

CRECE EL USO DE APLICACIONES PARA VER CONTENIDO DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA EN DIFERENTES DISPOSITIVOS



Introducción

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *“el aspecto más destacado del crecimiento de los mercados de contenidos digitales en los últimos años es la creciente centralidad de Internet en los medios digitales. Todo se está conectando. Las plataformas en línea no serán solo una nueva forma de distribuir la programación, sino el medio principal para hacerlo”*¹.

En ese sentido, lo que se denomina *TV Everywhere* *“permite a los usuarios ver los contenidos de la televisión de paga a través de Internet o en dispositivos móviles, siempre que estén abonados a esos contenidos con un proveedor de televisión de paga. Por tanto, ofrece a los usuarios parte de la flexibilidad de las ofertas OTT sin alterar las suscripciones existentes”*².

En México hay proveedores del servicio de Televisión de paga que ofrecen a sus usuarios aplicaciones que les permiten acceder al contenido de este servicio desde distintos dispositivos; por ello, a continuación, se presenta la información referente al tema, la cual se ha obtenido a partir de las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.

Uso de aplicaciones para ver contenido del servicio de Televisión de paga

A través del análisis de los resultados de las encuestas, se puede apreciar un aumento en el uso de aplicaciones que permiten a las personas usuarias de Televisión de paga ver contenido de su servicio en diferentes dispositivos; al pasar de 8.7% en la Segunda Encuesta 2019 a 17.6% en la Primera Encuesta 2022, lo que representa un incremento de 8.9 puntos porcentuales.

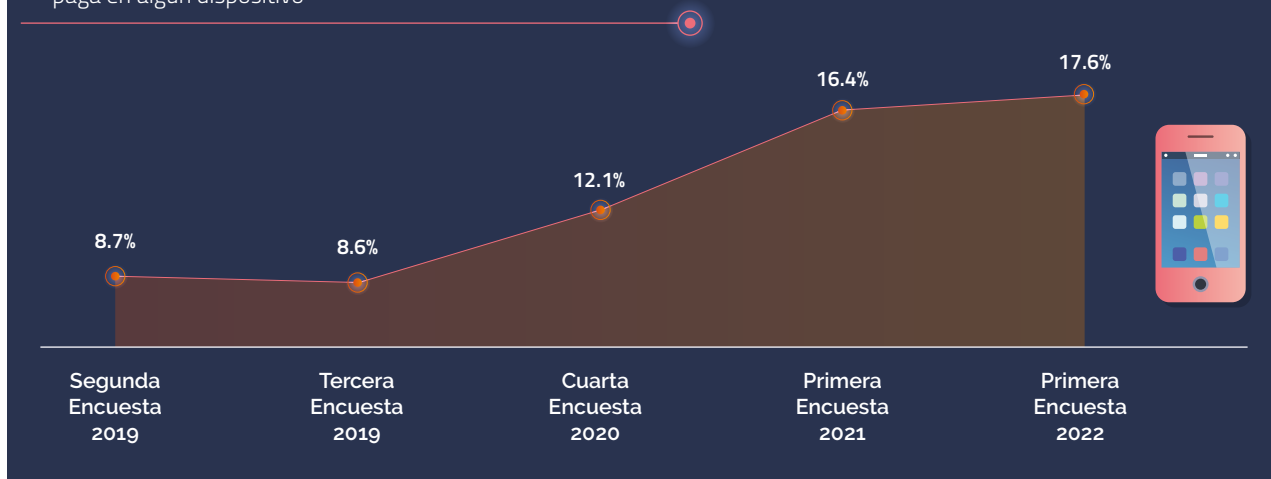
¹ OCDE (2012). *The Development and Diffusion of Digital Content*. Disponible en: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5k8x6kv51z0n-en.pdf?expires=1652981661&id=id&accname=guest&checksum=49D266837D51A978F53EC46EB1ADB873>

² Ídem.



Gráfico 1.

Personas encuestadas que señalaron tener una aplicación que les permite ver contenido de su servicio de Televisión de paga en algún dispositivo

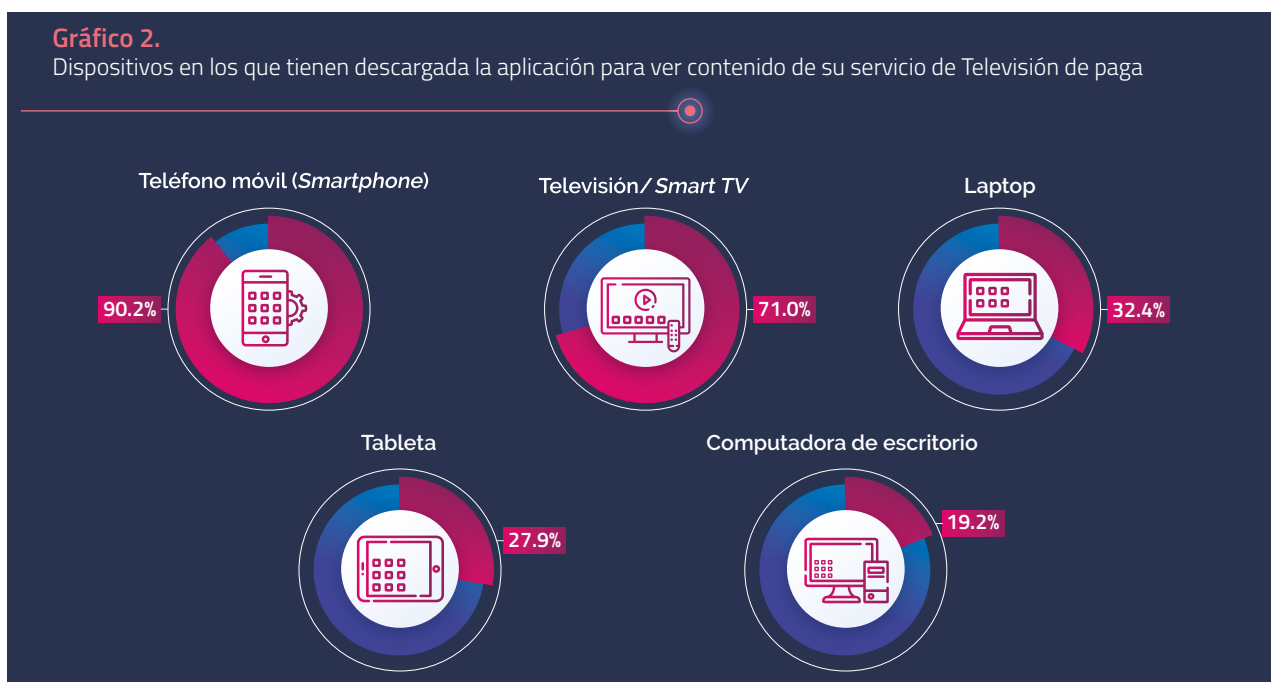


Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se incluyen únicamente respuestas igual a "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2022)

De acuerdo con información de la Primera Encuesta 2022, de las personas que cuentan con este tipo de aplicaciones, el 90.2% señaló tenerlas descargadas en el teléfono móvil (*Smartphone*) y el 71% en una Televisión/*Smart TV*.

Gráfico 2.

Dispositivos en los que tienen descargada la aplicación para ver contenido de su servicio de Televisión de paga



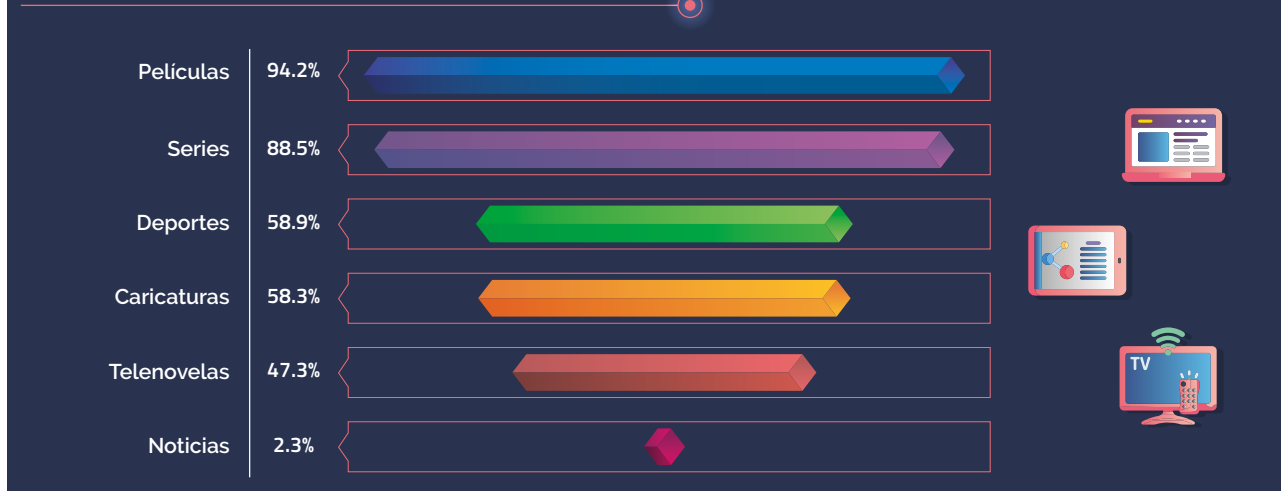
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Fuente: IFT con datos de la Primera Encuesta a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones 2022.

En cuanto al tipo de contenido al que acceden desde estas aplicaciones, las personas encuestadas mencionaron principalmente las películas y series con 94.2% y 88.5%, respectivamente.



Gráfico 3.

Tipo de contenido al que acceden a través de la aplicación



Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT con datos de la Primera Encuesta a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones 2022.

Razones por las cuales no cuentan con alguna aplicación que les permita ver contenido de su servicio de Televisión de paga en algún dispositivo

Finalmente, las personas encuestadas no tienen aplicaciones para ver contenido de su servicio de Televisión de paga en sus dispositivos porque no les interesa/no les gusta (35%) y porque no la necesitan (31%).

Gráfico 4.

Motivos por los que las personas encuestadas no cuentan con alguna aplicación para ver contenido de su servicio de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: Falta de tiempo, Veo el contenido en la televisión, Porque no las ve, entre otras.

Fuente: IFT con datos de la Primera Encuesta 2022 a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.



Consideraciones metodológicas de las encuestas a usuarios de Internet fijo y Televisión de paga³

Periodo de levantamiento:

Segunda Encuesta 2019	Tercera Encuesta 2019	Cuarta Encuesta 2020	Primera Encuesta 2021	Primera Encuesta 2022
Del 22 de mayo al 10 de junio de 2019	Del 18 de julio al 11 de agosto de 2019	Del 14 de noviembre al 02 de diciembre de 2020	Del 20 de enero al 8 de febrero de 2021	Del 24 de noviembre al 22 de diciembre de 2021

Representatividad: Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas).

Público objetivo: El público objetivo son usuarios residenciales de los servicios de telecomunicaciones de 18 años en adelante. La muestra considera al menos 5% de personas con alguna discapacidad y la siguiente distribución de género:

Concepto	Segunda Encuesta 2019	Tercera Encuesta 2019	Cuarta Encuesta 2020	Primera Encuesta 2021	Primera Encuesta 2022
Mujer	51%	51%	51%	50%	50%
Hombre	49%	49%	49%	50%	50%

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Internet fijo y Televisión de paga consistió en un levantamiento presencial con un diseño muestral probabilístico- aleatorio con base en el Censo de Población y Vivienda de INEGI.

Concepto	Segunda Encuesta 2019	Tercera Encuesta 2019	Cuarta Encuesta 2020	Primera Encuesta 2021	Primera Encuesta 2022
Número de entrevistas Internet fijo y Televisión de paga	5,120	5,008	5,008	5,008	5,904
Grado de confianza	95%	95%	95%	95%	95%
Error teórico de Internet fijo	1.82%	1.91%	1.58%	1.59%	1.43%
Error teórico de Televisión de paga	1.71%	1.70%	1.74%	1.71%	1.49%

³ Para más información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>





 **ift** INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur #1143 Col. Nochebuena
Demarcación Territorial Benito Juárez
C.P. 03720 Ciudad de México
Tel: 55 50154000 / 800 2000 120

www.ift.org.mx

