

Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales

Niñas y Niños



2019

Ficha Técnica.....	<u>03</u>
--------------------	-----------

Perfil.....	<u>04</u>
-------------	-----------

Resultados.....	<u>06</u>
-----------------	-----------



Metodología

Entrevistas cara a cara en hogares.

Público objetivo

Individuos de 7 a 11 años de edad, habitantes de la República Mexicana.



Levantamiento

El levantamiento se llevó a cabo del 24 de octubre del 2019 al 24 de noviembre del 2019 por parte de la empresa Planning Quant.

Tamaño de Muestra

901 casos finales

- ✓ URBANA: 598 casos
- ✓ RURAL: 303 casos

Cuestionario

Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 15 minutos de aplicación.

PERFIL

Natural

Base

Ponderada

Cénero

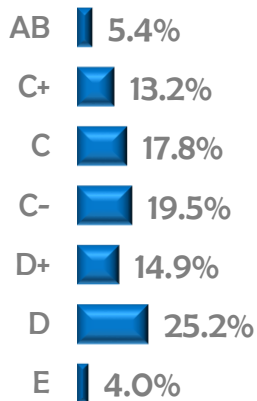


476

425



NSE



49

119

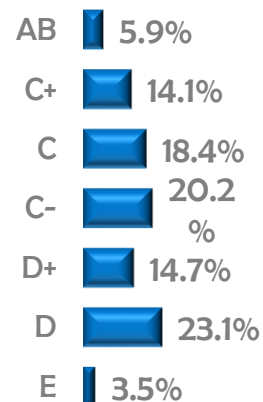
160

176

134

227

36



PERFIL

Natural

Base

Ponderada

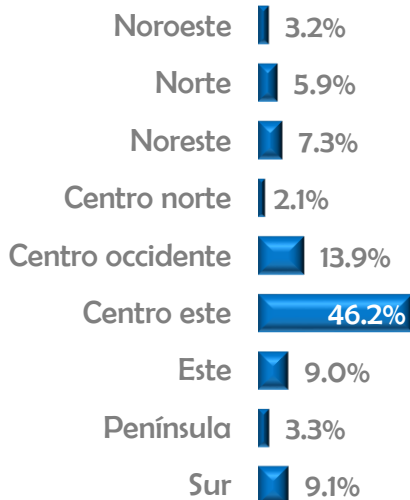
Ámbito



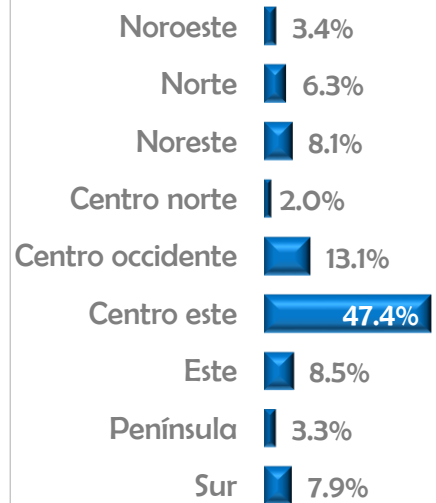
598
303



Zonas económicas



29
53
66
19
125
416
81
30
82



PRINCIPALES HALLAZGOS

77% de las niñas y niños entrevistados declararon **utilizar internet**, **8 puntos** porcentuales por encima de lo declarado en 2017.

35% de las niñas y niños en 2019 utilizan alguna red social, mientras que en 2017 la proporción era de **39%**.

El consumo de las niñas y niños en ha **disminuido en 2019** respecto a 2017 para la radio de 22% a 18% y la televisión de paga de 32% a 19%, respectivamente.

82% de las niñas y niños en 2019, que tienen televisor en su hogar, señalaron ver **canales de televisión abierta**, **10 puntos** porcentuales por encima de lo declarado en 2017.

60% de las niñas y niños declararon **consumir contenidos por internet** en 2019, mientras que en 2017 se alcanzó un **53%**

5 de cada 10 niñas y niños juegan **videojuegos**, resultado **similar** al observado en 2017.

Los **musicales** son el **tipo de programas de radio** que las niñas y niños escuchan con mayor frecuencia.

Las **caricaturas** son el tipo de contenido de **televisión abierta** que ve con mayor frecuencia, mientras que las **películas** lo son en la **televisión de paga**.



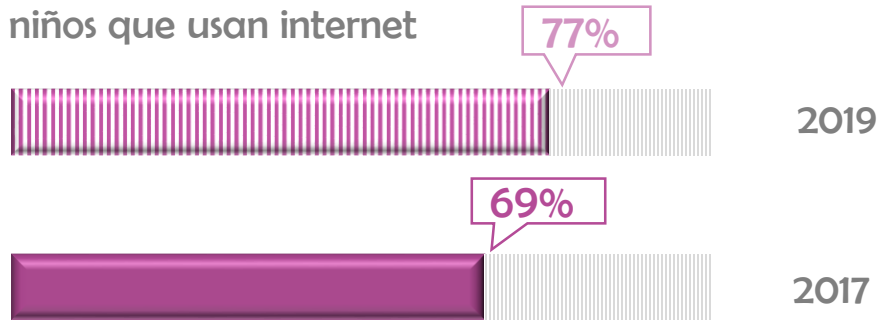
PRINCIPALES HALLAZGOS

- Las niñas y niños que consumen contenidos por internet ven con mayor frecuencia **películas, series y caricaturas**.
- Las **peleas/batallas/luchas y carreras** son el tipo de **videojuegos** que más juegan los niños.
- El **teléfono celular** es el **dispositivo** más utilizado por las niñas y niños para ver **contenidos por internet** y jugar **videojuegos**; y, el **tercero** utilizado para escuchar **radio**



USO DE INTERNET

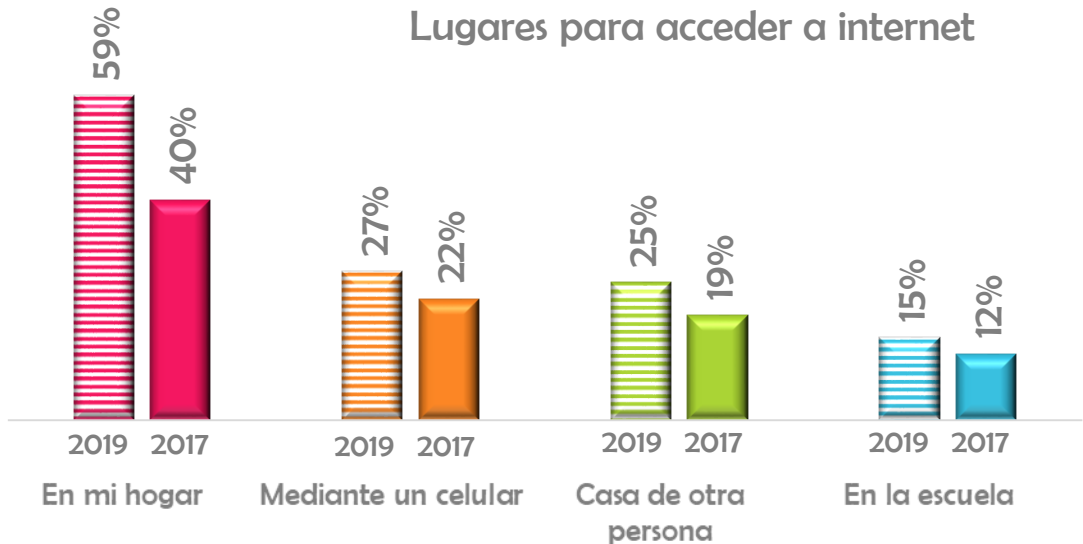
Niñas y niños que usan internet



Base 2019: 901 niñas y niños
Base 2017: 639 niñas y niños



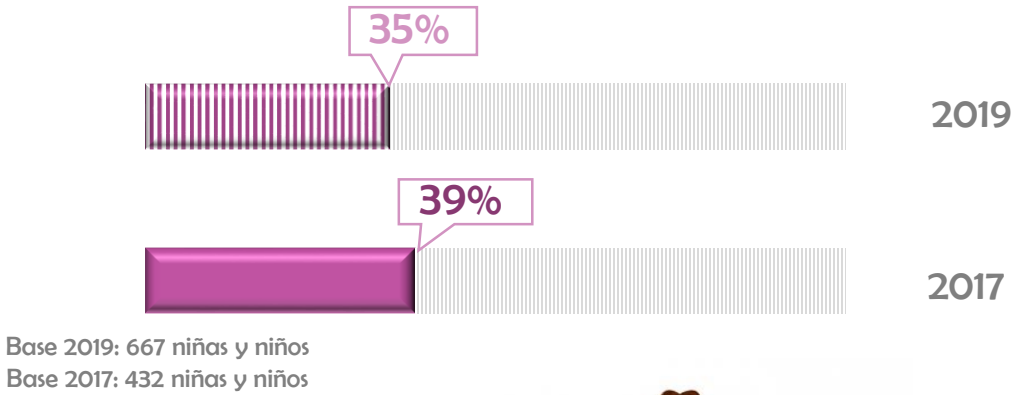
Lugares para acceder a internet



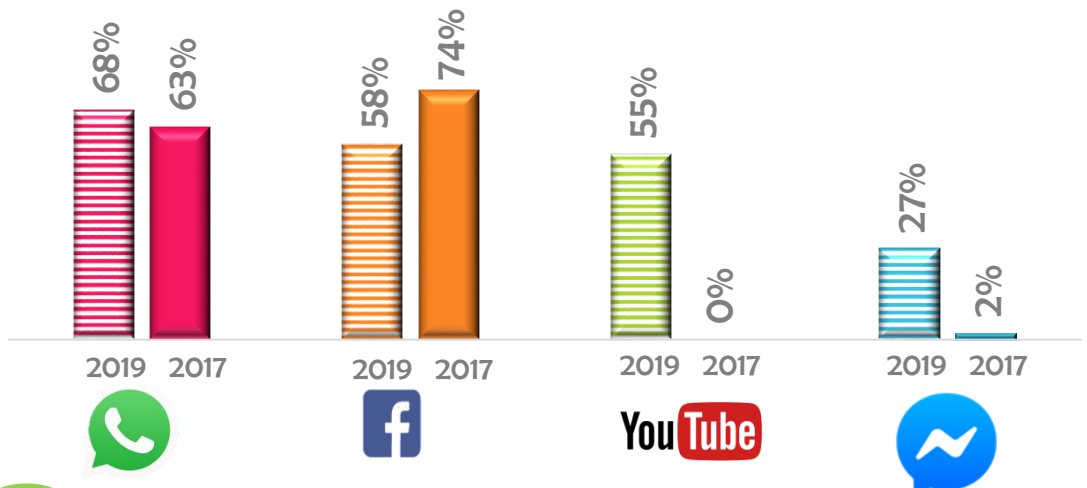
Base 2019: 667 niñas y niños
Base 2017: 432 niñas y niños

REDES SOCIALES

Niñas y niños que usan redes sociales



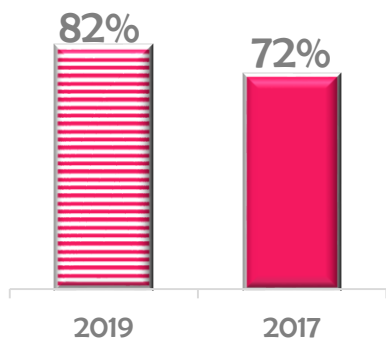
Redes sociales y mensajería instantánea



Base 2019: 234 niñas y niños
Base 2017: 164 niñas y niños

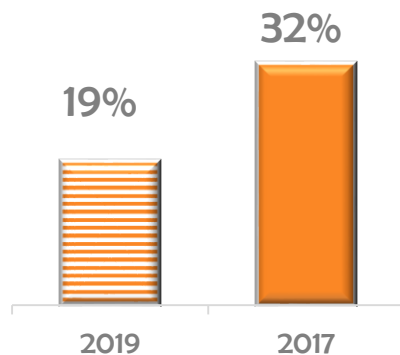
CONSUMO TRADICIONAL

Televisión abierta



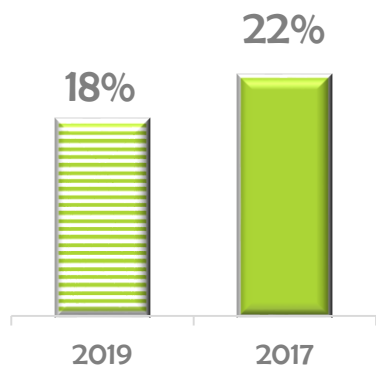
Base 2019: 870 niñas y niños que tienen televisor
Base 2017: 606 niñas y niños que tienen televisor

Televisión de paga



Base 2019: 398 niñas y niños con televisión de paga en su hogar
Base 2017: 286 niñas y niños con televisión de paga en su hogar

Radio

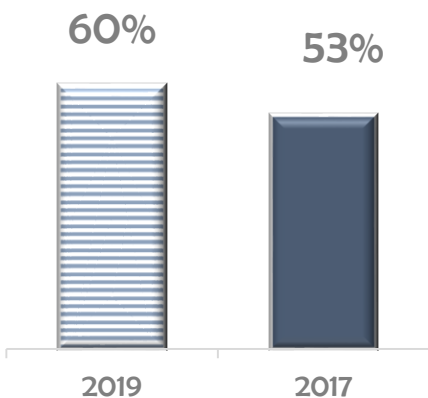


Base 2019: 901 niñas y niños
Base 2017: 639 niñas y niños



CONSUMO OTROS MEDIOS

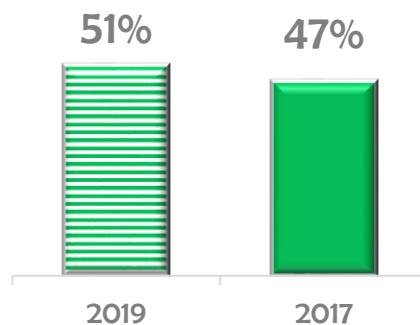
Contenidos por internet



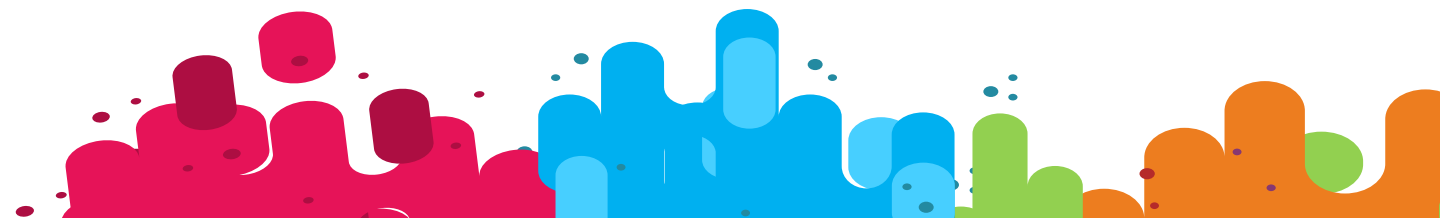
Base 2019: 901 niñas y niños
Base 2017: 639 niñas y niños



Videojuegos



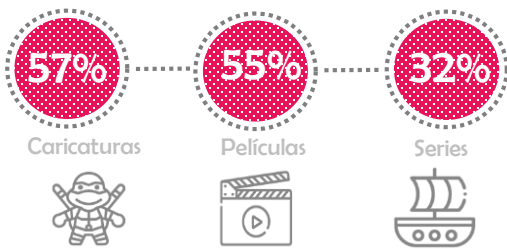
Base 2019: 901 niñas y niños
Base 2017: 639 niñas y niños



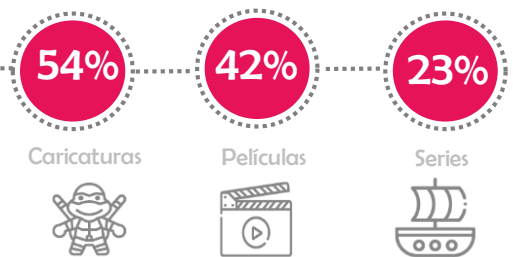
Tipo de programas que ven y escuchan con mayor frecuencia

Televisión abierta

2019



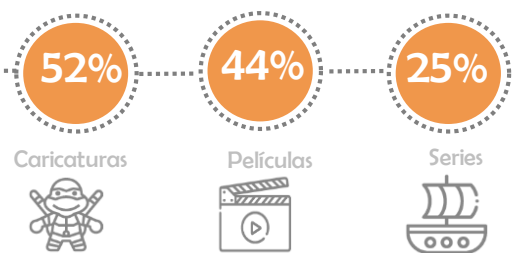
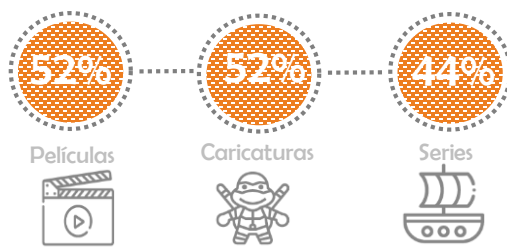
2017



Base 2019: 713 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Base 2017: 435 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

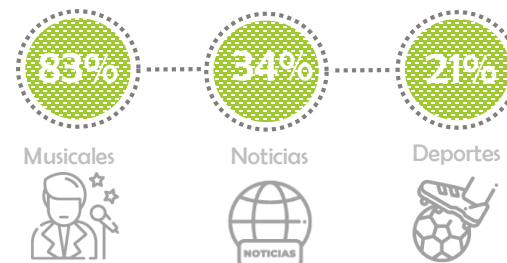
Televisión de paga



Base 2019: 297 niñas y niños que ven canales exclusivos de televisión de paga

Base 2017: 238 niñas y niños que ven canales exclusivos de televisión de paga

Radio



Base 2019: 164 niñas y niños que escuchan radio

Base 2017: 141 niñas y niños que escuchan radio



Las niñas y niños de México ven con mayor frecuencia cierto tipo de contenidos

2019

2017

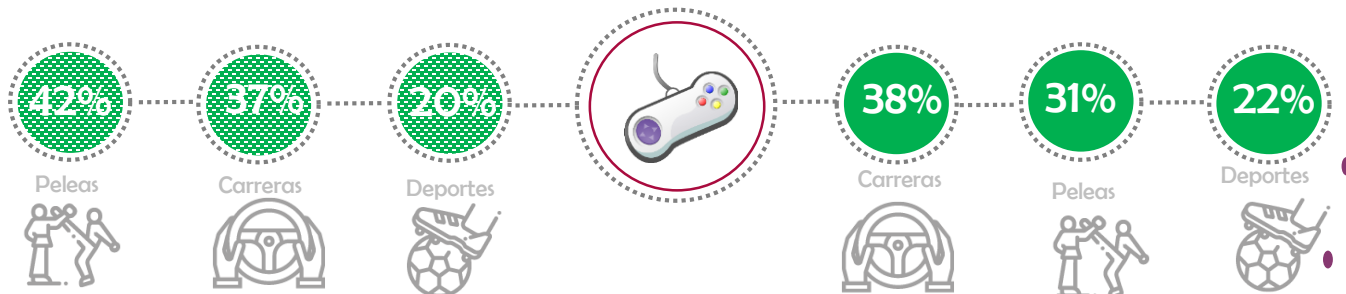
Contenidos por internet



Base 2019: 518 niñas y niños que ven contenidos por internet

Base 2017: 334 niñas y niños que ven contenidos por internet

Videojuegos



Base 2019: 448 niñas y niños que juegan videojuegos

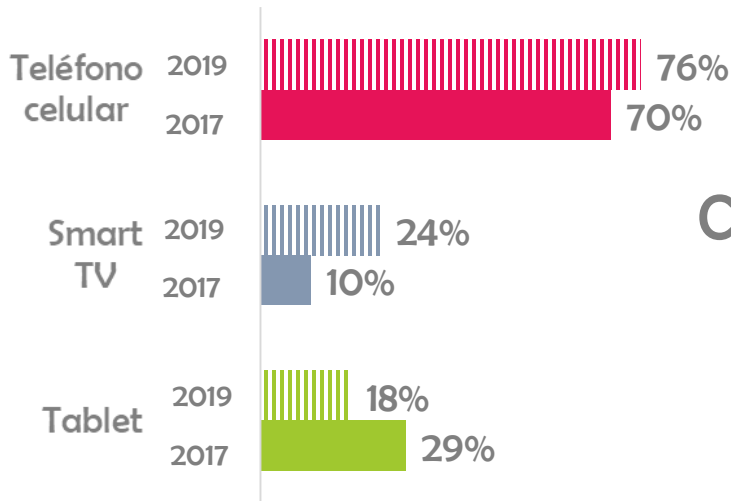
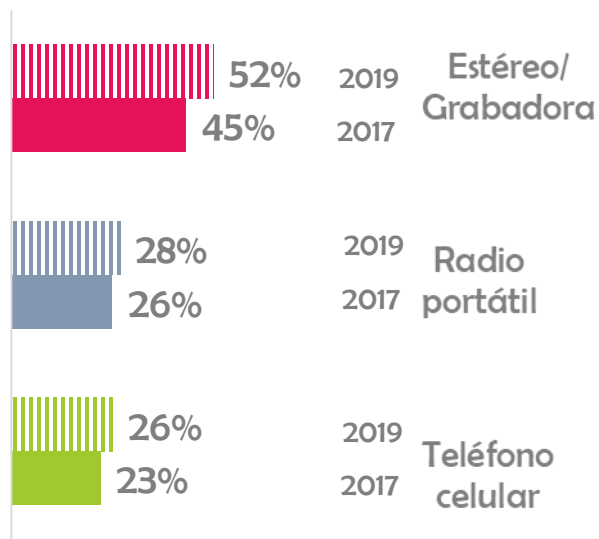
Base 2017: 307 niñas y niños que juegan videojuegos



Dispositivos

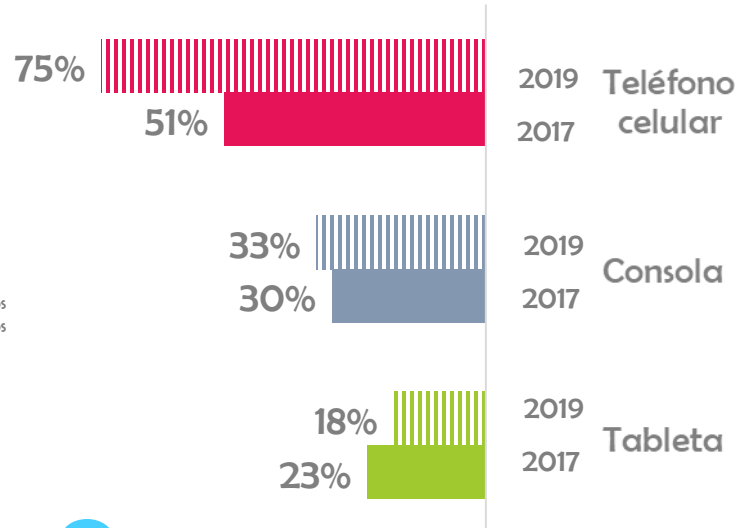
Radio

Base 2019: 164 niñas y niños que escuchan radio
Base 2017: 2,464 niñas y niños que escuchan radio



Contenidos por internet

Base 2019: 518 niñas y niños que ven contenidos por internet
Base 2017: 334 niñas y niños que ven contenidos por internet



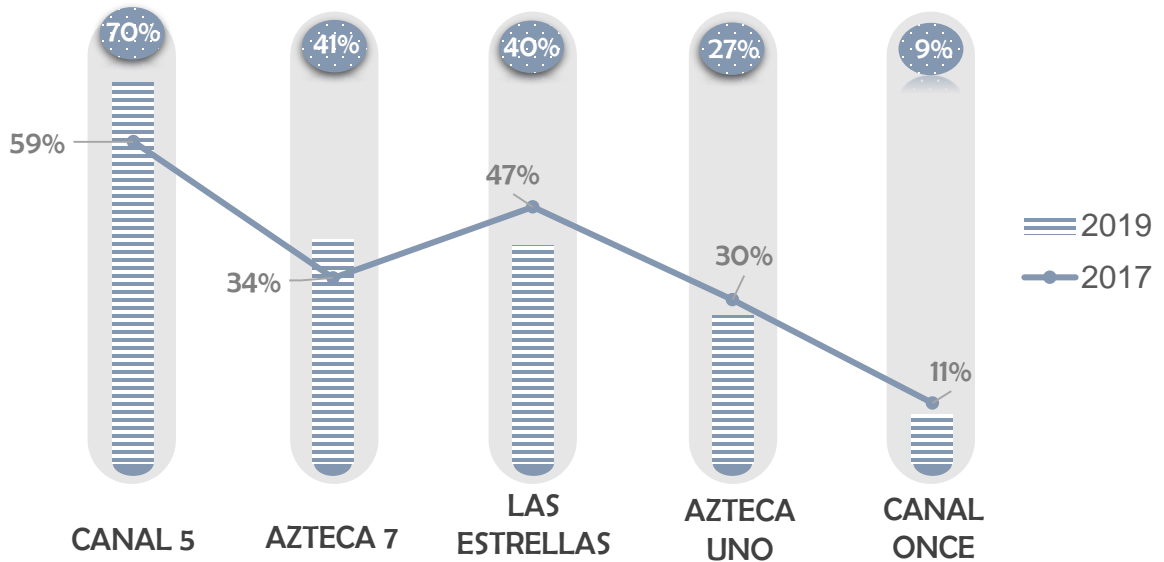
Videojuegos

Base 2019: 448 niñas y niños que juegan videojuegos
Base 2017: 307 niñas y niños que juegan videojuegos



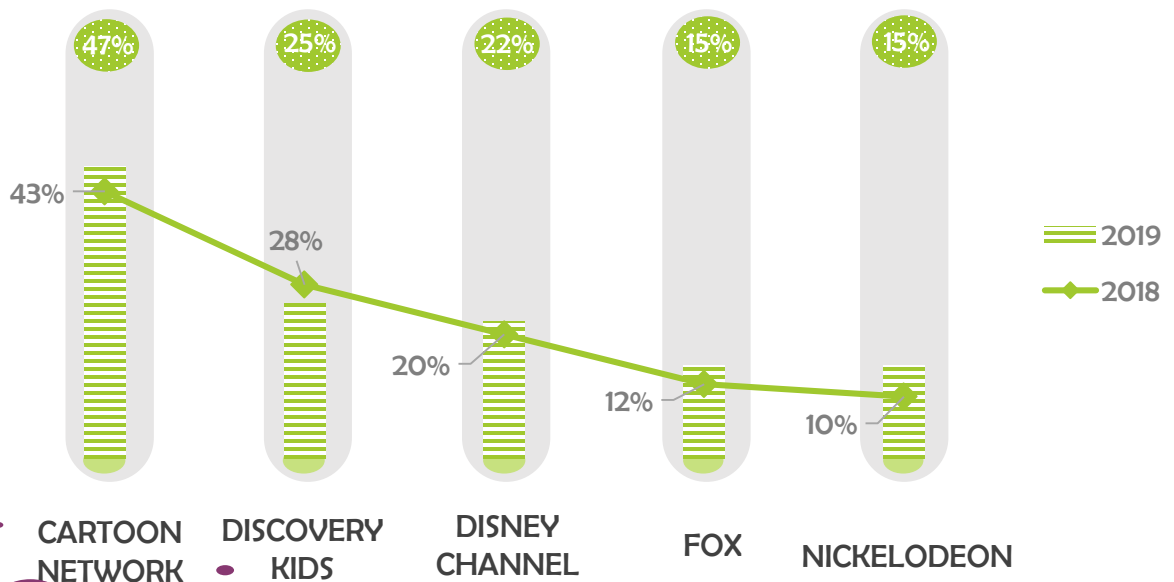
CONSUMO TELEVISIÓN

Canales de televisión abierta que ven con mayor frecuencia



Base 2019: 713 niñas y niños que ven canales de televisión abierta
Base 2017: 435 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

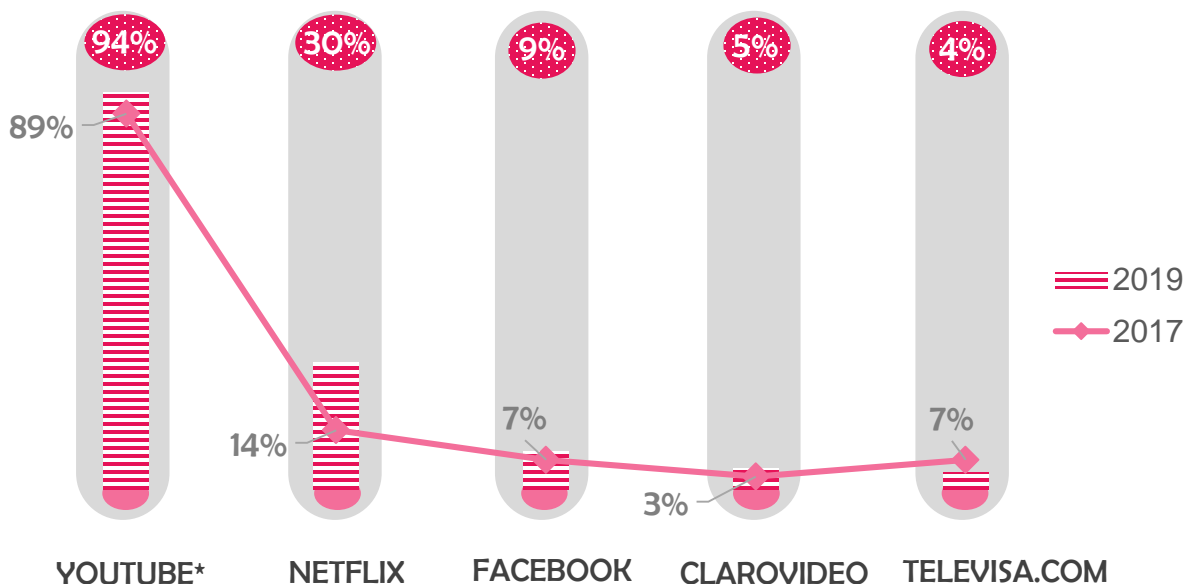
Canales exclusivos de televisión de paga que ven con mayor frecuencia



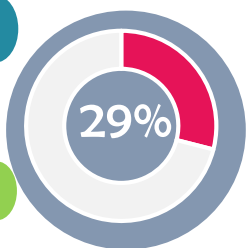
Base 2019: 297 niñas y niños que ven exclusivamente canales de televisión de paga
Base 2018: 238 niñas y niños que ven exclusivamente canales de televisión de paga

PLATAFORMAS

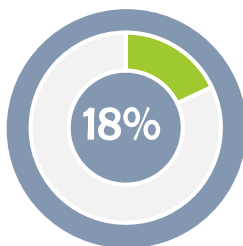
Plataformas más utilizadas para ver contenidos en internet



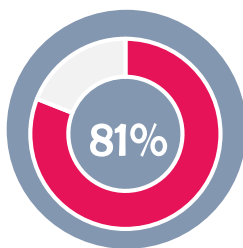
Base 2019: 518 niñas y niños que consumen contenidos por internet
 Base 2017: 334 niñas y niños que consumen contenidos por internet
 Youtube* incluye Youtube, Youtube Kids, Youtube Red, según corresponda



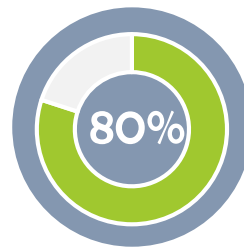
Plataformas que requieren pago



2019
 2017



Plataformas que NO requieren pago



Base 2019: 518 niñas y niños que consumen contenidos por internet
 Base 2017: 334 niñas y niños que consumen contenidos por internet
 Youtube* incluye Youtube, Youtube Kids, Youtube Red, según corresponda

Horarios

Lunes a viernes

Sábado y domingo

Los horarios en que mayormente consumen por algún medio



Base televisión abierta: 713 niñas y niños que ven canales de televisión abierta

Base televisión de paga: 297 niñas y niños que ven exclusivamente canales de televisión de paga

Base radio: 164 niñas y niños que escuchan radio

Base contenidos por internet: 518 niñas y niños que consumen contenidos por internet

Base videojuegos: 448 niñas y niños que juegan videojuegos