

# PERSPECTIVAS REGULATORIAS EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL

Septiembre 2023

**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%

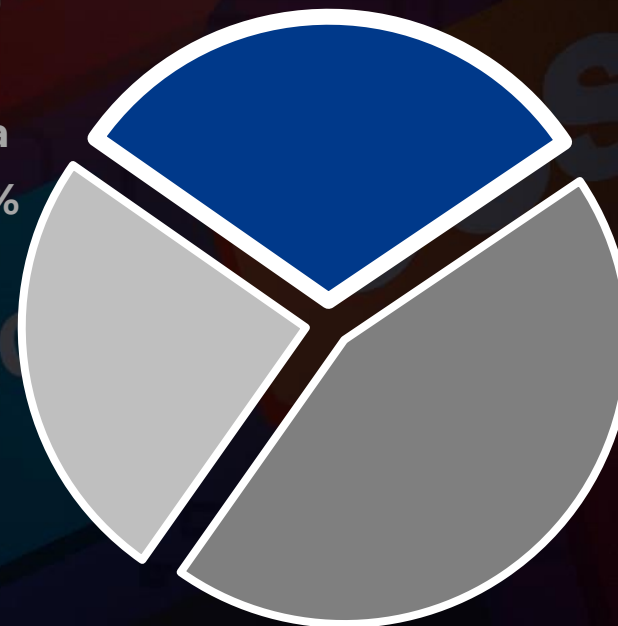
**4.70%** ↑

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

# Oferta de OTT en México

Total de plataformas

**2018** → 108



Títulos únicos

**2018**

**Películas**

**23,258**

**Series y eventos**

**6,274**

Fuente: BB Media



# Oferta de OTT en México

## Total de plataformas

**2023** ↑ **118**



## Títulos únicos

### Películas

2018  
23,258

↑ **121,613**

**2023**

### Series y eventos

2018  
6,274

↑ **27,898**

Fuente: BB Media



# Uso de plataformas

**Suscripción (SVOD)**



**2018 → 33%**

**Gratuitas (AVOD)**

**2018 → 85%**



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

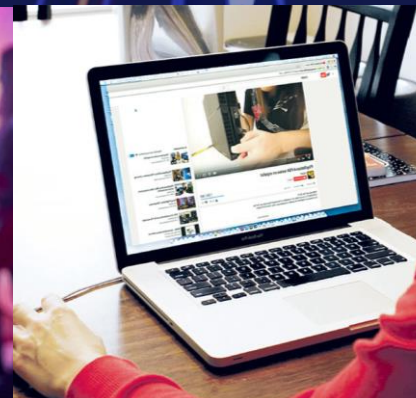
Series

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

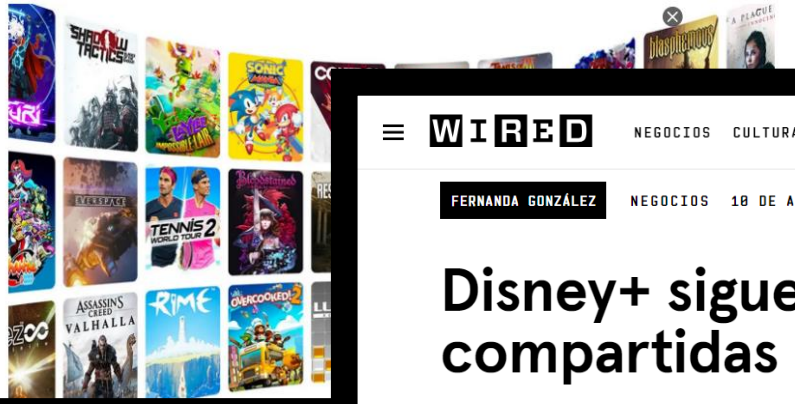
## de subirán para fin de

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.



W I R E D NEGOCIOS CULTURA GADGETS IDEAS CIENCIA MEDIO AMBIENTE SEGURIDAD

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.

## ANÁLISIS streaming barata

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

lacionario comienzan a ceder, las telefónicas y unidos aún ven una última subida de precios por las realizado.

# 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



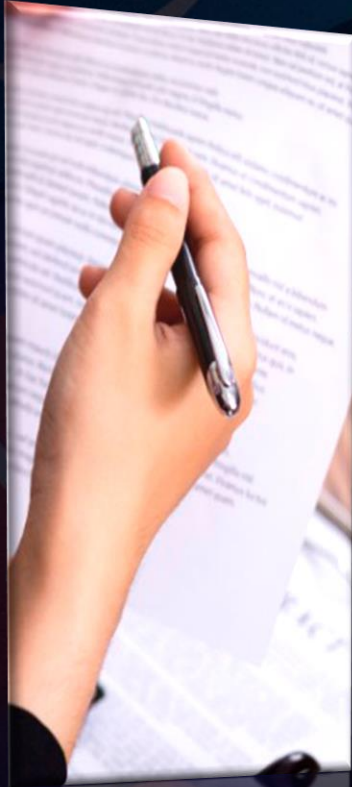
**MATERIA FISCAL**



**PRODUCCIÓN NACIONAL**



# Desafíos de la regulación



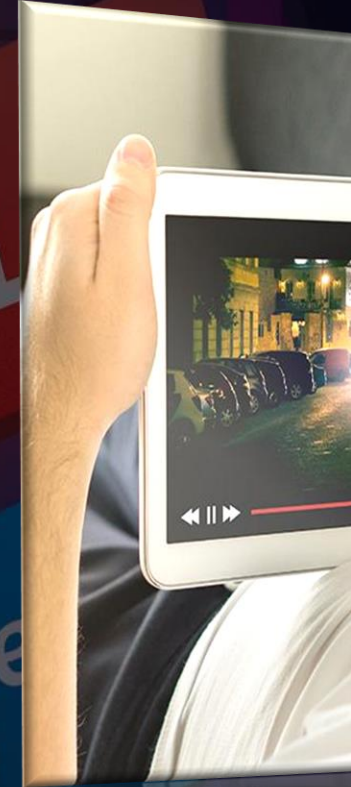
Marco  
jurídico



Necesidades de  
las audiencias



Mecanismos de  
regulación



Conocimiento del  
mercado



Diálogo entre los  
actores



70

AÑOS



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES