

## Comunicado de Prensa No.111/2021

Ciudad de México, 14 de diciembre de 2021.

### **CRECE 8 PUNTOS PORCENTUALES EL CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES POR INTERNET**

- *El Instituto Federal de Telecomunicaciones presenta los resultados de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales edición especial 2020 – 2021.*
- *Los géneros más vistos en las plataformas de video por internet son películas con 52%; series, con 42%; y videos educativos y tutoriales, con 40 y 24%, respectivamente.*
- *El 75% de los encuestados señalaron ver contenidos por televisión abierta.*
- *Para este ejercicio destaca que el contenido educativo fue uno de los más mencionados tanto en medios tradicionales como por internet.*

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presenta los resultados de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA) *edición especial 2020 - 2021*, que por primera vez se realizó vía telefónica ante la situación de confinamiento prevaleciente, en la que destaca el crecimiento en el uso de internet y con ello la adopción de un mayor número de plataformas, aunado al consumo realizado a través de los medios tradicionales.

Esta edición especial de la ENCCA señala que el consumo de contenidos audiovisuales por internet tuvo un crecimiento de 8 puntos porcentuales con respecto al 2019, para ubicarse en 59%. En tanto que, los géneros más vistos en las plataformas de video por internet son películas con 52%; series, con 42%; y videos educativos y tutoriales, con 40 y 24%, respectivamente.

Por otra parte se da a conocer que, en contraste con la edición de 2019, en ésta las personas acudieron a diversos medios para complementar su consumo de contenidos audiovisuales. El 75% de los encuestados señalaron ver contenidos por televisión abierta; 64% prefieren sintonizar noticiarios, 45% películas y 35% contenidos educativos.

## Comunicado de Prensa No.111/2021

De los hogares que cuentan con televisión de paga, el consumo de canales exclusivos de esta señal se ubica en 21%, y los géneros favoritos son películas, series, contenidos educativos y caricaturas/infantiles. Asimismo, los encuestados que cuentan con este servicio mencionaron consumir en su mayoría canales que corresponden a la señal abierta, siendo lo más vistos “Las Estrellas”, “Canal 5”, “Azteca 7” y “Azteca Uno”.

Entre las principales razones que señalaron para contratar televisión de paga, 56% dijo que es para tener más opciones de contenido y canales; 26% señaló que no reciben o reciben de forma deficiente la señal de televisión abierta; y el 20%, que pueden contratar con el mismo proveedor otros servicios como telefonía o internet.

Entre las razones para no contratar este servicio, 56% de los encuestados mencionaron el precio; y 23% que ven poco la televisión.

Entre los menores de 11 años, el 82% por ciento dijo ver canales de televisión abierta (mismo nivel que en la ENCCA 2019); y 87% señaló que ven caricaturas o programas infantiles; 76% ven contenido educativo; 43% películas; y 10% series.

Por otra parte, el consumo de contenidos a nivel nacional para la radio aumentó 5 puntos porcentuales respecto al año anterior, al alcanzar 47%; asimismo, 68% mencionó sintonizar frecuencias de FM y 20% declaró escuchar tanto frecuencias de AM como de FM, 8 puntos porcentuales por encima del 2019. Los géneros favoritos de los radioescuchas para este ejercicio muestran que son musicales, noticiarios y educativos.

Finalmente, entre los participantes de la encuesta, el 24% declara jugar videojuegos, principalmente a través de un teléfono celular (63%) y 43% en consolas de videojuegos. También destaca que, el 72% lo hacen en línea, esto es 28 puntos porcentuales por encima de lo registrado en el año 2019.

## Comunicado de Prensa No.111/2021

El método de recolección telefónica utilizada en la *ENCCA edición especial 2020 - 2021*, constituye una estrategia operativa ante las condiciones de confinamiento prevalentes en el último trimestre de 2020 y primero del 2021, cuyo objetivo fue obtener información estadística e indicadores para dar continuidad a los estudios instrumentados por este Instituto en los ejercicios anteriores respecto de los hábitos del consumo de contenidos audiovisuales.

El confinamiento producto de la pandemia por la Covid-19, modificó los hábitos de consumo de los contenidos audiovisuales entre las personas. En ese sentido, destaca un crecimiento en el uso de internet y con ello la adopción de un mayor número de plataformas, aunado al consumo realizado a través de los medios tradicionales, de tal forma se observa una diversificación en el consumo de medios audiovisuales y destaca la mención de contenidos educativos.

La encuesta se realizó en el cuarto trimestre de 2020 y primer trimestre de 2021 a 8 mil 750 individuos de siete o más años y se encuentra disponible en el portal de internet del Instituto en el micrositio Somos Audiencias: [www.somosaudiencias.ift.org.mx](http://www.somosaudiencias.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 1er. Piso, Col. Nochebuena,  
Benito Juárez. C.P. 03720  
Tels. 55 50 15 40 00 ext. 4735, 2729 y 2038

INGRESA A NUESTRO PORTAL: [WWW.IFT.ORG.MX](http://WWW.IFT.ORG.MX)

