

# Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2015

**Conocer el hábito de consumo de contenidos audiovisuales de las audiencias de radio y televisión, así como la demanda de dichos contenidos en internet.**



**Ficha técnica**

**4**



**Resultados nacionales**

**8**



**Niñas y niños**

**29**



**Rural / Urbano**

**42**

## Metodología

Entrevistas cara a cara a través de dispositivos electrónicos.

## Público Objetivo

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

## Tamaño de Muestra y Error

8,750 casos finales con un margen de error teórico máximo del +/- 2.1 %, con un nivel de confianza del 95% y distribuidos de la siguiente forma por tipo de localidad:

- **URBANA:** 6,125 casos
- **RURAL:** 2,625 casos

## Cuestionario

Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 25 minutos de aplicación.

## Levantamiento

El levantamiento se llevó a cabo del 24 de octubre al 22 noviembre del 2015 por parte de la empresa Planning Quant.

## Público Objetivo

Los resultados a nivel total fueron ponderados por sexo, edad y tipo de localidad para reflejar los pesos exactos de cada segmento reportados por el INEGI en el Censo 2010. Los porcentajes fueron calculados como la razón entre el porcentaje en universo sobre el porcentaje en muestra, de acuerdo con el cruce completo de las tres variables de ponderación (frecuencias relativas conjuntas). A lo largo de este documento se muestran bases naturales y porcentajes ponderados.



# Perfil de personas entrevistadas

## Género

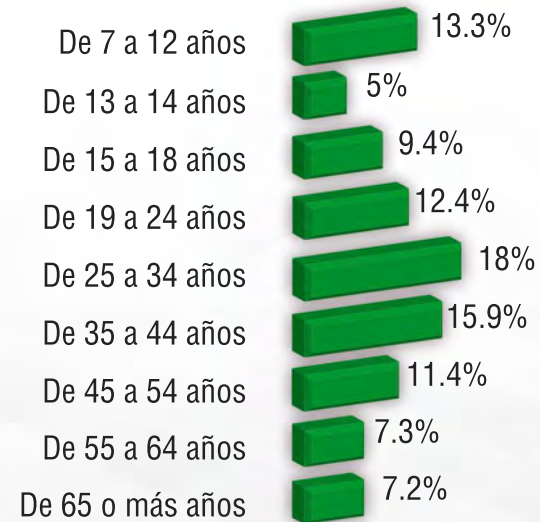
### Natural



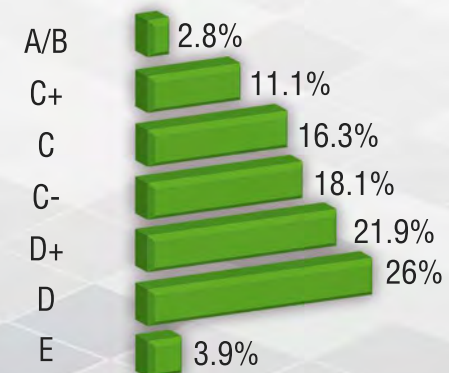
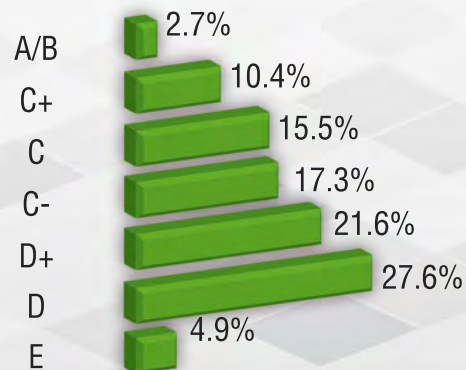
### Ponderada



## Edad

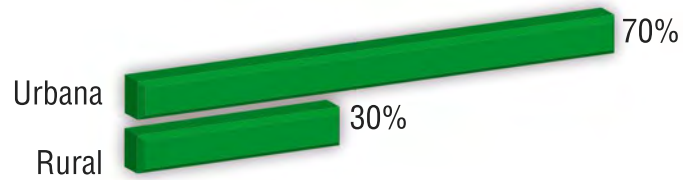


## Nivel Socioeconómico

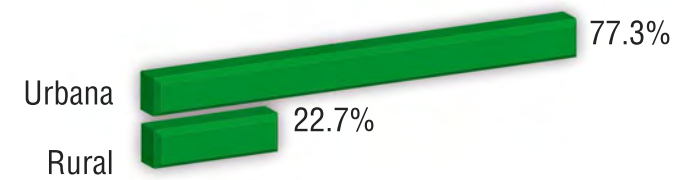


## Localidad

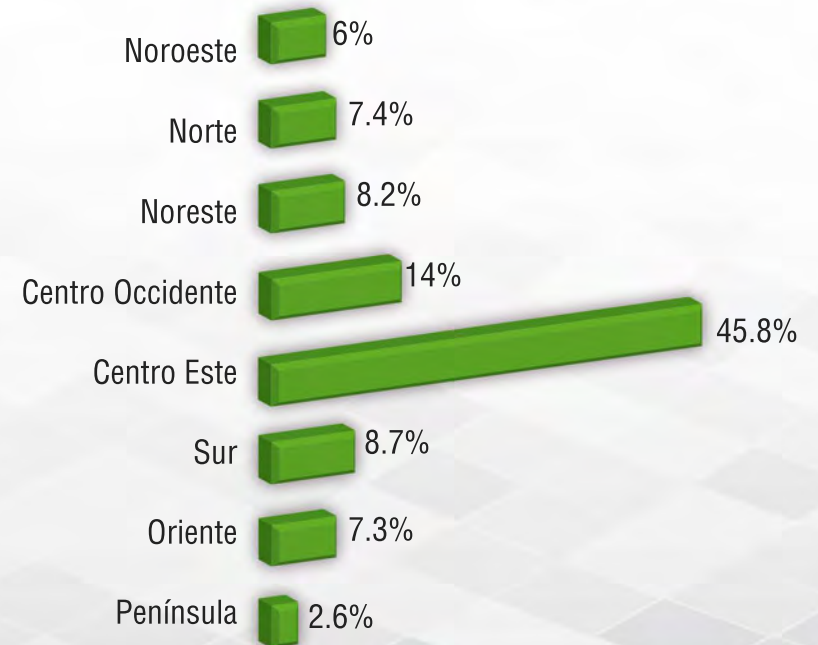
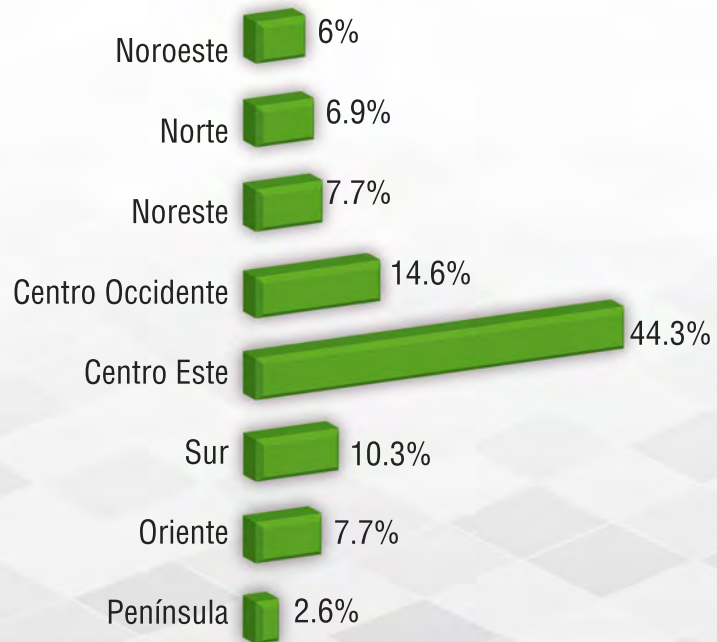
### Natural



### Ponderada



## Zonas Económicas



# Principales Resultados

## TOTAL NACIONAL

Encuesta Nacional de Consumo de  
Contenidos Audiovisuales 2015



1. La **televisión** se encuentra prácticamente en la **totalidad** de los hogares mexicanos, el número **promedio** de televisores es de **2** en cada uno.
2. Aproximadamente **6 de cada 10 hogares** mexicanos dependen de la señal de **TV abierta** para ver canales de televisión.
3. **8 de cada 10** entrevistados señalaron **ver canales de TV abierta**, siendo *El Canal de las Estrellas* el que mayor número de menciones obtuvo.
4. **Las noticias** y **las telenovelas** fueron los géneros de **TV abierta** que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia.
5. Entre quien es **cuentan con sistema de TV de paga**, **5 de cada 10** señalan que la principal razón para contratar el servicio es **contar con más contenidos y canales**.
6. **6 de cada 10 personas** que **no cuentan con sistema de TV de paga** argumentan que el **precio** del servicio es la razón principal para no contratarlo.

7. Los **canales más vistos** en **TV de paga** son los de **TV abierta**.
8. Las **películas** y **las series** son los géneros de contenidos de **TV restringida** favoritos.
9. **7 de cada 10** personas declararon tener algún **aparato radiofónico** en su hogar; por otra parte **4 de cada 10** personas declararon **escuchar estaciones de radio**, siendo los programas o contenidos de **tipo musical** los más mencionados.
10. **8 de cada 10** personas que escuchan radio lo hacen principalmente en su **hogar** y **7 de cada 10** entrevistados escuchan radio a través de un **estéreo/grabadora**.

11. **2.6 de cada 10 entrevistados** declararon consumir **contenidos audiovisuales por internet**.
12. **YouTube** es utilizado por **9 de cada 10** personas que consumen contenidos por internet, mientras que sólo **2 de cada 10** reportaron utilizar **Netflix**.
13. **5 de cada 10** entrevistados que consumen contenidos online ven principalmente **videos musicales; películas** y **series** son consumidos por **3 de cada 10** personas.
14. El **teléfono celular** es el dispositivo que más se usa para **consumir contenidos** por internet, seguido de la **computadora**.
15. **8 de cada 10** entrevistados que consumen contenidos online lo hacen en el **hogar**.
16. En cuestión de **videojuegos**, **2 de cada 10** personas dijo consumirlos, siendo nuevamente el **teléfono celular** el dispositivo en que más lo hacen.

## Equipamiento

Promedio de 3.5 respuestas por persona\*

Base: 8,750 entrevistas



Televisión

98.3%



Teléfono Celular

76.2%



Radio

68.9%



Teléfono Fijo

40.6%



Computadora o Laptop

32.1%



Tablet

22.6%



Consola de Videojuegos

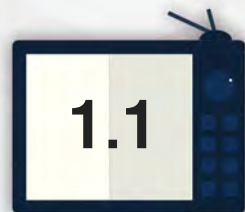
13.2%

## Promedio de televisores en el hogar

Base: 8,592 personas con televisión

2.0

Televisores



Televisores analógicos



Televisores digitales

## Acceso a Internet

En su casa o en cualquier otro lugar

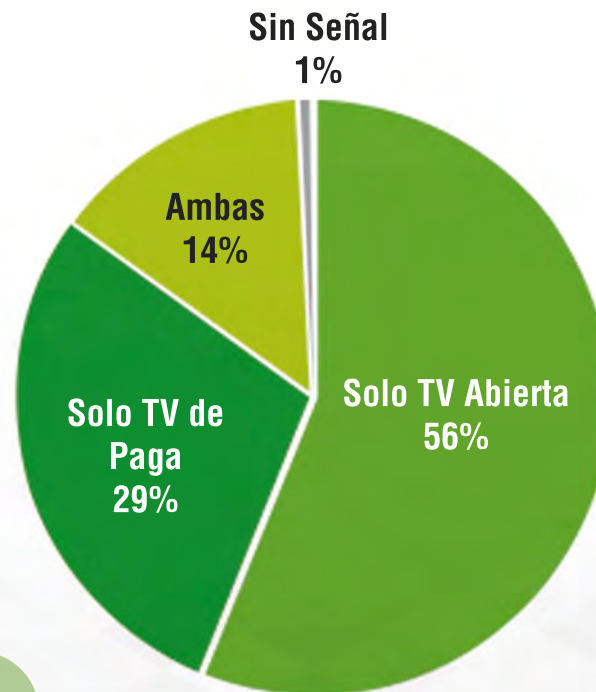
Base: 8,750 entrevistas



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Tipo de señal de Televisión

Base: 8,592 personas con televisor



### Principal razón para contratar TV de Paga

Base: 3,244 personas con TV de Paga (excepto niños)

Tener más opciones de contenidos y canales

52%

No recibo o recibo mala señal de TV Abierta

22%

Puedo tener TV y telefonía o Internet con un mismo proveedor

9%



### Principal razón para **NO** contratar TV de Paga

Base: 4,366 personas con sólo TV Abierta (excepto niños)

Por el precio

61%

Veo poco tiempo la TV

21%

Los canales de TV Abierta son suficientes

8%

## 80.9%

del total de personas con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de TV Abierta

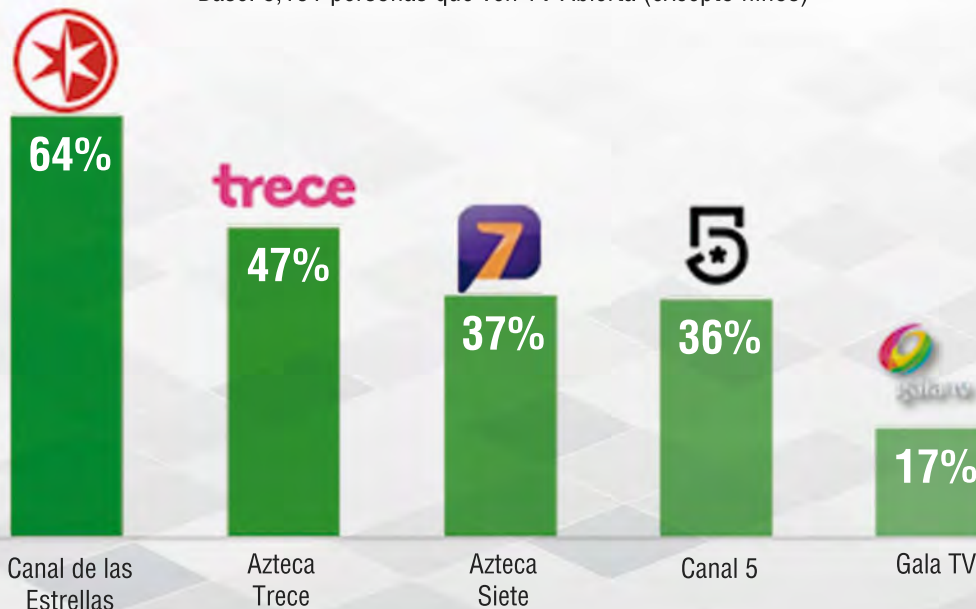


Base: 8,515 personas que tienen televisor y señal de televisión. Incluye a quienes tienen televisión de paga.

## Top 5 canales de TV Abierta más vistos

Promedio de 2.6 respuestas por persona\*  
Incluye a quienes tienen televisión de paga.

Base: 6,191 personas que ven TV Abierta (excepto niños)



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Géneros televisivos más vistos en TV Abierta

Promedio de 2.7 respuestas por persona\*  
Base: 6,191 personas que ven TV Abierta (excepto niños)



56%

Noticiarios



47%

Telenovelas



42%

Películas



29%

Series



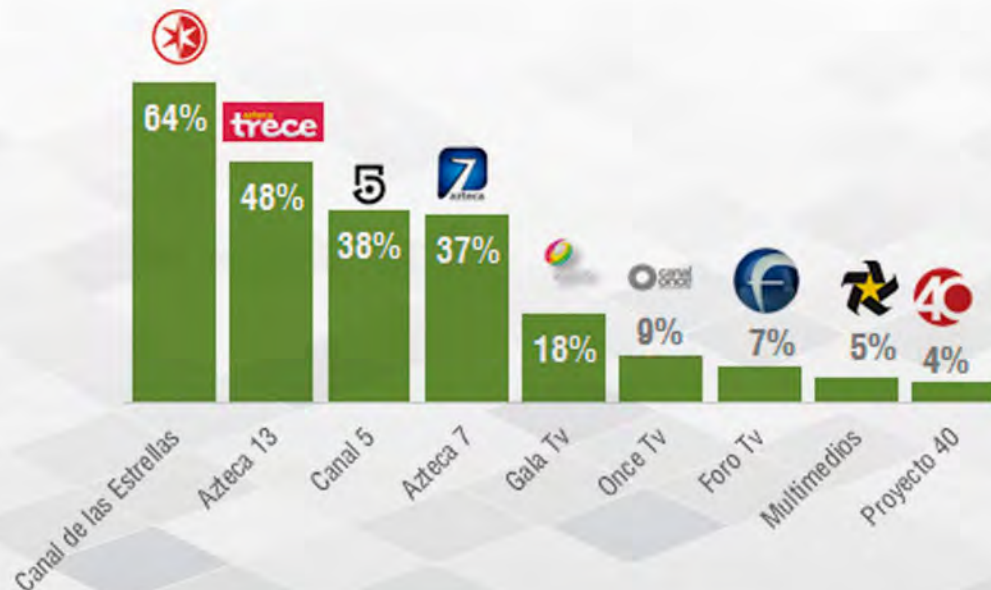
28%

Deportes

## Personas con sólo Televisión Abierta

### Canales de TV Abierta más vistos

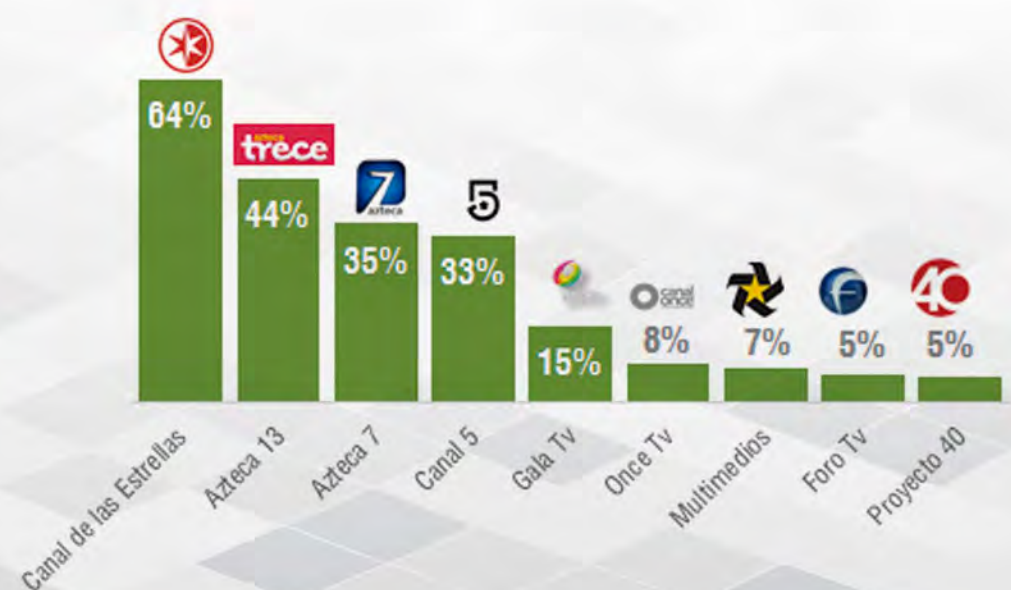
Base: 3,804 personas que ven contenidos de TV Abierta y cuentan solamente con este tipo de señal(excepto niños)  
Promedio de 2.6 respuestas por persona\*



## Personas con Televisión de Paga

### Canales de TV Abierta más vistos






Base: 2,170 personas que ven contenidos de TV Abierta y cuentan con Televisión Restringida (excepto niños)  
Promedio de 2.5 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra ver TV Abierta

Base: 6,923 personas que ven TV Abierta

	 <b>Mañana</b> (06:00 – 12:00)	 <b>Tarde</b> (12:00 – 18:00)	 <b>Noche</b> (18:00 – 24:00)	 <b>Madrugada</b> (24:00 – 06:00)	 <b>No Veo</b>
<b>Lunes a Viernes</b> Promedio de 1.4 respuestas por persona*	26%	53%	61%	1%	1%
<b>Sábado y Domingo</b> Promedio de 1.4 respuestas por persona*	27%	48%	43%	1%	22%

## ¿Con quién ve TV Abierta?

Base: 6,923 personas que ven TV Abierta



## Uso de TV de Paga para ver TV Abierta

Base: 2,203 personas que ven TV Abierta y tienen TV de Paga (excepto niños)



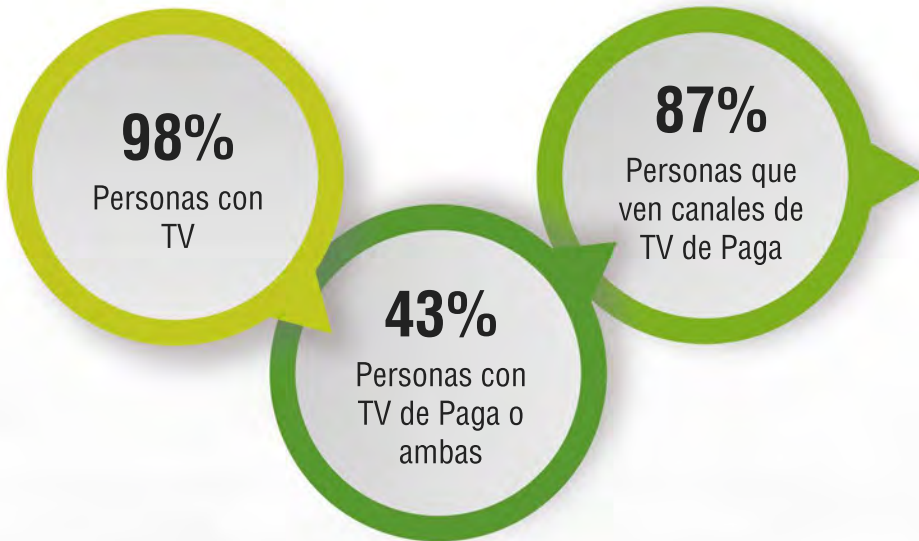
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



## Tipo de Señal en el Hogar

Base: 8,750 personas encuestadas

Base: 3,627 personas con TV de paga

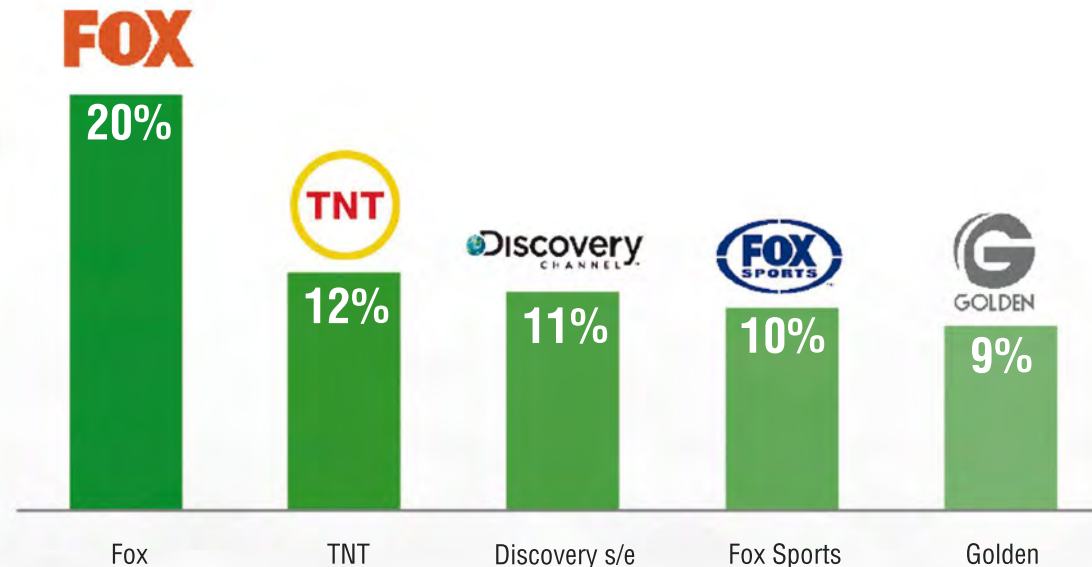


Base: 8,592 personas con televisor

## Top 5 canales de TV de Paga más vistos

Promedio de 2.4 respuestas por persona\*

Base: 2,772 personas que ven canales TV de Paga (excepto niños)



## Géneros televisivos más vistos en TV de Paga

Promedio de 2.8 respuestas por persona \*

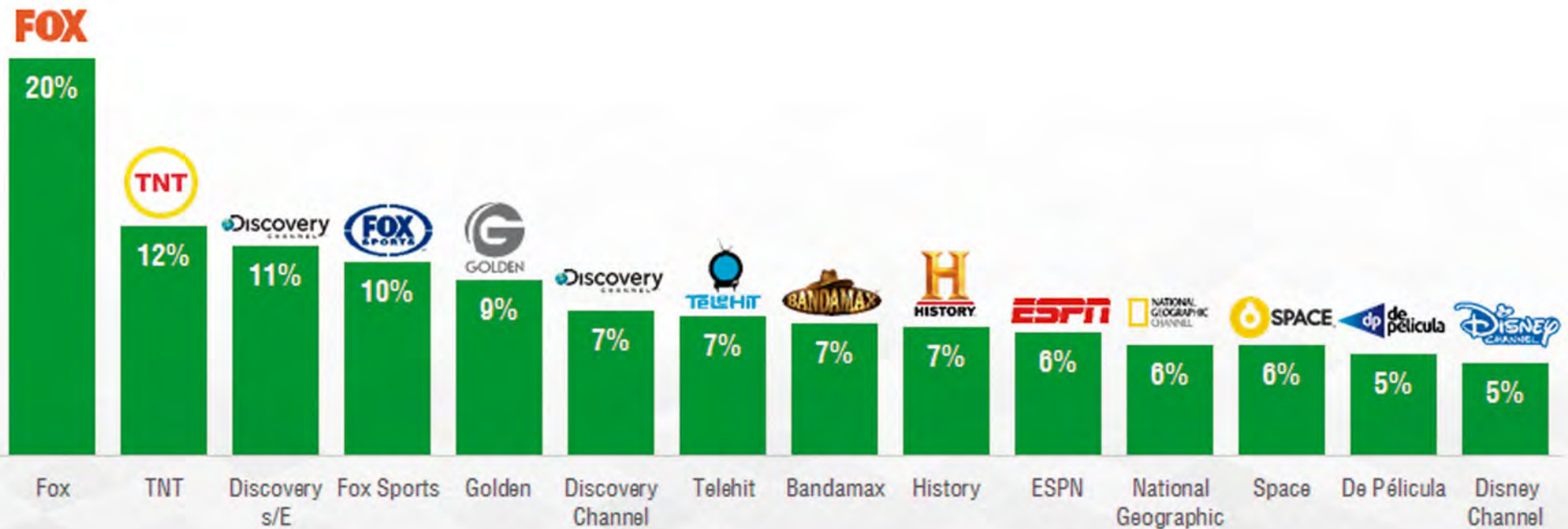
Base: 2,772 personas que ven canales de TV de Paga (excepto niños)



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Canales exclusivos de TV de Paga más vistos

Base: 2,772 personas que ven canales de TV de Paga (excepto niños)  
Promedio de 2.4 respuestas por persona\*

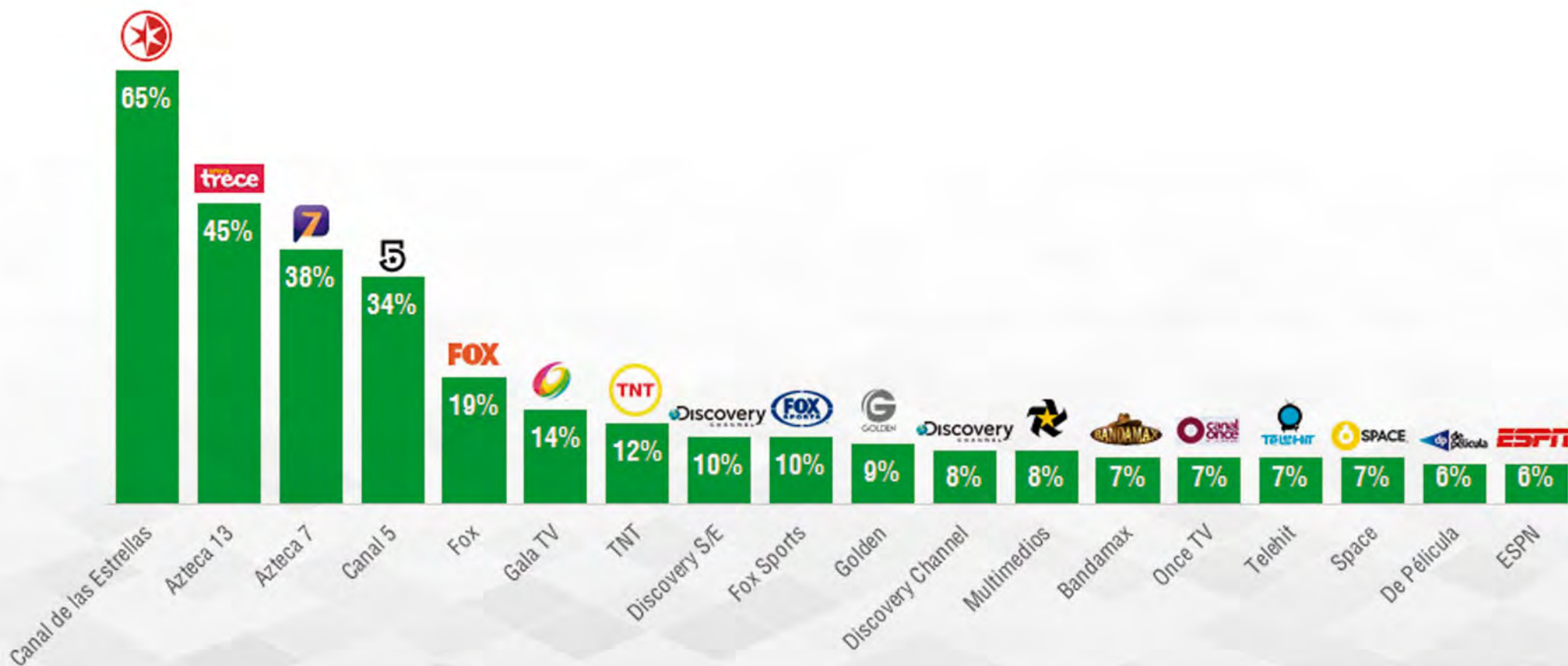


s/E ( sin especificar )

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Canales más vistos en TV de Paga

Base: 1,738 personas que tienen TV de Paga (excepto niños) y que utilizan este servicio para ver canales tanto de TV de paga como de TV abierta  
Promedio de 5.2 respuestas por persona\*

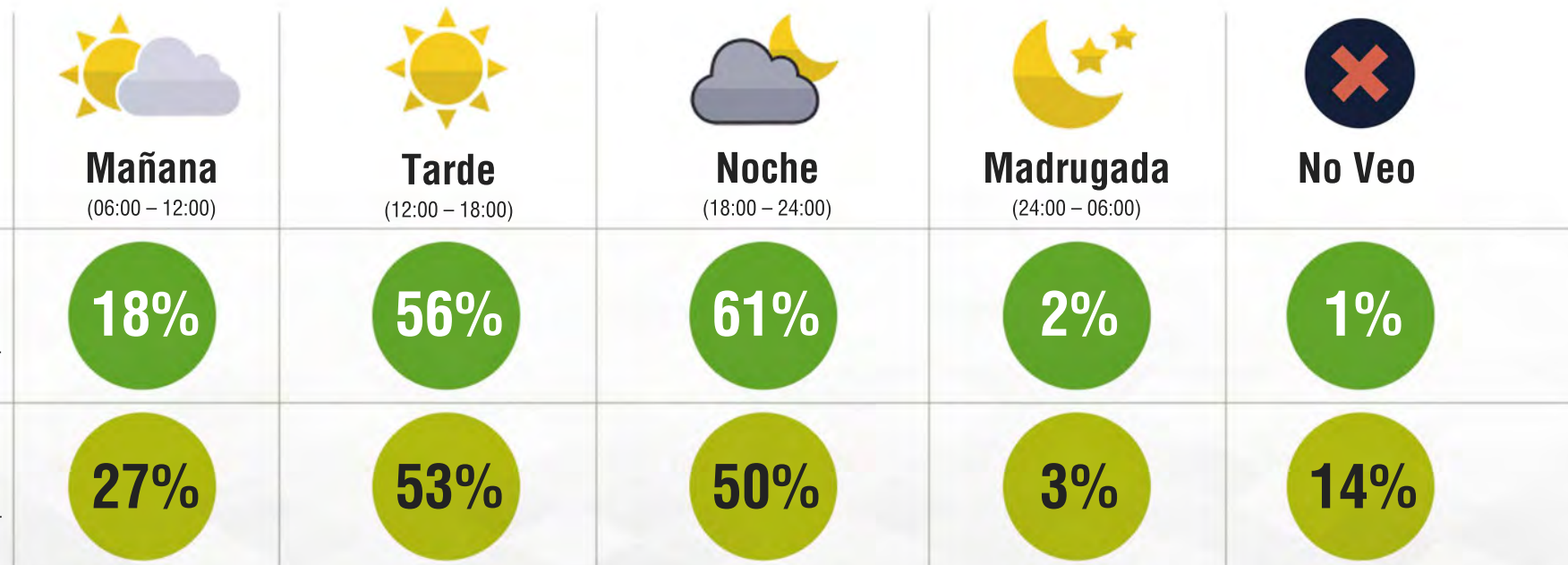


s/E ( sin especificar )

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

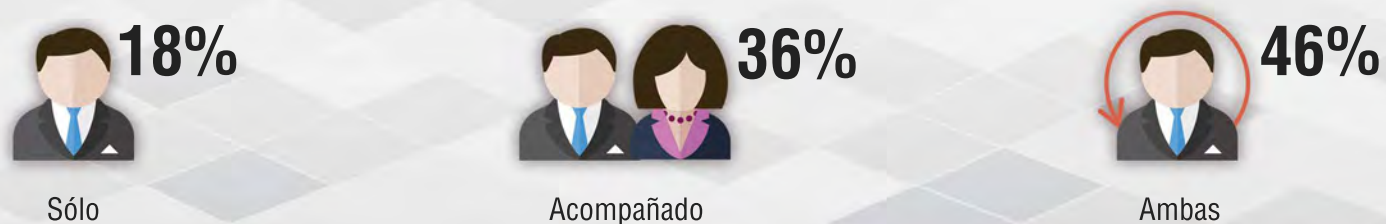
## Horario en el que acostumbra ver canales exclusivos de TV de Paga

Base: 3,133 personas que ven canales de TV de Paga



## ¿Con quién ve canales exclusivos de TV de Paga?

Base: 3,133 personas que ven canales de TV de Paga



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## 39.6%

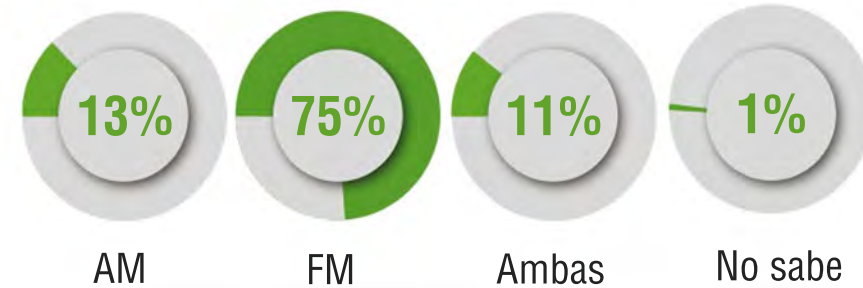
de las personas escuchan radio



Base: 8,750 personas

## Consumo por tipo de Banda

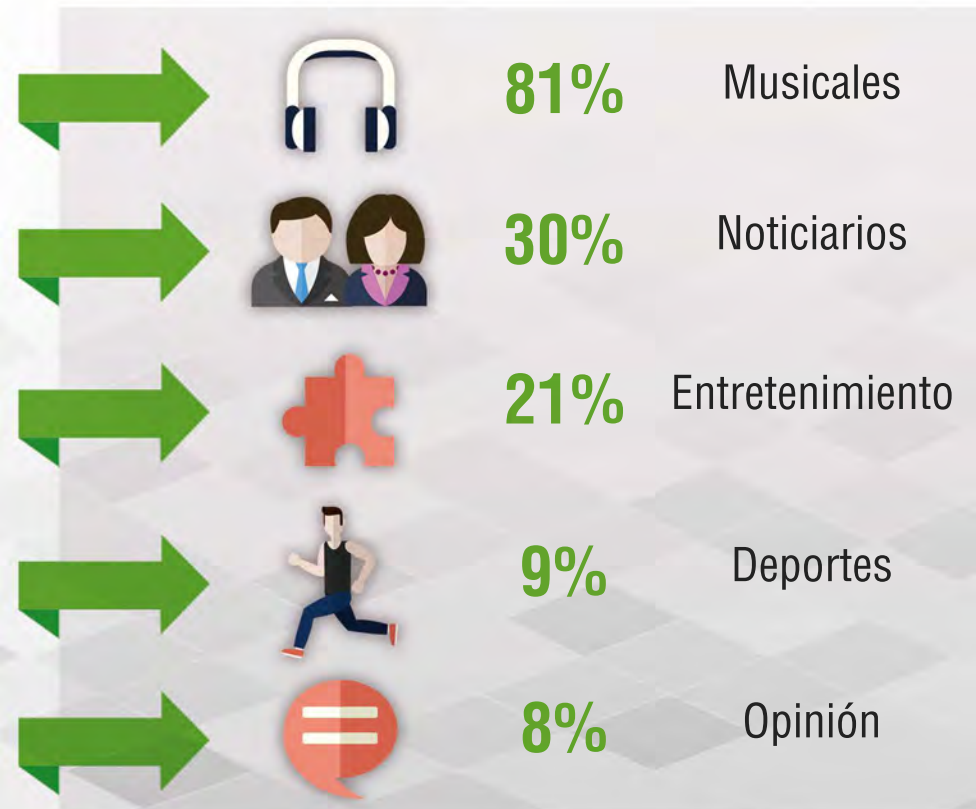
Base: 3,299 personas que escuchan radio (excepto niños)



## Géneros radiofónicos más escuchados

Promedio de 1.6 respuestas por persona\*

Base: 3,299 personas que escuchan radio (excepto niños)



## Dispositivos para escuchar radio

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

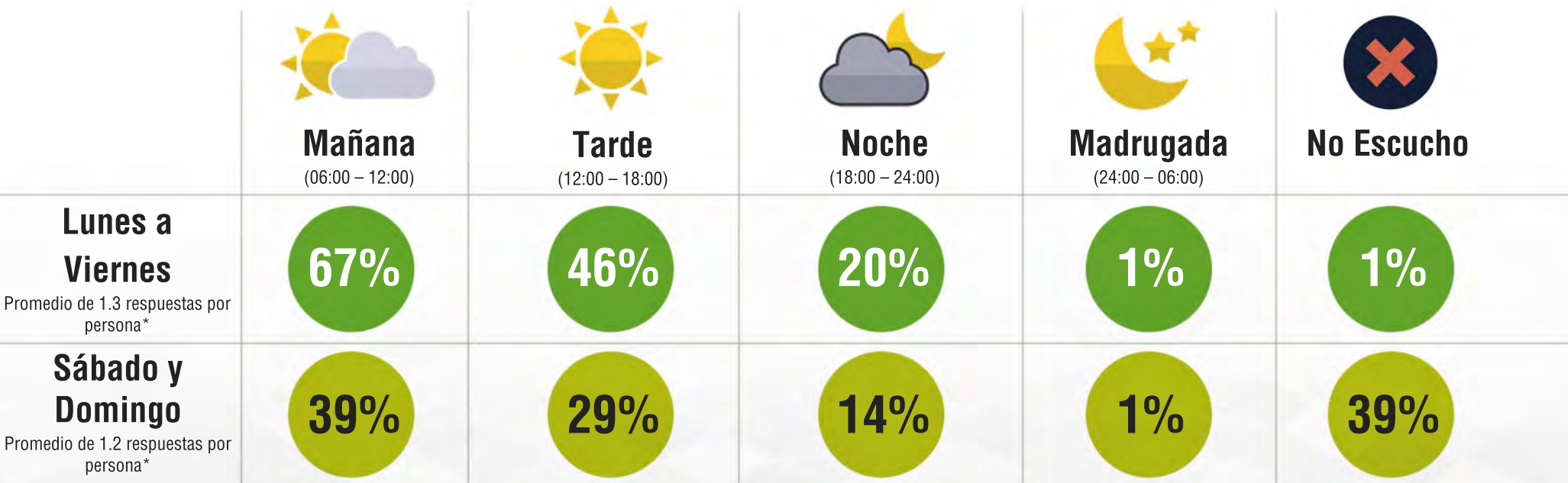
Base: 3,299 personas que escuchan radio (excepto niños)



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

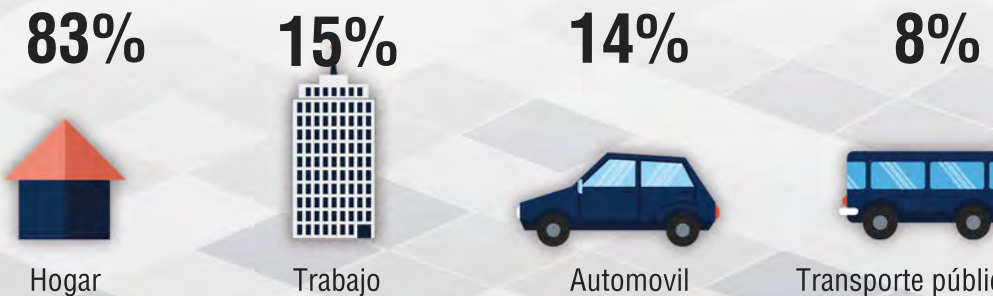
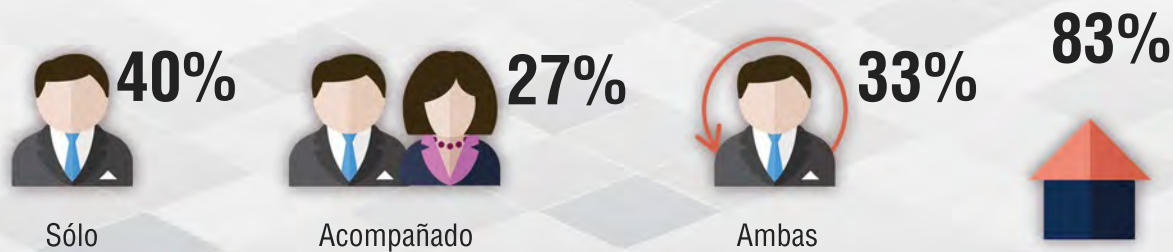
## Horario en el que acostumbra escuchar Radio

Base: 3,481 personas que escuchan radio



## ¿Con quién escucha Radio?

Base: 3,481 personas que escuchan radio



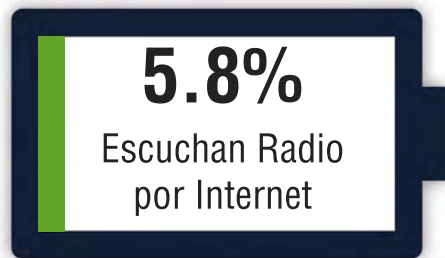
## Lugares para escuchar Radio

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*  
 Base: 3,299 personas que escuchan radio (excepto niños)

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de Radio por Internet

Base: 3,481 personas que escuchan radio



## Razones para escuchar Radio por Internet

Promedio de 1.1 respuestas por persona\*  
Base: 191 personas que escuchan radio por Internet



**28%**

Porque puedo escuchar programas repetidos (Podcast)



**17%**

Porque son estaciones que sólo se transmiten en Internet



**16%**

Porque la señal de la estación que escucho no llega a mi localidad

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de contenidos por Internet

Base: 8,750 entrevistas

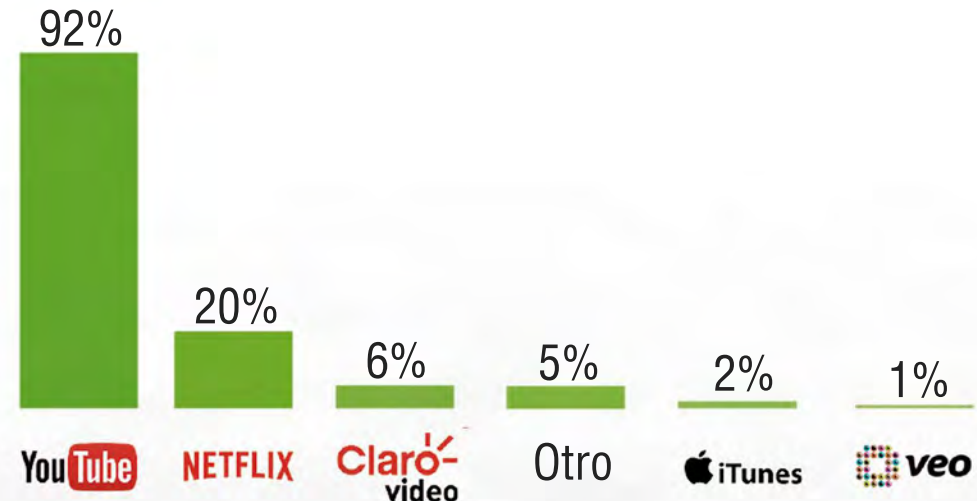
# 25.8%

De las personas acostumbradas a ver contenidos por Internet



## Plataformas por las que accede a contenidos por Internet

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*  
Base: 2,113 personas que ven contenidos por Internet



## Tipo de Contenidos más vistos por Internet

Promedio de 1.8 respuestas por persona\*  
Base: 1,835 personas que ven contenidos por Internet (excepto niños)



# 54%

Videos Musicales



# 33%

Series



# 30%

Películas



# 22%

Tutoriales



# 19%

Videobloggers

## ¿Con quién ve contenidos por Internet?

Base: 2,113 personas que ven contenidos por Internet



# 52%

Sólo



# 20%

Acompañado



# 29%

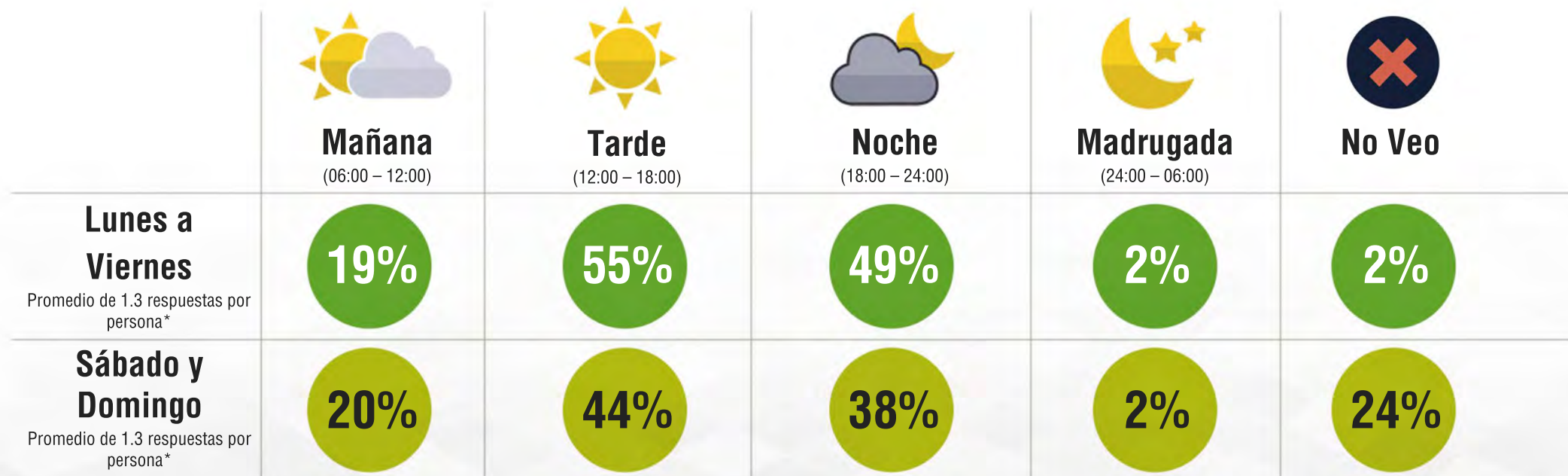
Ambas

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



## Horario en el que acostumbra ver programas por Internet

Base: 2,113 personas que ven contenidos por Internet



## Consumo simultáneo de contenidos por Internet con radio y/o televisión

Base: 712 personas que ven televisión y/o escuchan la radio y ven contenidos por Internet (excepto niños)



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Dispositivos para ver contenidos por Internet

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*  
Base: 2,113 personas que ven contenidos por Internet



Teléfono Celular



62%

Computadora o Laptop



51%

Tablet



17%

Televisión



8%



## Lugares para ver contenidos por Internet

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*  
Base: 1,835 personas que ven contenidos por Internet (excepto niños)

Hogar



84%

Trabajo



14%

Café Internet



11%

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de Videojuegos

Base: 8,750 entrevistas



## Dispositivos para jugar Videojuegos

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*  
Base: 1.492 personas que juegan videojuegos



Teléfono Celular

44%



Consola

41%



Computadora

20%

## Videojuegos favoritos (Top 5)

Promedio de 1.9 respuestas por persona\*  
Base: 1.492 personas que juegan videojuegos

20%

**FIFA SOCCER**

12%

**Candy Crush**

10%

**HALO**

8%

**MARIO BROS.**

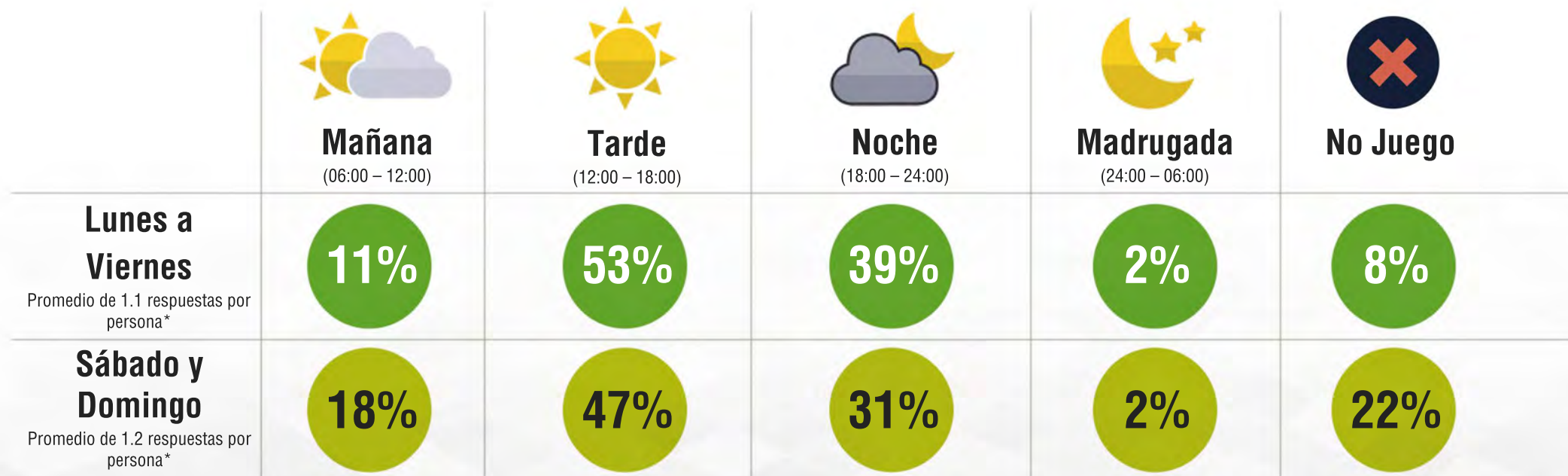
7%

**MINECRAFT**

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra jugar Videojuegos

Base: 1,492 personas que juegan Videojuegos



## Acostumbra jugar Videojuegos Online

Base: 1,501 personas que juegan Videojuegos

**Sí**  
26%



**No**  
74%

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

# Principales Resultados

## NIÑAS Y NIÑOS DE 7 A 12 AÑOS

Encuesta Nacional de Consumo de  
Contenidos Audiovisuales 2015

1. Respecto al consumo de **TV abierta**, **8 de cada 10 niños** dijeron ver este tipo de canales. Los programas favoritos de los niños son **Bob Esponja y El Chavo del ocho**.
2. **2 de cada 10 niños** declararon ver la TV abierta **sin compañía**.
3. **4 de cada 10 niños** tienen acceso a canales de **TV restringida**, siendo **Cartoon Network y Disney Channel** los más mencionados.
4. El horario de **mayor consumo** tanto de TV abierta como de TV restringida es de **12:00 a 18:00 horas**.
5. **2 de cada 10 niños** acostumbran oír la **radio**, principalmente contenidos musicales.

6. **3 de cada 10 niños** consumen **contenidos por internet**, en especial videos musicales. **La mitad de éstos** consumen contenidos online **sin un acompañante**.
7. **9 de cada 10 niños** que consumen contenidos por internet utilizan **YouTube** y **6 de cada de 10** lo hace mediante **Netflix**.
8. **El teléfono celular y la computadora** obtuvieron el **mayor número de menciones** como dispositivos usados para este tipo de consumo.
9. **5 de cada 10 niños juegan videojuegos**, de los cuales **2 de cada 10** lo hacen en línea.
10. El **teléfono celular** es el dispositivo **más utilizado** para jugar videojuegos; el horario en que juegan videojuegos es **por la tarde** (entre las 12 y 18 horas) y principalmente de **lunes a viernes**.

## Consumo de Televisión Abierta

Base: 905 Niñas y niños personas que tienen televisor y señal de televisión



De las niñas y niños con TV, acostumbran ver canales de TV Abierta

## ¿Con quién ve Televisión Abierta?

Base: 732 Niñas y niños que ven TV Abierta



**18%**

Sólo



**46%**

Acompañado

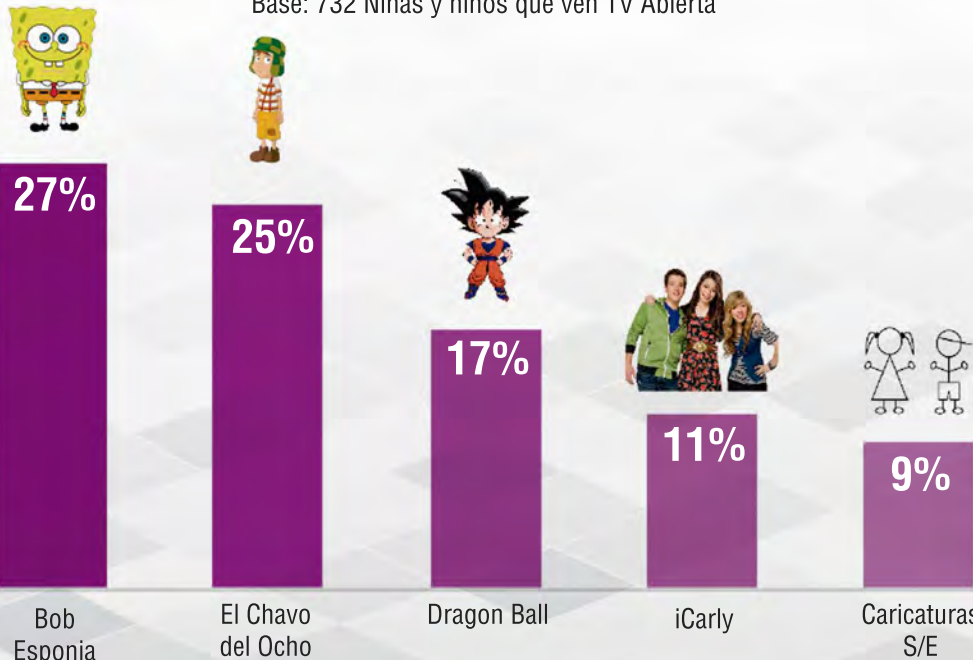


**35%**

Ambas

## Top 5 programas más vistos de TV Abierta 2015

Promedio de 2.2 respuestas por persona\*  
Base: 732 Niñas y niños que ven TV Abierta



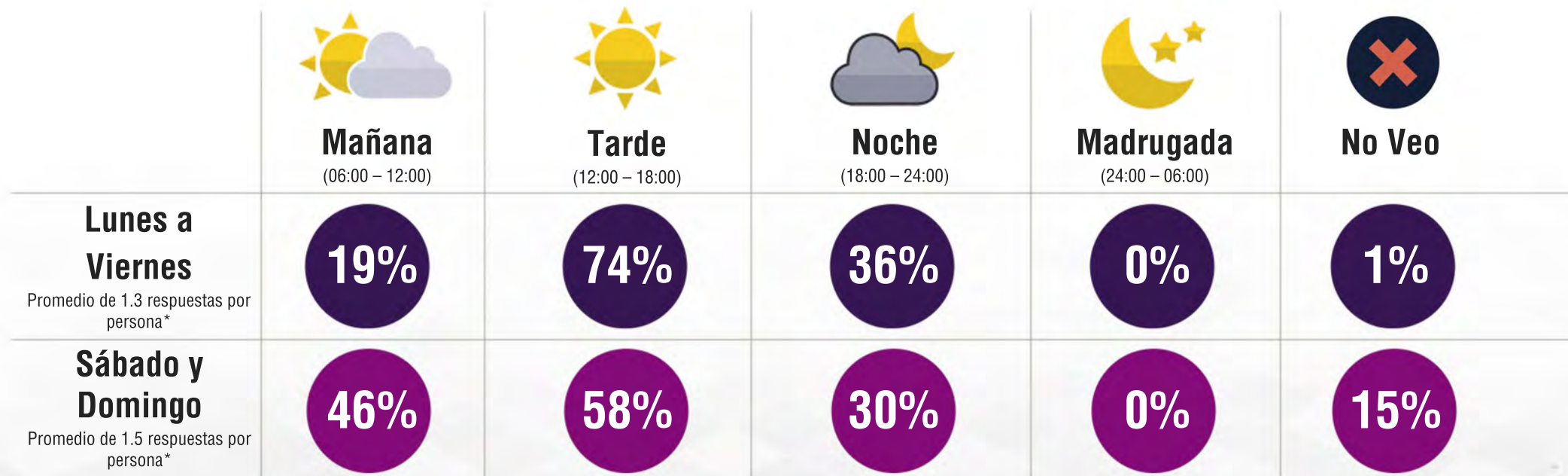
S/E ( Sin Especificar )

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



## Horario en el que acostumbran ver Televisión Abierta

Base: 732 Niñas y niños que ven TV Abierta

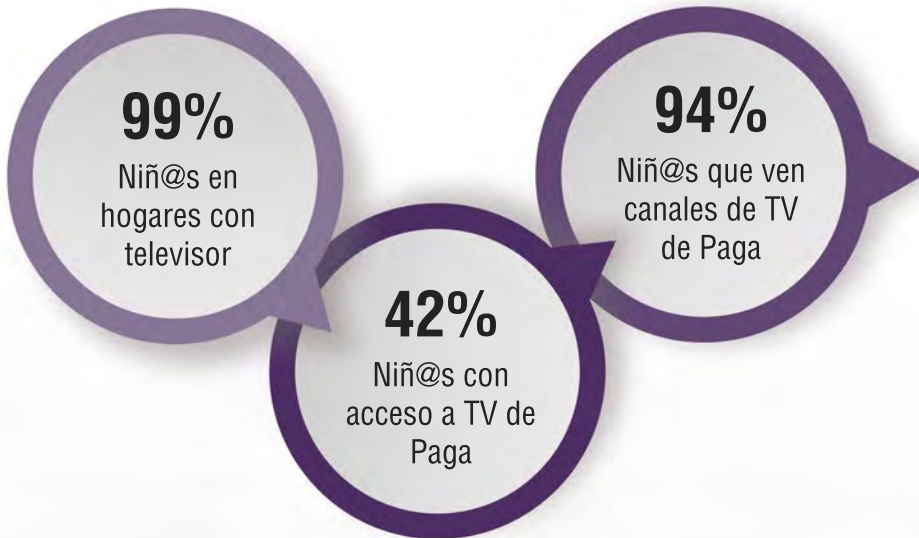


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Tipo de Señal en el Hogar

Base: 930 Niñas y niños encuestados

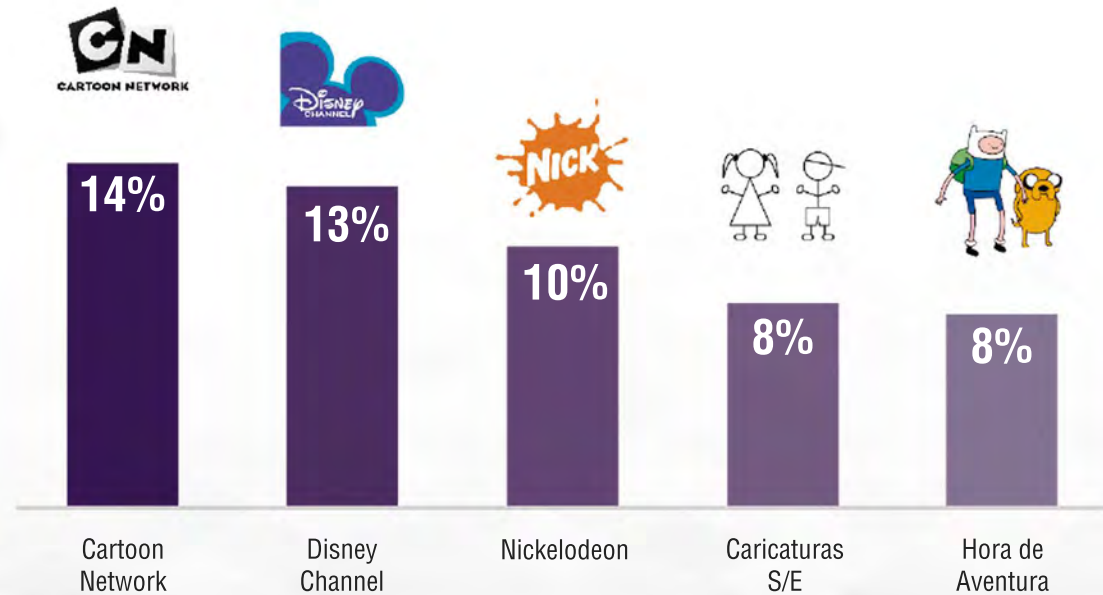
Base: 383 Niñas y niños en hogares con TV de paga



Base: 914 Niñas y niños en hogares con televisión

## Top 5 contenidos de TV de Paga más vistos

Se reporta la forma en que los niños verbalizaron la respuesta  
Promedio de 2.3 respuestas por persona\*  
Base: 361 Niñas y niños que ven canales de TV de Paga



S/E ( Sin Especificar )

## ¿Con quién ve TV de Paga?

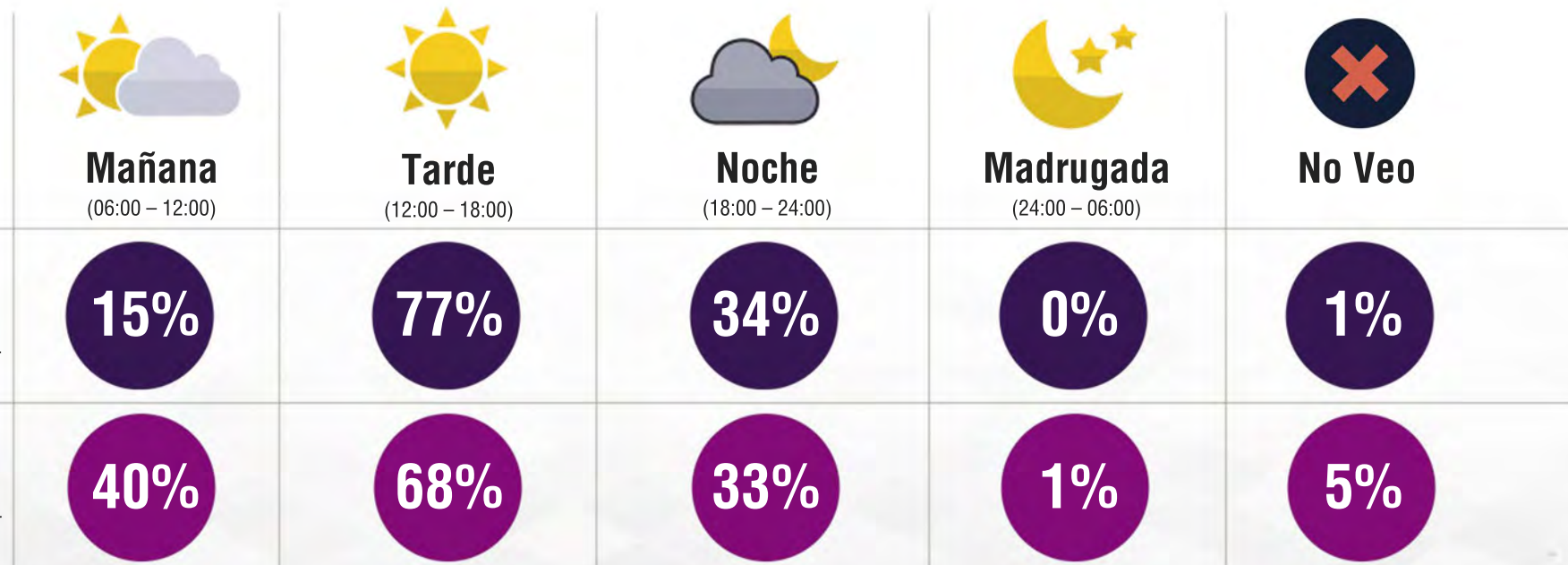
Base: 361 Niñas y niños que ven canales de TV de Paga



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra ver canales exclusivos de TV de Paga

Base: 361 Niñas y niños que ven canales de TV de Paga



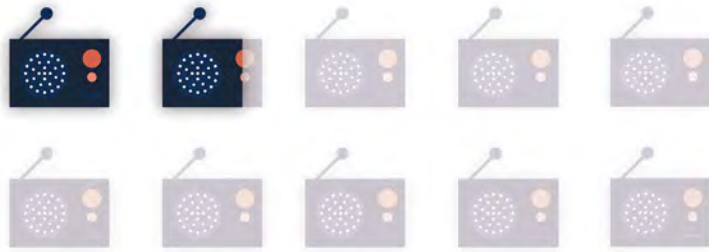
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de Radio

Base: 930 Niñas y niños de la muestra

# 19.3%

De las niñas y niños escuchan radio



## Consumo de Radio por Internet

Base: 182 Niñas y niños que escuchan radio

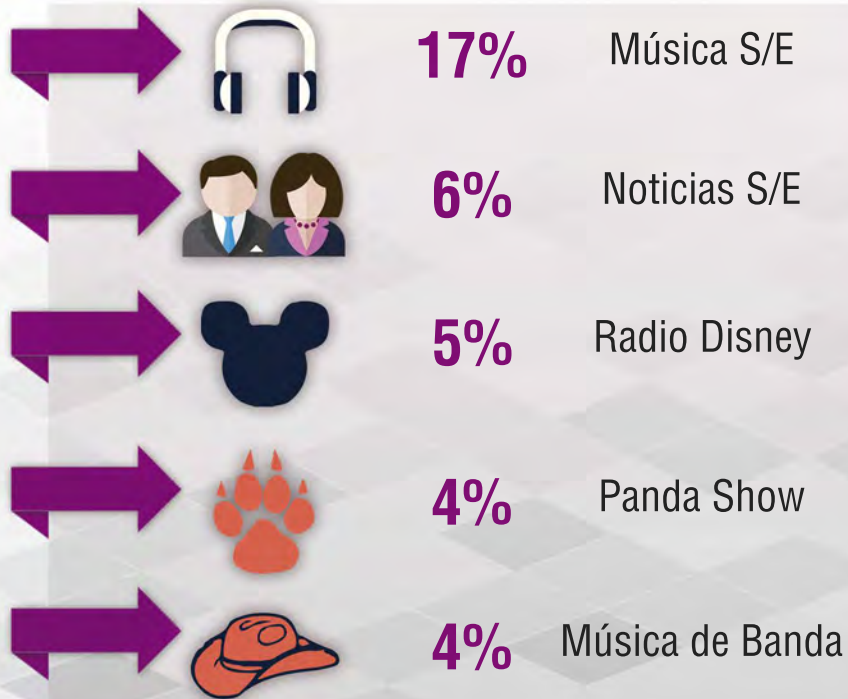
# 3.1%

De las niñas y niños escuchan alguna estación de radio por Internet



## Contenidos de Radio 2015

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*  
Base: 182 Niñas y niños que escuchan radio



## ¿Con quién escucha Radio?

Base: 182 Niñas y niños que escuchan radio



# 23%

Sólo



# 50%

Acompañado



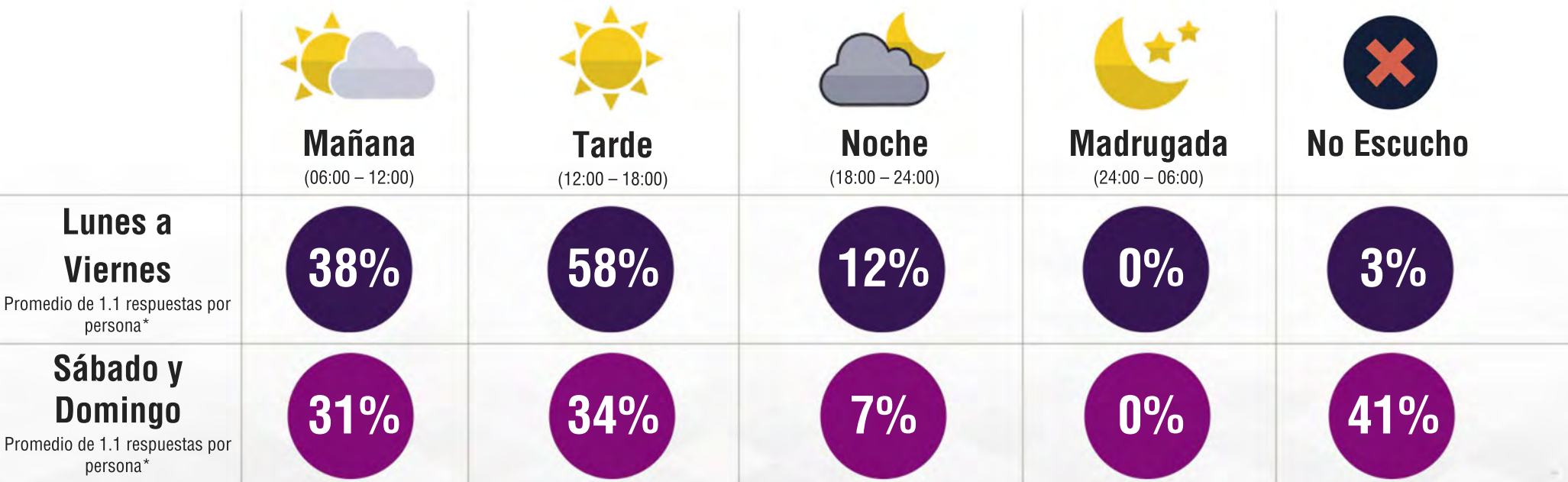
# 27%

Ambas

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbran escuchar Radio

Base: 182 Niñas y niños que escuchan radio



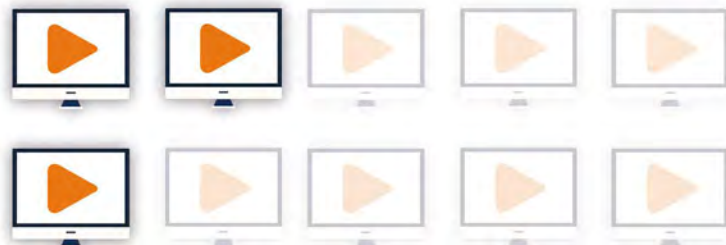
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de contenidos por Internet

Base: 930 Niñas y niños de la muestra

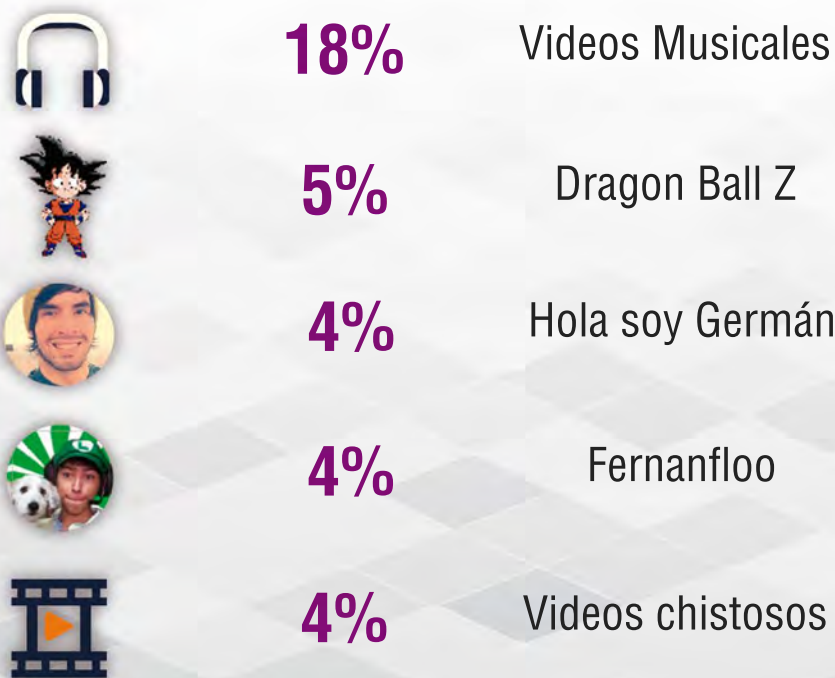
# 30.2%

De las niñas y niños, ven contenidos por Internet



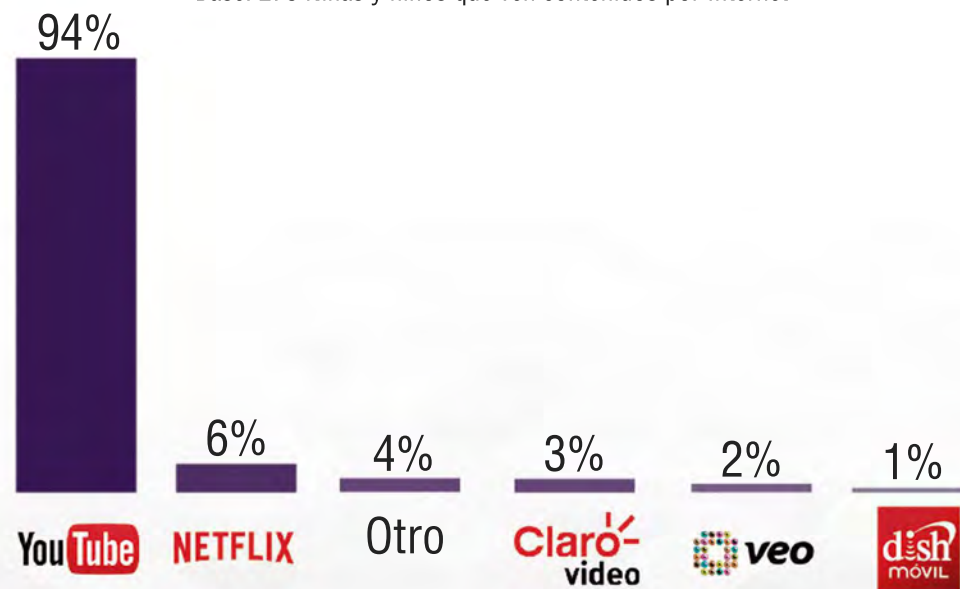
## Programas favoritos de Internet 2015

Promedio de 1.6 respuestas por persona\*  
Base: 278 Niñas y niños que ven contenidos por Internet



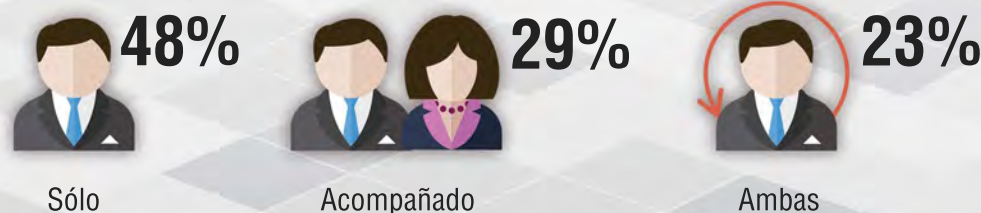
## Plataformas por las que accede a contenidos por Internet

Promedio de 1.1 respuestas por persona\*  
Base: 278 Niñas y niños que ven contenidos por Internet



## ¿Con quién ve programas por Internet?

Base: 278 Niñas y niños que ven contenidos por Internet



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra ver programas por Internet

Base: 278 Niñas y niños que ven contenidos por Internet



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)



**Noche**  
(18:00 – 24:00)



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)



**No Veo**

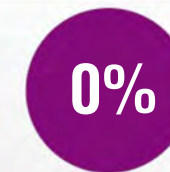
**Lunes a  
Viernes**

Promedio de 1.1 respuestas por persona\*



**Sábado y  
Domingo**

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*



## Dispositivos para ver contenidos por Internet

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*  
Base: 278 Niñas y niños que ven contenidos por Internet



49%



42%



33%



6%

Teléfono Celular

Computadora  
o Laptop

Tablet

Televisión

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de Videojuegos

Base: 930 Niñas y niños de la muestra

# 45.5%

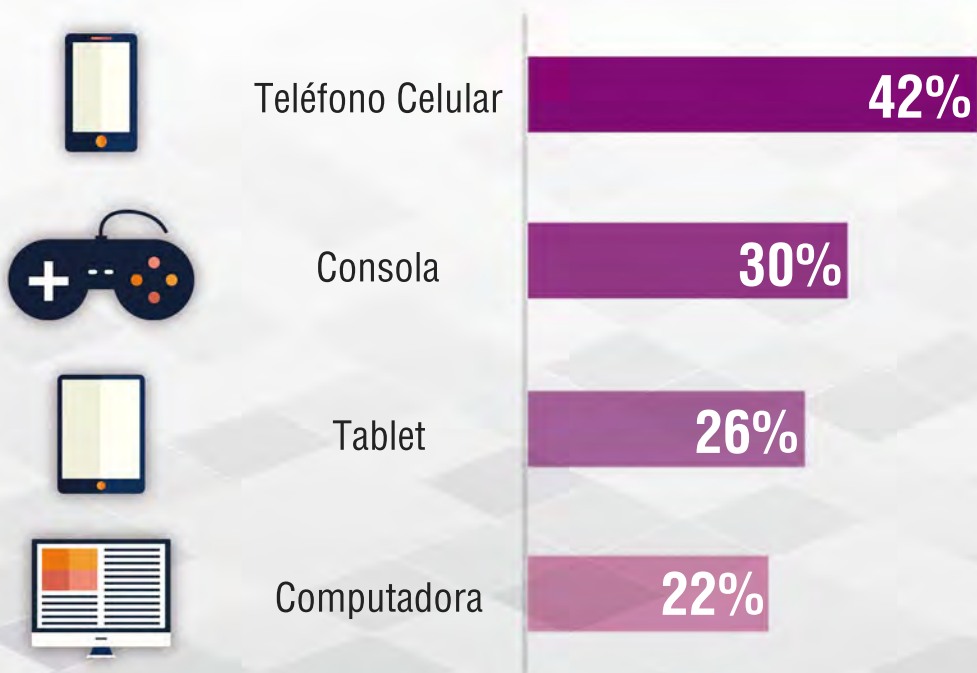
De las niñas y niños juegan videojuegos



## Dispositivos para jugar Videojuegos

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

Base: 418 Niñas y niños que juegan videojuegos



## Videojuegos favoritos (Top 5)

Promedio de 2.0 respuestas por persona\*

Base: 418 Niñas y niños que juegan videojuegos

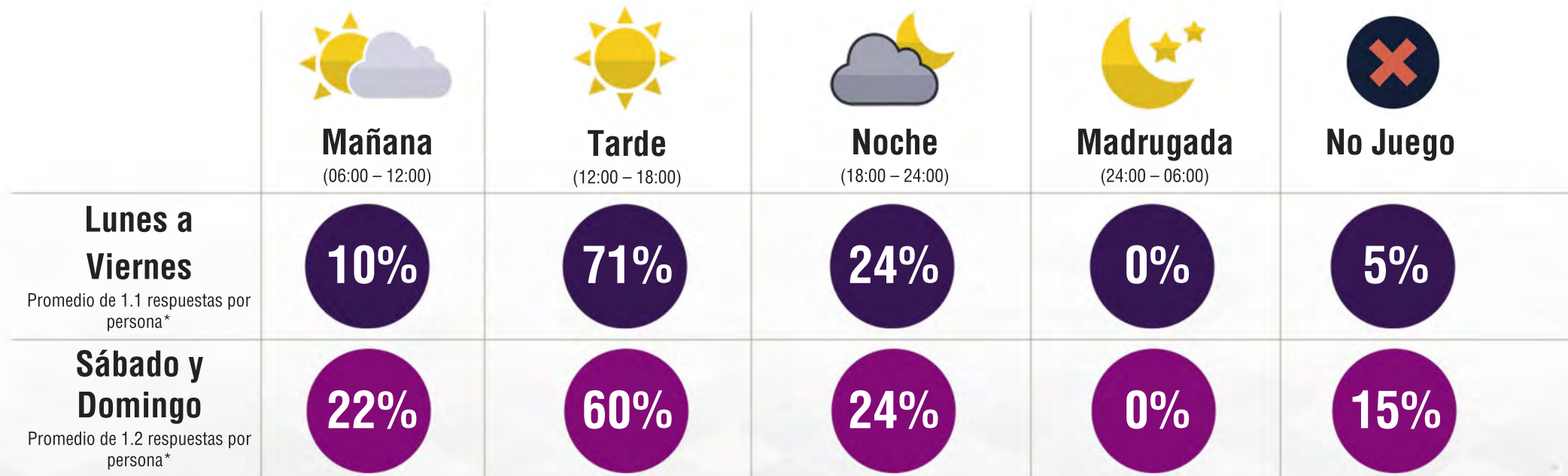


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



## Horario en el que acostumbra jugar Videojuegos

Base: 418 Niñas y niños que juegan videojuegos



## Acostumbra jugar Videojuegos Online

Base: 418 Niñas y niños que juegan videojuegos

**Sí**  
22%



**No**  
78%

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

# Principales Resultados

## LOCALIDADES RURALES / URBANAS

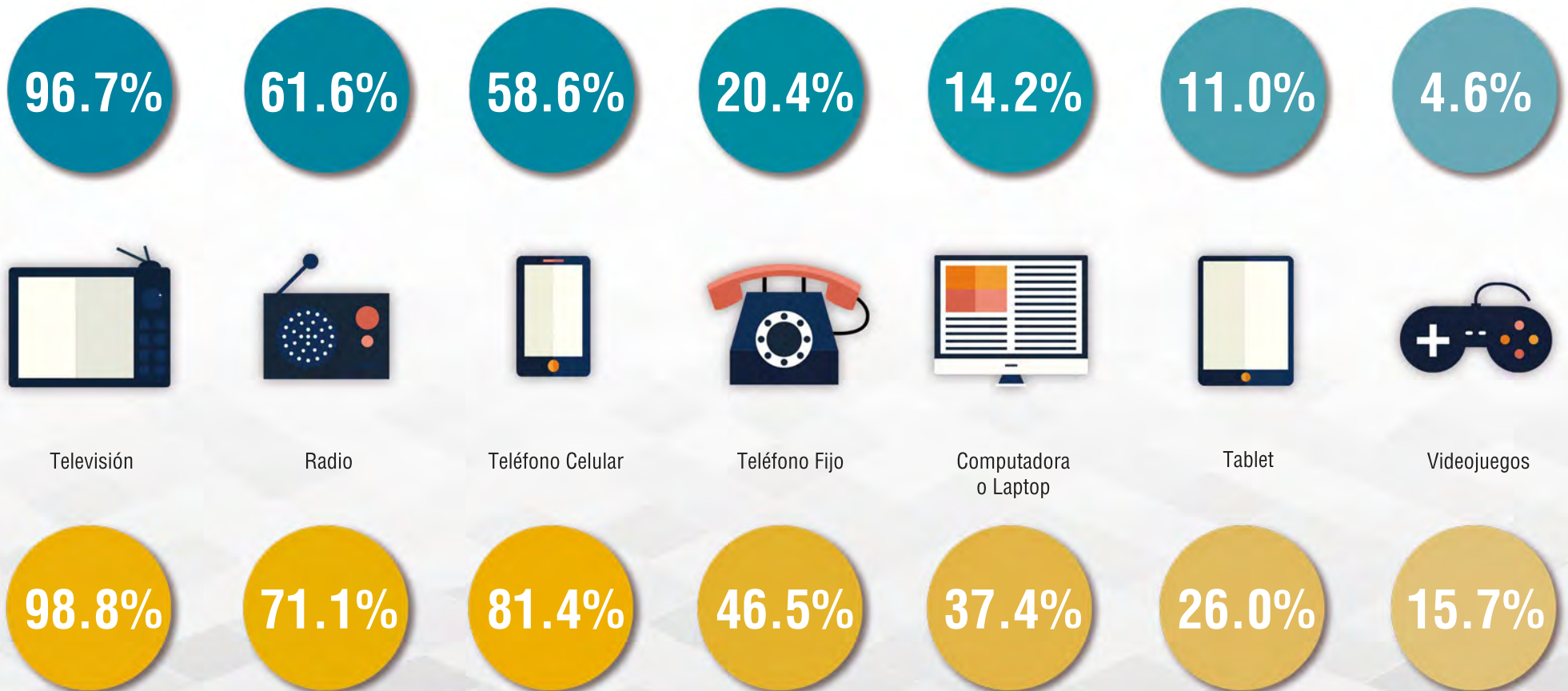
Encuesta Nacional de Consumo de  
Contenidos Audiovisuales 2015

1. En localidades **urbanas** el **99%** de los hogares cuentan con un **televisor**, en localidades **rurales** este porcentaje disminuye ligeramente a **97%**.
2. El **número promedio de televisores** por hogar en el estrato **rural** es de **1.6**, menor que el **2.1** observado en zonas **urbanas**.
3. El **62%** de los hogares **rurales** dependen sólo de **TV abierta**, mientras que este porcentaje es del **55%** en localidades **urbanas**.
4. En el ámbito **rural** la principal razón para **contratar TV de paga** es debido a que **no reciben bien la señal de televisión abierta**, mientras que **urbano** la principal razón es contar con **mayores opciones de contenidos**.
5. En **TV abierta**, en ambos tipos de localidades, los **noticiarios** seguidos de las **telenovelas** son los contenidos mas vistos. Sin embargo en localidades rurales, las **telenovelas** son preferidas por el **52%**, mayor al **45%** observado en las zonas **urbanas**.
6. Los dos **canales favoritos** en ambos tipos de localidades son el **Canal de las Estrellas y Azteca 13**. Sin embargo, **Canal 5** es la tercera opción en el ámbito **urbano**, mientras que **Azteca 7** lo es en las zonas **rurales**.
7. Respecto a **TV restringida**, **Fox** fue el canal favorito en ambos tipos de localidades. En zonas rurales el segundo lugar fue para **Bandamax**, mientras que en urbano lo ocupa **TNT**.

8. Las **películas** son el contenido preferido de **TV restringida**, tanto en urbano como en rural.
9. El **41%** de las personas de localidades **urbanas** consumen **radio**, comparado con el **35%** observado en **rurales**.
10. Sólo el **3%** de los consumidores de radio **rurales** lo hacen vía internet, este porcentaje se **duplica** entre consumidores **urbanos**.
11. El porcentaje de personas que consumen **contenidos por internet** es el **doble** en zonas **urbanas** que en rurales (29% vs. 14%).
12. **Youtube** es la principal plataforma que utilizan quienes consumen contenidos en internet. En segundo lugar esta **Netflix**, el cual tiene mayor penetración en la zonas urbanas respecto de las rurales (22% vs 9%).
13. Los contenidos con mayor consumo en internet son los **videos musicales** en ambas regiones. En segundo lugar están los **videobloggers** en localidades rurales y las **series** en las urbanas.
14. En ambas regiones, el lugar donde se consume en mayor medida contenidos por internet es el **hogar**, en segundo lugar las personas de zonas **urbanas** lo hacen en el **trabajo**, mientras que las personas de zonas **rurales** en el **café internet**.
15. Respecto a **videojuegos**, **21%** de las personas de localidades **urbanas** dijeron consumirlos, comparado con **12%** en localidades **rurales**.

## Equipamiento del Hogar

Rural: Promedio de 2.7 respuestas por persona\*  
Urbano: Promedio de 3.8 respuestas por persona\*



Base Rural: 2,625 entrevistas en localidades rurales  
Base Urbana: 6,125 entrevistas en localidades urbanas

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Promedio de televisores en el hogar

Base: 2,539 personas con TV en localidades rurales



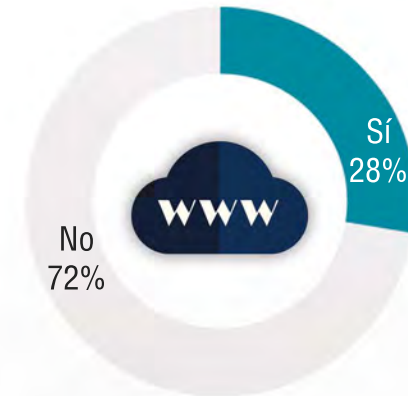
Televisores analógicos



Televisores digitales

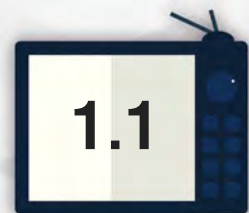
## Acceso a Internet

En su casa o en cualquier otro lugar  
Base: 2.625 entrevistas en localidades rurales



## Promedio de televisores en el hogar

Base: 6,053 personas con TV en localidades urbanas



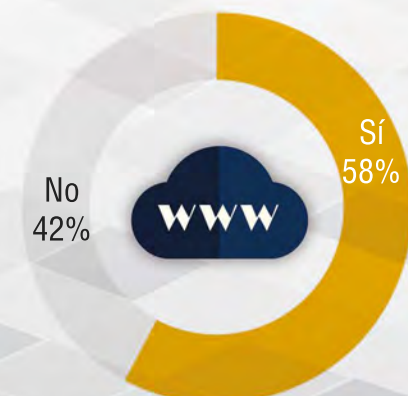
Televisores analógicos



Televisores digitales

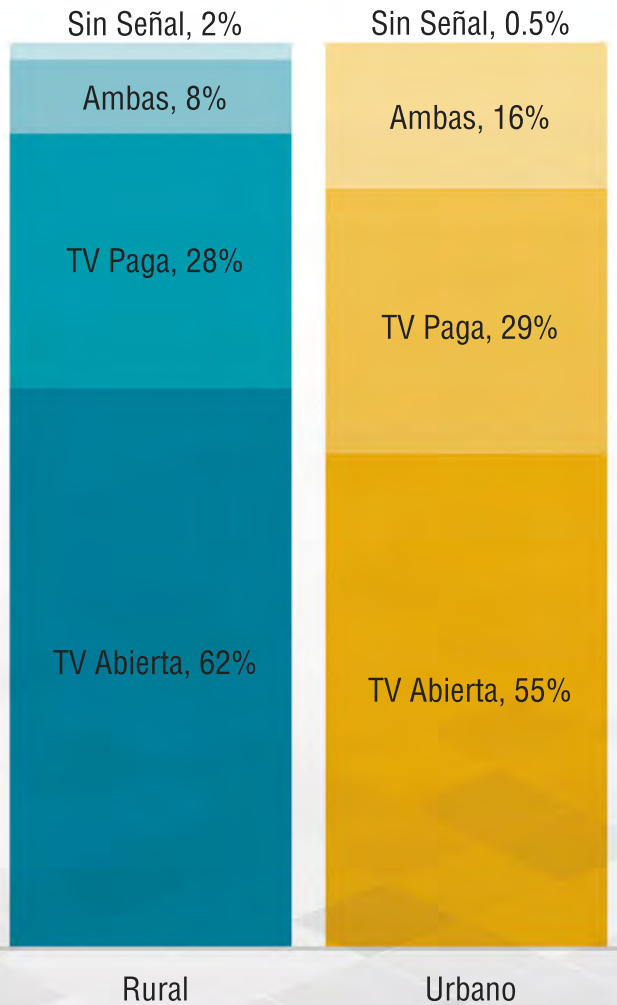
## Acceso a Internet

En su casa o en cualquier otro lugar  
Base: 6,125 entrevistas en localidades urbanas



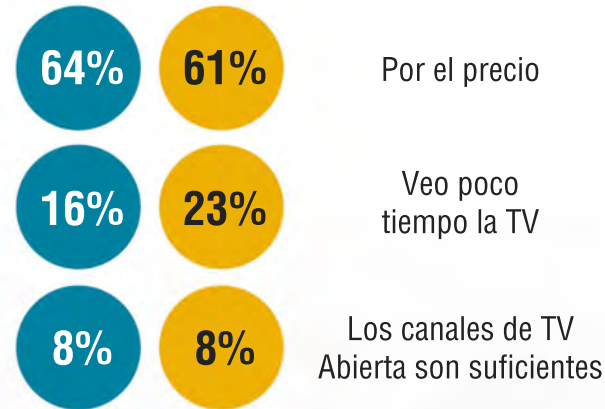
## Tipo de Señal de Televisión

Base Rural: 2,539 personas con TV  
Base Urbana: 6,053 personas con TV



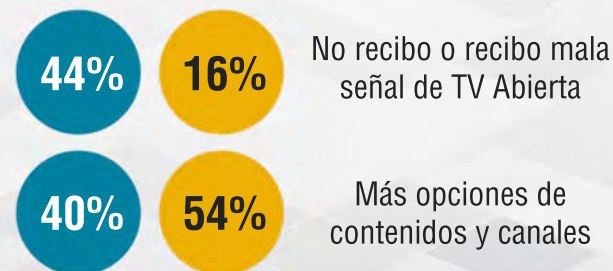
## Principal razón para **NO** contratar TV de Paga

Base urbana: 2,981 personas sin TV de paga (excepto niño)  
Base rural: 1,385 personas sin TV de paga (excepto niños)



## Principal razón para contratar TV de Paga

Base urbana: 2,436 personas con TV de Paga (excepto niños)  
Base rural: 808 personas con TV de Paga (excepto niños)



## Consumo de Televisión Abierta

Base Rural: 2,494 personas que tienen televisor y señal de televisión  
 Base Urbana: 6,021 personas que tienen televisor y señal de televisión



# 82.5%

De las personas con TV en localidades rurales acostumbran ver TV Abierta

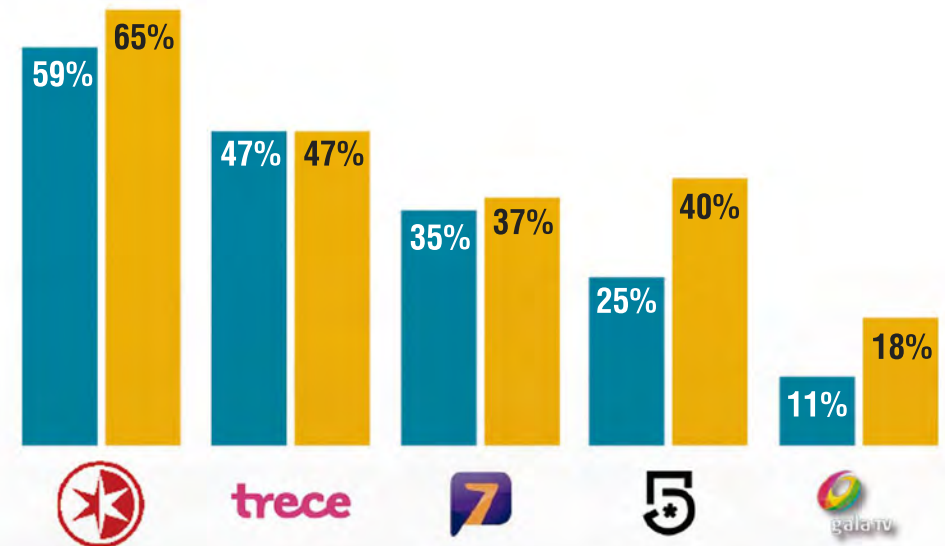


# 80.4%

De las personas con TV en localidades urbanas acostumbran ver TV Abierta

## Top 5 canales de TV Abierta más vistos

Rural: Promedio de 2.1 respuestas por persona\*  
 Urbano: Promedio 2.8 respuestas por persona\*



Base rural: 1,831 personas que ven canales de Tv abierta (excepto niños)  
 Base urbana: 4,360 personas que ven canales de Tv abierta (excepto niños)

## ¿Con quién ve Televisión Abierta?

Base Rural: 2,070 personas que ven canales de tv abierta  
 Base Urbana: 4,853 personas que ven canales de tv abierta



19%  
19%

Sólo



42%  
37%

Acompañado



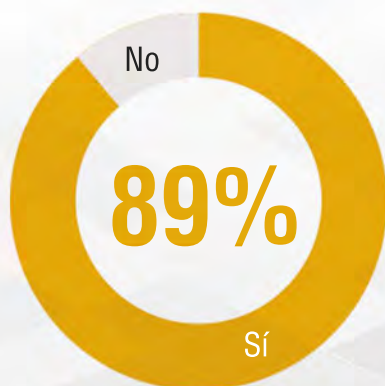
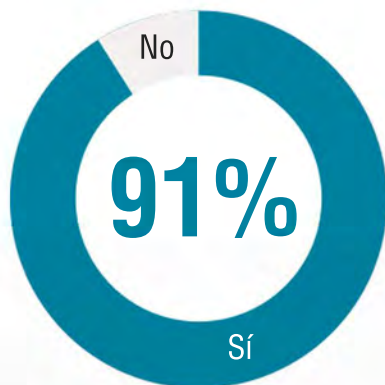
39%  
44%

Ambas

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



## Uso de TV de Paga para ver TV Abierta



Base Rural: 545 personas que ven canales de TV abierta y tienen sistema de tv de paga (excepto niños)

Base Urbana: 1,658 personas que ven canales de tv abierta y tienen sistema de tv de paga (excepto niños)

## Géneros televisivos más vistos en TV Abierta

Rural: Promedio de 2.7 respuestas por persona\*

Urbano: Promedio 2.7 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra ver la TV Abierta

Base Rural: 2,070 personas que ven canales de tv abierta

Base Urbana: 4,853 personas que ven TV Abierta



**Mañana**

(06:00 – 12:00)



**Tarde**

(12:00 – 18:00)



**Noche**

(18:00 – 24:00)



**Madrugada**

(24:00 – 06:00)



**No Ve**

**Lunes a Viernes**

**Rural**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

**20%**

**55%**

**61%**

**1%**

**1%**

**Urbano**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

**27%**

**52%**

**61%**

**1%**

**1%**

**Sábado y Domingo**

**Rural**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

**27%**

**49%**

**47%**

**1%**

**20%**

**Urbano**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

**27%**

**48%**

**42%**

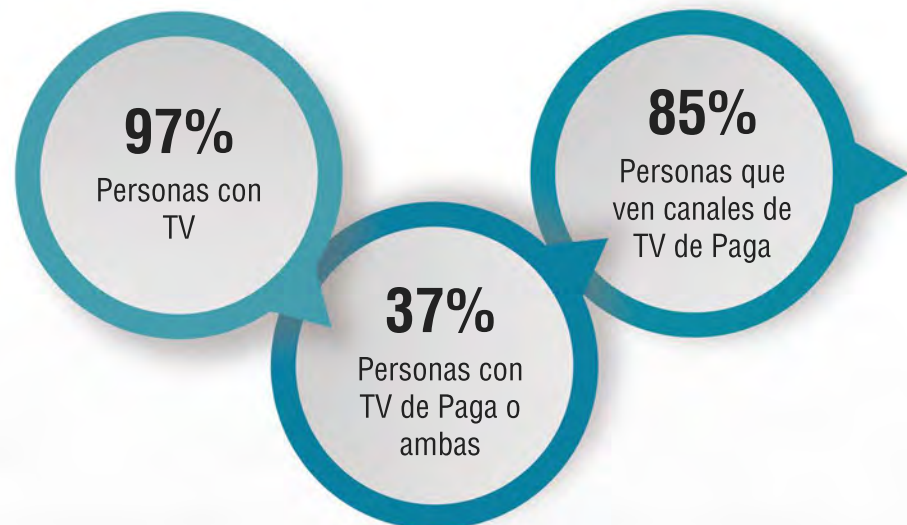
**1%**

**23%**

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

Base: 2,625 personas encuestadas

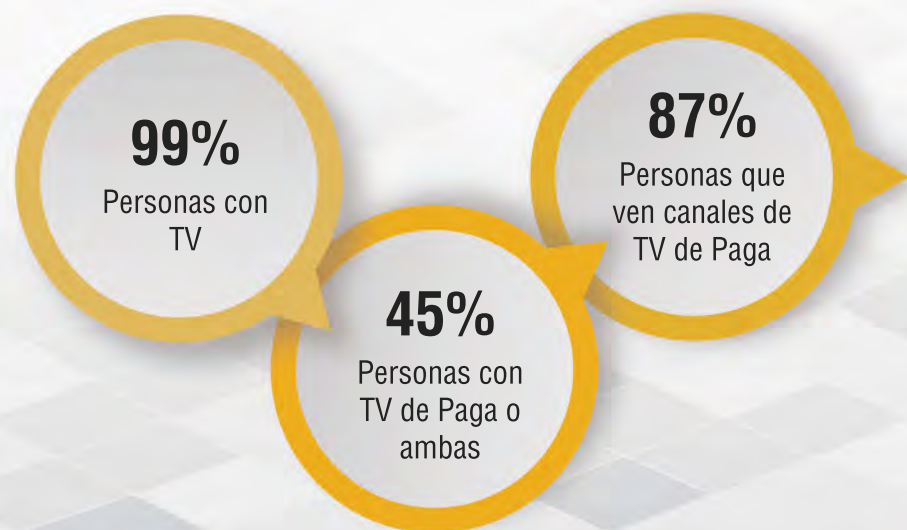
Base: 920 que tienen TV de Paga



Base: 2,539 Personas que tienen TV

Base: 6,125 personas encuestadas

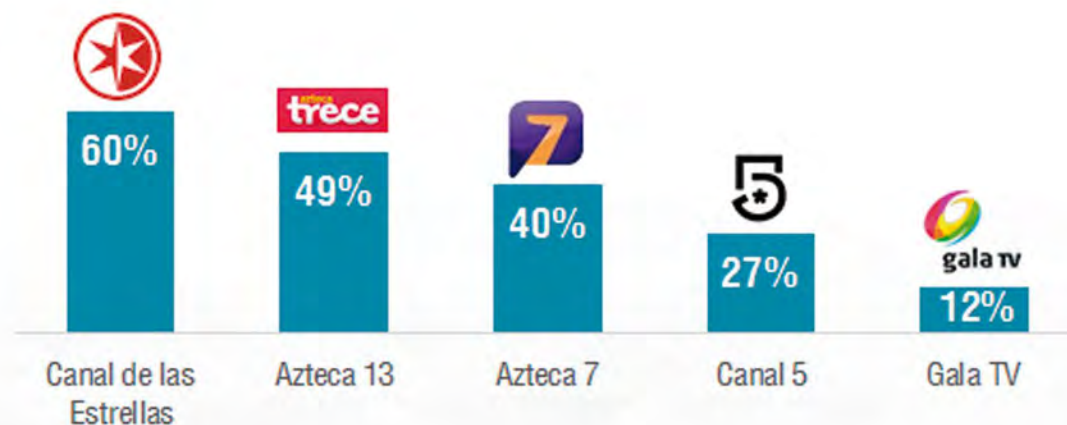
Base: 2,707 que tienen TV de Paga



Base: 6,053 personas que tienen TV

## Top 5 canales de TV de Paga más vistos

Base Rural: 438 Personas que acostumbran ver canales de TV de paga (excepto niños) y que utilizan este servicio para ver canales de TV de Paga y de TV Abierta  
Promedio 4.7 respuestas por persona\*



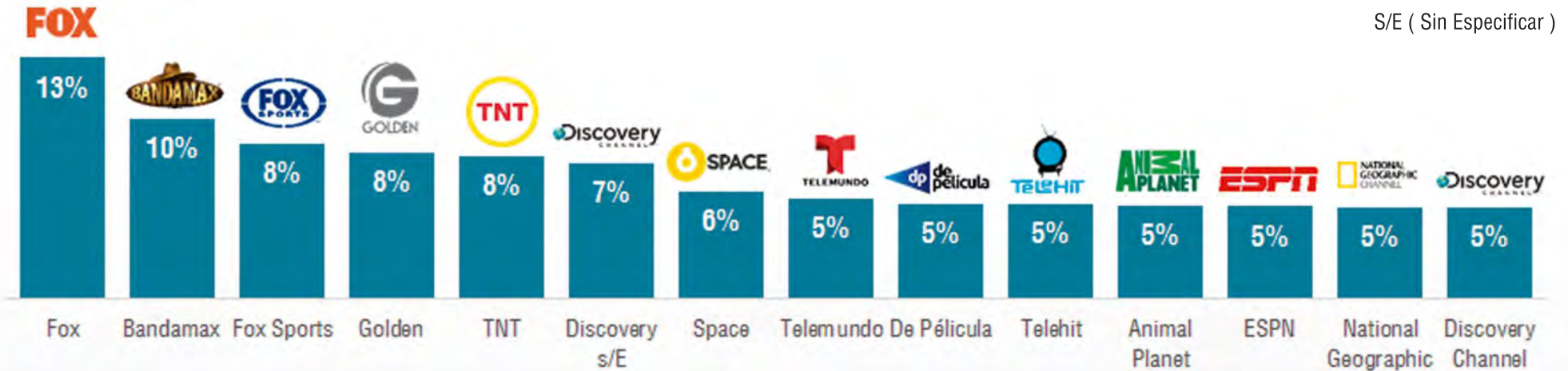
Base Urbana: 1,300 Personas que acostumbran ver canales de TV de paga (excepto niños) y que utilizan este servicio para ver canales de TV de Paga y de TV Abierta  
Promedio 5.3 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Canales exclusivos de TV de Paga más vistos

Base Rural: 679 personas que ven canales de TV de Paga (excepto niños)  
Promedio de 2.2 respuestas por persona\*



## Canales exclusivos de TV de Paga más vistos

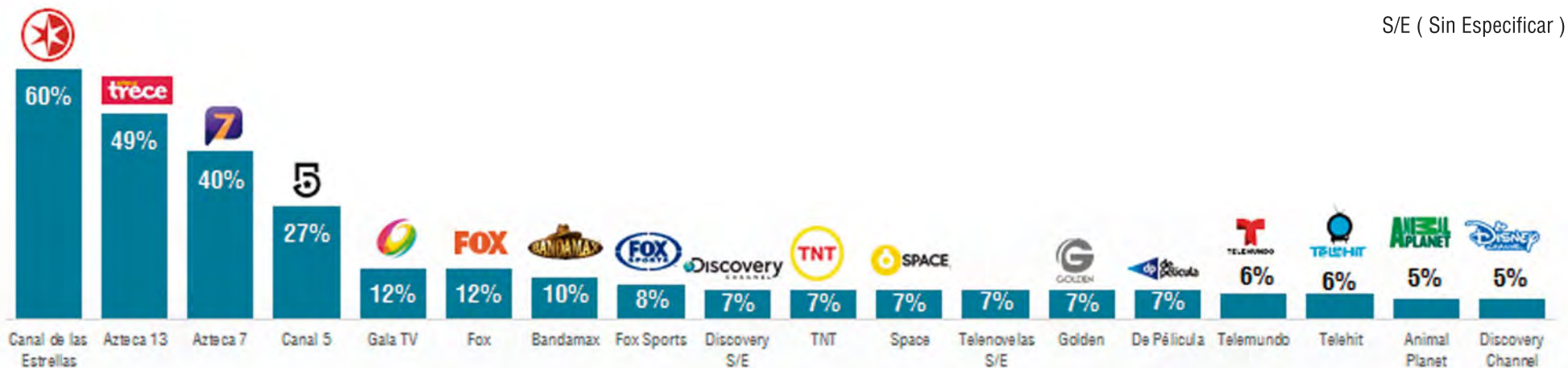
Base Urbana: 2,093 personas que ven canales de TV de Paga (excepto niños)  
Promedio de 2.4 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Canales más vistos en TV de Paga

Base Rural: 483 personas que tienen TV de Paga (excepto niños) y que utilizan este servicio para ver canales tanto de TV de paga como de TV abierta  
Promedio de 4.7 respuestas por persona\*



Base Urbana: 1,300 personas que tienen TV de Paga (excepto niños) y que utilizan este servicio para ver canales tanto de TV de paga como de TV abierta  
Promedio de 5.3 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Géneros televisivos más vistos en canales exclusivos de TV de Paga

Rural Promedio de 2.8 respuestas por persona\*  
 Base Rural: 679 personas que acostumbran ver canales de TV de paga excepto niños

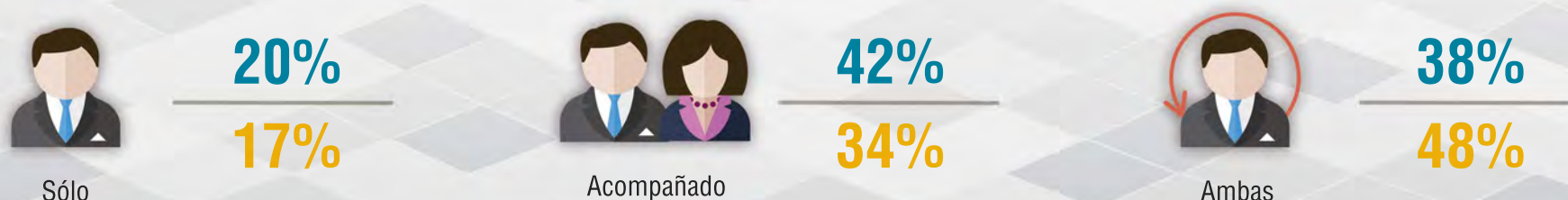


Urbano: Promedio de 2.8 respuestas por persona\*  
 Base Urbana: 2,093 personas que ven canales de tv de paga excepto niños



## ¿Con quién ve los canales exclusivos de la Televisión de Paga?

Base Rural: 784 personas ven canales de TV de Paga  
 Base Urbana: 2,350 personas que ven canales de TV de Paga



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra ver canales exclusivos de TV de Paga

Base Rural: 784 personas que ven canales de TV de Paga  
 Base Urbana: 2,349 personas que ven canales de TV de Paga



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)



**Noche**  
(18:00 – 24:00)



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)



**No Ve**

**Lunes a Viernes**

**Rural**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

18%

55%

58%

1%

0.5%

**Urbano**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

18%

56%

62%

3%

1%

**Sábado y Domingo**

**Rural**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

26%

50%

51%

2%

14%

**Urbano**

Promedio de 1.5 respuestas por persona\*

28%

54%

50%

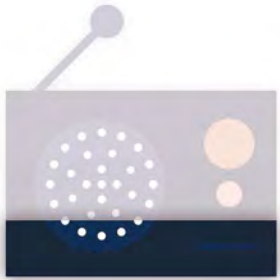
3%

14%

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de Radio

Base Rural: Total entrevistas 2,625  
Base Urbana: Total entrevistas 6,125



# 35.3%

De las personas en localidades rurales acostumbran escuchar la Radio

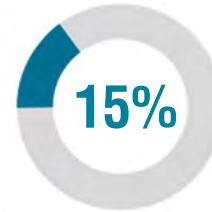


# 40.9%

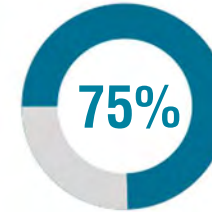
De las personas en localidades urbanas acostumbran escuchar la Radio

## Consumo por tipo de Banda

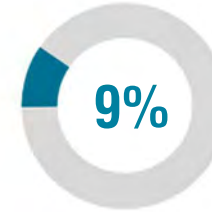
Base Rural: 876 personas que escuchan estaciones de radio excepto niños  
Base Urbana: 2,423 personas que escuchan radio excepto niños



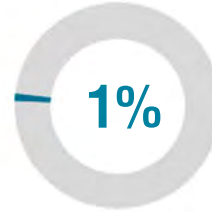
AM



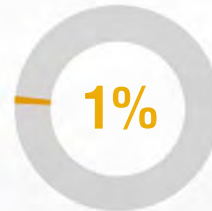
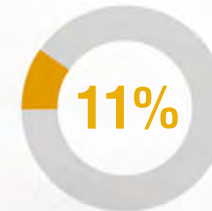
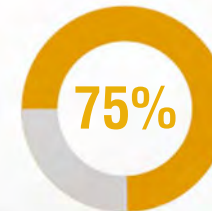
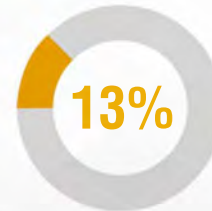
FM



Ambas



No Sabe



## ¿Con quién escucha Radio?

Base Rural: 940 personas que acostumbran escuchar estaciones de radio  
Base Urbana: Quienes escuchan estaciones de radio 2,541



Sólo

36%

41%



Acompañado

31%

26%



Ambas

34%

33%

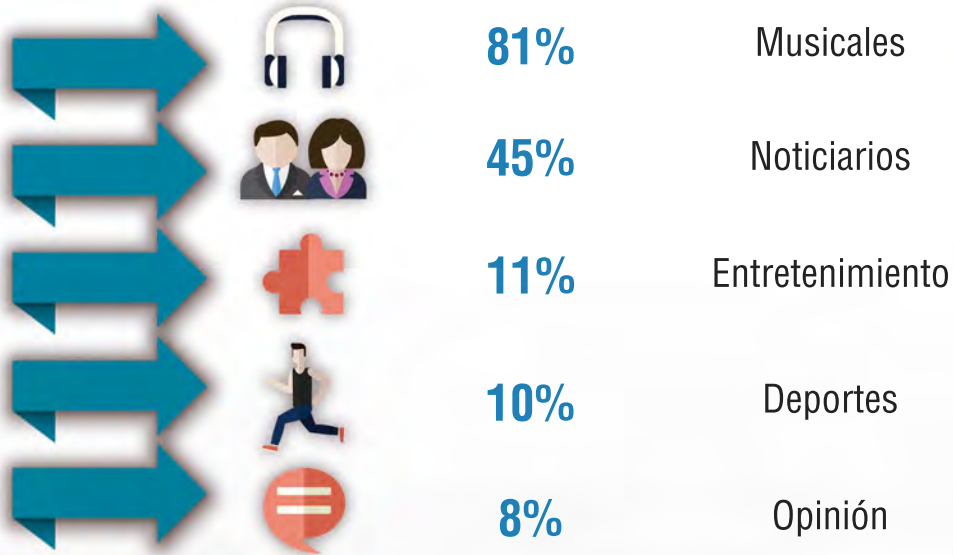
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



## Géneros radiofónicos más escuchados

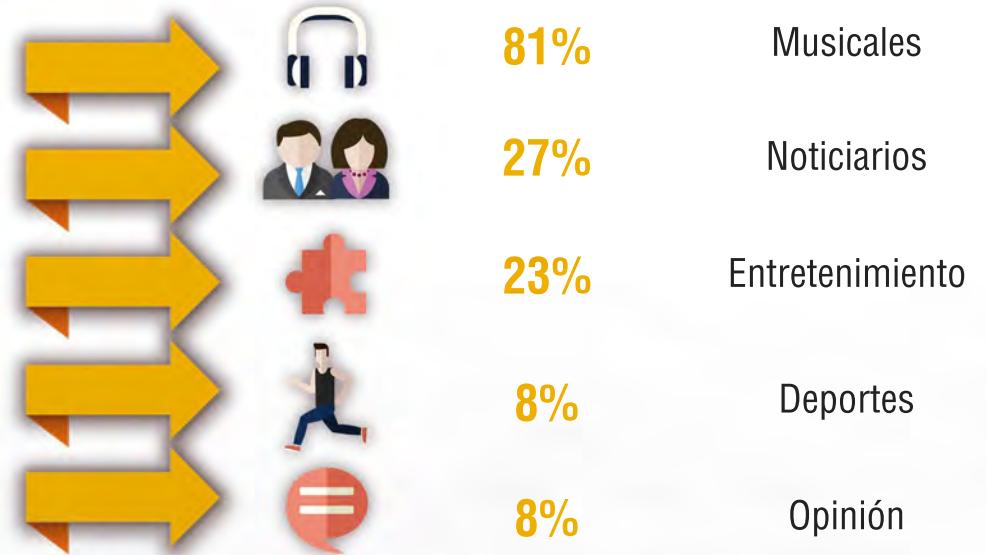
Rural: Promedio de 1.7 respuestas por persona\*

Base Rural: 876 personas que acostumbran escuchar estaciones de radio excepto niños



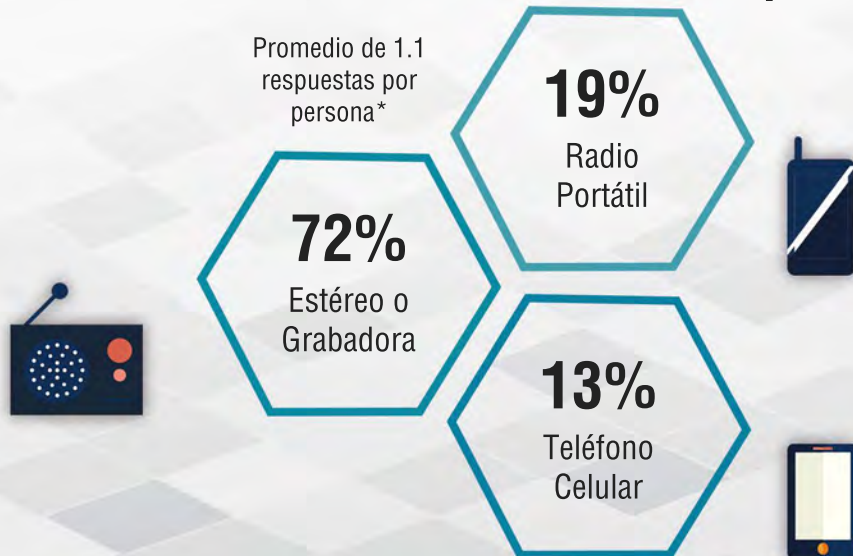
Urbano: Promedio de 1.6 respuestas por persona\*

Base Urbana: 2,423 personas que escuchan estaciones de radio excepto niños



## Dispositivos para escuchar radio

Promedio de 1.1 respuestas por persona\*



Promedio de 1.2 respuestas por persona\*



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra escuchar Radio

Base Rural: 940 personas que escuchan radio  
Base Urbana: 2,543 personas que escuchan radio



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)



**Noche**  
(18:00 – 24:00)



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)



**No Escucha**

**Lunes a Viernes**

**Rural**

Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

64%

48%

22%

1%

1%

**Urbano**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

67%

45%

19%

1%

1%

**Sábado y Domingo**

**Rural**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

43%

35%

16%

1%

32%

**Urbano**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

37%

28%

13%

1%

41%

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Lugares para escuchar Radio en zona Rural

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

Base: 876 personas que acostumbran escuchar estaciones de radio excepto niños

91%



Hogar

15%



Trabajo

5%



Transporte público

4%



Automóvil

## Lugares para escuchar Radio en zona Urbana

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

Base: 2,423 personas que escuchan estaciones de radio excepto niños

82%



Hogar

16%



Trabajo

9%



Transporte público

17%



Automóvil

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de Radio por Internet



Base: 940 personas que escuchan estaciones de radio



Base: 2,541 personas que escuchan estaciones de radio

Promedio de 1.1 respuestas por persona\*



**27%**

Porque puedo escuchar programas repetidos (Podcast)



**16%**

Porque la señal de la estación que escucho no llega a mi localidad



**15%**

Porque son estaciones que sólo se transmiten en Internet

\*\* El número de individuos en áreas rurales que respondieron SI a esta pregunta no permite hacer desagregación de las razones de dicho consumo, dado que los resultados son no significativos.

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Consumo de contenidos por Internet

Base Rural: 2,625 entrevistas  
Base Urbana: 6,125 entrevistas



### 14.4%

De las personas en localidades rurales acostumbran ver contenidos por Internet

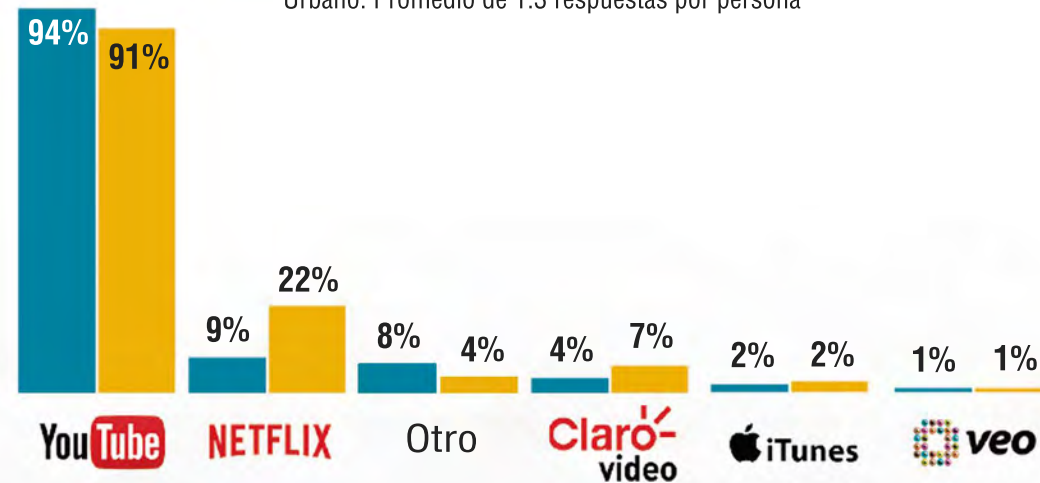


### 29.2%

De las personas en localidades urbanas acostumbran ver contenidos por Internet

## Plataformas por las que accede a contenidos por Internet

Rural: Promedio de 1.2 respuestas por persona\*  
Urbano: Promedio de 1.3 respuestas por persona\*



Base Rural: 372 personas que ven contenidos por Internet  
Base Urbana: 1,741 personas que ven contenidos de Internet

## ¿Con quién ve programas por Internet?

Base Rural: 372 personas que ven contenidos por Internet  
Base Urbana: 1,741 personas que ven contenidos por Internet



63%  
50%

Sólo



17%  
20%

Acompañado



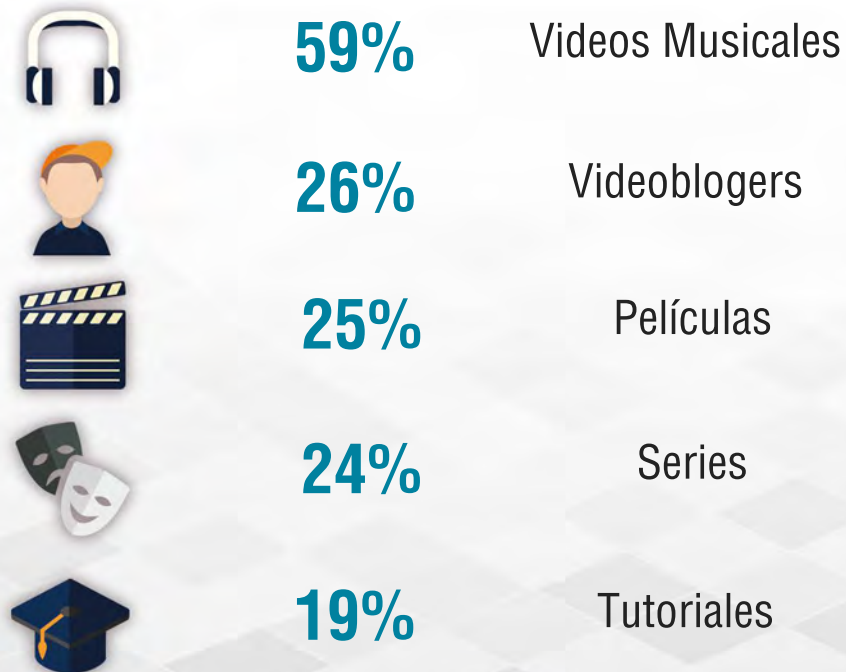
21%  
30%

Ambas

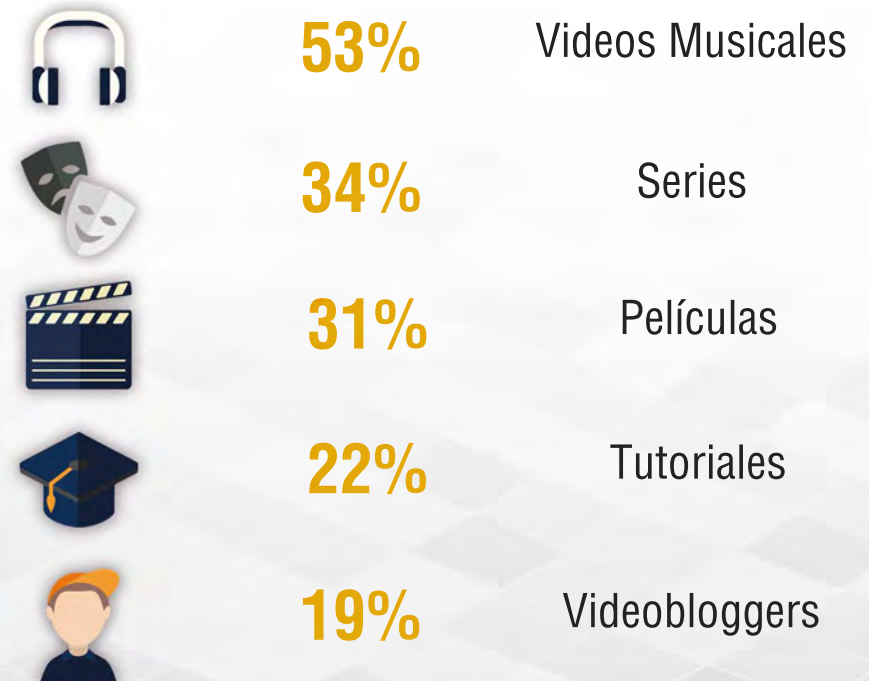
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Tipo de Contenidos más vistos por Internet

Promedio de 1.7 respuestas por persona\*  
Base: 315 personas que ven contenidos por Internet (excepto niños)



Promedio de 1.8 respuestas por persona\*  
Base: 1,520 personas que ven contenidos de Internet (excepto niños)



## Horario en el que acostumbran ver contenidos por Internet

Base Rural: 372 personas que ven contenidos por Internet  
 Base Urbana: 1,741 personas que ven contenidos por Internet



**Mañana**  
(06:00 – 12:00)



**Tarde**  
(12:00 – 18:00)



**Noche**  
(18:00 – 24:00)



**Madrugada**  
(24:00 – 06:00)



**No Ve**

**Lunes a Viernes**

**Rural**

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

19%

59%

39%

1%

2%

**Urbano**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

19%

55%

50%

2%

3%

**Sábado y Domingo**

**Rural**

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

16%

46%

26%

2%

32%

**Urbano**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

20%

44%

40%

2%

23%

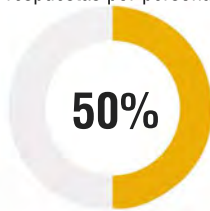
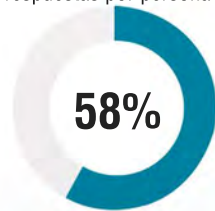
\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Dispositivos para ver contenidos por Internet

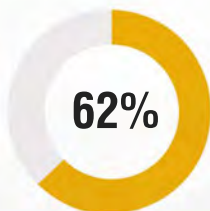
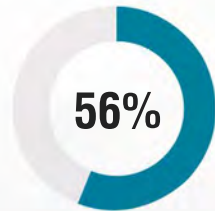
Base: 372 personas que ven contenidos por Internet

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*      Promedio de 1.4 respuestas por persona\*

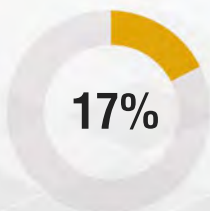
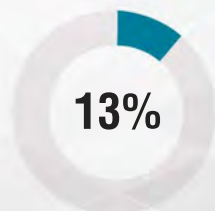
Teléfono Celular



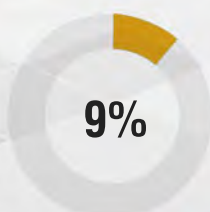
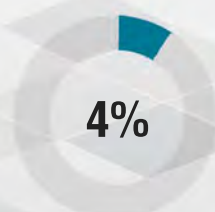
Computadora o Laptop



Tablet



Televisión

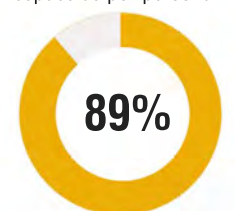
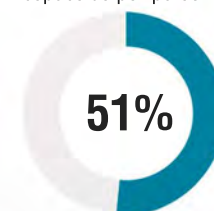


## Lugares para ver contenidos por Internet

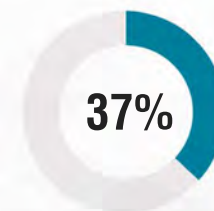
Base: 315 personas que ven contenidos por Internet (excepto niños)

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*      Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

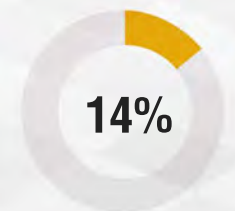
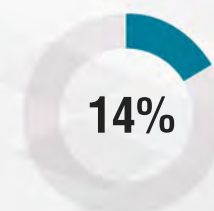
Hogar



Café Internet



Trabajo

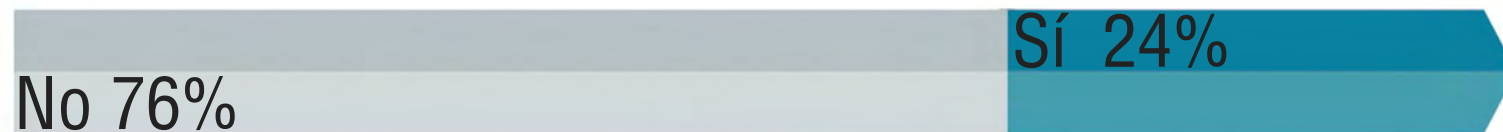


\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.



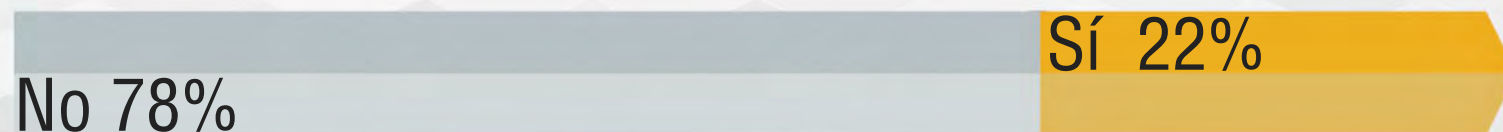
## Consumo simultaneo de contenidos por Internet con radio y/o televisión

Base: 99 personas que ven televisión y/o que escuchan la radio y ven contenidos por Internet (excepto niños)



## Consumo simultaneo de contenidos por Internet con radio y/o televisión

Base: 613 personas con televisión, que escuchan la radio y ven contenidos por Internet (excepto niños)



## Consumo de Videojuegos

Base: 2,625 entrevistas

# 12.0.

De las personas juegan videojuegos



## Consumo de Videojuegos

Base: 6,125 entrevistas

# 20.5%

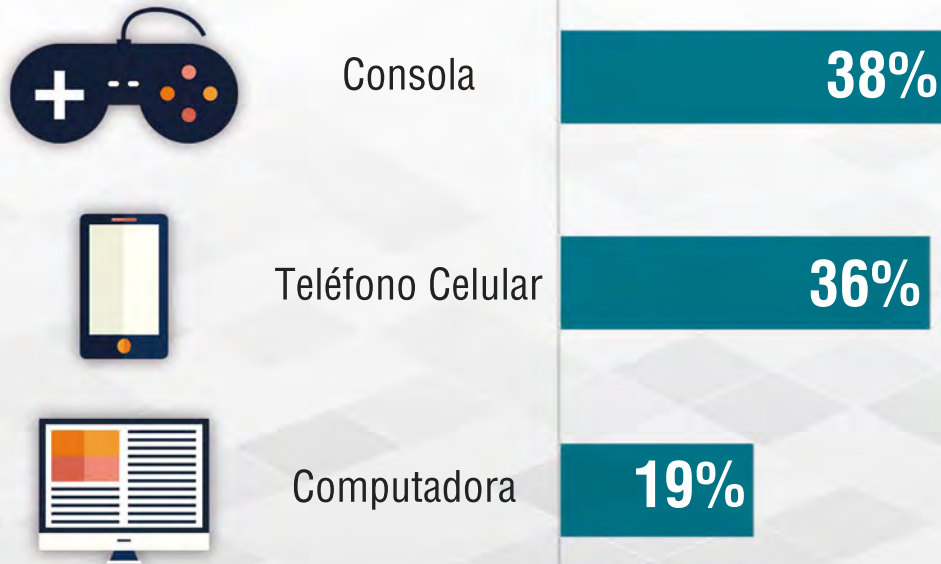
De las personas juegan videojuegos



## Principales dispositivos para jugar Videojuegos

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

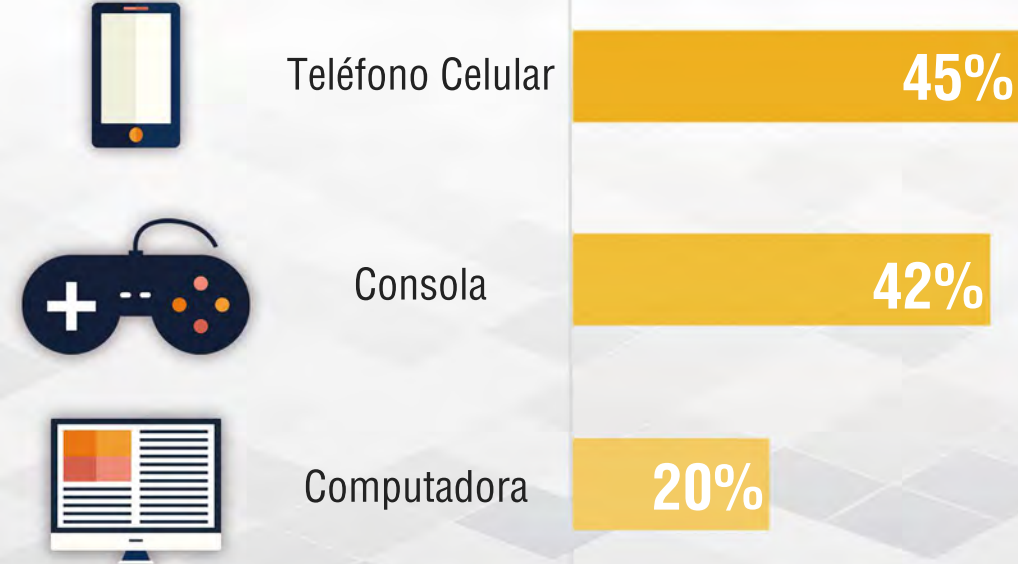
Base: 299 personas que acostumbran jugar videojuegos



## Principales dispositivos para jugar Videojuegos

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

Base: 1.193 personas que juegan videojuegos



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Videojuegos favoritos (Top 5)

Promedio de 1.8 respuestas por persona\*  
Base: 299 personas que acostumbran jugar videojuegos



## Videojuegos favoritos (Top 5)

Promedio de 1.9 respuestas por persona\*  
Base: 1,193 personas que acostumbran jugar videojuegos



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Horario en el que acostumbra jugar Videojuegos

Base Rural: 299 personas que acostumbran jugar videojuegos

Base Urbana: 1,193 personas que juegan Videojuegos



**Mañana**

(06:00 – 12:00)



**Tarde**

(12:00 – 18:00)



**Noche**

(18:00 – 24:00)



**Madrugada**

(24:00 – 06:00)



**No Juego**

**Lunes a Viernes**

**Rural**

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

**11%**

**59%**

**33%**

**1%**

**7%**

**Urbano**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

**12%**

**52%**

**41%**

**2%**

**8%**

**Sábado y Domingo**

**Rural**

Promedio de 1.2 respuestas por persona\*

**20%**

**46%**

**24%**

**0%**

**26%**

**Urbano**

Promedio de 1.3 respuestas por persona\*

**18%**

**47%**

**33%**

**3%**

**21%**

\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

## Acostumbra jugar Videojuegos Online

Base Rural: 299 personas de localidades que acostumbran jugar videojuegos



## Acostumbra jugar Videojuegos Online

Base urbana: 1,193 personas que juegan Videojuegos



\*La persona encuestada podía elegir más de una opción.

<http://www.ift.org.mx>

Insurgentes Sur #1143 Col.Noche  
Buena - Delegación Benito Juárez  
CP 03720 CDMX

Tel 5015 4000 / 01800 2000 120

JULIO 2016

