

PERSPECTIVAS REGULATORIAS EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL

6 de Septiembre
BB Media Day

Total personas

2018

Share

**Otras señales
y dispositivos**

18.99%

Rating

2.81%

Permanencia

1 h 42 min

TV de paga
28.14%



TV abierta
52.87%

Fuente: Nielsen IBOPE México

Total personas

2023

Share

Otras señales y dispositivos

18.99%

30.86% ↑

Rating

2.81%

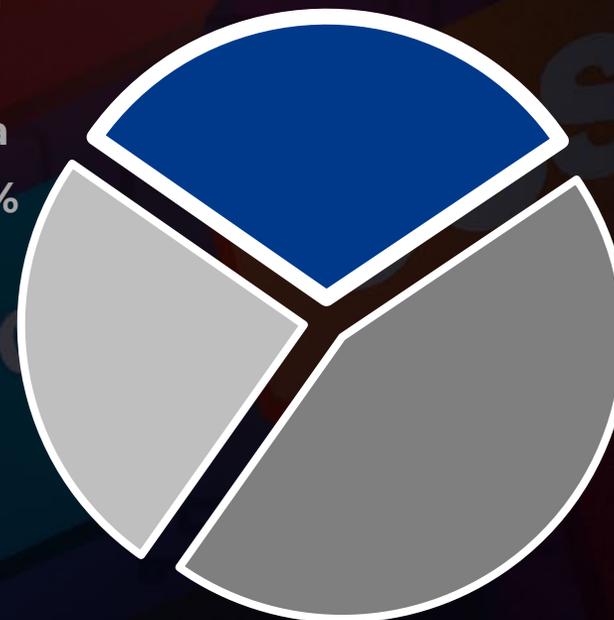
4.70% ↑

Permanencia

1 h 42 min

2 h 33 min ↑

TV de paga
24.93%



TV abierta
44.21%

Fuente: Nielsen IBOPE México

Niñas y niños 4-12 años

2018

Share

Otras señales
y dispositivos

23.19%

Rating

3.50%

Permanencia

1 h 57 min

TV de paga
29.53%



TV abierta
47.28%

Fuente: Nielsen IBOPE México

Niñas y niños 4-12 años

2023

Share

Otras señales y dispositivos

23.19%

36.61% ↑

Rating

3.50%

5.32% ↑

Permanencia

1 h 57 min

2 h 45 min ↑

TV de paga

28.71%



TV abierta

34.68%

Fuente: Nielsen IBOPE México

Penetración de Internet

Fijo

2018

53

Móvil

2018

71

Fuente: Banco de información en Telecomunicaciones (BIT) del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Información en accesos por cada 100 hogares

Penetración de Internet

Fijo

2022

2018
53

70



Móvil

2022

2018
71

87



Fuente: Banco de información en Telecomunicaciones (BIT) del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Información en accesos por cada 100 hogares

Internet y Redes Sociales

Nacional

2018

Uso de internet

64%

Uso de redes sociales

84%

Consumo de contenidos por internet

46%

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones

Internet y Redes Sociales

Nacional

2022

Uso de internet

64%

75% 

Uso de redes sociales

84%

84% 

Consumo de contenidos por internet

46%

53% 

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones

Internet y Redes Sociales

Niñas y niños

2018

Uso de internet

67%

Uso de redes sociales

38%

Consumo de contenidos por internet

53%

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones

Internet y Redes Sociales

Niñas y niños

2022

Uso de internet

67%

82%



Uso de redes sociales

38%

69%



Consumo de contenidos por internet

53%

65%



Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones

Uso de plataformas

Suscripción (SVOD)



Gratuitas (AVOD)

2018 → 85%



2018 → 33%

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones

Uso de plataformas

Suscripción (SVOD)

Gratuitas (AVOD)

2022

2018
33%

↑ 50%



2022

2018
85%

↓ 78%

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones

Contenidos más vistos en internet

Películas

Series

Videos
musicales

Tutoriales

Documentales

Deportes



64%

47%

25%

20%

17%

17%

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA) del Instituto Federal de Telecomunicaciones



streaming con publicidad es la nueva televisión por cable?

ciones televisivas se detienen y Netflix, Amazon, Disney+ y Max apuestan fuerte por los modelos con publicidad. El resultado de todo este alboroto que todo lo viejo vuelva a ser nuevo.

Isabella Simonetti de The Wall Street Journal y Joe Flint de The Wall Street Journal 25 AGO 2023 11:50 AM Tiempo de lectura: 5 minutos

Warner Bros. Discovery añade el servicio de noticias en directo de CNN a la plataforma de streaming Max

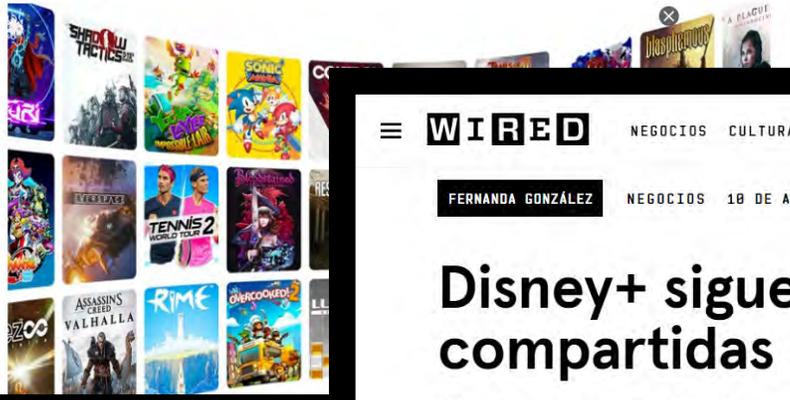
CNN Max estará disponible para los suscriptores de Max en EE.UU. a

LARAZON 25

Tecnología

Mirando al futuro: ¿Puede el streaming de juegos reemplazar a las consolas?

La tecnología streaming, intuitiva y de fácil acceso, permite jugar online sin necesidad de descargar ni preocuparse por tener una u otra consola, todo directamente desde la nube.



FERNANDA GONZÁLEZ NEGOCIOS 18 DE AGOSTO DE 2023

Disney+ sigue los pasos de Netflix: va por contraseñas compartidas

Disney replicará la estrategia con la Netflix ganó 5.9 millones de nuevos suscriptores durante los tres primeros meses de 2023.

Los usuarios de Netflix utilizarán su celular como mando para los juegos en televisión, mientras que en computadora se usará teclado y mouse.

de
subirán
para fin de

Escenario actual

En el 2T 2023 el consumo de otras señales y dispositivos, representó el **31% del consumo televisivo** en las audiencias mexicanas, lo que significó un **incremento de 12 puntos porcentuales** en su participación desde 2018.

El consumo de estas señales **ha incrementado** con una destacada presencia de **audiencias jóvenes**.

Escenario actual

El consumo de contenidos por internet a **nivel nacional** mostró un aumento considerable, a razón de ello la **oferta** de este tipo de contenidos en el país ha incrementado.

El total de **títulos únicos** en los catálogos de las plataformas OTT aumentó pues **la oferta de películas se quintuplicó** y **se cuadruplicó** la oferta de series.

Escenario actual

El uso de plataformas registró un **aumento**; respecto a los servicios **SVOD**, estos mostraron una **tendencia de crecimiento mayor**, mientras que el uso de los servicios gratuitos **AVOD** se mantuvieron estables.

Regulación en materia de servicios OTT de contenidos audiovisuales

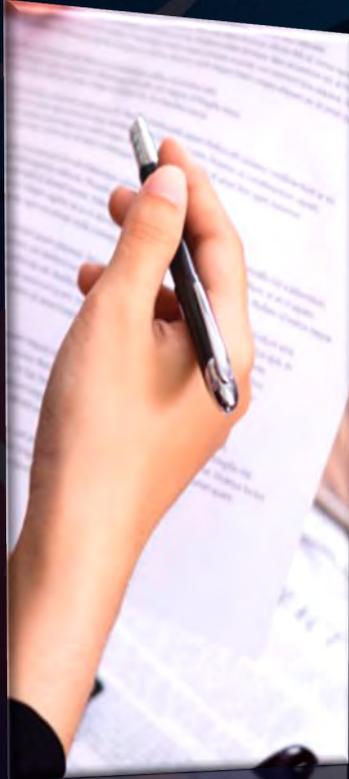


MATERIA FISCAL



PRODUCCIÓN NACIONAL

Desafíos de la regulación



Marco
jurídico



Necesidades de
las audiencias



Mecanismos de
regulación



Conocimiento del
mercado



Diálogo entre los
actores

70

AÑOS



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES