



HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS

03 DE SEPTIEMBRE DE 2013



TELEVISIÓN

03 DE SEPTIEMBRE DE 2013

HORAS AL DÍA QUE VE TELEVISIÓN



¿Cuántas horas al día ve televisión?

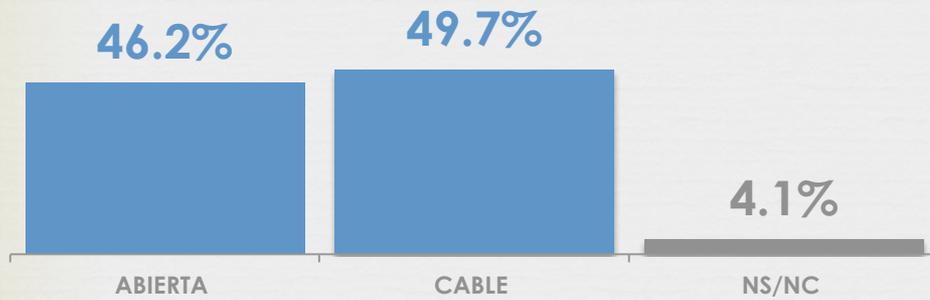


SEXO	MENOS DE 1	1 HORA	2	3	4	5	MÁS DE 5	NO VEO TELEVISIÓN	NS/NC
FEMENINO	6.6%	18.7%	33.7%	13.3%	7.4%	5.1%	4.4%	9.4%	1.4%
MASCULINO	7.2%	21.5%	25.2%	20.0%	7.7%	4.8%	5.1%	7.4%	1.1%

TELEVISIÓN ABIERTA O POR CABLE



¿Usted qué tipo de programación acostumbra ver más: televisión abierta o de cable?*



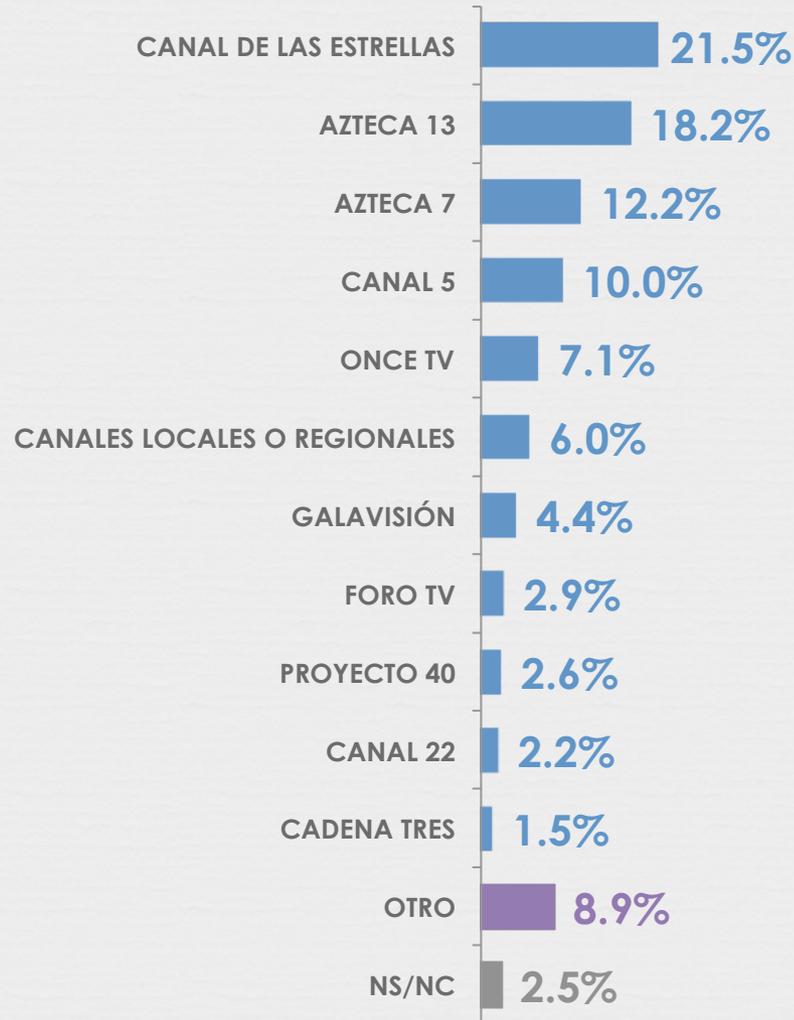
SEXO	ABIERTA	CABLE	NS/NC
FEMENINO	38.4%	57.9%	3.7%
MASCULINO	53.4%	42.3%	4.3%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión.

CANAL DE TELEVISIÓN ABIERTA



¿Cuál es el canal que suele ver más por televisión abierta?*



*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión abierta.

CANAL DE TELEVISIÓN ABIERTA



¿Cuál es el canal que suele ver más por televisión abierta?*

SEXO	EL CANAL DE LAS ESTRELLAS	AZTECA 13	AZTECA 7	CANAL 5	ONCE TV	CANALES LOCALES O REGIONALES	GALAVISIÓN
FEMENINO	19.5%	11.7%	13.0%	16.4%	8.9%	3.9%	3.5%
MASCULINO	22.9%	22.4%	11.7%	5.9%	5.9%	7.4%	5.1%

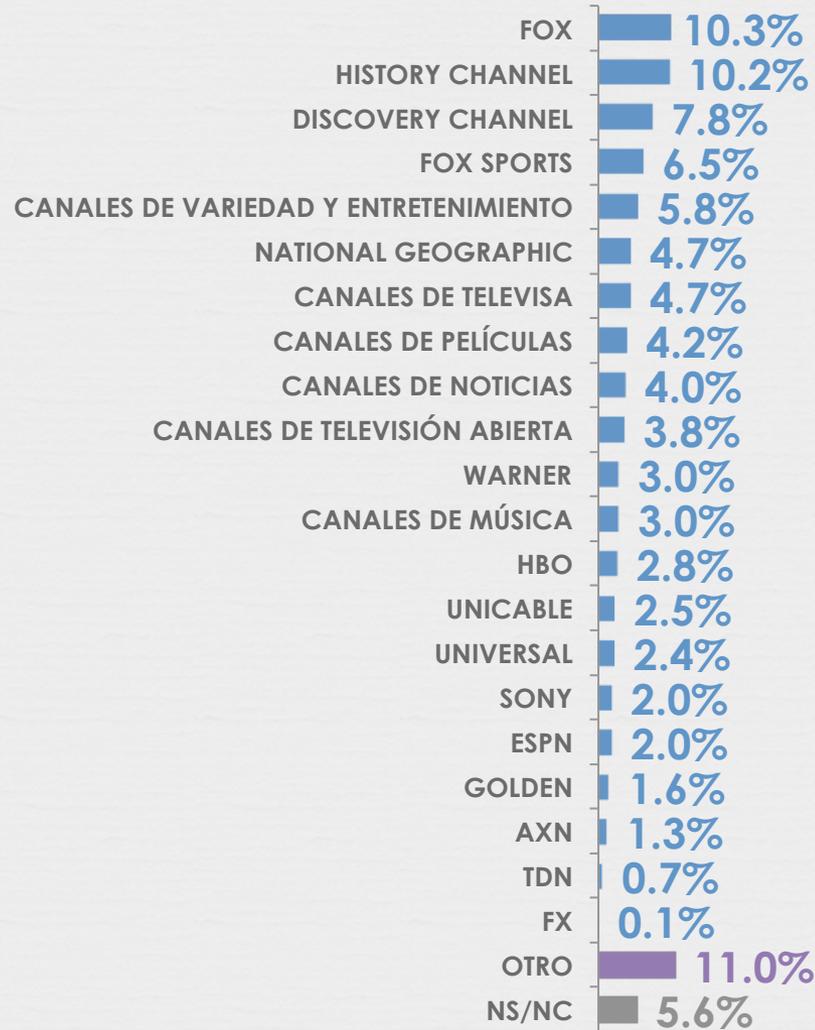
SEXO	FORO TV	PROYECTO 40	CANAL 22	CADENA TRES	OTRO	NS/NC
FEMENINO	5.6%	3.7%	2.8%	3.1%	3.9%	4.0%
MASCULINO	1.2%	2.0%	1.8%	0.4%	12.2%	1.1%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión abierta.

CANAL DE TELEVISIÓN DE CABLE



¿Cuál es el canal que suele ver más por televisión de cable?*



*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión de cable.

CANAL DE TELEVISIÓN DE CABLE



¿Cuál es el canal que suele ver más por televisión de cable?*

SEXO	FOX	HISTORY CHANNEL	DISCOVERY CHANNEL	FOX SPORTS	CANALES DE VARIEDAD Y ENTRETENIMIENTO	NATIONAL GEOGRAPHIC	CANALES DE TELEVISIÓN	CANALES DE PELÍCULAS
FEMENINO	13.9%	12.7%	7.6%	11.7%	3.1%	7.6%	2.0%	2.5%
MASCULINO	5.8%	7.1%	8.0%	0.0%	9.2%	1.0%	8.1%	6.3%

SEXO	CANALES DE NOTICIAS	CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA	WARNER	CANALES DE MÚSICA	HBO	UNICABLE	UNIVERSAL	SONY
FEMENINO	3.0%	2.0%	3.7%	2.6%	1.9%	1.9%	1.6%	0.4%
MASCULINO	5.3%	6.2%	2.3%	3.4%	3.9%	3.1%	3.5%	4.0%

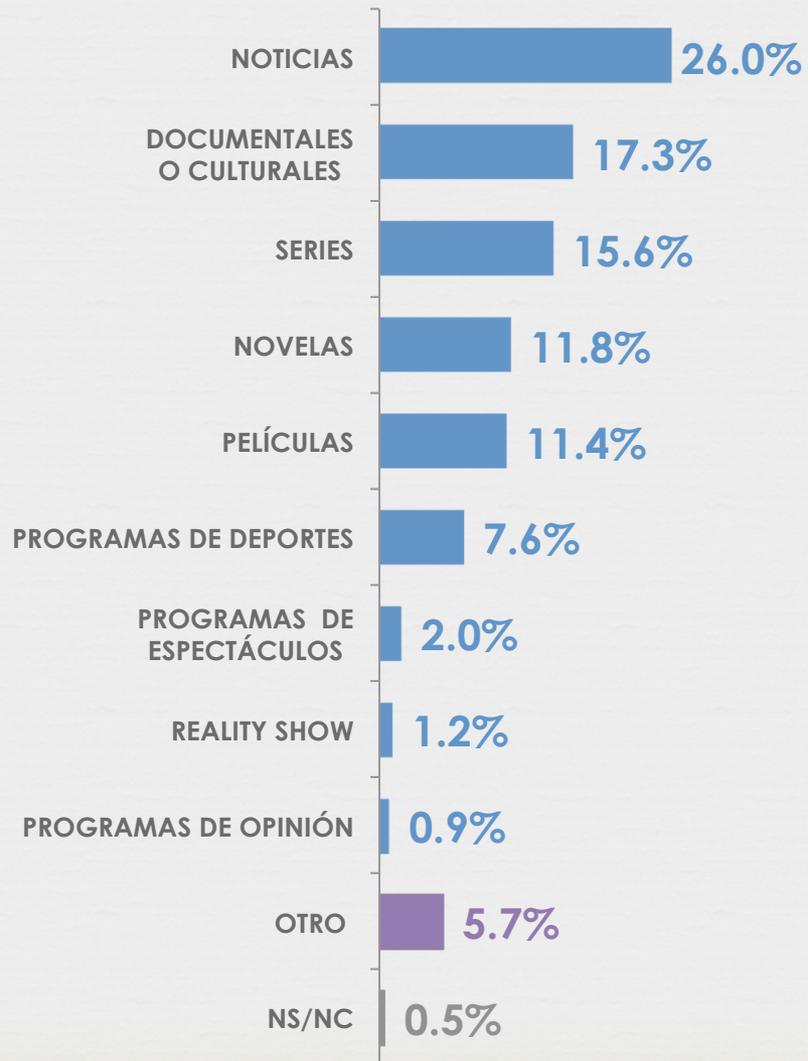
SEXO	ESPN	GOLDEN	AXN	TDN	FX	OTRO	NS/NC
FEMENINO	3.6%	1.0%	1.5%	1.2%	0.3%	8.8%	5.4%
MASCULINO	0.0%	2.3%	0.9%	0.0%	0.0%	13.6%	6.0%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión de cable.

TIPO DE PROGRAMAS QUE LE GUSTA VER



¿Qué tipo de programas le gusta ver más?*



*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión.

TIPO DE PROGRAMAS QUE LE GUSTA VER



¿Qué tipo de programas le gusta ver más?*

SEXO	NOTICIAS	DOCUMENTALES O CULTURALES	SERIES	NOVELAS	PELÍCULAS	PROGRAMAS DE DEPORTES
FEMENINO	25.6%	21.4%	16.7%	2.2%	11.4%	15.5%
MASCULINO	26.4%	13.6%	14.6%	20.6%	11.4%	0.5%

SEXO	PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS	REALITY SHOW	PROGRAMAS DE OPINIÓN	OTRO	NS/NC
FEMENINO	0.6%	1.3%	0.8%	3.9%	0.6%
MASCULINO	3.2%	1.0%	1.0%	7.2%	0.5%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que ven televisión.

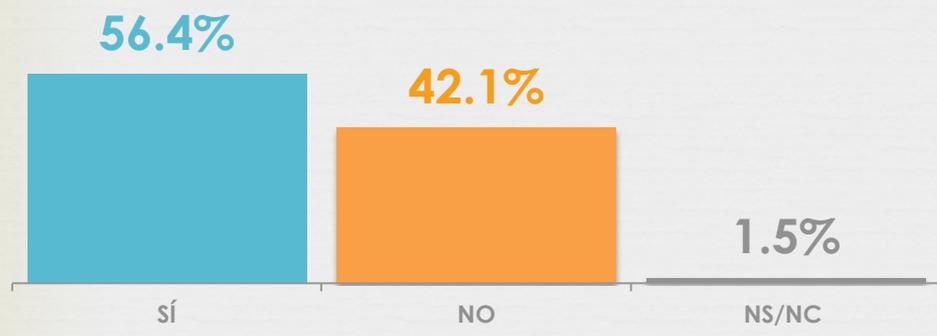


RADIO

ESCUCHA RADIO



¿Escucha usted radio?

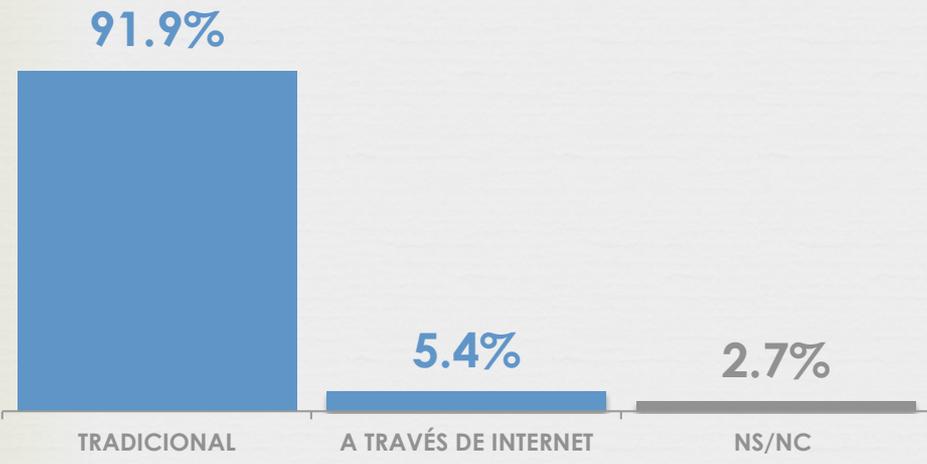


SEXO	sí	NO	NS/NC
FEMENINO	60.3%	37.4%	2.3%
MASCULINO	52.7%	46.4%	0.9%

RADIO TRADICIONAL O POR INTERNET



¿Escucha radio tradicional o a través de internet?*



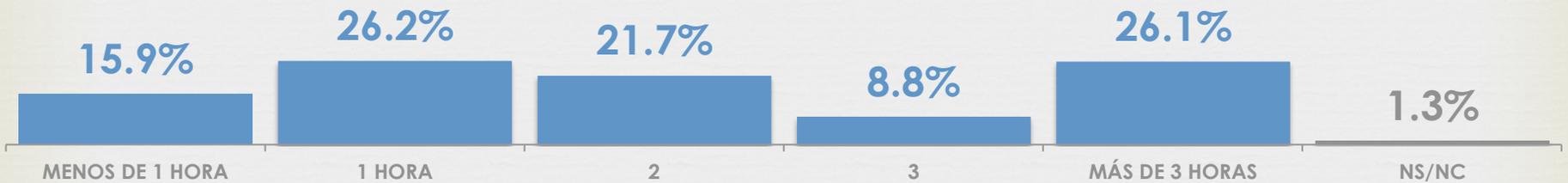
SEXO	TRADICIONAL	A TRAVÉS DE INTERNET	NS/NC
FEMENINO	92.1%	5.9%	2.0%
MASCULINO	91.7%	5.0%	3.3%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que escuchan radio.

TIEMPO QUE ESCUCHA RADIO



Aproximadamente, ¿cuánto tiempo escucha la radio al día?*



SEXO	MENOS DE 1 HORA	1 HORA	2	3	MÁS DE 3 HORAS	NS/NC
FEMENINO	18.2%	21.6%	24.7%	5.5%	28.9%	1.1%
MASCULINO	13.5%	31.3%	18.3%	12.4%	23.1%	1.4%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que escuchan radio.

MOMENTO DEL DÍA EN QUE ESCUCHA RADIO



¿En qué momento del día suele escuchar radio?*



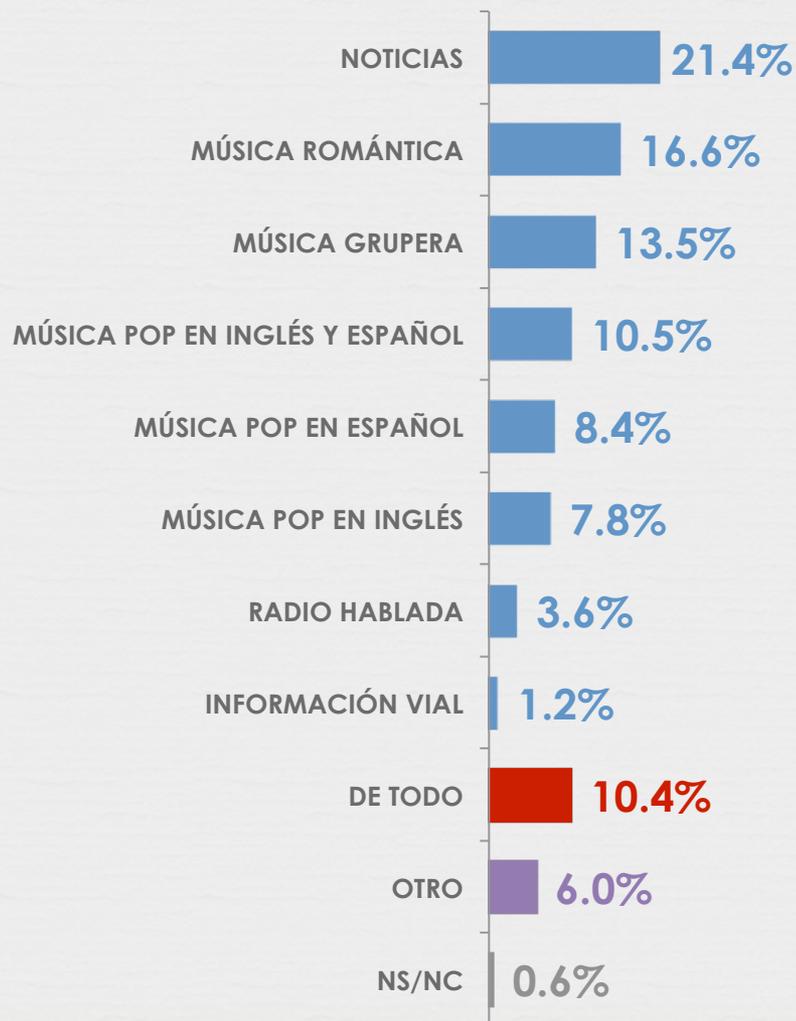
SEXO	EN LA MAÑANA	A MEDIO DÍA	EN LA TARDE	EN LA NOCHE	NS/NC
FEMENINO	63.3%	12.4%	10.4%	5.2%	8.7%
MASCULINO	67.8%	8.8%	10.5%	6.7%	6.2%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que escuchan radio.

QUÉ ESCUCHA EN RADIO



¿Qué le gusta escuchar en radio?*



*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que escuchan radio.

QUÉ ESCUCHA EN RADIO



¿Qué le gusta escuchar en radio?*

SEXO	NOTICIAS	MÚSICA ROMÁNTICA	MÚSICA GRUPERA	MÚSICA POP EN INGLÉS Y ESPAÑOL	MÚSICA POP EN ESPAÑOL
FEMENINO	27.8%	17.9%	17.9%	8.1%	12.0%
MASCULINO	16.5%	15.5%	10.2%	12.3%	5.7%

SEXO	MÚSICA POP EN INGLÉS	RADIO HABLADA	INFORMACIÓN VIAL	DE TODO	OTRO	NS/NC
FEMENINO	9.7%	3.9%	0.8%	0.4%	1.1%	0.4%
MASCULINO	6.4%	3.4%	1.6%	17.9%	9.8%	0.7%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que escuchan radio.



CINE

CADA CUÁNTO ACUDE AL CINE



¿Cada cuánto diría usted que acude al cine?

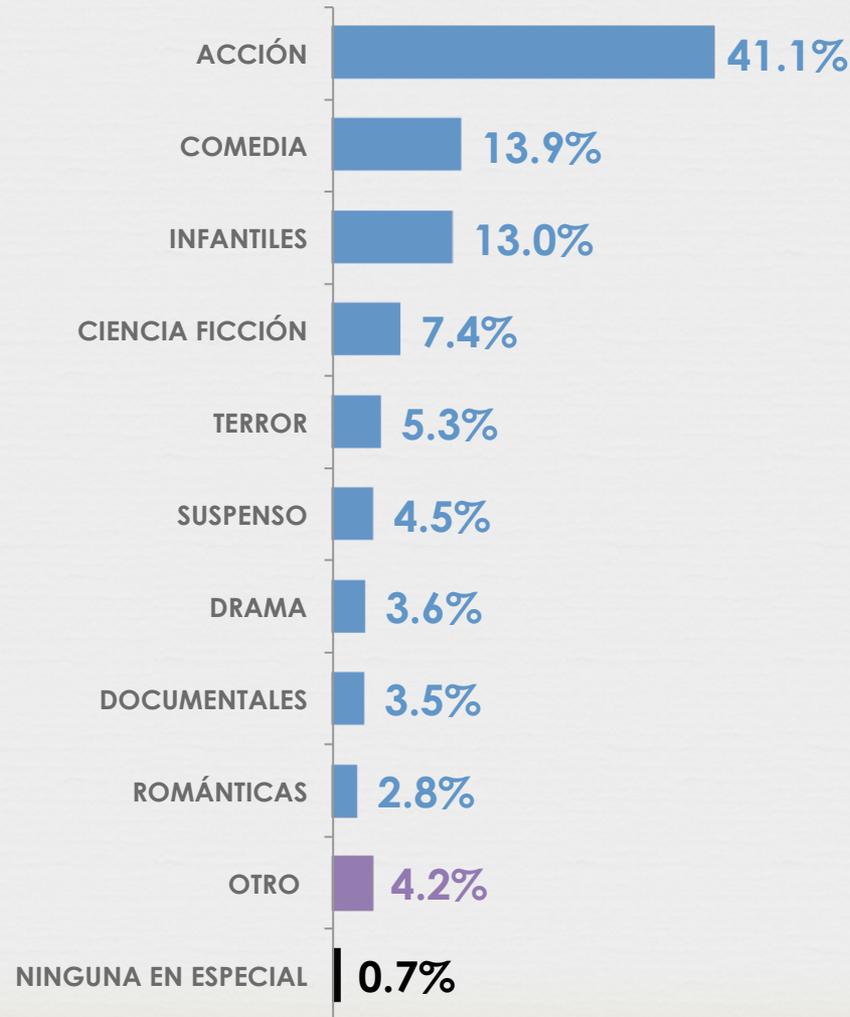


SEXO	DE 1 A 4 VECES A LA SEMANA	1 A 4 VECES AL MES	DE 1 A 4 VECES CADA TRES MESES	1 A 4 VECES CADA SEIS MESES	DE 1 A 4 VECES AL AÑO	NO VOY AL CINE	NS/NC
FEMENINO	5.3%	27.0%	11.4%	6.2%	19.8%	27.4%	2.9%
MASCULINO	5.8%	21.6%	11.8%	7.3%	20.7%	31.0%	1.8%

TIPO DE PELÍCULAS QUE LE GUSTA VER EN EL CINE



¿Cuáles son las películas que le gusta ver más en el cine?*



*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que van al cine.

TIPO DE PELÍCULAS QUE LE GUSTA VER EN EL CINE



¿Cuáles son las películas que le gusta ver más en el cine?*

SEXO	ACCIÓN	COMEDIA	INFANTILES	CIENCIA FICCIÓN	TERROR	SUSPENSO
FEMENINO	46.9%	12.5%	5.1%	9.5%	4.3%	4.4%
MASCULINO	35.4%	15.3%	20.7%	5.3%	6.2%	4.6%

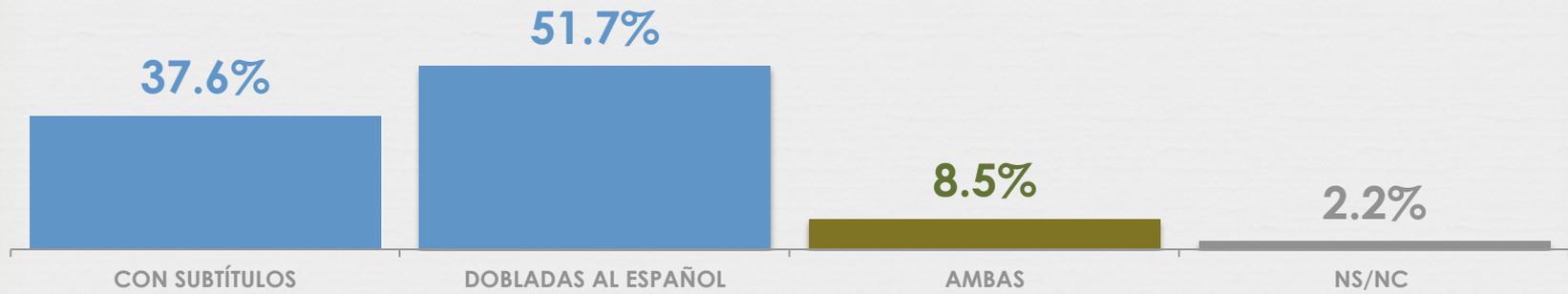
SEXO	DRAMA	DOCUMENTALES	ROMÁNTICAS	OTRO	NINGUNA EN ESPECIAL
FEMENINO	2.8%	4.9%	2.9%	5.2%	1.5%
MASCULINO	4.4%	2.2%	2.7%	3.1%	0.1%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que van al cine.

PELÍCULAS CON SUBTÍTULOS O DOBLADAS



¿Usted prefiere ver películas con subtítulos o dobladas al español?*



SEXO	CON SUBTÍTULOS	DOBLADAS AL ESPAÑOL	AMBAS	NS/NC
FEMENINO	43.8%	46.4%	7.2%	2.6%
MASCULINO	31.5%	56.9%	9.8%	1.8%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que van al cine.

QUÉ TAN CARO ES EL CINE



¿Para usted qué tan caro es el cine?*



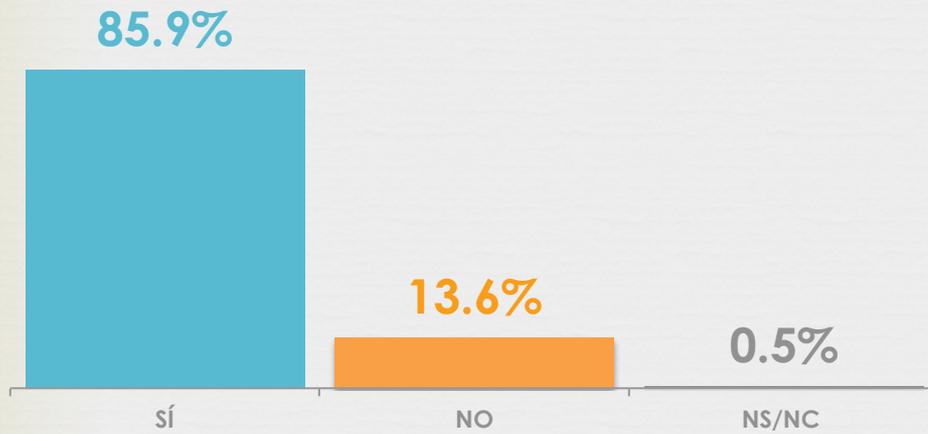
SEXO	MUY CARO	ALGO CARO	POCO CARO	NADA CARO	NS/NC
FEMENINO	13.5%	44.8%	32.0%	8.0%	1.7%
MASCULINO	19.4%	53.7%	18.5%	6.4%	2.0%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que van al cine.

COMPRA DE PALOMITAS, REFRESCOS O DULCES



Dígame, cuando asiste al cine, ¿compra palomitas, refrescos o dulces?*



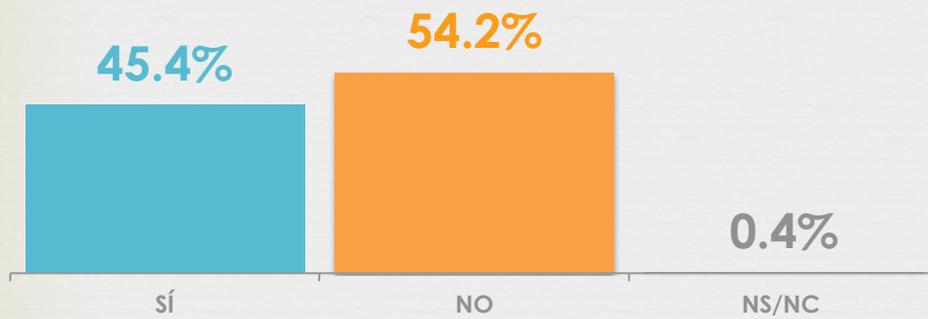
SEXO	sí	NO	NS/NC
FEMENINO	87.0%	12.2%	0.8%
MASCULINO	84.7%	15.0%	0.3%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que van al cine.

COMPRA DE PELÍCULAS O SERIES PIRATAS



¿Usted ha comprado películas o series piratas?

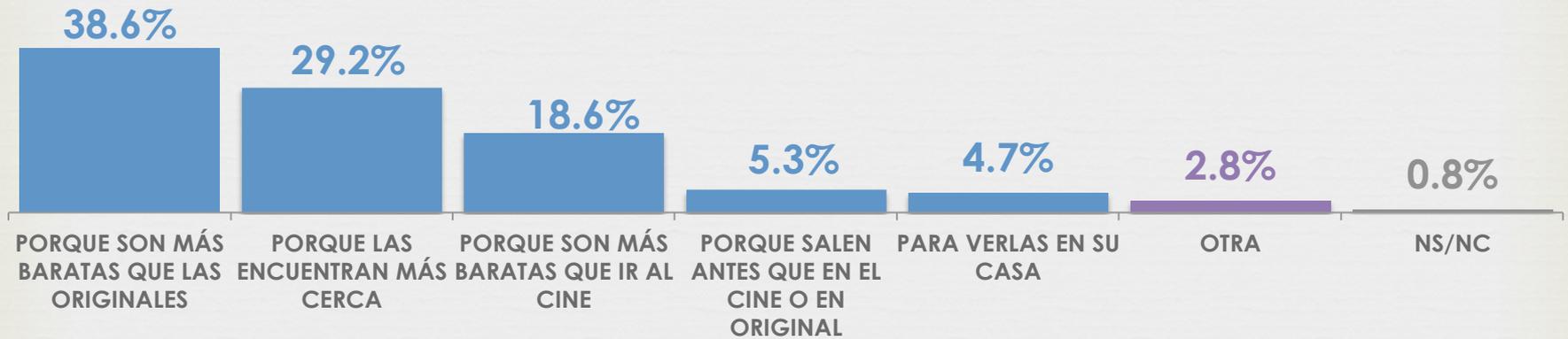


SEXO	sí	NO	NS/NC
FEMENINO	47.0%	52.6%	0.4%
MASCULINO	43.8%	55.8%	0.4%

RAZÓN POR LA QUE COMPRA PELÍCULAS O SERIES PIRATAS



Existen personas que compran películas o series piratas porque son más baratas que las originales, son más baratas que ir al cine o porque las encuentran más cerca. ¿Usted por qué las compra?*



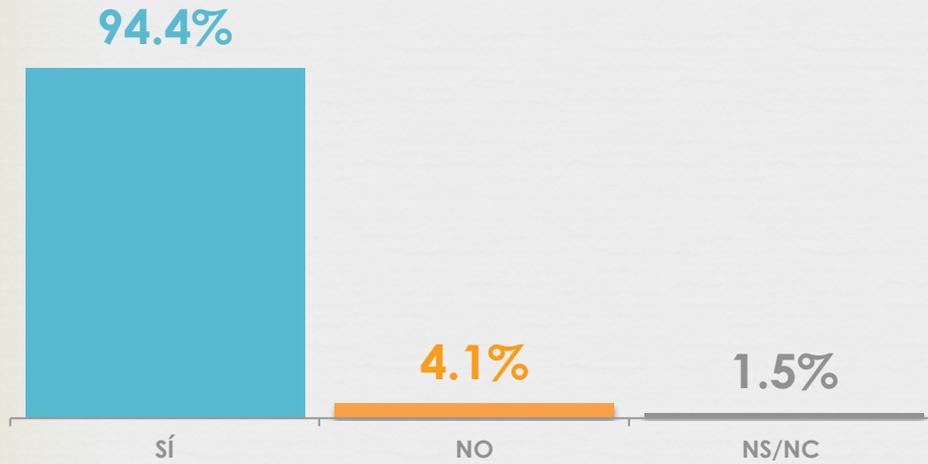
SEXO	PORQUE SON MÁS BARATAS QUE LAS ORIGINALES	PORQUE LAS ENCUENTRAN MÁS CERCA	PORQUE SON MÁS BARATAS QUE IR AL CINE	PORQUE SALEN ANTES QUE EN EL CINE O EN ORIGINAL	PARA VERLAS EN SU CASA	OTRA	NS/NC
FEMENINO	36.8%	33.7%	14.9%	4.7%	5.0%	3.4%	1.5%
MASCULINO	40.3%	24.6%	22.2%	6.0%	4.3%	2.1%	0.5%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que sí compran películas piratas.

SI COMPRARÍAN PELÍCULAS ORIGINALES SI BAJARAN LOS PRECIOS



Si bajarán el precio de las películas y series originales, ¿usted las compraría en lugar de comprar series piratas?*



SEXO	sí	NO	NS/NC
FEMENINO	91.4%	6.6%	2.0%
MASCULINO	97.4%	1.5%	1.1%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que sí compran películas piratas.

RAZÓN POR LA QUE NO COMPRA PELÍCULAS O SERIES PIRATAS



¿Porqué no compra películas o series piratas?*



SEXO	PORQUE PREFIERE VERLAS EN LA TELEVISIÓN	PORQUE NO LE GUSTA COMPRAR LAS PIRATAS	PORQUE TIENE DINERO PARA COMPRAR LAS ORIGINALES	NO SE VEN BIEN	PORQUE NO TIENE REPRODUCTOR PARA VERLAS	NO TIENE TIEMPO	NO TIENE DINERO PARA COMPRARLAS	OTRA	NS/NC
FEMENINO	33.5%	20.9%	7.9%	6.6%	4.2%	2.1%	4.2%	9.0%	3.1%
MASCULINO	36.5%	18.2%	7.9%	5.6%	5.1%	5.3%	3.1%	5.2%	2.3%

*Esta pregunta se realizó sólo a quienes contestaron que no compran películas piratas.



Universo

- Ciudadanos mayores de 18 años que residen en la República Mexicana y cuentan con línea telefónica en su hogar.

Técnica de levantamiento

- Encuesta telefónica realizada el 03 de Septiembre de 2013.

Tamaño de la Muestra y su Precisión Estadística.

- Se diseñó una muestra de 800 encuestas distribuidas, primero en proporción a la lista nominal de cada estado, después en proporción a la lista nominal de los municipios de cada estado y posteriormente al azar dentro de cada municipio.
Con un nivel de confianza de 95%, el error teórico es de $\pm 3.46\%$ a nivel nacional.
- Los resultados reportados son frecuencias ponderadas redondeadas a un decimal, a excepción de los cruces estadísticos que pueden no sumar 100% porque los resultados están redondeados a cero decimales.

Marco muestral y selección de la muestra.

- Se utilizó como marco de muestreo la lista nominal del IFE, actualizada al 26 de julio de 2013.
- Muestreo estratificado, proporcional al tamaño.