

Comunicado de Prensa No. 109/2022

Ciudad de México, a 8 de diciembre de 2022.

EN MÉXICO SE CONSUMEN 2.5 HORAS DE TV ABIERTA Y 3 HORAS EN PLATAFORMAS DE VIDEO EN INTERNET, AL DÍA, POR PERSONA

- *La Encuesta de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA) edición 2022 refleja que la televisión abierta continúa siendo el principal medio de consumo audiovisual al ser usado por el 77% de las personas. Entre los contenidos más vistos por este medio están los noticiarios y las películas.*
- *El estudio da a conocer que en promedio el 53% de las personas acostumbran a ver contenidos por internet, y que sus géneros favoritos son películas (54%) y series (47%).*
- *De entre los hogares que cuentan con el servicio de televisión de paga, el consumo de canales exclusivos se ubica en un 23% y los géneros favoritos son películas y series. Entre las principales razones que señalaron para contratar este servicio es tener más opciones de contenido y canales; y entre las mencionadas para no contratarlo está el precio.*
- *El consumo de contenidos por radio alcanza el 38% y los contenidos favoritos son primero los musicales, seguidos de noticiarios y después deportes.*

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presenta los resultados de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA) edición 2022, que retoma la aplicación de entrevistas cara a cara. La encuesta da a conocer que, en promedio, las personas consumen diariamente 2.5 horas para ver canales de televisión abierta y 3 horas de contenidos audiovisuales a través de plataformas de internet.

El 77% de los encuestados señalaron ver canales de televisión abierta y prefieren sintonizar noticiarios (47%), películas (43%) y telenovelas (36%). Los canales más vistos son “Las Estrellas”, “Azteca Uno”, “Canal 5” y “Azteca 7”.

De entre quienes consumen contenidos audiovisuales en línea (53%), se observa que los géneros más vistos en las plataformas de video por internet son las películas con un 54%; series con 47%; seguidos de videos musicales y tutoriales, con un 25 y 20 %, respectivamente. Las plataformas más utilizadas para ver contenidos por internet son YouTube (73%), seguido por Netflix (46%), Facebook (24%), TikTok y Disney+ con un 23 y 11% respectivamente.

Comunicado de Prensa No. 109/2022

El consumo de canales exclusivos de televisión de paga se ubica en un 23% y los géneros favoritos que se consumen son películas, series, deportes y noticias. Los canales exclusivos de televisión de paga más vistos son “Disney Channel”, “Discovery Channel”, “De Película” y “TNT”.

Entre las principales razones para contratar televisión de paga están: “tener más opciones de contenido y canales” (28%); “por las clases a distancia” (26%); y “poder contratar con el mismo proveedor otros servicios como telefonía o internet” (20%). Entre las razones para no contratar este servicio, 49% de las personas encuestadas mencionaron que es por el precio, y un 31% que ven poco la televisión.

Cerca de 8 de cada 10 niñas y niños mencionaron ver canales de televisión abierta, de ellos, el 56% señalaron ver caricaturas o programas infantiles, 53% películas y 29% series.

El consumo de contenidos por radio alcanza un 38% de los entrevistados, entre los cuales, el 74% mencionó sintonizar frecuencias de FM y 13% señaló escuchar tanto frecuencias de AM como de FM. Los contenidos favoritos de los radioescuchas son musicales, noticiarios y deportes.

Entre los participantes en la encuesta, el 23% declara jugar videojuegos, principalmente a través de un teléfono celular (71%) y de consolas de videojuegos (37%). Destaca que el 59% lo hacen en línea, de los cuales el 89% juega o interactúa con otras personas.

La ENCCA edición 2022 tiene por objetivo obtener información estadística e indicadores que permitan profundizar en el análisis y reflexión del consumo de las audiencias de radio y televisión, así como la demanda de dichos contenidos en internet, y con ello, dar continuidad a los estudios instrumentados por este Instituto en los ejercicios anteriores. El tamaño de la muestra fue de 8 mil 750 encuestados; de los cuales, 6 mil 125 se encuentran en zonas urbanas y 2 mil 625 en rurales, con lo cual es posible conocer indicadores a nivel nacional.

Comunicado de Prensa No. 109/2022

Cabe destacar que, para esta edición se reporta información de personas que reconocen tener alguna discapacidad.

La encuesta fue realizada durante el primer trimestre de 2022 a individuos de siete o más años de edad y está disponible en el portal de internet del Instituto y en el micrositio Somos Audiencias: <http://somasaudiencias.ift.org.mx/>.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el órgano autónomo encargado de regular, promover y supervisar el desarrollo eficiente en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones en México, además de ejercer de forma exclusiva las facultades en materia de competencia económica en dichos sectores, de conformidad con el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013.

Coordinación General de Comunicación Social
Insurgentes Sur 1143, Col. Nochebuena,
Benito Juárez. C.P. 03720
Tels. 55 50 15 40 00 ext. 2280 y 4548

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX

