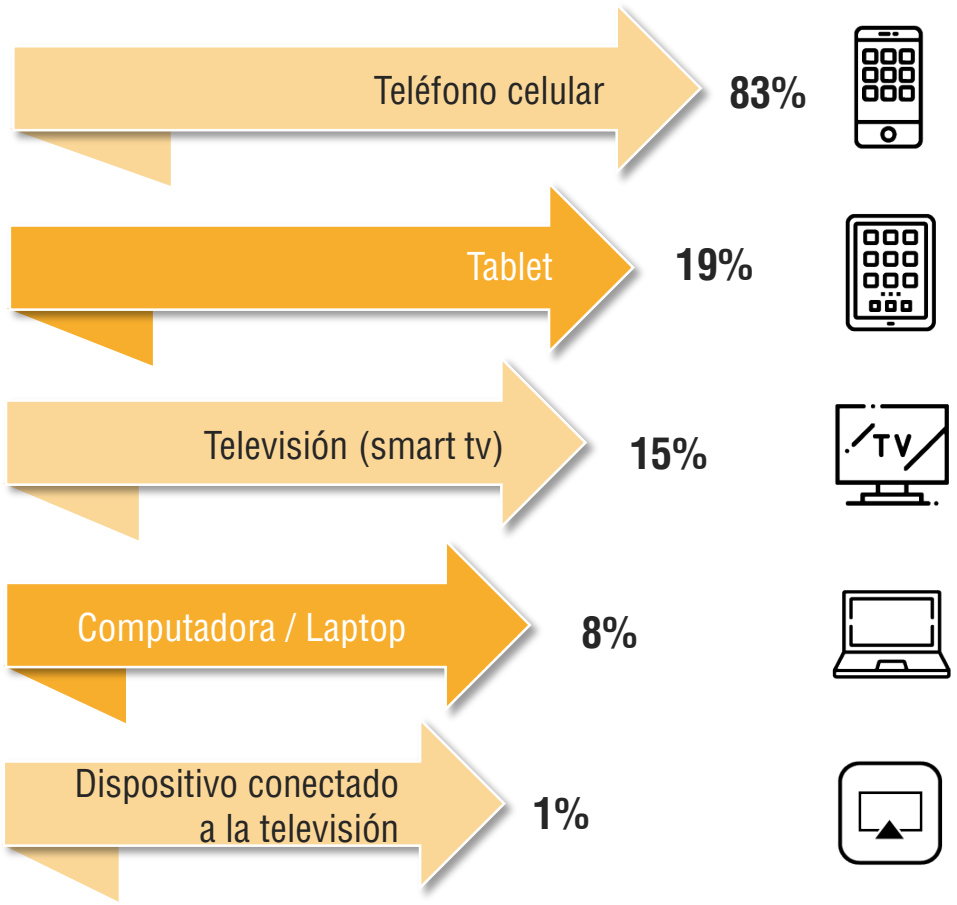
Base: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.6 respuestas por persona*

Caricaturas / Programas infantiles	44%
Películas	26%
Series	20%
Deportes	14%
Videos musicales	14%
Animé	8%
Videos cómicos	8%
Documentales / Culturales	6%
Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc)	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: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



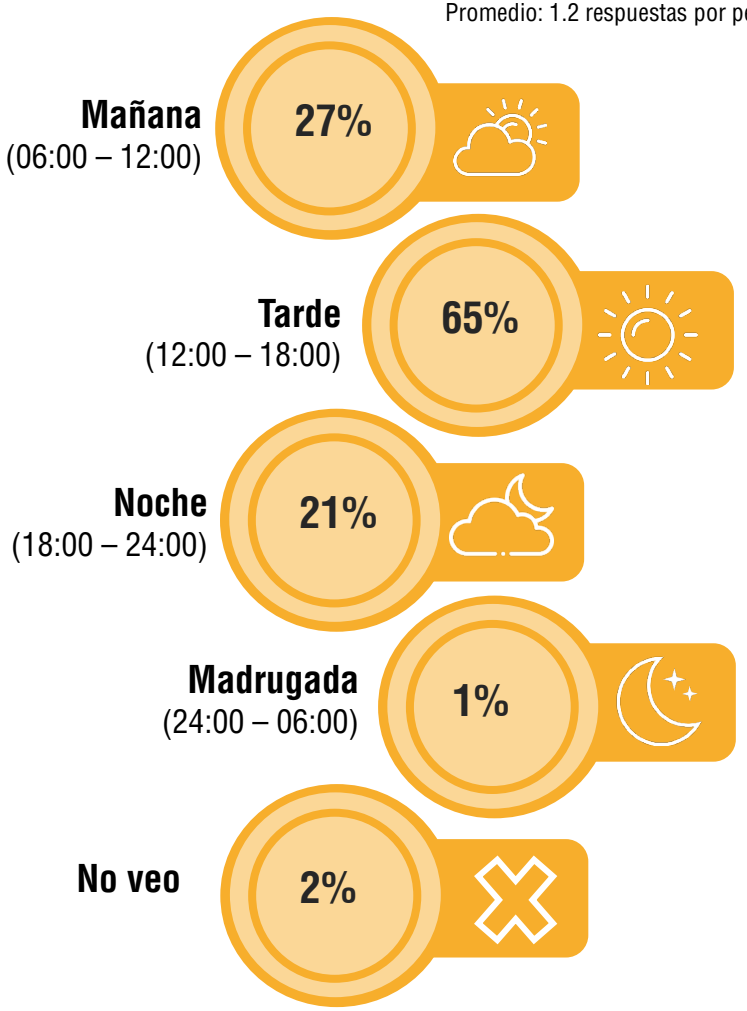
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Base: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet

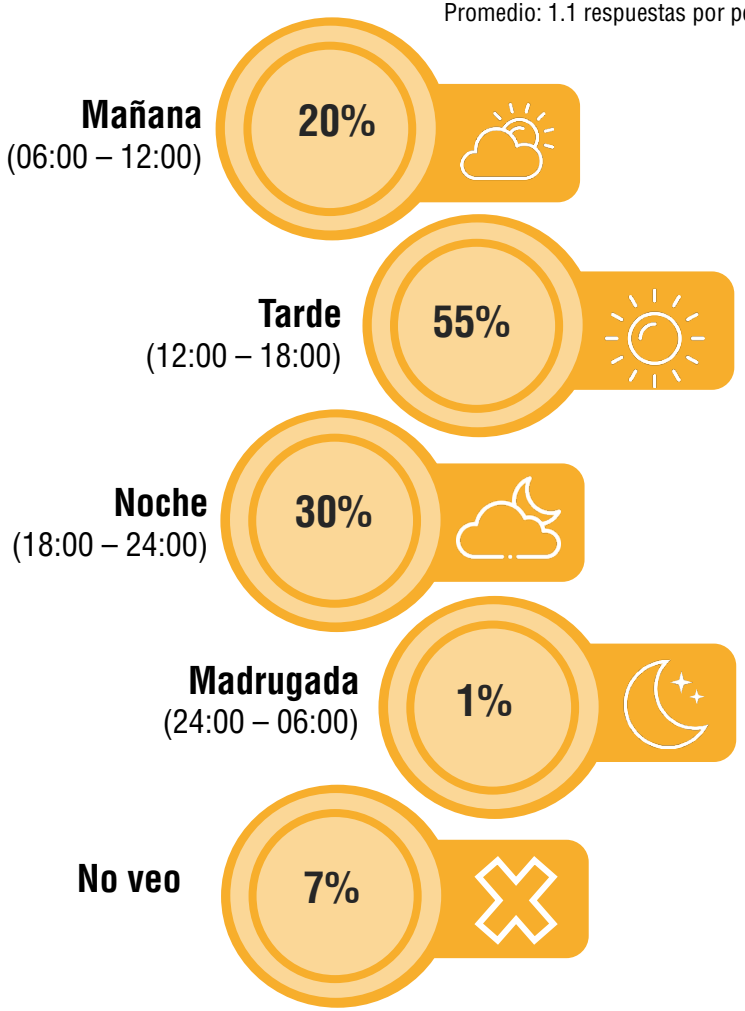
Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona*



Sábado y domingo

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

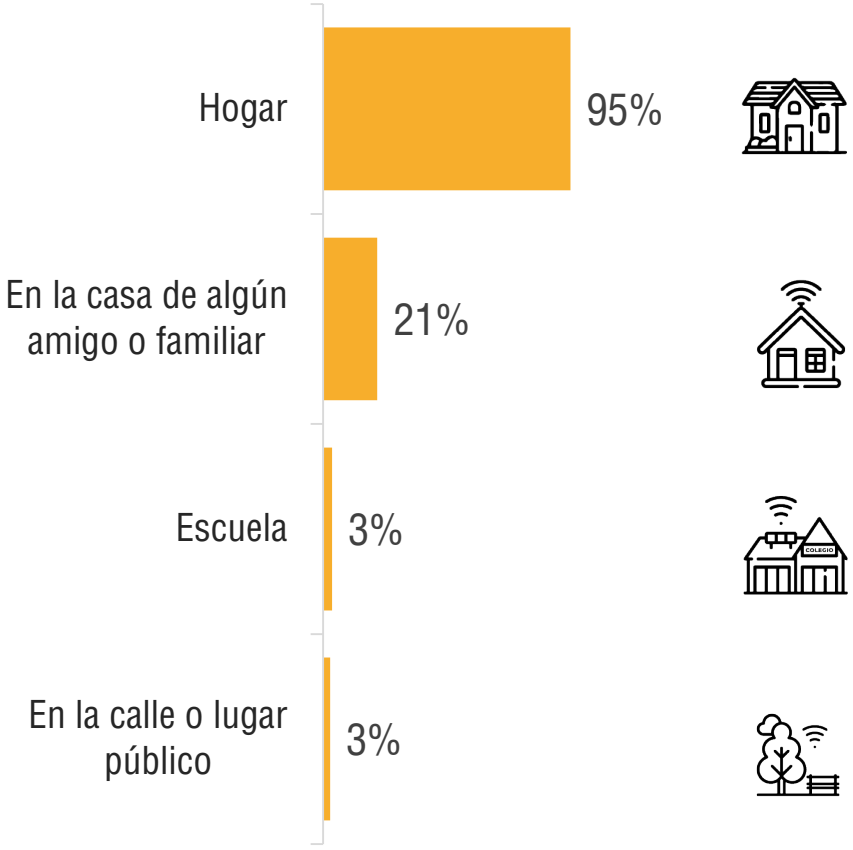


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

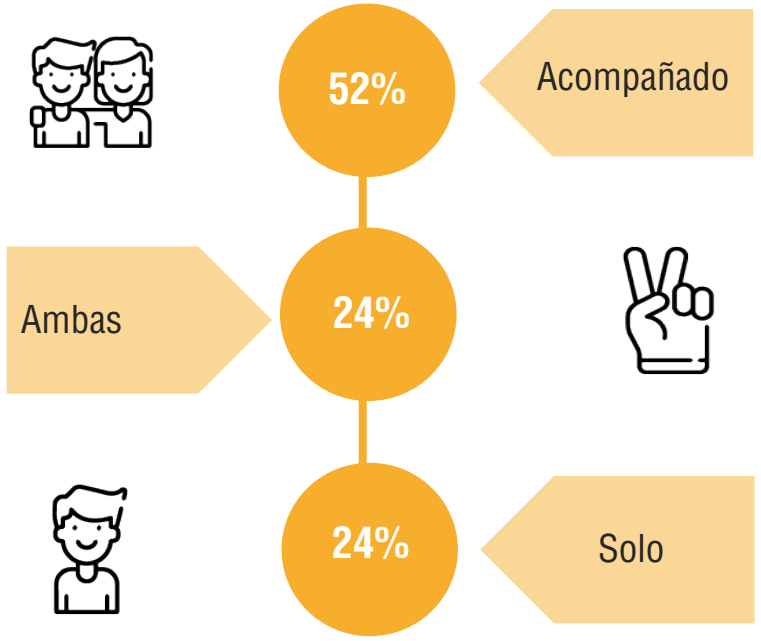
Lugares donde consume contenidos por internet

Base: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



¿Con quién ve programas en internet?

Base: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet

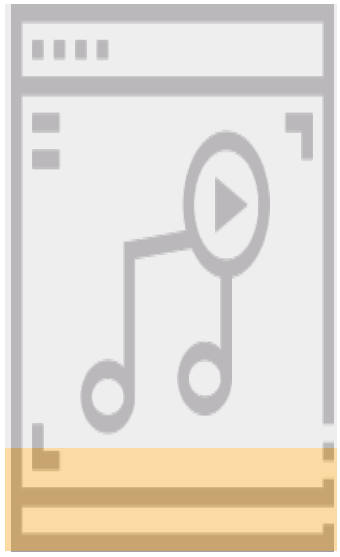


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

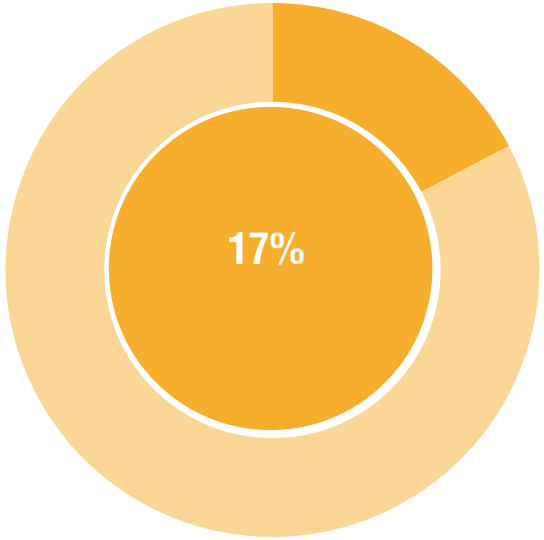
Escucha música o contenidos por internet

Base: 158 niñas y niños que consumen contenidos por internet



19%

Consumo simultáneo de internet con radio y / o televisión



Base: 40 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

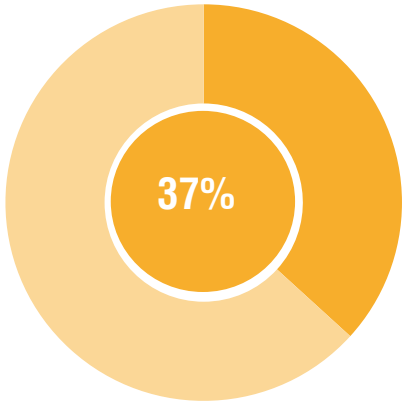
Consumo de videojuegos

Base: 314 niñas y niños

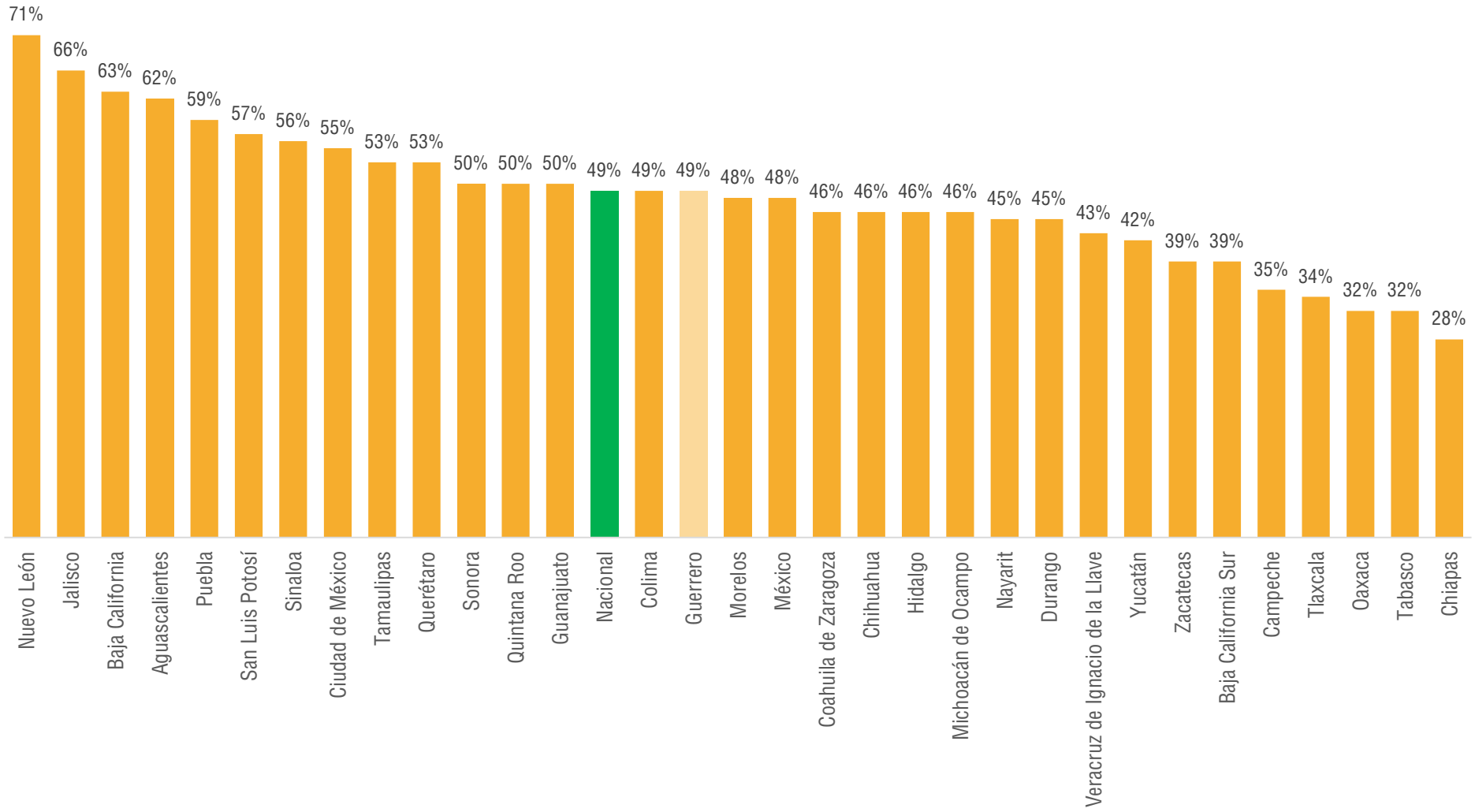
49%
de las niñas y niños juegan videojuegos

Acostumbra jugar videojuegos online

Base: 155 niñas y niños que juegan videojuegos



Juega videojuegos – Entidades



Tipo de videojuegos que más juega

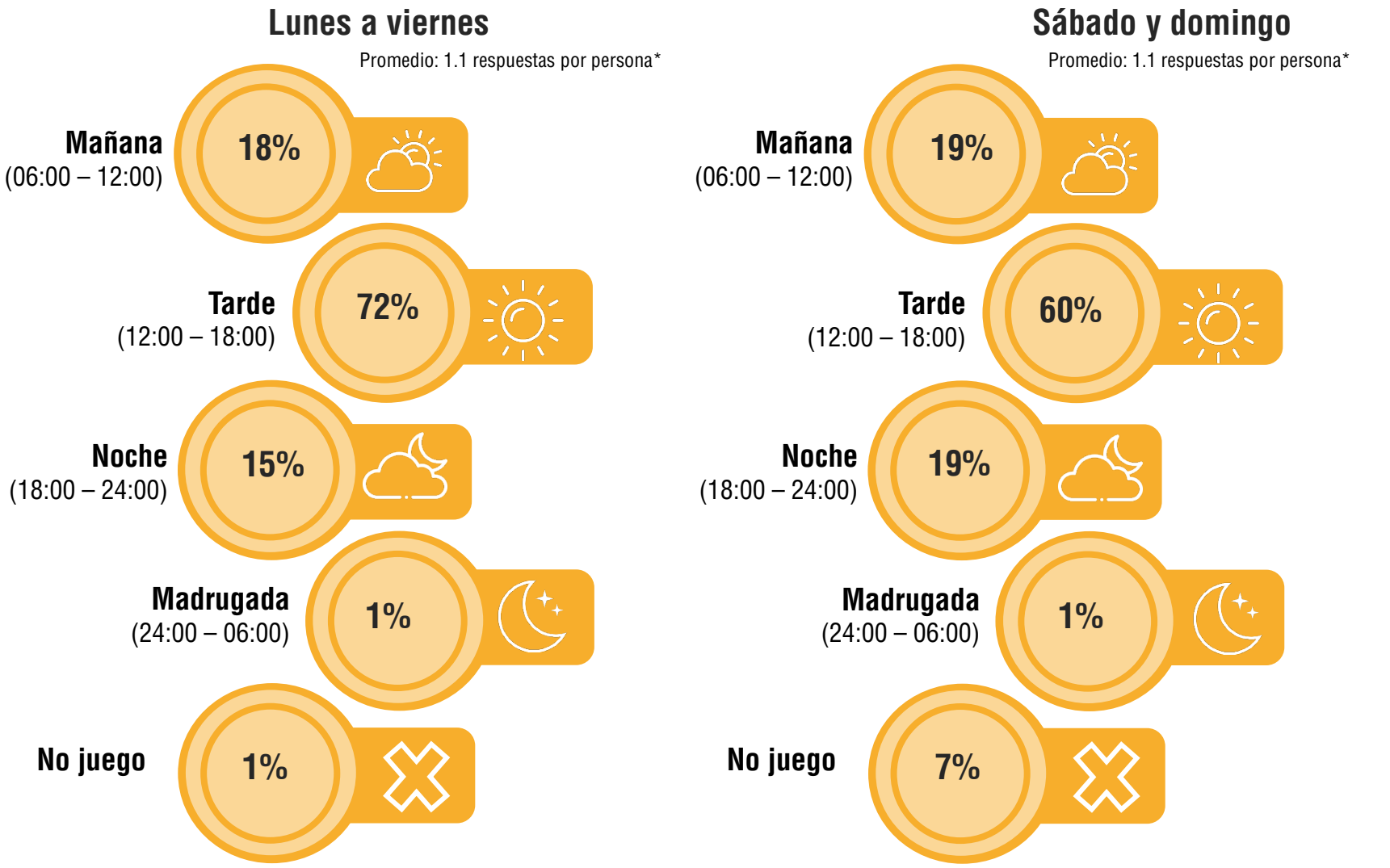
Base: 155 niñas y niños que juegan videojuegos
Promedio: 1.4 respuestas por persona*

Carreras	34%	Belleza / Moda	8%
Peleas / Batallas / Lucha	24%	Destreza / Rompecabezas	7%
De dibujo	16%	Educativos	7%
Deportes	16%	Aventura / RPG	6%
Infantiles	11%	Música / Baile	4%

*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: 155 niñas y niños que juegan videojuegos

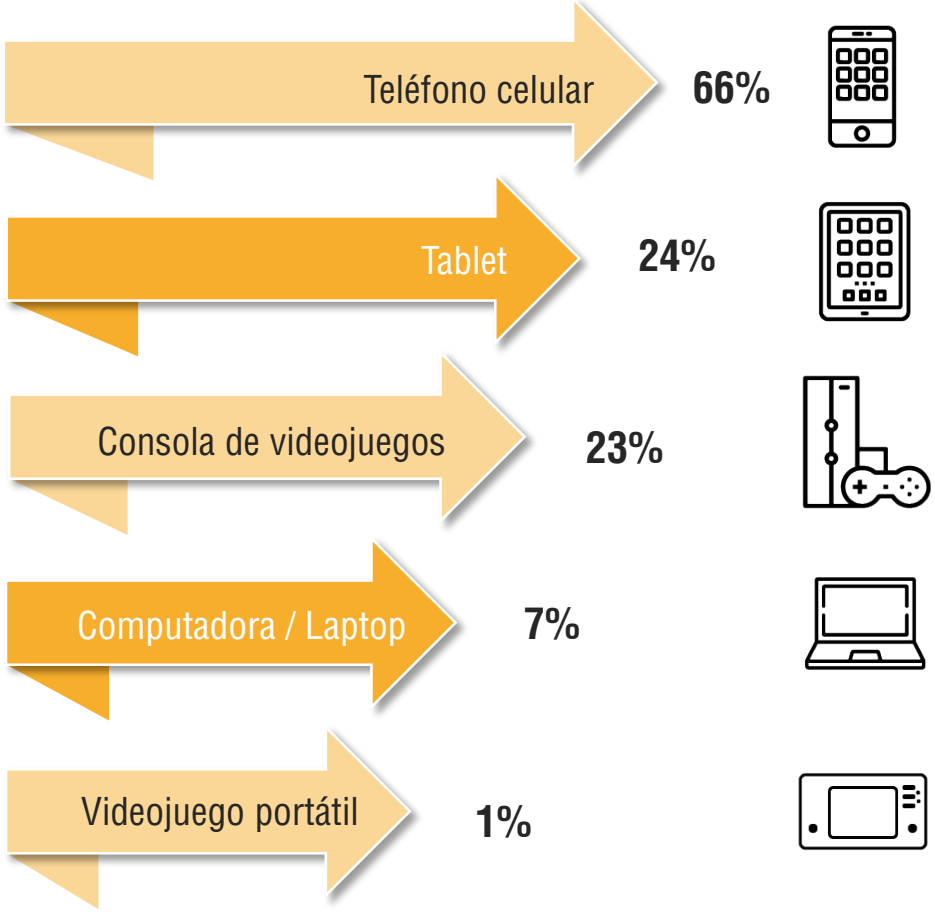


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Videojuegos

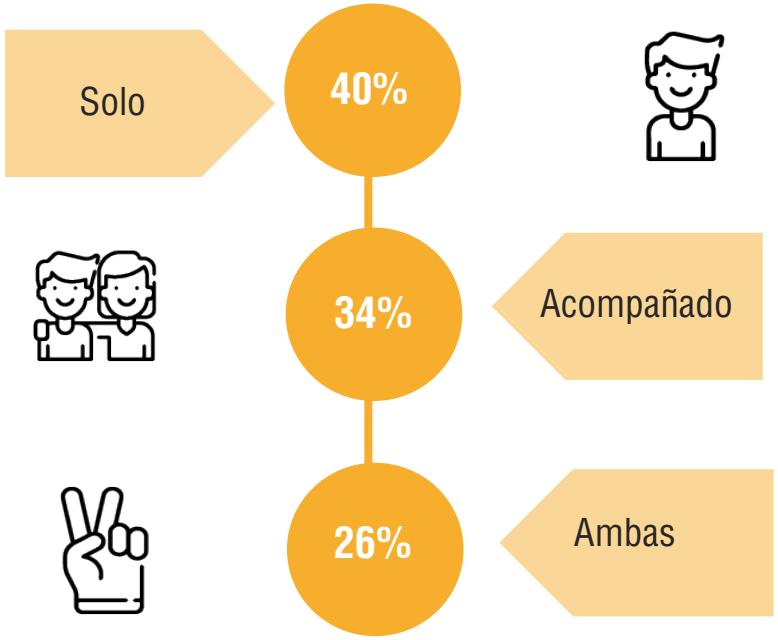
Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

Base: 155 niñas y niños que juegan videojuegos
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



¿Con quién juega?

Base: 155 niñas y niños que juegan videojuegos



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

ift

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018

Urbano y Rural

Principales hallazgos

- En localidades **urbanas** el **91%** de los hogares cuentan con al menos un **televisor**, frente al **86%** de las zonas **rurales**. El **número promedio de televisores** por hogar en el estrato **rural** es de **1.5** al igual que en el **urbano**.
- El **27%** de los entrevistados con televisor en **zonas rurales** dijeron depender de la **televisión abierta**, mientras que este porcentaje es del **52%** en localidades **urbanas.**
- En el ámbito **urbano** la principal razón para **contratar televisión de paga** es contar con **mayores opciones de contenidos**, mientras que en el segmento **rural** la principal razón es **que no reciben bien la señal de televisión abierta**.
- Un **75%** de las personas con televisión en el sector **urbano**, dijo **ver contenidos de la televisión abierta**, este porcentaje es del **68%** 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**, **Canal 5** y **Azteca Uno**.
- Entre las personas que cuentan con **televisión de paga**, un **69% ve canales de televisión abierta** en el ámbito **urbano**, mientras que este porcentaje es **67%** para el ámbito **rural**.
- El **28%** de las personas en localidades **urbanas** escuchan la **radio**, comparado con el **24%** 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 **47%** frente a **44%**, 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 **20%** 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 **22%**.
- Respecto a **videojuegos**, **17%** de las personas de localidades **urbanas** indicaron que los consumen, comparado con **26%** en localidades **rurales**.
- El **dispositivo** que destaca para uso de **videojuegos** en localidades **urbanas** es **el teléfono celular**, con un **63%** respecto al **75%** para rurales.
- **83%** 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 **89%**.
- Los **principales medios de comunicación** para seguir las noticias en zonas urbanas son **televisión abierta**, **redes sociales** y **televisión de paga**, mientras que en el caso de zonas rurales, **televisión abierta, televisión de paga** y **redes sociales.**

Infraestructura

Equipamiento del hogar

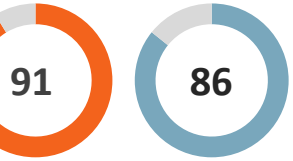
Urbano

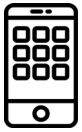
Base urbano: 2,417 hogares
Promedio urbano: 2.9 respuestas por hogar*

Rural

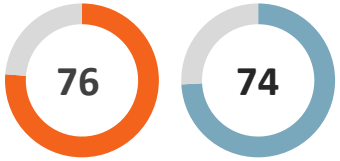
Base rural: 720 hogares
Promedio rural: 2.8 respuestas por hogar*

Televisor

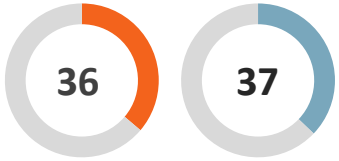


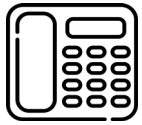


Teléfono celular

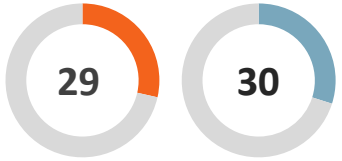


Radio

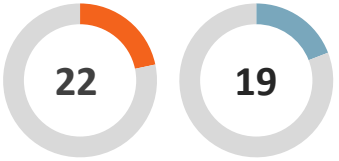


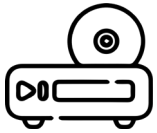


Teléfono fijo

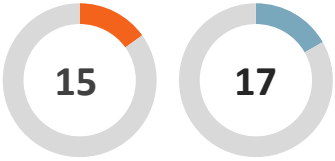


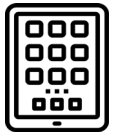
Laptop o computadora



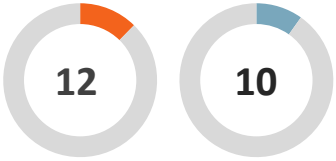


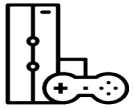
Blu-ray/ DVD





Tablet





Consola de videojuegos

Dispositivos para contenidos en línea

Ninguno

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

Infraestructura

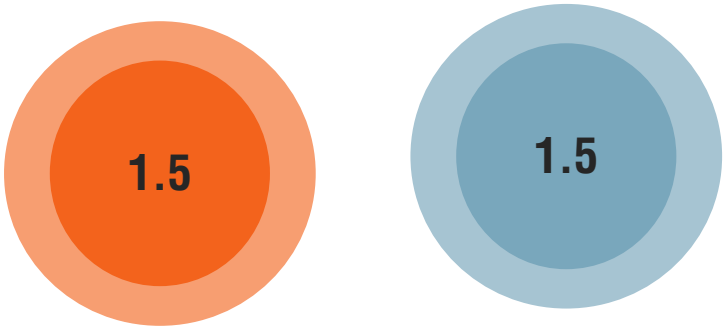
Urbano

Rural

Promedio de televisores en el hogar

Base urbano: 2,210 hogares con televisor

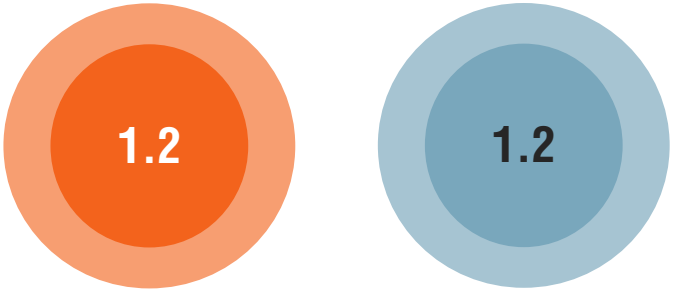
Base rural: 633 hogares con televisor



Promedio de radios en el hogar

Base urbano: 840 hogares con radio

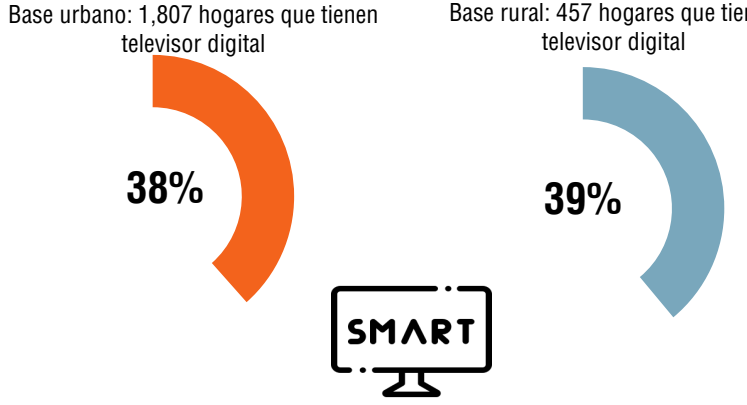
Base rural: 243 hogares con radio



Presencia de smart tv y smartphone en el hogar

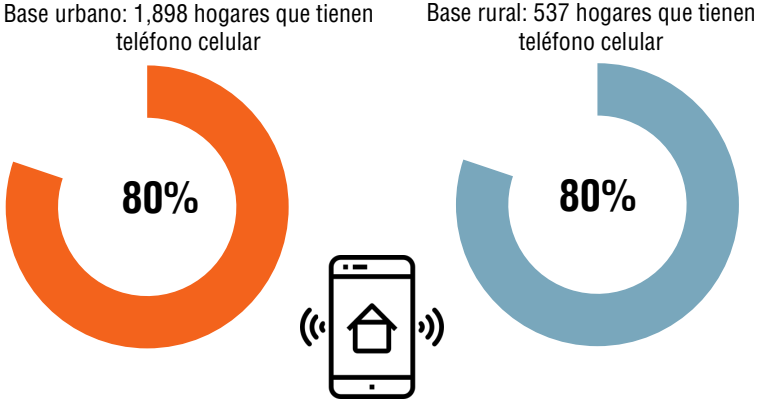
Base urbano: 1,807 hogares que tienen televisor digital

Base rural: 457 hogares que tienen televisor digital



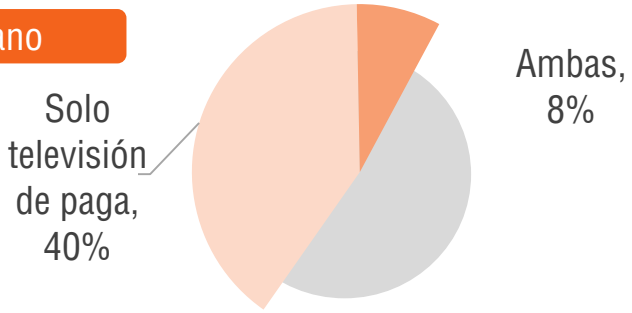
Base urbano: 1,898 hogares que tienen teléfono celular

Base rural: 537 hogares que tienen teléfono celular

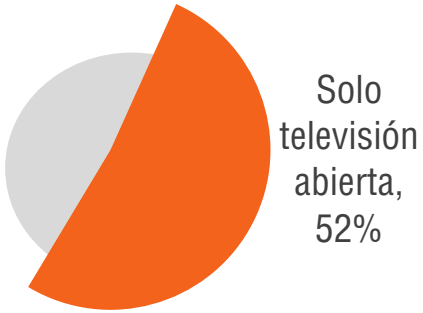


Tipo de señal en el hogar

Urbano



Base urbano: 2,210 hogares con televisor



Base urbano: 2,210 hogares con televisor

Principal razón para contratar televisión de paga

Base urbano: 1,004 hogares con televisión de paga
Promedio urbano: 1.1 respuestas por hogar*

Tener más opciones de contenidos y canales	30%
No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta	27%
Transmiten programas que no puedo ver en otro lado	14%
Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor	13%
Precio accesible	13%
Tienen canales de televisión abierta en horario diferido/programación diferida	8%

Principal razón para no contratar televisión de paga

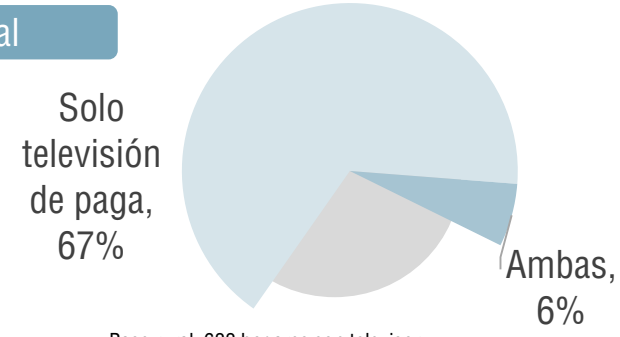
Base urbano: 1,206 hogares con solo televisión abierta
Promedio urbano: 1.1 respuestas por hogar*

Por el precio	60%
Veo poco tiempo la televisión	30%
Los canales de televisión abierta son suficientes	7%
Porque consumo contenidos por internet (YouTube, Netflix, etc)	5%
No hay un proveedor o servicio que me convenza	3%
No hay en mi localidad	1%

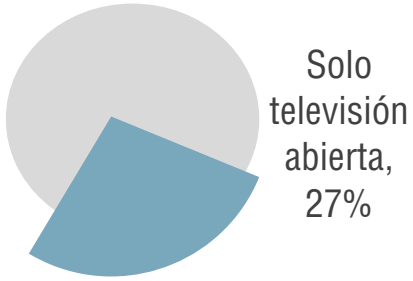
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Tipo de señal en el hogar

Rural



Base rural: 633 hogares con televisor



Base rural: 633 hogares con televisor

Principal razón para contratar televisión de paga

Base rural: 460 hogares con televisión de paga
Promedio rural: 1.0 respuestas por hogar*

No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta	40%
Tener más opciones de contenidos y canales	26%
Precio accesible	8%
Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor	8%
Transmiten programas que no puedo ver en otro lado	7%
Tienen canales de televisión abierta en horario diferido/programación diferida	5%

Principal razón para no contratar televisión de paga

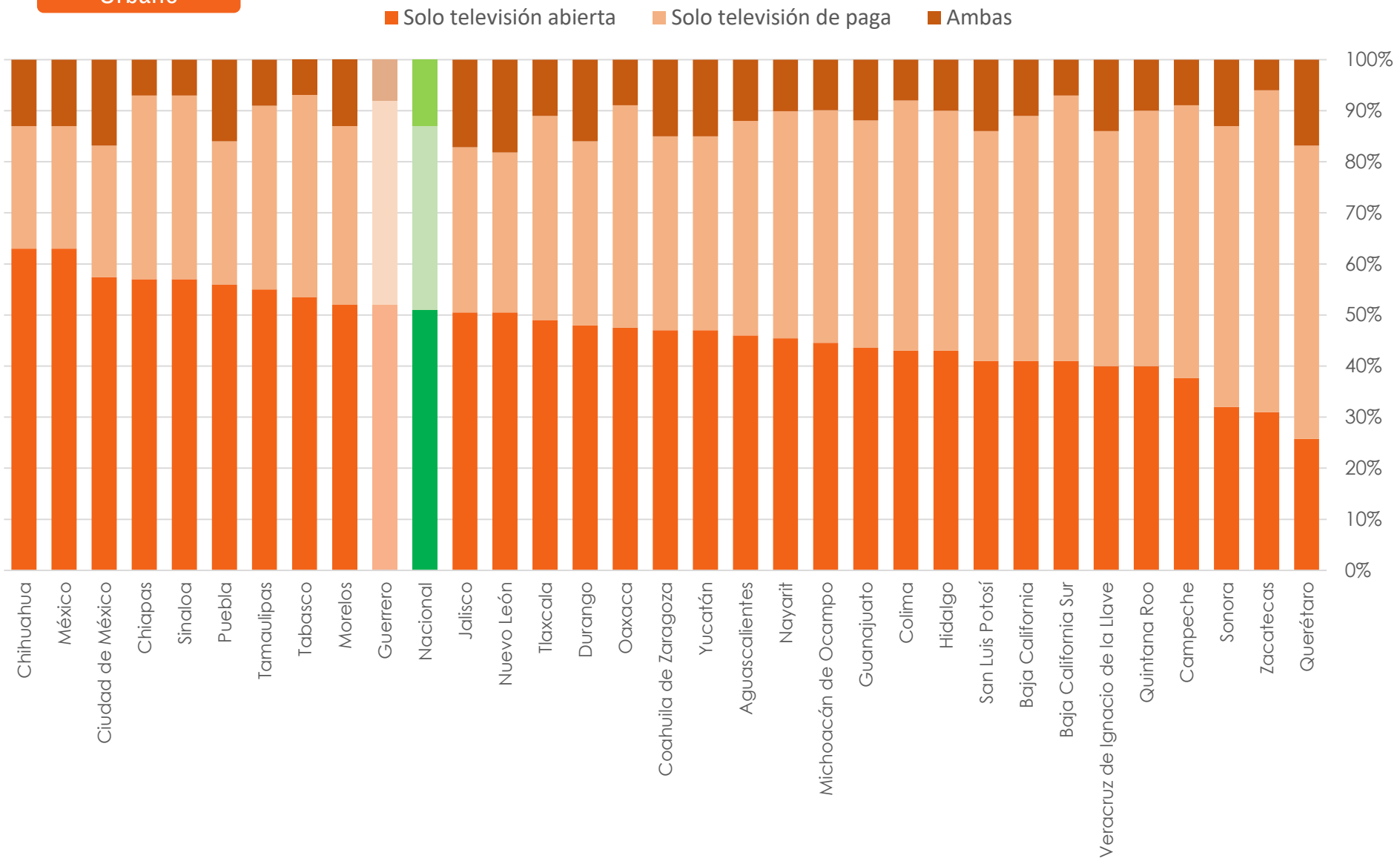
Base rural: 173 hogares con solo televisión abierta
Promedio rural: 1.0 respuestas por hogar*

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 en mi localidad	2%
No hay un proveedor o servicio que me convenza	2%

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

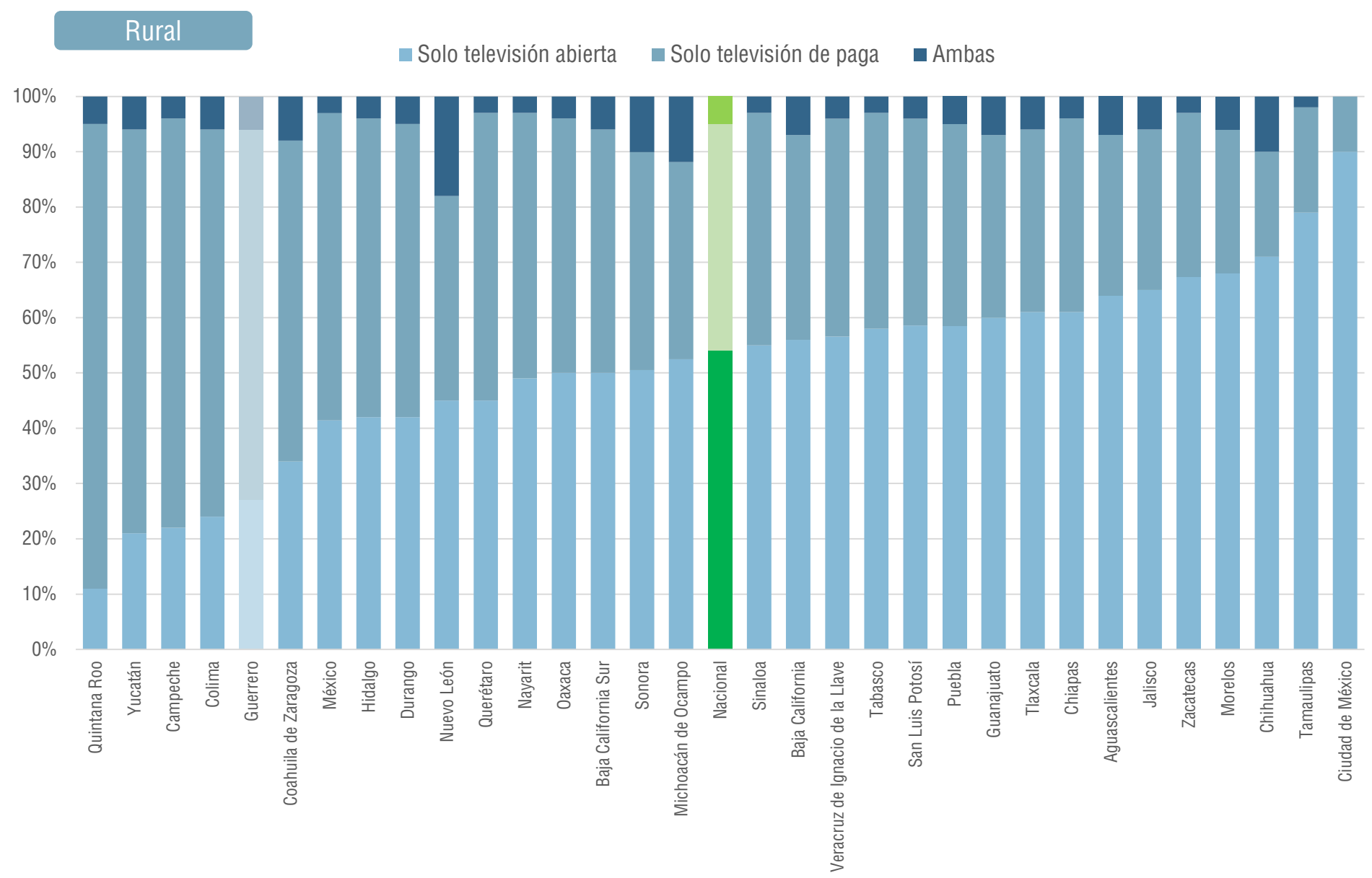
Tipo de señal en el hogar - Entidades

Urbano



Tipo de señal en el hogar - Entidades

Rural



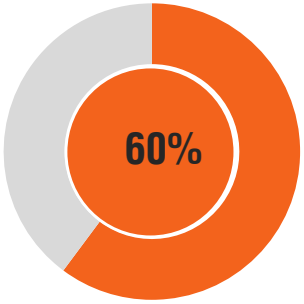
Uso de internet

Urbano

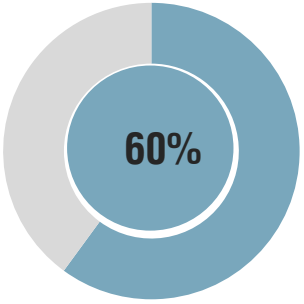
Rural

Uso de internet en la casa o en cualquier otro lugar

Base urbano: 2,417 personas



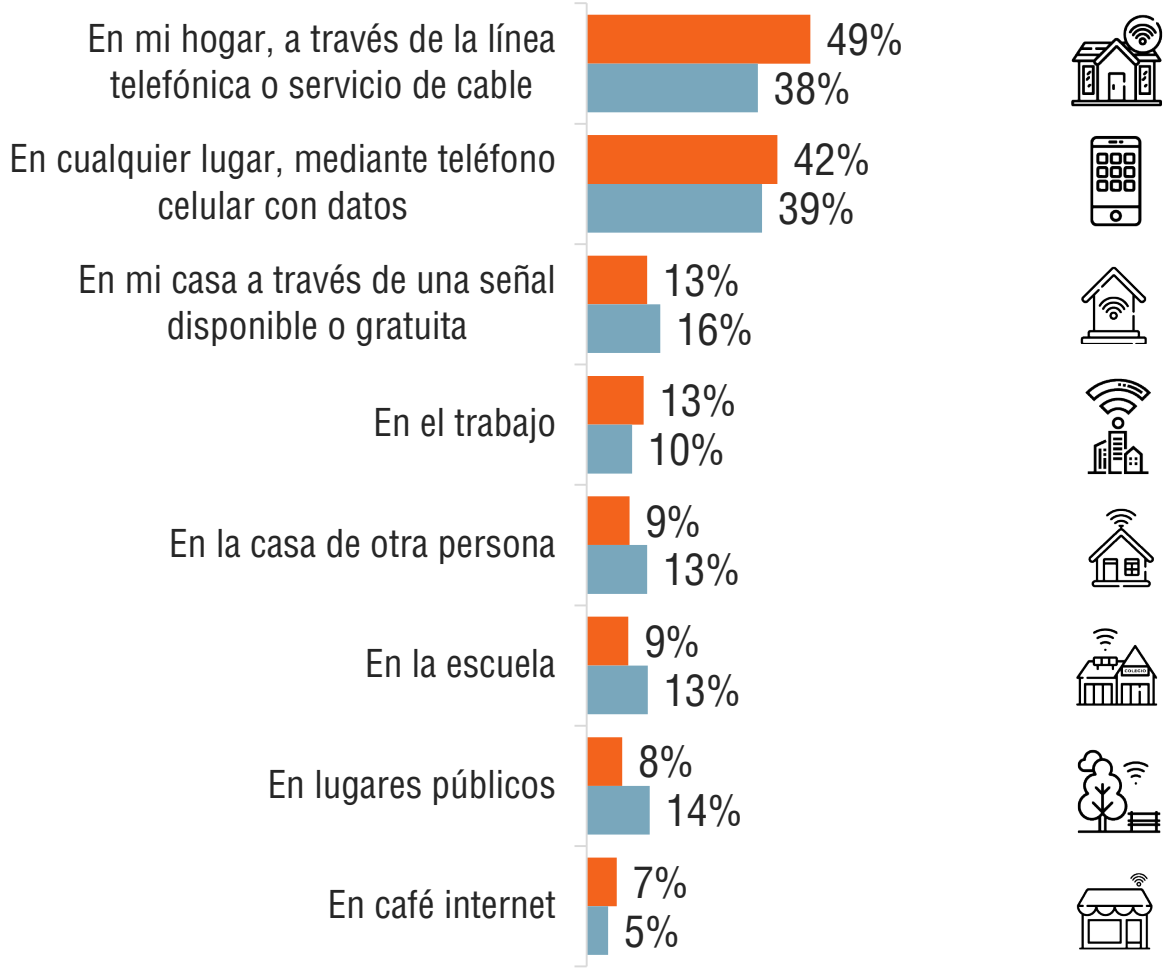
Base rural: 720 personas



Lugares para acceder a internet

Base urbano: 1,502 personas que usan internet
Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona*

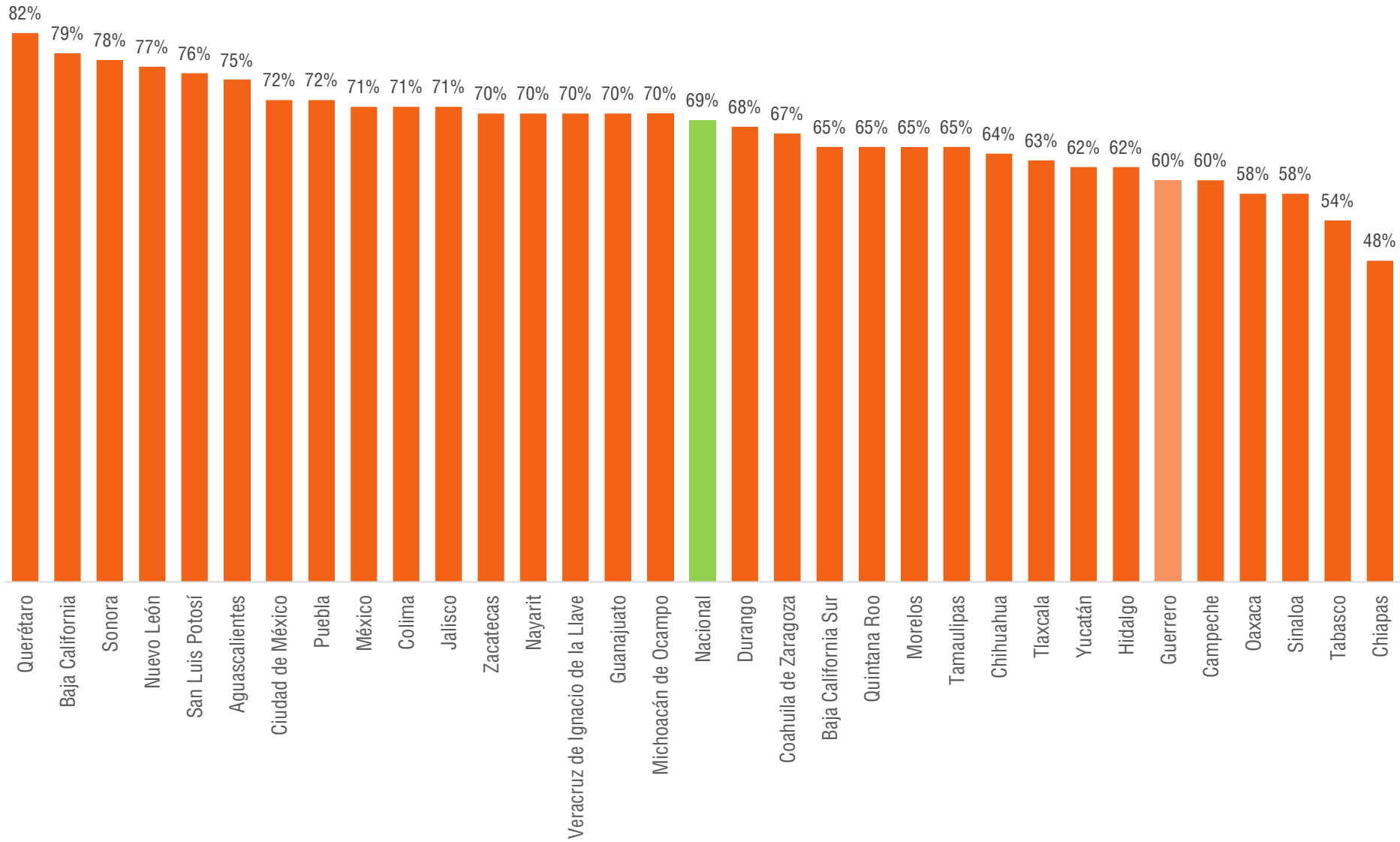
Base rural: 407 personas que usan internet
Promedio rural: 1.5 respuestas por persona*



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

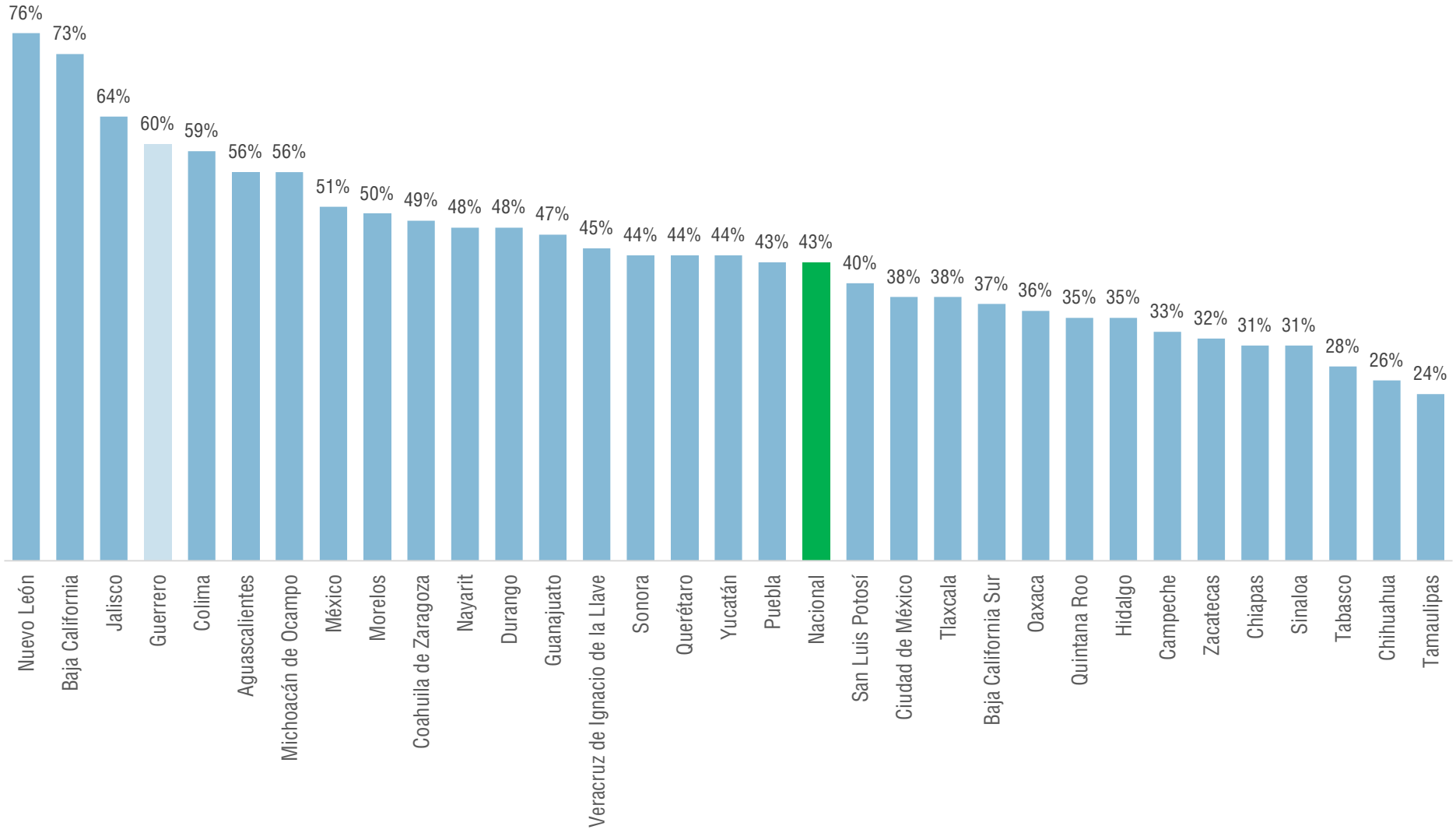
Uso de internet – Entidades

Urbano



Uso de internet – Entidades

Rural



Redes sociales y mensajería instantánea

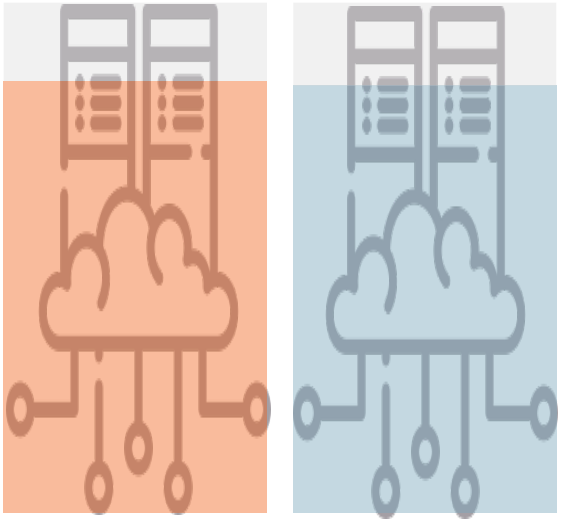
Urbano

Rural

Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 1,502 personas que usan internet

Base rural: 407 personas que usan internet



85%

84%

Redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 1,295 personas que utilizan redes sociales y mensajería instantánea

Promedio urbano: 2.6 respuestas por persona*

Base rural: 344 personas que utilizan redes sociales y mensajería instantánea

Promedio rural: 2.9 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
WhatsApp	84%	86%
Facebook	75%	72%
Facebook Messenger	29%	36%
YouTube	26%	33%
Instagram	17%	22%

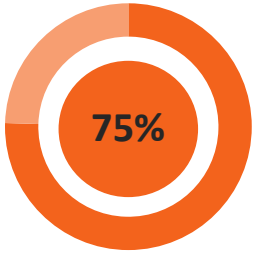
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

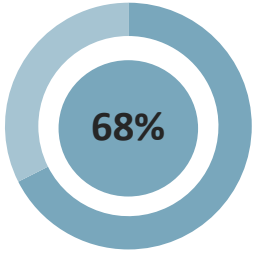
Urbano

Rural

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



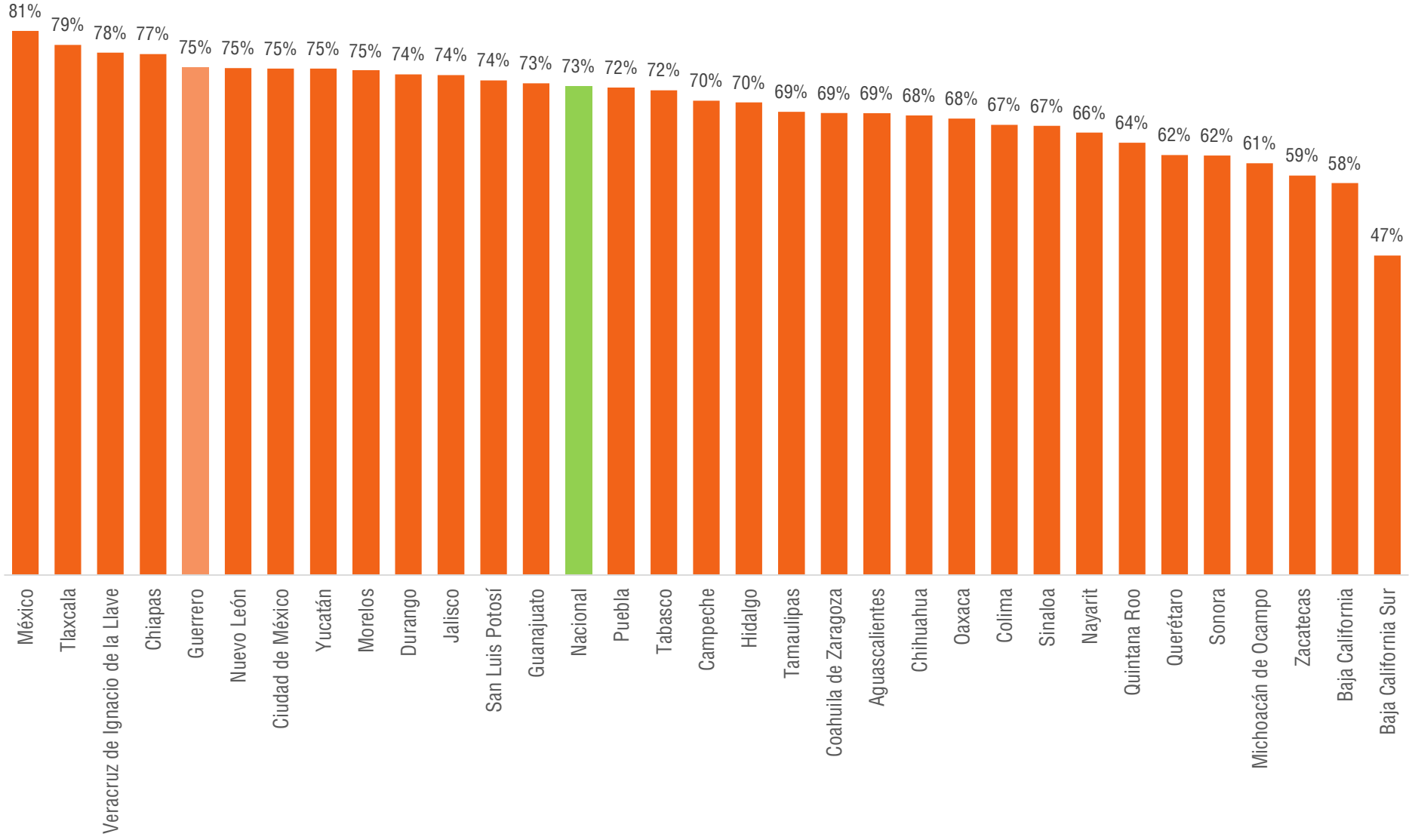
Base urbano: 2,210 personas que tienen televisor



Base rural: 633 personas que tienen televisor

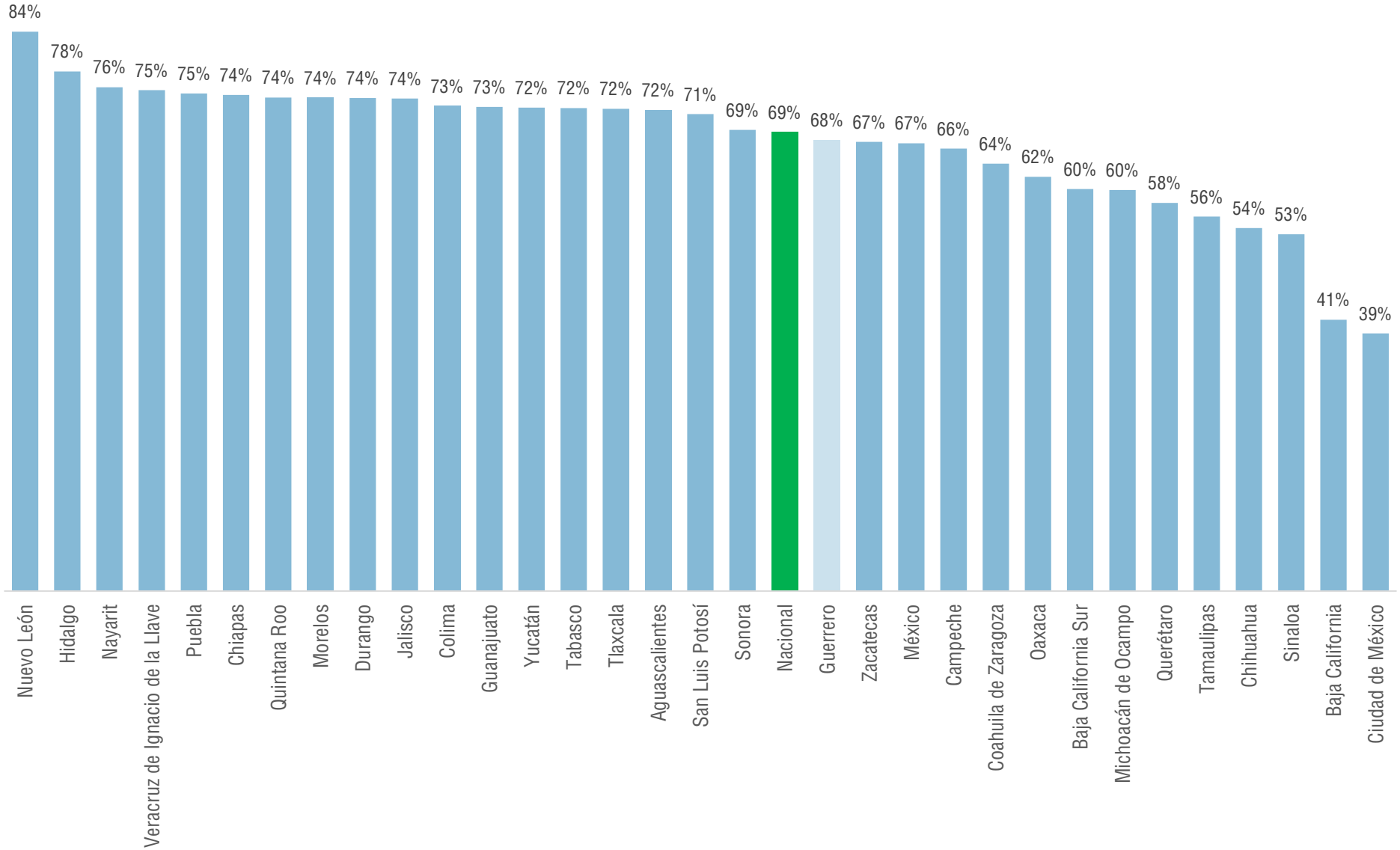
Ven canales de televisión abierta – Entidades

Urbano



Ven canales de televisión abierta – Entidades

Rural



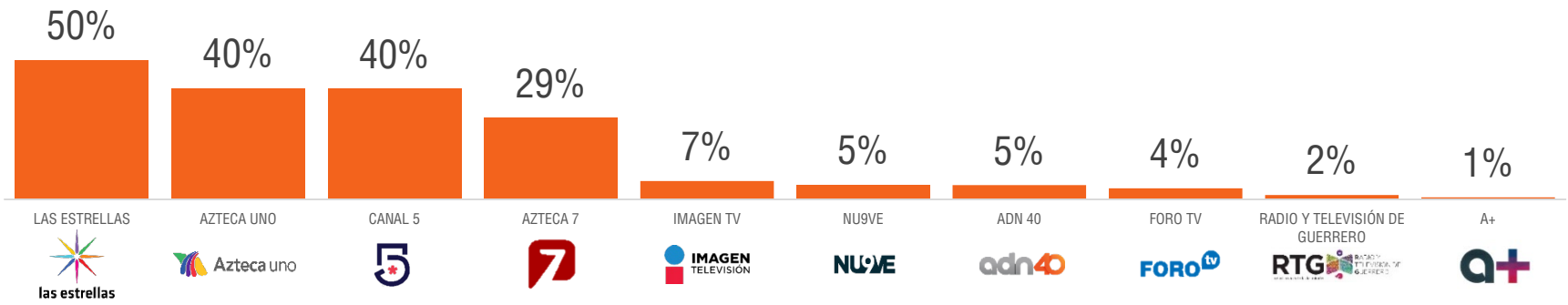
Televisión abierta

Urbano

Rural

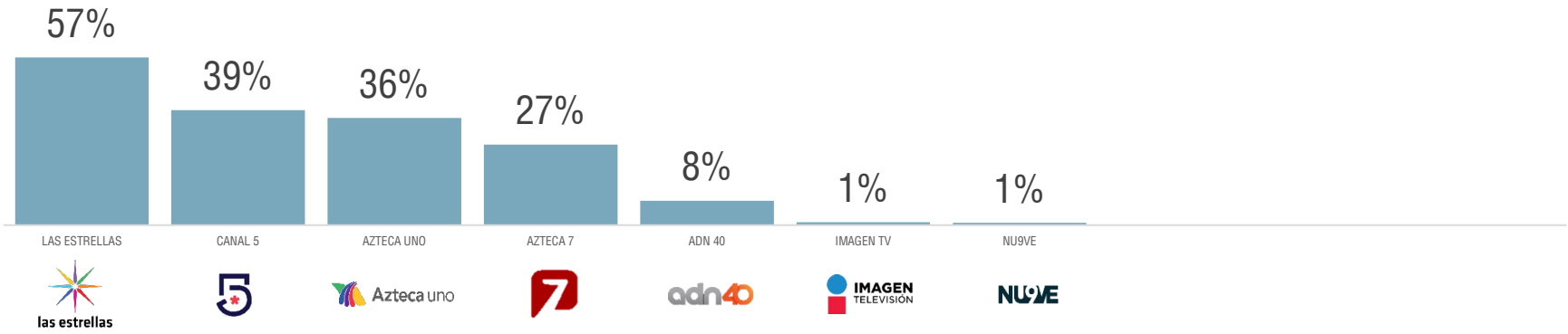
Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base urbano: 1,670 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio urbano: 1.9 respuestas por persona*



Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia**

Base rural: 428 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio rural: 1.8 respuestas por persona*



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

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

Televisión abierta

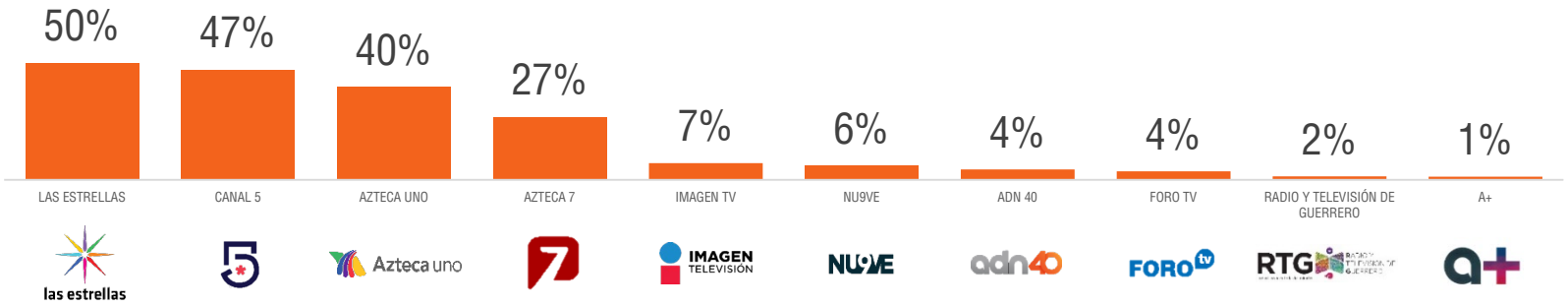
Urbano

Rural

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

Base urbano: 988 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

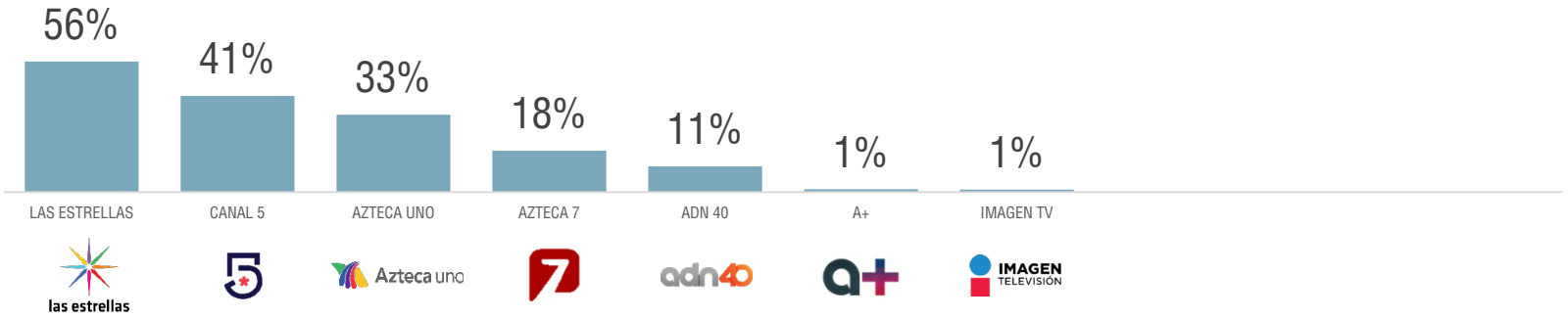
Promedio urbano: 1.9 respuestas por persona*



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

Base rural: 135 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

Promedio rural: 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 canales con las mayores frecuencias.

Televisión abierta

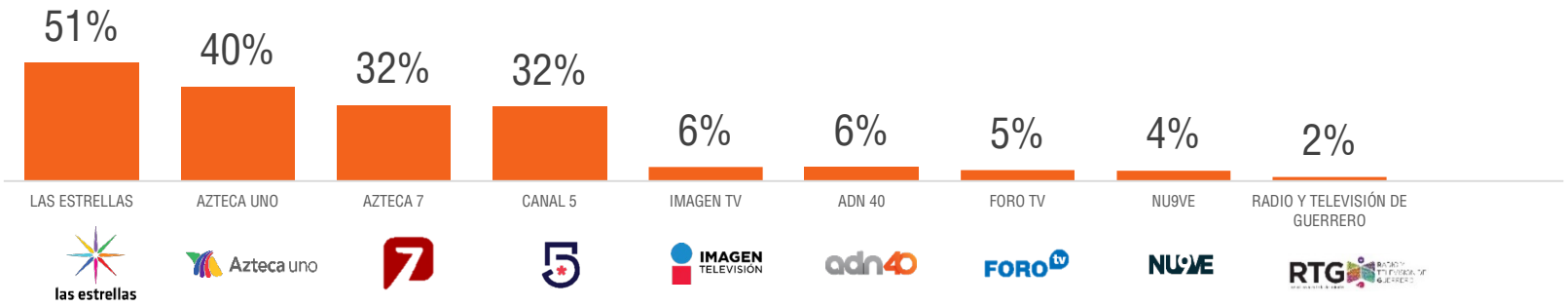
Urbano

Rural

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

Base urbano: 682 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

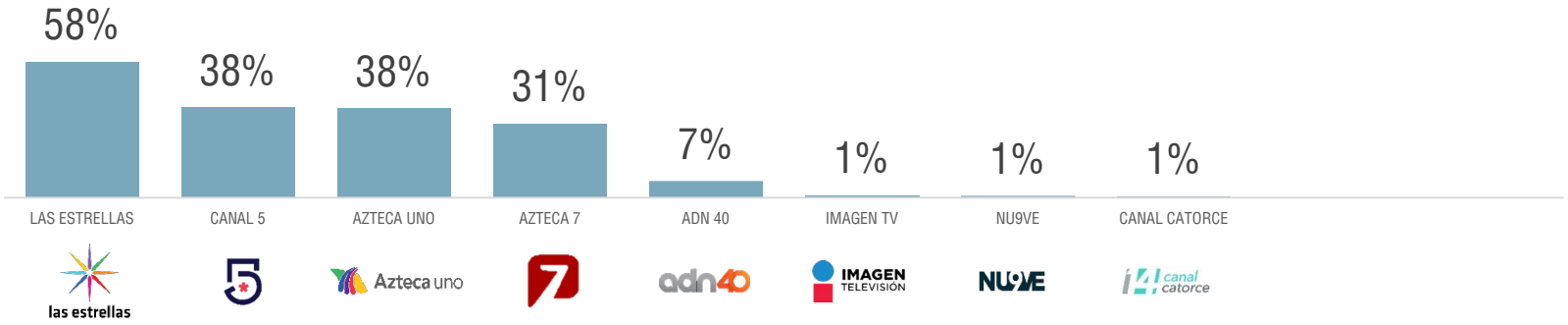
Promedio urbano: 1.9 respuestas por persona*



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 rural: 293 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

Promedio rural: 1.8 respuestas por persona*



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

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

Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base urbano: 1,670 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio urbano: 2.3 respuestas por persona*

Base rural: 428 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio rural: 2.2 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Noticias	46%	47%
Películas	42%	37%
Telenovelas	32%	33%
Deportes	27%	29%
Series	19%	17%
Caricaturas / Programas infantiles	15%	19%
Comedia / Cómicos	10%	12%
Musicales	8%	11%
Dramatizado unitario	8%	10%
Reality show	6%	1%

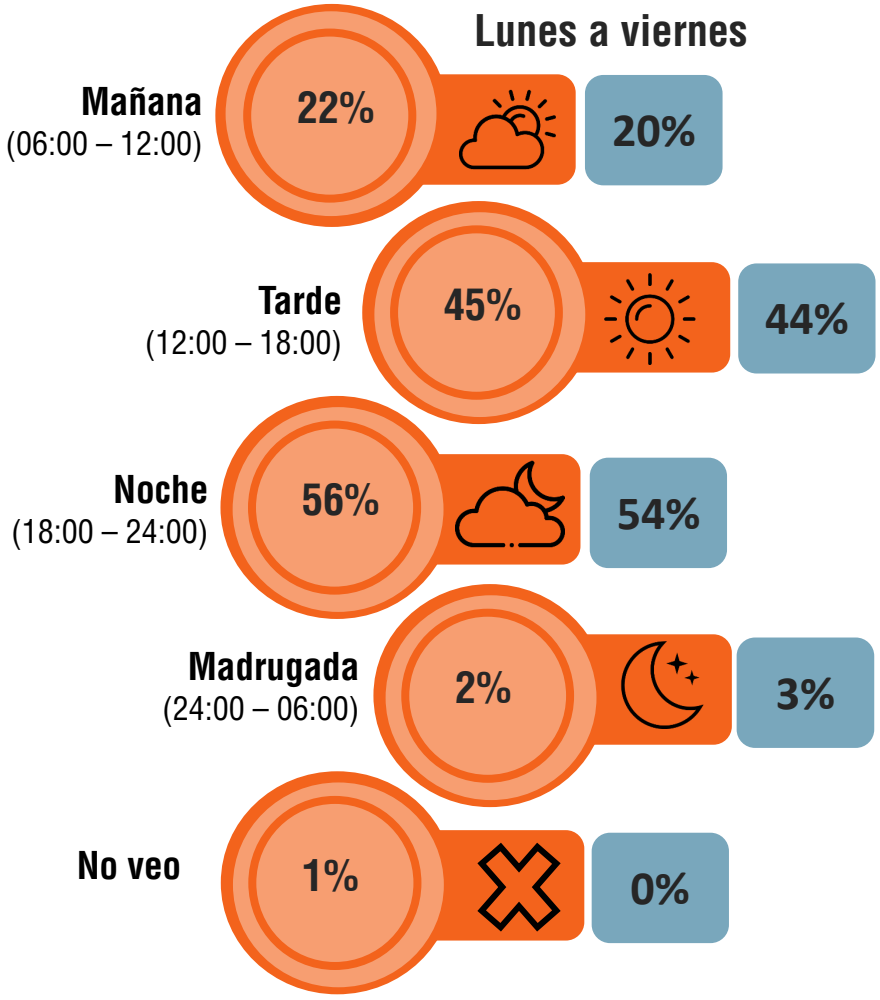
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Televisión abierta

Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

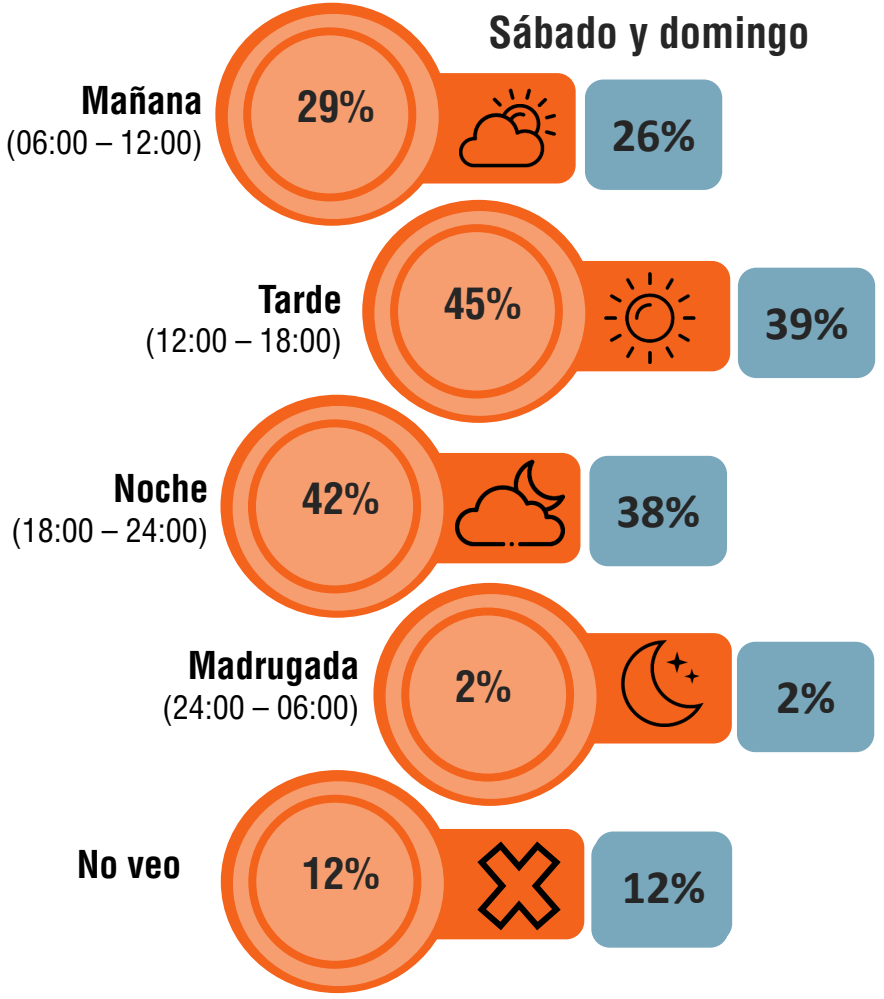
Urbano

Base urbano: 1,670 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*



Rural

Base rural: 428 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio rural entre semana: 1.2 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%.

Televisión abierta

Urbano

Rural

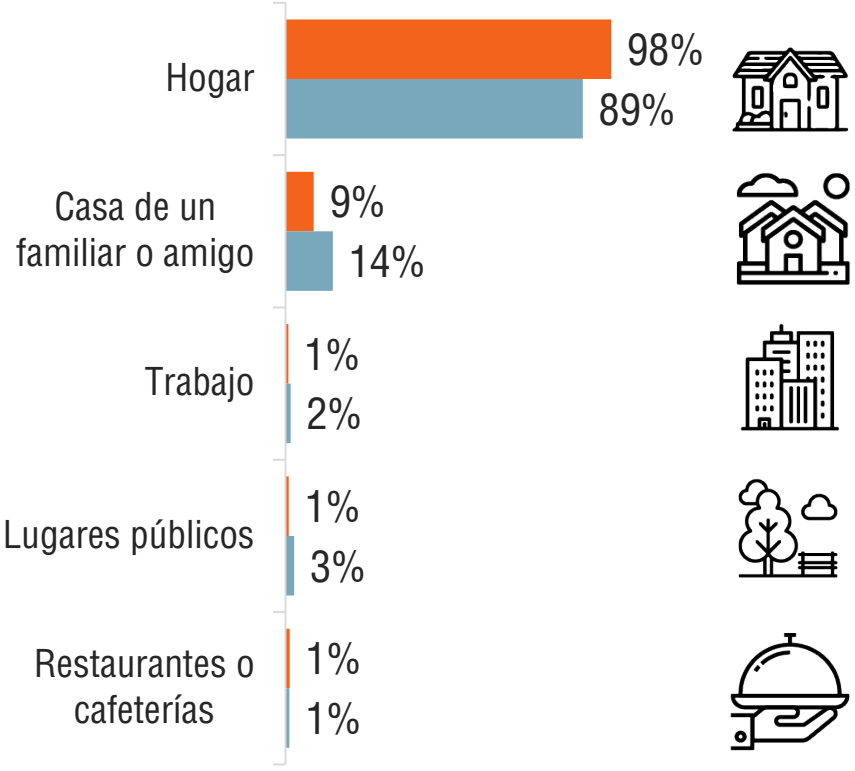
Lugares donde ve televisión abierta

Base urbano: 1,670 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 428 personas que ven canales de televisión abierta

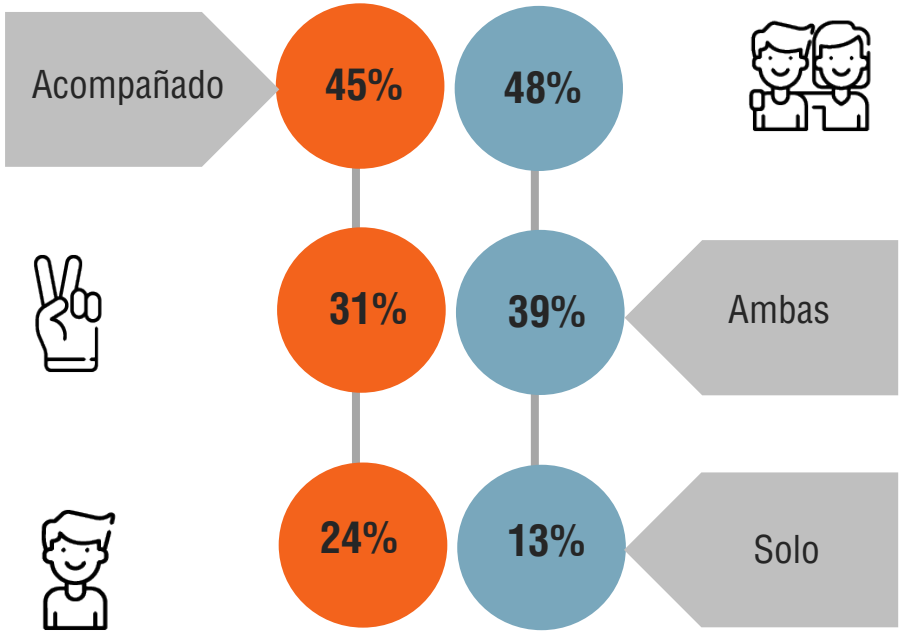
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión abierta?

Base urbano: 1,670 personas que ven canales de televisión abierta

Base rural: 428 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

91% de las personas en hogares con televisor
Base urbano: 2,417 personas

48% de las personas con televisión de paga o ambas
Base urbano: 2,210 personas con televisor

69% ven canales de televisión abierta

19% solo ven canales de televisión de paga

Base urbano: 1,004 personas con televisión de paga en su hogar

Base urbano: 1,004 personas con televisión de paga en su hogar

Rural

86% de las personas en hogares con televisor
Base rural: 720 personas

73% de las personas con televisión de paga o ambas
Base rural: 633 personas con televisor

67% ven canales de televisión abierta

17% solo ven canales de televisión de paga

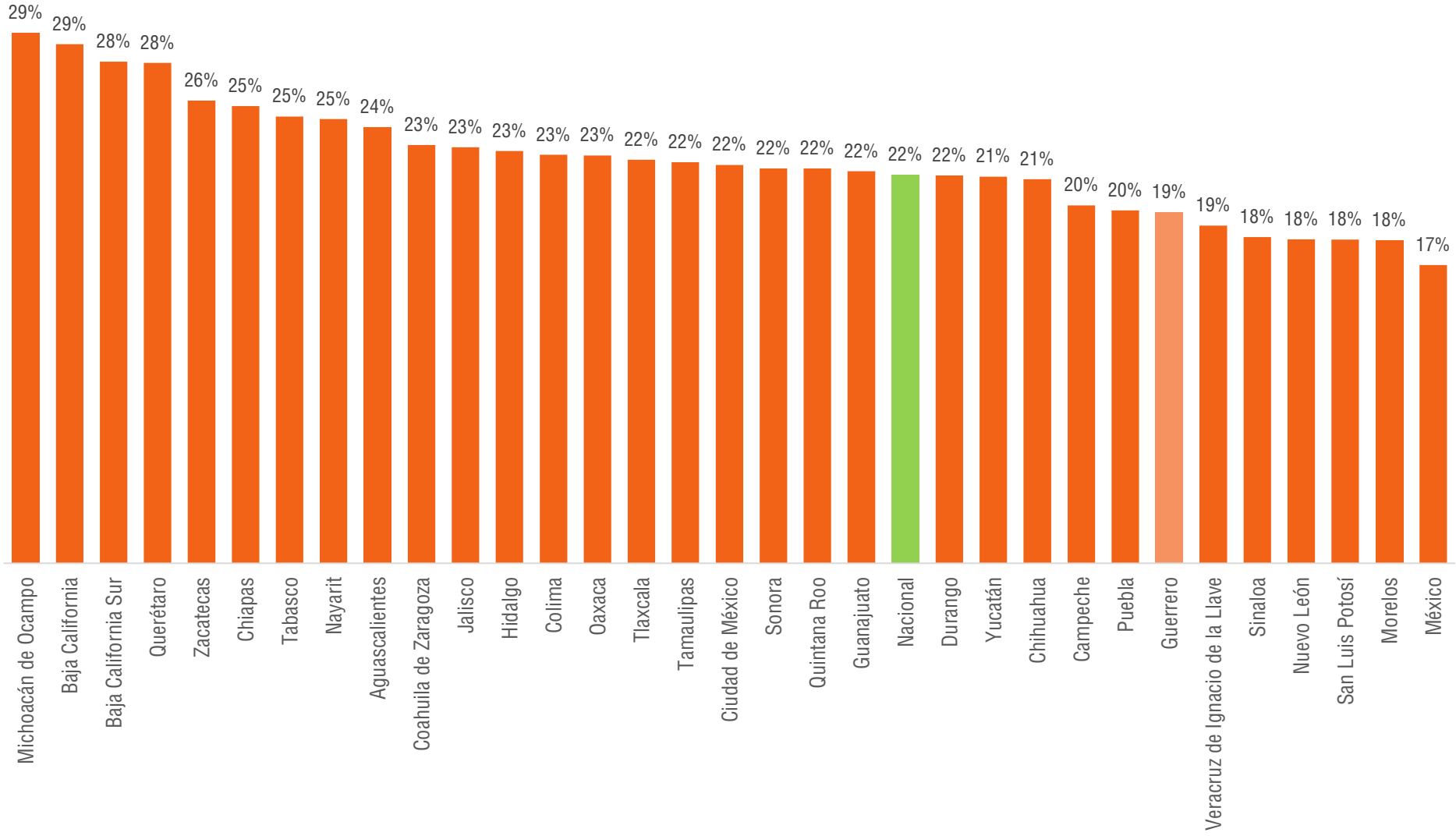
Base rural: 460 personas con televisión de paga en su hogar

Base urbano: 460 personas con televisión de paga en su hogar

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

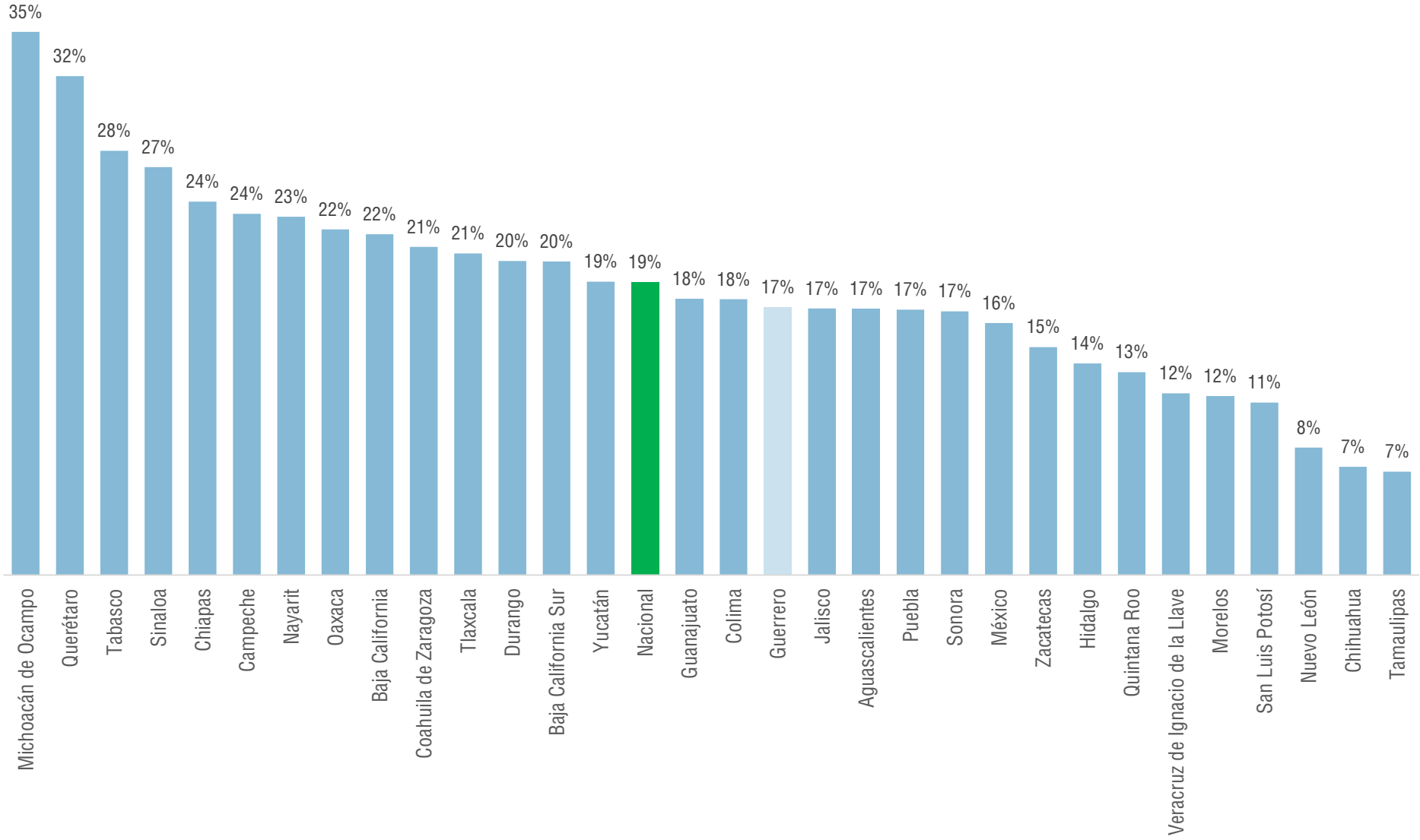
Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades

Urbano



Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades

Rural



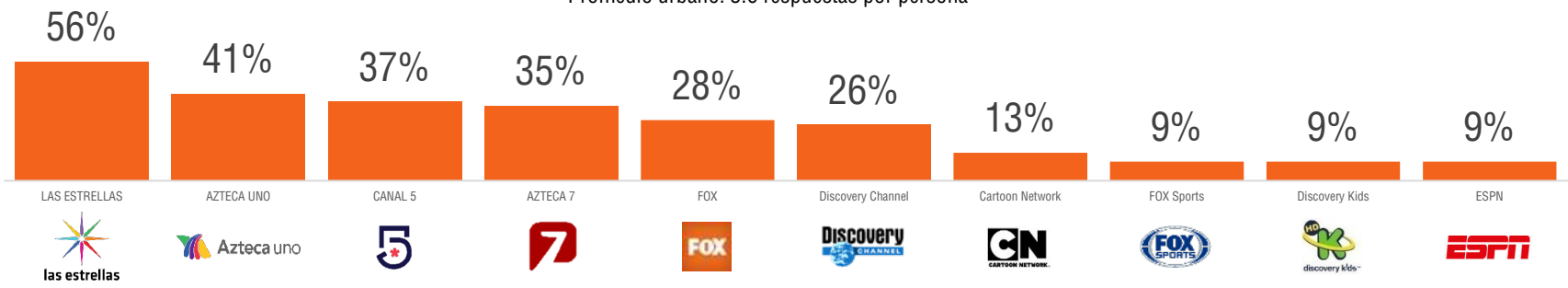
Urbano

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

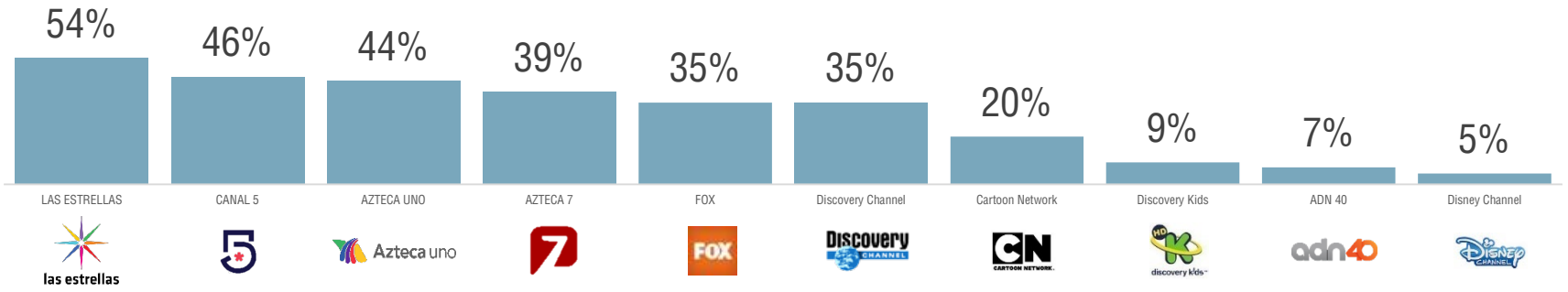
Promedio urbano: 3.6 respuestas por persona*



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

Promedio rural: 3.6 respuestas por persona*



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

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

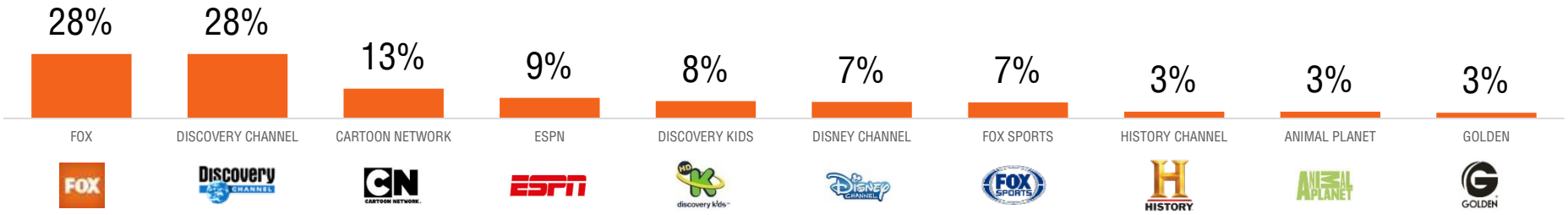
Televisión de paga

Urbano

Rural

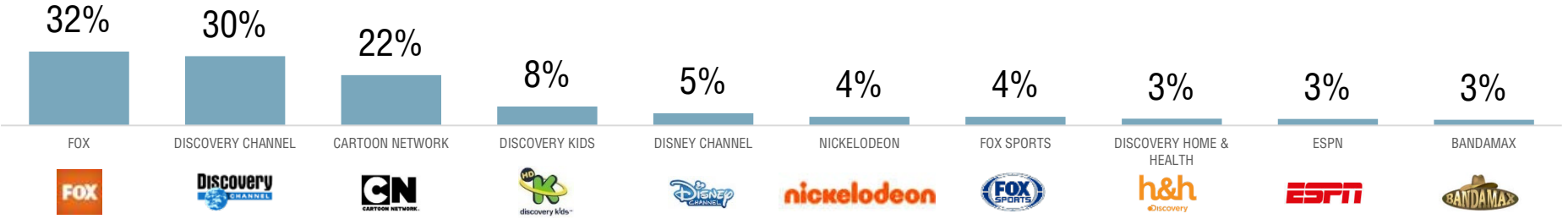
Canales exclusivos de televisión de paga que ve con mayor frecuencia**

Base urbano: 686 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio urbano: 1.8 respuestas por persona*



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

Base rural: 272 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio rural: 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 canales con las mayores frecuencias.

Urbano

Rural

Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base urbano: 686 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio urbano: 2.3 respuestas por persona*

Base rural: 272 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio rural: 2.3 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Películas	53%	54%
Series	30%	21%
Deportes	23%	38%
Noticiarios	23%	31%
Caricaturas / Programas infantiles	22%	20%
Telenovelas	20%	19%
Musicales	15%	17%
Comedia / Cómicos	13%	12%
Documentales, reportajes culturales y deportivos	12%	12%
Dramatizado unitario	6%	1%

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

Televisión de paga

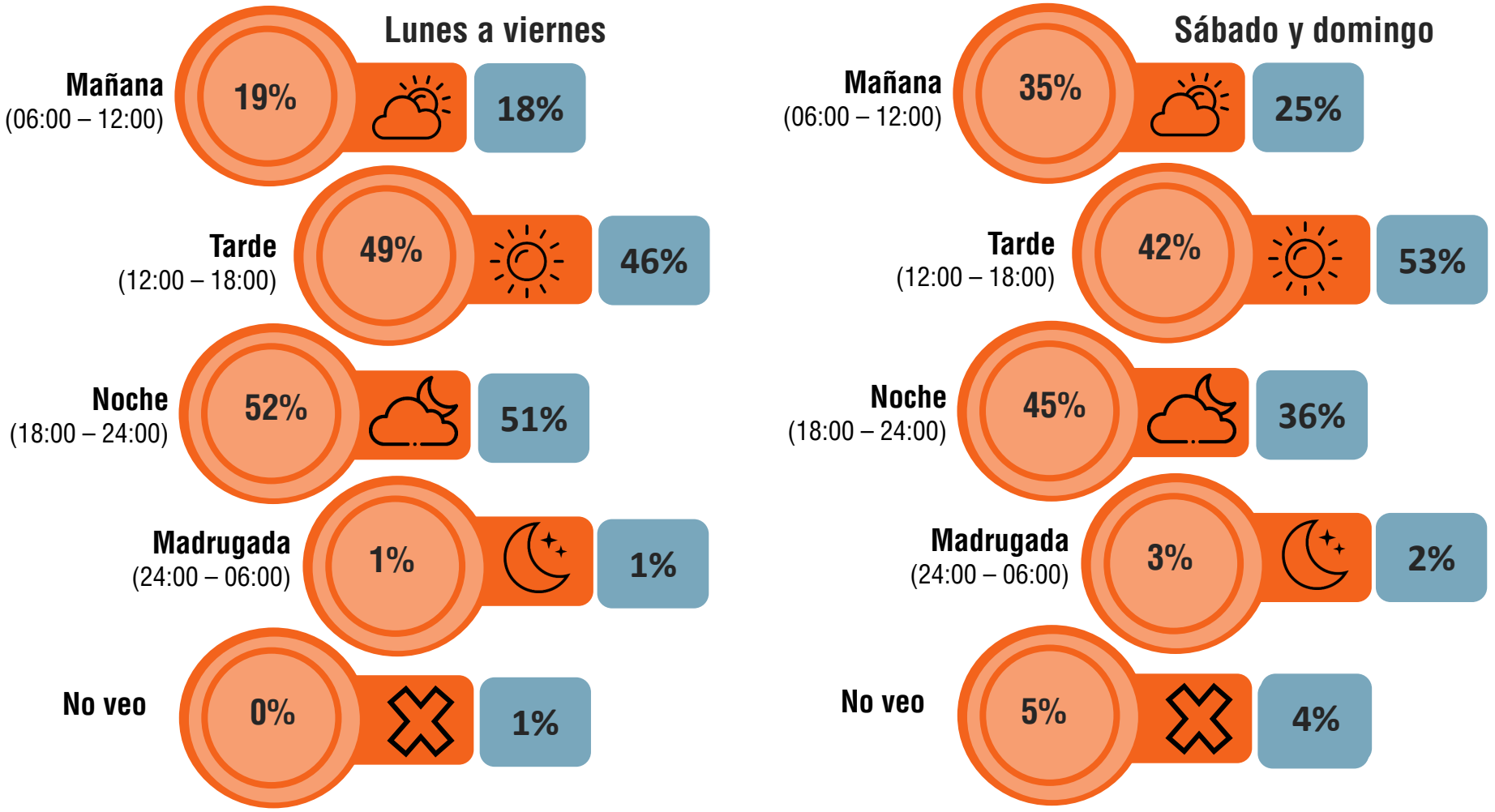
Urbano

Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Rural

Base urbano: 686 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio urbano entre semana: 1.2 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.3 respuestas por persona*

Base rural: 275 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio rural entre semana: 1.2 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%.

Televisión de paga

Urbano

Rural

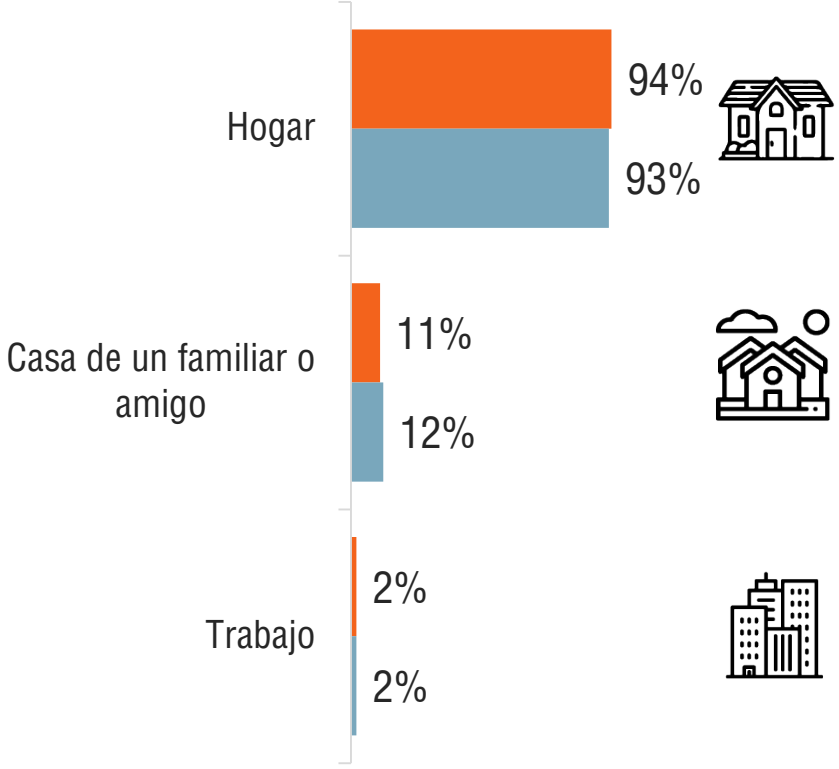
Lugares donde ve la televisión de paga

Base urbano: 686 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 272 personas que ven canales de televisión de paga

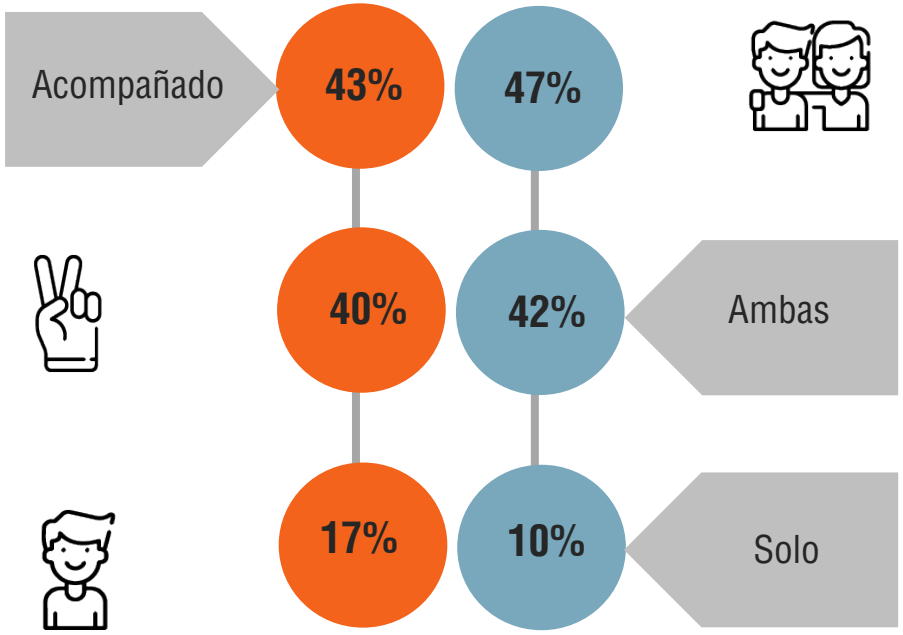
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién ve la televisión de paga?

Base urbano: 686 personas que ven canales de televisión de paga

Base rural: 272 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

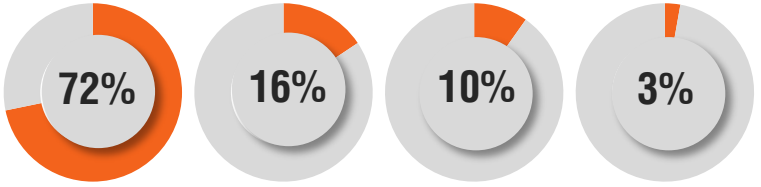
Urbano

28%
de las personas escuchan radio

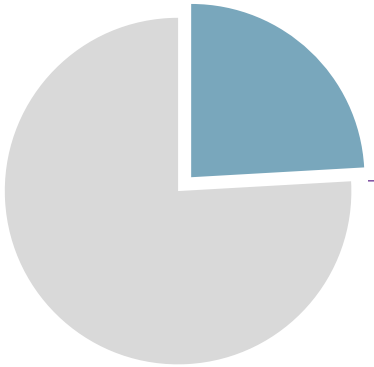
Base: 2,417 personas

Consumo por tipo de banda

Base: 651 personas que escuchan radio



Rural

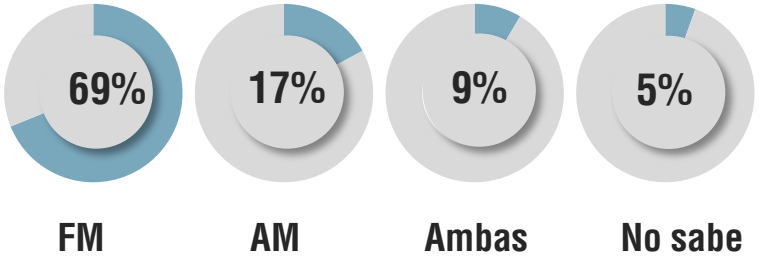


24%
de las personas escuchan radio

Base: 720 personas

Consumo por tipo de banda

Base: 164 personas que escuchan radio

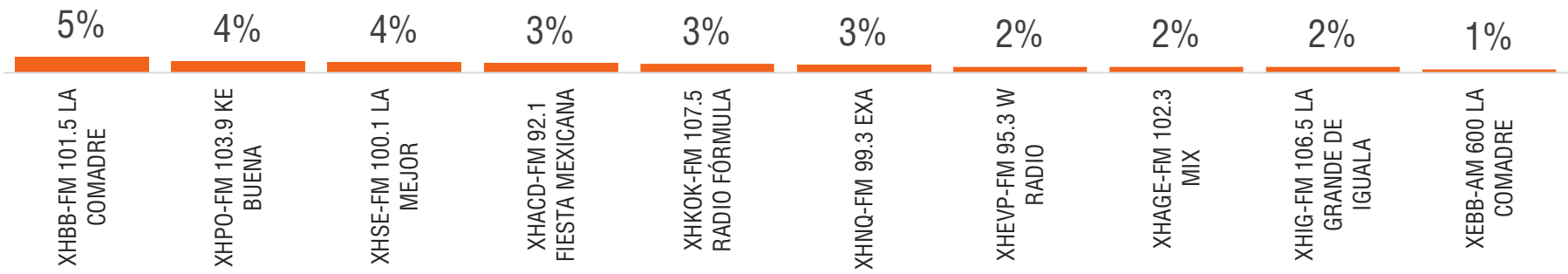


Urbano

Rural

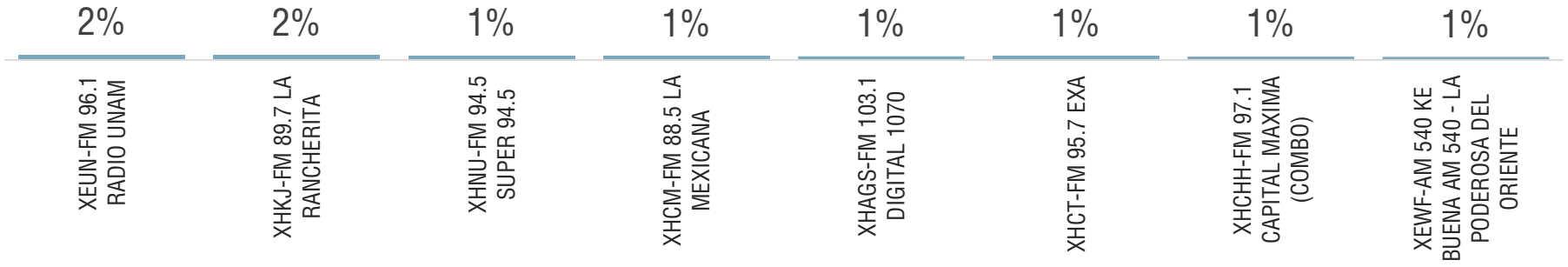
Estaciones de radio que más escuchan**

Base urbano: 651 personas que escuchan radio
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*



Estaciones de radio que más escuchan**

Base rural: 164 personas que escuchan radio
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*

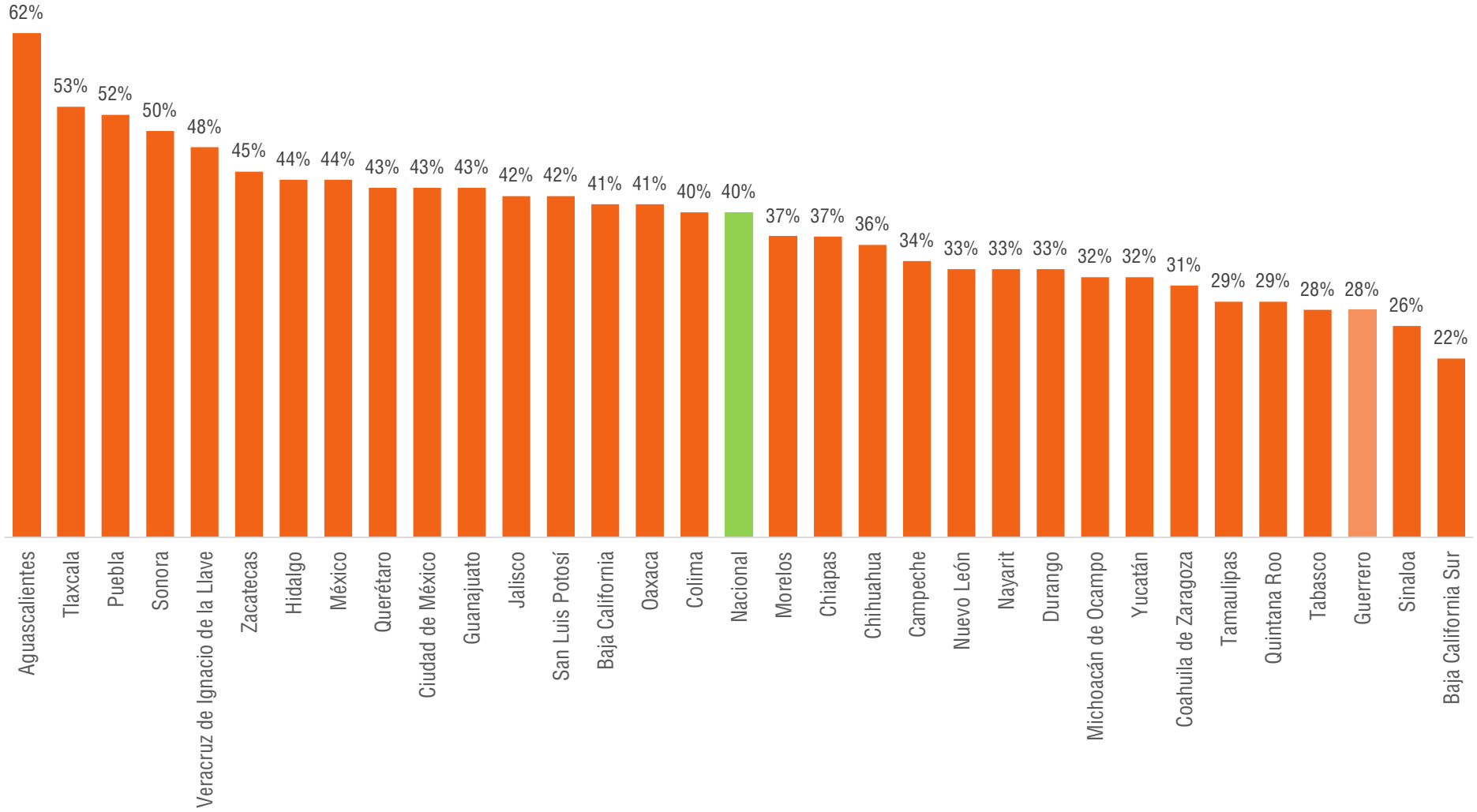


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

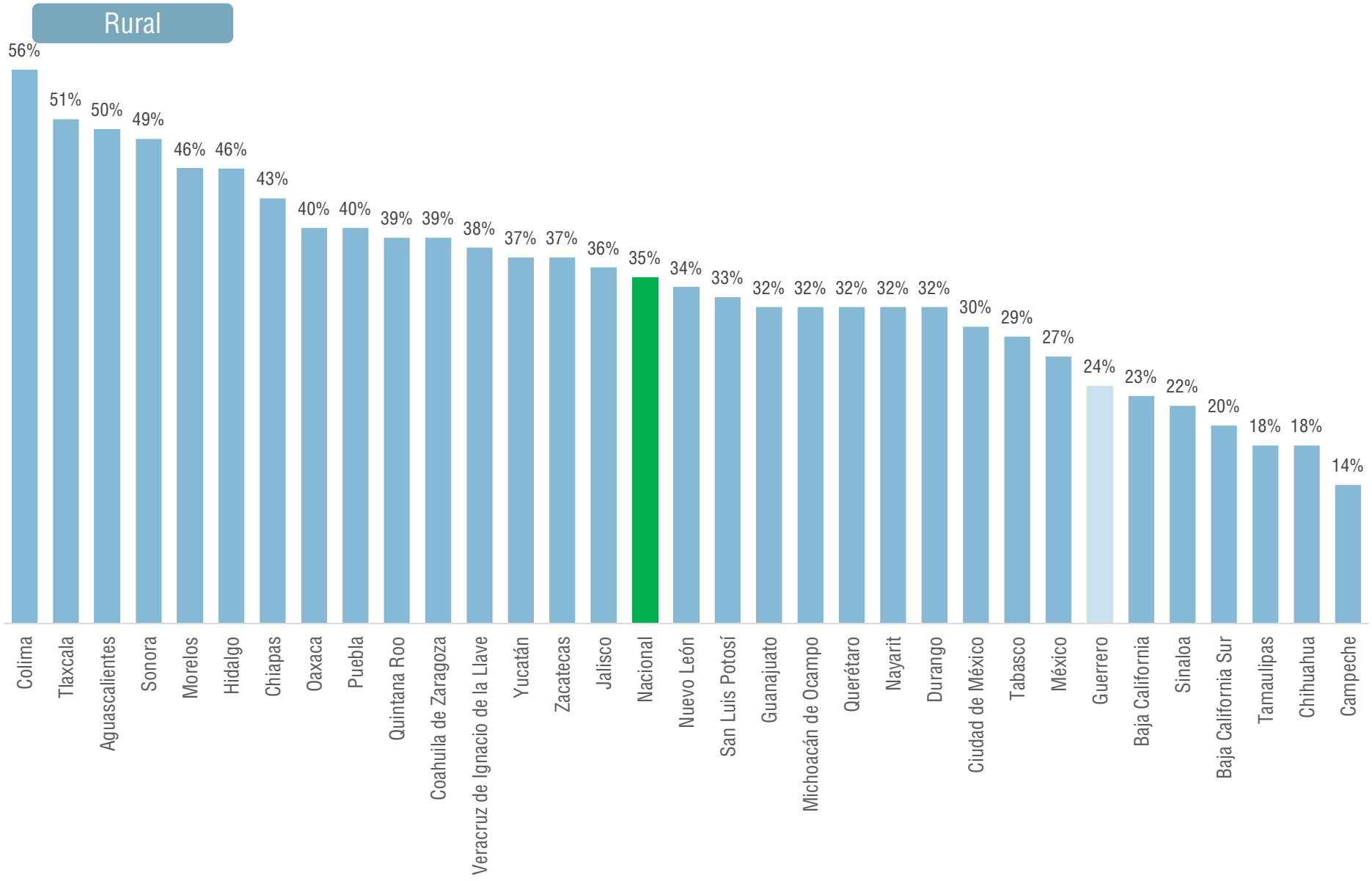
**Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

Escuchan estaciones de radio – Entidades

Urbano



Escuchan estaciones de radio – Entidades



Tipos de contenidos de radio

Urbano | Rural

Tipo de programas de radio más escuchados

Base urbano: 651 personas que escuchan radio
Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona*

Base rural: 164 personas que escuchan radio
Promedio rural: 1.5 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Musicales	72%	78%
Noticiarios	43%	44%
Deportes	8%	16%
Debate / Opinión	6%	6%
Culturales / Científicos	5%	1%
Radionovelas	4%	0%
Programas infantiles	4%	4%
Estilo de vida / Programa de revista	3%	0%
Humor / Cómicos	2%	1%

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

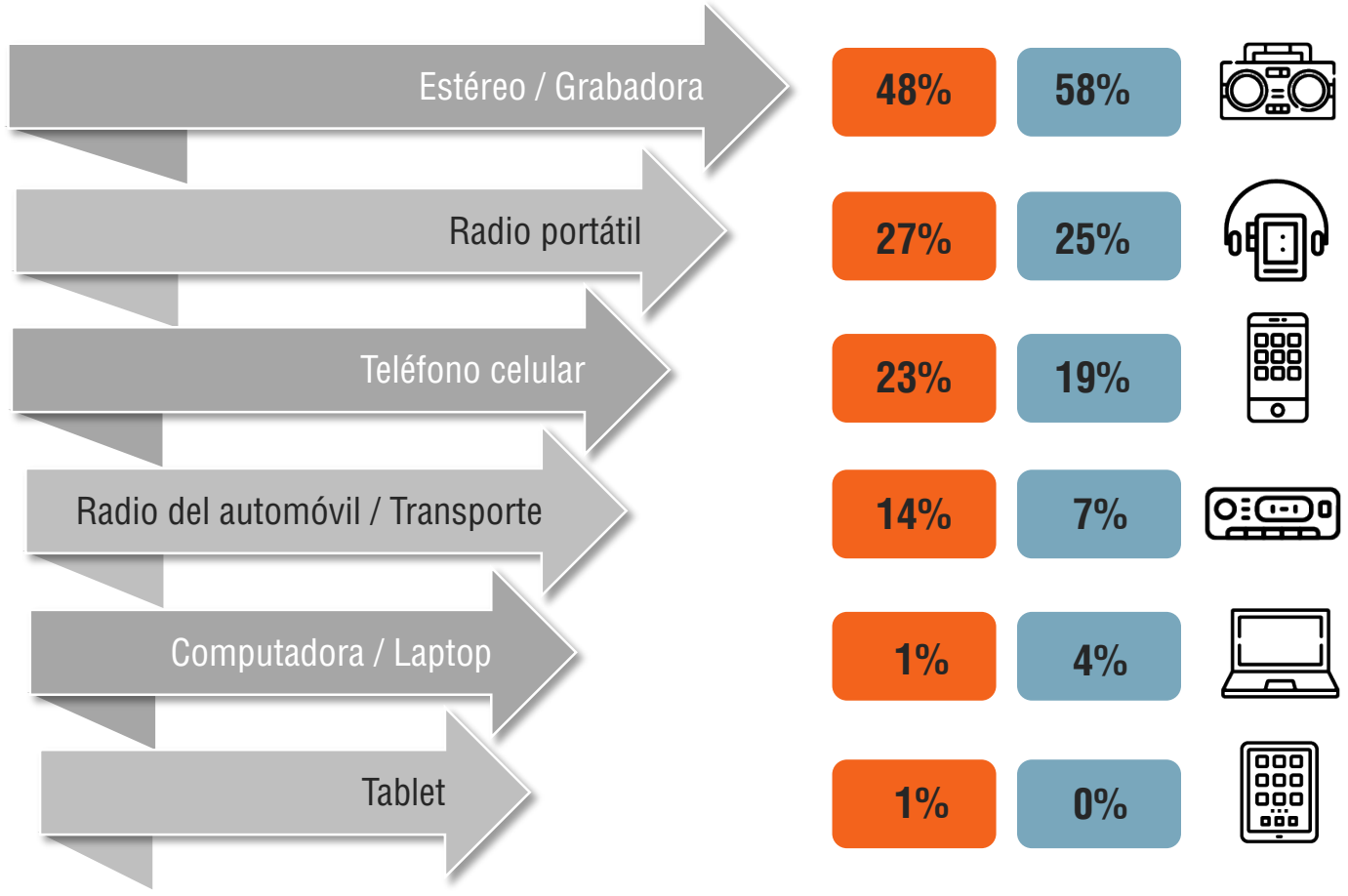
Urbano

Rural

Dispositivos más utilizados para escuchar radio

Base urbano: 651 personas que escuchan radio
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 164 personas que escuchan radio
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*



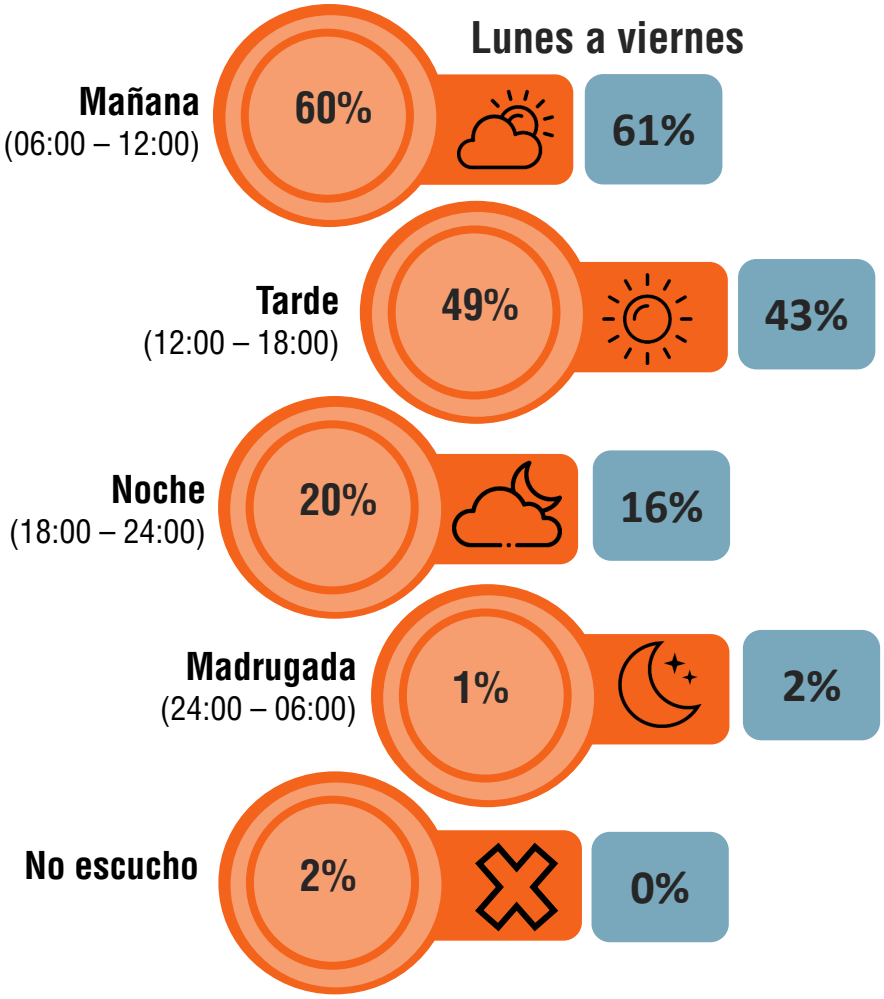
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Urbano

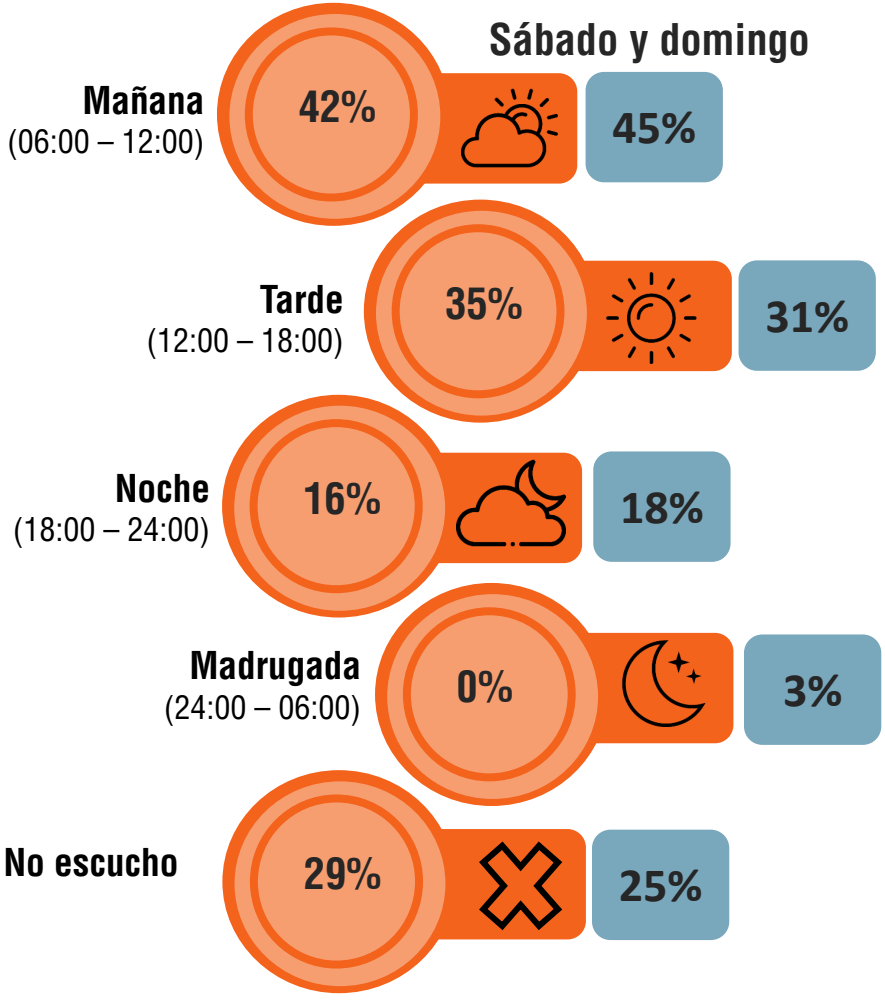
Horario en el que acostumbra escuchar radio

Rural

Base urbano: 651 personas que escuchan radio
Promedio urbano entre semana: 1.3 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.2 respuestas por persona*



Base rural: 164 personas que escuchan radio
Promedio rural entre semana: 1.2 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%.

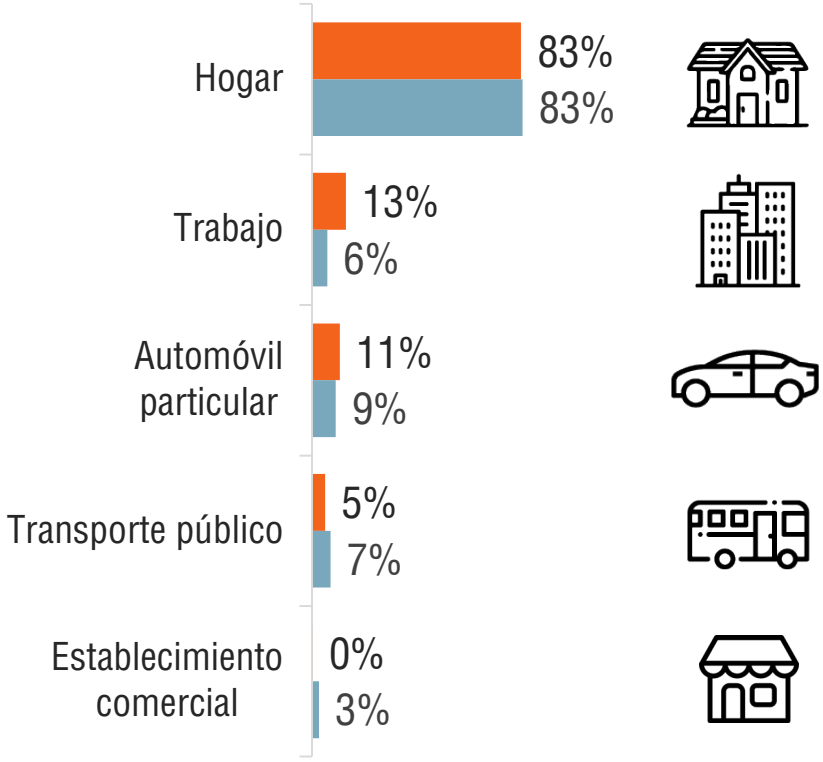
Lugares donde escucha radio

Base urbano: 651 personas que escuchan radio

Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 164 personas que escuchan radio

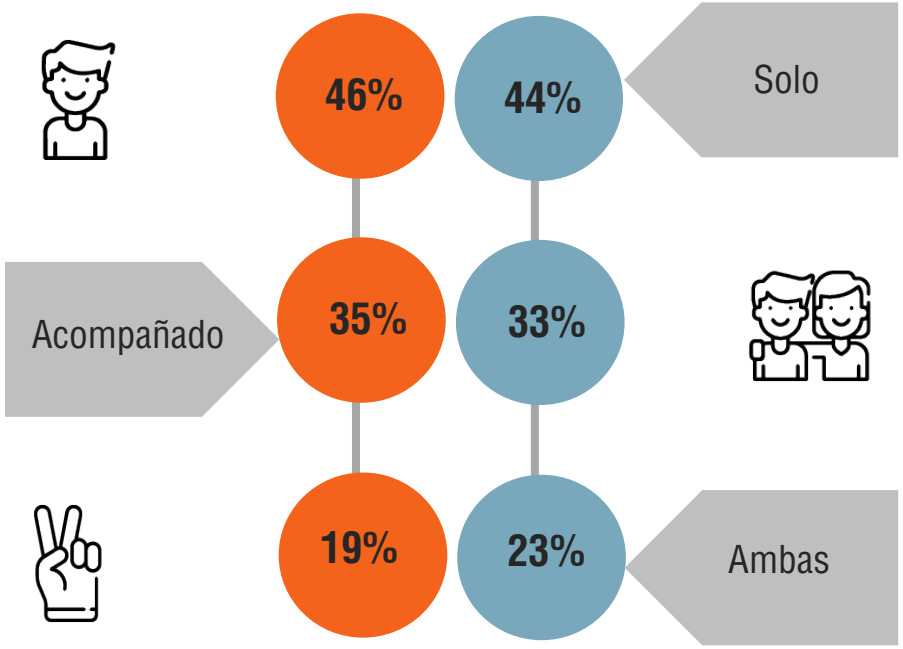
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*



¿Con quién escucha la radio?

Base urbano: 651 personas que escuchan radio

Base rural: 164 personas que escuchan radio



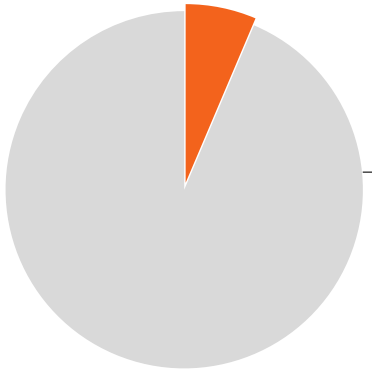
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Radio

Urbano

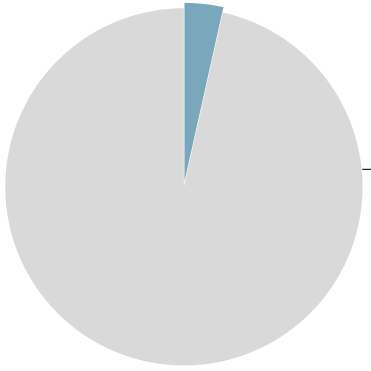
Rural

Razones para escuchar radio por internet



8%
de las personas escuchan radio por internet

Base urbano: 651 personas que escuchan radio



6%
de las personas escuchan radio por internet

Base rural: 164 personas que escuchan radio

Base urbano: 46 personas que escuchan radio por internet

Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 12 personas que escuchan radio por internet

Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*

	Urbano		Rural
ADS	31%	No tiene comerciales	49%
	22%	Se escucha mejor	6%
	22%	La señal de la estación que escucho no llega a mi localidad	16%
	16%	Puedo escuchar programas repetidos (Podcast)	5%
	13%	No tengo un aparato de radio disponible	21%
	9%	Solo se transmite en internet	6%

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

Contenidos por Internet

Urbano

47%
de las personas acostumbran ver contenidos por internet

Base urbano: 2,417 personas

44%
de las personas acostumbran ver contenidos por internet

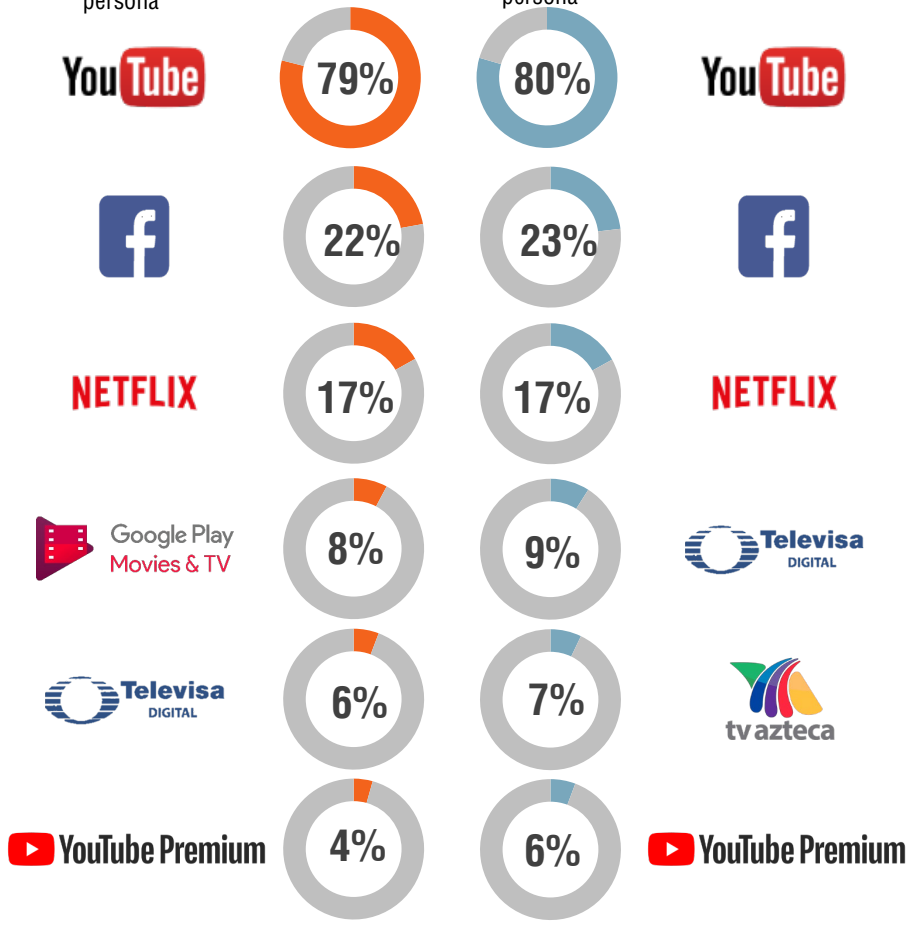
Base rural: 720 personas

Rural

Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.6 respuestas por persona*

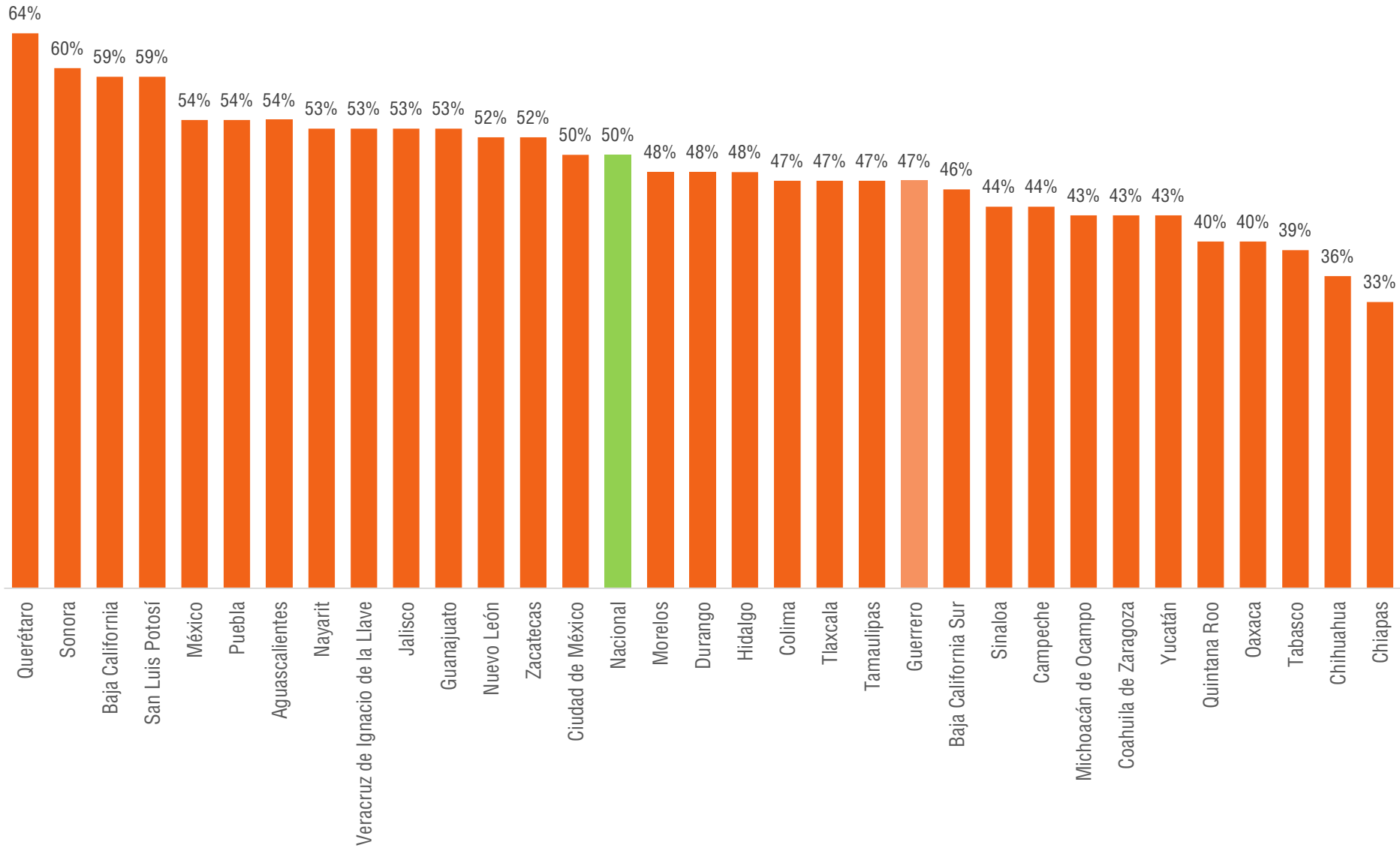
Base rural: 293 personas que consumen contenidos por internet
Promedio rural: 1.6 respuestas por persona*



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

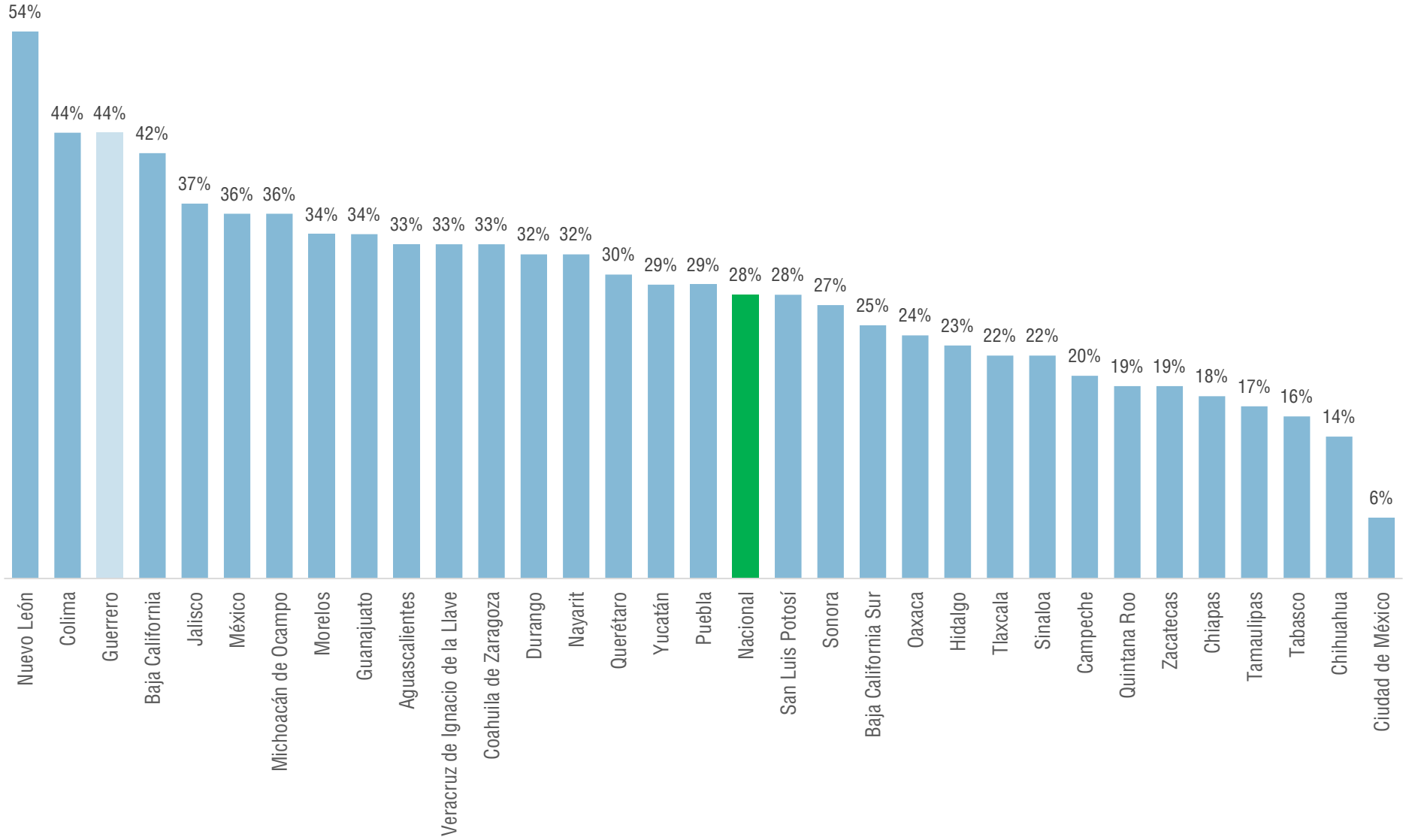
Consumen contenidos por internet – Entidades

Urbano



Consumen contenidos por internet – Entidades

Rural



Uso de plataformas que requieren pago

Urbano

Rural

20%

22%

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

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por Internet

Base rural: 293 personas que consumen contenidos por Internet

5%

5%

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

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 293 personas que consumen contenidos por Internet

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

Base urbano: 281 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%	9.8
2	YouTube Red	10%	7.2
3	Claro video	10%	4.4
4	blim	6%	6.5
5	FOX PREMIUM	3%	8.5

Base rural: 54 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%	7.5
2	YouTube Red	11%	22.0
3	Claro video	6%	2.2
4	izzi	1%	1.0
5	blim	1%	4.0

*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

86% **88%**

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

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 293 personas que consumen contenidos por Internet

Base urbano: 996 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet

Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	YouTube	87%	9.5
2	Facebook	46%	10.9
3	Televisa Digital	12%	8.1
4	tvazteca	10%	7.2
5	Radio Fórmula	5%	3.3

Base rural: 245 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet

Promedio rural: 1.7 respuestas por persona*

			Horas de consumo a la semana (promedio)
1	YouTube	94%	8.1
2	Facebook	39%	13.9
3	Televisa Digital	13%	6.7
4	tvazteca	11%	7.9
5	Canal Once	2%	6.4

*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: 1,153 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 2.3 respuestas por persona*

Base rural: 293 personas que consumen contenidos por internet
Promedio rural: 2.2 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Películas	44%	33%
Videos musicales	32%	31%
Series	32%	29%
Deportes	20%	21%
Noticiarios	17%	13%
Videos cómicos	15%	14%
Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc)	15%	25%
Documentales / Culturales	14%	7%
Caricaturas / Programas infantiles	12%	14%
Telenovelas	8%	7%

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

Contenidos por Internet

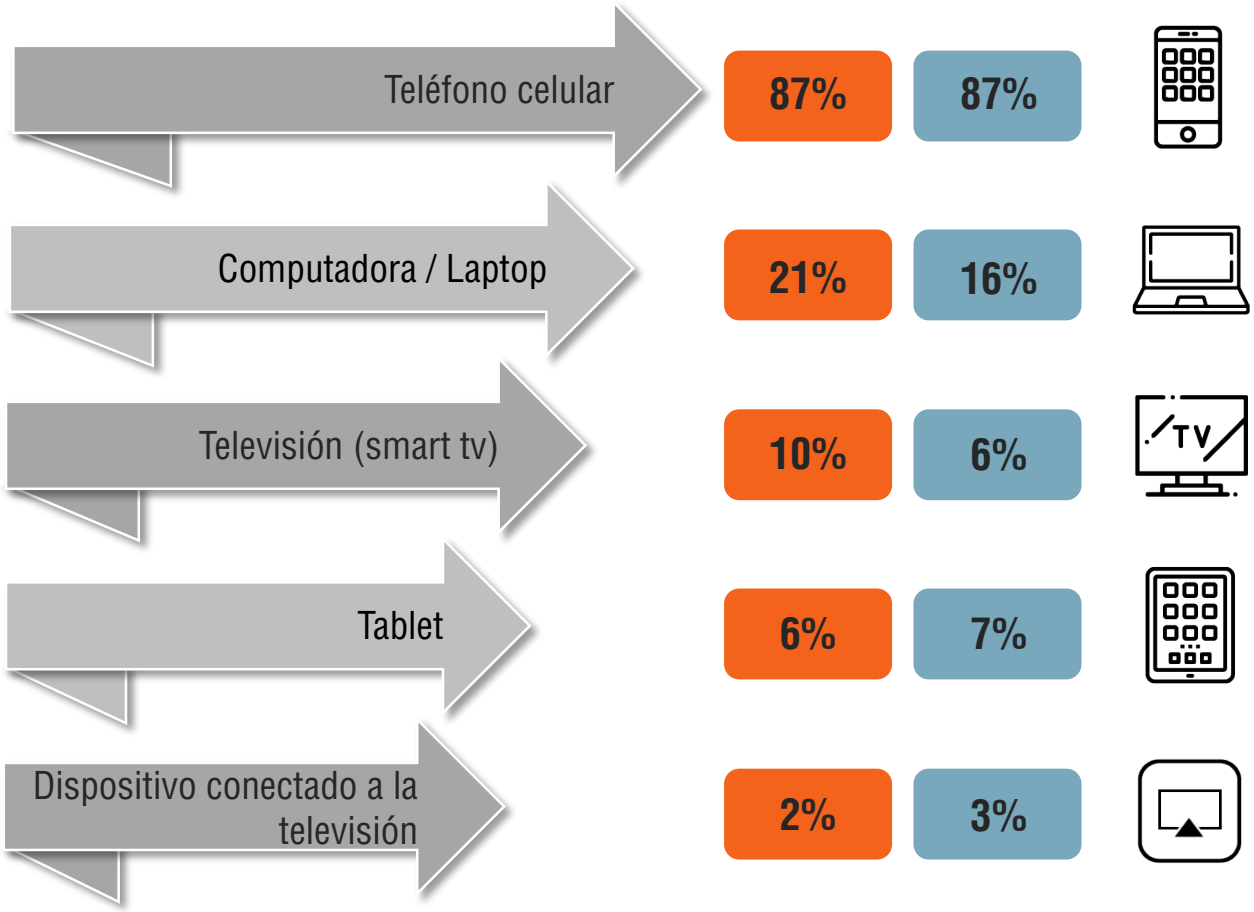
Urbano

Rural

Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

Base urbano: 293 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 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

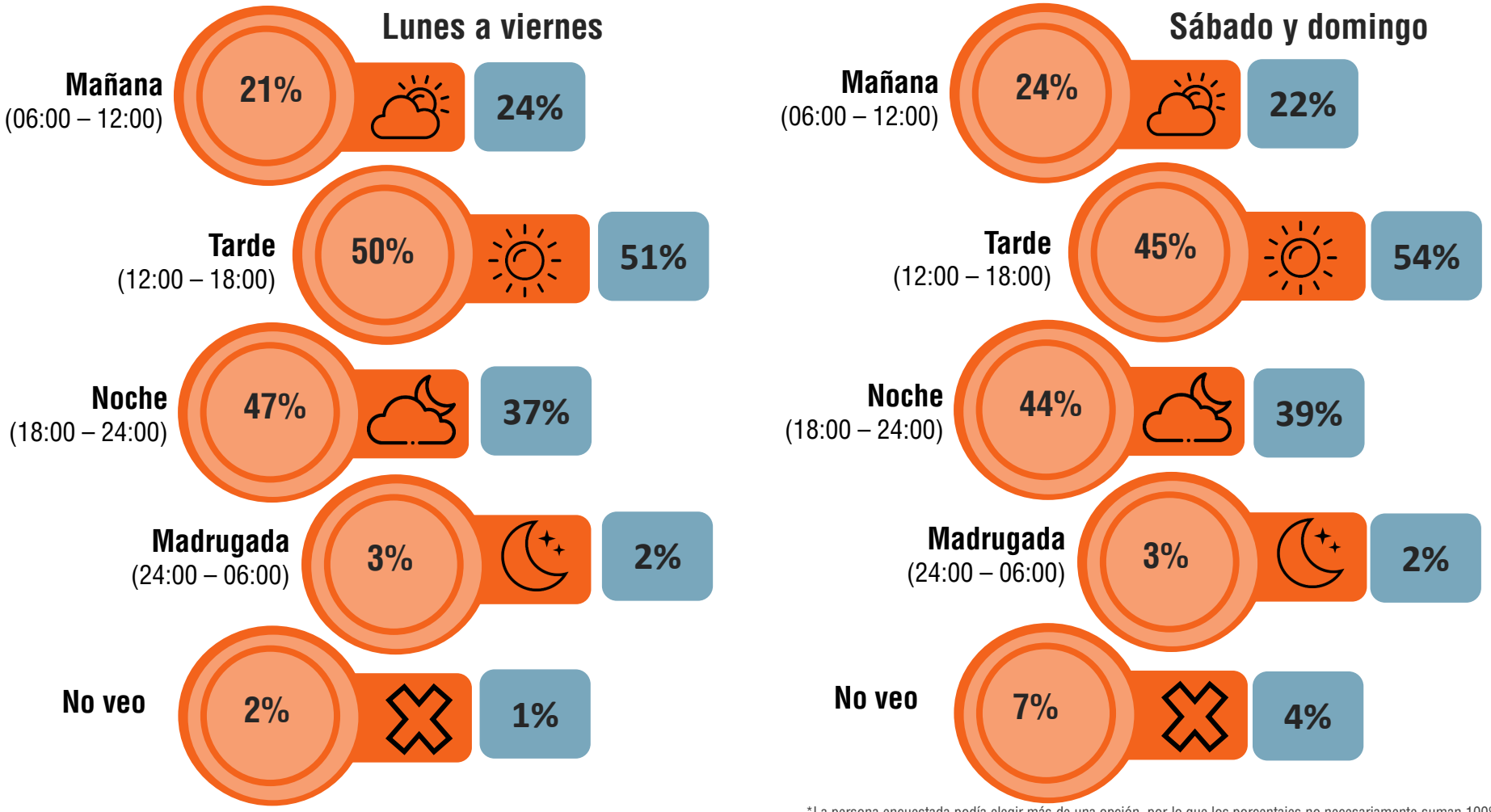
Urbano

Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Rural

Base urbano: 1,153 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: 293 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

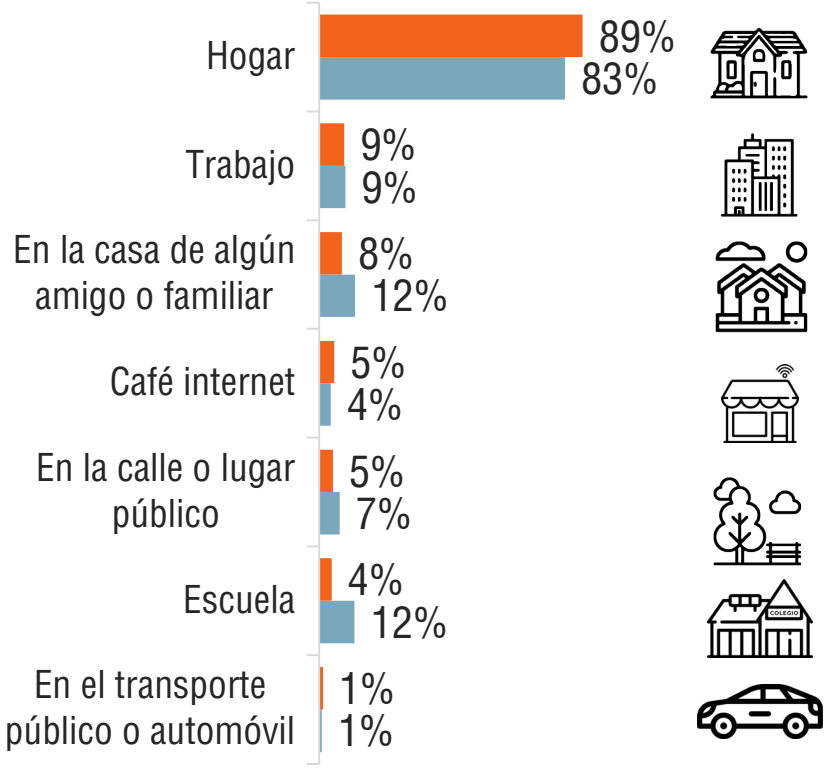
Urbano

Rural

Lugares donde consumen contenidos por internet

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

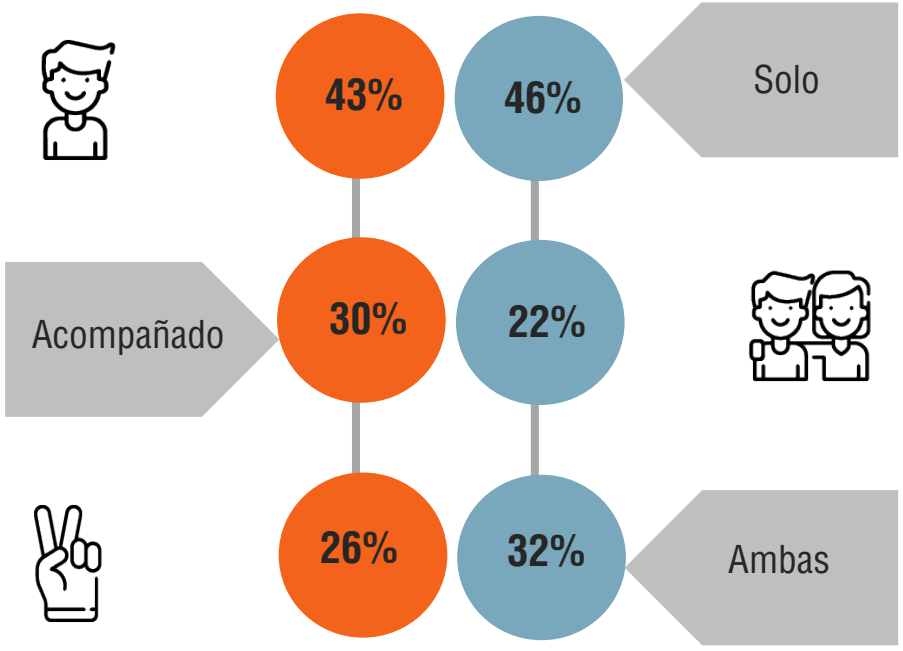
Base rural: 293 personas que consumen contenidos por internet
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*



¿Con quién ve contenidos de internet?

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 293 personas que consumen contenidos por internet



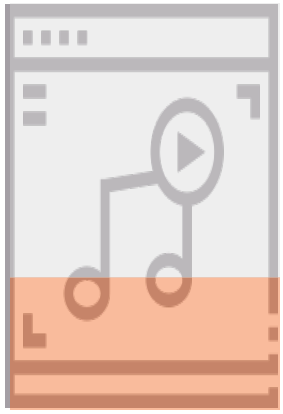
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Contenidos por internet

Urbano

Rural

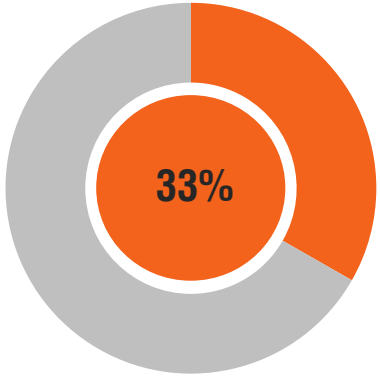
Escucha música o contenidos por internet



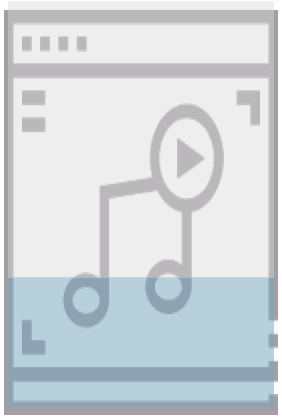
31%

Base urbano: 1,153 personas que consumen contenidos por internet

Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica

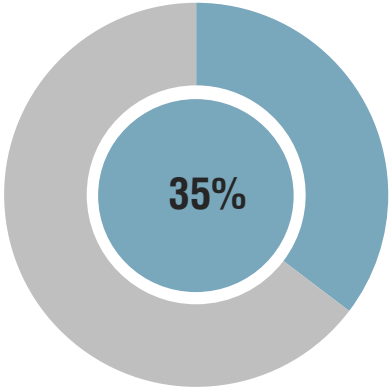


Base urbano: 352 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet



31%

Base rural: 293 personas que consumen contenidos por internet

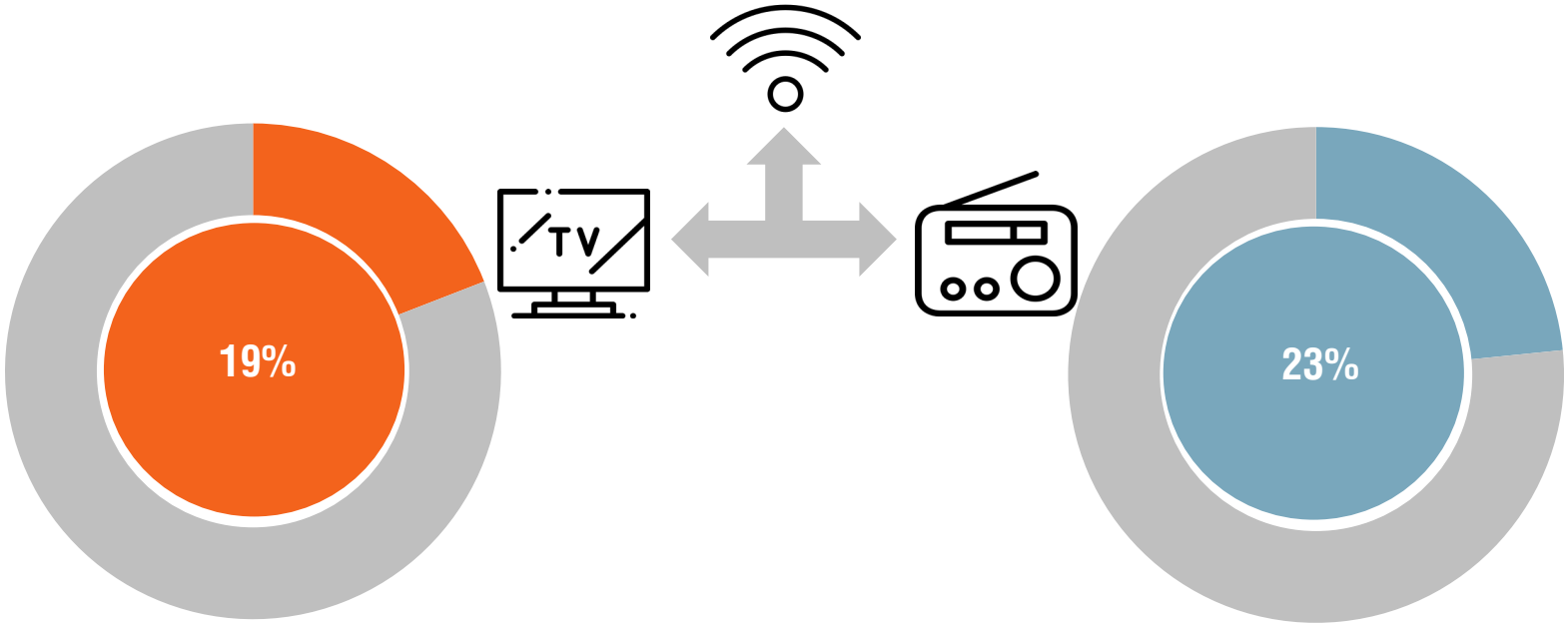


Base rural: 85 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet

Urbano

Rural

Consumo simultáneo de internet con radio y / o televisión



Base urbano: 317 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

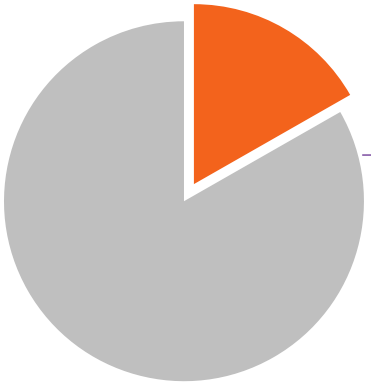
Base rural: 68 personas que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet

Videojuegos

Urbano

Rural

Consumo de videojuegos



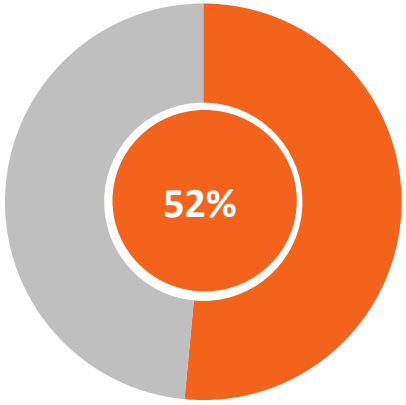
17%
de las personas juegan videojuegos

Base urbano: 2,417 personas

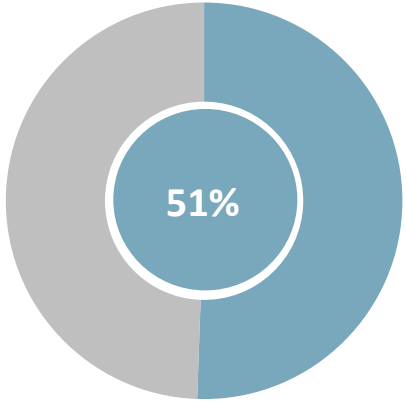
26%
de las personas juegan videojuegos

Base rural: 720 personas

Acostumbra jugar videojuegos online



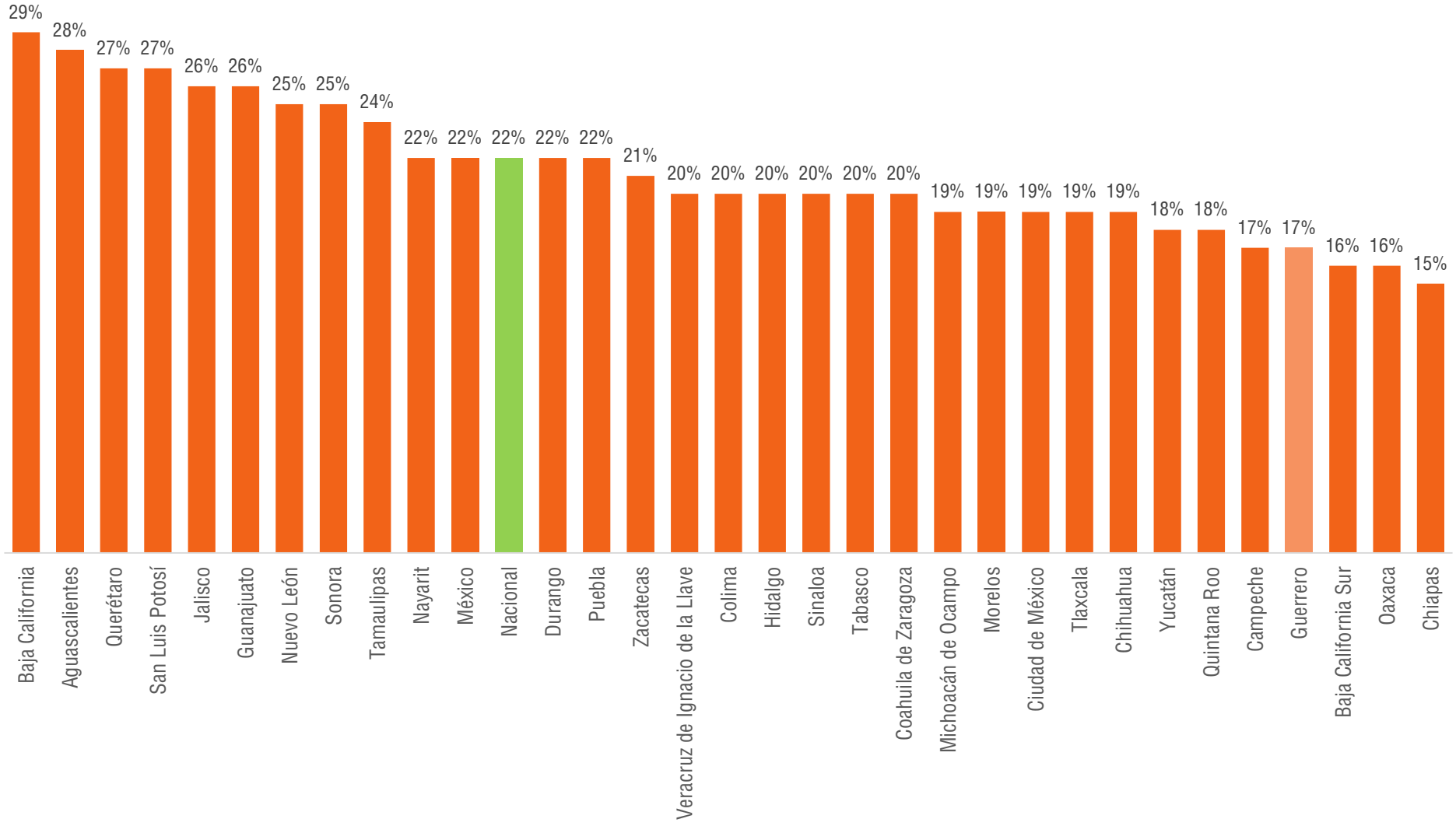
Base urbano: 478 personas que juegan videojuegos



Base rural: 128 personas que juegan videojuegos

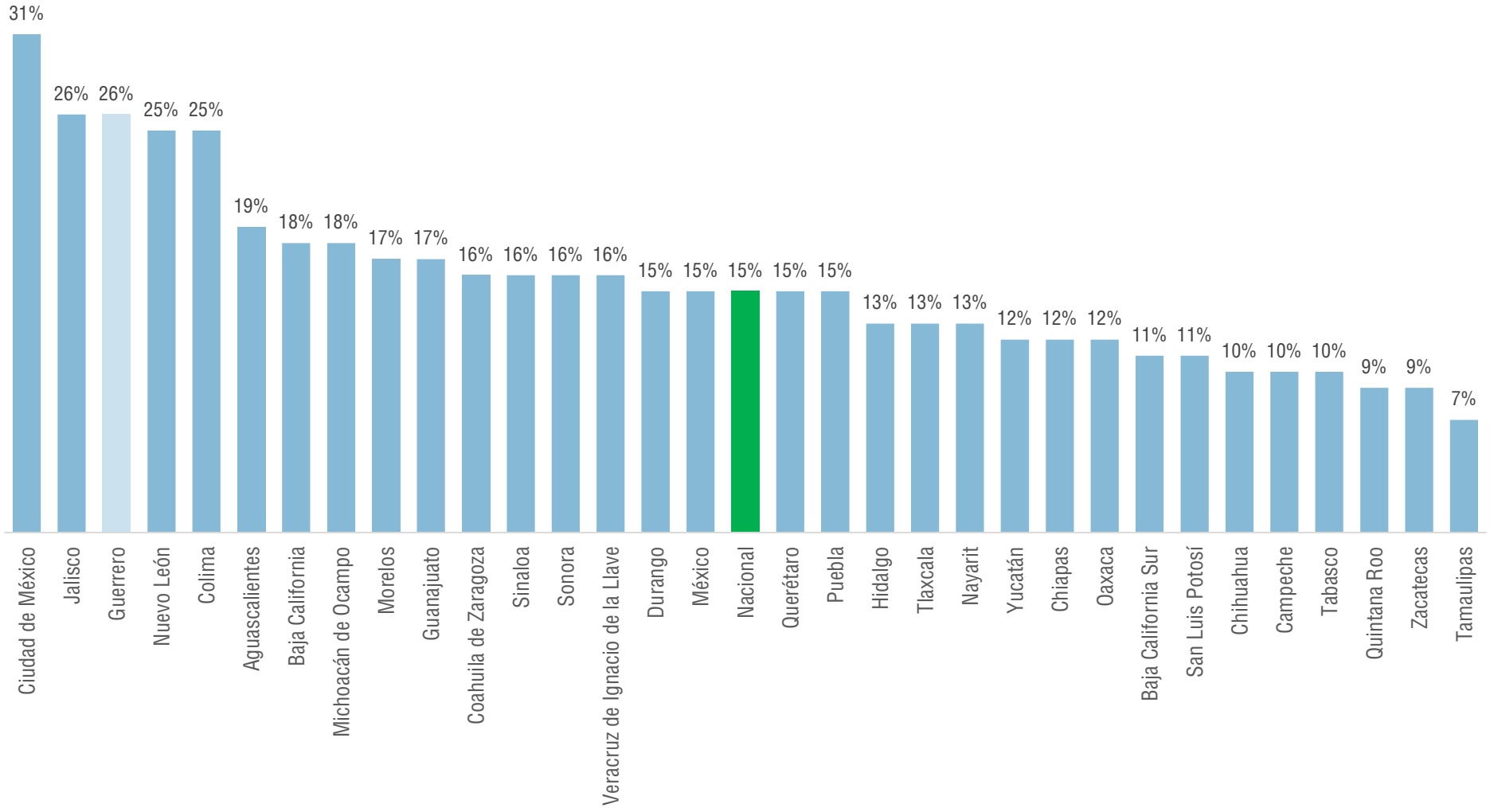
Juega videojuegos – Entidades

Urbano



Juega videojuegos – Entidades

Rural



Tipo de videojuegos que más juega

Base urbano: 478 personas que juegan videojuegos
Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona*

Base rural: 128 personas que juegan videojuegos
Promedio rural: 1.7 respuestas por persona*

	Urbano	Rural
Peleas / Batallas / Lucha	30%	33%
Carreras	29%	27%
Deportes	27%	33%
Estrategia	24%	15%
Aventura / RPG	21%	16%
Destreza / Rompecabezas	9%	7%
Infantiles	8%	5%
Música / Baile	4%	5%
Trivia	4%	2%
De dibujo	4%	10%

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

Videojuegos

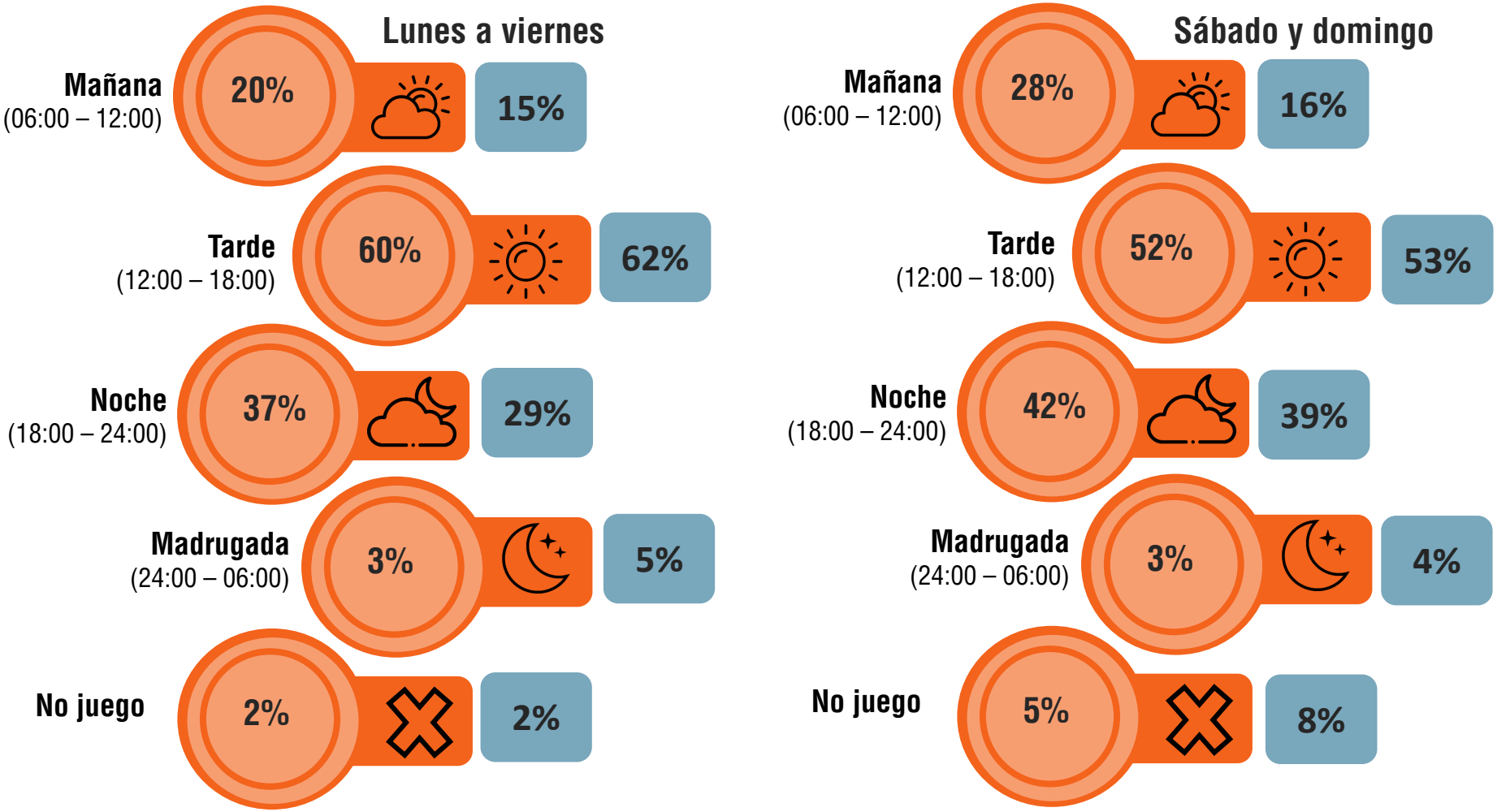
Urbano

Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Rural

Base urbano: 478 personas que juegan videojuegos
Promedio urbano entre semana: 1.2 respuestas por persona*
Promedio urbano fin de semana: 1.3 respuestas por persona*

Base rural: 128 personas que juegan videojuegos
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%.

Videojuegos

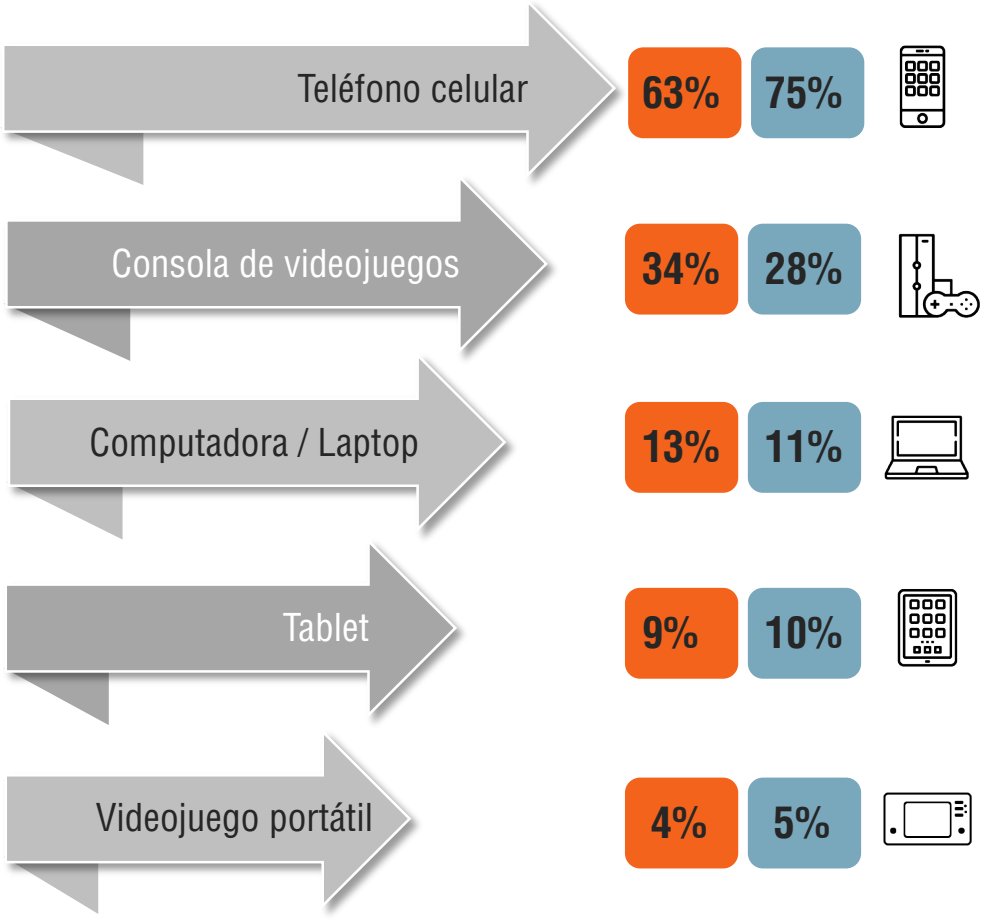
Urbano

Rural

Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

Base urbano: 478 personas que juegan videojuegos
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

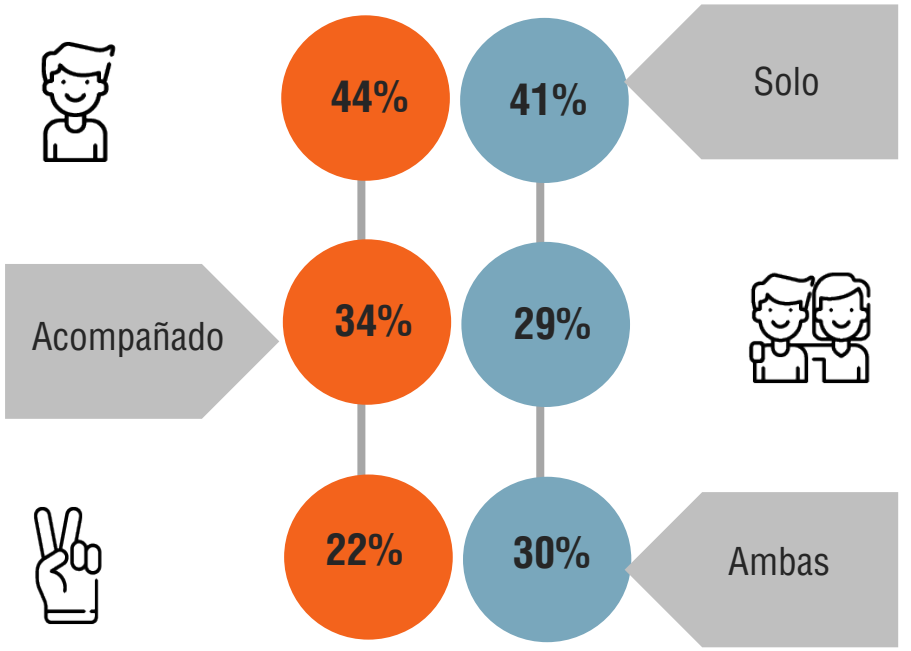
Base rural: 128 personas que juegan videojuegos
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*



¿Con quién juega?

Base urbano: 478 personas que juegan videojuegos

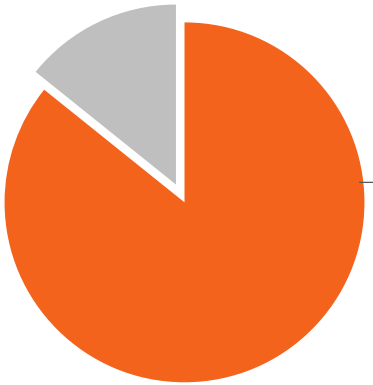
Base rural: 128 personas que juegan videojuegos



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

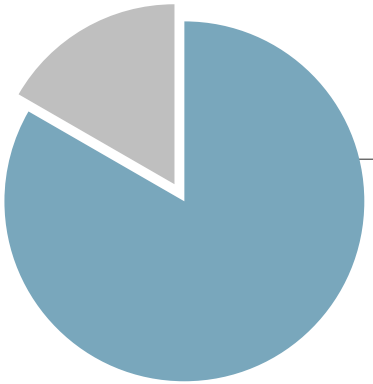
Consumo de noticias

Urbano



83%
de las personas siguen las noticias

Base urbano: 2,049 personas de 16 años o más



89%
de las personas siguen las noticias

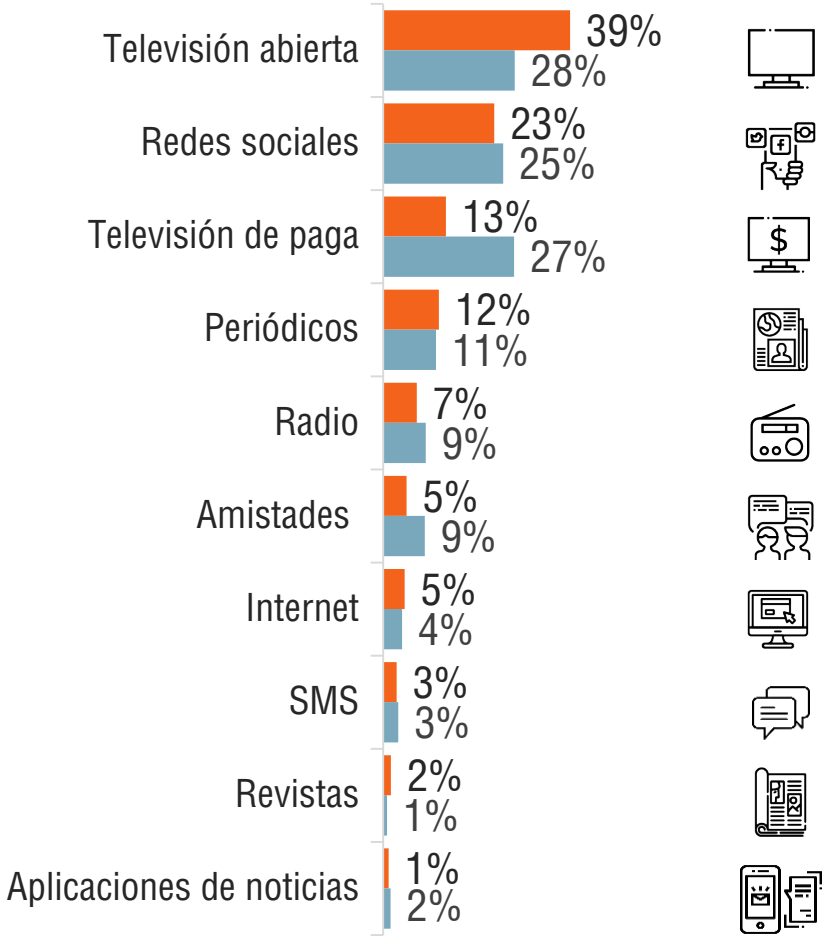
Base rural: 594 personas de 16 años o más

Rural

Medio a través del cuál las sigue

Base urbano: 2,049 personas de 16 años o más
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

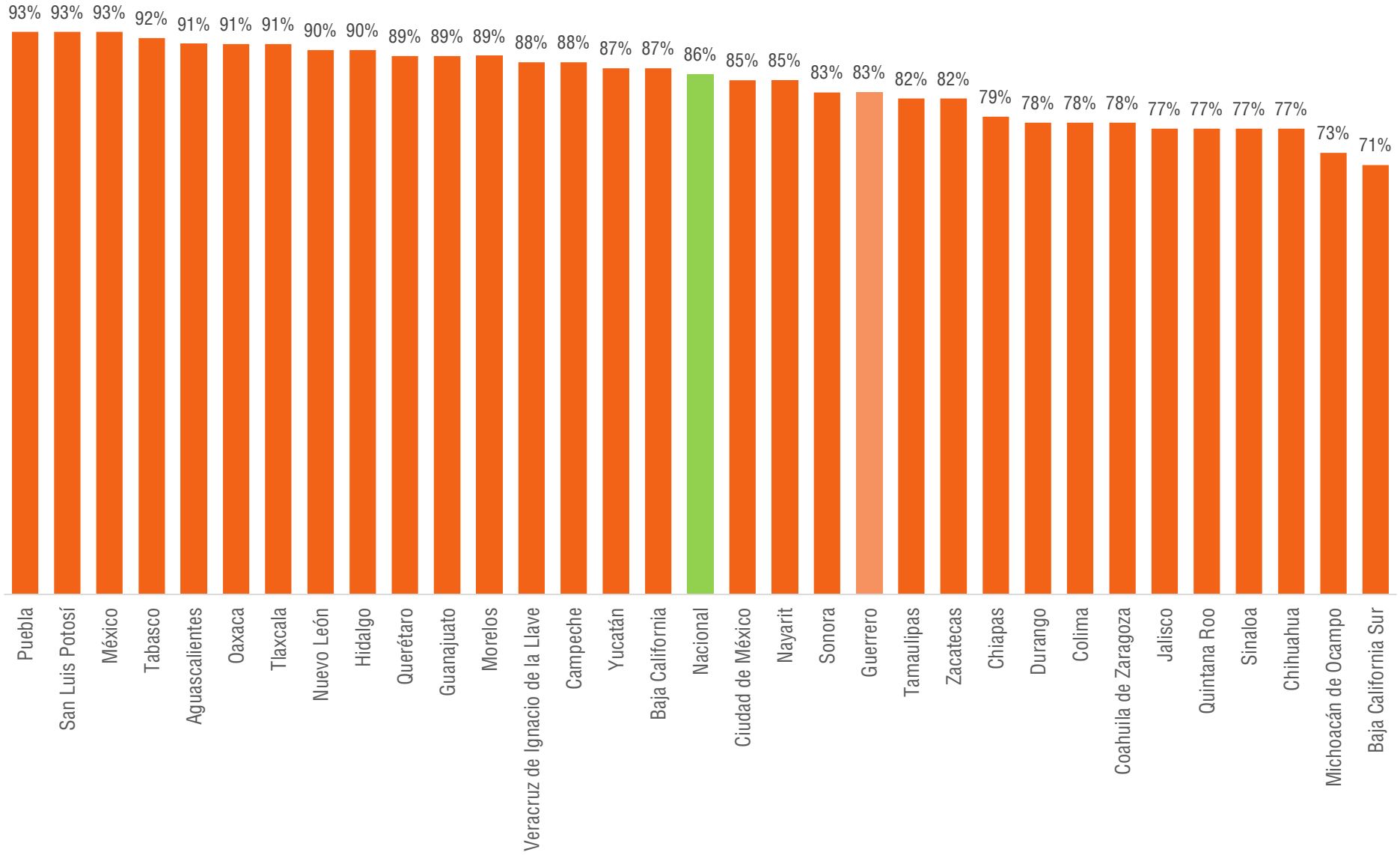
Base rural: 594 personas de 16 años o más
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*



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

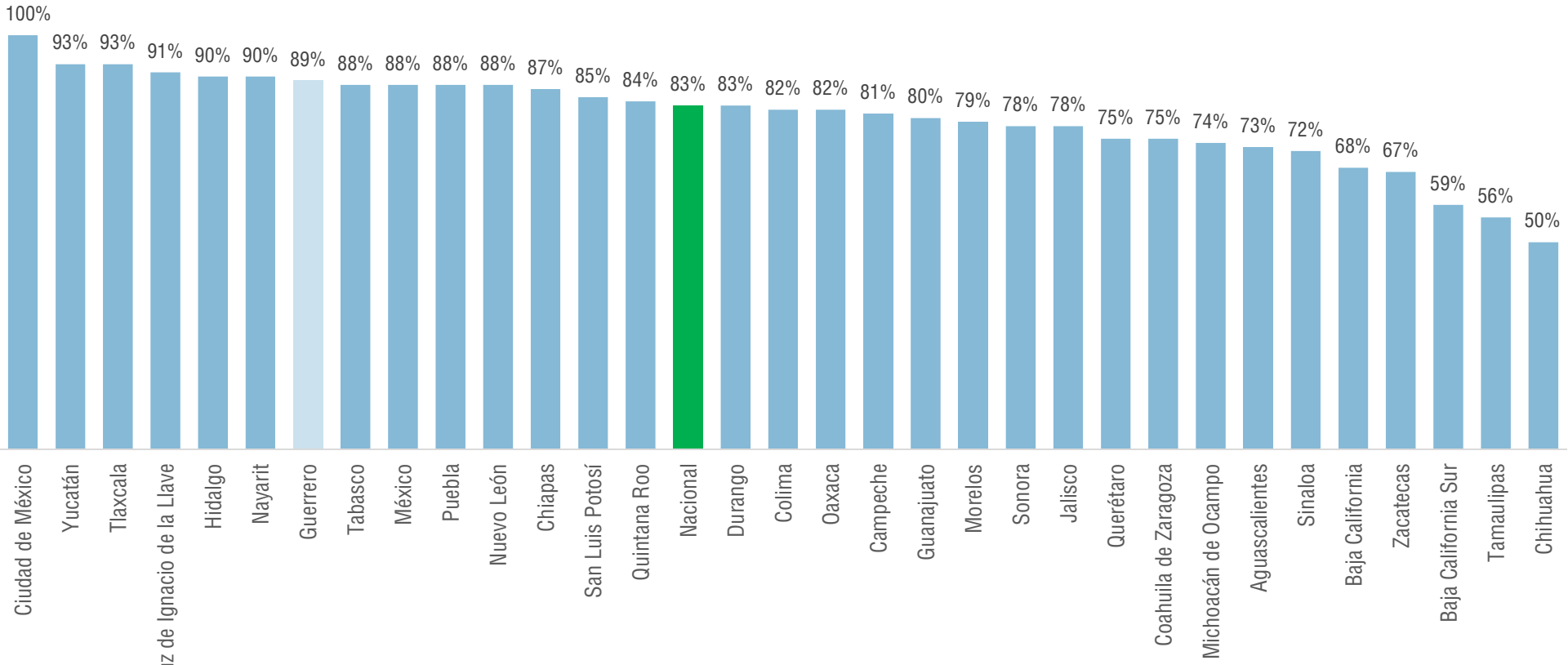
Consumo de noticias – Entidades

Urbano



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: 832 personas que siguen las noticias en televisión abierta

Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

las estrellas	1	48%	LAS ESTRELLAS
Azteca uno	2	36%	AZTECA UNO
adn40	3	11%	ADN 40
7	4	8%	AZTECA 7
NU9VE	5	7%	NU9VE
FORO TV	6	5%	FORO TV
IMAGEN TELEVISIÓN	7	4%	IMAGEN TV
canal once	8	2%	CANAL ONCE
RTG	9	1%	RADIO Y TELEVISIÓN DE GUERRERO
5	10	1%	CANAL 5

Base rural: 178 personas que siguen las noticias en televisión abierta

Promedio rural: 1.3 respuestas por persona*

las estrellas	1	60%	LAS ESTRELLAS
Azteca uno	2	31%	AZTECA UNO
adn40	3	10%	ADN 40
5	4	4%	CANAL 5
7	5	3%	AZTECA 7
NU9VE	6	2%	NU9VE
canal once	7	2%	CANAL ONCE

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

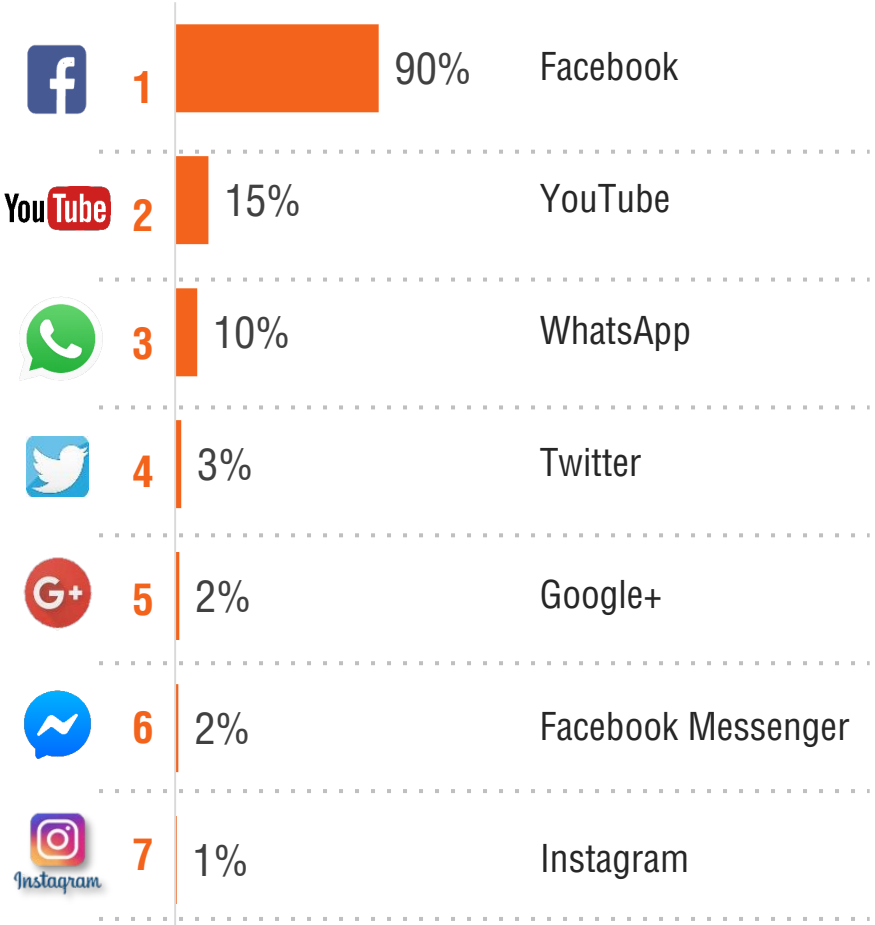
Urbano

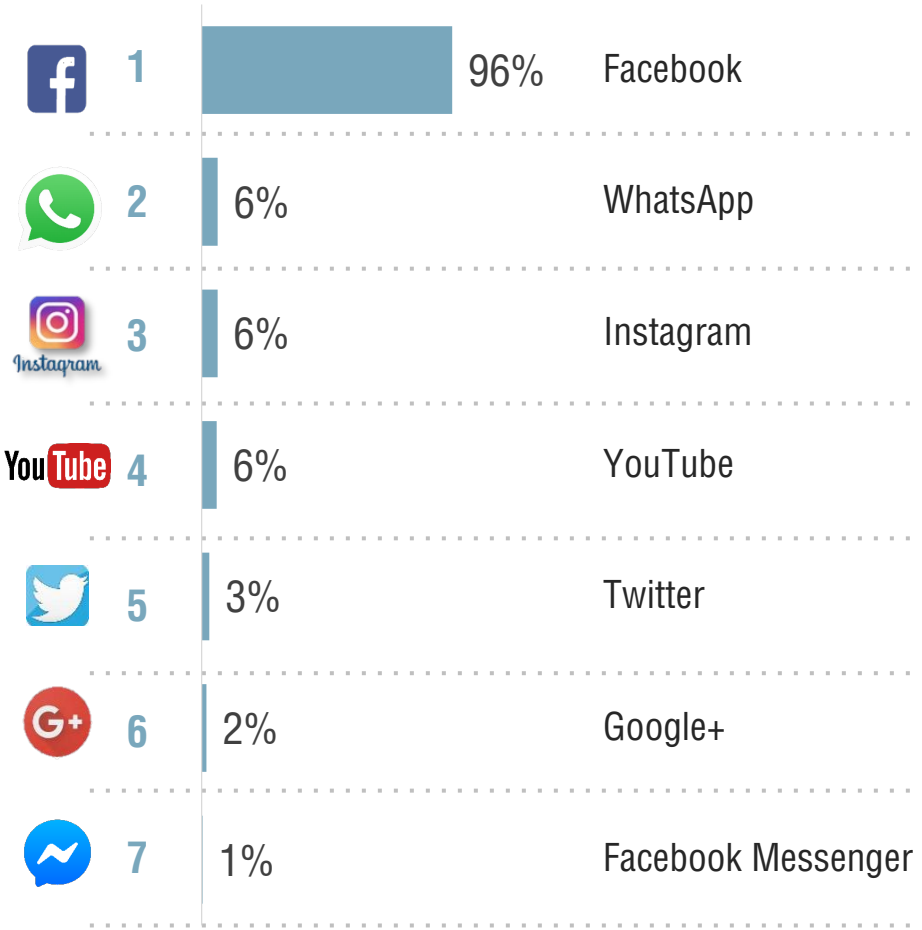
Redes sociales en las que sigue las noticias
Las más utilizadas*

Rural

Base urbano: 515 personas que siguen las noticias en redes sociales
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

Base rural: 138 personas que siguen las noticias en redes sociales
Promedio rural: 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 - estaciones de radio

Urbano

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

Rural

Base urbano: 146 personas que siguen las noticias en la radio
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

1	4%	XHSE-FM 100.1 LA MEJOR
2	3%	XHKOK-FM 107.5 RADIO FÓRMULA
3	3%	XHEZUM-FM 105.1 ABC RADIO
4	3%	XHPO-FM 103.9 KE BUENA
5	3%	XHCHG-FM 107.1 KE BUENA (COMBO)
6	3%	XHAGE-FM 102.3 MIX
7	2%	XHACD-FM 92.1 FIESTA MEXICANA
8	2%	XHNQ-FM 99.3 EXA
9	2%	XHEVP-FM 95.3 W RADIO
10	2%	XHBB-FM 101.5 LA COMADRE

Base rural: 43 personas que siguen las noticias en la radio
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona*

1	5%	XEZV-AM 800 LA VOZ DE LA MONTAÑA

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

Urbano

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

Rural

Base urbano: 250 9,696 personas que siguen las noticias en televisión de paga

Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona*

1	9%	SKY ONE
2	9%	CNN EN ESPAÑOL
3	5%	CANAL 24 HORAS
4	4%	FOX SPORTS 2
5	2%	TELEFÓRMULA
6	2%	UNIVISIÓN
7	2%	TELEMUNDO
8	1%	CNBC
9	1%	FOX SPORTS
10	1%	SKY SPORTS

Base rural: 162 personas que siguen las noticias en televisión de paga

Promedio rural: 1.1 respuestas por persona*

1	5%	SKY ONE
2	2%	FOX
3	2%	UNIVISIÓN
4	1%	TELEMUNDO
5	1%	CNN USA
6	1%	FOX SPORTS
7	1%	UNICABLE
8	1%	CNN EN ESPAÑOL

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: 207 personas que siguen las noticias en periódicos

Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona*

Base rural: 61 personas que siguen las noticias en periódicos

Promedio rural: 1.2 respuestas por persona*

	Urbano		Rural	
1	40%	Novedades de Acapulco	21%	El Faro
2	18%	Diario de Guerrero	16%	Diario de Guerrero
3	16%	Vértice	14%	ABC
4	14%	El Sur	8%	Diario21
5	8%	El Sol de Acapulco	8%	El Sur
6	5%	El Faro	7%	Sur de Guerrero
7	5%	Despertar	5%	Despertar de la Costa
8	3%	Uno más Uno	5%	Despertar
9	3%	ABC	4%	El Universal
10	2%	La Jornada de Guerrero	4%	El Metro

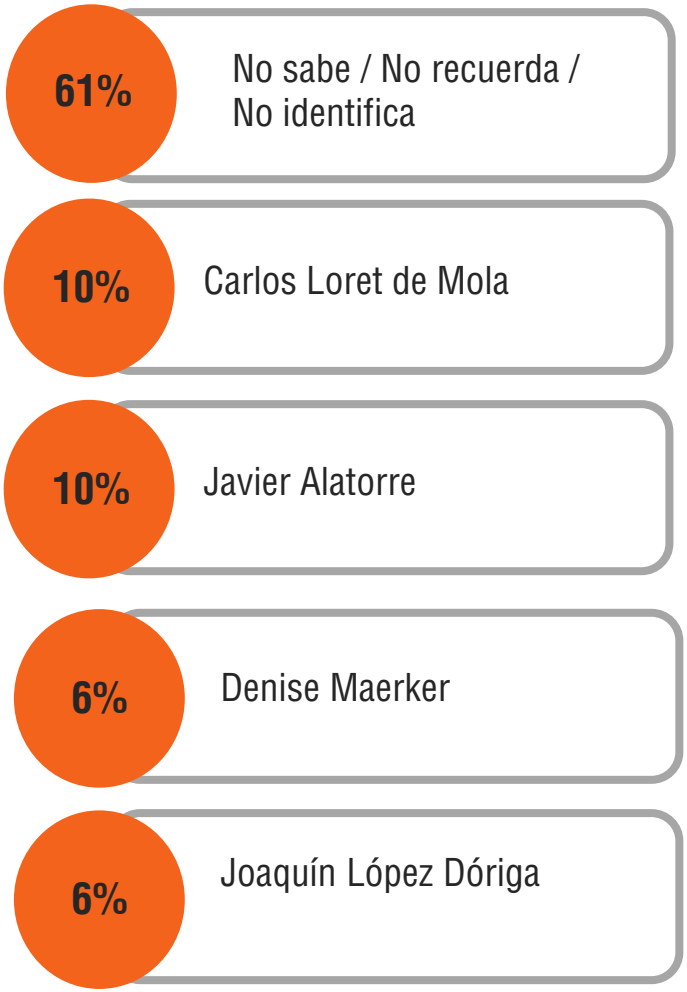
Se presentan los principales resultados.
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

*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: 1,759 personas de 16 años o más que siguen las noticias
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*

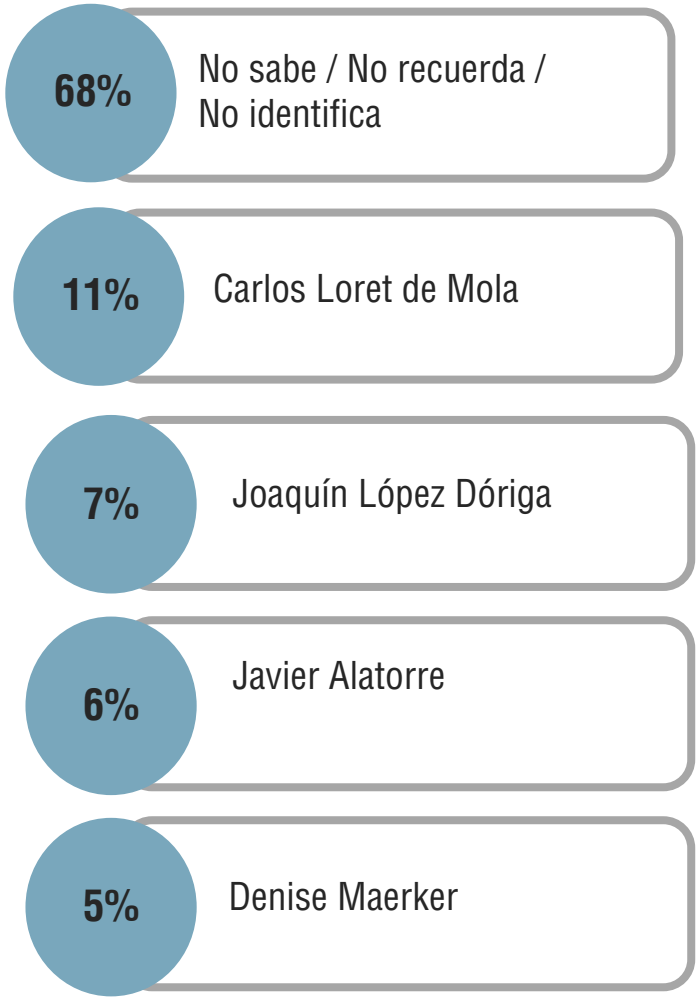


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Rural

Los conductores de noticias que más siguen

Base rural: 537 personas de 16 años o más que siguen las noticias
Promedio rural: 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

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