

CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES BabyBoomers



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

ÍNDICE

- 1 **Posesión y tipo de señal**
- 2 **Consumo en medios tradicionales**
- 3 **Consumo por internet**
- 4 **Consumo tradicional por internet**
- 5 **Consumo música**
- 6 **Géneros**
- 7 **Canales de televisión**
- 8 **Plataformas y redes sociales**
- 9 **Dispositivos**
- 10 **Ficha técnica**



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX

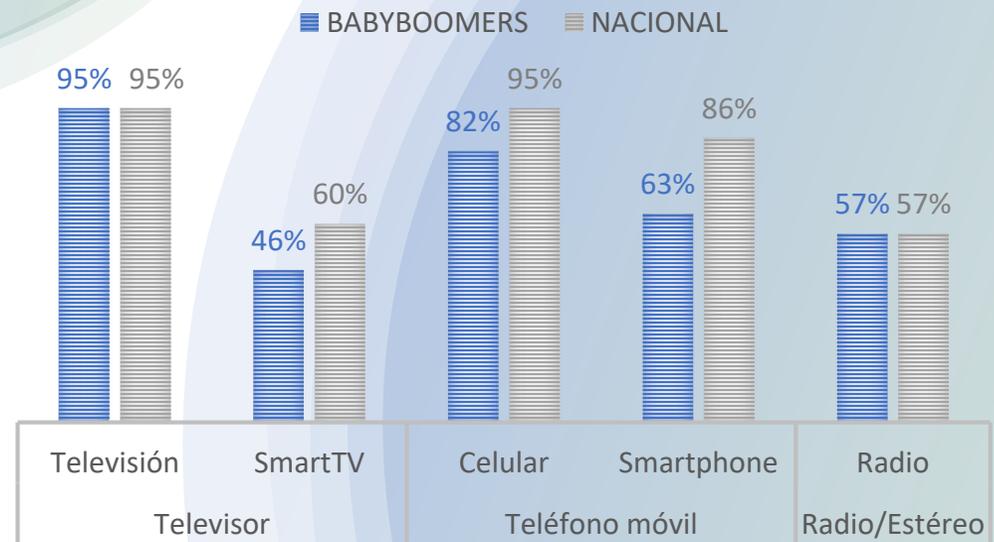


ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

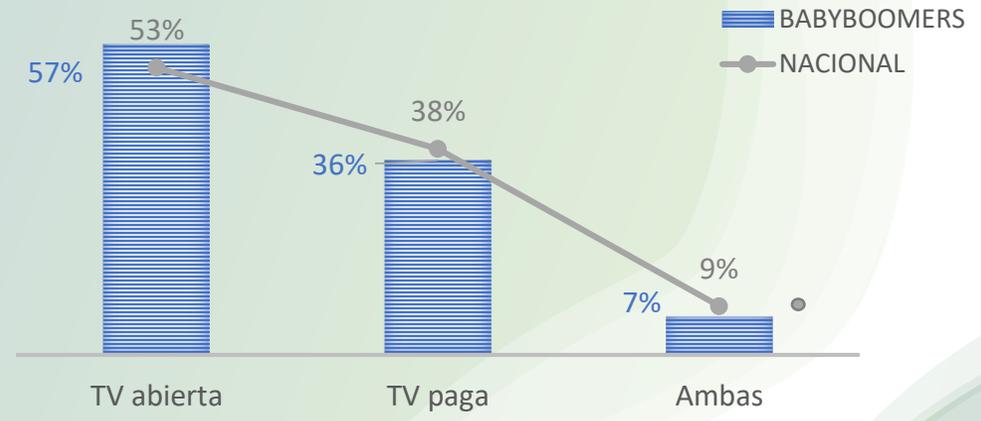
1 Posesión y tipo de señal

POSESIÓN DE INFRAESTRUCTURA



Base Nacional: 8750 personas, 8303 hogares que tienen teléfono celular, 7113 hogares con televisor digital
 Base Babyboomers: 993 personas, 815 hogares que tienen teléfono celular, 743 hogares con televisor digital

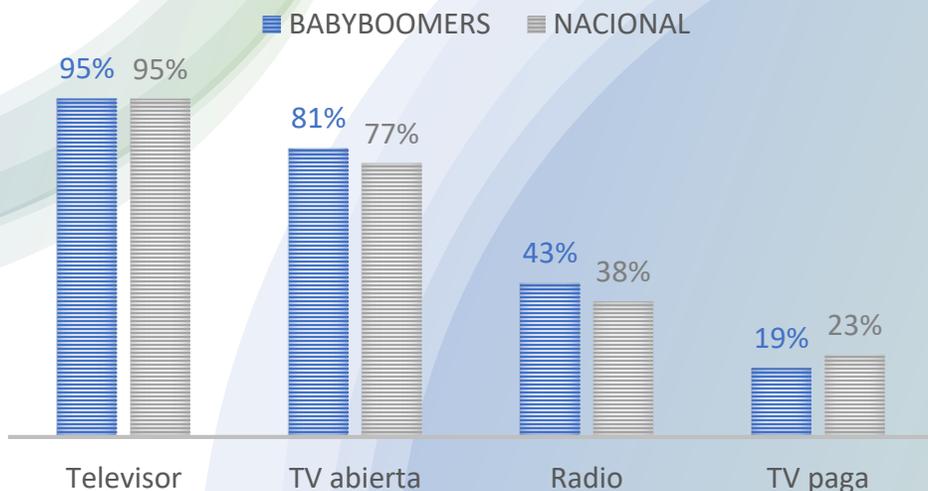
SEÑAL EN EL HOGAR



Base Nacional: 8269 hogares con televisor
 Base Babyboomers: 934 hogares con televisor



Consumo en medios tradicionales



Base Nacional: 8269 personas con televisor en su hogar, 3884 personas con televisión de paga en su hogar, 8750 personas
 Base Babyboomers: 934 personas con televisor en su hogar, 407 personas con televisión de paga en su hogar, 993 personas

HORAS PROMEDIO DE CONSUMO

Medio	BABYBOOMERS	NACIONAL
TV ABIERTA	2.8	2.5
TV PAGA	3.1	2.8
RADIO	3.1	3.1

Base Nacional: 6389 personas que ven canales de televisión abierta, 2863 personas que ven canales de televisión de paga, 3328 personas que escuchan radio
 Base Babyboomers: 757 personas que ven canales de televisión abierta, 241 personas que ven canales de televisión de paga, 436 personas que escuchan radio



3

Consumo por internet

NACIONAL
BABYBOOMERS

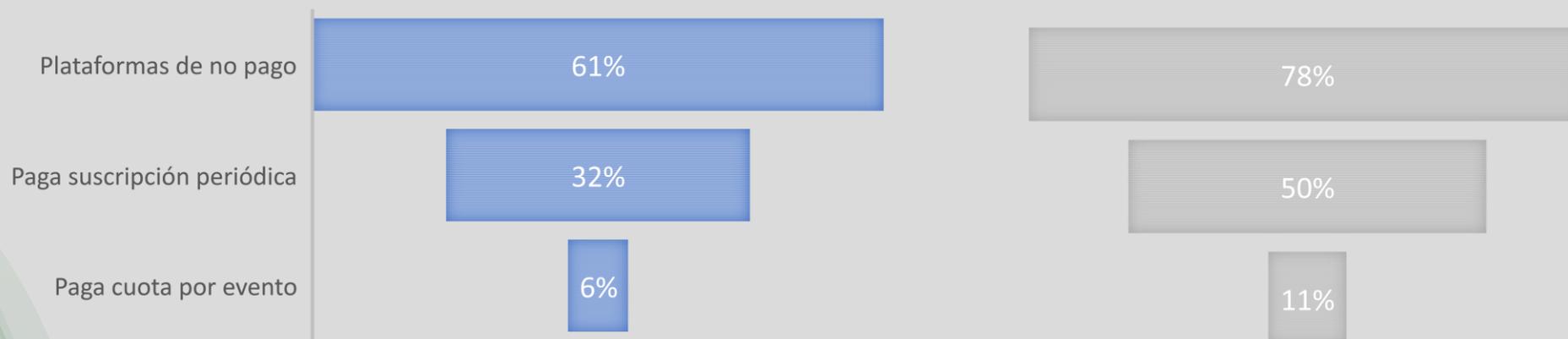
Base Nacional: 8750 personas
Base Babyboomers: 993 personas



MODELOS DE NEGOCIO PARA EL CONSUMO POR INTERNET

BABYBOOMERS

NACIONAL



Base Nacional: 4539 personas que consumen contenido por internet
Base Babyboomers: 186 personas que consumen contenido por internet



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

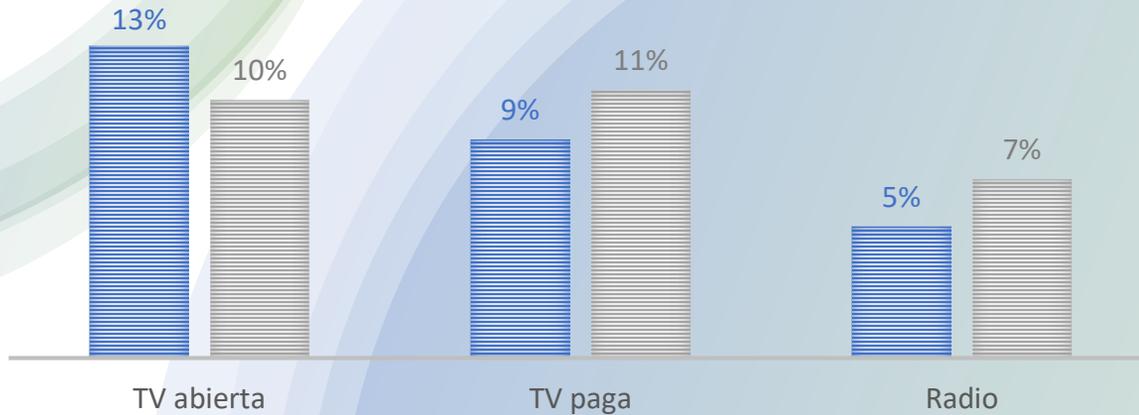
INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

4 Consumo tradicional por internet



Base Nacional: 4539 personas que consumen contenido por internet
 Base Baby Boomers: 186 personas que consumen contenido por internet



5 Consumo de música

Escucha música o contenidos por internet.



BABYBOOMERS	14%
NACIONAL	45%

Paga suscripción por escuchar música.



BABYBOOMERS	16%
NACIONAL	27%

Base Nacional: 8750 personas, 3861 personas que consumen contenidos por internet
 Base Baby Boomers: 993 personas, 141 personas que consumen contenidos por internet



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

TV ABIERTA

■ BABYBOOMERS ■ NACIONAL



Base Nacional: 6389 personas que ven canales de televisión abierta
Base Baby Boomers: 757 personas que ven canales de televisión abierta

TV PAGA

■ BABYBOOMERS ■ NACIONAL



Base Nacional: 2863 personas que ven canales de televisión de paga
Base Baby Boomers: 241 personas que ven canales de televisión de paga



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

RADIO

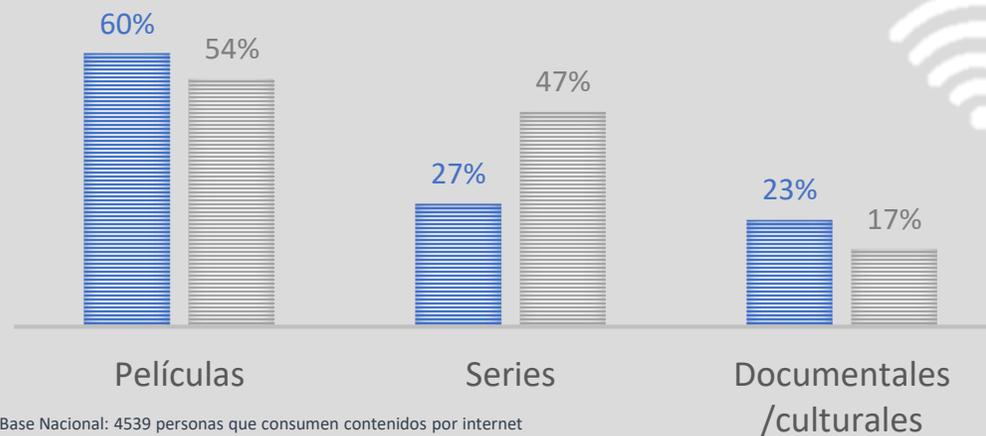
BABYBOOMERS NACIONAL



Base Nacional: 3328 personas que escuchan radio
Base Babyboomers: 436 personas que escuchan radio

CONTENIDOS POR INTERNET

BABYBOOMERS NACIONAL



Base Nacional: 4539 personas que consumen contenidos por internet
Base Babyboomers: 186 personas que consumen contenidos por internet



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX

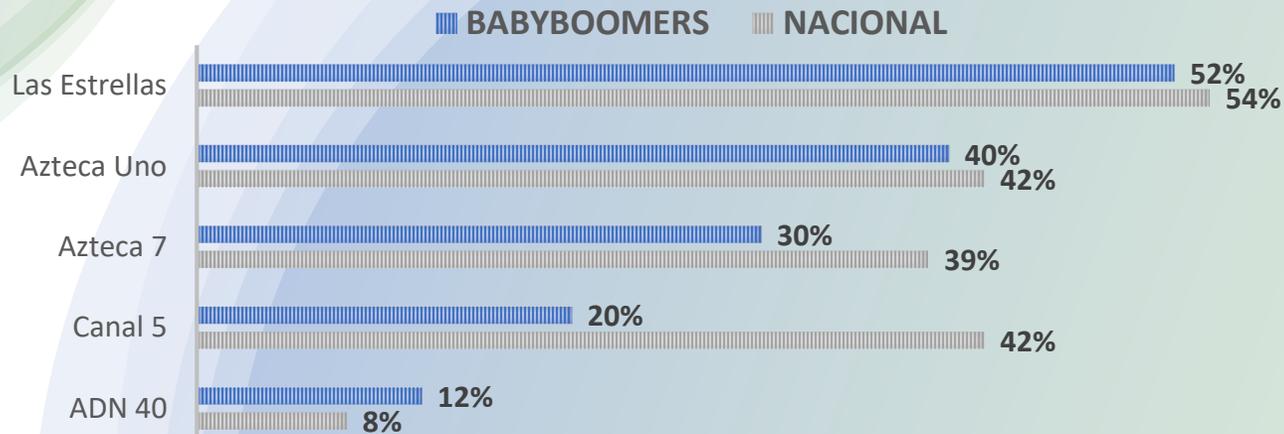


ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

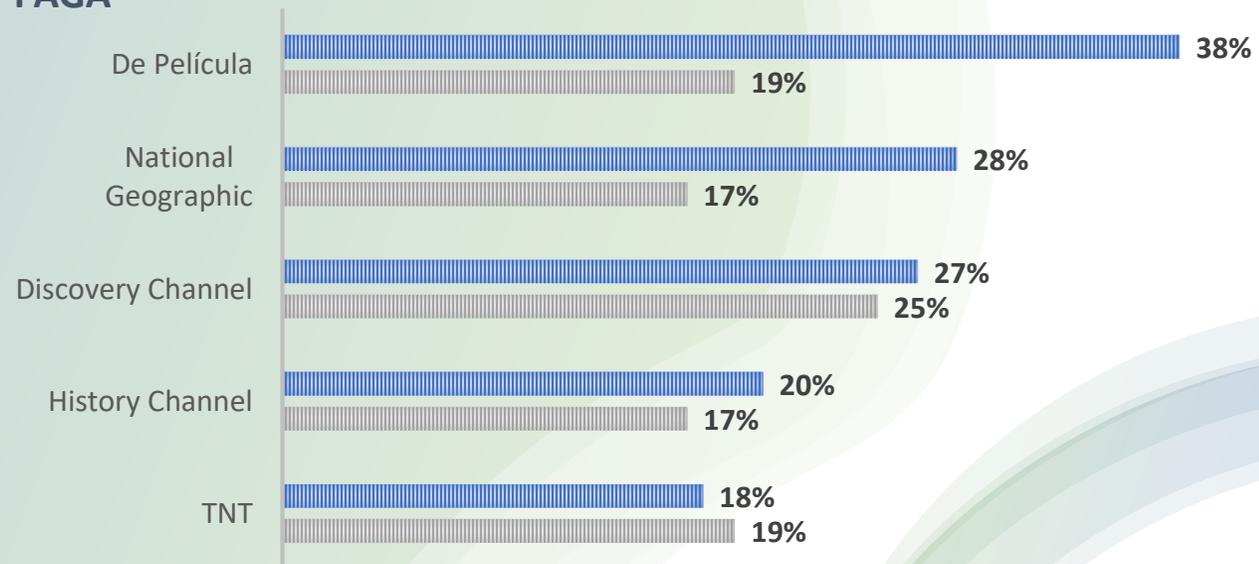
Canales de televisión

TV ABIERTA



Base Nacional: 6389 personas que ven canales de televisión abierta
 Base Babyboomers: 757 personas que ven canales de televisión abierta

TV PAGA

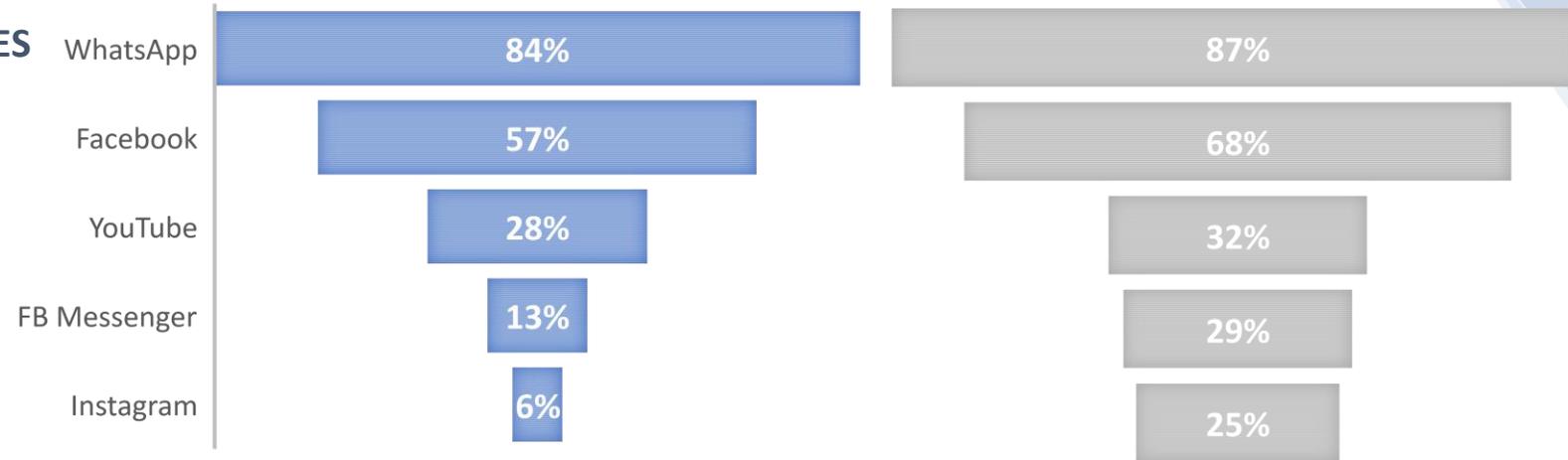


Base Nacional: 2863 personas que ven canales de televisión de paga
 Base Babyboomers: 241 personas que ven canales exclusivos de televisión de paga



Plataformas y redes sociales

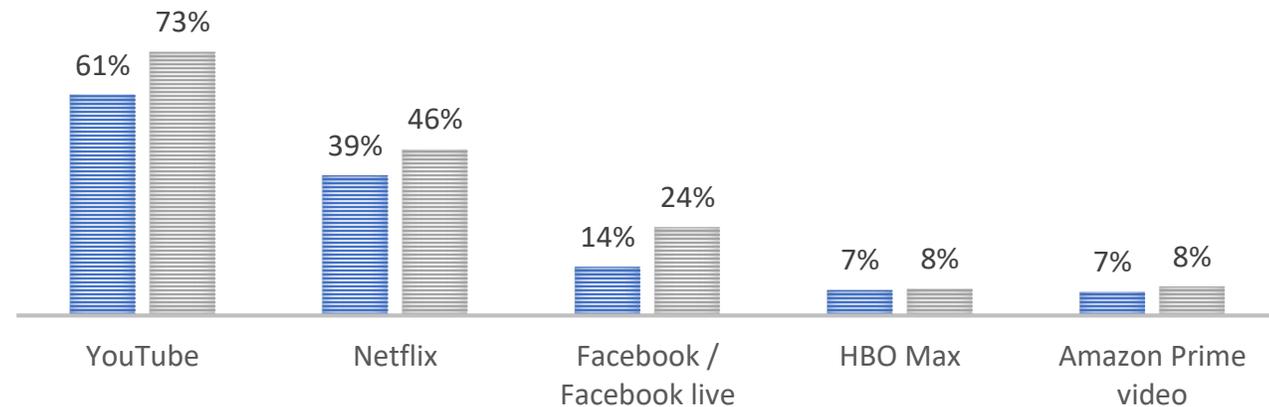
REDES SOCIALES



Base Nacional: 5492 personas que utilizan redes sociales o mensajería instantánea
Base Baby Boomers: 184 personas que utilizan redes sociales o mensajería instantánea

PLATAFORMAS

■ BABYBOOMERS ■ NACIONAL



Base Nacional: 4539 personas que consumen contenidos por internet
Base Baby boomers: 186 personas que consumen contenidos por internet

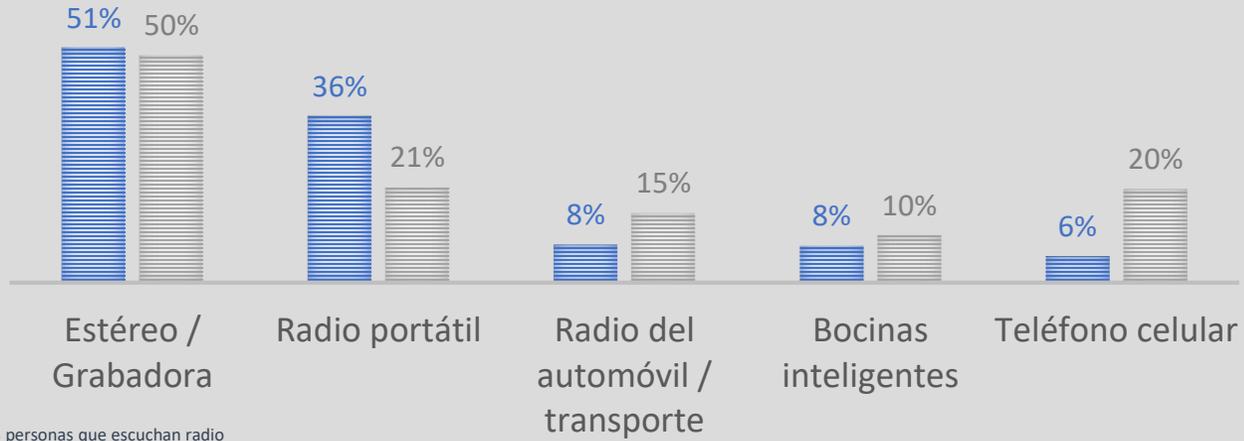


INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX

Dispositivos

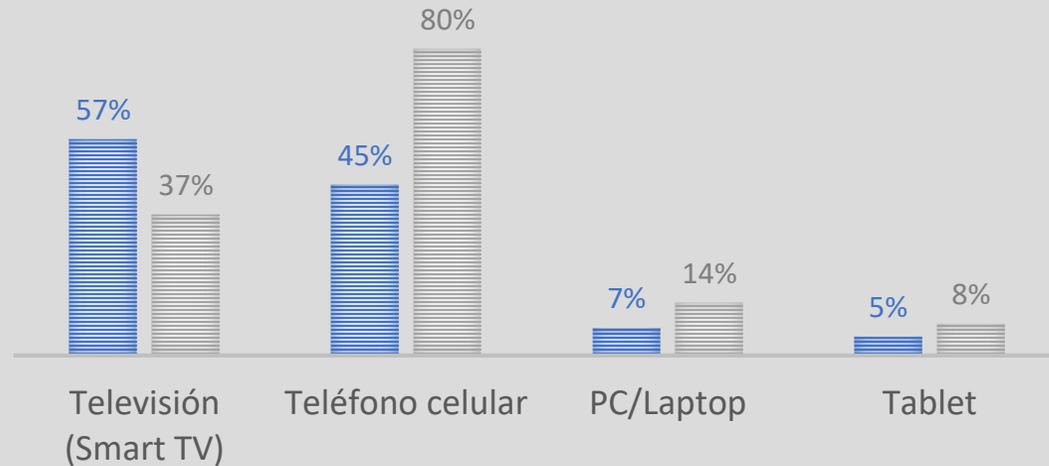
RADIO

■ BABYBOOMERS ■ NACIONAL



Base Nacional: 3328 personas que escuchan radio
Base Babyboomers: 436 personas que escuchan radio

CONTENIDOS POR INTERNET



Base Nacional: 4539 personas que consumen contenidos por internet
Base Babyboomers: 186 personas que consumen contenidos por internet



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



Metodología

Entrevistas cara a cara en hogares.



Público objetivo

Individuos de 60 años o más habitantes de la República mexicana¹, de aquellos entrevistados para la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022².



Tamaño de muestra

993 casos finales

697 urbanos
296 rurales

519 hombres
474 mujeres



Alfabetización mediática

La observancia del consumo audiovisual del grupo generacional Baby Boomers, permite conocer el estado que guardan las brechas en las que están inmersos y le da sentido al impulso de acciones de alfabetización mediática a fin de promover su integración dentro de una cultura digital y tecnológica de forma informada, crítica, analítica y evaluadora, tales como la promoción de lineamientos en materia de subtítulo oculto y lenguaje de señas mexicana, entre otros.

^{1/} La Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores establece que las Personas Adultas Mayores, son aquellas que cuentan con sesenta años de edad o más y para efectos del presente reporte se consideran a la generación Babyboomer.

^{2/} La Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (https://www.ift.org.mx/sites/all/themes/bootstrap/templates/ift-umca/files/pdfs/eramca/01reportefinalenca2022_vpa.pdf)



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES BabyBoomers



/IFT.MX



@IFT_MX



IFTMEXICO



IFTMX

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX



ift

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES