

# 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

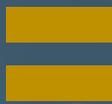
Uso de internet

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

acional Opinión Life and Style Obras

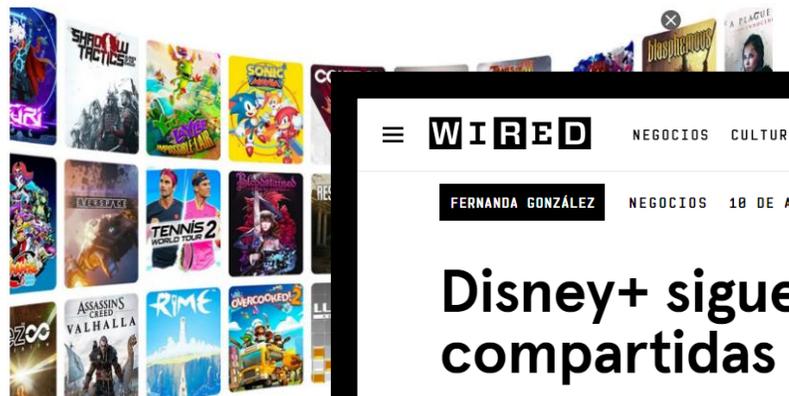
## de subirán para fin de

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.



Forbes agosto 7, 2023 @ 6

ca se unen

mas a una plataform

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.

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

## ANÁLISIS streaming barata

# 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

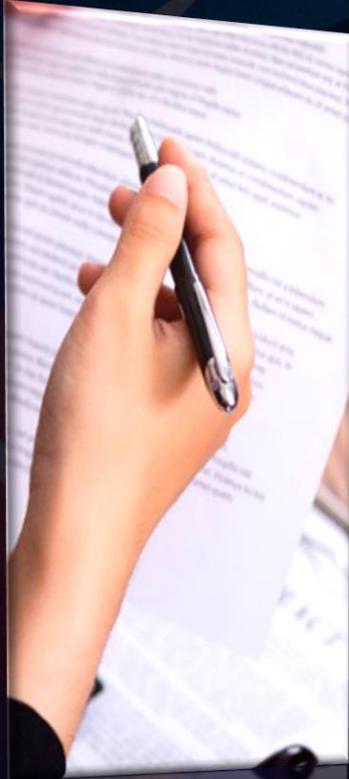


**MATERIA FISCAL**



**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