



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales

2024



01

Ficha Técnica

02

Resultados Nacionales

03

Niñas y Niños

04

Urbano y Rural



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Ficha técnica

Parámetros del proyecto



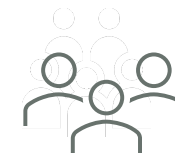
Metodología

Entrevistas cara a cara en hogares.



Público objetivo

Individuos de 7 años o más habitantes de la República Mexicana.



Tamaño de muestra y error

8,750 casos con un error teórico máximo de $\pm 2.1\%$

6,125 casos urbanos
2,625 casos rurales.



Parámetros del proyecto



Cuestionario

Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 17 minutos de aplicación.



Levantamiento

Del 23 de abril al 3 de junio de 2024.



Ponderación

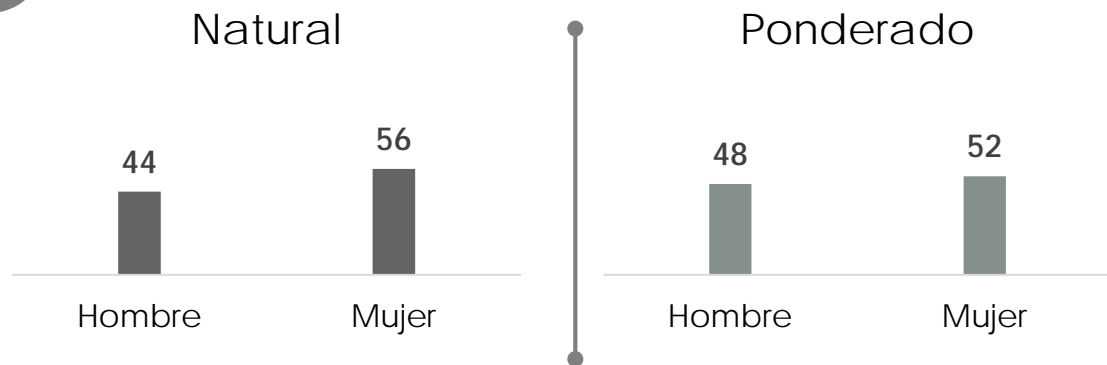
La ENCCA cuenta con dos factores de ponderación. Uno a nivel hogares que se utiliza en la sección de infraestructura y bienes del hogar y otro a nivel personas, el cual se utiliza en las secciones de consumo de medios. Los factores de ponderación se calcularon para reflejar un diseño muestral polietápico y estratificado con información sociodemográfica del Censo 2020 del INEGI.



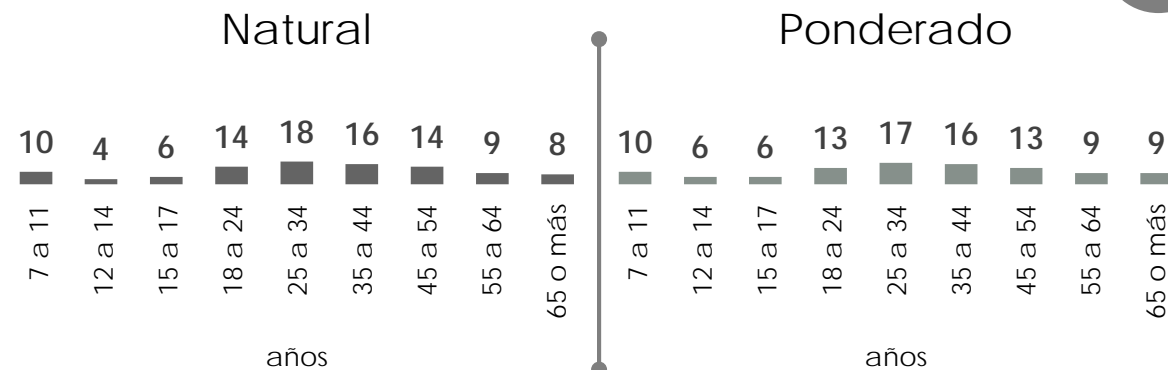
Distribución de casos (%)



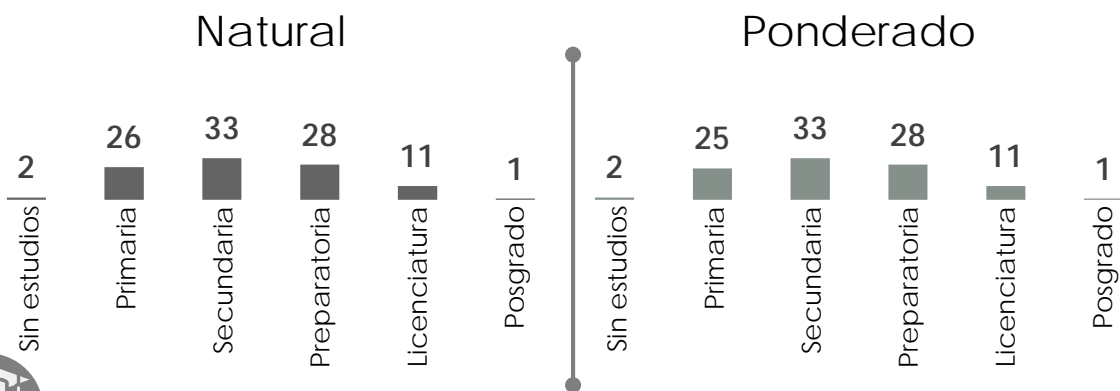
Género



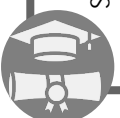
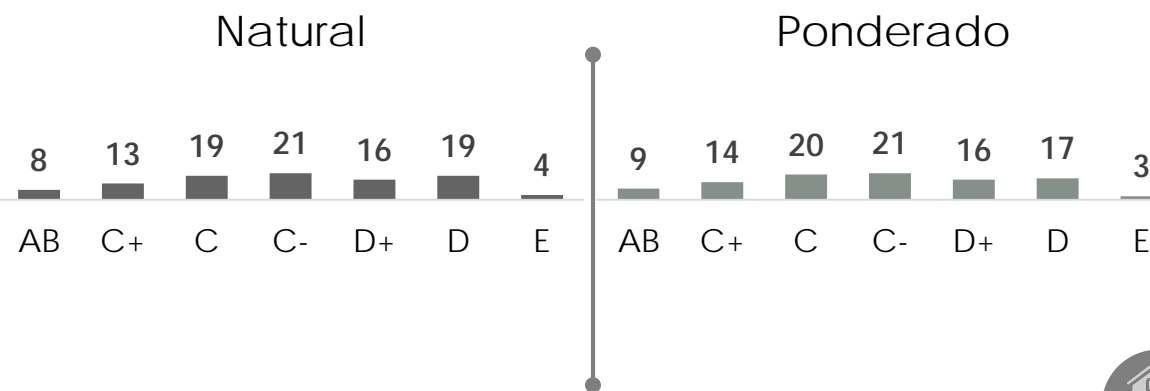
Rango de edad



Nivel de escolaridad



Nivel socioeconómico



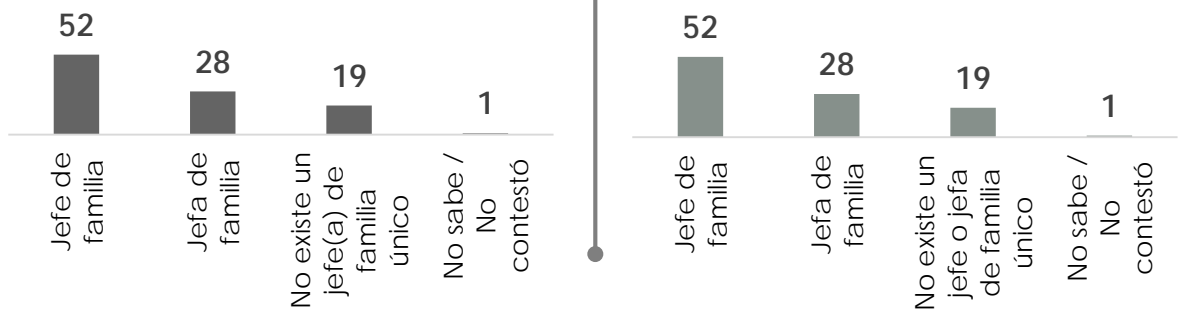
Distribución de casos (%)



Tipo de jefe de familia

Natural

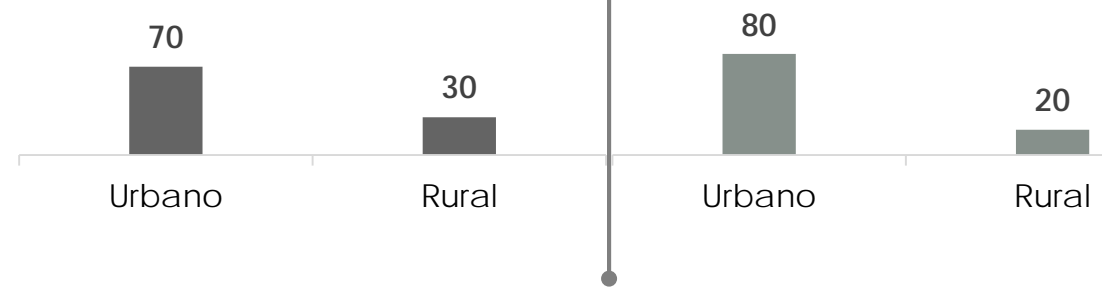
Ponderado



Tipo de localidad

Natural

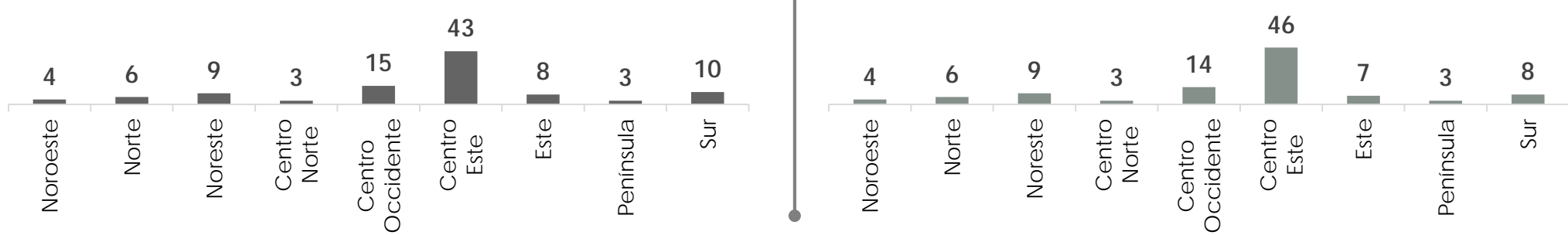
Ponderado



Región

Natural

Ponderado





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Resultados nacionales

Principales hallazgos

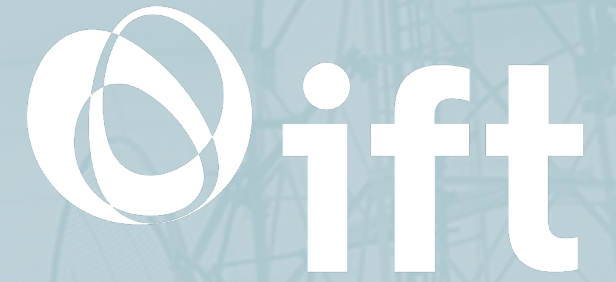
- En **91% de los hogares** reportan tener **televisor**, en promedio cuentan con **1.8** televisores.
- Aproximadamente en **54% de los hogares** declaran tener únicamente con señal de **televisión abierta** y **46% de los hogares** cuenta con señal de **televisión de paga**.
- Entre quienes **cuentan con sistema de televisión de paga**, **39%** indican que la principal razón para contratar el servicio es **tener más opciones de contenidos y canales**.
- En **43% de los hogares que no cuentan con sistema de televisión de paga** argumentan que **el precio del servicio** es la razón principal para no contratarlo.
- **74%** de los entrevistados que tienen televisor en su hogar dijeron **ver contenidos de canales de televisión abierta**.
- **Noticias y películas** son los tipos de programas de **televisión abierta** que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia.
- **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 hasta por un **82%** de estas personas.



Principales hallazgos

- **74%** que escuchan la radio, lo hacen exclusivamente en estaciones de **FM**.
- **83%** de los entrevistados declararon **utilizar internet** y un **83%** de ellos utiliza alguna **red social**.
- **55%** de los entrevistados indican que consumen **contenidos audiovisuales por internet**.
- **48%** de las personas que ven contenidos por internet pagan una suscripción periódicamente para hacerlo.
- **53%** de los entrevistados que consumen contenidos por internet, ven con mayor frecuencia **películas**; un **41%** consumen **series** y un **23%** ven deportes.
- El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos por internet** en un **81%**, seguido de **Smart TV**, en un **41%**.
- **61%** de las personas escuchan **contenidos de audio o música por internet**.
- **24%** dijo jugar **videojuegos**, de entre ellos, el **57%** juega en internet. El **teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para estos fines.
- **72%** de las personas **declara ver o escuchar las noticias**. El **61%** las ve en **canales de televisión abierta**, **35%** las consume en **redes sociales** y un **15%** las escucha en **estaciones de radio**.

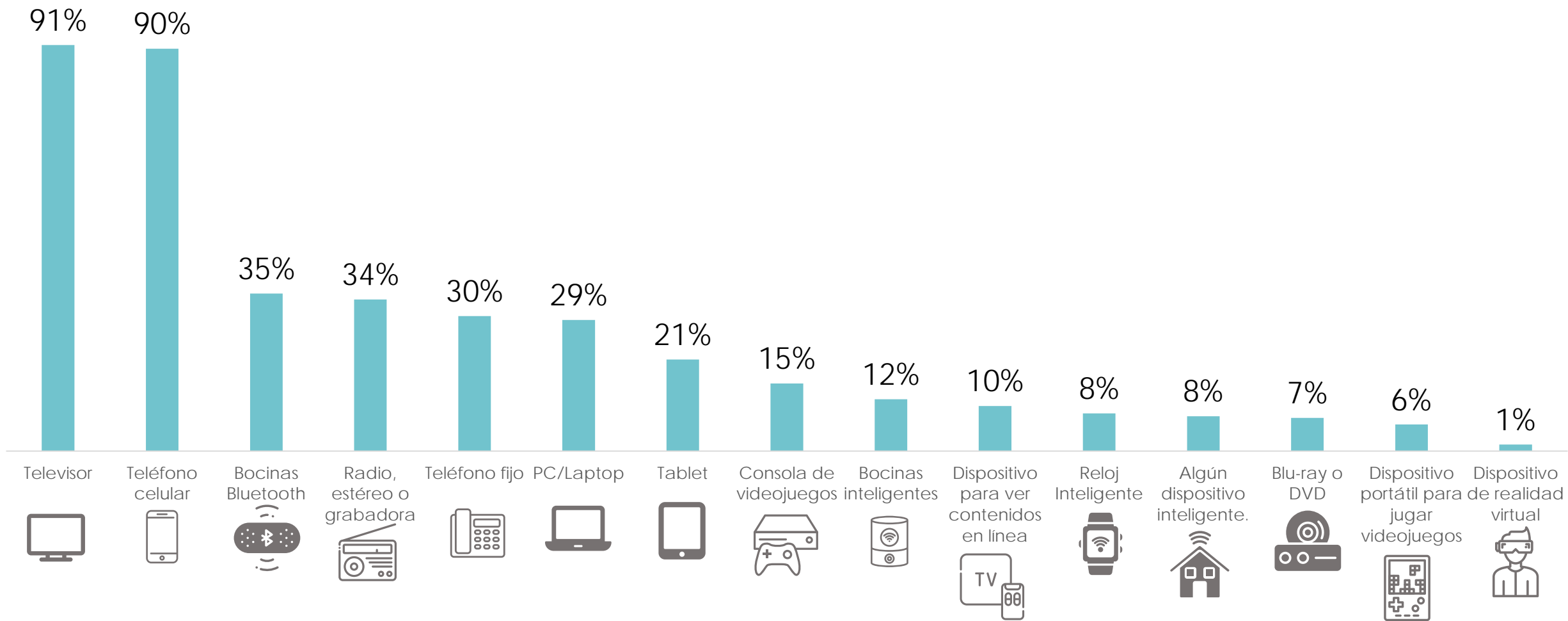




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Infraestructura de los hogares

Equipamiento del hogar

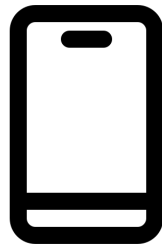


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

Base: 8,750 hogares
Promedio: 4.0 respuestas por hogar*

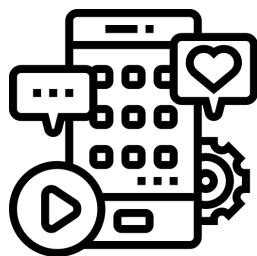


Teléfonos móviles y radios en el hogar



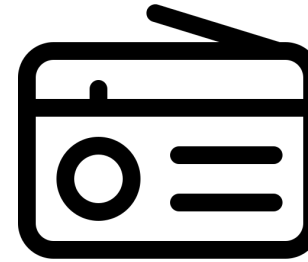
90%
de los hogares
tienen **teléfono
móvil**

Base: 8,750 hogares



De ellos
92%
son un smartphone

Base: 7,879 hogares que tienen teléfono celular



34%
de los hogares tienen
radio

Base: 8,750 hogares



En promedio hay
1.3
radios por hogar

Base: 2,998 hogares con radio



Televisores en el hogar

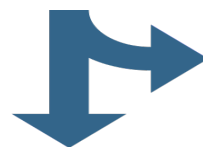


91%
de los hogares tienen
televisor

Base: 8,750 hogares



Del total de televisores
en los hogares



10%

Son **analógicos**
Base: 14,034 televisores en 7,936 hogares
con televisor

90%

Son **digitales**
Base: 14,034 televisores en 7,936 hogares
con televisor



67%

de los televisores
digitales son Smart TV
Base: 12,626 televisores digitales en 7,374
hogares con televisor digital



En promedio hay
1.8
televisores por hogar

Base: 7,936 hogares con televisor

77%

de los televisores se
utilizan para ver
canales de televisión
Base: 14,034 televisores en 7,936 hogares
con televisor

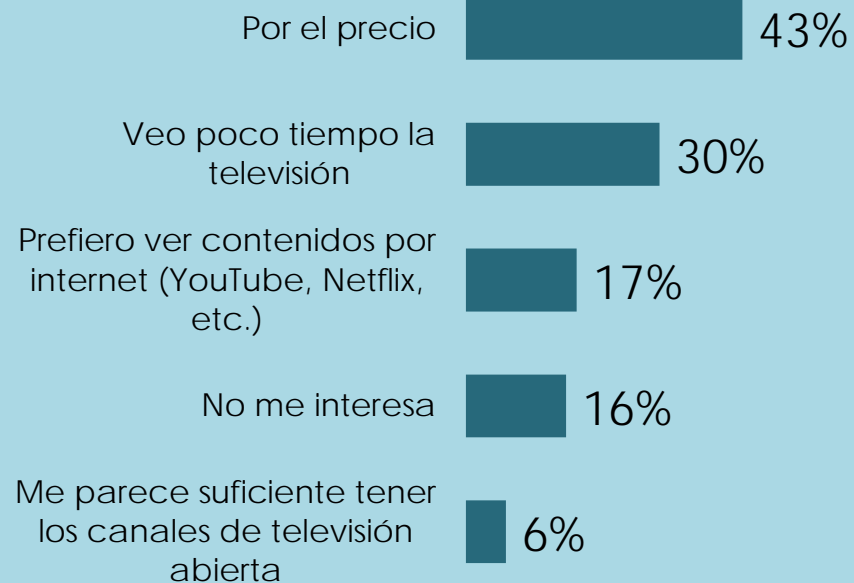


Señal de televisión en el hogar

Base: 7,936 hogares con televisor

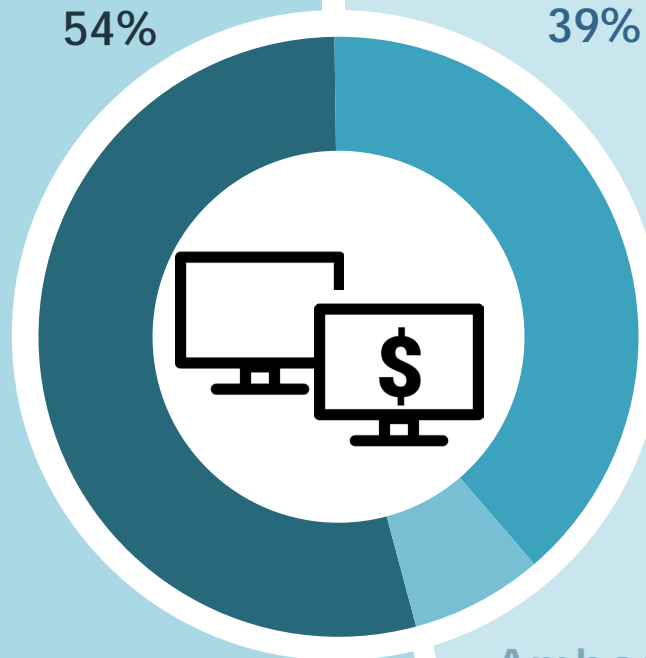
Principal razón para NO contratar televisión de paga**

Base: 4,364 hogares con solo televisión abierta
Promedio: 1.2 respuestas por hogar*



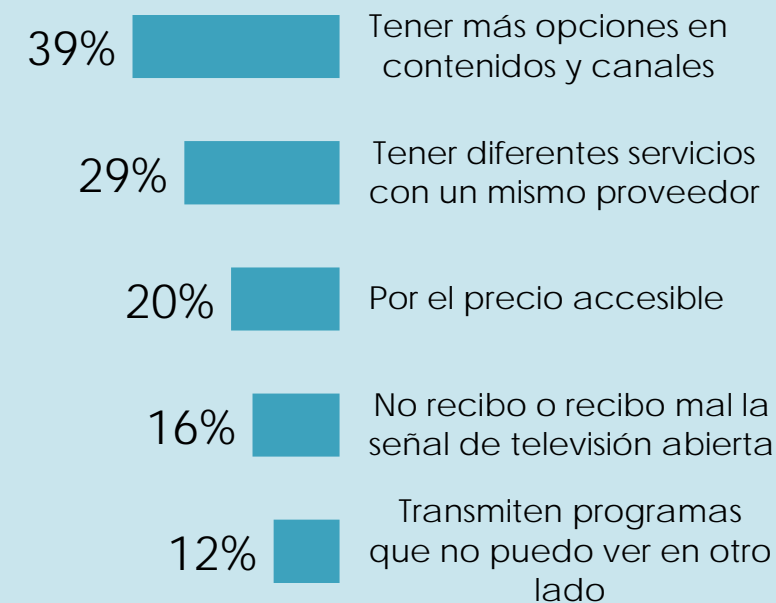
Solo televisión abierta
54%

Solo televisión de paga
39%



Principal razón para contratar televisión de paga**

Base: 3,572 hogares con televisión de paga
Promedio: 1.4 respuestas por hogar*

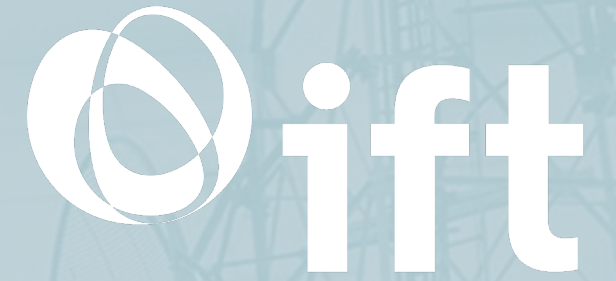


Ambas
7%

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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de televisión abierta

Consumo de televisión abierta



74%

del total de personas con televisor, ven contenidos de canales de televisión abierta

Base: 7,936 personas que tienen televisor



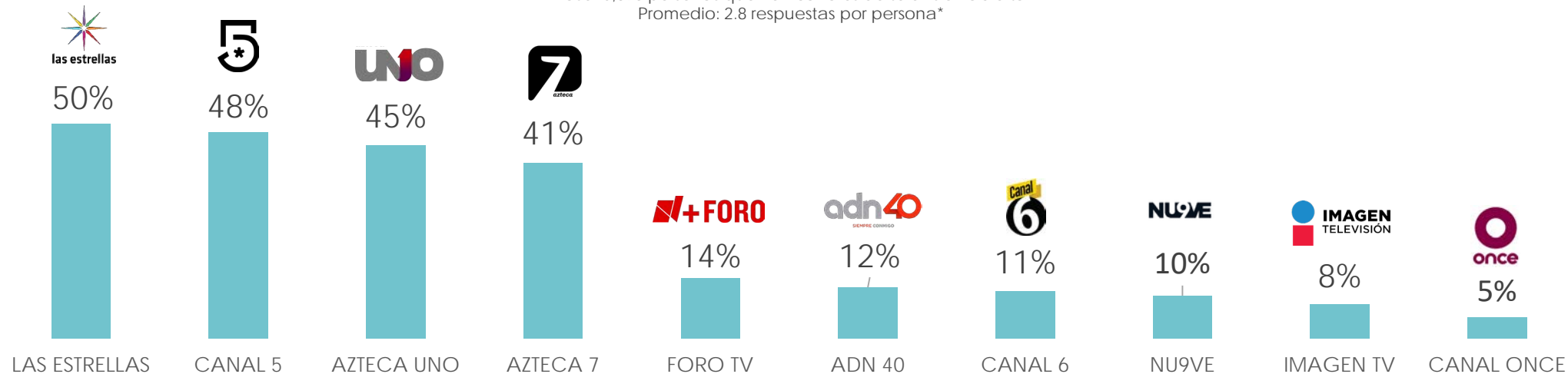
2.3

horas en promedio que ven la televisión abierta al día

Base: 5,893 personas que ven canales de televisión abierta

Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base: 5,893 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.8 respuestas por persona*



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

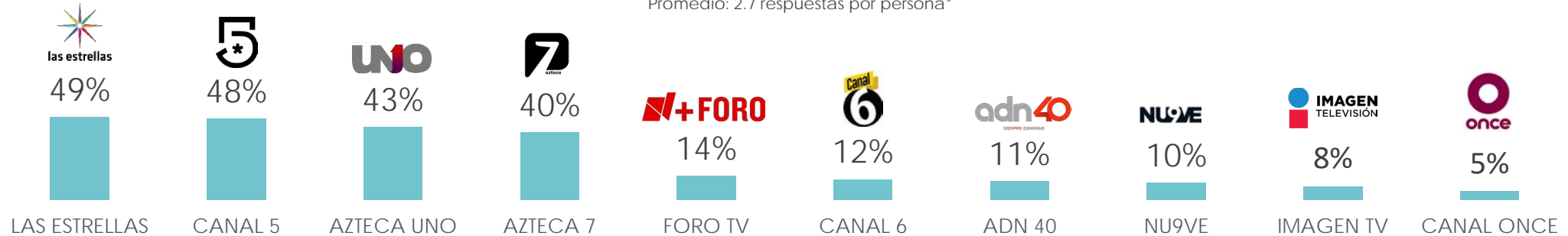
**Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión abierta

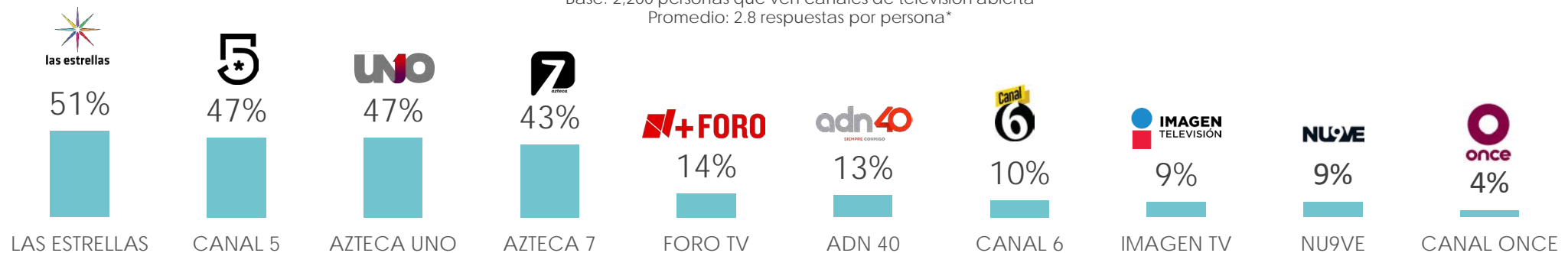
Personas que ven televisión abierta solo a través de la televisión abierta Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base: 3,693 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.7 respuestas por persona*



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

Base: 2,200 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.8 respuestas por persona*



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

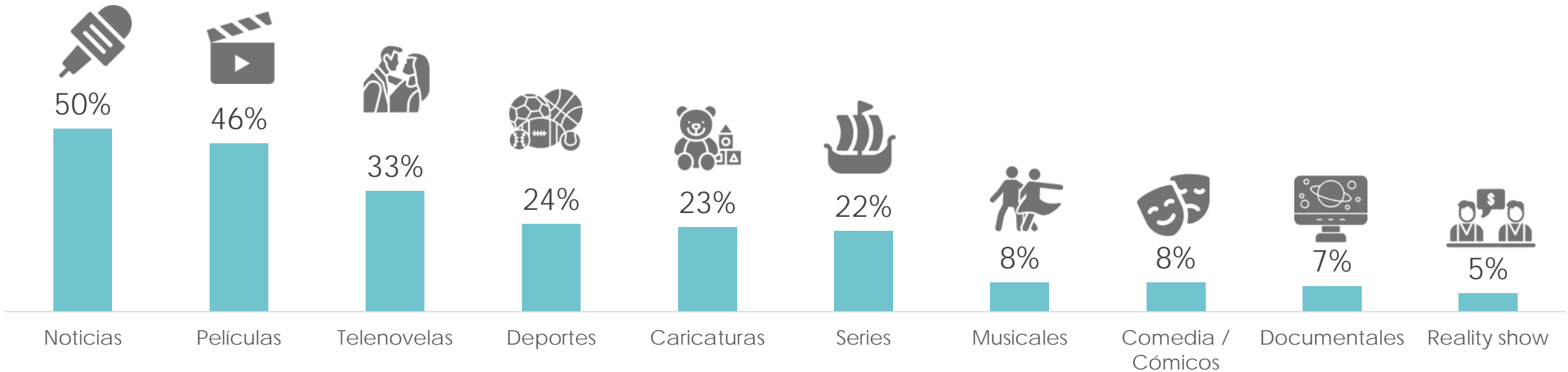
**Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión abierta

Tipo de programas más vistos en televisión abierta**

Base: 5,893 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.5 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 tipos de programas con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión abierta

Horario en el que acostumbran ver la televisión abierta

Base: 5,893 personas que ven canales de televisión abierta

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes
Promedio de respuestas por persona: 1.3*

24%

51%

52%

3%

1%

Sábado a domingo
Promedio de respuestas por persona: 1.3*

23%

47%

39%

3%

16%

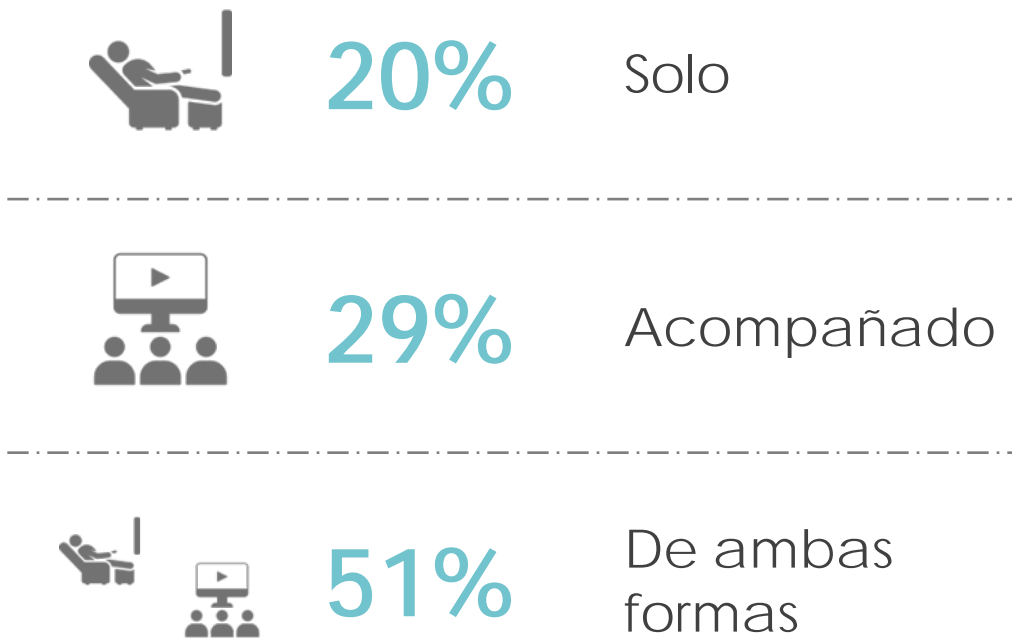
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de televisión abierta

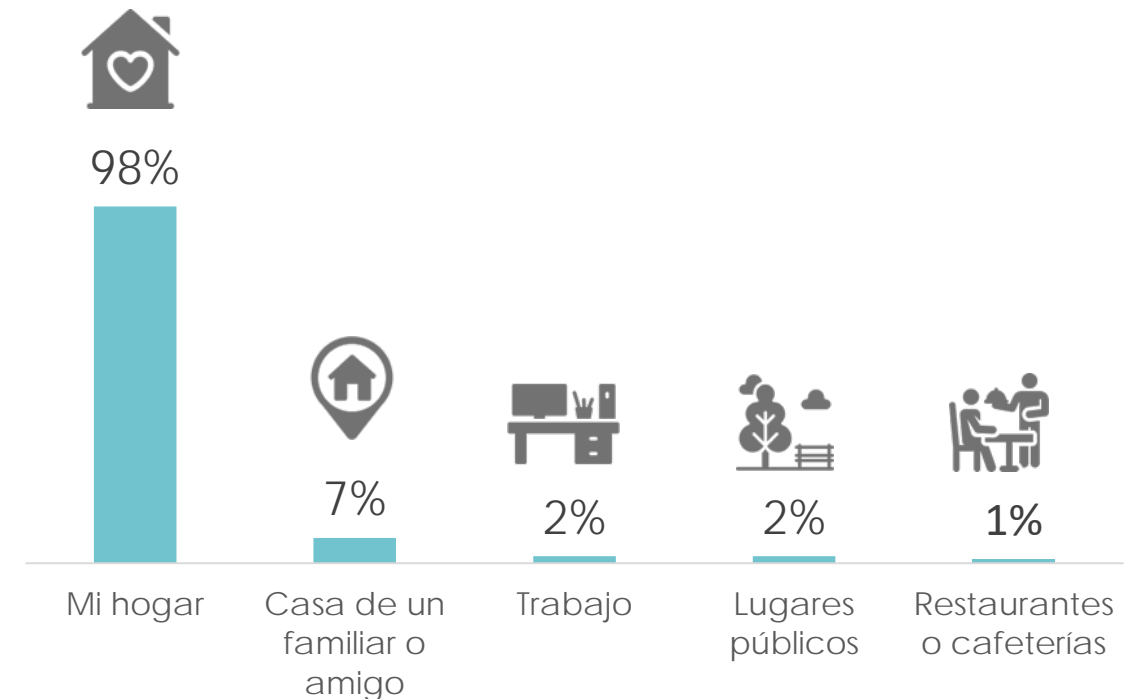
¿Con quién ven la televisión abierta?

Base: 5,893 personas que ven canales de televisión abierta



Lugares donde ven televisión abierta**

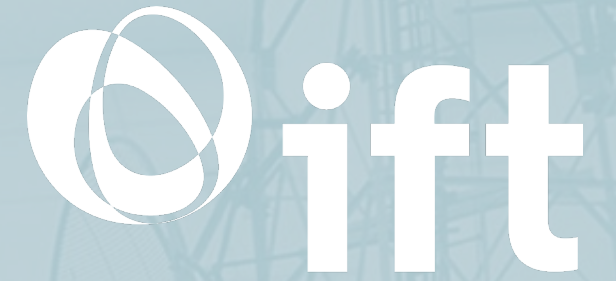
Base: 5,893 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de televisión de paga

Consumo de televisión de paga



91%
de los hogares tienen
televisor

Base: 8,750 hogares



46% de los hogares tienen
televisión de paga

Base: 7,936 hogares con televisor



Las personas utilizan su sistema
de televisión de paga para...



2.6 horas en promedio
que ven la televisión
de paga al día

Base: 2,394 personas que ven canales
exclusivos de televisión de paga

58% ven canales de
televisión abierta y
de paga

Base: 3,572 personas con televisión de
paga en su hogar

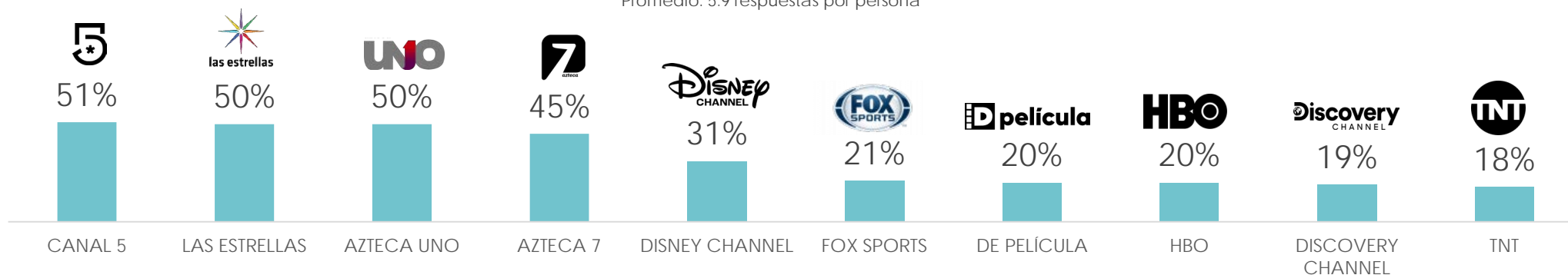
24% solo ven canales de
televisión de paga

Base: 3,572 personas con televisión de
paga en su hogar



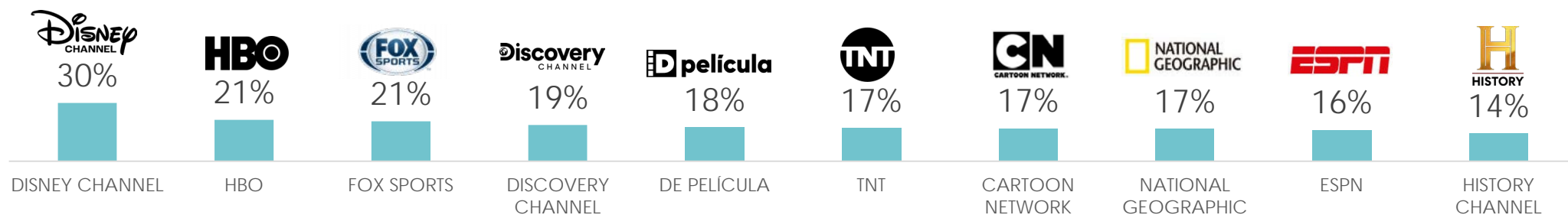
Canales más vistos en televisión de paga entre quienes usan la televisión de paga para ver la televisión abierta y televisión de paga**

Base: 1,569 personas que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta
Promedio: 5.9 respuestas por persona*



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

Base: 2,394 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga
Promedio: 2.9 respuestas por persona*



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

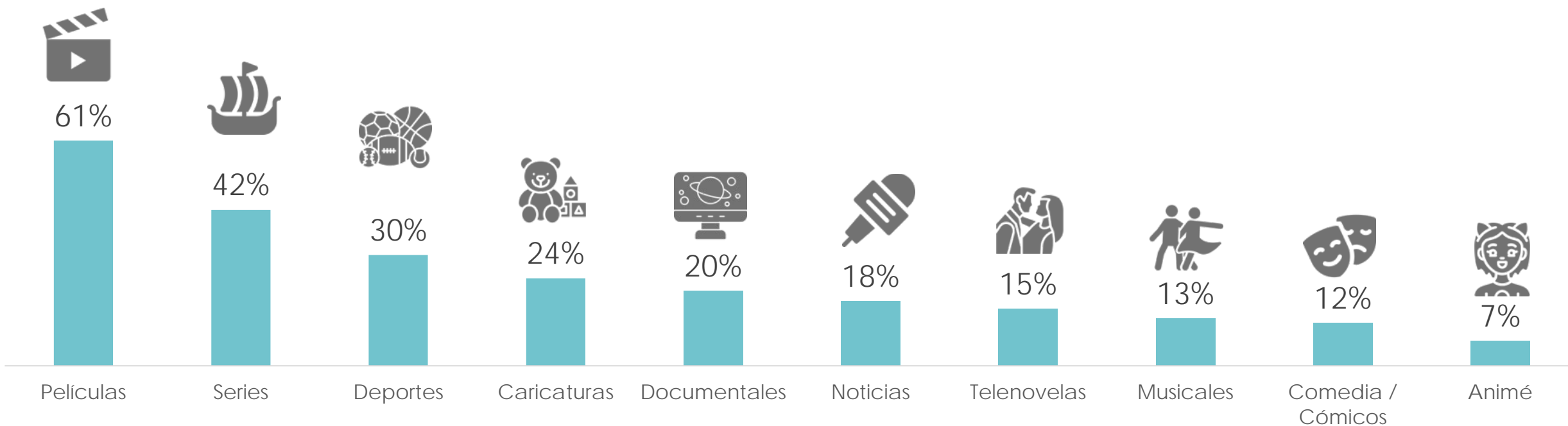
**Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión de paga

Tipo de programas más vistos en televisión de paga**

Base: 2,394 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio: 2.7 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 tipos de programas con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión de paga

Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Base: 2,394 personas que ven canales de televisión de paga

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

17%

48%

51%

5%

1%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.3*

21%

47%

43%

4%

10%

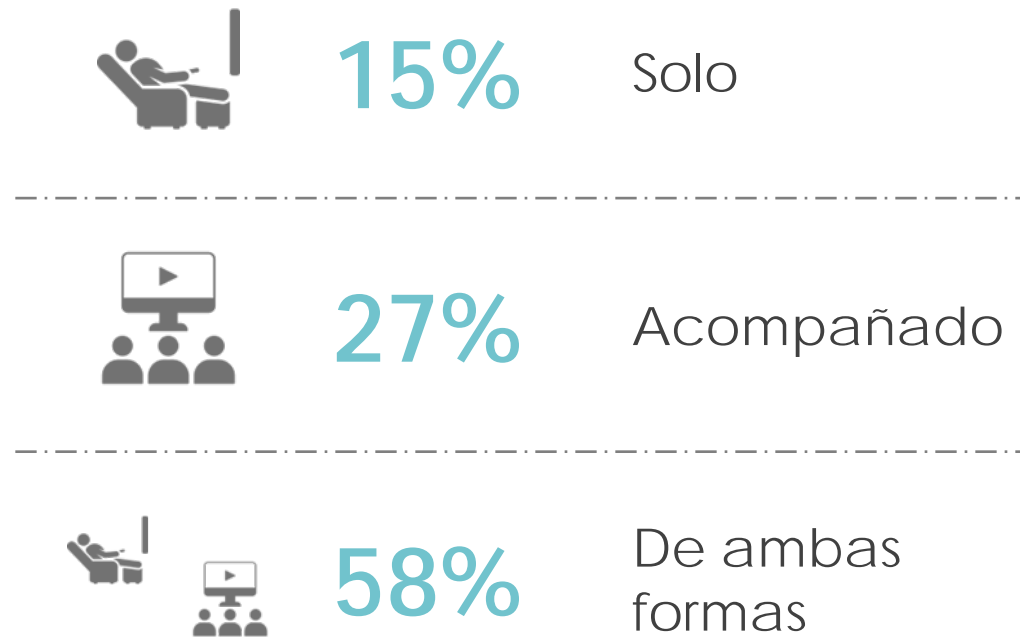
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de televisión de paga

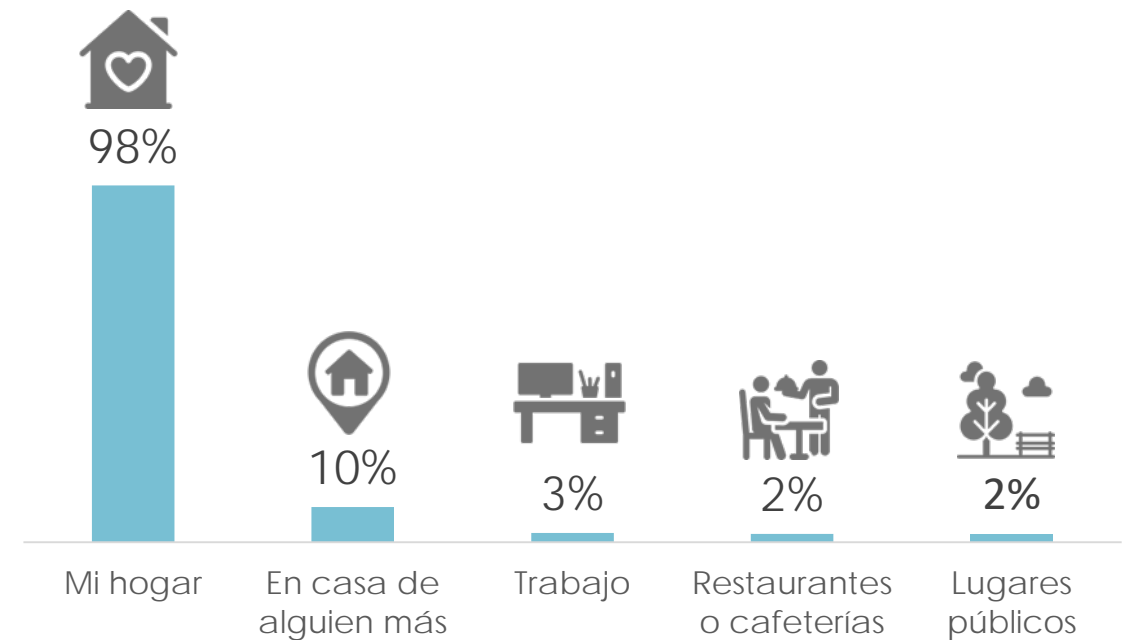
¿Con quién ven la televisión de paga?

Base: 2,394 personas que ven canales de televisión de paga



Lugares donde ven televisión de paga**

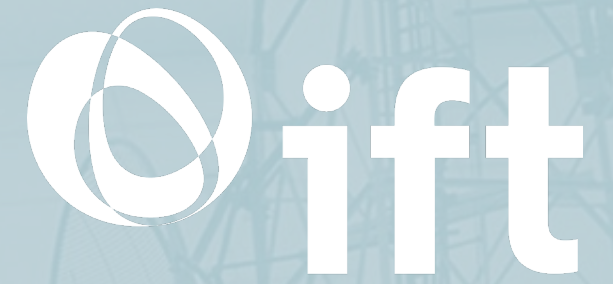
Base: 2,394 personas que ven canales de televisión de paga
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de radio

Consumo de radio



33%
de las personas escuchan
estaciones de radio

Base: 8,750 personas

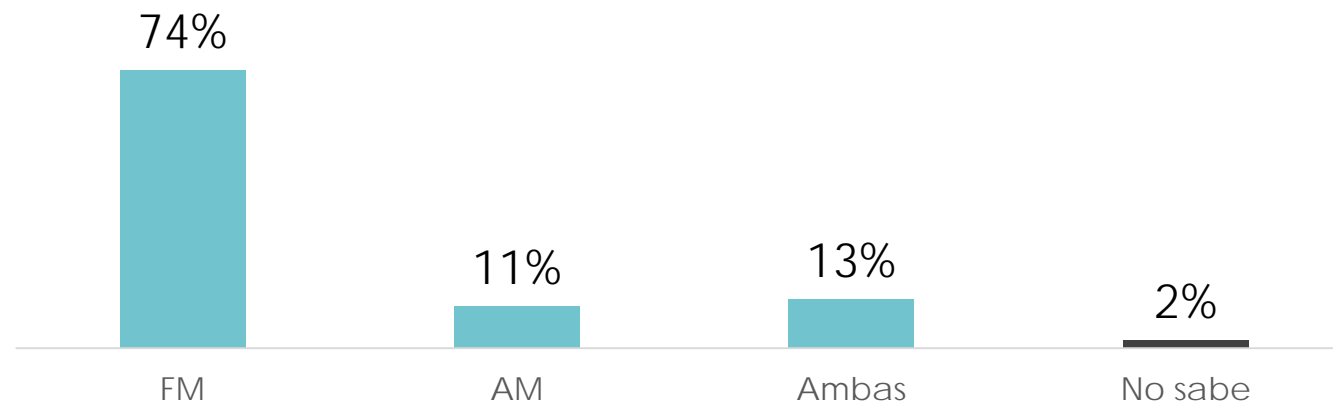


2.9
horas en promedio
escuchan la radio al día

Base: 2,892 personas que escuchan radio

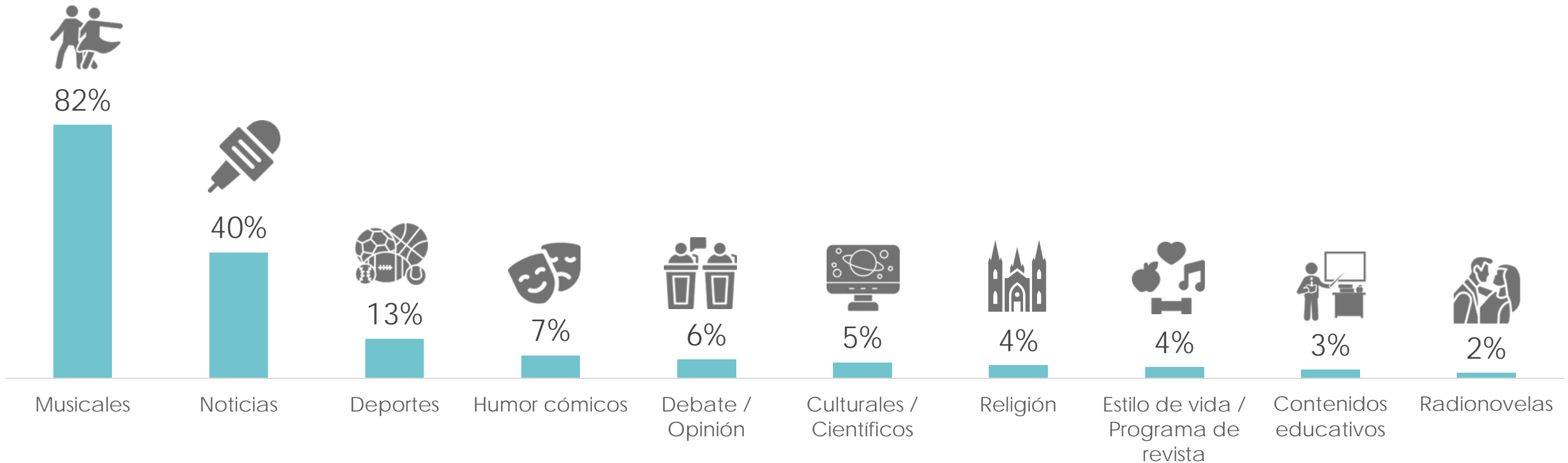
Consumo por tipo de banda

Base: 2,892 personas que escuchan radio



Tipo de programas más escuchados en la radio**

Base: 2,892 personas que escuchan radio
Promedio: 1.7 respuestas por persona*



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

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



Consumo de radio

Horario en el que acostumbran escuchar radio

Base: 2,892 personas que escuchan radio

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No escucho



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.3*

67%

43%

16%

3%

1%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

45%

31%

13%

3%

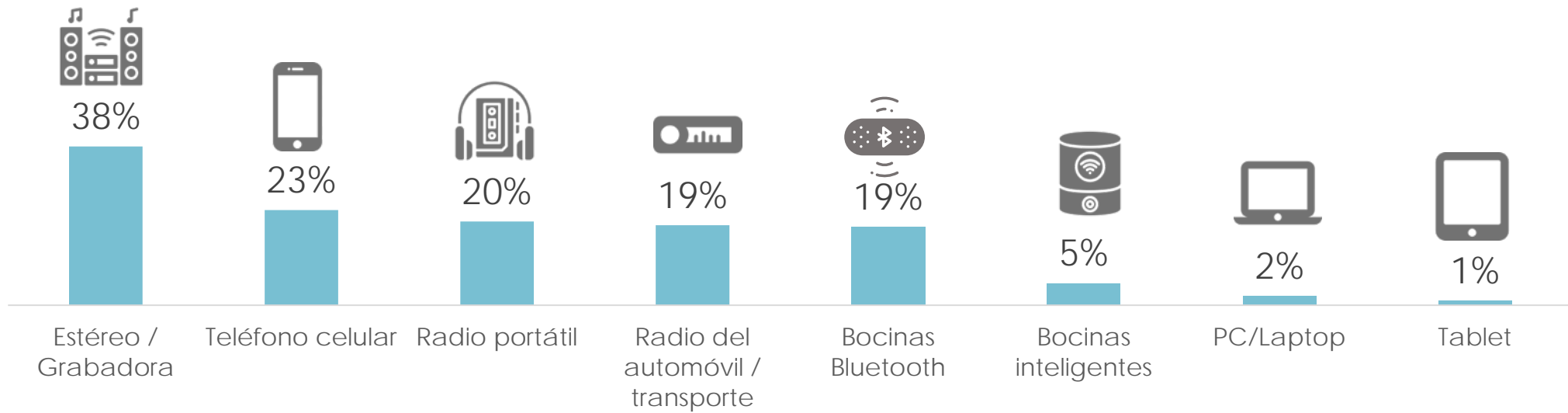
28%

*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: 2,892 personas que escuchan radio
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

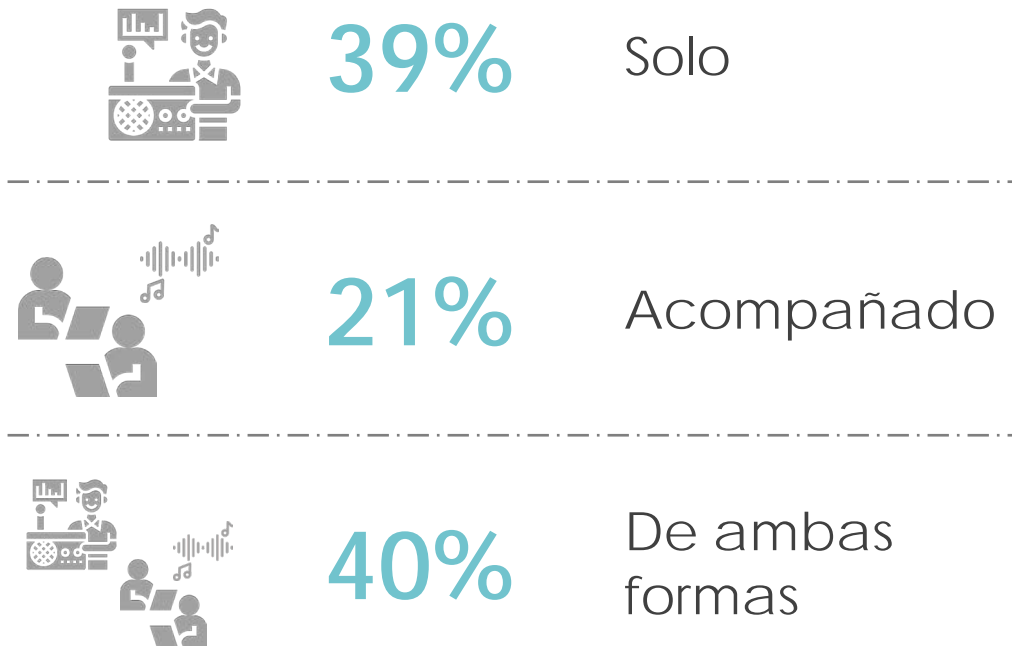
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de radio

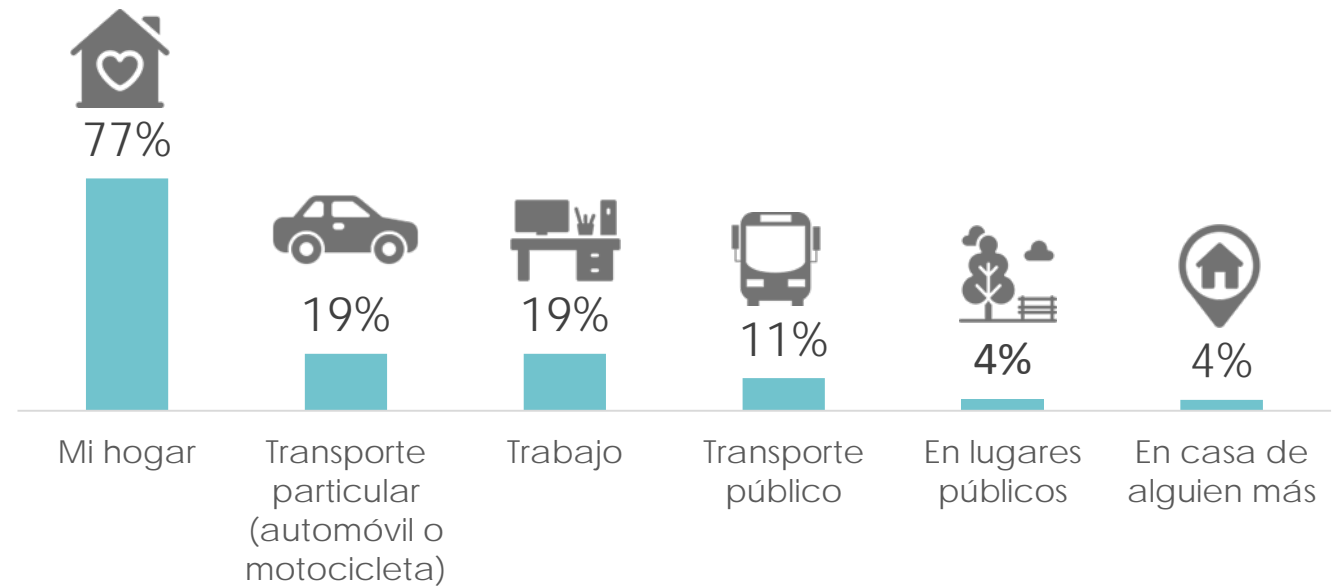
¿Con quién escuchan la radio?

Base: 2,892 personas que escuchan radio



Lugares donde escuchan la radio**

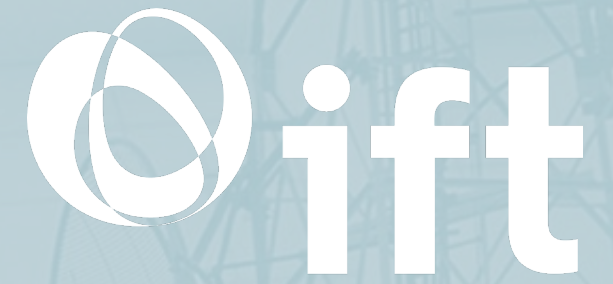
Base: 2,892 personas que escuchan radio
Promedio: 1.4 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Uso de Internet



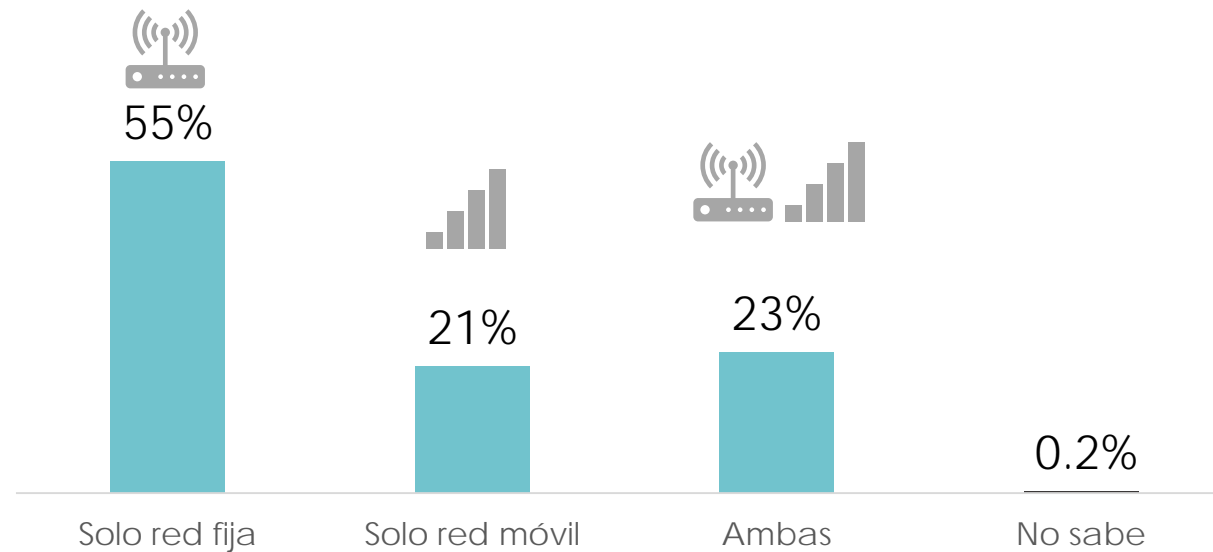
83%

de las personas **usan internet**

Base: 8,750 personas

Tipo de acceso o conexión

Base: 7,198 personas que usan internet

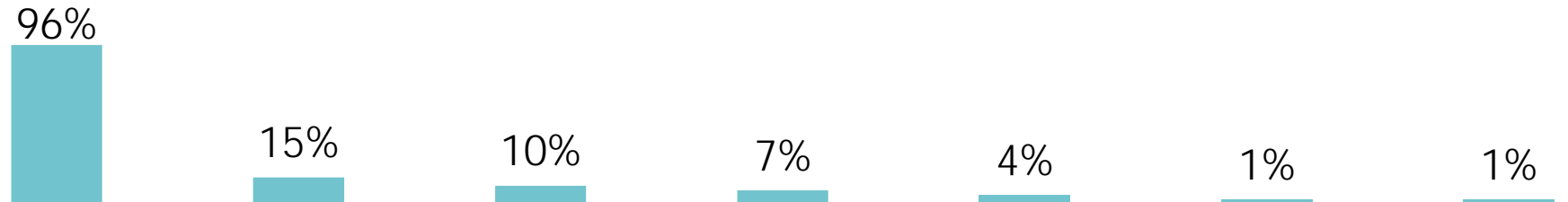


Lugares donde se conecta

Mi hogar Trabajo Casa de otra persona Escuela Lugares públicos Café internet Transporte público

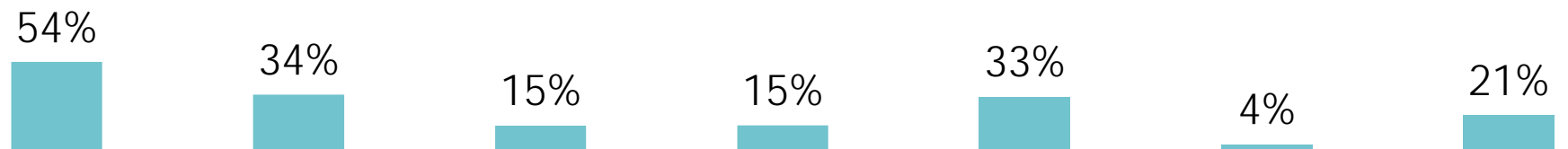
A través de una red fija**

Base: 5,617 personas que se conectan a internet a través de una red fija.
Promedio: 1.4 respuestas por persona*



A través de una red móvil**

Base: 3,187 personas que se conectan a internet a través de una red móvil.
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 lugares con las mayores frecuencias.





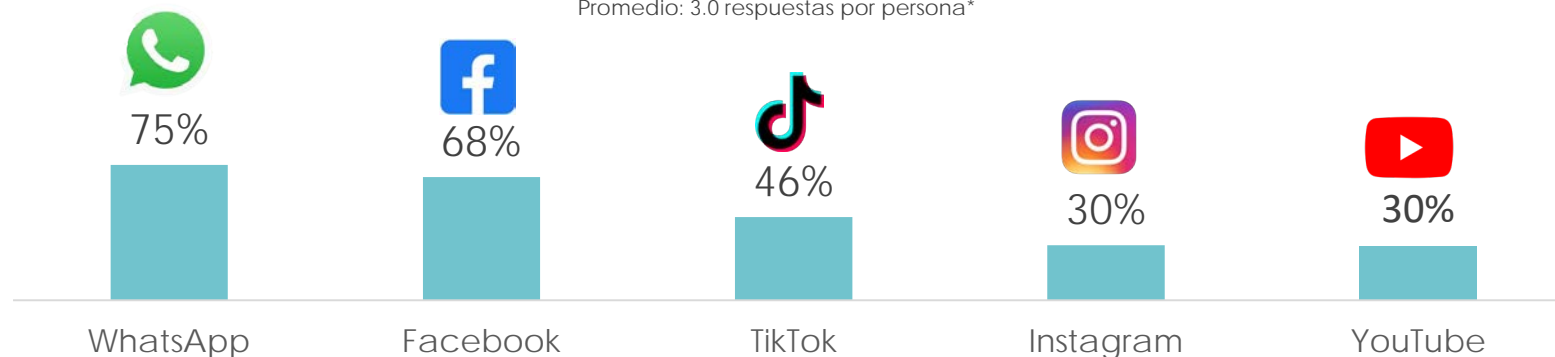
83%

de las personas que usan internet, utilizan alguna **red social**

Base: 7,198 personas que usan internet

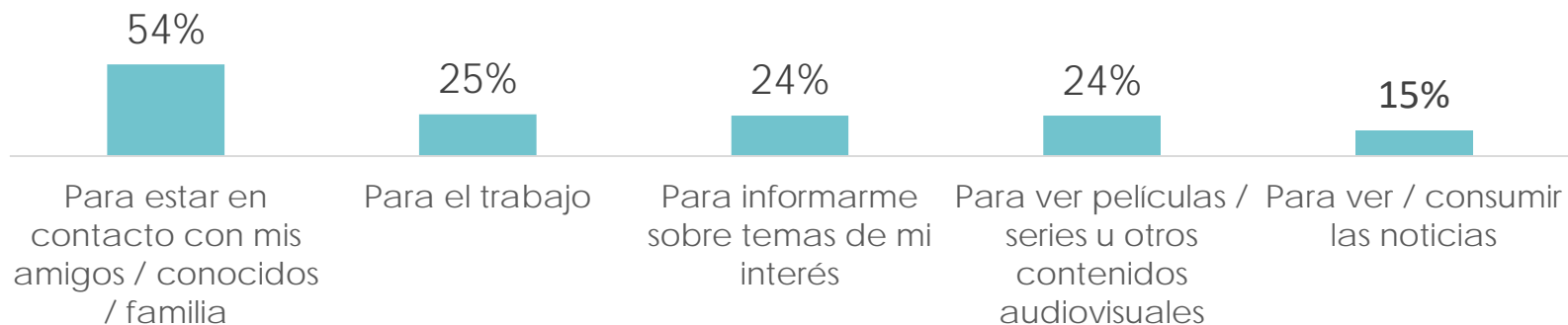
Redes sociales y mensajería instantánea**

Base: 5,961 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea
Promedio: 3.0 respuestas por persona*



Razones de uso de redes sociales**

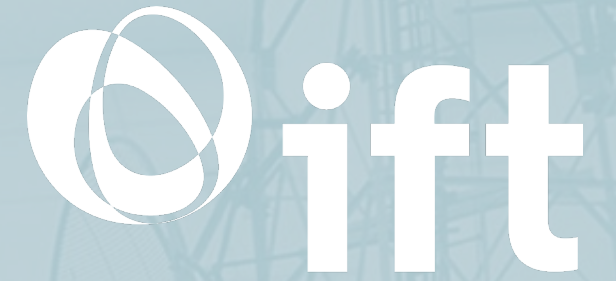
Base: 5,961 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea
Promedio: 1.9 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de contenidos por Internet

Consumo de contenidos por internet



55%
de las personas consumen
contenidos por internet

Base: 8,750 personas

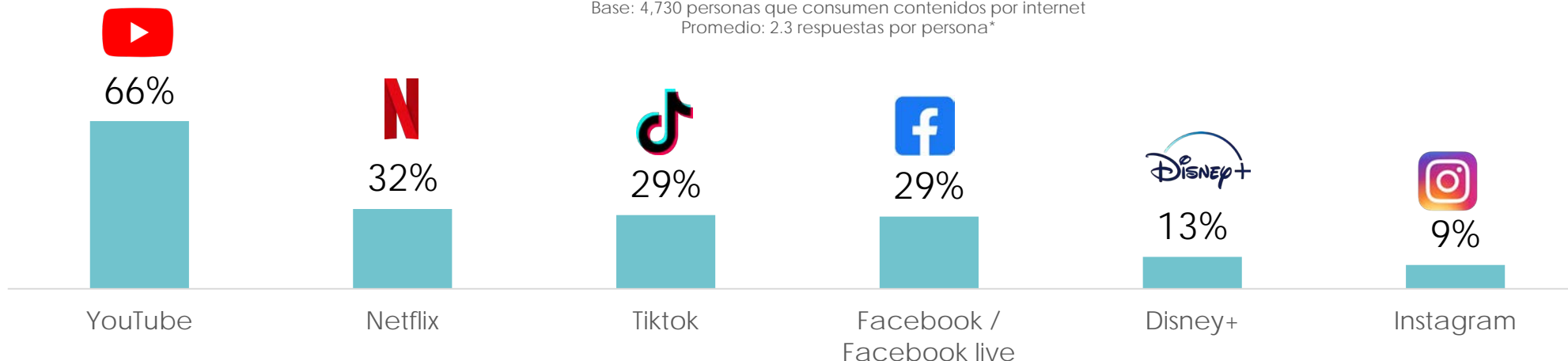


3.0 horas en promedio consumen
contenidos por internet al día

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas más utilizadas para ver contenidos por internet**

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 2.3 respuestas por persona*



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

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



Uso de plataformas que requieren del pago de una suscripción

48%

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

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

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

Base: 2,182 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet

Promedio: 2.1 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	82%	2.2
	35%	1.8
	20%	1.8
	16%	1.8
	13%	1.9

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

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



Plataformas que requieren pago de una cuota por contenido en internet**

Base: 605 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una cuota por cada película, contenido o evento
Promedio: 1.3 respuestas por persona*

Uso de plataformas que requieren pago por evento

13%

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

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	48%	1.9
	36%	2.5
	14%	1.9
	11%	2.0
	6%	1.7

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

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



Uso de plataformas que no requieren pago





74%

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

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas que no requieren pago para ver contenidos por internet**

Base: 3,515 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet
Promedio: 1.1 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	13%	1.5
	8%	1.4
	7%	1.6
	5%	1.7

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

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



Uso de plataformas que no requieren pago

74%

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

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

Redes sociales que no requieren pago para ver contenidos por internet**

Base: 3,515 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet
Promedio: 2.2 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
YouTube	78%	2.0
TikTok	49%	2.2
facebook	48%	2.2
	26%	1.9

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

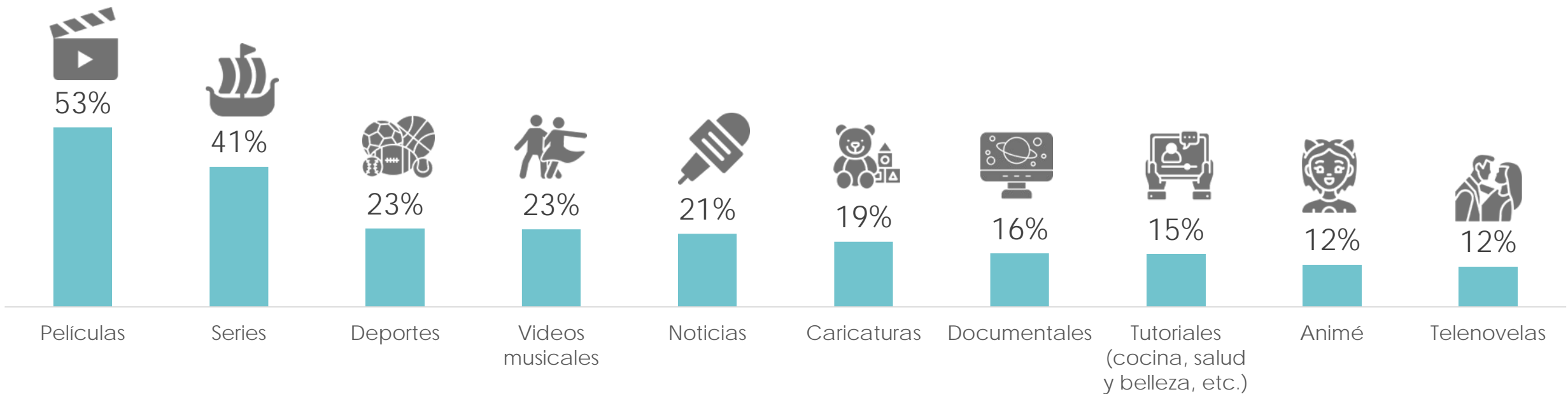
**Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

Tipo de contenidos más vistos en internet**

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet
Promedio: 2.7 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 tipos de contenidos con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

Horario en el que acostumbran consumir contenidos por internet

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.3*

25%

58%

44%

6%

0%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.3*

26%

53%

41%

7%

8%

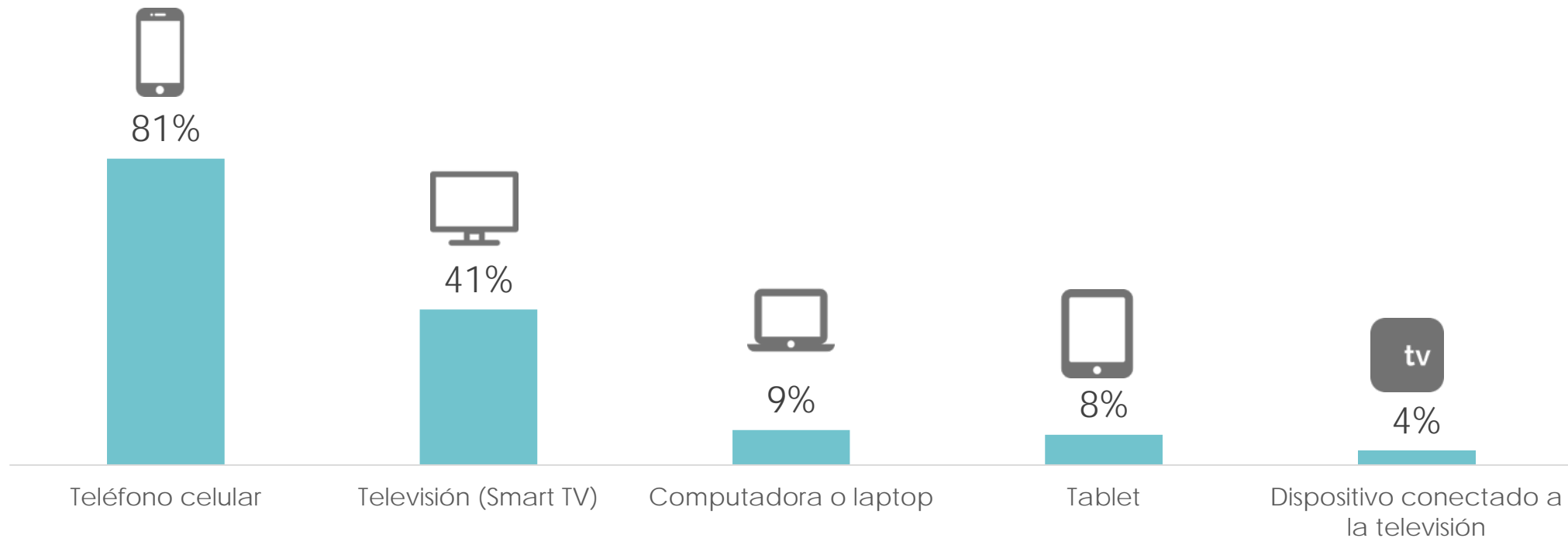
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de contenidos por internet

Dispositivos más utilizados para consumir contenidos por internet**

Base: 4,730 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%

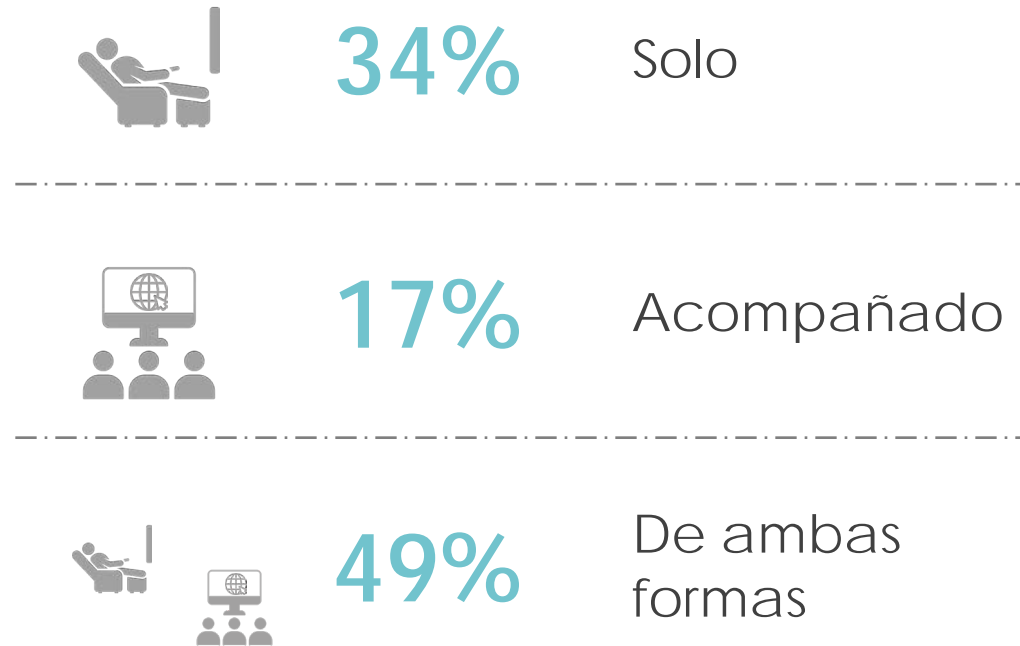
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

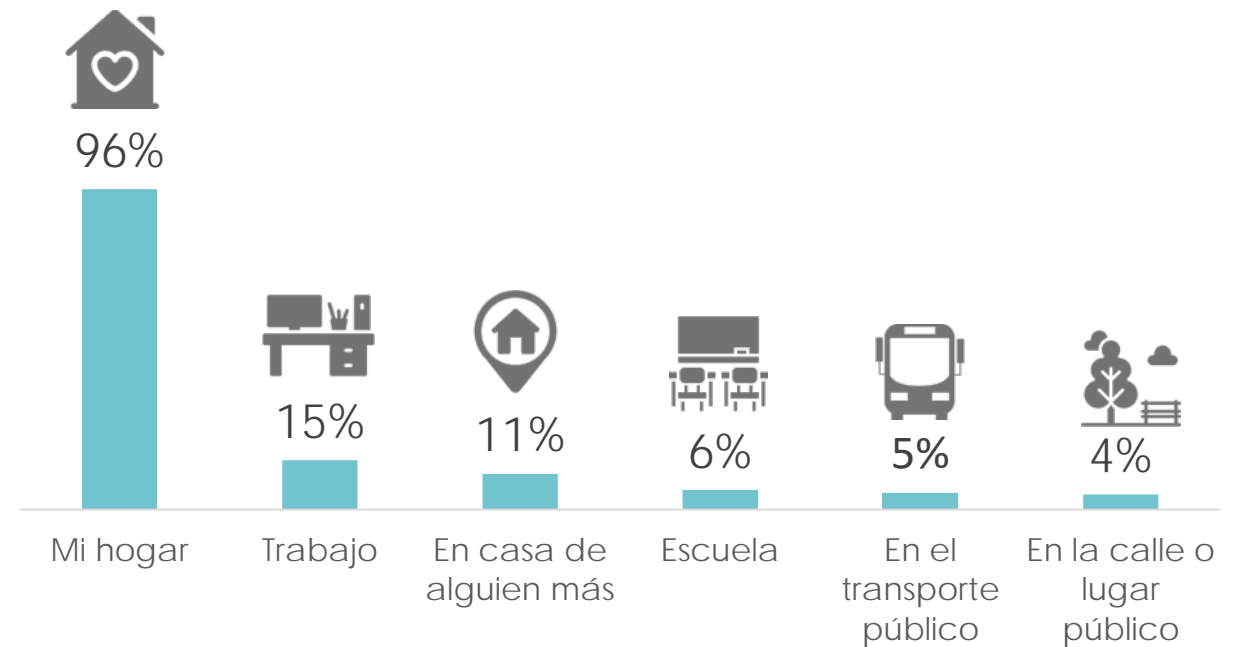
¿Con quién consume contenidos por internet?

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet



Lugares donde consumen contenidos por internet**

Base: 4,730 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%

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



Consumo de televisión abierta por internet

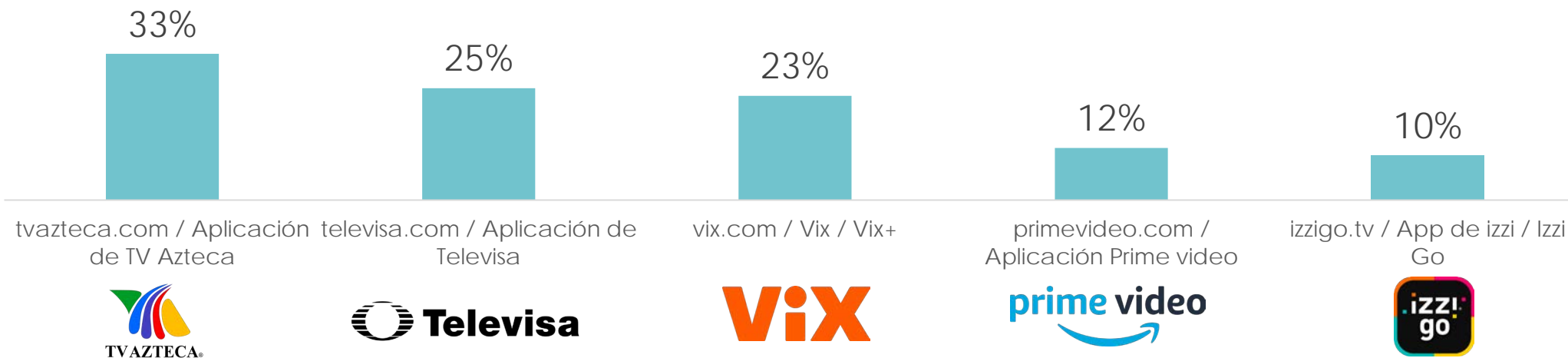


11% de las personas que consumen contenidos por internet, ven canales de televisión abierta a través de internet

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

A través de qué plataformas o páginas ve los canales de televisión abierta por internet**

Base: 533 personas que ven canales de televisión abierta por 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%

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



Consumo de televisión de paga por internet



12%

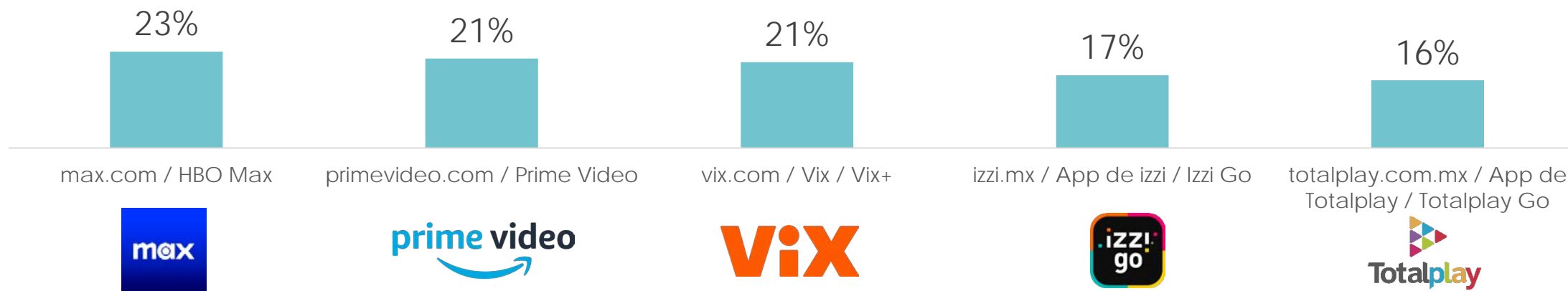
de las personas que consumen contenidos por internet, ven canales de televisión de paga a través de internet

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet

A través de qué plataformas o páginas ve los canales de televisión de paga por internet**

Base: 572 personas que ven canales de televisión de paga por internet

Promedio: 1.5 respuestas por persona*

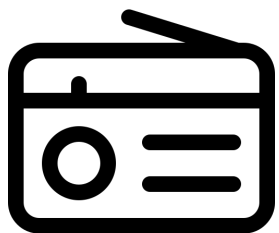


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

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



Consumo de radio por internet



6%

de las personas que consumen contenidos por internet, escuchan radio a través de internet

Base: 4,730 personas que consumen contenidos por internet



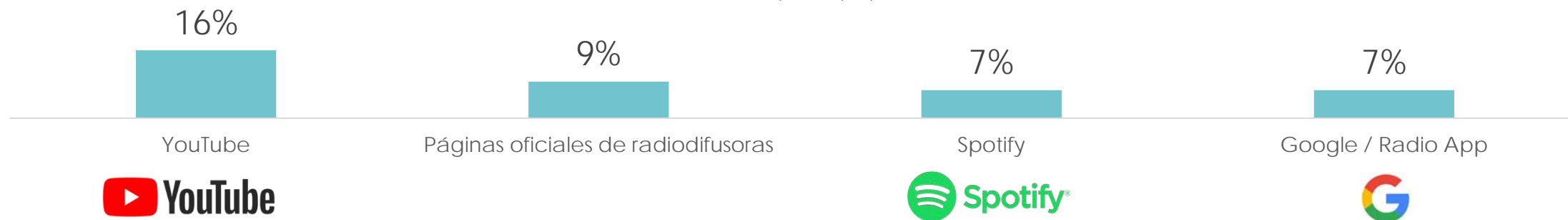
2.3

horas en promedio escuchan estaciones de radio por internet al día

Base: 266 personas que escuchan estaciones de radio por internet

Plataformas o páginas para escuchar estaciones de radio por internet**

Base: 266 personas que escuchan estaciones de radio por internet
Promedio: 1.0 respuestas por persona*



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

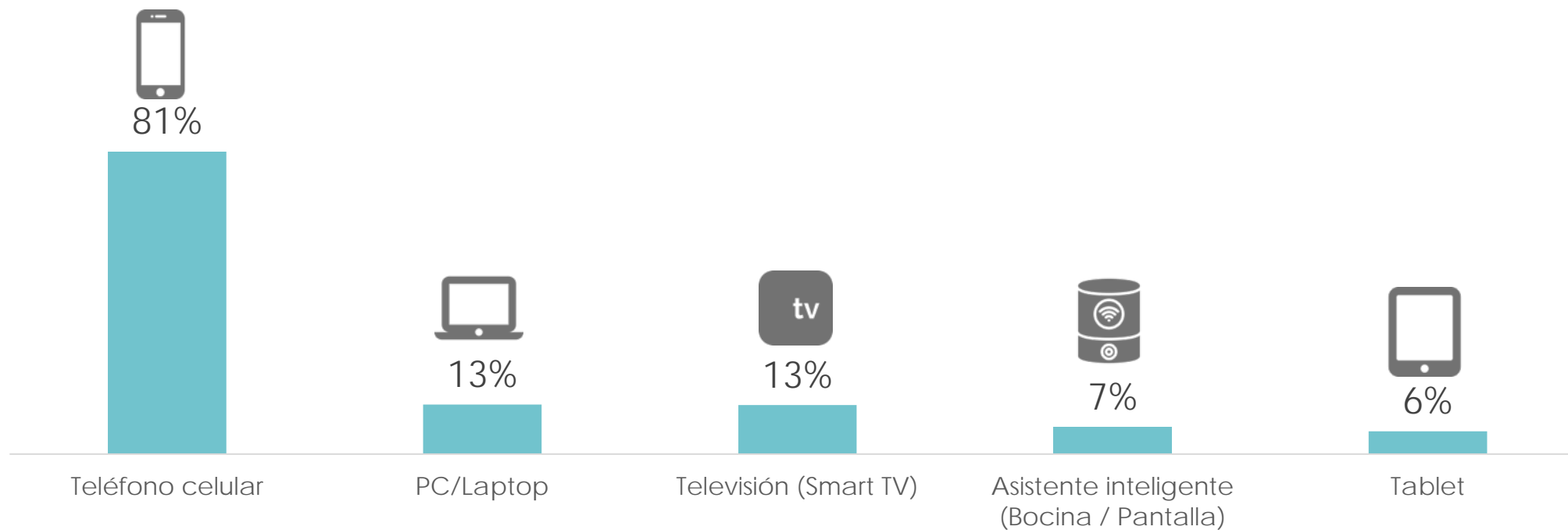
**Solo se muestran respuestas de plataformas o páginas con las mayores frecuencias.



Consumo de radio por internet

Dispositivos más utilizados para escuchar radio por internet**

Base: 266 personas que escuchan estaciones de radio por internet
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

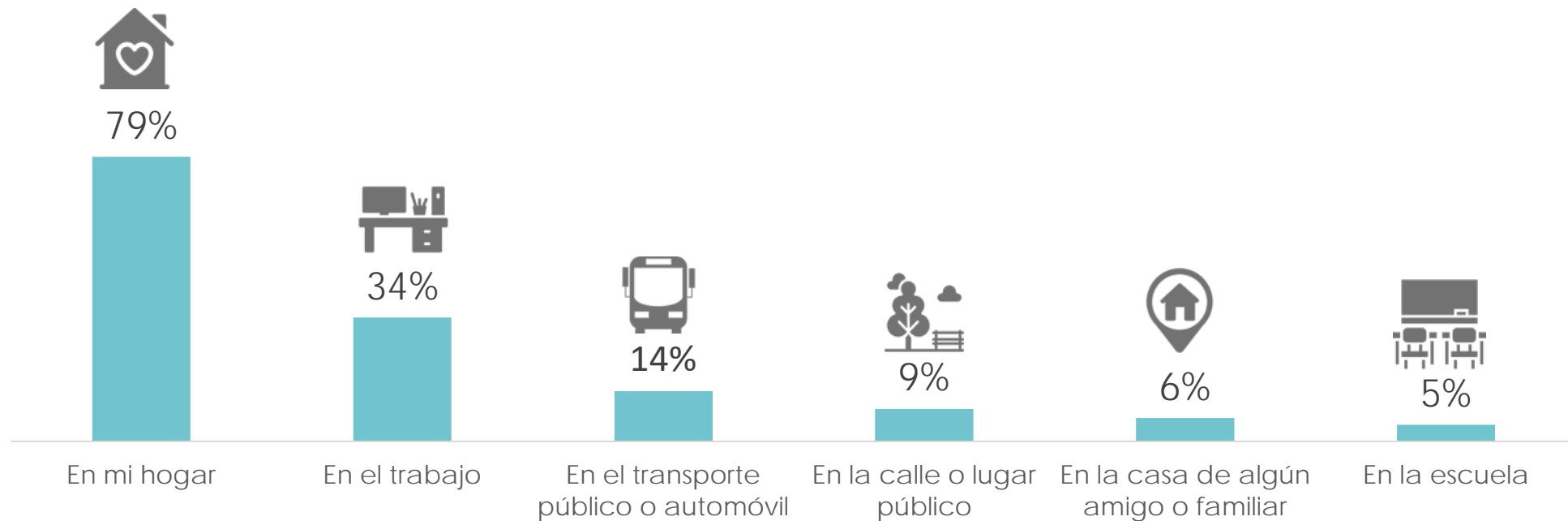
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de radio por internet

Lugares donde escuchan radio por internet**

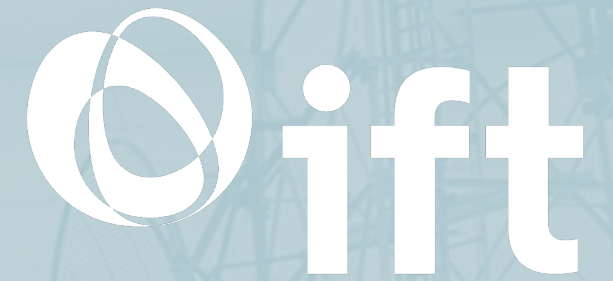
Base: 266 personas escuchan radio por internet
Promedio: 1.5 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de música o contenidos por Internet

Consumo de música o contenidos por internet



61%

de las personas escuchan música o contenidos por internet

Base: 8,750 personas

24%

utilizan una página o aplicación de paga

Base: 5,294 personas que escuchan música o contenidos por internet



Plataformas más utilizadas para escuchar música o contenidos en internet**

Base: 5,294 personas que escuchan música o contenidos por internet
Promedio: 1.5 respuestas por persona*



72%



YouTube



37%



Spotify



17%



Facebook



14%



YouTube Music



4%

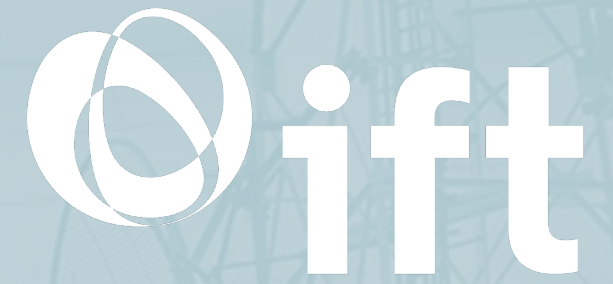


Trelbe Music

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

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

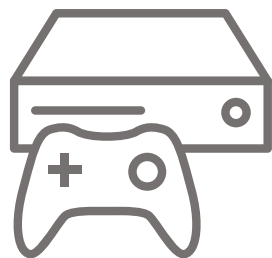




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de videojuegos

Consumo de videojuegos



24%
de las personas
juegan videojuegos
Base: 8,750 personas



 **57%**

Juegan videojuegos
en línea
Base: 1,992 personas que juegan
videojuegos



2.2 horas en promedio
juegan videojuegos al día
Base: 1,992 personas que juegan videojuegos



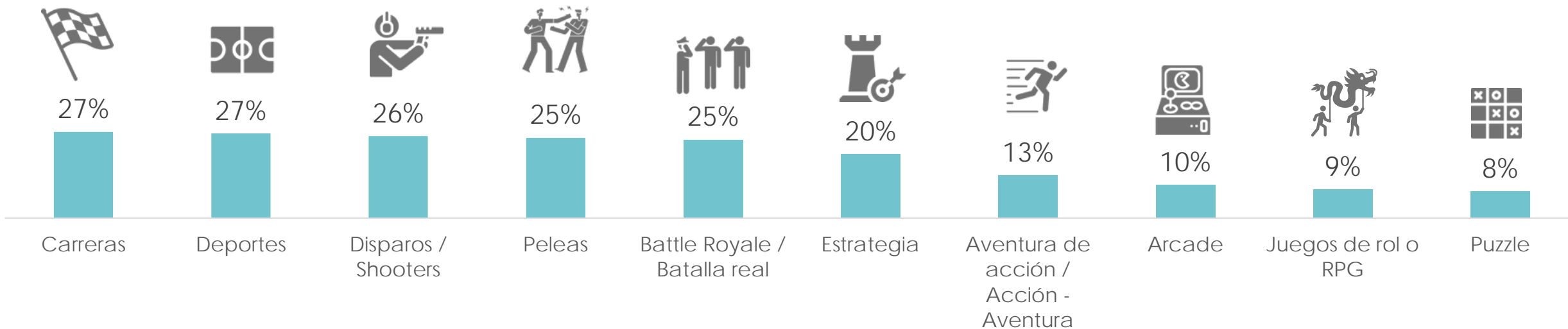
 **88%**

Juegan o interactúan con
otras personas en línea
Base: 1,107 personas que juegan videojuegos en línea



Tipo de videojuegos que juegan con mayor frecuencia**

Base: 1,992 personas que juegan videojuegos
Promedio: 2.1 respuestas por persona*



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

**Solo se muestran respuestas de tipos de videojuegos con las mayores frecuencias



Consumo de videojuegos

Horario en el que acostumbran jugar videojuegos

Base: 1,992 personas que juegan videojuegos

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No juega



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

14%

50%

44%

7%

3%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

15%

47%

39%

10%

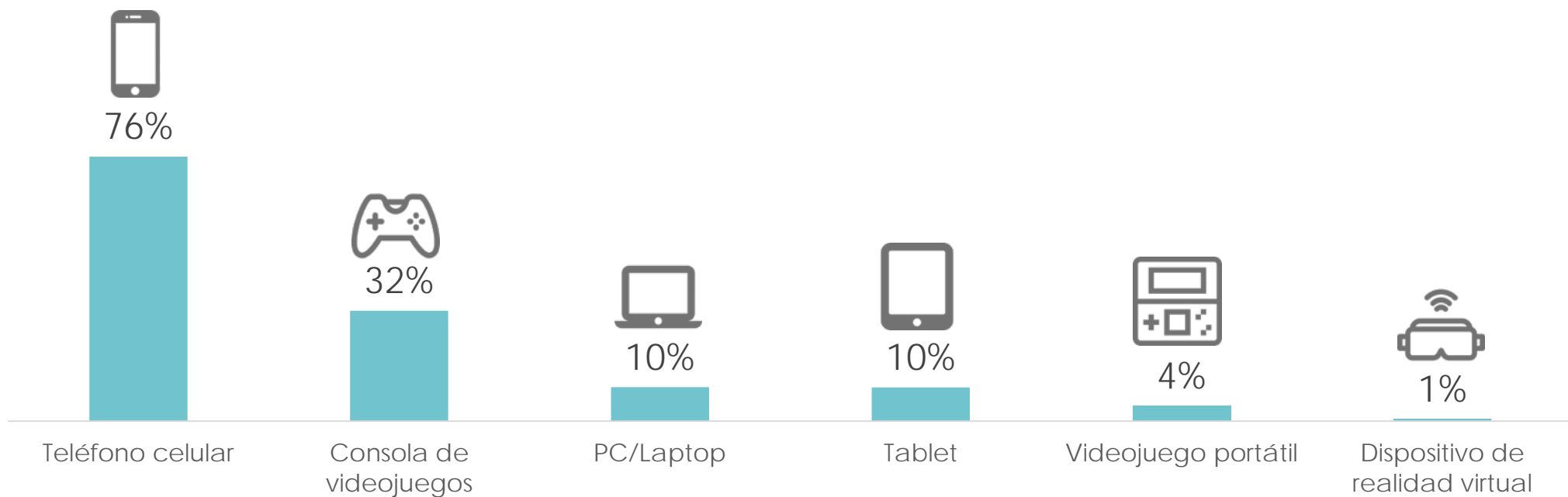
11%

*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: 1,992 personas que juegan videojuegos
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

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



Consumo de videojuegos

¿Con quién juega videojuegos?

Base: 1,992 personas que juegan videojuegos



46%

Solo



15%

Acompañado

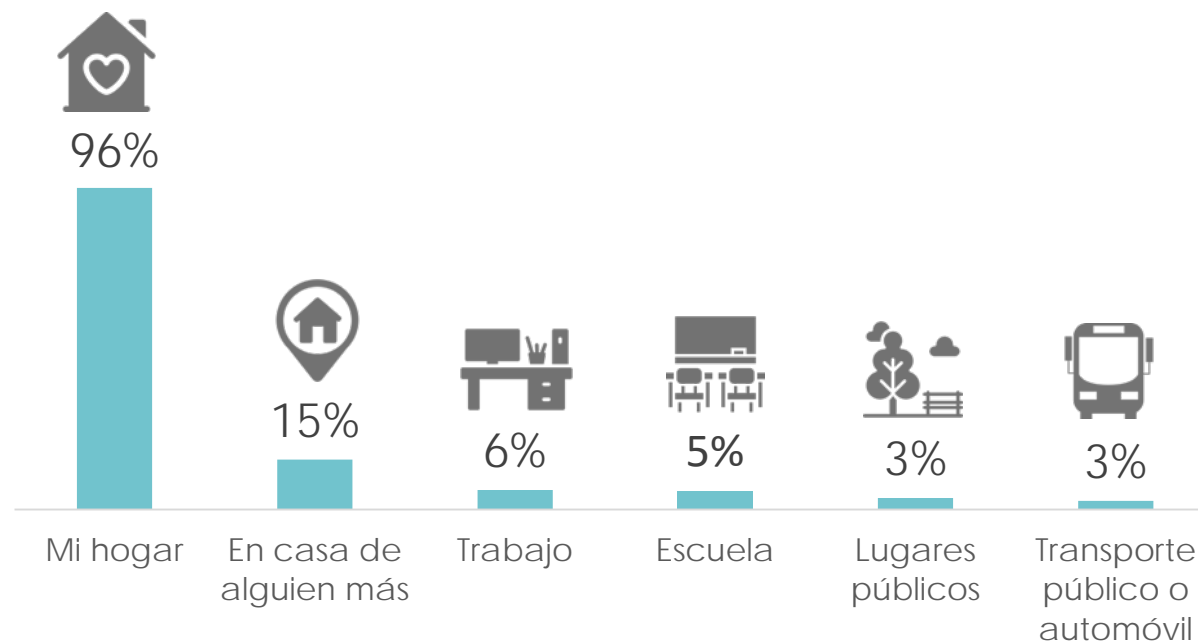


39%

De ambas formas

Lugares donde juegan videojuegos**

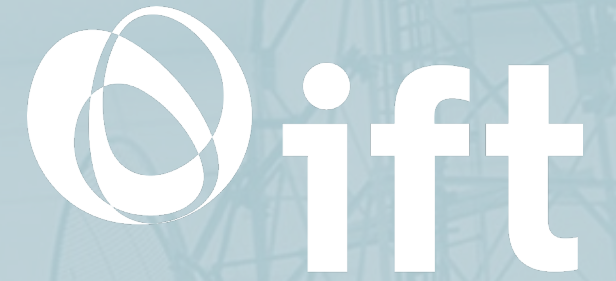
Base: 1,992 personas que juegan videojuegos
Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

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



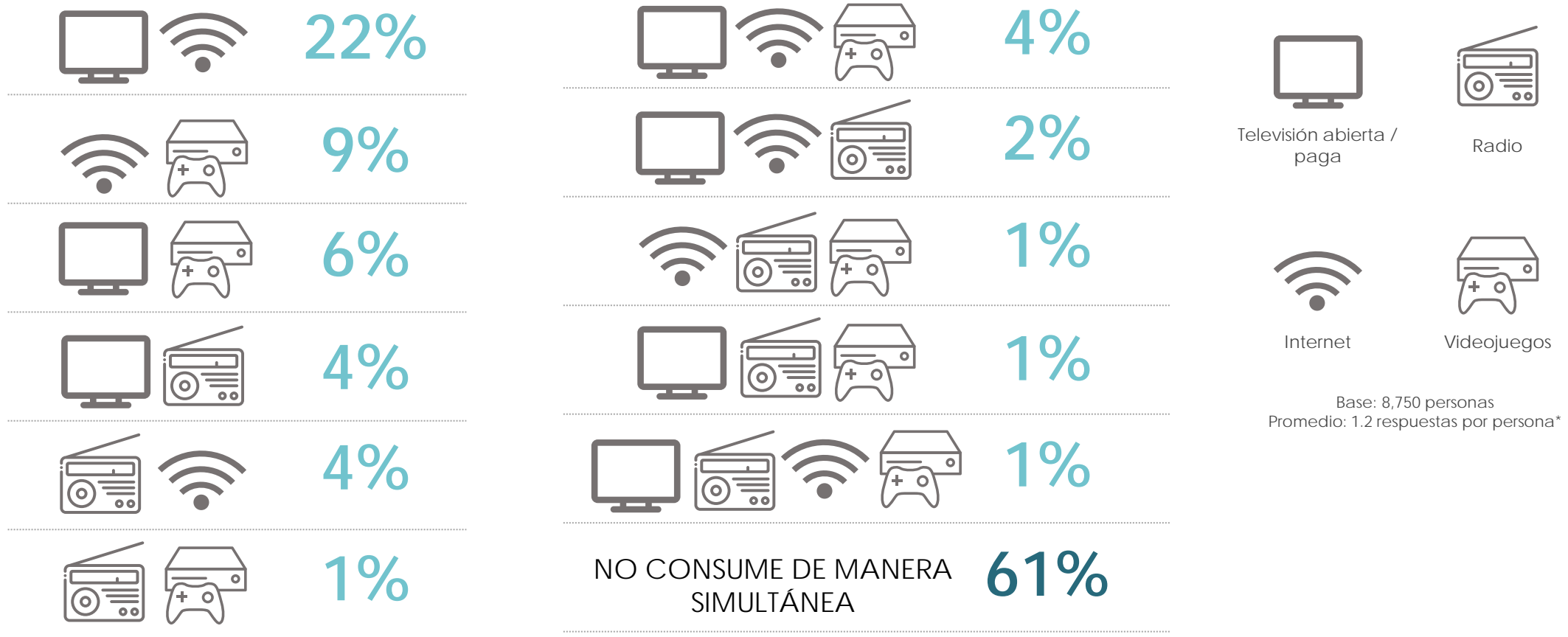


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo simultáneo de medios

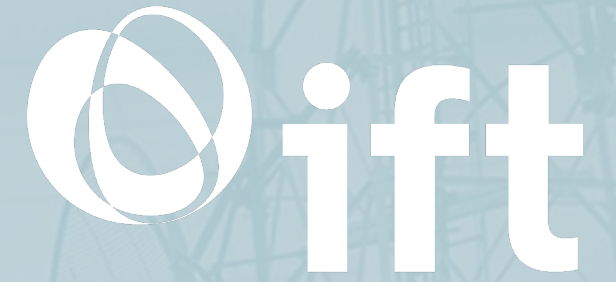
Consumo simultáneo de medios

¿Cuáles de los medios que usted consume regularmente utiliza al mismo tiempo?



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



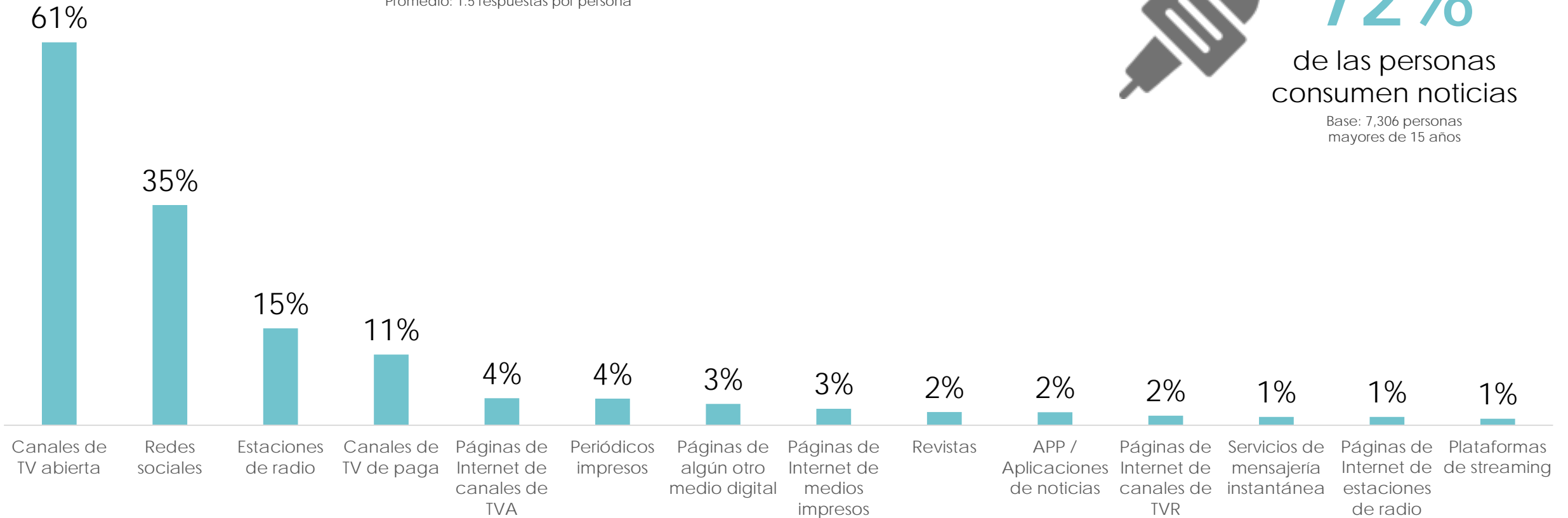


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de noticias

¿A través de qué medios principalmente se entera o sigue las noticias?

Base: 5,237 personas mayores de 15 años que ven o escuchan las noticias
Promedio: 1.5 respuestas por persona*



72%


de las personas consumen noticias

Base: 7,306 personas mayores de 15 años

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



Medios para el consumo de noticias

 Minutos promedio de consumo de noticias

Televisión abierta

Base: 3,187 personas mayores de 15 años que siguen las noticias por televisión abierta

70

Televisión de paga

Base: 585 personas mayores de 15 años que siguen las noticias por televisión de paga

67

Internet

Base: 2,250 personas mayores de 15 años que siguen las noticias de manera digital

64

Canales donde consume noticias**

Promedio: 1.7 respuestas por persona*

LAS ESTRELLAS  32%

AZTECA UNO  31%

FORO TV  19%

ADN 40  14%

CANAL 6  14%

Canales donde consume noticias**

Promedio: 1.4 respuestas por persona*

LAS ESTRELLAS  23%

AZTECA UNO  19%

FORO TV  14%

ADN40  12%

MILENIO TV  8%

Páginas o perfiles**

Promedio: 1.2 respuestas por persona*

FACEBOOK¹  18%

YOUTUBE¹  6%

MILENIO/MILENIO.COM  3%

UNO TV / UNO NOTICIAS  3%

TIK TOK¹  3%

*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.

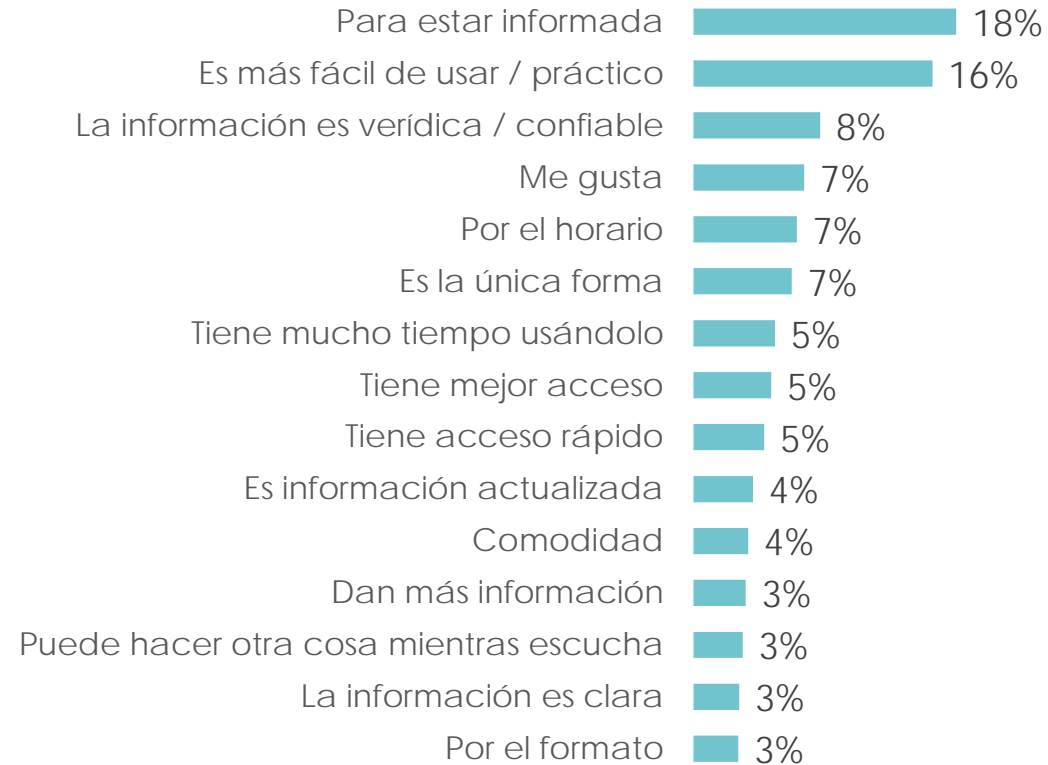
¹ No recuerda la página/cuenta/canal





¿Por qué prefiere seguir las noticias en los medios que mencionó? **

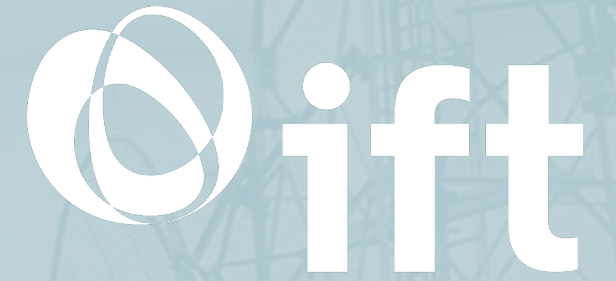
Base: 5,237 personas mayores de 15 años que ven o escuchan las noticias
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



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

**Solo se muestran respuestas con las mayores frecuencias.





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Discapacidad y accesibilidad

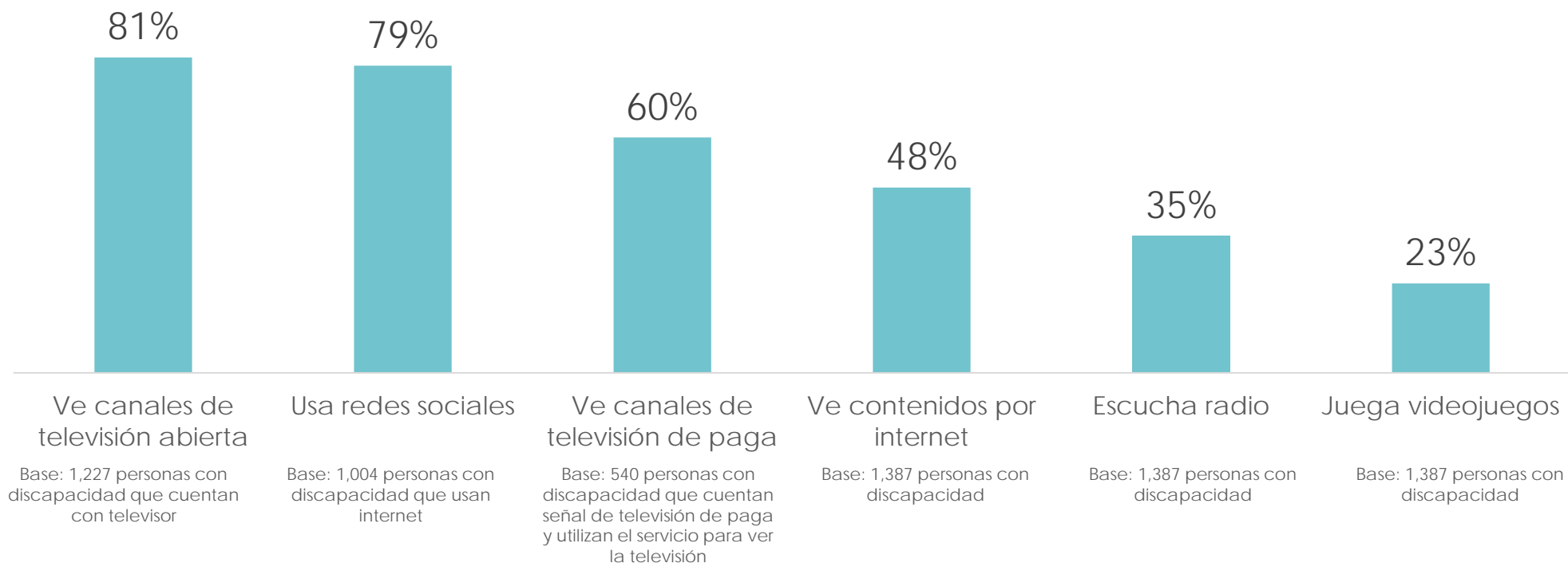


16%

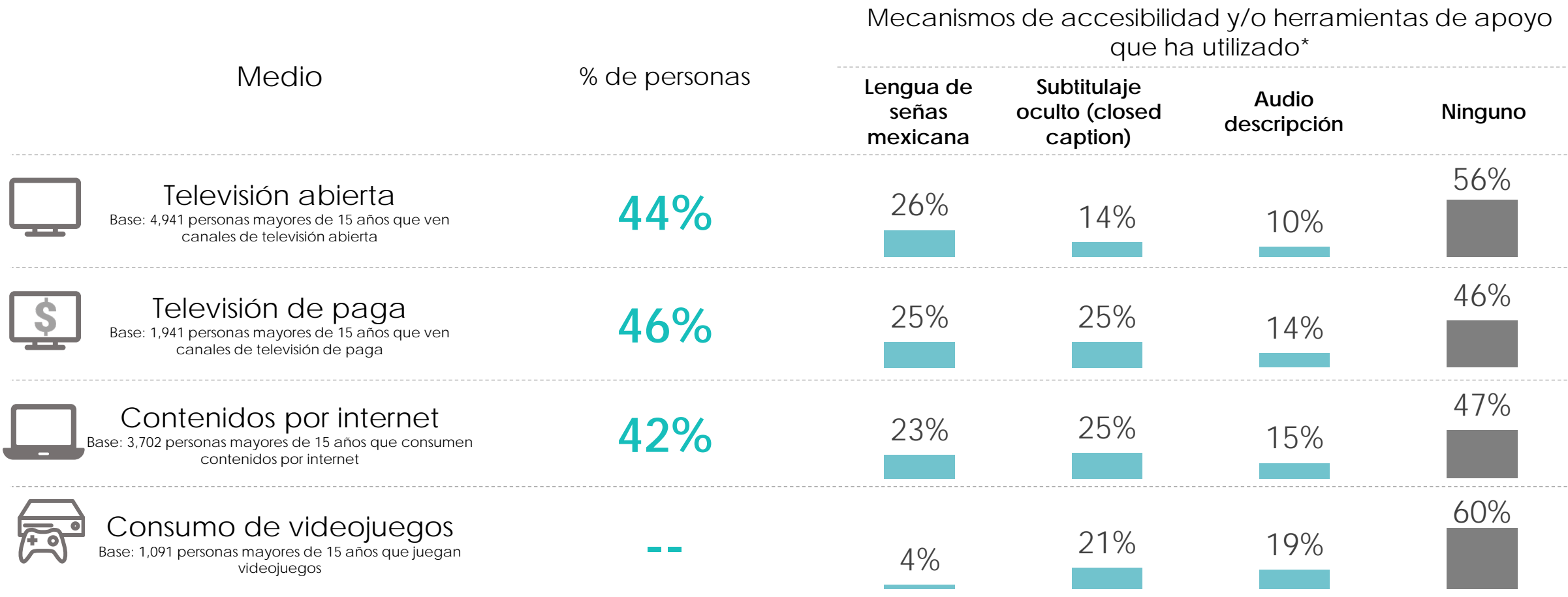
Reconoce tener alguna discapacidad

Base: 8,750 personas

Consumo de las personas que reconocen tener alguna discapacidad



Personas que han visto o escuchado contenidos sobre discapacidad e inclusión



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





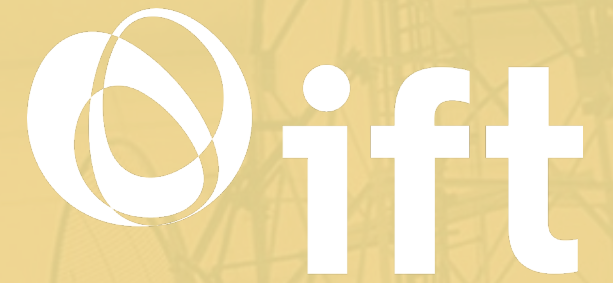
INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Niñas y Niños

Principales hallazgos

- **72%** de los niños y niñas que tienen televisor en su hogar señalaron **ver contenidos de canales de televisión abierta**.
- **Caricaturas y películas** son los tipos de programas, tanto de **televisión abierta como de televisión de paga**, que los niños y niñas declararon ver con **mayor frecuencia**.
- **12%** de las niños y niñas declararon **escuchar estaciones de radio**, siendo los programas **musicales** los más escuchados en un **78%** de las ocasiones. **64%** que escuchan la radio, lo hacen exclusivamente en estaciones de **FM**.
- **91%** de los niños y niñas declararon **utilizar internet** y un **74%** de ellos utiliza alguna **red social**.
- **71%** de los niños y niñas declararon consumir **contenidos audiovisuales por internet**.
- El **52%** de los niños y niñas que consumen contenidos en internet **prefieren ver caricaturas**, mientras que el **44%** opta por **películas** y el **32%** se inclina por las **series**.
- **Teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos por internet** en un **75%**, seguido de **Smart TV**, en un **39%**.
- **68%** de las niños y niñas escuchan **contenidos de audio o música por internet**.
- **65%** dijo jugar **videojuegos**, de este grupo **44%** juega en internet. El **teléfono celular** es el dispositivo más utilizado para jugar.





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de televisión abierta

Consumo de televisión abierta



72%

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

Base: 823 niñas y niños que tienen televisor



2.3

horas en promedio que ven la televisión abierta al día

Base: 596 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base: 596 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.3 respuestas por persona*



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

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



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

Base: 373 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.4 respuestas por persona*



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

Base: 223 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.3 respuestas por persona*



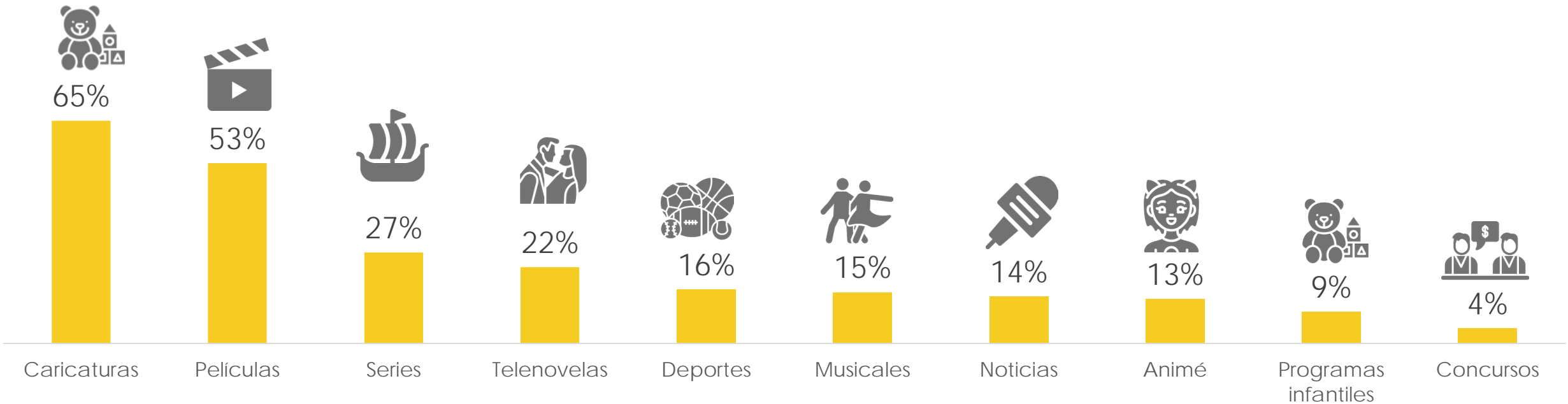
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

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



Tipo de programas más vistos en televisión abierta**

Base: 596 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.5 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 tipos de programas con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión abierta

Horario en el que acostumbran ver la televisión abierta

Base: 596 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes
Promedio de respuestas por persona: 1.2*

28%

66%

26%

3%

0%

Sábado a domingo
Promedio de respuestas por persona: 1.3*

36%

52%

28%

4%

6%

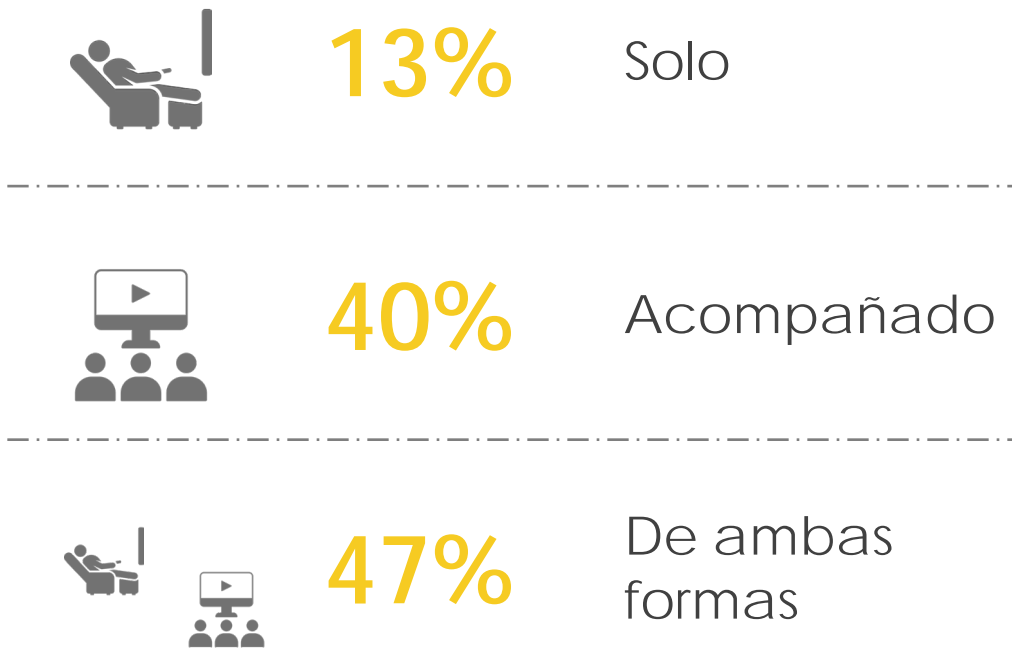
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de televisión abierta

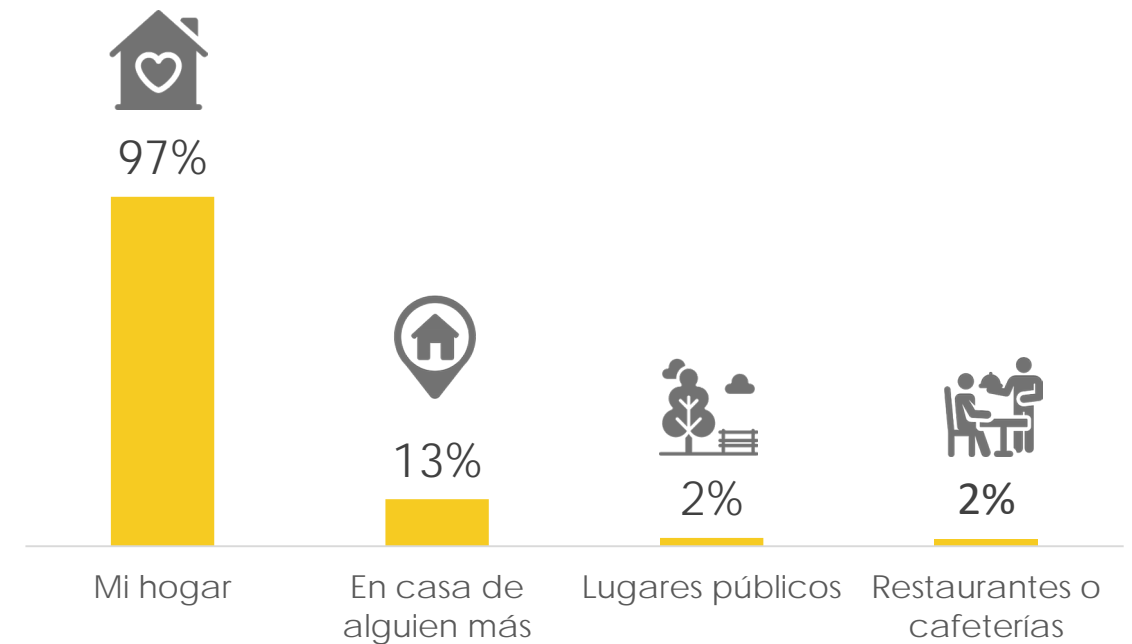
¿Con quién ven la televisión abierta?

Base: 596 niñas y niños que ven canales de televisión abierta



Lugares donde ven televisión abierta**

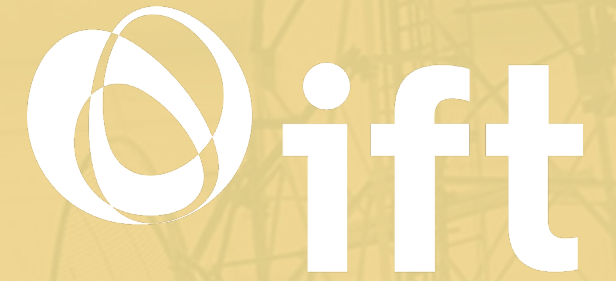
Base: 596 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



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

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

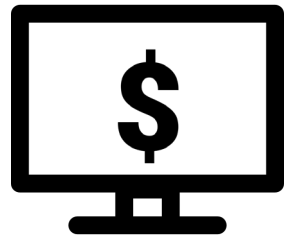




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de televisión de paga

Consumo de televisión de paga



93%
de los hogares tienen
televisor

Base: 893 hogares con niñas y niños



47% de los hogares con niñas y niños tiene televisión de paga

Base: 823 hogares con niñas y niños con televisor



Las niñas y niños utilizan su sistema de televisión de paga para...



2.6 horas en promedio que ven la televisión de paga al día

Base: 271 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

54% ven canales de televisión abierta y de paga

Base: 381 niñas y niños con televisión de paga en su hogar

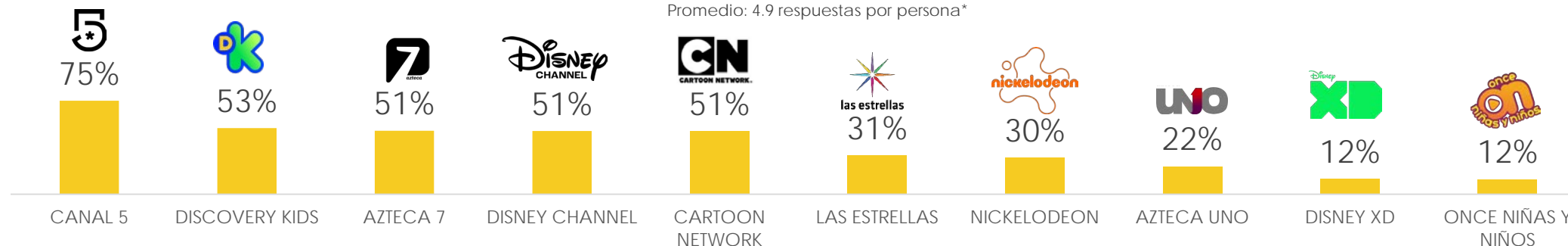
28% solo ven canales de televisión de paga

Base: 381 niñas y niños con televisión de paga en su hogar



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

Base: 168 niñas y niños que tienen televisión de paga y que utilizan este servicio para ver canales tanto de televisión de paga como abierta
Promedio: 4.9 respuestas por persona*



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

Base: 271 niñas y niños que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga
Promedio: 2.7 respuestas por persona*



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

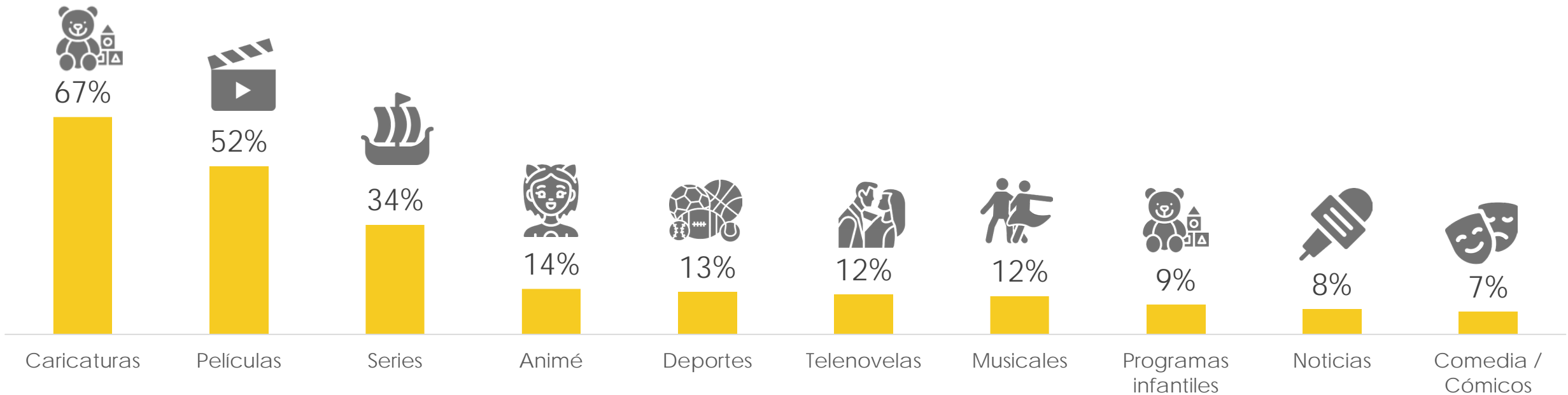
**Solo se muestran respuestas de canales con las mayores frecuencias.



Consumo de televisión de paga

Tipo de programas más vistos en televisión de paga**

Base: 271 niñas y niños que ven canales de televisión de paga
Promedio: 2.4 respuestas por persona*



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

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



Consumo de televisión de paga

Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Base: 271 niñas y niños que ven canales de televisión de paga

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

25%

65%

22%

4%

1%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

31%

55%

26%

3%

4%

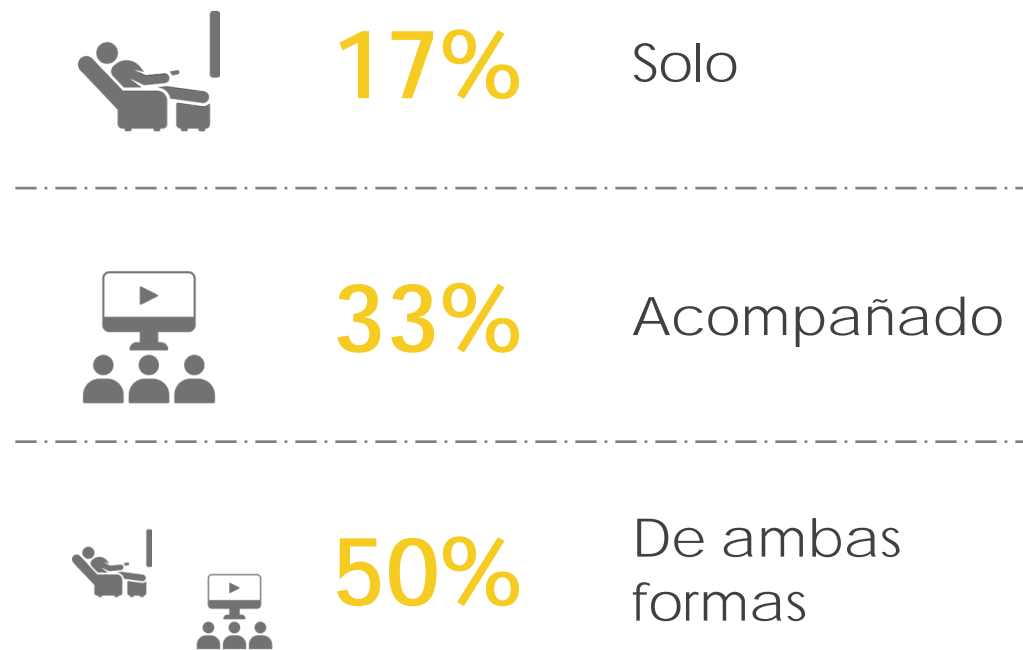
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de televisión de paga

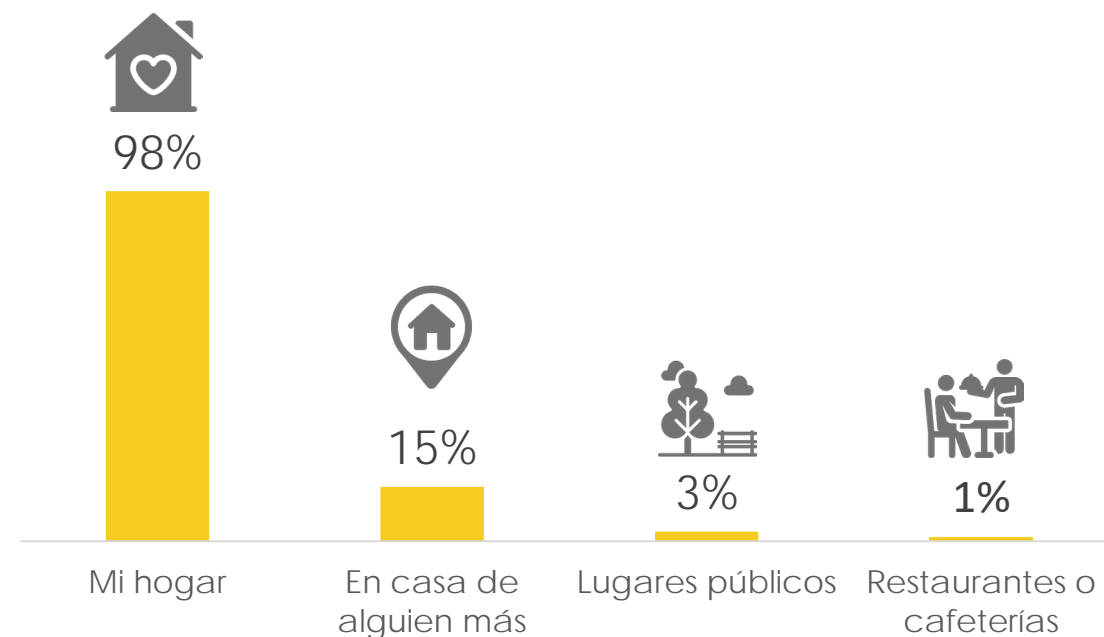
¿Con quién ven la televisión de paga?

Base: 271 niñas y niños que ven canales de televisión de paga



Lugares donde ven televisión de paga**

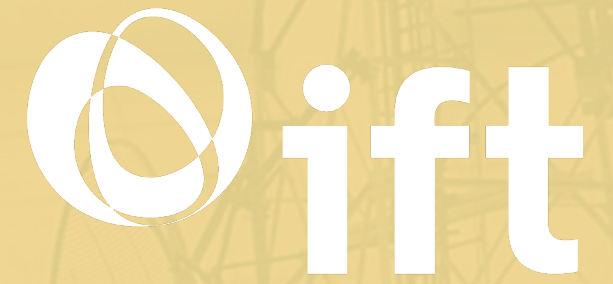
Base: 271 niñas y niños que ven canales de televisión de paga
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

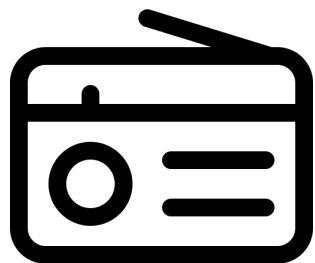
**Solo se muestran respuestas de lugares con las mayores frecuencias.





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de radio



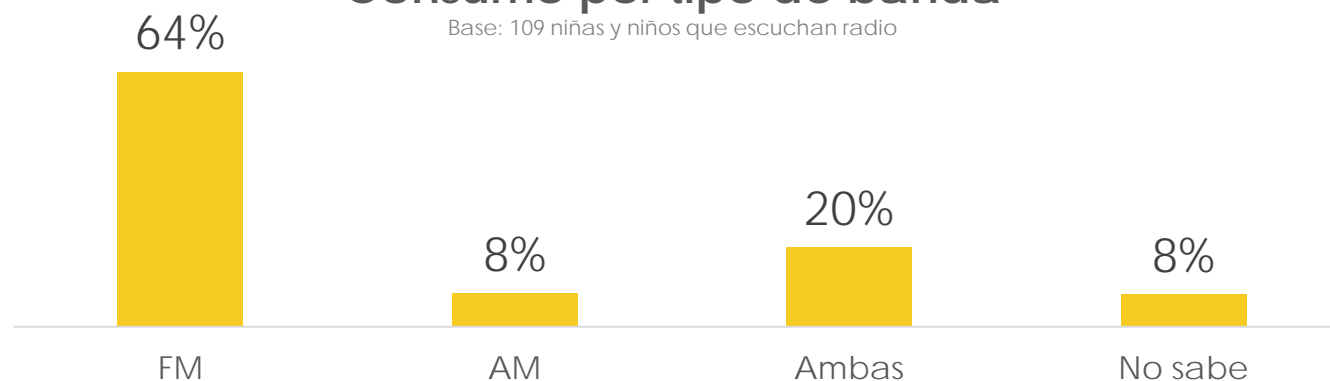
12%
de las niñas y niños escuchan
estaciones de radio
Base: 893 niñas y niños



1.8
horas en promedio
escuchan la radio al día
Base: 109 niñas y niños que escuchan radio

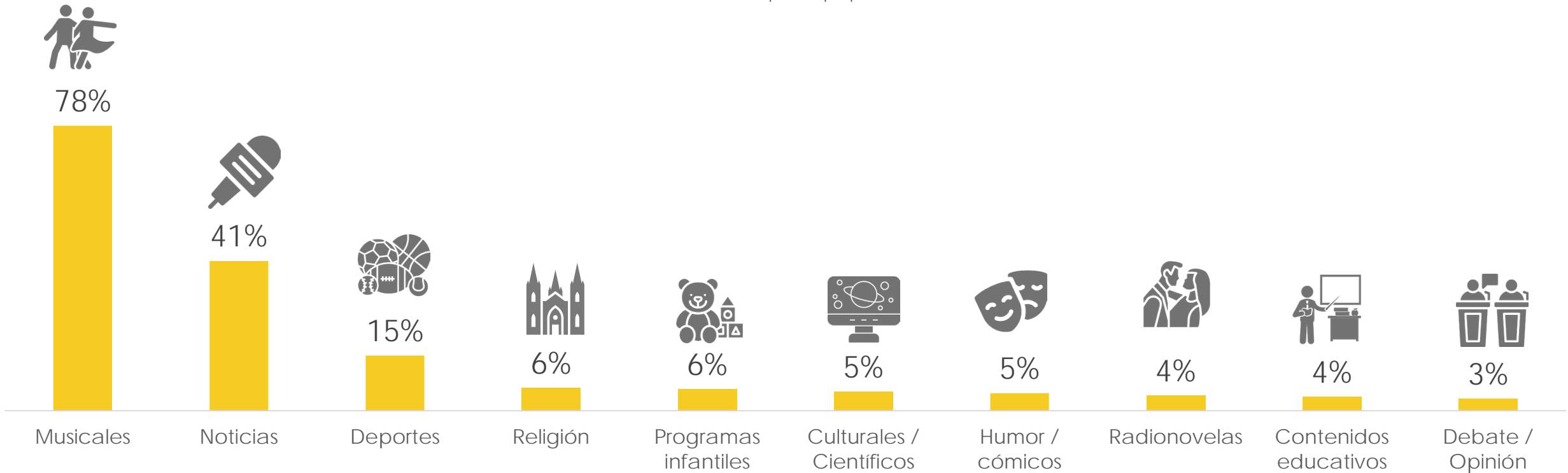
Consumo por tipo de banda

Base: 109 niñas y niños que escuchan radio



Tipo de programas más escuchados en la radio**

Base: 109 niñas y niños que escuchan radio
Promedio: 1.7 respuestas por persona*



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

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



Consumo de radio

Horario en el que acostumbran escuchar radio

Base: 109 niñas y niños que escuchan radio

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No escucho



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

47%

49%

16%

3%

0%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

33%

48%

21%

2%

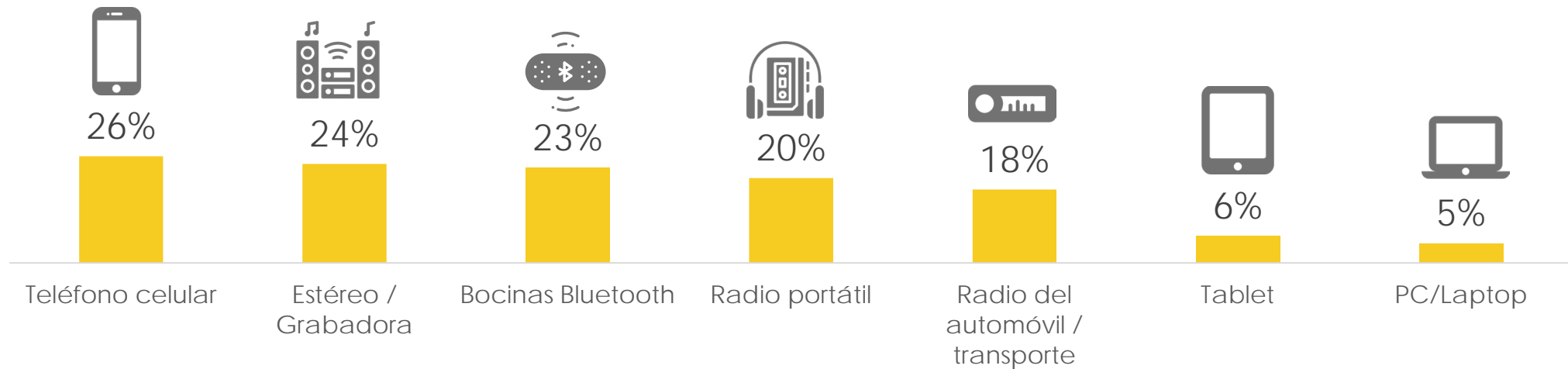
13%

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



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

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



Consumo de radio

¿Con quién escuchan la radio?

Base: 109 niñas y niños que escuchan radio



11%

Solo



58%

Acompañado

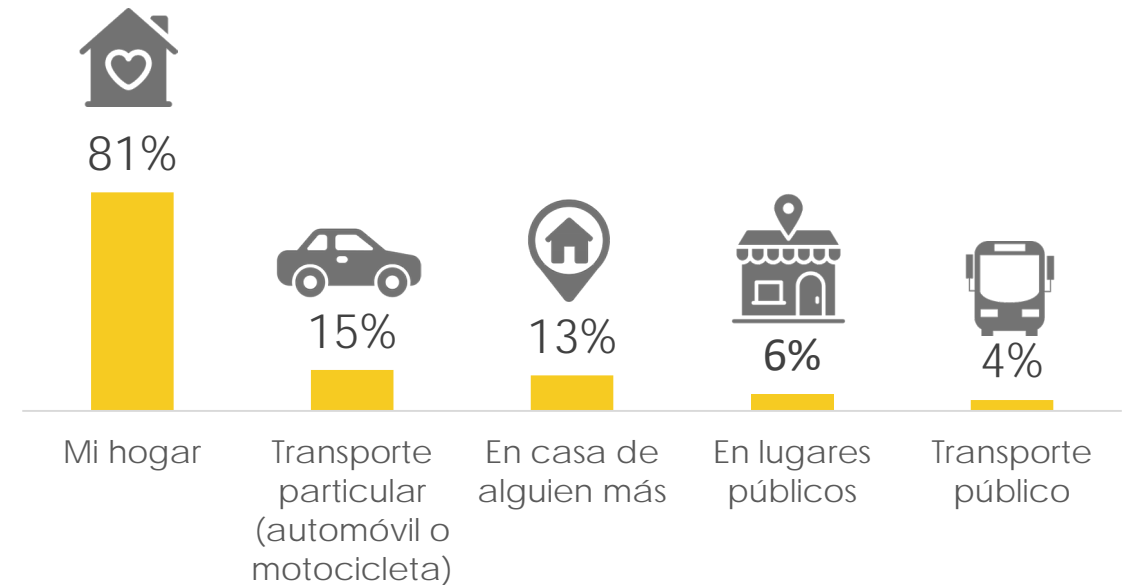


31%

De ambas formas

Lugares donde escuchan la radio**

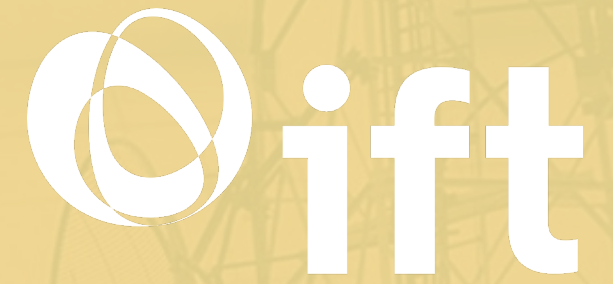
Base: 109 niñas y niños que escuchan radio
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Uso de internet



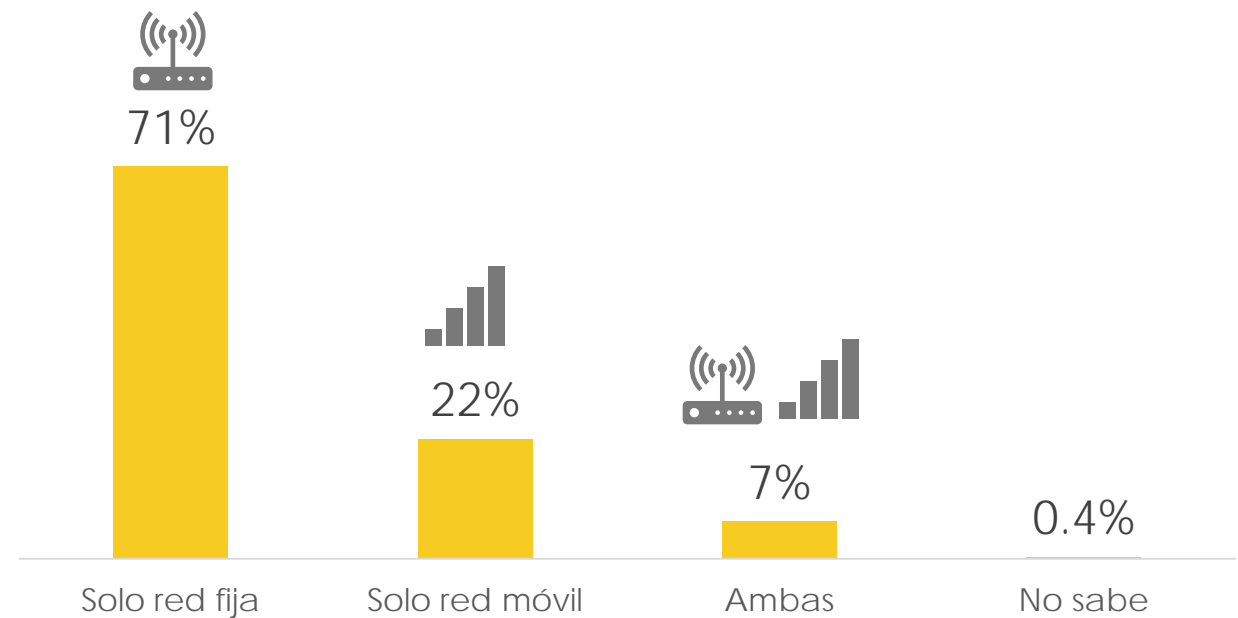
91%

de las niñas y niños usan internet

Base: 893 niñas y niños

Tipo de acceso o conexión

Base: 808 niñas y niños que usan internet

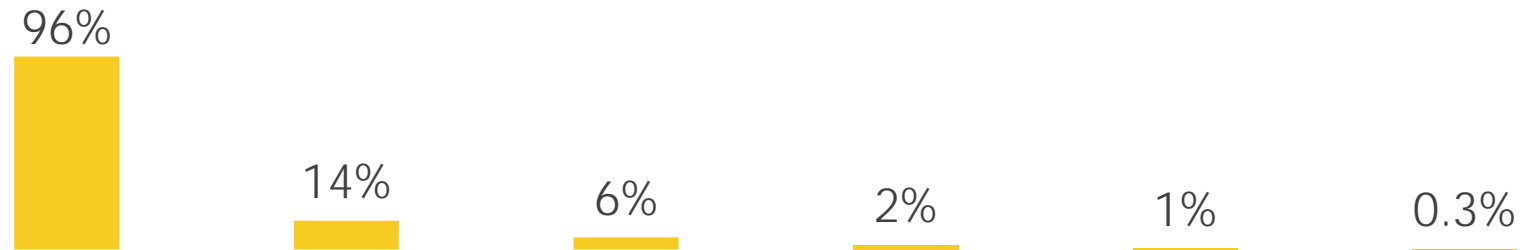


Lugares donde se conecta

Mi hogar
Casa de otra persona
Escuela
Lugares públicos
Café internet
Transporte público

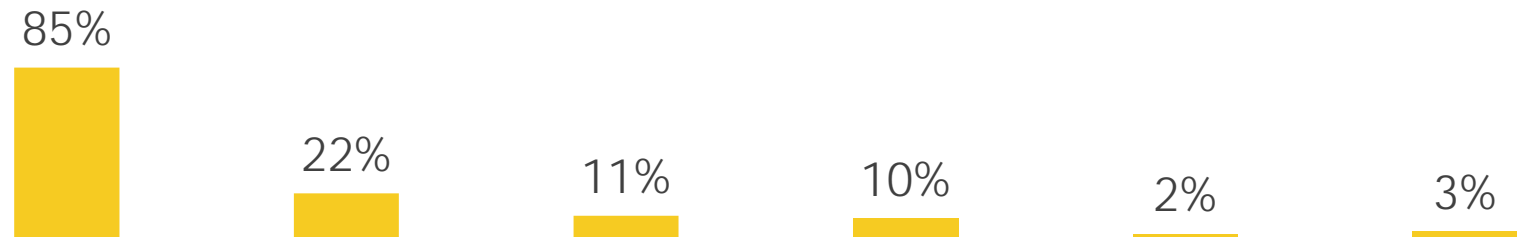
A través de una red fija**

Base: 623 niñas y niños que se conectan a internet a través de una red fija
 Promedio: 1.2 respuestas por persona*



A través de una red móvil**

Base: 233 niñas y niños que se conectan a internet a través de una red móvil
 Promedio: 1.4 respuestas por persona*



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

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





74%

de las personas que usan internet, utilizan alguna **red social**

Base: 808 niñas y niños que usan internet

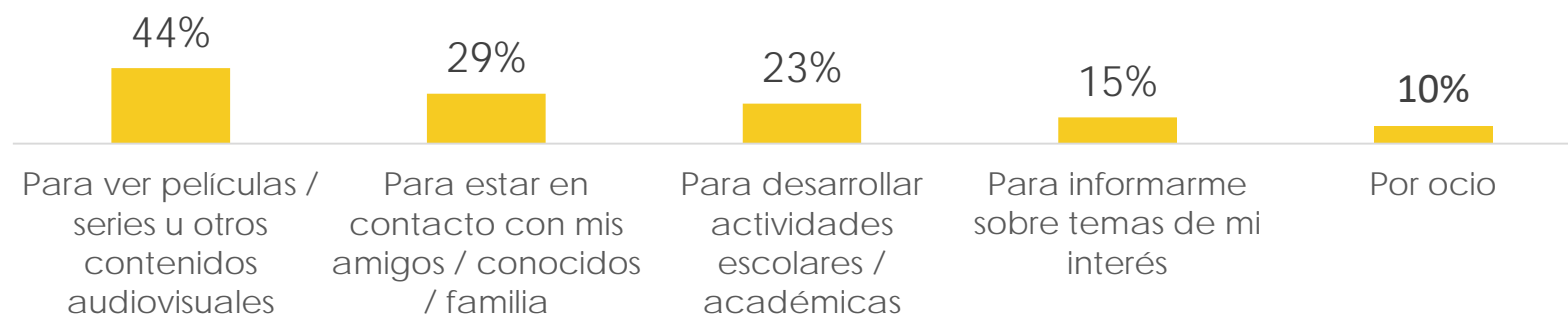
Redes sociales y mensajería instantánea**

Base: 597 niñas y niños que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea
Promedio: 2.3 respuestas por persona*



Razones de uso de redes sociales**

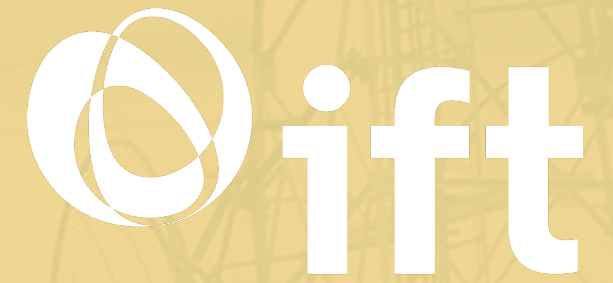
Base: 597 niñas y niños que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea
Promedio: 1.4 respuestas por persona*



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

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

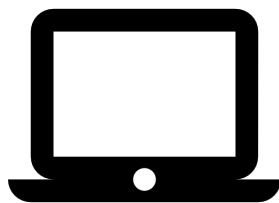




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de contenidos por Internet

Consumo de contenidos por internet



71%
de las niñas y niños
consumen **contenidos por internet**

Base: 893 niñas y niños

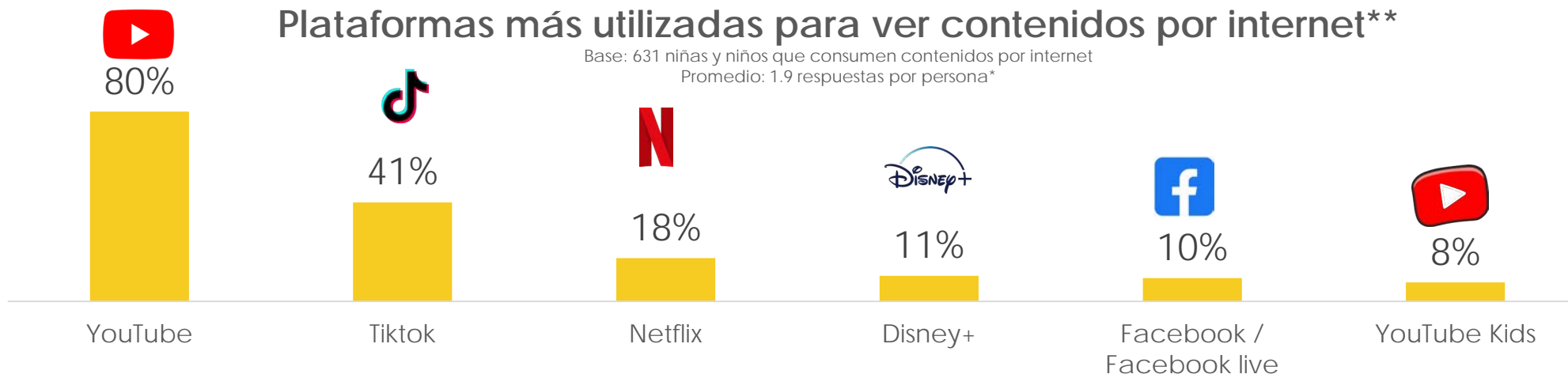


2.6 horas en promedio consumen
contenidos por internet al día

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Plataformas más utilizadas para ver contenidos por internet**

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet
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 plataformas con las mayores frecuencias.



Uso de plataformas que requieren del pago de una suscripción

31%

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

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

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

Base: 186 niñas y niños que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet

Promedio: 1.6 respuestas por persona*

	Porcentaje de niñas y niños que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	79%	1.9
	39%	1.9
	11%	1.9
	9%	1.5
	7%	1.5

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

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



Plataformas que requieren pago por cada película, contenido o evento**

Base: 66 niñas y niños que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar por cada película, contenido o evento
Promedio: 1.2 respuestas por persona*

Uso de plataformas que requieren pago por evento

10%

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

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

	Porcentaje de niñas y niños que las usan	Promedio de horas de consumo al día
YouTube	60%	2.1
prime video	21%	1.2
Claro video	17%	2.0
YouTube	9%	1.3
Google Play Movies & TV	4%	6.3

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

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



Uso de plataformas que no requieren pago

77%

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

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Redes sociales que no requieren pago para ver contenidos por internet**

Base: 482 niñas y niños que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet
Promedio: 1.9 respuestas por persona*

	Porcentaje de niñas y niños que las usan	Promedio de horas de consumo al día
YouTube	84%	2.1
TikTok	58%	1.9
facebook	15%	1.5
	10%	1.3
	7%	1.6

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

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



Uso de plataformas que no requieren pago

77%

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

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Plataformas que no requieren pago para ver contenidos por internet**

Base: 482 niñas y niños que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet
Promedio: 1.1 respuestas por persona*

	Porcentaje de niñas y niños que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	10%	1.2
	5%	1.1
	5%	1.1
	3%	1.4
	3%	1.9

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

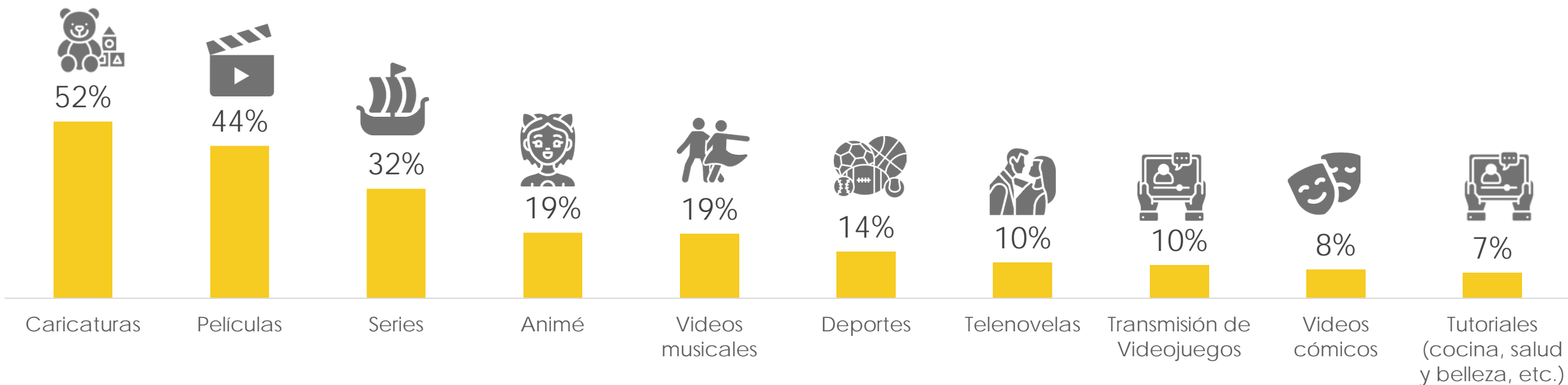
**Solo se muestran respuestas de plataformas con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

Tipo de contenidos más vistos en internet**

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 2.4 respuestas por persona*



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

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



Consumo de contenidos por internet

Horario en el que acostumbran consumir contenidos por internet

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona: 1.2*

26%

69%

23%

3%

1%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona: 1.3*

29%

63%

27%

5%

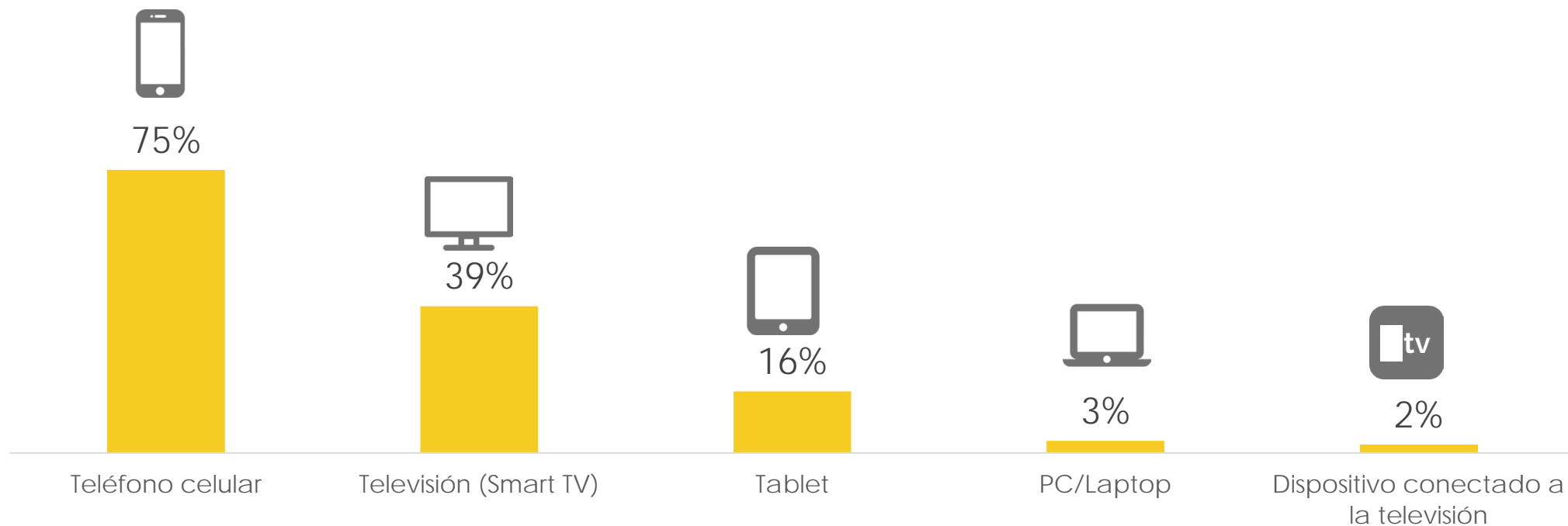
4%

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



Dispositivos más utilizados para consumir contenidos por internet**

Base: 631 niñas y niños 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%

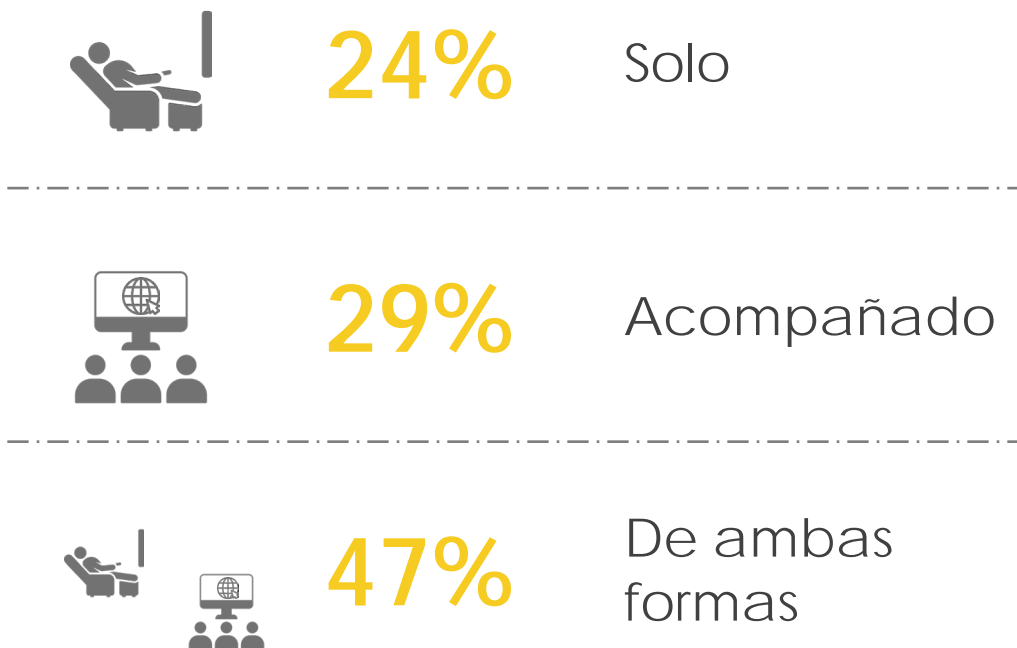
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

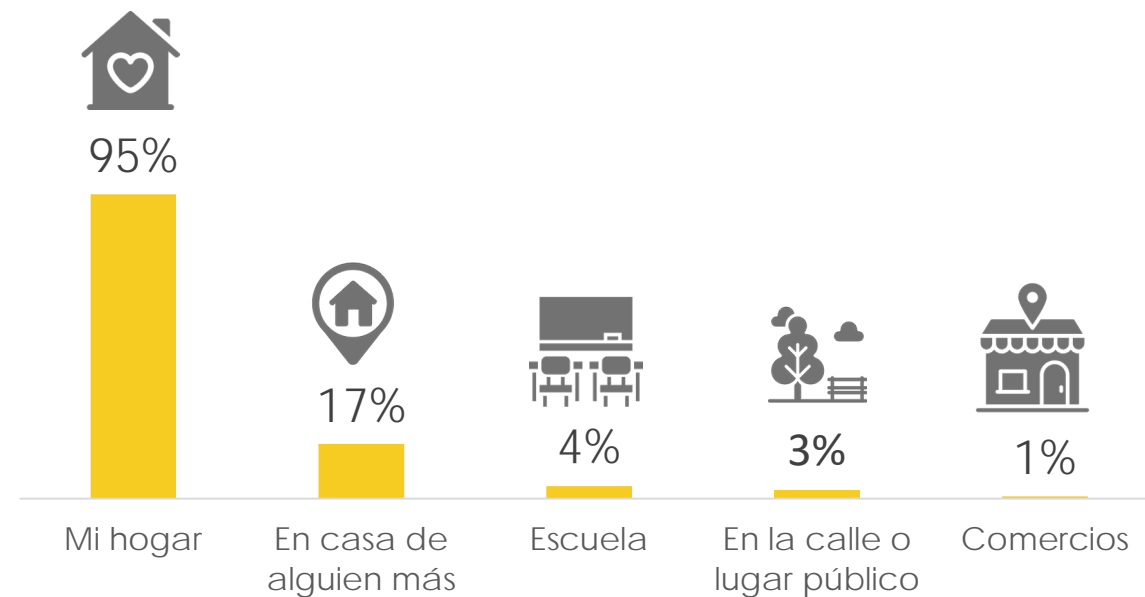
¿Con quién consume contenidos por internet?

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet



Lugares donde consumen contenidos por internet**

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.2 respuestas por persona*

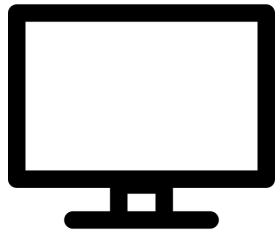


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

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



Consumo de contenidos por internet



7%

de las niñas y niños que consumen contenidos por internet, ven canales de televisión abierta a través de internet

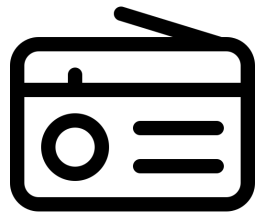
Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet



6%

de las niñas y niños que consumen contenidos por internet, ven canales de televisión de paga a través de internet

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet

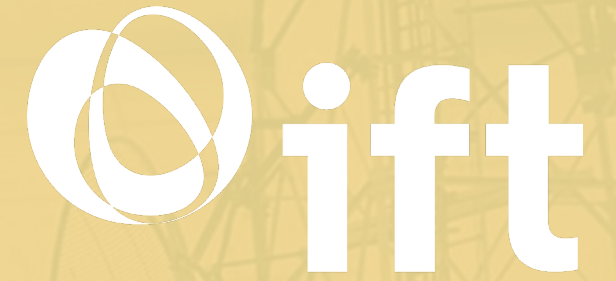


3%

de las niñas y niños que consumen contenidos por internet, escuchan radio a través de internet

Base: 631 niñas y niños que consumen contenidos por internet





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de música o contenidos por Internet

Consumo de música o contenidos por internet



68%

de las niñas y niños escuchan música o contenidos por internet

Base: 893 niñas y niños

8%

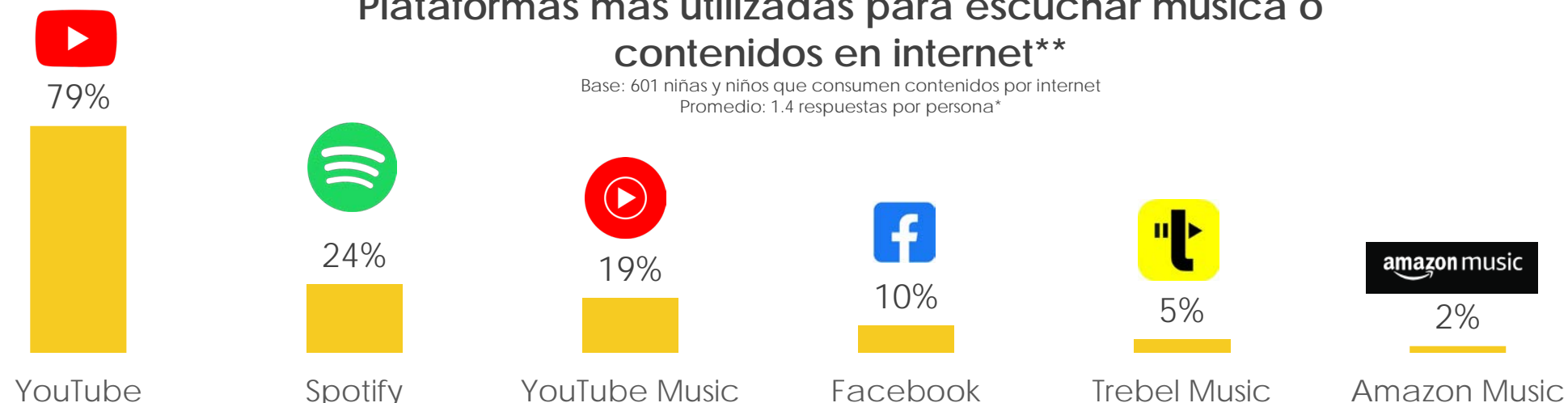
utilizan una página o aplicación de paga

Base: 601 niñas y niños que escuchan música o contenidos por internet



Plataformas más utilizadas para escuchar música o contenidos en internet**

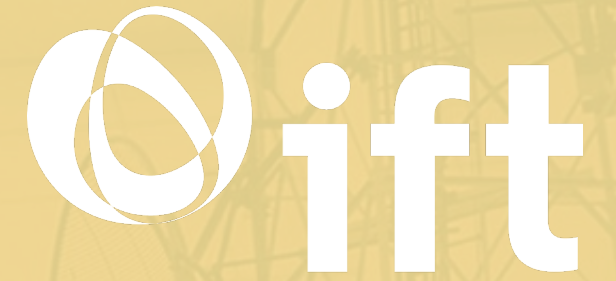
Base: 601 niñas y niños que consumen contenidos por internet
Promedio: 1.4 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de videojuegos

Consumo de videojuegos



65%
de las niñas y niños
juegan videojuegos
Base: 893 niñas y niños



44%

Juegan videojuegos
en línea
Base: 577 niñas y niños que juegan
videojuegos



2.1
horas en promedio
juegan videojuegos al día
Base: 577 niñas y niños que juegan videojuegos



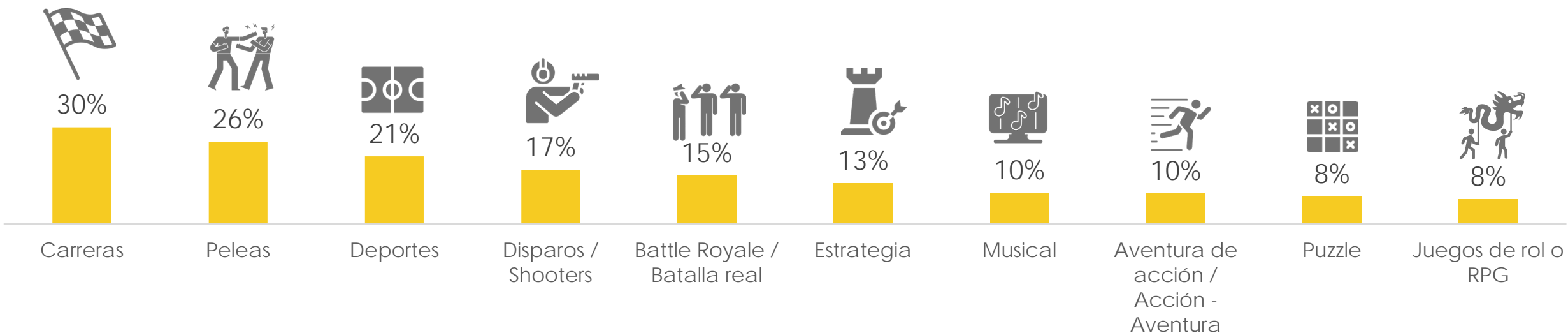
82%

Juegan o interactúan con
otros jugadores en línea
Base: 254 niñas y niños que juegan videojuegos en
línea



Tipo de videojuegos que juegan con mayor frecuencia**

Base: 577 niñas y niños que juegan videojuegos
Promedio: 1.8 respuestas por persona*



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

**Solo se muestran respuestas de tipos de videojuegos con las mayores frecuencias



Consumo de videojuegos

Horario en el que acostumbran jugar videojuegos

Base: 577 niñas y niños que juegan videojuegos

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No juego



Lunes a viernes
Promedio de respuestas por persona: 1.2*

18%

74%

26%

3%

1%

Sábado a domingo
Promedio de respuestas por persona: 1.2*

19%

65%

30%

4%

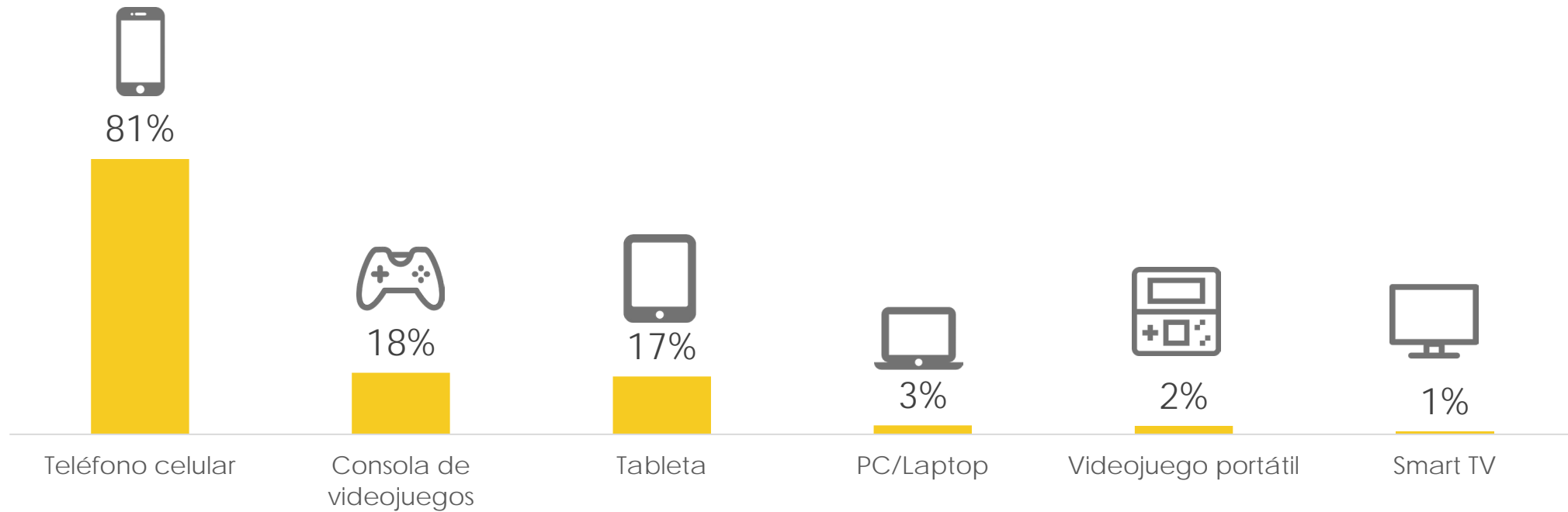
5%

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



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

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



Consumo de videojuegos

¿Con quién juega videojuegos?

Base: 577 niñas y niños que juegan videojuegos



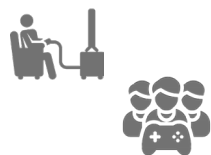
34%

Solo



24%

Acompañado físicamente

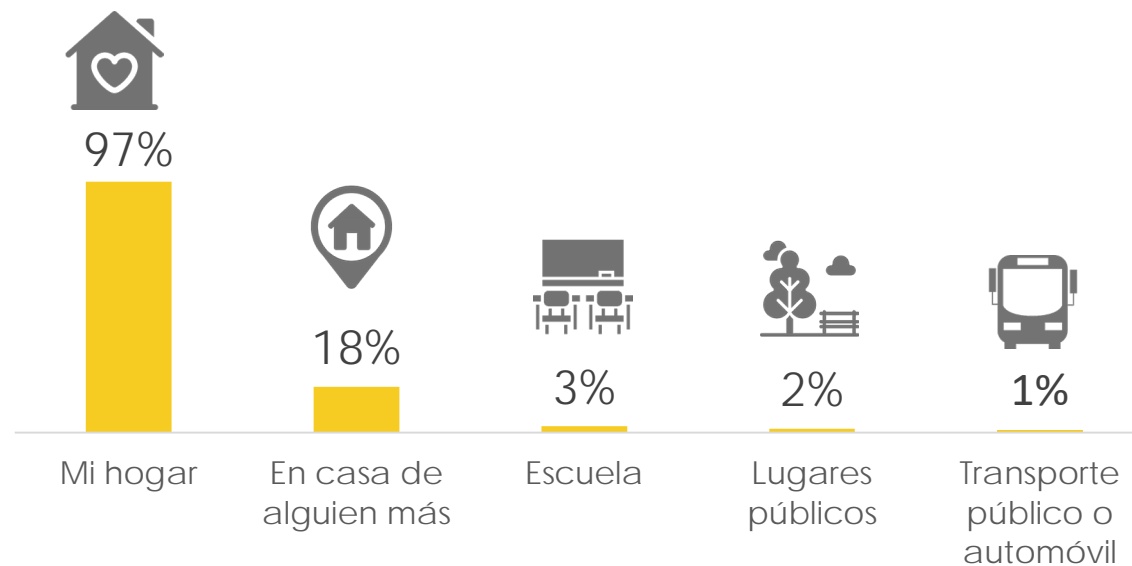


42%

De ambas formas

Lugares donde juegan videojuegos**

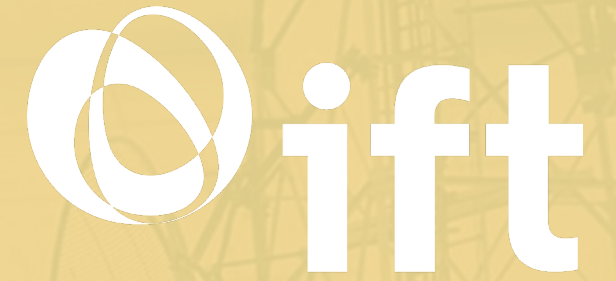
Base: 577 niñas y niños que juegan videojuegos
Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

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



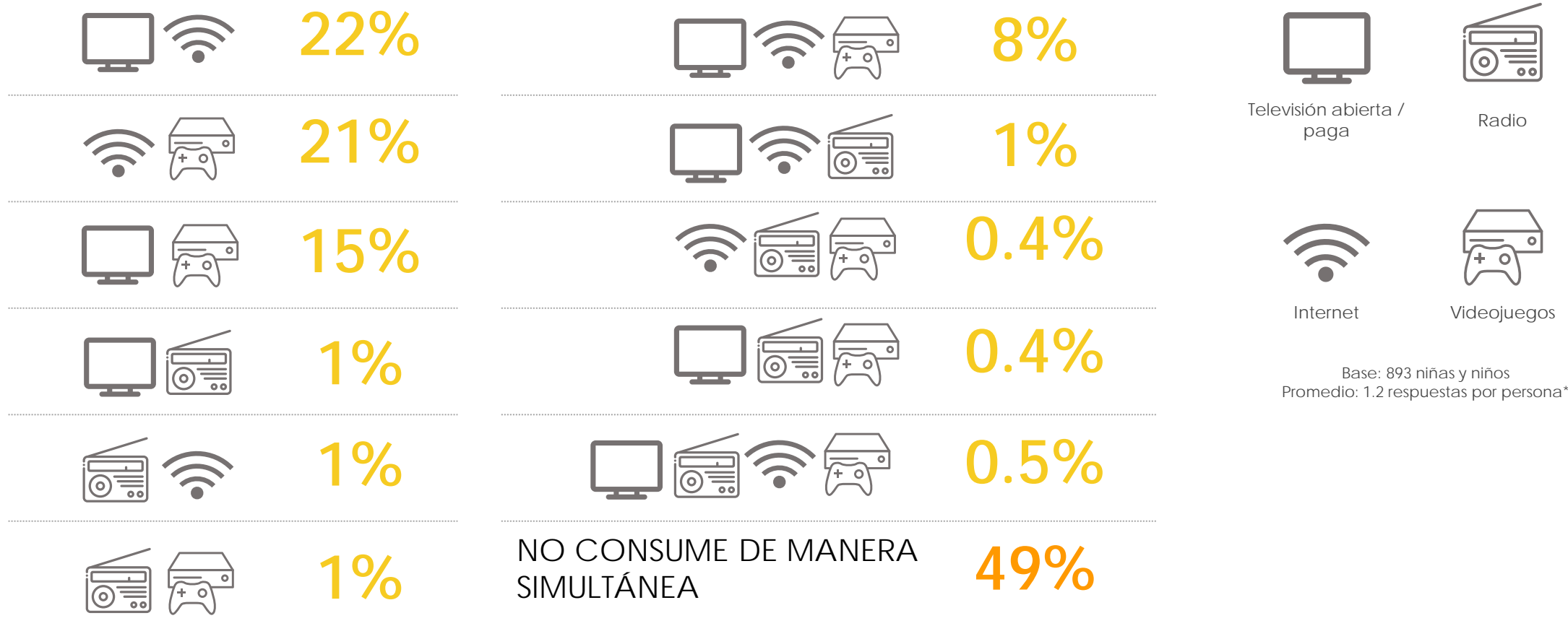


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo simultáneo de medios

Consumo simultáneo de medios

¿Cuáles de los medios que usted consume regularmente utiliza al mismo tiempo?



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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Urbano / Rural

Principales hallazgos

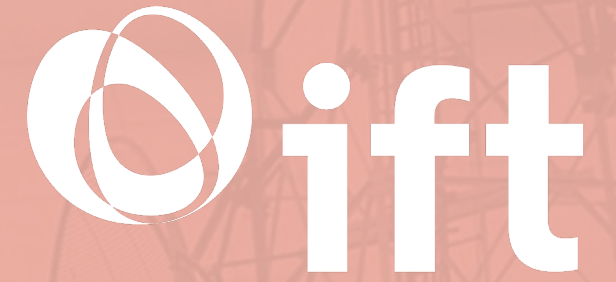
- En localidades **urbanas** el **92%** de los hogares cuentan con un **televisor**, frente al **87%** de las zonas **rurales**.
- El número promedio de televisores por hogar en **localidades urbanas** es **1.8**, mientras que en **rurales** es **1.5**
- El **52%** de los **hogares urbanos** entrevistados únicamente reciben la señal de televisión abierta, mientras que este porcentaje es del **63%** en localidades **rurales**.
- En el ámbito **urbano** la principal razón para **tener televisión de paga** es **contar con mayores opciones de contenidos** con **39%**; al igual que en la zona **rural** con **34%**.
- Un **69%** de las personas con televisor en su hogar en el sector **urbano**, dijo **ver contenidos de la televisión abierta**. Este porcentaje es del **75%** para el caso **rural**.
- En **televisión abierta**, tanto para las localidades **urbanas** como para las **rurales**, los contenidos más vistos son las **películas, los noticiarios y las telenovelas**.
- En **televisión de paga**, tanto para las localidades **urbanas** como en las **rurales**, los contenidos más vistos son las **películas, las series y deportes**.



Principales hallazgos

- El **33%** de las personas en localidades **urbanas** escuchan la **radio**, comparado con el **32%** observado en **localidades rurales**.
- Los tipos de **emisiones radiofónicas** más escuchados en **zonas urbanas** y en las **localidades rurales** son los **musicales** seguidos de las **noticias**.
- En el sector **urbano 86%** de las personas declara **utilizar internet**, mientras que en las **zonas rurales 72%** de las personas lo utilizan.
- El porcentaje de personas que consumen **contenidos por internet** es mayor en zonas **urbanas** que en **rurales**, siendo **58%** frente a **46%**, respectivamente.
- El **50%** de las personas de zonas **urbanas** que ven contenidos por internet lo hace en **plataformas de paga**; para el caso **rural** el **34%**.
- Respecto a **videojuegos**, **26%** de las personas de localidades **urbanas** indicaron que los consumen, comparado con **20%** en localidades **rurales**.
- El **dispositivo** que destaca para uso de **videojuegos** en localidades **urbanas** es el **teléfono celular**, con un **75%** respecto al **83%** para **rurales**. Otro dispositivo para destacar es **la consola**, con un **35%** en las zonas **urbanas** y **17%** en las **rurales**.

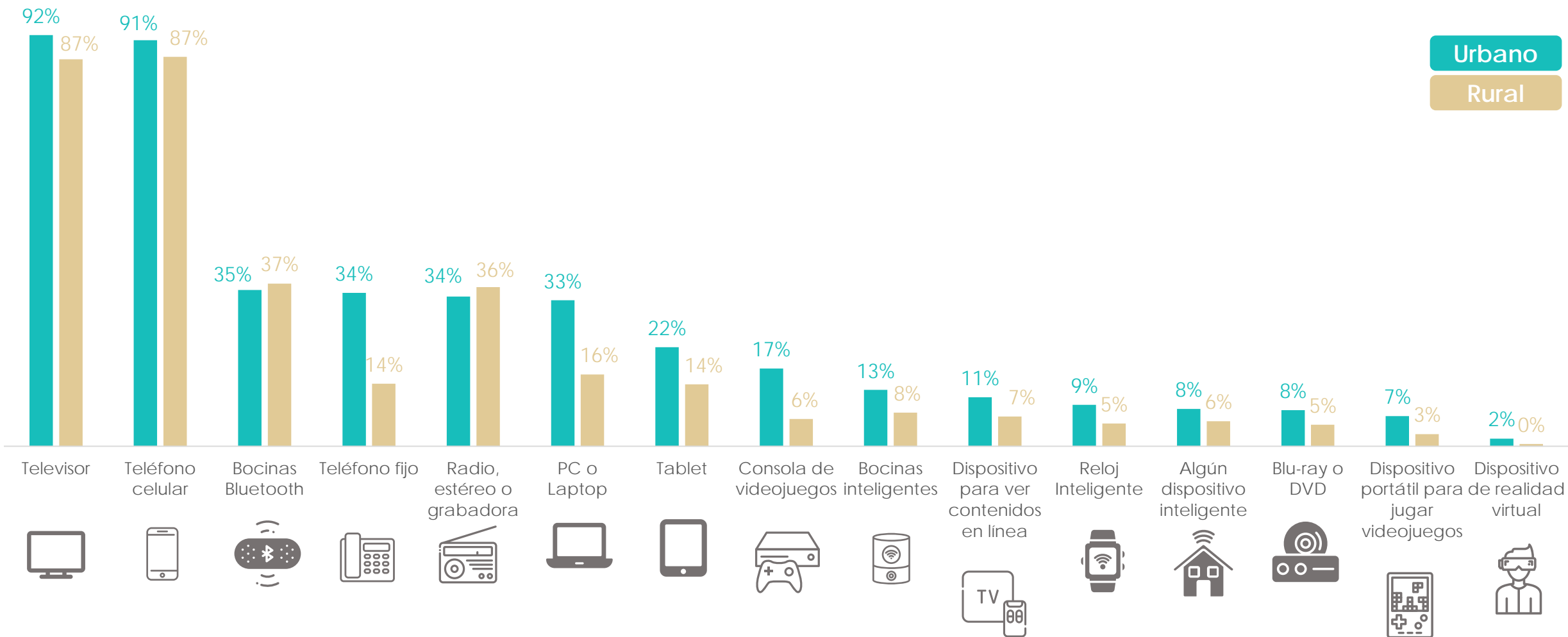




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Infraestructura de los hogares

Equipamiento del hogar



Urbano
Rural

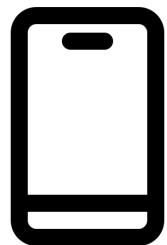
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

Base urbano: 6,125 hogares
Promedio: 4.2 respuestas por hogar*

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



Teléfonos móviles y radios en el hogar

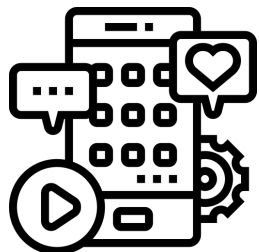


91% **87%**
de los hogares tienen **teléfono móvil**

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

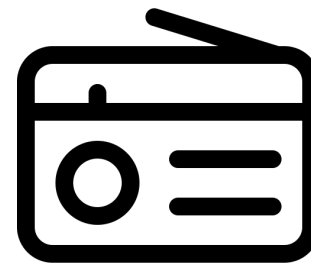


De ellos



94% **86%**
son un **smartphone**

Base urbano: 5,584 hogares que tienen teléfono celular
Base rural: 2,295 hogares que tienen teléfono celular



34% **36%**
de los hogares tienen **radio**

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



En promedio hay



1.3 **1.3**
radios por hogar

Base urbano: 2,060 hogares con radio
Base rural: 938 hogares con radio

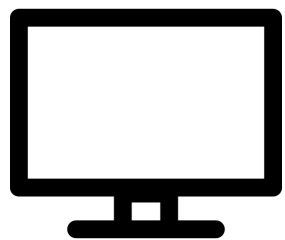
Urbano

Rural



Televisores en el hogar

Urbano



92%
de los hogares tienen
televisor

Base urbano: 6,125 hogares



Del total de televisores
en los hogares



10%

Son **analógicos**
Base urbano 11,746 televisores en 5,655 hogares con televisor

90%

Son **digitales**
Base urbano: 11,746 televisores en 5,655 hogares con televisor



69%

de los televisores
digitales son Smart TV
Base urbano: 10,623 televisores digitales en 5,302 hogares con televisor digital



En promedio hay
1.8
televisores por hogar

Base urbano: 5,655 hogares con televisor

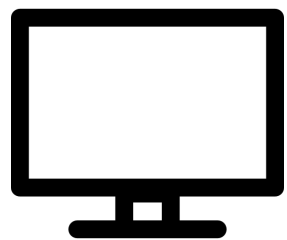
76%

de los televisores se
utilizan para ver
canales de televisión
Base urbano: 11,746 televisores en 5,655 hogares con televisor



Televisores en el hogar

Rural



87%
de los hogares tienen
televisor

Base rural: 2,625 hogares



Del total de televisores
en los hogares



12%

Son **analógicos**
Base rural: 2,288 televisores en 2,281
hogares con televisor

88%

Son **digitales**
Base rural: 2,288 televisores en 2,281
hogares con televisor



55%

de los televisores
digitales son **Smart TV**
Base rural: 2,003 televisores digitales en 2,072
hogares con televisor digital

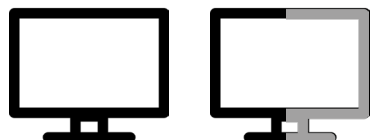


En promedio hay

1.5

televisores por hogar

Base rural: 2,281 hogares con televisor



82%

de los televisores se
utilizan para ver
canales de televisión

Base rural: 2,288 televisores en 2,281
hogares con televisor



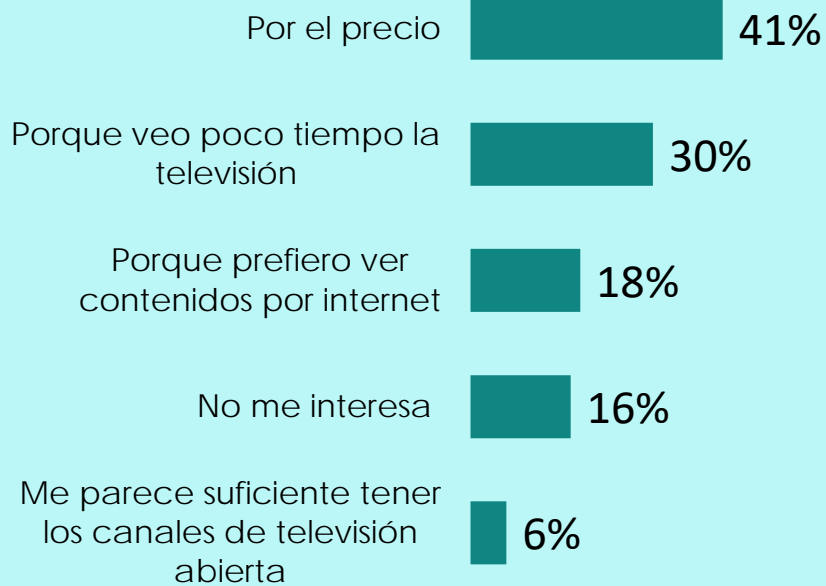
Señal de televisión en el hogar

Urbano

Base urbano: 5,655 hogares con televisor

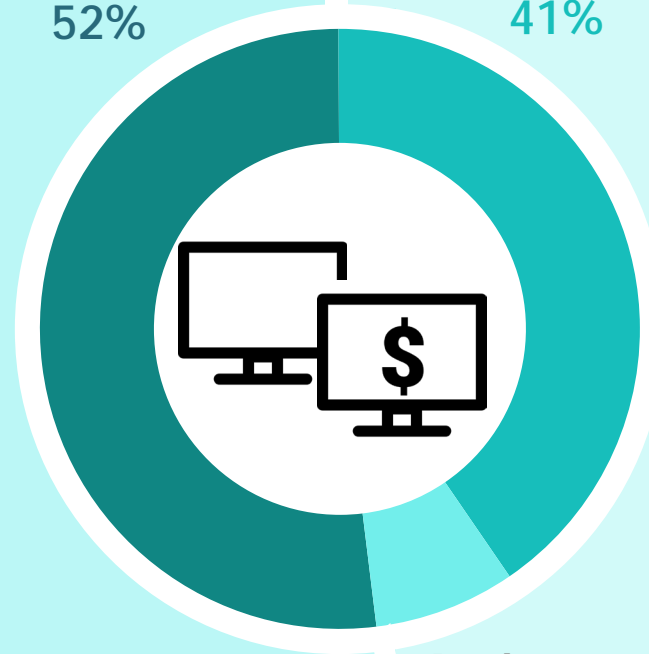
Principal razón para NO contratar televisión de paga**

Base urbano: 2,933 hogares con solo televisión abierta
Promedio: 1.2 respuestas por hogar*



Solo televisión abierta
52%

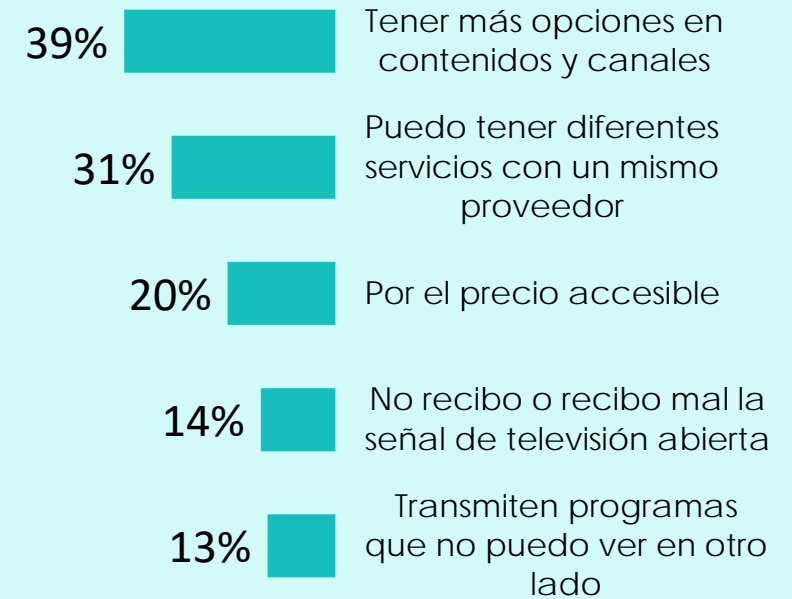
Solo televisión de paga
41%



Ambas
8%

Principal razón para contratar televisión de paga**

Base urbano: 2,722 hogares con televisión de paga
Promedio: 1.4 respuestas por hogar*



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

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



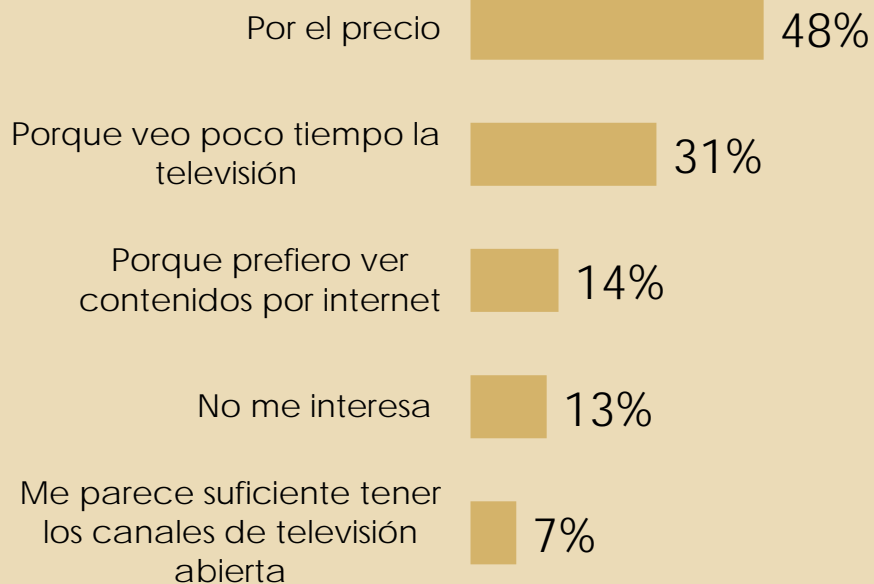
Señal de televisión en el hogar

Rural

Base rural: 2,281 hogares con televisor

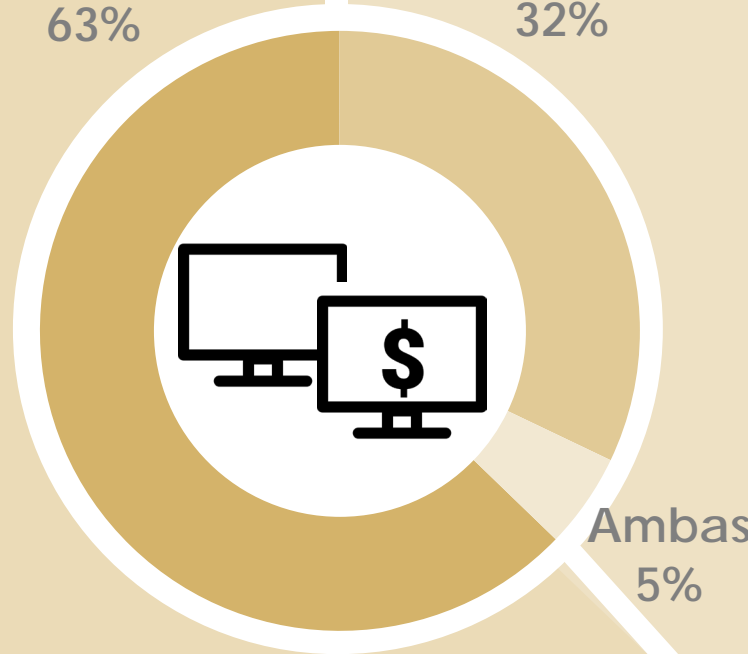
Principal razón para NO contratar televisión de paga**

Base rural: 1,431 hogares con solo televisión abierta
Promedio: 1.2 respuestas por hogar*



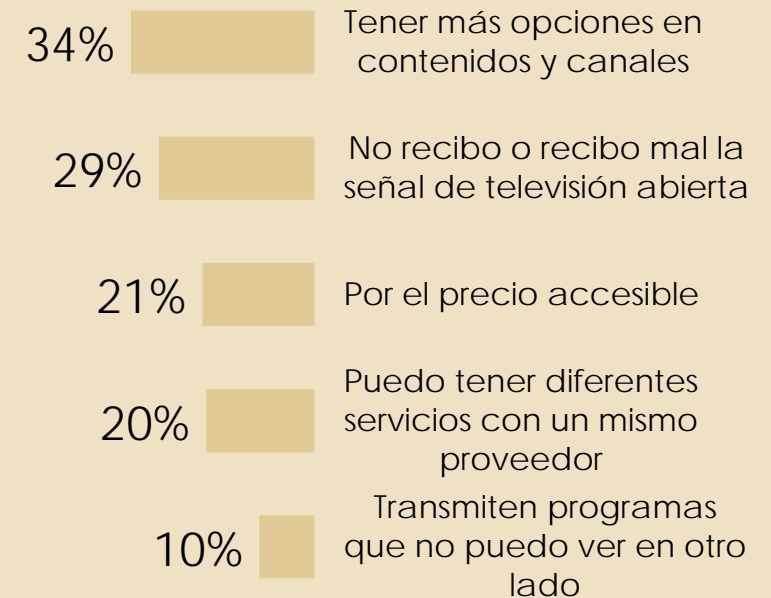
Solo televisión abierta
63%

Solo televisión de paga
32%



Principal razón para contratar televisión de paga**

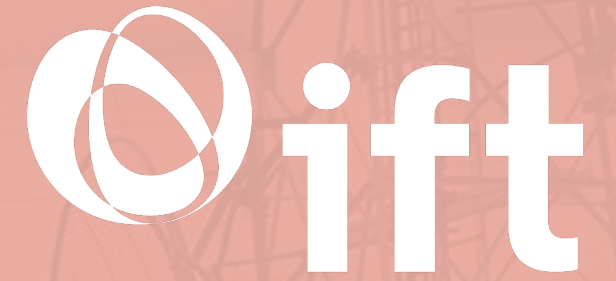
Base rural: 850 hogares con televisión de paga
Promedio: 1.4 respuestas por hogar*



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

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

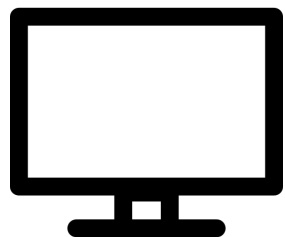




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de televisión abierta

Consumo de televisión abierta



73%

del total de personas con televisor, regularmente ven contenidos de canales de televisión abierta

Base urbano: 5,655 personas que tienen televisor



2.4

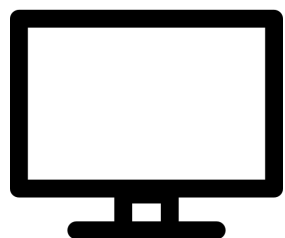
horas en promedio que ven la televisión abierta al día

Base urbano: 4,120 personas que ven canales de televisión abierta



Urbano

Rural



78%

del total de personas con televisor, regularmente ven contenidos de canales de televisión abierta

Base rural: 2,281 personas que tienen televisor



2.1

horas en promedio que ven la televisión abierta al día

Base rural: 1,773 personas que ven canales de televisión abierta



Consumo de televisión abierta

Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia**

Base urbano: 4,120 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 2.8 respuestas por persona*
 Base rural: 1,773 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 2.6 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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



Consumo de televisión abierta

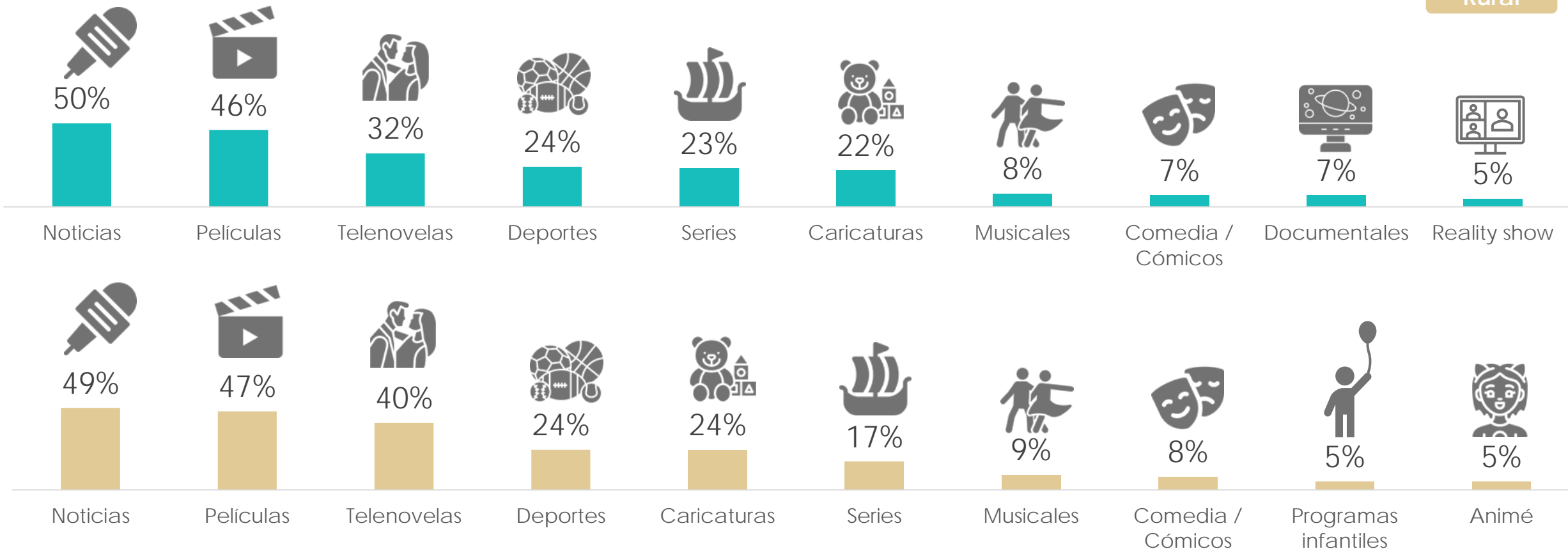
Tipo de programas más vistos en televisión abierta**

Base urbano: 4,120 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 2.5 respuestas por persona*

Base rural: 1,773 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 2.5 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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



Consumo de televisión abierta

Horario en el que acostumbran ver la televisión abierta

Base urbano: 4,120 personas que ven canales de televisión abierta
 Base rural: 1,773 personas que ven canales de televisión abierta

Urbano

Rural

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.3*
 Promedio de respuestas por persona rural: 1.3*

25%

50%

51%

3%

1%

21%

54%

55%

2%

0%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.3*
 Promedio de respuestas por persona rural: 1.2*

23%

47%

39%

3%

16%

23%

44%

40%

2%

16%

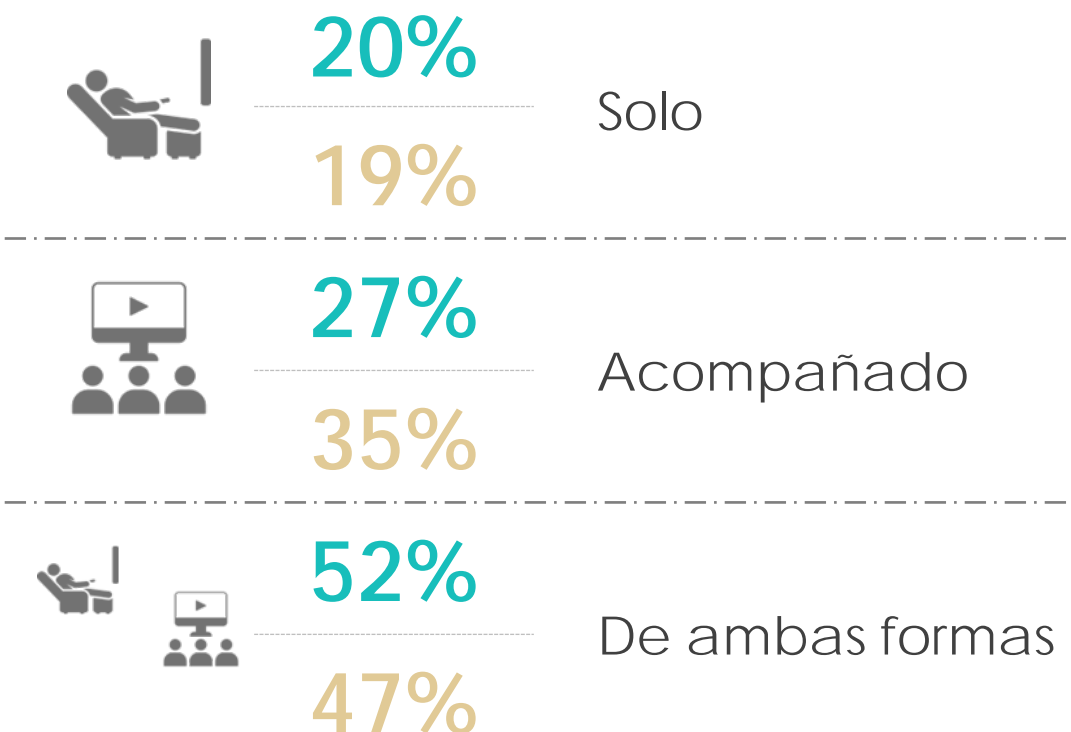
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de televisión abierta

¿Con quién ven la televisión abierta?

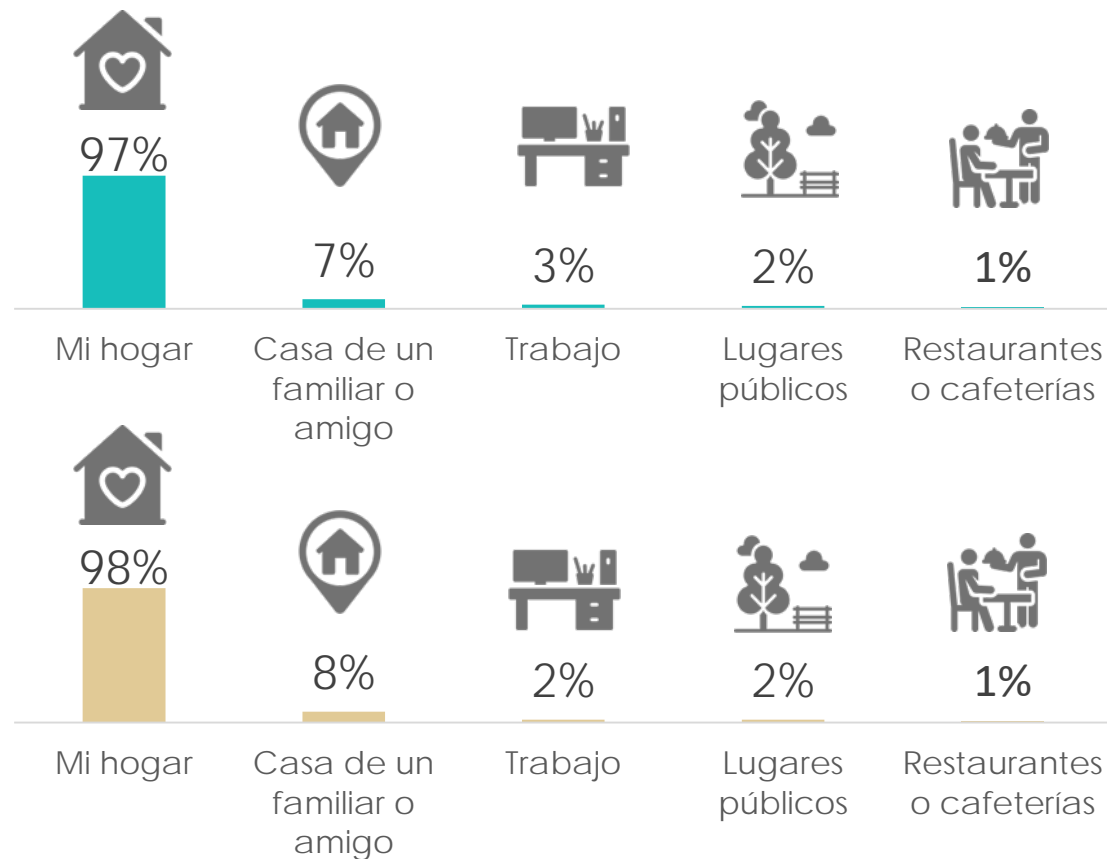
Base urbano: 4,120 personas que ven canales de televisión abierta
Base rural: 1,773 personas que ven canales de televisión abierta



Lugares donde ven televisión abierta**

Base urbano: 4,120 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 1.1 respuestas por persona*
Base rural: 1,773 personas que ven canales de televisión abierta. Promedio: 1.1 respuestas por persona*

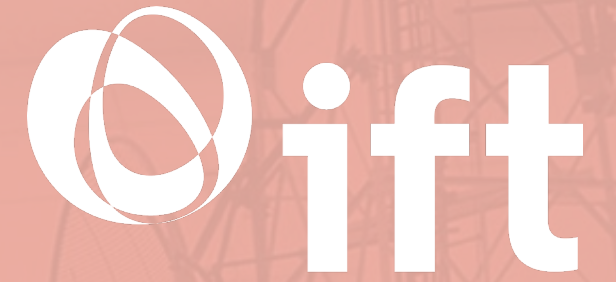
Urbano
Rural



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

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

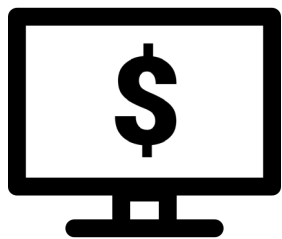




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de televisión de paga

Consumo de televisión de paga



92%
de los hogares tienen
televisor

Base urbano: 6,125 hogares



49%

de los hogares tienen
televisión de paga
Base urbano: 5,655 hogares con televisor

Urbano



Las personas utilizan su sistema
de televisión de paga para...



2.7

horas en promedio
que ven la televisión
de paga al día

Base urbano: 1,859 personas que ven
canales de televisión de paga

56%

ven canales de
televisión abierta y
de paga

Base urbano: 2,722 personas con
televisión de paga en su hogar

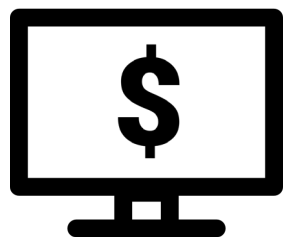
25%

solo ven canales de
televisión de paga

Base urbano: 2,722 personas con
televisión de paga en su hogar



Consumo de televisión de paga



87%
de los hogares tienen
televisor

Base rural: 2,625 hogares



37%

de los hogares tienen
televisión de paga

Base rural: 2,281 hogares con televisor

Rural



Las personas utilizan su sistema
de televisión de paga para...



2.3

horas en promedio
que ven la televisión
de paga al día

Base rural: 535 personas que ven canales
de televisión de paga

67%

ven canales de
televisión abierta y
de paga

Base rural: 850 personas con televisión de
paga en su hogar

18%

solo ven canales de
televisión de paga

Base rural: 850 personas con televisión de
paga en su hogar



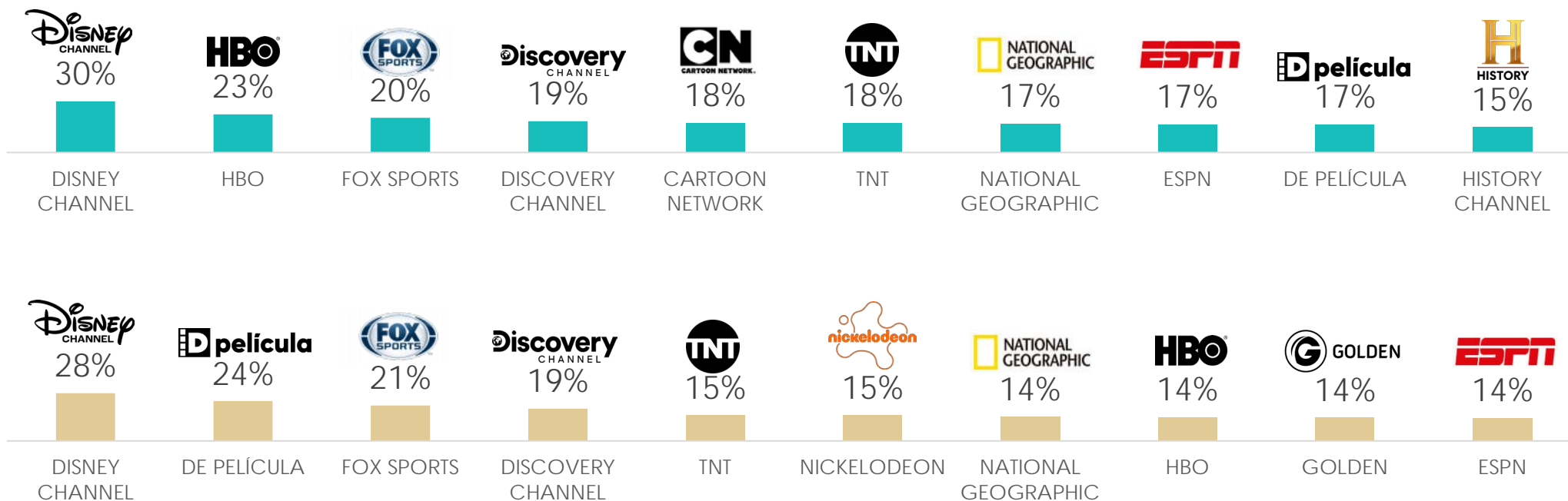
Consumo de televisión de paga

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

Base urbano: 1,859 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga. Promedio: 2.9 respuestas por persona*
 Base rural: 535 personas que cuentan con televisión de paga y utilizan este servicio para ver canales de televisión de paga. Promedio: 2.7 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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



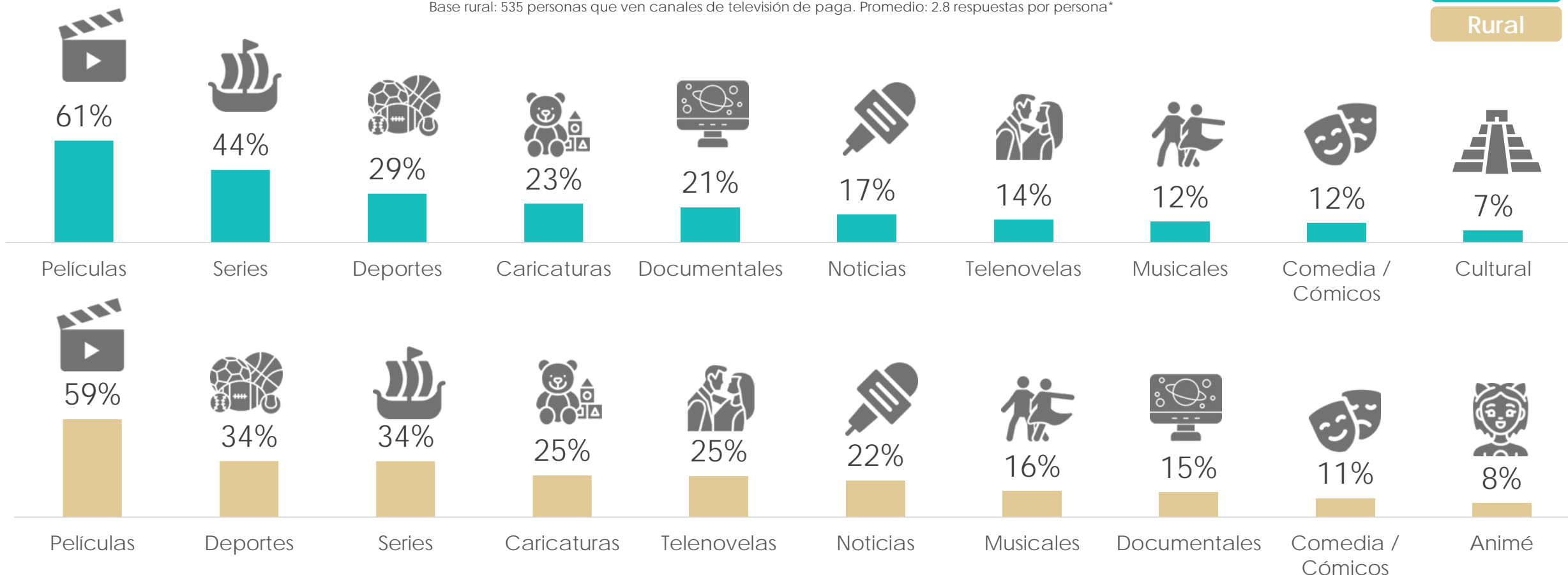
Consumo de televisión de paga

Tipo de programas más vistos en televisión de paga**

Base urbano: 1,859 personas que ven canales de televisión de paga. Promedio: 2.7 respuestas por persona*
 Base rural: 535 personas que ven canales de televisión de paga. Promedio: 2.8 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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



Consumo de televisión de paga

Horario en el que acostumbran ver la televisión de paga

Base urbano: 1,859 personas que ven canales de televisión de paga
Base rural: 535 personas que ven canales de televisión de paga

Urbano

Rural

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.2*
Promedio de respuestas por persona rural: 1.2*

16%

47%

52%

5%

1%

20%

52%

45%

3%

1%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.3*
Promedio de respuestas por persona rural: 1.2*

20%

47%

43%

5%

10%

24%

47%

42%

3%

8%

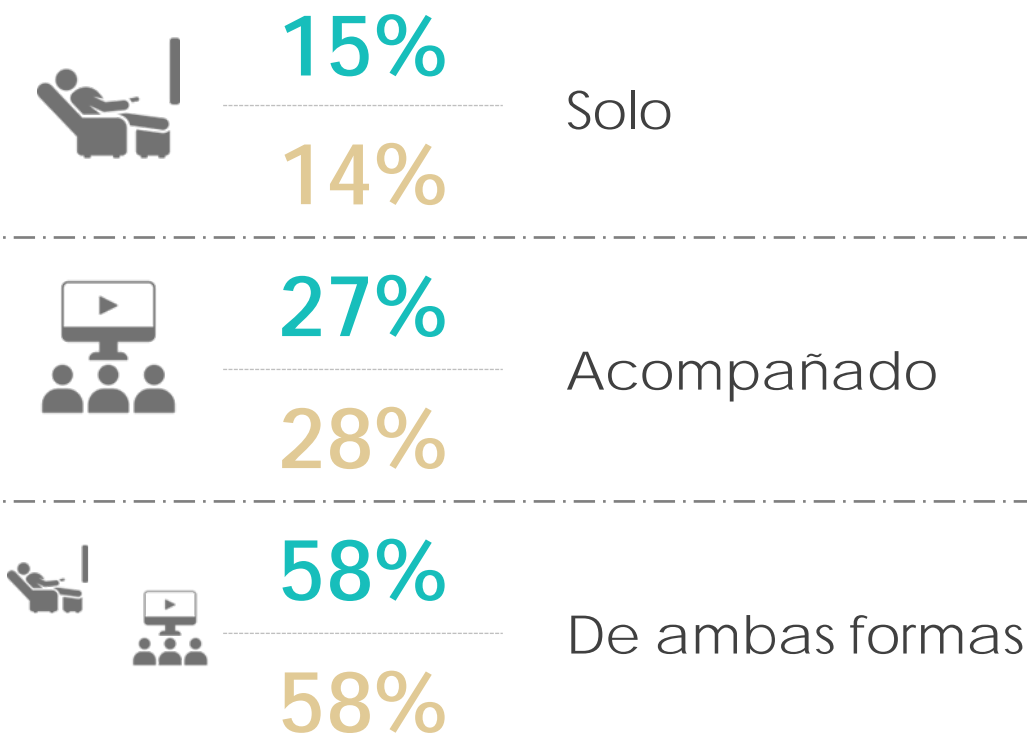
*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%



Consumo de televisión de paga

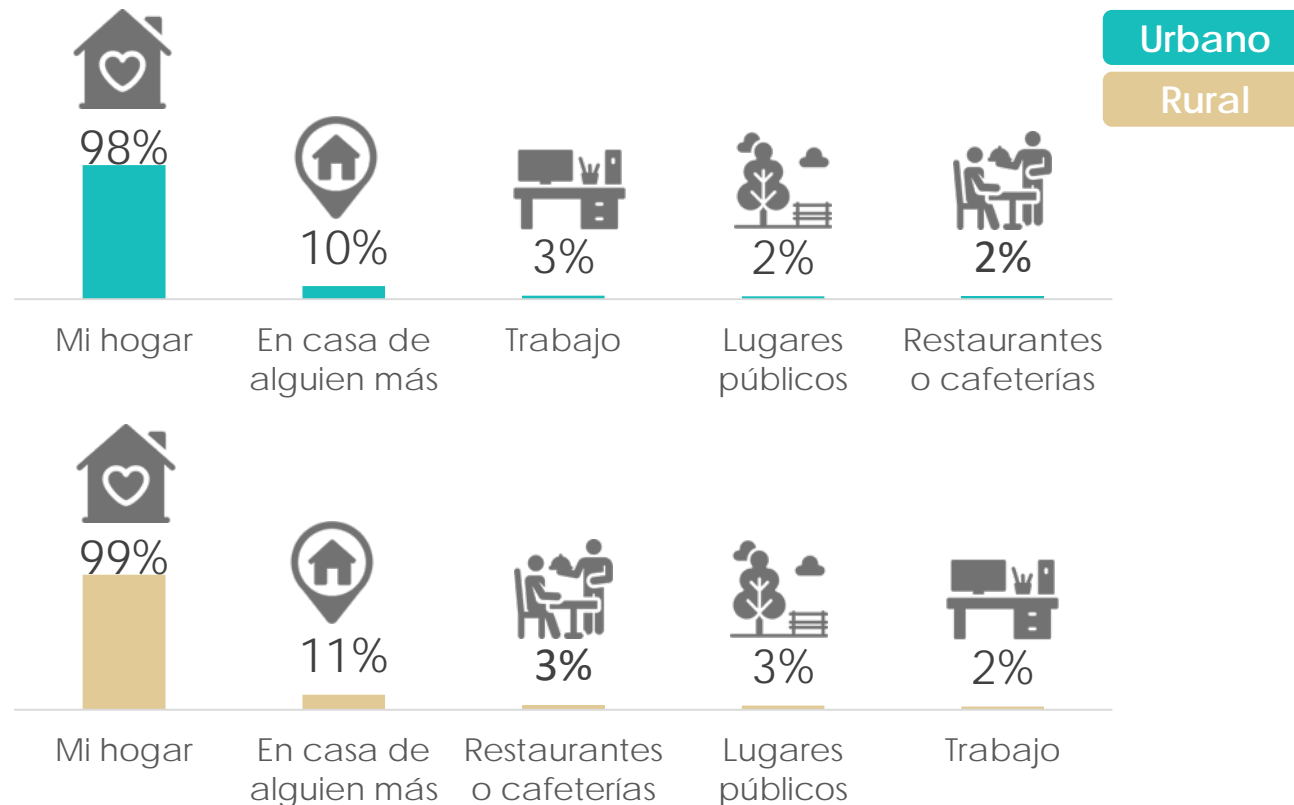
¿Con quién ven la televisión de paga?

Base urbano: 1,859 personas que ven canales de televisión de paga
 Base rural: 535 personas que ven canales de televisión de paga



Lugares donde ven televisión de paga**

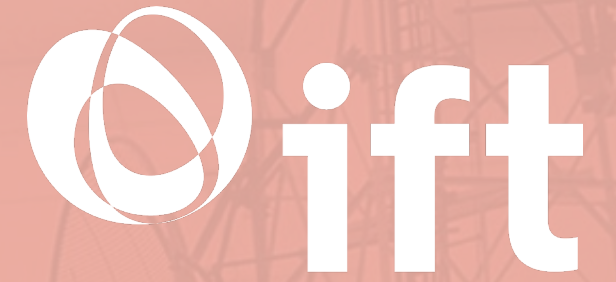
Base urbano: 1,859 personas que ven canales de televisión de paga. Promedio: 1.1 respuestas por persona*
 Base rural: 535 personas que ven canales de televisión de paga. Promedio: 1.2 respuestas por persona*



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

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

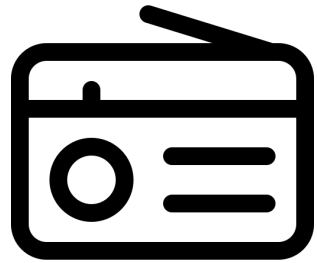




INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de radio

Consumo de radio



33% **32%**
de las personas escuchan
estaciones de radio

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



2.9 **2.9**

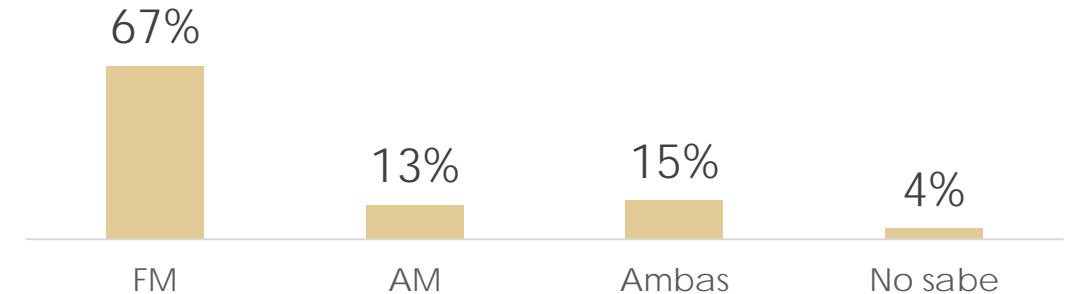
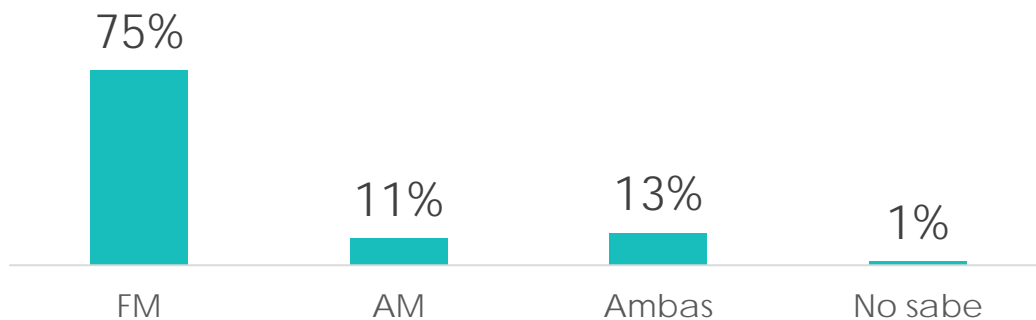
horas en promedio
escuchan la radio al día
Base urbano: 2,046 personas que escuchan radio
Base rural: 846 personas que escuchan radio

Urbano

Rural

Consumo por tipo de banda

Base urbano: 2,046 personas que escuchan radio
Base rural: 846 personas que escuchan radio



Consumo de radio

Tipo de programas más escuchados en la radio**

Base urbano: 2,046 personas que escuchan radio. Promedio: 1.7 respuestas por persona*
 Base rural: 846 personas que escuchan radio. Promedio: 1.8 respuestas por persona*

Urbano
Rural



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

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



Urbano
Rural

Horario en el que acostumbran escuchar radio

Base urbano: 2,046 personas que escuchan radio
Base rural: 846 personas que escuchan radio

	Mañana (6:00-12:00) 	Tarde (12:00-18:00) 	Noche (18:00-00:00) 	Madrugada (00:00-06:00) 	No escucho
Lunes a viernes Promedio de respuestas por persona urbana: 1.3* Promedio de respuestas por persona rural: 1.3*	67%	43%	17%	3%	1%
Sábado a domingo Promedio de respuestas por persona urbana: 1.2* Promedio de respuestas por persona rural: 1.2*	43%	30%	13%	3%	29%
	68%	45%	14%	2%	1%
	50%	33%	12%	3%	22%

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

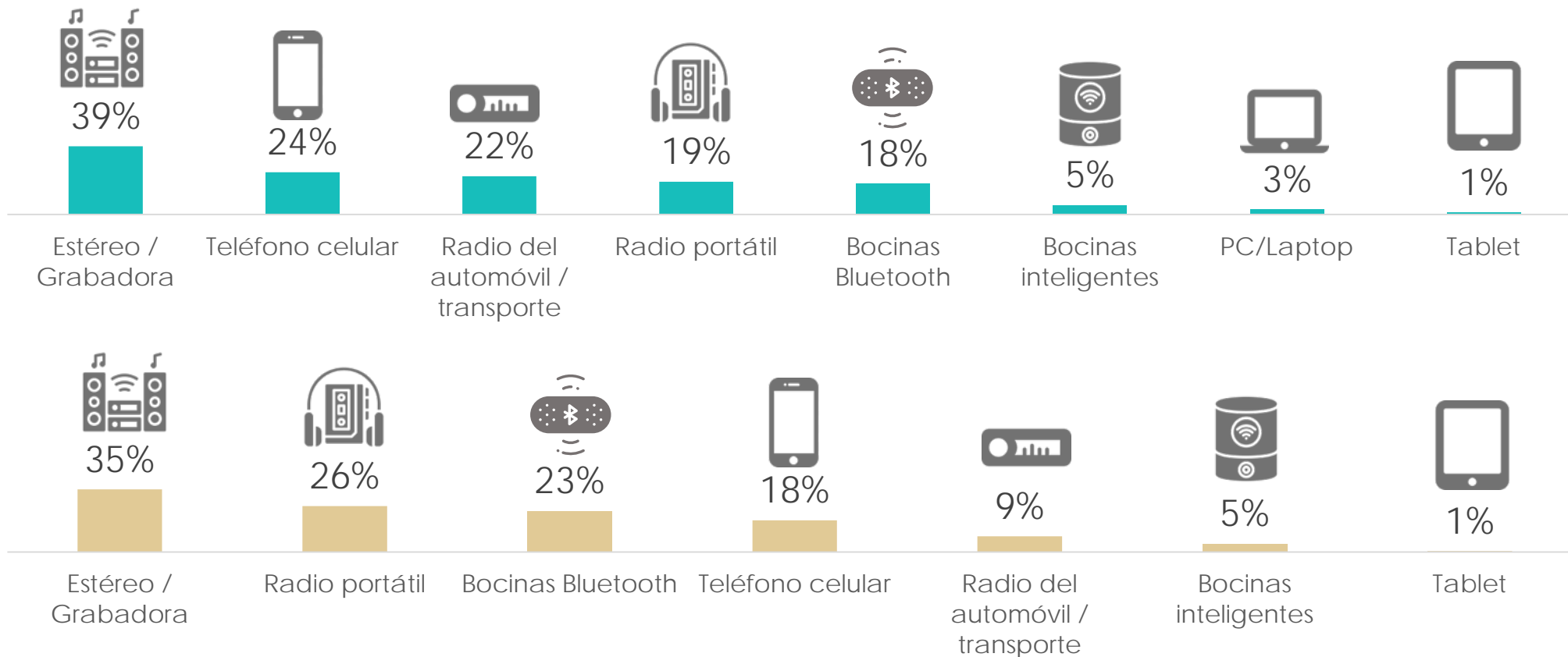


Dispositivos más utilizados para escuchar radio**

Base urbano: 2,046 personas que escuchan radio. Promedio: 1.3 respuestas por persona*
 Base rural: 846 personas que escuchan radio. Promedio: 1.2 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

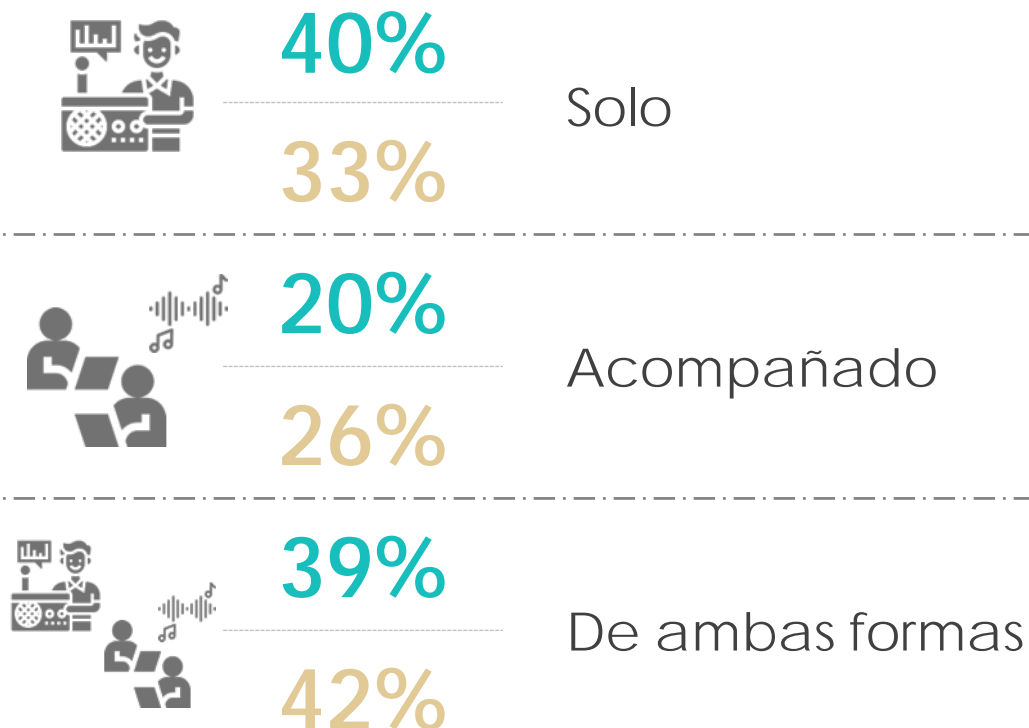
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de radio

¿Con quién escuchan la radio?

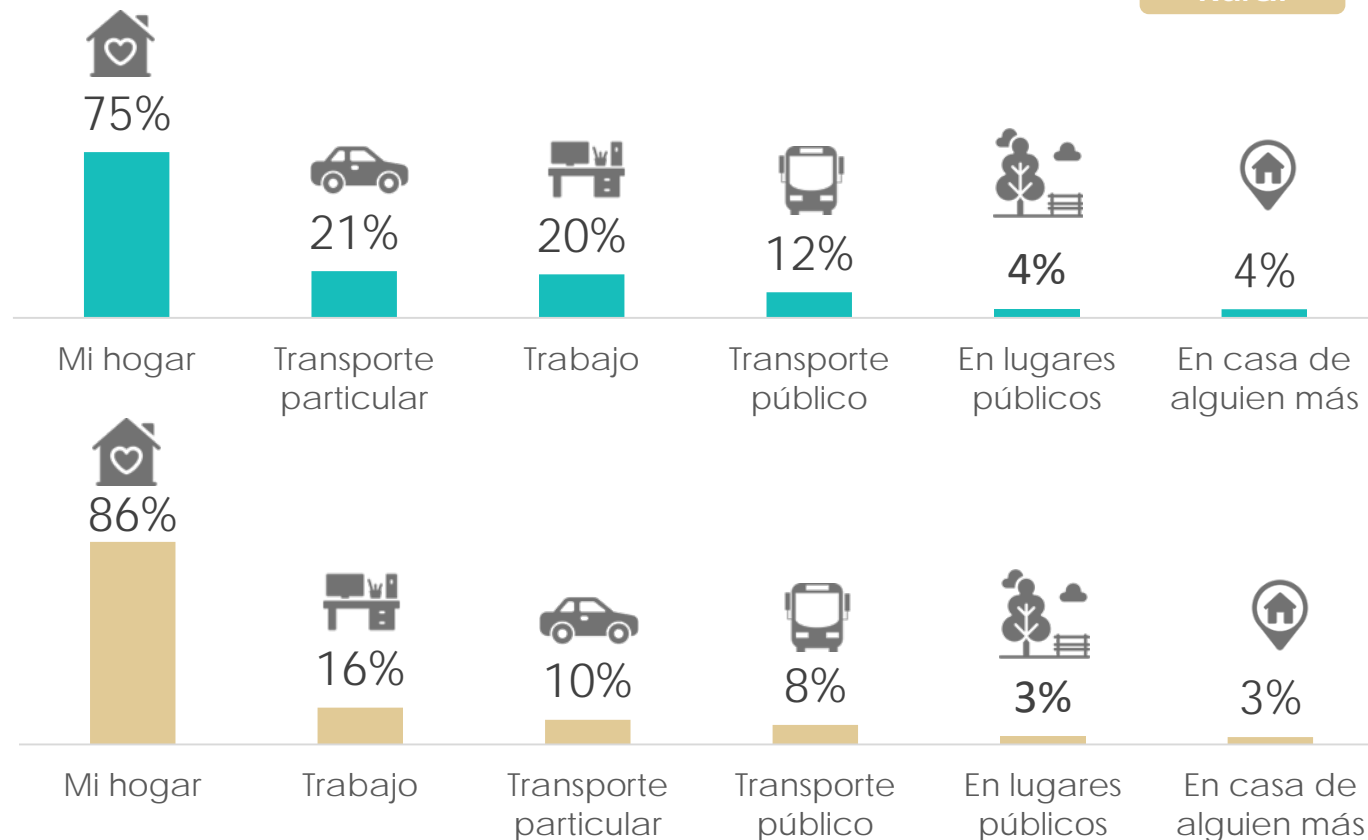
Base urbano: 2,046 personas que escuchan la radio
Base rural: 846 personas que escuchan la radio



Lugares donde escuchan la radio**

Base urbano: 2,046 personas que escuchan la radio. Promedio: 1.4 respuestas por persona*
Base rural: 846 personas que escuchan la radio. Promedio: 1.3 respuestas por persona*

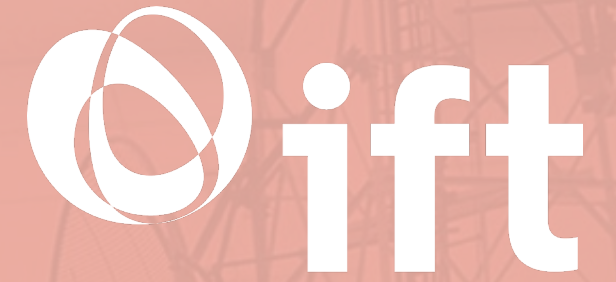
Urbano
Rural



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Uso de Internet



86% **72%**
de las personas **usan internet**

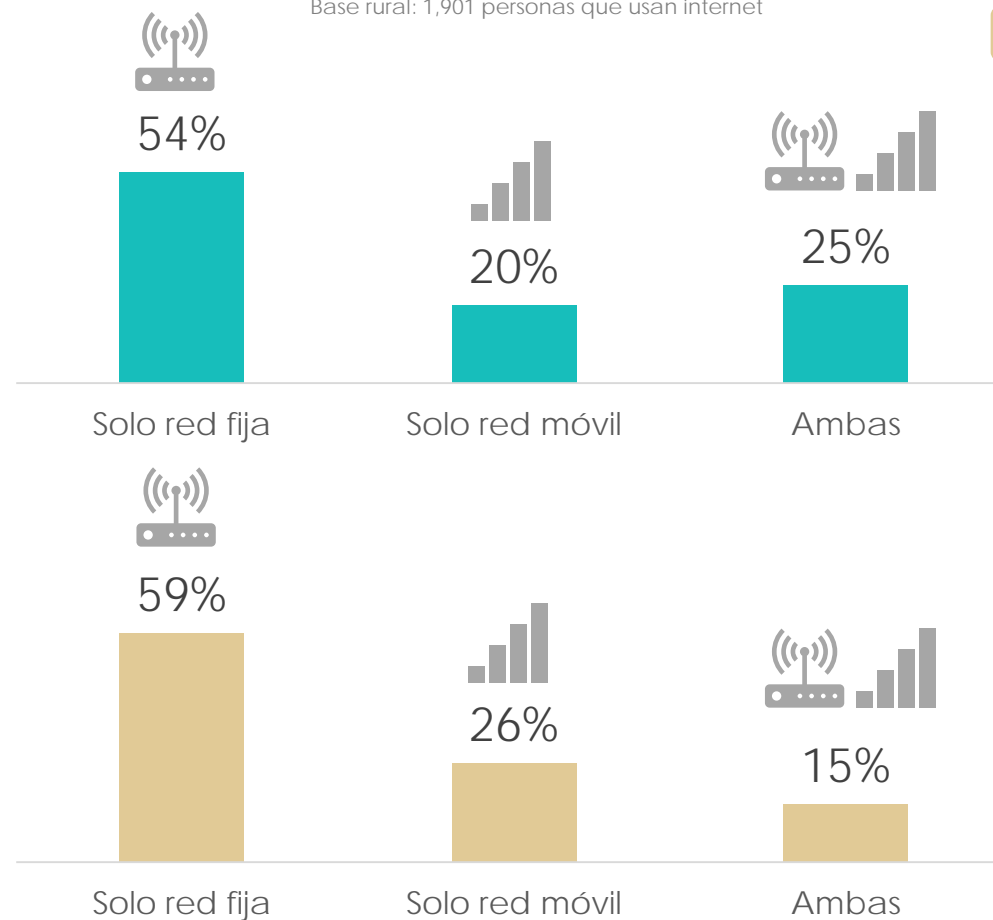
Base urbano: 6,125 personas
Base rural: 2,625 personas

Tipo de acceso o conexión

Base urbano: 5,297 personas que usan internet
Base rural: 1,901 personas que usan internet

Urbano

Rural

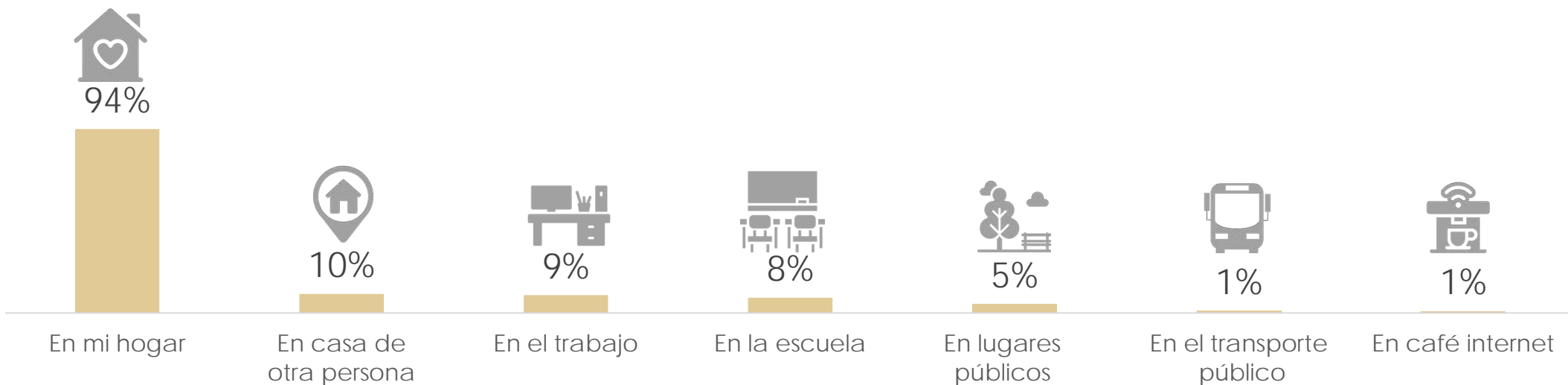
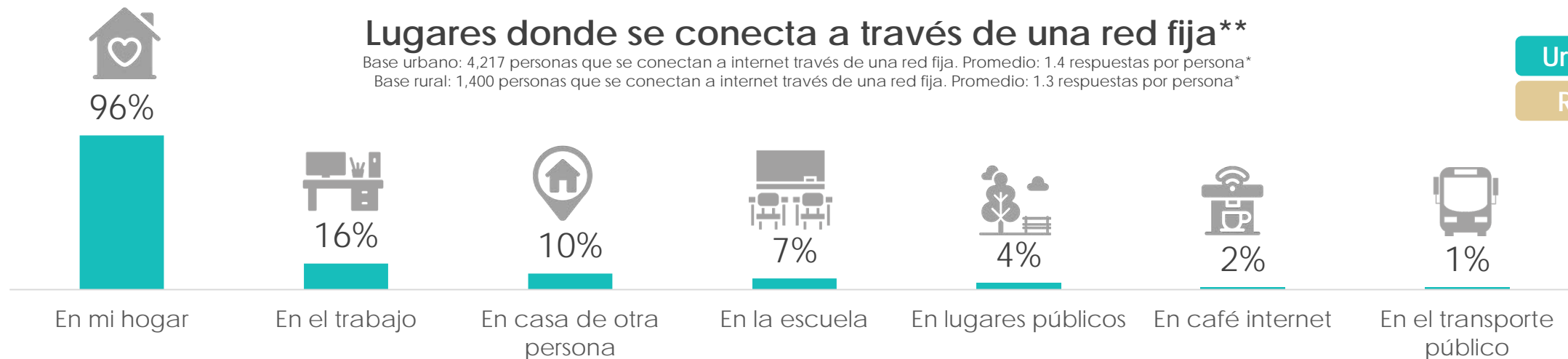


Lugares donde se conecta a través de una red fija**

Base urbano: 4,217 personas que se conectan a internet través de una red fija. Promedio: 1.4 respuestas por persona*
 Base rural: 1,400 personas que se conectan a internet través de una red fija. Promedio: 1.3 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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



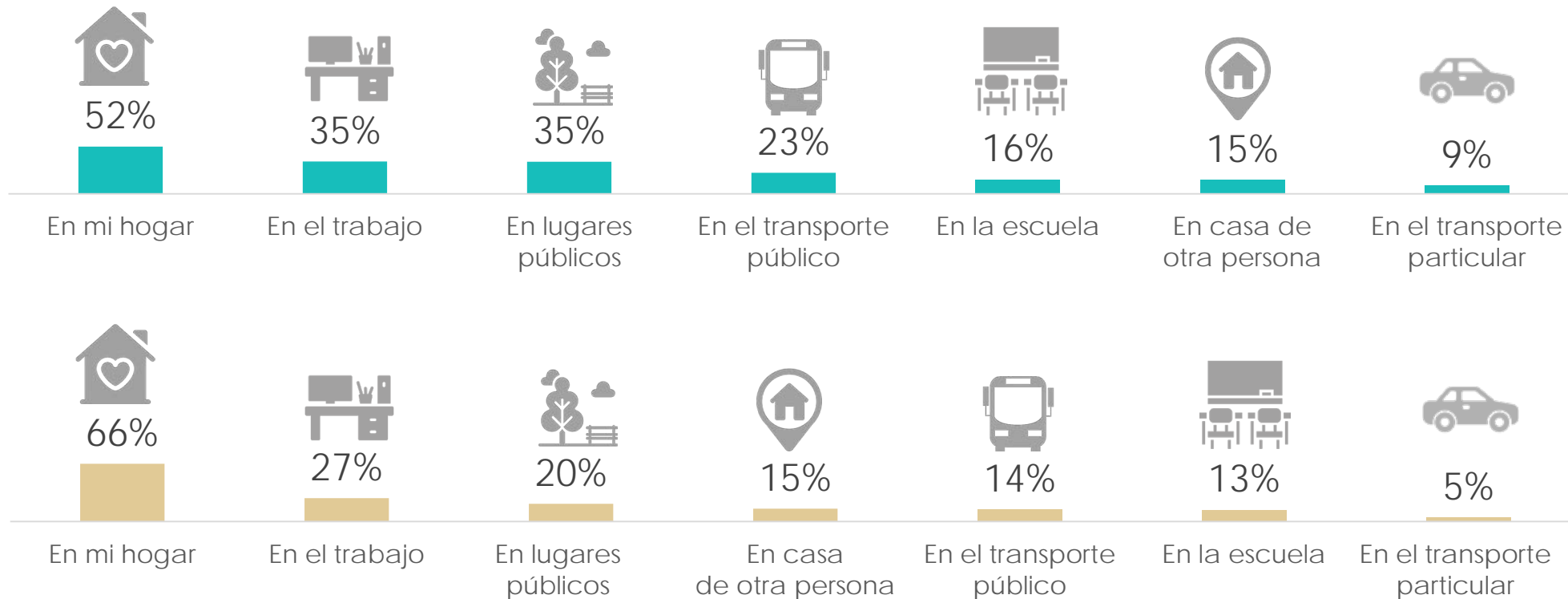
Lugares donde se conecta a través de una red móvil**

Base urbano: 2,410 personas que se conectan a internet través de una red móvil. Promedio: 1.9 respuestas por persona*

Base rural: 777 personas que se conectan a internet través de una red móvil. Promedio: 1.6 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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





84%

de las personas que usan internet, utilizan alguna red social

Base urbano: 5,297 personas que usan internet

Redes sociales y mensajería instantánea**

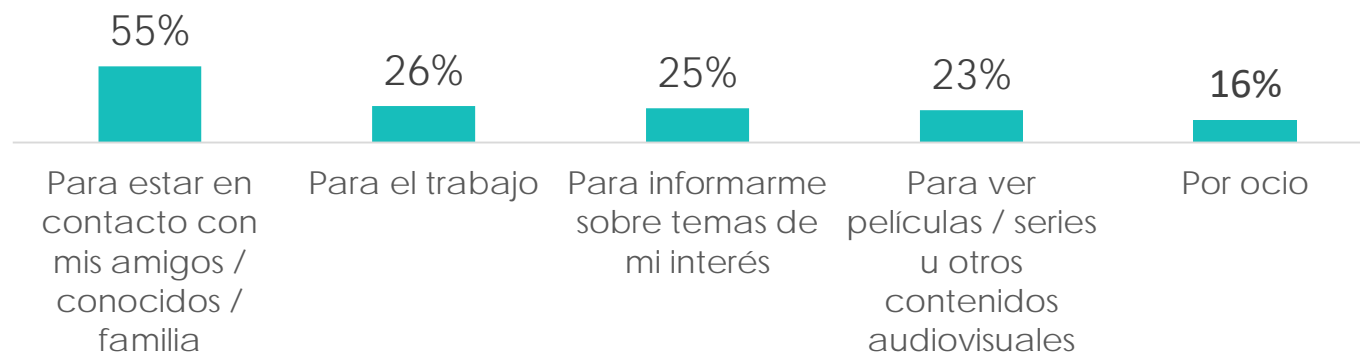
Base urbano: 4,428 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea.
Promedio: 3.0 respuestas por persona*

Urbano



Razones de uso de redes sociales**

Base urbano: 4,428 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea.
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 razones con las mayores frecuencias.





81%

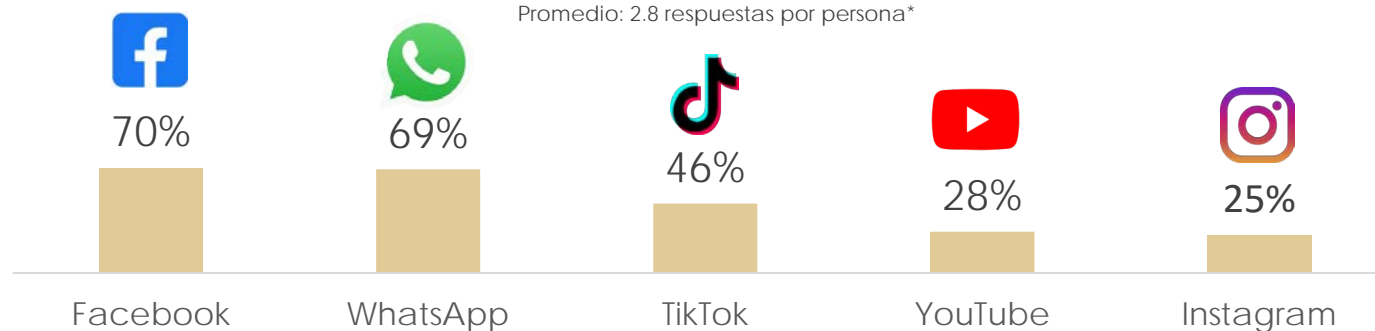
de las personas que usan internet, utilizan alguna red social

Base rural: 1,901 personas que usan internet

Redes sociales y mensajería instantánea**

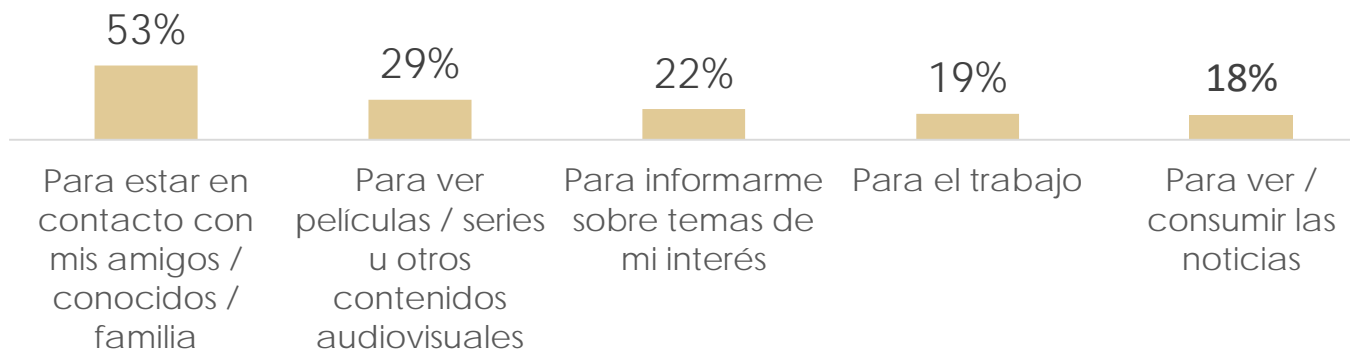
Base rural: 1,533 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea.
Promedio: 2.8 respuestas por persona*

Rural



Razones de uso de redes sociales**

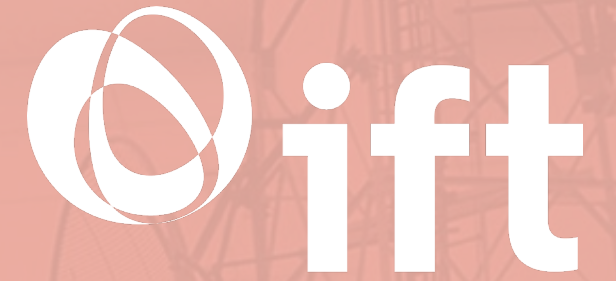
Base rural: 1,533 personas que utilizan redes sociales o servicios de mensajería instantánea.
Promedio: 1.8 respuestas por persona*



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

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



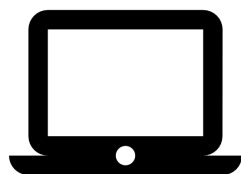


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de contenidos por Internet

Consumo de contenidos por internet

Urbano
Rural



58% **46%**
de las personas consumen contenidos por internet

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

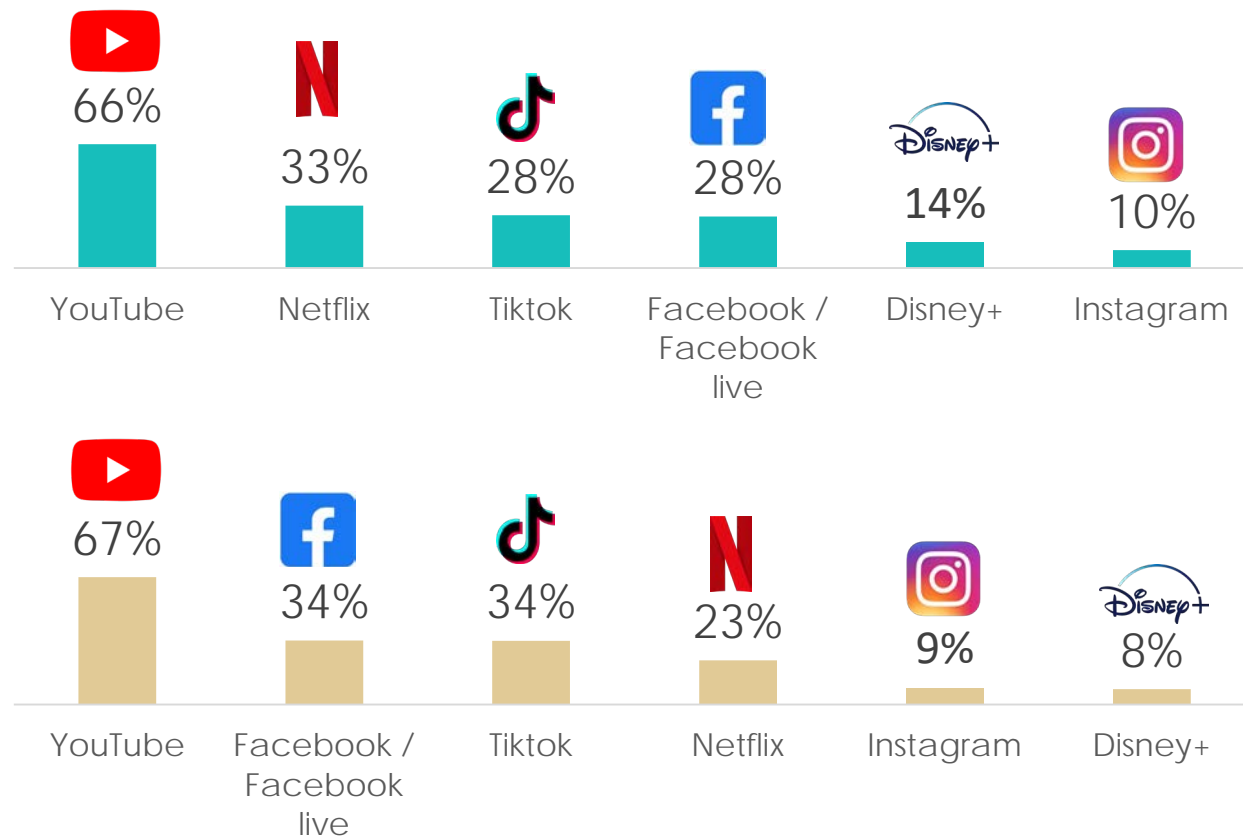


3.1 **2.7**
horas en promedio consumen contenidos por internet al día

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas más utilizadas para ver contenidos por internet**

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 2.3 respuestas por persona*
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 2.1 respuestas por persona*



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

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



Consumo de contenidos por internet

Urbano

Rural

Uso de plataformas que requieren del pago de una suscripción

50% **34%**

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

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base urbano: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

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

Base urbano: 1,771 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet. Promedio: 2.1 respuestas por persona*

Base rural: 411 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una suscripción periódicamente para ver contenidos por internet. Promedio: 1.9 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día		Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	82%	2.2		84%	2.2
	36%	1.9		30%	1.7
	21%	1.8		14%	1.7
	16%	1.8		12%	1.7
	13%	1.9		10%	2.2

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

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



Consumo de contenidos por internet

Urbano

Rural

Uso de plataformas que requieren pago por evento

14% 11%

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

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas que requieren pago de una cuota por contenido en internet**

Base urbano: 478 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una cuota por cada película, contenido o evento. Promedio: 1.3 respuestas por persona*

Base rural: 127 personas que utilizan páginas o aplicaciones donde tienen que pagar una cuota por cada película, contenido o evento. Promedio: 1.3 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día		Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	51%	1.9		49%	2.7
	34%	2.4		31%	1.7
	14%	1.8		16%	2.2
	10%	2.0		15%	1.9
	5%	2.2		6%	1.8

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

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



Consumo de contenidos por internet

Urbano

Rural

Uso de plataformas que no requieren pago

74% **75%**

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

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Redes sociales que no requieren pago para ver contenidos por internet**

Base urbano: 2,619 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet.
Promedio: 2.2 respuestas por persona*
Base rural: 896 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet.
Promedio: 2.3 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día		Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
YouTube	78%	2.0	YouTube	75%	1.7
TikTok	49%	2.2	facebook	55%	2.0
facebook	47%	2.2	TikTok	52%	1.9
Instagram	26%	1.9	Instagram	25%	1.6
Snapchat	4%	1.2	Snapchat	6%	1.1

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

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



Consumo de contenidos por internet

Urbano

Rural

Uso de plataformas que no requieren pago

74% **75%**

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

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Plataformas que no requieren pago para ver contenidos por internet**

Base urbano: 2,619 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet.

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

Base rural: 896 personas que utilizan páginas o aplicaciones que no requieren de un pago para ver contenidos por internet.

Promedio: 1.1 respuestas por persona*

	Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día		Porcentaje de personas que las usan	Promedio de horas de consumo al día
	13%	1.5		12%	1.6
	9%	1.4		6%	1.1
	7%	1.6		5%	1.3
	6%	1.7		5%	1.7
	5%	1.4		4%	1.4

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

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



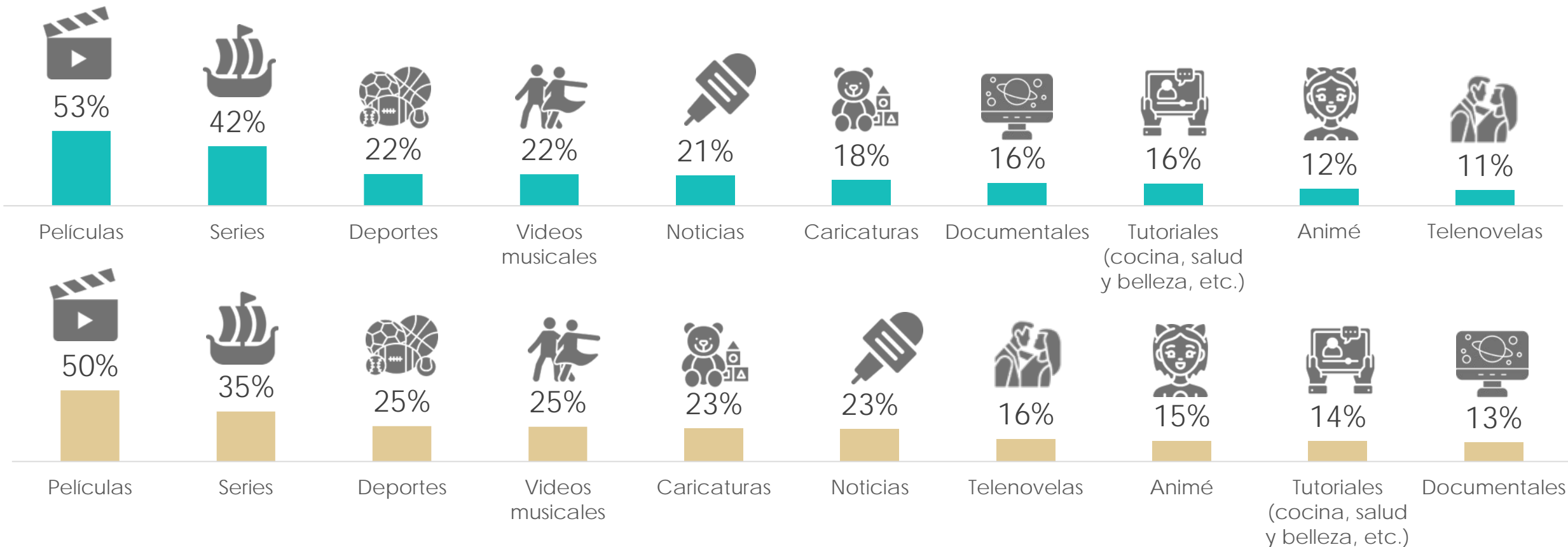
Consumo de contenidos por internet

Urbano

Rural

Tipo de contenidos más vistos en internet**

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 2.7 respuestas por persona*
 Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 2.7 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 tipos de contenidos con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

Horario en el que acostumbran consumir contenidos por internet

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Urbano

Rural

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No veo



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.3*

Promedio de respuestas por persona rural: 1.3*

25%

57%

44%

6%

0%

27%

59%

43%

4%

0%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.3*

Promedio de respuestas por persona rural: 1.3*

26%

52%

41%

7%

8%

28%

55%

41%

4%

6%

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



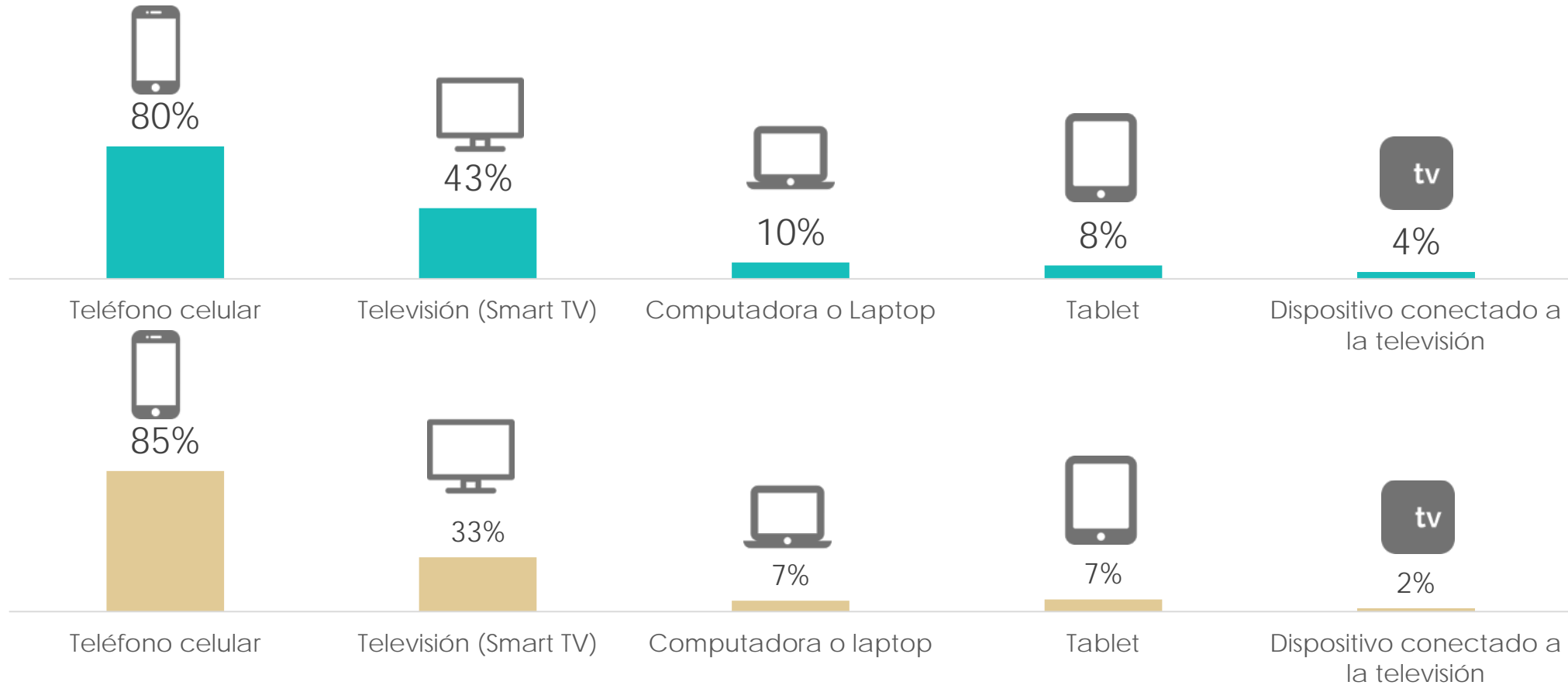
Consumo de contenidos por internet

Dispositivos más utilizados para consumir contenidos por internet**

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.5 respuestas por persona*
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.3 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

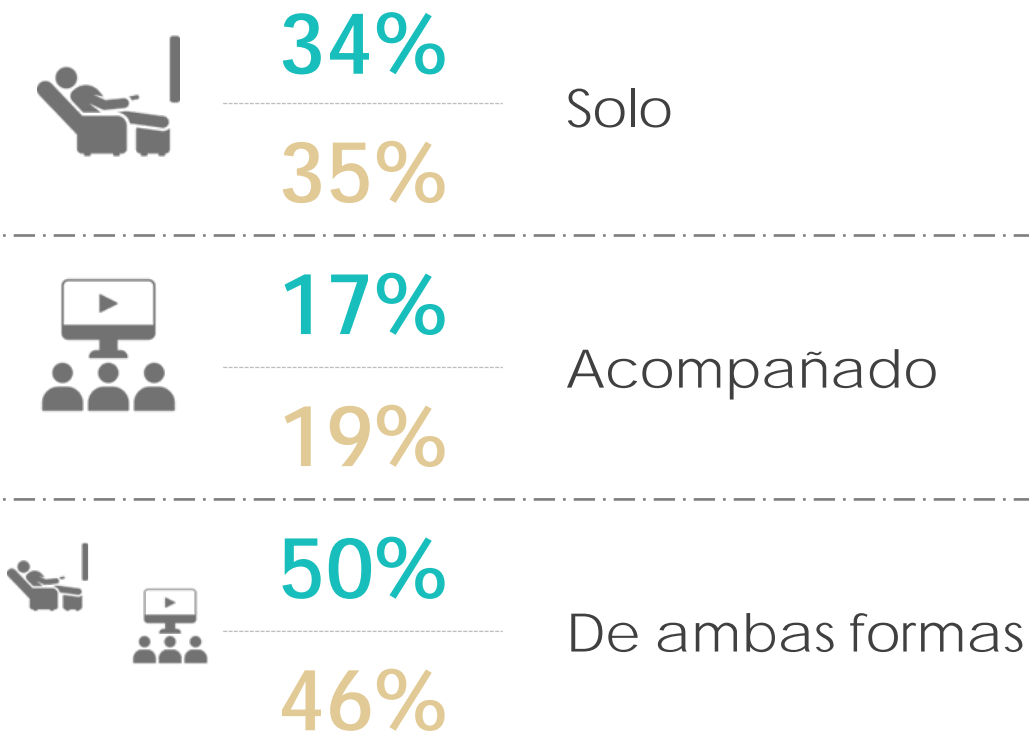
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de contenidos por internet

¿Con quién consumen contenidos por internet?

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet



Lugares donde consumen contenidos por internet**

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.4 respuestas por persona*
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.4 respuestas por persona*

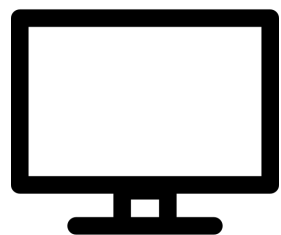


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

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



Consumo de televisión abierta por internet



11% **13%**

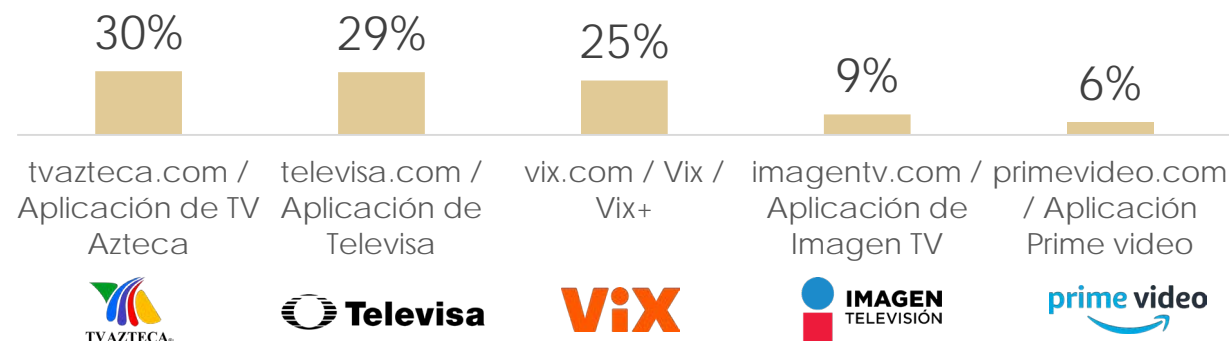
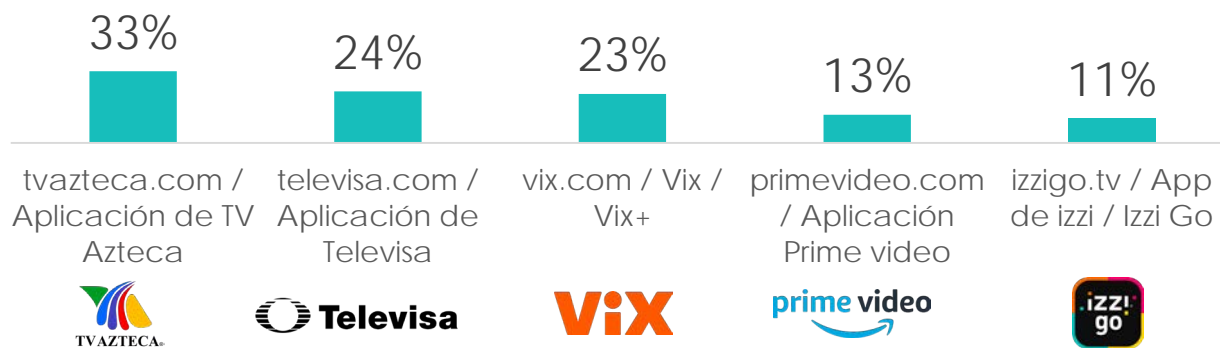
de las personas que consumen contenidos por internet, ven canales de televisión abierta a través de internet

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Urbano
Rural

A través de qué plataformas o páginas ve los canales de televisión abierta por internet**

Base urbano: 388 personas que ven canales de televisión abierta por internet. Promedio: 1.6 respuestas por persona*
Base rural: 145 personas que ven canales de televisión abierta por internet. Promedio: 1.4 respuestas por persona*

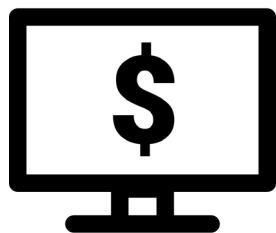


*La persona encuestada podía elegir más de una opción, por lo que los porcentajes no necesariamente suman 100%

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



Consumo de televisión de paga por internet



13% **11%**

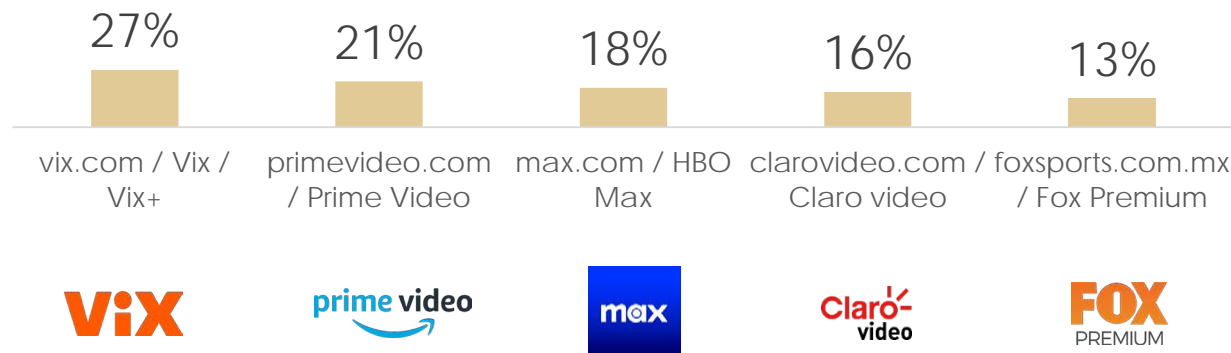
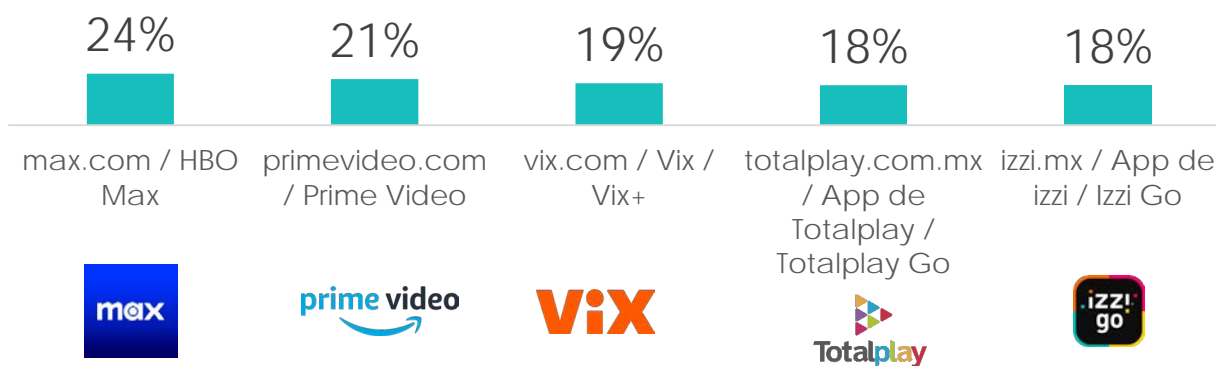
de las personas que consumen contenidos por internet, ven canales de televisión de paga a través de internet

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet

Urbano
Rural

A través de qué plataformas o páginas ve los canales de televisión de paga por internet**

Base urbano: 447 personas que ven canales de televisión de paga por internet. Promedio: 1.6 respuestas por persona*
Base rural: 125 personas que ven canales de televisión de paga 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%

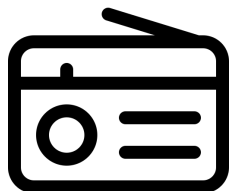
**Solo se muestran respuestas de plataformas o páginas con las mayores frecuencias.



Consumo de radio por internet

Urbano

Rural



6%

5%

de las personas que consumen contenidos por internet, escuchan radio a través de internet

Base urbano: 3,529 personas que consumen contenidos por internet
Base rural: 1,201 personas que consumen contenidos por internet



2.4

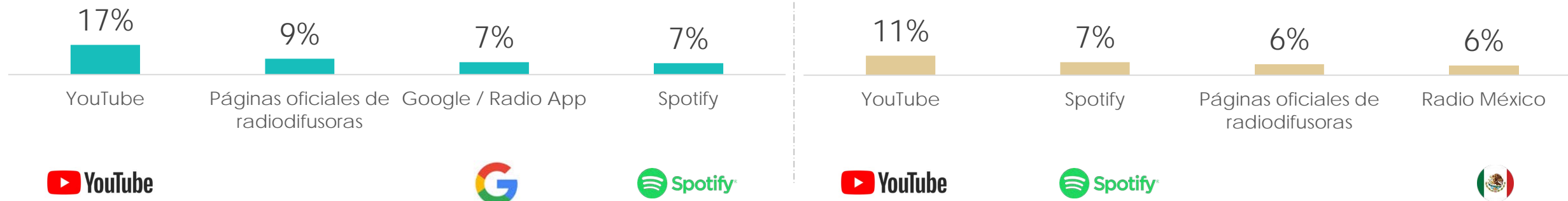
1.8

horas en promedio escuchan estaciones de radio por internet al día

Base urbano: 207 personas que escuchan estaciones de radio por internet
Base rural: 59 personas que escuchan estaciones de radio por internet

Plataformas o páginas para escuchar estaciones de radio por internet**

Base urbano: 207 personas que escuchan estaciones de radio por internet. Promedio: 1.0 respuestas por persona*
Base rural: 59 personas que escuchan estaciones de radio por internet. Promedio: 1.0 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 plataformas o páginas con las mayores frecuencias.



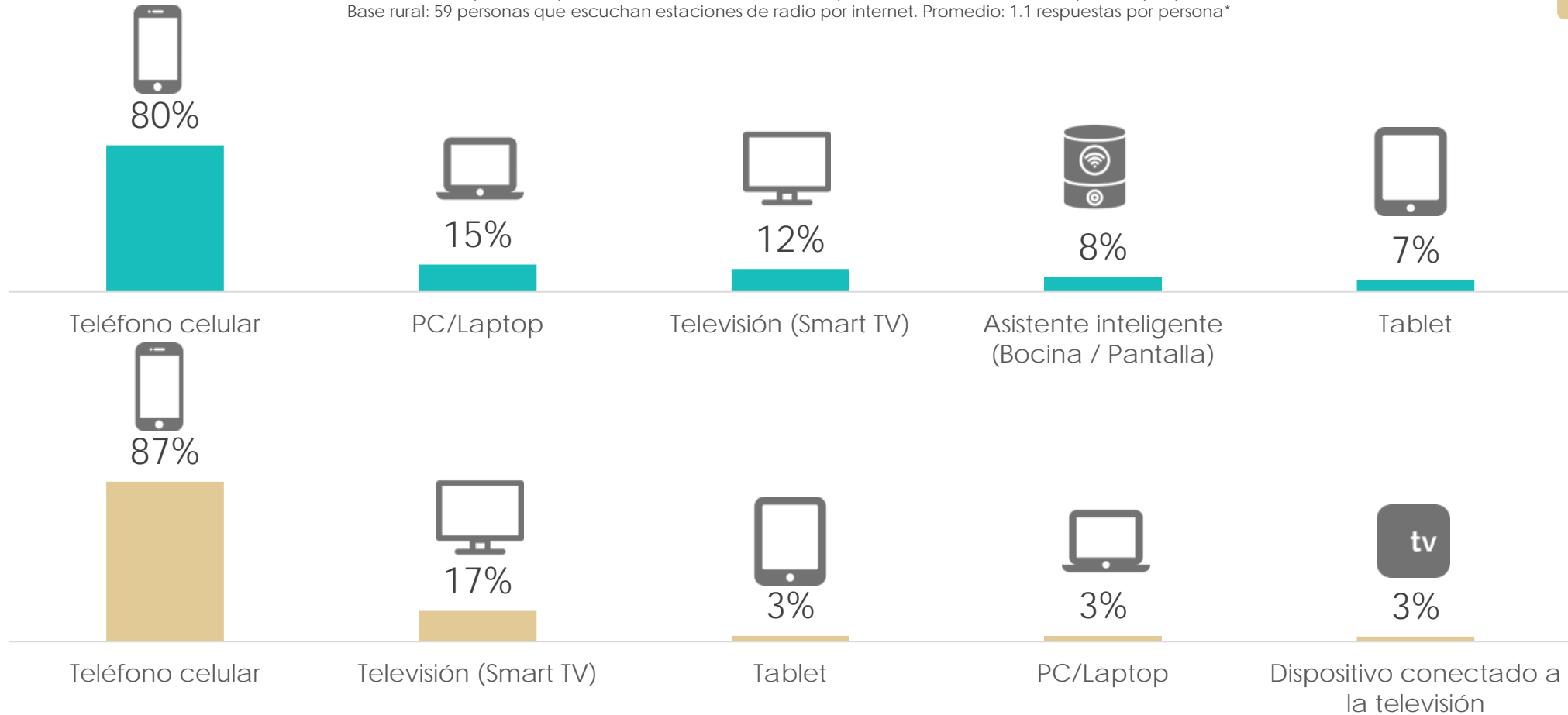
Consumo de radio por internet

Dispositivos más utilizados para escuchar radio por internet**

Base urbano: 207 personas que escuchan estaciones de radio por internet. Promedio: 1.3 respuestas por persona*
Base rural: 59 personas que escuchan estaciones de radio por internet. Promedio: 1.1 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

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



Consumo de radio por internet

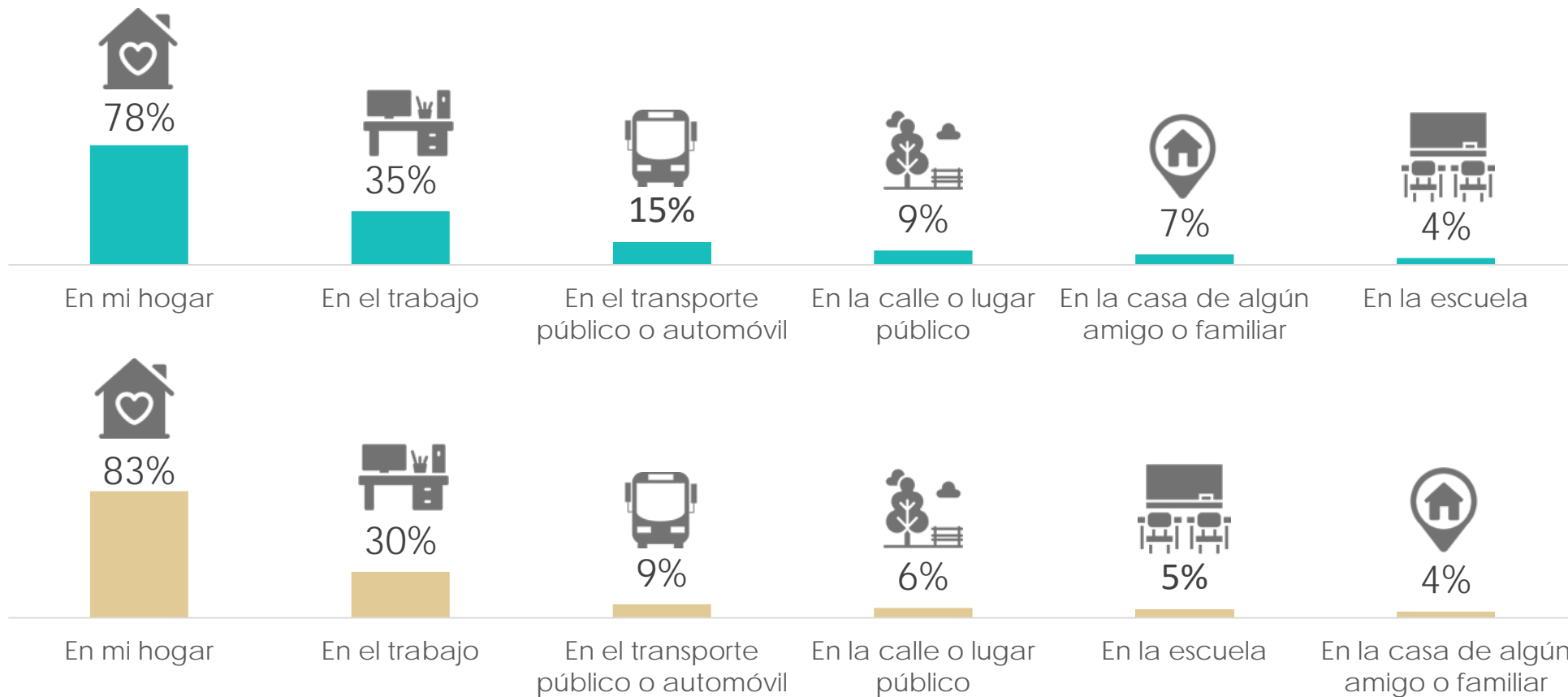
Lugares donde escuchan radio por internet**

Base urbano: 207 personas escuchan radio por internet. Promedio: 1.5 respuestas por persona*

Base rural: 59 personas escuchan radio por internet. Promedio: 1.4 respuestas por persona*

Urbano

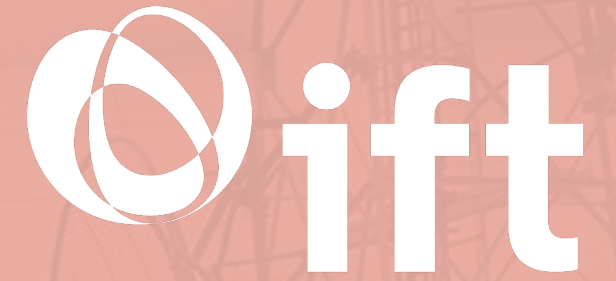
Rural



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de música o contenidos por Internet

Consumo de música o contenidos por internet

Urbano
Rural



63% **54%**

de las personas escuchan música o contenidos por internet

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

26% **14%**

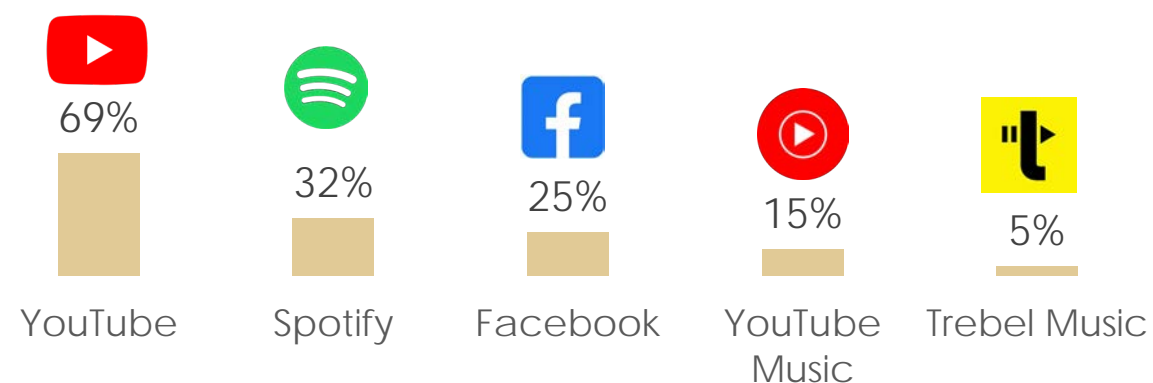
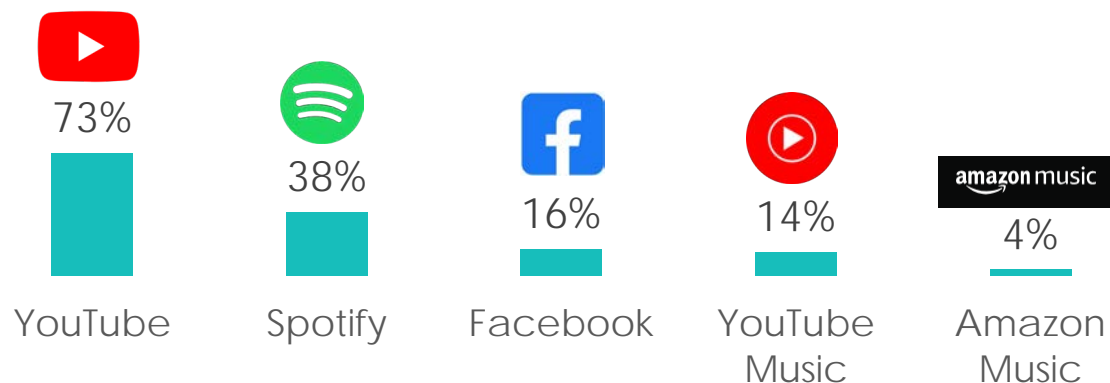
utilizan una página o aplicación de paga

Base urbano: 3,876 personas que escuchan música o contenidos por internet
Base rural: 1,418 personas que escuchan música o contenidos por internet



Plataformas más utilizadas para escuchar música o contenidos en internet**

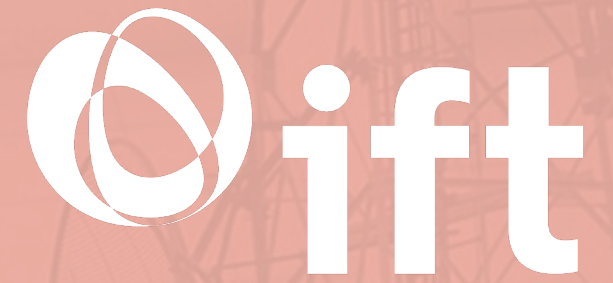
Base urbano: 3,876 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.5 respuestas por persona*
Base rural: 1,418 personas que consumen contenidos por internet. Promedio: 1.5 respuestas por persona*



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

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





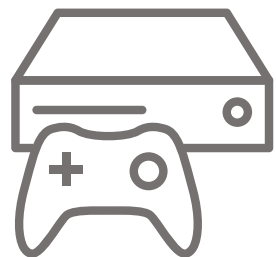
INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Consumo de videojuegos

Consumo de videojuegos

Urbano

Rural



26% **20%**

de las personas juegan videojuegos

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



57%

55%

Juegan videojuegos en línea

Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos
Base rural: 470 personas que juegan videojuegos



2.2
2.0

horas en promedio juegan videojuegos al día

Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos
Base rural: 470 personas que juegan videojuegos



88%

87%

Juegan o interactúan con otras personas en línea

Base urbano: 857 personas que juegan videojuegos en línea
Base rural: 250 personas que juegan videojuegos en línea



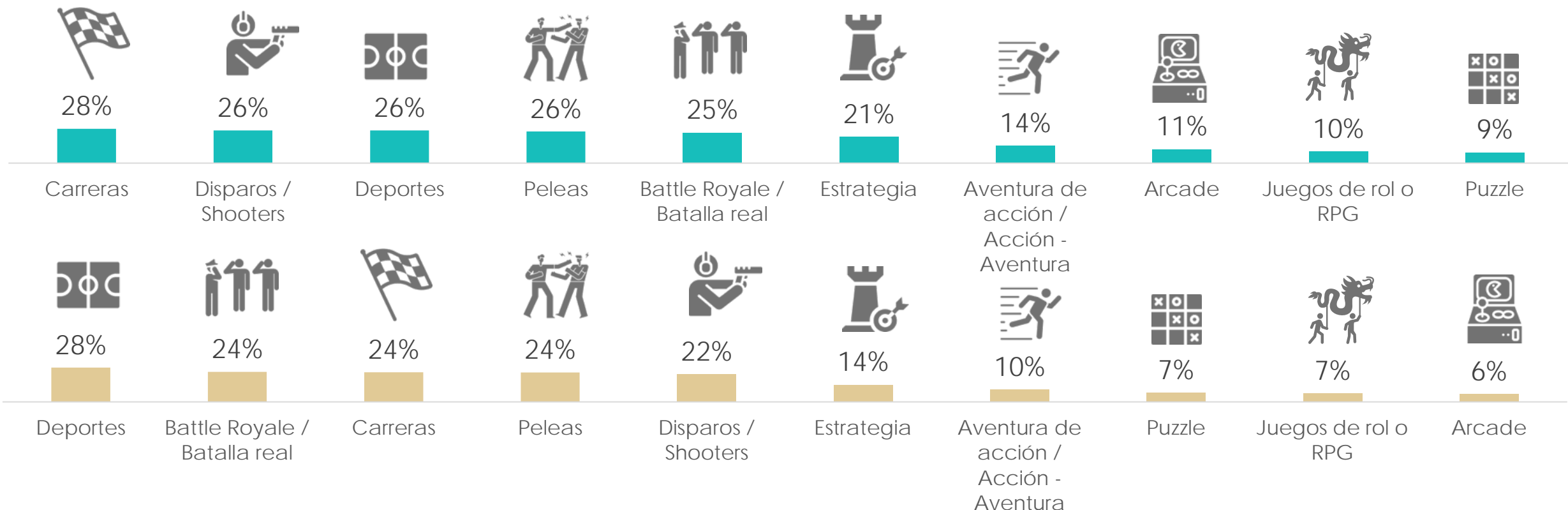
Consumo de videojuegos

Tipo de videojuegos que juegan con mayor frecuencia**

Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos. Promedio: 2.2 respuestas por persona*
 Base rural: 470 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.8 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

**Solo se muestran respuestas de tipos de videojuegos con las mayores frecuencias



Consumo de videojuegos

Horario en el que acostumbran jugar videojuegos

Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos
Base rural: 470 personas que juegan videojuegos

Urbano

Rural

Mañana
(6:00-12:00)



Tarde
(12:00-18:00)



Noche
(18:00-00:00)



Madrugada
(00:00-06:00)



No juego



Lunes a viernes

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.2*
Promedio de respuestas por persona rural: 1.2*

13%

49%

45%

8%

3%

19%

55%

42%

4%

2%

Sábado a domingo

Promedio de respuestas por persona urbana: 1.2*
Promedio de respuestas por persona rural: 1.2*

14%

46%

40%

10%

12%

18%

51%

36%

5%

9%

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



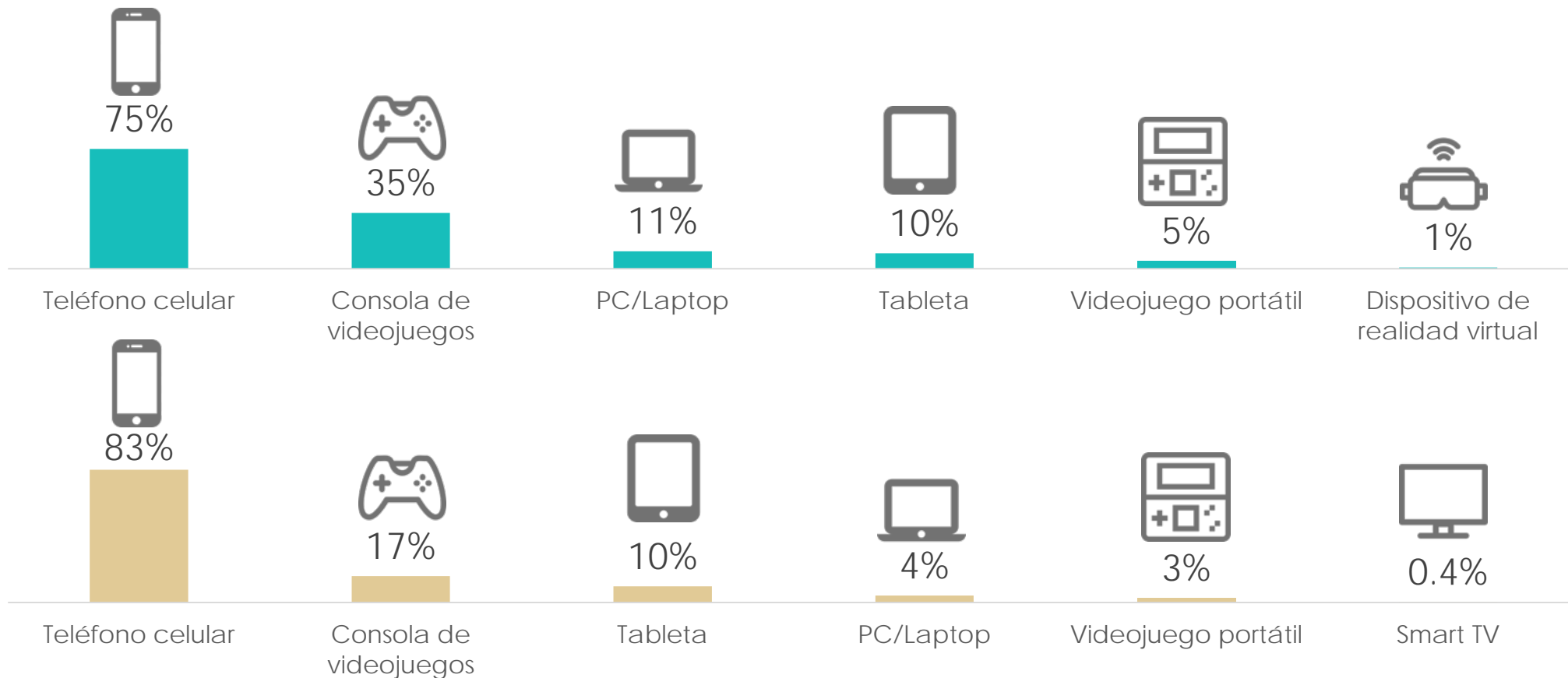
Consumo de videojuegos

Dispositivos más utilizados para jugar videojuegos**

Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.4 respuestas por persona*
Base rural: 470 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.2 respuestas por persona*

Urbano

Rural



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

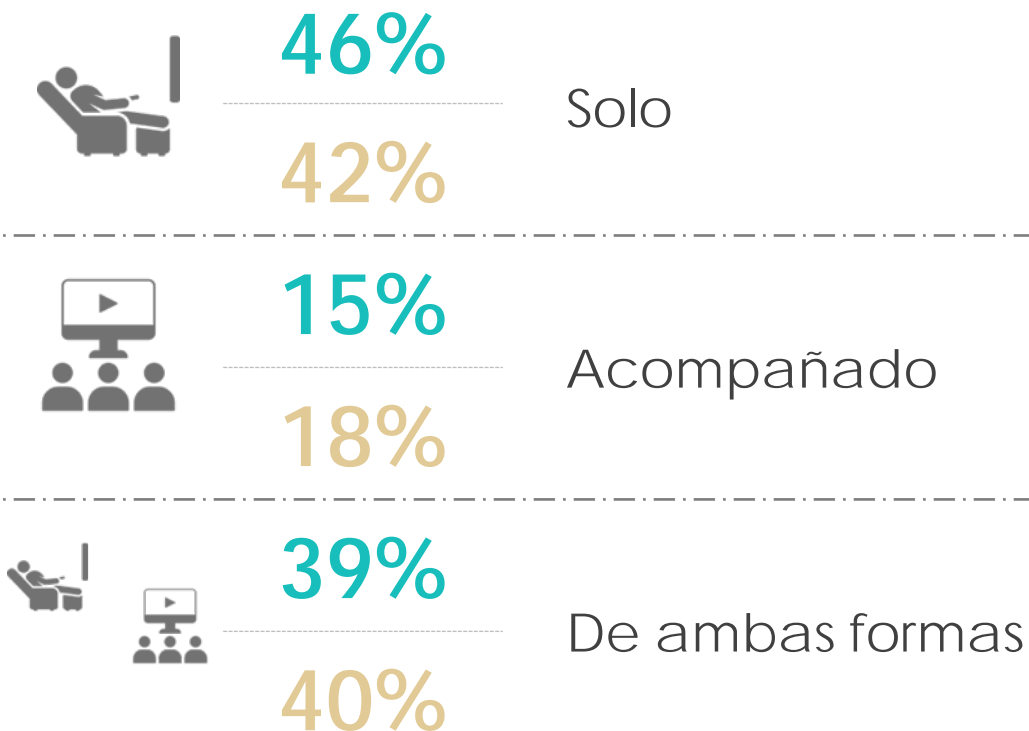
**Solo se muestran respuestas de dispositivos con las mayores frecuencias.



Consumo de videojuegos

¿Con quién juegan videojuegos?

Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos
Base rural: 470 personas que juegan videojuegos



Lugares donde juegan videojuegos**

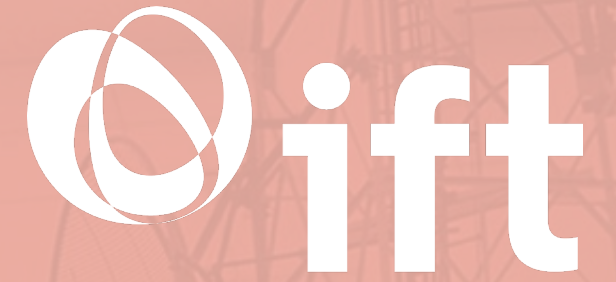
Base urbano: 1,522 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.3 respuestas por persona*
Base rural: 470 personas que juegan videojuegos. Promedio: 1.3 respuestas por persona*



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

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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES


Consumo simultáneo de medios

Consumo simultáneo de medios

¿Cuáles de los medios que usted consume regularmente utiliza al mismo tiempo?

Urbano
Rural


 **24%** **15%**

 **2%** **1%**


 **10%** **7%**

 **4%** **3%**

 **7%** **5%**

 **1%** **0%**

 **4%** **5%**

 **1%** **0%**

 **4%** **2%**

 **1%** **0%**

 **1%** **1%**

NO CONSUME DE MANERA SIMULTÁNEA **58%** **70%**

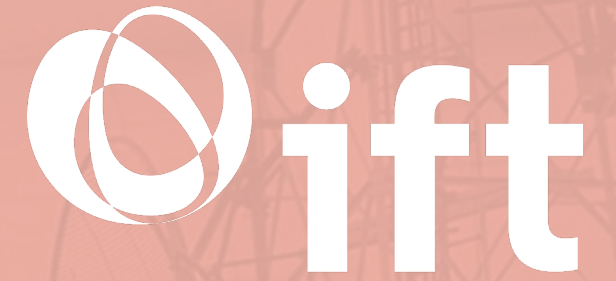
 
Televisión abierta / paga Radio

 
Internet Videojuegos

Base urbano: 6,125 personas
Base rural: 2,625 personas
Promedio urbano: 1.2 respuestas por persona*
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

Accesibilidad y discapacidad



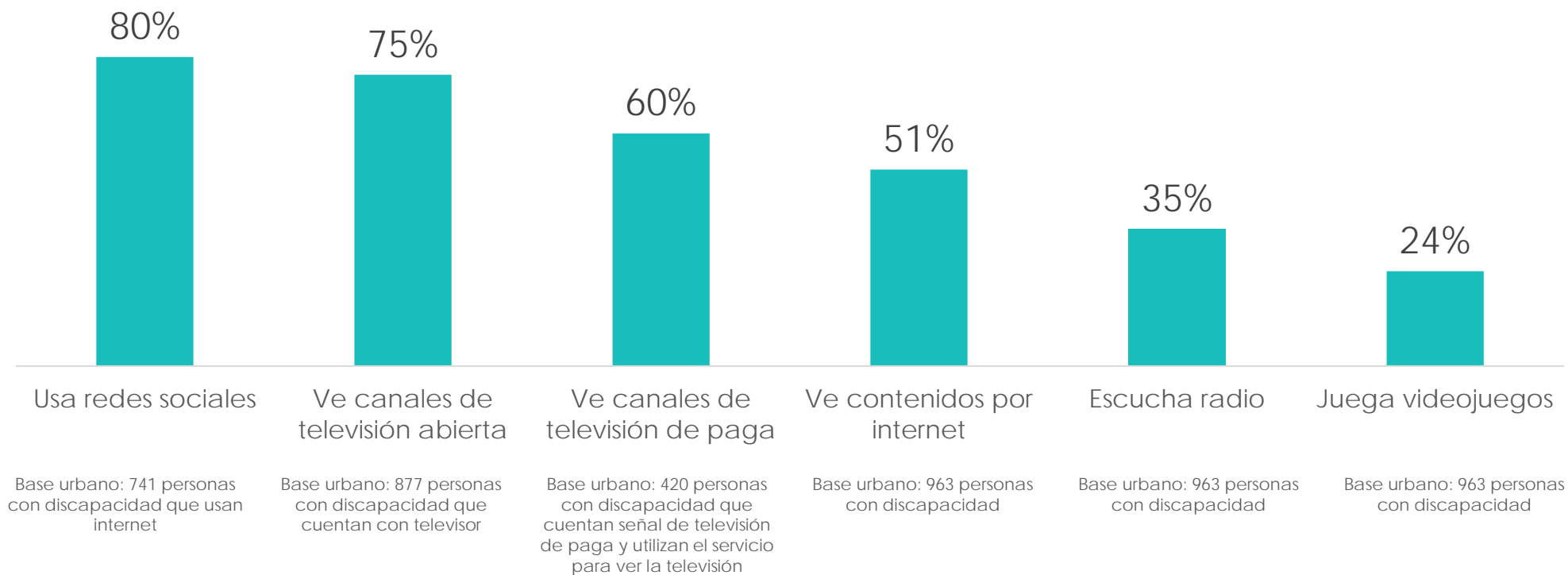
16%

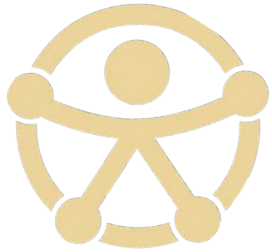
Reconoce tener alguna discapacidad

Base urbano: 6,125 personas

Consumo de las personas que reconocen tener alguna discapacidad

Urbano





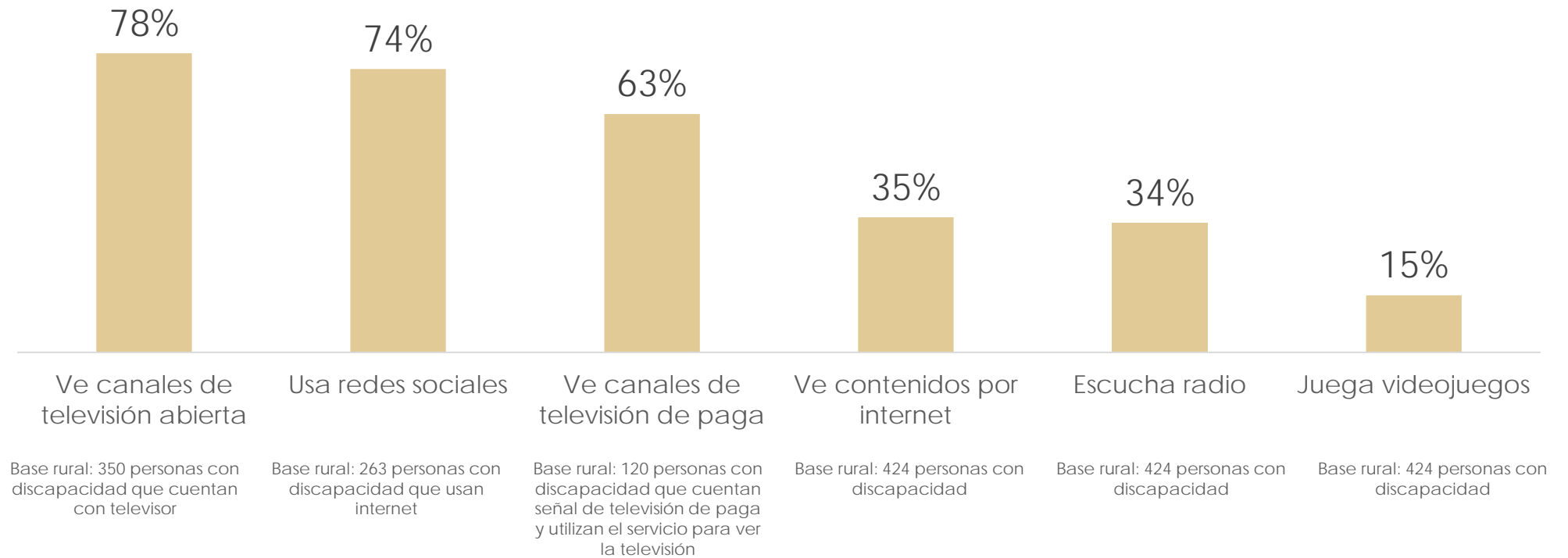
17%

Reconoce tener alguna discapacidad

Base rural: 2,625 personas

Consumo de las personas que reconocen tener alguna discapacidad

Rural



Personas que han visto o escuchado contenidos sobre discapacidad e inclusión

Urbano

Mecanismos de accesibilidad y/o herramientas de apoyo que ha utilizado*

Medio	% de personas	Lengua de señas mexicana	Subtitulaje oculto (closed caption)	Audio descripción	Ninguno
<p>Televisión abierta Base urbano: 3,498 personas mayores de 15 años que ven canales de televisión abierta</p>	44%	26%	15%	11%	54%
<p>Televisión de paga Base urbano: 1,535 personas mayores de 15 años que ven canales de televisión de paga</p>	46%	25%	26%	14%	45%
<p>Contenidos por internet Base urbano: 2,839 personas mayores de 15 años que consumen contenidos por internet</p>	41%	22%	26%	16%	47%
<p>Consumo de videojuegos Base urbano: 884 personas mayores de 15 años que juegan videojuegos</p>	--	4%	22%	20%	59%

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



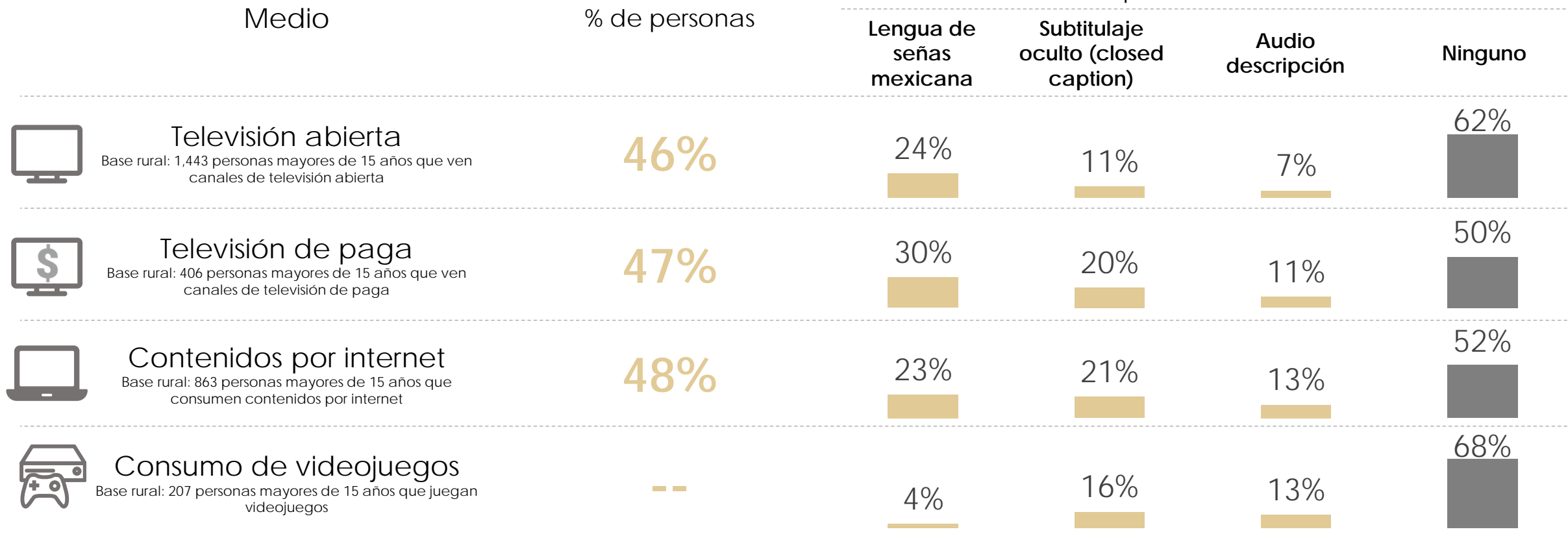
Personas que han visto o escuchado contenidos sobre discapacidad e inclusión

Rural

Mecanismos de accesibilidad y/o herramientas de apoyo que ha utilizado*

Medio

% de personas



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





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES