



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de  
Consumo de Contenidos  
Audiovisuales **2018**  
Yucatán

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

## 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

- 2,726 casos finales con un margen de error teórico máximo del  $\pm 2.2\%$ , con un nivel de confianza del 95% y distribuidos de la siguiente forma por tipo de localidad:

✓ **URBANA 2,426 casos**

✓ **RURAL : 300 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

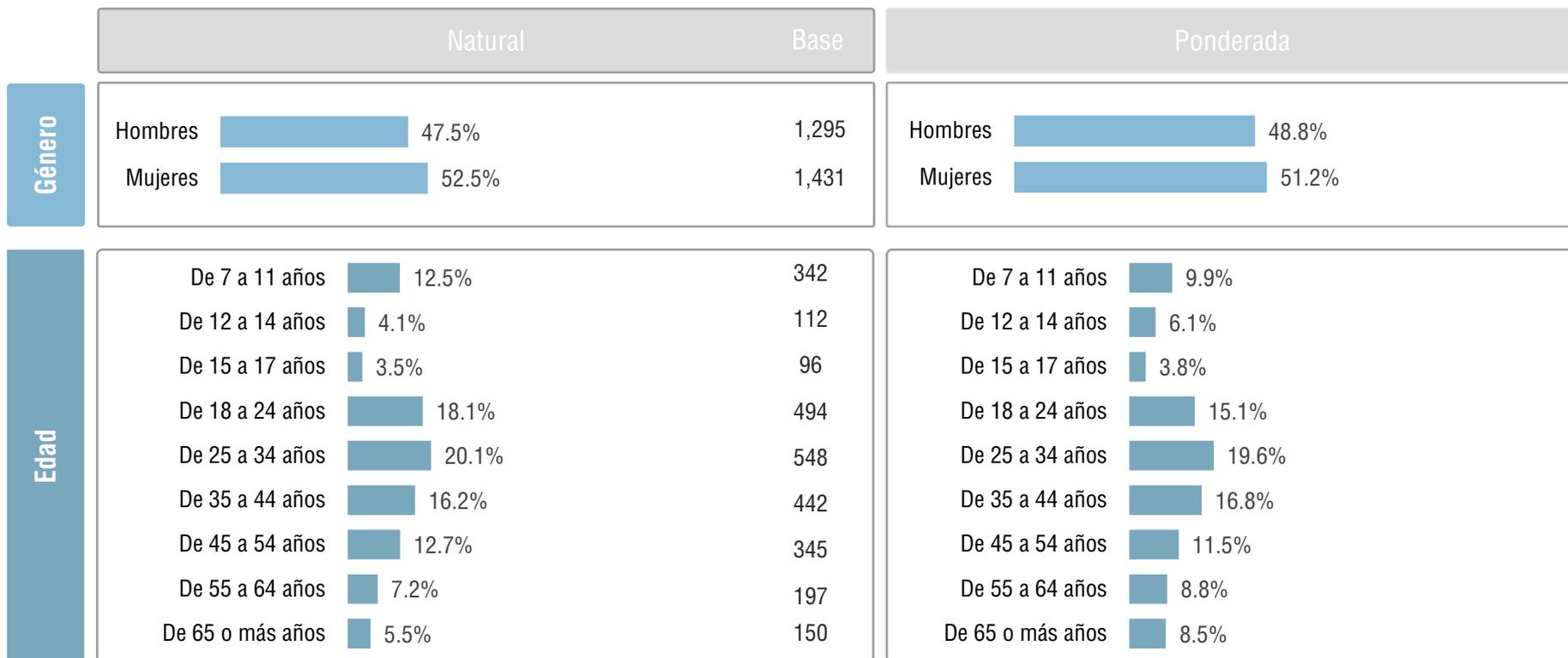
- Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 25 minutos de aplicación.

## Levantamiento

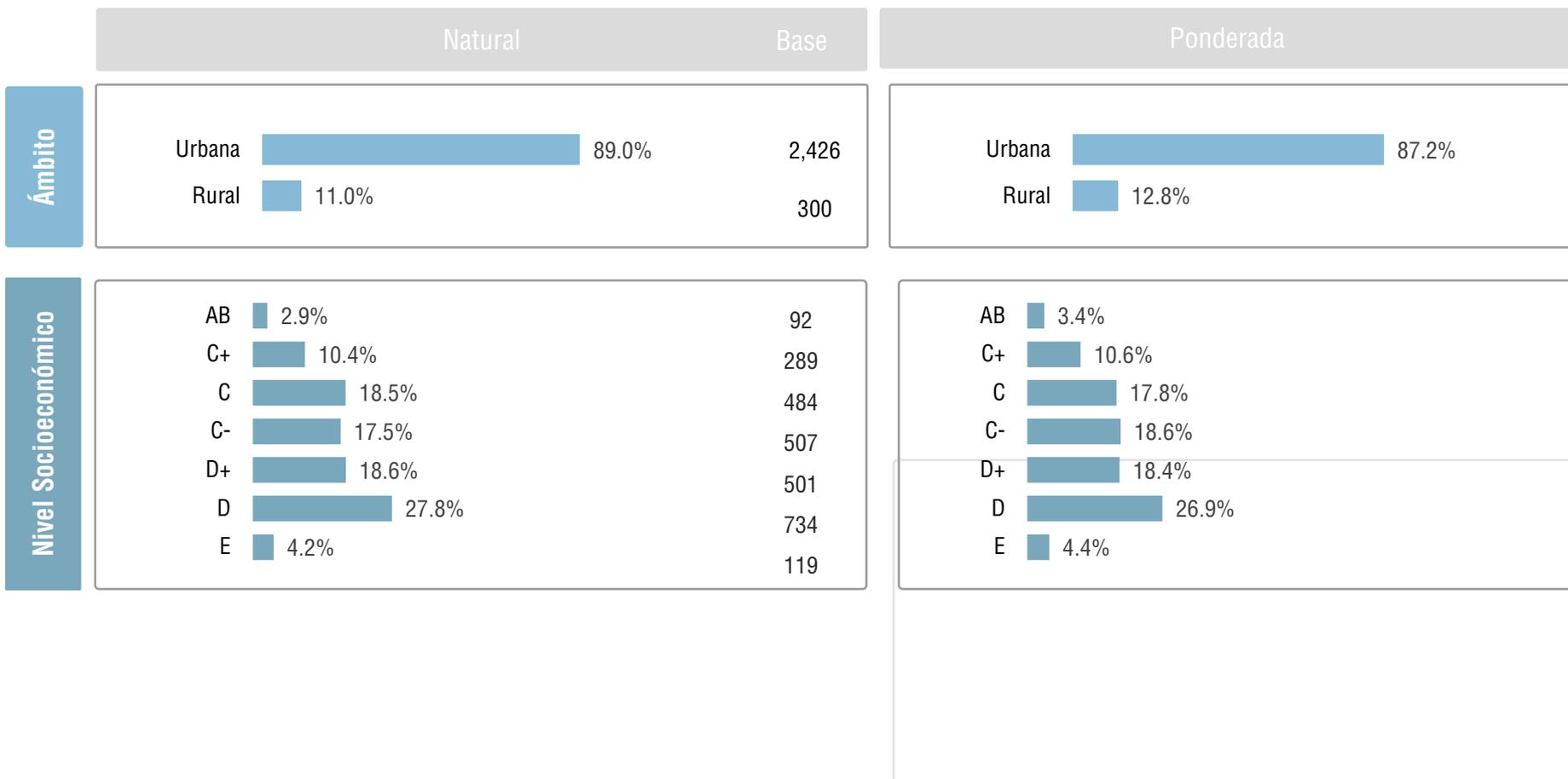
- El levantamiento se llevó a cabo del 30 de noviembre de 2018 al 30 de enero del 2019 por parte de la empresa Planning Quant.

## 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 hogares entrevistados





INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de  
Consumo de Contenidos  
Audiovisuales **2018**

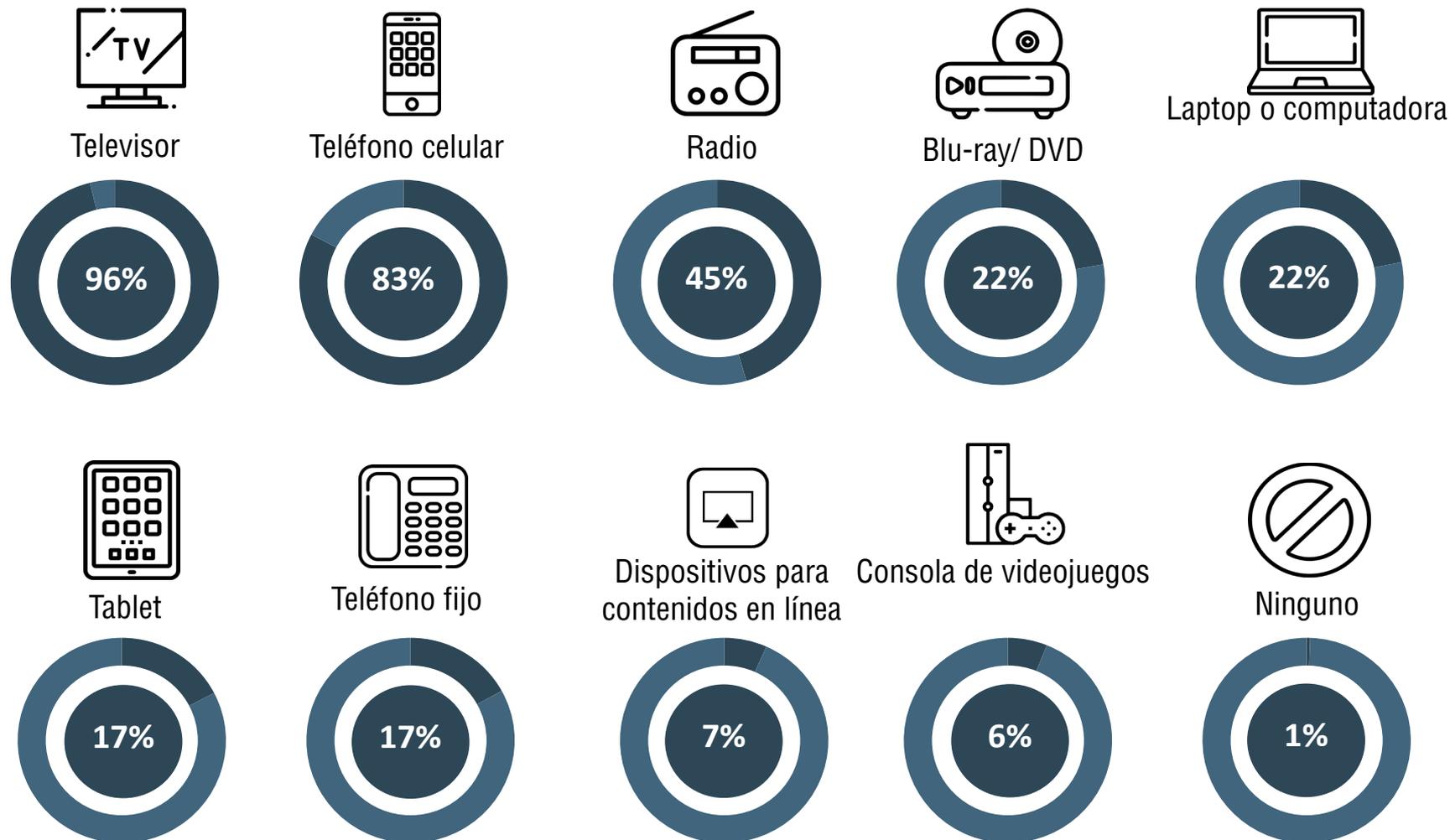
Resultados Estatales

- **96%** de los hogares reporta tener **televisor**, en promedio **1.6** televisores.
- Cerca de **44% de los hogares** dijeron depender de la señal de **televisión abierta** para ver canales de televisión.
- **75%** de los entrevistados con televisor señalaron **ver contenidos de canales de TV abierta**, siendo **Las Estrellas** el que mayor número de menciones obtuvo.
- **Películas y telenovelas** son los tipos de programas de **televisión abierta** que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia.
- El **56%** de los hogares tienen contratado un sistema de **televisión de paga**, de los cuales **70%** consumen **canales de televisión abierta**.
- **Películas y series** son los tipos de contenidos de **televisión de paga** que las personas ven con mayor frecuencia.
- **33%** de las personas declararon **escuchar estaciones de radio**, siendo los programas **musicales** los más escuchados en un **80%** de las ocasiones.
- **82%** de las personas que escuchan la radio, lo hacen principalmente en su **hogar** y **60%** de ellas, a través de **estéreo / grabadora**.
- El **41%** de los entrevistados declararon ver **contenidos audiovisuales por internet**. **YouTube** es la plataforma más utilizada seguida por **Netflix**.

- **41%** de los entrevistados que consumen contenidos por internet, ven con mayor frecuencia **películas**; seguido por **series** con el **36%** y **videos musicales** con el **33%**.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos** por internet en un **81%**.
- **17%** dijo **jugar videojuegos**, **el teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines.
- **88%** de las personas de 16 años o más declara **seguir las noticias**.
- Los **principales medios** para seguir las noticias son **televisión abierta, periódicos y redes sociales**.

## Equipamiento del hogar

Base: 2,726 hogares  
Promedio de 3.2 respuestas por hogar\*



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

## Promedio de televisores en el hogar



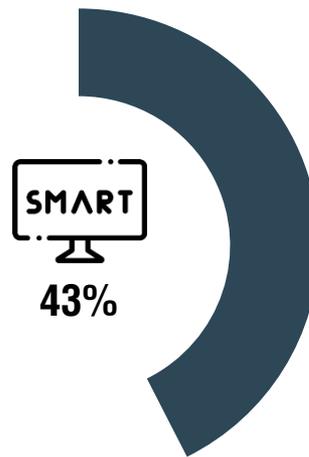
Base: 2,628 hogares con televisor

## Promedio de radios en el hogar

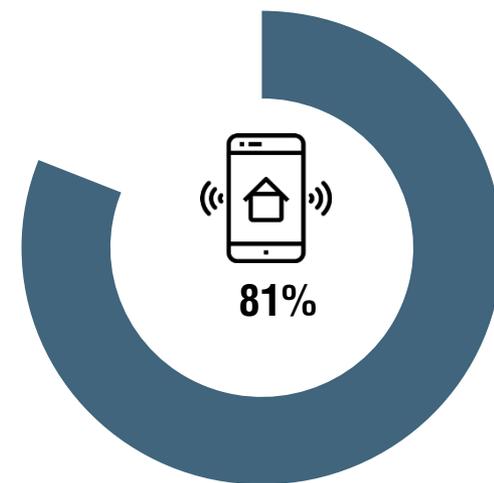


Base: 1,277 hogares con radio

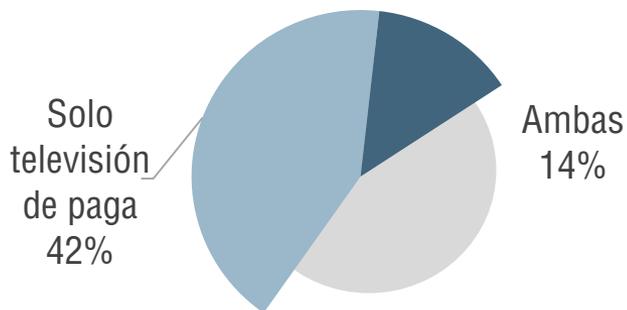
## Presencia de smart tv y smartphone en el hogar



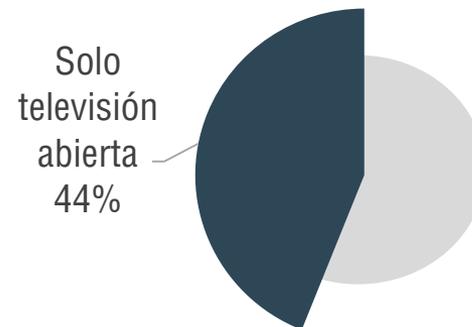
Base: 1,985 hogares que tienen televisor digital



Base: 2,248 hogares que tienen teléfono celular



Base: 2,628 hogares con televisor



Base: 2,628 hogares con televisor

## Principal razón para contratar televisión de paga

Base: 1,403 hogares con televisión de paga  
Promedio: 1.2 respuestas por hogar\*

|   |     |
|---|-----|
| Tener más opciones de contenidos y canales                            | 38% |
| Precio accesible  | 19% |
| No recibo o recibo mala señal de televisión abierta                   | 19% |
| Transmiten programas que no puedo ver en otro lado                    | 16% |
| Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor   | 12% |
| Tienen canales de televisión abierta en horario/programación diferida | 6%  |

## Principal razón para no contratar televisión de paga

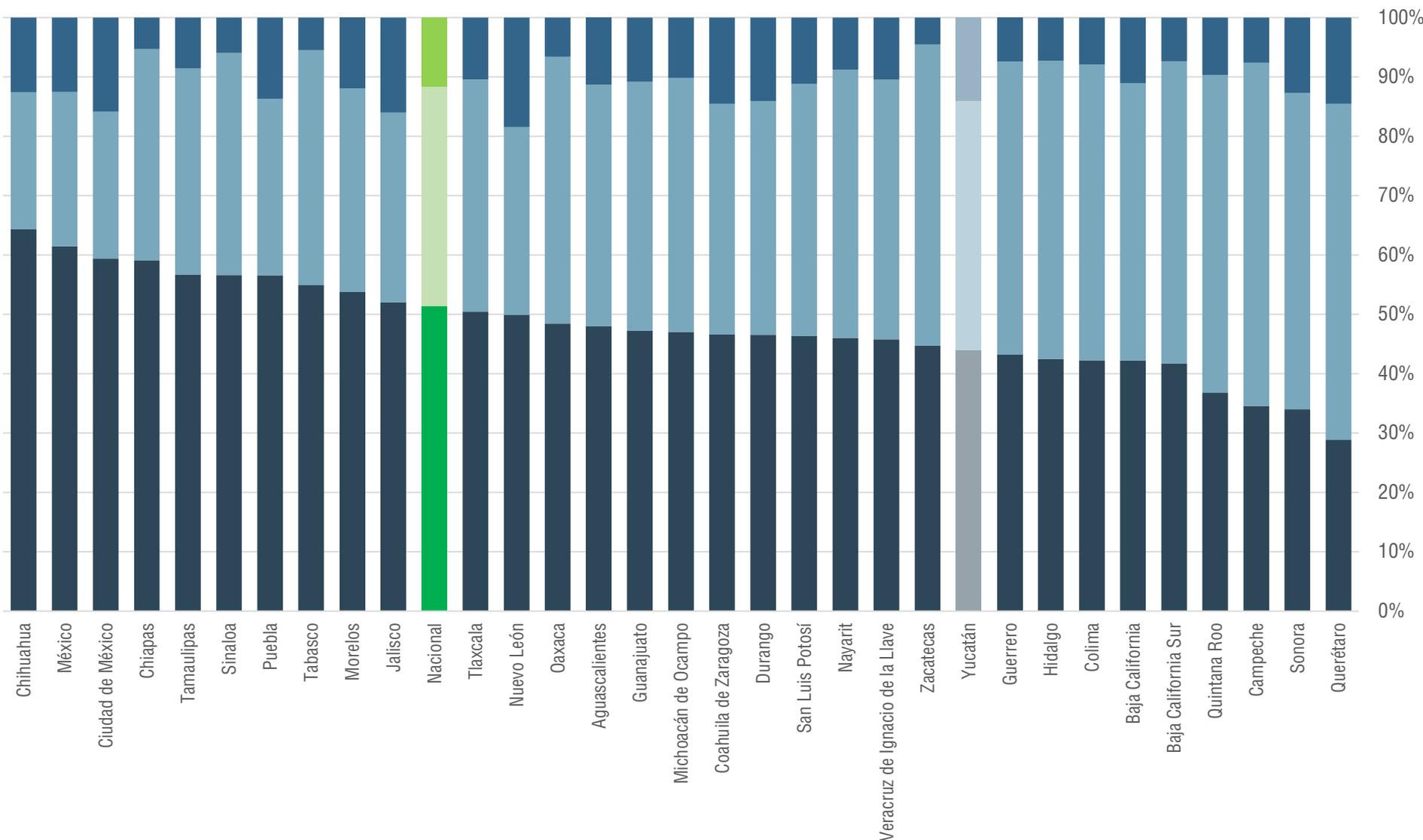
Base: 1,225 hogares con solo televisión abierta  
Promedio: 1.1 respuestas por hogar\*

|  |     |
|--|-----|
| Por el precio  | 61% |
| Veo poco tiempo la televisión                                  | 31% |
| Los canales de televisión abierta son suficientes              | 8%  |
| No hay un proveedor o servicio que me convenza                 | 5%  |
| Porque consumo contenidos por internet (YouTube, Netflix, etc) | 4%  |
| No hay en mi localidad   | 1%  |

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

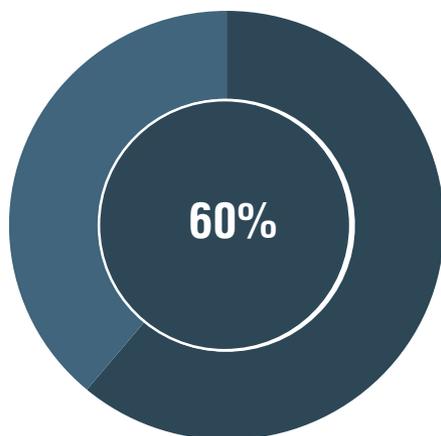
# Tipo de señal en el hogar - Entidades

■ Solo televisión abierta ■ Solo televisión de paga ■ Ambas



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

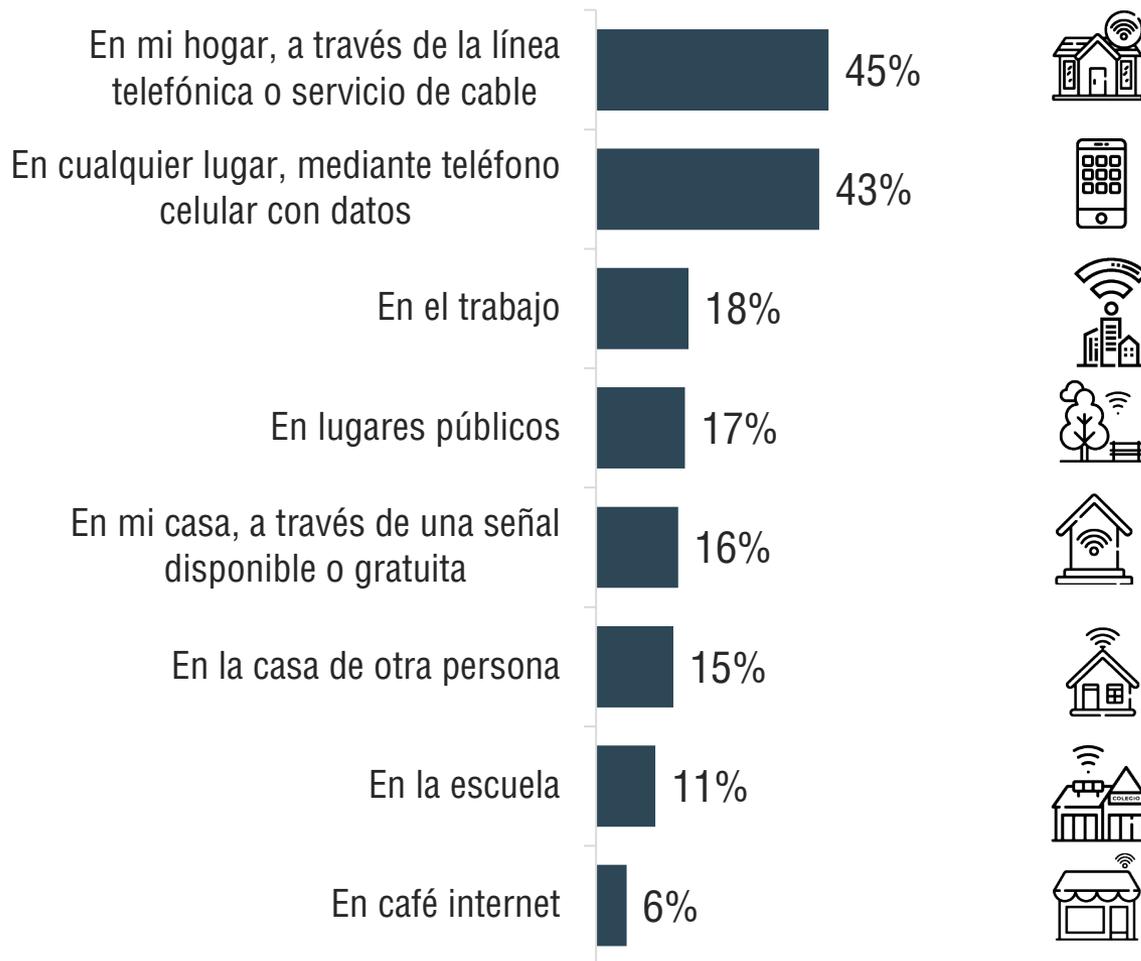
Base: 2,726 personas



## Lugares para acceder a internet

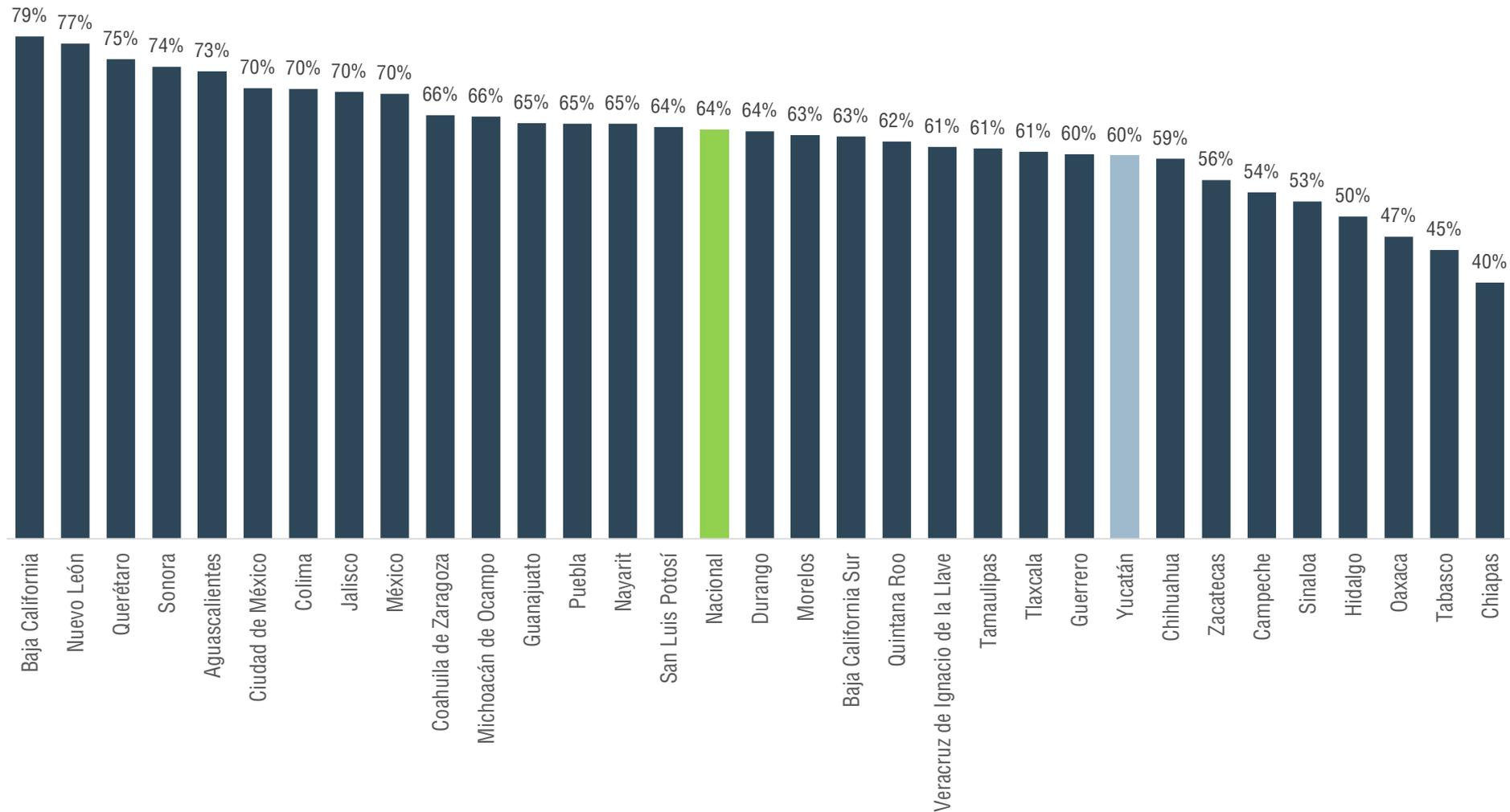
Base: 1,703 personas que usan internet

Promedio: 1.7 respuestas por persona\*



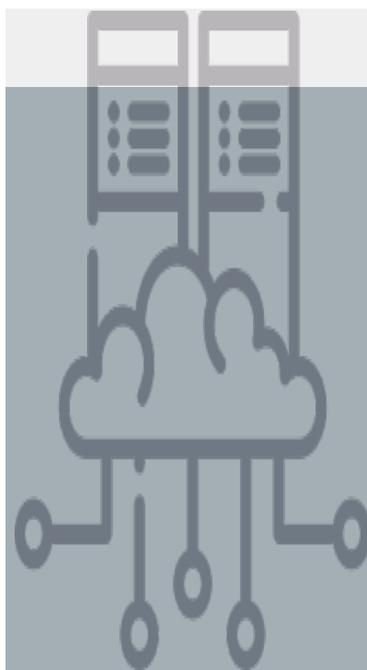
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

# Uso de internet – Entidades



## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 1,703 personas que usan internet

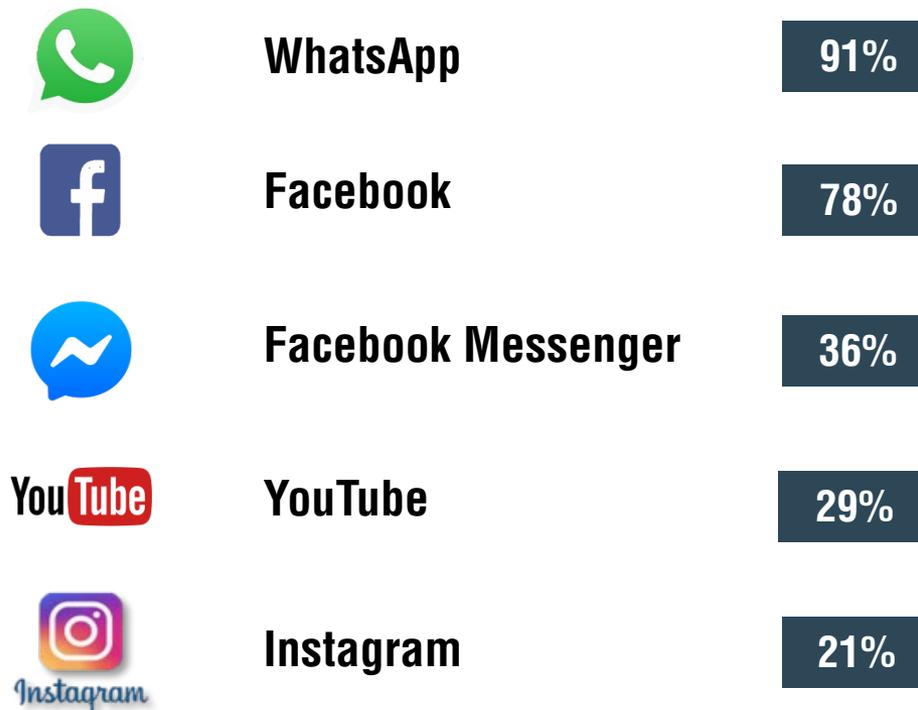


**88%**

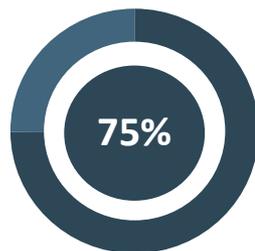
## Redes sociales y mensajería instantánea

Base: 1,492 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea

Promedio: 3 respuestas por persona\*



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



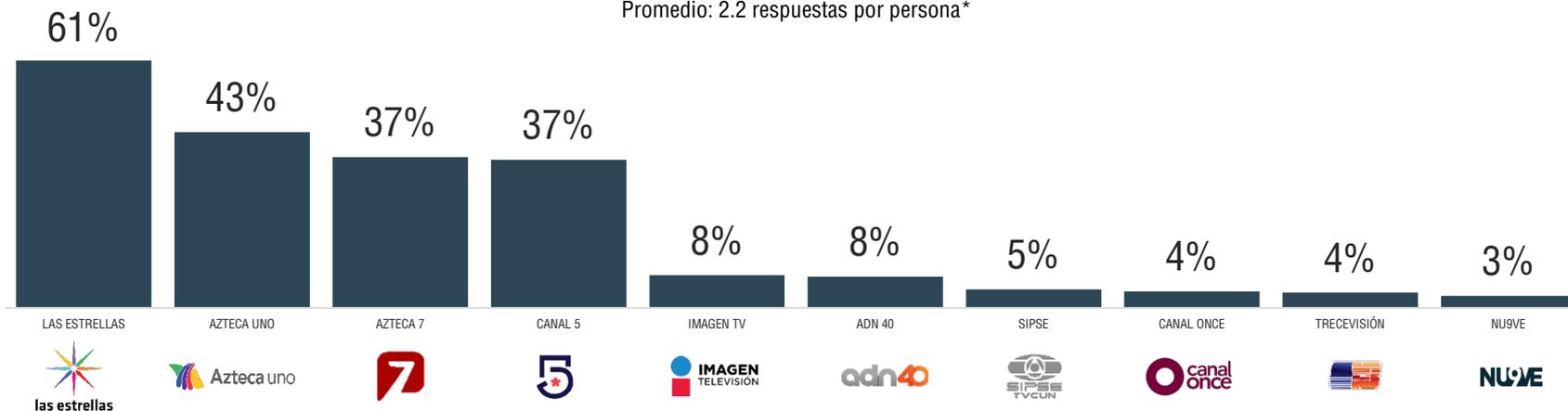
del total de personas con televisor, acostumbra ver contenidos de canales de televisión abierta

Base: 2,628 personas que tienen televisor

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

Base: 2,005 personas que ven canales de televisión abierta

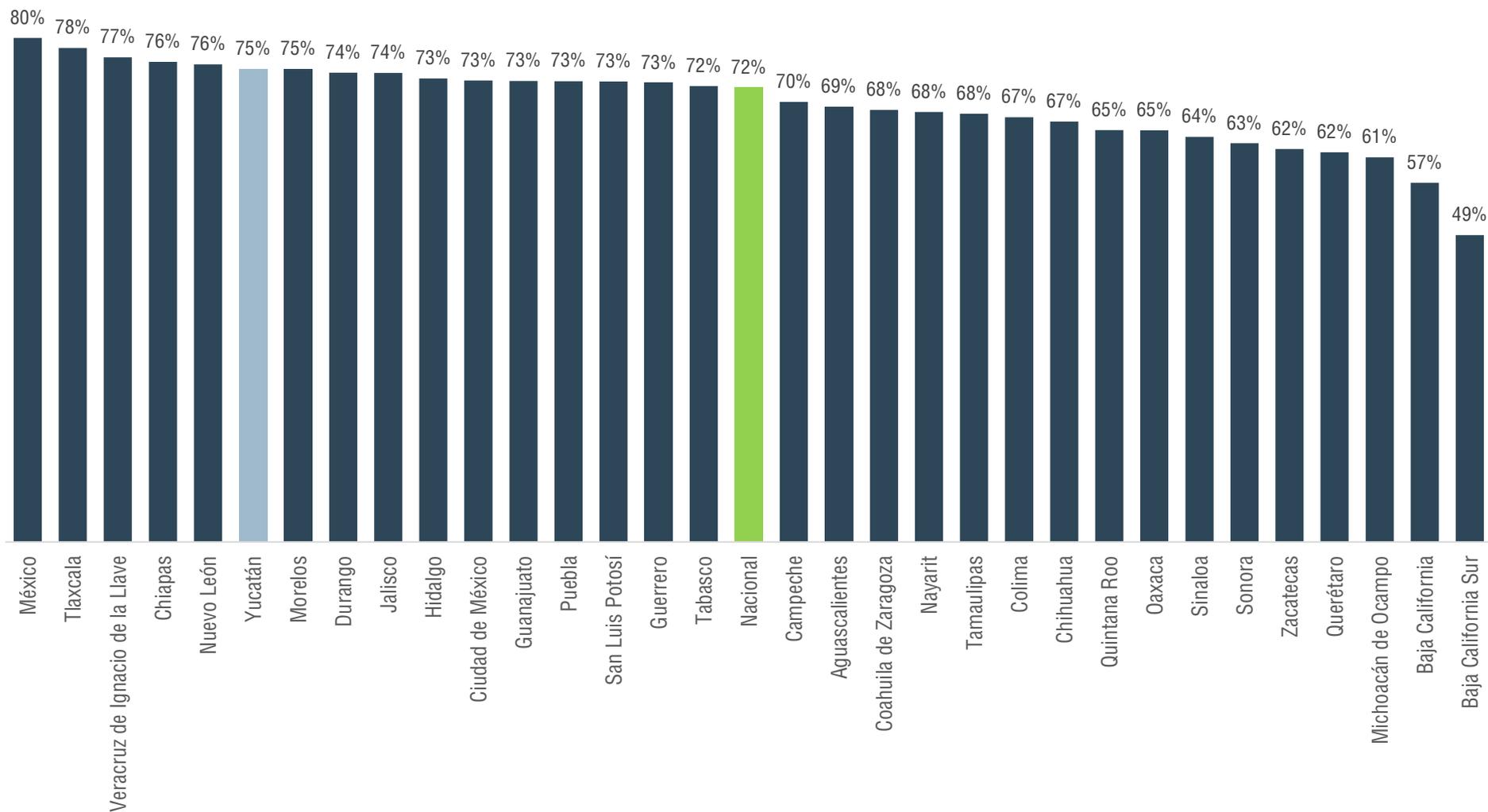
Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



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

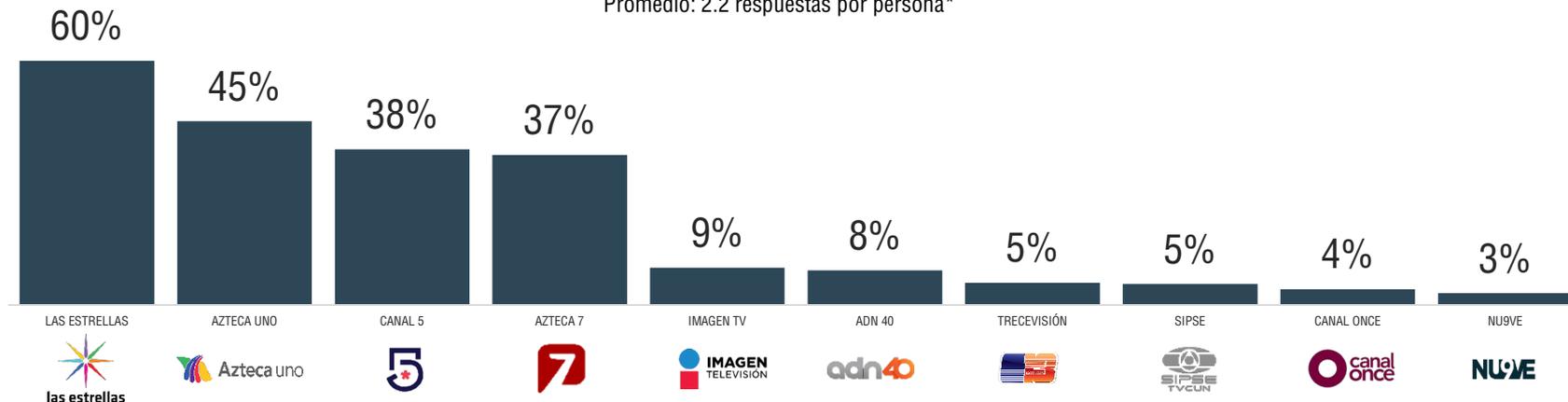
\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

# Ven canales de televisión abierta – Entidades



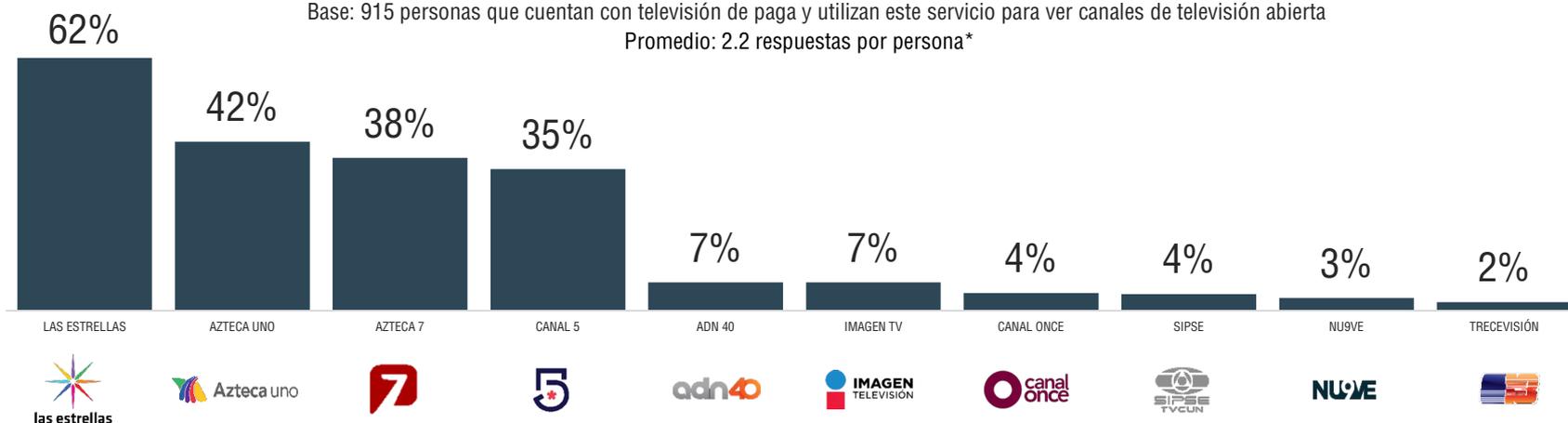
## Personas que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia\*\*

Base: 1,090 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta  
Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



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

Base: 915 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta  
Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



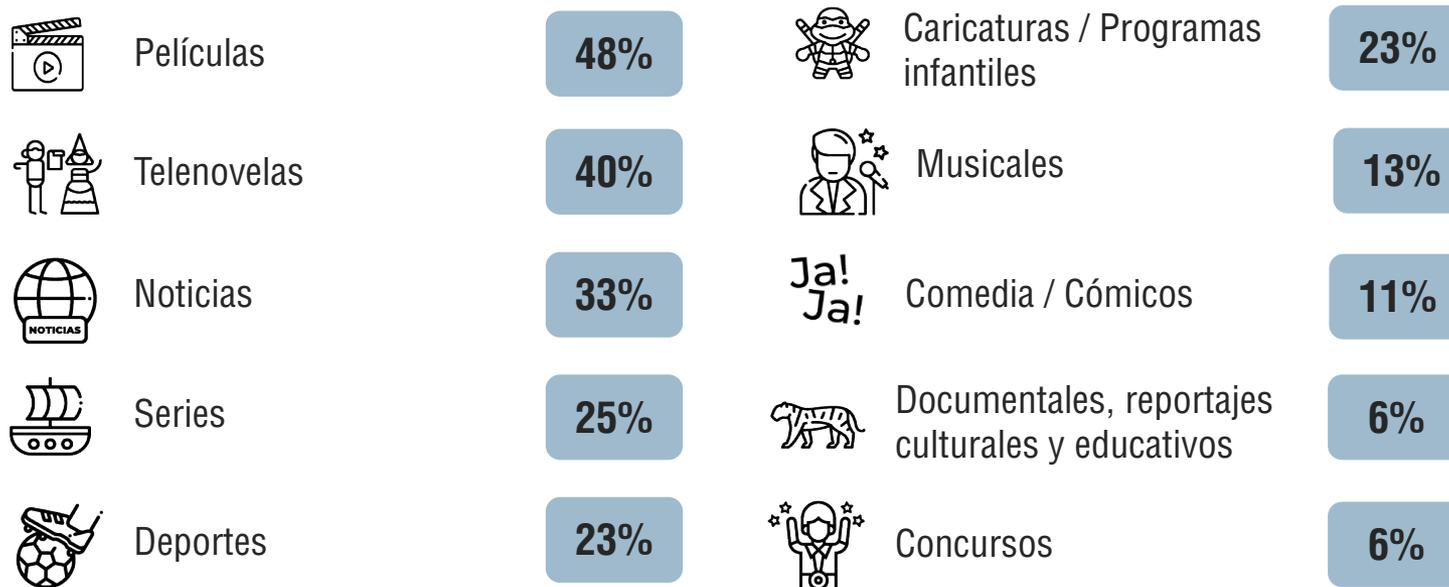
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

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

## Tipo de programas de televisión abierta que ven con mayor frecuencia

Base: 2,005 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



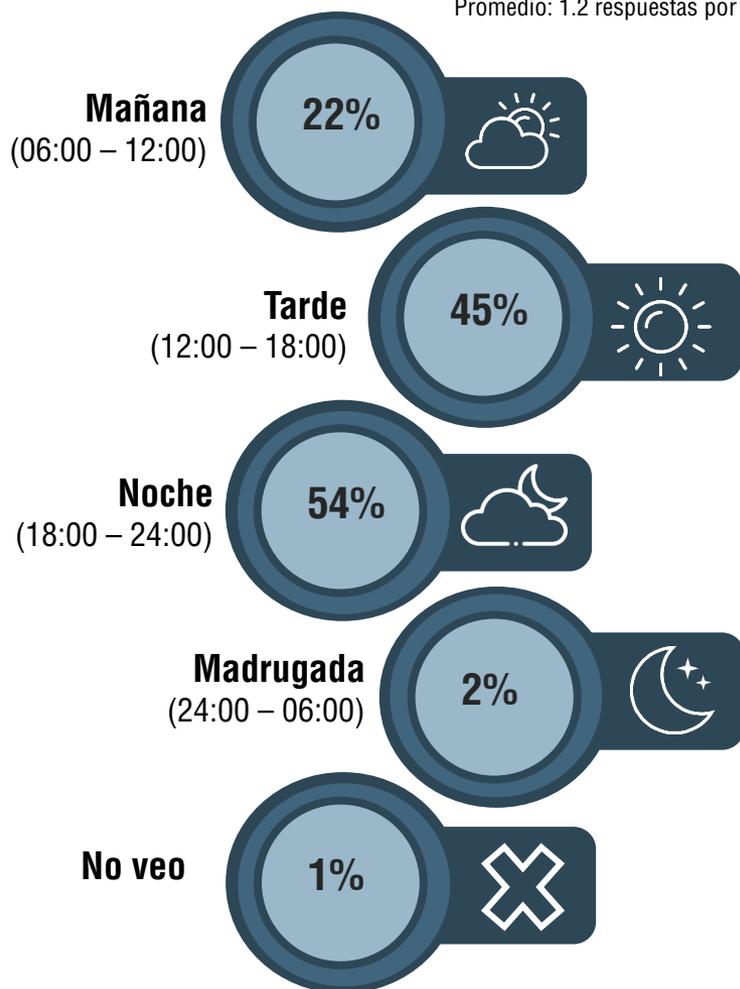
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Base: 2,005 personas que ven canales de televisión abierta

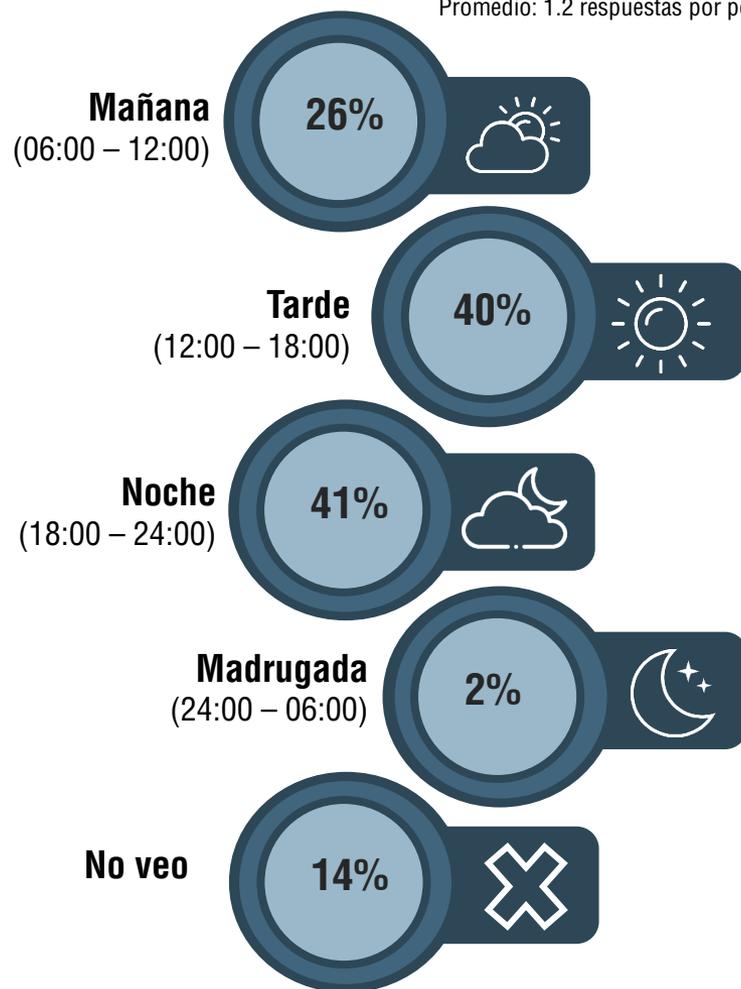
### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

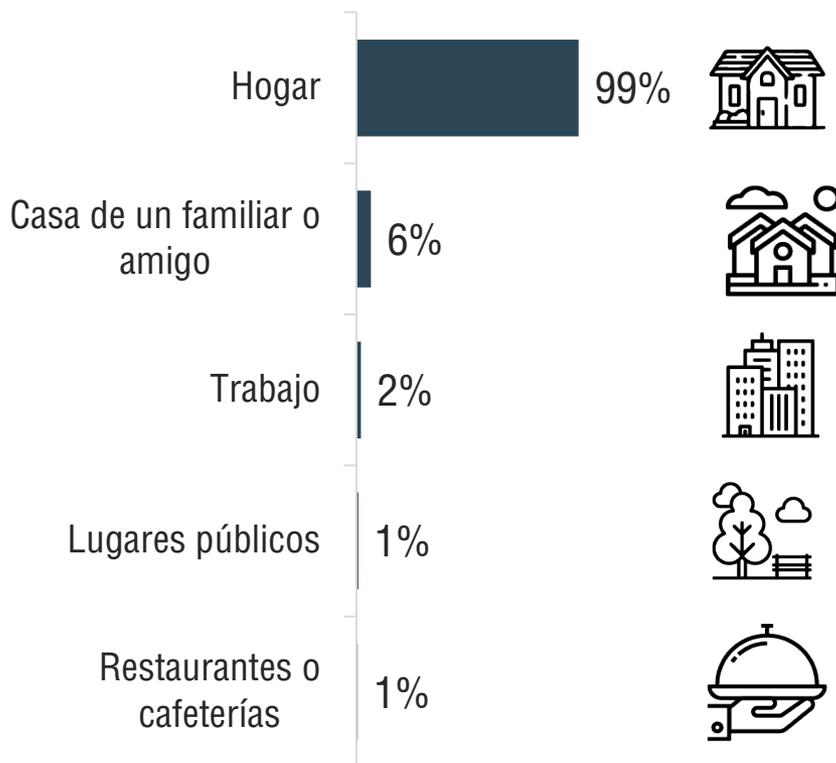


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Lugares donde ve televisión abierta

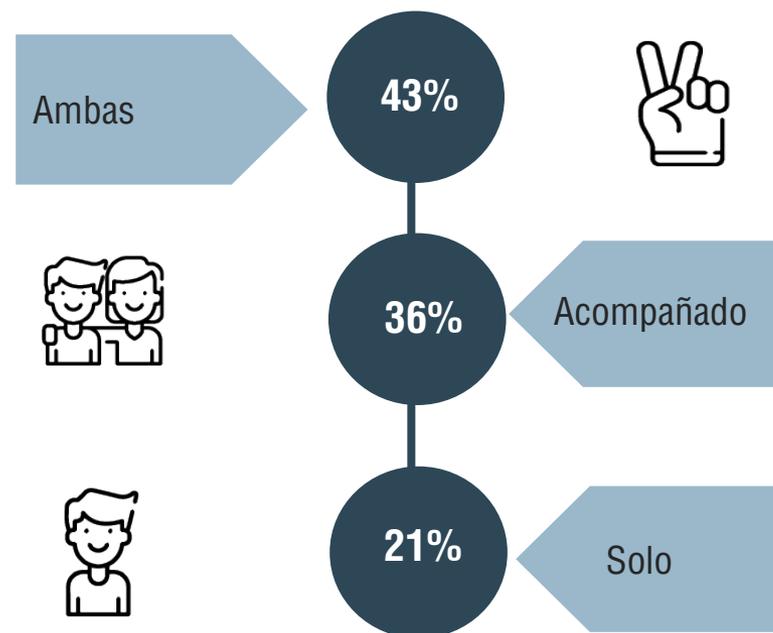
Base: 2,005 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*

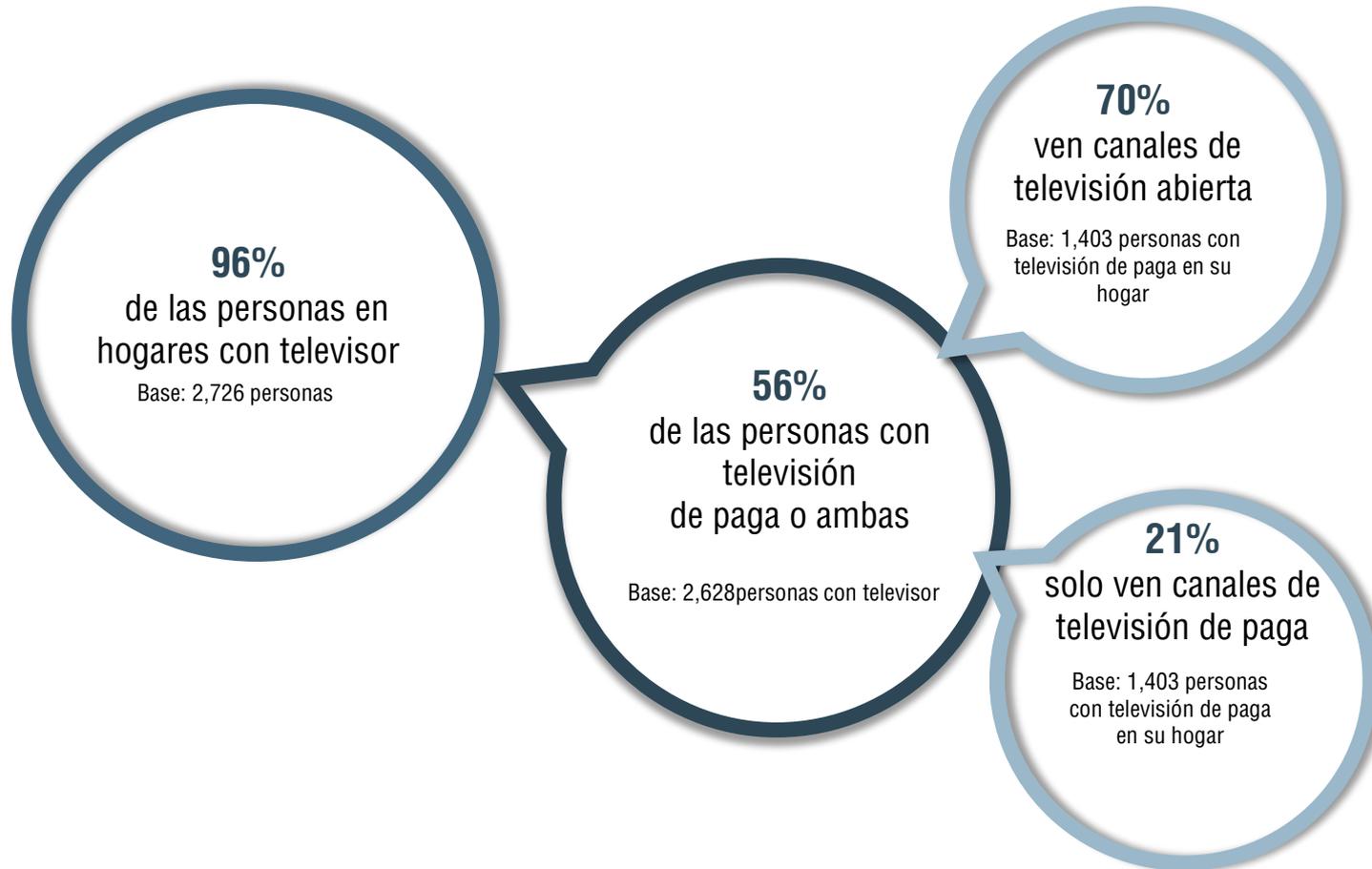


## ¿Con quién ve la televisión abierta?

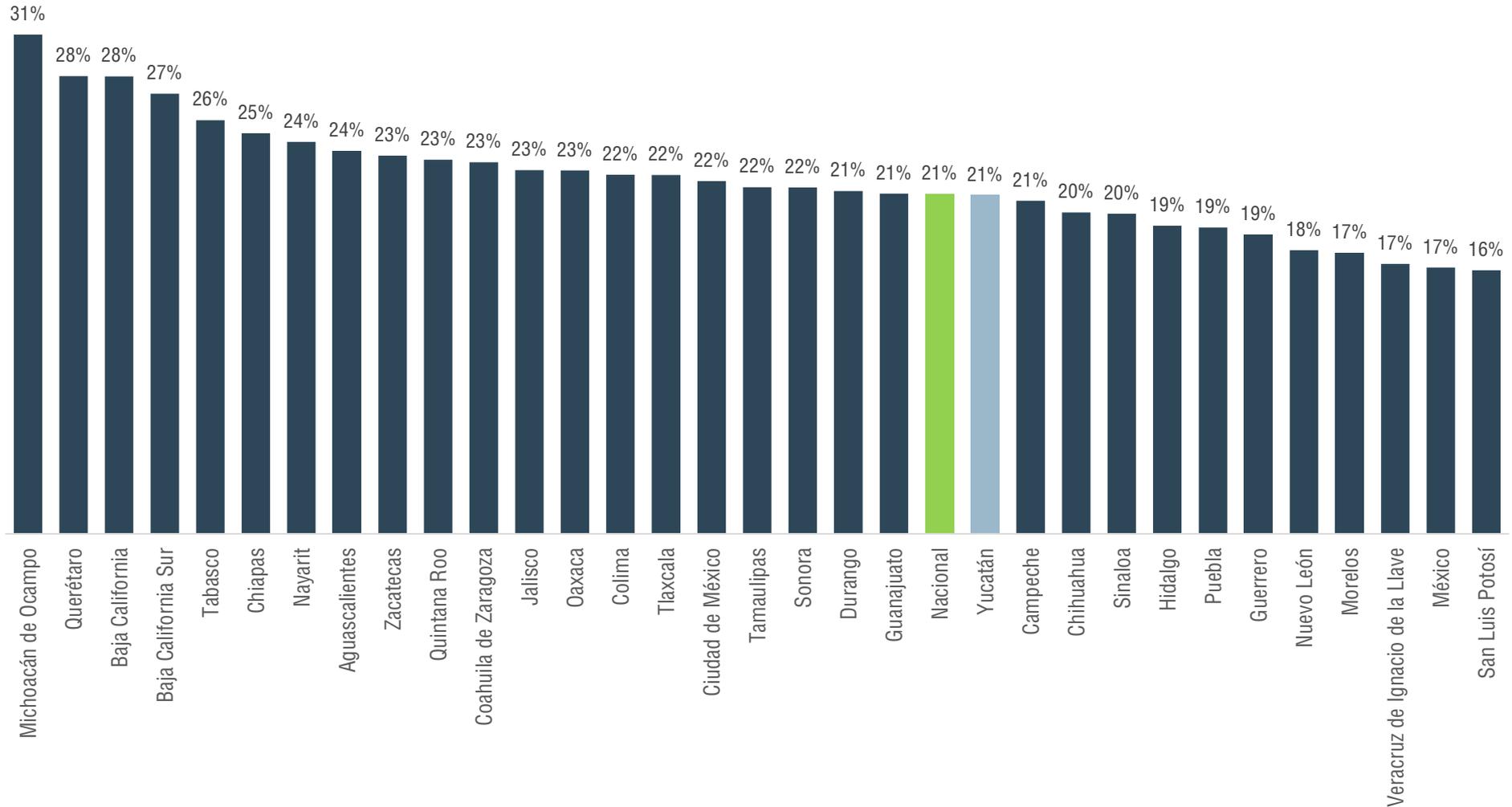
Base: 2,005 personas que ven canales de televisión abierta



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

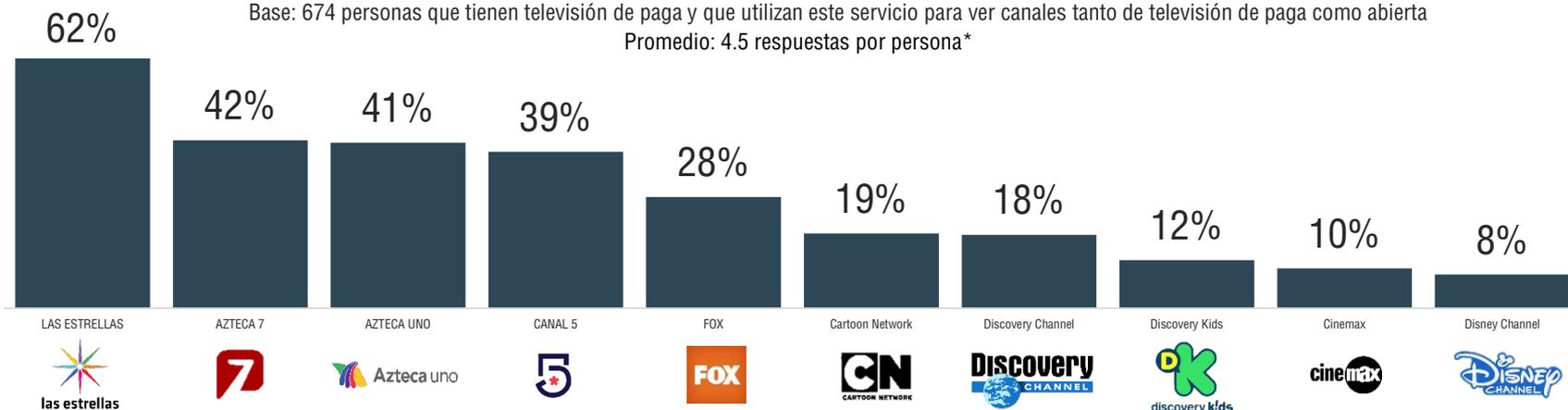


# Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES



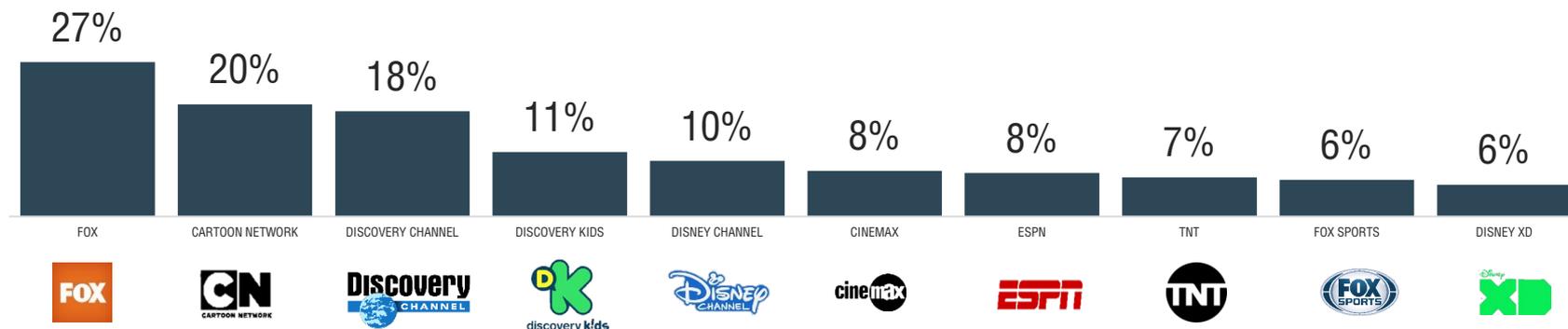
## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*

Base: 674 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio: 4.5 respuestas por persona\*



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

Base: 1,071 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



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

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

## Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base: 1,071 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 2.5 respuestas por persona\*



Películas

**62%**



Musicales

**18%**



Series

**36%**



Noticias

**18%**



Caricaturas / Programas infantiles

**27%**



Comedia / Cómicos

**18%**



Deportes

**25%**



Documentales, reportajes culturales y educativos

**10%**



Telenovelas

**20%**



Dramatizado unitario

**3%**

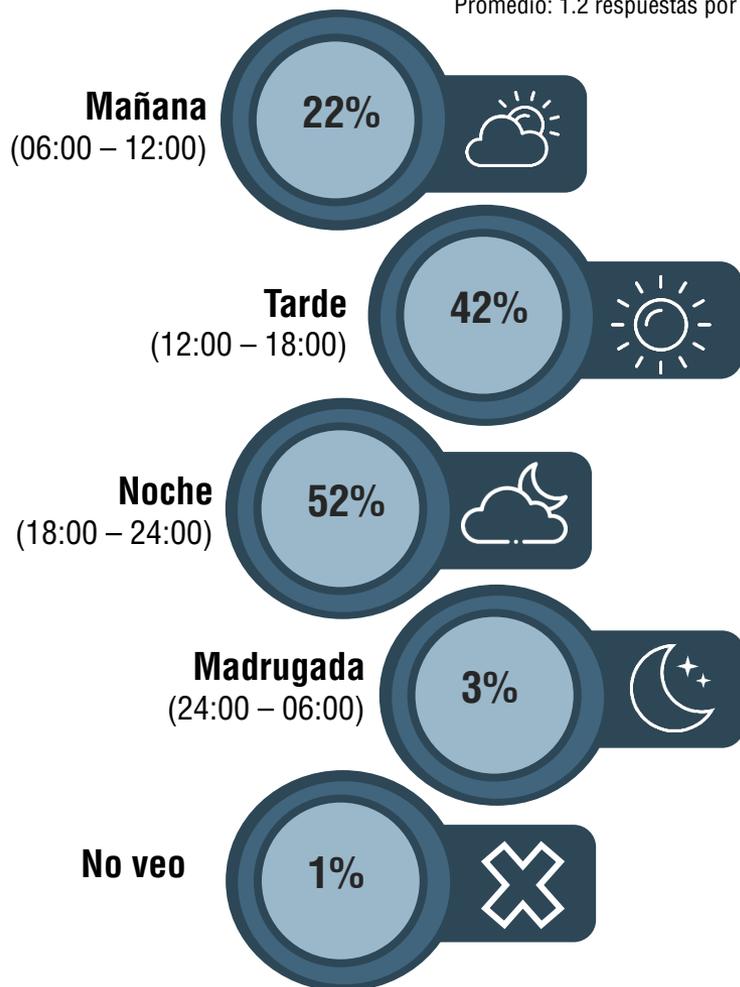
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

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

Base: 1,071 personas que ven canales de televisión de paga

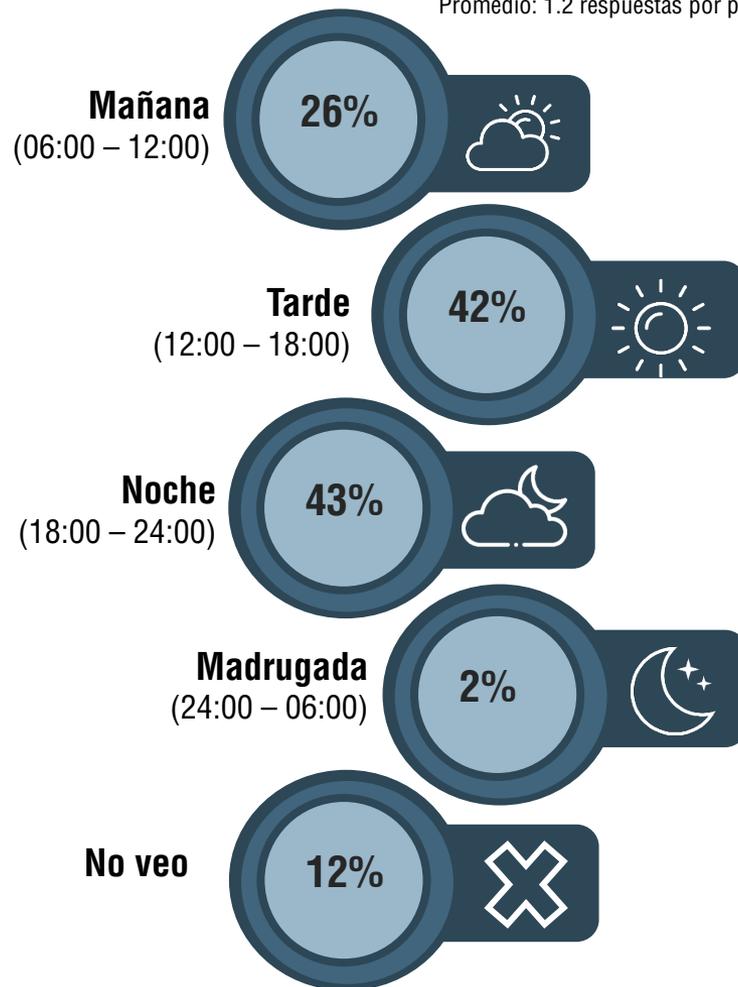
### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

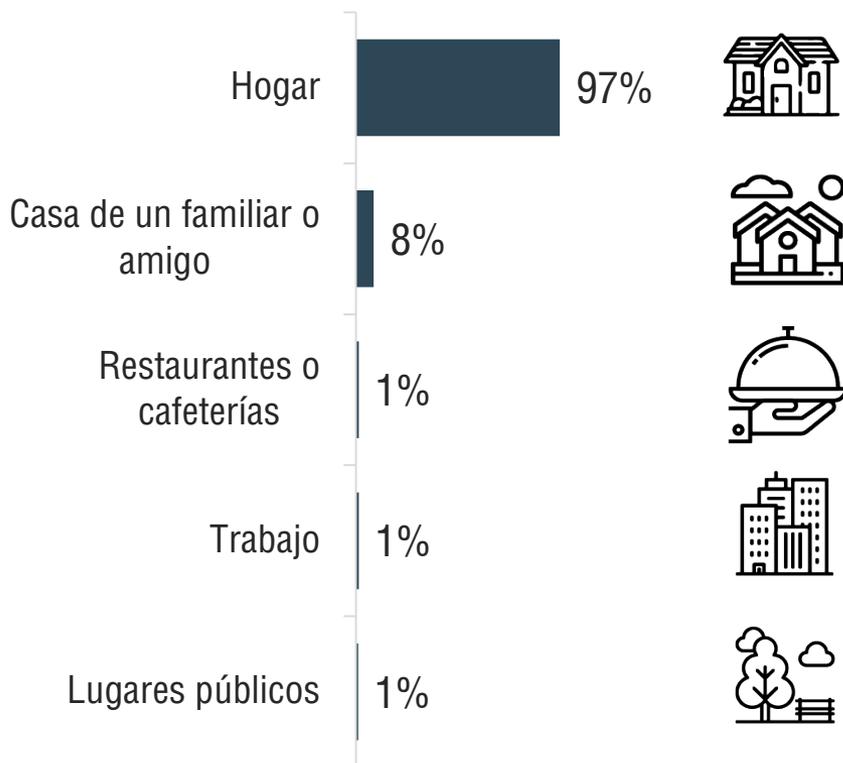


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Lugares donde ve televisión de paga

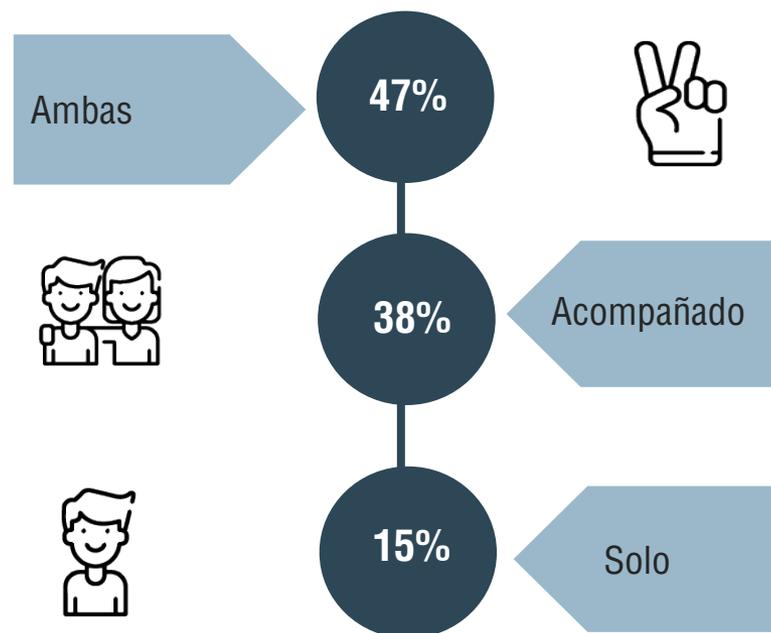
Base: 1,071 personas que ven canales de televisión de paga

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*

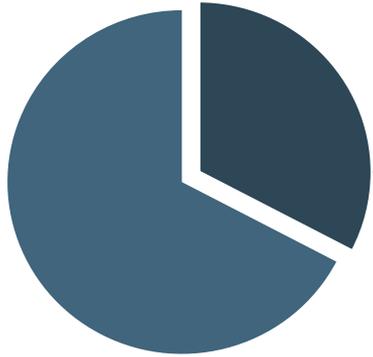


## ¿Con quién ve la televisión de paga?

Base: 1,071 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%.

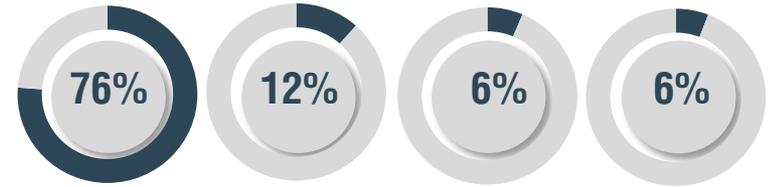


**33%**  
de las personas escuchan radio

Base: 2,726 personas

## Consumo por tipo de banda

Base: 922 personas que escuchan radio



FM

AM

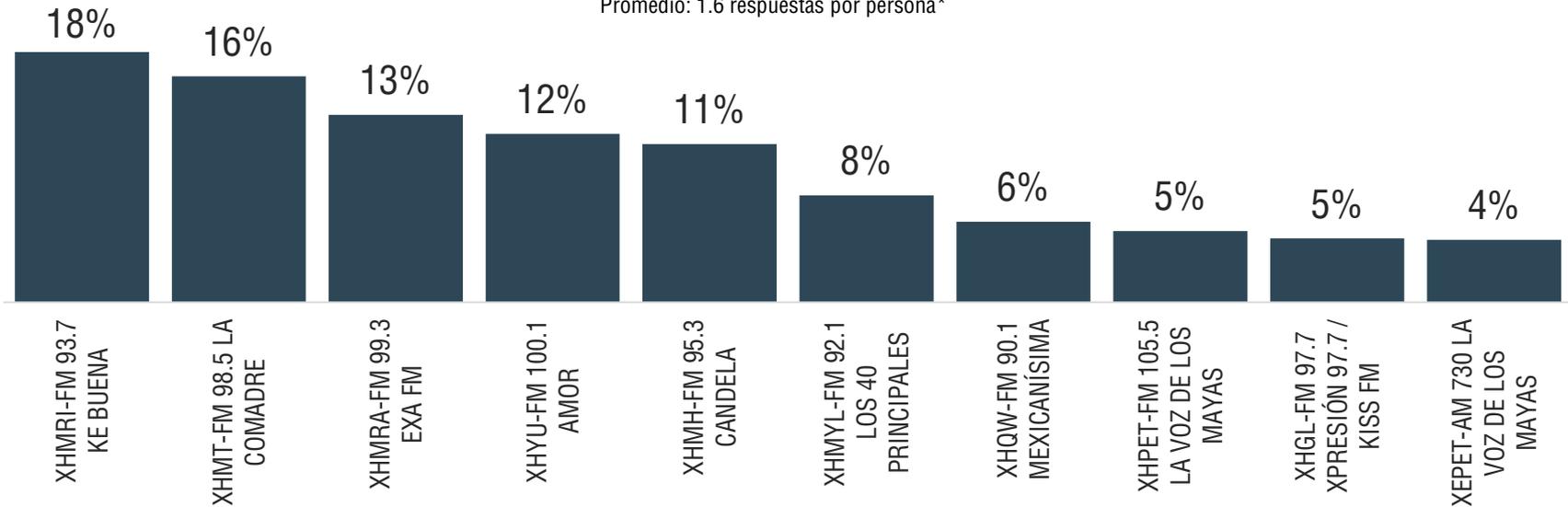
Ambas

No sabe

## Estaciones de radio que más escuchan\*\*

Base: 922 personas que escuchan radio

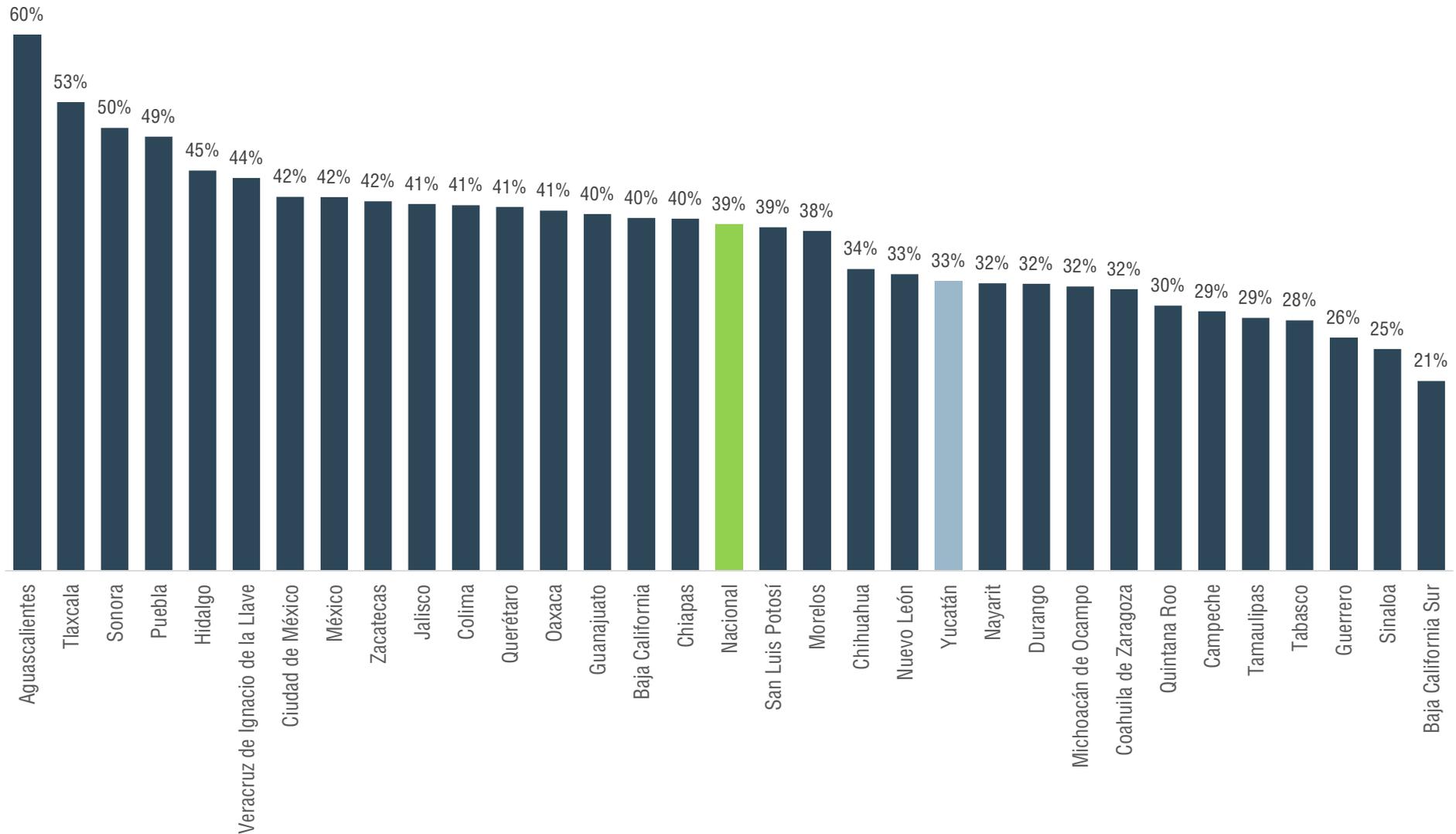
Promedio: 1.6 respuestas por persona\*



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

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

# Escuchan estaciones de radio – Entidades



## Tipo de programas de radio más escuchados

Base: 922 personas que escuchan radio

Promedio: 1.7 respuestas por persona\*



Musicales

80%



Debate / Opinión

6%



Noticias

45%



Estilo de vida / Programa de revista

5%



Deportes

13%



Programas infantiles

2%



Humor / Cómicos

11%



Radionovelas

2%



Culturales / Científicos

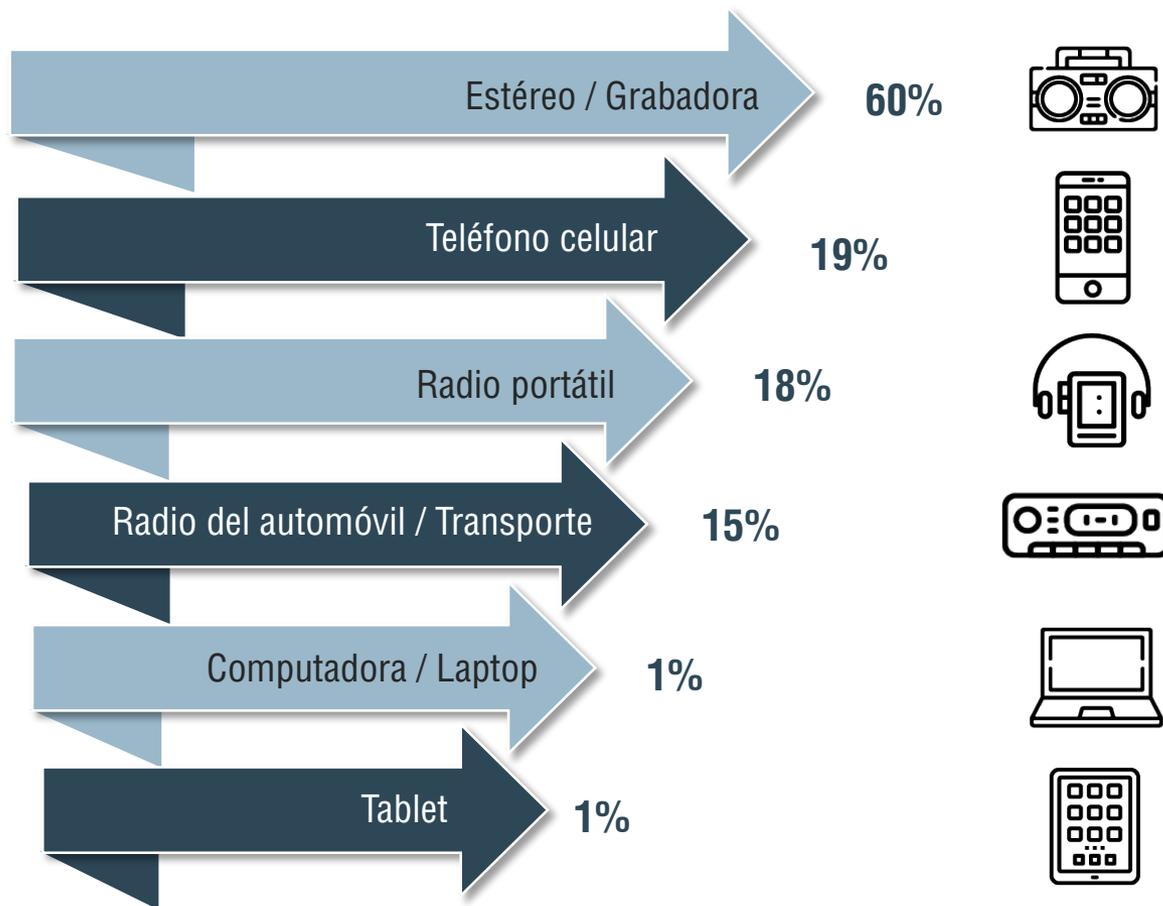
7%

\*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: 922 personas que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



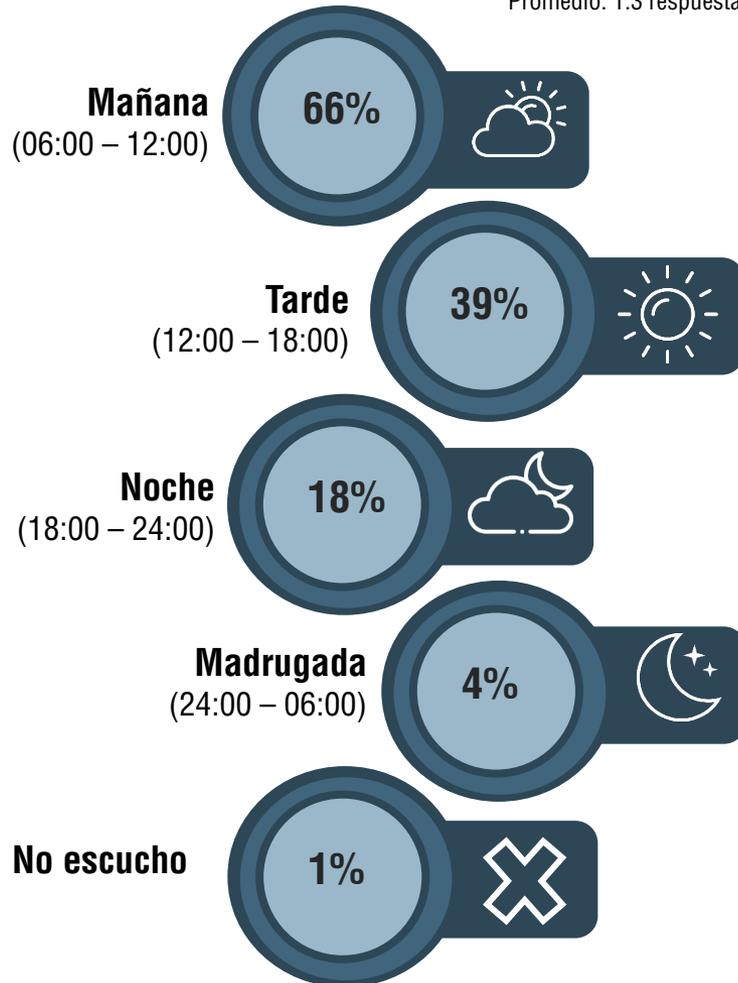
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra escuchar radio

Base: 922 personas que escuchan radio

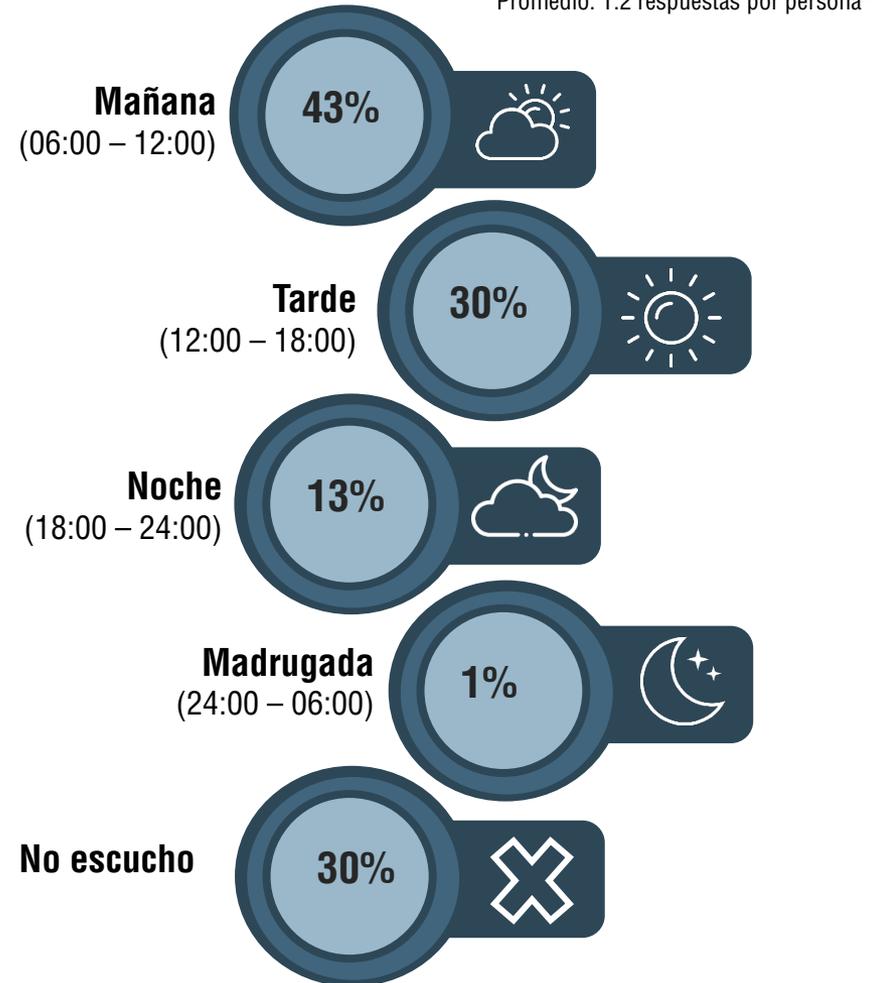
### Lunes a viernes

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

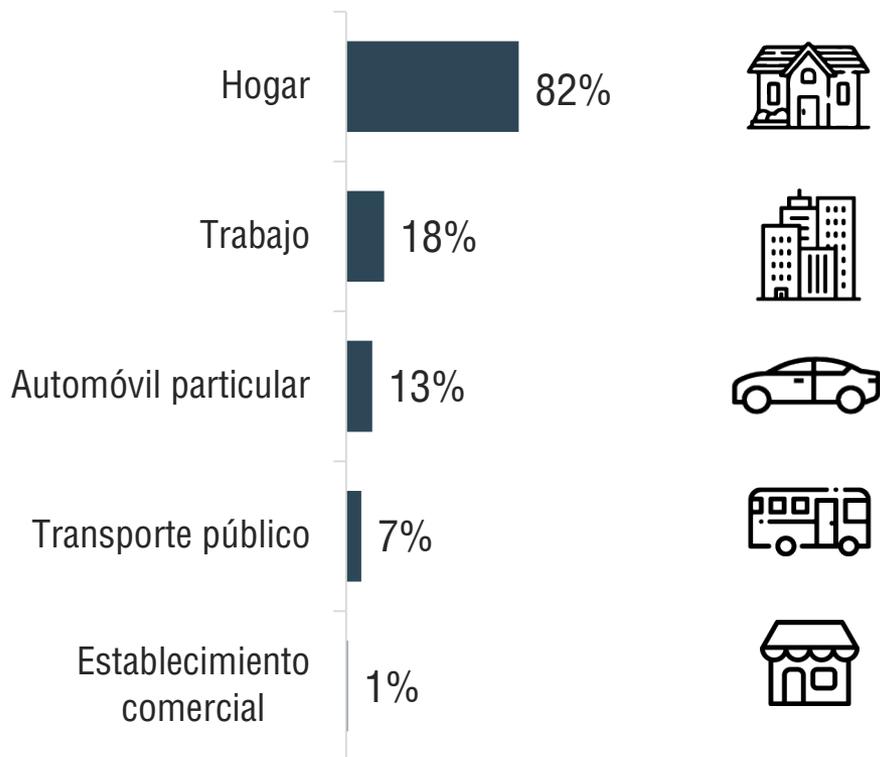


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Lugares donde escucha radio

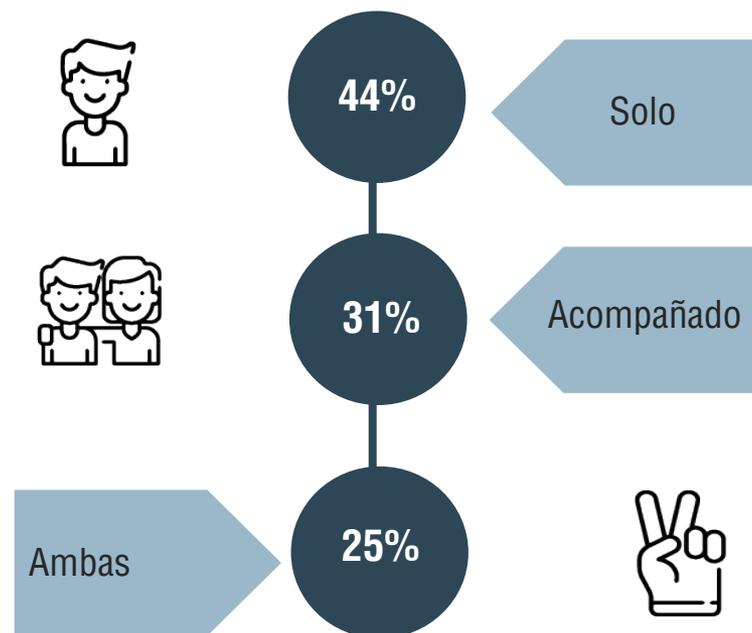
Base: 922 personas que escuchan radio

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

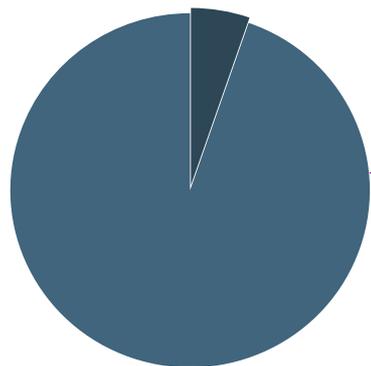


## ¿Con quién escucha la radio?

Base: 922 personas que escuchan radio



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



**5%**  
de las personas escuchan radio por internet

Base: 922 personas que escuchan radio

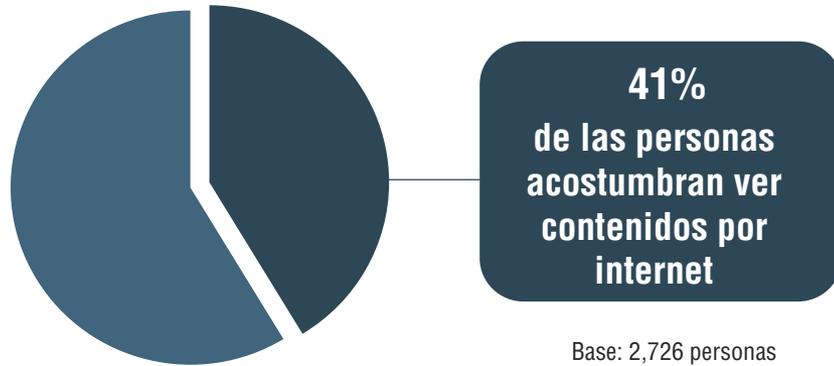
## Razones para escuchar radio por internet

Base: 56 personas que escuchan radio 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%.



Base: 2,726 personas

## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.8 respuestas por persona\*

**You**Tube

**82%**

**NETFLIX**

**27%**



**23%**

**Televisa**  
DIGIT .L

**7%**

**tvazteca**

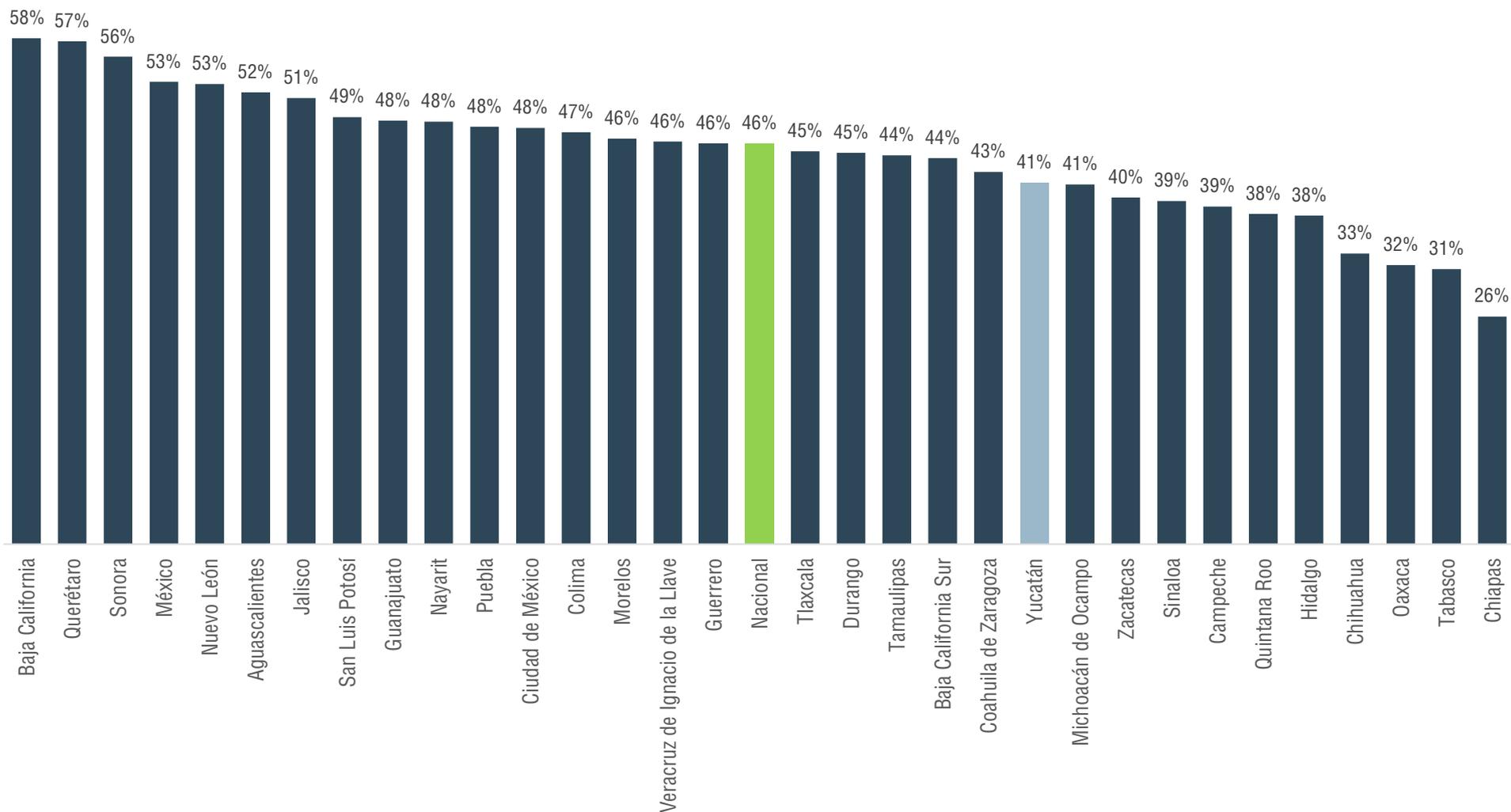
**5%**

**You**Tube **Red**

**4%**

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

# Consumen contenidos por internet – Entidades



**31%**

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

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet

**7%**

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

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet



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

Base: 380 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet  
Promedio: 1.4 respuestas por persona\*

|   |                     |     |      |
|---|---------------------|-----|------|
| 1 | <b>NETFLIX</b>      | 94% | 11.4 |
| 2 | <b>You Tube Red</b> | 12% | 11.2 |
| 3 | <b>Claro video</b>  | 11% | 6.3  |
| 4 | <b>amazon prime</b> | 4%  | 6.0  |
| 5 | <b>.izzi!</b>       | 4%  | 5.0  |

Horas de consumo a la semana (promedio)

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

87%

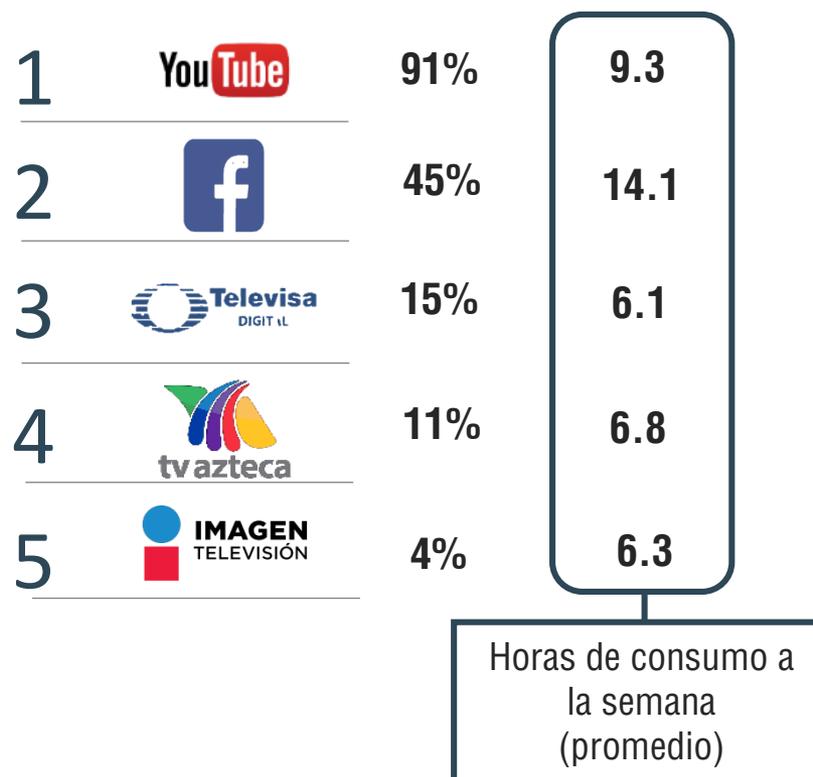
De las personas que ven contenidos por internet, usan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet

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



Base: 1,016 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet  
Promedio: 1.8 respuestas por persona\*



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

## Tipo de contenidos más vistos

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet

Promedio: 2.4 respuestas por persona\*



Películas

41%



Videos cómicos

16%



Series

36%



Documentales /  
Culturales

15%



Videos musicales

33%



Animé

13%



Tutoriales (cocina, salud  
y belleza, etc.)

23%



Videobloggers

13%



Deportes

18%



Caricaturas / Programas  
infantiles

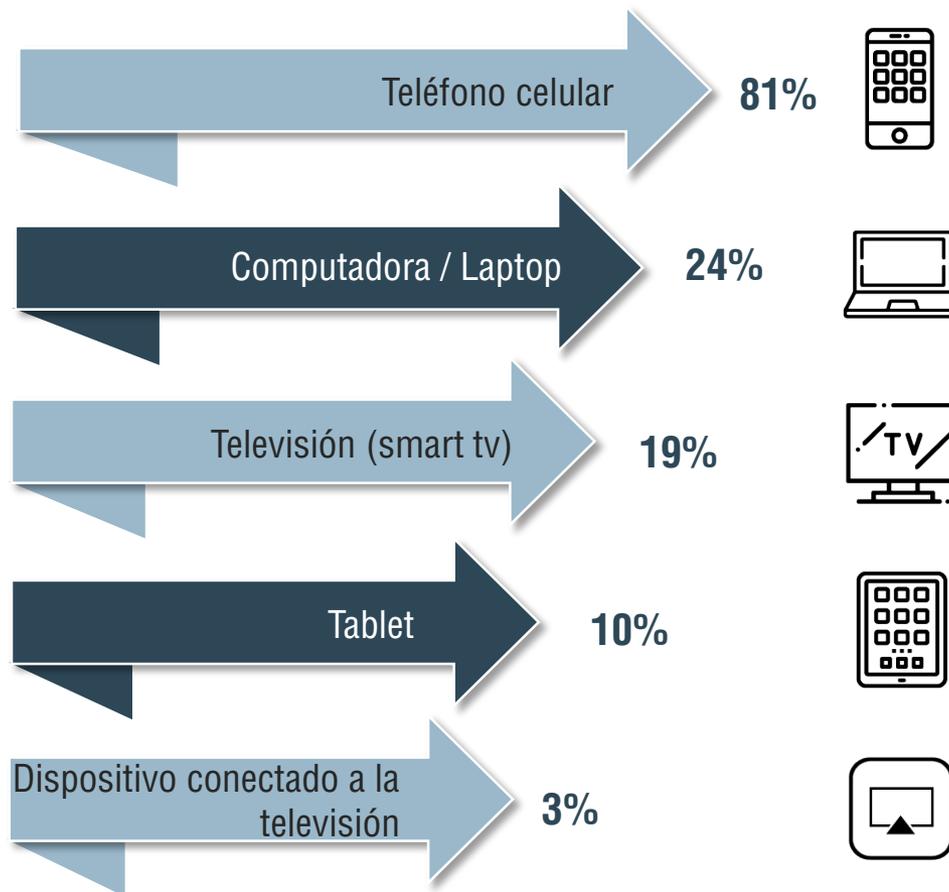
12%

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

## Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



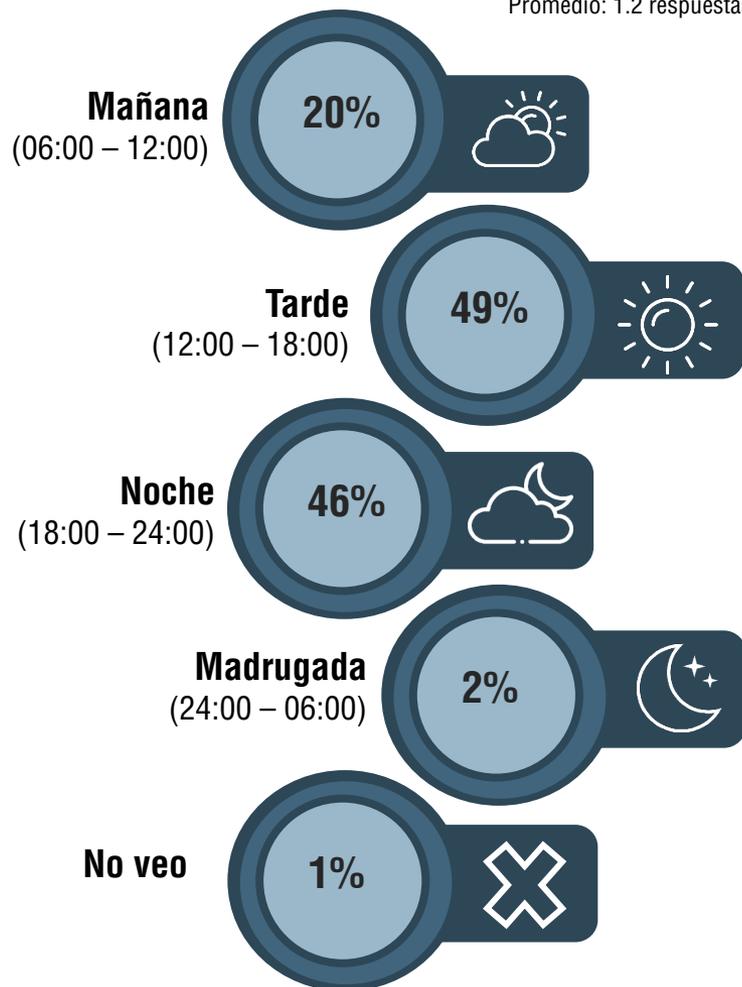
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet

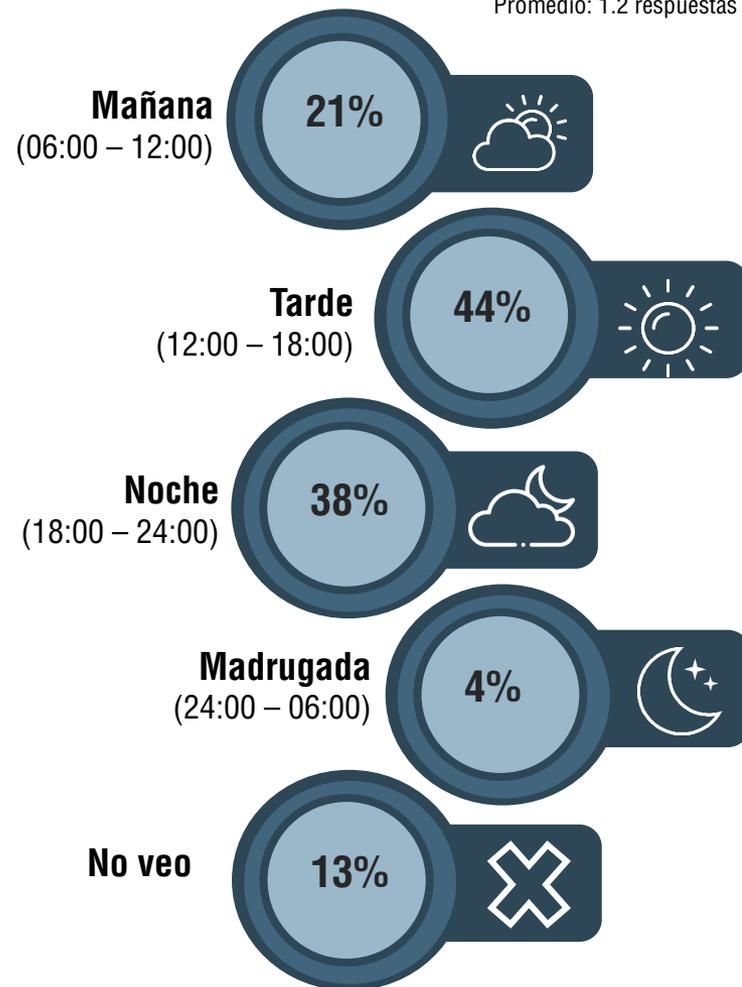
### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

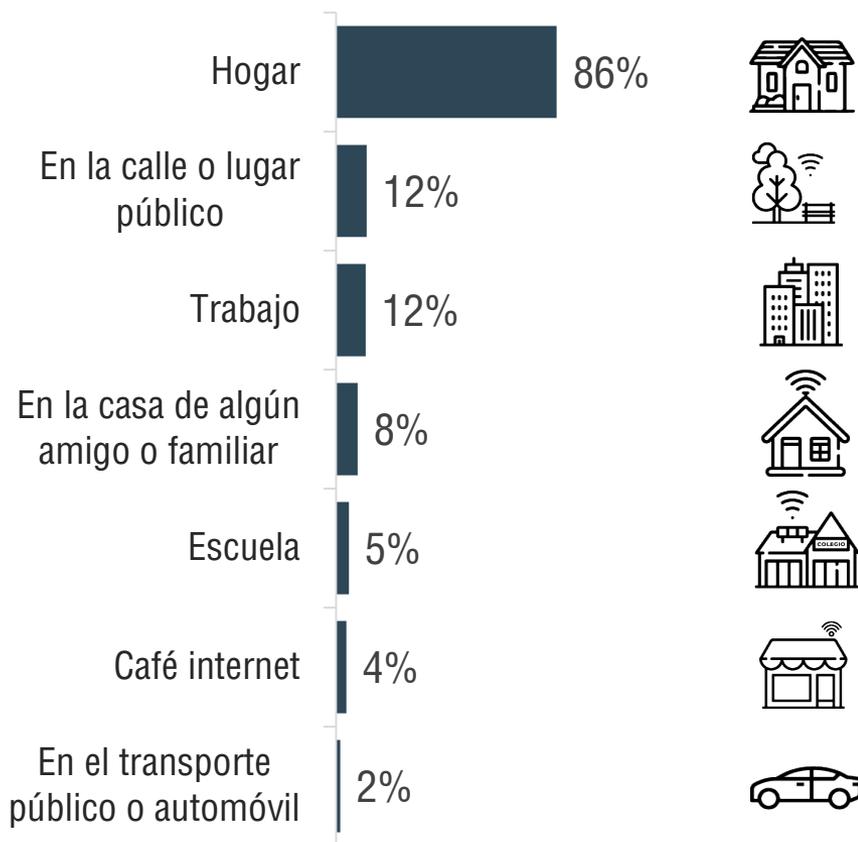
Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



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

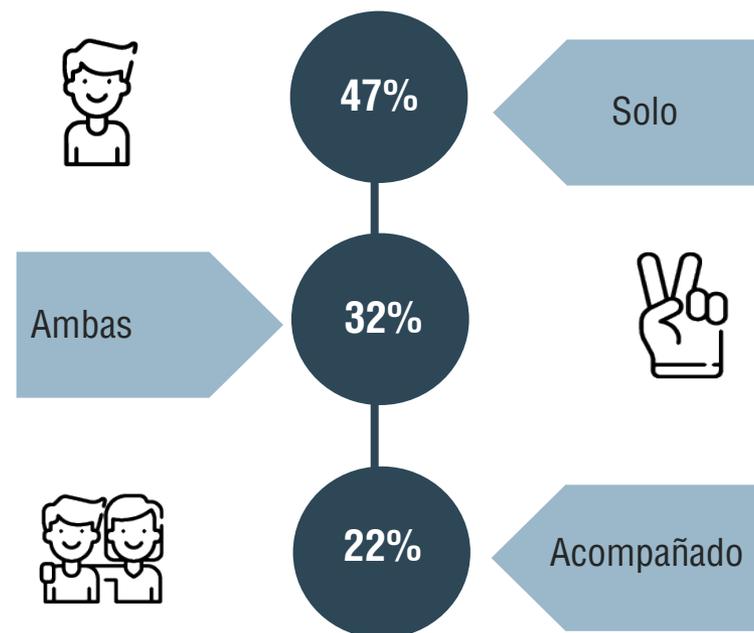
## Lugares donde consume contenidos por internet

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



## ¿Con quién ve programas en internet?

Base: 1,185 personas que consumen contenidos por internet



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

## Escucha música o contenidos por internet

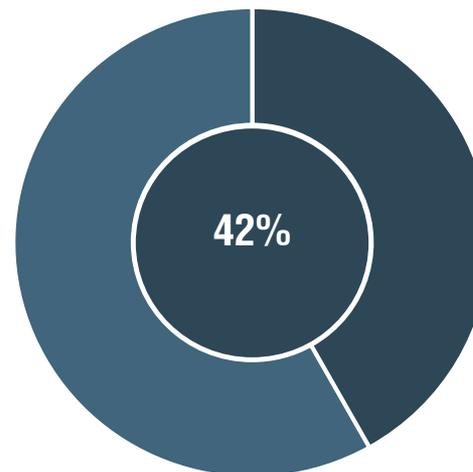
Base: 1,185 personas que ven contenidos por internet



**29%**

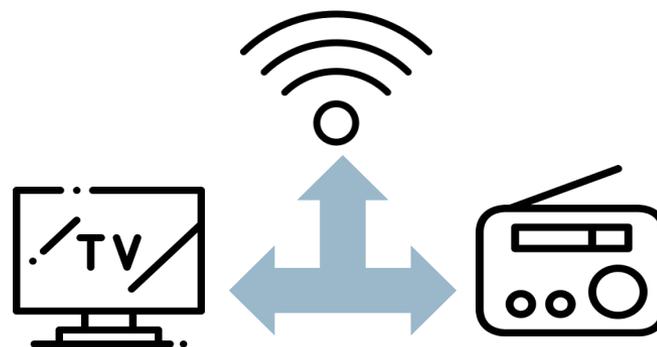
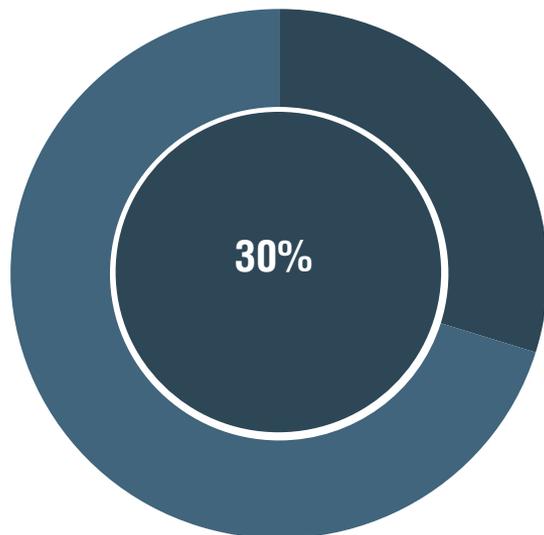
## Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica

Base: 350 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet



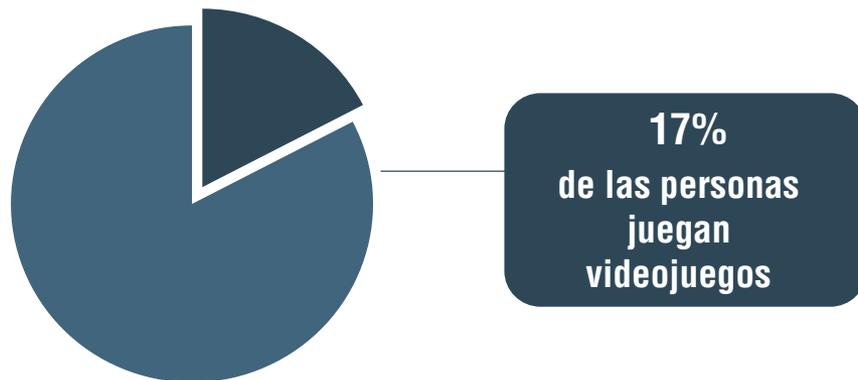
## Consumo simultáneo de contenidos por internet con radio y/o televisión

Base: 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



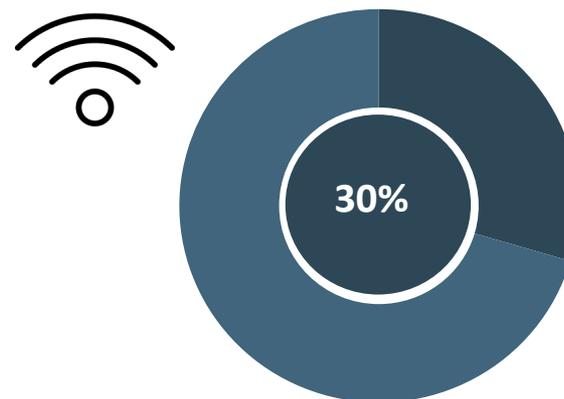
## Consumo de videojuegos

Base: 2,726 personas

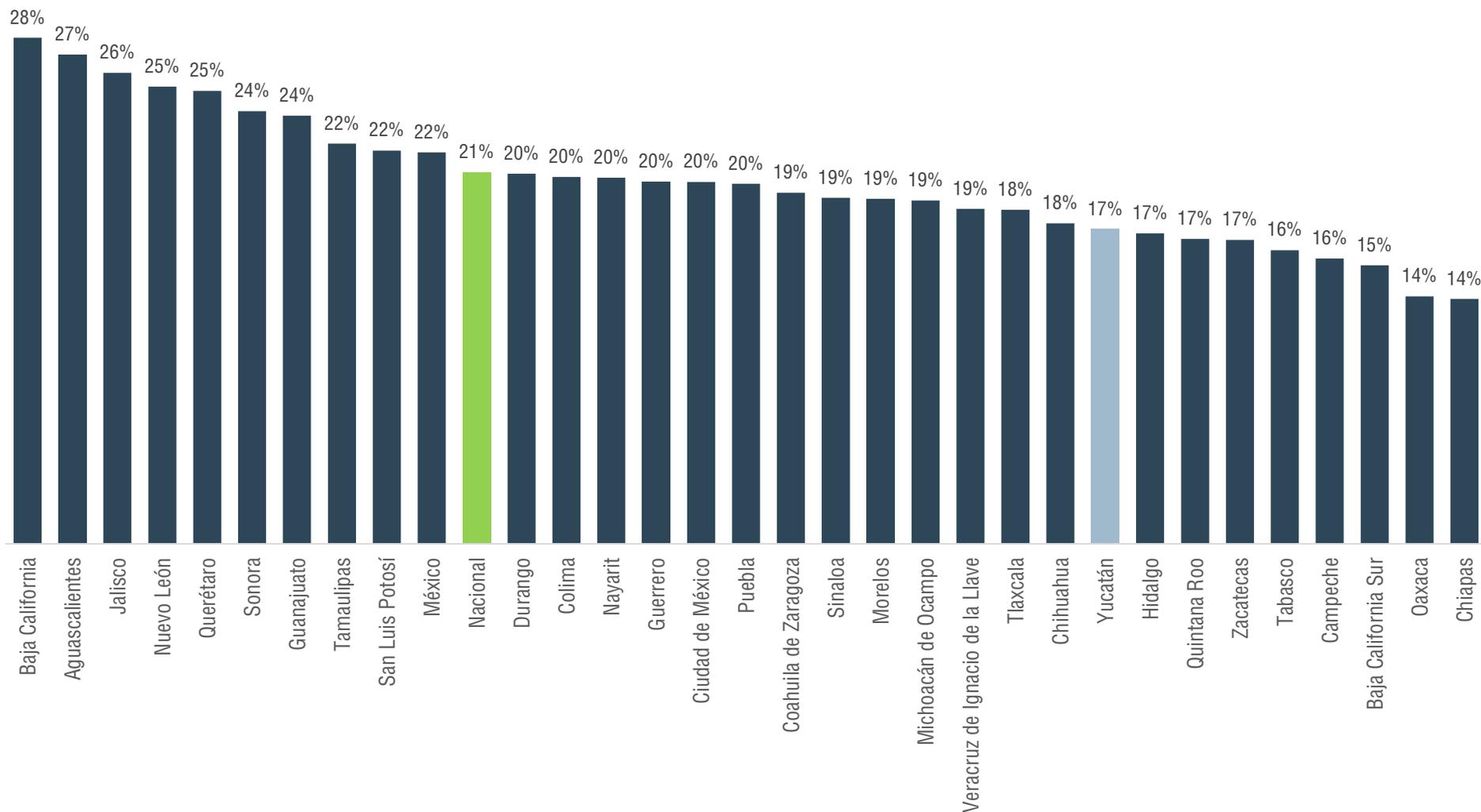


## Acostumbra jugar videojuegos online

Base: 515 personas que juegan videojuegos



# Consumo de videojuegos – Entidades



## Tipo de videojuegos que más juegan

Base: 515 personas que juegan videojuegos

Promedio: 2 respuestas por persona\*



Peleas / Batallas / Lucha

51%



Deportes

21%



Carreras

30%



Música / Baile

8%



Estrategia

24%



Infantiles

7%



Aventura / RPG

22%



De dibujo

5%



Destreza / Rompecabezas

21%



Trivia

5%

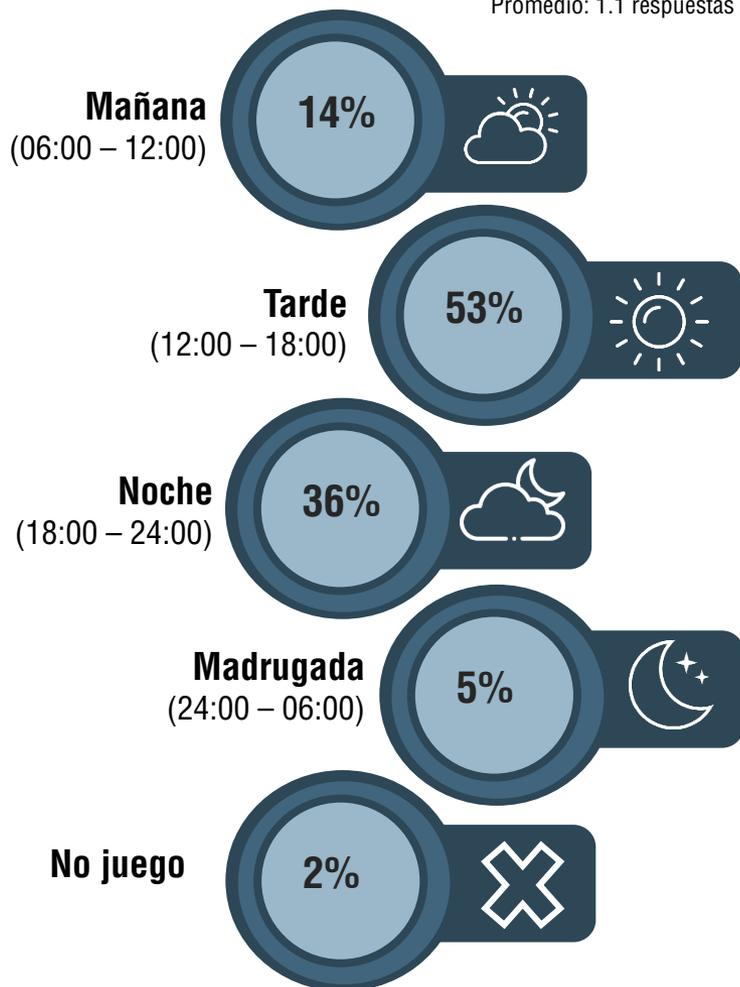
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Base: 515 personas que juegan videojuegos

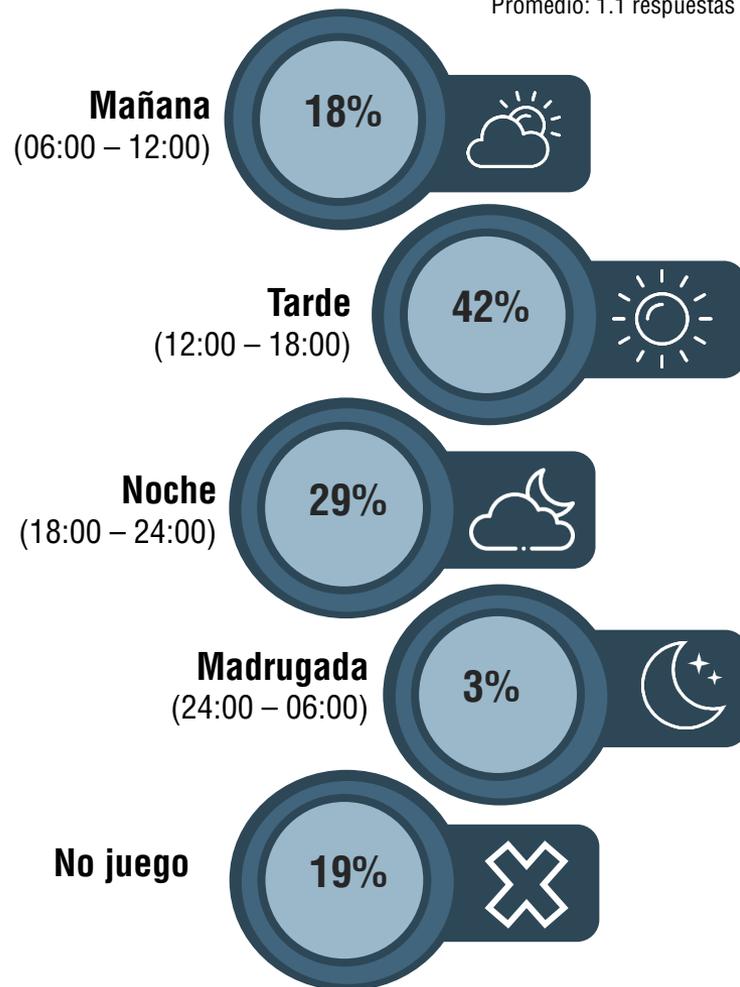
### Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

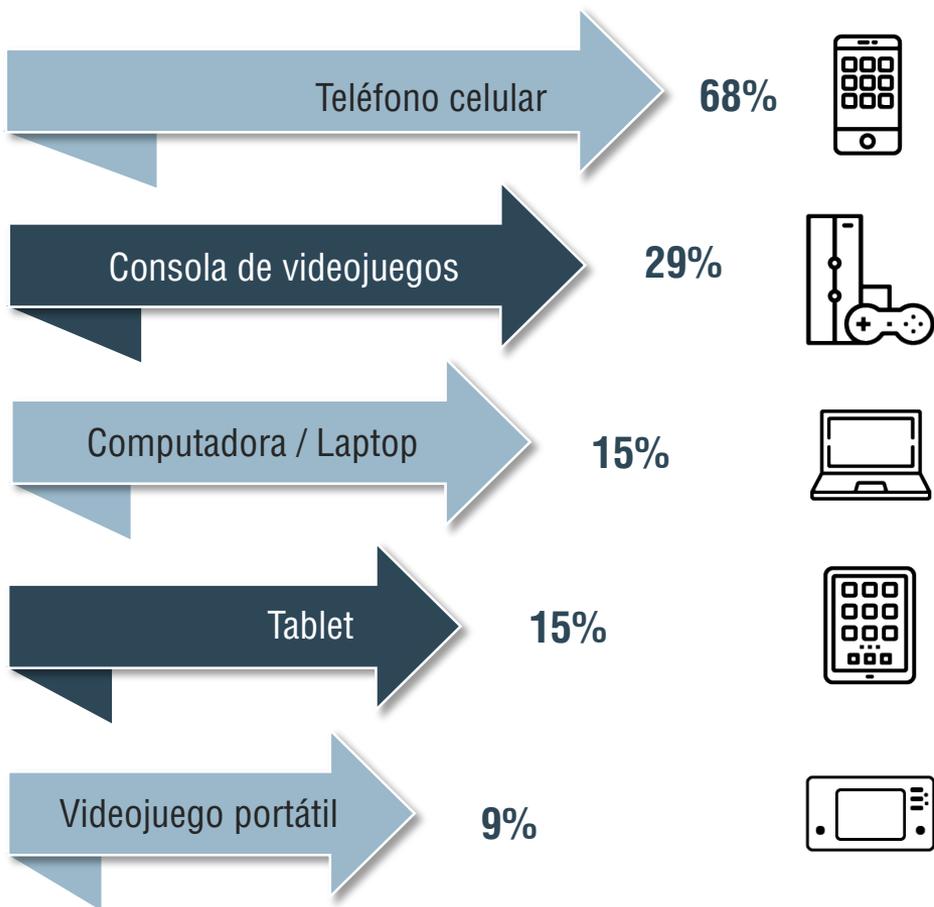
Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



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

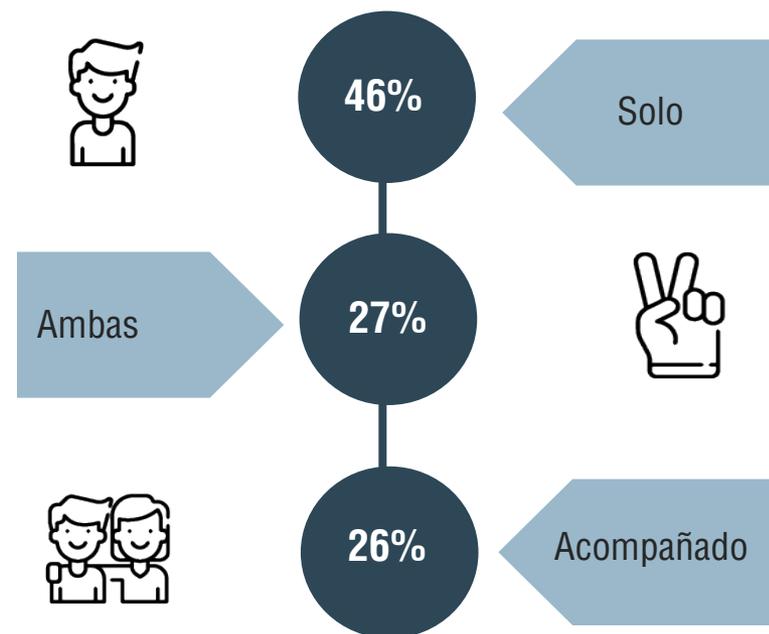
## Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

Base: 515 personas que juegan videojuegos  
Promedio: 1.4 respuestas por persona\*

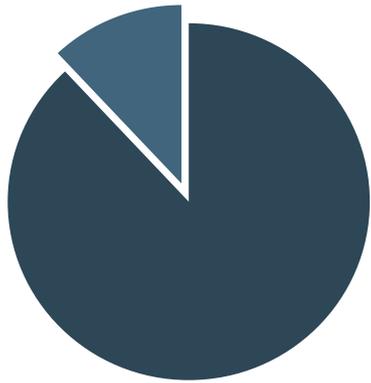


## ¿Con quién juega?

Base: 515 personas que juegan videojuegos



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

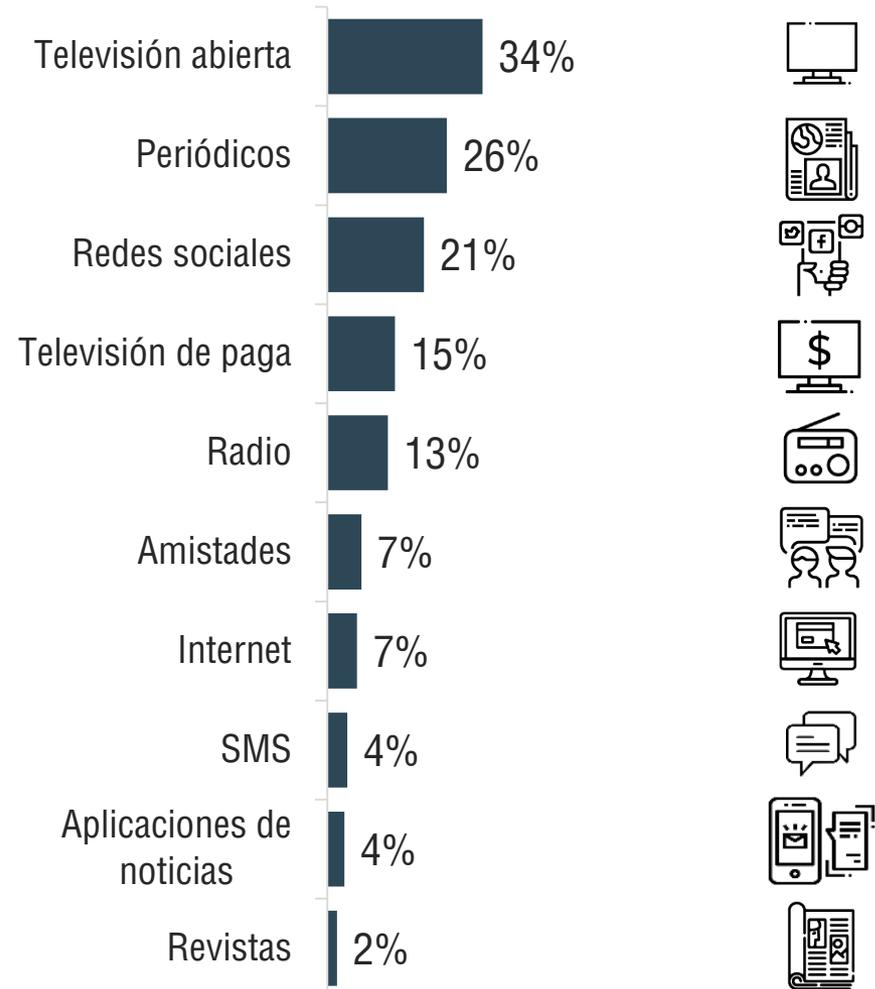


**88%**  
de las personas  
siguen las noticias

Base: 2,236 personas de 16 años o más

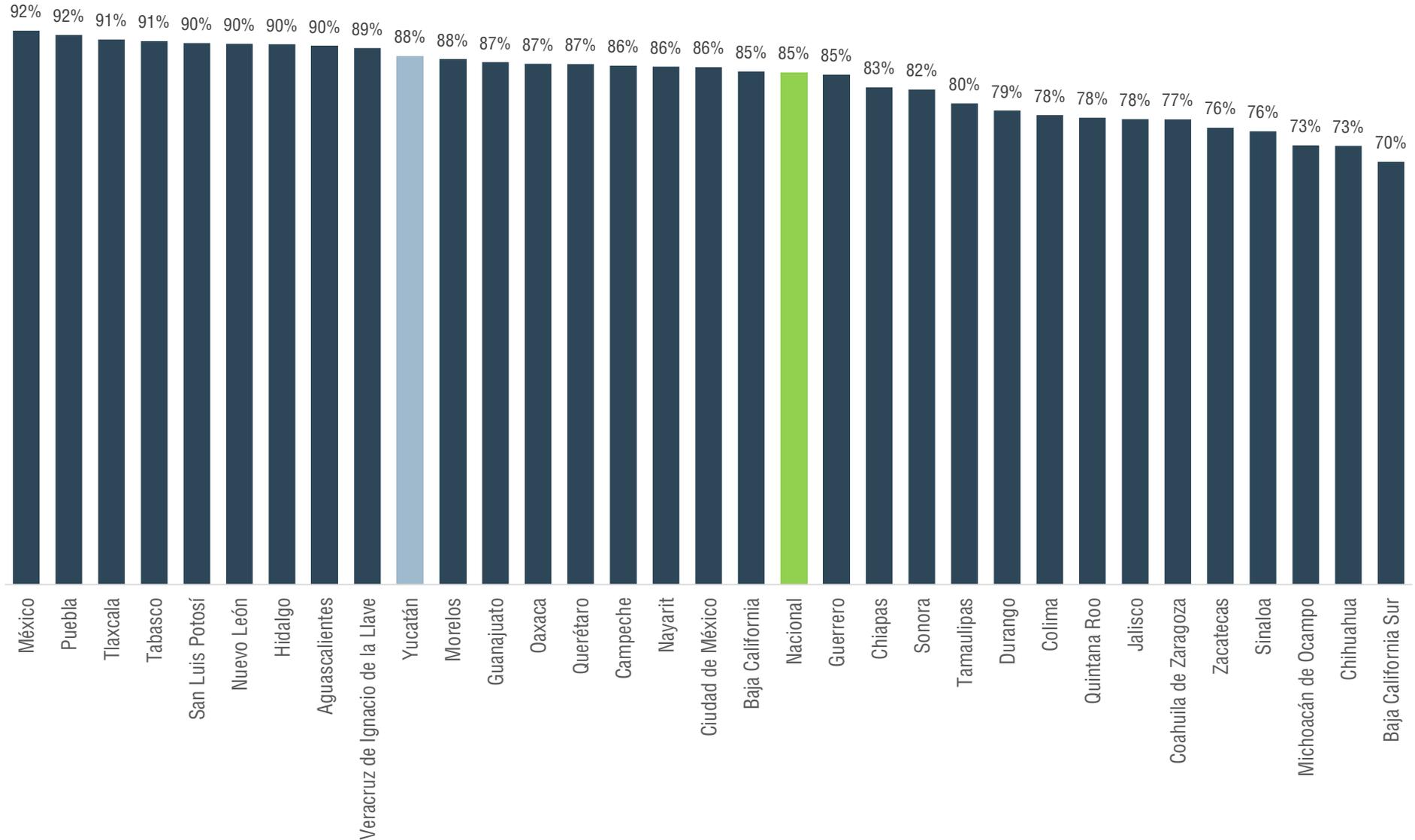
## Medio a través del cuál las sigue

Base: 2,236 personas de 16 años o más  
Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



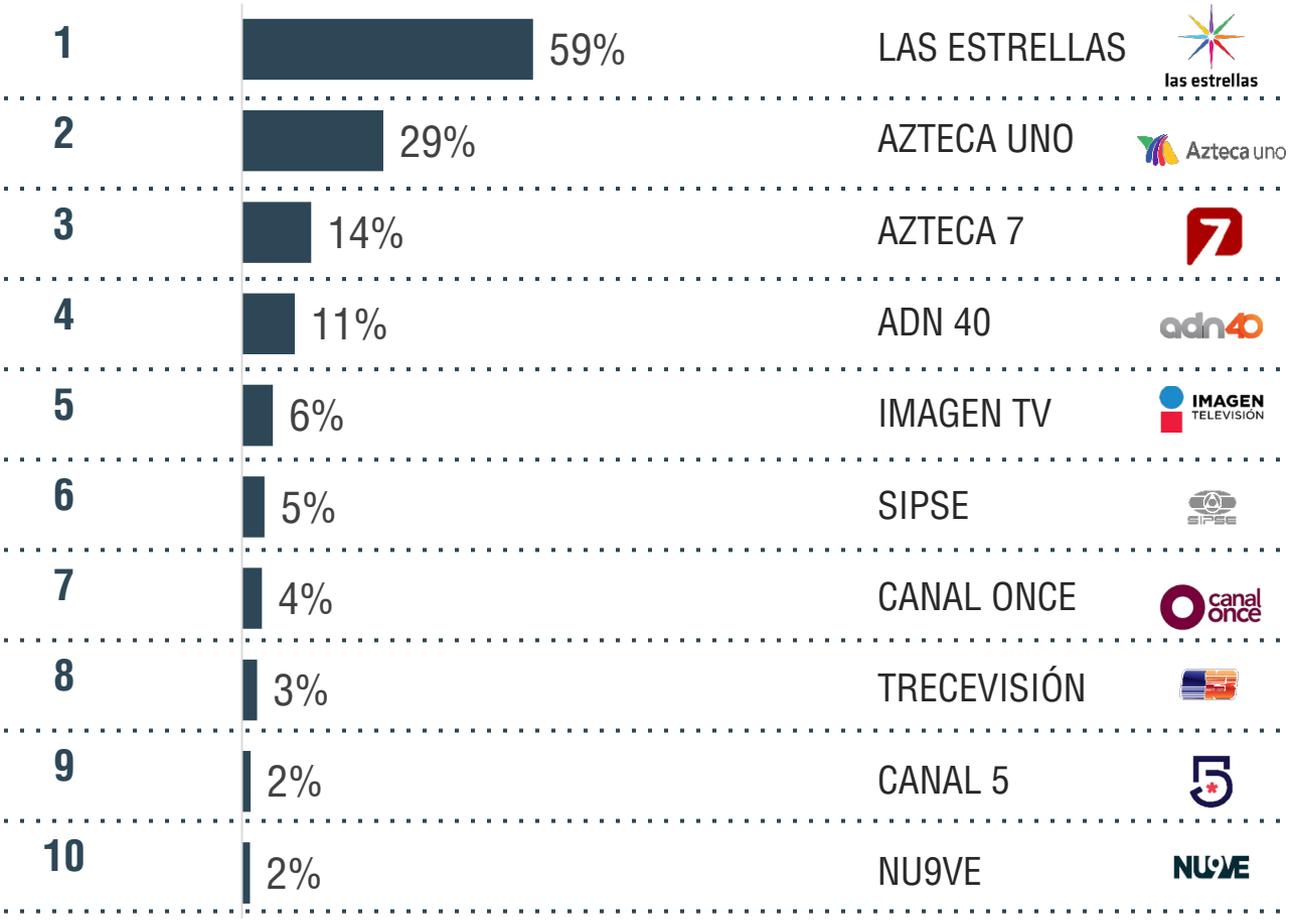
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

# Consumo de noticias – Entidades



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

Base: 781 personas que siguen las noticias en televisión abierta  
Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



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

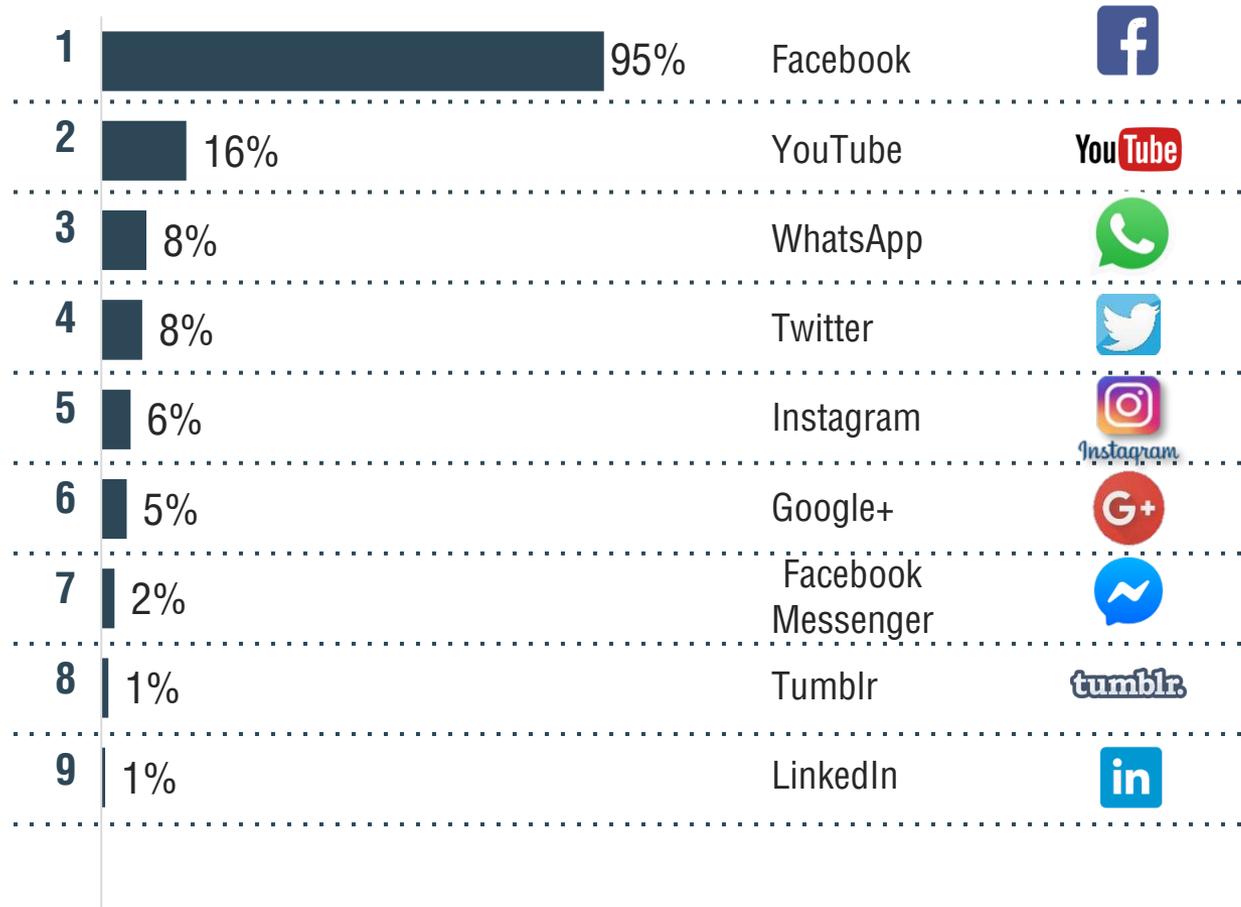
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.



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

Base: 539 personas que siguen las noticias en redes sociales

Promedio: 1.4 respuestas por persona\*



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

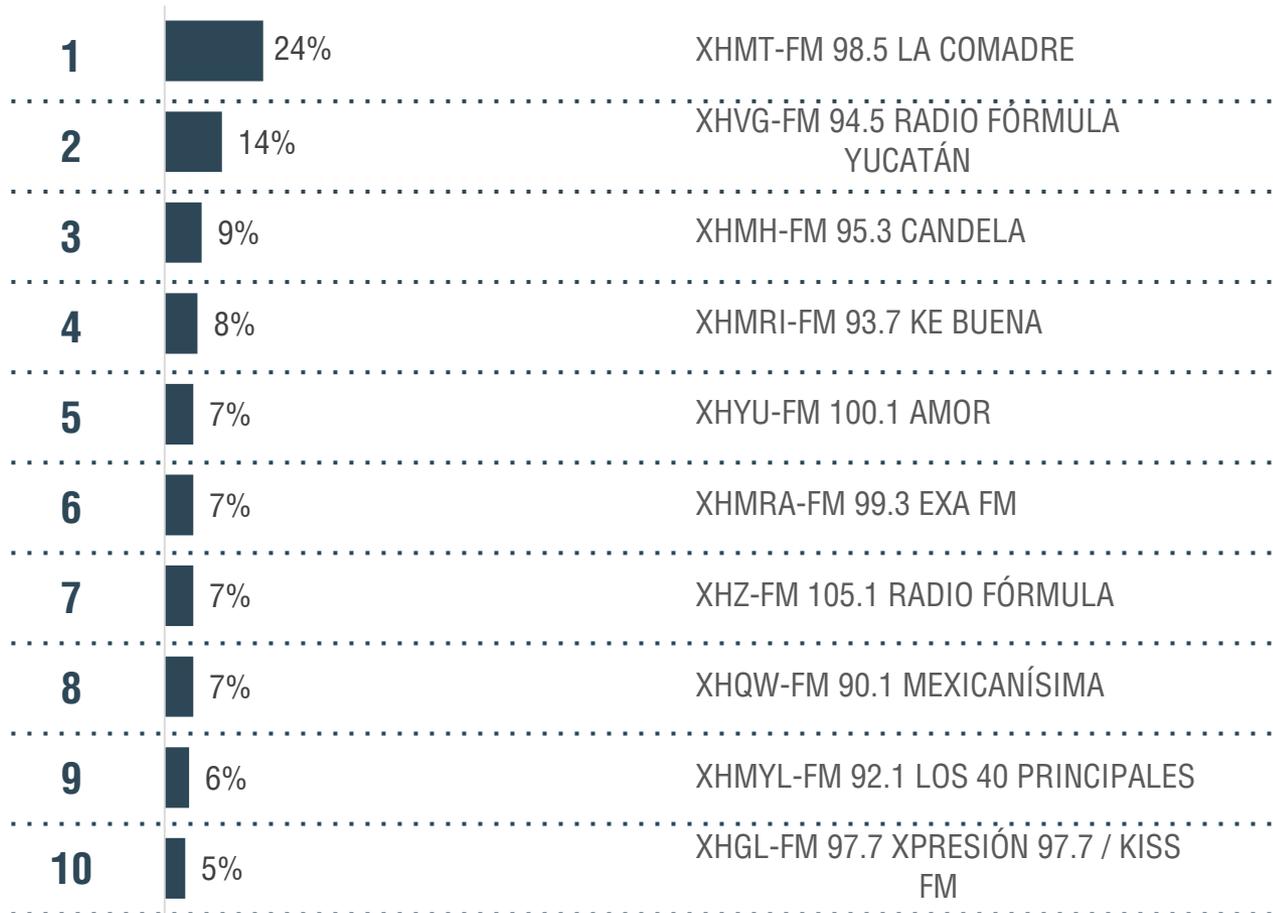
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.



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

Base: 290 personas que siguen las noticias en la radio

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"

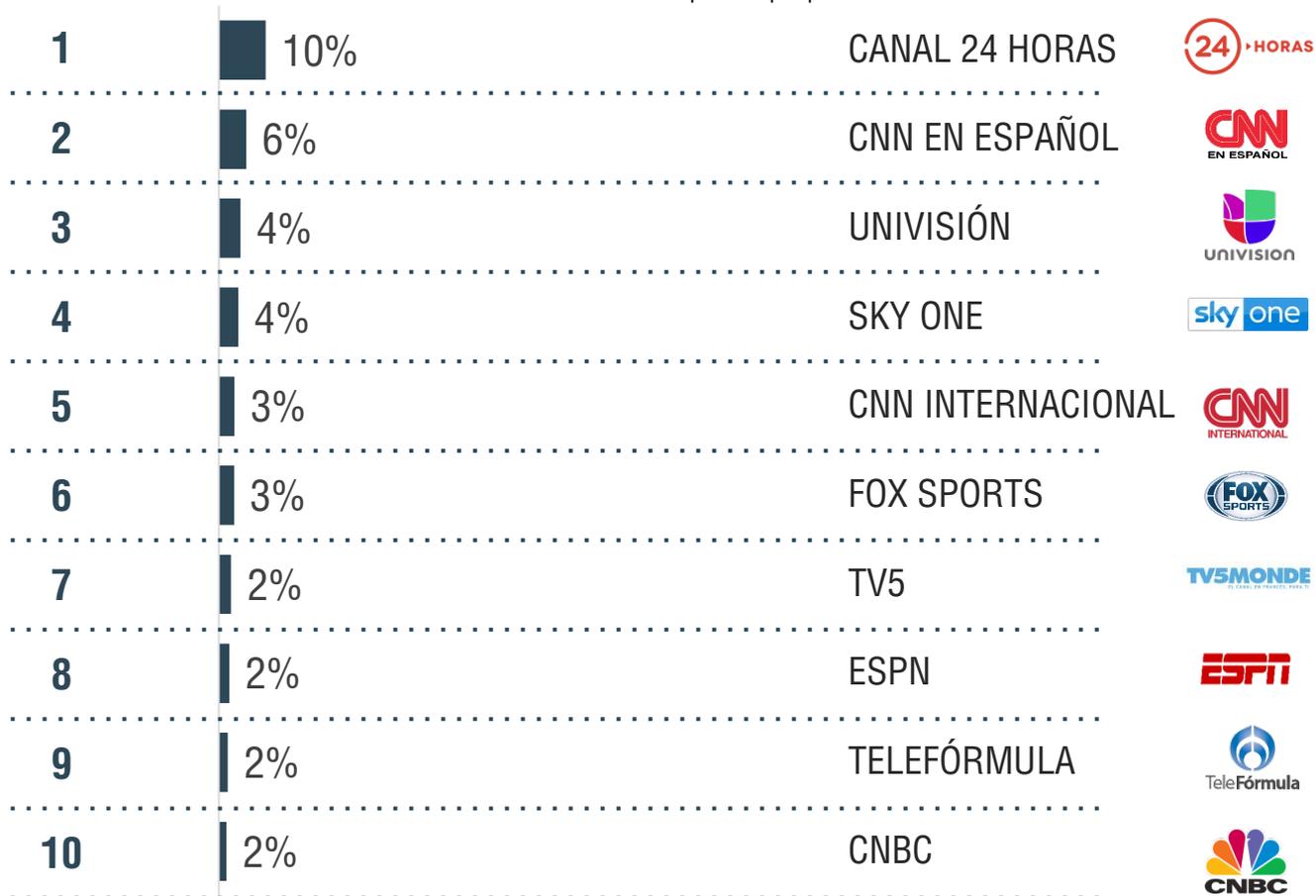
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

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

Base: 320 personas que siguen las noticias en televisión de paga



Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



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

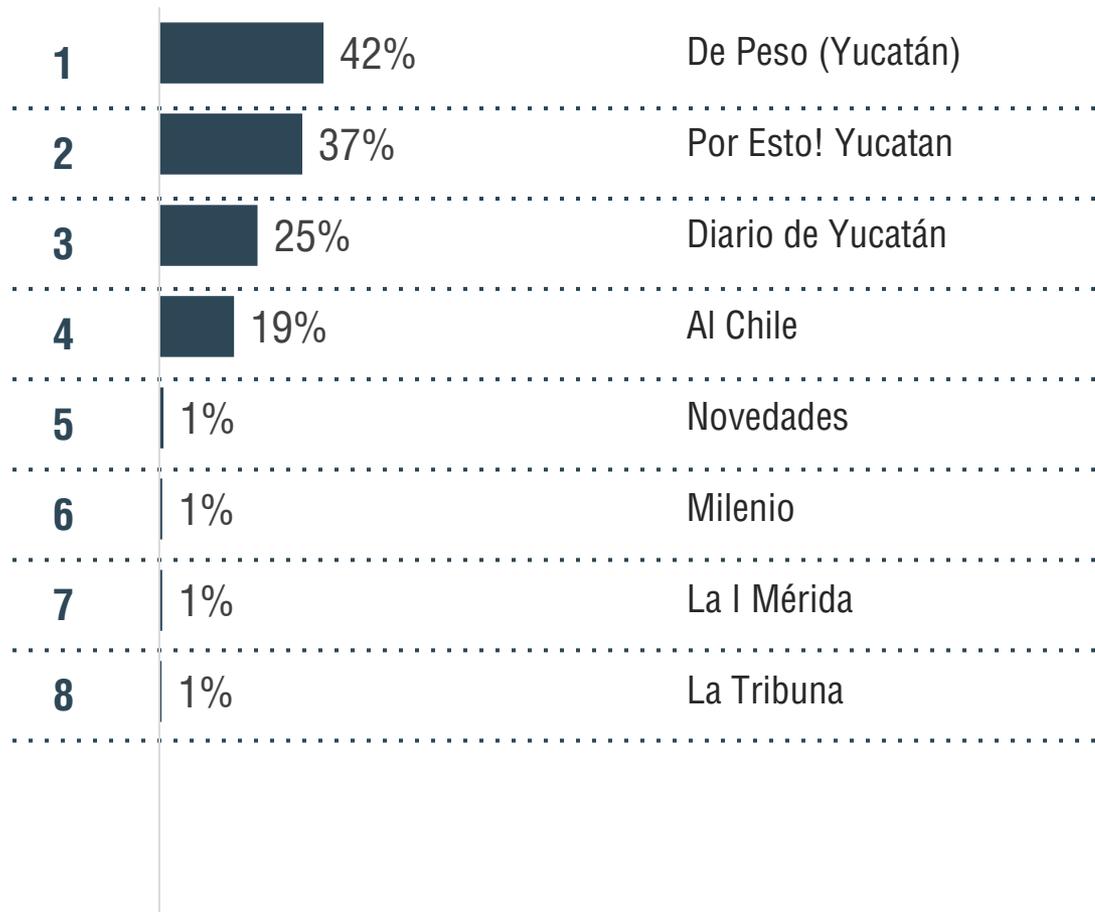
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.



## Periódicos en los que sigue las noticias\* Los más leídos

Base: 579 personas que siguen las noticias en periódicos

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*



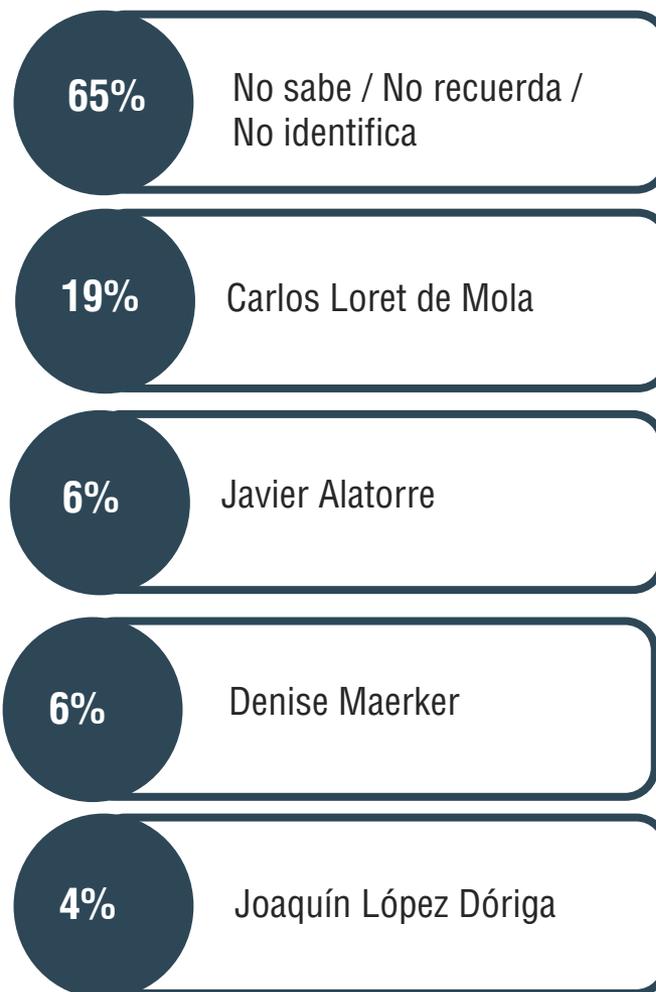
Se presentan los principales resultados.  
No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

\*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: 1,967 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**

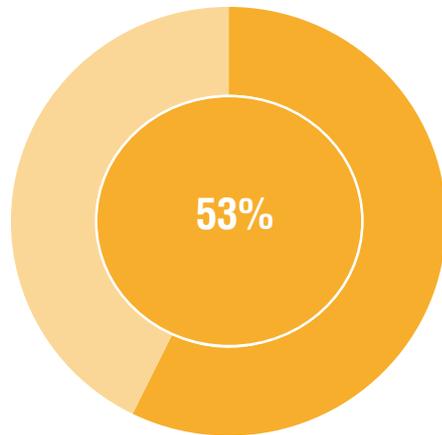
Niñas y Niños

- El **83%** 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, Azteca 7 y Las Estrellas**.
- El tipo de programas de **televisión abierta** más vistos entre niñas y niños son **caricaturas / programas infantiles y películas**.
- **54%** de los niñas y los niños tienen servicio de **televisión de paga**; y, los canales exclusivos de la televisión de paga que ven con mayor frecuencia son **Cartoon Network, Discovery Kids y FOX**.
- **10%** de las niñas y niños acostumbran escuchar la **radio**, principalmente **contenidos musicales** con **71%** y **deportes** con **28%**.
- El **dispositivo** más utilizado para escuchar contenidos por **la radio** es **estéreo / grabadora** con **53%**.
- En el caso de las niñas y niños, **el hogar** es el **lugar** más frecuente para escuchar la radio con un **96%**.
- **39%** de las niñas y niños dijeron consumir **contenidos audiovisuales por internet**. **YouTube** es la plataforma más utilizada, con un **79%** de las preferencias, seguido por **Netflix (26%)**.

- **Caricaturas / programas infantiles**, seguidas de **series** y **películas** 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 **67%** seguido de **copumputadora / laptop** con un **19%**.
- **25%** de las niñas y niños escuchan **contenidos de audio o música por internet**.
- **42%** de las niñas y los niños dijeron jugar **videojuegos**; el **teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines en un **70%**.

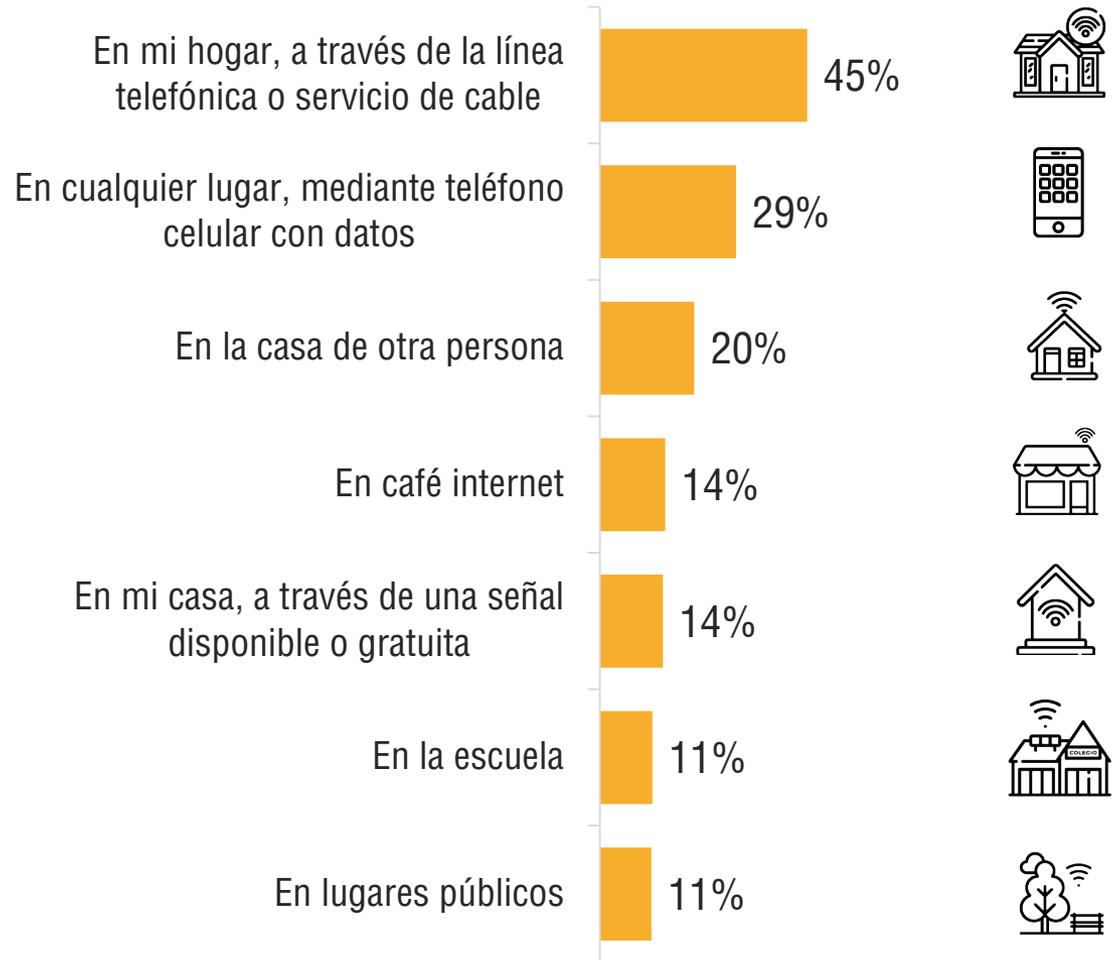
## Uso de internet en su casa o en cualquier otro lugar

Base: 342 niñas y niños

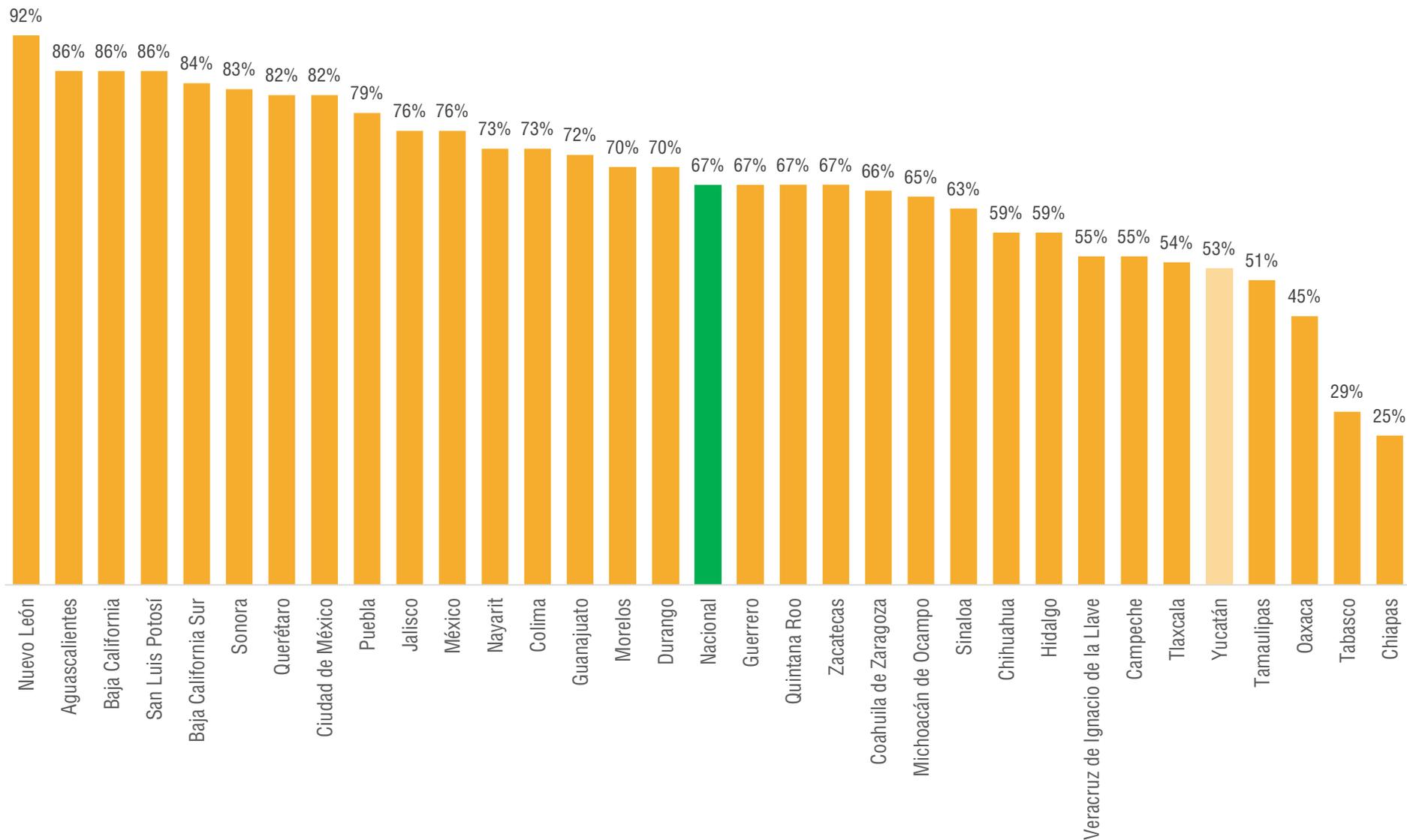


## Lugares para acceder a internet

Base: 197 niñas y niños que usan internet  
Promedio: 1.5 respuestas por persona\*

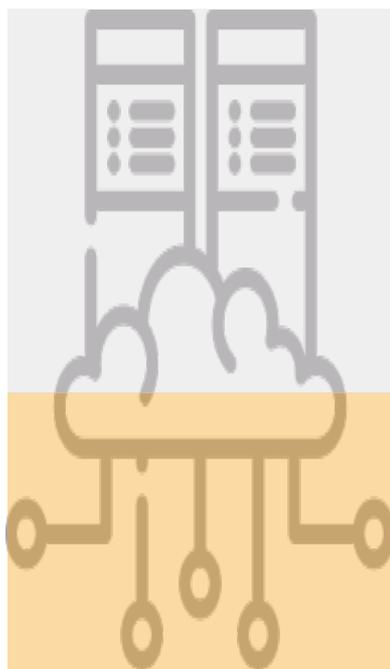


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.



## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base: 197 niñas y niños que usan internet

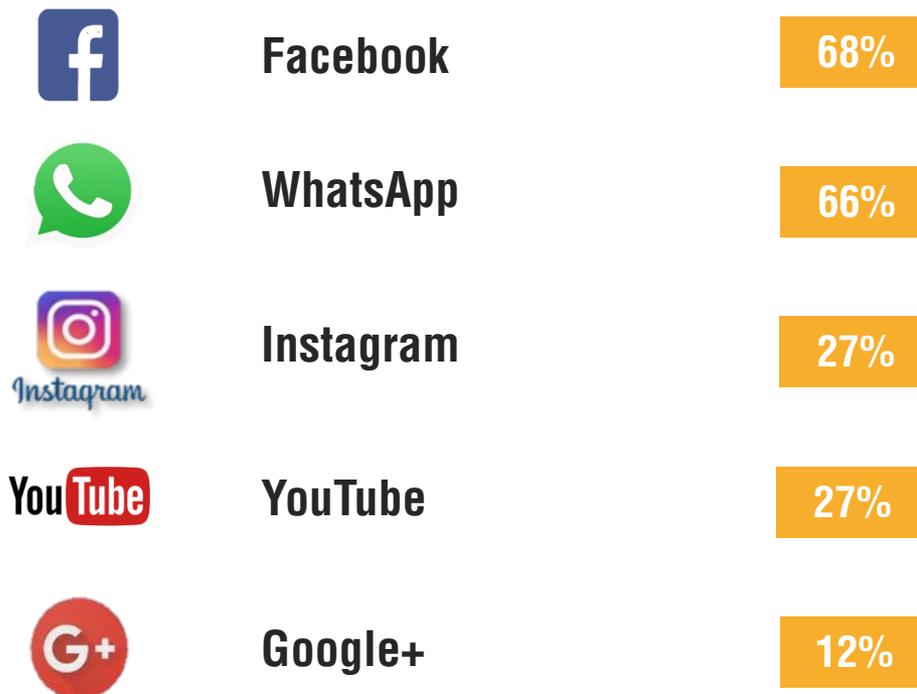


**42%**

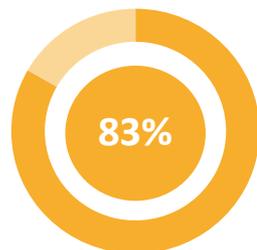
## Redes sociales y mensajería instantánea

Base: 92 niñas y niños que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea

Promedio: 2.2 respuestas por persona\*



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



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

Base: 337 niñas y niños que tienen televisor

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

Base: 275 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

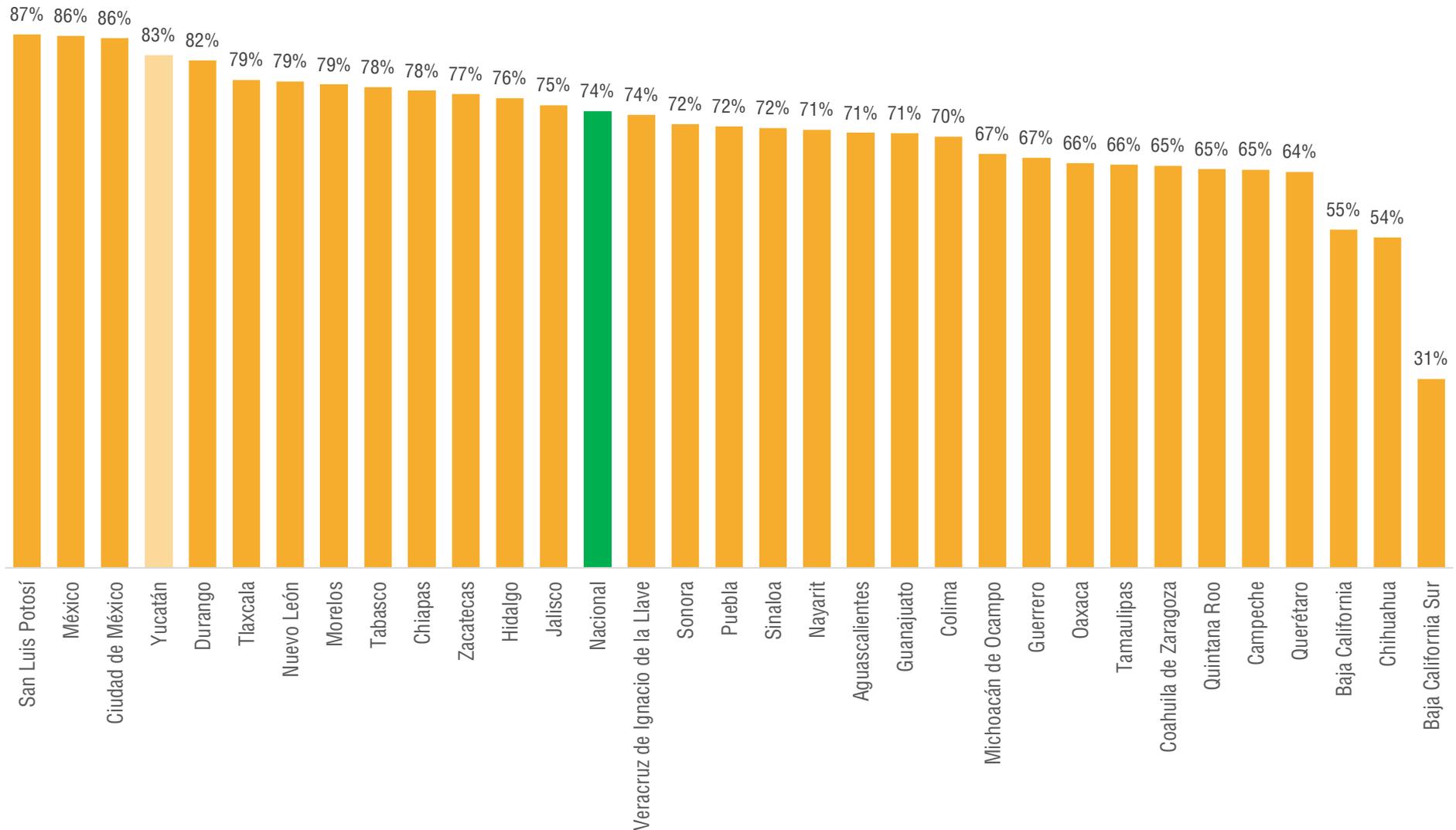
Promedio: 1.9 respuestas por persona\*



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

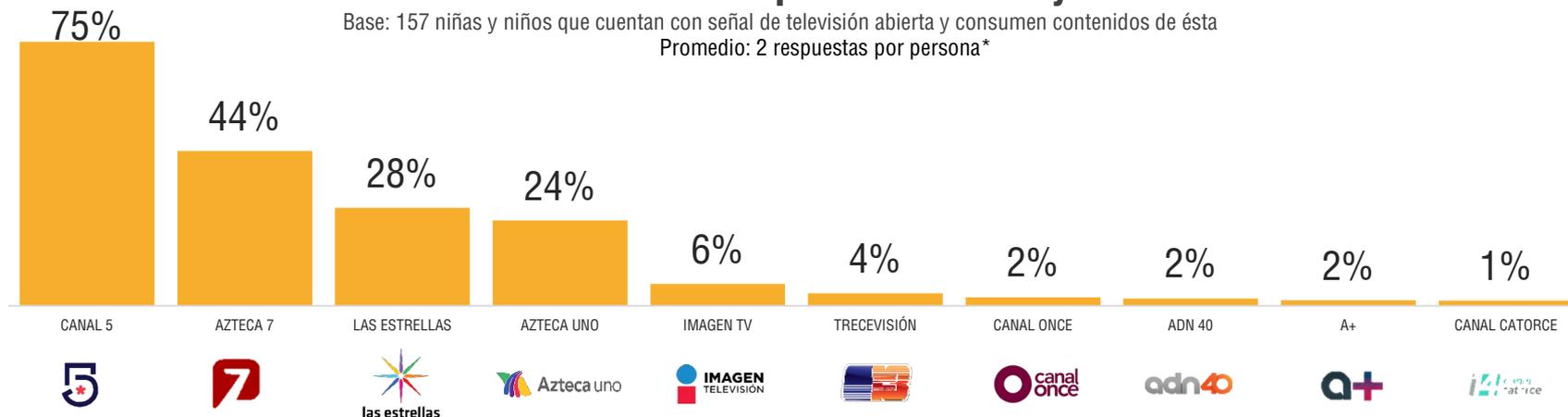
\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

# Ven canales de televisión abierta – Entidades



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

Base: 157 niñas y niños que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta  
Promedio: 2 respuestas por persona\*



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

Base: 118 niñas y niños que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta  
Promedio: 1.9 respuestas por persona\*



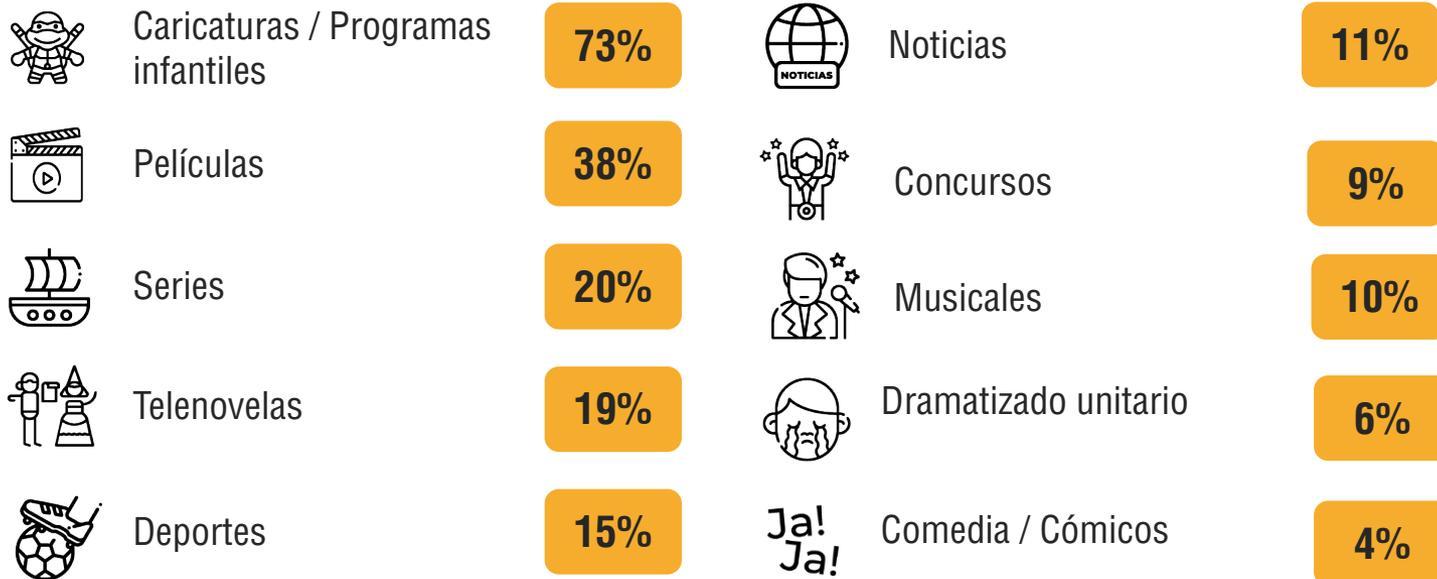
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

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

## Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base: 275 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Promedio: 2.1 respuestas por persona\*



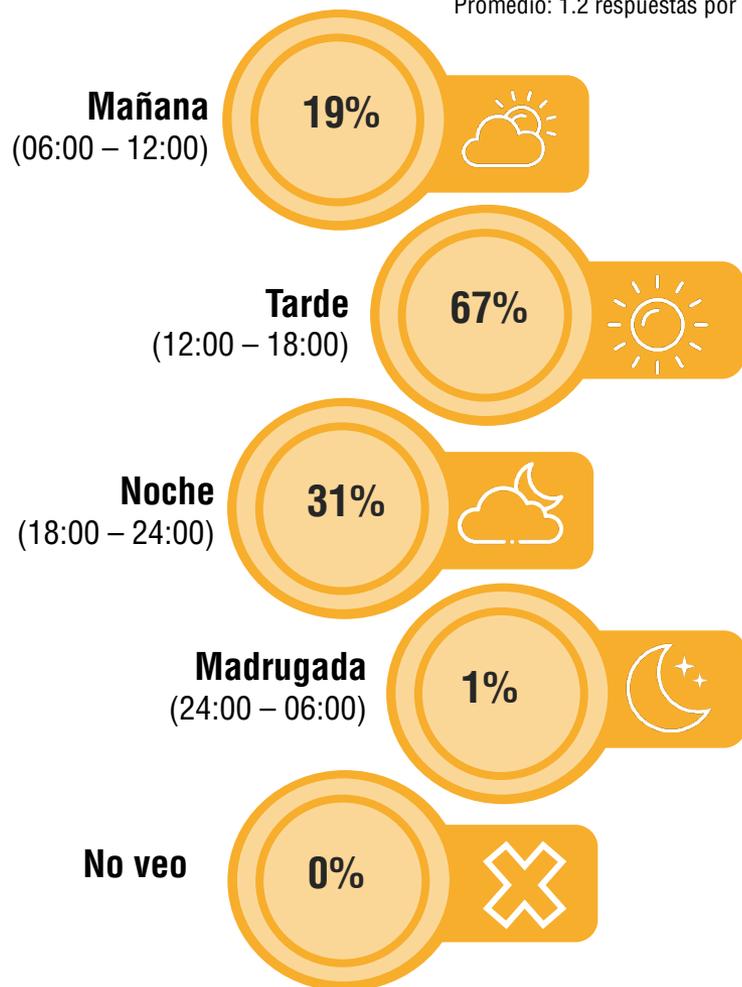
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Base: 275 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

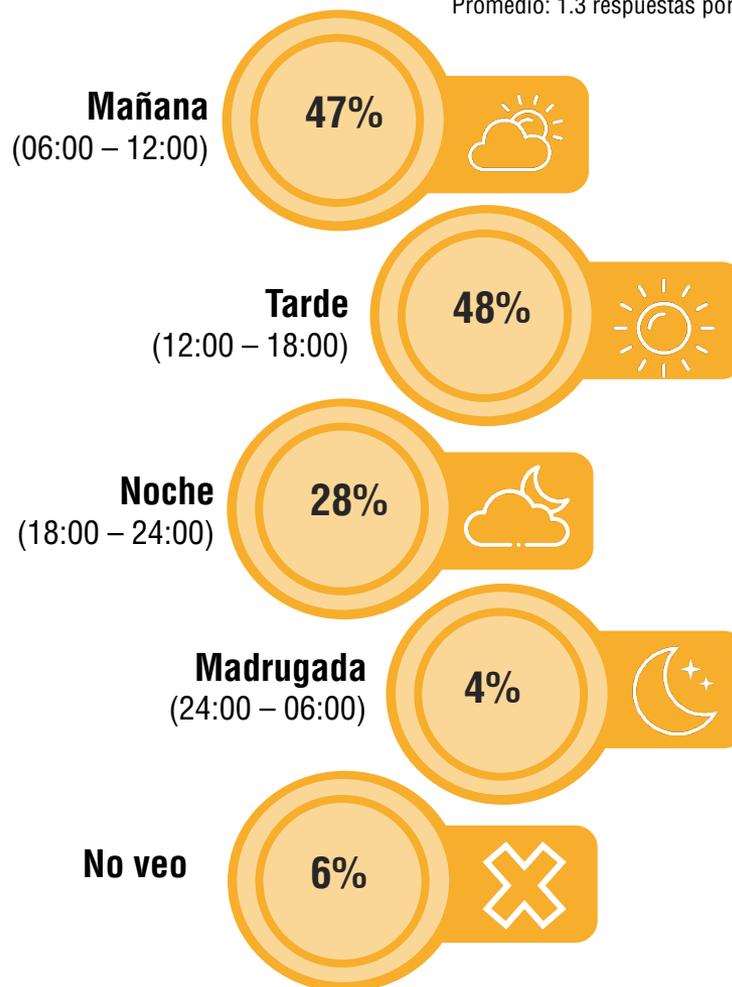
### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona\*

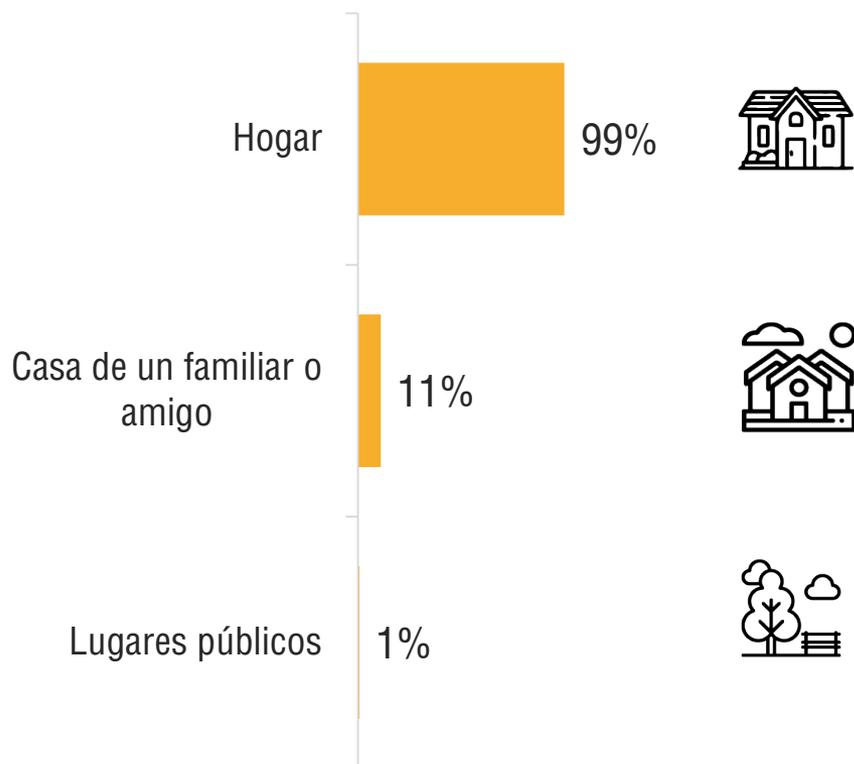


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Lugares donde ve televisión abierta

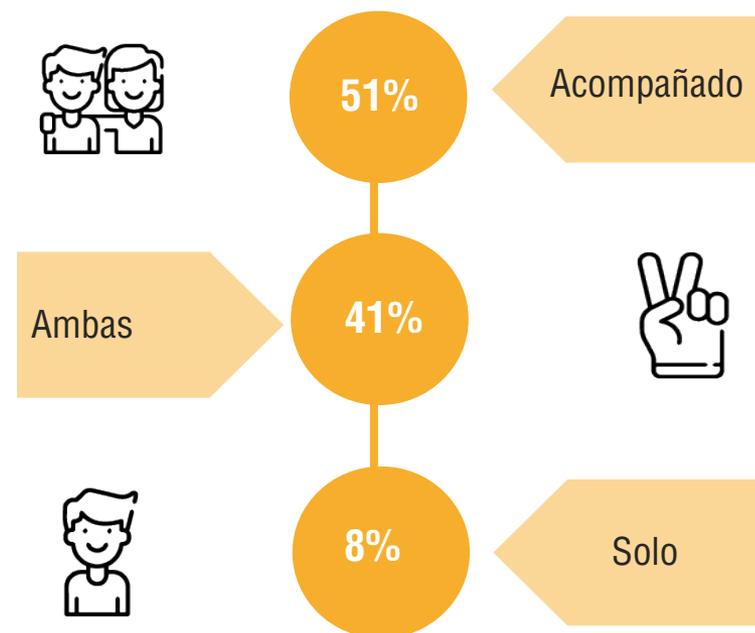
Base: 275 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*

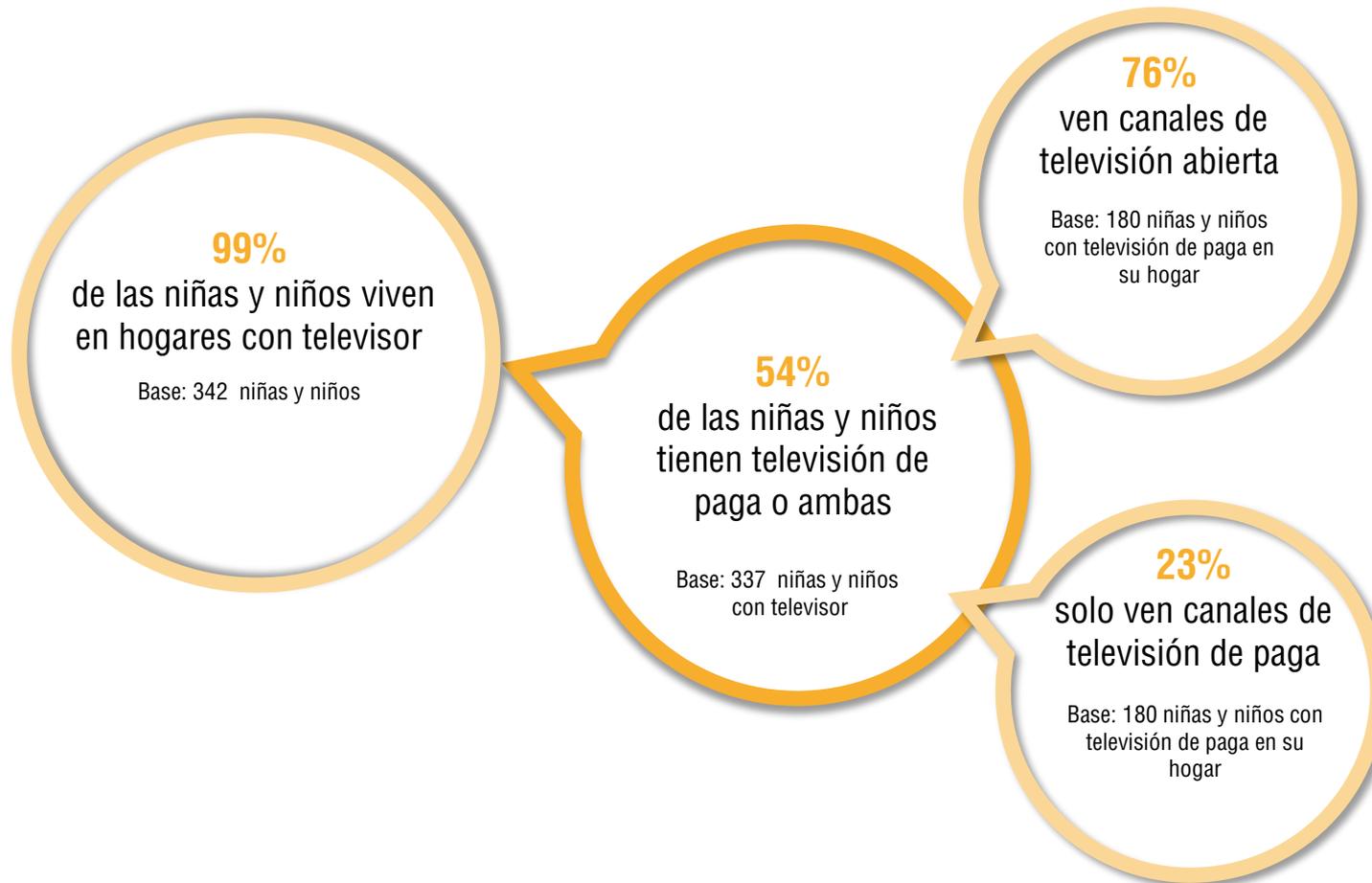


## ¿Con quién ve la televisión abierta?

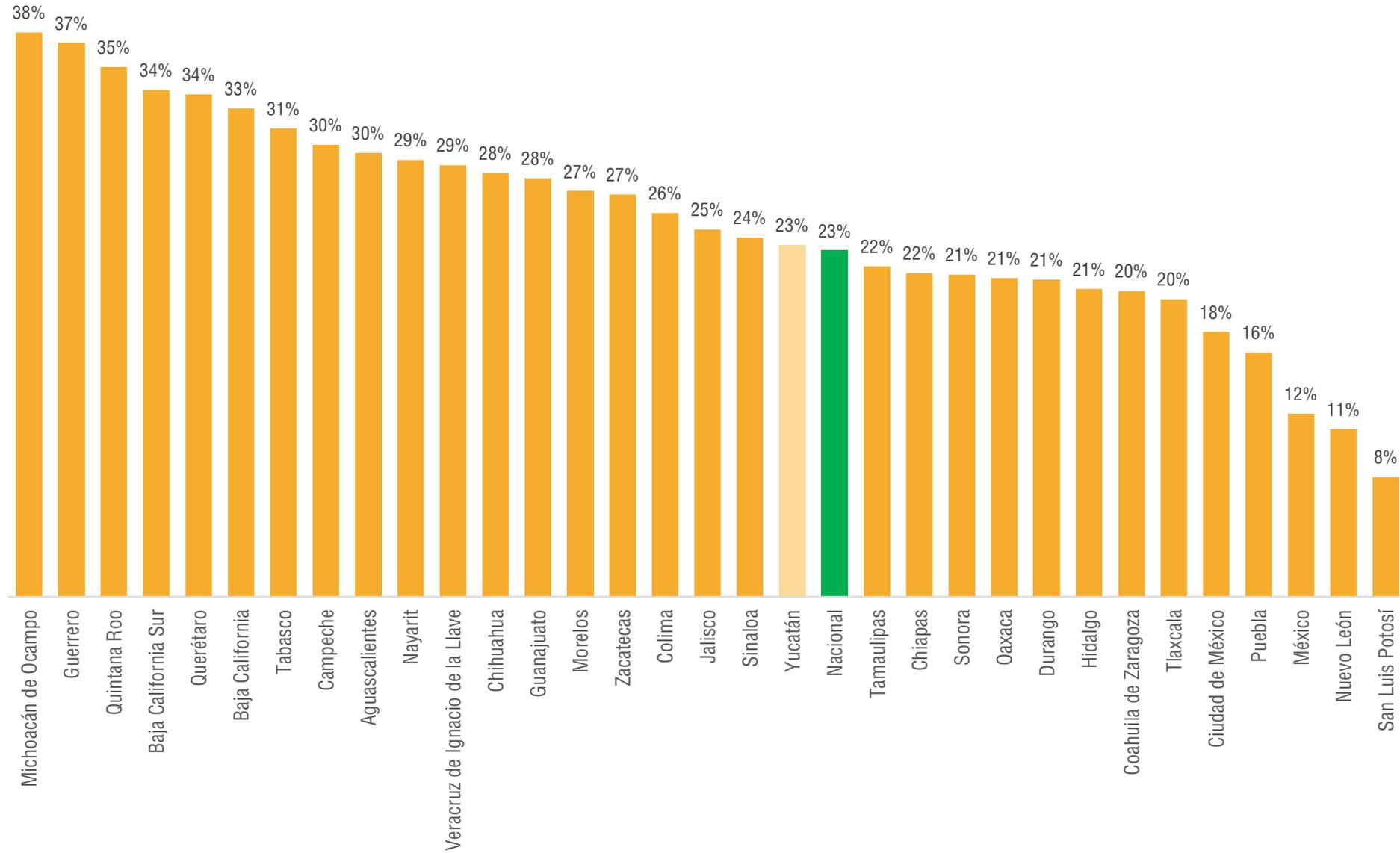
Base: 275 niñas y niños que ven canales de televisión abierta



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

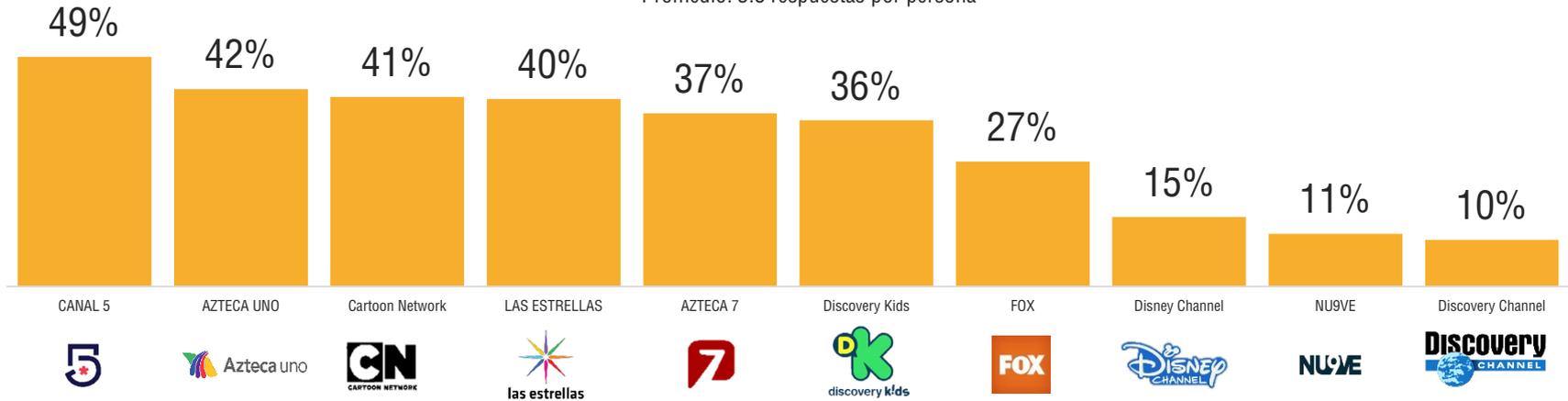


# Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades



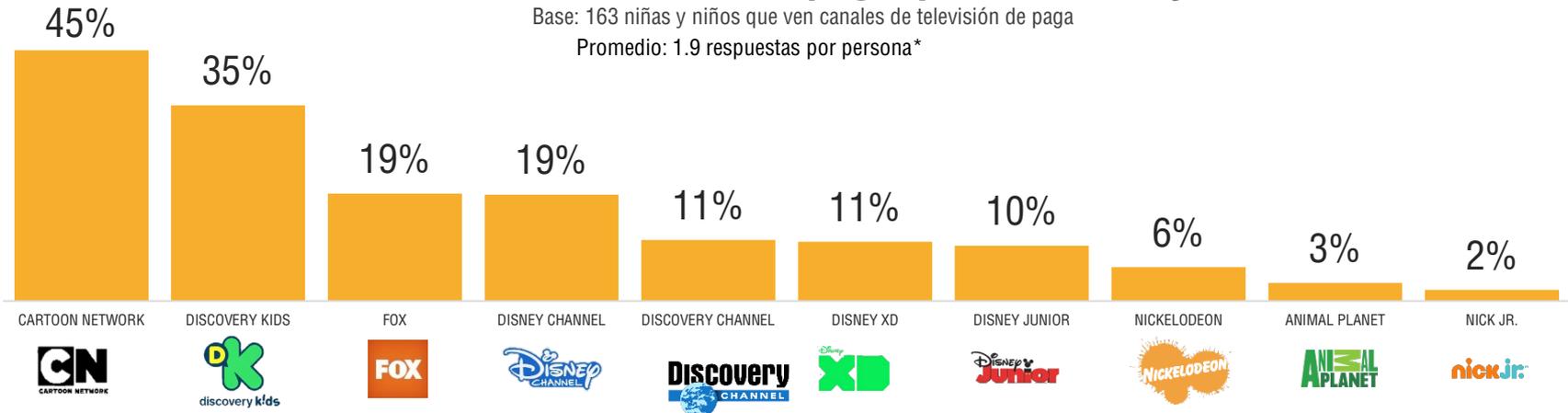
## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*

Base: 97 niñas y niños que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio: 3.8 respuestas por persona\*



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

Base: 163 niñas y niños que ven canales de televisión de paga  
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 más vistos en televisión de paga

Base: 163 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

Promedio: 2 respuestas por persona\*



Caricaturas / Programas infantiles

**64%**



Películas

**36%**



Series

**27%**



Telenovelas

**16%**



Musicales

**13%**



Deportes

**12%**



Dramatizado unitario

**10%**



Comedia / Cómicos

**7%**



Noticias

**6%**



Concursos

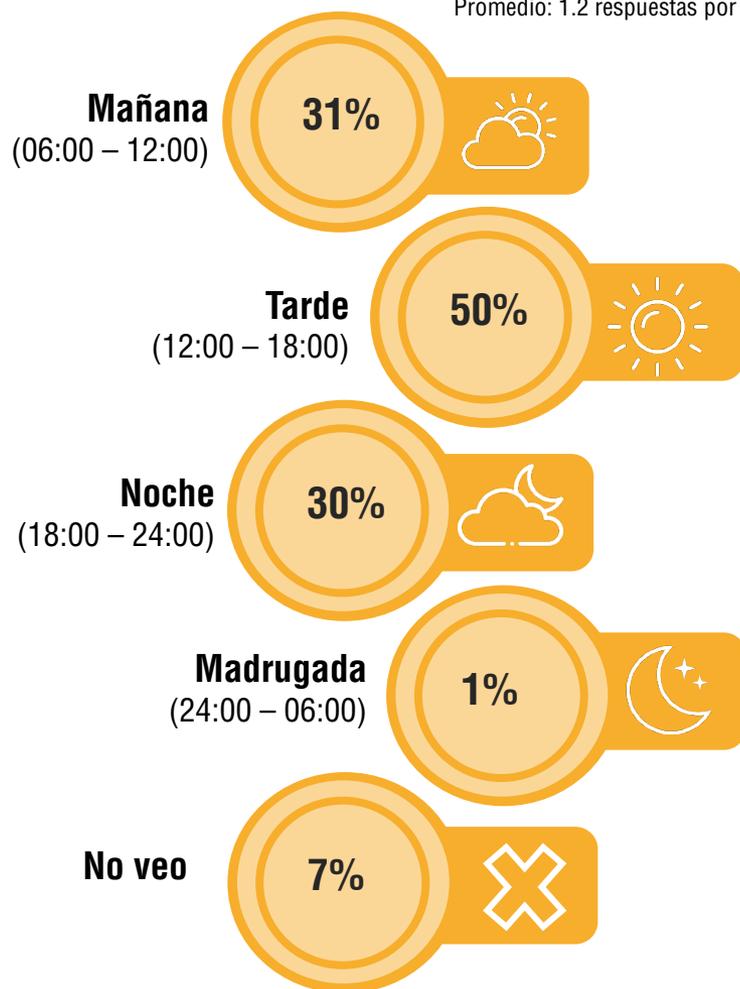
**3%**

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

Base: 163 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

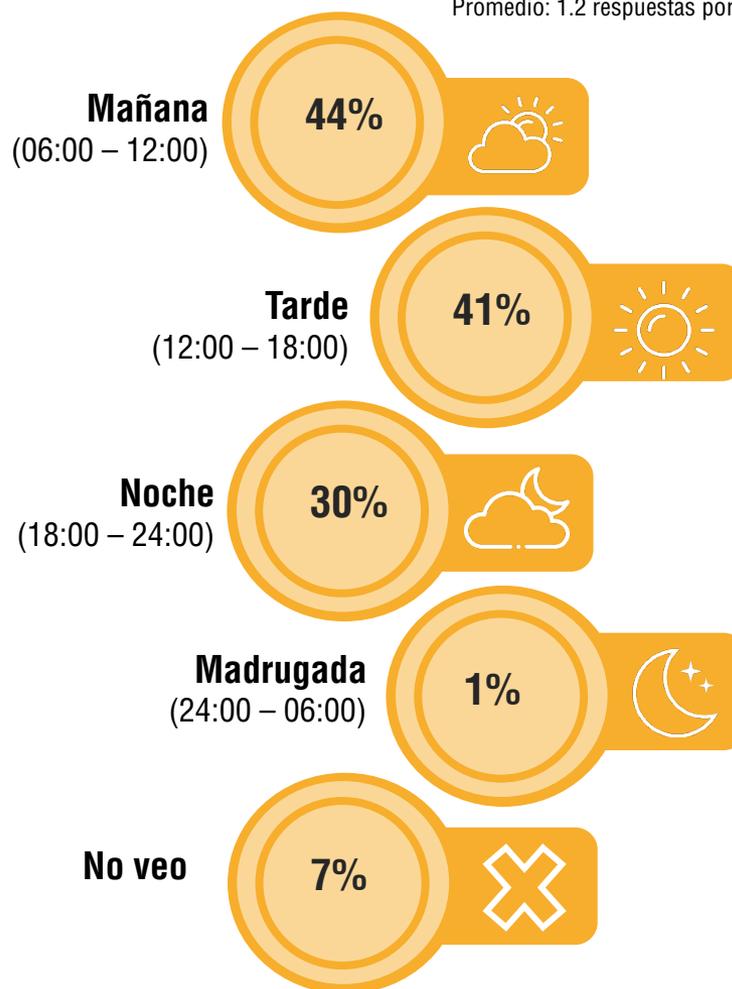
### Lunes a viernes

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

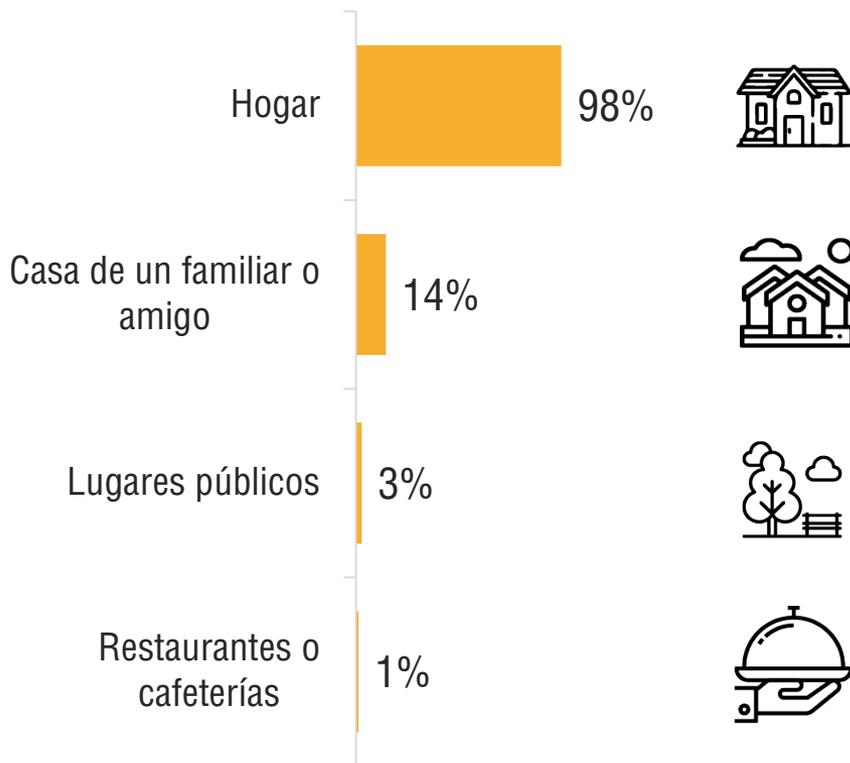
Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



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

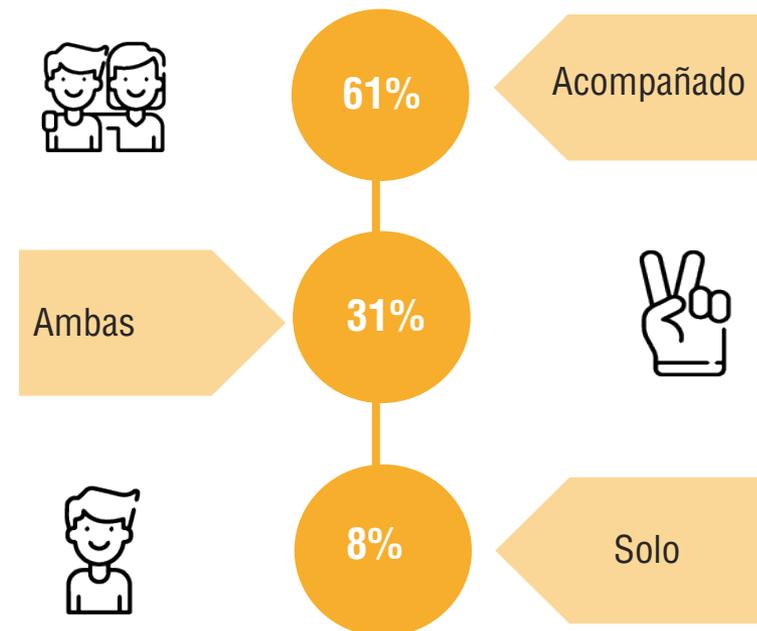
## Lugares donde ve televisión de paga

Base: 163 niñas y niños que ven canales de televisión de paga  
Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

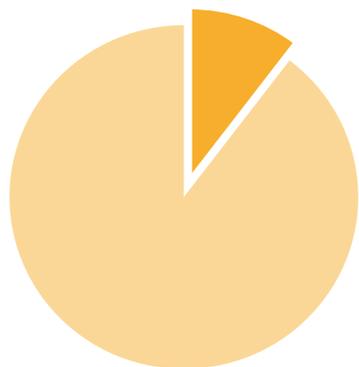


## ¿Con quién ve la televisión de paga?

Base: 163 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%.

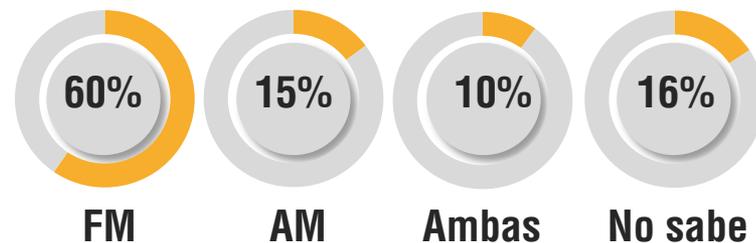


**10%**  
de las niñas y niños escuchan radio

Base: 342 niñas y niños

## Consumo por tipo de banda

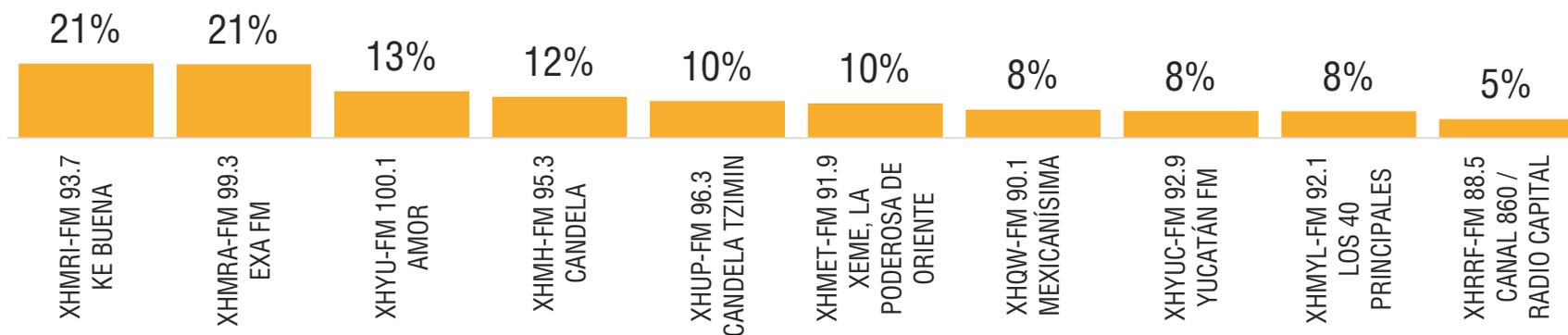
Base: 50 niñas y niños que escuchan radio



## Estaciones de radio que más escuchan\*\*

Base: 50 niñas y niños que escuchan radio

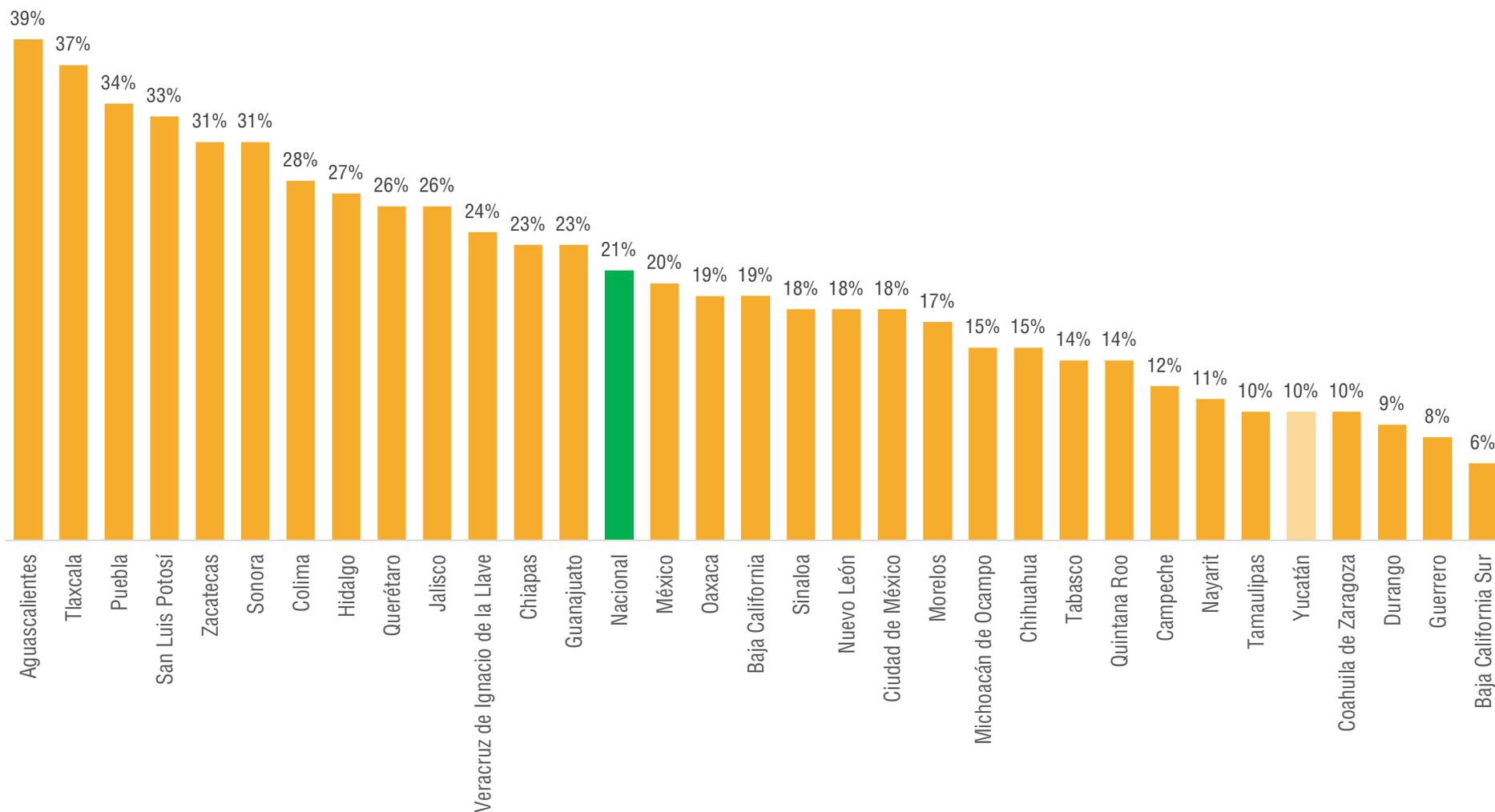
Promedio: 1.5 respuestas por persona\*



\*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: 50 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.6 respuestas por persona\*



Musicales

71%



Radionovelas

9%



Deportes

28%



Culturales / Científicos

5%



Noticias

28%



Debate / Opinión

1%



Programas infantiles

10%



Humor / Cómicos

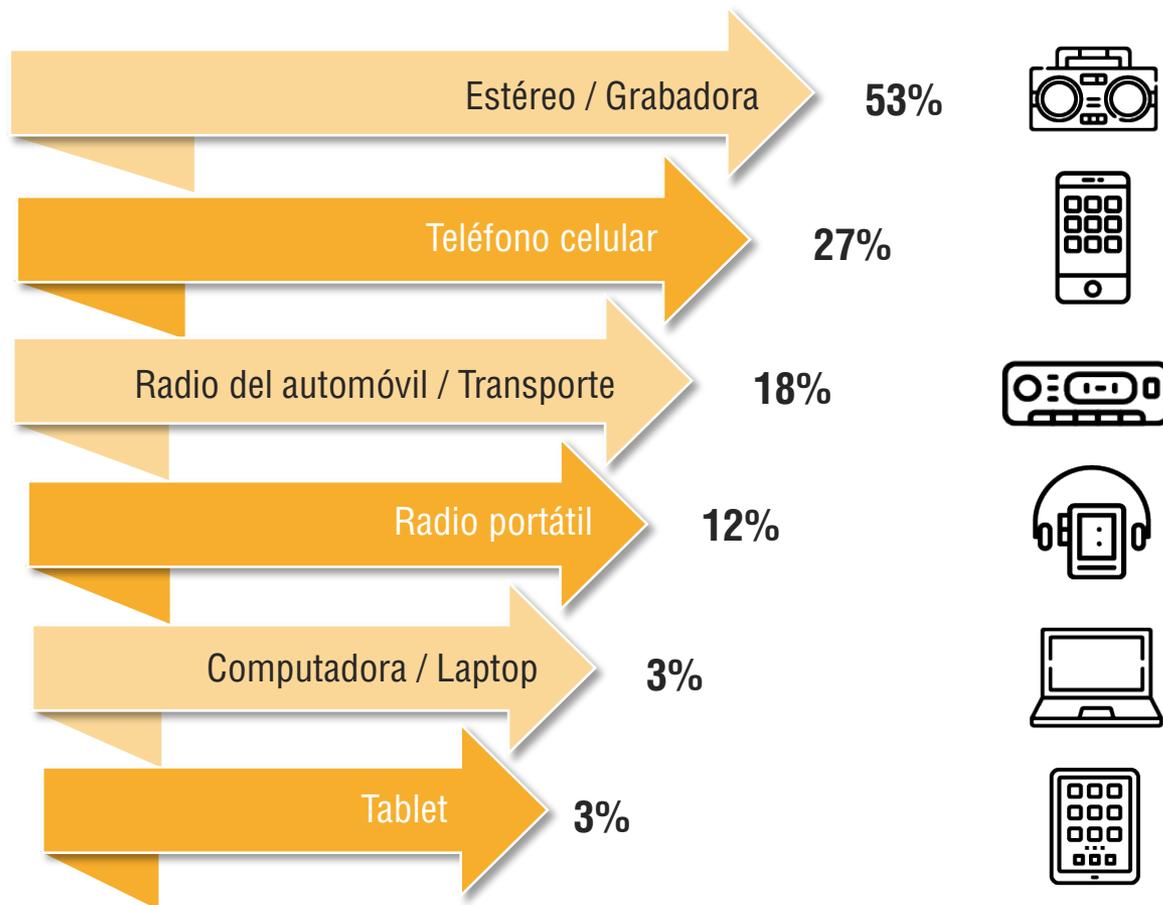
9%

\*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: 50 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



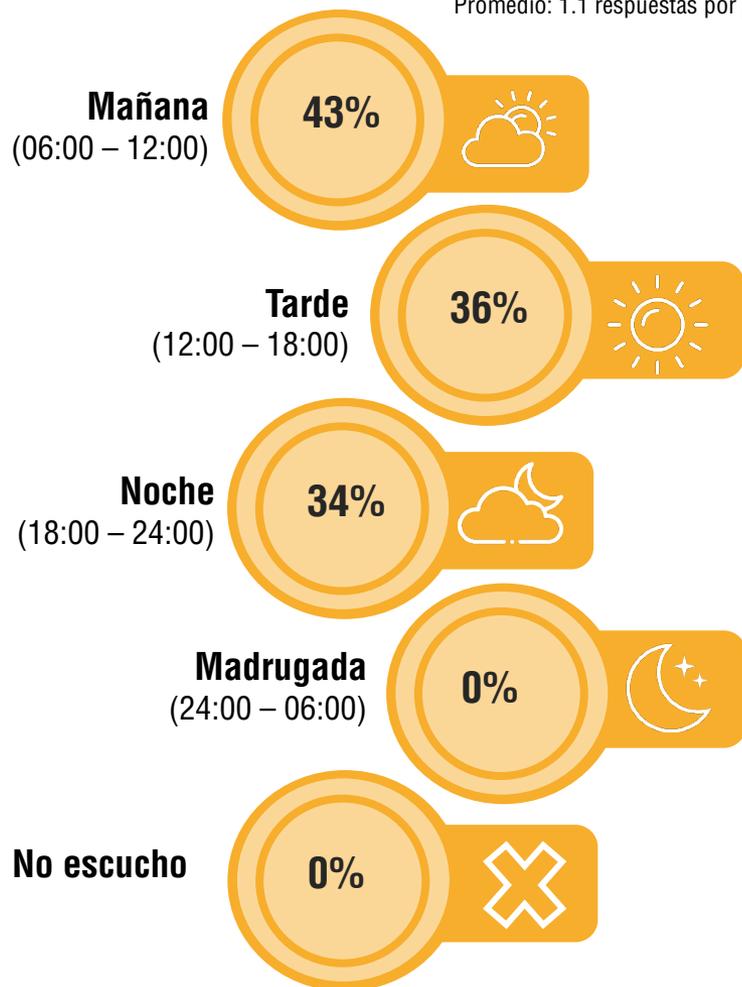
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra escuchar radio

Base: 50 niñas y niños que escuchan radio

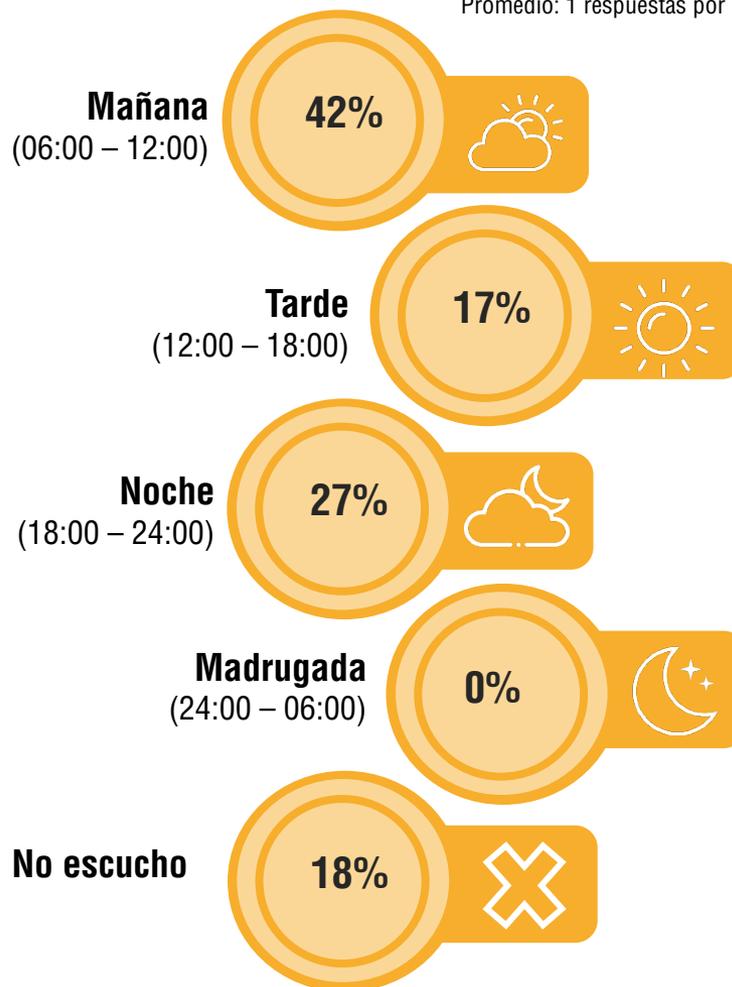
### Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

Promedio: 1 respuestas por persona\*

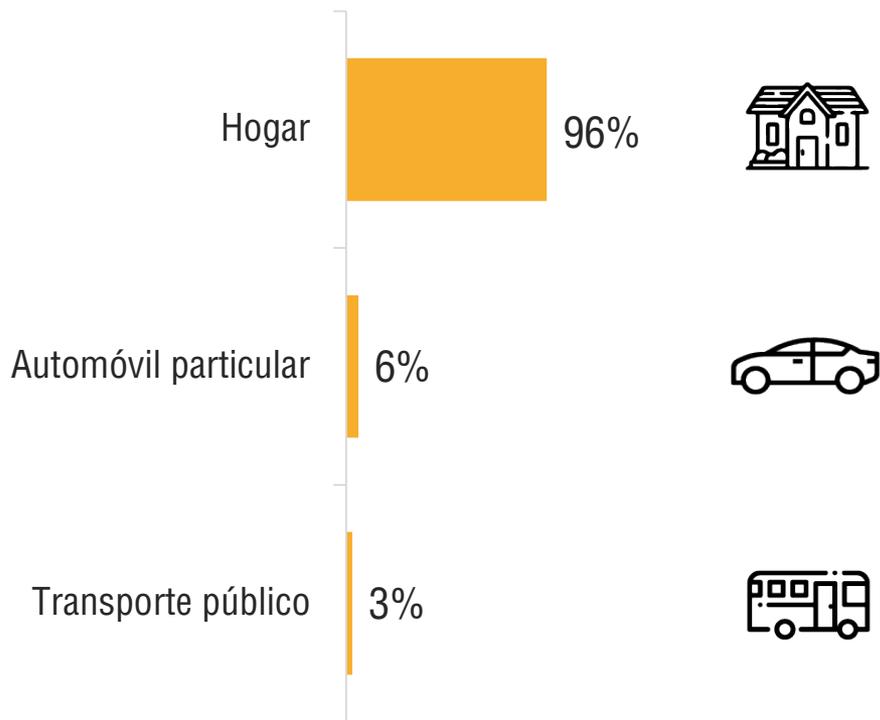


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Lugares donde escucha radio

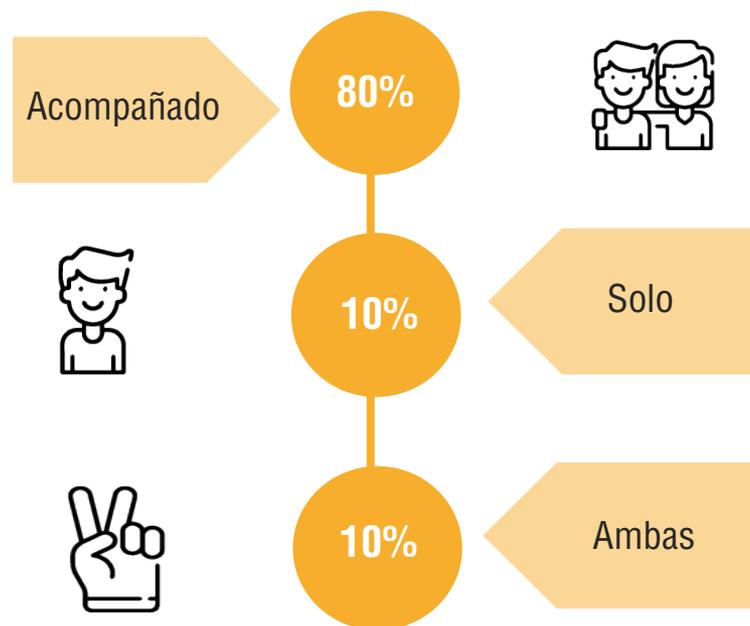
Base: 50 niñas y niños que escuchan radio

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



## ¿Con quién escucha la radio?

Base: 50 niñas y niños que escuchan radio

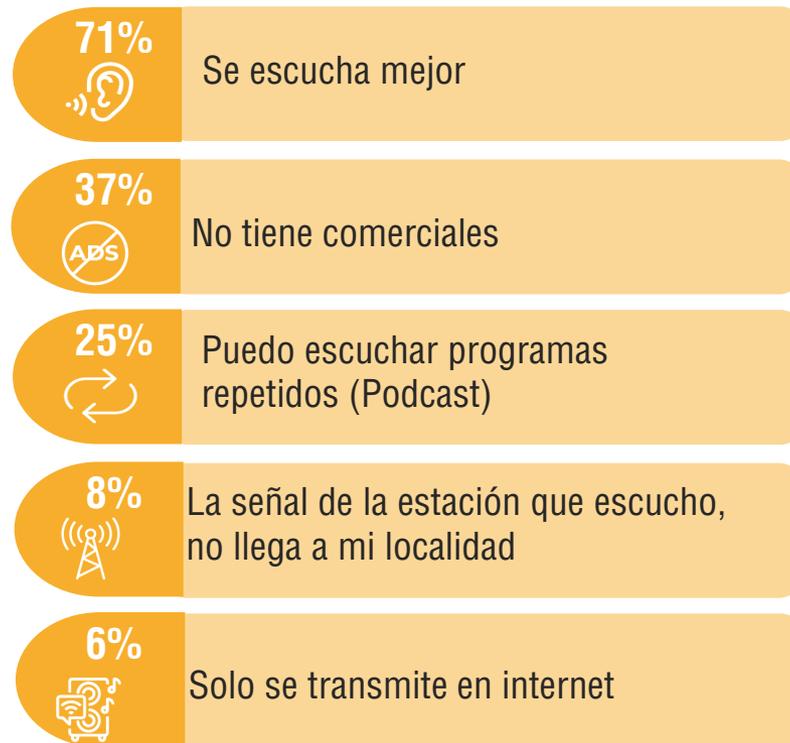


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Razones para escuchar radio por internet

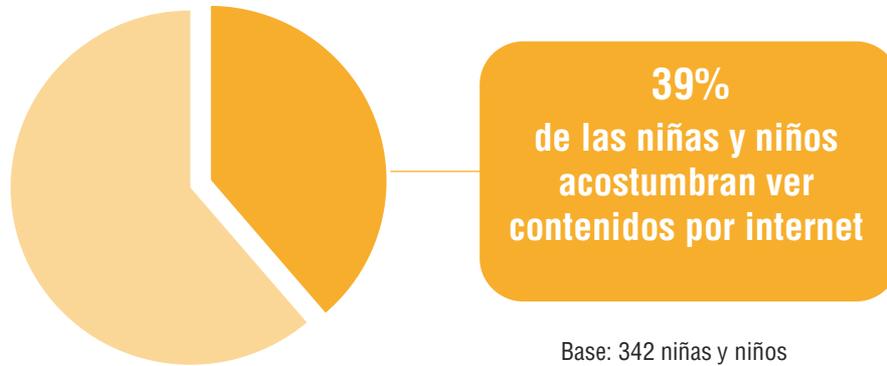
Base: 10 niñas y niños que escuchan radio por internet

Promedio: 1.5 respuestas por persona\*



\*\*Base Insuficiente para análisis.

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

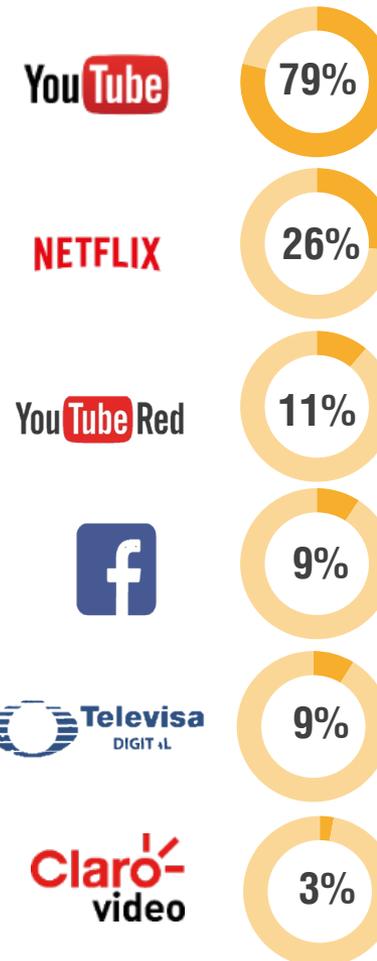


Base: 342 niñas y niños

## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

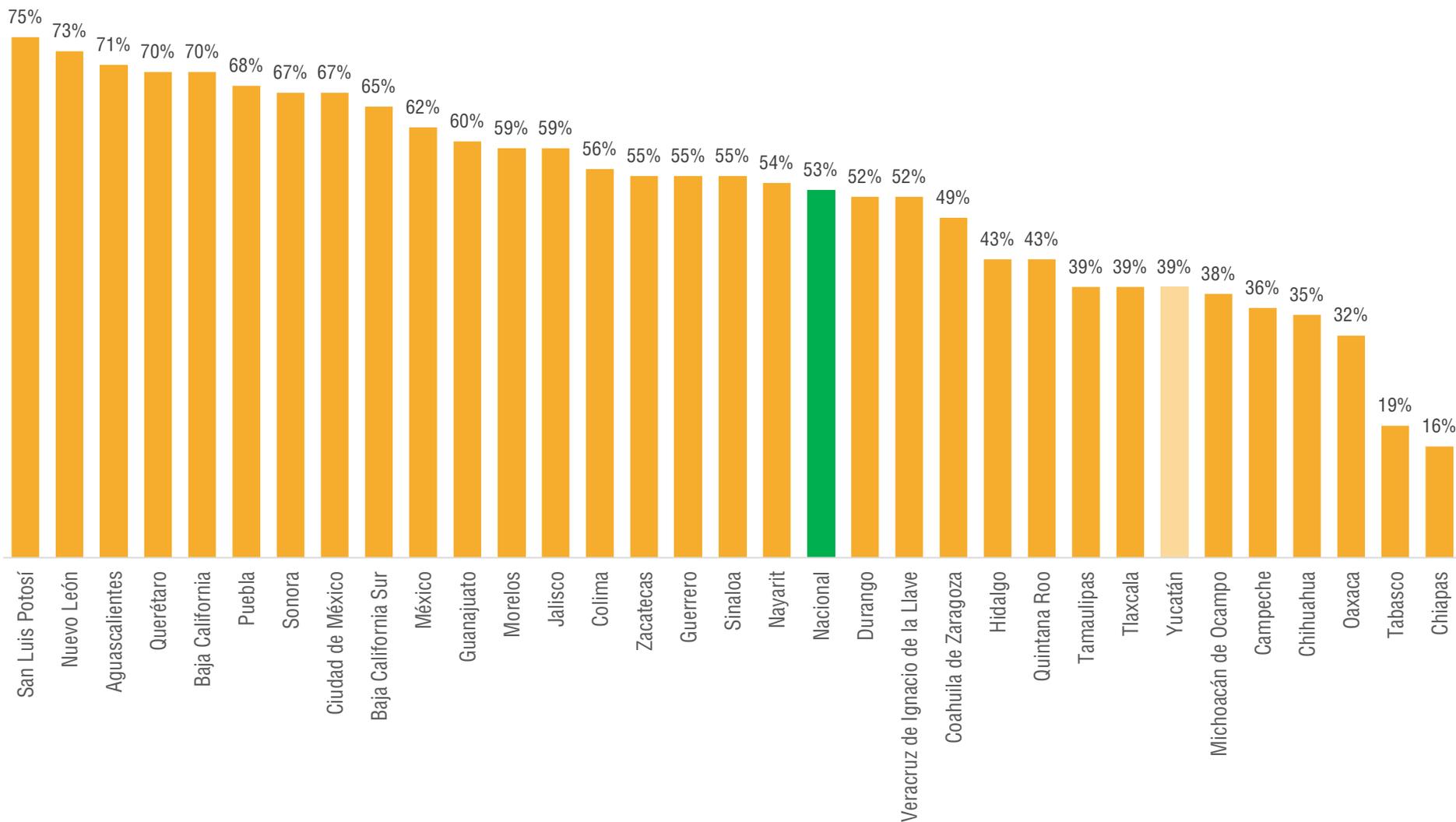
Base: 141 niñas y niños que consumen contenidos por internet

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



## Tipo de contenidos más vistos

Base: 141 niñas y niños que consumen contenidos por internet  
Promedio: 2 respuestas por persona\*



Caricaturas / Programas infantiles

43%



Videos musicales

17%



Series

32%



Tutoriales (cocina, salud y belleza, etc)

9%



Películas

30%



Videos cómicos

8%



Deportes

21%



Videobloggers

8%



Animé

18%



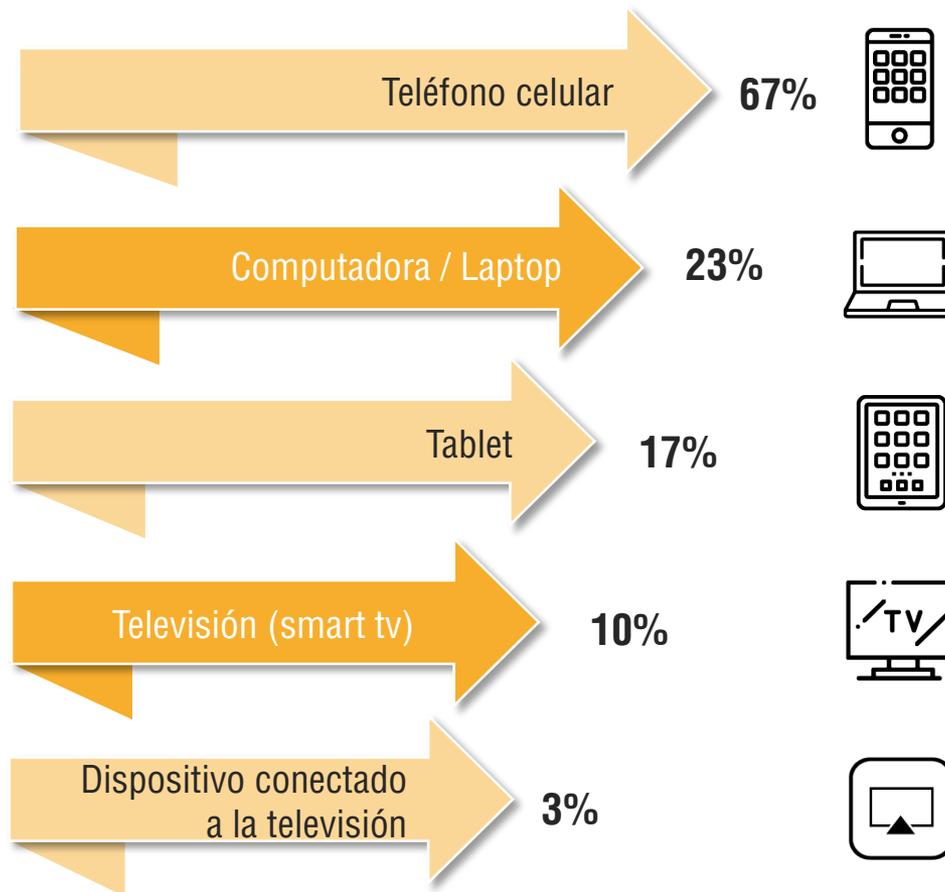
Telenovelas

7%

\*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: 141 niñas y niños que consumen contenidos por internet  
Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



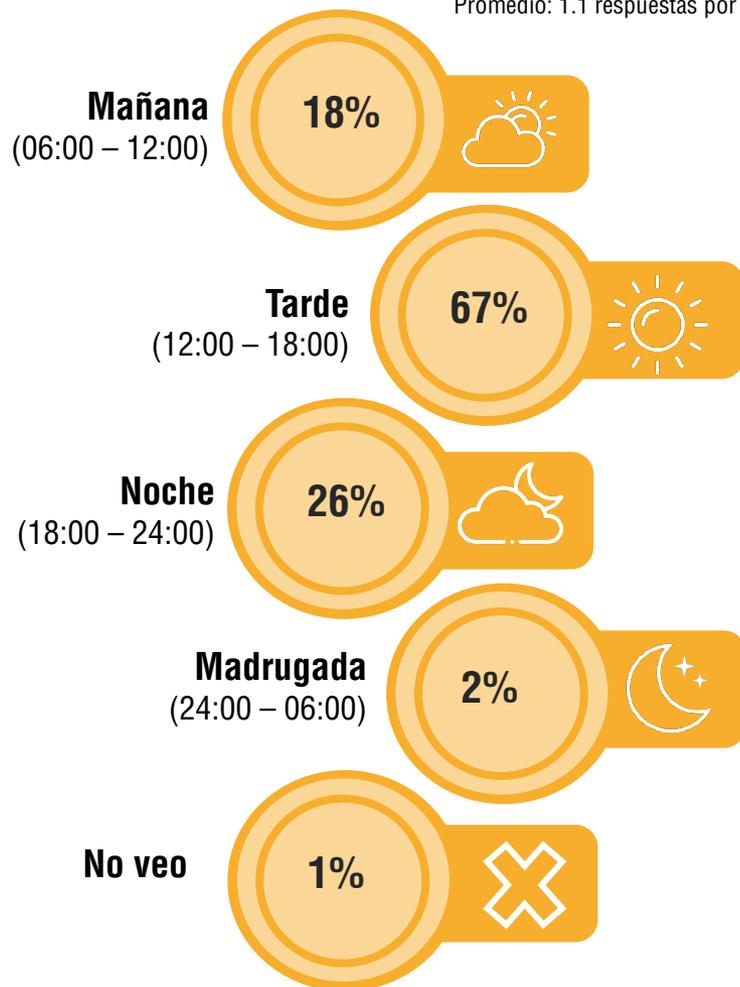
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

Base: 141 niñas y niños que consumen contenidos por internet

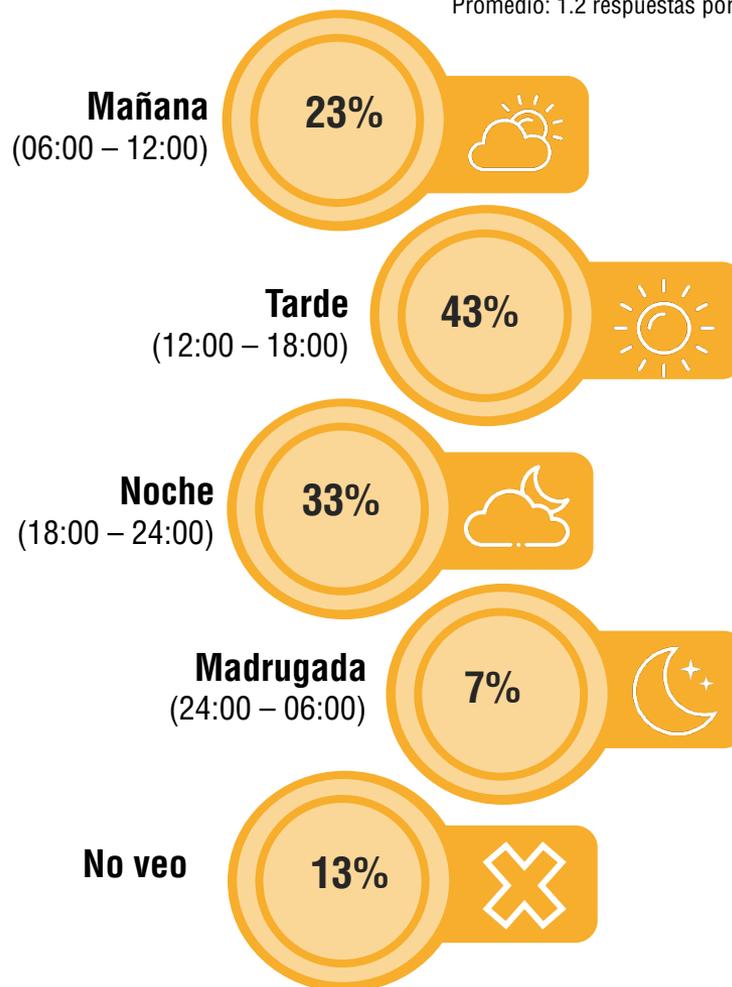
### Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*

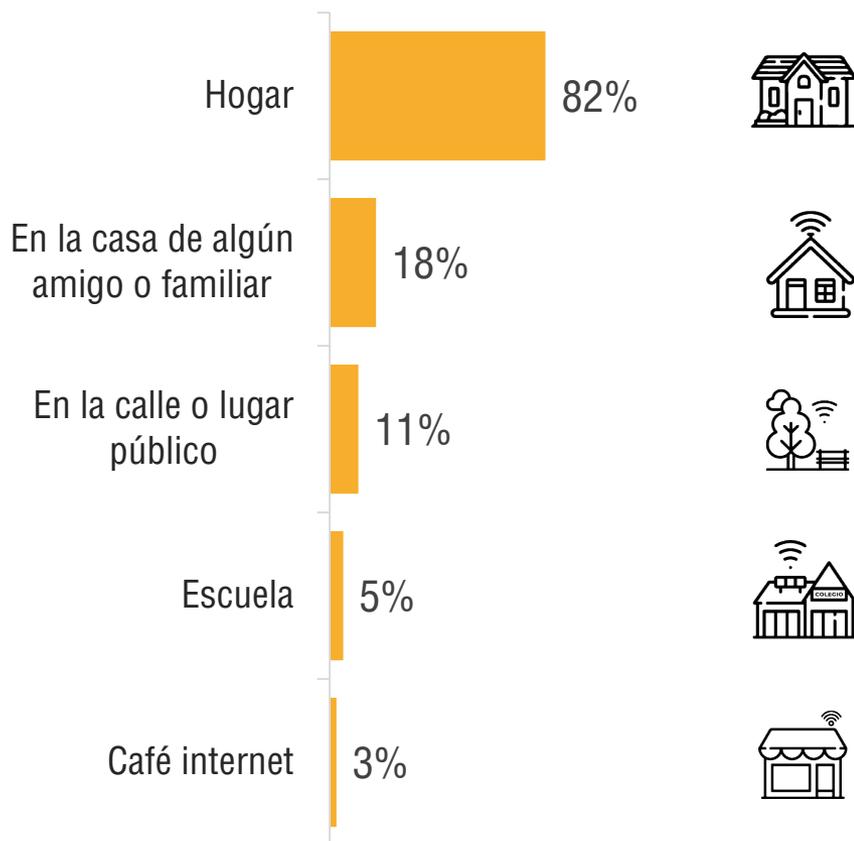


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Lugares donde consume contenidos por internet

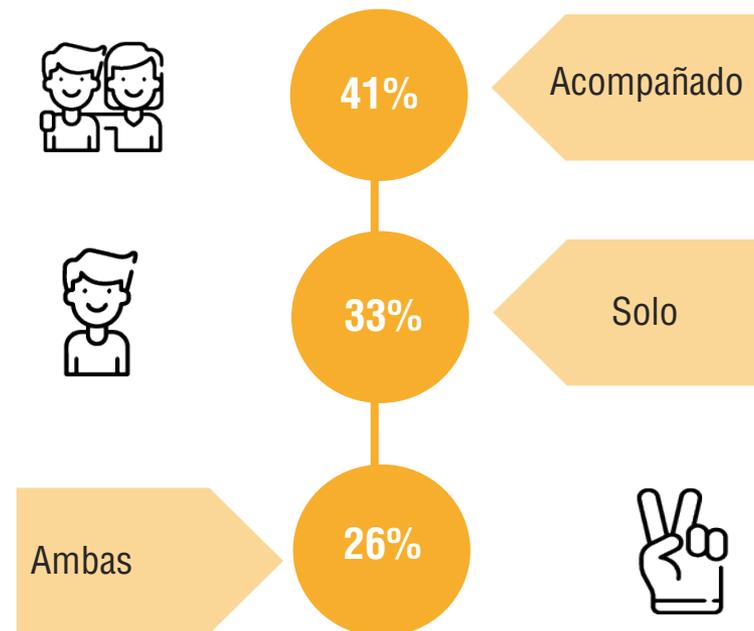
Base: 141 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



## ¿Con quién ve programas en internet?

Base: 141 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%.

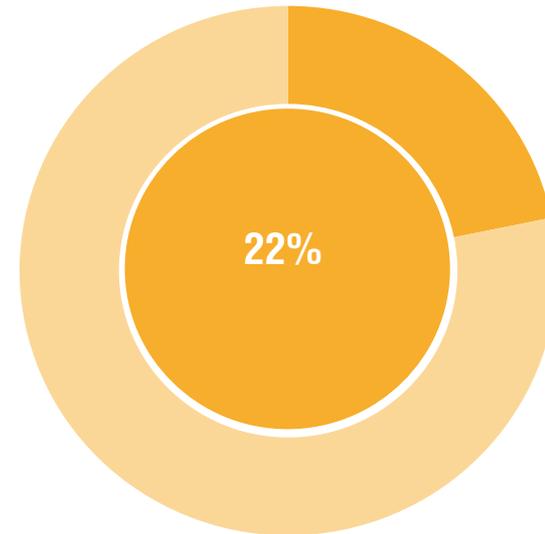
## Escucha música o contenidos por internet

Base: 141 niñas y niños que consumen contenidos por internet



**25%**

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



Base: 32 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

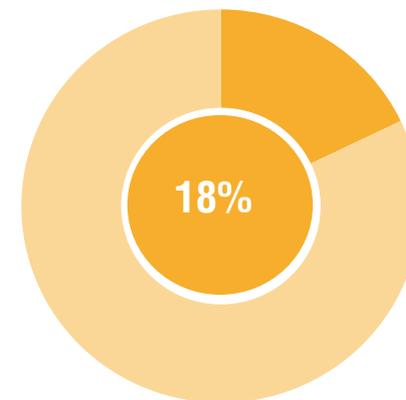
## Consumo de videojuegos

Base: 342 niñas y niños

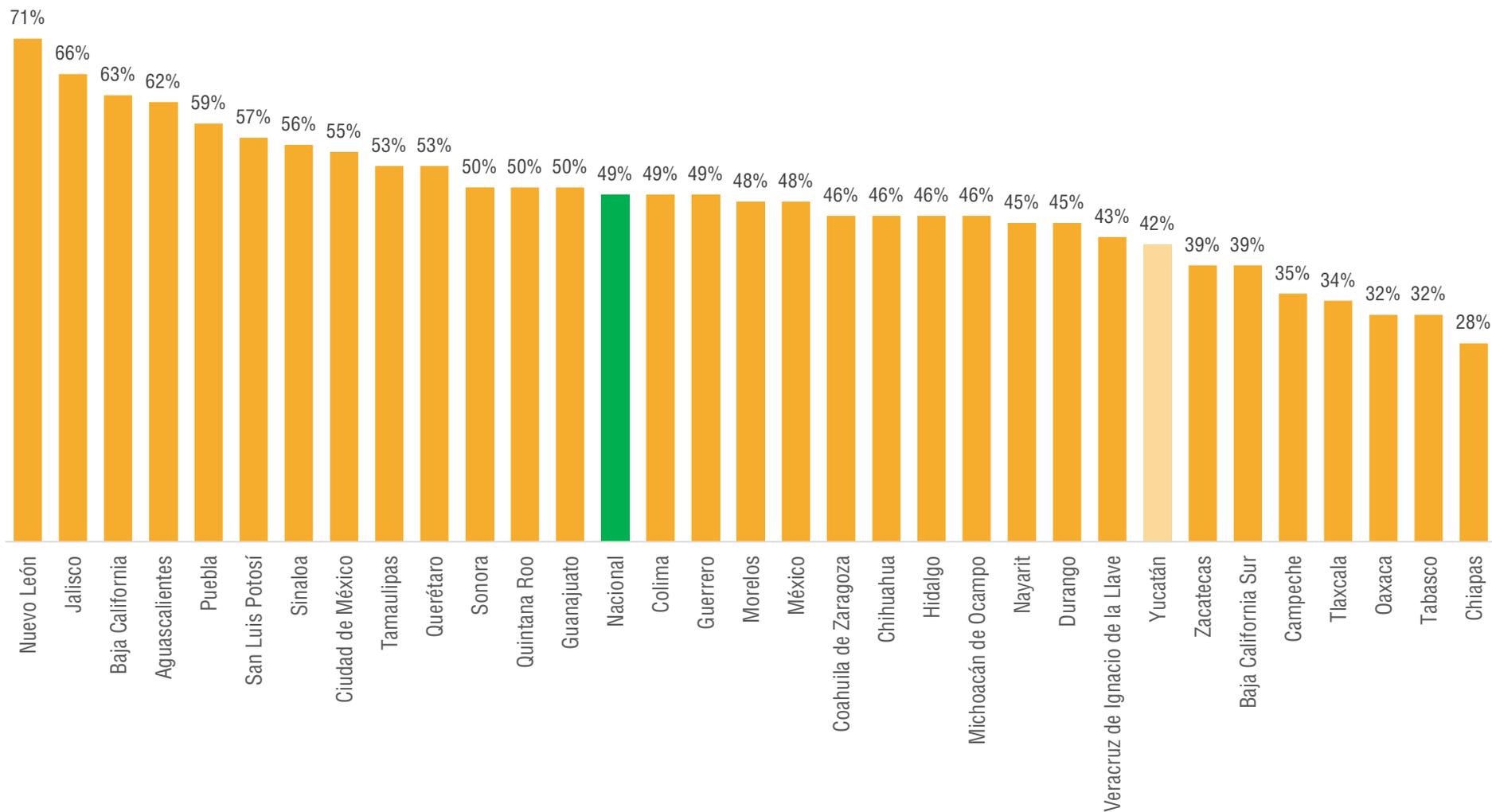


## Acostumbra jugar videojuegos online

Base: 157 niñas y niños que juegan videojuegos



# Juega videojuegos – Entidades



## Tipo de videojuegos que más juega

Base: 157 niñas y niños que juegan videojuegos

Promedio: 1.8 respuestas por persona\*



Peleas / Batallas / Lucha

**40%**



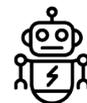
Música / Baile

**14%**



Carreras

**23%**



Infantiles

**12%**



Aventura / RPG

**21%**



De dibujo

**12%**



Deportes

**17%**



Estrategia

**9%**



Destreza / Rompecabezas

**16%**



Belleza / Moda

**7%**

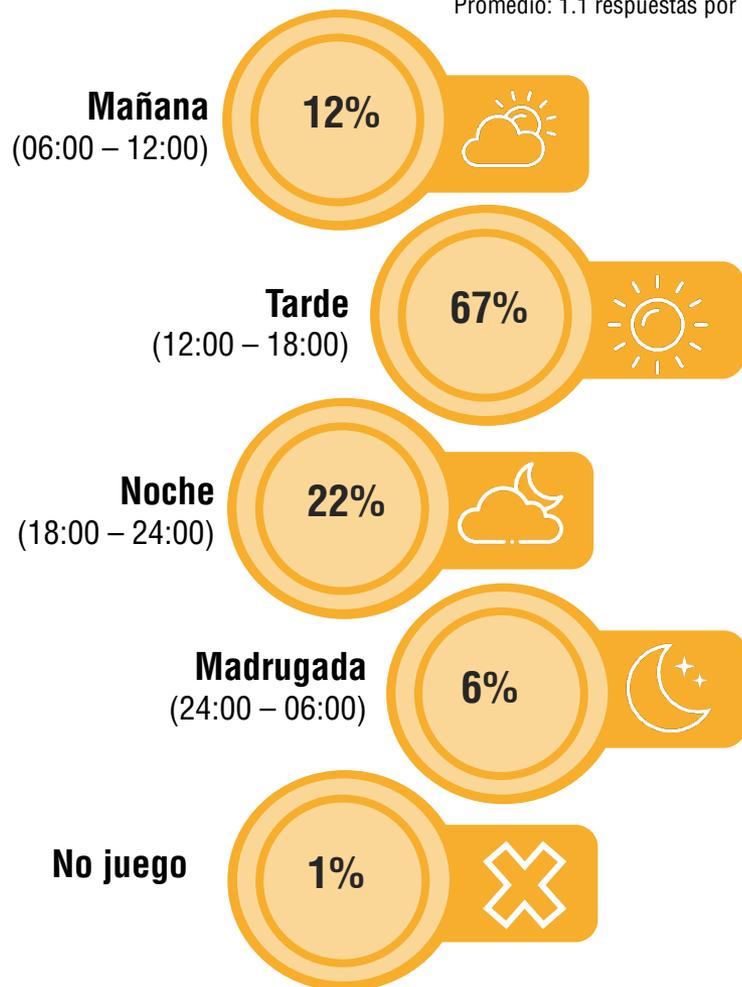
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Base: 157 niñas y niños que juegan videojuegos

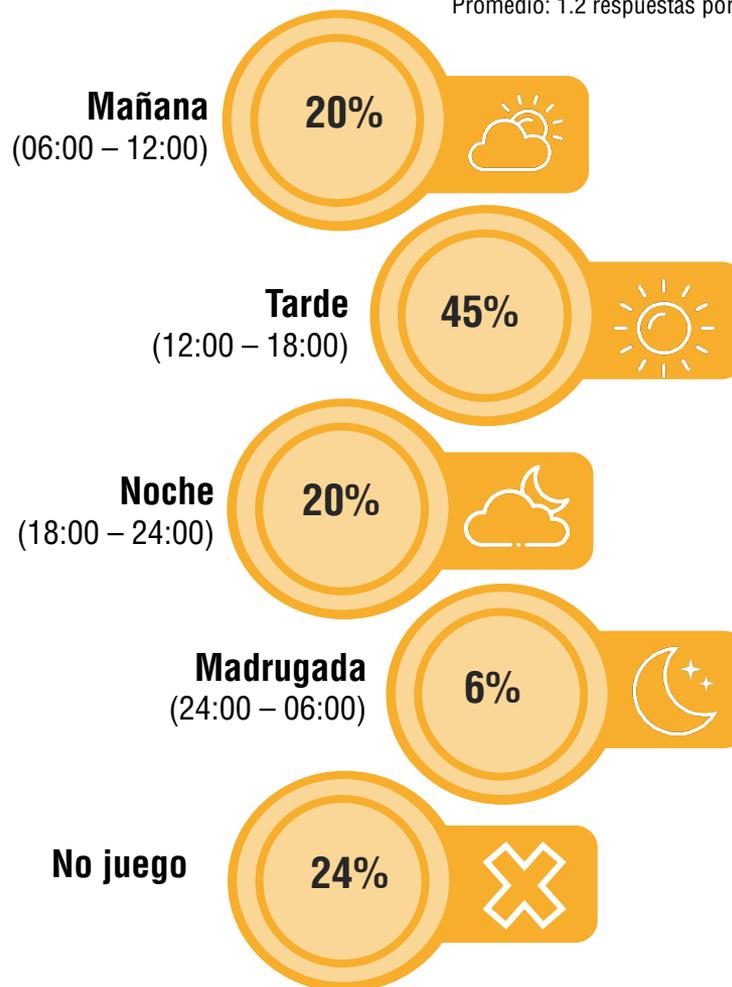
### Lunes a viernes

Promedio: 1.1 respuestas por persona\*



### Sábado y domingo

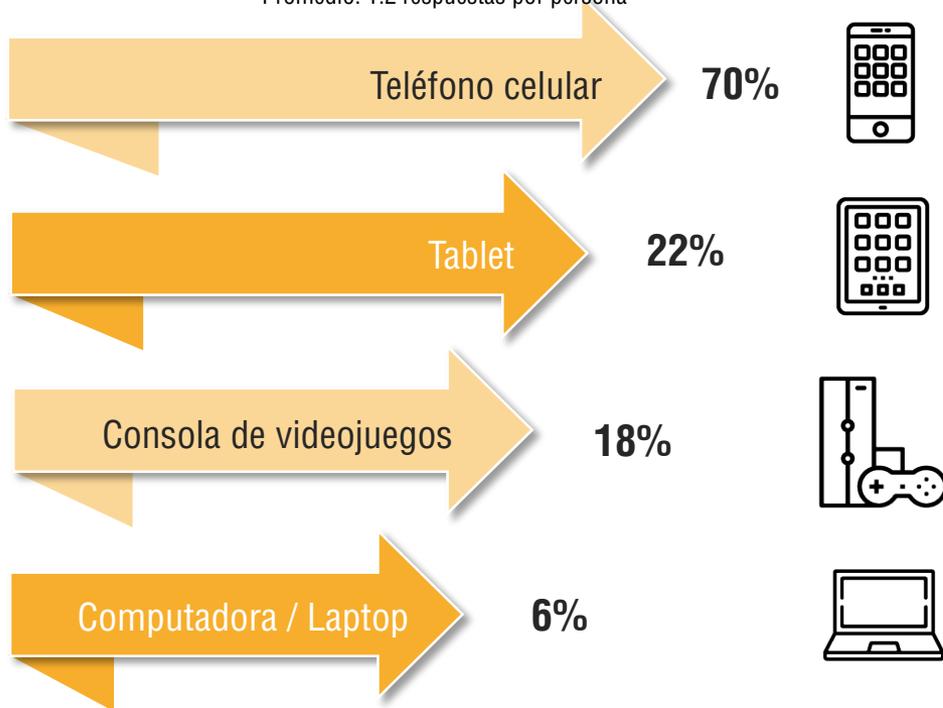
Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



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

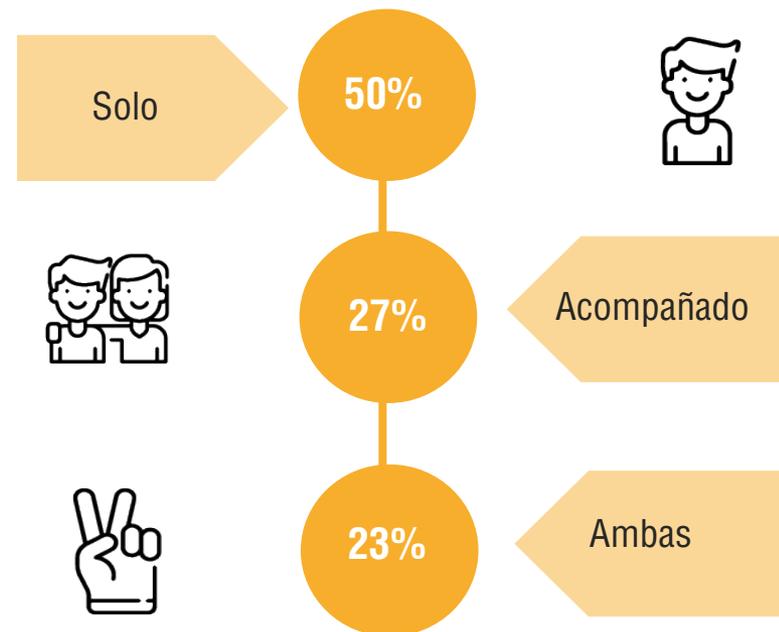
## Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos

Base: 157 niñas y niños que juegan videojuegos  
Promedio: 1.2 respuestas por persona\*



## ¿Con quién juegan?

Base: 157 niñas y niños que juegan videojuegos



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



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de  
Consumo de Contenidos  
Audiovisuales **2018**

Urbano y Rural

- En localidades **urbanas** el **97%** de los hogares cuentan con al menos un **televisor**, frente al **93%** de las zonas **rurales**. El **número promedio de televisores** por hogar en el estrato **rural** es de **1.3** y de **1.6** en el **urbano**.
- El **21%** de los entrevistados con televisor en **zonas rurales** dijeron depender de la **televisión abierta**, mientras que este porcentaje es del **47%** 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 **72%** para el caso **rural**.
- Los canales de televisión abierta **más vistos** en las localidades **urbanas** son **Las Estrellas, Azteca Uno y Canal 5**. 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 **70%** **ve canales de televisión abierta** en el ámbito **urbano**, mismo caso para el ámbito **rural**.
- El **32%** de las personas en localidades **urbanas** escuchan la **radio**, comparado con el **37%** observado en **localidades rurales**.
- Los programas **musicales** y de **noticias** son los **tipos de programas** más escuchados tanto en localidades **rurales** como **urbanas**.

- El porcentaje de personas que consumen **contenidos por internet** es mayor en zonas **urbanas** que en **rurales**, en una relación del **43%** frente a **29%**, 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 **33%** 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 **10%**.
- Respecto a **videojuegos**, **18%** de las personas de localidades **urbanas** indicaron que los consumen, comparado con **12%** en localidades **rurales**.
- El **dispositivo** que destaca para uso de **videojuegos** en localidades **urbanas** es **el teléfono celular**, con un **68%** respecto al **67%** para rurales.
- **87%** 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 **93%**.
- Los **principales medios de comunicación** para seguir las noticias en zonas urbanas son **televisión abierta**, **periódicos** y **redes sociales**, mientras que **periódicos**, **televisión de paga** y **televisión abierta** en el caso de zonas rurales,

## Urbano

## Equipamiento del hogar

## Rural

Base urbano: 2,426 hogares  
Promedio urbano: 3.3 respuestas por hogar\*

Base rural: 300 hogares  
Promedio rural: 2.4 respuestas por hogar\*



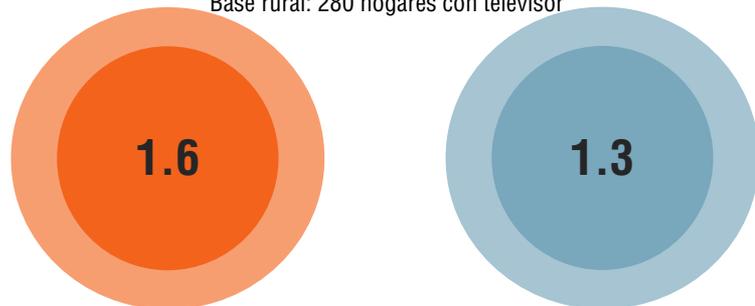
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Urbano

Rural

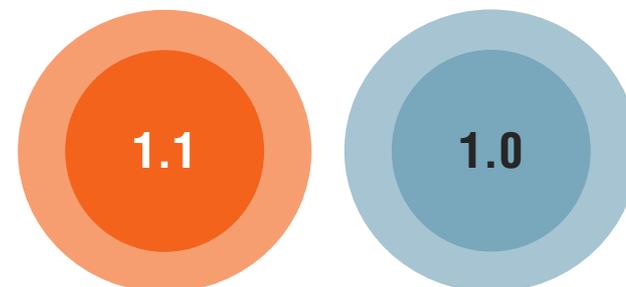
## Promedio de televisores en el hogar

Base urbano: 2,348 hogares con televisor  
Base rural: 280 hogares con televisor



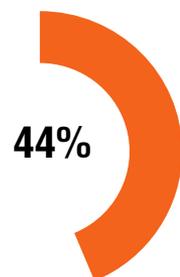
## Promedio de radios en el hogar

Base urbano: 1,151 hogares con radio  
Base rural: 126 hogares con radio



## Presencia de smart tv y smartphone en el hogar

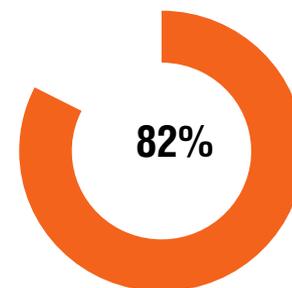
Base urbano: 1,837 hogares que tienen televisor digital



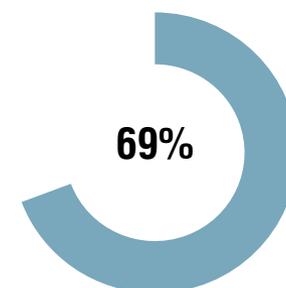
Base rural: 148 hogares que tienen televisor digital



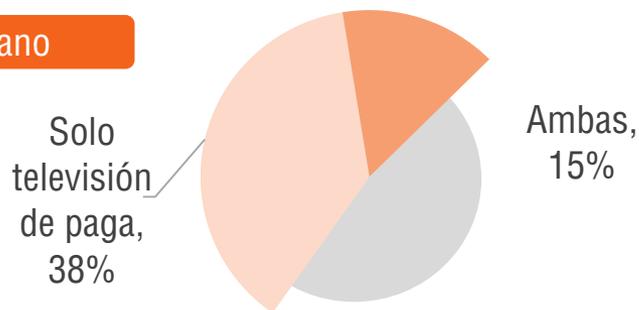
Base urbano: 2,032 hogares que tienen teléfono celular



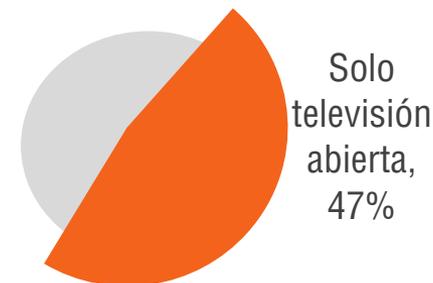
Base rural: 216 hogares que tienen teléfono celular



## Urbano



Base urbano: 2,348 hogares con televisor



Base urbano: 2,348 hogares con televisor

## Principal razón para contratar televisión de paga

Base urbano: 1,186 hogares con televisión de paga  
Promedio urbano: 1.2 respuestas por hogar\*

|  |            |
|--|------------|
| Tener más opciones de contenidos y canales                                     | <b>39%</b> |
| Precio accesible   | <b>20%</b> |
| Transmiten programas que no puedo ver en otro lado                             | <b>16%</b> |
| No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta                          | <b>15%</b> |
| Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor            | <b>15%</b> |
| Tienen canales de televisión abierta en horario diferido/programación diferida | <b>6%</b>  |

## Principal razón para no contratar televisión de paga

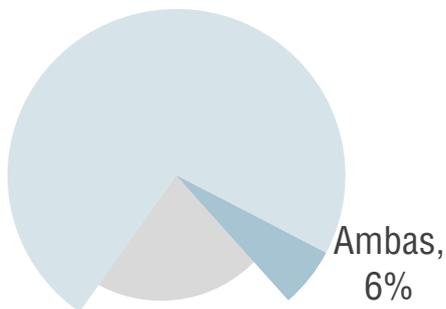
Base urbano: 1,162 hogares con solo televisión abierta  
Promedio urbano: 1.2 respuestas por hogar\*

|  |            |
|--|------------|
| Por el precio  | <b>61%</b> |
| Veo poco tiempo la televisión                                  | <b>31%</b> |
| Los canales de televisión abierta son suficientes              | <b>8%</b>  |
| No hay un proveedor o servicio que me convenza                 | <b>5%</b>  |
| Porque consumo contenidos por internet (YouTube, Netflix, etc) | <b>5%</b>  |
| No hay en mi localidad   | <b>1%</b>  |

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

## Rural

Solo televisión de paga, 73%



Base rural: 280 hogares con televisor

Solo televisión abierta, 21%



Base rural: 280 hogares con televisor

## Principal razón para contratar televisión de paga

Base rural: 217 hogares con televisión de paga  
Promedio rural: 1.1 respuestas por hogar\*

|  |     |
|--|-----|
| No recibo o recibo mal la señal de televisión abierta                          | 34% |
| Tener más opciones de contenidos y canales                                     | 30% |
| Precio accesible   | 16% |
| Transmiten programas que no puedo ver en otro lado                             | 13% |
| Tienen canales de televisión abierta en horario diferido/programación diferida | 8%  |
| Puedo tener internet, televisión y telefonía con un mismo proveedor            | 3%  |

## Principal razón para no contratar televisión de paga

Base rural: 63 hogares con solo televisión abierta  
Promedio rural: 1.2 respuestas por hogar\*

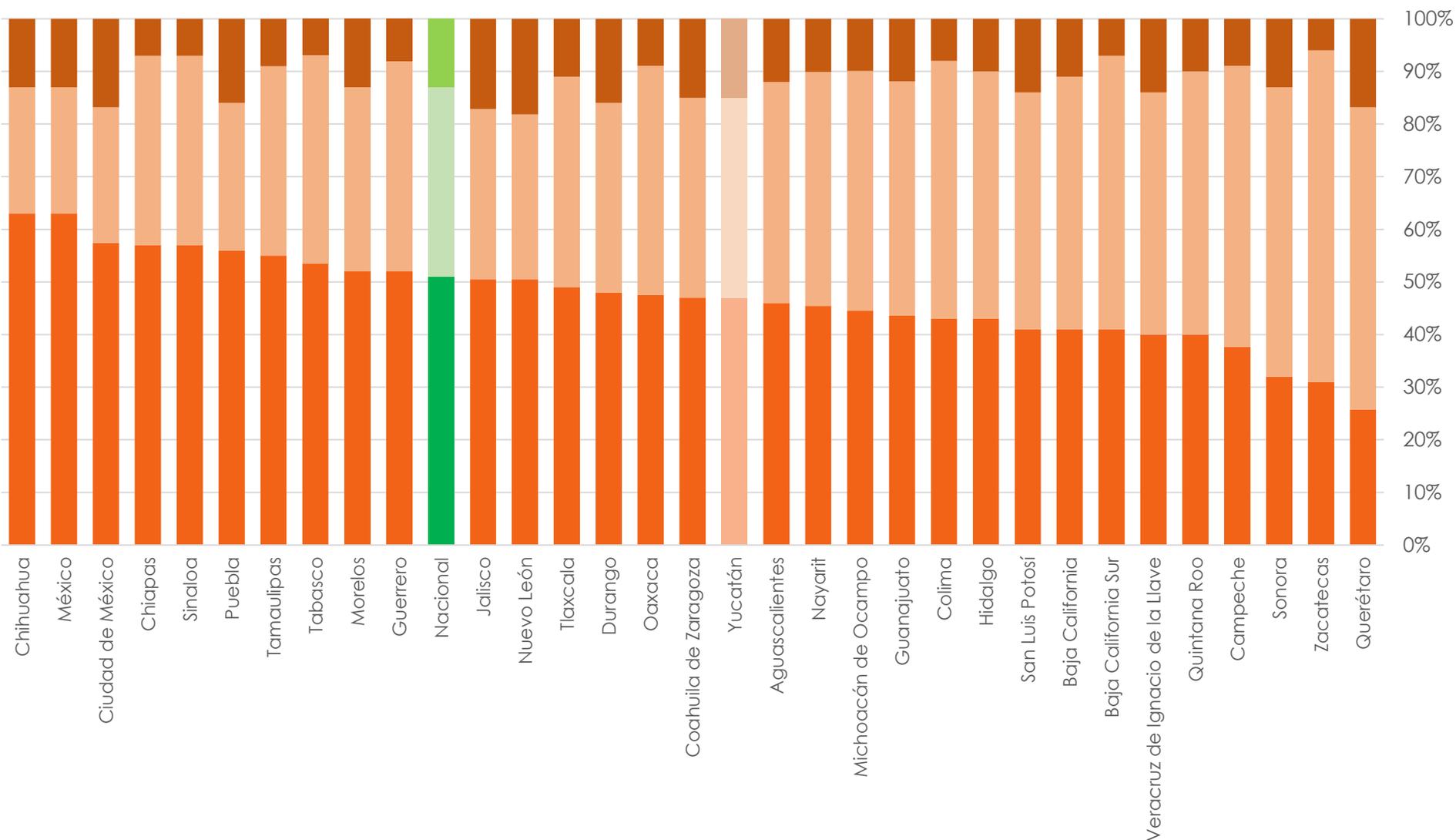
|   |     |
|---|-----|
| Por el precio                                     | 68% |
| Veo poco tiempo la televisión                     | 32% |
| Los canales de televisión abierta son suficientes | 7%  |
| No hay un proveedor o servicio que me convenza    | 6%  |
| No hay en mi localidad                            | 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

Urbano

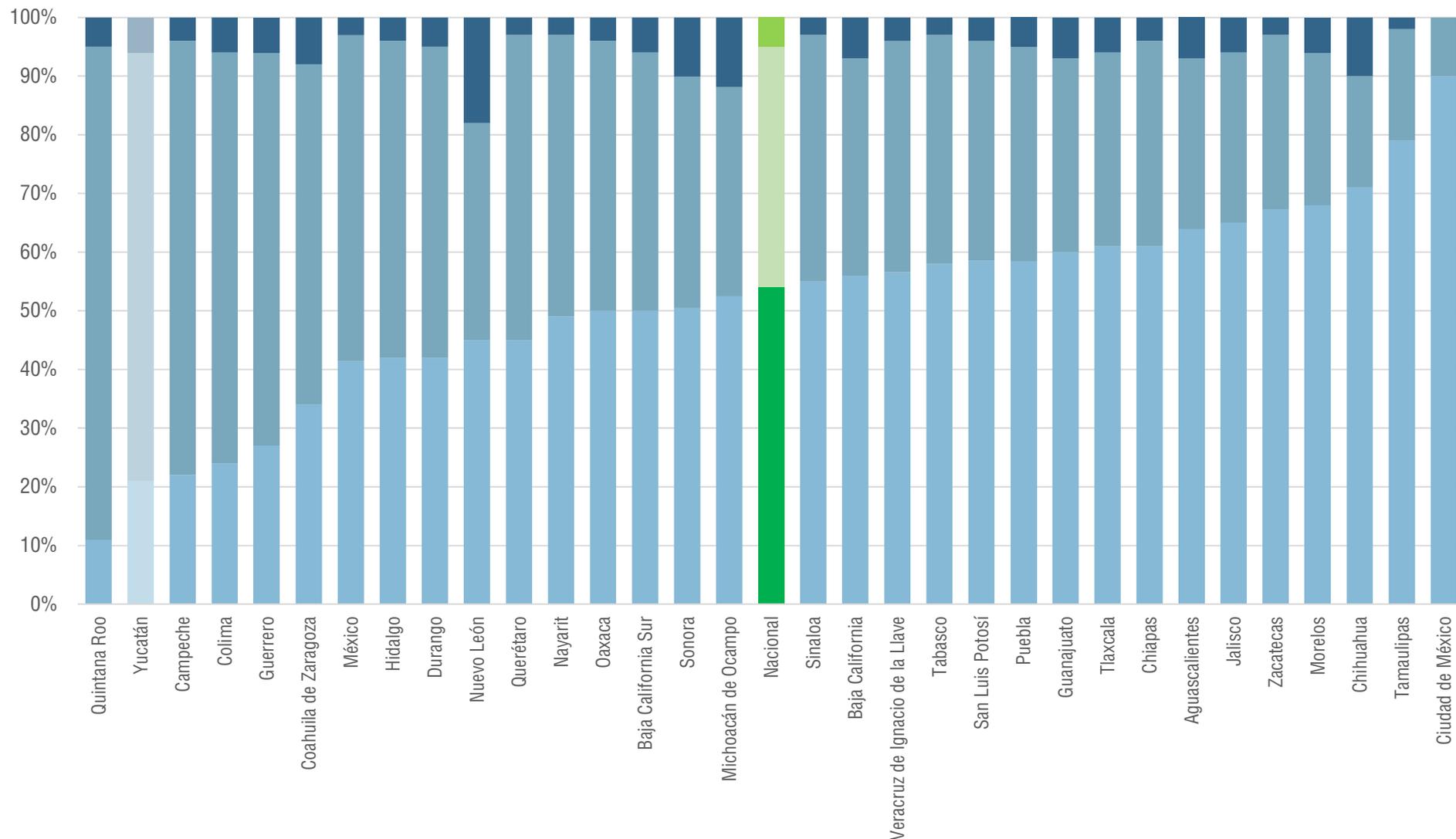
Solo televisión abierta Solo televisión de paga Ambas



# Tipo de señal en el hogar - Entidades

Rural

■ Solo televisión abierta
 ■ Solo televisión de paga
 ■ Ambas



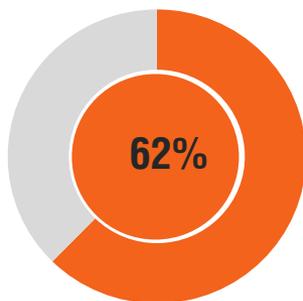
Urbano

## Lugares para acceder a internet

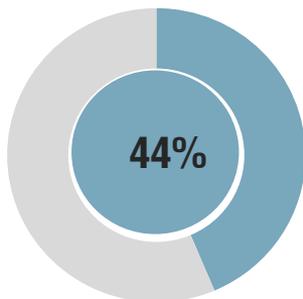
Rural

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

Base urbano: 2,426 personas

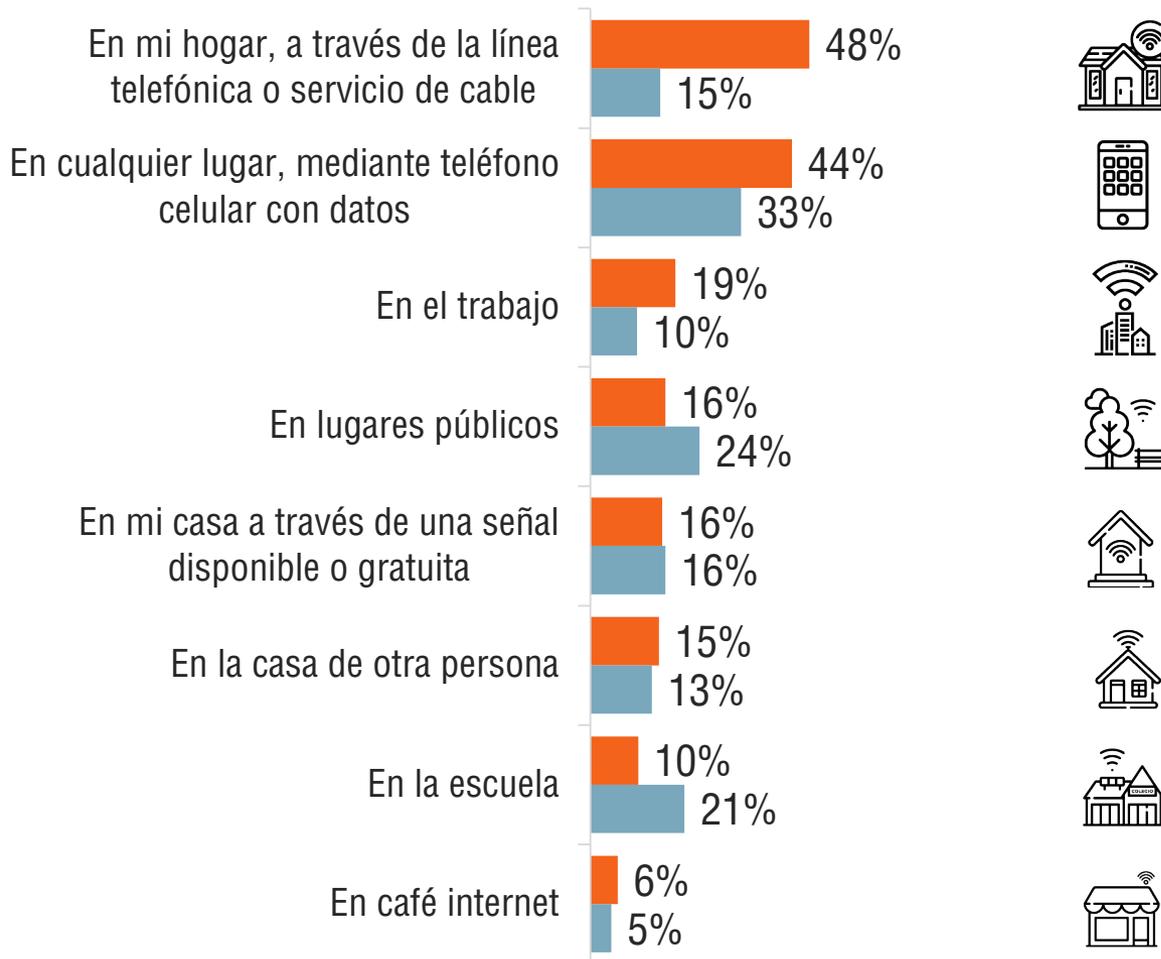


Base rural: 300 personas



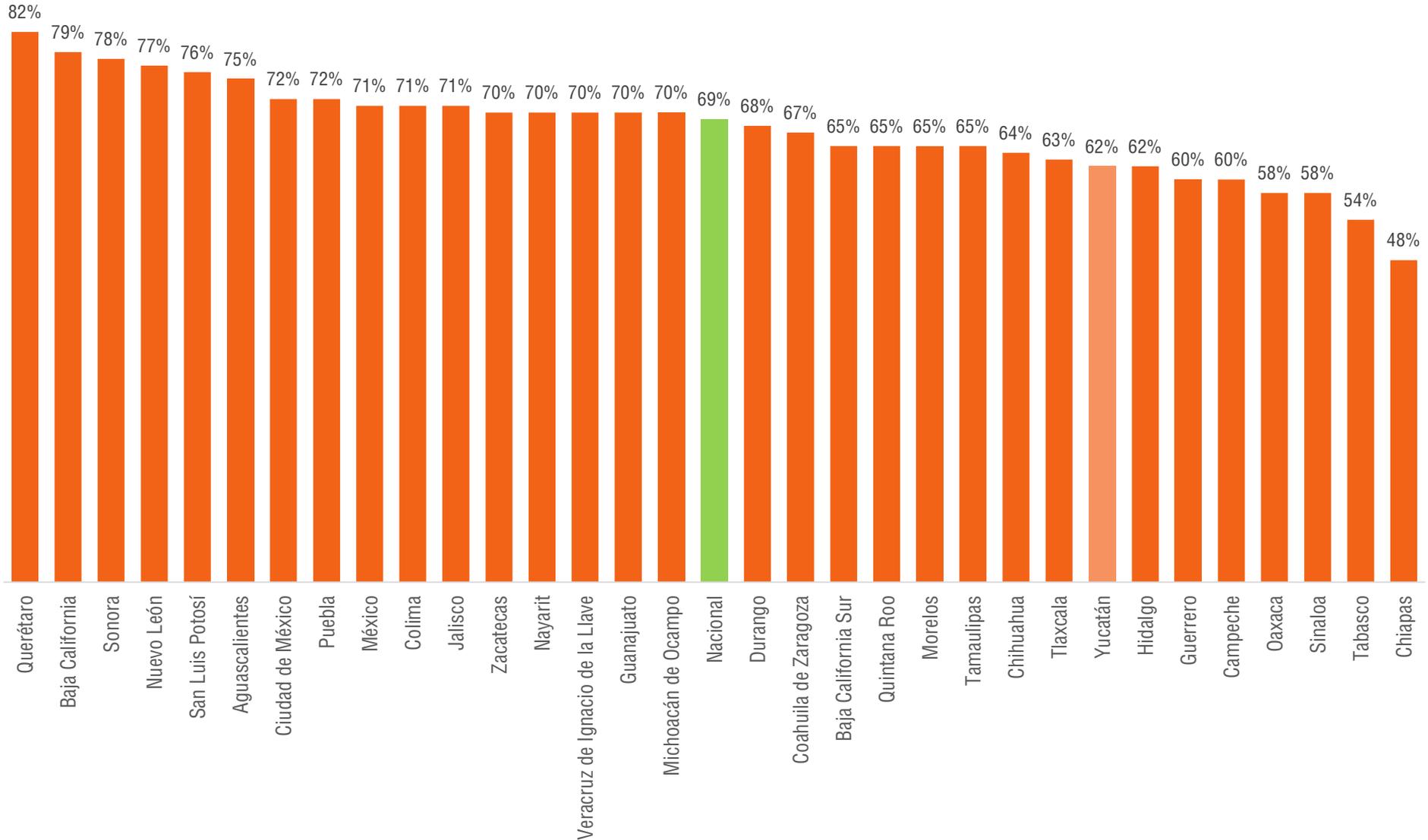
Base urbano: 1,565 personas que usan internet  
Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona\*

Base rural: 138 personas que usan internet  
Promedio rural: 1.4 respuestas por persona\*

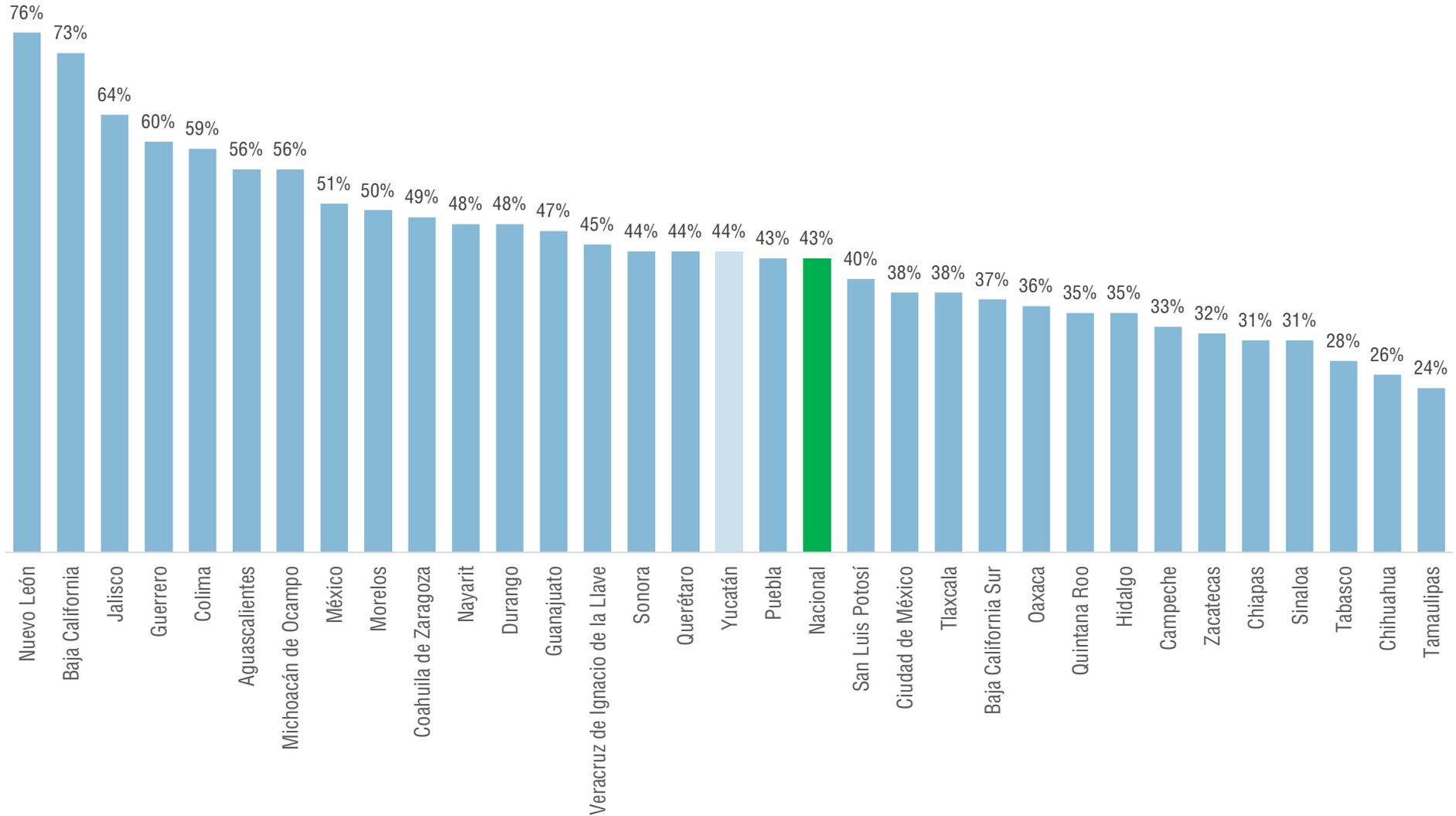


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Urbano



## Rural



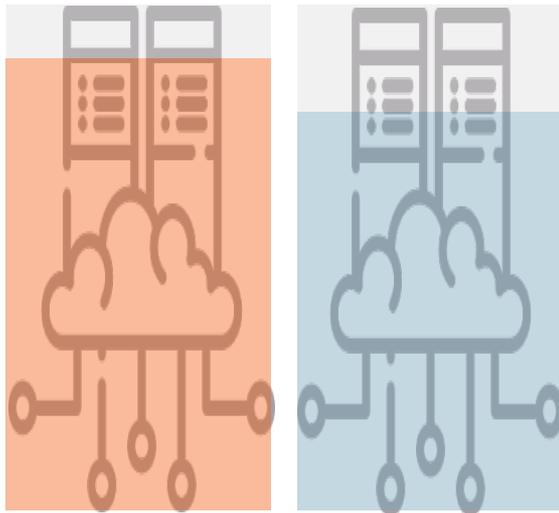
Urbano

Rural

## Uso de redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 1,565 personas que usan internet

Base rural: 138 personas que usan internet



89%

79%

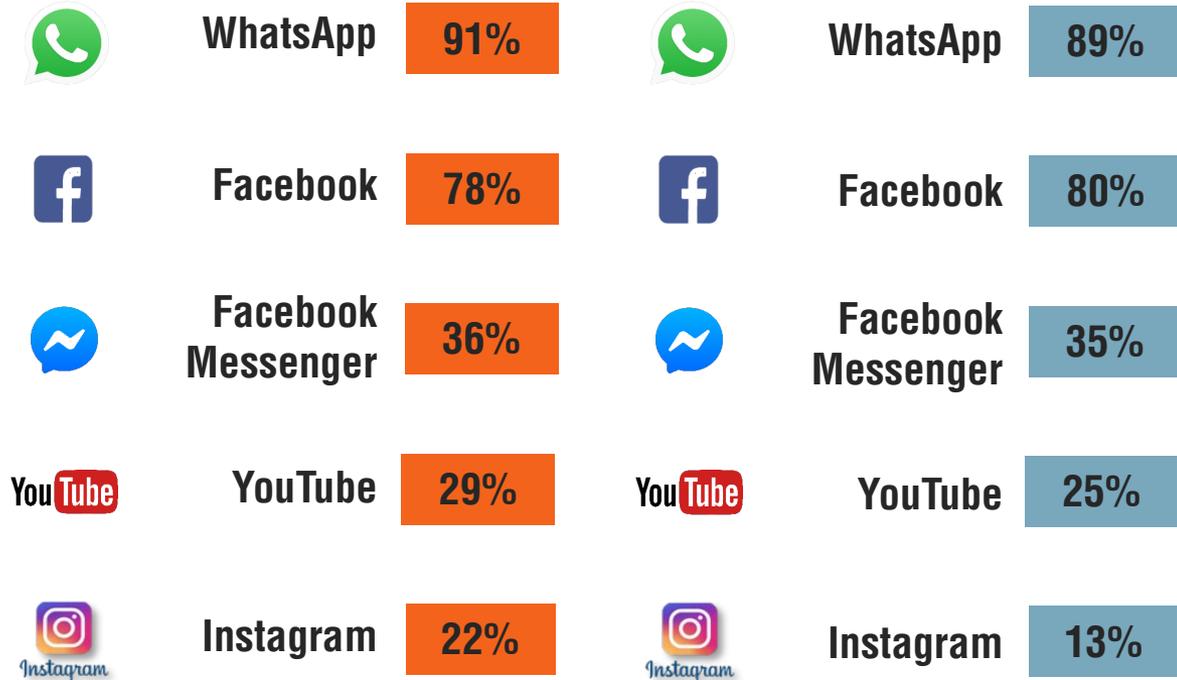
## Redes sociales y mensajería instantánea

Base urbano: 1,383 personas que utilizan redes sociales y mensajería instantánea

Promedio urbano: 3.0 respuestas por persona\*

Base rural: 109 personas que utilizan redes sociales y mensajería instantánea

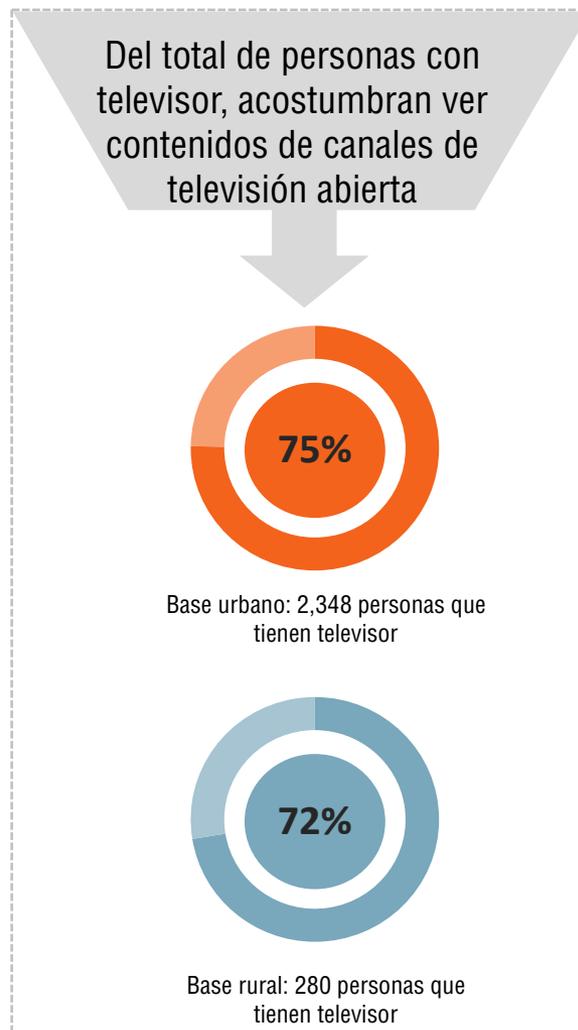
Promedio rural: 2.7 respuestas por persona\*



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

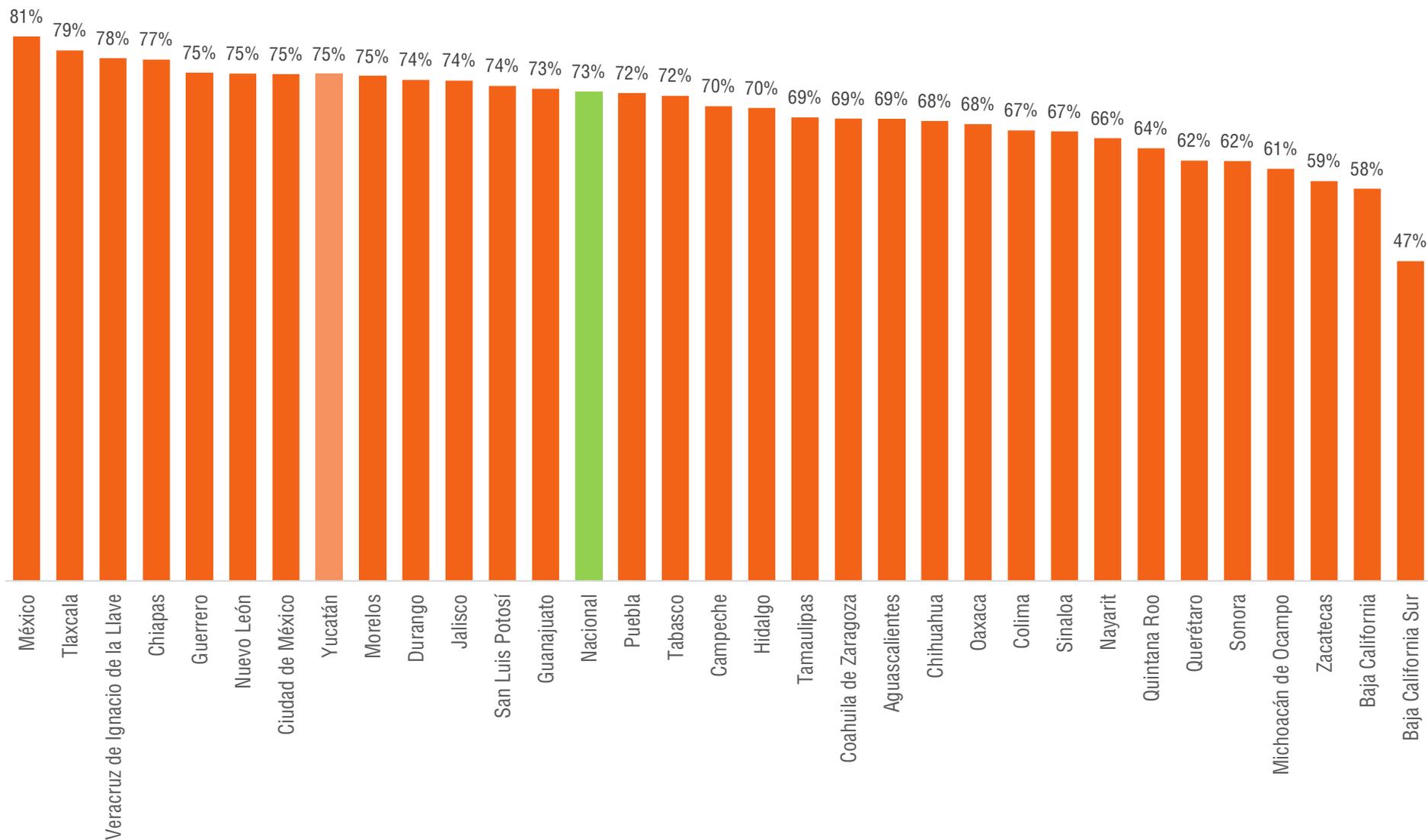
Urbano

Rural



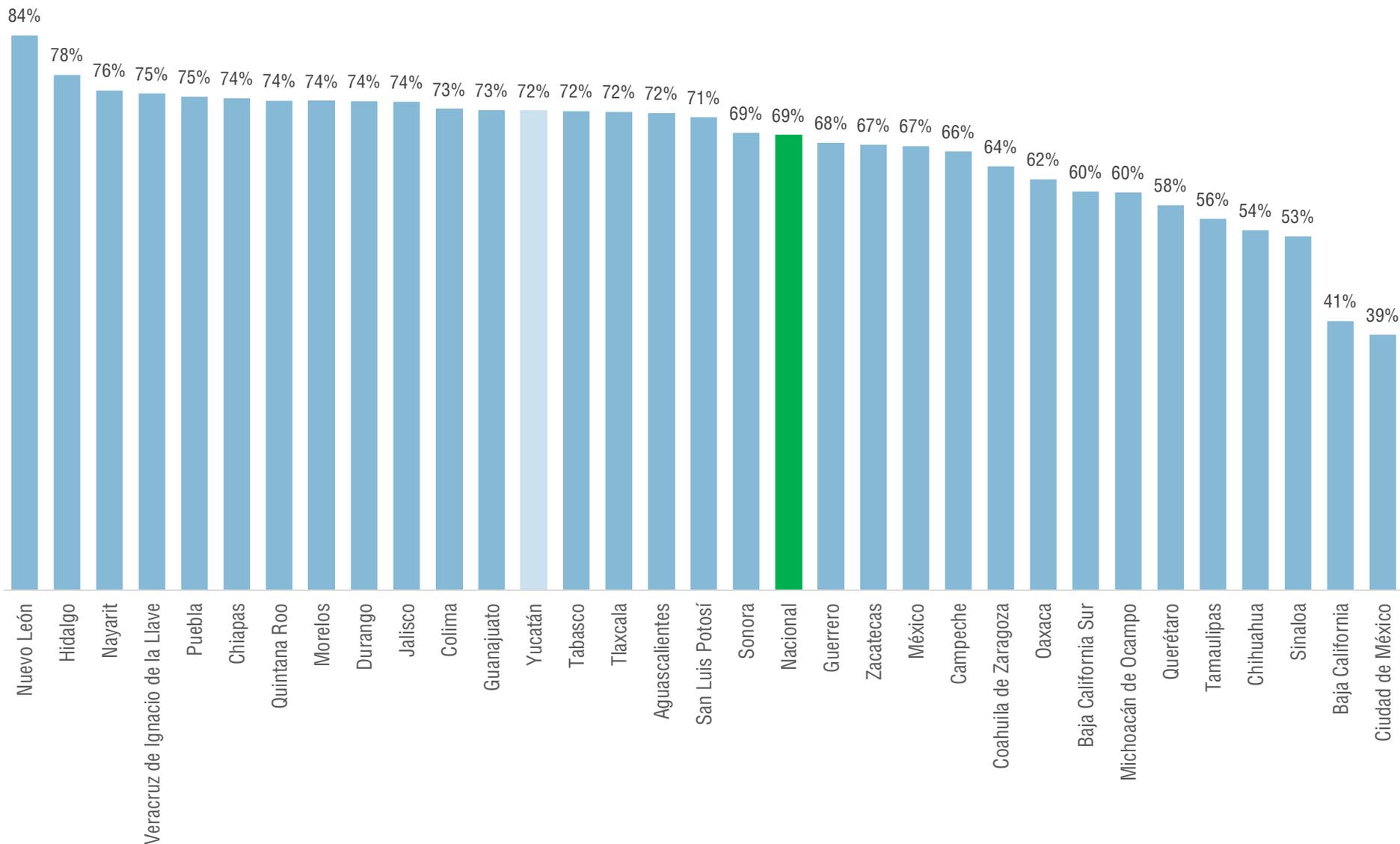
# Ven canales de televisión abierta – Entidades

Urbano



# Ven canales de televisión abierta – Entidades

Rural

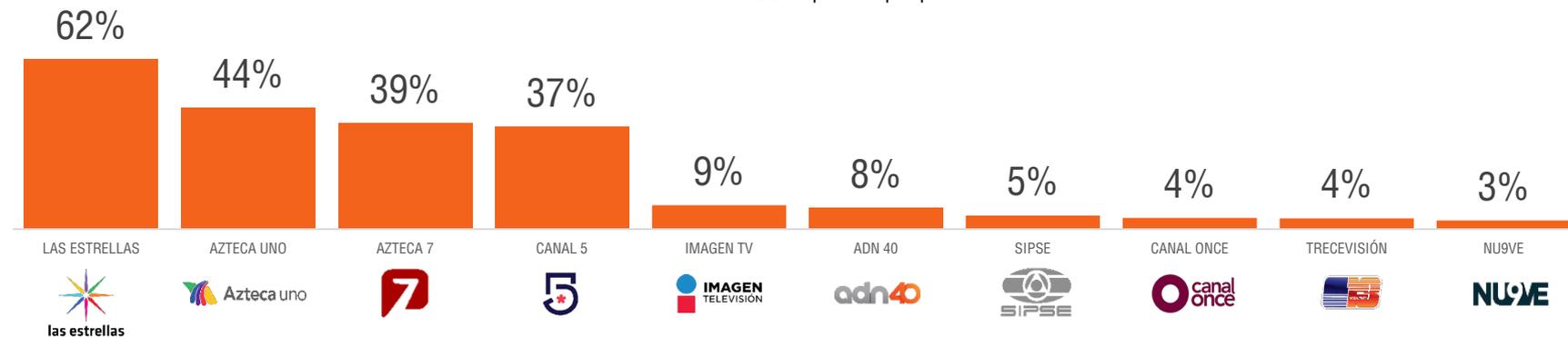


Urbano

Rural

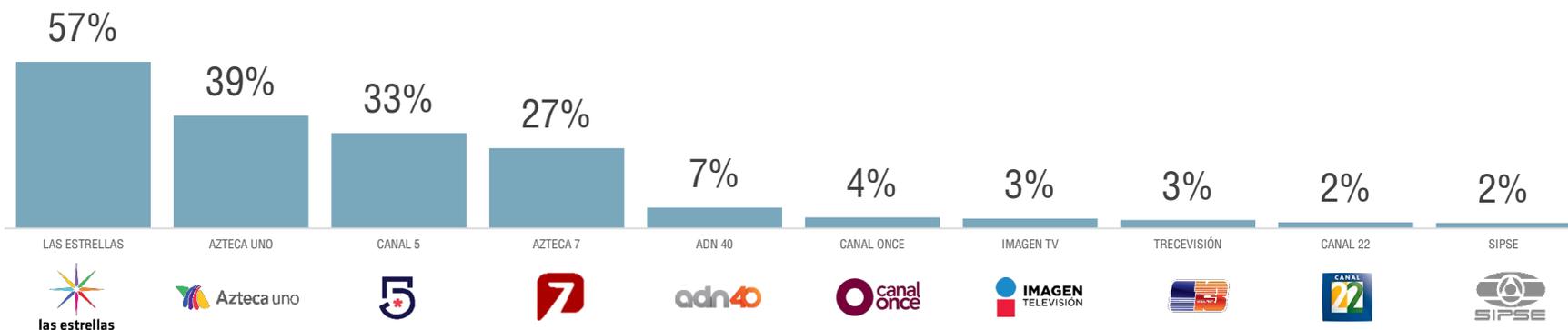
## Canales de televisión abierta que ve con mayor frecuencia\*\*

Base urbano: 1,804 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio urbano: 2.2 respuestas por persona\*



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

Base rural: 201 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio rural: 1.9 respuestas por persona\*



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

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

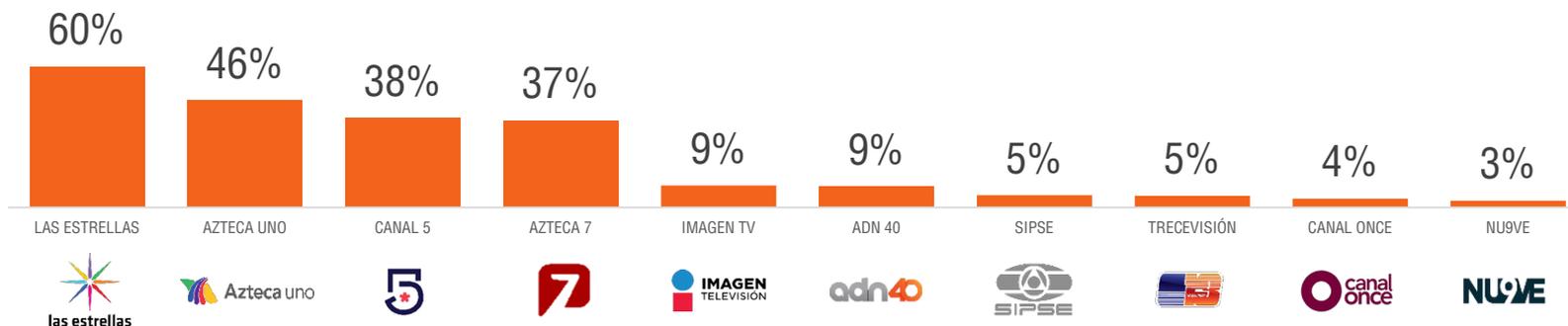
Urbano

Rural

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

Base urbano: 1,037 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

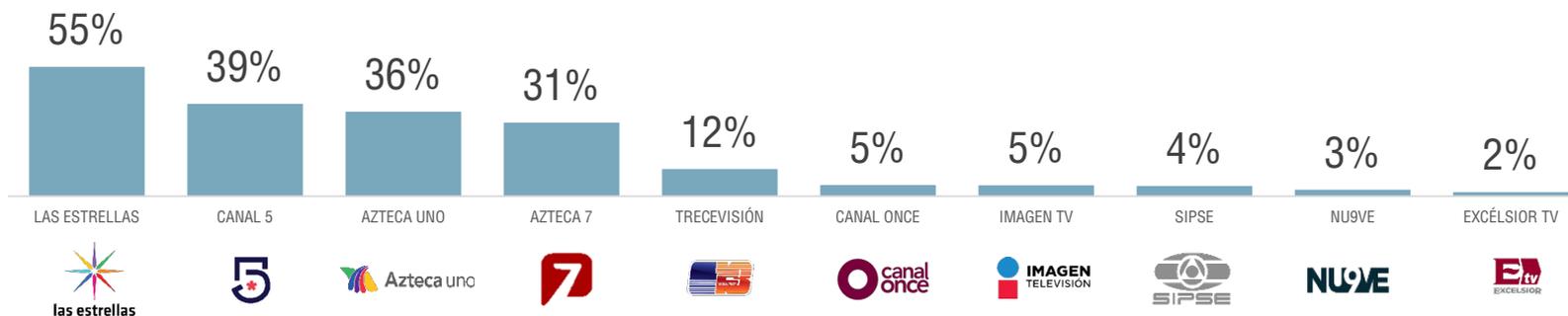
Promedio urbano: 2.2 respuestas por persona\*



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

Base rural: 53 personas que cuentan con señal de televisión abierta y consumen contenidos de ésta

Promedio rural: 2.0 respuestas por persona\*



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

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

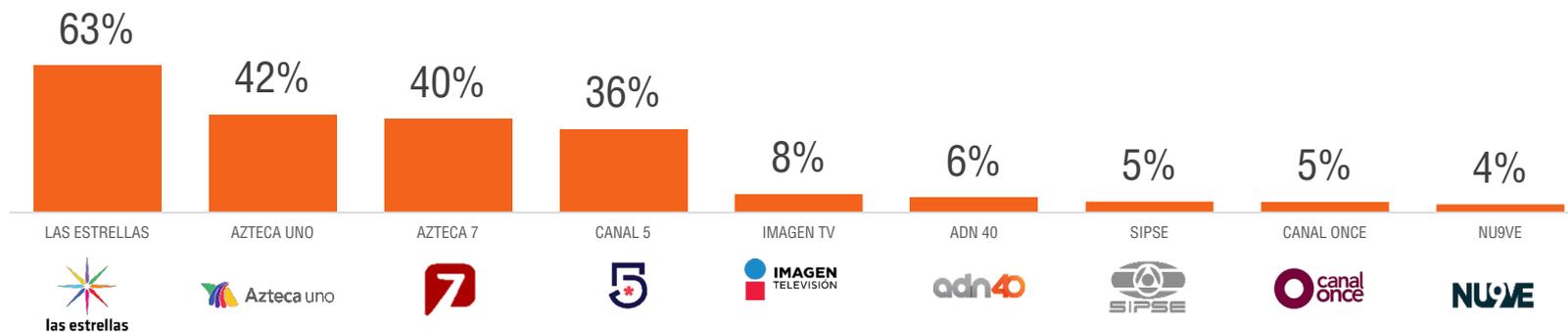
Urbano

Rural

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

Base urbano: 767 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

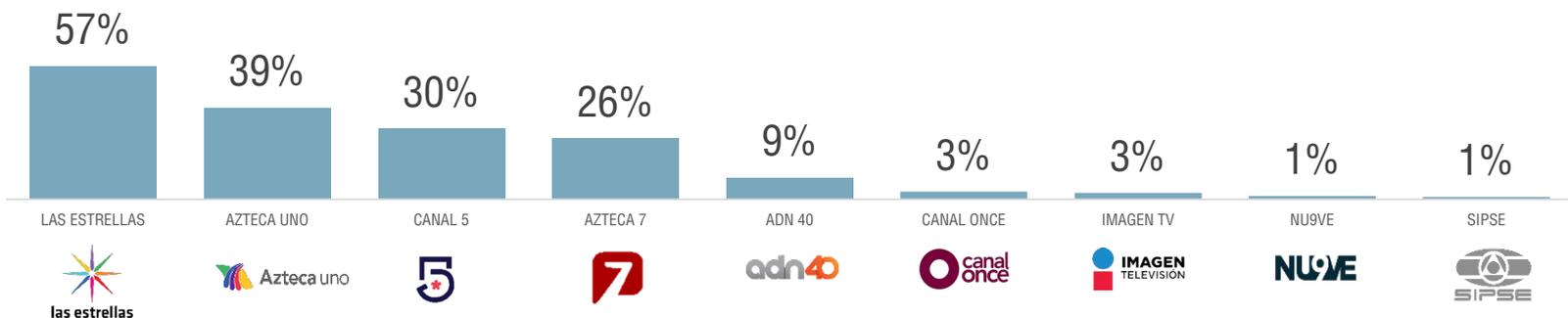
Promedio urbano: 2.2 respuestas por persona\*



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

Base rural: 148 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión abierta

Promedio rural: 1.9 respuestas por persona\*



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

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

Urbano

Rural

## Tipo de programas de televisión abierta que ve con mayor frecuencia

Base urbano: 1,804 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio urbano: 2.4 respuestas por persona\*

Base rural: 201 personas que ven canales de televisión abierta  
Promedio rural: 2.3 respuestas por persona\*



Películas

49%

40%



Deportes

23%

25%



Telenovelas

39%

45%



Musicales

12%

19%



Noticias

33%

35%



Comedia / Cómicos

10%

12%



Series

26%

16%



Documentales, reportajes culturales y educativos

7%

1%



Caricaturas / Programas infantiles

23%

23%



Concursos

6%

3%

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

Urbano

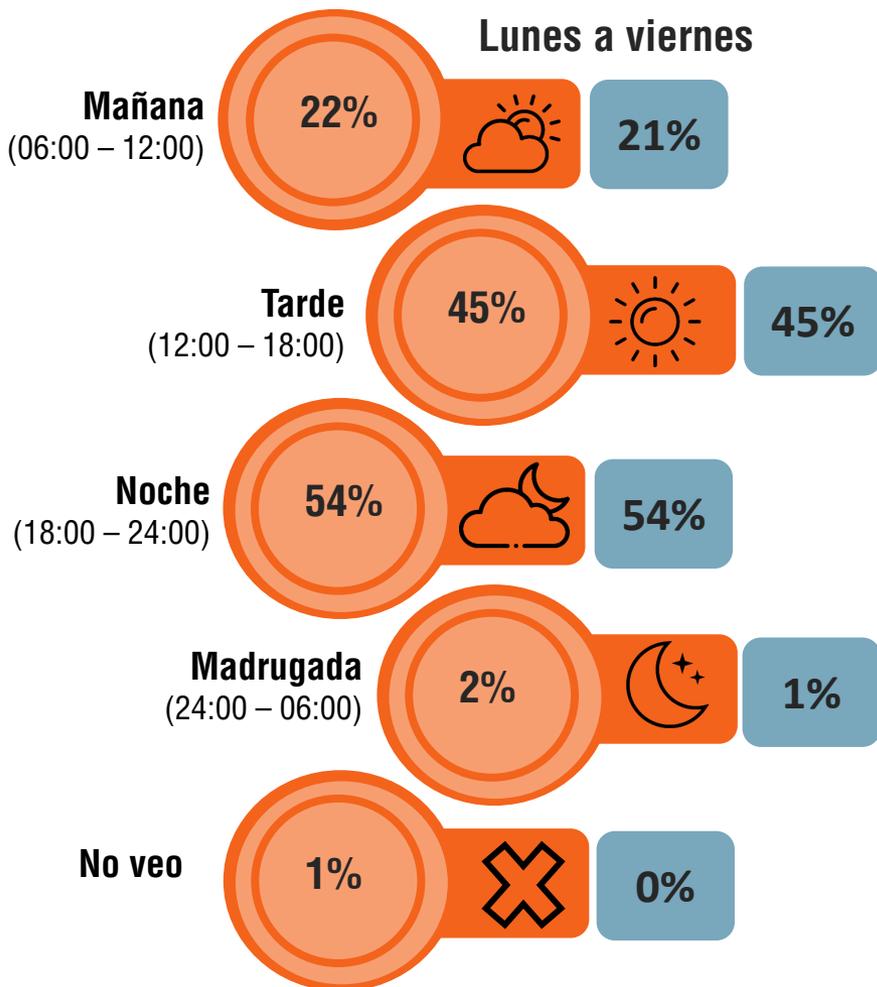
## Horario en el que acostumbra ver contenidos de la televisión abierta

Rural

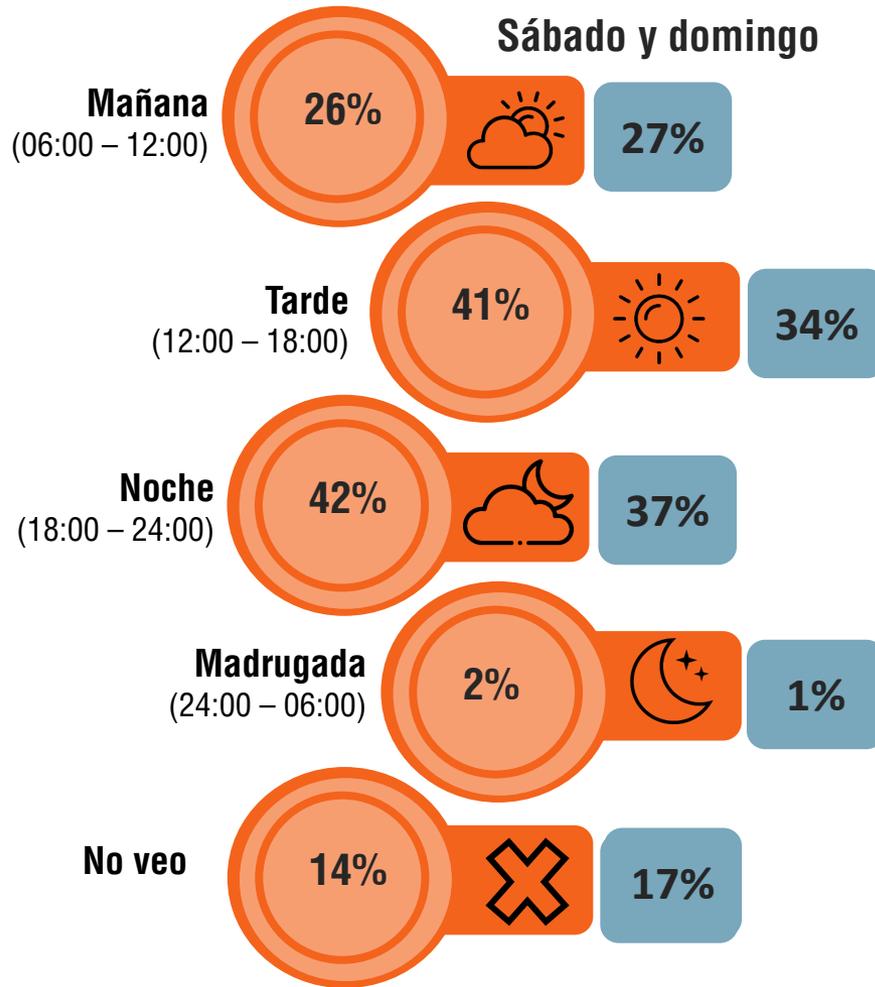
Base urbano: 1,804 personas que ven canales de televisión abierta  
 Promedio urbano entre semana: 1.2 respuestas por persona\*  
 Promedio urbano fin de semana: 1.3 respuestas por persona\*

Base rural: 201 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\*

### Lunes a viernes



### Sábado y domingo



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

Urbano

Rural

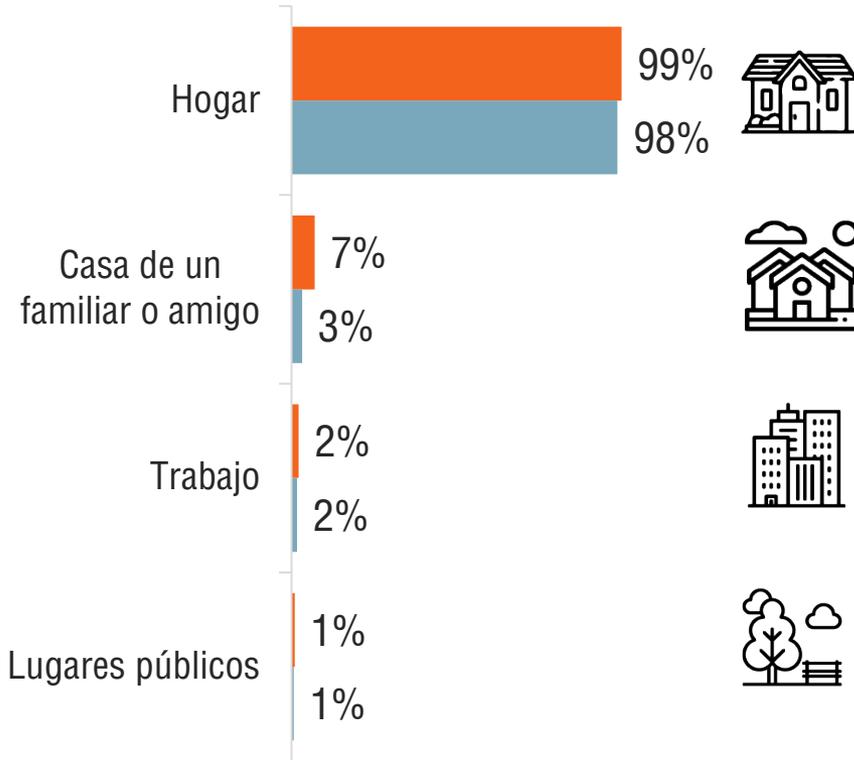
## Lugares donde ve televisión abierta

Base urbano: 1,804 personas que ven canales de televisión abierta

Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona\*

Base rural: 201 personas que ven canales de televisión abierta

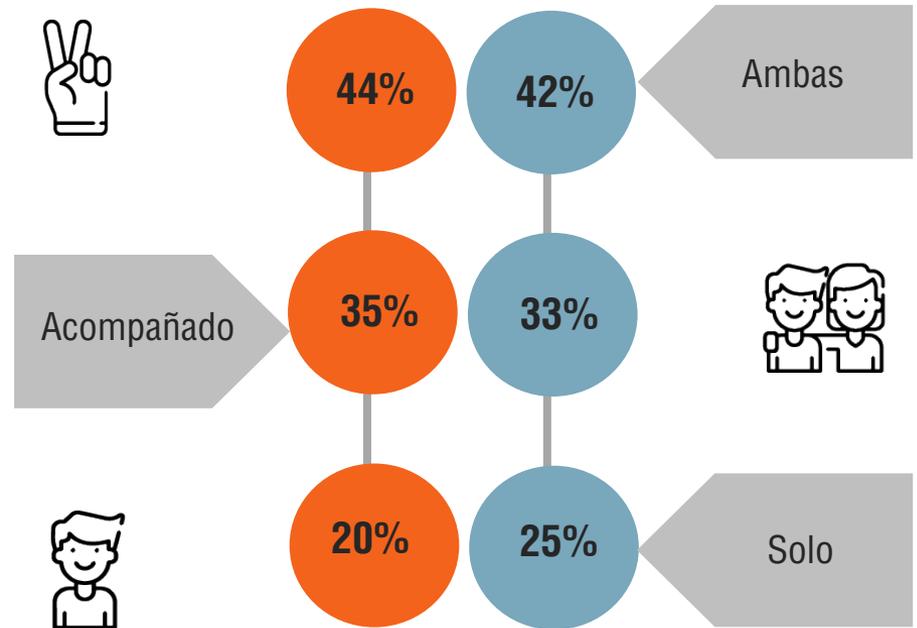
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona\*



## ¿Con quién ve la televisión abierta?

Base urbano: 1,804 personas que ven canales de televisión abierta

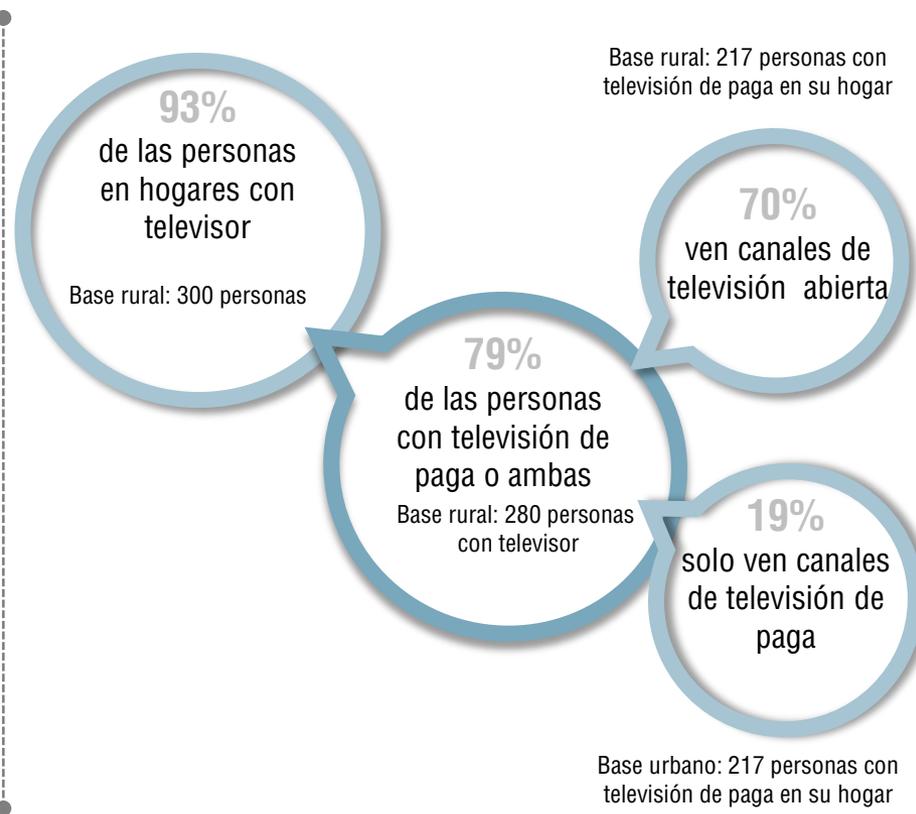
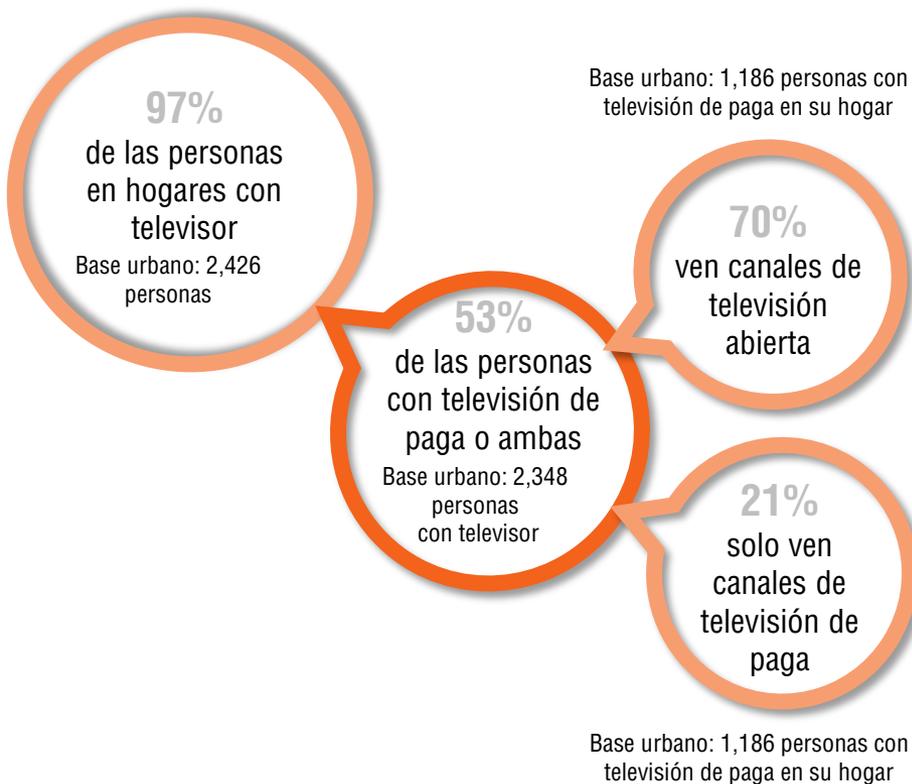
Base rural: 201 personas que ven canales de televisión abierta



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

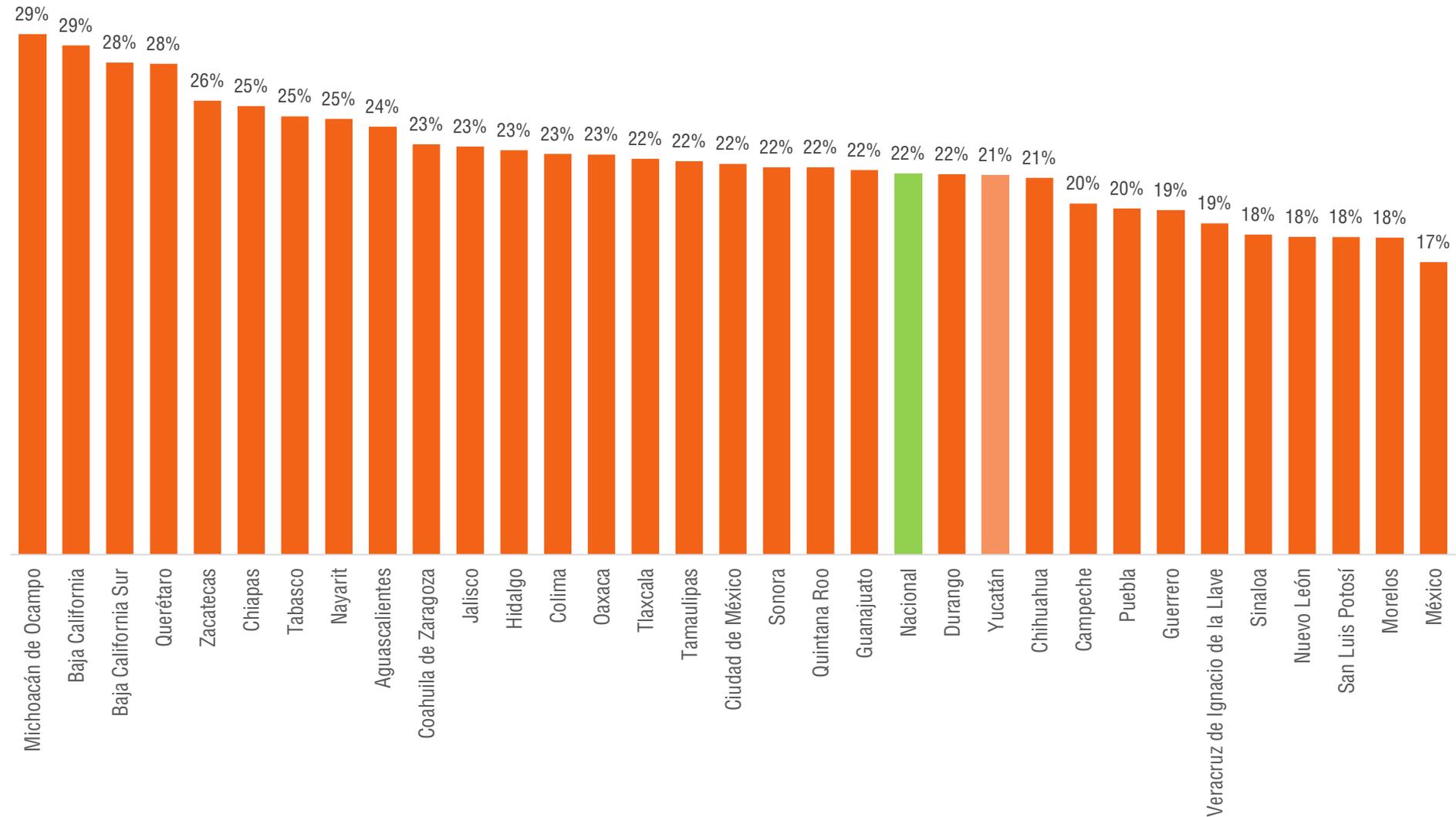
Urbano

Rural



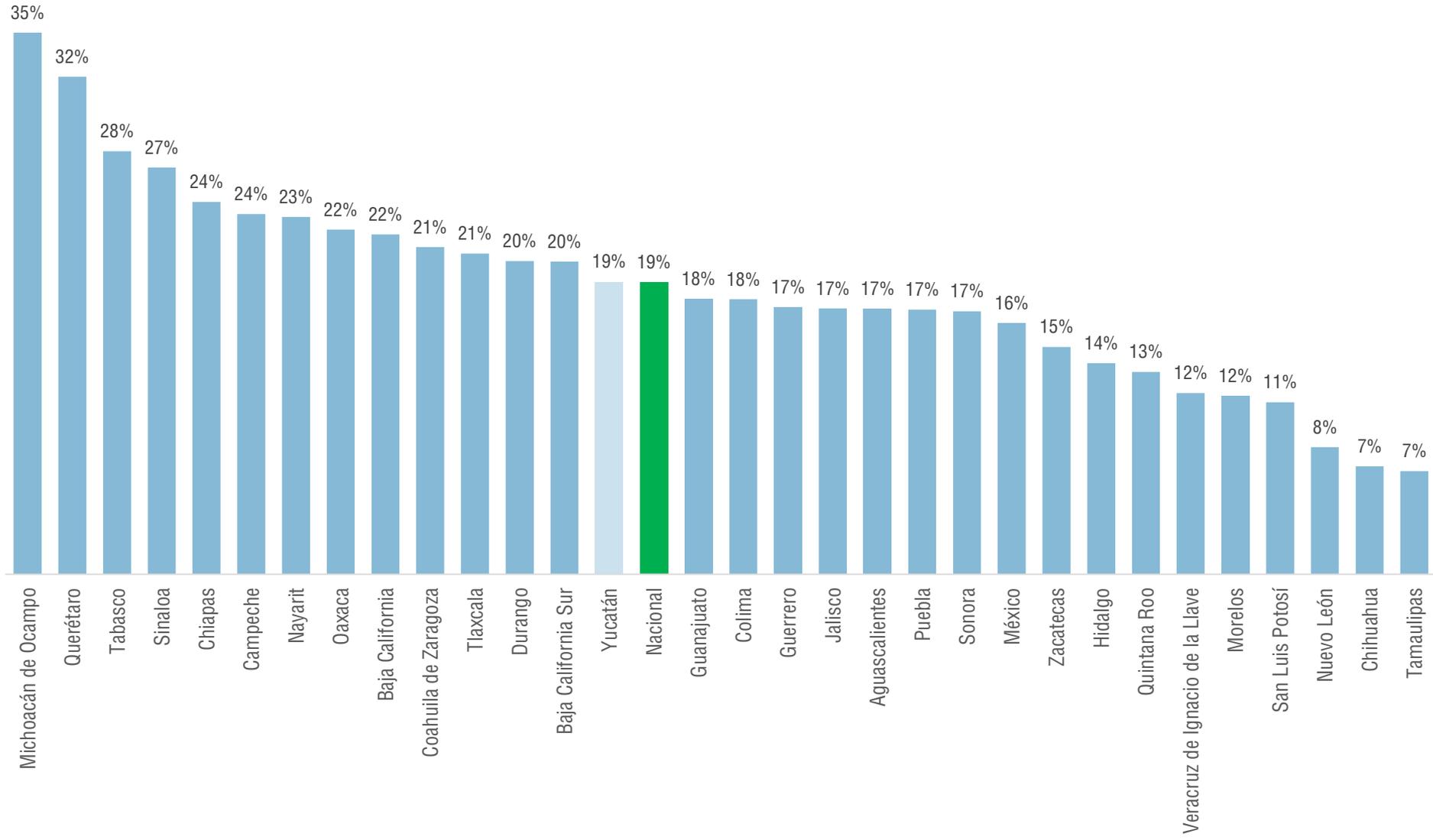
# Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades

Urbano



# Ven canales exclusivos de televisión de paga – Entidades

## Rural

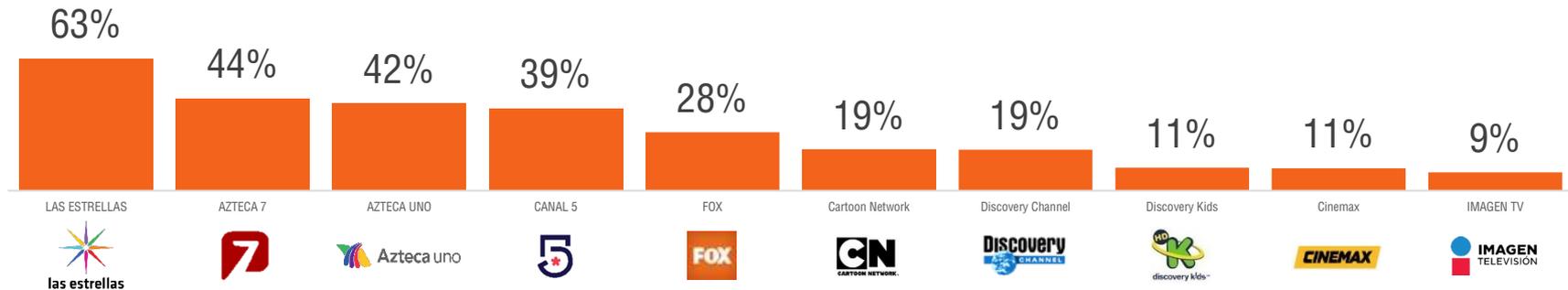


Urbano

Rural

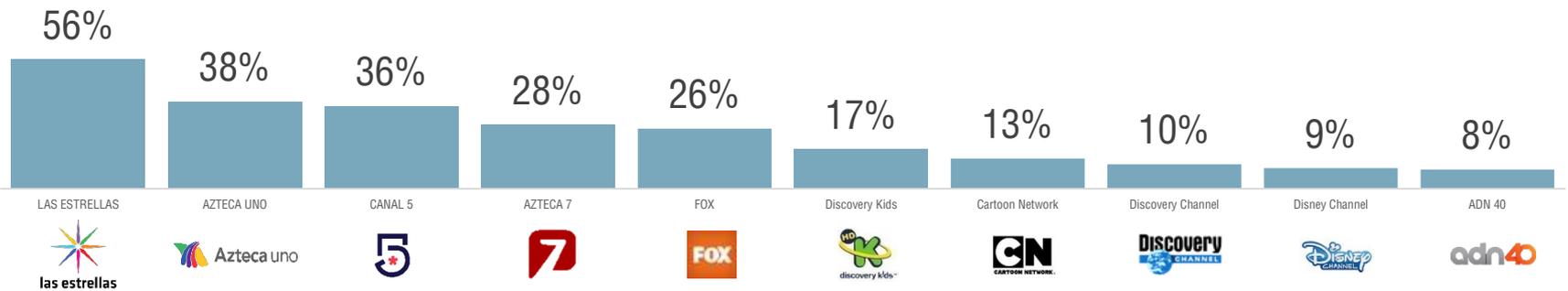
## Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga\*\*

Base urbano: 591 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio urbano: 4.5 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: 83 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta  
Promedio rural: 3.7 respuestas por persona\*



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

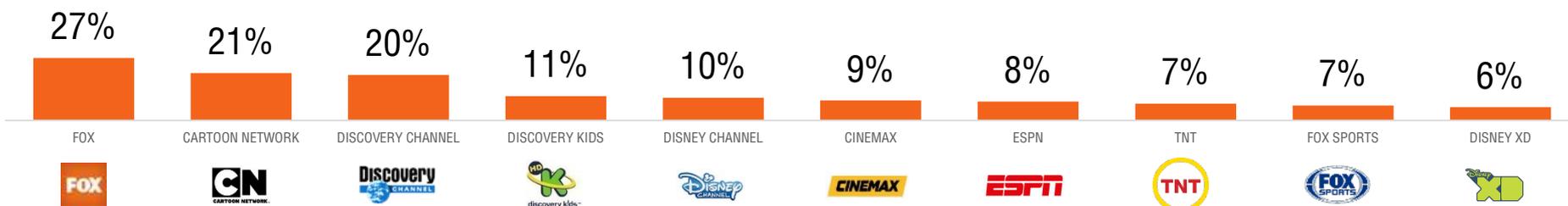
\*\*Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.

Urbano

Rural

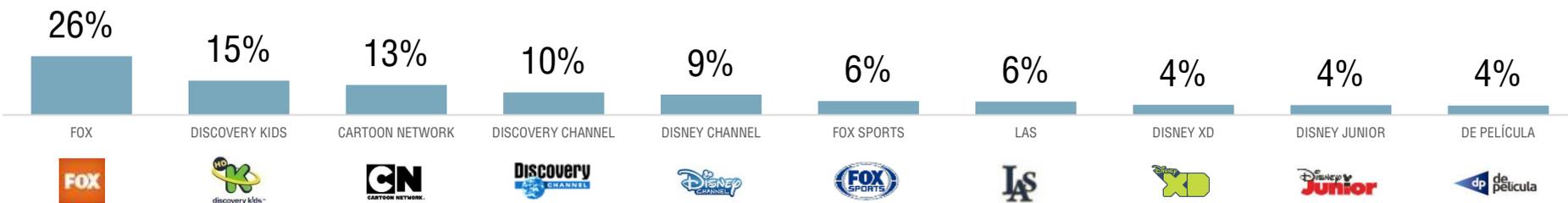
## Canales exclusivos de televisión de paga que ve con mayor frecuencia \*\*

Base urbano: 934 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio urbano: 2.3 respuestas por persona\*



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

Base rural: 137 personas que ven canales de televisión de paga  
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.

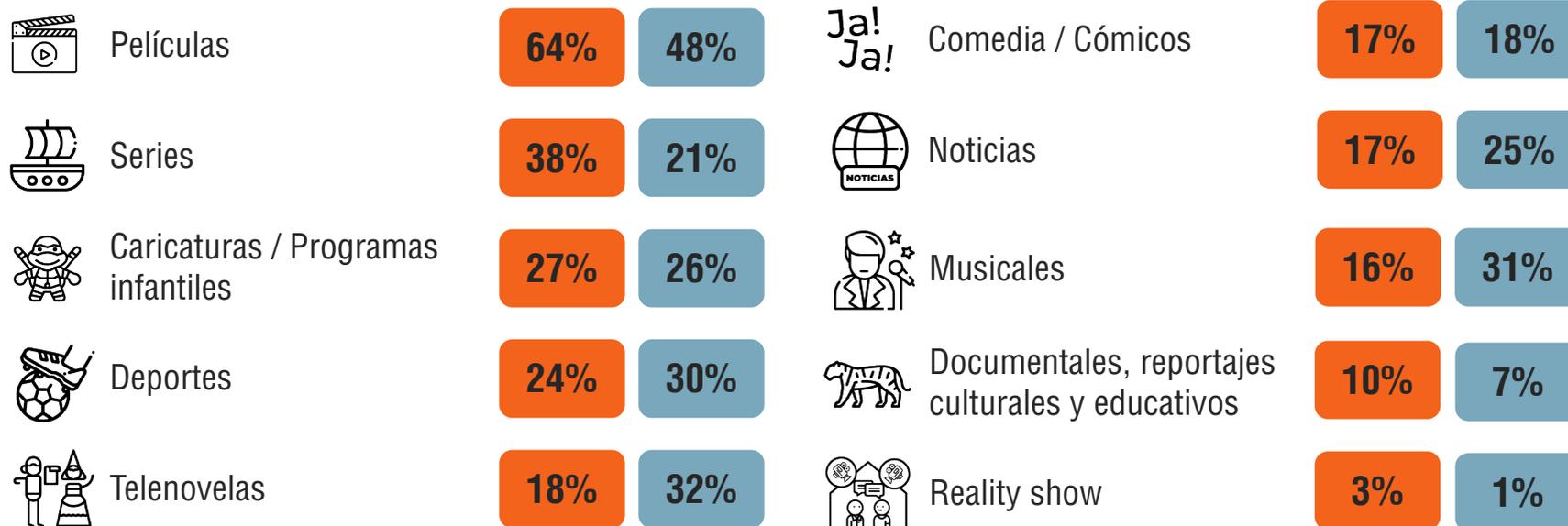
Urbano

Rural

## Tipo de programas más vistos en televisión de paga

Base urbano: 934 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio urbano: 2.4 respuestas por persona\*

Base rural: 137 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio rural: 2.5 respuestas por persona\*



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

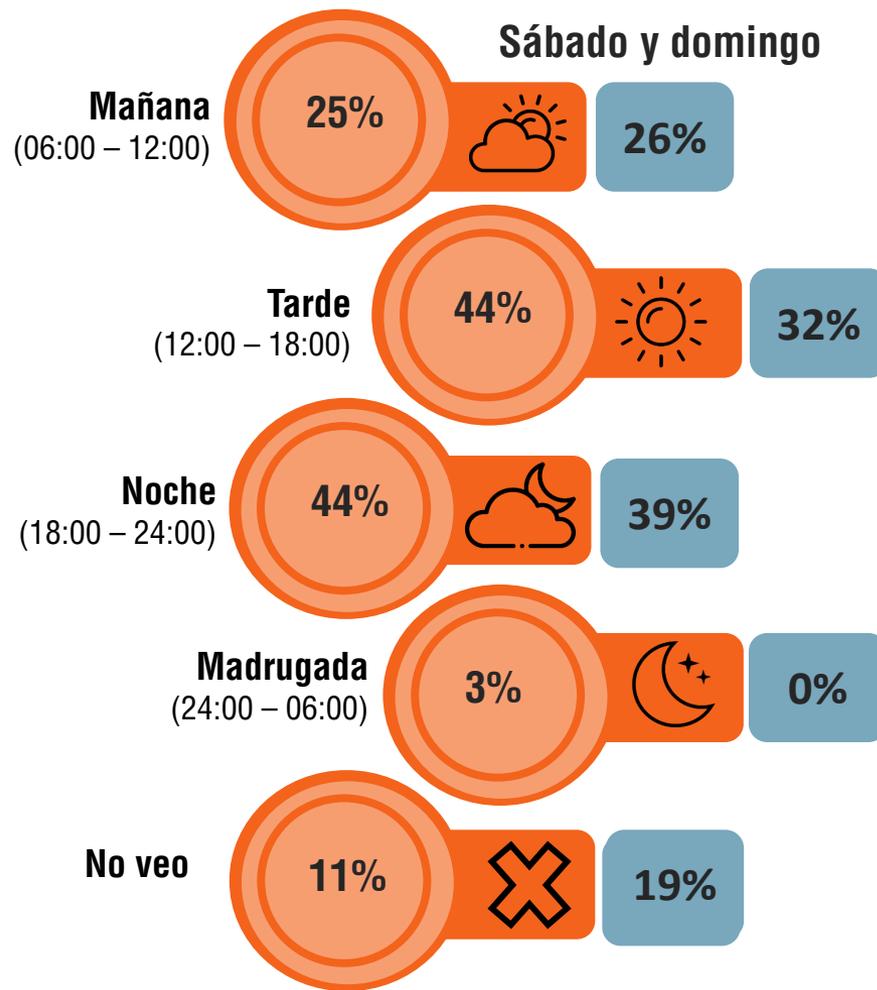
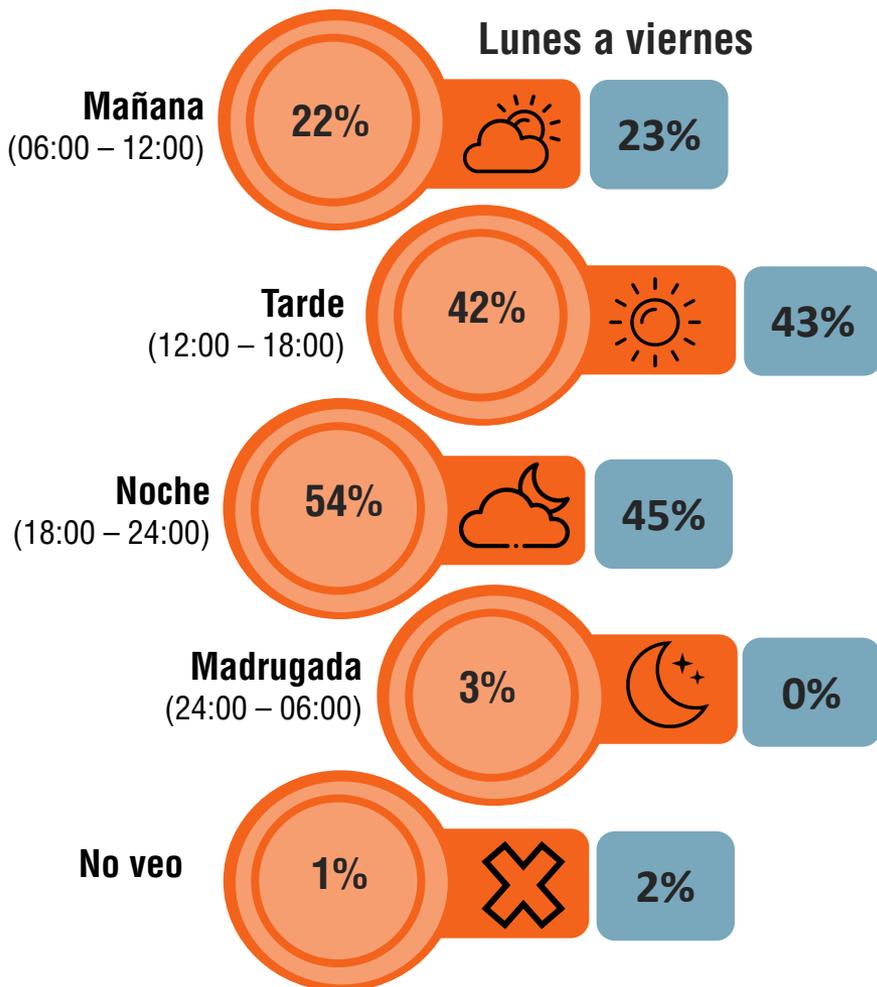
## Urbano

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

## Rural

Base rural: 137 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: 137 personas que ven canales de televisión de paga  
 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%.

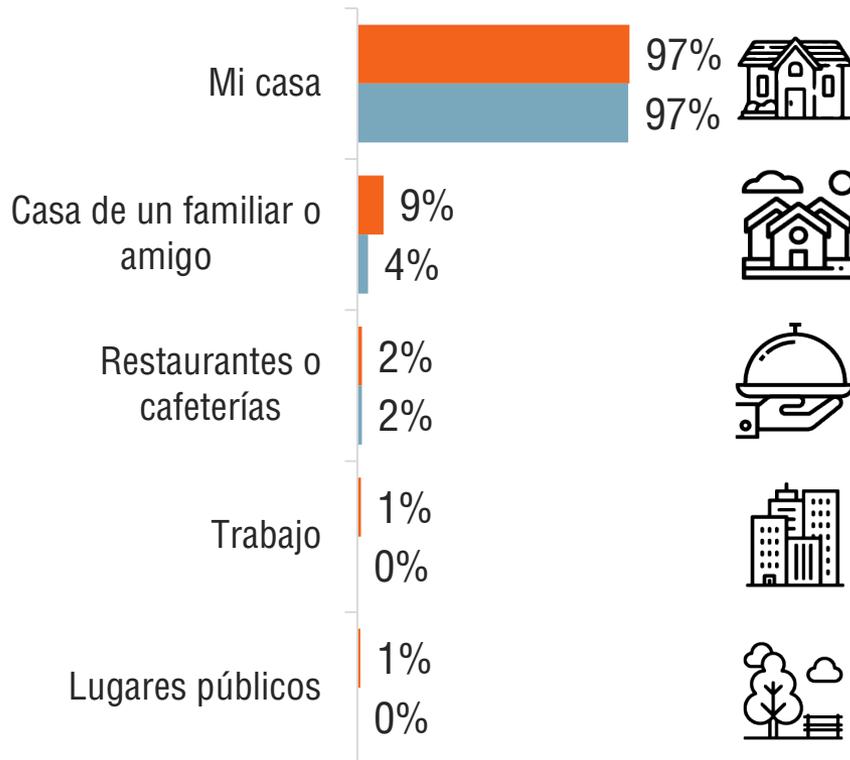
Urbano

Rural

## Lugares donde ve televisión de paga

Base urbano: 934 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona\*

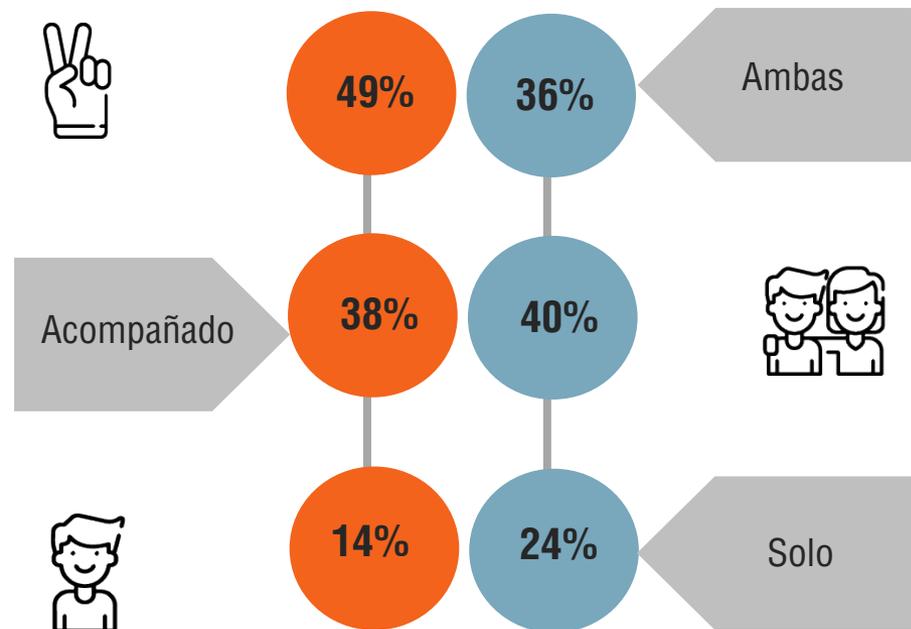
Base urbano: 137 personas que ven canales de televisión de paga  
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona\*



## ¿Con quién ve la televisión de paga?

Base urbano: 934 personas que ven canales de televisión de paga

Base rural: 137 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%.

Urbano

Rural



**32%**  
de las personas  
escuchan radio

Base: 2,426 personas

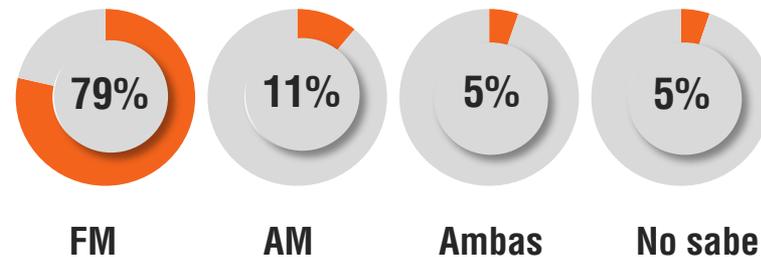


**37%**  
de las personas  
escuchan radio

Base: 300 personas

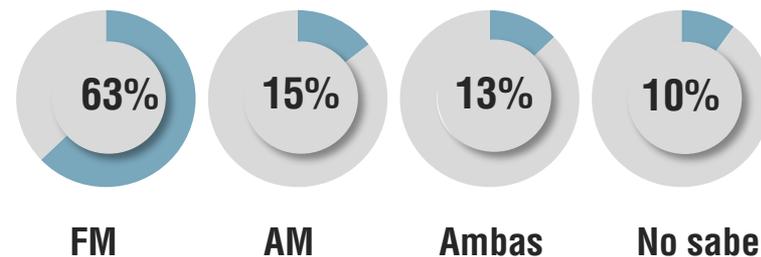
## Consumo por tipo de banda

Base: 812 personas que escuchan radio



## Consumo por tipo de banda

Base: 110 personas que escuchan radio

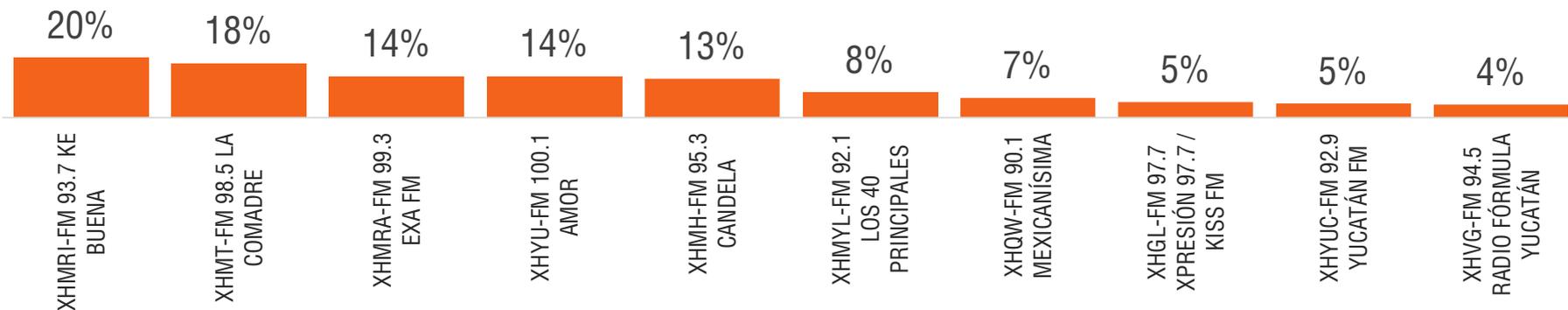


Urbano

Rural

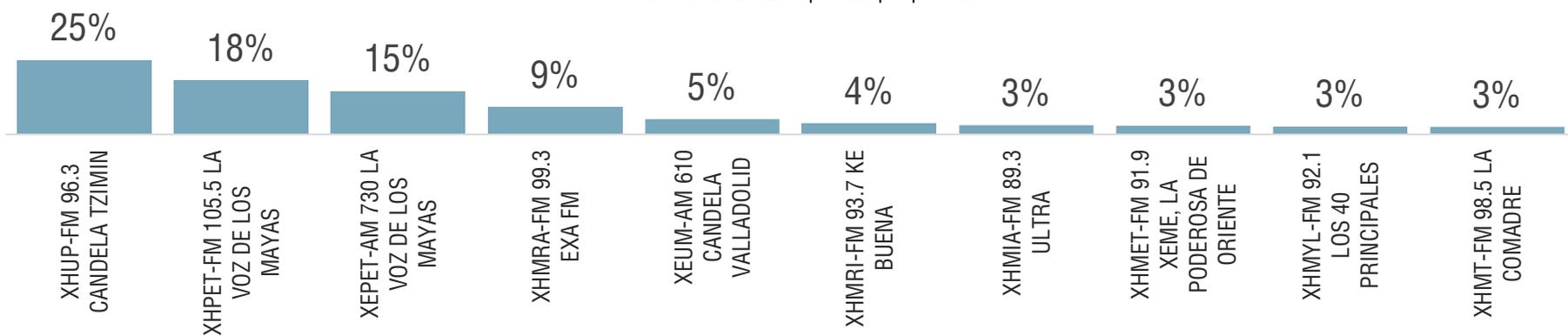
## Estaciones de radio que más escuchan\*\*

Base urbano: 812 personas que escuchan radio  
Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona\*



## Estaciones de radio que más escuchan\*\*

Base rural: 110 personas que escuchan radio  
Promedio rural: 1.2 respuestas por persona\*

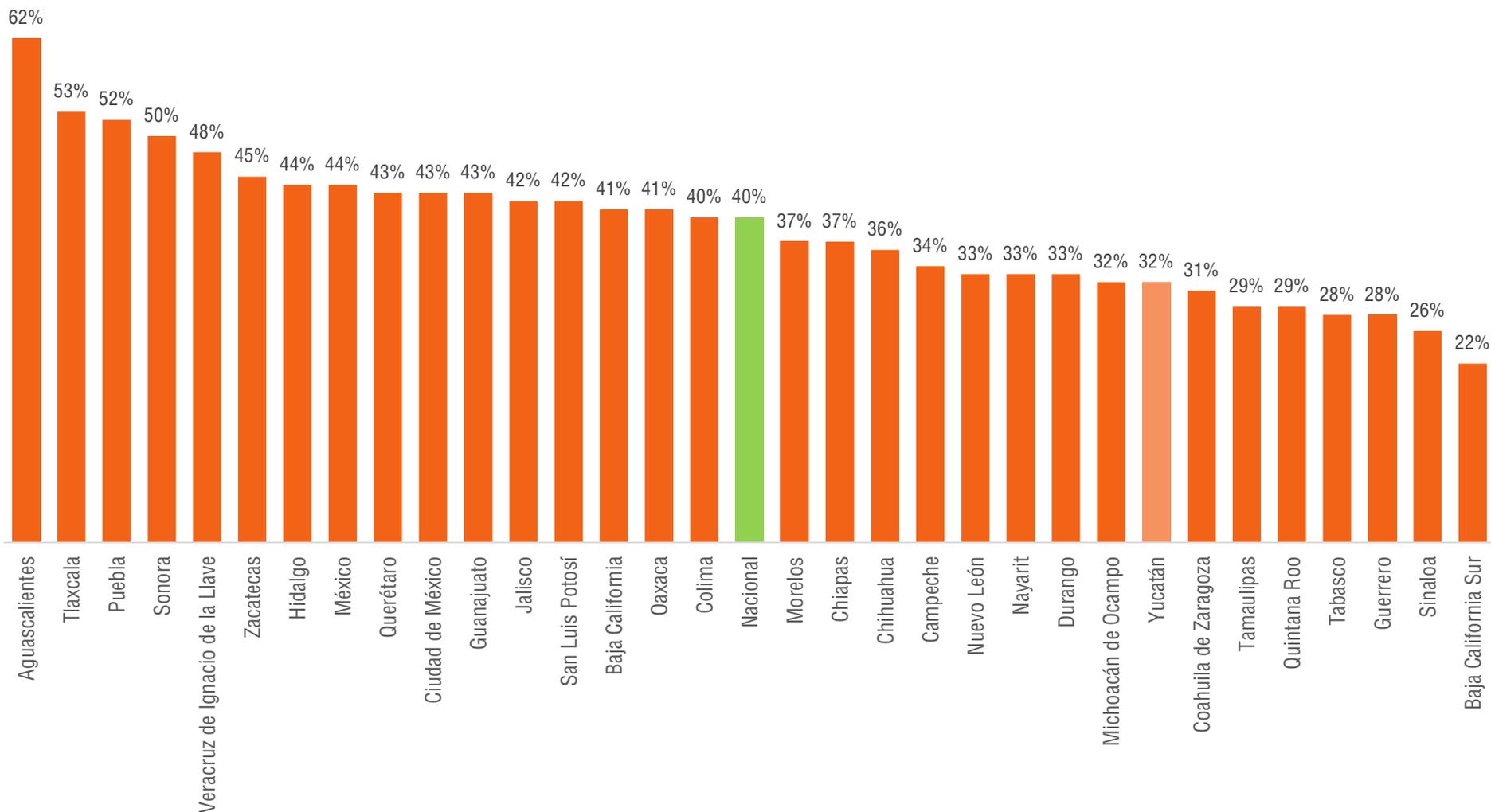


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

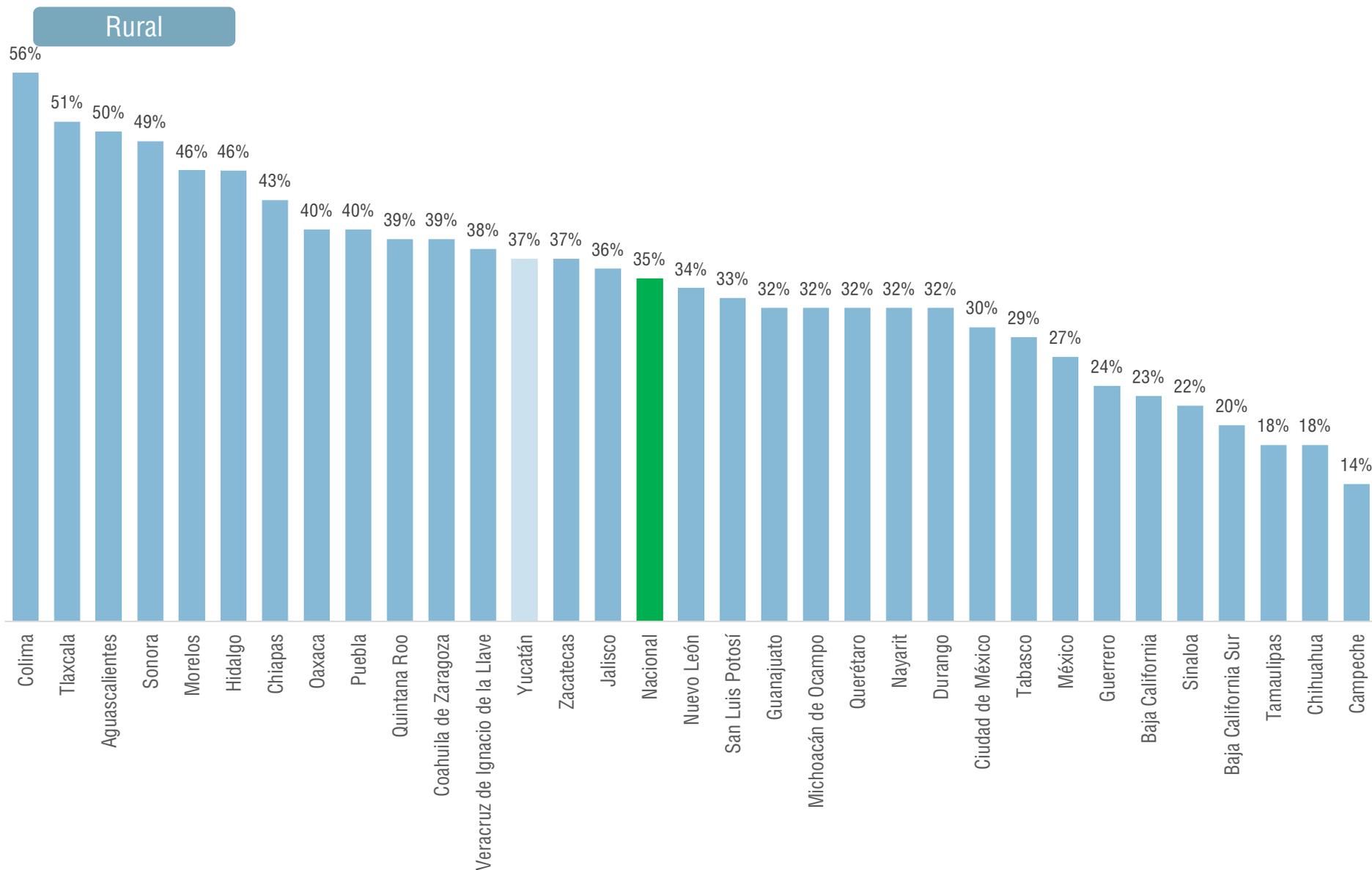
\*\*Solo se muestran respuestas de estaciones con las mayores frecuencias.

# Escuchan estaciones de radio – Entidades

Urbano



# Escuchan estaciones de radio – Entidades



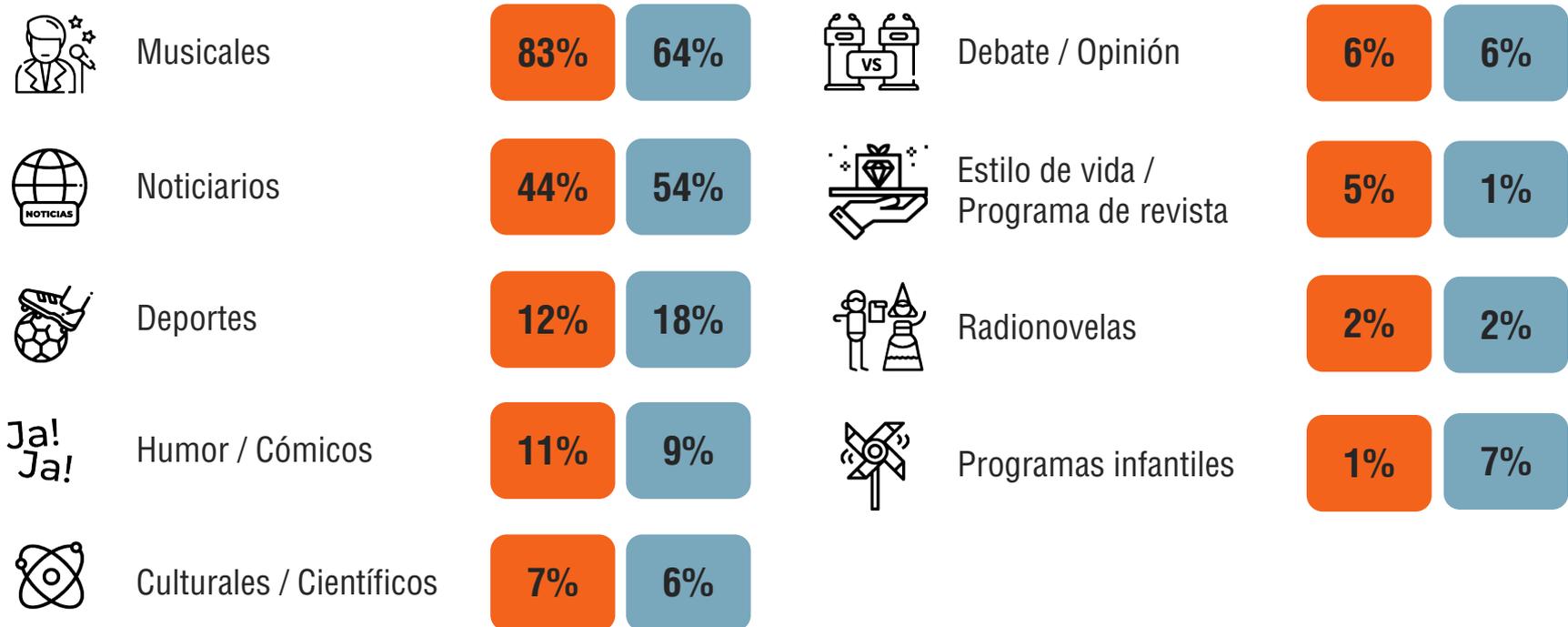
Urbano

Rural

## Tipo de programas de radio más escuchados

Base urbano: 812 personas que escuchan radio  
Promedio urbano: 1.7 respuestas por persona\*

Base rural: 110 personas que escuchan radio  
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%.

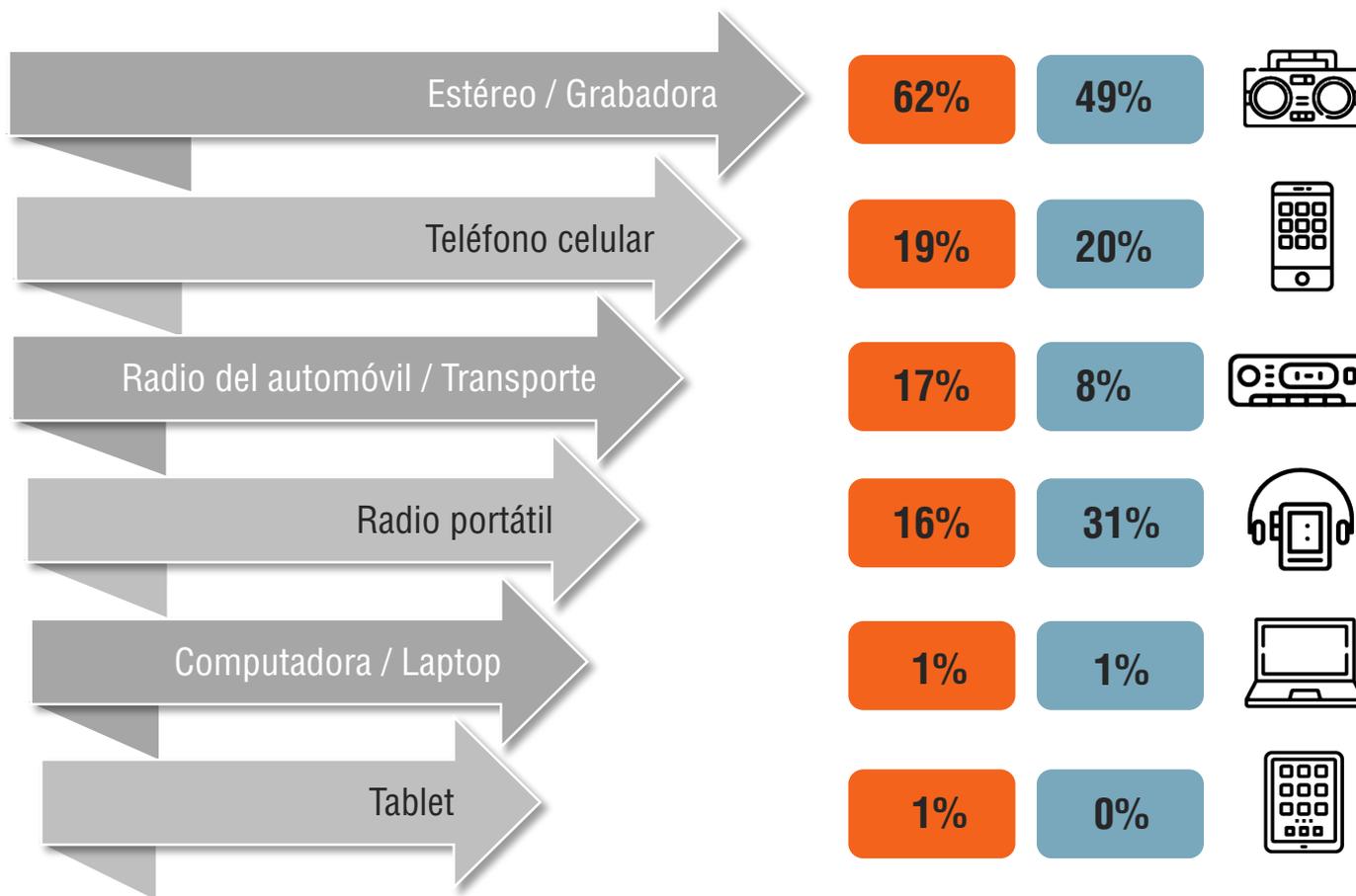
Urbano

## Dispositivos más utilizados para escuchar radio

Rural

Base urbano: 812 personas que escuchan radio  
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona\*

Base rural: 110 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%.

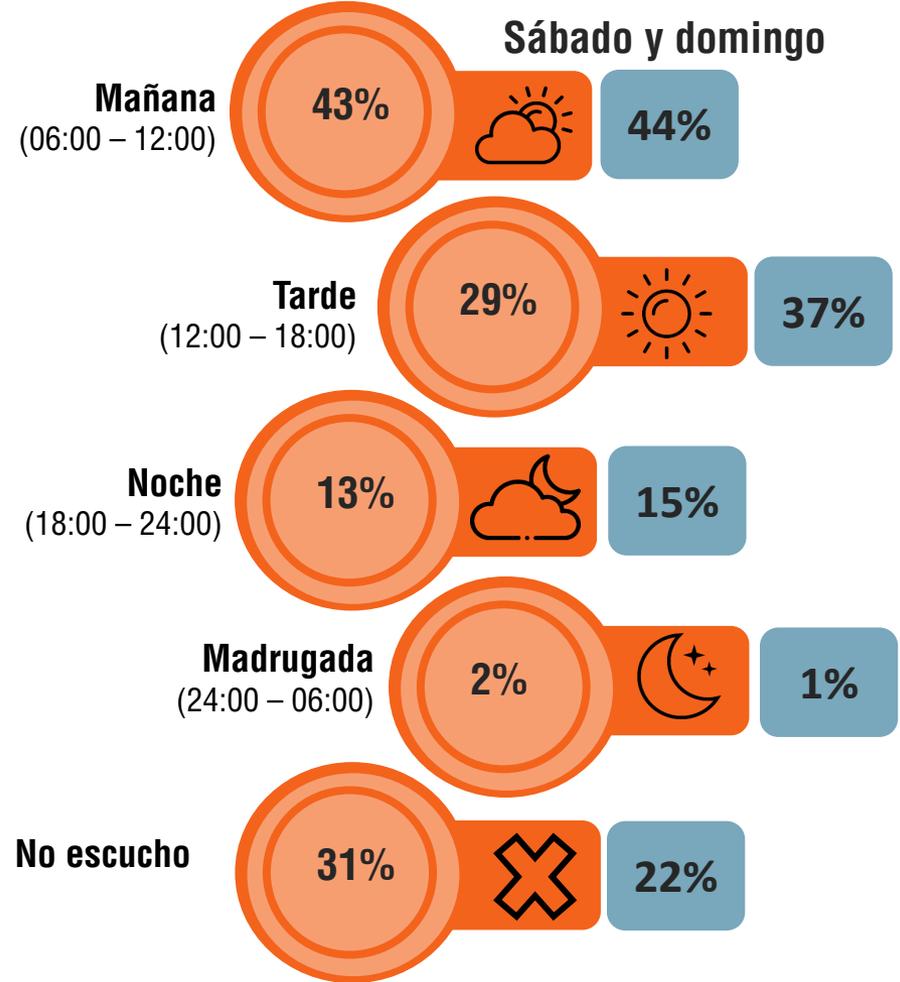
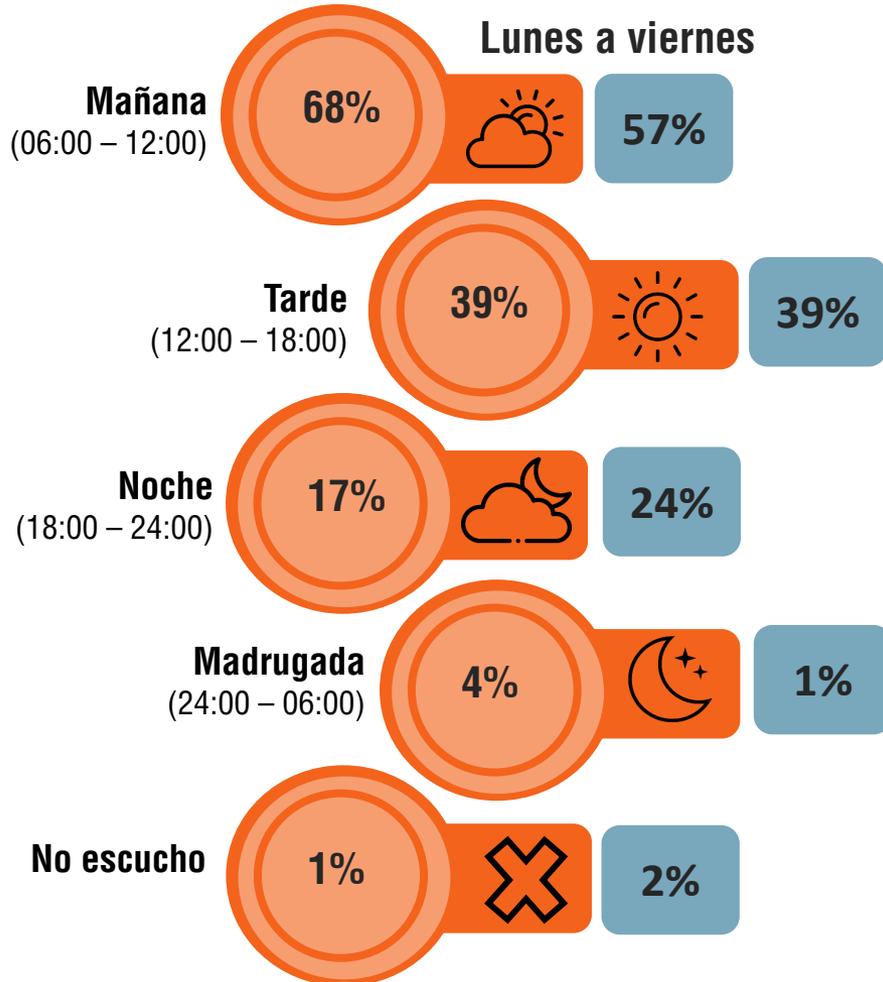
Urbano

## Horario en el que acostumbra escuchar radio

Rural

Base urbano: 812 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: 110 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%.

Urbano

Rural

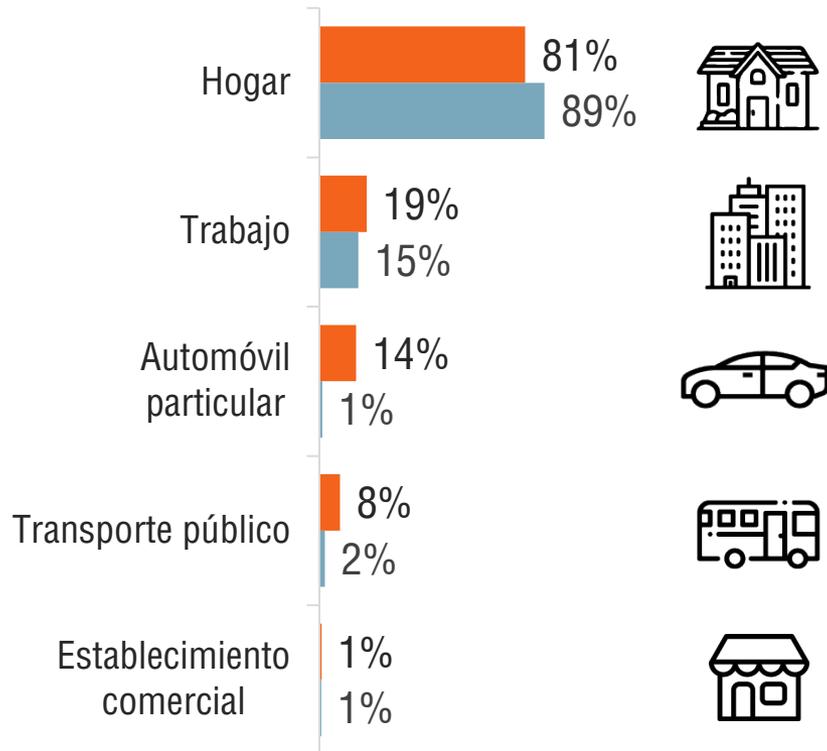
## Lugares donde escucha radio

Base urbano: 812 personas que escuchan radio

Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona\*

Base rural: 110 personas que escuchan radio

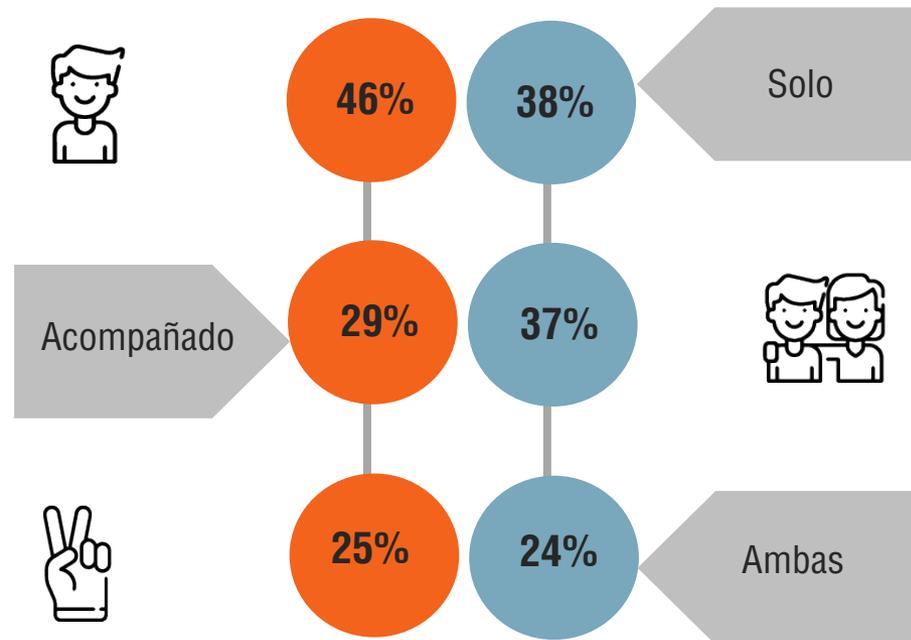
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona\*



## ¿Con quién escucha la radio?

Base urbano: 812 personas que escuchan radio

Base rural: 110 personas que escuchan radio

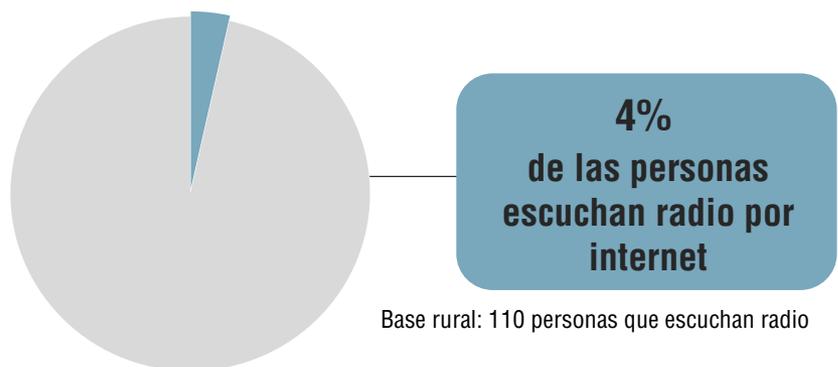
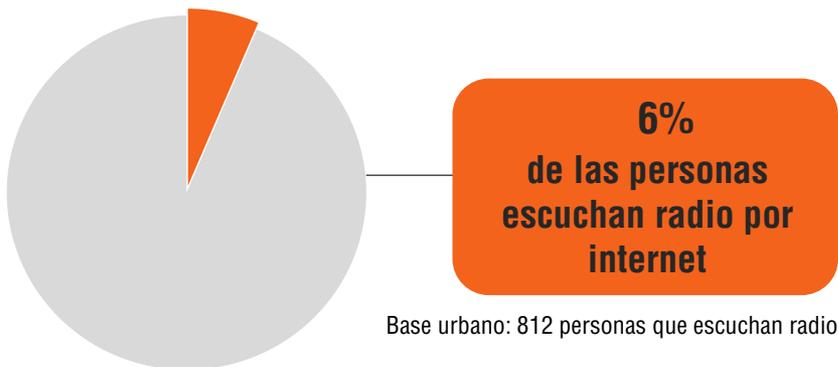


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Urbano

Rural

## Razones para escuchar radio por internet

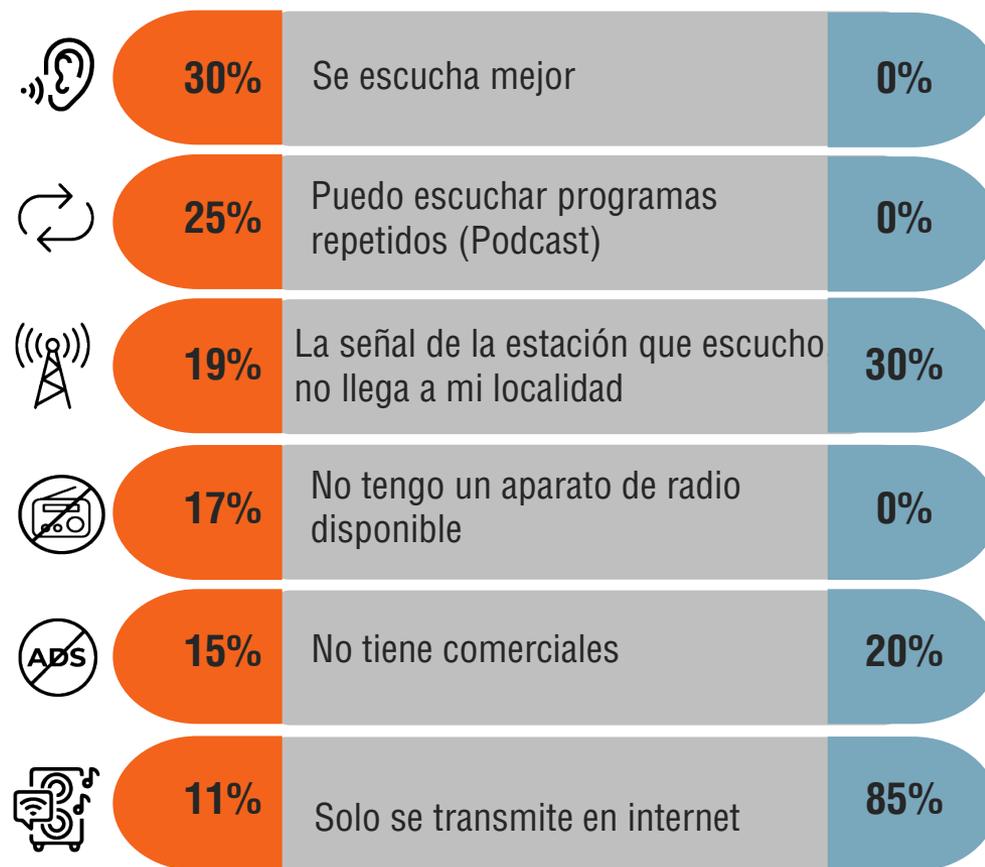


Base urbano: 51 personas que escuchan radio por internet

Base rural: 5 personas que escuchan radio por internet

Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona\*

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%.

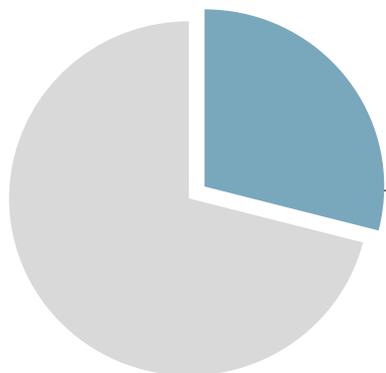
## Urbano

## Rural



**43%**  
de las personas  
acostumbran ver  
contenidos por  
internet

Base urbano: 2,426 personas



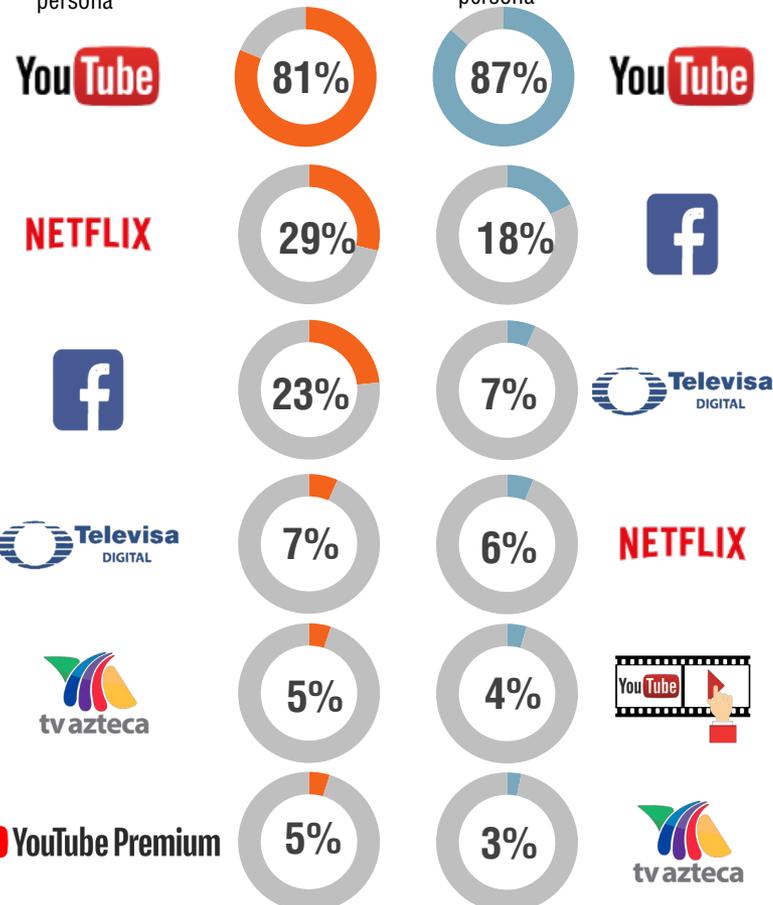
**29%**  
de las personas  
acostumbran ver  
contenidos por  
internet

Base rural: 300 personas

## Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio urbano: 1.8 respuestas por persona\*

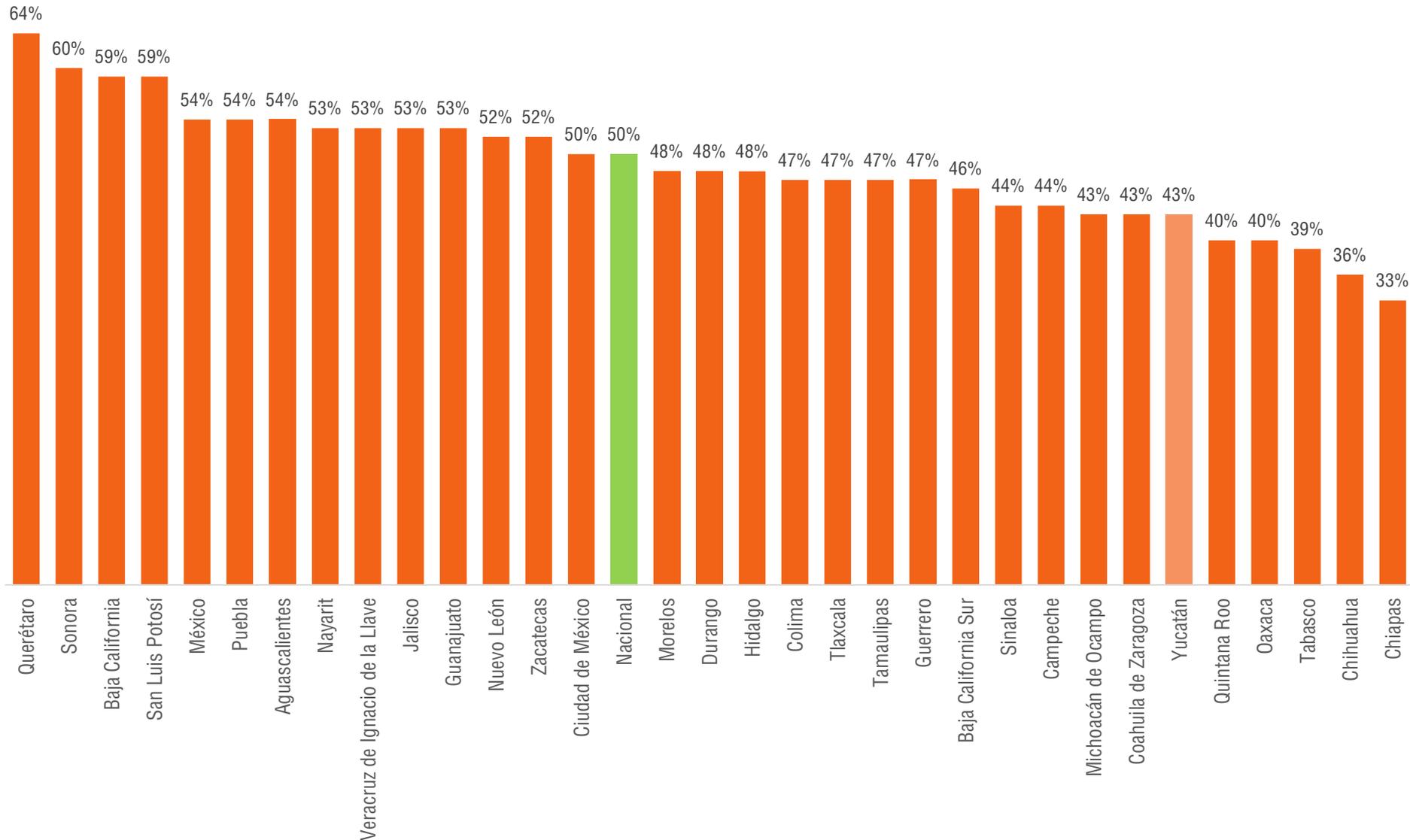
Base rural: 92 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona\*



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

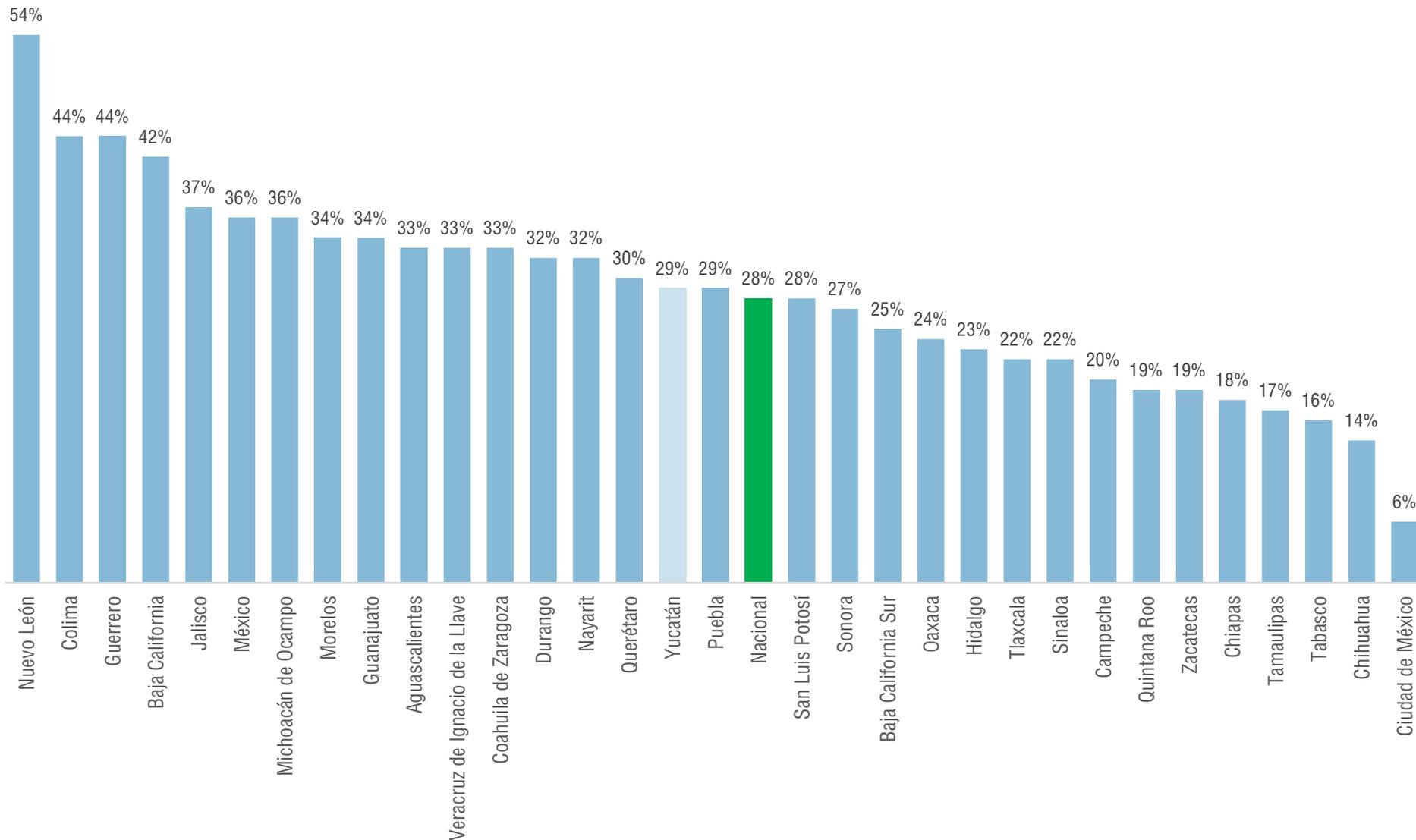
# Consumen contenidos por internet – Entidades

Urbano



# Consumen contenidos por internet – Entidades

Rural



# Uso de plataformas que requieren pago

Urbano

Rural

33%

10%

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

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por Internet  
Base rural: 92 personas que consumen contenidos por Internet

7%

8%

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

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet  
Base rural: 92 personas que consumen contenidos por Internet



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

Base urbano: 371 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet  
Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*

Base rural: 9 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet  
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona\*

| Rank | Platform     | Usage % | Urbano Avg (hrs) | Rural Avg (hrs) |
|------|--------------|---------|------------------|-----------------|
| 1    | NETFLIX      | 95%     | 11.5             | 4.4             |
| 2    | You Tube Red | 13%     | 11.2             | 5.1             |
| 3    | Claró-video  | 10%     | 6.4              | 4.0             |
| 4    | amazon prime | 4%      | 6.0              | -               |
| 5    | .izzi!       | 4%      | 5.0              | -               |

Horas de consumo a la semana (promedio)

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

Urbano

Rural

87%

91%



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

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

Base urbano: 933 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet

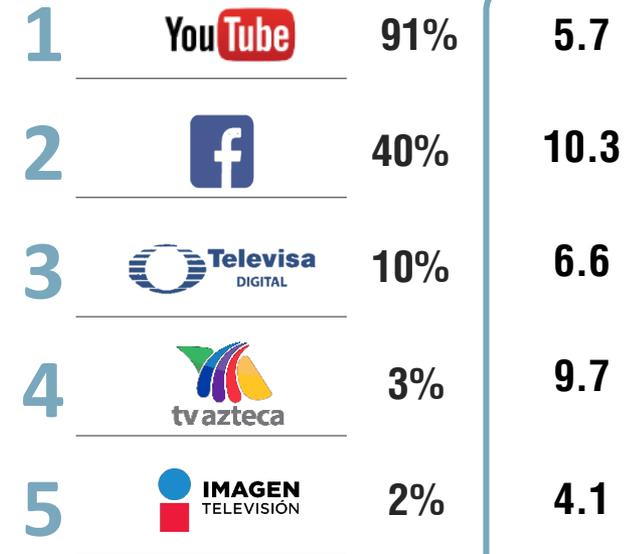
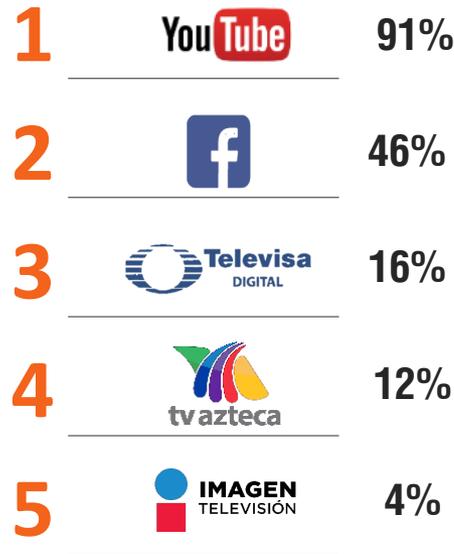
Promedio urbano: 1.8 respuestas por persona\*

Base rural: 83 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet

Promedio rural: 1.5 respuestas por persona\*

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 92 personas que consumen contenidos por Internet



Horas de consumo a la semana (promedio)

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

Urbano

Rural

## Tipo de contenidos más vistos

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio urbano: 2.5 respuestas por persona\*

Base rural: 92 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio rural: 2.1 respuestas por persona\*



Películas

41%

37%



Videos cómicos

16%

16%



Series

37%

25%



Documentales /  
Culturales

16%

4%



Videos musicales

32%

43%



Animé

14%

9%



Tutoriales (cocina, salud  
y belleza, etc)

24%

22%



Videobloggers

13%

6%



Deportes

18%

19%



Caricaturas / Programas  
infantiles

13%

10%

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

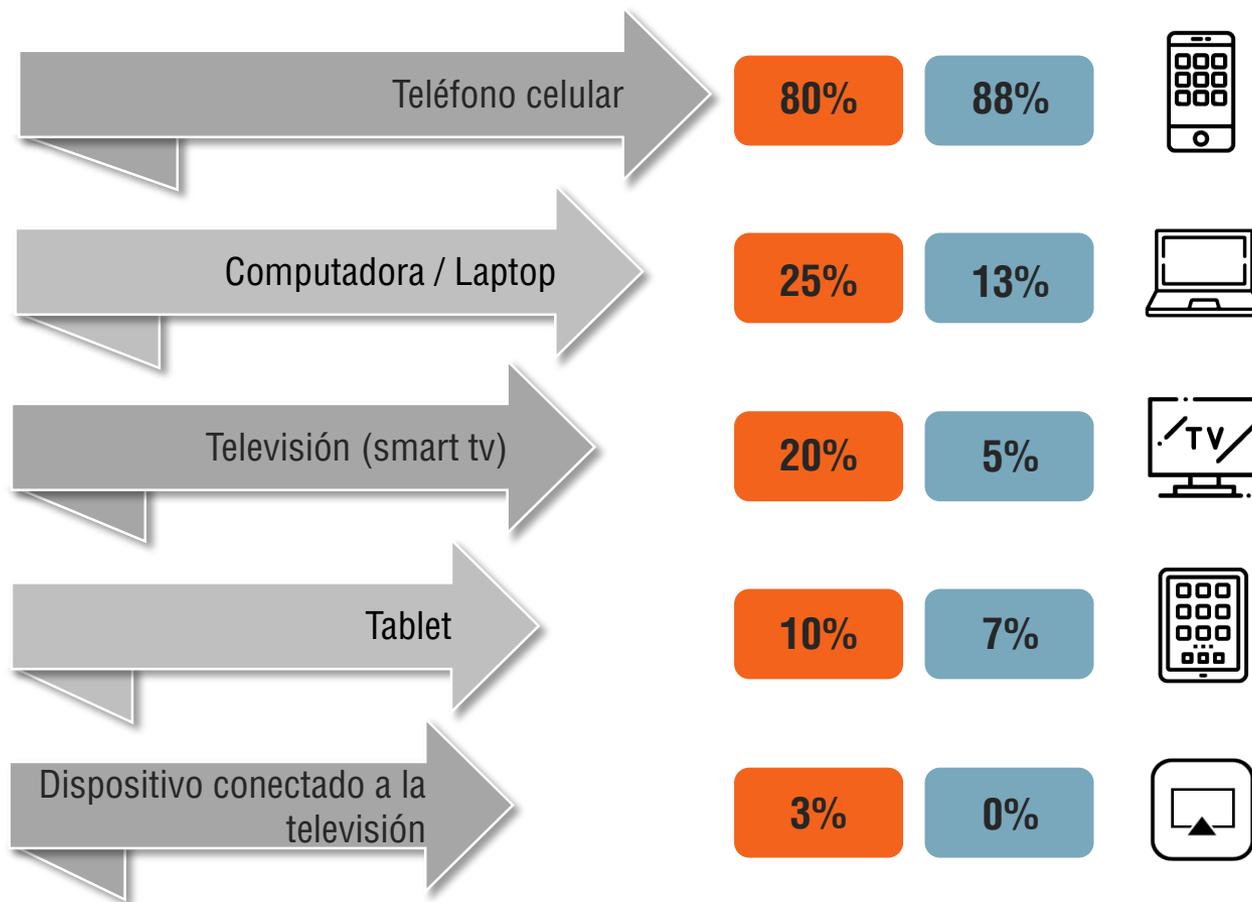
Urbano

Rural

## Dispositivos más utilizados para ver contenidos por internet

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*

Base urbano: 92 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona\*



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

Urbano

## Horario en el que acostumbra ver contenidos por internet

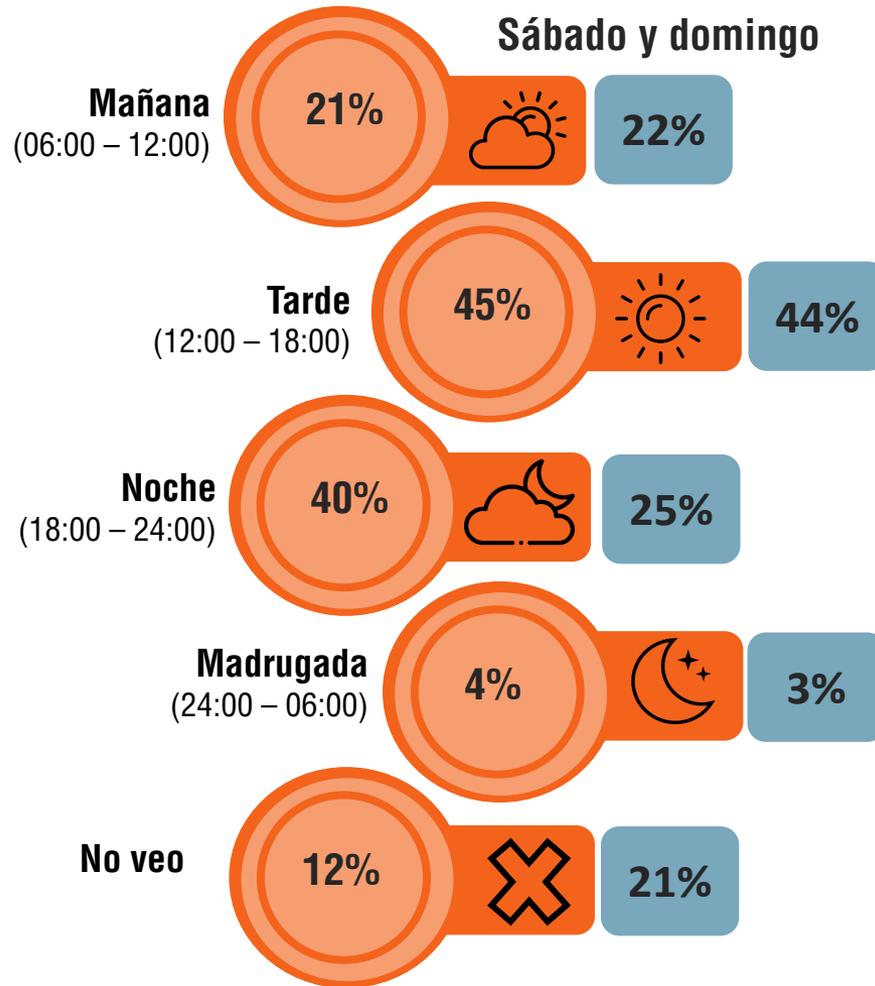
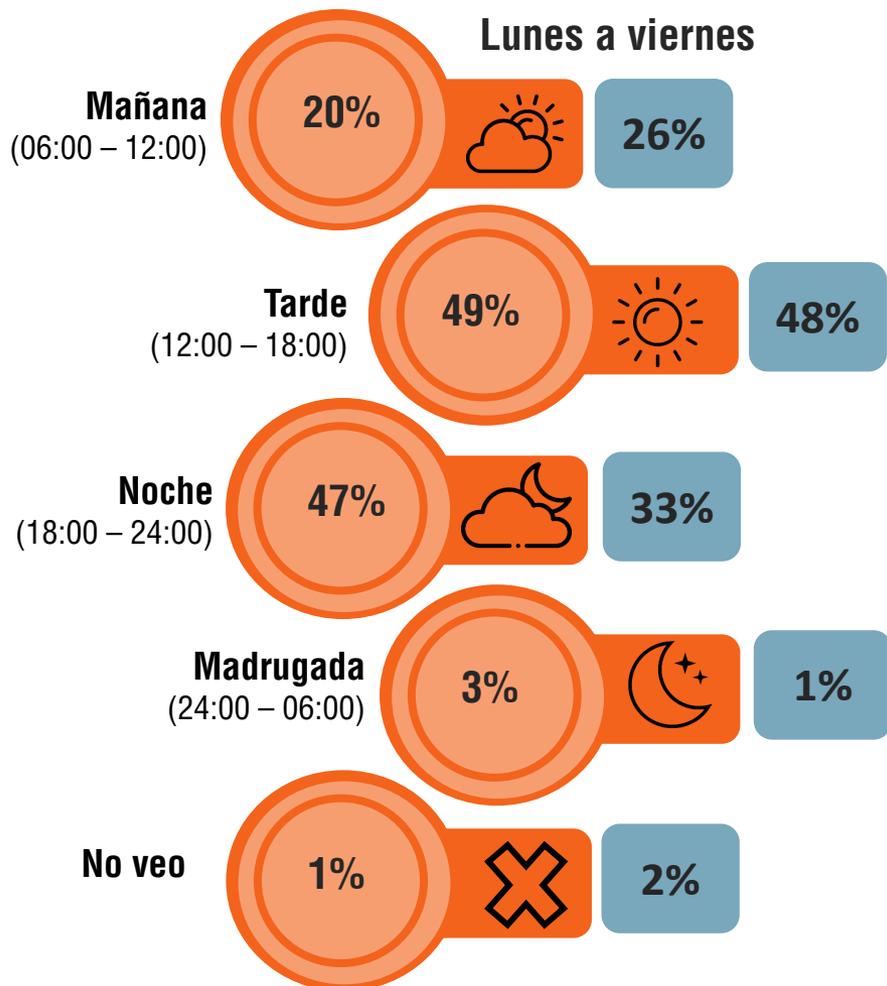
Rural

Base urbano: 1,093 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: 92 personas que consumen contenidos por internet  
 Promedio rural entre semana: 1.1 respuestas por persona\*  
 Promedio rural fin de semana: 1.1 respuestas por persona\*

### Lunes a viernes

### Sábado y domingo



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

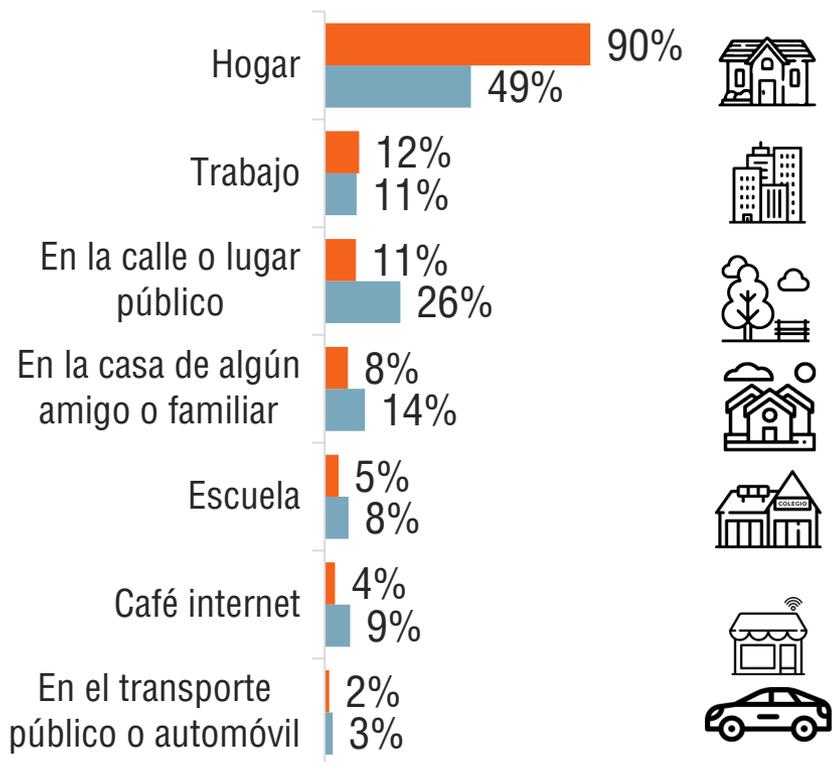
Urbano

Rural

## Lugares donde consumen contenidos por internet

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona\*

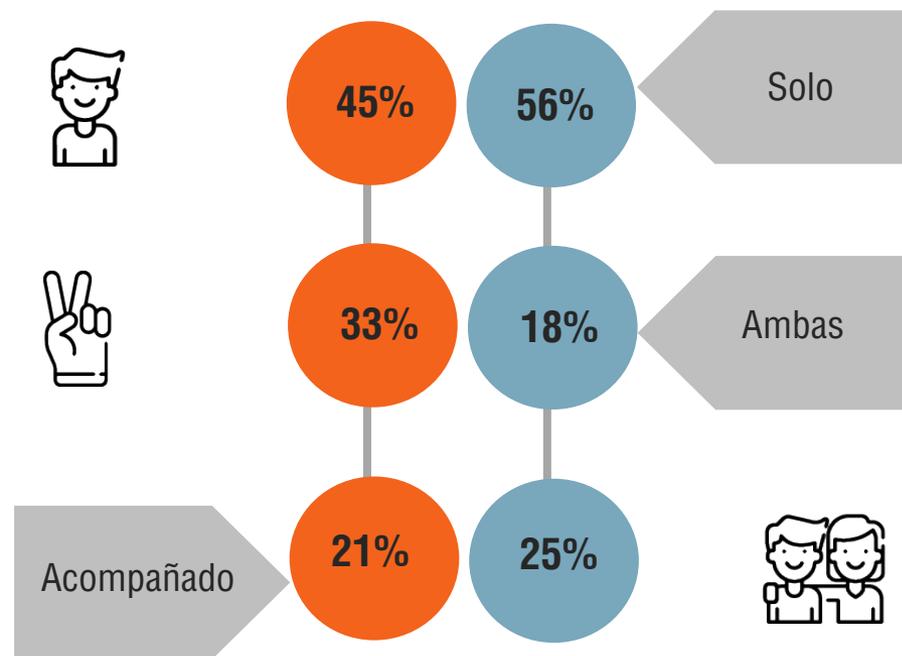
Base rural: 92 personas que consumen contenidos por internet  
Promedio rural: 1.2 respuestas por persona\*



## ¿Con quién ve contenidos de internet?

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet

Base rural: 92 personas que consumen contenidos por internet



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

Urbano

Rural

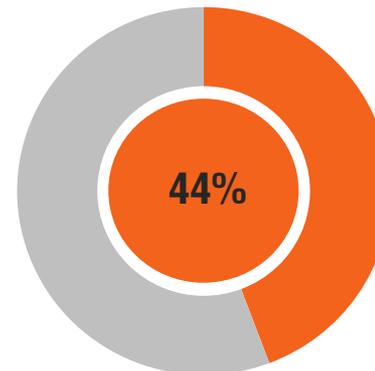
## Escucha música o contenidos por internet



28%

Base urbano: 1,093 personas que consumen contenidos por internet

## Utilizan plataformas donde se paga una suscripción periódica

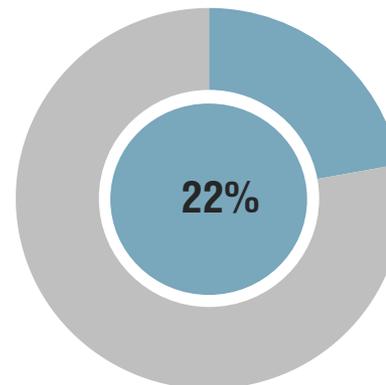


Base urbano: 319 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet



34%

Base rural: 92 personas que consumen contenidos por internet

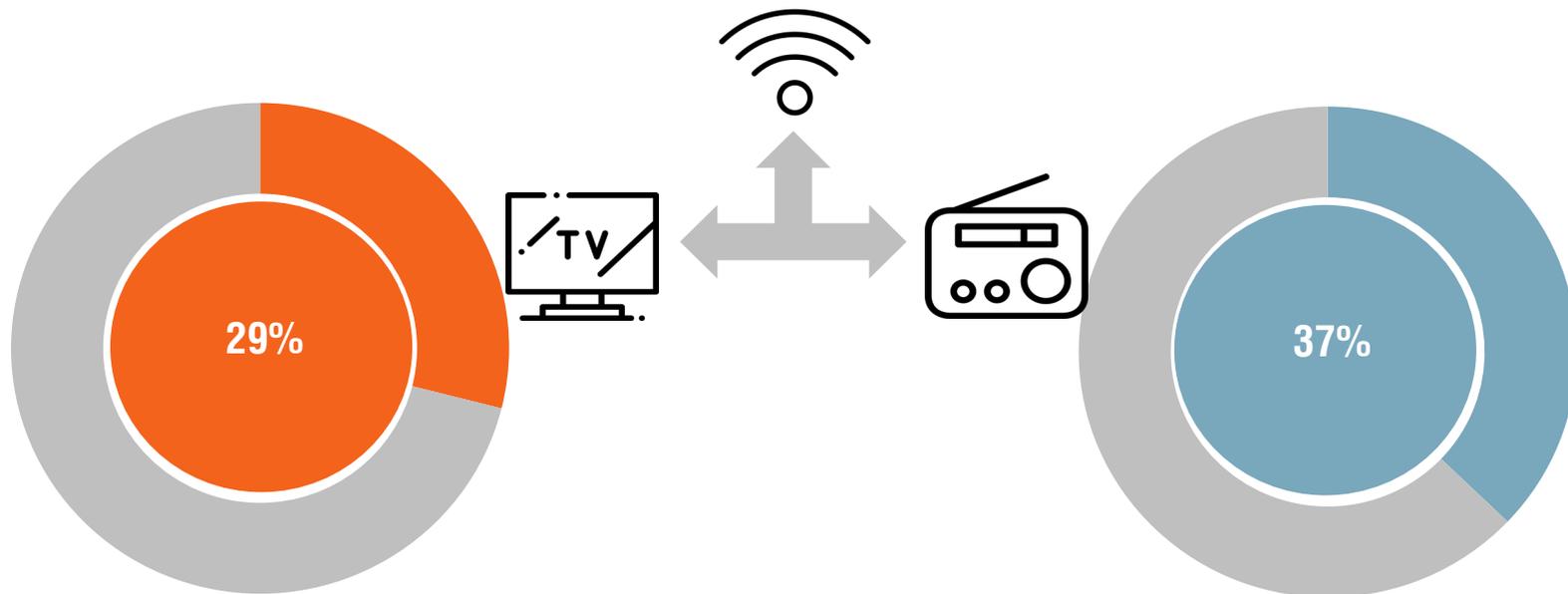


Base rural: 31 personas que acostumbran escuchar contenidos o música por internet

Urbano

Rural

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



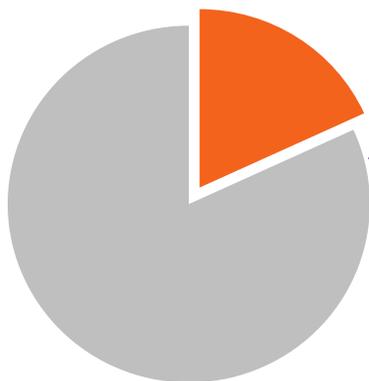
Base urbano: 289 personas que ven canales de televisión abierta o ven canales de paga o escuchan la radio y consumen contenidos por internet o escuchan música por internet

Base rural: 28 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

Urbano

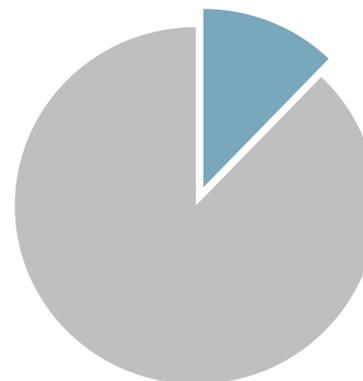
## Consumo de videojuegos

Rural



18%  
de las personas  
juegan  
videojuegos

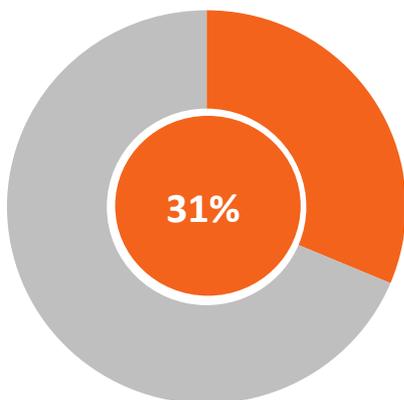
Base urbano: 2,426 personas



12%  
de las personas  
juegan  
videojuegos

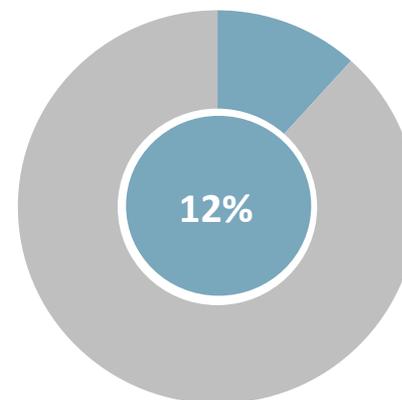
Base rural: 300 personas

## Acostumbra jugar videojuegos online



31%

Base urbano: 477 personas que juegan videojuegos

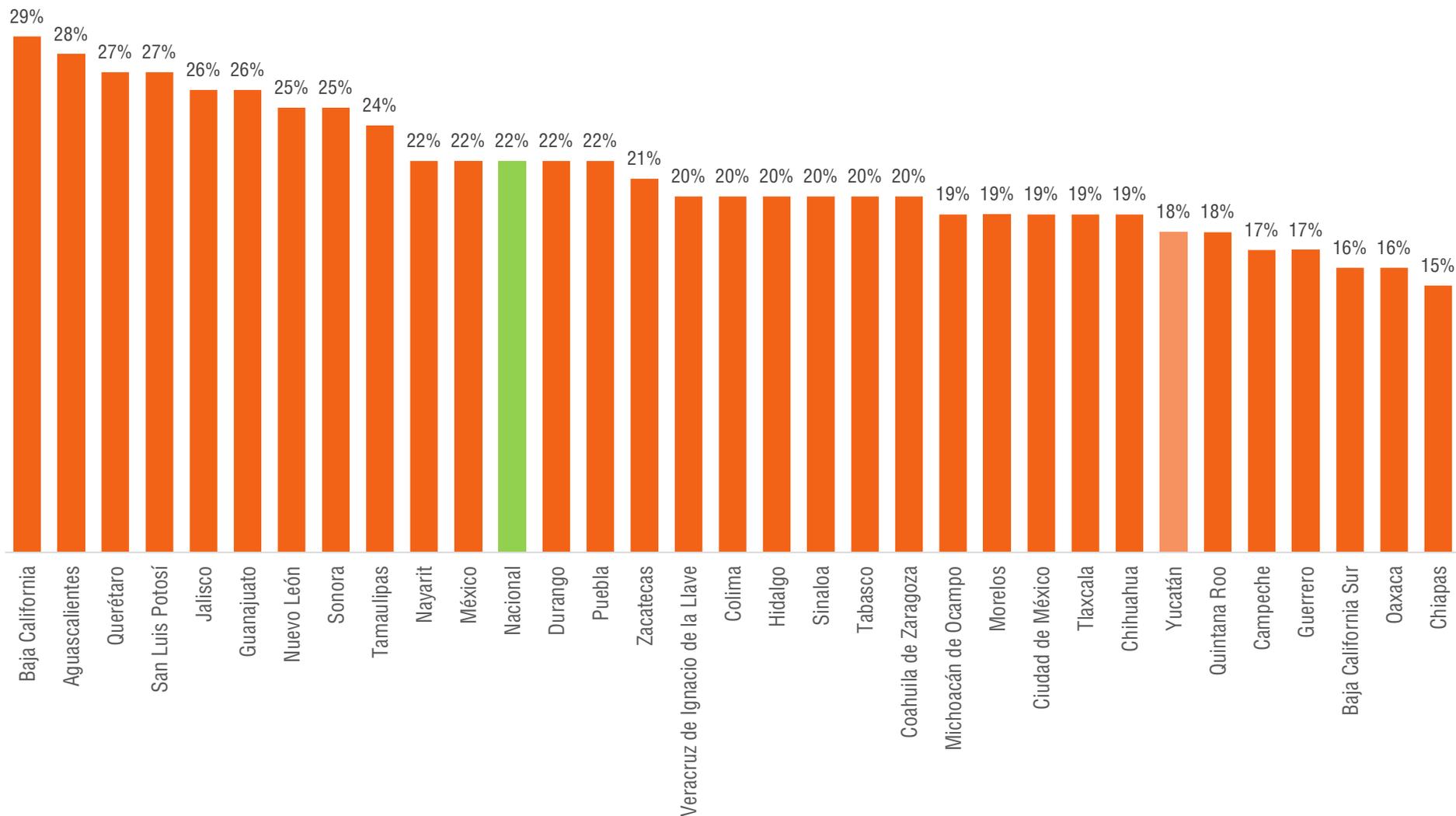


12%

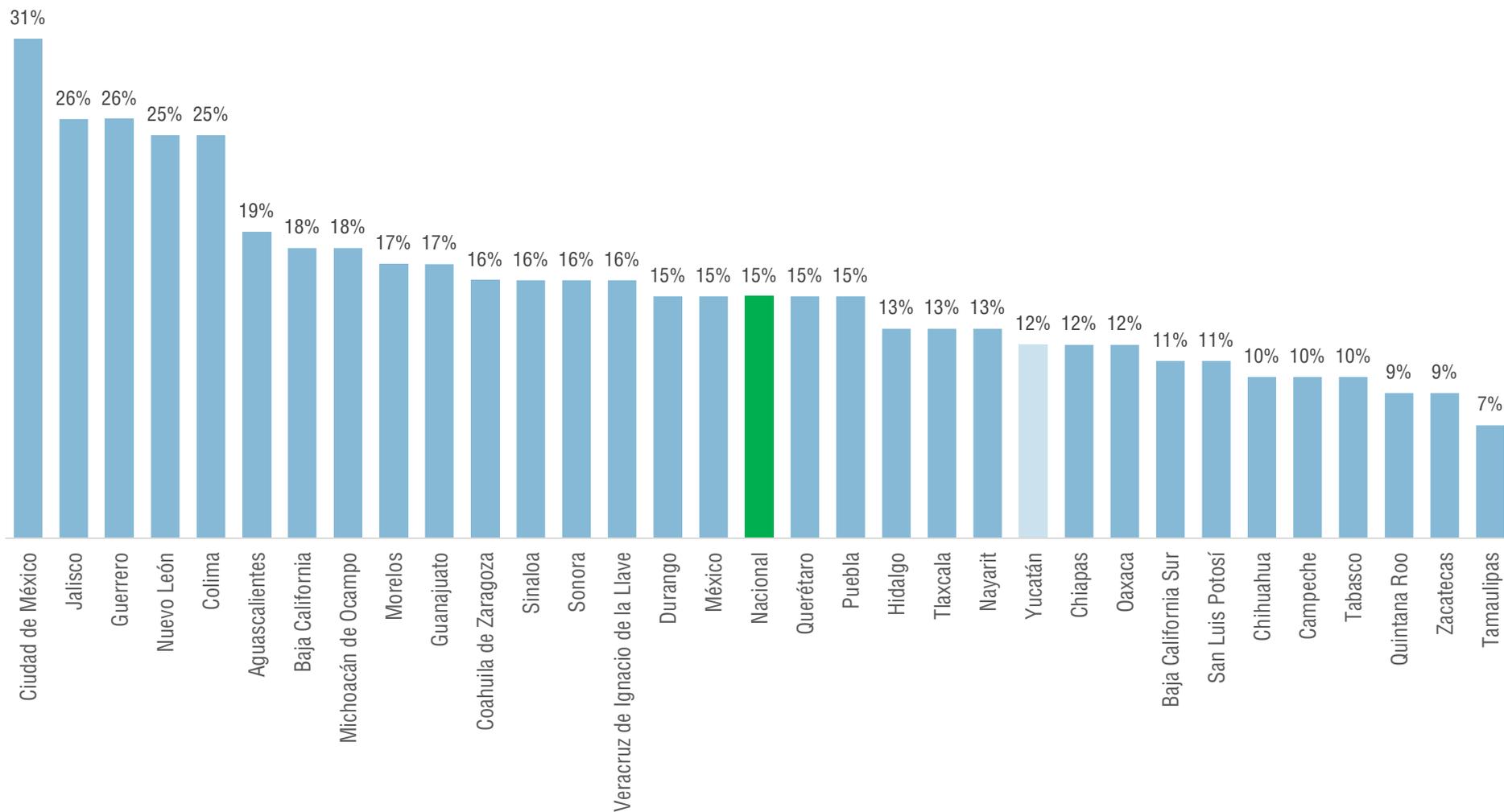
Base rural: 38 personas que juegan videojuegos

# Juega videojuegos – Entidades

Urbano



## Rural



Urbano

Rural

## Tipo de videojuegos que más juega

Base urbano: 477 personas que juegan videojuegos  
Promedio urbano: 2.0 respuestas por persona\*

Base rural: 38 personas que juegan videojuegos  
Promedio rural: 1.7 respuestas por persona\*



Peleas / Batallas / Lucha

52%

40%



Deportes

20%

31%



Carreras

31%

24%



Música / Baile

7%

19%



Estrategia

25%

8%



Infantiles

7%

6%



Aventura / RPG

23%

12%



De dibujo

5%

3%



Destreza / Rompecabezas

22%

18%



Trivia

5%

3%

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

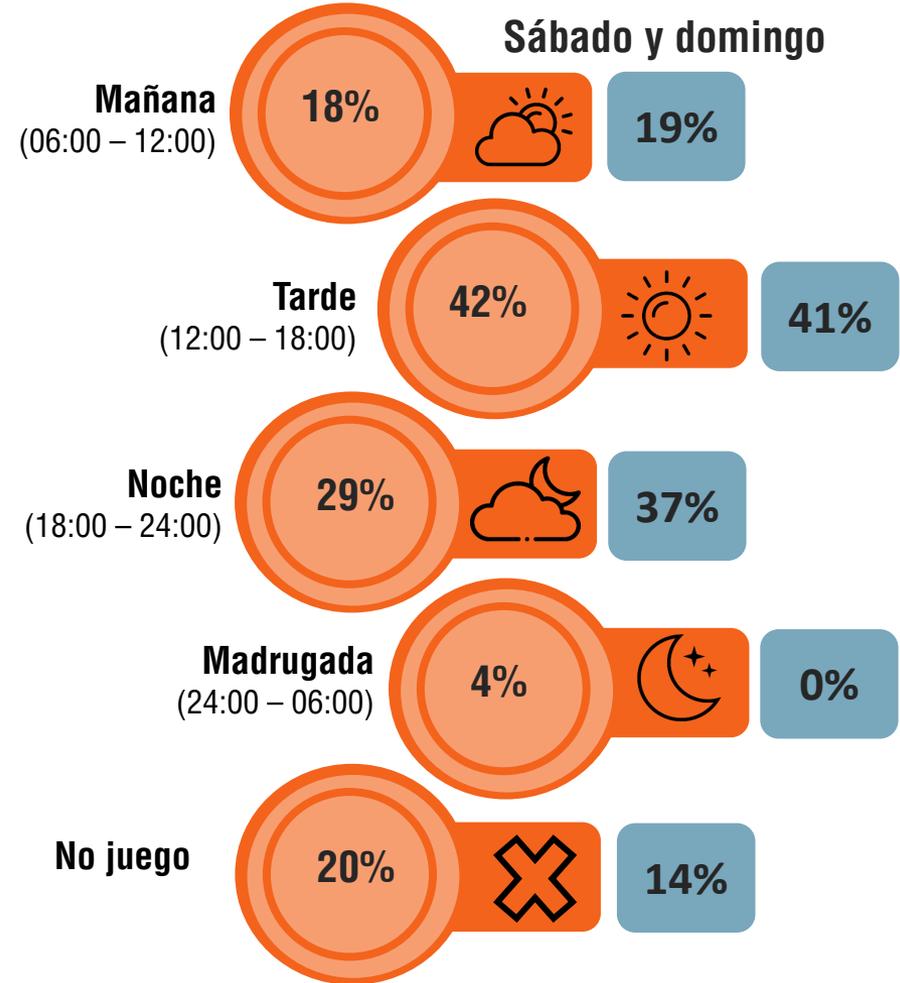
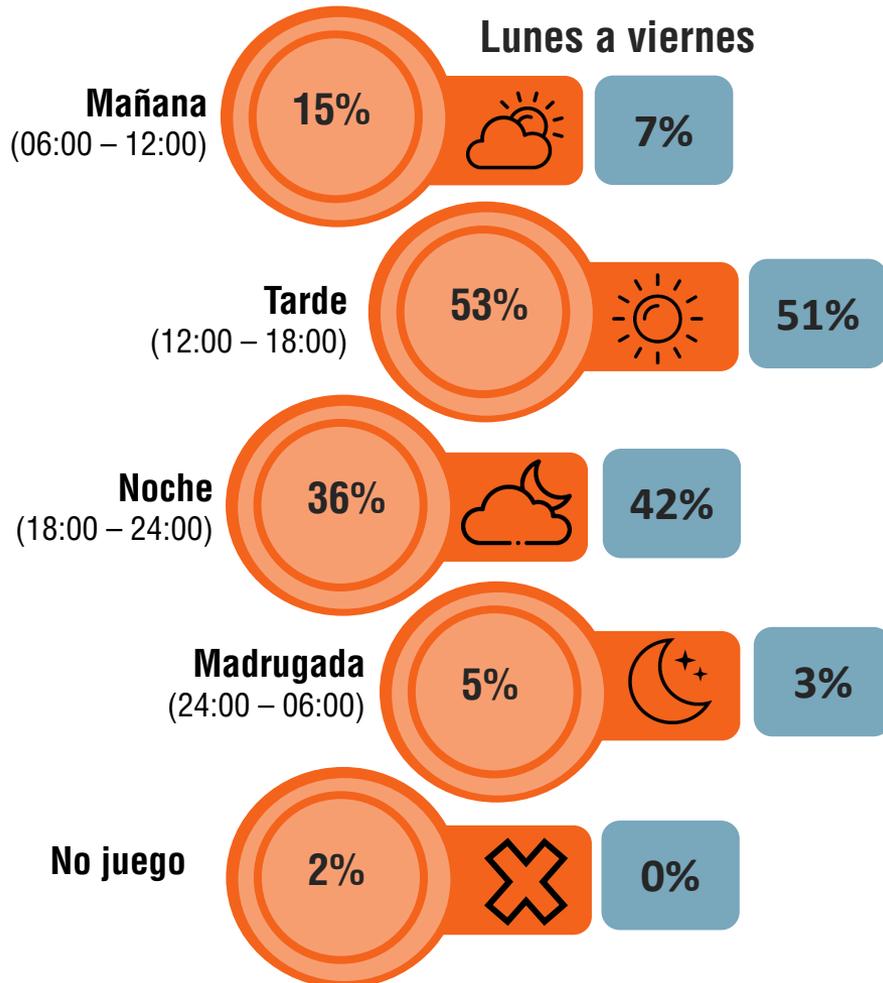
Urbano

## Horario en el que acostumbra jugar videojuegos

Rural

Base urbano: 477 personas que juegan videojuegos  
 Promedio urbano entre semana: 1.1 respuestas por persona\*  
 Promedio urbano fin de semana: 1.1 respuestas por persona\*

Base rural: 38 personas que juegan videojuegos  
 Promedio rural entre semana: 1.0 respuestas por persona\*  
 Promedio rural fin de semana: 1.1 respuestas por persona\*



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

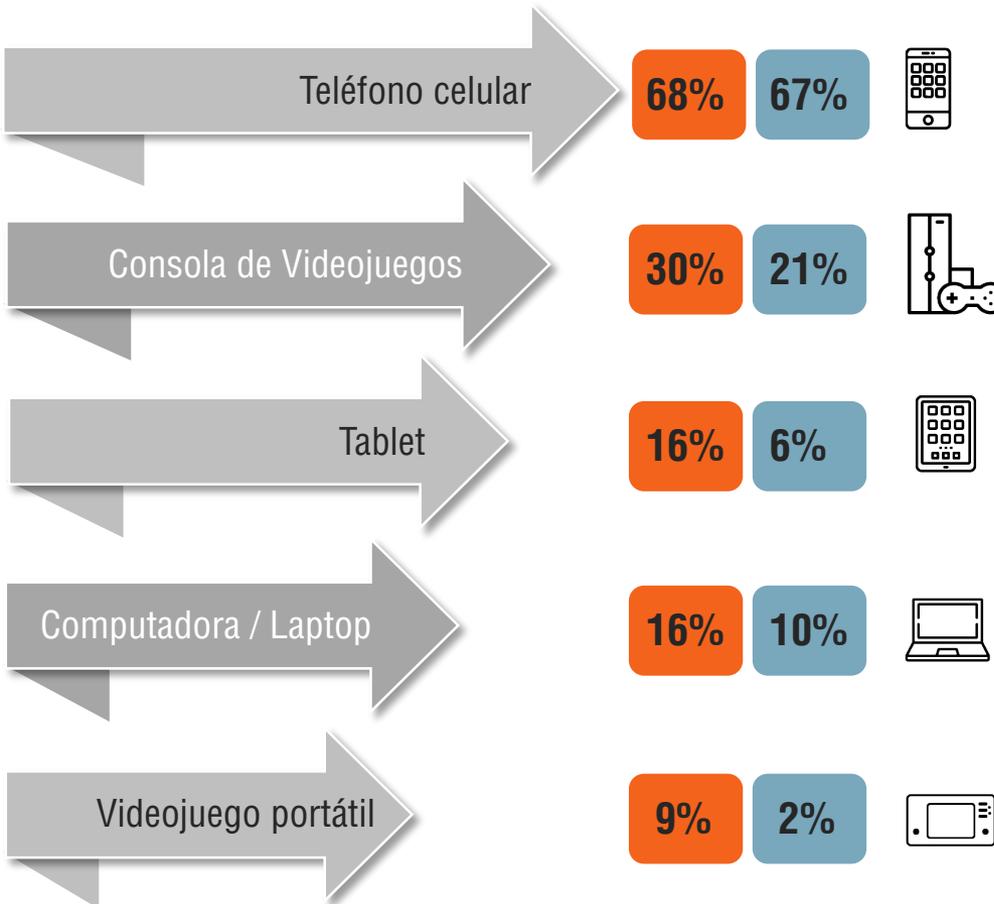
Urbano

Rural

## Dispositivos más utilizados

Base urbano: 477 personas que juegan videojuegos  
Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*

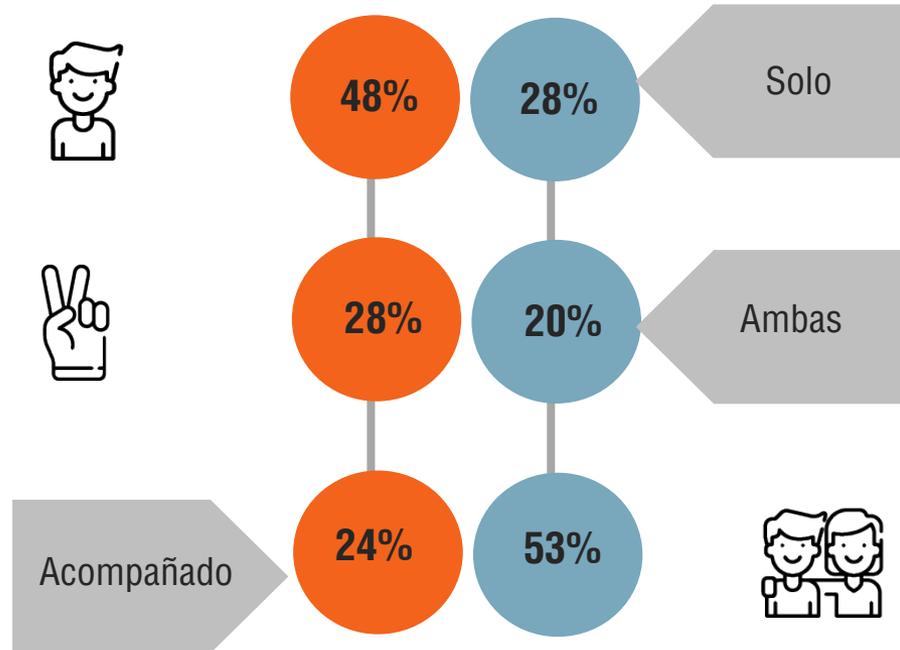
Base rural: 38 personas que juegan videojuegos  
Promedio rural: 1.1 respuestas por persona\*



## ¿Con quién juega?

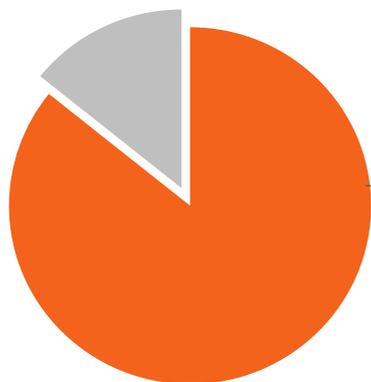
Base urbano: 477 personas que juegan videojuegos

Base rural: 38 personas que juegan videojuegos



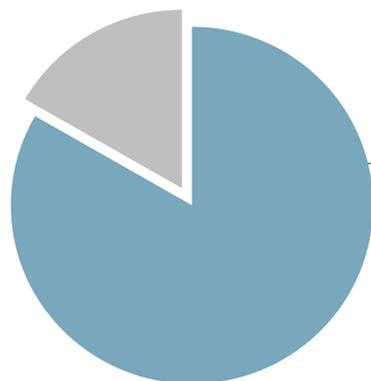
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

## Urbano



**87%**  
de las personas  
siguen las noticias

Base urbano: 1,989 personas de 16 años o más



**93%**  
de las personas  
siguen las noticias

Base rural: 247 personas de 16 años o más

## Rural

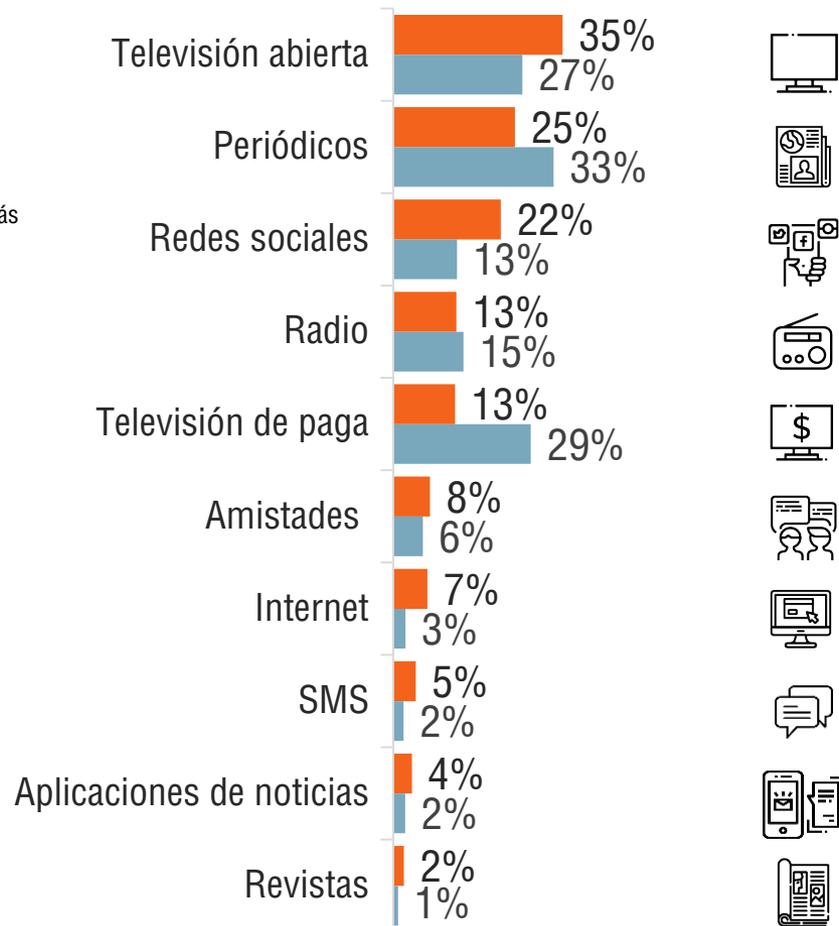
### Medio a través del cuál las sigue

Base urbano: 1,989 personas de 16 años o más

Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona\*

Base rural: 247 personas de 16 años o más

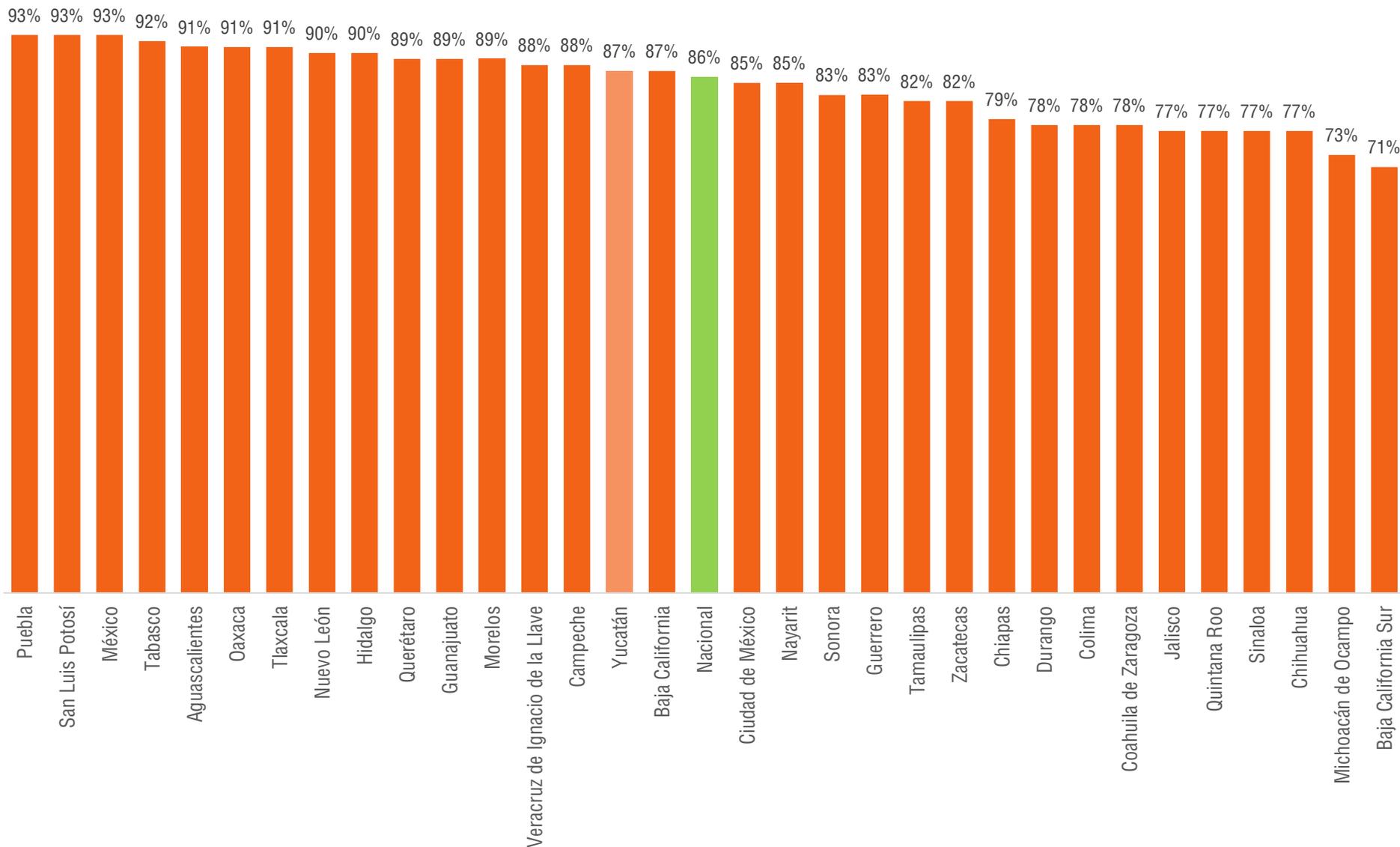
Promedio rural: 1.4 respuestas por persona\*



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

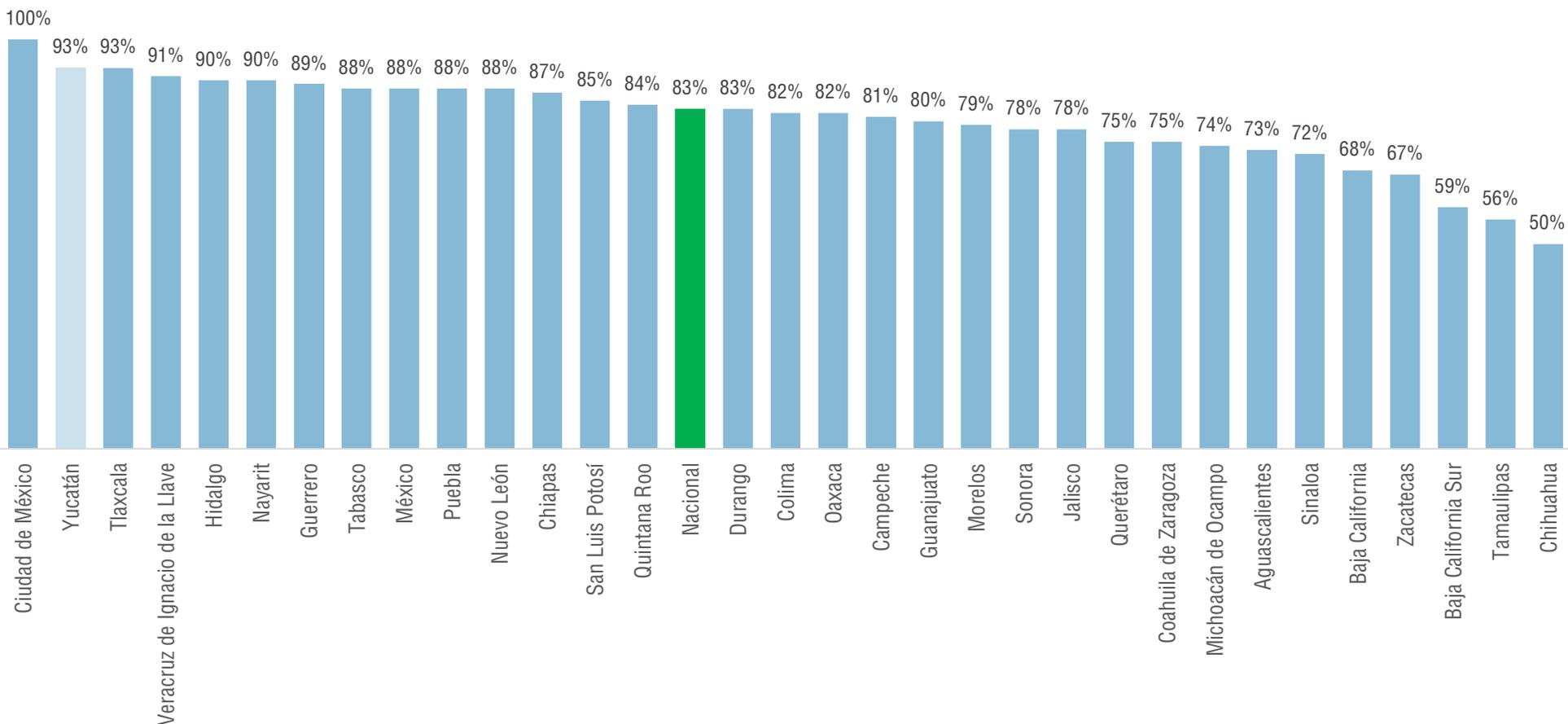
# Consumo de noticias – Entidades

Urbano



# Consumo de noticias – Entidades

Rural



Urbano

## Canales de televisión abierta en los que sigue las noticias\*

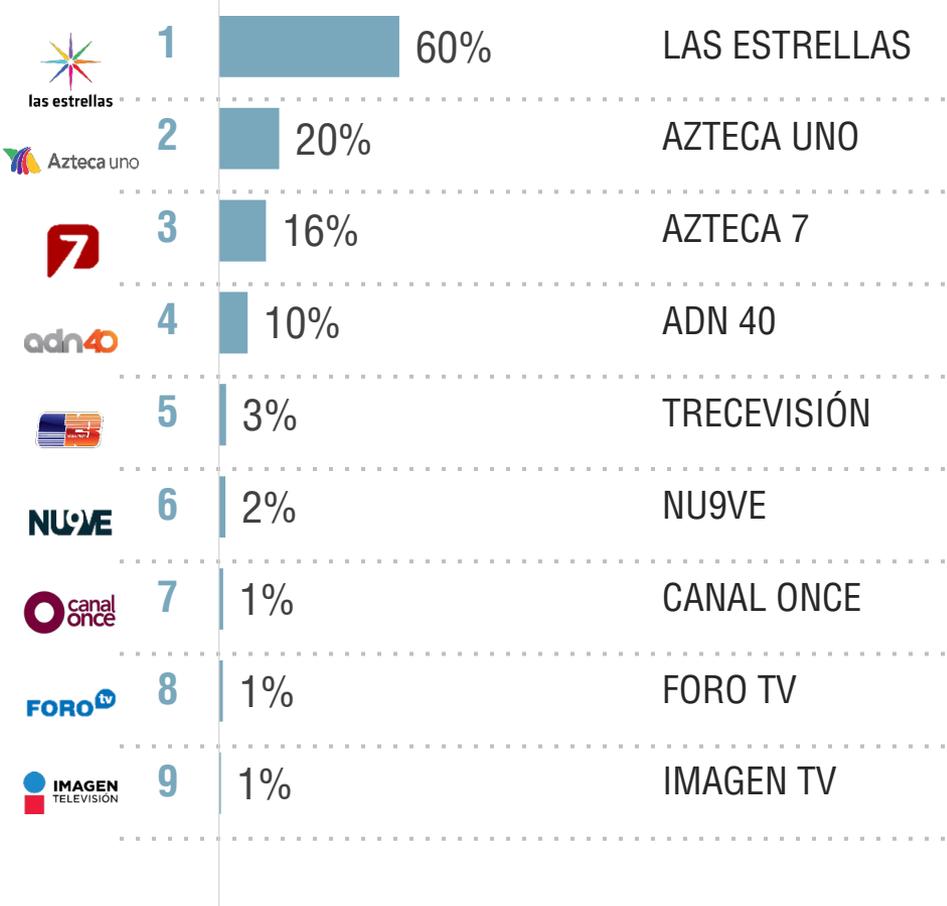
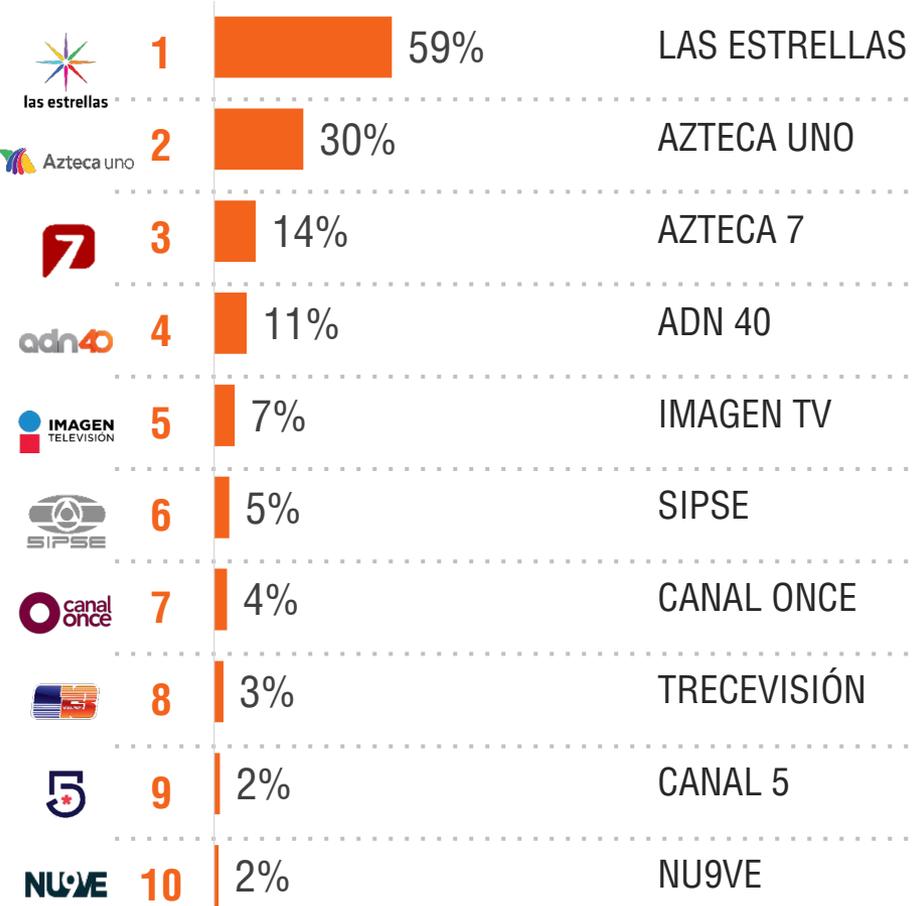
Rural

### Los más vistos



Base urbano: 711 personas que siguen las noticias en televisión abierta  
Promedio urbano: 1.5 respuestas por persona\*

Base rural: 70 personas que siguen las noticias en televisión abierta  
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%.

Urbano

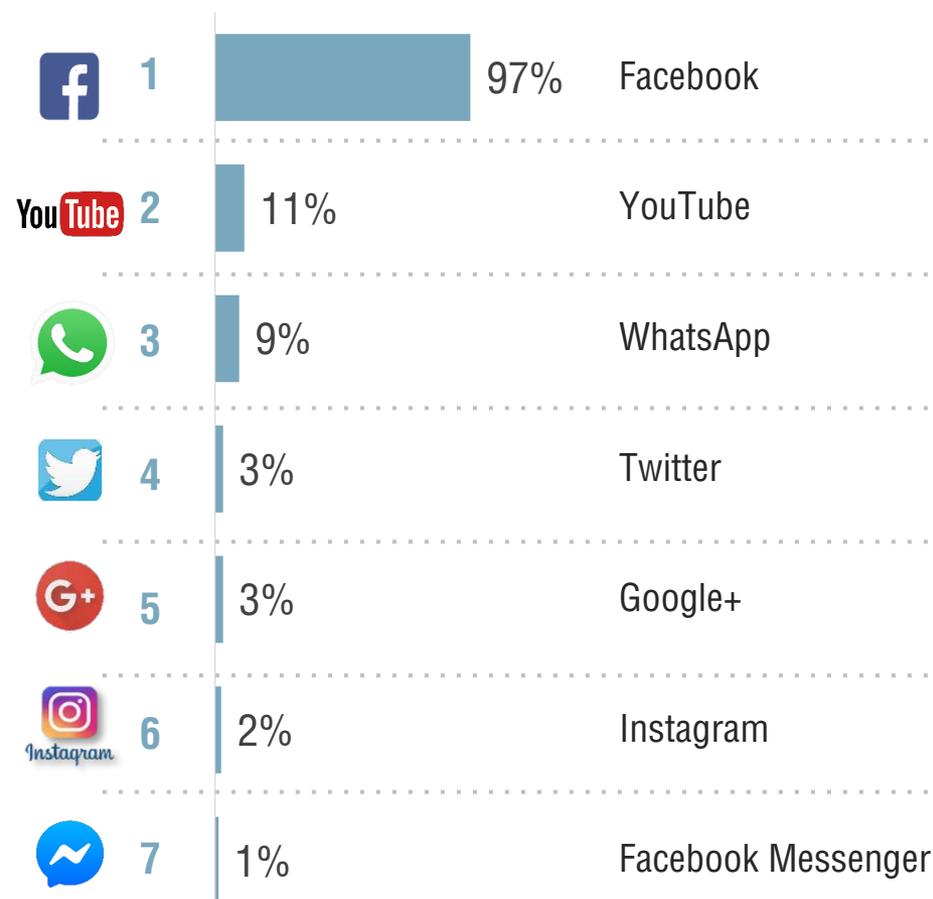
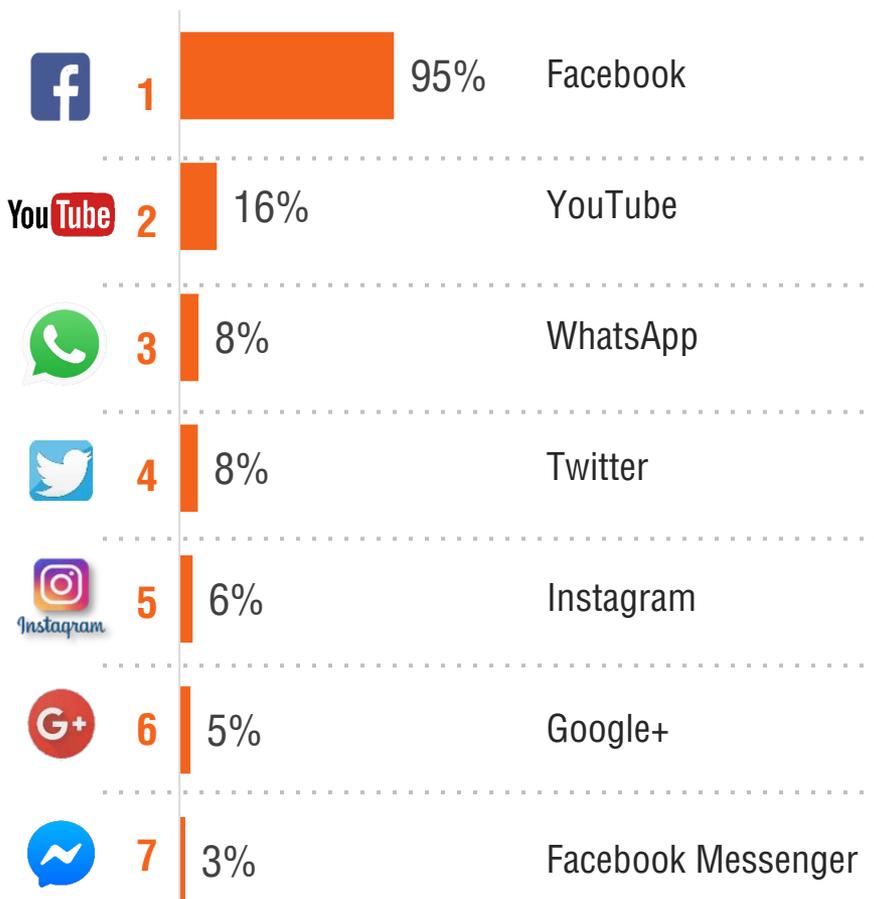
## Redes sociales en las que sigue las noticias Las más utilizadas\*



Rural

Base urbano: 505 personas que siguen las noticias en redes sociales  
Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*

Base rural: 34 personas que siguen las noticias en redes sociales  
Promedio rural: 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%.

Urbano

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

Rural

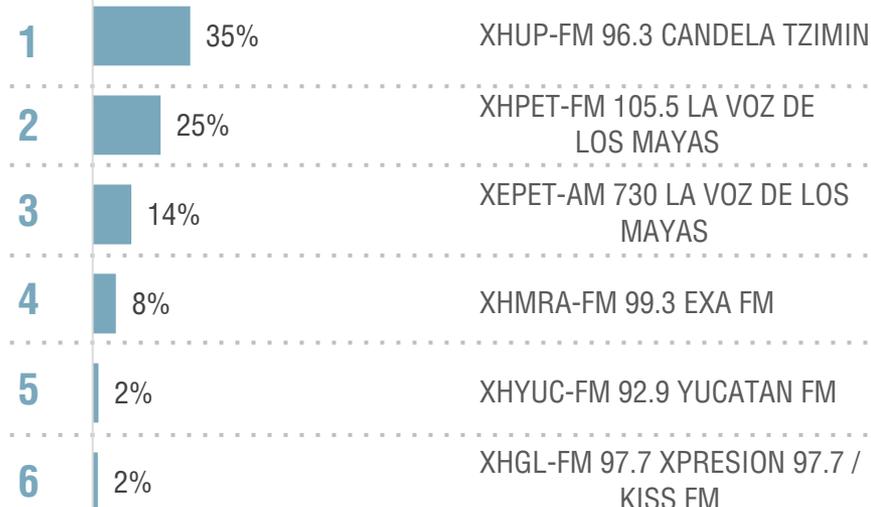
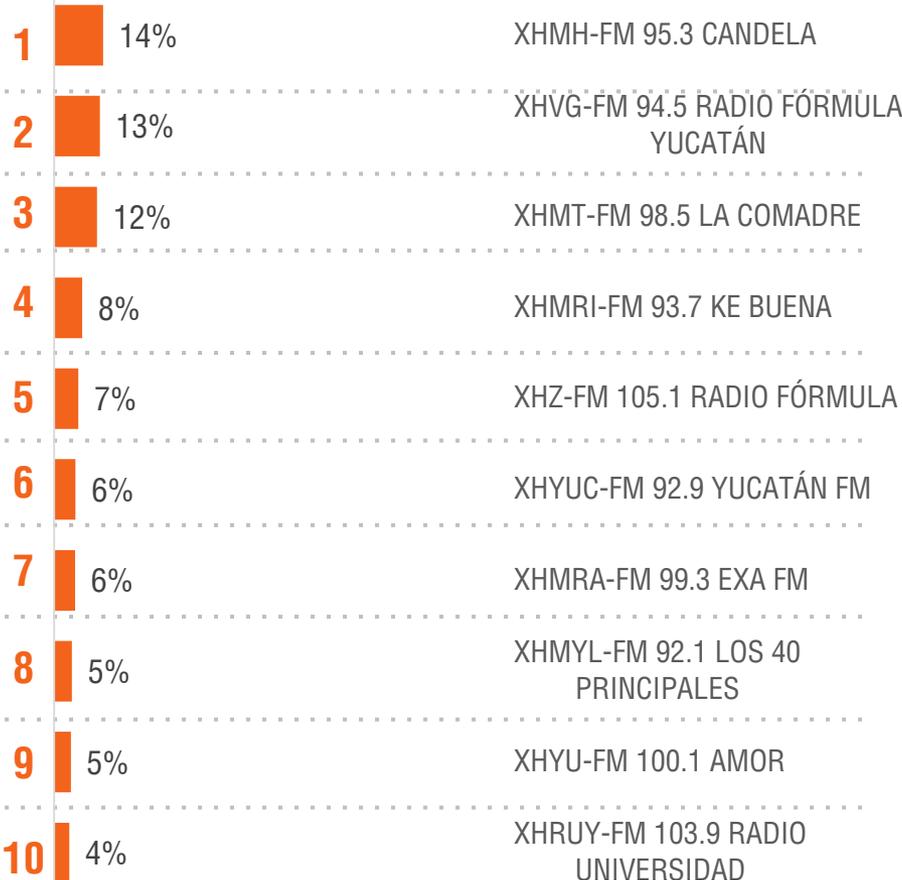
Base urbano: 257 personas que siguen las noticias en la radio

Promedio urbano: 1.4 respuestas por persona\*



Base rural: 33 personas que siguen las noticias en la radio

Promedio rural: 1.0 respuestas por persona\*



Se presentan los principales resultados.

No se presentan las menciones de "Otros", "No sabe/No contestó" y "No identificado"

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

Urbano

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

Rural

Base urbano: 247 9,696 personas que siguen las noticias en televisión de paga  
Promedio urbano: 1.1 respuestas por persona\*



Base rural: 73 personas que siguen las noticias en televisión de paga  
Promedio rural: 1.0 respuestas por persona\*



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

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

Urbano

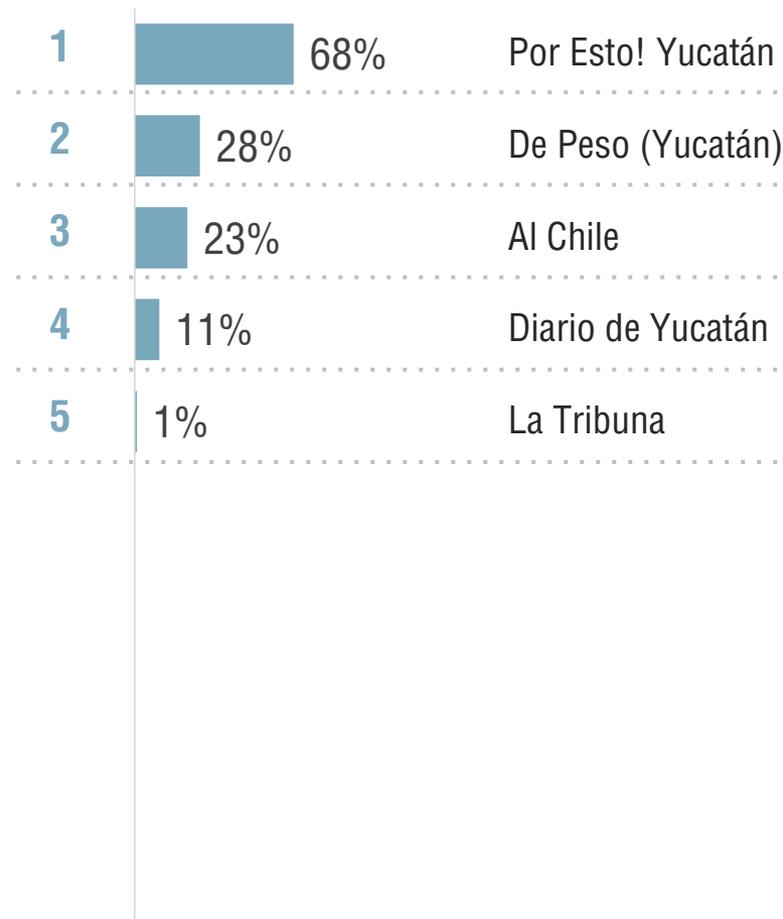
## Periódicos en los que sigue las noticias\* Los más leídos

Rural

Base urbano: 503 personas que siguen las noticias en periódicos  
Promedio urbano: 1.3 respuestas por persona\*



Base rural: 76 personas que siguen las noticias en periódicos  
Promedio rural: 1.3 respuestas por persona\*



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

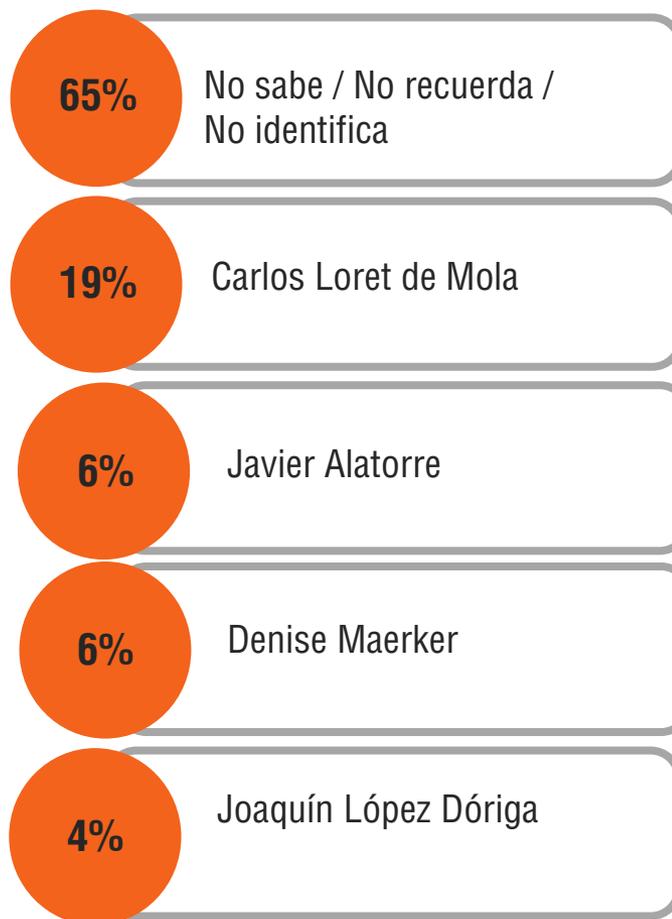
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Urbano

## Los conductores de noticias que más siguen

Base urbano: 1,737 personas de 16 años o más que siguen las noticias

Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona\*



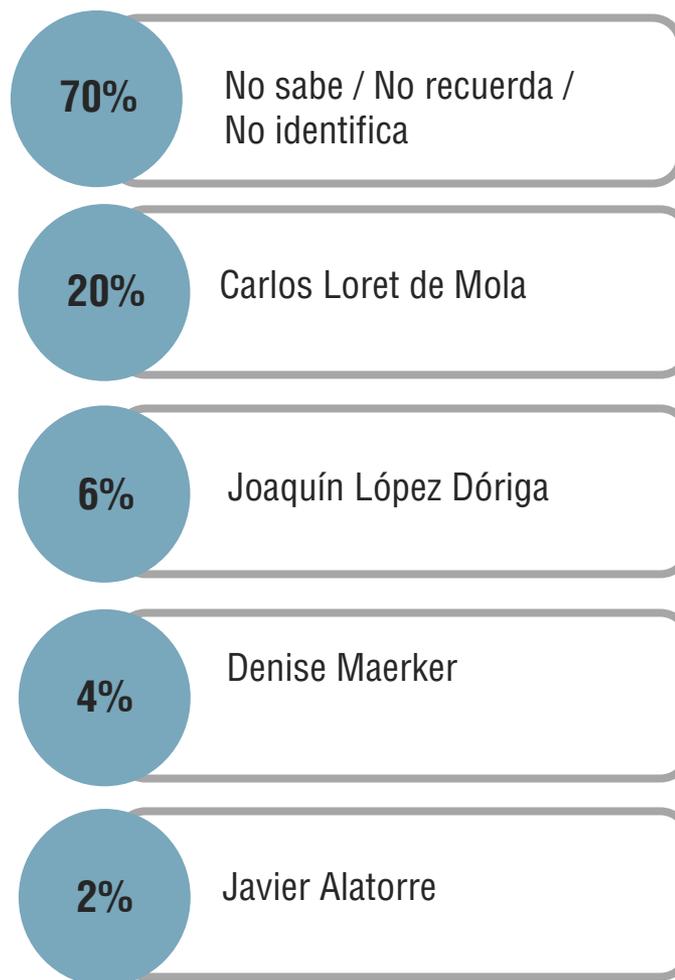
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%.

Rural

## Los conductores de noticias que más siguen

Base rural: 230 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>

