

CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES POR NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES (NNA) EN ÁMBITOS URBANOS Y RURALES CON INFORMACIÓN DE ENCCA 2024

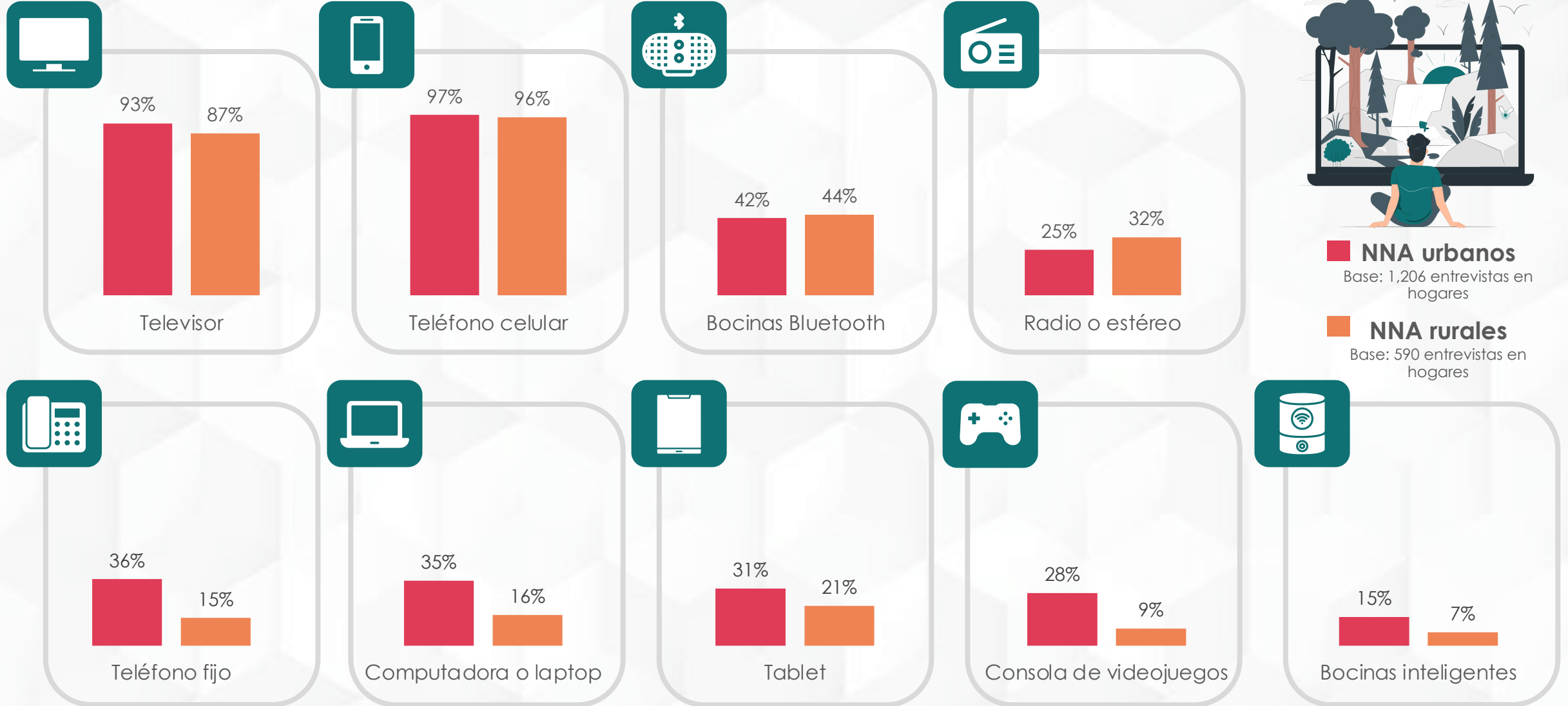


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

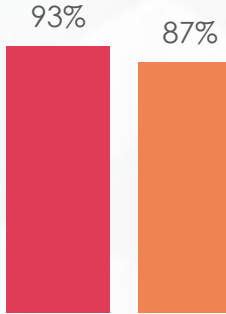


Abril 2025

Equipamiento de los hogares donde habitan NNA



Smart TVs y Smartphones en los hogares donde habitan NNA



Televisor



Teléfono celular



■ NNA urbanos
Base: 1,206 entrevistas en hogares

■ NNA rurales
Base: 590 entrevistas en hogares

De los cuales...

82% **63%**

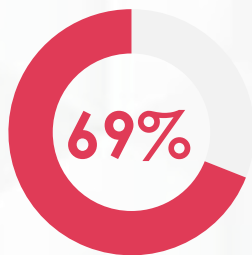
Cuentan con al menos una **Smart TV**

De los cuales...

97% **90%**

Cuentan con al menos un **Smartphone**

Consumen canales de Televisión abierta

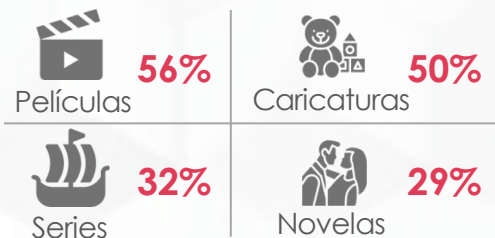


NNA urbanos
Base: 1,119 personas que tienen televisor

Canales más vistos



Programas más vistos



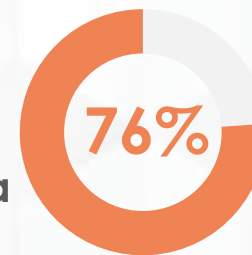
En promedio ven televisión abierta

2.4
horas al día

Ven televisión abierta a solas

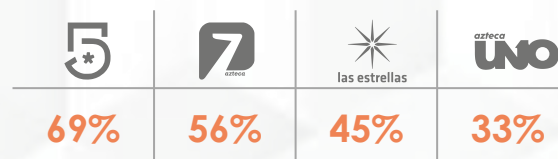
15%

Consumen canales de Televisión abierta

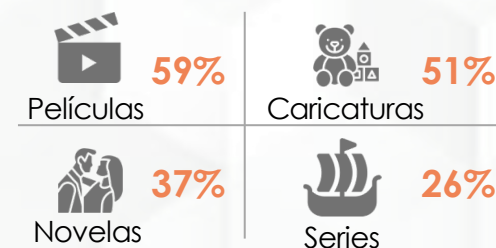


NNA rurales
Base: 515 personas que tienen televisor

Canales más vistos



Programas más vistos



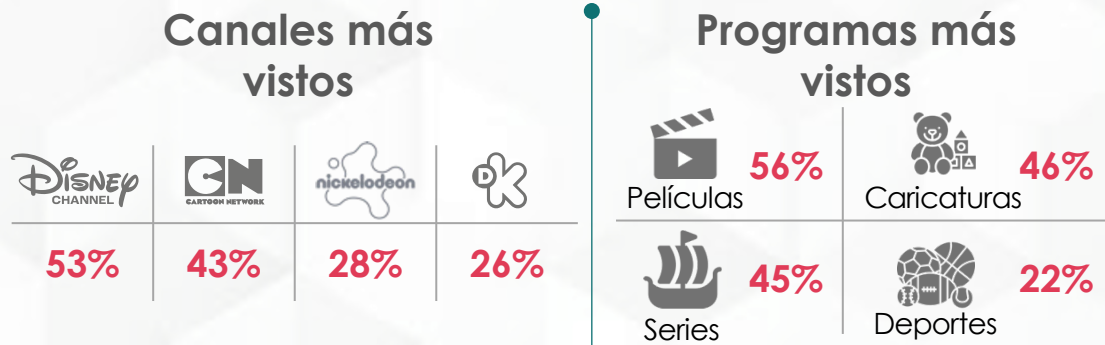
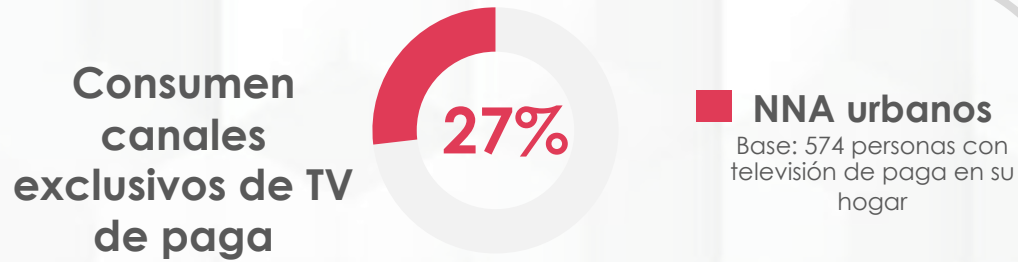
En promedio ven televisión abierta

2.2
horas al día

Ven televisión abierta a solas

12%

Televisión de paga

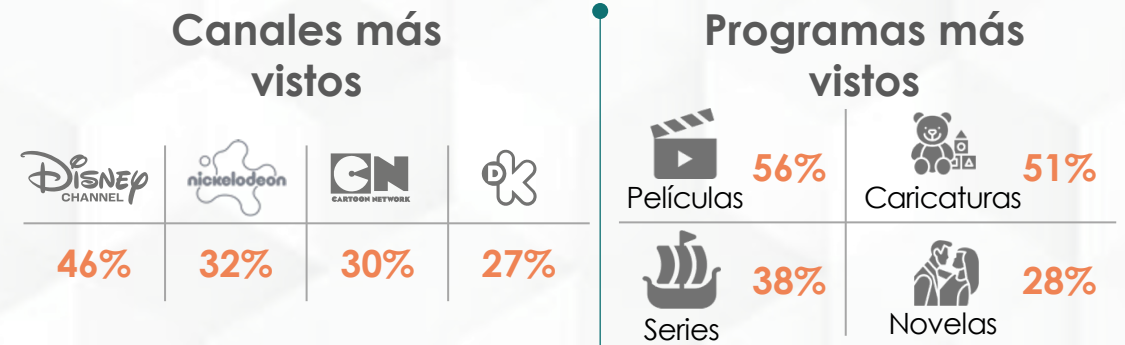
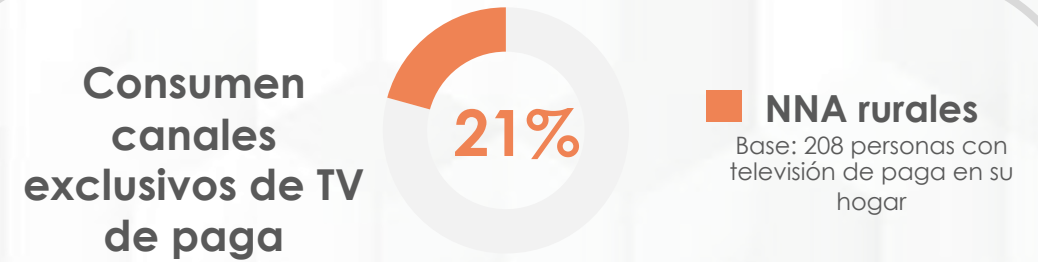


En promedio ven televisión de paga

2.7
horas al día

Ven televisión de paga a solas

16%



En promedio ven televisión de paga

2.4
horas al día

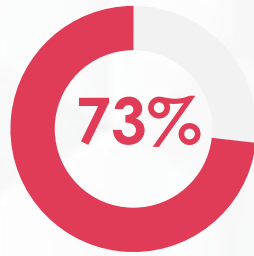
Ven televisión de paga a solas

13%



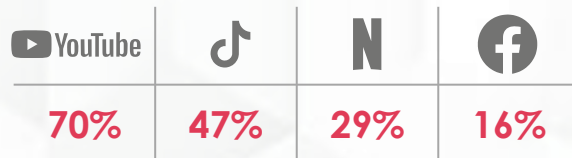
Contenidos por internet

Consumen contenidos por internet



NNA urbanos
Base: 1,206 personas

Páginas, aplicaciones o plataformas usadas



Programas más vistos



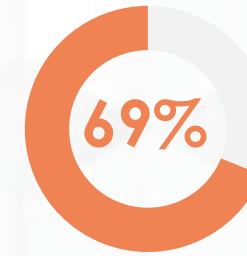
En promedio ven contenidos por internet

3.3
horas al día

Ven contenidos por internet a solas

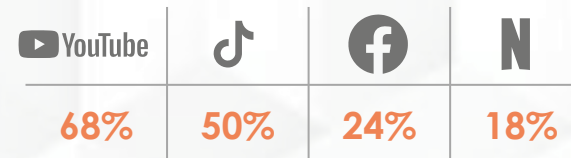
30%

Consumen contenidos por internet



NNA rurales
Base: 590 personas

Páginas, aplicaciones o plataformas usadas



Programas más vistos



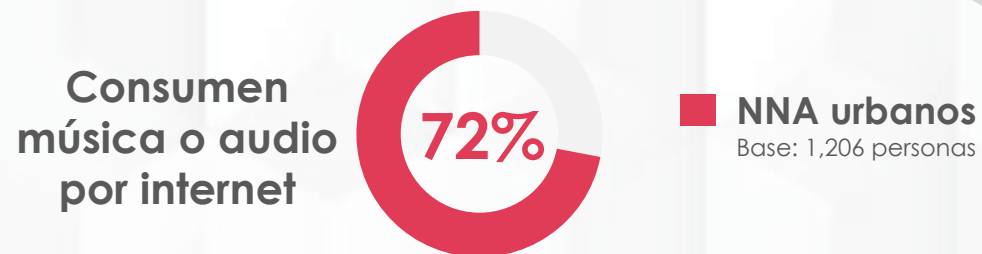
En promedio ven contenidos por internet

2.7
horas al día

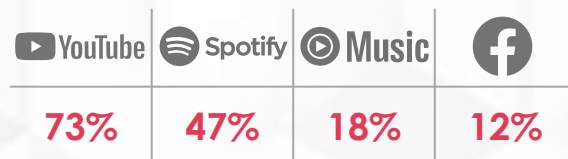
Ven contenidos por internet a solas

38%

Música o audio por internet



Páginas, aplicaciones o plataformas usadas

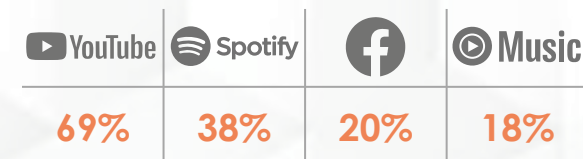


Utiliza páginas o aplicaciones para escuchar música por la que se tiene que pagar una suscripción periódicamente

25%



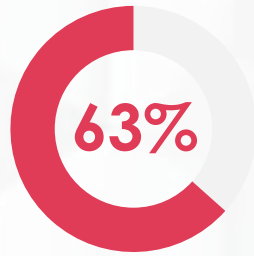
Páginas, aplicaciones o plataformas usadas



Utiliza páginas o aplicaciones para escuchar música por la que se tiene que pagar una suscripción periódicamente

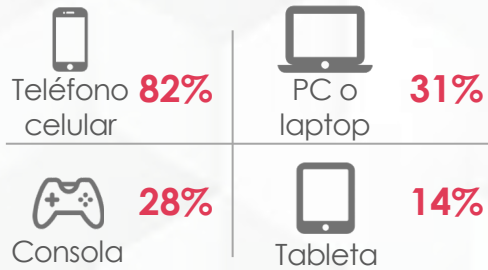
14%

Consumen videojuegos

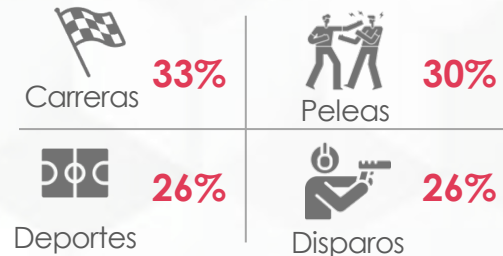


NNA urbanos
Base: 1,206 personas

Dispositivos



Juegos más jugados



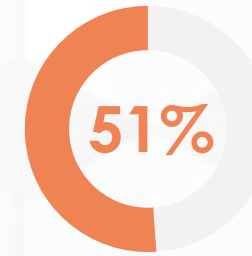
En promedio juegan

2.4
horas al día

Juegan online

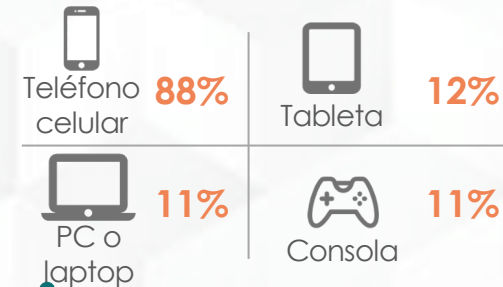
61%

Consumen videojuegos

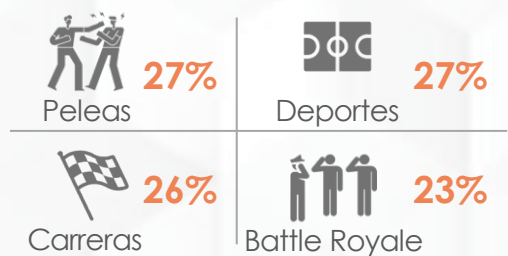


NNA rurales
Base: 590 personas

Dispositivos



Juegos más jugados



En promedio juegan

2.1
horas al día

Juegan online

59%

CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES POR NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES (NNA) EN ÁMBITOS URBANOS Y RURALES CON INFORMACIÓN DE ENCCA 2024



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



Abril 2025