

SALAZAR & SOLÍS ABOGADOS, S.C. Av. Álvaro Obregón 270 interior 150 - A Col. Hipódromo, C.P. 06100, Cuauhtémoc

Tel: 5511689893

Ciudad de México, a 15 de diciembre de 2021

ASUNTO: Síntesis del **COMUNICADO**: CRECE 8 PUNTOS PORCENTUALES EL CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES POR INTERNET

1. El martes 14 de diciembre de 2021, el IFT emitió el comunicado 111/2021. [i]

(http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicado111ift 1.pdf)

De dicho COMUNICADO se destaca lo siguiente:

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.

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 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.





SALAZAR & SOLÍS ABOGADOS, S.C. Av. Álvaro Obregón 270 interior 150 – A Col. Hipódromo, C.P. 06100, Cuauhtémoc

Tel: 5511689893

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.

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

Atentamente

Rubén Salazar Guerra y Sofía Solís Mora Salazar & Solís Abogados, S.C.

